

消費者取引に関する意識等調査結果 (速報版)

(調査の趣旨等)

本意識等調査は、現在、総務省（行政評価局）が実施している「消費者取引に関する政策評価」の一環として、消費者取引の適正化に関し、国、都道府県・市区町村等が講じている施策についてどのような効果を上げているか等を明らかにするために、都道府県・市区町村等の消費生活相談窓口及び消費生活センターに所属する消費生活相談員から、現在取り組まれている各種施策の課題等に関し、おおむね昨年度（平成 24 年度）1 年間の状況について意見を伺ったものである。

今回の速報版は、一次的な集計結果であり、今後更に分析を加え、本政策評価のとりまとめ（平成 26 年春を予定）に反映させていく予定である。

※本意識等調査中「消費生活相談」との用語を使用しているが、消費者取引に関する相談（契約、解約又は販売方法に係るもの）を指す。

I. 調査概要

1. 調査対象

本意識等調査の対象は全国の都道府県・市町村等（注）において消費生活相談員として消費生活相談業務に従事している者 3,379 名

（注）都道府県・市町村等には広域連合、一部事務組合を含む

2. 回収数及び回収率

2,355 名（69.7%）

3. 調査期間

平成 25 年 7 月 16 日～9 月 5 日（調査票の配布から回収までの期間）

4. 調査方法

調査票を郵送し、自計申告方式（調査対象者自身が調査票に回答を記入する調査方式）により実施

5. 報告表の見方

- (1) 図表中の「n」（number of case の略）は各設問の回答者数を示し、比率算出の基数である。複数回答の設問では、全ての比率を合計すると 100.0%を超える。
- (2) 調査結果の比率は小数点第 2 位を四捨五入して算出したため、必ずしも合計が 100.0%にならない。
- (3) 図表中の選択肢の標記は、場合によっては語句を一部簡略化した。

Ⅱ. グランド・トータル(単純集計)

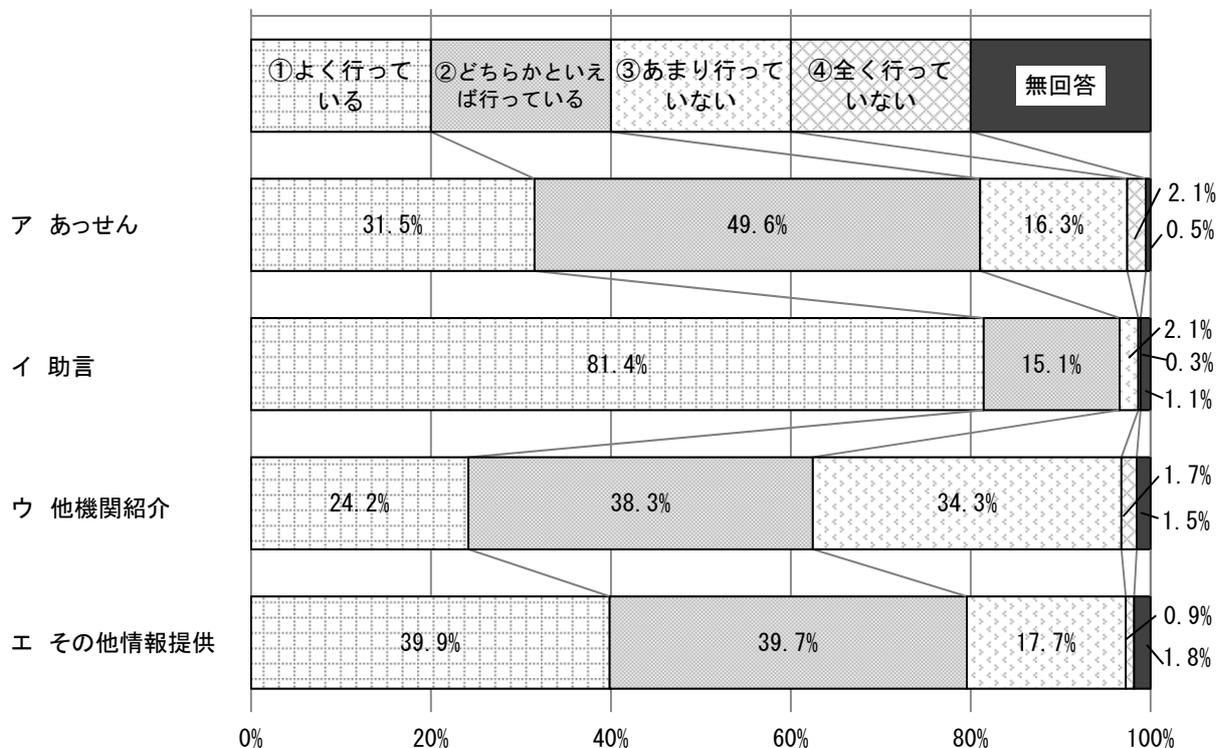
【問1-1】 あっせん等の実施状況

消費者からの消費生活相談について、あっせん等の各対応をどの程度行っていると思うか尋ねたところ、あっせんを「よく行っている」が31.5%、「どちらかといえば行っている」が49.6%で両者を合わせると81.1%であり、助言を「よく行っている」が81.4%、「どちらかといえば行っている」が15.1%で両者を合わせると96.5%であった。

区分	①よく行っている		②どちらかといえば行っている		③あまり行っていない		④全く行っていない		無回答		計(n)	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
ア あっせん	742	31.5%	1,167	49.6%	385	16.3%	49	2.1%	12	0.5%	2,355	100.0%
イ 助言	1,918	81.4%	356	15.1%	49	2.1%	6	0.3%	26	1.1%	2,355	100.0%
ウ 他機関紹介	569	24.2%	902	38.3%	808	34.3%	40	1.7%	36	1.5%	2,355	100.0%
エ その他情報提供	939	39.9%	935	39.7%	416	17.7%	22	0.9%	43	1.8%	2,355	100.0%

問 あなたは、消費者からの消費生活相談について、あっせん、助言、他機関紹介及びその他情報提供の各対応をどの程度行っていると思いますか。以下のア～エの区分ごとに当てはまる選択肢の一つ選び口にレ点を付してください。

(n=2,355)



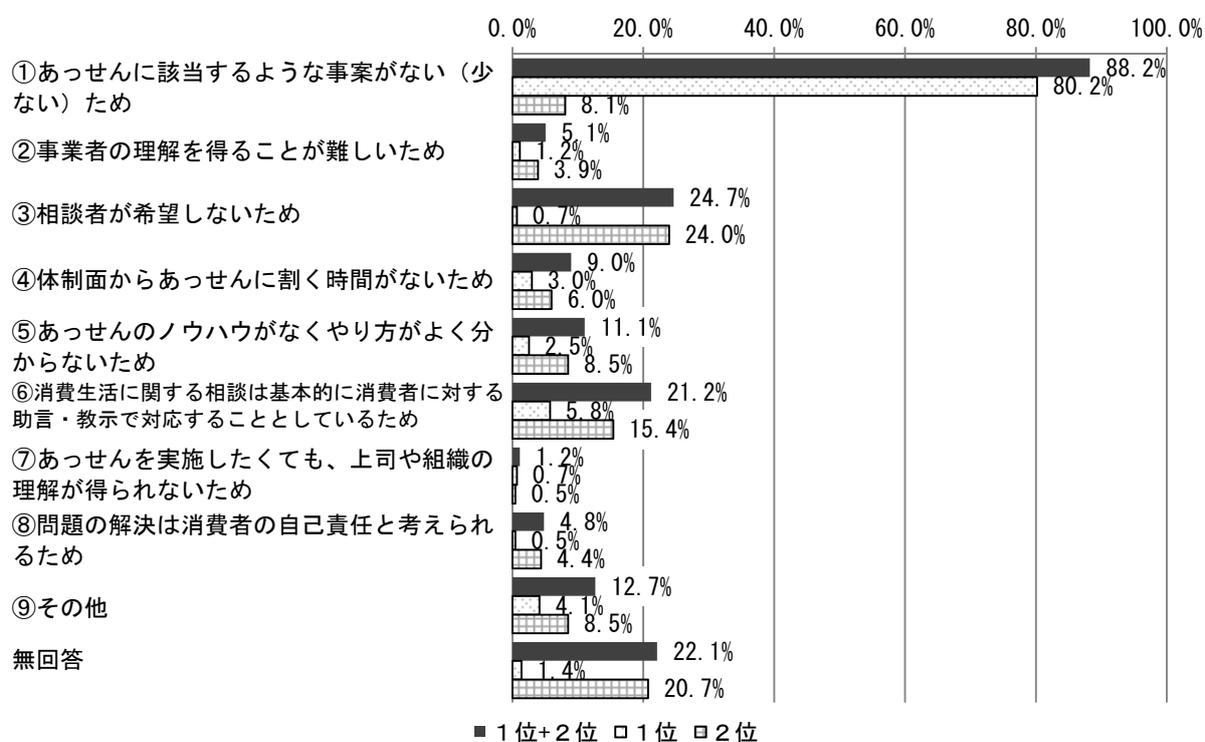
【問1-2】 あっせんを（あまり）行っていない理由

問1-1においてあっせんに「（あまり）行っていない」と回答した消費生活相談員にその理由を尋ねたところ、「該当するような事案がない（少ない）ため」が88.2%で最も多く、次いで「相談者が希望しないため」が24.7%であった。

区分	1位		2位		1位、2位計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
① あっせんに該当するような事案がない（少ない）ため	348	80.2%	35	8.1%	383	88.2%
② 事業者の理解を得ることが難しいため	5	1.2%	17	3.9%	22	5.1%
③ 相談者が希望しないため	3	0.7%	104	24.0%	107	24.7%
④ 体制面からあっせんに割く時間がないため	13	3.0%	26	6.0%	39	9.0%
⑤ あっせんのノウハウがなくやり方がよく分からないため	11	2.5%	37	8.5%	48	11.1%
⑥ 消費生活に関する相談は基本的に消費者に対する助言・教示で対応することとしているため	25	5.8%	67	15.4%	92	21.2%
⑦ あっせんを実施したくても、上司や組織の理解が得られないため	3	0.7%	2	0.5%	5	1.2%
⑧ 問題の解決は消費者の自己責任と考えられるため	2	0.5%	19	4.4%	21	4.8%
⑨ その他	18	4.1%	37	8.5%	55	12.7%
無回答	6	1.4%	90	20.7%	96	22.1%
計(n)	434	100.0%	434	100.0%		

問 あっせんを（あまり）行っていない理由は何ですか。当てはまる選択肢を二つ選び、特に当てはまると思う順番に番号を記入してください。

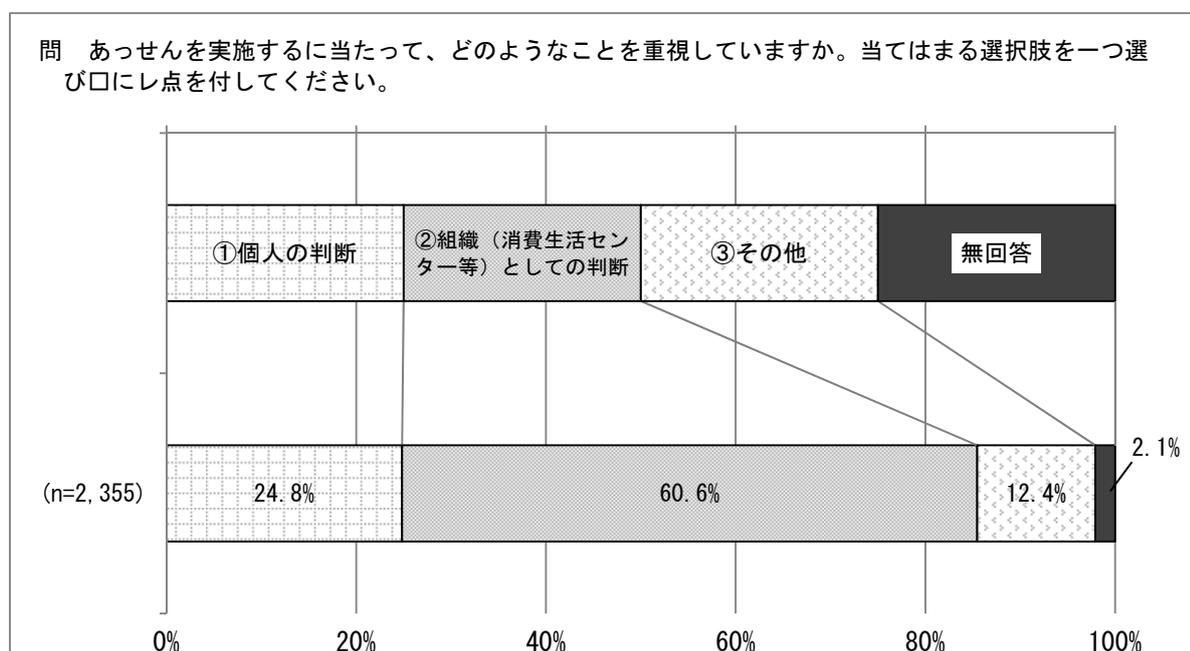
(n=434)



【問1-3】 あっせんを実施するに当たって重視していること

あっせんを実施するに当たってどのようなことを重視しているのか尋ねたところ、「組織（消費生活センター等）としての判断」が60.6%、「個人の判断」が24.8%であった。

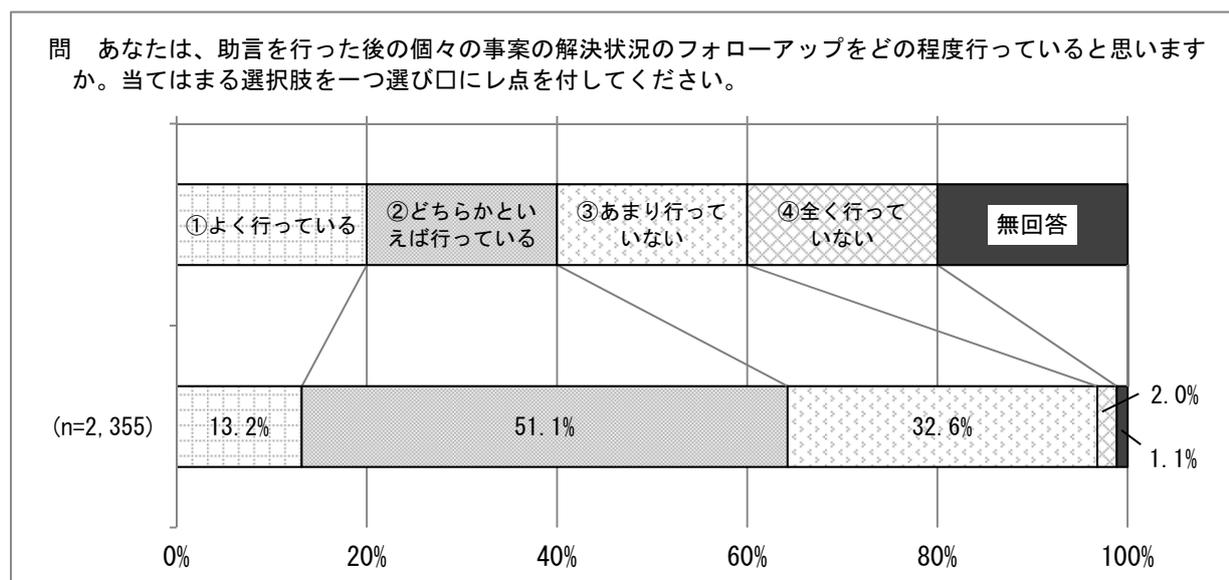
区分	回答者数	割合
① 個人の判断	585	24.8%
② 組織（消費生活センター等）としての判断	1,428	60.6%
③ その他	293	12.4%
無回答	49	2.1%
計(n)	2,355	100.0%



【問1－4】助言後の相談事案の解決状況のフォローアップ

助言を行った後の個々の相談事案の解決状況のフォローアップをどの程度行っていると思うか尋ねたところ、「よく行っている」が13.2%、「どちらかといえば行っている」が51.1%、「あまり行っていない」が32.6%、「全く行っていない」が2.0%であった。

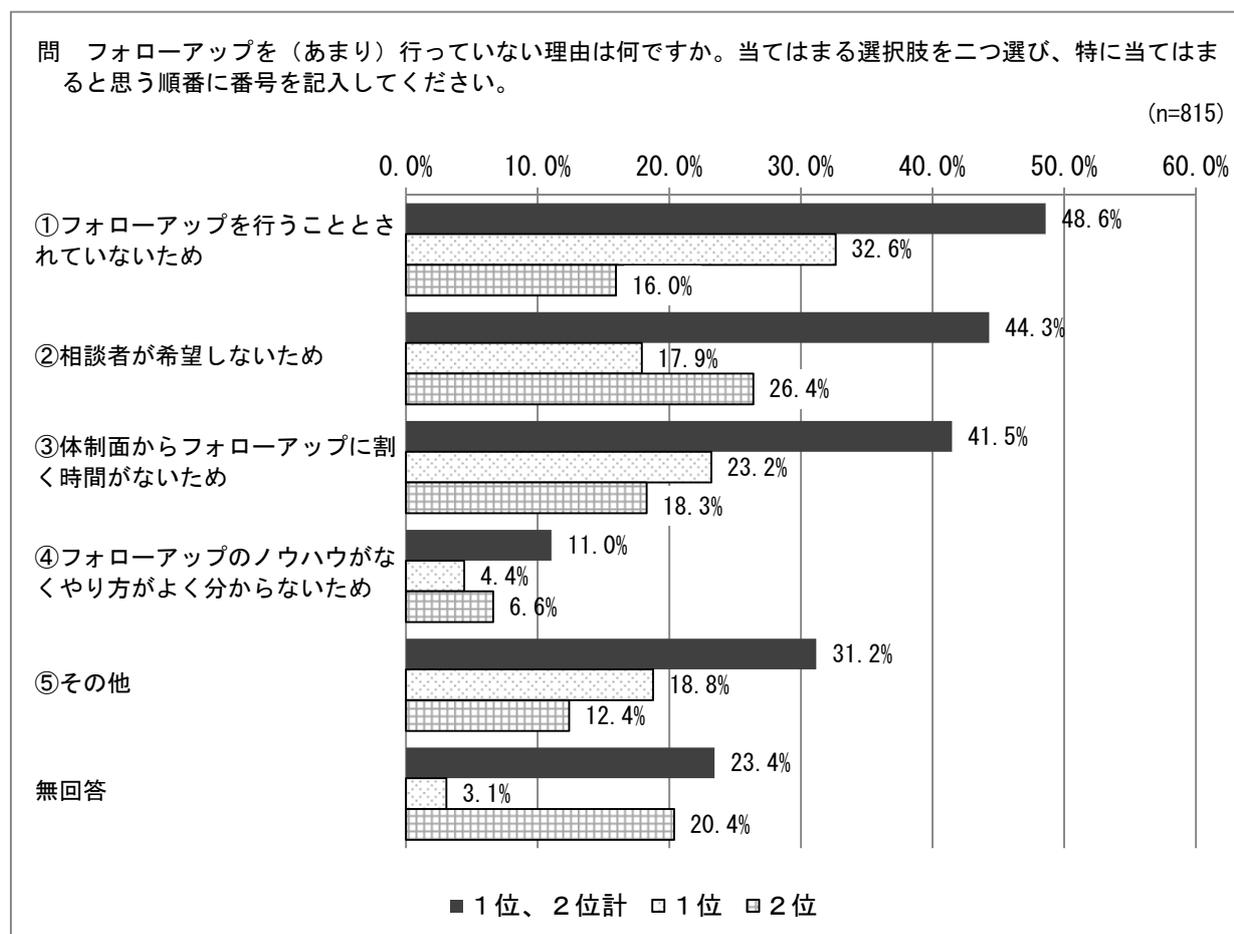
区分	回答者数	割合	
① よく行っている	310	13.2%	} 行っている (64.3%)
② どちらかといえば行っている	1,203	51.1%	
③ あまり行っていない	767	32.6%	} (あまり) 行っていない (34.6%)
④ 全く行っていない	48	2.0%	
無回答	27	1.1%	
計(n)	2,355	100.0%	



【問1-5】フォローアップを（あまり）行っていない理由

問1-4において、フォローアップを（あまり）行っていないと回答した消費生活相談員にその理由を尋ねたところ、「フォローアップを行うこととされていないため」が48.6%で最も多く、次いで「相談者が希望しないため」が44.3%、「体制面からフォローアップに割く時間がないため」が41.5%であった。

区分	1位		2位		1位、2位計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
① フォローアップを行うこととされていないため	266	32.6%	130	16.0%	396	48.6%
② 相談者が希望しないため	146	17.9%	215	26.4%	361	44.3%
③ 体制面からフォローアップに割く時間がないため	189	23.2%	149	18.3%	338	41.5%
④ フォローアップのノウハウがなくやり方がよく分からないため	36	4.4%	54	6.6%	90	11.0%
⑤ その他	153	18.8%	101	12.4%	254	31.2%
無回答	25	3.1%	166	20.4%	191	23.4%
計(n)	815	100.0%	815	100.0%		

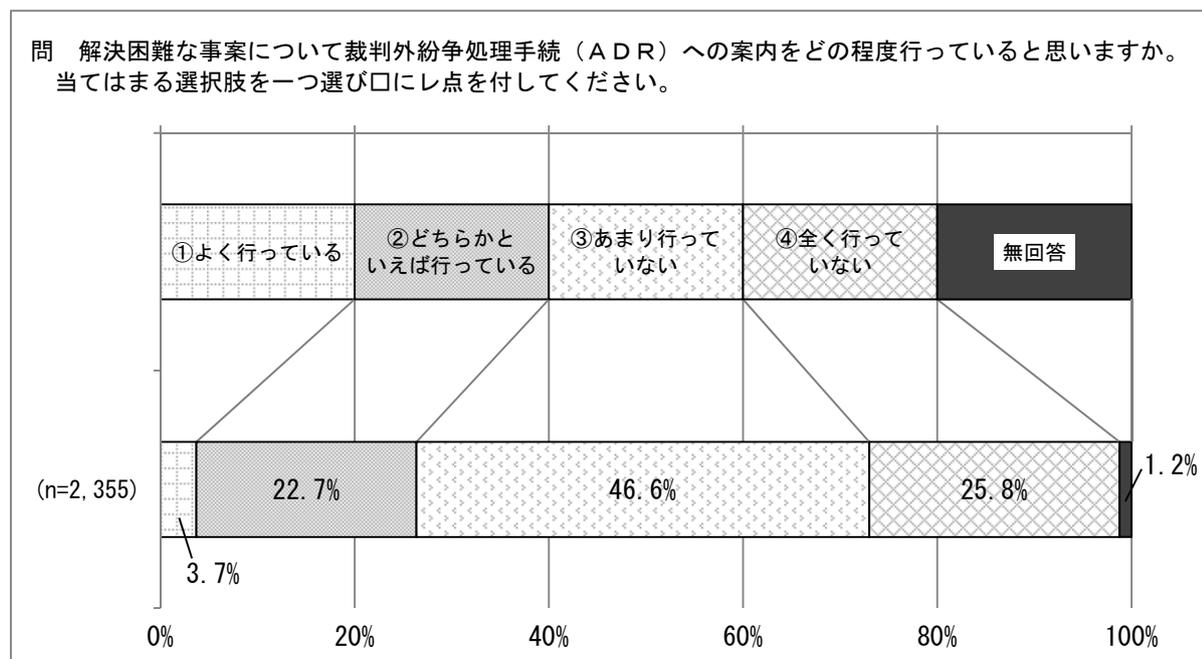


【問 1 - 6】 解決困難な事案の裁判外紛争処理手続（ADR）への案内

解決困難な事案について裁判外紛争処理手続（ADR）（注）への案内をどの程度行っていると思うか尋ねたところ、「あまり行っていない」が46.6%、「全く行っていない」が25.8%であり、72.4%が案内を（あまり）行っていないと回答した。

（注）ADRを行う機関としては、独立行政法人国民生活センター、都道府県等の苦情処理委員会や国の認証を受けた民間団体がある。

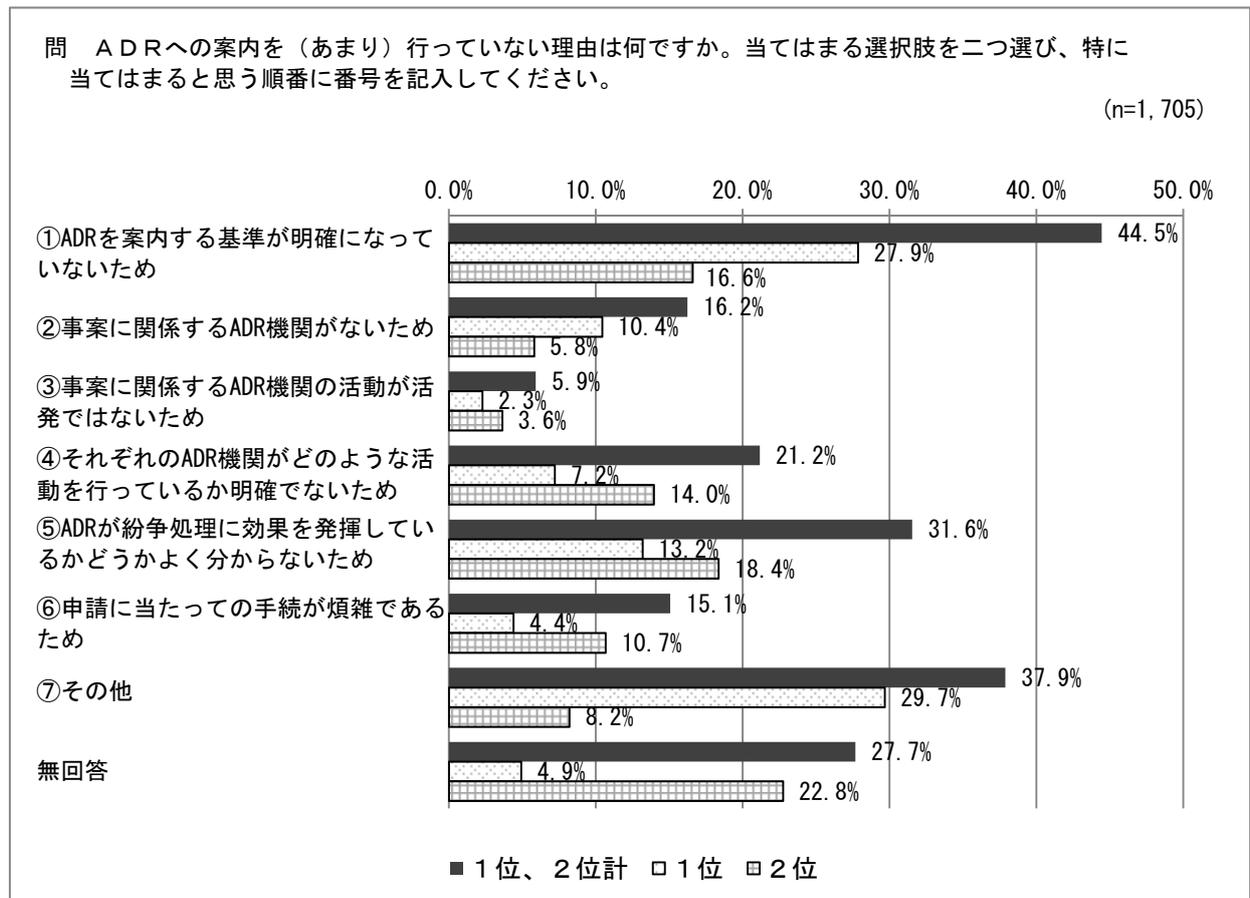
区分	回答者数	割合	
① よく行っている	87	3.7%	} 行っている (26.4%)
② どちらかといえば行っている	534	22.7%	
③ あまり行っていない	1,098	46.6%	} (あまり) 行っていない (72.4%)
④ 全く行っていない	607	25.8%	
無回答	29	1.2%	
計(n)	2,355	100.0%	



【問1-7】ADRを（あまり）案内していない理由

問1-6においてADRへの案内を（あまり）行っていないと回答した消費生活相談員にその理由を尋ねたところ、「ADRを案内する基準が明確になっていないため」が44.5%で最も多く、次いで「ADRが紛争処理に効果を発揮しているかどうか分からないため」が31.6%であった。

区分	1位		2位		1位、2位合計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
① ADRを案内する基準が明確になっていないため	475	27.9%	283	16.6%	758	44.5%
② 事案に関するADR機関がないため	178	10.4%	99	5.8%	277	16.2%
③ 事案に関するADR機関の活動が活発ではないため	39	2.3%	62	3.6%	101	5.9%
④ それぞれのADR機関がどのような活動を行っているか明確でないため	123	7.2%	238	14.0%	361	21.2%
⑤ ADRが紛争処理に効果を発揮しているかどうかよく分からないため	225	13.2%	313	18.4%	538	31.6%
⑥ 申請に当たっての手續が煩雑であるため	75	4.4%	182	10.7%	257	15.1%
⑦ その他	506	29.7%	140	8.2%	646	37.9%
無回答	84	4.9%	388	22.8%	472	27.7%
計(n)	1,705	100.0%	1,705	100.0%		



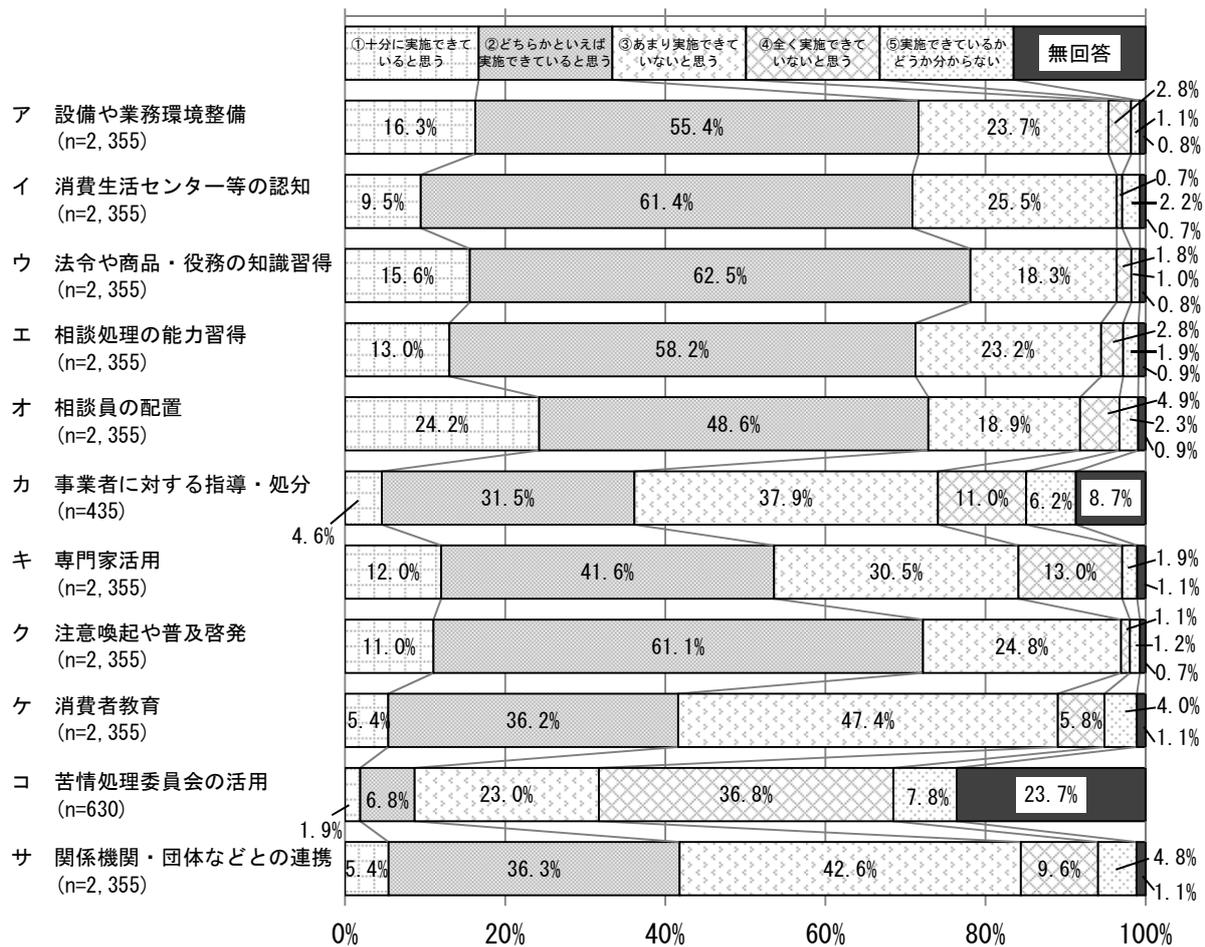
【問1－8】地方公共団体の消費者行政の実施状況

消費生活相談を適切に行うために、消費生活相談員が所属する、又は業務の委託元等である都道府県・市区町村等が実施する消費者行政はどの程度実施できていると思うか尋ねたところ、「十分に実施できていると思う」又は「どちらかといえば実施できていると思う」が最も多かったのは「法令や商品・役務の知識を相談員に習得させること」で78.1%であり、次いで「消費生活相談員の業務量に見合った人数の相談員を配置すること」が72.8%であった。一方で、「あまり実施できていないと思う」又は「全く実施できていないと思う」が最も多かったのは、「苦情処理委員会を開催し、消費生活相談のあっせんや調停を行うこと」で59.8%であり、次いで「消費者に対し積極的に教育を行うこと」が53.2%であった。

区分	①十分に実施できていると思う		②どちらかといえば実施できていると思う		③あまり実施できていないと思う		④全く実施できていないと思う		⑤実施できているかどうか分からない		無回答		計(n)	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
ア 消費生活センター等に必要の設備や業務環境を整えること	383	16.3%	1,304	55.4%	559	23.7%	66	2.8%	25	1.1%	18	0.8%	2,355	100.0%
イ 消費生活センター等を住民に認知してもらうこと	223	9.5%	1,446	61.4%	601	25.5%	16	0.7%	52	2.2%	17	0.7%	2,355	100.0%
ウ 法令や商品・役務の知識を相談員に習得させること	367	15.6%	1,473	62.5%	430	18.3%	43	1.8%	24	1.0%	18	0.8%	2,355	100.0%
エ 消費生活相談の処理の実践的な能力を相談員に習得させること	307	13.0%	1,371	58.2%	546	23.2%	65	2.8%	45	1.9%	21	0.9%	2,355	100.0%
オ 消費生活相談の業務量に見合った人数の相談員を配置すること	571	24.2%	1,145	48.6%	446	18.9%	116	4.9%	55	2.3%	22	0.9%	2,355	100.0%
カ 指導監督部に十分な人数の職員を配置するなどにより、事業者に対する指導や処分を適切に実施すること	20	4.6%	137	31.5%	165	37.9%	48	11.0%	27	6.2%	38	8.7%	435	100.0%
キ 高度に専門的な消費生活相談に対応するために、弁護士や一級建築士などの専門家を活用すること	283	12.0%	979	41.6%	719	30.5%	305	13.0%	44	1.9%	25	1.1%	2,355	100.0%
ク 消費者に対し注意喚起や普及啓発などの情報提供を行うこと	260	11.0%	1,440	61.1%	583	24.8%	26	1.1%	29	1.2%	17	0.7%	2,355	100.0%
ケ 消費者に対し積極的に教育を行うこと	127	5.4%	853	36.2%	1,117	47.4%	137	5.8%	95	4.0%	26	1.1%	2,355	100.0%
コ 苦情処理委員会を開催し、消費生活相談のあっせんや調停を行うこと	12	1.9%	43	6.8%	145	23.0%	232	36.8%	49	7.8%	149	23.7%	630	100.0%
サ 消費生活センター等が他の機関・団体などと連携すること	128	5.4%	856	36.3%	1,004	42.6%	227	9.6%	113	4.8%	27	1.1%	2,355	100.0%

※上記区分のうちカについてはフェイスシートAにおいて都道府県、コについては都道府県又は政令指定都市と回答した者の人数で集計した。

問 消費生活相談を適切に行うために、あなたが所属する、又は業務の委託元等である都道府県・市区町村等の消費者行政はどの程度実施できていると思いますか。下記ア～サの区分ごとに、あなたの考えに最も近いものを選択肢①～⑤の中から選び、回答欄に番号を記入してください。



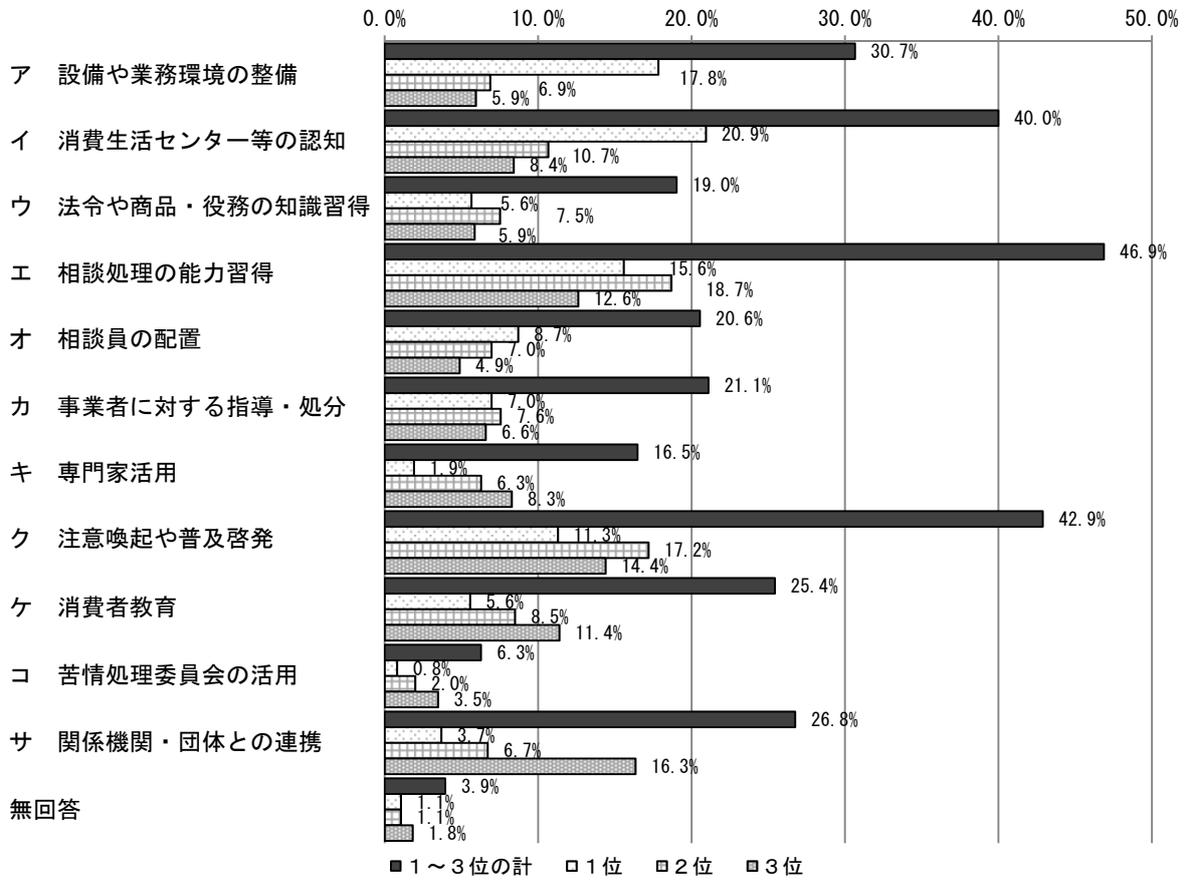
【問1－9】地方公共団体が消費者行政を実施する上で重要だと思う事項

問1－8の各区分のうち、都道府県・市区町村等が消費者行政を適切に実施していく上で重要だと思う事項を尋ねたところ、「消費生活相談の処理の実践的な能力を相談員に習得させること」が46.9%で最も多く、次いで「消費者に対し注意喚起や普及啓発などの情報提供を行うこと」が42.9%、「消費生活センター等を住民に認知してもらうこと」が40.0%であった。

区分	1位		2位		3位		1～3位の計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
ア 消費生活センター等に必要な設備や業務環境を整えること	420	17.8%	162	6.9%	140	5.9%	722	30.7%
イ 消費生活センター等を住民に認知してもらうこと	493	20.9%	251	10.7%	198	8.4%	942	40.0%
ウ 法令や商品・役務の知識を相談員に習得させること	133	5.6%	177	7.5%	138	5.9%	448	19.0%
エ 消費生活相談の処理の実践的な能力を相談員に習得させること	367	15.6%	440	18.7%	297	12.6%	1,104	46.9%
オ 消費生活相談の業務量に見合った人数の相談員を配置すること	205	8.7%	164	7.0%	115	4.9%	484	20.6%
カ 指導監督部局に十分な人数の職員を配置するなどにより、事業者に対する指導や処分を適切に実施すること	164	7.0%	178	7.6%	155	6.6%	497	21.1%
キ 高度に専門的な消費生活相談に対応するために、弁護士や一級建築士などの専門家を活用すること	45	1.9%	148	6.3%	195	8.3%	388	16.5%
ク 消費者に対し注意喚起や普及啓発などの情報提供を行うこと	266	11.3%	405	17.2%	339	14.4%	1,010	42.9%
ケ 消費者に対し積極的に教育を行うこと	131	5.6%	200	8.5%	268	11.4%	599	25.4%
コ 苦情処理委員会を開催し、消費生活相談のあっせんや調停を行うこと	19	0.8%	47	2.0%	82	3.5%	148	6.3%
サ 消費生活センター等が他の機関・団体などと連携すること	87	3.7%	158	6.7%	385	16.3%	630	26.8%
無回答	25	1.1%	25	1.1%	43	1.8%	93	3.9%
計(n)	2,355	100.0%	2,355	100.0%	2,355	100.0%		

問 問1-8の表に挙げたア～サの各区分うち、都道府県・市区町村等が消費者行政を適切に実施していく上で、重要だと思う事項を三つ選び、特に重要だと思う順番に記号を記入してください。

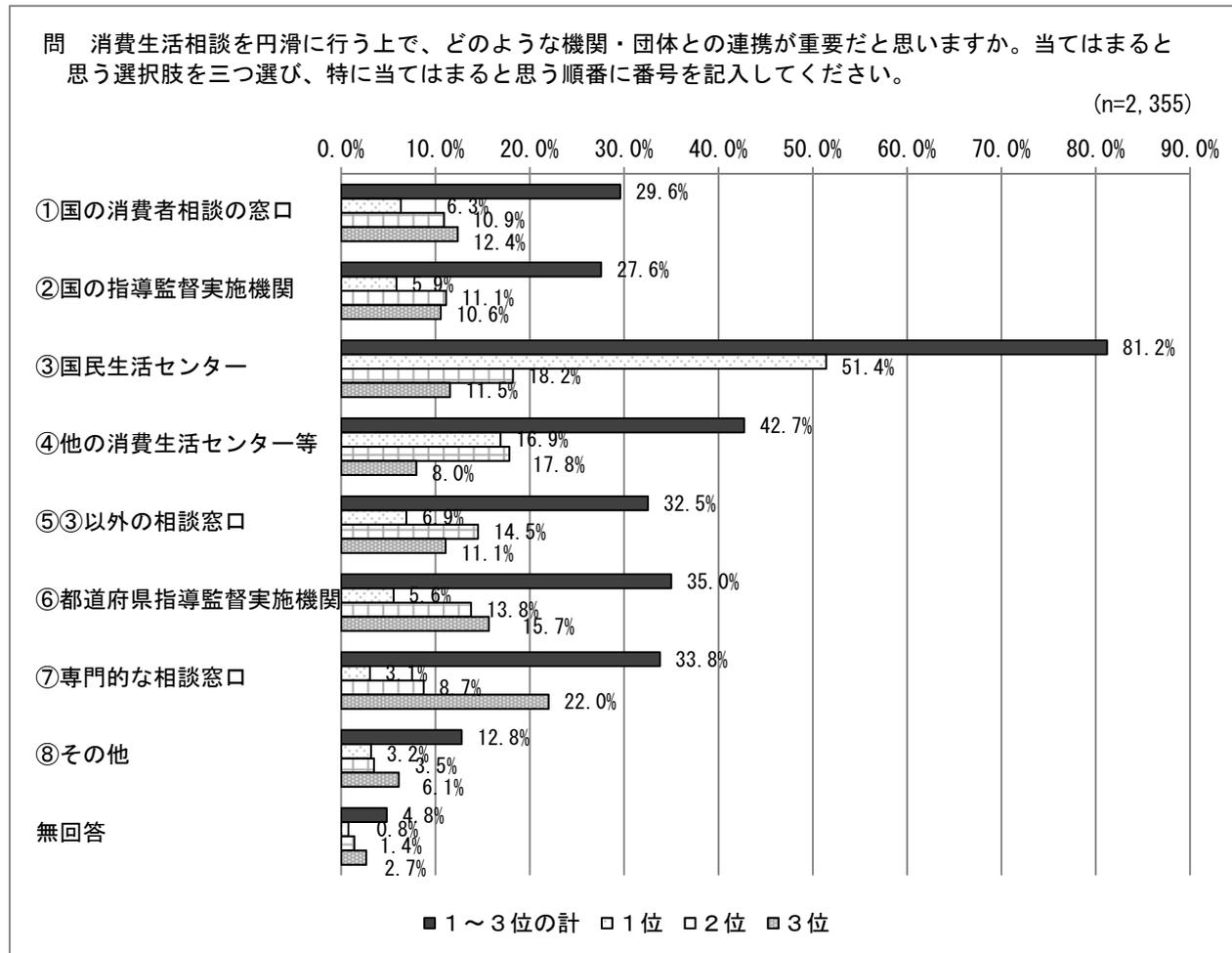
(n=2,355)



【問1-10】消費生活相談を行う上で連携が重要だと考える機関・団体

消費生活相談を行う上でどのような機関・団体との連携が重要だと思うか尋ねたところ、「国民生活センター」が81.2%で最も多く、次いで「都道府県・市区町村等が設置する他の消費生活センター等」が42.7%、「都道府県の指導監督実施機関」が35.0%であった。

区分	1位		2位		3位		1～3位計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
① 国の消費者相談の窓口（経済産業局の消費者相談室、財務局の相談窓口等）	149	6.3%	257	10.9%	291	12.4%	697	29.6%
② 国の指導監督実施機関（経済産業局、財務局等）	138	5.9%	262	11.1%	249	10.6%	649	27.6%
③ 国民生活センター	1,211	51.4%	429	18.2%	272	11.5%	1,912	81.2%
④ 地方公共団体が設置する他の消費生活センター等	398	16.9%	420	17.8%	188	8.0%	1,006	42.7%
⑤ 地方公共団体が設置する③以外の相談窓口（多重債務相談、住宅相談等の相談窓口）	163	6.9%	342	14.5%	261	11.1%	766	32.5%
⑥ 都道府県の指導監督実施機関（特定商取引法担当部局等）	131	5.6%	324	13.8%	369	15.7%	824	35.0%
⑦ 事業者団体に置かれている専門的な相談窓口	72	3.1%	206	8.7%	518	22.0%	796	33.8%
⑧ その他	75	3.2%	82	3.5%	144	6.1%	301	12.8%
無回答	18	0.8%	33	1.4%	63	2.7%	114	4.8%
計(n)	2,355	100.0%	2,355	100.0%	2,355	100.0%		

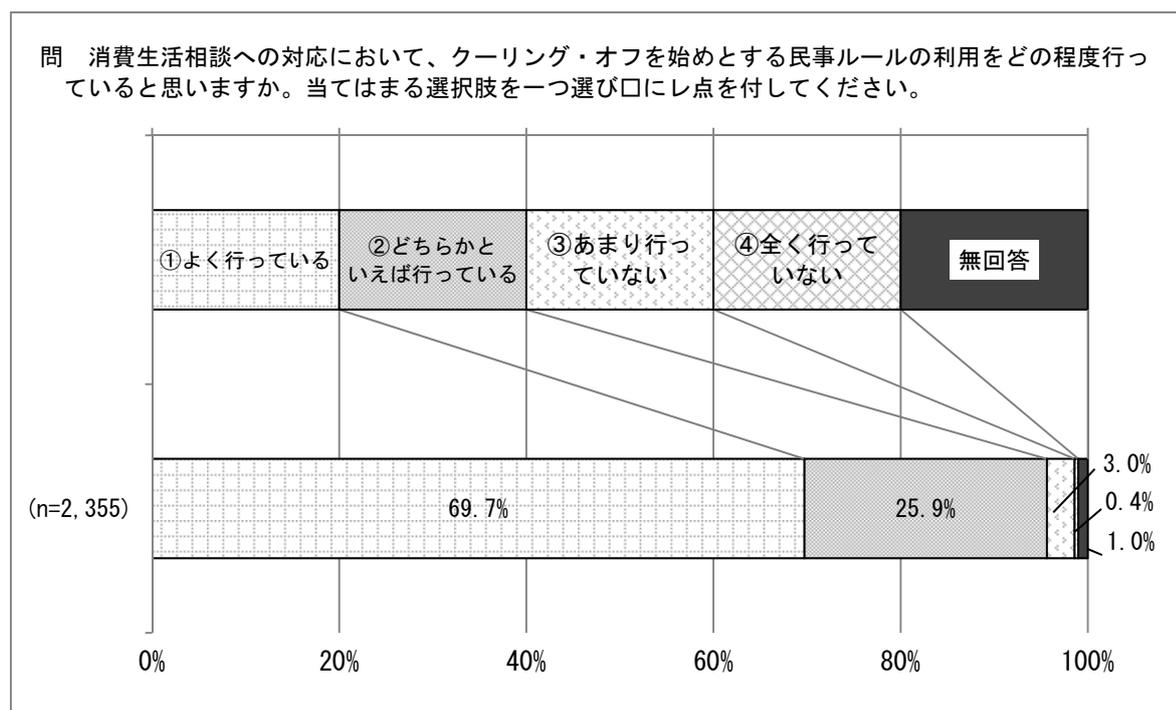


【問 2 - 1】 民事ルールの利用状況

消費生活相談への対応において、クーリング・オフを始めとする民事ルールの利用（注）をどの程度行っていると思うかと思うか尋ねたところ、「よく行っている」が 69.7%、「どちらかといえば行っている」が 25.9%であり両者を合わせると 95.6%であった。

（注） 「民事ルールの利用」とは、事業者と消費者の契約上の問題に関し、消費者が不当な損害を受けないように消費者による契約の解除等を認めた消費者契約法等の消費者保護関係法令上の規定を用いてその解決を図ろうとすることを指す。

区分	回答者数	割合	
① よく行っている	1,642	69.7%	} 行っている (95.6%)
② どちらかといえば行っている	610	25.9%	
③ あまり行っていない	70	3.0%	} (あまり) 行っていない (3.4%)
④ 全く行っていない	9	0.4%	
無回答	24	1.0%	
計 (n)	2,355	100.0%	



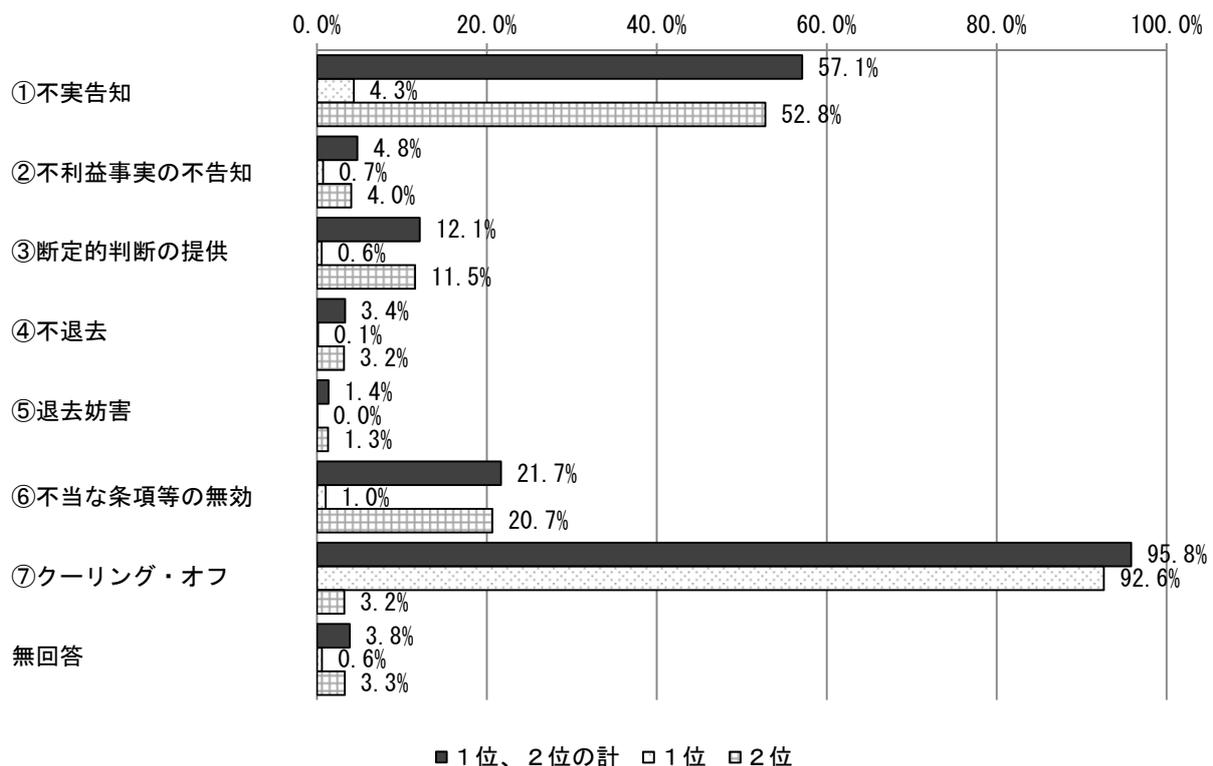
【問2-2】よく利用している規定

消費生活相談への対応における民事ルールにおいて、よく利用していると思う法律の規定を尋ねたところ、「クーリング・オフ」が95.8%で最も多く、次いで「不実告知」が57.1%であった。

区分	1位		2位		1位、2位の計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
① 不実告知（消費者契約法第4条第1項第1号）	101	4.3%	1,243	52.8%	1,344	57.1%
② 不利益事実の不告知（同法第4条第1項第2号）	17	0.7%	95	4.0%	112	4.8%
③ 断定的判断の提供（同法第4条第2項）	13	0.6%	272	11.5%	285	12.1%
④ 不退去（同法第4条第3項第1項）	3	0.1%	76	3.2%	79	3.4%
⑤ 退去妨害（同法第4条第3項第2号）	1	0.0%	31	1.3%	32	1.4%
⑥ 不当な条項や消費者の利益を一方的に害する条項の無効（同法第8条～10条）	24	1.0%	487	20.7%	511	21.7%
⑦ クーリング・オフ（特定商取引法、割賦販売法等）	2,182	92.6%	75	3.2%	2,257	95.8%
無回答	14	0.6%	76	3.2%	90	3.8%
計(n)	2,355	100.0%	2,355	100.0%		

問 消費生活相談への対応において、よく利用していると思う法律の規定とあまり利用していないと思う法律の規定を下記の選択肢の中からそれぞれ二つ選び、特に利用していると思う順番及びあまり利用していないと思う順番にそれぞれ番号を記入してください。

(n=2,355)



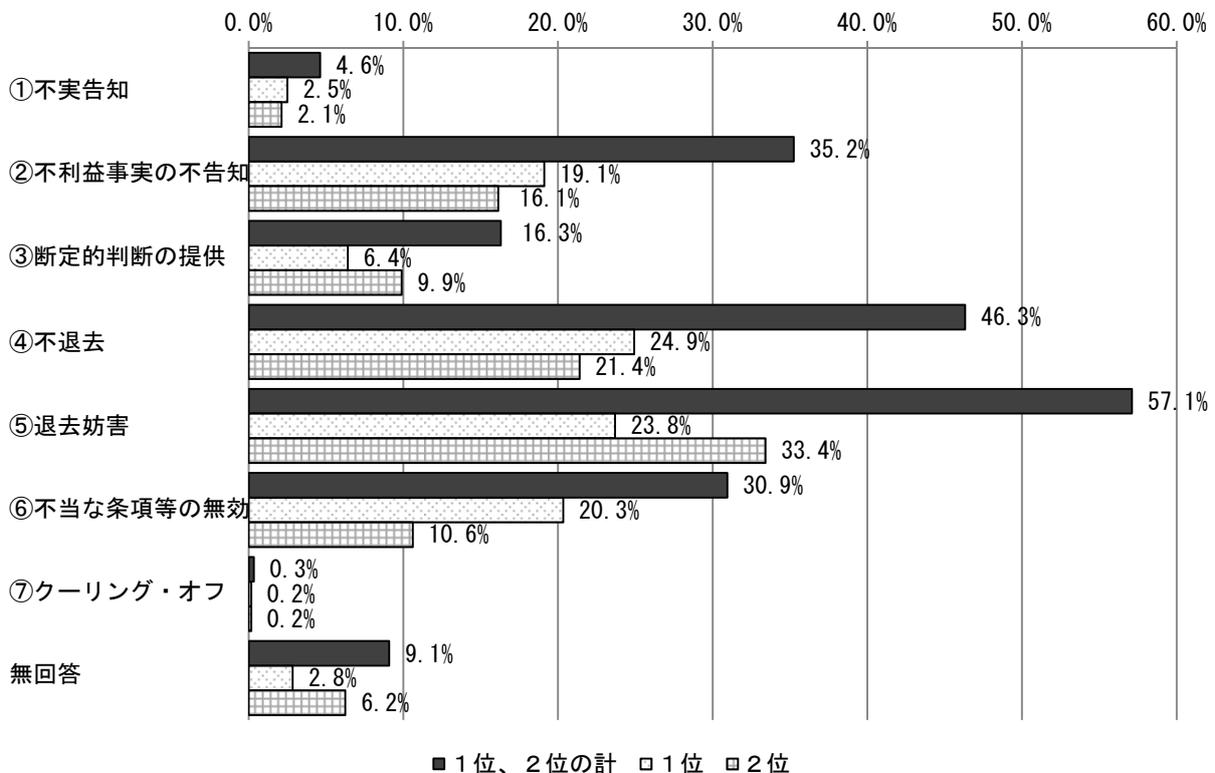
【問2-2】あまり利用していない規定

消費生活相談への対応において、あまり利用していないと思う法律の規定を尋ねたところ、「退去妨害」が57.1%で最も多く、次いで「不退去」が46.3%であった。

区分	1位		2位		1位、2位の計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
① 不実告知（消費者契約法第4条第1項第1号）	59	2.5%	50	2.1%	109	4.6%
② 不利益事実の不告知（同法第4条第1項第2号）	450	19.1%	380	16.1%	830	35.2%
③ 断定的判断の提供（同法第4条第2項）	151	6.4%	234	9.9%	385	16.3%
④ 不退去（同法第4条第3項第1項）	586	24.9%	505	21.4%	1,091	46.3%
⑤ 退去妨害（同法第4条第3項第2号）	560	23.8%	785	33.3%	1,345	57.1%
⑥ 不当な条項や消費者の利益を一方向的に害する条項の無効（同法第8条～10条）	478	20.3%	250	10.6%	728	30.9%
⑦ クーリング・オフ（特定商取引法、割賦販売法等）	4	0.2%	4	0.2%	8	0.3%
無回答	67	2.8%	147	6.2%	214	9.1%
計(n)	2,355	100.0%	2,355	100.0%		

問 消費生活相談への対応において、よく利用していると思う法律の規定とあまり利用していないと思う法律の規定を下記の選択肢の中からそれぞれ二つ選び、特に利用していると思う順番及びあまり利用していないと思う順番にそれぞれ番号を記入してください。

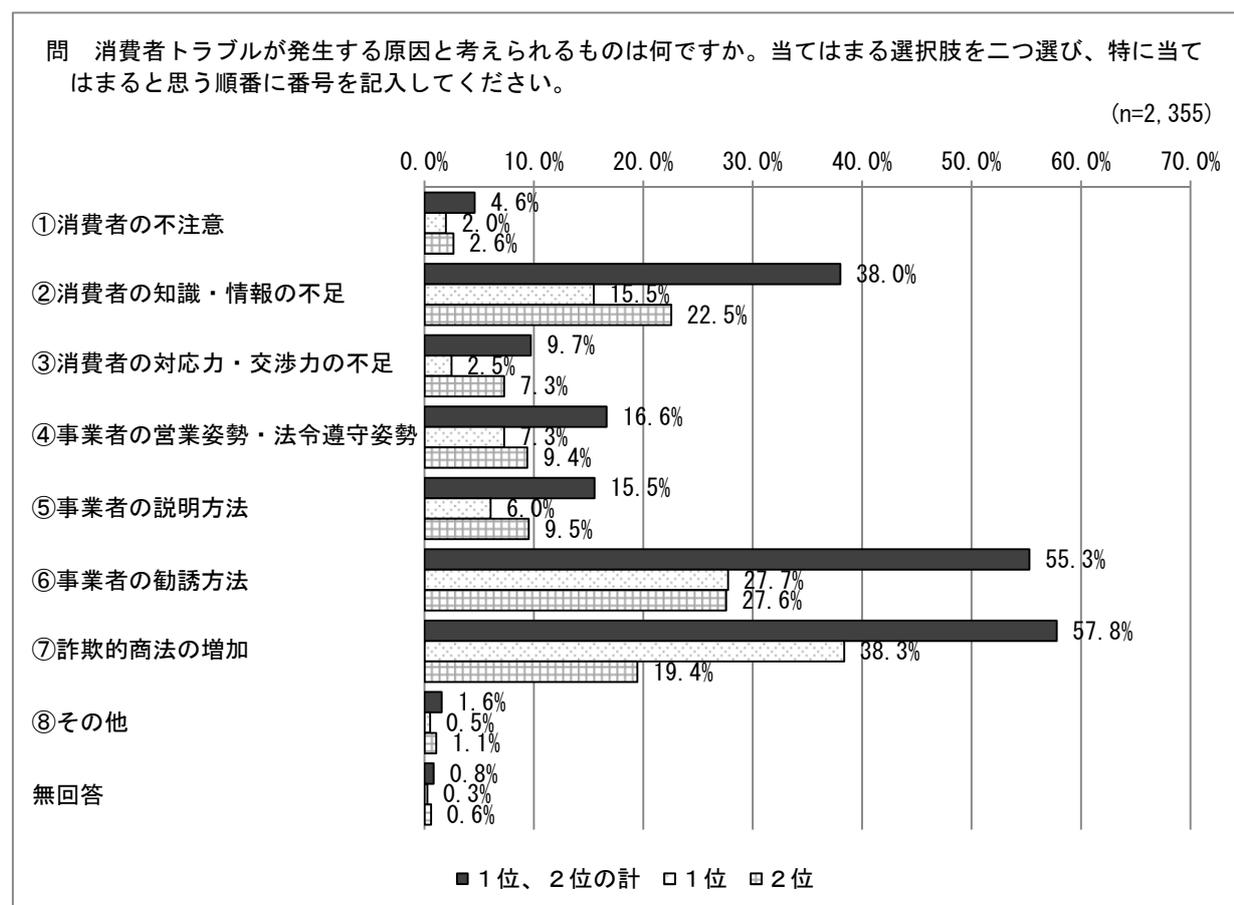
(n=2,355)



【問3-1】消費者トラブルが発生する原因と考えられるもの

消費者トラブルが発生する原因と考えられるものは何か尋ねたところ、「詐欺的商法の増加」が57.8%と最も多く、次いで「事業者の勧誘方法」が55.3%、「消費者の商品やサービス、契約などに関する知識・情報の不足」が38.0%であった。

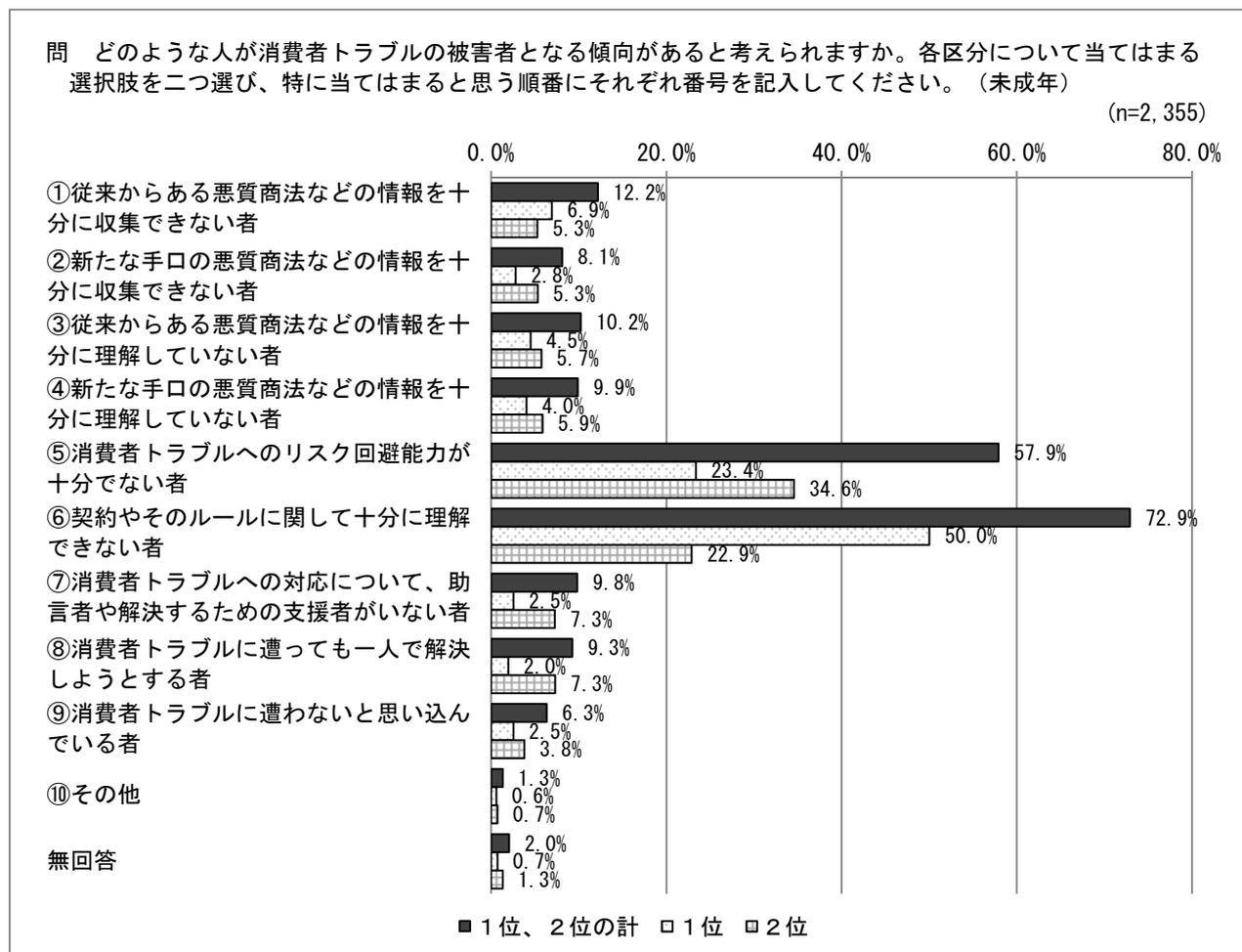
区分	1位		2位		1位、2位の計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
① 消費者の不注意	46	2.0%	62	2.6%	108	4.6%
② 消費者の商品やサービス、契約などに関する知識・情報の不足	364	15.5%	531	22.5%	895	38.0%
③ 消費者の対応力・交渉力の不足	58	2.5%	171	7.3%	229	9.7%
④ 事業者の営業姿勢・法令遵守姿勢	171	7.3%	221	9.4%	392	16.6%
⑤ 事業者の説明方法（事実の不告知等）	142	6.0%	224	9.5%	366	15.5%
⑥ 事業者の勧誘方法（誤解を与える広告、強引な勧誘等）	653	27.7%	649	27.6%	1,302	55.3%
⑦ 詐欺的商法の増加	903	38.3%	458	19.4%	1,361	57.8%
⑧ その他	12	0.5%	25	1.1%	37	1.6%
無回答	6	0.3%	14	0.6%	20	0.8%
計(n)	2,355	100.0%	2,355	100.0%		



【問3-2】消費者トラブルの被害者となる人の傾向（未成年）

未成年ではどのような人が消費者トラブルの被害者となる傾向が考えられるか尋ねたところ、「契約やそのルールに関して十分に理解できない者」が72.9%で最も多く、次いで「消費者トラブルへのリスク回避能力が十分でない者」が57.9%であった。

区分	1位		2位		1位、2位の計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
① 従来からある悪質商法などの情報を十分に収集できない者	163	6.9%	124	5.3%	287	12.2%
② 新たな手口の悪質商法などの情報を十分に収集できない者	66	2.8%	125	5.3%	191	8.1%
③ 従来からある悪質商法などの情報を十分に理解していない者	106	4.5%	135	5.7%	241	10.2%
④ 新たな手口の悪質商法などの情報を十分に理解していない者	95	4.0%	138	5.9%	233	9.9%
⑤ 消費者トラブルへのリスク回避能力が十分でない者	550	23.4%	814	34.6%	1,364	57.9%
⑥ 契約やそのルールに関して十分に理解できない者	1,178	50.0%	539	22.9%	1,717	72.9%
⑦ 消費者トラブルへの対応についての助言者や解決するための支援者がいない者	60	2.5%	171	7.3%	231	9.8%
⑧ 消費者トラブルに遭っても一人で解決しようとする者	46	2.0%	172	7.3%	218	9.3%
⑨ 消費者トラブルに遭わないと思いつている者	60	2.5%	89	3.8%	149	6.3%
⑩ その他	14	0.6%	17	0.7%	31	1.3%
無回答	17	0.7%	31	1.3%	48	2.0%
計(n)	2,355	100.0%	2,355	100.0%		



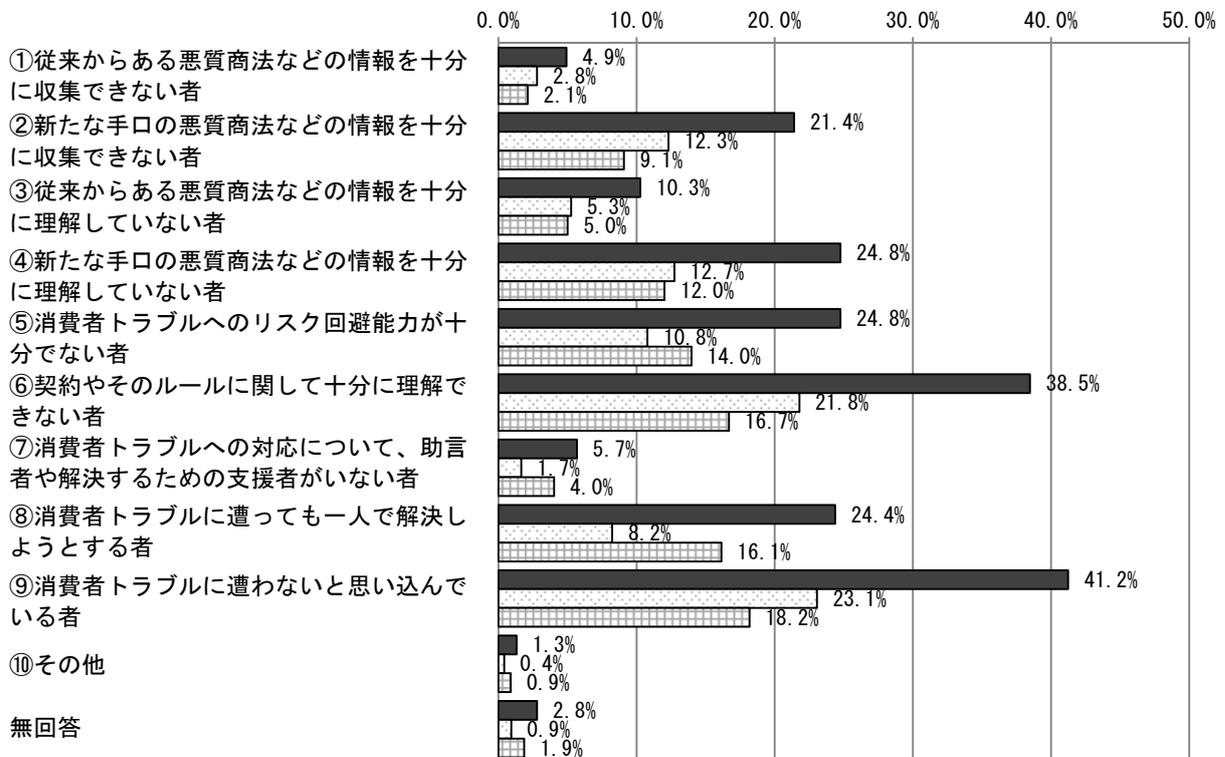
【問3-2】消費者トラブルの被害者となる人の傾向（成人一般）

成人一般ではどのような人が消費者トラブルの被害者となる傾向があると考えられるか尋ねたところ、「消費者トラブルに遭わないと思いついでいる者」が41.2%で最も多く、次いで「契約やそのルールに関して十分に理解できない者」が38.5%であった。

区分	1位		2位		1位、2位計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
① 従来からある悪質商法などの情報を十分に収集できない者	66	2.8%	50	2.1%	116	4.9%
② 新たな手口の悪質商法などの情報を十分に収集できない者	290	12.3%	214	9.1%	504	21.4%
③ 従来からある悪質商法などの情報を十分に理解していない者	124	5.3%	118	5.0%	242	10.3%
④ 新たな手口の悪質商法などの情報を十分に理解していない者	300	12.7%	283	12.0%	583	24.8%
⑤ 消費者トラブルへのリスク回避能力が十分でない者	254	10.8%	329	14.0%	583	24.8%
⑥ 契約やそのルールに関して十分に理解できない者	513	21.8%	393	16.7%	906	38.5%
⑦ 消費者トラブルへの対応についての助言者や解決するための支援者がいない者	39	1.7%	95	4.0%	134	5.7%
⑧ 消費者トラブルに遭っても一人で解決しようとする者	194	8.2%	380	16.1%	574	24.4%
⑨ 消費者トラブルに遭わないと思いついでいる者	543	23.1%	428	18.2%	971	41.2%
⑩ その他	10	0.4%	21	0.9%	31	1.3%
無回答	22	0.9%	44	1.9%	66	2.8%
計(n)	2,355	100.0%	2,355	100.0%		

問 どのような人が消費者トラブルの被害者となる傾向があると考えられますか。各区分について当てはまる選択肢を二つ選び、特に当てはまると思う順番にそれぞれ番号を記入してください。（成人一般）

(n=2,355)



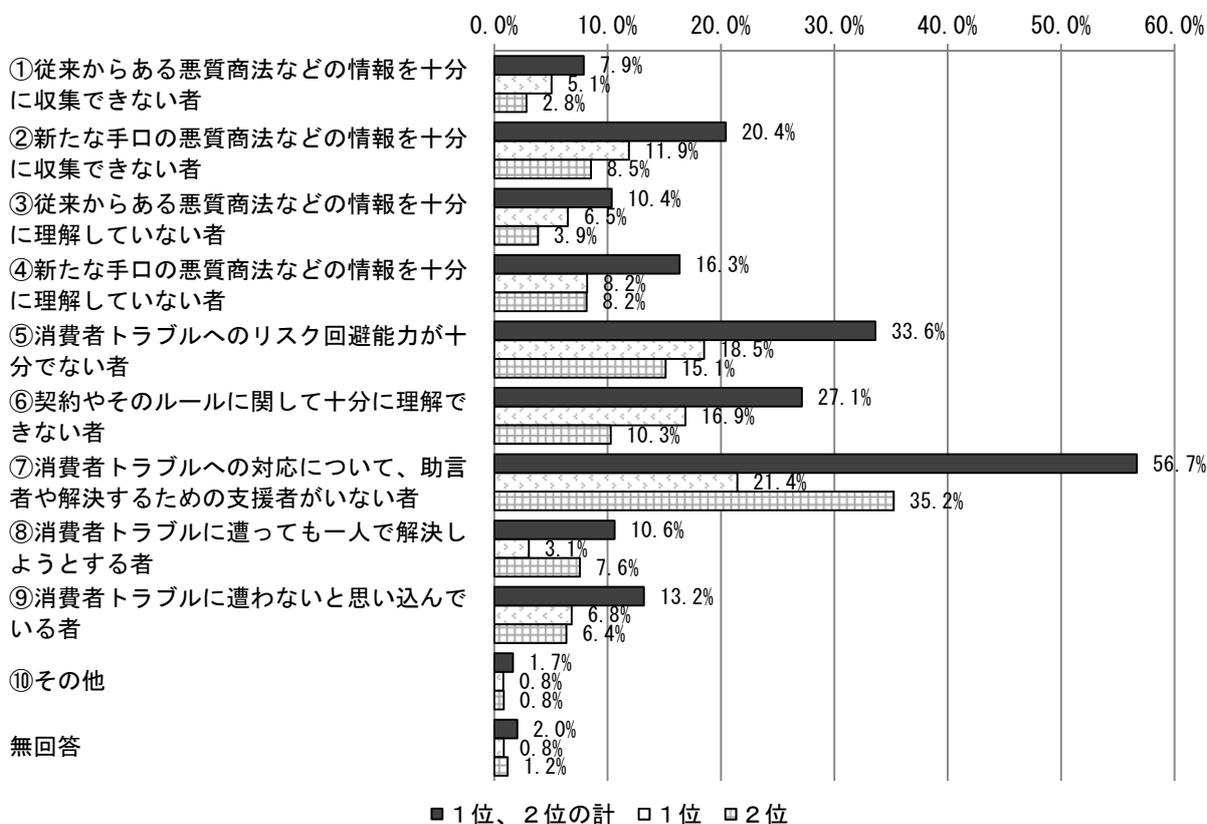
■ 1位、2位の計 □ 1位 □ 2位

【問3-2】消費者トラブルの被害者となる人の傾向（高齢者・障がい者）

高齢者・障がい者ではどのような人が消費者トラブルの被害者となる傾向があると考えられるか尋ねたところ、「消費者トラブルへの対応についての助言者や解決するための支援者がいない者」が56.7%で最も多く、次いで「消費者トラブルへのリスク回避能力が十分でない者」が33.6%であった。

区分	1位		2位		1位、2位の計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
① 従来からある悪質商法などの情報を十分に収集できない者	119	5.1%	67	2.8%	186	7.9%
② 新たな手口の悪質商法などの情報を十分に収集できない者	280	11.9%	201	8.5%	481	20.4%
③ 従来からある悪質商法などの情報を十分に理解していない者	153	6.5%	91	3.9%	244	10.4%
④ 新たな手口の悪質商法などの情報を十分に理解していない者	193	8.2%	192	8.2%	385	16.3%
⑤ 消費者トラブルへのリスク回避能力が十分でない者	436	18.5%	356	15.1%	792	33.6%
⑥ 契約やそのルールに関して十分に理解できない者	397	16.9%	242	10.3%	639	27.1%
⑦ 消費者トラブルへの対応についての助言者や解決するための支援者がいない者	505	21.4%	830	35.2%	1,335	56.7%
⑧ 消費者トラブルに遭っても一人で解決しようとする者	72	3.1%	178	7.6%	250	10.6%
⑨ 消費者トラブルに遭わないと思込んでいる者	161	6.8%	150	6.4%	311	13.2%
⑩ その他	19	0.8%	20	0.8%	39	1.7%
無回答	20	0.8%	28	1.2%	48	2.0%
計(n)	2,355	100.0%	2,355	100.0%		

問 どのような人が消費者トラブルの被害者となる傾向があると考えられますか。各区分について当てはまる選択肢を二つ選び、特に当てはまると思う順番にそれぞれ番号を記入してください。（高齢者・障がい者）
(n=2,355)



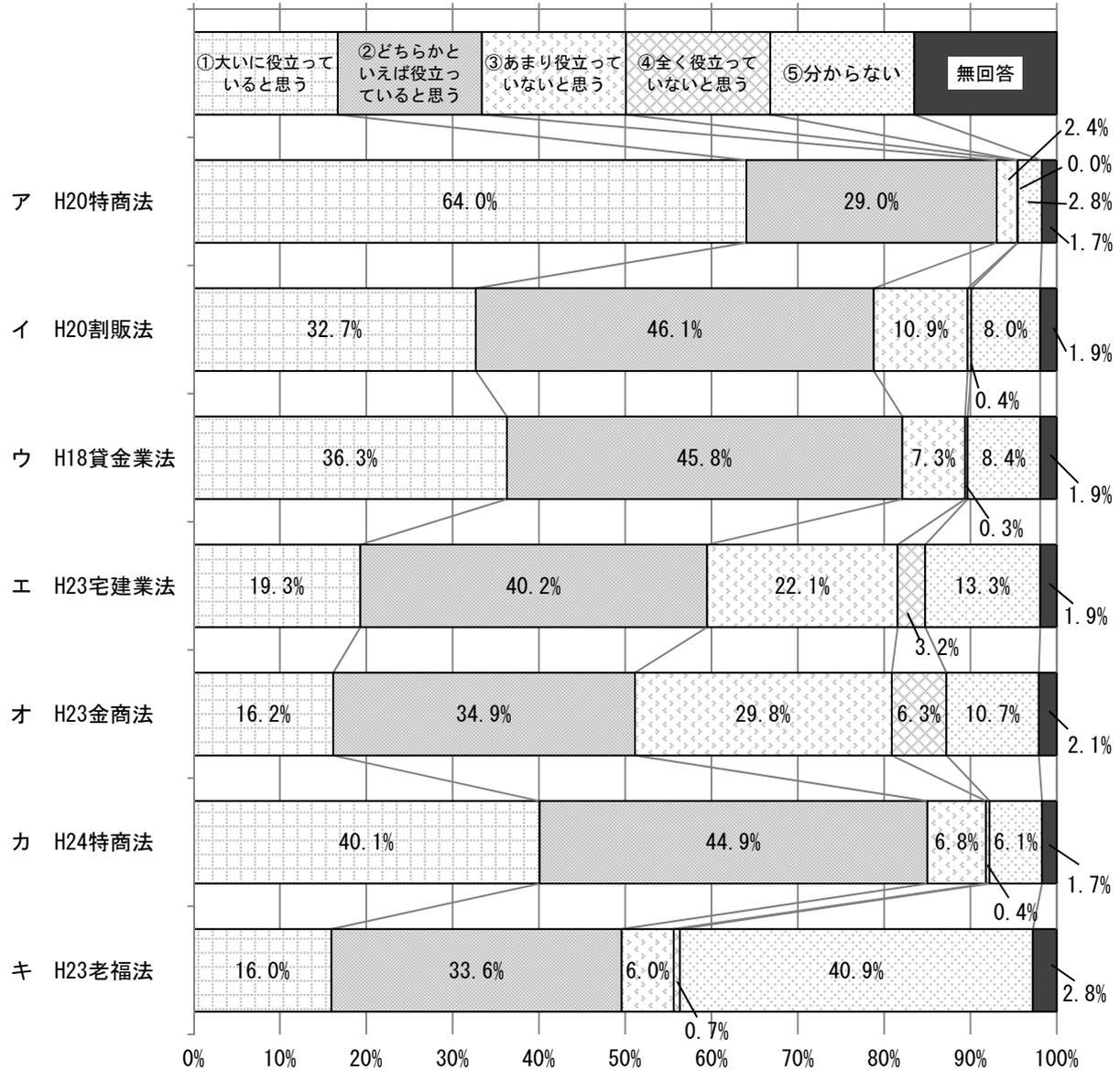
【問４－１】消費者取引の適正化における法令改正の効果

近年の法令改正が消費者取引の適正化のどの程度役立っていると思うか尋ねたところ、「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答した割合は、平成20年の特定商取引法改正が93.0%、平成20年の割賦販売法改正が78.8%、平成18年の貸金業法改正が82.1%、平成23年の宅地建物取引業法施行規則改正が59.5%、平成23年の金融商品取引法改正が51.1%、平成24年の特定商取引法改正が85.0%、平成23年の老人福祉法改正が49.6%であった。一方で、老人福祉法に関しては40.9%が法改正の効果が「分からない」と回答した。

区分	①大いに役立っていると思う		②どちらかといえば役立っていると思う		③あまり役立っていないと思う		④全く役立っていないと思う		⑤分からない		無回答		計(n)	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
ア 特定商取引法改正(平成20年改正、21年施行)	1,508	64.0%	683	29.0%	57	2.4%	1	0.0%	65	2.8%	41	1.7%	2,355	100.0%
イ 割賦販売法改正(平成20年改正、20~22年施行)	770	32.7%	1,086	46.1%	256	10.9%	10	0.4%	188	8.0%	45	1.9%	2,355	100.0%
ウ 貸金業法改正(平成18年改正、20~22年施行)	855	36.3%	1,079	45.8%	171	7.3%	7	0.3%	198	8.4%	45	1.9%	2,355	100.0%
エ 宅建業法施行規則改正(平成23年改正、同年施行)	455	19.3%	946	40.2%	520	22.1%	75	3.2%	314	13.3%	45	1.9%	2,355	100.0%
オ 金融商品取引法改正(平成23年改正、同年施行)	381	16.2%	823	34.9%	701	29.8%	149	6.3%	252	10.7%	49	2.1%	2,355	100.0%
カ 特定商取引法改正(平成24年改正、25年施行)	944	40.1%	1,058	44.9%	160	6.8%	10	0.4%	143	6.1%	40	1.7%	2,355	100.0%
キ 老人福祉法改正(平成23年改正、24年施行)	376	16.0%	792	33.6%	142	6.0%	17	0.7%	963	40.9%	65	2.8%	2,355	100.0%

問 近年、以下のような法令改正が行われていますが、これらの改正は消費者取引の適正化にどの程度役立っていると思いますか。下記アからキの区分ごとに当てはまるものを選択肢①～⑤の中から選び、番号を回答欄に番号を記入するとともに、具体的な理由がある場合、その内容を理由欄に記入してください。

(n=2,355)



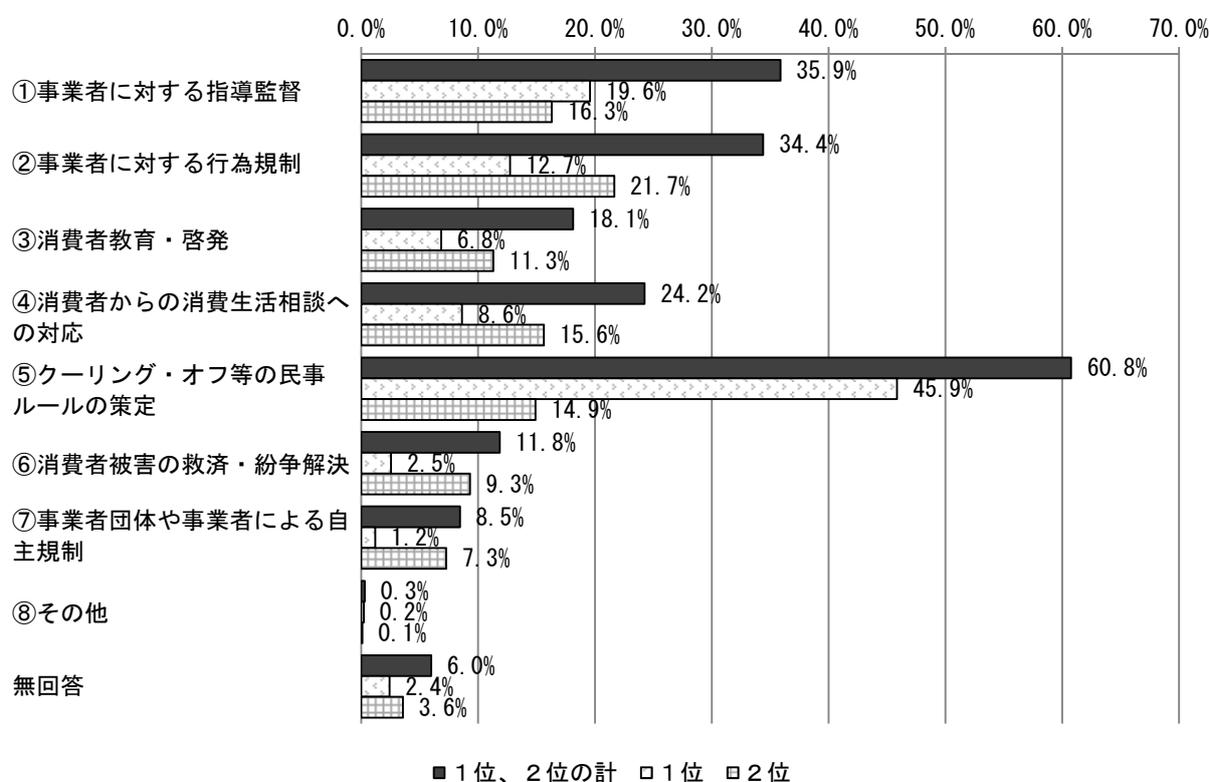
【問4-2】消費者取引の適正化に役立っている取組

消費者取引の適正化に関連して展開されている各種の取組のうち、消費者取引に役立っている取組はどれだと思いか尋ねたところ、「クーリング・オフ等の民事ルールの策定」が60.8%で最も多く、次いで「事業者に対する指導監督」が35.9%、「事業者に対する行為規制」が34.4%であった。

区分	1位		2位		1位、2位の計	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
① 事業者に対する指導監督	461	19.6%	384	16.3%	845	35.9%
② 事業者に対する行為規制	300	12.7%	510	21.7%	810	34.4%
③ 消費者教育・啓発	161	6.8%	266	11.3%	427	18.1%
④ 消費者からの消費生活相談への対応	203	8.6%	368	15.6%	571	24.2%
⑤ クーリング・オフ等の民事ルールの策定	1,080	45.9%	351	14.9%	1,431	60.8%
⑥ 消費者被害の救済・紛争解決	60	2.5%	219	9.3%	279	11.8%
⑦ 事業者団体や事業者による自主規制	28	1.2%	171	7.3%	199	8.5%
⑧ その他	5	0.2%	2	0.1%	7	0.3%
無回答	57	2.4%	84	3.6%	141	6.0%
計(n)	2,355	100.0%	2,355	100.0%		

問 消費者取引の適正化に関連して、各種の取組が展開されていますが、以下の取組のうち消費者取引の適正化に役立っている取組はどれだと思いますか。当てはまる選択肢を二つ選び、特に当てはまると思う順番に番号を記入してください。

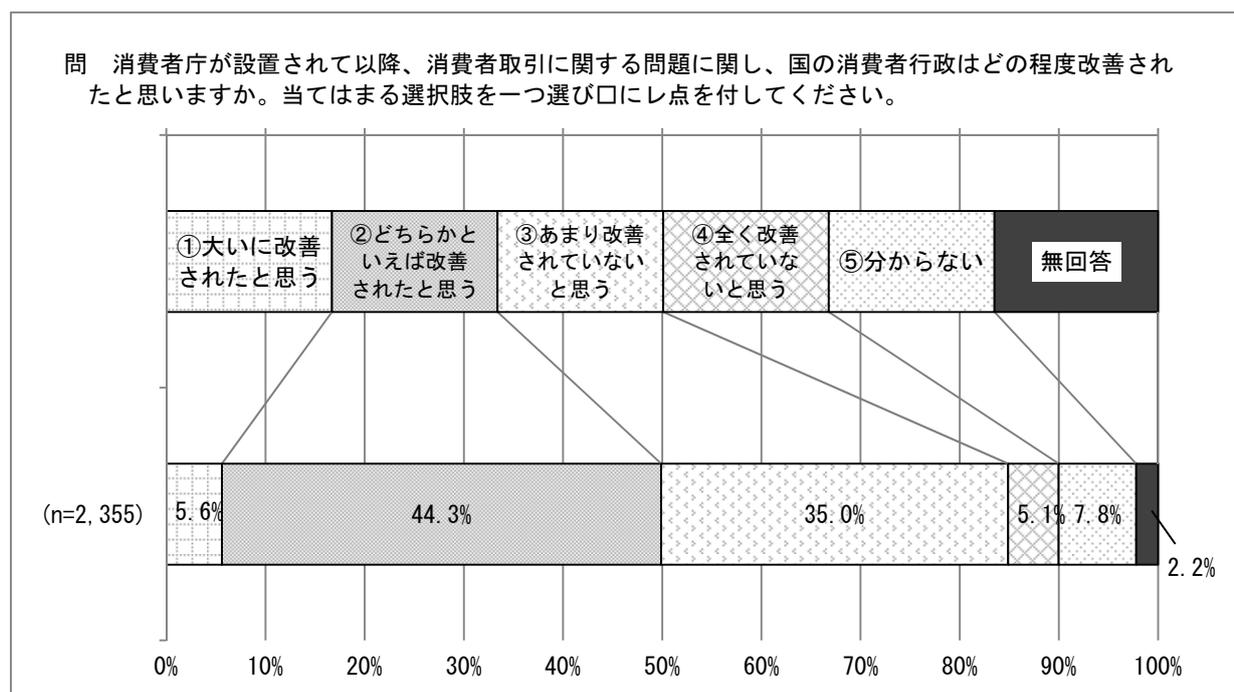
(n=2,355)



【問4-3】消費者庁設置以降の消費者行政の改善状況

消費者庁が設置されて以降、消費者取引に関する問題に関し、国の消費者行政はどの程度改善されたと思うか尋ねたところ、「大いに改善されたと思う」が5.6%、「どちらかといえば改善された」が44.3%で両者を合わせると49.9%であり、「あまり改善されていないと思う」が35.0%、「全く改善されていないと思う」が5.1%で両者を合わせると40.1%あった。

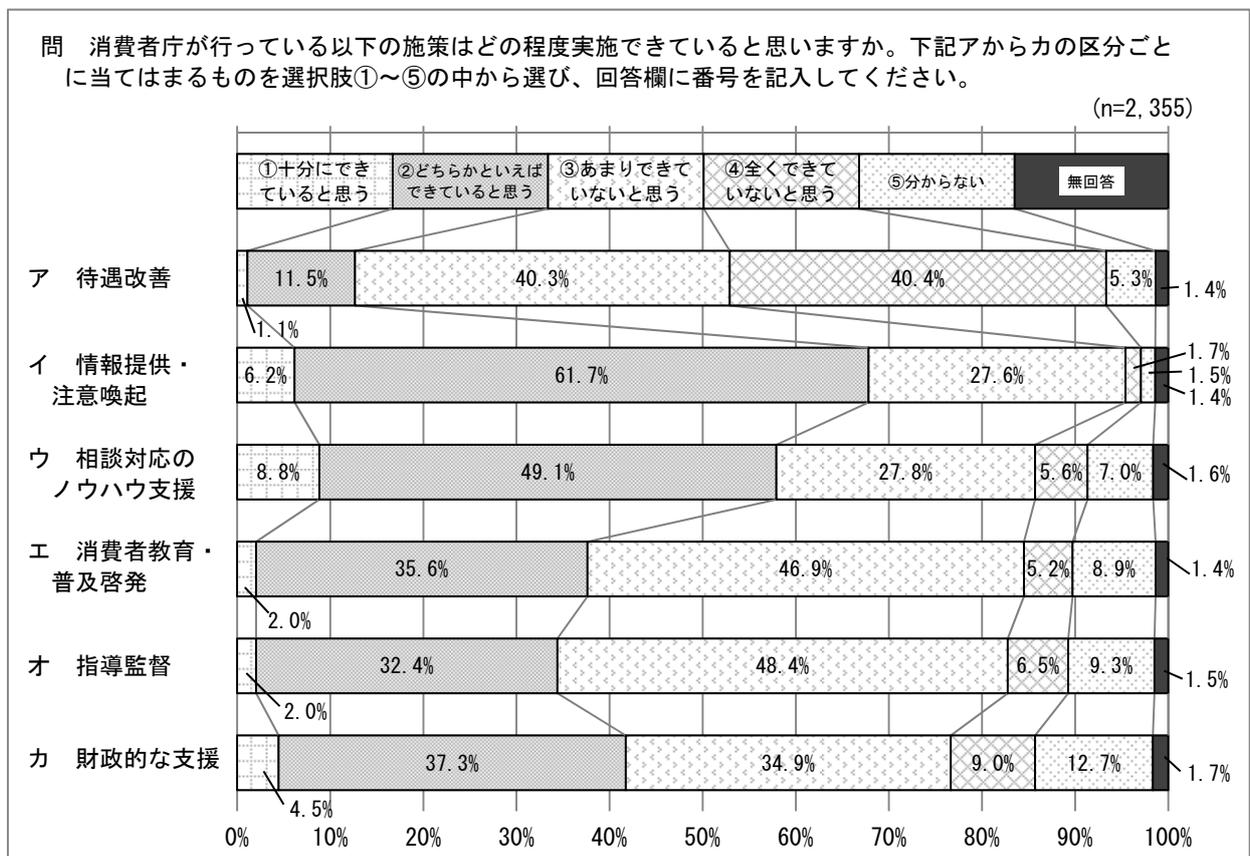
区分	回答者数	割合	
① 大いに改善されたと思う	132	5.6%	改善されたと思う (49.9%)
② どちらかといえば改善されたと思う	1,043	44.3%	
③ あまり改善されていないと思う	824	35.0%	改善されていないと思 う(40.1%)
④ 全く改善されていないと思う	120	5.1%	
⑤ 分からない	184	7.8%	
無回答	52	2.2%	
計(n)	2,355	100.0%	



【問4-4】消費者庁の施策の実施状況

消費者庁が行っている各施策についてどの程度実施できていると思うか尋ねたところ、「十分に実施できている」又は「どちらかといえば十分できる」が最も多かったのは「(悪質商法等に関する情報提供・注意喚起)」が67.9%であり、次いで「国民生活センターを通じた相談対応のノウハウ支援」で57.9%であった。一方、「あまり実施できていないと思う」又は「全く実施できていないと思う」が最も多かったのは「消費生活相談員の待遇改善」で80.7%であり、次いで「事業者に対する指導監督」が54.9%であった。

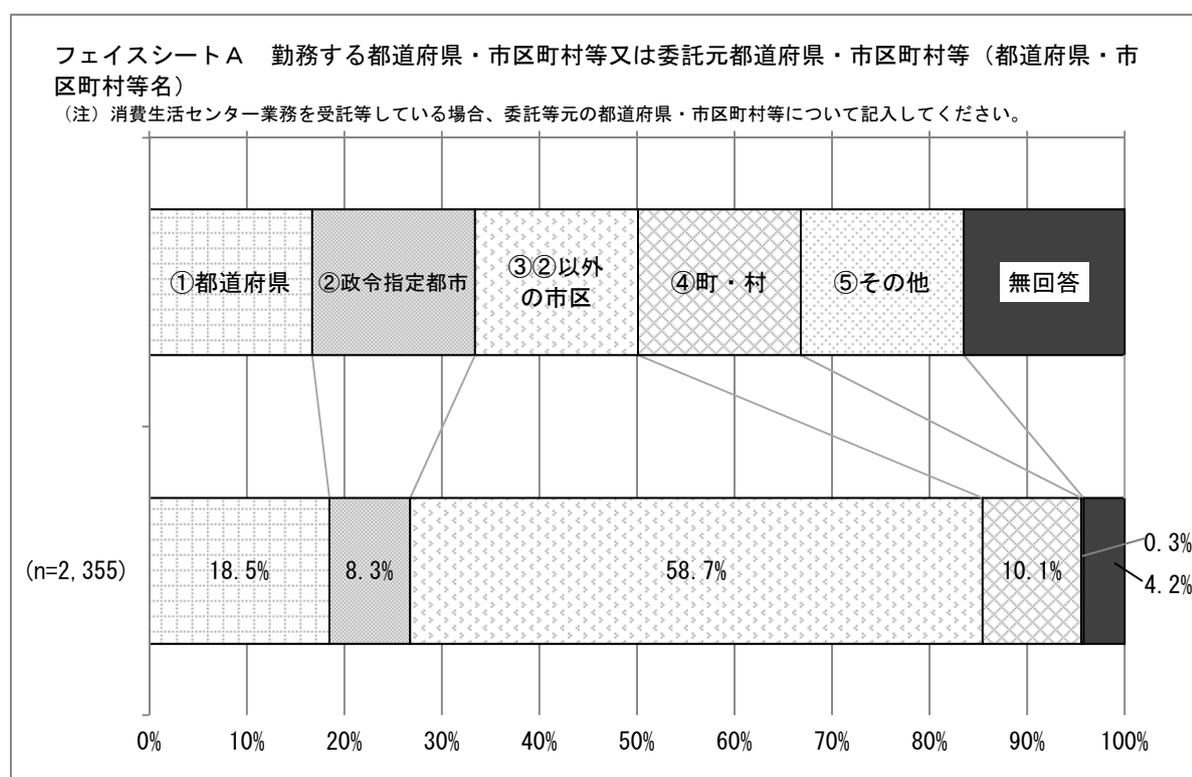
区分	①十分に実施できていると思う		②どちらかといえば実施できていると思う		③あまり実施できていないと思う		④全く実施できていないと思う		⑤実施できているかどうか分からない		無回答		計(n)	
	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合	回答者数	割合
ア 消費生活相談員の待遇改善	26	1.1%	272	11.5%	948	40.3%	952	40.4%	125	5.3%	32	1.4%	2,355	100.0%
イ 悪質商法等に関する情報提供・注意喚起	145	6.2%	1,452	61.7%	650	27.6%	39	1.7%	36	1.5%	33	1.4%	2,355	100.0%
ウ 国民生活センターを通じた相談対応のノウハウ支援	208	8.8%	1,156	49.1%	654	27.8%	133	5.6%	166	7.0%	38	1.6%	2,355	100.0%
エ 消費者教育や普及啓発の推進	48	2.0%	838	35.6%	1,104	46.9%	123	5.2%	210	8.9%	32	1.4%	2,355	100.0%
オ 事業者に対する指導監督	48	2.0%	762	32.4%	1,139	48.4%	153	6.5%	218	9.3%	35	1.5%	2,355	100.0%
カ 地方消費者行政・消費生活相談体制充実のための財政的な支援	105	4.5%	878	37.3%	822	34.9%	213	9.0%	298	12.7%	39	1.7%	2,355	100.0%



【フェイスシートA】勤務する都道府県等

勤務する都道府県等は、政令指定都市以外の市区の相談窓口勤務している者が最も多く、全体の58.7%であった。

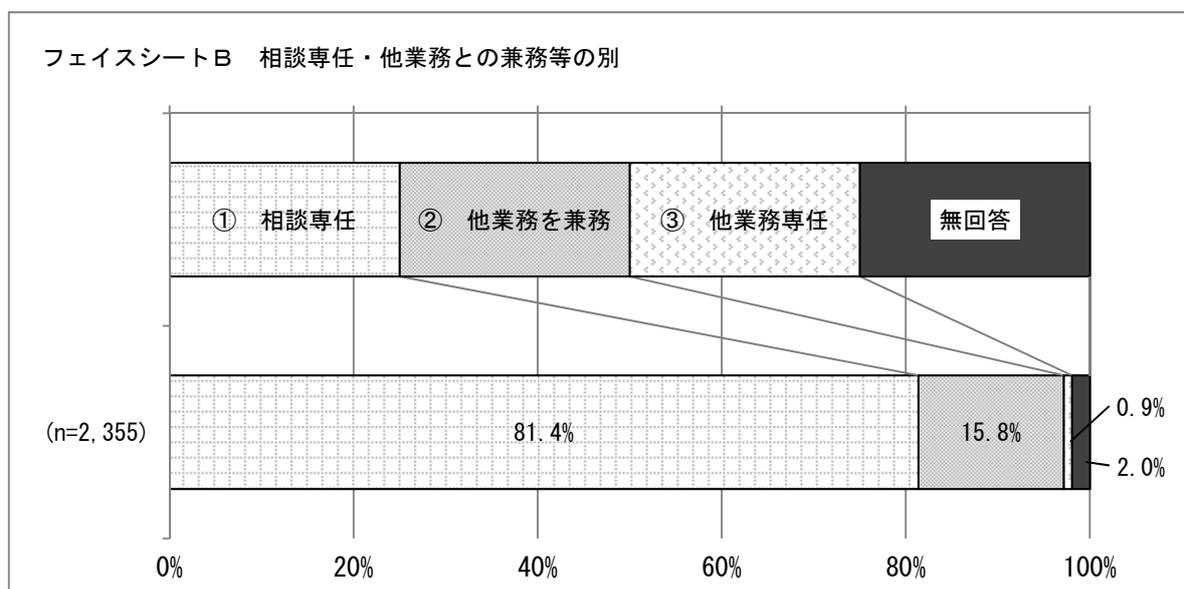
区分	回答者	割合
① 都道府県	435	18.5%
② 政令指定都市	195	8.3%
③ ②以外の市区	1,382	58.7%
④ 町・村	238	10.1%
⑤ その他	6	0.3%
無回答	99	4.2%
計(n)	2,355	100.0%



【フェイスシートB】相談専任、他業務との兼務等の別

相談専任、他業務との兼務の別は、消費生活相談員の81.4%が相談業務専任であった。

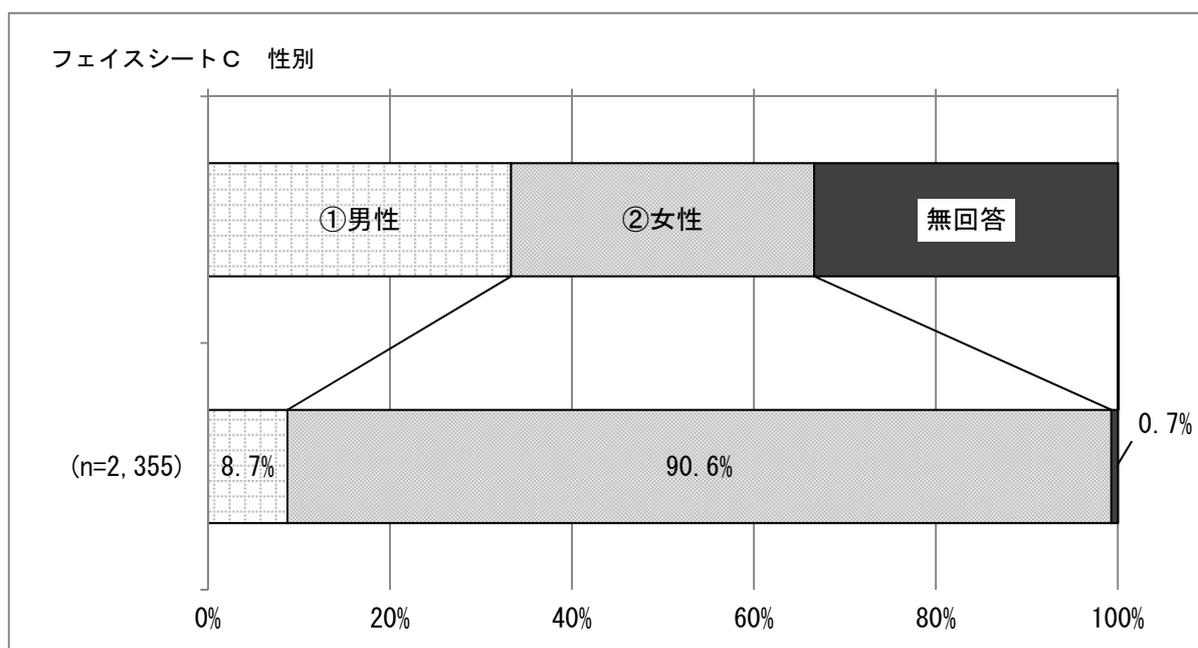
区分	回答者	割合
① 相談専任	1,916	81.4%
② 他業務を兼務	372	15.8%
③ 他業務専任	21	0.9%
無回答	46	2.0%
計(n)	2,355	100.0%



【フェイスシートC】性別

男女の割合は、女性 90.6%、男性 8.7%であった。

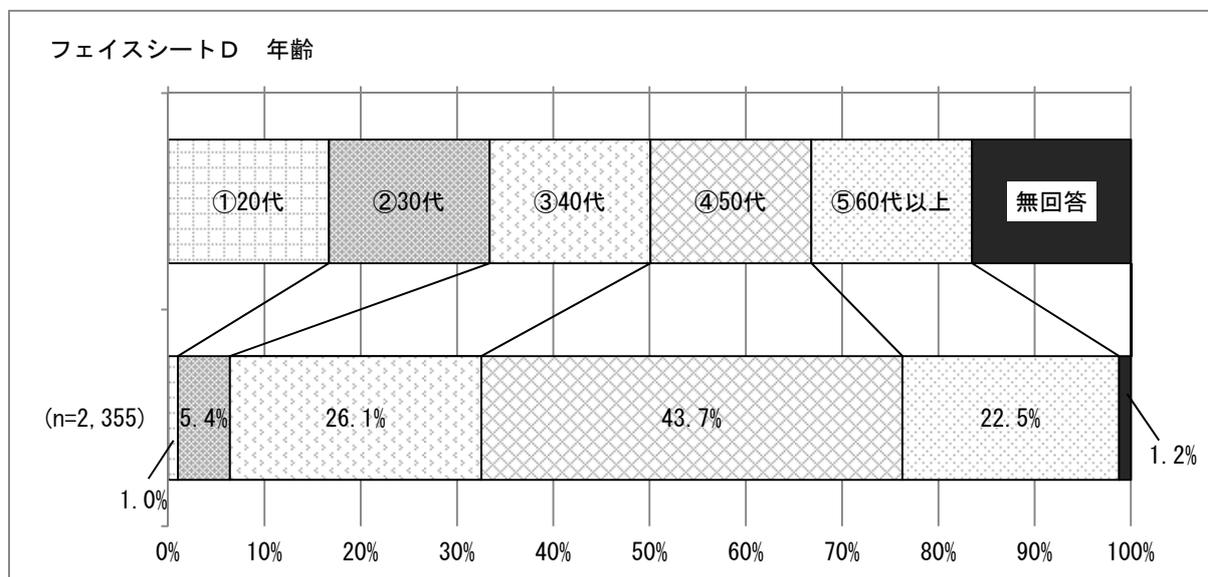
区分	回答者	割合
① 男性	205	8.7%
② 女性	2,133	90.6%
無回答	17	0.7%
計(n)	2,355	100.0%



【フェイスシートD】年齢

年代別の割合は、50代が43.7%と最も多く、次いで40代が26.1%、60代が22.5%であった。

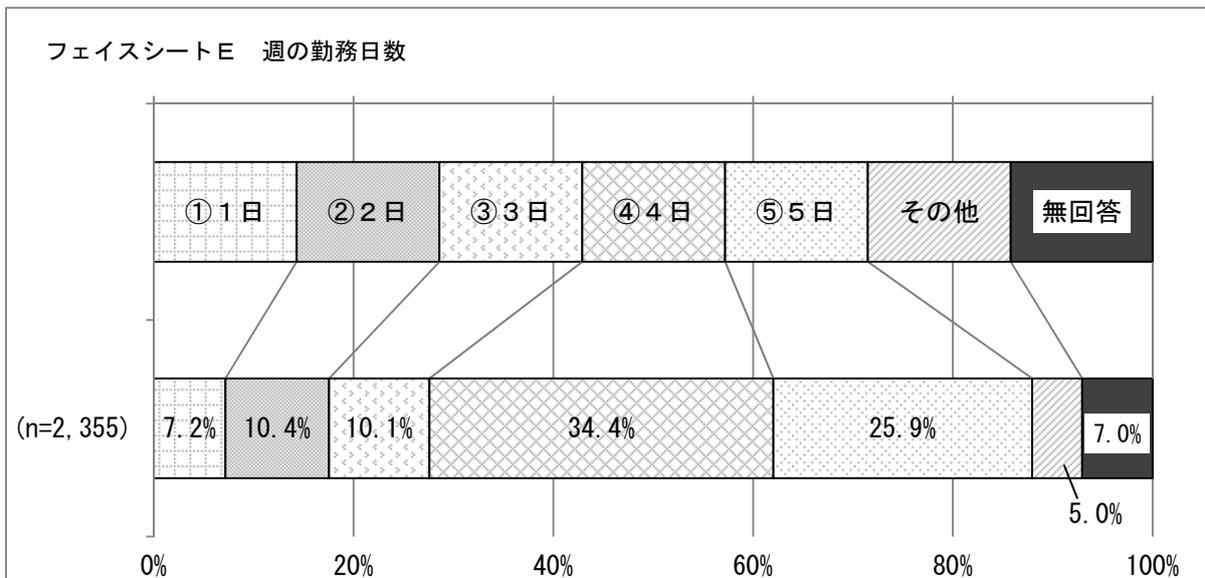
区分	回答者	割合
① 20代	24	1.0%
② 30代	127	5.4%
③ 40代	615	26.1%
④ 50代	1,030	43.7%
⑤ 60代以上	530	22.5%
無回答	29	1.2%
計(n)	2,355	100.0%



【フェイスシートE】週の勤務日数

週の勤務日数は、4日が34.4%で最も多く、次いで5日が25.9%で全体の約6割が週4日又は5日勤務であった。

区分	回答者	割合	
① 1日	169	7.2%	} 週3日以下 (27.7%)
② 2日	244	10.4%	
③ 3日	237	10.1%	
④ 4日	811	34.4%	} 週4・5日勤務 (60.3%)
⑤ 5日	610	25.9%	
その他	118	5.0%	
無回答	166	7.0%	
計(n)	2,355	100.0%	



【フェイスシートF】取得資格（複数回答）

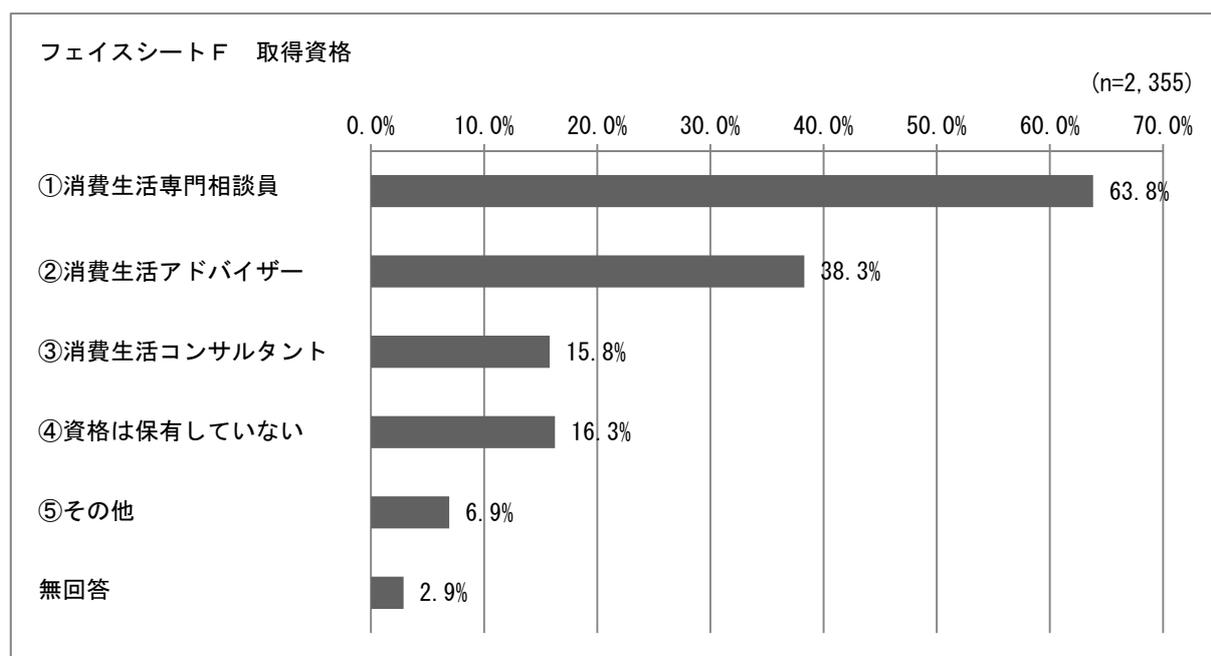
取得資格の保有状況は、消費生活相談に関する資格（3資格）のうち少なくとも1つは保有している者が79.2%であり、資格別では「消費生活専門相談員」が63.8%で最も多かった。

表1：各資格の保有状況

区分	回答者	割合
① 消費生活専門相談員	1,503	63.8%
② 消費生活アドバイザー	902	38.3%
③ 消費生活コンサルタント	372	15.8%
④ 資格は有していない	383	16.3%
⑤ その他	163	6.9%
無回答	68	2.9%
計(n)	3,391	

表2：消費生活相談に関する資格（3資格）の保有状況

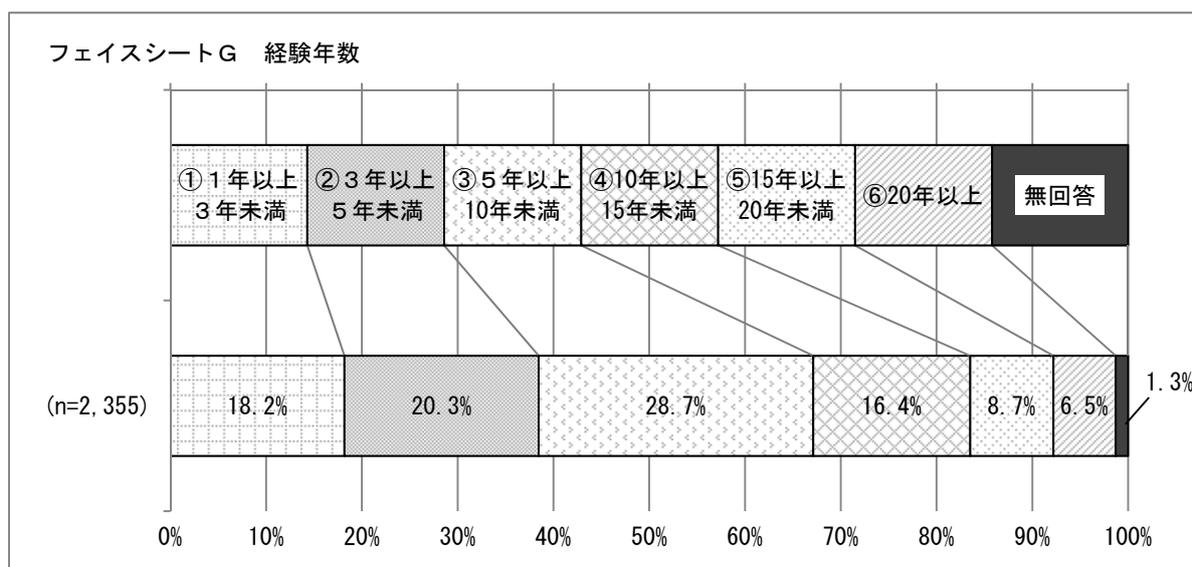
区分	回答者	割合
3資格のいずれかの資格を保有（少なくとも①，②，③のうち1つを選択）	1,865	79.2%
3資格保有なし（④，⑤のみ選択）	422	17.9%
無回答	68	2.9%
計(n)	2,355	100.0%



【フェイスシートG】 経験年数

消費生活相談の経験年数は、5年以上10年未満が28.7%で最も多く、次いで3年以上5年未満が20.3%、1年以上3年未満が18.2%であった。

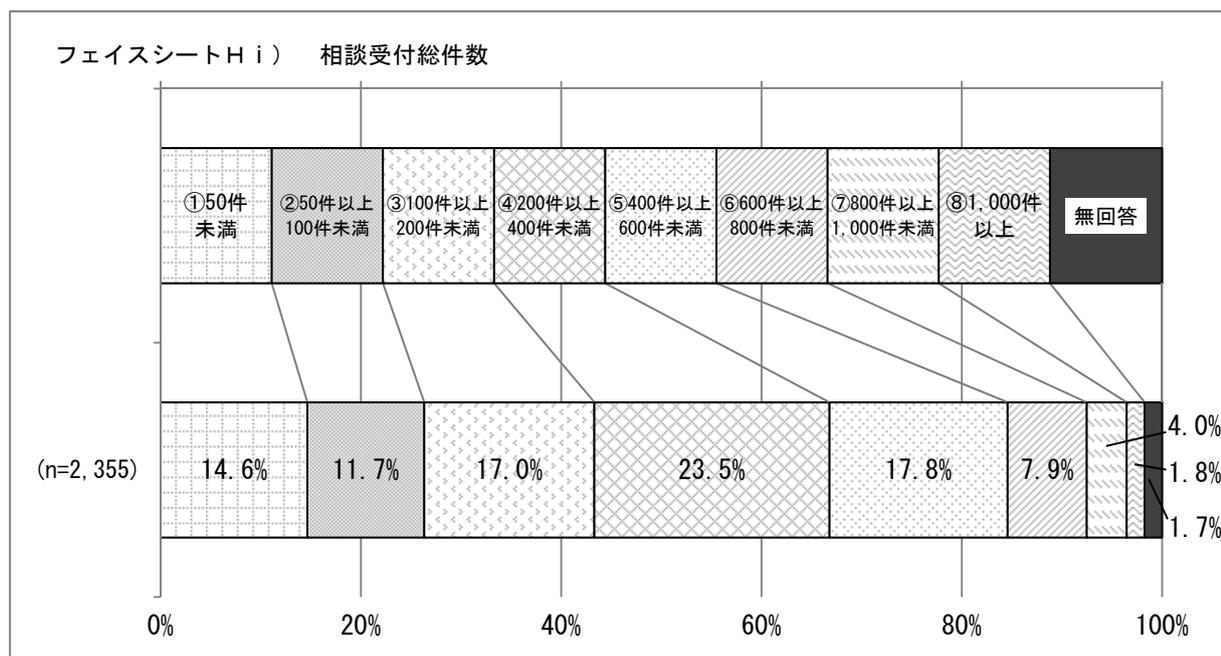
区分	回答者	割合
① 1年以上3年未満	428	18.2%
② 3年以上5年未満	477	20.3%
③ 5年以上10年未満	677	28.7%
④ 10年以上15年未満	386	16.4%
⑤ 15年以上20年未満	205	8.7%
⑥ 20年以上	152	6.5%
無回答	30	1.3%
計(n)	2,355	100.0%



【フェイスシートHi)】相談受付総件数

平成24年度に受け付けた相談件数は、200件以上400件未満が23.5%で最も多く、次いで400件以上600件未満が17.0%であった。一方、1,000件以上と回答した者も1.8%いた。

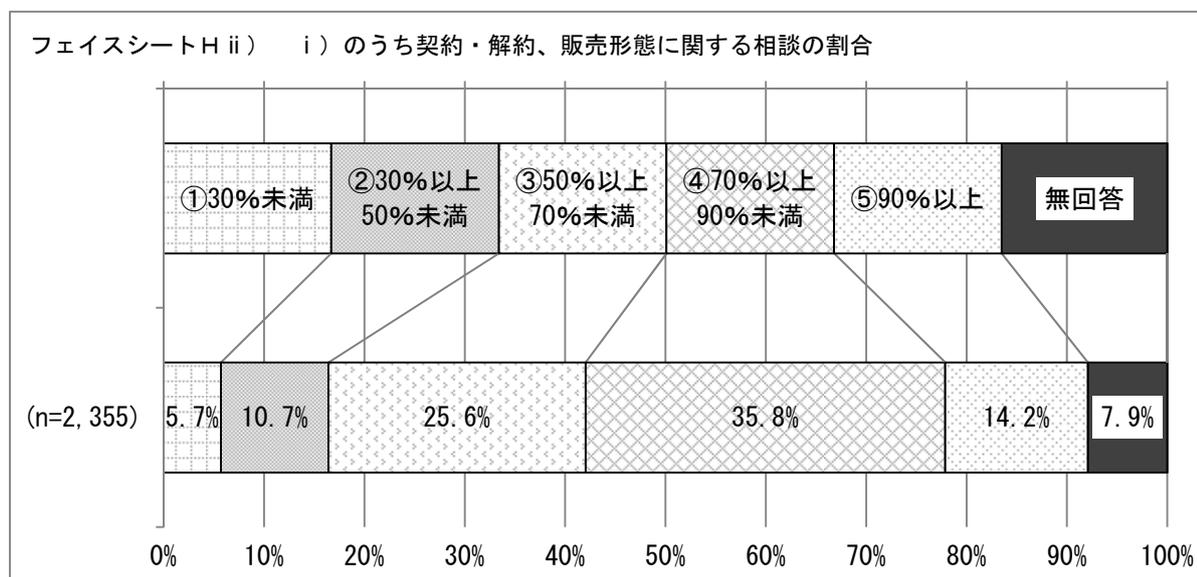
区分	回答者	割合
① 50件未満	345	14.6%
② 50件以上100件未満	275	11.7%
③ 100件以上200件未満	400	17.0%
④ 200件以上400件未満	553	23.5%
⑤ 400件以上600件未満	419	17.8%
⑥ 600件以上800件未満	186	7.9%
⑦ 800件以上1,000件未満	94	4.0%
⑧ 1,000件以上	42	1.8%
無回答	41	1.7%
計(n)	2,355	100.0%



【フェイスシートH ii)】 i) のうち契約・解約、販売形態に関する相談の割合

平成 24 年度に回答者が受けた相談件数(概数)のうち、契約・解約、販売方法に関する相談の割合は70%以上90%未満が35.8%で最も多く、次いで50%以上70%未満が25.6%であった。

区分	回答者	割合
① 30%未満	135	5.7%
② 30%以上 50%未満	251	10.7%
③ 50%以上 70%未満	604	25.6%
④ 70%以上 90%未満	843	35.8%
⑤ 90%以上	335	14.2%
無回答	187	7.9%
計(n)	2,355	100.0%



【フェイスシートⅠ】相談処理マニュアルの有無

相談処理を行う際のマニュアルの有無は、37.8%が「あり」と回答し、57.8%が「なし」と回答した。

区分	回答者	割合
あり	890	37.8%
なし	1,361	57.8%
無回答	104	4.4%
計(n)	2,355	100.0%

