

[参 考 资 料]

「消費者取引に関する意識等調査」
調 査 結 果
(概 要)

単純集計表等を掲載した本意識等調査の結果報告書は、総務省ホームページにおいて公表している。

(http://www.soumu.go.jp/main_content/000279541.pdf)

目 次

	(頁)
第1 調査の概要	251
1 調査の趣旨等	251
2 調査対象	251
3 回収数及び回収率	251
4 調査方法	251
5 調査期間	251
6 調査事項	251
7 報告表の見方	252
8 調査結果の概要	252
第2 調査結果	254
1 消費者からの消費生活相談の取組状況	254
(1) 問1-1 あっせん等の実施状況	254
(2) 問1-2 あっせんを(あまり)行っていない理由	254
(3) 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	255
(4) 問1-4 助言後の相談事案の解決状況のフォローアップ	255
(5) 問1-5 フォローアップを(あまり)行っていない理由	255
(6) 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	256
(7) 問1-7 ADRを(あまり)案内していない理由	256
(8) 問1-8 都道府県等の消費者行政の実施状況	257
(9) 問1-9 都道府県等が消費者行政を実施する上で重要だと思う事項	258
(10) 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	258
2 クーリング・オフ等の民事ルールの利用状況	259
(1) 問2-1 民事ルールの利用状況	259
(2) 問2-2 よく利用している規定	259
(3) 問2-2 あまり利用していない規定	259
(4) 問2-3 あまり利用していない理由	260
3 消費者教育、消費者に対する普及啓発に関する認識	261
(1) 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	261
(2) 問3-2 消費者トラブルの被害者となる人の傾向(未成年)	261
(3) 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)	262
(4) 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)	262
(5) 問3-3 消費者トラブル回避のために重要だと思う取組(未成年)	263
(6) 問3-3 消費者トラブル回避のために重要だと思う取組(成人一般)	264
(7) 問3-3 消費者トラブル回避のために重要だと思う取組(高齢者・障がい者)	265

4	消費者取引施策全般に関する現状認識	266
(1)	問4-1 消費者取引の適正化における法令改正の効果	266
(2)	問4-2 消費者取引の適正化に役立っている取組	266
(3)	問4-3 消費者庁設置以降の消費者行政の改善状況	267
(4)	問4-4 消費者庁の施策の実施状況	267
5	国及び都道府県等が行っている消費者取引の適正化に関する取組等に対する意見	268
(1)	消費者トラブルの新たな手口への対応等に関する意見・要望等	268
(2)	国及び都道府県等に対する意見・要望等	269
6	フェイスシート	271
(1)	A 勤務する都道府県等	271
(2)	B 相談専任、他業務との兼務等の別	271
(3)	C 性別	271
(4)	D 年齢	272
(5)	E 週の勤務日数	272
(6)	F 取得資格	272
(7)	G 経験年数	273
(8)	H i) 相談受付総件数	273
(9)	H ii) i) のうち契約・解約、販売形態に関する相談の割合	273
(10)	I 相談処理マニュアルの有無	273
7	クロス集計表（勤務する都道府県等の規模別）	274
(1)	フェイスシートD 年齢	274
(2)	フェイスシートF 取得資格	274
(3)	フェイスシートF 取得資格（3資格の保有状況）	274
(4)	フェイスシートG 経験年数	275
(5)	フェイスシートH 相談受付総件数	275
	調査票	276

第1 調査の概要

1 調査の趣旨等

本意識等調査は、「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、おおむね平成24年度の状況について意見を伺ったものである。

なお、本意識等調査の結果報告書は、総務省ホームページにおいて公表している。

(http://www.soumu.go.jp/main_content/000279541.pdf)

2 調査対象

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人。

（注） 都道府県・市町村等には広域連合、一部事務組合を含む。

3 回収数及び回収率

2,355人（69.7%）

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 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）

6 調査事項

- ① 消費者からの消費生活相談（注1）の取組状況
- ② クーリング・オフ等の民事ルールの利用（注2）状況
- ③ 消費者教育、消費者に対する普及啓発に関する認識
- ④ 消費者取引施策全般に関する現状認識

（注）1 消費生活相談とは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。

2 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。

7 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%を超える。
- (2) 調査結果の比率は小数第 2 位を四捨五入して算出したため、必ずしも合計が 100%にならない。
- (3) 図表中の選択肢の標記は、一部語句を簡略化している。
- (4) クロス集計表は調査票に基づき消費者意識基本調査（消費者庁）の区分に倣い、都市規模別に区分し、年齢、取得資格、経験年数及び相談受付総件数について作成した。都市規模の区分は下記のとおりである。

表 勤務する都道府県等の規模の区分

区 分	内 容
都道府県	都道府県
大規模	東京都区部及び政令指定都市
中規模①	人口 20 万人以上の市（大規模都市を除く。）
中規模②	人口 10 万人以上 20 万人未満の市
小規模	人口 10 万人未満の市
郡部	町村
広域連合	広域連合

(注) ここでいう市とは、平成 24 年 4 月 1 日現在市制施行の地域である。

8 調査結果の概要

(1) 消費者からの消費生活相談の取組状況

ア あっせんの実施状況

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、あっせんに「よく行っている」及び「どちらかといえば行っている」の両者を合わせると 81.1%であった。また、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。(問 1-1、1-2 参照)

イ 助言後の相談事案の解決状況のフォローアップの実施状況

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」及び「どちらかといえば行っている」の両者を合わせると 64.3%であった。また、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%であった。(問 1-4、1-5 参照)

(2) 消費者教育、消費者に対する普及啓発に関する認識

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。(問3-1参照)

(3) 消費者取引施策全般に関する現状認識

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「どちらかといえば実施できている」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」で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。(問4-4参照)

(4) 国及び都道府県等が行っている消費者取引の適正化に関する取組等に対する意見

国及び都道府県等が行っている消費者取引の適正化に関する取組等に対する意見を聞いたところ、①待遇に関する意見、②研修の充実を求める意見、③地方消費者行政活性化交付金に関する意見及び④法執行・指導監督の強化を求める意見等が多くみられた。

なお、意見全体に占める割合は高くないものの、P I O-N E Tの設置に関する意見、苦情処理委員会の活用に関する意見及び行政職員に対する消費者行政の認知、理解を求める意見がみられた。

(5) フェイスシート

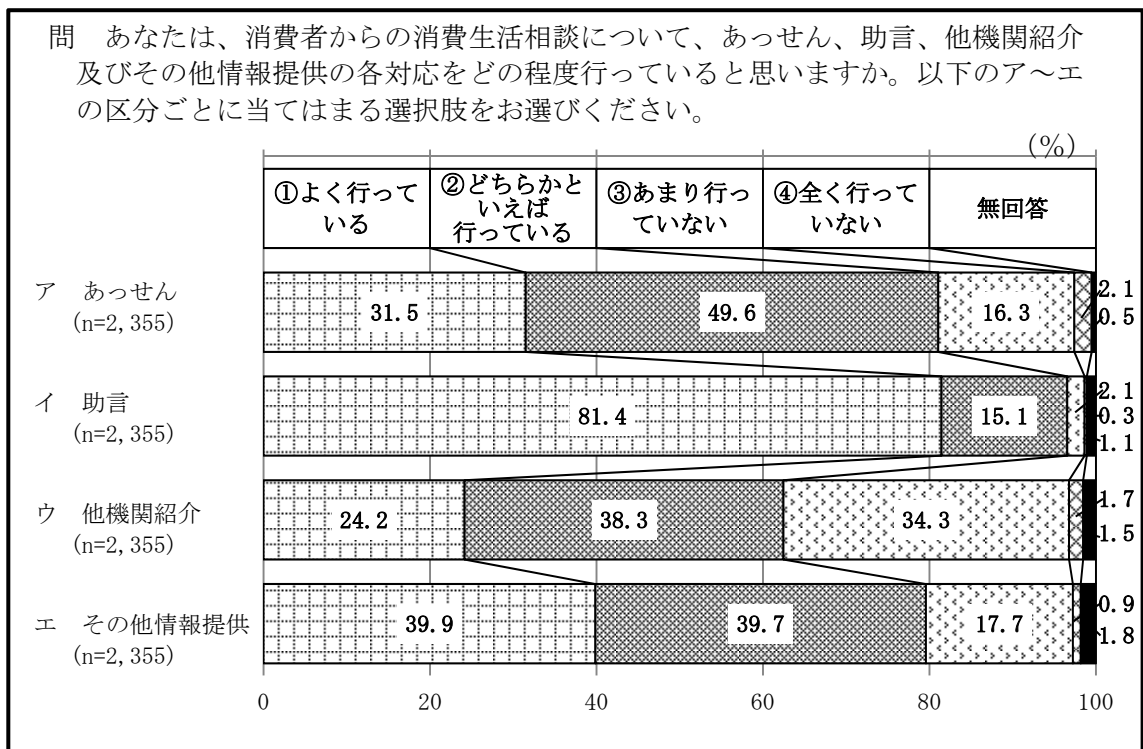
勤務する都道府県等については、政令指定都市以外の市区の相談窓口勤務している者が約6割で最も多く、6割以上が50代以上であった。また、約8割が消費生活相談に関する資格（消費生活専門相談員、消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタント(注)）のうち少なくとも1つを保有している。経験年数は5年以上10年未満が28.7%で最も多く、次いで3年以上5年未満が20.3%、1年以上3年未満が18.2%であった。

(注) 消費生活相談員、消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタントを総称して「3資格」という(以下同じ)。

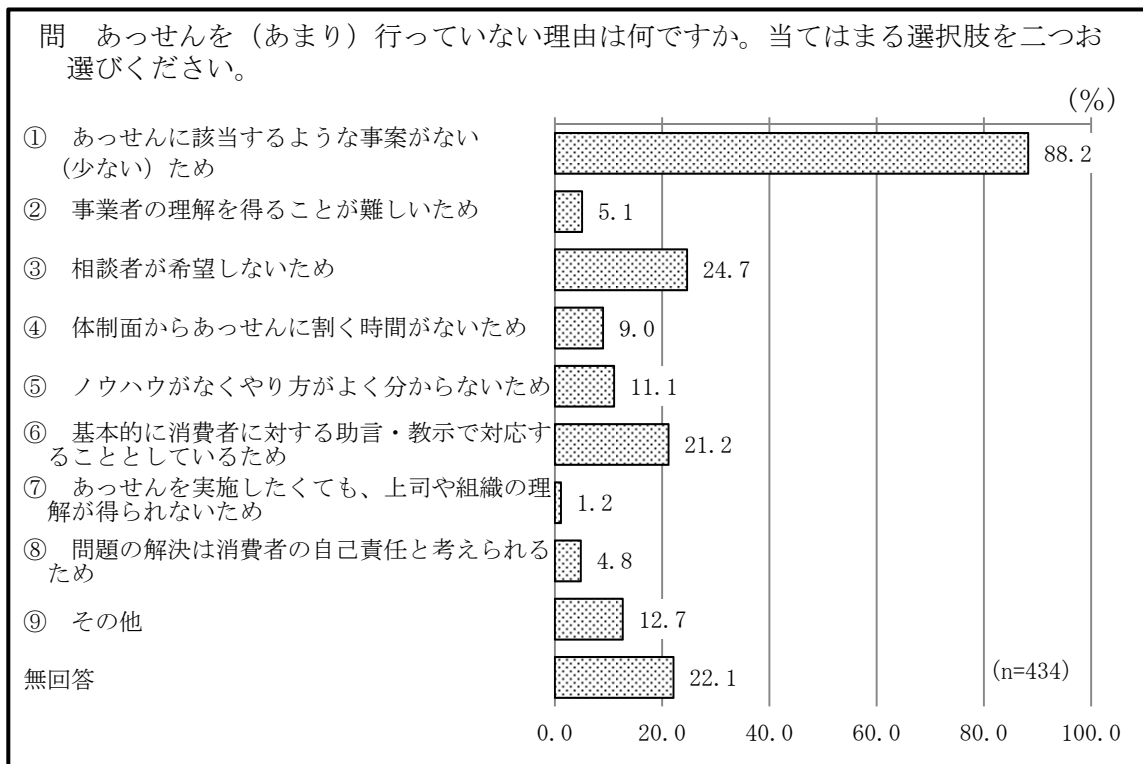
第2 調査結果

1 消費者からの消費生活相談の取組状況

(1) 問1-1 あっせん等の実施状況

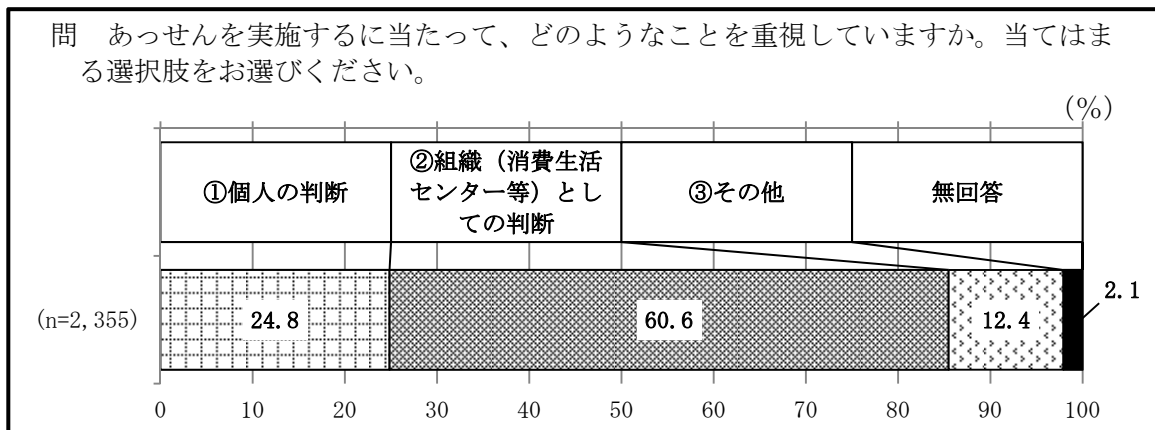


(2) 問1-2 あっせんを（あまり）行っていない理由



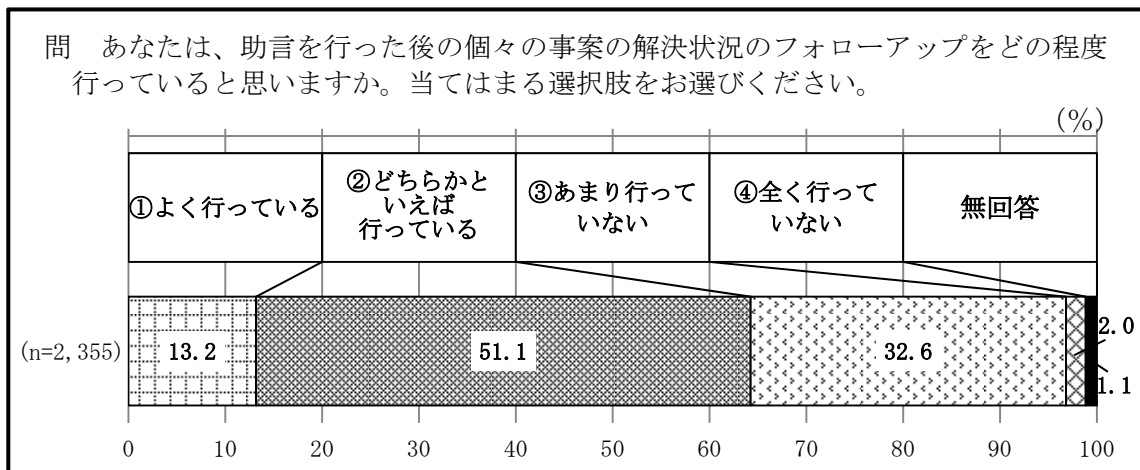
(注) 問1-1であっせんを（あまり）行っていないと回答した者の人数で集計した。

(3) 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

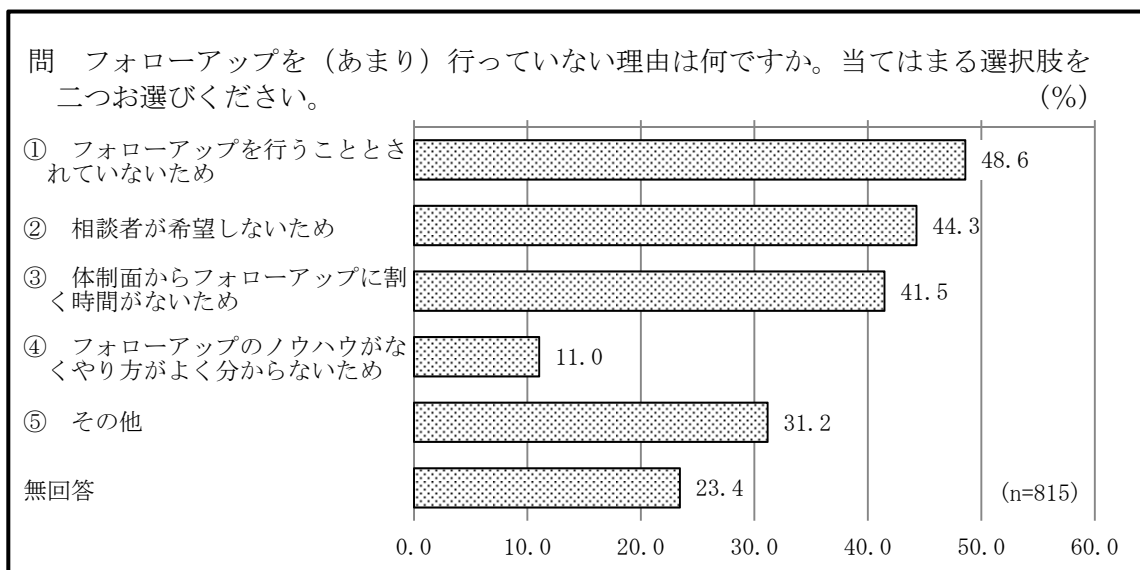


(注) 割合については、小数第2位を四捨五入しているため、合計が100にならない。

(4) 問1-4 助言後の相談事案の解決状況のフォローアップ

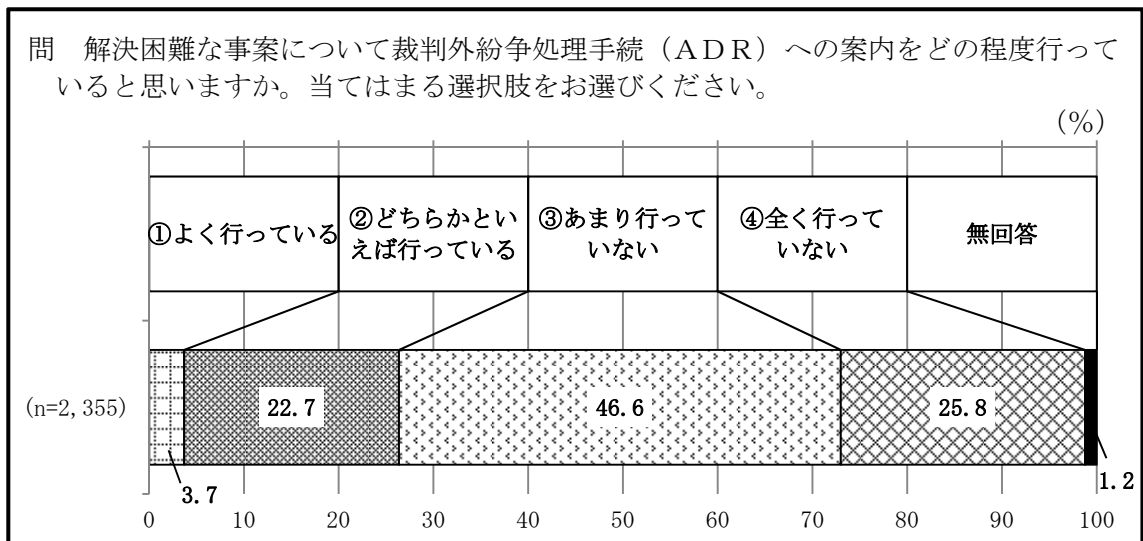


(5) 問1-5 フォローアップを（あまり）行っていない理由

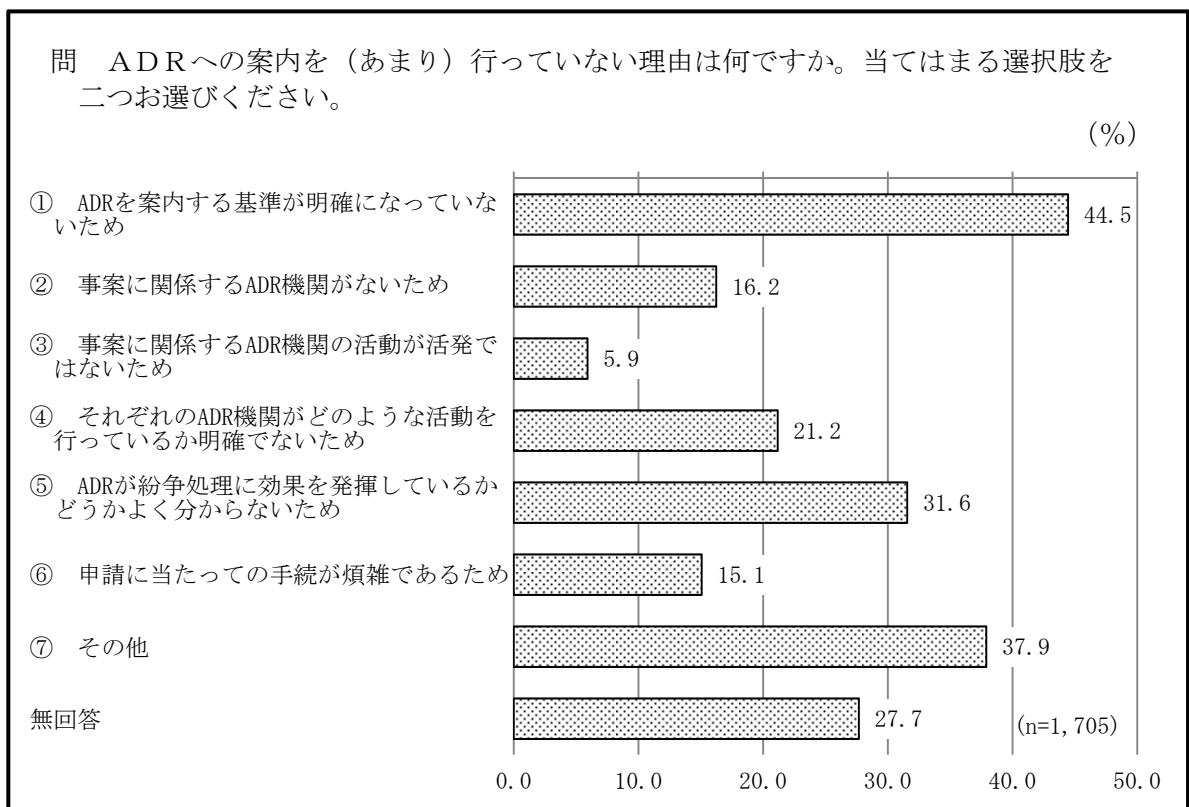


(注) 問1-4でフォローアップを（あまり）行っていないと回答した者の人数で集計した。

(6) 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



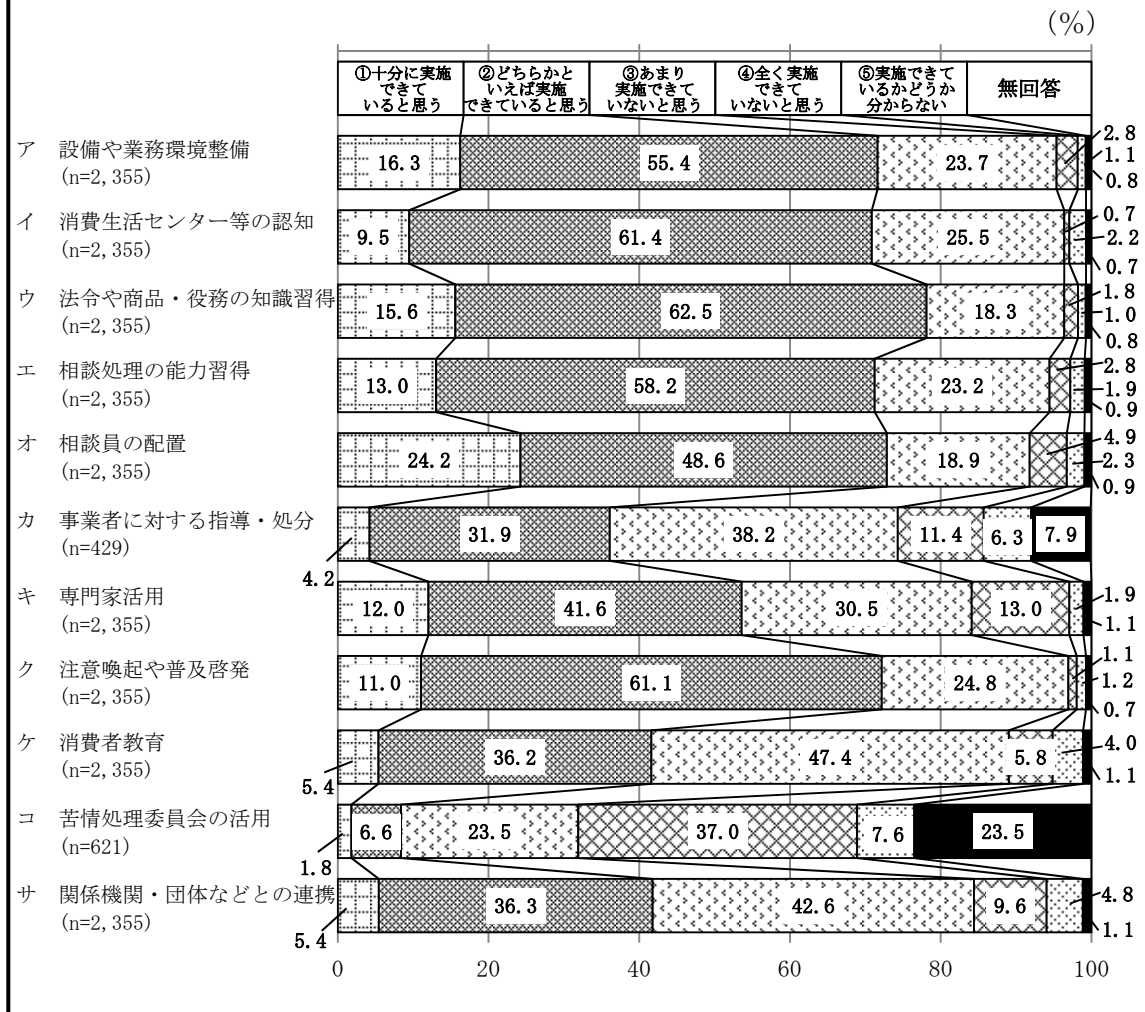
(7) 問1-7 ADRを（あまり）案内していない理由



(注) 問1-6でADRへの案内を（あまり）行っていないと回答した者の人数で集計した。

(8) 問1-8 都道府県等の消費者行政の実施状況

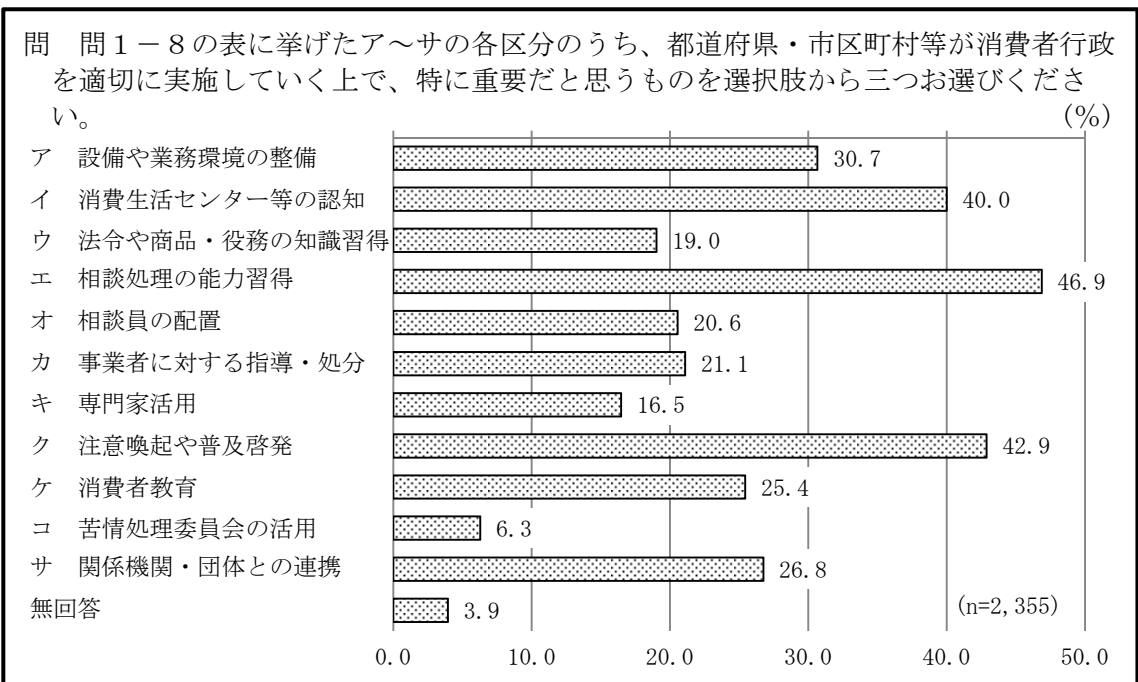
問 消費生活相談を適切に行うために、あなたが所属する、又は業務の委託元等である都道府県・市区町村等の消費者行政はどの程度実施できていると思いますか。下記ア～サの区分ごとに、当てはまる選択肢をお選びください。



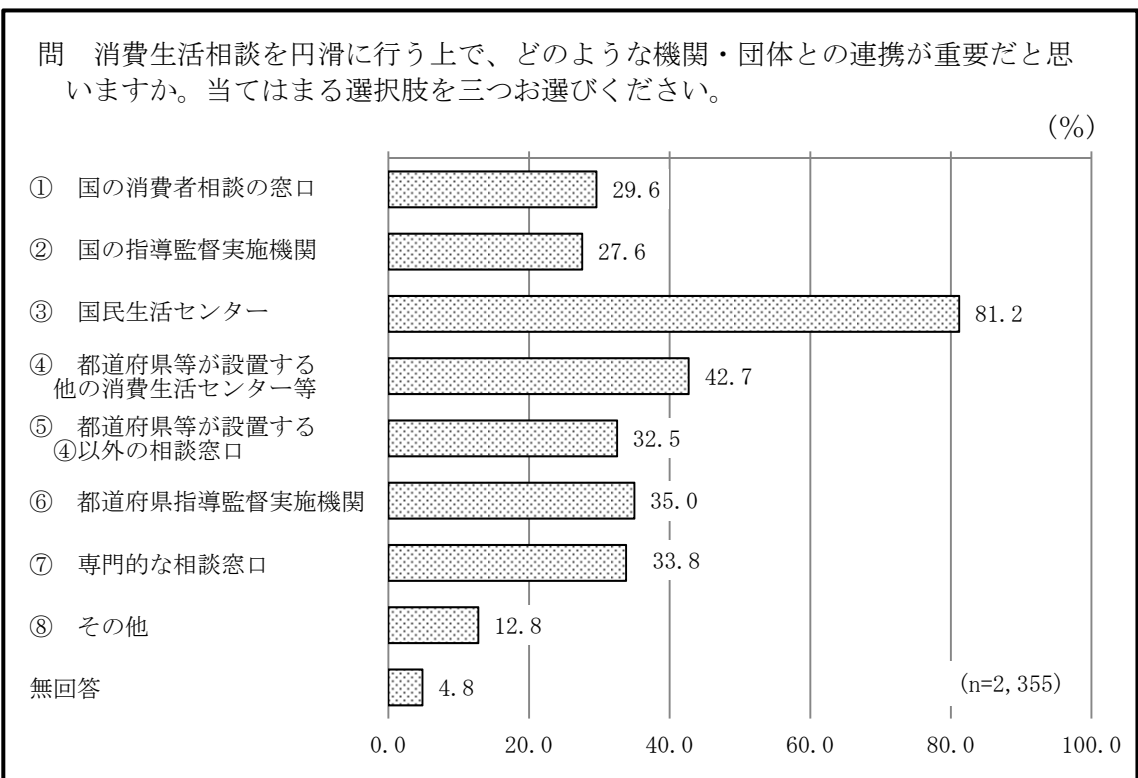
(注) 1 上記区分のうちカについてはフェイスシートAにおいて都道府県、コについては都道府県又は政令指定都市と回答した者の人数で集計した。

2 割合については、小数第2位を四捨五入しているため、合計が100にならない場合がある。

(9) 問 1－9 都道府県等が消費者行政を実施する上で重要だと思う事項

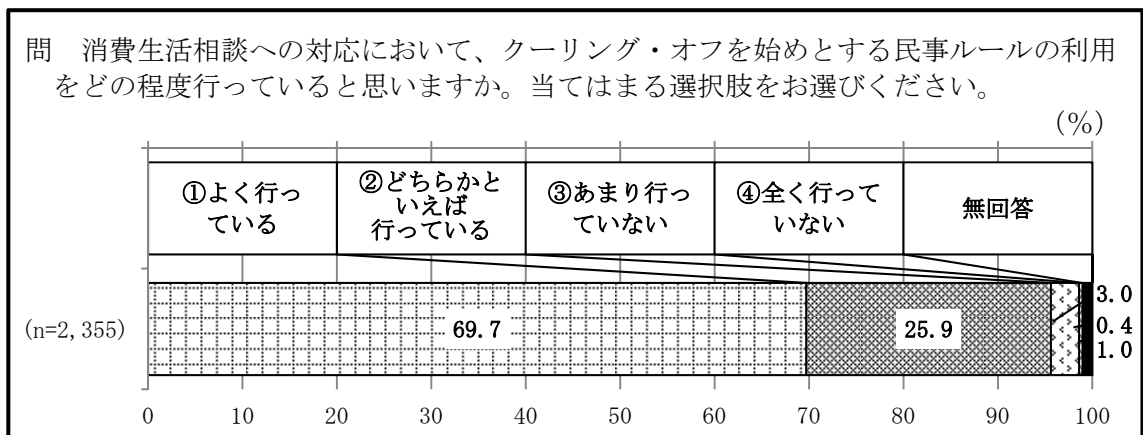


(10) 問 1－10 消費生活相談を行う上で連携が重要だと考える機関・団体

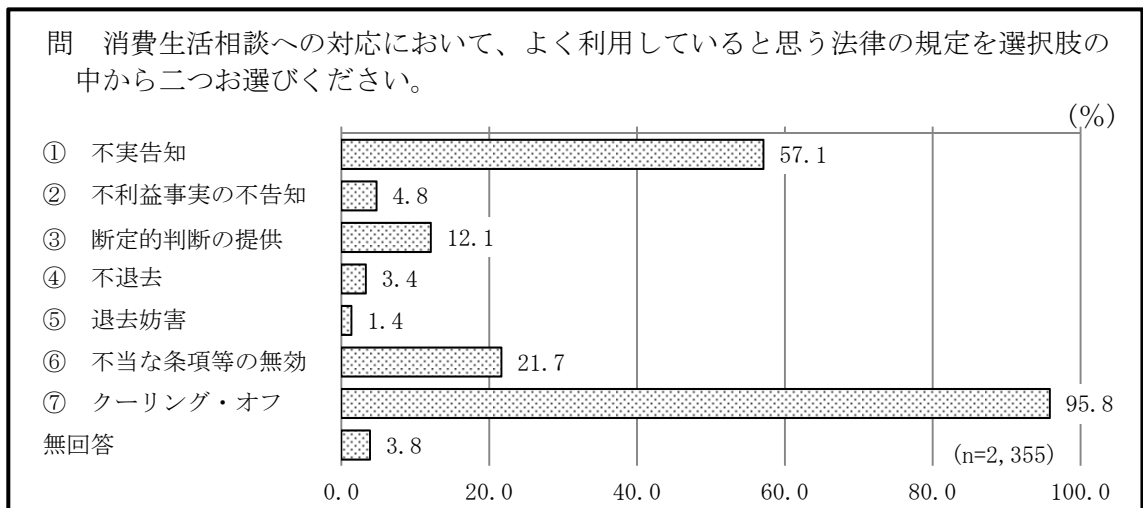


2 クーリング・オフ等の民事ルールの利用状況

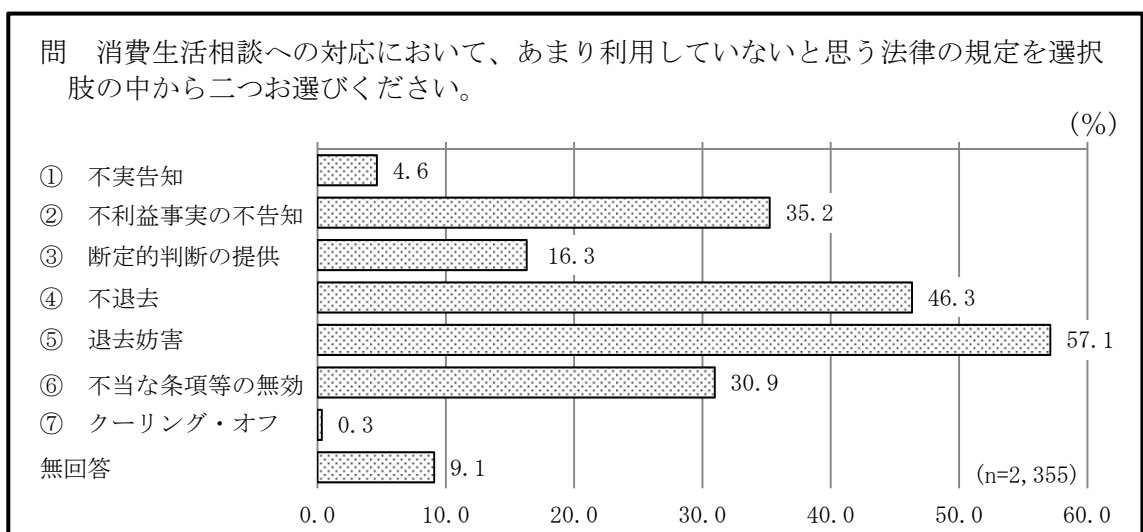
(1) 問2-1 民事ルールの利用状況



(2) 問2-2 よく利用している規定



(3) 問2-2 あまり利用していない規定



(4) 問2-3 あまり利用していない理由

問 問2-2で回答した「あまり利用していないと思う規定」の1位に挙げた法律の規定について、あまり利用していない理由は何ですか。当てはまる選択肢を二つお選びください。

(単位：人、%)

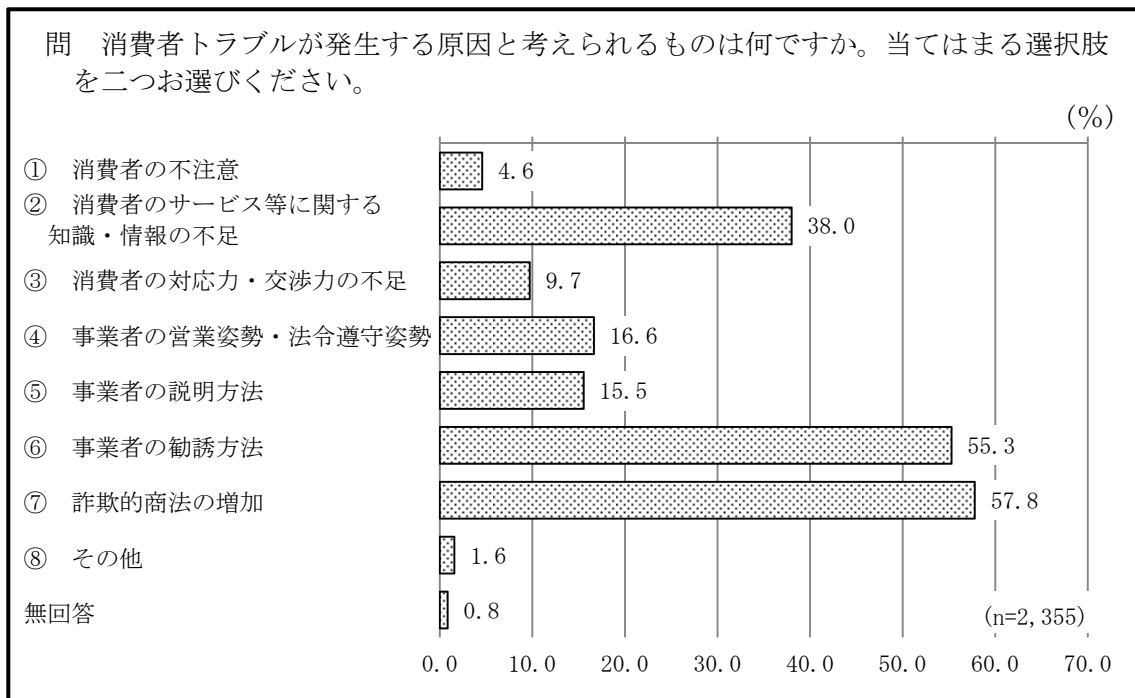
区 分		①規定の利用の仕方が分からない	②規定の解釈が明確でない	③事実の確認が困難	④規定に関する事業者の理解が不十分	⑤適用対象となる範囲が厳格すぎる	⑥規定を適用できる事案が少ない	その他	無回答	計
不実告知	回答者数	3	10	46	16	15	15	6	7	59
	割合	5.1	16.9	78.0	27.1	25.4	25.4	10.2	11.9	
不利益事実の不告知	回答者数	8	81	322	52	116	266	9	46	450
	割合	1.8	18.0	71.6	11.6	25.8	59.1	2.0	10.2	
断定的判断の提供	回答者数	13	33	99	12	34	85	10	16	151
	割合	8.6	21.9	65.6	7.9	22.5	56.3	6.6	10.6	
不退去	回答者数	16	61	293	67	75	470	35	155	586
	割合	2.7	10.4	50.0	11.4	12.8	80.2	6.0	26.5	
退去妨害	回答者数	15	43	297	50	55	486	37	137	560
	割合	2.7	7.7	53.0	8.9	9.8	86.8	6.6	24.5	
不当な条項の無効	回答者数	44	179	220	99	39	278	43	54	478
	割合	9.2	37.4	46.0	20.7	8.2	58.2	9.0	11.3	
クーリング・オフ	回答者数	0	0	1	0	2	4	0	1	4
	割合	0.0	0.0	25.0	0.0	50.0	100.0	0.0	25.0	

(注) 1 問2-2の無回答者数を除いて集計した。

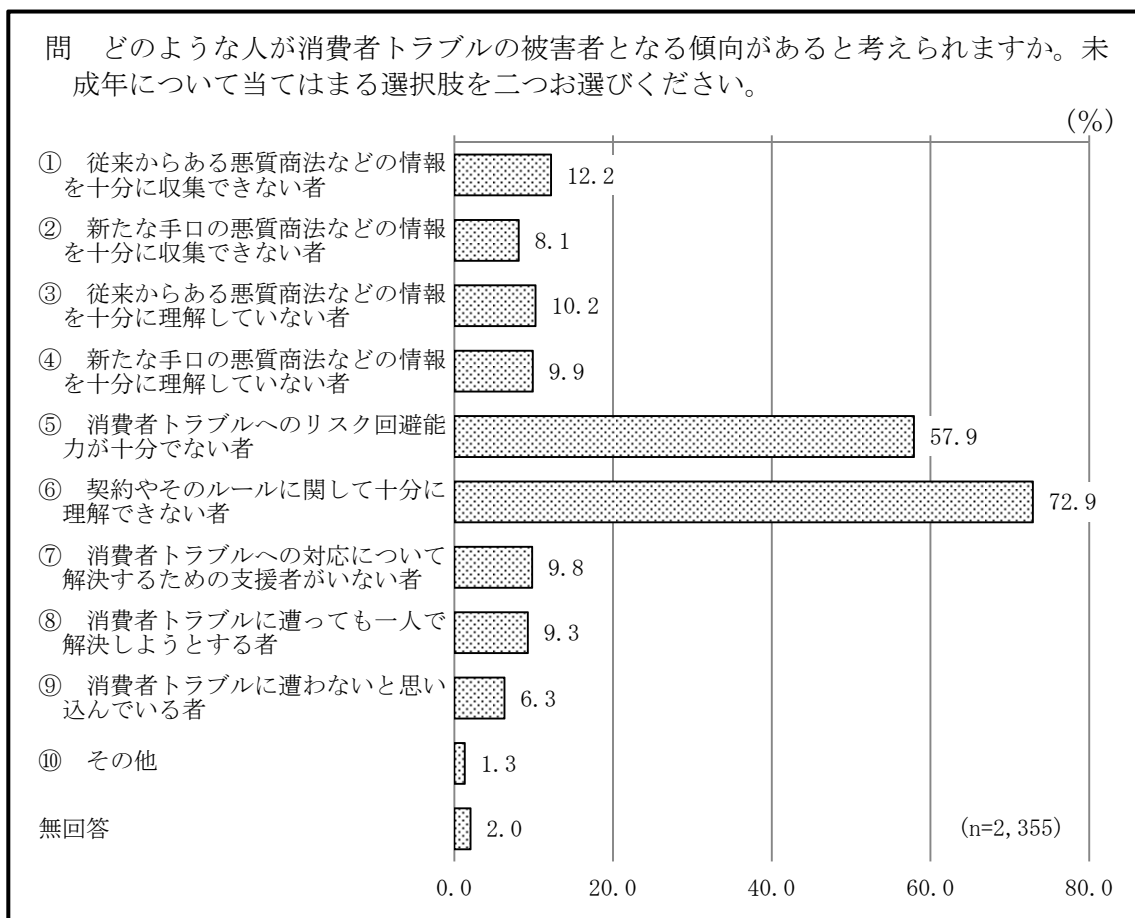
2 割合は問2-2で「あまり利用していないと思う規定」の1位に挙げた選択肢ごとの回答者数(実数)に対するものである。

3 消費者教育、消費者に対する普及啓発に関する認識

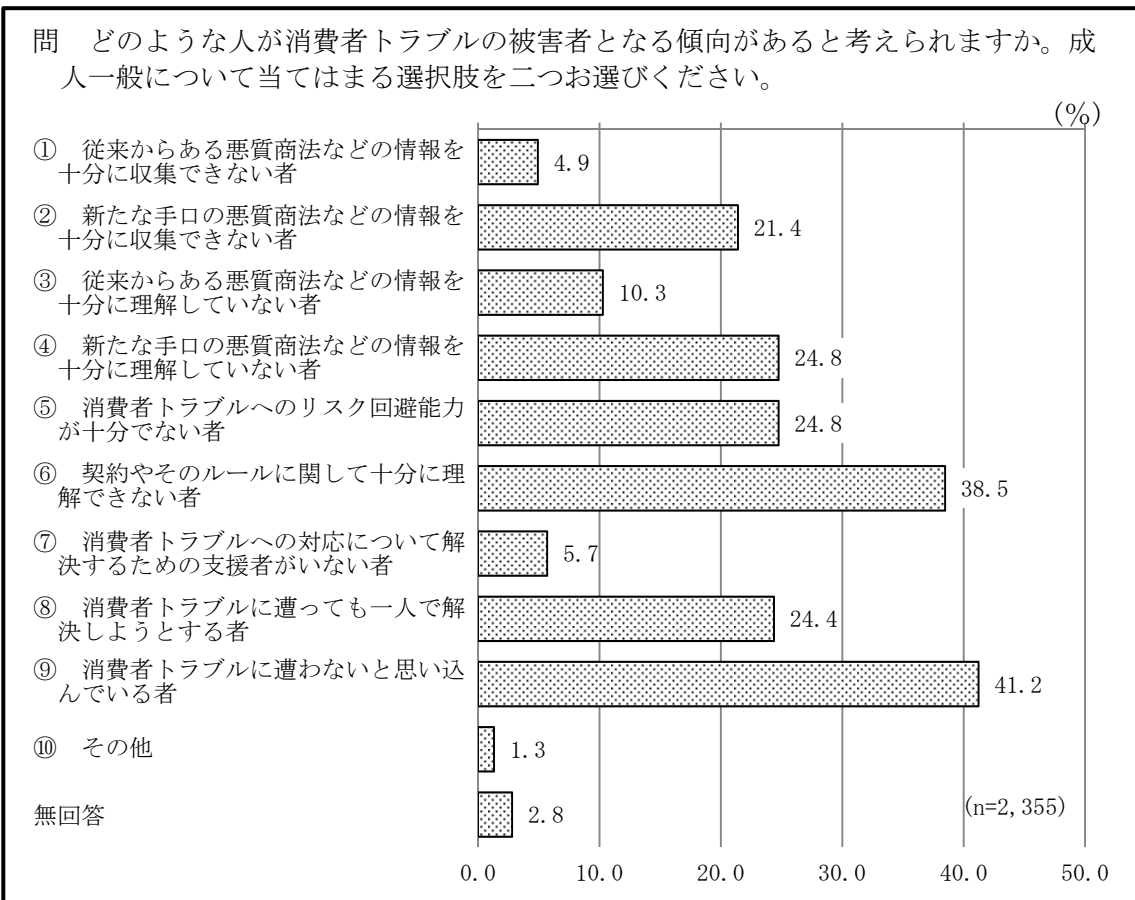
(1) 問3-1 消費者トラブルが発生する原因と考えられるもの



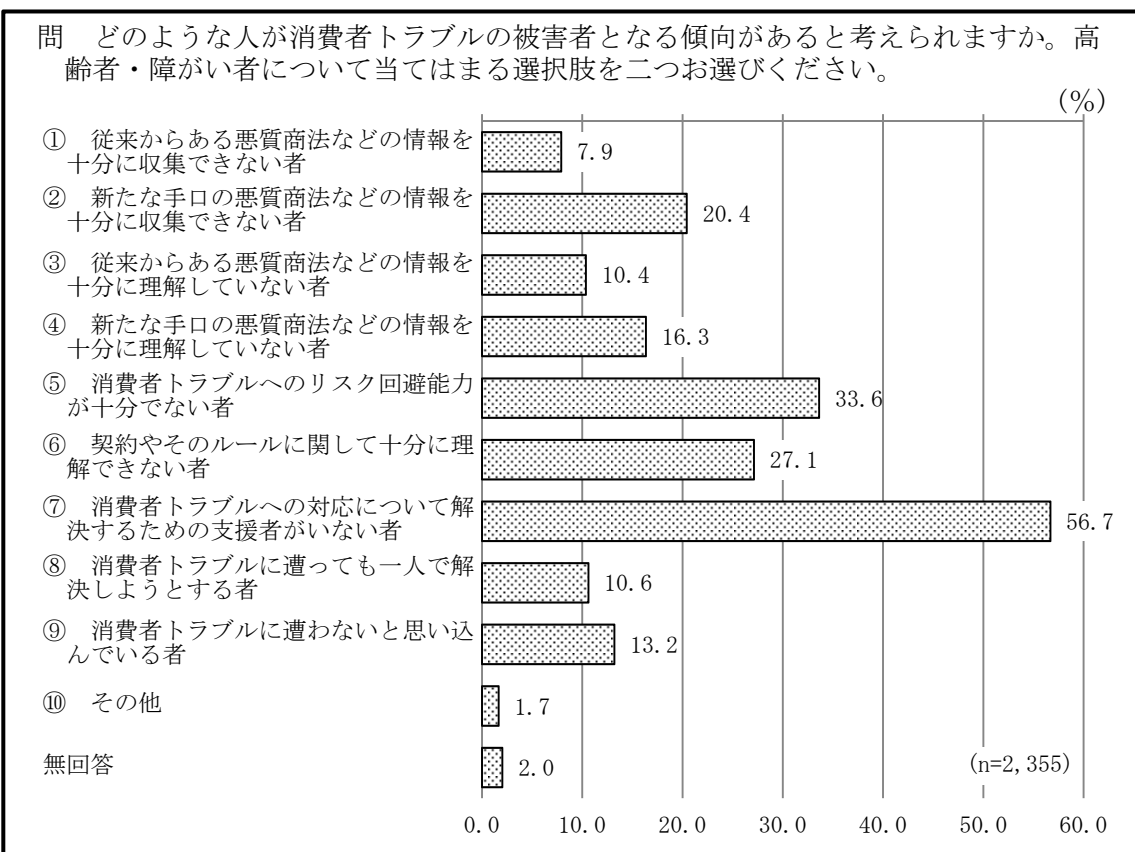
(2) 問3-2 消費者トラブルの被害者となる人の傾向（未成年）



(3) 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）



(4) 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）



(5) 問3-3 消費者トラブル回避のために重要だと思う取組（未成年）

問 未成年について問3-2で1位に挙げた被害者となる傾向がある者に対して、行政が実施する取組のうち、消費者トラブル回避のために重要だと思う取組について当てはまる選択肢を二つお選びください。

(単位：人、%)

区分	①消費者に対するトラブルに関する情報提供・注意喚起	②消費者に対する相談窓口の周知	③消費者に対する消費生活に関する学習教材・啓発資料の提供	④家庭における消費生活に関する学習の支援・充実	⑤学校における消費生活に関する学習の支援・充実	⑥地域における消費生活に関する学習の支援・充実	⑦消費者トラブルを発見、回避するため地域の見守り体制の充実	⑧消費者教育や普及啓発の担い手に対する研修の充実	⑨その他	無回答	計
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	回答者数 43 割合 26.4	24 14.7	35 21.5	36 22.1	140 85.9	3 1.8	1 0.6	42 25.8	0 0.0	2 1.2	163
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	23 34.8	14 21.2	8 12.1	19 28.8	49 74.2	2 3.0	1 1.5	15 22.7	0 0.0	1 1.5	66
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	26 24.5	20 18.9	13 12.3	31 29.2	88 83.0	1 0.9	2 1.9	29 27.4	0 0.0	2 1.9	106
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	25 26.3	15 15.8	17 17.9	26 27.4	77 81.1	1 1.1	0 0.0	24 25.3	1 1.1	4 4.2	95
消費者トラブルへのリスク回避能力が十分でない者	100 18.2	103 18.7	82 14.9	159 28.9	469 85.3	7 1.3	4 0.7	164 29.8	7 1.3	5 0.9	550
契約やそのルールに関して十分に理解できない者	181 15.4	223 18.9	170 14.4	334 28.4	1,024 86.9	14 1.2	8 0.7	373 31.7	7 0.6	22 1.9	1,178
消費者トラブルへの対応について解決するための支援者がいない者	9 15.0	18 30.0	8 13.3	10 16.7	53 88.3	1 1.7	0 0.0	17 28.3	1 1.7	3 5.0	60
消費者トラブルに遭っても一人で解決しようとする者	9 19.6	16 34.8	3 6.5	9 19.6	34 73.9	0 0.0	1 2.2	17 37.0	1 2.2	2 4.3	46
消費者トラブルに遭わないと思込んでいる者	13 21.7	20 33.3	7 11.7	17 28.3	45 75.0	0 0.0	0 0.0	16 26.7	0 0.0	2 3.3	60
その他	1 7.1	2 14.3	0 0.0	7 50.0	8 57.1	1 7.1	0 0.0	3 21.4	2 14.3	4 28.6	14

(注) 1 問3-2の無回答者数を除いて集計した。

2 割合は問3-2で被害者となる傾向がある者の1位に挙げた選択肢ごとの回答者数(実数)に対するものである。

(6) 問3-3 消費者トラブル回避のために重要だと思う取組（成人一般）

問 成人一般について問3-2で1位に挙げた被害者となる傾向がある者に対して、行政が実施する取組のうち、消費者トラブル回避のために重要だと思う取組について当てはまる選択肢を二つお選びください。

(単位：人、%)

区 分		①消費 者に対 するト ラブル に関す る情報 提供・ 注意喚 起	②消費 者に対 する相 談窓口 の周知	③消費 者に対 する消 費生活 に関す る学習 教材・ 啓発資 料の提 供	④家庭 におけ る消費 生活に 関する 学習の 支援・ 充実	⑤学校 におけ る消費 生活に 関する 学習の 支援・ 充実	⑥地域 におけ る消費 生活に 関する 学習の 支援・ 充実	⑦消費 者トラ ブルを 発見、 回避す るため の地域 におけ る見守 り体制 の充実	⑧消費 者教育 や普及 啓発の 担い手 に対する 研修の 充実	⑨その 他	無回答	計
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	回答 者数 割合	56 84.8	47 71.2	5 7.6	2 3.0	0 0.0	12 18.2	1 1.5	3 4.5	1 1.5	5 7.6	66
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	回答 者数 割合	248 85.5	185 63.8	29 10.0	9 3.1	2 0.7	87 30.0	4 1.4	9 3.1	3 1.0	4 1.4	290
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	回答 者数 割合	106 85.5	75 60.5	15 12.1	9 7.3	1 0.8	33 26.6	5 4.0	1 0.8	1 0.8	2 1.6	124
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	回答 者数 割合	259 86.3	206 68.7	26 8.7	9 3.0	0 0.0	74 24.7	5 1.7	12 4.0	5 1.7	4 1.3	300
消費者トラブルへのリス ク回避能力が十分で ない者	回答 者数 割合	224 88.2	186 73.2	23 9.1	10 3.9	2 0.8	46 18.1	2 0.8	6 2.4	5 2.0	4 1.6	254
契約やそのルールに関 して十分に理解できな い者	回答 者数 割合	444 86.5	345 67.3	55 10.7	19 3.7	3 0.6	116 22.6	3 0.6	13 2.5	12 2.3	16 3.1	513
消費者トラブルへの対 応について解決するた めの支援者がいない者	回答 者数 割合	31 79.5	29 74.4	6 15.4	2 5.1	1 2.6	7 17.9	1 2.6	0 0.0	0 0.0	1 2.6	39
消費者トラブルに遭っ ても一人で解決しよう とする者	回答 者数 割合	156 80.4	148 76.3	15 7.7	6 3.1	0 0.0	41 21.1	3 1.5	6 3.1	3 1.5	10 5.2	194
消費者トラブルに遭わ ないと思いついでいる 者	回答 者数 割合	463 85.3	368 67.8	55 10.1	27 5.0	6 1.1	122 22.5	10 1.8	19 3.5	7 1.3	9 1.7	543
その他	回答 者数 割合	7 70.0	5 50.0	1 10.0	0 0.0	0 0.0	1 10.0	1 10.0	0 0.0	2 20.0	3 30.0	10

(注) 1 問3-2の無回答者数を除いて集計した。

2 割合は問3-2で被害者となる傾向がある者の1位に挙げた選択肢ごとの回答者数(実数)に対するものである。

(7) 問3-3 消費者トラブル回避のために重要だと思う取組（高齢者・障がい者）

問 高齢者・障がい者について問3-2で1位に挙げた被害者となる傾向がある者に対して、行政が実施する取組のうち、消費者トラブル回避のために重要だと思う取組について当てはまる選択肢を二つお選びください。

(単位：人、%)

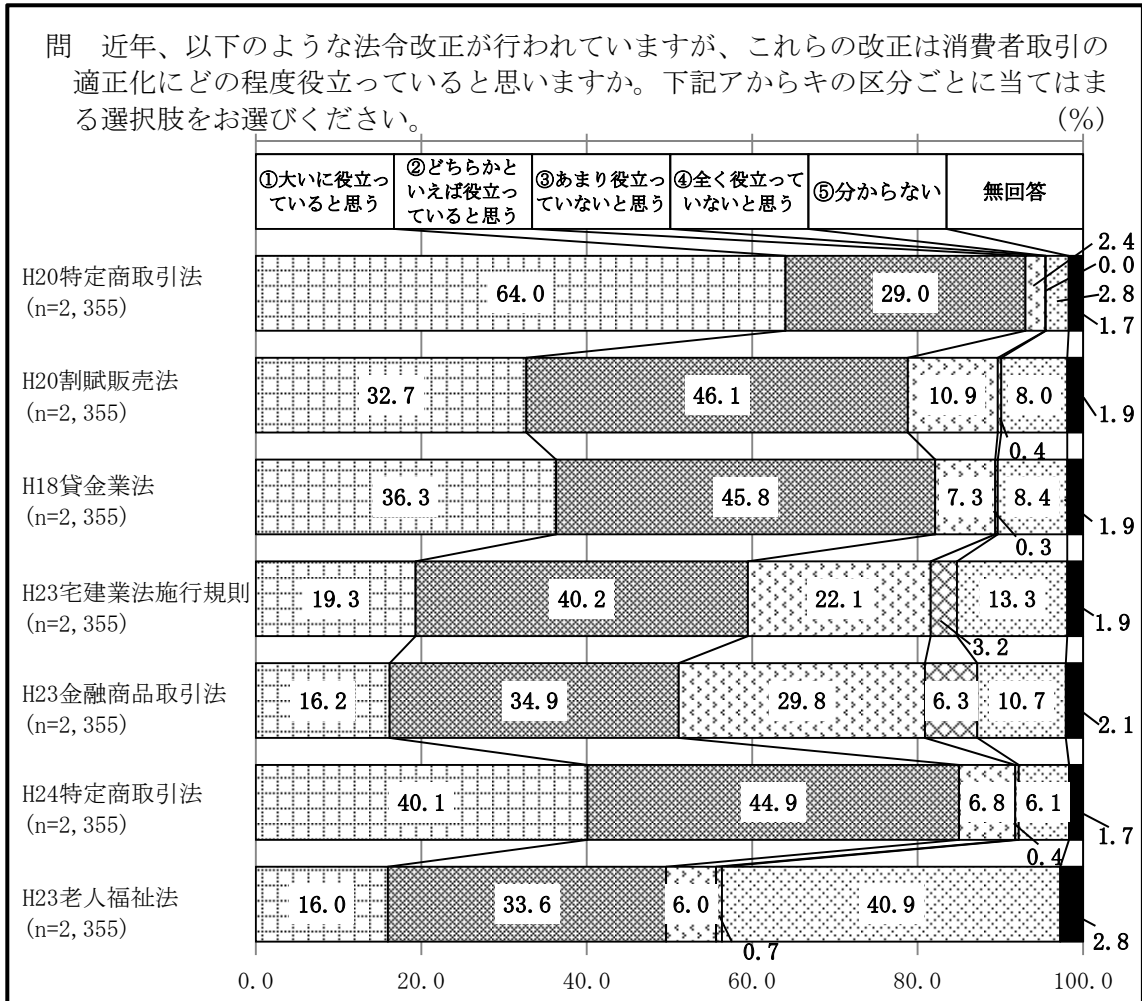
区分		①消費者に対するトラブルに関する情報提供・注意喚起	②消費者に対する相談窓口の周知	③消費者に対する消費生活に関する学習教材・啓発資料の提供	④家庭における消費生活に関する学習の支援・充実	⑤学校における消費生活に関する学習の支援・充実	⑥地域における消費生活に関する学習の支援・充実	⑦消費者トラブルを発見、回避するための地域における見守り体制の充実	⑧消費者教育や普及啓発の担い手に対する研修の充実	⑨その他	無回答	計
		回答者数 割合	回答者数 割合	回答者数 割合	回答者数 割合	回答者数 割合	回答者数 割合	回答者数 割合	回答者数 割合	回答者数 割合	回答者数 割合	回答者数 割合
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	回答者数	33	41	1	2	1	40	102	14	2	2	119
	割合	27.7	34.5	0.8	1.7	0.8	33.6	85.7	11.8	1.7	1.7	
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	回答者数	97	101	3	5	0	83	245	20	2	4	280
	割合	34.6	36.1	1.1	1.8	0.0	29.6	87.5	7.1	0.7	1.4	
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	回答者数	45	63	3	1	0	49	129	10	1	5	153
	割合	29.4	41.2	2.0	0.7	0.0	32.0	84.3	6.5	0.7	3.3	
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	回答者数	54	70	2	5	0	67	171	13	2	2	193
	割合	28.0	36.3	1.0	2.6	0.0	34.7	88.6	6.7	1.0	1.0	
消費者トラブルへのリスク回避能力が十分でない者	回答者数	110	170	5	10	1	124	396	42	8	6	436
	割合	25.2	39.0	1.1	2.3	0.2	28.4	90.8	9.6	1.8	1.4	
契約やそのルールに関して十分に理解できない者	回答者数	88	146	5	7	0	136	354	44	8	6	397
	割合	22.2	36.8	1.3	1.8	0.0	34.3	89.2	11.1	2.0	1.5	
消費者トラブルへの対応について解決するための支援者がいない者	回答者数	97	188	0	5	0	173	469	60	5	13	505
	割合	19.2	37.2	0.0	1.0	0.0	34.3	92.9	11.9	1.0	2.6	
消費者トラブルに遭っても一人で解決しようとする者	回答者数	11	26	0	2	0	26	64	10	0	5	72
	割合	15.3	36.1	0.0	2.8	0.0	36.1	88.9	13.9	0.0	6.9	
消費者トラブルに遭わないと思込んでいる者	回答者数	47	65	2	2	0	52	139	12	0	3	161
	割合	29.2	40.4	1.2	1.2	0.0	32.3	86.3	7.5	0.0	1.9	
その他	回答者数	7	4	0	0	0	2	16	3	5	1	19
	割合	36.8	21.1	0.0	0.0	0.0	10.5	84.2	15.8	26.3	5.3	

(注) 1 問3-2の無回答者数を除いて集計した。

2 割合は問3-2で被害者となる傾向がある者の1位に挙げた選択肢ごとの回答者数(実数)に対するものである。

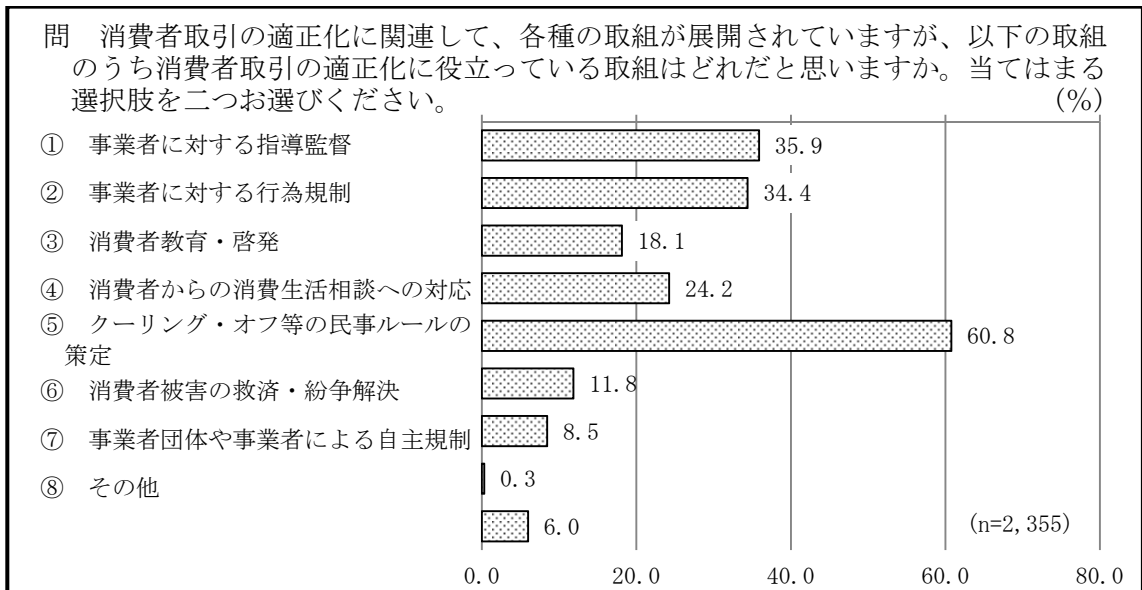
4 消費者取引施策全般に関する現状認識

(1) 問4-1 消費者取引の適正化における法令改正の効果

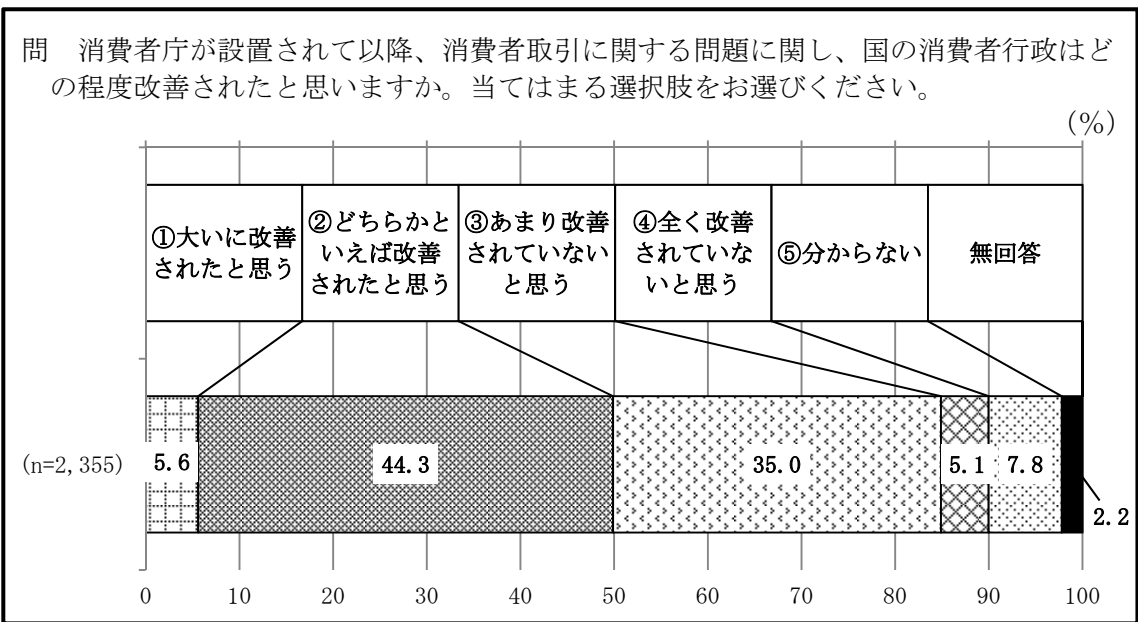


(注) 割合については、小数第2位を四捨五入しているため、合計が100にならない場合がある。

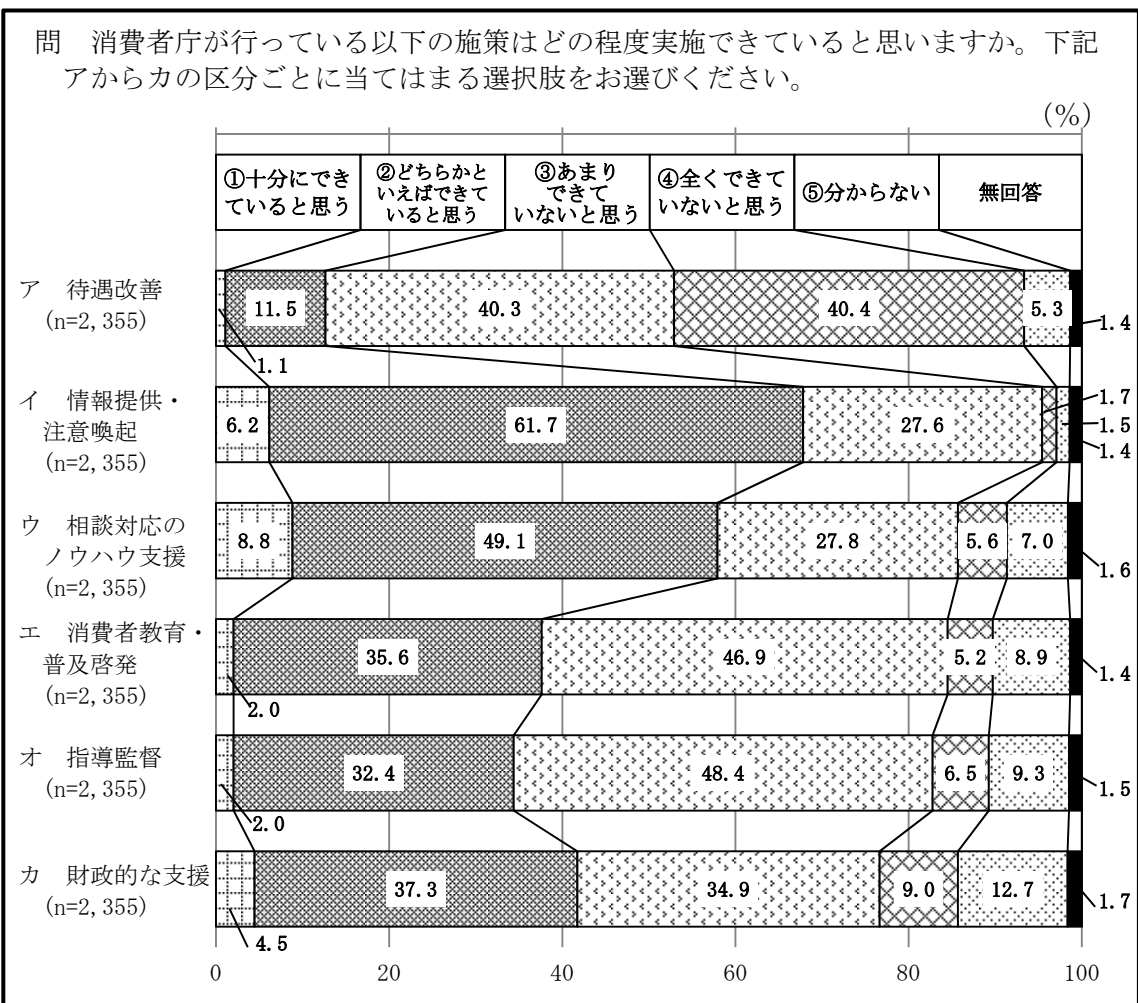
(2) 問4-2 消費者取引の適正化に役立っている取組



(3) 問4-3 消費者庁設置以降の消費者行政の改善状況



(4) 問4-4 消費者庁の施策の実施状況



(注) 割合については、小数第2位を四捨五入しているため、合計が100にならない場合がある。

5 国及び都道府県等が行っている消費者取引の適正化に関する取組等に対する意見

(1) 消費者トラブルの新たな手口への対応等に関する意見・要望等

<p>① 新たな手口への対応について</p> <ul style="list-style-type: none">・ 従来型の手口に対して法整備がなされると、その手口の被害は減りますが、すぐ法のすき間をついた別の商法が台頭してきます。法整備の素早い対応を望みます。・ パソコン、携帯電話（スマートフォンを含む）によるインターネット通販の利用による相談が増えていると思います。詐欺的なサイトの被害がある一方、法令を遵守している事業者からの購入でもトラブルになっています。消費者が規約等をよく読んでいない場合も散見されます。増加している取引方法なので、取引ルールの明確化や情報提供の強化が必要と思います。・ 新たな手口については、早い段階で、注意喚起を行っていただいていると思いますが、被害にあった方々は、知らなかったということが多いです。より多くの人に注意喚起できる方法を考えていかななくてはならないと思います。
<p>② 教育・啓発の推進について</p> <ul style="list-style-type: none">・ 知識がないことにより、被害に遭う方がたくさんいます。学校教育の中で教育して、大人になっても被害に遭わない知識を学ばせることは、大変重要だと思います。相談窓口がある、相談出来る、解決出来るという認識がない消費者がまだ多く存在していると思います。・ 実際自分の身に起ると思わなかったという人が多い。例えばワンクリック請求であれば具体的にどんな画面が出てその後どうなるかまでリアルな情報提供が必要だと思う。・ インターネットでの取引に関しての問い合わせが多い。特に海外の業者では連絡が取れず、消費者は泣き寝入りするしかない。中学生くらいからインターネット取引に関する消費者教育を必須にするべきとも考えます。・ 消費者教育が貧弱で、自立した消費者の育成（権利意識、責任感を併せ持つ）が不十分なことも“従来型”の手口の抑制が効かない一因ではないかと思います。学校教育と社会教育で、誰が、誰を対象に、何を、どのように教えるか、消費者教育推進法を「どれだけ実行できるか」が重要になると思います。
<p>③ 高齢者への対応について</p> <ul style="list-style-type: none">・ 高齢者からの相談が多い。投資、次々販売等の誘いは対面で行われる事が多く、優しく親身になってくれると思って高額出費をする。被害に遭っていても、消費生活センターに相談に来ない高齢者が日本中多くいると推測されます。個々のお年寄りに深く伝わるような国を挙げての対策が必要と考えます。・ 従来型の手口であっても内容を充分理解していない高齢者が多いため、地域の見守りが不可欠である。行政の財政的支援により高齢者への見守りをより充実させるべきと考えます。

(2) 国及び都道府県等に対する意見・要望等

① 待遇に関する意見

- ・ 消費生活相談員の待遇は都道府県等に任されているため、改善を要求しても反映されない。難しいとは思いますが、消費者庁が積極的に待遇改善できる施策を考えてほしい。地域によっては消費生活相談員の高齢化も問題になっており、若い世代が消費生活相談員になりたくても、勤務条件が悪く、相談業務のみでは生活できないため若い世代への引き継ぎが出来ない状況にあることを把握してほしい。
- ・ 消費生活相談の内容は、複雑化、高度化しており、これらに対応するために専門知識、聞き取る能力、人を説得する能力などが必要であり、一朝一夕に身に付くものではありません。4～5年の実務経験を経て、一人前になり、業者と交渉できるようになると言われています。しかし、残念ながら、国や自治体においてそのような理解がなされておらず、3～10年の「雇い止め」を強いられています。消費生活相談員は、専門性からも育成の困難性からも市民の期待の大きさからも、特別な配慮をすべき職種であることを理解して頂きたいです。国から都道府県等に「継続雇用」を強く要請してほしい。

② 研修の充実について

- ・ 消費者トラブルに関する専門的な知識のほか、相談者からの聞き取り、助言、事業者との交渉など、様々な技能の習得が求められているため、国民生活センターの研修事業を継続して頂きたい。
- ・ 地方での研修の開催を増やしてほしい。また、国民生活センターでの研修は地方から参加しやすい日程を考慮して頂きたい。(ex. 開講日及び閉講時間)
- ・ 国民生活センターでの研修も行っていますが、1回に150～200名というものも少なくありません。もう少しきめ細やかに内容を十分に理解できる研修の場を設定してほしいと思います。

③ 地方消費者行政活性化交付金に関する意見

- ・ 地方消費者行政活性化交付金の造成により、都道府県等の窓口設置が進み、消費者行政は一步前進したと思います。この交付金を無駄にしないで、継続した消費者支援を保持するためにはやはり首長の理解が不可欠と思います。消費者行政は暮らしの安全、安心そのものだということをしっかり理解して、さらなる窓口への強化支援を進めていただきたい。
- ・ 人口5万人程度の地方の相談窓口では、財政困難の折、中央で開催される研修会への参加はほぼ皆無の状況でしたが、消費者庁の地方消費者行政活性化交付金により、研修の機会が与えられ、相談対応、消費者救済に役立っております。地方消費者行政活性化交付金の延長をお願いします。
- ・ 地方消費者行政活性化交付金を活用した消費生活相談員の増員をお願いしても却下されました。また、国民生活センターの研修は1人も行かせてもらえません。
- ・ 地方消費者行政活性化交付金は、新しい事業にしか使えず、今まで消費者行政をやりくりして頑張ってきた部署や人には、何もメリットがなかった。
- ・ 地方消費者行政活性化交付金の使途は、現場を理解しない職員が決められているため消費生活相談員の待遇が改善された実感は全くなく、何に使われているか分からない。

④ 法執行・指導監督の強化を求める意見

- ・ 消費者庁はもっと事業者に対する指導監督を強化するべきだと思う。法律はあっても、実際に使わなければ意味がない。悪質な業者に対する指導を迅速に行ってほしい。
- ・ 他都道府県で多数の被害があり、行政処分を受けた業者が当市でも被害が発生させたものの、所在都道府県は都道府県内での被害件数が顕在化していないことを理由に行政指導及び処分をなかなか行わない。件数だけでなく当該事業者の実態に着目した対応を強く望みたい。

⑤ その他

i) P I O-N E T 端末設置に関する意見

- ・ P I O-N E T の導入に相談窓口の週 4 日開設のハードルがある。相談件数の現状から考えると小規模の相談窓口で週 4 日開設を求めるのは到底無理である。しかし、1 人窓口で毎日開催されていない相談窓口であるからこそ、P I O-N E T での悪質商法等の情報収集をより必要とする。希望する全ての相談窓口で最低 1 台の P I O-N E T の設置を切に希望する。全ての都道府県等への相談窓口開設を指導されたのだから是非支援をいただきたい。
- ・ 地域差がなく、どこでも相談できることを目的として P I O-N E T の設置が広まりつつある中で、年間 100 件の相談受付に満たない相談窓口への設置が廃止される動きがある。消費生活相談窓口はセンサー機能だけでなく、啓発の中心としての機能もあり、情報収集に欠かせない P I O-N E T を一定の相談件数に満たない相談窓口から一律引き上げるのは消費者行政の縮小化につながり問題と考える。

ii) 苦情処理委員会の活用に関する意見

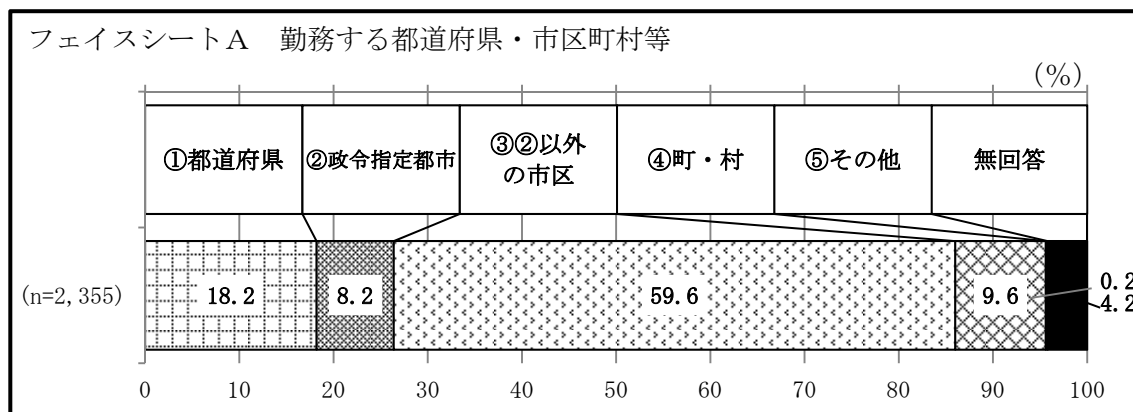
- ・ 多くの都道府県は消費生活センターの斡旋不調の受け皿としての苦情処理委員会が機能していない。
- ・ 苦情処理委員会が機能していないと感じる。悪質業者は監視がゆるい土地へと流れる傾向がある。消費生活相談員は目の前の相談の解決に向けての努力しかできない。被害の拡大防止のためにも、行政として、厳しい目を持ち、権利を行使して欲しい。

iii) 行政職員に対する消費者行政への理解を求める意見

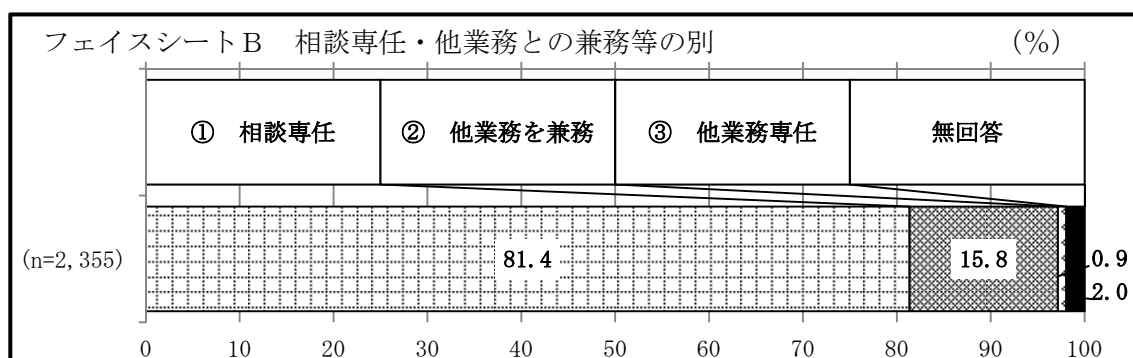
- ・ 都道府県等の消費生活行政担当課の長は、移動後すぐに、国民生活センターの管理職のための研修に必ず出席し、消費者行政の現況、目指すべき方向性を学んだ上で、職務に当たってほしい。消費生活相談員との意識のズレが大きく失望することが多い。
- ・ 相談窓口をより多くの市民に利用していただきたいと日々考えているが、他部署との連携がなかなかとりにくく、職員の中にも消費生活センターの役割についてよく知らない人が多い。
- ・ 消費者行政の所管課が機構改革によって、あちこちに移動し、移動先の新たな課での認識が不足していたため、職員の協力や理解、支援が得られず、精神的に苦しい状態で相談対応に当たっている。

6 フェイスシート

(1) A 勤務する都道府県等

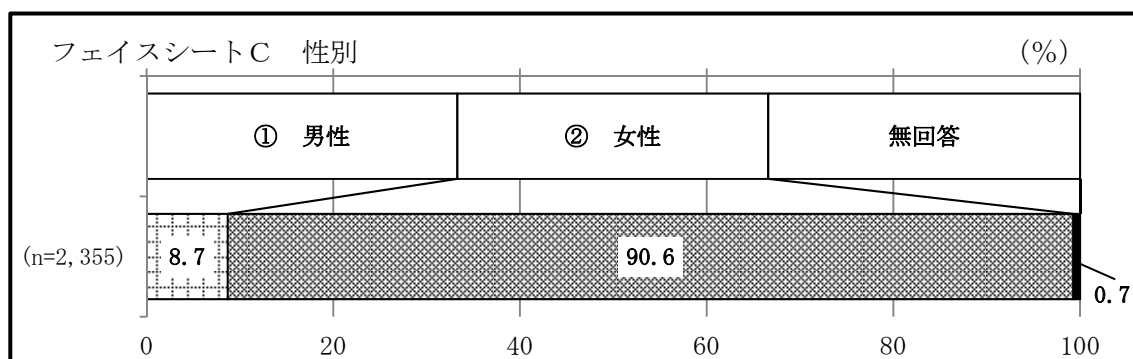


(2) B 相談専任、他業務との兼務等の別

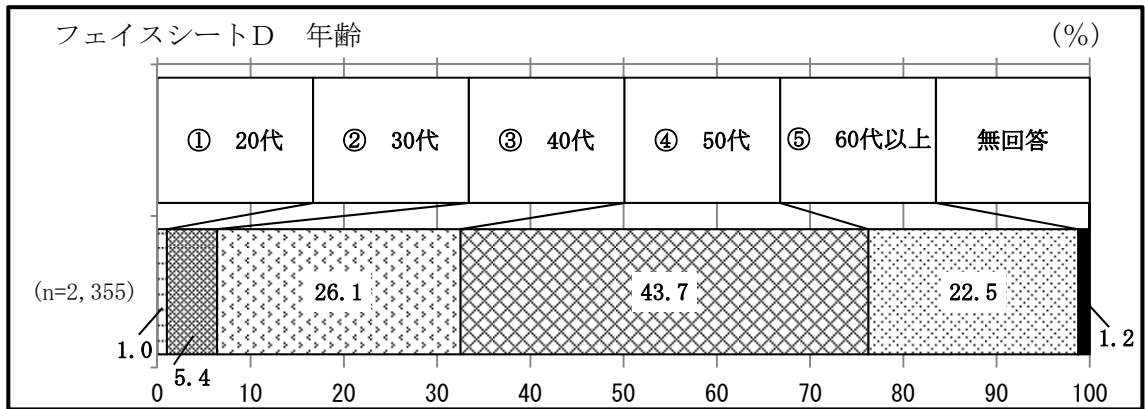


(注) 割合については、小数第2位を四捨五入しているため、合計が100にならない。

(3) C 性別

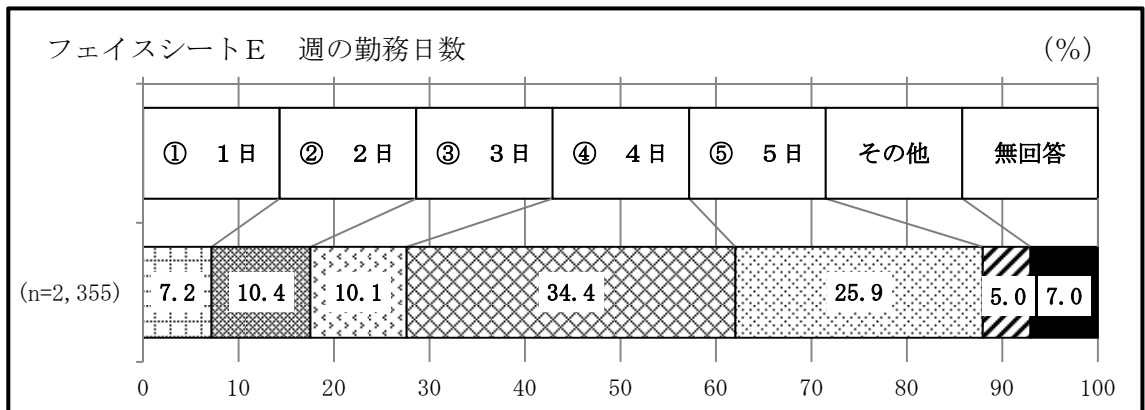


(4) D 年齢

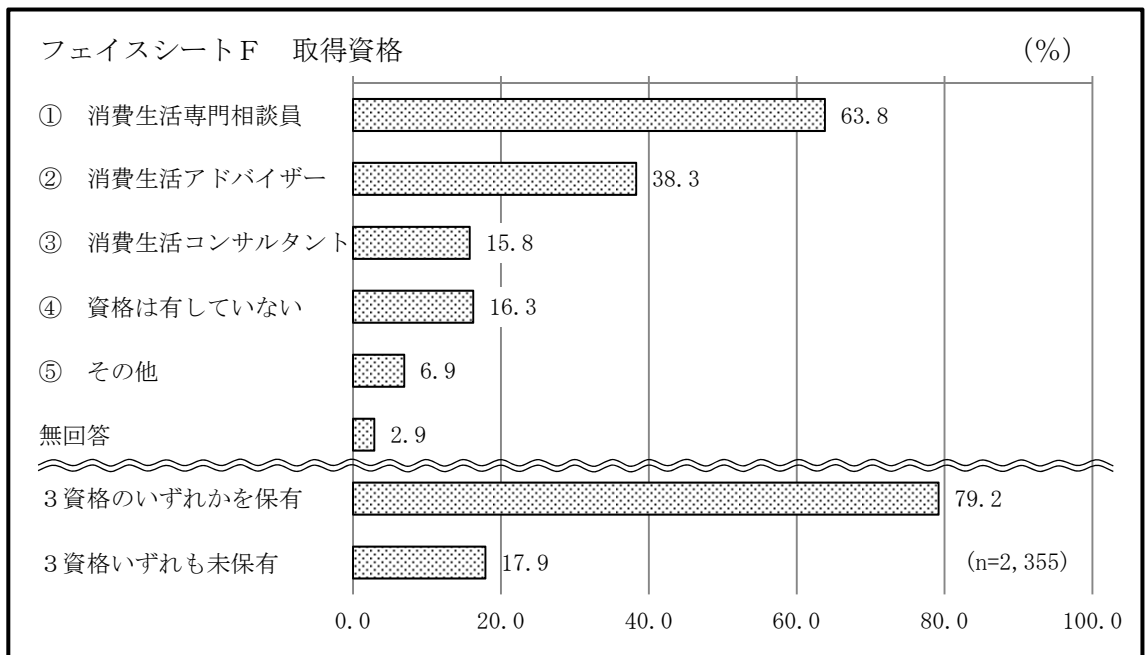


(注) 割合については、小数第2位を四捨五入しているため、合計が100にならない。

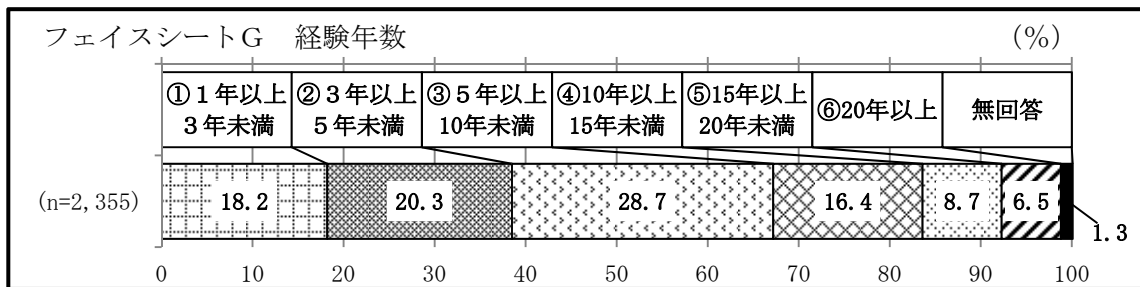
(5) E 週の勤務日数



(6) F 取得資格

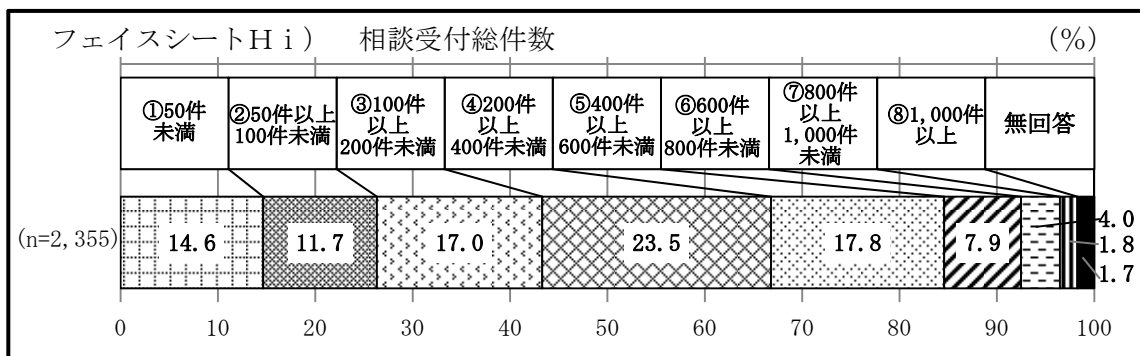


(7) G 経験年数

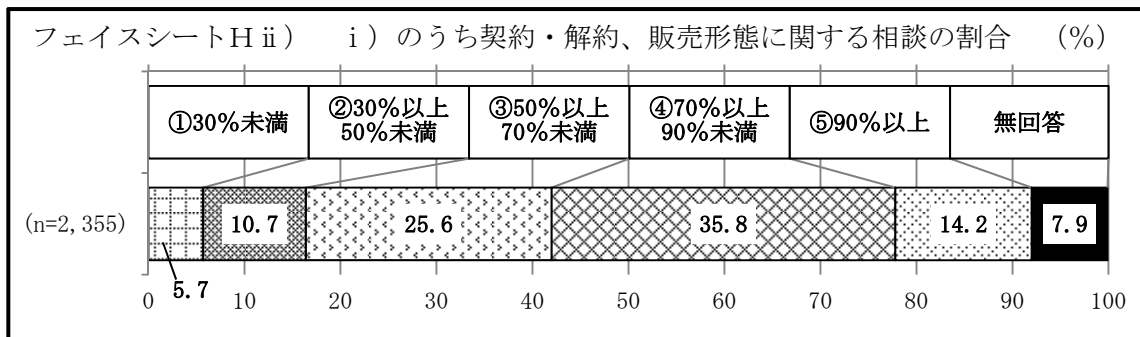


(注) 割合については、小数第2位を四捨五入しているため、合計が100にならない。

(8) H i) 相談受付総件数

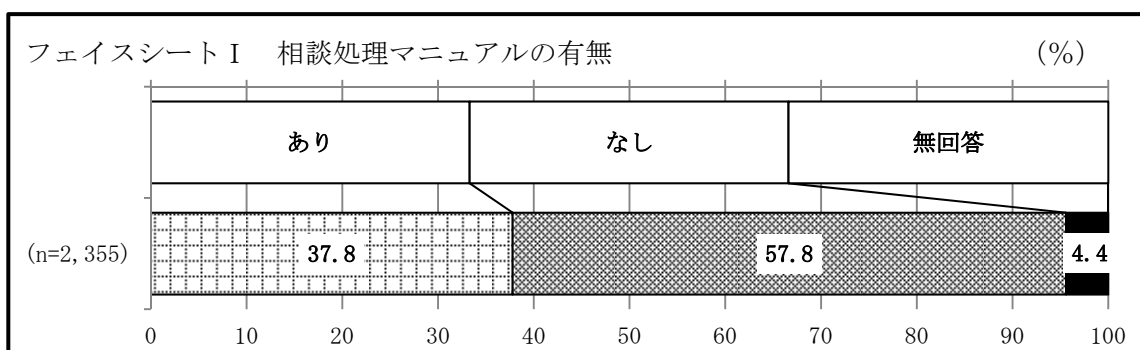


(9) H ii) i) のうち契約・解約、販売形態に関する相談の割合



(注) 割合については、小数第2位を四捨五入しているため、合計が100にならない。

(10) I 相談処理マニュアルの有無



7 クロス集計表（勤務する都道府県等の規模別）

(1) フェイスシートD 年齢

(単位：人、%)

区分	回答者数	①20代	②30代	③40代	④50代	⑤60代以上	無回答
総数	2,355	1.0	5.4	26.1	43.7	22.5	1.2
都道府県	429	0.7	4.9	29.8	49.0	14.9	0.7
大規模	280	0.4	2.1	26.4	54.6	15.4	1.1
中規模①	356	0.0	4.5	23.9	52.0	18.8	0.8
中規模②	341	0.0	5.0	27.6	41.6	25.5	0.3
小規模	616	2.1	8.1	25.2	36.5	27.8	0.3
郡部	226	2.7	5.3	23.0	35.8	31.9	1.3
広域連合	8	0.0	12.5	37.5	37.5	12.5	0.0
無回答	99	1.0	4.0	24.2	31.3	25.3	14.1

(2) フェイスシートF 取得資格

(単位：人、%)

区分	回答者数	①消費生活専門相談員	②消費生活アドバイザー	③消費生活コンサルタント	④資格は有していない	⑤その他	無回答
総数	2,355	63.8	38.3	15.8	16.3	6.9	2.9
都道府県	429	76.5	47.1	11.4	6.8	6.1	2.1
大規模	280	82.9	58.9	14.6	0.0	6.4	5.4
中規模①	356	73.6	54.5	15.7	7.9	5.9	2.2
中規模②	341	65.4	35.8	22.3	12.3	6.5	1.8
小規模	616	48.4	24.2	16.6	30.5	7.3	1.8
郡部	226	45.1	20.4	14.6	31.9	9.7	2.2
広域連合	8	87.5	12.5	62.5	0.0	0.0	0.0
無回答	99	51.5	23.2	10.1	24.2	9.1	14.1

(3) フェイスシートF 取得資格（3資格の保有状況）

(単位：人、%)

区分	回答者数	3資格のいずれかを保有	3資格のいずれも未保有	無回答
総数	2,355	79.2	17.9	2.9
都道府県	429	90.7	7.2	2.1
大規模	280	93.6	1.1	5.4
中規模①	356	89.3	8.4	2.2
中規模②	341	85.3	12.9	1.8
小規模	616	64.8	33.4	1.8
郡部	226	61.5	36.3	2.2
広域連合	8	100.0	0.0	0.0
無回答	99	59.6	26.3	14.1

(4) フェイスシートG 経験年数

(単位：人、%)

区分	回答者数	1年以上 3年未満	3年以上 5年未満	5年以上 10年未満	10年以上 15年未満	15年以上 20年未満	20年以上	無回答
総数	2,355	18.2	20.3	28.7	16.4	8.7	6.5	1.3
都道府県	429	11.9	16.6	36.1	17.2	10.7	6.8	0.7
大規模	280	10.7	11.4	31.8	26.1	11.1	8.6	0.4
中規模①	356	9.3	15.2	31.7	23.6	11.2	8.1	0.8
中規模②	341	17.3	17.9	32.0	14.4	9.4	8.5	0.6
小規模	616	25.3	29.1	23.9	11.4	6.2	3.7	0.5
郡部	226	34.5	27.4	17.3	9.3	5.3	4.4	1.8
広域連合	8	12.5	50.0	25.0	12.5	0.0	0.0	0.0
無回答	99	20.2	14.1	23.2	14.1	6.1	8.1	14.1

(5) フェイスシートH 相談受付総件数

(単位：人、%)

区分	回答者数	50件未満	50件以上 100件未満	100件以上 200件未満	200件以上 400件未満	400件以上 600件未満	600件以上 800件未満	800件以上 1,000件 未満	1,000件 以上	無回答
総数	2,355	14.6	11.7	17.0	23.5	17.8	7.9	4.0	1.8	1.7
都道府県	429	1.9	4.2	8.4	21.2	37.5	15.4	8.4	1.4	1.6
大規模	280	0.7	1.1	2.5	13.9	31.1	22.9	16.8	9.6	1.4
中規模①	356	2.2	2.5	7.3	37.6	30.9	13.8	2.5	1.1	2.0
中規模②	341	3.2	8.2	30.2	44.9	10.3	1.5	0.3	0.3	1.2
小規模	616	25.8	23.7	29.5	17.7	1.9	0.2	0.0	0.3	0.8
郡部	226	58.8	26.5	10.6	2.7	0.4	0.0	0.0	0.4	0.4
広域連合	8	12.5	0.0	75.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
無回答	99	23.2	11.1	16.2	21.2	12.1	1.0	1.0	1.0	13.1

消費者取引に関する意識等調査

調査票 (消費生活相談員)



総務省

調査の目的と御協力をお願い

総務省行政評価局では、「消費者基本計画」(平成 22 年 3 月 30 日閣議決定)における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、見直し・改善を要する事項はないか等を明らかにするため、現在、「消費者取引に関する政策評価」を実施しています。

本意識等調査は、この政策評価の一環として、消費者取引の適正化を推進するため、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(以下「消費生活センター等」といいます。)で尽力されている消費生活相談員の方々から、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御意見を伺い、今後の見直し・改善に資することを目的として行うものです。

なお、本意識等調査中「消費生活相談」の用語を使用していますが、上記調査の目的に照らして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)を念頭に御回答ください。

本調査の趣旨を御理解の上、御協力いただきますようしくお願いいたします。

また、お手数ですが、記入済みの調査票は記入漏れがないか確認していただいた上で、同封の封筒に入れて、**平成 25 年 8 月 16 日(金)**までに投函していただきますようお願いいたします。

<記入上のお願い>

- ◆ 本調査票は、上記目的以外には使用しませんので、ありのままを記入してください。
- ◆ お聴きたい事項は、①消費者からの消費生活相談の状況、②民事ルールの利用状況、③消費者教育、消費者に対する普及・啓発及び④消費者取引施策全般についての御意見です。具体的には、都道府県・市区町村等(注1)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方(注2)の業務の日頃の業務を通じての率直な御意見、御要望を伺うものであり、これらを踏まえて本政策評価に反映させていきたいと考えています。
- (注) 1 都道府県・市区町村等には、広域連合、一部事務組合を含みます。
2 消費生活相談業務に従事している方には、都道府県、市区町村等からの業務の委託等を受けた法人等が運営する消費生活センターで消費生活相談業務に従事されている消費生活相談員の方も含まれます。
- ◆ 本調査票は、平成 25 年 4 月 1 日現在設置されている消費生活センター(注)に 24 年 4 月 1 日から継続して配置されている消費生活相談員の方に御記入をお願いします。
- ◆ 本調査票のうち、相談への対応状況等については、おおむね昨年度(平成 24 年度)1 年間の状況についてお答えください。

【御不明な点についてのお問合せ先】

総務省行政評価局(財務・経済産業等担当室) 担当：今井、田中、佐藤、岡崎、織屋
電話：03-5253-5435(直通)

1 消費者からの消費生活相談の状況について伺います。

【全ての方に伺います】

問 1-1 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～エの区分ごとにて当てはまる選択肢の一つ選び口にレ点を付けてください。

回答

区 分	①よく行っている	②どちらかといえは行っている	③あまり行っていない	④全く行っていない
ア あっせん	① □	② □	③ □	④ □
イ 助言(自主交渉)	① □	② □	③ □	④ □
ウ 他機関紹介	① □	② □	③ □	④ □
エ その他情報提供	① □	② □	③ □	④ □

(注) 上記ア～エの区分は、P10-387(全国消費生活情報ネットワークシステム)の処理結果に係る入力の区分によるものです。

【問 1-1 「ア あっせん」で③又は④と回答された方に伺います】

問 1-2 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。

- あっせんに該当するような事案がない(少ない)ため
- 事業者の理解を得ることが難しいため
- 相談者が希望しないため
- 体制面からあっせんに割く時間がないため
- 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
- 消費生活に関する相談は基本的に消費者に対する助言・指示で対応することとしているため
- 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
- 問題の解決は消費者の自己責任と考えられるため
- その他()

回答

1 位	2 位
-----	-----

【全ての方に伺います】

問 1-3 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ますか。当てはまる選択肢の一つ選び口にレ点を付けてください。

回答

<input type="checkbox"/> ① 個人の判断	②を選択した場合、具体的な内容を記入してください。
<input type="checkbox"/> ② 組織(消費生活センター等)としての判断	
<input type="checkbox"/> ③ その他()	

【全ての方に伺います】

問1-4 あなたは、助言を行った後の個々の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いますか。当てはまる選択肢の一つ選び□にレ点を付けてください。

<input type="checkbox"/> ① よく行っている	<input type="checkbox"/> ② どちらかといえば行っている	→ 問1-6へ
<input type="checkbox"/> ③ あまり行っていない	<input type="checkbox"/> ④ 全く行っていない	

【問1-4で③又は④と回答された方に伺います】

問1-5 フォローアップを（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。

- ① フォローアップを行うこととされていないため
 - ② 相談者が希望しないため
 - ③ 体制面からフォローアップに割く時間がないため
 - 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
 - ⑤ その他（
)
- ⑤を選択した場合、具体的な理由を記入してください。
- | | |
|-----|-----|
| 1 位 | 2 位 |
|-----|-----|

【全ての方に伺います】

問1-6 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か。当てはまる選択肢の一つ選び□にレ点を付けてください。

(注) ADRを行う機関（以下「ADR機関」といいます。）としては、独立行政法人国民生活センター、都道府県等の情報委員会や国の認証を受けた民間団体があります。

<input type="checkbox"/> ① よく行っている	<input type="checkbox"/> ② どちらかといえば行っている	→ 問1-8へ
<input type="checkbox"/> ③ あまり行っていない	<input type="checkbox"/> ④ 全く行っていない	

【問1-6で③又は④と回答された方に伺います】

問1-7 ADRへの案内を（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。

- ① ADRを案内する基準が明確になっていないため
 - ② 事案に関係するADR機関がないため
 - ③ 事案に関係するADR機関の活動が活発ではないため
 - ④ それぞれのADR機関がどのような活動を行っているのか明確でないため
 - 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
 - ⑥ 申請に当たった時の手続が煩雑であるため
 - ⑦ その他（
)
- ①を選択した場合、具体的な理由を記入してください。
- | | |
|-----|-----|
| 1 位 | 2 位 |
|-----|-----|

【全ての方に伺います】

問1-8 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。

(選択肢)

<input type="checkbox"/> ① 十分に実施できていると思う	<input type="checkbox"/> ② どちらかと言えば実施できていると思う
<input type="checkbox"/> ③ あまり実施できていないと思う	<input type="checkbox"/> ④ 全く実施できていないと思う
<input type="checkbox"/> ⑤ 実施できているかどうか分からない	

区分ごとに選択肢の番号を記入してください。

回答	区分	回答欄
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	
イ	消費生活センター等を住民に認知してもらうこと	
ウ	法令や商品・役務の知識を相談員に習得させること	
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	
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	
カ	消費者庁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 <small>(注) 所属する、又は業務の委託元等である都道府県・市区町村等に特定商取引法等に基づき事業者を指導監督する部門が置かれていない場合に当該区分に記入してください。</small>	
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	
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	
ケ	消費者に対し積極的に教育を行うこと	
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 <small>(注) 所属する、又は業務の委託元等である都道府県・市区町村等に苦情処理委員会が設置されていない場合には当該区分に記入してください。</small>	
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	

【全ての方に伺います】

問1-9 問1-8の裏に挙げたア～サの各区うち、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、重要だと思ふ事項を三つ選び、特に重要だと思ふ順番に番号を記入してください。

1 位	2 位	3 位
-----	-----	-----

※番号ではなく、ア～サの記号で回答してください。

【全ての方に伺います】

問1-10 消費生活相談を円滑に行う上で、どのような機関・団体との連携が重要だと思ひますか。当てはまると思ふ選択肢を三つ選び、特に当てはまると思ふ順番に番号を記入してください。

- 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）
- ② 国の指導監督実施機関（経済産業局、財務局等）
- ③ 国民生活センター
- ④ 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
- ⑤ 都道府県・市区町村等が設置する④以外の相談窓口（多重債務相談、住宅相談等の相談窓口）
- ⑥ 都道府県の指導監督実施機関（特定簡取引法担当部局等）
- ⑦ 事業者団体に置かれている専門的な相談窓口
- ⑧ その他（
⑨を選択した場合、具体的な内容を記入してください。）

1 位	2 位	3 位
-----	-----	-----

2 クーリング・オフを始めとする民事ルールの利用状況について伺います。

【全ての方に伺います】

問2-1 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ひますか。当てはまると思ふ選択肢を一つ選び□にシ点を付けてください。

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上の規定を用いてその解決を図ろうとすることを指します。

回答

□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

【全ての方に伺います】

問2-2 消費生活相談への対応において、よく利用していると思ふ法律の規定とあまり利用していないと思ふ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ふ順番及びあまり利用していないと思ふ順番にそれぞれ番号を記入してください。

- ① 不実告知（消費者契約法第4条第1項第1号）
- ② 不利益事実の不告知（同法第4条第2号）
- ③ 断定的判断の提供（同法第4条第2項）
- ④ 不退去（同法第4条第3項第1号）
- ⑤ 退去妨害（同法第4条第3項第2号）
- ⑥ 不当な条件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）
- ⑦ クーリング・オフ（特定簡取引法、判例販売法等）

回答

区分	1 位	2 位
よく利用していると思ふ規定		
あまり利用していないと思ふ規定		

【全ての方に伺います】

問2-3 問2-2で回答した「あまり利用していないと思ふ規定」の1位に挙げた法律の規定について、あまり利用していない理由は何ですか。当てはまると思ふ選択肢を二つ選び、特に当てはまると思ふ順番に番号を記入してください。

- ① 規定の利用の仕方が分からない
- ② 規定の解釈が明確ではない
- ③ 事実の確認が困難なため規定が適用できるか否かの判断が難しい
- ④ 規定に関する事業者の理解が不十分
- ⑤ 規定の適用対象となる範囲が狭すぎる又は厳格すぎる
- ⑥ 規定を適用できる事案が少ない
- ⑦ その他（
⑧を選択した場合、具体的な理由を記入してください。）

回答

1 位	2 位
-----	-----

3 消費者教育、消費者に対する普及啓発について伺います。

【全ての方に伺います】

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。

- ① 消費者の不注意
- 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
- ③ 消費者の対応力・交渉力の不足
- ④ 事業者の営業姿勢・法令遵守姿勢
- ⑤ 事業者の説明方法(事実の不告知等)
- ⑥ 事業者の勧誘方法(誤解を与える広告、強引な勧誘等)
- ⑦ 詐欺的商法の増加
- ⑧ その他 ()

⑥を選択した場合、具体的な内容を記入してください。

回答

1 位	2 位
-----	-----

【全ての方に伺います】

問3-2 未成年、成人一般、高齢者・障がい者の区分ごとに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。

- 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
- 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
- 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
- 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
- ⑤ 消費者トラブルへのリスク回避能力が十分でない者
- ⑥ 契約やそのルールに関して十分に理解できない者
- ⑦ 消費者トラブルへの対応について、助言や解決するための支援者がいない者
- 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
- ⑨ 消費者トラブルに遭わないと思いついていない者
- ⑩ その他 ⑧を選択した場合、次頁の回答欄に具体的な内容を記入してください。

回答

区分	1 位	2 位
未成年		
成人一般		
高齢者・障がい者		

上記問3-2で「⑩その他」を選択された場合には、具体的な内容を記入してください。

区分	内容
未成年	
成人一般	
高齢者・障がい者	

【全ての方に伺います】

問3-3 問3-2の区分ごとに1位に挙げた被害者となる傾向がある者に対して、行政が実施する取組のうち、消費者トラブル回避のために重要だと思ふ取組について区分ごとに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。

- ① 消費者に対するトラブルに関する情報提供・注意喚起
- ② 消費者に対する相談窓口の周知
- ③ 消費者に対する消費生活に関する学習教材・啓発資料の提供
- ④ 家庭における消費生活に関する学習の支援・充実
- ⑤ 学校における消費生活に関する授業の支援・充実
- ⑥ 地域における消費生活に関する学習の支援・充実
- ⑦ 消費者トラブルを発見、回避するための地域における見守り体制(民生委員や消費者被害防止のためのネットワークなど)の充実
- ⑧ 消費者教育や普及啓発の担い手(教員、社会福祉士等)に対する研修の充実
- ⑨ その他 ⑧を選択した場合、下記回答欄に具体的な内容を記入してください。

回答

区分	1 位	2 位
未成年		
成人一般		
高齢者・障がい者		

上記問3-3で「⑨その他」を選択された場合には、具体的な内容を記入してください。

区分	内容
未成年	
成人一般	
高齢者・障がい者	

4 消費者取引施策全般について伺います。

【全ての方に伺います】

問4-1 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AからK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。

(選択肢)

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	

「番号回答欄」に区分ごとに選択肢の番号を記入するとともに、「理由欄」にその理由を記入してください。

回答

区 分	番号回答欄	理 由 欄
ア 特定商取引法改正に伴う指定商品・指定業務制の廃止等(平成20年改正、21年施行)		
イ 割賦販売法改正に伴う個別クレジットを行う事業者への登録制の導入等(平成20年改正、20～22年施行)		
ウ 貸金業法改正に伴う総量規制等(平成18年改正、20～22年施行)		
エ 宅地建物取引業法施行規則改正に伴う氏名等や勧誘目的を告げない勧誘の禁止等(平成23年改正、同年施行)		
オ 金融商品取引法改正に伴う無登録業者による広告・勧誘の禁止等(平成23年改正、同年施行)		
カ 特定商取引法改正に伴う訪問買取りの規制(平成24年改正、25年施行)		
キ 老人福祉法改正に伴う短期間の契約解除の場合の返還ルール措置等(平成23年改正、24年施行)		

【全ての方に伺います】

問4-2 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。

- ① 事業者に対する指導監督
- ② 事業者からの消費生活相談への対応
- ③ 消費者教育・啓発
- ④ クーリング・オフ等の民事ルールの策定
- ⑤ 消費者被害の救済・紛争解決
- ⑥ 事業者団体や事業者による自主規制
- ⑦ その他 (⑥を選択した場合、具体的な理由を記入してください。)

回答

1 位	2 位
-----	-----

【全ての方に伺います】

問4-3 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いますか。当てはまる選択肢を一つ選び口にレ点を付けてください。

回答

<input type="checkbox"/> ① 大いに改善されたと思う	<input type="checkbox"/> ② どちらかといえば改善されたと思う
<input type="checkbox"/> ③ あまり改善されていないと思う	<input type="checkbox"/> ④ 全く改善されていないと思う
<input type="checkbox"/> ⑤ 分からない	

【全ての方に伺います】

問4-4 消費者庁が行っている以下の施策はどの程度実施できていると思いますか。下記AからK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、回答欄に番号を記入してください。

(選択肢)

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 分からない	

回答

区 分	回答欄
ア 消費生活相談員の待遇改善	
イ 悪質商法等に関する情報提供・注意喚起	
ウ 国民生活センターを通じた相談対応のノウハウ等の支援	
エ 消費者教育や普及啓発の推進	
オ 事業者に対する指導監督	
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	

5 国や都道府県・市区町村等が行っている消費者取引の適正化に関する取組やあなたに対する消費生活相談業務実施上の支援について、あなたの御意見を伺います。

問5-1 国や都道府県・市区町村等が行っている消費者取引の適正化に関する取組に関し、従来型の手口への対応、新たな手口への対応及びその他消費者取引の適正化に関する取組の全般について、御意見がありましたら、自由に記入してください。

○ 従来型の手口への対応について

○ 新たな手口への対応について

○ その他消費者取引の適正化に際する取組の全般について

問5-2 国や都道府県・市区町村等からの消費生活相談員に対する支援等について御意見・御要望がございましたら、自由に記入してください。

○ 国に対する御意見・御要望

○ 都道府県・市区町村等に対する御意見・御要望

【最後に、あなた自身のことについて伺います（回答日現在）】

A 勤務する都道府県・市区町村等又は委託元都道府県・市区町村等（都道府県・市区町村等名）
（注）消費生活センター業務を委託している場合、委託元の都道府県・市区町村等について記入してください。
① 都道府県（ ） ② 政令指定都市（ ）
③ ②以外の市区（ ） ④ 町村（ ）
⑤ その他（ ）

B 相談専任・他業務との業務等の別
① 相談専任 ② 他業務を兼務（相談業務のウエイト：約 %）
③ 他業務専任

C 性別
① 男性 ② 女性

D 年齢
① 20代 ② 30代 ③ 40代 ④ 50代 ⑤ 60代以上

E 週の勤務日数
 週（ ）日

F 取得資格
① 消費生活専門相談員 ② 消費生活アドバイザー
③ 消費生活コンサルタント ④ 資格は有していない
⑤ その他（ ）

G 経験年数（消費生活相談に携わった通算の経験年数）
① 1年以上3年未満 ② 3年以上5年未満 ③ 5年以上10年未満
④ 10年以上15年未満 ⑤ 15年以上20年未満
⑥ 20年以上（約 年）

H 平成24年度にあなたが受けた相談件数（概数）
 1）相談受付総件数
① 50件未満 ② 50件以上100件未満
③ 100件以上200件未満 ④ 200件以上400件未満
⑤ 400件以上600件未満 ⑥ 600件以上800件未満
⑦ 800件以上1,000件未満 ⑧ 1,000件以上（約 件）
 2）1）のうち契約・解約、販売方法に関する相談の割合
① 30%未満 ② 30%以上50%未満 ③ 50%以上70%未満
④ 70%以上90%未満 ⑤ 90%以上

I 相談処理を行う際のマニュアル
① あり（名称： 作成者： ）
② なし

御協力ありがとうございました。
 お手数ですが、記入漏れがないか、もう一度御確認をいただいた上で、記入者御本人が同封した返信用封筒（切手は不要です。）に入れて、**平成25年8月16日（金）**までに投函していただきますようお願いいたします。