

問い合わせ先
内閣府国民生活局消費者企画課
高橋、松尾
電話 03 - 3581 - 9095

平成 13 年 11 月 2 日
内閣府国民生活局

平成 13 年国民生活モニター（7 月実施）調査調査結果

1. 実施期間 平成 13 年 7 月 1 日～平成 13 年 7 月 20 日

2. 対象 各都道府県の国民生活モニター 2,300 名
有効回答数 2,248 名（回収率 97.7%）
うち 男性 224 名 女性 2,024 名
20代 151 名 30代 543 名 40代 540 名
50代 500 名 60代 435 名 70代 79 名

3. 調査の目的

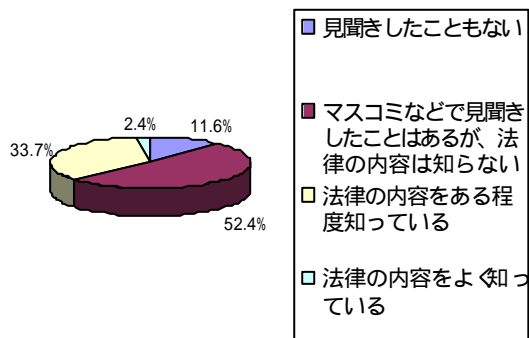
内閣府では、消費者契約法の成立後、消費者、事業者及び行政職員に対する、法の説明会やパンフレット、ホームページ等を通じて普及・啓発活動を行ってきた。

また、民事ルールである消費者契約法は活用されることによって初めて消費者保護として機能するため、消費者が消費者契約法を知っているか否かが重要になってくる。そこで内閣府では、消費者契約法の認知度等を把握することを目的にアンケートを実施した。以下、その結果を概観する。

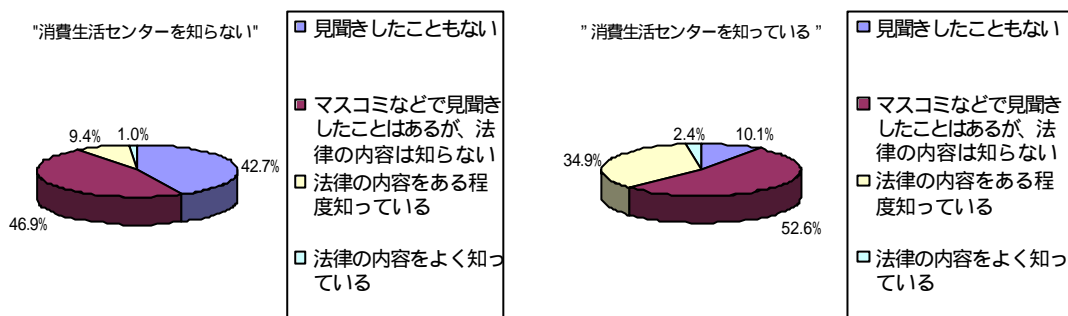
4. 概要

（1）消費者契約法の認知度

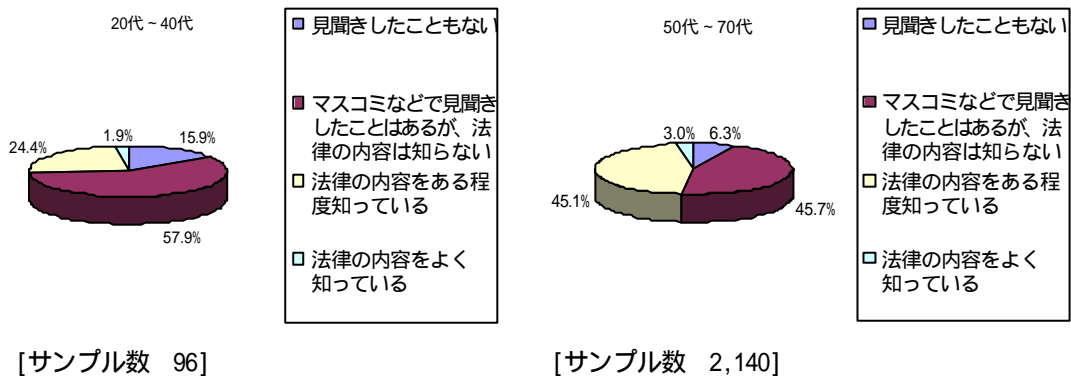
・「法律の内容をよく知っている」が 2.4%、「法律の内容をある程度知っている」が 33.7%、「見聞きしたことはあるが、法律の内容は良く知らない」が 52.4%、「見聞きしたこともない」が 11.6%という結果だった。



・「法律の内容をある程度知っている」「法律の内容をよく知っている」をあわせた“消費者契約法の内容を知っている”と回答したのは2,248名のうち811名(36.1%)となっており、他のアンケート調査と比べると消費者契約法の認知度が高くなっているが、これは国民生活モニターが一般消費者に比して消費者意識が高いためと考えられる。このことは後述のように消費生活センターを知っているものが9割を超えることからもうかがえる。つまり、消費生活センターを知らないものに比べ、消費生活センターを知っているもの(「名前は知っているが連絡先は知らない」+「連絡先等も知っている」)は消費者契約法の認知度が高く、消費生活センターの認知度と消費者契約法の認知度には相関関係がみられ、他のアンケートと比べ法の認知度が高くなっている。



・年代別では、20代～40代は、50代～70代に比べて法律の認知度が低いという結果が出た。

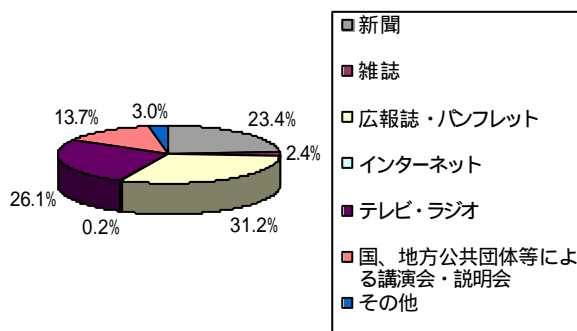


[サンプル数 96]

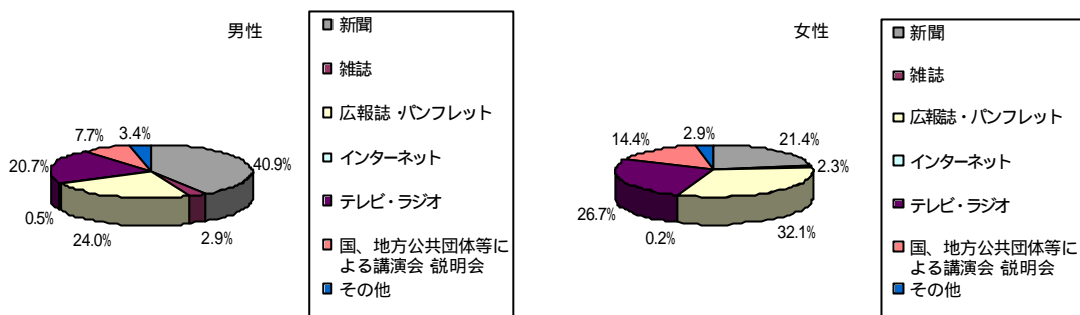
[サンプル数 2,140]

(2) 消費者契約法を認知した媒体

・消費者契約法を認知した媒体は、多い順に「広報誌・パンフレット」(31.2%)、「テレビ・ラジオ」(26.1%)、「新聞」(23.4%)であった。

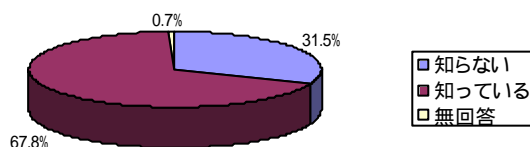


・男性では「新聞」のしめる割合が大きく、女性では「広報誌・パンフレット」及び「国、地方公共団体による講演会・説明会」の占める割合が男性の2倍以上であることが特徴である。



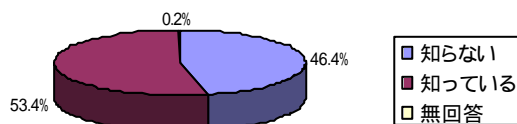
(3) 施行日についての認識

・“消費者契約法を知っている”ものの、約7割が施行日を認知していた。

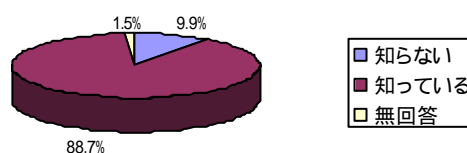


・消費者契約法について「マスコミなどで見聞きしたことはあるが、法律の内容は知らない」と回答したもの(1,177名)でも、施行日については629名(53.4%)が知っていた。また、「法律の内容をある程度知っている」「法律の内容をよく知っている」をあわせた“法律の内容をある程度以上知っている”と回答したもの(811名)では719名(88.7%)が知っていた。

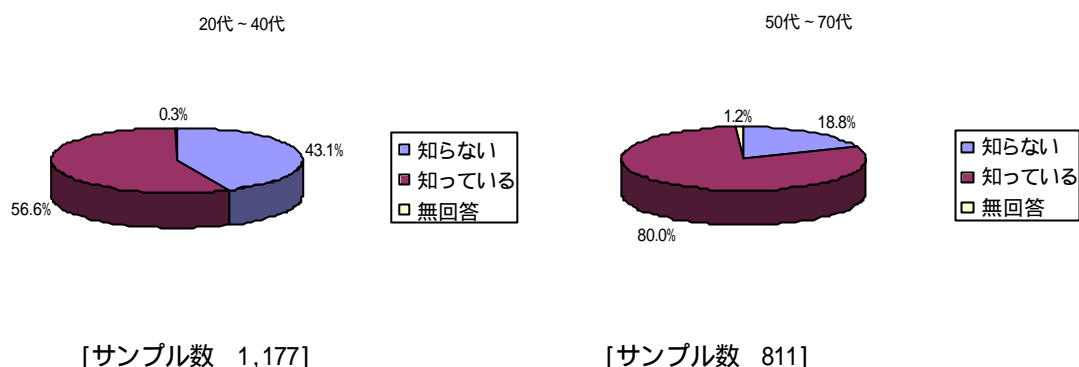
「マスコミなどで見聞きしたことはあるが
法律の内容は知らない」



「法律の内容をある程度知っている」
「法律の内容をよく知っている」

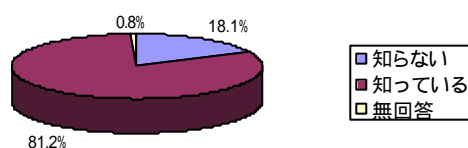


・「知っている」と回答した者が、50代以上では平均して約8割と高くなっているが、20代～40代では平均して約6割弱にとどまっている。

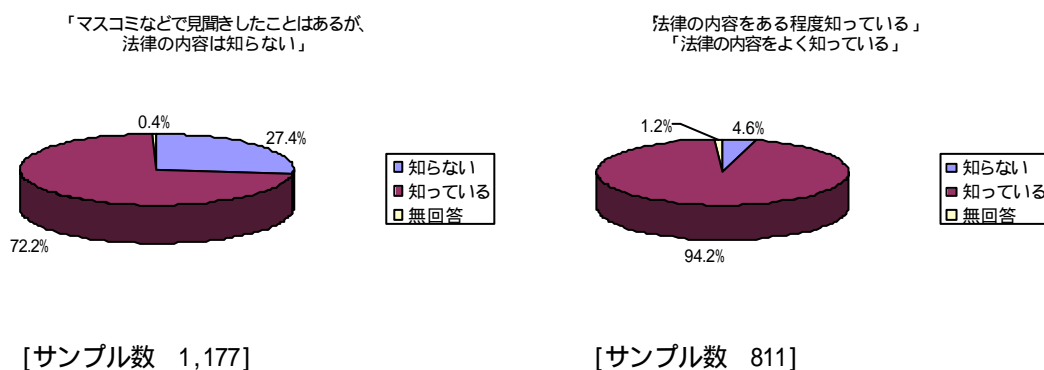


(4) 契約の取消及び契約条項の無効についての認識

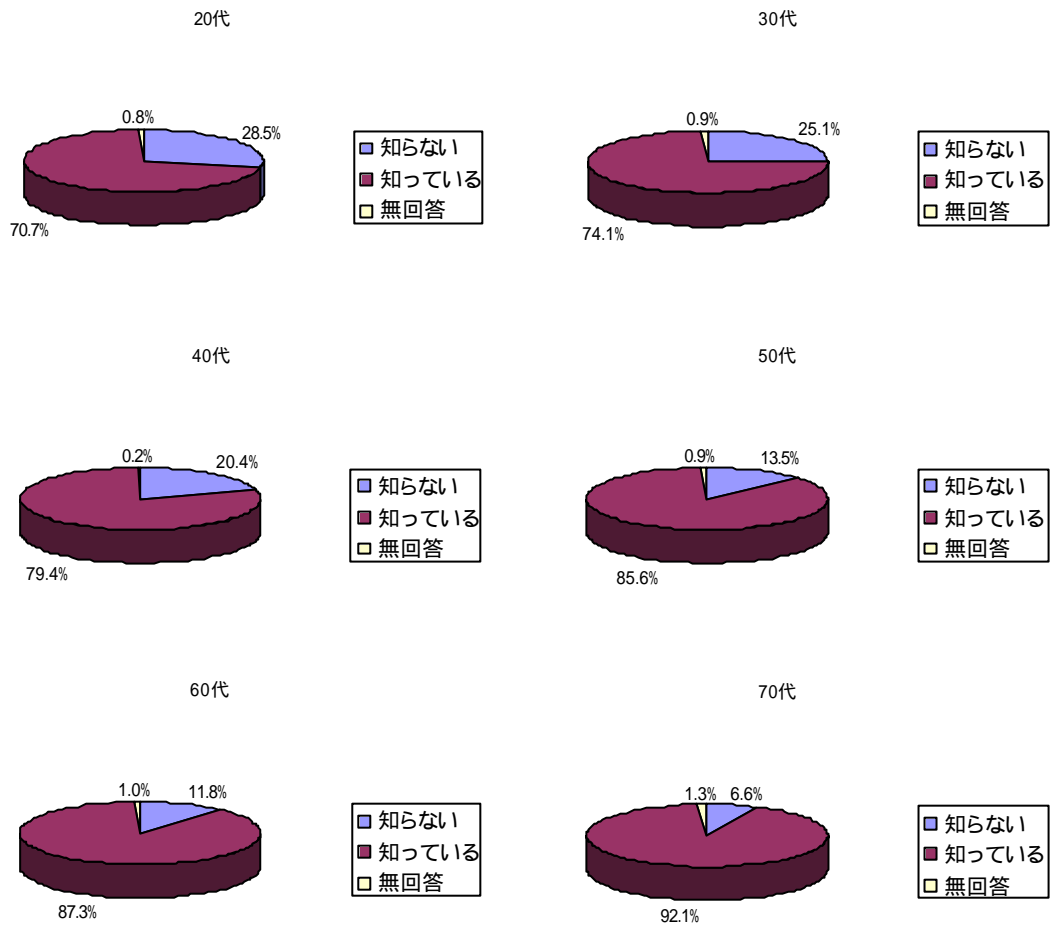
・約8割が「消費者契約法によって消費者から契約を取消されたり、契約条項が無効になることがあることを知っている」と回答した。



・消費者契約法について「マスコミなどで見聞きしたことはあるが、法律の内容は知らない」と回答したもの(1,177名)でも、消費者契約法によって契約を取消することができたり、契約条項が無効になることがあることについては、850名(72.2%)が知っていた。また、「法律の内容をある程度知っている」「法律の内容をよく知っている」をあわせた“法律の内容をある程度以上知っている”と回答したもの(811名)では、消費者契約法によって契約を取消することができたり、契約条項が無効になることがあることについては、764名(94.2%)が知っていた。

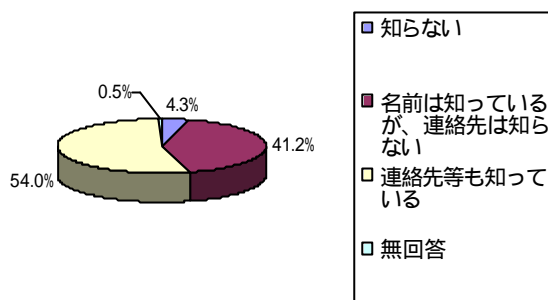


・年代が上がるに連れて認知度が高くなるという傾向が見られる。

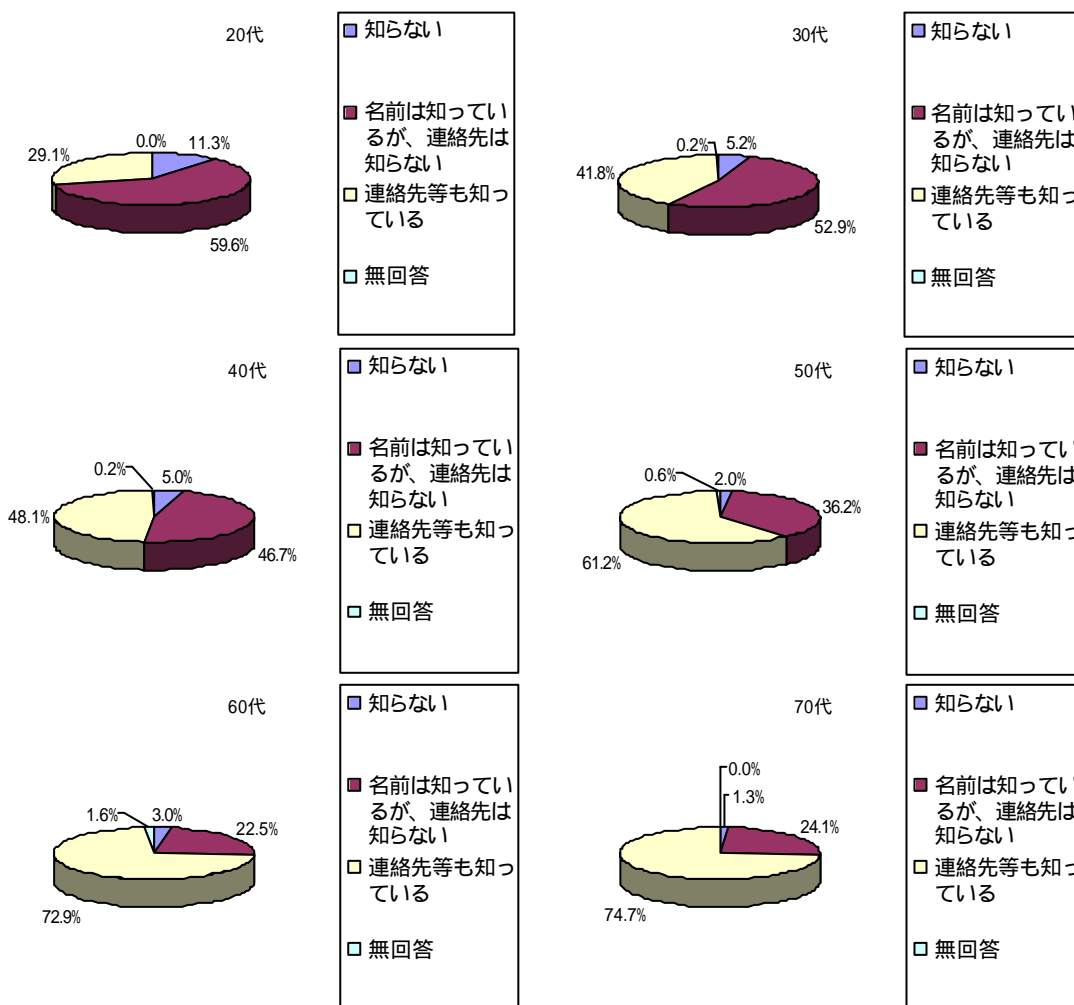


(5) 消費生活センター等の認知度

・「名前は知っているが、連絡先は知らない」と「連絡先等も知っている」をあわせた“消費生活センターを知っている”と回答したものは、2,248人中2,140人(95.2%)と9割を超えている。

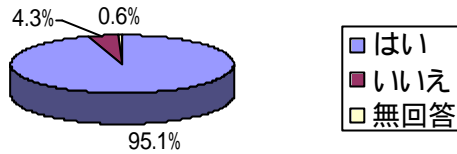


・年代が下がるに連れて消費生活センターの認知度が低くなるという傾向がみられた。特に、20代は「知らない」が11%を占めている。

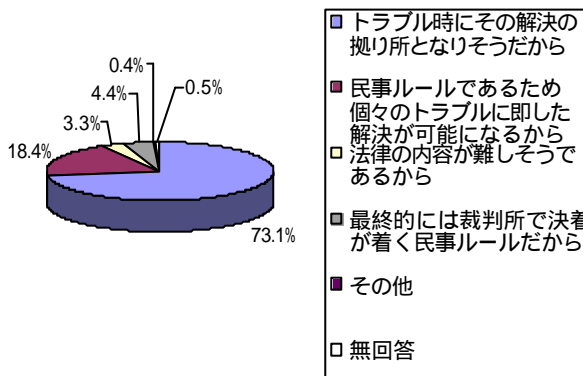


(6) トラブル時の対応

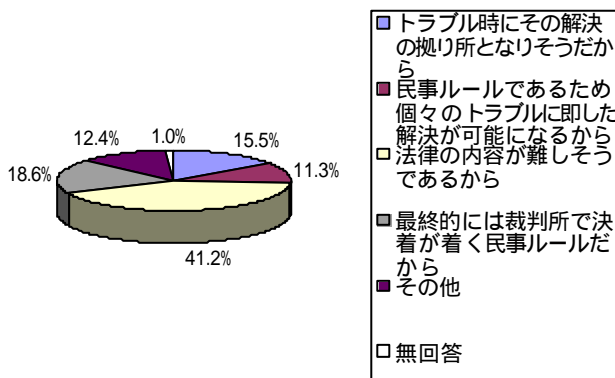
・9割以上のものが「万一消費者トラブルに巻き込まれたときに消費者契約法を活用してみたい」と回答した。



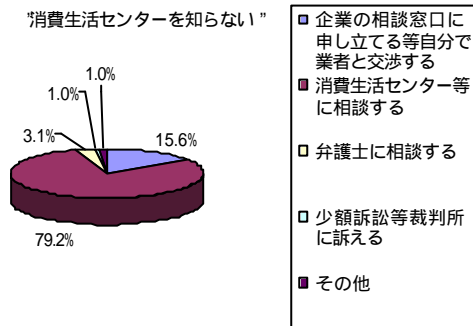
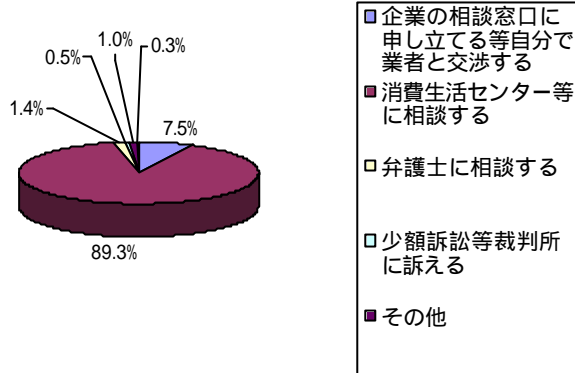
・トラブル時に消費者契約法を活用したいと考えているグループでは、その理由として「トラブル時にその解決の拠り所となりそうだから」という回答が73.1%と最も多かった。ただし、不適切な回答「法律の内容が難しそうであるから」がみられ、一部に質問が正確に理解されなかった恐れがある。



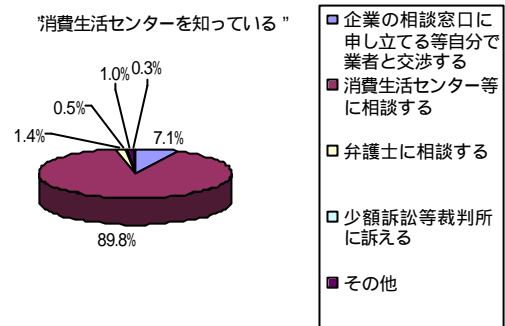
・トラブル時に消費者契約法を活用したいとは考えていないグループでは、その理由として「法律の内容が難しそうであるから」という回答が41.2%と最も多かった。



・約9割が消費者契約法により取消・無効を主張する場合には「消費生活センター等に相談する」と回答している。なお、Q5で“消費生活センター等を知っている”と回答したものに比べ、“消費生活センター等を知らない”と回答したものは「自分で業者と交渉する」と回答する割合が2倍近くにもなった。



[サンプル数 : 96]



[サンプル数 2,140]