

消費者委員会 消費者契約法専門調査会資料 (2015.3.6)

(一社) 全国消団連事務局長 河野康子

消費者契約に関する意識調査

概要報告 2015年3月

調査の概要

1. 調査の目的

インターネット取引など「契約」をめぐる状況も大きく変化する中、消費者がどのように感じているかを調査し、消費者委員会消費者契約法専門調査会の議論の参考となる情報を提供するために実施。

2. 調査対象・調査方法

日本生活協同組合連合会が募集した「くらしと商品に関するインターネットアンケートモニター」を対象として、2015年2月19日(木)～2月24日(火)の期間にeメールでアンケート用サイトのURLを送信し、記入後に送信してもらうインターネットモニターアンケート方式で行った。

3. 回収状況

1,927人に配信し、締切日(2015年2月24日)までに1,680件の回答があった。回答率は87%。

4. 調査実施体制

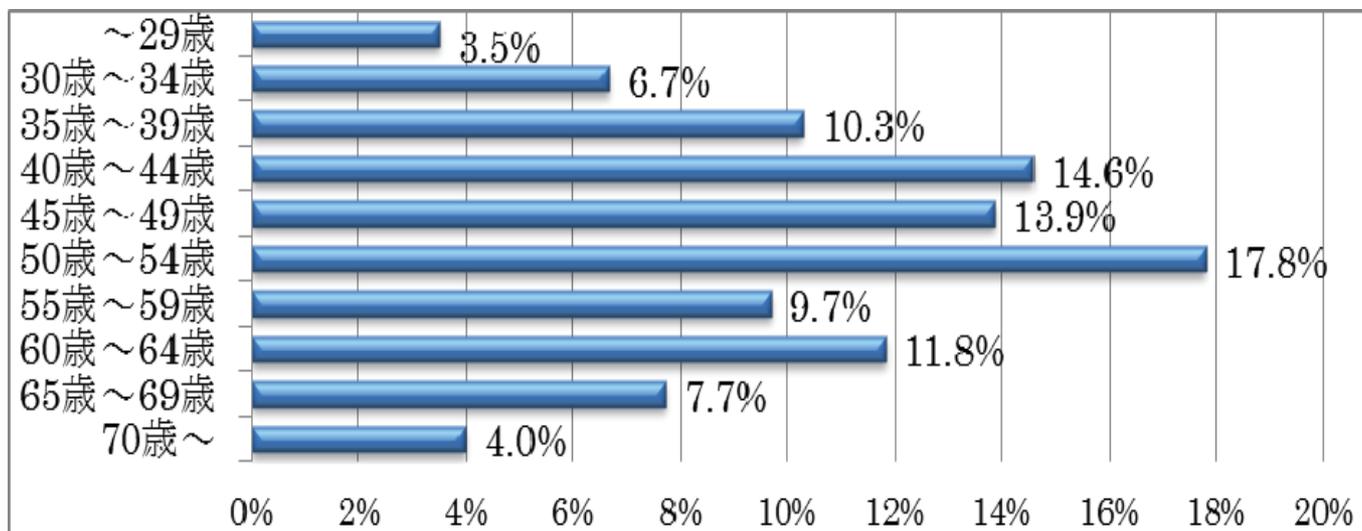
全国消費者団体連絡会事務局が調査票を作成し、日本生協連ブランド戦略本部ブランドコミュニケーション推進部組合員の声グループの協力を得て実施した。

なお、この概要報告には、参考として内閣府「契約等に関する消費者の意識調査」結果を一部引用した。

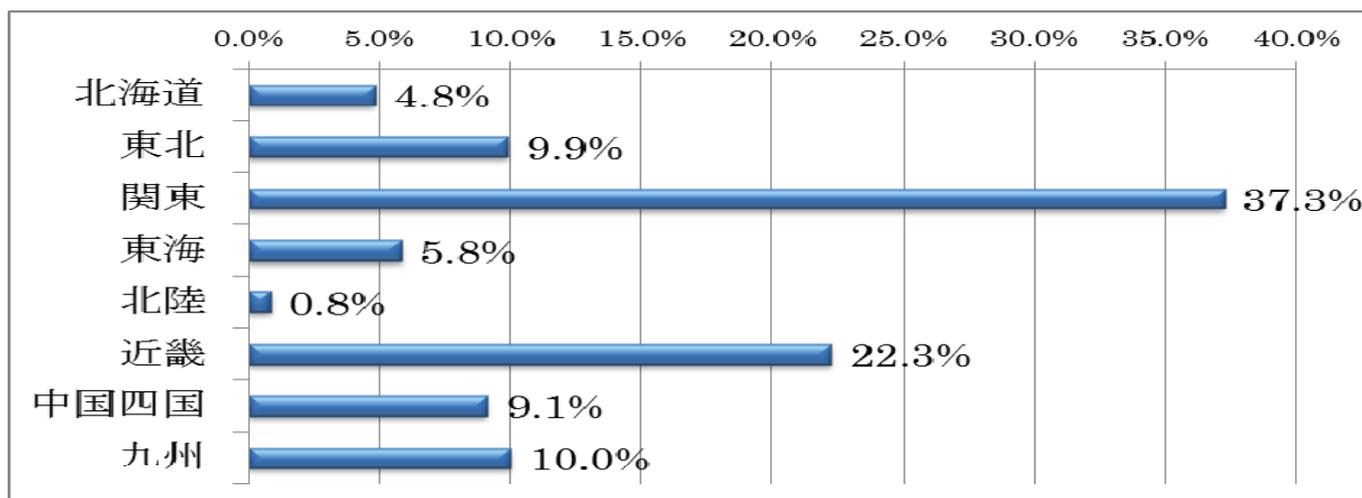
・ <参考> 内閣府国民生活局の「契約等に関する消費者の意識調査」(2002年6月)
・ <http://www.consumer.go.jp/seisaku/caa/kohyo/keiyakushohisha/file/0206shohisha.pdf>
・ 政策評価や政策立案の資料とするため、内閣府国民生活局が消費者契約法施行1年後に実施。(2002年3/8～3/11)。
・ 全国満20歳以上の男女2000名への調査員による個別面接調査
・ 回収数(率): 1404(70.2%)
・ 【性別】 男性44.5%、女性55.5%
・ 【年代別】 20代15.6%、30代18.3%、40代14.4%、50代18.3%、60代19.7%、70代以上13.7%

回答者プロフィール

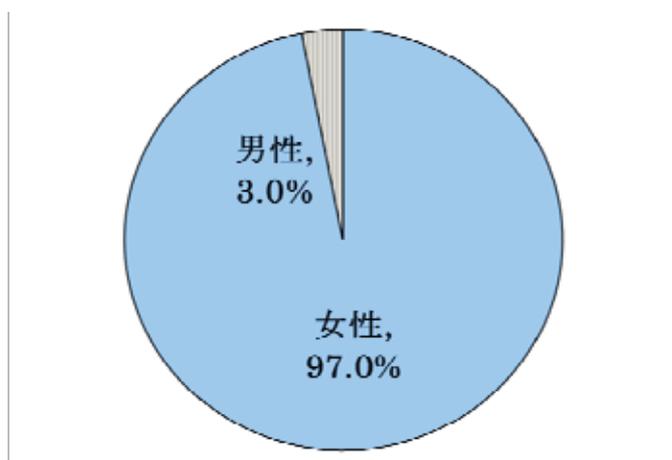
1. 年代 (5歳刻み) (N=1680)



2. 地域分布 (N=1680)



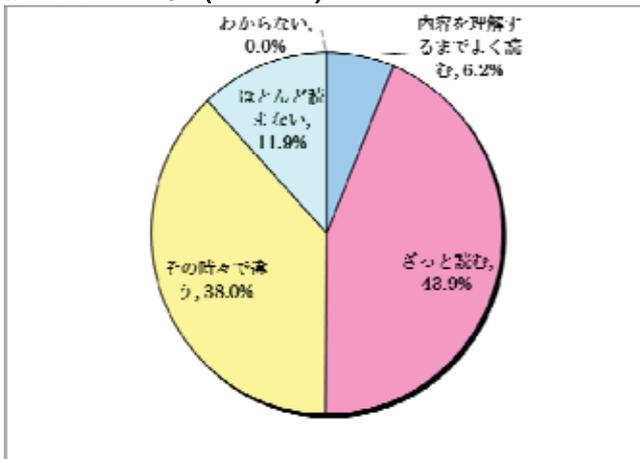
3. 性別 (N=1680)



調査結果

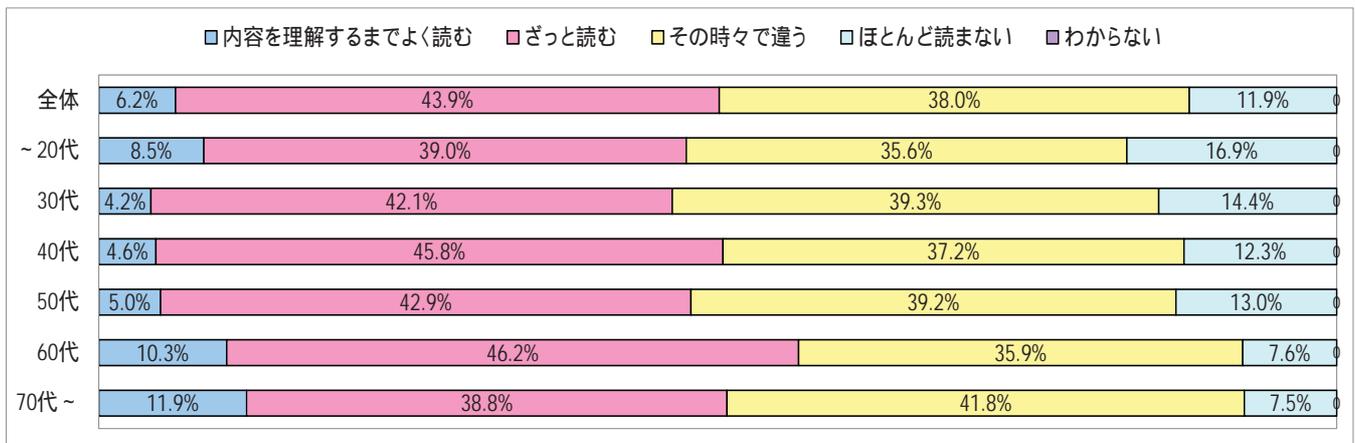
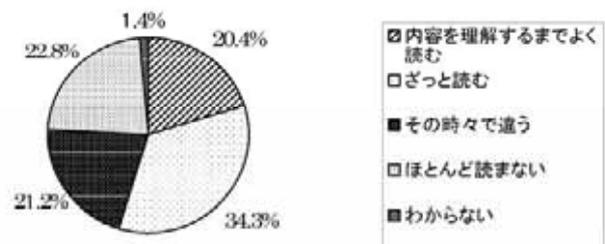
Q1 と Q2 は 2002 年内閣府「契約等に関する消費者の意識調査」との比較のために実施しました。2002 年内閣府調査では、「ほとんど読まない」との回答が年代を追うに従って増える傾向が見られましたが、今回の調査では逆に高齢層の方が「よく読み」、若年層の方が「読まない」傾向となっています。(調査方式や調査対象者の年齢割合、性別構成など、様々な影響が考えられます)

【Q1】あなたは、何か商品を購入したり、サービスを利用したりする際、契約書の内容をよく読みますか。(N=1680)



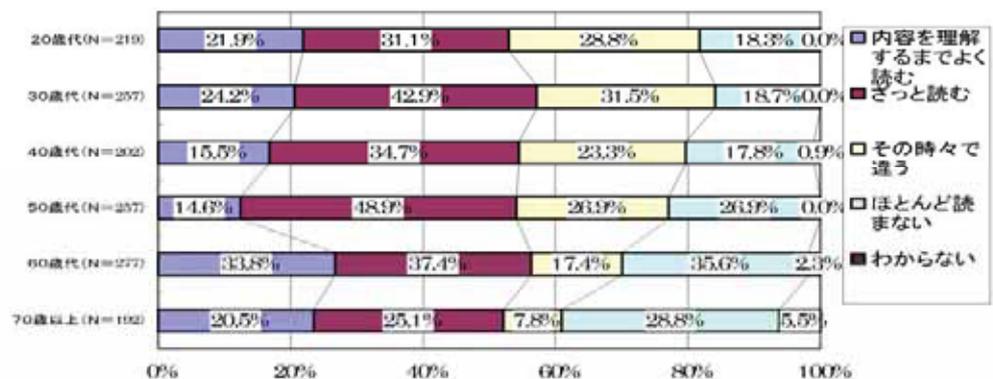
<参考> 内閣府「契約等に関する消費者の意識調査」(2002年6月)

契約書等の閲読度(N=1404)

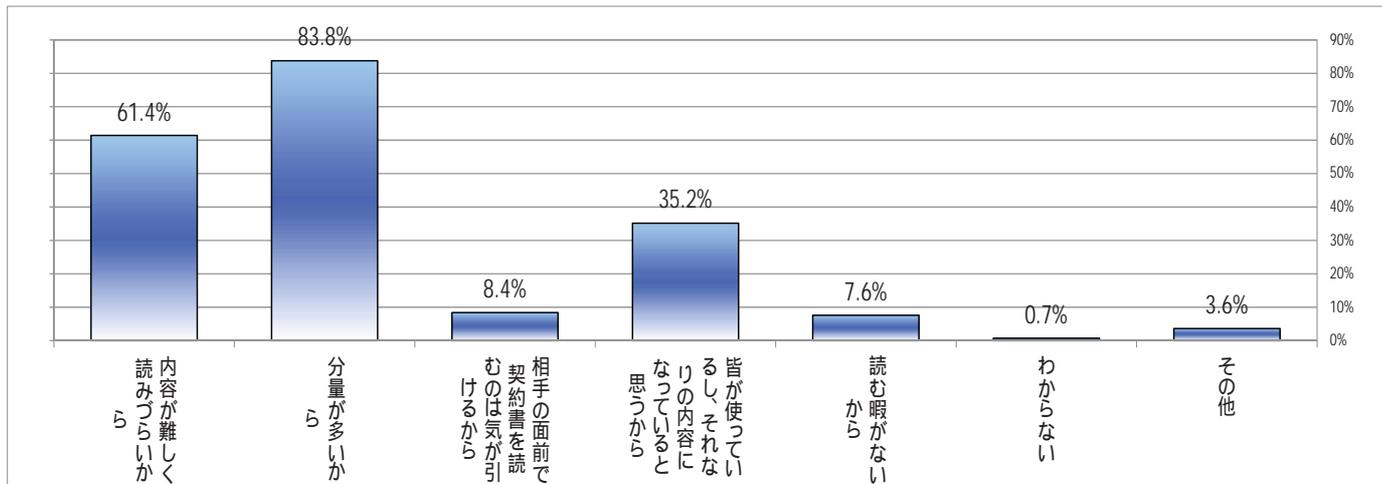


<参考> 内閣府「契約等に関する消費者の意識調査」(2002年6月)

契約書等の閲読度(年代別)

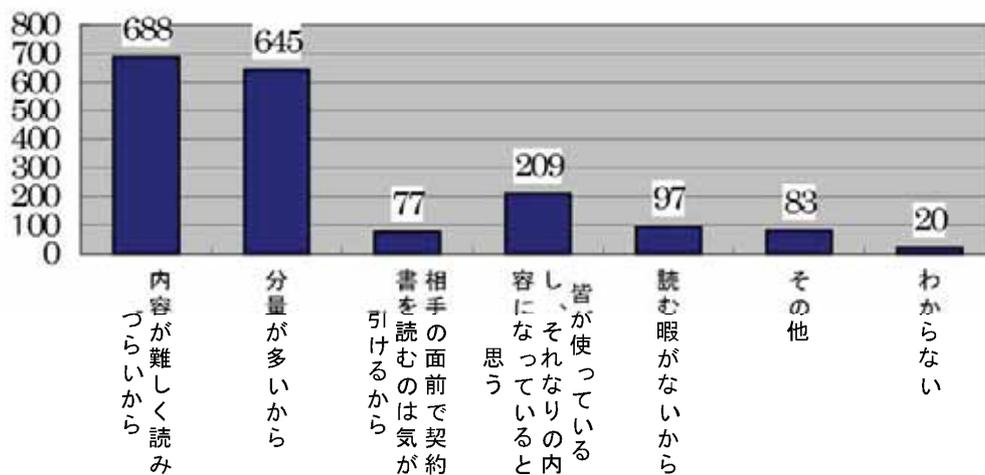


【Q2】 (Q1で「内容を理解するまでよく読む」以外に回答された方にお尋ねします)
あなたが契約書や約款の内容をよく読まないのはなぜですか。
<お答えはいくつでも> (N=1576)



<参考> 内閣府「契約等に関する消費者の意識調査」(2002年6月)

契約書等をよく読まない理由(N=1118)



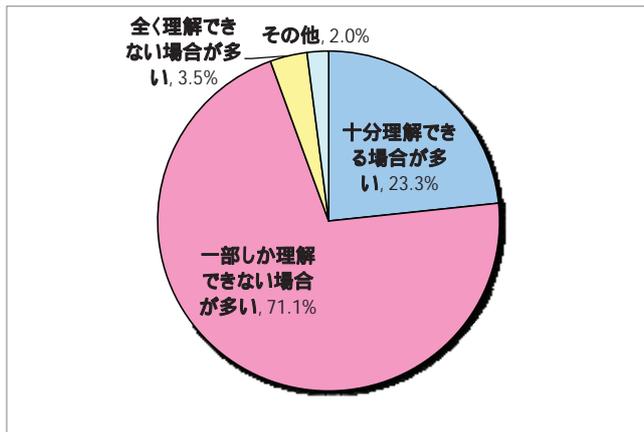
<その他・記述 56件> 特徴的な記述

50代	女性	字が小さく読み辛い・理解に苦しむ表現も多い
50代	女性	信用のおける(有名な)企業だから
50代	女性	視力のせいでも読むのがつらい
50代	女性	購入先や相手を信頼していることで読み切らなくてもいいと思ったから
50代	女性	必要に応じて、知りたいところだけ知ればよいと思うから

Q3 と Q4 は、契約内容を理解できているかどうかを尋ねました。

7 割以上の方が「理解できない場合が多い」と感じています。理解できない場合が多い理由を尋ねたところ、自身の知識不足が最も多く挙げられましたが、「業者から説明が無かったから」も 2 割に上っています。

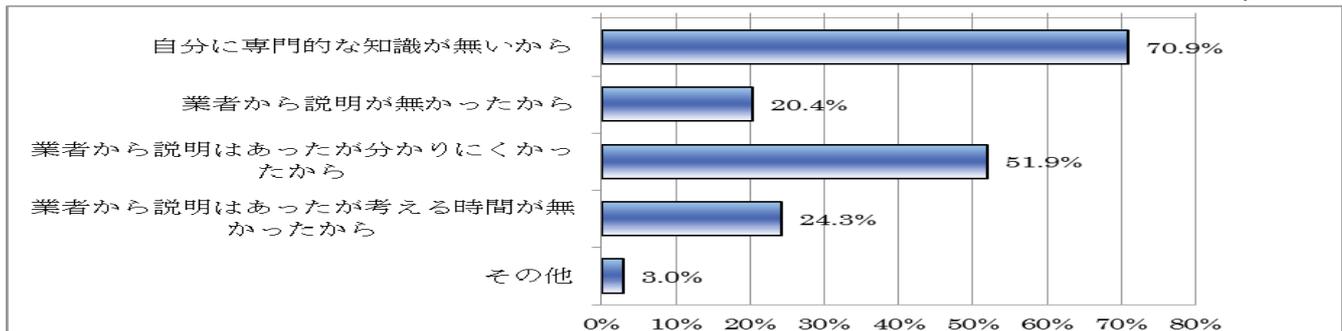
【Q3】あなたは、商品・サービスの内容について十分理解して契約することができますか。
（例えば携帯電話やスマートフォンの契約、不動産の契約、投資信託や株式など金融商品の契約、保険契約などの場面を思い出してご回答ください。） <お答えはひとつ> (N=1680)



<その他・記述 33 件> 特徴的な記述

40代	女性	事前に理解するより、契約したあとにもらった書類を読み直し、何か理解できなかったところをコールセンターのような所で確認して納得する事が多い。
50代	女性	理解はしているが、必ずしもすべてサービス内容を説明されていたのではなかったと、後でわかる。
40代	女性	わからない所は質問して理解できていると思うが十分とは言えないかもしれない
30代	女性	言葉が専門的で理解しづらい

【Q4】 (Q3で「一部しか理解できない場合が多い」「全く理解できない場合が多い」とされた方にお尋ねします。)
十分内容を理解して契約できなかった主な理由は何ですか。 <お答えはいくつでも> (N=1254)



<その他・記述 35 件> 特徴的な記述

30代	女性	業者側の説明が、専門用語の羅列で早口、分かりにくい上に考える隙を与えない事が多いから。
30代	女性	業者に説明されたところは理解しているが、その他の重要でないと言われた部分は文章の量が多く、大体しか理解していない
50代	女性	大抵緊張していたり落ち着かない環境だったりするから
50代	女性	安易に相手を信頼してしまっている
50代	女性	どの業界でも落とし穴的なものが存在し、こちらに不利な内容は文字が細かい、ひっかけのような文脈だったりする。
30代	女性	説明してもらって納得して契約したが、何かのきっかけで契約変更や解除などの転機の際に理解できていなかった内容があったことに気付く

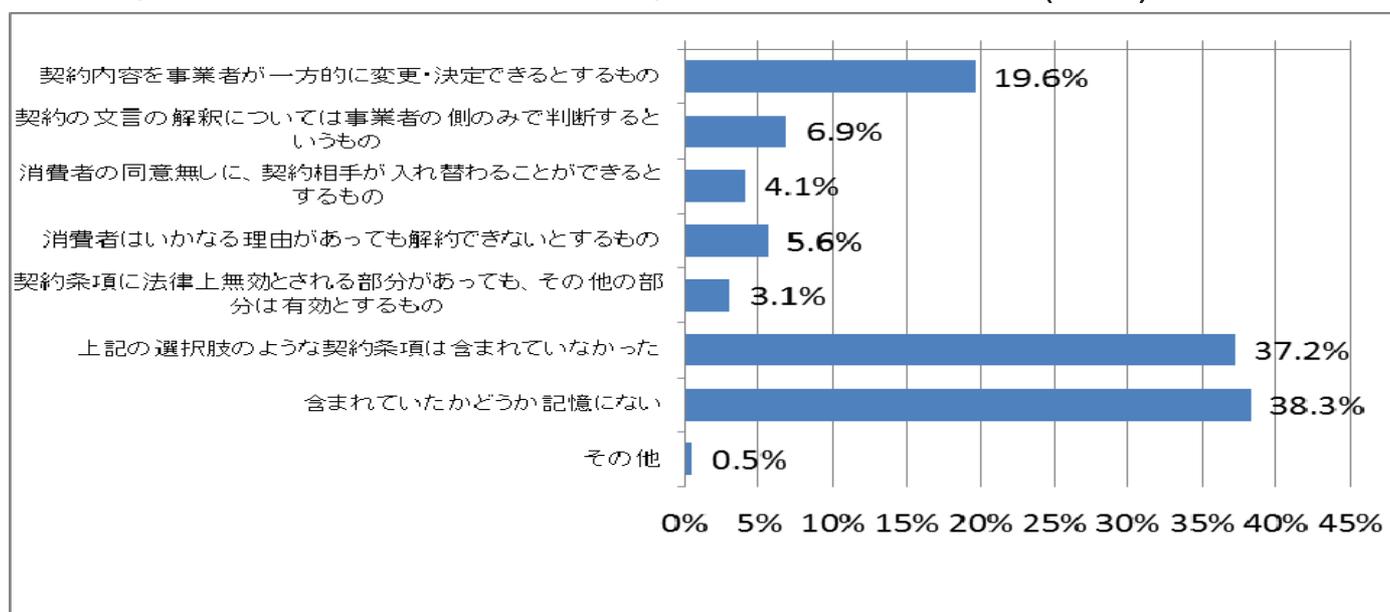
Q5 は、契約書の内容をよく理解していると感じている消費者に、消費者に不利な条項の事例を示し、記憶にあるものを挙げていただきました。

「契約内容を事業者が一方的に変更・決定できる」条項には2割近くの方が「あった」と回答する等、こうした条項が広く使われている実態がありそうです。

第10条の一般条項は、抽象的で消費者には判断が難しいのが実情であり、不当条項リストとして充実させ、消費者と事業者が判断しやすくしていくべきです。

【Q5】（Q3で「十分理解できる場合が多い」とされた方にお尋ねします。）

あなたが今まで締結した契約の中に、次のような内容の契約条項が含まれていたことがありますか。記憶にあるものをお答えください。〈お答えはいくつでも〉(N=392)



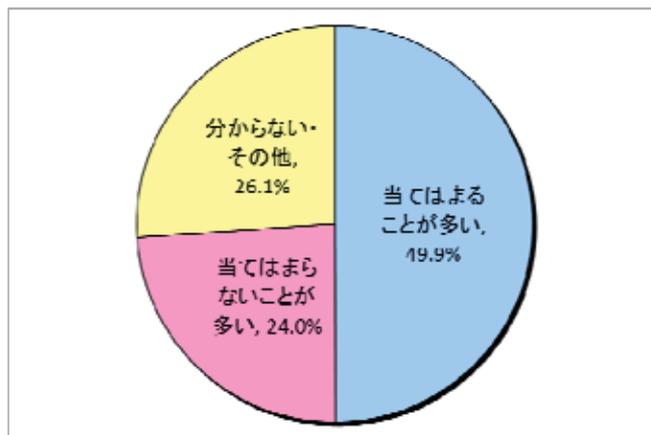
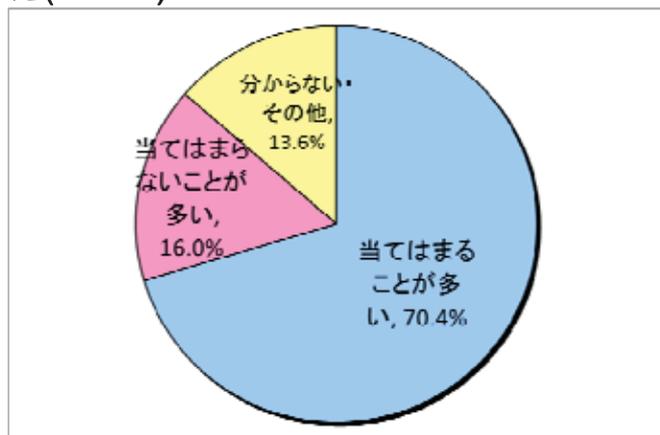
Q6 は、契約前の説明や契約書の事前交付について尋ねました。

商品・サービスが高度化し新しいものが登場する中で、消費者が適切な判断をするために、勧誘時や契約締結前の説明が従来にも増して重要になっていますが、「契約前の説明」「契約書の事前交付」共に 2 割前後の方々が「当てはまらないことが多い」と答えています。情報提供を義務規定として、取り消しなどの法的効果を与えることが検討されるべきです。

【Q6】(例えば携帯電話・スマートフォンや保険などの) 契約では、予め事業者側が用意した契約書(約款)に同意する形で行われることが一般的です。あなたの経験した契約時の状況についてお答えください。

契約内容について契約締結前に説明があった(N=1680)

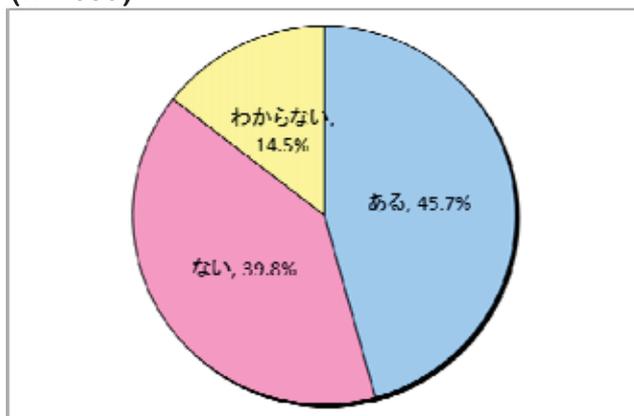
契約書が契約締結前に提供された(N=1680)



Q7は、販売方法、契約行為への不満の有無を尋ねました。

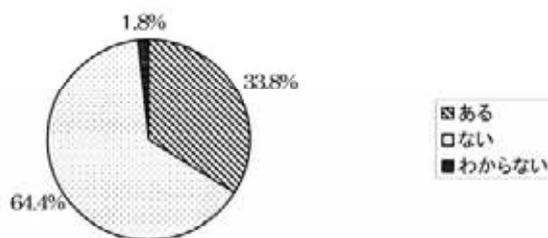
2002年調査よりも全体として不満が高まっています。Q1の契約書閲覧度でクロスしたところ、契約内容をよく理解しようとする人の不満が高いことが分かります。

【Q7】あなたは、この1,2年くらいの間に、購入した、しないを問わず、商品やサービスの販売方法・勧誘行為に対して不満をお持ちになったことがありますか。〈お答えはひとつ〉
(N=1680)



<参考> 内閣府「契約等に関する消費者の意識調査」
(2002年6月)

販売方法・勧誘行為に不満をもった経験の有無(N=1404)



<Q1 契約書の閲覧度の回答とのクロス>

