



11 政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報

消費者に対するアンケート調査（平成 14 年 3 月 内閣府）  
事業者及び事業者団体に対するアンケート調査（平成 14 年 2~3 月 内閣府  
「消費者契約法に関連する消費生活相談」（平成 13 年 12 月国民生活センター公  
表）

12 政策評価の結果

< 消費者契約の適正化に係る平成 13 年度主要施策 >

(1) 消費者教育

- ・消費者教育用副読本の配布（2 万部）
- ・消費者教育専門家派遣制度による講師派遣（16 人）

(2) 情報提供

- ・消費者契約法等に関するパンフレット、逐条解説の配布（66 万部）
- ・消費者契約法説明会の開催（19 回）
- ・ホームページ「消費者の窓」による情報提供

(3) その他

- ・電子商取引等に関する研究会の開催（全 4 回）
- ・相談員等との意見交換の実施（9 か所）
- ・消費者月間ポスターの配布（5 万部配布）

< 必要性 >

近年の契約に関するトラブルの推移を PIO-NET の苦情処理相談件数でみると、契約の多様化・複雑化、規制緩和による新ビジネスの増大等を背景に急増しており（平成元年度 10.7 万件 平成 12 年度 44.6 万件）、平成 13 年度（14 年 4 月 10 日入力分まで）についても件数、全体の相談件数に占める割合とも前に前年からの増加が見込まれている。

PIO-NET の苦情処理相談件数

	平成 12 年度	平成 13 年度
相談件数	54.3 万件	55.4 万件
うち契約に関するもの （全体に占める割合）	44.6 万件 （82.1%）	46.8 万件 （84.3%）

（平成 14 年 4 月 10 日入力分まで）

平成 13 年 4 月に施行された消費者契約法は民事ルールであり、消費者及び事業者に理解され、消費者契約に係るトラブルの解決に活用されることにより消費者の利益擁護の増進を果たすものであり、その普及啓発活動、消費者教育、関係機関との連携・対話などが併せて必要である。同法制定時の衆参両院の附帯決議においても、消費者契約法の周知、消費者教育の支援等の適切な措置を講ずることが決議されている。

また、平成 14 年 3 月に実施した消費者を対象としたアンケート調査の結果によれば、「クーリング・オフ制度や契約の仕組みなど、消費者取引に関する仕組みや制度について、これまで学んだことがあるか」との問いに対して、57.8%が「ない」と回答しており、消費者への情報提供の拡充の必要が依然根強いと言える。

以上の点を勘案すると、消費者と事業者との契約の適正化を図ることは緊急の政策課題として位置付けられるものであり、消費者への情報提供等の施策を行っていく必要があると考えられる。

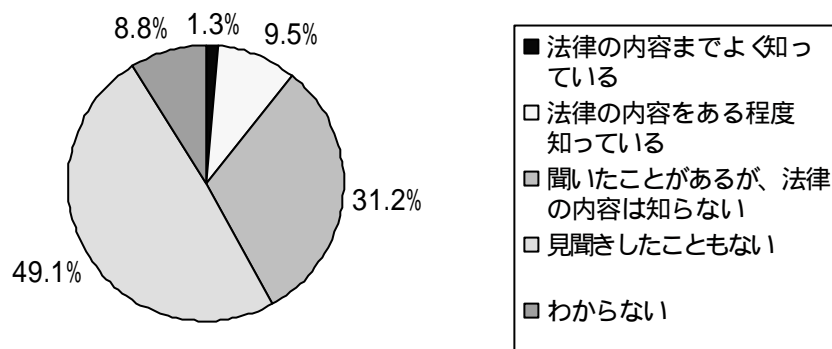
<有効性>

(1) 消費者による消費者契約法の認知度

消費者契約法が十分な効果を持つためには、前述のように消費者自身が同法を認識していることが重要である。

平成 14 年 3 月に実施したアンケート調査をもとに法律の内容の認知度をみると、少なくとも「内容をある程度知っている者」の割合は 10.8%にとどまったものの、「法律について聞いたことがある者」まで含めると 42.0%となっている。

消費者契約法の認知度



訪問 2000名 有効回答 :1404名

また、消費者契約法について知った媒体としては、「テレビ、ラジオ(68.6%)」、「新聞(45.6%)」を挙げる者が多く、国、地方公共団体等による「広報誌・パンフレット(10.8%)」、「講演会・説明会(3.2%)」を挙げる者は比較的少数にとどまっている。

ただし、「法律の内容を知っている」と回答した者の内訳では、広報誌・パンフレット(21.1%)や講演会(10.5%)により法律について知ったとの回答が多くみられ、これらの情報提供手段が法律の内容の普及に対し有効であることを示す結果となっている。

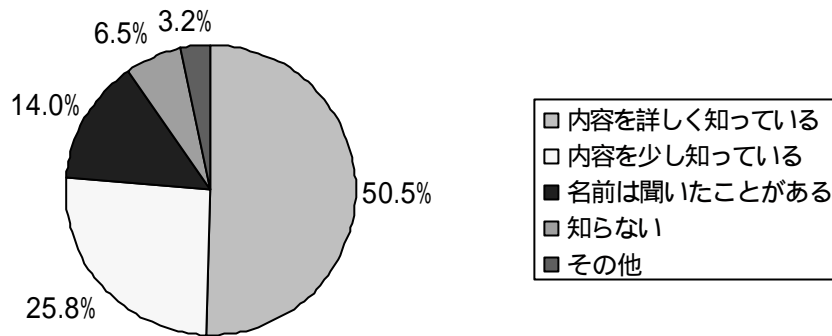
(2) 事業者による約款・契約条項の見直し等の取組

消費者契約法は、裁判規範であるが、トラブルの未然防止のため事業者の行為規範としても作用することが期待される。したがって、認知度とともに、消費者契約法の施行によって、事業者が約款・契約条項の見直しを行ったり、勧誘方針等の行動基準を作成したかが重要である。

事業者団体の取組

平成 14 年 2～3 月に実施した事業者団体を対象としたアンケートによると、消費者契約法の内容を知っていると回答は 76.3%、少なくとも名前を聞いたことがあると回答は 90.3%となっている。後者のうち、消費者契約法により契約が取り消されることがあることを知っているという回答は 97.6%、不当な契約条項が無効となることを知っているとする回答も 96.4%と、いずれも高い水準となっている。

### 事業者団体による消費者契約法の認知度



送付 213団体 有効回答 93団体

また、契約の締結過程に関して消費者契約法の施行に対応した独自の取組の有無については、79.8%が何らかの取組を行ったと回答している。その内訳をみると、多くの団体が「説明会、勉強会の開催」「業界向け広報誌への掲載」を挙げており、特に、説明会・講演会については、行政からの講師を招いて開催したという回答が多くなっている。その一方で、消費者契約の内容の見直しについて特に検討を行っていない団体が29.8%、消費者対応窓口の対応に関する取組について特に検討を行っていない団体が34.5%に上っている。

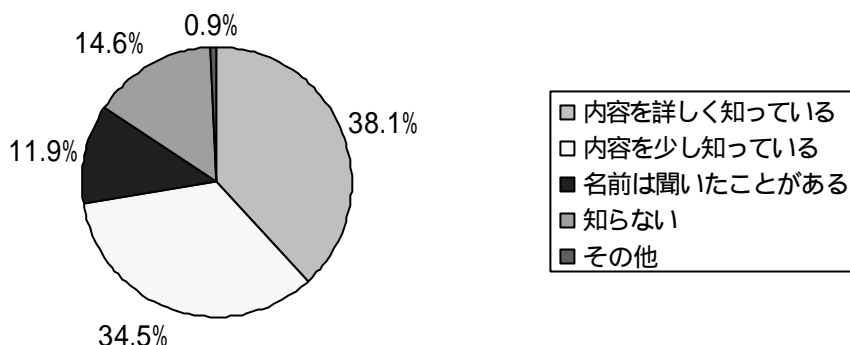
行動基準の制定状況については、55.9%の団体が制定しており、7.5%の団体が検討中と回答している。既に制定されている行動基準についてその内容を確認したところ、「消費者契約法に関する規定を設けている(9.6%)」団体は少数にとどまるものの、「勧誘方針に関する規定がある(36.5%)」、「消費者からの苦情処理に関する規定がある(40.4%)」団体は比較的多い。

#### 事業者の取組

平成14年2～3月に上場・店頭公開企業を対象としたアンケートを実施した。このうち、「自社が直接消費者に販売している」と回答した事業者と「子会社や関連会社を通じて消費者に販売している」と回答した事業者を対象に、消費者契約法に対応した取組状況等について集計を行った。

消費者契約法の内容を知っていると回答は72.6%、少なくとも名前を聞いたことがあると回答は84.5%となっている。少なくとも名前を聞いたことがあるとする事業者のうち契約が取り消されることがあることを知っているという回答は98.1%、不当な契約条項が無効となることを知っているという回答も95.4%、いずれも高い水準となっている。

### 事業者による消費者契約法の認知度



送付 3,667社 有効回答 1,201社 (うち438社を対象に集計)

また、契約の締結過程に関して消費者契約法の施行に対応した独自の取組の有無については、67.0%が何らかの取組を行ったと回答している。その内訳をみると、「従業員、販売員、系列販売会社等に対する周知(46.8%)」、「商品説明パンフレットの見直し(31.1%)」、「社内用に勧誘に関するマニュアル、Q&A、ガイドライン等を策定・改訂(29.7%)」となっている。消費者対応窓口の対応については、53.8%の事業者が以前から整備を行っていることを理由に新たな対応が必要ないと回答している。消費者契約の内容に関する独自の取組を行ったとする事業者は76.2%である一方、特に検討を行っていない事業者も17.8%に上っている。

行動基準の制定状況については、54.8%の事業者が制定しており、24.0%の事業者が検討中と回答している。既に制定されている行動基準についてその内容を確認したところ、「勧誘方針に関する規定がある(40.0%)」、「消費者からの苦情処理に関する規定がある(49.2%)」事業者に加え、「消費者契約法に関する規定を設けている」事業者も23.8%に上る。

### (3) 消費者トラブルの解決状況

消費者トラブルの解決に当たっては、裁判とともに大きな役割を果たす裁判外紛争処理機関が重要な存在である。したがって、消費者トラブルにおいて主要な裁判外紛争処理機関である国民生活センター及び消費生活センターにおいて消費者契約に係るトラブルの解決状況が改善されることが期待される。

平成13年12月に国民生活センターが公表した「消費者契約法に関連する消費生活相談」によると、平成13年4月～同年9月までに消費生活センターが受け付けた消費者契約法に関連する消費生活相談は499件(速報値)であり、消費者契約法がある程度消費生活相談に活用されていることがうかがえる。そのうち、「あっせん解決」に至った事例は結果の判明しているもののみでも約4割となっている。

消費者契約法に関連した訴訟についても、先物取引、マンションの売買等の事案について提訴されている。

表 消費者契約法に関連する消費生活相談件数

消費者契約法に関連する相談		499 件	100.0%
第 4 条関連の 項目	不実告知	207 件	41.5%
	断定的判断の提供	41 件	8.2%
	不利益事実の不告知	14 件	2.8%
	不退去	68 件	13.6%
	監禁(退去妨害)	108 件	21.6%
第 8 ~ 10 条 関連の項目	問題契約書	77 件	15.4%
その他		45 件	9.0%

各項目はマルチカウント。(2001 年 4 月 1 日から 9 月 30 日までに受付けた相談のうち、10 月 31 日までに PIO-NET により把握できたもの)

### 13 今後の政策等に反映すべき事項及び今後の取組方針

#### (1) 認知度の更なる向上

平成 14 年 3 月に内閣府が実施した調査によると、消費者契約法を見聞きしたこともないとの回答が 5 割近くあり、消費者教育や媒体の工夫などにより、認知度を高める必要がある。

#### (2) 不当条項に対する対応

消費者契約法の施行に伴う事業者側の対応として説明会・勉強会の開催を挙げる回答が多いものの、契約における不当条項見直しについては、検討自体を行っていないとする回答も少なくない。事業者等による契約条項のチェックがより十分に行われることが望まれる。

また、平成 13 年 12 月に国民生活センターが公表した「消費者契約法に関連する消費生活相談」によると、問題契約書に関し、不当条項の無効を主張し、中には賠償された例も見られるものの、条項を無効とするのみではなく、変更に至ったケースは確認されていない。同様に、内閣府と消費者生活相談員との意見交換会においても、「消費者契約法の施行後も、契約書の不当条項は依然として残っている」といった意見が多く聞かれた。消費者契約の適正化のためには、消費者に対して不当に不利益を与えるような契約条項の見直しが進むよう、行政による不当条項の状況把握に努める必要がある。

#### (3) 消費者トラブル解決事例に関する情報の共有化

消費生活相談員との意見交換会にて今後の課題点を聴取したところ、「契約の取り消しに至るケースは少ないが、消費者契約法に言及することでキャンセル料を払った上での解約を認めさせ易くなった」と言った声がある一方で、「判例が少ないこともあり、消費者契約法を活用しようとすれば、特定商取引法等を用いる場合に比べ、相談員も時間をかけて準備をしなければならない。」「実際に相談に上がるであろう実践的な相談事例を知りたい。そうすれば消費生活センターでの苦情処理が更に促進されるものとなる。」等の課題も指摘された。このため、相談員に対する研修を充実させるとともに、重要事例とその対応についてとりまとめ、消費生活センターに配布するなど、実際に相談を受ける現場等で消費者契約法を積極的に活用できるよう支援に努めていく必要がある。

#### 14 今後の政策評価実施予定

消費者契約法制定時の衆参両院の附帯決議において、本法施行後の状況につき分析、検討を行い、必要があれば5年を目途に本法の見直しを行うこととされている。このため、見直しの前にも再度政策評価を行い、本法の実効性について検討する予定である。

備 考