

第 36 回 国民生活動向調査 一家計の管理と金融トラブルー〈概要〉

2006 年 3 月 22 日

独立行政法人 国民生活センター

国民生活センターは、2005 年 10 月～11 月に、全国の政令指定都市に居住する主婦を対象とした「国民生活動向調査」を実施した。

この調査は、消費者相談の多い事柄や社会問題となっている事象を特定テーマとして取り上げると同時に、消費者をとりまく環境や消費者意識の変化を捉えるために、1971 年以降、ほぼ同一の項目を時系列テーマとして設定し、毎年実施している。

今回の特定テーマは、「家計の管理と金融トラブル」である。超低金利が続く中での家計のやりくり、貯蓄や資産運用の目的、金融商品の保有状況と金融機関とのトラブルの有無、投資や利殖への勧誘経験等を調査した。

調査目的・調査対象等は次のとおりである。

1. 調査目的

大都市に居住する主婦を対象に、生活面での行動や意識を調べ、その現状と動向を把握することを目的として行う。

2. 調査対象

- (1) 母集団 政令指定都市及び東京 23 区に居住する世帯人員 2 人以上世帯の 20 歳以上 69 歳以下の既婚女性
- (2) 調査対象数 3,000
- (3) 抽出方法 層化二段無作為抽出法
- (4) 調査方法 郵送法
- (5) 調査時期 2005 年 10 月 14 日～11 月 16 日
- (6) 回収状況 有効回収数 1,624 有効回収率 54.1%

3. 調査項目

家計の管理と金融トラブル（特定テーマ）

- (1) 家計の管理状況
- (2) 金融商品の保有状況と金融機関とのトラブル
- (3) 投資や利殖への勧誘やトラブルの経験
- (4) 訪問販売による住宅関連工事等の勧誘やトラブルの経験

商品・サービスに対する不満・被害等（時系列テーマ）

- (1) 商品、サービスに対する不満・被害
- (2) 国民生活センター、消費生活センターの周知度と取り組んでほしい問題
- (3) クーリング・オフ、消費者契約法、個人情報保護に関する法律等の周知度

個人情報の取り扱い

個人情報の取り扱いに関して嫌な思いをした経験、個人情報の扱いについて望むこと

【特定テーマ】 家計の管理と金融トラブル 調査結果のポイント

1. 家計の管理状況

- 1) 家計のやりくりの中では、「少しでも安いものを買うようにしている」が 66.7%である。「デパートの積立てやスーパーのポイントカードを活用する」は約半数(50.7%)である。
- 2) 貯蓄や資産運用の目的の1位を年代別にみると、20代、30代は「子どもの教育費」、40代と60代は「病気などの不意の出費に備えて」、50代は「老後の生活費を確保」である。
- 3) 住宅の名義を就業形態別にみると、「夫だけ」の名義は、パートタイム(65.7%)と家事専業(65.6%)の割合が高い。
フルタイムは、自分の名義がある割合(「自分だけ」の名義と「自分と夫」の共有名義)は43.8%であり、「夫だけ」の名義(37.3%)を上回る。
- 4) 家計簿を「自分でつけている」を年代別にみると、20代から40代は30%台であるが、50代と60代は20%台になる。
家計簿をつけている、つけたことがある人 1,210人のうち、家計簿をつけることによって「毎月の収支の状況が把握できる」が半数以上(57.9%)であり、「年間の家計の収支が把握できる」は27.2%である。
- 5) 1か月に自分のために自由に使えるお金は、「ない」(4.2%)から「20万円以上」(1.0%)まで分散している。「1万～3万円未満」が最も多く32.3%、「ない」を含む「1万円未満」は28.0%である。
自由に使えるお金の使い途は「衣服・アクセサリー」48.5%、「化粧品」45.5%、「美容院」40.9%と身だしなみ関連が上位。しかし、19.6%は「結局、家計の足しにしてしまう」。

2. 金融機関とのトラブル

過去3年間に、銀行や郵便局、証券会社、保険会社等とトラブルを経験した人は6.9%。

3. 投資や利殖への勧誘経験等

過去3年間に、「高利回り」「有利なお金の運用方法がある」「値上がりする」などと、訪問販売や電話、ダイレクトメール等で投資や金融商品等の購入を勧誘された経験のある人は41.9%。

4. 訪問販売による住宅関連工事の勧誘経験等

過去3年間に、訪問販売で住宅関連の工事等について勧誘されたことがある人は47.7%。

調査結果の概要

1. 家計の管理状況

1) 家計のやりくり

主婦はどのような家計のやりくりをしているか。

「少しでも安い物を買うようにしている」は66.7%、「デパートの積立てやスーパーのポイントカードを活用する」は50.7%である。「クリーニングにはできるだけ出さない」43.5%、「衣服の購入は控えるようにしている」36.6%というように、被服費を切りつめている。

その他、外食、美容院、旅行・レジャー等の支出も30%前後が節約している。

こづかいについてみると、「夫のこづかいを減らすようにしている」は7.4%、「自分のこづかいを減らすようにしている」(21.7%)のほうが14.3ポイント上回っている(複数回答)(表1)。

表1 家計のやりくり(年代別)

	(複数回答) (%)														
	に少し しても 安い もの を 買 う よ う に し て い る	デ パ ー ト の 積 立 て や ス ー パ ー の ポ イ ン ト カ ー ド を 活 用 す る	ク リ ー ニ ン グ に は で き る だ け 出 さ な い	外 食 や 出 前 を 減 ら し て い る	衣 服 の 購 入 は 控 え る よ う に し て い る	美 容 院 に い く 回 数 を 減 ら し て い る	旅 行 ・ レ ジ ャ ー を 減 ら し て い る	自 分 の こ づ か い を 減 ら す よ う に し て い る	携 帯 電 話 な ど の 通 信 費 を 抑 え て い る	交 際 費 を 減 ら し て い る	夫 の こ づ か い を 減 ら す よ う に し て い る	金 融 機 関 を 選 ん で い る 良 い 金 融 商 品 ・ 金 融 機 関	利 子 の 高 い 金 融 商 品 ・ 金 融 機 関 を 選 ん で い る	住 宅 ロ ー ン の 組 替 え を し た	子 ど も の 教 育 費 を 抑 え て い る
全体(n=1624)	66.7	50.7	43.5	37.3	36.6	32.0	29.4	21.7	20.2	13.7	7.4	6.9	6.5	5.8	1.1
20代(n=74)	66.2	40.5	31.1	35.1	24.3	31.1	14.9	28.4	24.3	6.8	16.2	1.4	2.7	0.0	0.0
30代(n=279)	73.1	49.8	41.2	36.2	32.6	38.7	26.2	26.9	21.1	14.7	9.0	5.7	7.9	3.2	2.2
40代(n=386)	68.7	56.0	44.0	42.2	32.4	35.0	37.3	23.3	24.1	14.0	5.7	5.7	6.2	8.8	1.8
50代(n=465)	61.9	55.5	43.4	34.4	38.7	30.1	28.8	18.9	19.6	13.1	6.9	8.4	6.9	7.5	1.1
60代(n=420)	66.0	42.9	46.7	37.1	43.1	27.1	27.6	18.6	16.0	14.5	6.9	8.1	6.0	3.8	0.0

年代別にみると、いずれも「少しでも安い物を買うようにしている」が1位である。特に30代が73.1%と高く、50代(61.9%)とは11.2ポイントの差がある。

「旅行・レジャーを減らしている」は、40代は37.3%であり、20代(14.9%)との差は22.4ポイント。

以上のように、支出のあれこれを減らす努力をしている。「デパートの積立てやスーパーのポイントカードを活用している」はその還元率の良さや利便性のためか半数以上が利用しているものの、超低金利の下では、積極的に「運用利回りのよい金融商品を選んでいる」(6.9%)や「利子の高い金融商品・金融機関を選んでいる」(6.5%)は少ない。

2) 貯蓄や資産運用の目的

貯蓄や資産運用の目的を年代別にみると、20代、30代は「子どもの教育費」が最も高く（20代 52.7%、30代 63.1%）、次いで「病気などの不意の出費に備えて」（20代 50.0%、30代 49.8%）である。「住宅の購入」も少なくない。20代 29.7%、30代 26.2%である。20代は 24.3%、30代は 41.2%が「老後の生活費を確保」のために貯蓄等を始めている。

40代から60代は「病気などの不意の出費に備えて」（40代 65.3%、50代 68.4%、60代 74.8%）と「老後の生活費を確保」（40代 59.8%、50代 75.5%、60代 72.9%）が1位または2位である。

40代と50代の約4分の1が、「離職・退職などの収入減に備えて」のため（40代 25.9%、50代 28.6%）、50代の 13.1%と60代の 7.4%は「家の増築・リフォーム」のために貯蓄等をしている（複数回答）（表2）。

表2 貯蓄や資産運用の目的（年代別）

	(複数回答) (%)				
	1位	2位	3位	4位	5位
20代 (n=74)	子どもの教育費 (52.7)	病気などの不意の出費に備えて (50.0)	住宅の購入 (29.7)	国内旅行、海外旅行 (27.0)	老後の生活費を確保 (24.3)
30代 (n=279)	子どもの教育費 (63.1)	病気などの不意の出費に備えて (49.8)	老後の生活費を確保 (41.2)	住宅の購入 (26.2)	国内旅行、海外旅行 (22.2)
40代 (n=386)	病気などの不意の出費に備えて (65.3)	老後の生活費を確保 (59.8)	子どもの教育費 (54.7)	離職・退職などの収入減に備えて (25.9)	国内旅行、海外旅行 (15.8)
50代 (n=465)	老後の生活費を確保 (75.5)	病気などの不意の出費に備えて (68.4)	離職・退職などの収入減に備えて (28.6)	国内旅行、海外旅行 (16.3)	家の増築・リフォーム (13.1)
60代 (n=420)	病気などの不意の出費に備えて (74.8)	老後の生活費を確保 (72.9)	国内旅行、海外旅行 (16.2)	家の増築・リフォーム (7.4)	離職・退職などの収入減に備えて (6.7)

3) 持ち家率と住宅の名義

①持ち家率

持ち家率は 68.9%である。年代別にみると、20代が 32.4%、30代 47.7%、40代 67.9%と、年代が上がるに伴い高くなり50代 (79.4%) と60代 (78.8%) は8割近い。

②住宅の名義

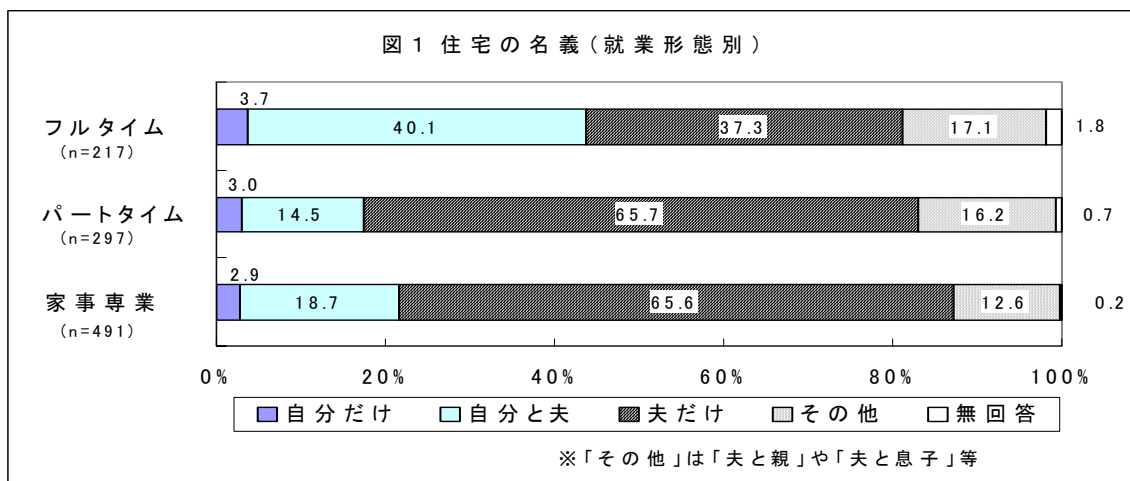
持ち家と答えた人 (1, 119 人) に、住宅は誰の名義かをたずねた。

最も多いのは、「夫だけ」の名義 (59.0%) であり、次いで、「自分と夫」の共有名義 (22.3%)、「自分だけ」 (3.2%)、「その他」 (14.6%) となっている（「その他」は「夫と親」や「夫と息子」等）（%は 1, 119 人に占める割合）。

「夫だけ」の名義を年代別で見ると、20代 (45.8%) と30代 (48.9%) は40%台、40代 (57.3%) と50代 (58.5%) は50%台であるが、60代は 65.9%である。年代が上がるにつれ割合は高くなる。

就業形態別では、パートタイムと家事専業は「夫だけ」の名義が 60%台であり（パートタイム 65.7%、家事専業 65.6%）、「自分だけ」と「自分と夫」の計は 20%前後である。フルタイムは、「夫だけ」の名義は 37.3%であり、「自分だけ」 3.7%と「自分と夫」 40.1%

を合わせると 43.8%である (図 1)。



4) 家計簿の記帳と家計管理

①家計簿の記帳

現在家計簿をつけているのは 30.8%である。その多くは、「自分がつけている」(29.0%)であり、「夫がつけている」は 1.5%、「他の家族がつけている」0.4%となっている。

「つけたことがあるが今はつけていない」が多く (43.7%)、「つけたことがない」(19.2%)を合わせると、62.9%は現在つけていない。

年代別にみると、「自分がつけている」は 20代 33.8%、30代 33.0%、40代 30.6%であり、60代 27.9%、50代 25.6%と、50代以上の割合は低くなる。

「夫がつけている」は 60代 (2.6%) がやや多い。

就業形態別でみると、「自分がつけている」は、家事専業 (34.6%)、パートタイム (28.4%)と比べると、フルタイム (19.6%) は少なく、フルタイムは「つけたことはあるが今はつけていない」(47.6%)が多い。

②家計簿は家計管理に役立つか

家計簿を「現在つけている」と「つけたことがあるが今はつけていない」人 (1,210人)に、家計簿をつけることは家計管理に役立つかをたずねたところ、「毎月の収支の状況が把握できる」が 57.9%であり、「家計の無駄や節約する部分が把握できる」は 38.0%、「年間の家計の収支が把握できる」は 27.2%。「資産状況の把握ができる」は 8.4% (％は 1,210人に占める割合)。

5) 自由に使える金額・使途

①自分のために自由に使えるお金

1か月に自分のために自由に使えるお金は、「ない」から「20万円以上」まで分散している。最も多いのは、「1万～3万円未満」(32.3%)、次いで「1万円未満」(23.8%)、「3万～5万円未満」(22.7%)、「5万～10万円未満」(6.0%)、「10万～20万円未満」(3.2%)であり、20万円以上は 1.0%となっている。

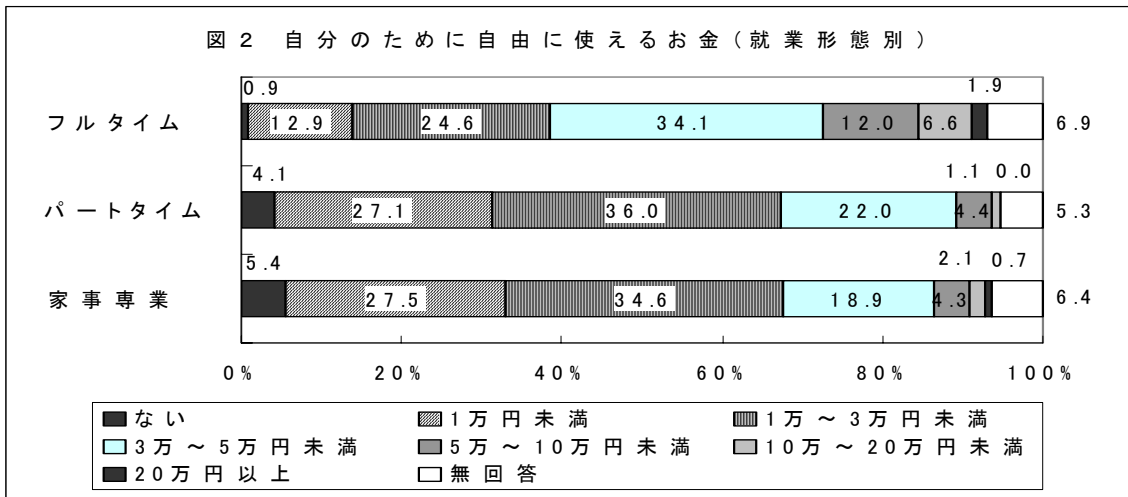
「ない」(4.2%)と「1万円未満」を合わせた「1万円未満」は 28.0%である。年代別にみ

ると、20代21.7%と30代39.1%との差は17.4ポイント。

「3万円～5万円未満」は、20代(32.4%)は30代(20.4%)と比べると12.0ポイント、40代(18.9%)と比べ13.5ポイント差がある(図2)。

就業形態別では、パートタイム、家事専業ともに7割近くが「3万円未満」であるが、フルタイムは「3万円以上」が54.6%、「5万円以上」が20.5%を占める。

「ない」を含む「1万円未満」は、パートタイム31.2%、家事専業32.9%に対し、フルタイムは13.8%である。



②自分の自由になるお金は何に使うか

自分の自由になるお金を主にどのようなものに使うかを年代別にみると、「衣服・アクセサリー」と「化粧品」、「外食、喫茶」は20代が最も高く、年代が高くなるにつれ割合は低くなる。逆に「美容院」と「スポーツ・習い事」は年代が高くなるにつれ割合も高くなる。

「旅行」は50代(28.2%)と60代(30.0%)の割合が高く、30代(9.7%)、40代(6.7%)との差は顕著である。

だが、「結局、家計の足しにしてしまう」は19.6%であり、特に40代と60代は20%台となっている(表3)。

表3 自分の自由になるお金の使い途(年代別)

	(複数回答)(%)							
	衣服・アクセサリー	化粧品	美容院	外食、喫茶	本や雑誌	スポーツ・習い事	旅行	結局、家計の足しに してしまう
全体(n=1624)	48.5	45.5	40.9	35.5	26.5	22.0	19.6	19.6
20代(n=74)	62.2	52.7	29.7	47.3	36.5	9.5	10.8	16.2
30代(n=279)	60.2	51.6	39.1	41.9	37.3	15.8	9.7	15.4
40代(n=386)	56.7	47.7	39.9	38.3	30.3	20.5	6.7	23.6
50代(n=465)	45.2	42.8	42.2	37.6	24.9	24.9	28.2	18.7
60代(n=420)	34.3	41.2	43.6	24.3	16.0	26.4	30.0	20.5

2. 金融商品の保有状況と金融機関とのトラブル

1) 保有している金融商品

「預貯金(郵便貯金を除く)」61.1%、「郵便貯金(簡保は除く)」44.5%、積立型保険商品(生保・簡保・損保)27.0%が多く、以下「個人年金保険」19.2%、「株式」9.0%で、その他の商品は5%未満である(複数回答)。

資産運用を目的とした金融商品の保有率を年代別でみると、「個人年金保険」は40代の保有率が最も高い(22.5%)。60代21.7%、50代19.6%、30代14.0%、20代5.4%。

「株式」は50代の保有率が最も高い(11.4%)。40代9.1%、60代8.6%、30代7.2%、20代2.7%。

2) 金融機関とのトラブル経験

過去3年間に、銀行や郵便局、証券会社、保険会社等とトラブルの経験が「あった」が6.9%(112人)である。

トラブルを経験した人のうち、「説明はいらないとやっているのに、営業担当者がしつこく勧誘する」が32.1%で最も多い。

「円預金より有利と説明されたが、元本割れしている」16.1%、「安全性が高いと言われたが、運用実績が悪すぎる」13.4%、「『必ず儲かる』『損をすることはない』との説明で購入し、損をした」11.6%、「預金をしに行ったら、有利と言われ、リスクのある金融商品を契約させられた」10.7%、「解約しようと思ったのに、預け替えを強要された」10.7%と続く(複数回答)(%は112人に占める割合)。

3) トラブルを経験した金融商品

トラブルを経験した金融商品は、「積立型保険商品(生保・簡保・損保)」24.1%、次いで「株式投資信託」19.6%となっている。

以下、「外貨積立金融商品」15.2%、「公社債投資信託(MMFなど)」11.6%、「預貯金(郵便貯金を除く)」9.8%、「株式」6.3%、「個人年金保険」5.4%、「信託(ビッグ、ヒッ

トなど) 4.5%、「公共債以外の債権(社債など)」3.6%、「郵便貯金(簡保は除く)」2.7%、「公共債(国債など)」2.7%、「不動産投資信託」1.8%である(複数回答)(%は112人に占める割合)。

4) トラブルを経験した金融機関

トラブルを経験した金融機関は、「証券会社」が29.5%、次いで「銀行」28.6%、「生命保険会社」22.3%となっている。

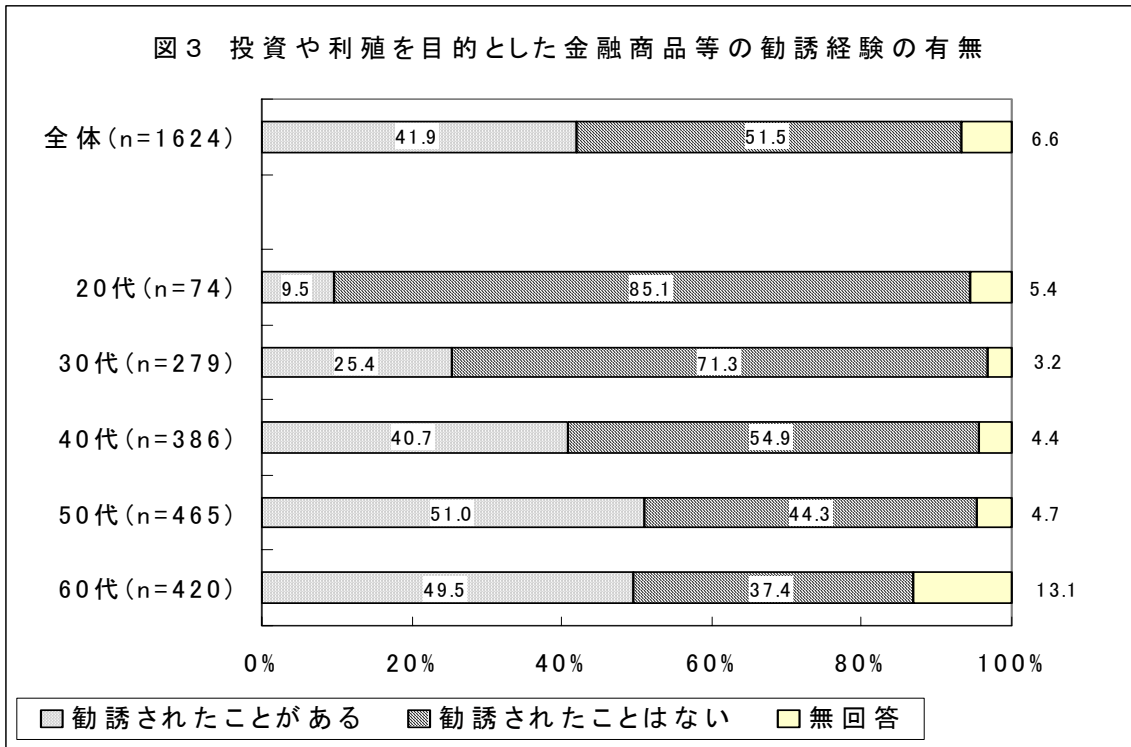
以下、「郵便局」(12.5%)、「信用金庫、信用組合、労働金庫」(8.0%)、「農協、漁協」(0.9%)、「損害保険会社」(0.9%)である(複数回答)(%は112人に占める割合)。

3. 投資や利殖への勧誘経験等

1) 投資や利殖を目的とした金融商品等を勧誘されたことがあるか

過去3年間に、「高利回り」とか「有利なお金の運用方法がある」「値上がりする」などと言われて、訪問販売や電話、ダイレクトメール等で投資や金融商品等の購入を「勧誘されたことがある」は41.9%である。

年代別に勧誘されたことがあるをみると、50代51.0%、60代49.5%、40代40.7%、30代25.4%、20代9.5%であり、50代と20代の差は41.5ポイントである(図3)。



2) 何についての勧誘であったか

勧誘された人(680人)に、何についての勧誘かをたずねた。最も多いのは「投資用マン

ション・不動産」60.0%。以下「株式」29.4%、「商品ファンド」27.5%、「商品先物取引」23.8%、「外国為替証拠金取引」22.1%、「不動産投資信託」8.7%、「ゴルフ会員権レジャー会員権」6.0%、「事業への出資」4.0%である（複数回答）（%は680人に占める割合）。

3) 勧誘されて申し込んだか

勧誘された人（680人）のうち、「申し込んだ」は5.0%（34人）である（%は680人に占める割合）。

50代6.8%、60代6.3%、40代3.2%であり、20代と30代はいない。

4) 申し込まなければよかったと思うもの

申し込んだ人（34人）に、申し込まなければよかったと思うものは何かをたずねた。「商品ファンド」32.4%、「株式」23.5%、「外国為替証拠金取引」11.8%、「商品先物取引」8.8%、「ゴルフ会員権やレジャー会員権」5.9%、「事業への出資」5.9%、「不動産投資信託」2.9%である（複数回答）（%は申し込んだ34人に占める割合）。

4. 訪問販売による住宅関連工事の勧誘経験等

1) 住宅関連の工事等について勧誘されたことがあるか

過去3年間に、住宅関連の工事等について、訪問販売で勧誘されて申し込んだものがあるかたずねた。

「勧誘されたことがある」は47.7%である（「勧誘されて申し込んだものがある」＋「勧誘されたが申し込んだものはない」）。

就業形態別では、家事専業51.0%、パートタイム45.7%、フルタイム41.1%となっており、家事専業とフルタイムの差は9.9ポイントである。

2) 勧誘されて申し込んだものがあるか

「勧誘されて申し込んだものがある」は5.0%である。

勧誘されて申し込んだ人は、50代7.1%、40代5.2%、60代5.0%、20代2.7%、30代2.2%となっている。

就業形態別では、フルタイム5.4%、パートタイム5.3%、家事専業4.2%であった。

3) 申し込まなければよかったと思うもの

申し込んだものがある人（82人）のうち、申し込まなければよかったと思うものがある人は62.2%（51人）である（%は82人に占める割合）。

申し込まなければよかったと思うものは、「排水・給水管等の清掃」が37.3%、次いで「屋根工事」19.6%、「外壁工事」17.6%、「白あり駆除・防除」17.6%、「床下工事・床下換気扇・調湿剤等」15.7%である（複数回答）（%は51人に占める割合）。

4) 申し込まなければ良かったと思う理由

申し込まなければ良かったと思う理由は、

「高額だった」39.2%。次いで「必要のないものだった」29.4%。以下、「工事や施工がずさんだった」19.6%、「契約通りの工事や施工がされなかった」9.8%、「契約後、次々と勧誘が続いて迷惑している」7.8%、「だまされて契約させられてしまった」5.9%である（複数回答）（%は51人に占める割合）。

【時系列テーマ】商品・サービスに対する不満・被害等 調査結果のポイント

1. 商品、サービスに対する不満・被害

- 1) この1年間に購入した商品、サービスに対する「不満・被害あり」は39.8%。商品
は26.1%、サービスは27.0%である。
- 2) 不満を持ったり・被害を受けたことのある商品・サービスの1位は「食料品（健康食
品を含む）」が10.3%。次いで「電気製品」5.8%、「衣料品、身のまわり品（はきも
の、かばんなど）」5.8%、「通信（郵便、電話、インターネットなど）」5.7%。
- 3) 不満・被害があった人（647人）のうち、どこかに苦情を持ち込んだ人は55.3%。
持ち込み先（複数回答）は、「販売店やそのセールスマン」が33.2%、「メーカーに
直接」22.3%、「消費生活センターなど行政の窓口」は4.6%となっている。
「消費生活センターなど行政の窓口」は2003年度以降5.0%前後で推移している。

2. 国民生活センター、消費生活センターに取り組んでほしい問題

- 1) 国民生活センターや消費生活センターに取り組んでほしい問題は、「商品の安全性
に関する消費者問題」72.5%、「商品等の勧誘や契約等に関する消費者問題」64.1%
。
- 2) 取り組み方については、「苦情や相談への対応の充実」69.7%が1位。次いで「テ
レビや新聞などでの情報提供」68.3%（複数回答）。

3. クーリング・オフ、製造物責任（PL）法、消費者契約法、消費者基本法、個人情報の 保護に関する法律の周知度

クーリング・オフは「内容についてよく知っている」17.7%。「内容をある程度知っ
ている」61.0%、計78.6%であり、前回（82.1%）と大差はない。
個人情報の保護に関する法律は「内容をよく知っている」4.0%。「内容をある程度

知っている」30.7%、計34.7%であり、前回の14.7%から20.0ポイント増えている。

4. 個人情報の取り扱い

1) 過去1年間に、個人的な情報の取り扱いに関して、「嫌な思いをしたことがある」は56.8%。

嫌な思いとは、「知らない業者から電話での勧誘があった」81.5%、「知らない業者からダイレクトメールが来た」74.3%である（複数回答）（%は嫌な思いをしたことがある人923人に占める割合）。

2) 個人情報の扱いについて望むことは、「情報の漏洩や悪用についての罰則を強化してほしい」49.8%。「個人情報をまったく提供しないで生活することはできないので、慎重に扱ってくれればよい」42.1%（複数回答）。

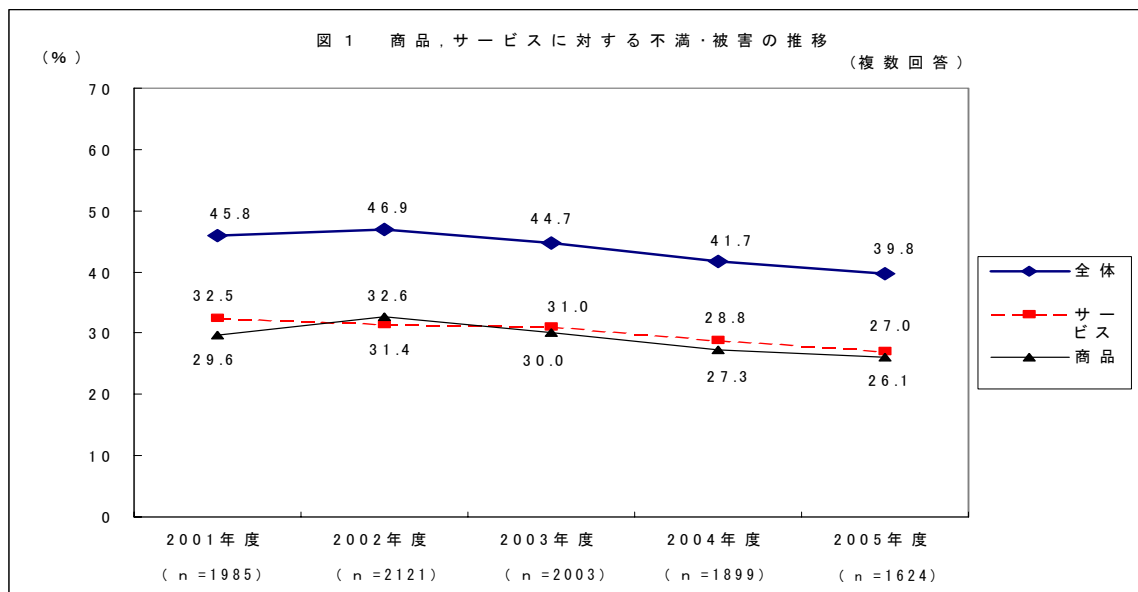
調査結果の概要

1. 商品・サービスに対する不満・被害

1) 商品・サービスに対する不満・被害の有無

この1年間に購入した「商品」や利用した「サービス」について、何か不満を持ったり、経済的または身体的な被害を受けたことがある人は39.8%である。前回(41.7%)よりやや低い。

「商品」で不満や被害があったは26.1%、「サービス」で不満や被害があったは27.0%で、ほとんど差はみられない(図1)。



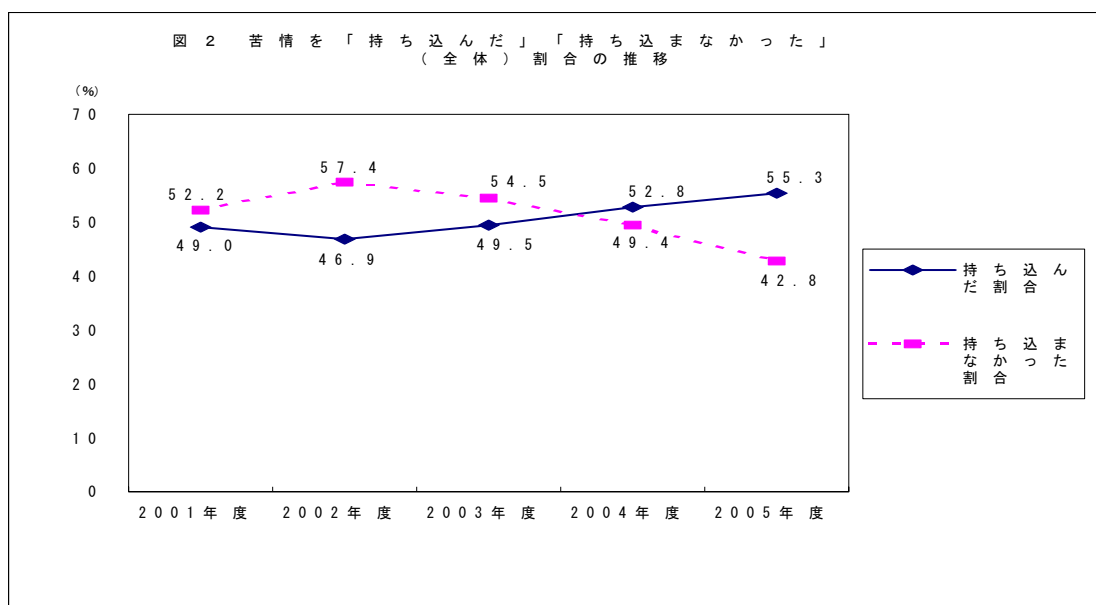
2) 不満・被害の対象となった商品・サービス

不満・被害の対象になった商品・サービスの1位は「食料品 (健康食品を含む)」10.3%

であり、「食料品」の1位はここ3年間変わらない。2位は「電気製品」(前回7位)、「衣料品・身のまわり品(はきもの、かばんなど)」(共に5.8%)、4位は「通信(郵便、電話、インターネットなど)」(5.7%)(前回2位)。「金融・保険」は5.2%(6位)である(複数回答)。

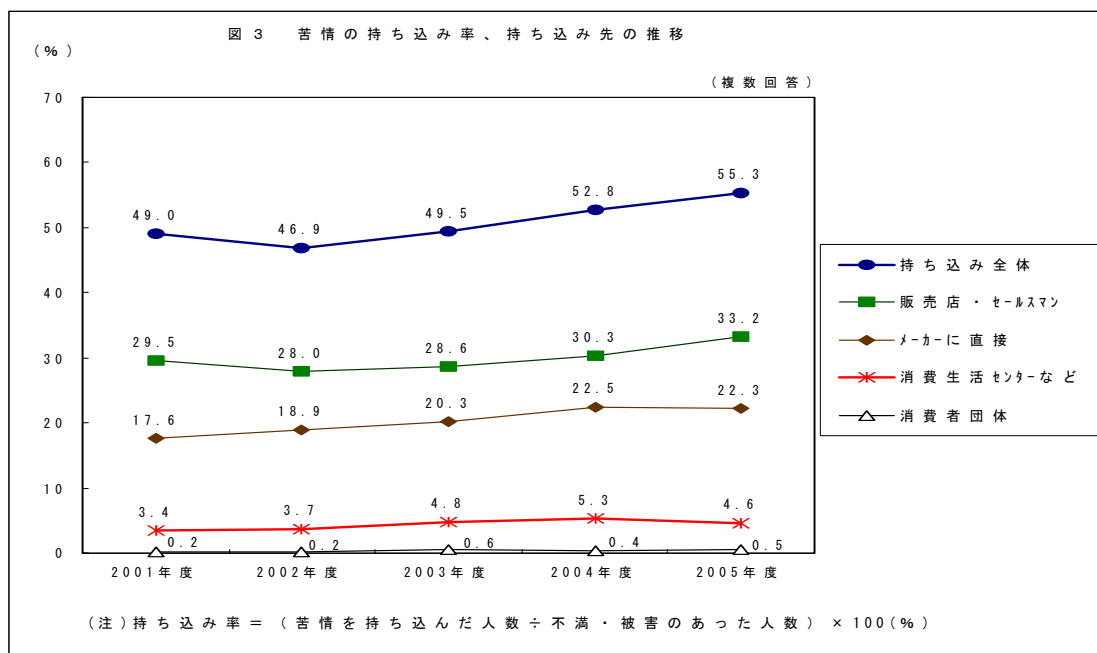
3) 苦情の持ち込み率

商品・サービスに不満・被害があった人(647人)のうち、その苦情をどこかに持ち込み相談した人は55.3%である。前回から、持ち込んだ割合が持ち込まなかった割合を上回るようになっており、今回は12.5ポイント上回っている。(図2)。



4) 苦情の持ち込み先

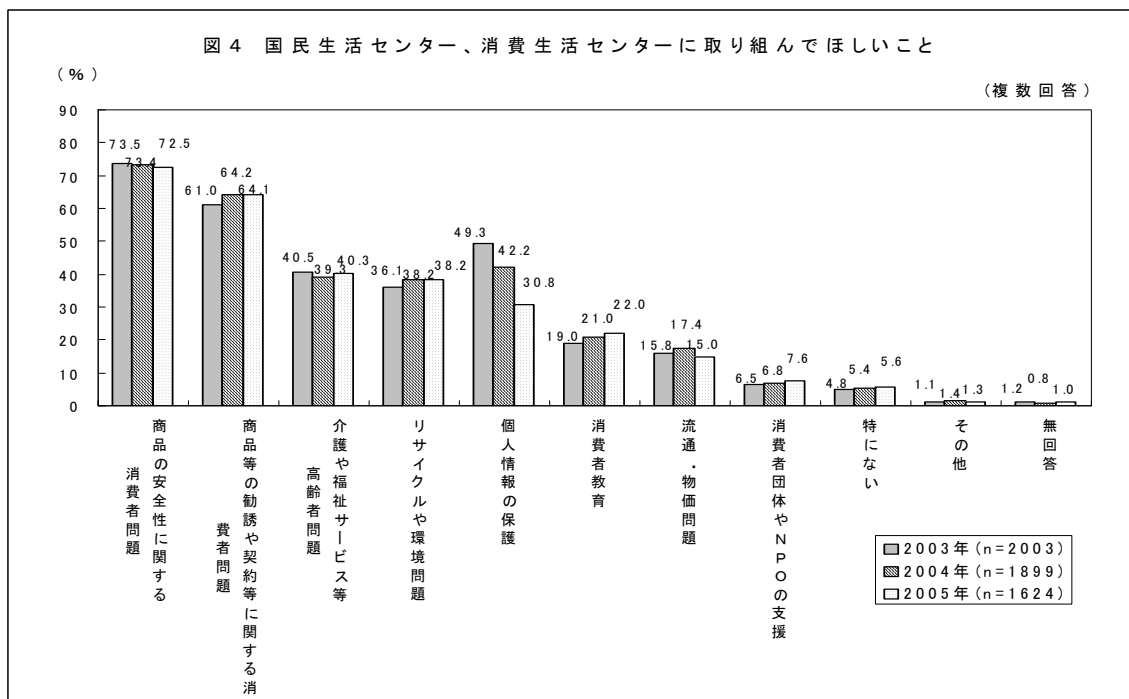
持ち込み先(複数回答)は、「販売店やそのセールスマン」が33.2%。次いで「メーカーに直接」の22.3%である。「消費生活センターなど行政の相談窓口」は4.6%である。(図3)。



2. 国民生活センター、消費生活センターに取り組んでほしい問題

国民生活センターや消費生活センターに今後取り組んでほしい問題については、「商品の安全性に関する消費者問題」 72.5%、「商品等の勧誘や契約等に関する消費者問題」 64.1%、「介護や福祉サービス等高齢者問題」 40.3%が上位である (複数回答) (図4)。

取り組み方については、「苦情や相談への対応の充実」 69.7%、「テレビや新聞などでの情報の提供」 68.3%、「行政・業界(業者)への働きかけ」 55.0%、「事業者名の公表」 49.9%、「商品テストの実施」 47.2%である (複数回答)。



3. クーリング・オフ、製造物責任 (PL) 法、消費者契約法、消費者基本法、個人情報の保護に関する法律の周知度

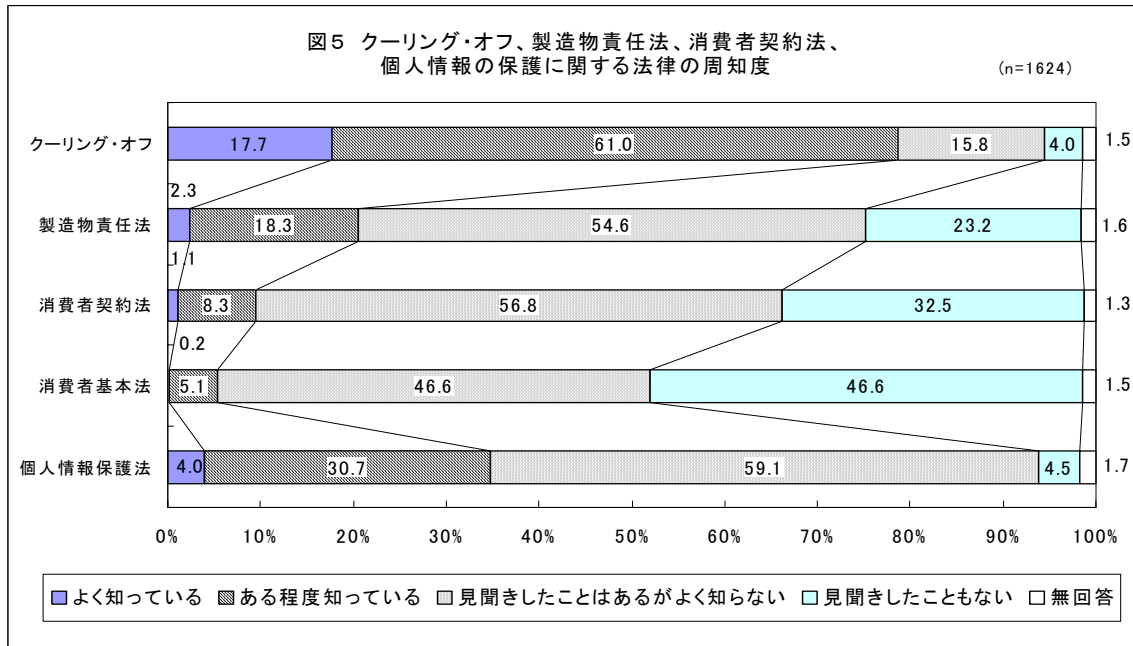
クーリング・オフの「内容についてよく知っている」+「内容をある程度知っている」（以下、周知度という）は78.6%であり、前回は82.1%である。

製造物責任（PL）法の周知度は20.6%、前回は15.3%。

消費者契約法の周知度は9.4%、前回は7.3%であり大差はみられない。

消費者基本法の周知度は今回初めて調査したが、5.3%である。

個人情報の保護に関する法律の周知度は34.7%で、前回の14.7%より20.0ポイント上回っている（図5）。



4. 個人情報の取り扱い

1) 個人的な情報の取り扱いに関して嫌な思いをしたことがあるか

過去1年間に、個人的な情報の取り扱いに関して嫌な思いをしたことが「ある」は56.8%。
40代は特に高く68.1%である。

嫌な思いをしたことのある人（923人）のうち、嫌だったことの1位は「知らない業者から電話での勧誘があった」（81.5%）、2位は「知らない業者からダイレクトメールが来た」（74.3%）、3位は「子どもの学年や自分の年齢を特定しての勧誘があった」（37.1%）であるが、40代は59.7%ととりわけ高い（複数回答）。

2) 個人情報の扱いについて望むこと

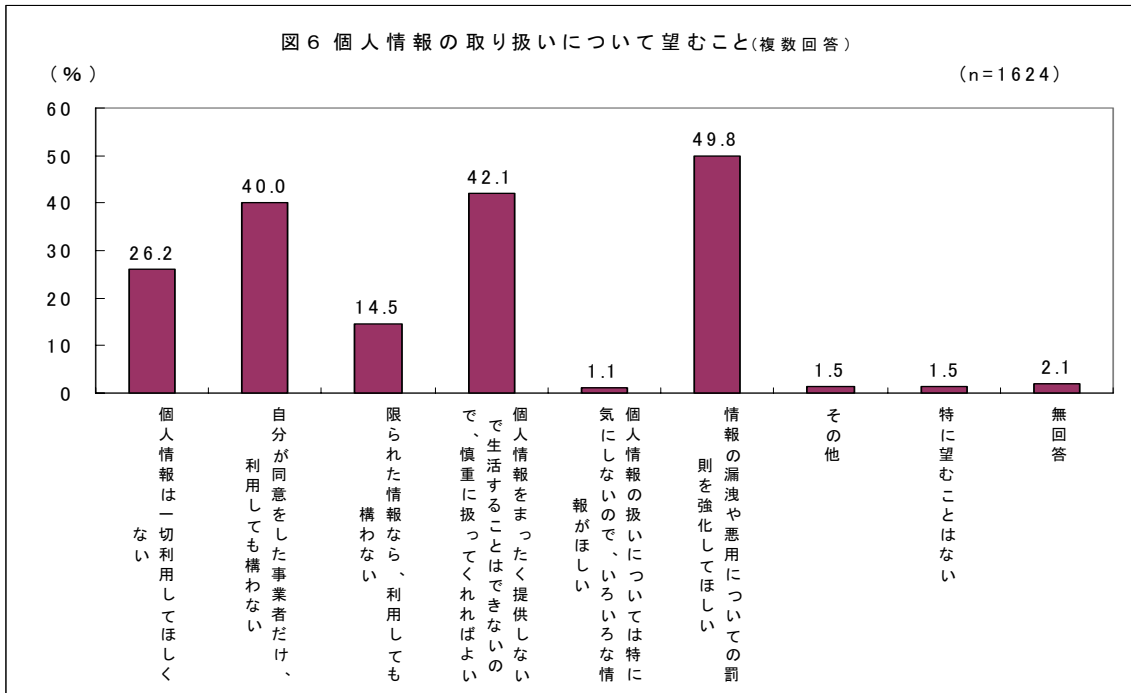
個人情報の扱いについて望むことは、「情報の漏洩や悪用についての罰則を強化してほしい」が最も多く49.8%。

扱い方については、「個人情報をまったく提供しないで生活することはできないので、慎重に扱ってくればよい」42.1%、「自分が同意した事業者だけ、利用しても構わない」40.0%、「限られた情報なら、利用しても構わない」14.5%である。

「個人情報は一切利用してほしくない」は26.2%（複数回答）（図6）。

「個人情報は一切利用してほしくない」は60代が最も多く32.4%、最も少ない20代（12.2%）

とは20.2ポイントの差がある。



☆ 連絡先：独立行政法人 国民生活センター相談調査部調査室 TEL 03-3443-6217

☆ 報告書：202頁 1,000円 (本体 953円)

☆ 申込先：最寄りの政府刊行物サービスセンター又は官報販売所に申し込む。

書店で「全官報扱い」と指定の上、申し込む。

全官報 (全国官報販売協同組合) TEL 03-3269-7701 FAX 03-3269-7706

<title>第36回 国民生活動向調査 一家計の管理と金融トラブル</title>