

2019年3月27日

消費者支援機構関西 事務局 小川

## 1. SNS相談を始めた経緯

- (1)若年者層からの相談がほとんどなかったこと（創設以来1780件の相談のうち、未成年者からは8件。25歳以下62件（ただし、このうち35件が同一事業者）。
- (2)2017年12月9日に全国の適格消費者団体16団体で、「若者の消費者契約トラブル110番」を実施しましたが、若者から電話が非常に少なかった。
- (3)無料通信アプリ「LINE」の運営会社と長野県は、県内の中高生を対象にLINE上で悩み相談を受け付けたとの情報があったこと（下記）。
- (4)これらから、より幅広い世代からの「情報提供」を受け付けるために、特に、若年層に対応するため、SNS（LINE）による情報受付の実験導入を行うことになった。
- (5)2018年3月26日より実験開始。



台風並みの猛威も 「春の嵐」「メイストーム」とは？ / 政府広報 [PR]

フェルメール、エッシャー 話題沸騰の展覧会の公式図録を販売中 [PR]

2017.11.18 11:42

文字の大きさ 小 中 大 印刷

### SNS活用で長野県に相談急増 2週間で390人から計547件 いじめ、自殺の悩みも

[ツイート](#) [反応](#) [シェア0](#) [お好みの記事も受け取る](#)

無料通信アプリ「LINE」の運営会社と長野県は、県内の中高生を対象にLINE上で悩み相談を受け付けた結果、2週間で390人から計547件の相談が寄せられたと発表した。いじめや自殺に関わる深刻な内容もあった。県の電話相談に昨年度、子供から寄せられた相談は259件で、会員制交流サイト（SNS）活用の有効性が示されたとしている。

県の担当者は「子供にとって身近な問題の悩みが多かった」と強調。LINEの江口清貴公共政策室長は「小さいトラブルの段階でも気軽に相談できる。子供を救う可能性がある」と述べた。

県によると、事業は9月10～23日の2週間、午後5～9時の4時間実施。カウンセラー10人がLINEを通じて子供からの相談を受けた。うち女子からが約6割を占めた。

内容別では「交友関係・性格の悩み」が119件で最も多く、次いで「恋愛」83件、「学業・進学」48件、「いじめ」は45件、「不登校」は3件。数人から「自殺したい」などの相談もあった。

事業に関わった臨床心理士の杉原保史京大教授は「若者のコミュニケーションツールはSNSに比重が移っており、こうした現状に即した相談態勢を構築していくべきだ」と指摘した。

LINEは、SNSを通じたカウンセリング手法の確立に向けた協議会を近く立ち上げ、来年度には10～20の自治体と連携して事業展開する予定という。

## 2. 運営体制・システム概要

### (1) システム概要

消費者支援機構関西 (KC's) ホームページ (ポータル画面から)

The screenshot shows the KC's homepage with a green header. The main content area includes a 'NEWS' section with a recent article about 'おきぎん証券(株)' and a 'TOPICS' section with several news items. On the left, there are several call-to-action boxes, including one for 'LINEはこちら(実験中)' which is highlighted with a blue arrow.

①LINEはこちら(実験中)をクリック

The screenshot shows a page titled '情報提供窓口' (Information Provision Window) with a sub-header '情報提供にご協力ください(LINE用)'. The main text explains the process of providing information to KC's via LINE. It includes a list of five steps (① to ⑤) and a blue button labeled '上記内容に「同意する」(LINE登録画面へ)'. At the bottom, there is contact information for KC's.

②情報提供にご協力ください(LINE用)の画面に遷移し、情報の扱い方や注意事項(個別トラブルのあっせん解決や助言をすることでないことなど)を記載。

③上記内容に「同意する」(LINE登録画面へ)をクリック

次ページへ

④LINEの友達登録用のQRコードが掲載された画面に遷移します。

次ページから



⑤相談者のスマホのLINEから「友達」⇒「友達追加」⇒「QRコード」のQRコードリーダーで④のQRコードを読み取る。



⑥KC'sのLINE（スマホ）に、「知り合いかも？」が表示される。

⑦KC'sのLINE（スマホ）で「友達登録」を行い（この時点で、相談者との友達関係は成立しています）、同時に、トークで「登録

いたしました」というメッセージを送信。

## (2)費用

- 1)初期費 23,194 円（本体+SIM カード費+事務手数料など）
- 2)月額 1,323 円（SIM）

## (3). 運営体制

### ①運営時間

月～金（祝日を除く）10時～17時

### ②運営体制

相談員（資格あり）1名、およびシステムフォロワー1名（事務局）逐次。

## 3. 実績

- (1) 実験期間：3/16（月）～2ヶ月+1週間
- (2) 友だち登録数：39人
- (3) 相談延べ件数：18人
- (4) 相談者の年代

メールでの相談の際には、特定のフォーマット（別紙）を用意しており、年齢、性別の記入欄を設けているが、LINEの場合にルールを定めていなかったこともあり、収集できなかった。

### (5) 性別

同上

### (6) 主な相談内容・事例

同じ被害者が集団で相談に来られた。

消センの方からは、水素水の情報提供。

#### 4. 実施して感じたメリット（相談員にとってのメリットも含む）と課題

##### (1) メリット

- ① スマホを持っておられる方は、被害情報もスマホで管理されている場合が多く、それらを比較的容易に提供してもらえると実感した（上記被害者の被害情報の LINE へのアップ）。
- ② 実験では、若年者層ではなかったものの、SNS では、同一の被害者が集団になる速度が非常に速いものがあると感じた（横でつながっている）。

##### (2) 課題

- ① 運営手順（ルール）の整備が不十分だった。
  - 1) 即応性への対応が不十分だった。
  - 2) 属性情報の入手ができていなかったこと。
  - 3) 返信内容の定型化など。
  - 4) 特に、適格および特定適格消費者団体としてできる範囲のお知らせが不十分（メールだけではない）、なことから、できることより大きい期待をもたせてしまい、SNS ではそのギャップが露骨にでてきた。
- ② 若年者もネットサーフィン（情報検索）もやるが、例えば、KC's のようなホームページを見に来るといふことは少ないと思われ、結局、若年者への露出が足りていない。
- ③ 相談員さんの SNS へのスキルアップ

#### 5. 今後の対応

##### (1) 同意事項の精査

- 1) 同意文を精査し、対応範囲を明確にする（LINE@による登録時の同意事項（案））。
- 2) この際、LINE@などの利用で、返信の定型化

##### (2) 若年者への露出アップ

- 1) 中高・大学組織などを通じて、若年者への QR コードの露出を図っていく。
- 2) 各消費者団体のホームページや Twitter への露出を図っていく。