

第1回若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会 議事要旨

1. 日 時：平成31年3月27日（水） 14:00～16:00
2. 場 所：消費者庁消費者行政新未来創造オフィス 消費者庁会議室
3. 議 題：
 - 1) 研究会の開催について
 - 2) 若者の消費生活相談の状況と SNS の利用について
 - 3) ヒアリング
 - 4) 意見交換
4. 出席者：
 - (委員)
小川委員、小倉委員、神菌委員、川添座長、坪井委員、樋口委員
福井委員（代理：岩崎氏）
 - (ゲストスピーカー)
厚生労働省 社会・援護局 総務課自殺対策推進室 萩原室長補佐
大津市役所 市民部 文化・青少年課いじめ対策推進室 井上主幹
一般社団法人社会的包摂サポートセンター 根岸スーパーバイザー
 - (事務局)
高田政策立案総括審議官、内藤消費者政策課長、片山課長補佐
 - (オブザーバー)
徳島県、消費者庁消費者制度課、消費者庁消費者教育・地方協力課
5. 議事概要
 - 1) 研究会の開催について
小倉委員が座長代理に指名された。
 - 2) 若者の消費生活相談の状況と SNS の利用について
事務局から【資料2】について説明を行った後、相談現場の現状について意見交換を行った。
 - 年間3,300件ほどの相談を受けているが、若者の相談件数は少ない。尼崎市の消費生活センターは16時まで開館しているが、学校の授業時間等と重なっているため、時間外で相談することができない。【神菌委員】

- 若者の相談件数、割合は確かに減ってきている。また、若者の特徴として、相談のやり取りを続けていく中で、電話や書類の送付が面倒になり、途中で離脱してしまう場合があることが挙げられる。【岩崎委員代理】
- 消費生活センターでは若者自身が相談に来ることはほとんどなく、親や祖父母が代わりに来ている。一方、NACS で実施している「ウイークエンドテレホン」は週末相談ということもあり、若者の相談も少ないながら一定数はある。ほとんどがゲームや課金、アダルトサイト等のネットに関する相談である。若者自身が相談に来る場合に、解決に至る前に相談をやめてしまうことがある。【樋口委員】
- 若者の心をつかむことに成功しているある企業では、相談に当たりチャットやアクティブサポートを取り入れており、ネット上で何かがつぶやかれた際には、すぐに対応に向かうチームがある。若者にとって、ネット、テキスト、チャット、SNS は生活の一部になってきていると感じている。【坪井委員】

3) ヒアリング

厚生労働省、大津市役所、社会的包摂サポートセンター、消費者支援機構関西の順に、【資料3】から【資料6】に基づく説明があった。

4) 意見交換

岩崎氏から国民生活センターにおける業務等について、【資料7】に基づく説明があり、その後、意見交換を行った。

- 説明を聞いて、SNS 相談のハードルが低いものだと感じた。これまでは相談の前に、相手方にメモの準備をお願いしていたが、SNS であれば不要である。また、リンクを貼るだけでよいし、相談者が言葉では説明できない場合でも、契約書の写真を送ってもらうだけでよい。現在は FAX で送ってもらうこともあるが、相談者が必ずしも FAX を持っているわけではないので、SNS の機能を活用することで相談がスムーズに進むこともあると思う。【神菌委員】
- 大学生は消費生活相談と言われても、何を相談する窓口なのか分からないのではないかと。SNS までたどり着いたとしても、消費生活相談の機能の認知が低いと、SNS 相談の利用にはつながらないのではないかと。【小倉委員】
- 学生を囲い込んだ仮想通貨のトラブルは多い。SNS 上でトラブルに遭遇したケースで、SNS 内で相談者同士がつながり、一斉に消費生活センターへ相談に来ることがあった。ただ、相談に来て継続性がなく、自分たちで

解決しようとしたり、書類を送るようお願いしても先送りになったりして、途中で立ち消えになることがある。また、被害に気付く前は、グループ内の意見だけを信じて、外部の意見をなかなか聞き入れようとしないことに危機感を感じている。【樋口委員】

- 若者は自分で調べようとするのは見てとれるが、情報が多すぎて、正しい情報をつかめるのか疑問。五分五分なら自分の信じたい方を信じてしまう。SNS 相談を広めていくときに、若者だけでよいのか、若者を取り巻く人へのアプローチも大事だと思う。知り合いがやっていれば、若者の中で横に広がりを見せていくのではないか。【小倉委員】
- 大津市では同年代の学生が作ったカードを配布したことで利用者が増えたが、それが普及に向けて参考になるのではないか。成年年齢引下げが予定されている中、横のつながり等で、最終的に信頼できる媒体にたどり着くことの可能性も興味深い指摘である。

消費生活相談には法律相談的な要素が含まれ得る。弁護士は、日弁連の規則で、受任には面談が必要とされていることもあり、受任前の入口段階での相談における SNS の利用は限定的である。受任後の依頼者との連絡手段として SNS は非常に有効であると感じているが、会わずに解決に至るのは困難ではないか。消費生活相談においても、実効性のある解決を図るためには、電話・対面窓口へ SNS から誘導することを意識することになると思う。【川添座長】

- 国民生活センターでは、最近になって初めて動画の啓発資料を作成し、Twitter を通じて情報提供を行ったが、動画には 3 万を超えるアクセスがあり、入口のツールとしては効果的であると感じている。【岩崎委員代理】
- SNS の迅速性や利便性は有用であると感じているが、SNS を使用したくても、相談現場では SNS がインストールされた端末がないことはほとんど。現場の相談員として、行政と若者の現状にギャップを感じることはある。【樋口委員】

- 市民の立場としては、「何を相談してもよい」窓口があり、そこから適切な機関に振り分ける仕組みが身近にあれば良いと感じることがある。若者は困りごとを言語化して相談するスキルも足りていない。若者からの相談が多い企業では、同年代の職員が友達感覚で接し、必要に応じて、専門的で経験もある相談員に交代しているケースもある。【坪井委員】
- 消費者は全ての相談に関して匿名性を望んでいる。情報を引き出すのは難しく、氏名や年齢を確認するのは、最後の最後にしている。【樋口委員】
- 尼崎市のセンターでは最初に氏名を確認しているが、ほとんどの方は抵抗なく答えてくれる。SNS 相談を行うことで、これまでは相談するほどでも

ないと思われていた些細な相談が気軽にできるようになるのではないかと感じている。些細な相談でも、解約方法など相談員として手助けできることはある。【神菌委員】

- 入口として匿名性を確保すること、「こんなものでも相談してよいの？」といった案件を受け入れることが、消費生活相談のハードルを下げるために必要なものであることは感じている。ただ、本格的な相談になってきたときに、電話や面談に切り替えるポイントを探るのが難しいのではないかと。【岩崎委員代理】
- 匿名性について、LINE とチャットルームではそれほど差がない。相談したい事項の選択に加え、年代と性別を聞いているが、ほとんどの人が答えしてくれる。氏名や地域を最初から聞いてしまうと、相談者が引いてしまう可能性があるため、そこは慎重に進め、テキストである程度信頼関係を築いてから承諾をもらうようにしている。Facebook は活用していないが、ユーザーの年代が高い傾向にあるので、利用者の傾向が変わる可能性はあると思う。いずれにしても、最初は敷居の低いところから始め、相手が必要性を感じたところで踏み込んでいくことが大切であると感じている。【根岸氏】
- 文字ベースの相談のメリットとしては、時間と場所の制限がなくなること、全国的に相談対応を均一化することができることが挙げられる。一方で、自殺・いじめ相談の事例から、相談者の比率が女性に偏っていたり、各委員の経験から相談が途中で途絶えてしまったりする課題も見えてきた。時代の趨勢で SNS 相談の必要性そのものを否定することはできないが、消費生活相談の機能を認知してもらうことも大事。そのためには、間口を広げて気軽に相談できるようにし、内容によって振り分けることも必要かもしれない。消費生活相談に SNS がどのように活用できるのか、可能性を探ることがこれからの検討課題になる。【川添座長】

最後に事務局から次回の研究会について、5月中旬以降の開催を予定している旨の説明がなされた。

以 上