

消費者庁「令和4年度 SNS を活用した消費生活相談の試行・分析業務」
調査報告書

令和5年3月

目次

I	実施目的	1
II	実施概要	1
III	実施内容	2
1.	相談業務について	2
（1）	相談受付・対応の流れ	2
（2）	相談対応システム	3
（3）	相談手順	5
2.	相談業務実施のための事前準備	1 2
（1）	相談員研修	1 2
（2）	相談環境の整備	1 3
（3）	相談対応業務のマニュアル化	1 3
3.	相談対応方法	1 6
（1）	運営体制	1 6
（2）	相談対応の流れ	1 7
4.	情報配信について	2 3
5.	相談対応事業の周知・広報について	2 4
IV	実施結果・分析	2 6
1.	相談受付結果の概要	2 6
2.	相談受付結果の分析	2 8
（1）	相談者の属性	2 8
（2）	相談内容別件数	2 9
（3）	曜日別・時間別着信数	3 1
（4）	相談対応時間・日数	3 3

(5) SNS 相談から他の相談手段への切替えについて	3 4
3. 情報配信	3 5
(1) 配信した情報の開封率	3 5
(2) 情報配信の効果について	3 5
4. 周知・広報	3 7
5. アンケート結果	3 8
(1) 相談員に対する研修について（相談員向けアンケート）	3 8
(2) SNS 相談への相談対応について（相談員向けアンケート）	4 1
(3) LINE 公式アカウント友だち追加者及び相談者の感想について	4 6
V SNS相談の有用性と今後の展望	5 5

I 実施目的

近年、幅広い世代でソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下、「SNS」という。）が普及していること、若年層を中心として電話の利用を敬遠する傾向¹があることから、現在、電話を中心として行われている消費生活相談に SNS を導入する方策について検討することとした。

なお、消費者庁においては、令和元年度から 3 年間、SNS を活用した消費生活相談を実証地域を拡大しながら試行し、その実現可能性や在り方、SNS における消費生活相談の対応方法について検討を重ねてきた。試行の結果を分析し、令和 3 年度には、地方自治体の消費者行政担当部局、消費生活相談員のための「SNS における消費生活相談対応マニュアル」を作成した。本調査報告書は、相談者及び相談員にとってより利便性の高い相談対応モデルの構築を目的として、対象地域を全国に拡大して行った最終的な試行・分析の結果を取りまとめたものである。

II 実施概要

SNS（LINE）を用いた消費生活相談（以下、「SNS 相談」という。）の試行のための相談対応システムを整備し、当該システムを用いて SNS 相談を試行した。試行に当たっては、エースチャイルド株式会社が受託し、相談対応は再委託先において行った。

【対象地域】 全国

【実施期間】 2022 年 11 月 29 日（火）～2022 年 12 月 27 日（火）

※ 相談の受付は実施期間中常時

【対応時間】 相談員から返答を行う時間帯（曜日）は以下のとおり。

16：00～20：00（火曜日から土曜日）

【相談内容】 消費者トラブル全般（契約トラブル、製品やサービスによる事故）

【相談体制】 各日 10 名体制（消費生活相談員）

スーパーバイザー（以下、「SV」という。）² 2 名

相談担当者（以下、「OP」という。） 8 名

SV 及び OP については、消費生活相談員、消費生活専門相談員、消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタントのいずれかの資格を有し消費生活相談業務の経験を有する者を配置した。

¹ 消費者庁「若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会」報告書（令和 2 年 5 月）では、若者が消費生活相談を利用しない理由として「相談するのが面倒だから」（27.0%）、「公的機関には相談しづらいから」（24.8%）が多く（同報告書 4 頁）、10 代及び 20 代の若者は固定通話の利用率が極めて低く、携帯電話による通話がわずかにある（同報告書 5 頁）ことが記載されている。

² 相談員の管理・監督を担当する者。

Ⅲ 実施内容

1. 相談業務について

本業務は「SNS を活用した消費生活相談の試行・分析業務調査報告書」（令和4年4月消費者庁公表）及び「SNS における消費生活相談対応マニュアル」（令和4年4月消費者庁公表）の内容を踏まえて実施した。

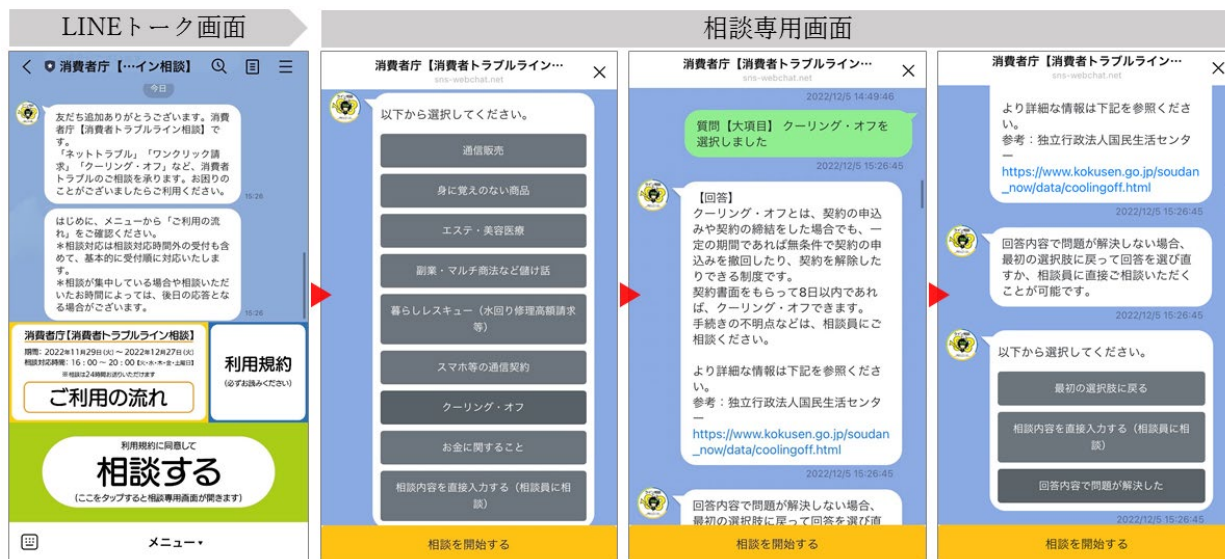
（1）相談受付・対応の流れ

消費者は相談受付のために用意した LINE 公式アカウント「消費者庁【消費者トラブルライン相談】」に友だち追加をする。

LINE トーク画面に設定されたリッチメニューの「相談する」をタップして相談専用画面に遷移する。

利用者は相談専用画面で、チャットボットとのやり取りにて、自身が相談したい内容を選択していく。相談内容が特定されると、チャットボットは相談内容に合った一般的な対応方法を提示する。利用者はチャットボットの回答を受け、解決した場合にはそこで相談を終るか、解決しない場合は相談員にチャットで相談をするかを選択する。（詳細は Ⅲ. 1.

（3）相談手順 に記載）



利用者からの相談は、チャットボットの対応を含め常時受け付けた。相談員に相談したいとなった場合、対応時間内に SV が OP ごとに相談を振り分けた上で相談対応を行った。なお、相談内容が複雑である、あっせんやアフターフォローが必要等の事情が認められる相談については、一定のアドバイスをした上で、最寄りの消費生活センターを紹介した。相談対応時間外に受け付けた相談に対しては、相談の受付時に自動応答メッセージを流し、翌対応時間内に返信を行うことを相談者に伝達し、翌対応時間内に OP が相談者に相談専用画面でメッセージを送った。

(2) 相談対応システム

相談対応システムについては、以下の要件を満たす設計とした。

【要求仕様】

(ア) 相談受付期間中において、相談者は相談対応時間外でも相談内容を入力・送信することができる。

(イ) 相談者・相談員ともに、相談受付期間中いつでも過去のメッセージのやり取り（以下「相談履歴」という。）を容易に閲覧することができる。例えば、相談者が相談を中断し、一定時間経過後に相談を再開した場合であっても、相談履歴が相談者側の端末の相談のやり取りを行う画面（以下、「相談画面」という。）上から消えることなく表示され、前回の相談の続きから開始できるようにする。相談員が操作・閲覧する画面にあっては、相談対応を再開した場合に相談対応を行う画面から切り替えることなく相談履歴が表示され、支障なく各相談者の前回の相談の続きから相談対応を再開することができるようにする。

(ウ) 相談者が相談画面を開いていない状態で、相談員が相談者にメッセージを送信した場合は、その旨を通知するメッセージを相談者の LINE サービス上のトーク画面に自動で送信すること。

(エ) 相談員が操作・閲覧する画面においては、相談の着信が相談対応時間内であるか否かを問わず、同一画面に相談情報を一覧で表示させる。また、当該一覧に表示されている相談情報を選択すれば、ただちに相談対応をすることができる。

(オ) 相談者が、相談員のメッセージを確認したかを判別することができる。

(カ) 相談者及び相談員が、画像や動画を送受信することができる。

(キ) 相談対応を円滑に進めるため、相談対応時間内であるか否かを問わず自動応答により対応し、必要に応じて相談員への対応に切り替えることができる。また、相談者が選択する内容によって自動応答の応答内容を分岐させることができる。なお、自動応答の活用は以下 i 及び ii のような内容を想定。

- i. 初めて相談する相談者にのみ、居住地や年代等属性に関する質問をする。
- ii. 相談開始時に大まかな相談内容について聴き取り、一定の返答をし得る相談に対しては自動で回答（情報提供）する。さらなる聴き取りが必要な場合については、契約日や契約先等、相談員が聴き取りたい情報を最大限収集する。

【情報セキュリティと個人情報保護】

相談対応システムの整備に当たっては、情報セキュリティ対策に配慮し、機密性・完全性・可用性の3要素を確保し、不正アクセス・なりすまし等への対策を講じる。また、内閣官房等による令和3年4月30日付け「政府機関・地方公共団体等における業務での LINE 利用状況調査を踏まえた今後の LINE サービス等の利用の際の考え方（ガイドライン）」を踏まえ、相談者と LINE 上で行う対話は、相談者を相談専用の Web チャット画面へ誘導するメッセージの送信や利用者への注意喚起の情報発信など機密性を有しない内容とし、相談者の個別具体的な相談内容に係る情報は、LINE システムの外に別に用意した相談対応システムのデータベー

スにのみ格納・保管されるよう整備する。これにより、相談内容等の機密性を有する情報が LINE システム上に蓄積されないように設計する³。

加えて、LINE 上で要機密情報を取り扱うことのないよう、LINE 上での画像ファイルの送信ボタンを非表示にする等、利用者の誤操作を防ぐための配慮を施すこととする。

相談対応システムの運用に当たっては、消費者庁の情報セキュリティポリシーを遵守するとともに、受託先における「個人情報保護の基本方針」と「情報セキュリティに関する基本方針」を遵守し、漏えい事案等発生時の対応手順を定め、情報セキュリティ対策を行うこととする。

³ このほか、本試行では、相談対応に必要な情報を得ないようにするため、相談者の LINE アカウントの「プロフィール画像」、「LINE アカウントのユーザ名」は相談対応システム上に表示されないようにした。

(3) 相談手順

相談は、LINE トーク画面から別途 Web チャット画面（相談専用画面）を起動させ、相談内容を入力することで相談が始まる。具体的な相談の流れは、次のとおりである。

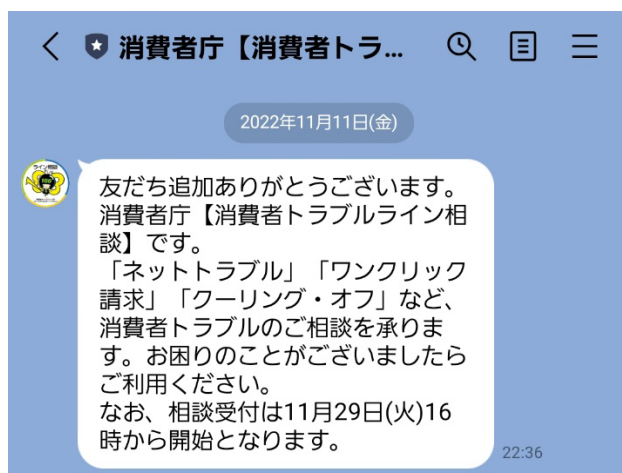
【STEP 1】友だち追加

消費者が QR コードをスマートフォン等で読み込み、友だち追加を行う。

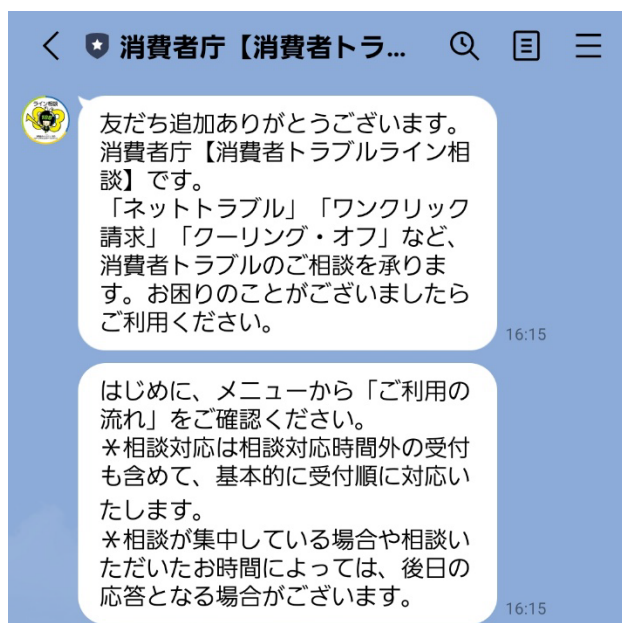
友だち追加を行うと、以下あいさつ文が表示される。

なお、相談期間開始前から広報を開始したため、相談期間開始前と開始後で友だち追加時のあいさつメッセージを変更している。

・相談期間開始前

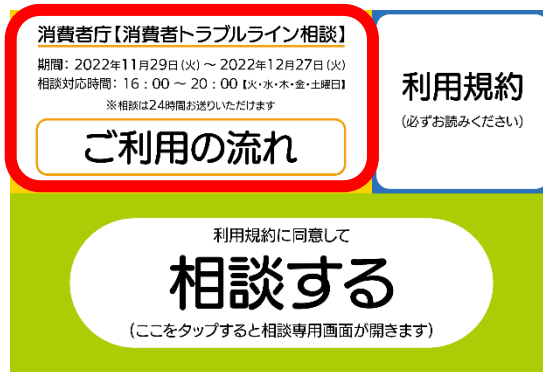


・相談期間開始後



【STEP2】「ご利用の流れ」「利用規約」をタップ

- ① リッチメニューから「ご利用の流れ」をタップ



消費者庁【消費者トラブルライン相談】

ご利用の流れ

STEP 1 「利用規約」を確認する。

STEP 2 「利用規約に同意して相談する」をタップする。

利用規約に同意して
相談する
(ここをタップすると相談専用画面が開きます)

初回のみ以下のような認証画面が出ますので、「許可する」をタップしてください。

認証 キャンセル

消費者庁【消費者トラブルライン相談】
期間: 11月29日
ガイドライン対応期間
所在地・地域: 日本

許可が必要な項目
プロフィール情報 (必須) ☒

注意事項
1. この利用サービスは、国土交通省の公式認可を受けた事業者から提供されているサービスであり、公的機関による保証や保証を受けるサービスと併用して利用していただくことはできません。また、本サービスは、国土交通省の公式認可を受けた事業者から提供されています。

許可する キャンセル

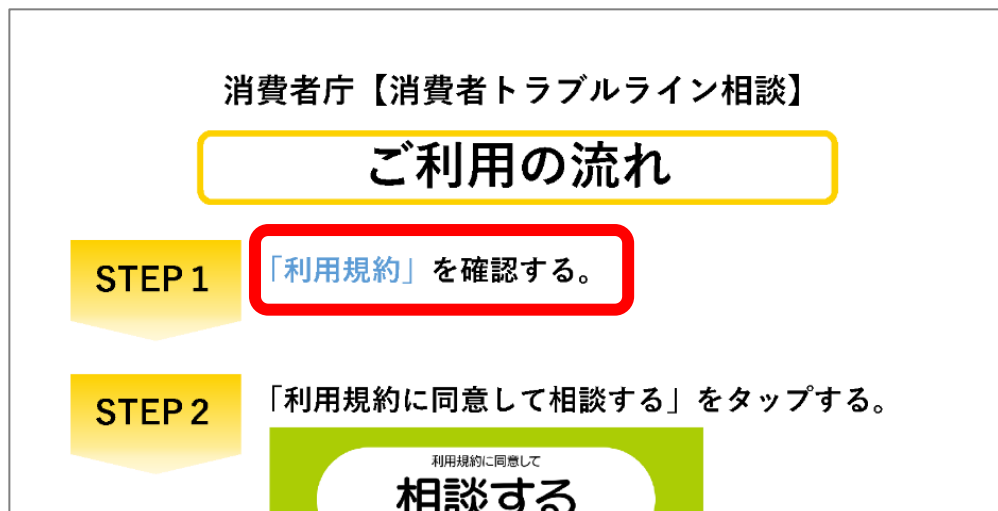
※画像はイメージであり、実際に表示される画面とは異なる場合があります。

STEP 3 「相談を開始する」をタップしてください。

相談を開始する

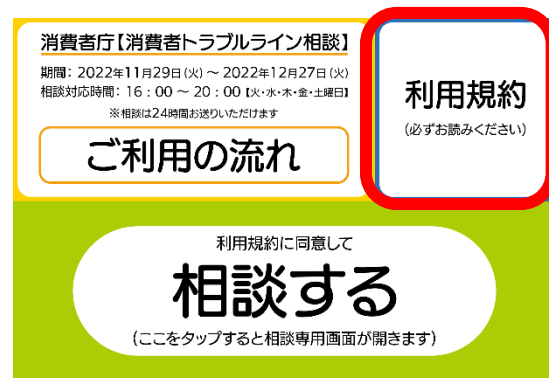
相談対応を円滑に進めるために、最初に属性に関するご質問にお答えいただいた後、相談員におつなぎします。

- ② 「ご利用の流れ」から「利用規約」をタップ



《利用規約》

利用規約については、「ご利用の流れ」に利用規約のリンクを掲載し利用者が利用規約を読んで相談するよう情報の導線を設計したほか、いつでも内容を参照できるよう LINE のリッチメニュー上にも表示させた（右図参照）。



なお、以下の内容を利用規約として提示した。

利用規約

消費者庁【消費者トラブルライン相談】のご利用にあたって	
「消費者庁【消費者トラブルライン相談】」は、コミュニケーションツールとして定着している SNS を活用した消費生活相談を試験的に導入し、導入に当たっての課題や問題点等について検証・検討を行う目的で実施しています。ご相談いただく前に、必ず以下の事項についてご確認ください。	
対象者	日本国内にお住まいの方
相談内容	消費者トラブル全般（買物や契約のお困り事、製品やサービスによる事故等）
実施期間	2022 年 11 月 29 日（火）～2022 年 12 月 27 日（火）
相談受付時間	上記実施期間中常時
相談対応時間	相談員から返答を行う曜日・時間帯は以下のとおりです。 16:00～20:00【火曜日・水曜日・木曜日・金曜日・土曜日】
問合せ先	◆相談方法に関するお問合せ エースチャイルド株式会社（消費者庁委託先） https://www.as-child.com/contact/ ◆その他のお問合せ 消費者庁新未来創造戦略本部 SNS を活用した消費生活相談の実証実験担当 TEL 088-600-0000 問合せ対応時間 9:00～17:00【ただし、土曜日、日曜日を除きます】

◆相談内容の守秘

- ・消費生活相談員には守秘義務がありますので、安心してご相談ください。

◆個人情報の取扱い

- ・氏名、住所、電話番号、性別、年齢、職業等（以下、「個人情報」と言います。）の情報の送信はお控えください。特に契約書等を画像等でお送りいただく際には、個人情報が相談員に見えないように加工してお送りください。ただし、ご相談内容によっては、ご相談に対して適切な助言を行うため、個人情報をお伺いすることがあります。これらの情報は、相談処理に利用し、本人の同意を得ずに他の目的で利用することはいたしません。
- ・提供いただいた個人情報を、本人の同意を得ずに第三者に提供することはありません。ただし、裁判所、検察庁、警察、弁護士会、消費生活センター等又はこれらに準じた権限や役割を有する機関から個人情報の提供を求められた場合は、法令に基づき個人情報を提供することがあります。

◆相談に関する事項

- ・相談内容等のメッセージや画像等の送信は必ず「相談する」をタップし表示される相談専用画面により行ってください。
- ・ご相談の内容や状況に応じ、局番無しの「188」（最寄りの消費生活センター等をご案内する消費者ホットライン）へのお電話をご提案させていただく場合があります。相談内容は引継がれませんので、改めてご相談いただくことになりますことをご了承ください。
- ・相談員からの返答は上記の相談対応時間内に行います。
- ・相談を受け付けた日のうちにお返事ができない場合があります。
- ・返答が 15 分以上途絶えた場合は、相談をいったん終了させていただく場合があります。その場合であっても前回の相談の続きから再度ご相談いただけます。

※お急ぎの相談の場合は電話でも相談することができます。局番無しの「188」（最寄りの消費生活センター等をご案内する消費者ホットライン）にお電話ください。
（消費生活センター等の相談受付時間内において、ご相談できます。）

- ・相談員からの返答は個別の相談事例に対する助言等であるため、相談に係る相談員との対話の内容を表示した画面等を許可なく公にすることはお控えください。

◆相談内容情報の活用

- ・提供いただいた情報は、特定の個人を識別できる情報を除いて、本事業における検証・検討及び統計資料・相談事例等に利用させていただきます。

◆その他

（情報発信）

- ・この LINE 公式アカウントは、主に以下①から③を LINE のトーク画面に情報発信します。
発信の通知を希望されない場合は、LINE のトーク設定から「通知オフ」に設定することも可能です。
- ① 相談対応時間のご案内
- ② 相談員がメッセージを送信したことのお知らせ
- ③ 消費生活問題に関する情報等の配信

【STEP 3】「相談する」をタップ

消費者庁【消費者トラブルライン相談】

期間：2022年11月29日（火）～2022年12月27日（火）
相談対応時間：16：00～20：00【火・水・木・金・土・日】
※相談は24時間お送りいただけます

ご利用の流れ

利用規約
(必ずお読みください)

利用規約に同意して

相談する
(ここをタップすると相談専用画面が開きます)

初回のみ以下のような認証画面が表示されるので、「許可する」をタップする。

認証

キャンセル



消費者庁【消費者トラブルライン相談】

提供：消費者庁

ガイドライン対応相談画面

所在国・地域： 日本

許可が必要な項目

プロフィール情報 (必須) ^



注意事項

1. ご利用のサービスが消費者庁の公式な配布元から提供されていることをご確認ください。公式な配布元以外が提供するサービスを利用して発生したいかなる損害について、本サービス提供者は一切の責任を負いません。
2. 本サービスに提供した個人情報および新たに取得される個人情報は、本サービス提供者の責任において取り扱われます。本サービスの利用規約やプライバシーポリシーについては、本サービス提供者にご確認ください。
3. プロフィール情報とは、LINEで設定した名前・プロフィ

許可する

キャンセル

【STEP 4】 相談専用画面で相談内容等を入力

- ① 「相談する」をタップすると、別途 Web チャット画面（相談専用画面）が開き、チャットボットによる以下4つの質問、①性別、②年代、③お住まいの地域、④相談者の名前（※）が表示されるので、選択肢の中から該当するものを選び回答する。

※ セキュリティ対応として相談者の LINE ユーザ名を非表示としているため、相談中に呼びかける際の名前を相談者本人に確認した。

なお、システムは相談者が初回相談か、2回目以降か、及びこの4つの質問に回答済みであるかを自動で判断するため、初回相談で回答が得られれば2回目以降この質問はスキップされる。

- ② 質問回答後、相談内容をヒアリングするチャットボットの質問が流れ、相談者は今回自分が相談したい内容を、チャットボットの質問に回答していく方式で選択していく。

The screenshot shows a chat interface titled "消費者庁【消費者トラブルライン相談】" with a close button (X). The chatbot asks "以下から選択してください。" (Please select from below). The first set of options includes "男性" (Male), "女性" (Female), and "その他・回答しない" (Others/No answer). A timestamp "2022/11/29 16:00:42" is shown. Below, a green bubble indicates the user selected "男性". A timestamp "2022/11/29 16:01:57" is shown. The chatbot then asks "あなたの年代を教えてください。" (Please tell me your age). A timestamp "2022/11/29 16:01:57" is shown. The second set of options includes "18歳未満", "18歳・19歳", "20代", "30代", and "40代".

相談開始時の相談者属性を聞く自動質問

The screenshot shows the same chat interface. The chatbot asks "以下から選択してください。" (Please select from below). A list of issue categories is displayed: "通信販売", "身に覚えのない商品", "エステ・美容医療", "副業・マルチ商法など儲け話", "暮らしレスキュー（水回り修理高額請求等）", "スマホ等の通信契約", "クーリング・オフ", "お金に関すること", and "相談内容を直接入力する（相談員に相談）". A timestamp "2022/11/29 16:06:04" is shown. Below, a green bubble indicates the user selected "スマホ等の通信契約". A timestamp "2022/11/29 16:06:08" is shown.

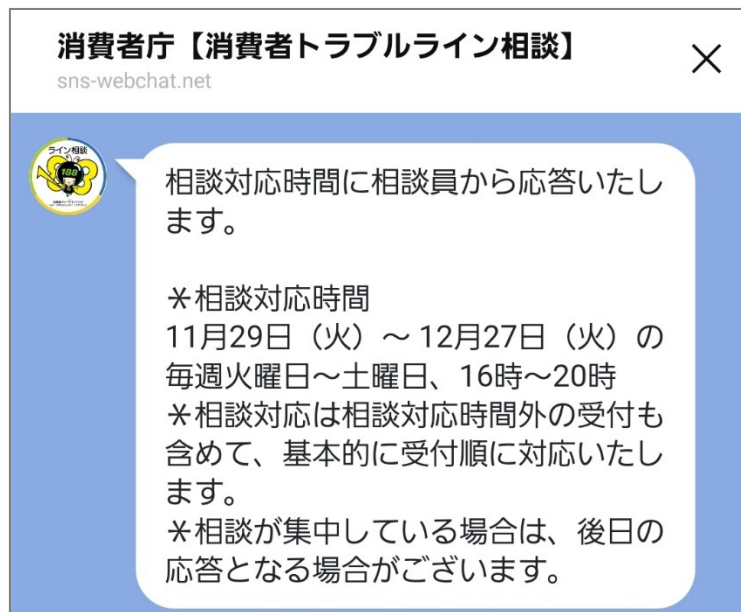
チャットボットの選択肢例

- ③ 相談内容が特定されると、チャットボットは相談内容に合った一般的な対応方法を提示する。相談者はチャットボットの回答を受け、解決した場合にはそこで相談を終了するか、解決しない場合は相談員にチャットで相談をするかを選択する。

なお、選択した相談内容に応じて、チャットボット機能にてテキストベースで契約日や契約先の聴き取りを行い、相談者はチャットボットからの質問内容に応じた回答を入力する⁴。

【相談対応時間外】 相談専用画面で相談内容等を入力

相談対応時間外に相談内容を送信すると、相談専用画面で自動応答メッセージにより次のとおり案内されるようにした。



⁴ チャットボット機能によるテキストベースでの契約日や契約先の聴き取りは、令和4年12月6日から適用した。

2. 相談業務実施のための事前準備

(1) 相談員研修

相談対応を開始する前に、以下のとおり研修を実施した。なお、相談員が確実に研修を受講できるよう、録画動画も用意した。研修は全てオンラインで実施し、相談員は各自相談時に利用する相談用 PC から zoom に接続して研修に参加した。

① システム利用研修

日 時：令和4年11月7日（月）19時00分～21時00分

研修内容：・SNS相談の概要について

- ・利用可能端末 サインインについて
- ・ダッシュボード 相談集中画面について
- ・相談開始の流れ
- ・相談事案のステータスについて
- ・定型文（作成と引用）について
- ・操作説明と実技研修

受講人数：リアルタイム及び後日視聴 合計 41 名

② 法律研修

日 時：令和4年11月14日（月）19時00分～21時00分 （1回目）

令和4年11月17日（木）19時00分～21時00分 （2回目）

研修内容：インターネットを介した電子商取引に係る法令及び最近の状況・問題点

- ・電子商取引等に関する準則
- ・令和4年消費者契約法改正概要
- ・インターネット・オークションにおける「販売業者」のガイドライン
- ・通信販売の申込み段階における表示についてのガイドライン
- ・個人間取引とプラットフォームの役割
- ・個人間取引に係る法規制
- ・デジタルプラットフォーム取引透明化法のポイント
- ・取引 DPF 消費者保護法概要

（取引デジタルプラットフォーム提供者が行う措置に関して、その適切かつ有効な実施に資するために必要な指針、取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律について）

受講人数：リアルタイム及び後日視聴 合計 41 名

③ SNS相談対応講座

日 時：令和4年11月15日（火）19時00分～21時00分

研修内容：SNS相談のやり取りのコツや注意点

- ・SNS相談により、相談の機会がひろがる

- ・ SNS 相談の特徴
- ・ つなそう(つながる相談)の基本的なこと
- ・ 相談のプロセス
- ・ チャット相談における、文章のポイント
- ・ チャットでの応答について
- ・ SNS 相談(心理相談)の紹介
- ・ SNS 相談関連資料・書籍の紹介

受講人数：リアルタイム及び後日視聴 合計 41 名

(2) 相談環境の整備

相談受付開始前に各相談員に相談用 PC 端末を配布し、各自が自宅で相談対応システムにアクセスできるようにし、相談対応を自宅で行えるようにした。また、相談対応業務を進めるに当たり、個別具体の相談への対応方針を SV 及び他の OP と随時相談しながら進めることができるよう、各自が自宅から zoom にアクセスして SV 及び他の OP と話し合うことができるようにした。

また、相談対応開始前に相談対応システムの操作に慣れるため、本番同等のテスト用環境を準備し、各自が自宅で何度も相談対応システム操作のロールプレイング練習ができるようにした。ロールプレイング練習においては、テスト用環境にアクセスすれば相談員として操作でき、各自のスマートフォンからテスト用の LINE 公式アカウントに友だち追加すれば相談者として相談を行うことができることとした。

(3) 相談対応業務のマニュアル化

① 定型文の作成

相談に対する返答内容の均一化及び返答時間の短縮のため、情報提供等の返答の定型文を 40 パターン作成し、SNS 相談システムにあらかじめ登録した。(別添資料 5 参照)

② 相談先一覧の確認

他機関の相談先をスムーズに案内できるように、相談実施期間前に SV と OP で想定される相談先を確認した。確認した相談先は、最新の情報を提供するため相談中に検索し、その URL を相談者に伝える操作方法などについても事前に確認した。

【相談先】

各業界団体、居住地の無料法律相談、ひまわりホットダイヤル(中小企業向け)、警察庁、多重債務、健康・医療・こころの相談、労働相談。

③ 自動応答メッセージの作成

相談開始前、相談受付時間外、混雑時、相談期間終了後のプッシュメッセージを作成した。

④ SV 及び OP のマニュアル作成

相談の受付方法や対応方法、相談情報の記録方法などについて、SV 用、OP 用のマニュアルを作成し、全ての担当者において同じ作業が行えるようにした。

なお、相談情報の記録方法は次のとおり。

受け付けた相談に対し、相談終了後、OP が＜事案属性＞＜事案メモ＞＜クライアント情報＞（以下「事案属性等」と言う。）を記入し、システム内に記録として残すようにした。申し送り事項（相談対応途中で OP が交代した場合や過去の相談内容に関する相談）は、OP がシステムに記録した事案属性や、事案メモ（事案の内容を文章で記録したもの）、クライアントメモ（クライアントの情報を文章で記録したもの）等により共有することとした。

記録は相談を受けた OP 自身が行い、記録後に SV がその内容を全て確認することとした。

＜事案属性＞プルダウンで 商品別分類・販売方法など、必要事項を全て選択する

事案属性		
商品・役務等別分類	役務：運輸・通信サービス	×
販売購入形態	①店舗購入	×
信用供与	②あり（自社割賦・包括信用・個別	×
内容別分類 1	⑧契約・解約	×
内容別分類 2	④価格・料金	×
内容別分類 3	③法規・基準	×
話しかけ	相談員から話しかけた	×

＜事案メモ＞「主訴」「助言」と見出しをつけて、相談内容と助言内容を記入する

【記入例】主訴：クーリング・オフについて 時間外無応答

助言：本日最終日より 19 時半頃まで受付の旨伝えた。

メッセージ	事案メモ
主訴；クーリングオフについて 時間外無応答 助言；本日最終日より19時半頃まで受付の旨伝えた。	

＜クライアント情報＞クライアント自身が選択した居住地や年齢や性別などが反映されているか確認したのち、その日受けた相談の情報を記入

【記入例】12 月 27 日 クーリング・オフについて

クライアント情報

🗨️

👤 クライアント: [redacted] (ユーザーID: [redacted])

性別: 男性 年代: 30代 お住まいの地方: 関東地方 都道府県: [redacted] お名前回答可否: [redacted]

名前を入力する お名前: [redacted] 大項目: クーリング・オフ

事案件数: 1件 メッセージ件数: 9件

12月27日 クーリングオフについて（無反応） 事案ID: [redacted]

- ⑤ 労務管理のための勤怠管理簿の作成
- SV や OP は、毎相談業務終了後に実施報告書を作成した。

<実施報告書フォーマット>

「SNS を活用した消費生活相談の施行・分析業務」
実施報告書

氏名	
相談施行日	年 月 日 ()
時間 (うち休憩時間)	: ~ : (: ~ :)
SV / 相談員	● スーパーバイザー ○ 相談員
相談受付件数	件
【特記事項】 ※特徴的な相談を 1～2 例挙げてください（「事案 ID」を必ず記載のこと） ※その他、当日の感想、改善要望、お気づきの点 等をご記入ください 特徴的な相談	

3. 相談対応方法

(1) 運営体制

① 人員の配置

OP 8 名、SV 2 名の 10 名体制を基本体制とした。なお、SV は OP が支障なく対応できるようにサポートを行った。

② 相談業務開始前のミーティングの実施

相談対応日は毎日、相談開始前のミーティングを行った。

ア 相談対応において守るべき項目の確認。

イ 相談状況・傾向、注意点、前日までの申し送り事項等についての確認。

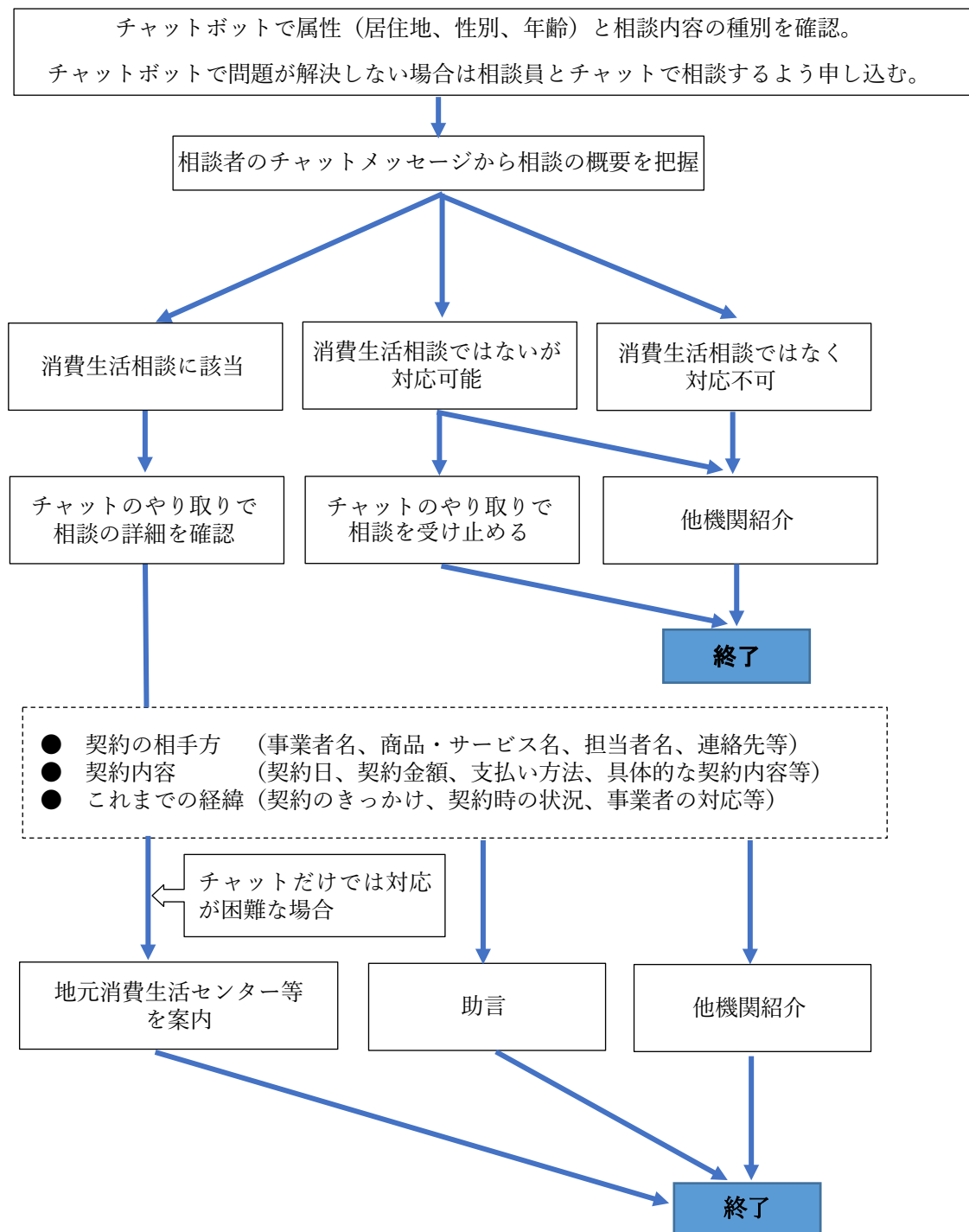
ウ 相談時間外に入った相談件数の報告とそれに対する対応方法についての確認。

エ 時間外に入った相談の各 OP への割り振り (SV 対応)。

オ さらに OP が円滑に相談対応できるよう、SV と OP で助言内容を協議する等の準備。

(2) 相談対応の流れ

相談対応は以下のフロー図に示す流れに沿って行った。



① 地元消費生活センターに相談するよう案内する場合の流れについて

地元消費生活センターに相談するよう勧めるかについては、OP から SV に相談し、SV が判断する。

LINE 相談のチャットのやりとりで助言し、以下のような状況で地元消費生活センターを案内した方が良いと判断した場合、地元消費生活センターへ相談するよう案内する。

- ・契約内容が複雑であり、電話による質問の積み重ねによって相談内容を特定する必要がある場合
- ・やり取りの内容が噛み合わずコミュニケーションが難しい場合



地元消費生活センターに電話もしくは来所することを案内。

(案内文の例)

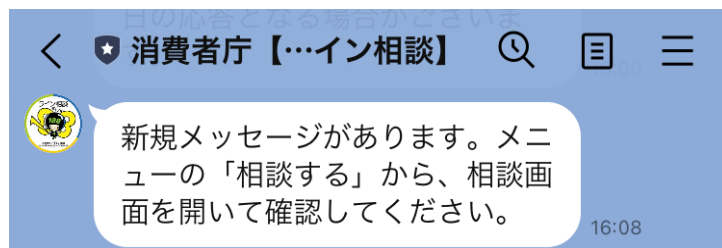
明日以降、消費者ホットライン 188 にお電話ください。
お住いの郵便番号を聞かれますので、入力いただくと、最寄りの市区町村の消費生活センターにつながり、消費生活相談員が対応させていただきます。

消費生活センターに電話をされる際は、契約の経緯をまとめたメモや、事業者から受け取った書面、ご覧になった広告やサイトの情報などをお手元にご用意されると相談がスムーズです。

② 相談対応時間外に寄せられた相談への対応方法について

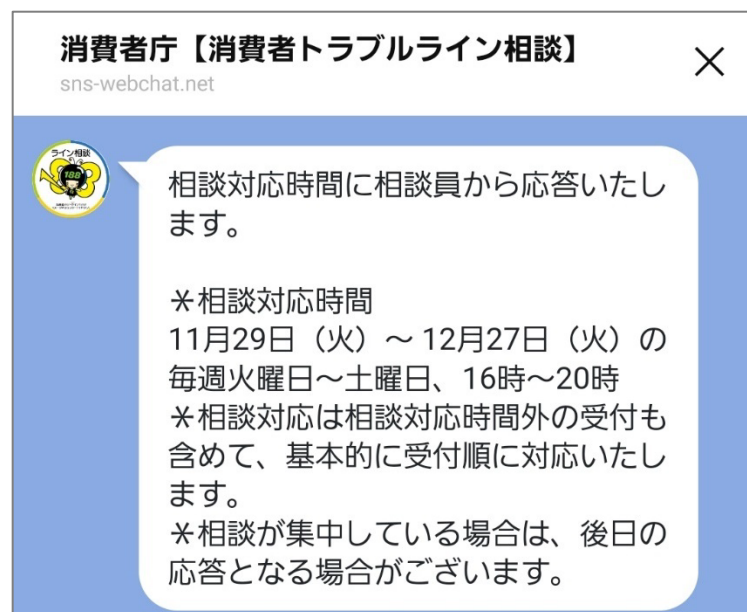
相談対応時間外に入力された相談については、相談対応開始時に、SV が OP に相談事案を割り振り、OP から相談者へ相談専用画面でメッセージを送信した。この際、相談者が相談専用画面を開いていない場合には、LINE のトーク画面上に OP から返信があった旨のメッセージが自動で送られるようになっている（下図参照）。

【LINE トーク画面上に自動送信するメッセージの内容】



このように、相談対応時間外に申し込まれた相談は、相談対応時間内において対応することを相談者に伝えるため、相談者が相談対応時間外に相談内容を入力した場合は、相談対応画面上の自動応答メッセージにより次のように案内した。

【自動応答メッセージの内容】（再掲）



③ 混雑時に寄せられた相談への対応方法について

混雑時においても、よくある相談に対して自動回答するチャットボットを利用できるようにした。チャットボットの回答でなお相談内容が解決しない場合は、相談内容を直接入力（相談員に相談）できる仕組みとしており、寄せられた相談は順番に受け付け、対応した。

また、1人のOPが複数の相談対応ができるよう設定をしており、同じタイミングで相談者によって「相談する」がタップされる状況が生じても相談対応ができるように準備した。

今回、1人のOPが2人以上の相談者の対応をすることはあったものの、長時間にわたり応答がない相談者からの返答を待っている間に他の新規の相談に対応したというケースが多く、1人のOPが同時並行で2人以上の相談者とやりとりを進める状況はあまり生じなかった。しかしながら、相談が混雑した際の対応を想定した体制を準備することは必要である。

なお、今回の実証においては、複数の相談に並行して対応することができるかは、相談者の返信間隔や、OPのチャット相談のスキルに依存する部分が大きかった。1人のOPが同時並行で2人以上の相談者の対応を担当することは可能ではあるが、相談者の返信間隔が短い場合には別のOPに担当を変更して平準化を図ることや、並行して対応できるスキルを持つOPにのみ任せる、などの相談体制側での対応の工夫が必要であると考えられる。

④ 相談情報の記録

OPは、1件の相談を終える毎にシステム内に相談情報として事案属性等を記録した。具体的には、性別、年齢、相談者住所、契約者住所、職業、商品名・サービス名、相談内容、販売形態、契約金額、相談概要、助言内容を記録した。OPが記録後、記入漏れの有無などをSVが確認した。

<事案属性記入例>（再掲）

事案属性				
商品・役務等別分類	▼	役務：運輸・通信サービス	▼	×
販売購入形態	▼	①店舗購入	▼	×
信用供与	▼	②あり（自社割賦・包括信用・個別	▼	×
内容別分類 1	▼	⑧契約・解約	▼	×
内容別分類 2	▼	④価格・料金	▼	×
内容別分類 3	▼	③法規・基準	▼	×
話しかけ	▼	相談員から話しかけた	▼	×

<事案メモ記入例>（再掲）

メッセージ	事案メモ
主訴；クーリングオフについて 時間外無応答 助言；本日最終日より19時半頃まで受付の旨伝えた。	

<クライアント情報記入例>（再掲）

クライアント情報	
	
クライアント: [redacted] (ユーザーID: [redacted])	
性別	男性
年代	30代
お住まいの地方	関東地方
都道府県	[redacted]
お名前回答可否	
名前を入力する	お名前 [redacted]
大項目	クーリング・オフ
事案件数 1件 メッセージ件数 9件	
12月27日 クーリングオフについて（無反応） 事案ID: [redacted]	

⑤ 終了時の作業

SV は、当日受けた相談全てに対し、再度事案属性等に記入漏れがないことの確認、及び全ての相談の対応が完了していることを確認し、当日の相談対応を終了した。

SV 及び OP 各自が、当日の特記すべき相談の概要などを記載した実施報告書を作成した。

<実施報告書フォーマット>（再掲）

「SNS を活用した消費生活相談の施行・分析業務」 実施報告書	
氏名	
相談施行日	年 月 日 ()
時間（うち休憩時間）	: ~ : (: ~ :)
SV / 相談員	* スーパーバイザー 相談員
相談受付件数	件
【特記事項】※特徴的な相談を1～2例挙げてください（「事案ID」を必ず記載のこと） ※その他、当日の感想、改善要望、お気づきの点 等をご記入ください	
特徴的な相談	

4. 情報配信について

友だち追加者に定期的に最近の相談事例の紹介を行った。なお、配信する情報の内容については、全5回を通して全年代に向けた注意喚起・啓発につながるものにした。

配信日	配信内容
令和４年１２月３日 １５時	詐欺的なサイトの通信販売
令和４年１２月１５日 １６時	簡単に稼ぐ方法
令和４年１２月２１日 １６時	トイレ・排水管の修理・水漏れ
令和４年１２月２４日 １６時	海産物の電話勧誘販売
令和４年１２月２７日 １６時	脱毛エステトラブル

配信例

令和4年12月3日
詐欺的なサイトの通信販売

令和4年12月27日
脱毛エステトラブル

2022年12月3日(土)

⚠️ 詐欺的なサイトの通信販売トラブルにご注意
 ネット通販を利用して「商品が届かない」「偽物が届いた」などのトラブルが後を絶ちません。各地の消費生活センターにも多数の相談が寄せられています。以下のポイントに気を付けましょう。お困り事や心配な事があれば、お気軽に本窓口にご相談ください。

＜詐欺的な通信販売サイトを見分けるポイント＞

- ・ URL の表記が不自然だ
- ・ 一般流通している価格よりも安くなっている
- ・ 事業者の所在地の記載がない
- ・ 事業者の所在地を地図サイトで調べると、事業用事務所とは思えない場所である
- ・ 事業者への連絡手段がメールのみである
- ・ 代金の振込先が個人名義の口座、または支払方法が代金引換のみである

※消費者庁イラスト集より

2022年12月27日(火)

男性も増加！脱毛エステのトラブルにご注意

低価格の広告を見て店舗に出向いたところ高額なコースを勧誘されたというケースが目立ちます。気軽さや安さを強調した広告だけで判断しないようにしましょう。

場合によっては、クーリング・オフができる可能性もあります。お困り事や心配な事があれば、お気軽に本窓口にご相談ください。
※本窓口は、本日20時に受付を終了いたします。

参考：(独)国民生活センター発表情報

<https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20220721.1.html>

【若者向け注意喚起シリーズ<N...
このページはJavaScriptを使用しています。JavaScriptを有効にしてご利用...

16:00

【若者向け注意喚起シリーズ (No12) 】

国民生活センター

男性も増加！脱毛エステのトラブル

【事例1】広告のコースを希望したが、高額コースに...

「脱毛コースが月割の1,000円」という広告を見て、学生が初めてのコースを申し込みました。しかし、実際のコースを勧められ、これ以上の追加料が必要とされ、最終的に支払った金額は、広告のコースの10倍に達しました。学生は、脱毛コースの申し込みを後悔しています。

30歳代 男性 学生

月	相談件数
4月	1,000
5月	1,000
6月	2,000

※6月の相談件数は4月の約2倍に増加しました。

【事例2】体験後に実際に肌にトラブルを...

脱毛コースの体験に付き、脱毛者から肌トラブルを報告された。肌トラブルは脱毛後に発生したと報告された。肌トラブルは脱毛後に発生したと報告された。肌トラブルは脱毛後に発生したと報告された。

20歳代 女性 学生

トラブルに備えたい脱毛の選び方
① 口コミ・体験 | 月割1,000円、など
② 価格帯の目安をうけとめない
③ 広告に誘導されたコースと異なるコースがある
④ クーリング・オフできるコースがある
⑤ 脱毛コースの申し込みは、事前に予約が必要
⑥ 脱毛コースの申し込みは、事前に予約が必要
⑦ 脱毛コースの申し込みは、事前に予約が必要

16:00

5. 相談対応事業の周知・広報について

相談対応を開始する令和4年11月29日に向けて、同月14日から相談対応事業を告知する事前広報を実施した。また、相談対応実施期間中の1か月間においても広報を継続して行った。広報の方法についてはLINE Ad（LINE 内広告）を用い、全国のLINE ユーザに向けて相談実施の案内を行った。

① 配信ターゲット

全てのLINE 利用ユーザを対象に配信した。

ターゲット設定

国 ● 日本

地域 すべて 地域

編集

性別 すべて 男性 女性

年齢 すべて 設定する

OS すべて Android iOS

後半、若年層への周知・広報を強化するため、15-19 歳にターゲットを絞って配信した。

ターゲット設定

国 ● 日本

地域 すべて 地域

編集

性別 すべて 男性 女性

年齢 すべて 設定する

15 - 19

OS すべて Android iOS

② LINE Ad の配信内容

安心して相談してもらえるよう、消費者庁による相談対応事業であることが分かる配信内

容とした。



消費者庁【消費者トラブルライン相談】



消費者庁

消費者庁実証事業

無料で消費生活相談

友だち追加

AD 無料で消費生活相談

「ネットトラブル」「ワンクリック請求」「クーリング・オフ」など、消費者トラブルのご相談を承ります。お困りのことがございましたらご利用ください

無料で消費生活相談
消費者庁【消費者トラブルライン相談】

AD・友だち追加



無料で消費生活相談

消費生活相談を受付
消費者庁【消費者トラブルライン相談】

AD・友だち追加



消費生活相談を受付

IV 実施結果・分析

1. 相談受付結果の概要

相談受付のために用意した LINE 公式アカウント「消費者庁【消費者トラブルライン相談】」への友だち追加者数は相談期間終了時において 11,990 名となった。

相談専用画面に表示される「相談を開始する」をタップした件数(以下、「着信数」と言う。)は 548 件であった。548 件の中には、相談員との個別具体的な相談対応のやり取りに至らず、相談者にチャットボットによる回答を送信することで対応した相談件数が含まれる⁵。

他方、相談専用画面で、相談員から相談者に対して相談に係る個別具体的なメッセージを送信してやり取りを行った相談の件数は 384 件であった。この 384 件の中には、チャットボットによる回答を送信したのみである相談は含まれていない。また、この 384 件のうち同一人物による同一相談を 1 件としてカウントした相談件数は 295 件であった。

友だち 追加者数 ※1	着信数※2		メッセージの やり取り件数※5		
	時間内 ※3	時間外 ※4	相談受付 件数※6		
11,990	548	240	308	384	295

(注) 本実証においては、便宜上、受け付けた相談を必ず当日中に一旦終了させており、日をまたいで再び寄せられた相談は、同じ相談者からの相談であっても 1 件とカウントし、複数回の相談としている。そのため、「着信数」及び「メッセージのやりとり件数」には、同一人物による同一相談が複数回計上されている場合がある。なお、同一人物による同一相談を名寄せした件数については、「相談受付件数」にて記載している。

※1：相談期間終了時における、相談受付に用いた LINE 公式アカウントの友だち追加者数。

※2：相談専用画面に表示されている「相談を開始する」をタップした件数。相談員との個別具体的な相談対応のやり取りに至らず、相談者にチャットボットによる回答を送信することで対応した相談の件数を含む。

※3：相談対応を行った時間（月・日曜日を除く 16:00～20:00）。

※4：相談対応を行った時間以外の時間。

※5：相談専用画面で、相談員から相談者に対して相談に係る個別具体的なメッセージを送信した相談の件数（チャットボットによる回答を送信したのみである相談を除く）。

※6：メッセージのやり取り件数のうち、同一人物による同一相談を 1 件として数えた件数。

⁵ チャットボットの回答を受け、「回答内容で問題が解決した」を選択した件数は 19 件であった。チャットボットを利用したが「回答内容で問題が解決した」を選択していない件数は 27 件であった。なお、後者について、利用者が情報を得た選択肢によっては、相談員から個別にメッセージを送信していることがある。当該案件については「メッセージのやり取り件数」に計上している。

一定時間以上相談者から応答が無く、やり取りが途絶えたケース（下表「無応答」及び「中断」）もあったものの、その時点で可能な範囲で助言や情報提供を行い、相談対応を終了した。

また、契約内容が複雑であり、電話による質問の積み重ねによって相談内容を特定する必要がある場合等は、消費者ホットライン 188 の案内により、相談者の最寄りの市区町村や都道府県の消費生活センター等の消費生活相談窓口への相談を促すなどし、全ての相談において SNS 相談により相談対応を行うことができた。

メッセージのやり取り件数					
	無応答 ※7	中断 ※8	相談 終了 ※9	消費生活セン ターを紹介	他機関を紹介
384	130	9	245	94	47

※7：相談者と相談員の間でのやり取りが1往復で、一定時間以上相談者から返答が無く、やり取りが途絶えたもの。

※8：相談者と相談員の間でのやり取りが2往復以上で、一定時間以上相談者から返答が無く、やり取りが途絶えたもの。

※9：助言や情報提供等を行い終了したもの。

メッセージの やり取り件数	時間外着信の うち相談内容 あり	時間外着信に 対して相談員 がメッセージ を送信した件 数	C の相談員の メッセージに 応答があった 件数	相談者からの 応答率	時間内に初め て相談を行っ た件数	時間内に 初めて相談を した比率
A	B	C	D	D/C	E (A-D)	E/A
384	171	176	138	78.4%	246	64.1%

時間外着信のうち相談内容が書かれていたのが 171 件で、時間外着信に対して相談員がメッセージを送信したのが 176 件であった。時間外着信に対する相談員からのメッセージ送信については、相談内容の入力があったものだけでなく、チャットボットを利用している方の中で、「商品が届かないなど詐欺的サイト」、「フィッシング詐欺」、「副業・マルチ商法など儲け話」について情報を得ている方などで、「回答内容で問題が解決した」が選択されていない場合には、早期に対応方針を伝えることで被害の未然防止及び被害の拡大防止につながる可能性があるため、メッセージを送信するようにした。このため C の件数は B の件数以上となっている。時間外着信に対する相談員からのメッセージ送信への応答率は 78.4%であった。時間外に相談内容を入力された方やチャットボットのみの利用で相談内容を入力されなかった方に相談員がメッセージの送信を行っても、8 割近い応答が期待できることが分かった。

また、メッセージやり取り件数に占める時間内に初めての相談をした人の比率は 64.1%となった。

一方で、相談時間外に初めて相談をした比率は 35.9%あり、自分の都合の良い時間に相談内容を書き込んでおき、相談対応時間内に回答を得るという方法がある程度の支持を得られたと考えられる。

2. 相談受付結果の分析

(1) 相談者の属性

メッセージやり取り件数（384 件）のうち、同一人物による同一相談を名寄せした相談受付件数 295 件を基に分析を行った。

① 性別

相談者の性別分布は、男性 111 件（37.6%）、女性 168 件（56.9%）、契約当事者⁶においては男性 116 件（39.1%）、女性 163 件（54.9%）であり、相談者及び契約当事者ともに女性が多かった。なお、1 件のみ複数人（男性、男性、女性）に関する相談⁷があり、契約当事者の相談件数の方が 2 件多くなっている。

	相談者	契約当事者
性別	割合（件数）	割合（件数）
男性	37.6%(111)	39.1%(116)
女性	56.9%(168)	54.9%(163)
不明・未回答	5.4%(16)	6.1%(18)

（注）割合については四捨五入していることから合計が 100%とはならない。

② 年代

相談者の年代は 50 歳代が 84 件（28.5%）と最多であったが、若年層についても 10 歳代と 20 歳代の合計が 55 件（18.6%）にのぼった。契約当事者は 50 歳代（78 件・26.3%）が最も多く、次に 40 歳代（53 件・17.8%）が続いた。10 歳代と 20 歳代の合計では 56 件（18.9%）となった。

「PIO-NET にみる 2021 年度の消費生活相談の概要」⁸（独立行政法人国民生活センター）による契約当事者の年代の割合と、SNS 相談実証の契約当事者の年代の割合を比較すると、20 歳代から 50 歳代の世代において SNS 相談実証が上回る結果となっており、SNS 相談は若年層だけでなく幅広い世代において消費者トラブルの相談手段として有効であると考えられる。また、「PIO-NET にみる 2021 年度の消費生活相談の概要」においては、消費生活相談における契約当事者の割合のボリュームゾーンが 50 歳代以上であり、最も多いのが 70 歳

⁶ 契約の名義人ではなく契約に係る行為を行った者のこと。

⁷ 家族 3 人が入会していた葬儀互助会からの会費追加請求に関する相談。

⁸ 令和 4 年 8 月 9 日公表。契約当事者の年代については同資料 3 頁掲載の図 2 を参照のこと。

代以上であるのに対し、SNS 相談実証の相談における契約当事者のボリュームゾーンは 20 歳代以上 60 歳代未満、最も多いのが 50 歳代となっており、相談における契約当事者が電話・対面による相談よりも若年化していることが伺える。

<SNS 相談実証>

	相談者	契約当事者
年代	割合（件数）	割合（件数）
10 歳代	1.7%(5)	2.0%(6)
20 歳代	16.9%(50)	16.8%(50)
30 歳代	12.5%(37)	10.8%(32)
40 歳代	18.0%(53)	17.8%(53)
50 歳代	28.5%(84)	26.3%(78)
60 歳代	9.2%(27)	9.4%(28)
70 歳代以上	10.2%(30)	10.4%(31)
不明	3.1%(9)	6.4%(19)

<PIO-NET にみる 2021 年度の消費生活相談>

	契約当事者
年代	割合
20 歳未満	2.5%
20 歳代	9.5%
30 歳代	9.9%
40 歳代	13.3%
50 歳代	15.1%
60 歳代	13.8%
70 歳代以上	22.9%
無回答（未入力）	12.9%

（注）割合については四捨五入していることから合計が 100%とはならない。

（２）相談内容別件数

商品・役務の分類は、相談の主体となる商品・役務（サービス）等を分類する「商品・役務等別分類」（商品別分類）に整理した。

商品 126 件（42.7%）に対し、役務 119 件（40.3%）、他の相談が 8 件（2.7%）だった。商品・役務等別分類の中で最も多かったのは、「商品一般」52 件（17.6%）、次に「金融・保険サービス」22 件（7.5%）、「内職・副業・相場」19 件（6.4%）、「教養・娯楽サービス」18 件（6.1%）、「運輸・通信サービス」17 件（5.8%）と続いている。

最も相談の多かった「商品一般」の相談は、「不審な SMS が届いた。どうしたらよいか」等の相談である。「金融・保険サービス」の相談では、「仮想通貨の投資詐欺にあった。返金を希望したい。」等の相談だった。「運輸・通信サービス」の相談では、「SIM 契約料金の支払いに納得がいかない。認識と異なる。」等の相談が寄せられた。また、「他の相談」に分類した相談の中には、消費生活相談とは異なる内容の問合せも含まれる。

<商品・役務等別分類>

商品・役務等別分類	件数	割合
商品	126	42.7%
商品一般	52	17.6%
食料品	12	4.1%
住居品	4	1.4%
光熱水品	1	0.3%
被服品	14	4.7%
保健衛生品	16	5.4%
教養娯楽品	16	5.4%
車両・乗り物	4	1.4%
土地・建物・設備	7	2.4%
他の商品	0	0.0%
役務	119	40.3%
クリーニング	0	0.0%
レンタル・リース・貸借	4	1.4%
工事・建築・加工	1	0.3%
修理・補修	6	2.0%
管理・保管	0	0.0%
役務一般	10	3.4%
金融・保険サービス	22	7.5%
運輸・通信サービス	17	5.8%
教育サービス	0	0.0%
教養・娯楽サービス	18	6.1%
保健・福祉サービス	9	3.1%
他の役務	11	3.7%
内職・副業・相場	19	6.4%
他の行政サービス	2	0.7%
他の相談	8	2.7%
不明・未回答	42	14.2%

(注) 割合については四捨五入していることから合計が 100%とはならない。

「PIO-NET にみる 2021 年度の消費生活相談の概要」(独立行政法人国民生活センター)における商品役務別相談件数の上位は、順に商品一般、化粧品、賃貸アパート・マンション、

健康食品、移動通信サービスである⁹。この点、本年度の SNS 相談実証での商品役務等別の相談件数のうち上位 5 位は下表のとおりである。上位 2 位以下の相談内容については必ずしも傾向が類似しているとは言えないが、商品一般に関する相談が最多であるという点では共通している。今年度の実証では金融・保険サービスの件数が上位に位置しているが、いくつか特定投資案件についての相談が寄せられていたため、SNS 相談の実施とトラブル発生の時期が重なっていたのではないかと考えられる。

少なくとも SNS 相談において相談内容に著しい偏りが見られるということはないと言え、SNS 相談によっても、対面・電話で相談対応を行う場合と同様の消費生活相談を行うことができることが推認される。

<商品・役務等別分類における上位 5 位>

順位	SNS 相談実証	2021 年度消費生活相談
1 位	商品一般 (52 件)	商品一般 (76,384 件)
2 位	金融・保険サービス (22 件)	化粧品 (44,608 件)
3 位	内職・副業・相場 (19 件)	賃貸アパート・マンション (32,707 件)
4 位	教養・娯楽サービス (18 件)	健康食品 (29,381 件)
5 位	運輸・通信サービス (17 件)	移動通信サービス (24,870 件)

(3) 曜日別・時間別着信数

昨年度の実証では、火曜日から土曜日まで相談を受け付けたところ、消費者問題に関する情報配信を行った金曜日に最も多く相談が寄せられ（時間内のみ 70 件、時間外も含む 136 件）、続いて火曜日にも相談が多く寄せられた（時間内のみ 46 件、時間外も含む 105 件）。最も相談が少なかったのは土曜日（時間内のみ 22 件、時間外も含む 60 件）であった。

本年度の実証においても、昨年度の実証時と同様に火曜日から土曜日まで相談を受け付けたところ、火曜日に最も多く相談が寄せられ（時間内のみ 84 件、時間外も含む 159 件）、続いて木曜日にも相談が多く寄せられた（時間内のみ 55 件、時間外も含む 108 件）。最も相談が少なかったのは土曜日（時間内のみ 18 件、時間外も含む 51 件）であった。

相談休業日明けの実施日に最も相談が集まる。休業日も相談を受け付けているため、休業日明けは一層相談対応件数が増えることが考えられる。平日は年度によって差異があるが、土曜日の相談は共通して少ないことが分かった。

また、着信数を時間別で見ると、7 時台に着信数は落ち込むものの 6 時台から相談が増え始め、相談対応開始時刻である 16 時台をピークとして 20 時台まで一定量の相談が寄せられ、21 時以降は相談が減る結果となった。相談の増え始めが 6 時台であるのは、多くの場合で仕事や家事、学業等が始まると思われる前の時間帯に、相談内容を書き込んでおく、という利用の仕方のニーズがあったのではないかと推察される。

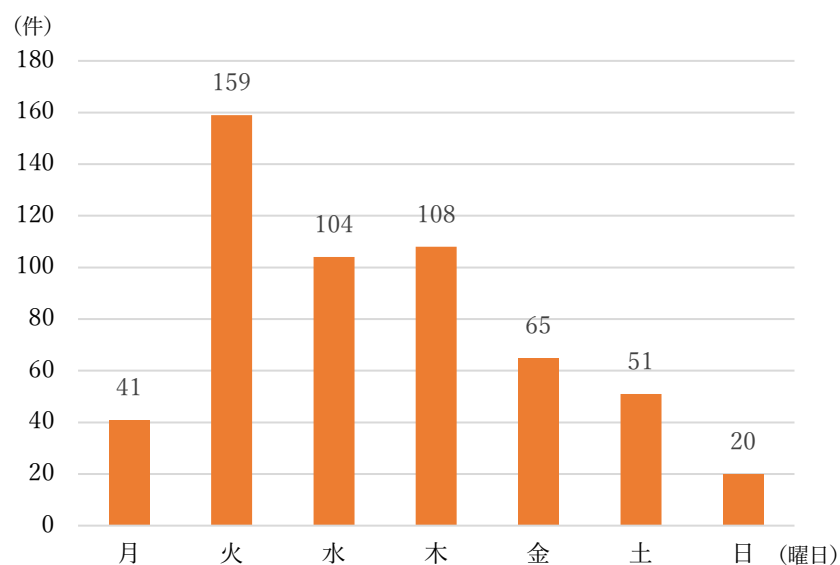
⁹ 令和 4 年 8 月 9 日公表。商品・役務等別分類相談件数の 2021 年度値については同資料 6 頁掲載の表 2 を参照のこと。

着信数は曜日や時間帯にそれぞれピークはあるものの、平日の日中を中心に一定数着信があり、SNS相談のニーズがあることが確認されたことから、通常の消費生活センター等の開所時間帯における相談対応手法として有用であると評価できる。

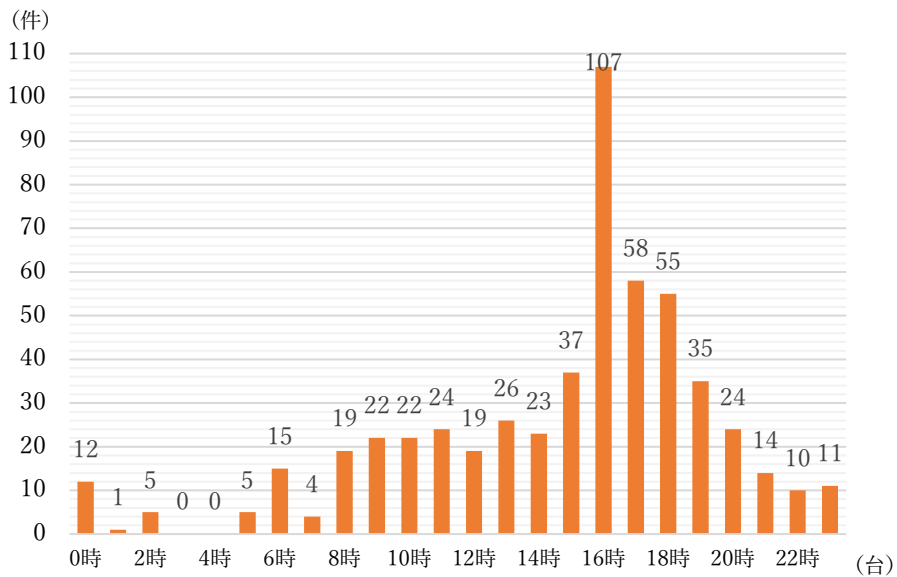
さらに、時間別着信数において相談者のライフスタイルに合わせた利用が推認できたことから、相談の受付自体は常時行うようにすることで、消費者にとって相談の機会を広げ、消費者トラブルの未然防止・拡大防止につながると考えられる。それに加え、相談員が相談対応時間内に相談者に対して送信した助言の内容を相談者がいつでも閲覧することができるような仕組みが必要であると考えられる。

<曜日別着信数>

曜日	着信数	時間内着信数
月	41	0
火	159	84
水	104	54
木	108	55
金	65	29
土	51	18
日	20	0
合計	548	240



<時間別着信数>



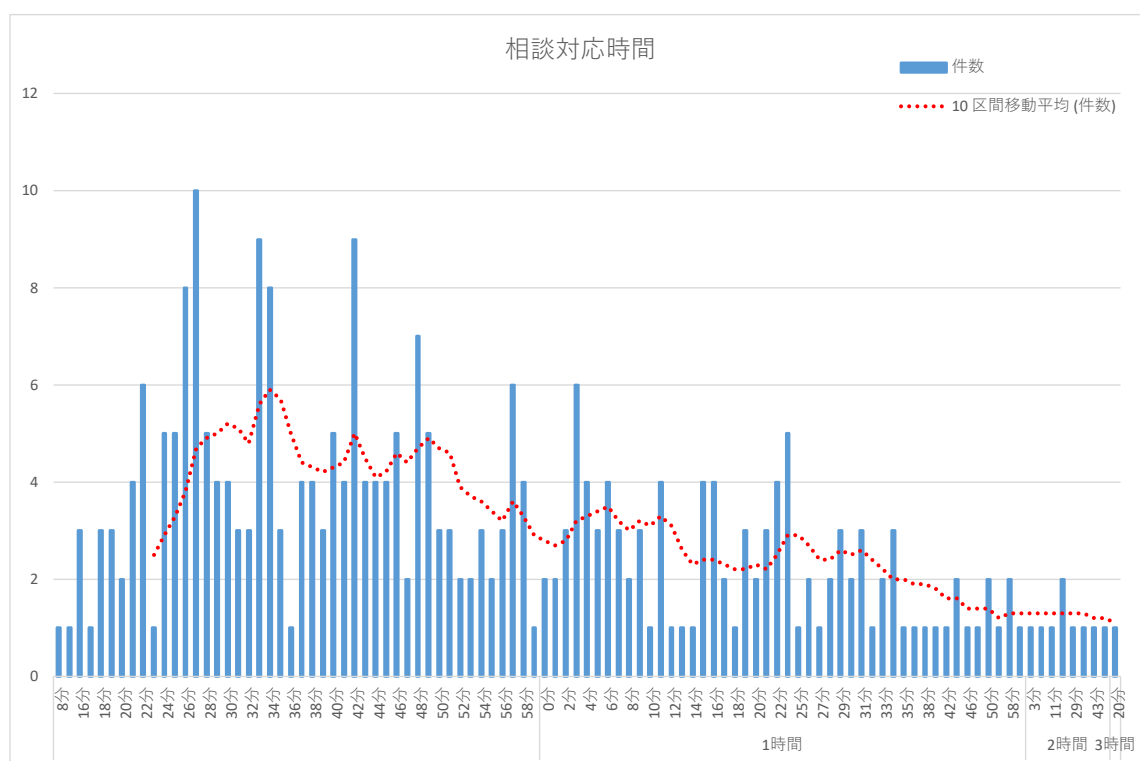
(4) 相談対応時間・日数

最も短かった相談対応時間は13分32秒(30代性別未回答から寄せられた不審なSMSに関する相談)¹⁰である。下図の通り、約25分～50分で対応を終了している事案が比較的多い。最長の相談対応時間は3時間20分16秒(50代男性から寄せられた副業・マルチ商法と思われる契約を解除したいという相談)である。

相談対応に2～3時間を要した相談については、相談者からのメッセージを待っていた時間も多分に含まれるものの、いずれもメッセージのやりとりの数が多かった¹¹。

¹⁰ 最短の相談は8分28秒の事案であるが、これは「何かあった場合のためにとりあえず登録した」という会話が成立しているもののため、最短の相談時間からは除外した。

¹¹ コロナ感染による契約解除条項に関する相談(2時間44分43秒)、葬儀互助会でのトラブル相談(2時間43分03秒)、ネットで知り合った人にFX指南を受けてのトラブル(2時間42分13秒)などがある。



相談対応の最短・最長については、昨年度¹²とほとんど変わらない結果となったが、全体としては、昨年度は 20 分弱で相談対応が終了しているのに対し、本年度はあまり集中した傾向がなく、25 分～50 分程度と、幅広い結果となった。

なお、相談対応は、一定時間相談者からの応答が途絶えた場合には一旦相談対応を終了する旨メッセージを送るなどして当日中に必ず終了させたが、相談内容が複雑で、相談内容の聴き取りや相談対応の協議に時間がかかるケースや、トラブルが進行中で日々情報が追加されていくケース、また、SNS 相談の特性上相談者が自身の予定に合わせて相談できるため、やり取りの間隔に幅があるケースなどでは、同一相談者から同一内容の相談を複数日に渡って対応したこともあった。

(5) SNS 相談から他の相談手段への切替えについて

あらかじめ準備した相談対応フロー（17～18 頁参照）に沿って、概ね滞りなく相談対応を行うことができた。

本年度の実証で、相談者に消費者ホットライン 188 を案内することにより地元消費生活センター等に相談するよう案内したものは、94 件あった。相談内容が複雑であるなど文字によるやり取りだけでは対応が困難と判断した場合等に、地元の消費生活センター等に相談するように案内をした。

¹² 最短 12 分 20 秒弱、最長 3 時間 23 分 08 秒

3. 情報配信

(1) 配信した情報の開封率

LINE 友だち追加者に配信した最近の相談事例情報の開封率¹³については、最高値が 59.9% (12 月 3 日配信)、最低値が 41.7% (12 月 21 日配信) であった。

テキストのみ (リンクを含む) の配信日は、テキストと画像の両方を配信した日と比べると昨年度、本年度ともに低い傾向がみられた。利用者の設定に左右されるものの、トーク画面を開かずとも新規メッセージの通知の段階で画像等がサムネイル表示 (画像の縮小表示) されたことと、かつ、画像 (リッチメッセージ) のプッシュ通知が関心を惹き、トーク画面を開いて確認した相談者が多かった可能性が考えられる。

本年度に最も開封率が高かった 12 月 3 日の配信ではオリジナルの文章を作成したが、それ以外の配信は (独) 国民生活センター発表情報を元にして、同発表のリンクを付与、画像については同発表の画像を流用している。画像付きの配信は比較的开封率が高まるものの、文章とリンクだけの配信については、これも利用者の設定に左右されるものの、通知画面で全容がわかり、かつ既存の発表情報となるため、低い開封率に留まってしまうのではないかと推察される。

< 開封率 (網掛けはテキストと画像の両方を配信した日) >

12 月 3 日			12 月 15 日			12 月 21 日		
開封数	配信数	開封率	開封数	配信数	開封率	開封数	配信数	開封率
4,497	7,513	59.9%	3,955	8,981	44.0%	3,694	8,864	41.7%
12 月 24 日			12 月 27 日					
開封数	配信数	開封率	開封数	配信数	開封率			
4,767	8,811	54.1%	3,757	8,750	42.9%			

(2) 情報配信の効果について

昨年度の実証では、曜日別着信数で最も着信が多かった曜日は、情報配信を行った金曜日である。ブロック数が比較的多い日の曜日を確認するといずれも金曜日ないし土曜日であった。情報配信により相談につながった人もいれば、ブロックをした人もおり、いずれにせよ情報配信がきっかけとなって行動を起こした人が多くいた。

本年度の実証では、情報配信をした日とそうでない日の対前日比のブロック率が、前者が 0.6~1.5% 増 (第 1 回~第 5 回: 1.5% 増、0.8% 増、1.0% 増、0.6% 増、0.9% 増) であったのに対して、後者は 0.2~0.3% 増¹⁴ であり、情報配信をするとブロック率がやや高くなる傾向があった。相談件数への影響としては、対前日比の着信数と比較すると、第 1 回の配信から順に

¹³ 配信したメッセージの数に対する開封数の割合。開封数については、LINE のトークルームに入ってからメッセージを閲覧した人数をカウントした。

¹⁴ 第 1 回の情報配信の前日である 12 月 2 日から 12 月 27 日までを範囲としている。

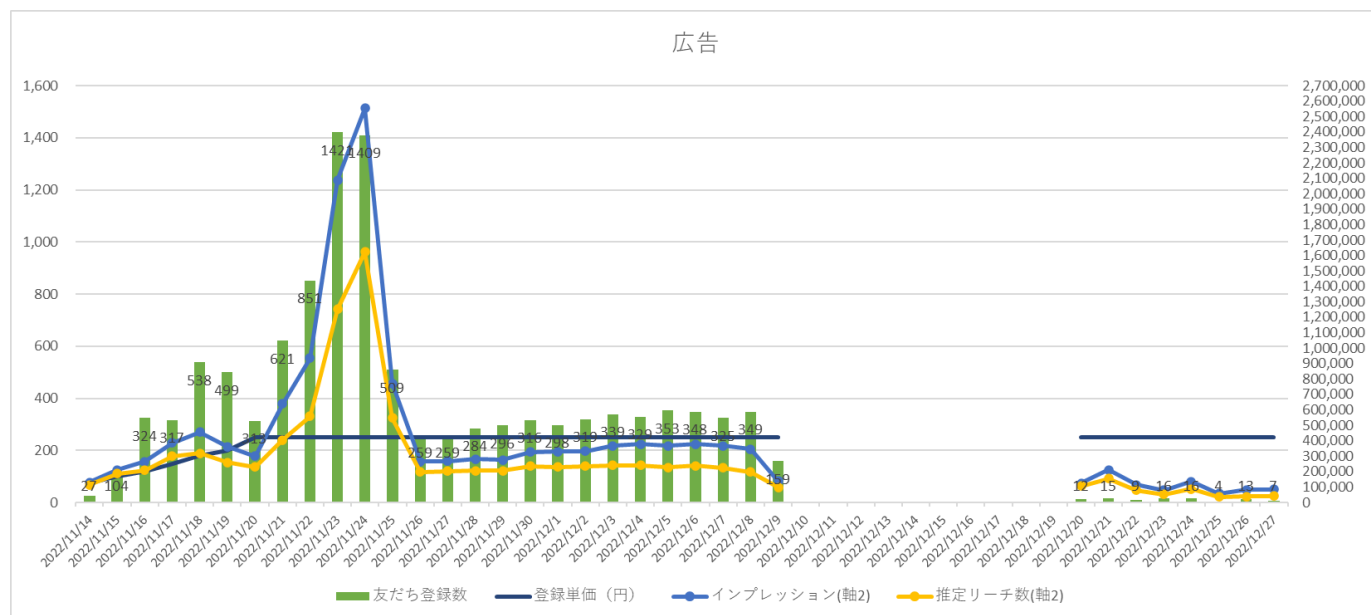
39.4%減、111.1%増、83.3%増、増減なし、62.5%増となっており、第1回のみ減少に転じたものの、情報配信と相談件数の増に相関関係がみられる部分があり、情報配信により相談の契機につながっている可能性があると考えられる。一方、友だち追加者に向けて実施したアンケートでは、「くらしに役立ちそうだった」、「被害に気付くきっかけになる」という肯定的な意見も寄せられた。中には「具体的な相談項目を箇条書きで示してほしい」、「どのような相談ができるのかわからなかった」という声もあり、情報配信の内容を工夫することで、より効果的な注意喚起・啓発ができると考えられる。

また、上記の情報配信以外に、11月29日から12月3日にかけて、相談対応時間を知らせる案内メッセージを毎日16時に配信した。その結果、当該案内メッセージ配信期間中は対前日比のブロック率が毎日約1.5%増加し続けたが、停止後は対前日比のブロック率がマイナスに転じることもあった。定期的にメッセージを配信することは、相談対応アカウントが他のトークに埋もれてしまうことを防ぐために有効であると考えられる一方、その頻度や内容によってはブロック率の上昇に影響することがある。

4. 周知・広報

周知・広報として、本年度の実証では LINE Ad を用いた LINE 内の広告枠を用いた広報を実施した。LINE 公式アカウントの目標友だち追加者数を 11,000 名に置き、LINE Ad による 11 月 14 日の広告配信開始から 11 月 29 日の相談対応開始までに、約 8,000 名の友だち追加者数を得た¹⁵。この時点で、その他の経路を含む友だち追加者数は約 8,400 名となった。最終的には LINE Ad による友だち追加者数は 11,258 名となり、アカウントの友だち追加者数は計 11,990 名となった。

LINE Ad での友だち追加者数の割合は、全体で 93.9%となった。



¹⁵ 本年度の実証では、限られた実証期間内で全ての相談に対応する必要があったことから、広告配信を調整することにより、相談対応開始時には友だち追加者数を約 8,400 名に留め、その後の 12 月 7 日に 11,000 名を達成した。

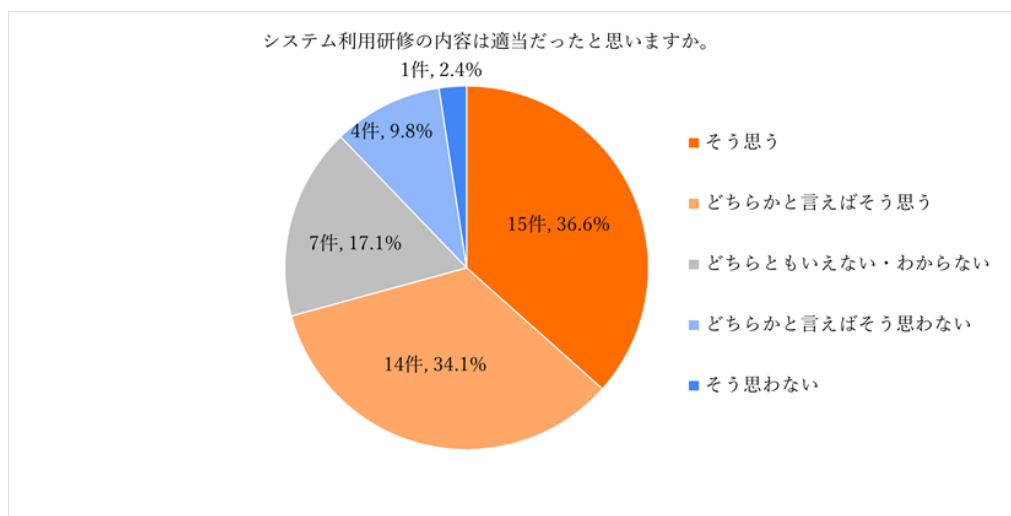
5. アンケート結果

(1) 相談員に対する研修について（相談員向けアンケート）

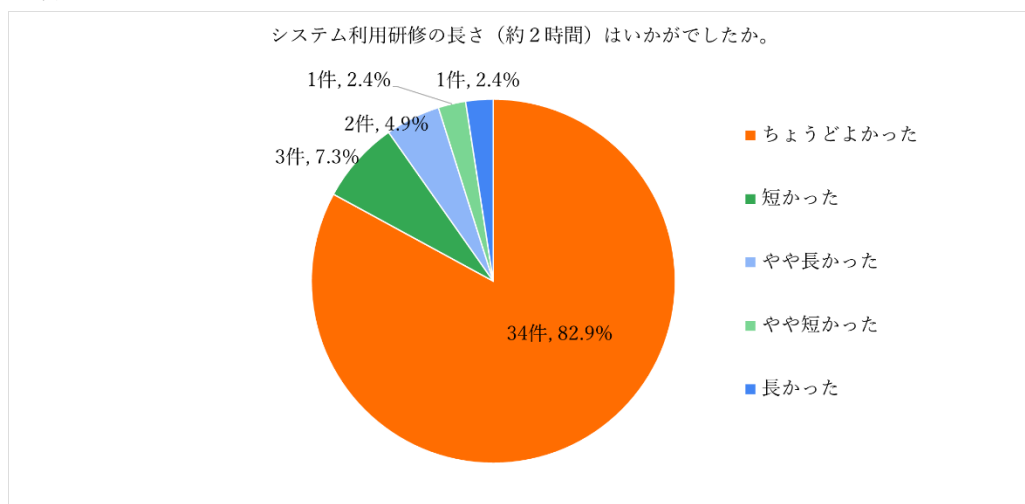
- ・対 象 者 研修を受講した相談員 41 名
- ・有効回答数 41 名、有効回答率 100%
- ・実施期間 相談期間終了後
- ・研修内容 システム利用研修、法律研修、SNS 相談研修

① システム利用研修について N=41

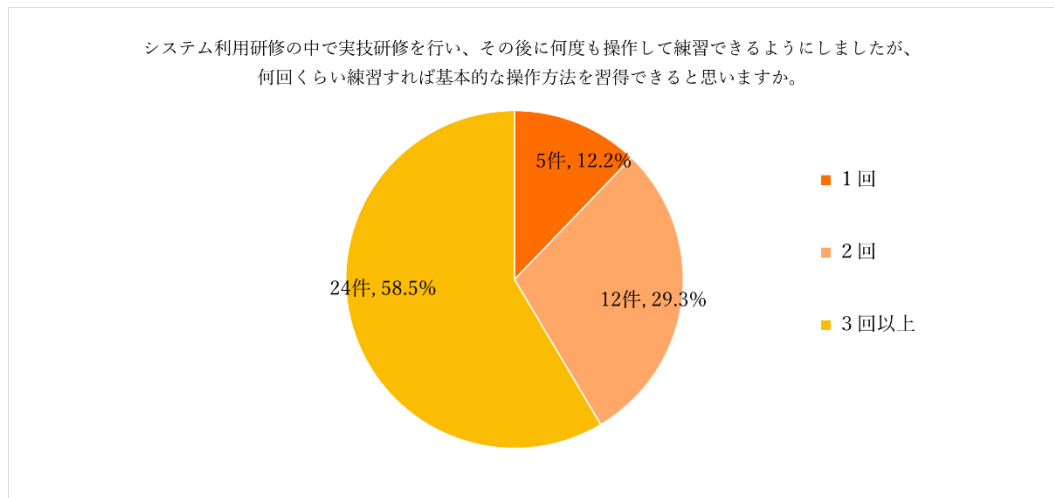
「内容は適当だったと思いますか。」という問いに対し、「そう思う」・「どちらかと言えばそう思う」と回答した人の割合は、約8割であった。



また、約2時間行ったシステム利用研修の長さについては、82.9%が「ちょうどよかった」と回答した。

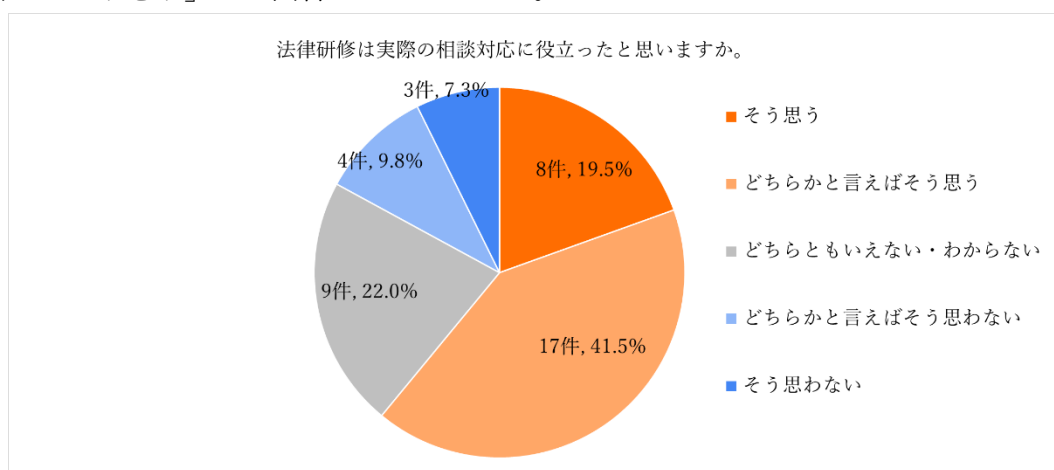


研修後も研修環境を利用可能とし、相談対応の開始まで、自由に試用が可能となるように手配した。システムの操作の習得については、約4割が2回くらい練習すれば基本的な操作方法を習得できると思うと回答している。



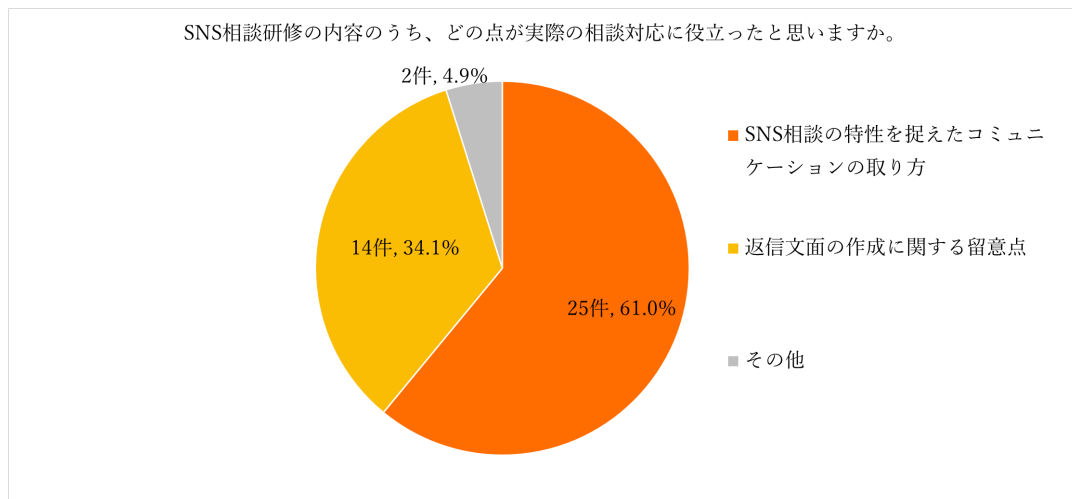
② 法律研修について N=41

「実際の相談対応に役立ったと思いますか」と聞いたところ、「そう思う」・「どちらかと言えばそう思う」との回答が61.0%だった。



③ SNS 相談研修のどの点が役に立ったか N=41

「SNS 相談の特性を捉えたコミュニケーションの取り方」についての内容が相談対応に役立ったとの回答が61.0%となり、「非対面での相談において気をつけるべき注意点を知ることができた」という声があった。また、「返信文面の作成に関する留意点」についての内容は34.1%が相談対応に役立ったと回答している。



④ 研修全体についての意見（要約）

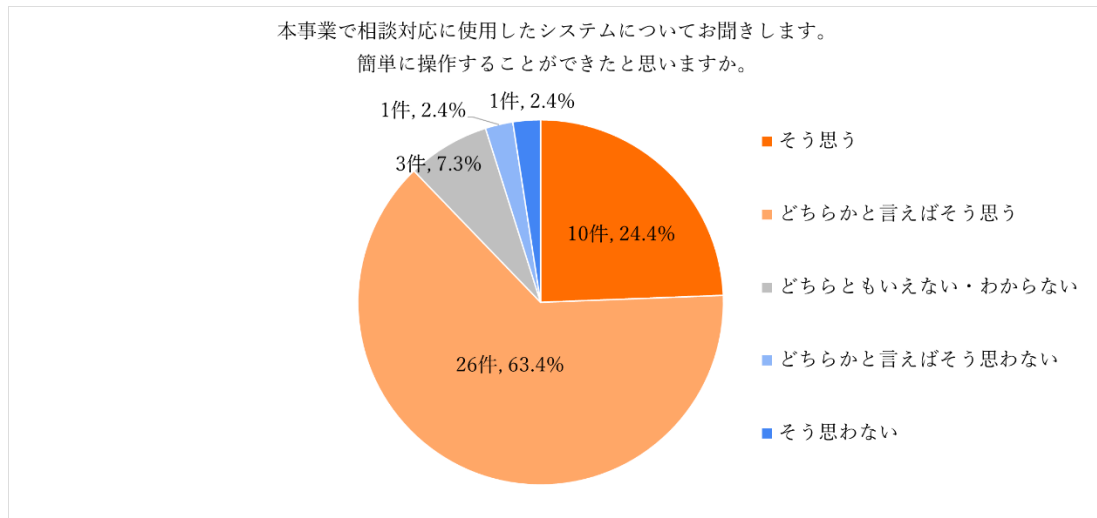
- ・ 本番環境相当に設定した研修環境で試用した際の動作を録画したものを視聴したことでほぼ全ての不明点が解消された。
- ・ SNS 相談の特性を捉えたコミュニケーションの取り方の講義が印象に残った。非対面での相談において気をつけるべき注意点を知ることができた。
- ・ システムや SNS 相談の特性に慣れるための練習が必要だと思った。
- ・ システム研修のレジュメだけではよく理解できなかった。
- ・ ペーパーだけではなかなかイメージができず不安が拭えなかった。相談が入ってから終了するまでの一連の操作方法や、どこに何を入力するのかを動画で示してもらえて良かった。
- ・ 一方的に説明を聞いていてもなかなか理解できないが、実習の繰り返しが有効だと思う。
- ・ 操作方法是すぐに分かったが、SNS の会話をスムーズに入力するのが難しいので、何度も実技研修があったのは良かった。
- ・ 個人的な練習は必須。
- ・ 何度も実技練習があり、実際にタブレットで操作することで操作にも慣れ、不安が払しょくされていった。
- ・ 実機を操作しながら研修をした方がよりわかりやすい。
- ・ 操作については、少人数で丁寧に教えてほしかった。
- ・ 操作研修の後、実際の画面で何度も練習して習得できたと思う。慣れることが大事。

(2) SNS 相談への相談対応について（相談員向けアンケート）

- ・対 象 者 実際に相談対応を行った相談員 41 名
- ・有効回答数 41 名、有効回答率 100%
- ・実施期間 相談期間終了後

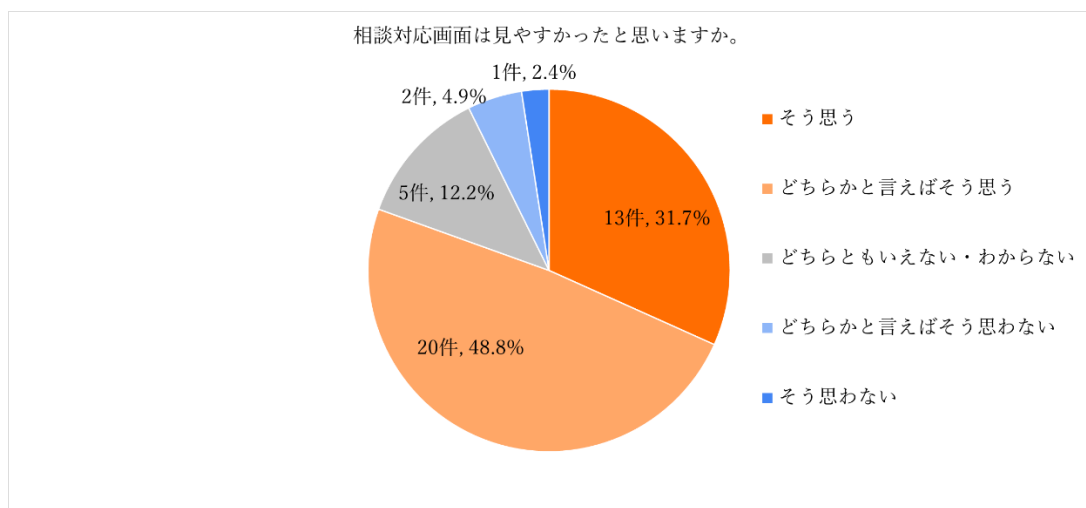
① システムの操作性 N=41

「簡単に操作することができましたか」と聞いたところ、24.4%が「そう思う」、63.4%が「どちらかと言えばそう思う」と回答し、約9割が操作に支障を感じていなかった。



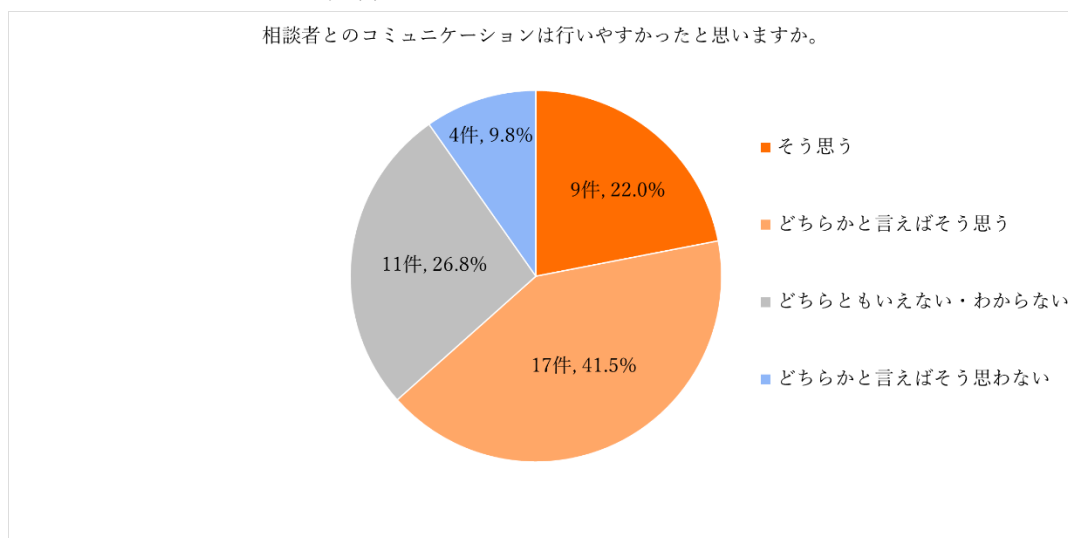
② 相談対応画面の見やすさ N=41

「相談対応画面は見やすかったと思いますか」と聞いたところ、31.7%が「そう思う」、48.8%が「どちらかと言えばそう思う」と回答し、約8割が相談対応画面の見やすさに支障を感じていなかった。



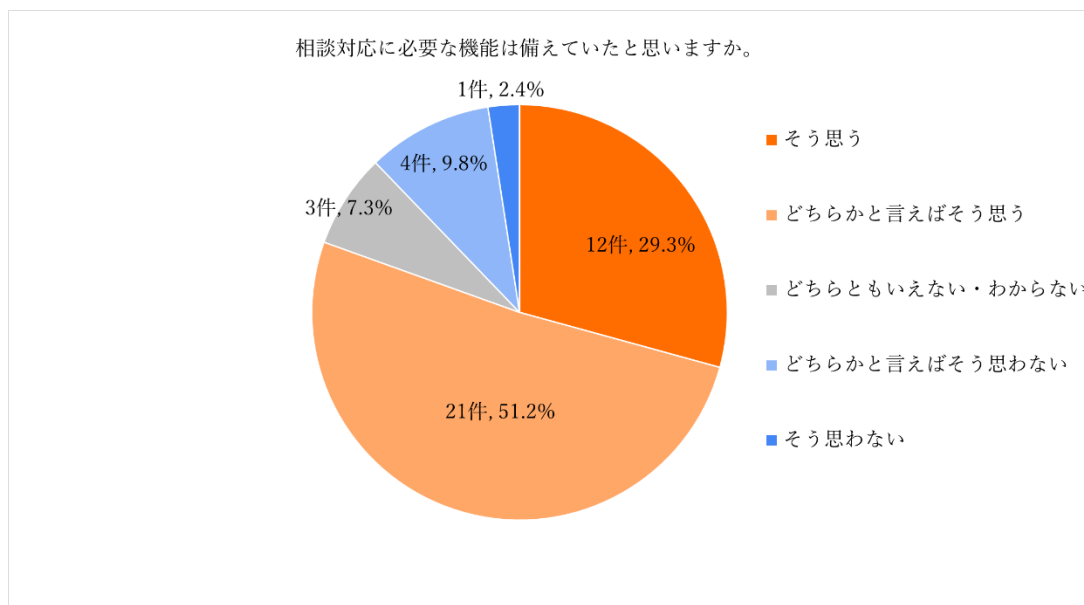
③ 相談者とのコミュニケーションのしやすさ N=41

「相談者とのコミュニケーションは行いやすかったと思いますか」と聞いたところ、22.0%が「そう思う」、41.5%が「どちらかと言えばそう思う」と回答し、約6割が相談者とのコミュニケーションに支障を感じていなかった。



④ 相談に必要な機能の整備 N=41

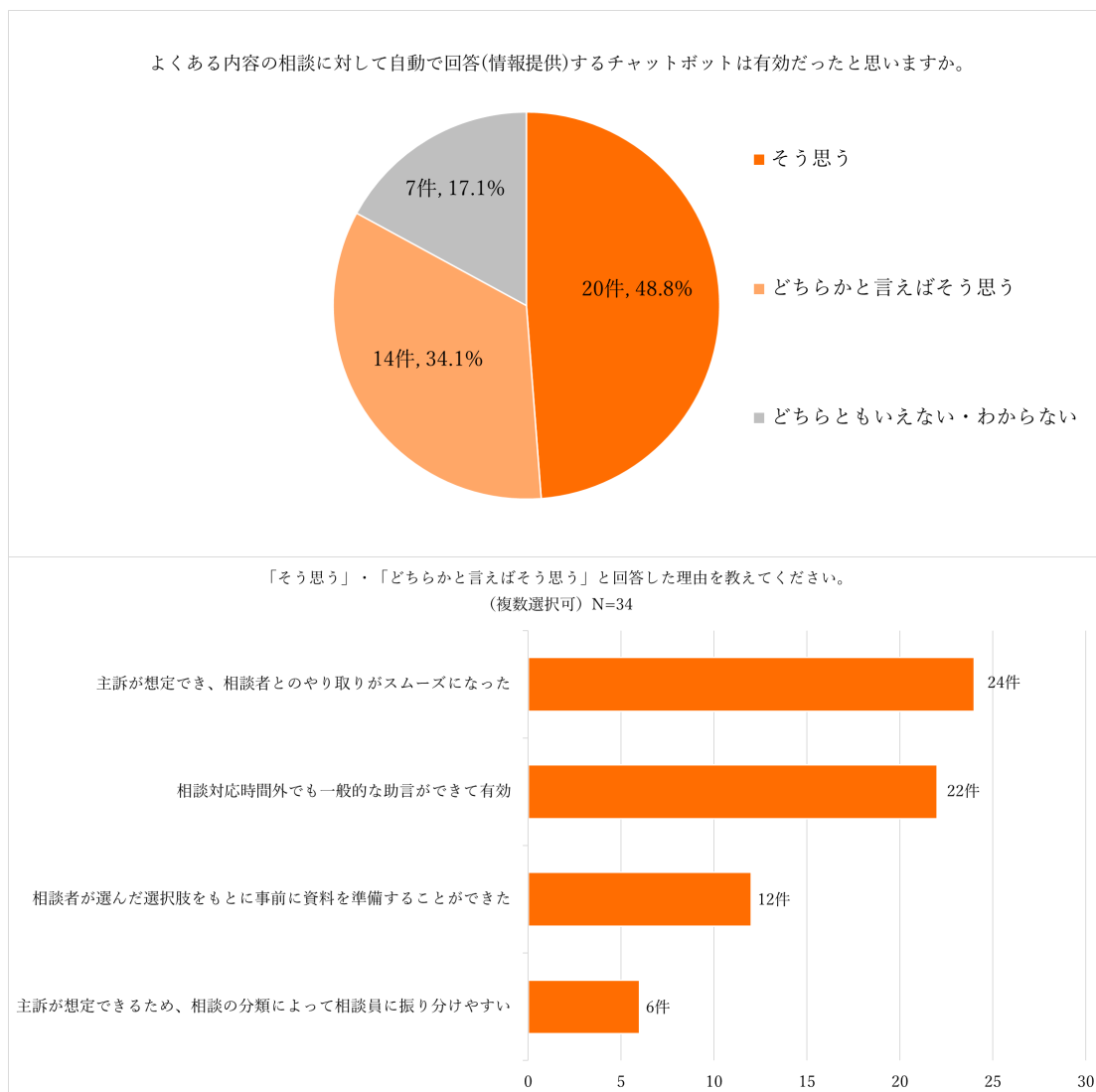
「相談対応に必要な機能は備えていたと思いますか」と聞いたところ、「そう思う」、「どちらかと言えばそう思う」で、80.5%の回答を得た。



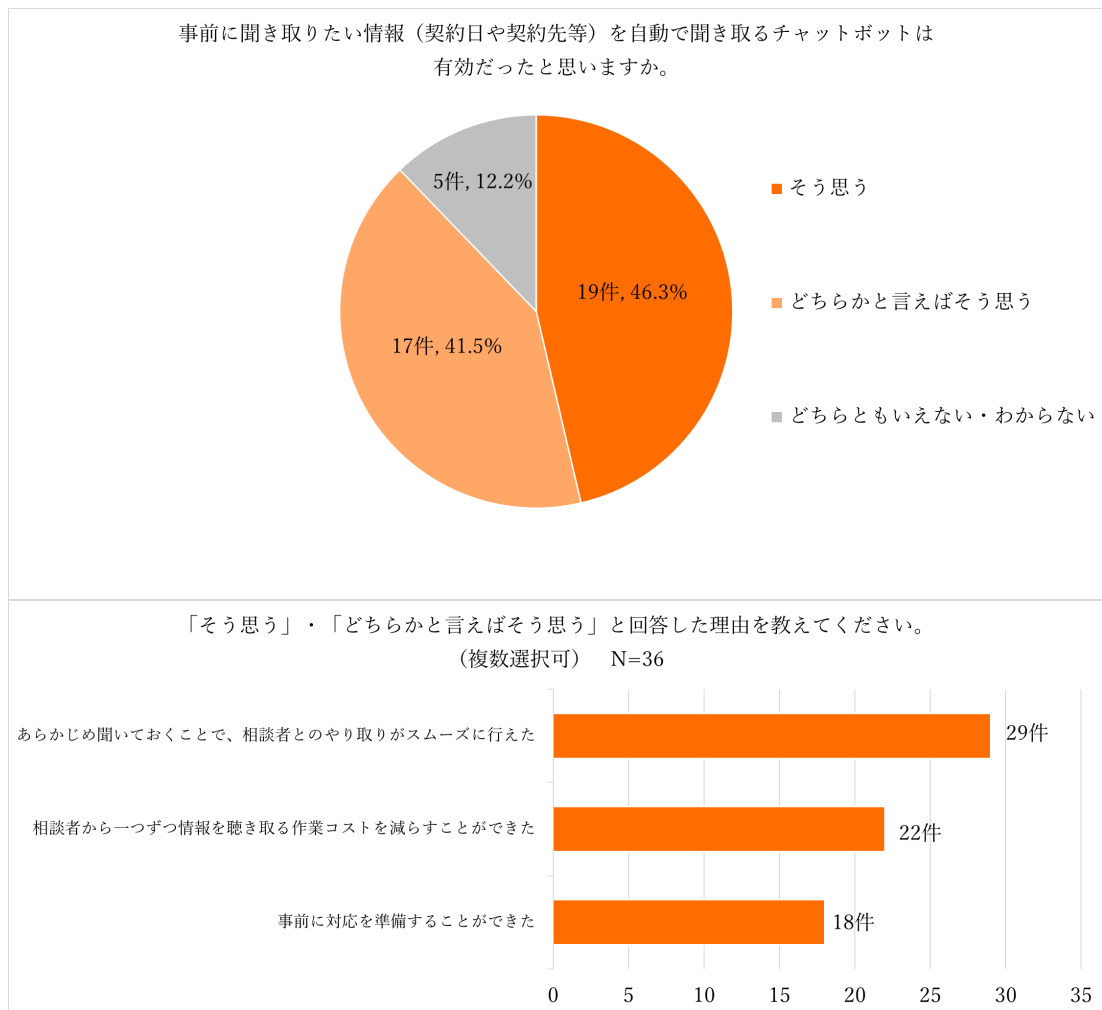
中には、「相談員が助言の書き込み中であることが相談者に分かるような仕組みがあればより良い」、また、「相談者に回答を送信する前に書き込んだ文字をS Vもしくは当日担当の相談員全員が読めるような機能があればよい」という声があった。

⑤ チャットボットの有用性 N=41

よくある内容の相談に対して自動で回答(情報提供)するチャットボットについては、82.9%が有効と回答している。その理由としては、「主訴が想定でき、相談者とのやり取りがスムーズになった」、「相談対応時間外でも一般的な助言ができて有効」を挙げた相談員が多かった。



また、事前に聞き取りたい情報を得るチャットボットについては、87.8%が有効と回答している。複数回答可でその理由を聞いたところ、「あらかじめ聞いておくことで、相談者とのやり取りがスムーズに行えた」という回答が最も多かった。



この結果から、相談員の大多数が、チャットボットは相談対応の円滑化、効率化に有効だと認識していることが分かる。事前に聞き取りたい情報を得るチャットボットで聞いておくの良いと思われる内容については、主に「契約日・購入日」「契約当事者の年齢」「契約先・購入先」「契約者との関係」という回答であった。

⑥ システム全体についての意見

システム全体について自由記述で回答を得たところ、結果は次のとおりであった。なお、以下は意見の要約である。

- ・スムーズな返答の為に、複数の回答を準備するメモ画面（送信準備画面）のようなものがあったら便利ではないか。
- ・システムはよく出来ている。あとは、使う人の慣れである。
- ・チャットボットの種類を増やす。
- ・過去に受け付けた相談に関して、相談日で検索できたら良かった。
- ・送信前に助言内容をSVがチェックできる機能があると良い。
- ・画面の文字が小さく、色合いが薄いのは見づらかった。

- ・返信のスピードによりトークがずれる場合があるので、どのコメントに対する回答かわかるようにリプライ機能があるとよい。

⑦ SNS 相談実施に関する意見

SNS 相談の実施について自由記述で回答を得たところ、結果は次のとおりであった。なお、以下は意見の要約である。

- ・将来的にはチャットボットの精度を上げて、そこで解決できる範囲を拡大すると良い。
- ・今回は相談が少なく、複数の相談に対応することはなかったが、同時進行するのは難しいと思った。
- ・SNS 相談（LINE 相談）はやはり、相談の入り口の部分の相談に利用すべき。
相談者の意図しない解決にならないかと不安に思うこともあった。複雑な相談内容は、電話に切り替えるようにした方が間違いのない助言ができると思う。特に、LINE だけでは、相談者の気持ちが伝わりにくいと思われた。
- ・オンライン相談に OP が慣れる事が大事だと思った。
- ・チャットボットの項目を充実させることで、無応答の相談者にも一定の情報提供が可能になると思う。
- ・OP として良かったと感じた点は、①チャットボットの事前聞き取りを確認した上で対応ができる、②複数回の相談がある人の相談履歴の確認が容易である、③SV に相談しながら対応を進める事ができ、精神的な負担が減る、④助言内容を文字にすることで、自身の助言を再確認できる、などがあつた。消費者としては、①好きなタイミングで相談できる、②センターの窓口で相談するより心理的負担感が減る（人がいる）。③助言内容が文字になっているので、何度も読み返す事ができる、などがある。
- ・音声入力は、業務のスピードアップや、相談者のアクセサビリティ向上のため導入すべき。
- ・機能に既読表示機能があると良い。
- ・相談者にも表現力や文章力が求められる。SNS 相談にたどり着いてもうまく解決につながらない人に対しては、解決に向かって上手に SNS 相談以外の窓口につなげるシステム作りが必要。
- ・若者やメール、ネットに慣れている方の相談はスムーズに進む一方、電話で相談を受けた方が要領よく解決につなげるケースも一定程度あるということも確認した。
- ・時間外に受け付けた相談のやり取りがスムーズにできればよいと思う。
- ・消費生活センターの対応ができない時間をフォローできるよう 7 日/24 時間対応、または夜間休日対応をするべき。
- ・OP が一人で対応するのはとても難しいと感じた。どのような文章でどのような内容を送信するかを複数人で確認することが必要と思われた。
- ・OP 側が SNS でのコミュニケーション能力を高めることが必要だと感じた。

- ・ 自動回答のチャットボットを見て直接相談に至らなかった相談者が多かったのであれば、有意義であったと思う。センターは気軽に相談できる所であることを知っていただく意味はあると思うが、解決に至ることは難しいと感じた。
- ・ 年齢に関係なく、SNSの方が相談しやすい人が一定数いると感じた。

(3) LINE 公式アカウント友だち追加者及び相談者の感想について

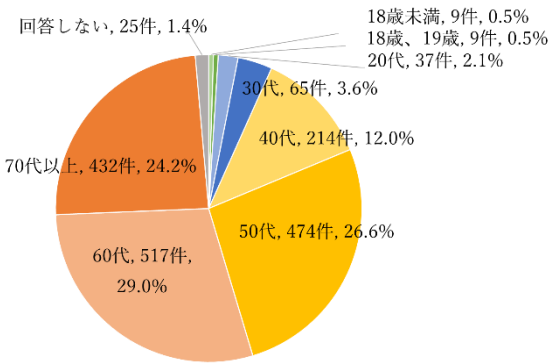
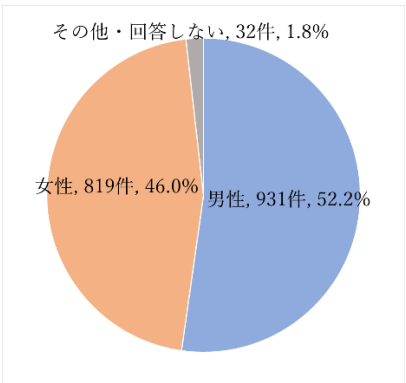
- ・ 対象者 LINE 公式アカウント「消費者庁【消費者トラブルライン相談】」の友だち追加者
- ・ 有効回答数 1,782 名
- ・ 実施期間 1 回目：2022 年 1 月 27 日～2023 年 1 月 9 日
2 回目：2023 年 1 月 18 日～2023 年 1 月 29 日

(回答者の属性)

友だち追加者全員にアンケートを案内した。回答者の属性は以下のとおり。

<性別> N=1,782

<年代> N=1,782



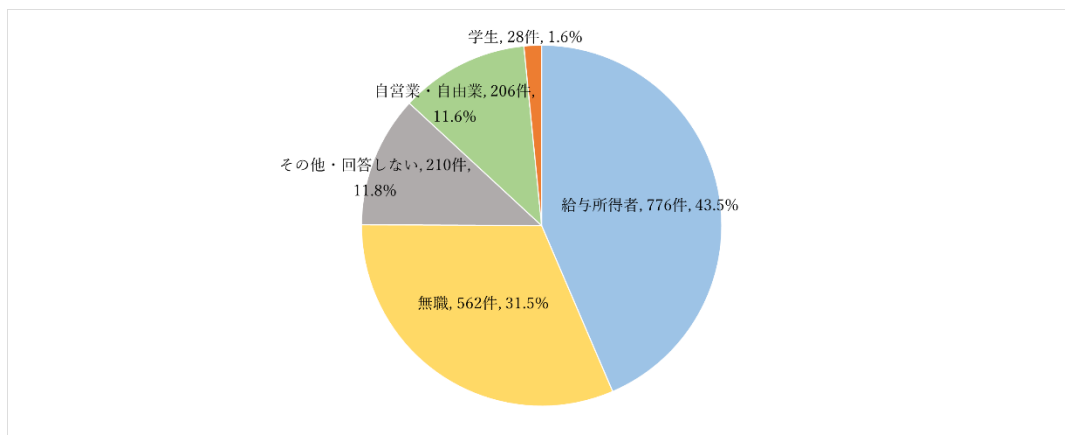
<お住まいの都道府県> N=1,782

全国 47 都道府県からご回答いただいた。件数としては概ね人口分布に近い実績となった。

北海道 71 件	神奈川県 128 件	大阪府 144 件	福岡県 53 件
青森県 21 件	新潟県 14 件	兵庫県 82 件	佐賀県 9 件
岩手県 13 件	富山県 6 件	奈良県 33 件	長崎県 19 件
宮城県 29 件	石川県 11 件	和歌山県 13 件	熊本県 24 件
秋田県 14 件	福井県 12 件	鳥取県 6 件	大分県 9 件
山形県 14 件	山梨県 10 件	島根県 8 件	宮崎県 10 件
福島県 22 件	長野県 24 件	岡山県 28 件	鹿児島県 30 件
茨城県 41 件	岐阜県 28 件	広島県 45 件	沖縄県 34 件
栃木県 27 件	静岡県 54 件	山口県 12 件	その他・回答しない 5 件
群馬県 37 件	愛知県 83 件	徳島県 33 件	
埼玉県 87 件	三重県 24 件	香川県 28 件	
千葉県 68 件	滋賀県 57 件	愛媛県 28 件	
東京都 188 件	京都府 39 件	高知県 7 件	

<主な職業> N=1,782

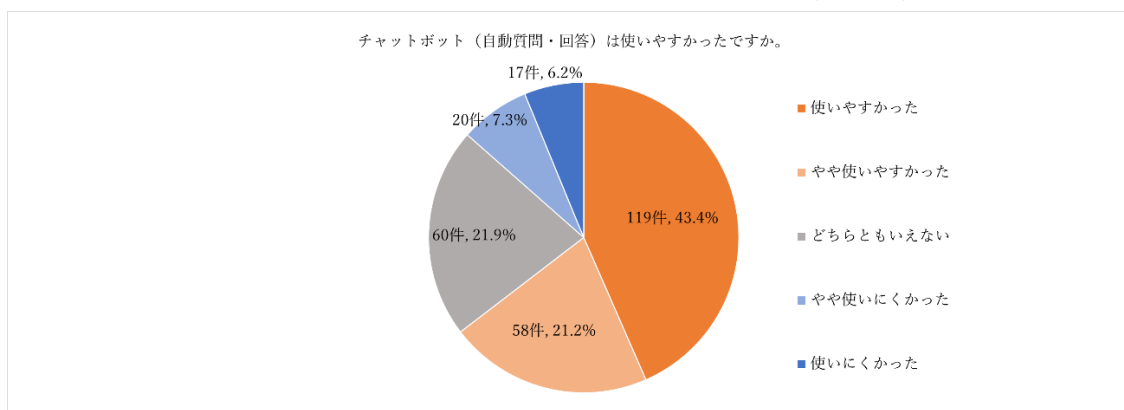
回答者の職業を聞いたところ、順に「給与所得者」が 43.5%、「無職」が 31.5%、「その他・回答しない」が 11.8%、「自営業・自由業」が 11.6%、「学生」は 1.6%であった。



(本窓口を利用された方への質問¹⁶) N=274

<チャットボットは使いやすかったか> N=274

「チャットボット（自動質問・回答）は使いやすかったですか」と聞いたところ、「使いやすかった」、「やや使いやすかった」との回答が 64.6%（177 件）であった。



また、「使いやすかった」及び「やや使いやすかった」と回答した人の割合を年代別で見ると下表のとおりであり、その割合は全ての年代において過半数を占めた。特に 20 歳代・30 歳代の若い世代を中心に高い傾向であった。

年代 ¹⁷		割合
18 歳未満	(N= 3)	66.7%
18 歳、19 歳	(N= 2)	50.0%
20 歳代	(N= 8)	100.0%

¹⁶ なお、「本相談窓口をご利用（チャットボット（自動質問・回答）のご利用を含む）されましたか」との問いに対し、利用したと回答したのは 15.4%（N=274）であった（全体 N=1,782）。

¹⁷ 括弧内の数字は、本相談窓口を利用（チャットボット（自動質問・回答）のご利用を含む）したと回答した 274 件の年代毎の件数。

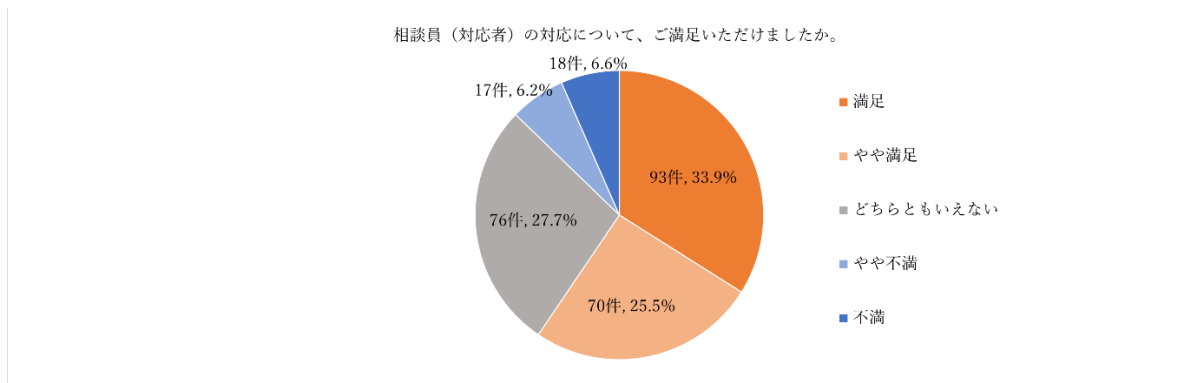
30 歳代	(N=21)	85.7%
40 歳代	(N=50)	66.0%
50 歳代	(N=75)	58.7%
60 歳代	(N=65)	58.5%
70 歳代以上	(N=40)	70.0%
回答しない	(N=10)	50.0%

<「やや使いにくかった」、「使いにくかった」理由> N=37

チャットボットが「やや使いにくかった」、「使いにくかった」と回答した者に複数回答可でその理由を聞いたところ、「あてはまる選択肢がなかった」という回答が最も多く（19 件）、次いで「回答内容に納得できなかった」（11 件）という回答が多かったことから、より選択肢を拡充、精緻化することが望ましいと言える。選択肢を拡充し、より精緻化した選択肢にすることで、多くの相談者によりマッチした選択肢を提示できる。また、回答も漠然としたものや一般論から、より具体的な回答にブラッシュアップできる可能性がある。

<相談員の対応に満足したか> N=274

「相談員（対応者）の対応について、ご満足いただけましたか」と聞いたところ、「満足」、「やや満足」の回答が 59.4%を占めた。「どちらともいえない」の割合も高く、27.7%を占めた。



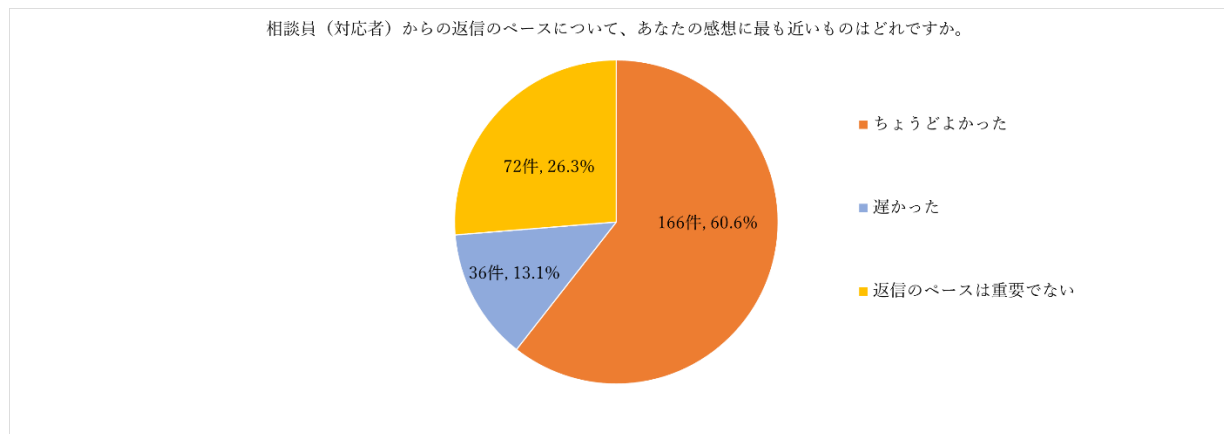
<「不満」、「やや不満」な理由> N=35

相談員の対応に「不満」、「やや不満」と回答した者に複数回答可でその理由を聞いたところ、「助言内容に納得できなかった」という回答が最も多く、15 件となった。不満としては、助言そのものが原因となり得ると推察される。その他、「文字だけだと冷たく感じた」（10 件）、「返信のペースが遅かった」（9 件）、「やりとりが噛み合わなかった」（8 件）と、同程度回答されている。この 3 点に関しては、OP のスキルに依存する部分であり、マニュアル、研修などをブラッシュアップしていくとともに、OP 自身が SNS 相談の経験を積むことで改善されていくものと考えられる。

また、自由記述にて、「最初の返信に対してタイミングが合わず、こちらが返信できずにいたら、5分後か10分後くらいに一方的に終了にされてしまい、何も相談できなかった。」という回答があったが、これは混雑時等状況に応じて、相談者からの返信が無いとOPが判断した時点から15分後を目途に一旦相談を終了する運用としていたためである。なお、その際にはその時点で可能な範囲で助言や情報提供を行った上で終了している。どのような背景で相談が途絶えたか分からない中でも、早期に助言や情報提供を行うことで、消費者被害の未然防止及び拡大防止につながる可能性があると考えられるためである。

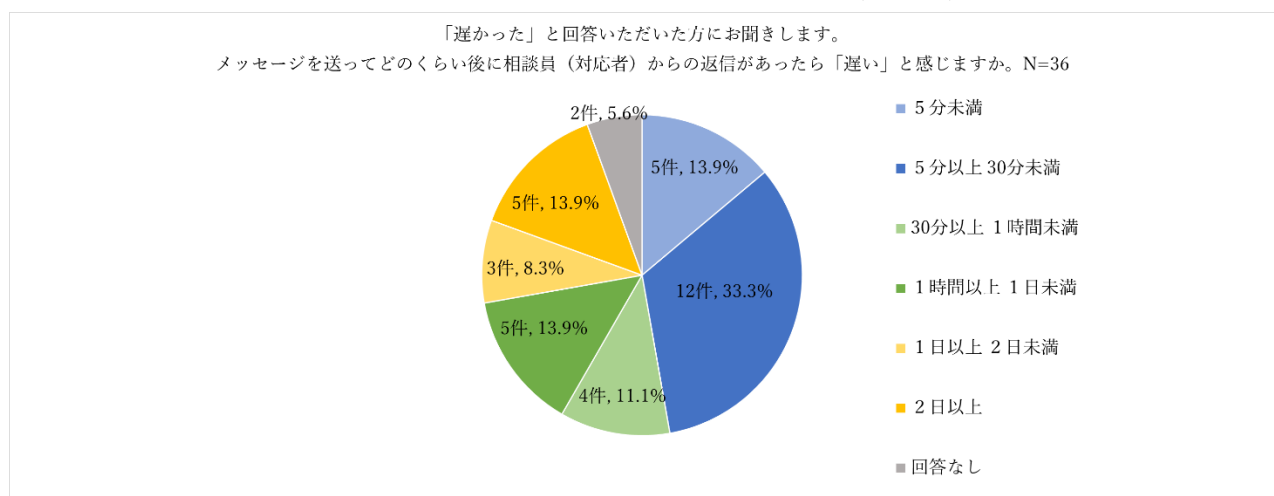
<相談員からの返信ペース> N=274

相談員からの返信のペースについて聞いたところ、約6割が「ちょうどよかった」と回答し、約2割強が「返信のペースは重要ではない」と回答している。このことから、相談者は必ずしも返答の即時性を求めているとは限らず、相談員は常に急いで返信しなければならないということではないと推察できる。



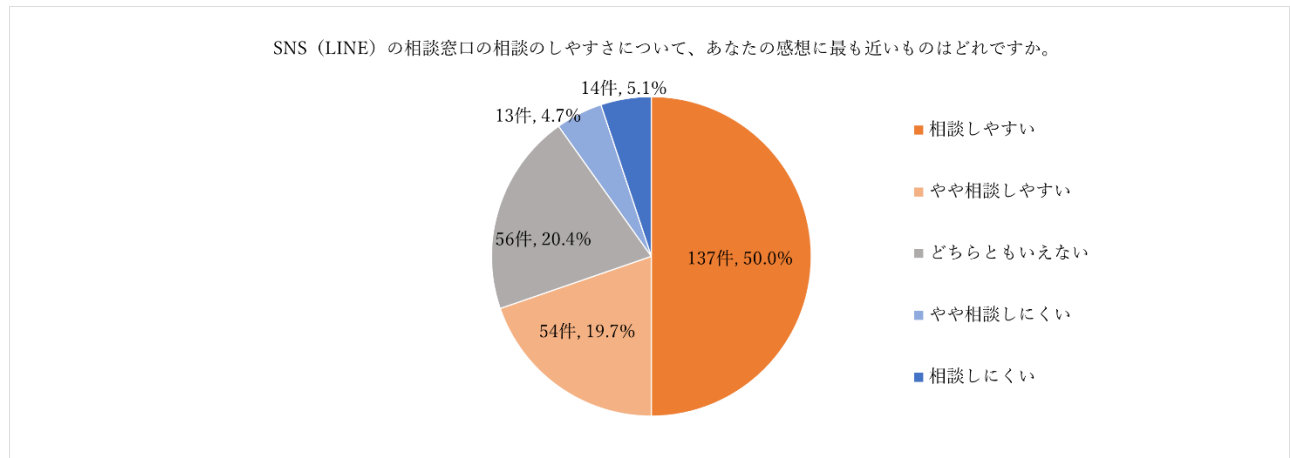
<遅いと感じるまでの時間> N=36

「メッセージを送ってどのくらい後に相談員（対応者）からの返信があったら『遅い』と感じますか」と聞いたところ、「5分以上30分未満」（33.3%）が最も多かった。



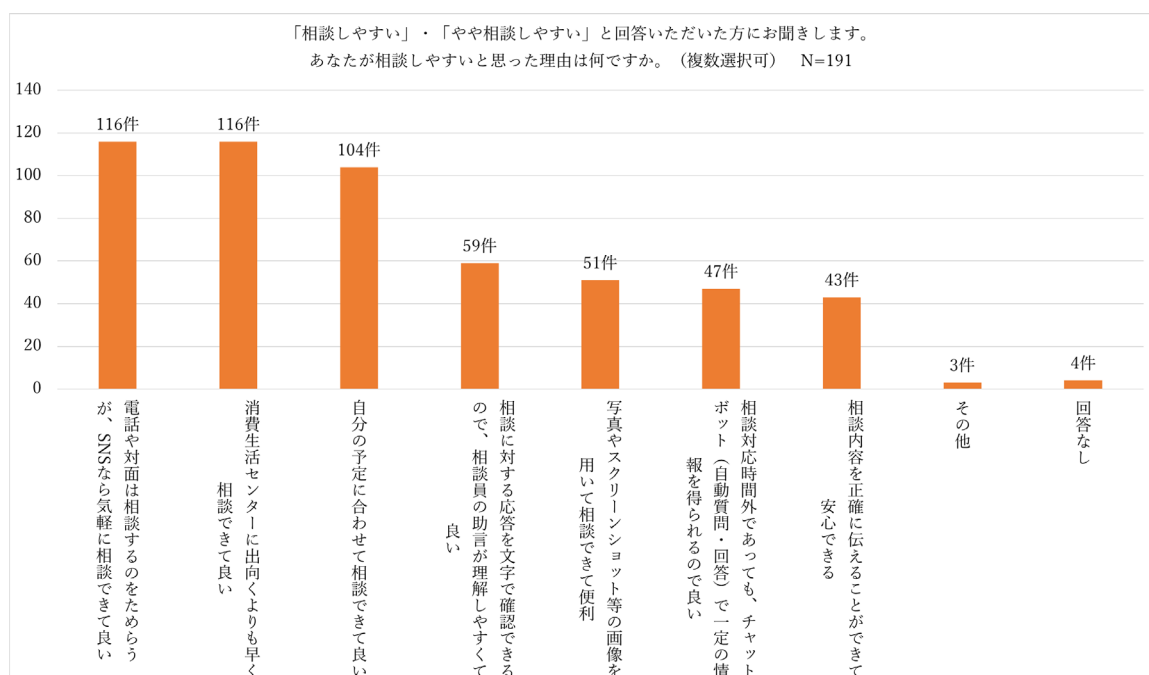
<SNS 相談の相談しやすさ> N=274

「SNS (LINE) の相談窓口の相談のしやすさについて、あなたの感想に最もちかいものはどれですか」と聞いたところ、「相談しやすい」、「やや相談しやすい」との回答が 69.7% となった。



<相談しやすい理由> N=191

「相談しやすい」と回答した者に複数回答可でその理由を聞いたところ、「消費生活センターに行くより早く相談できて良い」(116件)、「電話や対面はためらうが SNS なら気軽に相談できて良い」(116件)の回答が最も多く、次いで「自分の予定に合わせて相談できて良い」(104件)が多かった。SNS 相談の利便性を感じていただいていることが分かる結果となった。「相談対応時間外であっても、チャットボット(自動応答・回答)で一定の情報を得られるので良い」(47件)という回答もあり、相談対応時間内・外に関わらず一定の情報が得られるチャットボットの特性を評価する声もあった。



さらに「相談対応時間外であっても、チャットボット（自動応答・回答）で一定の情報を得られるので良い」と回答した割合を年代別及び職業別で見ると下表のとおりであり、年代別では20歳代・30歳代に高い傾向が見られ、職業別では給与所得者、自営業・自由業に高い傾向が見られた。比較的若い世代、また消費生活センター等が開所している日中に相談することが難しいと推察される職業の方において、相談対応時間外でも情報提供できるチャットボットの特徴が評価される結果となった。

年代 ¹⁸	割合	職業 ¹⁹	割合
18歳未満 (N=2)	0.0%	給与所得者 (N=96)	29.2%
18歳、19歳 (N=2)	0.0%	自営業・自由業 (N=21)	33.3%
20歳代 (N=8)	37.5%	学生 (N=5)	20.0%
30歳代 (N=19)	47.4%	無職 (N=41)	17.1%
40歳代 (N=41)	19.5%	その他・回答しない (N=28)	14.3%
50歳代 (N=52)	26.9%		
60歳代 (N=36)	22.3%		
70歳代以上 (N=25)	12.0%		
回答しない (N=6)	33.3%		

<相談しにくい理由> N=27

「相談しにくい」と回答した者に複数回答可でその理由を聞いたところ、「文字で伝えるにくい」（12件）、「チャットが使いにくい」（9件）との回答があり、「時間がかかる」（10件）という回答もあった。「チャット相談」に利便性を感じている相談者が多くいる一方、チャットやスマホの操作に不慣れな方は「相談しにくい」と感じるものと推察される。

¹⁸ 括弧内の数字は、「相談しやすい」及び「やや相談しやすい」と回答した191件の年代毎の件数。

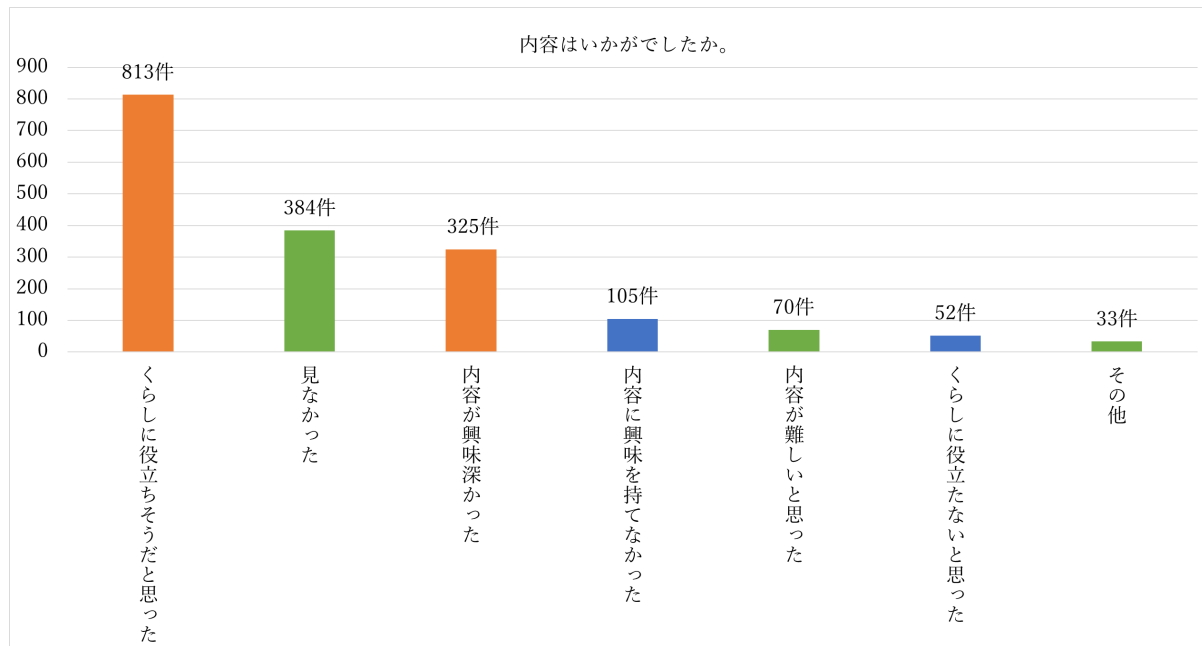
¹⁹ 括弧内の数字は、「相談しやすい」及び「やや相談しやすい」と回答した191件の職業毎の件数。

(情報配信について) N=1,782

<内容の感想> N=1,782

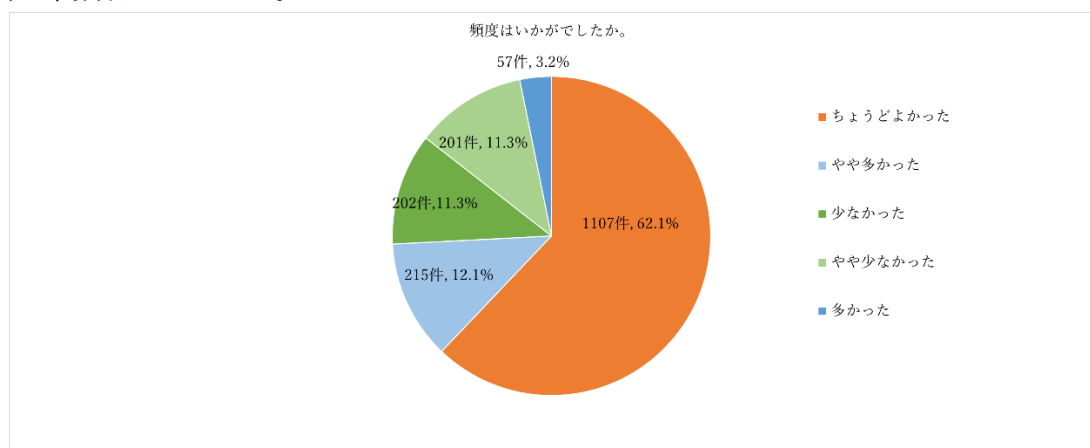
「くらしに役立ちそうだった」813件、「内容が興味深かった」325件で、合計1,138件となり、63.9%を占めた。一方で、「くらしの役に立たなそうだった」52件、「内容に興味を持てなかった」105件で、合計157件となり、8.8%であった。情報配信を約6割の利用者が肯定的に評価している一方で、約1割が否定的に評価した。

その他、「見なかった」384件で21.5%、「内容が難しい」70件で3.9%であった。



<配信頻度> N=1,782

情報配信の頻度については、「ちょうどよかった」との回答が62.1%であり、肯定的な評価が半数以上であった。



(その他 SNS 相談について気づいたこと) N=1,782

その他 SNS 相談について気づいたことを聞いたところ、以下のような意見、感想が寄せられた。

意見（要約）

- ・ LINE で消費者トラブルの相談を呼びかけるのは良いこと。若い方など被害に遭ってもどのように訴えて良いかわからないし、敷居が高いイメージがあるだろう。
- ・ LINE で相談できる時間帯が増えると利用したいと思う方々が増えるのではないかな。
- ・ ぜひラインアカウントを続けてほしい。忙しすぎて電話相談ができないのでこういった相談窓口は嬉しい。
- ・ どのようにして相談したらいいかわからない。
- ・ トラブルが起きないと直接相談はしないのでチャットボットを充実させてくれると公式情報だし、調べる手間が省けて良い。
- ・ よくあるトラブルや詐欺みたいなものに巻き込まれないように、注意喚起をして欲しい。
- ・ ワンストップで、常時あれば良いと思う。
- ・ 過去に自身で解決できた事例があり、注意してほしいような報告というメニューがあると良いと思う。
- ・ 簡単な相談なら大丈夫なのではと思ったが対面の方が確実性がある。
- ・ 最終的に消費者相談窓口への相談が必要となったがそれがしっかり分かるだけでも有り難かった。
- ・ 気軽に情報が得られ、相談もできるこの取組、最高だと思う。ぜひとも続けていただきたい。人にも薦めやすい。
- ・ 高齢者でスマホやパソコンに詳しくないので画像や図面での説明があると助かる。
- ・ 私の相談した案件は詐欺の疑いがあったので警察に相談に行くことにしたが、こちらで相談しなければ、その勇気も出なかった。
- ・ 相談時間が、もう少し早くから始めて貰う方がありがたい。理由は、夕飯の支度があり更に夕飯を食べる時間と重なるから。
- ・ 電話と併用できると良い。
- ・ 東京都など都道府県ごとに SNS 相談が常時できるとよいと思います。
- ・ 即時回答でなくて良いので開いておいてほしい。
- ・ 資料も添付して時間も気にせず相談できてありがたい。
- ・ こちらはトラブルに巻き込まれているので、回答のスピードを出来るだけ早くしてほしい。

感想（要約）

- ・ LINE だと普段から馴染みがあるので利用しやすいから、トラブルがあれば相談しやすい。
- ・ LINE ですぐに相談できるという安心感があった。
- ・ いつもは必要無いけれど、困ったときに LINE 登録していると、助かることがあると思う。

- ・トラブルに備えて、情報発信して頂くのは大変助かる。
- ・土日、祝祭日でも、相談できるのは、安心につながる。
- ・いろいろな年代に関わる被害事例を詳しく知ることができたので良かった。
- ・相談に行かないと解決しないことではあったがそのことについてもここで伝えてわかったのでこれからすべきことがハッキリした。
- ・いろいろなところに相談できるチャンネルがある事は良い。

V SNS相談の有用性と今後の展望

消費者庁においては、相談者、相談員双方にとってより利便性の高い SNS 相談の在り方を検証・検討するため、実証事業開始以降、毎年課題を解消しながら実証を重ねてきた。

今年度においては、昨年度課題として挙げた相談対応システムの操作性等の改善を行ったほか、相談員アンケートにおいて追加・拡充するとよいと思われる機能として回答が多く寄せられたチャットボット機能の導入を実施した。

前者については、相談員向けにアンケートを実施したところ、操作性、画面の見やすさ、機能面の全てにおいて肯定的な評価の割合が昨年度より増加したことから、相談対応にあたってのパフォーマンスの向上が図れたものと考えられる。

後者については、友だち追加者向けアンケート結果及び相談員向けアンケート結果から、チャットボットは、相談対応時間を問わず情報提供可能なツール、また円滑な相談対応につなげるツールとして有用であること、チャットボット機能の導入が相談のしやすさ向上につながった可能性があることが示唆されたところである。加えて、チャットボット機能の導入など相談対応に用いるチャットシステムの改善により、相談者の利便性が向上しただけでなく、相談対応のパフォーマンスの向上が図れたことが、相談対応の満足度向上にもつながったと推察できる。

また、チャットボット機能の導入により、相談対応時間外であっても一定の情報提供ができることは、消費者の相談機会を逃さないという点において、都合の良い時間や場所で相談ができるという SNS 相談の長所を伸ばすことにもつながると考えられる。

今年度の検証結果で得られた知見は、地方公共団体において SNS 相談の導入を検討される場合の参考資料として昨年度公表をした「SNS における消費生活相談対応マニュアル」に反映をし、更新を行った。今後当該マニュアルが活用されることを期待したい。

対面・電話・SNS とそれぞれの強みを最大限に活かした窓口を構えることで、消費者が自身に合った相談方法での消費生活相談が可能となる。消費者が相談することをためらうことがない環境整備が求められる。

以上