

SNSを活用した消費生活相談の実証事業

令和4年4月

消費者庁新未来創造戦略本部



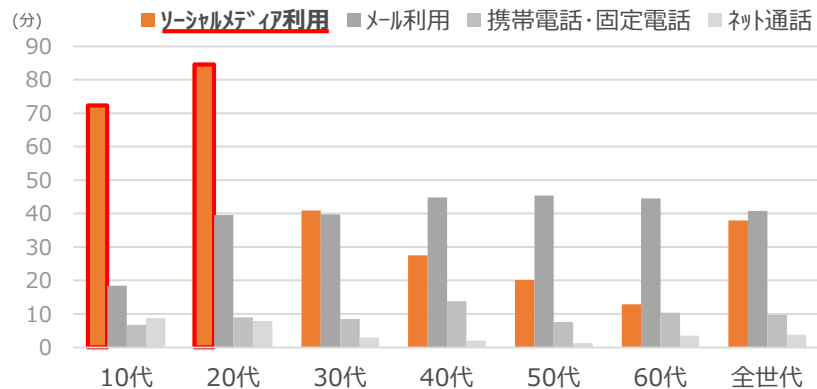
1. 背景・目的

1 **SNSの利用増加**に伴い、若者を中心に、日常のコミュニケーションで消費生活相談の主要な受付方法の一つである**電話を利用しない**傾向有。

2 若者は、トラブルに遭っても消費生活センター等の**公的な相談窓口**に**相談をしない**傾向有。

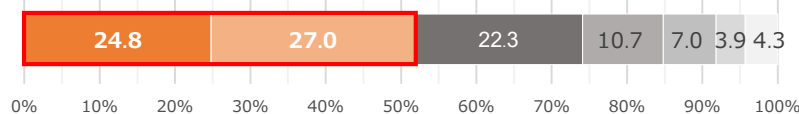
若者の消費生活トラブル防止・救済に向けた取組の推進が急務となっている。

コミュニケーションツールの利用状況



※総務省情報通信政策研究所「令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」令和2年度[平日]コミュニケーション系メディアの平均利用時間(全年代・年代別)の公表データに基づき作成

若者が消費生活相談を利用しない理由



- **公的機関には相談しづらい**
- 相談しても解決できると思えない
- 相談できる時間がない
- その他
- **相談するのが面倒**
- 怒られたり、説教される気がする
- トラブルが他人に知られるおそれがある

※消費者庁「若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会報告書」の公表データに基づき作成「トラブルに遭っておらず、特に相談する必要がないから」との回答は集計から除外

2. 令和元年度までの取組

消費生活に関する相談手段の多様化について検討するため、2019年3月に「若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会」を設置し、若者の主要なコミュニケーションツールであるSNSの活用に焦点を当て、他分野の先進事例を参考としながら、**SNSの消費生活相談への応用と実現可能性**について検討・検証。

【研究会の実施概要】

年月日		内容
2019年	3月 27日	第1回開催 [内容] 若者の消費生活相談の状況とSNSの利用について
2019年	6月 5日	第2回開催 [内容] 研究会の方針とSNS相談の試験的導入イメージについて 若者心理の視点から見た若者のSNS上での傾向とコミュニケーションを取る際の留意点について
2019年	7月 16日	第3回開催 [内容] SNS等を活用した相談対応システムについて
2019年	10月 28日	第4回開催 [内容] 徳島県におけるSNS相談の試験導入について
2019年	12月 16日 ~2020年 1月 18日	徳島県で試験的にSNSを活用した消費生活相談の窓口を開設（1か月間）
2020年	3月 18日	第5回開催 [内容] 徳島県におけるSNS相談の試験導入の結果報告について
2020年	5月 1日	「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」公表

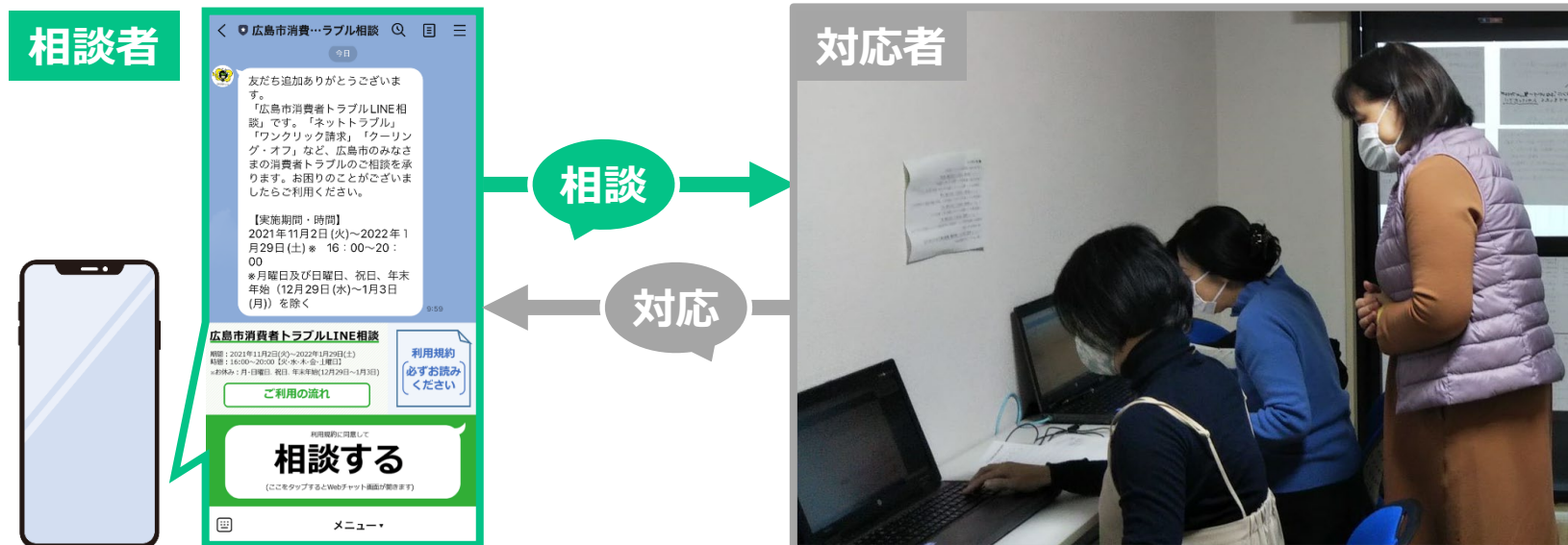
▶▶▶ **本研究会の成果を基に更なる分析と検証を重ねていく必要** ▶▶▶

3. 令和2年度・令和3年度の取組_(1)概要

「若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会」の結果を踏まえて、SNS相談について更に検証・検討を深め、**SNSにおける消費生活相談対応マニュアルの作成、及びマニュアルの活用事例の蓄積**を目的として、令和2年度・令和3年度にSNS相談を試行。

【SNS相談試行のイメージ】

無料通信アプリ「LINE」を活用した消費生活相談窓口を試験的に開設し、相談を受け付ける。



※消費者庁が委託する事業者等

3. 令和2年度・令和3年度の取組_(2)詳細

令和2年度SNS相談試行の内容

- 【対象者】 徳島県内、広島市内にお住まいの方
- 【実施期間】 令和2年11月1日～令和3年1月31日
※月・火曜日、年末年始を除く
- 【相談時間】 16:00～20:00〔水・木・金〕
13:00～17:00〔土・日〕
- 【実施主体】 (公社)全国消費生活相談員協会



■ 試行結果(概要)

- 若年層(10～30代)から多く相談が寄せられ、40代及び50代からの相談も一定数あった。
- 平日の相談日の件数の方が、休日の相談日の件数よりも多かった。
- 文字だけのコミュニケーションに困難を感じる相談員の心理的負担感の払拭が課題。
また、複雑な相談事例については電話相談に切り替える方が望ましい場合がある。

令和3年度SNS相談試行の内容

- 【対象者】 兵庫県内、和歌山県内、広島市内にお住まいの方
- 【実施期間】 令和3年11月2日～令和4年1月29日
※月・日曜日、祝日、年末年始を除く
- 【相談時間】 16:00～20:00〔火・水・木・金・土〕
※相談受付は期間中常時実施
- 【実施主体】 (公社)全国消費生活相談員協会

+

■ 消費生活センターが自ら相談対応する試行

- 【対象者】 京都府内にお住まいの方
- 【実施期間】 令和3年11月1日～令和4年1月31日
※土・日曜日、祝日、年末年始を除く
- 【相談時間】 9:00～16:30〔月・火・水・木・金〕
※相談受付は期間中常時実施
- 【担当】 京都府消費生活安全センター

※徳島県は2年間の試行を基に、
令和3年度からSNS相談を本格導入。

4. 令和3年度試行の結果_(1)相談件数等

令和3年度においては、相談時間にかかわらず相談を常時受け付け、また、実証を行う地域の自治体に協力をいただき昨年度以上に積極的な周知・広報を実施。

【相談件数等】

令和2年度SNS相談試行の結果

実施地域	友だち登録数	着信数	着信時間		やり取り件数	相談受付件数
			時間内	時間外		
徳島県	530	60	35	25	36	36
広島市	327	104	66	38	71	71
合計	857	164	101	63	107	99

令和3年度SNS相談試行の結果

実施地域	友だち登録数	着信数	着信時間		やり取り件数	相談受付件数
			時間内	時間外		
兵庫県	493	221	80	141	73	56
和歌山県	168	124	36	88	21	20
広島市	336	233	89	144	75	58
合計	997 [↑]	578 [↑]	205 [↑]	373 [↑]	169 [↑]	134 [↑]

※1 着信数………LINEのトーク画面上に表示されている「相談する」をタップした件数。

※2 時間内………相談対応を行った時間（月・日曜日、祝日、年末年始を除く16:00~20:00）。

※3 時間外………相談対応を行った時間以外の時間。

※4 やり取り件数……「相談する」をタップし、相談前の相談者ご本人に関する質問に回答した方と相談員がマッチングされ、相談員がメッセージを送信した件数。

※5 相談受付件数……「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。

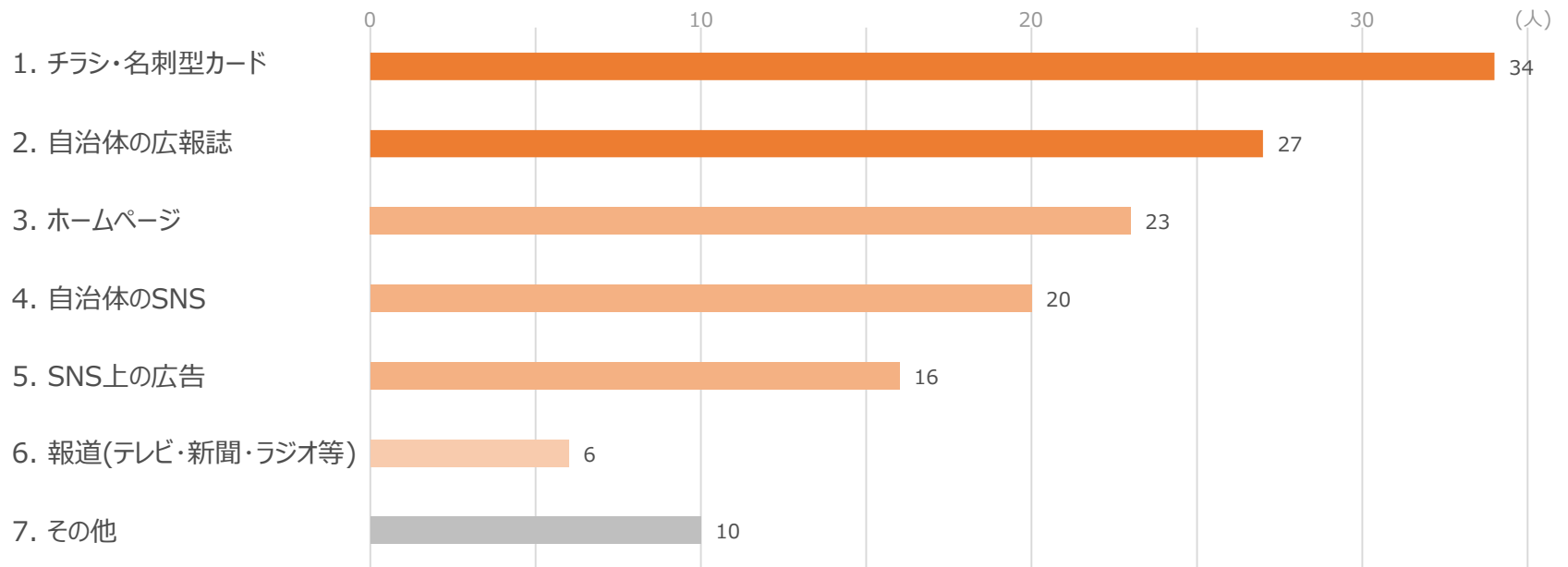
【相談事例】

- 不審なSMS・メールに係る相談
- 身に覚えのない商品の送り付けに係る相談
- 定期購入で購入した商品の解約に係る相談
- 通販サイトで購入した商品の未着に係る相談

4. 令和3年度試行の結果_(2)友だち登録のきっかけ

友だち登録者アンケート(抜粋)

質問内容：友だち登録をいただいたきっかけは何を見たことですか。(n=136)



「チラシ・名刺型カード」「自治体の広報誌」を見て友だち登録をいただいた方が多かったです。

4. 令和3年度試行の結果_(3)年代別・性別件数

相談受付件数の内訳：年代別・性別

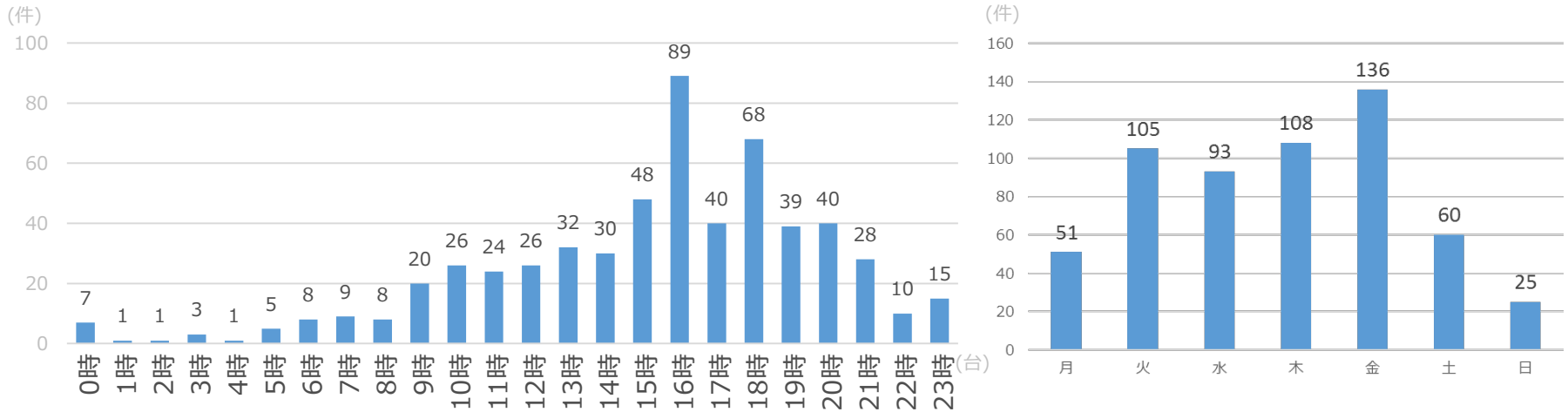
		年代					性別	
		10~20代	30代	40代	50代	60代以上	男性	女性
相談者	件数	35	19	34	24	18	57	74
	割合	26.9%	14.6%	26.2%	18.5%	13.8%	43.5%	56.5%
契約当事者	件数	39	19	29	20	15	62	67
	割合	31.9%	15.6%	23.8%	16.4%	12.3%	48.1%	51.9%

(不明・未回答を除く)

- 若者(10~20代)及び40代から多くの相談が寄せられ、30代及び50代からの相談も一定数あった。
- 女性の相談が男性より多かった。

4. 令和3年度試行の結果_(4)時間別・曜日別着信数

時間別・曜日別着信数



相談受付は常時実施したところ、相談時間内※だけでなく、平日・日中を中心に相談時間外においても一定数相談が寄せられた。

- ➡ SNS相談の利点をいかし、相談の受付を常時行うことで、消費者にとっての相談の機会を広げることができる。
- ➡ 通常の消費生活センターの相談対応手法の一つとしてSNS相談を活用することが有用と考えられる。

※月・日曜日、祝日、年末年始を除く16:00~20:00

4. 令和3年度試行の結果_(5)配信した情報の開封率

情報配信の内容と開封率

よくある相談事例等について、3回/月、金曜日に友だち登録者に情報配信を実施。

		11月			12月			1月		
		12日	19日	26日	10日	17日	24日	7日	14日	21日
兵庫県	配信内容	○	●	●	●	●	●	●	●	●
	開封率	75%	67%	77%	74%	76%	74%	69%	70%	69%
和歌山県	配信内容	○	○	○	●	●	●	●	●	○
	開封率	74%	51%	40%	79%	73%	73%	73%	78%	50%
広島市	配信内容	○	●	●	●	●	○	○	●	●
	開封率	91%	82%	70%	79%	77%	45%	50%	80%	68%

○…テキストのみで情報配信をした日 ●…テキストと画像を併せて情報配信をした日

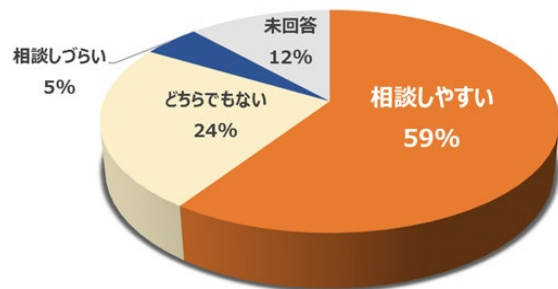
テキストのみで情報配信をした日に比べ、テキストと画像を併せて情報配信をした日は開封率が高い傾向にある。

➡文字だけでなく、画像等と併せて情報を配信することで、より効果的な注意喚起等を行うことができると考えられる。

4. 令和3年度試行の結果_(6)アンケート結果 1

相談者の相談機会の拡大

【友だち登録者アンケート】 質問内容：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近いものはどれですか。(n=42)



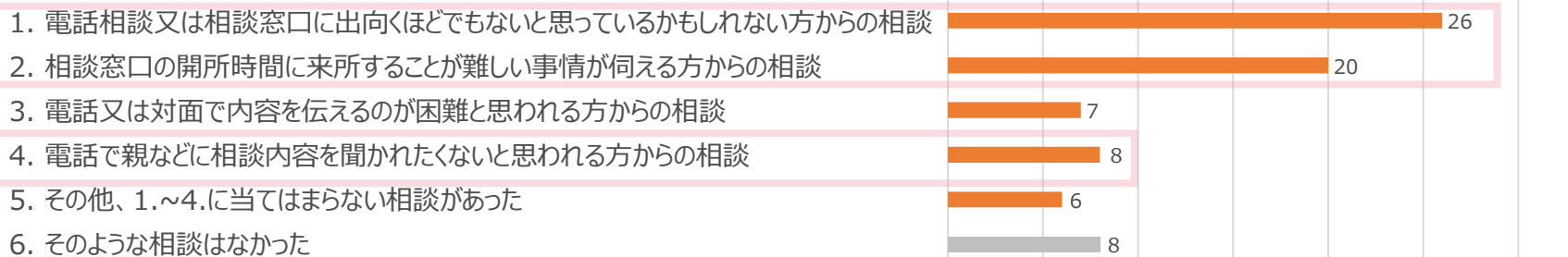
相談しやすいと思った主な理由

- 電話や対面は相談するのをためらうが、SNSなら気軽に相談できて良い
- 消費生活センターに出向くよりも早く相談できて良い

相談しづらいと思った主な理由

- チャットシステムが使いづらい

【相談員アンケート】 質問内容：相談受付方法がSNSだから相談をいただけたと思われる相談はありましたか。(複数選択可) (n=51)



▶▶▶ SNS相談を実施することで、これまで相談をためらっていた人が気軽に相談できるようになるだけでなく、従来の電話・対面の相談窓口では相談することが難しかった方が相談できるようになる。

4. 令和3年度試行の結果_(7)アンケート結果 2


システム面の課題の特定

相談員アンケートより

- 相談者とのセッション（ウェブチャットの接続）が切れていても、相談のやり取りの内容を相談者が後日でも確認できるようにする方が良い。
- よくある相談に対し自動で回答（情報提供）を行うチャットボットがあると良い。

友だち登録者アンケートより

- 相談対応の満足度を問う設問では、不満・やや不満と回答した理由の20%が、システムの使いにくさに起因。

 必ずしも相談員とリアルタイムでウェブ上で繋がらずとも、いつでも相談員からの返信を確認できる機能が求められる。

また、より使いやすいチャットシステムへの改善や、将来的に困りごとへの対処法をチャットボットで参照できる機能等も検討課題の一つ。