

第2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：令和元年6月5日（水） 13:30～15:30

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) 研究会の方針とSNS相談の試験的導入のイメージについて
- 2) 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
- 3) 意見交換

4. 出席者：

(委員)

小川委員、小倉委員、神薙委員、川添座長、坪井委員、樋口委員
福井委員

(事務局)

内藤消費者政策課長、金子参事官
(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) 研究会の方針とSNS相談の試験的導入のイメージについて
事務局から【資料1】について説明を行った後、意見交換を行った。

- 消費者支援機構関西での実証実験の経験から、SNS相談は即応性を求められる一方、初回の相談時に聞くことなどが定型化されておらず、人手による面が大きかった。ある程度システム化する必要がある。【小川委員】
- ある大学生にSNSの利用を聞いたところ、LINEが別格で多く、後はInstagramとTwitter、Facebookは少ない。広報の話があったが、Instagramに広告が表示されるようにしたり、LINEのアカウント追加でスタンプがもらえたりといったことが有効ではとのことだった。また、消費生活相談ではない相談が寄せられることは今もあるが、ふさわしい窓口を案内するなど、せっかく電話をくれた方が何かを得て電話を切ってもらえるよう配慮している。【神薙委員】

- 相談の振り分けは、今も日常的に行っている。また、消費者支援機構関西の担当者に聞いたところ、実証実験の際、仮想通貨などのいわゆるセミプロのような方から一気に相談が来て対応に追われたとのこと。NACS で仮想通貨 110 番という試みをした時も同じようなことが起こった。多数の人が一斉に同じ相談をした際の対応など懸念している。【樋口委員】
- 指摘のとおり、実証実験時、LINE でグループを作って、一斉に相談するということがあった。【小川委員】
- 一斉に相談すればなんとかしてくれるはずと考えたのか、オンラインゲームの仕様が変わった際、LINE やネット掲示板などでグループを作って、一斉相談を呼び掛けた事例があった。利用規約の書き方には注意が必要。いわゆるひやかしのような相談への対応、相談途中で回答が途切れてしまった場合の対応、消費生活センターでの相談に切り替える場合のログの送り方、切り替える先の消費生活センターの選び方、スムーズな切り替えのため相談者の氏名等個人情報をどの程度特定しておく必要があるかなど検討事項は多い。また、文字での相談のログをインターネット上等に公開された場合、事業者名が入っていた場合、問題にならないかといったことも懸念している。【福井委員】
- 利用者のニーズとズレを生じさせないためにも、即応性など、SNS のコミュニケーションツールとしての特徴はいかしていくべき。また、消費生活相談は、集団被害の相談が寄せられることもあり、1 人で悩むことが多いいじめや自殺とは異なる。ログを自ら公開してしまうおそれについても、一般にあまり人に明かしたくないいじめや自殺の相談とは異なる視点で、規約の書き方等考える必要がある。【川添座長】

- 2) 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
小倉委員から 【資料 2】について説明を行った後、意見交換を行った。

- 企業の相談現場では、高齢者は電話、若い方は SNS など、相談者の年齢等によって、利用されやすい相談ツールが異なる。また、業種によっては、買物履歴等の個人情報が企業側に分かっている前提で相談される場合もあれば、分かってしまうことを嫌がられる場合もある。相談者の属性や、相談の履歴等個人情報をどの程度分かっている前提で相談を受けるかという点も重要。例えば、マルチ商法の相談であれば、どこの学校に所属している人かといった情報が分かった方が、拡大防止の手を打ちやすいということもある。また、定型的な相談であれば、1 人で複数の相談を同時に

受けれることも可能だが、複雑な相談があると、他の相談対応に時間が割けず、クレームにつながりうる。その他、文字での相談に当たっては、顔文字や共感ワードの効果的な使用、待ってもらうときはテンプレートで良いのですぐに理由を送るといったやり方もある。障害者など、テキストでのやりとりでないと相談できない方も一定数いらっしゃるので、そうした方への配慮も必要。【坪井委員】

- クレームとならないよう、待ってもらうときの対応も重要であり、システムの作り方にもかかわる。次回以降も議論したい。同じ人が複数回相談した場合の履歴の扱いも論点。【川添座長】
- 若い人の消費生活相談の特徴として、仮想通貨、マルチ、オンラインゲームなど、デジタル関係の相談が多い。相談員が年配だと、「この人知らないだろうな」という雰囲気で相談してくることもある。若い人の世界や、独特の言葉を知っておく必要がある。知らないでいると、相談しても分かってもらえないと思われてしまう。なお、先ほどの事務局提案については、電話相談と異なり、相談に対する回答を複数の目で見ることができる点、ログが残るので一から説明し直しという事態が生じない点は良い。【神薗委員】
- 若者の相談では、トラブルに遭った意識が薄く、深刻さがない場合もある。トラブルをどうしたいのか分からぬこともあり、若者の真意を引き出す、SNS 上のテクニックも必要になる。【福井委員】
- 若者のオンラインゲームのトラブル等で親が相談してくる場合がある。その際も、親は一生懸命だが、子どもはあまり深刻でないこともある。子ども自身に電話をかわってもらって、相談員が諭すように話し、やっと分かってもらえたこともある。やはり、電話や対面でしっかり向き合い、初めて気持ちを理解できるということもある。【樋口委員】

3) 意見交換

本日の議題全般について意見交換を行った。

- 徳島県を対象として試験導入を計画しているようだが、徳島県の相談件数はどの程度あるのか。【樋口委員】
- 徳島県消費者情報センターにおける相談件数は、平成 30 年の 4 月から 12 月までの間で約 2,000 件、平成 29 年度で年間 3,048 件、月平均 254 件となっている。また、出典は異なるが、市町のセンターも加えると、平成 29 年度で年間 6,183 件、月平均約 515 件となっている。徳島県に限った話ではないと思うが、デジタルコンテンツの相談が多く、こうしたところがオ

ンラインでの相談の中心になってくるのではないか。また、電話や来所以外のチャンネルが加わることで、新たなアプローチができるのではないか。

【事務局】

- 試験導入を行う際、若者に限定せずに受け付けるのか。【福井委員】
- 対象外の年齢の方に相談を持ちかけられたとき、対象外と断ることはできないだろうと思われる。広報としては徳島県内の若者を想定して進めるかもしれないが、それ以外の方が聞きつけてこられた場合も対応するのではないかと考えている。【事務局】
- 試験導入に際して、例えば面談での相談につなげるとなると、そこはいきなり全国レベルに広げるのは難しいと思われる。その中で徳島県を選んだのは、消費者庁のオフィスがあり、相談員の体制や相談件数に極端な問題がないところであるためと理解している。相談者の年齢層を絞るかとった点については、SNSは幅広い年代に普及しており、わざわざ排除する必要はないと考えている。問題として、仮想通貨やマルチ商法など、相談者のネットワークの中で他の都道府県の方も加わって相談してきた際にどのように対応するかといったところを事前に考えておく必要がある。情報を引き継がず、最寄りのセンターを案内するだけで終わる形も考えられる。

【川添座長】

- 先ほどの発言の補足だが、私も若者に限る必要はないのではないかと思っている。むしろ、どういう人が相談してきたのか、年齢や性別などを調べて結果が分かると良いのではないか。【福井委員】
- 広報はどのように考えているのか。以前に実証実験をした際はホームページに掲載したが、若者が入ってくるという感じではなかった。再開する際に考えていたのは、QRコードを大学生協から配布することであった。【小川委員】
- 消費生活センターと併設している他分野のセンターでもQRコードを貼付したカードを配布しており、良いと思っていた。【神薗委員】
- アンケートの回収でもQRコードを利用しているが、若い人からは結構回答があり、有効である。【樋口委員】
- 第1回でもカードの配布が効果的であったとの報告があった。事務局の方でも広報の仕方について考えてみてほしい。【川添座長】
- 徳島県や教育委員会と連携し、学校から直接配布いただくような方法も考えられるので、検討したい。【事務局】
- どの年代が来やすいのか検証をするのであれば、どの世代でもアクセスしやすい方法をとるべき。また、教育的に考えるのか、単に相談窓口として考えるのかでも大分異なり、教育的な視点であれば、たとえ相談がないに

しても、先生から友達登録をしておくよう伝えるといったことも予防教育としてあり得る。【小倉委員】

- 友達など当事者以外からの相談も想定するのであれば、何かあったときのために登録しておいてといった広報をしておいて、実際に相談に来た際には、一般的な対処方法を話し、「友達にも伝えてあげてね」で終わらせるような、若者のネットワークを利用した有効な方法もある。あまり多方面にやりすぎると焦点が定まらなくなるので、あえて絞るのも一つの戦略である。【川添座長】
- 実験の範囲・体制に関わるが、集中的に友達登録し、10人、20人が相談に入ってきた際はつらかった。【小川委員】
- 実施する場合の日時について、相談員の方の負担にも関わってくると思うので、そのあたりは相談員の方から意見をいただきたい。【川添座長】
- NACS で ADR（裁判外紛争解決手続）をしているが、深夜にメールを送ってこられる方が多い。書類のやり取り等で即時対応を求められることがあり、夜中や早朝に返事をすることもあるが、それを他の人に求めるのは大変な負担だと思う。【樋口委員】
- 高校生は授業時間中に LINE はできないが、大学生は必ずしもそうではない。ただ、平日の昼間だけというような形はとり得ないだろうということは、第1回のいじめ・自殺相談の報告にもあったように、夕方、夜間に窓口を開いておくことの有効性は認識いただいていると思う。【川添座長】
- 長い期間実施するに越したことはないが、受入体制の問題もあるので、まずは事務局案でやってみて、徐々に広げていくのでも良いのではないか。【神薗委員】
- 医薬品など副作用や緊急の案件がある分野では、24時間 365 日、何らかの方法で電話がつながるようにしている。一方で、食品業界では 17 時で電話受付が終了する企業も多い。時間外の基本的な相談は AI に任せている企業もある。消費者の利便性と相談員の負担の両方を考慮した受付時間の検討が必要。それから、試験導入の期間を過ぎた後の対応についても、事前に考えておく必要があるのではないか。【坪井委員】
- 試験導入であることを告知するのは通常であると思うが、時間を過ぎてからアクセスしようとする方へのフォローについても、誠実さといった点も踏まえて考える必要がある。また、試験導入の中で、土曜日だけ、あるいは日曜日だけでも実施することを考えるべきではないかと考えている。相談員の負担もあるので即断は難しいと思うが、検討してほしい。それから、つなぎ方について、これまでの相談経過を渡さなければ SNS 相談でつなぐ意味はないと思うが、個人情報の聞き出し方、同意の取り方などをイメー

ジしておかなければならない。【川添座長】

- 国民生活センターでは休日相談を実施している。架空請求やワンクリック詐欺などの相手の請求に応じなければ良いケースでは助言で終わり、複雑なケースについては、休日明けに最寄りの消費生活センターに行っていただくよう紹介して、準備すべき書類などを伝えている。後追いはできないが、センターへ引き継ぐ場合に、引き継ぐかどうかを選択してもらう、引き継ぐ場合にログを共有して良いかを判断してもらうなど、段階ごとに論点は色々あると思う。あとは、ログの渡し方をどうするのか。【福井委員】
- システムとも絡むが、例えばやり取りを書き出してメールなりで送信する、情報セキュリティの制約があるかもしれないが、そのあたりがうまくできるのかを確認したうえで情報共有していく方策が必要である。個人情報保護条例等との関係もあるが、明示の個別同意が必要になってくるのではないか。手順書などでマニュアル化していく必要がある。注意事項に書いていればそれで良いという話にはならないと思われる。それから、相談者には試験導入終了後にアンケートをとってはどうかと思う。【川添座長】
- アンケートは相談の直後にとっている。情報共有について、試験導入であれば、ニックネームと所在地ぐらいであれば個人情報に当たらず、該当しているところに共有できるのではないかという話があった。実際の事例で、引継ぎが十分にできておらず、不利益な判断をしてしまったケースがあった。行政が実施するとなると信頼感と期待度が格段に違う。【坪井委員】
- アンケートについては、内容やアプローチの仕方は別として、やろうと思えばできるのではないか。次回以降の検討課題にしたい。【川添座長】
- AIを取り入れた相談システムを利用したことがあるが、定型フォーマットも良くできているし、URL等はありとあらゆる情報を出してくれる。こうしたフォーマットを参考にしても良いのではないか。【樋口委員】

最後に事務局から次回の研究会について、7月16日の開催を予定している旨の説明がなされた。

以上