

若者が活用しやすい消費生活相談 (SNS相談)

今回は「若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会」についてご紹介します。近年、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)の利用増加に伴い、若年者層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にあります。

また、成年年齢の引下げにより、知識や経験の乏しい18歳〜19歳の消費者トラブル増加も懸念されることです。一方、若年者層は、トラブルに遭っても消費生活センター等の公的な窓口相談をしない傾向があり、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ます。

このような状況を踏まえ、消費者庁では、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7名の有識者から成る「若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会」を立ち上げました。同研究会は、消費者行政新未来創造オ

フィスが主たる事務局の役割を担い、同オフィスの全国展開を見据えたモデルプロジェクトの一つと位置付けて実施してきたものです。

同研究会では、若者の主要なコミュニケーションツールであるSNSの活用に関心をもち、いじめ相談や自殺相談といった先進事例を参考としながら、消費生活相談への応用と実現可能性について検討を進めました。また、2019年12月から翌年1月にかけて、徳島県在住者を対象として、無料通信アプリLINEを活用した相談窓口を試験的に開設し、実際に消費者から寄せられた相談に対応する中で検証を行っています。以下に具体的な検討・検証の概要をご紹介します。

1 若者の消費生活相談の利用状況や生活実態

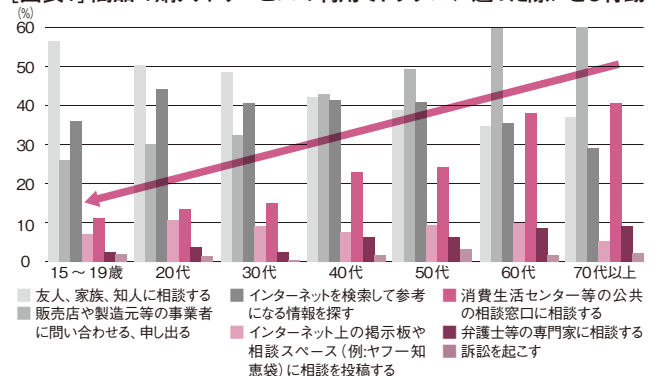
2008年から2017年までの10年間に占める人口1000

高橋 真也 (たかはし・しんや)
消費者行政新未来創造オフィス

人当たりの相談件数(相談率)を推計したところ40代以下は減少傾向にあります。また商品の購入やサービスの利用でトラブルに遭った際にとる行動について調査したところ、「消費生活センター等の公共の相談窓口相談する」と回答した割合は、若い年代ほど低い傾向にあることがわかりました(図表1)。

若者が消費者ホットライン(188)又は消費生活センターに相談しない主な理由としては、①相談することの面倒さ、②公的機関への相談しづらさが挙げられています。年代ごとのコミュニケーションツールの利用状況を比較すると、10代及び20代はSNSの利用時間が極めて長い傾向にありますので、消費生活相談の際に用いられる電話やセンターへの訪問等は若者にとって相談の面倒さやしづらさにつながっている可能性があると考えられました。このような若者のSNS等の活用状況や若者の自殺対策などでSNSが活用され

【図表1】商品の購入やサービスの利用でトラブルに遭った際にとる行動



備考:消費者庁「平成28年度消費生活に関する意識調査結果報告書—SNSの利用、暮らしの豊かさ、シェアリングエコノミー等に関する調査—」の公表データに基づき作成

ている状況を踏まえ、消費生活相談へのSNS導入を同研究会の検討課題として設定しました。

2 研究会におけるSNS相談の検討状況

いじめ対策や自殺対策など他分野における相談ではSNSの活用例が見られますが、消費生活相談の分野においては、これまでSNSを活用した相談のノウハウや事例の蓄積はありませんでした。そのため、同研究会では消費生活相談にSNSが活用可能かどうかを確認するため試験的導入に向けた検討を行いました。

具体的には、相談者の利便性や相談員の負担、搭載機能、情報セキュリティ等の様々な課題に対応しつつ、SNS相談導入のイメージを明確化するために有識者による議論を重ねていきました。例えば、消費生活相談においては、架空請求やワンクリック詐欺といった相手方の請求に応じなければよい案件等もあれば、相談員が事業者と直接に説得や交渉を行うことで問題を解決するあっせん処理を行うケースもあります。後者のあっせんの場合はSNS上だけのやり取りで対応することは困難であることが想定され、地域の消費生活センターや関係機関に相談をつなぐ必要がありま

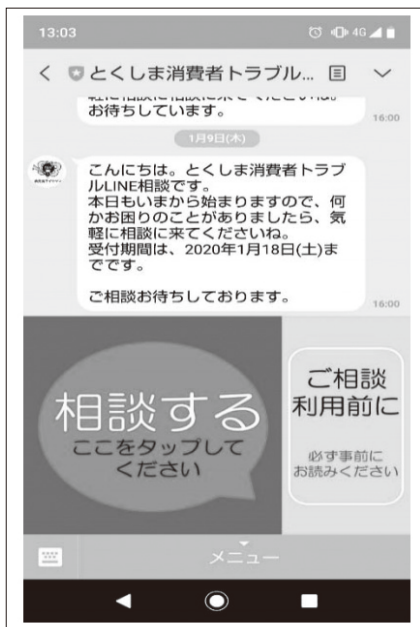
前さばきを主たる目的と捉え、個別事案に対する具体的な解決方法の提示はなるべく避け、最寄りの消費生活センターに誘導することを基本的な方針とすることとして、相談の流れ等を整理しています。

3 徳島県におけるSNS相談の試験導入とその結果

徳島県での試験導入は公益社団法人全国消費生活相談員協会へ委託し、「とくしま消費者トラブルLINE相談」(図表2)として、2019年12月16日(月)から2020年1月18日(土)までの間の20日間実施しました。実施にあたっては、相談員への研修や情報セキュリティ対策、チラシや名刺型カードの学校等への配布等の広報活動を行っています。今回は無料通信アプリLINEを活用し

徳島県での試験導入は公益社団法人全国消費生活相談員協会へ委託し、「とくしま消費者トラブルLINE相談」(図表2)として、2019年12月16日(月)から2020年1月18日(土)までの間の20日間実施しました。実施にあたっては、相談員への研修や情報セキュリティ対策、チラシや名刺型カードの学校等への配布等の広報活動を行っています。今回は無料通信アプリLINEを活用し

こととなり
ました。
そのほか、
試験導入に
おいては、潜
在的な消費
生活トラブ
ルの掘り起
こしと、相談
内容ごとの



【図表2】SNS上の相談受付画面

て行ったところ、「友だち登録」は334件、着信数106件、実質対応件数は33件という結果でした。寄せられた相談は「契約・解約」に関する相談が最も多く、次に「販売方法」が多いという結果になりました。相談例としては、「スマートフォンに料金が未納とショートメッセージメールが届いたがどうしたらよいのか。」「身に覚えのない請求がSMSで届いた。」といった架空請求メールに関する相談「就活セミナー」「もうけ話のセミナー」などに関する相談、サプリメントの定期購入などに関する相談などが寄せられました。今回は主に学生を対象とした広報を行っていましたが、30代以上の方からの相談も寄せられました。SNSは若者だけでなく中高年層にも普及してきており、必ずしも若者の利用に限定すべきものではないと考えられます。また、今回は16時から20時までに対応時間を設定しましたが、それ以外の時間にも多く着信がありました。そのため自動応答の機能は必須であると考えられます。

また、LINEでは長文の回答が読みにくいため、数回に分けて投稿する必要があります。工夫が必要になります。回答がない場合に放置されているのか、考えをまとめているのかの判別が難しく、それが原因で相談時間が長くなるケースもありました。他方で、被害が発生していなくても、事前確認の意味合いで気軽に相談してくるケースがあつたり、写真やURLを貼付できる機能を利用することでお互いに説明を省略できたりするなどのメリットを感じる場面もありました。

上記で紹介したようなSNS相談の試験導入により浮かび上がった課題やメリット等については同研究会で検証が行われ、2020年5月1日に報告書を公表しました。

4 今後の展開

試験導入では、被害が生じていなくても、事前確認として相談が寄せられるケースもあるなど、SNS相談が相談へのハードルを下げ、気軽に活用できるようなことで、被害の未然防止につながり得ることが確認されました。今後、この成果を基に更なる分析と検証を重ね、SNS等の新たな技術を活用しながら、若者をはじめ、消費者にとって活用しやすい相談体制の構築に向けた検討を進めていくことを考えています。

※ 1 研究会の資料や報告書については消費者庁ウェブページを参照 (URL: https://www.caa.go.jp/future/meeting_materials/review_meeting_001/)