

令和6年2月13日（火）

第2回岡山県消費生活懇談会

<「(1)報告事項」目次>

①消費生活に関する県民意識調査の実施	1
②第4次岡山県消費生活基本計画に係る施策の実施状況等	
・「特定商取引に関する法律」に基づく行政処分について	21
・消費者被害防止広報啓発事業	25
・消費生活相談のデジタル化について	30

「消費生活に関する県民意識調査」及び「第5次 岡山県消費生活基本計画」スケジュール(案)

1 事業の趣旨

第4次岡山県消費生活基本計画の期間終了(令和7年度)に伴い、令和6年度は、現計画の目標達成度や消費生活に関する現状と課題を分析するための「消費生活に関する県民意識調査」を実施し、令和7年度に次期基本計画の策定作業を行う。

2 県民意識調査の実施方法等

- (1) 調査対象 18歳以上の県内在住者 2,500人
- (2) 調査方法 郵送で配布し、回答は郵送とインターネットの選択制とする。
- (3) 前回(R2年6月)の設問数 28問

3 スケジュール

<令和6年度>

4月～6月 県民意識調査項目案作成

7月～8月 第1回消費生活懇談会 (県民意識調査項目案)

調査項目決定

9月 県民意識調査実施

10月～12月 調査票の回収・分析

令和7年1月 調査報告書の作成

2月 第2回消費生活懇談会 (調査結果報告)

<令和7年度>

4月～7月 計画策定方針、計画骨子案の検討・作成

7月～8月 第1回消費生活懇談会 (計画策定方針、骨子案)

11月 第2回消費生活懇談会 (計画素案)

計画素案パブリックコメント募集

12月 パブリックコメント結果の計画案への反映

令和8年2月 第3回消費生活懇談会

(パブリックコメントの結果報告、計画案の決定)

3月 計画策定、公表

県民意識調査調査項目（たたき台）

【令和2年度】

【令和6年度】

I 回答者属性	
1	性別（男性・女性）
2	年齢（18歳～19歳、以降10歳刻み、60代から5歳刻み）
3	世帯構成
4	職業
5	居住地域（市町村名）
II 消費者問題への関心について	
6	消費者問題にどれくらい関心があるか
6-1	どのような消費者問題に関心があるか（選択肢修正）
III 消費生活における意識や行動	
7	商品等の購入時に次の項目をどれくらい意識するか （価格、機能や品質、安全性、ブランドイメージ、接客態度、特典など）
8	日頃の消費者生活で以下のようなことを行っているか （消費者情報に注目、教育・講座の受講、倫理的消費、地産地消、食品ロス削減など）
9	キャッシュレス決済をどの程度利用しているか
9-1	利用頻度の高い方法は何か（選択肢修正：デビットカード追加）

I 回答者属性	
1	性別（男性・女性・無回答）
2	年齢（18歳～19歳、以降10歳刻み、60代から5歳刻み）
3	世帯構成
4	職業
5	居住地域（市町村名）
II 消費者問題への関心について	
6	消費者問題にどれくらい関心があるか
6-1	どのような消費者問題に関心があるか
III 消費生活における意識や行動	
7	商品等の購入時に次の項目をどれくらい意識するか （価格、機能や品質、安全性、ブランドイメージ、接客態度、特典など）
8	日頃の消費者生活で以下のようなことを行っているか （消費者情報に注目、教育・講座の受講、エシカル消費、地産地消、食品ロス削減など）
①	エシカル消費に関する取り組みの実施状況 ※エシカル消費とは、より良い社会に向けた、人や社会、環境に配慮した消費行動のこと。 例)エコバッグ使用、地産地消、環境負荷等に配慮した食品・商品選択、フェアトレード（開発途上国産品を適正な価格で取引すること）商品選択、障害のある人の雇用につながる商品選択 等
②	消費者が意見を伝える際のポイント、行き過ぎた言動の防止に関すること （カスタマー・ハラスメント防止）
③	宅配利用時に、不要な翌日配達や再配達防止を意識しているか （物流の2024年問題）
9	キャッシュレス決済をどの程度利用しているか
9-1	利用頻度の高い方法は何か（選択肢修正：デビットカード追加）

IV 情報提供・消費者教育について	
	10 消費生活に関する情報で重要と考えているものは何か
新	11 消費者向けの情報提供手段としてどれが有効と思うか
修	12 消費生活被害防止のための出前講座、消費者講座に参加したことがあるか
	13 今後、消費生活に関するどのような講座に参加したいか
	14 学校で消費生活に関する授業を受けたり、学習した経験があるか
新	15 成年年齢下げにより、18歳、19歳の未成年取消権がなくなっているか
新	16 成年年齢下げによる若年者の消費者被害防止はどのような対策が有効か
新	17 消費者被害防止のため、どのような人に重点的に啓発・対策を行うべきか
修	18 次のような消費生活に関する機関や制度を知っているか (「消費者ホットライン」188 (いやや)、クーリングオフ)
V 消費者被害の状況について	
追	19 消費者被害の多い悪質商法を知っているか (点検商法、催眠商法、開運(靈感)商法、押し買い商法など)
修	20 家族も含めてこれまでに次のような消費者被害に遭ったことがあるか (品質・安全性、価格、それ以外の契約条件、解約・返品など、販売方法、個人情報取り扱いなど)
	21 被害の原因となった商品等をどのきっかけで購入したか
	22 被害に遭った際にどこか(誰か)へ相談したり、伝えたりしたか
	22-1 どこ(誰)へ相談などしたか
	22-2 相談したり、伝えたりしなかった理由はなにか
新	23 高齢者等の消費者被害を防止する地域の見守り活動の必要性
新	23-1 地域の見守り活動でどのような人に見守ってもらいたいのか
新	24 高齢者の消費者被害を防止するのにどのような対策が有効か

IV 情報提供・消費者教育について	
	10 消費生活に関する情報で重要と考えているものは何か
	11 消費者向けの情報提供手段としてどれが有効と思うか
	12 消費生活被害防止のための出前講座、消費者講座に参加したことがあるか
	13 今後、消費生活に関するどのような講座に参加したいか
	14 学校で消費生活に関する授業を受けたり、学習した経験があるか
	15 成年年齢下げにより、18歳、19歳の未成年取消権がなくなっているか
	16 成年年齢下げによる若年者の消費者被害防止はどのような対策が有効か
	17 消費者被害防止のため、どのような人に重点的に啓発・対策を行うべきか
必	18 次のような消費生活に関する機関や制度を知っているか (「消費者ホットライン」188 (いやや)、クーリングオフ)
須	V 消費者被害の状況について
	19 消費者被害の多い悪質商法を知っているか (点検商法、催眠商法、開運(靈感)商法、押し買い商法など)
	20 家族も含めてこれまでに次のような消費者被害に遭ったことがあるか (品質・安全性、価格、それ以外の契約条件、解約・返品など、販売方法、個人情報取り扱いなど)
	21 被害の原因となった商品等をどのきっかけで購入したか
	22 被害に遭った際にどこか(誰か)へ相談したり、伝えたりしたか
	22-1 どこ(誰)へ相談などしたか
	22-2 相談したり、伝えたりしなかった理由はなにか
	23 高齢者等の消費者被害を防止する地域の見守り活動の必要性
	23-1 地域の見守り活動でどのような人に見守ってもらいたいのか
	24 高齢者の消費者被害を防止するのにどのような対策が有効か

VI 消費者被害の相談について	
25	消費者被害に遭ったとき「安心して相談できるところ」はどこか
26	県消費生活センターや市町村の消費相談窓口を知っているか
(1)	岡山県消費生活センターを知っているか
(2)	お住まいの市町村の消費者生活相談窓口を知っているか
VII 消費者生活全般について	
27	消費者行政の取組についてどの程度満足しているか。どのくらい重要か。 (相談体制の整備、情報提供、消費者教育、消費者行政全般)
28	消費生活について、ご意見・ご要望があれば記入ください。(自由意見)

VI 消費者被害の相談について	
25	消費者被害に遭ったとき「安心して相談できるところ」はどこか
26	県消費生活センターや市町村の消費相談窓口を知っているか
(1)	岡山県消費生活センターを知っているか
(2)	お住まいの市町村に、消費生活センター、もしくは、消費生活相談 窓口があることを知っているか
VII 消費者生活全般について	
27	消費者行政の取組についてどの程度満足しているか。どのくらい重要か。 (相談体制の整備、情報提供、消費者教育、消費者行政全般)
28	消費生活について、ご意見・ご要望があれば記入ください。(自由意見)

岡山県消費生活に関する県民意識調査

消費生活に関する県民意識調査ご協力をお願い

県行政につきましては、日頃から、ご理解とご協力をいただきありがとうございます。

県では、消費者行政の推進を図るために、消費生活に関する県民の皆様のご意識やご意見をお伺いする、県民意識調査を行うことといたしました。

この調査は、県内にお住まいの18歳以上の方から、2,500人を無作為に選ばせていただき、ご協力をお願いしております。

調査は無記名で、すべて統計的に処理しますので、回答者個人が特定されたり、他の目的に利用されたりすることはありません。

お忙しい中とは存じますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力くださいますようお願いいたします。

県民の皆様へ

令和2年6月

岡山県知事 伊原木 隆太

<回答に当たってのお願い>

- 1 回答期限 同封の返信用封筒で令和2年6月19日(金)までに投函してください。(切手は不要です。)
- 2 記入方法
 - ① 回答はすべて宛名のご本人がご記入ください。(ご本人による記入が困難な場合は、ご家族等が、ご本人のお考えを代わりに記入してください。)
 - ② ご回答は、選択肢番号に○をつけてください。
 - ③ 設問により【○は1つ】【○はあてはまるもの3つまで】など、回答数が限られる場合がありますので、【 】の注意書きに従ってください。
 - ④ 「その他」をお選びいただいた場合は、その後にある()内に具体的な内容をご記入ください。
- 3 問い合わせ先 岡山県県民生活部くらし安全安心課 担当：松田
〒700-8570 岡山市北区内山下2丁目4-6
TEL (086) 226-7346 FAX (086) 225-9151

あなたご自身のことについて（令和2年6月1日現在でお答えください）

問1 あなたの性別を回答してください。【〇は1つ】

- | | |
|-------|-------|
| 1. 男性 | 2. 女性 |
|-------|-------|

問2 あなたの年齢を回答してください。【〇は1つ】

- | | |
|-----------|-----------|
| 1. 18～19歳 | 6. 60～64歳 |
| 2. 20～29歳 | 7. 65～69歳 |
| 3. 30～39歳 | 8. 70～74歳 |
| 4. 40～49歳 | 9. 75歳以上 |
| 5. 50～59歳 | |

問3 あなたの世帯構成は、次のうちどれにあたりますか。【〇は1つ】

- | | |
|------------|--------------|
| 1. ひとり暮らし | 4. 親・子・孫の三世代 |
| 2. 夫婦のみ | 5. その他（ ） |
| 3. 親・子の二世代 | |

問4 あなたの職業を回答してください。【〇は1つ】

- | |
|----------------------------------|
| 1. 自営業（農林漁業、商工サービス業などで、家族従業者を含む） |
| 2. 会社・団体などの正社員（正職員） |
| 3. 会社・団体などの役員 |
| 4. パートタイマー、アルバイト、契約社員など |
| 5. 専業主婦（主夫） |
| 6. 学生 |
| 7. 無職 |

問5 あなたのお住まいの市町村を回答してください。【〇は1つ】

- | | | | |
|--------|----------|---------|-----------|
| 1. 岡山市 | 8. 高梁市 | 15. 浅口市 | 22. 勝央町 |
| 2. 倉敷市 | 9. 新見市 | 16. 和気町 | 23. 奈義町 |
| 3. 津山市 | 10. 備前市 | 17. 早島町 | 24. 西粟倉村 |
| 4. 玉野市 | 11. 瀬戸内市 | 18. 里庄町 | 25. 久米南町 |
| 5. 笠岡市 | 12. 赤磐市 | 19. 矢掛町 | 26. 美咲町 |
| 6. 井原市 | 13. 真庭市 | 20. 新庄村 | 27. 吉備中央町 |
| 7. 総社市 | 14. 美作市 | 21. 鏡野町 | |

消費生活における意識や行動について

問7 あなたは、商品を購入したり、サービスを利用する際、次の項目をどのくらい意識しますか。

【○はそれぞれに1つずつ】

	常に意識する	よく意識する	たまに意識する	ほとんど意識しない
①価格	1	2	3	4
②機能や品質	1	2	3	4
③安全性	1	2	3	4
④広告・表示	1	2	3	4
⑤ブランドイメージ	1	2	3	4
⑥評判	1	2	3	4
⑦特典（ポイントカード・景品等）	1	2	3	4
⑧購入（利用）時の説明や対応等の接客態度	1	2	3	4
⑨苦情や要望に対する対応	1	2	3	4
⑩商品やサービスが環境に及ぼす影響	1	2	3	4
⑪経営方針や理念、社会貢献活動	1	2	3	4

問8 あなたは、日頃の消費生活で以下のようなことを行っていますか。

【○はあてはまるものすべて】

1. 新聞やインターネットなどで消費者問題に関する情報に注目する
2. 学校や地域などで消費生活に関する教育や講座を受ける
3. 倫理的消費（エシカル消費）*4を行う
4. 地元産品を購入して地産地消を实践する
5. 食べられるのに廃棄される食品（食品ロス）を減らす
6. ゴミを減らし、再利用やリサイクルを行う
7. 節水・節電を意識する
8. 環境・エネルギー問題に関心を持つ
9. この中に行っていることはない

*4 倫理的消費（エシカル消費）とは…人や社会、環境に配慮した製品やサービスを選んで消費することをいい、例えば、障害者支援につながる商品、フェアトレード商品、エコ商品、リサイクル商品、被災地産品などを購入することを指します。

問9 あなたはキャッシュレス決済*5をどの程度利用していますか。【〇は1つ】

*5 キャッシュレス決済とは…紙幣や硬貨を使用せずに商品やサービスの支払い等を行うこと。
(ただしここでは銀行等の口座振替、振り込み等による決済を除くこととする。)

<p>1. よく利用している</p> <p>2. ときどき利用している</p> <p>3. あまり利用していない</p> <p>4. 全く利用していない → 問10へ</p>

(問9で「1. よく利用している」、「2. ときどき利用している」、「3. あまり利用していない」と回答した方は、問9-1, 問9-2へ)

▶ 問9-1 あなたが比較的利用する頻度の高いキャッシュレス決済は何ですか。
【〇はあてはまるものすべて】

<p>1. クレジットカード</p> <p>2. 交通系電子マネー (ICOCA、Hareca 等)</p> <p>3. 交通系以外の電子マネー (WAON、nanaco、楽天Edy 等)</p> <p>4. バーコード、QRコード決済 (PayPay、LINE Pay 等)</p> <p>5. デビットカード</p> <p>6. その他スマホ決済 (Apple Pay、Google Pay 等)</p> <p>7. その他 ()</p>
--

▶ 問9-2 これまでにキャッシュレス決済を利用して、トラブルに巻き込まれたことはありますか。【〇は1つ】

<p>1. ある</p> <p>2. ない → 問10へ</p>

(問9-2で、「1. ある」と回答した方は、問9-3へ)

▶ 問9-3 どのようなトラブルに巻き込まれましたか。【自由記述】

<p>自由記述欄</p>

情報提供・消費者教育*6について

*6 消費者教育とは…消費者被害にあわない消費者、合理的な意思決定ができる消費者にとどまらず、よりよい社会発展のために積極的に参画する「自立した消費者」を育成するための教育及びこれに準ずる様々な啓発活動をいいます。

問 10 次の消費生活に関する情報のうち、あなたが重要だと考えるものはどれですか。

【○はあてはまるものすべて】

1. 消費生活に関する法律や制度など
2. 商品テストや商品・サービスの安全性
3. 消費者問題の相談窓口
4. 消費者問題への行政の取組
5. 悪質な事業者や手口についての注意喚起
6. 消費者被害の防止や、環境問題・食育など消費者問題の講座
7. 消費者被害防止のための啓発活動やキャンペーンなどのイベント情報
8. 消費者団体*7の活動
9. メーカーや販売店など事業者の活動
10. リコール情報
11. 処分を受けた事業者名
12. その他（)
13. 特にない

*7 消費者団体とは…消費者自らが主体的に行動することを目標に、消費者被害の未然防止のための各種情報の提供など、消費生活全般に関する普及啓発活動等を行っている団体をいいます。

問 11 あなたは、消費者向けの情報提供手段として、どれが有効（利用しやすい）と思いますか。

【○はあてはまるもの3つまで】

1. テレビ
2. ラジオ
3. 新聞・雑誌
4. ホームページ、ブログやメールマガジン
5. ツイッター、フェイスブック、インスタグラムなどのSNS
6. 自治体の広報誌
7. ポスター、パンフレット、チラシ
8. 自治会・町内会の回覧板
9. 地域（町内会や老人クラブなど）での消費生活講座
10. 会社や所属団体の会合、研修など
11. その他（)

問 12 あなたは、消費者被害防止のための出前講座や、学校や公民館で実施する消費者講座などに参加したことがありますか。【〇は1つ】

- 1. 参加したことがある
- 2. 実施していることは知っていたが、参加したことはない
- 3. 実施されていることを知らない

問 13 あなたは今後、消費生活に関するどのような講座に参加してみたいと思いますか。

【〇はあてはまるものすべて】

- 1. 悪質商法の手口や対応方法などの講座
- 2. インターネットの注意点などの講座
- 3. 環境にやさしい暮らし方に関する講座
- 4. 家計管理などライフプランに関する講座
- 5. 食品表示の見方など食の安全に関する講座
- 6. 電子マネーやキャッシュレス決済に関する講座
- 7. その他（ ）
- 8. 特にない（興味がない）

問 14 あなたは、在学当時に学校（小・中・高・高等専門学校・専門学校・大学）で消費生活に関する授業を受けたり、学習をした経験がありますか。【〇は1つ】

1. 学習した経験がある

2. 学習した経験はない → 問 15 へ

（問 14 で、「1. 学習した経験がある」と回答した方は、問 14-1 へ）

→ 問 14-1 どこで学習しましたか。【〇はあてはまるものすべて】

- 1. 小学校
- 2. 中学校
- 3. 高等学校・高等専門学校
- 4. 専門学校
- 5. 大学

問 15 民法が改正され、2022（令和4）年4月から成年年齢が現在の20歳から18歳に引き下げられることが決まりました。成年年齢に達すれば、父母などの同意なく一人で契約をすることができることとなりますが、成年年齢が18歳に引き下げられた後、18歳、19歳の方が契約した場合は、未成年という理由で契約を取り消すことができなくなることを知っていましたか。

【〇は1つ】

- 1. 知っていた
- 2. 知らなかった

問 16 成年年齢が18歳に引き下げられた後、若年者が悪質事業者にだまされて契約するなどの消費者被害にあわないためにどのような対策が有効だと思いますか。

【〇はあてはまるものすべて】

- | |
|---|
| 1. 悪質な事業者に対する規制や指導を強化する
2. 18歳になる前の人を対象とした消費者教育を充実させる
3. 若年者がトラブルに巻き込まれやすい事例を周知すること
4. トラブルに巻き込まれた際に相談できる窓口を周知すること
5. その他 ()
6. 分からない |
|---|

問 17 消費者被害を防止するため、どのような人に対して重点的に啓発・対策を行うと効果があると思いますか。【〇はあてはまるもの3つまで】

- | |
|--|
| 1. 小学生
2. 中学生
3. 高校生・高等専門学校生
4. 大学生・専門学校生等
5. 新社会人
6. 高齢者
7. 障害のある方
8. 成人一般
9. その他 () |
|--|

問 18 あなたは、次のような消費生活に関する機関や制度を知っていますか。

【〇はそれぞれに1つずつ】

	知っている 言葉も内容も	知っている 言葉は知って いる	知らない 言葉も内容も
① 【消費者ホットライン 188 (いやや)】 個々の相談窓口の電話番号を知らなくても、全国统一の番号(188)にかければ、近くの相談窓口につながるシステム	1	2	3
② 【クーリング・オフ】 一定の条件・期間内であれば、契約した後でも、無条件で契約を解除することができる特別な制度	1	2	3

消費者被害等の状況について

問 19 あなたは、消費者被害の多い悪質商法*8を知っていますか。【〇は1つ】

- | | |
|----------|---------------------------|
| 1. 知っている | 3. 実際に被害にあったことがある（家族を含めて） |
| 2. 知らない | |

*8 消費者被害の多い悪質商法とは…次のようなものがあります。

①【点検商法】

点検ですと言って訪問し、本当はいないダニやシロアリ、湿気による被害などの不安をあおり、工事や商品売りつける。

②【催眠商法】

粗品やチラシなどで閉め切った会場に集め、ティッシュなどを無料や格安で配って得をした気分させて、雰囲気盛り上げたところで、高額な商品売りつける。

③【マルチ商法】

会員になって商品売れば儲かるなどと言って、消費者を販売員として次々に勧誘する。実際は、勧誘時の話とは違って思うように売れず、借金と在庫を抱えてしまう。

④【開運（靈感）商法】

不幸につけこみ、不安をあおって、幸せになれるなどと言って水晶玉や印鑑を売りつけたり、祈とう料などを請求する。

⑤【利殖商法】

未公開株、社債、ファンドなどに投資すれば儲かるなどと言って、実態のない投資先に高額な投資をさせる。

⑥【架空（不当）請求】

使っていない有料サイトの利用料などを請求する。

⑦【送り付け商法】

注文していない商品を勝手に送り付け、その人が断らなければ買ったものとみなして、代金を一方的に請求する。

⑧【押し買い商法】

不用品の買取をうたって家庭を訪問し、貴金属類を強引に出させて、安く見積もって買い取る。

⑨【キャッチセールス】

駅や繁華街の路上でアンケート調査などと称し、呼び止めて、喫茶店・営業所に連れていき、長時間、強引あるいは不安をあおるなどして商品・サービスを契約させる。

問 20 あなた（家族も含めて）は、これまでに購入した商品やサービスで、次のような消費者被害や消費者トラブルにあったことがありますか。【〇はあてはまるものすべて】

1. 製品の品質・安全性（模造品、欠陥品、量や質、性能や効果が表示や説明と違ったなど）
2. 食品の品質・安全性（消費期限や賞味期限切れ、産地や原材料の偽装、異物混入など）
3. 価格（“特別価格”や“優待価格”がウソだったなど）
4. 品質・安全性や価格以外の契約条件
（不当な条件付きだった、取引条件を一方的に変更されたなど）
5. 解約や返品などに関すること
（契約を取り消そうとしたら高額なキャンセル料を要求されたなど）
6. 販売方法（大げさな広告、勘違いさせるような説明、契約をせかす、おどすなど）
7. 購入後の対応や苦情への対応
8. 個人情報の取り扱い（個人情報流出の被害にあったなど）
9. 架空（不当）請求（身に覚えのない料金請求、不当な料金請求など）
10. その他（）
11. 被害はない → 問 23 へ

（問 19、問 20 で、消費者被害等にあったと回答した方は、問 21、問 22 へ）

→ 問 21 被害の原因となった商品やサービスは、次のどのきっかけで購入しましたか。

【〇はあてはまるものすべて】

1. お店で商品を購入したりサービスを利用した
2. 自宅や職場に業者が訪ねてきて、勧められた
3. 自宅や職場に業者から電話があり、勧められた
4. 電話や郵便でお店や喫茶店に来るように誘われて、勧められた
5. 路上で声をかけられ、会場や喫茶店などに連れて行かれ、勧められた
6. 知り合いや友達から勧められた
7. インターネット、テレビ、ラジオ、新聞や雑誌等の広告での通信販売を利用した
8. その他（）

→ 問 22 被害にあった際にどこかへ（誰かへ）相談したり、伝えたりしましたか。【〇は1つ】

1. 相談したり、伝えたりした → 問 22-1 へ
2. 相談したり、伝えたりしなかった → 問 22-2 へ

(問 22 で、「1. 相談したり、伝えたりした」と回答した方は、問 22-1 へ)

問 22-1 どこへ(誰へ) 相談などをしましたか。【○はあてはまるものすべて】

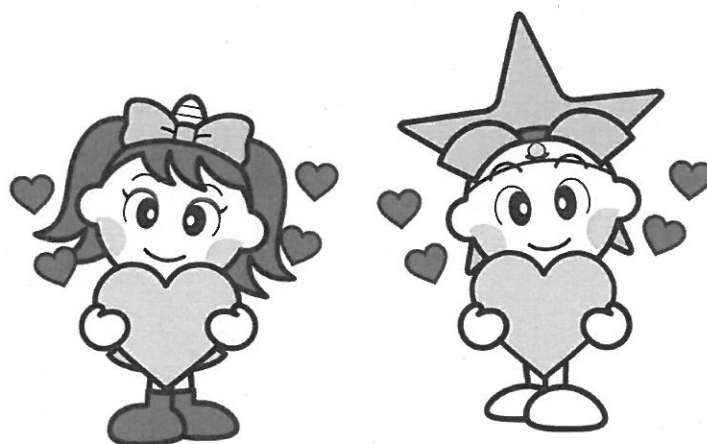
- | | |
|------------------------|----------------------|
| 1. 家族・親族 | 8. 消費者団体 |
| 2. 友人・知人 | 9. 弁護士・司法書士など法律に携わる人 |
| 3. 民生委員・児童委員など地域の人 | 10. 警察 |
| 4. ヘルパー・ケアマネジャーなど福祉関係者 | 11. 購入先・利用先の営業担当者等 |
| 5. 市町村の消費生活センター・相談窓口 | 12. メーカー等の事業者 |
| 6. 岡山県消費生活センター | 13. 製造した業界団体の窓口 |
| 7. 国民生活センター | 14. その他() |

(問 22 で、「2. 相談したり、伝えたりしなかった」と回答した方は、問 22-2 へ)

問 22-2 どこにも相談されなかった理由としてあてはまるものはどれですか。

【○はあてはまるものすべて】

- | |
|------------------------------|
| 1. どこに相談したり、伝えたらいいかわからなかった |
| 2. 気まずい思いをしたり、もめごとになるのが心配だった |
| 3. 被害が小さかった |
| 4. 相談しなくても独力で解決できると思った |
| 5. 相談などしても、解決すると思えなかった |
| 6. 自分にも責任があると思った |
| 7. めんどろだった |
| 8. 私的なことなので、相談することではないと思った |
| 9. 被害を思い出したくなかった |
| 10. 被害にあったことを知られるのが恥ずかしかった |
| 11. その他() |
| 12. 特に理由はない |



問 23 近年、ひとり暮らしの高齢者や障害のある方を狙った悪質商法や詐欺などの消費者被害の相談が数多く寄せられています。このような被害を防止するために、地域の方の見守り活動は必要だと感じますか。【○は1つ】

- 1. 必要だと感じる
 - 2. どちらかといえば必要だと感じる
 - 3. どちらかといえば必要だと感じない
 - 4. 必要だと感じない
 - 5. 分からない
- } 問 24へ

(問 23 で、「1. 必要と感じる」「2. どちらかといえば必要と感じる」と回答した方は、
問 23-1 へ)

→ 問 23-1 どのような人に見守って欲しいと思いますか。(ご自身が見守ってほしい場合も含まれます)【○はあてはまるものすべて】

- 1. 家族・親族
- 2. 友人・知人
- 3. 民生委員・児童委員など地域の人
- 4. ヘルパー・ケアマネジャーなど福祉関係者
- 5. 県や市町村の職員
- 6. 警察官
- 7. 弁護士・司法書士など法律に携わる人
- 8. 宅配便・配食サービスなどの配達業者
- 9. 郵便局員
- 10. 金融機関の職員
- 11. その他()

問 24 近年、高齢者や障害のある方を狙った悪質商法による消費者被害が多くなっています。高齢者等がこのような被害にあわないために、どのような対策が有効だと思いますか。

【〇は3つまで】

1. 日頃から地域の行事に参加し、情報交換する
2. 家族や親族で日頃から話題にするよう心掛ける
3. 近隣同士で声を掛け合うことができる関係をつくる
4. 地域の様々な人たちによる見守り活動を行ってもらう
5. 報道（テレビ、新聞、ラジオ）に被害情報などを取り上げてもらう
6. パンフレットなどによる啓発活動を充実する
7. 悪質な事業者に対する規制や指導を強化する
8. 行政（県・市町村）が高齢者と日頃接触のある団体に連携して注意を呼びかける
9. その他（)
10. 分からない



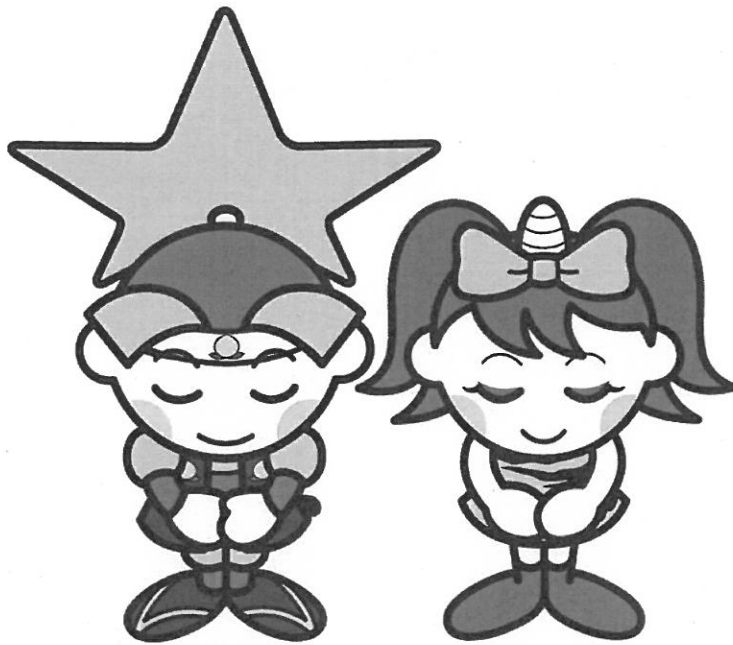
消費者行政全般について

問 27 あなたは、消費者行政の取組についてどの程度満足していますか。また、どのくらい重要だと思いますか。【〇はそれぞれ、満足度、重要度を1つずつ】

	満 足 度					重 要 度				
	満足している	まあ満足している	やや不満である	不満である	どちらともいえない	重要である	まあ重要である	あまり重要でない	重要でない	どちらともいえない
①消費者問題を相談できる窓口が身近にある	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
②消費者問題が適切に情報提供されている	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
③消費者被害防止に向けた消費者教育が適切に実施されている	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
④消費者行政全般が適切に実施されている	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

問 28 消費生活について、お気づきの点やご意見・ご要望などがありましたら、ご記入ください。
【自由に記入】

アンケートはこれで終わりです。
ご協力、たいへんありがとうございました。



岡山県マスコット「ももち・うらっち」

令和5年12月26日

お知らせ

課名	くらし安全安心課
担当	中本・澁澤
内線	2889・2892
直通	226-7346

「特定商取引に関する法律」に基づく行政処分について

岡山県は、岡南住宅工社こと村上和雄（以下「同人」という。）に対し、令和5年12月25日付けで特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号。以下「法」という。）第7条第1項の規定に基づく行政処分（指示）を行いましたので、同条第2項の規定に基づき公表します。

記

1 事業者の概要

- (1) 氏名 岡南住宅工社こと村上和雄（むらかみ かずお）（48歳）
- (2) 住所 岡山市南区浜野
- (3) 取引行為 排水管高圧洗浄・床下害虫消毒等の役務提供の訪問販売

2 取引の概要

同人は、消費者宅を訪問し、排水管高圧洗浄・床下害虫消毒等の役務提供（以下「本件役務提供」という。）の契約締結について勧誘し、当該消費者宅で契約を締結するなどの訪問販売を行っていた。

3 処分（指示）の内容

今回の違反行為について、その改善計画を令和6年1月25日までに岡山県知事に文書で報告すること。

4 処分の原因となる事実

同人は、以下のとおり、法に違反する行為を行っており、訪問販売に係る取引の公正及び役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認められた。

(1) 氏名等の不明示

同人は、本件役務提供の契約締結について勧誘を行う際に、その勧誘に先立っ

て、氏名、本件役務提供契約の締結について勧誘をする目的である旨及び役務の種類を明らかにしていなかった。

これは、旧法第3条及び法第3条の規定に違反する。

(2) 契約書面の交付義務違反（記載不備）

同人は、本件役務提供の契約を締結した際、当該契約の内容を明らかにする書面を役務の提供を受ける者に交付していたが、当該書面には、役務の種類、契約の解除に関する事項の一部を記載していなかった。

これは、旧法第5条第1項及び法第5条第1項の規定に違反する。

(3) 契約書面の交付義務違反（記載不備）

同人は、本件役務提供の契約を締結した際、本件役務を提供し、本件役務の代価の全部を受領したとき、本件役務の提供を受けた者に、直ちに交付することが義務付けられている本件役務提供契約の内容を明らかにする書面を交付していたが、当該書面には契約の解除に関する事項の一部を記載していなかった。

これは、旧法第5条第2項及び法第5条第2項の規定に違反する。

注) 旧法とは、改正前の特定商取引に関する法律のことであり、本件は行為日によって適用する法が新旧で異なっている。

5 取引事例

事例1

令和2年10月頃、浅口市内の消費者A宅を突然訪問し、岡南住宅工社の従業員Zは代表者の氏名を告げることなく「排水管の点検に回っている、マンホールを見せてくれませんか」等と告げたのみで、勧誘目的である旨及び当該勧誘に係る役務の種類を明らかにすることなくマンホールを点検した後、排水管高圧洗浄の契約締結について勧誘を行いその場で契約を締結した。同日洗浄を完了させ代金を全額受領しているが、交付していた本契約の内容を明らかにする書面にはクーリング・オフに関する事項の一部を記載していなかった。

同日、排水管高圧洗浄を行った岡南住宅工社の代表者村上和雄は、「高圧洗浄したので床下に水漏れや管に壊れたところがないか明日確認させて下さい」等と告げたのみで、勧誘目的である旨及び当該勧誘に係る役務の種類を明らかにすることなく翌日床下を確認し、「水廻りは大丈夫ですが基礎のコンクリートに多数ひびが入っていてこのままだと地震などで家が倒れますよ、補強材を塗布する工事をしたほうがいい」等と告げて、床下補強の契約締結について勧誘を行いその場で契約を締結し、同日交付した本契約の内容を明らかにする書面には床下補強材としか記載しておらず、クーリング・オフに関する事項の一部を記載していなかった。

事例2

令和2年12月頃、岡山市内のB宅を突然訪問した際に、岡南住宅工社の従業員Zは代表者の氏名を告げることなく「排水管の点検に回っている、排水マスの清掃をしましょうか」等と勧誘を行いその場で契約を締結した。同日洗浄を完了させ代金を全額受領しているが、交付していた本契約の内容を明らかにする書面にはクーリング・オフに関する事項の一部を記載していなかった。

同日、排水管高圧洗浄を行った後に岡南住宅工社の代表者村上和雄は、「高圧洗浄したので後日、排水管やマスの状態の点検をさせて欲しい」等と告げたのみで、勧誘目的である旨及び当該勧誘に係る役務の種類を明らかにすることなく後日床下を確認し、「床下の支柱も白蟻でやられているこのままでは家が危ない、急いで白蟻駆除をしてから床下の支柱も補強しましょう」等と告げて、床下害虫消毒、床下補強の契約締結について勧誘を行いその場で契約を締結した。同日交付した契約の内容を明らかにする書面には床下害虫消毒一式、床下補強一式としか記載しておらず、クーリング・オフに関する事項の一部を記載していなかった。

事例3

令和4年9月頃、倉敷市内の消費者C宅を突然訪問した際に、岡南住宅工社の代表者村上和雄は氏名を告げるところ名字のみしか告げず、排水管洗浄の勧誘を行い、代金の請求と作成した契約書の署名を求め、その場で代金全額を受領し署名を受け契約を締結しているが、交付した本契約の内容を明らかにする書面にはクーリング・オフに関する事項の一部を記載していなかった。

翌日、突然訪問した際には、「床下を見せて下さい、どこから入るのですか」等と勧誘目的である旨及び当該勧誘に係る役務の種類を明らかにすることなく床下を確認し、床下害虫消毒の後、代金の請求と作成した契約書の署名を求め、その場で署名を受け契約を締結し、同日交付した本契約の内容を明らかにする書面にはクーリング・オフに関する事項の一部を記載していなかった。

事例4

令和5年10月頃、倉敷市内の消費者D宅を突然訪問した際に、岡南住宅工社の代表者村上和雄は氏名を告げることなく「下水管の掃除をしているものです、下水の掃除をしませんか」等と勧誘を行いその場で契約を締結し、交付していた本契約の内容を明らかにする書面にはクーリング・オフに関する事項の一部を記載していなかった。

見守り 新鮮情報

「近くで屋根工事をしていたら、お宅の瓦が傷んでいるように見えたので点検したい」と業者が訪問してきた。点検した後、業者が撮影した瓦の映像を見せられ、「かなりひどい。このままでは雨漏り

するかもしれない。

すぐに工事をしたほうがいい」と言われた。迷っていると、「たまたま今日この地域に来ているので今でないと契約出来ない」とせかされ、約40万円の契約をしてしまった。不安になって、やめたいと連絡したが、「もうキャンセルは出来ない」と怒鳴られた。

(70歳代 女性)



不安をあおり契約させる リフォーム工事の点検商法

ひとこと助言

その場で
契約しないで



見守るくん

- 住宅リフォーム工事等の勧誘が目的ということを告げず点検を持ち掛け、不安をあおって契約をせかすという「点検商法」のトラブルが後を絶ちません。家族や周囲の人も高齢者の様子に気を配りましょう。
- 「点検させてほしい」と訪問してくる業者には対応しないようにしましょう。
- 点検を依頼した場合でも、結果をうのみにしないで、冷静に受け止めることが大切です。別の専門家等に確認して、複数の見積りを取るなど、決してその場で契約しないようにしましょう。
- 法定の契約書面を受け取ってから8日以内である等の場合はクーリング・オフを行うことができます。
- 困ったときは、お住まいの自治体の消費生活センター等にご相談ください(消費者ホットライン188)。

若者の消費者被害を防ぐ動画コンテスト OKAYAMA 188AWARD (オカヤマ イヤアワード) 実施報告と受賞作品の紹介

若者自身が消費者被害を「自分ごと」として捉え、若者をはじめ様々な世代の方に、どのようなことに気をつければ若者が消費者被害に遭わないかを考えてもらうこと、また、消費者ホットライン「188」の認知度向上を目的として、「悪質商法・特殊詐欺から若者を守ろう！」をテーマに、動画作品を募集した。

- 1 募集期間 令和5年7月5日～10月4日
- 2 募集告知SNS広告
 - (1) 配信期間 令和5年7月5日～10月4日
 - (2) 広告媒体 Googleディスプレイ、Facebook、Instagram、TikTok
 - (3) 表示回数 R5 10,475,445回 (R4 2,853,271回)
 - (4) クリック数 R5 38,030回 (R4 4,759回)
- 3 応募数 22件
 - (1) 部門別 (ショート動画 16件、ワンカット動画 6件)
 - (2) 個人・団体別 (個人 20件、団体 2件)
 - (3) 居住地別 (県内 9件、県外 13件)
 - (4) 年齢 (17歳以下 6件、18～25歳 9件、26～35歳 4件、36～45歳 3件)
 - (5) 属性 (中学生 1件、高校生 5件、大学生 5件、社会人 11件)
- 4 審査会 令和5年10月23日
- 5 審査員 大森 研一氏 (映画監督・映画制作会社代表)
嘉数 彰彦氏 (岡山県立大学特命教授)
濱田 陽子氏 (岡山大学大学院准教授)
県消費生活センター 所長
県公聴広報課 主事
- 6 報道発表 令和5年11月30日
- 7 掲載場所 ・ 晴れの国おかやまチャンネル
<https://www.youtube.com/@okayamapref/videos>
・ 特設サイト「OKAYAMA 188 AWARD」
<https://okayama188.jp/>
- 8 最優秀賞作品の再生状況等 (1/31現在)
 - (1) YouTube再生回数 R5 31,981回 (R4 1,065,744回)
 - (2) イオンシネマ広告期間中観客数 R5 50,629人 (R4 4,852人)



<受賞作品>

[ショート動画部門]

○最優秀賞（1作品）

・消費者被害に遭いやすい人3選+α / 平井 裕貴



受賞コメント

この度はショート動画部門最優秀賞をいただき、ありがとうございます。
動画制作前に消費者トラブルについて調べました。昔より対策の情報はあふれているのに、若者の消費者トラブルが発生している現状から、知識より「自分は引っかけられない」という油断が被害につながるのでは？と思い、やや厳しい言葉でオチに反映しました。
この動画を通じて多くの若い方に消費者トラブルが他人事ではないとご認識いただければ幸いです。

○優秀賞（2作品）

・新成人を狙う「鬼」に気をつけて！ / 赤阪 諒介



受賞コメント

この度は「優秀賞」という栄えある賞に選んでいただき、誠にありがとうございます。
まさか自分が選ばれるとは思っていませんでしたので大変驚いております。
岡山県民に伝わりやすく、かつ、若者に届くように手描きアニメで制作しました。
自分も大学生の時にネット販売で泣き寝入りしたことがあったので、あの時の悔しさを思い出しながら作り上げました。
動画を見て被害にあう若者が一人でも減ってくれればと願っています。

・0109≤188 / 湊 祐太郎



受賞コメント

今回は、1回だけお試しパックを申し込んだつもりが、実は定期購入が条件で、物がずっと届き、お金は毎月払い続けられないといけないというトラブルについて動画で表現しました。
このような被害に遭った時、もうどうでも118と思わず、一か八か188に相談して欲しいです。

○若者賞（2作品）

- ・「魔法はないけど」 / 牧野 佳歩



受賞コメント

この度は栄えある若者賞を頂き、誠にありがとうございます。
この動画を制作する際、自身と同世代の若者が消費者トラブルに巻き込まれるだけでなく、加害者になってしまう可能性もあるということを知りました。
「魔法」のような美味しく稼げる話も、被害にあう前に戻れるわけではないですが、何もせずに泣き寝入りしてしまうよりも、諦めずに188に電話してほしいという想いを込めました。

- ・詐欺は、イヤや。 - 消費者ホットライン188 / 野口 誠人



受賞コメント

この度は若者賞を頂いたこと、大変光栄に感じています。このコンテストでの受賞は私にとって大きな励みとなりました。
私自身、特殊詐欺に遭いそうになった経験があるため、自分と同じように若くて社会経験の少ない人達に悪徳商法・特殊詐欺の危険性を知ってもらい、身を守る手助けができればという気持ちを込めて動画を制作しました。
今後、私の作品が若者の消費者被害を防ぐための意識向上に貢献できれば幸いです。

[ワンカット動画部門]

○ワンカット賞

- ・ストップ! 契約 / オオモリンピック



受賞コメント

この度はワンカット賞を頂戴し、大変光栄でございます。
この作品は消費者被害に遭われる方の揺れる思いをメトロノームの動きで表現しキャッチーでわかりやすい動画を目指しました。
この動画を見て1人でも多くの方が消費者トラブルを自分ごと化してくれればと願っています。

県政テレビ番組「晴れの国生き活きテレビ」

「消費者トラブルを防止する取り組み」（令和5年7月16日放送）

- ・ 県の啓発ボランティア講師に登録し啓発に取り組む川崎医療福祉大学のゼミを取材
- ・ 消費生活センターから、最近のトラブルの特徴を紹介

※現在はYouTube「岡山県政広報チャンネル」で視聴可能（令和6年7月まで）



「被害防止応援団吉備団」川崎医療福祉大学医療福祉マネジメント学部医療秘書学科

◎令和6年度消費者月間統一テーマ

1 消費者月間とは

「消費者保護基本法(消費者基本法の前身)」が昭和43年5月に施行されたことから、その施行20周年を記念して、昭和63年から毎年5月が「消費者月間」と定められた。

消費者月間では、全国統一のテーマを掲げ、消費者・事業者・行政が一体となって消費者問題に関する啓発・教育などの各種事業が集中的に行われている。

2 令和6年度テーマ

デジタル時代に求められる消費者力とは

(趣旨)

デジタル化やAI等の技術が急速に進展し、そのスピードがかつてなく速くなる中で、わたしたち消費者を取り巻く取引やサービス、コミュニケーションも急速に変化し、利便性が増す一方、リスクも多様化しています。

そうしたデジタル時代において、わたしたちが安全・安心かつ豊かな消費生活を送るために、今、求められる「消費者力」とはどのようなものでしょうか。

デジタルサービスの仕組みやリスクへの理解、情報に対する批判的思考力、適切に情報を収集・発信する力、これらのアップデートを続けていくとともに、「気づく・断る・相談する」というこれまでも必要とされた基礎的な力も引き続き高めていくことが求められています。

自立した消費者としてデジタル時代の消費生活を楽しむため、求められる「消費者力」とは何かを考え、高める機会となるよう、令和6年度の消費者月間においては、「デジタル時代に求められる消費者力とは」を統一テーマとして掲げます。

3 参考(過去3年)

○令和5年度

デジタルで快適、消費生活術 ～デジタル社会の進展と消費者の暮らし～

○令和4年度

考えよう!大人になるとできること、気を付けること ～18歳から大人に～

○令和3年度

“消費”で築く新しい日常

消費生活相談のデジタル化について

資料1

令和5年度「消費者行政ブロック会議」及び
「ブロック別消費生活センター所長会議」合同会議

地方消費者行政の充実・強化に向けた取組について

令和5年11月6日
消費者庁地方協力課



消費者ホットライン188
イメージキャラクター イヤマン

目次

1. 地方消費者行政の持続的な充実・強化に向けた重層的な対策
2. 地方消費者行政強化交付金(令和6年度予算概算要求資料)
3. 先進的モデル事業について
4. 消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)
5. 「地方消費者行政の現況調査」結果の概要
6. 消費生活相談のデジタル化について
7. 「消費者ホットライン188」、「消費生活センター」及び「消費生活相談員」の
広報に係るご協力依頼

消費生活相談のデジタル化について

課題



消費者

- ・ 平日の昼間に電話する時間がない
- ・ スマホで解決策を調べたい

- ・ テレワークに対応できない
- ・ 相談情報の入力に時間がかかる



相談員

行政

- ・ 相談員の担い手がみつからない

- さらに、デジタル化、高齢化、人口減少など、
将来の社会の変化も見据える必要

電話に加え、メール・SNS等による 相談受付を推進（実施中）

地方の消費生活センターにおけるメール・ウェブフォーム・SNSによるオンライン相談受付を推進。

- ・ 22都道府県を含む約200自治体でデジタル対応
(※) メール・ウェブフォーム・SNS含む約200の相談窓口を
消費者庁ウェブサイトで一覧掲載
- ・ 地方消費者行政強化交付金の活用、SNS相談対応マニュアル
の周知等により支援（消費者庁）
- ・ 公式LINEやHP等において情報を発信（国セン）

PIO-NET刷新などDXを推進 （将来に向けた刷新）

消費者のことを第一に考える視点を軸に、相談員の働きやすさの向上なども進めながら、消費者被害の最小化に資する消費生活相談を目指す。

- ・ FAQの充実、メール・SNS相談など、多様な消費者のニーズに対応
- ・ 業務支援システム導入等による相談員の負担軽減、業務の高度化
- ・ 相談データの分析強化・有効活用（AI等の活用）
- ・ 地域における体制強化（自治体間の協力体制、災害時対応）
- ・ クラウド・サービスの活用 など

2024年度～

- ・ 新システム基盤の整備
- ・ 作成したコンテンツの
新システムへの組入れ

2023年度

- ・ アクシヨンプラン2023
- ・ 新システム基盤の整備
- ・ 業務基盤の整備
- ・ コンテンツの先行整備

2022年度

- ・ アクシヨン・プラン2022
- ・ プロトタイプ改良版の検証・深化
- ・ コンテンツの先行整備

2021年度

- ・ DXの方向性検討
- ・ プロトタイプの試行

消費生活相談のデジタルトランスフォーメーション（DX）の方向性

消費者に
使いやすく

相談現場の
機能強化

データ活用で
施策を強化

地域における
体制強化

情報や窓口へのアクセス改善

PIO-NETの刷新

AIによるデータ解析強化

デジタルを契機に広域連携

- FAQ, ウェブサイト充実
(自己解決を支援)
- 相談手法の多様化
(メール、ウェブフォームなど)
- 相談支援システム
(音声入力、マニュアル表示等)
- 人が行うべき業務に集中
(見守り・啓発・要支援者への丁寧な対応に注力)

- 消費者のFAQに
- 相談員の知見に
- 政策立案機関に
(端緒情報の早期発見等による施策の強化)

- 自治体間の協力体制
の深化 (BCP対策にも)
- 相談員の場所を選ば
ない多様な働き方
(遠隔相談、テレワーク等)

システム

PIO-NETの専用回線、専用端末、独自開発等の自前主義から、インターネットと市販のクラウドサービスを活用するシステムへ
(相談業務支援機能の向上、相談の予約受付や、相談員の場所を問わない働き方を可能に)

人材

- 相談員のキャリアアップ支援 (キャリアパスの提示、能力や経験、責任に見合った処遇)、研修、メンタルケアの充実
- 分業や組織的な対応、多様な人材の活用などを検討

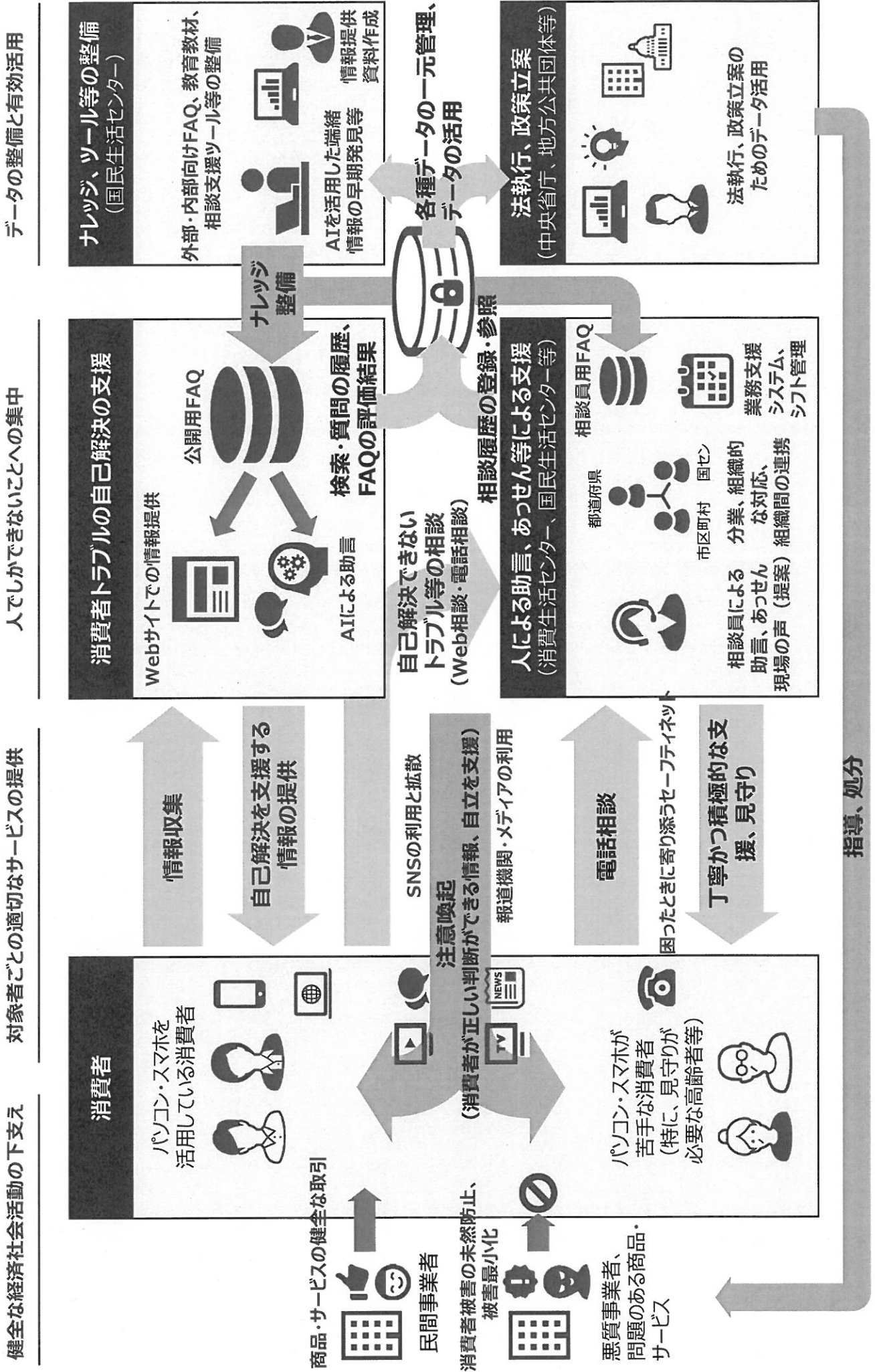
地域連携

自治体間の協力による体制強化 (市町村間、都道府県と市町村間の連携・共同実施など、自治体間の役割分担、自治体をまたいで協力できる仕組みなどを検討)。

業務を支える基盤

➤ DXを通じて、消費生活相談をはじめとする地方消費者行政の質の向上とともに、人材確保、小規模自治体地域のサービス維持など、地域の課題解決に貢献。


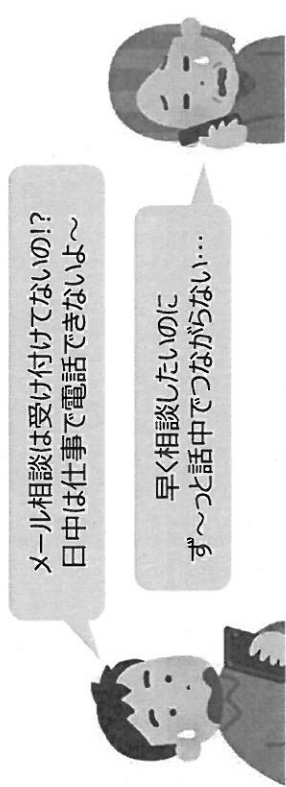
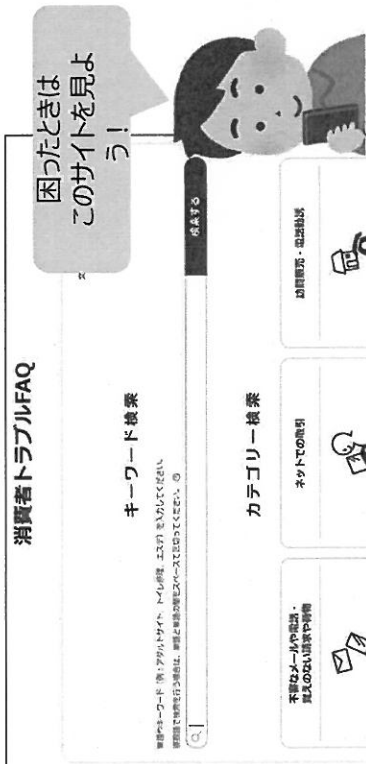
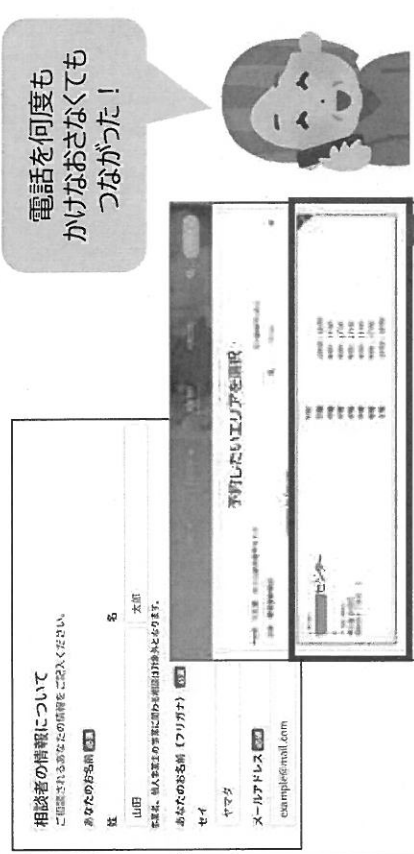
DX後のサービス全体俯瞰図



消費生活相談のデジタル化の取組状況

「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーション
アクションプラン2023」(2023年7月)

1. DX後のサービス・業務イメージ (1) 消費者の利便性向上


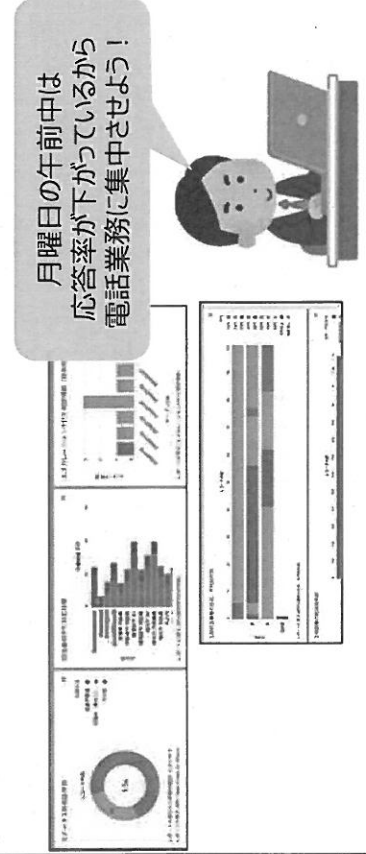
<p>①消費者向けFAQ (自己解決支援)</p> <p>解決方法をWebで調べても見つからない。消費者庁、国民生活センター、各自治体のホームページに注意喚起があるが、どれを見ればよいかわからない</p>	<p>②相談手法のマルチチャネル化</p> <p>メール相談を実施している自治体は拡大途上。相談件数の多い自治体では、電話が混雑している</p>
<p>現状</p> 	<p>現状</p>  <p>早く相談したいのに ず〜と話中でつながらない...</p>
<p>DX後</p> <p>ポータルサイトにFAQを掲載し、消費者の自己解決を支援。2023年4月より、先行的な実証実験として、「消費者トラブルFAQサイト」を国民生活センターにて開設</p>  <p>困ったときはこのサイトを見よう!</p>	<p>DX後</p> <p>ポータルサイトに全国共通のWebフォームを整備し、メール相談や、相談の予約の受付を実施 (消費者庁・国民生活センターで検討中)</p> 

※2021・22年度のプロトタイプ(新システムおお試し版)等を踏まえたイメージ

1. DX後のサービス・業務イメージ

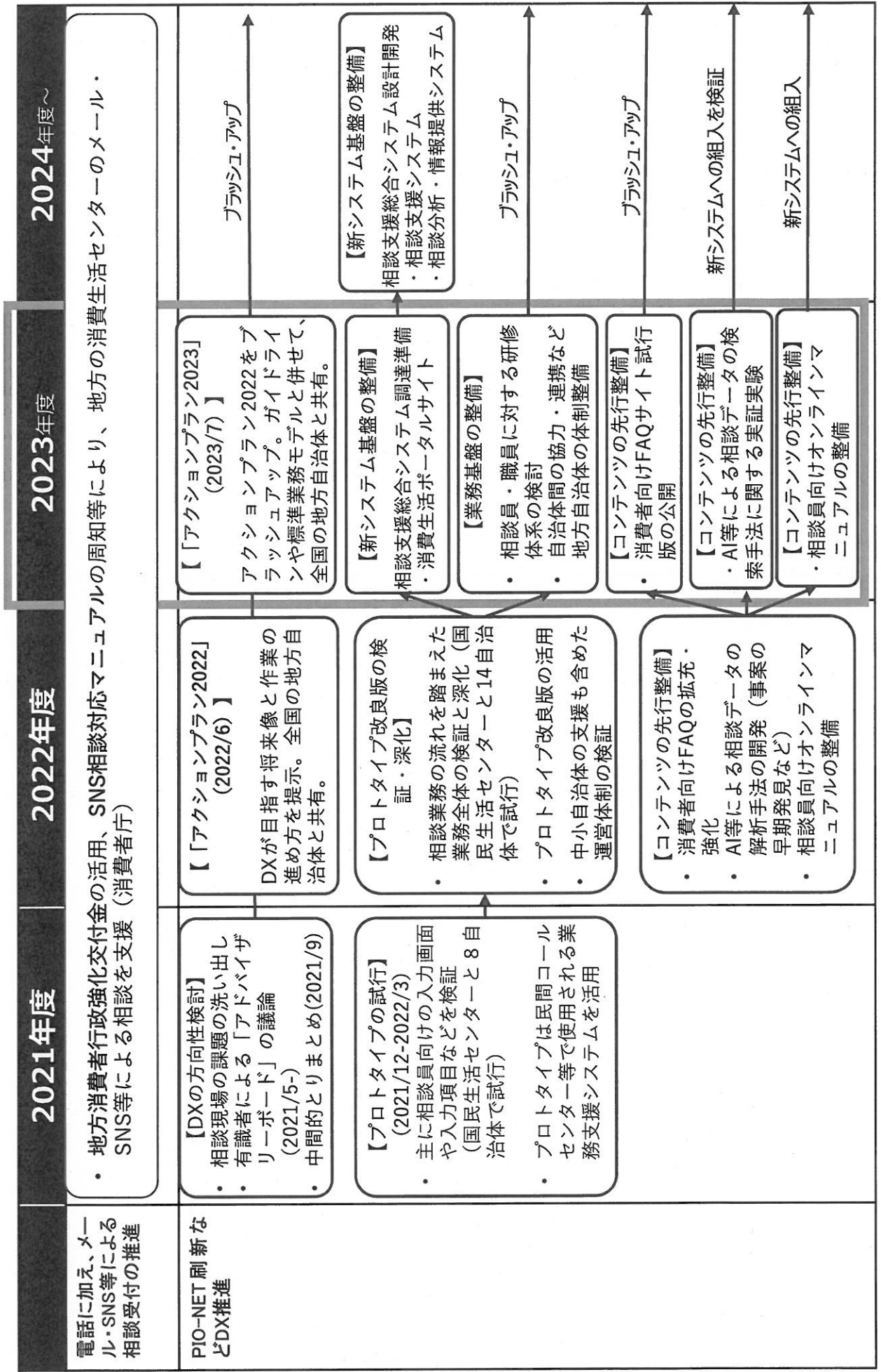
(2) 相談業務の支援

※このほか、音声認識によるデータ入力への負荷軽減や、テレワークが可能なシステムを検討中

現状	<p>③ナレッジ（相談員向けFAQ）の整備</p> <p>相談処理の情報収集にあたり、紙のマニュアルや研修資料、PIO-NET等から必要な情報を自分で探し出す必要がある</p>  <p>紙の資料とPC画面を行ったり来たり...</p>	<p>④相談データの活用</p> <p>PIO-NETの検索・集計機能では、相談員の通話時間や応答率を分析することはできない。相談件数の増減を調べるにも、検索のコツ(経験)が必要</p>  <p>通話時間が相談件数に影響していないか？</p> <p>話中で取れなかった相談電話は何件？</p>
DX後	<p>相談の大まかな内容を入力すると、ナレッジ（相談員向けFAQ）が自動で表示。相談員の負担が軽減され、相談対応の質が向上</p>  <p>ぴったりのナレッジが自動で表示された！</p> <p>Q.迷惑メールを止める方法がありますか？</p> <p>A.迷惑メールへの一般的な対処方法は...</p> <ol style="list-style-type: none"> ①差出人アドレスを... ②キャリアやプロバイダの..... 	<p>相談件数だけでなく、処理状況、通話時間や時間帯・曜日別の応答率などが分析可能になり、業務状況を可視化。相談件数の増減や内訳は、視覚的に分かりやすい</p>  <p>月曜日の午前中は応答率が下がっているから電話業務に集中させよう！</p>

※2021・22年度のプロトタイプ（新システムおお試し版）等を踏まえたイメージ

2. 消費生活相談DX・ロードマップ



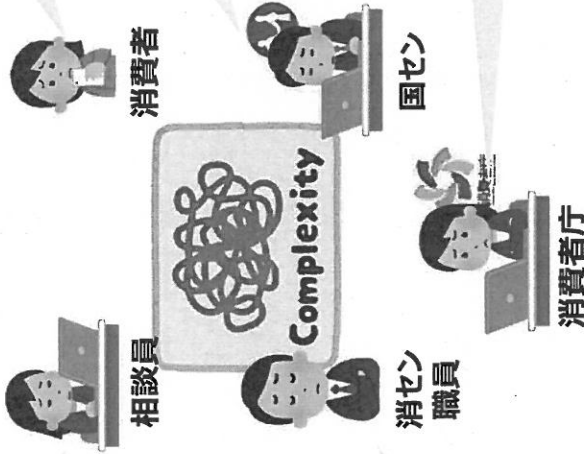
3. 多面的な分析からのDXの方向性 将来像からの再構築が必要

現状分析

「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン2022・2023」より

- ・消費者トラブルとは関係のない相談が寄せられる
- ・相談対応に参考となる資料がバラバラで探しにくい
- ・あらゆる相談に対応しなければならず、自己研鑽が欠かせない
- ・相談情報の入力負担が大きい
- ・専用端末がインターネットに接続できない
- ・専用端末、固定電話でしか相談対応できないので職場に行かないといけない
- ・相談情報の入力に、きめ細かいルールがあり、負担感がある

- ・相談員の担い手、成り手がおらず、困っている
- ・相談員が入力した相談情報を確認し、決裁するのが大変
- ・個人情報取り扱いを慎重にしないといけない
- ・予算を確保しないといけない
- ・併任・兼務で、職員の体制が不十分どころもある



- ・相談で、どのようなサービスが受けられるのか、わかりにくい
- ・相談受付時間に相談する時間が確保できない
- ・特に都市部は電話がつながりにくい
- ・メール、SNSなどのデジタルチャネルに対応していない
- ・解決方法をwebで調べたが見つからない

- ・消費生活センターごとに業務方法にばらつきがあり、全ての要望を聞くのは難しい
- ・消費者庁や報道機関などから正確なデータの提供を求められる
- ・入力された相談情報のデータ補正に負担感がある
- ・データ活用などの教育・訓練に時間を割けない

- ・相談の最近の傾向を迅速に把握できない
- ・政策の裏付けとなる相談情報の正確なデータがほしい
- ・法執行の裏付けとなる相談内容の詳細な情報がほしい
- ・検索・集計がわかりにくく、使いこなせない
- ・検索・集計の習熟機会が乏しい

関係者ごとに視点の異なる課題が記載できないほど存在し、複雑に絡み合っている

DXを進めるに当たって

- ✓ 機械でもできることは機械にやらせてもらい、人の業務の負担軽減や高度化（人がやるべきことにより注力）を図る
- ✓ 現状を前提としてスタートせずに、将来像から現実に照らしてサービス・業務を再構築する