

消費生活相談のデジタル化 に係る中間的とりまとめ

2021年（令和3年）9月

- ◆ 本とりまとめは、今後の検討の大きな方向性と進め方について、現時点における考え方を示したもの
- ◆ 今後、関係者の意見を聞きつつ更なる検討を行うほか、業務システムの実証実験を行い、具体化を進める予定

1. なぜ デジタル・トランスフォーメーション（DX）か

社会全体

- ◆ 新型コロナウイルス感染症対策において、社会では、**新しい生活様式**が推奨され、**デジタルシフトが急速に進展**
- ◆ 消費者の普段の情報収集、コミュニケーション手段もデジタル化が進展



テレワークの普及



遠隔医療の解禁



デジタルサービスの普及拡大



非接触・非対面のサービス

消費生活相談の現場

- ◆ 相談情報のデータ入力負担など既存の課題のほか、テレワークに対応できないなど、様々な要因により**新たな課題が顕在化**



電話・対面、紙媒体を基本とする業務であり、
テレワークに対応できない



電話もパソコンも固定
相談情報は全て手入力



インターネットもメールも
十分には利用できない環境

デジタル化、国際化、人口減少など、将来の社会の変化も見据えると、現状の考え方に捉われない
デジタル社会に即した消費生活相談やPIO-NETの抜本的な刷新が急務

2. 消費生活相談のDXの検討の進め方

DXのゴール（達成すべき目標）

- ① 消費者の、消費生活における**被害の未然防止と被害最小化**
- ② 消費者が困ったときに寄り添う**セイフティーネット**（被害救済）
- ③ ①、②を通じて実現される **消費者と事業者が対等な立場で行う健全な経済社会活動**の下支え

検討の視点

- **消費者のことを第一に考える**（利便性の向上、デジタルに不慣れな方への配慮を忘れない）
- **現場の相談員が十分に力を発揮できる環境づくり**（働きやすさの向上）
- **相談データの有効活用**（相談の質の向上、消費者被害防止に役立てる）
- **社会環境の変化への対応**（デジタル化社会、高齢化社会、感染症や災害時への柔軟な対応）

検討の範囲

DXのゴールを達成するため、消費者の視点に立って、消費生活相談業務全般（入口から出口）及びその周辺領域との連携について、一連の流れとして捉え、以下の内容を幅広く検討する。

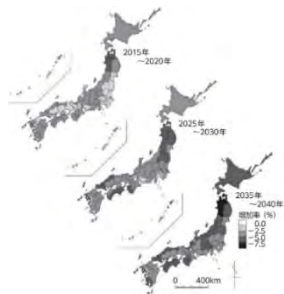
- | | | |
|------------------|------------------|-------------|
| ① 相談・苦情、問合せ、情報提供 | ④ 消費者教育・見守り | ⑥ 業務システム |
| ② あっせん | ⑤ 消費生活センターの運営・管理 | ⑦ 電話系通信システム |
| ③ 相談データの利活用 | | |

検討の方法

- 過去の取組から教訓を得つつ、現状を分析する。また、将来発生する課題に対応するため、2040年頃の社会環境も見据えながら、バックカスティング（未来のあるべき姿から逆算して今やるべきことを考える思考法）による検討を行う。
- 民間の顧客対応窓口などで、顧客管理のために広く利用されているCRM（カスタマーリレーションシップマネジメント）システムなどを活用した相談業務の実現可能性や有効性などを複数の相談現場にて検証する。

3. 検討の観点 (1) 2040年の未来像

人口、社会保障、地方行政



- 人口規模が小さい地方公共団体ほど人口減少率が高くなり、4割が単身世帯となる可能性がある。
- 地方で先行して更なる高齢化が進み、大都市圏でも当面、**高齢者人口数が大きく増加**する。
- 社会保障の担い手が減少し、社会保障の維持や財政健全化に対し影響が及ぶ。
- 地方行政では、**更に少ない職員での行政運営が必要になる**可能性がある。
- 社会保障に係る経費や老朽化した公共施設等の更新に要する費用の増大が想定される。

「平成27年版 厚生労働白書」、「自治体戦略2040構想研究会第8回事務局資料」、
「日本の世帯数の将来推計（全国推計）」（2018（平成30）年推計）（国立社会保障・人口問題研究所）よりPTが作成

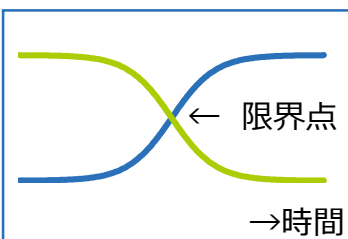
社会、技術、国際



- 人間らしさを再考し、多様性を認め共生する社会が目指される。
- リアルとバーチャルの調和が進んだ社会**が目指される。
- 人間機能の維持とデジタルアシスタントとの融合**による「個性」が拡張した社会が目指される。
- カスタマイズと全体最適化が共存し、人間らしく生き続けられる社会が目指される。
- 新型コロナウイルスの感染拡大により、人の移動も停滞する中で、**国境を越えた交流による付加価値の追求は、デジタル分野に重心を移動**していくことが想定される。

「令和2年度版科学技術白書」、「通商白書2020」よりPT作成

消費生活相談



— 行政サービス — 行政需要

- 社会経済が一層高度化・複雑化、デジタル化し、既存の概念を超えた商品・サービスが増加する可能性がある。
- グローバル化が進み、国境を越えた消費が増加する可能性がある。
- 高齢化が更に進み、また消費者自身による解決が難しい問題が増加し、相談需要が高まる可能性がある。
- 消費生活相談業務に投入する人・もの・金が一層限られるおそれがある。

行政需要に対して、提供できる行政サービスが追いつかなくなるおそれ

3. 検討の観点 (2) 過去の改革体験からの教訓

過去にもPIO-NET刷新が実施されているが、関係者の様々な考えが絡み、かつプロジェクト推進体制にも課題もあり、十分な改革に至らなかったとの指摘があった。

DXの推進にあたっては、このような指摘から教訓を得て、改革を進めていく必要がある。

消費生活相談の現状

消費者が相談した内容について、本人の同意なく、相手方事業者を含めて誰にも知られない（本人が特定されない）ということは、消費者が安心して相談するための前提条件。この点について、相談現場では非常に留意している。

国等によるデータの活用、情報公開請求等に備えた、データ入力に関するルールが多数あり、それが相談情報の登録・確認の負担になっている。

一方で、新たな消費者問題や消費者行政のニーズに対応しようとして、データ項目やキーワード等を増加させることにより、入力画面等が複雑化している。

利用機関、利用者が非常に多く、利用者のITリテラシーや考え方の違い、相談頻度の多少により、機能改善の要望に温度差があった。また、自治事務への配慮等もあり、使い勝手の向上と現状維持のそれぞれの要望のジレンマに陥り、予算内で改善できる範囲の刷新に留まった。多くの利用者が様々な用途でPIO-NETを利用しており、機能の削除や大幅な見直しは困難だった。

過去のPIO-NET刷新の状況

国センでは、PIO-NET刷新に係るプロジェクトを、システムを担当する部署任せで行い、業務改革・サービス改革に向けた必要十分な体制で取り組むことができなかったとの指摘あり。また、消費者庁も、現状を改革する知見も体制も十分ではなかった。

初期のPIO-NETは、インターネット普及前の当時、専用回線、専用端末等の閉ざされたネットワークで開始した。個人情報・情報セキュリティを重視する傾向も相まって、現状の閉ざされたシステム構造からオープンなシステムへの変革が困難であった。

過去の機能を維持しながら新たな機能を追加する対応を続け、システムが最適化することなく重厚長大化した

3. 検討の観点 (3) あるべき姿からの再構築が必要

これまでの現状分析

- 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
- 個人情報の取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なところもある



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

検討の方向性

- ✓ 機械でもできることは機械にやってもらい、**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、**あるべき姿からサービス・業務を再構築**する

4. DX後のポジション（立ち位置）

項目	DX前	DX後
フォーカス	相談者全般	よりサポートが必要な相談者、潜在的相談者にも
ミッション（使命）	相談者の相談対応、問題解決支援	消費者トラブルの未然防止と消費者の自己解決の促進、相談業務の効率化等により、よりサポートを必要としている消費者への支援の充実
マネジメント・スタイル	相談員の個人の力に依存	組織全体としての総合力
重視するスキル	消費生活相談に関わる幅広く深いスキル	役割や経験に応じたスキル（消費者問題の専門知識、コミュニケーション、人材育成…）
相談プロセス	一人で完結	分業・サポート・連携、標準化、可視化
ナレッジ（有益な知識・情報）	暗黙知（個人的な知識）	形式知（見える化された知識）、持続的な更新
データの活用	利用者の求めによるデータ活用、正確な分析	他の情報を含め、多角的で迅速かつ恒常的な傾向分析とモニタリング
システム開発	自前主義、独自開発	既存のものの組み合わせ、汎用的なものを利用

5. DXに向けた課題整理マッピングと主な検討論点

① 理念（目的の整理と戦略の策定）

- 消費生活センター、国民生活センターの意義、“何のため”にその組織や業務が存在するのか、その目的と運営方針の決定

② 業務設計

入口 （タッチポイントと導線）	業務処理 （オペレーションとマネジメント）	出口 （アウトプット）
誰でもが 知りたい情報に、望む 手段で簡単 につながるか		どのデータをどの タイミングで どこにレポート するのか

- 消費者とのタッチポイントと導線の整理
 - 多様な消費者のニーズにあった窓口、手段を再考し、タッチポイント・導線を最適化
- 業務設計（民間で行われている以下の点を参考に必要な機能を検討）
 - 業務フロー：可視化で効率化できるプロセスの検討、業務の標準化
 - コールフロー：入電から終話までの設計、スキル定義、スキルベースルーティングの設計
 - 対応水準の向上：評価基準、手法、頻度、改善手法、検証方法等の体系化
 - 業務量管理：コール予実管理、シフト計画、リアルタイムモニタリング
 - データ管理：リアルタイム反映、データの整理、レポート設計、各指標定義
 - データ分析：現行のキーワードに代わる集計・検索、分析手法
- ナレッジ管理
 - FAQの作成フロー（質問と回答の作成、承認、評価、更新、削除）
- 新オペレーションの検討
 - 支所や公民館などでのサテライトオフィス・在宅での業務、広域的な連携とBCP

③ 人材

- 人材管理
 - 教育・訓練、休暇・休憩の管理、各種イベントも含めたシフト計画とツールの導入
- 教育：育成プロセス
 - e-Learning、リモート研修の強化、相談員間のオンラインコミュニティの形成促進
- やりがいの醸成
 - 相談員からの消費者庁等への提案、表彰、双方向コミュニケーション（認め合う）の機会提供

④ 環境・基盤システム

- コールセンターシステム
 - PBX、IVR、ACD、CTI、音声認識、CRM、ナレッジ管理、WFM、BI等の利用
- システム基盤・電話網・OA環境
 - クラウドサービス、インターネット利用、電話網の一元管理、地方公共団体によるOA環境整備

⑤ ガバナンス

- 地方公共団体による各消費生活センターの運営実績の把握と改善

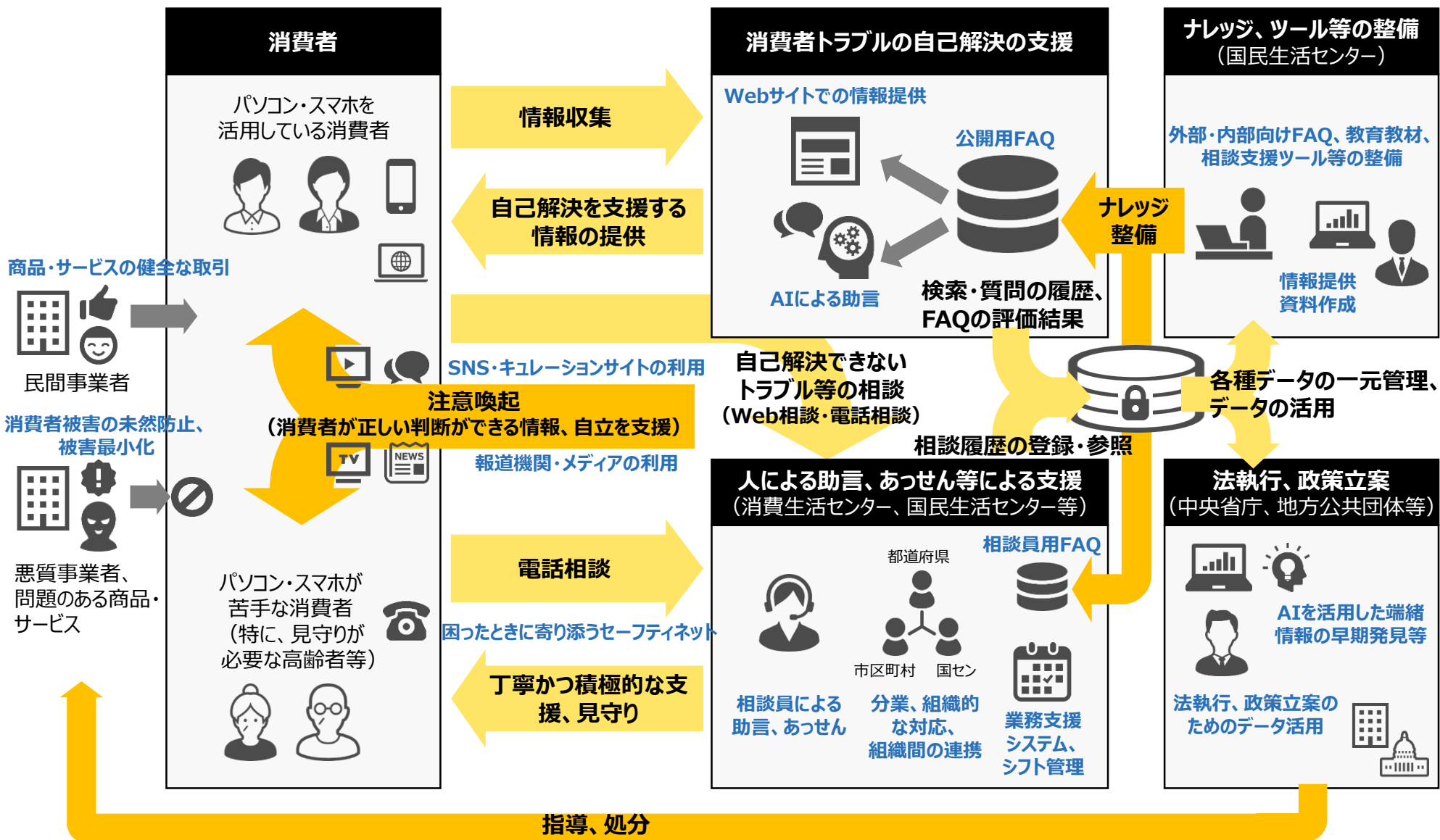
6. DX後のサービス全体俯瞰図

健全な経済社会活動の下支え

対象者ごとの適切なサービスの提供

人でしかできないことへの集中

データの整備と有効活用



7. DX後のシステム全体俯瞰図

