

消費生活相談のデジタル・トランスフォーメーション(DX)について



阿部 龍斗 Abe Ryuto 消費者庁地方協力課課長補佐(総括)
竹田 直矢 Takeda Naoya 消費者庁地方協力課課長補佐
高橋 雅也 Takahashi Masanari 消費者庁地方協力課課長補佐

はじめに

新型コロナウイルスの感染拡大は、近年のデジタルシフトを一層加速させ、人々の意識と行動の変容を促しました。

デジタル技術に基づくさまざまなサービスは日常的に利用されるようになってきており、行政相談、税務相談、自殺対策相談など、電話と対面相談が主流であったさまざまな公共サービスにおいても、メールやSNS等を活用したデジタル化への対応が進んでいます。

しかしながら、消費生活センター(以下、消セン)の消費生活相談の現場では、全国消費生活情報ネットワークシステム(以下、PIO-NET)がもつ技術面での課題や運用実態等が制約となり、デジタル技術の活用による相談受付手法の多様化や、リモートワーク・インターネットの利用をはじめとするネットワークを介した業務の実施体制構築など、消センが抱える課題が一挙に顕在化することとなりました。

こうしたなか、消費者庁と国民生活センターでは、2022年6月に策定した「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」に基づき、デジタル技術を活用したPIO-NETの刷新も含め、中長期的なデジタル化の検討を進めています。

本稿では、消費生活相談のデジタル・トランスフォーメーション(以下、DX)について、DXの実現によってどのような利点が得られるのかといった点にも触れながらDXを進める理由や、現在の検討状況、今後の方向性等について述べた

いと思います。

なぜDXを進めるのか？

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しました。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し、テレワークやテレビ会議システムによる打合せ等の普及、ネット通販や動画配信サービスの拡大、ペイメントサービスなど多様なデジタルサービスが日常化してきています。また、暗号資産といった新たなデジタルサービスも登場したほか、裁判手続等でもIT化が進むなど、デジタル化は消費者を取り巻くあらゆる領域で進展しつつあります。

こうした社会全体のデジタルシフトが進むなかで、消費生活相談の現場が抱える課題が顕在化することとなりました。例えば、消費生活センターは、

- ・電話と対面が業務の基本とされ、電話もパソコンも職場に固定されている
- ・相談者から聞き取った相談情報はすべて手入力ですべてPIO-NETに登録されている
- ・専用線で独自にネットワーク化した閉域網を軸に各消センに専用端末が配備され、インターネットやメールが十分に活用できない

といった状況にあり、こうした業務環境が次のような課題を生んでいます。

- ・相談員がテレワークに対応できない
- ・相談員が相談情報を入力する業務の負担が大きい
- ・相談員は情報収集のためのインターネットの活用をしづらく、相談者は電話による相談が主と



なり、ウェブで相談できる機会は極めて少ない

このような現場の課題は相談員の担い手不足にも作用していると考えられ、将来的には、拡大し続ける行政需要に対して、行政サービスが追いつかなくなるおそれもあります。消費生活相談のDXは、デジタル技術の活用を通じ、相談者や相談員が抱えるこうした課題を解決することで、相談者がより相談しやすく、相談員がより働きやすい環境を作る取組です。

どこまで検討が進んでいるのか？

消費生活相談のDX推進に当たっては、学識経験者、実務家、相談現場の各有識者から意見を聴取することを目的として「消費生活相談デジタル化アドバイザーボード」が設置され、2021年5月からのべ14回(執筆時点)にわたってDX実現に向けた具体的な検討が進められてきました。こうした有識者を交えた検討を踏まえ、2022年6月には「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」が取りまとめられ、消費生活相談等について、めざす将来像とそれに向けた作業の進め方が示されました。

具体的には、消費者、消費生活センター職員、消費生活相談員、消費者庁、国民生活センターといった多様なステークホルダーの要望や意見を現状に個別反映していく「現状を前提としたスタート」ではなく、あるべき姿からサービスや業務を再構築するバックキャスト型のアプローチにより、例えば、

- ・相談者全般ではなく、潜在的相談者にもフォーカスするとともに、よりサポートが必要な相談者にフォーカスする
- ・相談員の暗黙知(個人的な知識)に頼り切るのではなく、組織全体としての総合力を発揮し、見える化された知見(形式知)を継続的に整備する
- ・各センターでシステムと分離された電話回線を整備するのではなく、国がシステムと連動した

電話網を一元的に整備する(非常用を除く)

等のビジョンが示されました。これらを実現するため、

- ・パソコンやスマホを活用している消費者は、消費者トラブルにあった際に自己解決を図る傾向が強いことから、こうした層に対してはウェブ上で自己解決を支援するためのFAQを公開し、自己解決が難しい場合はウェブ相談や電話相談を受け付ける。パソコンやスマホが苦手な層に対しては引き続き従来どおりの電話相談を行い、電話相談として表れてこなかった潜在的相談者にもフォーカスするとともに、消費者の多様なニーズに応える
- ・相談員用の非公開FAQを整備し、デジタル技術の力を用いて、相談対応に必要な知見に相談員が素早くアクセスできるようにする
- ・システムと連携した電話網の整備により、例えば、自動録音・音声認識等の技術を活用するなどして、相談員が相談情報を入力する際の負担を減らす

といったシステムや業務面での方向性が示されており、将来的に、高度で専門的な知識を有する相談員が、場所を選ばず専門的な相談に対応できるような環境構築をめざしています。

むすび

現在、消費者庁と国民生活センターでは、こうしたDXの方向性について、新システムのプロトタイプ(試作版)等を用いて相談現場の職員等とも意見交換を重ねているところで、現場のニーズをしっかりとくみ取ったうえで、2023年度以降、より具体的なシステムや業務の詳細設計を進めてまいります。また、消費者向けに一般公開するFAQについては、先行整備を進め、2023年度から順次公開します。こうした取組に合わせ、相談員や消費生活センター職員向けの研修体系の整備を行う予定です。

今後とも、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よう、しっかりとDXを推進してまいります。