

①「消費生活センターにおける対応困難者への対応の現況と課題調査」調査報告(2024.3)

**【報告書のポイント】**

**消費生活センター等を対象としたアンケート調査で分かったこと**

- ・対応困難者の相談件数について、1カ月平均で「5件未満」と回答したセンターが全体の8割でしたが、1カ月当たりの消費生活相談受付件数に応じて対応困難事例が多くなるというわけでは必ずしもありませんでした。
- ・対応困難者は、過剰要求や無理な対応を強要するタイプ、長時間あるいは執拗な主張を続けるタイプが多く、暴力をふるうタイプはほとんどみられませんでした。
- ・8割近くのセンターで、来訪相談時における対応困難者対策をおこなっており、9割以上のセンターで、対応困難者に関する情報の共有をおこなっていました。
- ・対応困難者への対応において困難を感じる点として、相談員や職員の時間がとられ本来業務ができなくなること、相談者がエスカレートしないよう気を遣って対応する必要があること、などの回答が多く、相談員や職員への精神的なダメージを危惧する回答も多く寄せられました。
- ・国や自治体等に対して希望する対応策として、7割のセンターが、対応困難者の対応を拒否できる明確な基準やガイドラインの策定、と回答しました。また、センターの役割や業務内容を理解していない住民に対して、正しい理解と適切な利用のための啓発活動を望む回答も多く寄せられました。

②「消費生活センターにおける対応困難者への対応の現況と課題調査」調査報告(2024.3)続き

消費生活相談員を対象としたアンケート調査で分かったこと

- ・約9割の回答者が、対応困難者の相談件数は1カ月当たり平均で「5件未満」と回答しました。しかし一方で、回答者のほとんどが対応困難者への対応を経験しており、また、自身が相談員として勤務を始めた頃と比べ、対応困難者からの相談が増えていると感じていました。
- ・9割以上の回答者が、対応困難者への対応にストレスを感じると回答しました。ストレスへの対処法として、8割以上が「消費生活センター等の相談員・職員に話を聞いてもらう」と回答しました。
- ・回答者の多くが、「一方的な主張に終始しコミュニケーションが取れなかった」こと、「長時間・長期間にわたって相談を終了できなかった」こと、また、発言の揚げ足を取られること、詰問や暴言、大声で怒鳴るなどの言葉による攻撃的な行為について、辛いと感じていました。
- ・対応困難者への対応について感じることとして、「精神的な不調を感じるときがある」が最も多く、次いで「相談員の本来業務（やるべき業務）ではないと思う」でしたが、「それも仕事のうちだと割り切るようにしている」という回答も多くみられました。
- ・対応困難者への対応方法については、「消費生活相談として対応できる範囲を見きわめる」、「冷静な態度を心がける」、「言葉遣いに気を付ける」、との回答が多く、これらは、対応困難者に対して効果的だと感じた方法としても同様に挙げられていました。
- ・9割の回答者が対応困難者への対応に関連した研修を受講しており、また、5割弱の回答者が消費者庁マニュアルを、2割は勤務先センターで作成されたマニュアルを利用していました。
- ・対応困難者への対応に関して、回答者が国や自治体等に希望することとして、最も多かったのは、職員の理解や連携協力、組織対応を求めるものでした。

課題と今後期待されること

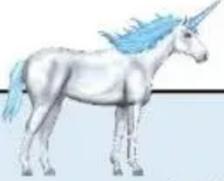
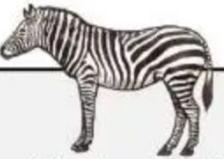
- ・調査の結果、対応困難者への対応においては、対策マニュアルの活用、統一的なルールや基準の策定、安全な執務環境の整備、専門家との連携体制の整備、メンタルケアへの取組、研修の実施等について、さまざまな課題があることが分かりました。
- ・今後期待されることとして、自治体に対しては、センター内における職員と相談員の連携協力の推進、対応ルールやマニュアルの作成・活用、安全な執務環境の整備、弁護士や心理職等の専門家との連携体制の構築、などが望まれます。また、国に対しては、全国的な判断基準やルールの策定や研修の実施などが望まれます。
- ・ホームページ、広報誌、案内チラシなどで、センターの業務内容や役割等についてより一層周知広報することが望まれます。また、消費者教育や啓発についても引き続きおこなっていく必要があります。

質問時使用パネル



①ユニコーン企業とゼブラ企業

質問時使用パネル

	 <b>ユニコーン企業</b>	 <b>ゼブラ企業</b>
<b>目的</b>	飛躍的な成長	持続的な繁栄
<b>成果の受益者</b>	個人、株主	公共、コミュニティ
<b>評価の基準</b>	定量的	定性的
<b>方法</b>	競争	協力
<b>結果</b>	独占	共存
<b>優先順位</b>	ユーザーアクション (顧客がどう動くか)	ユーザーサクセス (顧客をどう成功させるか)
<b>価値観</b>	「ゼロサム」 (自分の利益は他者の損失)	「ウィンウィン」 (他者の利益は自分の利益)



**社会的投資増**  
**社会課題解決**  
**ローカルゼブラ企業**  
**区として成長促進を!**