

相談窓口の周知強化

30～40歳代の子育て・働き盛り世代を中心に、『くらしのまると相談窓口』の認知向上と利用イメージの形成を図る

1 現状



96.1%

30～39歳で
くらしのまると相談窓口を
「知らない」割合
(全体84.7%)



27.3%

相談先が分からない
生活上の困りごとが
ある(30代)
(40代25.0/全体20.4%)



58.2%

「相談窓口の周知」を
今後進めるべき取組に
挙げた割合
(全体1位)



45.5%

「相談しても解決
しないと思うから」
(相談したいと思わない理由
全体1位)



36.4%

「何を相談できるか
詳しく知らないから」
(相談したいと思わない理由
全体2位)



分析

- ✓ 30～40歳代を中心に、『くらしのまると相談窓口』の認知度が十分とはいえない一方で、「相談先が分からない困りごと」を抱える割合が他年代より高い。
- ✓ 相談したいと思わない理由からは、窓口で対応できる内容や相談後につながる支援が十分に伝わっておらず、相談しても解決につながらないという認識が利用を妨げている可能性がうかがえる。

2 対応策



子育て・働き盛り世代への 効果的な周知

- 子育て・働き盛り世代に情報が届きやすい媒体や接点を整理
- 分析結果を踏まえ、効果的な媒体・関係機関を活用した情報発信を実施



SNS・ホームページ等での発信

- 実際の相談事例や支援の流れを紹介し、まず相談すれば解決の糸口や適切な窓口につながることを伝える
- 「どんなときに相談できるか」が直感的に伝わる内容にする
- 広報かつしか等を活用し、『くらしのまると相談窓口』を迷った時の相談先として周知するとともに、必要に応じて各分野の相談窓口につなぐ仕組みを案内する

区民の相談ニーズへの対応（オンライン相談の検討）

相談方法に関するニーズを踏まえ、当面はオンラインで相談につながる入口づくりを進める。

1 現状



56.1%

対面での相談を
希望する割合



52.9%

メール・SNS等での
相談を希望する割合



52.9%

「オンライン上で相談を受けられる
環境の整備」を今後進めるべき
取組に挙げた割合



分析

- ✓ 対面に加え、メールやSNS等による相談を希望する回答も多く、相談手段の多様化に対するニーズがうかがえる。
- ✓ 一方で、対面による相談を希望する回答が最も多く、対面での相談を基本としながら、対面以外の相談環境の充実についても検討していく必要がある。

2 課題と対応策



オンライン相談の課題

- 複雑・多様な相談が多く、オンラインのみでの対応が難しい
- 緊急性の高い相談への迅速な対応や、対応品質の確保が課題



オンラインで相談につながる入口づくり

- チャットボット（広報課・DX戦略課で試行・検証中）をオンライン上の相談の入口として活用する仕組みを検討
- チャットボットが区公式ホームページの情報を参照し、区民の質問に応じて相談先や制度等を案内
- ホームページ上の相談窓口情報を整理・充実することで、相談先が分からない場合でもオンライン上で気軽に相談先を見つけ、適切な窓口につながる環境を整備

※チャットボットについては現在試行・検証段階であり、本格導入は未定