

第2章

税関相談に関する利用者アンケート調査結果

1 調査の概要

1.1 実施方法	12
1.2 配布・回収状況	12
1.3 政策評価での活用	12
1.4 回答者属性	13

2 調査結果の概要

2.1 業績指標 5-3-16『税関相談制度の運用状況 （税関相談についての利用者満足度）』の評価結果について	16
2.2 利用者満足度を構成する要素の評価結果について	16
2.3 「窓口相談」の評価結果について	16
2.4 「電話相談」の評価結果について	17
2.5 「カスタムスアンサー（電話・FAX）」の評価結果について	17
2.6 「カスタムスアンサー（税関ホームページ）」の評価結果について	17

3 調査結果

3.1 業績指標 5-3-16『税関相談制度の運用状況 （税関相談についての利用者満足度）』の評価結果	18
3.2 利用者満足度を構成する要素の評価結果	21
3.3 「窓口相談」の評価結果	23
3.4 「電話相談」の評価結果	26
3.5 「カスタムスアンサー（電話・FAX）」の評価結果	29
3.6 「カスタムスアンサー（税関ホームページ）」の評価結果	32
3.7 【参考】通関業者による税関相談についての利用者満足度	37
3.8 【参考】相談・カスタムスアンサーの利用有無と利用頻度	46

1 調査の概要

1.1 実施方法

調査対象層	実施期間	配布方法	回収方法
窓口来訪者	平成20年12月	窓口配布	窓口・郵送回収
通関業者	平成20年12月	郵送配布	郵送回収
輸出入者	平成20年12月	郵送配布	郵送回収

1.2 配布・回収状況

	配布数	回収数	回収率
窓口来訪者	321	279	86.9
通関業者	1,071	917	85.6
海上貨物通関業者用	872	745	85.4
航空貨物通関業者用	199	172	86.4
輸出入者	776	485	62.5

1.3 政策評価での活用

財務省の政策評価に関わる政策目標・業績目標の業績指標として、税関相談に関する利用者の満足度を測定する。具体的には上記対象者のうち、「窓口来訪者」および「輸出入者」の『税関相談についての利用者満足度』を業績指標 5-3-16 とする。

「通関業者」（海上貨物）および「通関業者」（航空貨物）による評価は、業務改善上での参考と位置づける。

■政策目標 5-3 関税の適正な賦課及び徴収、社会悪物品等の密輸阻止並びに税関手続における利用者の利便性の向上

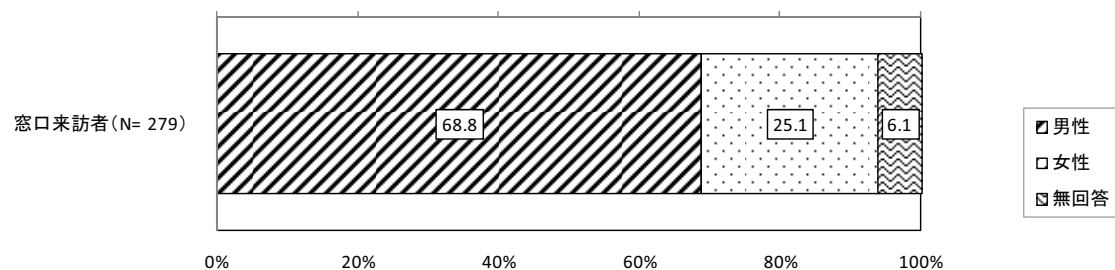
○施策 5-3-6 実効性ある税関行政実現のための情報提供

◎業績指標 5-3-16 『税関相談制度の運用状況（税関相談についての利用者満足度）』

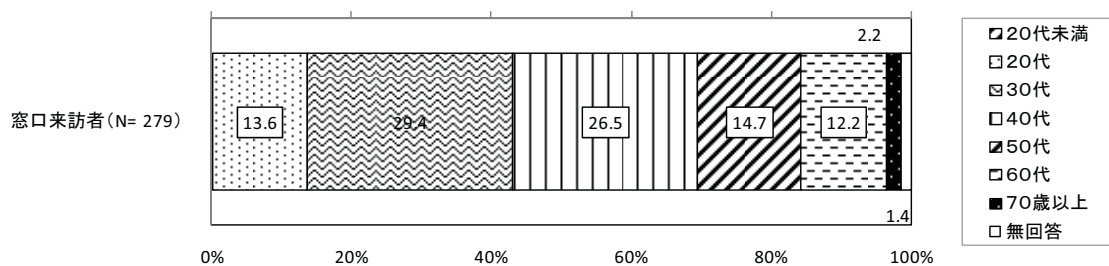
・窓口来訪者および輸出入者による「税関相談・カスタムスアンサー全般」の総合評価（7段階評価中、上位2層の占める割合）

1.4 回答者属性

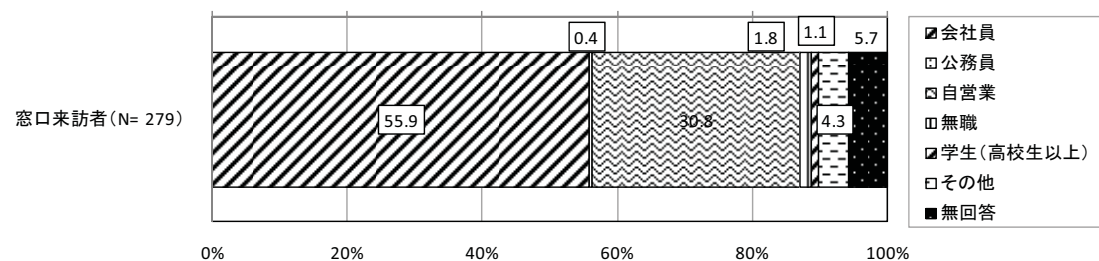
■ 窓口来訪者属性(性別)



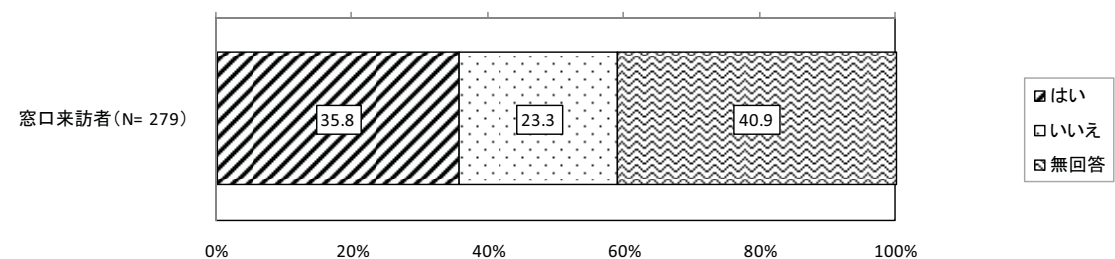
■ 窓口来訪者属性(年齢)



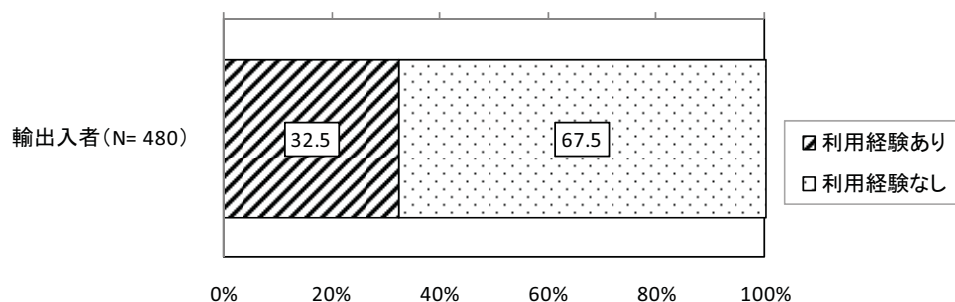
■ 窓口来訪者属性(職業)



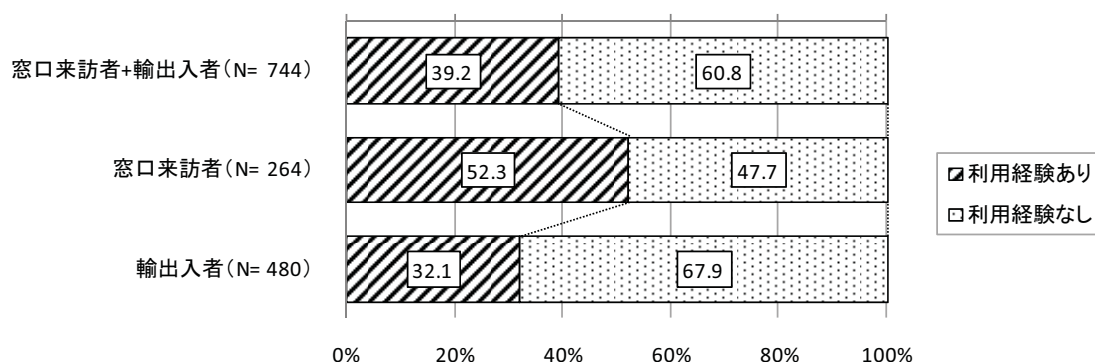
■ 窓口来訪者属性(輸出入関連業務への従事状況)



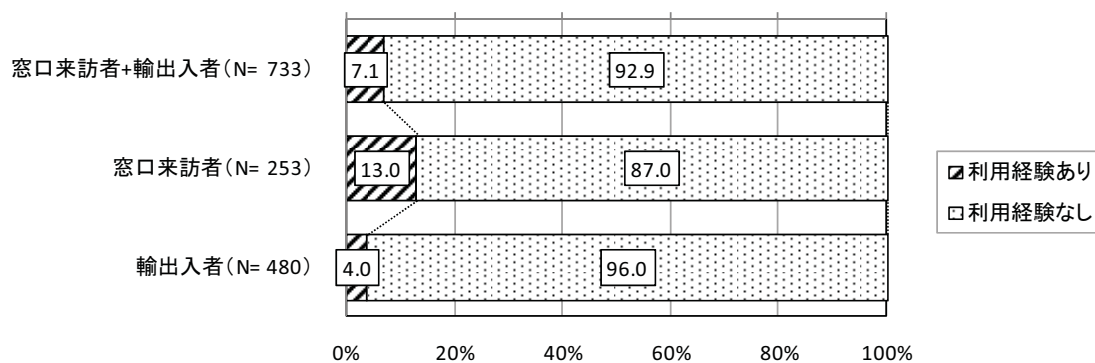
■ 窓口相談の利用経験(輸出入者)



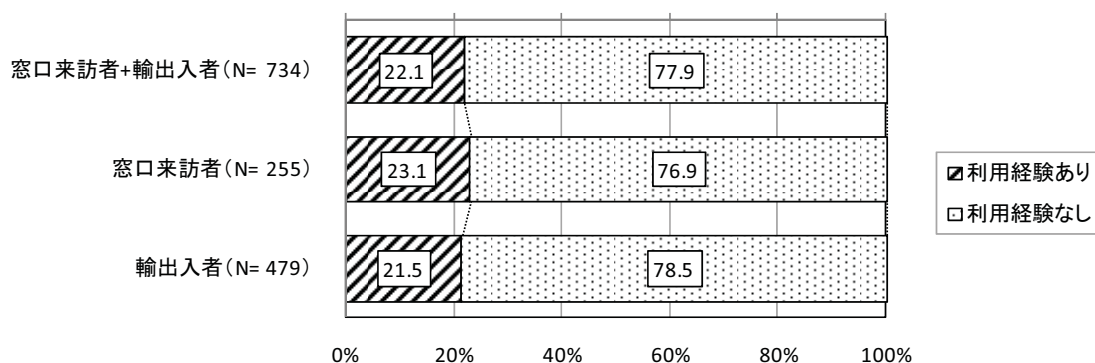
■ 電話相談の利用経験(窓口相談者・輸出入者)



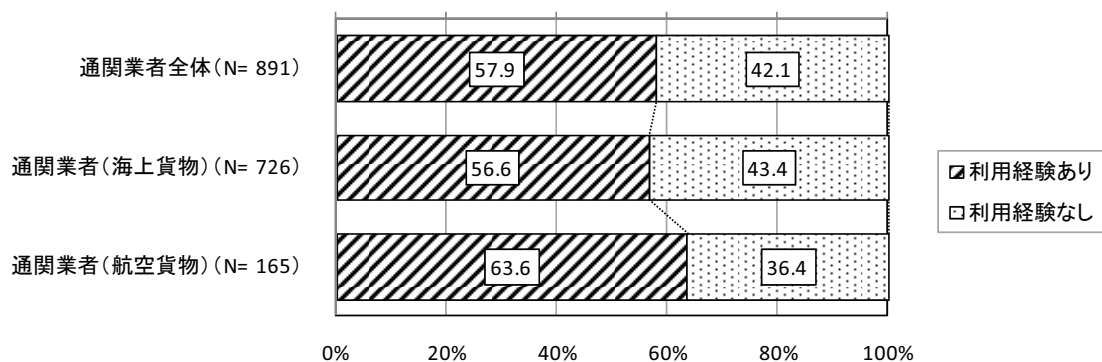
■ カスタムスアンサー(電話・FAX)の利用経験(窓口相談者・輸出入者)



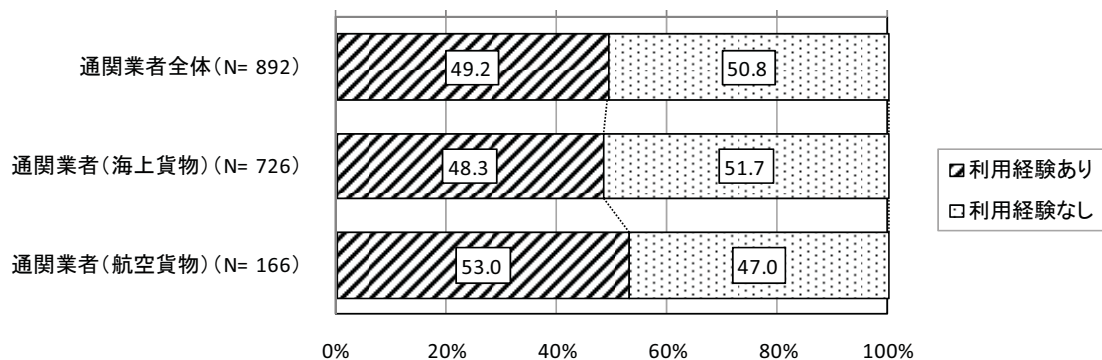
■ カスタムスアンサー(税関ホームページ)の利用経験(窓口相談者・輸出入者)



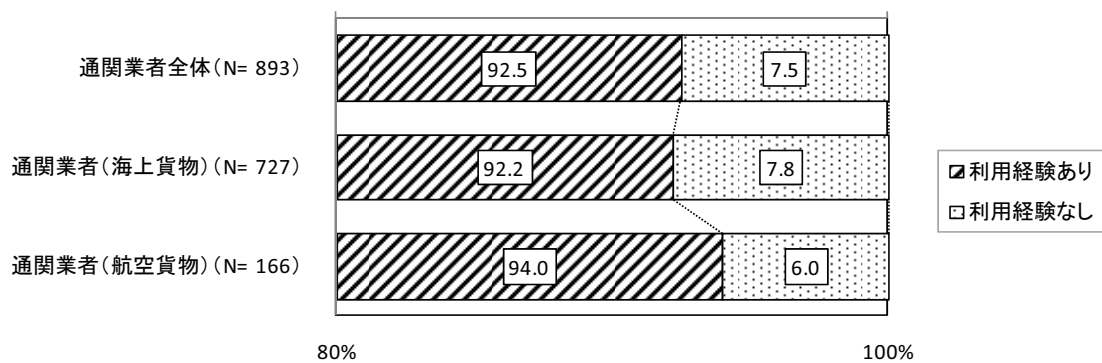
■ 窓口相談の利用経験(通関業者全体)



■ 電話相談の利用経験(通関業者全体)



■ 通関担当者への相談の利用経験(通関業者全体)



2 調査結果の概要

2.1 業績指標 5-3-16『税関相談制度の運用状況(税関相談についての利用者満足度)』の評価結果について

- 窓口来訪者及び輸出入者では、満足者層(NS層)が61.0%を占め、昨年度実績(51.3%)を9.7ポイント上回っている。
- 窓口来訪者と輸出入者を個別に見ると、窓口来訪者では満足者層が74.3%を占め、昨年度実績(65.9%)から8.4ポイント上昇した。また、輸出入者についても、満足者層が48.2%を占め、昨年度実績(39.9%)から8.3ポイント上昇している。

2.2 利用者満足度を構成する要素の評価結果について

- 「①窓口相談」「②電話相談」「③カスタムスアンサー(電話・FAX)」「④カスタムスアンサー(税関ホームページ)」の中で、今後改善のために重点的に取り組むべき項目として「④カスタムスアンサー(税関ホームページ)」が最も多く挙げられている。
- 税関相談の総合評価に及ぼす要素評価項目の影響力は、「窓口相談」、「カスタムスアンサー(電話・FAX)」、「電話相談」、「カスタムスアンサー(税関ホームページ)」の順で大きく、利用の機会費用が大きい項目ほど、その評価が総合評価に反映されやすい傾向となっている。

2.3 「窓口相談」の評価結果について

- 窓口来訪者及び輸出入者では、「窓口相談」の満足者層(NS層)が、73.2%を占め、昨年度実績(63.6%)を9.6ポイント上回っている。
- その接点評価では、「相談場所の雰囲気・居心地」を除く全ての項目において7割以上が満足している。
- この中で、「相談のわかりやすい説明」を改善のために重点的に取り組むべき項目として挙げる回答が最も多い。
- 「窓口相談」の評価に対する接点評価項目の影響は、「⑤相談員の説明のわかりやすさ」「②相談場所の雰囲気・居心地」、「③相談員の応対・態度」の順で大きく、「①相談までの待ち時間」や「⑥相談の結果」は、「窓口相談」を総体的に評価する上で大きな要因とはならない。その理由としては、相談までの待ち時間が短いことは、利用者にとっては当然のことという意識が挙げられる。

2.4 「電話相談」の評価結果について

- 窓口来訪者及び輸出入者では、「電話相談」の満足者層（NS 層）が 60.8%を占め、昨年度実績（57.1%）を 3.7 ポイント上回っている。
- その接点評価では、いずれの項目も満足者層が 6 割を占め、また項目間の差は小さい。
- 今後改善に向け重点的に取り組むべき項目としては、「④相談員の説明のわかりやすさ」が最も多く挙げられている。
- 「窓口相談」の評価に対する接点評価項目の影響力は、「④相談員の説明のわかりやすさ」「②相談場所の雰囲気・居心地」、「③相談員の応対・態度」の順で大きい。

2.5 「カスタムスアンサー（電話・FAX）」の評価結果について

- 窓口来訪者及び輸出入者では、満足者層（NS 層）が 31.7%を占め、昨年度実績（31.3%）から変化が見られない。
- その接点評価の満足者層は、いずれの項目も 3 割前後であり、窓口相談や電話相談の接点評価に比べると、低い評価となっている
- 今後改善に向け重点的に取り組むべき項目としては、「①得たい情報への行きつきやすさ」が最も多く挙げられている。
- 「カスタムスアンサー（電話・FAX）」の評価に及ぼす接点評価項目の影響力は、「④利用の結果（知りたい情報が得られた）」が極めて大きく、ほとんどこの項目一つで評価が決まっている。

2.6 「カスタムスアンサー（税関ホームページ）」の評価結果について

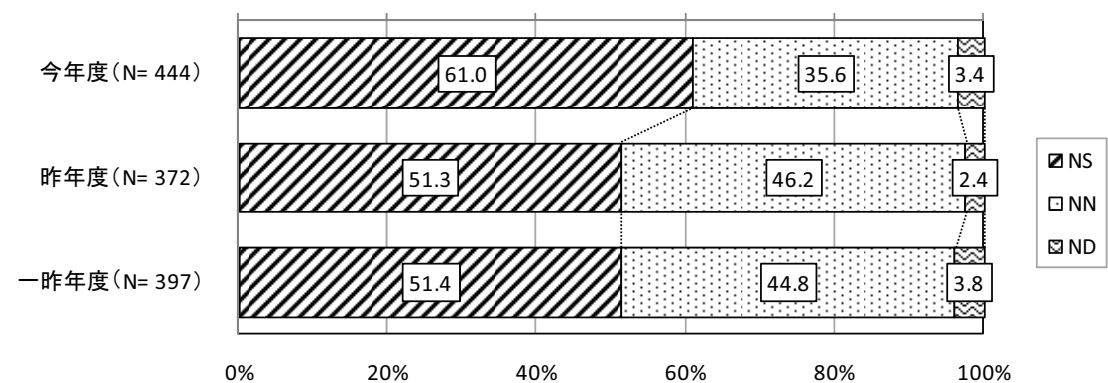
- 窓口来訪者及び輸出入者では、「カスタムスアンサー（税関ホームページ）」の満足者層（NS 層）が 31.4%を占め、昨年度実績（34.5%）をやや下回っている。
- その接点評価の満足層は、いずれの項目でも 3 割を少し超える程度で、窓口相談や電話相談の接点評価に比べると、低い評価となっている。
- 今後改善に向け重点的に取り組むべき項目としては、「①得たい情報への行きつきやすさ」が最も多く挙げられている。
- 「カスタムスアンサー（税関ホームページ）」の評価に対する接点評価項目の影響力は、「③説明内容のわかりやすさ」、「②説明の見やすさ」「④利用の結果（知りたい情報が得られた）」「得たい情報への行きつきやすさ」の順で大きいですが、統計的に有意と言えるほどの強い関係ではない。
- 「得たい情報への行きつきやすさ」についての満足は、総体的な評価には直結しにくいものの、利用上の重要なポイントとなっている。

3 調査結果

3.1 業績指標 5-3-16 『税関相談制度の運用状況(税関相談についての利用者満足度)』の評価結果

■ 税関の行う相談・カスタムスアンサー全般の満足度(窓口来訪者・輸出入者)

- 窓口来訪者及び輸出入者の『税関相談制度の運用状況』に対する満足度は、満足者層(NS層)が61.0%を占め、昨年度実績(51.3%)を9.7ポイント上回った。
- また、改善度について見ると、38.0%が以前と比べ良くなったと評価しており、改善度についても昨年度実績(36.9%)を1.1ポイント上回る結果となっている。



	満足度										改善度					
	サンプル数	大変満足	満足	やや満足	どちらともいえない	やや不満	不満	大変不満	上位2段階	上位3段階	サンプル数	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない	
今年度	444	22.3	38.7	18.5	17.1	2.3	1.1	-	61.0	79.5	389	38.0	48.8	0.8	12.3	
昨年度	372	14.2	37.1	20.4	25.8	2.2	0.3	0.0	51.3	71.7	355	36.9	51.3	1.4	10.4	
一昨年度	397	15.6	35.8	20.7	24.2	2.8	0.8	0.3	51.4	72.1	352	36.9	59.9	3.1		

注 1) 上記の「満足度」「改善度」は、相談業務を利用した経験のある人のみを集計対象としている。

以下では「満足度」「改善度」「重要度」については当該サービス利用者を集計対象としている。

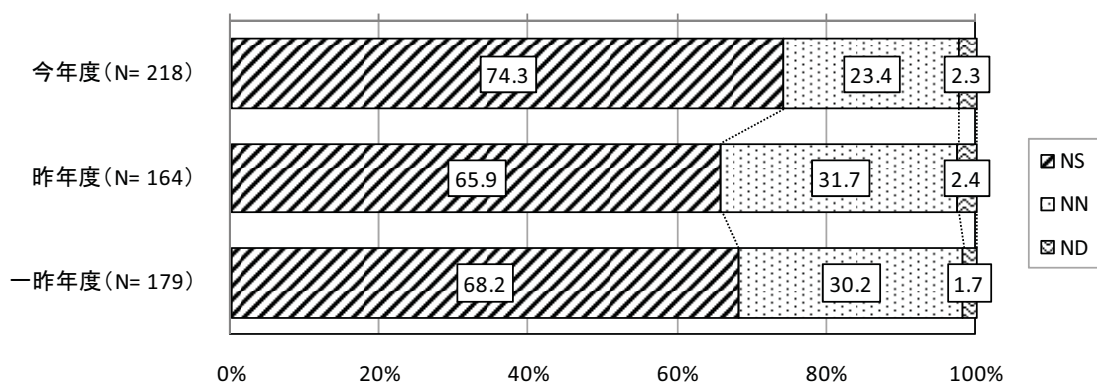
注 2) 総合評価の改善度については、7段階で把握したものを3段階に集計した数値である。

「良くなった」=「大変よい」+「良い」
「良くなった」=「やや良い」+「どちらともいえない」
「悪くなった」=「やや悪い」+「悪い」+「大変悪い」

※ 図中の「NS」は表中の上位2段階、「NN」は表中の中位3段階、「ND」は表中の下位2段階の合計であるが、四捨五入の関係上、表の該当する値の和とは必ずしも一致しないことがある。

■ 税関の行う相談・カスタムスアンサー全般の満足度(窓口来訪者)

- 窓口来訪者の『税関相談についての利用者満足度』は、満足者層（NS 層）が 74.3% を占め、昨年度実績（65.9%）から 8.4 ポイント上昇した。
- また、改善度は、48.5%が以前と比べ良くなったと評価しており、改善度についても昨年度実績（45.6%）を 1.1 ポイント上回っている。



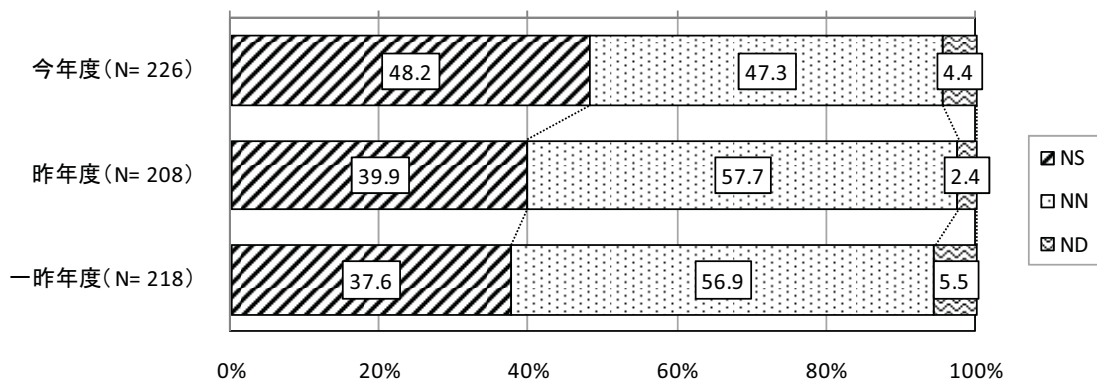
(単数回答、%)

	満足度								改善度				
	サンプル数	大変満足	満足	やや満足	どちらともいえない	やや不満	不満	大変不満	サンプル数	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない
今年度	218	37.6	36.7	12.4	11.0	2.3	-	-	169	48.5	37.9	1.2	12.4
昨年度	164	23.8	42.1	14.0	17.7	1.8	0.6	0.0	149	45.6	38.9	1.3	14.1
一昨年度	179	29.6	38.5	15.1	15.1	0.6	0.6	0.6	136	52.9	44.1	2.9	

※ 図中の「NS」は表中の上位 2 段階、「NN」は表中の中位 3 段階、「ND」は表中の下位 2 段階の合計であるが、四捨五入の関係上、表の該当する値の和とは必ずしも一致しないことがある。

■ 税関の行う相談・カスタムスアンサー全般の満足度(輸出入者)

- 輸出入者についても、『税関相談についての利用者満足度』は、満足者層（NS 層）が 48.2%を占め、昨年度実績（39.9%）から 8.3 ポイント高まっている。
- 一方、改善度は、30.0%が以前と比べ良くなったと評価したが、昨年度実績（30.6%）とほぼ同水準であった。



(単数回答、%)

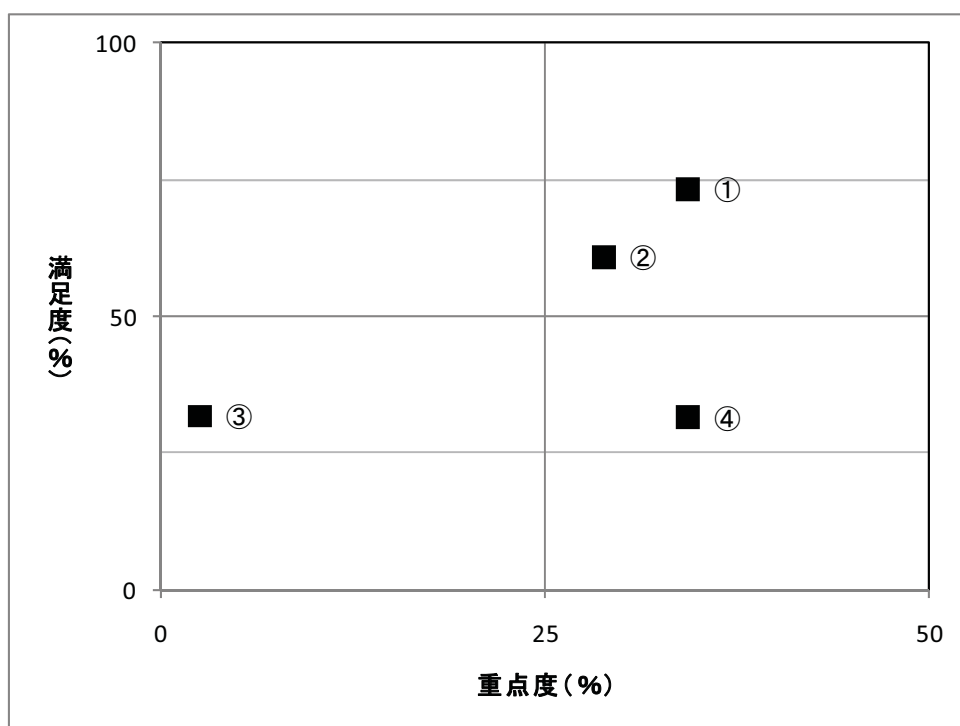
	満足度								改善度				
	サンプル数	大変満足	満足	やや満足	どちらともいえない	やや不満	不満	大変不満	サンプル数	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない
今年度	226	7.5	40.7	24.3	23.0	2.2	2.2	—	220	30.0	57.3	0.5	12.3
昨年度	208	6.7	33.2	25.5	32.2	2.4	0.0	0.0	206	30.6	60.2	1.5	7.5
一昨年度	218	4.1	33.5	25.2	31.7	4.6	0.9	0.0	216	26.9	69.9	3.2	—

※ 図中の「NS」は表中の上位 2 段階、「NN」は表中の中位 3 段階、「ND」は表中の下位 2 段階の合計であるが、四捨五入の関係上、表の該当する値の和とは必ずしも一致しないことがある。

3.2 利用者満足度を構成する要素の評価結果

■ 要素評価項目別の総合満足度・改善度・重点度評価(窓口来訪者、輸出入者)

- 窓口来訪者及び輸出入者について、利用者満足度を構成する要素（「①窓口相談」「②電話相談」「③カスタムスアンサー（電話・FAX)」「④カスタムスアンサー（税関ホームページ)」）別に、満足度・改善度・重点度を見ると、「窓口相談」は、満足度、改善度が最も高い。しかし、同時に重点度も高く、「窓口相談」にはより一層のサービスの向上が求められている。
- 「カスタムスアンサー（税関ホームページ)」は、まだ満足度も改善度もさほど高くないが、今後改善に重点度に取り組むべきサービスとして最も高く挙げられている。

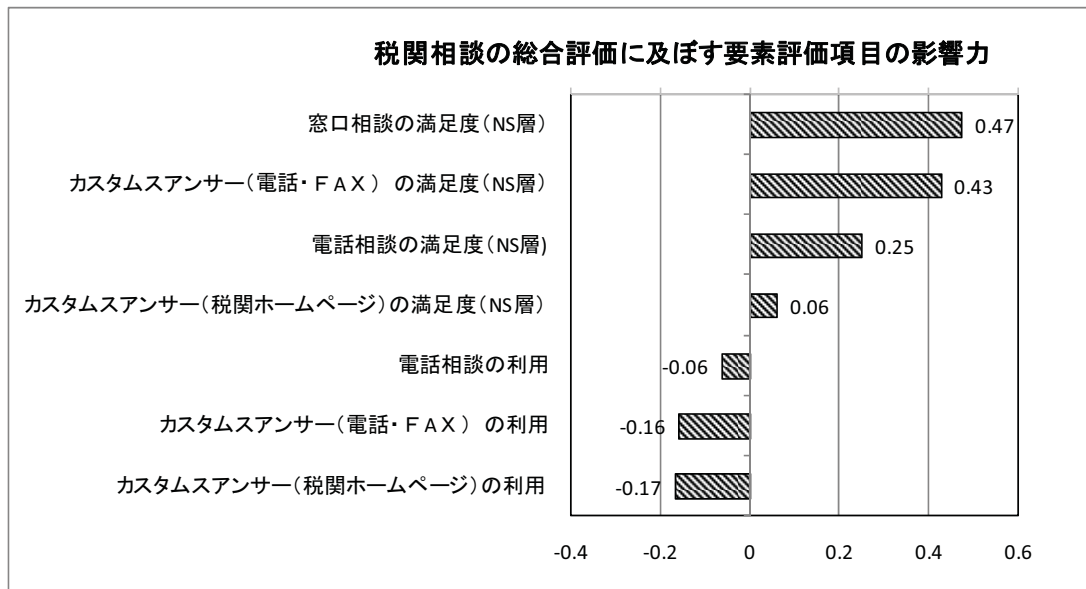


(単数回答、%)

		満足度				改善度					重点度	
		サンプル数	N S	N N	N D	サンプル数	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない	サンプル数	%
①	窓口相談	374	73.3	24.6	2.1	248	33.5	49.2	0.4	16.9	434	34.3
②	電話相談	250	60.8	36	3.2	176	25.0	56.8	0.6	17.6		28.8
③	カスタムスアンサー(電話・FAX)	41	31.7	61	7.3	28	21.4	50.0	3.6	25.0		2.5
④	カスタムスアンサー(HP)	153	31.4	58.8	9.8	107	23.4	63.6	-	13.1		34.3

■ 税関の行う相談・カスタムスアンサー全般の満足度に及ぼす要素評価の影響

- 税関相談の総合評価に際し、「窓口相談」「電話相談」「カスタムスアンサー（電話・FAX）」「カスタムスアンサー（税関ホームページ）」の4つの要素評価項目がどのように影響するのか、その影響力をロジットモデル分析から計量すると「窓口相談」で満足することが評価に一番繋がりがやすく、次いで「カスタムスアンサー（電話・FAX）」「電話相談」「カスタムスアンサー（税関ホームページ）」の順で総合評価に影響力を持っており、利用の機会費用が高いほど、総合評価に結びつきやすいことを示している。
- また、カスタムスアンサーの利用者は、満足度の評価も低く、全く利用しない者よりも評価が厳しくなる傾向がある。これらのサービスの利用率は窓口相談、電話相談に比べて低く、そのために総合評価への影響は小さいが、利用者からみて改善すべき点が多いことを示唆している。



ロジットモデル分析結果

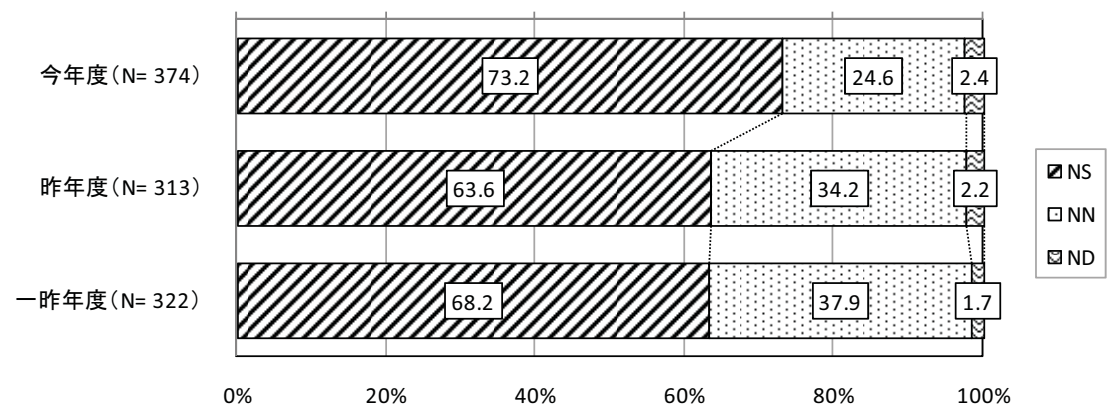
	係数	標準誤差	t値	p値
窓口相談の利用	-1.2330	0.2267	-5.4392	***
窓口相談の満足度(NS層)	2.4466	0.2602	9.4019	***
電話相談の利用	-0.3328	0.2424	-1.3731	
電話相談の満足度(NS層)	1.2889	0.3050	4.2261	***
カスタムスアンサー(電話・FAX)の利用	-0.8237	0.4352	-1.8925	*
カスタムスアンサー(電話・FAX)の満足度(NS層)	2.2023	0.9458	2.3286	**
カスタムスアンサー(税関ホームページ)の利用	-0.8712	0.3053	-2.8535	***
カスタムスアンサー(税関ホームページ)の満足度(NS層)	0.3058	0.3812	0.8022	
標本数	764			
シュワルツ情報量基準	460.533			
R-squared (相関係数の二乗)	0.195897			
最大対数尤度	-433.979			
尤度比	133.822			

注1) P値判定: 「***」: $P < 0.01$, 「**」: $P < 0.05$, 「*」: $P < 0.10$

3.3 「窓口相談」の評価結果

■ 「窓口相談」の評価(窓口来訪者・輸出入者)

- 窓口来訪者及び輸出入者の、「窓口相談」の利用者満足度は、満足者層（NS 層）が 73.2%を占め、昨年度実績（63.6%）から 9.6 ポイント上昇した。
- また、改善度は、33.5%が以前と比べ良くなったと評価しており、昨年度実績（34.4%）とほぼ同水準であった。

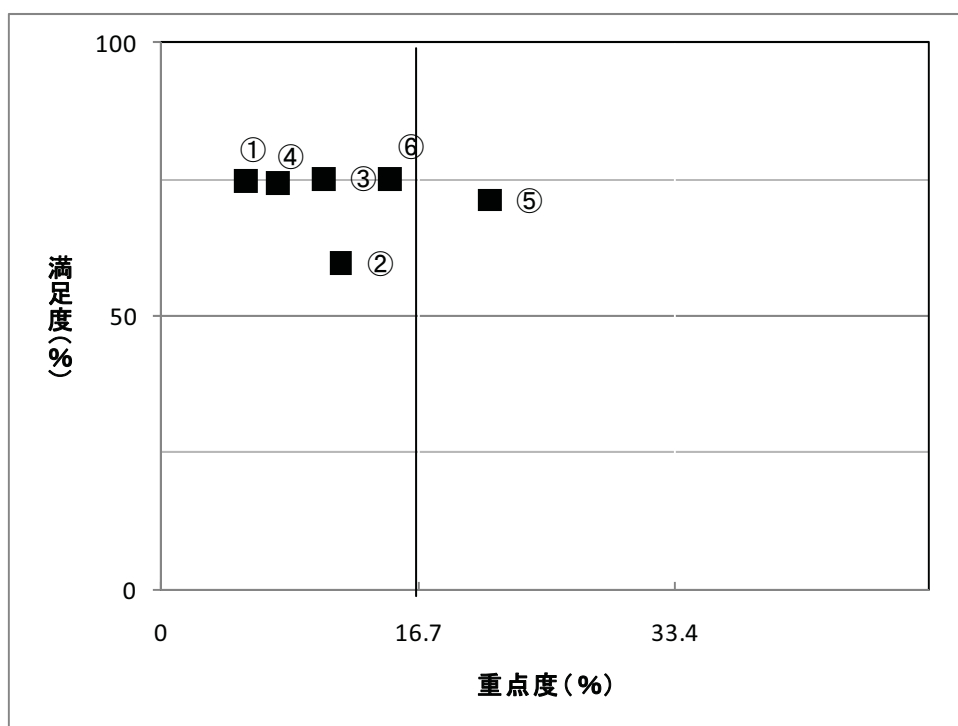


	満足度									改善度				
	サンプル数	大変満足	満足	やや満足	どちらともいえない	やや不満	不満	大変不満		サンプル数	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない
今年度	374	35.8	37.4	12.6	12.0	0.8	0.8	0.5		248	33.5	49.2	0.4	16.9
昨年度	313	24.3	39.3	19.5	14.7	1.9	0.3	0.0		247	34.4	43.3	0.8	21.5
一昨年度	322	25.5	35.7	23.6	14.3	0.6	0.0	0.3		217	42.9	56.7	0.5	

※ 図中の「NS」は表中の上位 2 段階、「NN」は表中の中位 3 段階、「ND」は表中の下位 2 段階の合計であるが、四捨五入の関係上、表の該当する値の和とは必ずしも一致しないことがある。

■ 「窓口相談」の接点評価(窓口来訪者・輸出入者)

- 窓口来訪者及び輸出入者の「窓口相談」の接点評価は、満足者層(NS層)が「②相談場所の雰囲気・居心地」を除き、全ての項目で7割以上を占め、比較的高い評価となっている。
- 改善度については、「③相談員の応対・態度」の改善が最も認められている。重点度については、「⑤相談員の説明のわかりやすさ」が比較的高い。

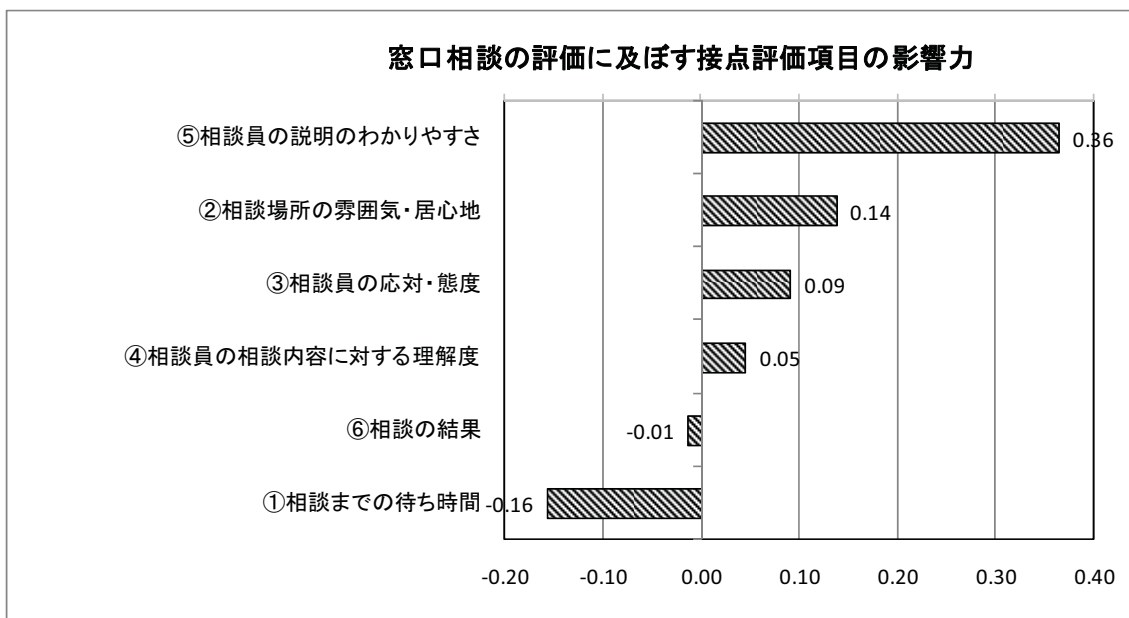


(単数回答、%)

	満足度				改善度					重点度	
	サンプル数	N S	N N	N D	サンプル数	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない	サンプル数	%
① 相談までの待ち時間	403	74.7	23.8	1.5	242	30.2	53.3	—	16.5	435	5.5
② 相談場所の雰囲気・居心地	402	59.7	35.8	4.5	241	29.0	56.0	0.4	14.5		11.7
③ 相談員の応対・態度	402	75.1	21.9	3	242	37.2	46.7	0.4	15.7		10.6
④ 相談員の相談内容に対する理解度	400	74.3	23.8	2	242	29.8	52.9	0.4	16.9		7.6
⑤ 相談員の説明のわかりやすさ	403	71.2	26.3	2.5	242	32.2	50.8	0.4	16.5		21.4
⑥ 相談の結果	402	75.1	23.1	1.7	242	31.0	52.5	0.4	16.1		14.9

■ 「窓口相談」の評価に及ぼす接点評価の影響

- 窓口来訪者及び輸出入者が「窓口相談」の評価を行う際の接点評価項目の影響について、ロジットモデル分析を行ったところ、評価に最も強い影響力を持つのは、「⑤相談員の説明のわかりやすさ」で、以下「②相談場所の雰囲気・居心地」、「③相談員の応対・態度」の順で影響を与えている。
- 一方、「①相談までの待ち時間」や「⑥相談の結果」に満足しても、「窓口相談」の評価にはさほど結びついていない。その理由としては、そうあって当たり前という利用者の意識が強く働いているためと考えられる。
- 以上は、「窓口相談」の評価を高めるには、「⑤相談員の説明のわかりやすさ」、「②相談場所の雰囲気・居心地」「③相談員の応対・態度」を一層改善することが重要である。



ロジットモデル分析結果

	係数	標準誤差	t値		p値
①相談までの待ち時間	-1.4105	0.5215	-2.7048	***	0.0070
②相談場所の雰囲気・居心地	1.2335	0.5627	2.1923	**	0.0280
③相談員の応対・態度	0.8147	0.6205	1.3130		0.1890
④相談員の相談内容に対する理解度	0.4069	0.5893	0.6906		0.4900
⑤相談員の説明のわかりやすさ	3.2720	0.6432	5.0875	***	0.0000
⑥相談の結果	-0.1206	0.5196	-0.2321		0.8160
標本数	453				
シュワルツ情報量基準	170.558				
R-squared (相関係数の二乗)	0.549873				
最大対数尤度	-152.210				
尤度比	300.862				

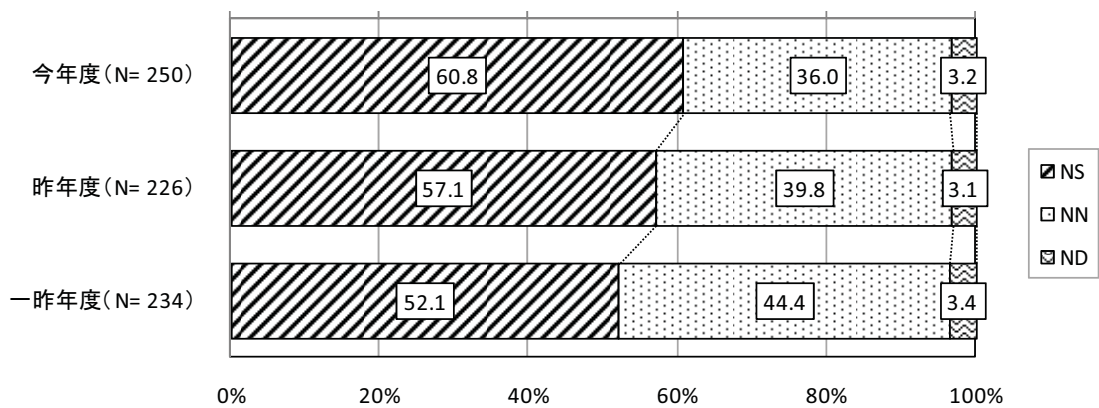
注1) P値判定: 「***」: $P < 0.01$, 「**」: $P < 0.05$, 「*」: $P < 0.10$

注1) t値が1以上の変数を除いたモデルで計算。

3.4 「電話相談」の評価結果

■ 「電話相談」の評価(窓口来訪者・輸出入者)

- 窓口来訪者及び輸出入者の「電話相談」に対する利用者満足度は、満足者層（NS 層）が 60.8%を占め、昨年度実績（57.1%）を 3.7 ポイント上回った。
- 一方、改善度は、25.0%が以前と比べ良くなったと評価しているものの、昨年度実績（31.6%）に比べると低下している。



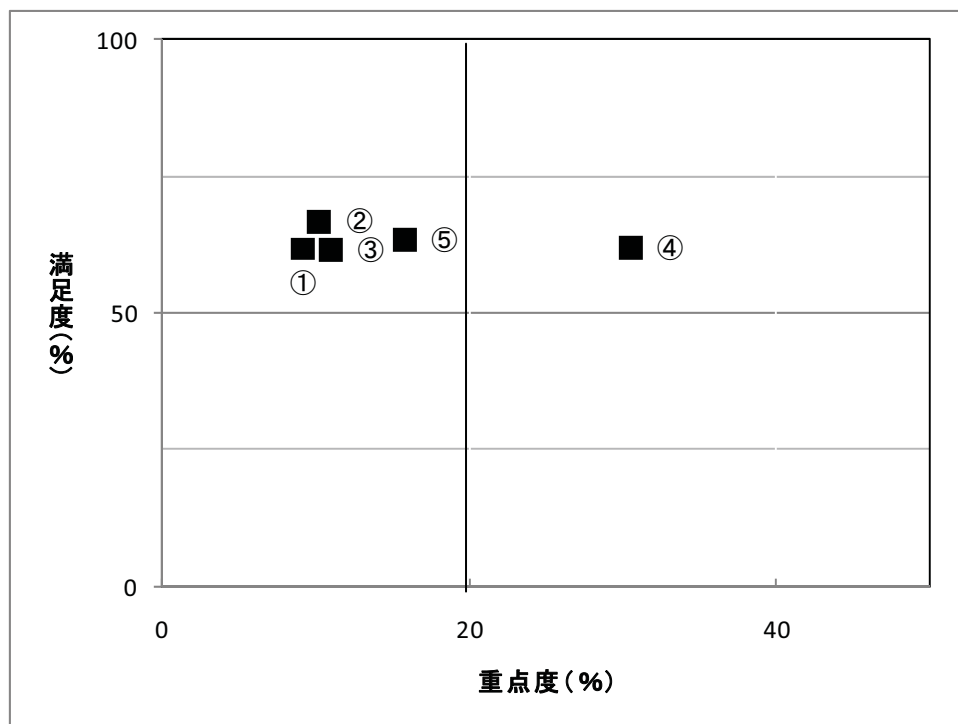
(単数回答、%)

	満足度								改善度				
	サンプル数	大変満足	満足	やや満足	どちらともいえない	やや不満	不満	大変不満	サンプル数	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない
今年度	250	26.0	34.8	19.6	16.4	0.8	1.6	0.8	176	25.0	56.8	0.6	17.6
昨年度	226	16.4	40.7	21.2	18.6	2.2	0.4	0.4	177	31.6	45.8	0.0	22.6
一昨年度	234	17.5	34.6	24.8	19.7	2.6	0.9	0.0	158	33.5	66.5	0.0	

※ 図中の「NS」は表中の上位 2 段階、「NN」は表中の中位 3 段階、「ND」は表中の下位 2 段階の合計であるが、四捨五入の関係上、表の該当する値の和とは必ずしも一致しないことがある。

■ 「電話相談」の接点評価(窓口来訪者・輸出入者)

- 窓口来訪者及び輸出入者の「電話相談」の接点評価は、満足者層(NS層)が、いずれの項目でも6割以上を占め、接点評価項目による格差は小さい。
- 改善度については、全ての項目が2割～3割で改善が認められている。重点度については、「窓口相談」と同様に「④相談員の説明のわかりやすさ」を挙げる回答が多く、利用者に対する一層のわかりやすい説明が求められている。

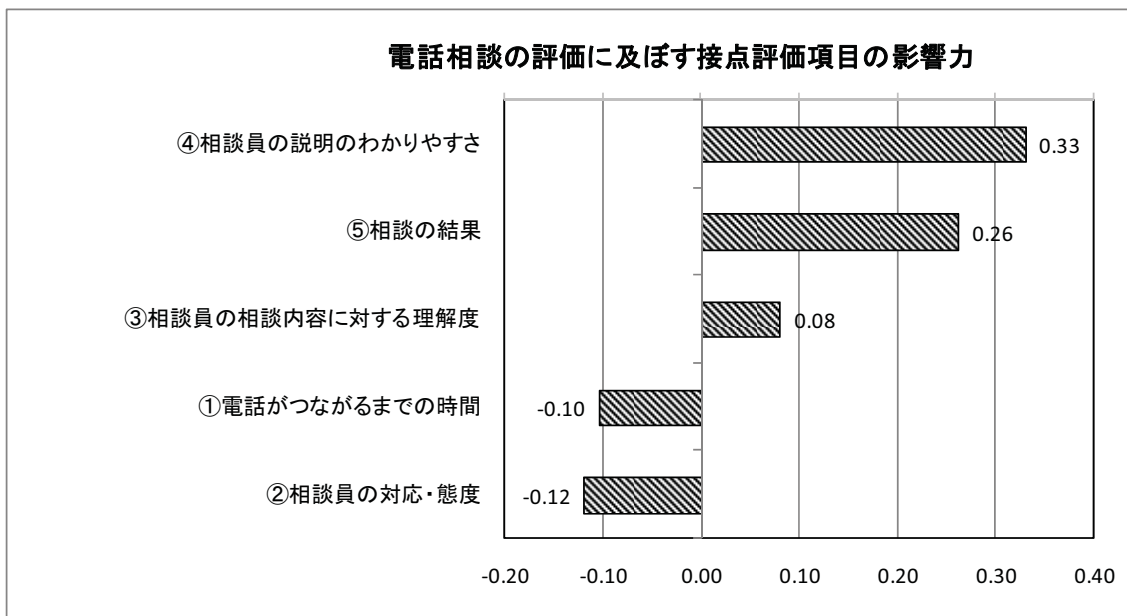


(単数回答、%)

		満足度				改善度					重点度	
		サンプル数	N S	N N	N D	サンプル数	良くなった	変わらなかった	悪くなった	わからない	サンプル数	%
①	電話がつながるまでの時間	265	61.9	32.8	5.3	176	21.0	59.1	1.1	18.8	292	9.2
②	相談員の対応・態度	263	66.9	30.0	3.0	176	28.4	52.3	1.7	17.6		10.3
③	相談員の相談内容に対する理解度	263	61.6	34.6	3.8	176	26.7	54.5	0.6	18.2		11.0
④	相談員の説明のわかりやすさ	263	62.0	34.6	3.4	176	24.4	56.8	0.6	18.2		30.5
⑤	相談の結果	263	63.5	33.8	2.7	176	25.6	55.7	1.1	17.6		15.8

■ 「電話相談」の評価に及ぼす接点評価の影響(窓口来訪者・輸出入者)

- 窓口来訪者及び輸出入者の「電話相談」の評価に対する接点評価項目の影響について、ロジットモデル分析を行ったところ、「電話相談」の評価に最も強い影響力を持つのは、「④相談員の説明のわかりやすさ」で、以下、「⑤相談の結果（知りたい情報が得られた）」、「③相談員の相談内容に対する理解度」の順となっている。
- 一方、「②相談員の対応・態度」や「①電話がつながるまでの時間」の個々の項目の満足度と「電話相談」の満足度にはギャップがあり、これらの項目が利用者の評価では得点に繋がらないことを示している。
- 「電話相談」の評価を高めるには、「④相談員の説明のわかりやすさ」と「⑤相談の結果（知りたい情報が得られた）」を改善することが効果的である。



ロジットモデル分析結果

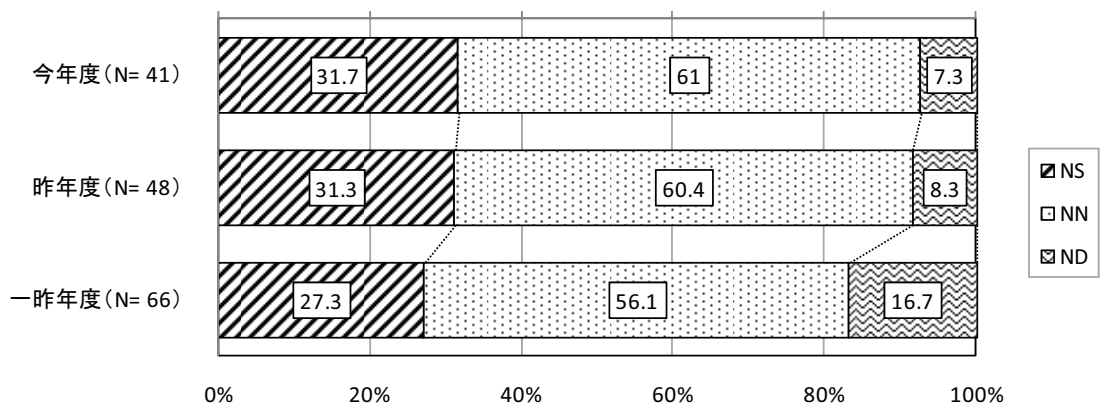
	係数	標準誤差	t値	p値
①電話がつながるまでの時間	-0.7159	0.5450	-1.3136	0.1890
②相談員の対応・態度	-0.8158	0.6774	-1.2043	0.2280
③相談員の相談内容に対する理解度	0.5521	0.7238	0.7628	0.4460
④相談員の説明のわかりやすさ	2.2610	0.8639	2.6172	***
⑤相談の結果	1.7937	0.7331	2.4468	**
標本数	362			
シュワルツ情報量基準	173.054			
R-squared（相関係数の二乗）	0.112866			
最大対数尤度	-158.325			
尤度比	183.021			

注1) P値判定: 「***」: $P < 0.01$, 「**」: $P < 0.05$, 「*」: $P < 0.10$

3.5 「カスタムスアンサー(電話・FAX)」の評価結果

■ 「カスタムスアンサー(電話・FAX)」の評価(窓口来訪者・輸出入者)

- 窓口来訪者及び輸出入者の「カスタムスアンサー (電話・FAX)」に対する利用者満足度は、満足者層 (NS 層) が 31.7%を占め、昨年度実績 (31.3%) とほぼ同水準となった。
- また、改善度は、昨年度実績 (19.5%) をわずかに上回り、21.4%が以前と比べ「良くなった」と評価している。しかし、「窓口相談」や「電話相談」に比べると、その割合はまだ若干低い。

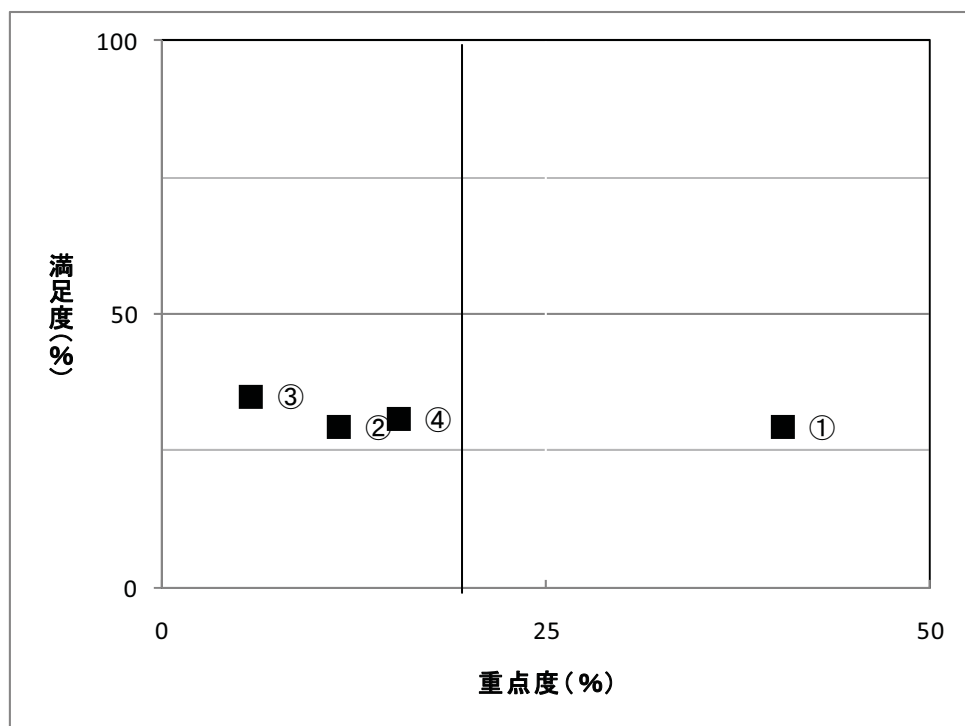


	満足度									改善度				
	サンプル数	大変良い	良い	やや良い	どちらともいえない	やや悪い	悪い	大変悪い		サンプル数	良くなった	変わらなかった	悪くなった	わからない
今年度	41	14.6	17.1	29.3	31.7	7.3	-	-		28	21.4	50.0	3.6	25.0
昨年度	48	12.5	18.8	20.8	39.6	4.2	4.2	0.0		41	19.5	56.1	0.0	24.4
一昨年度	66	6.1	21.2	16.7	39.4	4.5	10.6	1.5		54	16.7	83.3	0.0	

※ 図中の「NS」は表中の上位 2 段階、「NN」は表中の中位 3 段階、「ND」は表中の下位 2 段階の合計であるが、四捨五入の関係上、表の該当する値の和とは必ずしも一致しないことがある。

■ 「カスタムスアンサー(電話・FAX)」の接点評価(窓口来訪者・輸出入者)

- 窓口来訪者及び輸出入者の「カスタムスアンサー(電話・FAX)」の接点評価は、満足層(NS層)が、いずれの項目でも3割前後であり、窓口相談や電話相談の接点評価に比べ全般的に低い評価となっている。
- 改善度については、以前より「良くなった」との認識は1割台とやや低い。重点的に取り組むべき項目としては、「①得たい情報への行きつきやすさ」が最も多くから挙げられている。

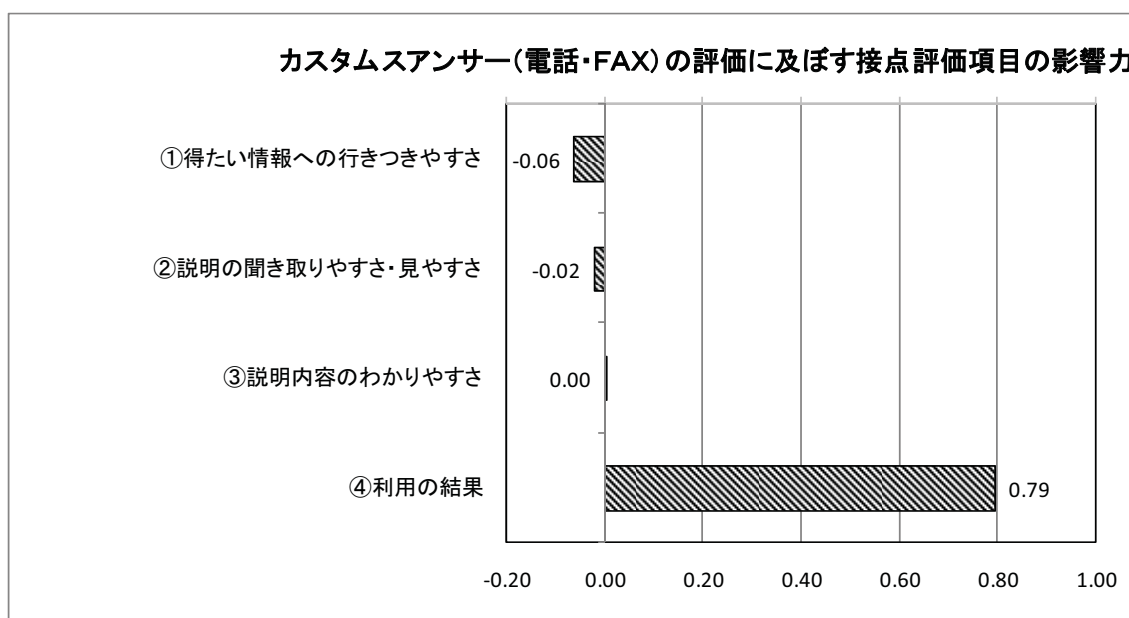


(単数回答、%)

	満足度				改善度					重点度	
	サンプル数	N S	N N	N D	サンプル数	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない	サンプル数	%
① 得たい情報への行きつきやすさ	41	29.3	65.9	4.9	27	14.8	55.6	3.7	25.9	52	40.4
② 説明の聞き取りやすさ・見やすさ	41	29.3	53.7	17.1	27	14.8	51.9	7.4	25.9		11.5
③ 説明内容のわかりやすさ	40	35.0	55.0	10.0	27	18.5	51.9	3.7	25.9		5.8
④ 利用の結果	39	30.8	61.5	7.7	27	18.5	51.9	3.7	25.9		15.4

■ 「カスタムスアンサー(電話・FAX)」の評価に及ぼす接点評価の影響
(窓口来訪者・輸出入者)

- 窓口来訪者及び輸出入者の「カスタムスアンサー (電話・FAX)」の評価に対する接点評価の影響について、ロジットモデル分析を行ったところ、最も強い影響力を持つのは、「④相談の結果 (知りたい情報が得られた)」で、「カスタムスアンサー (電話・FAX)」の評価は、この項目の評価と密接に関連する。
- 一方、「①得たい情報への行きつきやすさ」等の他の項目は、利用上の必要条件であって、その満足度は総体的な評価とはほとんど関係していない。
- 以上の結果は、「カスタムスアンサー (電話・FAX)」の評価を高めるには、利用者が知りたい情報を確実に提供できるようにすることが何よりも重要であることを示している。



ロジットモデル分析結果

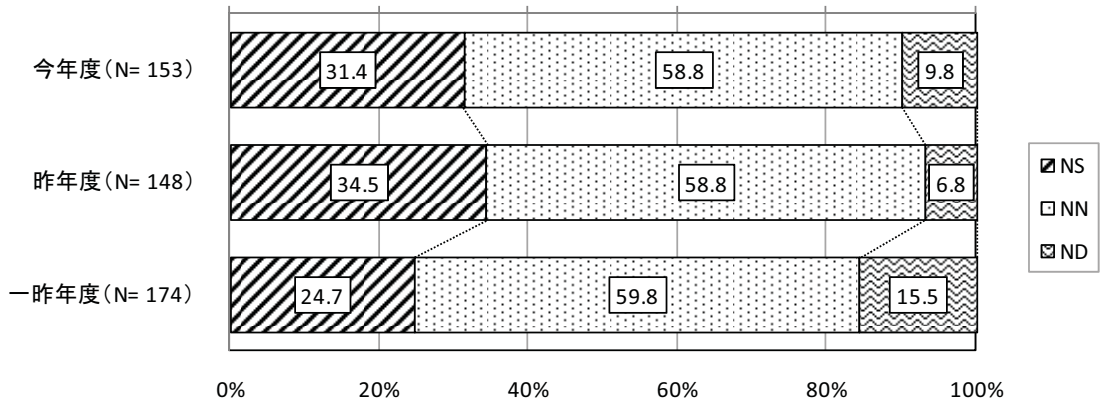
	係数	標準誤差	t値	p値
得たい情報への行きつきやすさ	-0.2860	1.2862	-0.2224	0.8240
説明の聞き取りやすさ・見やすさ	-0.1036	1.5257	-0.0679	0.9460
説明内容のわかりやすさ	-0.0070	1.5525	-0.0045	0.9960
利用の結果	3.6011	2.0912	1.7220	*
標本数	196			
シュワルツ情報量基準	131.945			
R-squared (相関係数の二乗)	0.112866			
最大対数尤度	-121.389			
尤度比	-			

注1) P値判定: 「***」: $P < 0.01$, 「**」: $P < 0.05$, 「*」: $P < 0.10$

3.6 「カスタムスアンサー(税関ホームページ)」の評価結果

■ 「カスタムスアンサー(税関ホームページ)」の評価(窓口来訪者・輸出入者)

- 窓口来訪者及び輸出入者の「カスタムスアンサー(税関ホームページ)」に対する利用者満足度は、満足者層(NS層)が31.4%を占め、昨年度実績(34.5%)からやや低下した。
- また、改善度は、以前と比べ「良くなった」と評価する割合が、昨年度実績(26.5%)を若干下回り、23.4%となった。



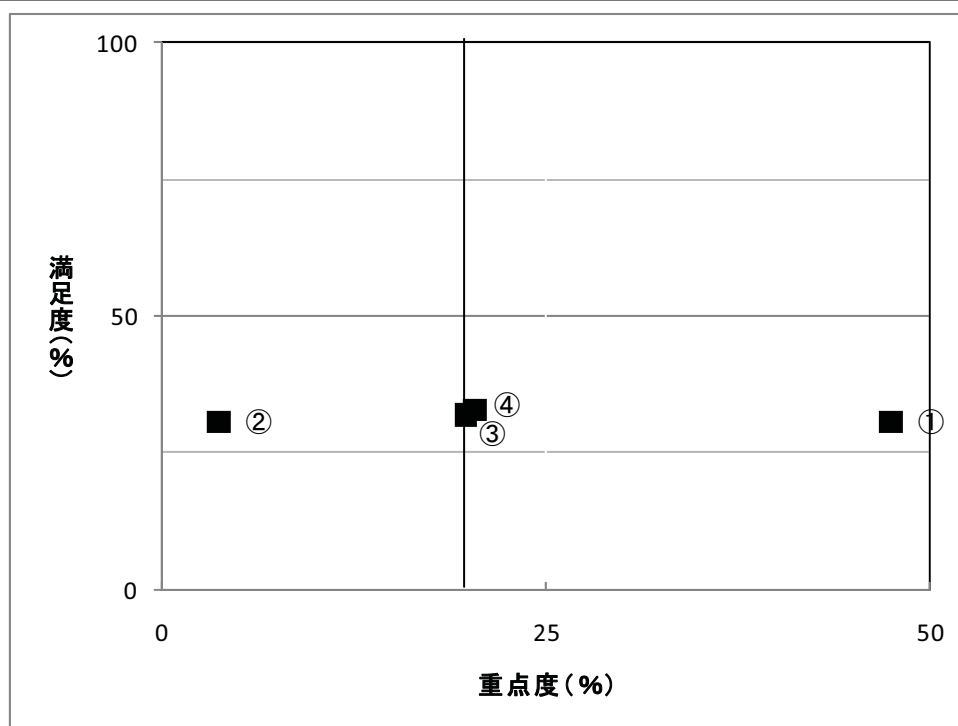
(単数回答、%)

	満足度								改善度				
	サンプル数	大変満足	満足	やや満足	どちらともいえない	やや不満	不満	大変不満	サンプル数	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない
今年度	153	4.6	26.8	32.7	26.1	8.5	1.3	—	107	23.4	63.6	—	13.1
昨年度	148	4.7	29.7	31.1	27.7	5.4	1.4	0.0	117	26.5	47.0	0.0	26.5
一昨年度	174	2.9	21.8	33.3	26.4	7.5	6.9	1.1	119	26.9	23.1	0.0	—

※ 図中の「NS」は表中の上位2段階、「NN」は表中の中位3段階、「ND」は表中の下位2段階の合計であるが、四捨五入の関係上、表の該当する値の和とは必ずしも一致しないことがある。

■ 「カスタムスアンサー(税関ホームページ)」の接点評価(窓口来訪者・輸出入者)

- 窓口来訪者及び輸出入者の「カスタムスアンサー（税関ホームページ）」の接点評価は、満足層(NS 層) が、いずれの項目でも 3 割を少し超える程度で、窓口相談や電話相談の接点評価に比べ全般的にかなり低い。
- 改善度については、以前より「良くなった」との認識は 2 割を少し超える程度とやや低い。改善に重点的に取組むべき項目としては、「①得たい情報への行きつきやすさ」がカスタムスアンサー（電話・FAX）同様に示されている。

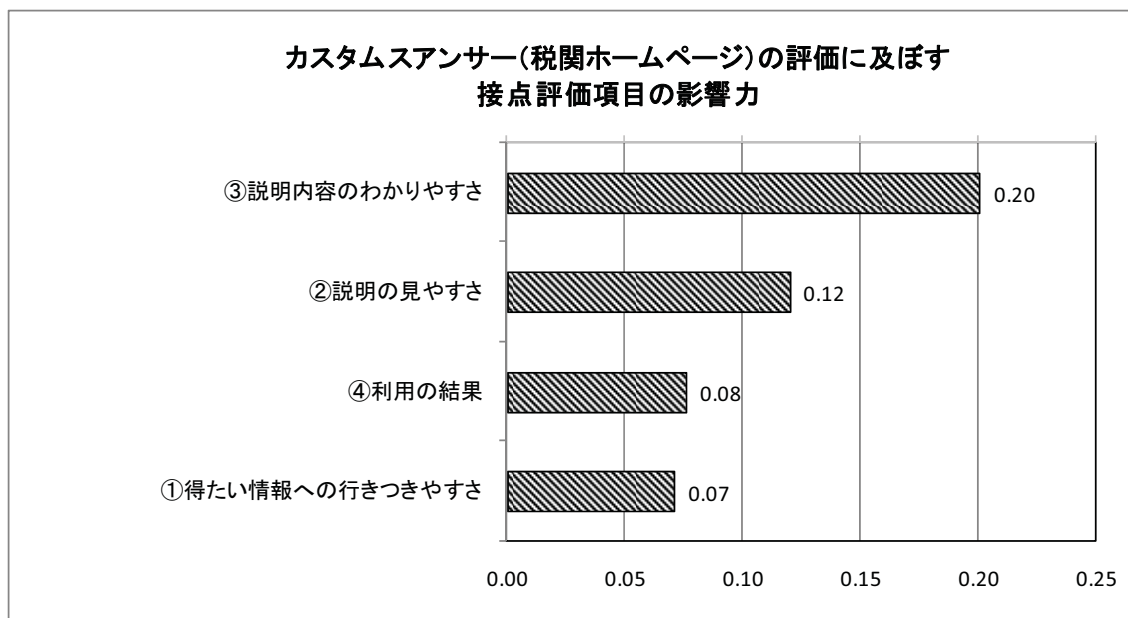


(単数回答、%)

	満足度				改善度					重点度	
	サンプル数	N S	N N	N D	サンプル数	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない	サンプル数	%
① 得たい情報への行きつきやすさ	153	30.7	55.6	13.7	103	21.4	66	-	12.6	162	47.5
② 説明の見やすさ	153	30.7	56.9	12.4	103	21.4	64.1	-	14.6		3.7
③ 説明内容のわかりやすさ	153	32.0	57.5	10.5	103	21.4	66.0	-	12.6		19.8
④ 利用の結果	152	32.9	53.3	13.8	102	21.6	65.7	-	12.7		20.4

■ 「カスタムスアンサー(税関ホームページ)」の評価に及ぼす接点評価の影響
(窓口来訪者・輸出入者)

- 窓口来訪者及び輸出入者の「カスタムスアンサー (税関ホームページ)」の評価に対する接点評価の影響について、ロジットモデル分析を行ったところ、評価に最も強い影響力を持つのは、「③説明内容のわかりやすさ」で、ついで、「②説明の見やすさ」「④利用の結果 (知りたい情報が得られた)」「①得たい情報への行きつきやすさ」の順となっている。ただし、この傾向は弱く、統計的には有意とは言えない。
- 以上の結果は、「カスタムスアンサー (税関ホームページ)」の評価を高めるには、説明をわかりやすく、かつ見やすくすることが、利用者に求められていることを示している。



ロジットモデル分析結果

	係数	標準誤差	t値	p値
①得たい情報への行きつきやすさ	0.3280	0.5581	0.5876	0.5570
②説明の見やすさ	0.5535	0.8656	0.6395	0.5220
③説明内容のわかりやすさ	0.9267	0.8414	1.1013	0.2710
④利用の結果	0.3510	0.5252	0.6682	0.5040
標本数	299			
シュワルツ情報量基準	196.065			
R-squared (相関係数の二乗)	0.1208			
最大対数尤度	-184.664			
尤度比	-			

注1) P値判定: 「***」: $P < 0.01$, 「**」: $P < 0.05$, 「*」: $P < 0.10$

■ 税関相談へのアドバイスの主なもの(窓口来訪者)

電話や相談までにかかる時間
・ 相談窓口に入れずたまに待つ事もある。人数を増やし、窓口を広げてもらいたい。 ・ 担当区分けを少なくして欲しい。
相談場所の雰囲気や居心地
・ 相談窓口をわかりやすい場所に設置して欲しい。 ・ 税関といえば難しい近寄り難いイメージがあるので初めての人のでも分かりやすく、相談しやすい雰囲気にして欲しい。 ・ もっと「開かれた税関」を市民にアピールする工夫があっても良い。
相談員の対応・態度
・ 初めて税関に相談に行ったが、すごく分かりやすく親切にしてくださって感謝している。 ・ もう少し親切にしてくださると良い。
相談内容に対する理解
・ 税関に相談に来る目的をよく理解して欲しい。 ・ 相談官が各専門部門と同等の知識を持ち、直ぐに振らないようにして欲しい。 ・ 評価に強い相談官または評価担当者が、相談官室に常駐していると、いろいろと指導を受けやすい。 ・ 通関・保税の直接担当者には、ベテラン相談員を配置し、柔軟に対応して欲しい。
相談員の説明のわかりやすさ
・ 説明がわかりやすく、すばやい対応でとても助かった。 ・ 専門用語について、相談者があまり詳しくなさそうな場合には、噛み砕いて説明して欲しい。
相談の結果
・ 税関相談のおかげで、通関等の知識が得られ、通関手続きも順調にいき大変助かった。 ・ 同一のサンプルを呈示しても、まれに相談官と申告する部門で解釈の相違がある。必要に応じて内部で協議して欲しい。
回答までの時間
・ インターネット、メールでの問い合わせや処理を増やして欲しい。
カスタムスアンサー・ホームページについて
・ ホームページでの表示をもっとわかりやすくして欲しい。 ・ ホームページのトップをもっとシンプルにして、多くの情報を載せると良い。 ・ ホームページの充実で、分類番号と価格を入れれば税金がわかる仕組みが欲しい。 ・ ホームページで商品分類番号をわかりやすくし、分類のために必要な資料も記入して欲しい。 ・ 輸入申告書の記載方法のサイトから実行関係税率表や分類番号が調べられるようにして欲しい。
分類コードについて
・ 分類分けを簡素化し、大きな内容から細かな情報にたどりつけるよう、わかりやすい言葉、構造を考えてもらいたい。
その他
・ 外国に送れない品物を簡単に知る方法を提供して欲しい。 ・ 納税する場所を近くに設置して欲しい。 ・ 支払いをクレジットカードでできるようにして欲しい。 ・ 事前照会手続等をもっと簡単にしたい。

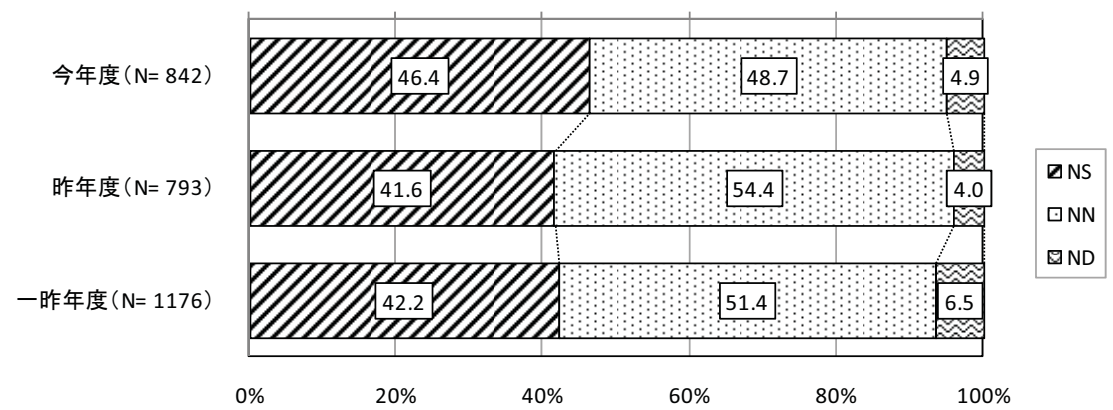
■ 税関相談へのアドバイスの主なもの(輸出入者)

電話や相談までにかかる時間、税関相談までのアクセス
・ カスタムスアンサーの待ち時間が掛かる。 ・ 原産地規則に関する問合せ電話がつながりにくい。 ・ 税関は近くて利便性のよい場所に立地して欲しい。 ・ 個人輸入者にとって窓口の地図や写真などの案内が各空港に用意して欲しい。
相談場所の雰囲気や居心地
・ 気軽に相談できる雰囲気づくりをして欲しい。 ・ 相談用ブースを設けて欲しい。
相談員の対応・態度
・ 相談者は法律が分からなくて困って来ているということを認識し、親切な態度で相談に乗って欲しい。 ・ 相談には真摯に対応してもらい感謝している。 ・ 何度か窓口相談したが、当初のイメージに反して、いつも大変親切な対応だった。
相談内容に対する理解
・ 過去の輸入実績の経験を活かして欲しい。 ・ 航空貨物に精通されている方を案内して欲しい。海上貨物に照らし合わせて考えられている方が多く、理解を得られるまで噛み合わないことも多い。 ・ 相談員は貿易取引全体の知識にも力を入れてもらいたい。相談者としては説明の手間が省けて助かる。 ・ 事前教示のフォームを、輸入品によってはA4一枚におさまり切らないものもあるため、記入しやすいものにして欲しい。 ・ 相談するアイテムのHSコードがすぐわかる方法が欲しい。
相談員の説明のわかりやすさ
・ 各社の業務内容に則し、専門知識がなくてもわかる明確で具体的説明と指導が欲しい。
相談の結果
・ 審査する方の見解と相談を受けて得た結果が異なる場合があるが、そのような場合には税関内で連絡・解決の上で輸出入者に回答して欲しい。 ・ 関税率の判定などでは、税関・担当者によるばらつきが無いようにして欲しい。 ・ 取引条件の決まった個別事例の回答だけでなく、概要説明も充実して欲しい。
回答までの時間
・ 回答が出るまで時間がかかると商売にかなりの影響が出る。短縮するよう努力して欲しい。
メールによる相談・回答
・ メールで資料を受けて、その資料を基に詳しい電話相談ができる体制がとれるようにして欲しい。
カスタムスアンサー・ホームページについて
・ 窓口相談にはリソースに限界があるので、税関ホームページの充実に力を入れて欲しい。 ・ カスタムスアンサーの内容と検索機能を充実し、わかりやすくして欲しい。 ・ 一般的で複数回の問合せがあった質問については、ホームページのQ&Aなどにどんどん載せ公表して欲しい。 ・ 申告書をホームページ上で作成できると、輸入者は商品仕入れ国で卸業者に細かなインボイスの記載が指示できる。また申告コードなどもホームページ上で選択できると良い。 ・ 輸入貨物の品名から直接税番が引けるようなものが、ホームページにあると良い。 ・ 日本の関税法と併せて主な国の通関手続や関税率等にもアクセスできるよう充実を図って欲しい。 ・ 通達を参照できるようにして欲しい。
その他
・ 過去の相談内容をまとめたQ&A集の作成し、それに基づく講習会等を開催して欲しい。 ・ 通関手続きに必要な書類、関係法令が一目でわかる表が欲しい。 ・ 通関制度等についてもっと広報して欲しい。

3.7 【参考】通関業者による税関相談についての利用者満足度

■ 【参考】税関の行う相談全般の満足度(通関業者全体)

- 通関業者全体の『税関相談についての利用者満足度』は、満足者層（NS 層）が 46.4% を占め、昨年度実績（41.6%）から 4.8 ポイント上昇し、評価は高まっている。
- また、改善度について見ると、33.3%が以前と比べ良くなったと評価しており、改善度についても昨年度実績（31.9%）を 1.4 ポイント上回る結果となっている。



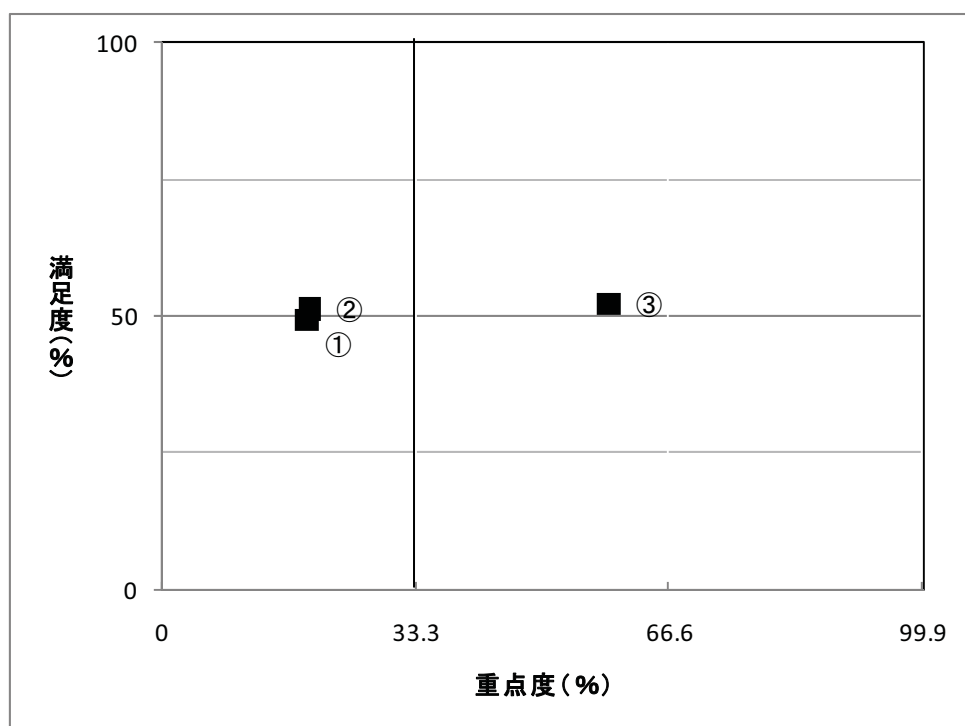
(単数回答、%)

	満足度								改善度				
	サンプル数	大変満足	満足	やや満足	どちらともいえない	やや不満	不満	大変不満	サンプル数	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない
今年度	842	5.9	40.5	29.6	19.1	3.8	1.0	0.1	827	33.3	60.8	4.2	1.7
昨年度	793	5.3	36.3	29.0	25.3	2.8	1.1	0.1	783	31.9	60.9	4.7	2.4
一昨年度	1,176	5.0	37.2	29.1	22.3	4.3	1.6	0.6	1,170	36.5	58.5	5.0	5.0

※ 図中の「NS」は表中の上位 2 段階、「NN」は表中の中位 3 段階、「ND」は表中の下位 2 段階の合計であるが、四捨五入の関係上、表の該当する値の和とは必ずしも一致しないことがある。

■【参考】要素評価項目別の満足度・改善度・重点度評価(通関業者全体)

- 通関業者全体について、利用者満足度を構成する要素（「①窓口相談」「②電話相談」「③通関担当者相談」）別に、満足度・改善度・重点度を見ると、3つの要素の満足度・改善度には大きな差がみられない。
- 一方、重点度では、「③通関担当者相談」が飛び抜けて高く、今後重点的に取り組むべきサービスとして、回答者の 58.8%が挙げている。

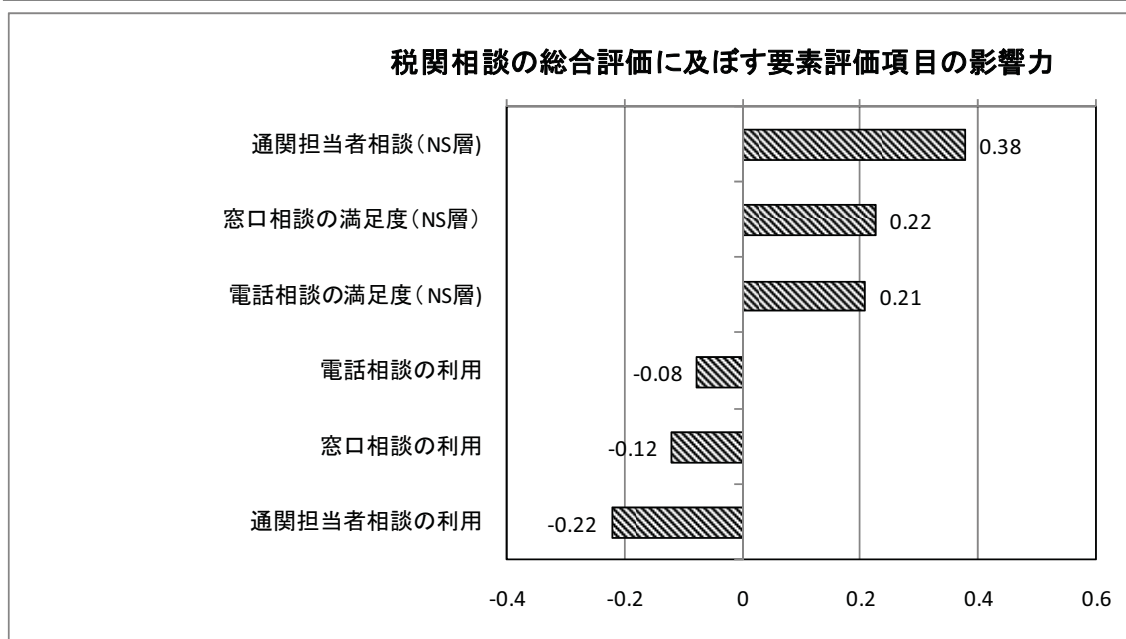


(単数回答、%)

		満足度				改善度					重点度	
		サンプル数	N S	N N	N D	サンプル数	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない	サンプル数	%
①	窓口相談	491	49.3	45.2	5.5	435	31.7	61.1	0.9	6.2	917	19.0
②	電話相談	422	51.2	46.2	2.6	366	27.6	64.5	0.5	7.4		19.4
③	通関担当者相談	819	52.1	42.4	5.5	665	29.5	63.0	2.7	4.8		58.8

■【参考】税関の行う相談全般の満足度への要素評価の影響
(通関業者全体)

- 税関相談の総合評価に対し、「窓口相談」「電話相談」「通関担当者相談」の3つの評価項目がどのように影響するのか、その影響力をロジットモデル分析から計量すると、「通関担当者相談」の総合評価に一番繋がりがやすく、次いで「窓口相談」「電話相談」の順となっている。
- また、それとは対称的に、通関担当者相談の利用者の方が、利用しない者に比べて厳しい総合評価を下している。
- 総合評価の向上には、「通関担当者相談」のより一層の充実が必要であることを示している。



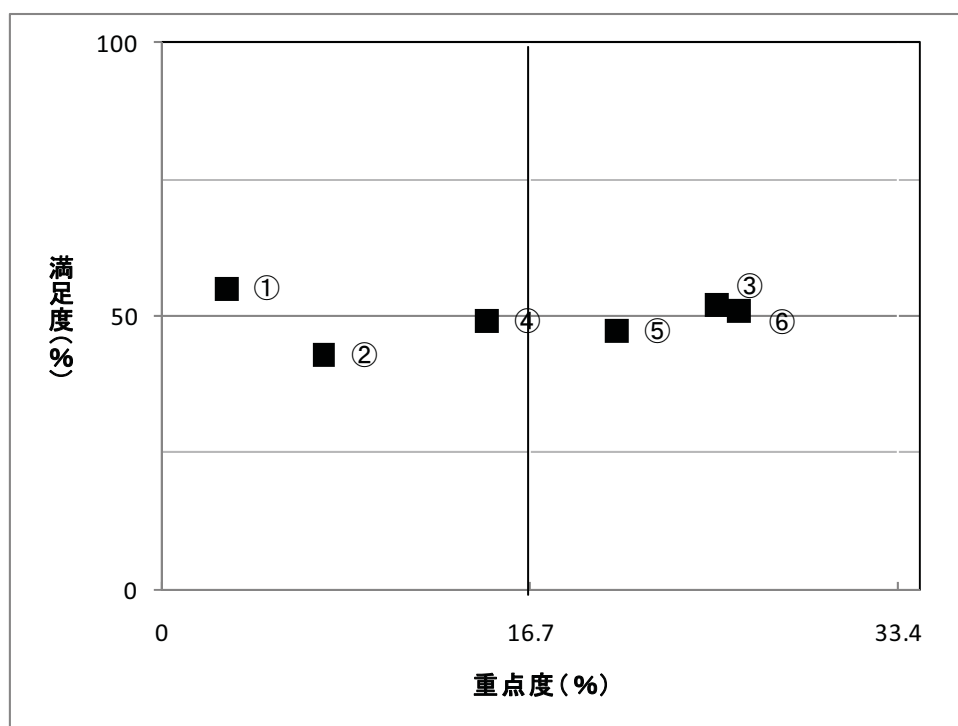
ロジットモデル分析結果

	係数	標準誤差	t値		p値
①相談までの待ち時間	-1.4105	0.5215	-2.7048	***	0.0070
②相談場所の雰囲気・居心地	1.2335	0.5627	2.1923	**	0.0280
③相談員の対応・態度	0.8147	0.6205	1.3130		0.1890
④相談員の相談内容に対する理解度	0.4069	0.5893	0.6906		0.4900
⑤相談員の説明のわかりやすさ	3.2720	0.6432	5.0875	***	0.0000
⑥相談の結果	-0.1206	0.5196	-0.2321		0.8160
標本数	453				
シュワルツ情報量基準	170.558				
R-squared（相関係数の二乗）	0.549873				
最大対数尤度	-152.210				
尤度比	300.862				

注1) P値判定: 「***」: $P < 0.01$, 「**」: $P < 0.05$, 「*」: $P < 0.10$

■【参考】「窓口相談」の接点評価(通関業者全体)

- 通関業者全体の「窓口相談」の接点評価は、満足者層(NS 層) が、いずれの項目でも 50%前後で、評価項目による差は小さい。
- 改善度については、以前より「良くなった」との認識が最も高い項目は、「③相談員の応対・態度」で、36.4%の回答者が挙げている。
- 業務改善のために重点的に取り組むべき項目としては、「⑥相談の結果（知りたい情報が得られた）」、「③相談員の応対・態度」が多く挙げられている。

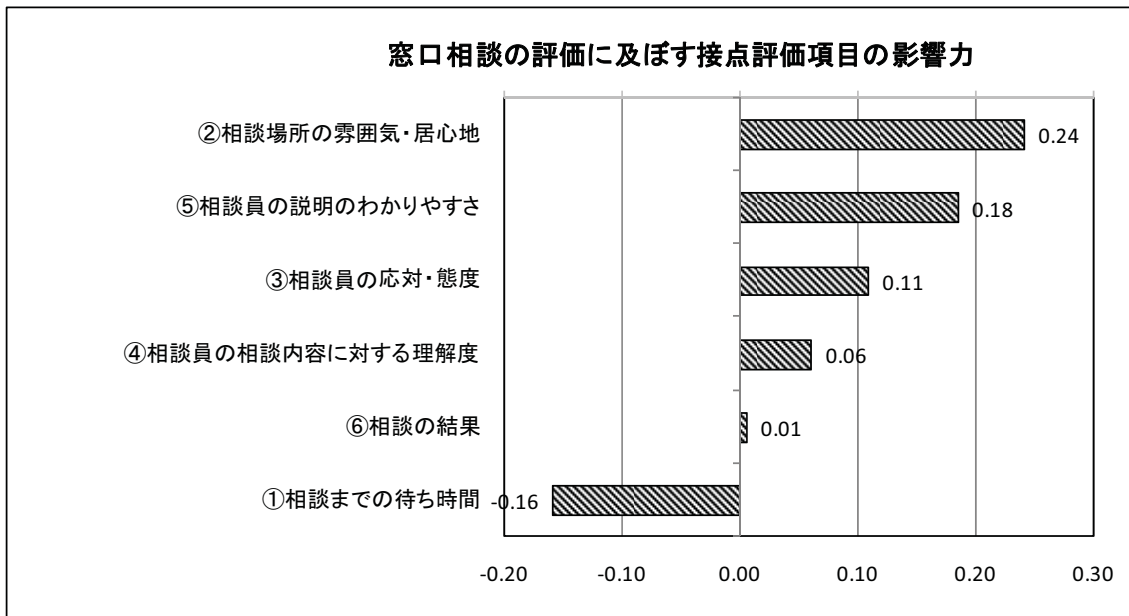


(単数回答、%)

	サンプル数	満足度			サンプル数	改善度				重点度	
		N S	N N	N D		良くなった	変わらない	悪くなった	わからない	サンプル数	%
① 相談までの待ち時間	511	55.2	41.5	3.3	440	30.0	62.0	0.2	7.7	812	3.0
② 相談場所の雰囲気・居心地	512	43.0	49.8	7.2	441	27.0	66.0	0.9	6.1		7.4
③ 相談員の応対・態度	510	52.2	41.2	6.7	440	36.4	55.9	2.0	5.7		25.2
④ 相談員の相談内容に対する理解度	512	49.2	45.9	4.9	439	26.2	65.6	1.6	6.6		14.8
⑤ 相談員の説明のわかりやすさ	512	47.5	46.9	5.7	439	30.3	62.6	0.9	6.2		20.7
⑥ 相談の結果	512	51.0	44.1	4.9	441	32.0	60.1	1.4	6.6		26.2

■【参考】「窓口相談」の評価に及ぼす接点評価の影響（通関業者全体）

- 通関業者全体の「窓口相談」の評価に対する接点評価項目の影響について、ロジットモデル分析を行ったところ、最も強い影響力を持つのは、「②相談場所の雰囲気・居心地」で、以下、「⑤相談員の説明のわかりやすさ」、「③相談員の応対・態度」、「④相談員の相談内容に対する理解度」の順となっている。
- 「⑥相談の結果（知りたい情報が得られた）」や「相談までの待ち時間」の満足は、「窓口相談」の総体的満足には影響していない。
- 以上の結果は、「窓口相談」の評価を高めるには、「②相談場所の雰囲気・居心地」、「⑤相談員の説明のわかりやすさ」、「③相談員の応対・態度」の改善がポイントであることを示している。



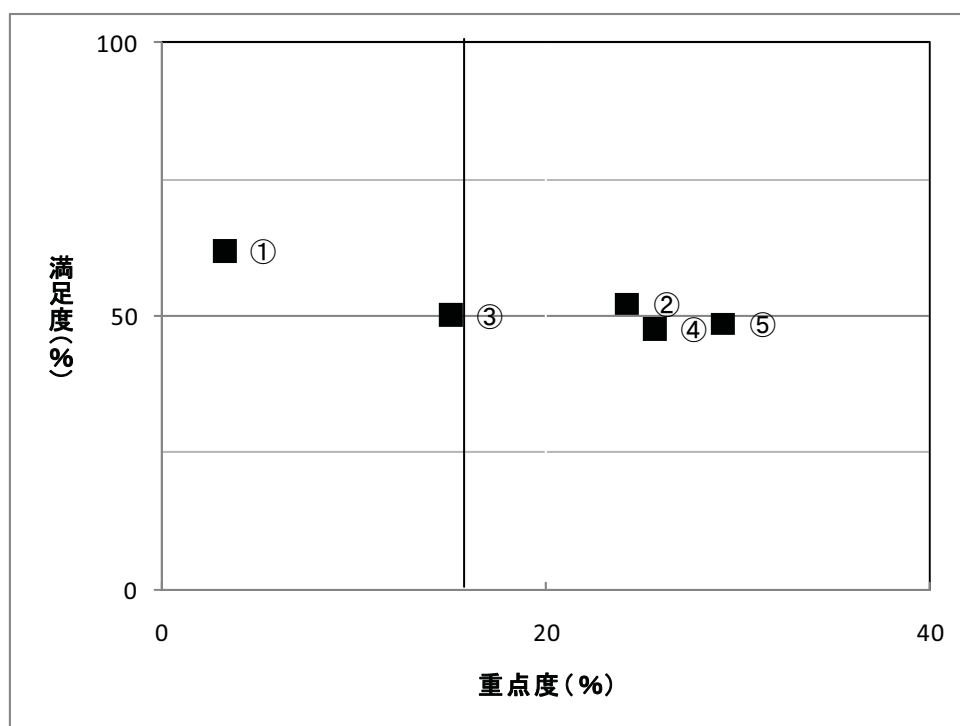
ロジットモデル分析結果

	係数	標準誤差	t値		p値
①相談までの待ち時間	-0.9844	0.2816	-3.4961	***	0.0000
②相談場所の雰囲気・居心地	1.4842	0.3544	4.1883	***	0.0000
③相談員の応対・態度	0.6693	0.3253	2.0577	**	0.0400
④相談員の相談内容に対する理解度	0.3716	0.3796	0.9789		0.3280
⑤相談員の説明のわかりやすさ	1.1375	0.4046	2.8111	***	0.0050
⑥相談の結果	0.0322	0.3330	0.0967		0.9230
標本数	764				
シュワルツ情報量基準	265.715				
R-squared（相関係数の二乗）	0.341154				
最大対数尤度	-247.03				
尤度比	208.695				

注1) P値判定: 「***」: $P < 0.01$, 「**」: $P < 0.05$, 「*」: $P < 0.10$

■【参考】「電話相談」の接点評価(通関業者全体)

- 通関業者全体の「電話相談」の接点評価は、いずれの項目でも満足者層(NS 層)が、「窓口相談」と同様に 50%前後となっている。このなかで、「①電話がつながるまでの時間」は 6 割を超え最も高い。
- 改善度では、「③相談員の応対・態度」の改善が比較的高く認められている。一方、改善のために重点的に取組むべき項目としては、「⑤相談の結果」「④相談員の説明のわかりやすさ」「②相談員の応対・態度」が多く挙げられている。

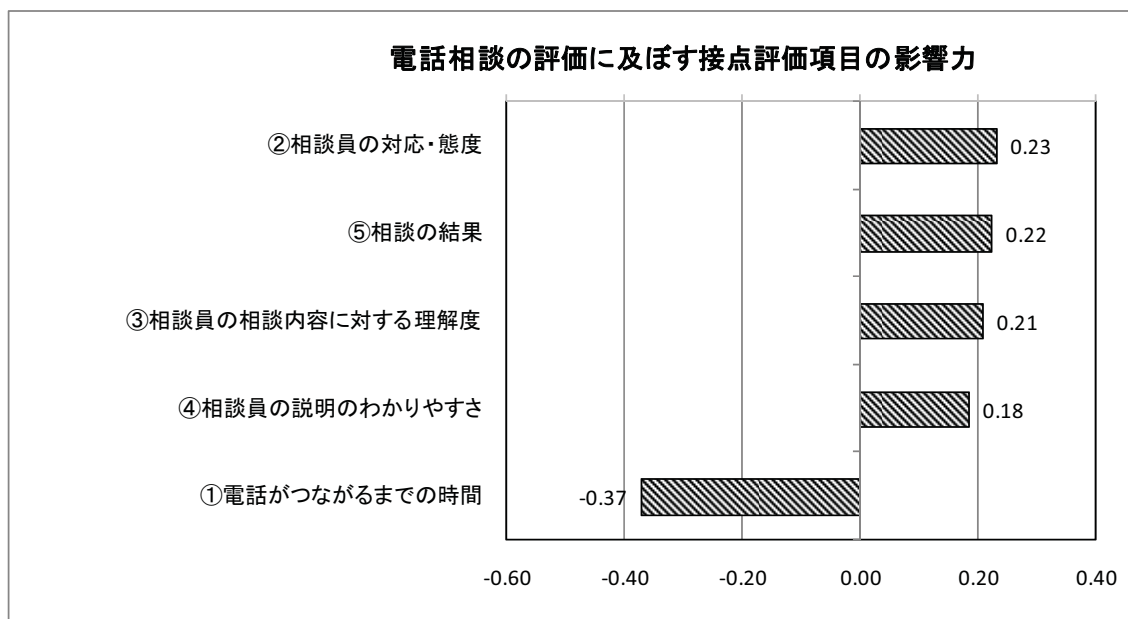


(単数回答、%)

		満足度				改善度					重点度	
		サンプル数	N S	N N	N D	サンプル数	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない	サンプル数	%
①	電話がつながるまでの時間	437	61.8	35.7	2.5	371	29.9	62.5	0.3	7.3	780	3.2
②	相談員の応対・態度	436	52.1	43.6	4.4	371	31.8	60.9	0.8	6.5		24.2
③	相談員の相談内容に対する理解度	436	50.0	46.8	3.2	371	26.1	66.0	0.5	7.3		15.0
④	相談員の説明のわかりやすさ	436	47.5	49.1	3.4	371	27.0	65.8	0.5	6.7		25.6
⑤	相談の結果	435	48.5	48.3	3.2	371	29.1	63.1	0.8	7.0		29.2

■【参考】「電話相談」の評価に及ぼす接点評価の影響（通関業者全体）

- 通関業者全体の「電話相談」の評価に際して、どの接点評価項目の影響力が強いのか、ロジットモデル分析を行ったところ、「②相談員の対応・態度」「⑤相談の結果（知りたい情報が得られた）」「③相談員の相談内容に対する理解度」「④相談員の説明のわかりやすさ」で、ほぼ同程度のあることが分かった。
- 一方、「①電話がつながるまでの時間」の満足は、「電話相談」の評価には直結していない。



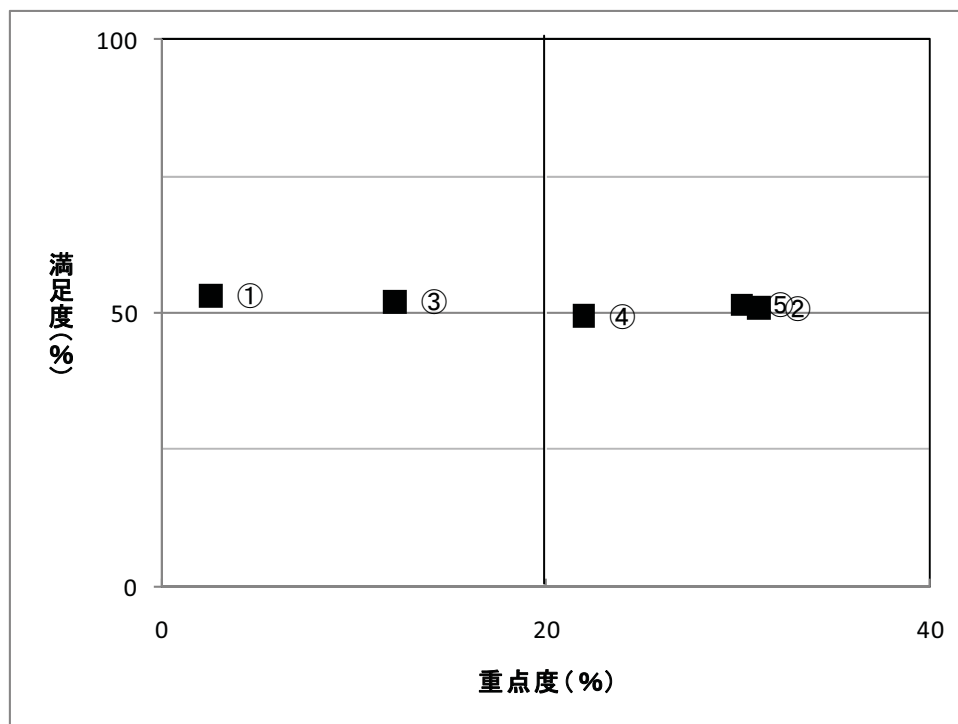
ロジットモデル分析結果

	係数	標準誤差	t値		p値
①電話がつながるまでの時間	-3.2280	0.5379	-6.0011	***	0.0000
②相談員の対応・態度	1.9953	0.5322	3.7495	***	0.0000
③相談員の相談内容に対する理解度	1.7979	0.5445	3.3021	***	0.0010
④相談員の説明のわかりやすさ	1.5913	0.5765	2.7600	***	0.0060
⑤相談の結果	1.9305	0.5249	3.6776	***	0.0000
標本数	441				
シュワルツ情報量基準	169.341				
R-squared（相関係数の二乗）	0.533229				
最大対数尤度	-154.119				
尤度比	303.062				

注1) P値判定: 「***」: $P < 0.01$, 「**」: $P < 0.05$, 「*」: $P < 0.10$

■【参考】「通関担当者相談」の接点評価(通関業者全体)

- 通関業者全体の「通関担当者相談」の接点評価は、いずれの項目でも満足者層(NS層)が、「窓口相談」や「電話相談」と同様に50%前後となっている。
- 改善度では、「②相談員の応対・態度」の改善が比較的高く認められている。一方、改善のために重点的に取り組むべき項目としては、「①相談員の応対・態度」「⑤相談の結果」「④相談員の説明のわかりやすさ」が多く挙げられている。

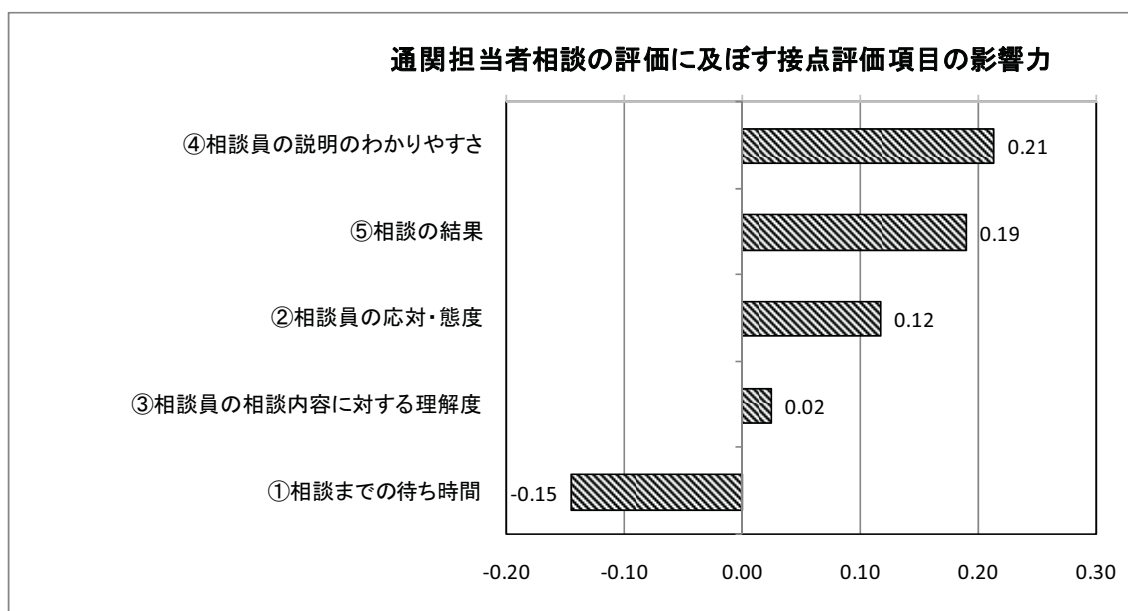


(単数回答、%)

	満足度				改善度					重点度	
	サンプル数	N S	N N	N D	サンプル数	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない	サンプル数	%
① 相談までの待ち時間	818	53.2	41.1	5.7	664	28.5	65.1	1.8	4.7	876	2.5
② 相談員の応対・態度	819	50.9	41.5	7.6	665	35.8	57.0	3.2	4.1		31.1
③ 相談員の相談内容に対する理解度	819	52.1	42.4	5.5	665	29.5	63.0	2.7	4.8		12.1
④ 相談員の説明のわかりやすさ	818	49.4	44.0	6.6	665	29.5	63.2	2.9	4.5		21.9
⑤ 相談の結果	817	51.5	42.4	6.1	664	32.2	61.4	2.1	4.7		30.1

■【参考】「通関担当者相談」の評価に及ぼす接点評価の影響(通関業者全体)

- 通関業者全体の「通関担当者相談」の評価に対する接点評価項目の影響について、ロジットモデル分析を行ったところ、最も強い影響力を持つのは、「④相談員の説明のわかりやすさ」で、続いて「⑤相談の結果（知りたい情報が得られた）」、「②相談員の応対・態度」の順となっている。
- また、「①相談までの待ち時間」が短いことは、利用上の必要条件であり、評価には結びつきにくい。
- 以上の結果は、「通関担当者相談」では、利用者に適切な情報を提供できるか否かが、ポイントであり、そのための相談員のわかりやすい説明が重要であることを示している。



ロジットモデル分析結果

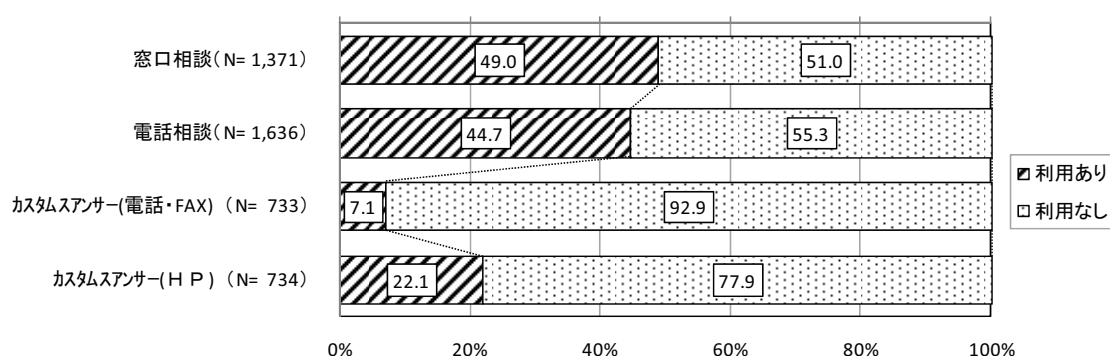
	係数	標準誤差	t値		p値
①相談までの待ち時間	-0.9380	0.2667	-3.5166	***	0.0000
②相談員の応対・態度	0.7508	0.2909	2.5806	***	0.0100
③相談員の相談内容に対する理解度	0.1531	0.3443	0.4445		0.6570
④相談員の説明のわかりやすさ	1.3728	0.3885	3.5341	***	0.0000
⑤相談の結果	1.2201	0.3359	3.6326	***	0.0000
標本数	797				
シュワルツ情報量基準	390.556				
R-squared（相関係数の二乗）	0.371725				
最大対数尤度	-373.854				
尤度比	357.137				

注1) P値判定: 「***」: $P < 0.01$, 「**」: $P < 0.05$, 「*」: $P < 0.10$

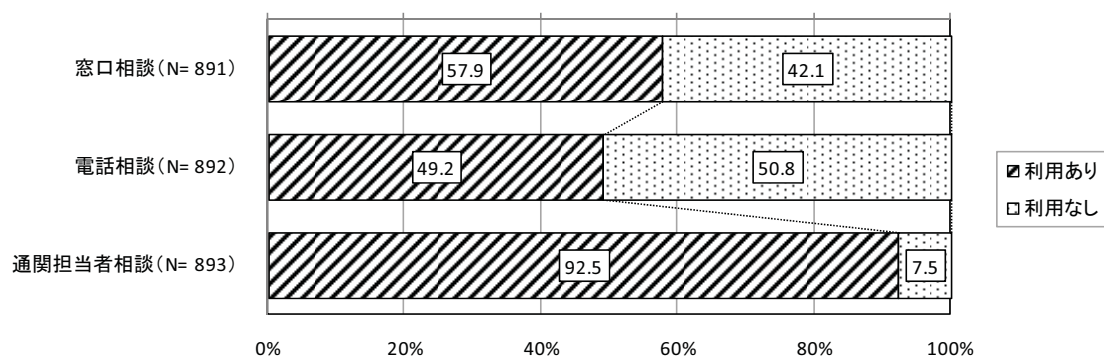
3.8 【参考】相談・カスタムスアンサーの利用有無と利用頻度

■ 【参考】相談・カスタムスアンサーの利用有無(窓口来訪者・輸出入者、通関業者全体)

- 窓口来訪者及び輸出入者、通関業者の税関相談サービスの利用率を見ると、「窓口相談」が49.0%で最も高く、次いで「電話相談」が44.7%、「カスタムスアンサー（税関ホームページ）」が22.1%、カスタムスアンサー（電話・FAX）」が7.1%の利用率となっている。
- また、通関業者に限定すると、窓口来訪者や輸出入者よりも「窓口相談」「電話相談」の利用率が高く、「通関担当者相談」では92.5%とそのほとんどが利用している。

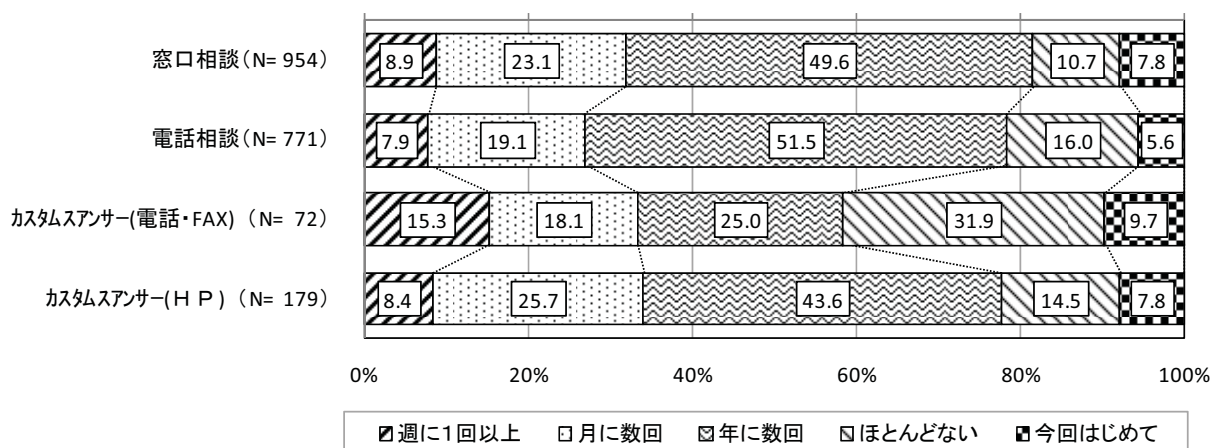


■ 【参考】相談・カスタムスアンサーの利用有無(通関業者全体)

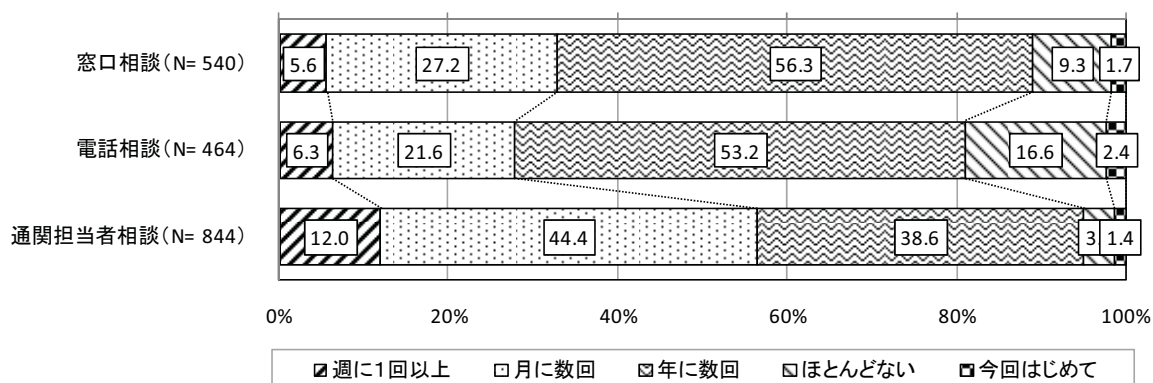


■ 【参考】 相談・カスタムスアンサーの利用頻度（窓口来訪者・輸出入者、通関業者全体）

- 窓口来訪者・輸出入者、通関業者全体の相談・カスタムスアンサーの利用頻度は、「カスタムスアンサー（電話・FAX）」「通関担当者相談」を除くと、「年に数回」という層の割合が最も多い。
- 「カスタムスアンサー（電話・FAX）」については、「ほとんどない」、「通関担当者相談」については、「月に数回」が最も多い頻度となっている。



■ 【参考】 相談・カスタムスアンサーの利用頻度（通関業者全体）



■【参考】税関相談へのアドバイスの主なもの(通関業者(海上貨物))

電話や相談までにかかる時間、税関相談までのアクセス

- ・ 窓口相談での待ち時間の短縮に努めて欲しい。
- ・ 相談内容に応じてこういう時にはここに相談するといったマニュアル表などを作って広報して欲しい。
- ・ 相談するには資料をどの程度持っていけばよいかわからないので、案内が欲しい。
- ・ 地理的にアクセスしづらい税関では、もっと電話対応を拡充して欲しい。
- ・ 地方港にも相談窓口を置いて欲しい。

相談場所の雰囲気や居心地

- ・ もっと相談しやすい雰囲気にして欲しい。
- ・ 窓口相談の場所が他の相談者と接近しており、プライバシーが確保されていない。プライバシーが保てるよう整備して欲しい。
- ・ 申告件数が増加する繁忙期は、相談業務に人手が薄く、相談しにくいので、その時期は当番制にするなど、相談しやすい環境へ改善して欲しい。

相談員の対応・態度

- ・ 職員の方々は大変親切で、適正な判断と助言をいただき、感謝している。
- ・ もう少し民間会社の内情、経済事情を考慮して頂けると話しやすい。
- ・ 通関業者に対しても、一般の人と同じように丁寧な態度で相談に応じて欲しい。
- ・ 輸入通関をスムーズに行うためにも、すでに船積された貨物、到着間近の貨物については、口頭による相談にも柔軟に対応して欲しい。
- ・ 資料が不足している場合でも、ある程度の相談には乗って欲しい。

相談内容に対する理解

- ・ 直ぐに専門分野へ回されることが多いので、相談官には各分野の専門官を配置して欲しい。
- ・ 人事異動後の職員資質の向上と、専門職員育成による相談業務の効率アップを図って欲しい。
- ・ 基本通達や関税率表などの解釈について、現場の職員が的確に迅速な回答ができるよう職員の質を高めて欲しい。
- ・ 税関業務の他にも他官庁の事務などももう少し幅広い知識を身に付け業務に当たって欲しい。
- ・ 過去の事例にこだわらず、検討して欲しい。
- ・ 相談内容によって他の職員に替わる必要のある場合には、説明を繰り返さないためにも、あらかじめ替わることを言って欲しい。
- ・ 事前教示の相談に対し、質問が電話で何回もバラバラと来るのでまとめて質問して欲しい。

相談員の説明のわかりやすさ

- ・ 相談には担当をした人が責任を持って終りまで説明して欲しい。
- ・ 過去の事例等を挙げて説明して欲しい。
- ・ 新制度導入に対応した「事例集」の最新版の発行、支障のない範囲での相談事例の公表をお願いしたい。

相談の結果

- ・ ある部署での相談内容が他部署でも有効となるようにして欲しい。
- ・ 複雑な案件では回答が得られず、通関総括部門に再度相談するが多い。税関相談官でもある程度の情報が得られるよう希望する。
- ・ 税番相談は、現物商品があれば、事前教示扱いをその場で行えるようにして欲しい。またEPA特惠についての相談は、内容不備があっても、事後審扱いを認める等の臨機応変な対応を望む。
- ・ 情報が足りない場合でも、情報が足りないから回答できないではなく、ケースを例示し、何通りかの回答を頂きたい。
- ・ 結論は一貫性を保ってはっきりして欲しい。通関業者と輸入者に対する説明及び結論が違うのは困る。
- ・ 担当者により見解が異なる場合や支署ごとでも異なる場合があるので、税関全体として統一の見解を示して欲しい。
- ・ 相談内容によって専門的知識の話しになった場合、通関業者が荷主に確認するのではなく、荷主担当者からも説明させてもらいたい。

回答までの時間

- 相談の場で結論が得られず、何度か足を運ぶことがあるが、時間短縮のため、相談の場で本関等に連絡を
とって何らかの結果を出して欲しい。
- 事前教示における早期回答をお願いする。
- 早急に通関を必要とする場合が殆ど、質問から回答までの時間の短縮と的確な回答を望む。物流の迅速化
に伴い、結論を早急に出してもらいたい。

カスタムスアンサー・ホームページについて

- HPを使用した受付をして欲しい。
- 税関ホームページでの相談業務窓口の利用等を積極的にアピールすべき。
- 相談事例を税関HPで公開して欲しい。
- 相談事例を関税協会発行の書籍等で公表して欲しい。
- 相談業務に際して、輸出入者、通関業者が事前に準備しておくべき資料なども具体的に例示して欲しい。

人的配置

- 相談窓口は、相談者の立場に立って理解しようとする気持を持ち、幅広い知識と専門知識の両者を兼ね併
え、基本通達通りの返答だけでなく応用のきいた対応ができる職員を配置して欲しい。
- 実務を行なう上で、通関担当者に相談することが多いので、各支署に相談担当官がいると助かる。
- 申告の非常に多い税関支署には税番専門の審査官を常駐させ、業務効率化を図って欲しい。
- 通関担当窓口は、相談専門官を配置してもらいたい。
- 支署地区にAEOに関する専門官を配置して欲しい。

その他

- 輸入者は、意外と「事前教示制度」を知っていないので、広報すべし。
- 月間の当地における質疑応答の実例を貿易実務ダイジェスト掲載のように公表されたい。
- 事前教示制度を簡素化し、口頭での事前教示やメールでの回答にも効力をもたせて欲しい。
- FAXやメールでの添付ファイルをもっと活用した相談をして欲しい。
- 電話による税番や他法令の相談をもっと強化して欲しい。

■【参考】税関相談へのアドバイスの主なもの(通関業者(航空貨物))

電話や相談までにかかる時間、税関相談までのアクセス

- ・ 全ての税関官署にも税関相談官の窓口相談を是非設置して欲しい。
- ・ 地方港の主要な支署にも事前教示等の相談窓口が設けられると利便性が向上する。
- ・ 相談の内容によって通関担当者に相談すべきか、通関総括に相談すべきか迷うので相談に関して窓口を一本化して欲しい。
- ・ 通関業者が相談官に相談できる事項を明確にして欲しい。
- ・ 窓口相談や電話相談の待ち時間がとにかく長すぎるので、改善して欲しい。

相談場所の雰囲気や居心地

- ・ 通関相談を最寄の税関でちょっとした疑問についても気軽に相談できる雰囲気作りをして欲しい。
- ・ 税関相談をもっとしやすいよう、事前教示回答の迅速化など環境を整えて欲しい。

相談員の対応・態度

- ・ 担当者の対応が以前よりもソフトになっている。相談しやすい雰囲気でたいへん仕事がやりやすくなった。
- ・ 税関職員の対応、態度が良い人と悪い人の差がありすぎる。全体を通して安定した対応をお願いしたい。
- ・ いわゆる“たらい回し”はかなり減ったが、適切に回答することが困難な場合には、せめて解決のためのプロセスを明確に示して欲しい。
- ・ 相談者が全ての情報を揃えないと回答できないというスタンスがたまに見受けられる。情報が足りない時は「あとこの部分をもっと詳しくしてもらって、このケースは…」等、前向きな回答をして欲しい。
- ・ 事前相談には現物サンプル持参でないと応じてくれないことがあるが、材質等を明記した規格書にカラー写真を提出することでも応じて欲しい。
- ・ 税関出張所の相談窓口でも、資料や見本等を持参すれば、貨物到着前の相談に応じて欲しい。

相談内容に対する理解

- ・ 相談官は貿易取引や関連する他法令にも精通して欲しい。

相談員の説明のわかりやすさ

- ・ 法令改正等があった場合、法改正に沿った申告書の具体的記載例を示すなど、分かりやすく説明して欲しい。

相談の結果

- ・ 税関の分類相談では、きちっとした回答が得られないことがあり、相談官の明らかな知識不足を感じることもある。
- ・ 相談業務体制の強化と共に、相談官と通関担当者の回答の統一を図ってもらいたい。

回答までの時間

- ・ 相談業務処理の迅速化、いつまで回答が必要かといった配慮が少し欲しい。
- ・ 相談窓口に出向くのを最少限に抑えるため、事前に資料等をメール添付してスムーズに相談できる体制にして欲しい。
- ・ 事前教示のためのメールに対する回答に時間が掛かり過ぎる。
- ・ 到着貨物の分類相談への返答に時間が掛かるため、航空便等の緊急案件の場合、非常に対応に苦慮する。もっと迅速に対応して欲しい。
- ・ 人員面での制限はあるが、相談項目別相談窓口に専門官を設置することで、回答の説得力が増し、回答までの時間短縮が図れる。

カスタムスアンサー・ホームページについて

- ・ ホームページの分類のページを充実して欲しい。
- ・ 相談内容をホームページ各税関の掲示板等に掲載して欲しい。
- ・ ホームページの機能として、物品名を入力すると、輸入又は輸出をした場合にこのような法令に抵触する等の情報が得られるものを掲載して欲しい。

人的配置

- ・ 関税監査官の人数をもう少し増やして欲しい。
- ・ 通関士等の相談内容が専門的かつ具体的なので、相談官には専門分化した担当者を配置して欲しい。
- ・ 輸出入各部門に専属の相談担当員を配置すると、よりスムーズに相談業務が行われるように思われる。
- ・ 通関担当ラインに相談官を設けてもらおうと、実務に即した回答が得やすい。

その他

- ・ 相談窓口の存在を様々な広報活動と共にアピールする。
- ・ 税の掛からない物品については税番頭4桁または6桁での簡易な申告等が行えると業務上助かる。
- ・ 相談業務の利用状況(件数、相談事例等)の定期的公表をお願いしたい。
- ・ 電話相談の利便性を向上して頂きたい。