

第 5 回地方消費者委員会（山口）
資料集

平成 24 年 10 月
内閣府消費者委員会

目次

1．基調講演

- ・「高齢消費者の保護 - 東日本大震災を機縁に - 」 消費者委員会委員長 河上正二…… 1

2．山口県における消費者行政の現状と取組 山口県消費生活センター所長 石田健一 … 23

3．ケーススタディ

- ・高齢者の消費者被害の現場からの事例報告 全国消費生活相談員協会会員 松下和子 … 35

4．消費者安心アクションプラン（原案） 消費者庁 消費者政策課長 村山 裕 …… 58

5．パネルディスカッション

- ・地域包括支援センターをご存じですか

山陽小野田市地域包括支援センター所長 尾山貴子 …… 67

高齢消費者の保護 - 東日本大震災を機縁に -
(目次)

東京大学教授 河上 正二

はじめに	-----	1
1 高齢社会	-----	1
(1) 加齢は誰にも平等に		
(2) 日本の急激な年齢構成変化		
(3) 高齢社会の社会的変化		
(4) 高齢消費者への配慮		
2 消費者としての高齢者	-----	3
(1) 典型的消費者としての高齢者		
(2) 消費者問題の背景と原因		
(3) 高齢化に伴って増幅されるリスク		
(4) やっかいな高齢者の個体差		
(5) どうすればよいか		
3 問題の展開と課題	-----	6
(1) 高齢者にふさわしい取引環境とは？		
a. 意思能力・行為能力の衰退への対処		
b. 理解の困難と事業者の情報提供義務の限界		
c. 帰責性の限界		
d. 適合性原則		
(2) 高齢者の「財産管理」について		
a. 高齢者の資産保全		
b. 高齢者の資産運用		
c. 扶養問題・相続問題との関わり		
(3) 「医療、介護」について		
a. 医療・介護問題と消費者問題		
b. 老人医療体制の整備		
(4) 有料老人ホーム問題		
4 小括	-----	10
参考図表		
(参考1) 高齢化をめぐる消費者被害の現況(事例、相談件数)	-----	12
(参考2) 高齢化関連指標	-----	14

はじめに

ここでのテーマは、大震災を機縁とした高齢消費者の保護としているが、大震災と高齢消費者保護の問題が直結するわけではない。ただ、地震は誰の足下をも平等に揺らすものであるが、被害は、相対的に弱い立場の者に不平等に発生する傾向にあり、高齢者にとってより深刻な被害を与えているという相関的な関係にある。その意味では、ここで震災下での高齢消費者保護について何も特別な議論をしようというものではないことを予めお断りしておかねばならない*。

震災直後の重要な課題は、なによりも生存の確保であり、基本的な生活のインフラや医療体制等を整備することであった。しかし、やがて復興期・安定期になると、そこでの生活の質や、安全・安心の問題がクローズアップされる。こんな、大変な時期にもかかわらず、復興支援や震災特需に便乗する形で、悪徳商法が暗躍するのも悲しい事実である。大震災を機縁に、被害者の救援や、被災建物の復旧・リフォーム、被災地支援などを口実にした悪徳商法が、もっとも弱い顧客層として高齢者をターゲットにしている。国民生活センターの調査によると、震災から9ヶ月間で、東日本大震災の便乗商法をめぐってトラブルになった相談が少なくとも2439件、既払い金額にして9億7000万円の問題事例が登場している。これも氷山の一角で、実際には、極めて多くの被害が存在するものと思われる。しかし、被災地などで高齢者に寄り添っている生活支援者に、もっと消費者問題や問題解決への法的手段についての理解があれば、そこでの被害拡大を食い止められたのではないかと思われる局面もあり、生活支援活動と消費者相談活動を連結しておくことは、ただでさえ不安な思いを余儀なくされている高齢者を守る上で、極めて重要であるように思われる。

消費者問題、高齢者問題の裾野は広く、両者の重なり合う局面に限るとしても、多方面からの分析が必要となる。ここでは主として私法とくに財産法の領域で顕在化している若干の問題を手がかりに、ささやかな展望を試みる。

* この問題領域には実に多くの文献がある。さしあたり、拙著・民法学入門〈第2版〉(日本評論社、2009年)第10章第1節「高齢化社会への対応」に掲げた諸文献の参照を請う、それ以後のもので、興味深いものに、永岑光恵=原塑=信原幸広「振り込め詐欺への神経科学からのアプローチ」社会技術研究論文集6号177頁(2009年)、山下純司「高齢消費者の保護の在り方」法時83巻8号49頁(2011年)、「特集・高齢者と消費者法」現代消費者法15号(2012年6月号)などがある。ちなみに、岩手・宮城・福島の3県で3月11日から4月11日までの1ヶ月間に収容された死亡者で年齢が判明している人は11,108人で、そのうち60歳以上の人は7,241人と65.2%を占めた。この数字一つを見ても、同じ地震が高齢者に相対的に大きな被害をもたらしたことが伺えよう。

1 高齢社会

(1) 加齢は誰にも平等に

「消費者」が、社会におけるあらゆる人の一側面をさすのと同様に、「高齢者」もまた誰もがやがて経験する人間の自然な姿であって、決して特別な存在ではない。のみならず、「未成年者」と「成年者」の境界以上に、加齢による精神的・肉体的活動能力衰退の個体差は、著しい。その意味でも、「高齢である」という理由だけで特別なルールを立てて一律に規律することには、かなりの困難が伴う。ごく最近まで、高齢者の消費生活を、ひとつのまとまりある問題領域として捉えて来なかったことにも、無理からぬものがあるといえよう。

(2) 日本の急激な年齢構成変化

しかし、技術の急速な進歩と、これに歩調を合わせるように加速された高齢化社会への突入によって、問題は一層鮮明なものになっている。老人が家族や社会の中で然るべき位置を占め、比較的短命に生涯を全うするという状況は、核家族化と長寿社会の中で全く様変わりしている。ある調査によれば、平成23年の日本の総人口は1億2780万人(男6218万人・女6562万人)であり、65歳以上の高齢者は2975万人(男1268万人、女1707万人)である。1960年に65才以上の高齢者が総人口に占める割合は5.7%であったものが、既に、1990年には12.1%、2011年(平成23年)には23.3%(このうち65歳～74歳は11.8%、75歳以上が11.5%)と着実に上昇している(5人に1人以上)。これが、2025年には30.3%(3.3人に1人)、2060年には39.9%(総人口の5人に2人が高齢者。75歳以上が26.9%で全体の4人に1人以上)を占めるようになると予想されている*【図表2】。

高齢化社会への移行は多かれ少なかれ、世界的規模で進行しているものであるが、日本の**少子高齢化への変化率の大きさは世界に例を見ない急激なもの**であり*【図表4】、少なくとも、現在のわが国に、こうした急激な変化に十分に適合していきだけの体制が整っているとは、おせじにも言い難い。

*国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(2010年1月)。2010年以降は、中位推計値。平成23年度高齢者白書第1章も参照。ちなみに、平均寿命は2010年段階で女86.39歳、男79.64歳であるが、2060年には女90.93歳、男84.19歳にまで伸びると推計されている【図表3】。60歳あるいは65歳で、現役を退いてからも、25年くらいは社会生活を送ることになる(ちなみに、山口県の高齢化率については【図表12、13】を参照)。

*国連の World Population Prospects:The 2010 Revision 参照。

(3) 高齢社会の社会的変化

一方、現実とはいえば、遅くとも1970年頃から、人々のライフ・サイクルやライフ・スタイル全般に顕著な変化を生じており、例えば、有資産の高齢者がその精神的能力の衰退のゆえに十分な財産管理を行うことができないとか、高齢者の身上監護に必要な行為を誰がいかなる資格で遂行していくべきかという問題、急激に需要の拡大した高齢者医療への対応の立ち遅れ、年金財政の逼迫といった問題が次々と顕在化している。先頃の、消費税増税の議論が、こうした社会保障・年金問題と連動して語られてきたことは周知の通りである。

(4) 高齢消費者への配慮

高齢者の「消費生活」もその例外ではなく、さまざまな形で歪みを生じている。例えば、家電製品・自動券売機・CD機やATM機の利用から階段の昇り降りに至るまで、ごく日常的な生活の中で、多くの高齢者が戸惑いと危険を経験している。高齢消費者事故に、数多くの転倒事故や、食べ物の誤飲等が見られるのも、身体能力の減退等に起因する顕著な傾向である。また、取引の局面でも、なまじ老後の蓄えとしてまとまった資産を有していたり、年金が安定的収入となっているだけに、これを狙った販売戦略上の不当な攻撃にもさらされる。かつての「豊田商事事件」や「原野商法」における被害者の大多数が高齢者であったという事実は、今日でもそのまま妥当し、リフォーム詐欺や次々販売、投資詐欺の被害事例は、この間の事情を雄弁に物語っている。全国の消費者センターに寄せられる消費生活相談件数の総件数自体は2005年度以降、全体として減少している中で、70歳以上の高齢者からの相談件数は、むしろ年々上昇傾向にある。平成20年以降、全国の消費生活セン

ターに寄せられた70歳以上の人の相談件数は、例年10万件をこえている【図表8】。とりわけ、訪問販売や電話勧誘販売での投資勧誘でのトラブルが顕著であり、ファンド型投資商品、公社債、未公開株など問題となる商品も多彩である*【図表9、10】。いわゆる「劇場型」での振り込め詐欺や「二次被害」も、高齢消費者の被害において顕著である(振り込め詐欺の被害者の6割以上が高齢者である)。商品が複雑・多様化し、手口がますます巧妙化する一方で、「消費者」の中で、最も傷つきやすく狙われやすい層の一つとして、高齢者には特別な配慮が必要となっているわけである。

*【投資勧誘被害】 商品としては、外国通貨（イラクディナール、スーダンポンド、アフガンアフガニ等）、CO2排出権、水質源の権利、温泉付き有料老人ホームの利用権、グリーン電力証書、カンボジアの土地利用権、風力発電にかかる土地の権利、医療機関債、金地金、ファンド型投資商品などと多彩で、なかにはほとんど実体のないものもある。取引態様としては、訪問販売・電話勧誘販売・パンフレットの送りつけを契機としたものが多く、巧みな勧誘文句によって高齢者にアプローチしている【図表11】。現行法による対応も不可能ではないが、実際には、被害が広域で単一県の手にも負えない、事業者の捕捉が困難で連絡さえとれない、違法行為を立証するだけの証拠確保が困難である、特商法適用対象か否かの判断が困難である等々から、なかなか効果的な措置がとれていない。総合的な対策が必要となる所以である。

2 消費者として的高齢者

(1) 典型的消費者として的高齢者

「消費者」は、一般に、個人で、多品種かつ少量の商品を、消費生活のために購入する存在である。「高齢者」もまた、消費生活の面では「消費者」の一人として市場に登場するが、従来、消費者の特質や消費者問題の要因、ひいては保護の必要性として論じられてきたところが、そのまま当てはまるばかりか、むしろ高齢者にあっては、それらの要因が増幅された形で、問題を深刻化させている。その意味で、**高齢者は最も顕著に弱点を備えた典型的消費者**といってよい存在なのである。

(2) 消費者問題の背景と原因

消費者問題の背景と要因とされるものを二つの方向から示してみよう。

事業者側の事情としては、商品の大量生産・大量販売による取引条件や商品の画一化・定型化の問題がある。また、技術の進展にともない、商品の高度技術化・複雑化、商品のサービス化などが強力に推し進められ、同時に、販売技術の進歩と販売方法の多様化、消費者信用を含む取引形態や新たな仕組みの展開などによって、消費者と複雑に関わり、取引関係に組み込んでいく。こうした要因は消費者にとって、プラスとなる面もないではないが、マイナスにも多大の影響を与える結果となる。加えて、事業者側の商業モラルの低下が問題を引き起こすこともしばしば指摘されている。

他方で、消費者側の事情としては、商品の選択や意思決定の前提となる判断材料や情報が必ずしも充分でなく、ときに冷静な判断を期待することが困難な状況に立たされることが多い。かくして、消費者は、ほとんど無防備な状態で事業者による販売攻勢と、商品に内在する有形・無形の危険にさらされながら、多くの場合には事業者との交渉の余地も乏しいまま、望まざる取引や思いがけず不利益な条件に拘束されたり、一方的に損害を被る可能性がある。特に、「生身の人間」であるところから、人身損害に結びつくことも少なくない。そして、ひとたび損害を生じた場合には、他に負担を転化する可能性もなく、かといって、紛争を独力で解決する力にも乏しいことが、被害を回復困難で深刻なものにしている。

(3) 高齢化に伴って増幅されるリスク

一般的に、上述の要因から導かれる経済的・身体的リスクは、高齢者の場合には、著しく増幅される傾向にある。

第1に、高齢になると、どうしても心身の活動能力が低下し、社会的に孤立しがちであり、加えて、これまで身につけてきた知識の陳腐化や、健康・将来の経済生活に対する不安感などから、問題に適切に対処することが必ずしも期待できない場合が多い(耐性・対応力・自己防衛能力の衰退)【図表7】。その結果、たとえば嚥下能力の衰退は、「こんにゃくゼリー」や「餅」のようなものでさえ、危険な食べ物となり、親切めいた巧妙な勧誘の犠牲になるわけである。

些細なことではあるが、商品に関して市場に氾濫する横文字や外来語、ポイントの小さな文字は、高齢者にとっては、そもそも必要とする目的物を見つけることさえ困難にしかねない。また、入手できる情報の絶対的不足のゆえに、商品の対価性の評価も、ままならない。危険を表示する文字が小さい場合や、理解しにくい場合には、表示がないに等しい。手軽に見える機械操作や自動装置も、老人にとっては、利便よりも困惑と敬遠を生み出すことが少なくない。経済的にも身体的にも被害回復力が低下しているため、ひとたび事故や損害が発生すれば、原状の回復がきわめて難しく、取返しのつかない結果となる。特に、身体へのダメージは、そのまま悪化し、老人を「寝たきり」の生活に追い込むことも稀ではない(被害回復力の欠如)。

第2に、財産状態の特異性がある。高齢者は、一般の消費者の中では相対的に、老後の蓄え(いのち金)として、**まとまった処分可能財産を保有していることが多い【図表6】**。このような資産を狙った悪質な事業者が、高齢ゆえの心身の不安感につけ込んだり、将来の経済状態に対する不安から怪しげな利殖商法で投資を促したり、さらには、親切ごかしや強引かつ巧みな販売攻勢を仕掛けた場合、高齢者の側の防衛能力には自ずと限界があるといわねばならない。そして、高齢者は、自分の労働で収入を得ることが難しいため、被害にあった場合には、直ちに生活資金に困窮することも容易に推測されるところである。早急な救済が図られない場合は、ただちに健康や生命に関わる問題にまで発展する可能性がある。

第3に、高齢者に特有の心理状態の問題がある。これまでに受けてきた教育・社会環境・家族関係・近隣との人間関係などを前提とした場合に、相手を傷つけないようにと気配りし、無碍に相手の申し出を断わることも出来ず、寂しさから優しい言葉にほだされたり、不安の中で困惑して、ついつい自分に不利な意思決定を余儀なくされるたとしても、決して批難できない面がある。しかも、高齢者のプライドは、自分が騙されたという事実があからさまになることを極端に嫌う。被害を恥と感ずるばかりでなく、そもそも被害を被害と感じないこともある。高齢者の**被害者意識の欠如**や権利意識の低さから、被害者としての声を聞き取りにくいとの指摘も少なくないが、これらを、単純に老人の「自己啓発の不足」、「自業自得」などとして片づけることはできない。何といたっても非難されるべきは、老人の心理的弱みや相手に対する遠慮につけ込んで、不当な利益をあげようとする不心得な事業者の態度である。

第4に、高齢者の場合、取引のプロセスで、事業者からいかなる説明を受けたのか、どのようにして被害に巻き込まれたのか、**具体的な事実に関する記憶が曖昧**になっている場合が少なくない。被害者意識の欠如を克服できたとしても、問題を解決しようにも、そのための材料が調わないことが多い。もちろん、自力で紛争を処理したり解決するだけの能力にも乏しいため、結果的には、被害が表に現れないまま次々と傷口を広げていくこともある。そのことは、高齢者の認知能力・問題処理

能力の生理的な衰退による不可避な結果でもある。

(4) やっかいな高齢者の個体差

高齢者問題の処理の難しさは、その**著しい個体差**にある。乳幼児が未成年を経て成年者になるプロセスには、個人差があるにしても、それほど極端なものではない。未成年者固有の財産もさほど大きくないと考えられるため、(年齢はともかく)未成年者保護規定を一律に設けることに抵抗感は少ない。それに較べ、「老い方」は、その程度や経過ともに、まさに人さまざまであって、必ずしも年齢によって規定されるものではない。となると、さしあたりは個体差に合わせた形で問題を処理せざるを得ない。その難しさは、例えば、商品についての危険に対する防止装置の必要性ひとつとってみても明らかである。老化のどの段階から、どの程度の防止装置が必要になっていくのかは、その人ごとに、そして時期ごとに異なる。さらに、以後の老化の進行態様もまちまちである。だからといって、一概に保護が厚ければ厚いほど良いというわけでもない。必要以上の保護は、かえって商品の操作を複雑にしたり、安全装置の過剰反応から本人の行動の自由を阻害したり、社会からの排除をもたらす結果となる可能性もあるからである。また、結果的に老人から社会的危険への適応力をますます奪ってリハビリを遅らせることにもなりかねない。第一、商品自体が高価になって、一般の高齢消費者には手の届かないものになるおそれもある。加えて、どんなに優れた防止装置があったにしても、老人が重篤な認知症にでも至れば、単独で危険を回避することは不可能というほかない。**情報アプローチのみによって、その認知能力を支援することには明らかに限界がある。**

(5) どうすればよいか

高齢消費者の抱える問題に対する**特効薬はない**。しかし、少なくとも、問題に対処するには、いくつかの手法を組み合わせる必要がある。第一は、子供向けの学習机が、成長に応じて高さを変えることが出来るように、老人向けの商品には、多様性や追加的オプションによる柔軟な状況適合力が要求されるとともに、その点についての情報を十分に提供して、高齢者のニーズにあった商品が入手できるように、**実質的な選択の幅を広げておくこと**である。

さらに、他方で、日常的に高齢者の状況を見守り、何がその時点時点での高齢者にとって最も適切なものであるのかを検討・調整し、配慮するという役割を担う人(サポーター)や**支援機関**がどうしても必要であろう。平均的顧客を前提とした、定型的問題処理は、およそ高齢者の切捨てを意味する。高齢者の周辺に、見守りのサポーターを配置することは、制度的には、かなりのコストである。したがって、第1次的には家族や親族、2次的には地域、福祉関係者、それも困難な局面ではボランティアやサポーターの組織化・**連携の強化**を考える必要がある。二次被害の多さを考えると、被害者リストを充実させて、個別の注意喚起や指導を徹底したり(とりわけ体験型の実践的啓発が有効といわれる)、センターや警察との連絡を密にするなどの対策を講じる必要がある。また、他方で、詐欺的勧誘において用いられているツール(バーチャルオフィス、IP電話やレンタル電話、預金口座など)での本人確認の徹底や、被害発生後の保全に向けたすみやかな対応が求められよう*。

***【具体的対策の模索】** 具体的対策は多方面から構築される必要がある。一方では、高齢者を包み込んだ地域コミュニティ造りを推し進めるとともに、たとえば、**都心部に本店を構えた優良会社の外形をもつ会社が、実際には名ばかり社長がバーチャルオフィスを本店所在地と偽装したものが多いこと**を考えると、法人謄本や法務局調査で取締役や監査役の住所さえ判らない状態を改め、少なくとも本店所在地の存在を賃貸契約書や所有の証明等で形式審査するなど登記実務を改訂することや、IP電話やレンタル電話が犯罪に使われている現実をふまえ、契約の際の本人確認を法律上徹底

し、被害者の照会に回答するシステムの確立が必要であろう。また、高齢者被害の大多数が電話と戸別訪問を契機としていることに鑑みると、特商法において広く不招請勧誘を法制化すること、指定権利制を見直して、種々の投資勧誘取引を同法の射程に収めること、さらには、高齢者虐待防止法の適用対象を重大な財産剥奪被害からの救済にまで拡張して行政的対処を容易にすることなどが検討されて良いであろう。

3 問題の展開と課題

現代社会における消費者取引が、定型化・複雑化・機械化(自動化)し、契約の世界に様々な問題を投じていることは周知の通りである。高齢者が、取引の場に登場するとき、問題はさらに特殊な様相を帯びてくる。

(1) 高齢者にふさわしい取引環境とは？

a. 意思能力・行為能力の衰退への対処

第1は、「能力」の問題である。制限能力者として、被後見・被補佐・被補助の審判を受けている場合(成年後見制度の利用)はまだしも、そのような手当を受けていない高齢者が、銀行から多額の預金を引き出して、途中で袋ごと郵便ポストに投函してしまうような事態もあるという。また、相談相手もなく、思考力や情報収集力の衰退した老人を相手に、健康問題や経済不安(ときには不幸な因縁)をちらつかせながら、不当な誘導によって長時間の販売攻勢を受けた末に、大して価値のない商品を法外な値段で売りつけるたり、貴重な貴金属を二束三文で強引に買取するような場合、これを「能力者」のなした取引として放置するわけにはいくまい(「訪問買い取り」については、先頃、特定商取引法の改正によって一定の手当が施された)。

取引交渉に対する耐性の不十分な者に対し、民法は、制限能力者制度を用意し、未成年者や判断能力に問題のある一定の成年者の活動能力を制限した上で、保護機関による支援を予定しているが、これが必ずしも使い勝手の良さを備えているとはかぎらない。新たに導入された「**成年後見制度**」の利用が今ひとつ伸び悩んでいるのは、手続きにかかるコストが、期待される効果に比べて、まだまだ大きいことに由来している。

確かに、取引社会の安全を守るためには、誰が行為能力を制限され、その者に出来ること・出来ないことが予め容易にわかることが必要ではある。しかし、高齢者の状態を熟知しながら、これにつけ込むような事業者について、「取引の安全」を語る必要はあるまい。解釈論として、「事実上の無能力者」を悪意・重過失の相手方から保護することや、**公共機関による支援措置**をすみやかにとれる体制を組む必要がある。

b. 理解の困難と事業者の情報提供義務の限界

第2は、取引内容が、しばしば理解困難な点である。「開示」の重要性は、これまでも消費者保護の手法として強調されてきたところではあるが、高齢者の場合にはその要請が一層大きい。細かな文字をきちんと読んで、複雑な取引形態が持つ意味を理解して取引に臨むことは、高齢者の場合、容易に期待できない。目や耳が不自由になり、身体が思うように動かなくなると、一般の消費者として想定されている人以上に、情報へのアクセスが困難になるからである。高齢者を顧客圏の一部として予想する取引においては、平均的顧客の合理的注意や理解力を基準(平均的合理的消費者基準)とした開示や説明では不充分であって、**開示の方法・態様・表現上の分かりやすさ**にも工夫が求められる。「同意」をとりつけるということは、内容についての的確な理解を前提とするもの

であるという基本に立ち返り、開示や説明のあり方を見直してみることが重要であろう。相手が高齢者であることを認識し得るにもかかわらず、適切な開示義務や説明義務が尽くされていない局面では、広く「錯誤」や説明義務違反が語られて然るべきである。

c. 帰責性の限界

物の「危険」や「瑕疵」を考える場合、あるいは、人の「注意義務」の内容を考える場合も、通常人の情報収集力や判断力、活動力を前提にした水準で高齢者を評価しては、現実と大きくかけ離れた法律論になりかねない。**帰責性に限界**があることを認めた上で、さらに検討が必要である。最近の認知科学は、通常の消費者であっても、情報の与えられ方によって必ずしも合理的判断をするとは限らないことを明らかにしている。ましてや、認知枠組みが時代遅れとなった高齢者においては尚更であって、そのことを責めるのは酷な場合が多い。総じて、事業者には、高齢消費者の財産状態や能力に見合った形での、勧誘・説明行為や商品の提供が求められることになる(→いわゆる「適合性の原則」)。

d. 適合性原則

特定商取引法は、訪問販売などでの禁止行為として「老人その他の者の判断力の不足に乘じ、契約を締結させること」を挙げ(施行規則7条、23条、39条)、金融商品販売法では、事業者が勧誘方針を策定する際に定めるべき項目に「勧誘対象となる者の知識、経験及び財産の状況に照らし配慮すべき事項」をあげるなど、事業活動において高齢者や知的障害者への配慮の必要を強調している(消費者基本法2条2項も参照)。より一般的には、特定取引や特定商品について、資産状況や当事者の知的能力・経験などに照らして、取引への勧誘が制限されるべきであるとの考えがある(「**適合性原則**」)。違反行為が直ちに無効・取消といった私法上の効果に結びつくものではないが、不法行為責任を導くこともあれば、行政指導の根拠ともなる。いまや事業者は、自ら提供する商品をきちんと知って説明するだけでなく(know your goods)、顧客にとって何が必要かに配慮することが求められている(know your customer)。さらにいえば、クレジット会社など、ともに事業を展開している仲間の行動にも一定の責任を負うことが求められているのである(know your partner)。

(2) 高齢者の「財産管理」について

a. 高齢者の資産保全

高齢者の財産管理は二方向で問題になる。一つは、狙われる老人の財産をいかにして保全するかという「**資産保全**」の問題。いま一つは、高齢者のためにいかにしてその資産を活用するかという「**資産活用**」の問題である。前者については、本人自身の意向をできるだけ反映させた資産管理の体制が模索される必要があり、現行無能力制度や代理制度の見直し、特に最近では「成年後見制度」の可能性が注目されていることはいまさら指摘するまでもあるまい。ここでは、不正や犯罪行為、悪質な業者との取引を未然に防いで、推定相続人の理解を得ながら財産の安全な管理を行なう仕組みが要求されている。

b. 高齢者の資産運用

資産の活用・資産運用の問題は、これをさらにすすめて、身体的機能の低下による管理能力の不足を補って高齢者の資産を管理・保全しつつ、これを引当てとした融資等によって高齢者の老後

の生活資金や有料福祉サービスを入手させようとするものである。従来の展開には、なんらかの形で自治体が関与しているところから、制度への信頼度は比較的高いが、人間の寿命という不確定要素に加えて、不動産評価の変動やインフレなどの経済環境の変化を考えると、予測の困難な部分も多く、制度の健全な運営には課題が多い。とりわけ、意思能力が低下した場合、家事援助や介護サービスだけでは十分な監護が困難になって新たな対応が必要になるであろうし、担保切れの事態にどのように対処すべきかも注意を要する。消費者問題としては、特殊な領域に属するが、行政と私法の接点にある問題、信託制度の活用などの検討が重要になる。

c. 扶養問題・相続問題との関わり

ことは扶養義務や相続問題さらには社会保障にまで波及せざるをえないが、おそらくこの問題を避けて通るわけにはいきまい。もっとも、財産管理をめぐる、相続人や縁故者の間で様々な思惑や利害対立が存在し、ときに複数の後見人候補者による「老人の奪い合い」現象や高齢者虐待が生じることもあり、公正な第三者機関による調整活動も要請されよう。家族が、暖かな「藪」となってすべてを包み込むという想定は、必ずしも妥当しないのが現状だからである。

(3) 「医療、介護」について

a. 医療・介護問題と消費者問題

高齢者の消費生活を考える場合、相対的に比重が高くなるのが医療・介護の問題である。医療や介護が「消費」という観念に馴染むかに疑問がないではないが、高齢者の場合、健康関連商品の購入・介護サービスと医療は連続的なものとなることが多い点に留意すべきである。その際、有料福祉や介護サービスに民間事業者が数多く参入している現状を考えると、消費者問題という視点からの検討も、あながち的外れではあるまい(最近の民間取引介在者を持つ「医療機関債」をめぐる問題にも同様の側面がある)。

医療技術の発達は、結果として看護・介護期間の延長をもたらしており、高齢人口比率が高まると、看護・介護への需要そのものも増大する。そのため、社会的には介護需要の抑制策(リハビリ・予防・医療保険システムの見直し)や、このようなサービスを担う人材の確保、介護機器の開発などが重要な課題となる。

b. 老人医療体制の整備

もちろん、老人医療体制そのものの整備も急ぐ必要があり、老人専門の医療機関を充実させて、老人病の特性に応じた医療を展開しなければならない。高齢者は、特定部位が病気に侵されているというより、全体として身体的機能が低下しているために、ある病気が引き金になって、合併症を引き起こしたり、回復が遅れて健康を損なった状態が長期化・慢性化することが多いといわれる。となると、どうしても一般の専門分化した医療体制とは異なって、合併症にも迅速に対応できる総合診療機能、長期・慢性患者の収容機能、看護・介護・リハビリテーション機能などの特殊機能が要請されるわけで、こうした老人医療機関のネットワーク化もまた必要となる。

震災直後には、高齢者に対する医療水準が極度に低下したため、深刻な事態が発生した。長期にわたる避難所での生活が、これまで健康であった老人の身体能力を奪う結果にもなったことも忘れてはなるまい。同じ条件下に置かれた場合でも、高齢者には、相対的に過酷な環境となりやすく、その点についての身体的感応力の弱さが、結果的に深厚な被害につながりやすいわけである。

(4) 有料老人ホーム問題

高齢化と消費者問題にかかわる典型的問題として、「有料老人ホーム」問題に触れよう。有料老人ホーム契約が「終身にわたる居住と介護サービス」というきわめて特殊な給付を目的とする契約であるだけに、伝統的な契約理論による把握には容易ならざるものがある。相対的に「約款」の持つ意味が重要となってくるが、その内容についても種々の問題が指摘されている。

第1に、有料老人ホーム契約は、入居段階でこそ市場的性格を持つが、入居後は**消費共同体としての自己完結性をもったきわめて閉鎖的な性格のもの**に変わる。極端な言い方をすれば、閉じた社会の中で、入居者が持ち寄った資金を共同で消費していくに過ぎない。従って、入居後の問題の重心は、持ち寄った資金をどのように有効かつ計画的に消費し、長期的に安定した形で当初の契約目的を遂行していくか、関係解消時の清算をどうするかといった点に移ることになる。

第2は、その、**高額商品・複合的役務給付・複雑な料金システムと対価関係の透明度の低さ**に関わる。入居一時金は、2000万円程度から数億円というものまであって、概して高額であり、「極めて巨額のプリペイドカードを買うようなもの」である。にもかかわらず、その購入しようとしている目的物が、果たして対価に見合うものであるかどうかを判断することは、消費者にとって決して容易ではない。将来の状況変化が見通せないだけでなく、契約目的物が、居室や住環境を含めての、長期にわたる食事や介護などの複合的役務の提供であるため、対価関係の透明度は著しく低い。入居契約前の段階において、ホームでの生活についての正確でバランスの取れた情報（現実とあまりかけ離れることのないイメージ）を判断材料にできるようにすることは、入居後の不満やトラブルの発生を予防する意味でも重要な課題であり、また、期待にそぐわない商品であったことが判明した場合の契約解消にともなう清算方法についても予め十分に了解されていることが必要となる（消費者委員会「有料老人ホームの前払金に係る契約の問題に関する建議」[平成22年12月17日]も参照）。最低3ヶ月程度は、入居一時金の返還をともなう解約を保証する必要がある（3ヶ月ルール）。

第3に、ホームでの生活は終身にわたることが予定されているため、その契約期間は長期かつ不確定である。次々と入居してくる新たな構成員まで含めると、事業者としては半永久的な給付の継続を予定しなければならない。事業の性格上、設置段階から、建物老朽化に伴う建て替え問題を含め、できうる限りの慎重さをもって相当に**長期の将来設計**を立てておくことがホーム側に強く要求されるが、集団そのものは事実として終身にわたる運命共同体であり、契約関係を解消して新たな取引先を求めることの難しさを考えると、むしろ事情の変化には積極的に適応させていく柔軟さも必要である。

第4に、**給付内容の適正判断の難しさ**があげられる。役務一般についてそうであるように、何が適切かつ完全な給付であるのかの客観的基準は、一概に決定できるものでない。一方で、できる限りの定量化をはかりながら、定量化しきれない部分については、合意されたところの契約目的に照らして、給付の時期や期間・態様とりわけ能率性・約束された成果・前提とされた給付提供者の資格の存否、当事者のおかれた状況などを総合的に勘案して判断するほかない。もっとも、ことが、老人の生活・健康・安全に関わるだけに、状況に応じた弾力性を認めつつも、最低限守られるべき「水準」の維持や、サービスの「規格」という観念を持ち込むことも重要である。

第5は、いったん開始された契約関係を解消することの難しさである。もちろん、入居者の側から契約関係を解消したいと考えた場合に、その自由を制限して不当に拘束することが許されるべきではない。しかし、ホーム側からの一方的解消は入居者にとって文字どおりの死活問題となりかねない。

ホーム側の債務不履行に対する入居者からの解除についても同様であり、それまでの住居を処分したり手持ちの老後資金の大部分を投入せざるをえない多数の入居者の存在を考えると、契約関係を解消することによって問題を解決しようとする手法は、路頭に迷う老人を生み出すことにもなる。したがって、制度全体を考える場合には、本格的な契約関係に入る前に体験入居などを通じて当事者の熟慮を最大限可能にして、不本意な契約からは決定的な経済ダメージを受けない内に速やかに撤退できるようにすることが必要であるし、入居後は、むしろ長期の安定的関係維持こそが最重要課題ということになる。かりに契約関係解消という事態が不可避であるとしても、公的機関とのタイ・アップを通じて退去後の生活に対する配慮が要請される。

最後に、ここでも顧客の利害判断能力の相対的劣位と衰退の進行が重要な問題である。入居者は、加齢とともに、否応なく判断能力や活動能力の低下を経験することになる。契約が終身であることを考えると、最終段階では程度の差こそあれ誰もが無能力状態を迎えることは避けられない。入居者に要求される注意義務の程度は能力低下に応じて考慮されねばならないし、ホーム側が払うべき注意義務の程度は逆比例して高められねばなるまい。入居者にしてみると、債権者としての立場で、受けるべき給付内容を吟味・交渉し、監視する能力や自己の利益を防衛する能力が衰退していくわけであるから、これを後見的に補完していくような「しかけ」を考えておくことも重要である。同時に、高齢者の財産管理能力についての配慮も必要になる。

以上のように、有料老人ホーム契約は、高齢化にともなう消費者問題を集約したような問題領域であるが、根本的な問題は、老人ホームが営利団体によって運営されているという事実が、やがて福祉と市場原理の相克に突き当たることを意味している点にある。入居者の高齢化が進んで、かなり密着した高額介護を必要とする段階になったときに、この問題は深刻な様相を呈する。そもそもこの事業が、良心的な介護をすればするほど金がかかって経営を圧迫する一方で、コストを切り詰め、入居者が早く死ねば、それだけ回転率が高くなって入居一時金が入って儲る(経営が安定する)という「悪魔的なしくみ」を内包していることから我々は目をそらすべきではない。だとすれば、営利事業としての活動としては自ずと限界があり、一定のところではホームの経営を社会保障や福祉行政と連結させることも不可避と言わねばなるまい。

4 小括

高齢化は、私法の領域だけでなく、医療、福祉、社会保障といった様々の角度からの協力と連携によって、乗り切っていかなければならぬ我々共通の課題である。世界共通の統計数値として「高齢者(65歳以上)」の5%が、認知症になるとされている。したがって、このまま推移すると、やがて日本人の50人に1人は認知症を煩っているという計算になる(全人口の40%×0.05)。寝たきりになったり心身が衰弱する可能性の高い、75歳以上の、いわゆる「後期高齢人口」は、平成30年には総人口の12.1%に達する。老人介護の問題は、決して楽観できない。高齢者はもはや少数の例外的存在ではない。「老い」は誰にでも訪れる、普遍的な問題である。懸命に社会を支えてきた人々が、その荷物を降ろして豊かな老後を送れるようにと願うことは、同じ社会の構成員として当然の思いである。しかし、人的・物的資源の問題を含めて、各論的な課題の具体的青写真をつくらんとすると決して容易でない。時間をかけてでも、自分のこととして、みんなで知恵を出し合って真剣に考えていかなければならない。

まずは、住居・交通・消費生活といった社会生活の基本的なところで、老人が自立した個人として

あたら限り生活しやすい安全・安心な社会環境を整備すること、老人の経験や智恵を生かせる場と生き甲斐を提供すること、「排除の論理」や「保護の論理」ばかりでなく、「支援の論理」を組み合わせることによって、社会の必須の構成メンバーとして老人を社会に組み込んでいけるように考えていきたいものである。かつては、「家族」がすべてを包み込む繭のような存在となるべく期待されたが、核家族化の進展とともに、身内を含めた「無縁社会」とでも呼ぶべき社会状況が進行していることは否定できない。3. 11東日本大震災を契機として、あらためて社会の連帯や人間の「絆」が再び問い直されているのも、決して偶然のことではあるまい。

今後の高齢者保護は、一定の社会的しかけが、どの程度まで従来の家族的機能を補完できるかにかかっているといても過言ではない。高齢者虐待等の被害から高齢者を守ることはいうまでもないが、どんなに急いでいても、老人が、まだタラップを昇りきっていないうちにバスを発車させるようなまねは慎まねばならないし、高齢者自身の生き甲斐を支えることも必要になろう。今や、社会全体が成熟して、むしろ減速すべき時代を迎えていると考えるべきではなかろうか。高齢者に優しい生活環境や社会環境は、決して無駄やぜいたくなどではなく、結局、我々自身のゆとりと財産ともなるのであるように思われるが、どうであろうか。

(かわかみ・しょうじ)

参考図表

(参考1) 高齢化をめぐる消費者被害の現況(事例、相談件数)

〔事例1〕 劇場型勧誘、過去の未公開株を買い取る ともちかけられた社債の契約

A社から、「X社の社債の購入を希望する人がいる。その人は自分の代わりに購入してくれれば、あなたが過去に購入した未公開株1650万円分を買い取ると言っている」という電話があった。教えられたX社に電話をかけると、「アゼルバイジャン共和国で炭鉱事業を行っており、今年11月に上場する予定である。ただし、わが社の社債は49人しか申し込めず、残りはあと3人である」と言われた。早速、1口20万円で25口(500万円分)を申し込んだ。

A社に連絡したが、未公開株を買い取ってくれるはずの人とは結局連絡がつかなかった。代わりに申し込んだ社債の費用については、500万円を振り込むか、解約するなら違約金として3割を支払うようX社から要求されている。〔60歳代男性〕

〔事例2〕 「グリーン電力証書」を次々に購入させられたが謝礼も代金も支払われない

太陽光発電事業関連のA社からパンフレットが届いた。その後、B社から、「A社のパンフレットと契約書が届いていないか。それがあれば、A社が発行する『グリーン電力証書』を購入できる。50歳以上の個人しか買うことができないので、代わりに買ってあげれば1口につき5万円の謝礼を支払う。代金はあとで当社が支払う」と電話があったので、A社に「グリーン電力証書」の購入を申し込んだ。さらに、B社から買い増しを勧められたので150万円を振り込んだ。しかし、立て替えたお金も謝礼も支払われない。〔70歳代女性〕

〔事例3〕 過去に買ったスーダン通貨を買い取る条件と言われてアフガニスタン通貨を購入

2、3ヶ月前にスーダン通貨を250万円分購入し、損をしたことがある。先日、別の業者から電話があり、「あなたのスーダン通貨を高額で買い取る。買取りの条件としてアフガニスタン通貨を購入してもらい必要がある」と言われ、45万円を振り込んだ。その後、息子に話したら、騙されていると言われた。〔80歳代男性〕

〔事例4〕 民生委員からの連絡でわかった父親の自宅リフォーム次々契約

民生委員からの連絡で、高齢の認知症の父親が、業者に言われるまま、自宅のリフォーム工事を契約していることがわかった。家の中を探したところ、屋根のふき替え工事、外壁塗装工事、門扉の工事など次々契約した書類が出てきた。約2か月の間に6件、合計約1300万円の契約をしていた。高額で、必要のない工事なので、解約したい。〔契約当事者は80歳代男性〕

〔事例5〕 実は貴金属が目当てだった、強引な訪問 買取

「不要な着物を譲ってほしい」と女性から電話があり、少し不安だったが「ちゃんとした人を行かせる」と言うので来てもらった。着物はざっと見ただけで、今度は「貴金属を見せてほしい」と言う。断ったが「見るだけだから」としつこく言うので見せたら、半ば強引に、着物5点と貴金属を宝石箱ごと6万7000円で買い取られてしまった。キツネにつままれたような気分で、後になってとても後悔し、翌朝すぐにやめたいと申し出たが、すでに手許にないと言われた。〔60歳代女性〕

〔事例6〕 1回分ずつ切ってあった薬を包装ごと飲んでしまい喉に刺さった

薬の包装を朝昼晩の分に小さく分けて切っている。小さいので薬だと思い、そのまま包装ごと飲んでしまい、喉に刺さった。〔80歳代女性〕

〔事例7〕 和菓子と間違えて石鹼をかじってしまった

デイサービスに通所している男性の下唇が腫れており、時間とともに上唇まで腫れてきたため医師の診察を受けてもらった。ケアマネジャーが確認すると、自宅にあったお祝い返しの石鹼が和菓子そっくりで、歯形がついていた。本人は要介護であるが認知症ではない。〔90歳代男性〕

(出所)「現代 消費者法 No.15/2012.6」

2011年度の契約当事者年代別・性別にみた上位商品・役務等別相談件数

全体			60歳代			女性		
順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数
1	アダルト情報サイト	8,904	1	アダルト情報サイト	8,429	1	サラ金・フリーローン	3,514
2	サラ金・フリーローン	8,843	2	サラ金・フリーローン	5,305	2	ファンド型投資商品	3,221
3	ファンド型投資商品	4,628	3	賃貸アパート・マンション	1,509	3	商品一般	2,171
4	商品一般	3,683	4	商品一般	1,505	4	化粧品	1,768
5	賃貸アパート・マンション	2,914	5	ファンド型投資商品	1,399	5	公社債	1,603
6	相談その他	2,556	6	デジタルコンテンツその他	1,379	6	賃貸アパート・マンション	1,401
7	公社債	2,511	7	インターネット接続回線	1,364	7	相談その他	1,363
8	デジタルコンテンツその他	2,413	8	相談その他	1,188	8	アクセサリ	1,310
9	修理サービス	2,328	9	放送サービス	1,139	9	健康食品	1,281
10	インターネット接続回線	2,286	10	四輪自動車	1,092	10	株	1,250
11	株	2,279	11	修理サービス	1,075	11	修理サービス	1,247
12	放送サービス	2,134	12	生命保険	1,034	12	宝くじ	1,109
13	生命保険	2,091	13	株	1,022	13	生命保険	1,054
14	宝くじ	2,005	14	移動通信サービス	930	14	デジタルコンテンツその他	1,033
15	化粧品	1,922	15	公社債	905	15	新聞	995
16	新聞	1,879	16	宝くじ	889	16	放送サービス	989
17	健康食品	1,788	17	新聞	879	17	インターネット接続回線	917
18	四輪自動車	1,543	18	出会い系サイト	771	18	他の役務サービス	879
19	他の役務サービス	1,540	19	他の役務サービス	660	19	その他金融関連サービス	811
20	移動通信サービス	1,504	20	その他金融関連サービス	627	20	クリーニング	787
21	アクセサリ	1,500	21	新築工事	614	21	ふとん類	665
22	その他金融関連サービス	1,443	22	他の教養・娯楽サービス	561	22	飲料	642
23	出会い系サイト	1,033	23	住宅ローン	548	23	移動通信サービス	574
24	クリーニング	992	24	テレビ	529	24	婦人洋服	572
25	飲料	991	25	健康食品	505	25	冠婚葬祭互助会	541

全体			70歳以上			女性		
順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数
1	ファンド型投資商品	7,360	1	サラ金・フリーローン	2,993	1	ファンド型投資商品	4,897
2	健康食品	5,412	2	アダルト情報サイト	2,707	2	健康食品	4,047
3	サラ金・フリーローン	5,373	3	ファンド型投資商品	2,433	3	商品一般	3,423
4	商品一般	5,343	4	株	2,415	4	公社債	2,892
5	公社債	4,927	5	宝くじ	2,113	5	新聞	2,756
6	株	4,807	6	公社債	2,026	6	ふとん類	2,584
7	新聞	4,304	7	商品一般	1,896	7	株	2,388
8	宝くじ	3,901	8	新聞	1,533	8	サラ金・フリーローン	2,365
9	修理サービス	3,330	9	放送サービス	1,468	9	修理サービス	2,026
10	ふとん類	3,052	10	健康食品	1,346	10	宝くじ	1,777
11	放送サービス	2,993	11	修理サービス	1,294	11	相談その他	1,766
12	相談その他	2,941	12	相談その他	1,166	12	アクセサリ	1,659
13	アダルト情報サイト	2,818	13	インターネット接続回線	1,128	13	生命保険	1,535
14	生命保険	2,548	14	その他金融関連サービス	1,061	14	放送サービス	1,520
15	その他金融関連サービス	2,489	15	生命保険	1,002	15	化粧品	1,470
16	他の役務サービス	2,225	16	他の役務サービス	950	16	その他金融関連サービス	1,420
17	賃貸アパート・マンション	1,957	17	賃貸アパート・マンション	911	17	他の役務サービス	1,271
18	アクセサリ	1,892	18	屋根工事	860	18	家庭用電気治療器具	1,185
19	インターネット接続回線	1,734	19	他の教養・娯楽サービス	818	19	賃貸アパート・マンション	1,043
20	家庭用電気治療器具	1,655	20	デジタルコンテンツその他	704	20	鮮魚	998
21	屋根工事	1,652	21	移動通信サービス	592	21	冠婚葬祭互助会	863
22	化粧品	1,609	22	冠婚葬祭互助会	541	22	飲料	859
23	鮮魚	1,482	23	飲料	540	23	浄水器	851
24	冠婚葬祭互助会	1,407	24	四輪自動車	517	24	屋根工事	791
25	飲料	1,404	25	塗装工事	505	25	預貯金	628

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

(出所) 国民生活センター報道発表資料

(参考2) 高齢化関連指標

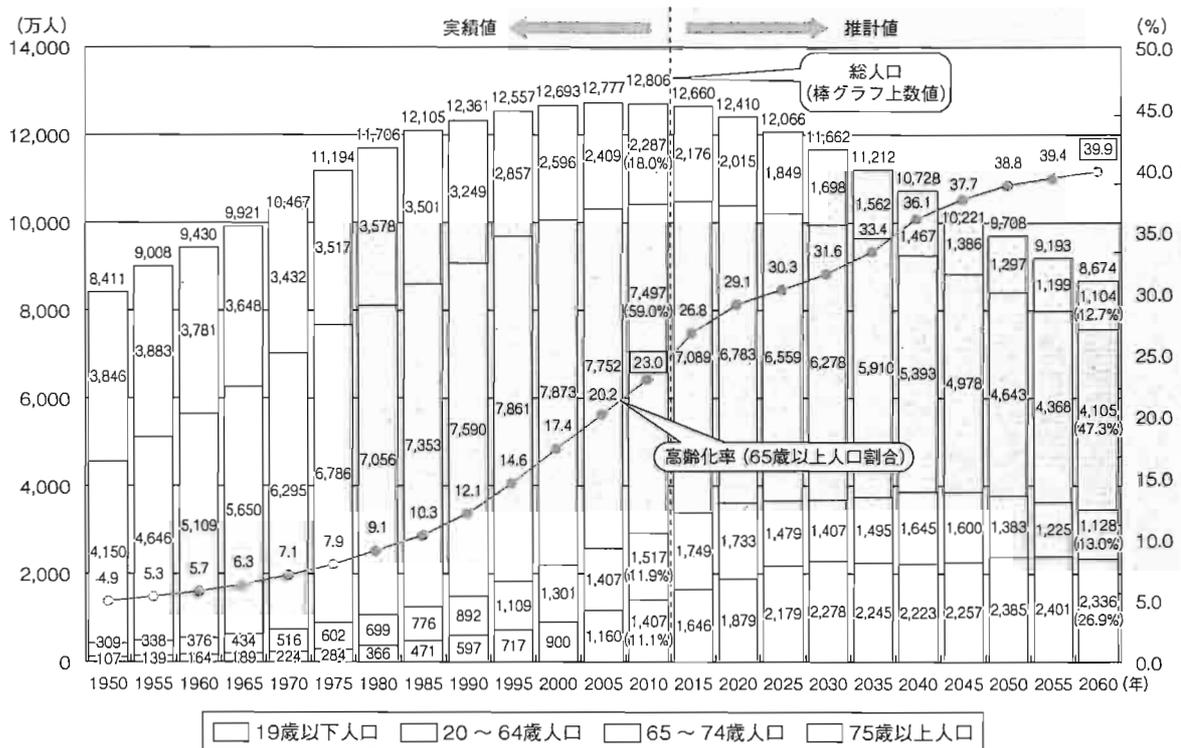
図表1 高齢化の現状

単位：万人（人口）、%（構成比）

		平成23年10月1日			平成22年10月1日		
		総数	男	女	総数	男	女
人口 (万人)	総人口	12,780	6,218 (性比) 94.8	6,562	12,806	6,233 (性比) 94.8	6,573
	高齢者人口 (65歳以上)	2,975	1,268 (性比) 74.3	1,707	2,925	1,247 (性比) 74.3	1,678
	65~74歳人口 (前期高齢者)	1,504	709 (性比) 89.2	795	1,517	715 (性比) 89.0	803
	75歳以上人口 (後期高齢者)	1,471	559 (性比) 61.3	912	1,407	532 (性比) 60.8	875
	生産年齢人口 (15~64歳)	8,134	4,095 (性比) 101.4	4,039	8,103	4,068 (性比) 100.8	4,035
	年少人口 (0~14歳)	1,671	855 (性比) 104.9	815	1,680	860 (性比) 104.9	820
構成比	総人口	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	高齢者人口 (高齢化率)	23.3	20.4	26.0	23.0	20.2	25.7
	65~74歳人口	11.8	11.4	12.1	11.9	11.6	12.3
	75歳以上人口	11.5	9.0	13.9	11.1	8.6	13.4
	生産年齢人口	63.6	65.9	61.6	63.8	65.9	61.8
	年少人口	13.1	13.8	12.4	13.2	13.9	12.6

資料：平成23年は、総務省「人口推計」(平成23年10月1日現在)
 平成22年は、総務省「国勢調査」(構成比の算出には分母から年齢不詳を除いている)
 (注)「性比」は、女性人口100人に対する男性人口

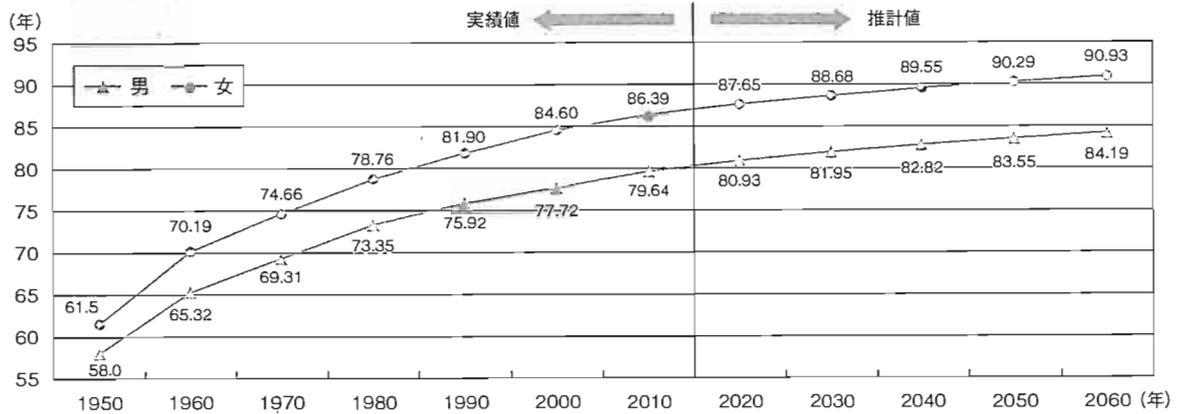
図表2 高齢化の推移と将来推計



資料：2010年までは総務省「国勢調査」、2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果
 (注) 1950年～2010年の総数は年齢不詳を含む

図表 3

平均寿命の推移と将来推計

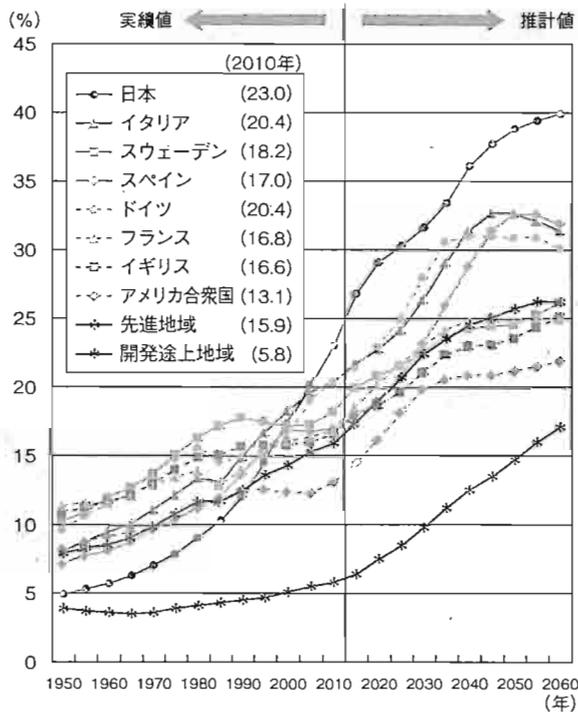


資料：1950年及び2010年は厚生労働省「簡易生命表」、1960年から2000年までは厚生労働省「完全生命表」、2020年以降は、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果
 (注) 1970年以前は沖縄県を除く値である。0歳の平均余命が「平均寿命」である。

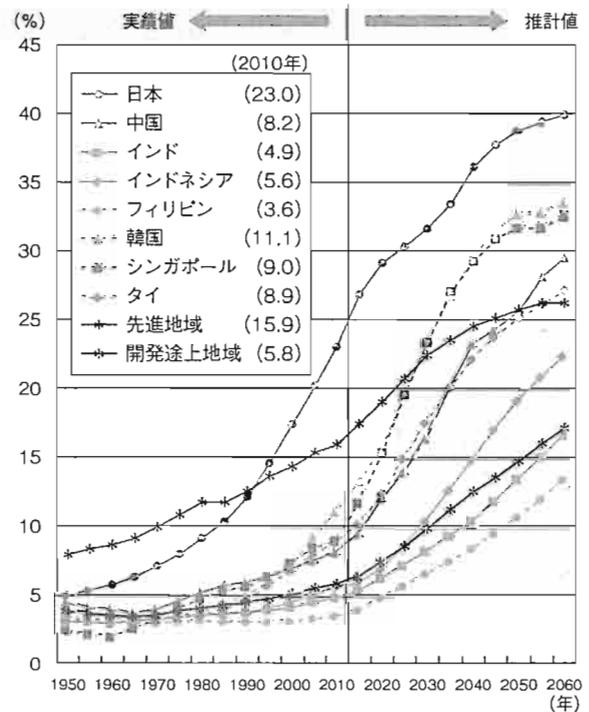
図表 4

世界の高齢化率の推移

1. 欧米



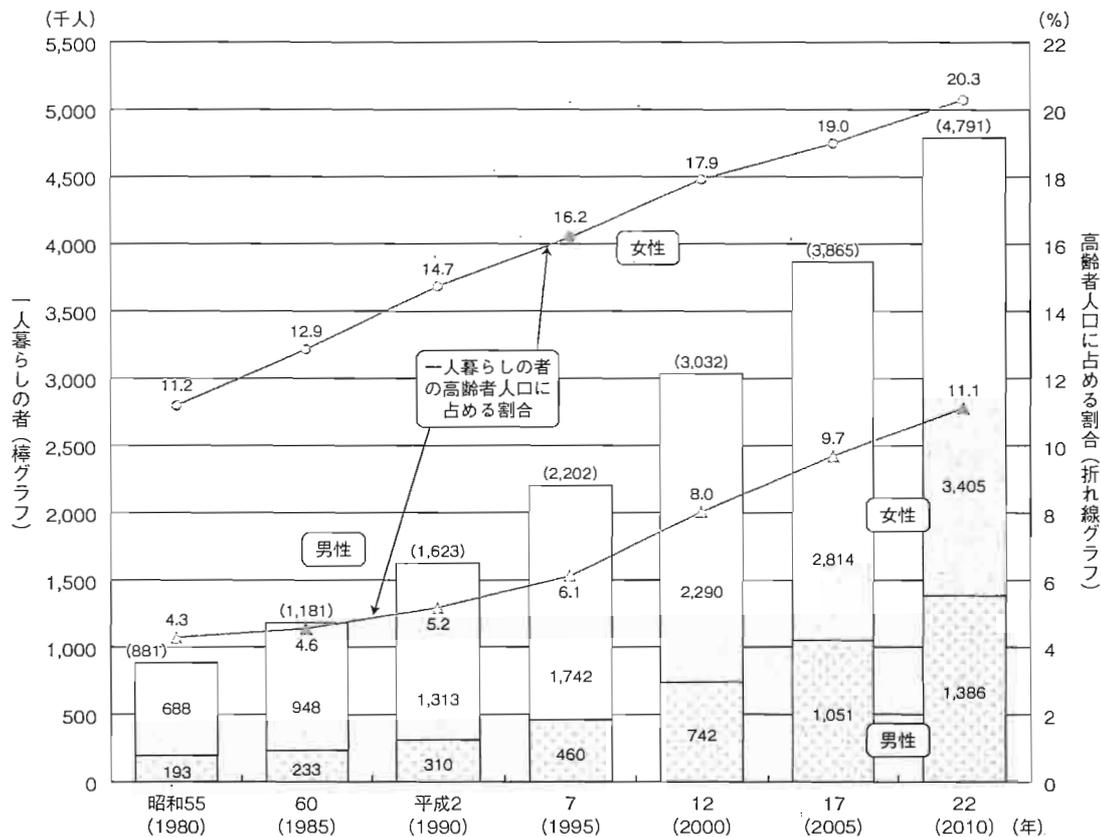
2. アジア



資料：UN, World Population Prospects : The 2010 Revision
 ただし日本は、2010年までは総務省「国勢調査」、2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果による。
 (注) 先進地域とは、北部アメリカ、日本、ヨーロッパ、オーストラリア及びニュージーランドからなる地域をいう。
 開発途上地域とは、アフリカ、アジア（日本を除く）、中南米、メラネシア、ミクロネシア及びポリネシアからなる地域をいう。

図表 5

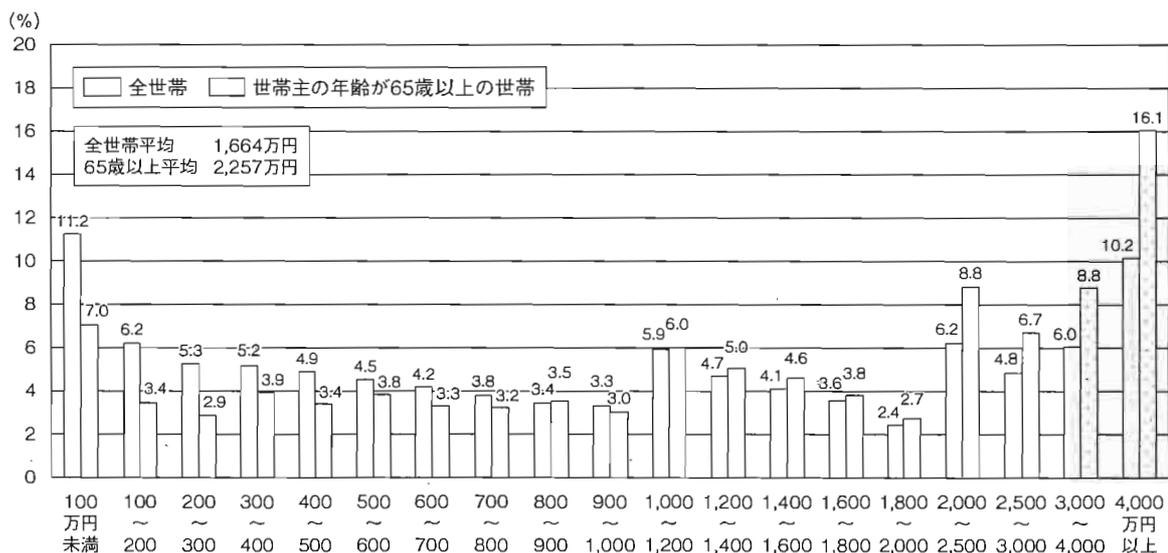
一人暮らし高齢者の動向



資料：総務省「国勢調査」
 (注1)「一人暮らし」とは、上記の調査・推計における「単独世帯」のことを指す。
 (注2)棒グラフ上の()内は65歳以上の一人暮らし高齢者の男女計
 (注3)四捨五入のため合計は必ずしも一致しない。

図表 6

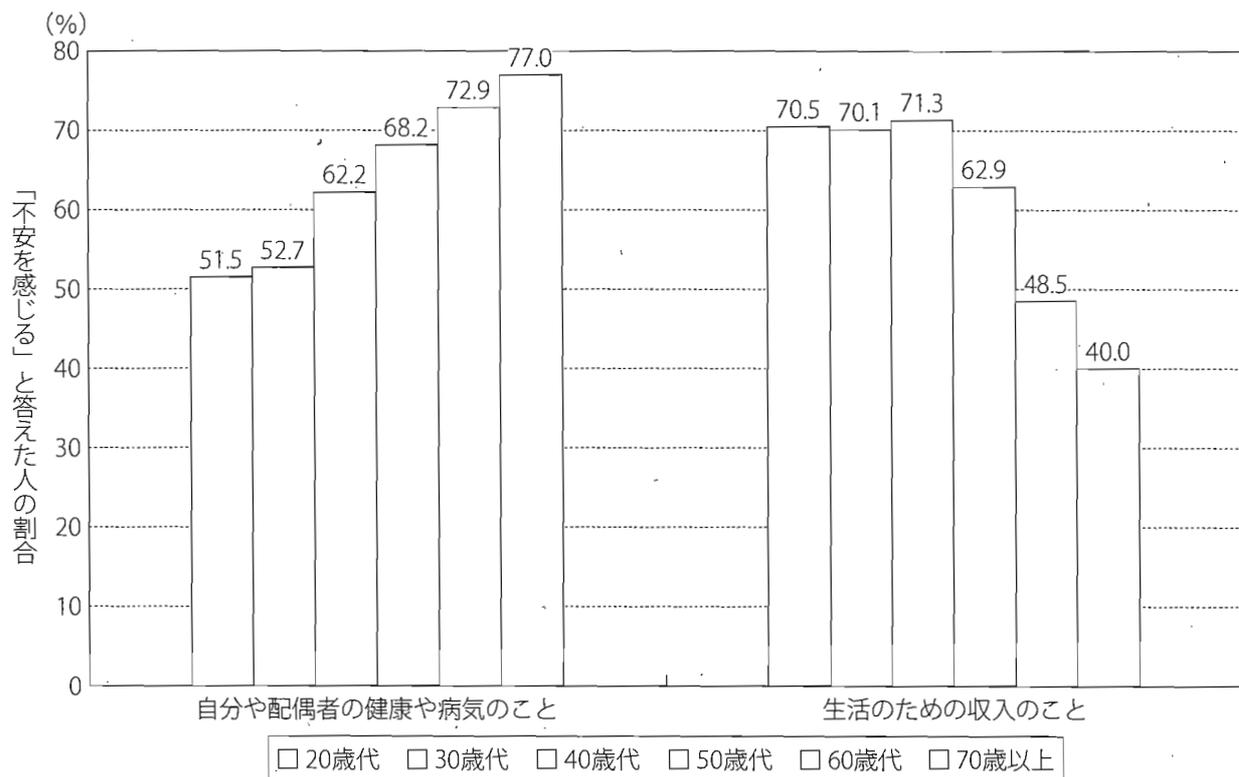
貯蓄現在高階級別世帯分布



資料：総務省「家計調査(二人以上世帯)」(平成23年)
 (注1)単身世帯は対象外
 (注2)ゆうちょ銀行、郵便貯金・簡易生命保険管理機構(旧日本郵政公社)、銀行、その他の金融機関への預貯金、生命保険の掛金、株式・債券・投資信託・金銭信託などの有価証券と社内預金などの金融機関外への貯蓄の合計

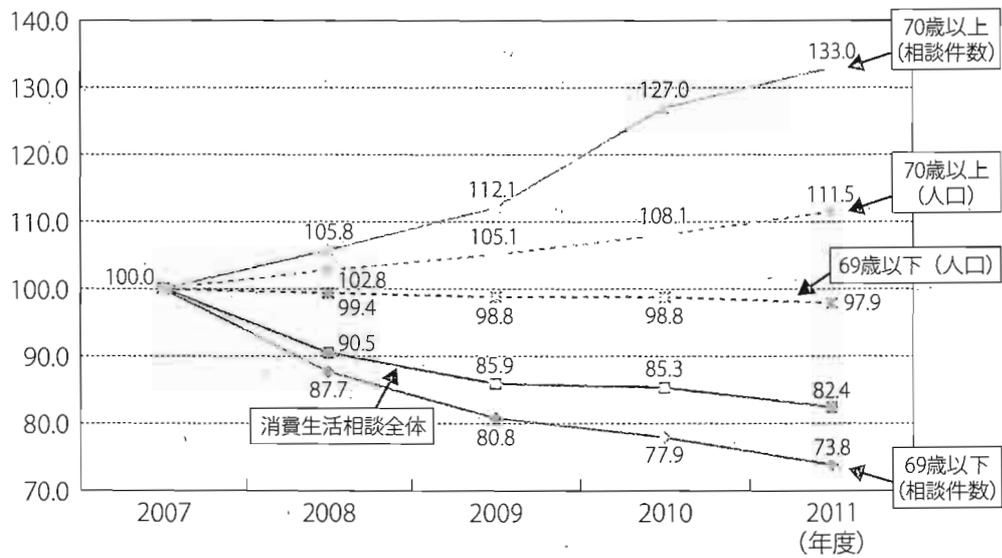
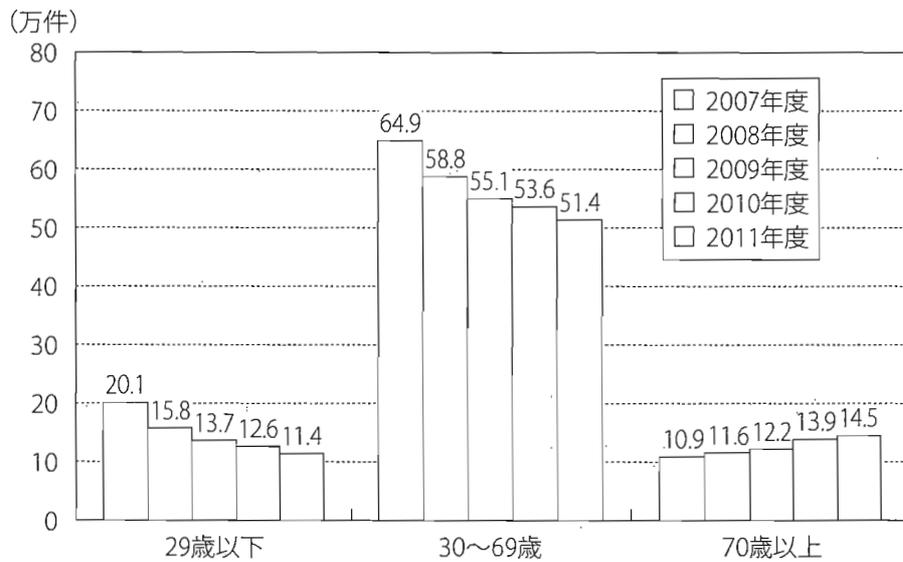
図表 7

年代が上がるにしたがって将来の健康や病気に不安を感じている



(備考) 1. 消費者庁「消費生活に関する意識調査」(2011年度)
 2. 「あなたは、将来の自分の日常生活全般について、次のような不安を感じていますか。(あてはまるもの全てに○)」との間に対して、「不安を感じる」と答えた人の年代別の割合。

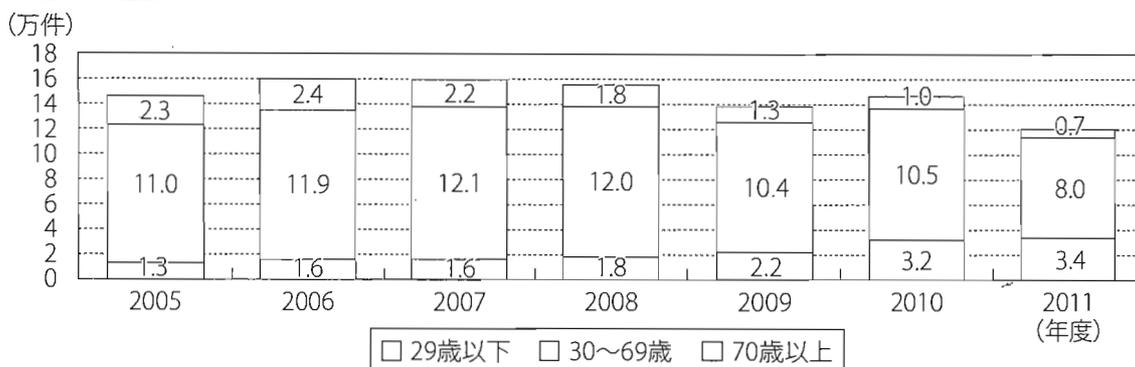
図表 8
 全体の相談件数が減少する中、高齢者の相談は年々増加



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2012年4月30日までの登録分)及び総務省「人口推計」より作成。
 2. 総務省「人口推計」は各年10月1日現在の数値。
 3. 下図は2007年度を100とした指数。

図表 9

「金融・保険サービス」に関する相談のうち、高齢者の相談は顕著に増加



(備考) PIO-NETに登録された「金融・保険サービス」に関する消費生活相談情報(2012年4月30日までの登録分)。

図表 10

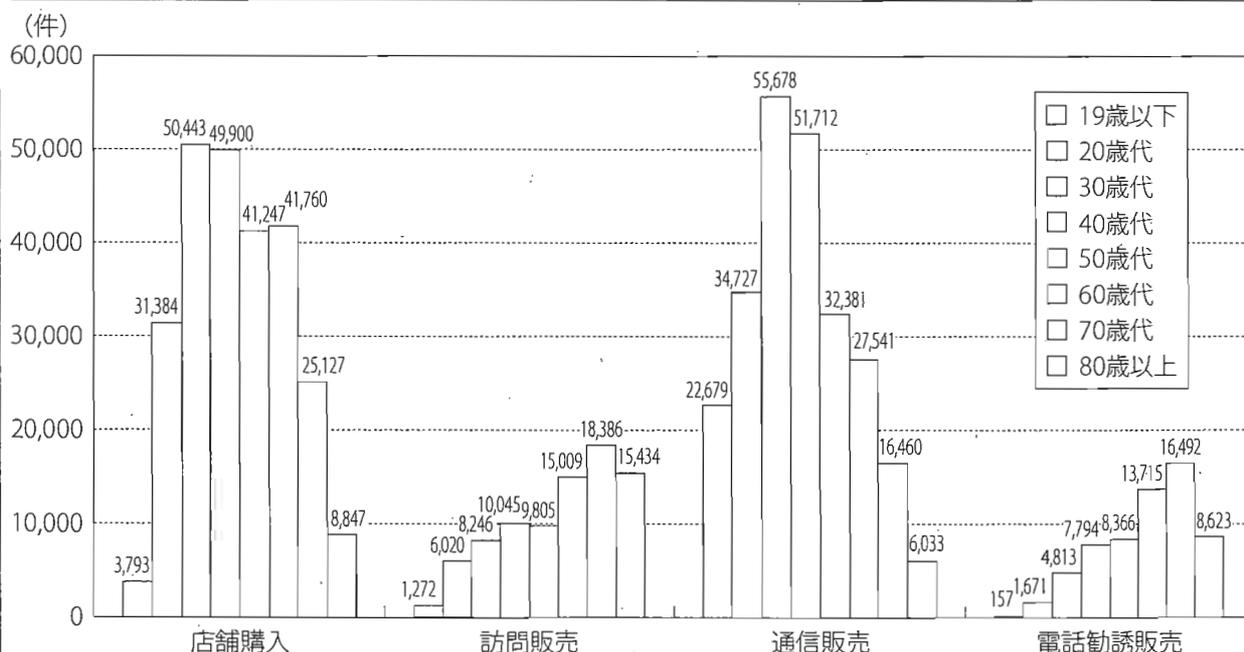
高齢者は儲け話に関するトラブルが多い

	2002年度		2011年度	
	品目	件数	品目	件数
1	ふとん	4,986	ファンド型投資商品	7,224
2	浄水器	2,913	フリーローン・サラ金	5,275
3	フリーローン・サラ金	2,790	商品一般	5,262
4	床下換気扇	2,127	公社債	4,865
5	新聞	2,085	新聞	4,196
6	修理サービス	1,850	未公開株	3,886

(備考) 1. PIO-NETに登録された高齢者(70歳以上)の消費生活相談情報の上位品目(2012年4月30日までの登録分)。
2. 「商品一般」とは、商品の相談であるが、分類を特定できないもの等。

図表 11

販売購入形態別にみると「訪問販売」「電話勧誘販売」のトラブルは高齢者に多い



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2012年4月30日までの登録分)。
2. 2011年度に受け付けられた相談を集計したもの。
3. 年齢が不明、無回答(未入力)のものを除く。

図表 12 都道府県別高齢化率の推移

単位：%

	昭和50年 (1975)	平成21年 (2009)	平成47年 (2035)
全国	7.9	22.7	33.7
北海道	6.9	24.2	37.4
青森県	7.5	24.9	38.2
岩手県	8.5	26.8	37.5
宮城県	7.7	22.1	33.8
秋田県	8.9	28.9	41.0
山形県	10.1	27.0	36.3
福島県	9.2	24.7	35.5
茨城県	8.4	22.0	35.2
栃木県	8.3	21.7	33.6
群馬県	8.8	23.1	33.9
埼玉県	5.3	20.0	33.8
千葉県	6.3	21.0	34.2
東京都	6.3	20.9	30.7
神奈川県	5.3	20.0	31.9
新潟県	9.6	26.1	36.6
富山県	9.5	26.0	36.0
石川県	9.1	23.5	34.5
福井県	10.1	24.8	34.0
山梨県	10.2	24.3	35.3
長野県	10.7	26.2	35.6
岐阜県	8.6	23.6	33.6
静岡県	7.9	23.3	34.6
愛知県	6.3	19.8	29.7
三重県	9.9	23.8	33.5
滋賀県	9.3	20.2	29.9
京都府	9.0	23.1	32.3
大阪府	6.0	22.0	33.3
兵庫県	7.9	22.8	34.3
奈良県	8.5	23.5	36.8
和歌山県	10.4	26.7	38.6
鳥取県	11.1	25.9	34.5
島根県	12.5	29.0	37.3
岡山県	10.7	24.9	33.4
広島県	8.9	23.7	34.5
山口県	10.2	27.5	37.4
徳島県	10.7	26.6	36.7
香川県	10.5	25.4	35.9
愛媛県	10.4	26.2	37.0
高知県	12.2	28.4	37.4
福岡県	8.3	22.0	32.6
佐賀県	10.7	24.3	34.2
長崎県	9.5	25.7	37.4
熊本県	10.7	25.5	35.6
大分県	10.6	26.4	35.6
宮崎県	9.5	25.6	36.9
鹿児島県	11.5	26.3	35.9
沖縄県	7.0	17.5	27.7

資料：昭和50年は総務省「国勢調査」、平成21年は総務省「人口推計」、平成47年は国立社会保障・人口問題研究所「日本の都道府県別将来推計人口（平成19年5月推計）」

- 7%未満
- 7%以上14%未満
- 14%以上22.7%未満
- 22.7%以上30%未満
- 30%以上

図表 13

都道府県別高齢化率の推移

	平成23年 (2011)			平成47年 (2035)	高齢化率の伸び (ポイント)
	総人口(千人)	65歳以上人口 (千人)	高齢化率(%)	高齢化率(%)	
北海道	5,486	1,382	25.2	37.4	12.2
青森県	1,363	355	26.1	38.2	12.1
岩手県	1,314	358	27.3	37.5	10.2
宮城県	2,327	520	22.4	33.8	11.4
秋田県	1,075	319	29.7	41.0	11.3
山形県	1,161	321	27.6	36.3	8.7
福島県	1,990	502	25.2	35.5	10.3
茨城県	2,958	676	22.9	35.2	12.3
栃木県	2,000	447	22.3	33.6	11.3
群馬県	2,001	479	23.9	33.9	10.0
埼玉県	7,207	1,506	20.9	33.8	12.9
千葉県	6,214	1,370	22.0	34.2	12.2
東京都	13,196	2,713	20.6	30.7	10.1
神奈川県	9,058	1,865	20.6	31.9	11.3
新潟県	2,362	624	26.4	36.6	10.2
富山県	1,088	287	26.4	36.0	9.6
石川県	1,166	279	23.9	34.5	10.6
福井県	803	202	25.2	34.0	8.8
山梨県	857	213	24.8	35.3	10.5
長野県	2,142	571	26.7	35.6	8.9
岐阜県	2,071	504	24.3	33.6	9.3
静岡県	3,749	903	24.1	34.6	10.5
愛知県	7,416	1,530	20.6	29.7	9.1
三重県	1,847	451	24.4	33.5	9.1
滋賀県	1,414	295	20.9	29.9	9.0
京都府	2,632	624	23.7	32.3	8.6
大阪府	8,861	2,012	22.7	33.3	10.6
兵庫県	5,582	1,304	23.4	34.3	10.9
奈良県	1,396	340	24.4	36.8	12.4
和歌山県	995	274	27.5	38.6	11.1
鳥取県	585	155	26.4	34.5	8.1
島根県	712	207	29.1	37.3	8.2
岡山県	1,941	493	25.4	33.4	8.0
広島県	2,855	693	24.3	34.5	10.2
山口県	1,442	407	28.2	37.4	9.2
徳島県	780	212	27.1	36.7	9.6
香川県	992	258	26.1	35.9	9.8
愛媛県	1,423	382	26.9	37.0	10.1
高知県	758	220	29.0	37.4	8.4
福岡県	5,079	1,144	22.5	32.6	10.1
佐賀県	847	209	24.7	34.2	9.5
長崎県	1,417	371	26.2	37.4	11.2
熊本県	1,813	467	25.8	35.6	9.8
大分県	1,191	319	26.8	35.6	8.8
宮崎県	1,131	293	25.9	36.9	11.0
鹿児島県	1,699	450	26.5	35.9	9.4
沖縄県	1,401	242	17.3	27.7	10.4

資料：平成23年は総務省「人口推計」、平成47年は国立社会保障・人口問題研究所「日本の都道府県別将来推計人口（平成19年5月推計）」

（出所）図表 1～6 及び 13 は内閣府「平成 24 年版高齢社会白書」、図表 12 は同「平成 23 年版高齢社会白書」、図表 7～11 は消費者庁「消費者問題及び消費者政策に関する報告（2009～2011 年度）」から抜粋