

消費者問題シンポジウムin大阪

高齢者の消費者被害の防止に向けて

参考資料

コーディネーター 弁護士 薬袋真司

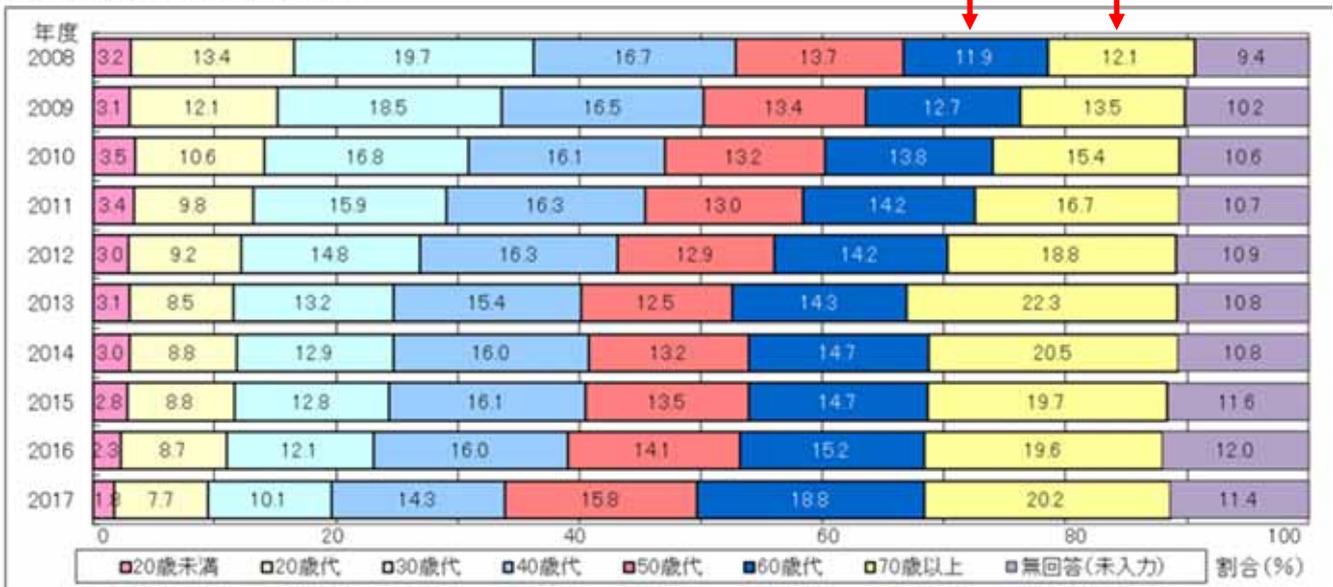
1

高齢者の消費者トラブル 高齢者に関する消費生活相談



高齢者の消費者トラブルの概要 年齢別にみた契約当事者年齢別割合

図2 年度別にみた契約当事者年齢別割合



注) 割合は各年度の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値です。以下、端数を四捨五入しているためグラフの数値の合計が100%にならない場合があります。

「2017年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要」(H30.8.8 国民生活センター報道発表資料) ³

高齢者の消費者トラブルの概要 高齢者の商品・サービス別上位相談件数

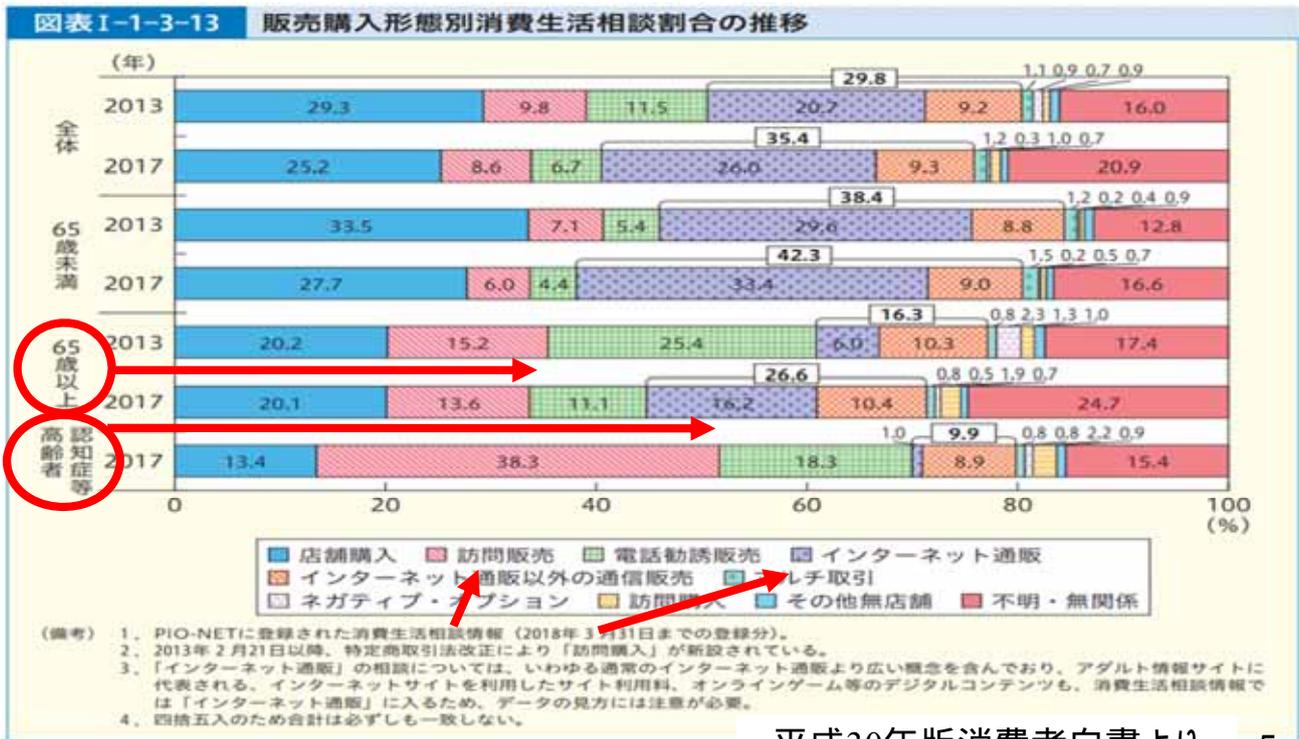
図表I-1-3-10 高齢者の商品・サービス別上位相談件数

	2011年	件数	2014年	件数	2017年	件数
1	フリーローン・サラ金	10,544	商品一般	22,759	商品一般	39,706
2	ファンド型投資商品	8,476	アダルト情報サイト	12,156	デジタルコンテンツ(全般)	23,498
3	商品一般	7,404	ファンド型投資商品	10,017	光ファイバー	9,694
4	アダルト情報サイト	6,094	フリーローン・サラ金	6,210	アダルト情報サイト	7,180
5	公社債	6,092	デジタルコンテンツ(全般)	6,203	他のデジタルコンテンツ	5,663
6	未公開株	5,414	新聞	6,005	新聞	5,398
7	新聞	4,993	光ファイバー	5,601	フリーローン・サラ金	4,936
8	宝くじ	4,316	相談その他(全般)	5,189	修理サービス	4,813
9	修理サービス	4,145	役務その他サービス	5,081	他の健康食品	4,778
10	相談その他(全般)	3,117	修理サービス	4,368	相談その他(全般)	4,158

黄色 : インターネット関連 紫色 : 投資勧誘トラブル 緑色 : 借金に関するもの

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2018年3月31日までの登録分)。
2. 品目は商品キーワード(小分類)。
3. 契約当事者が65歳以上の相談。

高齢者の消費者トラブルの概要 販売購入形態別消費生活相談割合の推移



高齢者の消費者トラブルの概要 平均契約購入金額・平均支払額の推移



3つの消費者力

気づく力

断る力

相談する力

細かな知識は必要ではない
どの世代にも共通

7

「見守り」の必要性

(1) 高齢化の進展 = 高齢者の増加(人口 & 比率)

加齢による判断力が弱まる人も必然的に増加

(2) 高齢者を狙う悪質商法 & 詐欺

(3) 高齢者世帯の状況の変化(一人暮らし等の増加)

シニア世代の**3つの不安**(3K)

お金、健康、孤独 → 不安・心細さ・寂しさにつけ込まれる

※ 全ての高齢者の判断力が低下しているわけではない

「元気シニア」も多く存在する

8

高齢者の消費者トラブルの概要

認知症等の高齢者に関する消費生活相談件数



平成30年版消費者白書より

9

認知症高齢者の現状 (平成24年)

○全国の65歳以上の高齢者について、認知症有病率推定値15%、認知症有病者数約462万人と推計(平成24年)。また、全国のMCI(正常でもない、認知症でもない(正常と認知症の間)状態の者)の有病率推定値13%、MCI有病者数約400万人と推計(平成24年)。



持続可能な介護保険制度を確立し、安心して生活できる地域づくり。

出典:「都市部における認知症有病率と認知症の生活機能障害への対応」(H25.5報告)及び「認知症高齢者の日常生活自立度」Ⅱ以上の高齢者数について」(H24.8公表)を引用

(厚生労働省「認知症施策の現状について」(H26.11.19))

10

高齢者等が相談しにくい心理等

- (1) 被害に遭っていることに気づかない
- (2) 被害に遭っているとは認めたくない、プライド、思い込み
- (3) 記憶の衰え、恥ずかしい
- (4) 周りの人に迷惑をかけたくない、家族に怒られる
- (5) 相談先を知らない

実は どの世代の人にもありうる心理

11

3つの見守り力

伝える力

つなぐ力

気づく力

12

見守り活動とは？

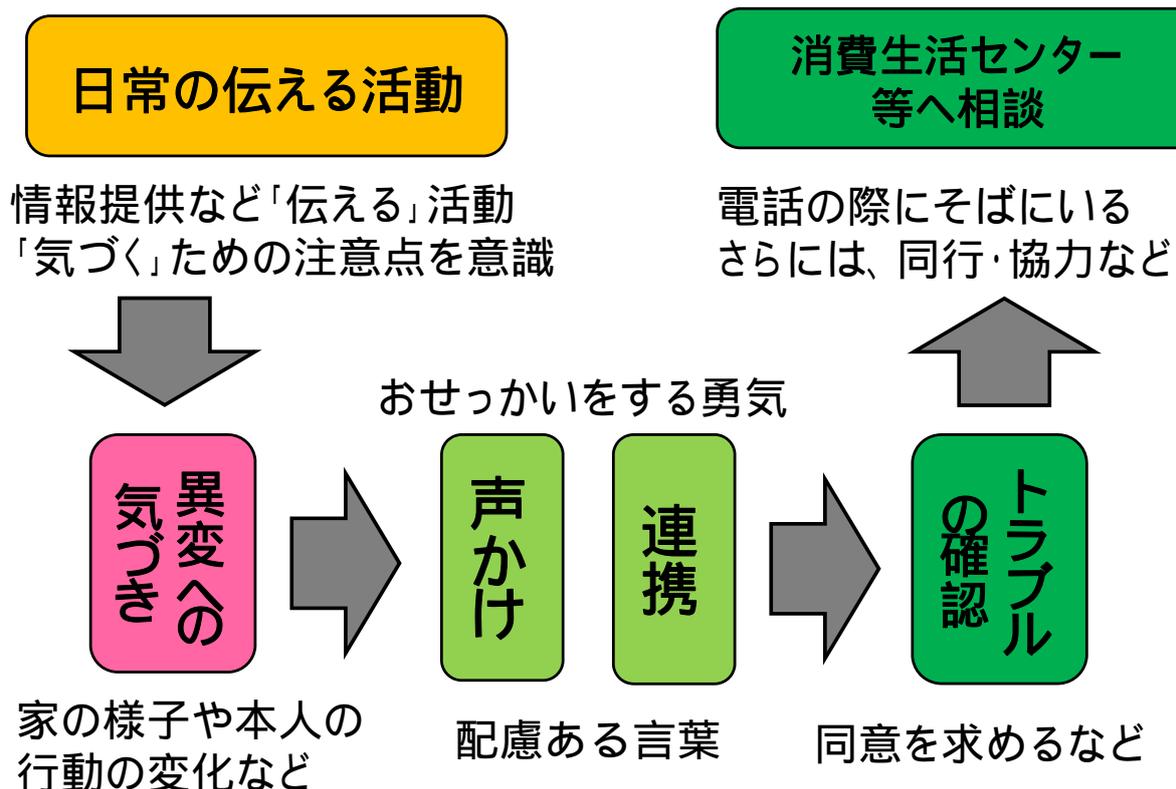
~~「お世話」~~をすること

「気にかける」こと
+
少しだけ「おせっかい」をすること

家族・知人による見守りも重要
チーム・プレーで行うとより効果的

13

見守り活動のイメージ



14

活用できるツール

見守り新鮮情報
(国民生活センター)



見守りハンドブック
(大阪府)



DVD
(消費者庁)



ネットワーク・マニュアル
(石川県)



訪問販売お断りステッカー
(大阪府、大阪弁護士会)



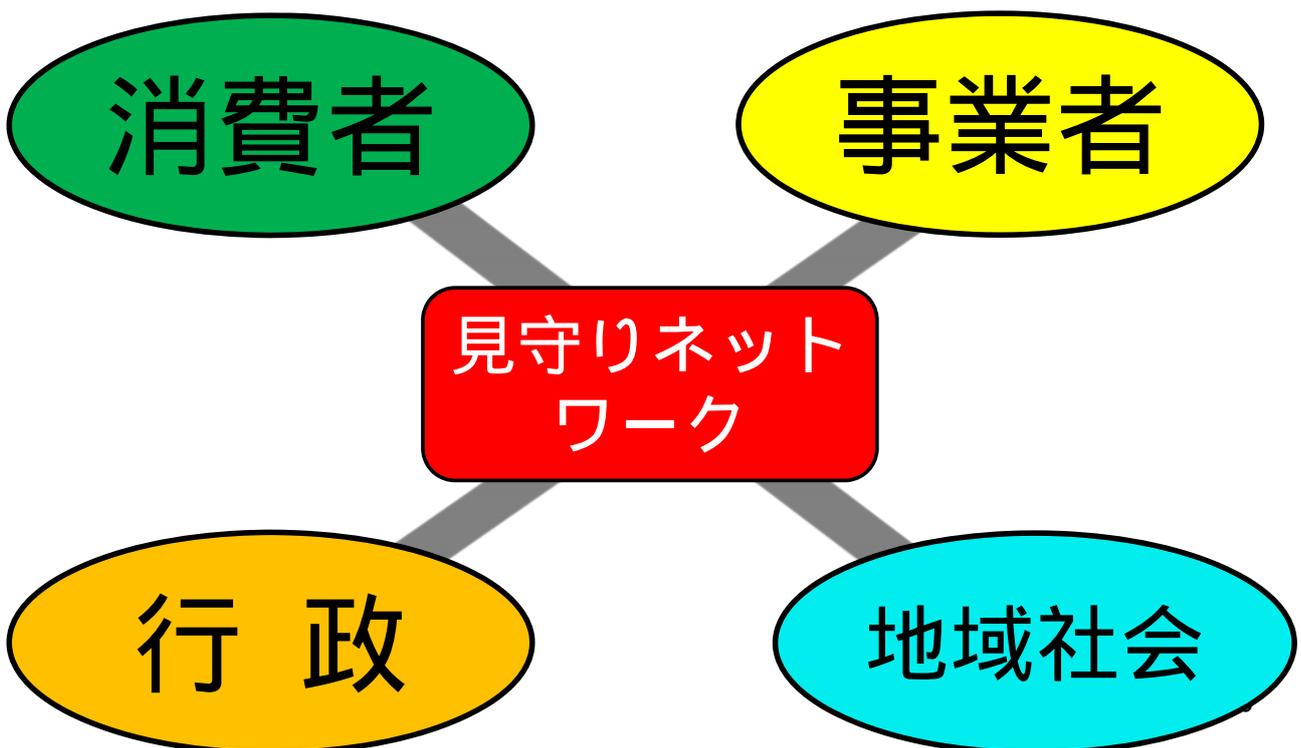
迷惑電話対策装置
(ソフトバンク、レッツコーポレーション)



見守りカード(チェックリスト)
(兵庫県)



見守りネットワークの意義



消費者にとって

見守られる人に対する

「**権利の擁護**」と「**自立の支援**」...消費者基本法
cf. Protection & Empowerment

見守る人にとっては、

「**消費者市民**」(Consumer Citizenship)
としての参加 ...消費者教育推進法

事業者にとって

顧客を消費者トラブルから守る

企業の社会的責任 (**CSR**, Corporate Social Responsibility) または、企業の社会的貢献 (Corporate Citizenship)

17

行政にとって

消費者行政として ...消費者の安全の確保

↳ 平成26年改正**消費者安全法**

福祉行政として ...**権利擁護事業**

↳ 高齢者虐待防止法27条1項

↳ 介護保険法115条の45・2項2号

防犯行政として ...特殊詐欺対策など

庁内連携

都道府県と市町村の役割

地域社会にとって

地域福祉として

... 「**地域共生社会**」 (**我が事・丸ごと**)

18

図表Ⅱ-1-7-4 地方公共団体における消費者安全確保地域協議会

・高齢者、障害者、認知症等により判断力が不十分となった人などの消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携した**消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）**を構築

【背景】

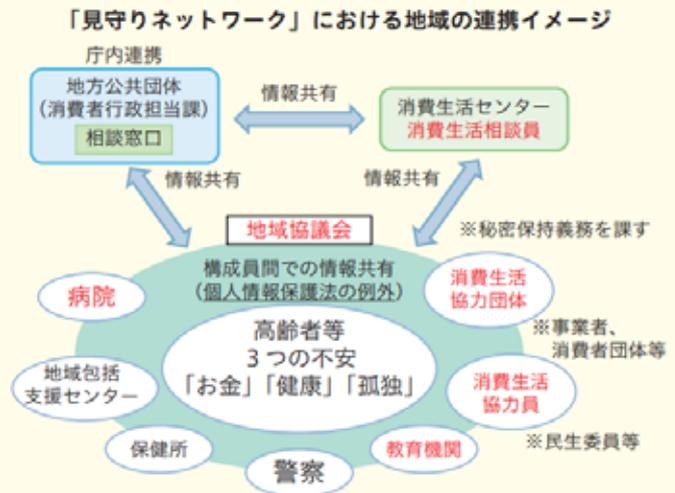
- ・認知症の方を含め、高齢者等を中心に消費者トラブルが増加、悪質化・深刻化
- ・相談体制の整備に加え、**消費生活上特に配慮を要する消費者**に対する更なる取組が必要
- ⇒消費者安全法の改正（平成26年6月成立）により、地域で高齢者等を見守るための**消費者安全確保地域協議会**を組織することが可能に

【制度の概要】

- ・協議会の役割：構成員間での必要な**情報交換、協議**
- ・構成員の役割：消費生活上特に配慮を要する消費者と適当な接触を保ち、その状況を見守ること
その他の必要な取組を実施
- ・構成員：
 - ・地方公共団体の機関（消費生活センター等）
 - ・医療・福祉関係（病院、地域包括支援センター、介護サービス事業者、保健所、民生委員・児童委員等）
 - ・警察・司法関係（法テラス、弁護士、司法書士等）
 - ・教育関係（教育委員会等）
 - ・事業者関係（商店街、コンビニ、生協、農協、宅配事業者、金融機関等）
 - ・消費者団体、町内会等の地縁団体、ボランティア
- ・他分野のネットワークとの連携（福祉、防災等）

【今後の取組】

- ・地方公共団体における消費者安全確保地域協議会の設置促進（人口5万人以上の全市町）（「地方消費者行政強化作戦」（2017年3月24日））（2018年3月末時点 85地方公共団体（うち、人口5万人以上の市区町は47市区町））
- ・消費者安全確保地域協議会設置済地方公共団体の**先進事例集**の作成
- ・徳島における**モデル事業（全県的に地域協議会を構築）**



平成30年版消費者白書より

他の分野等のネットワークとの連携

● 地方・地域に求められる様々なネットワーク

認知症対応のネットワーク

社会福祉協議会・CSWのネットワーク

地域包括ケアのネットワーク

権利擁護支援(成年後見)地域連携ネットワーク

高齢者虐待防止ネットワーク

生活困窮者自立支援ネットワーク

防犯のネットワーク / 防災のネットワーク

自治会・町会のネットワーク

老人クラブ等のネットワーク

● 目的や役割の相違を意識しつつ、連携が必要

既存のネットワークを協議会として 位置付けることも可能

- 新規に組織を立ち上げる場合と比較して手間が省け、また参加する構成員の負担も抑えられる。
- 既存のネットワークが地域協議会を兼ねるものとするか否かは、目的や対象の重なり程度にもよる(高齢者の包括的な見守りをを行っているネットワークがある場合などは、兼ねることの方が合理的な場合も多いと思われる。)
- 既存のネットワークの目的との関係で、見守りの活動に関する事項を十分に扱えるかを検討する必要がある(部会・分科会などの工夫をして対応することも可能だと思われる)。
- なお、既存のネットワークの関連ネットワーク的な扱いをする例として大阪府交野市がある(消費者庁「地方公共団体における消費者安全確保地域協議会設置事例」事例10)。

21

改正消費者安全法の3つの仕組み

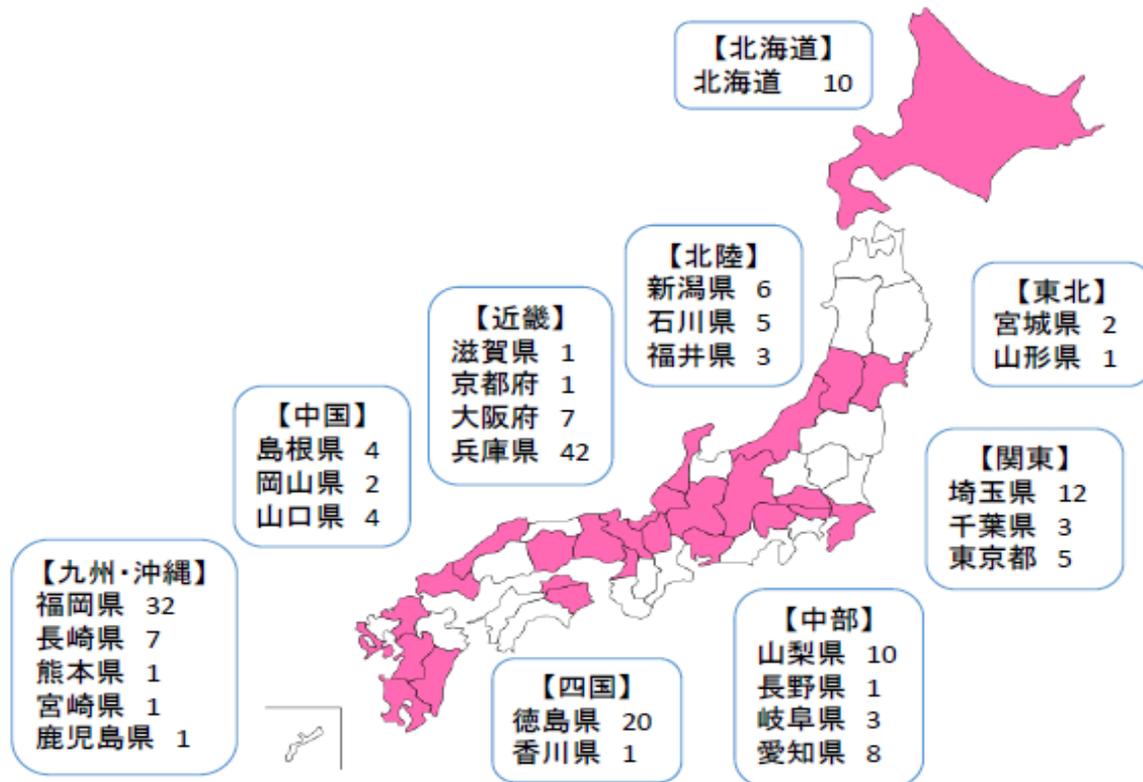
A	消費者安全確保地域協議会 (消安法11条の3～6)	地方公共団体の区域における消費者安全の確保のための取組を効果的かつ円滑に行うため、関係機関により構成される協議会
B	情報取得制度 (消安法11条の2、11条の4第3項)	国、他の地方公共団体、国民生活センター、地域協議会構成員の保有する「特に配慮を要する消費者の個人情報」の提供を求める仕組み
C	消費生活協力団体・消費生活協力員(消安法11条の7、8)	消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う民間の団体又は個人で、地方公共団体の長による委嘱を受けたもの

☞ Aの地域協議会を設置すれば、Bの情報取得制度を利用できる(利用しなくてもよい)

☞ 地域協議会と協力団体/協力員の制度は独立して利用できる

22

安全確保地域協議会を導入した自治体



消費者庁ホームページより(2018年12月末現在)

23

ネットワークづくりに向けた工夫

福祉部門の協力を得るための工夫

警察の協力を得るための工夫

都道府県による協力・支援の工夫

外部団体(消費者団体・地域団体)
の協力を得るための工夫

ネットワークづくりへの抵抗感
どこも忙しい
会議が負担になる
もう見守りはできている
予算がない
守秘義務・罰則の問題

どう乗り
越える？

要綱を作る際の工夫

24

ネットワークの維持・活性化の工夫

- 目的のあいまい化、関心の低下
- 活動の形骸化、会議のための会議
- 人事異動による活動の低下

どう避ける？

例えば、

- 情報(特に地元情報)を継続的に提供する
- 会議はイベント的なものとする or できるだけ開かない
- えらい人の会議を避け、実務・現場の人の参加の場とする
- 成功体験の共有などの当事者化を工夫する
- 運営についても構成団体に協力してもらう

他の会議との関係の工夫 兼ねる、同時開催、立て積み開催 など

25

個人情報と守秘義務について

個人情報保護法
行政機関個人情報保護法等
個人情報保護条例

カモリストの提供・取得

気づいた情報の提供・取得

協議会構成員	協力団体・協力員
守秘義務あり	守秘義務あり
罰則あり	罰則なし
情報提供できる	情報提供できる
取得もできる	取得はできない

個人協議会で個人情報を扱わないこともできる



26

消費生活センター等へつなぐ (個人情報扱いとの関係)

<p>同意を得て相談に協力する</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・本人の意向を抜きには、消費者トラブルを解決することは困難 ・本人に相談しようという意欲を持ってもらうように対応することが非常に大切 	<ul style="list-style-type: none"> ・意欲を持ってもらう方法 決めつけない 寄り添う 類似体験を紹介する みんなのためにもなると伝える
<p>相談を望まない場合の対処</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ひとまず家族や関係機関による見守りを続ける ・その高齢者本人の個人情報には触れずに、手口や事業者名などの情報を提供する ・特定の個人の被害としてではなく、一般的な事例として相談し、助言を得て対応 	<ul style="list-style-type: none"> ・全くの個人の場合には、個人情報保護法の適用はない(プライバシーの問題にとどまる)
<p>同意を得ずに情報提供</p>	<p>(できる場合)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・財産保護のために必要で、認知症等で本人が同意できない場合 ・安全確保地域協議会の構成員が協議会の要請を受けて行う場合 ・消費生活協力団体 / 協力員の委嘱を受けている場合 	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>早期の対応が可能となる</u> ・協力団体 / 協力員については、守秘義務はあるが(消安法11条の8)、罰則はない。

27

法律に関する今後の課題

高齢者の消費者被害の予防・救済の観点から

消費者契約法

- ・平成28年・30年改正の活用
- ・第3次改正への期待(特に、つけ込み勧誘対策)

特定商取引法

- ・平成28年改正の活用
- ・次の法改正に向けて(特に、訪問勧誘・電話勧誘対策)
(登録制度や勧誘拒否制度の導入など)

預託法(特定商品等の預託等取引契約に関する法律)

- ・ポンジスキーム(自転車操業的詐欺的行為)

その他(特殊詐欺対策、消費生活条例)

☞ しっかりと考えておきたいこと

- 消費者法の立法化における考え方(特に、立法事実のとらえ方)
- 消費者の権利の尊重と自立の支援とは何か?(消費者基本法参照)

28