

高齢消費者被害の現状と見守りネットワークに期待するもの

なぜ高齢者見守りネットワークが必要か

都道府県・市町村に「消費者安全確保地域協議会」を設置することが消費者安全法2014年改正により規定され、2016年4月に施行されて4年を経過した。消費者庁は、5万人以上の市町村（543）全部に設置することを政策目標として掲げていたが、2020年7月末現在、設置されたのは128（23・5%）にとどまる（全自治体1788に対し281）。未設置の自治体でしばしば聞かれる理由は、「高齢者福祉部門の見守りネットワークに消費者庁の職員や相談員がすでに参加しているから、それで足りるのではないか」という話である。しかし、果たして高齢者福祉部門の高齢者見守りネットワークに

参加していることで、真の消費者被害防止のシステムが機能しているのか、検証してみる必要がある。さらに、高齢者福祉部門の関係者に消費者被害に関する見守りを依頼することの先に、これをどのようにに機能させるのか、地方消費者庁の将来像をどのようなものとして実現しようとしているのか、具体的な目標を再確認する必要がある。

消費者庁創設以来、消費生活センターの設置と消費生活相談員の配置によって、相談者が抱える消費者トラブルの解決能力を向上する政策が推進されてきたが、その後11年を経過した今、地方消費者庁の次のステップのみならず将来像を見据えたうえで、消費者安全確保地域協議会の意義と期待するところを述べてみたい。

池本 誠司（いけもと・せいじ）
弁護士

高齢消費者被害の現状

(1) 弱者が狙われる時代

全国の消費生活センターに寄せられる消費生活相談件数は、1980年代後半は年間10数万件で推移していたが、1990年代に激増し2000年代前半には100万件を大きく超えた。

その後、消費者庁が創設された2009年以降、年間90万件台で高止まりしている※1。

1990年代から2000年代に消費者トラブルが激増した背景をどう捉えるか。この時代は事業者に対する規制緩和の時代であり、地方消費者庁予算や職員数が激減した時代である※2。

消費生活相談件数における高齢者の相談割合が大幅に増加している。過去10年間の推移を見る

と、60歳以上の相談者の割合が、2009年度が26・2%であったのが、2018年度は43・7%と約1・7倍に増加している※3。

悪質業者が増加したと言われて久しいが、長年社会に貢献してきた高齢者が平穏な余生を送ることができる生活環境を、社会全体で整備することが大きな課題であるのに、判断力や抵抗力の低下した高齢者を狙う悪質商法が増大しているという由々しき事態が現代社会の姿である

(2) あらゆる取引・商法が高齢者をターゲットに展開

高齢者を狙う悪質商法は、点

※1 国民生活センター「PIO-NETにみる2019年度の消費生活相談の概要」参照。
※2 地方消費者庁予算は、1996年度が190.9億円であったのが、消費者庁創設前の2008年度には100.8億円へと48%減少し、地方消費者庁事務職員数は、1996年度の9,471人から2008年度の5,646人へと41%減少した（消費者庁「地方消費者庁の現況」）。地方公共団体の総予算額はこの間ほぼ横ばいであり、事務職員の定員は約17%減少であるから、消費者庁の激減ぶりが明らかである。
※3 前掲注1）の「年度別に見た契約当事者年代別割合」参照。

検商法や次々販売などの悪質訪問販売業者だけではない。ジャパンライフ事件にみられるような老後の生活資金を根こそぎ奪う金融商品まがいの詐欺商法も繰り返して発生している。さらに、スマートフォンが国民全体に普及している現代では、インターネット上のサイト業者による被害も高齢者層で増大している。高齢者特有の被害というよりも、正業を含めてあらゆる取引・商法が高齢者をターゲットに広告・勧誘を展開しているのが現状である。消費者行政の課題は、高齢者の暮らしの安心・安全の確保全体を視野に置く必要がある、これは地方公共団体全体の課題でもある。

地域社会における消費者被害の全体像

(1) 相談件数のデータは氷山の一角

消費生活センターに寄せられる苦情相談は、あくまでも氷山の一角である。「消費者意識基本調査」によれば、消費者被害・トラブル

ルに遭った経験のある人のうち、どこかに相談・申出をした人が44・8%、誰にも相談・申出をしていない人が45・4%で、相談・申出をした人のうち消費生活センター等に相談をした人は8・6%である※4。つまり、消費者被害・トラブル経験者のうち消費生活センター等への相談割合は3・9%にとどまる。言い換えれば、年間90万件台の相談件数に対し、潜在的な被害者を含めると25倍以上の人数になるということである。

私たちはこうした実態を前提に、消費者被害防止の取組のあり方を考えなければならない。

(2) 消費者被害・トラブルに係る金額の推計

潜在的な被害者を含めて、我が国の消費者被害の年間被害額はどれくらいだろうか。消費者庁は、消費生活相談件数、被害金額、トラブル発生確率、少額事案と高額事案の相談率などを考慮して、消費者被害・トラブルの金額の推計を公表している。2019年度消費者意識基本調査に基づ

く推計値は、契約金額が6・0兆円、既支払額（信用供与額を含む）が4・7兆円である※5。

消費税率2%引き上げによる税収増加見込み額が約5兆6000億円とされていることや、地方公共団体全体の消費者行政予算額が146億円（2019年度）であることを見れば、消費者被害の防止が地域の消費者の暮らしだけでなく地域経済の活性化にとっても重要な課題であることが理解できよう。

庁内連携・官民連携による取組へ

これほど広範かつ深刻な消費者被害を防止するため、消費者行政担当部署ではこれまでも全国消費生活情報ネットワーク（PIONEER）で集約した相談情報を活用して、地域の消費者に対しチラシ・ホームページ・自治体広報誌などで注意喚起を行ったり、住民が集まる場に職員や消費生活相談員が出向いて出前講座を開催してきた。とはいえ、ごく少数人数の消費者行政職員や相

談員だけでは訪問先は限られるし、被害に遭いやすい高齢者には情報が届かない。

そこで、日頃から高齢者と接する高齢者福祉関係者の協力が必要不可欠であるという観点から、高齢者見守りネットワークによる消費者被害防止の取組を進めるため、消費者安全確保地域協議会の設置という施策が規定されたのである。

高齢者福祉部門における意義

高齢者福祉部門では、以前から、認知症等の援護を要する高齢者等の権利擁護を図るため、市町村に「要援護高齢者等支援ネットワーク」を構築することを進めてきた。高齢者の生命・健康・財産の危険を早期発見するため、①地域ケア会議を中核とする地域包括ケアシステム、②高齢者福祉関係者に民間事業者関係者等を含めた見守りネットワーク、③高齢者と接する可能性がある一般市民による認知症サポーターなどを推進している。こうした体制を構築

※4 消費者庁「令和元年版消費者白書」50頁。

※5 前掲注4）52頁。

している高齢者部門の見守りネットワークに、消費者被害防止・発見の役割を依頼することは、見守り関係者に新たな業務負担を追加することになるのだろうか。決してそうではない。

悪質商法による財産被害の問題も、以前から高齢者福祉部門の取組課題として位置づけられていた※6。高齢者の消費者被害・トラブルを発見したとき、見守り関係者がトラブル解決に向けた具体的な処理をするのではなく、消費生活センターに相談するようつなぎ役を果たせばよいのであつて、見守り関係者の負担はむしろ軽減されることが考えられる。見守り関係者が個人的な努力によつて解決まで関与するよりも、相談者を消費生活センターに紹介すれば消費者問題の専門家が全国の最新情報に基づいて助言やあつせん処理を行うし、何よりもPIONEERによつて相談情報を集約し悪質業者の行政処分につなげる機能は、消費生活センターに相談することの重要な意義である。

見守りネットワークで何をやるのか

高齢者の命と健康を守る見守りネットワークは、高齢者の行動や生活状況に気を配り、何か異常な兆候を発見したときは関係部署に通報する役割である。これに対し、消費者被害は、リフォーム工事のように外観から発見できるケースはまれであり、いきなり質問しても被害者は隠そうとする傾向がある。

消費者被害の見守りネットワークの役割は、「見守り」によつて発見することよりも、「声掛け」によつて未然防止を図ることを第一の課題として取り組んでほしい。

例えば、最近の悪質商法の手口を紹介するチラシを渡しながらい言話題にすることによつて、記憶の片隅に残すことができれば、突然の電話や訪問によつて始まるセールのストークに対しても、聞いたことのある手口として入り口で排除することができる。

架空請求のハガキの文例や、お試し価格と称する詐欺的定期購入の広告画面例などをチラシに

掲載して渡すことで、具体的な手口が伝わる。カラー刷の詳しい資料よりも、単色で一つの話題だけを記載したチラシの方が声掛けの内容が印象に残りやすい。

悪質商法の声掛けだけではない。例えば、消費者庁のリコール製品の情報サイトに掲載されている情報を、分野・年齢層に応じたりコール製品を絞つて記載し、高齢者宅で話題にするとともに、製品名・型式番号の確認を手伝つてあげることも有益であろう。

こうした取り組みを、地方公共団体の官民連携による継続的な仕組みとして制度化することが、消費者安全確保地域協議会の設置運営の意義である。

見守りネットワークの担い手を増やす

高齢者に日頃から接する高齢者福祉関係者に消費者への声掛けを担ってもらふことは、極めて有効な被害防止・発見の方策であることは間違いない。しかし、多忙を極める福祉現場の関係者にばかり頼ることでは、真の広がり

継続性が保てないのではない。

近年、地域コミュニティの担い手不足が地域社会のあらゆる分野で指摘されている。災害時の声掛け網を作るには平時のネットワークの構築が不可欠である。消費者問題は、自ら学びながらその知識を地域社会で発信する課題として最適のテーマである。高齢者が被害に遭わないための学習だけでなく、ネット社会や地球環境を含めた消費行動のあり方などを幅広く学びながら地元の消費生活センターと連携して行動するサポーターを養成し、自主的なグループ活動を促すことによつて新たな地域コミュニティの担い手を増やすこと。高齢者見守りネットワークの構築は、これからの地方消費者行政の施策の展開のあり方を含めた最重要課題として取り組むことが期待される。

※6 高齢者虐待防止法27条、厚労省老健局長平成18年6月9日付通知。