
論文概要

●研究成果物

論文タイトル 高齢者の消費者トラブルにおける認知機能障害の影響と対応策
著 者 加藤 佑佳^{1), 2)}、泓田 正雄^{3), 4)}、岩田 美奈子²⁾、江口 洋子^{4), 5)}、
樋山 雅美^{2), 6)}、上野 大介^{1), 4)}、成本 迅^{4), 7)}

- 1) 京都府立医科大学大学院医学研究科精神機能病態学助教
- 2) 消費者庁新未来創造戦略本部国際消費者政策研究センター客員研究官
- 3) 徳島大学大学院社会産業理工学研究部教授
- 4) 消費者庁新未来創造戦略本部国際消費者政策研究センター客員主任研究官
- 5) 慶應義塾大学医学部精神・神経科学教室特任助教
- 6) 京都府立医科大学大学院医学研究科精神機能病態学特任助教
- 7) 京都府立医科大学大学院医学研究科精神機能病態学教授

●論文要旨

本稿では、高齢者の中でも認知症等で認知機能が低下している消費者の被害に注目してその傾向を明らかにすることを試みた。方法としては、高齢者の消費生活相談のうち判断不十分者契約と判断されているものを全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）から抽出し、自然言語処理を用いて分析した結果をワードクラウドによって視覚化した。また、判断不十分者契約以外の相談との比較を試みた。その結果、判断不十分者契約は、80代が6割以上を占めるが、90代でも2年間で1千件以上の相談があった。相談者は、判断不十分者契約以外の相談の約8割が当事者からの相談だったのに対して、判断不十分者契約では逆に約8割が当事者以外からの相談であった。ワードクラウドによれば、判断不十分者契約では、まず「認知症」が大きく表示されており、認知症に関連した消費者相談が多くを占めることが示唆された。次に「母親」「叔母」「祖母」といった続柄を表す単語が重要度の高い単語として大きく表示されており、当事者以外からの相談が特徴的であることを反映していると考えられた。また、「電話」「訪問」といった単語も大きく表示されており、電話や訪問による勧誘に関連した相談が多いことがうかがわれる。商品、サービスについては、男女で違いがみられ、男性では「工事」「プロバイダ」などに加えて「株取引」といった資産運用に関連した単語が表示されていた。一方で女性は、「健康食品」「新聞」や「サプリ」「化粧品」といった商品の名前が表示されていた。年代による特徴としては、70代では「キャッシング」「信販会社」といった単語がみられるものの、80代、90代では「新聞」「工事」といった勧誘を元にした受け身の契約に関連する単語がみられた。年代による消費活動の内容の違いを反映しているものと思われる。また、PIO-NETにおいて判断不十分者契約に区分されていない相談について、自然言語処理により判断不十分者が関連していると推定される相談の抽出を試みた。2019-2020年度を例にとると、65歳以上の男女の判断不十分者契約が16,759件だったのに対して、それ以外の契約から抽出された判断不十分者契約と推定される相談は47,267件と3倍弱の件数が抽出された。消費生活センターにおいては契約者の判断能力について十分な情報があるとは限らず、判断不十分者契約として判定することにためらいを感じることは、消費生活センターの相談員へのヒアリングにおいても聞かれたことから、実際にはよ

り多くの相談が判断不十分者と関連していると推定される。また、企業へのヒアリングにおいては、販売形態、商品・サービスの内容などにより、顧客の認知機能障害の影響が異なることが明らかとなった。最後に、消費者トラブルへの認知機能障害や精神症状の関与について、具体的な事例を挙げて解説した。