

# **高齢者の認知機能障害に応じた 消費トラブルと対応策の検討に関する研究**

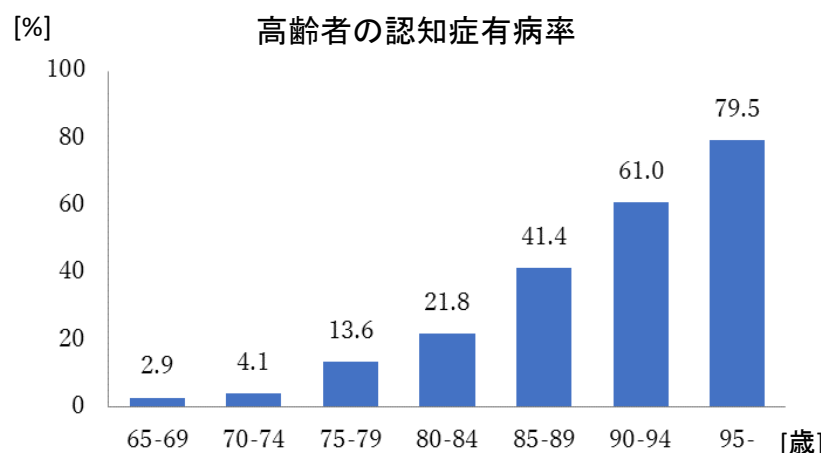
**令和5年3月15日**

**消費者庁新未来創造戦略本部**

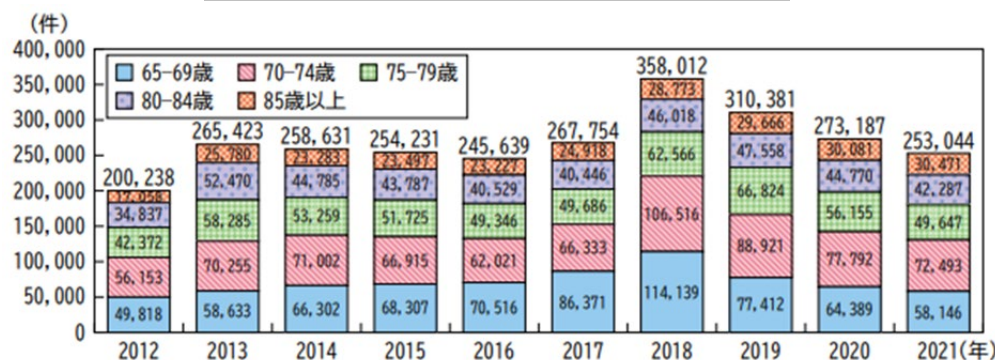


# 1. 背景・目的

- ・我が国の高齢化率は28.8%に達し、2025年には、高齢者の約5人に1人が認知症を発症すると推計されている。
- ・国民生活センターの報告では、**認知症高齢者は判断能力が不十分な状態にあるために一般の高齢者よりもトラブルや被害に遭いやすく**、また、その認識が低いために問題が潜在化しやすいこと、家族等がトラブルや被害に気付いたとしても契約時点で判断能力が不十分であったことの証明ができないために、**トラブルの解決が困難になるケースがある**ことなどが指摘されている。
- ・そこで、高齢者の消費者行動における課題を抽出するため、全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）※のデータ分析を行い、また、高齢者にサービス提供や販売を行っている企業やその業界団体を対象にヒアリング調査を実施した。



認知症等の高齢者の消費生活相談件数の推移



令和4年度版消費者白書

厚生労働科学研究費補助金（認知症対策総合研究事業）

総合研究報告書「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」

（代表：朝田隆）2012年

※ 全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET：Practical Living Information Online Network System）消費生活センター等に寄せられた消費生活に関する相談情報が登録されているシステム。年間約90万件の相談情報が登録される。登録情報は、全国の消費生活相談窓口における相談員による問題解決支援や、消費者トラブルの被害拡大・未然防止のための消費者政策の企画・立案に活用されている。

## 2. 本研究の取組

### PIO-NETのデータ分析

- ・ PIO-NETにおいて2021年9月30日までの登録分のうち、2011年4月-2021年3月に受け付けられた相談情報のうち、「判断不十分者契約※」として区分されている65歳以上のデータを使用し、自然言語処理の方法を用いて分析を行った。

※ 判断不十分者契約とは・・・

⇒「判断不十分者契約」は、精神障害や知的障害、加齢に伴う疾病等、何らかの理由によって十分な判断ができない状態にある者の契約であると消費生活相談員が判断した場合に付与されている。

### 企業・業界団体へのヒアリング

- ・ 民間企業80社に「認知症等の顧客への対応に関するアンケート」を実施。
- ・ アンケートを実施した企業のうち、30社にヒアリング調査を行った。

### 研究結果の公表

- ・ 2022年7月 「プログレッシブ・レポート」公表。
- ・ 2023年3月以降 「リサーチ・ディスカッション・ペーパー」及び「認知症の人にやさしい対応のためのガイド」公表予定。

### 3. PIO-NETのデータ分析の概要(1)

#### 対象データ

「判断不十分者契約」の登録件数

	65歳以上 男性	65歳以上 女性	合計	70代	80代	90代	合計
2011-2012	4,606	12,304	16,910	5,371	9,758	1,098	16,227
2013-2014	5,407	15,014	20,421	5,963	12,227	1,546	19,736
2015-2016	5,386	12,606	17,992	4,860	10,845	1,615	17,320
2017-2018	5,581	12,145	17,726	4,597	10,657	1,845	17,099
2019-2020	5,622	11,137	16,759	4,474	9,916	1,828	16,218
	(2.2%)	(3.5%)	(2.9%)	(1.6%)	(7.2%)	(11.8%)	(3.7%)

「判断不十分者契約」以外の登録件数

	65歳以上 男性	65歳以上 女性	合計	70代	80代	90代	合計
2019-2020	249,037	306,311	555,348	280,561	127,591	13,606	421,758

※「判断不十分者契約」の登録件数は、**65歳以上の相談の約3%**を占めている。  
男性より**女性のほうが多く、年代が上がるにつれて増加**している。

### 3. PIO-NETのデータ分析の概要(2)

#### 対象データ

当事者からの相談と当事者以外からの相談の登録件数

	判断不十分者契約			判断不十分者契約以外		
	当事者からの相談	当事者以外からの相談	合計	当事者からの相談	当事者以外からの相談	合計
2011-2012	2,552	14,370	16,922	295,595	93,060	388,655
2013-2014	3,255	17,142	20,397	398,609	108,881	507,490
2015-2016	3,026	14,977	18,003	385,062	92,619	477,681
2017-2018	3,167	14,615	17,782	498,537	118,900	617,437
2019-2020	3,274	13,530	16,804	454,470	100,938	555,408
	(19.5%)	(80.5%)	(100%)	(81.8%)	(18.2%)	(100%)

※判断不十分者契約では当事者以外からの相談が約 8 割を占める一方、判断不十分者契約以外では当事者からの相談が約 8 割を占めている。

# 3. PIO-NETのデータ分析の概要(3)

## データ分析

- ・ PIO-NETの項目「相談概要」を用いて、性別、年代のグループごとの特徴を分析した。
- ・ 「相談概要」は、聞き取りから相談までの過程について、文章を用いた自由記述であるため、分析には自然言語処理の技術を用いた。

## 自然言語処理の方法

各グループでの特徴語を抽出するため、形態素解析を行い文章を単語に分割し、名詞のみを抽出した。



次に各単語のグループでの重要度を求めた。



結果を可視化するためにワードクラウドを用いた。  
ワードクラウドを用いることにより、単語の重要度が高い単語ほど大きい文字で表示されるため、重要な単語を容易に把握することができる。

## 4. PIO-NETのデータ分析結果(1)

### 判断不十分者契約における性別ごとの比較



男性



女性

2019-2020年度における判断不十分契約における性別ごとの相談内容に関する重要度のワードクラウド

**男性：「プロバイダ」「光回線サービス事業者」「大手通信会社」「通信契約」**

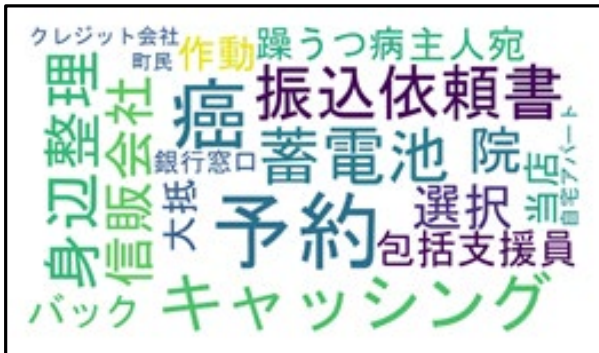
→固定電話回線をアナログ回線から光回線に変更する際の勧誘や契約トラブルが特徴として表れていると考えられる。

**女性：「健康食品」「サプリ」「化粧品」「浄水器」「布団」「羽毛布団」「試し」**

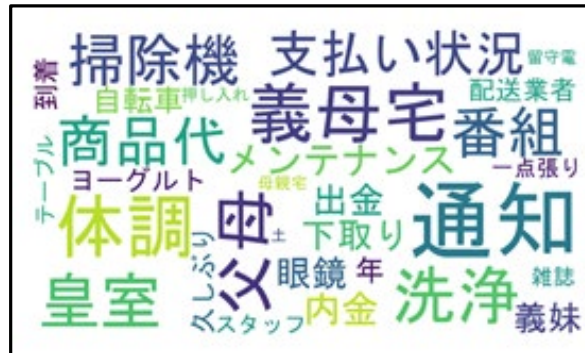
→商品の勧誘や購入に関する相談が特徴的である。また、「試し」といった単語から、低価格でのお試し購入のつもりが、実際は定期購入契約になっていたといった購入トラブルの存在がうかがえる。

## 4. PIO-NETのデータ分析結果(2)

### 判断不十分者契約における年代ごとの比較



70代



80代



90代

2019-2020年度における判断不十分契約における年代ごとの相談内容に関する重要度のワードクラウド

#### 70代 : 「キャッシング」「信販会社」「クレジット会社」「蓄電池」

→キャッシング関連の消費者トラブルや蓄電池の設置に関する勧誘が特徴的といえる。

#### 80代 : 「掃除機」「自転車」「皇室」

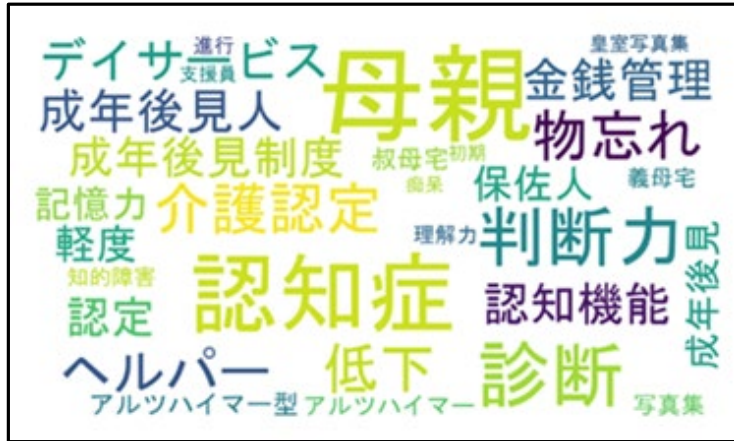
→掃除機や自転車などの購入、新元号への改元に乗じた高額な皇室写真集の購入の勧誘が特徴的といえる。

#### 90代 : 「短歌」「俳句」「扇子」

→これらの趣味を褒め上げ、美術雑誌への掲載のための契約を迫るといった褒め上げ商法や作品の入賞がきっかけで美術雑誌に掲載したとの通知や請求に関するトラブルが特徴的といえる。

## 4. PIO-NETのデータ分析結果(3)

### 判断不十分者契約とそれ以外における相談内容の比較



判断不十分者契約



判断不十分者契約以外

2019-2020年度における判断不十分者契約と判断不十分者契約以外の相談内容の全体比較（重要度）

#### ＜判断不十分者契約の特徴＞

「認知症」「診断」「アルツハイマー」「物忘れ」「記憶力」「判断力」「認知機能」「介護認定」

→認知機能障害を示し、認知症の診断を受けている者や要介護状態にある者が含まれていると考えられる。

「成年後見制度」「金銭管理」

→成年後見制度を利用している、もしくは制度の申請についての相談も含まれていると考えられる。

「母親」「叔母宅」「義母宅」「ヘルパー」「支援員」「成年後見人」「保佐人」

→当事者本人以外の相談や気付きが特徴的と考えられる。

## 4. PIO-NETのデータ分析結果(4)

### 相談内容全体における当事者からの相談と当事者以外からの相談の比較



当事者からの相談



当事者以外からの相談

2019-2020年度における相談内容全体における  
当事者からの相談と当事者以外からの相談に関する重要度のワードクラウド

#### 当事者からの相談：「クレジットカード」「クレジットカード会社」「決済」

→クレジットカードが大きく出現しており、クレジットカード会社・決済も見られることから、クレジットカードによる決済は当事者からの相談を特徴付ける点として重要と考えられる。

#### 当事者以外からの相談：「認知症」「診断」「判断力」「介護」

→明らかな認知機能障害を示し、認知症の診断を受けている者や要介護状態のレベルの者が、勧誘や詐欺などの消費者トラブルの対象になっているケースが特徴的と考えられる。

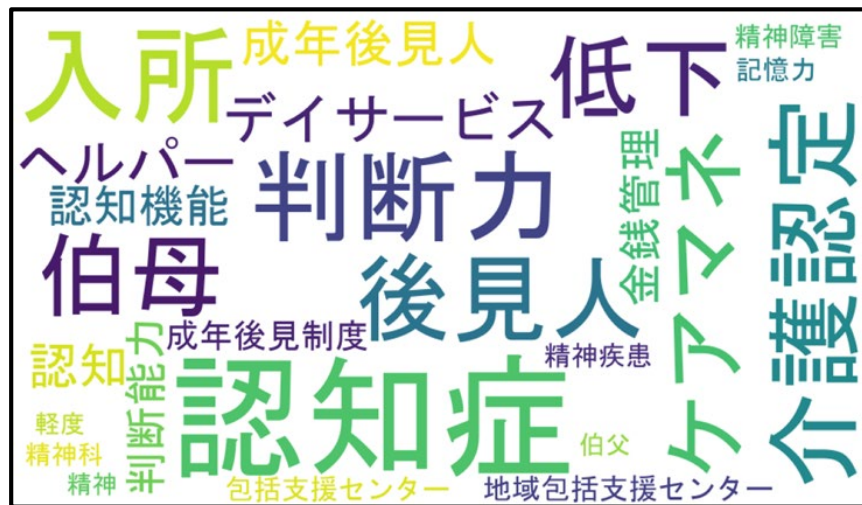
## 4. PIO-NETのデータ分析結果(5)

## 判断不十分者契約の可能性のあるもの

○判断不十分者契約のフラグが立っていない相談事例において、深層学習モデルである「Bidirectional Encoder Representations from Transformers (BERT)」を用いて、判断不十分者契約の可能性のある事例を抽出した。

「判断不十分者契約」と判定された件数

評価データの期間	判断不十分者契約と判定された件数	判断不十分者契約以外の件数	合計
2011-2012	34,294 (8.7%)	360,756 (91.3%)	395,050
2013-2014	42,479 (8.2%)	473,775 (91.8%)	516,254
2015-2016	37,963 (7.8%)	451,573 (92.2%)	489,536
2017-2018	33,985 (5.8%)	555,865 (94.2%)	589,850
2019-2020	36,016 (6.5%)	519,194 (93.5%)	555,210



判断不十分者契約と判定されたデータのワーククラウド

- ・2019-2020年度では36,016件（6.5%）が判断不十分者契約と判定された。  
この件数は当該年度の判断不十分者契約と登録されたデータ16,759件の2倍以上である。
- ・ワードクラウドには「認知症」「判断力」「記憶力」といった認知機能障害を示唆する単語があり、判断不十分者契約のワードクラウドに見られる特徴と類似する点が多い。

## 5. PIO-NETのデータ分析結果

- ・ 判断不十分者契約の相談経路に関する特徴として、子からの相談以外に、「ヘルパー」「支援員」「成年後見人」「保佐人」といった**当事者の日常生活をサポートしている介護福祉関係者や後見人などが挙げられ、これらの者の気付きも重要**であることがうかがえる。
- ・ 判断不十分者契約の相談内容からは、契約当事者が認知症などで認知機能が低下している人が対象となることが多く、予期せぬ訪問販売により不必要な契約を結んでしまうほか、**悪質商法にまきこまれやすい可能性**もあることがうかがえる。
- ・ 認知機能の低下により意思決定能力が低下していると、十分に説明の内容が分からなくても「契約してもらえますか」と言われると「はい」と同意してしまう傾向があるため、認知機能の低下が懸念される場合、**高齢者本人への注意喚起だけでなく家族や周囲の見守りは欠かせない**。
- ・ PIO-NETのデータは、消費生活相談員が消費者から受け付けた苦情や相談内容をもとに判断不十分者契約か否かを判断しているものであり、**実際には判断不十分者契約と判断されなかったケースの中にも、判断不十分者契約の可能性があるケースが相当数存在している可能性**が示された。
- ・ 深層学習モデルBERTのようなモデルを応用することで、判断不十分者契約と懸念されるケースについてはアラートが自動で発出されるなど、消費生活相談員が注意して聞き取り、対応ができるような仕組みが可能になると考えられる。

## 6. 企業・業界団体へのヒアリング(1)

### 企業ヒアリングの結果（企業が抱えている課題）

課題	具体的な内容
売上損失や経費負担	契約後（購入後）、主に家族からの解約、返品・返金の要求。再販できない物の返品・返金対応や送料負担など。
対応の難しさ	時間がかかる。話の内容がまとまらない。怒る・キレる。耳が遠い。声が聞き取りにくい。同じ話を何度もする。話し相手ほしさの高齢者もいる。思い込みが強く丁寧に説明しても理解されない。後日忘れている、聞いていないと言う。電話で指示して何かしてもらうことの難しさなど。
判断力確認の難しさ	「判断不十分」の判断、区分けの難しさ。家族が遠方にいて確認できない場合や、本人が家族との同席を拒むときの対応など。
本人と家族の意見の相違	契約において本人と家族の意見が異なる。
スタッフの負担 （労務コストと心理的負担）	時間がかかる。難しい顧客への対応による心理的負担など。
決済手段の多様化や デジタル化による影響	不慣れな高齢者が利用できない。サポートが必要になることや苦情になることなど。

- これらの課題の背景には、契約時における認知症等の判断が難しいことや理解が不足していることが起因として考えられる。
- 決済手段の多様化やデジタル化による影響は、高齢者だけでなく企業においても対応の課題であることが分かった。

## 6. 企業・業界団体へのヒアリング(2)

### 企業ヒアリングの結果（企業が実践している高齢顧客対応の工夫）

対応の工夫	具体的な内容
丁寧な対応	わかりやすい表現。ゆっくり、大きな声で話す。契約内容の理解の確認、復唱する。業界のガイドラインの活用など。
合理的配慮	難聴の方には紙に書く。文字サイズや色の工夫。拡大コピーで文字を大きくする。
契約時に家族の同席や時間の猶予を設ける	一定の年齢以上の高齢者（70歳、75歳、80歳以上など各社により異なる）には家族同席（同意）をお願いする。契約締結までに数日の期間を設け、再度意思確認を行った上で締結する。判断力の評価を複数人で検討する。
長期にわたる契約への対応	長期にわたる契約については、契約期間中に当事者が認知症になった場合の対応を契約時に決めておく。
社内における専門的支援や地域連携	デジタルに不慣れな人に専門スタッフが対応。困りごとに対応するコンシェルジュや認知症サポーターの店内配置。地域包括支援センターなどとの連携。
研修などによる理解を深めた対応	認知症サポーター養成講座や高齢者対応の研修実施による理解と対応の向上。
情報共有による対応	対応情報やトラブル事例のデータベース化。情報共有による組織としての対応の向上。

- ・ 認知症サポーター養成講座や高齢者対応の研修の奨励による理解と対応の向上、対応情報やトラブル事例の共有化といった組織的な取組は重要なポイントとして挙げられる。
- ・ 専門スタッフによるサポートを行っている企業もあるなど、認知症あるいは認知症が疑われる顧客への対応ニーズが高まっていることがうかがえる。

## 6. 企業・業界団体へのヒアリング(3)

### 企業ヒアリングの結果（認知症フレンドリー社会への取組や支援）

○認知症であっても消費者として買いたいものが購入できサービスが受けられる、そのような認知症の人にやさしい仕組みが「認知症フレンドリー社会」である。

実施主体	取組や支援について
企業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 認知症への理解、対応向上に向けた教育、事例検討など</li><li>・ 認知症にやさしい商品・サービス・環境の提供（デジタル化に配慮した対応）</li><li>・ 本人、家族、ケアする人が協力し、連携できる仕組みづくり</li><li>・ スタッフとの情報共有による組織的対応</li></ul>
家族や親戚など	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 成年後見制度や家族信託などの利用（成年後見制度は、申請から制度の利用まで3～6か月ほどかかるため、問題が起こる前に任意後見制度や家族信託など本人と予め話し合いを進めておくことを推奨）</li><li>・ 日頃の様子の確認、本人への理解と変化する状態に合わせた支援</li><li>・ 地域包括支援センター、消費生活センターや弁護士会など相談できる窓口を知る</li></ul>
国	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 2019年認知症施策推進大綱：バリアフリーの他にも支援体制や認知症の人が利用できる商品・サービスの開発、金融商品の推進など。「認知症バリアフリー宣言」のような認証制度が設けられる予定</li><li>・ 認知症サポーター研修やハンドブック作成など、理解を促進する取組</li><li>・ 成年後見制度の見直し、関連法の整備</li><li>・ 消費者安全確保地域協議会など地域連携促進</li></ul>
自治体・消費者センター	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 消費者安全確保地域協議会など地域連携、地域包括ケアの実施</li><li>・ 消費生活センターと福祉部門との連携や情報共有</li></ul>

- ・ 本人が望むかたちの生活の質の向上や支援に関わる契約であれば、本人だけでなく家族や提供する企業双方にとって望ましく、また地域においては安心して暮らせるまちの実現につながる。
- ・ それぞれの立ち位置や役割からできることを始め、認知症フレンドリー社会の実現に向け進むことが望ましい。

## 7. 認知症の人にやさしい対応のためのガイド – 安心・安全な契約に向けて

## 目次

## PART 1 はじめに

## PART 2 相談事例

### 3 はじめて認知症を学ぶ方へ

## 4 認知症と消費者トラブル

## 5 認知症にやさしい仕組み

## 6 認知症の方へのサポート

卷末付録

## 認知症に関する相談先・制度

※イメージ図

消費生活センターでの相談対応や、企業等での認知症や認知機能が低下した消費者への対応の向上を目指して資料集を作成中（2023年3月以降公表予定）。

そのお客様、  
認知症かもしれません

このガイドブックでは、認知症のある消費  
していか、そのヒントになる知識や取組  
齢社会を迎えて、自分や家族が認知症にな  
のお客さんとお会ったりすることは当たり  
認知症になっても、自分が購入したことを忘れ  
てしまったら、不要なものを買ってしまった  
また、高価な品物やサービスでは、契約にあ  
せずに契約してしまい、後になって家族から  
ず。認知症があっても安全に、自分の希望に  
うな社会（認知症フレンドリー社会）を作  
的にやり取りのある民間企業のみならず、  
知症による消費行動や契約への影響につい  
メンバーになっていただけることを願って、  
けします。

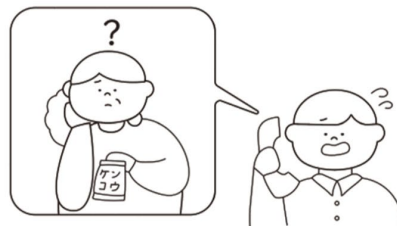
## 相談事例 2

購入した健康食品を解約したい

相談者：民生委員／当事者：Bさん（91歳女性）

### POINT

☐認知症を理由に解約を要求される ☐受付時には認知症かどうか当社ではわからない



当社は、健康食品の販売を行っています。近頃はインターネットでの注文も増えておりますが、高齢のお客様からは比較的電話での注文が多い特徴があります。先日Bさんから健康食品の注文がありました。以前にも同様の注文をいただいたりしており、前回の注文から間もない注文であったため少し疑問を抱きました。が、高齢のお客様の中には注文内容について少し伺っただけで

急に怒りだす方もいるため電話での受け答えに特別  
 題がなければ希望通り注文を受け付けていました。  
 日、民生委員の方から「Bさんから横断た覚えの  
 商品が届いて困っていると相談を受けた。本人は  
 れが進行しており認知症の症状がみられる。未使  
 商品が大量に残っておりこちらを全て解約したい。  
 電話がありました。」

## 事業者へのアドバイス

●お客様の過去の注文状況を確認し本当にお客様にとって必要かどうかを吟味したうえで注文を受け付けるかどうかを判断しましょう。「前回ご注文いただいた商品はお気に召しましたか」などと伺うのもよいでしょう。

●対応が難しい場合は上司に取り次ぐといふ社内ルールを策定し、組織で対応しましょう。従業員が安心して働ける環境をつくることも大切です。

## 認知症のタイプ別の特徴

アルツハイマー型 認知症

- 記憶障害がもっともよくみられます（『認知症前期から仕じうつの特長』の記憶障害に該当する特長を参照）。
- 最初の治癒は薬力や判断力が保たれていても、後々にこれらも低下します。そのため、契約の解約がしたくてもどうすればよいかの判断が難しくなることがあります。
- 同意性が高いため、契約や個人の説明内容をよく理解していないのに、「はい」と同意をしてしまう傾向があります。
- 「自分のお金が盗まれた」と言い出すなど、人を疑うことがあります。



## レビー小体型 認知症

- 状態の変動が激しいことが特徴です。状態が良い時は説明の内容をしっかりと理解することができず、状態が悪い時は混乱したりして説明しにくくなることをよく理解することがあります。そのため、リスクが伴う重要な契約が必要な場合は、何度も説明を行いながら本人の状態や理解度について一貫性があるかを確認することが必要です。
- 症状でもある幻覚や幻聴を目や耳の不調と間違っていることがあります。幻覚や幻聴の状態は昼間や睡眠中や起床中で変化する場合があります。そのための「購入したのに効果が出なかった」とのトラブルもあるようですが、購入する前には、専門医への相談を勧めるなどの対応が望まれます。



前語例語型 認知症

- 初期から性格・行動の変化がみられ、万引きを繰り返したり、代金を支払う前に店頭の商品を開封してしまったりなどの社会的逸脱行動がみられることがあります。
- 同じことを繰り返す常習行動として、特定の同じ商品に固執して盗みと購入するといったことがあります。



### 血管性認知症

- 記憶障害よりも注意障害や実行機能障害が目立ちます（「認知初期から生じうる特徴」の実行障害に該当する特徴を参照）。感情面の変化として気分が高ぶり不安定になりやすく、怒りっぽくなりやすくなることも起こることがあります。



**御清聴ありがとうございました**