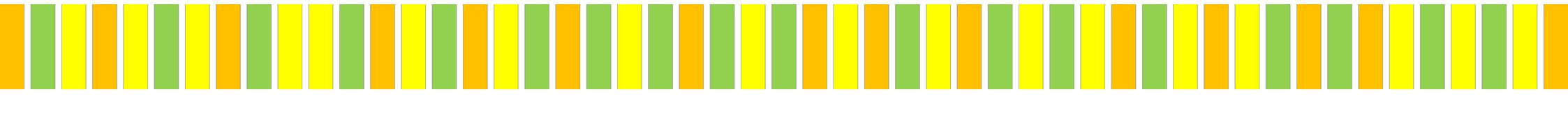




新未来創造戦略本部の主な取組



消費者庁 新未来創造戦略本部



目次



消費者庁 消費者ホットライン 188
イメージキャラクター イヤヤン

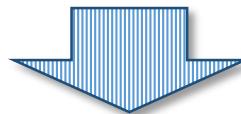
1. 戦略本部の設置について	• • • • • • • • • • • • • • • 2
2. 戰略本部の組織と取組	• • • • • • • • • • • • • • • 3
3. 全国展開を見据えたモデルプロジェクト	• • • • • • • • • • • • • • • 4
4. 国際消費者政策研究センター	• • • • • • • • • • • • • • • 6
5. 消費者庁の働き方改革の拠点として	• • • • • • • • • • • • • • • 7
6. 主なプロジェクトの概要	• • • • • • • • • • • • • • • 10

※当資料で利用している一部のイラストの著作権は第三者に帰属しています。

消費者庁 新未来創造戦略本部の設置について

2017年7月24日

徳島における消費者庁の拠点として「消費者行政新未来創造オフィス」を設置

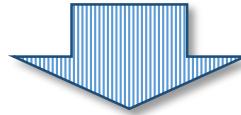


3年後を目途に検証・見直し

(「まち・ひと・しごと創生本部決定」(2016年9月1日))

2019年6月21日 「まち・ひと・しごと創生基本方針2019」(閣議決定)

「消費者行政の発展・創造のためにふさわしい機能と規模を備えた新たな恒常的拠点を2020年度に発足」



2020年7月30日

新たな恒常的拠点として、徳島に「**消費者庁新未来創造戦略本部**」を設置

【機能】

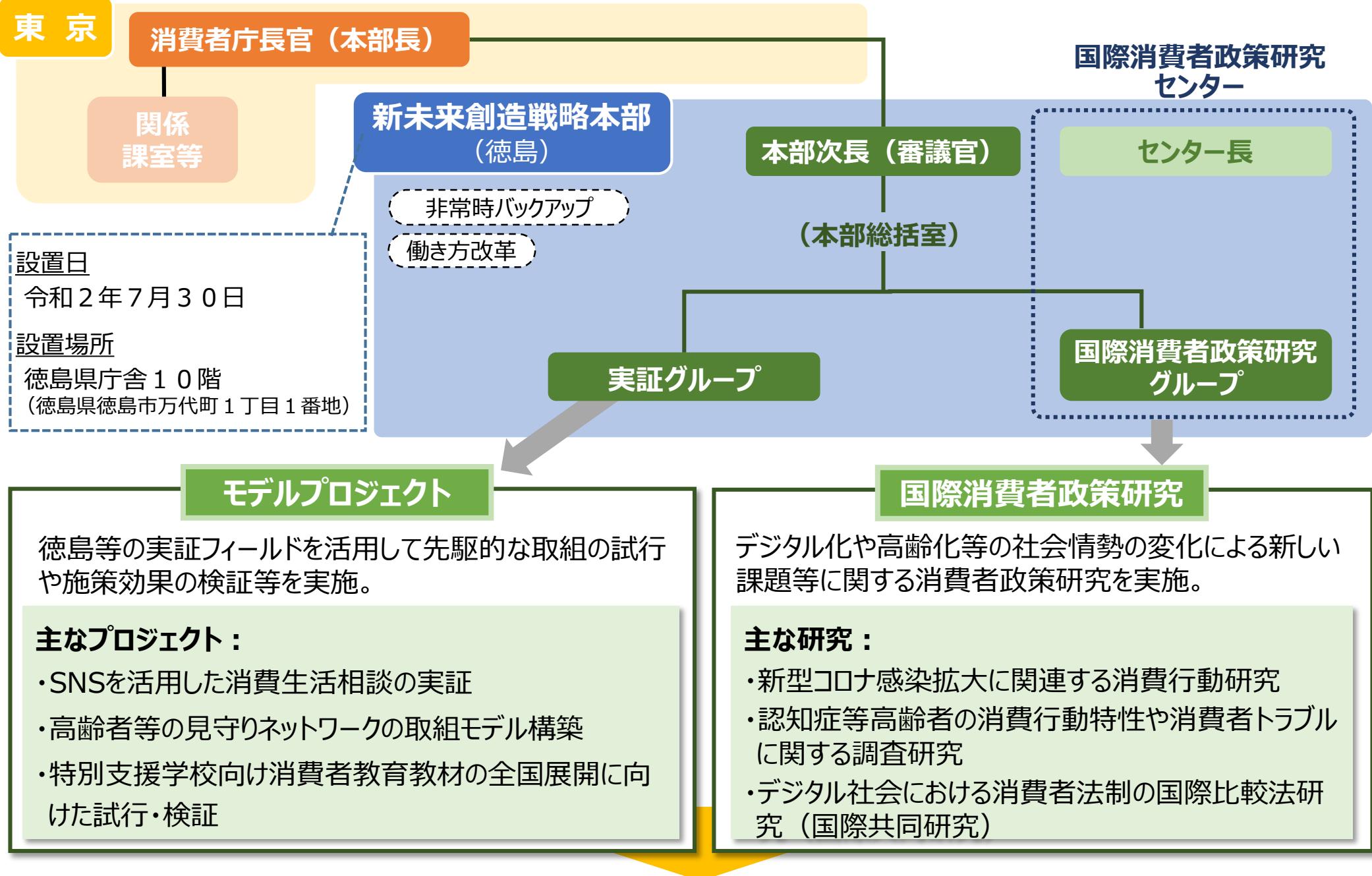
- 全国展開を見据えたモデルプロジェクト
- 消費者政策の研究拠点
(国際消費者政策研究センター)
- 新たな国際業務の拠点
- 非常時のバックアップ機能
- 消費者庁の働き方改革の拠点

【規模等】

- 現地に常駐し業務を統括する審議官（戦略本部次長）の設置
- 戦略本部の機能に合わせて現行60名程度の本部員を配置※

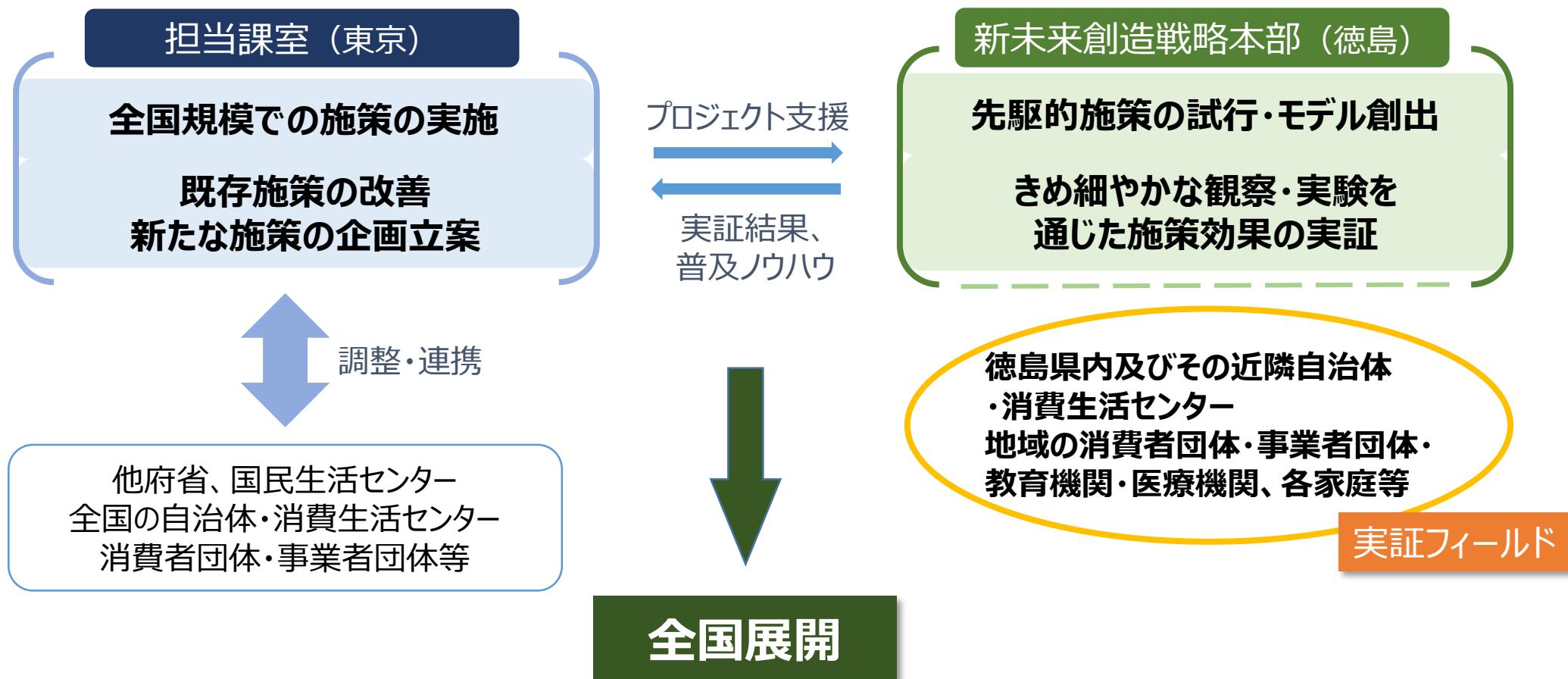
※地方自治体、企業、学術機関等からの人材も含めた多様な人員構成。

消費者庁 新未来創造戦略本部の組織と取組



全国展開を見据えたモデルプロジェクト

- 消費者政策の展開に当たっては、地域の現場でさまざまな関係者が取組を行い、個々の消費者や企業等に施策を届けていくことが不可欠。
- モデルプロジェクトでは、実証フィールドを活用して先駆的な取組の試行や施策効果の検証を実施。その成果を、全国での施策の展開に役立てていく。



国際消費者政策研究センター

International Consumer Policy Research Center (ICPRC)

国際消費者政策の研究拠点として、戦略本部に「国際消費者政策センター」を設置。

- ✓ デジタル化等の消費者を取り巻く環境の変化や高齢化の進展等による脆弱な消費者の増加といった新たな政策課題へ対応するため、新未来創造戦略本部に設置。
(研究センター長：依田 高典 京都大学大学院経済学研究科教授)
- ✓ 消費者法、行動経済学、社会心理学、データサイエンス等の研究分野の専門家（客員研究員）も参画した研究チームにより、理論的・実証的な消費者政策研究プロジェクトを推進。
- ✓ 海外の研究者等と連携した国際共同研究を実施するとともに、研究を基点とした国際交流事業（国際セミナー等）を実施。

研究テーマの柱

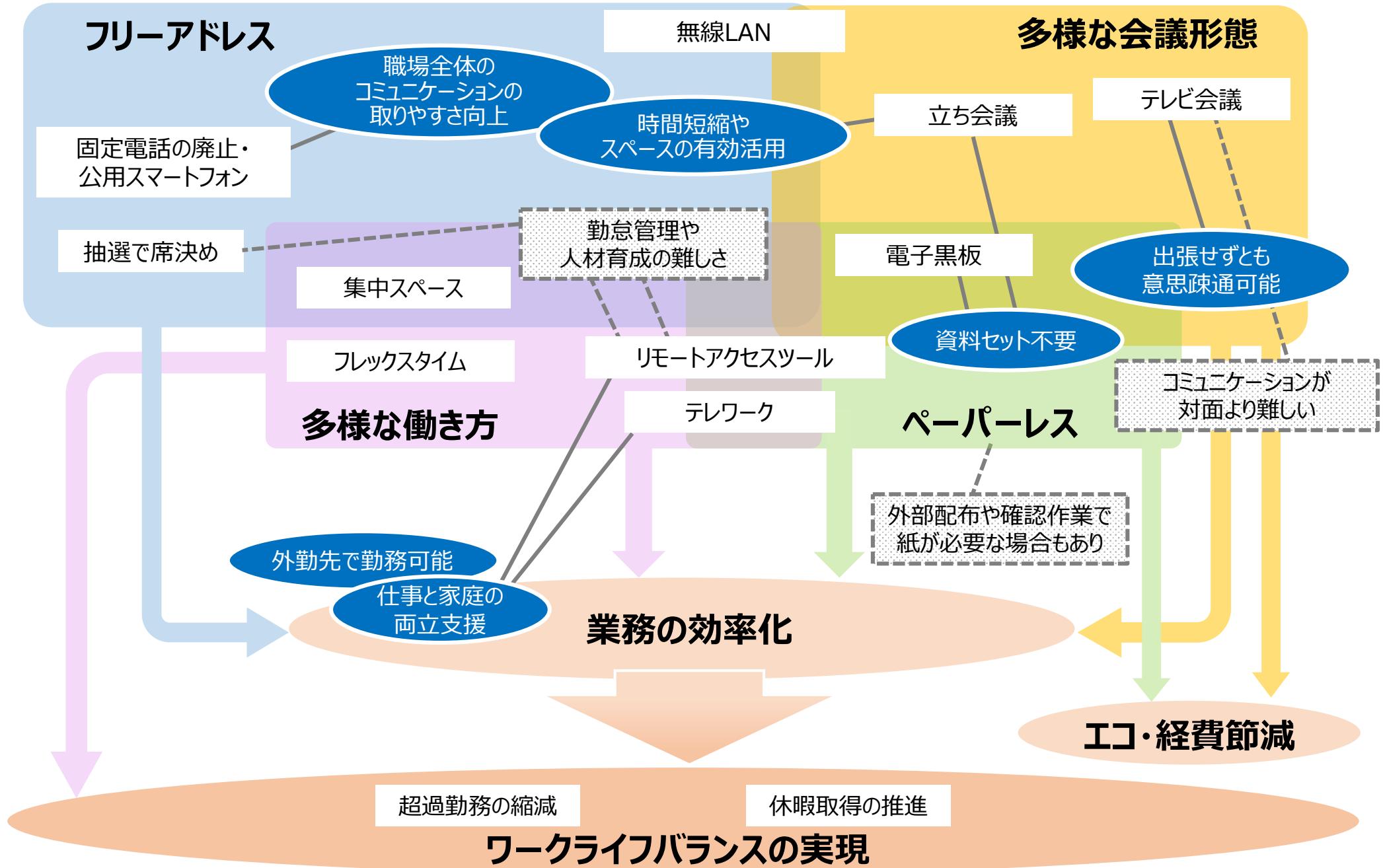
- ✓ デジタル化・国際化に伴う新たな課題への対応
- ✓ 脆弱な消費者への対応
- ✓ 協働による豊かな社会の実現
- ✓ 災害・感染症拡大など緊急時対応
- ✓ 地方消費者行政における課題への対応



G20消費者政策国際会合（令和元年9月徳島開催）

「消費者庁の働き方改革の拠点」としての新未来創造戦略本部

働き方改革の取組と効果



新未来創造戦略本部の様子（1）

- ・新未来創造戦略本部は、主な執務室が東西2部屋
- ・職員は執務室（西）に出勤し、抽選でその日に座る席を決定
- ・木材を取り入れた環境

執務室（西）



座席決定用の抽選機



職員出勤後の風景



消費者庁新未来創造戦略本部



モバイルロッカー



（職員が出勤する前の執務室の様子）

新未来創造戦略本部の様子（2）

- ・一人用の集中スペースを執務室（東）に設置
- ・立ち会議スペース（電子黒板付）は3箇所
- ・テレビ会議は複数箇所で実施可能

執務室（東）
集中スペース



電子黒板
(インターラクティブ・ホワイトボード)



昇降机

立ち会議の様子



テレビ会議の様子



主なプロジェクトの概要



消費者庁 消費者ホットライン 188
イメージキャラクター イヤヤン

モデルプロジェクトの構成

デジタル化への対応

- SNS(LINE)を活用した消費生活相談の実証実験
- デジタル技術を活用した情報発信・普及啓発
- オンラインゲームに関する消費生活相談員向けマニュアル作成

脆弱な消費者への対応

- 見守りネットワークの更なる活用
- 特別支援学校向け消費者教育教材等の開発
- 子どもの事故防止

消費者と事業者との協働

- 食品ロスの削減
- 消費者志向経営（サステナブル経営）の推進

その他のプロジェクト

- シェアリングエコノミーの啓発資料の作成（改訂）
- 公益通報受付窓口（市区町村）及び内部通報制度（事業者）の整備支援並びに公益通報ADRの検討
- 新洗濯表示の認知度向上

【モデルプロジェクトの概要】

SNS(LINE)を活用した消費生活相談(以下「SNS相談」という。)を試験的に導入することで、SNS相談導入にあたっての課題や問題点等について検証・検討を行う。

問題意識・課題

- 近年、SNSの利用増加に伴い、若者を中心に、電話を利用しない傾向有。
- 若者は、トラブルに遭っても消費生活センター等の相談窓口に相談をしない傾向有。
- 2022年に予定されている成年年齢の引下げにより、知識や経験の乏しい18歳～19歳の消費者トラブル増加も懸念。



若者の消費生活トラブル防止・救済に向けた取組の推進が急務。

実施する取組

- 徳島県と、相談件数が多いと見込まれる都市部として広島市の協力を得て、SNS相談を3ヶ月間試行予定。
- 試行の結果を基に、SNS相談導入にあたっての課題や問題点等の検証を実施。

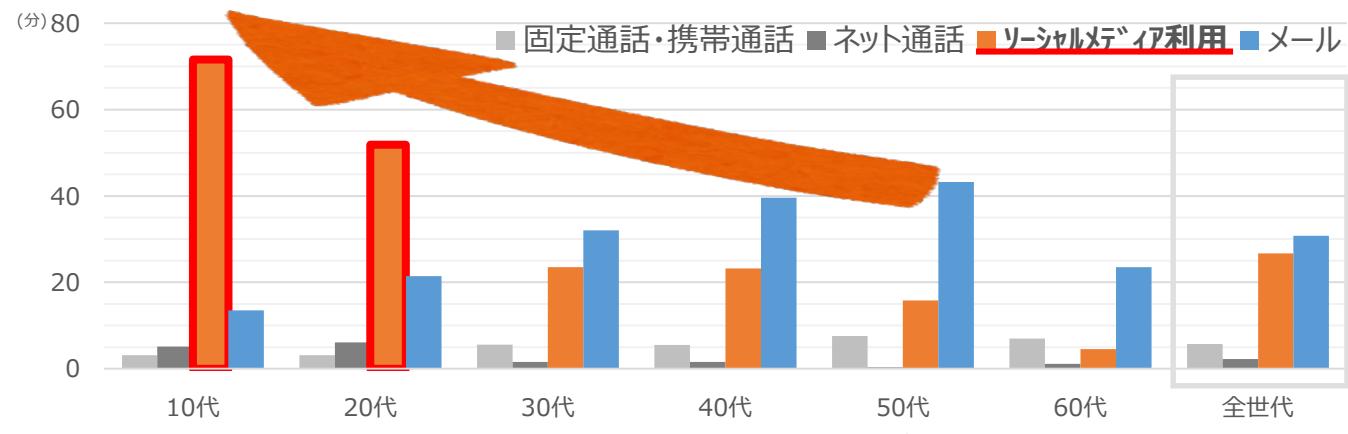
成果イメージ

- SNSにおける消費生活相談対応マニュアルを作成・公表

期待される効果

- SNS相談の全国展開実現

コミュニケーションツールの利用状況



【モデルプロジェクトの概要】

消費者の年代・特性に合わせて効率的・効果的に情報を届けるため、デジタル技術を活用するなど新たな手法を活用した情報発信・普及啓発を戦略的に展開する。

問題意識・課題

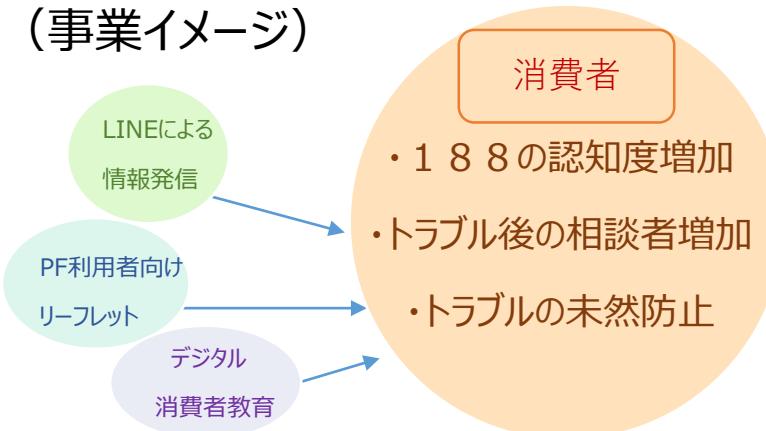
- チラシや冊子などの紙媒体やホームページによる情報発信、記者クラブでの発表、及びイベントの開催といった形で普及啓発しているが、消費者ホットライン188の認知度は高くない。
- オンラインでの取引は着実に増加し、消費生活に根付きつつある一方、様々な新しい消費者トラブルが起きている。

⇒ **デジタル社会に対応した情報発信、及び普及啓発を行うとともに、消費生活のデジタル化に対応した消費者教育が必要。**

実施する取組

- 消費者庁LINE公式アカウントを開設し、情報発信を行う。
- デジタルプラットフォームの利用者向けにリーフレットを作成する。
- 消費者保護のためのデジタル教材の開発を行う。

(事業イメージ)



成果イメージ

- LINEアカウントを開設し、消費者庁からの情報発信を行う。
- 分かりやすいリーフレット等を作成する。
- 啓発用デジタル教材を開発する。

期待される効果

- デジタル媒体を活用して普及啓発・情報発信することで、消費者ホットライン188の認知度を高める。
- デジタル社会における消費者トラブルを減らす。

【モデルプロジェクトの概要】

ゲーム依存の可能性が疑われる方やそのご家族から寄せられる消費生活相談への対応を円滑化できるよう、相談員向けの対応マニュアルを作成・整備する。

問題意識・課題

- 近年、オンラインゲームに関する消費生活相談は増加傾向。また、消費者トラブルの当事者が低年齢化。
- トラブルの背景にゲーム依存の可能性が指摘されているものの、消費生活相談の現場におけるゲーム依存への理解は進んでいない。

⇒ **消費生活相談員に対するゲーム依存に関する認識の向上・正しい知識の啓発が必要。**

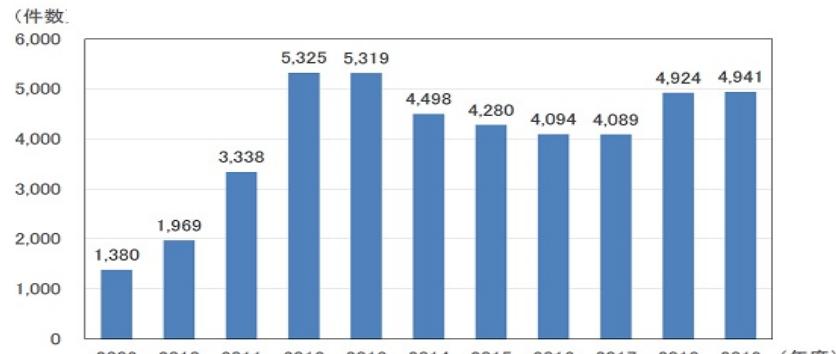
第6回消費者のデジタル化への対応に関する検討会
国民生活センター作成資料より

実施する取組

- すでにあるギャンブル等依存症マニュアルを踏まえ、ゲーム依存が疑われる方やそのご家族からの消費生活相談に円滑に対応できるよう、相談対応マニュアルを作成・整備。
- マニュアル作成のために、有識者検討会を開催。

【オンラインゲームに関する相談の傾向】

(1) 年度別相談件数



※本資料で使用する相談件数は、PIO-NET(バイオネット：全国消費情報ネットワークシステムの通称であり、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベース)によるものです(2020年3月末までのPIO-NET登録分)。消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。

成果イメージ

- ゲーム依存にかかる消費生活相談員向け対応マニュアルの作成
- 国民生活センターによる相談員向けの研修等で活用、普及



期待される効果

- 正しい知識に基づいた消費生活相談の実現
- ゲーム依存相談窓口への的確な橋渡し（消費者トラブルを含む根本的な問題解決に向けた連携）

見守りネットワークの更なる活用

【モデルプロジェクトの概要】

平成30年度(2018年度)に設置完了した徳島県内における見守りネットワーク(地域協議会)の活動の充実・強化を図るとともに、全国展開を見据え、見守りネットワークの先進事例の構築のためのテーマを設定し、各モデル地域（市町村）においてテーマに沿った取組を実施する。

問題意識・課題

- これまで、徳島県及び県内全24市町村において地域協議会が設置
- 県内全地域協議会の設置事例集を公表

⇒ **更なる見守り活動の充実・強化を図る必要**

- 見守る目を増やす
(団体や企業への更なる働きかけ)
- 見守る力の向上を図る
(講座の開催等)
- 関係組織との連携強化
(福祉部局等との連携)

実施する取組

徳島県内モデル市町村においてテーマに沿った取組を実施

【例】

- 障がい者・支援者等への消費者教育
- 福祉部局と地域協議会との連携
- 消費生活協力員（民生委員等）・協力団体（金融機関等）の活用

〈見守りネットワークのイメージ図〉



成果イメージ

- 見守りネットワークの先進事例の構築、取組効果の測定

期待される効果

- 見守りネットワークの取組モデルの全国展開

【モデルプロジェクトの概要】

特別支援学校（主に高等部）の生徒の障がいの種類や程度に配慮した教材等とその活用法を検討し、学校での試行・検証を経て、授業等で活用しやすい消費者教育教材等を開発する。

問題意識・課題

- 成年年齢の引下げが予定されている中、特別支援学校の生徒は特にだまされたり被害に遭いやすいと考えられる。
- 現状、高校生向け教材として「社会への扉」があり、多くの学校（徳島県内では全高校）で活用。
- ただし、特別支援学校の生徒にはやや難解である。

⇒ 生徒の障がいの種類や程度に配慮して教員が授業等で活用しやすい教材の開発が必要

実施する取組

- 特別支援教育や消費者教育の有識者、学校関係者による検討会やワーキンググループを開催、教材等の開発、活用法について検討。
- 県内外の特別支援学校で教材を用いた授業を試行

【障がいごとの特性】 「消費者トラブル事例集」より

知的

- ・人を信じやすい
- ・理解できていなくても「はい」と答えてしまう
- ・相談することが苦手

精神

- ・買い物に依存しやすい
- ・気分の浮き沈みで買い物行動が変化

発達

- ・外見から障がいがあると判断しにくい
- ・計画的な買い物が苦手
- ・お金の価値と物の価値が一致しない

成果イメージ

- 特別支援学校向けの消費者教育教材を作成（授業キット：手引き、授業例、ワークシート等の補助資料をまとめたパッケージ）

期待される効果

- 特別支援学校向け消費者教育教材の全国展開

【モデルプロジェクトの概要】

徳島県内において、子どもの事故防止に向けた啓発を行うとともに、その効果を測定し、子どもの事故防止に関する効果的な啓発手法等を整理する。

問題意識・課題

平成29年度子どもの事故防止調査の分析及び市町村ヒアリング等により、

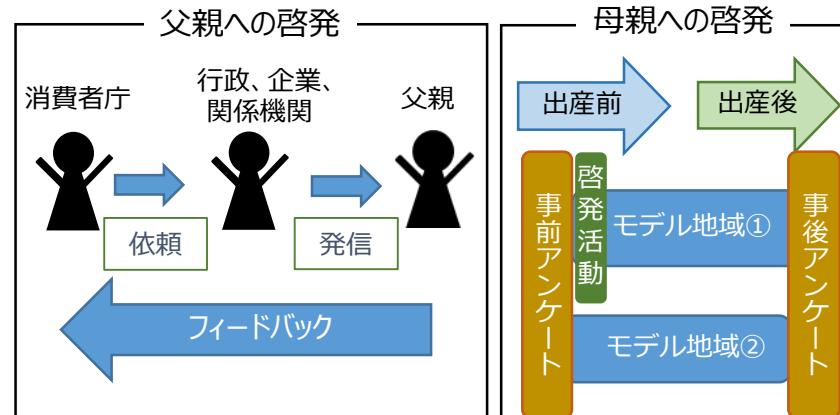
- 保護者の事故対策実施には知識・認識の普及・啓発が重要であること
- 発達段階の早期での啓発が有効であること
- 行政の情報は特に出産前及び0歳児の保護者に活用されていること
- 父親への更なる啓発が重要であること等が明らかになった。

⇒ 啓発すべき内容と効果的な啓発の時期、手法の整理が必要

実施する取組

- 父親への啓発
行政、企業、関係機関と連携し、父親を対象とした事故防止啓発手法の検討
- 母親への啓発
モデル地域を定めて、妊婦に啓発を行い、出産前後における、事故防止の意識、行動の変化を測定

(事業イメージ)



成果イメージ

- 効果的な啓発資料の開発
- 効果的な啓発手法の整理

期待される効果

- 保護者の事故防止に関する意識の向上
- 保護者の事故防止対策への積極的な取組

【モデルプロジェクトの概要】

徳島県内の流通店舗において、期限表示の正しい知識等についての消費者教育を実施するとともに、店舗における期限切れ等による食品廃棄の削減への効果を検証し、消費者と事業者双方の課題を解決し得る、効果的なモデルを作成する。

問題意識・課題

- 我が国の食品ロス削減をめぐる状況
 - ✓ 流通店舗において、期限切れ廃棄商品が大量に発生
 - ✓ 消費者には、少しでも期限の長い（＝新しい日付）商品を買いたいという潜在的心理
- 流通店舗における期限切れ食品廃棄の問題は、事業者側の商慣習及び消費者側の心理等様々な問題から発生。

⇒ **消費者と事業者双方の課題を解決することで、食品ロス削減の一助となる効果的なモデルを作成する必要**

実施する取組

- 多くの消費者が集まる流通店舗を実証フィールドに設定。
 - 徳島県内流通店舗の店頭において、以下のような取組を通じた食品ロス削減に向けた検証を実施。
 - ✓ 食品ロス削減及び期限表示の正しい知識等についての普及啓発
 - ✓ アンケートの実施等
- ※「食品ロスの削減に向け、継続的に取組が実施できる」という観点から、事業を実施。

成果イメージ

- 検討、実証を通じて、課題、問題点を整理し、効果的なモデルを作成。

期待される効果

- 食品ロスの削減に向けた効果的な取組を全国展開

【モデルプロジェクトの概要】

持続可能な社会の実現に向けては消費者、事業者との連携・協働が重要との観点から、中小企業を含む幅広い事業者へ消費者志向経営を推進する。

問題意識・課題

- 従来の事業者への規制等のみならず、持続可能な社会の実現に向けては消費者、事業者との連携・協働が重要。
- 今後は、中小企業を含む幅広い事業者への消費者志向経営の裾野拡大が課題。
- 消費者志向経営優良事例表彰の評価軸等の検討を進めているところ、本評価軸等を活用した中小企業の分析等も求められている。

実施する取組

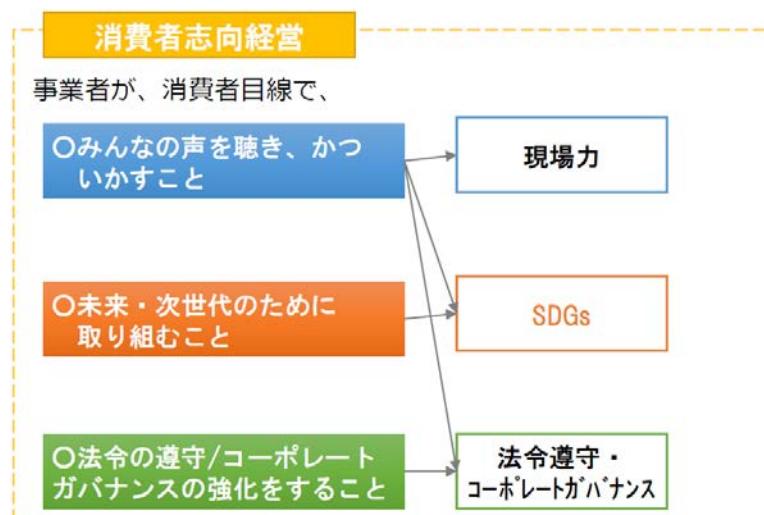
- 四国等の中小企業を中心とした消費者志向自主宣言及びフォローアップ活動の推進
- 消費者志向経営の取組等についての優良事例の収集
- 新評価軸を活用した中小企業に関する調査・検証

成果イメージ

- 消費者志向自主宣言事業者の更なる拡大
- 地方公共団体・事業者団体等との連携強化、拡大

期待される効果

- 全国的な消費者志向経営の推進
- 消費者志向経営が基本認識となる社会の実現
- 資金調達の円滑化や企業の持続的な価値向上



【モデルプロジェクトの概要】

シェアリングエコノミーの普及に伴い発生する消費者問題を早期に発見・分析し、消費者が安心して安全にシェアリングエコノミーを利用できるよう啓発資料を整備する。

※シェアリングエコノミー：個人等が保有する活用可能な資産等（スキルや時間等の無形のものを含む。）を、インターネット上のマッチングプラットフォームを介して他の個人等も利用可能とする経済活性化活動

問題意識・課題

- シェアリングエコノミーの普及を受け、消費者が安心してシェアリングエコノミーを利用できるよう、令和元年度に啓発資料（※）を作成
- 今後も、新たなサービスやトラブル事例などの反映を図りつつ、指針のアップデートを行っていくことが重要

実施する取組

令和元年度に作成した啓発資料について関係団体※と連携し、以下を実施する

- トレンドに沿ったサービスなどを中心に、各分野で特有のトラブル事例やトラブルの防止策等の情報を収集し、内容を更新
- 効果的な周知方法の検討

※内閣官房シェアリングエコノミー促進室、
（一社）シェアリングエコノミー協会等

成果イメージ

- シェアリングエコノミー啓発資料を改訂し、情報発信

期待される効果

- シェアリングエコノミーを安心して安全に利用できる環境を整備する
- シェアリングエコノミーの普及に伴い発生する消費者被害を未然に防止する

（※）令和元年11月に発行、主に初めてサービスを利用する方に向けた啓発資料「共創社会の歩き方シェアリングエコノミー」



公益通報受付窓口（市区町村）及び内部通報制度（事業者）の整備支援並びに公益通報ADRの検討

【モデルプロジェクトの概要】

法改正の状況を踏まえ、市区町村における公益通報窓口や中小企業における内部通報窓口の設置・運用に係る取組を支援する。また、公益通報者保護制度の実効性の向上を図るために、不利益取扱いについてADRの利用促進に向けた検討をする。

問題意識・課題

- 不祥事が後を絶たず、早期是正により被害の防止を図る必要がある
- **特に市区町村や中小企業において、公益通報に適切に対応するために必要な体制の整備が十分に進んでいない**
- 公益通報者が不利益取扱いを受けた際、裁判による被害回復を図ることが主となり、負担が重い
- 通報者への救済の充実を図る必要がある

実施する取組

- 市区町村における公益通報窓口の設置・運用に係る取組の支援
- 実効性向上のためのヒアリング等の実施
- 県内事業者団体・士業団体等への働き掛け
- 公益通報に関する紛争事例を収集・分析し、解決ノウハウを整理

成果イメージ

- 体制の整備が進み、公益通報に適切に対応することができる
- 不利益取扱いについてADRの利用を促進することで、不利益取扱いを受けた公益通報者の救済の充実を図り、公益通報者の実情実態や希望に応じた手段の選択を可能とする

公益通報者保護法の一部を改正する法律

- ①事業者自ら不正を是正しやすくするとともに、安心して通報を行いやすく
 - ②行政機関等への通報を行いやすく
 - ③通報者がより保護されやすく
- 内部通報・外部通報の実効化

期待される効果

- 公益通報者保護制度の活用による不祥事の早期是正、被害の防止

【モデルプロジェクトの概要】

徳島県をフィールドとして、新洗濯表示に関する認知度等の調査を行い、今後の普及啓発活動の効果的な実施方法について検討を行う。

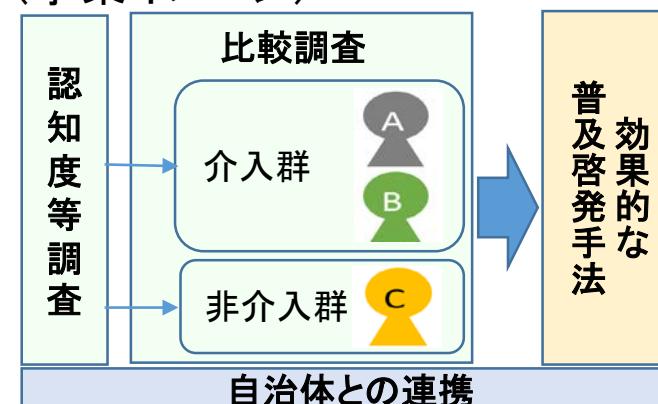
問題意識・課題

- 平成28年12月1日に衣料品の「取扱い表示」に関する改正纖維製品品質表示規程が施行され、国内外で洗濯表示が統一された。
- 施行から3年が経過し、事業者等における新洗濯表示の認知度は高まっていると思われる。
⇒ 消費者がどの程度正しく表示を理解し役立てているのか明らかになっていない。

実施する取組

- 徳島県内において、新洗濯表示に関する認知度調査及び介入による認知度向上の効果測定を実施する。
- 調査の結果を踏まえ、徳島県内の市町村等と連携を取りつつ、より効果的な普及啓発活動を検討・実施する。

(事業イメージ)



成果イメージ

- 調査結果を踏まえ、より効果的な新洗濯表示の普及啓発手法の立案

期待される効果

- 得られた効果の全国展開を目指す。

新型コロナウイルス感染拡大の影響による 消費者の消費行動の変化等に関する研究

【研究の概要】

新型コロナウイルス感染拡大における消費者の購買行動の変化を調査・分析する。加えて、ランダム化比較実験を実施して、非常時に備えた備蓄行動を促進するための有効な情報発信手法等を分析・検証する。

問題意識・課題

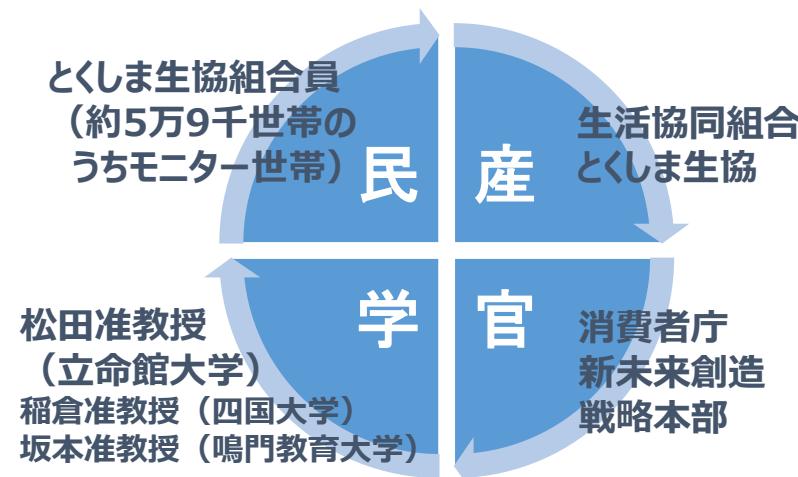
- 新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、人々の行動が大きく変化。
- 感染拡大に当たり、真偽入り混じる様々な情報が氾濫（インフォデミック）、消費者による買い占め等のパニック行動の観察。
- 不正確な情報が拡散するなど、正しい情報発信が消費者に届きにくい状況。

感染拡大が消費行動に及ぼす影響の解明や、過度な買いだめによる混乱を招かないための情報発信が求められている。

実施する取組

- モニター消費者（とくしま生協組合員）へのアンケート調査を実施するとともに、過去に遡り商品の発注データを用い、どのような時にどのような商品の発注が増減したか等を分析し、購買行動の変化を解明
- 買いだめ発生による混乱を抑制できるよう、日用品・食料品の備蓄を促す最適な情報発信手法をランダム化比較実験により検証

【産官学民連携による研究実施】



期待される効果

- 非常時における消費者の購買行動の解明
- 消費者の行動変容を促すための有効な情報発信手法の発見

【研究の概要】

デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービス取引における消費者法制について、各国研究者との連携により、欧米諸国の法制との比較法研究（国際共同研究）を実施する。

問題意識・課題

- デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービス取引は、容易に国境を越えて行われ、生じる法的問題も類似しており、世界各国の法制度と調和した解決方法が望まれる。
- EUや米国等の海外においてもデジタル分野におけるルール形成が議論されており、世界共通の課題となっている。



海外の研究者と連携し、海外の先進的な法制度との比較法研究を行う必要。

実施する取組

- 日本の研究者等で構成する研究チームにより海外文献の分析や海外の政府機関、研究者等へのヒアリング調査を実施。
- 海外の研究者と連携し、意見・情報を交換とともに、国際セミナー等を開催して共同研究を実施。

期待される効果

- デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービス取引におけるよりよい消費者法制の企画立案に向けたエビデンスを創出。



PIO-NETを活用した消費者問題の分析

【研究の概要】

消費者被害の拡大防止・未然防止を目的に、全国消費生活情報ネットワーク（PIO-NET※）に登録された相談事例を活用し、消費者被害の傾向や各種情報との相関関係等についてテキストマイニングによる分析を行う。

※ PIO-NET：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。登録された情報は、全国の消費生活相談窓口において、相談員による問題解決支援（相談処理）に役立てたり、消費者行政において、消費者トラブルの被害拡大や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。

問題意識・課題

- 新型コロナウイルス感染症のように突然発生した事象などは、PIO-NETへ事前に分類設定しておくことができないため、該当データの抽出が不完全となり被害事案の早期把握が難しい。
- 分析対象や目的によっては、PIO-NETからデータを抽出した後で、目検による精査が必要なことがある。

実施する取組

- テキストマイニング等の分析技術を用いて、PIO-NETデータの抽出と分析を実施

テーマ例

新型コロナウイルス感染症拡大に伴い発生した消費者被害（マスクの品切れ、送り付け商法、不要な買い占め等）の登録データを用いて非常に発生し得る消費者トラブルの傾向等を分析

テキストマイニングとは

文章データを単語や文節で区切り、それらの出現回数や出現傾向をもとに文章の特徴を可視化する方法

期待される効果

- 消費生活相談の効率的な抽出・分析
- タイムリーな注意喚起等による消費被害の未然防止



【研究の概要】

消費生活相談情報の分析等を通じて、認知症や認知機能障害のある消費者の消費者取引等における認知症等の消費者の行動特性を解明。

問題意識・課題

- 2018年には認知症の人の数は500万人を超え、65歳以上の高齢者の約7人に1人が認知症と見込まれる。
- 認知症や認知機能障害のある消費者の消費行動特性や消費者被害・トラブル等の実態は必ずしも明確にされていない。

実施する取組

- テキストマイニング等の先端的なデータ分析手法を活用し、認知症や認知機能障害のある消費者からの消費生活相談を分析。
- 認知症等のタイプや特性等を踏まえた見守り対応や消費生活相談等の検討。

期待される効果

- 認知機能障害による消費者の脆弱性の解明。
- 消費生活センター等での相談対応や高齢者の見守りネットワークでの認知症等の消費者への対応力の向上。

▼主な認知症のタイプと特性▼

アルツハイマー型

最も頻度が高い。見当識障害、記憶障害などさまざまな認知機能障害が生じ、年単位で認知機能の低下が進行。

レビー小体型

注意の変動性がみられる。視覚認知、注意力・実行機能の障害が目立ちやすい。

前頭側頭型

初期から性格・行動の変化がみられる。社会的逸脱行動や脱抑制などが生じる傾向にある。

脳血管性

歩行障害などの神経学的徴候や尿失禁が早期からみられる。感情が高ぶりやすく怒りっぽくなる一方、無気力で活動性の低下などがみられる。

