

高齢者世帯における消費者被害対策

～消費者被害事例を通じた考察～

松山 郁夫*

Measures of the Consumers Damage in the Elderly Person Household : Consideration through the Case of Consumers Damage

Ikuo MATSUYAMA

【要約】本研究では、日本における高齢者世帯の状況、消費者問題の現状、及び高齢者世帯で消費者被害にあった事例を検討し、今後の高齢者世帯における消費者被害を予防するための課題を考察した。その結果、高齢者世帯が消費者被害を受けていないかを確認する体制を作ること、及び地方自治体が、住民自身が迅速に警察（最寄りの交番）や消費生活センター等の相談機関に相談にできるように、消費者被害の実態と手口、相談機関の存在を周知する活動を強化することが必要と考えた。

【キーワード】 高齢者世帯 消費者被害 高齢社会

I. はじめに

今後、日本では総人口が減少していくが、いわゆる「団塊の世代」（1947～1949年に生まれた人）が65歳となる2015年には高齢者人口が3,000万人を超える。その後も高齢者は増加し、2042年以降は高齢者人口が減少に転じるが、高齢化率はさらに上昇する。2055年には高齢化率は40.5%に達し、2.5人に1人が65歳以上となる。また、75歳以上人口が総人口の26.5%に達し、4人に1人が75歳以上となる。平成22年度の高齢社会白書では「本格的な高齢社会」と記している¹⁾。したがって、認知症高齢者も増加し、日常生活に支障をきたすような行動が見られる認知症で、日常生活の自立度の判定基準Ⅱ以上の高齢者が、2025年には323万人になると推計されている²⁾。このようなことから、認知症高齢者の介護による支援の拡充が叫ばれることになる。同時に、認知症の有無に関わらず、高齢者世帯が増えるため、地域において消費者被害の増加が懸念される。

地方自治体では地域における消費者被害対策を講じている。その一例として、以下、福岡市の広報誌に掲載された情報がある。福岡市の施策や施設の行事等に関する市政情報を「ふくおか市政だより」で、月2回、年23回、市の全世帯に配布している。その2011年12月15日号では、「悪質商法に気を付けて」とのことで、消費生活センターに寄せられた相談の中から今年度、是正指導や注意喚起を行ったエステティックサービスや住宅リフォーム、排水管清掃工事、浄水器の悪質商法の事例と対処法を紹介している（表1）。さらに、「これらの事例以外でも不審な勧誘などで不安を感じた、悪質商法の被害に遭ってしまったなどの場合は、すぐに消費生活センターへご相談ください」と、市民に対して注意を喚起

*佐賀大学文化教育学部

している³⁾。特に、「事業者が突然、訪問」、「水道水への不安をあおる」の実例については、高齢者世帯が被害を受けやすいために、注意を喚起することを目的に掲載していることが窺える。

表1 消費生活センターに寄せられた相談例 (※ふくおか市政だより 2011年12月15日号より引用)

<p>①無料体験と思ったら</p> <p>●エステティックサービスの例</p> <p>エステの無料体験をしないかと誘われて店に行ったところ、いきなり「毛が濃いので脱毛した方がよい」と強く勧められ、当日のうちに6回コースの25万円を18回払いで契約。3回ほど通ったが効果を感じられないでいる。</p> <p>▼対処法</p> <p>◎一度無料体験を受けると断りづらくなるので、路上で知らない相手から声を掛けられても相手にしないようにしましょう。</p> <p>◎「今だけ」などの甘い言葉に惑わされないようにしましょう。キャンペーンと称して年中勧誘しているところもあります。</p> <p>◎契約するときは、できれば複数の事業者の料金表を比較検討しましょう。コース料金が必ずしも安いとは限りません。</p>
<p>②事業者が突然、訪問</p> <p>●住宅リフォームの例</p> <p>事業者が突然訪ねて来て「軒先の雨どいが外れている、塗装して金具を付ける」との説明で13万円の契約をした。工事の後に写真を持ってきて「瓦がずれている、瓦止めをしないと台風が来たら大変。今工事をしないと数百万円かかる。今なら安くする」との説明があり怖くなって60万円で契約した。</p> <p>●排水管清掃工事の例</p> <p>頼んでいないのに「下水の調査」と言って工事をされ3万1500円支払わされた。直後に別の事業者が来て「さびがあるので下水管を替えた方がいい。今なら25万円でできる」との説明。その後別の事業者が来て「床下の湿気がひどいので竹炭を置くといい」とチラシを置いていった。不審に思い交番に相談した。</p> <p>▼対処法</p> <p>◎市が事業者宅に宅地内の排水設備の点検・清掃を委託することはありません。</p> <p>◎必要のない工事は、はっきり断ることが大切です。「雨どいが外れている」など事業者の説明をうのみにして、慌てて契約しないようにしましょう。</p> <p>◎工事を依頼するときはできれば複数の事業者から見積もりを取って比較検討しましょう。</p>
<p>③水道水への不安をあおる</p> <p>●浄水器の例</p> <p>アパートの管理人だと思って部屋に入れた販売員が、水道を見て「水道水には何が入っているか分からない」と言って一方的に浄水器の説明をして取り付けた。付けた後、30万円と聞き「お金がない、要りません」と言ったが無理やり契約させられた。お金は手元にないとすると、お金を下ろしに金融機関まで車で連れて行かれ口座から引き出して代金を支払った。</p> <p>▼対処法</p> <p>◎連絡なしに水道局や管理人が事業者に依頼して個人の家の水質検査などをすることはありません。水道水は水道法等の基準を満たした安全な水です。</p>

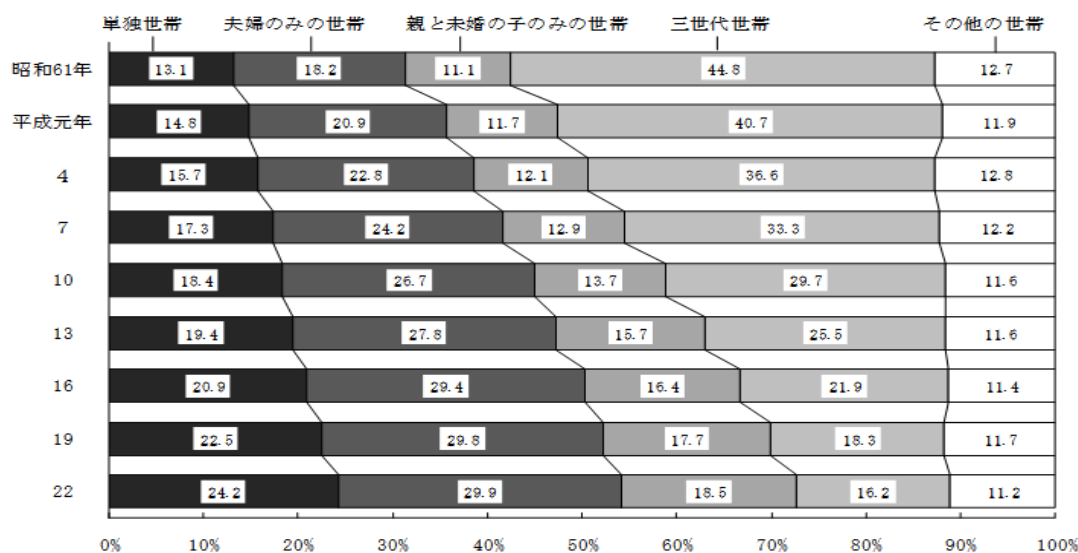
これらのことから、今後、高齢者が悪質商法等によって消費者被害を受けることがないように、地域における対策を強化していくことが求められる。したがって、本研究の目的は、日本における高齢者世帯の状況、消費者問題の現状、及び高齢者世帯で消費者被害にあった事例を検討し、今後の高齢者世帯における消費者被害を予防するための課題を考察することとする。

II 近年の高齢者世帯の状況

厚生労働省では、厚生労働行政の企画及び運営に必要な基礎資料を得るために、1986年を初年として3年ごとに大規模な、保健、医療、福祉、年金、所得等国民生活の基礎的事項を調査（中間の各年は小規模な調査を実施）している。平成22年国民生活基礎調査の概況が、2011年7月12日に厚生労働省、大臣官房統計情報部社会統計課国民生活基礎調査室から公表された。この報告によれば、2010年6月3日現在における日本の世帯総数は4863万8千世帯となっている。世帯構造別にみると、多い方から、「夫婦と未婚の子のみの世帯」（1492万2千世帯：全世帯の30.7%）、「単独世帯」（1238万6千世帯：同25.5%）、「夫婦のみの世帯」（1099万4千世帯：同22.6%）となっている。

世帯類型別にみると、「高齢者世帯」は1020万7千世帯（全世帯の21.0%）、「65歳以上の者のいる世帯」は2070万5千世帯（全世帯の42.6%）となっている。世帯構造別から見ると、多い方から、「夫婦のみの世帯」（619万世帯：65歳以上の者のいる世帯の29.9%）、「単独世帯」（501万8千世帯：同24.2%）、「親と未婚の子のみの世帯」（383万7千世帯：同18.5%）となっている。年次推移をみると、全世帯に占める65歳以上の者のいる世帯の割合は上昇傾向にある（図1）。

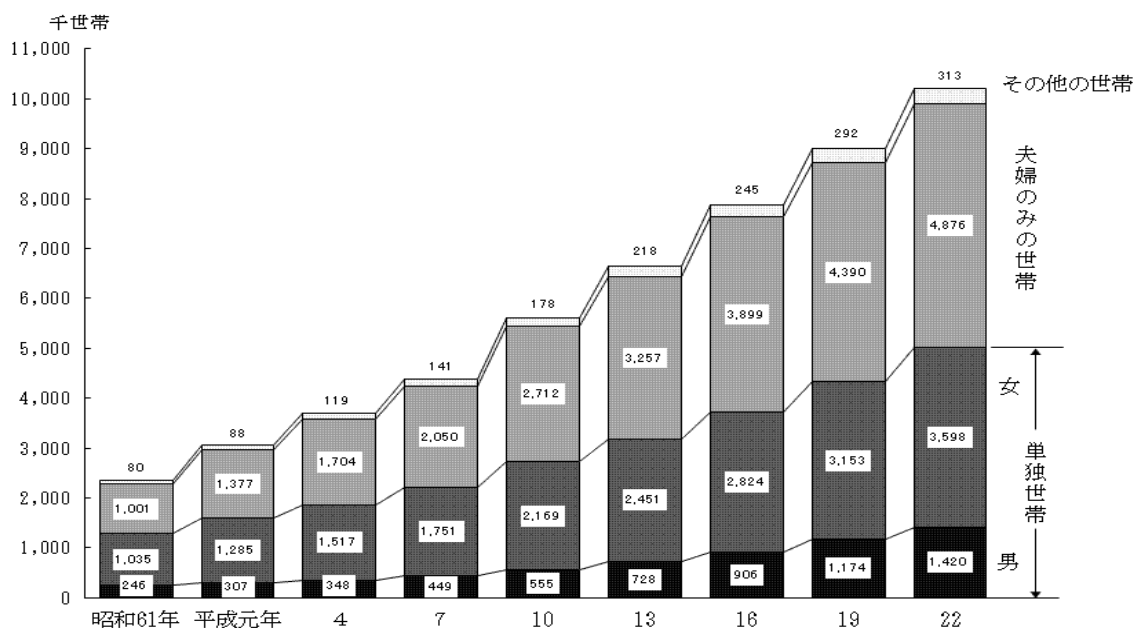
高齢者世帯を世帯構造別にみると、「単独世帯」（501万8千世帯：高齢者世帯の49.2%）、「夫婦のみの世帯」（487万6千世帯：同47.8%）となっている（図2）。平成22年時点の高齢者世帯のうち、単独世帯と夫婦のみの世帯は989万4千世帯（高齢者世帯の97.0%）となり、全世帯の20.3%を占めている⁴⁾。



注：1）平成7年の数値は、兵庫県を除いたものである。

2）「親と未婚の子のみの世帯」とは、「夫婦と未婚の子のみの世帯」「ひとり親と未婚の子のみの世帯」をいう。

図1 世帯構造別にみた65歳以上の者のいる世帯の構成割合の年次推移
（※厚生労働省による平成22年国民生活基礎調査の概況より引用）



注：平成7年の数値は、兵庫県を除いたものである。

図2 世帯構造別にみた高齢者世帯数の年次推移
 (※厚生労働省による平成22年国民生活基礎調査の概況より引用)

Ⅲ. 消費者問題の現状

消費者問題は、多様化、複雑化が進行しているため、最新の消費者情報を収集していないと不利益を被る危険性がある。日本の公的な相談機関である独立行政法人国民生活センター、消費者センター等では消費者からの商品やサービスなど消費生活全般に関する苦情や問合せに対して、消費生活専門相談員が助言等を行っている。しかしながら、契約解除通知書（内容証明郵便）の作成や提出代行などを行う機能はない。

独立行政法人国民生活センターでは、商品テストや専門相談、教育研修、生活に関する調査研究を実施し、その情報を国民に提供している。また、消費生活相談等の情報を全国の消費者センター・消費生活センターなどから収集し、消費者被害の未然防止・拡大防止のために分析・提供する等の支援を行っている。

東京都消費生活総合センターでは、商品を購入したりサービスを利用したりするときに生じる販売方法、契約内容、品質のトラブルなど消費生活に関する相談を受け付け、問題解決のための助言や斡旋等を行っている。高齢者は自宅にすることが多いため、訪問販売や電話勧誘販売による被害に合いやすい。また、高齢者は、視覚や聴覚機能の衰えによる事故が多い。家庭内事故の割合が高い等、危害や危険にあうことが多く、「お金」「健康」「孤独」の3つの大きな不安を持っているため、悪質業者は言葉巧みにこれらの不安をあおり、親切にして信用させ、年金・貯蓄などの財産を狙っていること等を警告している⁵⁾。さらに、宅地内下水排水管の清掃の勧誘でトラブルが多発等、具体的事例を多数紹介している。

全国の消費生活センターに寄せられた契約当事者が70歳以上の相談の件数は、2004年度に10万件を超え、2010年度は約13万件で、相談全体の約15%となった2010年度の当事者70歳以上の相談を販売方法・手口別にみると、表2のようになっている（※カッコ内は相談全体に占める割合：2011年5月末日までの登録分）⁶⁾。

表2 2010年度の当事者70歳以上の相談を販売方法・手口別の被害件数

手口	件数	手口	件数
1. 家庭訪販	21,431件 (15.6%)	6. インターネット通販	3,371件 (2.5%)
2. 電話勧誘販売	21,148件 (15.4%)	7. 無料商法	2,773件 (2.0%)
3. 利殖商法	7,856件 (5.7%)	8. 点検商法	2,732件 (2.0%)
4. 次々販売	5,362件 (3.9%)	9. 販売目的隠匿	2,634件 (1.9%)
5. 二次被害	5,199件 (3.8%)	10. 当選商法	1,953件 (1.4%)

※独立行政法人国民生活センター (http://www.kokusen.go.jp/soudan_now/koureisyua.html) より引用

IV. 消費者被害にあった高齢者世帯の事例

先述したとおり、東京都消費生活総合センターでは、一例として宅地内下水排水管の清掃の勧誘でトラブルが多発していることを紹介している。このように、宅地内下水排水管の清掃の勧誘は、高齢者世帯において被害を受けやすいと考えられるため、以下、2011年にA市で起きた事例について検討する。倫理的配慮として、被害にあった高齢者とその家族には、本件について論文化して公表する意義、及び公表の際には誰であるか特定されないように配慮することを説明し、了承されている。

以下の記述は、被害にあった高齢者の2人の家の近くに住んでいる息子が、夕方帰宅した直後に、両親が消費者被害にあったと気づき、すぐに両親から被害にあった状況を聞き取ったメモの内容である。

A市の閑静な住宅地に位置している一戸建の住宅に、高齢者（当時：夫85歳、妻79歳）2人が生活をしていました。2011年10月のある日、用事で妻が外出した直後、13:00頃に、業者と名乗って、3人の男性が来た。「下水の調査をする」と言い、家に入ってきた。

一人で家にいた夫には、業者に下水の調査を依頼した覚えはなかったが、調査をするということなので、仕方がないと考えた。業者と名乗る3人の男性は下水（敷地内の排水管）を見始めた。

14:30に妻が帰宅した。業者と名乗る3人のうち1人が妻に、「家のマンホールの下水を工事している」と言った。

しばらくして、「工事を終えた」と夫婦に告げて、敷地内から3人が出て行ったその直後、入れ替わって、先ほどの3人とは別の人物が家に入ってきて、家の床の下を見始めた。その後、2人に「さびがあるから、（下水の管を）変えた方がいい。もちませんよ。」と言った。

床の下の様子をビデオに撮って、家にあるテレビにつないで、その状況を見せた。事前に業者が夫に紙に図を描くように言ったため、簡単な図形と苗字を描いた。その紙もビデオで撮影され、家のテレビの画面に流れた。夫婦とも自宅の床の下を映していると認識した。その直後に、「さびはひどくはないけど、今のうちに工事をしておいた方がいいですよ。26万円くらいでできますよ。次に工事に来るときに現金で用意をしておいてください。」と言われた。また、その男性から、下水の工事費が31,500円かかったので支払ってくれと言った。なお、翌日、息子が下水を見たが工事をした形跡は確認できなかった。

夫は下水についても調査と言われたことで、見てもらうだけのつもりだったが、支払うように言われたため、やむを得ず、現金で支払ってしまった。そのとき、施工承認書と領収書が渡された。施工承認書には赤字で「認知症 有 無」とあり、夫は無に○を付けていた。また、同様に赤字で「自署は、今回の契約に対して承認書を受取りました。 印」とあり、夫は自分の氏名を記述し、印鑑を押

その後、高齢者夫婦の息子が帰宅し、その妻から、怪しい感じがする3人の男性がいたとの話を聞いた。不審に思った息子は、両親（高齢者夫婦）のところに行くと、両親から上述した内容の話を聞いた。この時点では両親には消費者被害にあったとは認識しておらず、業者と名乗る者達に対して「丁寧で優しく話をする人達だった。悪徳業者とは思えない。」と息子に話している。なお、息子は仕事が終わり帰宅後、自宅の近くに住んでいる両親の生活状況を確認することを日課としている。

息子は、両親が消費者被害にあったと認識し、A市消費生活支援センターに電話したが、相談時間を過ぎていたため、自宅に近い交番で相談することにした。3人の警察官が応対し、状況を聴取した後、消費生活センターに相談に行くこと、きちんと今後の工事は断ること、及び何かあったら交番に連絡すること等の助言を受けた。

交番から帰宅した息子は、施工承諾書に記載されているB市の業者に電話をした。業者の代表者は今いないとのことであった。今後の工事は断る旨を話した。また、見積書がだされていないことを言うと、見積書は施工承認書に含まれているとの返答だった。電話に出た人が「代表に電話をさせるから、名前と電話番号を言ってくれないか」と言ったため、氏名を名乗り、電話番号を言ったが、その後、電話は一度もかかってこなかった。

翌日、朝、息子はA市消費生活センターへ出向き、相談員に上記の内容を記述したメモを手渡し、昨日のことを話した。相談員からは、業者の強引なやり方から明らかな消費者被害であるため、今後の工事を断るだけでなく、支払った31,500円も取り返した方がいいとの助言を受けた。また、息子との面談中に、担当した相談員は電話で業者に明確に消費者被害であることを伝え、被害者が支払った代金を全額返金するように求めた。また、息子は契約解除通知書の書き方を聞いた。

その後、息子は両親にA市消費生活センターの助言を伝えた。そのとき、両親は消費者被害にあったことをはっきりと認識し、夫が契約解除通知書を書き、その日（被害にあった翌日）のうちに投函した。被害にあった5日後の消印の現金封筒が届き、31,500円全額の返却がなされた。なお、その封筒には現金が入っているだけで、その他の書類は何もなく、謝罪の文面も入っていなかった。

V 考 察

本稿の事例から、次の①から⑯のことが考えられる。

消費者被害にあった高齢者世帯の近くに住んでいた息子は、帰宅直後に、両親が消費者被害にあったと気づき、①両親から被害にあった状況を聞き取り、迅速に事実を把握し、相談機関に相談をしている。

妻が外出した直後、夫が一人になったときに業者と名乗る3人の男性が来たため、②高齢者夫婦が2人で住んでいることを把握し、高齢者が一人にいるときに訪問している。また、「下水の調査をする」と言って家に入ってきたため、③断ることが難しい理由をつけて家の敷地内に侵入している。

妻が帰宅したとき、業者と名乗る1人が妻に工事と伝えているため、④夫には調査と言って騙して敷地内に侵入し、帰宅した妻には工事と言うことで工事代を支払わざるを得ないように誘導している。

「工事を終えた」と夫婦に告げて3人が出て行ったその直後、別の人物1人が家に入ってきて、家の床下を見始めた。⑤下水の調査をするとして、敷地内に入ることができたため、次に床下の下水管を見るところとして家の中に侵入することに成功している。さらに、床下の様子をビデオに撮って、その状況を見せ、工事を勧め、26万円の現金を用意するように言っている。このため、⑥口約束で床下の下

水管の工事をしたときに、代金を現金で支払うようにしている。また、下水の工事費 31,500 円を現金で支払うように言った。⑦既に工事をした 3 人はいないため、代金を支払わざるを得ないように仕向けている。

支払い時に渡された施工承認書には赤字で「認知症 有 無」とあり、夫は無に○を付け、さらに、氏名を記述し、印鑑を押した。⑧認知症が無いことで判断能力があること、及び工事の承認を自著させることで、業者には一切責任がないと主張できるようにしている。業者の住所は離れた場所だったため、⑨業者の存在をすぐに確認できないようにしている。施工承認書の表面の中心付近の文言と、裏面の「クーリングオフのお知らせ」によって、⑩良心的な業者と見せかけている。

その後、さらに男性 1 人が家に入ってきて竹炭マットを敷くように勧めた。手渡された紙には価格が記載されていなかった。なお、高齢者夫婦が住んでいる築 42 年の木造住宅には柱の腐食もなく、明らかに床下に竹炭を敷く必要性はないことは明らかである。このため、⑪不必要なものを購入するように仕向け、しかも敷いたときにかかる費用を提示していない。

高齢者夫婦の近くに住んでいる息子は、仕事が終わり帰宅後、自宅の近くに住んでいる両親の生活状況を確認することを日課としている。⑫息子が高齢者夫婦の生活状況の確認を日々行っているため、消費者被害に気づくことができた。さらに、息子は、被害にあった当日に交番で相談し、翌日、消費生活センターに相談で相談をしている。⑬交番の警察官は、専門機関に相談に行くことや明確な対応をするように助言をする等、適切な対応をしている。

交番から帰宅した息子は、業者に電話して今後の工事は断った。また、見積書は施工承認書に含まれているとの返答があり、電話もかかってこない。このようないい加減な対応をしているため、⑭誠意は全く見られない。

消費生活センターの相談員は、電話で業者に消費者被害と伝え、代金を全額返金するように求めた。また、契約解除通知書の書き方を指導した。このため、⑮消費生活センターの相談員は業者に対して毅然とした対応をし、相談に来た被害者には適切な助言をしている。息子が両親に助言内容を伝えると、漸く消費者被害にあったと認識した。⑯業者の話術によって高齢者は騙されていた。

全額の返却がなされたが、現金封筒には現金が入っているだけで、その他の書類は何もなく、謝罪の文面も入っていなかった。このため、⑰業者は保身しか考えず、消費者被害を与えているという意識が希薄のようである。

これらのことから、業者は「高齢者世帯を選び、特に、高齢者が一人にいるときに訪問すること」、「断ることが難しい理由をつけて家の中に侵入すること」、「代金を現金で支払わざるを得ないように誘導すること」、「敷地内に入ってから次に家に侵入すること」、「業者には一切責任がないと主張できるようにしていること」、「業者の存在をすぐに確認できないようにしていること」、「良心的な業者と見せかけていること」、「費用を提示せず不必要なものを購入するように仕向けること」、及び、「話術によって高齢者を騙すこと」が業者の手口と考えられる。さらに、業者は、自らの保身しか考えず、消費者被害を与えているという意識が希薄である。

本事例では、高齢者夫婦の息子は親から被害にあった状況を聞き取り、迅速に事実を把握し、相談機関に相談をしていたが、息子が高齢者夫婦の生活状況の確認を日々行っているため、消費者被害に気づくことができたと考えられる。したがって、日々、肉親、友人、自治会や町内会、民生委員等が、高齢者世帯が消費者被害を受けていないかを確認する体制を作ることが不可欠である。さらに、地方自治体が、住民自身が迅速に警察（最寄りの交番）や消費生活センター等の相談機関に相談に伺うことができ

るように、消費者被害の実態と手口、相談機関の存在を周知する活動を強化することが求められる。

全国の消費生活センターに寄せられた契約当事者が 70 歳以上の年度別相談件数は、最近 10 年間で 2.4 倍も増えている。また、高齢者の消費者被害に関する相談が全国の消費生活センターに多く寄せられている。2010 年に、高齢者世帯のうち単独世帯と夫婦のみの世帯は、全世帯の 5 世帯のうち 1 世帯程度となった⁷⁾。独立行政法人国民生活センターや各地の消費生活センターの相談支援等の取り組みがなされているにもかかわらず、高齢者が消費者被害に遭遇することも増え、近年の経済状況を考慮すると、さらに高齢者の消費者被害の拡大が懸念される。このため、悪徳業者に対する法的対応を強化することは当然であるが、現状では、地域社会において高齢者世帯が消費者被害を受けないための仕組みを構築することが喫緊の課題である。

VI 結 論

本研究では、高齢社会が進行する日本において、地域社会で高齢者が消費者被害に遭わないように、高齢者世帯が消費者被害を受けていないかを確認する体制を作ること、及び地方自治体が、住民自身が迅速に警察や消費生活センター等の相談機関に相談にできるように、消費者被害の実態と手口、相談機関の存在を周知する活動を強化すること等、高齢者世帯が消費者被害を受けないための仕組みを構築する必要があると考察した。

謝 辞

本研究に協力していただいた方々に感謝致します。

引用文献

- 1) 内閣府 平成 22 年版 高齢社会白書 ぎょうせい 2010
- 2) 厚生労働省 平成 19 年度厚生労働白書 ぎょうせい 2007
- 3) ふくおか市政だより 2011 年 12 月 15 日号 編集・発行 福岡市広報課 2011
- 4) 厚生労働省、大臣官房統計情報部社会統計課国民生活基礎調査室 平成 22 年国民生活基礎調査の概況 2011
- 5) 東京都消費生活総合センター (<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/>) 2012
- 6) 独立行政法人国民生活センター (http://www.kokusen.go.jp/soudan_now/koureisya.html) 2012
- 7) 同上 4)