

第 部 消費者教育の「受け手」側から見た現状と問題点

第 2 章 高齢者調査に見る高齢者の実態と消費者教育

第2章第1節 調査の概要

1. 調査の目的

近年、高齢者の消費者被害が拡大して社会問題化している。被害の未然防止のためには、消費者が的確な知識と判断力を持つことが不可欠であるが、高齢者は情報収集力や交渉力の面で相対的に不利な立場にあることに加え、老後の生活のために蓄えられた資産を有していることもあって、特に悪質業者のターゲットになりやすい。

このような状況をふまえ、各地の消費生活センター等によってこれまでも高齢者向けの消費者教育が行われてきたが、今後は高齢者の特性をふまえ、より効果的な方法を模索する必要がある。そこで本調査では、高齢者の消費者教育講座の受講経験や消費生活センターの認知度、活用している情報媒体や活動拠点など高齢者を対象とした調査を行い、今後の高齢者向け消費者教育に関する消費者政策の基礎資料とすることを目的とする。

2. 調査の方法

(1) 調査対象者

全国の65歳以上の一般男女

(2) 調査方法

調査員による訪問面接法（調査地域 全国100地点）

(3) 調査項目

高齢者を取りまく社会関係

高齢者の活動状況

高齢者の情報の入手先

高齢者と消費者被害

高齢者の不安と相談先

高齢者の消費者被害への対策

(4) 調査実施期間

平成17年1月13日～1月23日

(5) 標本抽出方法

層化2段無作為抽出法

(6) 回収結果

標本数	1,350人
有効回収数(率)	1,047人(77.6%)
調査不能数(率)	303人(22.4%)
不能内訳	
転居	16人(1.2%)
長期不在	35人(2.6%)
一時不在	84人(6.2%)
住所不明	4人(0.3%)
拒否	125人(9.3%)
その他	39人(2.9%)

(7) 調査実施委託機関

社団法人 新情報センター

*用語の解説

年齢について

65歳～74歳を前期高齢者、75歳以上を後期高齢者とした。

地域区分について

国勢調査と同様の地域区分とした。なお、本文中の東山とは、山梨、長野、岐阜3県を表す。

SA・MAについて

SAはシングルアンサー、MAはマルチアンサーを表す。

3. 対象者の属性

(1) 性別、年齢

総数		性別		年齢別			
		男性	女性	65～ 69歳	70～ 74歳	75～ 79歳	80歳 以上
総数(人)	1,047	454	593	349	308	244	146
構成比(%)	100.0	43.4	56.6	33.3	29.4	23.3	13.9

(2) 同居形態

総数		同居形態				
		一人暮らし	夫婦のみ	二世帯	三世帯	その他
総数(人)	1,047	132	373	274	243	25
構成比(%)	100.0	12.6	35.6	26.2	23.2	2.4

(3) 健康状態

総数		健康状態			
		健康である	健康とは言えないが、病気ではない	病気がちで寝込むことがある	病気で一日中寝込んでいる
総数(人)	1,047	550	416	76	5
構成比(%)	100.0	52.5	39.7	7.3	0.5

(4) 都市規模

総数		都市規模			
		大都市	中都市	小都市	町村
総数(人)	1,047	208	356	228	255
構成比(%)	100.0	19.9	34.0	21.8	24.4

第2章 高齢者調査に見る高齢者の実態と消費者教育

第2節

高齢者の活動状況と情報入手先

1. 高齢者をとりまく社会関係

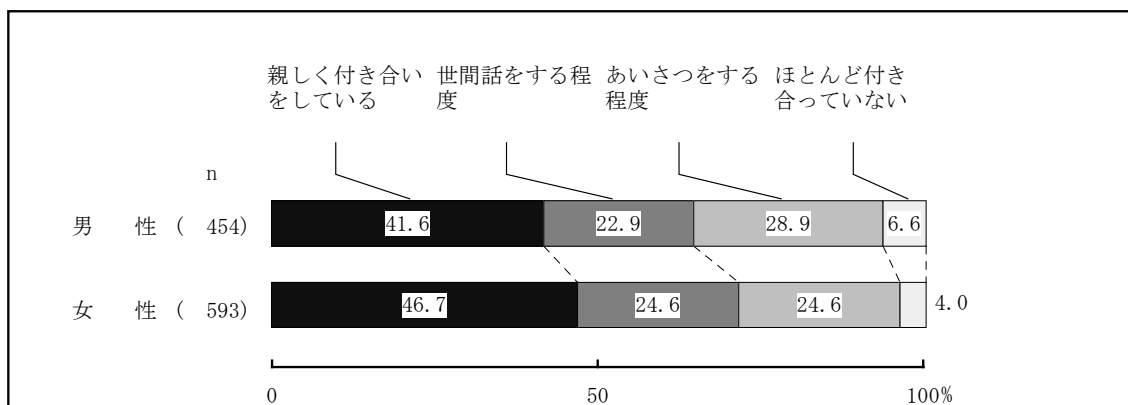
高齢者をとりまく社会関係について、近所付き合い、友人・知人との付き合い、別居子との付き合い、親族との付き合い、民生委員や福祉サービス関係者との接触、という5つの側面から尋ねた。

(1) 近所の人との付き合い

近所との付き合いについて、付き合いの程度について尋ねた。男女とも「親しく付き合いをしている」が最も多く、4割超となっている。男性では「あいさつをする程度」が28.9%でそれに続き、女性は「世間話をする程度」と「あいさつをする程度」が24.6%で同数である。また近所の人とは「ほとんど付き合っていない」というのは、男性6.6%、女性4.0%で最も少ない。

図表2-2-2を見ると、都市規模が小さいほど近隣の親密度が増すことが分かる。また、男女ともに年齢によって大きな差は見られず、一人暮らし高齢者は近所付き合いが頻繁ではないことが分かる。

図表2-2-1 近所の人との付き合い(SA)



図表 2 - 2 - 2 近所の人との付き合い (S A、 %)

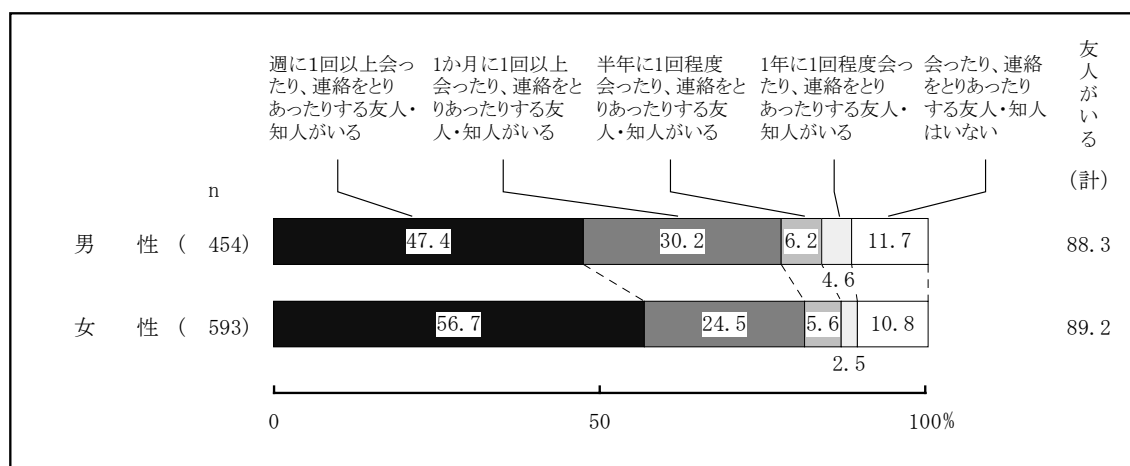
	総 数	親しく付 き合いを している	世間話を する程度	あいさつ をする程 度	ほとんど 付き合い ていない
【 総 数 】	1047	44.5	23.9	26.5	5.2
(都市規模)					
大都市	208	38.5	21.2	35.1	5.3
中都市	356	35.4	27.2	31.5	5.9
小都市	228	57.9	17.1	19.3	5.7
町 村	255	50.2	27.5	18.8	3.5
(性・年齢)					
男 性	454	41.6	22.9	28.9	6.6
前期高齢者	285	42.5	21.4	29.1	7.0
後期高齢者	169	40.2	25.4	28.4	5.9
女 性	593	46.7	24.6	24.6	4.0
前期高齢者	372	46.2	27.2	24.2	2.4
後期高齢者	221	47.5	20.4	25.3	6.8
(同居形態)					
一人暮らし	132	40.2	17.4	31.8	10.6
夫婦のみ	373	45.0	23.6	27.1	4.3
二世帯	274	43.8	24.1	26.3	5.8
三世帯	243	48.1	26.3	22.6	2.9
その他	25	32.0	36.0	28.0	4.0

(2) 友人・知人との付き合い

どの程度の付き合いをする友人がいるかを尋ねた。男女とも「週に1回以上連絡をする友人」がいる者が最も多く、男性で47.4%、女性で56.7%を占めている。次に「1ヶ月に1回以上連絡する友人」が続き、男性で30.2%、女性で24.5%を占める。「連絡する友人・知人がいない」のは、男女ともに1割強でしかない。

また、図表 2 - 2 - 4 を見ると、男女ともに、前期高齢者よりも後期高齢者で友人関係が希薄であり、友人がいない者が増える。また、同居形態では、一人暮らしの者で友人がいない者が比較的多い。

図表 2 - 2 - 3 友人・知人との付き合い (S A)



図表 2 - 2 - 4 友人・知人との付き合い (S A、 %)

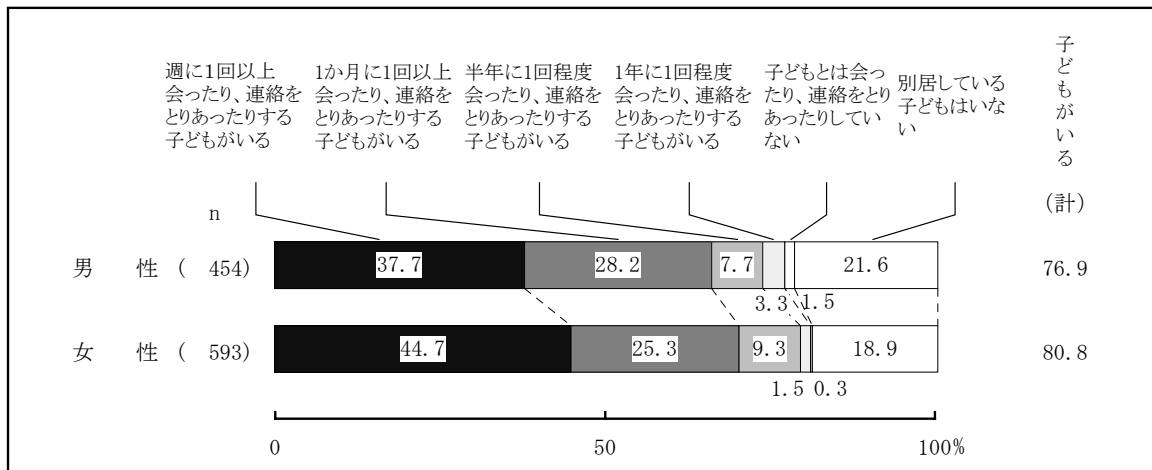
	総 数	週に1回以上連絡する友人	1か月に1回以上連絡する友人	半年に1回連絡する友人	1年に1回連絡する友人	連絡する友人・知人はいない
【 総 数 】	1047	52.6	26.9	5.8	3.4	11.2
(性・年齢)						
男 性	454	47.4	30.2	6.2	4.6	11.7
前期高齢者	285	49.8	29.1	6.0	5.3	9.8
後期高齢者	169	43.2	32.0	6.5	3.6	14.8
女 性	593	56.7	24.5	5.6	2.5	10.8
前期高齢者	372	59.4	24.7	5.1	1.3	9.4
後期高齢者	221	52.0	24.0	6.3	4.5	13.1
(同居形態)						
一人暮らし	132	53.0	22.0	6.1	1.5	17.4
夫婦のみ	373	50.4	31.4	5.1	4.0	9.1
二世帯	274	55.1	25.9	4.7	2.9	11.3
三世帯	243	53.1	24.3	7.8	4.1	10.7
その他	25	52.0	24.0	8.0	4.0	12.0

(3) 別居子との付き合い

別居子については、どの程度の付き合いをしている別居子がいるのかについて尋ねた。別居子がいる者は、男性 76.9%、女性 80.8%であり、大半の者に別居している子どもがいた。もっとも多勢を占めるのは「週1回以上連絡する子どもがいる」であり、男性で37.7%、女性で44.7%を占める。別居子とは半年に一回以下しか連絡をとっていない高齢者はごく少数であり、高齢者は別居子と比較的連絡をとりあっているとと言えるだろう。

図表 2 - 2 - 6 を見ると、年齢と別居子との付き合いには関連が見られないことが分かる。しかし、同居形態では一定の傾向が見られ、同居子のいない一人暮らし・夫婦のみの高齢者は子どもとの連絡が比較的密であるが、同居子のいる二世帯・三世帯家族の高齢者は、別居子との連絡は希薄である。

図表 2 - 2 - 5 別居子との付き合い (S A)



図表 2 - 2 - 6 別居子との付き合い (S A、 %)

	総 数	週に1回以上連絡する子ども	1か月に1回以上連絡する子ども	半年に1回程度連絡する子ども	1年に1回程度連絡する子ども	子どもとは連絡をしていない	別居している子どもはいない	子どもがいる(計)
【 総 数 】	1047	41.6	26.6	8.6	2.3	0.9	20.1	79.1
(性・年齢)								
男 性	454	37.7	28.2	7.7	3.3	1.5	21.6	76.9
前期高齢者	285	38.2	27.7	7.0	2.8	1.4	22.8	75.8
後期高齢者	169	36.7	29.0	8.9	4.1	1.8	19.5	78.7
女 性	593	44.7	25.3	9.3	1.5	0.3	18.9	80.8
前期高齢者	372	44.4	26.1	9.4	1.1	0.3	18.8	80.9
後期高齢者	221	45.2	24.0	9.0	2.3	0.5	19.0	80.5
(同居形態)								
一人暮らし	132	45.5	21.2	5.3	1.5	3.0	23.5	73.5
夫婦のみ	373	52.3	29.5	8.3	2.4	0.3	7.2	92.5
二世帯	274	39.8	23.0	8.8	1.8	1.5	25.2	73.4
三世帯	243	26.3	29.6	10.3	3.3	-	30.5	69.5
その他	25	32.0	20.0	12.0	-	-	36.0	64.0

(4) 親族との付き合い

親族について、どの程度の付き合いをする親族がいるのかを尋ねた。男女ともに9割以上の者に、付き合いのある親族がいた。付き合いの程度で最も多いのは、男性が「1ヶ月に1回以上連絡する親族がいる」で36.1%、女性は「週に1回以上連絡する親族がいる」で35.8%を占める。男性よりも女性の方が、親族との付き合いがやや親密である。しかし「親族がいない」者の割合は、男女とも1割弱でほぼ同じであった。

図表 2 - 2 - 8 を見ると、男女ともに前期高齢者よりも後期高齢者で、親族との付き合いは希薄である。また、一人暮らしの場合は、親族がいない者の割合が比較的高い。

図表 2 - 2 - 7 親族との付き合い (S A)

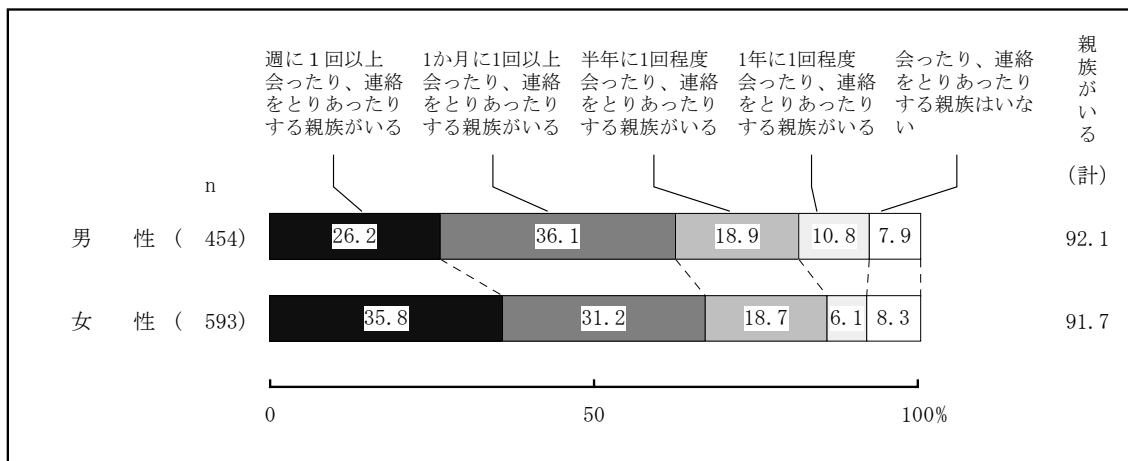


図 2 - 2 - 8 親族との付き合い (S A、 %)

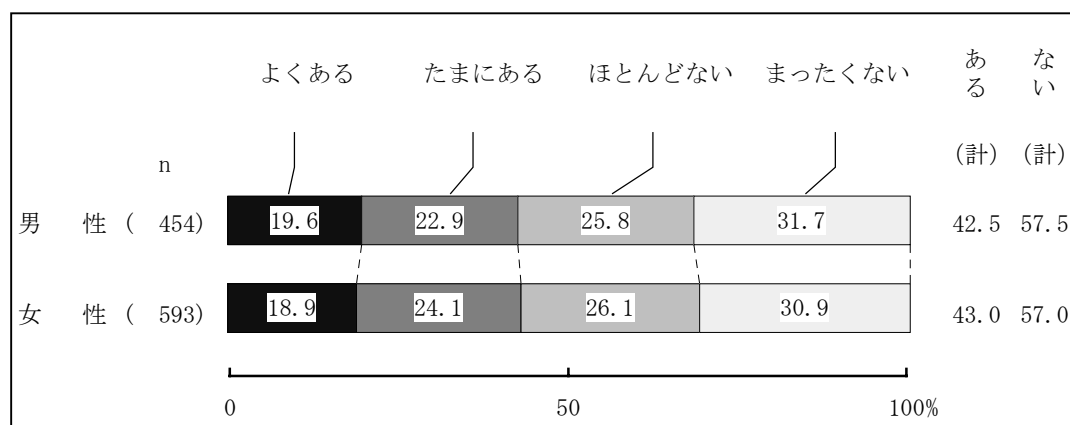
	総 数	週に1回 以上連絡 する親族	1か月に 1回以上 連絡する 親族	半年に1 回程度連 絡する親 族	1年に1 回程度連 絡する親 族	連絡する 親族はい ない
【 総 数 】	1047	31.6	33.3	18.8	8.1	8.1
(性・年齢)						
男 性	454	26.2	36.1	18.9	10.8	7.9
前期高齢者	285	28.4	38.2	17.2	8.8	7.4
後期高齢者	169	22.5	32.5	21.9	14.2	8.9
女 性	593	35.8	31.2	18.7	6.1	8.3
前期高齢者	372	37.6	33.6	16.9	5.4	6.5
後期高齢者	221	32.6	27.1	21.7	7.2	11.3
(同居形態)						
一人暮らし	132	32.6	24.2	18.2	9.8	15.2
夫婦のみ	373	33.5	34.6	21.2	8.0	2.7
二世帯	274	33.9	34.3	14.6	7.7	9.5
三世帯	243	23.5	36.6	20.6	7.8	11.5
その他	25	52.0	20.0	16.0	8.0	4.0

(5) 民生委員や福祉サービス関係者との接触

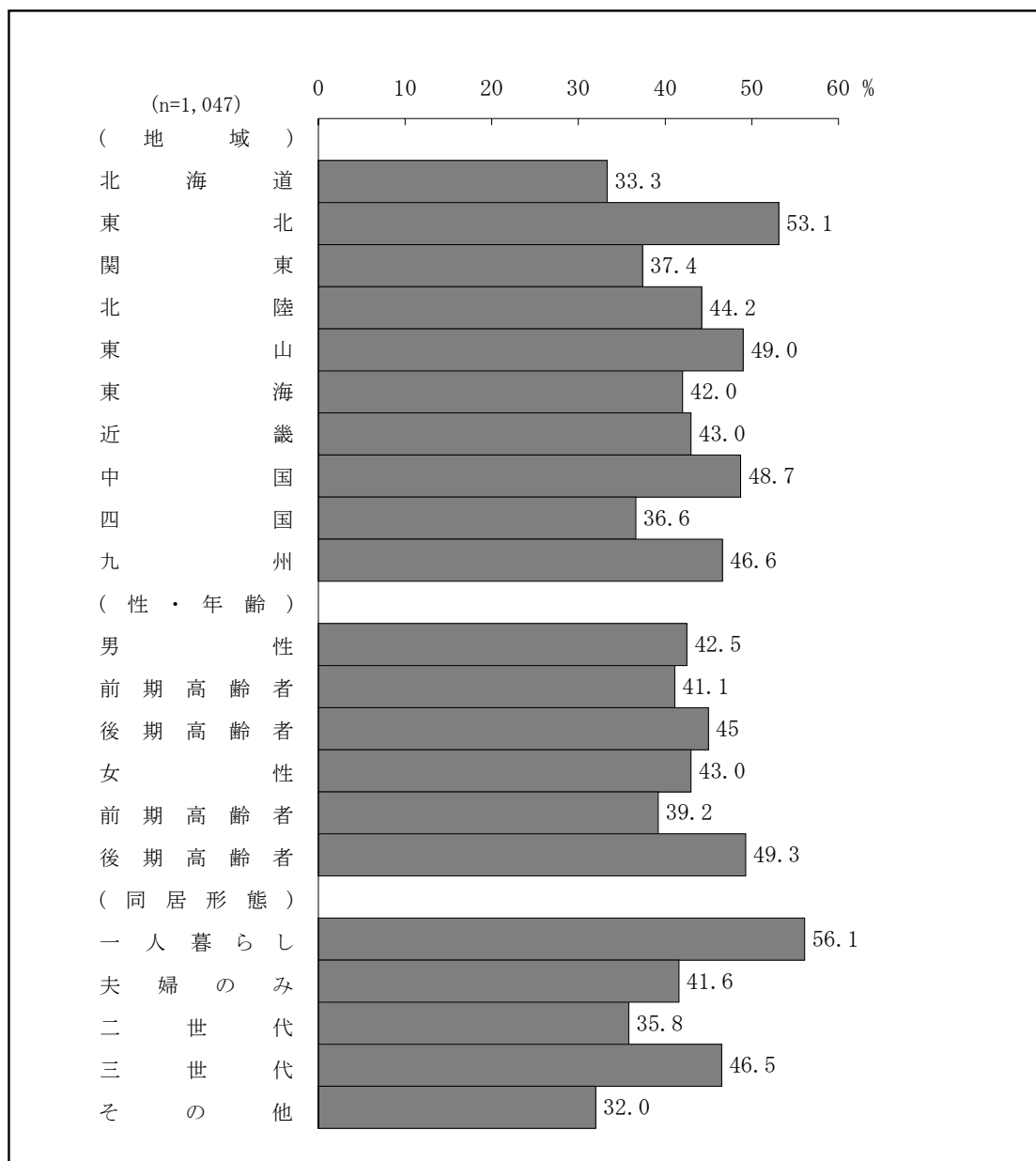
民生委員や福祉サービス関係者との接触が、どの程度あるかを尋ねた。男女ともに「ほとんどない」「全くない」を合わせた回答者が過半数を超え、接触がある者よりない者の方が多いことが分かる。「よくある」者は男女ともに2割弱、「たまにある」者は男女ともに2割強にとどまり、民生委員や福祉サービス関係者と頻繁に接触しているとは言い難い。

これらの接触は、地域、性・年齢、同居形態で傾向が異なることが分かる。地域別に見ると、東北では過半数が「接触あり」なのに対し、北海道、関東、四国地方は3割台にとどまっている。また男女とも、前期高齢者よりも後期高齢者の方が、民生委員や福祉サービス関係者との接触がある者が多い。また一人暮らしの者で「接触あり」が多い。

図表 2 - 2 - 9 民生委員や福祉サービス関係者との接触 (S A)



図表 2 - 2 - 10 民生委員や福祉サービス関係者との接触
 (「よくある」「たまにある」合計%)

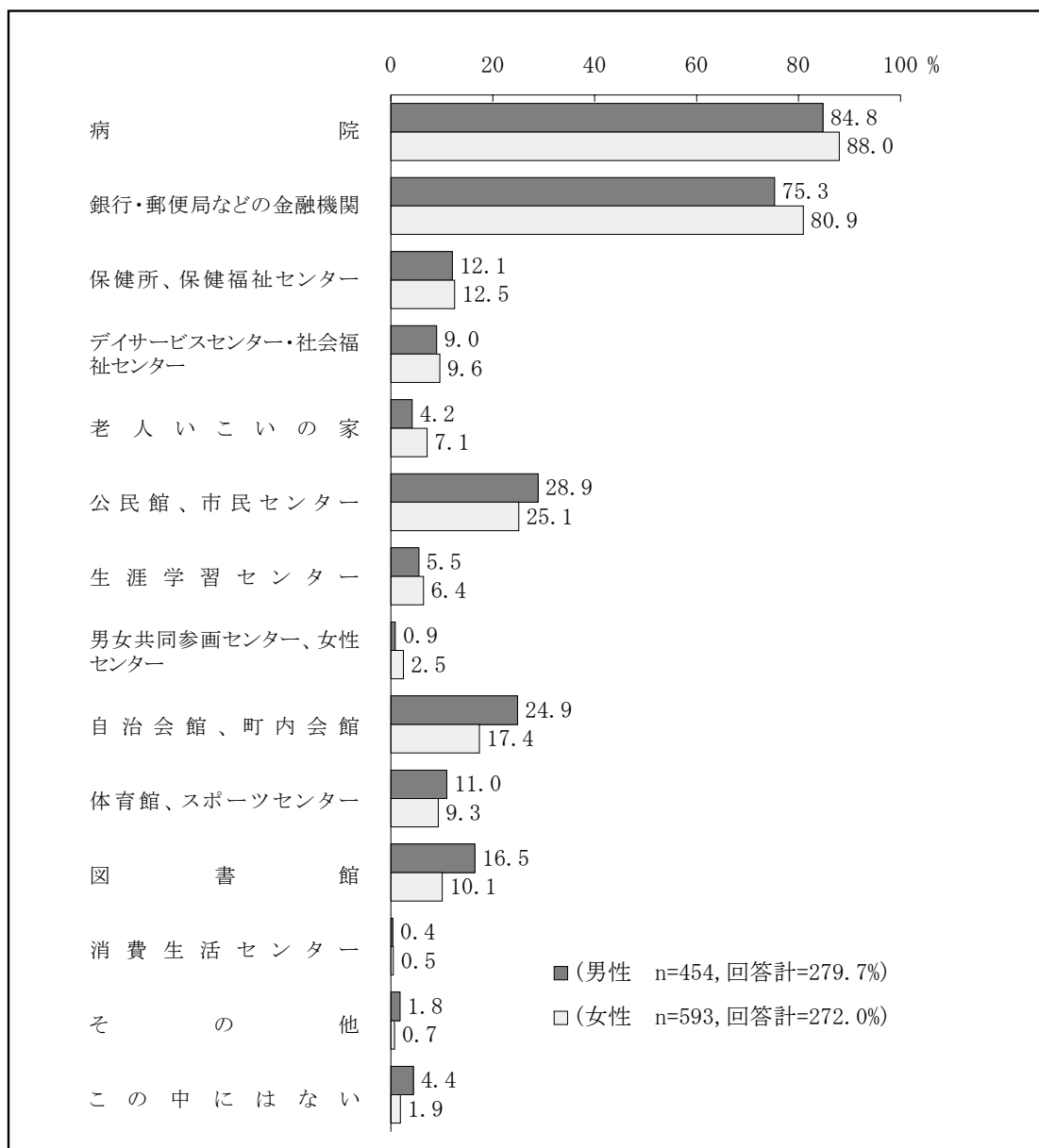


2. 高齢者の活動状況

(1) 主な施設の利用状況

この一年間での主な施設の利用の有無について尋ねた。最も利用されているのは「病院」であり、男女ともに8割超の高齢者が利用した。続くのは「銀行・郵便局などの金融機関」であり、男女ともに8割前後を占める。また、「公民館・市民センター」は男性 28.9%、女性 25.1%、「自治会館・町内会館」が男性で 24.9%、女性で 17.4%であったが、それ以外の施設の利用状況は低い。

図表 2 - 2 - 11 主な施設の利用状況 (MA)



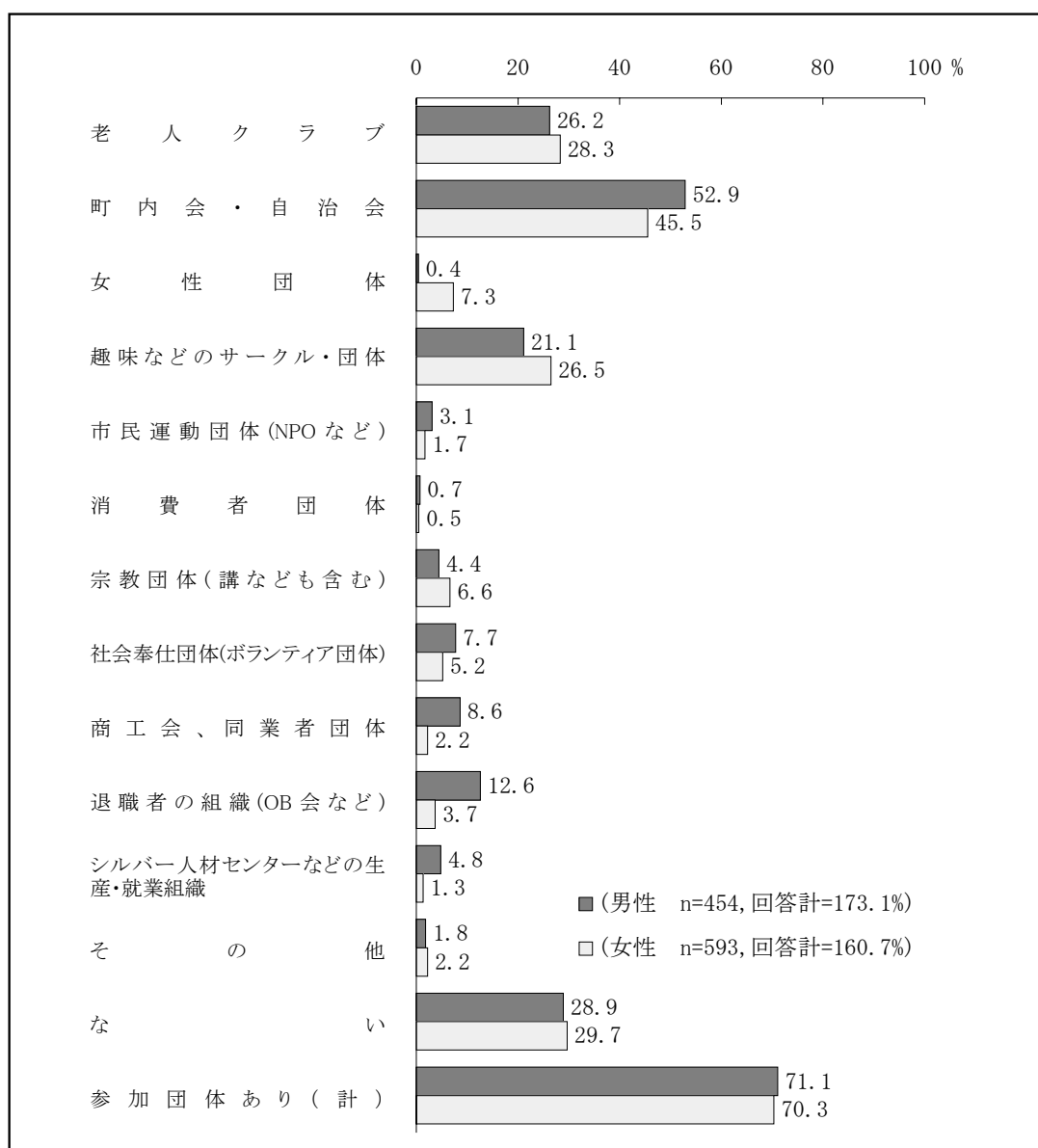
(2) 団体や組織への所属の状況

主な団体や組織について、現在所属しているものがあるかを尋ねた。所属している団体や組織がない者は、男女ともに3割弱であった。所属している団体で最も多いのは「町内会・自治会」で、男性は52.9%、女性は45.5%に上る。「老人クラブ」がそれに続き、男女ともに3割弱の人が参加している。「趣味などのサークル・団体」は男女ともに所属率が2割を超えており、比較的高いと言える。

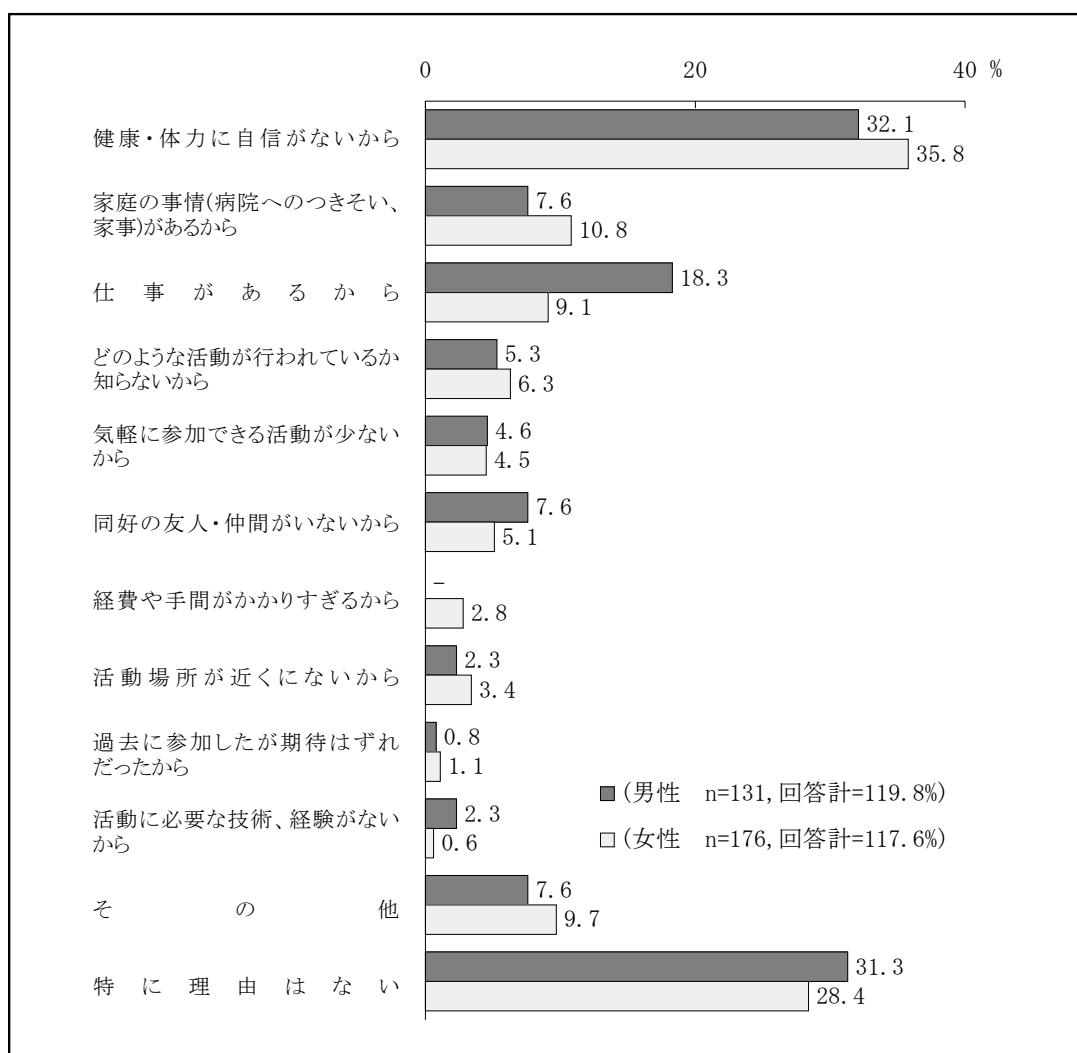
なお、図表は示してはいないが、この中で最も力を入れて参加している組織は、「町内会・自治会」と「趣味などの団体」がほぼ同数で、それぞれ約24%となっている。

団体や組織へ所属しない人に、その理由を聞いた(図表2-2-13)。男女とも「健康・体力に自信がないから」が最多で、男性32.1%、女性35.8%である。その次は男女とも「特に理由がない」が続く。その他、男性は「仕事があるから」、女性は「家庭の事情」を挙げる者が1割を超えているが、それ以外の理由は1割未満と低い。

図表2-2-12 団体や組織への所属の状況(MA)



図表 2 - 2 - 13 団体や組織に所属しない理由 (M A)



(3) 主な活動への参加の状況

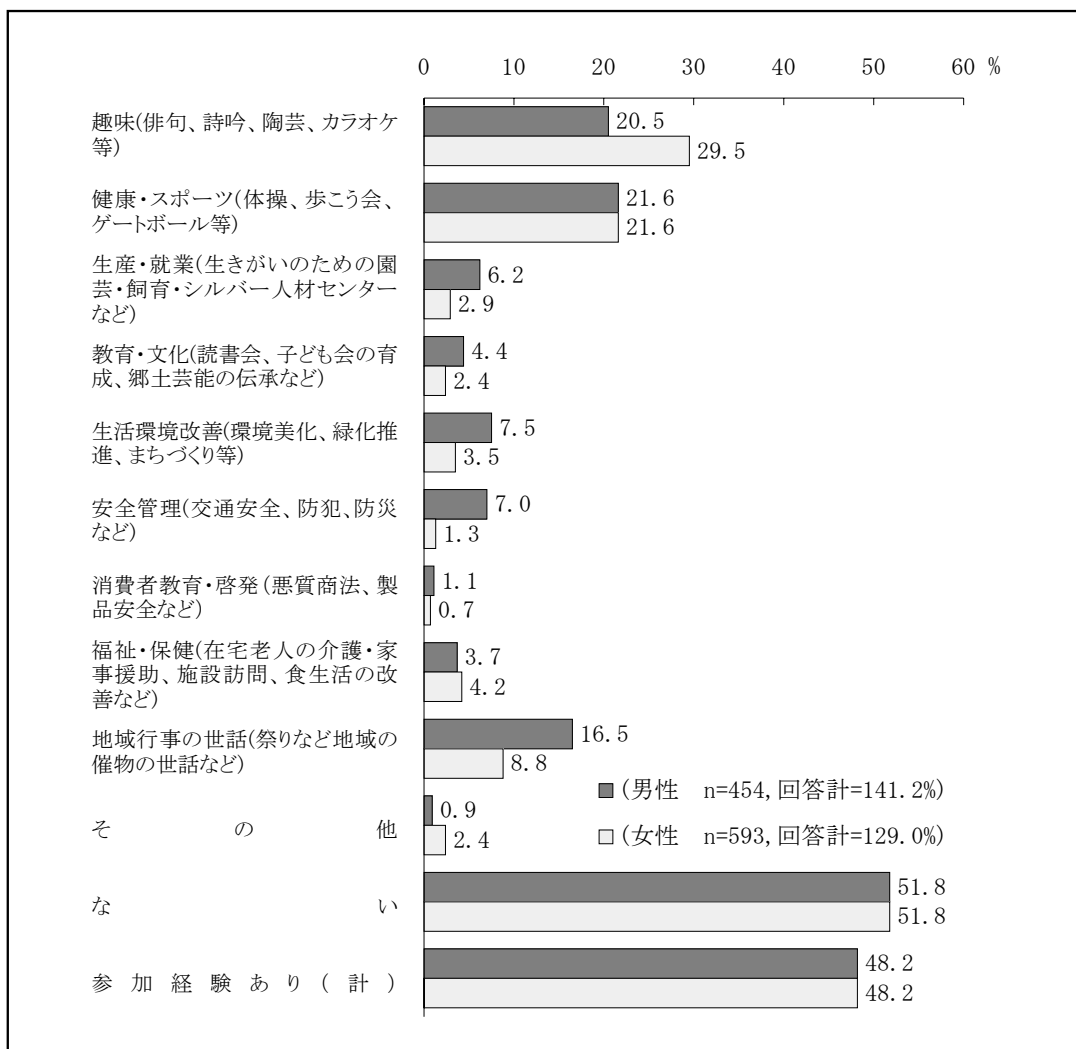
個人・友人・グループ・団体で行っている活動への、この一年間での参加状況を尋ねた。「ない」と回答した者が最も多く、男女とも半数強となっている。参加した活動の中で多いものは、俳句、詩吟、陶芸、カラオケ等の「趣味」が最も多く、男性で 20.5%、女性で 29.5%を占める。体操、歩こう会、ゲートボール等の「健康・スポーツ」がそれに続き、男女ともに約 22%となっている。「地域行事の世話」が男性で 1 割を超えているが、それ以外の活動については、男女とも参加者は数%にすぎない。

また、図表 2 - 2 - 15 を見ると、なんらかの活動に一つでも参加している者の割合は、地域差、性・年齢差、同居形態差があることが分かる。地域では、関東・北陸・近畿・中国では参加している者の割合が過半数を超えているが、東海では 37%にしかすぎない。

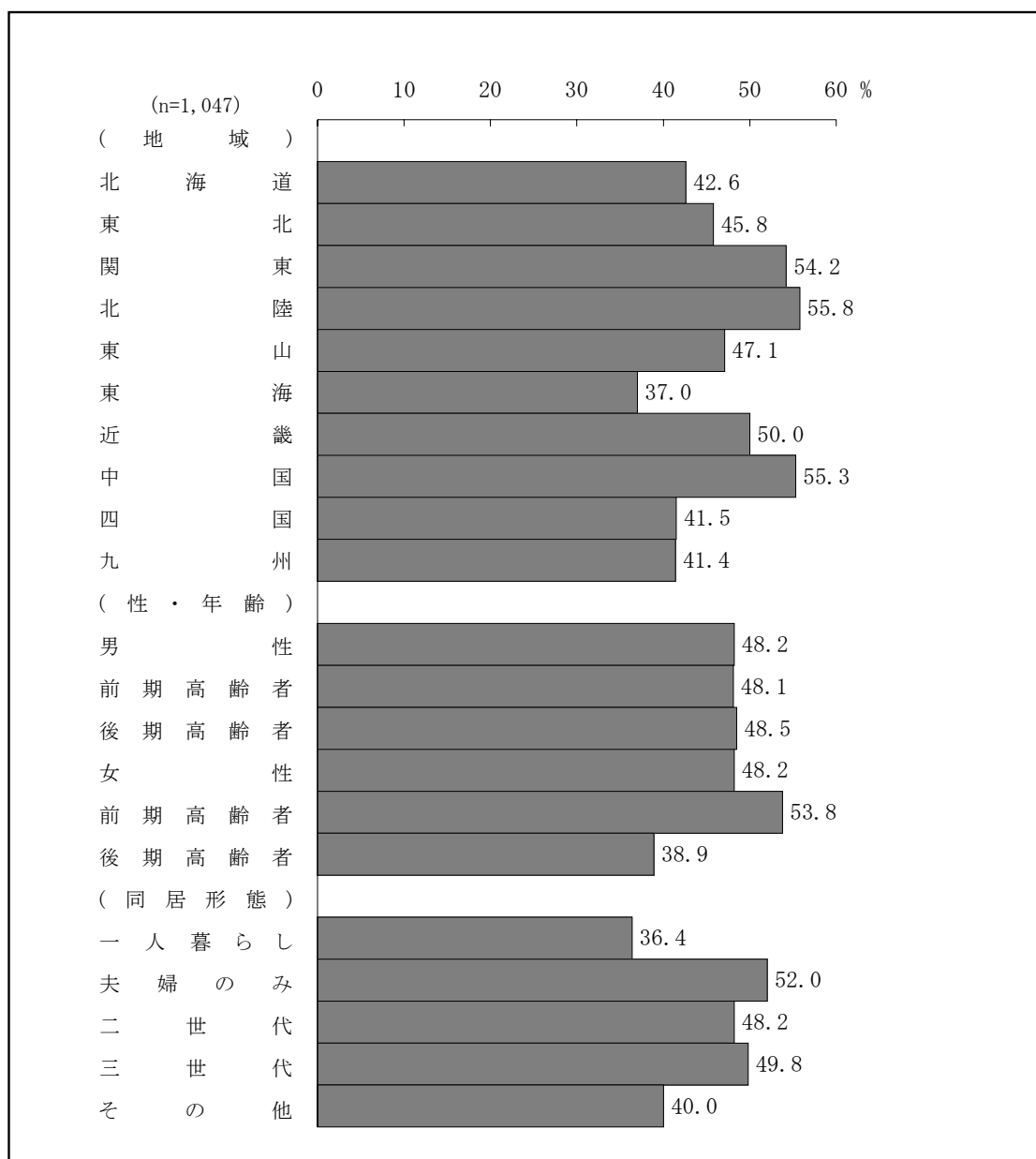
また、性・年齢別に見ると、男性では前期高齢者と後期高齢者の参加率はともに約 48% で差は見られないが、女性は後期高齢者で前期高齢者よりも参加率は約 15 ポイントも低くなっている。同居形態では、一人暮らし高齢者の活動参加率が低い。

最も力を入れている活動を見ると（図表 2 - 2 - 16）、「ない」と回答した者が男女とも最も多く、過半数を占める。男性は次に「趣味」と「健康・スポーツ」がほぼ同数、女性は「趣味」が続く。

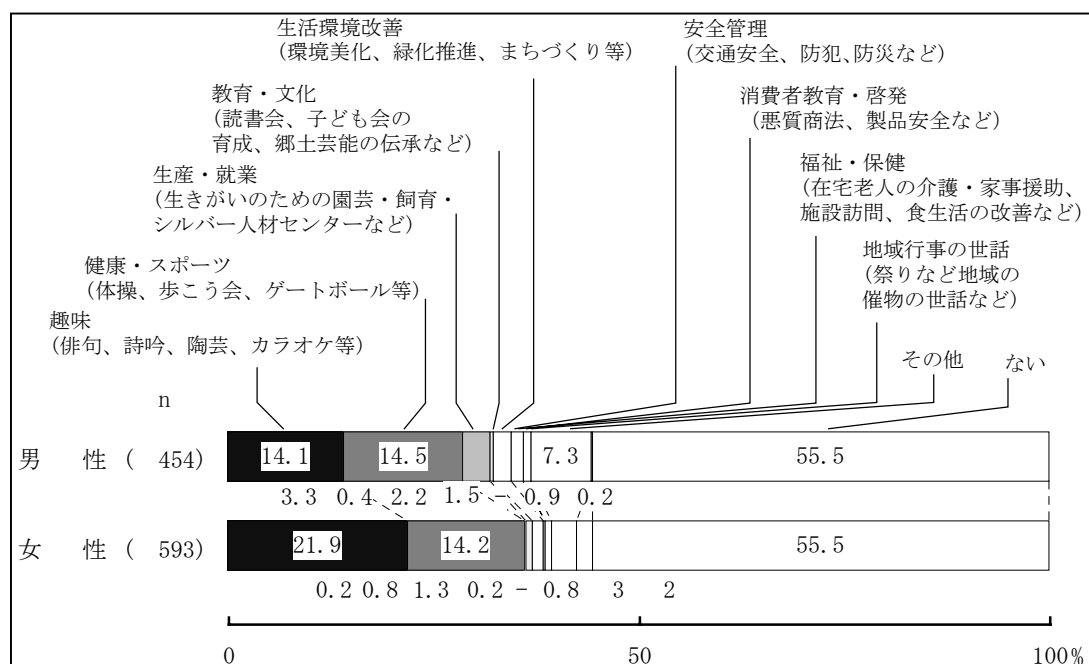
図表 2 - 2 - 14 主な活動への参加の状況（MA）



図表 2 - 2 - 15 なんらかの活動に一つでも参加している割合



図表 2 - 2 - 16 もっとも力を入れている活動 (S A)

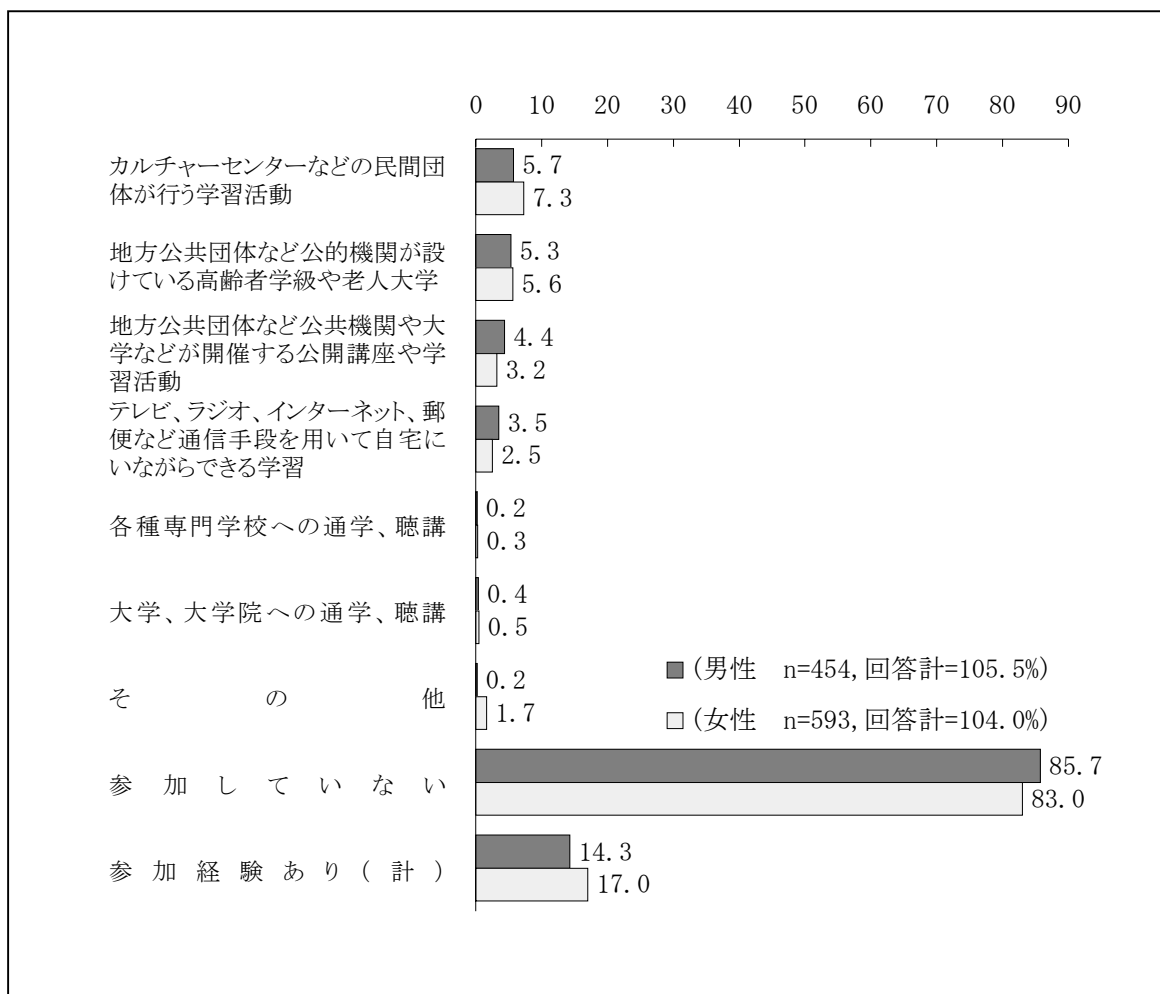


(4) 学習活動への参加の状況

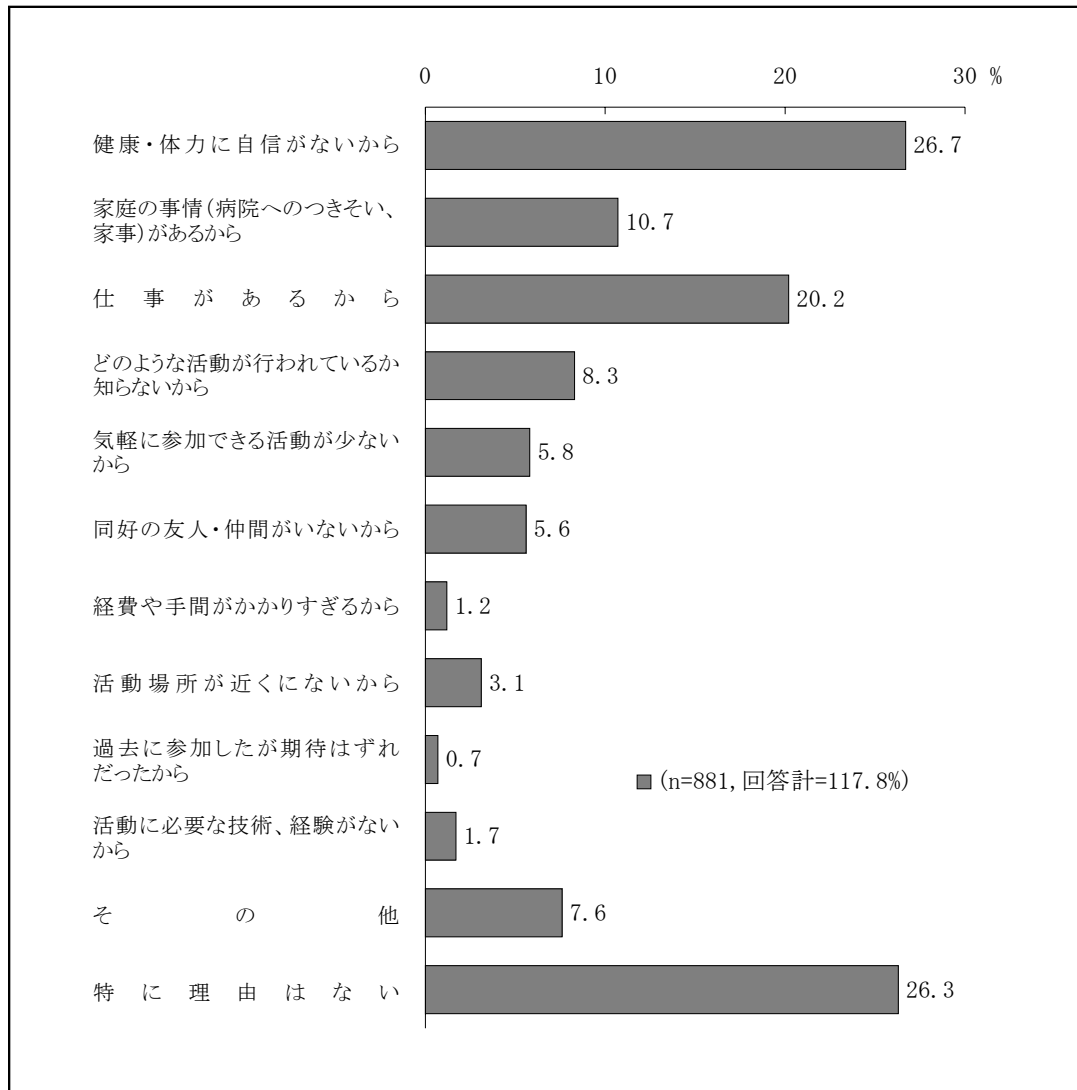
次に、この一年間で学習活動に参加したかを尋ねた。どの学習活動においても参加率は1割未満と非常に低く、「参加していない」者が男性で85.7%、女性で83.0%を占める。

学習活動に参加していない対象者にその理由を尋ねたところ、多いのは「健康・体力に自信がないから」(男性23.1%、女性29.5%)、「仕事があるから」(男性24.4%、女性16.9%)、「特に理由はない」(男性27.2%、女性25.6%)となっている。

図表 2 - 2 - 17 学習活動への参加の状況 (MA)



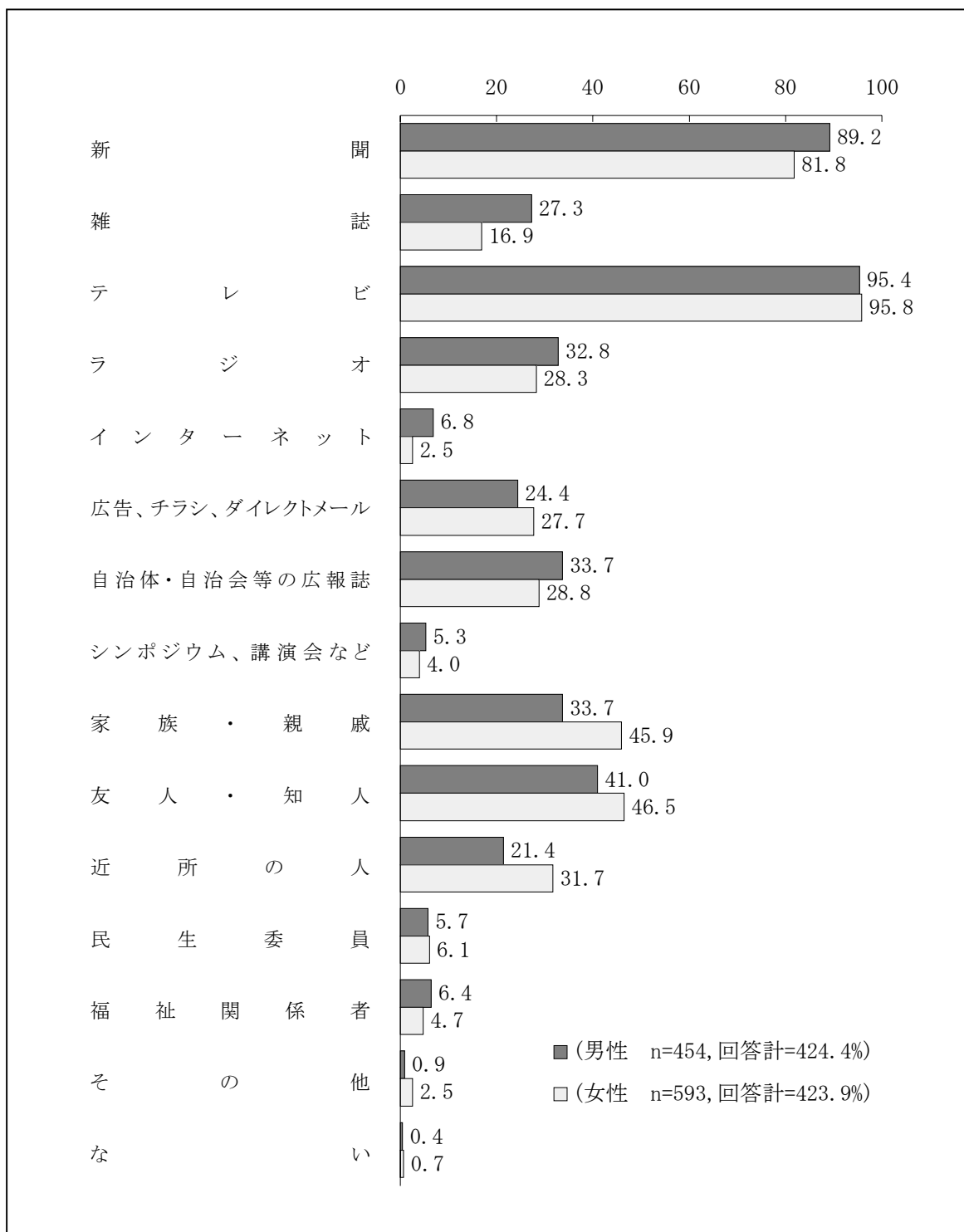
図表 2 - 2 - 18 学習活動に参加しない理由 (M A)



3 . 高齢者の情報入手先

ふだんどのような方法で情報を得ているかを尋ねた。その結果、情報を得ていない高齢者はほとんどいなかった(男性 0.4%、女性 0.7%)。情報入手先として最も多くの高齢者が利用している方法は「テレビ」(男性 95.4%、女性 95.8%)であった。それに「新聞」が男性 89.2%、女性 81.8%で続き、この新聞・テレビという2大メディアが高齢者の情報入手先としてほとんどの者が挙げている。最もよく利用するもの(図表 2 - 2 - 21)でも、男女ともに「テレビ」が最も多くなっている。また、人的ネットワークでは、家族・親戚、友人・知人から情報を得る者が、男女ともに半数近くを占めている。

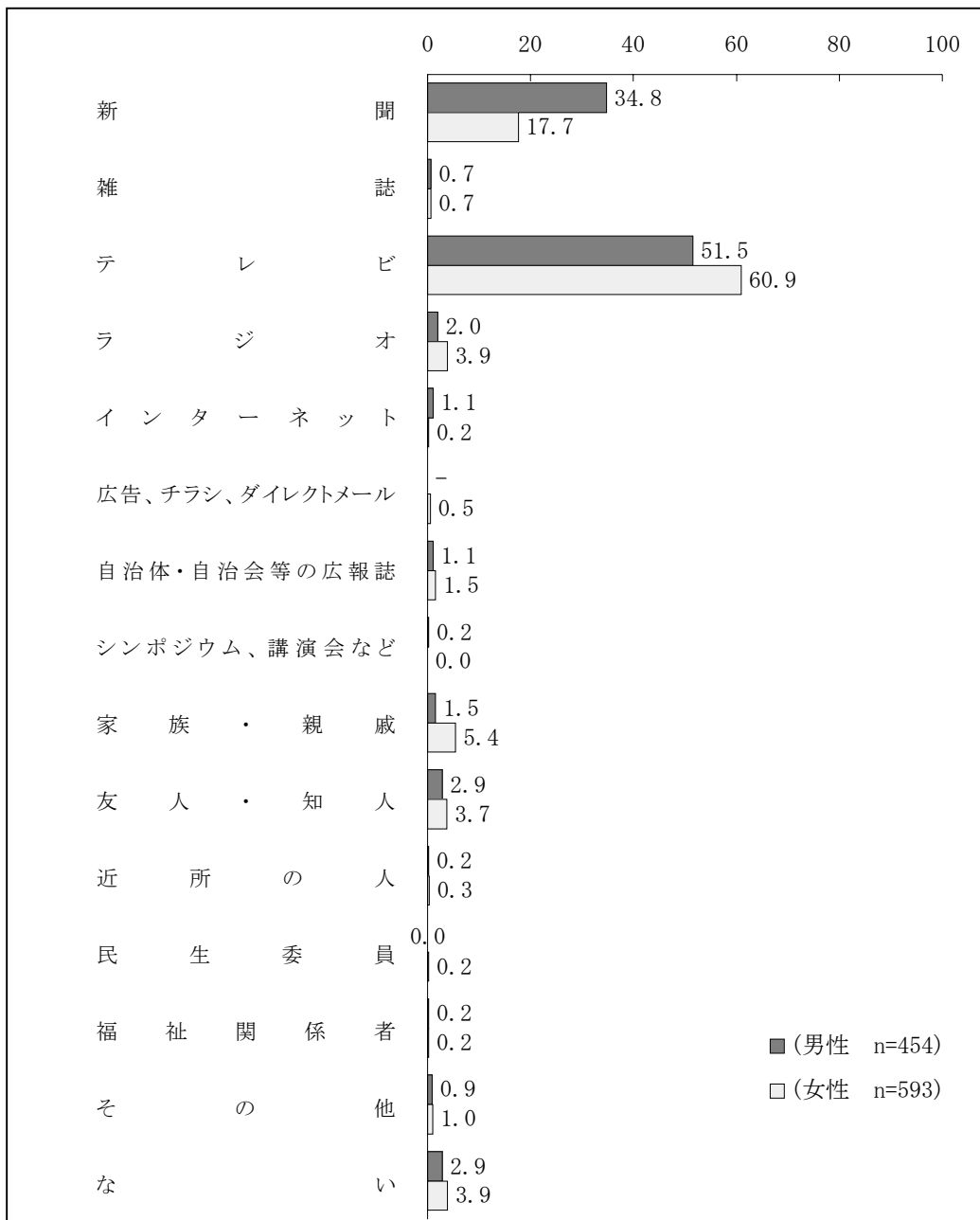
図表 2 - 2 - 19 高齢者の情報入手先 (MA)



図表 2 - 2 - 20 高齢者の情報入手先 (MA, %)

	総数	新聞	雑誌	テレビ	ラジオ	インターネット	広告、チラシ、ダイレクトメール	自治体・自治会等の広報誌	シンポジウム、講演会など	家族・親戚	友人・知人	近所の人	民生委員	福祉関係者	その他	ない
※【総数】※	1047	85.0	21.4	95.6	30.3	4.4	26.3	30.9	4.6	40.6	44.1	27.2	5.9	5.4	1.8	0.6
(性・年齢)																
男性	454	89.2	27.3	95.4	32.8	6.8	24.4	33.7	5.3	33.7	41.0	21.4	5.7	6.4	0.9	0.4
前期高齢者	285	89.1	28.8	94.7	35.4	8.8	24.9	31.2	4.9	33.0	42.5	22.1	6.0	6.3	0.4	0.7
後期高齢者	169	89.3	24.9	96.4	28.4	3.6	23.7	37.9	5.9	34.9	38.5	20.1	5.3	6.5	1.8	-
女性	593	81.8	16.9	95.8	28.3	2.5	27.7	28.8	4.0	45.9	46.5	31.7	6.1	4.7	2.5	0.7
前期高齢者	372	86.8	19.4	96.0	29.8	4.0	31.7	28.2	4.6	42.5	50.8	31.2	5.9	3.2	3.2	0.5
後期高齢者	221	73.3	12.7	95.5	25.8	-	20.8	29.9	3.2	51.6	39.4	32.6	6.3	7.2	1.4	0.9
(同居形態)																
一人暮らし	132	75.0	20.5	93.2	26.5	1.5	14.4	29.5	3.8	27.3	37.1	28.0	9.1	7.6	2.3	1.5
夫婦のみ	373	87.9	21.7	94.6	31.9	5.9	29.0	31.1	4.8	38.6	45.0	25.5	4.6	3.8	1.6	0.3
二世帯	274	86.5	23.0	98.2	30.3	4.7	31.0	32.8	4.7	38.3	42.7	29.6	6.2	6.6	2.2	0.4
三世帯	243	84.8	19.3	95.9	29.2	3.3	23.5	30.0	4.1	52.7	47.7	28.0	6.6	5.8	1.6	0.8
その他	25	80.0	24.0	92.0	36.0	4.0	24.0	24.0	8.0	48.0	48.0	16.0	-	4.0	-	-

図表 2 - 2 - 21 情報入手のために最もよく利用するもの (SA)



第3節

高齢者の消費者被害と対策

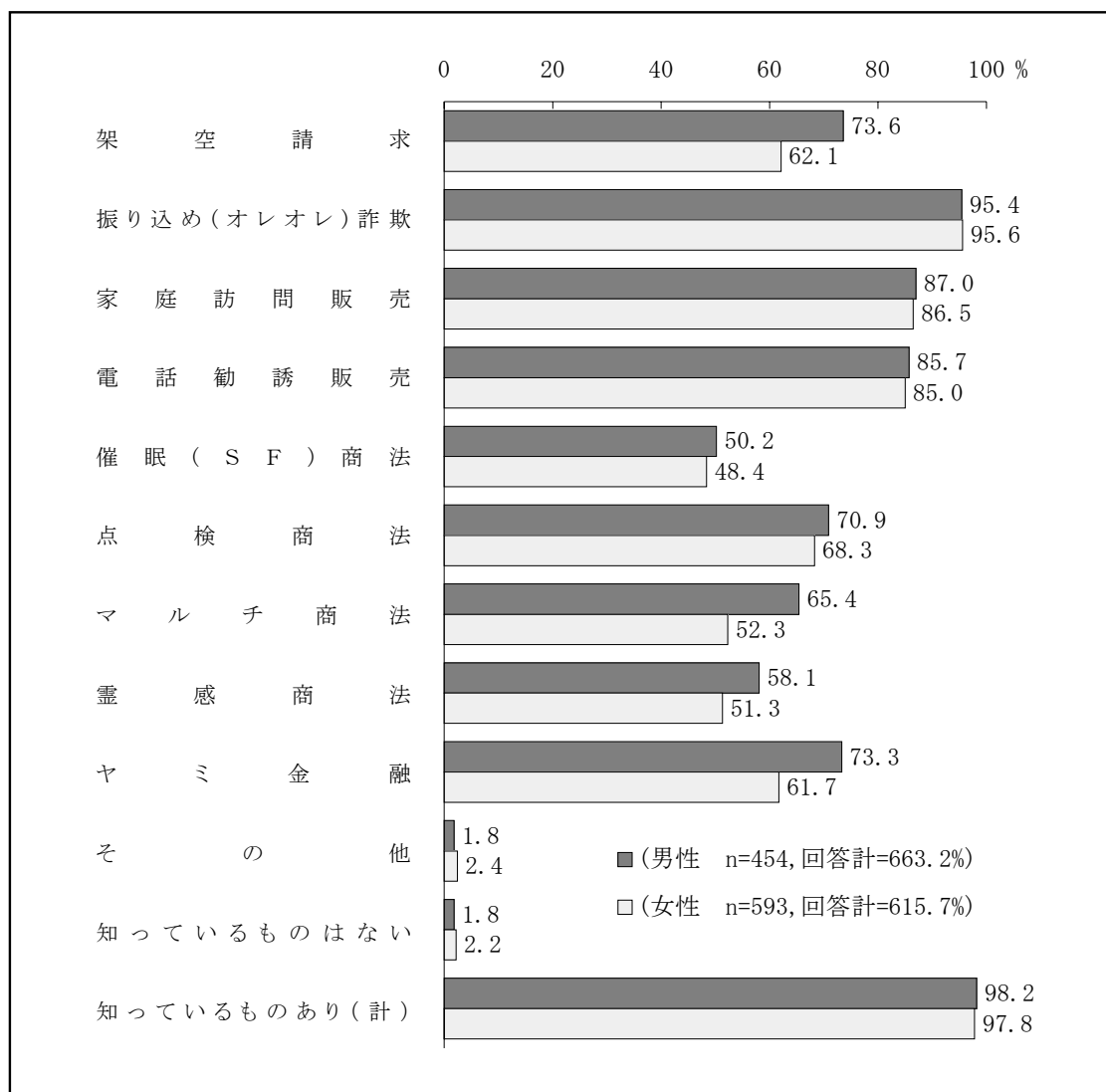
1. 高齢者と消費者被害

高齢者の消費者被害について、問題商法・詐欺の認知度、問題商法・詐欺の経験、問題商法・詐欺の被害実態、被害にあった時の相談先の4つの側面から調査した。

2. 問題商法・詐欺の認知度

トラブルに繋がりやすい問題商法と詐欺の認知度について尋ねた。「知っているものがある」は男性98.2%、女性97.8%ときわめて高い。中でも「振り込め(オレオレ)詐欺」が最も高く95.5%、次いで「家庭訪問販売」、「電話勧誘販売」も9割に迫る認知度であった。男女別に見ると、いずれの商法・詐欺でも男性の方が高い認知度を示し、中でも「架空請求」(73.6%)、「マルチ商法」(65.4%)、「ヤミ金融」(73.3%)では、女性に10ポイントを上回る結果となった。

図表 2 - 3 - 1 問題商法・詐欺の認知度 (M A)



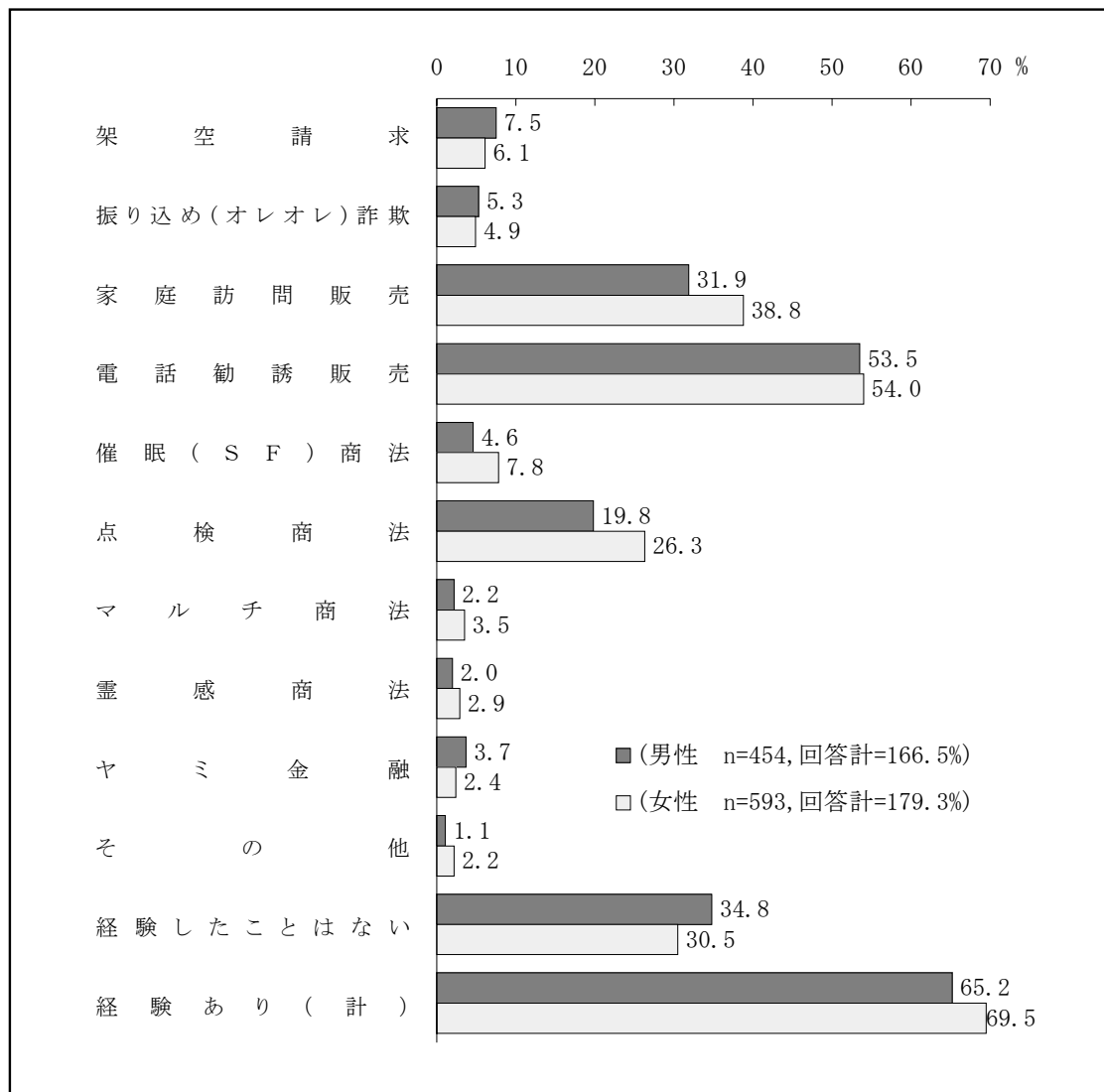
(2) 問題商法・詐欺の勧誘経験

次に、問題商法・詐欺の勧誘経験の有無について尋ねた。高齢者の約7割(男性65.2%、女性69.5%)は問題商法・詐欺に勧誘された経験がある。中でも「電話勧誘販売」が最も多く、男女とも過半数が経験をしている。次に「家庭訪問販売」(男性31.9%、女性38.8%)、さらに「点検商法」(男性19.8%、女性26.3%)が続き、いずれも女性の方が高い数値を示している。

また、図表2-3-3を見ると、町村の高齢者の43.9%が「経験したことはない」に回答しており、他の都市規模と比較して勧誘経験が少ないことが分かる。具体的には「電話勧誘販売」について、大都市の高齢者の勧誘経験が60.6%に対し、町村の高齢者は40.0%と

格差がある。また、実数としては多くないが、小都市の「催眠（SF）商法」の勧誘経験が、他の都市規模と比較して大きい。

図表 2 - 3 - 2 問題商法・詐欺の勧誘経験（MA）



図表 2 - 3 - 3 問題商法・詐欺の勧誘経験（MA、％）

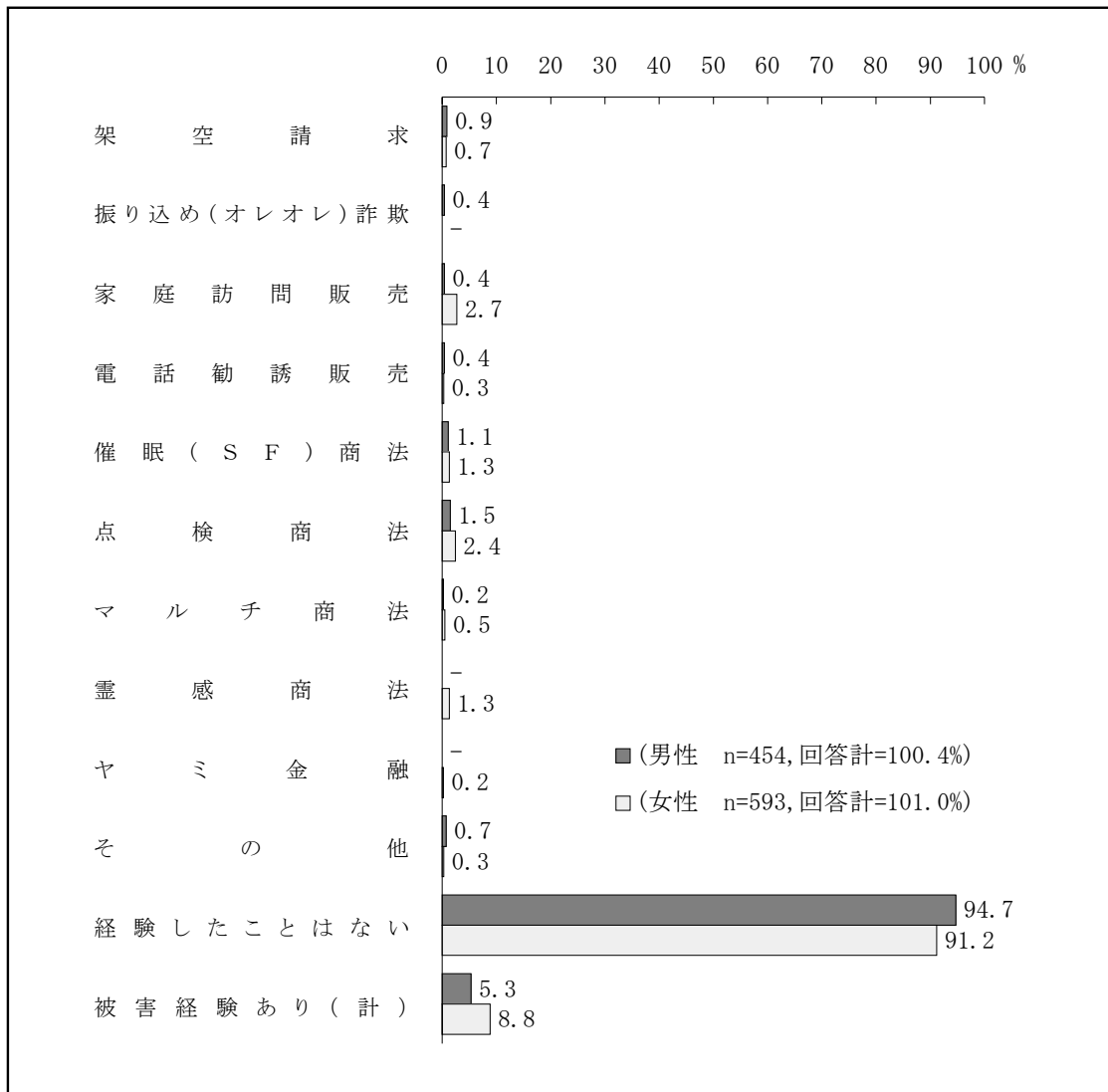
	総数	架空請求	振り込み (オレオレ) 詐欺	家庭訪問 販売	電話勧誘 販売	催眠(S F) 商法	点検商法
【総数】	1,047	6.7	5.1	35.8	53.8	6.4	23.5
(都市規模)							
大都市	208	6.3	5.8	40.4	60.6	2.4	21.6
中都市	356	7.6	5.6	36.2	55.1	5.1	26.1
小都市	228	7.5	7.0	40.4	61.0	12.3	25.9
町村	255	5.1	2.0	27.5	40.0	6.3	19.2
(性・年齢)							
男性	454	7.5	5.3	31.9	53.5	4.6	19.8
前期高齢者	285	8.4	5.3	29.8	52.6	3.2	16.8
後期高齢者	169	5.9	5.3	35.5	55.0	7.1	24.9
女性	593	6.1	4.9	38.8	54.0	7.8	26.3
前期高齢者	372	7.8	3.8	39.0	56.5	8.3	26.9
後期高齢者	221	3.2	6.8	38.5	49.8	6.8	25.3
(同居形態)							
一人暮らし	132	5.3	6.1	40.9	53.8	7.6	19.7
夫婦のみ	373	7.0	4.3	32.7	56.8	5.1	22.0
二世帯	274	7.7	5.1	35.4	55.5	8.0	26.6
三世帯	243	6.2	5.8	36.6	45.7	5.8	23.5
その他	25	4.0	4.0	52.0	68.0	8.0	32.0

	マルチ商 法	靈感商法	ヤミ金融	その他	経験した ことはない	回答計	経験あり (計)
【総数】	3.0	2.5	3.0	1.7	32.4	173.7	67.6
(都市規模)							
大都市	2.9	2.4	2.4	1.0	27.4	173.1	72.6
中都市	2.8	3.1	2.5	1.4	30.9	176.4	69.1
小都市	3.1	2.6	2.6	2.2	26.3	190.8	73.7
町村	3.1	1.6	4.3	2.4	43.9	155.3	56.1
(性・年齢)							
男性	2.2	2.0	3.7	1.1	34.8	166.5	65.2
前期高齢者	3.2	2.1	4.2	1.1	36.8	163.5	63.2
後期高齢者	0.6	1.8	3.0	1.2	31.4	171.6	68.6
女性	3.5	2.9	2.4	2.2	30.5	179.3	69.5
前期高齢者	4.3	3.2	2.2	1.9	28.5	182.3	71.5
後期高齢者	2.3	2.3	2.7	2.7	33.9	174.2	66.1
(同居形態)							
一人暮らし	2.3	3.8	3.0	2.3	28.0	172.7	72.0
夫婦のみ	3.2	1.3	1.9	1.3	32.4	168.1	67.6
二世帯	2.6	4.0	3.3	2.6	30.3	181.0	69.7
三世帯	2.5	2.1	2.9	1.2	38.3	170.4	61.7
その他	12.0	-	16.0	-	20.0	216.0	80.0

(3) 問題商法・詐欺の被害実態

さらに、問題商法・詐欺の被害実態の有無について尋ねた。被害経験があった高齢者は全体の7.3%であった。これは男性5.3%、女性8.8%と若干女性の方が多い。被害に遭った内容としては「家庭訪問販売」「点検商法」などに回答があったが、いずれもわずか数パーセントである。高齢者の9割強が「被害にあったことはない」と回答している。

図表 2 - 3 - 4 問題商法・詐欺の被害実態 (M A)



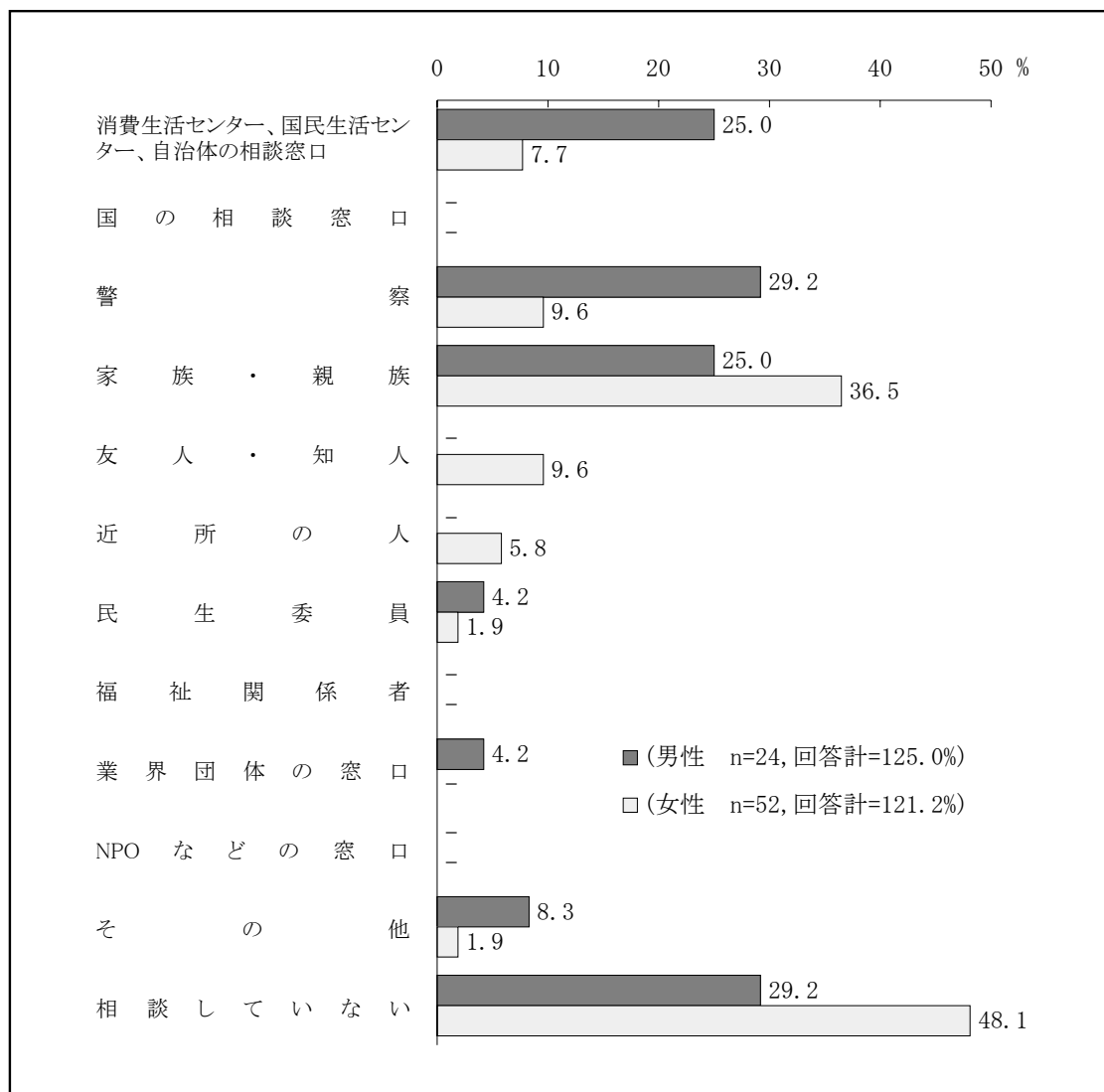
(4) 被害にあった時の相談先

上記の質問で被害にあったと回答した高齢者(76名)に対し、その時の相談先について尋ねた。男女ともに「相談していない」(男性29.2%、女性48.1%)が最も多く、女性については約半数が相談していない。

相談をした人の中で男性は「警察」(29.2%)が多く、次いで「消費生活センター等の相談窓口」と「家族・親族」(25.0%)が続いた。一方、約半数が相談をしていない女性の場合は、「家族・親族」が36.5%と最も多く、次いで「警察」、「友人・知人」が同数で9.6%を占めるなど、公的な相談機関をよく利用する男性と私的なコミュニティの中で相談する女

性といった性差による違いが見られた。

図表 2 - 3 - 5 被害にあった時の相談先 (M A)

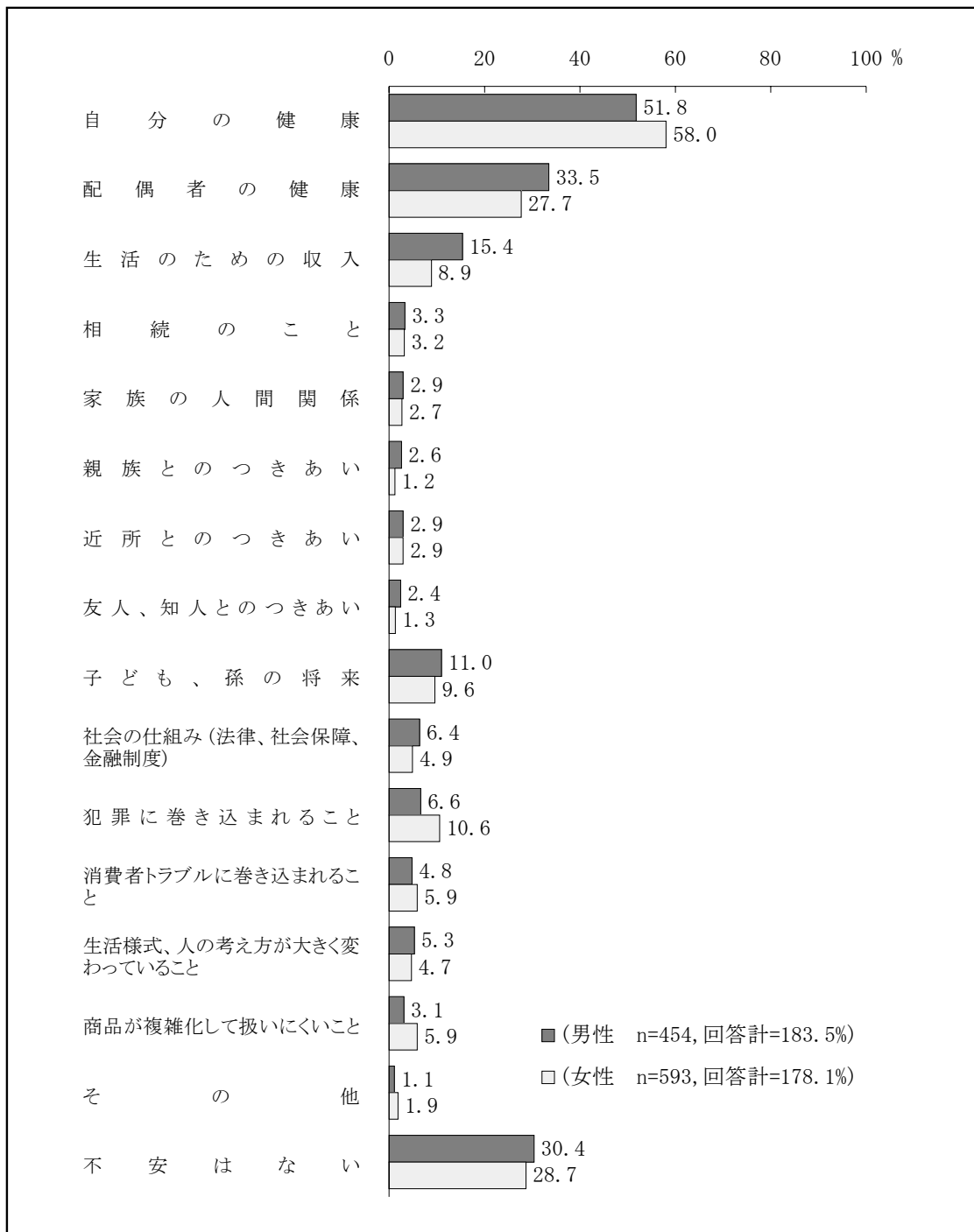


2 . 高齢者の不安と相談先

(1) 高齢者の生活不安

生活に対する不安全般について尋ねた。高齢者の 70.6%が生活に対する不安を持っている。最も多いのは「自分の健康」であり、男性 51.8%、女性 58.0%と男女とも過半数が健康状態に不安を抱えている。次に、「配偶者の健康」であり、男性 33.5%、女性 27.7%が回答した。また、約 1 割の高齢者が「生活のための収入」に不安を感じていた。

図表 2 - 3 - 6 高齢者の生活不安 (MA)



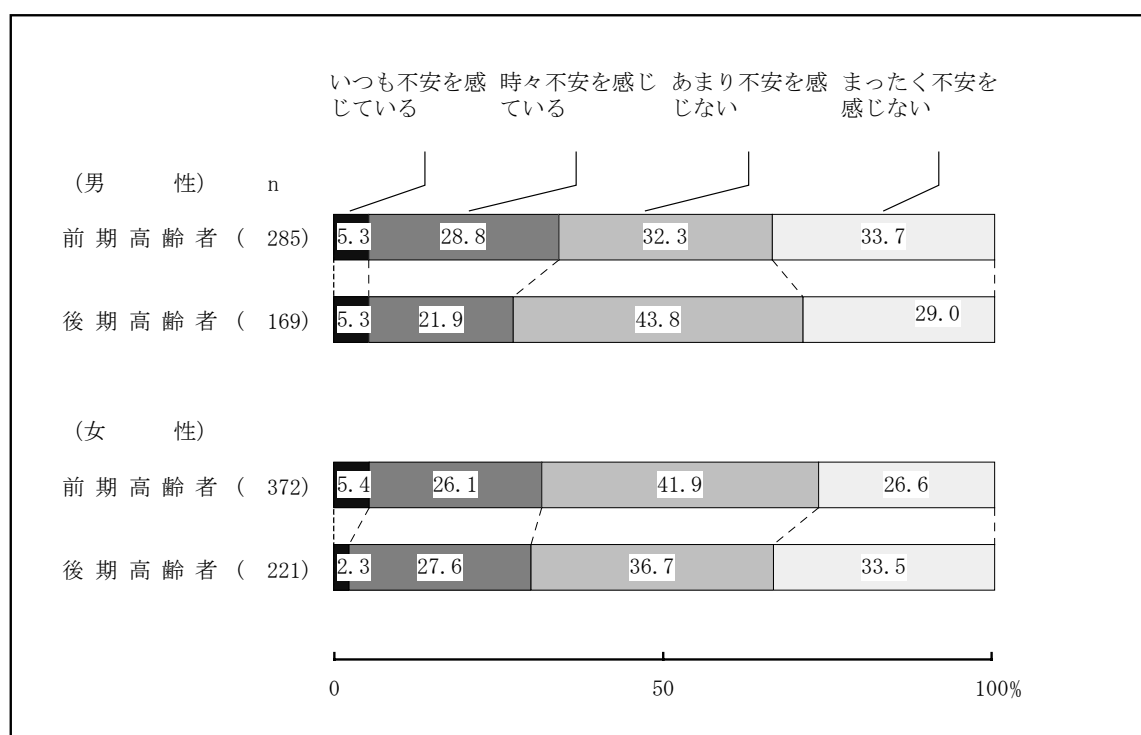
(2) 消費者被害に対する不安

さらに、高齢者自身や家族が消費者被害に遭うことにふだん不安を感じるかどうか尋ねた。「いつも不安を感じる」高齢者は 4.7%、「時々不安を感じる」高齢者は 26.5%

であり、3割強の高齢者が不安を感じていた。また「あまり不安を感じない」と回答した高齢者が最も多く38.5%、「まったく不安を感じない」と回答した高齢者も30.4%であった。

年齢、性別に見ると、全体の傾向では「あまり不安を感じない」にピークがあるが、男性の前期高齢者は「まったく不安を感じない」が最も多く33.7%、次いで「あまり不安を感じない」が32.3%となっている。また、女性の後期高齢者では「いつも不安を感じている」人が相対的に少なく、加齢にしたがって、「まったく不安を感じていない」人が前期高齢者26.5%から、後期高齢者33.5%へと増加している。

図表 2 - 3 - 7 消費者被害に対する不安 (S A)



(3) 消費者被害にあった場合の相談先

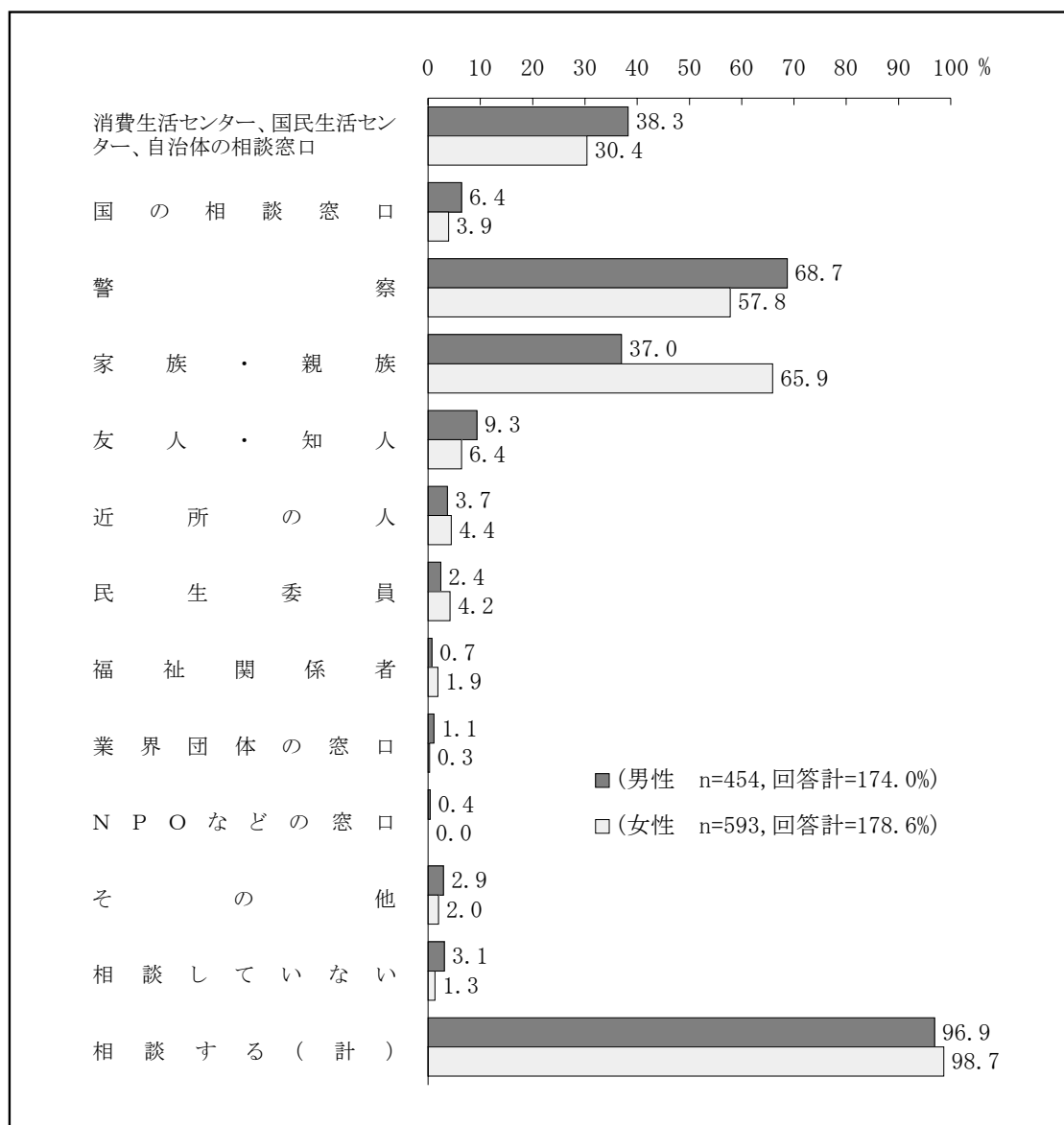
今後、仮に被害にあった場合にどこに相談するかについて尋ねた。全体では「警察」が最も多く62.5%、次いで「家族・親族」が53.4%、「消費生活センター等の相談窓口」が33.8%であった。男女別では大きく異なり、男性は「警察」が68.7%、「消費生活センター等の相談窓口」38.3%と、公的機関へ相談する傾向にあった。一方、女性は「家族・親族」に相談する人が最も多く、次いで公的機関に相談する傾向が見られた。

図表 2 - 3 - 9 で都市規模別に見ると、「家族・親族」に相談する高齢者は大都市で51.4%、中都市で48.6%、小都市で54.8%、町村で60.4%となり、町村の高齢者は相対的に見て

家族・親族への相談が多く見られる傾向にある。また、「消費生活センター等の相談窓口」については、大都市で 35.1%、中都市で 39.9%、小都市で 32.9%、町村で 25.1%と逆に町村で相対的に低い結果となっている。

また、年齢別に見ると、女性の後期高齢者では「家族・親族」への相談が 73.8%を占め、身近な人間が重要な相談先となっていることが分かる。

図表 2 - 3 - 8 消費者被害にあった場合の相談先 (M A)



図表 2 - 3 - 9 消費者被害にあった時の相談先 (MA、%)

	総 数	消費生活 センター 等の相談 窓口	国の相談 窓口	警 察	家族・親 族	友人・知 人	近所の人
【 総 数 】	1047	33.8	5.0	62.6	53.4	7.6	4.1
(都市規模)							
大都市	208	35.1	7.7	58.7	51.4	7.7	5.8
中都市	356	39.9	5.1	64.9	48.6	10.1	2.0
小都市	228	32.9	3.5	63.2	54.8	7.5	6.1
町 村	255	25.1	3.9	62.0	60.4	4.3	3.9
(性・年齢)							
男 性	454	38.3	6.4	68.7	37.0	9.3	3.7
前期高齢者	285	42.8	8.8	71.2	34.4	7.4	2.8
後期高齢者	169	30.8	2.4	64.5	41.4	12.4	5.3
女 性	593	30.4	3.9	57.8	65.9	6.4	4.4
前期高齢者	372	36.3	3.8	62.9	61.3	6.2	3.5
後期高齢者	221	20.4	4.1	49.3	73.8	6.8	5.9
(同居形態)							
一人暮らし	132	19.7	7.6	58.3	50.8	10.6	7.6
夫婦のみ	373	41.8	4.0	66.0	44.0	8.3	2.7
二世帯	274	38.0	5.8	60.6	53.6	8.0	4.7
三世帯	243	24.3	4.1	63.0	67.9	5.3	3.3
その他	25	36.0	4.0	52.0	64.0	-	8.0

3 . 高齢者の消費者被害への対策

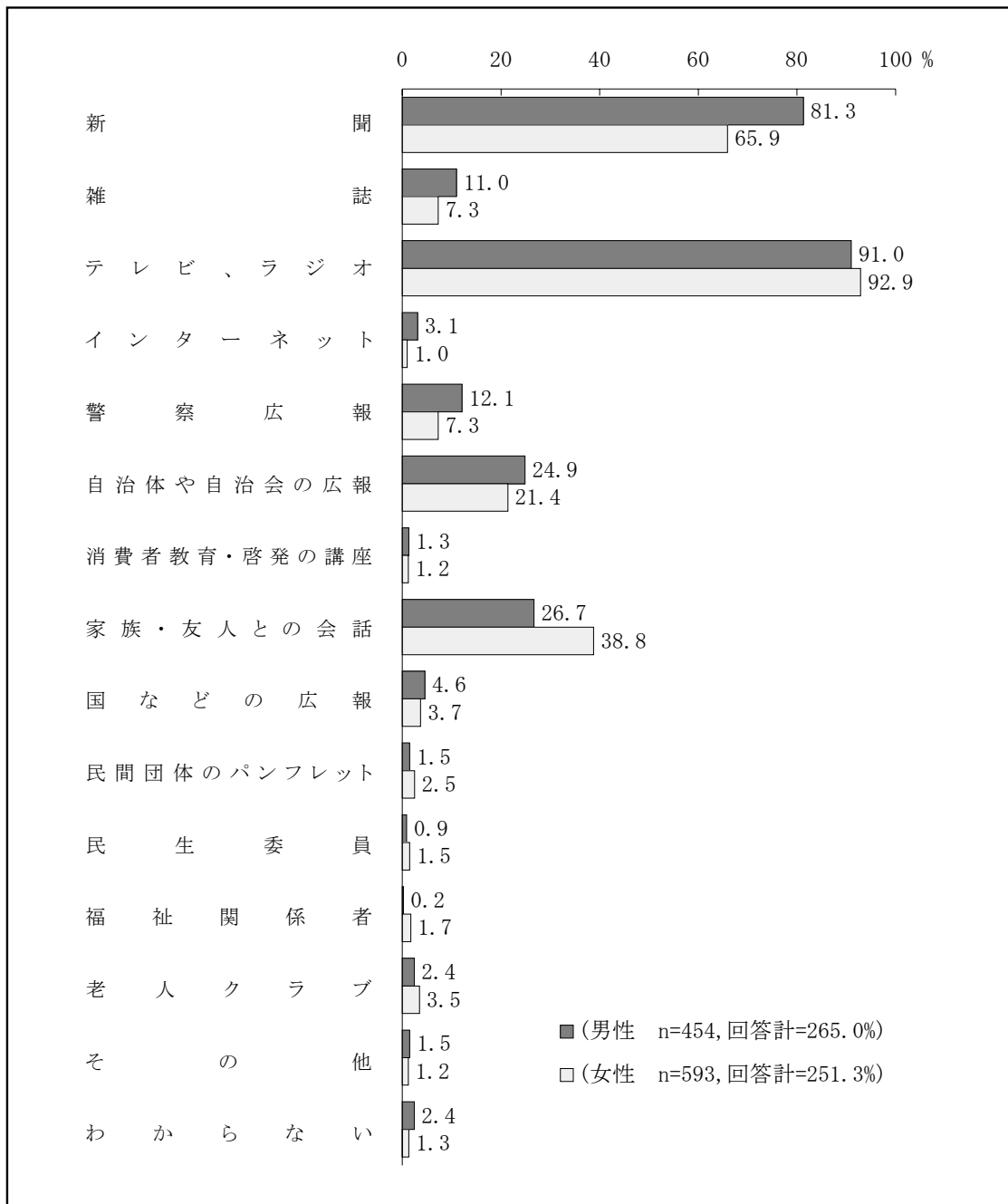
(1) 消費者被害情報の入手先

消費者被害に関する情報の入手先について尋ねた。最も多いのは「テレビ、ラジオ」からで、男性 91.0%、女性 92.9%を示した。次いで、「新聞」から情報を入手している高齢者が多く、男性 81.3%、女性 65.9%と男性の方が「新聞」を活用する傾向にあった。さらに、女性の 38.8%は「家族・友人からの会話」を挙げている。一般的な情報入手の方法と比較して、2割強の高齢者が「自治体や自治会の広報」を利用しているのが特徴的であろう。一方、「消費者教育・啓発の講座」から情報を入手している高齢者はわずか 1.2%にすぎない。

図 2 - 3 - 11 で性・年齢別に見ると、「テレビ、ラジオ」は年齢、性に関係なく約 9 割の高齢者の情報源となっていたが、「新聞」は男性前期高齢者で 82.5%に対し、女性後期高齢者 56.1%と大きく異なる。「新聞」だけでなく、女性後期高齢者は「自治体や自治会の広報」(14.0%)、「警察広報」(4.1%)といった活字メディアを情報源とすることも相対的に低い傾向にある。

また、都市規模別に見ると、町村では「自治体や自治会の広報」(30.2%)、「警察広報」(14.5%)といった情報源が他の都市規模と比較して相対的に高い数値が示されている。

図表 2 - 3 - 10 消費者被害情報の入手先 (M A)



図表 2 - 3 - 11 消費者被害情報の入手先 (MA、%)

	総数	新聞	雑誌	テレビ、ラジオ	インターネット	警察広報	自治体や自治会の広報	消費者教育・啓発の講座
【総数】	1,047	72.6	8.9	92.1	1.9	9.4	22.9	1.2
(都市規模)								
大都市	208	80.8	6.3	92.8	1.4	6.3	21.2	1.4
中都市	356	69.1	10.1	93.0	2.0	9.0	16.6	1.4
小都市	228	69.3	9.2	90.8	1.8	7.0	26.3	1.3
町村	255	73.7	9.0	91.4	2.4	14.5	30.2	0.8
(性・年齢)								
男性	454	81.3	11.0	91.0	3.1	12.1	24.9	1.3
前期高齢者	285	82.5	11.6	91.6	4.2	11.2	23.5	1.1
後期高齢者	169	79.3	10.1	89.9	1.2	13.6	27.2	1.8
女性	593	65.9	7.3	92.9	1.0	7.3	21.4	1.2
前期高齢者	372	71.8	8.6	94.1	1.3	9.1	25.8	1.1
後期高齢者	221	56.1	5.0	91.0	0.5	4.1	14.0	1.4
(同居形態)								
一人暮らし	132	61.4	5.3	93.9	-	4.5	18.9	0.8
夫婦のみ	373	78.3	11.3	93.0	3.2	10.7	28.4	1.3
二世帯	274	71.5	10.9	92.7	1.5	8.8	19.7	0.7
三世帯	243	72.0	4.5	88.5	1.2	10.7	21.8	2.1
その他	25	64.0	12.0	96.0	4.0	8.0	8.0	-

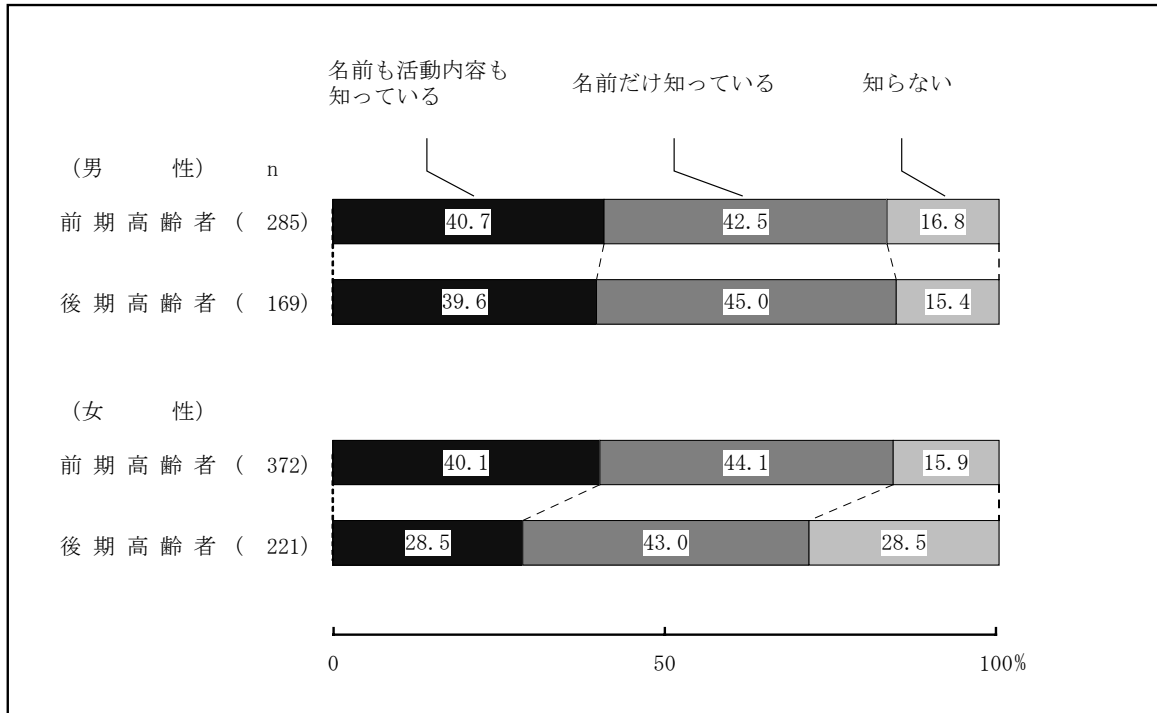
	家族・友人との会話	国などの広報	民間団体のパンフレット	民生委員	福祉関係者	老人クラブ	その他	わからない	回答計
【総数】	33.5	4.1	2.1	1.2	1.1	3.1	1.3	1.8	257.2
(都市規模)									
大都市	30.8	1.9	1.4	1.0	1.9	2.4	-	1.0	250.5
中都市	27.8	5.3	2.5	0.8	0.3	1.4	0.3	1.4	241.0
小都市	44.3	5.3	2.6	2.6	2.2	5.3	1.8	1.8	271.5
町村	34.1	3.1	1.6	0.8	0.4	3.9	3.5	3.1	272.5
(性・年齢)									
男性	26.7	4.6	1.5	0.9	0.2	2.4	1.5	2.4	265.0
前期高齢者	28.4	4.2	1.1	0.7	-	1.1	0.7	2.8	264.6
後期高齢者	23.7	5.3	2.4	1.2	0.6	4.7	3.0	1.8	265.7
女性	38.8	3.7	2.5	1.5	1.7	3.5	1.2	1.3	251.3
前期高齢者	39.0	4.0	3.0	1.3	1.3	2.4	1.3	1.3	265.6
後期高齢者	38.5	3.2	1.8	1.8	2.3	5.4	0.9	1.4	227.1
(同居形態)									
一人暮らし	30.3	3.8	-	1.5	0.8	2.3	0.8	-	224.2
夫婦のみ	32.7	6.4	2.1	1.3	1.3	1.3	0.8	1.9	274.3
二世帯	30.7	2.9	2.9	0.4	0.7	2.6	1.5	2.2	249.6
三世帯	39.5	2.1	2.5	2.1	1.2	7.0	2.5	2.1	259.7
その他	36.0	4.0	-	-	-	-	-	4.0	236.0

(2) 国民生活センター・消費生活センターの認知度

国民生活センター、消費生活センターの認知度について尋ねた。「知っている」と回答したのは81.3%であったが、「名前も活動内容も知っている」のは37.7%にとどまった。性年齢別に見ると、女性後期高齢者の認知度が相対的に低く、「名前も活動内容も知っている」人は28.5%であった。

図表2-3-13で都市規模別に見ると、町村での認知度が低く、大都市ほど高い結果を示した。また、中国の認知度が最も高く92.1%に対し、九州では67.7%と地域による格差が顕著であった。

図表 2 - 3 - 12 国民生活センター・消費生活センターの認知度 (S A、 %)



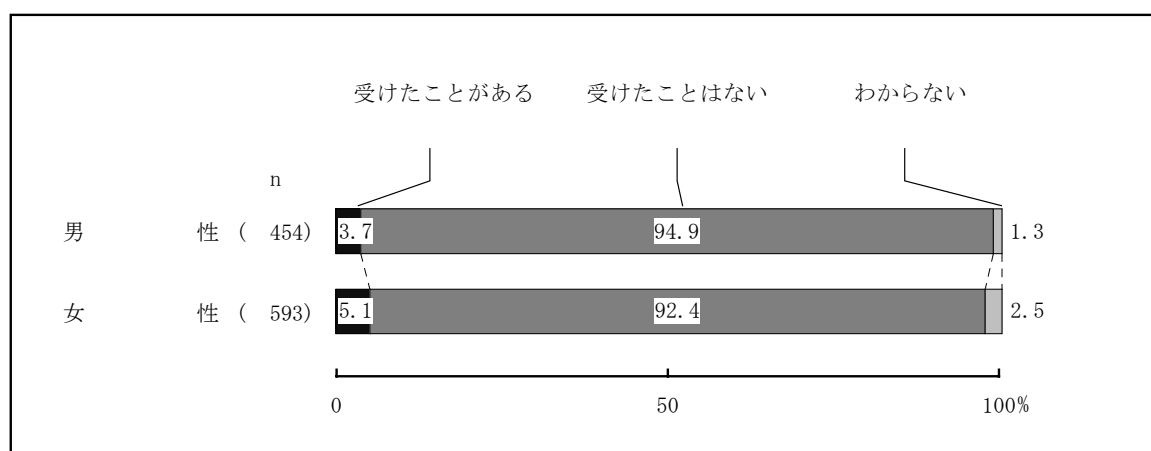
図表 2 - 3 - 13 国民生活センター・消費生活センターの認知度 (S A、 %)

	総数	名前も活動内容も知っている (%)	名前だけ知っている (%)	知らない (%)	知っている (計) (%)
【総数】	1,047	37.7	43.6	18.7	81.3
(都市規模)					
大都市	208	41.8	44.2	13.9	86.1
中都市	356	40.2	44.1	15.7	84.3
小都市	228	40.8	37.3	21.9	78.1
町村	255	28.2	47.8	23.9	76.1
(性・年齢)					
男性	454	40.3	43.4	16.3	83.7
前期高齢者	285	40.7	42.5	16.8	83.2
後期高齢者	169	39.6	45.0	15.4	84.6
女性	593	35.8	43.7	20.6	79.4
前期高齢者	372	40.1	44.1	15.9	84.1
後期高齢者	221	28.5	43.0	28.5	71.5
(同居形態)					
一人暮らし	132	34.1	44.7	21.2	78.8
夫婦のみ	373	44.2	42.1	13.7	86.3
二世帯	274	35.8	43.4	20.8	79.2
三世帯	243	32.1	46.9	21.0	79.0
その他	25	36.0	28.0	36.0	64.0

(3) 消費者教育の講座の受講状況

過去3年間の消費生活センター等が主催する消費者トラブルを防止するための消費者教育の講座の受講状況について尋ねた。受講経験があるのは、わずか4.5%であった。図表2-3-15で都市規模別に見ると、実数としては少ないが、町村で7.1%と他の都市規模より多い傾向にあった。また、地域別では「四国」の受講者が最も多く14.6%、次いで中国が10.5%を示した。

図表2-3-14 消費者教育の講座の受講状況 (SA、%)



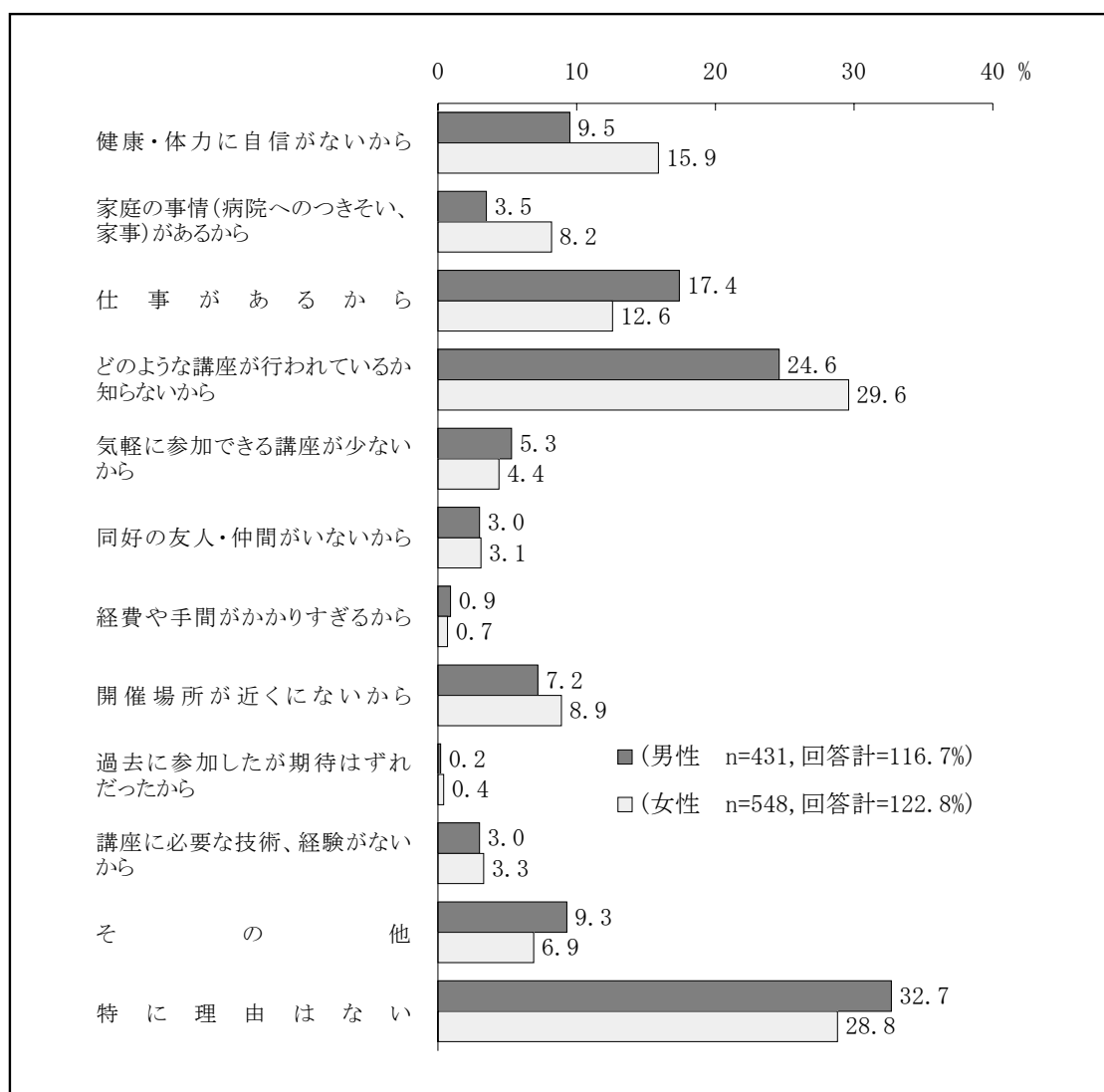
図表2-3-15 消費者教育の講座の受講状況 (SA、%)

	総数	受けたことがある	受けたことはない	わからない
【総数】	1,047	4.5	93.5	2.0
(都市規模)				
大都市	208	4.8	92.3	2.9
中都市	356	2.5	96.9	0.6
小都市	228	4.4	93.0	2.6
町村	255	7.1	90.2	2.7
(性・年齢)				
男性	454	3.7	94.9	1.3
前期高齢者	285	3.5	95.1	1.4
後期高齢者	169	4.1	94.7	1.2
女性	593	5.1	92.4	2.5
前期高齢者	372	5.4	93.0	1.6
後期高齢者	221	4.5	91.4	4.1
(同居形態)				
一人暮らし	132	3.0	94.7	2.3
夫婦のみ	373	4.6	94.9	0.5
二世帯	274	4.0	92.0	4.0
三世帯	243	5.8	92.2	2.1
その他	25	4.0	96.0	-

(4) 受講をしない理由

消費者教育の講座を受講したことがない高齢者に対して、その理由を尋ねた。最も多いのは、男性は「特に理由はない」で32.7%、女性は「どのような講座が行われているか知らないから」で29.6%であった。男性は次いで講座について知らないことを理由としており、男女ともに3割近くが消費者教育講座の受講を妨げる原因として広報不足を挙げている。その一方で、「健康体力に自信がないから」と回答する女性(15.9%)や、「仕事があるから」と回答する男性(17.4%)、あるいは「開催場所が近くにないから」と物理的な困難さを示す回答も見られた。

図表2-3-16 受講をしない理由(MA)



第4節

考察 高齢者に対する消費者教育の留意点

本節では、調査結果から明らかになった高齢者の消費者トラブルの特徴を整理し、高齢者に対する消費者教育を今後実施するに当たっての留意点を考察したい。

1. 高齢者の消費者被害の特徴

(1) 被害に遭ったと思っていない高齢者

調査結果によれば、トラブルに繋がりやすい問題商法と詐欺の認知度は極めて高く、約7割が勧誘経験をもつ。しかし、被害に遭ったことのある高齢者は1割に満たず（男性8.8%、女性5.3%）、9割以上の高齢者が被害にあっていない、と回答している（図表2-3-4）。

データを見る限り、高齢者の消費者被害はそれほど深刻ではないとも判断できるが、消費者相談の現場からは、高齢者本人は「被害にあった」と思っていないが、家族や福祉関係者が問題に気づいて相談するケースが多いと言われている。また、訪問販売の販売員が話し相手になってくれたので高額な商品でも契約したようなケースでは、高齢者が騙されたことに気づかず、さらに周囲の目が届かないため、被害実態として顕在化しにくい。このように、高齢者はたとえ問題商法等で商品等を購入したとしても「消費者被害に遭ったと思っていない」可能性がある。したがって、この特徴を十分にふまえた上で高齢者に対する消費者教育を実施する必要がある。

(2) 被害に対して、あまり不安を感じない高齢者

高齢者の約7割は、消費者被害に対する不安を感じていない。特に、加齢が進むほど不安を感じなくなっている（図表2-3-7）。高齢者は日頃テレビから情報収集を行っているため（図表2-2-19）連日報道される振り込め詐欺のニュースから、自分自身が消費者被害に遭うことへの不安を感じているのではないだろうかと思定したが、強く不安を感じている人は数パーセントにすぎない。加齢にしたがって不安を感じなくなる傾向は、逆にそこにつけ込む悪質な問題商法や詐欺が横行する素地と考えられるため、高齢者に対する

消費者教育に加えて、悪質業者に対する一層の規制が求められる。

3. 高齢者が消費者被害にあった場合の相談先

(1) 男性に多い専門機関、女性に多い家族・親族

今後仮に被害にあった場合の相談先(図表 2-3-8)としては、男性は警察、消費生活センターといった公的な専門機関であるのに対し、女性は家族・親族と男女による違いが見られた。

特に、女性後期高齢者の7割強が家族・親族と回答していることから、家族・親族から警察や消費生活センター等の専門機関にスムーズに相談ができるように、高齢者を取り巻く人々への情報提供が重要であると言えよう。

(2) 都市規模が小さくなるほど家族・親族に相談

今後仮に被害にあった場合の相談先は、都市規模が大きいほど消費生活センターへ相談する傾向があるのに対し、都市規模が小さくなるほど家族・親族への割合が高まる傾向にあった(図表 2-3-9)。

都市規模が小さい地域は、消費生活センターという名称ではなく市民相談のひとつとして窓口が設置されているケースが多く、消費生活相談の認知度が十分でないことが考えられる。小都市、町村における消費生活センター機能の充実を図ると共に、高齢者から相談を受けた家族からのアクセスをよくするため、地域へのより一層の広報活動を行う必要がある。

(3) 高齢者に身近な警察(交番)

高齢者にとって警察(交番)は身近で頼りになる存在で、約6割が警察に相談すると回答した。地域の安全を守るために見回り等を行い、高齢者のよき相談相手になっていることが分かる。昨今の振り込め詐欺における対策においても、各地で高齢者に対して工夫をこらした啓発を行っており、その成果とも言える。今回のような詐欺は警察が中心となって啓発を行ったが、一方、いわゆる悪質商法に対するクーリングオフの手続き等は消費生活センターの出番となる。相談する高齢者からすれば、相談した場合に問題解決に結びつくことが重要であり、この区分は重要ではない。したがって、各地の警察と消費生活センターが十分に連携をとって、地域住民のための適切な対応に尽力することが重要である。

4．高齢者の消費者問題についての学習機会

(1) ほとんどの高齢者は消費者教育の受講経験がない

過去3年間の消費者教育（消費者トラブルを防止するための講座）の受講経験は、わずか4.5%であった（図表 2-3-14）。受講をしない理由では「特に理由はない」が最も多く、ついで「どのような講座が行われているか知らないから」が挙げられ、講座の広報不足が問題として指摘された。

(2) 非常に低い高齢者の学習参加率と出前講座の可能性

消費者教育の受講経験だけでなく、高齢者の学習そのものに対する意欲は必ずしも高くない。例えば地方公共団体などが設けている高齢者学級や老人大学への参加率は5%程度であった（図表 2-2-17）。

消費生活センターで開催する講座はいわゆる「集める講座」と「届ける講座」（出前講座）があるが、高齢者は「集める講座」への参加意欲が必ずしも高くないことから、日常の活動の延長線上で受講できる「届ける講座」が有効であろう。約7割の高齢者が何らかの団体や組織に参加していることから（図表 2-2-12）このような団体や組織に出前講座の可能性がうかがえる。特に、自治会・町内会の参加は約5割と最も高いため、地域に根ざした出前講座を広く展開していくことが可能であろう。

5．高齢者に対する消費者教育に関する情報提供

(1) 学習の場以外での情報提供の必要

学習機会も持たず、団体等の活動にも参加しない高齢者は3割近く存在する。このような講座形式の消費者教育に参加が困難な高齢者に対し、どのようなアプローチを行ったら良いのだろうか。

高齢者が主に利用する施設は、病院（86.6%）と銀行・郵便局などの金融機関（78.5%）である（図表 2-2-11）。このような場を通じて、高齢者の被害防止の情報提供を行うことも有効であろう。

また、健康・体力に自信がない高齢者は自宅で過ごす時間が長い。高齢者の主たる情報入手源はテレビであり（図表 2-2-21）消費者被害情報についても同様であることから（図表 2-3-10）、高齢者の消費者被害の特徴をふまえて、メディアを活用した情報提供の在り方を検討することが重要であろう。

(2) 民生委員や福祉関係者を通じた情報提供への期待

調査結果では、民生委員や福祉関係者と接触している高齢者は4割強であったが(図表2-2-9) 民生委員等から消費者被害に関する情報を入手する者はわずか1%であった(図表2-3-10)。

民生委員や福祉関係者は高齢者に定期的に接触可能なため、高齢者から相談を受けたり、あるいは民生委員自身が問題に気づいて消費生活センターに相談するケースも見られる。しかし、相談を受けた側にこの認識が不十分な場合は、問題解決に結びつかない可能性もある。したがって、高齢者に直接的に情報提供を行って自立を促すことに加え、高齢者と直接接する機会をもつ民生委員や福祉関係者に対しての情報提供も不可欠と言えよう。

(3) 家族・地域に対する情報提供

家族や地域のコミュニティの中で生活している高齢者は、消費者被害の情報の入手先として、テレビやラジオ(92.1%)、新聞(72.6%)といったメディアに加え、家族や友人との会話も重要な入手源(33.5%)となっている。したがって、日常的に高齢者を取り巻く様々な人に対し、高齢者特有の消費者被害の実態やその解決方法などを広く情報提供し、高齢者を見守るようにすることが重要である。

以上、高齢者を対象とした調査結果を整理し、今後の施策を実施するに当たっての留意点を考察した。高齢者に対する消費者教育の限界と可能性を明確にした上で、高齢者を取り巻く人への情報提供を大切にしながら、関連機関がネットワークを形成して推進していくことが望ましいであろう。今後、本調査結果を踏まえて、高齢者に対する消費者教育がより一層展開されることを期待したい。