

高齢者に対する消費者教育の展開について 調査の概要と提言

1. 調査の目的と方法

「高齢者向け消費者教育に関する研究会」では、近年の消費者トラブルの急増と悪質化の実態に鑑み、情報収集力や交渉力の面で一般の消費者よりも更に不利な立場にある高齢者たちの被害を未然に防ぐために、どのような消費者教育が展開されるべきかについて検討してきた。ここでは特に、消費者教育の「受け手」である高齢者が置かれている状況を認識するとともに、「担い手」である関連機関や各種団体、自治体等が実施している先駆的な取り組みを把握することを通して、高齢者に対する効果的な消費者教育の手法を明らかにすることを目的とした。

はじめに、消費者教育の「受け手」側の実態をとらえるために、国民生活センターでデータベース化された PIO-NET 情報を分析し、年々増加する高齢者の相談の特徴を明確にした（第1章参照）。併せて、全国の1,000人以上の高齢者に対するアンケート調査を実施し、高齢者の活動状況と情報入手先および高齢者被害と対策について明らかにした（第2章参照）。

次に、消費者教育の「担い手」側の実態を把握するために、関連する機関、団体、自治体関係者に対するヒアリング調査等を実施した。まず、消費者教育の関連機関として、独立行政法人国民生活センター、財団法人消費者教育支援センター、内閣府請負事業「高齢者に対する消費者問題出前講座」実施機関/社団法人全国消費生活相談員協会、社会教育実施機関/生涯学習課・公民館の4つをとりあげ、それぞれの取り組みを調査・紹介した（第3章参照）。続いて、地域に根ざした活動を実施している団体として、世田谷区消費生活課区民講師自主学習グループ「ひとえの会」、兵庫県川西市消費者啓発グループ「てくてく」、社団法人全国消費生活相談員協会北海道支部、渋谷区本町「くちコミみつばち隊」の4つをとりあげ、具体的な実践の内容を調査し、今後の課題を提示した（第4章参照）。さらに、高齢者に対する消費者教育を複数の関連機関によって効果的に展開している自治体モデルとして、北海道、栃木県、東京都世田谷区、岐阜県各務原市、兵庫県川西市、鹿児島県枕崎市の6カ所の事例をとりあげ、それぞれの特徴と連携の実態を明らかにした（第

5章参照)。

以下に、調査結果の概要について、消費者教育の「受け手」側および「担い手」側の現状と問題点を示す。さらに、それらに基づいて、今後、国および地方自治体の施策に期待されるいくつかの課題を、提言として掲げることにはしたい。

2. 調査結果の概要 高齢者に対する消費者教育の現状と問題点 -

(1) 「受け手」側からみた現状と問題点

消費者教育の「受け手」、すなわち、高齢者自身の消費行動や日常生活をめぐっては、次のような現状および問題点がみられる。

PIO-NET 情報より

PIO-NET 情報によれば、高齢者の消費者相談は、年々増加傾向にある。とりわけ他の世代に比べ、健康や住宅に関連した商品・サービスについての相談や、家庭訪販、SF 商法、点検商法、薬効をうたった勧誘などに関する相談が多いという実態である。また、強引な販売方法、健康や経済的不安に付け込んだ手口、一人暮らしの高齢者や判断能力が低下している高齢者を狙った手口など、高齢者の弱みに付け込んだ特有の問題が顕在化している。

高齢者に対するアンケート調査より

アンケート調査によれば、高齢者たちは、日常、近所の人や友人・知人などと定期的に連絡をとりあっているが、一人暮らしの高齢者はそれらの人たちとの関係が相対的に希薄である。逆に、多くの高齢者にとって、民生委員や福祉関係者との接触は限られたものであるが、一人暮らしの高齢者や後期高齢者は民生委員らとの接触機会が比較的多い。また、高齢者は病院や金融機関をよく利用し、町内会、老人クラブなどの団体や組織に所属しているが、具体的な活動に参加している者は少なく、学習活動に参加している者は2割に満たない。高齢者の主たる情報入手先はテレビ、新聞で、人的ネットワークとしては家族・親族、友人・知人から情報を入手する機会が多いが、これに対しシンポジウムや講演会などから情報を得ている者は数パーセント以下にすぎない。

一方、高齢者たちは、問題商法や詐欺に対する認知度がきわめて高い。近年メディアでしばしば取り上げられている「振り込め(オレオレ)詐欺」については95.5%という認知度である。また、6割以上の高齢者が、電話勧誘をはじめ、家庭訪販、点検商法など何

らかの問題商法の勧誘を受けているものの、9割以上が「被害にあったことはない」と答えており、自覚がないという問題も潜在する。なお、実際に被害に遭った高齢者の相談先を男女別に比較すると、男性は警察や消費生活センターに、女性は家族・親族に相談する者が相対的に多い。また、被害に遭った高齢者のうち男性の約3割、女性の約5割が誰にも相談していないという問題ある状況である。

高齢者の消費者被害への対策については、大部分の高齢者がテレビ・ラジオ、新聞から被害情報を入手しており、消費者教育・啓発の講座から被害情報を入手する者は1%にすぎない。また、国民生活センター、消費生活センターは名前は知られているが、その活動内容を知るものは4割に満たず、消費者教育講座を受けたことがある高齢者は数パーセント未満である。

(2)「担い手」側からみた現状と問題点

消費者教育の「担い手」側、すなわち、関連する機関や団体などにおいては、次のような現状および問題点がみられる。

消費者教育関連機関の取組みより

消費者教育の関連機関の取組みについては、国民生活センターでは、講師養成講座、啓発用リーフレットの作成、テレビ番組の提供、関連出版物の発行などを、消費者教育支援センターでは、高齢化に伴う消費者問題の総合調査、高齢者に適した教材「悪質商法に負けないためのうたのほん」の発行、講師としての啓発活動および機関誌『消費者教育研究』の発行などを挙げることができる。また、内閣府請負事業「高齢者に対する消費者問題出前講座」の実施機関である全国消費生活相談員協会では、2001～2003年度の3年間に4,387ヵ所、14万6,978人に対し出前講座を実施しており、その手法も、講義だけでなく、ビデオや紙芝居、歌、クーリングオフのはがきや悪質業者お断りの団扇の作成など「受講者参加型」を取り入れている。さらに講座の周知方法についても、内閣府から各地方自治体へ文書を送付する一方で、協会から全国の社会福祉協議会、老人クラブ、防犯協会、介護関連施設に対して案内を送付するなど、徹底した情報提供を試みている。一方、地域における社会教育の実施機関である生涯学習課・公民館に目を向けると、水戸市の場合、小学校区ごとに設置された公民館における多様な講座の開催と併せて、生涯学習課が主催し市職員が講師となる「いきいき出前講座」が実施されており、それらの一部に消費者教育関連講座が位置づけられている。

これらの機関がかかえる問題としては、高齢者向け教材の開発が不十分であること、予算の不足から啓発事業が需要に追いつかないこと、講師養成が不十分で講師が不足していることなどが挙げられる。また、講座を多様なかたちで開催しても、参加者は一部の高齢者に限られるという問題などもある。これらの結果として、高齢者一人ひとりに十分な消費者情報が届いていない現状にある。

地域に根ざした活動団体の実践より

地域に根ざした活動を実施する団体についてみると、「ひとえの会」、「全相協北海道支部」、「てくてく」ではいずれも出前講座を行っている。「全相協北海道支部」は上にみた全国相談員協会の下部組織で、地域の実態に応じて工夫した取り組みを展開している。「ひとえの会」と「てくてく」はいずれも、自治体の講師養成プログラムをきっかけに形成されたグループであり、現在も自治体との連携をはかりながら、自主的な学習活動と並行して積極的な啓発活動を行っている。「ひとえの会」では、区民の目線で消費者情報を伝達することを目的に、依頼者の要望を十分にふまえ、うたや寸劇、団扇づくりなど多様な教材を駆使した講座プログラムを考案している。一方の「てくてく」は、「演劇」という方法を軸に据え、独自の講座を展開している。これらのグループに対し、「くちコミみつばち隊」は発足間もない、町内会・婦人会などの有志によるグループである。現在、チラシによる知名度アップや団体登録を行うなどして、今後の活動の基盤づくりを進めている。

これらの団体がかかえる問題として、まず、講師およびメンバーの不足や更なる育成という点を挙げるができる。また、活動資金に関する問題も重要である。ボランティア精神を基本とする団体がほとんどではあるが、必要な交通費や打合せ、教材開発などにかかる費用について十分な公的支援があつてこそ、活動の活性化が期待されるものである。さらに、これらの団体では、地域に根付いているという特性から、そこに暮らす人々や他の組織とのよりよいコミュニケーションの確立が非常に大切となる。特にこれからグループを育てていく段階においては、関連諸機関との協力関係をつくりあげることがきわめて重要になるといえよう。

自治体モデルより

高齢者に対する効果的な消費者教育を展開する自治体では、消費者行政機関、福祉行政機関、教育行政機関、警察、弁護士会などによる有機的な連携がみられる。特に北海道で

は、社団法人北海道消費者協会、消費生活センターをはじめ、道内の社会福祉協議会、老人クラブ、社会福祉団体、学校団体、警察など37にもものぼる関連機関・団体が連携し、平成15年12月、「北海道消費者被害防止ネットワーク」を設立するに至っている。また、栃木県、世田谷区、川西市については、「消費者教育リーダー養成 講師養成 講師派遣」という一連の流れにおいて、市民と行政を取り巻く連携が確立されている。すなわち、第1段階のリーダー養成（栃木県では消費生活リーダー養成講座、世田谷区では消費者カレッジ通学通信コース・上級コース、川西市では生活クリエイター養成）のうえに第2段階の講師養成（栃木県では講師養成講座、世田谷区ではカレッジ区民講師養成講座、川西市では出前講師養成セミナー）を位置づけ、育成した講師への情報提供と講座依頼、他の諸機関に対する講座のPR活動などを行政が担当している。その成果として、世田谷区では「ひとえの会」、川西市では「てくてく」が誕生し、地域に根ざした活動を展開していることについては、上にみたとおりである。

一方、枕崎市では、警察と介護ヘルパーとの連携による高齢者への消費者啓発というユニークな試みが効果をあげている。平成16年9月には、枕崎警察署と枕崎市福祉事務所および枕崎市社会福祉協議会が「高齢者保護連絡会」を立ち上げている。連絡会を通して介護ヘルパーへ犯罪情報やチラシが提供され、介護ヘルパーは訪問した各家庭において介護活動の中でこれを話題に啓発をはかるというものである。これまでの広報誌や講話などによる情報提供では限界があった高齢者への消費者啓発に対し、「声かけ」という手法が効果的に機能している。なお、各務原市では、福祉関係者である民生委員と行政諸機関ならびに警察署や司法書士会との連携による消費者啓発のネットワークづくりにむけて準備が進められている。

これらの自治体では、高齢者と消費者行政を取り巻く多様な機関との連携がみられる。すでにネットワークや連絡会が確立されているところもあるが、それに向けて準備をすすめている自治体では、従前のいわゆる縦割り行政的なシステムにより、その実現に時間がかかるという問題がある。したがって、諸機関の横の連携強化や、実体としての連絡協議会の設立および機能強化などが、ここでの最大の課題といえる。また、このような仕組みの中で、高齢者に消費者教育を届けるルートの上に位置づけられる福祉・介護関係者に対する啓発を求める声や、講師養成システムによって育成した消費者リーダーおよび講師の質の向上を求める声も強い。加えて、結成された市民グループがNPO法人として独立するという発展的な課題もあるが、本来、消費者教育に有効な自治体システムを構築するこ

とは国が推進すべき事業であることから、これらに積極的に取り組む自治体に対し、国が必要な財政的支援を行う制度の確立も必要である。これまで消費者啓発に広く活用されてきた生活情報体制整備等補助金が平成 16 年度をもって終了したことなども大きな問題といえる。

一方、これらの自治体には、強力なリーダーシップと熱意をもつ行政職員の存在が不可欠であるが、行政機関では、担当者の配置転換が避けられないという問題がある。この点について、少なくとも新しいシステムづくりに集中的に取り組む期間においては、何らかの配慮のあることが望まれる。さらに、ネットワーク構築後は、担当者が交替しても継続的・安定的な組織運営が可能となるような仕組みづくりがなくてはならない。

3. 調査結果に基づく提言 高齢者に対する消費者教育の効果的手法の確立をめざして一

以上の調査結果をふまえ、高齢者に対する消費者教育を効果的・効率的に推進するために重要と思われるいくつかの課題を提言として掲げたい。

(1) 高齢者に対する「消費者教育の機会の拡充」に関する提言

【提言 1】「高齢者を取り巻く家族や自治会」に消費者情報を届ける

高齢者は、日頃、家族・親族、友人・知人から情報を入手する機会が多い。また、町内会、老人クラブなどの団体・組織に所属している高齢者が比較的多いことを考えると、高齢者本人への消費者情報の提供と併せて、高齢者を取り巻く家族や自治会関係者に対して消費者情報を提供し、それらの人々を経由して、日常的に高齢者への消費者啓発を行うことが効率的である。

【提言 2】「市民講師による出前講座」を推進する

現在、各自治体の消費生活センター等では多様な啓発講座が開催されているが、高齢者がこれらの講座に参加することは、あまり期待できない。したがって、高齢者に対する消費者教育は、「届ける」講座を中心に強化・充実されるべきである。一方、今後ますます高齢化が進行するなかで、高齢者被害の未然防止をはかるには、高齢者および高齢者を取り巻く人々に対する相当数の出前講座が準備されなければならない。そのためには、従来の消費者教育の専門家や行政担当者による出前講座だけでは不十分であることから、専門家の指導のもと多くの市民講師を養成し、市民講師による出前講座を積極的に展開することが有効である。すなわち、各自治体において消費者リーダーを市民講師に育て上げるプログラムの確立が求められる。なお、市民講師による出前講座の実施にあたっては、現状

では関係者のボランティアに依頼するところが大きいという問題が顕著であることから、今後、同講座を拡大・発展させるためには、行政による適切な予算措置が不可欠である。

[関連 / 提言 6]

【提言 3】一人暮らしの高齢者、後期高齢者などに対する「民生委員や介護ヘルパーによる消費者啓発」を展開する

最近、一人暮らしの高齢者や判断力が低下している高齢者など、より弱い立場にある高齢者を狙った悪質な手口が報告されている。家族や自治会との交流の少ない一人暮らしの高齢者や後期高齢者に対しては、民生委員や介護ヘルパーによる消費者啓発が有効な手段となる。すなわち、民生委員や介護ヘルパーなどの福祉関係者が一人暮らし等の高齢者宅を訪問する際、高齢者に対するケアの一環として「声かけ」などを通して日常的に消費者情報を提供することが望まれる。 [関連 / 提言 6]

(2) 高齢者に対する「消費者教育の内容の充実」に関する提言

【提言 4】「観て知る」「声に出して身につける」教材を開発する

被害に遭うような高齢者に対し、従来の広報誌や講話による消費者教育には、大きな効果が期待できないという指摘がある。高齢者に対しては、演劇(寸劇)を観たり、替え歌を歌ったりするなど、仲間との楽しい体験を通しての消費者教育が有効である。そのためには、これまで開発が不十分な高齢者向けの消費者教育ロールプレイのシナリオづくりや、最近一部の指導者たちが積極的に取り組んでいる消費者啓発用替え歌づくりなどが、大きな広がりをもつことが期待される。

【提言 5】届ける相手に応じた「高齢者向け消費者教育マニュアル」を整備する

出張講座を依頼する団体や機関は多様である。また、受講者である高齢者がおかれている心身および経済的状況もさまざまである。そのため、現在、先駆的な活動を実施している市民講師たちは、依頼者との十分な打合せのうえに講座を実施しているが、今後より多くの市民講師による啓発講座を展開しようとするとき、さまざまな需要に対して講座の質を保証し迅速に対応するためのマニュアルづくりがなくてはならない。併せてマニュアルを適切に管理・更新し、依頼に応じて講師に提供する仕組みづくりも必要である。

(3) 高齢者に対する「消費者教育の「担い手」の強化」に関する提言

【提言 6】「市民講師のスキルアッププログラム」および「民生委員・介護ヘルパーへ

の「情報提供プログラム」を開発する

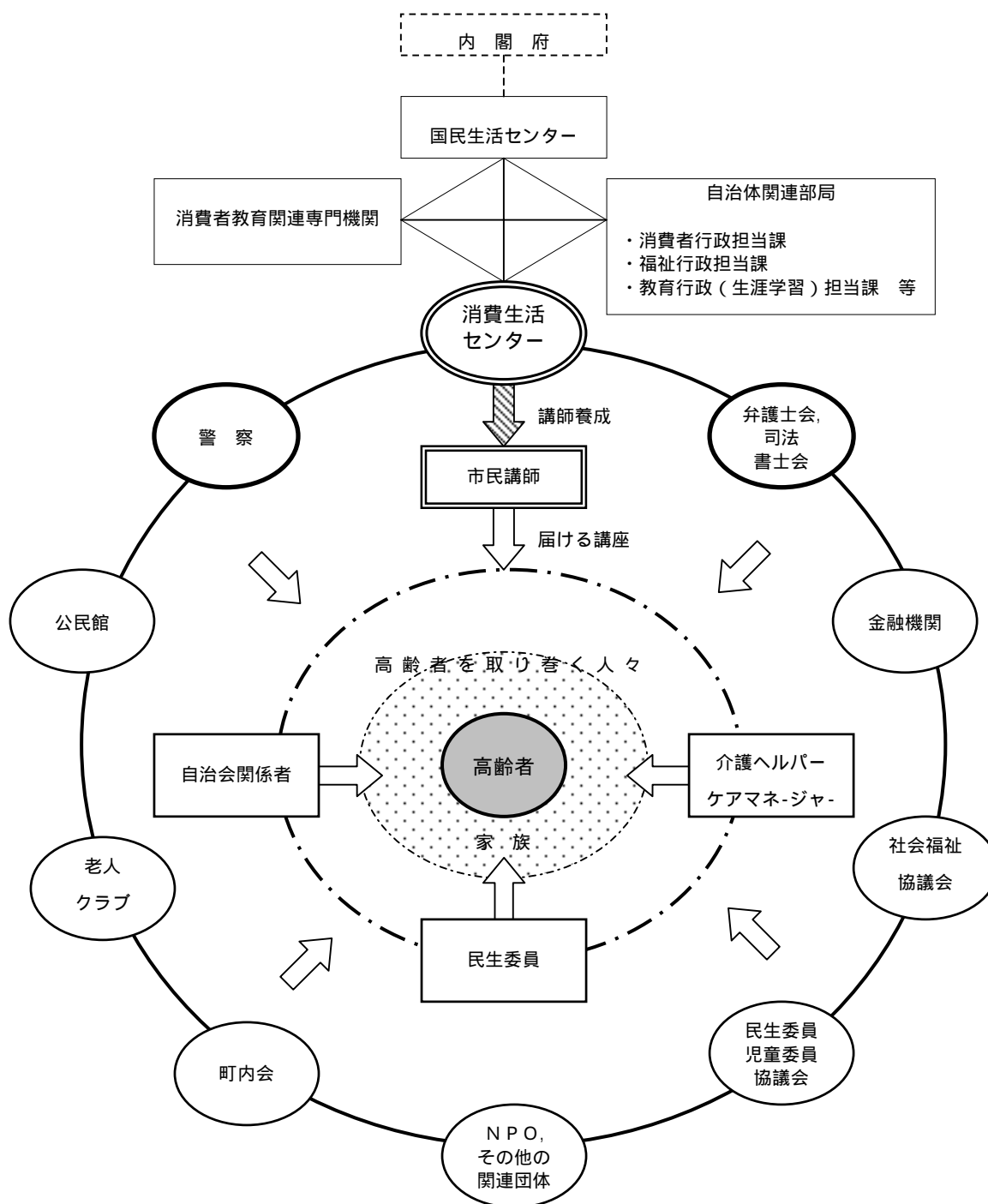
今後、高齢者に対する消費者教育を効果的・効率的に展開するために、市民講師による出前講座や、民生委員、介護ヘルパーなどによる日常的な消費者啓発がきわめて有効であることについては、先に述べたところである。一方、これらの仕組みを確実に機能させるには、関係者に対する継続的なフォローが欠かせない。次々に新手の悪質業者が現れ、早急な対応が求められる昨今、市民講師のスキルアッププログラムや民生委員・介護ヘルパーに対する定期的な情報提供プログラムを確立し、絶えず消費者教育の「担い手」の強化をはかることが不可欠である。[関連 / 提言 2、3]




【提言 7】関連機関の連携による「高齢消費者被害防止ネットワーク」を構築する

高齢者の消費者被害を未然に防止するためには、高齢者一人ひとりの心身や生活の状態に応じて、さまざまな消費者教育の「担い手」が協力しあい、効率よく機能しあう必要がある。そのためには、高齢者とその家族を取り巻く人々および諸機関の連携強化がなくてはならない。すなわち、自治会や介護サービスなどに関与する人や組織をはじめ、警察や弁護士会などの被害救済に関わる機関、金融機関、NPOなどが消費生活センター（同センターが設置されていない自治体においては消費者行政担当課）を中心に協力体制を整え、「高齢消費者被害防止ネットワーク（仮称）を構築することが求められる（図序 - 1 参照）。このネットワークでは、消費者教育の「担い手」および内容（教材）、消費者被害とその防止法などに関する情報を共有し、高齢者に消費者教育を届ける多様なルートを確立するとともに、その効果的な運用をはかる。

ここで消費生活センターは、消費者教育関連専門機関（消費者教育支援センター、日本消費者協会、全国消費生活相談員協会、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会、消費者関連専門家会議など）と連携し、常に最新の消費者情報を地域のネットワークに供給する一方で、各自治体の関連部局（消費者行政担当課、福祉行政担当課、教育行政（生涯学習）担当課など）とも連携をはかり、ネットワークが効率的かつ円滑に機能するよう調整する役割を担う。また、このネットワークでは、高齢者の消費者教育に関わる人や情報の手配だけでなく、関連事業を展開するうえで不可欠な資金の調達とその管理を含めた総合的なマネジメントシステムが遂行されなければならない。このようなネットワークの整備にあたっては、国がその推進を掲げ、自治体に対し目指すべき方向性を示すとともに、必要な財政的支援などを行うことによって、実効性あるしくみづくりを早急に進めるべきである。[関連 / 提言 8]

図表序 - 1 「高齢消費者被害防止ネットワーク」のイメージ図



- 注:1)  は、高齢者および高齢者を取り巻く人々に対する消費者情報の提供をあらわす。
- 2)  は、消費者被害救済機能を有する。
- 3)  は、ネットワークの統括・調整機関。消費生活センターが設置されていない自治体においては消費者行政担当課がこれに当たる。

【提言8】ウェブサイト「高齢者向け消費者教育情報箱」を設置する

「高齢消費者被害防止ネットワーク」で扱う消費者教育の人材・教材情報や消費者被害情報などについては、ウェブサイトを通じて一元管理されることが望まれる。すなわち、高齢者に対する消費者教育に有効な情報の質を安定的に確保するために、ウェブサイト「高齢者向け消費者教育情報箱」(仮称)を設置し、啓発活動を推進する人や組織に対し、求められる情報を簡便かつ迅速に提供できるような体制を整えることが必要である。これにより、上に掲げた提言が効率よく進められることになる。また、「高齢者向け消費者教育情報箱」は、消費者全般を対象としたウェブサイト「消費者教育情報箱」の一部として位置づけられるべきである。[関連/提言7]

以上、本報告書のはじめにあたり、調査結果の概要を紹介するとともに、それに基づく8つの提言を掲げてきた。これらの詳細については、本編の各章を参照されたい。なお、上では直接触れなかったが、本報告書をまとめていく過程で、高齢者に対する消費者教育には、何よりも「日常性」や「ふれあい」、「心の交流」などが重要であることを再認識した。デジタル媒体や最新の組織のマネジメントシステムを活用し、消費者情報の効率的な管理体制を整えながらも、最後にそれらが高齢者に届ける場所では、人間同士のあたたかい心情に基づく信頼関係を前提としなければ、十分な効果は期待できない。また、今回は、高齢者の消費者被害の未然防止のためには効果的な消費者教育が不可欠であるという前提のもと、調査・研究を実施したが、高齢者の消費者としての自立を促す取り組みと併せて、悪質業者に対する取り締まりの強化が求められることは言うまでもない。

少子高齢化が一層進行する状況のなか、新しい「消費者基本法」を抛り所としながら、高齢者の自立を支援する消費者教育が一層発展することを期待するものである。