



第1章 東京の高齢者の消費者被害を取り巻く状況

1 東京の高齢化の状況と将来予測（P.2）

- 東京都の高齢者人口（65歳以上）は平成22年現在264万人（高齢化率20.4%）、今後も増加が続く見込み（平成37年332万人（25.2%）、平成47年377万人（29.8%））
- 東京都は高齢者一人暮らしと高齢夫婦世帯が増加傾向にある（平成47年には計170万世帯を超える（総世帯のうち4世帯に1世帯の割合））

2 高齢者の消費者被害の現状と課題（P.3）

（1）消費生活相談の状況（P.3）

- 都内の消費生活センターに寄せられた高齢者（契約当事者60歳以上）からの消費生活相談件数は平成26年度は39,286件（過去最多、6年連続3万件超）、全相談件数に占める割合は3割超
- 高齢者の平均契約購入金額は207万円と高額（59歳以下の相談の平均契約購入金額118万円）
高齢者からの相談の7割以上は、50万円未満
- 高齢者の年齢が高くなるほど、本人ではなく、家族や第三者（ホームヘルパー、ケアマネージャー等）からの相談が増加する傾向（80歳以上は、約4割が本人以外からの相談）

（2）高齢者の消費者被害に関する調査から見る悪質商法被害経験（P.6）

- 高齢者の消費者被害に関する調査を実施したところ、全体の5.7%が悪質商法の被害にあったと回答（都内各区市町村老人クラブ連合会所属の70歳以上5300人対象調査）
- 高齢者の約4割が消費者被害の危険に遭遇（被害はないが、請求、勧誘されたことがあると回答31.6%、「被害に遭った」を合わせると計37.3%）
- 被害にあったと回答した人のうち、「何もしなかった」人が45.5%
その理由として「自分にも責任があると思ったから」との回答が62.8%

（3）高齢者の消費者被害の課題（P.8）

- 巧妙、悪質な手口による被害（劇場型勧誘、行政機関を名乗り信用させる手口等）
- 被害に遭っても相談等の行動に移さず、そのまま泣き寝入りする高齢者が多数いることが推測される
- 加齢に伴う判断能力等の低下に加え、十分な情報を持ち合わせていないことや将来に対する不安等により被害に遭うケースが多い
- 高齢者一人暮らし、高齢夫婦世帯の増加から、悪質事業者狙われ被害に遭いやすいこと、被害が発見されにくいことから、被害が拡大するおそれがある
- 消費者被害から守り、拡大させないためには、地域の日常的な見守りの取組が必要

第2章 消費者被害防止のための高齢者を見守る取組の現状と課題

1 各区市町村における高齢者等の見守りネットワークの構築状況（P.10）

- 都内区市町村における高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークの構築状況等を把握するため、現況調査を実施
- 町村部を除く区市で、福祉部門で高齢者等の見守りを行うネットワークが構築されているところが多い
- 見守りの対象は、65歳以上の高齢者等、高齢者全般としているところが多い
- 見守りネットワークの構成員の中で消費者被害への対応が意識されているか、されていないかにかかわらず、いずれの区市にも共通して、構成員から消費生活センターへの相談・通報の実績がある
- 見守りネットワークにおける消費生活部門と福祉部門の連携のあり方やその度合いについては、区市ごとに大きな差が見られる

2 各区市町村における高齢者等の見守りネットワークの課題の傾向（P.12）

- 福祉部門で見守りネットワークが構築されているが、構成員の中で、消費者被害への対応がネットワーク本来の役割としては特に意識されていない区市では、消費生活部門と福祉部門の基本的な相互理解について課題と考えているところが多い
- 福祉部門で見守りネットワークが構築され、構成員の中で、消費者被害への対応が意識されている区市でも消費生活部門と福祉部門の連携や相互理解は、十分であるとは言えない状況がうかがえる
- 消費生活部門、福祉部門の見守りネットワークを問わず、見守りネットワークで消費者被害への対応を意識して実施している区市では、見守り関係者や行政との接点が乏しく介入のきっかけがない高齢者に対する消費者被害の対応を課題と考えている

3 消費生活センター（消費生活相談室・消費生活相談窓口）の取組の現状（P.13）

- 消費生活センターは、消費生活全般に関する商品・サービスの苦情・相談を受け付け、問題解決のための情報提供・助言や事業者との交渉のあっせんを行い、消費者被害防止等の情報提供や講座開催等の啓発活動を行う
- 区市町村の消費生活センターは、区市町村域におおむね1箇所設置されているが、区市町村によっては、相談業務は毎日行っていないところもある

4 福祉部門の高齢者等の見守りネットワークのしくみ（P.13）

- 福祉部門の高齢者等見守りネットワークは、区市町村が整備したネットワーク基盤をもとに、地域包括支援センターと地域住民がそれぞれの役割に応じてネットワークを構築し、相互のネットワークが連携して見守るしくみ
- 地域包括支援センターは、高齢者見守りの総合相談窓口として、連絡・相談を受け付け、状況確認し、高齢者の状況に応じて専門的な見守りや医療・介護サービス提供など、必要な対応につなげている
- 地域包括支援センターは業務量が多いことから、都福祉保健局では、区市町村が地域の実情を勘案した上で「高齢者見守り相談窓口」を設置する事業を推進している

第3章 消費者被害防止のための高齢者見守りを進める上での基本的考え方

1 消費者被害防止に関する消費生活部門と福祉部門の認識の共有 (P.16)

- 福祉の視点から見ても、高齢者の見守りにおいて、消費者被害防止の意義が理解されることが重要
- 高齢者が消費者被害に遭うということは、経済的な基盤を失い、日々の生活や将来への不安を抱えることにつながる。悪質事業者から高齢者を守り、自分らしく生き生きと安心して暮らせる社会を構築するために、消費者被害防止のための見守りの必要性は、消費生活部門と福祉部門とが連携する上で共有できる基本的な考え方
- 消費生活部門にとっても、福祉部門における高齢者の見守りのしくみや地域包括支援センターの役割等について理解を深めることが必要
消費生活部門、福祉部門、それぞれの取組を進めるためには、相互理解を深め、連携を強化していくことが必要

2 消費生活部門と福祉部門を確実に「つなぐ」しくみづくり (P.17)

- 見守りネットワークにおける消費者被害防止の位置づけを明確にした上で、消費者被害が疑われる生活の異変等、見守り関係者からの情報は、確実に消費生活センターに「つなぐ」必要がある
- 地域包括支援センター・高齢者見守り相談窓口に寄せられた情報が、確実に消費生活センターにつながるためにも、消費生活センターの役割等が地域包括支援センターや高齢者見守り相談窓口十分に理解される必要がある
- 消費生活センターから、地域包括支援センターや高齢者見守り相談窓口に対し、積極的にアプローチし、両方で相互理解を進め、相互につなぐしくみを構築することが必要
- 見守り関係者に対しても、消費生活センターの役割等の理解を促進し、気軽に相談してもらえるような働き掛けを進めていくことが必要

第4章 東京都及び区市町村が取り組むべき方向性

1 見守りネットワークの主体としての区市町村の取組 (P.19)

(1)見守りネットワークにおける現状・課題の把握と消費者被害防止の位置づけの明確化 (P.19)

- 各区市町村によって、高齢者見守りネットワークでの消費者被害の対応状況は、大きく異なるが、区市町村は、自らの現状と課題を把握しながら、他地域との比較や取組事例を参考にしながら、消費者被害防止の機能充実を図ることが望まれる
- 特に、消費者被害の対応を意識することに至っていない区市については、消費者被害への対応を明示的に位置づけ、積極的な取組を進めることが期待される
- 多摩西部や島しょ部では見守りネットワークは未構築であっても、住民相互の距離が近く、行政も住民の顔が見えやすく、見守りの機能を持ち合わせている。一方で、被害を知られることを恐れて、行政機関に情報が集まりにくい。こうした実情を勘案し、都と連携して、必要な対応を行うことが望まれる

(2)消費生活部門と福祉部門との連携の推進 (P.19)

- 消費生活センターに確実につなぐしくみの構築には、消費生活部門と福祉部門が、組織立って継続的に連携することが必要
- 例えば地域包括支援センター等の福祉部門の会議の場等で、継続的に顔と顔を合わせ、相互に理解する関係を構築することで、連携を強固にすることができる

(3)見守り関係者等地域への情報提供 (P.20)

- 地域での消費者被害の未然・拡大防止には、消費生活センターに寄せられた情報を集約し、地域の被害情報として分かりやすく見守り関係者や高齢者に提供していくことが有効
- 区市町村には、併せて、見守り関係者に対し、消費生活センターの役割等の情報を提供し、センターの周知を図る等、積極的な情報提供が望まれる

2 東京都の役割 (P.20)

(1)区市町村への支援 (P.20)

ア 見守りネットワークの強化

① 消費者安全確保地域協議会の設置支援 (P.21)

○消費者安全法では、見守りを効率的かつ円滑に実施するための組織として、地域協議会が規定された。

○見守り関係者からの情報を確実に消費生活センターに「つなぐ」しくみをつくるなど、ネットワークの機能強化のため、地域協議会の設置に向けて取り組む意向がある区市町村に対し、財政面・人材面での支援を実施

② 高齢者見守り人材等の育成支援 (P.22)

○見守り関係者が、悪質商法等の手口に係る知識や、消費生活センターにつなぐことについて学ぶための講座や研修が必要

○多くの見守り関係者に対応するため、講座や研修の開催回数を充実する必要がある。区市町村における実施で対応できない部分については、都が補完する形で実施する等、連携が必要

③ ネットワーク内で有効な見守りを広げるための取組への支援 (P.22)

○福祉部門等の行政との接点や介入のきっかけが乏しい高齢者に対して、戸別訪問等を行う区市町村に対し、高齢者と接触のきっかけづくりとなる啓発グッズの作成、活用法の助言等、支援を行い、見守りネットワークの取組を強化

(2)高齢者本人に対する直接的な取組による消費者被害の未然防止 (P.23)

○都は、各家庭を訪問して配送等の業務を行う事業者と連携して、悪質商法の新たな手口や消費生活センターの役割等の情報を、高齢者本人やその身近な人に提供する取組を実施。継続的に実施するためには民間事業者が取り組みやすいしくみやインセンティブが必要

(3)東京都長期ビジョンで掲げた目標の詳細化等 (P.24)

○「東京都長期ビジョン」で掲げた高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークを全区市町村に構築するという目標に向けては、各区市町村の実情を踏まえた目標の詳細化とともに、中間年度、目標年度(2024年度)といった時点を考慮した検討が必要

イ 消費生活部門と福祉部門との連携強化に向けた働きかけ (P.23)

○見守りネットワークにおける消費生活部門、福祉部門の連携を強化するため、都の両部門から区市町村の両部門に対し、働きかけを行ったり、研修カリキュラムにお互いの部門の取組を組み込むこと等が必要

ウ 見守りネットワークの自己評価等を通じた取組の促進 (P.23)

○消費者被害防止のための見守りについて、各区市町村が現状・課題を把握するための自己評価チェックシートを都が作成・提供し、評価結果を集約しフィードバック

○都は他区市町村における取組事例の提供や情報交換の場を設定する等、主体的な取組を促進