

消費者問題の最前線

第10回 高齢者の消費者被害の現状及び対策

消費者問題特別委員会副委員長 荒田 曜子 (63期)

1 はじめに

高齢化の進行に伴い、高齢者の消費者被害が増大し、深刻な状況となっている。

そこで、本稿では、高齢者の消費者被害の状況を説明するとともに、その対策として、相談を受ける際に注意すべきことや東京三会での高齢者の消費者被害防止のための取り組みについて紹介する。

2 高齢者の消費者被害の状況

(1) 特徴

高齢者は「お金」「健康」「孤独」の3つの大きな不安を持っていると言われていたところ、悪質業者は言葉巧みにこれらの不安をあおったり、親切にして信用させ断りづらい状況を作ったりする。さらに、加齢により判断力が徐々に落ちている高齢者の状態も利用して、高齢者の資産を狙う。

高齢者は自宅にすることが多いため、訪問販売の被害が多いことも特徴である。特に、最近では、独居や、高齢の夫婦二人暮らしが増えているため、悪質業者の格好の餌食となりやすい。

(2) 相談の種類

東京都の消費生活センターの相談員によれば、最近の高齢者からの主な相談事例としては、①高齢者施設との契約に関するもの、②定期購入、③リフォーム契約、④不動産売買、⑤生前契約、⑥新聞購読、⑦訪問買取、⑧投資詐欺等が挙げられるそうである(なお、このうち、②、⑥、⑦については、消費生活センターの対応である程度解決がされ、弁護士のところに来るものは少ないと思われる)。

(3) 最近の傾向

令和5年度消費者白書によれば、高齢者においては、定期購入、リフォーム契約(住宅修理)被害が増大している状況である。また、相談の現場では、不動産売買契約に関する相談も一定数ある。

そこで、上記類型の中で、今後、弁護士が相談を受ける可能性が高いと思われるリフォーム契約と不動産売買に関する事案について紹介する。

(4) リフォーム契約の事案

高齢者が独居あるいは夫婦2人で暮らす一軒家を悪質業者が突然訪問し、「お宅の屋根が見えたが修理が必要である」等述べて、家の修繕が必要であると信じこませ、契約をさせる事案である。高齢者自身が見て確認することができない場所である屋根や床下の工事が多い。

工事自体は何らか行い、不要な内容の工事をしたり、相場より高額の契約をさせられる。また、契約当日、あるいは、工事開始後すぐに現金で支払いをさせられることが多いのも特徴である。

(5) 不動産売買の事案

ア 投資用マンション

独居の高齢者宅を悪質業者が突然訪問して、本人に不利益な不動産投資を勧める事案である。訪問の際、業者が以前お世話になった等述べたため、高齢者が家にあげてしまう場合もみられる。多くの場合、当日あるいは近日中に、本人を銀行に連れて行き、振込や現金で支払いをさせる。また、発覚を遅らせるため、契約書類を交付しないか、あるいは、本人に人目のつかないところにしまうよう指示することが多い。

イ リースバック

リースバックとは、所有している資産を第三者に売

却し、その後、第三者とリース契約を締結することで、それまでと同じ資産を利用できるというスキームであるが、高齢者が自宅不動産を時価より低額に売却させられ、また不当な賃貸借契約を締結させられると、自宅に住み続けられない事態が出てくる。リースバック契約がされるようになってきたため、問題のある契約が今後増える可能性がある。

3 相談の特徴及び対応

(1) 特徴

- ア 本人は被害に気付いておらず、家族や福祉従事者が、被害に気づき、相談につなげることが多い。
- イ 本人の記憶が曖昧であったり、家族（子ども）に隠したいという気持ちが強かったり等で聴き取りに時間がかかることが多い。
- ウ 高齢者は、他の世代よりも相対的に資産を有していることが多いため、被害金額が高額になりやすい。

(2) 相談対応する際気をつけるポイント

- ア 本人は被害に遭っていることを認識していないことが多いことを踏まえて、本人が問題はないということをおおろそかにせず、客観的状況、福祉従事者の聞き取ったこと等を十分に検討して、対応する。
- イ 高齢者宅を定期的に訪問しているヘルパーやケアマネージャー、あるいは、消費者被害に遭ったことを機に関与するようになった包括支援センターや社会福祉協議会の職員等、福祉従事者の相談への立ち会いを求め、協力を受けるとスムーズに進めやすい。
- ウ 消費者被害に遭った高齢者は、判断力が低下している場合も多いため、消費者被害の回復だけでなく、再度被害に遭わないように、社会福祉協議会の日常生活自立支援事業の利用や後見等申立てを検討することが望ましい。

4 東京三会での取り組み

- (1) 上記のように、高齢者の消費者被害が増大していることに鑑み、東京三会で以下のような事業に取り組んでいる。

(2) 高齢者・障がい者の消費者被害についての電話・出張相談

高齢者や障がい者本人は被害に気付かないことが多いことから、高齢者・障がい者の周りの者からの相談を受け付ける相談として、FAXで申込みを受けた後、担当弁護士が周りの者に対し電話をかけて話を聞き、出張相談を行う必要があると判断した事案については、出張相談を行うという仕組みの相談を2020年度から試行し、2023年度から本格実施している。

(3) 訪問販売お断りステッカー、三角POPの作成・配布

特定商取引法の改正（消費者が「訪問販売お断り」と記載された張り紙等を家の門戸に貼付した場合は特商法3条の2第2項の「契約を締結しない旨の意思を表示した」にあたることを明示すべき：Do-Not-Knock制度）に向けた運動がされ、全国の自治体あるいは弁護士会で訪問販売お断りステッカーの作成・配布がされているところ、東京三会ではこれまでこのようなステッカーの作成がされていなかった。そこで、特商法改正運動の一環及び高齢者に対し被害に遭わないよう注意喚起するため、ステッカーの作成配布を行っている。また、併せて、注意喚起の内容について記載した三角POPを作成配布している。

5 当会での取り組み

消費者問題特別委員会では、上記電話・出張相談の立ち上げを契機として、委員会内に専門部会を設置し、高齢者・障害者の権利に関する特別委員会との連絡協議会を定期的に開催するなど、高齢者の消費者被害への研鑽を深めている。

6 今後の課題

高齢者の消費者被害を防ぐためには、地域における見守りも重要である。本稿ではその点まで触れることができなかったが、平成26年の消費者安全法改正により設置可能となった消費者安全確保地域協議会の設置を増やす等、見守りネットワークの構築も課題となっているところである。