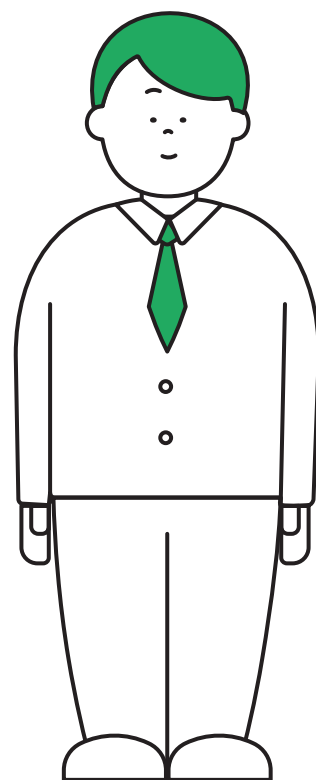
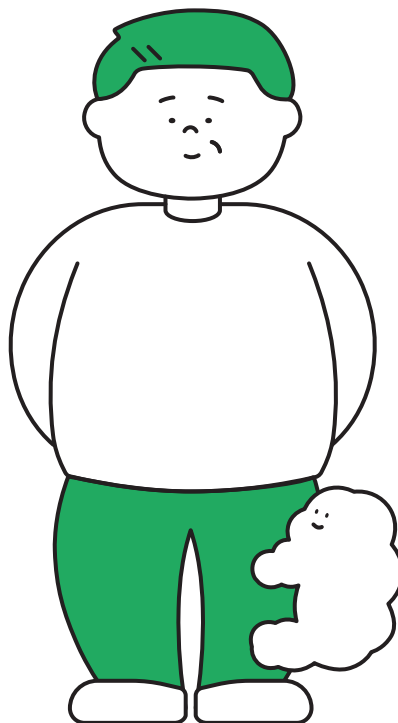
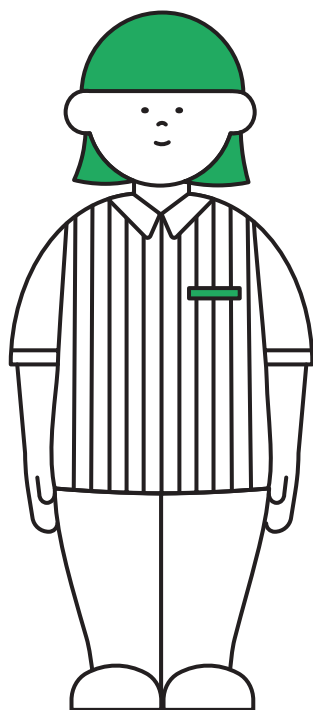


認知症の人に

やさしい対応のためのガイド

安心・安全な契約に向けて



そのお客様、 認知症かもしれません



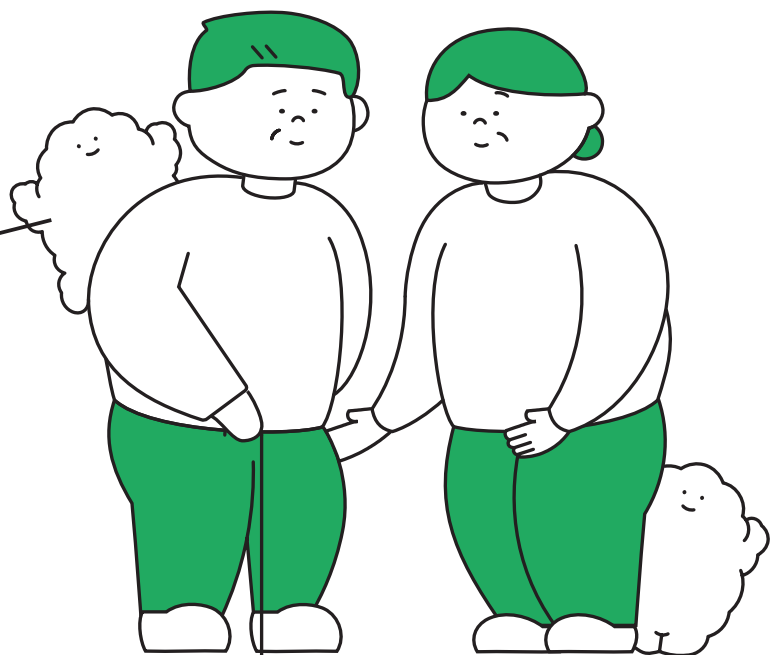
本書では、認知症のある消費者にどのように対応していくか、そのヒントになる知識や取組を紹介しています。超高齢社会を迎えて、自分や家族が認知症になったり、認知症をお持ちのお客さんと出会ったりすることは当たり前になってきています。認知症になると、自分が購入したことを忘れて同じものを何度も買ってしまったり、不要なものを買ってしまったりすることがあります。また、高価な品物やサービスでは、契約に当たって十分内容を理解せずに契約してしまい、後になって家族から苦情が出ることもあります。認知症があっても安全に、自分の希望に沿った生活が送れるような社会（認知症フレンドリー社会）を作っていくためには、日常的にやり取りのある企業のみなさまの協力が欠かせません。認知症による消費行動や契約への影響について理解を深め、サポートメンバーになっていただけることを願って、本書をお届けします。

研究責任者 成本 迅

本書に登場するキャラクター

ぽやん

ある日いつの間にかあらわれて、人の記憶などを抜きとって生活の"じゃま"をする、いたずらっこの妖精。認知症とは、そんな風に本人の意思とは関係なく症状が出てしまうものです。ぽやんを理解し、うまく付き合っていくことが、認知症フレンドリー社会への第一歩です。





認知症の人に配慮した 顧客対応の指針

その1

- ☒ 安心して質問したり買物したりできる環境を整えよう

その2

- ☒ 記憶力低下を補う方法（説明内容の資料など）を工夫しよう

その3

- ☒ 契約に当たっては、本人の理解度を確認めよう

その4

- ☒ 認知症に気付いて対応できるよう準備しよう

その5

- ☒ 1 から 4 が達成されているか定期的に確認する仕組みを作ろう

認知症の人にやさしい対応のためのガイド
安心・安全な契約に向けて

目次

	事業者が経験したトラブル	p.5
	初めて認知症を学ぶ人へ	p.12
	認知症と消費者トラブル	p.19
	認知症にやさしい仕組み	p.24
	認知症に配慮した企業の工夫	p.35
	巻末付録 認知症に関する講座・相談先など	p.47

PART1

事業者が経験した トラブル

相談事例 1

認知症の両親が結んだ工事の契約を取り消したい

相談者：Aさんの息子（45歳）／当事者：Aさん夫婦（夫75歳、妻76歳）

POINT

□すでに契約し資材も発注済み □認知症を理由に家族から解約を要求される



当社は建築・リフォーム業を営んでいます。ある日、現場で作業をしていると、Aさん宅の屋根が傷んでいるのが見えたため、工事を勧めたところ契約に応じていただきました。ご夫婦とも高齢ではありましたが、息子さんとは別居しており、お二人で生活をされていたため、工事の内容をご夫婦に説明し理解・納得を得た上で契約を

交わし契約書を交付しました。発注した資材も届いたので工事を開始しようとしたところ、Aさんの息子さんから「認知症の高齢者に家族の同意も得ずに高額な工事を契約させるのはおかしい。解約したい。」と契約の取消を求められました。

事業者へのアドバイス

- 顧客が契約内容を理解しているか、またどんな理由で契約を希望しているのかを確認して記録しましょう。
- ご家族がどう考えているのかを確認し、もし反対されているようならできるだけ同席を依頼しましょう。同席が難しいようであれば、契約内容

をご両親からお子様へお話をしていただき、その後、契約をすることも検討しましょう。

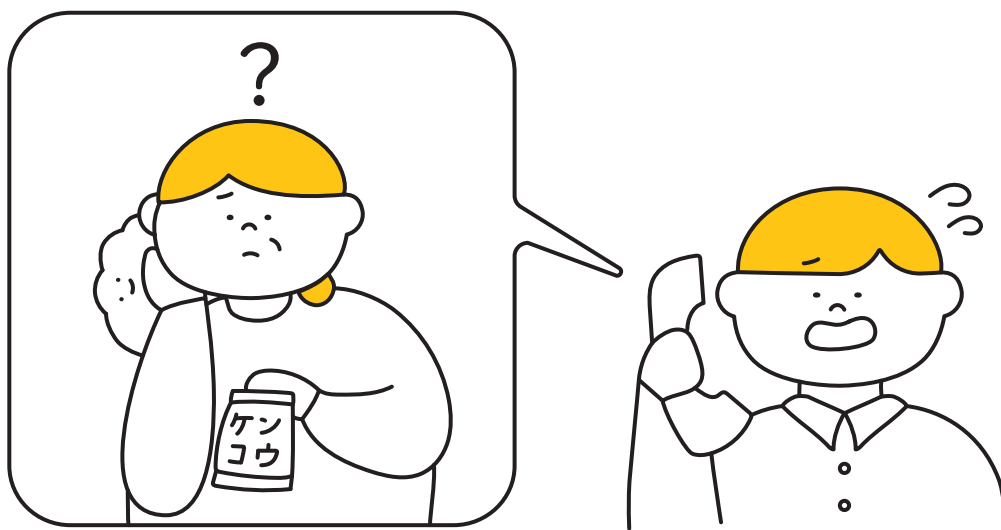
- クーリング・オフ期間中（今回のケースでは契約書交付から8日間）に再度意思確認を行った上で資材発注することを推奨します。

相談事例 2

購入した健康食品を解約したい

相談者：Bさんの娘（50歳）／ 当事者：Bさん（85歳女性）

POINT

☐ 認知症を理由に解約を要求される ☐ 受付時には認知症かどうか当社ではわからない


当社は、健康食品の販売を行っています。近頃はインターネットでの注文も増えておりますが、高齢のお客様からは比較的電話での注文が多い特徴があります。先日、Bさんから健康食品の注文がありました。その1週間前にも同様の注文をいただいており、疑問を抱きましたが、高齢のお客様の中には注文内容について伺っただけで急に怒りだす方もいるため電話での受け

答えに特に問題がなければ希望どおり注文を受け付けていました。

後日、Bさんの娘さんから「一人暮らしをしている母から頼んだ覚えのない商品が届いて困っていると相談があった。本人は物忘れが進行しており認知症の症状がみられる。未使用の商品が大量に残っておりこちらを全て解約したい。」と電話がありました。

事業者へのアドバイス

● お客様の過去の注文状況を確認し、本当にお客様にとって必要かどうかを吟味した上で注文を受け付けるかどうかを判断しましょう。「前回ご注文いただいた商品はお気に召しましたか。」などと伺うのもよいでしょう。

● 対応が難しい場合は上席に取り次ぐといった社内ルールを策定し、組織で対応しましょう。従業員が安心して働ける環境を作ることも大切です。

相談事例 3

認知症と診断されたことを理由に
診断前の契約についても解約を要求

相談者：民生委員／当事者：Cさん（80歳男性）

POINT

- 契約後に認知症を理由に解約を求められる
- 契約時に判断力の問題等はみられず
- 契約書は紛失



当社は、甲新聞の販売を行っています。ある日Cさんが来店され、「現在は乙新聞を購読しているが、来年からは甲新聞も読みたいので届けてほしい。」と頼まれました。契約を取り交わして、お客様の希望どおり年明けから配達を始めました。

配達を始めて少しすると、民生委員の方から、「Cさんはアルツハイマー型の認知症と診断されている。そん

な状況の人と新聞の契約をするなんて信じられない。契約書は紛失しているが、Cさんも届いた甲新聞を読んでいるので申込みを取り消したい。」と連絡がありました。話を聞くと認知症と診断されたのは契約締結後のことであり、契約時も特に気になる様子はありませんでした。当社としては契約手続きに問題はなかったものと考えていますが、こういった対応を取るべきでしょうか。

事業者へのアドバイス

●認知症を発症していても病院で診断を受けていない人は地域に多くいらっしゃいます。契約においては、契約時のお客様の希望や契約内容の理解の程度についてわかるような具体的な言動を記録しておく、後からトラブルになったときに契約の公正性の証明になります。

●今回の事例のようなケースは今後も増加していくことが考えられます。契約手続きに問題がない場合でも、お客様にとって真に必要な商品・サービスであるかを検討し契約解除も含めた対応を行うことが必要です。

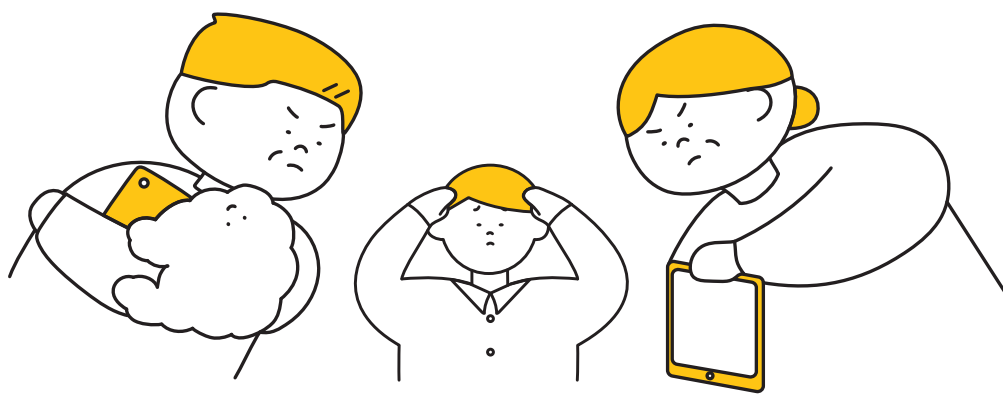
相談事例 4

販売したタブレットの返品依頼

相談者：Dさんの妻（69歳）／当事者：Dさん（70歳男性）

POINT

- お客様の希望に沿った商品提案を行っている
- 「家族への確認」、「解約できない」ことは説明済み



当社は、スマートフォンやタブレットの販売や修理を行っています。ある日Dさんがタブレットの購入のため来店されました。商品の機能やお支払い金額について説明すると、「スマホより画面も大きくて、とても見やすい。金額も調べていたものより全然安いじゃないか。妻や孫も使うだろうし2台購入しようかな。」とおっしゃられました。高齢者との契約であり一度に2台も購入されるとのことだったので、ご家族にも確認を取らせてほしいと依頼しましたが、「私のお金で買うのになぜ家族の確認が必要なのか。」と拒否されたため本人に契約内容を十分説明し購入いただきました。持ち帰る際、「箱は要らない。」とのことだった

ので、「箱がないと万が一の際に返品受付ができませんよ。」と念を押して説明しましたが、聞く耳を持っていただけませんでした。お店としては箱の持ち帰りを強制することもできないため、箱はこちらで処分しました。

後日、消費生活センターから連絡がありました。Dさんの妻がセンターに来所され、「夫が2台もタブレットを購入してきた。購入の経緯を夫に確認したが要領を得ない。でもタブレットは一家に1台あれば十分だ。夫は認知症気味であり、言葉巧みに誘導されて2台も契約したに違いない。返品したい。」と相談されたとのことでした。

事業者へのアドバイス

●高齢者との契約時にはご家族に同意を得ることを必須としたり、その日にすぐには契約せず、一晩じっくりと検討していただき意向に変わりがなければ購入を促すといった対応ができれば防げた事例かもしれません。今後も同様のトラブルが起こらない

ように社内ルールを決めることも重要です。

●高齢者の場合、機器や端末の誤操作あるいは使用方法を理解できていないことから生じるトラブルも考えられます。操作や使用方法を確認するなどの対応の工夫も必要です。

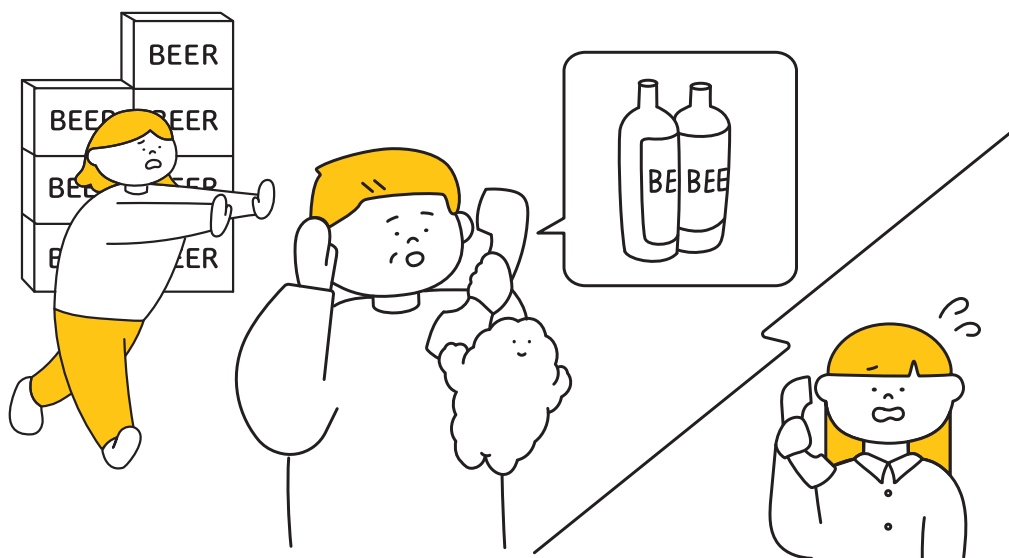
相談事例 5

認知症を理由に本人からの注文を受け付けないでほしいという要望

相談者：Fさんの息子／当事者：Fさん（80歳男性）

POINT

- 本人が家族の説得を聞き入れず勝手に注文 □未開封の商品が大量にある
- 企業としては申込みがあれば断れない



当社は、お酒の製造と販売を行っております。Fさんは当社の昔からのお得意様であり、定期購入もされています。Fさんの息子から「父は認知症で、家族がやめるように説得してもお酒の注文を勝手にしてしまう。もし今後父から注文があっても受付しないでほしい。」と連絡がありました。息子さんのお気持ちも理解できますが、定期購入の申込みもいただいております。

直接電話で注文されることもあるので、それをこちらから断ることはできないとお答えしましたが納得いただけません。今後本人から注文があっても受け付けない、未開封の商品の返品（送料着払い）、商品代金の返金、定期購入の中止を要求されており、どのようにすればよいか悩んでいます。

事業者へのアドバイス

● 本人からの注文であり断ることは難しいとは思いますが、いただいた情報を登録し、今後はおお客様のご家族の要望に沿った対応を心掛ける、注文時に家族の方に取次ぎを依頼するといった方法も考えられます。

● 返品や、定期購入をやめる際のルールについて、HP上でわかりやすく周知するといったことも大切です。

● 定期購入の場合でも、契約者の判断力の評価・判断を社内で検討できる仕組みが必要です。

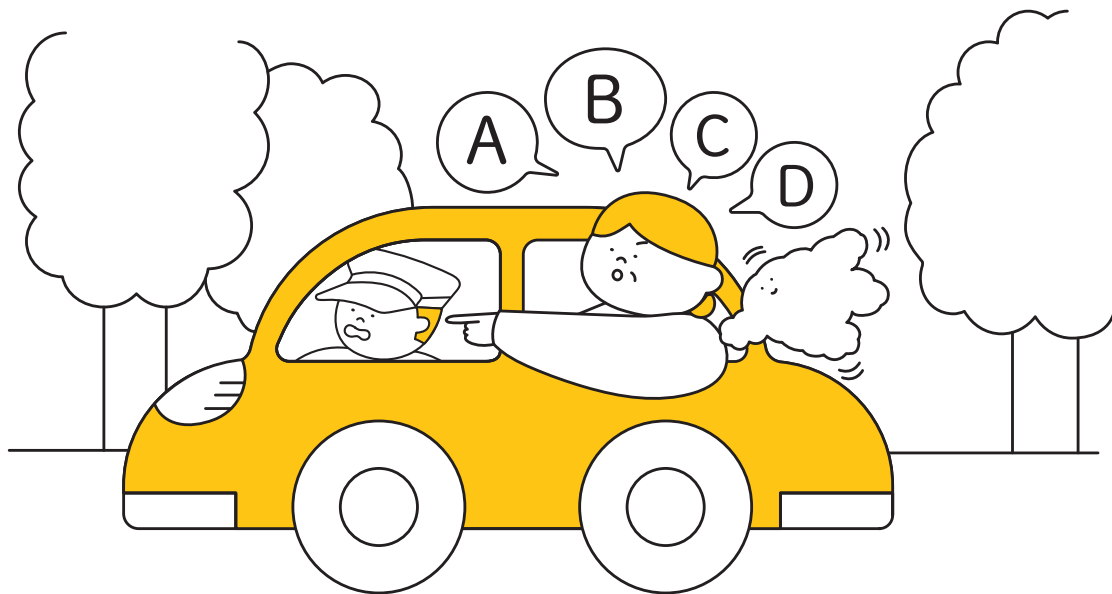
相談事例 6

お客様の望む目的地が二転三転し
どこに向かえばよいかわからない

相談者及び当事者：Gさん（82歳女性）

POINT

□発言に矛盾があり目的地がはっきりしない □目的地を尋ねると急に怒り出す



私は、タクシーの運転手をしています。ある日、Gさんというお客様を乗せました。Gさんは大事な用事があると言ってとても急いでいる様子でした。目的地を尋ねると「島根へ行ってほしい。」と話されたのでしばらく走っていましたが、ふいに「大阪に向かってくれ。」と全く別の目的地に向かうように指示されました。不審に思いながらもGさんの言うとおりに目的地を大阪に変更し

ましたが、その後も目的地が二転三転しどこに向かえばいいのかわからず困ってしまいました。お客様も「どうして私が行きたいところかわからないのか。孫の誕生日でお祝いに行きたいだけなのに、どうしてわかってくれないのか。」と怒りだし、どうすることもできず途方に暮れてしまいました。

事業者へのアドバイス

●認知症の見当識障害の症状が疑われる事例です。認知症の人は、普段わかっていることでもパニックになるとわからなくなってしまうことがあります。最終的には警察に相談せざるを得ない場合もありますが、まずは一旦タクシーを止め、お

客様を興奮させないように落ち着いた口調でご家族の連絡先等がわかるものを持っていないかなどを伺ってみるとよいでしょう。

●高齢顧客や認知症等の理解を深め対応に役立てるよう、外部研修や社内教育を行うとよいでしょう。

PART2

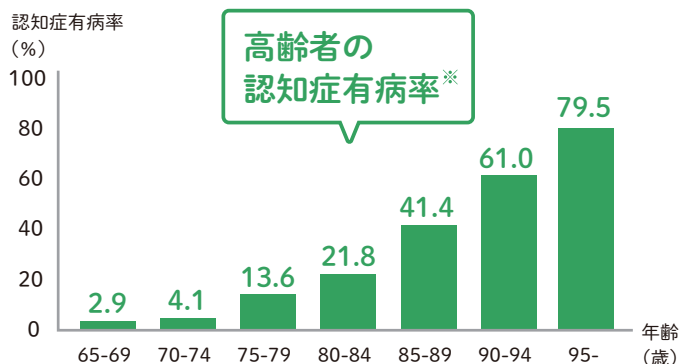
初めて
.....

認知症を学ぶ人へ
.....

認知症にまつわる統計

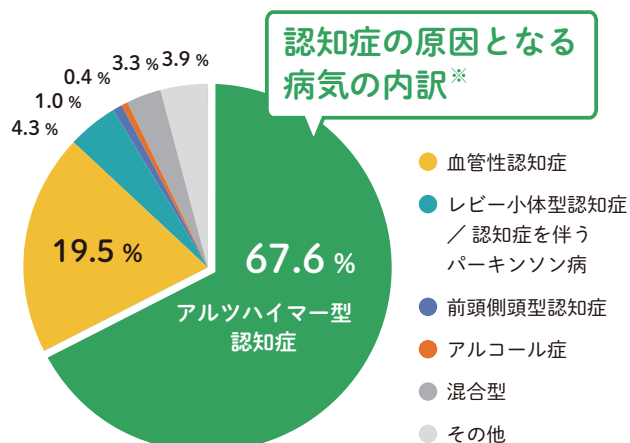
各年代の認知症の割合

認知症は、年を取るにつれ発症する確率が上がっていく病気です。認知症の有病率は70～74歳では5%以下ですが、80～84歳になると約20%まで跳ね上がります。つまり、お客様の年齢層が高いほど、その中で認知症をお持ちのお客様がいらっしゃる可能性が高くなるということになります。



認知症の原因となる病気

認知症の原因となる病気は70種類以上あるといわれていますが、主な病気としてはアルツハイマー型認知症、レビー小体型認知症、血管性認知症、前頭側頭型認知症などが挙げられます。日本人では、アルツハイマー型認知症が全体の3分の2を占めています。



※厚生労働科学研究費補助金(認知症対策総合研究事業) 総合研究報告書「都市部における認知症有病率と認知症の生活機能障害への対応」(代表:朝田隆) 2012年を基に作成

認知症の症状

認知症の症状は、病気の種類によって様々ですが、物忘れに代表される認知機能の障害と、不安や気分の落ち込み、妄想といった精神症状に大別されます。例えばアルツハイマー型認知症は、脳の神経が徐々に壊れて減っていく病気で、年単位でゆっくりと認知機能が低下していき、生活がしづらくなっていくのが特徴ですが、それに加えてものを誰かに盗られたと思ひ込む「もの盗られ妄想」や、うつ病を合併することもあります。

認知症で最もよくみられる症状の1つに物忘れがありますが、ものを置き忘れて失くしたり、数日前にやったことを忘れてするようになります。このため、何度も同じものを購入したり、大切な契約書を失くしてしまったりします。また、自分の状況を考慮して総合的に判断したり、目的を達成するためにいくつかの手順を踏む必要がある手続きをしたりすることが難しくなります。

必要のないものや、家計に大きな影響を与えるようなものを購入してしまったり、サービスの中身や解約条件を理解せずに契約してしまったりすることがあります。自分では認知症を発症していることに気付いていない方も多く、お客様からそのような申出をしてくれるわけではないので、どのお客様が認知症をお持ちかがわからないという難しさがあります。

認知機能障害

思考・推理・判断・適応・問題解決などの能力に関する障害

- 言語障害
- 実行機能障害
- 見当識障害
- 記憶障害
- 判断力低下

精神症状

- 不安
- 抑うつ
- 興奮
- 一人歩き
- 不眠
- 無気力
- 妄想

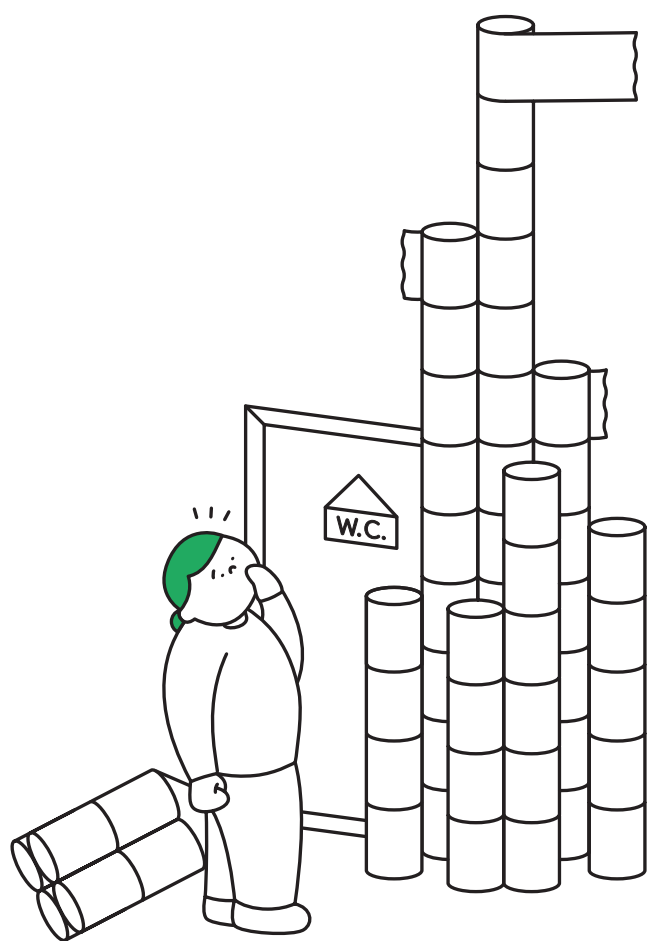
認知症の人の特性

認知症の初期に気づきやすい特徴と

認知症のタイプ別に生じやすい消費行動の特徴

認知機能が低下してくると、どのような消費行動の問題が生じやすいのでしょうか。また、認知症のタイプによって何か違いはあるのでしょうか。ここでは、まず認知症初期に気づきやすい特徴を説明し、次に主な認知症のタイプ別に生じやすい特徴をまとめています。これらの特徴を知っておくと、実際の顧客対応に当たっての参考になります。

認知症初期から生じうる特徴

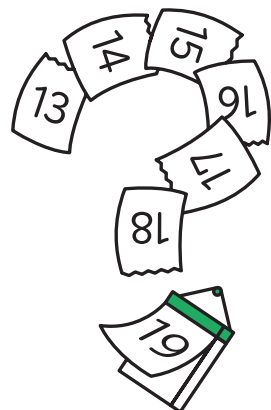


01 記憶障害

- 少し前に聞いたことを忘れて同じ質問を繰り返しやすいくなります。
- 一度に多くの言葉を記憶することが難しくなります。視覚的な情報がなく、音声のみのやりとりになる電話での注文などでは、説明された内容を理解できないといったことが起こります。
- 先の予定を覚えておくことが難しくなるため、面会の約束をしてもすっぽかしてしまうことがあります。また、いざ商品が届いたときには注文したことを忘れていたり、自分が注文したことを忘れて何度も同じ商品を注文してしまうことがあります。
- 片付けた場所を忘れて、大事な通帳や契約書を紛失してしまい、頻繁に再発行を繰り返すことがあります。

02 時間の見当識障害

● 時間や場所、目の前にいる人物などから、自分の置かれた状況を判断する認知機能を見当識といい、見当識が低下することを見当識障害もしくは失見当識(しつけんとうしき)といいます。特に見当識の中でも、時間の見当識障害は認知症の初期から生じやすく、今日が何年何月何日なのか、何曜日なのかを間違えたり、正しい日付がわからなくなったりします。そのため、契約書の記載時に日時の記載で戸惑われたり、季節に合った服装が選べず、夏にもかかわらず冬物を着るなどの行動がみられたりします。



03 実行機能障害

●実行機能は、状況に応じて自分の行動を判断したり、修正したりしながら、目的を達成するために必要な認知機能の総称です。私たちが何気なく行っている料理や買物などの日常生活の場面で実行機能が活用されています。

例えば、買物を例にとると

①印刷用紙が切れそうだから買っておこう

(目標の決定)

② A4 サイズが〇部、予算は□円くらい(計画)

③複数の商品を見比べて購入する(行動)

④クーポンがあれば支払時に使おう

(効率的な行動)

というステップを踏みます。

実行機能障害があると、ひとつひとつ具体的な指示がないと行動できず、自分で段取りを考えて複数の手順を踏むことが難しくなります。

そのため、計画的な買物や公共料金の支払ができなくなったり、預貯金の管理ができなくなったりします。必要な書類を作成して返送するといったことも難しくなります。



04 理解力・判断力の低下

●理解力・判断力は、様々な場面で情報を適切に理解して対処したり、社会の中で常識的に振る舞うために必要な認知機能です。理解力・判断力が低下すると、複雑な内容や抽象的な事柄の理解が難しくなります。そのため、契約の内容や解約条件をよく理解せずに注文したり、詐欺などの被害に遭いやすくなったり、生活に必要なない商品やサービスを購入することがあります。

●具体的な契約内容について、本人に重ねて質問をされても的確に回答できず、「まあまあですね」など曖昧な表現に終始してしまうことがあります。



05 感情面の変化

●本人自身も自分の変化に対しておぼろげながら不安やもどかしさを感じることがあります。同じことを何回も質問したり、自分の言動が合っているかどうかしきりに確認したりするのは記憶障害の影響もありますが、不安によることも大きいものです。そのため、間違いを正されたり矛盾を追究されたりすると、いらいらして怒りっぽくなることがあります。

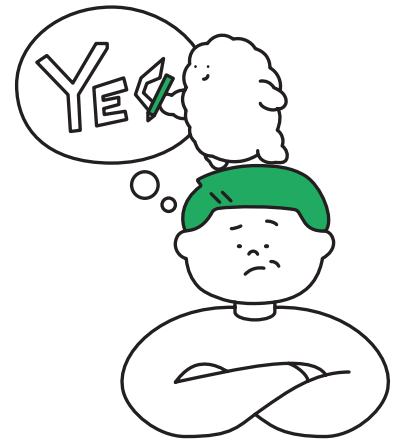
●無気力、無関心な態度がみられます。例えば、お洒落だった人が身の回りのことに無頓着になったり、これまで楽しんでいた趣味への興味関心が薄れてしまったりということがあります。



認知症のタイプ別の特徴

アルツハイマー型 認知症

- 記憶障害が最もよくみられます（『認知症初期から生じる特徴 p.14』の01 記憶障害を参照）。
- 契約当初は理解力や判断力が保たれていても、徐々にこれらの能力も低下します。そのため、契約の解約がしたくてもどうすればよいかの判断が難しくなることがあります。
- 会話の内容を理解していなくても、「はい」と返事をする（同調性の高さ）傾向があります。
- 「自分のお金が盗まれた」と言い出すなど、自分が忘れたことを自覚できず、人を疑うことがあります。



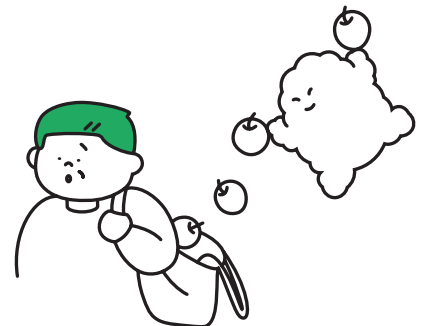
レビー小体型 認知症

- 状態の変動が激しいことが特徴です。状態が良いときは説明の内容をしっかりと理解することができますが、状態が悪いときはぼんやりしていて説明したことを全く理解できないことがあります。そのため、リスクを伴う契約の場合は、何度か説明を行いながら本人の意思や理解度について一貫性があるかを慎重に確認することが必要です。
- 症状でもある幻視や幻聴を目や耳の不調と勘違いすることがありますが、これらの症状は眼鏡や補聴器で改善することはできません。そのため、「購入したのに効果がなかった。」とのトラブルもありますから、購入する前には、専門医への相談を勧めるなどの対応が望まれます。



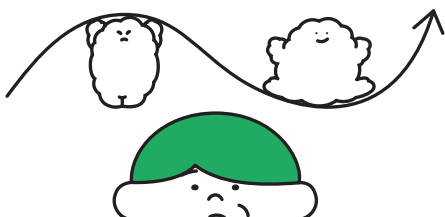
前頭側頭型 認知症

- 初期から性格・行動の変化がみられ、万引きを繰り返したり、お金を支払う前に店頭の商品を開封してしまったりなどの社会的逸脱行動がみられることがあります。
- 同じことを繰り返す行動（常同行動）がみられます。そのため特定の同じ商品に固執して次々と購入するといったことがあります。



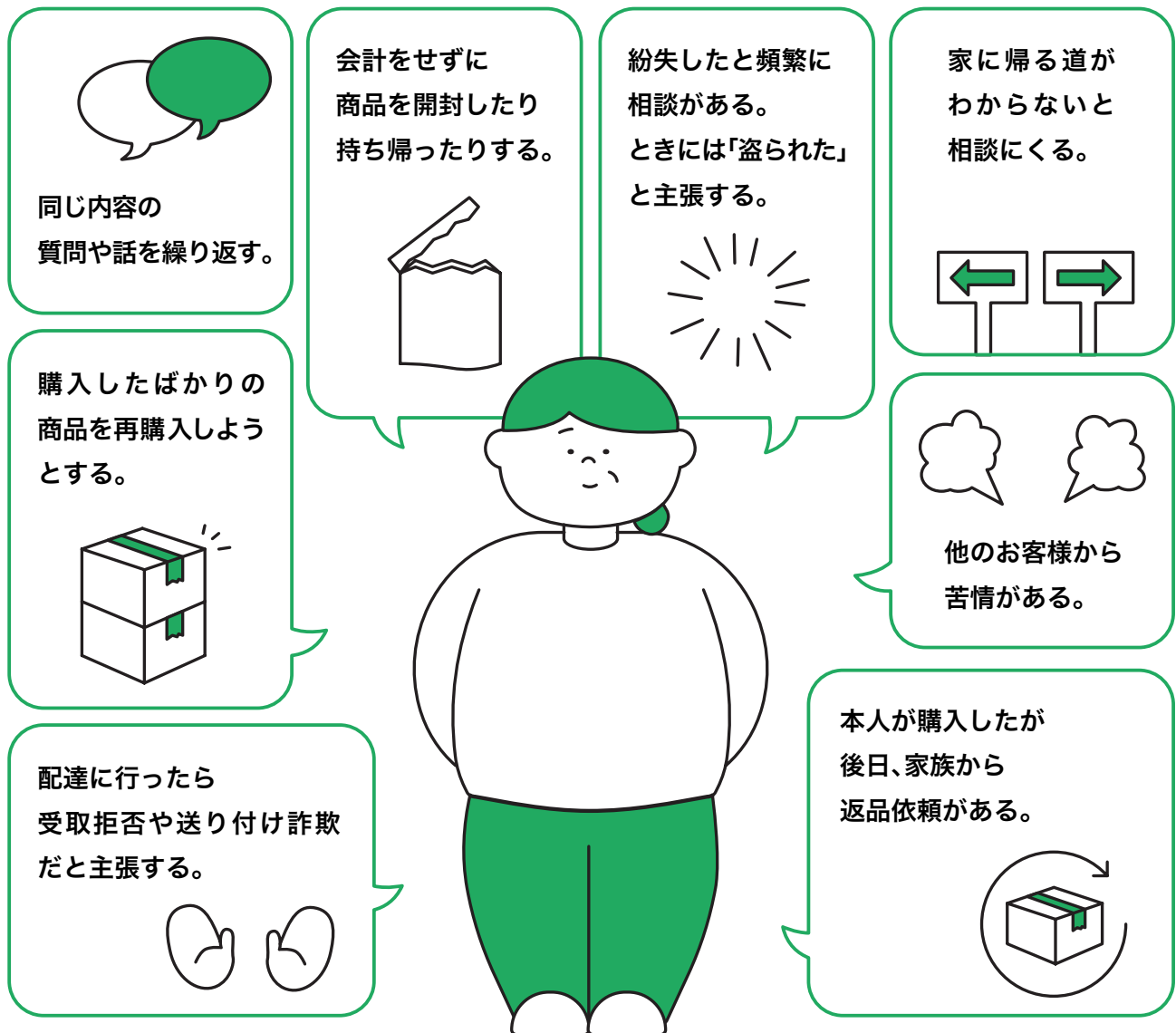
血管性 認知症

- 記憶障害よりも注意障害や実行機能障害が目立ちます（『認知症初期から生じる特徴 p.15』の03 実行機能障害を参照）。
- 感情面の変化として気分が高ぶり不安定になりやすく、怒りっぽくなったり涙もろくなったりすることがあります。



認知症の人に多い消費者トラブル

※記載の消費者トラブルについては、企業へのヒアリング等を基に作成しています。



認知症に見せかけて・・・

商品を盗られそうになったので、声をかけたところ、「私は認知症なのに、捕まえるのか」と、認知症のようなふりをされる人がいます。



認知症の判断は難しいため、まずはお近くの地域包括支援センターにご相談ください。

家族の悩み

買物や契約に関してトラブルが起こると、介護を担っている家族はそのことに悩み、金銭的な面も含めその対応に途方に暮れてしまいます。成年後見制度を利用することもできますが、申請手続きが簡略化されてきているとはいえ、介護しながら行うには、その負担は大きく、また成年後見人・保佐人・補助人が選定された後も様々な制限があり申請にはまだまだ高いハードルがあります。

家族を愛おしく思う気持ちもありますが、介護や見守りの負担はとても重く、日常のことすらできなくなってしまったことに苦しむ本人の姿を見るつらさもあります。

家族の葛藤

家族は、「認知症の人の意思を尊重したい」と日々思っています。しかし、認知機能の低下により、状況を判断し適切な行動をとることが難しくなっていることを家族は理解していますし、認知症の人自身もそれをわかっている場合もあります。

家族の本心としては、認知症であってもこれまでどおり買いたいものは買ってほしいと思います。また、金融機関等の窓口を何度も訪れてしまっても、迷惑かとは思いますが、親切に対応していただけると、とてもありがたいです。ただ、不要なものを大量に購入してしまったり、通帳を何度も再発行していただいたりといったトラブルがあると、他者に迷惑をかけてしまわないように、一人で外出しないよう行動に制限をかけるようになります。

子どもが親の生活に介入するのは、たとえ認知症であってもはばかれますし、とてもつらい気持ちになります。大切な家族、大切な存在であるからこそ、その抵抗感を強く感じています。



普段の買物や契約

母は以前からおしゃれが好きで、認知症になってからも行きつけの洋品店に買物に出かけていました。ただ、最近では購入したことを忘れて同じものを欲しくなることがあるようでした。お店の方が、商店街連合会が主催した認知症サポーター養成講座を受講され、「先日セーターは買われたので、今日はそれに合うズボンはいかがですか。」とそれとなく話してくださり、本人は納得してズボンを買って帰ったそうです。本人の思いを尊重しながらも、同じようなものをいくつも購入するリスクを回避していただいたことに感謝しています。

認知機能低下による消費者トラブル

父はテレビショッピングを見る度に電話で購入しており、部屋には電化製品や健康グッズがあふれていました。クーリング・オフを勧めても本人は受け入れず、テレビショッピングでの購入を続けるため、昼間は出来るだけ自宅にいない時間をつくろうとデイサービスの利用を提案しましたが嫌がられてしまい、家族は困り果てていました。この状態は、テレビショッピングへの関心が低下するまで続きました。本人の預金で支払はできていましたが、買いすぎを注意すると烈火のごとく怒るため喧嘩も絶えず、家族の精神のみならず家計にも大きなダメージとなっていました。

購入・契約の際に障害となること

アルツハイマー型認知症の人で、近所のコンビニに一人で出かけ、支払をせずに商品を持って帰ってきってしまう事例がありました。その度にコンビニから家族に連絡があり、家族も一人で外出させないようにしていましたが、隙を見てはそのコンビニに出かけていたため、店側から「どうかしてほしい。」との苦情がありました。その後、家族がデイサービスの利用回数を増やしたことで、一人で外出する機会は減り、この状況はなくなりました。

PART3

認知症と
.....

消費者トラブル
.....

PIO-NET データから見る 消費者トラブル

では、実際に高齢者の消費者トラブルとして、どのような苦情や相談が消費生活センターに寄せられているのでしょうか？

消費生活センターの消費生活相談員が消費者から受け付けた苦情や相談についての情報は、「全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)¹」と呼ばれるシステムに登録されています。このPIO-NETには、相談者と契約当事者の情報や受付年月日、相談概要などの項目以外に、聞き取りをした消費生活相談員が、精神障害や知的障害、加齢に伴う疾病等、何らかの理由によって十分な判断ができない状態にある者の契約、すなわち「判断不十分者契約」と判断した際のチェックも登録されています。

そこで、私たちは高齢者の消費行動における課題を抽出するため、このPIO-NETに登録されている契約当事者が65歳以上の相談情報²を使用し、自然言語処理の方法を用いて分析を試みました。各グループでの特徴語を抽出するため、まずは形態素解析エンジンを使用して文章を単語に分割し、名詞のみを抽出しました。次に各単語のグループでの重要度を求め、結果を可視化するためにワードクラウドを用いました。ここでは、判断不十分者契約と判断不十分者契約以外の相談内容の特徴をご紹介します。詳細については「https://www.caa.go.jp/policies/future/icprc/research_003/」をご覧ください。



判断不十分者契約と判断不十分者契約以外の相談内容の比較

ここでは直近の2019-2020年度の2年間のデータを紹介します。

この期間中に解析の対象となった65歳以上のデータは判断不十分者契約16,759件、判断不十分者契約以外では555,348件でした(表1)³。

それでは、①頻度と②重要度の2つの観点から、ワードクラウドを見てみましょう。

(表1) 2019-2020年度の判断不十分者契約と判断不十分者契約以外のデータの内訳

契約当事者の性別	男性	女性	全体
判断不十分者契約	5,622 (33.5%)	11,137 (66.5%)	16,759 (100.0%)
判断不十分者契約以外	249,037 (44.8%)	306,311 (55.2%)	555,348 (100.0%)

¹ PIO-NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワーク)とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースである(消費生活センター等からの経由相談は含まない)。

² 2021年9月30日までにPIO-NETに登録されたもの。

³ 性別不明や無回答等は除く。

① 頻度のワードクラウドから見る特徴

頻度のワードクラウドからわかること

頻度のワードクラウドでは、**相談概要に多く出現する高頻出の単語ほど単語のサイズが大きく**表示されるため、単語の出現頻度を視覚的に理解しやすいです。

判断不十分者契約	判断不十分者契約以外
認知機能障害に関する特徴	
● 「認知症」の単語が大きい → 契約当事者が認知症である相談が多い可能性あり	● 認知機能障害に関する単語は見られない
相談経路に関する特徴	
● 「母親」「父親」といった単語が大きい → 子からの相談が多い可能性あり ● サイズはやや小さいながらも「夫」の単語も見られる → 配偶者である妻からの相談も少なくない可能性あり	● 「母親」の単語が大きい、「父親」の単語は見られない → 判断不十分者契約と同様に子からの相談は少なくない可能性あり ● 表1に示すとおり、判断不十分者契約では男性 33.5%、女性 66.5%、判断不十分者契約以外では男性 44.8%、女性 55.2%といずれでも男性より女性についての相談が多い → 高齢女性の方が高齢男性よりも子へ相談しやすく、消費生活センターなどへの相談として顕在化しやすい可能性あり
契約トラブルにつながりうるツールや販売方法	
● 「電話」「訪問」といった単語が大きく、「勧誘」の単語も見られる → 電話や訪問販売によって不必要な契約を結び、相談に至っているケースが多い可能性あり	● 「電話」の単語が大きい → 電話をきっかけに不必要な契約を結び、相談に至っているケースが多い可能性あり ● その他、「訪問」「ハガキ」以外に「メール」といった単語も見られる → デジタルツールを介した契約に関するトラブルも少なくない可能性あり
商品及びサービスに関する特徴	
● 「健康食品」や「新聞」などの単語が見られる → 購買契約に関する相談が多い可能性あり	● 「スマートフォン」の単語が見られる → フィーチャーフォンやガラ携と呼ばれる旧式の携帯電話端末が使用できなくなることが公表されたことから、スマートフォンの利用への移行を検討する高齢者が増えたのに伴って、スマートフォンに関わる契約トラブルが増加した可能性あり ● 「クレジットカード」の単語が見られる → クレジットカードの利用に関する相談も多い可能性あり

② 重要度のワードクラウドから見る特徴

重要度のワードクラウドからわかること

重要度のワードクラウドでは、**どちらかの群のみに出現している単語は、その群を特徴付ける単語として重要度が高くなります**。一方、どちらの群にも共通して出現する単語は、各々の群を特徴付ける単語としては重要度が低くなります。

判断不十分者契約



判断不十分者契約以外



認知機能障害に関する特徴

- 「認知症」「診断」の単語が大きく、さらに「アルツハイマー」「物忘れ」「記憶力」「判断力」「認知機能」といった様々な認知機能障害を示唆する単語や、「介護認定」といった単語が見られる
- 契約当事者は明らかな認知機能障害を示し、認知症の診断を受けている者や要介護状態にある者が多く含まれる
- 「成年後見制度」「金銭管理」の単語が見られる
- 成年後見制度をすでに利用している、もしくは金銭管理のために成年後見制度の申請についての相談も含まれる

- 認知機能障害に関する単語は見られない

相談経路に関する特徴

- 頻度でも見られた「母親」という単語が大きい
- 相談者が契約当事者の子である可能性あり
- 「叔母宅」「義母宅」の単語が見られる
- 相談者が甥・姪や婿・嫁である可能性あり
- 「ヘルパー」「支援員」「成年後見人」「保佐人」の単語が見られる
- 当事者の日常生活をサポートしている介護福祉関係者や後見人などの気付きや相談も含まれる

- やや文字サイズが小さいものの「夫」の単語が見られる
- 配偶者である妻からの相談も含まれる

契約トラブルにつながりうるツールや販売方法

- 契約トラブルにつながりうるツールや販売方法を示唆する単語は見られない

- 頻度でも出現していた「電話」「メール」に加えて、「パソコン」といった単語が見られる
- パソコンなどのデジタルツールを介した契約に関する相談も含まれる

商品及びサービスに関する特徴

- 「皇室写真集」の単語が見られる
- 新元号への改元に便乗した高額な皇室写真集の購入に関する相談も含まれる

- 頻度でも出現していた「スマートフォン」「工事」といった単語に加え、「修理」といった単語が見られる
- スマートフォンの購入や自宅の修理に関する勧誘、契約に関する相談も含まれる

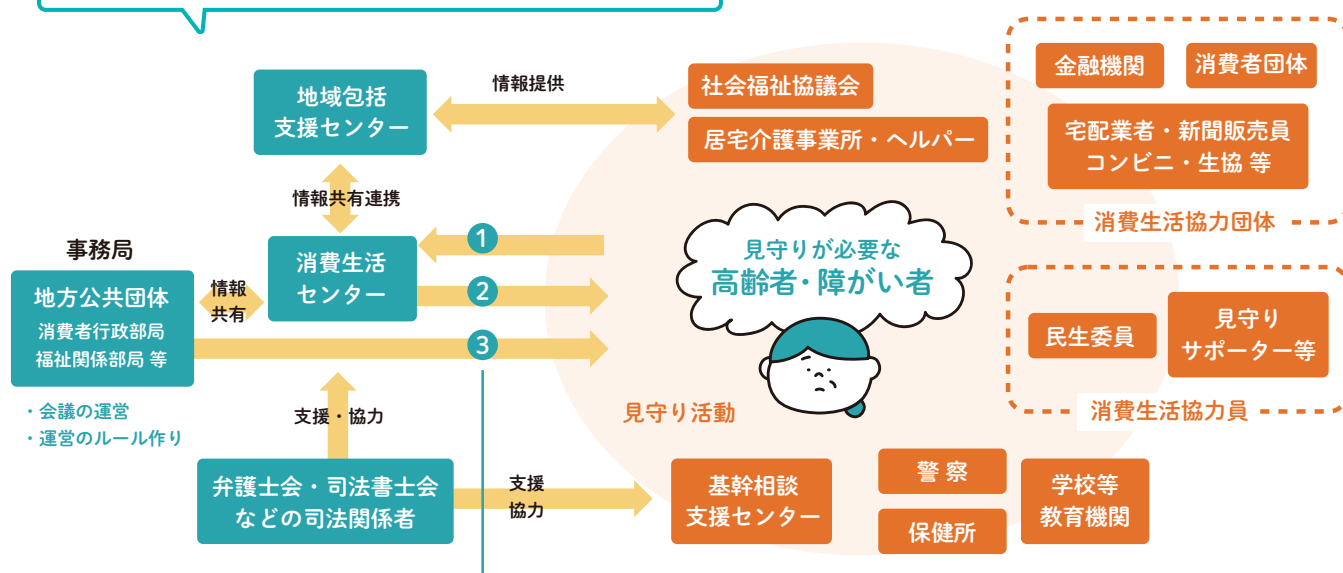
ワーククラウド①頻度②重要度のまとめ

判断不十分者契約では・・・

契約当事者の認知機能が低下していることが多く、契約当事者の周囲の人からの相談が多いです。予期せぬ訪問販売により不必要な契約を結んでしまうほか、悪質商法に巻き込まれやすい可能性もあります。

周囲の気付きで消費者トラブルを防止する ー消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)についてー

消費者安全確保地域協議会のモデル例[※]



(注1) 事務局は地方公共団体が担うこととなるが、単独事務局の他、消費者行政部局・福祉部局の共同事務局などが考えられる。

(注2) 協議会の構成員は関係しうるものを幅広く示したものの、地域の実情に応じて、構成員を決めることができる。

高齢者や障害者等の消費生活上特に配慮を要する消費者を見守るためのネットワークとして、「消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)」という仕組みがあります。これは、高齢者等と接する機会の多い多様な人々が、消費生活上の安全に気を配り、異変を察知した場合には、消費生活センターなどの関係機関に確実につなぐためのネットワークです。

消費者安全確保地域協議会の構成員は、各地域の実情に応じて決定されますが、上図がモデル例[※]です。企業が構成員として参画するケースもあり、例えば、宅配業者の従業員が通常業務の中で発見した消費者被害の端緒情報を消費生活センターにつないでいただくことなど、企業には地域の見守りの担い手として期待が寄せられています。

※ 消費者庁「高齢者・障がい者の消費者トラブル見守りガイドブック」を基に作成。消費者安全確保地域協議会の詳細は、消費者庁のウェブサイトを参照ください。
URL : https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/system_improvement/network/

PART4

認知症に
.....

やさしい仕組み
.....

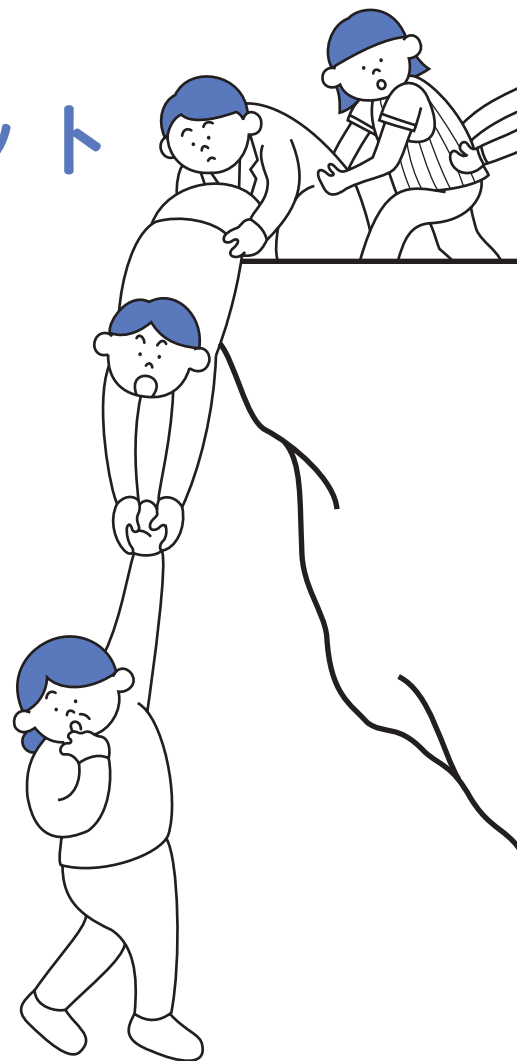
認知症にやさしい 仕組みを構築するメリット

この章では、認知症があっても消費者として買いたいものが購入できサービスが受けられる、そのようなやさしい仕組み「認知症フレンドリー社会¹⁾」を作っていくために何ができるかを考えていきます。

厚生労働省の認知症施策推進大綱(2019)²⁾では、認知症またはその予備軍の増加が今後も見込まれることから、認知症の発症を遅らせ、認知症になっても希望を持って日常生活を過ごせる社会に向けての施策を推進しています。社会から疎外されるのではなく、制度や理解と支援を受けながら日常生活が送れる仕組みの実現です。これは2015年国連サミットで掲げたSDGs³⁾の「誰一人取り残さない」、持続可能でよりよい社会の実現を目指す世界共通の17の目標とも重なります。

消費者庁では、本書の作成にあたり「認知症等の顧客への対応に関するアンケート」調査を実施し、企業80社から回答を得ました。そのうち30社にヒアリングを行い、現状の課題や取組について詳しくお聴きしました(実施期間:2021年8月～2022年6月)。

その調査結果を基に、認知症にやさしい社会の構築について、ビジネスにおけるメリット、社会におけるメリット、そして認知症にやさしい社会を作るために何ができるかの3項目について考察していきます。



参考文献

1 Alzheimer's Society | www.alzheimers.org.uk

2 厚生労働省 認知症施策推進大綱について | www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000076236_00002.html(2022.9.23)

3 国連広報センター SDGs とは? | www.unic.or.jp/news_press/features_backgrounders/31737/(2022.9.23)

「認知症等の顧客への対応に関するアンケート」の主な質問内容

今回行ったアンケート及びヒアリング調査では、多くの企業において高齢顧客の対応への工夫や、認知症等が疑われる顧客への対応を行っている現状があることがわかりました。中でも認知症の理解や対応に積極的に取り組んでいたのが、顧客と対面で接することの多い食料品や生活必需品を扱う店舗と、運輸、金融・保険、医療・福祉などの業種です。

金融・保険、運輸、旅行、流通、通信、製造、飲食、宿泊、不動産、医療・福祉など
様々な業種にヒアリングを実施。

主な項目	具体的な質問内容
65歳以上の高齢顧客の対応について	工夫していること、悩んでいることなど
認知症や認知機能障害が疑われる 65歳以上の高齢顧客の対応について	認知症等が疑われる顧客の有無、悩んでいること 工夫していること、対応マニュアルの有無など
認知症に関する研修などについて	認知症サポーター養成講座の開催の有無など

企業が抱えている課題

調査から見てきた企業が抱えている課題としては、契約時に顧客が認知症かどうか判断することの難しさと、そのことが引き起こすトラブルへの対応です。業種による違いは多少あるものの共通したものが多く、その主なものを以下にまとめています。

売上損失や経費負担

契約後(購入後)、主に家族からの解約、返品・返金の要求。再販できない物の返品・返金対応や送料負担など。



判断力確認の難しさ

判断不十分の判断の難しさ。家族が遠方で確認できない場合や、本人が家族との同席を拒むときの対応など。



対応の難しさ

話の内容がまとまらない。怒る・キれる。耳が遠い。声が聞き取りにくい。同じ話を何度もする。話し相手ほしさの高齢者もいる。思い込みが強く丁寧に説明しても理解されない。後日忘れている、聞いていないと言う。電話で指示して何かしてもらうことの難しさなど。



本人と家族の意見の相違

契約において本人と家族の意見が異なる。



スタッフの負担 (労務コストと心理的負担)

時間がかかる。対応が難しい顧客への心理的負担など。



決済手段の多様化やデジタル化による影響

不慣れな高齢者が利用できない。サポートが必要になることや苦情になることなど。



抱えている問題の中でも特に対応の難しさについては、企業の方々の現場で苦心する声を多くお聴きしました。これらの問題の背景には、契約時における認知症等の判断が難しいことや理解が不足していることが起因として考えられます。ヒアリングを実施した企業の中でも、長い期間にわたり顧客と接していてもわからないという声がありました。

企業が実践している高齢顧客対応の工夫

総務省が2022年に発表した統計によると、65歳以上の人口は3,627万人と過去最多となり総人口の29.1%を占めています※。今後も増加傾向が続く見込みとのもので、ビジネスを考える上で高齢顧客へのアプローチは不可欠といえます。

そして、高齢顧客の中には、健常者と認知症の中間といわれる軽度認知障害(MCI: Mild Cognitive Impairment)の方もいます。軽度認知障害の状態は、普段、会話をしているにもかかわらず気付かないことが多く判断が難しいといわれています。企業が抱えている課題(p.26)や企業が実践している高齢顧客対応の工夫(以下)からも、認知症等の判断が難しいことを踏まえた対応が重要になってきています。

丁寧な対応

わかりやすい表現。ゆっくり、大きな声で話す。契約内容の理解の確認、復唱する。業界のガイドラインの活用など。



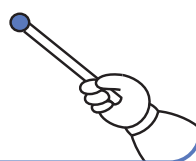
合理的配慮

難聴の人には紙に書く。
文字サイズや色を工夫する。
拡大コピーで文字を大きくする。



研修などによる理解を深めた対応

認知症サポーター養成講座や高齢者対応の講座実施による理解と対応の向上。



情報共有による対応

顧客対応の履歴やトラブル事例のデータベース化。情報共有による組織としての対応や活用。



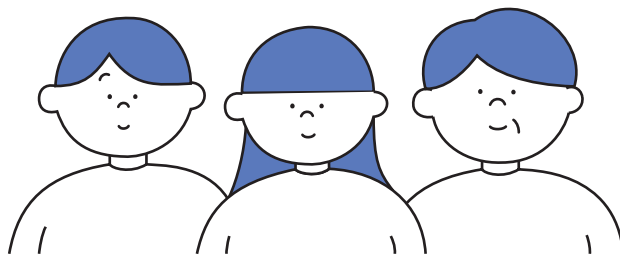
社内における専門的支援や地域連携

ウェブ操作に不慣れな人に専門スタッフが対応。困りごとに対応するコンシェルジュや認知症サポーターの店内配置。地域包括支援センターなどとの連携。



契約時に複数人の同席や時間の猶予を設ける

一定の年齢以上の高齢者(70歳、75歳、80歳以上など各社により異なる)には家族同席(同意)をお願いする。重要な契約は日を改めて、再度意思確認を行った上で締結する。社内において複数人による判断力の確認を行う。



長期にわたる契約への対応

契約期間中に認知症になった場合の対応を決めておく。
例 | 生命保険の代理人請求ができる仕組みなど。



参考文献

※ 統計局 統計トピックス No. 132 統計からみた我が国の高齢者―「敬老の日」にちなんで | www.stat.go.jp/data/topics/pdf/topics132.pdf(2022.9.23)

ビジネスにおけるメリット

ビジネスにおけるメリットとして考えられるものを挙げています。売上拡大や働くスタッフの観点からのメリット、さらに企業の CSR、SDGs と消費者志向経営や企業ブランディングの視点でも寄与することが考えられます。

売上拡大、サービス向上、経費損失削減

顧客のニーズに応え、企画、販売、対応の工夫により継続して顧客でいてもらう

苦情の減少およびスタッフのモチベーションアップ

スタッフの業務負担やストレス軽減及び対応満足度向上

スタッフの介護離職の予防や高齢者就労への対応

スタッフ自身も親の介護による介護離職などがあるため、認知症や介護について学ぶことで介護離職の予防にもつながる可能性や、高齢者就労が増え、スタッフの中から認知症の人が出てきた際の対応に認知症の知識が役立つなど

CSR

(Corporate Social Responsibility = 企業の社会的責任)

- 企業が担う社会的責任としての法令遵守
 - ・ 消費者安全法－多数消費者財産被害事態
 - ・ 消費者契約法－判断不十分者契約
 - ・ 障害者差別解消法－合理的配慮 など
- 従業員の労働環境への配慮
(ストレス軽減やモチベーションアップなど)
- ステークホルダーへの説明責任
などに寄与

企業ブランディング

働くスタッフにとってモチベーションの高い職場であれば、ポテンシャルの高い人材が集まるというプラス効果や、CSR や SDGs の観点からも企業ブランディングが高まる



SDGs と消費者志向経営[※]

(Sustainable development Goals = 持続可能な開発目標)

- 8. 働きがいも経済成長も
ディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）の機会の提供や継続に寄与

- 11. 住み続けられるまちづくりを
都市を包摂的、安全、レジリエントかつ持続可能にすることに寄与

- 12. つくる責任 つかう責任
持続可能な消費と生産、すべての人々の生活の質的改善などに寄与

- SDGs と関係する、消費者と共創・協働して社会価値を向上させる経営「消費者志向経営（サステナブル経営）」にも寄与

参考文献

※ 消費者志向経営について知る

https://www.caa.go.jp/consumers/consumer_oriented_management/

契約場面における対応の留意点について

今回の企業ヒアリングを基に、各契約場面における対応の留意点をまとめています。顧客の判断力の確認や契約の対応については複数人で行うことなどが重要なポイントです。またアルツハイマー型認知症のように、発症から末期までは10年前後の経過期間があることを踏まえた契約への対応が必要です。特に定期購入や自動更新の契約及び長期にわたる契約では、認知症になった場合を想定した対策が求められます。

勧誘及び新規契約時

なにかに駆り立てられたような契約
(強迫的勧誘)にならないよう注意

解約や返品・返金の
丁寧な説明と確認が重要

店頭での日用品や交通機関利用時などの場合

- 商品・サービス選択のサポート（何を購入するのか、商品名、陳列場所などを案内する）
- 精算時のサポート（気付きと時間的余裕を与えサポートする）
- 顧客情報の共有による対応
- 地域包括支援センターなど、他機関との連携による対応

書面による契約の場合

- 数日の時間を置いて、契約意思の再確認（即時即決しない）
- 家族の同席（同意）
- 商品の特性や価格、本人の言動、過去の購入履歴や対応履歴等から総合的に契約に必要な判断力が十分かを複数人で検討する
- 解約ポリシーについて、十分な説明と書面への同意署名

契約継続・変更

自動更新や定期購入の場合でも、
確認が必要

- 商品の特性や価格、本人の言動、過去の購入履歴や対応履歴等から総合的に契約に必要な判断力が十分かを複数人で検討する
- 家族の同席（同意）を得る
- 長期にわたる契約期間中に認知症になったときの対応

解約

本人が解約したことを覚えていない
場合も想定

- 解約、返品・返金ポリシーによる対応
- 家族からの解約、返品・返金を想定した対応（契約時に書面合意）
- 本人が解約したことを覚えていない場合の対応（書面合意、本人以外の家族の合意など）

すべての契約場面

顧客に寄り添った対応

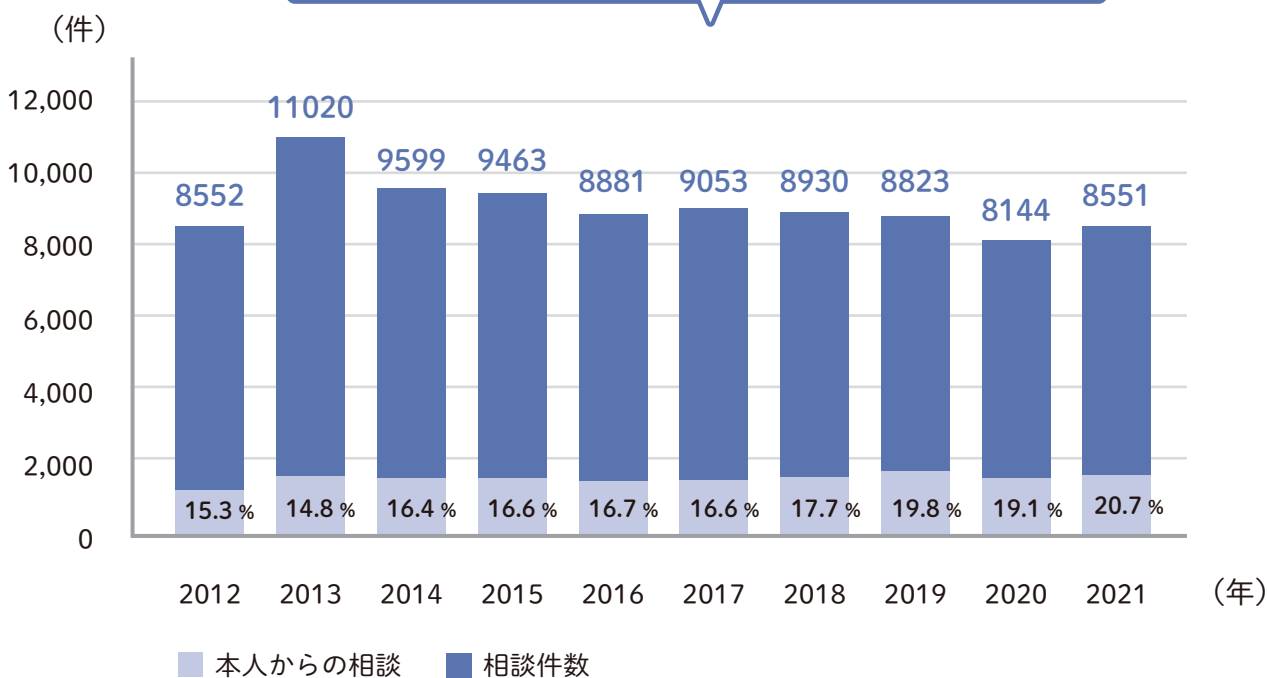
- デジタル化や、対面窓口削減に伴う配慮
- 高齢者や、認知症などで認知機能が低下しデジタルでの手続きができない人を取り残さない対応

社会におけるメリット

ここでは、認知症フレンドリー社会のメリットについて、消費生活に関わる視点から考察していきます。令和4年版消費者白書¹によると、2021年の65歳以上の消費生活相談は全体の29.7%と依然高水準で推移しています。契約購入金額の総額は871億円、これは全体の25.1%にあたり、既支払総額は407億円と全体の33.0%を占めています。この数値からも、高齢者の消費者被害が深刻な状況であることがわかります。

認知症等の高齢者の消費生活センターへの相談件数は減少傾向にありますが、2021年は微増しています。認知症などの場合、本人からの相談は2割程度にとどまり、大半が本人以外からの相談です(下図)。本人がトラブルに遭っていることに気が付かないことも多いため、実際に報告されている以上に相談されないまま潜在化している被害も考えられます。

認知症等の高齢者の消費生活相談件数の推移



(備考)
 ※ PIO-NET に登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。
 ※ 契約当事者が65歳以上の「判断不十分者契約」に関する相談。

また高齢者が狙われやすい特殊詐欺については、令和3年の認知件数が14,498件、被害額が282.0億円、そのうち総認知件数に占める65歳以上の割合は88.2%²と、消費者被害同様に高齢者の水準が高いことがわかります。消費者被害や特殊詐欺のような、望まないかたちでの金銭被害に遭うのではなく、本人の生活の質の向上や支援に関わる契約に充てられれば、本人だけでなく家族や提供する企業双方にとって望ましく、また地域においては安心して暮らせるまちの実現につながります。そのためにも、認知症やその予備軍の人々を支える仕組み作りが社会にとって必要であり重要なのです。

参考文献

1 令和4年版消費者白書 第3節 消費者相談の概況 | www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/assets/2022_whitepaper_all.pdf(2022.9.23)

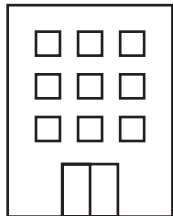
2 警察庁 令和3年における特殊詐欺の認知・検挙状況等について(確定値版) | www.npa.go.jp/bureau/criminal/souni/tokusyusagi/tokushusagi_toukei2021.pdf(2022.9.23)

認知症にやさしい社会を作るために何ができるか

認知症は他人ごとではなく、誰もがなりうるものであり身近なものです。認知症の人やその家族に限らず、将来起こりうる自分ごととして捉え、個人、家族、地域、企業、自治体や公的機関など、社会全体で取り組んでいくことが求められます。

今回の企業ヒアリングを基に考えられる認知症フレンドリー社会への取組や支援についてまとめています。それ以外にも、公共、民間や非営利セクターにおける様々な取組が考えられます。それぞれの立ち位置や役割からできることを始め、認知症フレンドリー社会の実現に向け進んでいくことを願います。

企業



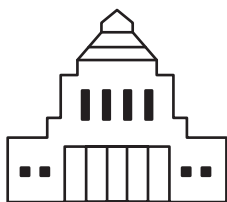
- 認知症への理解と契約、対応向上に向けた教育、事例検討など
- 認知症にやさしい商品・サービス・環境の提供
- デジタル化に配慮した対応
- 本人、家族、ケアする人との連携による本人理解※と適切な対応、契約につなげる仕組み作り
- 社内での情報共有による組織的対応

家族や親戚



- 成年後見制度や家族信託などの利用（成年後見制度は、申請から制度の利用まで3～6か月ほどかかるため、問題が起こる前に任意後見制度や家族信託など本人と予め話し合いを進めておくことを推奨）
- 日頃の様子の確認、本人への理解と変化する状態に合わせた支援
- 相談窓口の把握、相談しやすい環境作り

国



- 認知症施策推進大綱（2019）：バリアフリーの他にも支援体制や認知症の人が利用できる商品・サービス開発、金融商品の推進など、「認知症バリアフリー宣言」のような認証制度が設けられる予定
- 認知症サポーター研修やハンドブック作成など、理解を促進する取組
- 成年後見制度の見直し、関連法の整備
- 消費者安全確保地域協議会など地域連携促進

自治体・消費者センター

- 消費者安全確保地域協議会など地域連携、地域包括ケアの実施
- 消費生活センターと福祉部門との連携や情報共有

ヤマト運輸株式会社 京都主管支店

業務について

ヤマト運輸の主なサービスとして、セールスドライバーが全国の個人や法人のお客様に対して、荷物の集荷や配達を行っています。セールスドライバーは、担当する地域のお客様と日々コミュニケーションを行いながら、集配をはじめとした様々な業務を行っています。

地域の一員として、届けるだけでなく 心掛けていること

1931年に制定された社訓に「運送行為は委託者の意思の延長と知るべし」とあります。「運送行為」は単に物を運ぶことだけでなく、お客様（委託者）のこころ（意思）も同時にお届けし、お客様に喜びをもたらすことです。社員一人ひとりがまごころをもって、どうしたらお客様に更に満足していただけるのかを考えながら、日々業務を行っています。

セールスドライバーは、お客様と直接お話しする機会が多いため、お客様の変化に気付くことがあります。何年も同じお客様を担当していると、「これまでできていた手続きができなくなった」、「お客様自身が注文した商品を配達したが、注文したことを忘れている」といった認知機能の低下に気付くことがあります。その他にも「お客様が自動車の運転をされている様子に違和感を覚えた」といった気付きもありました。

認知機能の低下が疑われるお客様の一例として、通販商品が頻繁に届くといったことがあり、ご家族からご相談を受けるケースがあります。そのような場合は、お届け前にご家族にご一報を入れ、ご相談するなどの対応を行っています。このような対応は通常提供しているサービスの枠を超えますが、地域社会インフラを支え

る一員として非常に重要だと考えています。また、お客様から感謝の意をいただくことは、担当セールスドライバーにとって、何より最高のモチベーションアップとなっています。

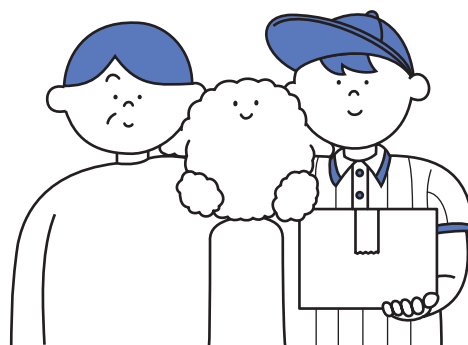
地域のお客様を被害から守るため

配達の際に、送り付け商法（悪質商法の一つ）が疑われる場面に遭遇することがあります。ケースバイケースですが、社内の専門部署と相談し、意図的に送り付けを行っていると判断した場合は、その事業者に対して取引を停止させていただくこともあります。このような被害は実態が見えにくく、被害自体がわからないケースも多くあります。原因の根幹を断つことで、少しでも被害を抑えることができたらと考えています。

更なる地域貢献につなげる

私たちは、地域に張り巡らしたネットワークを活用し、この超高齢社会の中で増え続ける高齢者の一人暮らしを見守るサービスなども提供しています。

これからもヤマト運輸は、地域の一員として地域と一体となり、社会課題と正面から向き合うことで更なる地域貢献につなげていきたいと考えています。



三井住友信託銀行 株式会社

高齢者の方との契約で心掛けていること

多くの業界では、お客様が認知症とわかれば、取引や契約を解消の方向に進むことが多いかと思えます。しかし、当社では、信託業務の性質上、最期までお客様のご希望に寄り添いご要望にお応えすることを職務としています。

退職金のお預かりから取引を開始するケースが多いことから、顧客の平均年齢は65歳を超えており、遺言信託等の契約者の中には100歳を超える方もいます。

遺言信託等を検討される方は80歳前後の方も多く、個人差はあるものの老化に伴う認知機能の低下が生じてくる年齢であるため、契約時の意思能力の確認が非常に重要となります。契約内容をきちんと理解しているかを複数人で確認し会話の受け答え等を記録に残す、医師の診断書をお願いするといった対応を取っています。また、契約内容をご家族に伝えていただくことを推奨していますが、中には「契約内容を家族に知られたくない。」というお客様もいらっしゃいます。お客様の意思を尊重しつつもご家族の方にも共有いただくために丁寧な説明を行っています。

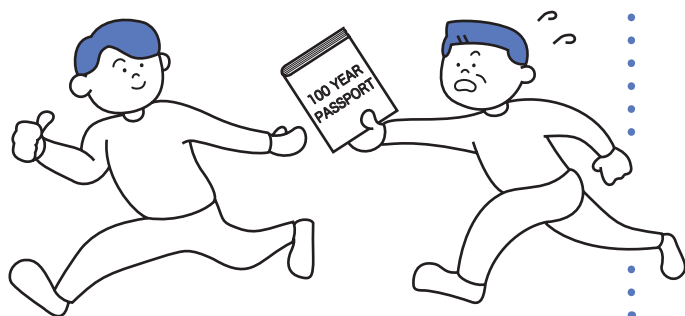
契約の際に問題が無くても、時間の経過とともに認知機能が低下し認知症と診断される方もいらっしゃいます。基本的に、お客様が認知症と判明したからといって契約を解消することはありません。認知症になられても大事なお客様であることに変わりはなく、本人の希望を確認した上で納得いただけるような対応を心掛けています。

認知症の方や高齢者の方向けの商品について

老化に伴う認知症の発症や入院等による意思能力の欠如が起こった場合に、手続き代理人が本人に代わって預金を引き出せる「100年パスポート」という商品があります。こちらは事前に手続き代理人を選定しておくことで万が一の場合に金銭信託口座にある預金を本人に代わって手続き代理人の方が引き出すことができる商品です。こちらの商品は地域包括支援センターの方から「高齢者の財産管理が大変。」との話を聞き信託で何か役に立てないかという思いから生まれました。お客様からは「認知症になったら金銭の管理はどうしようといった不安が解消された。」と好評をいただき取扱いもとても増えています。

認知症への理解を深めるために

当社では、認知症サポーター養成講座や自治体の開催する認知症に関する勉強会を受講することで認知症について学ぶ機会を設けています。また、弁護士の方や地域包括支援センターの方と交流し情報交換を行っています。上記の「100年パスポート」の開発段階でも、そういった意見交換の中からいただいたアドバイスを反映させています。こうした異業種連携を更に進めることで新商品のアイディアが生まれたり、他社の優れた事例に触れるきっかけとなるなど、より良いサービス提供につながると考えています。



株式会社東急ストア

認知症サポートのきっかけ

年末の夜にある店舗で万引きがあり、警察に相談したのですが、後になって重度の認知症の方だとわかりました。「認知症だとわかっていれば、もっと違う対応ができたのではないか」と思ったことが、会社として認知症への取組を始めるきっかけとなりました。

認知症サポーターの養成については、自治体の講座を利用していましたが、従業員の理解をさらに深めるために、12名の社員がキャラバン・メイトの資格を取得し、講師となって社内で養成講座を開催しています。現在、全従業員約1万人のうち6割の受講を当面の目標として取り組んでいます。

認知症の理解を社内で広める

高齢のお客様の事例として、同じものをいくつも購入し、払戻しに来られることがあります。特に食料品であれば、「ご返金はできないし再販もできない、店舗でのロスになってしまう、どう説明したらいいのだろう」等、対応に苦慮していましたが、受講後については「認知症かもしれない」と気付くことで、従業員も心に余裕（精神衛生面への効果）を持つことができる

ようになり、お客様により親切で適切な対応が行えるようになりました。

また、現実の問題として、高齢のお客様が店内で排便をしたり、突然大声で怒鳴ったりといったことがあります。そのため、認知症と思われる方がいらしたときの対応マニュアルを社内で作成し、活用するようにしました。

対応方法の例として、会計前の商品を売場で喫食されているお客様を見かけた場合は、「そちらの商品をお気に召していただけましたか？」などとゆっくり話しかけ、「もっとゆっくりできるところにご案内します」と、安全カメラに映る場所に誘導することなどを記載しています。

認知症の人をサポートするメリット

当社では、「社会貢献について、現場主体で従業員全員が取り組めること」、「社会での認知度が高く、当社の取組が地域の方々に理解されやすいこと」、「認知症サポーター養成講座受講により、通常の接客レベルも向上すること」をメリットとして捉え、取り組んでいます。

認知症高齢者への取組を実践することは、地域の中での貢献度や認知度が高まるだけでなく、近隣の住民の方からの信頼度の向上（その地域になくてはならないお店）につながると考えております。

実際に店舗で起っていること

商品持出し



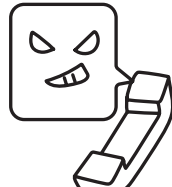
会計前の飲食



来店目的忘れ
帰宅困難



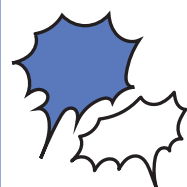
ATM での
振り込め詐欺



売場での
失禁・排便



興奮・怒鳴る



認知症（高齢者）の方への対応の基本姿勢 ⇒ 3つの「ない」

①驚かせない ②急がせない ③自尊心を傷つけない

PART5

認知症に配慮した
.....

企業の工夫
.....

高齢者を取り巻く 消費者トラブルの要因

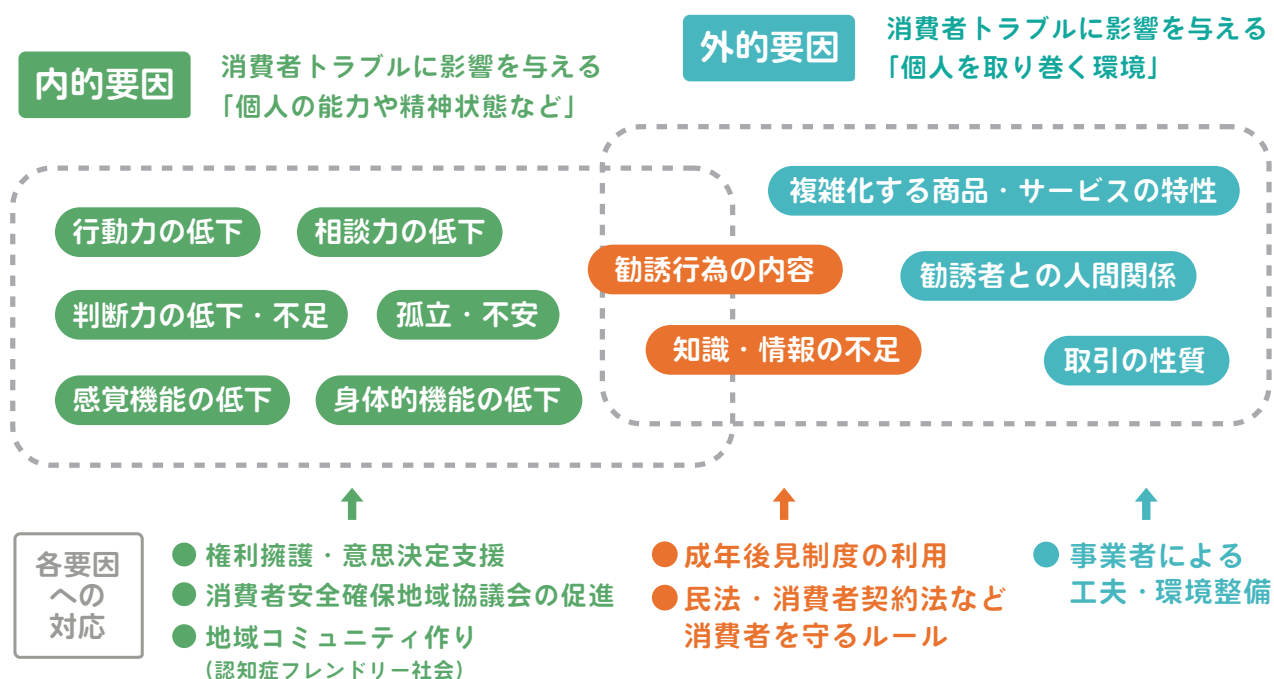
同種の行為を繰り返し継続して行っている事業者と、そうでない個人とでは、持っている情報の質・量や交渉力に格差があるため、個人である消費者に不利益が生じることのないように、民法や消費者契約法等による取消しといった消費者を守るためのルールが整備されています。

それでもなお、実際の消費者トラブルは、様々な要因によって生じており、特に、高齢の消費者は、自身の健康面や経済面への不安、判断力の低下など、消費者トラブルに遭いやすい要因を抱えていると考えられています。

高齢者の消費者トラブルに影響を与える要因には、判断力の不足といった高齢者個人の内的な要因だけでなく、デジタル化の進展に伴って複雑化する商品・サービスの特性といった高齢者を取り巻く環境の変化など外的な要因も含まれています。

すでに内的要因を抱えている高齢の消費者に対して、さらに、サービスの複雑化といった外的な要因が加わると、他の消費者以上に大きな消費者トラブルが生じる危険性が高まります。そのため、高齢者の消費者トラブルを防止するためには、各要因への多角的な対応が必要となります。

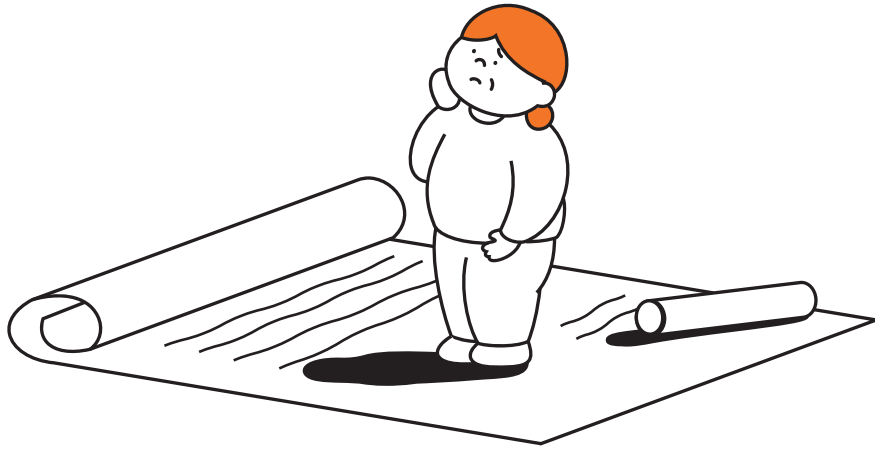
高齢者が、安心して消費生活を送ることができる社会を醸成するために、どのような対応策があるのか見てみましょう。



参考文献

東洋大学 三平智子(小熊智子)、三平剛「高齢者の消費者被害の特性と要因－『消費者意識基本調査』の個票データを用いた分析－」
日本弁護士連合会「超高齢社会において全ての消費者が安心して安全に生活できる社会の実現を推進する決議」

契約時の困りごと



日常での経験頻度が低く、かつ高額で生活への影響が大きい契約を行う場合、その契約に求められる意思決定の能力は、より高度になります。例えば、割れた窓ガラスを交換するときと、家の大規模なリフォームを行うときでは、後者の方が、契約の内容は複雑になり、高い能力が必要になります。そのため、意思決定の能力がどの程度保たれているかについて、より丁寧に情報収集する必要があります。

一方、認知症の人は、表面上のコミュニケーションは比較的保たれており、会話もスムーズに流れることが多く、一見すると理解しているように見える場合があります。しかしながら、実際には、複雑な状況を理解したり、複数の情報を比較しながら検討したりすることには難しさを抱えている場合があります。

日頃、高齢のお客様の対応をしていて、以下のような経験をしたことはありませんか？

- 「はい、進めてください」と、本人が意思表示していたので契約手続きを進めたが、後日、「よくわからないから、やっぱりやめたい」との申出があった
- 説明しているときは、会話もスムーズだったので、意向の確認も問題なく行えたと思っていたが、後に家族から認知症であることを告げられた
- 終始「はいはい、わかりました」とは言っているものの、「それでいいです」と同じ返事を繰り返しており、本当に理解してもらえているのか不安に思った
- サービスの契約によって生活が困窮することを認識できずに申込みをしている

このように、契約手続きを進めてよいかの判断に迷ったときには、本人の理解度を確認することで、不適切な契約に至るのを予防できる可能性があります。

本人の理解度を確認する

意思決定の能力を確認するに当たっては、理解できた内容を本人の言葉で話してもらうとよいでしょう。以下の項目について、明確な回答があるかどうかを確認することが大切です。

確認事項の例

- 契約・購入を希望する理由を明確に答えられるか
- 必要な費用について正しく理解できているか
- 支払(タイミングや方法等)について正しく理解できているか
- 契約やサービスの内容や期間について正しく把握できているか
- 契約の条件を認識できているか
- 契約の取消や苦情申立ての窓口を知っているか

意思決定の能力は、心身の状態や本人の置かれている環境、周囲との関係性によっても変動します。特に、契約が長期にわたる場合には、定期的あるいは更新のタイミングで能力の状態を確認することが望ましいでしょう。繰り返しの確認によって、本人の発言を振り返ることで、認知機能の低下に気がつくきっかけにもなります。



確認の方法

01 本人の発言を記録

「はい」「いいえ」で答えられるような質問を行うのではなく、本人の言葉で説明してもらいながら理解を確認しましょう。また、そのときの本人の発言を記録し、どの程度理解できていたかについて、後で見たときに確認できるようにしておきましょう。

02 キーワードで質問

質問の内容が抽象的な場合、何を答えればよいのかをすぐにイメージできず、回答に困ることがあります。そういったときには、契約内容に関する具体的な内容を示しながら、発言を促してみましょう。また、どのようなキーワードを提示したのか手掛かりをもとに回答が可能であったかについても、記録しておくことが望ましいです。

抽象的な質問	確認すべき具体的な内容
「費用」についてご理解いただけましたか	→ 「費用」を「手数料」「毎月の支払額」などに言い換える
「支払」についてご理解いただけましたか	→ 「支払」を「支払期日」「支払方法(一括/分割)」などに言い換える
「契約の内容」についてご理解いただけましたか	→ 「契約の内容」を「契約期間」「サービスの内容」などに言い換える
「解約」についてご理解いただけましたか	→ 「解約」を「解約の方法」「相談窓口」などに言い換える

03 チェックリストの活用

理解できているかの確認の際には、確認すべき内容や本人の発言を記載できるチェックリストを用意し、確認事項に漏れがないようにしておくといよいでしょう。ここでは、スマートフォンの契約場面を想定したチェックリストの例をお示しします。

チェックリストの記載例

〈スマートフォンの契約〉



確認項目	本人の回答
契約・購入を希望する理由 ☒ ☐ キーワードの提示 ()	● 今まで使っていたものが壊れて不便
必要な費用 ☒ ☒ キーワードの提示 (利用料、サポート費、手数料)	● 基本料金が 5,200 円と、サポート費が 1 年ごとに 3,000 円 ● 契約手数料が 1,000 円
支払が必要になるタイミング ☒ ☒ キーワードの提示 (毎月、1 年ごと)	● 毎月、基本料金が 5,200 円かかる ● サポート費も毎月 3,000 円？ ※ 1 年ごとにかかる旨、修正
支払の方法 ☒ ☐ キーワードの提示 ()	● これまでと一緒に(口座から引き落とし)
契約やサービスの内容 ☒ ☒ キーワードの提示 (安心セット)	● 基本的なメニューだけが入っているプラン ※ 安心セットについてキーワード追加提示 ● 安心セットをつけるから、サポート費がかかるけれど、遠隔で操作のサポートをしてもらえる
契約の期間 ☒ ☒ キーワードの提示 (自動更新)	● 2 年間 ※ 自動更新の確認 ● 2 年経ったら自動で更新されるから、解約するときは連絡する
契約の条件 ☒ ☒ キーワードの提示 (基本プラン、期間、違約金)	● 基本プランは、最低 2 年間の契約が必要 ※ 違約金についてキーワード追加提示 ● 2 年以内に解約する場合、違約金が発生する 違約金は 10,000 円
契約の取消や苦情申立ての窓口 ☒ ☒ キーワードの提示 (相談窓口、電話番号、解約)	● 困ったときは、〇〇〇-〇〇〇-〇〇〇に連絡 ● 解約したいときも連絡すればよいし、解約はお店でもできる

理解を促す工夫

理解を促す上では、説明に意識を向けてもらいやすくなるような工夫や態度を示すことも大切です。以下のような対応はできているでしょうか？

- 重要な説明をする前に、名前を呼んで意識を向けてもらう
⇒説明を聞くための心の準備ができます
- キーワードをマーカーで目立たせたり、書き出したりする
⇒どこを見なければならぬのかが、わかりやすくなります
- 一度に伝えるキーワードを2～3個に抑える
⇒必要な情報の取りこぼしが起こりにくくなります
- 少しの沈黙は笑顔で待つ
⇒説明された内容を頭の中で整理しているのかもしれない

認知症の人の心理を知る

認知症の特徴として、理解が不十分であってもわかっているように返事をしたり、自分が理解できていないことを悟られないように理由付けを行ったりする「取り繕い」と呼ばれる反応がみられることがあります。反対に、自分の判断に自信が持てなくなると、「同調性の高まり」により、周囲の発言に全て合わせようとする様子がみられる場合もあります。会話時に、このような様子がみられないかを確認しておくことも大切です。

こんな反応がみられたときは、注意が必要です！

取り繕い	● 何に対しても「わかりました」「知っています」と答える ● 質問に答えられないときに、「そんなこと考えたことがないからわからない」「急に聞かれても、今すぐには答えられない」と答える
同調性の高まり	● 本人の考えを聞き出そうとしても、「お任せします」「それで結構です」という返事が目立つ

加齢に伴う変化と工夫できること

身体機能

- 変化** 見えにくくなる : 視力が低下する、視野が狭くなる
- 工夫** 明るい場所より薄暗い場所で見えにくくなる、ピントが合いにくくなる
文字は大きく見やすくする、足元に大きく表示する、老眼鏡を用意する、照明を調整する
- 変化** 聞こえにくくなる : 高音域が聞き取りにくくなる
- 工夫** 静かな場所で話す、やや低めの声にする、ゆっくりと簡潔に話す、
口の動きが見えるようにして話す
- 変化** 動きにくくなる : 関節の可動域が狭くなる、不器用になる
- 工夫** 急がせない、細かな作業をさける(必要に応じて補助をする)
- 変化** 感覚が鈍くなる : 温度や痛みがわかりにくくなる
- 工夫** 室温を調節する、本人が言う「大丈夫」を鵜呑みにしない

高齢者は転倒しやすくなるので、特に注意しましょう！

- 立ち上がり、歩き始めにふらつく
- つまずく、ぶつかる
- 転んだときに、とっさに手をつくことができない



心的機能

- 変化** 経験が増え、深い見識を持つ
- 工夫** 自尊心を傷つけない、得意な分野を活かした説明をする
- 変化** 自分にとって都合の良い話が印象に残りやすい
- 工夫** 良いこと・悪いことを比較できるよう図にする、即断を避ける

認知機能

- 変化** 理解しにくくなる
- 工夫** 複数人で話しかけない
目線を合わせて理解しているかを確認する
- 変化** 覚えられない
- 工夫** メモを渡す、簡潔に話す

環境を工夫した具体例

記載の事例については、企業へのヒアリング等を基に消費者庁にて作成しています

- 台車を通行させる際は、お客様をよけるのではなく、止まる
- 書類は拡大コピーして記入見本を作成し、大きな字で見やすくする
- POPの文字の色を、高齢者にも見やすい色に工夫する
- 契約時には、家族などに同席してもらう
- スローショッピングをする
(ボランティアと一緒に店内を周って買物を支援する)
- デジタル機器などに対する理解や操作に時間がかかる場合には、対面で説明する窓口を設ける
- デジタル機器などの操作に戸惑いがある場合は、一緒に行く
- 従前のやり慣れた方法(例えば、電話での注文や有人レジなど)も選択肢の1つとして残す

社員が認知症を理解するための教育

認知症や認知症の人について学ぶ方法は色々あります。目的に合わせて、学ぶ方法を選んでみましょう。

外部研修

現場での対応力の基礎となる知識が学べます

研修の具体例

- 認知症サポーター養成講座(詳細は、巻末付録(p.48)へ)
地域や職域団体等で、住民講座、ミニ学習会として開催され、認知症の知識、認知症の人への関わり方など基礎的なことが学べます
- ACAP研修※
高齢化が企業に与える影響や、高齢者の特徴を理解したコミュニケーション法などを講義とロールプレイングで学べます
※ ACAP:公益社団法人 消費者関連専門家会議
- 認知症の人の世界を体験する研修
特殊特殊なゴーグル(VR:バーチャルリアリティー)の器具を着用して、本人が見えている世界が疑似体験できます
- 専門家を招いた研修会

講座受講の効果



基本的な知識を持っておくことで、全職員の対応が一定水準になると思います。職員の意識も向上し、業務の質も向上しました。

トラブルの原因が、認知症の症状によるものであることがわかり、お客様やご家族を傷つけない対処方法が考えられるようになりました。



お客様の状況を疑似体験することで、どのようなことにお困りがわかりました。

その方の症状や生活に合わせた商品をおすすめしています。例えば、電子レンジが使えないとおっしゃる方には、電子レンジを使わずに食べられるものがどれかをお伝えしています。



社内教育

現場で起こった具体的事例を分析し、課題や解決方法を学びます

社内教育の例



若年性認知症当事者の方のインタビューを社内映像教材として配信しています。

動画を使った講座を四半期ごとに店舗で行っています。
10分程度の動画で、高齢の方に対する接客対応をどのようにするかについて、繰り返し研修をしています。



丁寧な対応が必要なお客様へのマニュアルを作成し、高齢のお客様の特性や望ましい応対方法について教育を行っています。

認知症の方への接し方や対応の仕方は、まず研修で学び、その後数か月間は現場で経験を積みます。



事例検討の流れ

現場で対応に困った事例の
内容を共有する

立場を変えて
考える

解決方法を考える

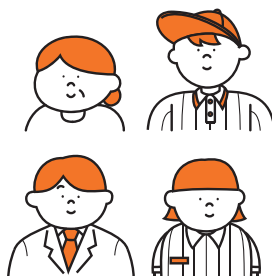
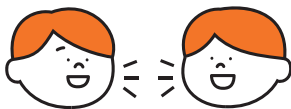
実践をしてみる

日時、状況、関わった人、
どんなことが起こったのか、
どのような様子だったか

誰が、何に対して、
なぜ困っているのか、
お客様目線で考えてみる

解決する方法として、
専門家のアドバイスも
入れていく

実際の現場で実践し、
その方法が最善か
検討してみる



社会の中の全ての私人間(=人と人との間)の法律行為(代表例:契約)について、基本ルールを定めた法律のことを民法といいます。

民法は、対等な人と人との間の法律関係を規定しており、私人間での契約は、当事者の自由な意思に基づいて結ぶことができますが、いったん契約が成立すると、お互いに契約を守らなければなりません。

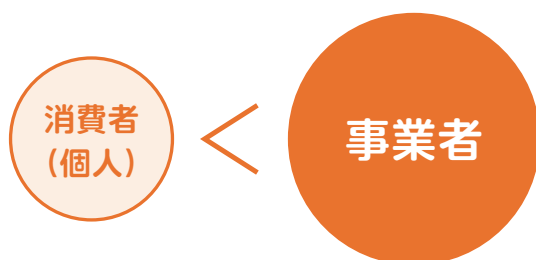
しかし、同種の行為を反復継続的に行っている事業者と、そうでない個人とでは、持っている情報の質・量や交渉力に格差があるため、個人である消費者が不利な契約を結ぶという弊害が生じることになりました。

そこで、消費者の利益を守るために作られたのが「消費者契約法」と「特定商取引法(正式名称:特定商取引に関する法律)」です。

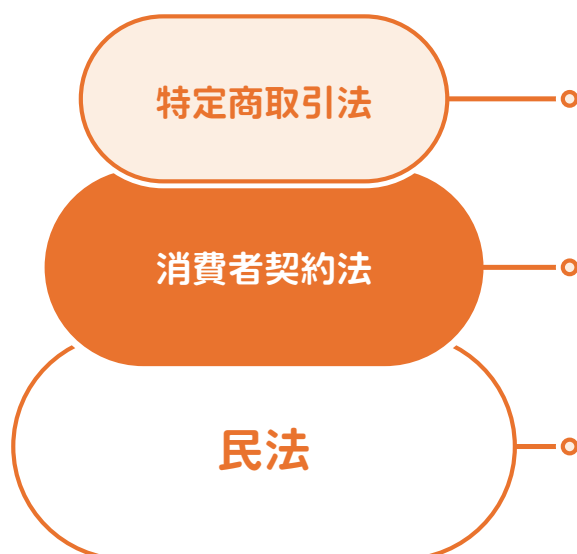
消費者契約法は、消費者契約(=労働契約を除く、消費者が事業者と結んだ契約)について、消費者が、事業者から不当な勧誘を受けて契約したときには、その契約を取り消せることや、消費者の利益を一方的に害する契約条項は無効になることなどを定める法律です。

特定商取引法は、訪問販売や通信販売などの消費者トラブルを生じやすい取引類型を対象に、事業者が守るべきルールと、クーリング・オフといった消費者を守るためのルールを定める法律です。

このように、消費者の利益を守るために様々なルールがありますが、消費者が高齢の場合、加齢に伴う判断力の低下などによって、商品やサービスへの理解が更に難しくなる可能性があります。事業者が高齢の消費者と契約する際には、配慮や工夫が必要になる場合もありますので、本書のPART5 (p.35 ~ 45)をご参照ください。



情報の質・量・交渉力に格差がある



訪問販売や通信販売等、消費者トラブルが生じやすい取引類型を対象に、事業者が守るべきルールとクーリング・オフ等の消費者を守るルールを定める法律

消費者契約について、不当な勧誘による契約の取り消しや消費者の利益を一方的に害する条項の無効等を定める法律

社会の中のすべての私人間の法律行為に対し民事ルールの基本を定める法律

PART6

巻末付録

認知症に関する
.....

講座・相談先など
.....

認知症に関する講座

講座

認知症サポーター（周囲の方を温かい目で見守る“応援者”）になるための講座

認知症サポーター養成講座

認知症サポーター^{*}になるための講座で、認知症のタイプや症状、対応の仕方等の基礎知識について学びます。約90分の講座で、受講終了すると、サポーターの証である「認知症サポーターカードやオレンジリング」などが配布されます。

対象者 誰でも可（地域住民、金融機関やスーパーマーケットの従業員、小・中・高等学校の生徒など）

お問い合わせ

全国の自治体事務局一覧

https://www.caravanmate.com/dcms_media/other/contact20220629.pdf

※「認知症サポーター」とは

認知症について正しく理解し、偏見を持たず、認知症の人や家族に対して温かい目で見守る“応援者”です。認知症の人への声かけなど直接的なお手伝いばかりではなく、家族や友人に「学んだ知識を伝えること」、認知症の人やその家族の「気持ちを理解しようと努めること」も、認知症サポーターの重要な活動です。



▲ こちらから ▲

講座

認知症サポーター養成講座の講師役を養成・講座を開催する所

全国キャラバン・メイト連絡協議会

認知症の人と家族への応援者である「認知症サポーター」を全国で育成し、認知症になっても安心して暮らせる町づくりを目指しています。都道府県、市区町村など自治体と全国規模の企業・団体等と協働で認知症サポーター養成講座の講師役（キャラバン・メイト^{*}）を養成します。

養成された「キャラバン・メイト」は、自治体事務局等と協働して「認知症サポーター養成講座」を開催します。

対象者 キャラバン・メイト養成研修（自治体または企業・職域団体が実施）を受講した方

お問い合わせ

電話番号：03-3266-0551

問い合わせフォーム：<https://www.caravanmate.com/contact/>

※キャラバン・メイトの役割

「認知症サポーター養成講座」を企画・開催し、講師を務めます。講師開催をきっかけに、住民から相談を受けたり関係機関との連携を図ったりすることとおし、地域のリーダー役となる役割が期待されています。



▲ こちらから ▲

認知症に関する相談先

相談

介護のグチ・悩みから認知症に関する知識や介護の仕方など何でも相談できる所

認知症の人と家族の会の相談電話

1980年に結成され、全国47都道府県に支部があり、1万1千人の会員が励ましあい、助け合って「認知症があっても安心して暮らせる社会」を目指しています。

認知症に関する知識や介護の仕方など何でも尋ねることができ、また、介護のグチや悩みを思う存分話す事もできます。少しでも心が軽くなり、元気を出してもらえよう心掛けており、経験者が対応します。

対象者 誰でも可

利用料 相談は無料です

お問い合わせ

全国47都道府県の支部の連絡先

https://www.alzheimer.or.jp/?page_id=8

電話相談: 0120-294-456 (携帯) 050-5358-6578



▲ こちらから ▲

相談

高齢者の総合相談窓口

地域包括支援センター

地域における高齢者の介護・健康・福祉に関わる総合的な公的相談窓口で、設置主体は市町村等の各自治体です。各地域のセンターには、保健師、社会福祉士、主任ケアマネジャー、ケアマネジャーが配置されており、チームアプローチにより、地域に暮らす人たちの健康の保持や生活の安定、介護予防のために必要な援助を行う役割を担っています。主な業務は、介護予防支援及び包括支援事業（①介護予防ケアマネジメント業務、②総合相談支援事業、③権利擁護業務、④包括的・継続的ケアマネジメント支援業務）です。

対象者 65歳以上の方、そのご家族や親戚でも相談できます
(これから要介護や要支援を受けようとしている人も含まれます)

利用料 相談は無料です

関連サイト

ご自身がお住まいの地域包括支援センター

[https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/](https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000076236_00003.html)

[bunya/0000076236_00003.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000076236_00003.html)



▲ こちらから ▲

参考

参考

消費者被害の解決のために助言やあっせんを行い、解決に導く相談窓口

消費生活センター・消費生活相談窓口

全国の都道府県・市町村に設置しています。資格を持った消費生活相談員やそれに準じた専門知識・技術を持った人が対応します。

消費者被害の解決のために、助言やあっせんを行います。弁護士への委任とは異なり、被害に遭った消費者自身が解決する主体となりますが、消費者が高齢者や障がい者の場合など、それぞれの相談者の状況に応じた必要な支援を行っています。

対象者

消費者

(※事業者からの相談は受けていません)

利用料

相談は無料です

相談窓口につながった時点から、
通話料金のご負担が発生します



消費者ホットライン188
イメージキャラクター
『イヤヤン』

お問い合わせ

消費者ホットライン188（全国共通の電話番号）
(局番なし) 188

消費者が居住する地域の消費生活センター等をご案内します

関連サイト

各地の消費生活センター等

<https://www.kokusen.go.jp/map/>



▲ はこちらから ▲

参考

認知症の人や、その家族が、地域の人や介護・福祉などの専門家と相互に情報を共有し、お互いを理解し合う場

認知症カフェ

認知症の人やその家族が、地域の人や介護・福祉などの専門家と相互に情報を共有し、お互いを理解し合う場です。「認知症カフェ」「オレンジカフェ」等様々な名前で運営されている場合があります。詳しくは、お住まいの自治体の高齢者福祉担当課、地域包括支援センターなどにお問い合わせ下さい。

対象者

誰でも可

利用料

無料 / 有料（場所により異なります）

関連サイト

認知症カフェ

<https://nakamaaru.asahi.com/cafe/>



▲ はこちらから ▲

認知症の人にやさしい対応のためのガイド 安心・安全な契約に向けて

2023 年 6 月 発行

- 消費者庁 新未来創造戦略本部 国際消費者政策研究センター

「高齢者の認知機能障害に応じた消費者トラブルと対応策の検討に関する研究」チーム

成 本 迅	京都府立医科大学大学院医学研究科精神機能病態学 教授
泓 田 正雄	徳島大学大学院社会産業理工学研究部 教授
江 口 洋子	慶應義塾大学医学部精神・神経科学教室 訪問研究員 株式会社ベネッセスタイルケア ベネッセ シニア・介護研究所 研究員
岩 田 美奈子	消費生活相談員・公認心理師
上 野 大介	京都府立医科大学大学院医学研究科精神機能病態学 助教
加 藤 佑佳	京都府立医科大学大学院医学研究科精神機能病態学 助教
樋 山 雅美	京都府立医科大学大学院医学研究科精神機能病態学 特任助教

- 作成（デザイン） 京都工芸繊維大学中野デザイン研究室

- 発行 消費者庁 新未来創造戦略本部 国際消費者政策研究センター
徳島県徳島市万代町 1-1 徳島県庁 10 階
電話番号 088-600-0000（代表）

※本書は、研究者個人の責任で執筆されており、消費者庁の見解を示すものではありません。

本書を無断で複写・複製することを禁じます。

© 2023 Consumer Affairs Agency, Government of Japan



認知症の人にやさしい対応のためのガイド
安心・安全な契約に向けて