

認知症の推計は、二宮利治教授(九州大学)「日本における認知症の高齢者人口の将来推計に関する研究」によるもの。MCIは、認知症と同じ比率で推移したと仮定して推測した数値。

17

シニア世代の「3つの不安」(3K)

高齢者を狙う、3つ(3K)の不安

お金

不安



健康

心細さ



孤独

寂しさ

消費者庁「高めよう!『見守り力』」より

18

高齢者等が相談しにくい心理等

- (1) 被害に遭っていることに気づかない
- (2) 被害に遭っているとは認めたくない、プライド、思い込み
- (3) 記憶の衰え、恥ずかしい
- (4) 周りの人に迷惑をかけたくない、家族に怒られる
- (5) 相談先を知らない

☆ 実はどの世代の人にもありうる心理

19

ポイント① 「見守り」とはどういう活動なのか を意識する

- ・ イメージだけで、「ムリ」「大変そう」と尻込みしてしまうことを避ける。
- ・ できているか、どの程度できているかを判断するためにも必要。
- ・ 「協議会」「ネットワーク」を作る目的であり、活動の在り方や会議の持ち方にも影響する。

★ 協議会やネットワークを作って、どういう活動を実現したいのかをはっきりとさせておこう！

20

見守り活動とは？

~~「お世話」~~をすること

「気にかける」こと
＋
少しだけ「おせっかい」をすること

- ※ 家族・知人による見守りも重要
- ※ チーム・プレーで行うとより効果的
- ※ 障がい者や若年者等に対する見守りも必要

21

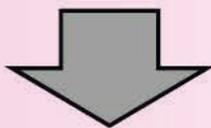
見守り活動のイメージ

日常の伝える活動

情報提供など「伝える」活動
「気づく」ための注意点を意識

消費生活センター
等へ相談

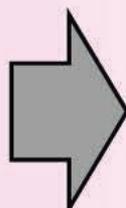
電話の際にそばにいる
さらには、同行・協力など



異変への
気づき

家の様子や本人の
行動の変化など

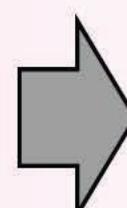
おせっかいをする勇氣



声かけ

配慮ある言葉

連携



トラブル
の確認

同意を求めるなど

22

3つの見守り力

伝える力

つなぐ力

気づく力

23

一般的な見守りと個別적인見守り

■ 一般的な見守り

→各団体が通常の活動の一環として、消費者トラブルに関する情報を共有して、各団体の関係者など一般の消費者トラブルの予防・被害の掘り起こしなどを行うこと
定期的な情報提供・見守り訪問と、緊急の対応とがありうる
より多くの市民の参加が期待される

■ 個別적인見守り

→「特に配慮が必要な消費者」(特定の消費者)を対象として、持続的に行う活動のこと
見守り関係者によるケース会議などを通じた対応が必要

- ★どちらのネットワークを作り、展開しようとしているのか？
- ★「見守りの方法」を3つに分ける考え方もあります

24

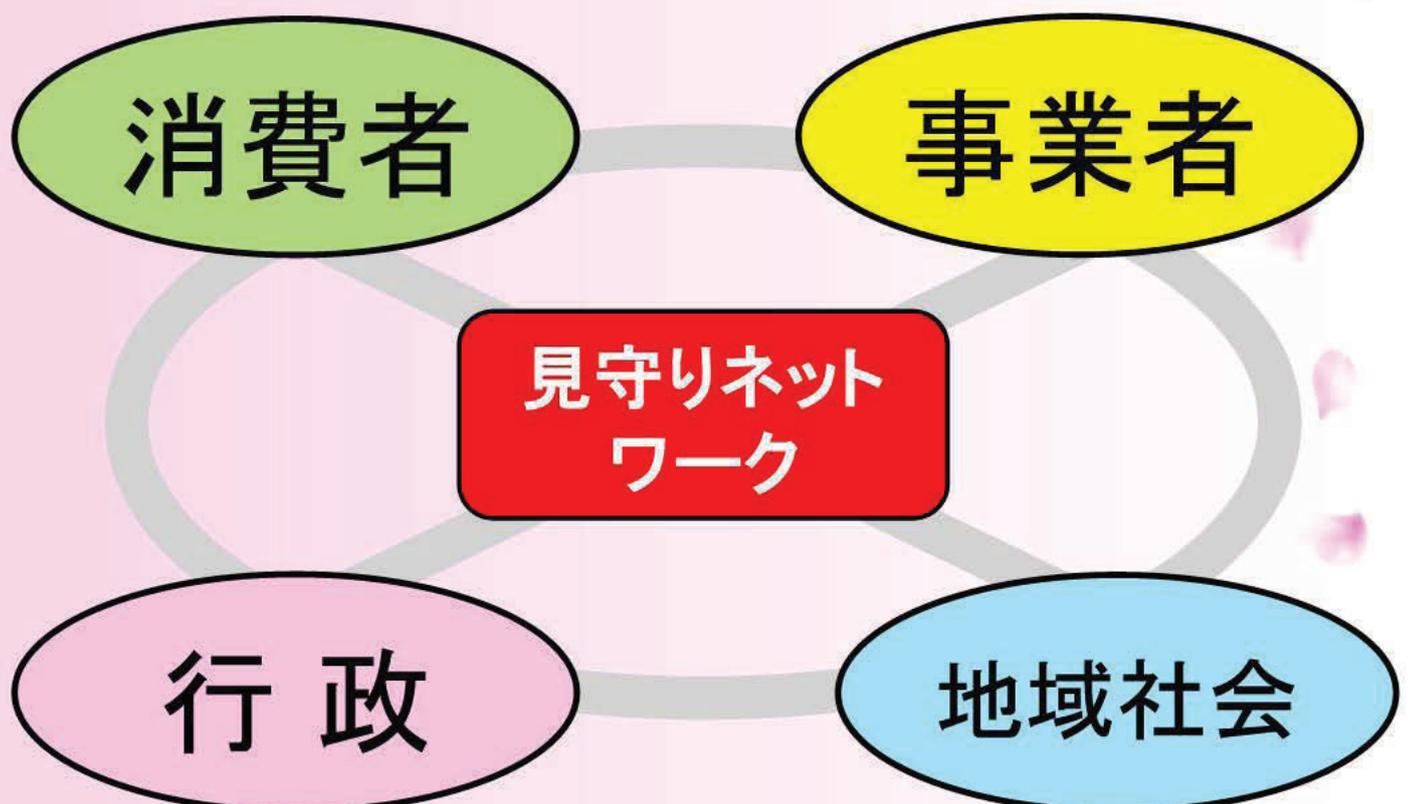
ポイント② 「見守り」活動の意義・位置づけ を意識する

- ・ 消費者行政の担当者以外にとって、消費者の見守りネットワークに参加する意義はどこにあるのだろうか？
- ・ 消費者の見守りネットワークに参加することについて、国・行政はどのように位置づけているのだろうか？
- ・ 消費者トラブルは「自己責任」の問題ではないかとの率直な疑問が出てくることも。

★会議やネットワークを作ることそれ自体が目的ではない。

25

見守りネットワーク



26

行政にとって

- ・ 消費者行政として …消費者の安全の確保
→平成26年改正**消費者安全法** H29.4.24依頼
- ・ 福祉行政として …**権利擁護事業**(+**地域共生社会**)
→H27.7.10通知
→高齢者虐待防止法27条1項
→介護保険法115条の45・2項2号
- ・ 防犯行政として …特殊詐欺対策など H28.3.10通達

地域社会にとって

- ・ 地域福祉として …**地域共生社会** R3.10.1通知
→H29年・R2年改正社会福祉法／地域福祉計画
- ・ 「安全・安心なまちづくり」としての意義もある

27

地域共生社会とは

制度・分野ごとの『縦割り』や「支え手」「受け手」という関係を超越して、

地域住民や地域の多様な主体が参画し、人と人、人と資源が

世代や分野を超えてつながることで、住民一人ひとりの暮らしと生きがい、地域をともに創っていく社会を指しています。



28

消費者にとって

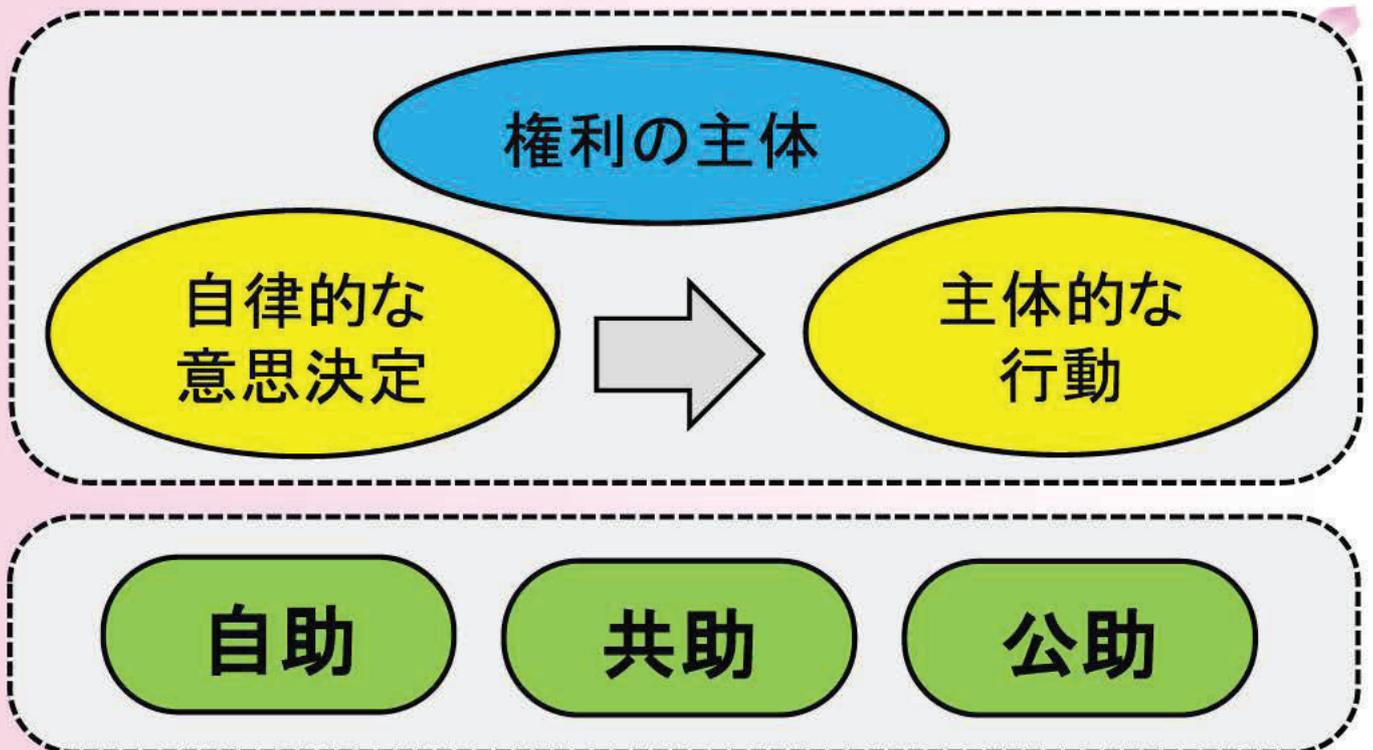
- ・見守られる人にとって、
「**権利の擁護**」と「**自立の支援**」(消費者基本法)
- ・見守る人にとっては、
「**消費者市民**」(Consumer Citizenship) としての参加
(消費者教育推進法)

事業者にとって

- ・顧客を消費者トラブルから守る
 - ・企業の社会的責任(**CSR**, Corporate Social Responsibility)
(あるいは、企業の社会的貢献[Corporate Citizenship])
- ★見守りへの参加が負担にならないようにすることも重要
(できれば「相乗効果」が得られるような協力関係を！)

29

消費者の「自立」ってどういうこと？



プロテクション

エンパワーメント

★ 外国: Protection and Empowerment

30

ポイント③ 地域協議会の意義や在り方を を考え、意識する

- ・「本業」で手いっぱいなので、見守りネットワークに参加することには抵抗感を持たれることもある。
- ・忙しい「本業」に加えて、見守りネットワークへの参加を要請することも気が引けてしまう。
- ・地域協議会の在り方は、どのような役割を地域協議会に担わせるかにもよる。

- ★会議はあくまで手段、メリットやデメリットを考えた工夫を
- ★個人情報の扱いや、協力団体／協力員への委嘱との関係を考えてから決めればよい。

31

■消費者安全確保地域協議会

(消費者安全法11条の3)

消費者の利益の擁護及び増進に関連する分野の事務に従事する関係機関が、消費者安全の確保のための取組を効果的かつ円滑に行うために組織するもの(1項)。

必要なときは、その他の関係者を加えることができる(2項)。

■活動(消費者安全法11条の4)

- ・ 必要な情報の交換、消費者安全の確保のための取組に関する協議
- ・ 構成員は、協議の結果に基づき、「消費生活上特に配慮を要する消費者」を見守る等の必要な取組を行う。
- ・ 必要に応じて、「消費生活上特に配慮を要する消費者」に関する情報の提供等を構成員に求める。

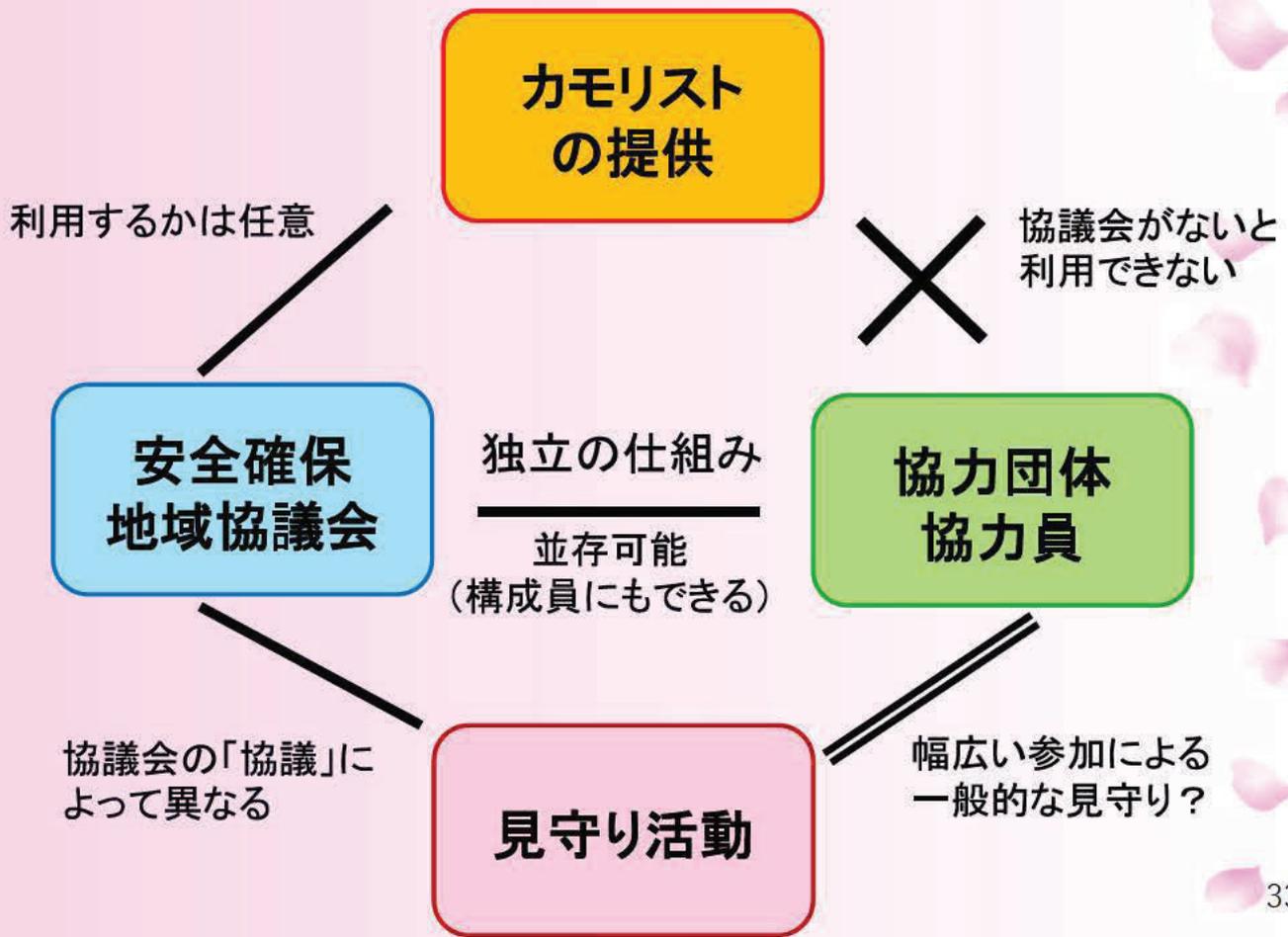
■情報の提供(消費者安全法11条の2) …カモリストの提供

…国(消費者庁)、自治体(警察等)、国民生活センターからの情報提供

■秘密保持義務(消費者安全法11条の5)

…罰則がある(消費者安全法53条1項) ⇔協力団体・協力員との相違

32



地域協議会・守りネットワークへの抵抗感？

- ①「忙しい」
- ②「予算もない」
- ③「見守りはできている」
- ④「会議は形骸化するだけ」



どう乗り越える？

1. 意義・位置づけを理解してもらう

■ 意義・位置づけを理解してもらう

- ・ 福祉行政(**権利擁護事業**、**地域福祉**)の意味を持つ
- ・ 防犯行政としての意味を持つ (**特殊詐欺対策**としても有効)
- ・ 地域のためにもなる (**地域共生社会**、**消費者市民**、**CSR**)

■ 負担をかけない工夫 + その工夫を示す

- ・ 実務・現場の人が加わる会議 (偉い人の会議は避ける)
- ・ イベント的な催しにする (講演会 + 質問会)
- ・ 会議の回数を減らす、極力少なくする、短くする
- ・ 他の会議を協議会として位置付ける
- ・ 類似の会議の開催時に「縦積み開催」「重複開催」をする

2. 予算はネックではない

■ 予算はネックにはならない

- ・ 多くの自治体が、予算をほとんどかけずに開催している
- ・ 地方消費者行政強化交付金などもある

35

3. 制度を利用するメリットを理解してもらう

■ 地域協議会という制度を利用する価値・意義がある

- ・ 事実上の連携の限界
 - どの程度できているか不明確
 - 連携が確保できている範囲とそうでないところが生じる
 - 職員の異動により連携が途切れてしまうおそれがある
- ・ 制度を利用するメリット
 - 制度的に位置付けをすれば、持続的なものにできる
 - 協議会等を通じて、連携拡大も模索できる
 - 個人情報取り扱いでも、メリットがある

4. 形骸化させない工夫を意識する

■ 会議を形骸化させない工夫

- ・ 被害情報 (特に地元情報) を継続的に提供する
- ・ 運営について、県や構成団体等にも助言・協力を求める
- ・ 具体的な被害救済につながった事例を報告してもらう
- ・ 現場からの提案や質問を重視して運営 (偉い人の会議は回避)

36