

高齢者の消費者被害防止の支援に関する一考察（第3報）

—啓発活動とその評価—

SUPPORT FOR PREVENTION OF DAMAGE TO ELDERLY CONSUMERS (PART 3)

—EDUCATIONAL ACTIVITIES AND EVALUATION—

三宅 元子* 矢吹香月**
Motoko MIYAKE Katsuki YABUKI

1. はじめに

前報¹⁾²⁾までは、高齢者の消費者被害の実状と消費者被害防止対策リーフレット（以下、「自作リーフレット」とする）の作成について報告した。

まず、高齢者を対象とした質問紙による調査を実施した。その結果、高齢者に関する訪問販売の内容は「健康」、「安全」、「孤独」、「お金」に関するものが多く、自己防止策では相談、無視・断るといった手段に関心が高いことが確認された。

次に、調査結果をふまえて高齢の消費者、彼らを取り巻く家族や地域住民を支援する目的で「自作リーフレット」を作成した(図1)。紙面の内容は、身近な消費者被害の事例に対し、実際に遭遇するトラブル場面での対応ができるように悪質な商法の事例を4コマ漫画等で表わし、「いらぬものはきっぱり断りましょう。」「家族や身近な人に相談しましょう。」と呼びかける構成である。完成した「自作リーフレット」は岡山県内の市町村を通じて配布され、高齢者の評価からは自己の訪問販売や電話勧誘販売を受けた経験が読もうとする意欲につながることを確認された。そのため、高齢者に「読んで下さい。」と単に「自作リーフレット」を手渡すのではなく、その場で開いてもらい掲載されている事例と対応方法をわかりやすく説明する啓発活動の検討が必要であると考えられた。

そこで、本研究では、「自作リーフレット」と創作劇を組み合わせた啓発活動の実践を試みた。

なお、ここでは、高齢者対象の啓発活動の一部と参加した高齢者（以下、参加者とする）からの評価の概要を報告する。

2. 方法

2-1. 啓発活動の実施者と参加者及び実施時期

実施者は岡山県M大学3年生の8名（女性）であった。

対象者は、岡山県北部M市在住の学習意欲が高く「長寿大学」で学んでいる95名（男性18名、女性77名）であった。

実施時期は2015年7月であった。

2-2. 実施方法

(1) 劇の内容構成

啓発に用いる劇の題材には、「自作リーフレット」からファンド型投資商品と還付金等詐欺の2つを選んだ。これらは、いずれも岡山県では高齢者からの相談及び被害件数が多い商法である。前者のシナリオ作成では、「利殖商法—『ほんとに未公開株はもうかるの?』の巻³⁾」を参考にして劇場型詐欺の手法を用いた。後者は、警察庁「振り込め詐欺撲滅に向けて」⁴⁾のホームページから「還付金等詐欺」の手口を参考に、高齢者が役場を騙る人物から医療費の還付金があるとの電話を受けて、閉店間際の銀行のATMで振り込む事例とした。時間は1題材につき約15分間であった。

なお、シナリオの作成にあたっては、岡山県消費生活センター職員と消費者教育コーディネーターの2名から原稿の添削指導を受けた。



図1. 「自作リーフレット」の表紙と一部紙面（9頁）

(2) 評価用紙の作成

啓発活動の直後に行う「自作リーフレット」と実践した内容に対する評価用紙の項目を次に示す。

「自作リーフレット」には、基本属性（性別、年齢、家族構成）及び内容、読もうとする意欲、興味・関心の3項目を設定した。項目の回答方法は「1.非常に思う」から「5.まったく思わない」までの5段階評定法である。活動内容に対する評価は自由記述の感想とした。

(3) 実践

実施者は、「だまされないぞ!!悪質商法」と題した啓発活動(90分)において、創作劇で具体的な事例を示し、「自作リーフレット」で消費者被害防止対策を説明するという手順で支援した。

3. 結果と考察

参加者95人の内訳は、男性が18人のうち16人(88.7%)、女性は77人のうち60人(77.9%)が後期高齢者であった(表1)。居住形態は、二世帯以上で暮らしているが33人(35.9%)、夫婦二人暮らしが30人(32.6%)、一人暮らしが22人(23.9%)、その他が7人(7.6%)、無回答3人(表省略)であった。

「自作リーフレット」の評価は、「内容はわかりやすい」が「非常に思う」、「やや思う」をあわせて88.8%、「読もうと思う」が81.4%、「興味・関心が持てる」が84.9%であり、参加者の80%以上が肯定的にとらえていた。

また、自由記述においては、「詐欺にあわないように気をつけたい。」との意欲を示した参加者が9人であり、最も多かった。その他にも「勉強になった。」、「参加してよかった。」、「楽しかった。」、「大学生がよかった。」という肯定的な感想が

表1. 参加者の性別と年齢構成

N=95								
60~64歳		65~74歳		75歳以上		合計		
人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	
男性	0	0	2	11.1	16	88.9	18	100
女性	1	1.3	16	20.8	60	77.9	77	100
合計	1	1.1	18	18.9	76	80.0	95	100

表2. 参加者による「自作リーフレット」の評価

N=95						
内容はわかりやすい		読もうと思う		興味・関心が持てる		
人数	%	人数	%	人数	%	
非常に思う	44	55.0	44	48.4	46	53.5
やや思う	27	33.8	30	33.0	27	31.4
どちらでもない	0	0.0	5	5.5	3	3.5
あまり思わない	4	5.0	8	8.8	5	5.8
まったく思わない	5	6.3	4	4.4	5	5.8
無回答	15	-	4	-	9	-
合計	95	100	95	100	95	100

得られた(表省略)。

以上の結果から、高齢者の消費者被害防止の一助になることを願って作成した「自作リーフレット」の活用は、高齢者自身の読もうとする気持ちを高めることができた点で有効であったと考えられる。また、大学生が実施者として活動することにより異世代間との交流ができたことが、楽しく学ぶことにつながったのではないかと考えられた。一方、「自作リーフレット」には興味・関心がなく、読もうと思わない参加者も約10%であった。この要因は、紙面の構成、啓発活動の内容や方法に問題点があったと考えられるが、具体的には調査していないため追究できなかった。いずれにしても、啓発活動では、「自作リーフレット」等の資料と身近な問題を題材とした創作劇とを組み合わせることで、高齢者自身の消費者被害を未然に防ごうとする意欲を高めることができると示唆された。

4. まとめ

本研究では、高齢者を対象とした効果的な啓発について、その活動内容と参加した高齢者からの評価を報告し考察した。その結果、啓発活動において「自作リーフレット」と創作劇とを組み合わせることは、高齢者自身の消費者被害を未然に防ごうとする意欲を高める方法の一つであることが示された。

引用文献

1) 三宅元子・矢吹香月. 高齢者の消費者被害防止の支援に関する一考察(第1報)―高齢者の消費生活の実態―, 美作大学・美作大学短期大学部地域生活科学研究研究所報第11号, 2014, 13-16

2) 三宅元子・矢吹香月. 高齢者の消費者被害防止の支援に関する一考察(第2報)―高齢者の消費生活の実態―, 美作大学・美作大学短期大学部地域生活科学研究研究所報第12号, 2015, 19-22

3) 国民生活センターHP, 見守りボランティア(市民講師)実践例, 利殖商法―「ほんとに未公開株はもうかるの?」

http://www.kokusen.go.jp/mimamori/mj_volunteer/mj-scenario06.html

4) 警察庁HP, 還付金等詐欺

http://www.npa.go.jp/safetylife/seianki31/1_hurikome.html

*名古屋女子大学 家政学部 家政経済学科, 教授

**岡山県消費生活センター, 消費者教育コーディネーター