

「国民生活研究」第 65 巻第 2 号 (2025 年 12 月)

【特集】高齢者を消費者トラブルから守る

〔論 文〕

イギリスでの金融取引における高齢消費者保護政策

上 杉 めぐみ*

本稿では、日本での金融取引に関する高齢消費者保護のあり方について考察するために、イギリスでの金融取引における高齢消費者保護の取組状況について調査、検討を行った。

まず、高齢消費者保護を検討する前提として認識すべきことは、高齢であること自体が直ちに脆弱性に結びつくわけではなく、個人差が大きいという点である、そして、認知機能の低下だけでなく様々な要素から高齢消費者には脆弱性が生じるが、デジタル環境では、高齢消費者に特有の事情から脆弱性が高まる場合があることが諸外国でも認識されている。そのうえで、イギリスでは、金融取引は社会へ参加するのに不可欠なものであることから、いかなる顧客でも利用できる包括的な設計が望ましいとするが、デジタル化が進むなかでは金融サービスを利用できない消費者が少なからずおり、とりわけ高齢消費者がそうした状況に陥りやすいとする。さらには、金融サービスが利用できる場合にも、高齢消費者はそれ以外の年齢層の者よりもトラブルに遭いやすいとされており、高齢者の脆弱性に着目した政策を講じている。イギリスでとられている様々な政策を参考に、日本でも参考にすべき点について論じている。

- I はじめに
- II 高齢者をめぐる消費者法の難しさと高齢化により生じる脆弱性
- III FCA による高齢消費者保護政策
- IV むすびにかえて

*うえずぎめぐみ (東京経済大学現代法学部 教授)

I はじめに

日本では、高齢化の進行に伴い、高齢者を狙った消費者トラブルの増加が懸念されている。実際、高齢者が総人口を占める割合は年々増加傾向にあり¹⁾、また、認知症などで十分に判断できない高齢者に関する相談件数は過去 10 年で最も多くなっており²⁾、高齢者を狙った消費者トラブルへの対策を講じることは急務である³⁾。

本稿ではイギリスでの取組みを取り上げ、高齢消費者の遭遇するトラブルへの対応策について検討する。ただし、高齢者の消費者トラブルといった場合にも、その内容は多種多様であることから、本稿では、イギリスでの金融取引に関する高齢消費者保護の政策を取り上げる。その理由は以下のとおりである。まず、金融取引といった場合、投資にとどまらず、貯蓄、支出、借入など幅広いものが含まれることから、現在の消費生活において、金融システムにアクセスすることは多くの消費者が平均的な生活を送るうえで必要不可欠となっており、これは両国で共通している⁴⁾。そうしたなかで、イギリスでは、高齢者は認知機能の低下やデジタル化の急速な拡大により、金融サービスへのアクセスが制限される傾向にあり、金融行政機関である FCA (Financial Conduct Authority: 金融行為規制機構) は、金融サービスへのアクセスが制限されている状況にある消費者は詐欺や多重債務にも直面しやすくなるとして、金融サービスはあらゆる消費者を受け入れる包括な設計でなければならないと示している⁵⁾。日本でも、金融庁は、高齢者を対象とした利用者の利便の向上とトラブル防止の観点から、さらなる取組みを支援することを具体的目標として掲げており⁶⁾、イギリスでの政策は、日本での金融取引での高齢消費者保護のあり方を検討す

¹⁾ 内閣府「令和 7 年版高齢社会白書」(2025 年 6 月 10 日公表) 3 頁によると、65 歳以上の人口が総人口を占める割合について、1950 年には 5%、1970 年には 7%、1994 年には 14%、2024 年 10 月 1 日時点で 29.3%と増加している。

²⁾ 消費者庁「令和 7 年版消費者白書」(2025 年 6 月 13 日公表) 42 頁。

³⁾ 私法学会では、2022 年に「高齢者と私法」というテーマのシンポジウムが開催されており、高齢消費者問題については、松本恒雄「高齢者と消費者保護—消費者法のユニバーサルデザイン」NBL1224 号 34 頁 (2022 年) 以下が、被害救済や被害抑止のあり方について検討している。

⁴⁾ 日本の状況につき、森下哲郎「経済生活に必要な金融・情報インフラへのアクセス」法時 96 巻 2 号 40 頁 (2024 年)。イギリスの状況につき、House of Lords, *Tackling financial exclusion: A country that works for everyone?* (2017, HL 132) を参照。

⁵⁾ 日本が議長国を務めた 2019 年 G20 での優先課題として、高齢者向け金融包摂の重要性が強調され、OECD は 2000 年に 'Financial Consumer Protection and Ageing Populations' とのテーマで、高齢化社会と金融消費者保護について検討したペーパーが公表されている。

⁶⁾ 金融庁「2024 事務年度 金融行政方針」17 頁 (2024 年 8 月公表)。トラブルについては、例えば、財務省関東財務局「悪質な投資勧誘にご注意下さい！」(2025 年 4 月 3 日公表) <<https://lfb.mof.go.jp/kantou/kinyuu/pagekntph001000005.html>> によれば、生活資金や医療費の負担という状況に乗じて、高齢者の不安をあおって勧誘する投資詐欺トラブルが多発しているとする。また、政府広報「投資詐欺にご注意を 気をつけるべき 6 つのポイント。相談窓口もご紹介。」(2025 年 10 月 6 日) <<https://www.gov-online.go.jp/article/201510/entry-8432.html>> によれば、金融庁金融サービス利用者相談室に 2024 年 1 月から 12 月までの 1 年間に寄せられた相談のうち、全体の約 25% が 60 代以上の高齢者で占められているとする。

るうえで示唆に富むものと考えられる。以下では、消費者取引における高齢者の脆弱性に関する議論を整理したうえで、FCA による高齢者保護のための政策について概観し、日本での考え方の方向性を検討していく。

II 高齢者をめぐる消費者法の難しさと高齢化により生じる脆弱性

1 脆弱性の基準としての年齢をめぐる意識の変化

具体的な政策を見る前に、高齢者という年齢に対する捉え方について整理する。

OECD によれば、65 歳以上を高齢者としており⁷⁾、日本でも、65 歳以上は高齢者であるという認識が広がっている。しかし、日本では、健康平均寿命の伸長により、近年、そうした年齢基準に対して批判的な意見が寄せられている⁸⁾。イギリスでも、従前の男性の定年年齢でかつ国民年金を受給できる年齢であったという歴史的経緯から、高齢者を 65 歳以上としていたが⁹⁾、近時、こうした年齢基準は実態にそぐわないという理由で引き上げられたり¹⁰⁾、平等法 (The Equality Act 2010) において年齢による不当な取扱い・差別を禁止していることに基づき、高齢者の基準となる年齢が撤廃されている¹¹⁾。

2 高齢者の年齢を基準にすることの難しさ

仮に、高齢者のある年齢に着目して高齢消費者保護の規定を制定しようとする場合、何歳を高齢者とするかは、未成年者と成年者の区別以上に困難性を伴うということが指摘されている¹²⁾。その理由として挙げられているのは、高齢者の加齢による認知・判断能力の減退、体力気力の低下には未成年者以上に個人差が存在するということである。そのうえ、たしかに、未成年者にも個人差があるが、未成年者の場合には、年齢を欠如している行為

⁷⁾ OECD, 'Elderly population' <<https://www.oecd.org/en/data/indicators/elderly-population.html>> (last accessed 07/Aug/2025).

⁸⁾ 日本老年学会・日本老年医学会「高齢者に関する定義検討ワーキンググループ報告書」(2017 年 3 月 31 日) 66 頁では、心身の老化現象の出現のありようを根拠にして、75 歳以上を高齢者の新たな定義とすることを提案している。

⁹⁾ Office for National Statistic, 'Living longer: is age 70 the new age 65?' (19/Nov/2019) <<https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/birthsdeathsandmarriages/ageing/articles/livinglongerisage70thenewage65/2019-11-19>>.

¹⁰⁾ 国民年金の受給できる年齢は、2026 年 4 月から 66 歳に引き上げられ、段階的に 68 歳まで引き上げられることが予定されている (2014 年年金法 26 条)。

¹¹⁾ 法定定年年齢 (default retirement age) については、2011 年に The Employment Equality (Repeal of Retirement Age Provisions) Regulations 2011 により撤廃されている。もっとも、平等法 (年齢例外) 命令 (The Equality Act 2010 (Age Exceptions) Order 2012) では、客観的正当性が認められる場合には、例外的に年齢でもって区別することが認められている (Equality Act 2010 (Age Exceptions) Order 2012 Explanatory Memorandum para 7.6)。例えば、金融取引は、保険金請求の可能性やローン返済能力に関して、年齢はリスク要因となる可能性が高いことから、高齢者に対して一部取引を制限することが認められている (3 条)。

¹²⁾ 河上正二「高齢化に伴う消費者問題」ジュリ 1034 号 42 頁 (1993 年)。

能力が一定の段階で備えられるという基準であるのに対して、高齢者の場合には、年齢をいったん備えた権利能力を喪失させる基準として想定されることから、十分な判断能力を有していたとしても一律に適用させることになるため、憲法上の問題が生じることにもなり¹³⁾、強く批判されている¹⁴⁾。

また、強制的に自己決定権の制約を伴う手段ではなく、一定の年齢を超えた者について特別に取消権を付与するという手段も考えられる。この方法は、諸外国で確認できるが¹⁵⁾、このような高齢という年齢のみでもって特別に権利が付与される対象とすることで、高齢者は身体機能の低下や認知機能の低下という問題を抱えている存在であるという否定的な固定観念を強化させることにつながり、年齢について当人に恥ずかしい思いを想起させるといったデメリットにもなりうることが指摘されている¹⁶⁾。

日本では現在、判断能力の不十分な者の自己決定をできる限り尊重しようとする考え方が採用されているが¹⁷⁾、いずれの方法を重視するかはケースバイケースとされている¹⁸⁾。このことから、ある一定の年齢を基準にした規制を導入する余地はあるものの、実際の導入においては、立法事実に基づき慎重に検討する必要があるだろう。

3 高齢により生じる脆弱性

(1) 取引一般における脆弱性の捉え方

(ア) 日本での議論状況

一般に高齢消費者は、他の年齢層の消費者よりも脆弱性が高まるとされている。その理由として、認知機能の低下という要因がまず挙げられる¹⁹⁾。このことは、消費者相談の状

¹³⁾ 竹中勲「年齢による区別の合憲性」法教 180 号 54-55 頁 (1995 年) では、個人ごとの個別審査方式ではなく、年齢による区別的扱いをする場合には、年齢による区分を採用せざるをえないことを裏付ける立法事実に基づき厳密に審査する必要があることが述べられている。

¹⁴⁾ 山下純司「高齢消費者相手のリフォーム詐欺」『消費者法判例百選 [第二版]』別ジュリ 249 号 19 頁 (2020 年)、菅富美枝『新 消費者法研究』(成文堂、2018 年) 212 頁など。

¹⁵⁾ Michal Segal, Sagit Mor & Israel Doron, 'The Judicial Construction of Older Consumers' Rights: A Qualitative Case-Law Analysis' (2021) CJLS 36(1) 165 によれば、イスラエルの消費者保護法 (Consumer Protection Law) では、通信販売取引における消費者が、高齢者、障がい者、新たな移民である場合、原則 14 日間のクーリング・オフ期間が 4 ヶ月に延長されている。また、イリノイ州の住宅修理・リフォーム法では、基本的に 3 日間のクーリング・オフ期間が認められているが、契約者が 65 歳以上の場合は 15 日間に延長されている (Business Transactions (815 ILCS 513) Home Repair and Remodeling Act 22 条)。日本でも、特定商取引法の前身である訪問販売法において一定年齢以上の高齢者に取消権を付与する構想が持ち上がったことがある。この点につき、松本恒雄「訪問販売法と消費者保護」法時 60 巻 8 号 14 頁 (1988 年) 参照。

¹⁶⁾ Omri Ben-Shahar & Ariel Porat, *Personalized Law: Different Rules for Different People* (Oxford University Press 2021) 105-118.

¹⁷⁾ 法務省「民法 (成年後見等関係) 等の改正に関する中間試案」(令和 7 年 6 月 10 日) でも、本人の意思を尊重する方針が示されており、今後もこの方針が採られるだろう。

¹⁸⁾ 山下純司「高齢消費者の保護のあり方」法時 83 巻 8 号 50 頁 (2011 年)。

¹⁹⁾ 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トラブルと対応策の検討に関する研究」(2025 年 6 月) 21 頁。

況からも裏付けられるだろう。すなわち、高齢消費者からの相談について、本人から寄せられる割合は高齢者全体では約 8 割であるが、認知症等の高齢者は、本人が被害に気づかず、本人からの相談は約 2 割にとどまっている²⁰⁾。

ただ、高齢者に脆弱性が生じる原因は、認知機能の問題にとどまらない。例えば、トラブルの解決には、トラブルに遭った被害者の認識と解決を図ろうとする意欲、そして、金銭などの資源と行動力があってはじめて法的システムにつながれるといわれているが、高齢者には、いずれかが欠けていることが多いために、司法アクセスにつながることができないと指摘されている²¹⁾。つまり、高齢者の場合、認知機能に問題がない場合にも意欲の減退という要因が備わることから、例えば、訪問販売で執拗な勧誘に遭ったときに、不必要な契約と理解しつつも、相手の執拗さに根負けして、断るのが面倒であるからと契約を締結してしまうことにもなるだろう。また、孤独という要素も高齢者の脆弱性を高めることになる。これは、独居であるということ自体が悪質商法のターゲットになりやすく、相談する相手もなく、周囲から気づかれにくいために被害が拡大することにつながるからである²²⁾。このほかにも、リスクに対する感応度の低下や自信過剰バイアスといった脆弱性につながることも指摘されている²³⁾。

(イ) ヨーロッパでの議論状況

イギリスを含むヨーロッパでも、高齢であること自体が脆弱性に結びつくわけではないとしつつ、加齢に伴い健康問題が生じること、認知機能が低下する傾向にあること、離職や配偶者などの喪失体験を通して社会的孤立に陥っていることが多いことなどから、他の年齢層よりも脆弱性が高まり、詐欺の標的になりやすいと理解されている²⁴⁾。

ところで、認知機能が低下することで論理的思考能力も低下するが、高齢者の場合、知識や経験といった知能は年齢とともに増加し、論理的思考能力の低下を補う役割を果たしているといわれている。もっとも、70 代になると、知識や経験による知能も低下傾向にあり、そのうえ、直感や経験則に依存して判断するようになる傾向が高くなるということが行動経済学的に説明されている。そのため、高齢者は、「接触効果」(何かを単に馴染み深いと感じるだけで好きになる現象)や「真実の錯覚効果」(何かを単に馴染み深いと感じる

²⁰⁾ 消費者庁・前掲注 (2) 42 頁、56 頁。

²¹⁾ 尾崎一郎「高齢者支援の理念と現実」法時 97 巻 9 号 92 頁 (2025 年)。

²²⁾ 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「高齢者の消費者トラブルにおける認知機能障害の影響と対応策」(2023 年 6 月) 29 頁。

²³⁾ 西希代子「高齢者と財産—財産の継承と管理」NBL1224 号 31 頁 (2022 年)。

²⁴⁾ Bram B Duivenvoorde, *The Consumer Benchmarks in the Unfair Commercial Practices Directive* (Springer 2015) para 10.4.2 によれば、認知機能の低下により、高齢者は、これまでに体験したことのない新たな刺激と対面する場合、長時間注意力を維持することが難しくなり、無関係な情報に接した場合、関連する重要な情報と無関係な不要な情報を区別することが難しくなるとする。そして、社会的に孤立している高齢者は人とのつながりを渴望することから、事業者などからの接触を快く受け入れ、また、他に相談する者が周囲にいないことから、自分の意見を確立することができずに、事業者に説得されて契約を締結してしまうという。

だけで真実だと信じる現象)の影響を受けやすくなり、金融取引などで詐欺に遭う可能性が高まるということが説明されている²⁵⁾。

そして、高齢者は、退職により固定収入が見込めないために、若年層と異なり当該損失の補填が困難になることや、自分が信頼していた者に裏切られたということで怒りを覚え、また、自己尊重の喪失、恥、動揺といったネガティブな感情を抱くことで、より強いストレスを感じるとして、同年代の非被害者と比べて健康状態がより急速に悪化するという研究結果が蓄積されている²⁶⁾。このように高齢者がいったん詐欺に遭った場合、その影響は金銭的損失にとどまらず、身体への深刻な問題を及ぼすことになるため、高齢者への詐欺被害対策は重要な取組みとされている²⁷⁾。

なお、日本では、高齢者の典型的トラブルの特徴として、高齢者は自宅にすることが多いため、固定電話による勧誘販売や家庭への訪問販売による被害が挙げられてきたが²⁸⁾、「不公正な取引方法に関する指令」(Unfair Commercial Practices Directive)のガイダンスでも、攻撃的な訪問販売は、他の年齢層の消費者と比べて高齢者層の消費者が被害者になることが例示されている²⁹⁾。もっとも、これは世代的な特徴であって、年齢的な脆弱性に起因するものではないと分析するものもある。すなわち、高齢者が訪問販売トラブルや固定電話勧誘によるトラブルに遭遇する理由は、在宅時間が長くなるという特徴から販売業者と接触する機会が増加するためと説明されてきた。しかし、そうであれば専業主婦(主夫)も同じ条件であるものの、それらの者が被害者として挙がってきていない。そして、高齢者の認知機能が低下していくことから訪問販売の被害者になるということであれば、例えば、65歳などの一定の年齢の少し前から被害者の数について増加傾向を示すはずだが、その年齢よりも少し若い世代の被害者の数は少ないとされている³⁰⁾。以上のことから、現在の高齢者世代での特有の事情であるとする分析があり、これが正しいとすれば、今後訪問販売や電話勧誘販売による被害は高齢者トラブルの典型例ではなくなる可能性があるだろう。

(2) デジタル環境における高齢者の脆弱性

(ア) 高齢者のデジタル取引の現況

日本では、コロナ禍を経て高齢世帯主世帯でもオンライン・ショッピングが当たり前

²⁵⁾ FCA, 'Ageing population and financial services(DP16/1)'(2016) 39-42.

²⁶⁾ age UK, 'Only the tip of the iceberg: Fraud against older people'(Apr/2015) 21.

²⁷⁾ Ibid 11.

²⁸⁾ 例えば、消費者庁・前掲注(2) 39頁、拙稿「不招請勧誘(訪問販売、電話勧誘販売、訪問購入)をめぐる法規制・被害救済の変遷と課題」現代消費者法 59号 82-92頁(2023年)など。

²⁹⁾ Commission Notice Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market(C 526/1) para 2.6.

³⁰⁾ Elein Kaprou, 'The legal definition of 'vulnerable' consumers in the UCPD: Benefits and limitations of a focus on personal attributes' in Riefa, C. & S. Saintier (eds.) *Vulnerable Consumers and the Law-Consumer Protection and Access to Justice* (Routledge 2020) para 4.31.

なっているといわれている³¹⁾。総務省が 2024 年度に行った調査によれば、高齢者のインターネット利用率は、60 歳から 69 歳までの層で 9 割を超えていることに基づけば、そうした認識もあながち誤りではない。ただ、70 歳から 79 歳まで 69.8%、80 歳以上 33.1%と、70 歳以降になると年齢が上がるにつれて利用率が低下する傾向にあり³²⁾、あらゆる高齢者がデジタル環境にアクセスできているとはいえないだろう。

経済活動のデジタル化といった場合、インクルーシブまたはユニバーサルデザインを取り入れることで消費者が脆弱性を克服する機会を生み出す可能性がある反面³³⁾、コロナ禍を経て経済活動におけるデジタル化が急速に加速し、また、その範囲が拡大していることで、デジタルデバイドの問題は深刻化しており³⁴⁾、ICT を利用できない者は、生活に必要なサービスを受けることができなくなるおそれがある。そして、上記のデータからも後期高齢者はその影響を受けやすい対象といえるだろう³⁵⁾。

イギリスでも同様の傾向が見られる。高齢者は科学技術に疎いということで、オンライン・ショッピングへの参加障壁が高いとされていたが、コロナ禍がオンライン・ショッピングを利用する契機となり³⁶⁾、スマートデバイス、モバイル・デジタル・バンキングサービスの利用は拡大の一途をたどっている。例えば、高齢者のコンタクトレス決済の利用率は 2024 年時点で、75 歳以上が 2022 年から 10%増加し、87%と浸透している³⁷⁾。しかし、インターネットにアクセスできる高齢者の中でも、一部の高齢者はオンラインでの操作能

³¹⁾ 総務省統計局「新型コロナウイルス感染症で変わるネットショッピング—家計消費状況調査の結果から—」統計 Today No.162 [石原秀男] (令和 2 年 9 月 7 日) <<https://www.stat.go.jp/info/today/162.html>>。

³²⁾ 総務省「情報通信白書 令和 7 年版」(令和 7 年 7 月) 110 頁。

³³⁾ OECD, 'Consumer vulnerability in the digital age', DSTI/CP(2021)7/FINAL, 36 では、オンライン市場における高齢消費者を対象とした措置の一例として、日本では 2012 年以降、複数の通信事業者が文字サイズを大きくし、機能を簡素化したスマートフォンを開発し、多くの高齢消費者から採用されているということを取り上げている。

³⁴⁾ 例えば、総務省「平成 23 年版 情報通信白書」(2011 年 8 月 9 日公開) 90 頁でも高齢者のデジタルデバイスについて言及されていたが、総務省「令和 3 年版 情報通信白書 デジタルで支える暮らしと経済」(2021 年 7 月公表) 66 頁、70~74 頁では、年齢が高くなるほど情報リテラシー (ICT リテラシー) が低く、デジタルサービスの利用状況も、低くなる傾向にあることが示されており、改善されていない様子がうかがわれる。

³⁵⁾ EU のグリーンペーパー (Green Paper on Ageing-Fostering solidarity and responsibility between generations', COM(2021)50 final) でも、高齢者はデジタルツールに不慣れであったり、デジタル技術へのアクセスが限られていることが多く、デジタルスキルが必要になる商品やサービス (公共サービスを含む) の購入や社会的、文化的活動への参加から除外される可能性が高まり、その結果、高齢者は、詐欺、詐欺行為、不正取引の被害に遭いやすくなる可能性があることが示されている。

³⁶⁾ これはイギリスだけの傾向に限らない。例えば、スウェーデンでは、2020 年に 65 歳から 79 歳の消費者の 23%がオンラインで食料品を購入し始めていることが調査により明らかにされており (Lena Hansson, Ulrika Holmberg & Anna Post, 'Reorganising grocery shopping practices – the case of elderly consumers' (2022) 32(4) The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research 352)、今後さらに増加することが予測される。

³⁷⁾ FCA, 'Financial Lives 2024 survey Payments Selected findings' (2025) 35.

力が限られていることから、ソフトウェアのアップデートを定期的に行わない傾向があったり、銀行やクレジットカードの情報を入力する前にインターネットサイトのセキュリティを確認する可能性が最も低いことが判明している³⁸⁾。また、ある調査によれば、依然としてインターネットにアクセスできない高齢者が存在しているというデータが示されている³⁹⁾。さらに、ダークパターンと呼ばれる手法は、高齢者をはじめ様々な消費者の脆弱性を高い精度で標的とする可能性があることから、消費者は自身の意思決定を促したバイアスに気づくことができず、または、仮に気づいた場合にも、自分には影響がないと過信することにつながることを示されている⁴⁰⁾。

(イ) 高齢者の脆弱性の否定

OECD の「デジタル時代の消費者の脆弱性」という報告書でも、基本的には、高齢であることが脆弱性に直結するわけではないが、一部の高齢者は、複数の健康問題を抱えたり、認知機能障害が生じることになるため、デジタル格差とデジタル能力の制限につながり、これらが脆弱性の要因になりうると指摘されている。その一方で、高齢消費者のデジタル取引に不慣れであることが、デジタル取引においては脆弱性をカバーできる場合もあるとする。すなわち、これまでの人生経験を踏まえて、物事を見定めてからゆっくり判断に至ることから、若年層より消費者被害にさらされにくかったり、被害金額の規模が小さいという⁴¹⁾。

このほかにも、フィンランドの研究者が、「高齢者は他者よりも脆弱なグループを構成しうるか」という仮定を立てて、ノルウェー在住の 18 歳から 95 歳までの 2,100 人を対象に電話インタビューを行った全国調査によると、高齢者は脆弱性の要因となる複数の能力低下を有しているものの、デジタル取引においては、高齢者は若年層よりも経験豊富であることや、選択前に情報を収集する時間をより多く確保できる可能性が高いことから、市場で不適切な判断を下す可能性が他の年齢層よりも低いと示され、仮定を否定する結果が示されている⁴²⁾。

(ウ) 貧困割増金とロイヤル・ペナルティという不利益

イギリスでは情報格差やデジタル能力の制限により「貧困割増金 (poverty premium)」を負担するということが問題になっている。例えば、ローンを組む時には低所得の者は高所得の者よりも高い金利が設定されたり、一括払いが可能な人より分割して払う必要があ

³⁸⁾ CMA, 'Consumer vulnerability: challenges and potential solutions' (2019) para 48.

³⁹⁾ age UK, Briefing Facts and figures about digital inclusion and older people (2024)7 によれば、2021-22 年の時点で、75 歳以上の人々の約 3 割 (29%)、約 170 万人に相当する人々が、個人利用目的でインターネットを利用していない、または、インターネットにアクセスできない状態にある。

⁴⁰⁾ CMA, 'Online Choice Architecture and consumer and competition harm (CMA155)' (2022) para 5.7.

⁴¹⁾ OECD (n 33) 18.

⁴²⁾ Lisbet Berg, 'Consumer vulnerability: are older people more vulnerable as consumers than others?' (2015) 39 International journal of Consumer Studies 292.

る人は高い料金を支払うことになるというのが貧困割増金の典型例であるが、最近は、同じ商品であっても、オンラインプラットフォームで購入した方が店頭で購入するよりも安価で手に入るといった場合のほか、光熱費について銀行口座を持つことができない者やインターネットへアクセスができない者は、前払いをしなければならず、その金額はデビットカードやクレジットカードで支払える者よりも金額が割り増しされているなど、インターネットへのアクセスが制限されている者の方が、料金が高くなることが問題視されている⁴³⁾。

インターネットへのアクセス制限によりもたらされる不利益の例の一つとして、「ロイヤル・ペナルティ (Royal Penalties)」と呼ばれるものがある。これは、直訳すると「忠実な顧客への罰」となるが、ある商品・サービスに関して、長年顧客となっている者の方が新規顧客よりもはるかに高い金額を支払っていることを指す。電気・ガスなどの光熱費、インターネット回線契約や携帯電話利用料、保険商品については、繰り返される契約であったり、自動的に更新される契約であることから、消費者が積極的に料金の見直しをしない限り、契約当初のままの料金を払い続けることになるが、その一方で、よりよい取引条件を検討して他社から乗り換えた場合には、同じサービスであっても安価な料金体系が適用されるため、こうした名称がついている。

この解決策として、「スマートデータ」(消費者を支援するデータ駆動型のテクノロジーとサービス)の利用、仲介業者(対面での助言のほか、価格比較サイトや自動切り替えサービスを含む)の利用が推奨されている⁴⁴⁾。そのため、インターネットへのアクセスができない消費者は、そういった情報を取得することができないことから、切り替えを検討することなく、ロイヤル・ペナルティを払う事態に陥ることになり、とりわけ 65 歳以上は、通常価格よりも割高な金額での支払いとなっている傾向にある。

ただし、インターネットへアクセスができる高齢者であっても、特に問題があると感じなかった場合には、よりよい価格や取引条件を得るために別の事業者へ切り替える必要性を見出さなかったり、また、選択肢が増えることで、慣れ親しんだものに行きつくということも指摘されている⁴⁵⁾。加えて、高齢者が消費者トラブルに遭遇するといった体験をすることで、変化への恐怖や未知のことに対する決断への不安が高まり、既知のものを続ける傾向を強めることになるとの指摘もある⁴⁶⁾。金融取引においては、高齢者は、銀行を信

⁴³⁾ Holly Powley & Keith Stanton, 'Financial conduct in the UK's banking sector-Regulating to protect vulnerable consumers', in Cătălin-Gabriel Stănescu, Asress Adimi Gikay(eds), *Discrimination, Vulnerable Consumers and Financial Inclusion*(Routledge 2020) 206.

⁴⁴⁾ CMA, 'Tackling the loyalty penalty'(Published 19 December 2018) <<https://www.gov.uk/government/publications/tackling-the-loyalty-penalty/tackling-the-loyalty-penalty>>.

⁴⁵⁾ CMA, 'Consumer vulnerability in later life: challenges and solutions' (13/Nov/2018) <<https://www.gov.uk/government/publications/vulnerable-consumers/consumer-vulnerability-in-later-life-challenges-and-solutions>>. これは、CMA と age UK (2009 年にイギリスで登録されたイギリス最大の慈善団体である) が、「晩年における消費者の脆弱性について」というテーマを取り上げ、関係団体とともに、その課題と解決策について協議したものである。

⁴⁶⁾ CMA, (n 38) paras 50-51,77,82.

頼できる金融サービス提供者として認識していることから、銀行との取引関係が数十年に及んでいることが FCA の調査において示されている⁴⁷⁾。

(エ) 高齢者とロマンス詐欺

デジタル環境において高齢者の脆弱性が引き起こすのは、デジタルデバイドという問題にとどまらない。イギリスでは、近年、恋愛関係を装い、または、それに伴い第三者が脅迫などを行って金銭的利益を得ようとするいわゆるロマンス詐欺が問題になっている。ロマンス詐欺は、親密な関係を築いた相手から金銭を直接詐取する場合のほか、2人の結婚資金を稼ぐためとして、仮想通貨や投資先を紹介して、そこに振り込ませたり、投資の手伝いと称して指定口座に振り込ませておき、はじめは配当金が振り込まれるものの、そのうち配当が停止し、交流していた相手とも連絡がとれなくなるというもので、投資詐欺の一種としても認識されている。

イギリスの啓発ウェブサイト「Action Fraud Claims Advice」によると、65歳から74歳の個人がロマンス詐欺の影響を最も受けている年齢層であり、一部では前年比75%近く増加している⁴⁸⁾。

何故、高齢者がロマンス詐欺のターゲットとなるのかについては、以下のことが指摘されている。すなわち、65歳以上の高齢者にとって、健康に次ぐ重要な生活の質を決定する要因として、友人や家族とのポジティブな関係であることが挙げられている。しかし、高齢者は、退職や家族と離れて暮らすことなどから、対面での交流の機会が減少していく傾向にある。また、離婚、別居、パートナーとの死別などを経験していることが多いため、孤独感や孤立感を覚えている。そこで、一部の高齢者は、自己表現の一環としてソーシャルメディアを利用することにつながるという⁴⁹⁾。ただし、若年層と異なり、デジタルリテラシーが不足していることもあり、オンライン上のプロフィールを批判的に評価することができず、偽りの好意を真実の愛と錯覚する傾向にあるため、騙されてしまう結果につながりやすいとされている。なお、高齢者は恥ずかしさを覚えて詐欺に遭ったことを警察などに報告する可能性が低くなり、苦しみがさらに悪化するということや、心理的負担から健康状態を悪化させるなど、金銭以外の深刻な問題につながる可能性があることも報告されている⁵⁰⁾。

⁴⁷⁾ FCA, 'Vulnerability review Improving understanding of the outcomes for consumers in vulnerable circumstances when engaging with financial services firms' (2024) 32.

⁴⁸⁾ Action Fraud Claim Services, 'Elderly Romance Scam' <<https://www.actionfraud.org.uk/romance-scams/elderly-romance-scams/>> (last accessed on 06/Sep/2025).

⁴⁹⁾ Daniel Nunan & Maria Laura Di Domenico, 'Older Consumers, Digital Marketing and Public Policy' A Review and Research Agenda' (2019) 8(4) *Journal of Public Policy & Marketing* 15.

⁵⁰⁾ Oluwatoyin Sorinmade, Charlotte Emmett, Olufisayo Elugbadebo & Chidera Okolo, 'Romance Scams and Older Adults: A Health and Social Care Perspective' *Journal of Gerontology & Geriatric Medicine*, 11, Article 265. <https://doi.org/10.24966/GGM-8662/100265> (2025).

Ⅲ FCA による高齢消費者保護政策

高齢者の脆弱性について見てきたところ、高齢者であること自体が脆弱性を生じさせることには直結しないが、加齢に伴い生じる認知機能の低下、身体機能の低下、退職、家族との離別といった環境変化などが相互に結びつき、脆弱性が生まれる可能性が高まる。そのため、高齢者を対象とした何らかの対応や配慮を予め検討・準備しておく必要がある。そこで、脆弱な高齢者が金融取引でトラブルに遭遇しないようにするために、イギリスではどのような取組みを行っているのか、以下概観する。

1 FCA による脆弱な消費者への取組み

FCA の目的の一つは、消費者に対して適切なレベルの保護を確保することにある (2000 年金融サービス市場法 1C 条)。そして、FCA の制定するガイドラインの PRIN2.1 原則 6 「顧客の利益」が脆弱な消費者に対する取扱いにおいて事業者が特に注意を払う必要性を裏付ける基本原則とされている⁵¹⁾。

FCA は、金融サービスは社会へ参加するのに不可欠なもので、他のサービスへの重要な出入口となっていることから、合理的な消費者像を想定して設計されるべきではなく、いかなる顧客でも利用できる包括的な設計でサービスが提供されるべきとする。しかし、2010 年頃からは、リモートやオンラインでの取引など金融分野でもデジタル化が急速に進んでおり、一部の消費者に対して適切な形で提供されていないという問題意識をもっていた。

そこで、FCA は、「消費者の脆弱性 (Consumer Vulnerability)」と銘打った調査を行った。こうした消費者の脆弱性に着目する取組みは、Ofgem (The Office of Gas and Electricity Markets 電気市場局) が 2013 年に公表した「消費者の脆弱性への戦略 (Consumer Vulnerability Strategy 2013)」に次いで実施されたものであり、研究面にも大きな影響を与えているとする⁵²⁾。

まず、FCA は、個人の状況により特に事業者が必要な注意を払わない場合に、不利益を被りやすいリスクが高い人を「脆弱な顧客」と定義している⁵³⁾。そして、脆弱性のリスクの要因として、金融リテラシーを欠いていること、身体・精神障害を持つこと、状況の変化、若年であることそして高齢であること (80 歳以上) が挙げられている。もっとも、高齢であることは絶対的な基準ではなく、認知機能や運動機能の低下、聴力や視力などの感覚障害、健康状態の悪化、新しい技術への不慣れさなどが関連することで脆弱性が生まれるとしている⁵⁴⁾。そして、こうした脆弱性により、金融サービスから完全に離脱することになれば、例えば、多額の現金を自宅で保管するなど新たなリスクの発生が想定されてい

⁵¹⁾ FCA 'Guidance for firms on the fair treatment of vulnerable customers (FG21/1) paras 1.20-1.24.

⁵²⁾ Cosmo Graham, 'Tackling consumer vulnerability in energy and banking: towards a new approach' (2018) 40 J Soc Welfare & Fam L 242.

⁵³⁾ FCA, 'Consumer Vulnerability (Occasional Paper No. 8)' (2015) 20.

⁵⁴⁾ Ibid 23.

る⁵⁵⁾。

なお、FCA は、高齢者の健康や認知機能に関する問題などの困難を直接解決することができるわけではないものの、適切な金融商品やサービスを提供することにより、高齢者のリスクを管理し、高齢者の生活を改善するのに役立つとの認識の下、高齢者と金融取引のかかわりをよりよいものにするために問題に取り組んでいる⁵⁶⁾。

2 FCA による高齢者をめぐる問題への取組み

(1) 電話での金融サービス勧誘の禁止

イギリスでも 2010 年代から高齢化が問題となっており⁵⁷⁾、高齢化による人口構造が著しく変化している。このため、年金の受給額が減るなどの影響が生じ、従前の退職後の生活とは大きく様変わりしていったことから、人々はより長く働き続けることを選択しなければならず、高齢消費者に対して多様な選択肢を示す必要が生じた。こうして、2015 年 4 月には確定拠出年金貯金への事実上の購入義務が撤廃された⁵⁸⁾。

この制度改革前より、55 歳未満の人が退職金を不正に引き出されるといった詐欺事件は起こっていたものの、上記年金制度改革に伴い、一括投資、退職金ローン、または、先行投資といった言葉で退職積立金を持っている消費者を標的にした年金投資詐欺が増加するようになった⁵⁹⁾。そこで、イギリス政府は、2016 年には年金投資詐欺に対応することを表明⁶⁰⁾、問題の状況を検討した結果、より直接的な介入が必要であるとの結論に至った⁶¹⁾。その後、年金投資に関する詐欺的な電話勧誘が横行し、被害に遭う消費者が多数生じているとの事実から、協議の結果、不招請な電話勧誘を禁止する法案がまとめられ⁶²⁾、2019 年に金融ガイダンス請求法 (Financial Guidance and Claims Act 2018) 21 条が制定され、年金商品およびサービスに関する一方的なダイレクトマーケティング電話を原則禁止した。そして、違反事業者に対しては、上限 50 万ポンド以下の罰金などの執行ができるようになった。FCA も、年金投資詐欺の防止、検出、および違反事業者への対応は、2017/18 年度事業計画で優先事項として掲げており、様々な監督・執行機関と連携を行い、情報収集や執行機能を強化している⁶³⁾。

⁵⁵⁾ Ibid 36-37.

⁵⁶⁾ FCA, (n 25) 6.

⁵⁷⁾ イギリスの高齢化につき、2025 年の時点で、過去 40 年間で、65 歳以上の人口は 350 万人以上 (52%増) 増加しており、70 歳以上の人口は 970 万人と推定されている。Centre for Ageing Better, 'Ageing population' (<https://ageing-better.org.uk/ageing-population>) (last accessed on 08/Aug/2025) は、高齢化を政策的課題として取り組むべきと主張しており、北アイルランドとウェールズでは、既に「高齢者・高齢化担当コミッショナー」が設立されている。

⁵⁸⁾ HM Treasury, *Freedom and choice in pensions* (Cm8835) (2014).

⁵⁹⁾ age UK, (n 26) 19.

⁶⁰⁾ HM Treasury, *Autumn Statement 2016* (Cm9362).

⁶¹⁾ HM Treasury & Department for Work and Pension, *Pensions scams: consultation* (2017).

⁶²⁾ HM Treasury, *Ban on cold calling in relation to pensions: consultation on regulations* (2018).

⁶³⁾ FCA, 'Ageing Population and Financial Services(Occasional Paper No. 31)'(2017) 78.

なお、必要としない金融商品やサービスに対して過剰な金額を払わされるといったトラブルが依然として生じていたことや、不招請な電話は多くの高齢者に不安やストレスを与えていたことなどから⁶⁴⁾、年金投資などの特定の金融商品に限定せず、金融サービス全般に関して不招請な電話勧誘の禁止の導入が検討されている⁶⁵⁾。

(2) 高齢者をめぐる金融リテラシー

(ア) 情報パラダイムと金融リテラシー

金融取引での消費者保護の有効な戦略として 2000 年頃にイギリスで唱えられていたのが、「情報パラダイム」である。これは、消費者が特定の取引において情報に基づいた合理的な選択を行うことを可能にするために、事業者には、適切な「情報開示」や「助言」を行うことが求められ、消費者には、事業者から提示された情報や助言に基づいて適切な選択を行うために、情報を探し出し、理解し、判断する能力を養うための金融リテラシーを身に着けることが重要であるとの考えに重点を置いて、問題に取り組むとするものである。情報パラダイムは、消費者において取引対象の品質、安全性、価格のバランスに関する異なる好みが存在する場合には、適切な情報があれば消費者がその好みに沿った選択を行うことができ、また、情報開示に重点を置くことで、政策立案者には損失軽減の最適水準を決定する必要がないため、規則の策定と執行の行政コストが相対的に低いといったメリットがあると捉えられていた。もっとも、脆弱な消費者にとっては、情報に基づいて自らのリスクを管理する能力が十分ではなく、また、市場で利用可能な選択肢が限られることから、情報パラダイムに基づく消費者保護について批判的な見解もある⁶⁶⁾。

FCA は、人々が適切な金融スキル、知識、態度、動機を持ち、良い判断を下すことで、金銭を最大限に活用できるとしており、高齢者の金融リテラシーと包括的な金融システムが組み合わせることで、高齢者が金融サービスの決定において最適な決定ができる状況をもたらす可能性を高めるとし、各高齢者の金融リテラシーの向上を支援している。ただし、高齢者の資産管理能力に対する自信は年齢とともに高まるが、管理能力や複雑な金融概念に対する理解は 75 歳頃から急激に低下する傾向にあるため、自身の金融判断能力や商品選択能力を過信してしまう高齢者の存在も一定数いる可能性が指摘されている。

そのため、金融リテラシー向上への課題として、高齢者が将来を計画し、自分は詐欺に

⁶⁴⁾ Older People's Commissioner for Wales, 'Ban on Cold Calling for Consumer Financial Services and Products(2023)' <https://olderpeople.wales/ban-on-cold-calling-for-consumer-financial-services-and-products/#_edn9>.

⁶⁵⁾ HM Treasury, 'Ban on cold calling for consumer financial services and products'(2023).

⁶⁶⁾ Overton, L & Fox O'Mahony, L., (2018) 'Stakeholder Conceptions of Later-Life Consumer Vulnerability in the Financial Services Industry: Beyond Financial Capability?' *Journal of Consumer Policy* 41(3) 273-295. また、G. Howells, 'The Potential and Limits of Consumer Empowerment by Information' (2005) 32 *Journal of Law and Society* 349-370 は、高齢者ではない一般消費者を念頭においたものであるが、情報を通じたエンパワーメントにつき、開示された情報を効果的に活用して、事業者と交渉し、市場の利益を確保できるという合理的な消費者を前提にしていることを疑問視している。

遭わないなど過信している傾向にあることに向き合ってもらったり、高齢者がより長く資産管理を自主的に行えるよう支援する選択肢について意識を高めることが重要とされる。そして、金融サービスへのアクセスに困難を抱えたり、配偶者の喪失といった脆弱性が確認された場合には、状況改善のための利用可能なサービスに結びつくように支援する体制を整えることも重要と提言している⁶⁷⁾。

(イ) ScamSmart の運用

加齢は、世界的にみても金融詐欺に遭う可能性が高まるとされており⁶⁸⁾、イギリスでも高齢者の手前の年齢層である 55 歳以上の者が詐欺師から接触を受けたり、詐欺の被害に遭いやすいリスクが高まっている⁶⁹⁾。このような詐欺の典型例として、先に挙げた、年金投資詐欺やロマンス詐欺が挙げられる。なお、ロマンス詐欺については、2025 年上半期に約 5,000 件の FCA スタッフのなりすまし詐欺という内容の報告が FCA に寄せられており、報告の 3 分の 2 は 56 歳以上の者からであった。この FCA スタッフなりすまし詐欺は、ロマンス詐欺を行っている詐欺師がある高齢者をターゲットにして詐欺を実行し、被害者が金銭を失った後、金銭の回収を手伝うという名目で FCA スタッフを騙り、被害者を再度騙すという手口であることが明らかにされている⁷⁰⁾。

ところで、金融業者には、FCA に金融取引をめぐる詐欺を報告する義務はないが、FCA は、金融詐欺に遭遇した者やリスクにさらされている顧客を特定することが、脆弱性対策の重要な要素であると強調している⁷¹⁾。そこで、FCA は、2017 年から、無許可事業に従事する者に対して執行措置を講じ、無許可企業に関する公的警告を発表するとともに、「ScamSmart」と呼ばれるキャンペーンを通じて投資詐欺のリスクについて消費者を教育するよう努めている⁷²⁾。同キャンペーンでは、詐欺の手口のほか、詐欺の回避方法などを紹介している。近時は、先に述べた年金投資詐欺のほか、ロマンス詐欺に関する警告などが掲載されている⁷³⁾。

(3) 脆弱な消費者への公平な取扱い

FCA の調査結果によれば、脆弱な消費者は、事業者からの「よりよい開示」や「シンプ

⁶⁷⁾ FCA, (n 25)16-18.

⁶⁸⁾ IOSCO, 'Senior Investor Vulnerability Final Report (FR03/2018)' para 2.1.

⁶⁹⁾ FCA, 'Over 55s at heightened risk of fraud, says FCA' (2016) <<https://www.fca.org.uk/news/press-releases/over-55s-heightened-risk-fraud-says-fca>> (last accessed 18/Sep/2025).

⁷⁰⁾ FCA, 'Almost 5,000 fake FCA scams reported in first 6 months of 2025' (27/Aug/2025) <<https://www.fca.org.uk/news/press-releases/fake-fca-scams-reported-6-months-2025>> によれば、こうした手法は、恋愛といった関係性を築き、長期的に投資詐欺を行い、被害額が積み重なっていき、ほとんどの金銭が奪われたところで連絡がとれなくなるというプロセスをとることから、「豚の屠殺詐欺 (Pig butchering scams)」とも呼ばれている。

⁷¹⁾ FCA, (n 63) 78.

⁷²⁾ FCA, 'ScamSmart campaign For partners & stakeholders' (2017).

⁷³⁾ FCA, 'Be a ScamSmart investor' <<https://www.fca.org.uk/scamsmart>>.

ルで明確な情報」の提供を求めるほかに、「消費者の状況への理解と協力」、「消費者の最善の利益を考慮した行動を行ってくれるとの信頼関係」を求めていることが示されている⁷⁴⁾。もっとも、高齢化社会といわれるようになったイギリスでは、高齢消費者の状況もニーズも多様になってきていることから、これまでのように一定の年齢に焦点を当てて対処するといった画一的な対応では不十分であり、それぞれの脆弱性に寄り添った対応を求めるべきことが示された⁷⁵⁾。

こうした問題意識の下、FCA は 2021 年に「脆弱な顧客の公正な取扱いに関する企業向けガイドライン」(Guidance for firms on the fair treatment of vulnerable customers) を公表した。そして、同ガイドラインと消費者義務 (Consumer Duty) を通じて高齢消費者を保護するとしており、事業者には「能力が低いときや意思決定が不十分なときに詐欺から身を守るための行動を消費者に与える」方法を検討するよう求めている。まずは、同ガイドラインの内容を見ていく。

(ア) ガイドラインの内容

ガイドラインでは、事業者は顧客の特性に応じた適切な配慮を提供することを求めているが、脆弱な消費者に対する適切な配慮のレベルは他の消費者とは異なる場合があり、仮に、事業者が自社のターゲット市場と主要顧客層の脆弱性の特徴を理解しない場合には、脆弱な消費者に問題が生じたら、より大きなリスクにさらされる可能性がある。そのため、事業者は、自社のターゲット市場や顧客基盤にどのような脆弱性の特徴が存在する可能性が高いかを理解する必要が出てくる。例えば、年金に関連するハイリスク商品を取り扱ったり、年金に関する助言を行う事業者は、高齢消費者が顧客となる可能性が高い。そして、顧客となる消費者には、健康問題、退職、介護、入院といった人生の節目に関わるライフイベントが控えており、また、なかには不十分な収入や不安定な収入など、財務的回復力の欠如といった脆弱性を有している可能性がある。そこで、事業者自身が脆弱性の特徴と規模を理解すること、従業員に脆弱性を有する消費者のニーズを認識し対応するスキル・能力を備えさせること、また、脆弱な消費者に対する製品・サービスについて、潜在的な影響を考慮して製品・サービスを設計すること、製品やサービスに関するすべての情報伝達が消費者が理解できる形で提供されることを確保すること、そして、これらの活動について定期的にモニタリングを行い、その結果を評価したうえで、改善を図っていくことを事業者に求めている。

なお、同ガイドラインで推奨されている高齢者への対応として、高齢者向けサービスを提供するある事業者は、顧客が契約への加入時に配偶者、介護者、家族など第二連絡先を登録するよう促している。こうした支援体制を、当該契約者の判断能力が喪失する前に整備し、提供しておくことで、当該顧客の判断能力が喪失した場合や入院した場合など、自身の財務管理ができなくなった場合にも速やかに対応することができると示している。

⁷⁴⁾ FCA, (n 53) 38-39.

⁷⁵⁾ FCA, (n 63).

(イ) 消費者義務の内容

FCA は、事業者が発展し、消費者が金融商品やサービスについて十分な情報を得たうえで選択できるような健全な金融サービスシステムを推進するために、事業者に対して消費者のニーズを最優先するより高い基準を設定するよう求めた。これを「消費者義務 (Consumer Duty)」と呼ぶ⁷⁶⁾。これは、消費者が生活をするうえで、より早く、より複雑な市場において重要な意思決定を求められる機会が増えてきているが、これまでは消費者が十分な情報を得たうえで効果的な意思決定を行い、自己の利益のために行動し、経済的目標を追求できるような環境になかったことから、事業者が消費者にとってよりよい 4 つの結果 (「製品・サービスのガバナンス」「公正な価格と価値」「消費者理解」「消費者サポート」) をもたらすために、事業者がどのように行動しているかを評価するための指針を提示したものである。消費者義務が導入された 2022 年には、消費者の生活費の高騰、急速なデジタル化、金融詐欺の横行といったことが問題となっており、事業者にはこうした問題への対応が求められた⁷⁷⁾。

なお、消費者義務は、すべての消費者に対する事業者の注意義務の水準を引き上げようとするものに対して、「脆弱な立場にある顧客の公正な取扱いに関するガイダンス」は、脆弱な状況にある顧客が他の消費者と同等の結果を得られるよう、事業者がとるべき措置を定めているもので、両者は相互に補完するものとの位置付けにある。

age UK によれば、消費者義務は、デジタル格差、収入減少、健康状態や認知機能の低下、家族の支援不足によって脆弱性を抱える高齢消費者を保護するのに役立つとしている⁷⁸⁾。

(ウ) FCA によるレビュー

ガイダンスで、FCA が事業者が講じた措置と脆弱な状況にある消費者が経験した結果を検証し、公表すると約束していたことに基づき、FCA は 2024 年に「脆弱性レビュー」を公表している⁷⁹⁾。

同レビューでは 2022 年に公表した「Financial Lives Survey」で特定した脆弱性の 4 つの要因、すなわち、「健康状態」(Health Condition)「貧困」(Low Financial resilience)、
「悲観的な人生経験」(negative life events)、
「能力の低下」(Low capability) を基準として、これらの脆弱性の特徴が存在する場合、存在しない場合よりも危害を受ける可能性が高まるとしており、また、これらの要因は相互作用を起こし、悪循環をもたらし、深刻な問題を生じさせようとしている。そして、顧客が自身のニーズや状況を事業者に明かさず場合には、適切な支援につながることができ、結果の改善につながっているとするが、

⁷⁶⁾ FCA, 'Final non-Handbook Guidance for firms on the Consumer Duty(FG22/5)'(2022);FCA,'A new Consumer Duty Feedback to CP21/36 and final rules(PS22/9)'(2022).

⁷⁷⁾ FCA, 'Our Strategy 2022 to 2025'(2022).

⁷⁸⁾ age UK, 'Consultation Response Financial Conduct Authority (FCA) CP21/13: A new Consumer Duty'(2021).

⁷⁹⁾ FCA, 'Vulnerability review Improving understanding of the outcomes for consumers in vulnerable circumstances when engaging with financial services firms'(2024).

現実問題として、消費者には自分の事情を事業者に明かすことへの障壁が存在しているとす。例えば、消費者が事業者の支援の存在について知らないといった理由のほか、自己の状況を伝えることで、より不利な条件が提示されるのではないかと躊躇する場合などが示されている。調査によれば、自己の情報を人に話すことの容易さと、その機関への信頼感との間には明確な関連性が存在すると示されており、なかでも、銀行は最も信頼できる金融サービス提供者として、自己の事情を明かしやすい相手としている。

また、レビューでは、消費者とのコミュニケーションのあり方について言及されている。2010 年代より、多くの金融サービスが、オンラインや電話によるリモート手段へと移行しており、これらの手法が包括的に設定されれば脆弱な状況にある一部の消費者にとって自立を維持し、第三者の支援なしに自己の金銭管理を行うための手段となる可能性が高まるものの、一部の消費者にとって障壁となる可能性も高まると指摘されていた⁸⁰⁾。これに対して、既存の措置として、オンラインのチャネルだけでなく、対面でのやり取りなど、顧客の要求や状況に応じて連絡方法を選択できるオプションが用意されていることが示されている。なお、レビューでは、サービス提供者とのカスタマイズされたコミュニケーションの例は主に銀行から報告されたということが示されている。

そのほか、高齢者の特徴に関するものとして、健康状態が悪い者は、悲観的なライフイベントを経験した際に金融サービス事業者から支援を受けたと感じる可能性が低いことが示されている。また、健康上の問題を抱える者は、事業者が悲観的なライフイベントの影響を考慮する十分な時間を提供しなかったと感じる可能性が高く、適切な財務判断を妨げる可能性がある」と回答している。

(4) 高齢者と現金

イギリスの高齢者は、コロナ後も現金払いに大きく依存しており、その傾向は、低所得層ほど高いとされる。その理由の一つとして、例えば、わずかな年金で生活する高齢者にとって、現金は目に見えて家計管理をすることができるツールであるため、日常の支出計画を立てるうえで役に立つからとされる。このように選択肢のなかから選べるということであれば問題はないが、実際は、選択できずに現金払いとなっている場合もある。すなわち、高齢者を含む低所得層は、インターネットの端末を入手するための初期費用やインターネット回線の月額費用を負担できない場合があり、また、長年続けてきた習慣とは全く異なる新しいシステムを利用することに躊躇する高齢者も少なくないとする⁸¹⁾。こうした状況に加え、ATM の廃止、銀行の統廃合が急速に進んでいること、そして、新型コロナ感染症対策としてデジタル決済を余儀なくされていることから、アナログな手段しかとれ

⁸⁰⁾ FCA, (n 53) 54-55 では、例えば、認知機能に障害を持つ者はパスワードなどの情報を記憶するのが困難であり、運動機能や視覚機能障害を持つ者は、キーパッドを使用して音声案内の指示に従うのが困難である。さらに、言語障害のある者は、音声認識システムを利用するのが困難な状況に陥ることになるとする。

⁸¹⁾ age UK, 'Behind the Headlines Short-changed: How the decline of cash is affecting older people'(2021) 5.

ない消費者は、銀行サービスから切り離され、社会から排除されてしまう。そして、そこには多くの高齢消費者が含まれているとする。

イギリスでは、電話やインターネット通信については、誰もが適正価格で個人に対して提供すべきとするユニバーサルサービス義務が立法化されているが⁸²⁾、銀行口座開設や ATM での現金の引き出しについて普遍的権利は含まれておらず、ATM にアクセスできないことも法的には問題とすることができないとしていた。しかし、高齢者の現金への依存度は依然として高いことから、FCA は、ユニバーサルサービス義務の創設を検討したり、高齢者による現金へのアクセスを可能な限り継続させる手段を検討した⁸³⁾。この動きを受けて、財務省は、2023 年 8 月に金融サービス市場法 (Financial Service and Market Act) 付則 8 に基づき現金アクセス政策声明を公表し、FCA に銀行向け規則設定権限を付与した。これに基づき、財務省が指定する銀行等は、消費者の現金へのアクセス状況を検討し、例えば、支店の廃止により生活徒歩圏内で現金を引き出すことができなくなったなどアクセスサービスに変更が加えられた場合には追加サービスが必要かどうかを把握すること、地域住民、コミュニティ組織などは、地元の現金アクセス状況に関する評価を要求できるものとし、同評価で問題が指摘された場合には、合理的な追加サービスの提供をしなければならず、廃止予定としていた銀行支店や ATM などは、追加の銀行サービスが利用可能になるまでは開設し続けたいといけないうルール (Access to Cash sourcebook) を FCA は策定し、2024 年 9 月から施行されている⁸⁴⁾。

IV むすびにかえて

以上の考察を踏まえ、日本での今後のあり方を検討する際に参考になる点を抽出していく。

第一に、日本ではこれまでの高齢消費者保護の方法として成年後見制度が活用されてきており⁸⁵⁾、高齢者の脆弱性については、認知機能の低下が起因するものとして主に指摘されてきた。しかし、そこには個人差が大きくあり、年齢の上昇が必ずしも消費者被害に遭うという相関関係にあるとはいえず、様々な要因が複雑に影響していることが指摘できる。なかでも、配偶者の死亡によりもたらされる喪失感が様々なリスクにさらされる危険を生

⁸²⁾ 電話とインターネットに関しては、すべての人が、手頃な価格で最低限の通信サービスへのアクセスができるようにセーフティネットを提供しなければならないということが法制化 (The Electronic Communications (Universal Service) (Broadband) Order 2018) され、2020 年から施行されている。

⁸³⁾ FCA, 'UK Payment Accounts: access and closures' (2023) para 1.33; FCA, 'Access to Cash Feedback to CP23/29 and final rules (PS24/8)' (2024). また、それ以前の取組みについて、拙稿「イギリスでのキャッシュレス決済の拡大と若年層に対する金融教育」愛知大学法経論集 234 号 12-18 頁 (2023 年) 参照。

⁸⁴⁾ House of Commons, 'Access to cash and banking services (CPB 9453)' (2025).

⁸⁵⁾ 例えば、上山泰「成年後見制度の見直しと高齢消費者保護の両立」現代消費者法 66 号 73-82 頁 (2025 年)、吉田克己「多様な高齢者像と高齢者法のあり方—民法学からの接近」NBL1224 号 6 頁 (2022 年)。

み出しているということが、イギリスでのロマンス詐欺の事例などからうかがえた⁸⁶⁾。

ところで、日本でも加齢を脆弱性と捉えて対応する法律はある。消費者契約法 4 条 3 項 7 号は、「加齢又は心身の故障によりその判断力が著しく低下している」ことに付け込み「その不安をあおり」としているが、配偶者の喪失により判断力が低下するといったことは対象となっていない。また、同条 3 項 6 号は、恋愛感情を利用したデート商法と呼ばれるものであるが、同号は「社会生活上の経験が乏しい」ことが要件として示されていることから、加齢等による判断力の低下で誤信している相手の状況を利用した場合にまで適用するのは難しいように思われる。さらに、同法 3 条では、事業者に対して、契約の締結について勧誘する際に、消費者の知識や経験に加えて、年齢・心身の状態も総合的に考慮した情報提供に努めなければならないことが定められているが、これは努力義務にとどまっている。努力義務だけでは、指導助言で十分に法令遵守が期待できる従順層に位置する事業者だけに機能し、中間層や極悪層に位置する事業者には実効性が乏しいと指摘されており⁸⁷⁾、十分に対応できていない。

これに対して、イギリスでは、金融取引は先述のとおりであるが、それ以外の分野でも、消費者の状況変化も脆弱性の要因として捉えられている。例えば、CMA (Competition and Market Authority: 競争市場庁) 所管のデジタル市場・競争・消費者法 (DMCCA: Digital Markets, Competition and Consumers Act 2024) では、脆弱性の概念につき、消費者の状況 (死別、最近の失業、離婚などの状況の変化) という要素が示されている (247 条 4 項 a から d 号)。この状況を踏まえると、日本でも高齢消費者の状況の変化を脆弱性として捉えた法律のあり方を考えるべきである。

第二に、高齢消費者保護として法律を制定しようとする場合、年齢で一律に区切るとは諸外国でも難しい状況にあることがわかった。そして、年齢をもとに脆弱な消費者として捉えられる若年層とは異なり、高齢者の場合、類型化することが不利益な取扱いにつながることも、また、高齢者の自尊心を傷つけることになるという指摘は重く受け止めるべきである。なお、FCA が不招請な電話勧誘を法律で一律に禁止することができたが、これは高齢者向けの商品ということではあるものの、個々の契約者の状況を考慮する必要がなく、結果的に高齢消費者保護につながったものである。ただ、その規制対象をさらに拡大しようという動きがあることからすれば、その実効性はかなり高いものといえる。日本でも電話勧誘販売への規制のあり方が議論されているが、同事例は参考になるだろう。

第三に、金融取引において、高齢消費者の金融リテラシーの強化は消費者保護の手段と

⁸⁶⁾ なお、日本でのロマンス詐欺について、警察庁捜査第二課＝組織犯罪対策第二課「SNS 型投資・ロマンス詐欺の被害発生状況等について」(<https://www.npa.go.jp/bureau/criminal/souni/sns-romance/sns-romance20240311.pdf>) では、2023 年の被害者の年齢層について、男性は 50 歳代から 60 歳代、女性は 40 歳代から 50 歳代が多いとして高齢消費者は被害者像からは外れていた。しかし、内閣府・前掲注 (1) 47 頁では、2024 年の 60 歳以上の被害が約 3 割を占めているとしており、高齢者に多いトラブルになりつつある。

⁸⁷⁾ 松本・前掲注 (3) 37 頁。

して重要なものとして位置付けている。ただし、金融リテラシーが高い高齢者ほど、金融市場において様々な金融取引を行うため、金融トラブルに遭う確率が高くなるという調査結果もあり⁸⁸⁾、金融リテラシーだけの対応には注意が必要であろう。日本では、加齢に伴い、金融リテラシーの水準は低くなる傾向にあり、なかでも心身機能の低下を自覚する者ほど金融リテラシーの水準が低下するとの調査結果がある。そして、金融リテラシーの低下が大きくなるほど、詐欺被害に遭うだけでなく、専門家へ相談しなくなる傾向が見られることから、アフターフォローの重要性が主張されている⁸⁹⁾。また、もともと金融リテラシーが高かった者は、認知機能の低下で過信を招くという自信過剰バイアスが生じることにもなることから、こうした者へのアフターフォローはより重要であると思われる。

なお、FCA は、金融リテラシーではカバーできない脆弱性が確認された場合には、状況改善のための利用可能なサービスに結びつくように支援する体制を整えることが重要としているところ、日本では、2016 年から消費者安全法に基づき、消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置が認められている⁹⁰⁾。金融取引においても同制度のさらなる活用が望まれるだろう。

第四に、高齢消費者をめぐる政策として、詐欺被害のほかに、よりよい生活を送るために、自己決定の最適化や商品・サービスへのアクセスの支援といったことにも取り組んでいる点について注目すべきである。特徴的な点として、消費者を公平に取り扱うための枠組みをガイダンスで示したうえで、各事業者自身が実行すべき内容を検討し、それを FCA がモニタリングするという方法をとっている。すなわち、消費者が享受できる利益や影響といった結果に焦点を当てていることからいわゆるプリンシプル・ベースでのアプローチをとっているといえる。こうした方法は、市場の変化やイノベーションにも柔軟に対応したうえで、顧客にとって最も望ましい結果を得なければならない、事業者にとっては負担が大きいとされるが、日本の金融庁も、2008 年に「金融サービス業におけるプリンシプルについて」において、ルールベースの監督とプリンシプル・ベースの監督の最適な組合せを目指すことを公表しており、受け入れの素地はあるだろう。なお、イギリスでは、現金へのアクセスを法律により実質義務化しているが、2024 年のイギリス国内での現金利用率が 12% であり⁹¹⁾、これに対して、日本では、キャッシュレス決済比率は 42.8% と、まだ現金利用者の方が多い⁹²⁾。イギリスが日本以上に急速にデジタル化が拡大していることに鑑みれば、この点については、必ずしも日本でも同様の対応をとるべきとはいえないだろう。

今回は、イギリスでの金融取引をめぐる高齢消費者保護について概観したが、この他に

⁸⁸⁾ age UK, 'Only the tip of the iceberg: Fraud against older people' (Apr/2015) 18.

⁸⁹⁾ 上山仁恵「高齢者の金融リテラシーの変化と金融行動」季刊個人金融 2025 冬 28-35 頁 (2025 年)。

⁹⁰⁾ 消費者安全確保地域協議会の活動については、草地未紀「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）のこれまでとこれから」国民生活 2025 年 5 月 5-8 頁 (2025 年) を参照。

⁹¹⁾ UK Finance, 'UK Cash and Cash Machines Report 2024' (2024) 7.

⁹²⁾ 経済産業省「2024 年のキャッシュレス決済比率を算出しました」(2025 年 3 月 31 日)

〈<https://www.meti.go.jp/press/2024/03/20250331005/20250331005.html>〉。

もイギリスでは、電気やガスなどのエネルギー問題、住宅問題、介護関連取引に関する問題、葬儀取引に関する問題など様々な高齢消費者トラブルが存在している。今後も様々な分野におけるトラブルを取り上げて考察を行い、日本でも参考にできる点について取り上げ、活用につなげていくことが重要であるだろう。