

ACAP研究所 消費者対応部門における高齢者対応研究会 2024年度研究成果報告を公表

「平等」な対応は、高齢者が「公平」だと感じられない

公益社団法人消費者関連専門家会議（通称・ACAP＝ エイキャップ、所在地：東京都新宿区、理事長：坂田 祥治）のACAP研究所「消費者対応部門における高齢者対応研究会」は、2024年度研究成果報告として、『「平等」な対応は、高齢者が「公平」だと感じられない』を公表しました。

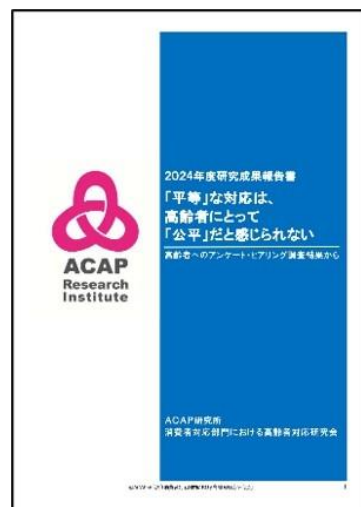
当研究会では、高齢のお客さま対応について事業者の視点から研究しています。2024年度は、高齢者が、消費の現場で実際にどのようなことに困っているか、戸惑っているか、ということについて、アンケートやヒアリングを実施しました。その結果、事業者が「平等」な対応を心掛けているつもりでも、高齢者が「公平」ではないと感じているかもしれないということが明らかになりました。

1. 2024 年度研究成果報告のポイント

- ① 高齢者は「買い物は楽しいもの」で老化を防ぐ役割があると認識
- ② 老化の自覚は 75 歳以上で加速しており、元気な高齢者が増えていることを裏付け
- ③ スマホ利用をためらう高齢者がいる理由は「不安感」
- ④ 高齢者がキャッシュレス決済を利用する理由は、「ポイント」の活用

2. 研究成果報告書の構成

- | | |
|--|--------|
| 1. 本年度研究の目的・背景 | (P.3) |
| 2. アンケート調査の概要 | (P.3) |
| 3. アンケート回答者の属性 | (P.4) |
| 4. 高齢者が日常生活を送る中で感じる、社会や自分自身における変化 | (P.5) |
| 5. 買い物について | (P.8) |
| 6. パソコンやスマートフォンの利用状況 | (P.10) |
| 7. 日常生活で、クレジットカード・電子マネー・ポイントなどを利用しているか | (P.15) |
| 8. お金にまつわる困りごと | (P.20) |
| 9. お客さま相談室への連絡有無と連絡方法・連絡内容 | (P.21) |
| 10. 消費生活を行う上で、今後期待する商品やサービス | (P.24) |
| 11. 家事分担 | (P.26) |
| 12. 日常生活 | (P.28) |
| 13. 高齢者団体等のヒアリングについて | (P.30) |
| 14. 総論—事業者の高齢者対応、「平等」ではあるが「公平」ではないのでは？ | (P.32) |



報告書の詳細は ACAP ホームページをご覧ください。 https://www.acap.or.jp/research/ari_korei2024/

公益社団法人 消費者関連専門家会議(ACAP)

企業や団体の消費者関連部門の責任者・担当者で構成する組織として、1980年の設立以来、企業の消費者志向経営の推進、消費者対応力の向上、消費者、行政、企業相互の信頼の構築に向けて、各種研修、調査、消費者啓発活動、交流活動等を行っています。

英文表記の the Association of Consumer Affairs Professionals の頭文字を取り、ACAP(エイキャップ)の名前で親しまれています。

会 員 数	正会員数 619 名(482 社) 全会員数 739 名 (2025 年 5 月 21 日現在)
理 事 長	坂田 祥治 (さかた よしはる) 明治安田生命保険相互会社
特別顧問	川口 康裕 (かわぐち やすひろ) 中央大学総合政策学部特任教授
所在地等	【事務局】 〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-14-12 玉屋ビル 5F TEL 03-3353-4999 FAX 03-3353-5049 https://www.acap.or.jp/ 【大阪事務所】 〒540-0028 大阪府中央区常盤町 2-1-8 FG ビル大阪 7F TEL 06-6943-4999 FAX 06-6943-4900

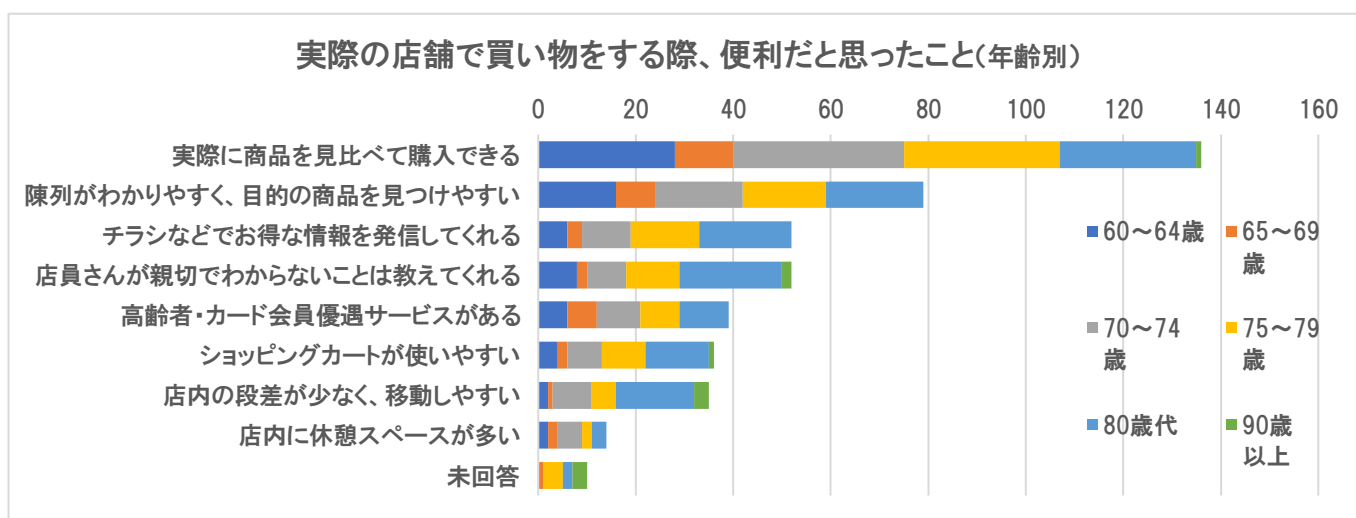
ACAP研究所 消費者対応部門における高齢者対応研究会研究会 2024年度研究成果報告の概要

■身体・認知状況と情報格差に加えて、生活圏の環境によっても寄り添うべき対応に違い

当研究会では、これまでの研究から『『高齢者』とひとくくりにはできない高齢者は存在せず、高齢のお客さま対応をスムーズに進めるためには身体・認知状況と情報格差の程度に合わせた寄り添った対応が必要だ』ということ、事例を交えて繰り返し紹介してきたが、生活圏の環境によっても、PC やスマホ、キャッシュレス決済の利用状況などに加えて、高齢者が困っていると感じることに大きな差があることがわかった。

以上の点から、高齢者にとっても、その対応者にとってもスムーズな高齢者対応をするためには、生活圏の環境についても配慮する必要があることが、今回のアンケートやヒアリングで浮き彫りとなった。

■高齢者にとって「買い物は楽しいもの」



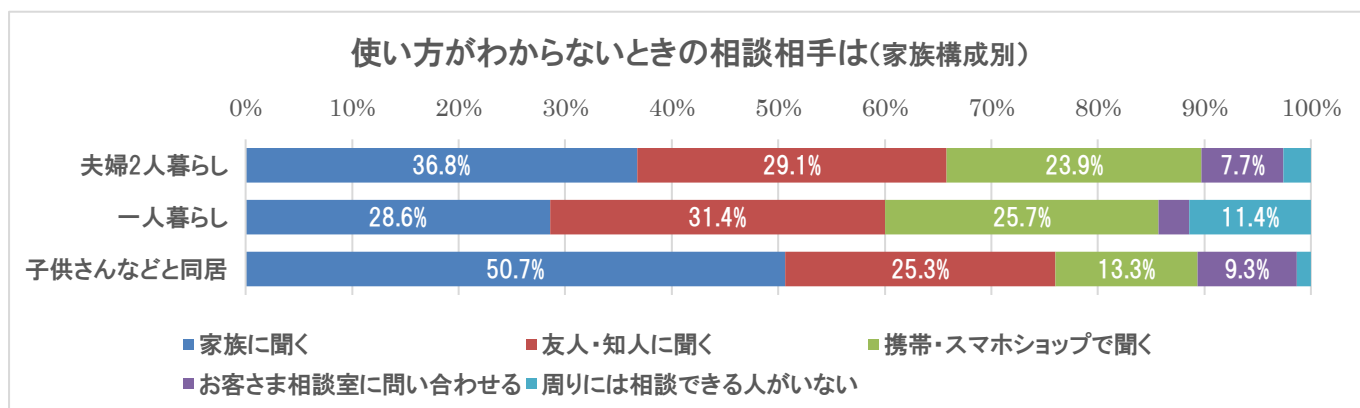
今回のアンケートやヒアリングで、買い物に出かけ、商品を選んだり、店員と会話をしたりすることを楽しんでいる高齢者が一定数いることも明らかになった。日常の買い物を高齢者が楽しみながら続けることは、身体・認知機能の衰えを防ぐ観点からも、また事業者にとっては高齢者がよいお客さまで居続けてもらうためにも、重要な視点だ。

そのためにも欠かせないのが、高齢者が買い物をしやすくする、改良・改善だ。日常の買い物で便利なこと、不便なことを聞いたところ、段差の解消、ちょっとした休憩スペースが欲しい、わからないことを店員に聞きやすい環境などの意見が寄せられた。こうした隠れた要望への感度を高め対処することが、高齢者の買い物促進には欠かせない。

■高齢者のさらなるスマホ利用拡大には「不安感の除去」が必要

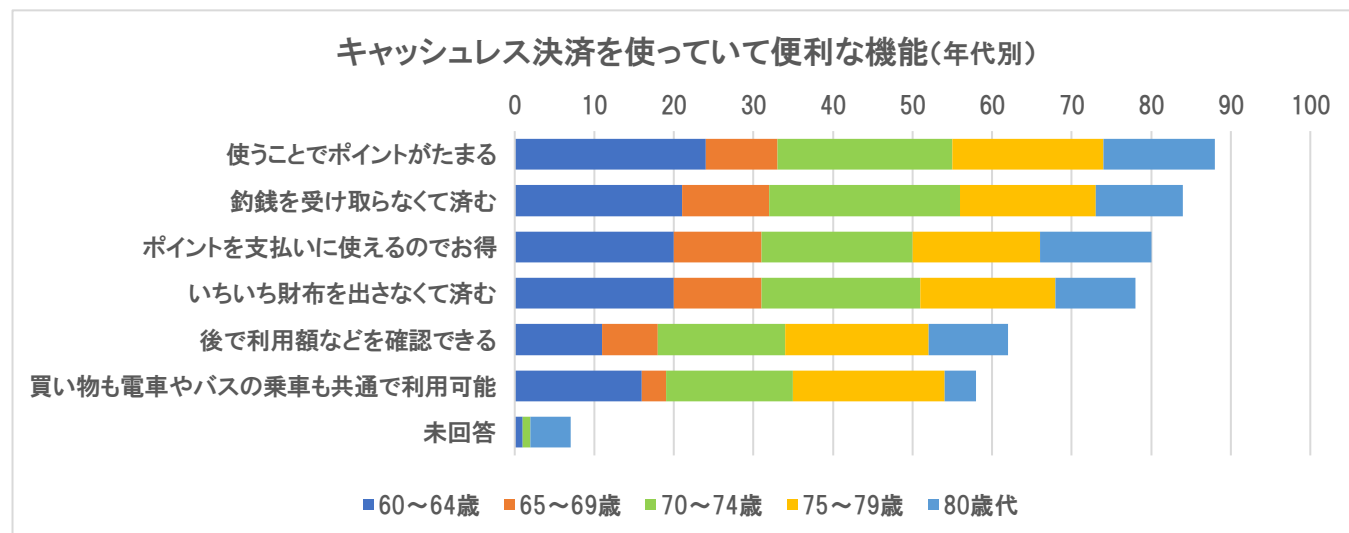
PCは、年代間、男女間によって利用状況には差があったが、スマホは想像以上に利用が進んでおり、電話、メール、LINE、写真撮影などについては高齢者でも利用している人が多かった。一方で、かたくなに利用に消極的な高齢者層があることも明らかになった。理由の一つが「トラブルに遭うかもしれない」という不安感だ。

また、一人暮らしの高齢者では「聞く相手がいない」という回答が一定数あった。使用方法に戸惑ったり、トラブルが発生した際に、聞く相手がいない、ということも高齢者がスマホの積極的な利用に二の足を踏んでしまう要因の一つだと言える。スマホ利用における高齢者の不安をいかに解消していくか、ということも課題の一つだ。



■高齢者のキャッシュレス決済普及拡大のポイントは「ポイント」

今回の調査では「アクティブシニア」と呼ぶべき層が多かったことも影響している可能性があるが、キャッシュレス決済については、事前の想像以上に利用が進んでいた。キャッシュレス決済で便利だと思うことは「ポイントがたまる」「たまったポイントを支払いに使える」ということが、それぞれ回答数上位に入っており、ポイントの利活用がキャッシュレス決済利用の導線になっていることが明らかとなった。現役世代では、生活防衛の観点からいわゆる「ポイ活」を積極的に行っているケースもあるが、高齢者についても「ポイ活」を入り口に、キャッシュレス決済の利用を促進することが、出来るかもしれない。



■平等ではあるが、公平ではない対応の改善には「登坂車線」が必要

今回の調査で、消費生活の現状について不満を持つ高齢者が一定数いることが明らかになった。身体・認知機能の衰えを感じ、速すぎる世の中の流れに情報格差を感じている中で、事業者側は「平等」な対応をしていると思っていても、受け取る高齢者側は「公平ではない」と感じていることが一因だと考えられる。昨年まとめた当研究会の研究報告書で、「急な坂道に設けられた『登坂車線』のように、周りとペースを合わせられないお客さまの導線を複線化することが必要」と述べたが、いわゆる「インクルーシブ」な取り組みが、高齢のお客さまと、そうではないお客さまとの軋轢や、高齢のお客さまの不満を軽減すると考えられる。

■研究会の今後のテーマ:「怒りっぽい高齢者」の原因と対策を考える

本年度の調査で、75歳以上の高齢者で「怒りっぽくなった」と回答した人の割合が高かった。「怒りっぽい高齢者」は多くの事業者で顧客対応上の課題となっていることの一つであり、本年度もアンケートやヒアリングを実施し、高齢者が怒りっぽくなる原因と、望ましい対応はどうすべきかを事例から探していきたい。

以 上