

顧客対応時に認知症を察知する

店舗、顧客宅、会話時にて

金融調査部 研究員 藤原翼

第6回は高齢顧客に対応する際に認知症をいかに察知するか、という点を解説します。

高齢者の認知症を金融機関が察知する

高齢顧客の認知機能の状態を金融機関側が把握することは、適切なサービス提供を行うために重要です。しかし、本人が「自分の認知機能が低下している」と自覚することは難しく、顧客本人から認知機能に対する不安を伝えられるとは限りません。そのため、金融機関側が顧客の認知機能の状態に注意を払う必要があります。今回は、高齢者の通常の言動の中で、認知症を察知するポイントを簡単に整理します。

図表 認知症を察知するポイント

①金融機関の店舗	②顧客宅への訪問時	③会話時
<ul style="list-style-type: none"> ○暗証番号を何度も忘れる ○通帳の再発行を繰り返す ○日付を何度も聞く ○ATMの操作ができなくなる ○伝票のどこに何を書けば良いのか分からない ○物を盗られたと主張する等 	<ul style="list-style-type: none"> ○以前は部屋が整理・清掃されていたのに、ゴミが散乱している、ほこりが溜まっている ○服装や髪型など、身なりを整えなくなった ○督促状が複数ある ○自動車に多くの傷がある ○火器の周りに燃えやすいものがある等 	<ul style="list-style-type: none"> ○話がかみ合わない ○同じことを繰り返す・聞く ○以前話した内容だけでなく、話をした事実も覚えていない ○話の内容が分からないのに分かったふりをする、取り繕ってごまかす等

(注) 認知症の原因疾患により症状は異なるが、ここでは区別していない。
 (出所) 意思決定支援機構監修、成本迅・COLTEM プロジェクト編著 (2017) 『実践！ 認知症の人にやさしい金融ガイド』、クリエイツかもがわ p. 25、pp. 81-82、pp. 91-92 と三村将「第9章 認知症について (1) ——総論」駒村康平編 (2019) 『エッセンシャル金融ジェロントロジー』、慶應義塾大学出版会、pp. 209-232 を参考に大和総研作成

① 店舗において

店舗において、「暗証番号を何度も忘れる」「伝票を書く際に、日付を何度も聞いてくる」といった状態が見られた場合は認知症による記憶障害を疑う必要があります。また、「ATMの操作ができない」「伝票が書けない」といった場合は、認知症による実行機能障害の表れである可能性があります。記憶障害や実行機能障害などは認知症の中核症状といわれています。また、通帳や印鑑などが見つからず、『盗られた』と主張する「物盗られ妄想」も認知症の症状としてよく指摘されるところです。妄想は認知症の周辺症状の一つとされています。このように、金融機関の店舗での何気ない行動・様子が認知症の気付きにつながります。

② 顧客宅への訪問において

顧客宅への訪問時には、生活状況とその変化を見ることで、店舗では分からない兆候に気づくことができます。例えば、「整理整頓が急にできなくなり、部屋が散らかっている」「服装など、外見を整えなくなる」、などが見られる場合は注意しなければなりません。認知症になった場合、周辺症状として、意欲の低下・無気力が見られるからです。また、「車に多くの傷がある」などが見られた場合は視空間認知障害が出ている可能性があります。

③ 会話時において

店舗・顧客宅への訪問によらず、会話時においては認知症を察知するポイントが多く散りばめられています。一例として、「以前金融商品について説明をしたのに、その商品の内容どころか、説明があったこと自体を覚えていない」場合は、認知症による記憶障害が疑われるケースとされています。また、「分からないのに分かったふりをする、取り繕ってごまかそうとする」傾向にあることも分かっており、特に金融商品の説明をする際には注意が必要です。もっとも、高齢顧客が本当に分かっているのか、それとも分かったふりをしているかは判断がつきづらいので、「Yes/No」で答えられる質問（クローズド・クエスチョン）だけでなく、顧客に説明をさせるような質問（オープン・クエスチョン）を混ぜながら理解度を確認する必要があります。

基準となるチェックポイント作成が必要か

これまで示した認知症を察知するポイントは、多くあるうちの一部であり、金融機関の営業員など、普段高齢顧客に多く接している方々にとっては当たり前のことが多いかもしれません。しかし、それらのポイントにいくつか該当したとしても、必ずしも認知症と判断できるわけではなく、認知症の初期段階は通常加齢と区別するのが特に難しいといわれています。営業員の個々の判断では認知症を見過ごしてしまう恐れがあり、リスク性の商品を販売するときは特に大きな影響を及ぼすことになります。そのため、高齢顧客の認知症を察知するためのチェックポイントを基準として作り、従業員に共有するといった対応が大切であると考えられます。また、チェックポイントに当てはまった場合、誰にどのように報告するかのルールを社内で作成・徹底することも重要と考えられます。金融機関の営業員は高齢顧客と接する頻度が高いことから、認知症の早期発見に貢献する、社会的役割も今後期待されます。

以上

(次回予告：テクノロジーを活用した高齢顧客対応)