

「お金の終活」と「デジタル終活」 超高齢化社会の金融リスクと地域金融機関に期待される役割

信金中央金庫 地域・中小企業研究所長
大野 英明

日本人の死亡年齢の最頻値は男性88歳、女性92歳であり、90歳まで生存する割合は男性25.8%、女性50.2%に達している。一方で、九州大学の調査によれば、高齢者における認知症や軽度認知障害の有病率は27.8%と推計されており、特に75歳以降で急増する傾向がある（75～79歳：23.6%、80～84歳：39.4%、85～89歳：60.3%）。さらに、日本の家計金融資産は高齢世帯に偏在しており、その割合は約50%に達している。認知機能が低下した高齢者が保有する金融資産は、2023年度末時点で294兆円に達すると推計されており（大和総研）、この状況は社会全体に深刻な金融リスクをもたらしている。

認知機能の低下には段階があり、認知症や軽度認知障害に至る前に「主観的認知障害」と呼ばれる状態が存在する。40代半ばを過ぎると、人名や瞬時の記憶が思い出せないといった経験が増え、これが頻繁に発生すると認知機能への不安を抱くようになる。主観的認知障害は、実際の認知機能の低下に先行して認識されることが多く、初期段階では自己評価が実際の認知機能を下回る傾向がある。しかし、認知機能が一定の水準を下回ると、自己評価が実際の認知機能を上回る「認知機能の過信」の状態に陥ることがある。

このような状況は金融機関の現場でも顕在化している。例えば、キャッシュカードの暗証番号がわからない、通帳や印鑑の紛失、来店目的の忘却、ATM操作の困難、契約内容の理解不足など、認知機能が低下した高齢顧客による問題が頻発している。特に一人暮らしの高齢者の場合、金融機関の職員が福祉機関への情報共有を本人に勧めるケースがあるが、認知機能を過信している顧客は自身の状態を危険と判断できず、情報共有に同意しないことが多い。さらに、個人情報保護のルールにより、本人の同意がなければ金融機関から福祉機関への情報提供は困難であり、結果としてその場限りの対応にとどまることが少なくない。この問題の背景には、個人情報保護の考え方が、主観的認知機能と実際の認知機能に乖離があるケースを十分に想定していない点がある。

こうした課題に対処するため、消費者安全法や社会福祉法の枠組みの中で、自治体の「見守り支援事業」に金融機関を組み入れ、本人の同意がなくても行政や福祉機関と情報を共有できる仕組みが整備されている。しかし、現状ではこの仕組みが十分に活用されていないのが実情である。

現在の日本では、「貯蓄から投資へ」という流れが進み、新NISAを活用して資産形成を始める人が増加している。インフレや年金不安といった老後生活への懸念が広がる中、資産形成の重要性が再認識されている。しかし、高齢者に金融資産が偏在している日本においては、認知機能の低下に伴う金融リスクへの対応も同時に進める必要がある。特に金融犯罪の被害は深刻であり、蓄えた資産を失う高齢者が後を絶たない状況にある。政府はこうした問題への対策をさらに強化する必要がある。

個人レベルでは、ライフステージに応じた金融行動の見直しが求められる。高齢期へ近づくにつれて、資産形成から「お金の終活」へとシフトし、資産の管理方法を簡素化するとともに、信頼できる家族や専門家との情報共有が重要となる。具体的には、預金口座や証券口座、クレジットカードを集約し、保険契約や所有不動産など資産に関する情報を整理することが挙げられる。また、携帯電話やインターネットサービスプロバイダー、サブスクリプションなどの利用情報も共有することが望ましい。特にインターネット経由で契約した金融資産やサービスについては、本人以外が実態を把握することが難しく、スマートフォンやパソコンのパスワードが不明な場合、ロックを解除することが困難である。このため、「お金の終活」は「デジタル終活」とセットで行う必要がある。

2030年には団塊の世代全員が80歳を超える。多くの高齢顧客を抱える地域金融機関は、認知機能が低下した高齢者への対応にかかる負担がさらに増加することが予想される。現場の負担軽減を図るためにも、行政や福祉機関と連携して見守り支援事業に取り組むことが強く求められる。一方、「お金の終活」に伴う預金口座の集約によって、非メイン口座の預金が相続に先立って流出する可能性があるものの、「デジタル終活」においては、金融機関の店舗や対面営業の安心感と対応力が再評価されている。対面チャネルを有効活用し、見守り支援事業や金融経済教育、後見支援預金の活用などに取り組むことで、「お金の終活」と「デジタル終活」を併せてサポートすることが可能となる。これにより、インターネット銀行や証券会社からの金融資産流入が期待される。

なお、営利法人である銀行（上場）の株主の多くは利用者ではないが、非営利法人である協同組織金融機関の会員は商品やサービスの利用者である。このため、協同組織金融機関では、銀行のように株主と利用者の利害が対立するケースがほとんどなく、フィデューシャリー・デューティーを徹底しやすいガバナンス構造を有している。協同組織金融機関は、「お金の終活」や「デジタル終活」の支援において、銀行とは異なるスタンスで取り組むことが可能である。この点を各ステークホルダーへ丁寧に説明することで、地域からの期待を高め、差別化を図ることができるだろう。