

## 「高齢者」の消費生活相談の概要

- M E C O N I S 情報から -

この記事は、東京都消費生活総合センター及び都内区市町村の消費者相談窓口寄せられた相談情報を M E C O N I S（東京都消費生活相談情報オンラインシステム）を用いて分析したものである。

分析項目：「高齢者」の相談（契約当事者60歳以上）

分析データ：東京都消費生活総合センター及び都内区市町村の消費者相談窓口で受け付けた平成13年4月～17年3月（4年間）の相談データ

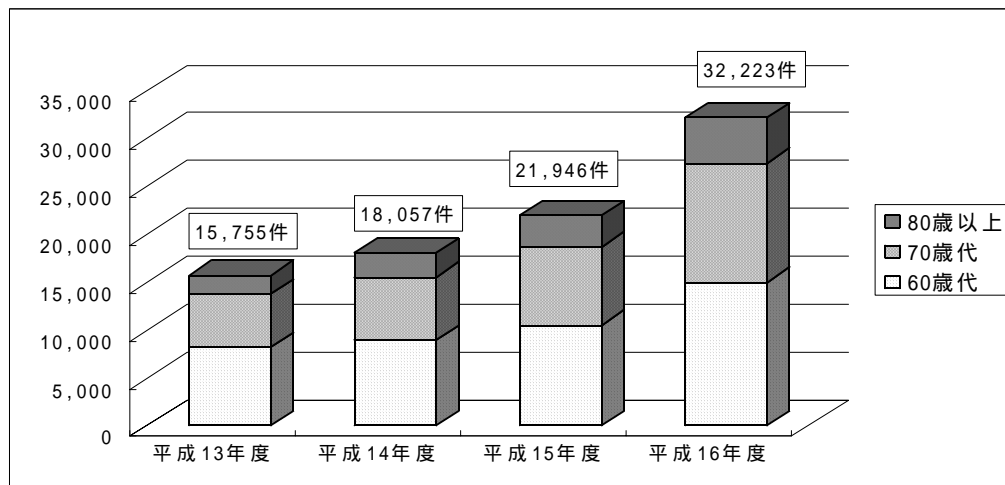
ただし、ここで取り上げた相談事例は、平成16年12月～17年7月受付の相談データから抽出したものである。

### 1. 高齢者の相談件数

60歳以上の高齢者の相談件数は年々増加し、この4年間で2倍以上に上っている。全相談件数に占める割合も、15年度にやや低下が見られるものの16年度には再び上昇に転じている。

（図 - 1・表 - 1）

【図 - 1】高齢者の相談件数



【表 - 1】高齢者年代別相談件数と全相談に占める割合

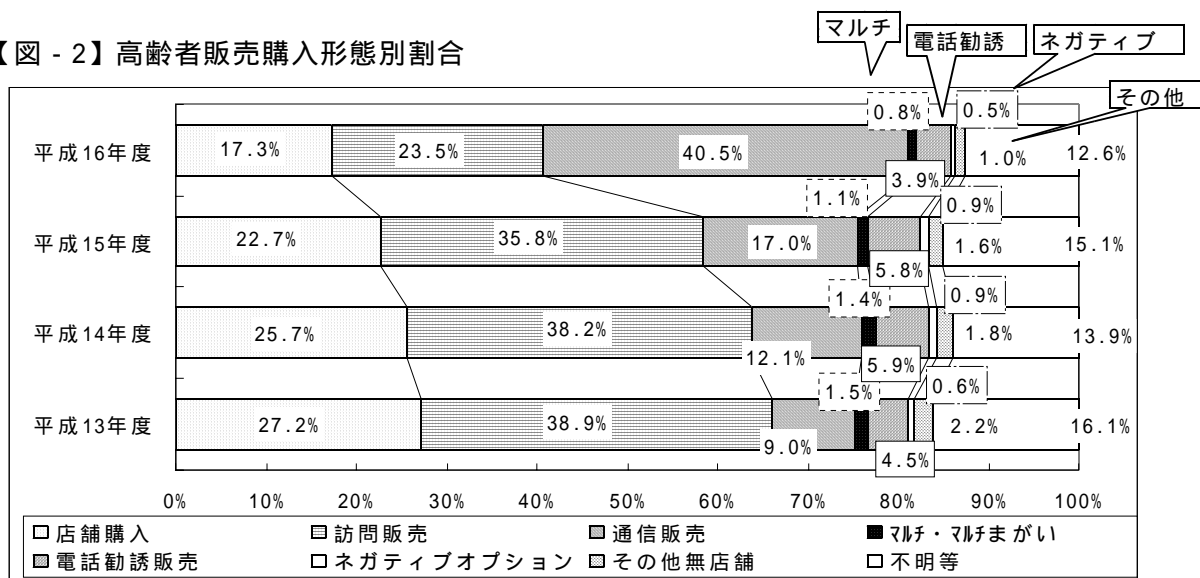
（単位：件）

	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度
60歳代	8,196	8,894	10,551	14,956
70歳代	5,624	6,664	8,158	12,484
80歳以上	1,935	2,499	3,237	4,783
計(A)	15,755	18,057	21,946	32,223
全相談件数(B)	102,755	113,570	160,817	200,535
(A)/(B)	15.3%	15.9%	13.6%	16.1%

## 2. 販売購入形態

高齢者の相談について、販売購入形態別に割合を示したのが「図 - 2」である。

【図 - 2】高齢者販売購入形態別割合



年々「通信販売」の割合が上昇し、16年度は4割以上と最も高い割合を占めるまでになっている。これは有料サイト料金等の架空・不当請求が高齢者層でも急増したことが要因である。次いで「訪問販売」、「店舗購入」の順に割合が高くなっているが、「通信販売」以外の販売購入形態の割合は年々低下傾向である。

## 3. 相談内容

高齢者の相談内容について、キーワード別に上位10位まで示したのが「表 - 2」である。

【表 - 2】相談内容キーワード上位10位

(単位：件 / 複数集計)

	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度
1	家庭訪販 3,942	家庭訪販 4,686	家庭訪販 5,081	不当請求 11,464
2	解約 3,860	解約 4,090	解約 4,381	家庭訪販 4,868
3	クーリングオフ 2,570	クーリングオフ 2,702	クーリングオフ 3,007	解約 4,799
4	高価格・料金 2,124	高価格・料金 2,296	高価格・料金 2,883	インターネット 3,089
5	信用性 1,377	電話勧誘 1,591	不当請求 2,563	高価格・料金 3,087
6	強引 1,219	信用性 1,548	信用性 1,723	クーリングオフ 2,549
7	電話勧誘 1,217	強引 1,499	強引 1,710	ポルノ・風俗 2,384
8	返金 1,171	不当請求 1,291	電話勧誘 1,685	信用性 2,092
9	契約 1,002	返金 1,200	返金 1,344	債権回収業者 2,091
10	不当請求 1,000	契約 1,036	虚偽説明 1,180	強引 1,920

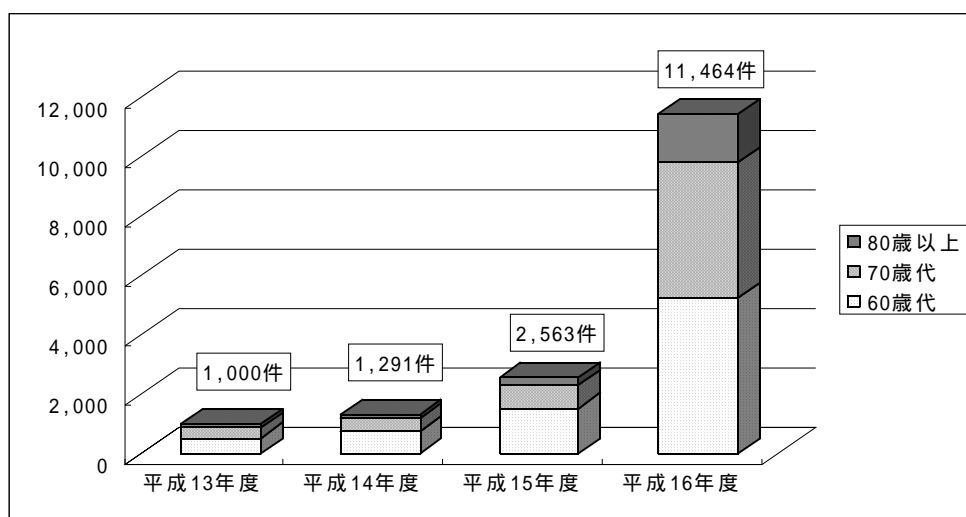
15年度までは各年度とも「家庭訪販」が1位を占めていたが、16年度は「不当請求」が急増し、高齢者の相談においても架空・不当請求の相談が最も多くなったことがわかる。携帯電話やインターネットの利用者が高齢者層にも増加したことが被害の拡大につながっていると思われる。「家庭訪販」も引き続き多いことから、ここでは高齢者への架空・不当請求と訪問販売について分析する。

#### 4. 高齢者への架空・不当請求

##### (1) 相談件数

高齢者の架空・不当請求の相談件数を示したのが「図 - 3」である。

【図 - 3】 高齢者架空・不当請求相談件数



【表 - 3】 高齢者架空・不当請求年代別相談件数 (単位：件)

	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度
60歳代	531	742	1,532	5,258
70歳代	339	428	795	4,557
80歳以上	130	121	236	1,649
計	1,000	1,291	2,563	11,464

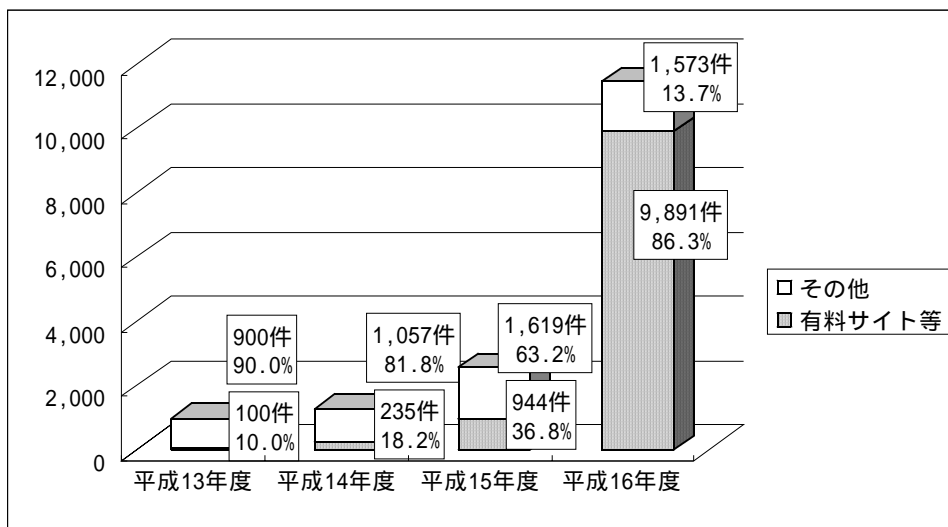
年々増加しているが、特に16年度は対前年度約4.5倍と激増している。年代別では、「60歳代」で3.4倍、「70歳代」で5.7倍、「80歳以上」で7.0倍と高齢になるほど増加率が高くなっている。架空・不当請求のうち16年度は高齢者に対しても有料サイトの利用料金等に関するものが急増した。(図 - 4) これは、高齢者層にも携帯電話やインターネットの利用者が増加していることや、何らかの名簿等の個人情報をもとに大量に「電子通信料金が未納」などと書かれた架空請求のはがきなどを送付されるケースが増加したことが要因と思われる。

(2) 高齢者への有料サイト利用料金等の架空・不当請求

相談件数

高齢者への架空・不当請求の中で、16年度に急増した有料サイト利用料金等の架空・不当請求の相談件数及び高齢者への架空・不当請求相談全体に占める割合について示したのが「図 - 4」である。

【図 - 4】 高齢者架空・不当請求に占める有料サイト関連の相談件数及び割合

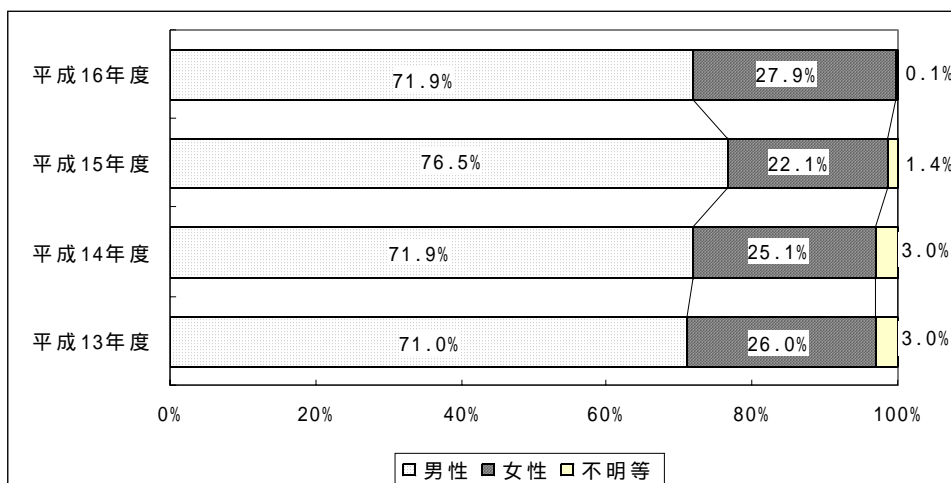


有料サイト関連以外の架空・不当請求としては、ヤミ金融や敷金トラブルなど、消費者に対し、事業者から不当な請求があったケースの様々な相談が含まれている。15年度まではその他の架空・不当請求の件数の割合が高かったが、16年度に急激に有料サイト関連の架空・不当請求の相談が急増し、高齢者への架空・不当請求の9割近くを占めるまでになった。

契約当事者の性別

有料サイト利用料金等の架空・不当請求の契約当事者の性別割合を示したのが「図 - 5」である。各年度とも「男性」が7割以上と高い割合を占めている。

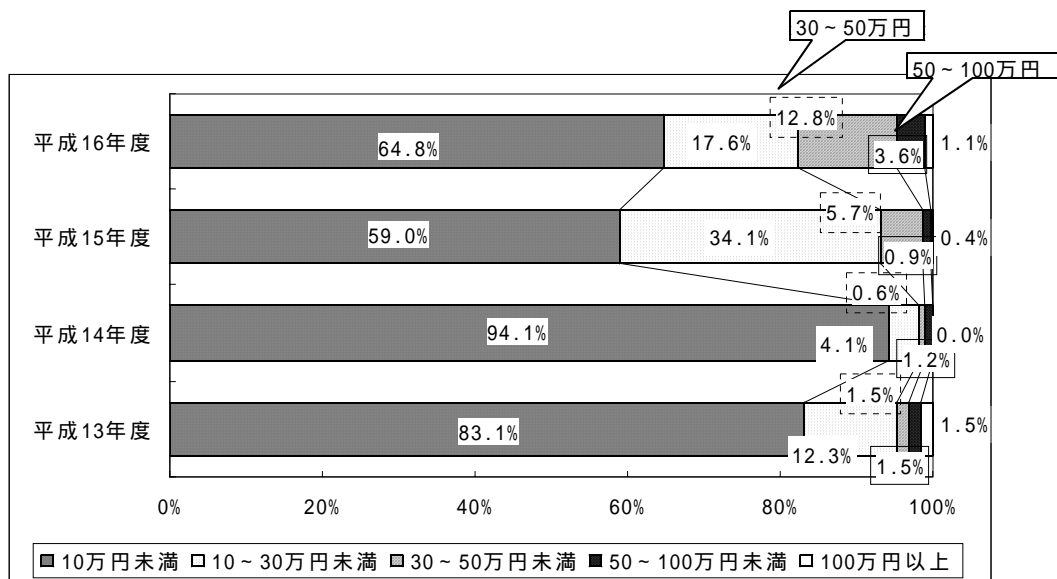
【図 - 5】高齢者有料サイト関連架空・不当請求契約当事者性別割合



請求金額

有料サイト関連の架空不当請求について請求金額別の割合を示したのが「図 - 6」、平均請求金額を示したのが「表 - 4」である。

【図 - 6】高齢者有料サイト関連架空・不当請求契約請求金額別割合



【表 - 4】高齢者有料サイト関連架空・不当請求平均請求金額 (単位：円)

平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度
78,900	42,900	129,800	156,900

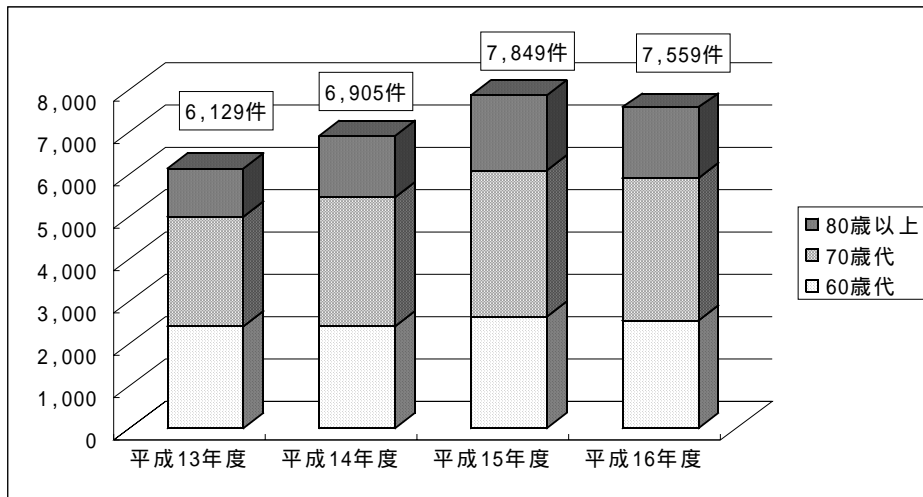
各年度とも「10万円未満」の割合が最も高いものの、15年度、16年度と10万円以上の高額な請求の割合が高くなっており、16年度の平均請求金額は15万円以上となっている。

## 5. 高齢者への訪問販売

### (1) 相談件数

高齢者への訪問販売相談件数を示したのが「図 - 7」、「表 - 5」である。15年度までは年々増加傾向が顕著であったが、16年度は架空・不当請求増加の影響により若干減少が見られる。

【図 - 7】 高齢者訪問販売相談件数



【表 - 5】 高齢者訪問販売年代別相談件数

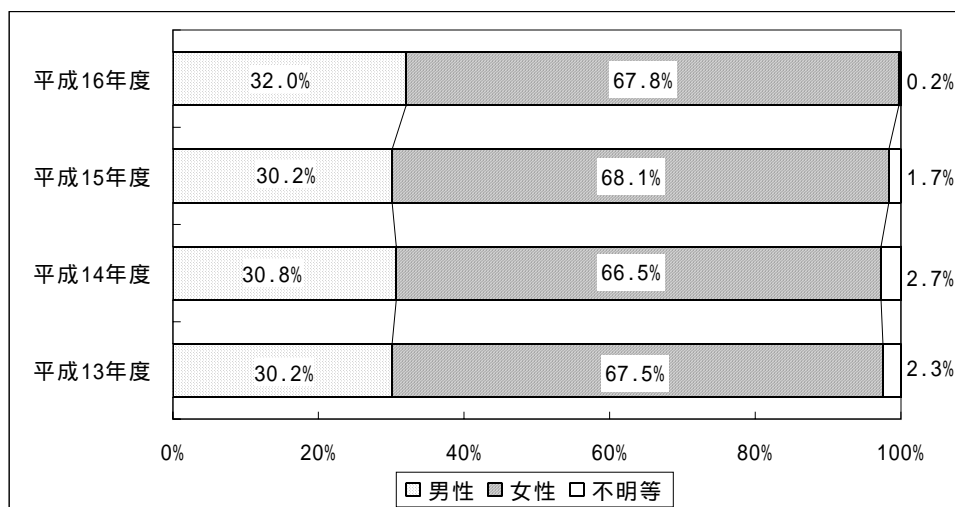
(単位：件)

	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度
60歳代	2,428	2,424	2,630	2,537
70歳代	2,572	3,047	3,446	3,376
80歳以上	1,129	1,434	1,773	1,646
計	6,129	6,905	7,849	7,559

### (2) 契約当事者の属性

高齢者への訪問販売に関する相談について性別割合を示したのが「図 - 8」である。各年度とも「女性」が約7割、「男性」が約3割となっており、「女性」の割合が高い。

【図 - 8】高齢者訪問販売契約当事者性別割合



\* 団体・不明は除く

(3) 販売方法

高齢者への訪問販売の相談について、販売方法に関するキーワード別に上位10位までを示したのが「表 - 6」である。

【表 - 6】販売方法キーワード別上位10位

(単位：件 / 複数集計)

	平成13年度		平成14年度		平成15年度		平成16年度	
1	家庭訪販	3,870	家庭訪販	4,616	家庭訪販	4,960	家庭訪販	4,700
2	強引	804	強引	929	強引	1,017	虚偽説明	983
3	S F 商法	693	虚偽説明	643	虚偽説明	786	強引	934
4	虚偽説明	601	点検商法	610	点検商法	678	点検商法	797
5	電話勧誘	483	S F 商法	554	次々販売	644	販売目的隠匿	620
6	販売目的隠匿	457	次々販売	528	S F 商法	589	次々販売	609
7	点検商法	422	電話勧誘	499	販売目的隠匿	553	電話勧誘	586
8	次々販売	378	販売目的隠匿	462	電話勧誘	474	説明不足	554
9	説明不足	349	説明不足	315	説明不足	367	S F 商法	389
10	無料商法	241	無料商法	292	無料商法	331	利殖商法	288

高齢者への訪問販売で問題となる販売方法としては、「家庭訪販」による「点検商法」や「次々販売」等が代表的である。また「虚偽説明」、「強引」、「販売目的隠匿」等も上位に挙がっており、悪質な販売手口が多く見られる。16年度においては、「利殖商法」が上位に挙がっているが、相談事例を見ると「投資をすれば高利の配当がつく」などの出資話や外国為替証拠金取引を含む商品先物取引、未公開株の勧誘等、「必ず儲かる」、「元本保証」など虚偽の説明をしているケースが多く、特に強引な電話勧誘が目立つ。

(3) 商品・役務

高齢者への訪問販売で問題となる商品・役務について上位10位まで示したのが「表-7」である。

【表-7】高齢者への訪問販売商品・役務別上位10位 (単位：件)

	平成13年度		平成14年度		平成15年度		平成16年度	
1	工事・建築	741	工事・建築	933	工事・建築	1,088	工事・建築	1,170
2	ふとん類	736	ふとん類	766	他の台所用品	777	ふとん類	684
					浄水器	776		
3	他の台所用品	439	他の台所用品	464	ふとん類	774	他の台所用品	544
	浄水器	435	浄水器	464			浄水器	543
4	新聞	317	住宅管理設備	348	新聞	364	新聞	380
			床下換気扇	337				
5	リースサービス	292	新聞	304	住宅管理設備	290	為替相場	345
					床下換気扇	276		
6	電気掃除機類	218	リースサービス	263	リースサービス	243	リースサービス	284
7	磁気治療器具	202	電気掃除機類	205	建物清掃サービス	215	電話サービス	258
8	家庭用電気治療器具	197	建物清掃サービス	199	駆除サービス	174	家庭用電気治療器具	181
					白蟻駆除サービス	135		
9	住宅管理設備	180	家庭用電気治療器具	194	家庭用電気治療器具	171	役務その他サービス	168
	床下換気扇	177						
10	駆除サービス	143	磁気治療器具	185	磁気治療器具	170	建物清掃サービス	161
	白蟻駆除サービス	121						

各年度とも1位は「工事・建築」であり、この多くは悪質な住宅リフォームの相談である。その他の上位に挙がっている「ふとん類」、「浄水器」、「床下換気扇」等も高齢者への訪問販売で販売される代表的な商品である。

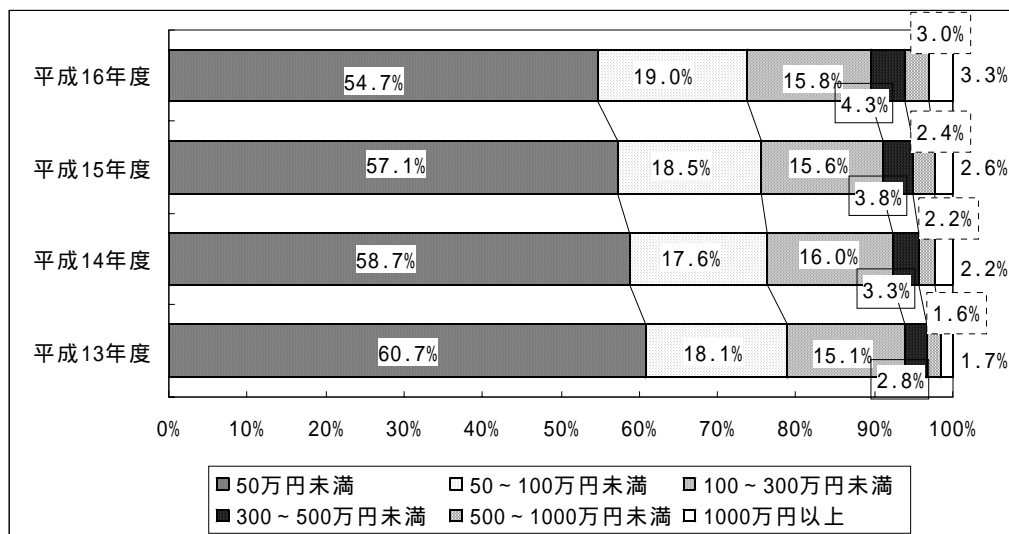
16年度で目立つのは「為替相場」であるが、このほとんどは外国為替証拠金取引に関する相談であり、15年度の163件から2倍以上に上るなど急激な増加が見られる。また「電話サービス」が上位に挙がっているが、これは「電話会社を変えれば電話料金が安くなる」等の電話優先接続サービスの勧誘に関する苦情が多く見られる。

(4) 契約購入金額

高齢者への訪問販売の契約購入金額別の割合と平均契約購入金額を示したのが「図-9」、「表-8」である。



【図 - 9】高齢者訪問販売契約購入金額別割合



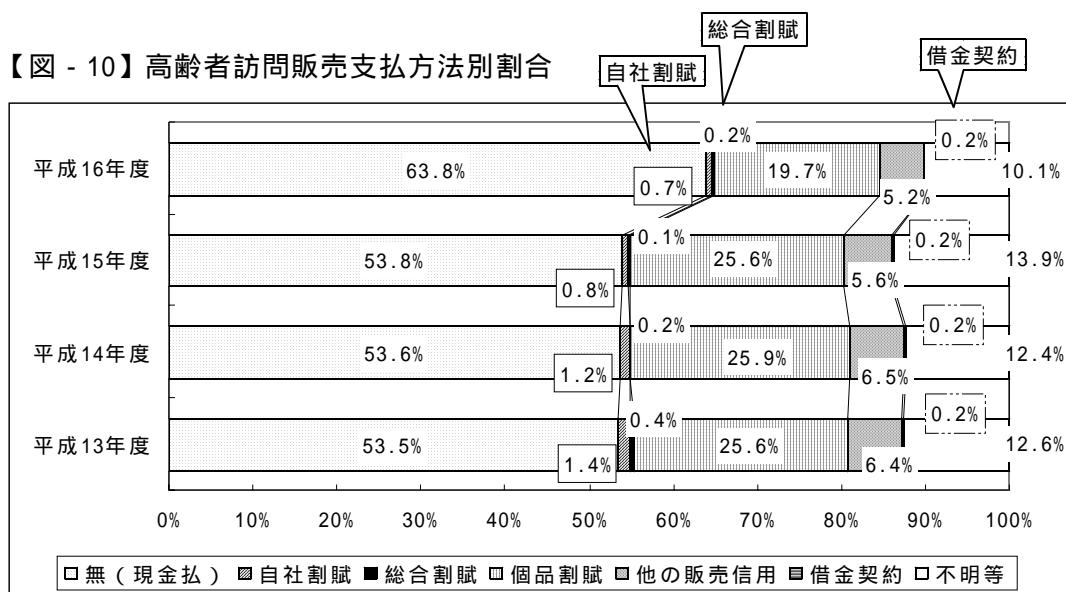
【表 - 8】高齢者訪問販売契約購入金額 (単位：円)

平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度
1,151,900	1,251,800	1,365,300	1,520,000

各年度とも「50万円未満」が5割以上と最も高い割合を占めているが、平均契約購入金額は100万円以上と非常に高額であるうえ、年々高くなっている。300万円以上の高額な契約の割合も年々上昇しており、より高額化している現状が見受けられる。

(5) 支払方法

高齢者への訪問販売について支払方法別に割合を示したのが「図 - 10」である。



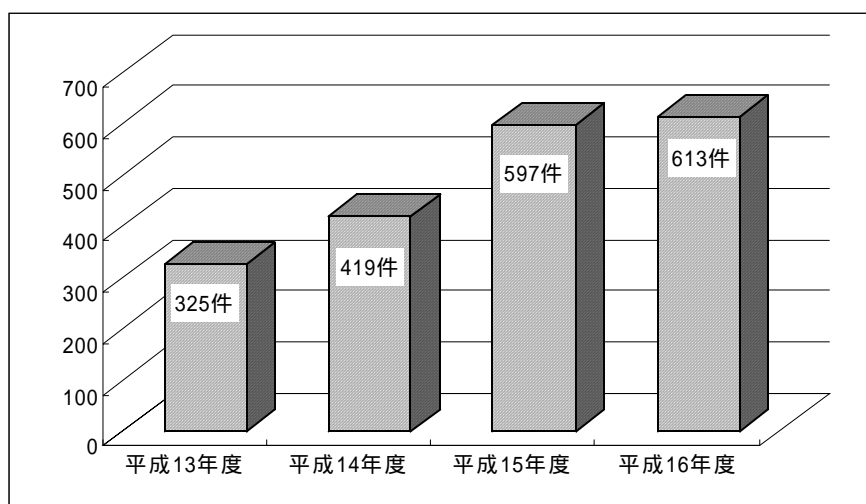
各年度とも「現金払」が最も高い割合を占めており、16年度においては一層その割合が高くなっている。これは現金を投資する外国為替証拠金取引の相談が急増したことが一因と思われる。「個品割賦」の割合は16年度に低下が見られるものの約2割を占めており、安定した収入が得られにくい高齢者に対してクレジット契約をさせている実態も伺われる。

#### (6) 判断不十分者契約

##### 相談件数

高齢者への訪問販売の中でも悪質性が目立つのが、認知症などで判断能力が不十分な高齢者に対して強引に契約をさせる「判断不十分者契約」である。この「判断不十分者契約」について件数を示したのが「図 - 11」である。

【図 - 11】高齢者訪問販売「判断不十分者契約」相談件数



対前年度で比較すると、14年度 + 28.9%、15年度42.5%、16年度2.7%と年々増加が見られる。16年度の増加率は小幅であるが、高齢者への訪問販売相談件数は対前年度3.7%減少しているにもかかわらず「判断不十分者契約」は増加が見られるのが特徴的である。

##### 商品・役務

高齢者訪問販売の「判断不十分者契約」の相談について商品・役務別に上位10位まで示したのが「表 - 9」である。

各年度とも1位は「ふとん類」である。家族やヘルパーなど、周囲の人が気付いて相談するケースが多く見られ、気付いた時には何件も契約させていたり、契約書面が渡されていないなどの悪質な事例が多い。

【表 - 9】高齢者訪問販売「判断不十分者契約」商品・役務別上位10位

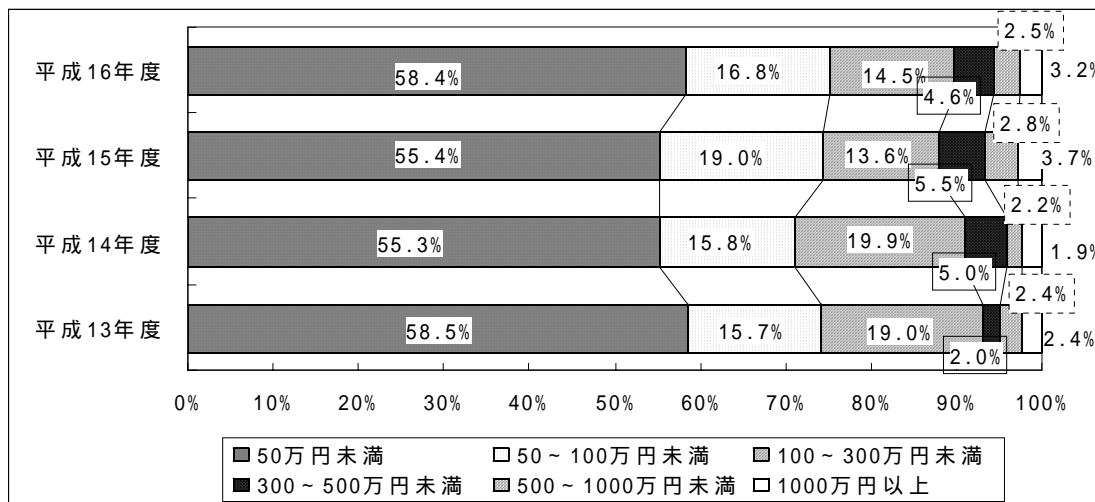
	平成13年度		平成14年度		平成15年度		平成16年度	
1	ふとん類	72	ふとん類	88	ふとん類	86	ふとん類	101
2	工事・建築	33	工事・建築	47	工事・建築	82	工事・建築	74
3	新聞	25	他の台所用品	37	他の台所用品	69	他の台所用品	61
			浄水器	37	浄水器	69	浄水器	61
4	他の台所用品	19	新聞	32	新聞	47	新聞	49
	浄水器	19						
5	住居管理設備	10	住居管理設備	21	住居管理設備	33	為替相場	32
	床下換気扇	10	床下換気扇	21	床下換気扇	31		
6	電話サービス	10	商品一般	15	建物清掃サービス	25	家庭用電気治療器具	18
7	駆除サービス	9	他の住居雑品	15	商品一般	19	商品一般	17
			乾燥剤	10				
8	着物類	7	駆除サービス	11	駆除サービス	16	建物清掃サービス	16
9	他の住居雑品	6	家庭用電気治療器具	9	他の住居雑品	14	他の住居雑品	15
	乾燥剤	5			乾燥剤	12	乾燥剤	15
10	磁気治療器具	6	電気空調・冷房機器	8	家庭用電気治療器具	12	住居管理設備	13
							床下換気扇	12

契約購入金額

「判断不十分者契約」について、契約購入金額別の割合と平均契約購入金額を示したのが「図 - 12」、「表 - 10」である。

各年度とも「50万円未満」が5割以上と高い割合を占めているが、100万円以上の高額な契約も2割以上を占め、平均契約金額も100万円以上と判断能力が不十分な高齢者に対して非常に高額な契約をさせていることがわかる。

【図 - 12】高齢者訪問販売「判断不十分者契約」契約購入金額別割合



\* 不明等は除く

【表 - 10】高齡者訪問販売「判断不十分者契約」平均契約購入金額（単位：円）

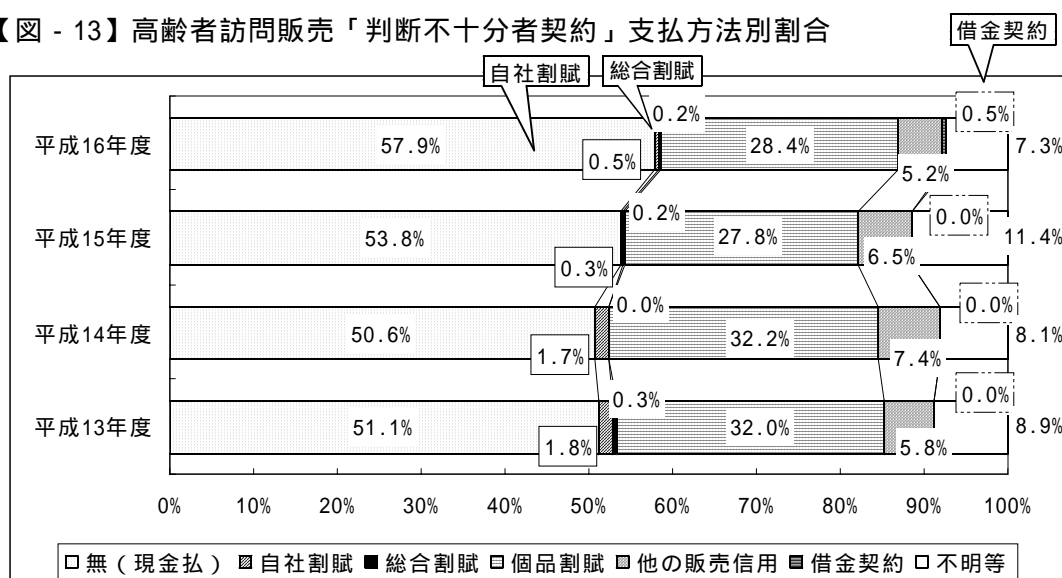
平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度
1,416,500	1,241,500	1,748,000	1,197,800

### 支払方法

「判断不十分者契約」の相談について支払方法別の割合を示したのが「図 - 13」である。

高齡者への訪問販売全体と比べ、各年度とも「個品割賦」の割合が高いことが特徴的である。高齡者への訪問販売全体では19～25%台で推移しているのに比べ、「判断不十分者契約」では、27～32%台と高い割合で推移している。相談事例の中には、本人は契約した認識が全くなく、信販会社からの請求書に家族など周囲の人が気付き相談してくるケースが多く見られる。

【図 - 13】高齡者訪問販売「判断不十分者契約」支払方法別割合



## 6. 相談事例

### (1) 架空・不当請求

・総合電子利用料金未納最終和解通達書という請求はがきが送付された。貴殿の利用された電子料金未納分と書いてあるが電子機器はほとんど持っていないし、身に覚えがない。架空請求と思うが、訴訟番号まで書いてあり不安である。対処法が知りたい。(70歳代/女性)

・最近パソコンでインターネットを利用し始めた。興味本位でアダルトサイトを検索し、接続し、操作したがよくわからず何も見ずに切った。その後メールで「入会ありがとう。6か

月利用料6万円。早期割引料金は4万5千円」という請求が来た。間違いだとメールで2回抗議したが応じてくれない。規約も見えていないし同意もしていない。どうしたらよいか。

(60歳代 / 男性)

・携帯に着信があり切れた。折り返し電話をして、アナウンスで指示されたとおり電話機の1を押したら「登録ありがとう」とアナウンスがあり、アダルトボイスのようだったのですぐ切った。3日以内に1万5千円払えと請求の電話がかかる。携帯電話は使い始めて間もないので使い方がよくわからない。どうしたらよいか。

(60歳代 / 女性)

## (2) 住宅リフォームの次々販売

・2年間の間に業者に言われるまま、7件、2,100万円の住宅リフォーム契約をし、財産の全てを費やし支払えなくなった。担当者が来るたびに「このまま放置するとダメになる。今なら安くできる。放っておく訳にいかないでしょう」と言われた。相場を聞いてもうちの方が安いと言われ、契約しないという怒鳴られた。解約したい。

(70歳代 / 男性)

## (3) SF商法

・高齢の義母が路上で呼び止められマンションの会場に連れて行かれ、高額なふとんを契約させられた。義母の話によれば、景品をくれて「腰が治る」と言われ、会場では2時間位閉じ込められ、出るに出不る状況で怖かったと言っている。車で自宅に送ってきたので、40万円もするふとんの申込書と頭金5千円を私が取り返した。このまま放置しても大丈夫か。

(80歳代 / 女性)

## (4) 外国為替証拠金取引

・外貨預金のようなもの、とりあえず入金してくれれば1か月で必ず儲けが出ると執拗に電話勧誘があり、根負けして約諾書も交わさず100万円入金した。入金後送られてきた書面を見てマスコミ等で騒がれている外国為替証拠金取引であることがわかった。すぐに連絡してやめたいから返金してほしいと伝えたが、約束の期日を過ぎても返金がない。どうしたらよいか。

(70歳代 / 女性)

・訪問されて儲かる取引だと言われ、外国為替証拠金取引の契約をした。その後追加、追加でお金を入れるように言われ、900万円近く預けた。夫に先立たれ、娘は遠方に暮らしていて一人暮らしである。最近お金が必要になったので解約の申し入れをしたら、今儲けさせて

やっている、追加の資金を入れるようにと言われ、再三解約を頼んでも聞いてもらえない。  
どうすれば解約できるか。 (70歳代 / 女性)

#### (5) 出資話

・会員になり、馬券の共同購入に出資すると1か月後に倍になると友人に紹介された。友人は既に1千万円以上出資し、1か月後には倍になって返金されているので絶対に大丈夫と言って勧められた。初めに200万円投資したところ1か月後に400万円返金されたので安心し、500万円出資した。それから間もなく会社と連絡不能になり自分は全く返金されていない。最近になって他の馬券投資のダイレクトメールが届き、その会社のメンバーに出資した会社の代表者がいることがわかった。返金してほしい。(70歳代 / 女性)

### 7. 高齢者の相談の問題点

これまで高齢者の消費者被害と言えば訪問販売によるものが圧倒的に多かったが、16年度においては高齢者にも架空・不当請求の被害が広がった。インターネットや携帯電話の普及は、便利になった反面、年代に関係なく消費者被害を広げている現状が見受けられる。今後一層、高齢者にもインターネットや携帯電話の利用者は普及すると思われるが、身に覚えのない請求は無視すること、不用意に個人情報漏らさないこと等に留意して利用してほしい。

また、訪問販売の消費者被害も依然として多く、判断能力が不十分な高齢者を狙うなど販売手口が悪質化している。住宅リフォームやふとん類の次々販売、外国為替証拠金取引などの強引な勧誘など、多様化する高齢者の消費者被害をなくするためには、まず高齢者自身が契約に対し慎重になることが必要である。無料で点検、キャンペーン中などのセールストークに惑わされず、必要のない契約はきっぱり断るよう心がけてほしい。不安な場合は家族や周囲の人に相談するようにしてほしい。また、高齢者の判断能力が不十分な場合は、家族や地域、ケアマネージャーなど周囲の人々のサポートが不可欠である。日頃から目配りをし、高齢者が思わぬ契約をしてしまった場合など、迅速に対処するよう心がけてほしい。訪問販売であればクーリング・オフが可能であるし、クーリング・オフ期間が経過してしまった場合でも、脅されたり、虚偽の説明をされるなど、勧誘方法等に問題があれば解約交渉が可能である。あきらめずに消費生活センターに相談してほしい。また被害にあう前に成年後見制度の活用についても検討してほしい。