

## 「高齢者」の消費生活相談の概要

60歳以上の高齢者の相談は、例年、全体の3割以上を多数寄せられていることから、都内の消費生活センターに寄せられた高齢者相談について、その特徴と傾向を分析する。(※)

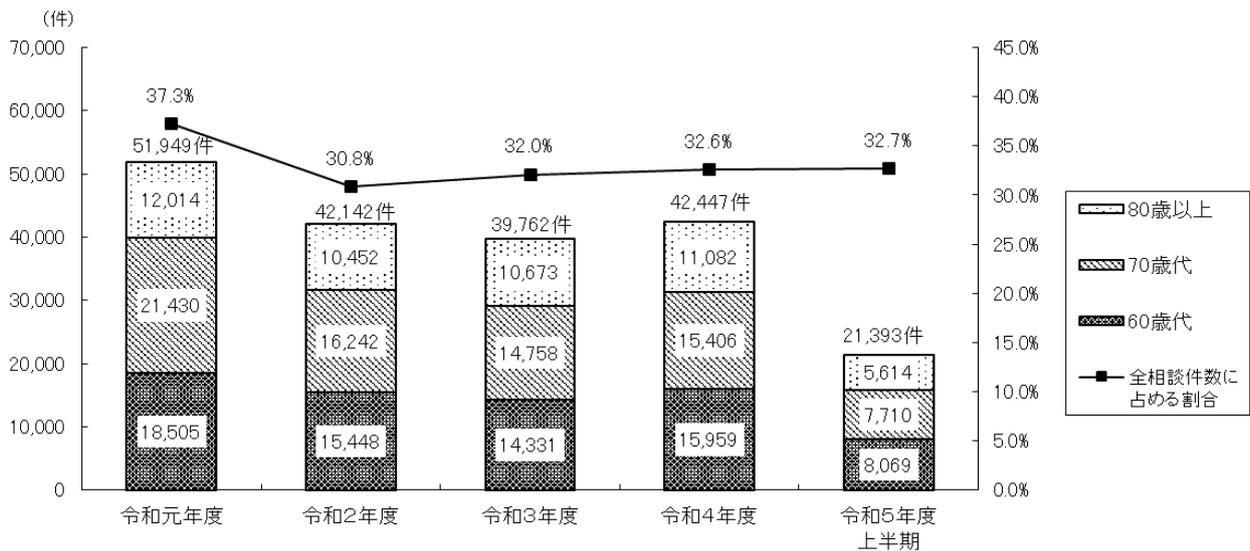
### 1 高齢者の相談件数

60歳以上の高齢者の相談に関して、相談件数の推移と相談全体に占める割合を示したものが「図-1」である。令和4年度の相談件数は42,447件で、前年同期(39,762件)より6.8%増加した。令和5年度上半期の相談件数は21,393件で、前年同期(20,534件)と比べ4.2%の増加となった。これは、「化粧品」「健康食品」に関して、「お試し価格」「初回限定価格」等のSNS広告を見て1回のみのもつもりで購入したが、実際は複数回購入が条件の定期購入だったという相談が引き続き増加していること等があげられる。

高齢者の相談が相談全体に占める割合を見ると、令和4年度は前年度より0.6ポイント増加(32.6%)し、全体の約3割強となっている。令和5年度上半期の割合を見ると32.7%で、前年同期(31.8%)と比べ0.9ポイント増加となっている。

さらに、高齢者からの相談を年代別の割合で見ると、令和4年度は60歳代が37.6%、70歳代が36.3%、80歳以上が26.1%であった。令和5年度上半期は、60歳代が37.7%、70歳代が36.0%、80歳以上が26.3%であった。

【図-1】高齢者の相談件数の推移



※東京都消費生活総合センター及び都内区市町村の消費生活相談窓口寄せられた相談情報をPIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)を用いて分析したものである。

- 分析項目 : 「高齢者」(契約当事者60歳以上)の相談
- 分析データ : 令和元年4月～令和5年9月の相談データ

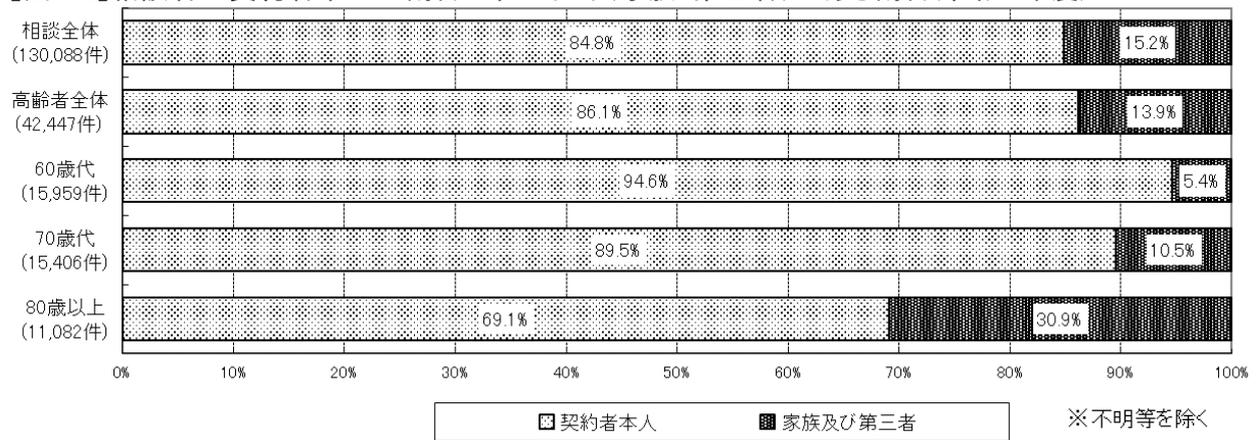
(令和5年度上半期のデータは令和5年11月30日現在の登録分)

## 2 相談者の内訳

令和4年度の相談について、相談者が、契約当事者本人である場合と本人以外（家族・第三者）である場合の割合を、相談全体と高齢者全体及び年代別で示したものが「図-2」である。

家族や第三者からの相談は、60歳代では5.4%と1割に満たないが、80歳以上になると30.9%を占めるようになり、年齢が高いほど本人以外からの相談の割合が増えている。80歳以上の高齢者が契約当事者の相談では、家族やホームヘルパー、ケアマネジャー等の第三者から相談が寄せられることが多い。これは、80歳以上の契約者本人が身体的・精神的な理由により相談することが難しいことや被害に遭ったことに気づいていない等が理由と考えられる。

【図-2】相談者が契約者本人の割合と本人以外(家族・第三者)である割合(令和4年度)



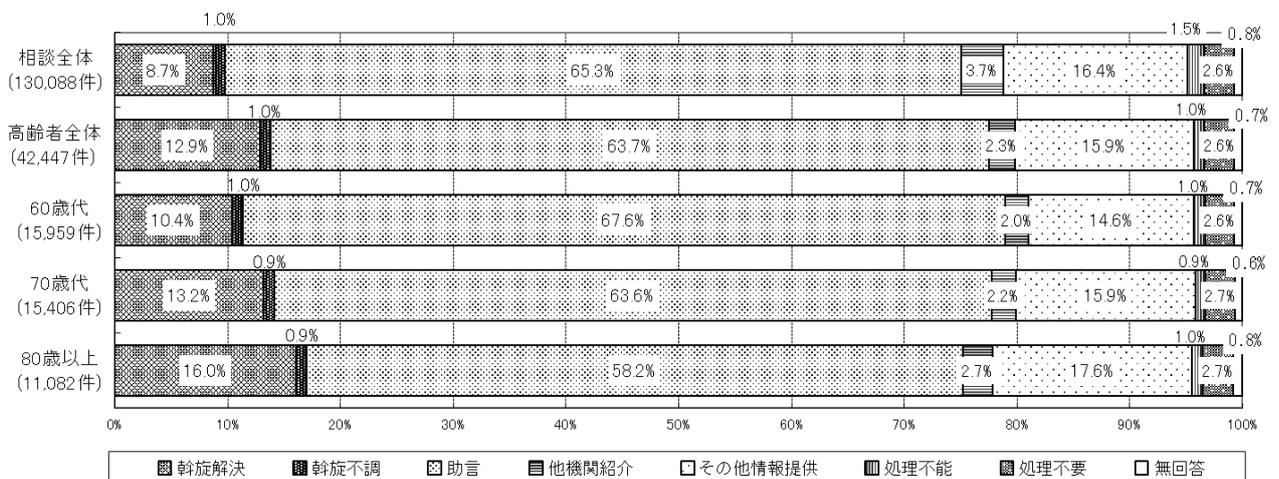
(注)相談者が本人以外（家族・第三者）の割合が、高齢者全体に比べて相談全体が高いのは、未成年者での割合が高いことによる。

## 3 処理結果

令和4年度の相談について、相談全体と高齢者全体及び年代別で処理結果の割合を示したものが「図-3」である。

いずれも「助言」の占める割合が最も大きいのが、「斡旋」を行った割合については、相談全体が9.7%（斡旋解決8.7%、斡旋不調1.0%）であるのに対して、高齢者の相談では全体で13.9%となっており、特に80歳以上では16.9%と「斡旋」の割合が相談全体の1.74倍と増加している。これは、高齢者が自主交渉による解決が困難である等が理由と考えられる。

【図-3】高齢者の相談 処理結果の割合(令和4年度)



※令和5年11月30日現在

#### 4 契約購入金額

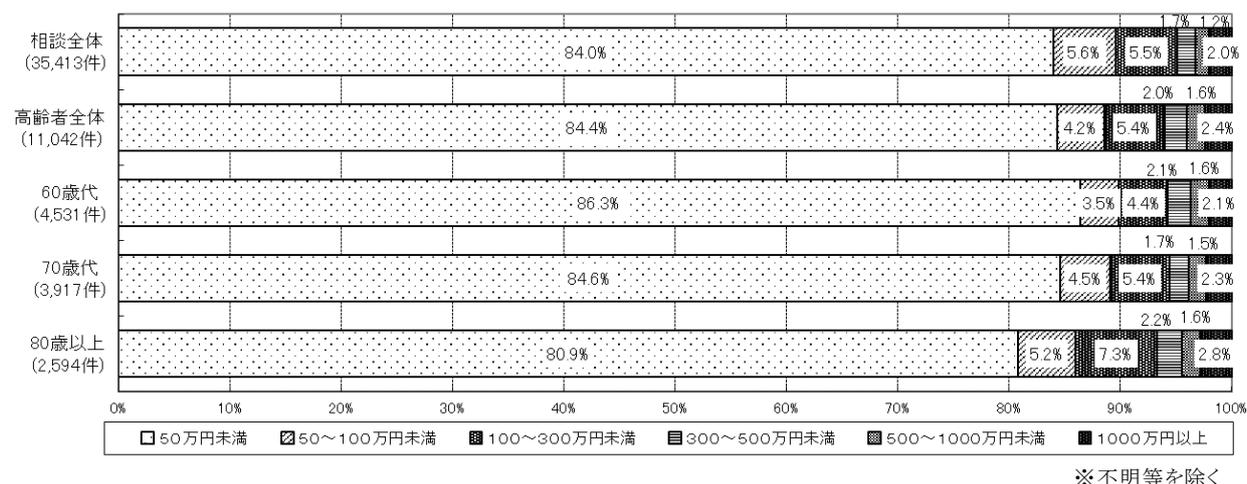
高齢者の相談について、平均契約金額の推移を示したものが「表－1」である。令和5年度上半期の平均契約金額は、相談全体と比べ高額になっている。

令和5年度上半期の契約購入金額別の割合を、相談全体と高齢者全体及び各年代で比較した「図－4」を見ると、契約購入金額が100万円以上の相談の割合は、相談全体で10.4%であるが、80歳以上では13.9%となっている。また、「1,000万円以上」の高額な契約は、相談全体では2.0%であるが、70歳代では2.3%、80歳以上が2.8%となる等、年齢とともに高額な契約トラブルの割合が高くなっている。

【表－1】 高齢者の相談と相談全体の平均契約金額 (単位:千円)

	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度上半期
高齢者相談	1,452	958	946	1,003	1,048
相談全体	1,179	888	946	1,117	1,025

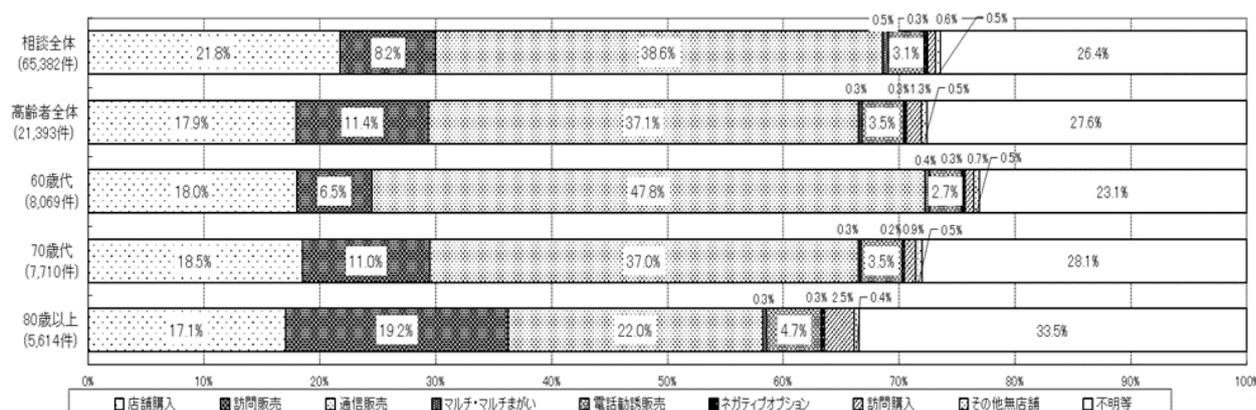
【図－4】 高齢者の相談 契約購入金額別割合(令和5年度上半期)



#### 5 販売購入形態

令和5年度上半期の相談について、相談全体と高齢者全体及び年代別で販売購入形態別の割合を示したものが「図－5」である。「店舗購入」の割合は、相談全体では21.8%だが、高齢者全体では17.9%と減少する。

【図－5】 高齢者の相談 販売購入形態別割合(令和5年度上半期)



一方、「訪問販売」の割合は、相談全体では8.2%だが、高齢者全体では11.4%を占める。年代別にみると、60歳代では6.5%と相談全体より低いが、70歳代では11.0%を占め、80歳以上では19.2%と相談全体に比べて10ポイント以上高くなっている。

「通信販売」の割合は、相談全体では38.6%であり、高齢者全体では37.1%となっている。年代別にみると、60歳代では47.8%と相談全体より多く、70歳代では37.0%、80歳以上では22.0%と相談全体より低くなっている。

「電話勧誘販売」の割合は、相談全体では3.1%であり、高齢者全体では3.5%となっている。年代別にみると、60歳代では2.7%、70歳代では3.5%、80歳以上では4.7%と相談全体より高くなっている。

## 6 商品・役務

### (1) 商品・役務別相談件数の上位 10 位

高齢者の相談について、過去3年間及び令和5年度上半期の商品・役務別相談件数の上位10位を示したものが「表-2」である。

【表-2】高齢者の相談 商品・役務別上位 10 位

	令和2年度 (42,142件)		令和3年度 (39,762件)		令和4年度 (42,447件)		令和5年度上半期 (21,393件)	
1	商品一般	4,239	商品一般	3,184	化粧品	4,575	化粧品	1,973
2	工事・建築	2,200	工事・建築	2,519	商品一般	3,362	商品一般	1,660
3	健康食品	1,987	化粧品	2,384	工事・建築	2,505	工事・建築	1,168
4	化粧品	1,735	移動通信サービス	1,469	健康食品	1,425	健康食品	766
5	役務その他サービス	1,400	健康食品	1,276	移動通信サービス	1,128	移動通信サービス	669
6	移動通信サービス	1,331	役務その他サービス	1,211	役務その他サービス	1,114	役務その他サービス	644
7	保健衛生品その他	1,260	修理サービス	1,139	修理サービス	920	修理サービス	519
8	他のデジタルコンテンツ	1,151	賃貸アパート	925	賃貸アパート	902	賃貸アパート	498
9	修理サービス	1,022	相談その他	802	相談その他	776	相談その他	376
10	相談その他	907	電気	761	電気	714	インターネット接続回線	353

令和5年度上半期は、「化粧品」が1,973件（前年同期1,676件）、「健康食品」が766件（前年同期665件）と主に定期購入に関する相談が増加している。このほかでは、上位10位となった商品・役務は、10位「インターネット接続回線」以外は順位に変動はなく、恒常的に上位に入っている商品・役務が多い。

高齢者の商品・役務別相談件数の第1位は「化粧品」であり、令和2年度1,735件、令和3年度2,384件、令和4年度4,575件と増加傾向である。令和5年度上半期も1,973件と前年同期1,676件から増加している。相談内容としては、インターネット通販での「定期購入」に関する相談が引き続き寄せられており、化粧品のなかでも「美容液」「育毛剤」「ファンデーション」に関する相談が多い。

第2位の「商品一般」は、令和2年度4,239件、令和3年度3,184件、令和4年3,362件、令和5年度上半期1,660件（前年同期は1,714件）と、高止まりの傾向となってきた。これは、実在する大手通販サイトや宅配業者、金融機関等を騙る不審なメールやSMS（ショートメッセージサービス）が届いたといった「迷惑メール」に関する相談が多くなっていることによるものである。

第3位の「工事・建築」の相談は、令和2年度から令和4年度まで2,000件～2,500件台で推移しており、令和5年度上半期も1,168件（前年同期1,206件）となっている。「家庭訪販」に関する相談が多く、なかでも点検を装って来訪し、「工事をしないと危ない、近所に迷惑をかける」等と言って高額な屋根工事等を契約させる「点検商法」に関する相談が多く寄せられている。

「健康食品」は、令和2年度1,987件、令和3年度1,276件、令和4年度1,425件、令和5年度上半期766件（前年同期は665件）と年度により増減があるものの、毎年度1,200～2,000件程度の相談が寄せられている。化粧品と同じく、インターネット通販での「定期購入」に関する相談が多く、ダイエット等の「サプリメント」の相談が多く寄せられている。

## (2) 年代別の商品・役務別上位10位

令和5年度上半期の高齢者の相談について、年代別に商品・役務の上位10位を示したものが「表-3」である。

上位となっている商品・役務は高齢者全体と比較してどの世代も大差はないが、定期購入に関する相談が多い「化粧品」が60歳代(967件)、70歳代(732件)で第1位、80歳以上(274件)で第3位、「健康食品」も60歳代(282件)、70歳代(270件)、80歳以上(214件)で第4位となっている。

そのほか、「工事・建築」は、60歳代(332件)、70歳代(398件)で第3位、80歳以上(438件)で第2位となっており、屋根や雨樋、トイレの詰まり等の「修理サービス」も60歳代(161件)で第8位、70歳代(180件)で第7位、80歳以上(178件)で第6位と高順位である。「工事・建築」「修理サービス」の相談は、共通して、「工事をしないと危ない。」などと訪問を受ける家庭訪販」に関する相談が多くなっている。

【表-3】高齢者の相談 年代別の商品・役務別上位10位(令和5年度上半期)

	60歳代(8,069件)		70歳代(7,710件)		80歳以上(5,614件)	
1	化粧品	967	化粧品	732	商品一般	460
2	商品一般	550	商品一般	650	工事・建築	438
3	工事・建築	332	工事・建築	398	化粧品	274
4	健康食品	282	健康食品	270	健康食品	214
5	役務その他サービス	240	移動通信サービス	263	移動通信サービス	196
6	賃貸アパート	229	役務その他サービス	255	修理サービス	178
7	移動通信サービス	210	修理サービス	180	新聞	150
8	修理サービス	161	賃貸アパート	178	役務その他サービス	149
9	インターネット接続回線	134	インターネット接続回線	141	相談その他	139
10	金融関連サービスその他	118	相談その他	120	賃貸アパート	91

## 7 相談内容

高齢者の相談内容について、過去3年間及び令和5年度上半期の内容キーワード別相談件数を上位10位まで示したものが「表-4」である。インターネット通販が2位で定着しているとともに、電子広告の順位が令和5年度上半期も上昇していることから、高齢者にもインターネット通販のトラブルが増加していることがわかる。

【表-4】高齢者の相談 内容キーワード上位10位 (複数集計)

	令和2年度(42,142件)	令和3年度(39,760件)	令和4年度(42,447件)	令和5年度上半期(21,393件)
1 解約一般	10,255	解約一般 10,104	解約一般 12,474	解約一般 6,066
2 インターネット通販	9,692	インターネット通販 8,717	インターネット通販 11,421	インターネット通販 5,706
3 信用性	4,721	家庭訪販 4,725	定期購入 5,767	電子広告 2,897
4 家庭訪販	4,256	契約書・書面一般 4,217	電子広告 5,651	定期購入 2,708
5 連絡不能	4,078	高価格・料金 4,169	連絡不能 4,889	返金 2,311
6 高価格・料金	3,967	信用性 4,103	高価格・料金 4,462	高価格・料金 2,209
7 契約書・書面一般	3,942	電子広告 3,805	返金 4,220	信用性 2,059
8 返金	3,881	連絡不能 3,744	契約書・書面一般 4,183	連絡不能 2,044
9 電子広告	3,568	返金 3,735	信用性 4,182	家庭訪販 2,038
10 説明不足	3,336	説明不足 3,383	家庭訪販 4,063	契約書・書面一般 2,031

## 8 高齢者の「判断不十分者契約」の相談について

高齢者の相談の中でも事業者の悪質性が高いのが、加齢による疾病等、何らかの理由により十分な判断ができない状態にある高齢者に対して契約をさせる「判断不十分者契約」である。

高齢者の「判断不十分者契約」の相談件数の推移を示したものが「図-6」である。令和5年度上半期の高齢者の相談で、「判断不十分者契約」の相談に多い商品・役務を示したものが「表-5」、それを年代別に示したものが「表-6」である。

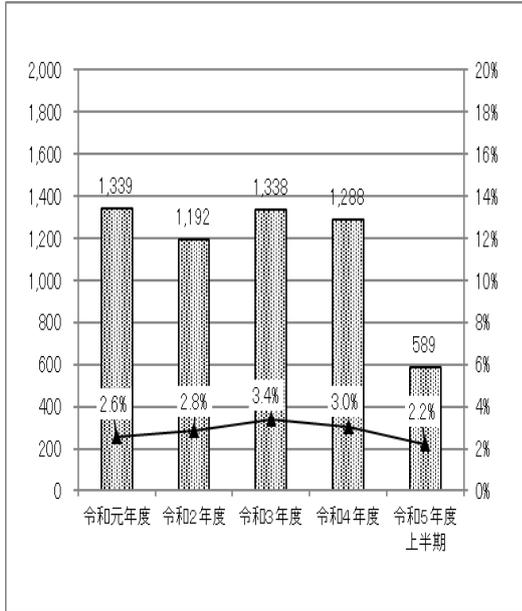
「表-6」を見ると、「判断不十分者契約」の相談は年齢が高くなるほど多くなり、60歳代では32件、70歳代では127件、80歳以上では430件となる（令和5年度上半期）。加齢による疾病や、認知機能の低下により十分な判断ができない状態にある高齢者がトラブルに巻き込まれるケースが70歳代で増え始め、80歳以上になると急増していることがわかる。

「図-6」を見ると、高齢者の「判断不十分者契約」の相談件数は、恒常的に1,100～1300件の相談が寄せられている。なお、高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、2%～3%台で推移しており、高齢者の「判断不十分者契約」の契約購入金額の総額は、令和5年度上半期で約6億7千万円となっている。

「表-5」の商品・役務別に見ると、相談件数では「工事・建築」「新聞」「健康食品」の順に多い。契約購入金額の合計順では「工事・建築」「中古分譲マンション」「商品一般」の順に高い。

「判断不十分者契約」の相談について、販売購入形態別の割合を示したものが「図-7」である。「訪問販売(37.5%)」が最も多く、次いで「通信販売(14.6%)」「店舗購入(13.2%)」「電話勧誘販売(9.2%)」が続く。

【図－6】高齢者「判断不十分者契約」に関する  
相談件数の推移



※上記グラフの折れ線グラフは高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合を示している。

【表－5】高齢者「判断不十分者契約」の商品・役務別  
上位 15 位(令和5年度上半期)

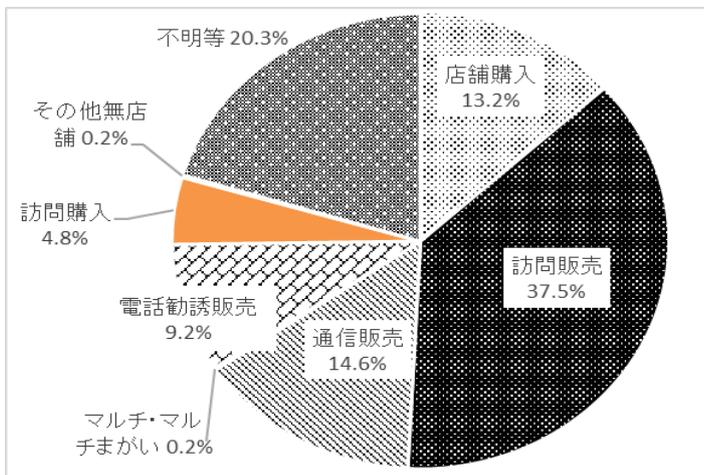
高齢者(589件)			
相談件数		契約購入金額の合計	
1	工事・建築	73	175,279,064
2	新聞	46	490,022
3	健康食品	34	1,966,268
4	移動通信サービス	30	1,049,452
5	商品一般	25	55,369,685
5	魚介類	25	542,870
5	化粧品	25	293,286
8	中古分譲マンション	15	124,085,775
8	修理サービス	15	2,358,050
10	給湯システム	9	4,587,090
10	インターネット接続回線	9	13,747
10	役務その他サービス	9	419,330
13	携帯電話	8	225,124
13	金融関連サービスその他	8	5,503,300
15	ネックレス	6	32,500
上位15位の合計(A)		337	372,215,563
判断不十分者契約全体(B)		589	669,684,536
上位15位(A)が(B)に占める割合		57.2%	55.6%

【表－6】高齢者「判断不十分者契約」年代別の商品・役務別上位 10 位(令和5年度上半期)

60歳代(32件)		70歳代(127件)		80歳以上(430件)		
1	移動通信サービス	5	移動通信サービス	11	工事・建築	58
2	工事・建築	4	工事・建築	11	新聞	43
3	金融コンサルティング	3	魚介類	9	健康食品	23
4	商品一般	2	健康食品	9	商品一般	18
4	金融関連サービスその他	2	化粧品	9	魚介類	16
4	健康食品	2	商品一般	5	中古分譲マンション	14
4	化粧品	2	携帯電話	5	化粧品	14
8			修理サービス	4	移動通信サービス	14
9					修理サービス	11
10					給湯システム	8
					役務その他サービス	8

8位以下1件多数のため割愛      9位以下2件多数のため割愛

【図－7】高齢者「判断不十分者契約」販売購入形態別割合(令和5年度上半期)



## 9 販売方法に何らかの問題がある相談（販売形態別）

PIONEERでは「内容別分類」というカテゴリーにおいて、「購入したか否かに関係なく、販売形態、販売の手口、セールストーク等のいずれかひとつでも問題がある相談」について「販売方法」にチェックを付与することになっている。

そこで、高齢者の相談における「販売形態、販売の手口、セールストーク等のいずれかに問題がある相談」を分析するため、高齢者の相談のうち「販売方法」にチェックが付されているものを抽出した。

これらの相談について、「販売形態」別に、過去4年間及び令和5年度上半期の相談件数の推移と令和5年度上半期の契約購入金額の合計を示したものが、「表-7」である。

【表-7】高齢者「販売方法」が付与された相談「販売形態」別件数

販売形態	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度 上半期	令和5年度上半期 契約購入金額の合計
家庭訪販	3,941	3,721	4,076	3,448	1,734	1,505,466,774
職場訪販	34	24	18	18	10	11,000,000
展示販売	44	34	31	50	16	10,250,700
露店販売	3	4	3	3	2	22,000
ネガティブオプション	175	763	452	416	255	1,159,130
テレビショッピング	471	695	717	738	290	7,935,711
インターネットオークション	60	73	70	64	27	5,355,216
フリマサービス(※)	—	—	92	95	58	1,798,239
インターネット通販	5,844	7,483	6,804	9,077	4,402	938,771,996
カタログ通販	141	151	150	106	54	560,263
アフィリエイト	15	17	25	30	16	15,964,756
業務提供誘引販売	3	8	5	7	2	588,000
ホームパーティ	0	1	1	2	0	0
アポイントメントセールス	46	41	31	34	18	6,326,044
キャッチセールス	23	18	23	36	17	1,191,172
電話勧誘	3,293	2,484	2,317	2,035	1,002	460,732,540
紹介販売	118	76	80	69	37	5,572,784

※「フリマサービス」は、令和3年4月に新設されたキーワードである。

「表-7」において、令和5年度上半期の相談件数が多く、契約購入金額の合計が高額である販売形態の上位3位までを示したものが「表-8」である。

以後は、本分析では、高齢者に特徴的な相談として、「家庭訪販」「インターネット通販」「電話勧誘」について詳述することとする。

令和5年度上半期の相談件数を前年同期と比較すると、「家庭訪販」「インターネット通販」では増加、「電話勧誘」では減少している。契約購入金額の合計を前年同期と比較すると、「家庭訪販」では約0.6億円減少、「インターネット通販」では約2.8億円増加、「電話勧誘」では約0.6億円増加している。

【表-8】高齢者「販売方法」が付与された相談「販売形態」別件数上位3位

販売形態	平成元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度 上半期	令和5年度上半期 契約購入金額の合計
家庭訪販	3,941	3,721	4,076	3,448	1,734	1,505,466,774
インターネット通販	5,844	7,483	6,804	9,077	4,402	938,771,996
電話勧誘	3,293	2,484	2,317	2,035	1,002	460,732,540

## 10 高齢者に特徴的な相談

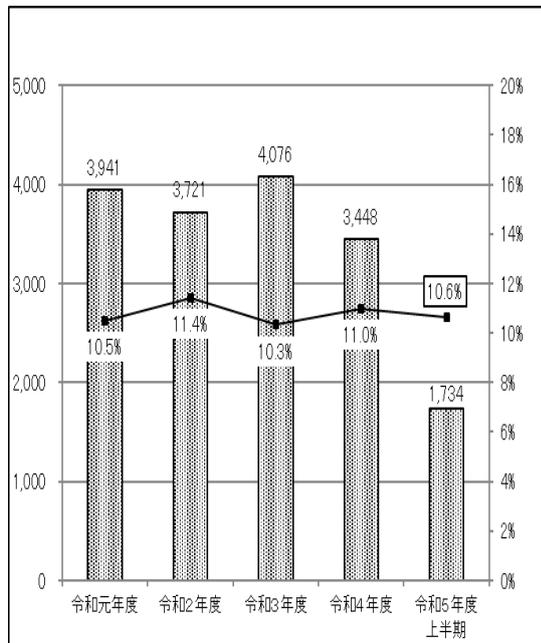
### (1) 家庭訪販

高齢者の相談における「販売方法に何らかの問題がある家庭訪販」（以下、「問題家庭訪販」という。）の相談件数の推移と「問題家庭訪販」に占める「判断不十分者契約」の相談の割合を示したものが「図－8」、令和5年度上半期の相談に多い商品・役務を示したものが「表－9」、それを年代別に示したものが「表－10」である。

高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、令和4年度及び令和5年度上半期全体では2～3%程度であるのに対して、「問題家庭訪販」では10～11%程度と高くなっている。（図－6、図－8）

商品・役務別にみると、相談件数では「工事・建築」「修理サービス」「新聞」の順に多く、特に「工事・建築」は高齢者のどの年代でも35%程度を占めている。（表－10）

【図－8】高齢者「問題家庭訪販」の推移及び判断不十分者契約の割合



【表－9】高齢者「問題家庭訪販」の商品・役務別上位15位(令和5年度上半期)

	高齢者(1,734件)	
	相談件数	契約購入金額の合計
1 工事・建築	616	742,527,952
2 修理サービス	159	34,914,905
3 新聞	152	1,057,112
4 給湯システム	83	22,875,715
5 有線テレビ	42	20,918
6 役務その他サービス	39	1,412,680
7 商品一般	35	57,200
7 インターネット接続回線	35	129,195
7 駆除サービス	35	15,687,686
10 電気	31	64,500
11 都市ガス	21	22,499
12 ハウスクリーニング	19	1,010,940
13 電気空調・冷房機器	16	2,439,550
14 中古分譲マンション	15	157,400,000
15 貴金属	13	69,139,350
上位15位の合計(A)	1,311	1,048,760,202
問題家庭訪販全体(B)	1,734	1,505,466,774
上位15位(A)が(B)に占める割合	75.6%	69.7%

※「役務その他サービス」には、アナログ回線戻しのサポート契約に関する相談等が寄せられている。

【表－10】高齢者「問題家庭訪販」年代別の商品・役務別上位10位(令和5年度上半期)

	60歳代(339件)		70歳代(551件)		80歳以上(844件)	
1	工事・建築	128	工事・建築	200	工事・建築	288
2	修理サービス	41	修理サービス	53	新聞	93
3	新聞	24	新聞	35	修理サービス	65
4	駆除サービス	11	給湯システム	23	給湯システム	52
5	インターネット回線	10	有線テレビ	17	役務その他サービス	24
5	有線テレビ	10	インターネット接続回線	14	商品一般	19
7	給湯システム	8	電気	13	有線サービス	15
8	商品一般	7	都市ガス	10	駆除サービス	14
9	電気	6	駆除サービス	10	電気	12
9	廃品回収サービス	6	商品一般	9	中古分譲マンション	11
9	役務その他サービス	6	役務その他サービス	9	インターネット接続回線	11

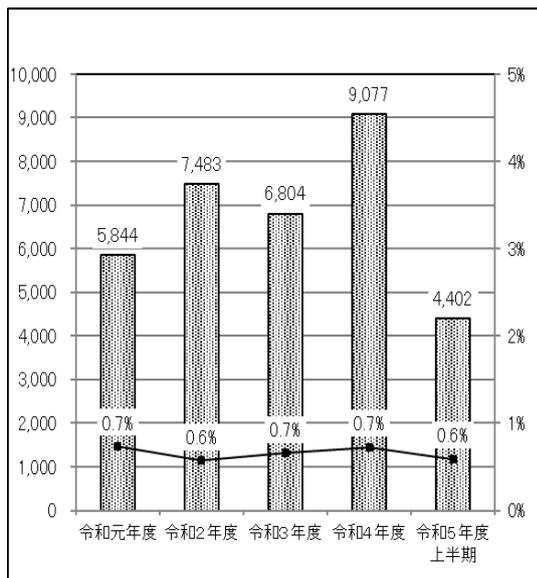
## (2) インターネット通販

高齢者の相談における「販売方法に何らかの問題があるインターネット通販」（以下、「問題インターネット通販」という。）の相談件数の推移と「問題インターネット通販」に占める「判断不十分者契約」の相談の割合を示したものが「図-9」、令和5年度上半期の相談に多い商品・役務を示したものが「表-11」、それを年代別に示したものが「表-12」である。

高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、令和4年度及び令和5年度上半期全体では2～3%程度であるのに対して「問題インターネット通販」では0.7%未満となっている。（図-6、図-9）

商品・役務別の相談件数をみると、第1位は美容液やファウンデーション等の「化粧品」、第2位はダイエットサプリメント等の「健康食品」であり、1回限りのつもりで購入したが、実際は複数回購入が条件の定期購入だったという相談が多い。第3位は実在する大手通販サイト、宅配業者や金融機関等を騙る不審なSMS（ショートメッセージサービス）やメールが届く等に関する「商品一般」の相談であった。

【図-9】高齢者「問題インターネット通販」の推移及び判断不十分者契約の割合



【表-11】高齢者「問題インターネット通販」の商品・役務別上位15位(令和5年度上半期)

高齢者(4,402件)		
	相談件数	契約購入金額の合計
1	化粧品	1,307
2	健康食品	336
3	商品一般	192
4	役務その他サービス(※)	168
5	アダルト情報	118
6	タバコ用品	88
7	紳士・婦人用バッグ	76
8	防虫・殺虫用品	62
9	出会い系サイト・アプリ	51
10	ズボン	47
11	書籍	45
12	電気空調・冷房機器	44
13	他の娯楽等情報配信サービス	42
14	ウイルス対策ソフト	41
15	保健衛生品その他	39
上位15位の合計(A)		2,656
問題インターネット通販全体(B)		4,402
上位15位(A)が(B)に占める割合		60.3%
		15.5%

※「役務その他サービス」には、無料の質問サイトだと思っただけ有料サイトに申し込んでいたという相談が多く寄せられている。

【表-12】高齢者「問題インターネット通販」年代別の商品・役務別上位10位(令和5年度上半期)

60歳代(2,403件)		70歳代(1,541件)		80歳以上(458件)	
1	化粧品	706	化粧品	469	化粧品
2	健康食品	182	健康食品	120	健康食品
3	商品一般	77	商品一般	88	商品一般
4	役務その他サービス	74	役務その他サービス	67	役務その他サービス
5	紳士・婦人用バッグ	58	アダルト情報	58	防虫・殺虫用品
6	アダルト情報	55	タバコ用品	32	ウイルス対策ソフト
7	タバコ用品	50	防虫・殺虫用品	29	出会い系サイト・アプリ
8	ズボン	31	他のネット通信関連サービス	24	折とうサービス
9	電気空調・冷房機器	29	ウイルス対策ソフト	24	消毒殺菌剤
9	書籍	29	他の娯楽等情報配信サービス	21	タバコ用品

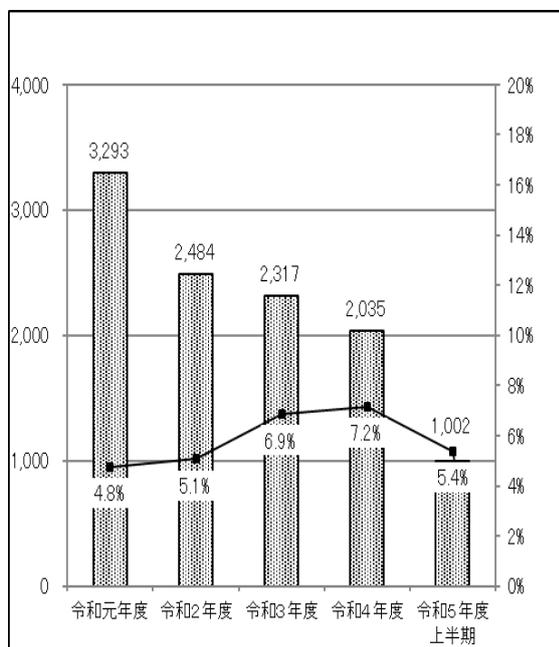
### (3) 電話勧誘

高齢者の相談における「販売方法に何らかの問題がある電話勧誘」（以下、「問題電話勧誘」という。）の相談件数の推移と「問題電話勧誘」に占める「判断不十分者契約」の相談の割合を示したものが「図－10」、令和5年度上半期の相談に多い商品・役務を示したものが「表－13」、それを年代別に示したものが「表－14」である。

高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、令和4年度及び令和5年度上半期全体では3%程度であるのに対して「問題電話勧誘」では4～7%程度と高くなっている。

商品・役務別にみると、相談件数では「役務その他サービス」「魚介類」「商品一般（不審な電話等）」の順に多い。

【図－10】高齢者「問題電話勧誘」の推移及び判断不十分者契約の割合



【表－13】高齢者「問題電話勧誘」の商品・役務別上位15位(令和5年度上半期)

高齢者(1,002件)			
	相談件数	契約購入金額の合計	
1	役務その他サービス(※)	98	16,994,150
2	魚介類	94	1,600,594
3	商品一般	85	2,163,068
4	インターネット接続回線	74	558,232
5	健康食品	52	11,313,928
6	化粧品	49	787,288
7	給湯システム	36	2,331,250
8	社会保険(※)	32	8
9	ウイルス対策ソフト	27	3,075,000
10	電気(※)	24	0
11	工事・建築	23	15,645,550
12	ファンド型投資商品	14	125,043,786
13	土地	12	12,949,800
14	金融コンサルティング	12	35,246,246
15	駆除サービス	12	300,000
上位15位の合計(A)		644	228,008,900
問題電話勧誘全体(B)		1,002	460,732,540
上位15位(A)が(B)に占める割合		64.3%	49.5%

※「役務その他サービス」には、アナログ回線戻しのサポート契約に関する相談が多く寄せられている。

※「社会保険」「電気」は、契約購入金額の無回答が多い。

【表－14】高齢者「問題電話勧誘」年代別の商品・役務別上位10位(令和5年度上半期)

60歳代(273件)		70歳代(358件)		80歳以上(371件)		
1	役務その他サービス	32	役務その他サービス	40	魚介類	43
2	インターネット接続回線	26	インターネット回線	34	商品一般	38
3	商品一般	22	魚介類	31	健康食品	29
4	魚介類	20	商品一般	25	役務その他サービス	26
5	化粧品	12	給湯システム	17	化粧品	21
6	電気	11	健康食品	16	社会保険	16
7	ウイルス対策ソフト	8	化粧品	16	インターネット接続回線	14
7	ファンド型投資商品	8	社会保険	13	給湯システム	13
7	移動通信サービス	8	ウイルス対策ソフト	11	工事・建築	11
10	金融関連サービスその他	7	工事・建築	9	電気	9
10	健康食品	7				

## 1 1 相談事例

### 事例 1：化粧品（インターネット通販）

スマホで広告を見て、お試し価格だった美容液を注文した。商品が届いたので料金を支払い使用したが、定価になる 2 回目を頼むつもりはなかったため、そのままにしていた。ところが、数日後、定価の請求書が付いた同じ商品が届いた。間違いではと思い、業者に連絡をしたところ、定期購入の申込みになっており、2 回目以降の解約は発送の 10 日前までに申し出が必要の一点張りで、郵送済みの商品は返品できないとのことだった。定期購入ではないことを確認して申し込んだはずなので、解約したい。

(契約当事者 60 歳代／女性)

### 事例 2：工事・建築（家庭訪販）

昨日、「近くで工事をしている業者だが、お宅の屋根が傷んでいる。」と訪問してきた業者が、屋根に登って点検をした。その後いろいろ説明を受け、約 300 万円の契約をし、近日工事に来ることになっている。家族に話したところ、契約の相手方が遠方の業者でもあり、信用できるかもわからないので、いったん解約して考え直そうと相談がまとまった。解約の仕方を教えて欲しい。

(契約当事者 90 歳代／男性)

### 事例 3：アダルト情報（インターネット通販）

スマホからアダルトサイトにアクセスしたところ、突然「会員登録完了」との表示が出て、費用 40 万円を支払うようとなっていた。慌てて、表示の下にあった業者の電話番号に電話をかけた。すると、すでに ID 番号も決まり、クーリング・オフできないとの話だった。一方的に会員にされて納得できない。料金を支払わなければならないか。

(契約当事者 70 歳代／男性)

### 事例 4：役務その他サービス（インターネット通販）

数か月前から、クレジットカードに数千円の見慣れない引き落としが毎月あるのに気付いた。調べてみると質問サイトからの請求であることが分かった。数か月前に調べたいことがあり、インターネット上の質問サイトにトライアル料金で会員登録したことを思い出した。トライアル 1 回のもりだったので、毎月費用がかかるサービスだとは気付かなかった。料金を返してもらえるだろうか。

(契約当事者 70 歳代／女性)

### 事例 5：魚介類（電話勧誘）

数日前、海産物販売業者から電話があり、「前にもそちらで海産物を買ってもらった。値引きするので、また買ってほしい」と勧誘されたが、高額なので断った。その後、配送担当者とな乗る人から、「指定の日に配送する。電話で契約したことになる。」と連絡があった。契約したつもりはないので、この後どうしたらよいか。

(契約当事者 80 歳代／女性)

## 1 2 高齢者及び周囲の方へのアドバイス

高齢者における「販売方法に何らかの問題がある相談」の中で、相談件数及び契約購入金額の合計が多い販売形態は、「家庭訪販」「インターネット通販」「電話勧誘」となっています。上記3つの販売形態に着目して、それぞれに応じた被害防止対策を実践していくことが重要です。

1番目の「家庭訪販」では、特に「工事・建築」の相談が、相談件数及び契約購入金額の合計ともに多いです。その多くが無料点検を装い訪問し、屋根や雨樋等見えない箇所の破損・不具合を指摘したうえで、水もれやご近所迷惑になる等と言って在宅率の高い高齢者を困惑させて工事契約の勧誘をし、高額な工事契約を結ばせる手口です。被害を防ぐためには、その場で契約を決めずに周囲の人に相談して、慎重に検討する姿勢が大切です。また、周囲の家族をはじめ、ホームヘルパー、ケアマネジャー、民生委員等の身近にいる方の見守りと気付きも重要です。

2番目の「インターネット通販」は、上記3つの販売形態の中でも際立って増加しています。高齢者の「販売方法に何らかの問題があるインターネット通販」の相談件数を見ると、令和4年度は9,077件で、前年同期比133.4%（2,273件増）と大きく増加しています。これは「インターネット通販」が、スマホの普及等で高齢者も気軽にインターネットを使って商取引を行うことが増えたことに起因すると考えられます。相談内容としては、化粧品・健康食品で、定期購入と気付きにくい広告をきっかけに商品を購入させるトラブルに関する相談が多く寄せられています。お試し価格を強調した広告を見て1回きりの購入と思っていたのに、複数回購入が条件の定期購入の契約を結ばされていた等というものです。このような被害を防ぐために、サイト内の購入条件や返品・解約のルールをきちんと最終確認画面で確認してから申し込むことが大切です。その他として、アダルト情報サイトのワンクリック請求に関する相談も後を絶ちません。契約の条件等も見せられていないまま、なにかしらのボタンをクリックからといって、契約は成立しませんし、支払義務も生じないので、慌てて料金を支払ったり、事業者に連絡をとったりしないようにしましょう。

3番目の「電話勧誘」では、突然覚えのない事業者から電話があり「魚介類」の購入を強引に勧められるトラブルが多いです。不景気で売れずに困っている等と同情を誘って、不要な商品の購入を勧誘されても、きっぱり断りすぐに電話を切ることが大切です。次に多いのが、「社会保険」に関するもので、いわゆる還付金詐欺です。役所の職員を名乗る者等から「医療費の還付金の申請がまだなので、やり方を教えるので急いで手続きをしてください。」とせかされて、銀行やATMにいき還付手続きをしようとする、実はお金を振り込ませる詐欺だったという相談です。相手の話を信じてすぐにお金を振り込まずに、落ち着いて1度家族に相談することが大切です。

そのほか、加齢による疾病等により十分な判断ができない状態にある高齢者に対して契約をさせる「判断不十分者契約」も増えており、年代が高くなるほど相談件数が多くなっています。

高齢者の消費者被害の未然・拡大防止には、ご本人が気を付けることはもちろん大事ですが、周囲の方々も気を付けていただくことが重要です。身近にいる家族やホームヘルパー、ケアマネジャー、民生委員等が、本人の様子が、「普段と違う」「何かおかしい」といった変化への気付きを大事にしてください。

トラブルに遭ったとき、また、高齢者の身近にいる方々が少しでも疑問を感じたら、早

めに「最寄りの消費生活センター」にご相談ください。東京都消費生活総合センターでは、高齢者の身近にいる方が高齢者被害の通報や問い合わせを行うことができる窓口「高齢消費者見守りホットライン」（電話03-3235-1334）を設けていますので、ご活用ください。