

「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割以上を占めていることから、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。(※)

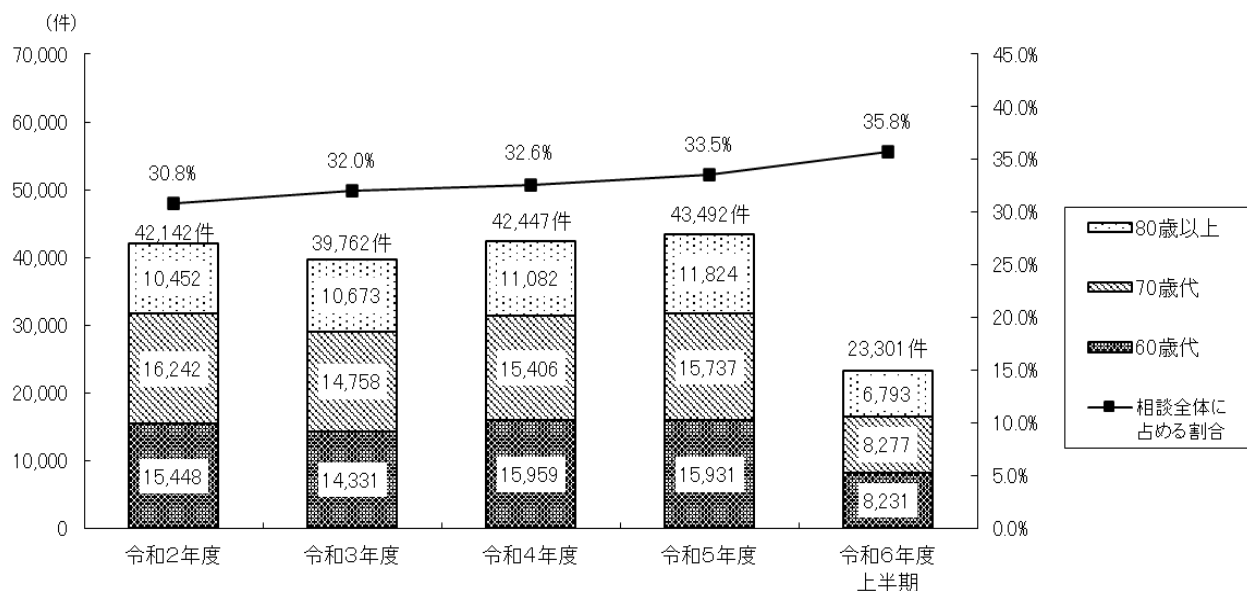
1 高齢者の相談件数

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5年度の相談件数は43,492件で、前年度(42,447件)より2.5%増加した。令和6年度上半期の相談件数は23,301件で、前年同期(21,393件)と比べ8.9%の増加となった。なかでも、「健康食品」の定期購入の解約トラブルと無料点検を装い訪問して、交換工事をさせる「給湯システム」の契約トラブルの相談件数が増えている。

高齢者の相談が相談全体に占める割合を見ると、令和5年度は前年度より0.9ポイント増加し、全体の約3割強(33.5%)となっている。令和6年度上半期の割合を見ると35.8%で、前年同期(32.7%)と比べ3.1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5年度は60歳代が36.6%(15,931件)、70歳代が36.2%(15,737件)、80歳以上が27.2%(11,824件)であった。令和6年度上半期は、60歳代が35.3%(8,231件)、70歳代が35.5%(8,277件)、80歳以上が29.2%(6,793件)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に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。

- 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2年4月～令和6年9月の相談データ

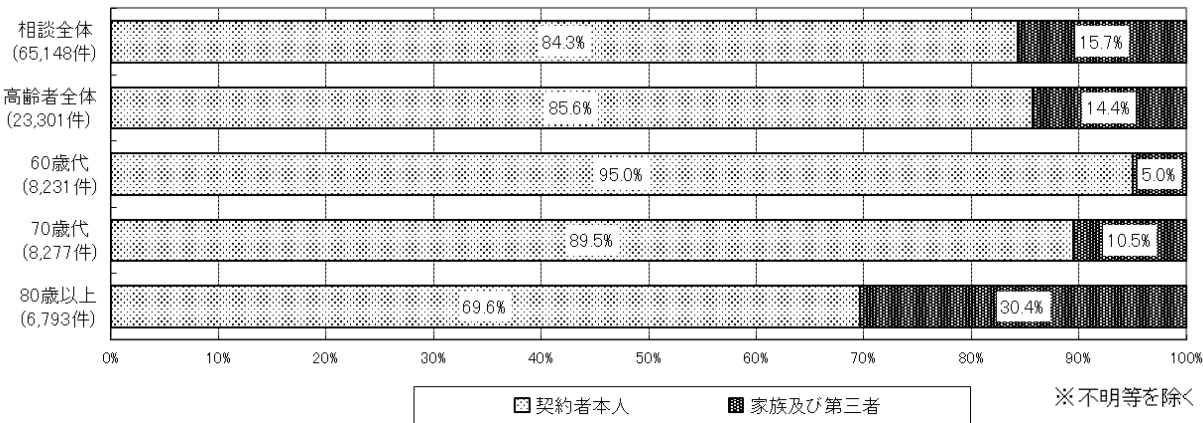
(令和6年度上半期のデータは令和6年10月31日現在の登録分)

2 相談者の内訳

令和6年度上半期の相談について、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5.0%と1割に満たないが、80歳以上になると30.4%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の理由が考えられる。

【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6年度上半期)



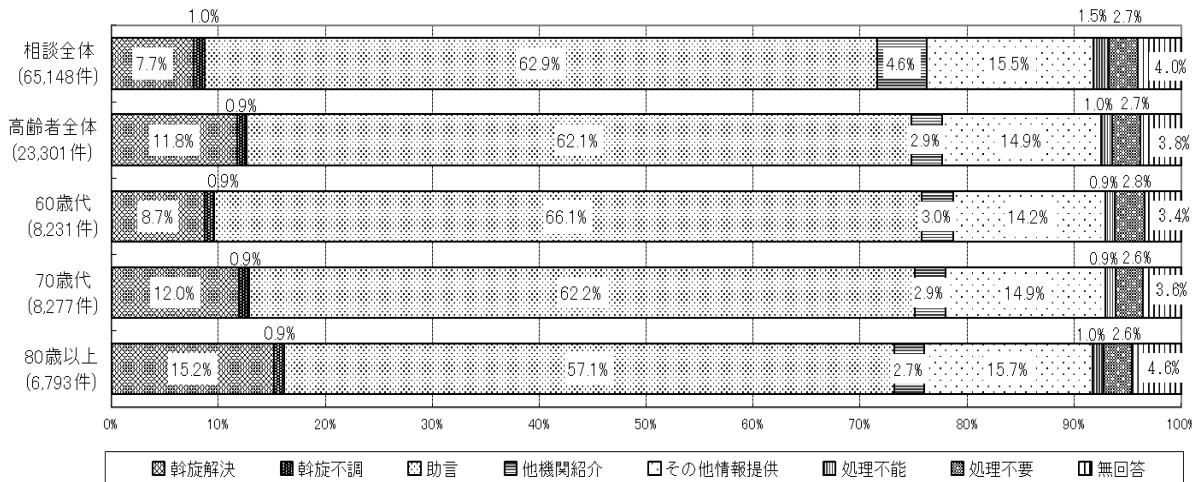
(注)相談者が本人以外（家族・第三者）の割合が、相談全体で高齢者全体より高いのは、未成年者での割合が高いことによる。

3 処理結果

令和6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処理結果の割合を示したものが「図-3」である。

いずれの年代も「助言」の占める割合が60%前後で最も大きい。「斡旋」を行った割合は、相談全体で8.7%（斡旋解決7.7%、斡旋不調1.0%）であるのに対して、高齢者全体で12.7%、特に80歳以上では16.1%と相談全体の割合の1.85倍と多くなっている。これは、より高齢になるほど自主交渉による解決が困難になっていく等の理由が考えられる。

【図-3】高齢者の相談 処理結果の割合(令和6年度上半期)



※令和6年10月31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6年度上半期では相談全体の平均金額が、高齢者相談に比べて高くなっている。これは高齢者の相談に、定期購入等の比較的少額なものが増えたことが影響していると思われる。

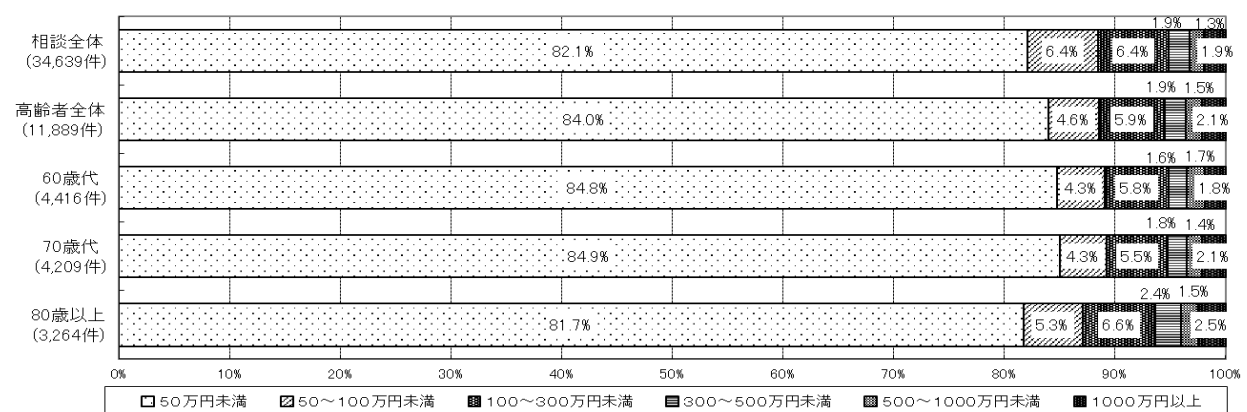
令和6年度上半期の契約購入金額別の割合を、相談全体と高齢者全体及び各年代で比較した「図－4」を見ると、契約購入金額が100万円以上の相談の割合は、相談全体で11.5%であるが、80歳以上では13.0%となっている。また、「1,000万円以上」の高額な契約は、相談全体では1.9%であるが、70歳代では2.1%、80歳以上が2.5%となる等、年齢とともに高額な契約トラブルの割合が高くなっている。

【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2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度 上半期
高齢者相談	958	946	1,003	1,190	1,053
相談全体	888	946	1,117	1,104	1,106

【図－4】高齢者の相談 契約購入金額別割合(令和6年度上半期)

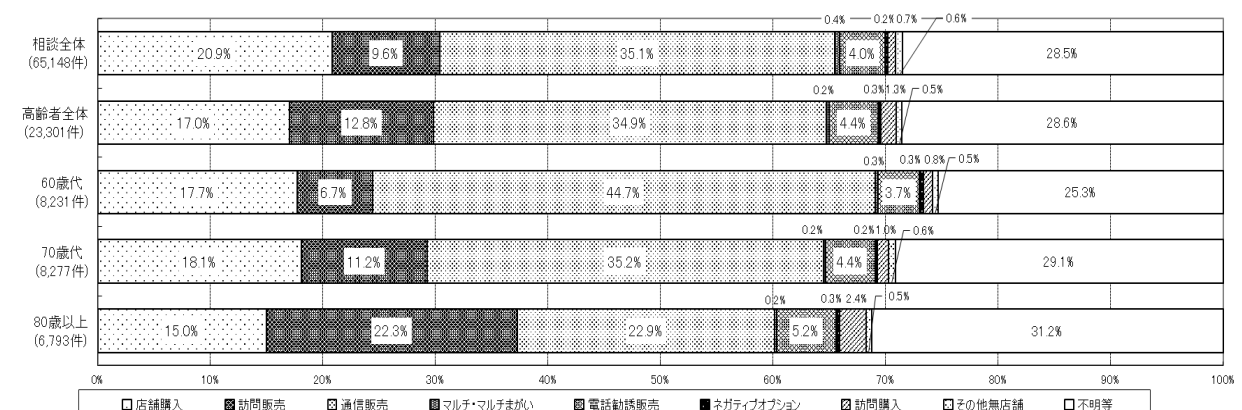


※不明等を除く

5 販売購入形態

令和6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20.9%だが、高齢者全体では17.0%と低くなっている。

【図－5】高齢者の相談 販売購入形態別割合(令和6年度上半期)



一方、「訪問販売」の割合は、相談全体では9.6%だが、高齢者全体では12.8%を占める。年代別にみると、60歳代では6.7%と相談全体より低いが、70歳代では11.2%を占め、80歳以上では22.3%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35.1%であり、高齢者全体では34.9%となっている。年代別に見ると、60歳代では44.7%、70歳代では35.2%と相談全体より多く、80歳以上では22.9%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4.0%であり、高齢者全体では4.4%となっている。年代別にみると、60歳代では3.7%、70歳代では4.4%、80歳以上では5.2%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6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3年度 (39,762件)		令和4年度 (42,447件)		令和5年度 (43,491件)		令和6年度上半期 (23,301件)	
1	商品一般	3,184	化粧品	4,575	化粧品	3,749	商品一般	1,948
2	工事・建築	2,519	商品一般	3,362	商品一般	3,365	健康食品	1,591
3	化粧品	2,384	工事・建築	2,505	工事・建築	2,326	化粧品	1,561
4	移動通信サービス	1,469	健康食品	1,425	健康食品	1,816	工事・建築	1,180
5	健康食品	1,276	移動通信サービス	1,128	役務その他サービス	1,382	役務その他サービス	895
6	役務その他サービス	1,211	役務その他サービス	1,114	移動通信サービス	1,339	移動通信サービス	701
7	修理サービス	1,139	修理サービス	920	修理サービス	1,104	給湯システム	585
8	賃貸アパート	925	賃貸アパート	902	賃貸アパート	972	修理サービス	528
9	相談その他	802	相談その他	776	相談その他	769	賃貸アパート	504
10	電気	761	電気	714	インターネット接続回線	674	相談その他	401

前年同期（令和5年度上半期）からの増加率で見ると、第7位の「給湯システム」（303.4%増）が激増している。無料点検の電話勧誘から、強引に装置交換契約をさせられた等の相談が多い。第2位の「健康食品」（107.3%増）も激増している。主に定期購入の解約トラブルに関する相談が多い。

令和6年度上半期の相談件数をみると、第1位の「商品一般」は、過去3年間3,000件台で推移しており、令和6年度上半期も1,948件（前年同期は1,660件）と高止まりの傾向となっている。これは、実在する大手通販サイトや金融機関、クレジットカード会社等を騙る架空請求の不審なメールやSMS（ショートメッセージサービス）が届いた等の相談が多いことによるものである。

第2位の「健康食品」は、令和3年度の1,276件から令和5年度に1,816件と増加しており、令和6年度上半期は1,591件（前年同期は766件）と増加傾向である。インターネット通販で申し込んだ「定期購入」の解約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。

第3位は「化粧品」であり、令和4年度の4,575件から令和5年度は3,749件、令和6年度上半期も1,561件（前年同期1,973件）と減少傾向である。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」「美容クリーム」に関する相談が多い。

「工事・建築」の相談は、令和2年度から令和5年度まで2,000件～2,500件台で推移しており、令和6年度上半期も1,180件（前年同期1,168件）と高止まりしている。「家庭訪販」に関する相談が多く、なかでも無料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。

(2) 年代別の商品・役務別上位10位

令和6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でも大差はないが、架空請求等の不審なメールの相談が多い「商品一般」が、60歳代から80歳以上のすべての年代で第1位となっている。つぎに、定期購入の解約に関する相談が多い「化粧品」と「健康食品」がどの年代でも第2位から第4位に入っている。

そのほか、「点検商法」の相談が多い「工事・建築」がどの年代でも第2位から第4位に、「給湯システム」が70歳代で第9位、80歳以上で第5位に入っている。

【表-3】高齢者の相談 年代別の商品・役務別上位10位(令和6年度上半期)

	60歳代(8,231件)		70歳代(8,277件)		80歳以上(6,793件)	
1	商品一般	674	商品一般	758	商品一般	516
2	健康食品	629	化粧品	597	工事・建築	477
3	化粧品	618	健康食品	571	健康食品	391
4	工事・建築	303	工事・建築	400	化粧品	346
5	役務その他サービス	278	役務その他サービス	323	給湯システム	316
6	賃貸アパート	257	移動通信サービス	277	役務その他サービス	294
7	移動通信サービス	215	修理サービス	187	移動通信サービス	209
8	修理サービス	146	賃貸アパート	171	修理サービス	195
9	インターネット接続回線	139	給湯システム	164	新聞	146
10	相談その他	123	相談その他	139	相談その他	139

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6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」が令和3年度から令和6年度上半期で2位、「電子広告」が令和5年度及び令和6年度上半期で3位となっていることから、高齢者にもインターネット通販で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

	令和3年度(39,760件)		令和4年度(42,447件)		令和5年度(43,491件)		令和6年度上半期 (23,301件)	
1	解約一般	10,104	解約一般	12,474	解約一般	12,087	解約一般	6,277
2	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	11,134	インターネット通販	5,593
3	家庭訪販	4,725	定期購入	5,767	電子広告	5,789	電子広告	3,170
4	契約書・書面一般	4,217	電子広告	5,651	定期購入	5,360	定期購入	3,023
5	高価格・料金	4,169	連絡不能	4,889	返金	4,630	信用性	2,647
6	信用性	4,103	高価格・料金	4,462	信用性	4,601	家庭訪販	2,595
7	電子広告	3,805	返金	4,220	高価格・料金	4,575	返金	2,413
8	連絡不能	3,744	契約書・書面一般	4,183	家庭訪販	4,430	契約書・書面一般	2,357
9	返金	3,735	信用性	4,182	契約書・書面一般	4,176	高価格・料金	2,346
10	説明不足	3,383	家庭訪販	4,063	連絡不能	4,045	連絡不能	2,290

(複数回答可)

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、加齢に伴う疾病等、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6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・役務を上位15位まで示したものが「表－5」、それを年代別に示したものが「表－6」である。

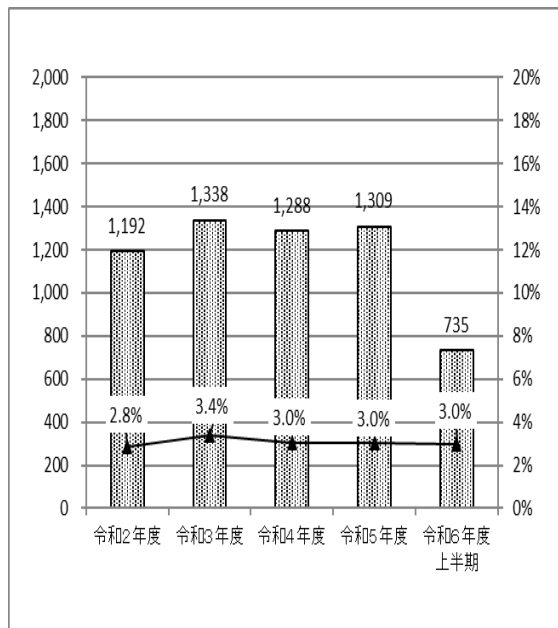
「表－6」を見ると、「判断不十分者契約」の相談は年齢が高くなるにつれ多くなり、60歳代では42件、70歳代では143件、80歳以上では550件となる（令和6年度上半期）。加齢に伴う疾病や、認知機能の低下により十分な判断ができない状態にある高齢者がトラブルに巻き込まれるケースが70歳代で増え始め、80歳以上になると急増していることがわかる。

「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1,100～1,300件台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6年度上半期で約9億1千万円となっている。

「表－5」の商品・役務別に見ると、相談件数では「工事・建築」「健康食品」「化粧品」の順に多い。契約購入金額の合計順では「中古分譲マンション」「工事・建築」「健康食品」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（35.5%）」が最も多く、次いで「通信販売（20.8%）」「店舗購入（11.3%）」「電話勧誘販売（8.7%）」が続く。

【図－6】高齢者の「判断不十分者契約」に関する
相談件数及び高齢者相談に占める「判
断不十分者契約」の割合の推移



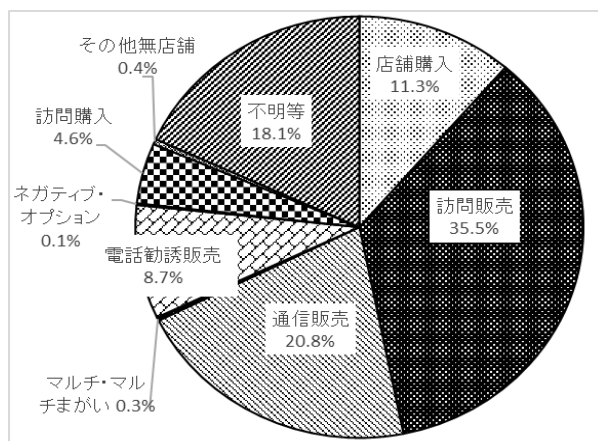
【表－5】高齢者「判断不十分者契約」の商品・役務別
上位 15 位(令和6年度上半期)

高齢者(735件)			
		相談件数	契約購入金額 の合計
1	工事・建築	63	76,567,423
2	健康食品	59	14,686,589
3	化粧品	56	870,321
4	新聞	49	533,800
5	魚介類	40	565,860
6	商品一般	38	1,228,743
7	給湯システム	32	13,466,480
8	移動通信サービス	30	645,314
9	修理サービス	21	3,036,830
10	中古分譲マンション	18	94,460,000
11	金融関連サービスその他	14	13,500
12	指輪	10	296,992
12	電気設備	10	5,110,000
14	電気	9	25,009
15	役務その他サービス	9	495,000
上位15位の合計(A)		458	212,001,861
判断不十分者契約全体(B)		735	906,725,634
上位15位(A)が(B)に占める割合		62.3%	23.4%

【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6年度上半期)

60歳代(42件)		70歳代(143件)		80歳以上(550件)	
1	化粧品	6	化粧品	14	工事・建築
2	健康食品	3	移動通信サービス	14	健康食品
2	電気	3	商品一般	13	新聞
3	移動通信サービス	2	魚介類	12	化粧品
3	新聞	2	健康食品	11	給湯システム
3	修理サービス	2	工事・建築	9	魚介類
3	固定電話サービス	2	中古分譲マンション	4	商品一般
3	冠婚葬祭互助会	2	電気設備	4	修理サービス
3	祈とうサービス	2	携帯電話	3	中古分譲マンション
3	出会い系サイト・アプリ	2	新聞	3	移動通信サービス
			修理サービス	3	

【図－7】高齢者「判断不十分者契約」販売購入形態別割合(令和6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6年度上半期の相談件数の推移と令和6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2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度 上半期	令和6年度上半期 契約購入金額の合計
家庭訪問	3,721	4,076	3,448	3,798	2,274	1,525,616,602
職場訪問	24	18	18	21	9	2,144,234
展示販売	34	31	50	39	29	15,439,947
露店販売	4	3	3	9	1	0
ネガティブオプション	763	452	416	455	214	733,010
テレビショッピング	695	717	738	619	357	6,103,472
インターネットオークション	73	70	64	50	24	946,895
フリマサービス(※)	—	92	95	123	52	4,560,738
インターネット通販	7,483	6,804	9,077	8,593	4,307	767,340,039
カタログ通販	151	150	106	112	72	2,320,541
アフィリエイト	17	25	30	26	15	2,905,040
業務提供誘引販売	8	5	7	5	3	1,599,800
ホームパーティ	1	1	2	1	1	5,500,000
アポイントメントセールス	41	31	34	29	13	16,470,905
キャッチセールス	18	23	36	33	8	182,143
電話勧誘	2,484	2,317	2,035	2,267	1,613	501,185,001
紹介販売	76	80	69	62	27	17,469,000

※「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6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、「家庭訪問」「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6年度上半期の相談件数を前年同期と比較すると、「家庭訪問」「電話勧誘」では増加、「インターネット通販」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、「家庭訪問」では約0.2億円増加、「電話勧誘」では約0.4億円増加、「インターネット通販」では約1.7億円減少している。

【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	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度 上半期	令和6年度上半期 契約購入金額の合計
家庭訪問	3,721	4,076	3,448	3,798	2,274	1,525,616,602
インターネット通販	7,483	6,804	9,077	8,593	4,307	767,340,039
電話勧誘	2,484	2,317	2,035	2,267	1,613	501,185,001

10 高齢者に特徴的な相談

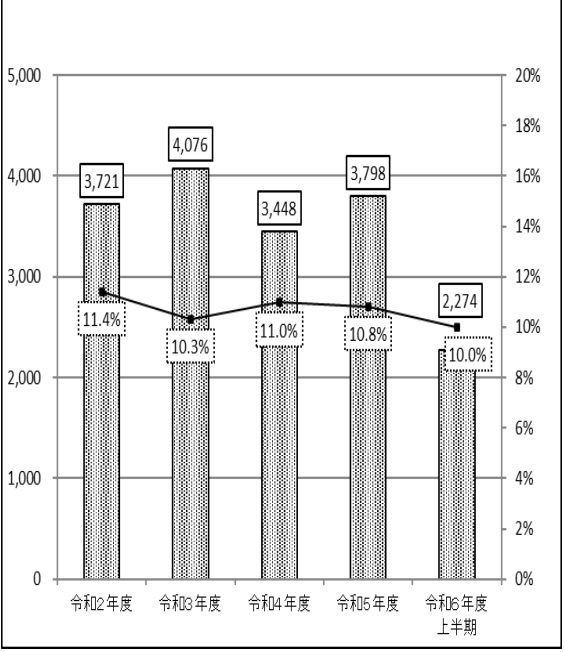
(1) 家庭訪問

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問」（以下「問題家庭訪問」という。）の相談件数の推移と「問題家庭訪問」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6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5年度及び令和6年度上半期全体では3%であるのに対して、「問題家庭訪問」では10%台と高くなっている。（図－6、図－8）

商品・役務別にみると、相談件数では「工事・建築」「給湯システム」「修理サービス」の順に多く、特に「工事・建築」「給湯システム」が高齢者のどの年代でも1位と2位になっている。（表－10）

【図－8】高齢者「問題家庭訪問」の相談件数及び判断不十分者契約の割合の推移



【表－9】高齢者「問題家庭訪問」の商品・役務別上位15位(令和6年度上半期)

高齢者(2,274件)			
		相談件数	契約購入金額の合計
1	工事・建築	583	561,901,238
2	給湯システム	372	91,143,313
3	修理サービス	171	50,670,423
4	役務その他サービス※	150	10,403,050
5	新聞	140	1,333,320
6	電気設備	81	41,624,065
7	商品一般	43	5,193,100
8	駆除サービス	41	17,352,643
9	電気	38	908,629
10	ソーラーシステム	37	68,870,000
10	建物清掃サービス	37	1,642,000
12	インターネット接続回線	33	196,724
13	有線テレビ	25	81,866
14	防災・防犯用品	24	740,100
15	中古分譲マンション	20	122,710,000
上位15位の合計(A)		1,795	974,770,471
問題家庭訪問全体(B)		2,274	1,525,616,602
上位15位(A)が(B)に占める割合		78.9%	63.9%

※「役務その他サービス」には、給湯器等の無料点検の信用性に関する相談等が寄せられている。

【表－10】高齢者「問題家庭訪問」年代別の商品・役務別上位10位(令和6年度上半期)

60歳代(379件)		70歳代(657件)		80歳以上(1,238件)	
1	工事・建築	107	工事・建築	175	工事・建築
2	給湯システム	57	給湯システム	89	給湯システム
3	修理サービス	36	修理サービス	61	新聞
4	役務その他サービス	22	役務その他サービス	50	役務その他サービス
5	新聞	16	新聞	33	修理サービス
6	電気	12	電気設備	29	電気設備
7	ソーラーシステム	11	インターネット接続回線	16	建物清掃サービス
7	駆除サービス	11	ソーラーシステム	13	商品一般
9	インターネット接続回線	10	商品一般	12	駆除サービス
10	商品一般	8	駆除サービス	10	電気
			建物清掃サービス	10	

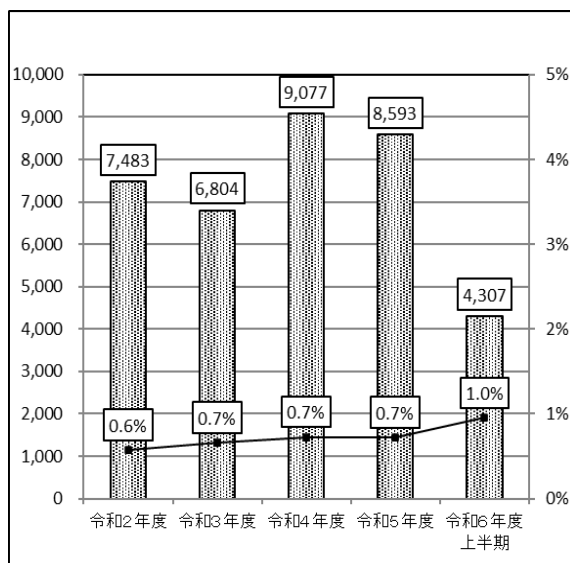
(2) インターネット通販

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6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5年度及び令和6年度上半期全体では3%であるのに対して「問題インターネット通販」では0.6%～1.0%となっている。（図－6、図－9）

商品・役務別の相談件数をみると、どの世代でも第1位は美容液や育毛剤等の「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、定期購入の解約に関する相談が多い。第3位は「役務その他サービス」で、無料だと思って登録したところ月額有料制だった質問サイトの解約やP Cに表示された偽のウィルス感染警告の解除サポートの不当請求等の相談が多い。

【図－9】高齢者「問題インターネット通販」の相談件数及び判断不十分者契約の割合の推移



【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6年度上半期)

高齢者(4,307件)			
		相談件数	契約購入金額の合計
1	化粧品	945	12,275,067
2	健康食品	894	13,526,188
3	役務その他サービス	137	5,604,245
4	商品一般	134	25,419,027
5	アダルト情報	82	32,361,000
6	電気空調・冷房機器	69	1,438,393
7	ウィルス対策ソフト	53	1,122,926
8	書籍	50	385,544
9	複合サービス会員	47	60,715
10	婦人下着	45	325,297
11	音響・映像機器	44	1,427,092
12	出会い系サイト・アプリ	42	72,844,719
13	他の娯楽等情報配信サービス	41	796,658
14	パソコン	40	1,343,791
15	ズボン	38	250,913
上位15位の合計(A)		2,661	169,181,575
問題インターネット通販全体(B)		4,307	767,340,039
上位15位(A)が(B)に占める割合		61.8%	22.0%

【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6年度上半期)

60歳代(2,177件)		70歳代(1,544件)		80歳以上(586件)	
1	化粧品	439	化粧品	366	化粧品
2	健康食品	438	健康食品	327	健康食品
3	役務その他サービス	55	商品一般	55	役務その他サービス
4	商品一般	52	役務その他サービス	54	商品一般
5	書籍	39	アダルト情報	36	ウィルス対策ソフト
6	アダルト情報	36	電気空調・冷房機器	35	複合サービス会員
7	婦人下着	33	ウィルス対策ソフト	20	音響・映像機器
8	電気空調・冷房機器	30	複合サービス会員	17	アダルト情報
9	音響・映像ソフト	25	ズボン	16	ソフトウェアライセンス一般
9	出会い系サイト・アプリ	25	他の医薬品	16	防虫・殺虫用品

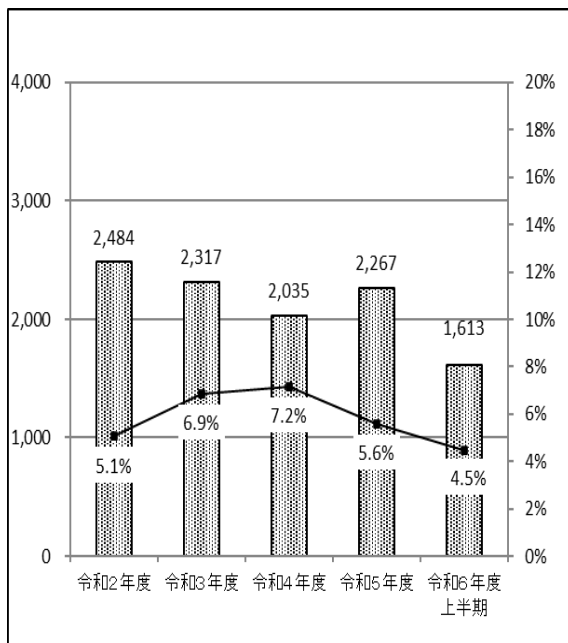
(3) 電話勧誘

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6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5年度及び令和6年度上半期全体では3%であるのに対して「問題電話勧誘」では4.5%～7.2%台と少し高くなっている。（図－6、図－10）

商品・役務別の相談件数をみると、第1位は「点検商法」の相談が多い「給湯システム」、第2位「役務その他サービス」は、「点検商法」につながる可能性が高いガスの無料点検の電話勧誘の相談等がどの世代でも多い。

【図－10】高齢者「問題電話勧誘」の相談件数及び判断不十分者契約の割合の推移



【表－13】高齢者「問題電話勧誘」の商品・役務別上位15位（令和6年度上半期）

高齢者(1,613件)		
	相談件数	契約購入金額の合計
1 給湯システム	262	21,848,100
2 役務その他サービス	239	76,316,930
3 商品一般	149	1,311,000
4 魚介類	128	2,020,222
5 社会保険	96	303,000
6 インターネット接続回線	68	162,757
7 化粧品	60	830,823
8 健康食品	59	3,979,560
9 工事・建築	55	23,854,000
10 移动通信サービス	36	1,511,291
11 電気設備	31	1,875,000
12 固定電話サービス	24	44,000
13 電気※	19	0
14 土地	18	15,800,000
15 修理サービス	17	1,094,848
上位15位の合計(A)	1,261	150,951,531
問題電話勧誘全体(B)	1,613	501,185,001
上位15位(A)が(B)に占める割合	78.2%	30.1%

※「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6年度上半期)

60歳代(416件)		70歳代(583件)		80歳以上(614件)	
1 給湯システム	63	役務その他サービス	90	給湯システム	122
2 役務その他サービス	53	給湯システム	77	役務その他サービス	96
3 商品一般	50	社会保険	62	魚介類	58
4 インターネット接続回線	35	魚介類	53	商品一般	48
5 社会保険	18	商品一般	51	工事・建築	26
5 化粧品	18	インターネット接続回線	23	化粧品	23
7 魚介類	17	健康食品	23	健康食品	20
8 健康食品	16	化粧品	19	電気設備	18
9 移动通信サービス	13	工事・建築	18	社会保険	16
10 工事・建築	11	移动通信サービス	17	中古分譲マンション	12

1 1 相談事例

事例 1：給湯システム（電話勧誘）

一昨日、給湯設備のサポートセンターを名乗る電話があり、契約しているガス会社の給湯器の点検だと思い承諾した。電話を切った後で、2年前くらいにガス会社の点検を受けていたことを思い出し、不審に感じて、インターネットでこの業者について調べてみたところ、悪質業者であることがわかった。取り急ぎ点検を断ろうと、電話を毎日しているが電話が繋がらない。点検を断りたいがどうしたらよいか。

（契約当事者 60 歳代／女性）

事例 2：化粧品（インターネット通販）

数か月前、何かの広告で見た美容液がお試し価格 1,980 円で販売されているのをスマホで見つけ申し込んだ。商品が届いたのでコンビニですぐに料金を支払った。少し後に同じ商品がまた届いたので驚いたが、中には 1 万円弱の請求書が入っていて、はじめて自分が定期購入の契約を申し込んだことになっていると気付いた。事業者に解約を申し出たところ、契約の回数までは解約に応じられないといわれた。

（契約当事者 80 歳代／女性）

事例 3：工事・建築（家庭訪販）

先月、近くで足場を組んで工事をしているという業者が 2 名で来訪した。屋根の点検を無料でするというのでお願いすると、屋根の一部が破損していると言われた。その日は簡単な修理をしてもらい、翌日業者が再訪し、見積書と仮契約書をもってきたので、70 万円の仮契約書にサインした。その後、冷静になってみると高額な工事なので気になり、記載のあった業者の住所に行ってみると現地に業者らしき建物は見当たらなかった。心配なので、業者に電話しているが通じない。このまま信じて大丈夫か。

（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）

さきほど、パソコンでわからないことがあったので、インターネット検索して一番上に表示されたサイトにアクセスした。困りごとなどを入力していくと、最後にクレジットカードの番号入力の指示があり入力すると、初回トライアル料金の引き落としとともに、月額料金が表示され、有料サイトであることに気付いた。サイトを見て回ったが、解約方法がわからない。

（契約当事者 70 歳代／男性）

事例 5：魚介類（電話勧誘）

以前、電話で勧誘されて海産物を購入したことがある業者から、数日前にまた電話があり、海産物の数万円分の購入を勧められた。必要ないので断ったが、しつこく何度も電話があり最後には、断っているのに数日中に届くように手配すると言われて電話を切られた。商品が届いてしまった場合、どうすればよいか。

（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、相談件数及び契約購入金額の合計ともに「工事・建築」の相談が、特に増加しています。その多くが無料点検を装い訪問し、屋根や分電盤等の破損・不具合を指摘したうえで、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、その場で絶対に契約をしないことです。周囲の人に相談して、慎重に検討することが重要です。

2番目の「インターネット通販」は、上記3つの販売購入形態の中で最も件数が多くなっています。これは、スマホの普及等で高齢者で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加したことが背景にあると考えられます。相談内容としては、「化粧品」「健康食品」の定期購入の解約トラブルに関する相談が多く寄せられています。お試し価格を強調された広告を見て、1回だけと思っていたのに、2回目以降は高額な定価を支払うことが条件の定期購入契約を締結させられ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、最終確認画面を確認してから申し込むことが大切です。また、その最終画面のスクリーンショットを証拠として保存しておくことも解約の交渉の際に有効です。

そのほかに、パソコンでインターネット閲覧中に、突然、画面にウィルス感染の偽の警告が出て、表示された解除サポートに連絡したところ、解除作業後に高額な料金を求められたという事例が増えています。突然警告画面等が出て、画面に表示された連絡先には絶対に電話をしないでください。偽の警告なので、落ち着いて、パソコンの再起動をするなどして、警告画面を消しましょう。

3番目の「電話勧誘」では、特に「給湯システム」の相談が増加しています。ガスの無料点検の電話が消費者の元にかかってきて、消費者が契約中のガス会社の点検と勘違いして応じたところ、点検後に、古いから等の様々な理由をつけて、特に必要はないのに高額な給湯器の交換契約をさせる手口です。事業者から契約を勧められた際は、その場では一旦保留にして、契約しているガス会社との関係も確認し、家族や信頼できる人に相談する等、慎重に判断する必要があります。そのうえで、見積書をもらい、作業内容と代金を検討してから依頼しましょう。

「電話勧誘」ではほかに、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等も相談が入っています。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。「社会保険」に関するいわゆる還付金詐欺は、「医療費の還付金の申請がまだなので、指示に従い手続きをしてください。」と役所の職員等を名乗る者から急かされて、銀行やATMで手続きをしたつもりが、実はお金を振り込んでしまったという手口です。相手の話をすぐに信じてしまわずに、落ち着いて家族等に相談することが大切です。

高齢者の被害の未然・拡大防止には、ご本人に認識いただくことが最も大事ですが、周囲の方々に気を付けていただくことも効果的です。身近にいる家族やホームヘルパー、ケアマネジャー、民生委員等の方々が、ご本人の様子を見て「普段と何か違う」「何かおかしい」

といった変化をキャッチすることが重要です。

高齢者に困りごとがあると感じたり、少しでも疑問等を感じたら、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、高齢者の身近の方から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。