

「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。(※)

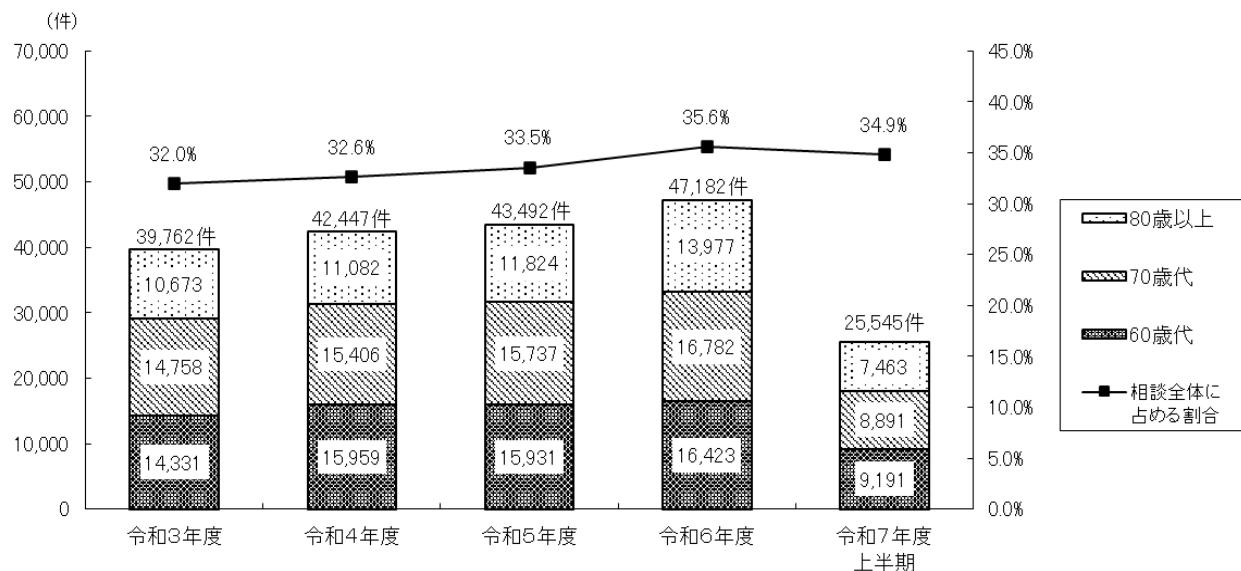
1 高齢者の相談件数

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6年度の相談件数は47,182件で、前年度(43,492件)より8.5%増加した。令和7年度上半期の相談件数は25,545件で、前年同期(23,301件)と比べ9.6%の増加となった。特に、増加が目立ったのは、海外から固定電話にかかるくる通信料金未払いの詐欺電話等の相談が多い「電報・固定電話」と、SNS広告を見て海外事業者から購入したサーチュレーターの性能が広告と著しく異なるなどの相談が多くなった「電気空調・冷房機器」である。

高齢者の相談が相談全体に占める割合をみると、令和6年度は前年度より2.1ポイント増加し、全体の約3割強(35.6%)となった。令和7年度上半期は34.9%で、前年同期(35.8%)と比べ0.9ポイント減少している。

さらに、高齢者からの相談を年代別の割合でみると、令和6年度は60歳代が34.8%(16,423件)、70歳代が35.6%(16,782件)、80歳以上が29.6%(13,977件)、令和7年度上半期は、60歳代が36.0%(9,191件)、70歳代が34.8%(8,891件)、80歳以上が29.2%(7,463件)である。

【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3年4月～令和7年9月の相談データ

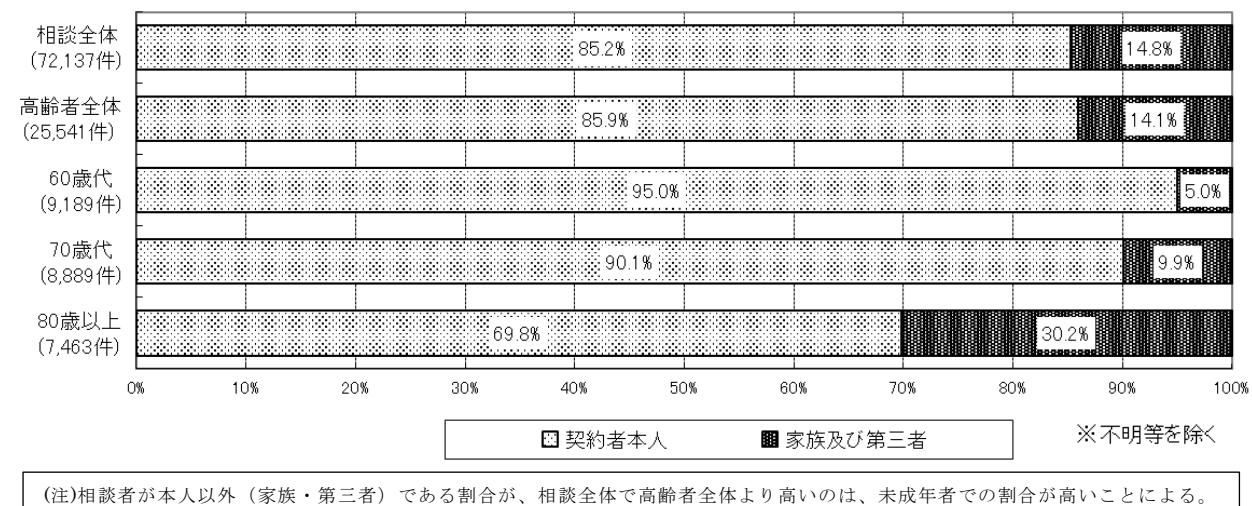
(令和7年度上半期のデータは令和7年10月31日現在の登録分)

2 相談者の内訳

令和7年度上半期の相談について、相談者が、契約当事者本人と本人以外（家族・第三者）である場合の割合を、相談全体・高齢者全体・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30.2%を占め、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歳以上の相談では、家族やホームヘルパー、ケアマネジャー等からの相談が多い。これは、契約者本人が身体的・判断力などの理由で相談が難しいことや被害に気づいていないことなど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7年度上半期)

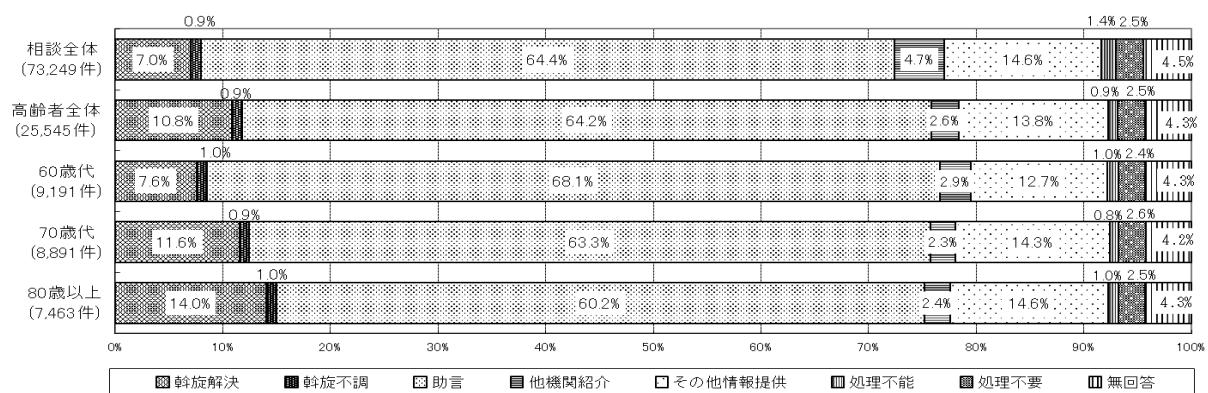


3 処理結果

令和7年度上半期の相談について、相談全体・高齢者全体・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%を超え最も多い。「斡旋」を行った割合は、相談全体で7.9%（斡旋解決7.0%、斡旋不調0.9%）であるのに対し、高齢者全体では11.7%、特に80歳以上では15.0%と、相談全体の約1.9倍となっている。これは、高齢になるほど自主交渉による解決が困難になることなど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7年度上半期)



※令和7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7年度上半期では高齢者相談の平均金額が、相談全体より高くなっている。

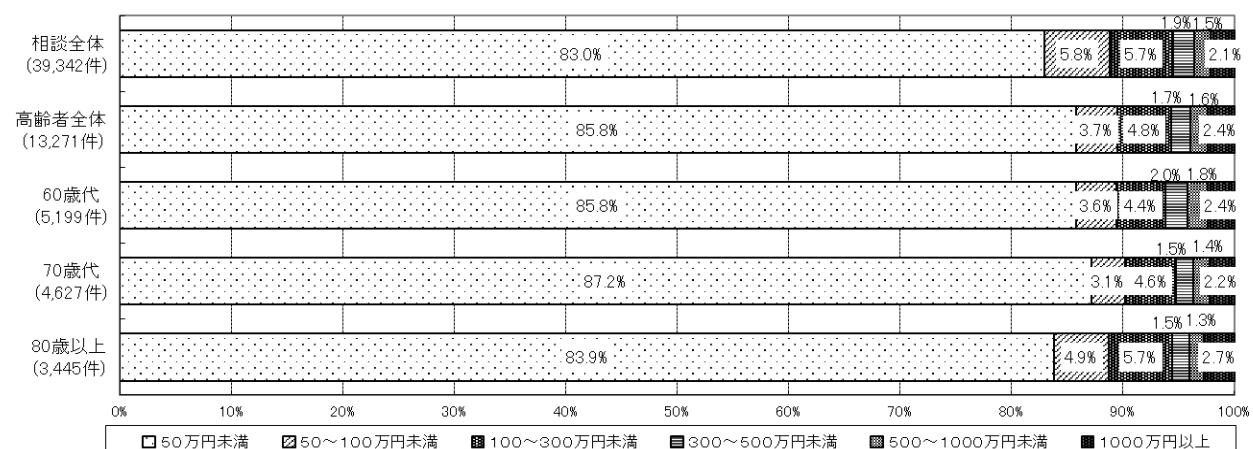
令和7年度上半期の契約購入金額別の割合をみると、契約購入金額が「1,000万円以上」の高額な契約では、相談全体が2.1%に対し、高齢者全体は2.4%、特に80歳以上では2.7%と割合が高くなっている。

【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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度 上半期
高齢者相談	946	1,003	1,190	1,013	1,266
相談全体	946	1,117	1,104	1,066	1,177

【図－4】高齢者の相談 契約購入金額別割合(令和7年度上半期)

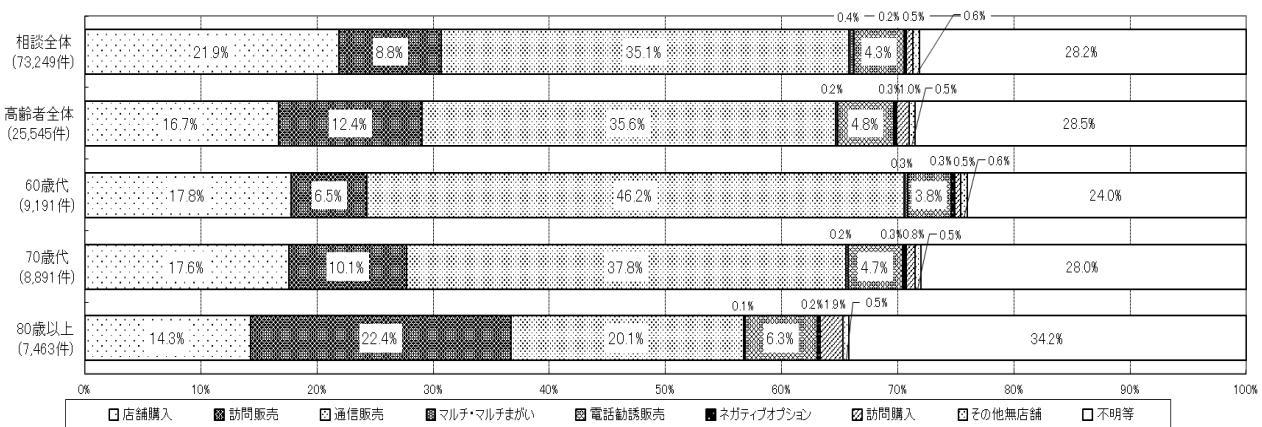


※不明等を除く

5 販売購入形態

令和7年度上半期の相談について、相談全体・高齢者全体・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21.9%だが、高齢者全体では16.7%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7年度上半期)



一方、「訪問販売」の割合は、相談全体では8.8%だが、高齢者全体では12.4%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10.1%、80歳以上では22.4%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%、高齢者全体では35.6%となっている。年代別にみると、60歳代で46.2%、70歳代で37.8%と相談全体より多く、80歳以上では20.1%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4.3%、高齢者全体では4.8%となっている。年代別にみると、60歳代では3.8%、70歳代では4.7%となっており、80歳以上では6.3%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7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4年度(42,447件)	令和5年度(43,491件)	令和6年度(47,182件)	令和7年度上半期(25,545件)
1	化粧品	4,575	化粧品	3,749
2	商品一般	3,362	商品一般	3,365
3	工事・建築	2,505	工事・建築	2,326
4	健康食品	1,425	健康食品	1,816
5	移動通信サービス	1,128	役務その他サービス	1,382
6	役務その他サービス	1,114	移動通信サービス	1,339
7	修理サービス	920	修理サービス	1,104
8	賃貸アパート	902	賃貸アパート	972
9	相談その他	776	相談その他	769
10	電気	714	インターネット接続回線	674

前年同期（令和6年度上半期）からの増加率でみると、第7位の「電報・固定電話」（348.3%増）が激増している。海外から固定電話にかかるくる通信料金未払いの詐欺電話等の相談が多い。第8位の「電気空調・冷房機器」（195.8%増）も大幅に増加している。SNS広告を見て海外事業者から購入したセキュレーターの性能が、広告と著しく異なるなどの相談が増えたことによる。

令和7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、年3,300件以上で推移しており、令和7年度上半期も2,125件（前年同期は1,948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かた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7年度上半期は1,392件（前年同期は1,591件）で減少傾向である。インターネット通販で申し込んだダイエットサプリメント等の定期購入の解約に関する相談が多く寄せられている。

第3位は「役務その他サービス」で、令和7年度上半期は1,172件（前年同期895件）と大きく増加している。増加の原因是、契約している電気やガスの事業者の無料点検を装って来訪する点検商法の手口が増えていることによるものである。

(2) 年代別の商品・役務別上位 10 位

令和 7 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 位を示したもののが「表－3」である。

60 歳代から 80 歳以上の全ての年代の第 1 位は「商品一般」で、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かたる架空請求の不審なメールや SMS が届いた等の相談が多い。60 歳代・70 歳代の第 2 位は「健康食品」、第 3 位は「化粧品」で、定期購入の解約に関する相談が多い。80 歳以上の第 2 位は「工事・建築」で、不審な点検を装って家を訪問し、高額な交換工事契約をさせられたなどの相談が多い。第 3 位は「電報・固定電話」で架空請求等の不審な電話の相談が多い。

【表－3】高齢者の相談 年代別の商品・役務別上位10位(令和7年度上半期)

60歳代(9,191件)		70歳代(8,891件)		80歳以上(7,463件)	
1	商品一般	687	商品一般	767	商品一般
2	健康食品	487	健康食品	558	工事・建築
3	化粧品	452	化粧品	467	電報・固定電話
4	役務その他サービス	353	役務その他サービス	439	役務その他サービス
5	賃貸アパート	299	移動通信サービス	351	健康食品
6	電気空調・冷房機器	272	工事・建築	324	化粧品
7	工事・建築	262	電気空調・冷房機器	237	給湯システム
8	移動通信サービス	235	電報・固定電話	218	電気設備
9	修理サービス	193	賃貸アパート	197	移動通信サービス
10	インターネット接続回線	176	金融関連サービスその他	177	修理サービス

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 7 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」がいずれも 2 位、「電子広告」が令和 5 年度から令和 7 年度上半期で 3 位となっており、高齢者で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4年度(42,447件)		令和5年度(43,491件)		令和6年度(47,182件)		令和7年度上半期(25,545件)	
1	解約一般	12,474	解約一般	12,087	解約一般	12,395	解約一般
2	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	11,063	インターネット通販
3	定期購入	5,767	電子広告	5,789	電子広告	6,310	電子広告
4	電子広告	5,651	定期購入	5,360	信用性	5,755	返金
5	連絡不能	4,889	返金	4,630	定期購入	5,479	信用性
6	高価格・料金	4,462	信用性	4,601	家庭訪販	5,298	連絡不能
7	返金	4,220	高価格・料金	4,575	返金	4,889	家庭訪販
8	契約書・書面一般	4,183	家庭訪販	4,430	連絡不能	4,680	定期購入
9	信用性	4,182	契約書・書面一般	4,176	契約書・書面一般	4,582	返品
10	家庭訪販	4,063	連絡不能	4,045	高価格・料金	4,569	契約書・書面一般

(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7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。

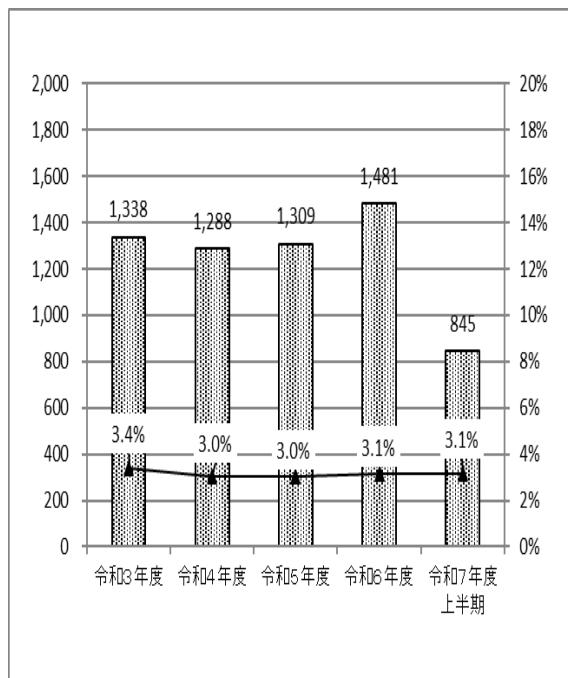
「図-6」をみると、高齢者の「判断不十分者契約」の相談件数は、令和3年度から年1,300件以上で推移しており、令和7年度も上半期だけで845件の相談が寄せられている。その中で、高齢者相談に占める「判断不十分者契約」の割合は3%～4%台で推移している。

「表-5」の商品・役務別にみると、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」「給湯システム」の順に高い。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7年度上半期で約7億4千万円となっている。

「表-6」をみると、「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58件、70歳代では195件、80歳以上では592件となる（令和7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分かる。

「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（36.7%）」が最も多く、次いで「通信販売（18.3%）」「店舗購入（13.4%）」「電話勧誘販売（8.9%）」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



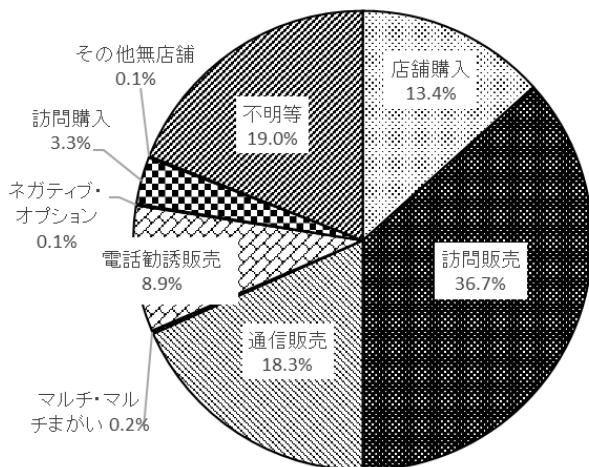
【表-5】高齢者「判断不十分者契約」の商品・役務別
上位15位（令和7年度上半期）

	高齢者(845件)	
	相談件数	契約購入金額 の合計
1 工事・建築	93	47,593,875
2 健康食品	71	7,414,781
3 化粧品	48	477,986
4 魚介類	45	1,166,370
5 新聞	41	252,800
6 移動通信サービス	40	766,536
7 給湯システム	35	8,543,000
8 電気設備	31	4,326,000
9 商品一般	27	1,132,403
10 役務その他サービス	22	2,355,248
11 中古分譲マンション	18	181,162,000
12 修理サービス	18	5,828,000
12 インターネット接続回線	16	46,503
14 金融関連サービスその他	13	28,600
15 携帯電話	10	386,736
上位15位の合計(A)	528	261,480,838
判断不十分者契約全体(B)	845	735,324,026
上位15位(A)が(B)に占める割合	62.5%	35.6%

【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7年度上半期)

60歳代(58件)		70歳代(195件)		80歳以上(592件)	
1 健康食品	5	健康食品	29	工事・建築	81
1 土地	5	移動通信サービス	25	魚介類	40
3 商品一般	4	化粧品	22	新聞	39
4 役務その他サービス	3	工事・建築	12	健康食品	37
4 移動通信サービス	3	役務その他サービス	7	給湯システム	29
4 出会い系サイト・アプリ	3	商品一般	5	電気設備	25
7 携帯電話	2	給湯システム	5	化粧品	25
7 ソーラーシステム	2	電気設備	5	商品一般	18
7 修理サービス	2	魚介類	5	中古分譲マンション	16
7 金融関連サービスその他	2	電気	4	修理サービス	15
7 インターネット接続回線	2				
7 医療サービス	2				

【図－7】高齢者「判断不十分者契約」販売購入形態別割合(令和7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）

PIO-NET 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 7 年度上半期の相談件数の推移と令和 7 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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度 上半期	令和7年度上半期 契約購入金額の合計
家庭訪販	4,076	3,448	3,798	4,631	2,365	1,431,097,801
職場訪販	18	18	21	16	4	993,020
展示販売	31	50	39	55	14	27,943,600
露店販売	3	3	9	2	2	1,344
ネガティブオプション	452	416	455	480	286	1,059,015
テレビショッピング	717	738	619	666	280	8,528,319
インターネットオークション	70	64	50	41	20	1,395,488
フリマサービス	92	95	123	138	60	1,769,223
インターネット通販	6,804	9,077	8,593	8,476	5,140	1,021,712,709
カタログ通販	150	106	112	138	48	777,741
アフィリエイト	25	30	26	25	9	4,790,062
業務提供誘引販売	5	7	5	3	2	139,800
ホームパーティ	1	2	1	2	1	0
アポイントメントセールス	31	34	29	29	21	37,619,100
キャッチセールス	23	36	33	16	13	9,142,580
電話勧誘	2,317	2,035	2,267	3,529	1,741	790,964,820
紹介販売	80	69	62	53	21	22,447,872

「表－7」において、令和 7 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、高齢者に特徴的な相談として、「インターネット通販」「家庭訪販」「電話勧誘」について詳述することとする。

令和 7 年度上半期の相談件数を前年同期と比較すると、「インターネット通販」「家庭訪販」「電話勧誘」のすべてで増加している。契約購入金額の合計を前年同期と比較すると、「インターネット通販」では約 2.9 億円増加、「家庭訪販」では約 1 億円減少、「電話勧誘」では約 2.5 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	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度 上半期	令和7年度上半期 契約購入金額の合計
インターネット通販	6,804	9,077	8,593	8,476	5,140	1,021,712,709
家庭訪販	4,076	3,448	3,798	4,631	2,365	1,431,097,801
電話勧誘	2,317	2,035	2,267	3,529	1,741	790,964,820

10 高齢者に特徴的な相談

(1) インターネット通販

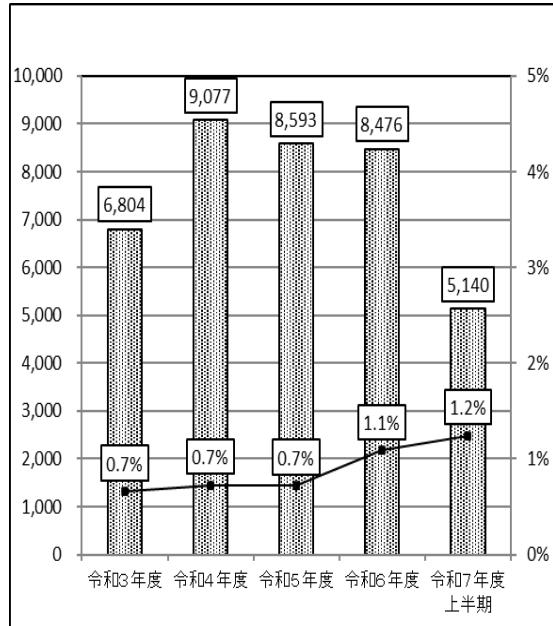
高齢者の相談における「販売方法に何らかの問題があるインターネット通販」(以下「問題インターネット通販」という。) の相談件数の推移と「問題インターネット通販」に占める「判断不十分者契約」の相談の割合を示したものが「図-8」、令和7年度上半期の相談に多い商品・役務を示したものが「表-9」、それを年代別に示したものが「表-10」である。

高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、令和6年度及び令和7年度上半期全体では3%~4%であるのに対して「問題インターネット通販」では0.7%~1.2%となってい

る。(図-6、図-8)

商品・役務別の相談件数をみると、どの世代でも、第1位はダイエットサプリメント等の「健康食品」、第2位は美容液や育毛剤等の「化粧品」であり、定期購入の解約に関する相談が多い。第3位は「紳士・婦人洋服」で、SNS広告から注文した商品が届かなかったり、届いたが粗悪品だったので返品・返金を求めるなどの相談が多い。

**【図-8】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-9】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7年度上半期)

	高齢者(5,140件)	
	相談件数	契約購入金額の合計
1 健康食品	774	12,990,474
2 化粧品	685	8,166,036
3 紳士・婦人洋服	357	3,286,839
4 電気空調・冷房機器	292	3,110,139
5 役務その他サービス	191	15,623,285
6 履物	146	1,377,796
7 商品一般	137	6,208,174
8 食器・台所用品	121	1,141,111
9 果物加工品	78	531,904
10 婦人下着	73	676,415
11 米	61	431,300
12 申請代行サービス	58	1,262,277
13 紳士・婦人用バッグ	57	961,937
13 ペット用品	57	357,076
15 アダルト情報	56	18,853,700
上位15位の合計(A)	3,143	74,978,463
問題インターネット通販全体(B)	5,140	1,021,712,709
上位15位(A)が(B)に占める割合	61.1%	7.3%

【表-10】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7年度上半期)

60歳代(2,580件)		70歳代(1,965件)		80歳以上(595件)	
1 健康食品	308	健康食品	331	健康食品	135
2 化粧品	304	化粧品	284	化粧品	97
3 紳士・婦人洋服	194	紳士・婦人洋服	144	役務その他サービス	35
4 電気空調・冷房機器	150	電気空調・冷房機器	116	電気空調・冷房機器	26
5 役務その他サービス	78	役務その他サービス	78	商品一般	20
5 履物	78	履物	56	紳士・婦人洋服	19
7 商品一般	71	食器・台所用品	55	履物	12
8 食器・台所用品	56	商品一般	46	果物加工品	12
9 婦人下着	45	果物加工品	41	食器・台所用品	10
10 紳士・婦人用バッグ	43	アダルト情報	30	漢方薬	9
				保健衛生品その他	9

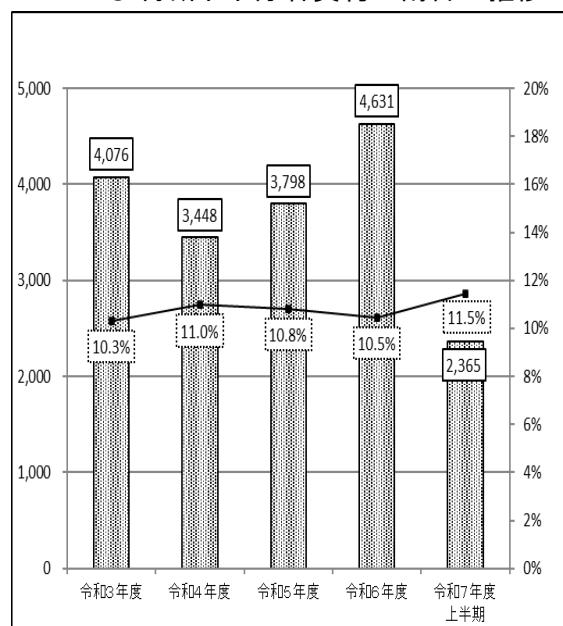
(2) 家庭訪販

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-9」、令和7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6年度及び令和7年度上半期全体では3~4%であるのに対して、「問題家庭訪販」では10~11%台と高くなっている。(図-6、図-9)

商品・役務別にみると、相談件数では「工事・建築」「役務その他サービス」「給湯システム」「電気設備」の順に多く、契約している電気やガスの事業者の無料点検を装って来訪し、分電盤(ブレーカー)や給湯システムを交換させる点検商法が多いことがわかる。(表-11)

【図-9】高齢者「問題家庭訪販」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「問題家庭訪販」の商品・役務別上位15位(令和7年度上半期)

	高齢者(2,365件)	
	相談件数	契約購入金額の合計
1 工事・建築	508	391,257,640
2 役務その他サービス	273	14,827,690
3 給湯システム	259	55,093,640
4 電気設備	242	72,016,250
5 修理サービス	167	47,112,360
6 新聞	133	1,048,450
7 ソーラーシステム	48	129,878,417
8 駆除サービス	45	20,722,854
9 インターネット接続回線	39	149,403
10 電気	35	497,100
11 商品一般	32	0
12 建物清掃サービス	31	2,122,070
13 防災・防犯用品	30	1,234,670
14 こんろ	27	5,198,500
15 解錠サービス	26	2,365,895
上位15位の合計(A)	1,895	743,524,939
問題家庭訪販全体(B)	2,365	1,431,097,801
上位15位(A)が(B)に占める割合	80.1%	52.0%

※「役務その他サービス」には、電気・ガス等の無料点検の信用性に関する相談等が多く寄せられている。

※「商品一般」は、契約購入金額の無回答が多い。

【表-12】高齢者「問題家庭訪販」年代別の商品・役務別上位10位(令和7年度上半期)

60歳代(361件)		70歳代(666件)		80歳以上(1,338件)	
1 工事・建築	51	工事・建築	138	工事・建築	319
2 役務その他サービス	43	役務その他サービス	90	電気設備	162
3 修理サービス	40	給湯システム	61	給湯システム	160
4 給湯システム	38	電気設備	57	役務その他サービス	140
5 電気設備	23	修理サービス	55	新聞	89
6 新聞	17	新聞	27	修理サービス	72
6 ソーラーシステム	17	駆除サービス	18	こんろ	23
8 インターネット接続回線	13	電気	17	防災・防犯用品	19
8 解錠サービス	13	商品一般	15	ソーラーシステム	19
10 駆除サービス	9	ソーラーシステム	12	中古分譲マンション	18
				駆除サービス	18

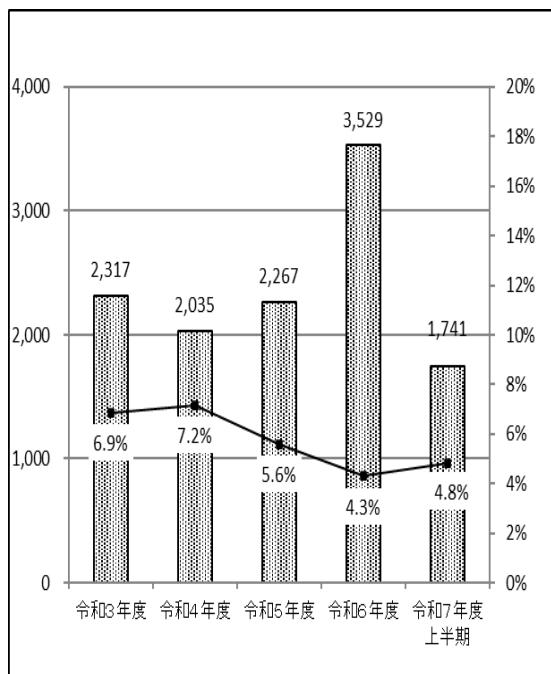
(3) 電話勧誘

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7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6年度及び令和7年度上半期全体では3%～4%であるのに対して「問題電話勧誘」では4.3%～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「役務その他サービス」は、ガスや電気の無料点検を装った電話勧誘の相談が多く、第2位「商品一般」は、不審な電話がかかってきて個人情報を答えてしまったなどの相談が多い。

【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7年度上半期)

	高齢者(1,741件)	
	相談件数	契約購入金額の合計
1 役務その他サービス	346	14,220,502
2 商品一般	202	624,762
3 魚介類	153	2,525,714
4 電気設備	119	13,406,900
5 電報・固定電話	119	98,731
6 インターネット接続回線	110	471,605
7 給湯システム	76	5,613,000
8 工事・建築	75	13,048,480
9 健康食品	52	789,120
10 移動通信サービス	51	156,471
11 化粧品	40	671,302
12 社会保険	23	762,000
13 電気	20	0
14 金融コンサルティング	16	32,974,713
15 ソーラーシステム	14	19,368,146
上位15位の合計(A)	1,416	104,731,446
問題電話勧誘全体(B)	1,741	790,964,820
上位15位(A)が(B)に占める割合	81.3%	13.2%

※「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7年度上半期)

	60歳代(414件)	70歳代(574件)	80歳以上(753件)
1 役務その他サービス	82	役務その他サービス	145
2 インターネット接続回線	57	商品一般	93
3 商品一般	43	電報・固定電話	88
4 移動通信サービス	19	魚介類	68
5 固定電話サービス	18	電気設備	54
5 魚介類	18	インターネット接続回線	43
7 健康食品	16	移動通信サービス	16
8 給湯システム	14	健康食品	16
9 化粧品	13	給湯システム	12
10 電気設備	10	工事・建築	8
			移動通信サービス
			8

1.1 相談事例

事例1：分電盤（ブレーカー）（家庭訪販、電話勧誘）

数日前に漏電点検の電話があり、てっきり電力会社の4年に1回の法定点検だと思い承諾した。昨日、業者が訪問し、「分電盤が老朽化していて使い続けるのはよくない。漏電事故で近所に迷惑をかけたら大変だ。」と言われ、10万円の分電盤交換工事の契約をしてしまった。業者が帰った後、家族に相談したところ、「不審な業者だ。」と言われたので契約を解約したい。

(契約当事者 70歳代／女性)

事例2：健康食品（インターネット通販）

1週間前、スマホの広告で見たダイエットサプリの画面をタップし、詳細をよく確認せずに初回1,980円の定期コースを申し込んだ。昨日、商品が届いたが体質に合わなかつたので、初回で終わりにしたいと販売業者に電話した。業者からは「初回のみでキャンセルする場合は、追加で1万円支払ってもらう。」と言われた。スマホの操作に慣れておらず、広告画面や申込画面も見ることができない。どうしたらよいか。

(契約当事者 70歳代／女性)

事例3：紳士・婦人洋服（インターネット通販）

SNS広告を見て、ブランド服が大幅に安くなっているサイトでクレジットカード決済したが、通常送信される注文確認メールは届かなかつた。10日以上経過しても商品が届かず、不審に感じ、ネットで調べると偽サイトであることが分かつた。もう広告も確認できず、業者の連絡先も不明だ。クレジットカードの請求を取り消したい。

(契約当事者 60歳代／女性)

事例4：魚介類（電話勧誘）

昨年に電話で勧誘されて海産物を購入した業者から、数日前にまた電話があり、数万円分の海産物を送ると言われた。必要ないので断つたが、しつこく何度も電話があつた。業者の電話によれば、断つたにもかかわらず本日商品が届くらしい。受け取りたくないがどうしたらよいか。

(契約当事者 80歳代／男性)

事例5：商品一般

自宅の固定電話に「電話料金が未納になっている。まもなく回線を停止する。」という自動音声の電話がかかってきた。電話料金の未納はないはずなので、いったん電話を切つた。電話が使えなくなると困る。折り返し電話をして確認したほうがよいか。

(契約当事者 90歳代／男性)

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、「インターネット通販」「家庭訪販」「電話勧誘」となっています。それぞれの販売形態に応じた被害防止対策を実践することが重要です。

「インターネット通販」は、販売購入形態の中で最も件数が多くなっています。この背景には、スマホの普及により高齢者でも気軽にインターネットを利用した商取引を行う機会が増加したことが考えられます。相談内容は、「化粧品」「健康食品」等の定期購入の解約トラブルが多く寄せられています。「初回価格」や「お試し価格」を強調した広告を見て、1回だけ購入するつもりが高額な定期購入契約だったなどのケースです。サイト内の購入条件や返品・解約のルールを確認してから申し込むことが大切です。また、最終確認画面のスクリーンショットを保存しておくことも解約交渉の証拠になるので有効です。

そのほか、「紳士・婦人洋服」等で安さを強調した偽サイトに誘導され購入したが、商品が届かなかったり、粗悪品が届いたりするなどのトラブルに関する相談が多く寄せられています。SNS広告からブランド品の洋服などが格安で売られている販売サイトにアクセスする場合、必ずURLや販売業者の連絡先を確認してください。極端に安いブランド品を扱うサイトは詐欺の可能性があるので注意が必要です。

「家庭訪販」では、「工事・建築」の相談が件数・契約購入金額ともに高止まりしています。多くは、ガスや電気の無料点検を装って訪問し、給湯器や分電盤等の老朽化・不具合を指摘し、高額な交換工事契約を結ばせる手口です。被害を防ぐためには、連絡・訪問してきた業者の名称を必ず確認し、工事が必要だと言われてもその場で契約をしないことです。周囲の人々に相談して、慎重に検討してください。

「電話勧誘」でも、ガスや電気の無料点検に関する相談が増加しています。契約中の事業者の定期点検等と勘違いして応じた結果、不必要的高額機器の交換工事契約をさせられるケースがあります。点検の連絡が来た場合は、契約会社かどうか確認し、家族や信頼できる人にも相談しましょう。

「電話勧誘」ではほかに、知らない業者から「前にも買ってもらった。」などと言われ、「魚介類」を強引に勧められるトラブルなどの相談も寄せられています。勧説されたらきっぱり断り、すぐ電話を切ることが大事です。

さらに注意喚起したいのが、通信会社や公的機関を名乗り、個人情報を聞き出す電話が増えていることです。目的は不明ですが、個人情報を悪用される可能性があるので、こうした電話には応答せず、すぐに電話を切ってください。また、留守番電話をセットして、相手をよく確認して、必要なものには出ないことも有効です。

高齢者の被害防止には、本人の意識だけでなく、周囲の方々の見守りも重要です。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、「普段と何か違う」「何か悩んでいる」といった変化をいち早く察知することが大切です。

高齢者に困りごとや気になることがあれば、早めにお近く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、高齢者の身近な方からの通報や問い合わせができる「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、ご利用ください。