

「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、毎年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。（※）

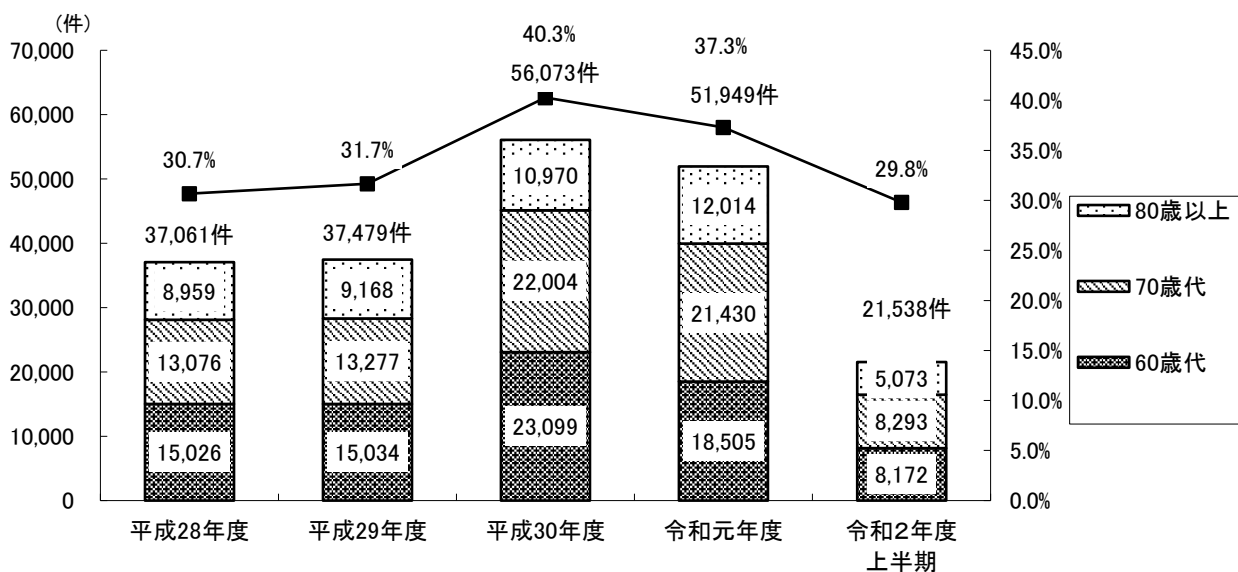
1 高齢者の相談件数

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、令和元年度の相談件数は、51,949件であった。令和2年度上半期の相談件数は21,538件で、前年同期(30,373件)と比べ29.1%の減少となった。

高齢者の相談が相談全体に占める割合を見ると、令和元年度は37.3%であったが、令和2年度上半期を見ると29.8%で、前年同期(40.5%)と比べ10.7ポイント減少となっている。

さらに、年代別の割合を見ると、令和元年度は60歳代が35.6%、70歳代が41.3%、80歳以上が23.1%であった。令和2年度上半期は、60歳代が37.9%、70歳代が38.5%、80歳以上が23.6%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。

- 分析項目 : 「高齢者」(契約当事者60歳以上)の相談
- 分析データ : 平成28年4月～令和2年9月の相談データ

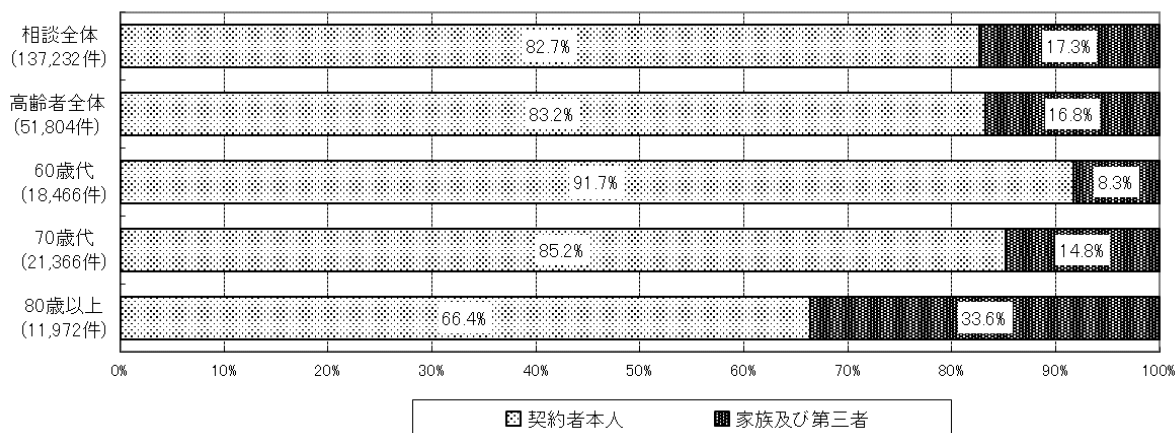
(令和2年度上半期のデータは令和2年12月31日現在の登録分)

2 相談者の内訳

令和元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。

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、ケアマネージャーなどの第三者から相談が寄せられることが多い。これは、80歳以上の契約当事者本人が身体的・精神的な問題により相談することが困難である場合や、被害に遭ったことに気付いていない場合が少なくないためと考えられる。家族や第三者からの相談は、60歳代では8.3%と1割に満たないが、80歳以上になると33.6%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る。

【図-2】 高齢者の相談に占める本人と家族・第三者の割合(令和元年度)



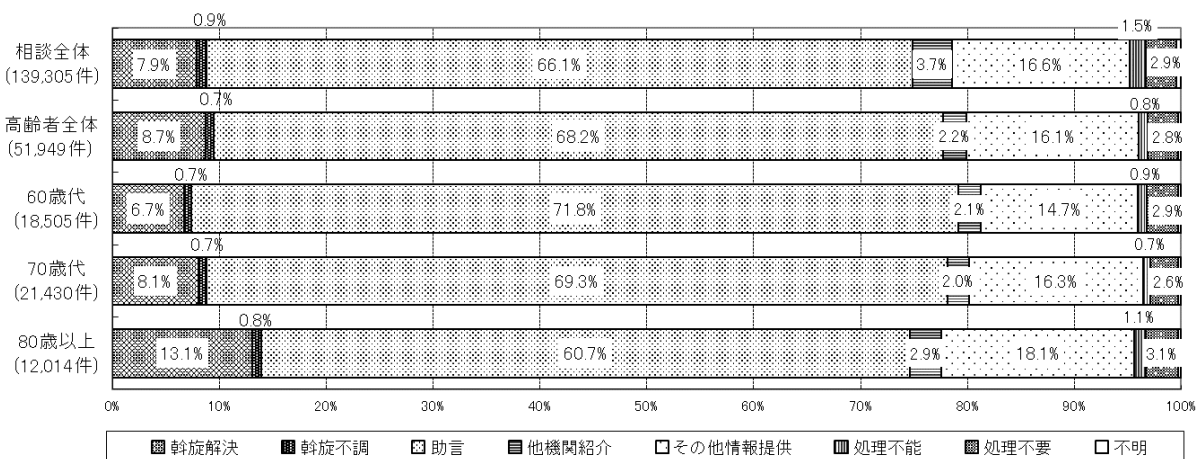
※不明等を除く

3 処理結果

令和元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、「斡旋」を行った割合については、相談全体が8.8% (斡旋解決7.9%、斡旋不調0.9%) であるのに対して、高齢者の相談では60歳代が7.4%、70歳代が8.8%、80歳以上が13.9%となっている。80歳以上になると「斡旋」の割合が相談全体の約1.6倍になり、自主交渉による解決の割合が減少する。

【図-3】 高齢者の相談と相談全体の処理結果の割合(令和元年度)



※令和2年12月31日現在

4 契約購入金額

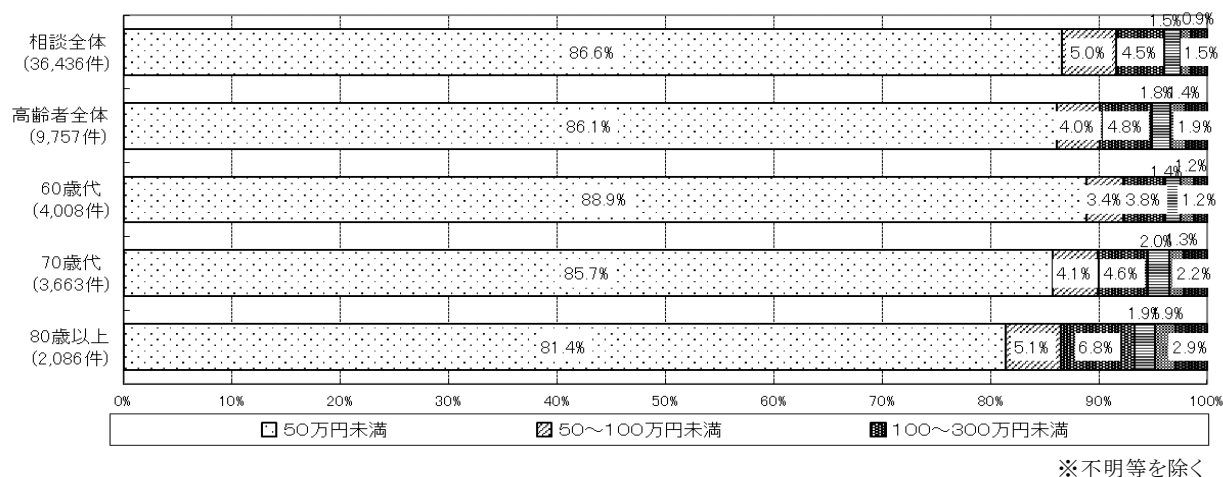
高齢者の相談について、平均契約金額の推移を示したものが「表-1」である。相談全体の平均契約金額と比べ、いずれの年度も高齢者の相談の方が高額となっている。

令和2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ものが「図-4」である。相談全体では100万円以上の相談の割合は8.4%であるが、80歳以上では13.5%に達する。また、「1,000万円以上」の高額な契約は、相談全体における1.5%であるが、70歳代では2.2%、80歳以上が2.9%に達する。

【表-1】 高齢者の相談と相談全体の平均契約金額 (単位:千円)

	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度 上半期
高齢者相談	1,897	1,780	1,463	1,452	920
相談全体	1,320	1,347	1,260	1,179	812

【図-4】 契約購入金額別割合 高齢者と相談全体の比較(令和2年度上半期)



5 販売購入形態

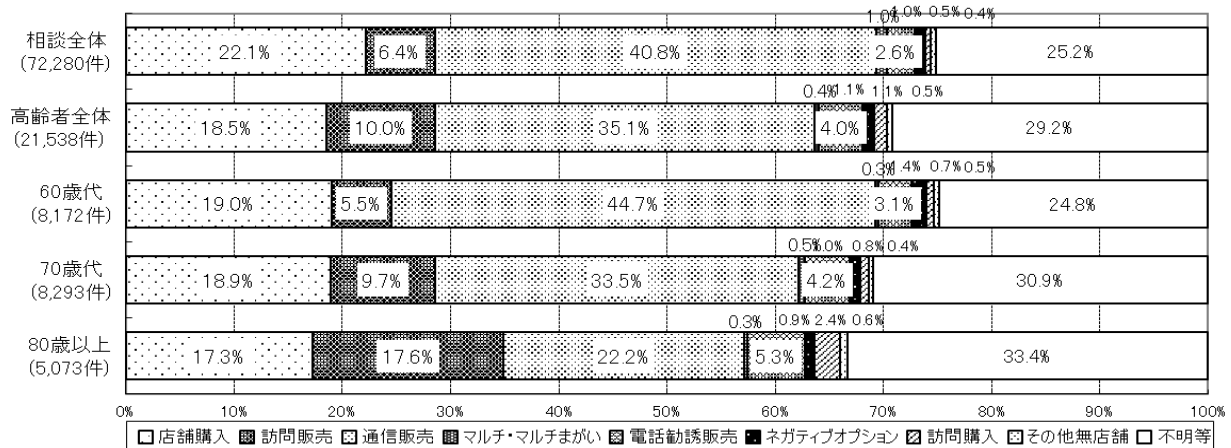
令和2年度上半期の相談について、相談全体と高齢者全体及び年代別で販売購入形態別の割合を示したものが「図-5」である。「店舗購入」の割合は、相談全体では22.1%だが、高齢者全体では18.5%とやや減少する。

「訪問販売」の割合は、相談全体では6.4%だが、高齢者全体では10.0%を占める。年齢別にみると、60歳代では5.5%と相談全体より低い水準であるが、70歳代では9.7%を占め、80歳以上では17.6%と、相談全体に比べてきわめて高い水準となっている。

「通信販売」の割合が一番多くを占めており、相談全体では40.8%だが、高齢者全体では35.1%となっている。年齢別にみると、60歳代では44.7%と相談全体とよりやや多く占めているが、70歳代では33.5%、80歳以上では22.2%と相談全体より低い水準になっている。

「電話勧誘販売」の割合は、相談全体では2.6%だが、高齢者全体では4.0%を占める。年齢別にみると、60歳代では3.1%、70歳代では4.2%、80歳以上では5.3%と相談全体より高い水準になっている。

【図－5】高齢者の相談 販売購入形態別割合(令和2年度上半期)



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2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。令和2年度上半期の特徴的なものは、「保健衛生品その他」で、新型コロナウイルス関連の相談が急増したことが要因である。このほか上位10位となった商品・役務は、順位に変動はあるものの、多くの商品・役務が恒常的に上位に入っている。

「商品一般」は、令和2年度上半期は前年度同期の5分の1となる2,124件であったが、高齢者の相談の多くを占めていることがわかる。令和元年度は訴訟を想起させる名称でハガキや封書を送り付け金銭要求する「架空請求」に関する相談が前年度に引き続き多く寄せられたが、令和2年度上半期は逆にこのような相談は大きく減少し、SMSで大手通販サイトを名乗り身に覚えのない代金の請求や宅配便を届けたが不在だったので持ち帰ったなど不審な連絡が届く「架空請求」「インターネット通販」「迷惑メール」に関する相談の多く寄せられた。

「健康食品」は、平成29年度以降増加傾向にあり、令和元年度には1,780件、令和2年度上半期には1,204件となっている。令和元年度上半期(846件)と比べても、令和2年度上半期(1,204件)は増加していることがわかる。これは「インターネット通販」に関する相談が増加したことが増加の要因であり、特に「定期購入」に関する相談、「解約」に関する相談が増加している。

「保健衛生品その他」は、令和元年度には218件だった相談が、令和2年度上半期には1,079件と急増している。令和2年1月から新型コロナウイルス関連の、特にマスクの品不足・高額転売、送り付けの相談やアルコール除菌類の効能・効果に関する相談が集中したことが要因である。

「工事・建築」は、平成29年度に1,665件、平成30年度に1,912件だった相談が、令和元年度には2,256件と増加傾向にある。令和元年度上半期(1,103件)を比べると、令和2年度上半期には928件と減少傾向にあるが、「家庭訪問」に関する相談が引き続き多い傾向にある。このほか業者の「信用性」や「高価格・料金」に関する相談も上位にある。

【表－2】高齢者の相談 商品・役務別上位 10 位

	29年度 (37,479件)		30年度 (56,073件)		元年度 (51,949件)		令和2年度上半期 (21,538件)	
1	商品一般	3,105	商品一般	19,373	商品一般	13,390	商品一般	2,124
2	デジタルコンテンツ一般	2,894	デジタルコンテンツ一般	1,937	工事・建築	2,256	健康食品	1,204
3	工事・建築	1,665	工事・建築	1,912	健康食品	1,780	保健衛生品その他	1,079
4	移動通信サービス	1,157	他のデジタルコンテンツ	1,411	移動通信サービス	1,448	工事・建築	928
5	他のデジタルコンテンツ	1,059	移動通信サービス	1,313	化粧品	1,420	化粧品	838
6	インターネット接続回線	1,011	健康食品	1,297	役務その他サービス	1,236	役務その他サービス	677
7	相談その他	996	相談その他	1,087	インターネット接続回線	1,216	移動通信サービス	661
8	健康食品	936	インターネット接続回線	1,022	他のデジタルコンテンツ	1,072	他のデジタルコンテンツ	568
9	賃貸アパート	872	賃貸アパート	911	賃貸アパート	942	インターネット接続回線	520
10	アダルト情報サイト	852	化粧品	889	相談その他	999	相談その他	445

(2) 年代別の商品・役務別上位 10 位

令和2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。

60歳代、70歳代では「商品一般」「健康食品」「保健衛生品その他」の順に多い。80歳以上では「商品一般」「工事・建築」「健康食品」の順に多い。

令和元年度まで増加傾向だった「訴訟を想起させる名称でハガキや封書を送り付け金銭要求する架空請求」に関する相談が減ったものの、令和2年度上半期もSMSで大手通販サイトを名乗り、身に覚えのない代金の請求や宅配便を届けたが不在だったので持ち帰ったなど不審な連絡が届く「商品一般」に関する相談がどの年代も多く寄せられた。

すべての年代で上位になっている「健康食品」「化粧品」の多くは、ともに定期購入に関する相談である。

「保健衛生品その他」は、60歳代、70歳代では第3位、80歳以上では第4位である。

「工事・建築」は、60歳代で第5位、70歳代で第4位、80歳以上で第2位となる。家庭訪問に関する相談が多い。

【表－3】高齢者の相談 年代別の商品・役務別上位10位(令和2年度上半期)

	60歳代 (8,172件)		70歳代 (8,293件)		80歳以上 (5,073件)	
1	商品一般	805	商品一般	889	商品一般	430
2	健康食品	607	健康食品	399	工事・建築	312
3	保健衛生品その他	485	保健衛生品その他	399	健康食品	198
4	化粧品	386	工事・建築	361	保健衛生品その他	195
5	工事・建築	255	化粧品	329	役務その他サービス	181
6	他のデジタルコンテンツ	246	移動通信サービス	282	相談その他	149
7	移動通信サービス	243	役務その他サービス	280	他の行政サービス	143
8	役務その他サービス	216	他のデジタルコンテンツ	236	移動通信サービス	136
9	賃貸アパート	211	インターネット接続回線	200	インターネット接続回線	129
10	インターネット接続回線	191	他の行政サービス	174	化粧品	123

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2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。

【表-4】高齢者の相談 内容キーワード上位10位 (複数集計)

	29年度(37,479件)		30年度(56,073件)		元年度(51,949件)		2年度上半期(21,538件)	
1	解約一般	7,461	架空請求	19,741	架空請求	12,082	解約一般	5,338
2	インターネット通販	7,114	身分詐称	12,220	解約一般	10,243	インターネット通販	5,244
3	架空請求	5,243	解約一般	9,034	インターネット通販	7,473	信用性	2,407
4	家庭訪販	4,440	インターネット通販	7,413	身分詐称	6,357	連絡不能	2,250
5	信用性	3,778	信用性	5,133	信用性	5,188	返金	2,012
6	電話勧誘	3,702	家庭訪販	4,528	家庭訪販	4,640	高価格・料金	1,889
7	契約書・書面一般	3,553	詐欺	4,404	契約書・書面一般	4,597	電子広告	1,866
8	説明不足	3,398	契約書・書面一般	4,383	説明不足	3,855	契約書・書面一般	1,863
9	高価格・料金	3,327	電話勧誘	3,810	高価格・料金	3,839	家庭訪販	1,799
10	返金	3,045	返金	3,620	電話勧誘	3,725	説明不足	1,656

8 高齢者の「判断不十分者契約」の相談について

なお、高齢者の相談の中でも悪質性が目立つのが、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。「判断不十分者契約」の相談は、年齢が高くなるほどに多くなり、令和2年度上半期においては、60歳代では28件、70歳代では154件、80歳以上では353件となっている。

80歳以上における商品・役務上位は、「判断不十分者契約」において特に注意しなければならない商品・役務と言える。

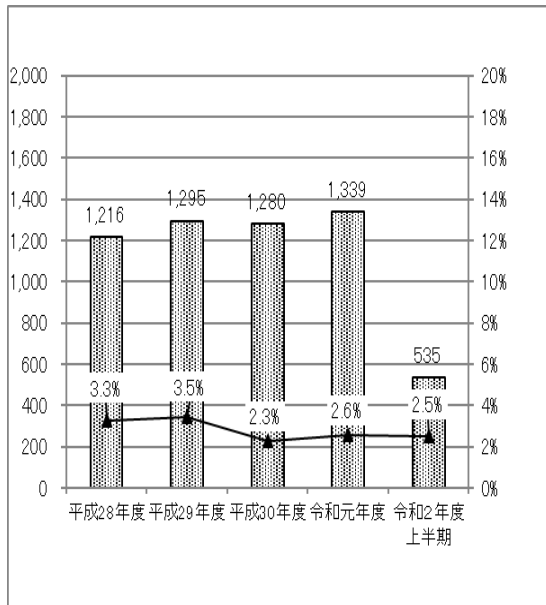
高齢者の相談件数及びそのうちの「判断不十分者契約」の相談割合の推移を示したものが「図-6」である。令和2年度上半期の高齢者の相談で、「判断不十分者契約」の相談に多い商品・役務を示したものが「表-5」、それを年代別に示したものが「表-6」である。

高齢者の相談件数は、恒常的に1,200～1300件台で推移している。そのうち、高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、2.3%～3.5%で推移しており、高齢者の「判断不十分者契約」全体の総合計契約購入金額は、令和2年度上半期で5億円に達している。

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。総合計契約購入金額では「中古分譲マンション」「工事・建築」「普通生命保険」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(36.8%)」が最も多く、次いで「通信販売(14.8%)」「店舗購入(11.4%)」「電話勧誘販売(8.8%)」が続く。

【図－6】高齢者の相談及び「判断不十分者契約の割合」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・役務別推移 15位(令和2年度上半期)

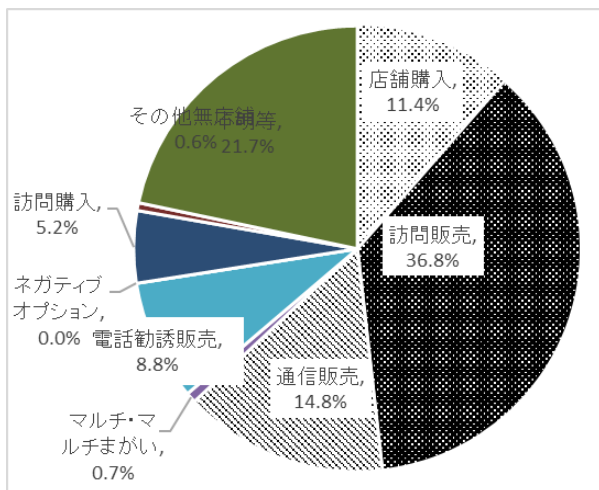
		高齢者(535件)	
		相談件数	総合計 契約購入金額
1	工事・建築	48	78,084,700
2	新聞	45	237,238
3	健康食品	44	7,394,500
4	インターネット接続回線	26	40,720
5	商品一般	20	816,330
6	魚介類	19	358,696
7	化粧品	18	1,073,307
8	中古分譲マンション	18	151,241,000
9	役務その他サービス	16	1,178,300
10	修理サービス	12	3,746,400
11	普通生命保険	12	13,077,767
12	移动通信サービス	11	61,449
13	アクセサリ一般	9	3,588,900
14	ネックレス	8	7,876,448
15	指輪	7	77,400
上位15位の合計(A)		313	268,853,155
判断不十分者契約全体(B)		535	555,719,593
上位15位(A)が(B)に占める割合		58.5%	48.4%

【表－6】高齢者の相談「判断不十分者契約」年代別の商品・役務別 10位(令和2年度上半期)

60歳代(28件)		70歳代(154件)		80歳以上(353件)	
1	移动通信サービス	3	健康食品	19	新聞
2	化粧品	2	工事・建築	18	工事・建築
3	工事・建築	2	新聞	11	健康食品
4	普通生命保険	2	化粧品	8	インターネット接続回線
5	役務その他サービス	2	商品一般	7	魚介類
6	他のデジタルコンテンツ	2	中古分譲マンション	6	商品一般
7			インターネット接続回線	6	中古分譲マンション
8			魚介類	5	修理サービス
9			移动通信サービス	5	役務その他サービス
10			役務その他サービス	5	化粧品
					アクセサリ一般

6位以下1件のため割愛

【図－7】高齢者の相談「判断不十分者契約」販売購入形態別割合(令和2年度上半期)



9 販売形態、販売手口、セールストーク等に問題のある相談（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2年度上半期の相談件数の推移と令和2年度上半期の総合計契約購入金額を示したものが、「表-7」である。

【表-7】高齢者「販売方法」が付与された高齢者からの相談「販売形態」別件数

販売手口・セールストーク	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度 上半期	令和2年度上半期 総合計契約購入金額
家庭訪販	3,366	3,790	3,888	3,941	1,568	1,206,659,842
職場訪販	29	33	29	34	16	63,735,549
展示販売	41	61	52	44	11	8,496,000
露店販売	3	5	5	3	1	0
ネガティブオプション	240	157	139	175	537	865,609
テレビショッピング	400	425	475	471	351	5,033,365
インターネットオークション	54	83	82	60	30	2,438,496
インターネット通販	6,493	6,096	6,172	5,844	4,035	296,937,564
カタログ通販	127	130	145	141	75	1,696,286
アフィリエイト	29	30	23	15	9	895,083
業務提供誘因販売	6	6	5	3	5	3,849,200
ホームパーティ	4	3	3	0	0	0
アポイントメントセールス	25	25	29	46	19	20,076,250
キャッチセールス	13	19	24	23	7	1,081,380
電話勧誘	3,670	3,272	3,396	3,293	1,233	258,111,074
紹介販売	117	126	118	118	35	43,377,130

上記【表-7】より、相談件数が突出して多く、総合計契約購入金額が高額であるものを抽出し、金額が高額な順に並べると、下記のとおりとなる。

よって、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。

なお、令和2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」「電話勧誘」では減少、インターネット通販では増加している。しかし、総合計契約購入金額を前年同期と比較すると、「家庭訪販」では6.2億円減少、「インターネット通販」では0.5億円減少、「電話勧誘」では1.4億円減少している。

販売手口・セールストーク	令和元年度 上半期	令和元年度上半期 総合計契約購入金額	令和2年度 上半期	令和2年度上半期 総合計契約購入金額
家庭訪販	1,939	1,823,380,184	1,568	1,206,659,842
インターネット通販	2,809	349,579,975	4,035	296,937,564
電話勧誘	1,753	395,559,285	1,233	258,111,074

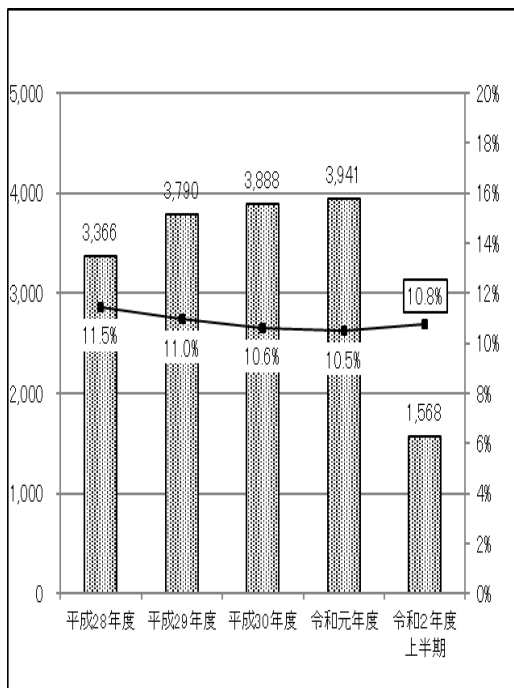
10 高齢者に特徴的な相談

(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（10.8%～11.5%）を示したものが「図－8」、令和2年度上半期の相談に多い商品・役務を示したものが「表－8」、それを年代別に示したものが「表－9」である。

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」「新聞」の順に多い。総合計契約購入金額は「工事・建築」「中古分譲マンション（売却関係）」「土地（原野商法など）」の順に高い。

【図－8】高齢者の相談「問題家庭訪販」の推移及び判断不十分者契約の割合



※高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、令和元年度及び令和2年度上半期は3%程度であるのに対して「問題家庭訪販」では11%程度となっている。

【表－8】高齢者「問題家庭訪販」の商品・役務別上位15位(令和元2年度上半期)

高齢者(1,568件)		
	相談件数	総合計 契約購入金額
1	工事・建築	435
2	役務その他サービス	170
3	新聞	133
4	修理サービス	119
5	電気	62
6	インターネット接続回線	52
7	商品一般	24
8	給湯システム	24
9	建物清掃サービス	24
10	テレビ放送サービス	23
11	駆除サービス	22
12	普通生命保険	20
13	中古分譲マンション	19
14	有線テレビ放送	17
15	土地	16
上位15位の合計(A)		1,160
問題家庭訪販全体(B)		1,568
上位15位(A)が(B)に占める割合		74.0%

※「役務その他サービス」には、火災保険等の申請代行をうたうサービス、アンテナ無料撤去に関する相談などが寄せられている。

【表－9】高齢者の相談「問題家庭訪販」年代別の商品・役務別10位(令和2年度上半期)

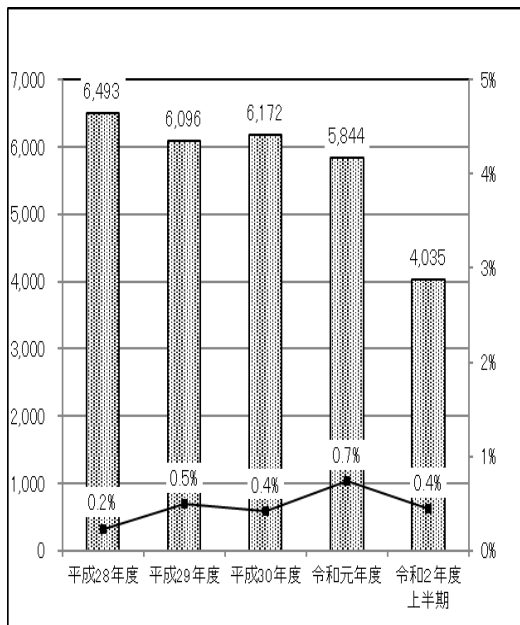
60歳代(283件)		70歳代(584件)		80歳代(701件)	
1	工事・建築	92	工事・建築	171	工事・建築
2	役務その他サービス	28	役務その他サービス	64	役務その他サービス
3	修理サービス	26	修理サービス	49	新聞
4	新聞	18	新聞	48	修理サービス
5	インターネット接続回線	11	電気	32	電気
6	電気	9	インターネット接続回線	20	インターネット接続回線
7	商品一般@	8	駆除サービス	9	建物清掃サービス
8	給湯システム	6	テレビ放送サービス	8	中古分譲マンション
9	有線テレビ放送	5	都市ガス	7	商品一般
10	土地	5	給湯システム	7	給湯システム
			普通生命保険	7	テレビ放送サービス
			有線テレビ放送	7	
			廃品回収サービス	7	

(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（0.2%～0.7%）を示したものが「図-9」、令和2年度上半期の相談に多い商品・役務を示したものが「表-10」、それを年代別に示したものが「表-11」である。

商品・役務別にみると、相談件数では「お試し無料」「初回限定〇〇円」などのセールストークを見て、サプリメントや化粧品・育毛剤を購入したが実際は定期購入だったという「健康食品」「化粧品」の相談が上位を占めた。総合計契約購入金額では「アダルト情報サイト」「他のデジタルコンテンツ」「商品一般」の順に高い。

【図-9】高齢者の相談「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-10】高齢者「問題インターネット通販」の商品・役務別15位（令和2年度上半期）



高齢者(4,035件)		
	相談件数	総合計契約購入金額
1	健康食品	671
2	化粧品	432
3	商品一般	346
4	他のデジタルコンテンツ	342
5	アダルト情報サイト	275
6	デジタルコンテンツ一般	202
7	保健衛生品その他	189
8	役務その他サービス	158
9	出会い系サイト	63
10	パソコン	55
11	他の医療用具	48
12	他のネット通信関連サービス	48
13	紳士・婦人洋服一般	34
14	電気空調・冷房機器	31
15	携帯電話	31
上位15位の合計(A)		2,925
問題インターネット通販全体(B)		4,035
上位15位(A)が(B)に占める割合		72.5%
		83.2%

※高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、令和元年度及び令和2年度上半期は3%程度であるのに対して「問題インターネット通販」では1%未満となっている。

※「他のデジタルコンテンツ」には、偽警告表示により不要なウィルス対策ソフトの契約をさせる手口の相談が多く寄せられている。

【表-11】高齢者の相談「問題インターネット通販」年代別の商品・役務別 10位（令和2年度上半期）

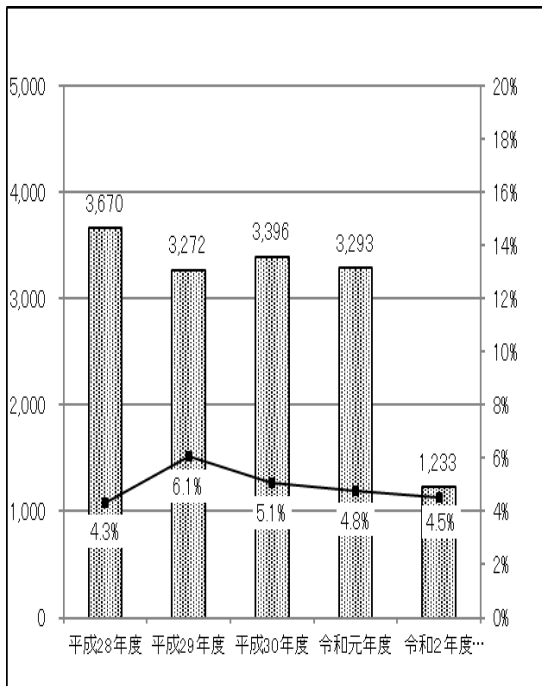
60歳代(2,231件)		70歳代(1,445件)		80歳以上(359件)	
1	健康食品	439	健康食品	204	商品一般
2	化粧品	251	化粧品	158	他のデジタルコンテンツ
3	他のデジタルコンテンツ	146	商品一般	155	役務その他サービス
4	アダルト情報サイト	134	他のデジタルコンテンツ	148	健康食品
5	保健衛生品その他	113	アダルト情報サイト	121	化粧品
6	デジタルコンテンツ一般	100	デジタルコンテンツ一般	83	アダルト情報サイト
7	役務その他サービス	52	役務その他サービス	73	デジタルコンテンツ一般
8	出会い系サイト	34	保健衛生品その他	61	保健衛生品その他
9	パソコン	30	他の化粧品	24	パソコン
10	他の医療用具	29	出会い系サイト	24	音響・映像機器
					出会い系サイト

(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（4.3%～6.1%）を示したものが「図－10」、令和2年度上半期の相談に多い商品・役務を示したものが「表－12」、それを年代別に示したものが「表－13」である。

商品・役務別にみると、相談件数では「インターネット接続回線（光回線・光卸回線）」「商品一般（不審な電話など）」「社会保険（医療費の還付金詐欺）」の順に多い。総合計契約購入金額では「中古分譲マンション(売却関係)」「土地（原野商法など）」「デリバティブ取引」の順に高い。

【図－10】高齢者の相談「問題電話勧誘」の推移及び判断不十分者契約の割合



【表－12】高齢者「問題電話勧誘」の商品・役務別15位(令和2年度上半期)

高齢者(1,233件)		
	相談件数	総合計契約購入金額
1	インターネット接続回線	213
2	商品一般	107
3	社会保険	81
4	役務その他サービス	81
5	魚介類	74
6	健康食品	43
7	工事・建築	43
8	電気	41
9	他のデジタルコンテンツ	37
10	固定電話サービス	34
11	土地	23
12	修理サービス	23
13	化粧品	22
14	中古分譲マンション	19
15	デリバティブ取引	14
上位15位の合計(A)		855
問題電話勧誘全体(B)		1,233
上位15位(A)が(B)に占める割合		69.3%
		67.2%

※高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、令和元年度及び令和2年度上半期は3%程度であるのに対して「問題電話勧誘」では5%程度となっている。

※「役務その他サービス」には、火災保険等の申請代行をうたうサービス、偽警告表示により不要なウィルス対策ソフトの契約をさせる手口の相談が多く寄せられている。

【表－13】高齢者の相談「問題電話勧誘」年代別の商品・役務別10位(令和2年度上半期)

60歳代(336件)		70歳代(481件)		80歳以上(416件)	
1	インターネット接続回線	76	インターネット接続回線	82	インターネット接続回線
2	商品一般	29	商品一般	37	商品一般
3	役務その他サービス	29	社会保険	35	魚介類
4	社会保険	24	役務その他サービス	35	健康食品
5	魚介類	20	電気	27	社会保険
6	他のデジタルコンテンツ	17	魚介類	23	工事・建築
7	工事・建築	12	健康食品	16	役務その他サービス
8	固定電話サービス	10	工事・建築	12	固定電話サービス
9	修理サービス	5	化粧品	11	電気
10	デジタルコンテンツ一般	4	他のデジタルコンテンツ	11	土地
	健康食品	4	修理サービス	11	
	化粧品	4			
	靴	4			
	他の集合住宅	4			

1 1 相談事例

事例 1：保険衛生品その他（ネガティブオプション）

今日、注文した覚えのない 50 枚入りのマスクが自宅ポストに届いていた。中身を確認するために開封したところ不織布製のマスクが入っていた。私も家族も注文した覚えがない。発送者欄には海外事業者名とその住所が記載されている。請求書は入っていない。どうすればよいか。
(契約当事者 60 歳代／女性)

事例 2：工事・建築（家庭訪販、高価格・料金）

約 1 か月前、父の自宅を訪問した事業者「雪害で屋根の雨どいが壊れた場合、火災保険で修理できる。申請代行する」と言われて、契約したらしい。確かに屋根の雨どいが壊れているので、修繕は必要かと思うが、火災保険請求申請書面には事業者を支払う手数料は保険がおりる金額の 30%と記載されている。火災保険会社から 140 万円位おけると連絡があったが、手数料が 30%は高額ではないか。
(契約当事者 80 歳代／男性)

事例 3：健康食品（インターネット通販）

乳酸菌が入った健康食品が、お試し 500 円で購入できると思い申し込んだ。その後さらに商品が届いて、定期購入であることがわかった。事業者連絡したところ、今後の分は解約に応じるが、2 回目分までは支払ってほしいと言われた。記載をよく見ると、定期購入であると記載はあった。2 回目からは約 8 千円と高額になるので、届いた分も返品したい。
(契約当事者 80 歳代／男性)

事例 4：他のデジタルコンテンツ（インターネット通販）

パソコンでインターネットを使用中、警告音が鳴り、表示された連絡先に電話したところ、日本語を話す外国人が、セキュリティソフトを購入する必要があると説明してきて、費用約 5 万 5 千円をスマホで決済してしまった。その場は遠隔操作が行われおさまったが、その後、インターネットで同様の事例を検索したところ、不要なウイルスソフトを購入させる手口があり、騙されたことに気がついた。事業者の電話番号はつながらなくなっている。今後、どのように対応すればよいか教えてほしい。
(契約当事者 60 歳代／男性)

事例 5：インターネット接続回線（電話勧誘、説明不足）

一人暮らしの高齢の母のところに大手通信会社の代理店を名乗るところから勧誘電話があった。現在、携帯電話会社が提供する光回線を使用していることを伝えたところ、事業者からそれより安くなると言われ、よくわからないまま契約してしまったようだ。新型コロナの流行で母と会うのも控えており、やり取りなど詳しいことは私も把握していない。固定電話とインターネットの契約でインターネットについては事業者から契約書面が 4 日前に送付されており、開封していないようだ。母は、複数の代理店担当者と電話で話をして、その中でクレジットカード番号や暗証番号も聞かれたらしい。悪質なので解約したが、個人情報不安である。
(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

高齢者に対する「家庭訪販」では、「工事・建築」の相談が多く寄せられています。突然自宅に訪問し、屋根・雨どい・床下など消費者が確認しにくい箇所の破損・不具合を指摘したり、施工・作業の具体的内容が消費者にとってそもそもわかりづらいものであることなどに乗じた高額契約の勧誘が行われることがあります。その場で契約を決めずに周囲の人にも相談して、慎重に検討しましょう。

高齢者の「インターネット通販」の相談では、定期購入と気づかせずに購入させるサプリメント・化粧品などのトラブルが増えています。インターネットで契約をする場合は、購入条件や返品・解約のルールをきちんと確認してから申し込みましょう。また、偽警告表示で購入させるウィルス対策ソフト、アダルト情報サイトのワンクリック請求の相談も寄せられています。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注意しましょう。

高齢者に対する「電話勧誘」では、「インターネット接続回線（光回線・光卸回線）」に関する相談が多く寄せられています。条件等を認識できないまま契約させられてしまうトラブルが目立ちます。契約内容や契約の相手がどこなのかをよく確認してから契約するようにしましょう。また、役所などを名乗り医療費等が還付されると装って金銭を詐取しようとする「還付金詐欺」や、振り込め詐欺などにつながる「不審な電話」に関する相談が多く寄せられており、注意が必要です。

高齢者の相談の中でも悪質性が目立つのが、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」です。年齢が高くなるほどに多くなり、60歳代では28件、70歳代では154件、80歳以上では353件となる（令和2年度上半期）。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は70歳代で増え始め、80歳以上になると急増することがわかります。

また、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、相談件数及び総合計契約購入金額が突出して多い販売形態は、「家庭訪販」「インターネット通販」「電話勧誘」です。今後、高齢者の被害を防いでいくためには、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講じていくことが重要です。とりわけ、「家庭訪販」については、在宅率の高い高齢者から恒常的に多くの相談が寄せられており、被害を防ぐためには、家族や地域、介護サービス事業者などの見守りと気付きが、これまで以上に必要だと考えます。

また、「インターネット通販」は高齢者を含む幅広い年代層で気軽に利用されるようになってきている。高齢者の「問題インターネット通販」の相談件数は毎年約6,000件を推移しています。特に新型コロナウイルス感染防止のため、外出を控える高齢者が増えたことに伴い、通信販売の定期購入トラブルに関する相談が増加傾向にあります。

高齢者の消費者被害の未然・拡大防止には、身近にいる家族など周囲の方々が本人の暮らしぶりや態度を見て、変化に早く気付くことが重要になります。

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、被害が大きくなる前に、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。