

「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、毎年度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。（※）

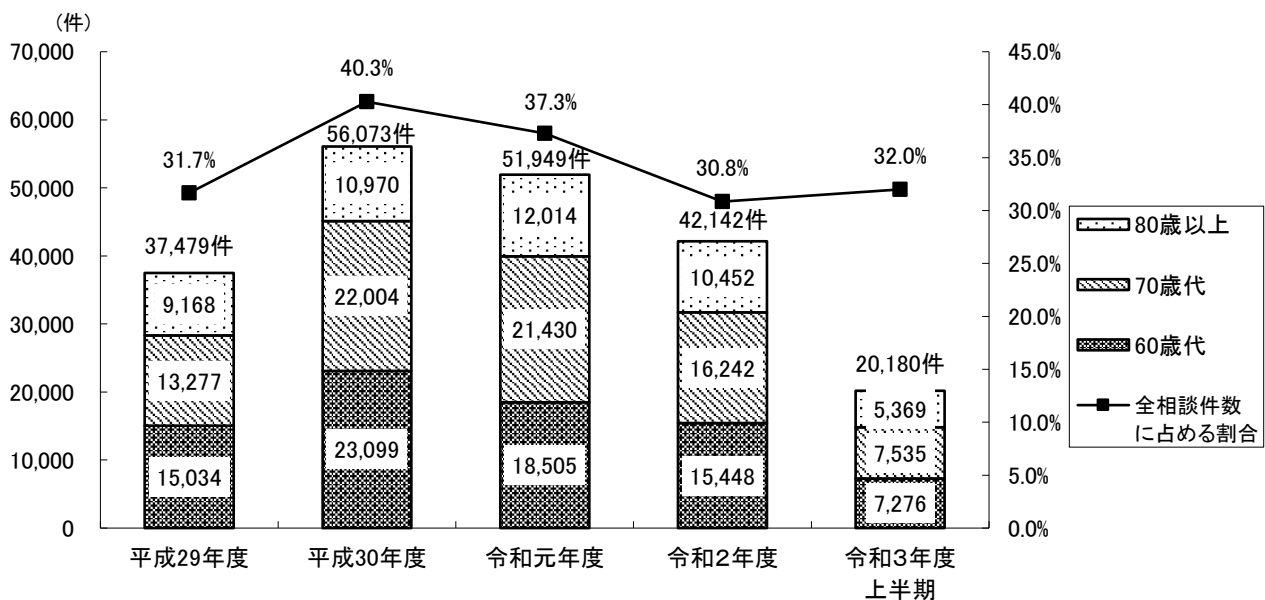
1 高齢者の相談件数

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2年度の相談件数は、前年度より18.9%（9,807件）減少して42,142件であった。令和3年度上半期の相談件数は20,180件で、前年同期（21,538件）と比べ6.3%（1,358件）の減少となった。これは「架空請求」に関する相談や新型コロナウイルスに関連する相談が減少していることなどが要因と考えられる。

高齢者の相談が相談全体に占める割合を見ると、令和2年度は前年度より6.5ポイント減少（30.8%）し、全体の約3割となった。令和3年度上半期の割合を見ると32.0%で、前年同期（29.8%）と比べ2.2ポイント増となっている。

さらに、年代別の割合を見ると、令和2年度は60歳代が36.7%、70歳代が38.5%、80歳以上が24.8%であった。令和3年度上半期は、60歳代が36.1%、70歳代が37.3%、80歳以上が26.6%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：平成29年4月～令和3年9月の相談データ

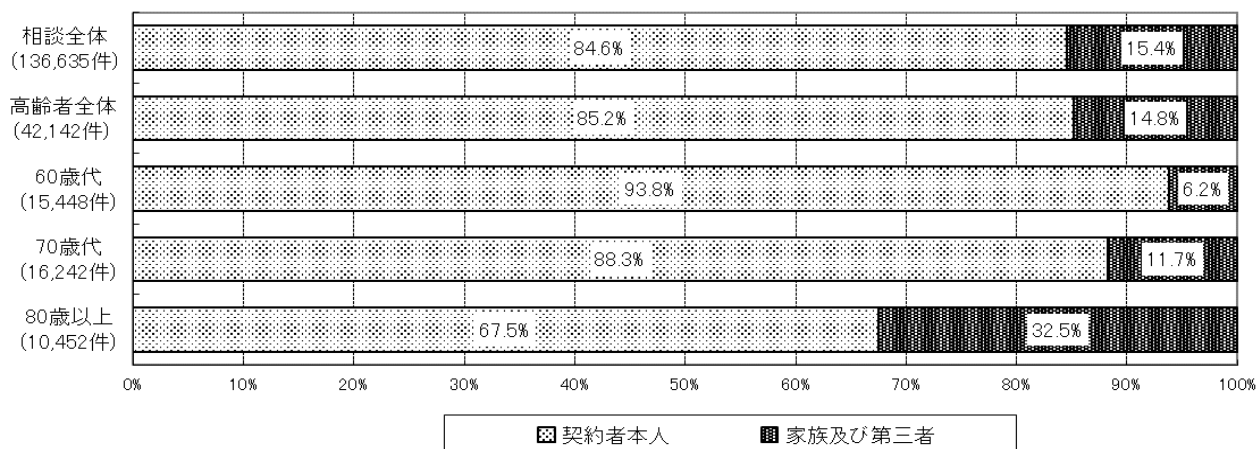
(令和3年度上半期のデータは令和3年10月31日現在の登録分)

2 相談者の内訳

令和2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6.2%と1割に満たないが、80歳以上になると32.5%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2年度)



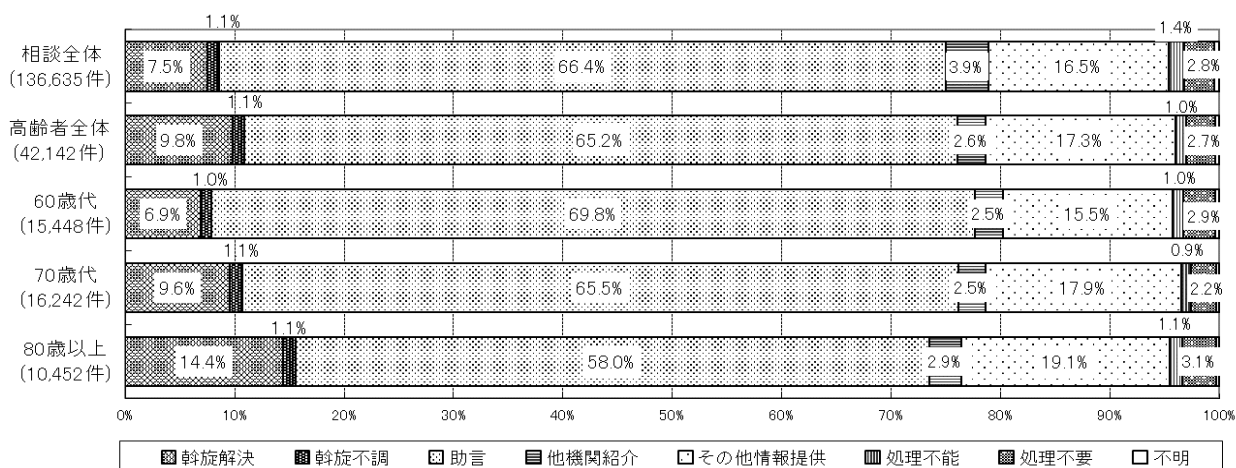
※不明等を除く

3 処理結果

令和2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8.6% (斡旋解決7.5%、斡旋不調1.1%)であるのに対して、高齢者の相談では60歳代が7.9%、70歳代が10.7%、80歳以上が15.5%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2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2年度)



※令和3年10月31日現在

4 契約購入金額

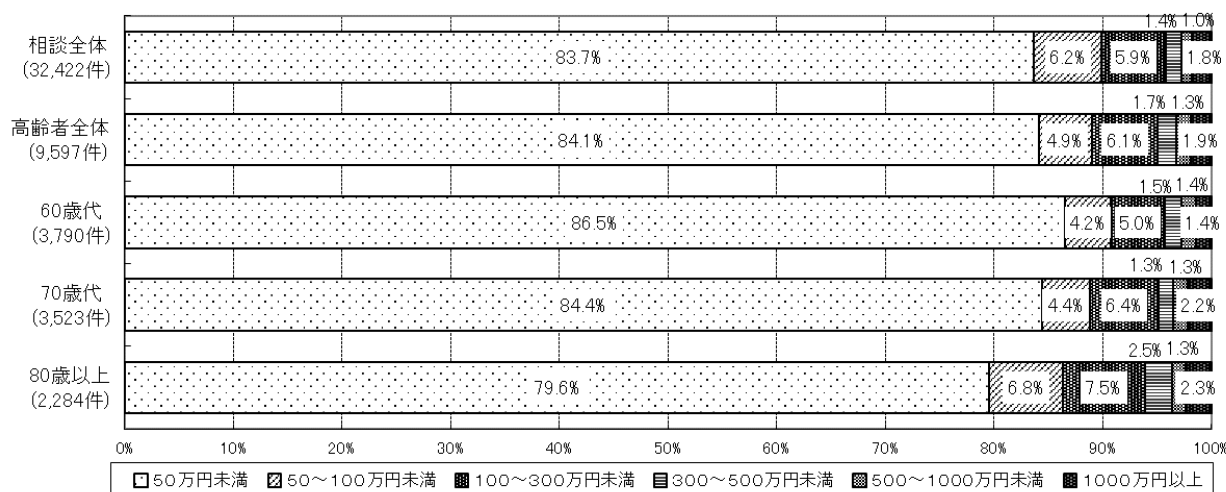
高齢者の相談について、平均契約金額の推移を示したものが「表-1」である。相談全体の平均契約金額と比べ、令和2年度までは高齢者の相談の方が高額となっていたが、令和3年度上半期では相談全体の方が高額となり、これまでの傾向と違う結果となった。これは相談のなかでも比較的少額な相談の割合が増加していることが要因と考えられる。

令和3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10.1%であるが、80歳以上では13.6%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1.8%であるが、70歳代では2.2%、80歳以上が2.3%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29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度上半期
高齢者相談	1,780	1,463	1,452	958	913
相談全体	1,347	1,260	1,179	888	944

【図-4】 契約購入金額別割合 高齢者と相談全体の比較(令和3年度上半期)



※不明等を除く

5 販売購入形態

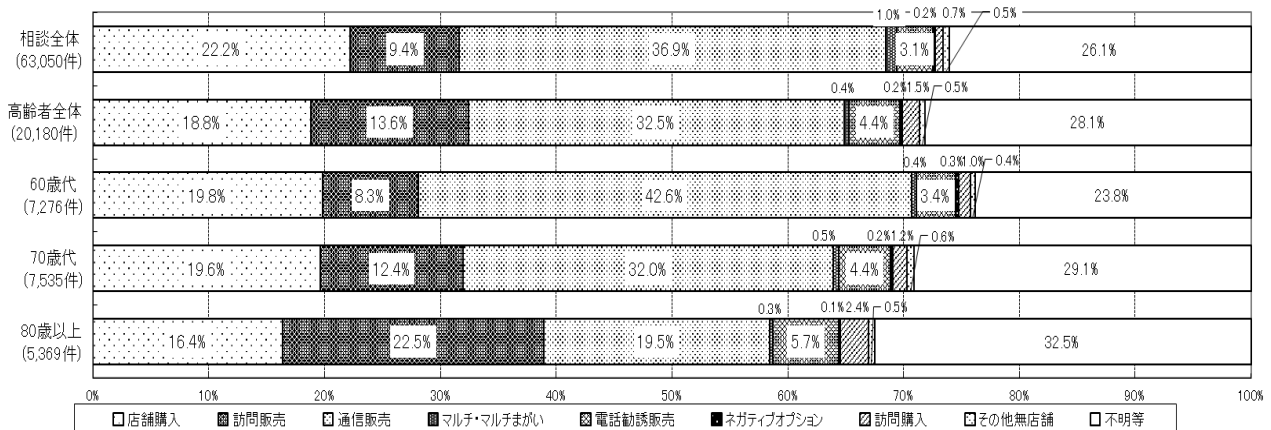
令和3年度上半期の相談について、相談全体と高齢者全体及び年代別で販売購入形態別の割合を示したものが「図-5」である。「店舗購入」の割合は、相談全体では22.2%だが、高齢者全体では18.8%とやや減少する。

「訪問販売」の割合は、相談全体では9.4%だが、高齢者全体では13.6%を占める。年齢別にみると、60歳代では8.3%と相談全体より低い水準であるが、70歳代では12.4%を占め、80歳以上では22.5%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」の割合は、相談全体では36.9%だが、高齢者全体では32.5%となっている。年齢別にみると、60歳代では42.6%と相談全体よりやや多くを占めているが、70歳代では32.0%、80歳以上では19.5%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3.1%だが、高齢者全体では4.4%を占める。年齢別にみると、60歳代では3.4%、70歳代では4.4%、80歳以上では5.7%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3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3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3年度上半期の特徴としては、主に定期購入に関する相談が多い「化粧品」が増加した一方、「健康食品」が大きく減少している。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、恒常的に上位に入っている商品・役務が多い。

「商品一般」は、高齢者の商品・役務別相談件数の第1位となっているが、平成30年度の19,373件から年々大きめに減少し、令和2年度は4,239件、令和3年度上半期は1,674件（前年同期は2,124件）となっている。平成30年度に件数が多かった、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」に関する相談が年々減少していることが要因と考えられる。令和3年度上半期は、実在する大手通販サイトや宅配業者を騙る不審なSMS（ショートメッセージサービス）、メールが届いたといった「迷惑メール」に関する相談が多く寄せられた。

「工事・建築」は、平成30年度に1,912件だった相談が、令和元年度には2,256件に増加し、令和2年度は2,200件とわずかに減少しているものの、令和3年度上半期には1,273件（前年同期は928件）と再び増加している。「家庭訪問」に関する相談が引き続き多い傾向にあり、なかでも点検に来たと言って来訪し、「工事をしないと危険」などと言って商品やサービスを契約させる「点検商法」に関する相談が多く寄せられている。

「化粧品」は、平成30年度889件、令和元年度1,420件、令和2年度1,735件、令和3年度上半期には1,218件（前年同期は838件）と年々増加傾向になっている。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多く寄せられており、化粧品のなかでも「シャンプー」に関する相談が増加している。

「移动通信サービス」は、平成30年度1,313件、令和元年度1,448件、令和2年度1,331件、令和3年度上半期782件（前年同期は661件）と年度により増減があるものの、毎年度1,300～1,400件程度と多くの相談が寄せられている。携帯電話（スマートフォン含む）の「解約」に関する相談が多く寄せられているほか、機種変更時の「説明不足」、携帯電話料金に関する「高価格・料金」といった相談も多くなっている。

【表－2】高齢者の相談 商品・役務別上位 10 位

	30年度 (56,073件)		元年度 (51,949件)		令和2年度 (42,142件)		令和3年度上半期 (20,180件)	
1	商品一般	19,373	商品一般	13,390	商品一般	4,239	商品一般	1,674
2	デジタルコンテンツ一般	1,937	工事・建築	2,256	工事・建築	2,200	工事・建築	1,273
3	工事・建築	1,912	健康食品	1,780	健康食品	1,987	化粧品	1,218
4	他のデジタルコンテンツ	1,411	移動通信サービス	1,448	化粧品	1,735	移動通信サービス	782
5	移動通信サービス	1,313	化粧品	1,420	役務その他サービス	1,400	健康食品	701
6	健康食品	1,297	役務その他サービス	1,236	移動通信サービス	1,331	修理サービス	544
7	相談その他	1,087	インターネット接続回線	1,216	保健衛生品その他	1,260	役務その他サービス	538
8	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	1,151	賃貸アパート	459
9	賃貸アパート	911	賃貸アパート	942	修理サービス	1,022	相談その他	452
10	化粧品	889	相談その他	999	相談その他	907	電気	396

(2) 年代別の商品・役務別上位 10 位

令和3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も大差はないが、「化粧品」は、60歳代で第1位、70歳代で第2位、80歳以上で第9位と年齢が高くなるにつれ件数が減少している。また、賃貸アパート・マンション退去時の原状回復費用についてのトラブル等の「賃貸アパート」においても60歳代で第6位、70歳代で第9位、80歳以上で第16位（64件）と同様の傾向がある。一方、「工事・建築」は、60歳代、70歳代で第3位だが、80歳以上では第1位と年齢が高くなるにつれ件数が増加している。同様に、屋根や雨樋、トイレの詰まり等の「修理サービス」も60歳代で第9位、70歳代で第7位、80歳以上では第5位となっている。さらに、電気料金の契約切り替えに関する「電気」でも60歳代で第13位（89件）、70歳代で第10位、80歳以上では第6位となっている。年齢が高くなるにつれ件数の増加がみられる「工事・建築」「修理サービス」「電気」には共通して「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3年度上半期)

	60歳代 (7,276件)		70歳代 (7,535件)		80歳以上 (5,369件)	
1	化粧品	611	商品一般	694	工事・建築	496
2	商品一般	594	化粧品	474	商品一般	386
3	工事・建築	349	工事・建築	428	健康食品	214
4	健康食品	261	移動通信サービス	326	移動通信サービス	207
5	移動通信サービス	249	健康食品	226	修理サービス	174
6	賃貸アパート	226	役務その他サービス	222	電気	156
7	役務その他サービス	186	修理サービス	213	相談その他	148
8	アダルト情報	161	相談その他	172	新聞	138
9	修理サービス	157	賃貸アパート	169	化粧品	133
10	インターネット接続回線	148	電気	151	役務その他サービス	130

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3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)

	30年度(56,073件)		元年度(51,949件)		2年度(42,142件)		3年度上半期(20,180件)	
1	架空請求	19,741	架空請求	12,082	解約一般	10,255	解約一般	5,169
2	身分詐称	12,220	解約一般	10,243	インターネット通販	9,692	インターネット通販	4,501
3	解約一般	9,034	インターネット通販	7,473	信用性	4,721	家庭訪販	2,380
4	インターネット通販	7,413	身分詐称	6,357	家庭訪販	4,256	契約書・書面一般	2,163
5	信用性	5,133	信用性	5,188	連絡不能	4,078	信用性	2,144
6	家庭訪販	4,528	家庭訪販	4,640	高価格・料金	3,967	高価格・料金	2,022
7	詐欺	4,404	契約書・書面一般	4,597	契約書・書面一般	3,942	連絡不能	2,019
8	契約書・書面一般	4,383	説明不足	3,855	返金	3,881	電子広告	1,928
9	電話勧誘	3,810	高価格・料金	3,839	電子広告	3,568	返金	1,761
10	返金	3,620	電話勧誘	3,725	説明不足	3,336	説明不足	1,673

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。「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、60歳代では33件、70歳代では152件、80歳以上では472件となる（令和3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が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る。よって、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いけない商品・役務と言える。

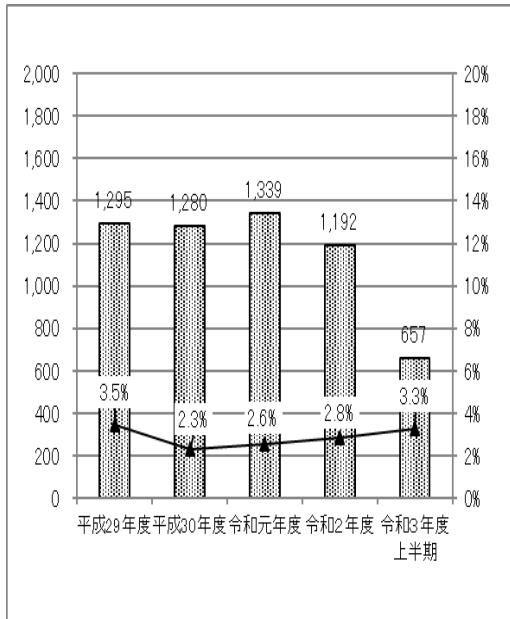
高齢者の相談において、「判断不十分者契約」の相談件数の推移を示したものが「図-6」である。令和3年度上半期の高齢者の相談で、「判断不十分者契約」の相談に多い商品・役務を示したものが「表-5」、それを年代別に示したものが「表-6」である。

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%～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3年度上半期で約4億5千万円となっている。

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「工事・建築」「中古分譲マンション」「修理サービス」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(38.2%)」が最も多く、次いで「通信販売(16.9%)」「店舗購入(13.5%)」「電話勧誘販売(9.0%)」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3年度上半期)

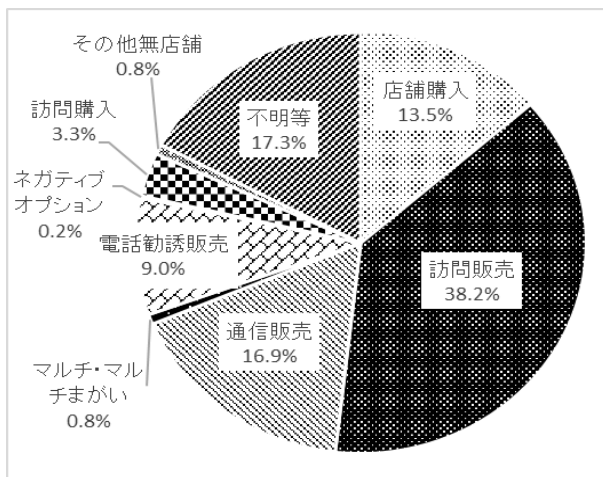
高齢者 (657件)			
		相談件数	総合計 契約購入金額
1	工事・建築	77	80,467,113
2	新聞	55	187,660
3	健康食品	48	3,230,486
4	商品一般	33	464,012
5	魚介類	27	461,180
6	移动通信サービス	27	243,202
7	化粧品	21	432,906
8	修理サービス	16	17,781,700
9	役務その他サービス	14	2,708,960
10	インターネット接続回線	12	812,344
11	ネックレス	9	1,013,000
12	出会い系サイト・アプリ	9	4,360,165
13	乳製品	7	8,691
14	中古分譲マンション	7	59,633,096
15	普通生命保険	7	7,717,010
上位15位の合計(A)		369	179,521,525
判断不十分者契約全体(B)		657	456,619,132
上位15位(A)が(B)に占める割合		56.2%	39.3%

【表－6】高齢者の相談「判断不十分者契約」年代別の商品・役務別上位 10 位 (令和3年度上半期)

60歳代(33件)		70歳代(152件)		80歳以上(472件)		
1	商品一般	3	商品一般	13	工事・建築	61
2	工事・建築	3	工事・建築	13	新聞	46
3	出会い系サイト・アプリ	3	健康食品	11	健康食品	35
4	都市ガス	2	移动通信サービス	9	魚介類	21
5	プレスレット	2	新聞	8	移动通信サービス	18
6	フリーローン・サラ金	2	インターネット接続回線	7	商品一般	17
7	役務その他サービス	2	魚介類	6	化粧品	16
8	健康食品	2	役務その他サービス	5	修理サービス	13
9			出会い系サイト・アプリ	5	乳製品	7
10			化粧品	5	役務その他サービス	7

9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3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3年度上半期の相談件数の推移と令和3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」が付与された相談「販売形態」別件数

販売形態	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度上半期	令和3年度上半期総合計契約購入金額
家庭訪販	3,790	3,888	3,941	3,721	2,065	1,252,516,691
職場訪販	33	29	34	24	12	64,196,202
展示販売	61	52	44	34	16	9,380,200
露店販売	5	5	3	4	2	8,589
ネガティブオプション	157	139	175	763	216	460,677
テレビショッピング	425	475	471	695	342	12,431,507
インターネットオークション	83	82	60	73	36	7,762,928
フリマサービス	—	—	—	—	29	804,063
インターネット通販	6,096	6,172	5,844	7,483	3,463	444,764,467
カタログ通販	130	145	141	151	58	1,683,480
アフィリエイト	30	23	15	17	15	3,378,143
業務提供誘引販売	6	5	3	8	3	594,300
ホームパーティ	3	3	0	1	0	0
アポイントメントセールス	25	29	46	41	14	10,542,475
キャッチセールス	19	24	23	18	9	280,500
電話勧誘	3,272	3,396	3,293	2,484	1,178	178,323,447
紹介販売	126	118	118	76	41	147,262,402

上記「表-7」より、令和3年度上半期の相談件数が多く、総合計契約購入金額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。

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3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」では増加、「インターネット通販」「電話勧誘」では減少している。総合計契約購入金額を前年同期と比較すると、「家庭訪販」では約0.5億円増加、「インターネット通販」では約1.5億円増加、「電話勧誘」では約0.8億円減少している。

【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年度上半期	令和2年度上半期総合計契約購入金額	令和3年度上半期	令和3年度上半期総合計契約購入金額
家庭訪販	1,568	1,206,659,842	2,065	1,252,516,691
インターネット通販	4,035	296,937,564	3,463	444,764,467
電話勧誘	1,233	258,111,074	1,178	178,323,447

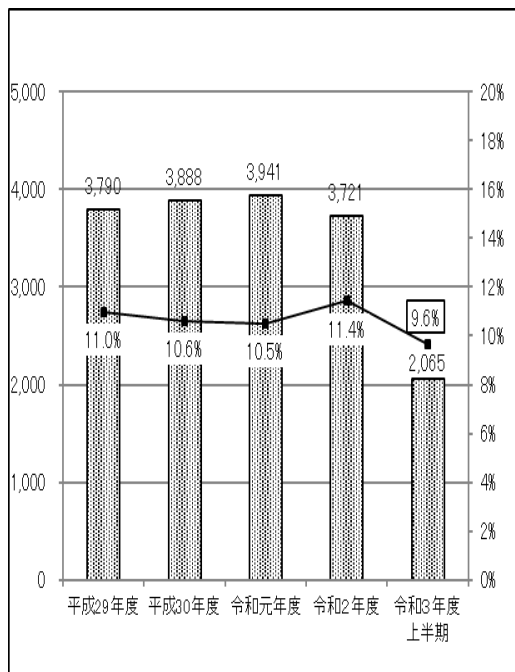
10 高齢者に特徴的な相談

(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（9.6%～11.4%）を示したものが「図－8」、令和3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。

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」の順に多い。総合計契約購入金額は「工事・建築」「土地（原野商法など）」「修理サービス」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2年度及び令和3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10～11%程度となっている。

【表－9】高齢者「問題家庭訪販」の商品・役務別上位15位(令和3年度上半期)

高齢者(2,065件)		
	相談件数	総合計契約購入金額
1	工事・建築	694
2	修理サービス	170
3	新聞	151
4	電気	115
5	申請代行サービス	82
6	役務その他サービス	62
7	都市ガス	54
8	駆除サービス	36
9	インターネット接続回線	32
10	商品一般	31
11	廃品回収サービス	31
12	ハウスクリーニング	24
13	土地	22
14	給湯システム	21
15	テレビ放映サービス	21
上位15位の合計(A)		1,546
問題家庭訪販全体(B)		2,065
上位15位(A)が(B)に占める割合		74.9%
		58.8%

※「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などが寄せられている。

【表－10】高齢者の相談「問題家庭訪販」年代別の商品・役務別上位10位(令和3年度上半期)

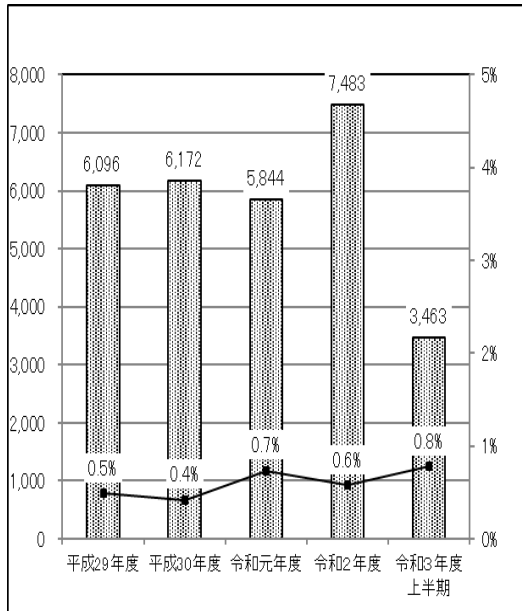
	60歳代(401件)		70歳代(711件)		80歳代(953件)	
1	工事・建築	152	工事・建築	226	工事・建築	316
2	修理サービス	37	修理サービス	67	新聞	88
3	新聞	24	電気	43	修理サービス	66
4	電気	16	新聞	39	電気	56
5	役務その他サービス	14	申請代行サービス	34	申請代行サービス	34
6	申請代行サービス	14	役務その他サービス	23	都市ガス	26
7	都市ガス	11	都市ガス	17	役務その他サービス	25
8	廃品回収サービス	10	インターネット接続回線	14	駆除サービス	19
9	商品一般	9	テレビ放映サービス	11	廃品回収サービス	15
10	駆除サービス	7	駆除サービス	10	商品一般	14
			ハウスクリーニング	10		
			移動通信サービス	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（0.4%～0.8%）を示したものが「図-9」、令和3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。

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、シャンプーや美容液、ダイエットサプリメントなどを購入したが実際は定期購入だったという「化粧品」「健康食品」の相談、アダルト情報サイトのワンクリック請求に関する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」「役務一般（コンテンツの未納料金を請求する架空請求など）」「出会い系サイト・アプリ」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 【表-11】高齢者「問題インターネット通販」の商品・役務別
推移及び判断不十分者契約の割合 上位 15 位（令和3年度上半期）



高齢者(3,463件)		
	相談件数	総合計 契約購入金額
1	化粧品	731
2	アダルト情報	265
3	健康食品	248
4	商品一般	205
5	役務その他サービス	152
6	出会い系サイト・アプリ	101
7	紳士・婦人用バッグ	64
8	ウイルス対策ソフト	61
9	他の娯楽等情報配信サービス	55
10	祈とうサービス	55
11	複合サービス会員	48
12	役務一般	47
13	他のネット通信関連サービス	39
14	腕時計	38
15	映像配信サービス	35
上位15位の合計(A)		2,144
問題インターネット通販全体(B)		3,463
上位15位(A)が(B)に占める割合		61.9%
		65.8%

※高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、令和2年度及び令和3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。

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

【表-12】高齢者の相談「問題インターネット通販」年代別の商品・役務別上位 10 位(令和3年度上半期)

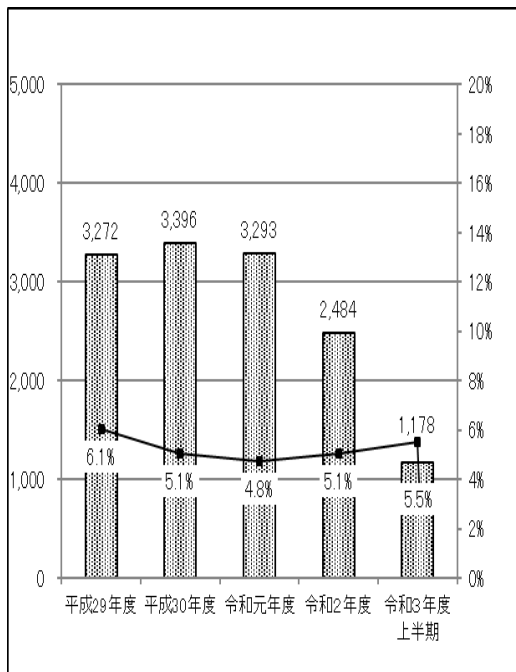
60歳代(1,875件)		70歳代(1,242件)		80歳以上(346件)	
1	化粧品	413	化粧品	275	化粧品
2	健康食品	161	アダルト情報	105	商品一般
3	アダルト情報	133	商品一般	87	アダルト情報
4	商品一般	78	健康食品	67	健康食品
5	役務その他サービス	67	役務その他サービス	66	役務その他サービス
6	紳士・婦人用バッグ	50	出会い系サイト・アプリ	48	ウイルス対策ソフト
7	出会い系サイト・アプリ	45	ウイルス対策ソフト	31	祈とうサービス
8	スカート・ワンピース	27	複合サービス会員	22	他の娯楽等情報配信サービス
9	他の娯楽等情報配信サービス	26	祈とうサービス	22	他のネット通信関連サービス
10	腕時計	24	他の娯楽等情報配信サービス	19	パソコンソフト
	役務一般	24			出会い系サイト・アプリ

(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（4.8%～6.1%）を示したものが「図－10」、令和3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。

商品・役務別にみると、相談件数では「魚介類」「インターネット接続回線（光回線・光回線）」「商品一般（不審な電話など）」の順に多い。総合計契約購入金額では「工事・建築」「金融コンサルティング」「土地（原野商法など）」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－13】高齢者「問題電話勧誘」の商品・役務別上位15位(令和3年度上半期)

高齢者(1,178件)		
	相談件数	総合計契約購入金額
1	魚介類	169
2	インターネット接続回線	95
3	商品一般	81
4	役務その他サービス	74
5	電気	60
6	健康食品	54
7	工事・建築	52
8	社会保険	48
9	化粧品	37
10	固定電話サービス	35
11	修理サービス	16
12	申請代行サービス	16
13	土地	16
14	食器	13
15	金融コンサルティング	13
上位15位の合計(A)		779
問題電話勧誘全体(B)		1,178
上位15位(A)が(B)に占める割合		66.1%
		27.1%

※高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、令和2年度及び令和3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、アナログ回線戻しのサポート契約に関する相談、偽警告表示により不要なウイ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－14】高齢者の相談「問題電話勧誘」年代別の商品・役務別上位10位(令和3年度上半期)

60歳代(311件)		70歳代(449件)		80歳以上(418件)		
1	魚介類	49	魚介類	54	魚介類	66
2	インターネット接続回線	39	商品一般	36	商品一般	29
3	商品一般	16	役務その他サービス	36	工事・建築	28
4	工事・建築	13	インターネット接続回線	35	役務その他サービス	27
5	電気	12	社会保険	32	電気	26
6	役務その他サービス	11	電気	22	健康食品	25
7	社会保険	10	健康食品	22	インターネット接続回線	21
8	化粧品	9	化粧品	17	固定電話サービス	19
9	健康食品	7	工事・建築	11	化粧品	11
10	ネックレス	6	固定電話サービス	11	土地	9

1 1 相談事例

事例 1：工事・建築（家庭訪販）

近所で屋根工事をしているという業者が「屋根が壊れているので見てあげる」と訪問してきた。業者は屋根に上り、壊れた瓦の写真を撮って見せてきた。近所で実際に工事をしている業者なら信頼できると思い契約をした。翌日、業者が工事をしていると言っていた近所の現場に行き、契約の話をしたら、契約した業者のことは知らず、無関係だと言われた。騙されて契約をしてしまったので、契約を取り消したい。

（契約当事者 70 歳代／女性）

事例 2：電気（家庭訪販）

高齢の母が一人で自宅にいる時に、電気の小売り業者が来訪し、母は電気の検針票を見せたようだ。母は契約していないというが、検針票を見た業者は個人情報を知っているので、勝手に契約させられた可能性があり、不安だ。

（契約当事者 80 歳代／女性）

事例 3：役務その他サービス（家庭訪販）

光回線をアナログ回線にすると電話料金が安くなると業者の訪問を受けた。光回線を契約していたが、高齢になりインターネットを使わなくなったので、言われるがままに書類にサインをして、銀行口座からの引き落としの書類にも記入、押印してしまった。契約書類をよく読むと、電話回線の契約だと思っていたが、月に約 5 千円を支払い、生活サポート相談や物産を購入するサポート契約をさせられていたことが分かった。必要ないので、解約したい。

（契約当事者 80 歳代／女性）

事例 4：化粧品（インターネット通販）

メール広告を見て、白髪染めシャンプーを申し込んだ。数日後商品が届き 1 回使ってみたが、頭が痒くなったので使用をやめた。明細書には次回配達日の記載はなく、1 回限りの商品だと思っていた。ところが、1 週間前に商品が届き、受け取ってしまった。中にはシャンプーが 3 本も入っており、値段も高額である。解約用の番号に電話をかけたが、SNS に登録しての解約を案内された。スマホに不慣れで SNS は使えない。仕方なく直接返品したが、業者から返品は受け付けていないと戻されてしまった。解約したいがどうすればよいか。

（契約当事者 60 歳代／女性）

事例 5：魚介類（電話勧誘）

業者から電話があり、「コロナ禍で市場も困っており、海産物の詰め合わせを 1 万 2 千円とお値ごろでお勧めしている」と勧誘された。以前旅行した際に、お土産などを購入したりリストが残っていたのかと思い注文してしまった。代引きで届くようにしてもらったが、業者は住所の確認もしなかったため、住所を知っていたのだと思う。電話を切った後に、業者をインターネットで検索したところ、良くない書き込みが多数あった。キャンセルしたいが、業者の連絡先が分からないので、どうしたらよいか。

（契約当事者 60 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」となっています。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。

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。「工事・建築」では、屋根・雨樋・床下など見えない箇所で事実かどうかわからない破損・不具合を指摘したり、工事・建築の実務が専門的で、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。「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、家族をはじめ、ホームヘルパー、ケアマネジャー、民生委員など高齢者の身近にいる方の見守りと気付きが、これまで以上に必要となります。

「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りました。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件を推移していましたが、令和2年度は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、相談件数が7,000件を超えました。高齢者の「インターネット通販」の相談では、定期購入と気付かせずに購入させる化粧品・健康食品のトラブルに関する相談が多く寄せられています。そうした販売方法があることを知って、サイト内の購入条件や返品・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、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多く寄せられています。契約は成立しているといえず、支払義務も生じないため、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、突然知ら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増えています。不要な商品の購入を電話で勧誘されても、きっぱり断り、すぐに電話を切りましょう。また、「インターネット接続回線（光回線・光卸回線）」に関する相談も多く寄せられていますが、新しい契約に乗り換えることになると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方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。

高齢者の相談の中でも悪質性が高いのが、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」です。年齢が高くなるほどに多くなり、60歳代では33件、70歳代では152件、80歳以上では472件となっています（令和3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が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。

高齢者の消費者被害の未然・拡大防止には、身近にいる家族やホームヘルパー、ケアマネジャー、民生委員など周囲の方々が本人の暮らしぶりや態度を見て、「何かおかしい」といった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。