

「高齢者」の消費生活相談の概要

- M E C O N I S 情報から -

この記事は、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M E C O N I S（東京都消費生活相談情報オンラインシステム）を用いて分析したものである。

分析項目：「高齢者」の相談（契約当事者60歳以上）

分析データ：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で受け付けた平成15年4月～19年3月（4年間）の相談データ

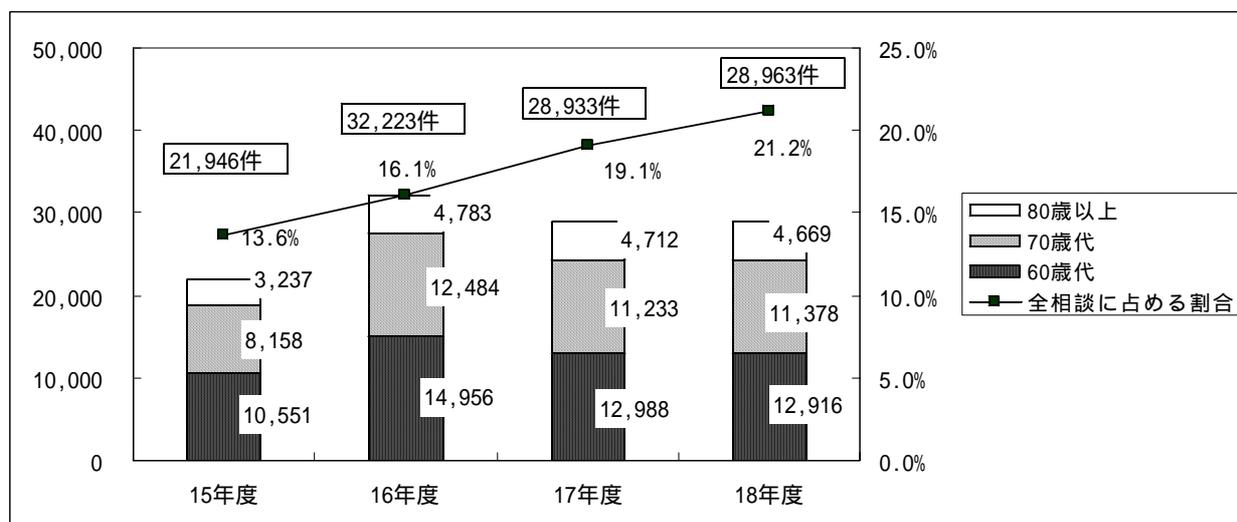
ただし、ここで取り上げた相談事例は、平成18年12月～19年7月受付の相談データから抽出したものである。

1. 高齢者の相談件数

60歳以上の高齢者の相談に関して、この4年間の相談件数の推移と相談全体に占める割合を示したのが、「図 - 1」である。相談件数は、16年度に、架空・不当請求に関する相談が急増した影響により3万2千件と大きく増加したが、17年度、18年度は2万9千件とほぼ横ばいとなっている。一方、高齢者の相談が相談全体に占める割合をみると、15年度以降年々上昇しており、18年度には21.2%と2割を超えている（図 - 1）。

【図 - 1】 高齢者の相談件数

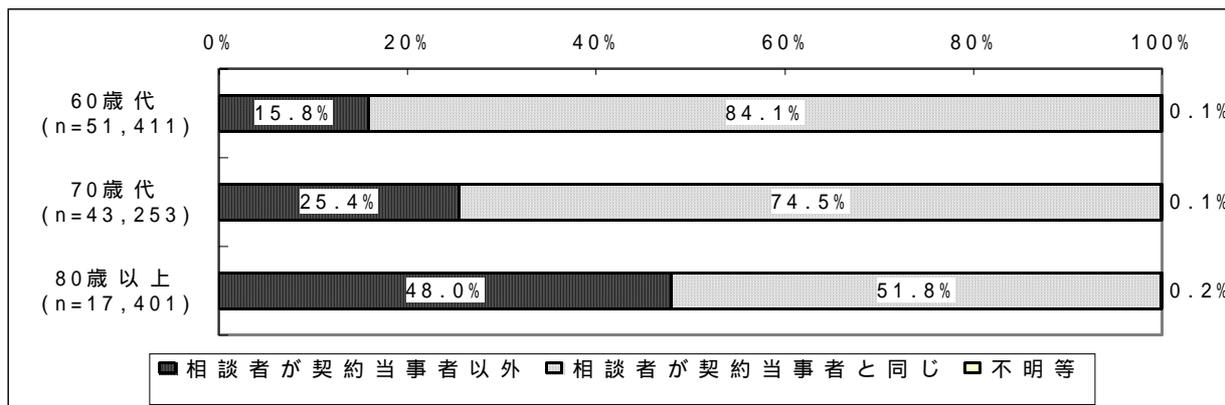
（単位：件、％）



2. 契約当事者と相談者

高齢者の相談では、契約当事者が被害に気づいていない場合も多く、家族や介護者など周囲の人が発見し相談してくることが多い。高齢者の相談のうち、契約当事者と相談者の関係を年代別に示したものが「図 - 2」である。年代が高くなるほど、家族や介護者など本人以外の人が相談してくる割合が高いことがわかる。

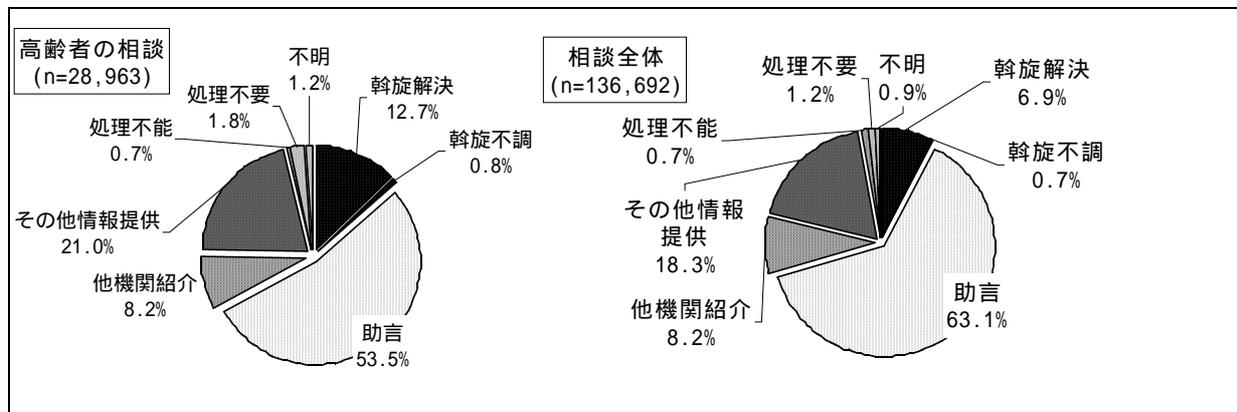
【図 - 2】年代別にみる契約当事者と相談者の関係（15年度～18年度）



3. 相談処理

18年度の相談について、高齢者相談の処理結果と都内に寄せられた全相談の処理結果の割合を示したのが「図 - 3」である。いずれも「助言」の占める割合が最も多いが、「斡旋」をおこなった割合を比べてみると、相談全体が7.6%（斡旋解決6.9%、斡旋不調0.7%）であるのに対して、高齢者の相談では、斡旋した割合が13.5%（斡旋解決12.7%、斡旋不調0.8%）となっており、高齢者の相談では、自らが事業者と交渉して解決するのが困難な案件が多いことがわかる。

【図 - 3】高齢者の相談と相談全体の処理結果の割合（18年度）



4. 相談内容

高齢者の相談内容について、キーワード別に上位10位まで示したのが「表 - 1」である。

16年度は、有料サイト等の架空・不当請求に関する相談が急増したため、「不当請求」、「インターネット」、「ポルノ・風俗」等の架空・不当請求に関するキーワードが上位に挙がっていたが、17年度以降は架空・不当請求に関する相談は減少しており、代わって「解約」、「契約」等契約をめぐるトラブルが増加している。「家庭訪販」、「電話勧誘」等のキーワードは依然として上位に挙がっており、在宅の高齢者がターゲットになっていることがわかる。

【表 - 1】高齢者の相談 内容キーワード上位10位

(単位：件/複数集計)

	15年度(n=21,946)		16年度(n=32,223)		17年度(n=28,933)		18年度(n=28,963)	
1	家庭訪販	5,081	不当請求	11,464	解約	6,826	解約	6,143
2	解約	4,381	家庭訪販	4,868	家庭訪販	5,880	家庭訪販	4,400
3	クーリングオフ	3,007	解約	4,799	高価格・料金	3,962	高価格・料金	3,939
4	高価格・料金	2,883	インターネット	3,089	信用性	3,515	信用性	3,334
5	不当請求	2,563	高価格・料金	3,087	不当請求	3,140	契約	2,711
6	信用性	1,723	クーリングオフ	2,549	電話勧誘	2,732	電話勧誘	2,616
7	強引	1,710	ポルノ・風俗	2,384	契約	2,497	返金	2,468
8	電話勧誘	1,685	信用性	2,092	説明不足	2,455	不当請求	2,460
9	返金	1,344	債権回収業者	2,091	強引	2,418	説明不足	2,372
10	虚偽説明	1,180	強引	1,920	返金	2,229	強引	2,314

5. 商品・役務

高齢者の相談について、商品・役務別に上位10位までを示したものが「表 - 2」である。

17年度には、住宅リフォーム工事等のトラブルが社会問題化した影響により「工事・建築」に分類される相談が2,126件と最も多かったが、18年度に相談件数は減少し、1,372件となっている。対して、18年度には「フリーローン・サラ金」、「相談その他」、「株」、「会社生命保険」の相談件数が増加している。「フリーローン・サラ金」では、多重債務や金利・利息に関する相談が増加している。「相談その他」では、振り込み詐欺に関する相談が多く寄せられている。「株」では、昨年度に引き続き、未公開株に関する相談が多く寄せられている。「会社生命保険」では、保険会社による保険金不払いが影響し、相談件数が増加したと考えられる。

【表 - 2】高齢者の相談 商品・役務別上位10位

(単位：件)

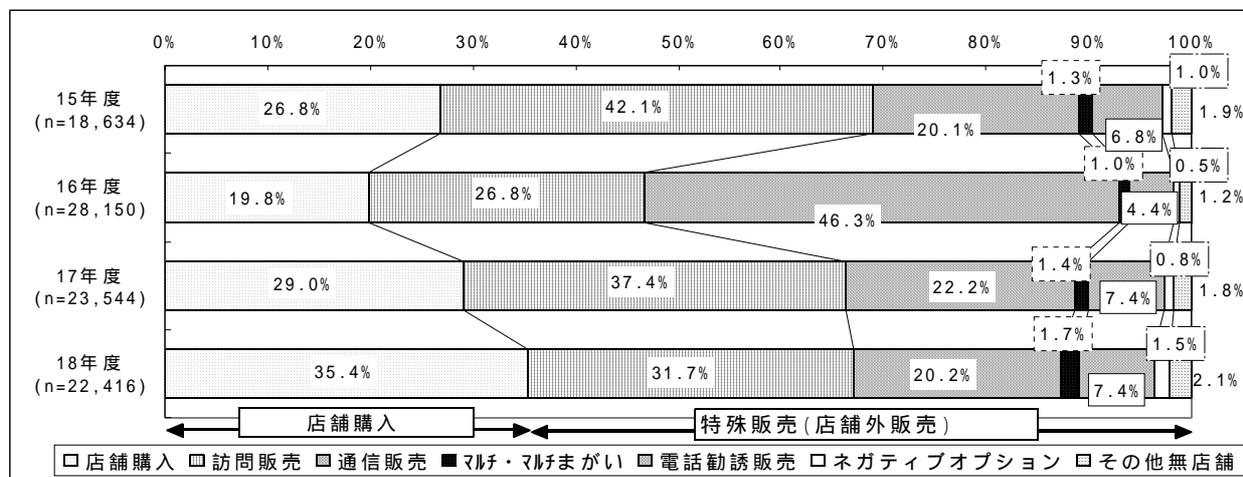
15年度(21,946件)		16年度(32,223件)		17年度(28,933件)		18年度(28,963件)	
フリーローン・サラ金	1,753	オンライン等関連サービス	10,228	工事・建築	2,126	フリーローン・サラ金	1,732
工事・建築	1,557	工事・建築	1,720	電話サービス	1,578	工事・建築	1,372
オンライン等関連サービス	1,212	フリーローン・サラ金	1,402	フリーローン・サラ金	1,509	商品一般	1,307
ふとん類	889	商品一般	1,123	オンライン等関連サービス	1,465	電話サービス	1,139
浄水器	874	ふとん類	812	商品一般	1,318	オンライン等関連サービス	1,115
商品一般	756	電話サービス	754	不動産貸借	831	相談その他	965
不動産貸借	519	不動産貸借	718	ふとん類	821	株	903
電話サービス	430	他の台所用品	659	リースサービス	648	不動産貸借	850
新聞	407	相談その他	518	株	629	ふとん類	752
役務その他サービス	352	為替相場	459	相談その他	600	会社生命保険	634

6. 販売購入形態

高齢者の相談について、この4年間の販売購入形態別割合の推移を示したのが「図 - 4」である。「店舗購入」の占める割合は16年度(19.8%)以降増加しており、18年度には35.4%を占めている。対して、「訪問販売」、「通信販売」等の「特殊販売(店舗外販売)」の割合は16年度(80.2%)以降減少し、18年度には64.6%となっている。18年度の特種販売の内訳をみると、「訪問販売」の占める割合が最も多く、次いで「通信販売」となっているが、いずれも前年度に比べてその割合は減少している。一方、17年度から18年度にかけて増加が見られるのは、「マルチ(まがい)」、「ネガティブオプション」、「その他無店舗」であった。16年度の「通信販売」の占める割合が4割を超えているのは、インターネット等を利用した有料サイト料金等の架空・不当請求に

関する相談が急増したことによるものである（割合は不明等を除く）。

【図 - 4】高齢者の相談 販売購入形態別割合



* 不明等を除く

7. 販売方法・手口別

(1) 高齢者相談に多い販売方法・手口

高齢者の相談に多い販売方法・手口について、年度別に件数を示したものが「表 - 3」である。各年度とも「家庭訪販」、「電話勧誘」に関する相談が圧倒的に多い。この4年間の推移をみると高齢者相談に多くみられる販売方法・手口の上位に変動はないが、17年度から18年度にかけて、「利殖商法」「S F 商法」「マルチ（まがい）取引」が大きく増加している。

【表 - 3】高齢者の相談に多い販売方法・手口上位10位 （単位：件 / 複数集計）

	15年度 (n=21,946)	16年度 (n=32,223)	17年度 (n=28,933)	18年度 (n=28,963)
1 家庭訪販	5,081	4,868	5,880	4,400
2 電話勧誘	1,685	1,880	2,732	2,616
3 次々販売	773	856	1,139	1,000
4 点検商法	743	746	1,085	967
5 販売目的隠匿	660	745	826	884
6 S F 商法	632	477	793	623
7 無料商法	543	469	694	563
8 二次被害	309	427	470	423
9 利殖商法	278	416	419	422
10 マルチ(まがい)取引	240	270	328	381

(2) 販売方法・手口別にみる商品・サービスの特徴

18年度の販売方法・手口別に相談の多い商品・役務を示したものが「表 - 4」である。「家庭訪販」では、「リフォーム工事」や「ふとん類」、「新聞」などでの強引な勧誘が多く見られる。「電話勧誘」では、「株」「商品相場」など利殖をうたった商品の相談が多く寄せられた。「次々販売」では、「ふとん類」、「リフォーム工事」等が多く、展示会等での「和服」の販売でも次々と購入させられているケースが見られる。

18年度に増加が見られた「利殖商法」「S F 商法」「マルチ（まがい）取引」についてみると、「利殖商法」では、未公開株や匿名組合等への出資に関する相談が多くみられ、平均契約金額も671万円と非常に高額なトラブルが多く寄せられている。「S F 商法」では、「家庭用電気治療器具」や「磁気治療器具」等の医療用具、「ふとん類」、「健康食品」など、健康に関連した商品に関する相談が多く、健康不安を故意にうたって高額な商品を購入させている事例が目立つ。「マルチ（まがい）取引」では、「健康食品」、「浄水器」、「化粧品」などマルチ（まがい）取引の特徴的な商品のほか、組合等へ出資をして人を紹介すればマージンが入ると儲けばなしをもちかけられたといった相談が多く見られた。

【表 - 4】高齢者の相談 上位販売方法・手口別件数と主な商品・サービス等(18年度)

	販売方法・手口 (n=28,963)		主な商品・役務等	平均契約金額
1	家庭訪販	4,400件	リフォーム工事、ふとん類、新聞、浄水器、電話サービス	153万円
2	電話勧誘	2,616件	株、電話サービス、商品相場、ふとん類、耐震診断サービス	201万円
3	次々販売	1,000件	ふとん類、リフォーム工事、和服、浄水器、アクセサリ	242万円
4	販売目的隠匿	967件	ふとん類、浄水器、家庭用電気治療器具、ハウスクリーニング	57万円
5	利殖商法	884件	株、組合等への出資、商品相場	671万円
6	無料商法	623件	無料耐震診断サービス、電話情報サービス、家庭用電気治療器具	43万円
7	S F 商法	563件	家庭用電気治療器具、ふとん類、磁気治療器具、健康食品	42万円
8	二次被害	423件	測量サービス、ふとん類、土地整地サービス	123万円
9	点検商法	422件	リフォーム工事、ふとん類、浄水器、衛生サービス、ミシン	60万円
10	マルチ（まがい）取引	381件	健康食品、出資関連、浄水器、化粧品	97万円

（複数集計）

8. 契約購入金額

高齢者の相談について、平均契約購入金額を示したのが「表 - 5」、18年度の契約購入金額別割合を示したものが「図 - 5」である。

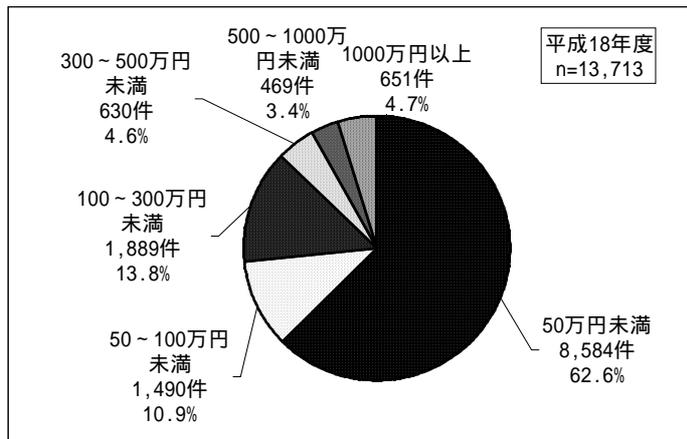
高齢者の平均契約購入金額は年々上昇しており、18年度には15年度の1.3倍と金額となっている。また相談全体の平均契約金額と比べてみると、高齢者の相談のほうが高額となっている。

18年度の高齢者相談の契約購入金額別の割合をみると、「50万円未満」が6割以上と最も高い割合を占めているものの、100万円以上の相談が全体の4分の1を占めている。さらに1,000万円以上の高額な契約が4.7%、651件寄せられている。（割合は不明等を除く）。

【表 - 5】高齢者相談と相談全体の平均契約購入金額（単位：千円）

	平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度
高齢者の相談	1,855	2,058	2,279	2,388
相談全体	1,013	1,013	1,388	1,466

【図 - 5】高齢者の相談 契約購入金額別割合（18年度）



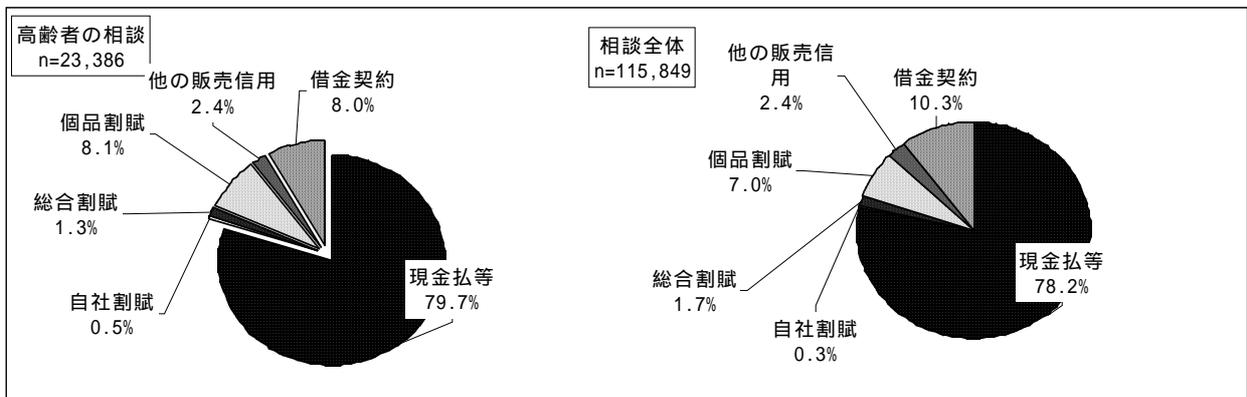
* 不明等を除く

9. 支払方法

18年度の相談について、高齢者の相談と相談全体のそれぞれの支払方法別割合を示したのが「図 - 6」である。

高齢者の相談では「現金払」が最も多く約8割を占めている。「販売信用」を受けている割合は12.3%で、そのうち「個品割賦」の割合は8.1%となっている。対して相談全体に占める「個品割賦」の割合は7.0%であり、高齢者の相談では、「個品割賦」の割合がやや高いといえる（割合は不明等を除く）。

【図 - 6】高齢者相談と相談全体の支払方法別割合（18年度）



* 不明等を除く

(1) 支払方法が「販売信用」である相談

高齢者相談のうち、販売信用を受けている相談について上位10商品・役務と販売方法・手口を挙げたものが「表 - 6」、「表 - 7」である。

商品・役務別では、「ふとん類」、「浄水器」等が多いが、「リースサービス」、「和服」、「アクセサリー」、「ミシン」では、高齢者全体で契約した各商品の半数以上で販売信用を受けている。また、販売方法・手口にも特徴があり、「次々販売」、「展示販売」、「過量販売」による契約では、その半数が販売信用を受けている。

【表 - 6】 高齢者の相談のうち販売信用を受けた相談 商品・役務別上位10位(18年度)

	商品・役務	販売信用有 (n=2,888)	高齢者の 相談全体 (n=28,963)
1	ふとん類	305件	752件
2	浄水器	231件	482件
3	リースサービス	200件	385件
4	和服	191件	267件
5	家庭用電気治療器具	161件	427件
6	アクセサリ	160件	293件
7	健康食品	147件	691件
8	金融関連サービスその他	129件	233件
9	ミシン	111件	208件
10	工事・建築	106件	1,372件

【表 - 7】 高齢者の相談のうち販売信用を受けた相談 販売方法・手口上位10位(18年度)

	販売方法・手口	販売信用有 (n=2,888)	高齢者の 相談全体 (n=28,963)
1	家庭訪販	1,079件	4,400件
2	次々販売	513件	1,000件
3	販売目的隠匿	337件	967件
4	電話勧誘	222件	2,616件
5	S F 商法	168件	563件
6	展示販売	137件	224件
7	無料商法	108件	623件
8	点検商法	92件	422件
9	過量販売	90件	184件
10	薬効うたった勧誘	63件	194件

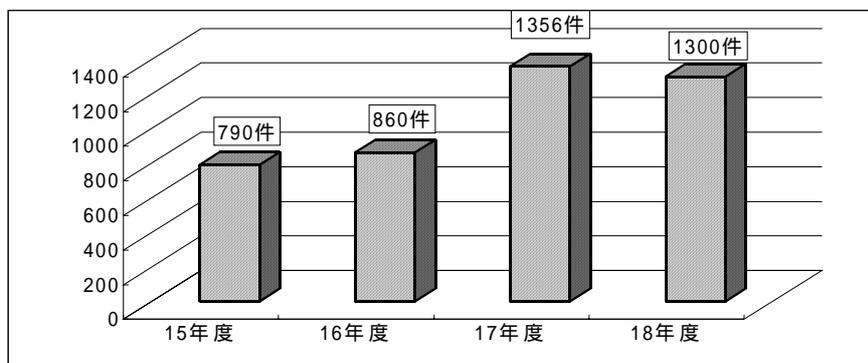
(複数集計)

10. 高齢者の相談における判断不十分者契約

(1) 相談件数

高齢者の相談の中でも悪質性が目立つのが、認知症などで判断能力が不十分な高齢者に対して強引に契約をさせる「判断不十分者契約」である。高齢者の相談のうち「判断不十分者契約」について、件数を示したのが「図 - 7」である。「判断不十分者契約」に関する相談は、増加傾向にあり、17年度以降は、1,000件を超えている。

【図 - 7】 高齢者の相談のうち「判断不十分者契約」相談件数



(2) 商品・役務

高齢者相談のうち「判断不十分者契約」の相談について、18年度の商品・役務別上位10位と販売方法・手口別に上位10位を示したのが「表 - 8」、「表 - 9」である。

「ふとん類」「新聞」に関する相談が多い。販売方法・手口別では、「次々販売」「過量販売」、「二次被害」の相談が多く悪質な販売が多いことがうかがえる。

【表 - 8】高齢者の相談のうち「判断不十分者契約」の商品・役務別上位10位(18年度)

商品・役務 (n=1,300件)		
1	ふとん類	126件
2	新聞	112件
3	電話サービス	70件
4	健康食品	62件
5	工事・建築	60件
6	商品相場	55件
7	アクセサリ	52件
8	商品一般	48件
9	浄水器	46件
10	フリーローンサラ金	33件
8	株	32件
10	和服	31件

【表 - 9】高齢者の相談のうち「判断不十分者契約」の販売方法・手口別上位10位(18年度)

販売方法・手口 (n=1,300件)		
1	家庭訪販	566件
2	次々販売	228件
3	電話勧誘	127件
4	利殖商法	50件
5	過量販売	39件
6	S F 商法	35件
7	販売目的隠匿	33件
8	二次被害	23件

(3)契約購入金額と支払方法

高齢者相談のうち「判断不十分者契約」について、平均契約購入金額を示したのが「表 - 10」、支払方法別割合を示したのが「図 - 8」である。

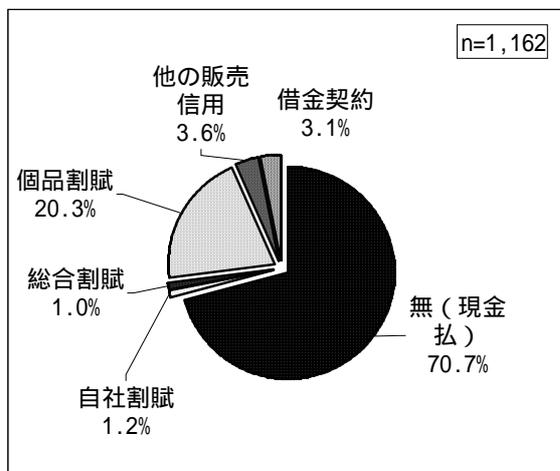
平均契約購入金額は、年度によりばらつきがあるものの、いずれも100万円以上となっており、判断能力が不十分な高齢者に対して高額な契約をさせていることがわかる。

支払方法別割合をみると、高齢者の相談全体に占める「個品割賦」の割合が8.1%であるのに対して、判断不十分者契約の場合は「個品割賦」の割合が20.3%と非常に高いことが特徴的である。相談事例の中には、本人は契約した認識が全くなく信販会社からの請求書に家族など周囲の人が気付き相談してくるケースが多く見られる。また現金払いでは、事業者が金融機関まで付き添って預金の引出をさせているケースもある（割合は不明等を除く）。

【表 - 10】高齢者相談のうち「判断不十分者契約」平均契約購入金額（単位：千円）

平成 15年度	平成 16年度	平成 17年度	平成 18年度
2,235	1,192	2,799	1,910

【図 - 7】高齢者相談のうち「判断不十分者契約」支払方法別割合（18年度）



* 不明等を除く

11. 相談事例

(1) SF（催眠）商法

3か月くらいの期間で会場を設置し、食品等の特売品を売り、健康の話聞かせるので、話が楽しくて何度も出向き、会場の雰囲気にもまれて、その度に高額な健康器具や健康食品を購入してしまった。総額で1800万円ほどになっている。購入しないと帰れないような雰囲気があって契約してしまったものも多く、よく考えれば不要なものも契約しており、また支払いが大変なので解約したい。（契約当事者70歳代／女性）

(2) 利殖商法

電話勧誘で、金に投資すれば毎月お小遣い程度の利息が付くと言われ、年金生活で苦しいので、多少でもお金が入るのであればと思い、勧められるままに120万円を支払った。相手には1か月以内には投資金額の半額は返して欲しいと話していたので、返金を求めたが、逆にあと60万円を今日中に入金しないと投資した120万円が無くなるばかりでなく、更に40万円のマイナスになると説明された。勧誘時の説明と違うので、解約して投資金の返金を求めたい（契約当事者60歳代／女性）

(3) 次々販売

高齢の姉が数年前に羽毛布団を購入した事業者から次々に商品を勧められて契約していることがわかった。羽毛布団を購入後、ふとんを洗濯すると言って来訪されて40万円を支払い、次に押入が湿気ると言われてフェルト付きの腰板を貼る契約をした。その後も押入に小さい引き出し付きの桐でできた湿気止めのすのこを買わされている。75歳で子どももなく一人暮らしである。最近では痴呆の症状がでてきた様子も見られて、この事業者に狙われてしまっているのではないかと心配している。どのように対処したらよいか。（契約当事者70歳代／女性）

12. 高齢者の相談について

高齢者相談をみると、在宅することの多い一人暮らしの高齢者がターゲットになっており、中でも加齢による認知症等により判断能力が不十分な高齢者の相談が目立っている。また経済的な不安や健康不安等につけ込む手口や、次々販売、過量販売、二次被害など悪質な手口が多くみられる。

高齢者の相談では、契約者自身が被害にあったことに気づいていなかったり、被害にあったことを家族に隠したり、自分を責めて泣き寝入りしてしまうなどの傾向があり、被害が潜在化しやすい。高齢者の消費者被害の未然・拡大防止には家族や地域、ホームヘルパーなど周囲の人々の見守りが重要である。

また判断能力が不十分であると思われた場合は、状況に応じて成年後見制度の活用等を検討して欲しい。

トラブルにあった時には、被害が大きくなる前に早めに消費生活センターに相談して欲しい。