

「高齢者」の消費生活相談の概要

- MECONIS 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に寄せられた相談情報をMECONIS（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16年4月～20年3月（4年間）の相談データ

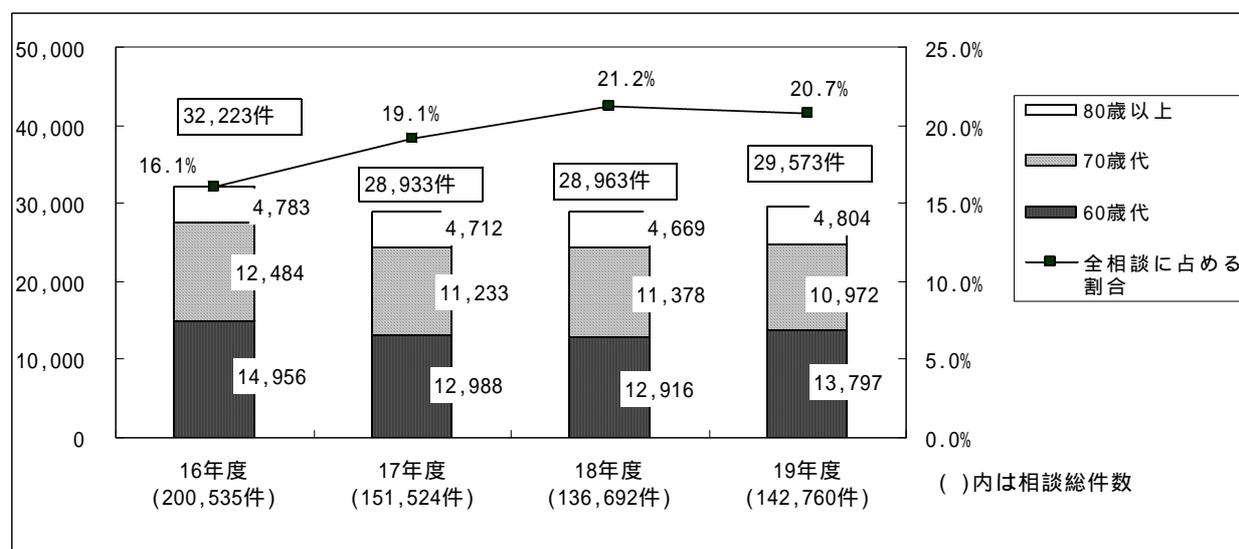
ただし、ここで取り上げた相談事例は、平成20年1月～20年7月受付の相談データから抽出したものである。

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、3万2千件と過去最多の相談が寄せられた以降、2万9千件前後と落ち着いていたが、19年度は前年度から2.1%（610件）増加し、3万件近い相談が寄せられた。高齢者の相談が相談全体に占める割合をみると、18年度に続き2割を超える結果となっている（図 - 1）。

【図 - 1】 高齢者の相談件数

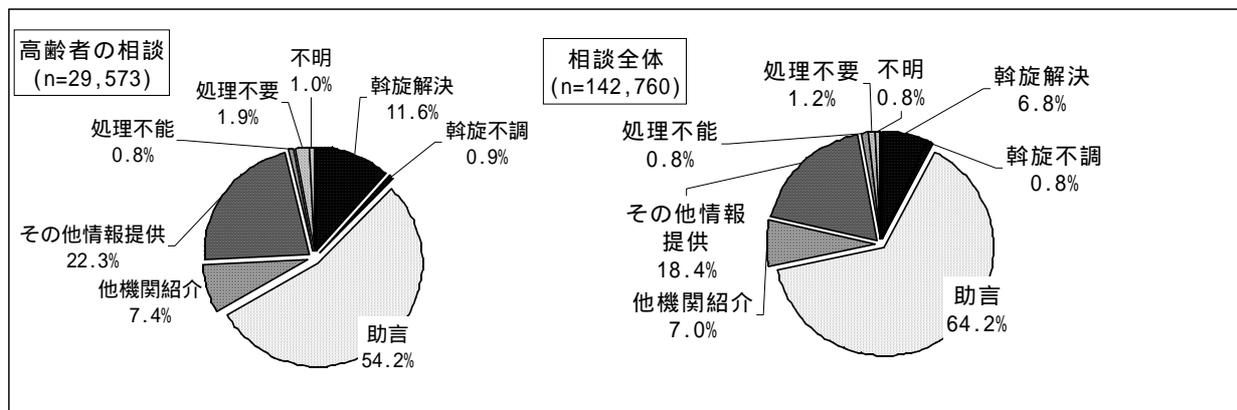
（単位：件、％）



2. 相談処理

19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 - 2」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6.8%、斡旋不調0.8%）であるのに対して、高齢者の相談では、斡旋した割合が12.5%（斡旋解決11.6%、斡旋不調0.9%）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 - 2】高齢者の相談と相談全体の処理結果の割合(19年度)



3. 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る。その後、架空・不当請求に関する相談は減少していたが、19年度には、「不当請求」のキーワードは、前年度に比べて増加が見られた。高齢者の相談では、「家庭訪販」「電話勧誘」等のキーワードが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。「強引」のキーワードが上位に挙がっているのも高齢者の相談の特徴である。訪問販売や電話勧誘販売で、強引に契約を迫られて、契約をしてしまったが解約したい、といった相談が多く寄せられている。

【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)

	16年度 (n=32,223)	17年度 (n=28,933)	18年度 (n=28,963)	19年度 (n=29,573)
1	不当請求 11,464	解約 6,826	解約 6,143	解約 5,838
2	家庭訪販 4,868	家庭訪販 5,880	家庭訪販 4,400	家庭訪販 4,091
3	解約 4,799	高価格・料金 3,962	高価格・料金 3,939	高価格・料金 3,432
4	インターネット 3,089	信用性 3,515	信用性 3,334	信用性 3,375
5	高価格・料金 3,087	不当請求 3,140	契約 2,711	返金 3,082
6	クーリングオフ 2,549	電話勧誘 2,732	電話勧誘 2,616	不当請求 2,974
7	ポルノ・風俗 2,384	契約 2,497	返金 2,468	説明不足 2,449
8	信用性 2,092	説明不足 2,455	不当請求 2,460	契約 2,440
9	債権回収業者 2,091	強引 2,418	説明不足 2,372	電話勧誘 2,380
10	強引 1,920	返金 2,229	強引 2,314	強引 2,014

4. 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年度以降相談件数は減少している。「オンライン等関連サービス」、「商品一般」は、その大半が身に覚えのない請求をうけたという架空請求に関連した相談である。パソコンや携帯電話を利用した有料情報サイトの架空請求に代表される

「オンライン等関連サービス」の相談は、16年度に1万件を超えた相談が寄せられたのち、急激に減少していたが、19年度には再び増加に転じた。「生命保険」に関する相談は、17年度以降年々増加している。保険会社による保険金不払いが社会問題となったことが影響していると思われる。「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多く寄せられている。「相談その他」では、振り込め詐欺や個人間の債務に関する相談が多い。「健康食品」では、高額なので解約したい、といった相談や、商品の効能や効果、事業者の信用性に関する相談が多く寄せられている。

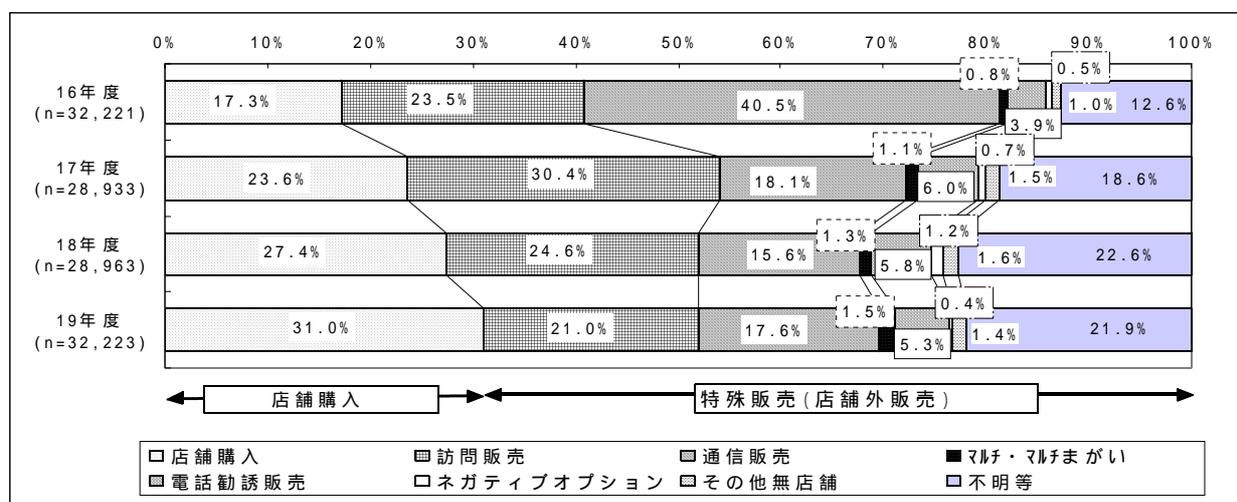
【表 - 2】 高齢者の相談 商品・役務別上位10位 (単位：件)

	16年度(32,223件)		17年度(28,933件)		18年度(28,963件)		19年度(29,573件)	
1	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	オンライン等関連サービス	1,969
2	工事・建築	1,720	電話サービス	1,578	工事・建築	1,372	フリーローン・サラ金	1,686
3	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	1,306	工事・建築	1,284
4	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	商品一般	1,113
5	商品相場	861	商品相場	1,318	オンライン等関連サービス	1,115	生命保険	984
6	ふとん類	812	商品相場	866	相談その他	965	電話サービス	976
7	電話サービス	754	不動産貸借	831	株	903	不動産貸借	926
8	不動産貸借	718	ふとん類	821	生命保険	890	相談その他	912
9	他の台所用品	659	生命保険	758	医療用具	870	健康食品	708
10	医療用具	583	健康食品	684	不動産貸借	850	株	635

5. 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 - 3」である。「店舗購入」の占める割合は16年度(17.3%)以降増加しており、19年度には31.0%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(70.2%)以降減少し、19年度には47.2%となっている。19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いが、前年度に引き続き割合は減少している。「通信販売」は、有料情報サイトの架空請求が増加した影響により、前年度に比べて増加している。「マルチ(まがい)」の占める割合は、年々増加している。

【図 - 3】 高齢者の相談 販売購入形態別割合



6. 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、「利殖商法」、「マルチ（まがい）取引」の相談件数が増加傾向にあり、「次々販売」、「点検商法」は減少傾向にある。

【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)

	16年度 (n=32,223)	17年度 (n=28,933)	18年度 (n=28,963)	19年度 (n=29,573)
1 家庭訪販	4,868	家庭訪販 5,880	家庭訪販 4,400	家庭訪販 4,091
2 電話勧誘	1,880	電話勧誘 2,732	電話勧誘 2,616	電話勧誘 2,380
3 点検商法	856	次々販売 1,139	次々販売 1,000	利殖商法 984
4 次々販売	746	販売目的隠匿 1,085	販売目的隠匿 967	電子商取引 953
5 販売目的隠匿	745	点検商法 826	利殖商法 884	次々販売 802
6 無料商法	477	無料商法 793	無料商法 623	販売目的隠匿 634
7 利殖商法	469	利殖商法 694	S F 商法 563	無料商法 615
8 S F 商法	427	二次被害 470	二次被害 423	二次被害 476
9 二次被害	416	S F 商法 419	点検商法 422	マルチ（まがい）取引 432
10 マルチ（まがい）取引	270	マルチ（まがい）取引 327	マルチ（まがい）取引 381	点検商法 381

(2) 販売方法・手口別にみる商品・サービスの特徴

19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「新聞」、「ふとん類」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。「利殖商法」では、「株」やロコ・ロンドン金取引、預託内職などの相談が多い。「電子商取引」は有料情報サイトの架空請求の相談が多く見られる。「次々販売」では、「ふとん類」、「リフォーム工事」等が多く、特に「家庭訪販」によるトラブルが多い。また、展示会等での「和服」の販売や、S F（催眠）商法に関連した「健康食品」の相談が寄せられている。

相談件数が増加している「マルチ（まがい）取引」では、「健康食品」や「浄水器」の相談や、自ら出資をして配当を受けとるだけでなく、人を紹介すれば紹介料が入るとして勧誘を行う出資関連の相談も寄せられている。

【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(19年度 / 複数集計)

	販売方法・手口 (n=29,573件)	主な商品・役務等	平均契約 金額
1 家庭訪販	4,091	リフォーム工事、新聞、ふとん類、浄水器、電話サービス、商品相場	180万円
2 電話勧誘	2,380	株、電話サービス、商品相場、出資関連、ふとん類、リフォーム工事	292万円
3 利殖商法	984	株、出資関連、商品相場、預託内職	704万円
4 電子商取引	953	有料情報サイト、コンピュータソフト、音響映像機器	21万円
5 次々販売	802	ふとん類、リフォーム工事、浄水器、着物、健康食品	306万円
6 販売目的隠匿	634	浄水器、ふとん類、ハウスクリーニング、リフォーム工事	124万円
7 無料商法	615	有料情報サイト、耐震診断、家庭用電気治療器具、浄水器	72万円
8 二次被害	476	測量サービス、リフォーム工事、ふとん類、浄水器、整地サービス	246万円
9 マルチ（まがい）取引	432	健康食品、出資関連、浄水器、磁気治療器具、化粧品	185万円
10 点検商法	381	リフォーム工事、浄水器、ふとん類、防災用品、耐震診断	60万円

7. 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」、19年度の契約購入金額別割合を示したものが「図 - 4」である。

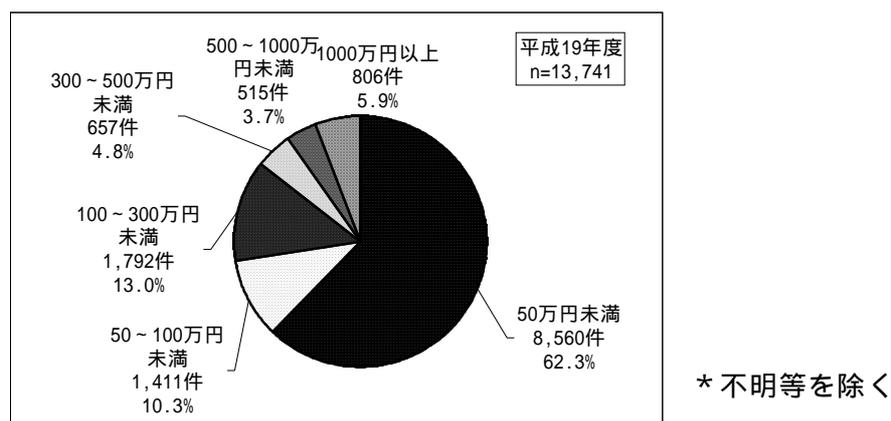
高齢者の平均契約購入金額は年々上昇しており、19年度には16年度の1.5倍の金額となっている。また相談全体の平均契約購入金額と比べてみると、いずれの年度でも高齢者の相談のほうが高額となっており、19年度では、高齢者の平均契約金額は、相談全体の平均契約金額の2倍と非常に高額である。

19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5.9%、806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16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度
高齢者の相談	2,058	2,279	2,388	3,016
相談全体	1,013	1,388	1,466	1,581

【図 - 4】 高齢者の相談 契約購入金額別割合 (19年度)



8. 支払方法

高齢者の相談について、支払方法別に件数を示したのが「表 - 6」である。

高齢者の相談では「現金払」が最も多く約6割を占める。「自社割賦」、「総合割賦」、「個品割賦」等、「販売信用」を受けている相談について、前年度と比較してみると、「自社割賦」において、わずかながら件数が増加しているものの、その他の販売信用を受けた件数は前年度と比べて減少している。特に「個品割賦」の相談件数は、1900件から997件と半数程度まで減少している。これは、割賦販売法改正等の動きの中で、信販会社による加盟店管理の強化や、高齢者の契約に関する審査がより慎重に行われるようになった影響によるものと考えられる。

【表 - 6】 高齢者相談の支払い方法別件数

支払方法	現金払等	自社割賦	総合割賦	個品割賦	他の販売信用	借金契約	不明等	計
19年度	20,266件	179件	258件	997件	461件	1,749件	5,663件	29,573件
18年度	18,635件	127件	309件	1,900件	549件	1,866件	5,577件	28,963件

(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 - 7」、「表 - 8」である。

商品・役務別では、「浄水器」、「ふとん類」、「アクセサリ」が多い。販売方法・手口別では、「家庭訪販」が最も多く、販売信用を受けた相談の3割を占める。また「次々販売」、「過量販売」、「展示販売」、「SF商法」などが上位に挙げられている。

【表 - 7】 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(19年度)

【表 - 8】 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(19年度)
(複数集計)

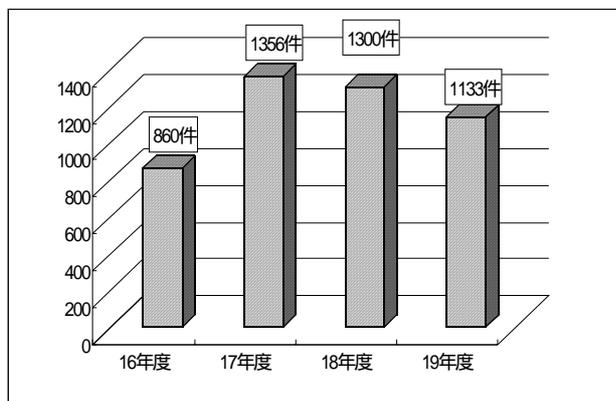
	商品・役務	販売信用有 (n=1,895)	割合 (100%)		販売方法・手口	販売信用有 (n=1,895)	割合 (100%)
1	浄水器	154件	8.1%	1	家庭訪販	591件	31.2%
2	ふとん類	132件	7.0%	2	次々販売	261件	13.8%
3	アクセサリ	101件	5.3%	3	販売目的隠匿	137件	7.2%
4	金融関連サービスその他	94件	5.0%	4	電話勧誘	122件	6.4%
5	健康食品	90件	4.7%	5	過量販売	71件	3.7%
6	リースサービス	81件	4.3%	6	展示販売	69件	3.6%
7	和服	79件	4.2%	7	無料商法	54件	2.8%
8	商品一般	75件	4.0%	8	電子商取引	42件	2.2%
9	工事・建築	64件	3.4%	9	SF商法	40件	2.1%
10	家庭用電気治療器具	55件	2.9%	10	薬効うたった勧誘	38件	2.0%

9. 高齢者の相談における判断不十分者契約

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 - 5」である。「判断不十分者契約」に関する相談は、17年度以降1,000件を超えている。

相談の多い商品をもてみると、「ふとん類」や「新聞」が多い。また、「商品相場」では平均契約金額が900万円を超え、組合への出資話等が含まれる「他の預貯金・証券等」では平均契約金額が700万円を超えるなど、非常に高額なトラブルが寄せられている(表 - 9)。

【図 - 5】 高齢者の相談のうち「判断不十分者契約」の相談件数



【表 - 9】 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(19年度)

商品・役務 (n=1,133件)		平均契約金額
1	ふとん類	112件 40万円
2	新聞	100件 4万円
3	商品相場	80件 905万円
4	工事・建築	69件 175万円
5	電話サービス	48件 13万円
6	健康食品	45件 28万円
7	商品一般	44件 77万円
8	他の預貯金・証券等	39件 784万円
9	浄水器	37件 39万円
10	役務その他サービス	34件 55万円

10. 相談事例

(1) 利殖商法

200万円のお金を預けると1か月で6万円、1年で72万円の金利がつくと言われ、200万円預けた。リスクの説明は全くなかった。3か月目までは配当が振り込まれていたため、さらに400万円を2回に分けて預けた。しかし、その後配当がなく、事業者に連絡したところ、「金の取引をされていて相場が悪いので配当がでない、売りだけではダメなので、買いも建てる」などと言われ、知らないところで、どんどんわからない取引がされているようであった。今日になって「あと150万円入れないと、今までのお金がなくなる、決済しても残らない」と言われた。どうしたらよいか。もうお金はない。(契約当事者60歳代/女性)

(2) 次々販売

社員が自宅に来て、呉服の展示会に来るように勧誘されたので、会場に出向いた。会場では社員や着付け担当者に囲まれてしまい、呉服類等を数点購入。その後、また勧誘され、今度は車で送迎されて展示会に出向き、高級帯を購入した。信販会社への返済額が、年金額を超えてしまい、蓄えの中から支払ってきたが、支払い困難になった。商品は未使用。どうしたらよいか。(契約当事者70歳代/女性)

(3) 二次被害

20年前に、原野を60万円で購入した。先日事業者から電話があり、「土地を売りたい人がいる。5百万円で売ってあげるが、そのためには測量が必要。40万円かかる。」と言われた。測量の事業者を紹介してくれるという話したが、また騙されるのではないかと不安である。(契約当事者70歳代/男性)

(4) マルチ商法(出資関連)

地方に住む母が、知人から「毎月1万4千円を払い、サプリメントなどの商品を購入していくと、2年後から毎月50万円の年金を受け取れる、知人に紹介するとボーナスとよばれる紹介料が入る」と勧誘されている。申込みはしないように言ったが、母は信じていて、申し込もうとしている。どうしたらよいか。(契約当事者70歳代/女性)

11. 高齢者の相談について

高齢者相談をみると、経済的な不安や健康不安等につけ込む手口、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。また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いる。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も多く寄せられている。

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。

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。