

「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、年々増加を続けている。ここでは、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。

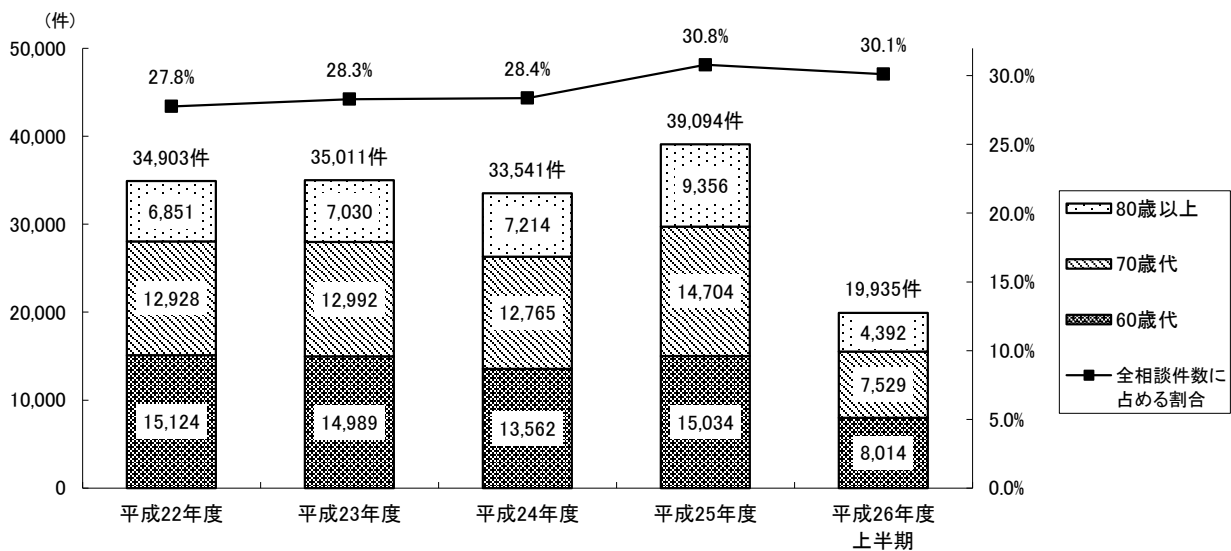
1 高齢者の相談件数

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。平成25年度の相談件数は、前年度より16.6%(5,553件)増加して39,094件であった。平成26年度上半期の相談件数は19,935件で、前年同期(20,016件)と比べ0.4%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、平成25年度は前年度より2.4ポイント増加(30.8%)して全体の3割を超えている。平成26年度上半期の割合を見ると30.1%で、前年同期(31.2%)と比べ1.1ポイント減となっている。

さらに、年代別の割合を見ると、平成25年度では60歳代が38.5%、70歳代が37.6%、80歳以上が23.9%となっている。80歳以上で相談件数全体の割合が2割を超えており、年度ごとに見ても増加傾向にあることが分かる。26年度上半期においても、80歳以上が22.0%となっている。

【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22年4月～平成26年9月の相談データ

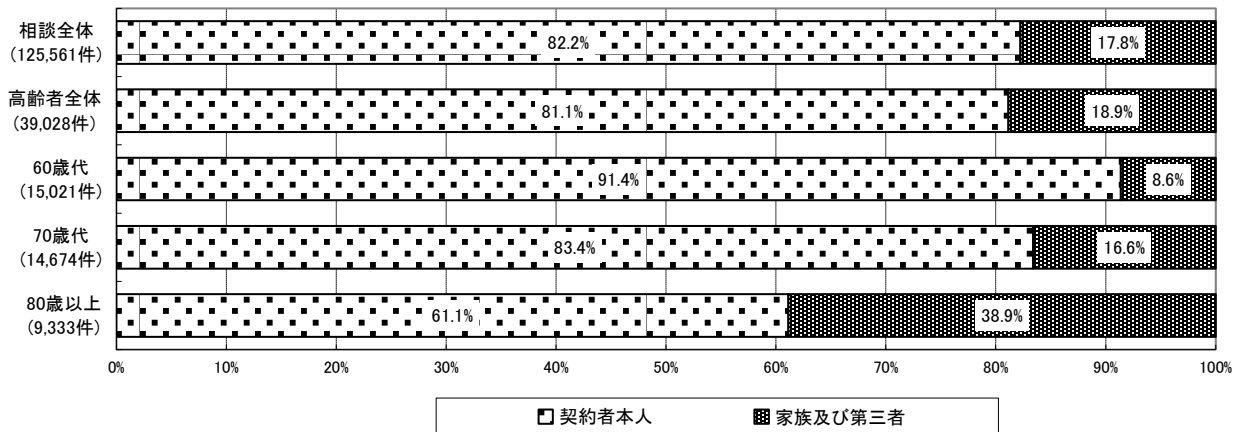
(平成26年度上半期のデータは12月1日現在の登録分)

2 相談者の内訳

平成 25 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。

高齢者の相談では、本人に限らず、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、高齢者本人が身体的・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。また、家族や第三者からの相談は、60歳代では1割に満たないが、80歳以上になると4割近く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傾向にある。

【図-2】 高齢者の相談に占める本人と家族・第三者の割合(平成 25 年度)



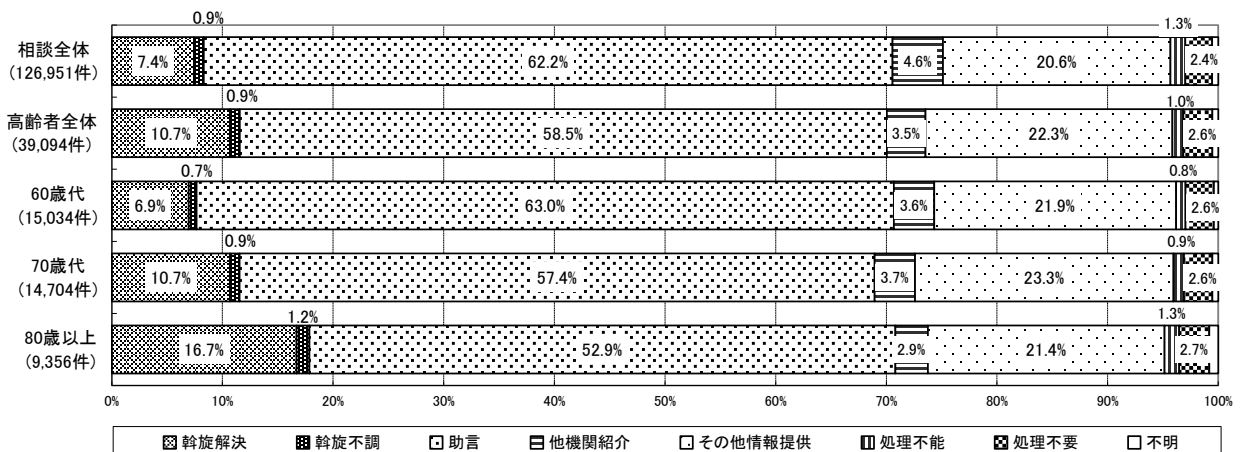
※不明等を除く

3 処理結果

平成 25 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ですが、「斡旋」を行った割合については、相談全体が 8.3% (斡旋解決 7.4%、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 7.6%、70歳代が 11.6%、80歳以上が 17.9% となっている。60歳代では相談全体と大きな違いは見られないが、高齢になるほど自主交渉による解決が困難な場合が多いことが分かる。

【図-3】 高齢者の相談と相談全体の処理結果の割合(平成 25 年度)



※平成 26 年 12 月 1 日現在

4 契約購入金額

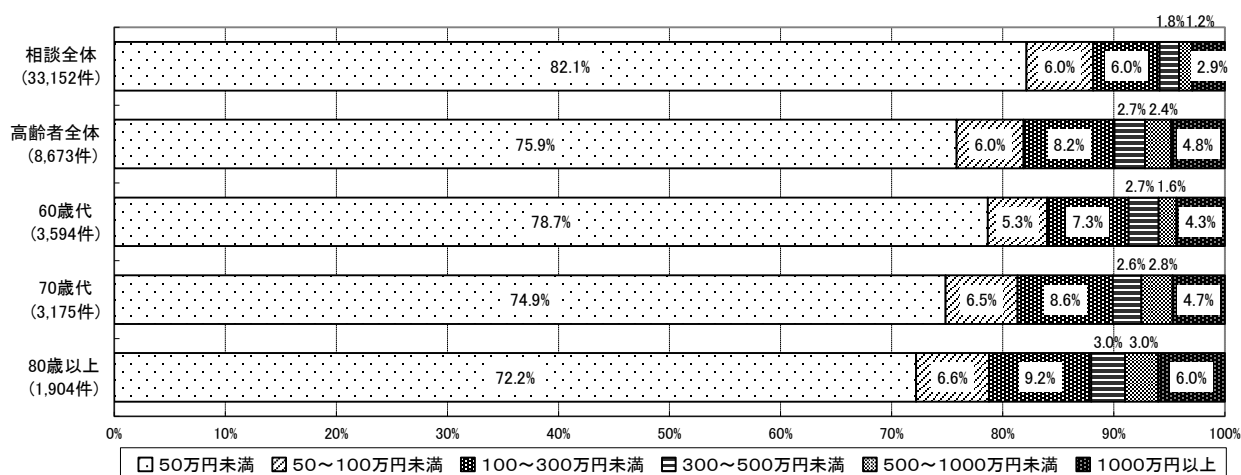
高齢者の相談について、平均契約金額の推移を示したものが「表-1」である。相談全体の平均契約金額と比べ、いずれの年度も高齢者の相談の方が高額となっている。

平成26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11.9%であるが、80歳以上では2割を超える。特に「1,000万円以上」の高額な契約は、相談全体における2.9%と比べて、80歳以上では6.0%と大きな割合を占めている。

【表-1】 高齢者の相談と相談全体の平均契約金額 (単位:千円)

	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度 上半期
高齢者相談	3,218	2,494	2,292	2,112	2,079
相談全体	1,959	1,693	1,626	1,556	1,506

【図-4】 契約購入金額別割合 高齢者と相談全体の比較(平成26年度上半期)



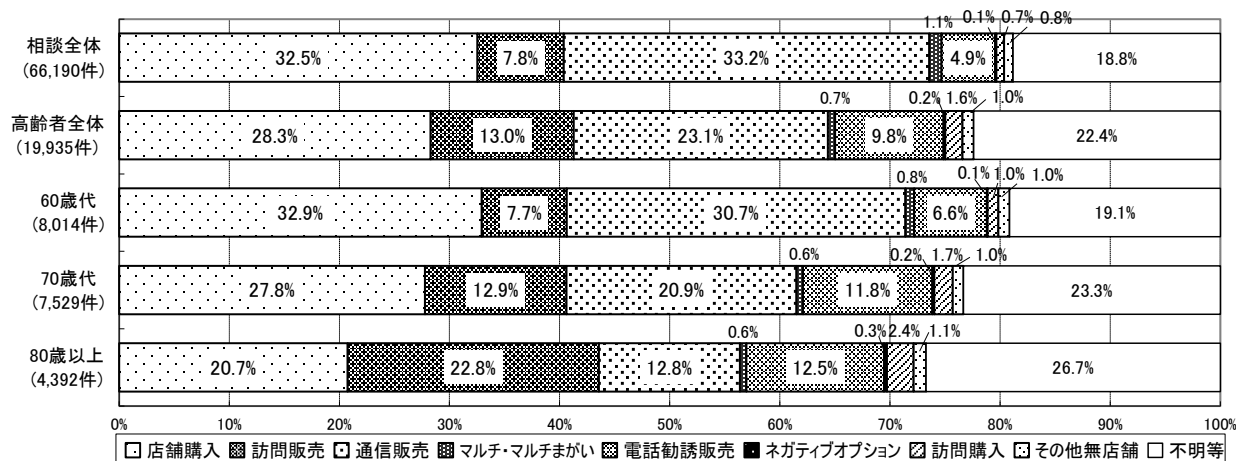
※不明等を除く

5 販売購入形態

平成26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60歳代が最も大きく、相談全体の割合を上回るが、高齢になるほどその割合は小さくなる。

特殊販売においては、「通信販売」は相談全体で3割を占め、高齢者全体でも2割を超えるが、年代別で見ると、年齢が高いほどその割合は小さくなる。一方で、高齢者相談の「訪問販売」と「電話勧誘販売」の割合は、それぞれ相談全体に占める割合よりも大きく、また、年齢が高いほど大きくなっている。特に80歳以上の相談では「訪問販売」と「電話勧誘販売」を合わせて3割を超える相談が寄せられている。このことから、高齢者の相談では、在宅中で年齢が高い方が勧誘のターゲットになっていることがうかがえる。

【図－5】高齢者の相談 販売購入形態別割合(平成 26 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 年間及び平成 26 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。

どの年度も「デジタルコンテンツ」の相談が最も多く、件数は年々増加傾向にある。平成 26 年度上半期は、購入内容が不明な商品の代金請求に関する相談などを含む「商品一般」、行政機関を装い流出した個人情報の削除を持ちかける電話に関する相談などを含む「役務その他サービス」や「インターネット接続回線」が順位を上げている。また、「工事・建築」「不動産貸借」は、どの年度も上位にある。一方で、平成 24 年度以降相談件数が大きく増加した「健康食品」は、平成 26 年度上半期では落ち着きを見せ、件数は減少に転じている。

【表－2】高齢者の相談 商品・役務別上位 10 位

(単位: 件)

	23年度 (35,011件)		24年度 (33,541件)		25年度 (39,094件)		26年度上半期 (19,935件)	
1	デジタルコンテンツ	2,160	デジタルコンテンツ	2,317	デジタルコンテンツ	3,063	デジタルコンテンツ	2,227
2	工事・建築	1,598	工事・建築	1,517	健康食品	2,365	商品一般	923
3	ファンド型投資商品	1,435	ファンド型投資商品	1,218	工事・建築	1,905	工事・建築	913
4	不動産貸借	1,344	不動産貸借	1,153	商品一般	1,405	役務その他サービス	669
5	フリーローン・サラ金	1,328	健康食品	1,046	ファンド型投資商品	1,238	不動産貸借	634
6	相談その他	1,002	商品一般	1,011	不動産貸借	1,214	相談その他	560
7	公社債	909	フリーローン・サラ金	1,010	相談その他	1,061	フリーローン・サラ金	430
8	商品一般	890	相談その他	968	フリーローン・サラ金	825	ファンド型投資商品	420
9	株	815	役務その他サービス	827	新聞	701	インターネット接続回線	416
10	役務その他サービス	666	株	604	役務その他サービス	674	健康食品	363

(2) 年代別の商品・役務別上位 10 位

平成 26 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。どの年代も「デジタルコンテンツ」やリフォーム工事などの「工事・建築」の相談が上位 5 位までに入っている。このほか、60 歳代では、「不動産貸借」「フリーローン・サラ金」の相談が多く寄せられている。70 歳以上では、行政機関を装い流出した個人情報の削除を持ちかける電話に関する相談などを含む「役務その他サービス」の相談が目立つ。また、80 歳以上は「商品一般」が最も多く、中でも心当たりの無い事業者から電話や葉書で「以前購入した商品の代金が未納であるため連絡するように」などと通知があったという相談が多く寄せられている。

【表－3】高齢者の相談 年代別の商品・役務別上位10位(平成26年度上半期) (単位:件)

	60歳代(8,014件)		70歳代(7,529件)		80歳以上(4,392件)	
1	デジタルコンテンツ	1,382	デジタルコンテンツ	694	商品一般	247
2	工事・建築	366	商品一般	376	工事・建築	228
3	不動産貸借	336	工事・建築	319	役務その他サービス	176
4	商品一般	300	役務その他サービス	267	デジタルコンテンツ	151
5	フリーローン・サラ金	230	相談その他	239	相談その他	146
6	役務その他サービス	226	不動産貸借	208	新聞	142
7	相談その他	175	ファンド型投資商品	193	健康食品	133
8	インターネット接続回線	161	インターネット接続回線	164	ファンド型投資商品	119
9	携帯電話サービス	155	フリーローン・サラ金	157	インターネット接続回線	91
10	ファンド型投資商品	108	健康食品	147	不動産貸借	90

7 相談内容

高齢者の相談内容について、過去3年間及び平成26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。

平成26年度上半期は「インターネット通販」が上位にあがっている。これは、デジタルコンテンツに関する相談件数の増加の影響によるものである。一方、「電話勧誘」は、平成24年度以降件数が大きく増加していた健康食品の送りつけに関する相談が落ち着きを見せたため、順位を下けている。このほか、「家庭訪販」は金融・投資商品の相談件数が減少した影響で順位を下けているが、リフォーム工事、浄水器、インターネット接続回線契約などの相談件数は増加傾向にある。

【表－4】高齢者の相談 内容キーワード上位10位 (単位:件/複数集計)

	23年度(35,011件)		24年度(33,541件)		25年度(39,094件)		26年度上半期(19,935件)	
1	解約一般	5,985	解約一般	5,951	解約一般	6,842	解約一般	3,385
2	電話勧誘	5,007	電話勧誘	5,006	電話勧誘	6,384	インターネット通販	2,803
3	信用性	4,135	家庭訪販	4,088	家庭訪販	4,258	電話勧誘	2,782
4	返金	4,081	信用性	3,959	信用性	4,212	信用性	2,273
5	家庭訪販	4,075	返金	3,480	インターネット通販	4,042	家庭訪販	2,134
6	高価格・料金	3,534	高価格・料金	3,460	高価格・料金	3,984	高価格・料金	1,870
7	説明不足	2,714	インターネット通販	2,837	返金	3,847	返金	1,716
8	インターネット通販	2,605	説明不足	2,621	強引	3,159	説明不足	1,535
9	契約書・書面一般	2,280	契約書・書面一般	2,459	説明不足	2,866	契約	1,471
10	強引	2,274	契約	2,398	契約書・書面一般	2,774	契約書・書面一般	1,463

8 高齢者に特徴的な相談

(1) 「利殖商法」

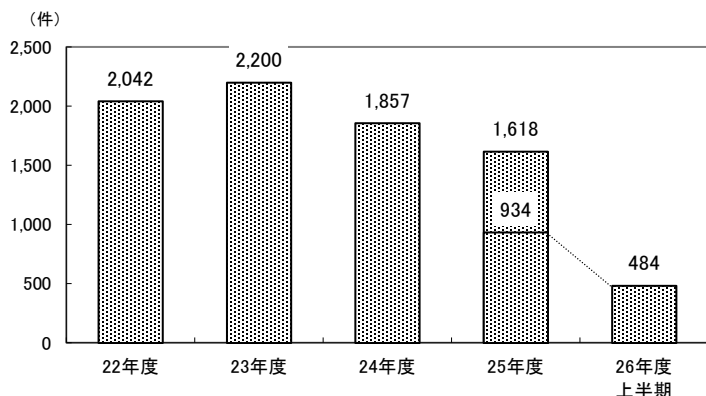
高齢者相談において、年々多くの相談が寄せられ、平均契約金額も非常に高額な「利殖商法」に関する相談件数の推移を示したものが「図－6」である。

件数は平成23年度をピークに減少しており、平成26年度上半期は484件と、前年同期(934件)と比べて48.2%の減少となっている。

平成26年度上半期の高齢者相談で、「利殖商法」の相談に多い商品・役務を示したものが「表－5」である。「ファンド型投資商品」に関する相談が最も多く、平均契約金額も700万円を超え、高額となっている。

平成26年度上半期の全相談件数のうち「利殖商法」に関する相談について、契約当事者年代別に示したものが「図-7」である。年代別に見ると60歳以上の高齢者が6割近くを占めており、さらに70歳以上で4割を超えている。

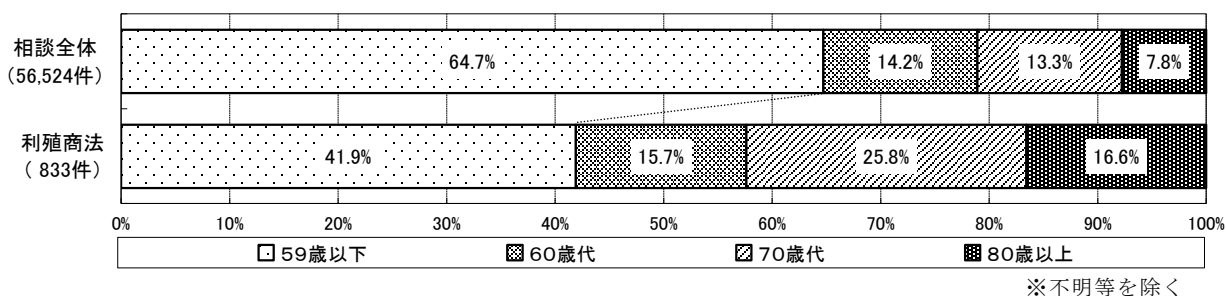
【図-6】高齢者の相談「利殖商法」の推移



【表-5】高齢者の相談「利殖商法」の主な商品・役務上位5位(26年度上半期)

	商品・役務分類	件数	平均契約金額
1	ファンド型投資商品	197件	720万円
3	株	63件	683万円
	未公開株	31件	559万円
2	公社債	55件	753万円
4	役務その他サービス	26件	52万円
5	他のデリバティブ取引	20件	298万円

【図-7】「利殖商法」に関する相談 契約当事者年代別割合(26年度上半期)



(2) 「判断不十分者契約」

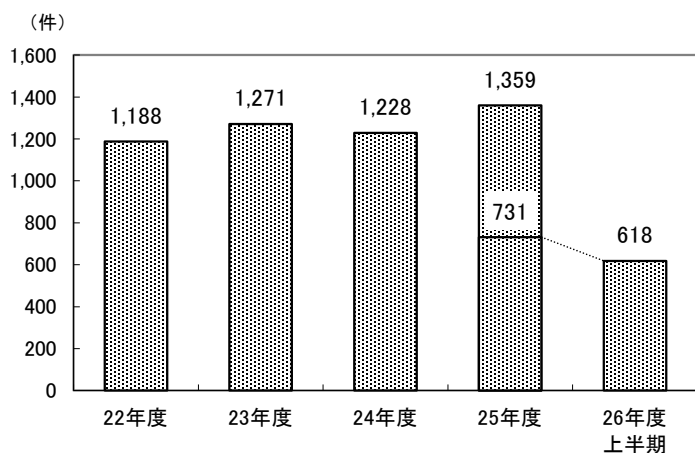
高齢者の相談の中でも悪質性が目立つのが、加齢に伴う疾病等により判断能力が不十分な高齢者に対して強引に契約をさせる「判断不十分者契約」である。

高齢者の相談のうち「判断不十分者契約」の相談件数の推移を示したものが「図-8」である。「判断不十分者契約」に関する相談は、平成25年度には1,300件を超えたが、平成26年度上半期は618件と、前年同期(731件)と比べて15.5%の減少となった。

平成26年度上半期における、高齢者の「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-6」である。訪問販売によく見られる「新聞」「ふとん類」「インターネット接続回線」などの生活用品・通信サービス、リフォーム工事などの「工事・建築」に関するものや、電話勧誘による「健康食品」「かに」などの購入に関する相談が目立つ。また、「商品一般」では、「必要のない商品を次々と注文してしまうがやめさせたい」といった家族からの相談が多く寄せられている。

平成26年度上半期の全相談件数のうち「判断不十分者契約」に関する相談について、契約当事者年代別に示したものが「図-9」である。年代別に見ると、60歳以上の高齢者が8割以上を占めており、さらに80歳以上で6割近くを占めている。

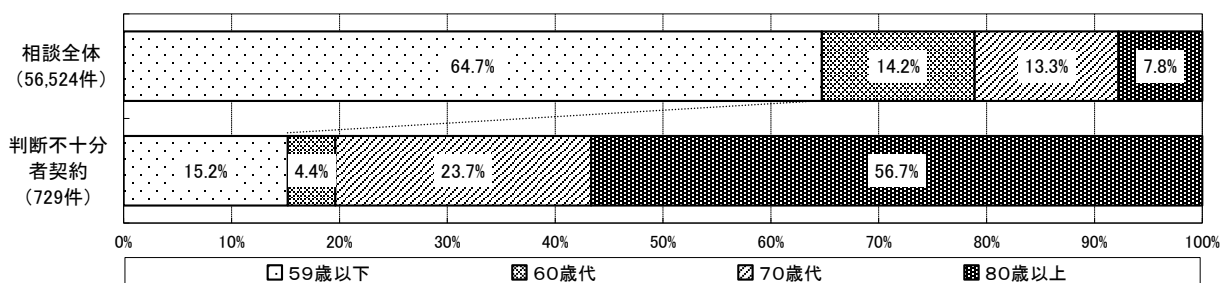
【図－8】高齢者の相談「判断不十分者契約」の推移



【表－6】高齢者の相談「判断不十分者契約」の商品・役務別上位 10 位(26 年度上半期)

順位	商品・役務分類	件数
1	新聞	50件
2	健康食品	46件
3	工事・建築	30件
4	商品一般	25件
5	ふとん類	22件
6	ファンド型投資商品	20件
7	インターネット接続回線	17件
8	修理サービス	15件
8	ネックレス	11件
10	かに	9件

【図－9】「判断不十分者契約」に関する相談 契約当事者年代別割合(26年度上半期)



※不明等を除く

9 相談事例

事例 1：個人情報削除サービス（電話勧誘、身分詐称、劇場型勧誘）

「通信販売会社 2 社と災害支援団体の 3 つにあなたの名前が登録されているが、削除しますか」と電話があった。相手は公的機関らしいので削除を依頼した。その後、再度、電話があり「災害支援団体だけ削除できなかった。削除するには、名義を他の人に変更する必要がある。代わりに人がいなければ紹介する」というので、NPO 法人の理事を紹介してもらった。NPO 法人の理事から名義変更の了解を得られたので、災害支援団体に名義変更の連絡をすると、「名義変更を受け付けるが、当団体に扱っている放射能除去装置を購入するよう代わりとなる人に伝えてください」と言われた。困ってしまい、最初に連絡があった公的機関に電話をすると、「この番号は現在使われていない」という音声案内に繋がった。

（契約当事者 70 歳代／女性）

事例 2：造成工事・別荘地（原野商法）

親が購入した他県にある別荘地を相続しているが、現地に赴いたことはない。先日、「別荘地が雑木林になり、近隣から苦情が出ているので伐採工事が必要である」と、近隣住民から相談を受けたという施工業者から書面が届いた。地元自治体に土地の様子を問い合わせたところ、道路に面していない土地で隣地に家は無いという。契約するつもりはないが、施工業者にどう対処したらよいか。

（契約当事者 60 歳代／男性）

事例3：ファンド型投資商品（利殖商法、二次被害）

息子である自分と離れて住んでいる母は、以前から何度か投資被害に遭っている。先日、母の友人から紹介された事業者に「東京オリンピック開催に合わせて、全国に4か所カジノを設置するので出資しないか。今出資すれば、来年には配当が7倍になるから以前の損失を取り戻せる」と勧誘され、契約したいのでお金を貸して欲しいと自分に頼んできた。母には騙されていると伝えたが響いていない。契約をやめさせたい。（契約当事者70歳代／女性）

事例4：光ファイバー回線（判断不十分者契約）

認知症の父が、自宅に訪問した通信事業者の代理店に勧誘されて、光ファイバー回線契約をした。家では既に他社と光ファイバー回線契約をしているので新たに契約をする必要がない。室内工事と屋外工事は完了しているが、通信事業者に解約を申し出たところ、解約料と手数料がかかると言われた。判断ができないような認知症の高齢者に対し、家族の同意が無くまま契約をさせるのは問題ではないか。（契約当事者80歳代／男性）

10 高齢者の相談について

高齢者相談は増加し続けており、中でも契約当事者が80歳以上である相談が占める割合は年々大きくなっている。

一口に高齢者相談と言っても、その年代によって相談の特徴は異なる。60歳代では、現役で就労している人も多く、社会とのつながりも保たれているため、その傾向は相談全体の傾向と類似する点が多い。しかし、70歳代、80歳以上と年齢が高くなるにつれて、訪問販売や電話勧誘販売など在宅時を狙う勧誘が多くなったり、利殖商法など高額な契約金額に関するトラブルが増えたりするなどの傾向が見られる。また、相談を寄せる場合も、家族や身近な人を通じてであったり、事業者との自主交渉による解決が困難であったりすることが多くなる。高齢者相談では、年齢や生活環境に応じたきめ細かな相談対応が求められる。

平成25年度下半期以降、消費生活センターなどの公的機関や類似の機関名を名乗り、漏えいした個人情報や削除すると持ちかける不審な電話に関する相談が増加している。消費生活センターや国民生活センターが、本人からの問合せや相談などを受けていない状況で、個人の電話番号を調べて連絡を取るようなことは無い。

このような電話では、公的機関だけではなく様々な人物が登場して話を複雑にし、最終的には何らかの名目で金銭を請求してくる可能性が高い。被害を防ぐためには、在宅時であっても常に留守番電話に設定しておき、すぐに電話の相手と接触しないことや、着信拒否機能を使うことが有効である。また、各警察署では、不審な電話の会話を自動で録音する機械「振り込め詐欺見張り隊」を貸し出しているため、ぜひ活用して欲しい。

ここ数年、投資経験のない高齢者に「必ず値上がりする」と言ったり、リスクが高いことを十分に説明せず、実態の分からない出資契約や金融商品の契約をさせるトラブルが目立っている。なかには、認知症など判断能力の低下した高齢者に、契約内容をよく理解させないまま契約をさせるといった、極めて悪質なものも見られる。このような場合には、高齢者本人が被害に遭ったことに気付いていなかったり、被害に遭ったことを家族に隠したり、自分を責めて泣き寝入りしたりしてしまうなどの傾向があり、被害が潜在化しやすい。このため、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と気付きが重要である。

トラブルに遭った時、また、高齢者の身近にいる人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相談して欲しい。