

「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。

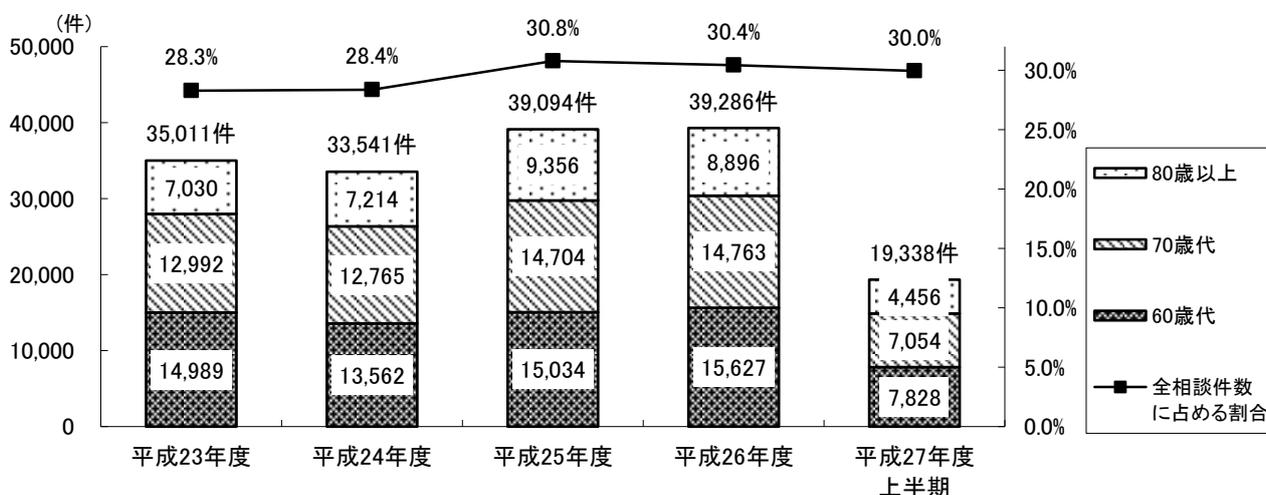
1 高齢者の相談件数

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26年度の相談件数は、前年度より0.5%(192件)増加して39,286件であった。平成27年度上半期の相談件数は19,338件で、前年同期(19,935件)と比べ3.0%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26年度は前年度より0.4ポイント減少(30.4%)したが、引き続き全体の3割を超えている。平成27年度上半期の割合を見ると30.0%で、前年同期(30.1%)と比べ0.1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26年度では60歳代が39.8%、70歳代が37.6%、80歳以上が22.6%となっている。高齢者の相談のうち80歳以上が相談全体に占める割合は、平成23年度から平成25年度まで増加し、平成26年度には減少したものの、引き続き2割を超えている。平成27年度上半期においては、80歳以上が23.0%となり、再び増加している。

【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。

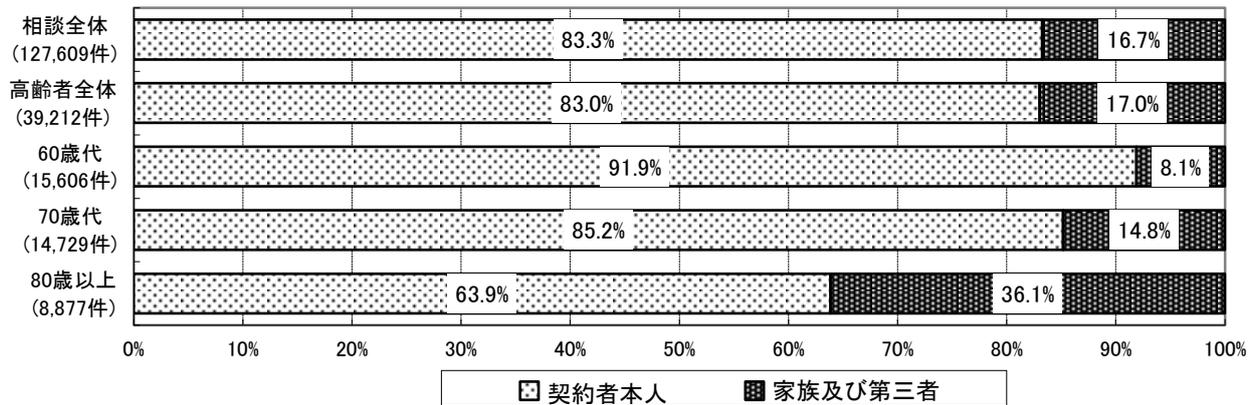
- 分析項目 : 「高齢者」(契約当事者60歳以上)の相談
- 分析データ : 平成23年4月～平成27年9月の相談データ
(平成27年度上半期のデータは11月30日現在の登録分)

2 相談者の内訳

平成26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26年度)



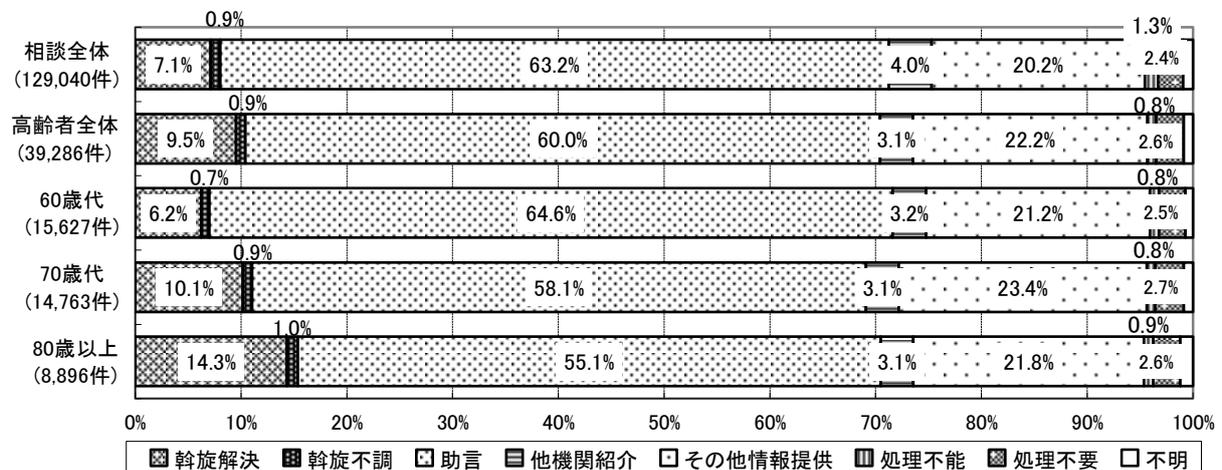
※不明等を除く

3 処理結果

平成26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8.0% (斡旋解決7.1%、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6.9%、70歳代が11.0%、80歳以上が15.3%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26年度)



※平成27年11月30日現在

4 契約購入金額

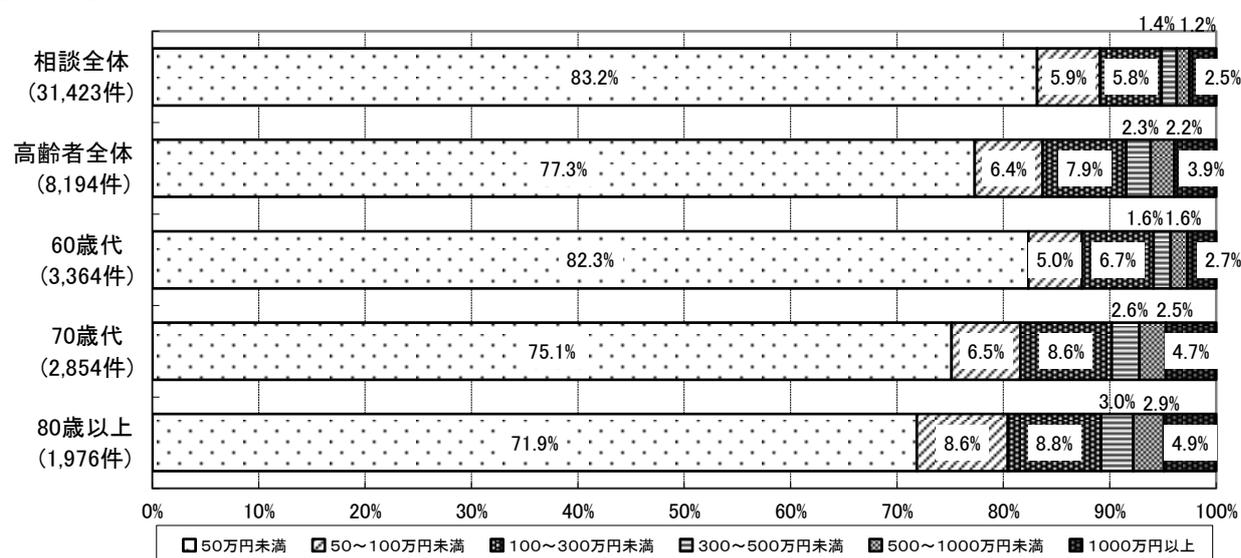
高齢者の相談について、平均契約金額の推移を示したものが「表－1」である。相談全体の平均契約金額と比べ、いずれの年度も高齢者の相談の方が高額となっている。

平成27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10.9%であるが、80歳以上では約2割を占める。特に「1,000万円以上」の高額な契約は、相談全体では2.5%であるのに対して、70歳代が4.7%、80歳以上が4.9%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)

	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度 上半期
高齢者相談	2,494	2,292	2,112	2,069	1,810
相談全体	1,693	1,626	1,556	1,517	1,294

【図－4】 契約購入金額別割合 高齢者と相談全体の比較(平成27年度上半期)



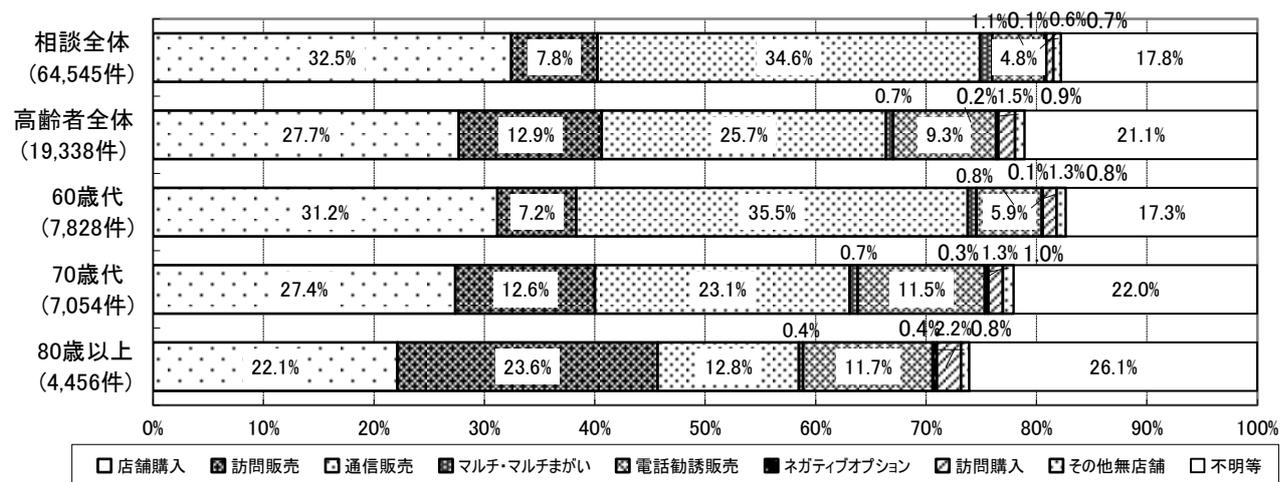
※ 不明等を除く

5 販売購入形態

平成27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、相談全体の割合と同じく3割を超えるが、高齢になるほどその割合は小さくなる。

「通信販売」の割合をみると、相談全体では約35%となっているところ、高齢者全体では約26%である。さらに年代別で見ると、年齢が高いほどその割合は小さくなり、80歳以上では約1割となる。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」で2割以上、「電話勧誘販売」で1割以上を占めている。これらのことから、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 27 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 27 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。また、「工事・建築」「商品一般」「不動産貸借」は、どの年度も上位 6 位までに入っている。

平成 27 年度上半期は、公的機関等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」の件数がやや落ち着きを見せている一方で、光ファイバーなどの「インターネット接続回線」、「健康食品」は順位を上げた。また、「ファンド型投資商品」「フリーローン・サラ金」の相談が大きく減少している。

【表－2】高齢者の相談 商品・役務別上位 10 位

	24年度 (33,541件)	25年度 (39,094件)	26年度 (39,286件)	27年度上半期 (19,338件)
1 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 4,677	デジタルコンテンツ 2,740
2 工事・建築	1,517	健康食品 2,365	商品一般 1,796	工事・建築 865
3 ファンド型投資商品	1,218	工事・建築 1,905	工事・建築 1,783	商品一般 864
4 不動産貸借	1,153	商品一般 1,405	不動産貸借 1,272	不動産貸借 626
5 健康食品	1,046	ファンド型投資商品 1,238	役務その他サービス 1,120	役務その他サービス 554
6 商品一般	1,011	不動産貸借 1,214	相談その他 1,078	インターネット接続回線 502
7 フリーローン・サラ金	1,010	相談その他 1,061	インターネット接続回線 920	相談その他 485
8 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 833	健康食品 445
9 役務その他サービス	827	新聞 701	フリーローン・サラ金 831	携帯電話サービス 354
10 株	604	役務その他サービス 674	健康食品 745	フリーローン・サラ金 327

(2) 年代別の商品・役務別上位 10 位

平成 27 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」、リフォーム工事などの「工事・建築」、不審な電話やメール、内容の不明な請求書などの「商品一般」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」「インターネット接続回線」の相談が多く寄せられている。70 歳以上では、公的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、70 歳代及び 80 歳以上では「健康食品」の相談が目立ち、「電話で勧められ、断れなかった」「電話勧誘があり断ったが商品が送られてくる」「注文した覚えのない商品が送られてくる」などの相談が多く寄せられた。

【表－3】高齢者の相談 年代別の商品・役務別上位10位(平成27年度上半期)

	60歳代(7,828件)		70歳代(7,054件)		80歳以上(4,456件)	
1	デジタルコンテンツ	1,686	デジタルコンテンツ	886	工事・建築	274
2	不動産貸借	341	商品一般	344	商品一般	250
3	工事・建築	295	工事・建築	296	健康食品	178
4	商品一般	270	役務その他サービス	250	デジタルコンテンツ	168
5	インターネット接続回線	237	相談その他	197	新聞	148
6	携帯電話サービス	189	不動産貸借	194	役務その他サービス	138
7	役務その他サービス	166	インターネット接続回線	173	相談その他	137
8	フリーローン・サラ金	165	健康食品	158	固定電話サービス	92
9	相談その他	151	修理サービス	122	インターネット接続回線	92
10	修理サービス	117	ファンド型投資商品	122	不動産貸借	91
			フリーローン・サラ金	122		

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27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27年度上半期は「解約一般」「インターネット通販」「電話勧誘」「家庭訪販」が平成26年度に引き続き、上位にあがっている。このうち「電話勧誘」では、公的機関を装った個人情報削除サービス、健康食品、光ファイバー、老人ホーム入居権、内容の不明な商品・サービス等に関する相談が多く寄せられている。「家庭訪販」では、新聞、屋根工事、浄水器、ケーブルテレビ、修理サービス、光ファイバー等に関する相談が多く寄せられている。

※「インターネット通販」については「8 高齢者に特徴的な相談(2)」において後述する。

【表－4】高齢者の相談 内容キーワード上位10位

(複数集計)

	24年度(33,541件)		25年度(39,094件)		26年度(39,286件)		27年度上半期(19,338件)	
1	解約一般	5,951	解約一般	6,842	解約一般	6,902	解約一般	3,406
2	電話勧誘	5,006	電話勧誘	6,384	インターネット通販	5,731	インターネット通販	3,339
3	家庭訪販	4,088	家庭訪販	4,258	電話勧誘	5,525	電話勧誘	2,519
4	信用性	3,959	信用性	4,212	信用性	4,432	家庭訪販	2,055
5	返金	3,480	インターネット通販	4,042	家庭訪販	4,293	信用性	2,030
6	高価格・料金	3,460	高価格・料金	3,984	高価格・料金	3,734	高価格・料金	1,889
7	インターネット通販	2,837	返金	3,847	返金	3,373	説明不足	1,653
8	説明不足	2,621	強引	3,159	説明不足	3,005	契約書・書面一般	1,593
9	契約書・書面一般	2,459	説明不足	2,866	契約	2,969	架空請求	1,494
10	契約	2,398	契約書・書面一般	2,774	契約書・書面一般	2,901	返金	1,482

8 高齢者に特徴的な相談

(1) 「利殖商法」

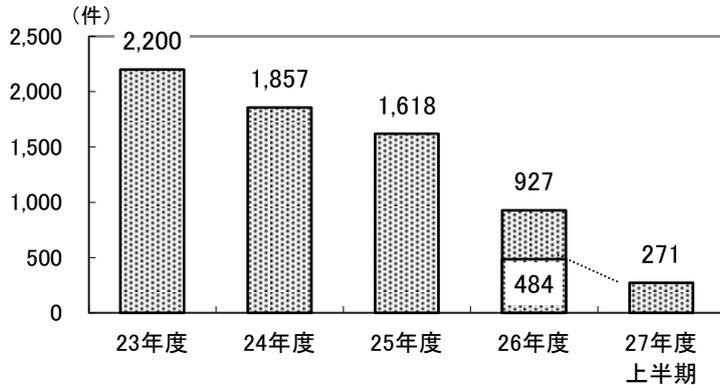
高齢者相談において、年々多くの相談が寄せられ、平均契約金額も非常に高額な「利殖商法」に関する相談件数の推移を示したものが「図－6」である。

件数は平成23年度をピークに減少しており、平成27年度上半期は271件と、前年同期(484件)と比べて44.0%の減少となっている。

平成27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い。なお、前年同期と比べ、上位3位ともに相談件数は減っているが、平均契約金額は前年同期と比べて高額となっている。

平成27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歳以上の高齢者で6割近く、70歳以上で4割以上を占めている。

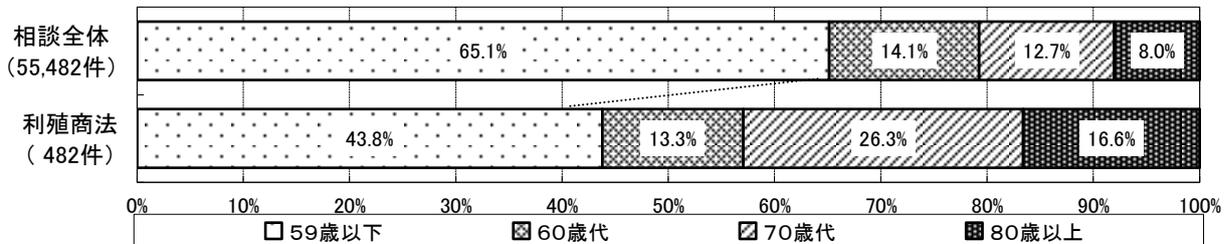
【図-6】高齢者の相談「利殖商法」の推移



【表-5】高齢者の相談「利殖商法」の主な商品・役務上位5位(27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	128件	1,038万円
2 株	31件	831万円
	未公開株	17件
3 公社債	20件	1,456万円
4 金融関連サービスその他	14件	204万円
5 商品一般	10件	400万円

【図-7】「利殖商法」に関する相談 契約当事者年代別割合(27年度上半期)



※不明等を除く

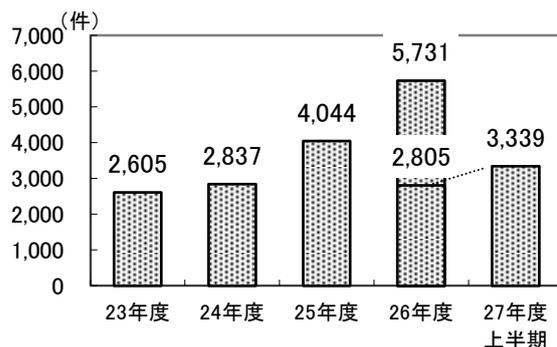
(2) 「インターネット通販」

高齢者の相談においても、近年相談件数が増加し、多くの相談が寄せられている「インターネット通販」に関する相談件数の推移を示したものが「図-8」である。

件数は平成23年度以降増加し続け、平成26年度には5,731件となり、平成27年度上半期は3,339件と、前年同期(2,805件)と比べて19.0%の増加となっている。

平成27年度上半期の全年代の相談で、「インターネット通販」の相談に多い商品・役務を示したものが「表-6」、同じく平成27年度上半期の高齢者の相談で「インターネット通販」に関する相談に多い商品・役務を示したものが「表-7」である。全年代の相談及び高齢者

【図-8】高齢者の相談「インターネット通販」の推移



【表-6】全年代の相談「インターネット通販」の商品・役務別上位10位(27年度上半期)

商品・役務	件数
1 アダルト情報サイト	6,501件
2 デジタルコンテンツ一般	2,044件
3 他のデジタルコンテンツ	1,155件
4 出会い系サイト	625件
5 手配旅行	423件
6 健康食品	364件
7 商品一般	295件
8 オンラインゲーム	209件
9 運動靴	201件
9 紳士・婦人用バッグ	201件

の相談ともに「アダルト情報サイト」「デジタルコンテンツ一般」「他のデジタルコンテンツ」が上位3位を占めている。

「アダルト情報サイト」は全年代の相談で36.9%を占めているが、高齢者の相談では60歳代で44.3%、70歳代で41.8%、80歳以上で43.3%と4割以上を占めている。

内容の特定できないサイト利用料などの「デジタルコンテンツ一般」は全年代の相談では11.6%と約1割だが、高齢者の相談では60歳代で20.1%、70歳代で22.4%、80歳以上で20.2%と約2割を占めている。

「健康食品」は、全年代の相談及び高齢者の全ての年代で上位にあるが、相談に占める割合をみると、高齢者の相談よりも全年代の相談の方が占める割合が高くなっている。

「手配旅行」は、全年代の相談及び高齢者の60歳代及び70歳代で上位にあがっている。

「運動靴」及び「紳士・婦人用バッグ」は高齢者の相談よりも全年代の相談において、占める割合が高くなっている。

【表－7】高齢者の相談「インターネット通販」年代別の商品・役務別上位10位(平成27年度上半期)

	60歳代(2,015件)		70歳代(1,031件)		80歳以上(203件)	
1	アダルト情報サイト	892	アダルト情報サイト	431	アダルト情報サイト	88
2	デジタルコンテンツ一般	405	デジタルコンテンツ一般	231	デジタルコンテンツ一般	41
3	他のデジタルコンテンツ	211	他のデジタルコンテンツ	123	他のデジタルコンテンツ	22
4	出会い系サイト	41	商品一般	26	商品一般	9
5	商品一般	40	出会い系サイト	22	パソコンソフト	5
6	役務その他サービス	25	役務その他サービス	13	役務その他サービス	4
7	他のネット通信関連サービス	24	パソコンソフト	11	他のネット通信関連サービス	3
8	手配旅行	22	興信所	9	出会い系サイト	3
9	健康食品	19	健康食品	7	健康食品	2
10	パソコンソフト	16	他の内職・副業	6	映画配信サービス	2
			手配旅行	6	投資情報サイト	2
			映画配信サービス	6		

※9位以下は件数が1件であるため、割愛。

注1) 「デジタルコンテンツ」関連の相談は、下位キーワードで集計。

注2) 「健康食品」関連の相談は、上位キーワードで集計。

(3) 「判断不十分者契約」

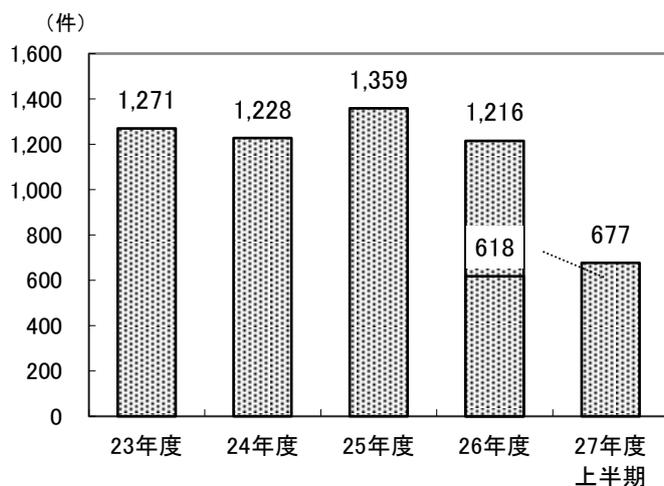
高齢者の相談の中でも悪質性が目立つのが、加齢に伴う疾病等、何らかの理由により十分な判断ができない状態にある高齢者に対して契約をさせる「判断不十分者契約」である。

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－9」である。「判断不十分者契約」に関する相談は、平成26年度には1,216件となり、平成27年度上半期は677件と、前年同期(618件)と比べて9.5%の増加となった。

平成27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－8」である。「新聞」、リフォーム工事などの「工事・建築」、「ふとん類」、浄水器等の「他の台所用品」が上位に入っており、訪問販売によるものが多い。送り付けが多い「健康食品」、契約内容自体がよくわからない「商品一般」、契約の経緯が不明な怪しげな投資などの「ファンド型投資商品」、「かに」の電話勧誘や送り付け、などに関する相談も多く寄せられた。また、いずれの商品・役務でも、家族やケアマネージャー・ホームヘルパーなど、契約者本人ではなく周囲の人が発見して相談を寄せるケースが多い。

平成27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－10」である。年代別に見ると、60歳以上で高齢者で9割近く、80歳以上で6割以上を占めている。

【図－9】高齢者の相談「判断不十分者契約」の推移

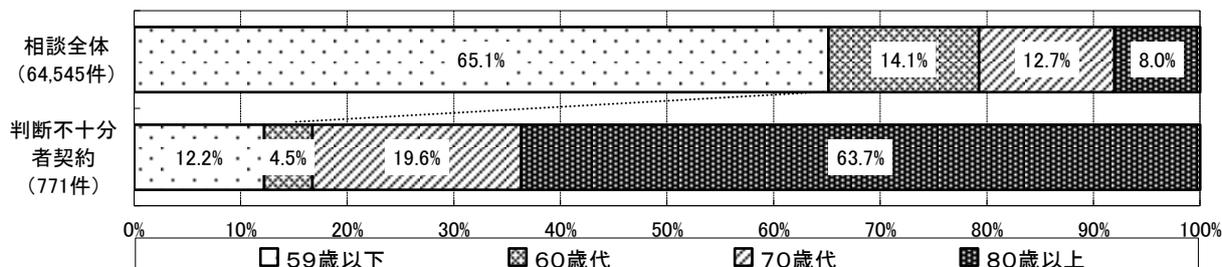


※不明等を除く

【表－8】高齢者の相談「判断不十分者契約」の商品・役務別上位 10 位(27 年度上半期)

商品・役務分類	件数
1 新聞	60件
2 健康食品	47件
3 工事・建築	38件
4 商品一般	36件
5 ふとん類	35件
6 ファンド型投資商品	18件
7 他の台所用品	16件
8 かに	13件
8 修理サービス	13件
10 固定電話サービス	12件

【図－10】「判断不十分者契約」に関する相談 契約当事者年代別割合(27年度上半期)



※不明等を除く

9 相談事例

事例 1：ファンド型投資商品（利殖商法）

高齢で独居の兄が1年前から合同会社の投資話に騙されて1億円出資している。介護は未申請。通帳に残高がなく公共料金を滞納していることから、さらに2,700万円の契約をしていることが発覚した。民生委員から地域包括支援センターを紹介され、そこから消費生活センターを紹介された。支払いを止めさせたい。（契約当事者70歳代／男性）

事例 2：個人情報削除サービス（電話勧誘、劇場型勧誘）

センターを名乗る人から電話があった。「もうすぐマイナンバーができる。年金機構の情報が洩れてしまったので、あなたの個人情報を守るために電話をした。個人情報が3つの機関に漏れているので、削除しますか」という。他にも個人的なことを聞かれたが不審に思い、自分から電話を切った。このような対応でよかっただろうか。（契約当事者80歳代／女性）

事例 3：老人ホーム入居権（電話勧誘、劇場型勧誘）

「地域限定で購入できる有料老人ホームの案内書が届いたか」と電話があった。郵便物に記憶はないが、「他の地域に住む人のために、この有料老人ホームに申込みをしてほしい」と言われて、曖昧に返事をしてしまった。その後、「入居権を買いたい人が現れたので、あなたの名義で一旦老人ホームを購入することにして申込書に記入し押印してほしい」という電話があった。話がどんどん進んでしまって不安である。（契約当事者60歳代／女性）

事例4：中古住宅リフォーム工事（家庭訪販、判断不十分者契約）

父は高齢で独居。物忘れが激しいが何とか自立して生活している。姉2人と自分が交代で毎週父の家を訪問している。昨日自分が電話連絡したところ、「その日は工事がある」と父が言い出し、140万円ものリフォーム契約があることが判明した。姉が父に契約の詳細を確認したが、最終的に父は怒りだしてしまった。今週の土日が工事日だというが、今後どうしたらよいか。父は現時点で介護認定はされていない。（契約当事者90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平成23年度から平成27年度上半期まで2割を超え続けている。

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。

販売購入形態でみると「訪問販売」は70歳代の相談の約1割を占めるが、80歳以上では2割以上を占める。また「電話勧誘販売」は、60歳代では相談全体の傾向とほぼ変わらないが、70歳代及び80歳以上の相談で約1割を占める。

契約購入金額でみると「1,000万円以上」の高額な契約は、相談全体では2.5%であるが、70歳代では4.7%、80歳以上では4.9%と大きな割合を占めている。

商品・サービス別でみると年代ごとに細かな特徴はあるものの、各年代ともにアダルトサイト等の「デジタルコンテンツ」、リフォーム工事などの「工事・建築」、不審な電話やメール、内容の不明な請求書などの「商品一般」の相談が多く寄せられている。

また、高齢者の相談全般を見ると、「アダルト情報サイト」や内容の特定できないサイト利用料などの「デジタルコンテンツ一般」の件数が最も多く、相談全体の傾向に比べて割合も高い。

儲けを強調する手口などの「利殖商法」は、毎年相談が多く平均契約金額も高額だが、相談件数は平成27年度上半期で271件と減少した。

一方、「老人ホーム入居権」などを口実とした「劇場型勧誘」の件数は平成27年度上半期で417件となっている。「劇場型勧誘」は平成27年度に創設された新たな内容キーワードであるため、「劇場型勧誘」の動向については今後の経過を注視していく必要がある。また、平成25年度下半期以降増加した「公的機関等を装い流出した個人情報の削除を持ち掛ける電話」に関する相談は引き続き多く、その手口は「劇場型勧誘」であることが多い。

高齢者の相談の特徴として、「電話勧誘販売」の相談が多く寄せられていることがあげられる。

電話を契機とした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するなどすぐに電話の相手と接触しないようにすることや、不審な電話に対しては着信拒否機能を使うといった対策が有効である。

東京都では、各警察署、区市町村を窓口として、着信後、自動で録音する旨の警告する機械「自動通話録音機」を無償で貸し出しているのを活用して欲しい。貸与窓口は「最寄りの警察署の犯罪抑止担当、又は居住する区市町村安全・安心まちづくり担当」。貸与窓口がわからないときには「東京都青少年・治安対策本部治安対策課」（電話03-5388-2255又は03-5388-2828）に問い合わせしてほしい。

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、少しでも早く最寄りの消費生活センター、もしくは当センターの「高齢消費者見守りホットライン」（電話03-3235-1334）まで通報してほしい。