

「高齢者」の消費生活相談の概要（要約版）

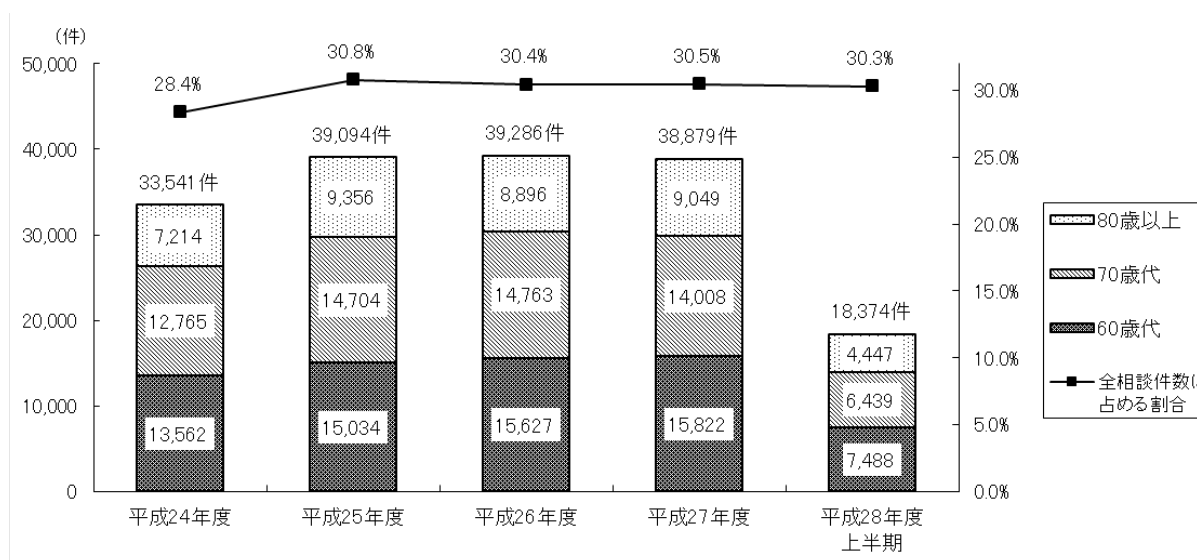
60歳以上の高齢者の相談は、毎年数多く寄せられている。ここでは、都内の消費生活センターに寄せられた高齢者相談(※)について、その特徴と傾向を分析し、「要約版」を掲載する。なお、詳細なデータについては、「資料編」に掲載しているのでご覧いただきたい。

1 高齢者の相談件数

平成27年度の相談件数は、前年度より1.0%(407件)減少して38,879件(前年度39,286件)であった。平成28年度上半期の相談件数は18,374件で、前年同期(19,338件)と比べ5.0%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27年度は前年度より0.1ポイント増加(30.5%)したが、引き続き全体の3割を超えている。平成28年度上半期の割合を見ると30.3%で、前年同期(30.0%)と比べ0.3ポイント増となっている。

【図-1】 高齢者の相談件数の推移



2 相談者の内訳

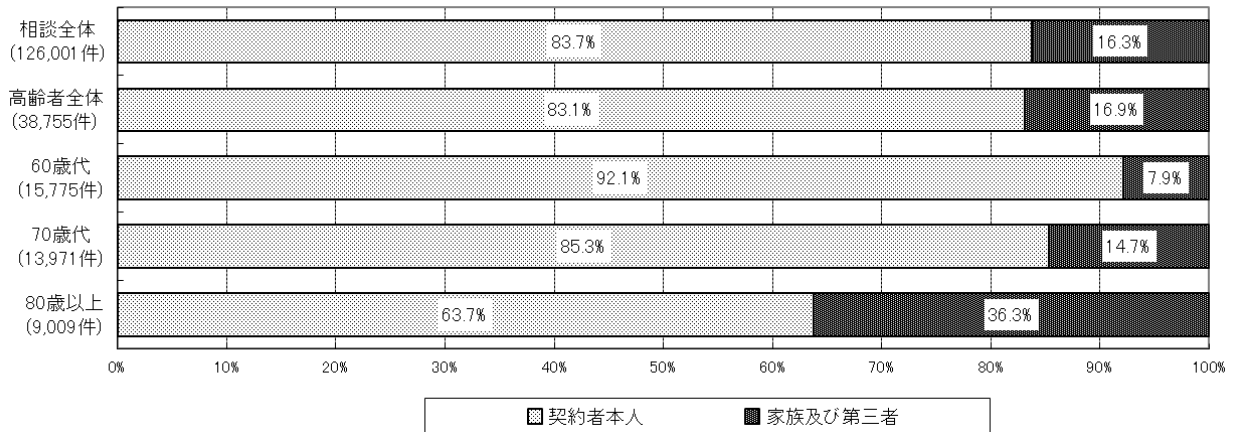
平成27年度の相談について、相談者が契約当事者本人である場合と、本人以外である場合(家族やホームヘルパー、ケアマネージャーなどの第三者)の割合を年代別に見ると、家族や第三者からの相談は、60歳代では7.9%であるが、70歳代では14.7%、80歳以上では36.3%に達し、年齢が高いほど本人以外からの相談の割合が増える。

※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24年4月～平成28年9月の相談データ

(平成28年度上半期のデータは平成28年11月30日現在の登録分)

【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 27 年度)

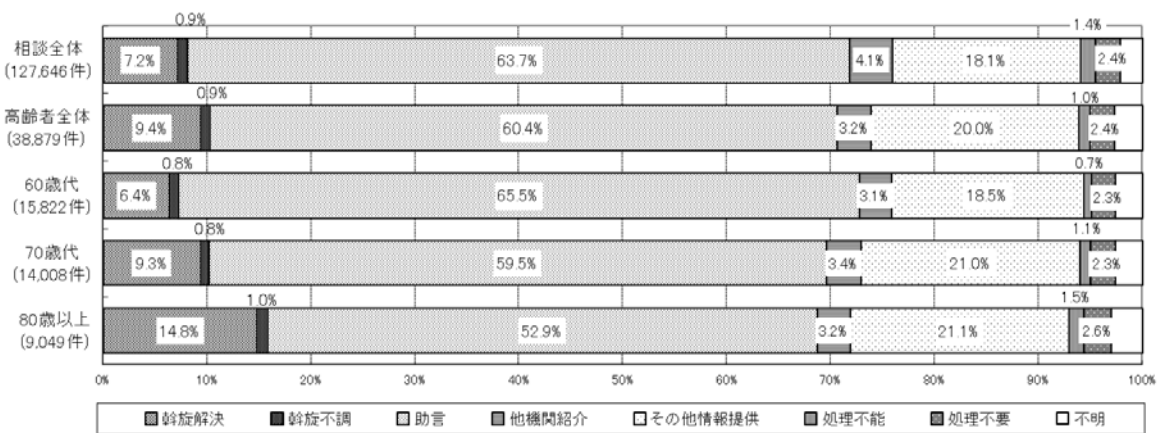


※不明等を除く

3 処理結果

平成 27 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見ると、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 8.1%、高齢者の相談では 60 歳代が 7.2%、70 歳代が 10.1%、80 歳以上が 15.8% となっている。80 歳以上になると、自主交渉による解決の割合がかなり減少する。

【図－3】高齢者の相談と相談全体の処理結果の割合(平成 27 年度)



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見ると、相談全体の平均契約金額と比べ、高齢者の相談の方が高額となる状況が続いている。ただし、相談全体と高齢者の相談の平均契約金額の差は、平成 22 年度の差額 126 万円をピークに減少しており、平成 28 年度上半期の差額は 36 万円（高齢者相談 165 万円、相談全体 129 万円）となっている。

【表－1】高齢者の相談と相談全体の平均契約金額

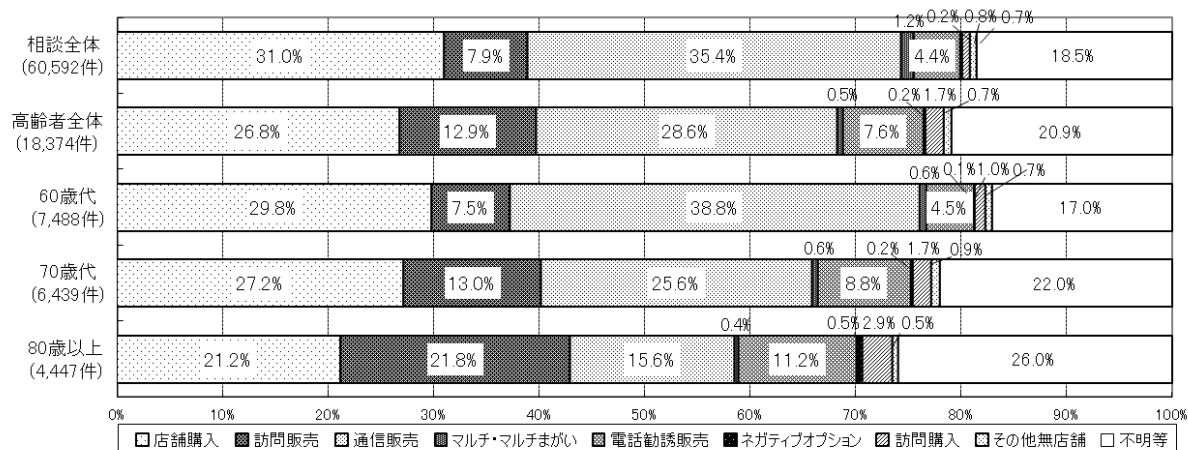
(単位:千円)

	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度 上半期
高齢者相談	2,292	2,112	2,069	1,833	1,652
相談全体	1,626	1,556	1,517	1,356	1,288

5 販売購入形態

平成28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見ると、「訪問販売」の割合は相談全体で7.9%であるが、高齢者全体では12.9%を占める。60歳代では7.5%と相談全体の割合より少ないが、70歳代では13.0%に増加し、80歳以上では21.8%に大きく増加する。「電話勧誘販売」の割合は相談全体で4.4%だが、高齢者全体では7.6%を占める。60歳代では4.5%であるが、70歳代では8.8%、80歳以上では11.2%に増加する。なお、80歳以上の相談で最も多い販売購入形態は「訪問販売」の21.8%であり、「店舗購入」の21.2%を超える割合に達している。

【図-4】 高齢者の相談 販売購入形態別割合(平成28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

過去3年間及び平成28年度上半期の商品・役務別相談件数の上位10位を見ると、平成28年度上半期に上位10位となった商品・役務は、順位に変動はあるものの、全て恒常的に上位に入っている（「資料編」参照のこと）。

【表-2】 高齢者の相談 商品・役務別上位10位

	25年度 (39,097件)	26年度 (39,286件)	27年度 (38,877件)	28年度上半期 (18,374件)
1 健康食品	2,366	アダルト情報サイト 2,680	アダルト情報サイト 2,548	デジタルコンテンツ@ 1,224
2 工事・建築	1,905	商品一般 1,799	デジタルコンテンツ@ 2,269	アダルト情報サイト 1,031
3 アダルト情報サイト	1,805	工事・建築 1,785	工事・建築 1,759	工事・建築 804
4 商品一般	1,409	デジタルコンテンツ@ 1,236	商品一般 1,713	商品一般 794
5 ファンド型投資商品	1,239	役務その他サービス 1,115	インターネット接続回線 1,096	他のデジタルコンテンツ 617
6 相談その他	1,061	相談その他 1,078	他のデジタルコンテンツ 1,016	インターネット接続回線 560
7 賃貸アパート	983	賃貸アパート 1,055	相談その他 990	移动通信サービス 511
8 フリーローン・サラ金	813	インターネット接続回線 920	賃貸アパート 978	健康食品 475
9 新聞	701	ファンド型投資商品 833	移动通信サービス 978	相談その他 458
10 役務その他サービス	670	フリーローン・サラ金 831	役務その他サービス 976	役務その他サービス 454

(2) 年代別の商品・役務別上位10位

年代別に平成28年度上半期の状況を見ると、有料サイト利用料の架空請求等の「デジタルコンテンツ@」は60歳代、70歳代では第1位だが、80歳以上では第8位である。「アダルト情報サイト」は60歳代では第2位、70歳代では第3位であるが、80歳以上では第10位以下と大きく順位が下がる。「工事・建築」は、60歳代では第5位、70歳代では第4位であるが、80歳以上では第1位となる（「資料編」参照のこと）。

【表－3】高齢者の相談 年代別の商品・役務別上位10位(平成28年度上半期)

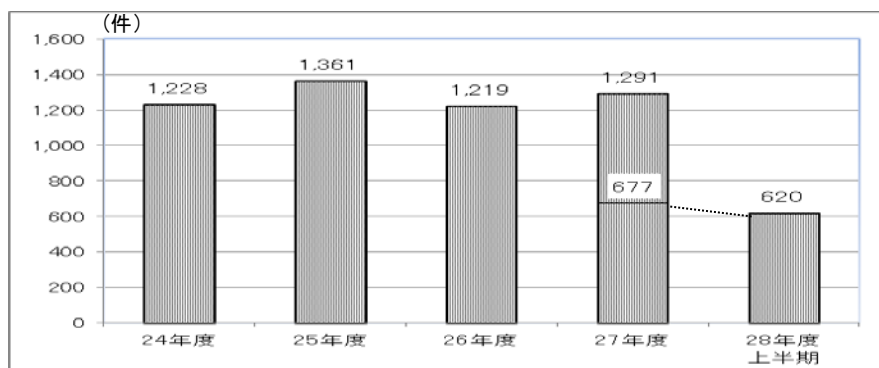
	60歳代(7,488件)		70歳代(6,439件)		80歳以上(4,447件)	
1	デジタルコンテンツ@	724	デジタルコンテンツ@	393	工事・建築	248
2	アダルト情報サイト	663	商品一般	303	商品一般	225
3	他のデジタルコンテンツ	358	アダルト情報サイト	298	健康食品	197
4	商品一般	266	工事・建築	291	相談その他	153
5	工事・建築	265	インターネット接続回線	231	役務その他サービス	144
6	賃貸アパート	248	他のデジタルコンテンツ	202	新聞	135
7	移动通信サービス	247	移动通信サービス	186	インターネット接続回線	111
8	インターネット接続回線	218	相談その他	173	デジタルコンテンツ@	107
9	健康食品	154	役務その他サービス	168	修理サービス	95
10	フリーローン・サラ金	153	賃貸アパート	135	固定電話サービス	85

7 高齢者の判断不十分者契約

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。

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見ると、平成24年度（1,228件）から平成27年度（1,291件）まで恒常的に1,200件を超える状態にある。なお、平成28年度上半期は620件と、前年同期（677件）と比べて8.4%の減少となった。

【図－5】高齢者の相談「判断不十分者契約」の相談件数推移



高齢者の相談のうち「判断不十分者契約」の相談について、過去3年間及び平成28年度上半期の商品・役務別相談件数上位10位を見ると、平成28年度上半期に上位10位以内の商品・役務は、順位に変動はあるものの、恒常的に上位15位以内に入っている（「資料編」参照のこと）。

【表－4】高齢者の相談「判断不十分者契約」の商品・役務別上位10位

	25年度(1,361件)		26年度(1,219件)		27年度(1,291件)		28年度上半期(620件)	
1	健康食品	215	新聞	97	新聞	130	新聞	65
2	新聞	117	健康食品	96	健康食品	95	健康食品	54
3	工事・建築	77	工事・建築	64	工事・建築	75	工事・建築	35
4	商品一般	63	ふとん類	54	商品一般	58	商品一般	30
5	ファンド型投資商品	48	商品一般	50	ふとん類	58	インターネット接続回線	25
6	ふとん類	42	ファンド型投資商品	32	鮮魚	33	ふとん類	18
7	鮮魚	30	インターネット接続回線	32	ファンド型投資商品	29	他の台所用品	14
8	株	24	修理サービス	29	他の台所用品	28	鮮魚	13
9	インターネット接続回線	24	他の台所用品	26	修理サービス	27	ファンド型投資商品	13
10	投資信託	20	移动通信サービス	23	インターネット接続回線	27	移动通信サービス	13

8 販売形態、販売の手口、セールストーク等に問題がある相談

PIONETの「内容別分類」のうち「07.販売方法（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）」にチェックが付されているものを抽出し、「販売形態」「販売手口・セールストーク」別に、高齢者からの相談件数が多く、高額なものを下表に抜粋した（詳細は「資料編」参照のこと）。

「販売形態別」にみると、「相談件数」における上位3位は「インターネット通販」「電話勧誘」「家庭訪販」であるが、「家庭訪販」及び「電話勧誘」においては、「総合計既支払額」も極めて高額である。

「販売手口・セールストーク別」にみると、「説明不足」「強引」「虚偽説明」「詐欺」の件数が多い。

【表－5】平成28年度上半期 高齢者「07.販売方法」が付与された相談「販売形態」別詳細

販売形態	高齢者 (a)	全体 (b)	高齢者の 割合 (a/b)	平均 契約金額 (c)	平均 既支払額 (d)	総合計 既支払額 (e)	総合計既支払額が高額な 商品・役務 (f) ※カッコ書きは(f)が(e)に 占める割合
インター ネット 通販	3,129	13,704	22.8%	188,200	58,561	76,480,461	デジタルコンテンツ@ (34.2%)、アダルト情報サイト (20.0%)、出会い系サイト (16.5%)
電話勧誘	1,796	3,258	55.1%	1,847,151	1,484,140	639,664,376	山林(17.3%)、ファンド型投 資商品(5.8%)、公社債 (4.6%)、宝くじ情報 (3.6%)、貴金属(2.9%)
家庭訪販	1,671	2,776	60.2%	2,745,452	1,555,832	1,168,429,811	ファンド型投資商品 (21.5%)、山林(12.7%)、 特定生命保険(11.2%)、投 資信託(6.7%)

【表－6】28年度上半期 高齢者「07.販売方法」が付与された相談「販売手口・セールストーク」別詳細

販売手口・ セールストーク	高齢者 (a)	全体 (b)	高齢者 の割合 (a/b)	平均 契約金額 (c)	総合計 契約金額 (d)	平均 既支払額 (e)	総合計 既支払額 (f)	契約金額 に占める 既支払額 の割合 (f/d)
説明不足	1,034	3,128	33.1%	2,868,856	1,488,936,373	1,709,670	759,093,525	51.0%
強引	991	2,553	38.8%	2,722,975	1,260,737,558	882,186	346,699,144	27.5%
虚偽説明	660	2,058	32.1%	3,088,314	982,083,610	2,319,371	649,423,954	66.1%
詐欺	656	2,159	30.4%	3,765,669	1,246,436,422	3,287,928	999,529,972	80.2%
身分詐称	337	570	59.1%	4,310,387	215,519,324	2,543,035	106,807,454	49.6%
無料商法	310	1,012	30.6%	333,149	47,640,292	61,094	7,942,172	16.7%
二次被害	259	795	32.6%	3,493,517	618,352,496	2,723,961	433,109,712	70.0%
販売目的隠匿	221	534	41.4%	1,969,973	143,808,009	1,555,243	102,646,010	71.4%
点検商法	215	318	67.6%	970,239	118,369,143	157,675	17,659,570	14.9%
利殖商法	199	403	49.4%	8,424,593	1,255,264,347	7,621,797	1,120,404,086	89.3%

9 今回の分析

(1) 特徴と傾向

高齢者の相談は年間3万件以上と毎年数多くの相談が寄せられ続けている。また、高齢者の相談が全相談に占める割合も平成25年度以降継続して3割を超えている。

年代別の割合を見ると、平成27年度では60歳代が40.7%、70歳代が36.0%、80歳以上が23.3%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、増加傾向にあり、平成26年度に22.6%に減少したものの、平成27年度には23.3%に、平成28年度上半期には24.2%に増加している（「資料編」参照のこと）。80歳以上の相談では、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の相談の割合が36.3%に達し、また自主交渉による解決の割合がかなり減少する。また、年代別に平成28年度上半期の状況を見ると、有料サイト利用料の架空請求等の「デジタルコンテンツ@」は、60歳代、70歳代では第1位だが、80歳以上では第8位である。「アダルト情報サイト」は60歳代では第2位、70歳代では第3位であるが、80歳以上では大きく順位が下がる。「工事・建築」は、60歳代では第5位、70歳代では第4位であるが、80歳以上では第1位となる。

(2) 課題と今後の方向性

①家庭訪販及び電話勧誘について

高齢者被害の「相談件数」及び「総合計既支払額」が突出して多いのが「家庭訪販」及び「電話勧誘」である。「電話勧誘」は平成25年度の5,839件以降減少しており、平成27年度は4,210件、平成28年度上半期は1,796件となっている。他方、「家庭訪販」は平成25年度以降3,600件台が続いており、平成28年度上半期も3,000件台は超える見込みである（「資料編」参照のこと）。この数字は電話を契機とした被害を防ぐためのこれまでの対策が一定の効果を見せていることを示している。今後は「電話勧誘」のみならず「家庭訪販」を契機とした被害を防ぐための対策が、これまで以上に必要になってくる。

②判断不十分者契約について

高齢者の相談のうち「判断不十分者契約」の相談件数は、平成24年度（1,228件）から平成27年度（1,291件）まで恒常的に1,200件を超える状態にある。高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は3.4%（平成28年度上半期）と決して大きいものではないが（「資料編」参照のこと）、今後の急速な高齢化の進展に伴い、その割合が増加することも予想される。また、高齢者、とりわけ「判断不十分者契約」による被害は、本人がトラブルに遭っていることに気づかず、被害が潜在化してしまう恐れが極めて高い。

高齢者の被害防止のためには、「区市町村における消費生活部門と福祉部門の連携が重要である。そのためには、消費生活・福祉部門相互の連携が不可欠であり、都は区市町村の実情を踏まえ、きめ細かな支援を行うとともに、広域的な観点から区市町村と連携して、見守りの充実強化に取り組んでいく必要」がある（第23次東京都消費生活対策審議会答申）。

一方、見守りネットワークにおける拠点となっている地域包括支援センターの業務量が多いことは連携強化にあたっての課題の一つとなっている。しかしながら、上記のとおり「高齢者の相談」に占める「判断不十分者契約の割合」は3.4%（平成28年度上半期）であり、被害量の把握・それに伴う体制の構築などにより、的を絞った被害防止対策も十分に可能と考える。そして、被害拡大防止のため、高齢者の身近にいる人が少しでも疑問を感じたら、迅速に最寄りの消費生活センター、もしくは当センターの「高齢者見守りホットライン」（電話03-3235-1334）まで通報してほしい。