

## 「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、毎年多数寄せられていることから、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。（※）

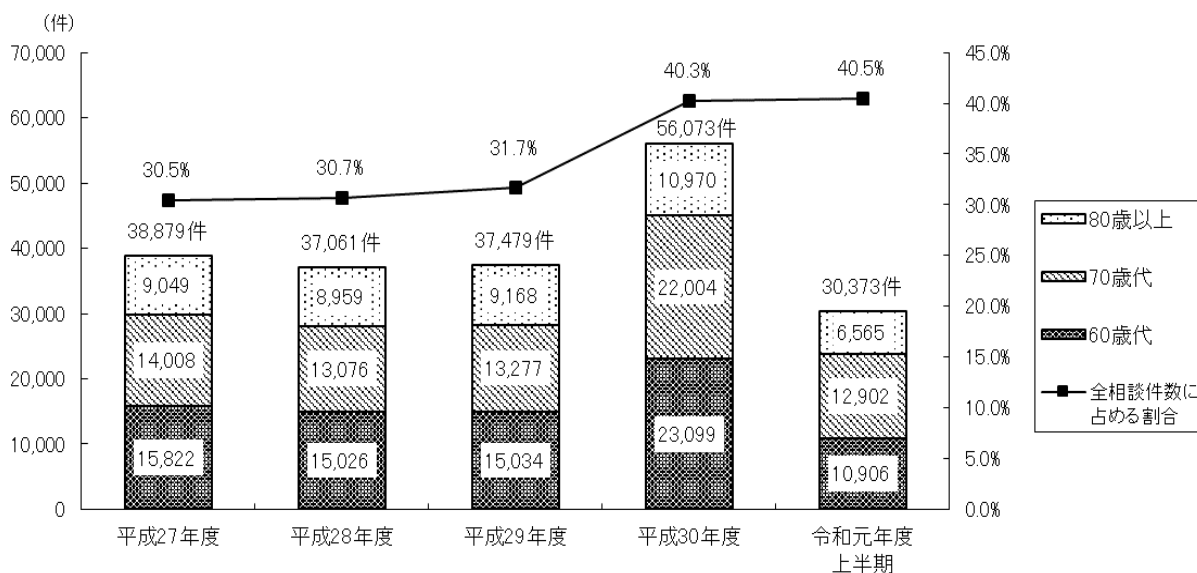
### 1 高齢者の相談件数

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30年度の相談件数は、前年度より49.6%（18,594件）増加して56,073件であった。令和元年度上半期の相談件数は30,373件で、前年同期（27,466件）と比べ10.6%の増加となった。平成30年度に急増した「訴訟を想起させる名称でハガキや封書を送り付け金銭要求する架空請求」に関する相談が引き続き増加していることが要因である。

高齢者の相談が相談全体に占める割合を見ると、平成30年度は前年度より8.6ポイント増加（40.3%）して、全体の4割に達した。令和元年度上半期の割合を見ると40.5%で、前年同期（39.4%）と比べ1.1ポイント増となっている。

さらに、年代別の割合を見ると、平成30年度は60歳代が41.2%、70歳代が39.2%、80歳以上が19.6%であった。令和元年度上半期は、60歳代が35.9%、70歳代が42.5%、80歳以上が21.6%であった。

【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 27 年 4 月～令和元年 9 月の相談データ

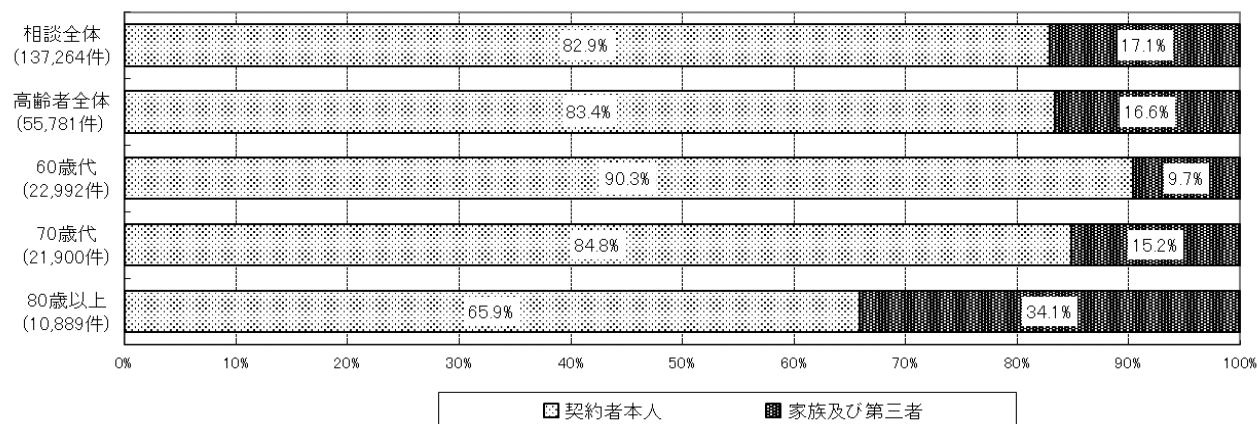
(令和元年度上半期のデータは令和元年 11 月 30 日現在の登録分)

## 2 相談者の内訳

平成30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。

80歳以上の高齢者が契約当事者の相談では、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相談が寄せられることが多い。これは、80歳以上の契約当事者本人が身体的・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。家族や第三者からの相談は、60歳代では9.7%と1割に満たないが、80歳以上になると34.1%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。

【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30年度)



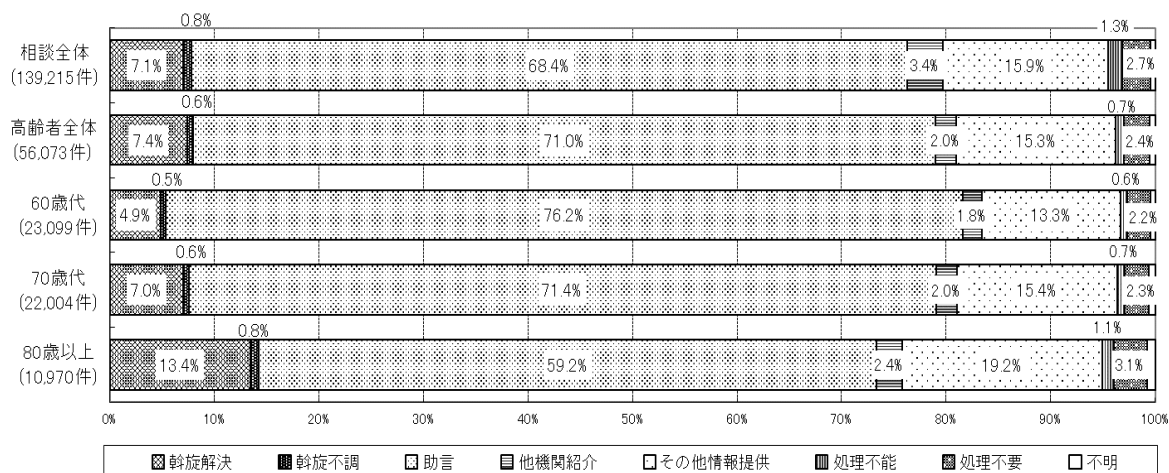
※不明等を除く

## 3 処理結果

平成30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、「斡旋」を行った割合については、相談全体が7.9% (斡旋解決7.1%、斡旋不調0.8%)であるのに対して、高齢者の相談では60歳代が5.4%、70歳代が7.6%、80歳以上が14.2%となっている。80歳以上になると「斡旋」の割合が相談全体の約2倍になり、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30年度)



※令和元年11月30日現在

#### 4 契約購入金額

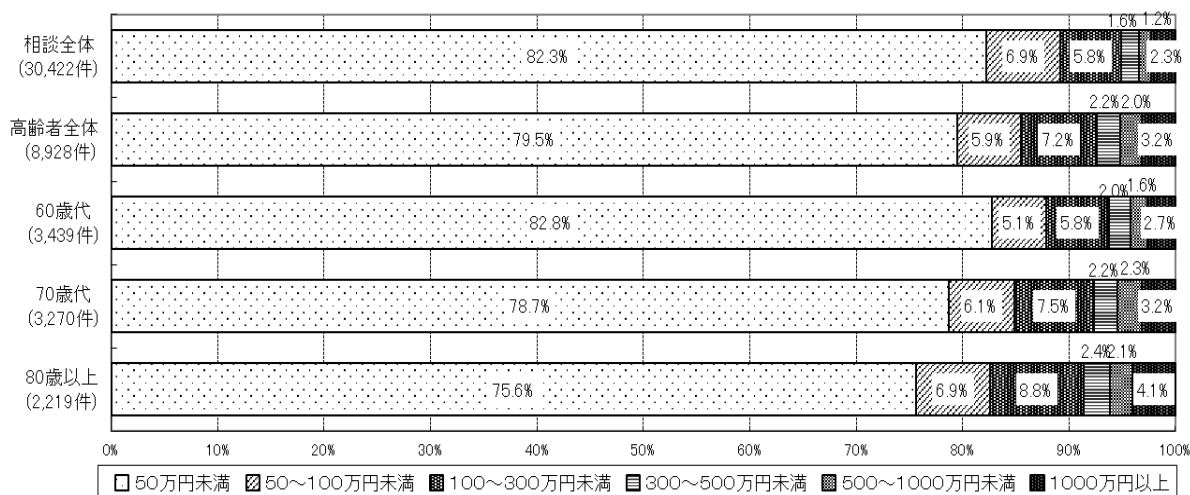
高齢者の相談について、平均契約金額の推移を示したものが「表-1」である。相談全体の平均契約金額と比べ、いずれの年度も高齢者の相談の方が高額となっている。

令和元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17.4%に達する。「1,000万円以上」の高額な契約は、相談全体における2.3%と比べて、70歳代が3.2%、80歳以上が4.1%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)

	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度上半期
高齢者相談	1,833	1,897	1,780	1,463	1,547
相談全体	1,356	1,320	1,347	1,260	1,228

【図-4】 契約購入金額別割合 高齢者と相談全体の比較(令和元年度上半期)



※不明等を除く

#### 5 販売購入形態

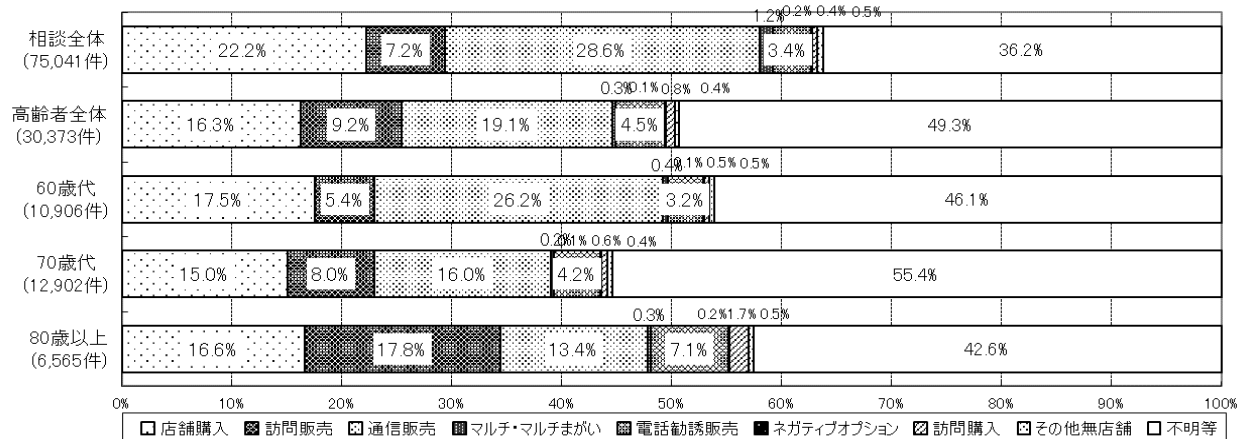
令和元年度上半期の相談について、相談全体と高齢者全体及び年代別で販売購入形態別の割合を示したものが「図-5」である。「店舗購入」の割合は、相談全体では22.2%だが、高齢者全体では16.3%とかなり減少する。

「訪問販売」の割合は、相談全体では7.2%だが、高齢者全体では9.2%を占める。年齢別にみると、60歳代では5.4%と相談全体より低い水準であるが、70歳代では8.0%を占め、80歳以上では17.8%と、相談全体に比べてきわめて高い水準となっている。

「通信販売」の割合は、相談全体では28.6%だが、高齢者全体では19.1%と少ない。年齢別にみると、60歳代では26.2%と相談全体とほぼ同水準であるが、70歳代では16.0%、80歳以上では13.4%と相談全体より低い水準になっている。

「電話勧誘販売」の割合は、相談全体では3.4%だが、高齢者全体では4.5%を占める。年齢別にみると、60歳代では3.2%と相談全体より低い水準であるが、70歳代では4.2%、80歳以上では7.1%と相談全体より高い水準になっている。

【図－5】高齢者の相談 販売購入形態別割合(令和元年度上半期)



※令和元年度上半期に「不明等」の割合が多いのは、平成30年度に急増した「訴訟を想起させる名称でハガキや封書を送り付け金銭要求する架空請求」に関する相談が引き続き増加していることが要因である。

## 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年間及び令和元年度上半期の商品・役務別相談件数の上位10位を示したものが「表－2」である。令和元年度上半期に上位10位となった商品・役務は、順位に変動はあるものの、多くの商品・役務が恒常的に上位に入っている。

「商品一般」は、平成28年度に1,674件、平成29年度に3,105件だった相談が、平成30年度には19,373件に急増した。増加傾向は令和元年度に入っても引き続き、令和元年度上半期は11,021件と平成30年度上半期(9,583件)に比べ1,438件増加し、高齢者相談の36.3%を占めた。これは「訴訟を想起させる名称でハガキや封書を送り付け金銭要求する架空請求」に関する相談が増加したことが要因であり、「商品一般」の多くがこの相談である。

「工事・建築」は、平成28年度に1,581件、平成29年度に1,665件だった相談が、平成30年度には1,912件、令和元年度上半期には1,103件と増加傾向にある。平成30年度上半期(892件)と令和元年度上半期(1,103件)を比べても増加傾向にある。「家庭訪販」に関する相談が増加傾向にあることが増加の要因であると推察される。「点検商法」に関する相談も増加傾向にある。

「健康食品」は、平成28年度に1,034件、平成29年度に936件だった相談が、平成30年度には1,297件、令和元年度上半期には846件となっている。平成30年度上半期(645件)と比べると、令和元年度上半期(846件)は増加している。「インターネット通販」に関する相談が増加したことが増加の要因である。「定期購入」に関する相談、「電子広告」に関する相談が増加している。

「デジタルコンテンツ一般」は、平成28年度に2,771件、平成29年度に2,894件だった相談が、平成30年度には1,937件、令和元年度上半期には424件と減少している。平成30年度上半期(1,104件)と比べても、令和元年上半期(424件)は減少している。これは、「大手通信販売サイト事業者を騙る架空請求」に関する相談が大きく減少したことが要因である。

【表－2】高齢者の相談 商品・役務別上位 10 位

	28年度 (37,061件)		29年度 (37,479件)		30年度 (56,073件)		令和元年度上半期 (30,373件)	
1	デジタルコンテンツ一般	2,771	商品一般	3,105	商品一般	19,373	商品一般	11,021
2	アダルト情報サイト	1,793	デジタルコンテンツ一般	2,894	デジタルコンテンツ一般	1,937	工事・建築	1,103
3	商品一般	1,674	工事・建築	1,665	工事・建築	1,912	健康食品	846
4	工事・建築	1,581	移動通信サービス	1,157	他のデジタルコンテンツ	1,411	移動通信サービス	800
5	インターネット接続回線	1,134	他のデジタルコンテンツ	1,059	移動通信サービス	1,313	化粧品	656
6	移動通信サービス	1,110	インターネット接続回線	1,011	健康食品	1,297	他のデジタルコンテンツ	613
7	他のデジタルコンテンツ	1,088	相談その他	996	相談その他	1,087	役務その他サービス	563
8	健康食品	1,034	健康食品	936	インターネット接続回線	1,022	インターネット接続回線	556
9	役務その他サービス	953	賃貸アパート	872	賃貸アパート	911	相談その他	534
10	相談その他	937	アダルト情報サイト	852	化粧品	889	賃貸アパート	497

(2) 年代別の商品・役務別上位 10 位

令和元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。

60歳代では「商品一般」「健康食品」「化粧品」の順に多い。70歳代では「商品一般」「工事・建築」「移動通信サービス」の順に多い。80歳以上では「商品一般」「工事・建築」「健康食品」の順に多い。

どの年代も「商品一般」が第 1 位となっており、「訴訟を想起させる名称でハガキや封書を送り付け金銭要求する架空請求」に関する相談がいずれの年代でも多い。

「健康食品」は、60歳代で第 2 位、70歳代で第 4 位、80歳以上では第 3 位である。

「化粧品」は、60歳代で第 3 位、70歳代で第 9 位である。

「健康食品」「化粧品」ともに定期購入に関する相談が多い。

「工事・建築」は、60歳代で第 4 位、70歳代及び80歳以上では第 2 位となる。家庭訪販に関する相談が多い。

60歳代で第 6 位、70歳代で第 5 位の「他のデジタルコンテンツ」には、ウィルス感染したとの偽警告表示により不要なウィルス対策ソフトの契約をさせる手口の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(令和元年度上半期)

	60歳代(10,906件)		70歳代(12,902件)		80歳以上(6,565件)	
1	商品一般	3,956	商品一般	5,581	商品一般	1,484
2	健康食品	404	工事・建築	406	工事・建築	370
3	化粧品	361	移動通信サービス	339	健康食品	180
4	工事・建築	327	健康食品	262	相談その他	156
5	移動通信サービス	311	他のデジタルコンテンツ	245	移動通信サービス	150
6	他のデジタルコンテンツ	289	役務その他サービス	236	修理サービス	144
7	賃貸アパート	258	インターネット接続回線	235	役務その他サービス	141
8	デジタルコンテンツ一般	218	相談その他	215	電気	136
9	インターネット接続回線	190	化粧品	209	インターネット接続回線	131
10	役務その他サービス	186	修理サービス	185	新聞	129

## 7 相談内容

高齢者の相談内容について、過去3年間及び令和元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。

【表-4】高齢者の相談 内容キーワード上位10位 (複数集計)

	28年度(37,061件)		29年度(37,479件)		30年度(56,073件)		元年度上半期(30,373件)	
1	インターネット通販	7,427	解約一般	7,461	架空請求	19,741	架空請求	10,291
2	解約一般	7,070	インターネット通販	7,114	身分詐称	12,220	身分詐称	5,109
3	電話勧誘	4,109	架空請求	5,243	解約一般	9,034	解約一般	5,082
4	家庭訪販	3,876	家庭訪販	4,440	インターネット通販	7,413	インターネット通販	3,572
5	信用性	3,810	信用性	3,778	信用性	5,133	信用性	2,624
6	説明不足	3,485	電話勧誘	3,702	家庭訪販	4,528	契約書・書面一般	2,362
7	架空請求	3,478	契約書・書面一般	3,553	詐欺	4,404	家庭訪販	2,291
8	高価格・料金	3,363	説明不足	3,398	契約書・書面一般	4,383	詐欺	2,168
9	契約書・書面一般	3,211	高価格・料金	3,327	電話勧誘	3,810	説明不足	1,992
10	返金	3,066	返金	3,045	返金	3,620	電話勧誘	1,977

## 8 高齢者の「判断不十分者契約」の相談について

なお、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。「判断不十分者契約」の相談は、年齢が高くなるほどに多くなり、60歳代では46件、70歳代では163件、80歳以上では470件となる（令和元年度上半期）。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が70歳代で増え始め、80歳以上になると急増することがわかる。よって、80歳以上における商品・役務上位は、「判断不十分者契約」において特に注意しなければいけない商品・役務と言える。

高齢者の相談において、「判断不十分者契約」の相談件数の推移を示したものが「図-6」である。令和元年度上半期の高齢者の相談で、「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-5」、それを年代別に示したものが「表-6」である。

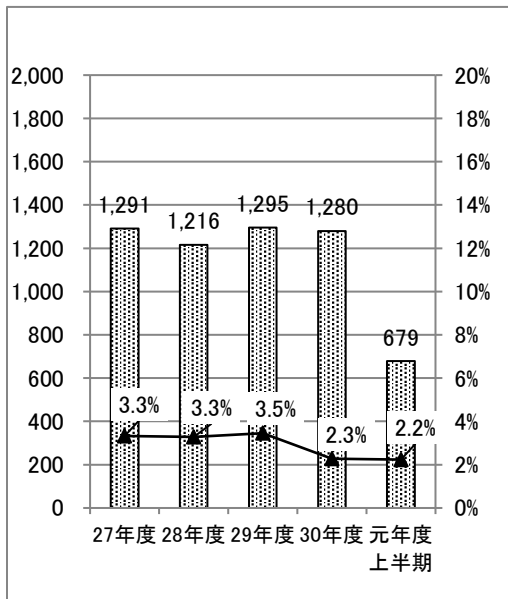
相談件数は、恒常的に1,200件台の相談が寄せられている。なお、高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、2.2%~3.5%で推移しており、高齢者の「判断不十分者契約」全体の総合計契約購入金額は、令和元年度上半期で7億円に達している。

商品・役務別に見ると、相談件数では「新聞」「工事・建築」「健康食品」の順に多い。総合計契約購入金額では「工事・建築」「商品一般（商品・役務が不明な相談）」「土地（原野商法など）」の順に高い。

年齢別に見ると、60歳代では「新聞」「賃貸アパート」「工事・建築」の順に多い。70歳代では「新聞」「工事・建築」「投資信託」の順に多い。80歳代以上では「工事・建築」「新聞」「健康食品」の順に多い。

「判断不十分者契約」の相談について、販売購入形態別の割合を示したものが「図-7」である。「訪問販売（40.6%）」が最も多く、次いで「店舗購入（15.2%）」「電話勧誘販売（11.6%）」「通信販売（11.6%）」が続く。

【図－6】高齢者の相談「判断不十分者契約」の移



※上記グラフの折れ線グラフは高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合を示している。

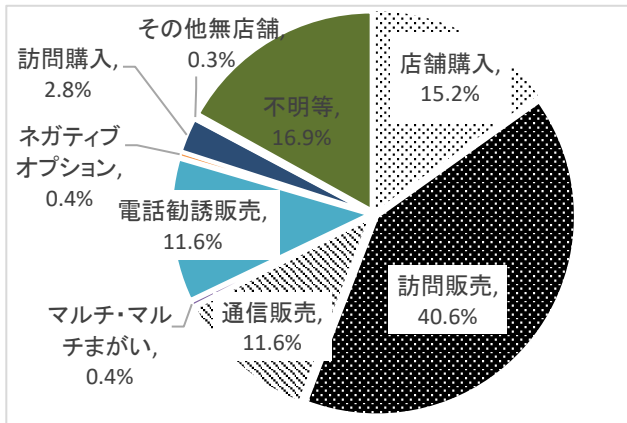
【表－5】高齢者「判断不十分者契約」の商品・役務別推15位(令和元年度上半期)

高齢者(679件)			
		相談件数	総合計 契約購入金額
1	新聞	63	532,849
2	工事・建築	58	56,775,068
3	健康食品	48	1,626,896
4	インターネット接続回線	26	159,547
5	魚介類	25	904,890
6	移动通信サービス	23	419,930
7	化粧品	20	1,443,748
8	商品一般	19	15,875,320
9	電気	15	120,000
10	普通生命保険	15	11,806,928
11	修理サービス	14	1,475,920
12	投資信託	13	12,000,000
13	都市ガス	11	0
14	ふとん類	10	4,835,848
14	役務その他サービス	10	8,602,394
14	土地	10	14,990,000
上位15位の合計(A)		380	131,569,338
判断不十分者契約全体(B)		679	704,771,651
上位15位(A)が(B)に占める割合		56.0%	18.7%

【表－6】高齢者の相談「判断不十分者契約」年代別の商品・役務別10位(令和元年度上半期)

60歳代(46件)		70歳代(163件)		80歳以上(470件)	
1	新聞	6	新聞	14	工事・建築
2	賃貸アパート	3	工事・建築	11	新聞
3	工事・建築	3	投資信託	9	健康食品
4	フリーローン・サラ金	3	健康食品	9	魚介類
5	健康食品	3	インターネット接続回線	8	インターネット接続回線
6	移动通信サービス	3	他のデジタルコンテンツ	7	化粧品
7	商品一般	2	移动通信サービス	7	移动通信サービス
8	財布類	2	商品一般	6	商品一般
9	室内装飾品	2	普通生命保険	6	修理サービス
10	有線テレビ放送	2	電気	5	電気
	化粧品	2	化粧品	5	

【図－7】高齢者の相談「判断不十分者契約」販売購入形態別割合(令和元年度上半期)



## 9 販売形態、販売手口、セールストーク等に問題のある相談（販売形態別）

PIONEERでは「内容別分類」というカテゴリーにおいて、「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」について「販売方法」にチェックを付与することになっている。

そこで、高齢者の相談における「販売形態、販売の手口、セールストーク等のいずれかに問題がある相談」を分析するため、高齢者の相談のうち「販売方法」にチェックが付されているものを抽出した。

これらの相談について、「販売形態」別に、過去4年間及び令和元年度上半期の相談件数の推移と令和元年度上半期の総合計契約購入金額を示したものが、「表-7」である。

【表-7】高齢者「販売方法」が付与された相談「販売形態」別件数

販売手口・セールストーク	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度 上半期	令和元年度上半期 総合計契約購入金額
家庭訪販	3,637	3,366	3,790	3,888	1,939	1,823,380,184
職場訪販	44	29	33	29	20	34,273,822
展示販売	64	41	61	52	23	13,125,925
露店販売	10	3	5	5	2	29,800
ネガティブオプション	191	240	157	139	74	1,038,986
テレビショッピング	418	400	425	475	236	4,993,214
インターネットオークション	51	54	83	82	33	1,234,193
インターネット通販	6,354	6,493	6,096	6,172	2,809	349,579,975
カタログ通販	156	127	130	145	64	1,220,381
アフィリエイト	14	29	30	23	9	4,046,600
業務提供誘因販売	12	6	6	5	2	1,250,000
ホームパーティ	1	4	3	3	0	0
アポイントメントセールス	30	25	25	29	21	28,079,505
キャッチセールス	17	13	19	24	14	1,118,006
電話勧誘	4,222	3,670	3,272	3,396	1,753	395,559,285
紹介販売	131	117	126	118	51	42,922,700

上記【表-7】より、相談件数が突出して多く、総合計契約購入金額が高額であるものを抽出し、金額が高額な順に並べると、下記のとおりとなる。

よって、本分析では、高齢者に特徴的な相談として、「家庭訪販」「電話勧誘」「インターネット通販」について詳述することとする。

なお、令和元年度上半期の相談件数を前年同期と比較すると、「家庭訪販」ではほぼ横ばい、「電話勧誘」ではやや増加、インターネット通販では減少、している。しかし、総合計契約購入金額を前年同期と比較すると、「家庭訪販」では4.6億円減少、「電話勧誘」では4.9億円減少、「インターネット通販」では0.5億円増加している。

販売手口・セールストーク	平成30年度 上半期	平成30年度上半期 総合計契約購入金額	令和元年度 上半期	令和元年度上半期 総合計契約購入金額
家庭訪販	1,951	2,284,165,006	1,939	1,823,380,184
電話勧誘	1,683	887,967,849	1,753	395,559,285
インターネット通販	3,191	299,619,593	2,809	349,579,975



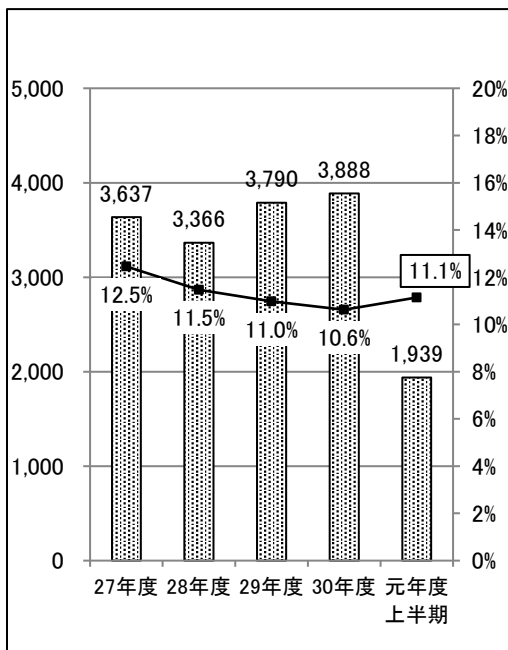
## 10 高齢者に特徴的な相談

### (1) 「家庭訪販」

高齢者の相談における「販売方法に何らかの問題がある家庭訪販」（以下、「問題家庭訪販」という。）の相談件数の推移と「問題家庭訪販」に占める「判断不十分者契約」の相談の割合（10.6%～12.5%）を示したものが「図－8」、令和元年度上半期の相談に多い商品・役務を示したものが「表－8」、それを年代別に示したものが「表－9」である。

商品・役務別にみると、相談件数では「工事・建築」「新聞」「テレビ放送サービス」の順に多い。総合計契約購入金額は「工事・建築」「土地（原野商法など）」「ファンド型投資商品」の順に高い。

【図－8】高齢者の相談「問題家庭訪販」の推移及び判断不十分者契約の割合



※高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、平成30年度及び令和元年度上半期は2%前半であるのに対して「問題家庭訪販」では11%程度となっている。

【表－8】高齢者「問題家庭訪販」の商品・役務別上位15位(令和元年度上半期)

	高齢者(1,939件)	
	相談件数	総合計契約購入金額
1 工事・建築	411	660,879,528
2 新聞	188	1,933,826
3 テレビ放送サービス	128	131,060
4 修理サービス	109	25,210,915
5 電気	106	142,259
6 役務その他サービス	97	11,222,714
7 有線テレビ放送	53	141,387
8 普通生命保険	46	98,191,915
9 都市ガス	44	9,039
10 インターネット接続回線	44	130,414
11 土地	40	171,480,000
12 ふとん類	32	12,795,548
13 建物清掃サービス	31	2,305,680
14 商品一般	30	21,012,000
15 ファンド型投資商品	25	101,653,500
15 駆除サービス	25	10,195,997
上位15位の合計(A)	1,409	1,117,435,782
問題家庭訪販全体(B)	1,939	1,823,380,184
上位15位(A)が(B)に占める割合	72.7%	61.3%

※「役務その他サービス」には、火災保険等の申請代行をうたうサービス、床下・水道の点検に関する相談が寄せられている。

【表－9】高齢者の相談「問題家庭訪販」年代別の商品・役務別10位(令和元年度上半期)

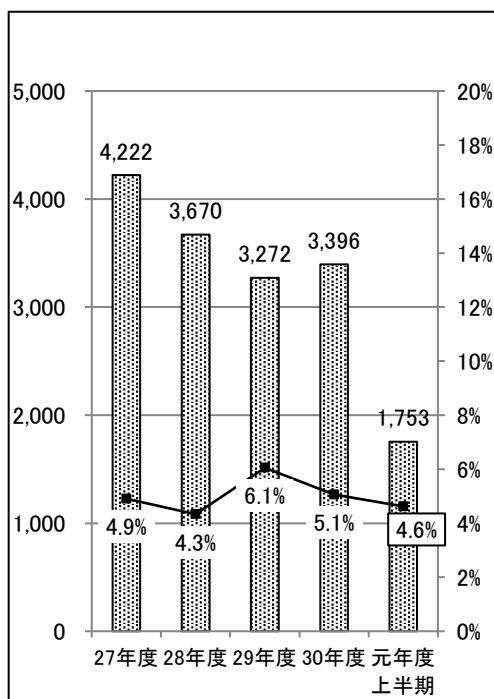
	60歳代(370件)		70歳代(694件)		80歳以上(875件)	
1	工事・建築	82	工事・建築	127	工事・建築	202
2	テレビ放送サービス	36	新聞	61	新聞	93
3	新聞	34	テレビ放送サービス	53	修理サービス	48
4	電気	22	修理サービス	49	役務その他サービス	44
5	役務その他サービス	17	電気	43	電気	41
6	有線テレビ放送	14	役務その他サービス	36	テレビ放送サービス	39
7	修理サービス	12	都市ガス	20	普通生命保険	24
8	都市ガス	11	普通生命保険	17	有線テレビ放送	22
9	インターネット接続回線	10	有線テレビ放送	17	土地	19
10	アクセサリ一般	7	インターネット接続回線	17	ふとん類	18
					建物清掃サービス	18

(2) 「電話勧誘」

高齢者の相談における「販売方法に何らかの問題がある電話勧誘」（以下、「問題電話勧誘」という。）の相談件数の推移と「問題電話勧誘」に占める「判断不十分者契約」の相談の割合（4.3%～6.1%）を示したものが「図-9」、令和元年度上半期の相談に多い商品・役務を示したものが「表-10」、それを年代別に示したものが「表-11」である。

商品・役務別にみると、相談件数では「インターネット接続回線（光回線・光卸回線）」「商品一般（不審な電話など）」「社会保険（還付金詐欺）」の順に多い。総合計契約購入金額では「土地（原野商法など）」「ファンド型投資商品」「工事・建築」の順に高い。

【図-9】高齢者の相談「問題電話勧誘」の推移及び判断不十分者契約の割合



【表-10】高齢者「問題電話勧誘」の商品・役務別15位（令和元年度上半期）

高齢者(1,753件)			
	相談件数	総合計契約購入金額	
1	インターネット接続回線	266	1,024,051
2	商品一般	212	3,096,000
3	社会保険	166	1,583,930
4	電気	88	0
5	役務その他サービス	74	5,675,979
6	固定電話サービス	68	204,592
7	健康食品	67	3,445,998
8	魚介類	59	773,060
9	工事・建築	56	18,923,010
10	他のデジタルコンテンツ	42	16,508,873
11	土地	36	82,750,000
12	ファンド型投資商品	29	59,610,000
13	都市ガス	26	0
14	化粧品	24	2,502,701
15	修理サービス	17	2,003,000
上位15位の合計(A)		1,230	198,101,194
問題電話勧誘全体(B)		1,753	395,559,285
上位15位(A)が(B)に占める割合		70.2%	50.1%

※高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、平成30年度及び令和元年度上半期は2%前半であるのに対して「問題電話勧誘」では5%程度となっている。

※「役務その他サービス」には、火災保険等の申請代行をうたうサービス、偽警告表示により不要なウィルス駆除サービスの契約をさせる手口の相談が多く寄せられている。

【表-11】高齢者の相談「問題電話勧誘」年代別の商品・役務別10位（令和元年度上半期）

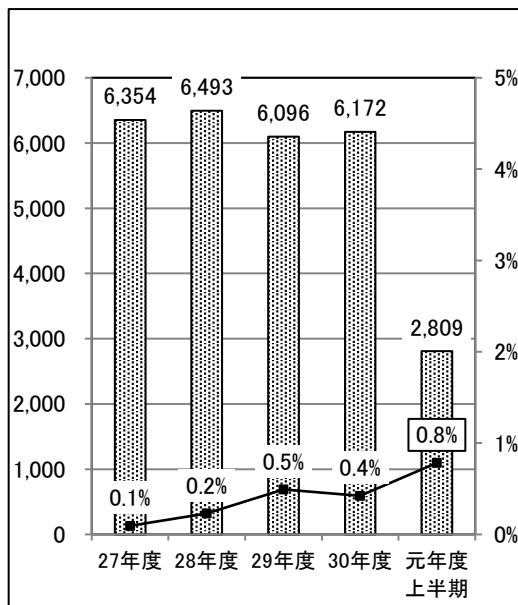
	60歳代(433件)		70歳代(697件)		80歳以上(623件)	
1	インターネット接続回線	86	インターネット接続回線	106	インターネット接続回線	74
2	商品一般	45	商品一般	101	商品一般	66
3	社会保険	43	社会保険	69	社会保険	54
4	電気	21	電気	40	健康食品	44
5	役務その他サービス	21	固定電話サービス	35	魚介類	38
6	工事・建築	14	役務その他サービス	31	電気	27
7	他のデジタルコンテンツ	12	工事・建築	22	役務その他サービス	22
8	固定電話サービス	12	他のデジタルコンテンツ	20	固定電話サービス	21
9	土地	10	ファンド型投資商品	18	工事・建築	20
10	フリーローン・サラ金	9	魚介類	17	他の教養・娯楽サービス一般	15
			健康食品	17		

### (3) 「インターネット通販」

高齢者の相談における「販売方法に何らかの問題があるインターネット通販」（以下、「問題インターネット通販」という。）の相談件数の推移と「問題インターネット通販」に占める「判断不十分者契約」の相談の割合（0.1%～0.8%）を示したものが「図－10」、令和元年度上半期の相談に多い商品・役務を示したものが「表－12」、それを年代別に示したものが「表－13」である。

商品・役務別にみると、相談件数では「他のデジタルコンテンツ（偽警告表示で購入させるウイルス対策ソフトなど）」「健康食品（定期購入と気づかせずに購入させるサプリメントなど）」「化粧品（定期購入と気づかせずに購入させる化粧品など）」の順に多い。総合計契約購入金額では「他のデジタルコンテンツ（偽警告表示で購入させるウイルス対策ソフト）」「出会い系サイト」「アダルト情報サイト」の順に高い。

【図－10】高齢者の相談「問題インターネット通販」の【表－12】高齢者「問題インターネット通販」の商品・役務別推移及び判断不十分者契約の割合



高齢者(2,809件)		
	相談件数	総合計 契約購入金額
1	他のデジタルコンテンツ	405
2	健康食品	373
3	化粧品	319
4	アダルト情報サイト	259
5	デジタルコンテンツ一般	252
6	商品一般	220
7	役務その他サービス	135
8	出会い系サイト	67
9	スポーツ観覧	66
10	他のネット通信関連サービス	56
11	パソコンソフト	31
12	投資情報サイト	30
13	映画配信サービス	18
14	紳士・婦人用バッグ	17
15	コンサート	16
上位15位の合計(A)		2,264
問題インターネット通販全体(B)		2,809
上位15位(A)が(B)に占める割合		80.6%

※高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、平成30年度及び令和元年度上半期は2%前半であるのに対して「問題インターネット通販」では1%未満となっている。

※「他のデジタルコンテンツ」には、偽警告表示により不要なウイルス対策ソフトの契約をさせる手口の相談が多く寄せられている。

【表－13】高齢者の相談「問題インターネット通販」年代別の商品・役務別10位(令和元年度上半期)

60歳代(1,589件)		70歳代(960件)		80歳以上(260件)	
1	健康食品	252	他のデジタルコンテンツ	168	他のデジタルコンテンツ
2	化粧品	204	健康食品	103	デジタルコンテンツ一般
3	他のデジタルコンテンツ	190	デジタルコンテンツ一般	97	商品一般
4	アダルト情報サイト	142	アダルト情報サイト	96	アダルト情報サイト
5	デジタルコンテンツ一般	129	化粧品	95	化粧品
6	商品一般	114	商品一般	83	健康食品
7	役務その他サービス	59	役務その他サービス	59	役務その他サービス
8	スポーツ観覧	51	出会い系サイト	23	投資情報サイト
9	出会い系サイト	39	他のネット通信関連サービス	22	他のネット通信関連サービス
10	他のネット通信関連サービス	28	パソコンソフト	13	パソコン関連機器・用品
					出会い系サイト

## 1.1 相談事例

### 事例1：工事・建築（家庭訪販、高価格・料金）

一人住まいの母の自宅に、「近くで工事をしている」という業者が訪問してきて、「樋が外れて落ちているので修理します」と言うので、屋根工事をお願いしたようだ。業者が「写真を見せてから見積もりをとる」と言ったので信用したと言う。その後、「樋の修理にとどまらず、屋根の葺き替えが必要だ」と話がどんどん大きくなり、200万円以上の価格で契約書を取り交わしてしまった。今度業者が訪問してきた時に現金を渡すことになっているらしい。内容を確認すると、屋根工事は一時凌ぎ的な工法で、根本的な修理ではなく、母の知識の無さに乗じた勧誘だと思う。

（契約当事者 70 歳代／女性）

### 事例2：土地（家庭訪販、原野商法）

同居している高齢の母は、バブル時代に他県に170坪の土地を900万円で購入したが、そのことをずっと悔やんでおり、ほぼ無価値になってしまったその土地をどうにか処分したいものだと思っている。その土地に関して、家族が留守にしている日中に業者に来訪され、「お持ちの土地を売るためには地盤の改良が必要です」「自治体からも返金があります」などと言われ、預金から100万円を引き出して、その場で業者に手渡してしまった。手渡した時、契約書にサインはしたが、書類は何も貰っていないようだ。母は「家族に迷惑をかけたくないと思い、相談せずにやってしまった」と言っている。

（契約当事者 80 歳代／女性）

### 事例3：インターネット接続回線（電話勧誘、虚偽説明）

「契約中の大手光回線事業者の代理店」と名乗り、「今よりも料金が安くなる」と言って契約変更を勧められた。事業者の指示に従い契約していた大手光回線事業者のウェブサイトにて転用の申込をしたが、よく聞いてみると大手光回線事業者の光回線を使った別の事業者との契約になるようだ。「大手光回線事業者の代理店」というのは嘘だとわかった。大手光回線事業者に苦情を言ったが、「関係がないので対処できない」と断られた。「大手光回線事業者の代理店」と名乗り「料金が安くなる」との説明をされると、「大手光回線事業者」が提供するサービスだと誤解してしまい、「他の事業者」の提供するサービスだということがわからない。これから解約の手続きをし、契約をもとに戻すつもりだ。

（契約当事者 60 歳代／男性）

### 事例4：他のデジタルコンテンツ（インターネット通販）

パソコン使用中に警告表示が出て、「強制終了すると全てのデータが消去される」とアナウンスが流れて止まらなくなった。慌てて表示された電話番号に電話をかけてセキュリティソフトのようなものをインストールしてしまったが、後で詐欺と知った。

（契約当事者 60 歳代／女性）

### 事例5：出会い系サイト（インターネット通販）

夫がスマートフォンから不審なサイトにアクセスして、メール等でやり取りをしていたらしい。お金が貰えそうという出会い系サイトに騙されているのではないかと思うが、夫は高額のお金を受け取れると信じて、サイトでやり取りをするためにポイントを買っている。1週間前に夫の手持ちのお金がなくなって、妻である私にお金の相談に来たので、今回の件が発覚した。夫は競馬ソフトにもFX取引にも興味があり、何度も騙されている。

（契約当事者 70 歳代／男性）

### 事例6：商品一般（判断不十分者契約、家庭訪販）

私は地域包括支援センターの職員であるが、本日高齢者が居住地区の自治会の役員とともに当センターにやって来た。ここ数日怪しい事業者が高齢者宅を訪問し、本日再度来訪し、高齢者を連れて金融機関に出向き、100万円を引き出すと言われたという。高齢者は何のことかわからず自治会に相談に行ったようだが、自治会でも何のことかわからなかったため、高齢者を連れて地域包括支援センターに来たという。当センターで高齢者の健康状態や判断能力の程度はわからないが、消費生活センターや警察と連携して、今後の対応を進めていきたい。

（契約当事者 80 歳以上／女性）

## 1.2 課題と今後の方向性

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。「判断不十分者契約」の相談は、年齢が高くなるほどに多くなり、60歳代では46件、70歳代では163件、80歳以上では470件となる（令和元年度上半期）。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が70歳代で増え始め、80歳以上になると急増することがわかる。よって、注意しなければいけない商品・役務が何かを把握するためには、特に80歳以上における商品・役務上位を見ていただきたい。

また、高齢者における「販売方法に何らかの問題がある相談」の中で、相談件数及び総合計契約購入金額が突出して多い販売形態は、「家庭訪販」「電話勧誘」「インターネット通販」である。

今後、高齢者の被害を防いでいくためには、上記3つの販売形態に着目して、それぞれに応じた被害防止対策を講じていくことが重要である。とりわけ、「家庭訪販」については、在宅率の高い高齢者から恒常的に多くの相談が寄せられており、被害を防ぐためには、家族や地域、介護サービス事業者などの見守りと気付きが、これまで以上に必要であろう。

なお、「土地（原野商法）」「工事・建築（点検商法）」などにおいて引き続き多くの高額被害が生じている。悪質事業者に対する厳格な指導・処分、取り締まりの強化を行っていくことが重要である。

また、インターネット取引は高齢者を含む幅広い年代層で気軽に利用されるようになった。高齢者の「問題インターネット通販」の相談件数は毎年6,000件以上となっていて、インターネットに慣れない消費者がインターネット上で遭遇しがちなワンクリック請求などの被害に遭っている。高齢者のネットリテラシーについての啓発が必要である。

### 13 高齢者及び周囲の方へのアドバイス

高齢者に対する「家庭訪販」では、「工事・建築」の相談が多く寄せられています。「工事・建築」では、屋根・雨樋・床下など見えない箇所ですり事実かどうか分からない破損・不具合を指摘したり、工事・建築の実務が専門的で、施工・作業の具体的内容が消費者にとってそもそもわかりづらいものであることなどに乗じた高額契約の勧誘が行われることがあります。また、かつて騙されて高額で購入した遠方の土地などが現在ほぼ無価値になってしまっていることに思い悩む高齢者を狙って、別の土地や土地整備工事などを契約させる「原野商法」の被害の相談も引き続き寄せられています。その場で契約を決めずに周囲の人にも相談して、慎重に検討しましょう。

高齢者に対する「電話勧誘」では、「インターネット接続回線（光回線・光卸回線）」に関する相談が多く寄せられています。新しい契約に乗り換えることになると認識できないまま契約させられてしまうトラブルが目立ちます。契約内容や契約の相手がどこなのかをよく確認してから契約するようにしましょう。また、役所などを名乗り医療費等が還付されると装って金銭を詐取しようとする「還付金詐欺」や、振り込め詐欺などにつながる「不審な電話」に関する相談が多く寄せられており、注意が必要です。

高齢者の「インターネット通販」の相談では、偽警告表示で購入させるウィルス対策ソフト、アダルト情報サイトのワンクリック請求の相談も多く寄せられています。慌てて料金を支払ったり、事業者に連絡をとったりしないように注意しましょう。また、定期購入と気づかせずに購入させるサプリメント・化粧品などのトラブルが増えています。そうした販売方法があることを知って、サイト内の購入条件や返品・解約のルールをきちんと確認してから申し込みましょう。

また、認知症など判断能力の低下した高齢者が契約内容をよく理解しないまま、契約させられるという事例が後を絶たない中で、高齢者の消費者被害の未然・拡大防止には、身近にいる家族など周囲の方々が本人の暮らしぶりや態度を見て、変化に早く気付くことが重要になります。

トラブルに遭ったとき、また、高齢者の身近にいる方々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」にご相談ください。

東京都消費生活総合センターでは、高齢者の身近にいる方が高齢者被害の通報や問い合わせを行うことができる窓口「高齢消費者見守りホットライン」（電話03-3235-1334）を設けていますので、ご活用ください。