

「高齢者」の消費生活相談の概要

- M E C O N I S 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者相談窓口寄せられた相談情報をM E C O N I S（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者相談窓口で受け付けた平成14年4月～18年3月（4年間）の相談データ

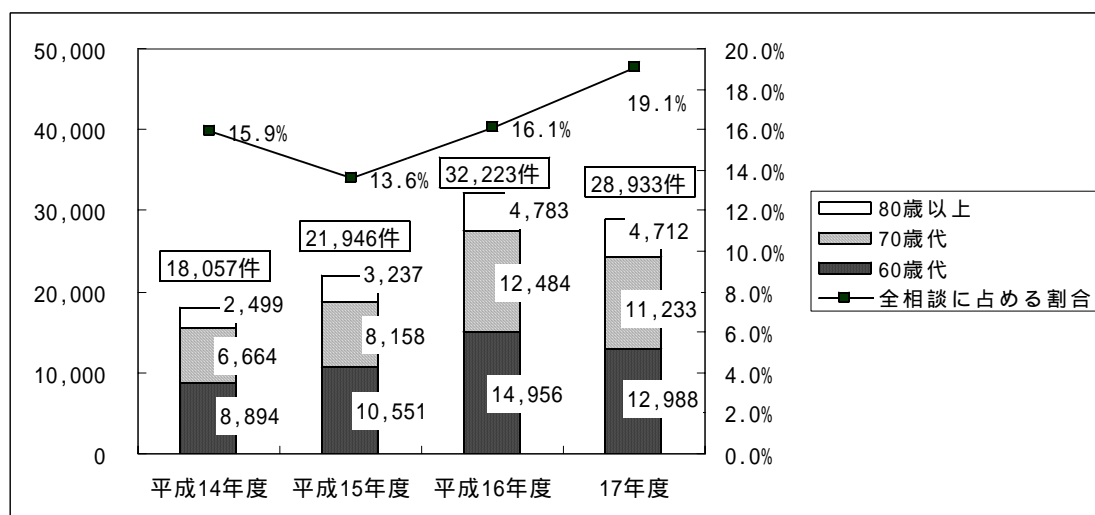
ただし、ここで取り上げた相談事例は、平成17年12月～18年7月受付の相談データから抽出したものである。

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。14年度以降高齢者の相談件数は増加していたが、17年度は16年度に比べて10.2%減少している。これは、16年度に急増した架空・不当請求に関する相談が17年度に入って減少したことによるものである。14年度と比較してみると、相談件数はこの4年間で1.6倍に増加している。

また、高齢者の相談が相談全体に占める割合をみると、15年度にはやや低下が見られるものの、15年度以降年々上昇しており、17年度には19.1%と約2割に達している。（図 - 1）

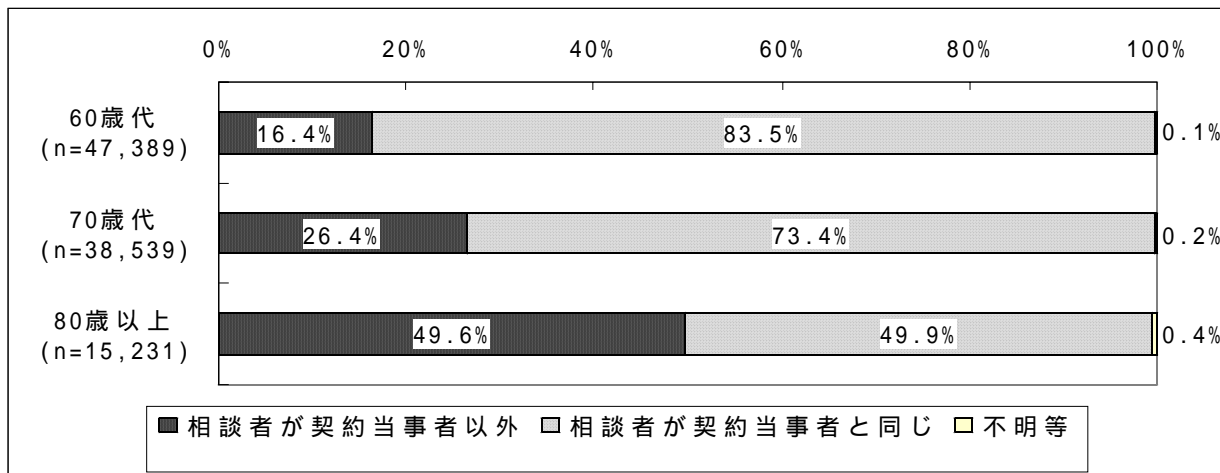
【図 - 1】高齢者の相談件数



2. 契約当事者と相談者

高齢者の相談では、契約当事者が被害に気づいていない場合も多く、家族や介護者など周囲の人が発見し相談してくることが多い。高齢者の相談のうち、契約当事者と相談者の関係を年代別に示したものが「図 - 2」である。年代が高くなるほど、家族や介護者など本人以外の方が相談してくる割合が高いことがわかる。

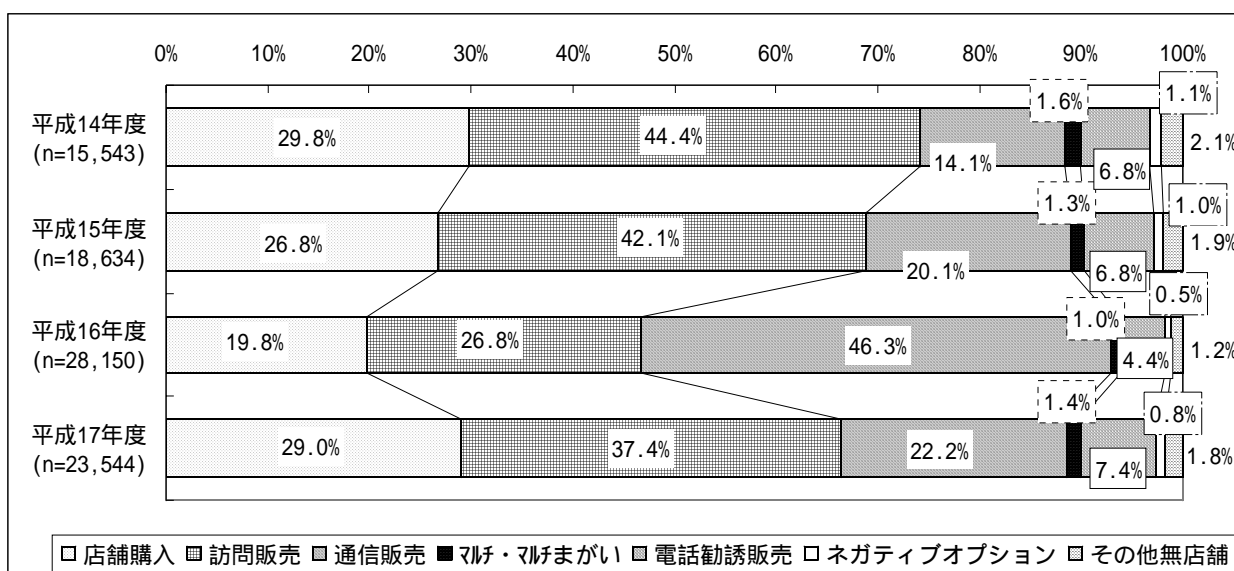
【図 - 2】年代別にみる契約当事者と相談者の関係（14年度～17年度）



3. 販売購入形態

高齢者の相談について、ここ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。16年度は、インターネット等を利用した有料サイト料金等の架空・不当請求に関する相談が急増したため、「通信販売」の割合が4割以上と最も高い割合を占めていたが、17年度には、架空・不当請求に関する相談が減少したことにより、「通信販売」の割合も大きく減少している（割合は不明等を除く）。

【図 - 3】高齢者の相談 販売購入形態別割合



* 不明等を除く

4. 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」等に関する相談が上位に挙がっていたが、17年度には架空・不当請求に関する相談が減少し、「解約」、「家庭訪販」、「電話勧誘」等のキーワードが付与された相談が増加しており、在宅の高齢者がターゲットにされた契約上のトラブルが増加していることがわかる。

【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)

	平成14年度(n=18,057)		平成15年度(n=21,946)		平成16年度(n=32,223)		17年度(n=28,933)	
1	家庭訪販	4,686	家庭訪販	5,081	不当請求	11,464	解約	6,826
2	解約	4,090	解約	4,381	家庭訪販	4,868	家庭訪販	5,880
3	クーリングオフ	2,702	クーリングオフ	3,007	解約	4,799	高価格・料金	3,962
4	高価格・料金	2,296	高価格・料金	2,883	インターネット	3,089	信用性	3,515
5	電話勧誘	1,591	不当請求	2,563	高価格・料金	3,087	不当請求	3,140
6	信用性	1,548	信用性	1,723	クーリングオフ	2,549	電話勧誘	2,732
7	強引	1,499	強引	1,710	ポルノ・風俗	2,384	契約	2,497
8	不当請求	1,291	電話勧誘	1,685	信用性	2,092	説明不足	2,455
9	返金	1,200	返金	1,344	債権回収業者	2,091	強引	2,418
10	契約	1,036	虚偽説明	1,180	強引	1,920	返金	2,229

5. 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。

16年度には、「オンライン等関連サービス」(主に有料サイト料金の架空・不当請求に関する相談)が圧倒的に多く、第1位を占めていたが、17年度は大きく減少している。17年度に目立つ相談としては、「電話サービス」、「リースサービス」、「株」がある。「電話サービス」では、16年度の2倍の件数となっており、直収型固定電話サービスの勧誘に関する相談が多く寄せられている。「リースサービス」の大半は、電話機のリース契約に関するトラブルである。また「株」の相談件数は、16年度(158件)の4倍と大きく増加している。これは「未公開株」に関する相談が多く寄せられ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

	14年度(18,057件)		15年度(21,946件)		16年度(32,223件)		17年度(28,933件)	
1	工事・建築	1,334	フリーローン・サラ金	1,753	オンライン等関連サービス	10,228	工事・建築	2,126
2	フリーローン・サラ金	1,064	工事・建築	1,557	工事・建築	1,720	電話サービス	1,578
3	ふとん類	892	オンライン等関連サービス	1,212	フリーローン・サラ金	1,402	フリーローン・サラ金	1,509
4	オンライン等関連サービス	595	ふとん類	889	商品一般	1,123	オンライン等関連サービス	1,465
5	浄水器	549	浄水器	874	ふとん類	812	商品一般	1,318
6	不動産貸借	419	商品一般	756	電話サービス	754	不動産貸借	831
7	電話サービス	389	不動産貸借	519	不動産貸借	718	ふとん類	821
8	商品一般	363	電話サービス	430	他の台所用品	659	リースサービス	648
9	住居管理設備	354	新聞	407	相談その他	518	株	629
10	新聞	349	役務その他サービス	352	為替相場	459	相談その他	600

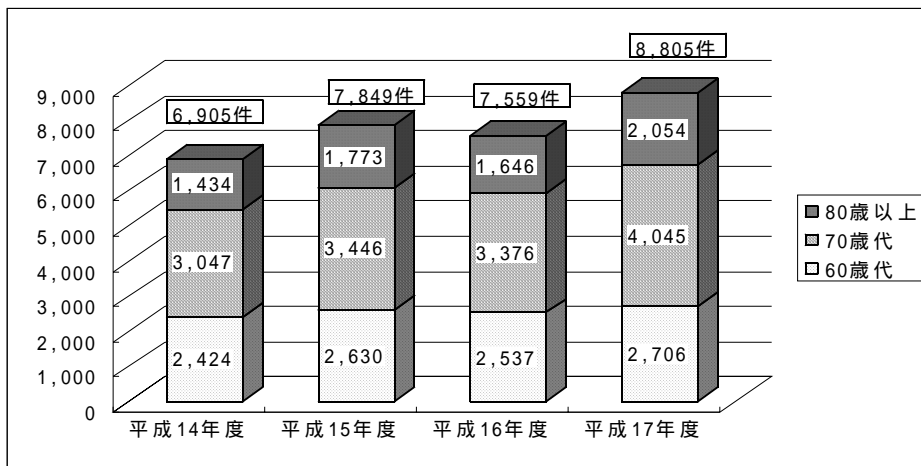
6. 高齢者への訪問販売

(1) 相談件数

高齢者の相談では「家庭訪販」に関する相談が多い。ここでは高齢者の相談のうち訪問販売による相談についてとりあげて分析する。

高齢者への訪問販売による相談件数の推移を示したのが「図 - 4」である。16年度は、架空・不当請求に関する相談が増加した影響により、若干の減少が見られたが、17年度には再び増加に転じている。またこの4年間の年代別件数の推移をみると、70歳以上の相談が特に増加していることがわかる。

【図 - 4】 高齢者訪問販売 相談件数推移

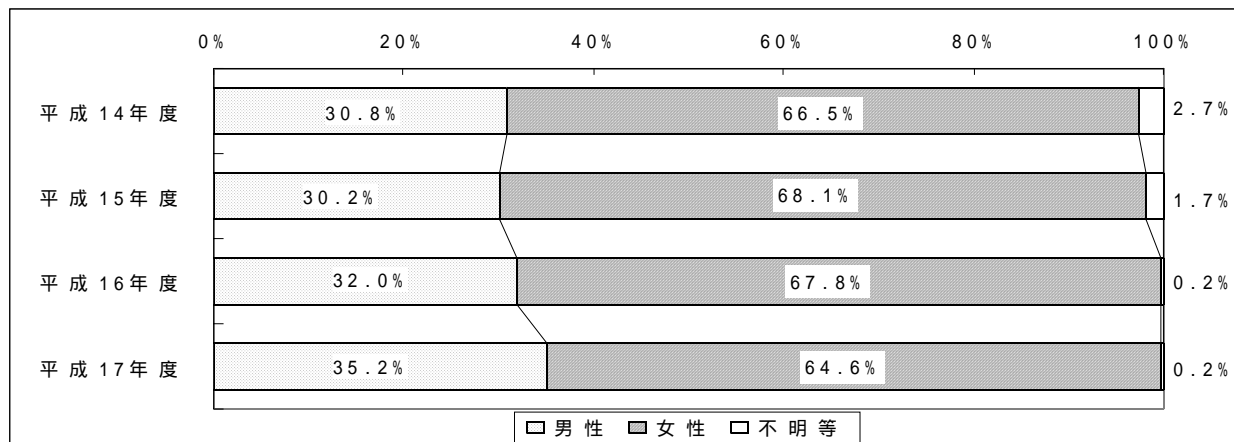


(2) 契約当事者の属性

高齢者への訪問販売に関する相談について性別の割合を示したのが「図 - 5」である。

各年度とも「女性」が約7割、「男性」が約3割となっており、「女性」の割合が高いが、15年度以降「男性」の割合が徐々に増加している。

【図 - 5】 高齢者訪問販売 契約当事者性別割合



(3) 相談内容

高齢者への訪問販売による相談について、キーワード別に上位10位までを示したのが「表-3」である。

「次々販売」、「虚偽説明」、「強引」、「販売目的隠匿」等のキーワードが上位に挙がり、悪質な販売手口や勧誘方法がトラブルの原因になっていることがわかる。17年度においては、「高価格・料金」、「判断不十分者契約」が上位に挙がってきている。相談事例をみると、加齢による認知症等で判断不十分な消費者に対して、強引な勧誘等により高額な契約を結ばせるなど非常に悪質な手口が増加している。

【表-3】高齢者訪問販売 内容キーワード上位10位 (単位：件/複数集計)

	平成14年度(n=6,905)	平成15年度(n=7,849)	平成16年度(n=7,559)	平成17年度(n=8,805)
1	家庭訪販 4,616	家庭訪販 4,960	家庭訪販 4,700	家庭訪販 5,641
2	強引 929	強引 1,017	虚偽説明 983	解約 3,467
3	虚偽説明 643	虚偽説明 786	強引 934	高価格・料金 2,151
4	点検商法 610	点検商法 678	点検商法 797	クーリング・オフ 1,868
5	S F 商法 554	次々販売 644	販売目的隠匿 620	虚偽説明 1,345
6	次々販売 528	S F 商法 589	次々販売 609	強引 1,301
7	電話勧誘 499	販売目的隠匿 553	電話勧誘 586	信用性 1,008
8	販売目的隠匿 462	電話勧誘 474	説明不足 554	次々販売 962
9	説明不足 315	説明不足 367	利殖商法 288	判断不十分者契約 932
10	無料商法 292	無料商法 331	無料商法 258	販売目的隠匿 906

(4) 商品・役務

高齢者への訪問販売で問題となる商品・役務について、上位10位まで示したのが「表-4」である。各年度とも1位は住宅リフォーム工事に代表される「工事・建築」である。また各年度とも「ふとん類」、「浄水器」、「新聞」等が上位に上がっており、高齢者への訪問販売での代表的な商品であることがわかる。17年度で目立つのは「リースサービス」である。細々と営業をしている高齢の個人事業者をねらった電話機リース等の相談が急増し、16年度の2倍の相談が寄せられている。また、保険金の不払いや勧誘時に確約された配当金額が支払われないといった「会社生命保険(民間会社の生命保険)」に関する相談や、「デジタル放送のために工事が必要と何度も勧誘があるが、今工事しなければならないのか」といった「ケーブルテレビ(CATV)」に関する相談が多く寄せられた。「為替相場」に関する相談は、16年度以降引き続き相談が多く寄せられており、その大半は外国為替証拠金に関する相談である。

【表 - 4】高齡者訪問販売 商品・役務別上位10位

(単位：件)

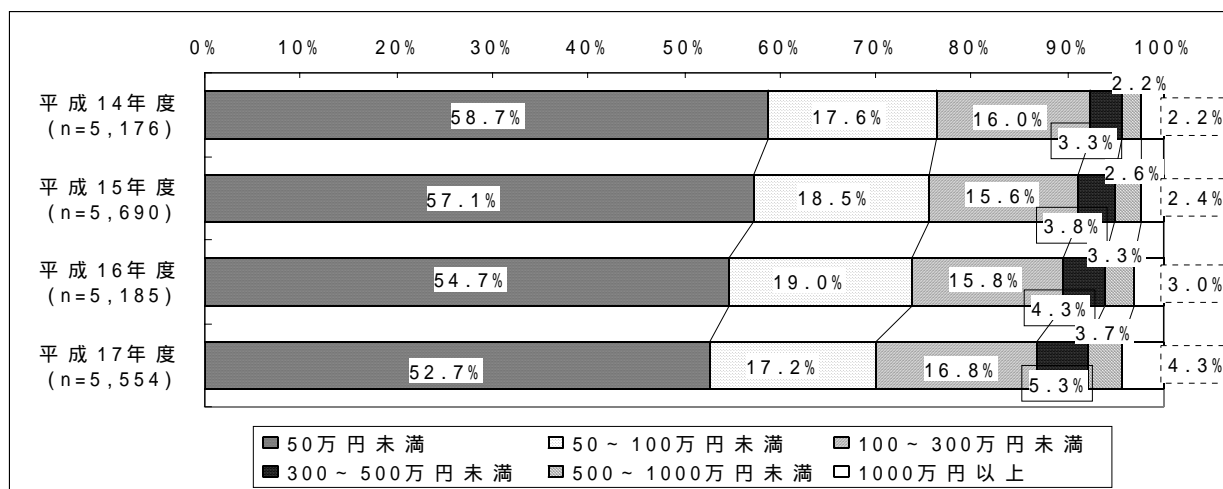
	平成14年度 (n=6,905)	平成15年度 (n=7,849)	平成16年度 (n=7,559)	平成17年度 (n=8,805)
1 工事・建築	933	工事・建築 1,088	工事・建築 1,170	工事・建築 1,302
2 ふとん類	766	浄水器 776	ふとん類 684	ふとん類 713
3 浄水器	464	ふとん類 774	浄水器 543	リースサービス 568
4 床下換気扇	337	新聞 364	新聞 380	電話サービス 550
5 新聞	304	床下換気扇 276	為替相場 345	新聞 464
6 リースサービス	263	リースサービス 243	リースサービス 284	浄水器 394
7 電気掃除機類	205	建物清掃サービス 215	電話サービス 258	為替相場 358
8 建物清掃サービス	199	駆除サービス 174	家庭用電気治療器具 181	役務その他サービス 211
9 家庭用電気治療器具	194	家庭用電気治療器具 171	役務その他サービス 168	会社生命保険 194
10 磁気治療器具	185	磁気治療器具 170	建物清掃サービス 161	C A T V 161

(5) 契約購入金額

高齡者への訪問販売について、契約購入金額別の割合と平均契約購入金額を示したのが「図 - 6」、「表 - 5」である。

各年度とも「50万円未満」が5割以上と最も高い割合を占めているが、300万円以上の高額な契約の割合も年々上昇している。平均契約購入金額は100万円以上と高額であり、さらに年を追うごとに高額になっている（割合は不明等を除く）。

【図 - 6】高齡者訪問販売 契約購入金額別割合



* 不明等を除く

【表 - 5】高齡者訪問販売 平均契約購入金額 (単位：円)

平成14年度	平成15年度	平成16年度	平成17年度
1,251,800	1,365,300	1,520,000	1,995,700

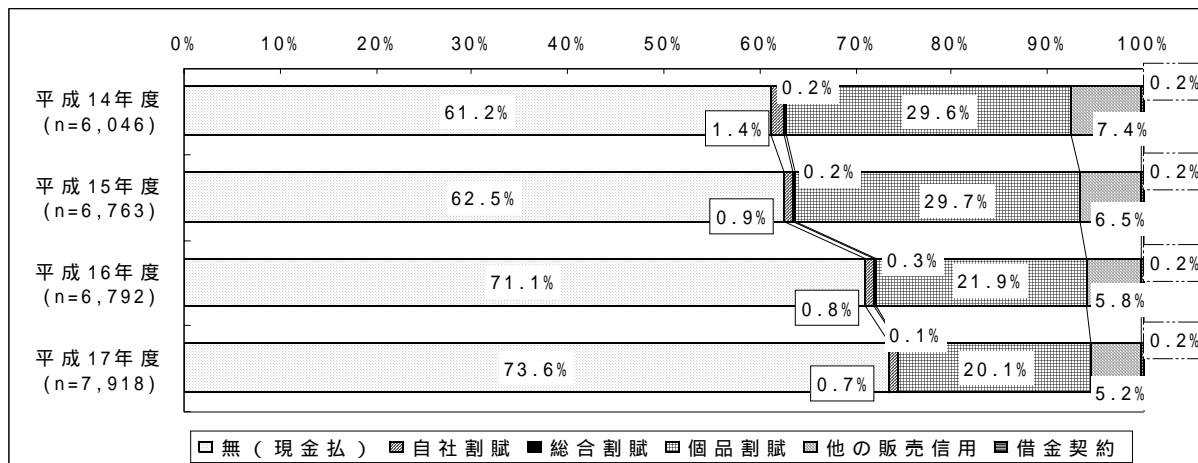
(6) 支払方法

高齡者への訪問販売について、支払方法別に割合を示したのが「図 - 7」である。

各年度とも「現金払」が最も高い割合を占めており、年々その割合が高くなっている。「個

品割賦」の割合は年々低下が見られるものの2割を占めており、安定した収入が得られにくい高齢者に対してクレジット契約をさせている実態も伺われる（割合は不明等を除く）。

【図 - 7】高齢者訪問販売 支払方法別割合



* 不明等を除く

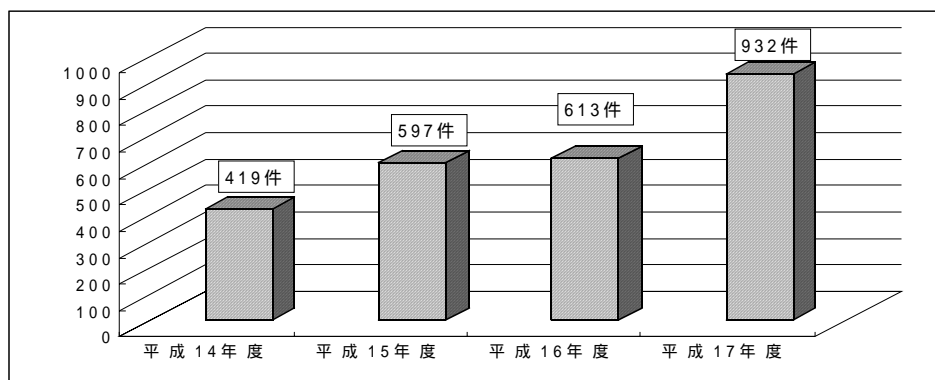
(7) 判断不十分者契約

相談件数

高齢者への訪問販売の中でも悪質が目立つのが、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。この「判断不十分者契約」について件数を示したのが「図 - 8」である。

「判断不十分者契約」に関する相談は、年々増加しており、特に16年度から17年度にかけて1.5倍となっている。

【図 - 8】高齢者訪問販売「判断不十分者契約」相談件数



商品・役務

高齢者訪問販売の「判断不十分者契約」の相談について商品・役務別に上位10位まで示したのが「表 - 6」である。

16年度までは「ふとん類」が1位であったが、17年度は、悪質な住宅リフォームが社会問題化し、「工事・建築」に関する相談が急増した。

【表 - 6】高齢者訪問販売「判断不十分者契約」商品・役務別上位10位

	平成14年度(n=419)		平成15年度(n=597)		平成16年度(n=613)		平成17年度(n=932)	
1	ふとん類	88	ふとん類	86	ふとん類	101	工事・建築	147
2	工事・建築	47	工事・建築	82	工事・建築	74	ふとん類	129
3	浄水器	37	浄水器	69	浄水器	61	新聞	79
4	新聞	32	新聞	47	新聞	49	浄水器	46
5	床下換気扇	21	床下換気扇	31	為替相場	32	電話サービス	34
6	商品一般	15	建物清掃サービス	25	家庭用電気治療器具	18	リースサービス	32
7	駆除サービス	11	商品一般	19	商品一般	17	商品一般	28
8	乾燥剤	10	駆除サービス	16	建物清掃サービス	16	為替相場	22
9	家庭用電気治療器具	9	乾燥剤	12	乾燥剤	15	床下換気扇	22
10	電気空調・冷房機器	8	家庭用電気治療器具	12	床下換気扇	12	修理サービス	19

契約購入金額

「判断不十分者契約」について、平均契約購入金額を示したのが「表 - 7」である。平均契約金額は、100万円以上と判断能力が不十分な高齢者に対して高額な契約をさせていることがわかる。17年度には、260万円と非常に高額となっている。これは、住宅リフォームや外国為替証拠金取引に関する相談等で被害額が高額な相談が増加したことによるものである。

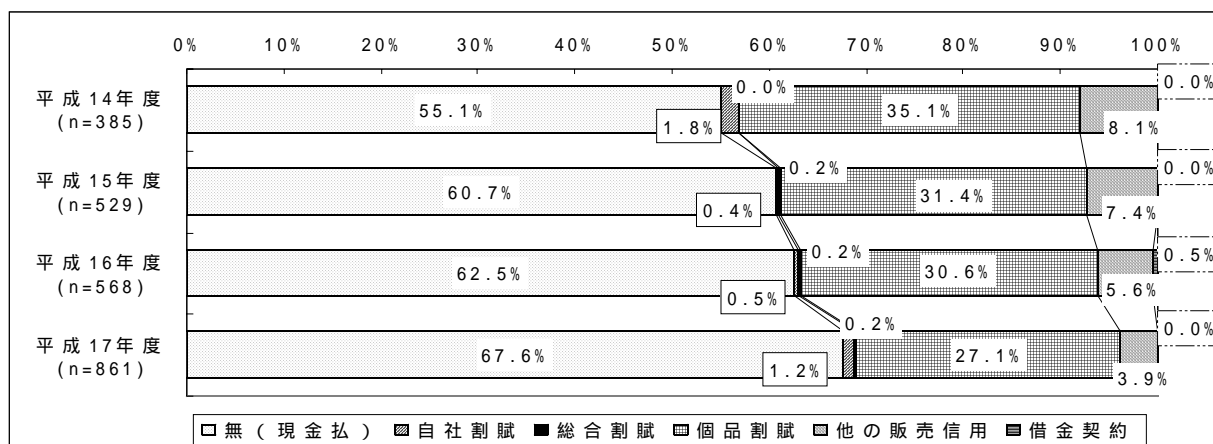
【表 - 7】高齢者訪問販売「判断不十分者契約」平均契約購入金額（単位：円）

平成14年度	平成15年度	平成16年度	平成17年度
1,241,500	1,748,000	1,197,800	2,657,500

支払方法

「判断不十分者契約」の相談について支払方法別の割合を示したのが「図 - 9」である。高齢者への訪問販売全体と比べ、各年度とも「個品割賦」の割合が高いことが特徴的である。高齢者への訪問販売全体では20～29%台で推移しているのに比べ、「判断不十分者契約」では、27～35%台と高い割合で推移している。相談事例の中には、本人は契約した認識が全くなく信販会社からの請求書に家族など周囲の人が気付き相談してくるケースが多く見られる（割合は不明等を除く）。

【図 - 9】高齢者訪問販売「判断不十分者契約」支払方法別割合



* 不明等を除く

7. 相談事例

(1) 工事・建築（点検商法）

10年前に父が外壁工事を依頼した業者が倒産し、業務を引き継いだと事業者が訪問した。外壁に無料でシリコンを注入する。シリコンは2、3年毎に注入する必要があると言っていた。工事後床下を点検し、デジタルカメラで撮影した写真を見せながら風呂場の下が腐っていると説明。その日は午後1時頃から11時頃まで調査したり見積もりを出したりしていた。父は心配して床下工事をするつもりでいたが、契約は後日にしてほしいと私が口を挟んだ。見積金額は高額で、不審に思うがどうしたらよいか。（契約当事者60歳代/男性）

(2) ふとん類（SF（催眠）商法）

都内に住む叔母が駅前で、膝当てや腹巻きを無料で配るからと声をかけられてマンションの一室に連れていかれ、そこで2時間半もの説明を受けて60万円の布団を購入する契約をしていることがわかった。解約することができるか。（契約当事者70歳代/女性）

(3) 着物（次々販売）

5～6年前から次々と着物類の契約を重ねている。商品を受け取りに出向くたびに勧められ、展示会にも招待されて、断り切れず十数回契約をしている。信販会社から引き落としができないと連絡があり、残債が280万くらいあることがわかった。現金払いしたものもあり契約内容が把握できない。受け取っていない商品もあるので、それだけでも解約できないか。（契約当事者70歳代/女性）

(4) 未公開株

昨年8月に電話勧誘があり、「大手製薬会社の関連会社の株で、次の3月までには上場する」と言われて未公開株を300万円で購入した。ところが名義書換えがされず、返金を求めても受け付けてもらえなかった。3月に入り報道で未公開株の問題を知り、騙されたと思った。販売会社は解約に応じない。どうしたらよいか。（契約当事者70歳代/男性）

8 . 高齢者の相談について

最近の高齢者相談をみると、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おり、中でも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の増加が目立っている。また経済的な不安につけ込む手口や、次々販売、SF（催眠）商法など悪質な手口も増加している。今後も高齢社会の進行に伴い、高齢者のトラブルは増加することが予想される。

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隠したがる傾向があり、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。被害にあっても、早めの相談であれば、「クーリング・オフ」の利用や被害の回復を図ることが可能である。被害が大きくなる前に早めに消費者センター等に相談して欲しい。

また、判断能力が不十分であるなどの場合は、状況に応じて成年後見制度の活用等を検討して欲しい。