

## 「高齢者」の消費生活相談の概要

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生活相談窓口に寄せられた相談情報をMECONIS（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生活相談窓口で受け付けた平成17年4月～22年3月（5年間）の相談データ

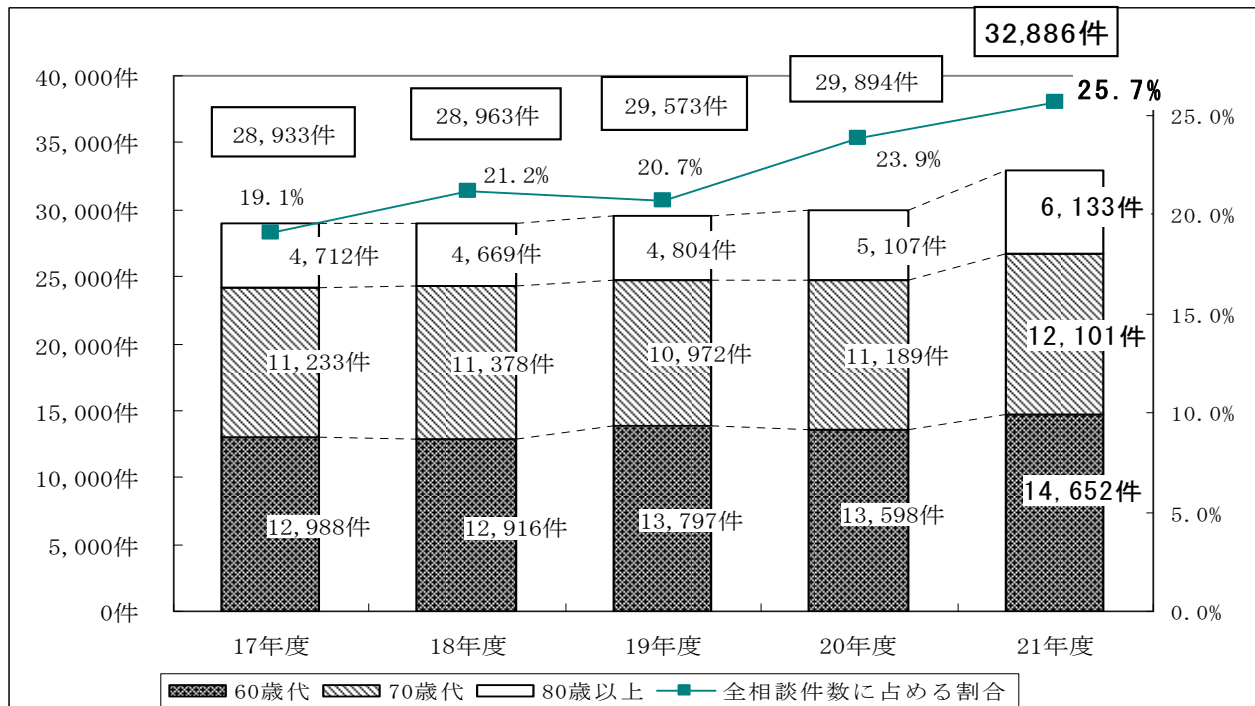
### 1. 高齢者の相談件数

60歳以上の高齢者の相談に関して、この5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ものが「図-1」である。21年度の相談件数は、前年度より10.0%（2,992件）増加して32,886件となり、過去最高となっている。

また、高齢者の相談が相談全体に占める割合を見ると、21年度は前年度より1.8ポイント増加して25.7%となり、全体の4分の1を超えた。さらに年代別の件数では、前年度と比較して60歳代が7.8%増、70歳代が8.2%増、80歳以上が20.1%増となっており、特に80歳以上の相談件数の増加が目立っている。

【図-1】 高齢者の相談件数の推移

（単位：件、%）



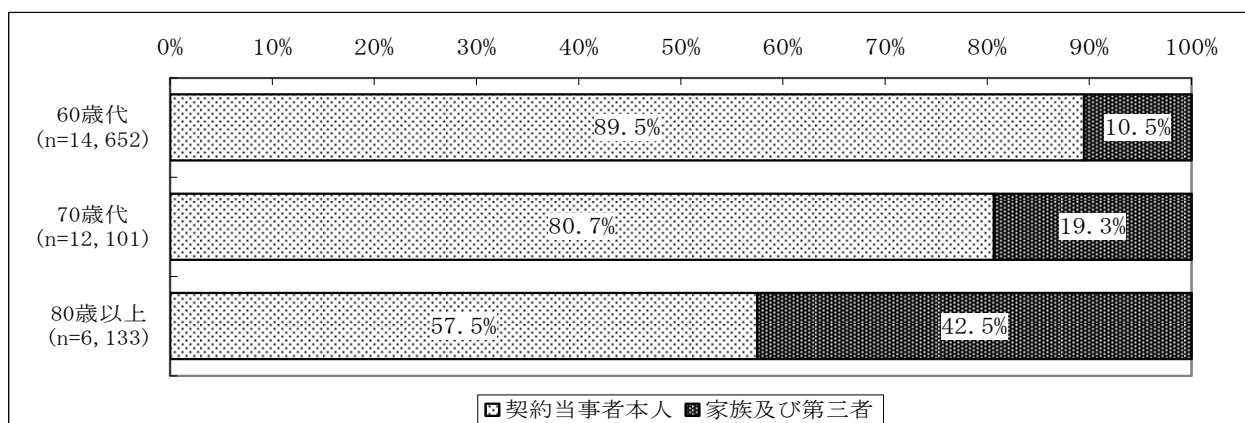
## 2. 相談者の内訳

21年度の高齢者の相談について、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、被害にあったことに気づ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歳代では約1割であるが、80歳以上になると4割以上を占めるようになり、年代が上がるごとに周囲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(21年度)

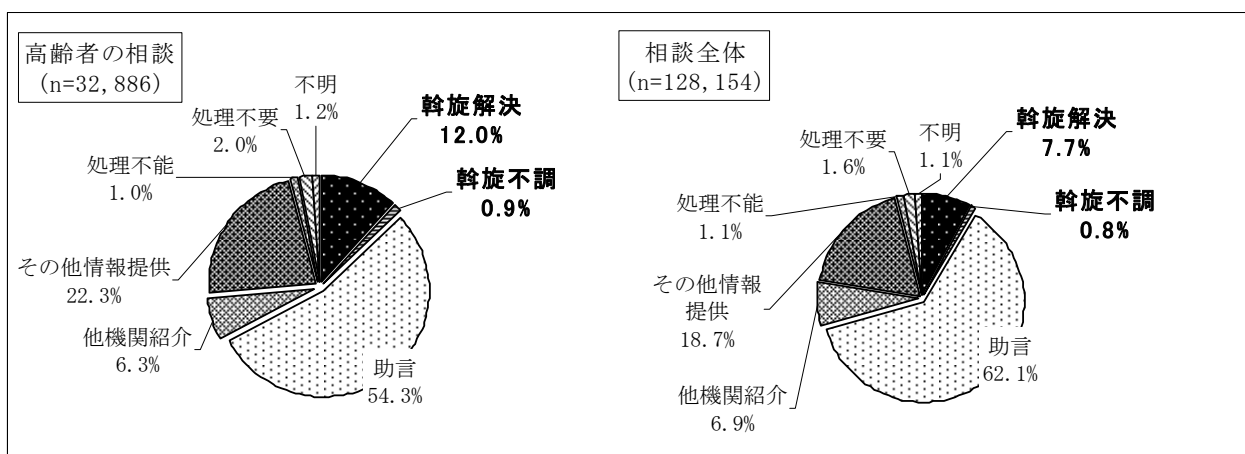


## 3. 処理結果

21年度の相談について、高齢者相談と都内に寄せられた相談全体の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8.5%（斡旋解決7.7%、斡旋不調0.8%）であるのに対して、高齢者の相談では12.9%（斡旋解決12.0%、斡旋不調0.9%）となっている。高齢者の相談では、相談全体と比べて自主交渉による解決が困難な場合が多いことがわかる。

【図-3】 高齢者の相談と相談全体の処理結果の割合(21年度)



#### 4. 商品・役務

##### (1) 商品・役務別上位 10 位の推移

高齢者の相談について、商品・役務別に過去 3 年間の推移を上位 10 位まで示したものが、「表-1」である。

21 年度において相談件数が最も多い商品・役務は、多重債務などの相談を多く含む「フリーローン・サラ金」である。次に多いものは、リフォーム工事などの相談が多い「工事・建築」、第 3 位が、賃貸アパートなどの相談が主な内容である「不動産貸借」である。

また、21 年度に相談件数の増加が最も目立つものは、未公開株などの相談が主となる「株」であり、前年度と比べて 84.0% の急激な増加が見られる。さらに「不動産貸借」においても、21 年度に入って 5 割近くの増加が見られる。「工事・建築」については、年々微増の傾向にある。

一方で、有料サイトの利用料金等に関する架空・不当請求の相談が多く含まれる「デジタルコンテンツ」は、20 年度以前の類似するキーワード「オンライン等関連サービス」と比較すると、相談件数の減少が目立つ。

【表-1】高齢者の相談 商品・役務別上位 10 位 (単位：件)

	19年度 (29,573件)		20年度 (29,894件)		21年度 (32,886件)	
1	オンライン等関連サービス	1,969	フリーローン・サラ金	1,996	フリーローン・サラ金	1,840
2	フリーローン・サラ金	1,686	オンライン等関連サービス	1,945	工事・建築	1,440
3	工事・建築	1,284	工事・建築	1,326	不動産貸借	1,385
4	商品一般	1,113	商品一般	1,073	デジタルコンテンツ	1,296
5	生命保険	984	相談その他	958	株	1,170
6	電話サービス	976	不動産貸借	950	相談その他	1,027
7	不動産貸借	926	生命保険	937	商品一般	911
8	相談その他	912	株	636	新聞	583
9	健康食品	708	新聞	481	ふとん類	539
10	株	635	社会保険	442	修理サービス	478

※「デジタルコンテンツ」は 21 年度より新設されたキーワードのため、前年度までとの正確な比較はできない。

##### (2) 年代別の商品・役務別上位 10 位

21 年度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-2」である。60 歳代においては、多重債務相談などの「フリーローン・サラ金」、架空・不当請求などの「デジタルコンテンツ」、賃貸アパートなどの「不動産貸借」が上位を占める。70 歳代では、リフォーム工事などの「工事・建築」、未公開株などの「株」が上位に見られる。80 歳以上では、「株」が第 1 位となり、次に「工事・建築」が続く。

70 歳以上の年代では、「株」や「商品デリバティブ取引」などの投資に関する相談が目立つ。また、特に 80 歳以上の年代では、「新聞」「ふとん類」「防災・防犯用品」等、訪問販売で勧誘されやすい商品に関する相談も多く寄せられている。

【表-2】高齢者の相談 年代別の商品・役務別上位 10 位 (単位：件)

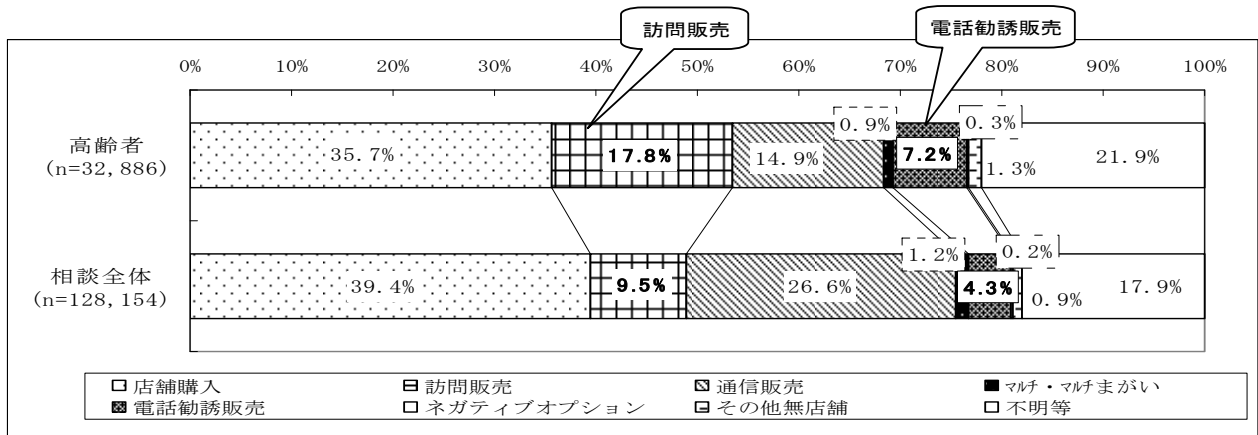
	60歳代 (n=14,652)		70歳代 (n=12,101)		80歳以上 (n=6,133)	
1	フリーローン・サラ金	1,180	フリーローン・サラ金	570	株	346
2	デジタルコンテンツ	945	工事・建築	521	工事・建築	319
3	不動産貸借	785	株	490	相談その他	254
4	工事・建築	600	不動産貸借	474	新聞	224
5	相談その他	483	相談その他	379	ふとん類	196
6	商品一般	352	商品一般	363	商品一般	196
7	株	334	デジタルコンテンツ	307	防災・防犯用品	137
8	普通生命保険	214	商品デリバティブ取引	212	商品デリバティブ取引	135
9	修理サービス	207	有線テレビ放送	211	不動産貸借	126
10	携帯電話サービス	202	ふとん類	209	有線テレビ放送	123

## 5. 販売購入形態

21年度の相談について、高齢者相談と相談全体の販売購入形態別割合を示したものが「図-4」である。「店舗購入」の割合はどちらも大きいですが、高齢者相談の方が相談全体におけるそれよりも、割合は小さくなっている。

一方で、高齢者相談における「訪問販売」と「電話勧誘販売」の割合は、相談全体に占めるそれらの割合よりも大きくなっている。このことから、高齢者の相談では、在宅する機会の多い高齢者が勧誘のターゲットになりやすいことがわかる。

【図-4】 高齢者の相談 販売購入形態別割合 (21年度)



## 6. 平均契約金額

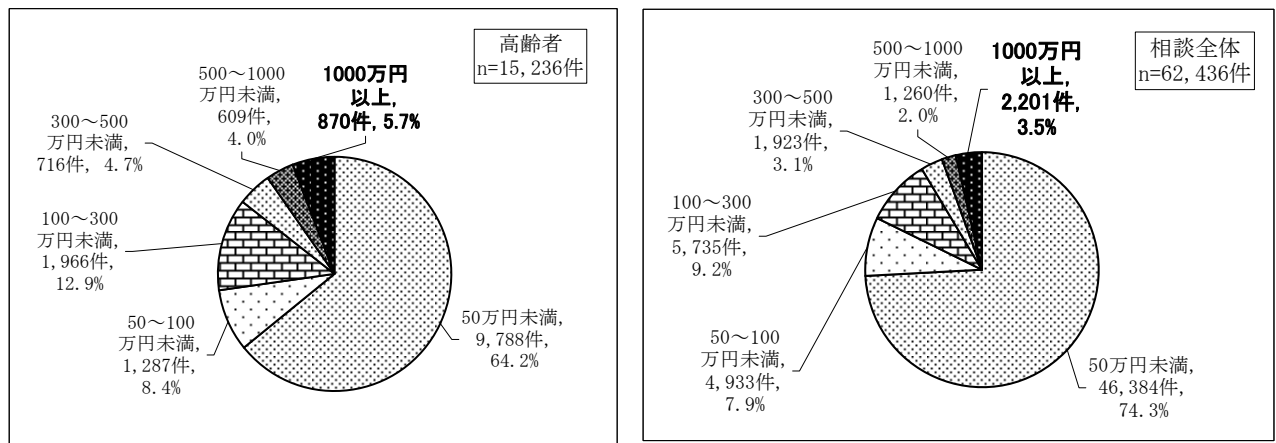
高齢者の相談について、平均契約金額の推移を示したものが「表-3」である。21年度の高齢者の平均契約金額は266万6千円と、前年度よりやや減少している。しかし相談全体の平均契約金額と比べてみると、いずれの年度でも高齢者の相談の方が高額となっている。

また、21年度の平均契約金額別割合を示したものが「図-5」である。高齢者の金額別の割合を見ると、100万円以上の相談が27.3%と全体の3割近くを占めるが、相談全体での100万円以上の相談は17.8%にとどまっている。さらに「1,000万円以上」の高額な契約が全体の5.7%を占めており、相談全体における「1,000万円以上」の相談3.5%よりも、大きな割合を占めている。

【表-3】 高齢者の相談と相談全体の平均契約金額 (単位：千円)

	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度
高齢者相談	2,279	2,388	3,016	3,177	2,666
相談全体	1,388	1,466	1,581	1,984	1,710

【図-5】 平均契約金額別割合 高齢者と相談全体の比較 (21年度) \*不明等を除く



## 7. 相談内容

高齢者の相談内容について、内容キーワード別に過去3年間の件数を上位10位まで示したものが「表-4」である。

高齢者の相談では、「解約」「家庭訪問」のキーワードが3年連続で1位、2位を占めている。21年度においては、「解約」「家庭訪問」のどちらも、未公開株、海外商品先物等、新聞、ケーブルテレビに関する相談が多く寄せられているほか、「解約」では賃貸アパートの相談が多く、「家庭訪問」では浄水器の相談が目立つ。

また、「電話勧誘」は前年度と比べ28.0%増と大きく増加しているが、これは電話勧誘による未公開株やファンド型投資商品等の金融商品に関する相談件数が増加したことの影響が大きい。一方で「不当請求」に関する相談件数は、前年度と比べ30.0%減と減少が目立つが、これはデジタルコンテンツ等の架空・不当請求の相談が大きく減少したためである。

【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)

	19年度 (n=29,573)		20年度 (n=29,894)		21年度 (n=32,886)	
1	<b>解約</b>	5,838	<b>解約</b>	5,604	<b>解約</b>	6,233
2	<b>家庭訪問</b>	4,091	<b>家庭訪問</b>	3,774	<b>家庭訪問</b>	4,152
3	高価格・料金	3,432	信用性	3,393	高価格・料金	3,753
4	信用性	3,375	高価格・料金	3,351	返金	3,416
5	返金	3,082	返金	3,003	信用性	3,311
6	<b>不当請求</b>	2,974	<b>不当請求</b>	2,676	<b>電話勧誘</b>	3,098
7	説明不足	2,449	契約	2,557	契約	2,954
8	契約	2,440	説明不足	2,547	説明不足	2,624
9	<b>電話勧誘</b>	2,380	<b>電話勧誘</b>	2,421	強引	2,238
10	強引	2,014	インターネット	2,078	<b>不当請求</b>	1,874

※21年度の「不当請求」は、前年度以前の「不当請求」と比較するため、上位のKWで集計したものを掲載している。

## 8. 販売方法・手口別

### (1) 高齢者の相談に多い販売方法・手口

高齢者の相談に多い販売方法・手口（内容キーワードのうち、主として「販売方法」に関するキーワード）について、過去3年間の件数を示したものが「表-5」である。

各年度とも「家庭訪問」「電話勧誘」に関する相談が1位、2位を占めている。インターネット等を利用する「電子商取引」も年々増加している。また、21年度に増加が目立つものは「利殖商法」であり、前年度に比べ4割近くの増加となっている。さらに「二次被害」についても、年々増加が目立っている。

【表-5】 高齢者の相談に多い販売方法・手口 上位10位

(単位：件／複数集計)

	19年度 (n=29,573)		20年度 (n=29,894)		21年度 (n=32,886)	
1	<b>家庭訪問</b>	4,091	<b>家庭訪問</b>	3,774	<b>家庭訪問</b>	4,152
2	<b>電話勧誘</b>	2,380	<b>電話勧誘</b>	2,421	<b>電話勧誘</b>	3,098
3	<b>利殖商法</b>	984	<b>電子商取引</b>	1,230	<b>電子商取引</b>	1,575
4	<b>電子商取引</b>	953	<b>利殖商法</b>	933	<b>利殖商法</b>	1,291
5	次々販売	802	次々販売	653	次々販売	805
6	販売目的隠匿	634	販売目的隠匿	548	<b>二次被害</b>	723
7	無料商法	615	<b>二次被害</b>	507	無料商法	505
8	<b>二次被害</b>	476	無料商法	503	点検商法	457
9	マルチ（まがい）取引	432	点検商法	414	販売目的隠匿	439
10	点検商法	381	マルチ（まがい）取引	403	マルチ（まがい）取引	305

## (2) 販売方法・手口別の主な商品・役務

21年度の販売方法・手口（上位10位）別に、相談の多い商品・役務を示したものが「表-6」である。

「家庭訪販」では、「新聞」「ふとん類」「浄水器」など身近な生活用品のほか、「リフォーム工事」「商品デリバティブ取引」などの高額な商品・役務も見られる。「電話勧誘」では、「株」「商品デリバティブ取引」「ファンド型投資商品」など利殖をうたった商品の相談が目立つ。「電子商取引」では「デジタルコンテンツ」など架空・不当請求の相談が多く見られる。「利殖商法」では、「株」「商品デリバティブ取引」「ファンド型投資商品」などの投資に関する相談が多い。また、「次々販売」や「二次被害」では、これまで多かった「ふとん類」「リフォーム工事」に加え、「株」「商品デリバティブ取引」「公社債」など、投資に関する相談が目立っている。

平均契約金額では、「利殖商法」が700万円を超える高額となっている。「家庭訪販」「電話勧誘」「次々販売」「二次被害」についても、平均契約金額が200万円から400万円を超えるなど、高額な契約に関する相談が多数寄せられている。

【表-6】高齢者の相談 販売方法・手口別の主な商品・役務（21年度）（複数集計）

	販売方法・手口 (n=32,886件)	主な商品・役務等	平均契約金額
1	家庭訪販	4,152件 新聞、リフォーム工事、ふとん類、商品デリバティブ取引、浄水器、ケーブルテレビ等	213万円
2	電話勧誘	3,098件 株、商品デリバティブ取引、ファンド型投資商品、公社債、鮮魚等	305万円
3	電子商取引	1,575件 デジタルコンテンツ、パソコンソフト、サイトの有料会員、携帯電話サービス等	29万円
4	利殖商法	1,291件 株、商品デリバティブ取引、ファンド型投資商品、公社債、他のデリバティブ取引等	712万円
5	次々販売	805件 ふとん類、株、リフォーム工事、商品デリバティブ取引、広告掲載サービス、浄水器等	420万円
6	二次被害	723件 株、ふとん類、公社債、リフォーム工事、山林、浄水器等	255万円
7	無料商法	505件 デジタルコンテンツ、家庭用電気治療器具、ケーブルテレビ、リフォーム工事、耐震診断サービス等	23万円
8	点検商法	457件 リフォーム工事、浄水器、ふとん類、消火器、シロアリ駆除サービス等	48万円
9	販売目的隠匿	439件 ふとん類、浄水器、リフォーム工事、商品デリバティブ取引、家庭用電気治療器具等	64万円
10	マルチ（まがい）取引	305件 健康食品、浄水器、他のデリバティブ取引、ふとん類、ファンド型投資商品等	66万円

## (3) 「利殖商法」に関する相談

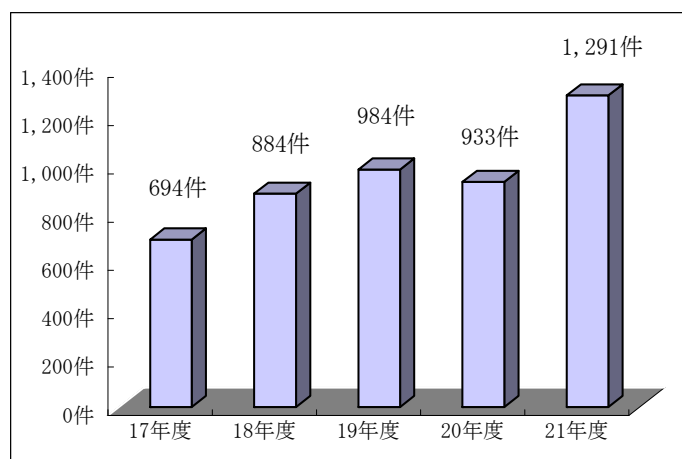
高齢者相談の販売方法・手口の中で、21年度において特に増加が目立ち、また平均契約金額の非常に高額な「利殖商法」に関する相談について、過去5年間の件数の推移を示したものが「図-6」である。

件数は増加傾向にあり、21年度は17年度と比較すると9割近くの増加が見られる。

また、21年度の高齢者の「利殖商法」に関する相談の中で、多い商品・役務を示したものが「表-7」である。特に「株」に関する相談がその4割以上を占めるほか、「商品デリバティブ取引」「ファンド型投資商品」「公社債」等、いずれも高額な金融商品への投資に関する契約トラブルが多い。

次に、21年度の相談全体のうち「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、70歳代以上の相談件数で4割台半ばを占めており、60歳以上を含めると、利殖商法の3分の2が高齢者の相談であることがわかる。

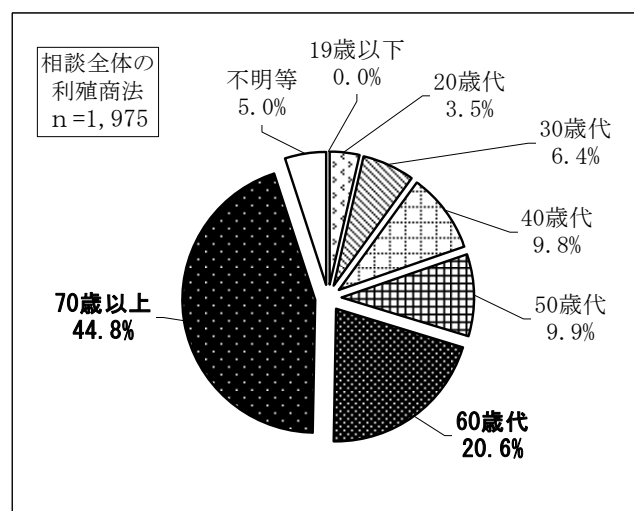
【図－6】 高齢者の相談「利殖商法」の推移



【表－7】 高齢者の相談「利殖商法」の  
主な商品・役務（21年度）

利殖商法の主な商品・役務(n=1,291件)			平均契約金額
1	株	539件	595万円
	未公開株	495件	592万円
2	商品デリバティブ取引	229件	641万円
	海外商品先物等	180件	629万円
3	ファンド型投資商品	222件	1,060万円
4	公社債	100件	536万円
5	他のデリバティブ取引	47件	802万円
	外国為替証拠金取引	19件	417万円

【図－7】 「利殖商法」に関する相談 契約当事者年代別（21年度）



## 9. 支払方法

高齢者の相談について、支払方法別に件数を示したものが「表－8」である。

支払方法別では各年度とも「現金払等」が最も多く、高齢者相談全体の約7割を占める。一方で、「自社割賦」「総合割賦」「個品割賦」「他の販売信用」といった「信用供与有」（クレジット）の割合については年々減少しており、21年度には全体の5.0%となっている。

「信用供与有」の内訳について見ると、「個品割賦」の件数のみが年々減少している。これは、割賦販売法改正等の動きの中で、信販会社による加盟店管理の強化や、契約に関する審査がより慎重に行われるようになった影響によるものと考えられる。

【表－8】 高齢者の相談 支払方法別件数

（単位：件）

支払方法	信用供与無	信用供与有					借金契約	不明等	計
	現金払等	自社割賦	総合割賦	個品割賦	他の販売信用	小計			
21年度	22,484	231	422	510	494	1,657	1,937	6,808	32,886
20年度	19,977	184	288	651	478	1,601	2,066	6,250	29,894
19年度	20,266	179	258	997	461	1,895	1,749	5,663	29,573

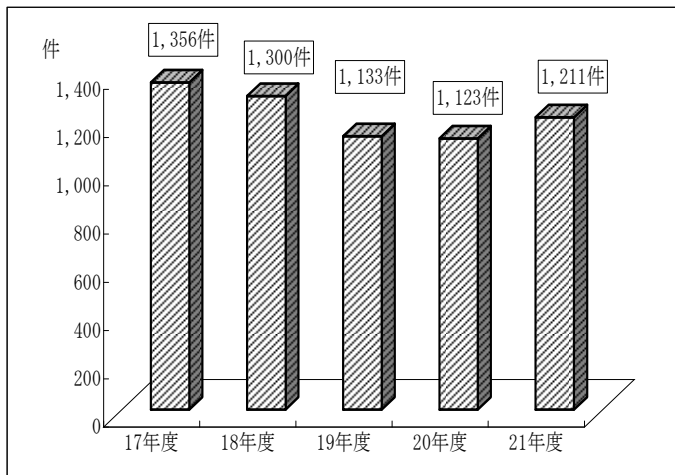
## 10. 判断不十分者契約

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」について、件数を示したものが「図-8」である。「判断不十分者契約」に関する相談は17年度以降減少傾向にあったが、21年度には増加に転じており、またいずれの年度も1,000件を超える件数となっている。

また、21年度に相談の多い商品・役務を示したものが「表-9」である。「新聞」「ふとん類」「浄水器」といった訪問販売に多く見られる商品のほか、「商品デリバティブ取引」「株」「投資信託」などの金融商品や、リフォーム工事などの「工事・建築」等、高額で複雑な契約に関するものが目立つ。

【図-8】 高齢者の相談「判断不十分者契約」の相談件数



【表-9】 高齢者の相談「判断不十分者契約」の商品・役務別上位10位(21年度)

商品・役務(n=1,211件)		
1	新聞	120件
2	ふとん類	78件
3	商品デリバティブ取引	76件
4	株	65件
5	工事・建築	61件
6	商品一般	45件
7	フリーローン・サラ金	32件
8	役務その他サービス	31件
9	浄水器	29件
10	投資信託	21件
10	防災・防犯用品	21件
10	かに	21件

## 11. 相談事例

### 事例1：未公開株、社債、二次被害

高齢で独居の父が、未公開株で1,200万円程の契約をした。後日、社債を購入すればこの未公開株を買い取るという電話勧誘を受け、100万円の社債を契約した。さらに後日、追加で100万円の契約をしないと株を買い取れないと言われ、だまされたと気づいた。父の家には1時間に1回は勧誘電話が入り、40社以上からDMが届いている。父は新聞などの未公開株の被害情報を見ても、自分は違うと思いつている。(契約当事者80歳代/男性)

### 事例2：海外商品先物等、判断不十分者契約

独居で認知症気味の母が、事業者の事務所で海外商品先物の契約をした。2日間にわたり銀行まで連れて行かれ、預金を引き出すように言われたようだが、母には金を手渡したという記憶がない。今まで金融関係の取引をしたことがなく、契約内容も理解できない状態。自分が契約書面を見つけて相談した。解約して返金させたい。(契約当事者70歳代/女性)



### 事例3：衛生設備工事、点検商法

叔母の家を業者が「給湯器の点検をしている」と言って来訪し、「もう古くなっていて詰まっている」と、浴室とトイレのリフォーム工事を勧誘された。叔母は業者の説明を信じて契約し、工事も完了してしまった。しかし家はまだリフォームが必要とは思えず、金額も320万円と高すぎる。今から減額は可能か。（契約当事者60歳代／女性）

### 事例4：フリーローン・サラ金、多重債務

サラリーマン時代に連帯保証人になったこと等により、銀行と信販会社4社からカードローンで借金がある。現在、年金以外には不規則な仕事の収入しかない。自宅は3か月前に競売にかけられ、現在は借家住まいで、既に差し押さえられるものもない。先月から全く返済できない状態となっている。どうすればよいか。（契約当事者60歳代／男性）

### 事例5：賃貸アパート

20年住んだ賃貸アパート。貸主は一度も修繕をしてくれなかったのに、退去にあたり原状回復費用として畳の表替えやクロス張替え費用として60万円を請求された。交渉をして30万円になったがそれでも高い。どうしたらよいか。（契約当事者60歳代／女性）

## 12. 高齢者の相談について

高齢者相談の大きな特徴のひとつは、在宅することが多く、また周囲の人とのコミュニケーションが少ないため情報不足になりがちな一人暮らしの高齢者や高齢者夫婦が、健康の不安や経済的不安につけこまれやすく、訪問販売や電話勧誘販売などで勧誘のターゲットになっていることである。

最近では、経済的不安を持っている高齢者に「必ず値上がりする」などといって未公開株や公社債、先物取引など投資に関する契約をさせるトラブルが急増している。また、以前に契約した商品を買取るといった二次被害や、一度契約すると個人情報が出回って他業者から次々と同様の勧誘を受けるといった次々販売など、詐欺的な手口で契約をさせる事例も多く見られる。なかには、認知症など判断能力の低下した高齢者に、契約内容もよく理解できないまま銀行等へ付き添って預金をおろさせて契約するといった、悪質なものも見られる。

また、高齢者本人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家族に隠したり、自分を責めて泣き寝入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づきが重要である。

トラブルにあった時、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ほしい。