

## 「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。

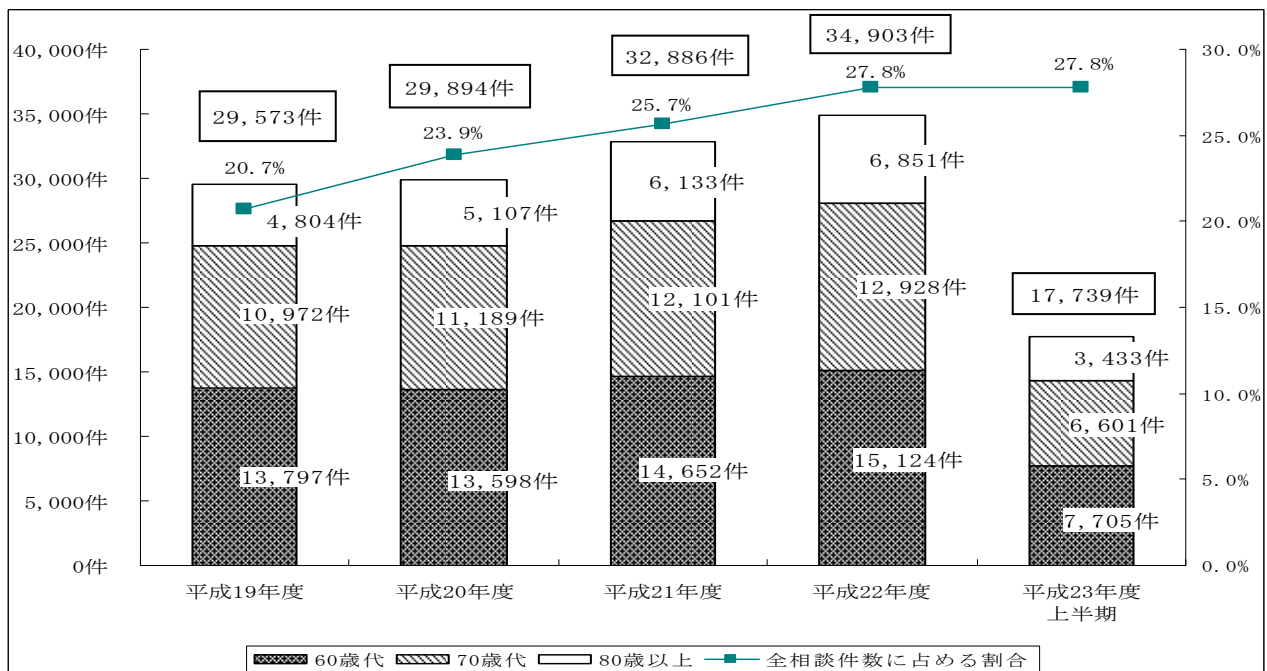
### 1. 高齢者の相談件数

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。22年度の相談件数は、前年度より6.1%（2,017件）増加して34,903件となり、過去最多となった。また23年度上半期の相談件数は17,739件寄せられ、前年同期（16,727件）より6.1%増加している。

高齢者の相談が相談全体に占める割合を見ると、22年度は前年度より2.1ポイント増加（27.8%）して全体の3割近くとなっており、この割合は23年度上半期でも変わらない。

さらに年代別の割合を見ると、22年度では60歳代が43.3%、70歳代が37.0%、80歳以上が19.6%と、80歳以上の相談件数の割合が2割近くを占め、年度ごとに見ても増加傾向にあることがわかる。また23年度上半期においても、80歳以上が2割近くを占めている。

【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へ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19年4月～23年9月の相談データ

（平成23年度のデータは12月1日現在の登録分）

## 2. 相談者の内訳

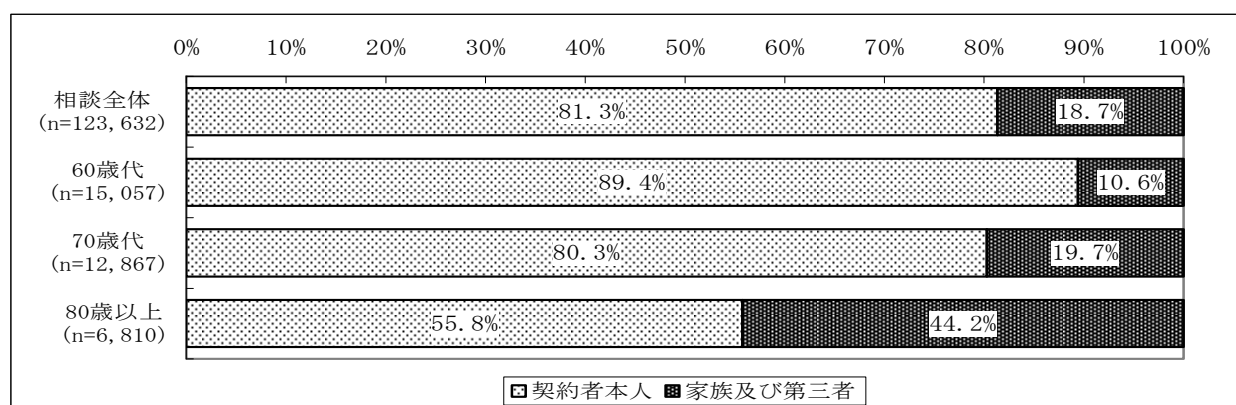
22年度の相談について、相談者が契約当事者本人である場合と、本人以外である場合の割合を、相談全体と高齢者の年代別に示したものが「図-2」である。

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、年齢が上がるごとに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(22年度)

※不明等を除く

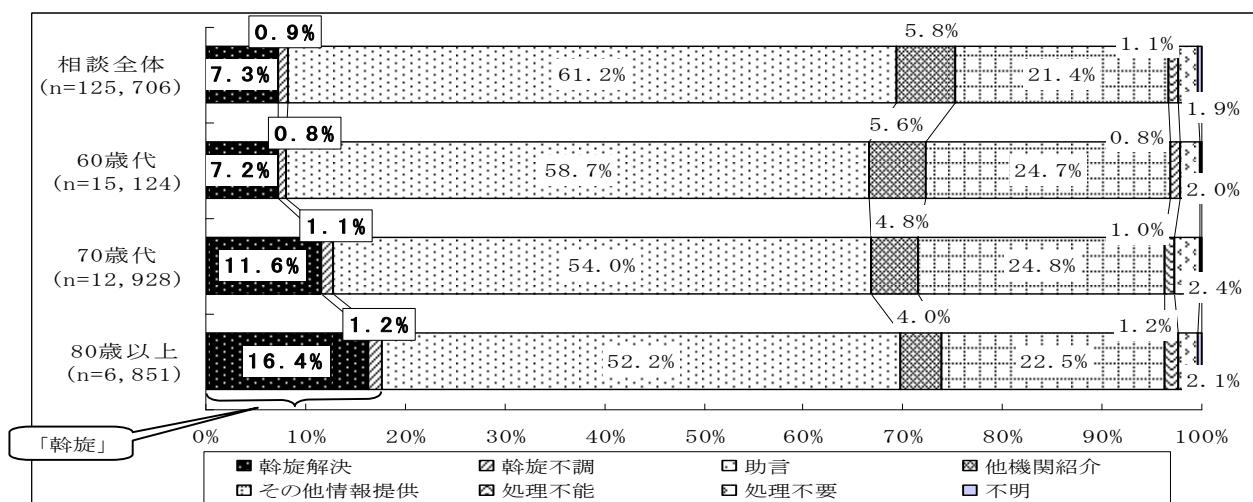


## 3. 処理結果

22年度の相談について、相談全体と高齢者の年代別相談における、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8.2% (斡旋解決7.3%、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8.0%、70歳代が12.7%、80歳以上が17.6%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わかる。

【図-3】 高齢者の相談と相談全体の処理結果の割合(22年度)

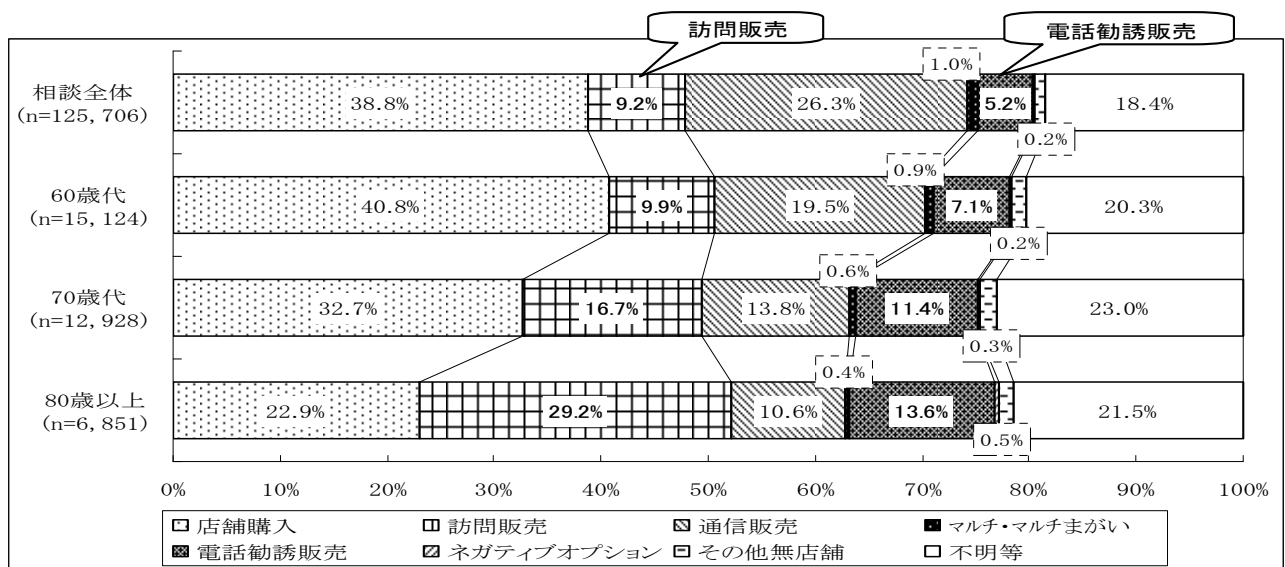


#### 4. 販売購入形態

22年度の相談について、相談全体と高齢者の年代別相談における、販売購入形態別の割合を示したものが「図-4」である。「店舗購入」の割合は60歳代が最も大きく相談全体を上回るが、高齢になるほどその割合は小さくなる。

特殊販売においては、相談全体で26.3%を占める「通信販売」は、60歳代でも2割近くを占めるが、年齢が上がるほどその割合は小さくなる。一方で、高齢者相談の「訪問販売」と「電話勧誘販売」の割合は、相談全体に占めるそれらの割合よりも大きく、また年齢が上がるほど大きくなる。特に80歳以上の相談では「訪問販売」と「電話勧誘販売」を合わせて4割を超える相談が寄せられている。このことから、高齢者の相談では、年齢が上がるほど在宅中に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（22年度）



#### 5. 平均契約金額

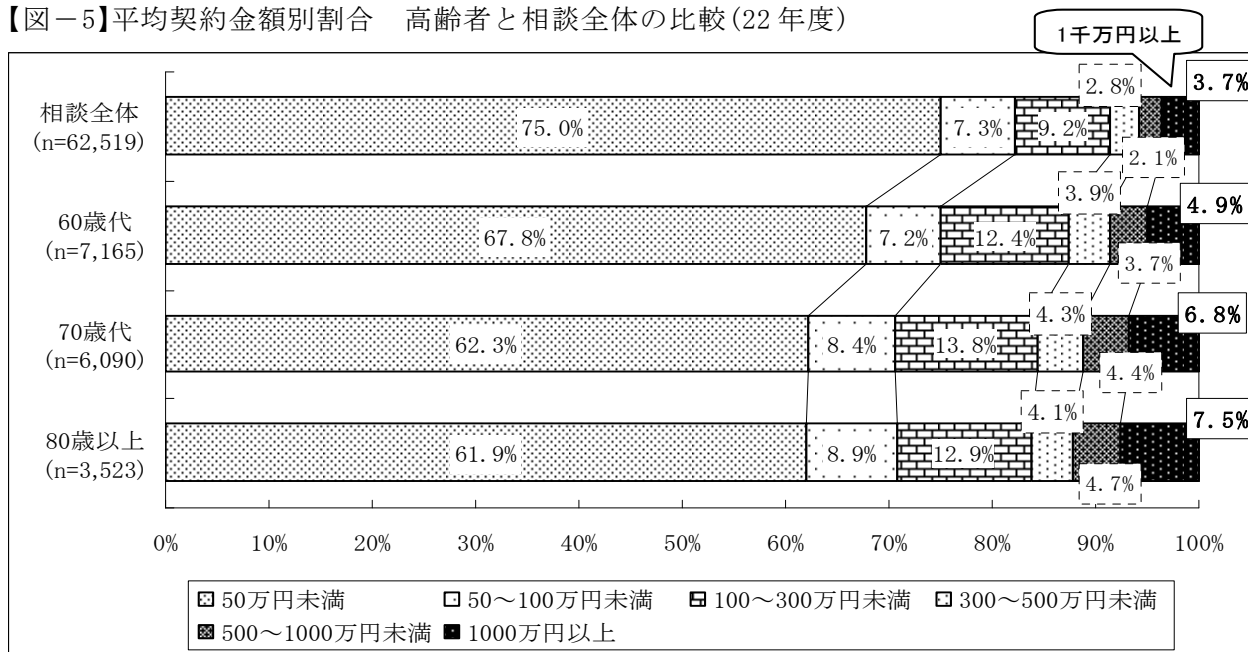
高齢者の相談について、平均契約金額の推移を示したものが「表-1」である。19年度、20年度及び22年度の高齢者の平均契約金額は、300万円を超えて高額となっている。また相談全体の平均契約金額と比べてみると、いずれの年度でも高齢者の相談の方が高額となっている。

22年度の平均契約金額別割合を、相談全体と高齢者各年代で比較したものが「図-5」である。相談全体では100万円以上の相談の割合は17.8%であるが、高齢者相談では100万円以上の相談の割合は、いずれの年代も2割から3割近くを占める。特に「1,000万円以上」の高額な契約では、相談全体における3.7%と比べて、80歳以上では7.5%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)

	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度上半期
高齢者相談	3,016	3,177	2,666	3,218	2,717
相談全体	1,581	1,984	1,711	1,959	1,802

【図-5】平均契約金額別割合 高齢者と相談全体の比較(22年度)



※不明等を除く

## 6. 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年間及び23年度上半期の推移を上位10位まで示したものが、「表-2」である。

20年度から最も多く寄せられた「フリーローン・サラ金」は、23年度において大きく順位を下げている。代わりに年々順位が上がっているのが「デジタルコンテンツ」であり、23年度上半期では高齢者の相談で最も多くなっている。このうち約7割が架空・不当請求などの「アダルト情報サイト」の相談であり、約1割が「出会い系サイト」の相談である。また「公社債」「ファンド型投資商品」などの投資に関する相談件数は22年度から急増している。一方、21年度から増加傾向にあった「株」については、23年度上半期には落ち着きを見せている。「工事・建築」についてはどの年度でも上位にあり、また23年度上半期には前年同期(674件)に比べ増加している。

【表-2】高齢者の相談 商品・役務別上位10位

(単位:件)

	20年度 (29,894件)		21年度 (32,886件)		22年度 (34,903件)		23年度上半期 (17,739件)	
1	フリーローン・サラ金	1,996	フリーローン・サラ金	1,840	フリーローン・サラ金	2,149	デジタルコンテンツ	1,141
2	オンライン等関連サービス	1,945	工事・建築	1,440	デジタルコンテンツ	1,764	工事・建築	803
3	工事・建築	1,326	不動産貸借	1,385	工事・建築	1,436	ファンド型投資商品	769
4	商品一般	1,073	デジタルコンテンツ	1,296	不動産貸借	1,361	フリーローン・サラ金	708
5	相談その他	958	株	1,170	株	1,188	不動産貸借	690
6	不動産貸借	950	相談その他	1,027	相談その他	1,008	公社債	525
7	生命保険	937	商品一般	911	商品一般	990	相談その他	489
8	株	636	新聞	583	公社債	820	商品一般	446
9	新聞	481	ふとん類	539	ファンド型投資商品	810	株	441
10	社会保険	442	修理サービス	478	修理サービス	585	修理サービス	333

※「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

22 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-3」である。60 歳代、70 歳代においては、「フリーローン・サラ金」「デジタルコンテンツ」「不動産貸借」が上位を占める。また 70 歳以上では「株」「公社債」「ファンド型投資商品」などの投資に関する相談が目立ち、80 歳以上になると「商品デリバティブ取引」も多く寄せられ、金融商品への投資に関する相談が上位を多く占めるようになる。そのほか、80 歳以上では「新聞」「ふとん類」等、訪問販売で勧誘されやすい商品に関する相談も目立つ。一方、リフォーム工事などの「工事・建築」は、どの年代でも多くの相談が寄せられている。

【表-3】高齢者の相談 年代別の商品・役務別上位 10 位（22 年度）（単位：件）

	60歳代（15,124件）		70歳代（12,928件）		80歳以上（6,851件）	
1	フリーローン・サラ金	1,327	フリーローン・サラ金	685	工事・建築	343
2	デジタルコンテンツ	1,268	株	525	株	304
3	不動産貸借	772	工事・建築	509	新聞	212
4	工事・建築	584	不動産貸借	433	相談その他	206
5	相談その他	391	デジタルコンテンツ	427	商品一般	203
6	商品一般	386	相談その他	412	公社債	200
7	株	358	商品一般	401	ファンド型投資商品	182
8	ファンド型投資商品	276	公社債	396	ふとん類	161
9	音響・映像機器	257	ファンド型投資商品	351	商品デリバティブ取引	160
10	修理サービス	234	音響・映像機器	213	不動産貸借	156

## 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 年間及び 23 年度上半期の件数を上位 10 位まで示したものが「表-4」である。

高齢者の相談では 21 年度までは「家庭訪販」のキーワードが第 2 位を占めていたが、22 年度からは減少傾向にあり、代わりに「電話勧誘」の増加が目立っている。これは増加の目立つ利殖商法など投資に関する契約が主に電話勧誘によることの影響が大きい。また「不当請求」は 21 年度以降いったん落ち着きを見せたが、23 年度上半期には再び上位にあがっている。さらに「インターネット通販」（21 年度からの新規キーワード）についても、22 年度から増加傾向にある。

【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）

	20年度（29,894件）		21年度（32,886件）		22年度（34,903件）		23年度上半期（17,739件）	
1	解約	5,604	解約	6,233	解約	6,159	解約	3,053
2	家庭訪販	3,774	家庭訪販	4,152	電話勧誘	4,396	電話勧誘	2,475
3	信用性	3,393	高価格・料金	3,753	家庭訪販	4,018	返金	2,128
4	高価格・料金	3,351	返金	3,416	返金	4,001	信用性	1,992
5	返金	3,003	信用性	3,311	高価格・料金	3,694	家庭訪販	1,973
6	不当請求	2,676	電話勧誘	3,098	信用性	3,507	高価格・料金	1,811
7	契約	2,557	契約	2,954	契約	2,813	インターネット通販	1,368
8	説明不足	2,547	説明不足	2,624	説明不足	2,674	説明不足	1,359
9	電話勧誘	2,421	強引	2,238	強引	2,212	契約書・書面	1,447
10	インターネット	2,078	不当請求	1,874	インターネット通販	2,069	不当請求	1,248

※「インターネット」は、21 年度のキーワード改訂で廃止された。

## 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、近年特に増加が目立ち、また平均契約金額も非常に高額な「利殖商法」に関する相談について、件数の推移を示したものが「図-6」である。

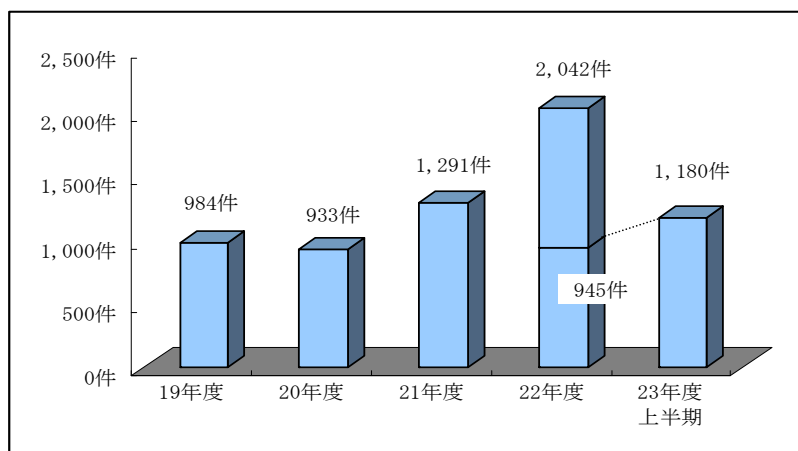
件数は21年度以降急増しており、22年度は3年前の19年度と比較すると2倍以上の増加が見られる。また、23年度上半期についても、前年同期（945件）と比べて約25%増加しており、23年度の件数も増加が見込まれる。

23年度上半期の高齢者相談における「利殖商法」の相談の中で、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く、また平均契約金額も1千万円を超えるなど、非常に高額となっている。

また、高齢者相談の「利殖方法」の上位にある商品・役務について、上・下半期ごとに推移を示したものが「図-7」である。「公社債」「ファンド型投資商品」は21年度上半期以降増加傾向にあり、特に「ファンド型投資商品」は23年度上半期に急増している。一方で「未公開株」については21年度下半期をピークに、減少傾向となっている。

23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-8」である。年代別に見ると、60歳以上の高齢者が利殖商法の3分の2を占めており、さらに全体の半数近くが70歳以上の相談であることがわかる。

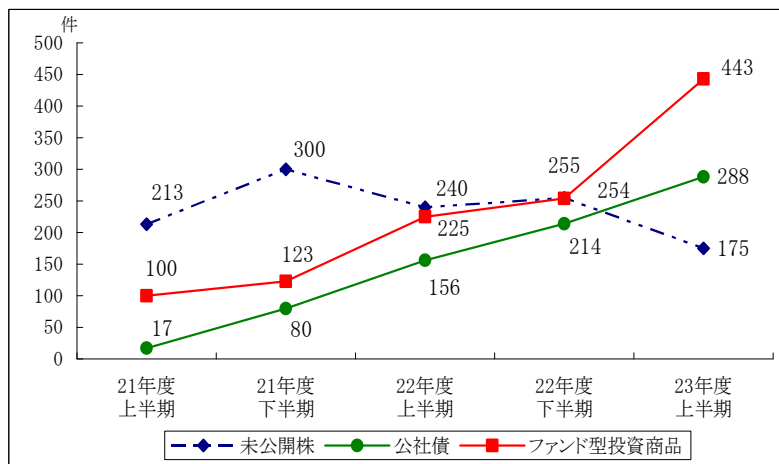
【図-6】 高齢者の相談「利殖商法」の推移



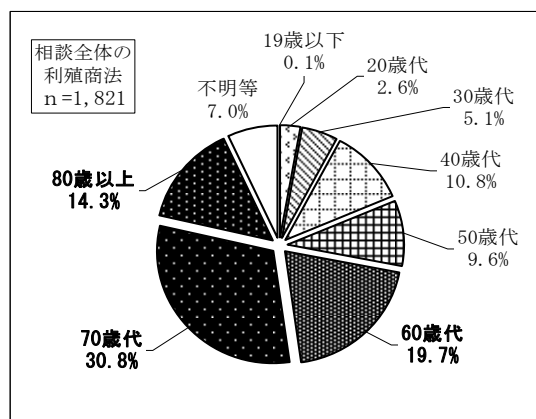
【表-5】 高齢者相談「利殖商法」の主な商品・役務上位5位(23年度上半期)

利殖商法の商品・役務別	上位5位 (1,180件)	平均契約 金額
1	ファンド型投資商品	443件 1,008万円
2	公社債	288件 982万円
3	株	192件 596万円
	未公開株	175件 610万円
4	金融関連サービスその他	50件 602万円
5	商品デリバティブ取引	37件 630万円
	海外商品先物等	22件 599万円

【図-7】 高齢者相談「利殖商法」の主な商品・役務相談件数の推移



【図-8】 「利殖商法」に関する相談契約当事者年代別（23年度上半期）



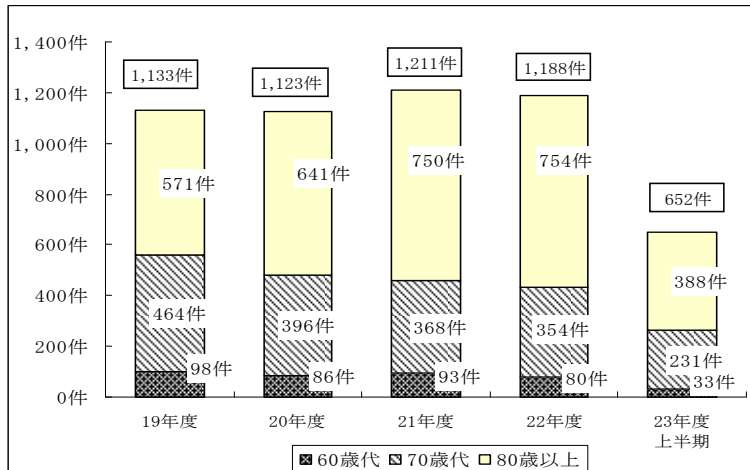
## (2) 「判断不十分者契約」

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-9」である。「判断不十分者契約」に関する相談は19年度より1,100件から1,200件台で推移しており、23年度上半期の件数を前年同期（586件）と比較すると11.3%増加していることから、23年度も高水準で推移することが予想できる。

また、23年度上半期に相談の多い商品・役務を示したものが「表-6」である。「ファンド型投資商品」が最も多く、また「株」「公社債」「投資信託」といった高額で複雑な契約に関するものが目立つ。さらに、「新聞」「ふとん類」「防災・防犯用品」などの生活用品や、リフォーム工事などの「工事・建築」などのように、訪問販売によく見られる商品やサービスも多く寄せられている。

【図-9】 高齢者の相談「判断不十分者契約」の相談件数



【表-6】 高齢者の相談「判断不十分者契約」の商品・役務別上位10位(23年度上半期)

商品・役務 (652件)		
1	ファンド型投資商品	52件
2	新聞	45件
3	ふとん類	30件
4	工事・建築	27件
5	株	23件
6	商品一般	22件
7	公社債	19件
8	投資信託	14件
8	防災・防犯用品	14件
10	かに	12件

## 9. 相談事例

### 事例1：ファンド型投資商品、二次被害、判断不十分者契約

高齢の父に、「以前被害にあった未公開株の救済をする」と発行会社Aから電話があり、「320万円を払うので、指定する証券会社Bへ連絡してほしい」と勧誘された。証券会社Bに「必要書類の費用には100万円必要。」と言われてAに確認すると、「その100万円を加えて420万円払うので、100万円をC社の信託受益権を購入してほしい」と言われ、C社と契約して100万円を支払った。父は耳が遠く判断能力も低下しているため、息子である自分が対応することにしたが、後日A社からさらに200万円を証券会社Bへ支払うよう連絡があり、信用できない。C社に払った100万円を返金してほしい。（契約者90歳代、男性）

### 事例2：デジタルコンテンツ、出会い系サイト

SNSに登録後、「表向きに話せないことがある」とのメールが知らない人から来た。有名タレントの悩みを聞いてほしいという内容だったので、信じてメール交換するために出会い系サイトに登録した。当初は無料だったが、途中から3,500円を振り込むように言われ、その後次々と請求が来るようになり結局6万円を振り込んだ。いずれの支払いも相手が後で払うと言っていたが、騙されたと気づいた。退会するにはどうすればよいか。（契約者60歳代、女性）

### 事例 3：屋根工事、震災関連

隣人の高齢者宅に業者が訪問し、地震の影響で瓦がずれている、工事的必要があると勧誘を受けた。隣人からこの話を聞き、業者に証拠の写真と見積りを出すよう交渉したが、見積りを出さないまま勝手に工事を始めてしまった。抗議すると、瓦をはずしたままブルーシートをかぶせて帰ってもいいなどと開き直られた。（契約者 70 歳代、男性）

### 事例 4：有料老人ホーム

要介護 2 の妻が有料老人ホームに入居し、5 日目に転倒して骨折したため緊急入院した。今後数ヵ月は入院する予定となったため、21 日目でホームを退去した。90 日以内なので支払った入居一時金の 750 万は返金されると思っていたが、18 万円を差し引かれた請求書が届いた。たった 5 日間の入居なのに納得できない。（契約者 80 歳代、女性）

## 10. 高齢者の相談について

高齢者相談は近年増加し続けており、また相談を寄せる年代も年々高齢化する傾向にある。

高齢者相談とひとくくりに言っても、その年代によって相談の特徴は異なる。60 歳代では、まだ現役で就労している人も多く、社会とのつながりも保たれているため、その傾向は相談全体の傾向と類似する点が多い。しかし 70 歳代、80 歳以上と年齢が上がるにつれて、訪問販売や電話勧誘販売など在宅時をねらう勧誘が多くなったり、また利殖商法など高額な契約金額に関するトラブルが増えたりするなどの傾向がみられる。また、相談を寄せる場合も、家族や身近な人を通じてであったり、事業者との自主交渉による解決が困難であったりすることが多くなる。高齢者相談では、年齢や生活環境に応じたきめ細かな相談対応が求められる。

ここ数年では、経済的不安を持つ高齢者に「必ず値上がりする」などと言って株や公社債等の金融商品などへ投資させるトラブルが目立ち、特に 23 年度はファンド型投資商品に関する相談が急増している。また、過去の投資でこうむった被害を回復するといった勧誘（二次被害）や、複数の業者を装っていかにも有利な商品だと見せかけて契約させる勧誘（劇場型）など、詐欺的な手口の事例も目立つ。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契約をさせるといった、極めて悪質なものも見られる。このような場合には、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。

さらに、近年では有料老人ホームや在宅介護サービス等において、入居一時金の返還やヘルパーなどによる実際の介護サービスに関するトラブルの相談も目立つ。改正老人福祉法が平成 24 年 4 月より施行となり、権利金等の受領禁止や短期間での契約解除の場合の返還ルール（いわゆる「90 日ルール」）など、有料老人ホームに関する見直しが予定されているが、高齢の契約者や身近な当事者においても、契約前にその内容を十分理解し、不明な点等をよく確認することが重要である。また、サービス付き高齢者向け住宅の登録制度創設等を行う「高齢者の居住の安定確保に関する法律」改正後の動向等も、今後注視していく必要がある。

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。