

「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。（※）

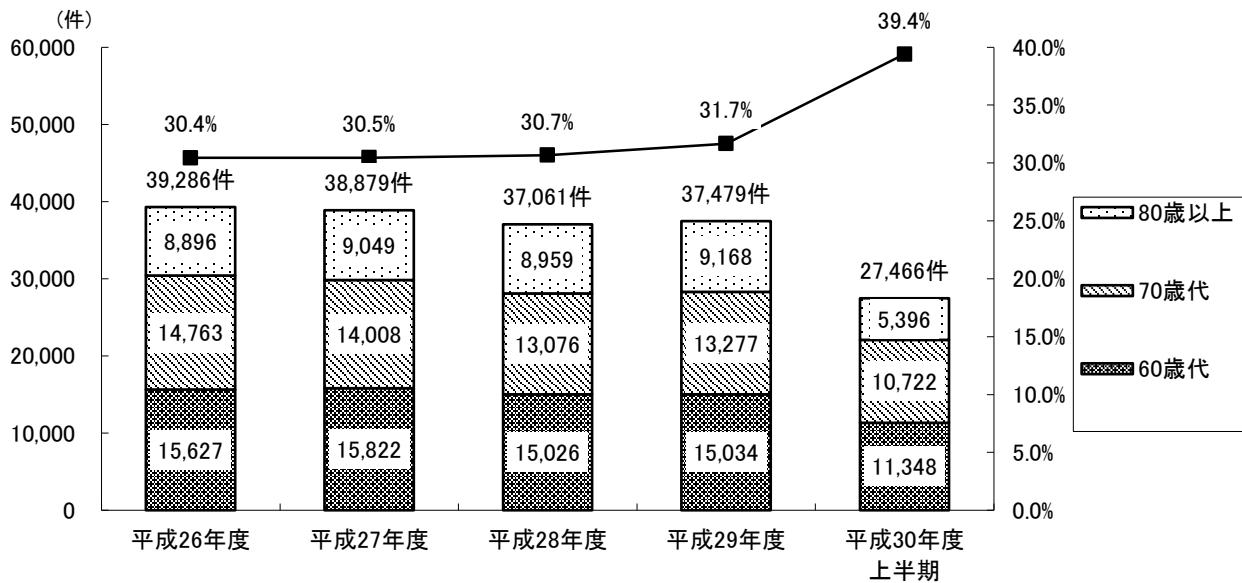
1 高齢者の相談件数

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29年度の相談件数は、前年度より1.1%（418件）増加して37,479件であった。平成30年度上半期の相談件数は27,466件で、前年同期（18,543件）と比べ48.1%の増加となった。

高齢者の相談が相談全体に占める割合を見ると、平成29年度は前年度より1.0ポイント増加（31.7%）して、引き続き全体の3割を占めている。平成30年度上半期の割合を見ると39.4%で、前年同期（31.2%）と比べ8.2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29年度は60歳代が40.1%、70歳代が35.4%、80歳以上が24.5%であった。平成30年度上半期は、60歳代が41.3%、70歳代が39.0%、80歳以上が19.6%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 26 年 4 月～平成 30 年 9 月の相談データ

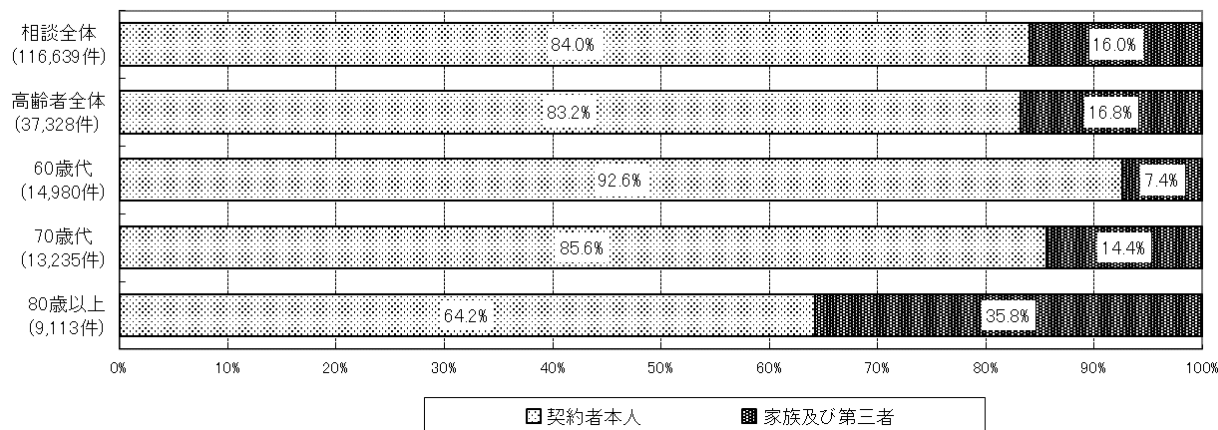
(平成 30 年度上半期のデータは平成 30 年 11 月 30 日現在の登録分)

2 相談者の内訳

平成 29 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7.4%と1割に満たないが、80歳以上になると35.8%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 29 年度)



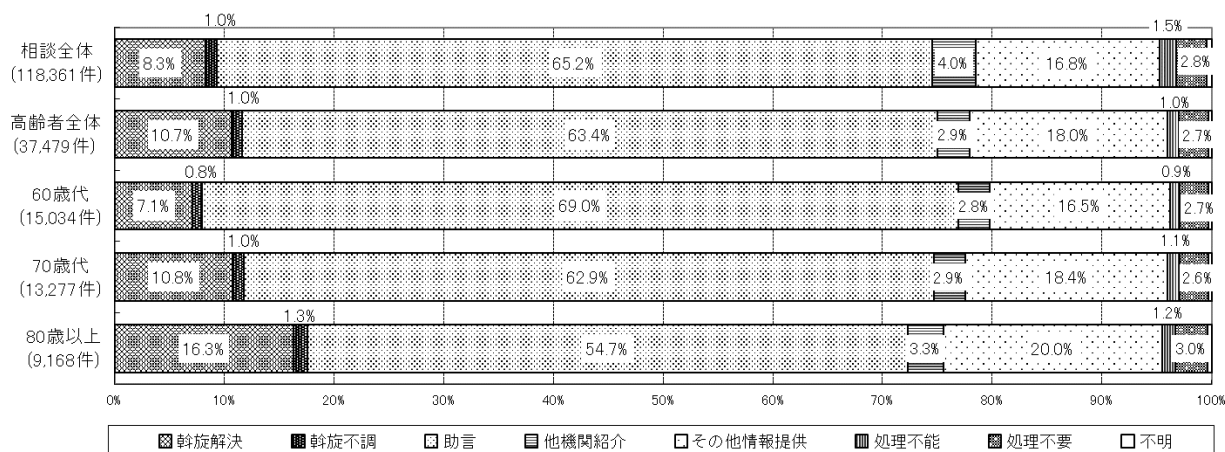
※不明等を除く

3 処理結果

平成 29 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 9.3% (斡旋解決 8.3%、斡旋不調 1.0%) であるのに対して、高齢者の相談では 60歳代が 7.9%、70歳代が 11.8%、80歳以上が 17.6% 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 29 年度)



※平成 30 年 11 月 30 日現在

4 契約購入金額

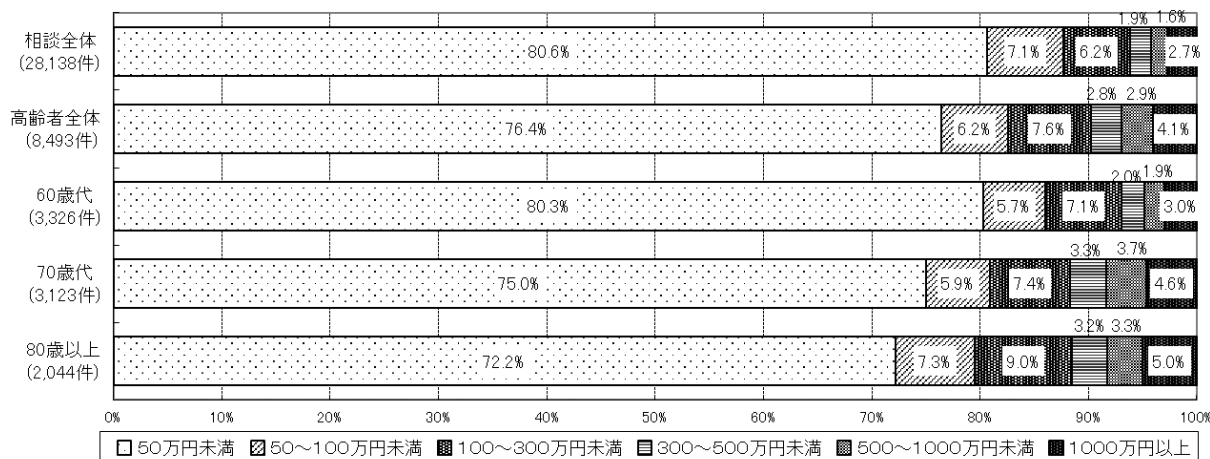
高齢者の相談について、平均契約金額の推移を示したものが「表-1」である。相談全体の平均契約金額と比べ、いずれの年度も高齢者の相談の方が高額となっている。

平成30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12.4%であるが、80歳以上では2割を占める。「1,000万円以上」の高額な契約は、相談全体における2.7%と比べて、70歳代が4.6%、80歳以上が5.0%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26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度 上半期
高齢者相談	2,069	1,833	1,897	1,780	1,616
相談全体	1,517	1,356	1,320	1,347	1,314

【図-4】 契約購入金額別割合 高齢者と相談全体の比較(平成30年度上半期)



※ 不明等を除く

5 販売購入形態

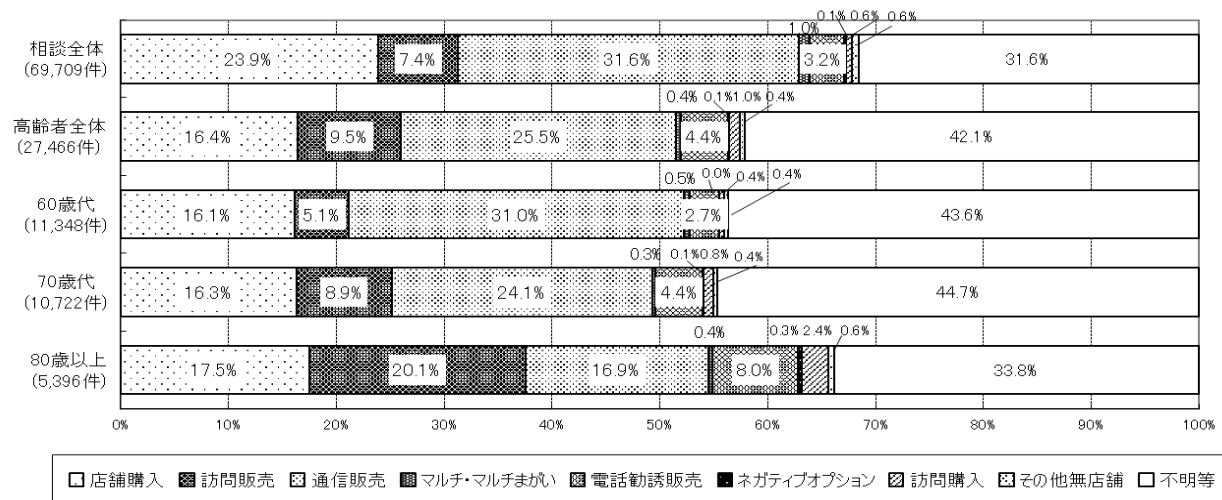
平成30年度上半期の相談について、相談全体と高齢者全体及び年代別で販売購入形態別の割合を示したものが「図-5」である。「店舗購入」の割合は、相談全体では23.9%だが、高齢者全体では16.4%とかなり減少する。

「訪問販売」の割合は、相談全体では7.4%だが、高齢者全体では9.5%を占める。年齢別にみると、60歳代では5.1%と相談全体より低い水準であるが、70歳代では8.9%を占め、80歳以上では20.1%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31.6%だが、高齢者全体では25.5%に減少する。年齢別にみると、60歳代では31.0%と相談全体とほぼ同水準であるが、70歳代では24.1%、80歳以上では16.9%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3.2%だが、高齢者全体では4.4%を占める。年齢別にみると、60歳代では2.7%と相談全体より低い水準であるが、70歳代では4.4%、80歳以上では8.0%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(平成30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

高齢者の相談について、過去3年間及び平成30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。平成30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、ほとんどの商品・役務が恒常的に上位に入っている。

「商品一般」は平成29年度に比べ平成30年度上半期は6,000件以上も増加し、平成30年度上半期には高齢者相談の35%を占めた。「『法務省管轄支局』等と称する者からの架空請求はがき」に関する相談が急増したことが要因であり、急増分のほとんどがこの相談である。

「デジタルコンテンツ一般」は平成29年度に比べ平成30年度上半期は減少傾向にあるが、「大手通信販売サイト事業者を騙る架空請求」に関する相談は引き続き多く寄せられている。

「工事・建築」は平成29年度から平成30年度にかけてやや増加している（平成29年度上半期847件）。

「ファンド型投資商品」は平成30年度上半期に急増したが、その半数以上が「株式会社ケフィア事業振興会」に関する相談であった。「株式会社ケフィア事業振興会」については、消費者庁が平成30年8月31日に「『オーナー制度』と称する取引に関し、多額の支払い遅延を発生させている」との注意喚起を行っている。同社は、平成30年9月3日に破産手続開始の申立てを東京地方裁判所に対して行い、同日付けで破産手続開始決定を受けている。

【表－2】高齢者の相談 商品・役務別上位10位

	27年度 (38,879件)		28年度 (37,061件)		29年度 (37,479件)		30年度上半期 (27,466件)	
1	アダルト情報サイト	2,548	デジタルコンテンツ一般	2,771	商品一般	3,105	商品一般	9,583
2	デジタルコンテンツ一般	2,269	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	1,104
3	工事・建築	1,759	商品一般	1,674	工事・建築	1,665	工事・建築	892
4	商品一般	1,713	工事・建築	1,581	移动通信サービス	1,157	健康食品	645
5	インターネット接続回線	1,096	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	他のデジタルコンテンツ	631
6	他のデジタルコンテンツ	1,016	移动通信サービス	1,110	インターネット接続回線	1,011	移动通信サービス	628
7	相談その他	989	他のデジタルコンテンツ	1,088	相談その他	996	ファンド型投資商品	580
8	賃貸アパート	978	健康食品	1,034	健康食品	936	インターネット接続回線	536
9	移动通信サービス	978	役務その他サービス	953	賃貸アパート	872	相談その他	486
10	役務その他サービス	982	相談その他	937	アダルト情報サイト	852	賃貸アパート	437

(2) 年代別の商品・役務別上位 10 位

平成30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。どの年代も「商品一般」が第1位であるが、いずれの年代でも「『法務省管轄支局』等と称する者からの架空請求はがき」に関する相談が多く寄せられている。

「デジタルコンテンツ一般」は、60歳代、70歳代では第2位であるが、80歳以上では11位である。いずれの年代でも「大手通信販売サイト事業者を騙る架空請求」に関する相談が多く寄せられている。

「工事・建築」は、60歳代では第5位であるが、70歳代では第3位、80歳以上では第2位となる。60歳代では「屋根工事」「衛生設備工事」「新築工事」、70歳代では「屋根工事」「塗装工事」「衛生設備工事」、80歳以上では「屋根工事」「工事・建築サービス」「塗装工事」に関する相談が多い。「工事・建築サービス」には、床下工事、除湿工事、火災保険を利用した自宅修繕、雨樋工事などの相談が寄せられている。

「土地」は、80歳以上で第5位である。なお、80歳以上の「土地」の相談は151件寄せられているが、内容キーワードで検索すると「原野商法」が最も多く付与されており、かつ151件の相談のうち100件に付与されている。

【表-3】高齢者の相談 年代別の商品・役務別上位10位(平成30年度上半期)

	60歳代(11,348件)		70歳代(10,722件)		80歳以上(5,396件)	
1	商品一般	4,666	商品一般	4,068	商品一般	849
2	デジタルコンテンツ一般	600	デジタルコンテンツ一般	395	工事・建築	311
3	他のデジタルコンテンツ	309	工事・建築	305	相談その他	169
4	健康食品	284	ファンド型投資商品	300	健康食品	163
5	工事・建築	276	移動通信サービス	248	土地	151
6	移動通信サービス	259	他のデジタルコンテンツ	236	インターネット接続回線	134
7	アダルト情報サイト	227	インターネット接続回線	200	修理サービス	127
8	賃貸アパート	214	健康食品	198	ファンド型投資商品	124
9	インターネット接続回線	202	相談その他	181	移動通信サービス	121
10	化粧品	195	修理サービス	178	新聞	112

7 相談内容

高齢者の相談内容について、過去3年間及び平成30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)

	27年度(38,879件)		28年度(37,061件)		29年度(37,479件)		30年度上半期(27,466件)	
1	インターネット通販	7,232	インターネット通販	7,427	解約一般	7,461	架空請求	10,021
2	解約一般	6,835	解約一般	7,070	インターネット通販	7,114	身分詐称	6,409
3	電話勧誘	4,661	電話勧誘	4,109	架空請求	5,243	解約一般	4,352
4	家庭訪販	4,247	家庭訪販	3,876	家庭訪販	4,440	インターネット通販	3,764
5	信用性	4,105	信用性	3,810	信用性	3,778	信用性	2,349
6	架空請求	3,824	説明不足	3,485	電話勧誘	3,702	契約書・書面一般	2,335
7	高価格・料金	3,667	架空請求	3,478	契約書・書面一般	3,553	家庭訪販	2,252
8	説明不足	3,296	高価格・料金	3,363	説明不足	3,398	詐欺	2,204
9	契約書・書面一般	3,074	契約書・書面一般	3,211	高価格・料金	3,327	返金	1,937
10	返金	2,947	返金	3,066	返金	3,045	電話勧誘	1,890

8 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年間及び平成30年度上半期の相談件数の推移と平成30年度上半期の総合計契約購入金額を示したものが、「表-5」である。

【表-5】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26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	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
家庭訪販	3,624	3,637	3,366	3,790	1,951	2,284,165,006
職場訪販	46	44	29	33	16	8,751,760
展示販売	85	64	41	61	21	23,538,340
露店販売	12	10	3	5	3	137,624
ネガティブオプション	166	191	240	157	77	812,409
テレビショッピング	348	418	400	425	232	18,940,817
インターネットオークション	67	51	54	83	40	10,234,558
インターネット通販	4,955	6,354	6,493	6,096	3,191	299,619,593
カタログ通販	148	156	127	130	73	30,147,277
アフィリエイト	20	14	29	30	17	7,434,863
業務提供誘因販売	10	12	6	6	2	1,040,000
ホームパーティ	1	1	4	3	1	250,000
アポイントメントセールス	41	30	25	25	9	26,906,200
キャッチセールス	16	17	13	19	10	772,196
電話勧誘	4,988	4,222	3,670	3,272	1,683	887,967,849
紹介販売	127	131	117	126	59	129,030,053

上記【表-5】より、相談件数が突出して多く、かつ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。

販売手口・セールストーク	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	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
家庭訪販	3,624	3,637	3,366	3,790	1,951	2,284,165,006
電話勧誘	4,988	4,222	3,670	3,272	1,683	887,967,849
インターネット通販	4,955	6,354	6,493	6,096	3,191	299,619,593

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。

よって、本分析では、高齢者に特徴的な相談として、「判断不十分者契約」についても詳述する。

9 高齢者に特徴的な相談

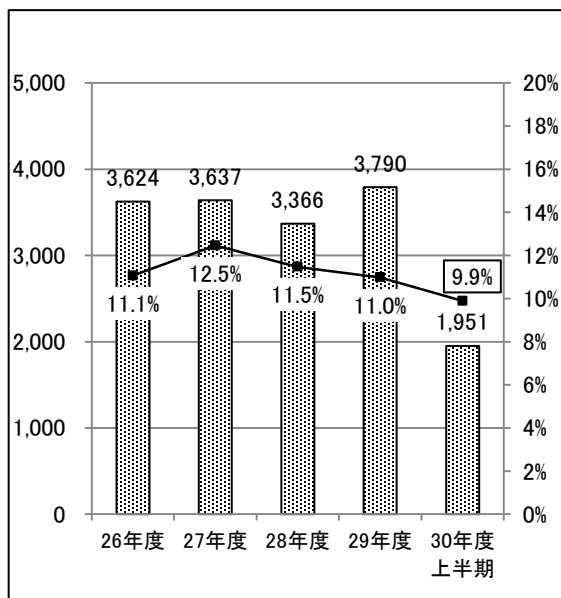
(1) 「家庭訪販」

高齢者の相談において、相談件数が恒常的に非常に多く、かつ総合計契約購入金額が突出して高い「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」の相談の割合を示したものが「図-6」である。平成30年度上半期の高齢者の相談で、「問題家庭訪販」の相談に多い商品・役務を示したものが「表-6」、それを年代別に示したものが「表-7」である。

「問題家庭訪販」に占める判断不十分者契約の割合は9.9%~12.5%と高い割合で推移している。

商品・役務別にみると、相談件数では「工事・建築」「土地」「テレビ放送サービス」の順に多い。総合計契約購入金額は「土地」「工事・建築」「給湯システム」の順に高い。

【図-6】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26年度以降3.1%~3.5%程度で推移していたが、平成30年度上半期は、2.2%となっている。

【表-6】高齢者「問題家庭訪販」の商品・役務別上位10位(平成30年度上半期)

高齢者(1,951件)			
	相談件数	総合計契約購入金額	
1	工事・建築	389	427,252,185
2	土地	171	803,551,855
3	テレビ放送サービス	147	714,375
4	新聞	146	1,721,031
5	修理サービス	106	13,861,283
6	役務その他サービス	69	4,610,263
7	インターネット接続回線	59	127,877
8	有線テレビ放送	52	79,820
9	給湯システム	43	18,421,741
10	電気	40	0
上位10位の合計(A)		1,222	1,270,340,430
問題家庭訪販全体(B)		1,951	2,284,165,006
上位10位(A)が(B)に占める割合		62.6%	55.6%

※「役務その他サービス」には、火災保険等の申請代行、床下点検、水道・下水道の点検などの相談が寄せられている。

【表-7】高齢者の相談「問題家庭訪販」年代別の商品・役務別10位(平成30年度上半期)

60歳代(364件)		70歳代(692件)		80歳以上(895件)	
1	工事・建築	82	工事・建築	118	工事・建築
2	テレビ放送サービス	48	土地	79	新聞
3	土地	26	修理サービス	51	土地
4	新聞	21	テレビ放送サービス	51	テレビ放送サービス
5	給湯システム	17	新聞	45	修理サービス
6	インターネット接続回線	17	インターネット接続回線	32	役務その他サービス
7	役務その他サービス	16	役務その他サービス	25	有線テレビ放送
8	修理サービス	14	電気	20	建物清掃サービス
9	有線テレビ放送	12	給湯システム	14	商品一般
10	普通生命保険	8	有線テレビ放送	13	都市ガス

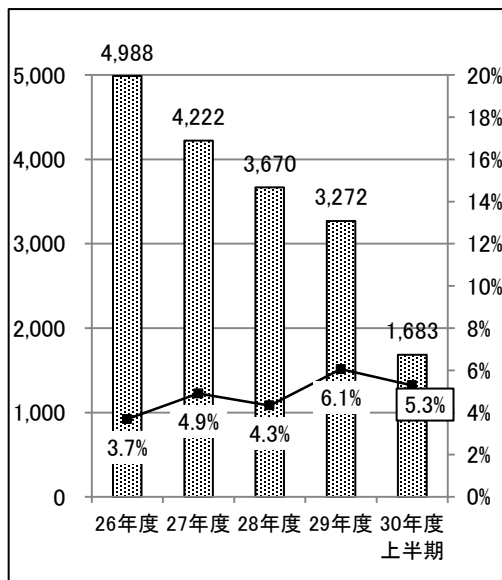
(2) 「電話勧誘」

高齢者の相談において、相談件数は近年減少傾向にあるものの非常に多く、総合計契約購入金額が高い「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」の相談の割合を示したものが「図－7」である。平成30年度上半期の高齢者の相談で、「問題電話勧誘」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。

「問題電話勧誘」に占める判断不十分者契約の割合は、平成26年度は3.7%だったが、平成29年度には6.1%、平成30年度上半期には5.3%と上昇傾向にある。

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」「商品一般」「土地」の順に多い。総合計契約購入金額では「土地」「ファンド型投資商品」「役務その他サービス」の順に高い。

【図－7】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



※高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、平成26年度以降3.1%～3.5%程度で推移していたが、平成30年度上半期は、2.2%となっている。

【表－8】高齢者「問題電話勧誘」の商品・役務別10位(平成30年度上半期)

高齢者(1,683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	258	356,249
2	商品一般	162	8,797,000
3	土地	146	489,436,455
4	魚介類	87	1,416,700
5	社会保険	86	675,565
6	健康食品	67	3,583,631
7	固定電話サービス	66	662,087
8	役務その他サービス	63	20,001,153
9	電気	60	7,000
10	工事・建築	33	17,549,200
10	ファンド型投資商品	33	105,749,689
上位10位の合計(A)		1,061	648,234,729
問題電話勧誘全体(B)		1,683	887,967,849
上位10位(A)が(B)に占める割合		63.0%	73.0%

※「役務その他サービス」には、火災保険等の申請代行、パソコンのウィルス駆除、別荘地の草刈や整地などの電話勧誘の相談が寄せられている。

【表－9】高齢者の相談「問題電話勧誘」年代別の商品・役務別10位(平成30年度上半期)

60歳代(413件)		70歳代(636件)		80歳以上(634件)	
1	インターネット接続回線	84	インターネット接続回線	95	インターネット接続回線
2	商品一般	42	土地	70	商品一般
3	社会保険	25	商品一般	62	魚介類
4	土地	20	社会保険	43	土地
5	電気	18	固定電話サービス	28	健康食品
6	固定電話サービス	14	役務その他サービス	25	固定電話サービス
7	役務その他サービス	14	健康食品	25	役務その他サービス
8	工事・建築	12	魚介類	23	電気
9	都市ガス	11	電気	21	社会保険
10	ファンド型投資商品	9	ファンド型投資商品	15	工事・建築
	化粧品	9			

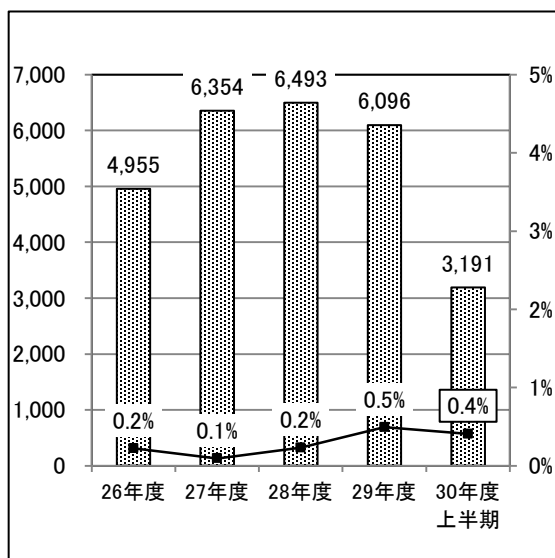
(3) 「インターネット通販」

高齢者の相談において、平成27年度以降年間6,000件台と非常に多くの相談が寄せられており、総合計契約購入金額も高い「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」の相談の割合を示したものが「図-8」である。平成30年度上半期の高齢者の相談で、「問題インターネット通販」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。

「問題インターネット通販」に占める判断不十分者契約の割合は、0.1%～0.5%と低水準で推移している。

商品・役務別にみると、相談件数では「デジタルコンテンツ一般」「他のデジタルコンテンツ」「アダルト情報サイト」の順に多い。総合計契約購入金額では「アダルト情報サイト」「デジタルコンテンツ一般」「他のデジタルコンテンツ」の順に高い。

【図-8】高齢者の相談「問題インターネット通販」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26年度以降3.1%～3.5%程度で推移していたが、平成30年度上半期は、2.2%となっている。

【表-10】高齢者「問題インターネット通販」の商品・役務別10位(平成30年度上半期)

高齢者(3,191件)			
	相談件数	総合計契約購入金額	
1	デジタルコンテンツ一般	846	59,033,324
2	他のデジタルコンテンツ	453	56,936,537
3	アダルト情報サイト	360	65,853,280
4	商品一般	324	9,776,113
5	健康食品	240	1,630,220
6	化粧品	145	1,304,562
7	他のネット通信関連サービス	67	1,884,357
8	役務その他サービス	56	2,840,586
9	音響・映像機器	53	1,777,927
10	パソコンソフト	47	1,013,712
上位10位の合計(A)		2,591	202,050,618
問題インターネット通販全体(B)		3,191	299,619,593
上位10位(A)が(B)に占める割合		81.2%	67.4%

※「デジタルコンテンツ一般」では、身におぼえないコンテンツ利用料請求、「他のデジタルコンテンツ」ではウイルス対策ソフト、情報商材の相談が多い。

【表-11】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(平成30年度上半期)

	60歳代(1,826件)		70歳代(1,054件)		80歳以上(311件)	
1	デジタルコンテンツ一般	469	デジタルコンテンツ一般	296	デジタルコンテンツ一般	81
2	他のデジタルコンテンツ	224	他のデジタルコンテンツ	164	他のデジタルコンテンツ	65
3	アダルト情報サイト	208	アダルト情報サイト	129	商品一般	44
4	健康食品	175	商品一般	113	アダルト情報サイト	23
5	商品一般	167	健康食品	55	健康食品	10
6	化粧品	86	化粧品	50	役務その他サービス	9
7	他のネット通信関連サービス	39	他のネット通信関連サービス	20	化粧品	9
8	役務その他サービス	29	パソコンソフト	19	他のネット通信関連サービス	8
9	出会い系サイト	28	音響・映像機器	18	パソコンソフト	7
10	音響・映像機器	28	役務その他サービス	18	音響・映像機器	7

(4) 「判断不十分者契約」

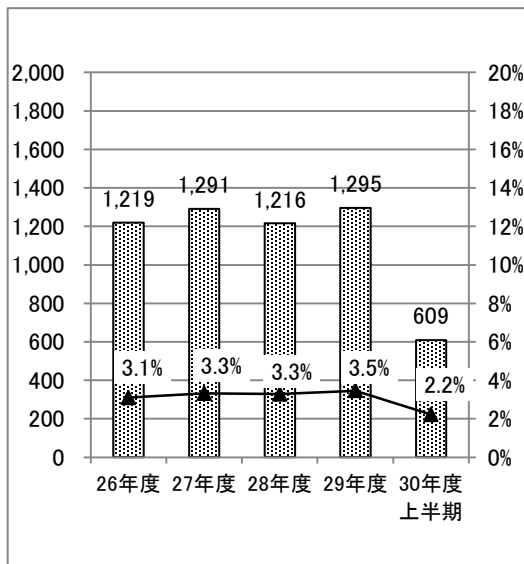
高齢者の相談において、特に悪質性が目立つ「判断不十分者契約」の相談件数の推移を示したものが「図-9」である。平成30年度上半期の高齢者の相談で、「判断不十分者契約」の相談に多い商品・役務を示したものが「表-12」、それを年代別に示したものが「表-13」である。

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、平成26年度以降3.1~3.5%で推移していたが、平成30年度上半期は2.2%となっている。「判断不十分者契約」全体の総合計契約購入金額は、平成30年度上半期で9億円に達している。

商品・役務別にみると、相談件数では「新聞」「健康食品」「工事・建築」の順に多い。総合計契約購入金額では「土地」「工事・建築」「商品一般」の順に高い。

※「判断不十分者契約」は、加齢に伴う疾病、精神障害や知的障害等、何らかの理由によって十分な判断ができない状態にある者の契約であることが問題である場合に付与する内容キーワードである。

【図-9】高齢者の相談「判断不十分者契約」の推移 【表-12】高齢者「判断不十分者契約」の商品・役務別10位(平成30年度上半期)



高齢者(609件)		
	相談件数	総合計契約購入金額
1	新聞	52
2	健康食品	39
3	工事・建築	35
4	魚介類	33
5	商品一般	28
6	土地	20
7	移动通信サービス	17
8	インターネット接続回線	16
9	化粧品	12
10	ネックレス	11
10	テレビ放送サービス	11
上位10位の合計(A)		274
判断不十分者契約全体(B)		609
上位10位(A)が(B)に占める割合		45.0%
		14.9%

※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。【図-6】【図-7】【図-8】の折れ線グラフとは異なる。

※「判断不十分者契約」全体の総合計契約購入金額は、平成26年度16億円、平成27年度26億円、平成28年度20億円、平成29年度38億円で推移している。

【表-13】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(平成30年度上半期)

60歳代(39件)		70歳代(158件)		80歳以上(412件)	
1	インターネット接続回線	3	新聞	18	新聞
2	賃貸アパート	2	健康食品	13	工事・建築
3	他のデジタルコンテンツ	2	移动通信サービス	9	魚介類
4	商品一般	2	魚介類	7	健康食品
5	パソコン	2	工事・建築	6	商品一般
6	投資信託	2	土地	6	土地
7	移动通信サービス	2	商品一般	5	インターネット接続回線
8	※以下、全て1件のため割愛		修理サービス	4	テレビ放送サービス
9			ファンド型投資商品	4	化粧品
10			役務その他サービス	4	ネックレス
			デリバティブ取引	4	

10 相談事例

事例1：土地（家庭訪販）

2か月前、「30年前に購入した他県の原野の土地を売らないか」と不動産業者が来訪し、6百数十万円の購入金額を提示してきた。その金額なら売却してよいと思い、売買契約を結ぶことにした。業者は「これでは譲渡益が発生する。また当社は3か月前に設立したばかりの新しい会社であり、あなたに抵当として土地を預けたい。ついては別の土地を買ったことにした方がよい。」と言った。そこで、その1か月後、売却と同時に、売却する土地のすぐ近くにある土地の購入契約を9百数十万円で締結した。差額分の3百数十万円は、契約日に銀行の個室で不動産会社の担当者に現金で支払った。しかし、売買契約書を読むと、特約条項に「差額金である3百数十万円にて決済することを条件とする。別紙売買契約と本契約は一体不可分の契約であることから、本契約が解除された場合、別紙売買契約も解除となる。」とある。結局は売った土地よりも3百数十万円高い土地を買わされたようだ。

(契約当事者80歳代／男性)

事例2：工事・建築（家庭訪販、判断不十分者契約）

独居の認知症の母が、3日前に「近所で工事をしている」という工務店の訪問を受け、「家の屋根が傷んでいるのが見えたので修理したほうが良い」と言われ、一昨日、総額400万円の屋根のリフォームの見積書に、施設に入居中の父の名前で署名捺印した。一昨日、母の家に行った妹がテーブルの上に見積書があるのを発見し、母に事情を聴き、業者に電話をしたが、業者の方は「近所で工事をしていたら、お母さんの方から『雨樋が壊れているので見てほしい』と言われたので、命がけで屋根に上った。既に資材を注文済みなのでキャンセルできない」と主張しているそうだ。母は契約したことをよく理解しておらず、「わかって契約したわけではないので、元に戻せるなら戻したい」と言っている。母はゆくゆくは施設に入るつもりでその契約もしているので、今、家をきれいにする必要はない状況だ。

(契約当事者80歳代／女性)

事例3：役務その他サービス（電話勧誘）

「数年前に起きた東北の大震災により外壁に亀裂ができたということを理由に、火災保険を請求することができ、保険金で修理が可能だ」との電話があった。そんなうまい話があるものかと思いつ断っていたが、ここ数日で3回電話がかかってくる。昨日は話を長く聞いてしまった。そばにいた娘は、電話中の私に向かって「詐欺だから断るように」と言ったが、なかなか電話を切ることができず、デイサービスに行かない在宅している曜日を伝えてしまった。業者は「一級建築士を連れて行くので壁の状態を見せてほしい」と言っており、今度の在宅している曜日に業者が来てしまうかもしれない。私は体が不自由で一人では対応が困難である。

(契約当事者80歳代／女性)

事例4：アダルト情報サイト（インターネット通販）

半年程前、パソコンで無料のアダルトサイトにアクセスした。何かの拍子に画面をタップしたら、突然A社の有料会員手続の登録完了画面になったようだ。その際にどんな操作をしたか忘れてしまったが、メールを送信したかもしれない。その後、ネットで調べ、ワンクリック請求なので放置していればよいとわかり、そのままにしていた。しかし、後日、B社やC社の名前で料金請求メールが届くようになった。最近のメールでは「有料動画の更新解除手続が済んでおらず、このままでは法的措置に移行する」と記載されていた。料金は約40万円と高額である。
(契約当事者 70 歳代／男性)

事例5：工事・建築（判断不十分者契約、家庭訪販）

独居の母は80歳代後半で要介護2である。ヘルパーが週3回来てくれている。今日、ヘルパーから息子である私に「費用35万円の屋根修理の契約書が置いてある」と連絡があった。契約は昨日結んだらしい。母の自宅は築40年だが、屋根修理が必要だという話は聞いていない。「名刺が置かれていた」というので、ネットでどのような会社か見たところ、信用がおけない事業者のようだ。おそらく母に声をかけてきたか、自宅を訪問して勧誘したのではないかと思われる。これから母の住まいに行き、クーリングオフ通知を出したいと思うが、そのような対処でよいか。
(契約当事者 80 歳代／女性)

1.1 課題と今後の方向性

高齢者の相談で「販売方法に何らかの問題がある相談」のうち、相談件数が突出して多く、かつ総合計契約購入金額も高額である販売形態は、「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、的を絞っ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、恒常的に相談が寄せられており、突出して高い総合計契約購入金額の数値（23億円）から、潜在化している被害金額が著しく高額であることが推察される。「家庭訪販」を契機とした被害を防ぐための社会の各分野と連携した取り組みが、これまで以上に必要であろう。

1.2 高齢者及び周囲の方へのアドバイス

高齢者の相談は増加し続けており、特に平成30年度上半期の相談件数は増加しています。

一口に高齢者の相談と言っても、その販売形態によって、相談の特徴は異なります。

高齢者の相談の中でも「何らかの問題がある『家庭訪販』」は、相談件数が恒常的に多く、かつ総合計契約購入金額が突出して高くなっています。また、「判断不十分者契約」とは、認知症などによって十分な判断ができない状態にあることが問題である消費者の契約のことですが、「何らかの問題がある『家庭訪販』」に占める判断不十分者契約の割合は9.9%～12.5%となっています。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%で推移しているため、これと比較すると、「何らかの問題がある『家庭訪販』」に占める判断不十分者契約の割合が高いことがご理解いただけるものと思います。

また、「何らかの問題がある『電話勧誘』」は、相談件数が近年減少傾向にあるものの依然

として多く、総合計契約購入金額も高くなっています。「何らかの問題がある『電話勧誘』」に占める判断不十分者契約の割合は平成26年度は3.7%でしたが、平成29年度には6.1%、平成30年度上半期には5.3%と比較的高い割合で推移しています。

上記のデータが示しているように、認知症など判断能力の低下した高齢者に契約内容をよく理解させないまま、契約させるという、極めて悪質な事例が後を絶ちません。

このため、高齢者の消費者被害の未然・拡大防止には、家族や地域の方々、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。当センターでは、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。