

「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、毎年度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。（※）

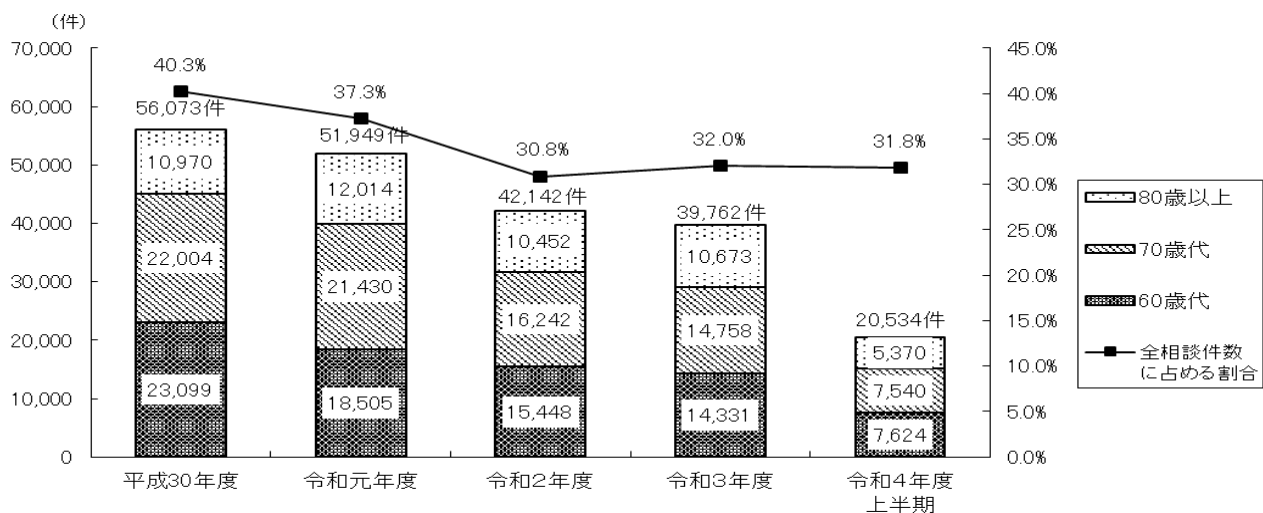
1 高齢者の相談件数

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。令和3年度の相談件数は、前年度より5.6%（2,380件）減少して39,762件であった。令和4年度上半期の相談件数は20,534件で、前年同期（20,180件）と比べ1.8%（354件）の増加となった。これは、「お試し無料」「初回限定〇〇円」等のセールストークに惹かれて「化粧品」を購入したが、実際は定期購入だったという相談が37.6%増加していること等があげられる。

高齢者の相談が相談全体に占める割合を見ると、令和3年度は前年度より1.2ポイント増加（32.0%）し、全体の約3割強となっている。令和4年度上半期の割合を見ると31.8%で、前年同期（32.0%）と比べ0.2ポイント減少となっている。

さらに、高齢者の年代別の割合を見ると、令和3年度は60歳代が36.0%、70歳代が37.1%、80歳以上が26.8%であった。令和4年度上半期は、60歳代が37.1%、70歳代が36.7%、80歳以上が26.2%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30年4月～令和4年9月の相談データ

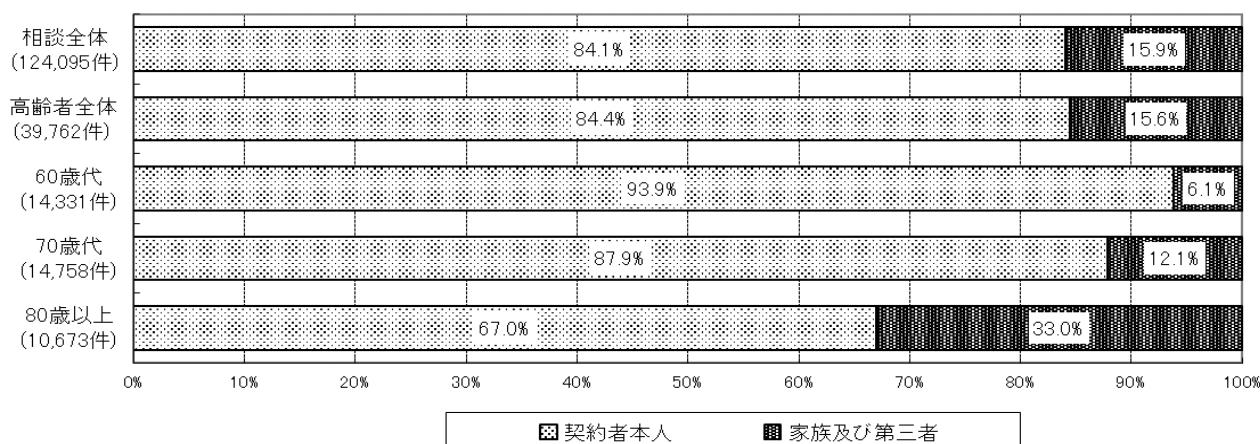
(令和4年度上半期のデータは令和4年11月30日現在の登録分)

2 相談者の内訳

令和3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、ケアマネジャー等の第三者から相談が寄せられることが多い。これは、80歳以上の契約者本人が身体的・精神的な理由により相談することが難しいことや被害に遭ったことに気づいていない等が理由と考えられる。家族や第三者からの相談は、60歳代では6.1%と1割に満たないが、80歳以上になると33.0%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ている。

【図-2】 高齢者の相談に占める本人と家族・第三者の割合(令和3年度)



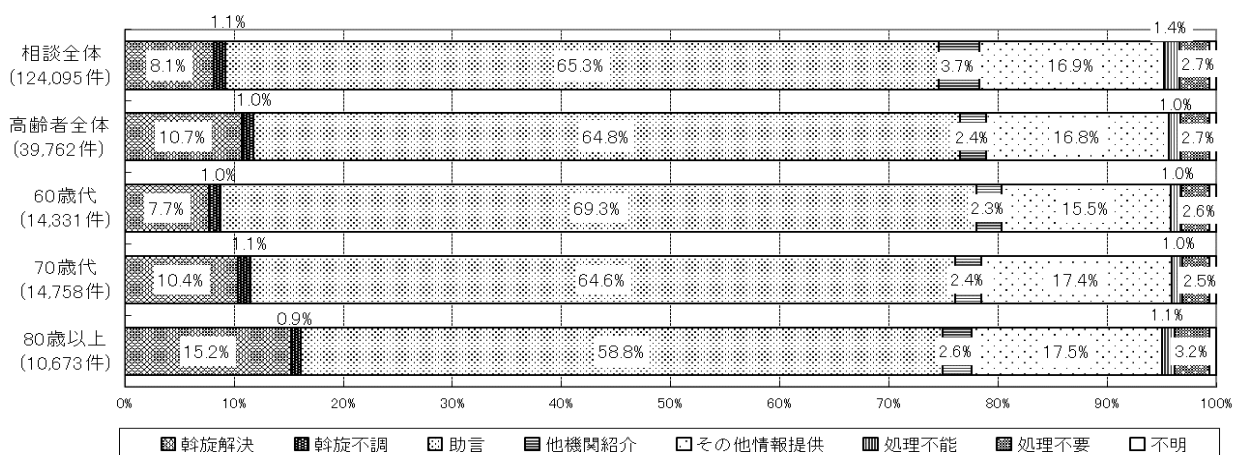
※不明等を除く

3 処理結果

令和3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。また、「斡旋」を行った割合については、相談全体が9.2%（斡旋解決8.1%、斡旋不調1.1%）であるのに対して、高齢者の相談では全体で11.7%となっており、特に80歳以上では16.1%と「斡旋」の割合が相談全体の1.75倍と増加し、自主交渉による解決の割合が減少する。

【図-3】 高齢者の相談と相談全体の処理結果の割合(令和3年度)



※令和4年11月30日現在

4 契約購入金額

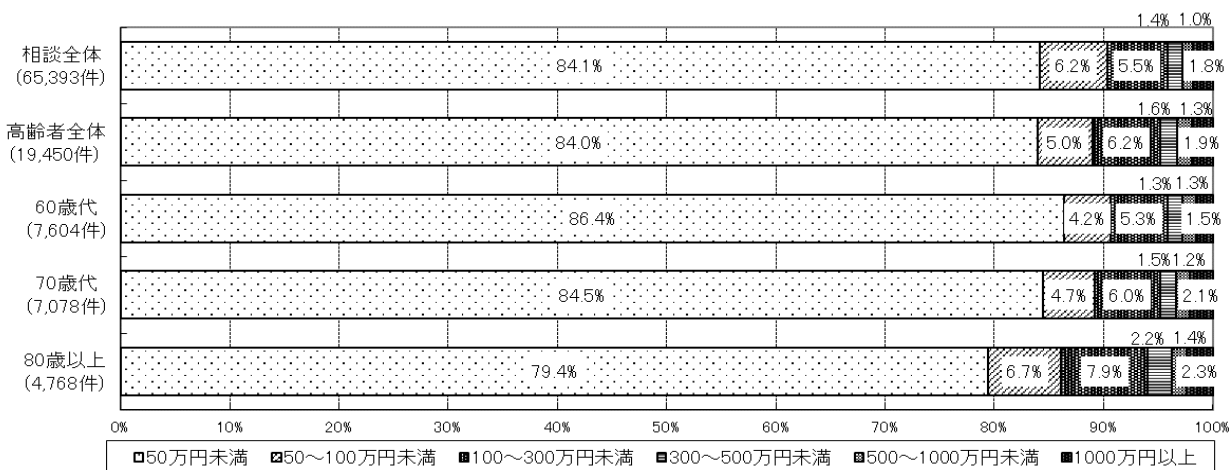
高齢者の相談について、平均契約金額の推移を示したものが「表-1」である。相談全体の平均契約金額と比べ、令和2年度までは高齢者の相談が高額だが、令和3年度ではほぼ同額になり、令和4年度上半期では相談全体が高額となっている。これは高齢者の相談に、定期購入等の比較的少額なものが増えたことが影響していると思われる。

一方で、令和4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「図-4」を見ると、契約購入金額が100万円以上の相談の割合は、相談全体で9.7%であるが、80歳以上では13.8%となっている。また、「1,000万円以上」の高額な契約は、相談全体では1.8%であるが、70歳代では2.1%、80歳以上が2.3%となる等、年齢とともに高額な契約トラブルの割合が高くなっている。

【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30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度 上半期
高齢者相談	1,463	1,452	958	946	967
相談全体	1,260	1,179	888	946	984

【図-4】 契約購入金額別割合 高齢者と相談全体の比較(令和4年度上半期)



※不明等を除く

5 販売購入形態

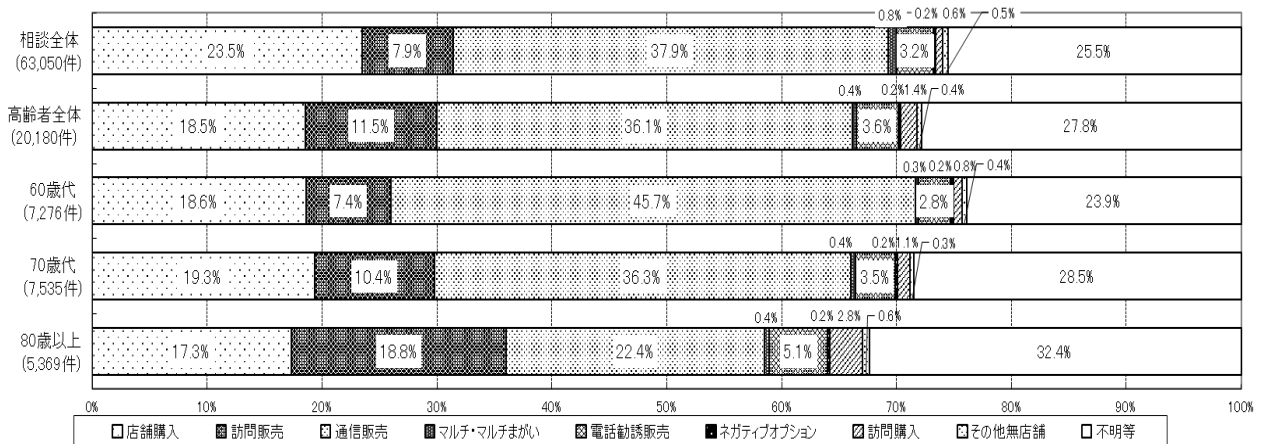
令和4年度上半期の相談について、相談全体と高齢者全体及び年代別で販売購入形態別の割合を示したものが「図-5」である。「店舗購入」の割合は、相談全体では23.5%だが、高齢者全体では18.5%と減少する。

「訪問販売」の割合は、相談全体では7.9%だが、高齢者全体では11.5%を占める。年齢別にみると、60歳代では7.4%と相談全体より低い、70歳代では10.4%を占め、80歳以上では18.8%と、相談全体に比べて10ポイント以上高くなっている。

「通信販売」の割合は、相談全体では37.9%であり、高齢者全体では36.1%となっている。年齢別にみると、60歳代では45.7%と相談全体よりやや多く、70歳代では36.3%、80歳以上では22.4%と相談全体より低くなっている。

「電話勧誘販売」の割合は、相談全体では3.2%であり、高齢者全体では3.6%となっている。年齢別にみると、60歳代では2.8%、70歳代では3.5%、80歳以上では5.1%と相談全体より高くなっている。

【図－5】高齢者の相談 販売購入形態別割合(令和4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年間及び令和4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4年度上半期は、主に定期購入に関する相談が多く、商品別では「化粧品」（前年同期1,218件）が増加した一方、「健康食品」は減少している。

このほか上位10位となった商品・役務は、順位に変動はあるものの、恒常的に上位に入っている商品・役務が多い。

「商品一般」は、高齢者の商品・役務別相談件数の第1位となっているが、令和元年度の13,390件から年々大きく減少し、令和3年度は3,184件、令和4年度上半期は1,714件（前年同期は1,674件）となっている。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」に関する相談が年々減少していることが要因と考えられる。令和4年度上半期は、実在する大手通販サイトや宅配業者を騙る不審なSMS（ショートメッセージサービス）、メールが届いたといった「迷惑メール」に関する相談が多く寄せられた。

「化粧品」は、令和元年度1,420件、令和2年度1,735件、令和3年度2,384件、令和4年度上半期には1,676件（前年同期は1,218件）と年々増加傾向になっている。インターネット通販での「定期購入」に関する相談が引き続き多く寄せられており、化粧品のなかでも「乳液」「シャンプー」に関する相談が増加している。

「工事・建築」の相談は、令和元年度に2,256件と2,000件を超えてから令和3年度まで2,000件台で推移している。令和4年度上半期も1,206件（前年同期は1,273件）となっている。「家庭訪問」に関する相談が引き続き多い傾向にあり、なかでも点検に来たと言って来訪し、「工事をしないと危険」等と言って高額な屋根工事等を契約させる「点検商法」に関する相談が多く寄せられている。

「健康食品」は、令和元年度1,780件、令和2年度1,987件、令和3年度1,276件、令和4年度上半期665件（前年同期は701件）と年度により増減があるものの、毎年度1,000～2,000件程度と多くの相談が寄せられている。インターネット通販での「定期購入」に関する相談が多く、健康食品のなかでもダイエット等の「サプリメント」の相談が多く寄せられている。

【表－2】高齢者の相談 商品・役務別上位 10 位

	元年度 (51,949件)		令和2年度 (42,142件)		令和3年度 (39,760件)		令和4年度上半期 (20,534件)	
1	商品一般	13,390	商品一般	4,239	商品一般	3,184	商品一般	1,714
2	工事・建築	2,256	工事・建築	2,200	工事・建築	2,519	化粧品	1,676
3	健康食品	1,780	健康食品	1,987	化粧品	2,384	工事・建築	1,206
4	移动通信サービス	1,448	化粧品	1,735	移动通信サービス	1,469	健康食品	665
5	化粧品	1,420	役務その他サービス	1,400	健康食品	1,276	移动通信サービス	579
6	役務その他サービス	1,236	移动通信サービス	1,331	役務その他サービス	1,211	役務その他サービス	542
7	インターネット接続回線	1,216	保健衛生品その他	1,260	修理サービス	1,139	修理サービス	463
8	他のデジタルコンテンツ	1,072	他のデジタルコンテンツ	1,151	賃貸アパート	925	賃貸アパート	428
9	賃貸アパート	942	修理サービス	1,022	相談その他	802	相談その他	396
10	相談その他	999	相談その他	907	電気	761	インターネット接続回線	361

(2) 年代別の商品・役務別上位 10 位

令和4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。

上位となっている商品・役務は高齢者全体と比較しても大差はないが、「化粧品」は、60歳代で第1位、70歳代で第2位、80歳以上で第3位と年齢が高くなるにつれ件数が減少している。一方、「工事・建築」は、60歳代、70歳代で第3位、80歳以上では第2位と相談件数の順位が高い。同様に、屋根や雨樋、トイレの詰まり等の「修理サービス」も60歳代で第8位、70歳代で第7位、80歳以上では第5位と多くなっている。さらに、電気料金の契約切り替えに関する「電気」でも60歳代で第13位（105件）、70歳代で第10位、80歳以上でも第11位（95件）となっている。高齢者で相談件数の多い「工事・建築」「修理サービス」「電気」には共通して「家庭訪販」に関する相談が多くなっている。

【表－3】高齢者の相談 年代別の商品・役務別上位10位(令和4年度上半期)

	60歳代(7,624件)		70歳代(7,540件)		80歳以上(5,370件)	
1	化粧品	775	商品一般	688	商品一般	442
2	商品一般	584	化粧品	651	工事・建築	411
3	工事・建築	363	工事・建築	432	化粧品	250
4	健康食品	244	移动通信サービス	245	健康食品	196
5	賃貸アパート	228	健康食品	225	修理サービス	160
6	移动通信サービス	194	役務その他サービス	206	新聞	146
7	役務その他サービス	193	修理サービス	154	役務その他サービス	143
8	修理サービス	149	相談その他	152	移动通信サービス	140
9	インターネット接続回線	144	インターネット接続回線	147	相談その他	136
10	アダルト情報	130	電気	139	魚介類	106

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4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。インターネット通販が2位で定着していることとともに、電子広告の順位が上がってきていることから、インターネット通販被害が高齢者にも増えてきていることがわかる。

【表-4】高齢者の相談 内容キーワード上位10位 (複数集計)

	元年度(51,949件)	2年度(42,142件)	3年度(39,760件)	4年度上半期(20,180件)
1 架空請求	12,082	解約一般 10,255	解約一般 10,104	解約一般 5,727
2 解約一般	10,243	インターネット通販 9,692	インターネット通販 8,717	インターネット通販 5,098
3 インターネット通販	7,473	信用性 4,721	家庭訪販 4,725	電子広告 2,416
4 身分詐称	6,357	家庭訪販 4,256	契約書・書面一般 4,217	定期購入 2,237
5 信用性	5,188	連絡不能 4,078	高価格・料金 4,169	連絡不能 2,150
6 家庭訪販	4,640	高価格・料金 3,967	信用性 4,103	高価格・料金 2,117
7 契約書・書面一般	4,597	契約書・書面一般 3,942	電子広告 3,805	返金 2,080
8 説明不足	3,855	返金 3,881	連絡不能 3,744	信用性 2,031
9 高価格・料金	3,839	電子広告 3,568	返金 3,735	契約書・書面一般 2,021
10 電話勧誘	3,725	説明不足 3,336	説明不足 3,383	家庭訪販 2,002

8 高齢者の「判断不十分者契約」の相談について

高齢者の相談の中でも悪質性が高いのが、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。「表-6」を見ると、「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38件、70歳代では138件、80歳以上では502件となる（令和4年度上半期）。加齢による疾病や、認知機能の低下により十分な判断ができない状態にある高齢者がトラブルに巻き込まれるケースが70歳代で増え始め、80歳以上になると急増していることがわかる。

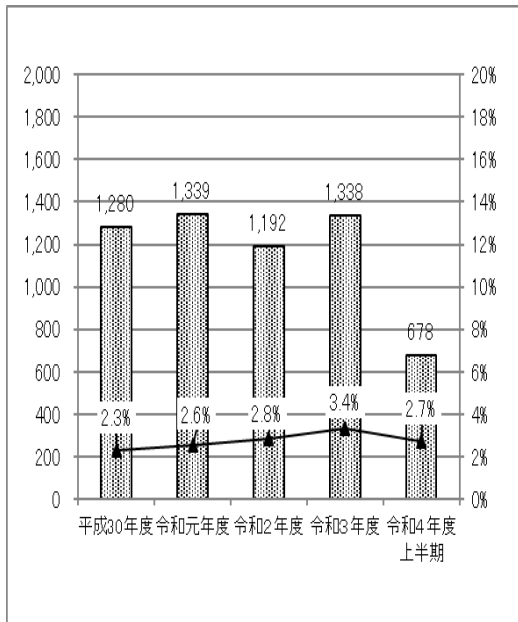
高齢者の相談において、「判断不十分者契約」の相談件数の推移を示したものが「図-6」である。令和4年度上半期の高齢者の相談で、「判断不十分者契約」の相談に多い商品・役務を示したものが「表-5」、それを年代別に示したものが「表-6」である。

相談件数は、恒常的に1,100～1300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%～3%台で推移しており、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4年度上半期で約9億3千万円となっている。

商品・役務別に見ると、相談件数では「工事・建築」「新聞」「健康食品」の順に多い。総合計契約購入金額では「工事・建築」「中古分譲マンション」「役務その他サービス」の順に高い。

「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(32.4%)」が最も多く、次いで「通信販売(19.8%)」「電話勧誘販売(11.5%)」「店舗購入(11.2%)」が続く。

【図－6】高齢者「判断不十分者契約」に関する相談件数の推移



※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・役務別上位15位(令和4年度上半期)

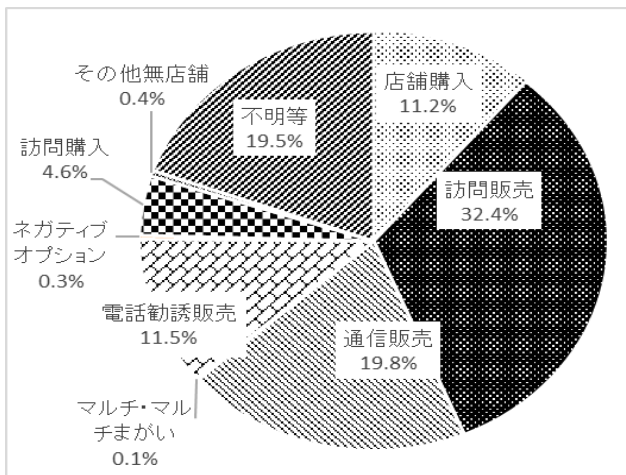
高齢者(678件)		
	相談件数	総合計 契約購入金額
1	工事・建築	64
2	新聞	57
3	健康食品	56
4	魚介類	43
5	化粧品	41
6	商品一般	29
7	移动通信サービス	20
8	修理サービス	17
8	役務その他サービス	17
10	インターネット接続回線	12
11	指輪	9
12	書籍	9
13	中古分譲マンション	7
14	ふとん類	7
15	普通生命保険	7
上位15位の合計(A)		395
判断不十分者契約全体(B)		678
上位15位(A)が(B)に占める割合		58.3%
		20.8%

【表－6】高齢者の相談「判断不十分者契約」年代別の商品・役務別上位10位(令和4年度上半期)

60歳代(38件)		70歳代(138件)		80歳以上(502件)	
1	商品一般	3	健康食品	13	工事・建築
2	新聞	3	化粧品	10	新聞
3	工事・建築	3	工事・建築	10	健康食品
4	フリーローン・サラ金	3	魚介類	8	魚介類
5	健康食品	2	商品一般	7	化粧品
6	移动通信サービス	2	新聞	7	商品一般
7	インターネット接続回線	2	移动通信サービス	7	修理サービス
8			修理サービス	4	役務その他サービス
9			投資信託	4	移动通信サービス
10			インターネット接続回線	4	土地

8位以下1件のため割愛

【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4年度上半期)



9 販売方法に何らかの問題がある相談（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4年度上半期の相談件数の推移と令和4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

販売形態	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度上半期	令和4年度上半期総合計契約購入金額
家庭訪販	3,888	3,941	3,721	4,076	1,705	1,565,963,299
職場訪販	29	34	24	18	9	11,537,578
展示販売	52	44	34	31	24	13,790,945
露店販売	5	3	4	3	0	0
ネガティブオプション	139	175	763	452	214	469,236
テレビショッピング	475	471	695	717	393	7,121,476
インターネットオークション	82	60	73	70	35	3,313,538
フリマサービス	—	—	—	92	49	1,288,102
インターネット通販	6,172	5,844	7,483	6,804	4,019	658,842,994
カタログ通販	145	141	151	150	49	1,097,073
アフィリエイト	23	15	17	25	8	5,947,272
業務提供誘引販売	5	3	8	5	1	0
ホームパーティ	3	0	1	1	2	30,000
アポイントメントセールス	29	46	41	31	17	16,656,520
キャッチセールス	24	23	18	23	24	1,915,572
電話勧誘	3,396	3,293	2,484	2,317	1,065	403,422,255
紹介販売	118	118	76	80	40	48,559,760

「表-7」において、令和4年度上半期の相談件数が多く、総合計契約購入金額が高額である販売形態の上位3位までを示したものが「表-8」である。

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

令和4年度上半期の相談件数を前年同期と比較すると、「インターネット通販」では増加、「家庭訪販」「電話勧誘」では減少している。総合計契約購入金額を前年同期と比較すると、「家庭訪販」では約3.1億円、「インターネット通販」では約2.1億円、「電話勧誘」では約2.2億円増加している。

【表-8】高齢者「販売方法」が付与された相談「販売形態」別件数上位3位

販売形態	平成30年度	平成元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度上半期	令和4年度上半期総合計契約購入金額
家庭訪販	3,888	3,941	3,721	4,076	1,705	1,565,963,299
インターネット通販	6,172	5,844	7,483	6,804	4,019	658,842,994
電話勧誘	3,396	3,293	2,484	2,317	1,065	403,422,255

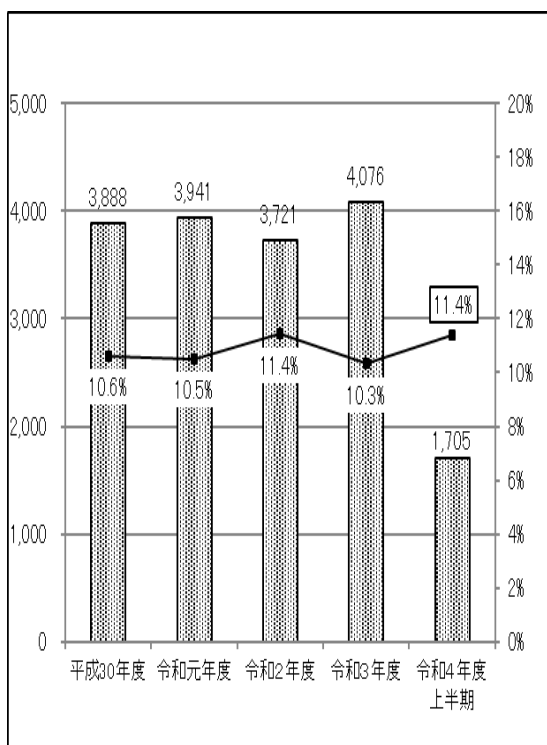
10 高齢者に特徴的な相談

(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(10.3%~11.4%)を示したものが「図-8」、令和4年度上半期の相談に多い商品・役務を示したものが「表-9」、それを年代別に示したものが「表-10」である。

商品・役務別にみると、相談件数では「工事・建築」「新聞」「修理サービス」の順に多い。総合計契約購入金額は「工事・建築」「貴金属」「修理サービス」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、令和3年度及び令和4年度上半期は3%程度であるのに対して「問題家庭訪販」では10~11%程度となっている。

【表-9】高齢者「問題家庭訪販」の商品・役務別上位15位(令和4年度上半期)

高齢者(1,705件)		
	相談件数	総合計契約購入金額
1	工事・建築	653
2	新聞	145
3	修理サービス	139
4	役務その他サービス	44
5	電気	41
6	インターネット接続回線	33
7	有線テレビ	33
8	駆除サービス	30
9	ふとん類	29
10	商品一般	27
11	貴金属	20
12	テレビ放映サービス	19
13	建物清掃サービス	18
14	都市ガス	16
15	給湯サービス	16
上位15位の合計(A)		1,263
問題家庭訪販全体(B)		1,705
上位15位(A)が(B)に占める割合		74.1%
		51.8%

※「役務その他サービス」には、アナログ回線戻しのサポート契約に関する相談等が寄せられている。

【表-10】高齢者の相談「問題家庭訪販」年代別の商品・役務別上位10位(令和4年度上半期)

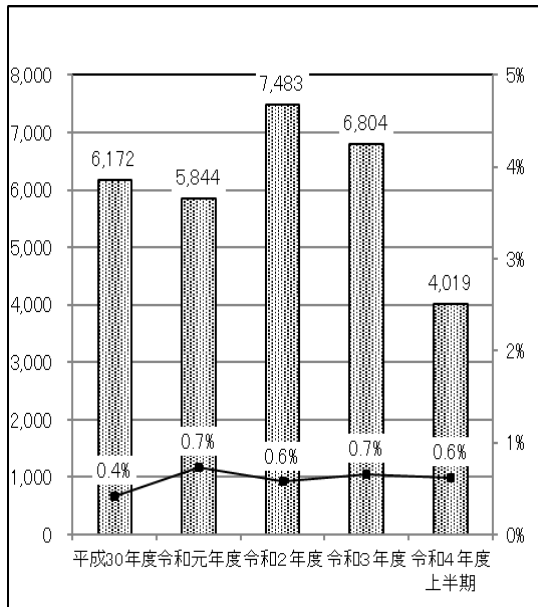
60歳代(368件)		70歳代(537件)		80歳代(800件)	
1	工事・建築	179	工事・建築	209	工事・建築
2	修理サービス	41	修理サービス	44	新聞
3	新聞	18	新聞	36	修理サービス
4	インターネット回線	16	有線テレビ	16	役務その他サービス
5	電気	9	電気	13	電気
6	役務その他サービス	8	ふとん類	11	ふとん類
7	有線テレビ	6	駆除サービス	11	商品一般
8	廃品回収サービス	6	役務その他サービス	11	駆除サービス
9	商品一般	4	インターネット接続回線	10	他の台所用品
10	指輪	4	商品一般	8	有線テレビ
	テレビ放映サービス	4	貴金属	8	建物清掃サービス
	駆除サービス	4			

(2) 「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（0.4%～0.7%）を示したものが「図－9」、令和4年度上半期の相談に多い商品・役務を示したものが「表－11」、それを年代別に示したものが「表－12」である。

商品・役務別にみると、相談件数では「お試し無料」「初回限定〇〇円」等のセールストークを見て、シャンプーや美容液、ダイエットサプリメント等を購入したが実際は定期購入だったという「化粧品」「健康食品」の相談、アダルト情報サイトのワンクリック請求に関する相談が上位を占めた。総合計契約購入金額では「出会い系サイト・アプリ」「アダルト情報」「折とうサービス」の順に高い。

【図－9】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 【表－11】高齢者「問題インターネット通販」の商品・役務別上位15位(令和4年度上半期)



高齢者(4,019件)		
	相談件数	総合計 契約購入金額
1	化粧品	1,086
2	健康食品	269
3	アダルト情報	236
4	商品一般	197
5	役務その他サービス	169
6	出会い系サイト・アプリ	75
7	紳士・婦人用バッグ	61
8	折とうサービス	59
9	サンダル	56
10	他の娯楽等情報配信サービス	50
11	婦人下着	46
12	腕時計	46
13	書籍	42
14	ウイルス対策ソフト	42
15	映像配信サービス	41
上位15位の合計(A)		2,475
問題インターネット通販全体(B)		4,019
上位15位(A)が(B)に占める割合		61.6%
		38.7%

※高齢者の相談に占める「判断不十分者契約」の割合は、令和3年度及び令和4年度上半期は3%程度であるのに対して「問題インターネット通販」では1%未満となっている。

※「役務その他サービス」には、無料の質問サイトだと思ったら有料サイトに申し込んでいたといった相談が多く寄せられている。

【表－12】高齢者の相談「問題インターネット通販」年代別の商品・役務別上位10位(令和4年度上半期)

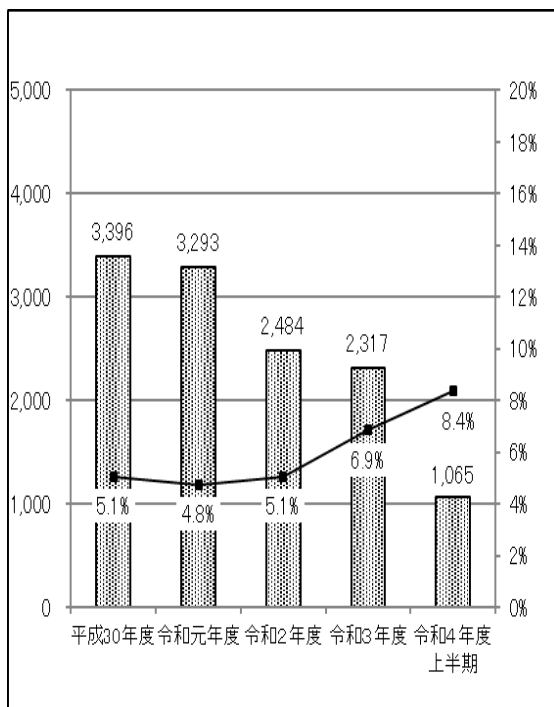
60歳代(2,214件)		70歳代(1,418件)		80歳以上(387件)		
1	化粧品	588	化粧品	404	化粧品	94
2	健康食品	149	アダルト情報	106	商品一般	39
3	アダルト情報	107	健康食品	98	役務その他サービス	32
4	商品一般	66	商品一般	92	アダルト情報	23
5	役務その他サービス	60	役務その他サービス	77	健康食品	22
6	紳士・婦人用バッグ	43	折とうサービス	28	出会い系サイト・アプリ	15
7	サンダル	40	出会い系サイト・アプリ	24	折とうサービス	9
8	婦人下着	36	他の娯楽等情報配信サービス	20	複合サービス会員	8
9	出会い系サイト・アプリ	36	ウイルス対策ソフト	20	他の娯楽等情報配信サービス	7
10	腕時計	33	ペット用品	18	ウイルス対策ソフト	6

(3) 「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（4.8%～8.4%）を示したものが「図－10」、令和4年度上半期の相談に多い商品・役務を示したものが「表－13」、それを年代別に示したものが「表－14」である。

商品・役務別にみると、相談件数では「魚介類」「社会保険」「商品一般（不審な電話等）」の順に多い。総合計契約購入金額では「工事・建築」「土地（原野商法等）」「役務その他サービス」の順に高い。

【図－10】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、令和3年度及び令和4年度上半期は3%程度であるのに対して「問題電話勧誘」では4～8%程度となっている。

【表－13】高齢者「問題電話勧誘」の商品・役務別上位15位（令和4年度上半期）

高齢者(1,065件)			
		相談件数	総合計 契約購入金額
1	魚介類	166	2,352,900
2	社会保険	118	126,168
3	商品一般	99	561,920
4	インターネット接続回線	85	206,416
5	役務その他サービス	57	6,711,732
6	健康食品	50	1,197,582
7	化粧品	42	682,799
8	工事・建築	29	13,811,047
9	電気	18	99,754
10	ウィルス対策ソフト	17	697,500
11	土地	15	12,300,000
12	新聞	12	27,500
13	駆除サービス	12	160,000
14	ふとん類	10	153,752
15	修理サービス	10	393,000
上位15位の合計(A)		740	39,482,070
問題電話勧誘全体(B)		1,065	403,422,255
上位15位(A)が(B)に占める割合		69.5%	9.8%

※「役務その他サービス」には、アナログ回線戻しのサポート契約に関する相談、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－14】高齢者の相談「問題電話勧誘」年代別の商品・役務別上位10位（令和4年度上半期）

60歳代(302件)		70歳代(361件)		80歳以上(402件)		
1	魚介類	46	社会保険	56	魚介類	73
2	インターネット接続回線	32	インターネット接続回線	34	商品一般	41
3	社会保険	28	商品一般	33	社会保険	34
4	商品一般	25	魚介類	33	健康食品	32
5	役務その他サービス	17	役務その他サービス	22	インターネット接続回線	19
6	ウィルス対策ソフト	10	電気	9	役務その他サービス	18
7	化粧品	10	工事・建築	9	化粧品	17
8	工事・建築	7	化粧品	9	工事・建築	13
9	他の内職・副業	7	健康食品	9	駆除サービス	9
10	修理サービス	5	ウィルス対策ソフト	7	新聞	8
	金融コンサルティング	5				
	固定電話サービス	5				

1 1 相談事例

事例 1：工事・建築（家庭訪販）

近所で屋根工事をしているという業者が「屋根の具合の悪そうなのが目に入ったので、無料で見てあげる」と訪問してきた。業者は屋根に上り、屋根の一部がめくれあがっている写真を撮って見せてきた。災害に備えて今のうちに工事をした方がよいと熱心に勧められ、その気になって契約をした。近郊に住む家族に相談したところ、値段が高く、信ぴょう性に欠けると言われ、我に返った。契約を取り消したい。

（契約当事者 70 歳代／男性）

事例 2：化粧品（インターネット通販）

スマホで割引広告を見て、白髪染めシャンプーを申し込んだ。数日後商品が届き 1 回使ってみたが、首に湿疹ができ肌に合わないようなので使用をやめた。1 回限りの商品だと思っていたが、2 回目の商品が届き、受け取ってしまった。中にはシャンプーが 3 本も入っており、請求書に記載された値段も高額である。業者に電話をかけ返品を申出たが、定期購入の解約は承るが、すでに手元に届いた商品は返品できないので返金もできないと言われた。未使用分の 2 回目の商品を返品して料金を払いたくないがどうしたらよいか。

（契約当事者 60 歳代／女性）

事例 3：アダルト情報（インターネット通販）

孫が母親とアダルトサイトについて話していたので、どのようなサイトかと思いスマホで見てみた。サイトの画面をタップすると高額な料金を請求する表示が出た。同時に表示された電話番号に「支払いは出来ない」と電話をしたところ、弁護士から書面で支払い請求を行うと言われた。今後どうしたらよいか。

（契約当事者 80 歳代／女性）

事例 4：役務その他の他サービス（インターネット通販）

調べたいことがあり、インターネット上の質問サイトで聞こうと検索した。一番上に表示された業者のサイトを見ると、1 回目は安いお試し料金を質問ができると記載があったので会員登録をした。しばらくして、クレジットカードの明細を確認するとお試し価格の他に、覚えのない月額使用料が別に引き落とされていた。身に覚えがないので解約しようと電話をしたが、自動応答音声の流れ、番号を選択するように案内が流れたが、声が段々聞こえなくなり解約できない。どうすればよいか。

（契約当事者 70 歳代／男性）

事例 5：魚介類（電話勧誘）

北海道の海産物販売業者から電話があり、「新型コロナで商品がさばけない。購入してもらえないか」と勧誘された。以前贈答品を送ってきた業者だと勘違いし、協力するつもりで応じた。数日後、発送を知らせる電話がかかってきた。気になったので、着信した番号をインターネットで調べてみると、悪質業者だという書き込みを見つけた。そこでキャンセルするために電話しているが電話に出ない。受け取りたくないがどうしたらよいか。

（契約当事者 60 歳代／女性）

1 2 高齢者及び周囲の方へのアドバイス

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、相談件数及び契約購入金額が突出して多い販売形態は、「家庭訪販」「インターネット通販」「電話勧誘」となっています。高齢者の被害を防ぐためには、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す。

高齢者の被害が多い「家庭訪販」として、「工事・建築」の相談があげられます。「工事・建築」では、屋根や雨樋、浴室の床下等見えない箇所の破損・不具合を指摘したうえで、水もれや近所に迷惑をかける等と困惑させて、高額契約の勧誘が行われることがあります。その場で契約を決めずに周囲の人にも相談して、慎重に検討することが大切です。在宅率の高い高齢者の「家庭訪販」に係る相談が恒常的に多数寄せられており、被害を防ぐためには、家族をはじめ、ホームヘルパー、ケアマネジャー、民生委員等高齢者の身近にいる方の見守りと気付きが、これまで以上に必要であると考えます。

「インターネット通販」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りました。高齢者の「問題インターネット通販」の相談件数を見ると、令和2年度に7,483件と前年度比128.0%（1,639件増）の大幅増になっています。これは、新型コロナウイルス感染防止で外出を控える高齢者が増えたことに伴い、インターネットの利用が増加したものと思われ、令和3年度は6,804件と減少はしたものの依然多い水準で推移しています。高齢者の「問題インターネット通販」の相談では、定期購入と気付かせずに購入させる化粧品・健康食品のトラブルに関する相談が多く寄せられています。インターネット通販では、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むようにして下さい。また、アダルト情報サイトのワンクリック請求に関する相談も多く寄せられています。契約は成立しているといえず、支払義務も生じないため、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。

高齢者に対して、突然知らない事業者から電話があり「魚介類」の購入を強引に勧められる「電話勧誘」トラブルが増えています。不要な商品の購入を電話で勧誘されても、きっぱり断り、すぐに電話を切りましょう。また、役所の職員を名乗るもの等から「医療費の還付金の申請がまだされていない、急いで手続きをするように」とせかされて、銀行やATMにいき還付手続きをしようとする、実はお金を振り込ませる詐欺だったという「社会保険」に関する相談も多く寄せられています。相手の話を鵜呑みにしてお金を振り込む前に、落ち着いて1度家族に相談する等しましょう。

高齢者の相談の中でも悪質性が高いのが、加齢による疾病等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」です。60歳代では38件、70歳代では138件、80歳以上では502件と年齢が高くなるほどに多くなっています（令和4年度上半期）。

高齢者の消費者被害の未然・拡大防止には、身近にいる家族やホームヘルパー、ケアマネジャー、民生委員等周囲の方々が本人の暮らしぶりや態度を見て、「何かおかしい」といった変化に早く気付くことが重要です。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、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。