

報道発表資料

令和2年9月17日
独立行政法人国民生活センター

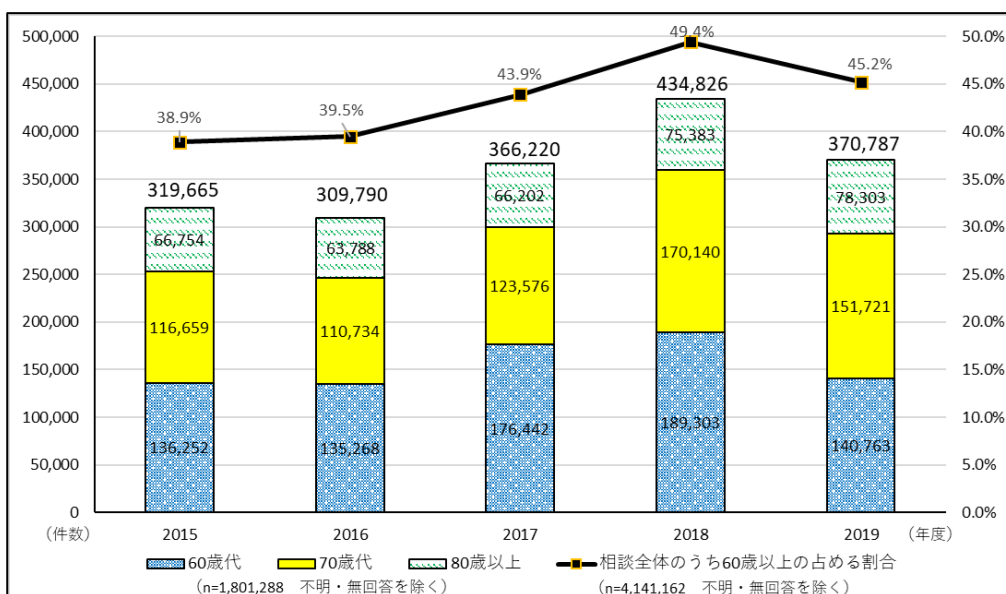
2019年度にみる60歳以上の消費者トラブル —80歳以上の相談件数が過去最高に！周囲の見守りがいっそう重要です—

全国の消費生活センター等に寄せられる相談のうち、契約当事者が60歳以上である相談は、2018年度には約43万件と過去10年で最も多い相談件数に達しましたが、2019年度は約37万件に減少しました。これは、架空請求に関する相談が減少したことが一因と考えられます。また、年代別にみると、60歳・70歳代の相談件数が減少しているのに対し、80歳以上の相談件数は増加しており、過去10年で最も多い件数となっています。

契約当事者が60歳以上である相談の内容をみると、健康食品などの定期購入に関する相談が2018年度に比べて約2倍に増加しています。また、アダルトサイトなどを含む「デジタルコンテンツ」、「インターネット接続回線」などの情報通信関連のトラブルに関する相談が、60歳以上のすべての年代において多く寄せられています。特に、60歳代・70歳代においては情報通信関連の相談や通信販売に関する相談が多く、一方で、80歳以上になると「工事・建築」「新聞」などの相談が多く寄せられるほか、訪問販売や電話勧誘販売によるトラブルが多くなる傾向があります。

そこで、契約当事者が60歳以上の相談について分析を行い、消費者への注意喚起を行います。

図1 PIO-NET¹にみる60歳以上の相談件数および相談全体のうち60歳以上の割合の推移



¹ PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。2015～2019年度受付、2020年7月31日までの登録分。

1. 契約当事者の年代ごとの特徴的な相談事例（○内は受付年月、契約当事者の属性）

（1）60歳以上の年代に共通する主な相談事例

【事例1】大手通販サイトと弁護士をかたる相手からの架空請求で次々にお金を払ってしまった

スマートフォンに大手通販サイトから「重要なお知らせ」とのメッセージが届き、記載されていた連絡先に電話すると、「1年前の購入代金5万円が未納である。24時間以内に支払わないと告訴する」と言われた。すぐに支払うと伝え、コンビニのマルチメディア端末で業者から伝えられた番号を入力し、レジで代金を支払うよう指示され、行った。その直後、業者の弁護士から電話があり、「他にも未払いがある。既に訴訟提起しているので和解するなら30万円を支払え」と言われた。支払い方法は前回と同様にコンビニで何回かに分けて支払った。3日後、再び同じ弁護士から電話があり、「裁判所で和解手続き中だが、あと50万円必要だ」と言われやはり同じ方法で支払った。また連絡があるかもしれない、どのように対応したらよいか。

（2020年3月受付 契約当事者：60歳代 男性）

【事例2】お試しのつもりで購入したら定期購入だったが、表示が小さくて読めない

インターネットで顔のシミを取るクリームを購入した。お試し価格初回1,980円で、効果があれば次を頼もうと考えていたが、昨日2回目が届いて定期購入だと知った。返品したいと思って業者に電話したが、業者から「商品ページに定期購入だと記載している。2回目は受け取り、5,000円を支払ってほしい。3回目以降は解約する」と言われた。サイトを確認したが、字が小さく読めない。孫に読んでもらったところ、定期購入の記載があった。2回目を返品したい。肝心な部分を小さい字で書く販売方法に納得できない。

（2020年3月受付 契約当事者：70歳代 男性）

【事例3】強引に光回線契約を勧められたが、インターネット環境がなく不要なので断りたい

両親が2人で暮らす実家に光回線契約を勧める電話があった。実家にパソコンはなくインターネット環境もない。母は必要ないと断ったが、「工事代はかかるが支払ったお金は後で戻る」などしつこく勧められて、面倒になり契約すると言ってしまったという。母は安易に了承したことを後悔しており、契約は不要なのでキャンセルしたい。

（2020年3月受付 相談者：30歳代 女性 契約当事者：70歳代 女性）

【事例4】自宅を訪問した業者に勧められ、よくわからないまま電力会社を変更してしまった

同居している80歳の母が、家を訪問した業者から「電気代が安くなる。近所の家も契約した」と言われ、安くなるなら良いかと思って電力会社を変更する契約をしていた。しかし、どのような内容なのか母に聞いても要領を得ない。調べてみたが、電気代はそれほど安くないようだし、母も契約をやめたいと言っている。契約から10日を過ぎているが、クーリング・オフできないか。

（2019年6月受付 相談者：50歳代 男性 契約当事者：80歳代 女性）

（2）60歳代・70歳代にみられる主な相談事例

【事例5】出会い系サイトに誘導され、求められるままお金を払ってしまった

スマートフォンに間違いメールが届いたので差出人に連絡先が間違っている旨連絡したのをき

っかけに、相手の男性とのやりとりが始まった。親しくなっていて悩みを聞いていたところ、別の出会い系サイトでやりとりを続けるよう頼まれ、そのサイト内で男性と個人情報を交換するためだと言われてコンビニで合計30万円ほど電子マネーを購入し支払った。結局何も進展せず、だまされていたと気づいた。支払ったお金を返してほしい。

(2020年1月受付 契約当事者：60歳代 女性)

【事例6】定年退職したことを理由に、賃貸アパートの契約者を変更するよう言われた

10年前から居住しているアパート(家賃7万円)は2年ごとに契約を更新してきた。更新の時期が来た際、昨年会社を定年退職したと伝えたところ、あなたが契約者では更新できない、保証人である妹の夫を契約者にして、さらに保証会社の保証も受けるように言われた。退職前よりは減ったとはいえ現在も収入はあり、預金もあるので家賃は十分支払えるし、これまで家賃を滞納したこともないので、納得できない。(2019年8月受付 契約当事者：60歳代 女性)

(3) 80歳以上にみられる主な相談事例

【事例7】認知症の両親が、既に実施していて不要なはずの屋根修理工事を契約していた

実家の両親は2人とも認知症でデイサービスを利用している。実家に行った際、ドアに見積書と領収書が貼ってあったため父に尋ねると、「台風で屋根が壊れたので先日屋根修理をした」と言われた。確かに台風の際に屋根が壊れたため業者に依頼して修理したが、書面に記載されているのはその業者とは違う名前だった。業者に連絡し、屋根は既に修理工事を行っており不要な工事であると主張し、契約について説明を求めたところ、まだ工事をしていなかったことがわかった。クーリング・オフの書面を出したがいまだに返金されない。

(2019年11月受付 相談者：50歳代 女性、契約当事者：80歳代 男性)

【事例8】母が、5年後から購読が始まるという内容の新聞の定期購読契約をしていた

母は以前A社の新聞を定期購読していたが、契約終了後から今月までの5年間はB社の新聞を定期購読していた。ほとんど読んでいない状態だったのでやっと新聞契約が終わることにほっとしていたら、昨日A社の販売店から手紙が届き、来月から3年間朝刊を配達すると書いてあった。母に確認すると全く覚えておらず、A社の販売店に問い合わせると5年前に母と来月から3年間の契約をしている、サインされた契約書もあると言われ、後刻契約書のコピーを持ってきた。確かに母の字でサインもあったが、高齢で最近では認知症状も出てきたこともあり、本人も解約を希望しているので、契約をやめたい。

(2019年12月受付 相談者：60歳代 女性、契約当事者：80歳代 女性)

2. PIO-NET および相談事例からみた問題点・60歳以上の契約当事者のトラブルの特徴

(PIO-NETの詳細については、P.8 **参考**を参照)

(1) 架空請求の相談は減少したが、健康食品などの定期購入に関する相談が増加している

架空請求に関する相談(事例1)は2018年度に最も多く寄せられ、2019年度は大幅に減少しました。しかし、80歳以上の年代に限ってみると、年々相談件数が増加しているため、本人のみならず周囲も注意深く見守ることが必要です。

一方、定期購入が条件であると認識しないままインターネット販売サイトなどで健康食品や化粧品などを購入してしまった、といった定期購入に関する相談(事例2)は、2019年度に急増しています。

(2) 情報通信関連の相談が非常に多い

60歳代・70歳代においては、特にインターネットを利用した「デジタルコンテンツ」や「インターネット接続回線」などの情報通信に関連する相談が多い(事例1、3、5)ほか、インターネット通販に関する相談(事例2)も多く寄せられています。

また、80歳以上においても情報通信関連の相談は多くなっています。インターネットや携帯電話などの情報通信関連機器が80歳以上を含めた幅広い層の高齢者にも利用されるようになっており、それに伴って、高齢者にとって複雑でわかりにくい契約内容や、強引な勧誘方法などについてトラブルが起きている。

(3) 高齢になるにつれ、訪問販売や電話勧誘販売の相談の割合が高くなる

70歳代、80歳以上と高齢になるにつれ、訪問販売や電話勧誘販売によるトラブルが増えており(事例3、4、7)、強引な勧誘などが目立ちます。また、80歳以上になると、判断能力が不十分と思われる方の契約に関するトラブルも多くなっています(事例7)。高齢になるにつれて契約当事者本人以外からの相談が増えており、本人以外からの相談では契約に関する詳細がわからないことも多く、そうした場合にはトラブルの解決が困難となることもあります。

3. 消費者へのアドバイス

(1) 消費者トラブルは他人事ではありません。自分は大丈夫と思いきまず、日頃からいろいろな消費者トラブルについて知っておきましょう

トラブルにあったときにあわてず冷静に対処できるよう、60歳以上によくみられる消費者トラブルの手口と対策を知っておきましょう。

- ・**架空請求**：2019年度の相談件数は減少したものの、今後も新たな手口による架空請求が出てくる可能性があり、なお注意が必要です。身に覚えのない請求をされた場合、あわてて相手に連絡をしたりお金を支払ったりしないようにしましょう。
- ・**デジタルコンテンツ**：出会い系サイトなどのデジタルコンテンツでは、突然届いたメールなどから誘導されてアクセスし、やりとりを続けてしまった結果、高額な料金を請求されるトラブルがみられます。また、アダルトサイトなどでは、無料だと思っていたのに突然登録されたとの表示が出て料金を請求されることがあります。こうしたサイトには、不用意にアクセスしな

いようにしましょう。

- ・**インターネット通販の定期購入**：インターネット通販では、お試しのつもりで申し込んだら定期購入になっていたというトラブルが増加しています。スマートフォンを利用している場合、文字が小さいなど、高齢者にとって読みづらい表記になっている場合もありますが、返品・交換、解約のルールなどは契約時のサイトに記載されていれば、それに従うこととなるため、サイト内の購入条件や返品・交換、解約のルールについてきちんと確認してから申し込むようにしましょう。
- ・**インターネット接続回線**：料金が安くなるなどと言われ、別な業者との新しい契約に乗り換えることになると認識できないまま契約させられてしまうトラブルが目立ちます。その契約が本当に必要かどうかを含め、契約内容や契約の相手がどこなのかなど、よく確認してから承諾するようにしましょう。
- ・**電気**：インターネット接続回線のトラブルと同様に、電気の契約についても、新しい電力会社との契約に乗り換えることになると認識できないまま契約させられてしまうトラブルが目立ちます。契約内容や契約の相手がどこなのかをよく確認してから承諾するようにしましょう。
- ・**訪問販売**、**電話勧誘販売**：自宅の屋根や床下などを点検すると言って訪問し次々とリフォーム工事やふとんなどを契約させられたなどの訪問販売や、電話で健康食品の購入を勧められ断りきれず契約してしまった、といった電話勧誘販売によるトラブルは、高齢になるにつれて増加する傾向があります。訪問販売や電話勧誘販売については、特定商取引法という法律で規制されており、クーリング・オフ制度や過量販売解除などの消費者保護ルールがあります。

こうした消費者トラブルと対策について知った上で、住居の固定電話には通話録音装置や迷惑電話対策機能の付いた電話機を使用する、住居に多額の現金をおかない、などのトラブル防止対策を取ることを検討しましょう。

（２）消費者トラブルを防ぐには、周囲の方による見守りも非常に大切です

高齢者本人からの相談は10年前に比べて増加しているものの、高齢者の消費者トラブルを防ぐためには、身近にいる家族など周囲の方が日頃から本人の生活や言動、態度などの様子を見守り、変化にいち早く気付くことがとても重要です。不審な電話や訪問を受けた時の対応、どこに相談したらよいかなど家族間で話し合っておきましょう。最近は一人暮らしの方も多いため、周囲の方と緊密に連絡を取り、トラブルを防ぎましょう。

高齢者を見守る際のポイントとして、見守りチェックリスト（P. 7）をご活用ください。

（３）不安に思った場合やトラブルになった場合は消費生活センター等に相談してください


60歳以上の高齢者が消費者トラブルにあってしまうと、生活困窮などその後の生活への影響が大きくなります。今すぐに金銭の支払いを求められた場合には支払う前に、また、契約について不安に思ったりトラブルにあったりした場合には、できるだけ早く最寄りの消費生活センター等に相談しましょう。また、消費生活センターへは家族やホームヘルパー、地域包括支援センターなどの職員からでも相談することができます。被害の拡大を防ぐために、高齢者がトラブルにあっているとわかったら、できるだけ早く相談してください。

*消費者ホットライン：「188（いやや!）」番
最寄りの市町村や都道府県の消費生活センター等をご案内する全国共通の3桁の電話番号です

4. 情報提供先

本報道発表資料を、以下の行政機関に情報提供しました。

- ・消費者庁消費者政策課（法人番号 5000012010024）
- ・消費者庁地方協力課（法人番号 5000012010024）
- ・内閣府消費者委員会事務局（法人番号 2000012010019）
- ・警察庁生活安全局生活経済対策管理官（法人番号 8000012130001）



国民生活センター 公式LINEアカウント
LINE ID：@line_ncac

[QRコード]を読み取って「友だち追加」!





高齢者の消費者トラブルを防ぐための

見守りチェックリスト

家の様子について

- 家に見慣れない人が出入りしていないか
- 不審な電話のやりとりがないか
- 家に見慣れないもの、未使用のものが増えていないか
- 見積書、契約書などの不審な書類や名刺などがいないか
- 家の屋根や外壁、電話機周辺などに不審な工事の形跡はないか
- カレンダーに見慣れない事業者名などの書き込みがないか

本人の様子について

- 定期的にお金をどこかに支払っている形跡はないか
- 生活費が不足したり、お金に困っていたりする様子はないか
- 何かを買ったことを覚えていないなど、判断能力に不安を感じることはないか

★不安に思った場合やトラブルになった場合は、

消費者ホットライン(188:「いやや!」)にご相談ください!



消費者庁 消費者ホットライン188

イメージキャラクター イヤヤン



独立行政法人
国民生活センター

参考 PIO-NET からみる相談の傾向（2019年度の契約当事者60歳以上の相談について分析）

（1）販売購入形態別

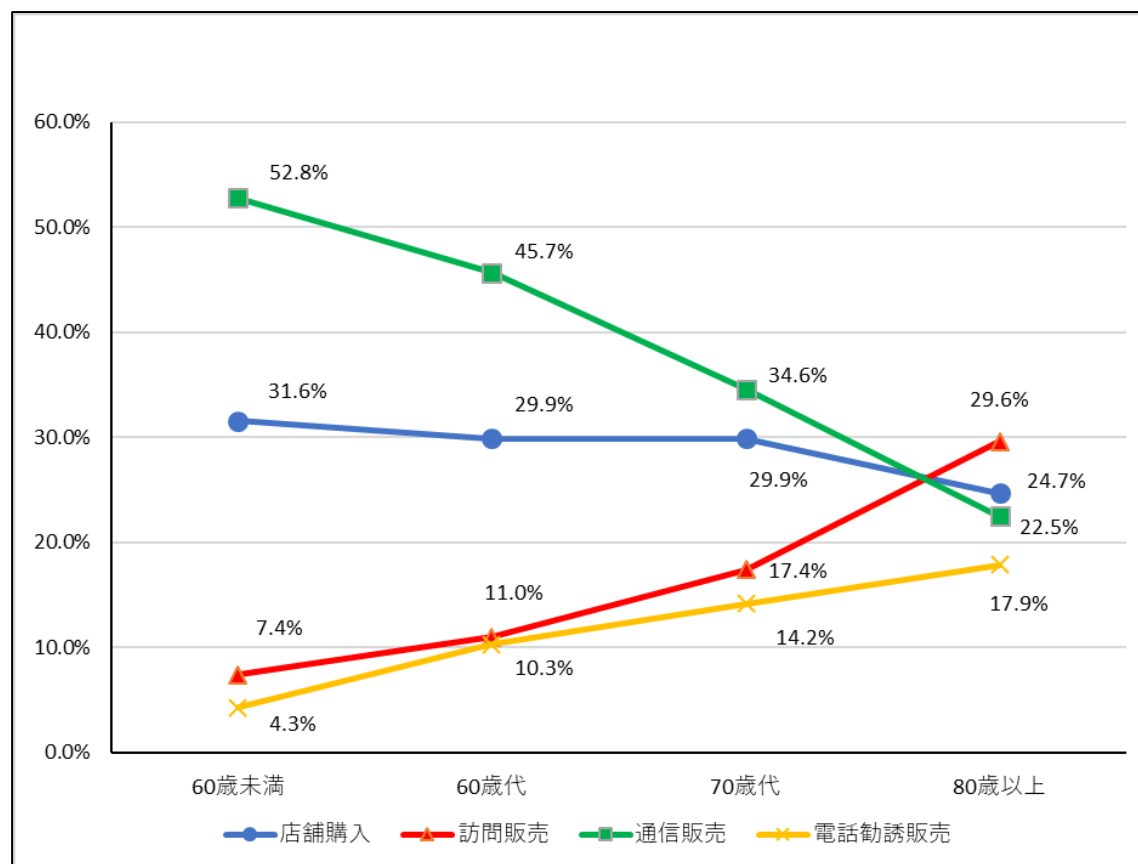
60歳代・70歳代では通信販売が最も多く、店舗購入、訪問販売、電話勧誘販売の順で相談が寄せられています。これに対し、80歳以上では、訪問販売が最も多く寄せられており、店舗購入、通信販売、電話勧誘販売の順となっています（図2、図3）。

なお、60歳未満についてみると、通信販売、店舗購入、訪問販売、電話勧誘販売の順となっていますが、60歳以上に比べ、通信販売および店舗購入、マルチ取引の割合が高くなっています。

図2 2019年度における年代別販売購入形態別件数と割合（n=611,272 不明・無回答を除く）

	相談件数			
	60歳未満	60歳代	70歳代	80歳以上
店舗購入	116,411 (31.6%)	28,590 (29.9%)	28,137 (29.9%)	13,188 (24.7%)
訪問販売	27,264 (7.4%)	10,483 (11.0%)	16,354 (17.4%)	15,822 (29.6%)
通信販売	194,363 (52.8%)	43,704 (45.7%)	32,506 (34.6%)	12,023 (22.5%)
マルチ取引	8,507 (2.3%)	933 (1.0%)	952 (1.0%)	479 (0.9%)
電話勧誘販売	16,005 (4.3%)	9,871 (10.3%)	13,315 (14.2%)	9,551 (17.9%)
ネガティブ・オプション	1,369 (0.4%)	395 (0.4%)	423 (0.5%)	314 (0.6%)
訪問購入	1,073 (0.3%)	836 (0.9%)	1,327 (1.4%)	1,477 (2.8%)
その他無店舗	3,194 (0.9%)	816 (0.9%)	943 (1.0%)	647 (1.2%)

図3 2019年度における年代別にみた通信販売、店舗購入、訪問販売、電話勧誘販売の割合



(2) 商品・役務別

60歳以上のすべての年代で、架空請求に関する相談が大半を占めている「商品一般」の相談件数が最も多く、アダルトサイトなどの相談を含む「デジタルコンテンツ」、光ファイバーなどの通信回線やプロバイダーのサービスに関する相談を含む「インターネット接続回線」や「携帯電話サービス」といった情報通信関連の相談も多く寄せられています。また、屋根工事などを含む「工事・建築」や、「電気」「社会保険」に関する相談なども多くなっています（図4）。なお、架空請求に関する相談については、60歳以上の相談件数は約7万件となっており、前年度のほぼ半分に減少していますが、80歳以上に限ると、件数が増加しています（図5）。

60歳代・70歳代では、上記のほか、「不動産貸借」や「フリーローン・サラ金」の相談が多くなっています。一方で、80歳以上になると、60歳代・70歳代に比べて、「新聞」「固定電話サービス」「ふとん類」などが上位にあがっています。

また、60歳以上すべての年代と60歳未満とを比べてみると、「商品一般」や「デジタルコンテンツ」「インターネット接続回線」といった相談が多いところは共通していますが、60歳未満では賃貸アパートなどの相談を含む「不動産貸借」や「エステティックサービス」「モバイルデータ通信」などに関する相談が多く、「新聞」や「普通生命保険」「固定電話サービス」「テレビ放送サービス」「社会保険」といった相談はあまりみられないという特徴があります。

また、「他の健康食品」や「基礎化粧品」などには、定期購入に関する相談が半数程度含まれており、定期購入に関する相談件数は年々増加しています（図6）。

図4-1 2019年度における60歳以上の契約当事者年代別商品・役務別上位件数 (n=370,787)

60歳代		70歳代		80歳以上	
商品・役務名	相談件数	商品・役務名	相談件数	商品・役務名	相談件数
1 商品一般	31,138	1 商品一般	40,124	1 商品一般	12,453
2 デジタルコンテンツ	13,010	2 デジタルコンテンツ	9,887	2 工事・建築	4,370
3 インターネット接続回線	6,308	3 インターネット接続回線	7,236	3 インターネット接続回線	3,396
4 工事・建築	4,858	4 工事・建築	5,833	4 新聞	2,382
5 他の健康食品	4,195	5 携帯電話サービス	3,376	5 他の健康食品	2,323
6 フリーローン・サラ金	3,172	6 役務その他サービス	3,252	6 デジタルコンテンツ	2,187
7 不動産貸借	3,148	7 他の健康食品	2,790	7 修理サービス	1,983
8 携帯電話サービス	2,797	8 修理サービス	2,686	8 役務その他サービス	1,695
9 基礎化粧品	2,778	9 電気	2,575	9 電気	1,592
10 役務その他サービス	2,773	10 社会保険	2,381	10 固定電話サービス	1,516
11 修理サービス	2,044	11 フリーローン・サラ金	2,370	11 相談その他	1,481
12 電気	1,997	12 不動産貸借	2,302	12 携帯電話サービス	1,398
13 相談その他	1,577	13 相談その他	2,276	13 健康食品（全般）	1,354
14 四輪自動車	1,564	14 固定電話サービス	1,997	14 社会保険	1,227
15 テレビ放送サービス	1,411	15 新聞	1,852	15 テレビ放送サービス	1,185
16 金融関連サービスその他	1,311	16 テレビ放送サービス	1,744	16 普通生命保険	1,109
17 社会保険	1,293	17 基礎化粧品	1,636	17 不動産貸借	1,071
18 携帯電話	1,103	18 金融関連サービスその他	1,605	18 ふとん類	970
19 健康食品（全般）	1,080	19 普通生命保険	1,551	19 金融関連サービスその他	813
20 他のネット通信関連サービス	1,031	20 他の行政サービス	1,169	20 フリーローン・サラ金	690

図4-2 2019年度における60歳未満の契約当事者の商品・役務別上位件数 (n=450,118)

60歳未満	
商品・役務名	相談件数
1 デジタルコンテンツ	48,313
2 商品一般	39,195
3 不動産貸借	25,136
4 他の健康食品	21,588
5 フリーローン・サラ金	13,303
6 インターネット接続回線	12,669
7 他の化粧品	9,591
8 工事・建築	9,218
9 携帯電話サービス	8,548
10 四輪自動車	8,537
11 基礎化粧品	7,972
12 役務その他サービス	7,494
13 エステティックサービス	5,753
14 修理サービス	5,222
15 電気	4,998
16 モバイルデータ通信	4,684
17 健康食品(全般)	4,621
18 酵素食品	4,225
19 携帯電話	4,184
20 相談その他	4,017

図5 2015年度～2019年度における「架空請求」の年度別・契約当事者年代別件数 (n=656,625)

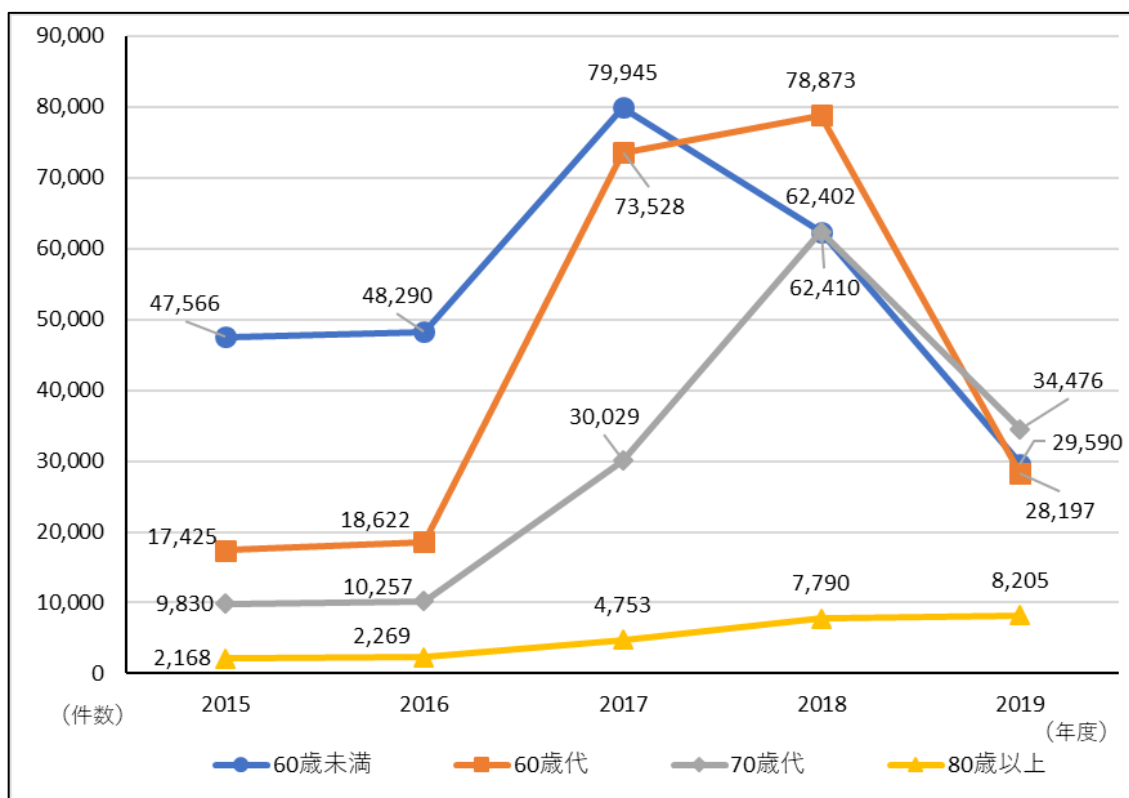
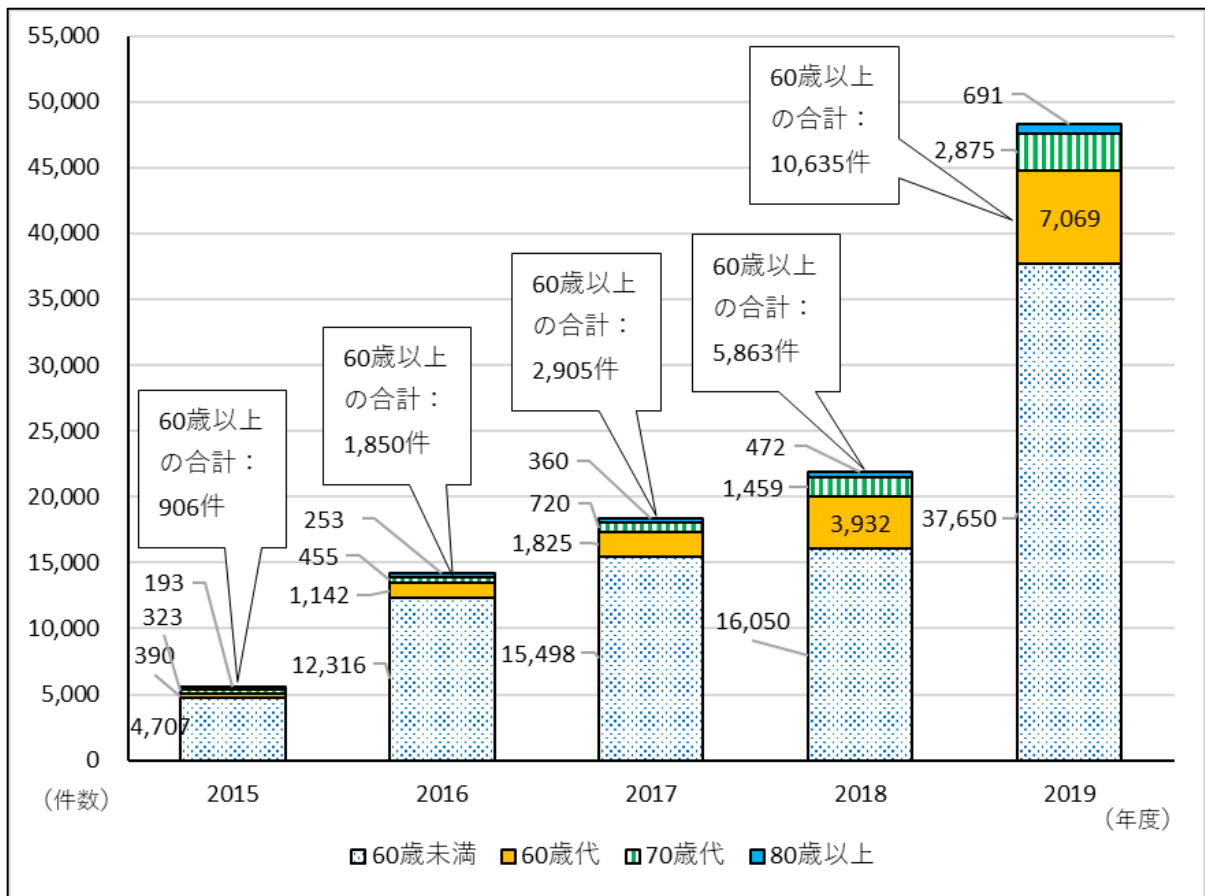


図6 2015年度～2019年度における「定期購入」の年度別・契約当事者年代別件数 (n=108,380)



(3) 相談内容の傾向

60歳代・70歳代では、架空請求やインターネット通販に関する相談が多くなっています。また、70歳代では、60歳代に比べ、訪問販売や電話勧誘販売に関する相談が多くなっています。

これに対し、80歳以上では、訪問販売や電話勧誘販売に関する相談が、架空請求やインターネット通販に関する相談よりもはるかに多く寄せられています。また、判断不十分者契約に関する相談の割合が他の年代と比べて高くなっているという特徴がみられます。

(4) 契約購入金額、支払い方法別の特徴

契約購入金額の平均額をみると、60歳代では約88万円、70歳代では約107万円、80歳以上では約123万円となっています。支払い方法についてみると、信販会社等から代金に対して信用供与を受けていないもの、今後も受けずに支払う前提（現金、プリペイドカードなど）とみられるものが、支払い手段がわかっている相談のうち、60歳代では約68%を占め、70歳代では75%に増加し、80歳以上では8割を超えています（図7）。

図7 2019年度における年代別信用供与の有無 (n=499,528 不明・無関係を除く)

	60歳未満 (n=309,725)	60歳代 (n=74,396)	70歳代 (n=72,450)	80歳以上 (n=42,957)
無	186,753 (60.3%)	51,059 (68.6%)	54,631 (75.4%)	36,265 (84.4%)
販売信用	105,649 (34.1%)	19,224 (25.8%)	14,654 (20.2%)	5,633 (13.1%)
借金契約	17,323 (5.6%)	4,113 (5.5%)	3,165 (4.4%)	1,059 (2.5%)

(5) 相談者と契約当事者が同じかどうか

消費生活センター等の相談窓口で相談した人が契約当事者と別の人（家族等）である相談の割合は、60歳代では10.5%、70歳代では16.7%、80歳以上になると37.9%となっています。契約当事者の年代が上がるほど、契約当事者とは別の人相談するケースが多くなっています（図8-1）。

ただし、2010年度、2015年度と比較してみると、相談した人と契約当事者が同じである相談の割合は増加傾向にあり、自ら相談する高齢者が増えてきていることがわかります（図8-2）。

図8-1 2010年度、2015年度、2019年度における年代別契約当事者同一相談件数（無回答を除く）

2010年度	60歳未満 (n=531,091)	60歳代 (n=121,635)	70歳代 (n=89,928)	80歳以上 (n=45,569)
相談者と同じ人	438,346 (82.5%)	105,316 (86.6%)	68,699 (76.4%)	22,966 (50.4%)
相談者と別の人	92,745 (17.5%)	16,319 (13.4%)	21,229 (23.6%)	22,603 (49.6%)

2015年度	60歳未満 (n=500,536)	60歳代 (n=135,799)	70歳代 (n=116,220)	80歳以上 (n=66,429)
相談者と同じ人	426,915 (85.3%)	121,953 (89.8%)	95,513 (82.2%)	38,897 (58.6%)
相談者と別の人	73,621 (14.7%)	13,846 (10.2%)	20,707 (17.8%)	27,532 (41.4%)

2019年度	60歳未満 (n=448,714)	60歳代 (n=140,275)	70歳代 (n=151,160)	80歳以上 (n=77,924)
相談者と同じ人	383,377 (85.4%)	125,594 (89.5%)	125,918 (83.3%)	48,386 (62.1%)
相談者と別の人	65,337 (14.6%)	14,681 (10.5%)	25,242 (16.7%)	29,538 (37.9%)

図8-2 2010年度、2015年度、2019年度における年代別契約当事者同一相談の割合の推移

