

## 高齢者に向けた消費者教育に対する提言

伊藤紫織

### 1. はじめに

2022 年 4 月より施行されている新民法により、成人年齢が引き下げられ、これからの消費者教育として、新成人や若年層に対する啓発が多くみられるが、高齢者の消費者被害の割合が高水準<sup>1</sup>にあることにも留意するべきではないだろうか。高齢者は、若年層と同様に判断能力に不安があり、悪質な販売業者や詐欺集団に狙われやすい。

さらに、近年は、デジタル化の急速な発展もあり、私たちを取り巻く環境は大きく変化し続けている。こうした環境の変化に高齢者が適応していくには、若年層に比べ、時間を要するであろう。デジタル化の今であるからこそ、高齢者に対する消費者教育を強化すべきであると考えます。

また、少子高齢化が進む日本において、高齢者は、全人口の約 3 割を占める。2025 年には、約 4 割まで増加する見込みとされている<sup>2</sup>。そのため、高齢者に焦点をあてて、消費者教育を行っていくことは、国全体の消費者被害を減らすことに大きく貢献するといえるのではないだろうか。

そこで、本稿では、高齢者に対する消費者被害の現状を分析したうえで、高齢者に必要な消費者教育について述べていく。

### 2. 高齢者の被害状況

#### ① 全体の被害状況

65 歳以上の高齢者の消費生活相談は、相談全体の約 3 割を占めている。また、高齢者は平均既支払額が大きい傾向にある<sup>3</sup>。すなわち、高齢者は被害に遭いやすいだけでなく、被害に遭ったことを気づきにくい傾向にある。特に近年では、デジタル化の発展やコロナ禍であったことに伴い、例年、他の年齢層よりも多く相談件数のあった訪問販売だけでなく、通信販売による相談件数も増加している<sup>4</sup>。

一方、2018 年には、相談件数が約 26 万件にも及んだ架空請求については、当時に策定された「架空請求対策パッケージ」(2018 年 7 月消費者政策会議決定)に基づき、消費者被害の未然防止・拡大防止を図る対策を各関係府省が講じた結果、相談

---

<sup>1</sup> 消費者庁「【本文】令和 5 年版消費者白書」19 頁

([https://www.kokusen.go.jp/soudan\\_topics/data/reformtenken.html](https://www.kokusen.go.jp/soudan_topics/data/reformtenken.html)) 閲覧日時：2023 年 9 月 11 日

<sup>2</sup> 前掲(1) 38 頁

<sup>3</sup> 前掲(1) 69 頁 図表 I-2-2-16

<sup>4</sup> 消費者庁「第 1 部 第 1 章 第 3 節 (1) 2021 年の消費生活相談の概況」

([https://www.kokusen.go.jp/soudan\\_topics/data/reformtenken.html](https://www.kokusen.go.jp/soudan_topics/data/reformtenken.html)) 閲覧日時：2023 年 9 月 11 日

件数は 2019 年に減少に転じ<sup>5</sup>、以降も減少し続けている<sup>6</sup>。

## ② 通信販売における被害状況

### I. 相談事例

2022 年の消費生活相談件数の統計では、通信販売のうちインターネット通販における高齢者からの消費生活相談件数が近年最多の 5 万件に及んだ<sup>7</sup>。特に 65 歳から 74 歳の高齢者に多いが、一方で、75 歳以上では、インターネット通販以外の通信販売（テレビショッピングやカタログ通販等）の割合の方が高くなっている<sup>8</sup>。

通信販売の中でも、特に“定期購入”に関する消費生活相談件数が高齢者で増加し続けている<sup>9</sup>。相談事例で多いのは、化粧品や健康食品といった商品である。内容としては、SNS 等で“お試し価格”や“特別価格”という広告を見て購入したところ、実際は定期購入の商品であったため、定期的に商品が届いてしまうというトラブルが相次いでいる<sup>10</sup>。つまり、定期購入する意思のないまま購入してしまい、困っている消費者が多いようである。

また、返品可能と記載があった商品にもかかわらず、連絡したところ返品を断られたケースや 1 回のみ購入可能という広告であったのに、解約時に連絡がつかない<sup>11</sup>ケースのような詐欺サイトとのトラブル事例も発生している。

他には、動画配信サービスの解約がうまくできず、クレジットカードによる支払いが続いている<sup>12</sup>といった消費者側が解約方法をわからないことによる相談も寄せられている。

### II. 相談事例から考える通信販売の問題点

上のようなトラブルは、対面ではなく“インターネット”を介した取引形態であるために、高齢者に多く発生していると考えられる。なぜならば、ネットでお手軽に商品を注文したり、サービスを受けられたりする一方で、自ら契約や役務

<sup>5</sup> 前掲(4)

<sup>6</sup> 前掲(1) 66 頁 図表 I-2-2-12

<sup>7</sup> 前掲(1) 69 頁

<sup>8</sup> 前掲(1) 69 頁

<sup>9</sup> 前掲(1) 70 頁

<sup>10</sup> 消費生活情報 あいち暮らし WEB 「高齢者に多いトラブル事例」(令和 4 年 3 月)

([https://www.kokusen.go.jp/soudan\\_topics/data/reformtenken.html](https://www.kokusen.go.jp/soudan_topics/data/reformtenken.html)) 閲覧日時：2023 年 9 月 13 日

<sup>11</sup> 消費者庁「第 1 部 第 1 章 第 4 節 (2) インターネット通販に関する相談」(令和 3 年版)

([https://www.kokusen.go.jp/soudan\\_topics/data/reformtenken.html](https://www.kokusen.go.jp/soudan_topics/data/reformtenken.html)) 閲覧日時：2023 年 9 月 12 日

<sup>12</sup> 「ネット通販 シニア層の被害防止が急務だ」読売新聞 2021 年 10 月 8 日朝刊

([https://www.kokusen.go.jp/soudan\\_topics/data/reformtenken.html](https://www.kokusen.go.jp/soudan_topics/data/reformtenken.html)) 閲覧日時：2023 年 9 月 13 日

の内容をしっかりと確認する必要がある、より判断能力が求められる販売形態であるからだ。また、顔を合わせないという点を悪用し、偽広告を発信し、金銭を受け取った後は、連絡を拒絶する悪質な事業者も多数存在するために、被害件数が増加している。

すなわち、デジタル媒体が高齢者にとっても利便性がある一方で、トラブルを余計に引き起こす現状にあるといえる。機械の操作に慣れていない高齢者が多い中<sup>13</sup>で、通信販売利用者が増加しており、通信販売自体も、事業者によっては巧妙・凶悪化されやすい販売形態であるので、今後さらなる被害拡大の可能性もあるのではないだろうか。

### ③ 住宅修理に関する被害状況

#### I. 相談事例

屋根工事等の住宅工事や、水漏れやトイレの詰まりの修理等の修理サービスといった住宅修理に関する消費生活相談が高齢者に多くみられる。特に、高齢者からの屋根工事に関する相談件数は、全体の 6 割以上を占めている<sup>14</sup>。

具体的な事例は、訪問販売に来た事業者に「屋根瓦がずれている」と言われ、高額な屋根修理工事の契約をしてしまったケースや、訪問してきた事業者者に「火災保険で屋根修理をしないか」と勧められたケース<sup>15</sup>等である。

また、住宅修理においては、以上のような訪問販売からだけではなく、「点検に来た」と言って来訪した事業者から、「工事しないと危険」と言われ、契約してしまう“点検商法”によるトラブルも相次いでいる<sup>16</sup>。具体例としては、「近くで修理をしているという業者が訪問し、屋根の瓦がずれていると言って工事を勧められ、見積書が届く<sup>17</sup>」といった事例である。

上記の事例のように、点検のはずが、いつの間にか、高額な工事費用を支払うことになってしまう高齢者が増加しているのである。

加えて、住宅修理については、“次々販売”による被害も発生している。次々販売とは、一人の消費者に商品又はサービスを次々と契約させるものであり、

---

<sup>13</sup> 総務省「令和 3 年版 情報通信白書 デジタル活用支援 第 1 部 特集 デジタルで支える暮らしと経済」図表 1-1-4-12 ([https://www.kokusen.go.jp/soudan\\_topics/data/reformtenken.html](https://www.kokusen.go.jp/soudan_topics/data/reformtenken.html))

閲覧日時：2023 年 9 月 13 日

<sup>14</sup> 前掲 (1) 71 頁 図表 I -2-2-21

<sup>15</sup> 前掲 (1) 71 頁

<sup>16</sup> 独立行政法人国民生活センター「相談事例 各種相談の件数や傾向 訪問販売によるリフォーム工事・点検商法」(2023 年 9 月 1 日：更新)

([https://www.kokusen.go.jp/soudan\\_topics/data/reformtenken.html](https://www.kokusen.go.jp/soudan_topics/data/reformtenken.html)) 閲覧日時：2023 年 9 月 13 日

<sup>17</sup> 前掲 (16)

次々販売に関する消費生活相談件数は、高齢者が全体の約半数を占めている<sup>18</sup>。具体的な事例では、「高齢の両親が自宅に来訪した事業者と床下工事の契約を 3 回もしていた<sup>19</sup>」ケースがみられる。

## II. 被害発生原因に関する考察

主に、住宅修理の対象として高齢者が狙われる要因は、高齢者の一人暮らし人口が増えていること、高齢者自身が、持家で暮らしていることがほとんどであることだと考えられる。統計データによると、65 歳以上の一人暮らしの者は、男女ともに増加傾向にあり、昭和 55 年には 65 歳以上の男女それぞれの人口に占める割合は、男性は 4.3%、女性は 11.2%であったが、令和 2 年には、男性は 15.0%、女性は 22.1%となっている<sup>20</sup>。また、65 歳以上の者における所有住宅の状況は、「持家（一戸建て）」が 75.6%、「持家（分譲マンション等の集合住宅）」が 11.8%となっており、持家が合わせて 8 割以上となっている<sup>21</sup>。

さらに、住宅を購入する年齢層は、30～40 代である場合が多く<sup>22</sup>、高齢者になる頃には、必然的にリフォームや修理が必要となっている可能性が高く、長く暮らしていくために、修理内容に不審な点を感じたとしても、家の安全性を優先して、契約に至ってしまうと考えられる。

あるいは、一人暮らしであるために、相談相手がいないこと、新しい家を買う、借りるといった金銭的な余裕がないことも要因として考えられるだろう。

一人暮らしである高齢者は、家族と疎遠であったり、あるいはすぐ話せる相手がいなかったりする<sup>23</sup>ことも、こうした消費者被害を促進する原因であるといえる。

---

<sup>18</sup> 前掲 (1) 72 頁

<sup>19</sup> 前掲 (1) 72 頁

<sup>20</sup> 内閣府「令和 5 年版 高齢社会白書」10 頁 ([https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2023/zenbun/pdf/1s1s\\_03.pdf](https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2023/zenbun/pdf/1s1s_03.pdf))

閲覧日時：2023 年 9 月 16 日

<sup>21</sup> 前掲 (20) 37 頁

([https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2023/zenbun/pdf/1s2s\\_04-1.pdf](https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2023/zenbun/pdf/1s2s_04-1.pdf))

<sup>22</sup> 国土交通省「令和 4 年度 住宅経済関連データ〈6〉住宅と家計経済 3 住宅価格と所得の乖離」(<https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.mlit.go.jp%2Fcommon%2F001447730.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK>) 閲覧日時：2023 年 9 月 16 日

<sup>23</sup> 内閣府「平成 23 年度版 高齢社会白書 第 1 章 第 3 節 1 社会的孤立の実態」図 1-3-1 (<https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2011/gaiyou/html/s1-3-1.html>)

閲覧日時：2023 年 9 月 16 日

### 3. わたしの提言

#### ① 高齢者が消費生活相談に至るまで

高齢者は、従来から、「お金」「健康」「孤独」の3つの大きな不安を持っているといわれている<sup>24</sup>。悪質業者は言葉巧みにこれらの不安をあおり、高齢者の年金や貯蔵金を狙って、訪問販売や電話勧誘を行っている。

こうした悪質業者による被害に遭われた高齢者は、自身で不審点に気づき、相談に来る者もいるが、認知症を患っている高齢者などは、被害に気付けるケースが非常に少ないのが現状<sup>25</sup>である。また、気づいたとしても、しばらく時間がたつてからになりやすいのが高齢者である。

高齢者自身が、被害に遭わないために、自分の身を守る術を身につけるべきではあるが、限界がある。そのため、近年では、高齢者を地域で見守る活動が行われている<sup>26</sup>。特に、一人暮らしの高齢者は、配偶者や子ども等と同居している高齢者と比べ、近所づきあいが希薄している傾向にある<sup>27</sup>。よって、一人暮らしの高齢者に対しては、より地域からの見守りを強化しようという動きがみられる。

しかし、高齢者を見守るだけでなく、自分が被害に遭わないため、被害に遭った際に対応できるようにするための手段があるとよいのではないだろうか。

#### ② 提言

近年はデジタル化が進み、様々なツールがデジタル版で使えるようになっているが、高齢者には、このようなツールが必ずしも使いやすいとは言えないのではないだろうか。高齢者にとっては、ネットで何かを調べることも体が苦になることもあり、単純な操作であったとしても扱いづらいと感じる高齢者は多いのでは、と考えられる。

国民生活センターのサイト上に、高齢者向けの動画やパンフレットが載っているが、その情報をみなぎ活用できるのかという点には疑問が生じる。

また、一人暮らしの高齢者を地域で見守っていくとしても、見守り手自体の不足もあり、完全とは言えないであろう。

そこで、私が提案したいのは、高齢者用の携帯に、国民生活センターが発信する

---

24 独立行政法人 国民生活センター「高齢者の消費者被害（テーマ別特集）」（2023年9月：更新）

閲覧日時：2023年9月16日

([https://www.kokusen.go.jp/soudan\\_now/data/koureisha.html](https://www.kokusen.go.jp/soudan_now/data/koureisha.html))

25 前掲（11）

26 総務省「一人暮らしの高齢者に対する見守り活動に関する調査」4頁（2023年7月）

([https://www.soumu.go.jp/menu\\_news/s-news/hyouka\\_000164233.html](https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/hyouka_000164233.html))

閲覧日時：2023年9月17日

27 前掲（26）

情報をワンクリックで受け取れるようなアプリケーション、あるいはリンクをホームページの分かりやすいところに貼っておくということである。

近年は、デジタル化が進み、高齢者であっても、携帯（スマートフォン）の所持者が多い<sup>28</sup>。この社会状況を利用し、高齢者であってもデジタルを活用して、自身を守る手段を得られるとよいと考える。高齢者用スマートフォンが登場しているが、高齢者用スマートフォンに前述したようなリンクを載せておけば、いざという時に、利用しやすいのではないだろうか。

また、携帯会社と契約する際に、こうしたリンクを設定時から入れてあることを説明してもらうことで、国民生活センター等が発信している情報をより、有効活用できるのでと考える、こうした案を提言したい。

地域による見守りや、高齢者向けの講習、パンフレット等の送付など、地方公共団体等が、高齢者に向けて行っている支援は多数存在するが、通信販売等による被害が増えつつある今日においては、高齢者の持てる手段を増やすことは非常に有効であると考えている。

これから先、通信販売の販売形態は複雑化していくことが考えられるが、その時に真っ先に高齢者が標的とならないよう、支援を厚くしていくことが、これからの消費者教育として重要であると考えている。

---

28 前掲（13）

#### 審査委員長のコメント

デジタルを活用して高齢者の消費者被害を減らすという提言は、ありそうでない着眼点で興味を引いた。また、携帯電話会社に協力を得るという視点も目から鱗で面白かった。実現に向けて重要なことはアプリの内容であり、通販（定期購入）や住宅修理の被害をいかに防止するかという視点から更に深掘りすることを期待したい。