

報道発表資料

令和7年9月3日
独立行政法人国民生活センター

2024年度 65歳以上の消費生活相談の状況

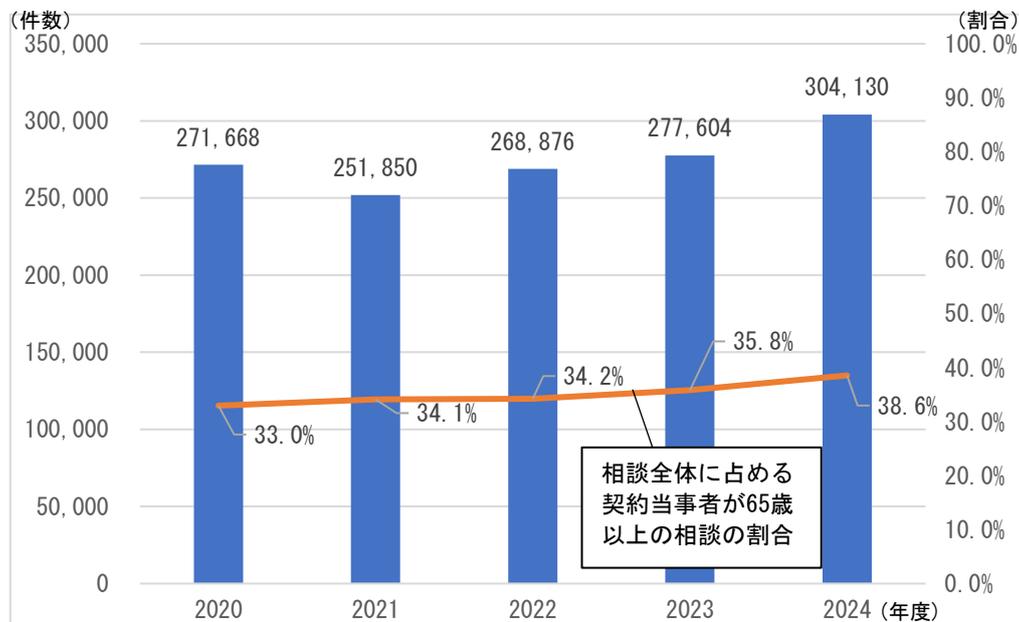
契約当事者が65歳以上の消費生活相談について、2024年度に全国の消費生活センター等に寄せられた相談の状況をまとめました。相談件数は増加傾向にあり、2023年度に引き続き不審なメールや電話、定期購入の相談が多く寄せられています。

1. 相談件数¹

契約当事者が65歳以上の相談件数は2024年度304,130件で、2023年度の277,604件と比べ約26,500件増加しました。相談全体に占める契約当事者が65歳以上の相談の割合も、2024年度は38.6%となり、2020年度以降で最高となりました。

図1 契約当事者が65歳以上の年度別相談件数と相談全体に占める割合の推移

(不明・無回答は除く)



¹ 本資料の相談件数等は2025年7月31日までのPIO-NET登録分。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。「65歳」の中には60歳代、「70歳」「75歳」の中には70歳代との申し出のあった相談を含む場合がある。「80歳」「85歳」についても同様。本資料の割合の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある。

2. 商品・役務等別の相談件数

2024年度の商品・役務等別の相談件数および割合をまとめました（表1）。

上位の項目は、2023年度の傾向と大きな変化はなく、「商品一般」は不審なメールや電話を含むもので、実在する警察や通信会社、宅配業者等、様々な組織がかたられています。「化粧品」「健康食品」「医薬品類」は、定期購入で商品を購入しトラブルにあったという相談が多くみられます。

2024年度に20位までの商品・役務で2023年度より上位に上がってきた商品・役務は「他の電報・固定電話サービス」「その他金融関連サービス」「医薬品類」「携帯電話」「相談その他」です（表中のオレンジ色部分）。このうち、「他の電報・固定電話サービス」は、通信事業者を名乗り未納料金があるなどとして金銭を請求する不審な電話に関する相談が含まれています。

表1 契約当事者が65歳以上の商品・役務等別相談件数・割合〔上位20位〕

2024年度 (304,130件)			参考：2023年度 (277,604件)		
順位	商品・役務等	件数 割合	順位	商品・役務等	件数 割合
1	商品一般 (不審な電話やメール等)	40,521 (13.3%)	1	商品一般	32,039 (11.5%)
2	化粧品	24,425 (8.0%)	2	化粧品	22,623 (8.1%)
3	健康食品	20,214 (6.6%)	3	健康食品	13,865 (5.0%)
4	他の役務サービス (サポート詐欺、点検サービス等)	10,510 (3.5%)	4	他の役務サービス	9,047 (3.3%)
5	移动通信サービス (携帯電話サービス等)	9,083 (3.0%)	5	移动通信サービス	8,518 (3.1%)
6	インターネット接続回線 (光回線等)	7,604 (2.5%)	6	インターネット接続回線	6,655 (2.4%)
7	修理サービス	6,471 (2.1%)	7	修理サービス	6,649 (2.4%)
8	他の電報・固定電話サービス (通信事業者を騙る未納料金請求等)	5,262 (1.7%)	8	屋根工事	6,129 (2.2%)
9	その他金融関連サービス (クレジットカード、暗号資産等)	4,910 (1.6%)	9	フリーローン・借金	4,693 (1.7%)
10	屋根工事	4,758 (1.6%)	10	その他金融関連サービス	4,513 (1.6%)
11	フリーローン・借金	4,724 (1.6%)	11	新聞	4,327 (1.6%)
12	電気	4,412 (1.5%)	12	電気	4,145 (1.5%)
13	新聞	3,816 (1.3%)	13	賃貸アパート・マンション	3,666 (1.3%)
14	賃貸アパート・マンション	3,715 (1.2%)	14	紳士・婦人洋服	2,965 (1.1%)
15	医薬品類	3,547 (1.2%)	15	四輪自動車	2,958 (1.1%)
16	紳士・婦人洋服	3,408 (1.1%)	16	放送	2,807 (1.0%)
17	四輪自動車	2,442 (0.8%)	17	他の電報・固定電話サービス	2,633 (0.9%)
18	携帯電話	2,410 (0.8%)	18	医薬品類	2,596 (0.9%)
19	相談その他 (個人間の借金等)	2,299 (0.8%)	19	生命保険	2,295 (0.8%)
20	放送	2,297 (0.8%)	20	アクセサリ	2,235 (0.8%)

次に、契約当事者 65 歳以上の相談件数が多い商品・役務等を年齢区別にまとめました（表 2）。

どの年齢区分も「商品一般」「化粧品」「健康食品」が上位となっています（表中の青色部分）。80 歳以上になると「移动通信サービス」や「インターネット接続回線」といった通信に関する相談は順位が下がり（表中の緑色部分）、「屋根工事」や「新聞」「医薬品類」に関する相談が上位にみられるようになります（表中のオレンジ色部分）。

表 2 契約当事者が 65 歳以上の年齢区分別商品・役務等別相談件数（2024 年度）〔上位 10 位〕

順位	65歳～69歳（65,471件）		70歳～74歳（75,557件）		75歳～79歳（69,297件）	
	商品・役務等	件数	商品・役務等	件数	商品・役務等	件数
1	商品一般	8,153	商品一般	10,302	商品一般	9,841
2	化粧品	8,129	化粧品	7,163	化粧品	5,111
3	健康食品	4,451	健康食品	5,127	健康食品	4,259
4	他の役務サービス	1,939	他の役務サービス	2,554	他の役務サービス	2,464
5	移动通信サービス	1,670	移动通信サービス	2,242	移动通信サービス	2,376
6	インターネット接続回線	1,589	インターネット接続回線	2,041	インターネット接続回線	2,162
7	フリーローン・借金	1,309	フリーローン・借金	1,468	修理サービス	1,470
8	紳士・婦人洋服	1,196	修理サービス	1,427	他の電報・固定電話サービス	1,389
9	賃貸アパート・マンション	1,097	その他金融関連サービス	1,200	その他金融関連サービス	1,250
10	修理サービス	1,046	他の電報・固定電話サービス	1,164	電気	1,115

順位	80歳～84歳（54,587件）		85歳以上（39,218件）	
	商品・役務等	件数	商品・役務等	件数
1	商品一般	7,442	商品一般	4,783
2	健康食品	3,596	健康食品	2,781
3	化粧品	2,709	他の役務サービス	1,429
4	他の役務サービス	2,124	化粧品	1,313
5	移动通信サービス	1,756	新聞	1,233
6	修理サービス	1,397	修理サービス	1,131
7	他の電報・固定電話サービス	1,182	移动通信サービス	1,039
8	インターネット接続回線	1,162	屋根工事	960
9	屋根工事	1,156	他の電報・固定電話サービス	923
10	新聞	992	医薬品類	660

3. 販売購入形態別の相談件数

2024年度における販売購入形態別の相談件数および割合を、契約当事者の年齢区分別で比較しました² (表3)。「通信販売」の各年齢区分の相談全体に占める割合は65歳～69歳が最も高く、年齢が上がるにつれ割合が下がっています(表中の青色部分)。一方、「訪問販売」「電話勧誘販売」「訪問購入」は年齢が上がるにつれ割合が高くなり(表中のオレンジ色部分)、85歳以上になると「通信販売」を抜いて「訪問販売」の割合が最も高くなります。これは一般に、年齢が上がるるとともに在宅時間が長くなることにより勧誘を受けやすい環境にあることや、インターネット通販を利用する機会が少なくなること³が一因と考えられます。

表3 販売購入形態別相談件数および割合(2024年度) 各年代における上段が件数、下段が割合

		65歳未満	65歳以上全体					
			65歳～69歳	70歳～74歳	75歳～79歳	80歳～84歳	85歳以上	
店舗購入		112,508 (23.2%)	49,281 (16.2%)	10,236 (15.6%)	12,767 (16.9%)	11,977 (17.3%)	8,703 (15.9%)	5,598 (14.3%)
店舗外販売	訪問販売	31,984 (6.6%)	38,663 (12.7%)	4,749 (7.3%)	7,056 (9.3%)	8,166 (11.8%)	9,669 (17.7%)	9,023 (23.0%)
	通信販売	203,863 (42.1%)	101,216 (33.3%)	29,295 (44.7%)	28,675 (38.0%)	21,740 (31.4%)	13,727 (25.1%)	7,779 (19.8%)
	マルチ取引	2,740 (0.6%)	965 (0.3%)	220 (0.3%)	244 (0.3%)	232 (0.3%)	174 (0.3%)	95 (0.2%)
	電話勧誘販売	26,742 (5.5%)	23,826 (7.8%)	4,198 (6.4%)	5,405 (7.2%)	5,798 (8.4%)	4,708 (8.6%)	3,717 (9.5%)
	ネガティブ・オプション	1,459 (0.3%)	1,113 (0.4%)	276 (0.4%)	248 (0.3%)	233 (0.3%)	191 (0.3%)	165 (0.4%)
	訪問購入	2,057 (0.4%)	4,998 (1.6%)	620 (0.9%)	871 (1.2%)	1,041 (1.5%)	1,305 (2.4%)	1,161 (3.0%)
	その他無店舗販売	3,280 (0.7%)	1,889 (0.6%)	343 (0.5%)	468 (0.6%)	473 (0.7%)	358 (0.7%)	247 (0.6%)
	合計	272,125 (56.2%)	172,670 (56.8%)	39,701 (60.6%)	42,967 (56.9%)	37,683 (54.4%)	30,132 (55.2%)	22,187 (56.6%)
総件数		484,481 (100.0%)	304,130 (100.0%)	65,471 (100.0%)	75,557 (100.0%)	69,297 (100.0%)	54,587 (100.0%)	39,218 (100.0%)

² 「店舗外販売」とは、販売購入形態のうち「店舗購入」と「不明・無関係」を除いた、「訪問販売」「通信販売」「マルチ取引」「電話勧誘販売」「ネガティブ・オプション」「訪問購入」「その他無店舗販売」の形態。「訪問販売」には、「家庭訪問」「アポイントメントセールス」「SF商法」「キャッチセールス」などが含まれる。表中の割合は各年齢区分の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。「不明・無関係」を除いているため、「店舗購入」と「店舗外販売」の割合を合わせても100%にならない。

³ 令和5年版消費者白書(消費者庁)

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/assets/consumer_research_cms201_2300908_02.pdf#page=68

4. 契約購入金額・既支払金額

2024年度における契約購入金額・既支払金額を契約当事者65歳以上と65歳未満で比較しました⁴（図2、図3）。契約購入金額は65歳以上において5万円未満が6割以上となっており、平均契約購入金額をみても65歳未満が約90万円、65歳以上は約71万円となっています。なお、平均既支払金額は65歳未満が約45万円、65歳以上は約46万円とほぼ同額となっています。

図2 契約購入金額別割合（2024年度）

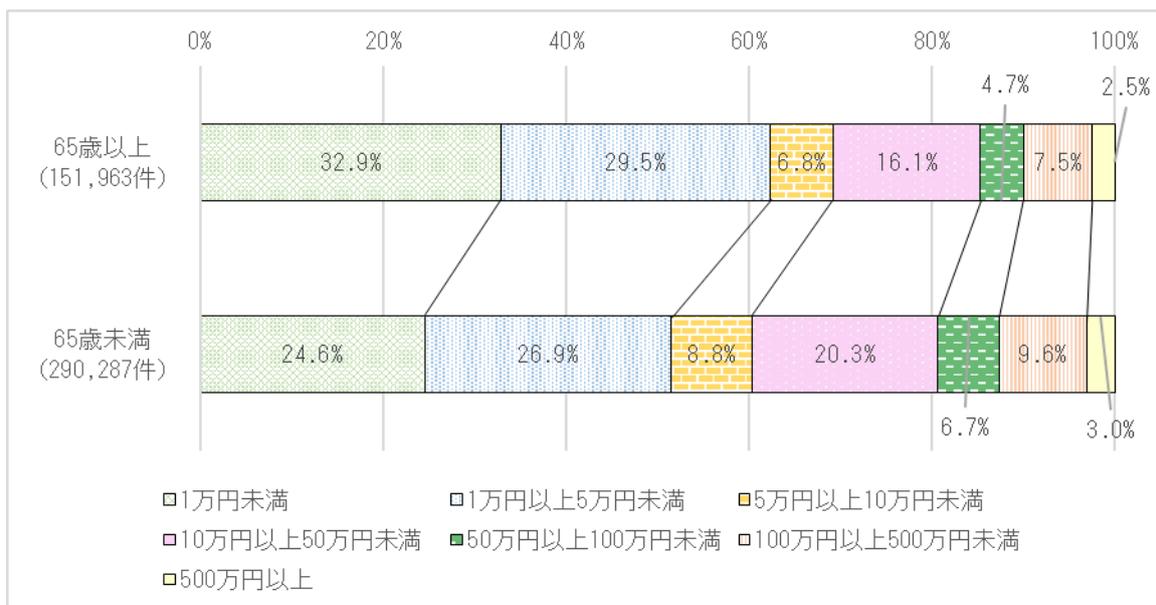
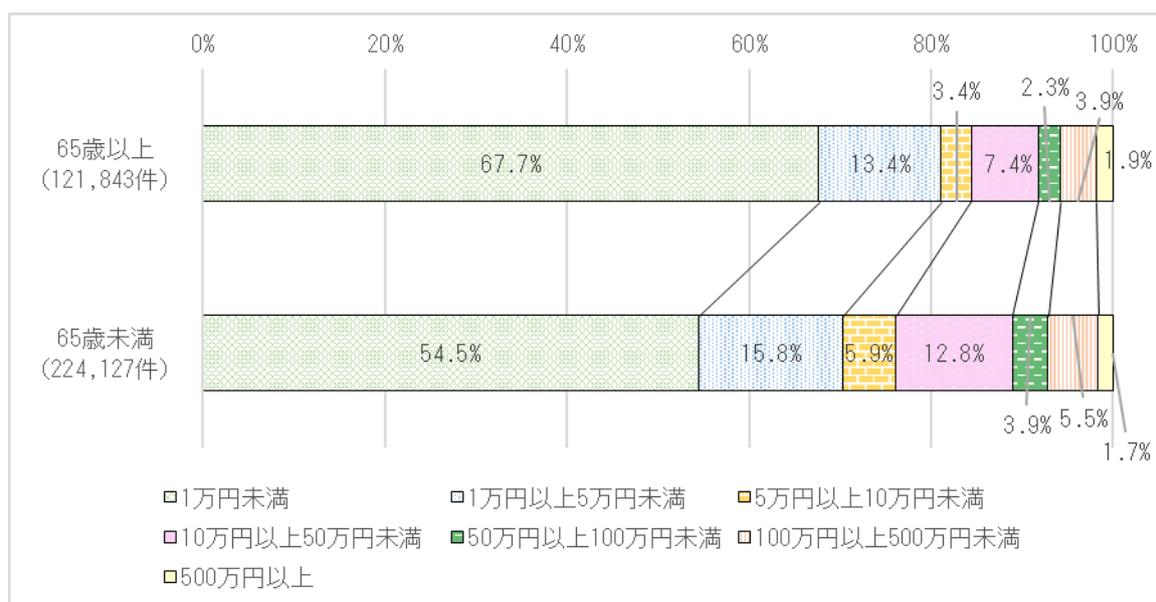


図3 既支払金額別割合（2024年度）



⁴ 図2、図3の件数は「不明・無回答」を除いており、それぞれの平均金額は、金額が不明な相談を除いた0円を含むすべての相談の算術平均。割合は金額が不明な相談を除いた各年度の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値であるため、グラフの数値の合計が100%にならない場合がある。

5. 販売方法・手口

2024年度の販売方法・手口別の相談件数を契約当事者65歳以上と65歳未満で比較しました⁵（表4）。いずれも「インターネット通販」や「定期購入」に関する相談が多くみられます。また、65歳以上では「点検商法」「テレビショッピング」に関する相談が10位以内にみられるようになります。

表4 販売方法・手口別の相談件数（2024年度）〔上位10位〕

順位	65歳以上	件数	順位	65歳未満	件数
1	インターネット通販	54,678	1	インターネット通販	122,297
2	定期購入	42,308	2	定期購入	47,611
3	家庭訪販	29,995	3	電話勧誘販売	23,012
4	電話勧誘販売	20,772	4	家庭訪販	19,855
5	かたり商法（身分詐称）	17,911	5	サイドビジネス商法	12,879
6	点検商法	13,262	6	かたり商法（身分詐称）	12,377
7	代引配達	8,633	7	代引配達	10,547
8	無料商法	6,003	8	無料商法	8,263
9	テレビショッピング	5,303	9	フィッシング	6,068
10	フィッシング	3,695	10	偽サイト	6,056

6. 困った時は

消費生活で少しでも不安を感じたら、早めに家族や知人・最寄りの消費生活センター等に相談しましょう。

＊ 消費者ホットライン「188（いやや!）」番

最寄りの市区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。

<身近な高齢者を守るために>

高齢者の消費者トラブルを防ぐためには、不審な人間が出入りしていたり、困った様子がかげたりしないか等、日頃から高齢者の生活や言動、態度などを見守り、身近にいる周りの方が変化にいち早く気づくことがとても重要です。消費生活センター等への相談は、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可能です。身近な高齢者がトラブルにあっているのではないかと気づいた場合は、できるだけ早く相談してください⁶。

7. 情報提供先

- ・消費者庁（法人番号5000012010024）
- ・内閣府消費者委員会（法人番号2000012010019）

⁵ 1件の相談に複数の販売方法・手口が含まれる場合は、各々に対し1件ずつカウントしている。「インターネット通販」「家庭訪販」「電話勧誘販売」「代引配達」「テレビショッピング」は、販売方法に問題があるとカウントされたもののみを対象に集計した。また「インターネット通販」「定期購入」は、販売購入形態が「通信販売」以外のものも含めて集計した。

⁶ 高齢化、独居化等の進展に伴う消費者被害の未然防止・拡大防止に向け、消費者安全法に基づき、地域における福祉施設、民間企業、警察等の多様な主体と連携した高齢者等の見守り活動の仕組みとして消費者安全確保地域協議会が設置されている自治体もある。

参考

これまで当センターが発表した、高齢者向けの注意喚起等を以下のページにまとめて掲載。

- ・ 高齢者の消費者被害（テーマ別特集）

https://www.kokusen.go.jp/soudan_now/data/koureisha.html

 <p>自己解決をサポートする 消費者トラブル FAQ</p>	<p>国民生活センターは、「消費者トラブル FAQ サイト」で、 消費者トラブルにあった方に解決に向けた情報提供をしています。 是非ご利用ください。 https://www.faq.kokusen.go.jp/</p>	
--	--	---