


一消費者トラブル情報一


<あいちクリオ通信 平成25年6月号 (No. 301) >


増加する工事・建築のトラブルに関する相談 悪質な訪問販売業者にご注意！



住宅リフォーム、増改築などの工事・建築のトラブルに関する相談が年々増加しています。

 「近所で工事している」と挨拶に来て、「無料点検する」、「瓦がずれている」「このままだと家がダメになる」と言って、契約を迫られたなどの相談が多く寄せられています。

 不意の訪問で、「今日ならこの金額でやります」「キャンペーンは今日まで」などと言い、契約を急がされたなどの相談も寄せられています。

 高齢者からの相談が多く、工事の必要性、金額の妥当性が疑わしいものも多く見受けられます。

契約を急がされても、その場ですぐに契約しないで、複数の業者から見積りを取り、金額と工事の内容を比較することが大事です。

消費生活相談の概要一速報一

<平成25年度（4月）の相談の特徴>

- ◇ 平成25年4月に、愛知県の8か所の県民生活プラザに寄せられた相談の件数は1,546件となり、前年同期（1,261件）と比べて、22.6%（285件）増加しています。
- ◇ 契約当事者を年代別にみると、「70歳以上」が286件で最も多くなっています。増加件数でも、「70歳以上」が対前年同期46.7%（91件）増となっています。

県民生活プラザ別相談件数（平成25年度4月）

単位：件

期間	中央	尾張	海部	知多	西三河	豊田加茂	新城設楽	東三河	計
4月	701	138	86	124	259	88	27	123	1,546
前年同期	577	176	74	87	171	59	19	98	1,261

愛知県県民生活部県民生活課

*この内容は、6月7日午前10時から愛知県のWebページでご覧いただけます。

<http://www.pref.aichi.jp/kenmin/shohiseikatsu/>

または

広報誌・機関紙等への転載などに、ぜひご活用ください。

訪問販売などの急な勧誘の場合はその場で契約しないように注意！

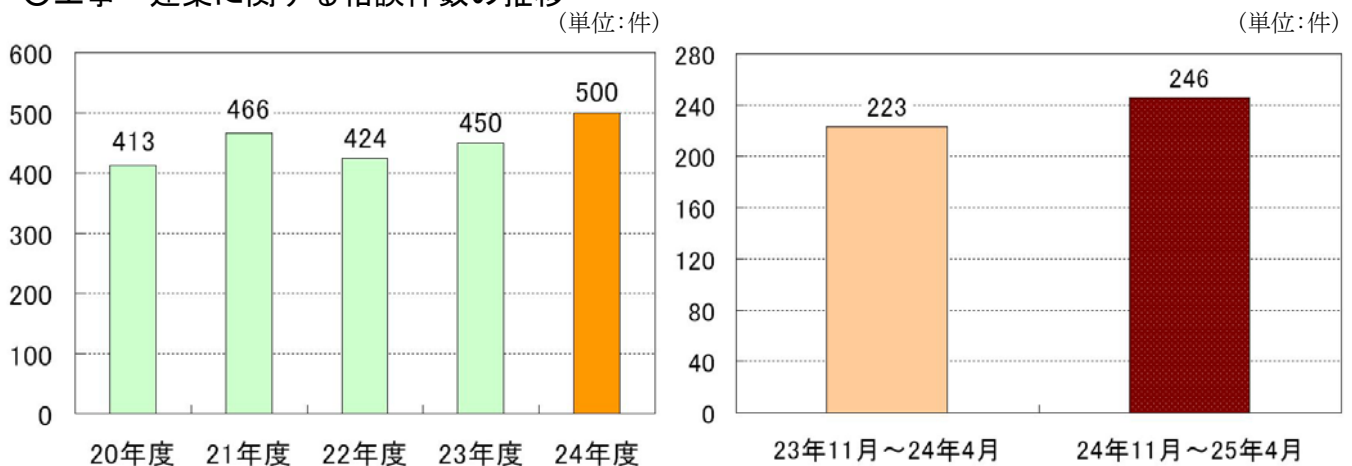
＜最近の相談事例から＞

☆ 工事・建築に関する相談件数は、ここ数年増加傾向にあり、平成24年11月から平成25年4月までの半年間に寄せられた相談は246件で、前年同時期の223件に比べて10.3%（23件）増加しました。

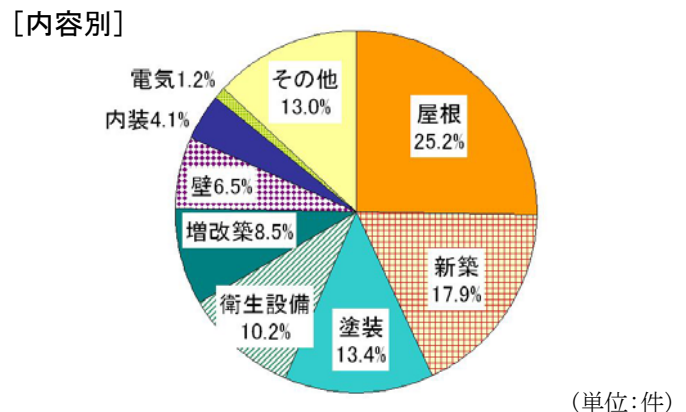
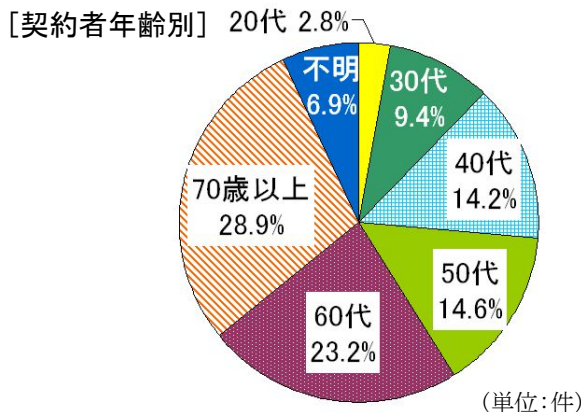
☆ 年齢別では60歳以上が52.0%（128件）と高齢者からの相談が多く、内容別では屋根工事が最も多く25.2%（62件）となっています。

☆ 販売購入形態別では、訪問販売が全体の55.7%（137件）と最も多く、次いで店舗購入が32.1%（79件）となっており、消費者にとって不意打ち性の高い訪問販売でのトラブルが多くなっています。

○工事・建築に関する相談件数の推移



【工事・建築に関する相談状況（平成24年11月～25年4月）】



20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	不明
7	23	35	36	57	71	17

屋根	新築	塗装	衛生設備	増改築	壁	内装	電気	その他
62	44	33	25	21	16	10	3	32

◆販売購入形態販売

①訪問販売：137件（55.7%） ②店舗購入：79件 ③その他：30件

◆契約当事者の性別

①男性：136件（58.3%） ②女性：109件 ③団体等：1件

◆契約当事者の職業別

①給与所得者：86件（35.0%） ②無職：84件 ③家事従事者：55件 ほか

◆契約購入金額

平均：516万円 最高額：6,500万円

◆既払金額

平均：140万円 最高額：4,000万円



相談事例

訪問販売で契約した屋根工事を解約したい。 (中央県民生活プラザ 相談者：60代女性)

「屋根がはがれている。点検する」と突然来た業者に勧められるまま、母は屋根工事の契約をした。84万円と高額なので辞めたいとその日のうちに業者に電話。「消費税分を値引きするから80万円がいい。もう塗装の材料は買った」と言われ承諾した。工事終了後、業者から「明日近所に行くからお金を取りに行く」と電話があった。契約書には84万円と書いてあるので不安。

80万円で契約したのだから80万円で良い。また振込みにしても良い。集金に来て、新たな契約をさせられるおそれもある。金額変更後の書面を受け取っていないので、工事後でもクーリングオフを主張できると助言した。後日、相談者から「母と最寄りの消費生活相談窓口に行き、クーリングオフをすることにした」と報告があった。

その後、相談者がこれまでの経緯とクーリングオフする書類を業者に通知した。

業者から「お金を取りに行く」と電話があり、「消費生活相談窓口に相談した」と告げたら、「なんでそんなところに相談するんだ」と怒鳴られたとのことであった。

その後、相談員から業者に説明したところ、業者から「クーリングオフを了承する」と相談者に電話があった。

増改築工事を契約したが、勝手に追加工事もされていた。(東三河民生活プラザ 相談者：70代男性)

増改築事例展示会に出かけた後に、不動産会社の担当者が自宅に訪問し、800万円で増改築工事を契約した。中間金として400万円を払い、残りは完成後に払う予定だった。

工事中に追加工事や内容変更を行ったが、不動産会社から追加や変更に関する金額の提示が全くなかったので契約金額内での工事変更だと思っていた。増改築工事が完了し、引渡し時に残金400万円と追加工事代金400万円の請求を受けた。金額の追加の提示もなく契約者の許可も得ず請求してきた不動産会社に不信感を持ち、請求を無視してきたところ弁護士事務所から不動産会社に残金の800万円を2週間以内に払うように通知がきた。

相談者は、弁護士費用や裁判の流れについて聞きたいとのことであったので、法テラス(日本司法支援センター)に確認してみてもどうかと助言した。

まずは、住まいるダイヤル(住宅リフォーム・紛争処理支援センター)に相談し、不動産会社との契約書と追加工事の見積り書を送付し、正当な工事であるか見解を聞くよう助言した。

アドバイス

● 契約を急がされても、その場で契約しない。

業者が契約を急がせる事例もあり、「今ならこの金額でやります」「キャンペーン価格は今日まで」などと消費者に対し有利な契約であるように見せることもあります。すぐに契約しないことが重要です。

● 見積りを複数の業者からとって、金額と工事内容の比較をしましょう。

工事を依頼するときは、工事内容を記載した見積りを必ずとり、内容について分からない点は必ず業者に確認しましょう。金額だけでなく、工事の内容や、用いる材料の種類、数量、単価、工事期間などについても業者に説明を求め、不明な点があれば建築士などの専門家に聞いてみることも必要です。

● 工事内容について業者と話しあったことは、記録に残しましょう。

口約束では、トラブルになったとき、言った言わないの水掛論になりがちです。トラブルを未然に防ぐには、工事内容等についての取り決め、業者名、連絡先等の記載された書面を求めましょう。

● 工事を依頼するに当たっては、必要性をよく検討しましょう。

自分が依頼したい工事内容に加え、予定外の工事を業者に勧められることもあります。安い工事を勧めた後で、あたかも必要な工事のように思わせ、追加契約させて、トータルでは高額な契約になってしまうこともあります。工事の必要性をよく考え、納得できない場合はきっぱり断りましょう。

トラブルに遭った場合は、早めに**最寄りの県民生活プラザ**
又は**お住まいの市町村の消費生活相談窓口**にご相談ください。

消費生活相談の概要 一速報一

＜平成25年度（4月）の相談の特徴＞

☆ 70歳以上からの相談が増加……………表1

契約当事者を年代別にみると、「70歳以上」が286件で最も多く、全体の18.5%を占め、次いで、「40代」の268件（17.3%）、「30代」の239件（15.5%）の順となっています。

増加件数が多いものは、「70歳以上」が対前年同期91件増（286件）、「60代」が75件増（215件）となっています。

☆ 食料品に関する相談が増加……………表2-1・2

品目別にみると、デジタルコンテンツ、インターネット接続回線などの「運輸通信サービス」が484件で最も多く、次いで、健康食品、飲料などの「食料品」の166件、ファンド型投資商品、フリーローン・サラ金などの「金融保険サービス」の157件の順となっています。増加件数の多いものは、健康食品、飲料などの「食料品」が対前年同期133件増（166件）となっています。

また、更に細かい分類である商品等別にみると、「デジタルコンテンツ」が371件で最も多く、次いで、「健康食品」の123件、「工事・建築」の40件の順となっています。増加件数の多いものは、「健康食品」の対前年同期109件増（123件）、「デジタルコンテンツ」が同61件増（371件）となっています。

☆ 通信販売に関する相談が多い……………表3-1・2

店舗外取引に関する相談は、1,045件で、全体の67.6%を占めています。このうち、「通信販売」に関する相談が601件で最も多く、店舗外取引に関する相談の57.5%を占め、次いで、「電話勧誘販売」の229件（21.9%）、「訪問販売」の156件（14.9%）の順となっています。

また、店舗外取引に関する相談を販売方法別・商品別にみると、通信販売では「デジタルコンテンツ」が367件で最も多くなっています。

増加件数の多いものは、電話勧誘販売では「健康食品」の対前年同期80件増（84件）、通信販売では「デジタルコンテンツ」の同62件増（367件）、訪問販売では「工事・建築」の同7件増（27件）となっています。

表1 年代別相談件数

単位：件

区 分	未成年	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	不明	計
4月	77	155	239	268	203	215	286	103	1,546
構成比(%)	(5.0)	(10.0)	(15.5)	(17.3)	(13.1)	(13.9)	(18.5)	(6.7)	(100.0)
前年同期	64	166	237	230	133	140	195	96	1,261
対前年同期 増減数	(+13)	(-11)	(+2)	(+38)	(+70)	(+75)	(+91)	(+7)	(+285)
対前年同期 増減率(%)	(+20.3)	(-6.6)	(+0.8)	(+16.5)	(+52.6)	(+53.6)	(+46.7)	(+7.3)	(+22.6)

表2-1 品目別相談件数

単位：件

区 分	商品 計	主 な も の			サービ ス 計	主 な も の				他の相談 計	計
		食料品	教 養 娯楽品	被服品		運輸通信 サービス	金融保険 サービス	教養娯楽 サービス	保健福祉 サービス		
4月	581	166	90	71	960	484	157	71	56	5	1,546
構成比(%)	(37.6)	(10.7)	(5.8)	(4.6)	(62.1)	(31.3)	(10.2)	(4.6)	(3.6)	(0.3)	(100.0)
前年同期	403	33	93	50	851	416	155	57	35	7	1,261
対前年同期 増減数	(+178)	(+133)	(-3)	(+21)	(+109)	(+68)	(+2)	(+14)	(+21)	(-2)	(+285)
対前年同期 増減率(%)	(+44.2)	(+403.0)	(-3.2)	(+42.0)	(+12.8)	(+16.3)	(+1.3)	(+24.6)	(+60.0)	(-28.6)	(+22.6)

※主な商品等 食料品…健康食品123件、飲料10件、魚介類10件、穀類5件、調理食品5件、野菜・海草4件など
 教養娯楽品…新聞11件、電話機・電話機用品11件、パソコン10件、音響・映像機器5件など
 被服品…婦人用バッグ9件、靴6件、財布類6件、指輪5件、ネックレス4件、着物類4件など
 運輸通信サービス…デジタルコンテンツ371件、インターネット接続回線34件など
 金融保険サービス…ファンド型投資商品38件、フリーローン・サラ金24件、生命保険18件など
 教養娯楽サービス…宝くじ13件、資格講座9件、旅行代理業8件、スポーツ・健康教室5件など
 保健福祉サービス…エステティックサービス29件、医療サービス7件、パーマ5件など

表2-2 商品等別相談件数

単位：件

区分	順位	1	2	3	4	5	5	7	8	9	10
4月	デジタルコン テンツ	健康食品	工事・建築	ファンド型投 資商品	インターネット 接続回線	四輪自動車	エステティッ クサービス	修理サー ビス	フリーロー ン・サラ金	携帯電話 サービス	
		371	123	40	38	34	34	29	26	24	23
前年同期		310	14	37	27	29	33	11	18	13	15
対前年同期 増減数		(+61)	(+109)	(+3)	(+11)	(+5)	(+1)	(+18)	(+8)	(+11)	(+8)
対前年同期 増減率(%)		(+19.7)	(+778.6)	(+8.1)	(+40.7)	(+17.2)	(+3.0)	(+163.6)	(+44.4)	(+84.6)	(+53.3)

※この他、商品（サービス）を特定できないものを分類した「商品一般」が52件あります。

※デジタルコンテンツとは、インターネットを通じて得られるアダルトサイトや出会い系サイトなどの情報のことです。

表3-1 店舗外取引に関する相談件数

単位：件

区分	訪問販売	通信販売	電話勧誘販売	マルチ商法	送りつけ商法	訪問購入	その他無店舗	計
4月	156	601	229	26	5	12	16	1,045
構成比(%)	(14.9)	(57.5)	(21.9)	(2.5)	(0.5)	(1.1)	(1.6)	(100.0)
前年同期	156	499	143	19	3	0	7	827
対前年同期 増減数	(0)	(+102)	(+86)	(+7)	(+2)	(+12)	(+9)	(+218)
対前年同期 増減率(%)	(0.0)	(+20.4)	(+60.1)	(+36.8)	(+66.7)	(0.0)	(+128.6)	(+26.4)

※訪問購入は、H25.2.21以降に設けた分類であり、H23年度分のデータはありません。

表3-2 店舗外取引に関する相談の商品等別件数

(1) 訪問販売

単位：件

区分 \ 順位	1	2	2	4	5
4月	工事・建築 27	ソーラーシステム 10	新聞 10	テレビ放送サービス 8	修理サービス 6
対前年同期	20	4	6	6	1
増減数	(+7)	(+6)	(+4)	(+2)	(+5)

(2) 通信販売

単位：件

区分 \ 順位	1	2	3	4	5
4月	デジタルコンテンツ 367	ファンド型投資商品 20	健康食品 18	宝くじ 11	婦人用バッグ 9
対前年同期	305	6	4	4	6
増減数	(+62)	(+14)	(+14)	(+7)	(+3)

(3) 電話勧誘販売

単位：件

区分 \ 順位	1	2	3	3	3
4月	健康食品 84	インターネット接続回線 17	ファンド型投資商品 10	株 10	公社債 10
対前年同期	4	12	15	13	12
増減数	(+80)	(+5)	(-5)	(-3)	(-2)

(4) マルチ商法

単位：件

区分 \ 順位	1	2	3	3	3
4月	健康食品 8	化粧品 3	ファンド型投資商品 1	音響・映像ソフト 1	販売業内職 1
対前年同期	4	3	1	0	0
増減数	(+4)	(0)	(0)	(+1)	(+1)

(5) 送りつけ商法

単位：件

区分 \ 順位	1	2			
4月	健康食品 4	化粧品 1			
対前年同期	0	0			
増減数	(+4)	(+1)	(0)	(0)	(0)

(6) 訪問購入

単位：件

区分 \ 順位	1	1	1	1	1
4月	コレクション用品 1	ネックレス 1	貴金属 1	ルームエアコン 1	電気掃除機類 1
対前年同期	0	0	0	0	0
増減数	(+1)	(+1)	(+1)	(+1)	(+1)

※訪問購入は、H25.2.21以降に設けた分類であり、H23年度分のデータはありません。