

— 資 料 —

住宅リフォーム訪問販売業者による高齢消費者被害について

本 保 弘 子

Damage Caused to Elderly Consumers by Door-to-Door
Home-Improvement Sales People

Hiroko HOMBO

要 旨

2015年6月、消費者庁が特定商取引法違反により住宅リフォーム業者に対して初めて6か月間の業務の一部停止を命じた。その事業者の訪問販売営業で高額のリフォーム工事を契約した後、クーリングオフにより金銭的被害を免れた単独世帯84歳女性の事例について聞き取り調査を実施した。最近の悪質リフォーム業者による高齢消費者被害について、この事例の調査結果と見積書比較で解説し、高齢消費者被害防止対策として6項目と実効性のある法整備を提案した。

キーワード：住宅リフォーム home-improvement, 訪問販売 door-to-door sales
高齢者 elderly person, 戸建住宅 detached house

1. はじめに

住宅リフォーム訪問販売業者による高齢消費者被害は、2005年、認知症の高齢姉妹が19の業者と数千万円のリフォーム契約を締結し、貯蓄の全てを失った上に自宅が競売にかけられた事件の報道により社会問題となった。

その後、特定商取引法の改正や2009年の消費者庁の発足など消費者被害防止に向けた取り組みが行われているが、次に述べる相談件数から悪質住宅リフォーム業者の高齢消費者被害は引き続き深刻である。PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）に寄せられた訪問販売による住宅リフォーム相談件数は2010年6058件から2013年7292件と増加した。翌年の2014年には6852件と少し減少したものの2015年8月末では前年同月までの件数を上回っている。この相談件数のうち毎年およそ300件は何らかの理由によって十分な判断ができない者の契約「判断不十分者契約」¹⁾となっていることから、高齢で判断能力が低下した消費者の深刻な被害がうかがえる。

消費者庁は、屋根等の住宅リフォームの施工を行っていた訪問販売業者である株式会社 Aホームに対し、特定商取引法第8条第1項の規定に基づき、2015年6月12日から同年12月11日までの6か月間、訪問販売に関する業務の一部（新規勧誘、申込受付及び契約締結）を停止す

るように命じた。²⁾ 当日のテレビ、新聞の報道によると、住宅リフォーム業者に都道府県が業務停止命令をだすことはこれまでもあったが、消費者庁が住宅リフォームで業務停止命令をだすのは初めてである。この事業者に対する苦情相談は九州地区で274件、支店のある愛知県周辺で148件、契約額の最高は1589万円、平均でもおよそ100万円になり、契約した人のほとんどは高齢の単独世帯または高齢の夫婦のみ世帯であった。同社は2012年5月以降、同法違反で九州など4県から改善の指導を受けていたという。

この事業者の訪問販売営業により324万円の住宅リフォーム工事を契約したが、その後クーリングオフの手続きをおこなって金銭的被害を免れた84歳女性の事例について、筆者は聞き取り調査を実施した。最近の悪質リフォーム業者による高齢消費者被害について、この調査結果と見積書比較で解説する。

2. 調査事例

住宅：築16年の一戸建て住宅、木造2階建、福岡県

居住者：単独世帯84歳 女性 Cさん

見積日：株式会社 A ホームは2015年4月21日

 有限会社 B 工務店は2015年4月26日

リフォーム工事：2015年5月15日～5月19日、有限会社 B 工務店

筆者による聞き取り調査の実施：

 Cさん 2015年4月24日、5月15日、5月22日、6月12日

 Cさんの次女 2015年4月22日、4月24日、5月15日、5月22日

84歳女性 Cさんに対して株式会社 A ホームの訪問営業があったのは、2015年4月20日（月）の午前中である。悪質住宅リフォーム訪問販売の典型的な営業トークを使い、営業員 D が、「近所の家で屋根のリフォーム工事をしています。お宅の屋根の一部がはがれているのを見えました。安く修理してあげますよ。7,000円です。」と言った。これに対し Cさんは若い男性である営業員 D の感じがよく親切心から営業に来たと思いきみ、7,000円の簡易修理を頼んでしまった。D は翌日また来ると言いつて屋根や外壁を見て帰った。

翌日の4月21日（火）には、D を含む3人の男性が訪問し、自称職人の E が屋根に上がり修理したといい、その間、他の2人は頼んでいない外壁、雨戸、樋などを見てまわっていた。その後、「雨漏りしているはずですよ。点検させてください。」と言って3人は住宅内に入り込んだ。自称職人の E は、「屋根は長いこと塗装もしていないから相当傷んでいます。屋根裏に入らせてください。」と言って屋根裏に上がった。戻ってくると、木材が腐敗したような黒いゴミをもってきて、「雨漏りしています。屋根裏の木は腐っていてこれです。このままでは家全体がたへんなことになりますよ。」と本工事を強くすすめた。Cさんは、3人が話し上手で親切そうな態度だったことから信用してしまい、その場で提示された総額324万円の高額なリフォーム工事契約書に、すぐに署名捺印してしまった。その日の夜、Cさんは、同県内に住む次女にメールで連絡した。「A ホームの人が来て親切だったから、リフォームを頼んだよ。



図1 屋根裏の写真

324万円です。」これを読んだ次女はたいへん驚いて、すぐにCさんに電話し、「お母さんは、営業トークにだまされたと思うよ。リフォームは必要かもしれないから、家を建てた工務店に頼んで見に来てもらうよ。」と話したが、Cさんは「Aホームの人は良い人だったよ。」と言い納得できない様子だった。

次の日、4月22日（水）、Aホームの営業員DがCさんの家に来て、「近所の家の工事が予定より早く終わったから、明日、足場工事をします。」と言う。前日Dは、工事は早くて1週間後と話していたが、Cさんの都合も聞かず工事を急ごうとする。Dを良い人と言っていたCさんもこれについては不審に思い、次女に電話した。Cさんは対応を次女にまかせてクーリングオフの手続きをとることとした。

その2日後の4月25日（金）、次女が頼んだB工務店経営の職人と親戚の一級建築士の2人が屋根裏を確認すると、Aホームの自称職人Eが言っていた雨漏りの跡と屋根裏が腐っているは全くの嘘で、傷んでいる部分はなかった。図1は屋根裏の写真である。築16年だがとても良い状態を保っている。

Aホームの自称職人EがCさんに見せた木材が腐敗したような黒いゴミは、あらかじめ持参したものと考えられる。近所の家で屋根のリフォーム工事をしていると言ったのも嘘で、Cさんの家の屋根の細部が見えるような近所で屋根のリフォーム工事をしている家はなかった。Aホームに対する消費者庁の業務停止命令がNHKの全国放送などで報道された後、Cさんが近所の数人と話しをすると、その全員の家をAホーム営業員が同じ営業トークで訪問し、Cさん以外はその場で断っていたことがわかった。

84歳女性Cさんに対するリフォーム訪問販売の違法性については、消費者庁がホームページで公表しているAホームの行政処分（業務停止命令）の原因となる事実5項目のうち3項目があてはまり、それを抜粋すると次のとおりである。²⁾

命令の原因となる事実

A社は、以下のとおり、法に違反する行為をおこなっており、訪問販売に係る取引の公正及び売買成立の相手方の利益が著しく害されるおそれがあると認められた。

(1) 勧誘目的の不明示（特定商取引法第3条）

同社は、本工事を契約することが目的であるにもかかわらず、消費者に対し目的を明らかにしないまま、偶然を装い、屋根瓦がずれているが安く修理できるなどと簡易工事の契約の締結をし、簡易工事を施工した際に、「かなり傷んでいます。そのまま放置していると雨漏りをしてしまいます。今張り替えておかないと後で大事になります。」などと告げて本工事の契約の締結について勧誘していた。

(2) 再勧誘（法第3条の2）

84歳女性Cさんの件は該当しない。

(3) 書面記載不備（法第5条第1項）

84歳女性Cさんの件は該当しない。

(4) 不実告知（契約の締結を必要とする事情に関する事項）（法第6条第1項第6号）

「中が腐っている。屋根を打ち付けただけでは釘がボロボロになっているので駄目です。直さないと大変なことになりますよ。」などと、補修自体が必要ではない、又は同社が勧誘した様な大掛かりな本工事までは必要がないにもかかわらず、あたかも本工事の必要があるかのように告げて勧誘していた。

(5) 不実告知（判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの）（法第6条第1項第7号）

そのような事実がないにもかかわらず、あたかも近所で工事をしているように告げ、「今、帰りがけにお宅の屋根を見たのだけど、一箇所漆喰が剥がれている鬼瓦がありますよ。」「近所の家の工事をする時に漆喰が余るので、残りの漆喰でついでにどうですか。」などと、簡易工事を持ちかけることが不自然ではないかのように告げて勧誘していた。

3. 見積書比較

Cさんの家に必要なリフォーム工事は、2015年4月24日に親戚の一級建築士とB工務店経営の職人、2人で家を見て確認した。その結果、屋根塗装はした方が良く、外壁リフォームは必要なし、トイレは床を張り替えて便器を交換する、壁紙の一部は張り替えることになった。有限会社B工務店の見積書の写しを表1に示す。株式会社Aホームの見積書の写しを表2に示す。見積書は2社の内容を比較し以下の(1)～(5)で説明する。Aホームの見積書には、自称職人EがCさんに対して屋根裏は腐っていると対応する工事は全く入っていない。雨漏りが原因で屋根裏が腐っているのが事実とすれば、屋根の吹き替え、屋根下地の張り替え、垂木の取り替えなどが必要になってくるはずである。見積書の内容からもAホームの自称職人Eの嘘がわかる。

(1) 屋根塗装工事

まず、屋根塗装工事に必要な足場設置工事を見ると、表1 有限会社B工務店の見積書の足場は北側と東側、養生込み一式消費税別で75,000円となっている。屋根塗装工事に必要な足

表1 有限会社 B工務店 見積書

	摘 要	数 量	単 価	金 額
1	屋根塗装工事			
(1)	北側東側足場仮設, 養生	一式		75,000
(2)	高圧洗浄工事	158 m ²	250	39,500
(3)	遮熱塗料3回塗り	158 m ²	2,000	316,000
	小計			430,500
2	トイレリフォーム工事			
(1)	トイレ床張替工事	一式		29,000
(2)	便器取替工事(ウォシュレット付)	1	88,000	88,000
(3)	残材処分	一式		8,000
	小 計			125,000
	合 計			555,500
	消費税	8 %		44,440
	税込合計金額			599,940
見積日	平成27年4月26日			

表2 株式会社Aホーム 見積書

	名 称	数 量	単 価	金 額
1	屋根塗装工事			
(1)	高圧洗浄屋根水洗い工事	146.93 m ²	500	73,465
(2)	下塗り工事(シーラー材)	146.93 m ²	2,000	293,860
(3)	中塗り工事(カスタムシリコン)	146.93 m ²	1,500	220,395
(4)	上塗り工事(カスタムシリコン)	146.93 m ²	1,500	220,395
	小 計			808,115
2	外壁塗装工事			
(1)	外壁塗装工事(水洗い, 3回塗)	133.9 m ²	5,500	736,450
(2)	雨樋塗装工事	106 m	4,000	424,000
(3)	雨戸塗装工事	45.3 m ²	2,500	113,250
(4)	水切り塗装工事	12.5 m ²	3,000	37,500
(5)	軒天塗装工事	77 m	3,000	231,000
(6)	破風板、鼻板塗装工事	77 m	3,000	231,000
	小 計			1,773,200
3	足場設置工事(メッシュシート含む)	227 m ²	1,300	295,100
4	諸経費	5 %		143,821
	値引き			▲ 20,236
	合 計			3,000,000
	消費税			240,000
	税込合計金額			3,240,000
見積日	平成27年4月21日			
見積有効期限	平成27年5月21日			
※室内クロス張り替え工事, トイレ補修工事(シリコン止め)サービス				

場はこれで十分な設置である。これに対し表2 株式会社 A ホームの見積りは約4倍の295,100円で、数量227 m²、㎡あたり足場単価1,300円となっている。この数量227 m²は、必要ない外壁工事の足場も兼ねたものである。また、1 m²あたり足場単価は養生シート込みで1,300円となっているが、一級建築士である筆者が相場を調べた結果はおよそ650円～900円で、地域的に工事費は特に高くはなく、接道や敷地など諸条件が工事に都合の良いことからかなり高額であると言える。

次に塗装前的高圧洗浄水洗い工事は、表1. 有限会社 B 工務店が m²単価250円、158 m²で39,500円、表2. 株式会社 A ホームが単価500円、146.93 m²で73,465円となっている。施工面積の誤差はあるが、A ホームは B 工務店より単価2倍、金額もおよそ2倍高い。相場単価は200円～250円であり、B 工務店は相場の範囲内となっており特別に安いわけではない。

塗装の施工はどちらも下地を含めて3回塗りとなっている。B 工務店は遮熱塗料で、A ホームのカスタムシリコンより塗料のグレードは高い。遮熱塗料は遮熱顔料を含み、太陽の光を跳ね返し、赤外線吸収率を低下させて熱の発生を防ぐ塗料である。遮熱塗料の㎡あたりの材料と工事費を合わせた相場単価は2,000～2,200円、B 工務店の見積は m²単科2,000円、158 m²で316,000円であった。これに対し、カスタムシリコンの相場単価は1,500～1,900円、A ホームの見積は、下塗り（シーラー材）、中塗りと上塗り（カスタムシリコン）の3回塗り合計で m²単価5,000円、146.93 m²で734,650円であった。塗装工事も B 工務店は相場価格の範囲内、A ホームは相場価格のおよそ3倍にも相当する見積り金額となっている。

足場を含む屋根塗装工事の金額（消費税別）は、B 工務店が430,500円、A ホームは1,103,215円に別途計上している諸経費5%を加えると1,158,375円となる。A ホームは B 工務店より約2.7倍高く、しかも遮熱性能はないグレードの低い塗料となっていた。

(2)外壁塗装工事

A ホームの営業員 D は C さんに対して、屋根塗装工事のついでにと言って外壁塗装工事を勧めた。屋根塗装工事のために足場を組むなら、外壁塗装もしておいた方が良いと言うのである。その価格は相場の約2倍にあたる m²単価5,500円となっている。その他、外壁塗装の付帯工事として雨戸や雨樋などの塗装工事も入って、外壁塗装工事の合計は1,773,200円（消費税別）、諸経費5%を加えると1,861,860円の見積り金額である。先に述べたように、C さんの親戚の一級建築士と B 工務店経営の職人2人で確認した結果、外壁は全く傷みがなく外壁塗装は付帯塗装工事を含めて不要と判断した。

(3)トイレリフォーム工事

C さんの家のトイレは、床のフローリングが湿気で傷みがあり、以前からリフォームを希望していた。床の張り替えと便器の交換で B 工務店の見積金額（消費税別）は125,000円であった。これに対し A ホームは、トイレ補修工事（シリコン止め）サービスとなっている。フローリングの傷みをシリコン止めで改善できるはずはなく、何を意図しているのか不明のサービスである。

(4)室内クロス張り替え工事

C さんは、食器棚を設置しているキッチン上部の壁クロスの汚れを、雨漏りではないかと心

配していた。先に述べたように雨漏りではなかった。A ホームの見積書には壁クロス張り替えはサービスと記載されている。B 工務店の見積書には記載されていないが、トイレリフォーム工事の日に無料で張り替えてもらった。

(5)まとめ

A ホームの見積書には、不要な工事である外壁塗装工事とその付帯工事が入っており、必要なトイレリフォーム工事は含まれない。これで消費税込総額324万円であった。これに対してB工務店の見積書は必要な工事のみ、各工事単価は相場の範囲内で消費税込総額約60万円であった。

4. 株式会社 A ホームのホームページ

株式会社 A ホームに対して消費者庁が業務の一部停止を命じた後、ホームページのトップページには、2015年6月12日付で「お詫び」が掲載されている。業務停止命令の前に掲載されていた社員の写真と氏名、社員のブログ、お客様の写真はその後削除されている。

問題点としては、「どんなご依頼にも自社でカバーできる対応力が自慢です。実際に作業にあたる職人も全て、当社の社員」と書いているが、屋根工事、内装などリフォーム工事全般の協賛会社募集を同じホームページで行っている。この事実から、A ホーム社員の主たる仕事は訪問販売営業であり、施工は他社であることがうかがえる。

削除された社員のブログでは、高齢のお客様に対し敬老の日以外には〇様や〇様ご主人、奥様と言う。敬老の日のみ、おじいちゃん、おばあちゃんと言わせていただいております。敬老の日のお祝いを持って行く、お得意様の家の草取りをする、楽しくお話しさせていただいたなど高齢者をリフォーム営業のターゲットとしていたことがよくわかる。現在も社員が地域清掃活動を行っている写真を掲載している。ボランティア活動と社員のブログは会社と社員の良いイメージをつくっている。

お客様の声では、住宅リフォームのきっかけは近所で A ホームが工事していた、いろんな会社の工事費用を比べたら工事する側もされる側もお互いに気分が悪い、お互いの信頼関係が大事など、相見積をとることを良しとしないような書き方がされている。ホームページのどこにも具体的なリフォーム工事価格についての記載はない。

Cさんが営業員 D から受け取った A ホームのカレンダーにも地域清掃の写真が掲載されている。このカレンダーは字が太字で大きくて高齢者にも見やすくなっており、社員の似顔絵と毎月はがきに貼って応募できる抽選券までついている。Cさんは営業員 D から、抽選券は D に手渡しすれば必ず当たると言われた。

以上のように、会社や社員に対して高齢消費者の好感度を上げる工夫が多くみられるが、好感を持った高齢者を裏切るような訪問販売営業が行われていた。

5. 高齢消費者被害の防止

調査事例の84歳女性の Cさんは、認知症を疑われるような症状はなく、携帯メールを日常的に使い、約50年間無事故無違反で運転免許の更新を続けている。毎日のように社交ダンス、

カラオケ、パソコン教室、お茶会などに出かけ、近所づきあいをし、自宅の庭では野菜や花を育てている。充実した生活をし、しっかりとしているように見えるが判断能力の低下はあったようだ。契約書に署名捺印した3日後、Cさんは営業員から雨漏りで腐っているとされた屋根裏が図1の写真のように全く傷んでいなかったことを知った。約2ヵ月後には、Aホームに対する消費者庁の業務停止命令が報道された後、近所の数人との会話により同じ営業トークで自分だけが契約してしまったことがわかり、とても傷ついた様子であった。Cさんはクーリングオフにより金銭的な被害は免れたが、次女には迷惑をかけてしまったと言って自分を責めるなど、Aホームの特定商取引違反行為による被害者の一人である。

この事例を基に、訪問販売住宅リフォーム業者による高齢消費者被害の防止対策を提案する。住宅リフォームでは、特に①～③が有効であると考ええる。

①築15年ごろから信頼できる専門家に点検を依頼して家の状態を把握しておく。

②週の前半を含む定期的な家族の訪問や連絡。

高齢の単独世帯や夫婦のみの世帯に対して、悪質な住宅リフォーム業者は家族の訪問や連絡が少ない週の前半を狙って訪問営業を始め、スピード勝負で契約書に署名捺印させて週末までに住宅リフォーム工事を開始する。

③クーリング・オフ制度の理解。

訪問販売は8日以内であれば契約を解除できることは知られているが、契約後の工事中でも工事終了後でも特別な理由がなくても契約を解除できることを知っておく。

住宅リフォームに限らない悪質訪問販売全般の高齢消費者被害の防止対策としては、

④訪問販売は断ることに決めておく。

⑤高齢者に対して、悪質訪問販売の手口を家族など身近な人が繰り返し説明する。

⑥地域情報として悪質訪問販売を含む生活安全情報掲示板などネット利用を促進する。

さらに被害にあった場合の対応の注意点としては、高齢者は自分に責任があり、家族に迷惑をかけることを申し訳なく思い悩んでいるときに家族に叱られると、話しをしなくなって被害拡大も考えられるので、被害者である高齢者を責めず十分に話を聞くことが求められる。

以上の他、住宅リフォームの工事請負契約については、特別に緊急な補修の必要性がない限り見積書提出当日の契約禁止とするなど、消費者被害に対してさらに実効性のある法整備が望まれる。

引用資料

- 1) 国民生活センター ホームページ 2015年10月1日更新
相談事例・判例>各種相談の件数や傾向>訪問販売によるリフォーム工事
- 2) 消費者庁 ホームページ 平成27年 公表資料 2015年6月11日