

# 住宅リフォームに関する消費者問題 への取組についての実態調査報告

(案)

平成23年8月

消費者委員会



# 目 次

	頁
<b>1 住宅リフォームに関する概況等</b>	
（１）背景事情等	1
（２）最近の消費者被害の状況	2
（３）消費者支援制度	8
（４）住宅リフォームに関する法規制	10
（５）住宅リフォーム事業者に対する行政処分等の実施状況	12
（６）PI0-NET相談情報の分析結果	13
<b>2 消費者に対するアンケート調査結果</b>	
（１）調査の目的	16
（２）調査の対象及び方法、時期	16
（３）調査事項	16
（４）調査結果	
ア 1次調査結果	
（ア）消費者支援制度に対する認知度	17
（イ）消費者支援制度についての利用経験の有無	18
（ウ）消費者支援制度に対する今後の利用意向	19
（エ）クーリングオフに対する理解度	22
イ 2次調査結果	
（ア）リフォーム経験者の情報収集	23
（イ）リフォーム経験者の契約に至るまでの行動	25
（ウ）リフォーム経験者のリフォームについて不満やトラブル	27
<b>3 消費者問題を解決するための取組</b>	
（１）消費者支援制度の利便性等を高めるための取組	
ア 消費者からの相談に一元的なネットワークにより対応できる 仕組みの構築	28
イ 地方自治体との連携による取組の充実	
（ア）リフォーム瑕疵保険制度	29
（イ）住宅リフォーム工事に係る実勢価格等の参考情報	30
（ウ）クーリングオフ制度に関する情報	32

(2) 消費者支援制度の認知度を高めるための取組	33
(3) これまでの取組に対する検証等の実施	35

## 資料

資料1 関係法令等	40
資料2 関連資料	
・ 消費者への一元的対応のイメージ	59
・ 納税通知書等による周知のイメージ	60
・ 特定商取引法における訪問販売に係る規制と建設業法における 規制との比較表	61

## 1 住宅リフォームに関する概況等

### (1) 背景事情等

- 全国消費生活情報ネットワークシステム（略称「パイオネット」。以下「PIO-NET」という。）には、古くから住宅リフォーム<sup>1</sup>に関する相談が記録されており、平成16、17年ごろには相談件数が急増するとともに相談内容も深刻化した。こうした中、認知症の高齢者姉妹が、訪問販売で自宅を訪れた複数のリフォーム業者に次々と必要もない工事の契約を結ばされ、判明した範囲だけでも3年間に5,000万円を超える金額をだまし取られるという事件が報道されたほか、それと前後して同種の悪質・詐欺的な事件が多数露見し、訪問販売による悪質な住宅リフォームが、社会問題として広く認知されるに至った。

この問題に関し、国では、関係省庁による「住宅リフォームに関する消費者トラブルに係る関係省庁等担当課長会議」における検討を経て、関係省庁担当課長会議決定（平成17年7月）において悪質住宅リフォームに関する消費者トラブルへの対応策を打ち出したほか、国土交通省は、学識経験者、弁護士、消費者団体、業界団体等による「悪質リフォーム対策検討委員会」を設置し、同省を中心として取り組むべき対策を検討し、国及び地方自治体では、上記の検討結果（平成17年9月）を踏まえ、消費者からの相談受付体制の強化や悪質事業者の取締りの強化等、様々な施策を実施してきた。

- こうした取組が功を奏したとみられ、PIO-NETにおける訪問販売による住宅リフォームに関する相談件数は大幅に減少し、平成20年度の相談件数は、ピークであった17年度の9,936件と比較すると、半数近くの5,317件まで減少している。

もっとも、その後、平成21年度以降、相談の件数は、反転増加傾向にある。さらに、今後、新成長戦略（平成22年6月18日閣議決定）において示されたストック重視の住宅政策の下で実施される各種施策に加え、東日本大震災に伴う住宅改修工事や耐震リフォーム、太陽光発電などの創エネリフォームや、さらには高齢化の進展に伴うバリアフリーリフォーム等各種リフォーム需要増が見込まれる状況にあり、これに伴い更なる消費者トラブルの増加が懸念される。

- 現在、国土交通省では、新成長戦略における消費者が安心して適切なリフォームを行える市場環境の整備を図る等の方針に沿って、2020年（平成32年）までに中古住宅流通市場やリフォーム市場の規模を倍増することを目標

---

<sup>1</sup> 住宅リフォームについては、法律上明確な定義が存在しないため、ここでは、住宅の修繕から増改築のために行われる工事までを、広く住宅リフォームとして論じることとする。

として掲げており、その実現に向けた具体的施策を内容とするトータルプランの検討のため、本年2月9日より「中古住宅・リフォームトータルプラン検討会」を開催し、検討を進めているところである。

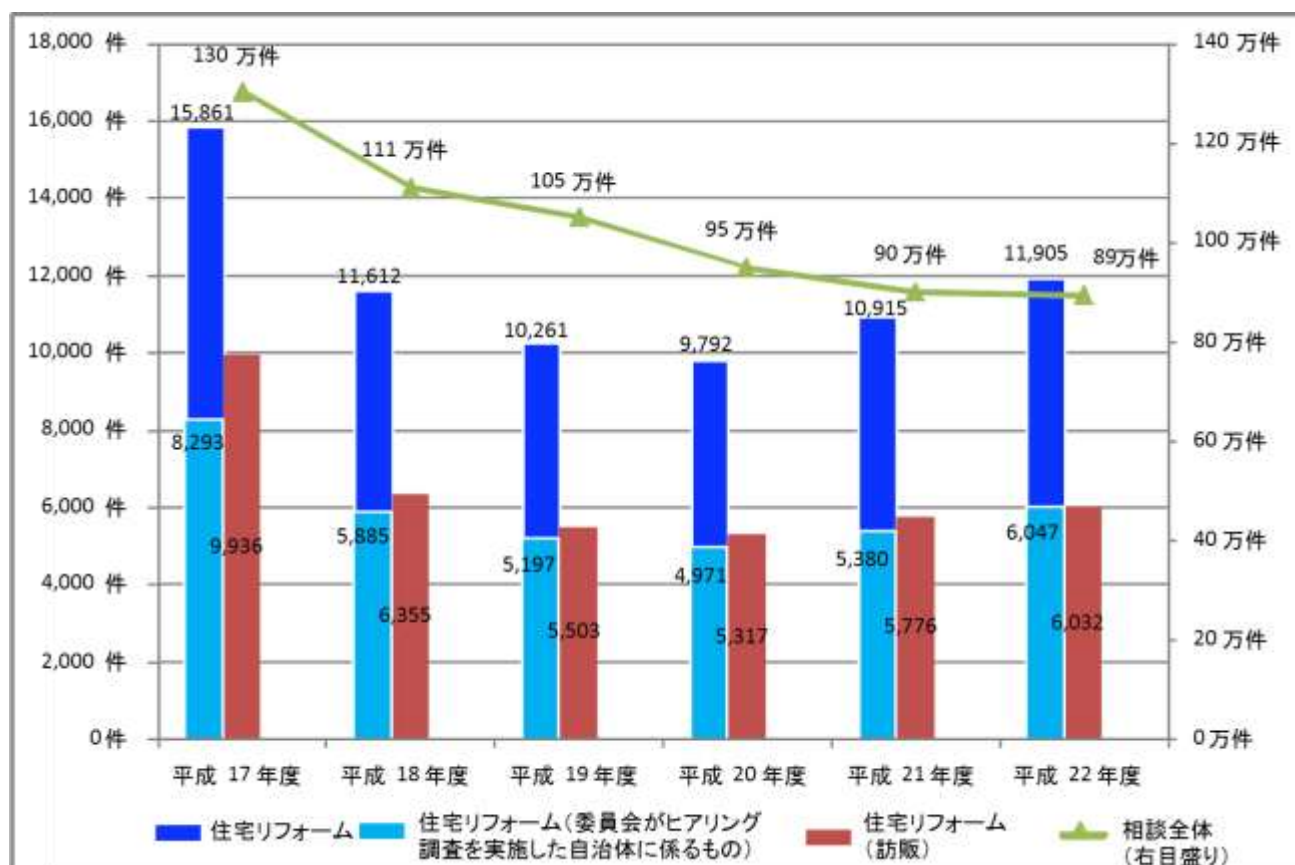
## (2) 最近の消費者被害の状況

○ PIO-NETによれば、同システムに登録された相談件数は、全体としては一貫して減少傾向にあるところ、住宅リフォームに関する相談（注）の件数についてみると、平成17年度をピークとして減少傾向にあったものの、21年度以降は増加に転じている（図1-(2)-1）。

なお、住宅リフォームに関する相談のうち、訪問販売による契約に係る相談は、依然として過半数を占めてはいるものの、その割合は減少傾向にある（図1-(2)-1）。

（注）ここでいう住宅リフォームに関する相談とは、「屋根工事」「壁工事」「増改築工事」「塗装工事」「内装工事」の相談の合計をいう。

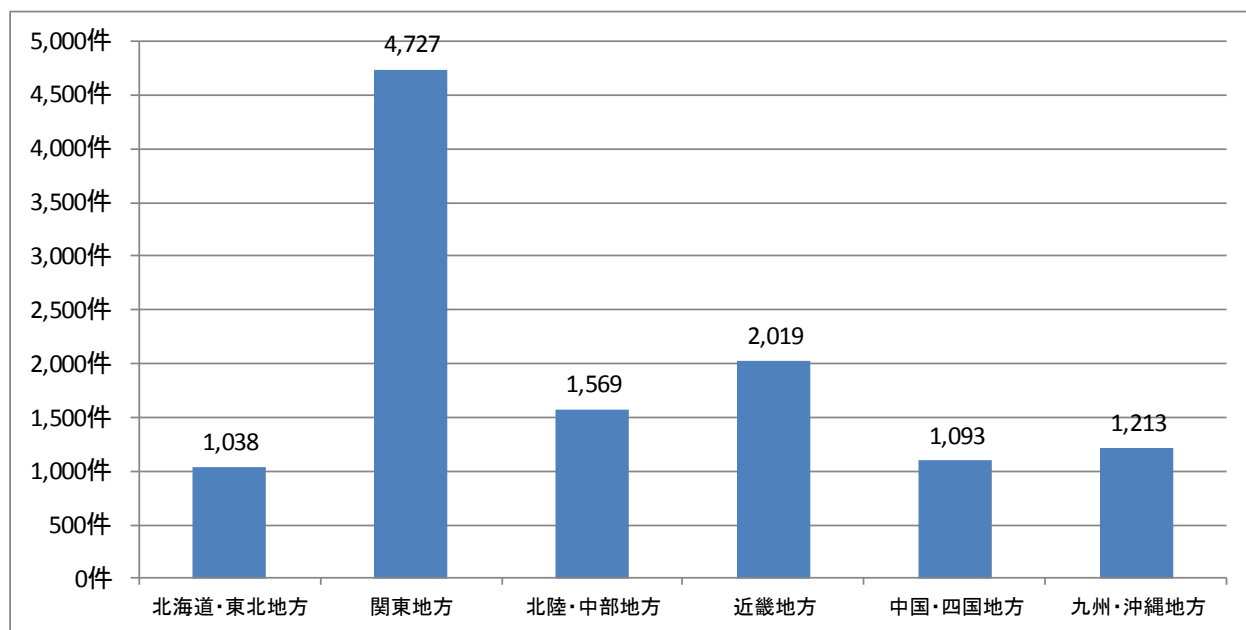
図1-(2)-1 住宅リフォームに関する相談件数の推移



（注）PIO-NETのデータにより、当委員会が作成した（データは平成23年3月末日まで受付、平成23年7月31日登録分。）。

- 住宅リフォームに関する相談について、地域（ブロック）別にみると、関東地方から寄せられた相談が最も多く、全体の41%を占めている（図1－（2）－2）。

図1－（2）－2 住宅リフォームに関する相談のブロック別件数  
（平成22年度）

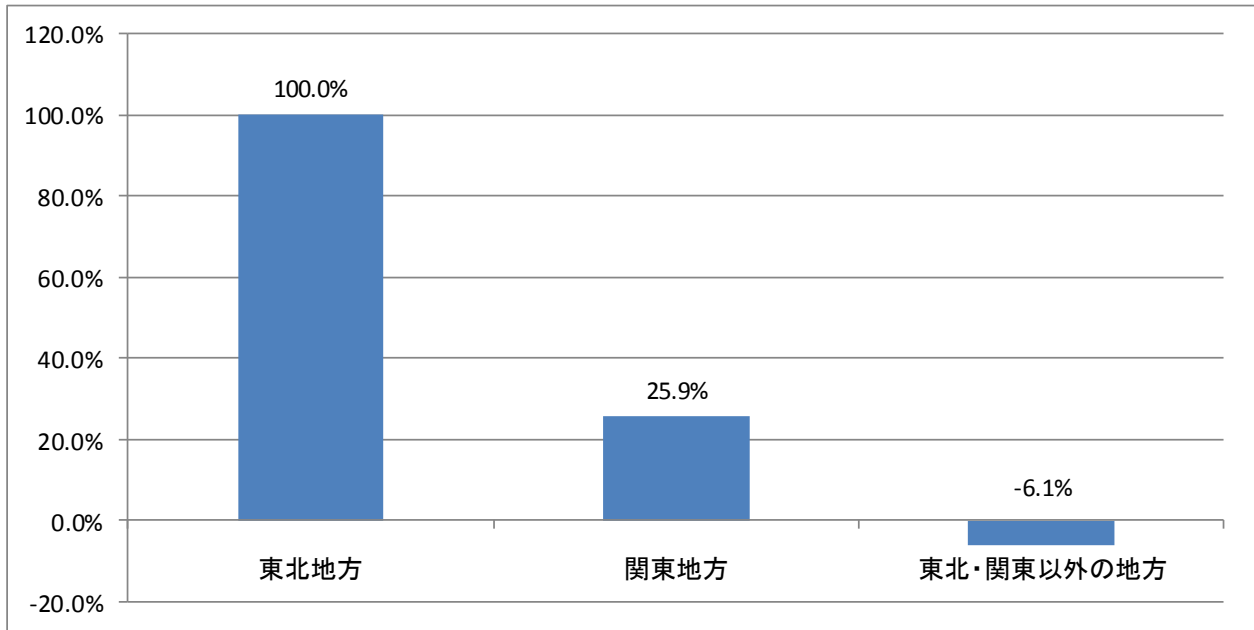


（注）PI0-NETのデータにより、当委員会が作成した（データは平成23年3月末日まで受付、平成23年7月31日登録分の11,659件。未入力等を除く。）。

※ ブロックについては、国土交通省地方整備局の区分を参考に当委員会で整理。

- また、東日本大震災の住宅リフォーム市場等への影響を把握するため、PI0-NETのデータから東北地方及び関東地方において、平成23年3月から5月までに受け付けた住宅リフォームに関する相談事案を抽出し集計した。結果、当該3か月間で、東北地方で248件、関東地方で1,496件の相談があり、前年同時期（平成22年3～5月）に比べるとそれぞれ100.0%増、25.9%増と大幅に増加しており、一方、東北・関東以外のブロックでは、6.1%減少していることが分かった（図1－（2）－3）。

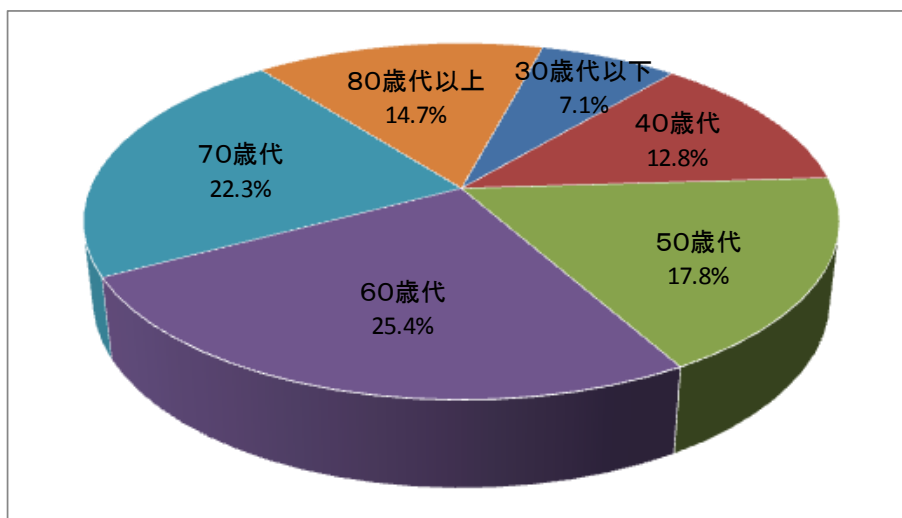
図 1 - ( 2 ) - 3 住宅リフォームに関する相談件数の対前年同期増加率



(注) PIO-NETのデータにより、当委員会が作成した(データは平成23年3～5月受付分と平成22年3～5月受付分、平成23年7月31日までに登録されたもの。)

- 住宅リフォームに関する相談について、契約当事者の属性についてみると、40歳代以上が92.9%を占めている。中でも、60歳代以上が占める割合は62.4%、70歳代以上が占める割合が37.0%となっており、高齢者が契約トラブル等に巻き込まれる危険性が高いことがうかがえる(図1-(2)-4)。

図 1 - ( 2 ) - 4 住宅リフォームに関する相談の契約当事者の年齢  
(平成22年度)

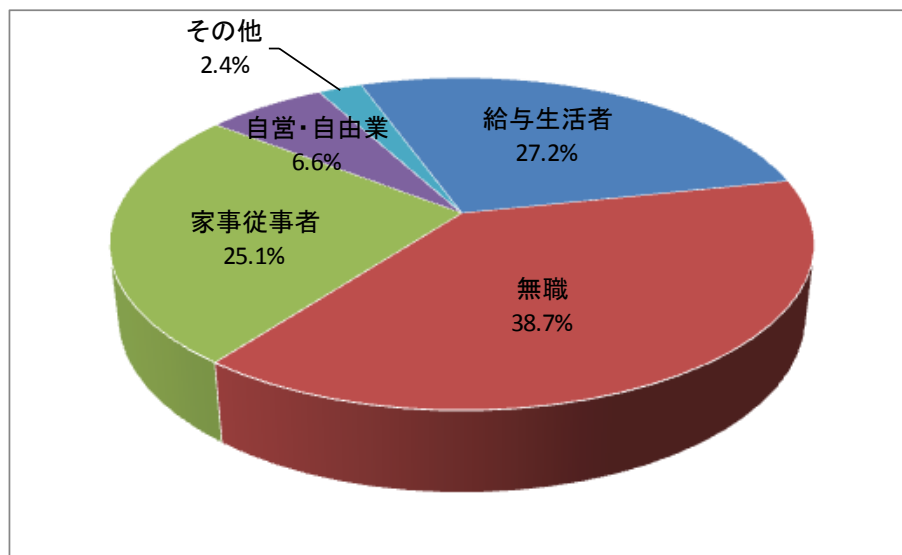


(注) PIO-NETのデータにより、当委員会が作成した(データは平成23年3月末日まで受付、平成23年7月31日登録分の10,466件。未入力を除く。)



- 住宅リフォームに関する相談について、契約当事者の職業をみると、無職及び家事労働者といった一般に在宅している可能性が高い職業分類が占める割合が63.8%となっている（図1－（2）－5）。

図1－（2）－5 住宅リフォームに関する相談の契約当事者の職業  
（平成22年度）

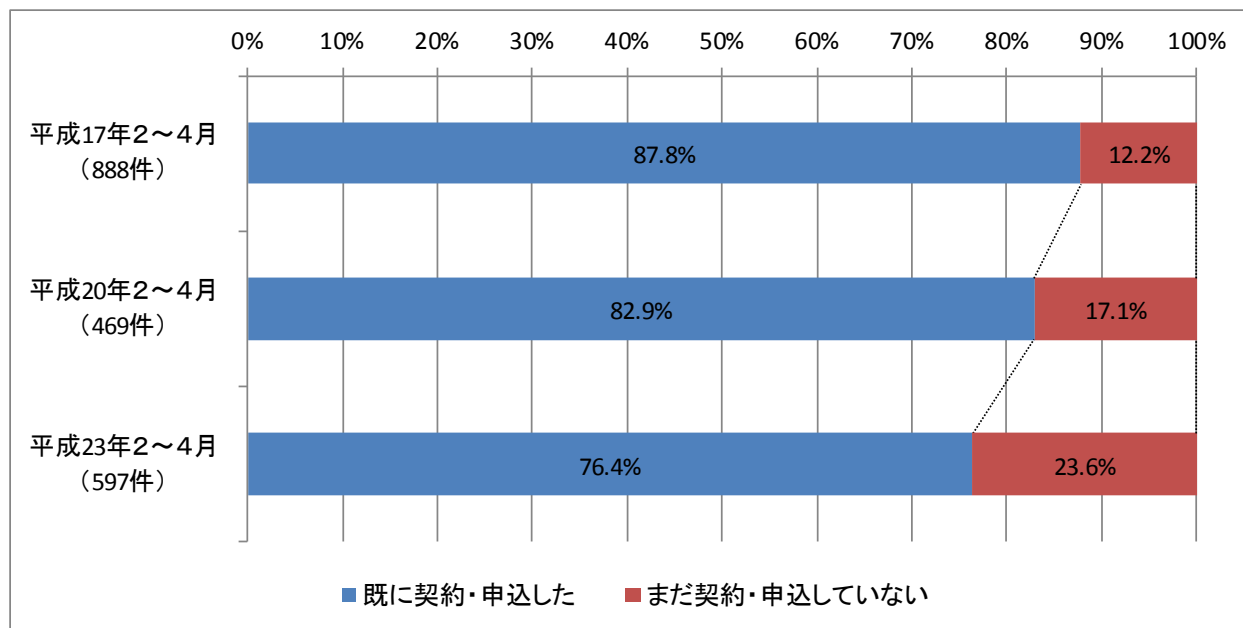


（注）PIO-NETのデータにより、当委員会が作成した（データは平成23年3月末日まで受付、平成23年7月31日登録分の10,834件。未入力・不明を除く。）。

- 住宅リフォームに関する相談について、相談時の契約・申込の有無をみると、既に契約・申込した者の割合が84%、契約・申込していない者の割合が16%となっている。

さらに、訪問販売による屋根工事についてみると、平成17年（2～4月）では、既に契約・申込した者の割合が87.8%、契約・申込していない者の割合が12.2%であったが、23年では、既に契約・申込した者の割合が76.4%、契約・申込していない者の割合が23.6%と、既に契約・申込した者の割合が減少し、契約・申込していない者の割合が6年間で倍増となっている（図1－（2）－6）。

図 1 - ( 2 ) - 6 屋根工事（訪問販売）に関する相談時の契約・申込の有無

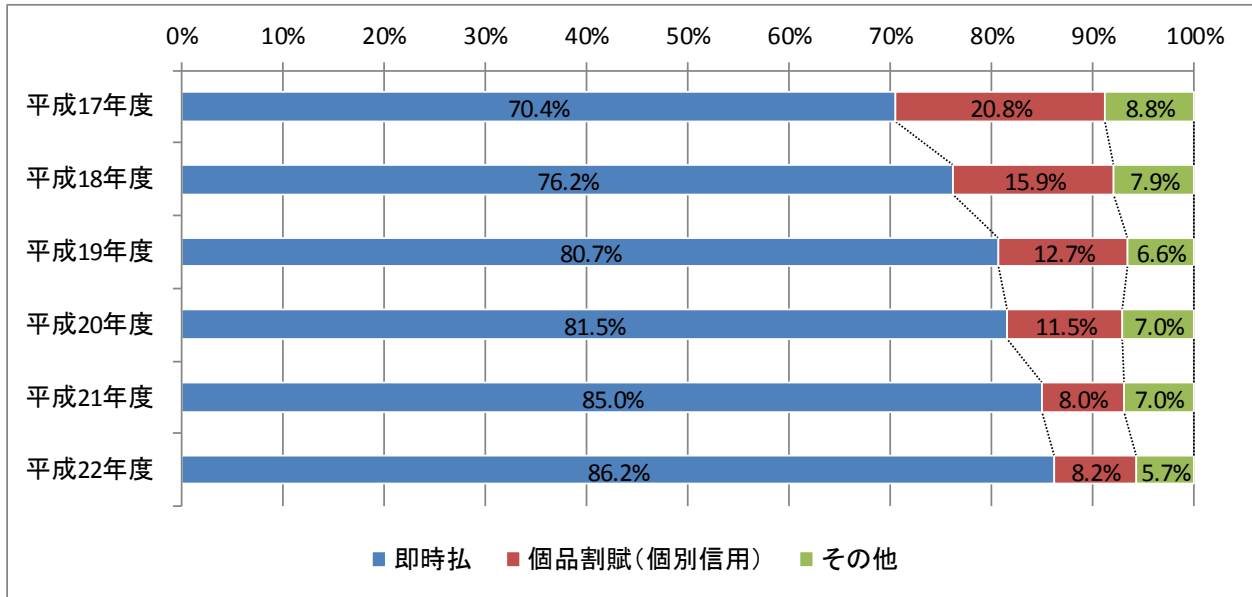


(注) PIO-NETのデータにより、当委員会が作成した（データは平成23年6月19日登録分。）。

※ 「不明・無関係」は「まだ契約・申込していない」に含む。

- 住宅リフォームに関する相談について、支払方法の推移をみると、平成17年度では70.4%が即時払い（現金や口座振込による一括払いなど）、20.8%が個品割賦（個別信用）であった。18年度以降は、即時払いの占める割合が更に高まっており、22年度では即時払いが86.2%、個品割賦（個別信用）が8.2%となっているなど、支払方法のほとんどが現金や口座振込による一括払いなどとなっていることがうかがえる（図1 - (2) - 7）。

図 1 - ( 2 ) - 7 住宅リフォームに関する相談の支払方法の推移



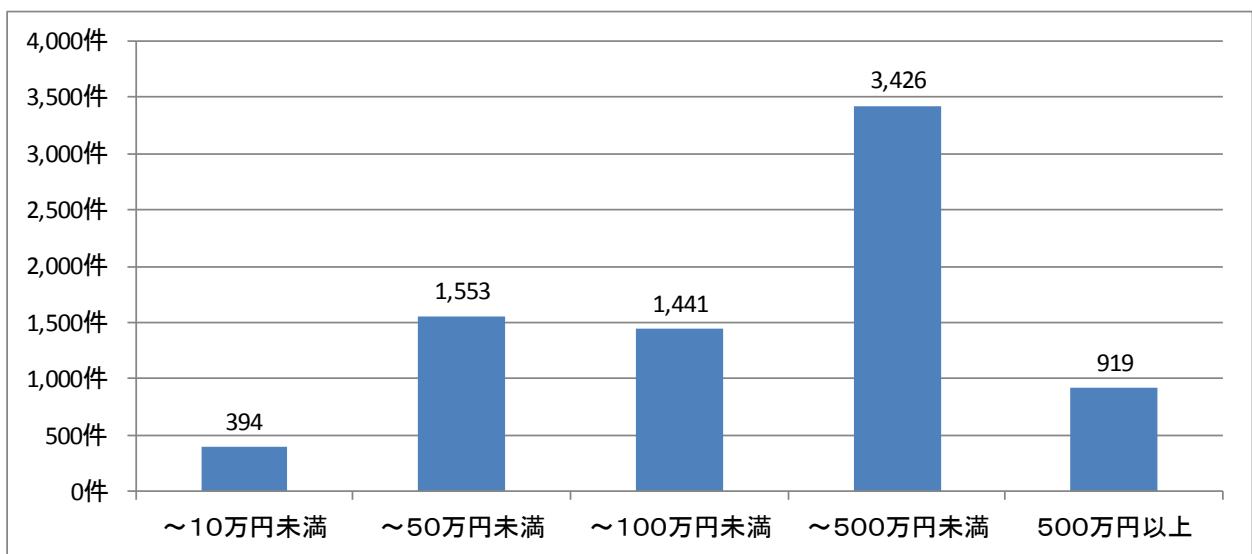
(注) PIO-NETのデータにより、当委員会が作成した（データは平成23年3月末日まで受付、平成23年7月31日登録分。未入力を除く。）。

※ 支払方法のうち個品割賦（個別信用）については、平成21年度の相談受付分までは割賦販売法改正前の定義により、平成22年度の相談受付分以降は改正後の定義により分類。

○ 住宅リフォームに関する相談について、契約購入金額の価格帯をみると、最も多い価格帯が「100万円以上500万円未満」で44%、次いで「10万円以上50万円未満」の20%となっている。また、500万円以上の案件は12%、100万円未満の案件は44%となっている（図1 - (2) - 8）。

図 1 - ( 2 ) - 8 住宅リフォームに関する相談の契約購入金額の価格帯

(平成22年度)



(注) PIO-NETのデータにより、当委員会が作成した（データは平成23年3月末日まで受付、平成23年7月31日登録分の7,733件。未入力を除く。）。

### (3) 消費者支援制度

- 当委員会において、国土交通省が実施主体であることが確認できた住宅リフォームに関する消費者支援制度は、以下の10制度である（表1－（3）－1）。

表1－（3）－1 国土交通省による消費者支援制度一覧

	支援制度	種別	運営主体	概要
1	住まいるダイヤル	電話相談窓口	(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センター	住宅に関する相談に幅広く対応する電話相談窓口。専門相談員（建築士）が対応。
2	リフォーム無料見積相談制度	見積書・契約書についての相談・チェック制度	(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センター	見積りについて電話相談に対応。見積書・契約書・図面を郵送・FAXすると、建築士が無料でチェックして助言をしてくれる制度。
3	住宅リフォーム見積チェックシステム	見積書について雛型作成・情報提供	(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センター	見積書のチェックポイントやアドバイス、見積事例の情報提供を行うほか、モデル見積書式の作成もできる。
4	無料専門家相談制度	弁護士・建築士との対面相談制度	(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センター／全国各地の弁護士会	住まいるダイヤルで予約をして、近隣の弁護士会（現在、50の弁護士会で実施）で弁護士と建築士が同席の上、対面相談が出来る。1時間無料。
5	増改築相談員／マンションリフォームマネジャー	住宅リフォームに関する資格制度（消費者からの相談対応、助言を行う）	(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センター	増改築相談員：昭和60年度創設。戸建住宅などの増改築の専門家。住宅新築工事またはリフォーム工事の実務経験が10年以上で、財団の研修会受講後、考査に合格すると登録できる。全国で約18,000人。 マンションリフォームマネジャー：平成4年度創設。マンションリフォームの企画、提案を行う専門家。学科と設計製図試験に合格すると登録できる。全国で約5,100人。
6	リフォーム瑕疵保険	リフォーム時の検査と保証がセットになった保険制度	住宅瑕疵担保責任保険法人（6社）	事業者が加入し、後日、工事に欠陥に見つかった場合、補修費用等の保険金が事業者を支払われる。事業者が倒産している場合は、消費者に支払われる。保険加入に併せて、建築士による現場検査が行われる。
7	リフォーム事業者検索	事業者検索サイト	(一社)住宅瑕疵担保責任保険	上記リフォーム瑕疵保険の各保険法人による一定の審査を経て登録され

	サイト		協会	た事業者を検索できるウェブサイト。
8	既存住宅の住宅性能表示制度	性能評価・表示の基準、専門家による住宅の検査に関する制度	(一社)住宅性能評価・表示協会／登録住宅性能評価機関	住宅の性能評価・表示にルールを設け、その上で第三者機関の評価員が現況を検査し、性能評価する制度。住まいの傷み具合などを適時・適切に把握することで、適切な維持管理、修繕・リフォームを支援する。
9	住宅履歴情報サービス(いえかると)	住宅の設計・施工・維持管理等に関する情報を蓄積・管理する制度	住宅履歴情報サービス機関(56法人)	いつ、だれが、どのように新築や修繕、改修、リフォーム等を行ったかを記録し、管理する制度。履歴情報を活用することで、的確な予算・工期で希望にかなう合理的なリフォームの実現を支援する。
10	リフォーム評価ナビ／リフォームコンタクト	事業者選択支援サイト(国土交通省採択事業)	(一社)住まいづくりナビセンター／(株)リクシル(リフォームコンタクト事務局)	消費者のリフォーム業者選択を支援するウェブサイト。登録事業者には請負金額100万円以上の工事にはリフォーム瑕疵保険の加入を義務化。リフォーム体験者による評価を掲載。ネット上で見積もりの申込みや工事の申込みができる。

(注) 当委員会調査結果による。

- また、地方自治体においても独自に住宅リフォームに関する無料相談窓口やリフォーム業者登録制度等の施策を実施している。主なものは、次のとおりである(表1-(3)-2)。

表1-(3)-2 地方自治体による消費者支援制度の例

	支援制度	実施例	概要
1	リフォーム相談窓口	あんしん住宅リフォーム相談(東京都)	消費者に身近なところでリフォームに関する相談に対応。必要に応じて他の専門機関等も紹介する。全都道府県、全政令市の他、多数の市区町村で設置(平成23年2月1日現在で全国1,401の自治体に、1,627か所の窓口が設置済み)。
2	リフォーム事業者登録制度	大阪府住宅リフォームマイスター制度(大阪府) 住宅改修業者登録制度(兵庫県)	リフォーム工事を行う事業者を登録することで、消費者の事業者選択に資するほか、事業者研修等を行い、資質向上を図るものもある。

3	住宅診断アドバイザー派遣制度	住まいの評価・管理アドバイザー登録紹介制度（大阪府） リフォーム応援アドバイザー派遣制度（福岡県）	住宅の維持管理や耐震性能、リフォーム計画等について、専門家を派遣・紹介、実地調査を実施し、中立的な立場から助言を行う。
4	各種リフォーム助成金・補助金制度	すまいの耐震改修事業（神戸市）	耐震補強工事、バリアフリーリフォーム等、消費者の住宅リフォーム工事に対し、自治体から助成金・補助金を支出する制度。

（注）当委員会調査結果による。

#### （４）住宅リフォームに関する法規制

##### ア 消費者取引に関する法律

##### （ア）特定商取引に関する法律

- 特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号。以下「特定商取引法」という。）では、訪問販売や電話勧誘販売等、特定の勧誘・販売形態を特定商取引と定め、その形態ごとに規制が設けられている。
- 住宅リフォーム工事についても、その形態が訪問販売等に該当する場合には、事業者が書面交付等の義務（第4、5条）や不実告知等の行為の禁止（第6条等）が課され、消費者にはクーリングオフの権利が付与される（第9条等）。また、事業者が禁止行為を行った場合等には行政処分等の対象となる（第7、8条）ほか、直接処罰の対象とされる場合もある（第70条等）。

##### （イ）消費者契約法

- 消費者契約法（平成12年法律第61号）では、事業者と消費者間の契約（消費者契約）における事業者と消費者の情報の質・量及び交渉力の格差にかんがみ、事業者の不実告知等の行為によって消費者が誤認・困惑して申込み又は承諾の意思表示をしたのであれば、消費者はその意思表示を取り消すことができるとする（第4条）ほか、消費者の利益を一方的に害する契約条項を無効とする（第8条）等により、消費者利益の擁護を図っている。

## イ 建設業に関する法律

### (ア) 建設業法

- 建設業法（昭和24年法律第100号）では、建設工事は土木工事、建築一式工事、左官工事等、28種類の工事に分けられており、これらを請け負う営業を「建設業」としている（第2条、別表第一）。また、建設業を営むには国土交通大臣又は都道府県知事の許可を得ることとされており、その許可を得て建設業を営む者を「建設業者」としているが、軽微な建設工事（請負工事代金が500万円（建築一式工事の場合は1,500万円）未満のもの）のみを請け負う者については、その許可を得なくてもよいこととされている（第3条、建設業法施行令（昭和31年政令第273号）第1条の2）。

なお、一般的な個人住宅の場合、そのリフォームの規模が請負代金500万円を超えることはそれほど多いとは言えず（図1－（2）－8）、許可を得なくても請け負うことができるものが多いと考えられる。

また、建設業者に対しては、その営業所ごとの専任の技術主任者の設置義務（第8条）や、請負契約の締結時における書面交付義務（第19条）等が課され、これらに違反した場合は、行政処分等の対象となる（第28条等）が、一方、建設業の許可を得ずに建設業を営む者に対しては、上記の書面交付義務等、一部の規定を除き、多くの条文が適用対象とならない。

### (イ) その他関連法（建築士法、建築基準法等）

- 建築士法（昭和25年法律第202号）においては、増改築、模様替えの規模に応じて、一級建築士、二級建築士及び木造建築士でなければ設計又は工事監理できない工事の範囲を、それぞれ定めている（第3条、第3条の2、第3条の3）。しかし、最も小規模な、木造建築士以上でなければ設計又は工事監理ができない工事であっても、その規模は、木造建築物の場合で増改築部分の面積が100㎡超から300㎡とされており、相当大規模なリフォーム工事でなければ建築士でなくても設計又は工事監理できるため、建築士の関与を必要としないリフォーム工事が大半であると考えられる。

- 他方、建築基準法（昭和25年法律第201号）では、建築物の構造等に関する最低限の基準を定めており、一定以上の規模の建築物の新築、増築、大規模な修繕又は大規模の模様替に際し、建築主事の確認を得なければならないと規定している。しかし、相当大規模な建築物（木造建築物の場合、階数が3以上、又は延べ床面積が500㎡、高さが13m若しくは軒の高さが9mを超えるもの等）に対する大規模な修繕若しくは模様

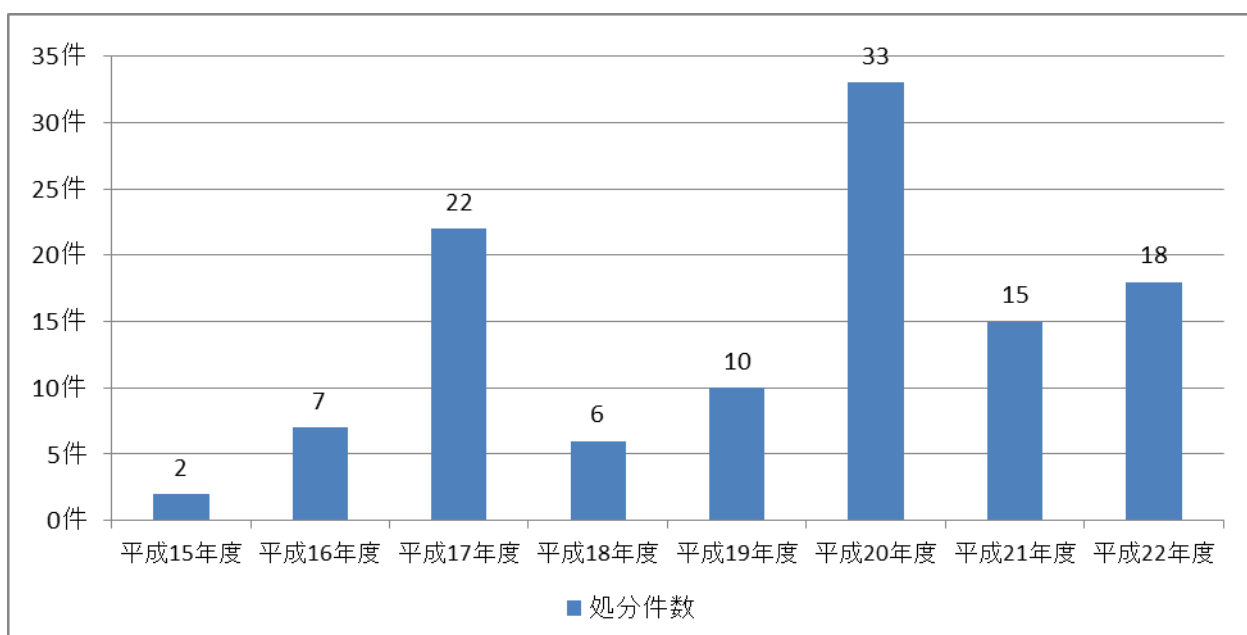
替、又は増築後の建物が上記の規模となる場合の増築工事でなければ、建築確認の必要はないものとされている（第6条第1項）。

## （５）事業者に対する行政処分等の実施状況

### ア 特定商取引法における行政処分

- 特定商取引法におけるリフォーム業者に対する行政処分（指示及び業務停止命令）の実施状況は、次のとおりである（図1－（５）－1）。

図1－（５）－1 住宅リフォーム業者に対する行政処分件数の推移



（注）平成23年7月7日付消費者庁公表資料により、当委員会が作成した。

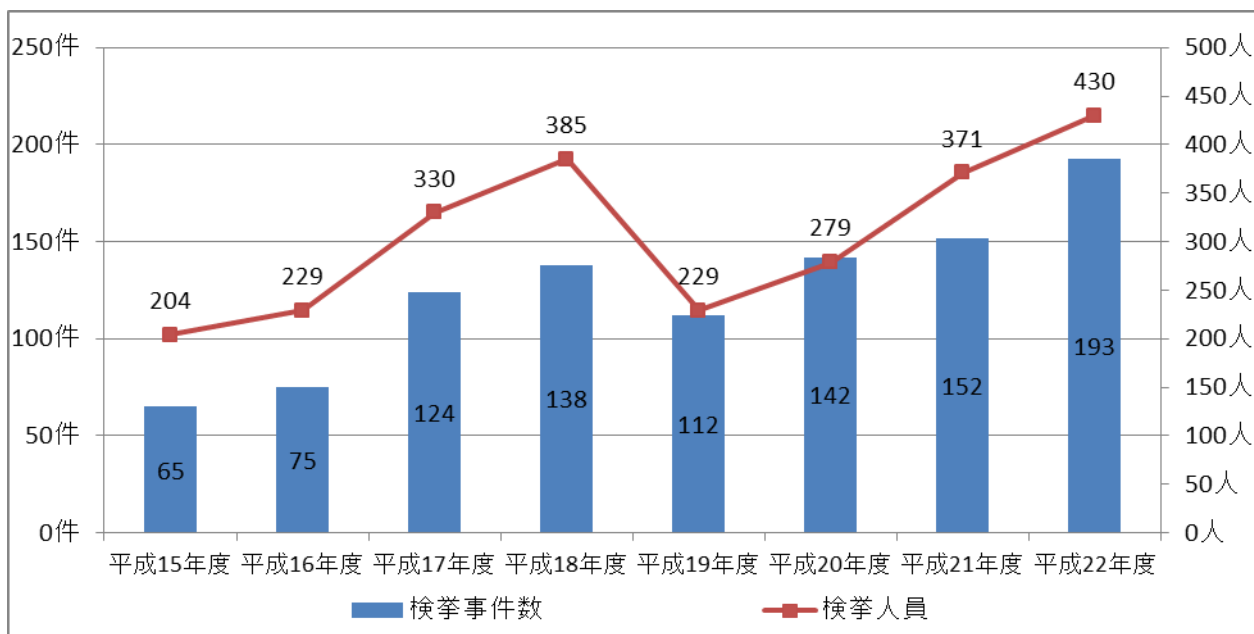
※ 同一事業者に対する複数の処分庁による同時処分、及び関連事業者に対する同時処分は、それぞれ1件としてカウントしている。なお、上記消費者庁公表資料中で、取扱商品・役務が「住宅リフォーム」「瓦屋根」等とされているものを、住宅リフォーム業者に対する処分としている。

### イ 警察による検挙

- 上記行政処分のほか、訪問販売等の特定商取引事案に関連し、刑法違反（詐欺罪等）や特定商取引法違反（不実告知等）として検挙されるものもあり、その件数はおおむね増加傾向にある。



図 1 - ( 5 ) - 2 特定商取引等に係る事犯の検挙数の推移



(注) 警察庁警察白書により、当委員会が作成した。なお、特定商取引等に係る事犯とは、特定商取引法違反及び特定商取引に関連する詐欺、恐喝等の刑法犯をいう。

#### ( 6 ) PI0-NET相談情報の分析結果

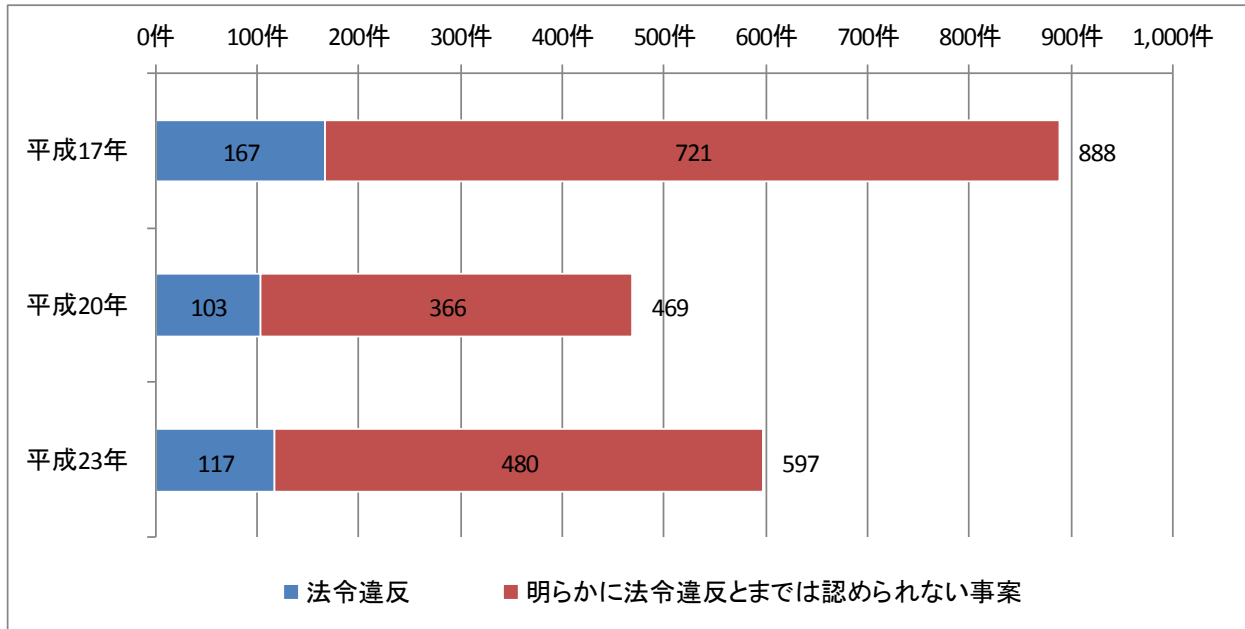
○ 当委員会が、PI0-NETのデータの中から、住宅リフォームに関する相談のうち特に相談件数の多い「屋根工事」（訪問販売による契約に係る相談に限る。）について、平成17年、20年、23年の各2月から4月までの3か月間の相談を抽出し、その内容について分析したところ、以下のような傾向がみられた。

なお、2月から4月までのデータを抽出した理由は、震災前後の相談の増減等の状況を例年と比較するためである。

- ① 平成17年に888件だった相談件数は、20年には約半数に減少したが、23年には再び増加し、597件となっている（図1 - ( 6 ) - 1）。
- ② 相談内容を分析したところ、「断っているのに勝手に工事をされ、工事費を請求された。」といった悪質な事例に関する相談もみられるが、現行法上直ちに法令違反であると言える内容が含まれていたのは約2割に止まり、残りの約8割は消費者からの不満や苦情等明らかな法令違反とまでは認められないものであった（図1 - ( 6 ) - 1）。
- ③ 判断不十分者に対する勧誘に関する相談は各年一定程度みられるが、次々販売等悪質な勧誘が特に増加しているという傾向はうかがえなかった。
- ④ 相談者の要望を内容別に分類したところ、最も多かったのが「解約（クーリングオフ）したい」「クーリングオフの方法を知りたい」という相談

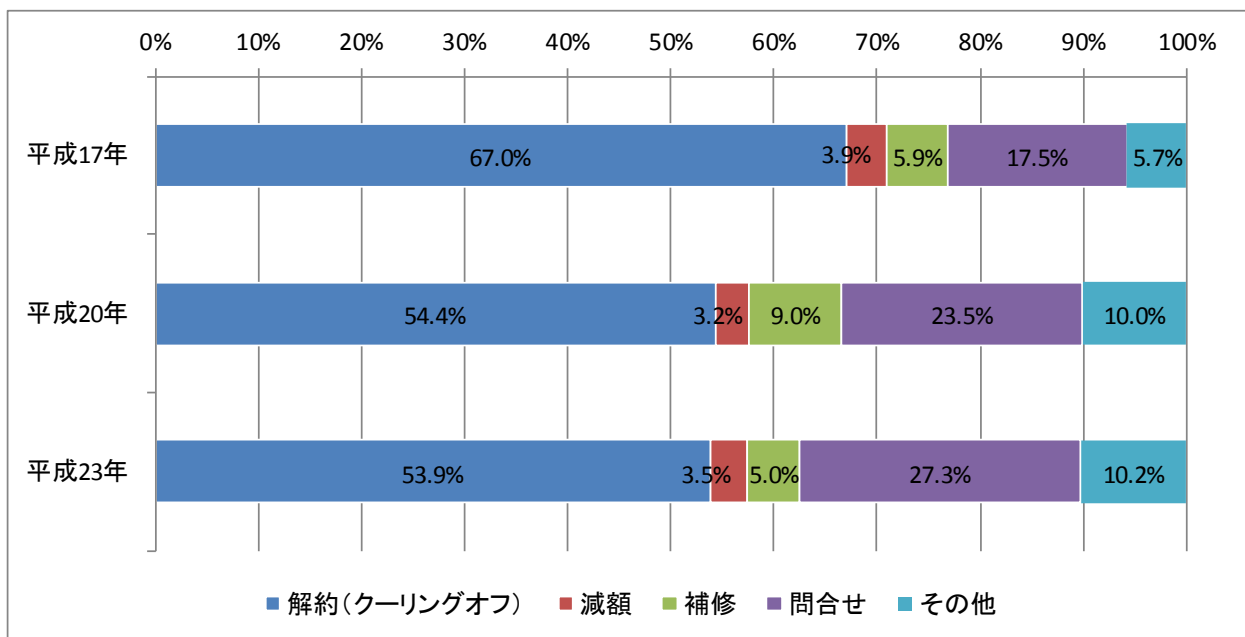
で相談全体の半数以上を占めている。次に多かったのが「業者の信用性を  
知りたい」等の問合せで、問合せは増加傾向にある（図1－（6）－2）。

図1－（6）－1 屋根工事（訪問販売）に関する相談の違反行為の割合



（注）PIO-NETのデータにより、当委員会が作成した（データは平成17年、20年、23年の各2～4月受付、平成23年6月19日登録分。）。

図1－（6）－2 屋根工事（訪問販売）に関する相談内容の内訳の推移

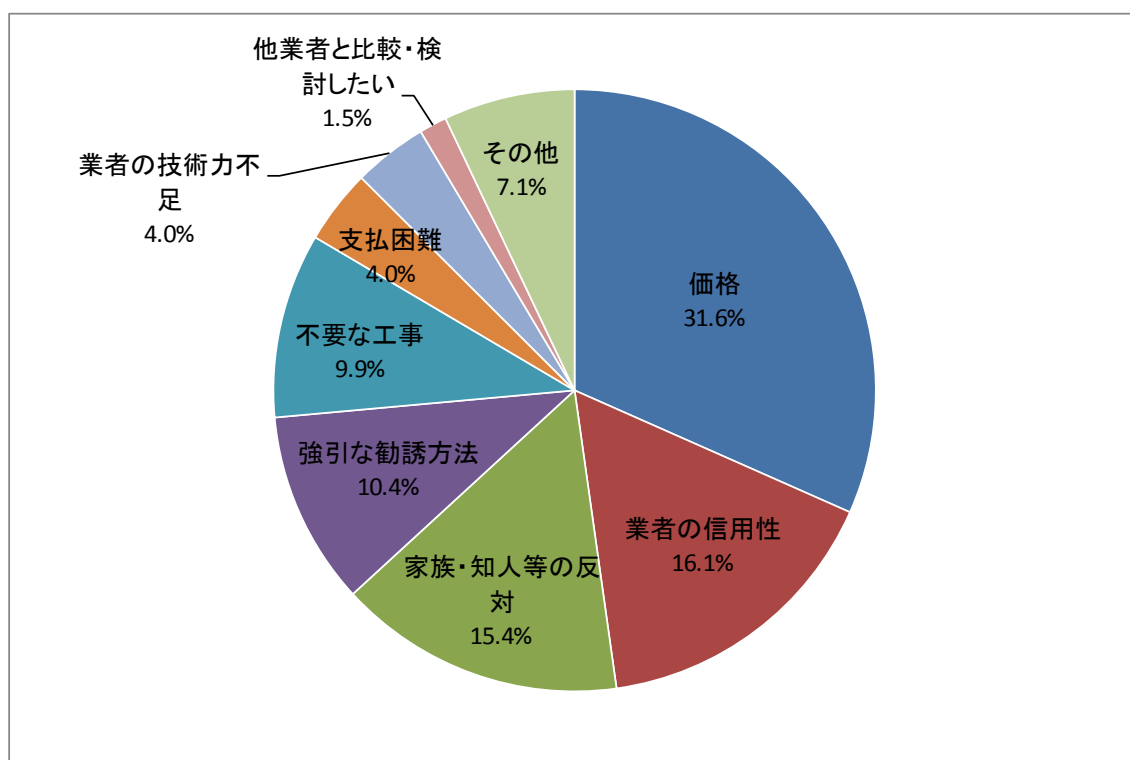


（注）PIO-NETのデータにより、当委員会が作成した（データは平成17年、20年、23年の各2～4月受付、平成23年6月19日登録分の1,954件。）。

- さらに、解約（クーリングオフ）を望む相談のうち、解約を望む理由を分類したところ、「高額のため」といった価格に関するものが31.6%、「業者に対する不信感」といった信用性に関するものが16.1%であった（図1－（6）－3）。

なお、15.4%を占める家族・知人等の反対は、高齢者が契約当事者の相談の場合に多く、特に契約当事者が70歳代以上の場合は、契約当事者本人ではなく周囲の者が契約に気づいて相談している事例が多くみられた。

図1－（6）－3 屋根工事（訪問販売）に関する相談のうち解約（クーリングオフ）を望む相談の解約理由の内訳



（注）PIO-NETのデータにより、当委員会が作成した（データは平成17年、20年、23年の各2～4月受付、平成23年6月19日登録分で解約（クーリングオフ）を希望する相談1,172件のうち、解約を希望する理由が明示的に記載されている900件。解約希望理由は重複選択。）。

## 2 消費者に対するアンケート調査結果

### (1) 調査の目的

- 国や地方自治体では、消費者の住宅リフォームに関する情報収集や事業者選び、相談等に対応する様々な支援制度やサービスが用意されている。それらの支援制度に対する一般消費者の認知度、過去の利用経験の有無、今後の活用意向を調査し、周知状況や活用意向を検証する。
- さらに、過去3年以内にリフォームの経験のある消費者に、事業者選択に際し情報を入手した媒体や契約に至るまでの過程における行動パターンを調査し、今後、取り得る方策の検討材料とする。

### (2) 調査の対象及び方法、時期

#### ア 調査の対象

【1次調査】：30代以上の全国在住男女（7,951名）

【2次調査】：1次調査回答者のうち、過去3年以内にリフォーム経験のある者（1,048名。30代／40代／50代／60代以上を均等に回収）  
調査の方法

#### イ 調査の方法

インターネット調査会社のモニターに対しWEB形式のアンケート調査を実施。

#### ウ 調査の時期

平成23年7月28日～同年8月4日（8日間）

### (3) 調査事項

#### ア 1次調査

- (ア) 消費者支援制度に対する認知度
- (イ) 消費者支援制度についての利用経験の有無
- (ウ) 消費者支援制度に対する今後の活用意向
- (エ) クーリングオフに対する理解度

#### イ 2次調査

- (ア) リフォーム経験者の情報収集
- (イ) リフォーム経験者の契約に至るまでの行動
- (ウ) リフォーム経験者のリフォームについての不満やトラブル

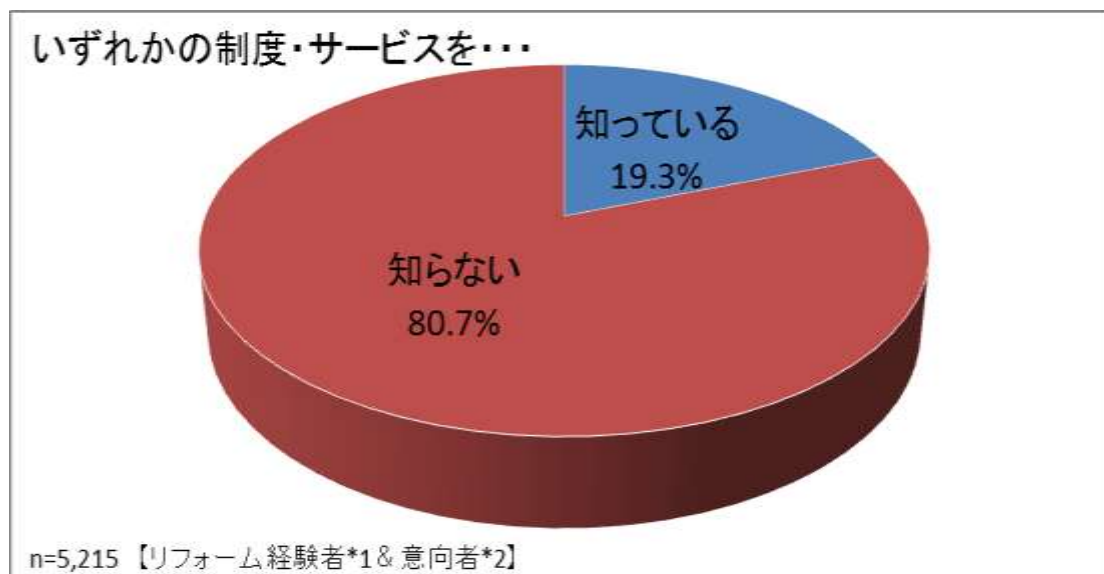
#### (4) 調査結果

##### ア 1次調査結果

##### (ア) 消費者支援制度に対する認知度

- 国や地方自治体による消費者支援のための制度やサービスについて、80.7%の人がいずれの制度・サービスも知らないと回答している。(図2-(4)-1)。

図2-(4)-1 消費者支援制度の認知度

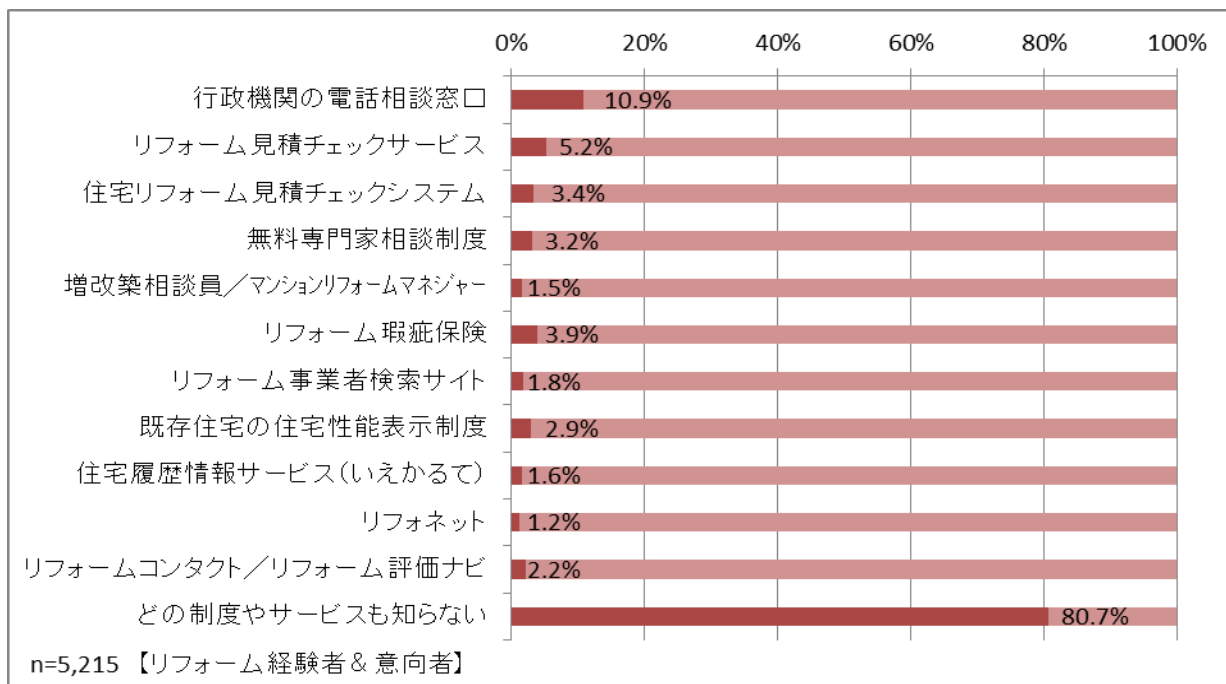


(注) \*<sup>1</sup>リフォーム経験者：過去にリフォームをした経験のある人

\*<sup>2</sup>意向者：時期を問わず今後リフォームをしたいと思っている人

- 消費者支援のための制度等のうち、最も認知度の高かったのは「行政機関の電話相談窓口」(国、地方自治体におけるあらゆる相談窓口を含む。)で、認知度は10.9%、次いで「リフォーム見積チェックサービス」で、5.2%となっており、そのほかは4%未満の認知度であった。(図2-(4)-2)。

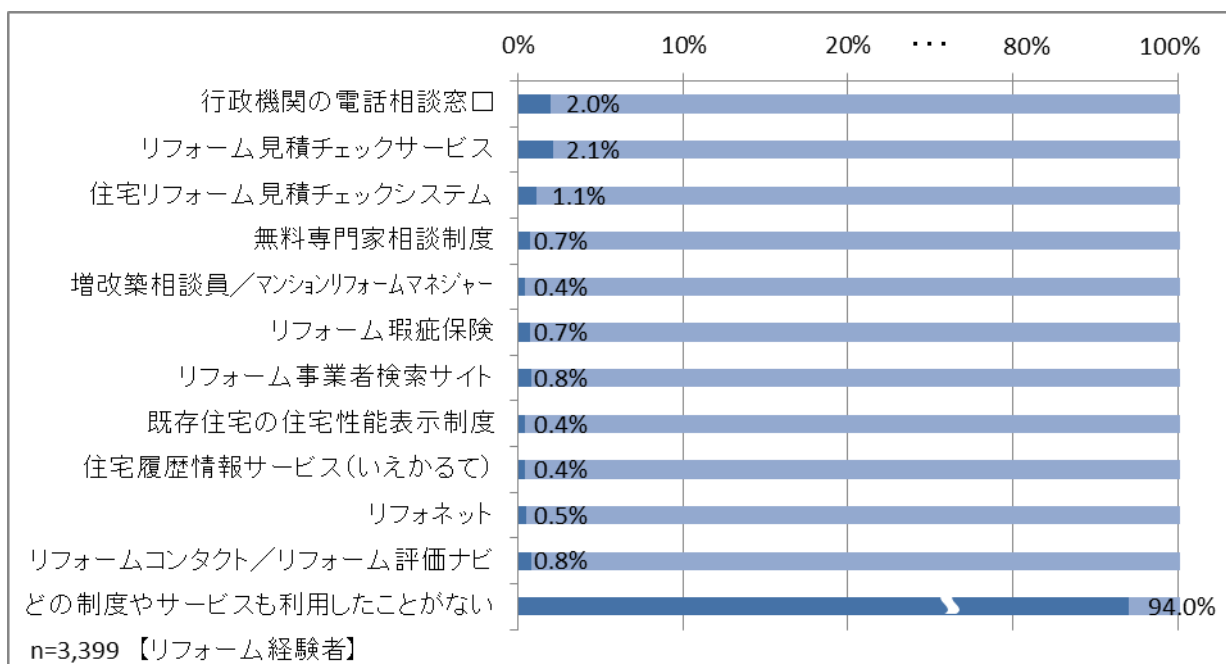
図 2 - ( 4 ) - 2 消費者支援制度の認知度（制度・サービス別詳細）



(イ) 消費者支援制度についての利用経験の有無

○ いずれかの制度・サービスを知っていると回答した人に、利用経験について聞いたところ、いずれかの制度・サービスを利用したことがある人は6%であった。最も利用経験のあった「リフォーム見積チェックサービス」についても、2.1%であった（図 2 - ( 4 ) - 3）。

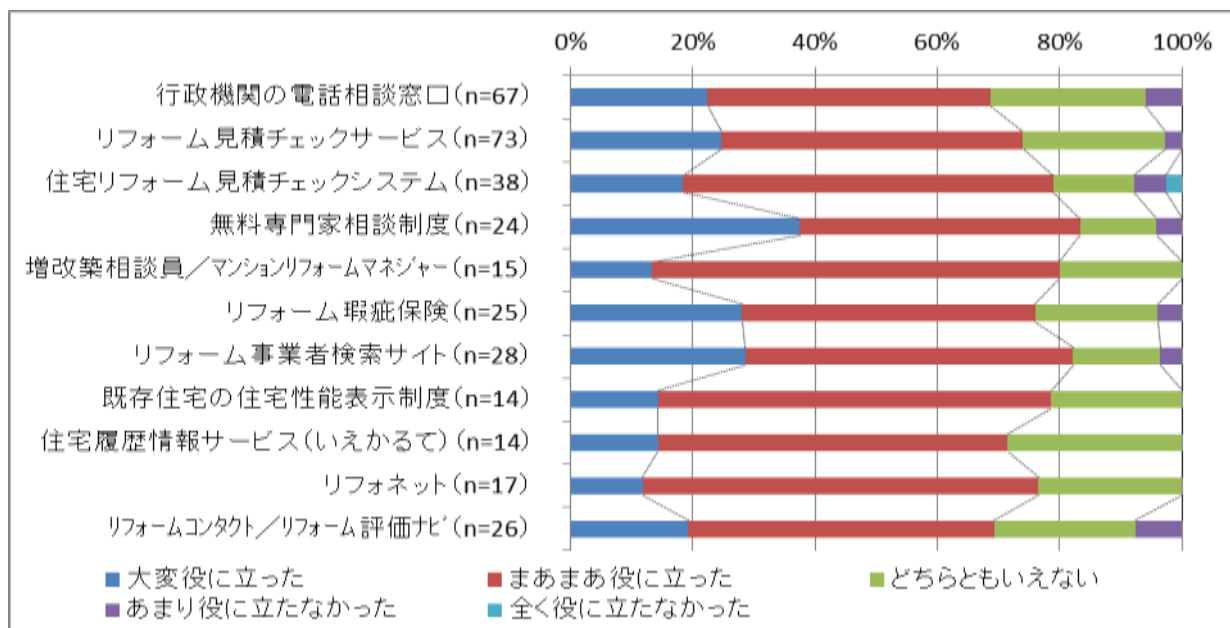
図 2 - ( 4 ) - 3 消費者支援制度の利用経験



(ウ) 消費者支援制度に対する今後の利用意向

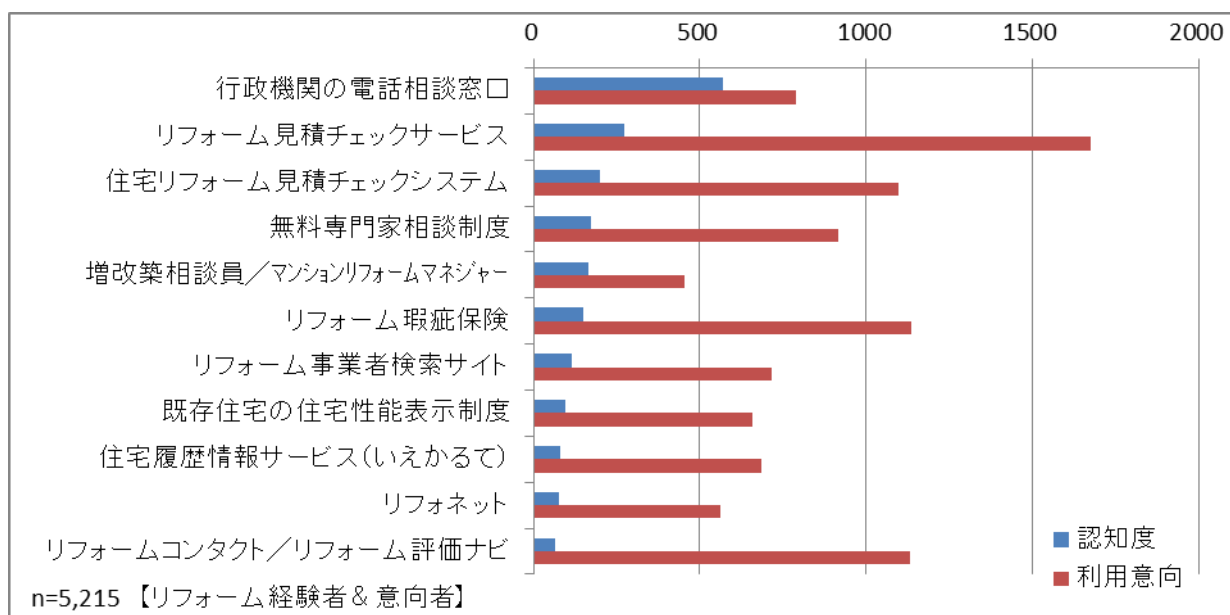
- いずれかの制度・サービスを利用したことがあると回答した人に、その評価を聞いたところ、7割以上の人が一以上に役に立ったと評価している。「無料専門家制度」については、4割弱が「大変役に立った」と回答しており、「まあまあ役に立った」と合わせると8割以上の人が一以上に役に立ったと評価している(図2-(4)-4)。

図2-(4)-4 消費者支援制度を利用した消費者の評価



- 今後、リフォームをするとしたら、消費者支援制度を利用したいと思うか聞いたところ、利用したいとする回答は非常に多かった。

図2-(4)-5 消費者支援制度の認知度と利用意向の比較



○ また、東日本大震災の被害が大きく、国民生活センターの「震災に関連する悪質商法110番」の対象地域の岩手県、宮城県、福島県、茨城県の4県に絞り、過去のリフォーム経験と今後のリフォーム意向を分析したところ、半年以内の経験者が全国より多く、今後の意向についても、2年以内にリフォームしたいと答えた消費者は全国を上回った（図2-(4)-6、7）。

図2-(4)-6 リフォーム経験（全国と被災4県の比較）

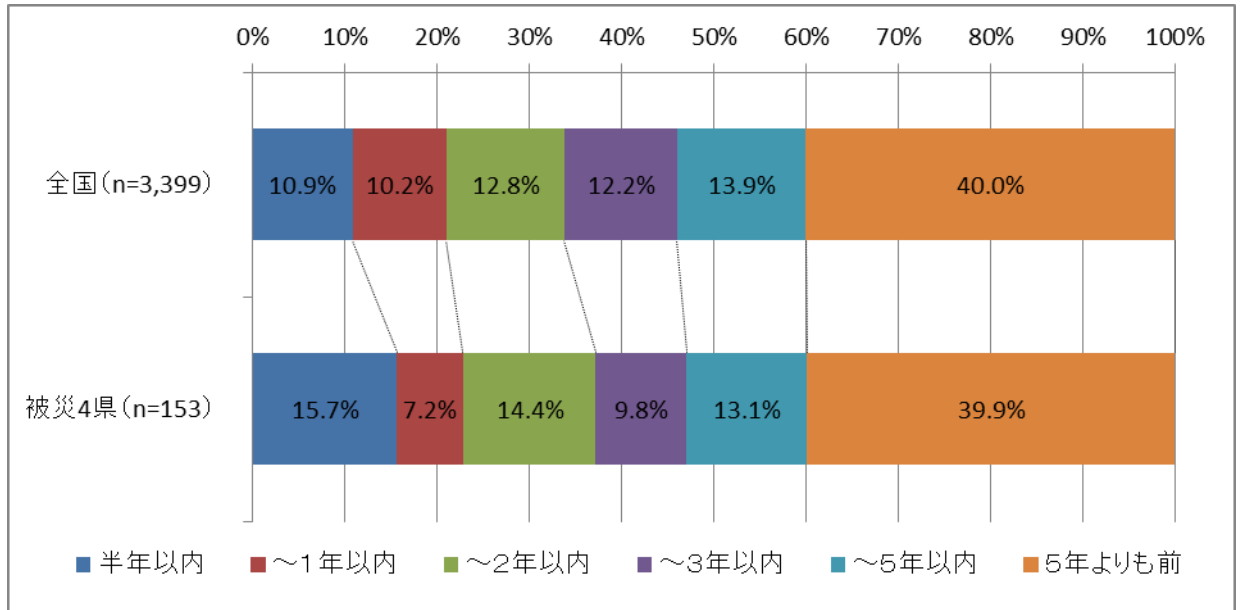
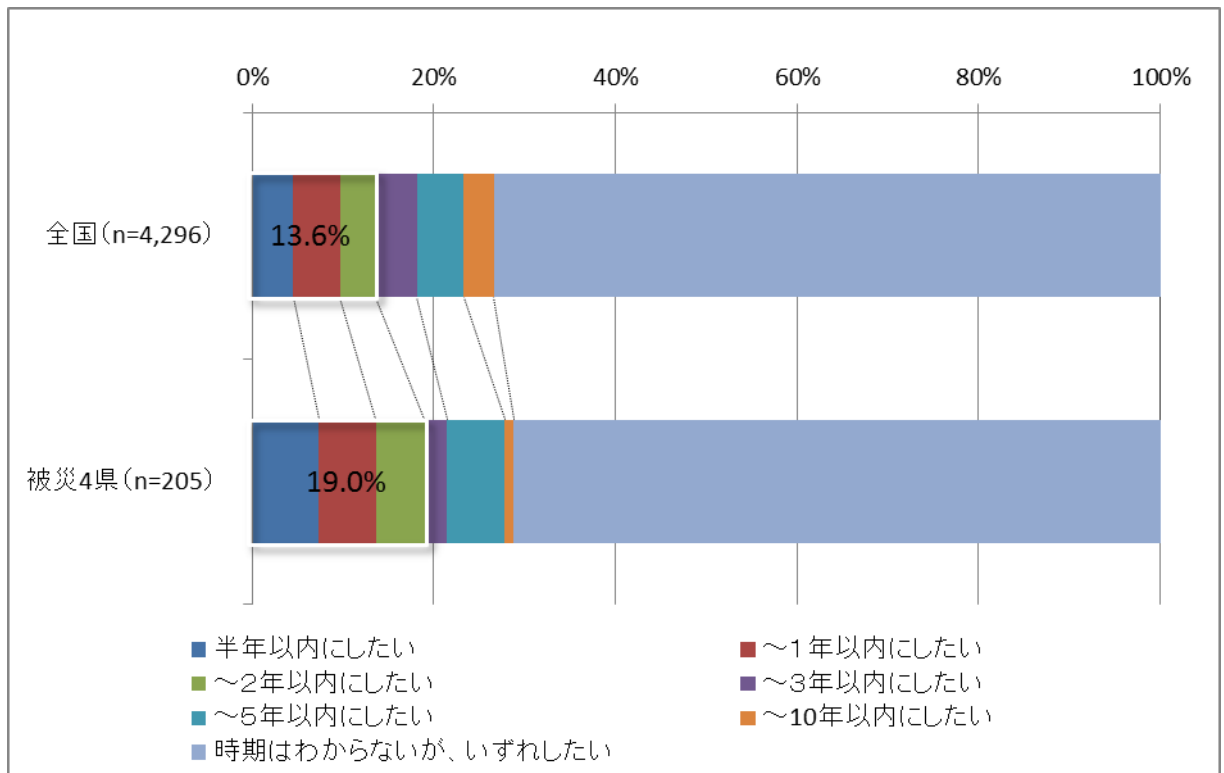


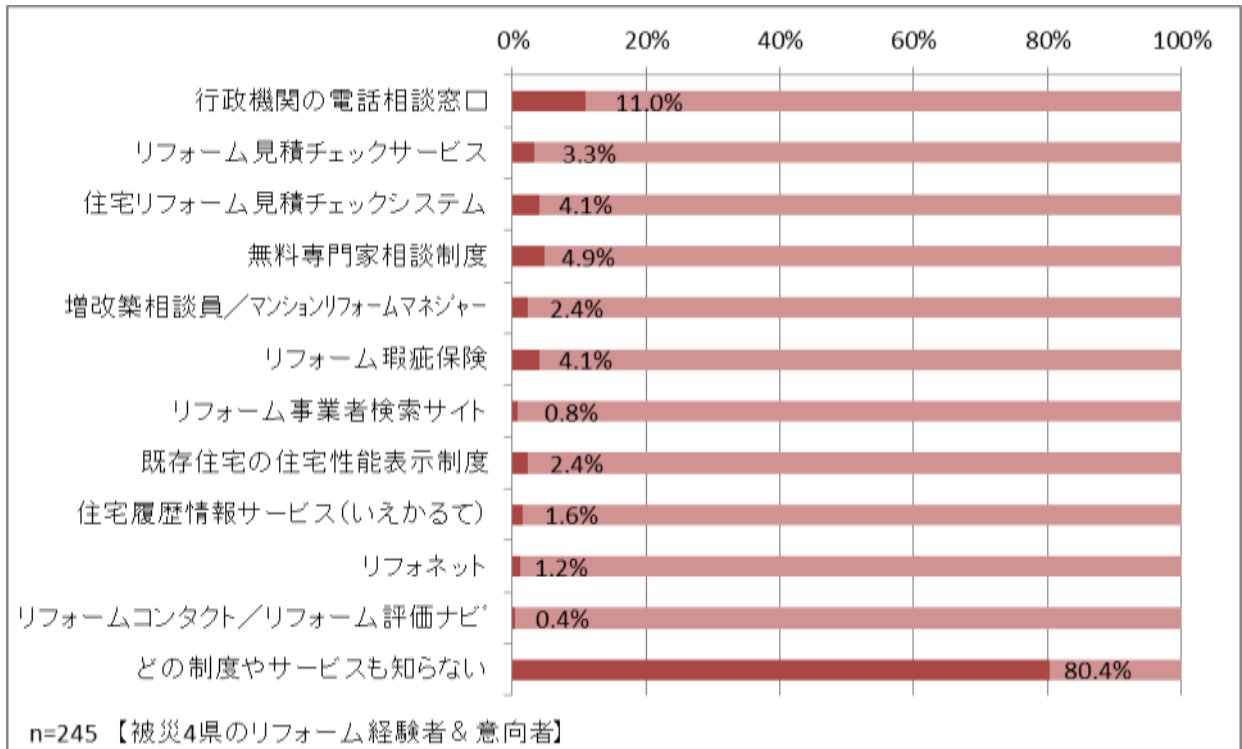
図2-(4)-7 リフォーム意向（全国と被災4県の比較）



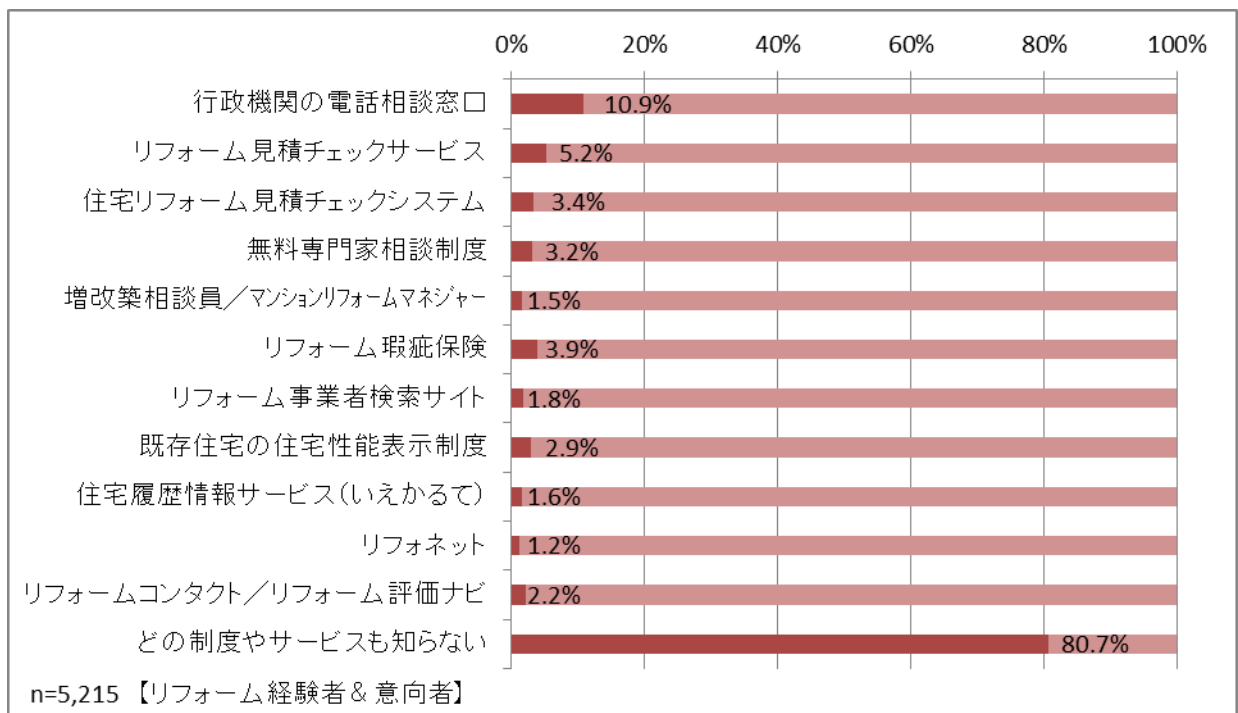


- 各制度・サービスについての認知度は、被災4県と全国で差がなく、震災後、東北・東日本を中心に「住まいるダイヤル」について、国土交通省は、新聞広告やテレビCMで周知を図ったが、被災4県における「行政機関の電話相談窓口」に対する認知度は11.0%に止まっている（図2－（4）－8）。

図2－（4）－8 各制度・サービスの認知度（全国と被災4県の比較）  
【被災4県】



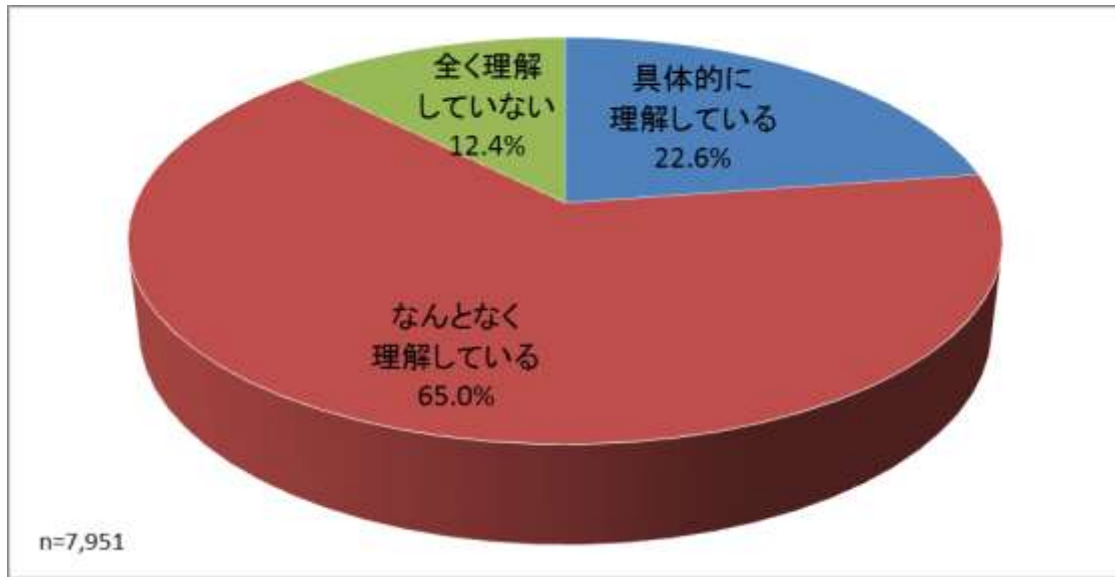
【全国】（再掲）



(エ) クーリングオフに対する理解度

- クーリングオフについて、理解しているかどうか聞いたところ、22.6%の人が「具体的に理解している」と回答し、65.0%の人が「なんとなく理解している」と回答した。合わせると87.6%の人が、「(自分は)一定以上理解している」と認識していることが分かった(図2-(4)-9)。

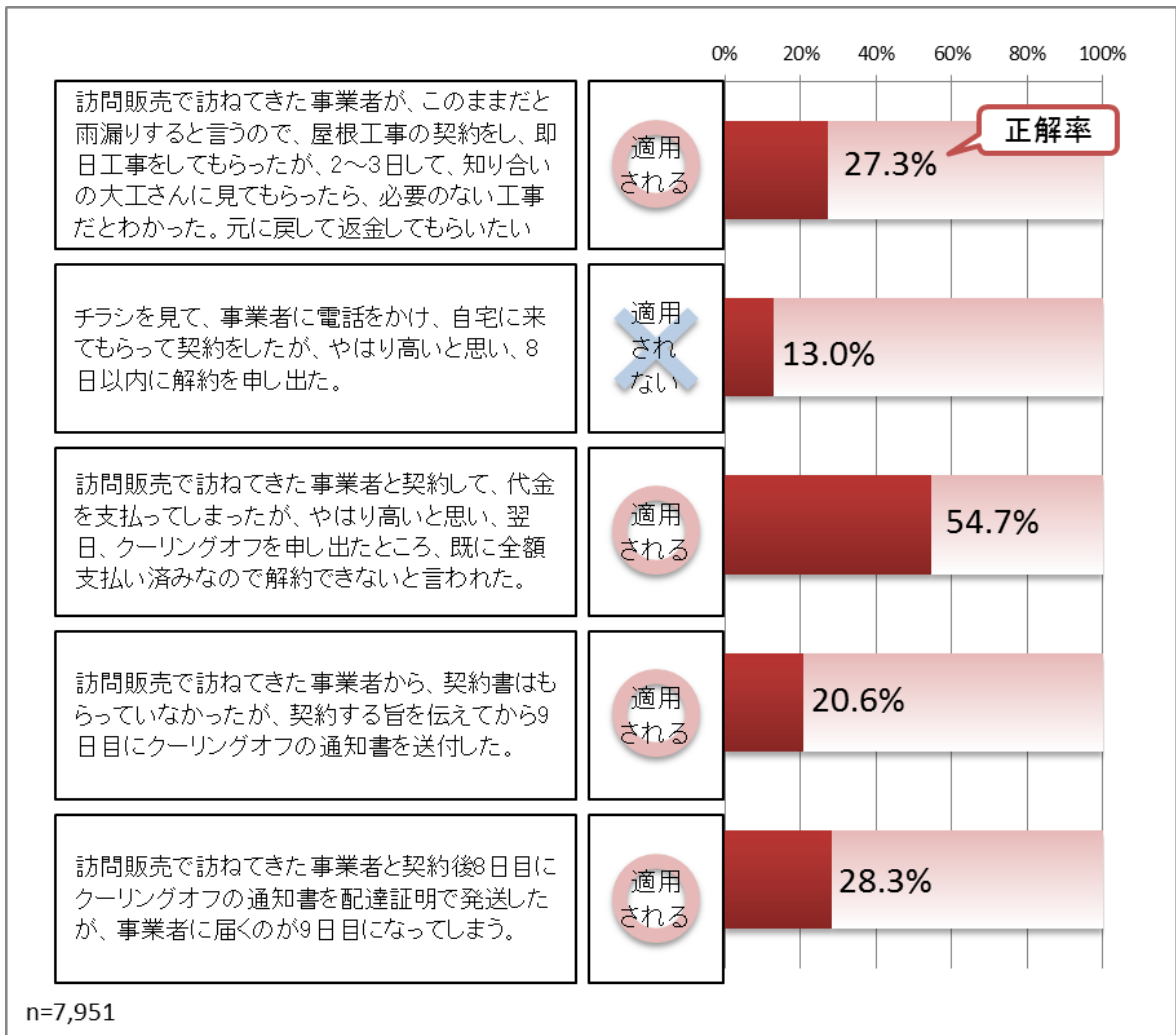
図2-(4)-9 クーリングオフに対する理解度



- 他方、クーリングオフが適用されるかどうか、5問のケーススタディに対して、全問正解したのは、わずか1%であった。  
「消費者が事業者を自宅に呼んで契約した場合」の扱いや「契約書の交付義務」についての理解が十分でない実態が明らかになった(表2-(4)-1)。

表 2 - ( 4 ) - 1 クーリングオフについての理解

【次のような場合、クーリングオフは適用されるとおもいますか】

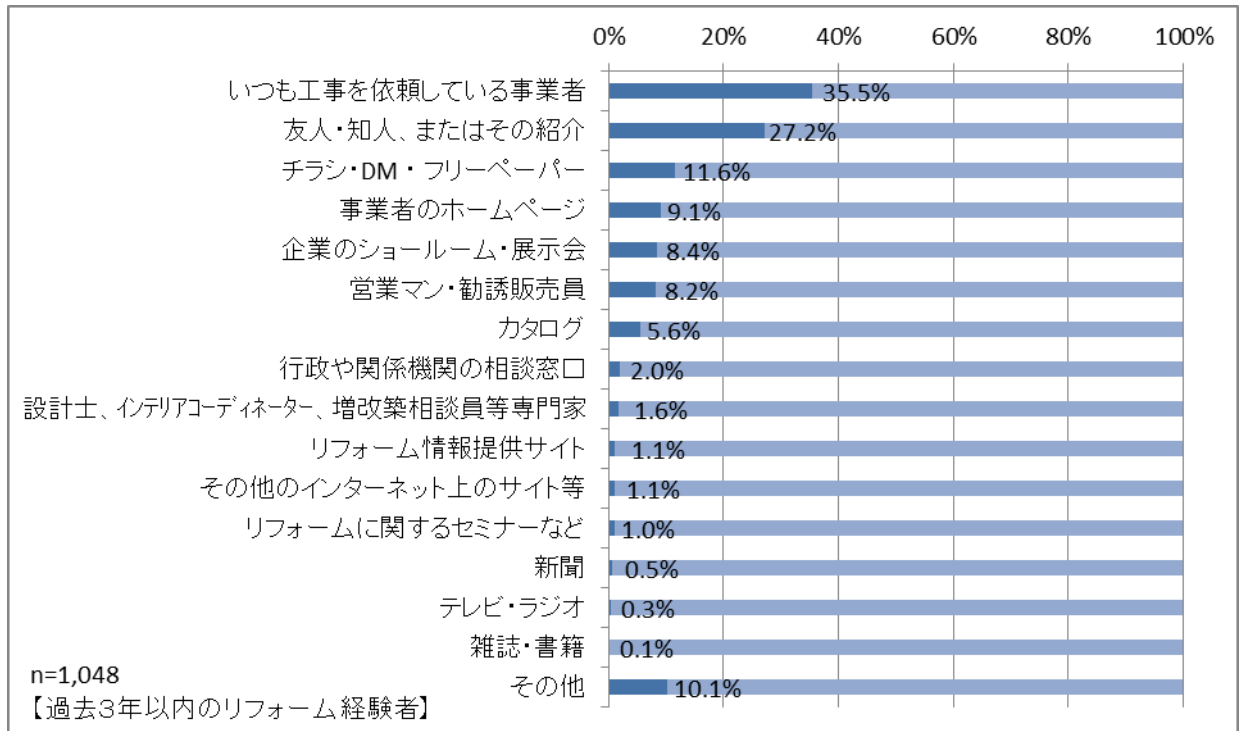


## イ 2次調査結果

### (ア) リフォーム経験者の情報収集

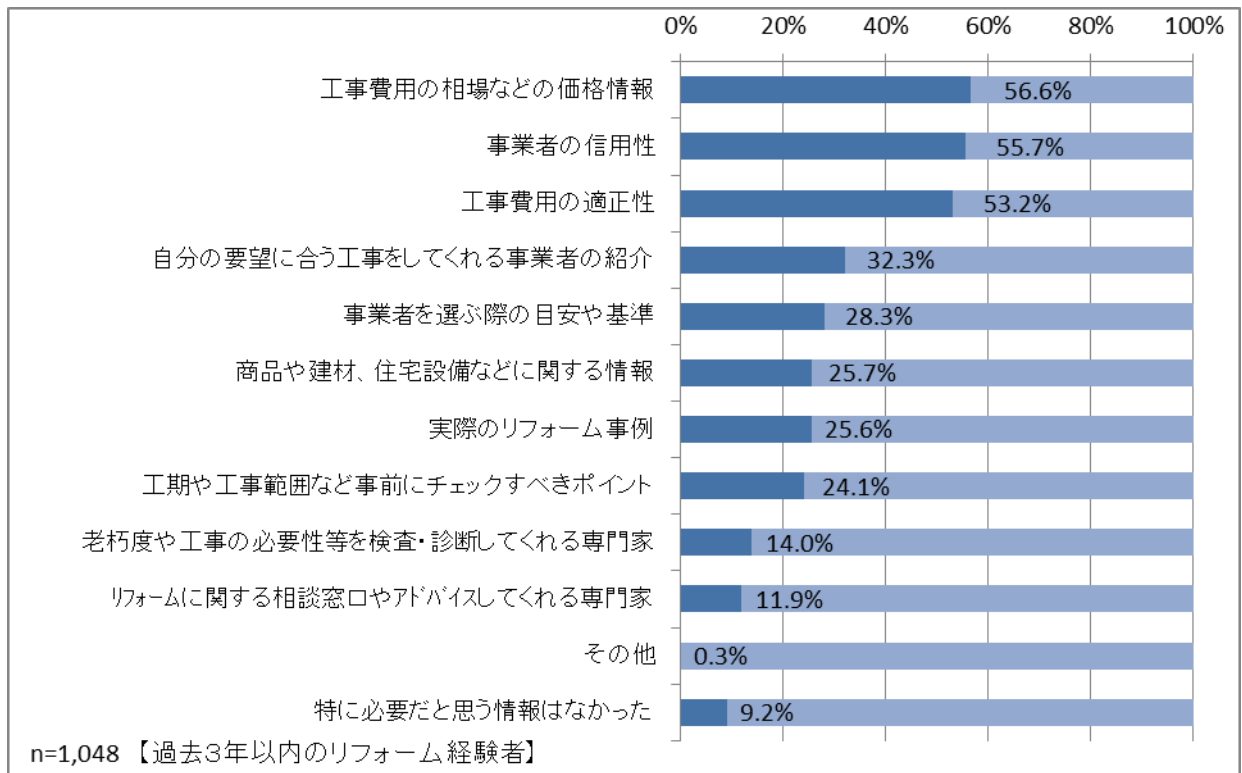
- 過去3年以内にリフォームをした人に、事業者選びの際、情報を入手した方法についてたずねたところ、「いつも工事を依頼している事業者」が最も多く35.5%、次いで「友人・知人、またはその紹介」が27.2%であった。一方、「行政や関係機関の相談窓口」や「リフォーム情報提供サイト」から情報を入手していない実態が明らかになった(図2-(4)-10)。

図 2 - ( 4 ) - 10 事業者選びの際の情報入手の方法



- さらに、リフォームをした際、必要だと感じた情報をたずねたところ、「工事費用の相場などの価格情報」「事業者の信用性」「工事費用の適正性」について、5割以上の人が必要だと感じたと回答している（図 2 - ( 4 ) - 11）。

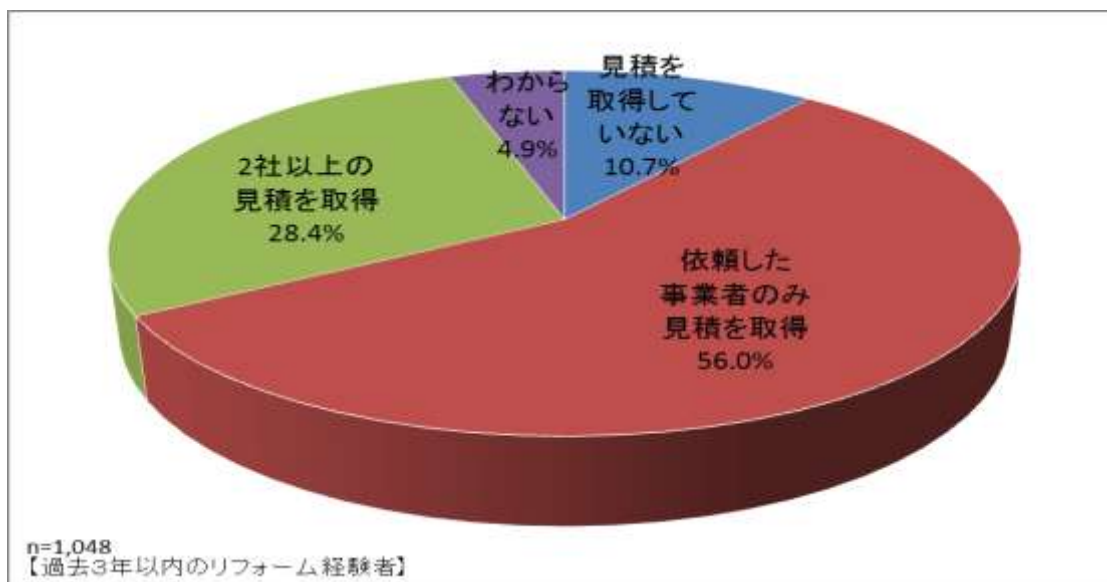
図 2 - ( 4 ) - 11 リフォームをした際、必要だと感じた情報



(イ) リフォーム経験者の契約に至るまでの行動

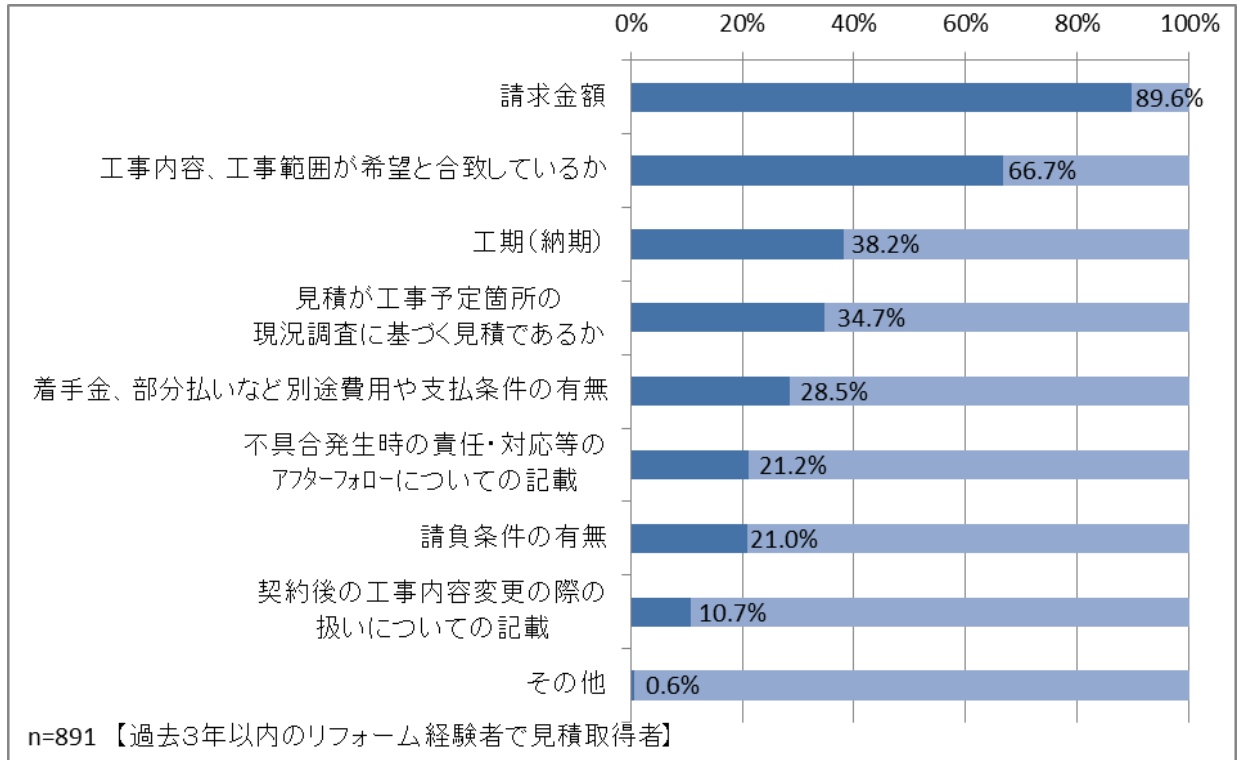
- 約8割の人が見積書を取得しているが、複数の事業者から取得して比較した人は3割未満で、見積書を取得していない人も1割強いることが分かった(図2-(4)-12)。

図2-(4)-12 リフォーム経験者の見積取得状況



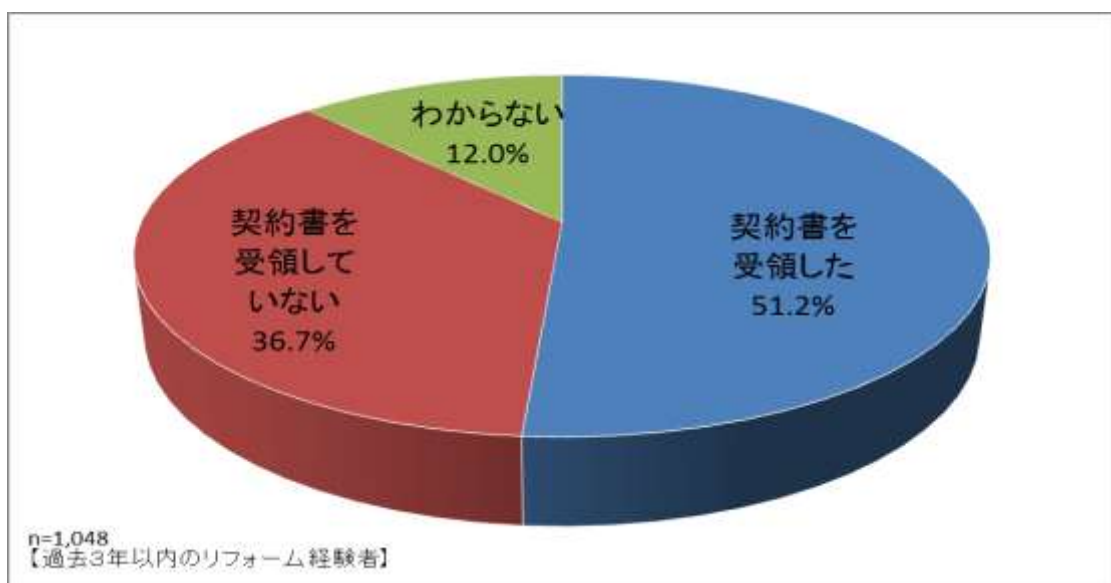
- 取得した見積書について、「請求金額」については89.6%の人がチェックしていると回答したが、「不具合発生時の責任・対応等のアフターフォローについての記載」や「契約後の工事内容変更の際の扱いについての記載」についてチェックしている人は1~2割であり、契約後あるいは施工後にトラブルが発生する要因になっていると考えられる(図2-(4)-13)。

図 2 - ( 4 ) - 13 リフォーム経験者の見積書のチェックポイント



○ 契約書については、3年以内のリフォーム経験者の半数近くの人が確実に受領したと認識していない実態が明らかになった（図 2 - ( 4 ) - 14）。

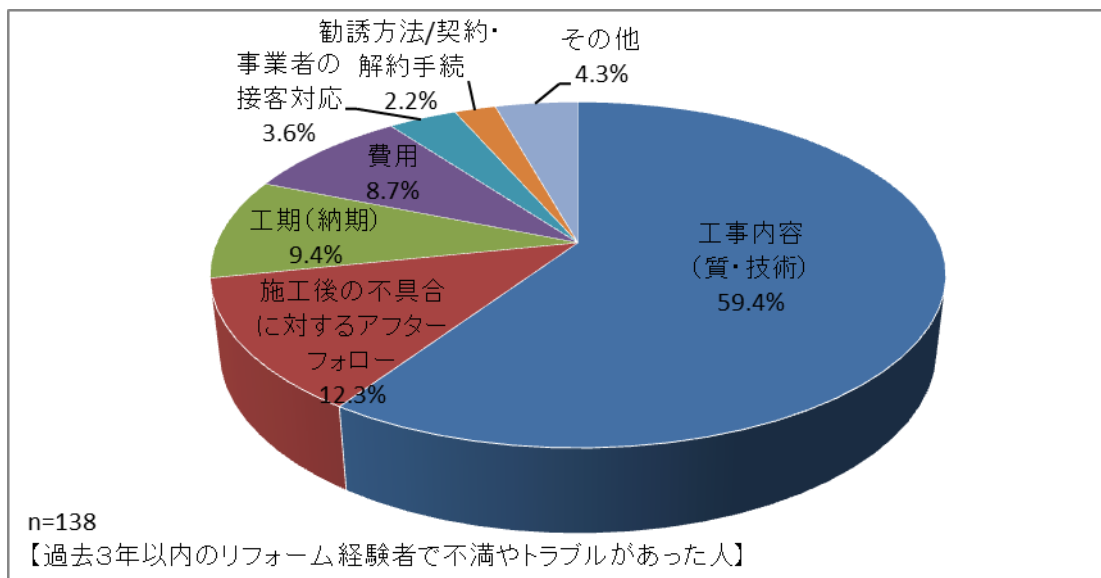
図 2 - ( 4 ) - 14 リフォーム経験者の契約書受領状況



(ウ) リフォーム経験者のリフォームについて不満やトラブル

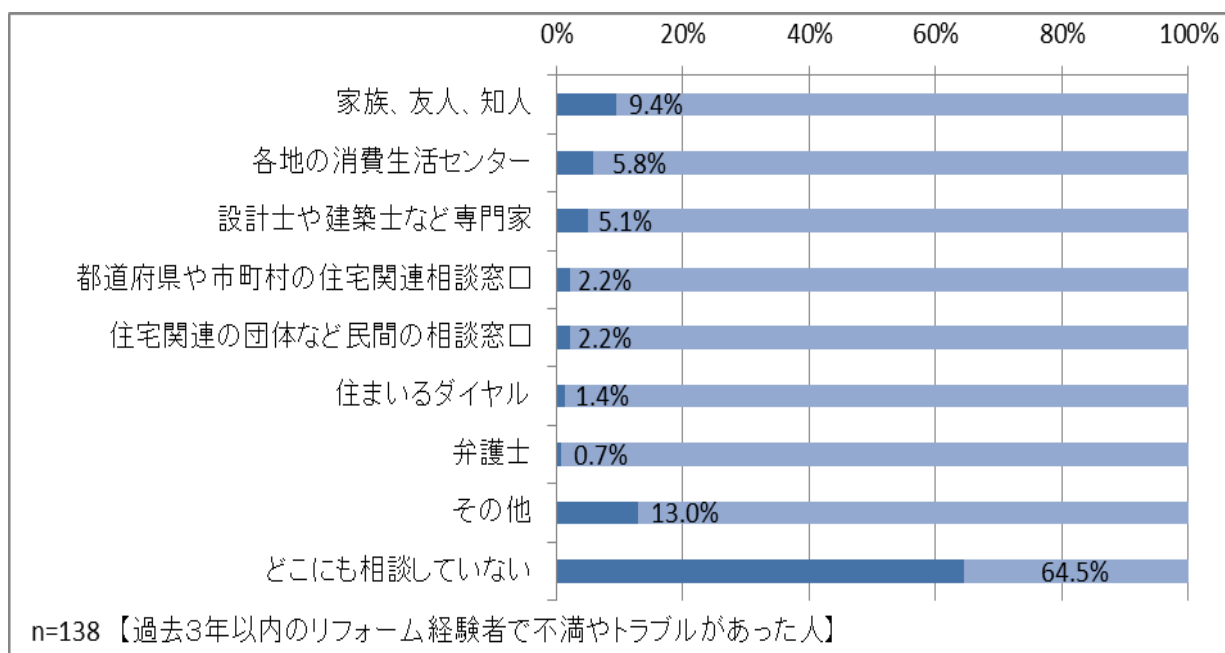
- リフォーム経験者が不満に思ったことや発生したトラブルの要因で、最も多かったのは、「工事内容（質・技術）」についてで、59.4%。次いで、「施工後の不具合に対するアフターフォロー」が12.3%、「工期（納期）」が9.4%、「費用」が8.7%であった（図2-（4）-15）。

図2-（4）-15 リフォーム経験者の不満やトラブルの要因



- 不安やトラブルが発生したと回答した人の64.5%は、どこにも相談していない実態が明らかになった（図2-（4）-16）。

図2-（4）-16 不満やトラブルが発生した際の相談先



### 3 消費者問題を解決するための取組

#### (1) 消費者支援制度の利便性等を高めるための取組

ア 消費者からの相談に一元的なネットワークにより対応できる仕組みの構築

○ 住宅リフォームの相談窓口は、全国の都道府県多くの市町村に設置されており、その数は約1,600か所（平成23年2月1日現在）にのぼる。

○ 他方、10都府県・政令市からのヒアリングの結果、消費者からは、「どこに相談したらよいのか分からない」旨の問い合わせが少なからず聞かれるとしている。また、体制の制約、国と地方の連携が必ずしも十分でないこともあって、すべての窓口において消費者が望む情報を迅速かつ一様に提供することは困難であるとしている。その他、地方自治体からは、次のような意見も聞かれた。

表3-1 地方自治体からの主な意見（相談窓口関係）

区分	意見の要旨
A県	○これだけ支援制度が多いと、どの制度を利用すればよいのか分からない消費者も多いと思う。例えば、全国の支援制度を取りまとめ、案内できるナビシステムを作り、目的やキーワードから自分が望んでいる情報や制度の一覧を確認できるような仕組みを整備したらどうか。
B県	○実施主体が別の支援制度について責任をもって説明するというのは躊躇があるので、一元的な窓口を設けるのであれば、各制度についての情報を正確に把握できる体制を作ることが必要である。 ○一つの窓口で、技術的な相談と契約トラブルに関する相談の両方に対応することは難しい場合がある。その点、「住まいるダイヤル」は消費者からの相談の大部分に対応できる体制になっているので、実際、相談内容が特定しきれないケースや複数に跨る場合にはそこを案内している。
C県	○県内においても、耐震化・バリアフリー等、個々の施策の目的遂行のためにそれぞれの担当課ごとに支援策を実施しており、さらに、国、県、市がそれぞれに実施していることもあり、消費者にとっては、どの施策を利用すべきか分かりにくいという面があると思う。実施主体の如何にかかわらず、住民が利用できる支援策が整理され、個々の事案に応じて必要・最適な支援策が提供されるべきと考える。



- 最近では、他の類似する行政分野において、住民の利便性を高める観点から、ナビダイヤルを使った国のシステムとして、「消費者ホットライン」（消費者庁）、「DV相談ナビ」（内閣府、地方自治体）等が既に稼働しているほか、住宅リフォームの分野では、財団法人住宅リフォーム・紛争処理支援センターが同様にナビダイヤルを利用して「住まいるダイヤル」を開設している。

そこで、例えば、「住まいるダイヤル」をベースとして各地方自治体の相談窓口にもつながるような、国と地方の窓口が連携・相互に補完する一元的なネットワークの構築を図るなどにより、消費者からの相談に対して的確に対応できるような取組を早急に行うことが必要と考える（資料2参照）。

- なお、上記一元的なネットワークが十分な機能を果たすためには、相談窓口の環境整備が不可欠である。消費者からの様々な相談に対して的確に対応ができるよう、消費者支援制度を網羅的に把握・整理した情報を提供することや相談員に対する研修の重点化等の取組を行うことが必要と考える。

## イ 地方自治体との連携による取組の充実

### （ア）リフォーム瑕疵保険制度

- 国土交通省では、リフォーム工事の瑕疵発生防止及び当該工事に瑕疵があった場合における瑕疵担保責任の履行確保を図るため、平成22年度から「リフォーム瑕疵保険制度」（注）を開始した。

（注）リフォーム瑕疵保険制度とは、住宅瑕疵担保履行法に基づく制度で、消費者が安心してリフォーム工事を行えるよう、建築士による検査と瑕疵があった場合の保証がセットになった制度である。なお、登録した事業者の情報については公開されている。

- しかし、後述のとおり、リフォーム瑕疵保険制度の認知度が低いこと等を踏まえると、住生活基本計画（全国計画）における当該制度の利用実績の目標（注）達成には一層の周知が必要な状況となっていると思われる。

（注）当該計画では、リフォーム時に瑕疵担保責任保険に加入した住宅の全リフォーム実施戸数・棟数に占める割合を平成32年までの10年間で0.2%から10%に引き上げることを目標値として設定している。

- 当委員会が行ったアンケート調査（以下「アンケート調査」という。）の結果、調査対象者の約96%が「リフォーム瑕疵保険制度」を知らないと回答している（18頁参照）。

なお、同制度を利用したと回答した者のうちの76%が、当該制度は役に立ったと回答しており、有用性はあるものと考えられる（19頁参照）。

- 10都府県・政令市からは、国、地方自治体双方の制度の充実を図るためにも、国の制度と地方自治体の制度との連携を深めることが周知度や利用度を高めるために有効とする趣旨の意見が聞かれた。

表 3 - 2 地方自治体からの主な意見（リフォーム瑕疵保険制度関係）

区分	意見の要旨
A 県	○当県の登録事業者に関する公表情報の中に、リフォーム瑕疵保険登録事業者か否かに関する情報について追加することを検討している。このような連携を図ることで、国と県双方にメリット（制度の周知度や利用度の向上）があると考えられる。

- 以上を整理すると、リフォーム工事の瑕疵発生防止及び当該工事に瑕疵があった場合における瑕疵担保責任の履行確保を図る観点から、リフォーム瑕疵保険制度の有用性等について周知するとともに、地方自治体との連携による取組の充実を図ることが必要である。

具体的な方策としては次のものが考えられる。

- ① 地方自治体の設けるリフォーム事業者登録・紹介制度等に掲載されている事業者の情報に、「リフォーム瑕疵保険」の登録の有無に関する情報を追加すること。
- ② 上記登録・紹介制度等に登録された事業者に対し、「リフォーム瑕疵保険」制度への登録を推奨すること。

（イ）住宅リフォーム工事に係る実勢価格等の参考情報

- アンケート調査の結果、リフォームした時に、調査対象者の57%が「工事費用の相場などの価格情報」、調査対象者の53%が「工事費用の適正性に関する情報」が必要だったと感じたと回答している（24頁参照）。

- また、上記に関連して、10都府県・政令市からは、次のような意見が聞かれた。

表 3-3 地方自治体からの主な意見（価格情報関係）

区分	意見の要旨
A 県	○ 価格の妥当性に関する相談があれば、相談員（建築士等の実務家）が実勢価格を目安として伝えている。ただし、窓口によっては実務家が相談に応じられるとは限らないので、ある程度幅をもった値（実勢価格）を参考値として公表するのが良いと思う。
B 県	○ 価格の妥当性に関する相談が多いが、住宅リフォームについては相場が分からないので、相談員が一概に判断することができない。参考情報はあった方が良いと思う。
C 県	○ 価格の妥当性に関する相談があれば、参考価格として単価が記載されている刊行物を紹介することもある。一番大切なことは複数社から見積もりをとり比較検討することだが、ある程度幅があったとしても、参考となる価格情報があった方が比較検討の材料にもなり、良いと思う。
D 県	○ 住宅リフォームについては、壁を壊してみないとわからない追加工事や作業手間賃などのブラックボックスがあることから標準価格を示すことは難しい。なお、価格情報を示す場合には、行政が価格設定の自由を奪うことにならないよう慎重な対応（注）が必要である。

（注）具体的な対応としては、公正取引委員会との事前調整等が考えられる。

- PIO-NETに登録された相談のうち、価格に関する相談について内容を精査したところ、「請求された工事価格は高くないか」、「知り合いから、その価格では高いと言われたが本当か」等、苦情というよりも不安等からの確認行為の一種ともみられる相談が目立っており、このような場合、例えば、契約する前に工事価格に関する参考情報を入手できていたとすると、そもそも相談窓口に電話する必要がなかったと考えられる。
- これらの問題に対処する観点、さらに、地方自治体に対する支援の充実を図る観点から、例えば、住宅リフォーム工事に係る実勢価格等、工事価格の妥当性等について消費者自身が判断する際に参考となり得る情報を把握・整理し、地方自治体に対し提供するなどの技術支援等を行うことが必要と考える。

(ウ) クーリングオフ制度に関する情報

- アンケート調査の結果、クーリングオフ制度を正しく理解しているのは調査対象者のうちの1%に過ぎず、消費者のクーリングオフに関する理解度が十分とは言えない実態が明らかになった(22、23頁参照)。

また、10都府県・政令市の相談窓口の担当者からも、クーリングオフ制度については、消費者及び事業者共に正しく理解していないとみられるとする意見が少なからず聞かれた。その他、地方自治体からの意見は次のとおりである。

表3-4 地方自治体からの主な意見(クーリングオフ関係)

区分	意見の要旨
A県	○セミナーにおいて、クーリングオフの認知度について出席者に聞いたところ、ほとんど知られていなかった。制度についての具体的かつ簡潔な説明が必要と考える。
B県	○センターからクーリングオフを行うよう勧めても、「既に工事を『してもらっている』ため、実費は負担すべき」という感覚を持った相談者も少なからずみられる。このような消費者に対して、制度を正しく理解してもらうための工夫等が必要であると考えられる。

- PIO-NETに登録された相談のうち、契約した後で解約(クーリングオフ)したいとする相談について内容を精査したところ、「クーリングオフは可能か」、「クーリングオフの仕方を教えてほしい」等の相談が多く、これら相談の内容をみる限り、例えば、クーリングオフに関する正確な知識があれば、そもそも相談窓口で電話する必要がなかったと考えられる。

- これらの問題に対処する観点、さらに、地方自治体に対する支援の充実を図る観点から、クーリングオフ制度に関する情報について、相談窓口を通じて消費者に対し十分に周知されるよう、情報提供の充実を図るための技術支援等を行うことが必要と考える。

このほか、「工事がいったん始まってしまえばクーリングオフはできない」、「クーリングオフをしても材料費等の実費については、請求に応じなければならない」と考えている消費者が少なからずみられたことから、消費者にはこうした点にも留意して、周知を図る必要があると考える。

- さらに、消費生活センターがあっせんを行った事例についてみると、法定書面を渡していない、あるいは書面に不備があったことから、工事途中又は工事完了後にクーリングオフに応じざるを得なかったとみられる事業者が散見された。現行制度では、事業者が法定書面の交付義務を怠った以外に全く非がなかったとしても、消費者から契約の取消しの申し出があれば、受けなければならない場合もあり、こうした点を踏まえて、消費者及び事業者双方において、書面の交付を定着させる取組が望まれる。

## (2) 消費者支援制度の認知度を高めるための取組

- 国土交通省では、前述のとおり、「住まいるダイヤル」（電話相談窓口）、「リフォーム見積チェックサービス」（見積書・契約書についての相談・チェックサービス）、「無料専門家相談制度」（弁護士・建築士との対面相談制度）、「リフォーム瑕疵保険」（リフォーム時の検査と保証がセットになった保険制度）、リフォーム事業者選択サイト支援事業（リフォーム事業者検索サイト）、等の支援制度を実施している（8、9頁参照）。

- アンケート調査の結果、リフォーム経験者及び意向者（5,215人）の81%が上記支援制度のいずれも知らないと回答している。

また、リフォーム経験者（3,399人）についても、上記支援制度のいずれも知らないと回答しているものが79%となっており、消費者の認知度が不足している実態が明らかとなった。なお、認知度の不足もあって、上記支援制度を全く利用したことがないと回答しているものが94%みられた（17、18頁参照）。

- また、PIO-NETに登録された相談のうち、契約した後で解約（クーリングオフ）したいとする相談について内容を精査したところ、「屋根工事の契約をさせられたが、見積が大雑把で150万円と高額なので解約したい」、「事業者が業界団体にも加入していなくて電話帳にも掲載がなく、信用できないのでクーリングオフしたい」等、価格に係る相談（全体の32%）及び事業者の信用性に係る相談（16%）が多いことが分かった（15頁参照）。

これら相談の内容をみる限り、例えば、①見積書の提示があったときに「リフォーム見積チェックサービス」を利用して見積書の内容についてチェックを受けていれば、②契約前に「住まいるダイヤル」に相談するか、リフォーム事業者検索サイトで情報を収集していれば、トラブルに至らなかったと考えられる例も少なくないとみられる。

- 他方、事業者からは、「リフォーム瑕疵保険の登録は任意であるが、他社との間で価格競争もあって、登録料や保険料の負担分を価格に上乗せして消費者に請求することは事実上難しいので、今のところリフォーム瑕疵保険の登録事業者になることについては考えていない。しかし、今後、制度の認知度が格段に上がって消費者が登録事業者を選択する機会が増えることになれば、事業者としても登録せざるを得ない」とする旨の意見が聞かれた。
- こうした状況を踏まえ、10都府県・政令市においても同様の問題意識を有しており、各地方自治体からは、次のとおり、支援制度を必要とする住宅所有者や被害に遭いやすい高齢者等に絞った周知を行うことが効果的である等の意見が聞かれた。

表 3-5 地方自治体からの主な意見（周知方法関係）

区分	意見の要旨
A 県	○住宅リフォームに関心のある人、ニーズのある人に対しピンポイントで周知することが有効と思う。例えば、建築確認申請、固定資産税の通知等に合わせて周知する方法が考えられる。
B 県	○これまでも自治体として実施すべき施策や周知すべき案件があれば、通知等の際に資料を同封する等の措置を講じてきた。住宅リフォームについても関連部署が必要な連携をとって、固定資産税の納付通知書の封筒に印刷等の対応を行うことは可能だと思う。 ○行政サイドとしては、HPへの掲載が一番簡便な周知方法だが、高齢者については広報誌等の紙媒体が重要な広報ツールと考えている。また、市区町村の協力を仰がねばならないが、日々高齢者に接する機会のある福祉関係者等を通じて独居老人向けに周知する案件があれば、それに併せて支援策等についても周知すれば良いと思う。
C 県	○高齢者に伝えるためには、民生委員等、福祉部局（ケアマネージャー）との連携を図る必要があると思う。
D 県	○広報誌は広く住民に読まれているようなので、PRするならば広報誌が効果的であると思う。

また、周知方法としては、コストはかかるが、テレビCM、有料の住宅雑誌への広告掲載等が有効である旨の意見も聞かれた。コスト面で考えると、以下の方法が比較的实现性が高いものとする。

- ① 市区町村の広報誌は、高齢者も比較的手に取ってみるとされていることから、広報誌による周知。
- ② 高齢者に接する機会が多い民生委員、ケアマネジャーの一層の活用を図り周知。
- ③ 住宅所有者に対し定期的に通知される固定資産税の納税通知書の封筒の宛名の下部に、相談窓口の電話番号・ホームページアドレス等を印刷して周知（資料2参照）。

### （3）これまでの取組に対する検証等の実施

- 平成17年9月の悪質リフォーム対策検討委員会における検討結果において、悪質リフォームに関し国土交通省として取り組むべき対策として、i) 消費者へのきめ細かな情報提供体制、ii) 地方自治体等における相談体制の一層の充実、iii) 耐震改修等のリフォーム工事に係る性能評価と専門家活用方策、iv) 建設業法に基づく指導・監督等のあり方、v) 他省庁・関係団体との連携・協力について検討が行われた。国土交通省では、検討結果を踏まえ、リフォームネット等の情報提供サービスの実施、リフォームに関する電話相談窓口の整備、業者に対する指導・処分ガイドラインの見直し等の取組を行ったところ、前述のとおり、一定の効果があがったものとみられる。

（注）訪問販売などによる住宅リフォーム工事契約に伴い消費者被害が生じ、社会問題となっていることから、これを視野に入れつつ、国土交通省としての総合的な対策を検討することを目的として平成17年7月に設置されたもの。委員長は巽和夫（一般社団法人住宅リフォーム推進協議会会長）。

- しかしながら、前述のとおり、依然として書面交付義務違反も少なからずみられ、契約後のトラブルの原因となっている場合も多いとみられる。
- 他方、平成20年の特定商取引法及び割賦販売法の規制が抜本的に強化されたこともあって、訪問販売を主体とするリフォーム事業者自体が減少傾向にあり、現金取引が9割を占めている中、信販会社等を通じた事業者に対する指導効果も期待できなくなっている。

- こうした中、日本弁護士連合会では、「リフォーム被害の予防と救済に関

する意見書」（平成23年4月15日付）において、リフォーム工事を請け負う者に対し、工事内容・代金額等の重要な事項を記載した契約書を作成・交付すべき義務を課し、その義務の実効性を確保するための担保的制度（書面交付義務違反時の無条件解除権等の民事効規定）を設けることを要望している。

- さらに、最高裁判所においても、建築関係訴訟の審理期間が概して長期化している状況に鑑み、「裁判の迅速化に係る検証に関する検討会」における議論や裁判官・弁護士等からの意見聴取を踏まえて「裁判の迅速化に係る検証に関する報告書」を取りまとめ、書面作成の義務化等による業界慣行の改善を求める旨の提案を行っている。さらに、「建築関係訴訟委員会」においても同様の議論が行われている。

なお、最高裁判所の「裁判の迅速化に係る検証に関する報告書（第4回）」（平成23年7月8日公表）によれば、「考えられる施策の例」として、「契約書等の当事者間の合意内容等を証する書面類の作成の義務化を始めとする業界慣行の改善について、取引の実情にも十分目を向けつつ、行政手続における規制の在り方も含めて検討を進める」ことが挙げられている。もっともその前提となった検証検討会での意見をみると、「取引の円滑化の要請もあるので、作成の義務化までは困難であろう」との意見や「今後、建築確認申請や建築工事届（注）に契約書類の添付を義務付けるなど行政手続において新たな仕組みを設けることも含めて、更に検討を進める必要がある」との意見が出されていることを踏まえると、本報告書における提案は、比較的大規模修繕を想定しているものとみられる。

（注）10㎡超の建築物について建築又は除却する場合は、建築工事届（建築基準法第15条）を都道府県知事に届け出る必要があるとされているところ、住宅リフォーム工数の多くは、「建築物自体を建築・除却する工事」に該当しない場合が多いとのことであり（ヒアリング結果）、当該届出は行う機会は少ないものとみられる。

- 上記の点を踏まえ、書面交付の徹底を図るための仕組みについて、取引の安定性の観点にも留意しつつ検討を進める必要があると考える。
- なお、建設業法上の規制について、10都府県・政令市のヒアリングでは、「軽微な建設工事」（受注金額500万円未満）のみを請け負って営業する場合には、必ずしも建設業の許可を受けなくてもよいとされているところ、日本弁護士連合会では、「リフォーム被害の予防と救済に関する意見書」において、500万円未満の工事のみを行う事業者に対しても営業許可制度を適用できるように建設業法を改正すること等を要望している。



しかし、10都府県・政令市のヒアリングでは、次のとおり、現状の体制では、「軽微な建設工事」の基準を見直し、法規制の範囲を拡大したとしても実効性のある対応は困難とする趣旨の意見が聞かれた。

今回の実態調査においては、許可制度や指導監督等に係る運用状況の実態については確認することができなかったが、まずは都道府県における当該実態を把握したうえ、法規制の実効性を確保した許可制度や指導監督等の在り方について検討する必要があると考える。

表 3-6 地方自治体からの主な意見（建設業法による規制関係）

区分	意見の要旨
A 県	○現状でも、許可業者に対して十分な指導監督ができていたとは言い難く、法規制の範囲を拡大したとしても実効性のある対応は困難だと思う。
B 県	○許可金額を引き下げても、指導監督の効果の観点から意味がないと思う。また、工事の組み合わせ方によってはより上限の高い「建築工事一式」に該当させることもできるし、業界の反発や失業者の急増等も予想される。
C 県	○よほどの証拠をもって、「許可を受けていないことが問題の根本である」ということを証明しない限り、規制を強化すべきではないと思う。 ○（他部局からみた感じでは）建設業許可部局では、業者を取り締まる体制が整っていないように思う。

- 既述のとおり、過量販売（次々販売）等の悪質商法によって深刻な被害を受けた等の相談は減少しているとみられ、ヒアリングにおいても同様の意見が聞かれたところ（表 3-7 参照）、契約前の顧客への説明不足や施工品質に係る情報の格差に起因するとみられる相談は増加傾向にある。

この要因を探るために、悪質リフォーム対策検討委員会において、同省を中心として取り組むべきとされた対策へのこれまでの取組状況について、あらためて検証を行い、その結果を踏まえた上で、悪質リフォームによる被害の防止と、リフォーム工事に係るトラブル回避のための一層の対策強化に向けた検討を進めることが重要と考える。

なお、住宅リフォームに関しては、消費者基本計画（施策番号55、56）においてもその施策の推進状況等を監視することとなっており、当委員会は上記検証等の結果についてフォローアップを行う。

表 3 - 7 地方自治体からの主な意見（消費者被害関係）

区分	意見の要旨
A 県	○住宅リフォーム関連の相談は減少している。点検商法に係る苦情は依然としてみられるものの、悪質業者が増えているという印象はない。
B 県	○当県における住宅リフォームに関する相談は、悪質商法により被害を受けたというものではなく、その多くはクーリングオフによって解決できる類のものである。
C 県	○悪質業者による手口は昔から変わっておらず、新手法はない。また、住宅リフォーム関連の相談は、「工事をやり直してほしい」といった技術的な相談が多い。
D 県	○住宅リフォームについては、高齢者からの相談の比率は高いが、他の相談でも同様の傾向であり、住宅リフォームだけが高齢者の比率が高いということではない。また、判断能力不十分者を狙った契約・次々販売の事案はここ数年みられない。