

# NACS

## 住まいの契約トラブルなんでも 110 番

～屋根工事・給湯器等の訪問販売、トイレのつまり・水漏れの  
緊急修理、リースバック、賃貸住宅退去などなど～

### 報 告 書



2024 年度

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

**NACS** NIPPON  
ASSOCIATION  
OF  
CONSUMER  
SPECIALISTS



2024年度 NACS なんでも 110番事業

「住まいの契約トラブルなんでも 110番」 報告書

～ 屋根工事・給湯器等の訪問販売、トイレのつまり・水漏れの緊急修理、  
リースバック、賃貸住宅退去などなど ～

目次

	ページ
NACS110番（2024年度）のご報告	・・・ 1
I. 実施要綱	
I-1 実施要綱	・・・ 3
I-2 事前研修会の開催	・・・ 4
II. 相談受付概要	・・・ 5
III. 相談事例と相談内容別の問題点	
III-1 相談概要と問題点	
1. 賃貸住宅に関する相談	・・・ 12
2. レスキューサービスに関する相談	・・・ 19
3. 工事・建築に関する相談	・・・ 24
4. その他	
投資関連、リースバック	・・・ 26
III-2 アドバイザーコメント	・・・ 30
IV. 提言・要望	
IV-1 提言・要望	・・・ 34
IV-2 関係機関への要望	・・・ 41
NACS「なんでも 110番」一覧・110番対応者	・・・ 46

## NACS 110 番（2024 年度）のご報告

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会  
(NACS)

会長 河上 正二

ここに NACS 110 番(2024 年度)の報告書をお届けします。

NACS 110 番は、今回で 37 回を数えます。報告書を見返すと、その時々、社会問題や立法的課題を反映した興味深い問題が並んでおり、NACS は、これらの報告書をもとに関係諸機関に対する提言や、審議会での発言、消費者啓発などに取り組んで参りました。その意味では、110 番は、NACS が消費者問題と直接に向き合うまたとない機会です。今回のテーマは、「住まいの契約トラブルなんでも 110 番～屋根工事・給湯器等の訪問販売。トイレのつまり・水漏れの緊急修理、リースバック、賃貸住宅退去などなど～」というもので、住宅関連の問題に焦点を当てました。新型コロナウイルスの影響による新しい生活様式への変化と老若男女を問わず様々な年代にスマートフォンが普及したことにより、多くの消費者がインターネットによる様々なサービスを日常的に利用する機会が増えました。それに伴い、ネット広告や SNS を起因とするトラブルも増加しています。特定商取引法では特定申込に係る通信販売の取消権の新設、景品表示法ではステルスマーケティングの規制追加など消費者保護のための法改正がなされてきたところです。今回の 110 番ではこれらのネット検索に伴う問題にも注意を払いました。

大阪相談室では 10 月 5、12、19、26 日（土）、東京相談室では 10 月 6、13、20、27(日)10 時から 16 時に実施しました。いずれも、ウィークエンド・テレホンと同時開催といたしました。

数は、東京・大阪合計で 48 件に上りました。相談内容は多岐にわたり、幅広い年代層の方々から多岐にわたる相談が寄せられました。

賃貸契約に関する相談は、48 件のうち 15 件と多数寄せられました。そのほかレスキュー商法や点検商法、リースバックなどの相談もありました。

賃貸住宅の相談では、「高額な原状回復費用を請求され納得できない」、「原状回復費用に合意していないのに保証会社が支払ってしまい、保証会社が支払った分を請求されている」などの原状回復に係る相談が多く寄せられました。

住まいのレスキューサービスは、鍵の紛失や水漏れ、電気トラブルなどがきっかけで事業者に依頼しています。ネットで検索し事業者を呼ぶと、「サイトの表示よりはるかに高額な代金を後から請求された」、「ネット検索で最上位に掲載されていたサイトに依頼したところ工事内容が杜撰だった」という相談が寄せられています。ネットの検索結果に連動して表示されるリスティング広告の問題点や、ナンバーワン表示の調査に根拠が欠けると

いう相談者からの指摘がありました。プラットフォーム事業者や国に規制を求めるべきだ  
という意見も寄せられました。

また、点検商法では、「1年半前に屋根工事をしたばかりの高齢者の自宅に、屋根の点  
検だと言って業者が突然来訪し、屋根に上がりその後『瓦がずれている』と写真を見せ、  
工事が必要だと契約させられた」という相談もありました。これなどは、従来からある床  
下のシロアリ駆除をめぐるトラブルと同様のものです。

リースバックの相談もありました。高齢者にとって実際には不利な点が多い契約にもか  
かわらず、良い面ばかりを強調する勧誘を受けて契約させられた事例です。高齢者の経済  
的な不安への付け込み型という側面もあります。

投資マンション購入者からの相談も寄せられました。「マッチングアプリで知り合った  
異性からグループに誘われ、すでに投資用マンションを4軒も購入しており、さらに調査  
費用を求められている」という相談でした。

点検商法や訪問販売は、高齢者の自宅を狙った勧誘が多い一方、賃貸住宅やレスキュー  
トラブルは、幅広い年代から相談が寄せられました。特にレスキューサービスのトラブル  
では、消費者は、慌てている状況の中でサイトの安価な情報を見て飛びつき、来訪した事  
業者に不安を煽られたり、高価格を提示されても断れなくなったりしています。ネット広  
告には、だれもがトラブルに巻き込まれる状況が仕組まれていると思われます。プラット  
フォーム事業者に対しても、さらなる規制を求めていく必要性を感じました。

寄せられた相談については、問題点の抽出、分析を行い、関係機関への提言、消費者啓  
発、法整備等へ向けて是非役立てたいと考えています。本報告書が関係諸機関において、  
十分に活用していただけることを祈念しております。

2024年12月

## I. 実施要綱

### I-1 実施要綱

以下の事業内容で110番を実施しました。

#### **住まいの契約トラブルなんでも110番**

#### **～ 屋根工事・給湯器等の訪問販売、トイレのつまり・水漏れの 緊急修理、リースバック、賃貸住宅退去などなど～**

消費者庁の令和5年度の消費者白書によりますと、商品・サービス別の消費者相談の件数は、全体では「不動産貸借」、「工事・建築」が「商品一般」に次いで多くなっています。年代別では、不動産貸借は20代から50代に多く、60代以上では工事・建築に関する相談が多い傾向にあります。不動産貸借においては、2020年の民法改正後も退去時の原状回復費用や敷金の返還に関する苦情が各地の消費生活センターに多く寄せられています。また、工事・建築については、訪問販売による屋根工事等の契約で、一人暮らしの高齢者や地震や風水害により被害を受けた地域が悪質業者のターゲットにされるという事案が多発しています。さらに、太陽光発電のFIT買取制度の終了に伴い、自治体の補助金を利用した蓄電池やパワーコンディショナー（パワコン）の訪問販売にかかる苦情も増えてきています。また、高齢者に不利益な自宅のリースバックを勧める事案や住宅ローンを使った不適切な投資用マンションの販売等の事案もあります。いずれの年代においても『住まい』は消費者の生活の基盤であり、価格も高額であることから、これらの『住まい』に関する取引にかかる被害は消費者にとって非常に深刻な問題であると考えます。

以上の観点から、2024年度の110番事業として、幅広い分野での住まいの契約に関するトラブルについて相談を受け付けることとしました。そして、寄せられた相談、苦情内容を集計、抽出、分析し、その背景にある問題点を精査して、現在の法規制の不備等、関係諸機関に情報提供及び提言を行いました。

#### 記

日時 : 大阪相談室 : 2024年10月5日、12日、19日、26日（土曜日）  
東京相談室 : 2024年10月6日、13日、20日、27日（日曜日）  
いずれも午前10時～午後4時

相談方法 : 大阪 電話（06-4790-8110）  
東京 電話（03-6450-6631）

相談対応者 : （公社）日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）会員  
アドバイザー : 加藤 進一郎 弁護士

主催 : （公社）日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）

## I - 2 事前研修会の開催

今回のテーマは「住まいの契約トラブルなんでも 110 番」 ～屋根工事・給湯器等の訪問販売、トイレのつまり・水漏れの緊急修理、リースバック、賃貸住宅退去などなど～です。

住まいの契約については、専門的知識が必要な場合が多く、解決が困難であるという現実があります。

事前研修では、弁護士を講師に招き、相談対応に必要な法律や消費者トラブルの実態を踏まえた専門知識を学びました。また、具体的な事例や裁判例についてご解説いただき、相談担当者が最新の情報を共有し且つ共通の認識をもって、110 番当日に備えました。

### 東京

内容：「住まいの契約トラブルにおける消費者被害救済のためのケーススタディ」  
近時の事例と消費者被害を救済するために現場の相談員が持ち合わせ、活用すべき法律上の知識、活用と交渉方法

日時：2024年9月17日（火）19：00～21：00 会場・オンライン（Zoom）

講師：弁護士 竹内 留美 氏

東京弁護士会消費者問題特別委員会委員

東京弁護士会刑事弁護委員会委員

東京弁護士会非弁提携弁護士対策本部委員

台東区法曹会幹事

### 大阪

内容：「住宅関連の契約トラブルに関わる事例と関連法規について」

日時：2024年9月8日（日）14：00～16：00 会場・オンライン（Zoom）

講師：弁護士 加藤 進一郎 氏

日弁連消費者問題対策委員会副委員長

京都府消費生活審議会委員

同審議会苦情処理部会会長

国民生活センター紛争解決委員会特別委員

消費生活相談員（国家資格）保有

## II. 相談受付概要

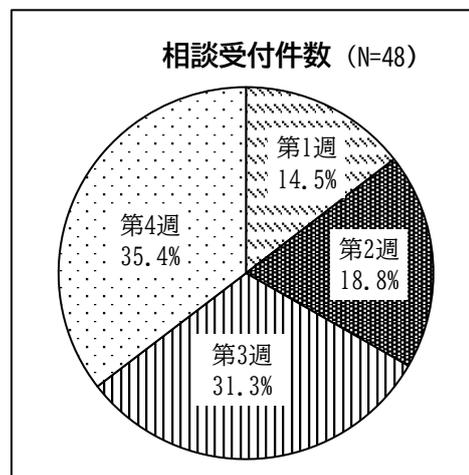
2024年度の110事業では、「住まいの契約トラブルなんでも110番 ～屋根工事・給湯器等の訪問販売、トイレのつまり・水漏れの緊急修理、リースバック、賃貸住宅退去など～」を、10月5日（土）、6日（日）、12日（土）、13日（日）、19日（土）、20日（日）、26日（土）、27日（日）の計8日間、大阪と東京の2か所で実施しました。相談件数は8日間で48件ありました。

近年問題となっている暮らしのレスキューサービスにかかる高額請求の被害、高齢者を狙った住宅補修工事や給湯器等の訪問販売、リースバックや投資用マンションの販売、賃貸住宅における原状回復費用や敷金の返還に関する苦情等、消費者の生活の基盤である「住まいの契約トラブル」に関する相談を幅広く受け付けました。

### II-1 相談受付件数

相談受付件数は48件となりました。

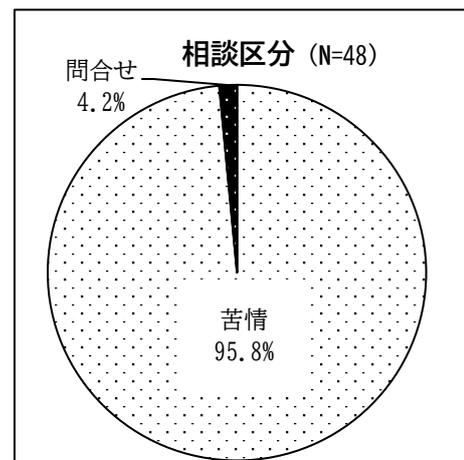
相談件数	大阪	東京	計	比率
第1週	3	4	7	14.5%
第2週	6	3	9	18.8%
第3週	9	6	15	31.3%
第4週	9	8	17	35.4%
総計	27	21	48	100.0%



### II-2 相談区分

相談区分別では、48件の相談のうち苦情が46件(95.8%)でした。

区分	計	比率(%)
苦情	46	95.8%
問合せ	2	4.2%
要望	0	0.0%
不明・その他	0	0.0%
総計	48	100.0%



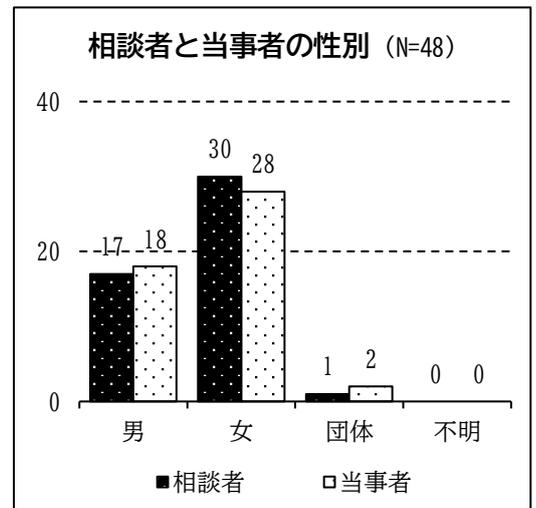
## II-3 相談者・当事者の属性

相談者・当事者の属性を、性別、年代別、職業別に比較しました。相談者とは、当窓口  
に電話をしてきた者、当事者とは実際に契約を行っている、または事業者と相対している  
者をいいます。性別で見ると、相談者では男性17件、女性30件、当事者では男性18件、女  
性28件でした。

相談者の年代別では、50代が12件と最も多く、次いで60代の11件でした。また、当事者  
が20代や70代以上のトラブルでは、周囲の家族等からの相談が、当事者からの相談を上回  
りました。

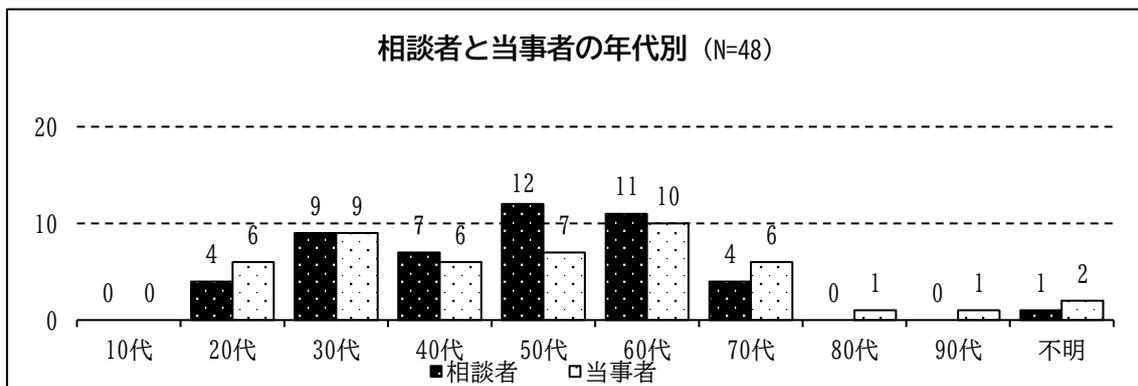
### ① 相談者・当事者の性別

性別	相談者	比率 (%)	当事者	比率 (%)
男	17	35.4%	18	37.5%
女	30	62.5%	28	58.3%
団体	1	2.1%	2	4.2%
不明	0	0.0%	0	0.0%
総計	48	100.0%	48	100.0%



### ② 相談者・当事者の年代別

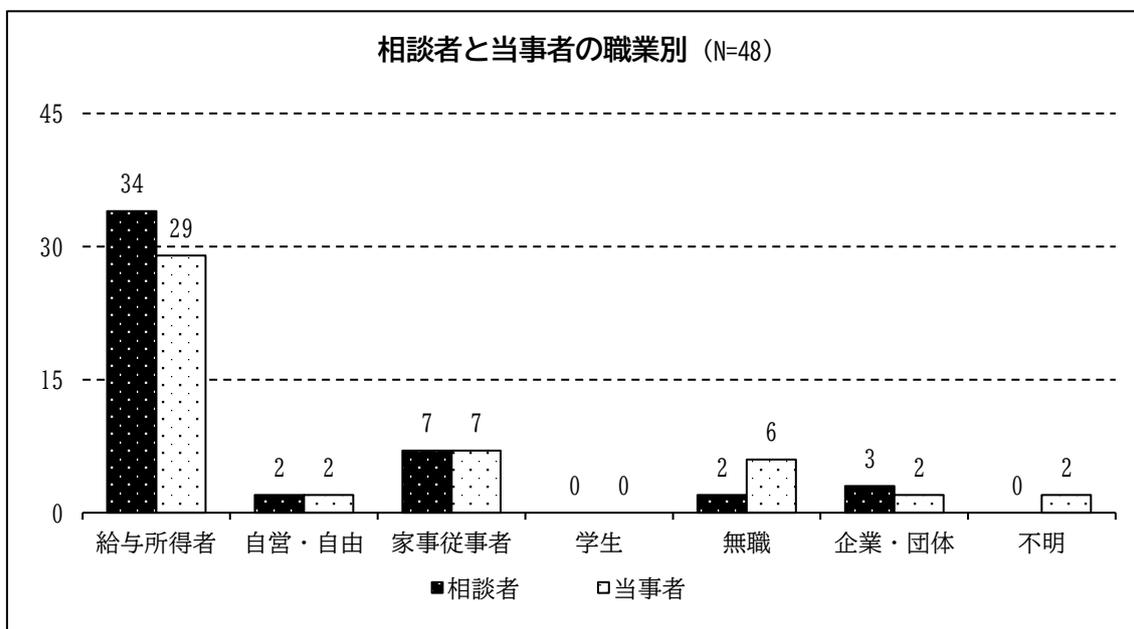
年代別	相談者	比率 (%)	当事者	比率 (%)
10代	0	0.0%	0	0.0%
20代	4	8.3%	6	12.5%
30代	9	18.8%	9	18.8%
40代	7	14.6%	6	12.5%
50代	12	25.0%	7	14.6%
60代	11	22.9%	10	20.8%
70代	4	8.3%	6	12.5%
80代	0	0.0%	1	2.1%
90代	0	0.0%	1	2.1%
不明	1	2.1%	2	4.2%
総計	48	100.0%	48	100.0%



### ③ 相談者・当事者の職業別

職業別では、相談者・当事者ともに給与所得者からの相談が最も多く、相談者34件、当事者29件となりました。これは、NACSが年間を通じて実施している土日の相談窓口「ウィークエンド・テレホン(WET)」と同じ傾向であり、平日の日中は仕事で相談できない人が「110番」を利用したものと思われます。次に多い職業としては、相談者・当事者ともに家事従事者で、相談者・当事者ともに7件でした。

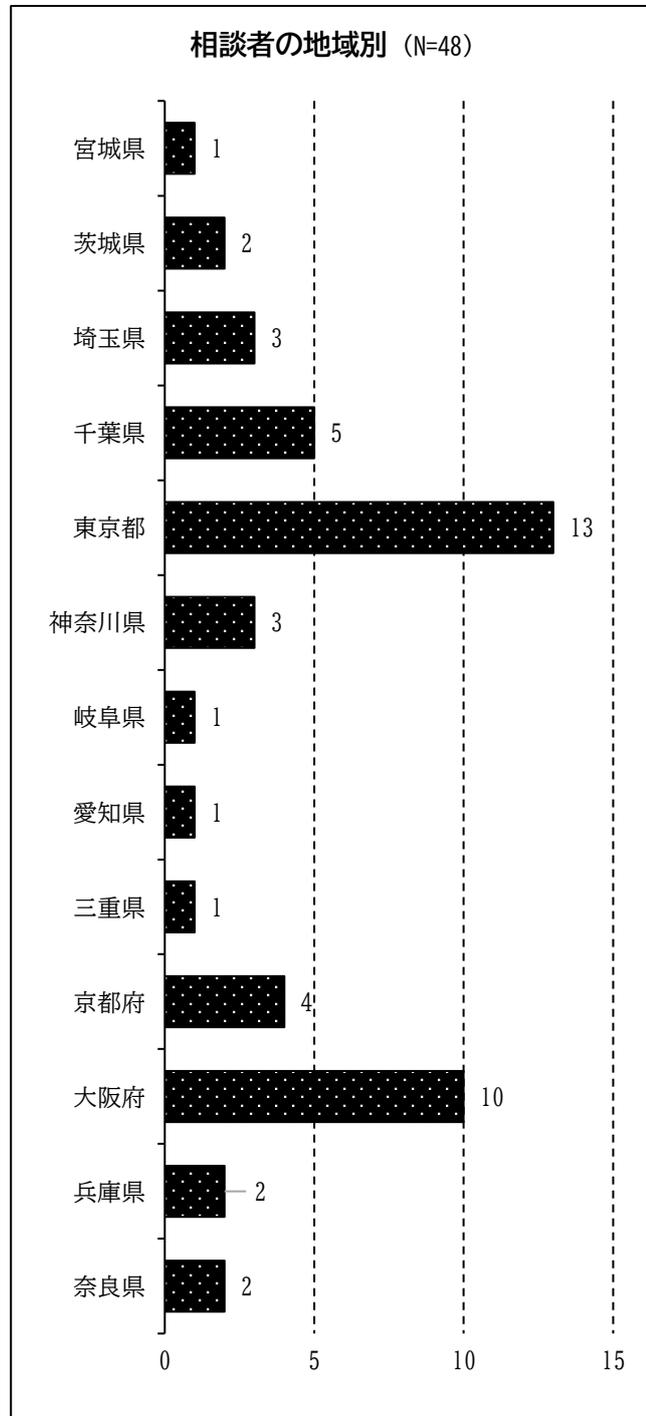
職業別	相談者	比率(%)	当事者	比率(%)
給与所得者	34	70.8%	29	60.4%
自営・自由	2	4.2%	2	4.2%
家事従事者	7	14.6%	7	14.6%
学生	0	0.0%	0	0.0%
無職	2	4.2%	6	12.5%
企業・団体	3	6.3%	2	4.2%
不明	0	0.0%	2	4.2%
総計	48	100.0%	48	100.0%



#### ④ 相談者の地域別

相談者の居住地について分類すると、都道府県別で最も多かったのは東京都13件、次いで大阪府10件、千葉県5件でした。13都道府県から相談がありました。

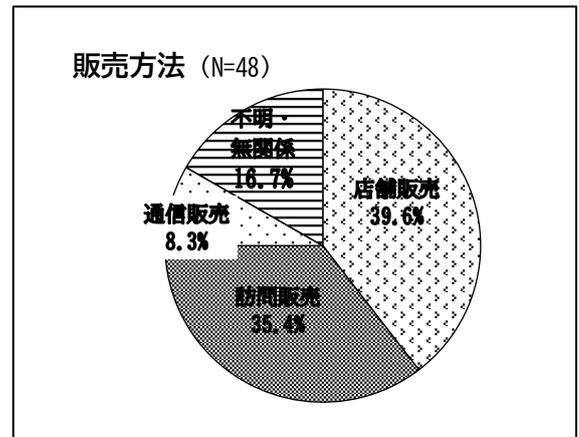
地域別	相談件数	比率(%)
宮城県	1	2.1%
茨城兼	2	4.2%
埼玉県	3	6.3%
千葉県	5	10.4%
東京都	13	27.1%
神奈川県	3	6.3%
岐阜県	1	2.1%
愛知県	1	2.1%
三重県	1	2.1%
京都府	4	8.3%
大阪府	10	20.8%
兵庫県	2	4.2%
奈良県	2	4.2%
総計	48	100.0%



## II-4 販売方法

販売方法別にみると、店舗販売が19件と一番多く、次に多いのが訪問販売の17件でした。

販売方法	計	比率(%)
店舗販売	19	39.6%
訪問販売	17	35.4%
通信販売	4	8.3%
電話勧誘	0	0.0%
マルチ	0	0.0%
その他	0	0.0%
不明・無関係	8	16.7%
総計	48	100.0%



## II-5 契約金額

契約金額別にみると、金額が不明・無関係な相談を除いて、1万円以上10万円未満が11件と最も多く、次いで10万円以上100万円未満が9件でした。最大契約金額は投資用マンションについての相談で7,700万円でした。

契約金額	計	比率(%)
～1万円	3	6.3%
～10万円	11	22.9%
～100万円	9	18.8%
～500万円	2	4.2%
～1000万円	1	2.1%
～5000万円	1	2.1%
～1億円	1	2.1%
1億円以上	0	0.0%
不明・無関係	20	41.7%
総計	48	100.0%

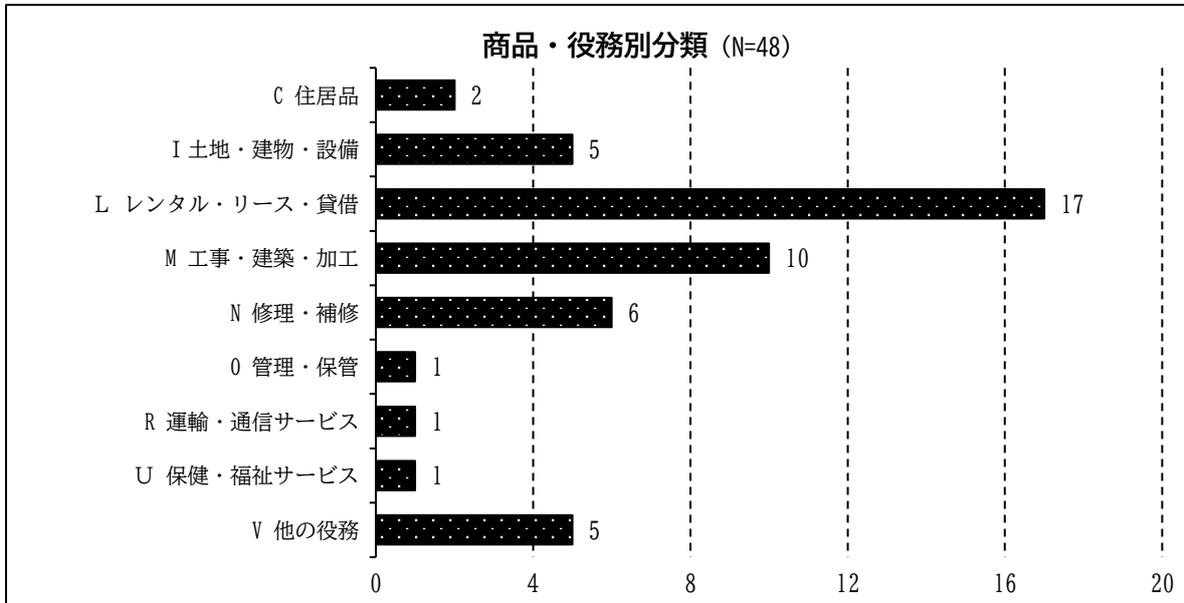
## II-6 支払方法

支払方法別にみると、現金払いが大半で28件でした。

支払方法	計	比率
信用供与なし（現金等）	28	58.3%
販売信用（クレジットカード等）	1	2.1%
借金契約	0	0.0%
不明・無関係	19	39.6%
総計	48	100.0%

## II-7 商品・役務別分類

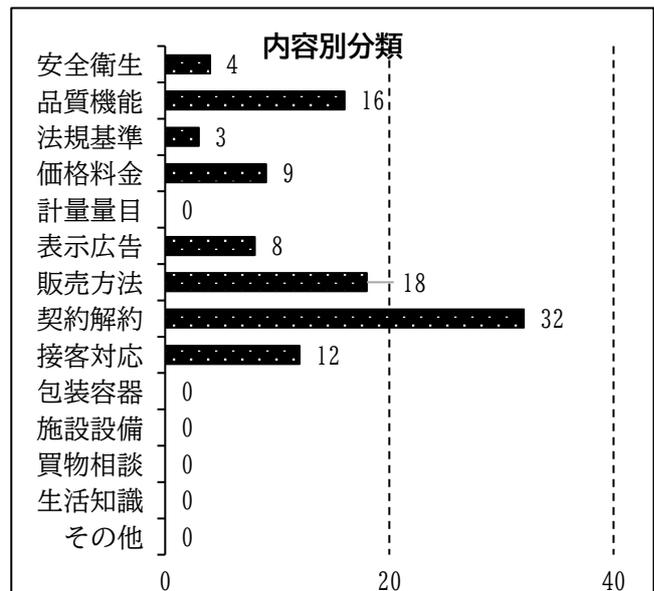
相談を商品・役務別で見ると、最も多かったのが賃貸マンション等の「レンタル・リース・賃借」の17件でした。次に「工事・建築・加工」の10件、レスキューサービス等の「修理・補修」6件でした。



## II-8 内容別分類

相談内容を、14項目の内容別分類で集計しました。契約・解約に関する相談が32件と最も多く、続いて販売方法18件、品質機能16件の順でした。

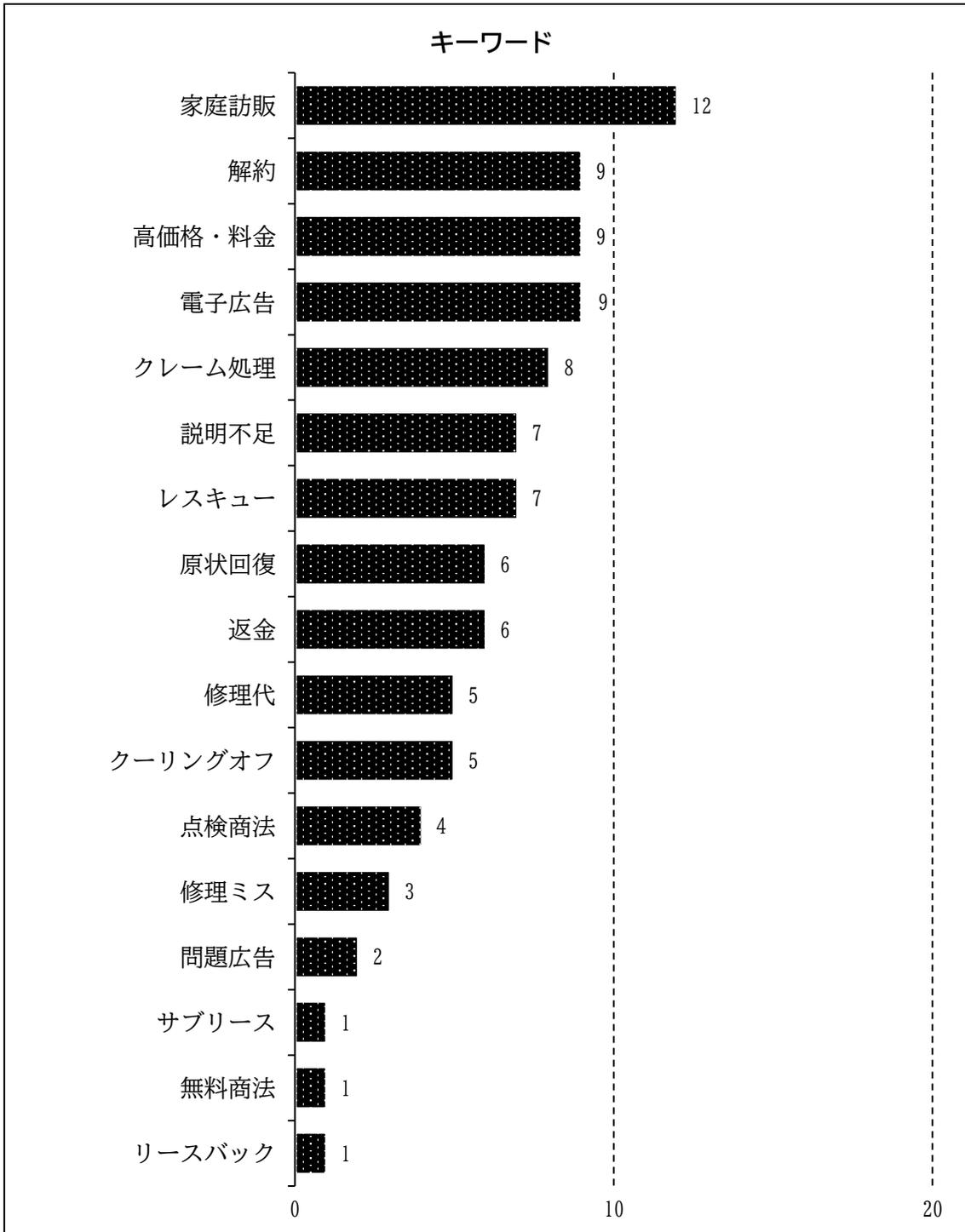
内容別分類	計	比率 (%)
安全衛生	4	3.9%
品質機能	16	15.7%
法規基準	3	2.9%
価格料金	9	8.8%
計量量目	0	0.0%
表示広告	8	7.8%
販売方法	18	17.6%
契約解約	32	31.4%
接客対応	12	11.8%
総計	102	100.0%



※内容別分類については複数回答項目。同一相談で複数の分類に属するものがあるため重複して計上されている。

## Ⅱ-9 内容キーワード別分類

内容キーワード別にみると、一番多いのが「家庭訪販」で12件、次に多いのが「解約」「高価格・料金」「電子広告」で同数9件でした。住まいの契約トラブル関連のキーワードでは「レスキュー」が7件、「原状回復」6件、「点検商法」4件でした。



※内容キーワードについては複数回答項目。

### Ⅲ. 相談事例と相談内容別の問題点

#### Ⅲ-1 相談概要と問題点

##### 1. 賃貸住宅に関する相談

###### ① 退去時の原状回復

<2年住んだ賃貸マンション退去時に、高額な原状回復費用を請求された。故意に壊したり汚したりしておらず請求額に納得いかない。>

(契約年月：2022年5月 相談者：男性 20歳代 給与所得者)

##### 相談概要

2年3か月住んだ2年契約更新型の賃貸マンション（家賃8万9千円、共益費4千円、敷金家賃1か月分）を更新3か月後に退去した。退去時の立会いは希望するかしないかの選択制で、私は希望しなかった。退去後に管理会社から敷金を引いた16万円の原状回復費用を請求された。クロスのリペア、床のリペア等を請求されているが納得いかない。冷蔵庫の後ろの電気焼けが気になるが、それ以外、故意過失で壊したり汚したりはしていない。減額されて最終的に10万円の請求になったが、その金額にも納得いかない。また、お金を一度に払う余裕がなく、管理会社に少し待って欲しいと伝えていた。ところが、管理会社から連絡なく、問い合わせたら保証会社に請求したと言われた。当方との話し合いの結論が出ていないのに、一方的に保証会社に請求することは許されるのだろうか。

##### 助言

『原状回復をめぐるトラブルとガイドライン』に則り考え方を説明した。また、契約書の特約条項も確認するように伝えた。消費者に一方的に不利な特約は無効だが、原則的には契約書に書かれている内容に拘束されることを説明した。交渉の方法としては、管理会社から提示された原状回復の見積書の個々の項目について検討し、認めるかどうか根拠を挙げて説明し、認めるものについて支払うという交渉をすることになる。保証会社の件については、まず保証契約の内容（月々の家賃だけでなく退去時の原状回復まで含まれるのか）を確認するよう助言した。保証会社が原状回復については金額を賃貸人と借人で合意することを条件としているケースもある。もし合意が条件なら合意していないと保証会社に申し入れることとなる。

原状回復費用に納得いかないなら、貸主相手に交渉を続けることになる。相談者には居住地の消費生活センターに相談するよう助言した。

##### 問題点

賃貸住宅を退去した時の原状回復費用をめぐる相談は全国の消費生活センターに年間1万件以上寄せられており、増加傾向にある。

通常、貸主から原状回復費用の請求が届いたら、退去時の立会いで指摘された損耗かどうかを確認する。しかし、賃貸住宅の中には事例のように立会いをするか否かを入居者が選べるものもある。借主が立会いに参加していれば、貸主と借主の双方で、傷や汚れの有無

や修繕範囲を確認できるが、参加していなければ何も確認できないまま修繕費を請求されることになり、請求内容が正しいものかどうかの判断が極めて難しくなる。面倒に思えても後のトラブルを避けるために借主は立会いに参加する方が望ましい。

また、貸主から納得できない原状回復費用を請求されたとしても、それはあくまでも貸主側の主張に過ぎず、請求された時点では、借主には請求どおりの金額を支払う義務はない。まずは、国土交通省の『原状回復をめぐるトラブルとガイドライン』を参考に、借主が適切と思える負担額を算出して、貸主に通知する。双方の主張が揃ったところで原状回復費用を話し合いで決めることになる。しかし、貸主が話し合いを放棄してトラブルになるケースは多い。本来、話し合いによる合意が望ましいが、双方の歩み寄りが見られない場合は、裁判所の調停制度や少額訴訟制度を利用して解決を図ることとなる。

また、本事例では原状回復費用の請求額について借主から合意が取れていないにも関わらず、貸主が保証会社に代位弁済を請求している。原則、保証会社は原状回復費用について、借主が精算合意に基づく支払いを行わない場合に代位弁済を行う。

貸主が話し合いを一方的に放棄して保証会社に代位弁済を請求したことが判明した場合、借主は保証会社に対して原状回復費用について合意していないことを申し伝えておく必要がある。一方、保証会社は、原状回復費用の代位弁済にあたり、合意が確認できる書面の提出を貸主に求める等の対応が望まれる。

## ② 原状回復（保証会社からの請求）

<築5年の賃貸マンションに2年居住し退去した。原状回復費用としてクロスの張替えを保証会社から請求されている。>

（契約年月：2022年7月 相談者：男性 30歳代 給与所得者）

### 相談概要

3か月前、2年間居住した築5年の賃貸マンションを退去した。壁際にベッドを置いていたので、手すりが壁に接触したのか、ベッドを撤去したところ、黒っぽく横線状にシミのようなものが壁に付いていた。故意に汚したわけでもなく、家具の設置のための汚染と思うので、その修理代を払うことに納得出来ない。現在、保証会社からの請求がメールで届いており、「法的手続きを取る」等と記載されていた。請求金額は、クロスの張替費3万2千円。合計修理代金は4万8千円であり高額だ。

### 助言

『原状回復をめぐるトラブルとガイドライン』について説明をし、話し合うことを情報提供した。ベッドを置いたことによる手すりの跡が、通常の使い方といえるかがポイントとなる。使い方の問題となれば、その個所は平米当たりの単価で計算をされる。賃貸関係の専門相談窓口で解釈を聞いてみるよう助言をした。なお、話し合う方法として、書面を発信する方法もあることを伝えた。

## 問題点

2020年の改正民法では通常損耗について、賃借人は原状回復義務を負わない旨が明文化された。ベッドの手すりの跡が通常損耗であるかが争点になる。また、請求しているのは貸主又は管理会社でもなく、保証会社である。保証会社が連帯保証人のような立場で関与し貸主又は管理会社からの請求により代位弁済をしている。その後賃借人である相談者に求償されているため、改めて貸主又は管理会社と交渉しても解決は極めて困難である。原状回復費用について、最初に請求された時点で不服であれば、保証会社に対して申し出ることが必要である。また、既に「法的手続きを取る」と言われたことから、信用情報機関に登録される恐れがある。消費者は、契約時に保証会社との受託契約内容と信用情報機関への情報開示について、十分に確認する必要がある。消費者は保証会社との受託契約について把握していない場合も多く同様のトラブルが増加している。宅地建物取引を行う者の説明を必須とするべきである。

### 【一口メモ】

家賃債務保証業者の登録制度について

2017年10月25日、国土交通省は家賃保証業を適正かつ確実に実施することができる者として、一定の要件を満たす家賃債務保証業者を国に登録する制度を創設した。

(登録は任意)登録者数は増加しており、2024年9月末の登録は108社。国土交通省のウェブサイトに掲載されている。

[https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku\\_house\\_fr7\\_000028.html](https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_fr7_000028.html)

### ③ 原状回復（敷引き）

<3年住んだ賃貸マンションを退去した。原状回復費用として、入居時に支払った保証金を充当すると言われているが不審。>

(契約年月：2021年10月 相談者：男性30歳代 給与所得者)

#### 相談概要

3年住んだ共益費込み11万円の賃貸マンションを先月退去した。フローリングの傷、浴槽の汚れ等の修理費用を請求されている。その金額が25万円でその代金は入居時に支払った保証金25万円と相殺し、返金はないと言われたが納得いかない。原状回復に関する考え方を知りたい。

#### 助言

原状回復の費用負担の考え方について説明し、請求されているものが経年劣化かどうか等整理をした上で家主と話し合っはどうかと伝えた。

## 問題点

賃貸借契約のトラブルで相談が多いのが敷金(保証金)の精算に関するものである。賃貸借契約に関して、事業者と消費者間の知識・情報格差が大きいことが理由である。

敷金とは借主の賃料の滞納や不注意等による物件の損傷破損等に対する修復費用等の損害金を担保するために、契約時に貸主に預け入れるものである。したがって、借主に賃料等の延滞や建物に損害を与えた等の貸主に対する債務がなければ、契約が終了し、建物が明け渡された時に敷金は全額貸主より借主に返還されることになる。

一方、借主には、賃借物の明け渡しに際し、原状回復義務が生じる。借主が賃借物に造作等の変更を加えていた時は、造作等を撤去して原状に戻す義務が生じる。また、賃借物の損耗や汚損については、通常の使用によって生じたものや、経年劣化によるものについては、原状回復義務はないが、故意・過失等により賃借物に生じさせたものについては、原状回復義務がある。

国土交通省は『原状回復をめぐるトラブルとガイドライン』において、原状回復の費用負担のあり方等について、現時点において妥当と考えられる一般的な基準を示している。

貸主から納得できない原状回復費用を請求されたとしても、それはあくまでも貸主側の主張であるので、言われるままに支払う義務はない。『原状回復をめぐるトラブルとガイドライン』を参考に、貸主と話し合いをしていく必要がある。

当事者間で解決ができない時は、簡易裁判所に民事調停の申立てをすることができる。

## ④ 賃貸マンション(家賃値上げ)

<知人から格安で賃貸マンションを契約していたが、家主が代わり、来月から倍額の家賃になると書類が届いた。どうしたら良いか。>

(契約年月：2024年6月 相談者：女性 30歳代 給与生活者)

### 相談概要

半年前、知人が購入した分譲マンションの4LDKの部屋を8万円で賃借することになり、住み始めた。仲介に入った不動産業者が「それは相場に反して安すぎる」と反対し、契約がなかなか進まなかった。自分は母子家庭で、その手当申請に賃貸借契約書が必要だったので不動産業者を急かして、住み始めてから2か月後にとりあえずの契約書面をもらった。そこには家賃8万円と書いてあるが、他にもいろいろ書いてあるようだ。先日、不動産業者から書類が届いた。内容は「家主がAからBに変わった、来月から家賃を16万円に値上げする」ということだった。16万円など払えないし、退去するにも費用がかかる。16万円を払わなければならないのか。居住地の住宅相談を受けたら「16万円は妥当な金額であり、退去に向けて話し合いをしては」と言われた。無料法律相談では「契約書は当初のものが引き継がれる。これまでの家賃8万円を振り込んでおいたらよい」と言われた。8万円では相場から見て安すぎることは自分も理解しており、勝手に振り込んでもトラブルになるのではないかと考えている。

## 助言

相談者は住宅相談も法律相談も受けていたがそれぞれ見解が異なっており、当窓口では契約書面を見ることはできないので適切な助言をすることは難しいと考えられた。今後退去するにしてもすぐには退去できないことは不動産業者も理解していると思われることから、支払い可能な金額で数か月の居住を合意し、その間に転居先を探してみることも一法と伝え、居住地の消費生活センターに契約書面を見せて助言を受けるよう伝えた。

## 問題点

本事例では家主が知人から不動産業者に変更になった事情が明らかではないが、通常、貸主の変更の有無に関わらず賃料の値上げには賃借人との合意が必要であるため、増額請求に納得できない時には話し合うことになる。合意できなかった場合、貸主は調停の申し立てを行い、調停が不調となった場合には、訴えを提起することができる。借主は裁判が確定するまでは、一般的には現行の賃料を支払う必要があるが、貸主に受け取ってもらえない場合には法務局に供託することができ、それにより借主は債務不履行責任を回避することができる。また、調停や訴えを起こさない場合でも、話し合い中に貸主が賃料を受け取らない時に借主は供託することができる。しかし本事例では相場に比して格安の家賃であったこと、「契約書面に家賃8万円と書いてあるが、他にもいろいろ書いてある」ということなので、契約書面の内容によっては、値上げ後の家賃を払えないなら退去せざるを得なくなる可能性がある。借主は入居の際に契約書をよく読み、家賃その他の条件をしっかりと確認することが求められる。

### ⑤ 賃貸マンション契約（保険加入）

<賃貸マンション契約時に管理会社から火災保険への加入を強いられ、保険会社も指定されている。自分で自由に決められないのだろうか。>

（相談者：男性 30歳代 給与所得者）

## 相談概要

入居したい賃貸マンションが見つかり申し込んだ。後日、仲介業者から契約の電子書面が送られてきた。重要事項の説明があり、後は契約書にサインするだけだが、管理会社から指定された損害保険会社の火災保険に加入するように強いられている。自分で見つけた損害保険会社と指定された損害保険会社の保険料は毎月700円で同じだが、自分で見つけた損害保険会社の方が、補償内容が手厚い。管理会社に変更できないのかと聞くと、「これ以上は何もできないから契約は無しにする」と言われた。今、住んでいるマンションは退去手続きをしたので、このままでは住むところがない。どうしたらいいのか。

## 助言

賃貸借契約書に指定された損害保険会社での契約が明記されている場合、他の損害保険会

社に変更することは困難である。納得できない場合、契約をやめることはできると話し、検討するように助言した。

## 問題点

借主は火災保険に加入する義務は無いが、賃貸借契約の特約に火災保険への加入がある場合は加入義務が生じる。ただし、借りた部屋で火災が発生した際には貸主に対して損害賠償責任を負うことになるため、保険加入義務の有無にかかわらず、貸主への損害賠償に備える『借家人賠償保険』、第三者への損害賠償に備える『個人賠償責任保険』に加入しておくべきであろう。

なお、本事例のように貸主が指定する損害保険会社に加入しなければ入居させないという特約は、独占禁止法 19 条の不公正な取引（抱き合わせ販売）や保険業法 300 条 1 項で禁止されている圧力募集に該当する可能性が考えられる。しかし、特約の効力については裁判所で争うしかなく、現実的には、貸主から指定された保険会社に加入して入居するか、加入に納得できない場合は入居をあきらめるか、何れかを借主自身が判断するしかない。貸主には、特段の事情がない限り、借主の保険会社選択の自由を制限しない姿勢が求められる。

## ⑥ 賃貸住宅（サポート契約）

<賃貸借契約と同時にオプションだった安心サポート契約をした。必要性を感じないので解約したいが、できないと言われた。>

（契約年月：2020 年 4 月 相談者：女性 50 歳代 家事従事者  
契約者：女性 20 歳代 給与所得者）

## 相談概要

4 年前、娘の下宿のために、親の私が契約者で賃貸借契約をした。同時にオプションで安心サポート契約をした。鍵を紛失したり、水のトラブルがあったりした場合に駆けつけてくれるという内容。毎月 880 円が家賃と一緒に引き落とされる。娘が大学を卒業して就職したので契約者を娘に変更した。その時にも安心サポート契約を解約したいと言ったが、できないと言われた。その後、水漏れがあった時に、修理を頼んだが、3 日後にしか行けないと言われる等、役に立たないので解約したい。事業者に解約を申し出たが、賃貸借契約が続く限り、解約できないと言われた。納得できない。契約書面は見当たらない。

## 助言

安心サポートの契約書を探してどのように書かれているかを確認するよう伝えた。もし、契約書が見つからなければ、事業者から取り寄せるように助言した。その上で、契約書の内容と異なることを事業者が主張しているようであれば、契約者の居住地の消費生活センターに相談するよう伝えた。

## 問題点

賃貸住宅を契約する際に、『安心サポート契約』の同時加入を求められるケースが増えている。その主なサービス内容は、水回りの水漏れ・トイレの詰まり・鍵の紛失・電気やガスのトラブルのサポートである。害虫駆除やパソコントラブル、不審者や騒音等居住環境のトラブル等のサポートがサービス内容に入っていることもある。初めての一人暮らしや女性・高齢者には心強いサービスであるが、家賃と管理料以外に費用の負担が発生する。

『安心サポート契約』は契約先によって、必ず加入しなくてはならない場合と任意で加入すれば良い場合がある。賃貸借契約締結の際に、契約書に加入が明記されていれば基本的に必須となる。火災保険加入が必須となっていて、その中に『安心サポート契約』が含まれていることもある。

火災保険で過失による水漏れ等の保障がカバーされているにも関わらず、別途、加入を強制され、困惑したという相談も寄せられた。

賃貸借契約書に記載がなく、不動産仲介会社や家賃保証会社から加入を勧められた場合は任意加入と考えて良い。サービス内容をよく確認して加入を検討するとよい。

本事例では、賃貸借契約と同時にオプションで『安心サポート契約』をしたと相談者は言っているが、まずは、契約書の内容・契約先を確認することが必要である。

### ⑦ 賃貸マンション（サービス加入）

<賃貸マンションに住んでいるが管理会社から住まいの24時間サービスへの加入依頼があった。加入する必要があるか。>

（相談者：女性 50歳代 給与所得者）

#### 相談概要

賃貸マンションに5年間住んでいる。先月管理会社からのお知らせがポストに入っており、「『住まいの24時間サービス』に加入をして欲しい」と書かれていた。添付の文書には「お住まいの皆様から修理等のご依頼がありますが、夜間や休日は対応が難しく、専門知識が必要な場合もあります。皆様の生活の快適さのために『住まいの24時間サービス』へのご加入をお願いします」と書いてある。強制ではないようだ。サービス内容を確認したが、鍵の紛失、水道管のトラブル、健康相談等複数あるが、どれも利用することはないと思う。加入する必要があるか。また、賃貸契約更新時に強制されたらどうしたら良いか。

#### 助言

消費生活センターにはトイレ詰まり修理、鍵の解錠、ゴキブリ駆除等をインターネットで探した業者に依頼し高額請求を受けたという相談がたくさん入っている。サービス内容が不要であれば加入する必要はないと思われる。ただし、事前にトラブルがあった場合の相談先は探しておくよう伝えた。賃貸借契約更新時に強制された場合は、その時に行政の賃貸住宅専門の相談窓口にご相談するよう伝えた。

## 問題点

トイレの詰まりや水漏れ、鍵を紛失し自宅に入れない等のトラブルは、深夜、休日を問わず突然発生する。『24 時間サービス』又は『安心サポート』は住宅関連会社や、ホームセキュリティ会社等が提供している場合もあり、中には高齢者の見守りを兼ねたサービスもある。契約時なら特約として付加されることもあるだろうが、入居後でもあり契約は任意と思われる。契約に際し、24 時間サービスが 365 日いつでも対応が可能なのか、深夜等の追加料金が発生しないか、また発生した追加料金の負担が賃借人にあるか等を事前にしっかり確認することが必要である。契約途中で退去する場合、解約ができるのかについても併せて確認することで更なるトラブルは防止できるだろう。不測の事態が発生しても、焦らず冷静に対応できるよう、日頃の準備が必要だと思われる。

## 2. レスキューサービスに関する相談

### ① レスキュー商法（水道修理）

<借家の排水桝が詰まりネットで調べた業者に作業を依頼した。家主が「作業代が高額だ」と言い、私が立て替えた費用を払ってくれない。>

（契約年月：2024 年 7 月 相談者：女性 30 歳代 給与所得者）

### 相談概要

今年 7 月に入居中の賃貸住宅の排水桝が詰まった。管理会社に連絡しても返答がなかったため、ネットで検索した業者に作業を依頼した。来訪した作業員から「詰まりの原因は木の根だ」と言われ、作業後に 7 万 5 千円を支払った。家主に立て替えた作業代を支払ってもらおうとしたが、「高額過ぎる」と言って支払ってくれない。ネットの広告に表示されていた料金がいくらだったかは覚えていないが、家主に支払って欲しい。

### 助言

清掃業者の広告を確認し、広告と請求代金の差が大きい場合は業者と返金交渉をする余地があると伝えた。また詰まりの原因が貸主にあると思われるため、居住地の消費生活センターに相談するよう助言した。

### 問題点

賃貸住宅の設備で問題が発生した際に、借主自らがネット検索でみつけた事業者を呼び、高額な修理代を請求されて支払ったが、立て替えた費用を貸主に請求しても、支払ってくれないというトラブルがある。

貸主には、賃貸住宅で付帯設備の故障や雨漏りが発生した際に、借主が居住するために必要な修繕をする義務がある。一方、借主は賃貸物で不具合を見つけた時は遅滞なく貸主に通知する義務がある。

借主が貸主に修繕が必要であることを通知したにも関わらず、相当の期間が経っても対応してくれない時や、急を要する時は、借主自らが修繕を行い修繕費用は貸主に請求できる

とされている。しかし、本事例のように修繕内容や費用について貸主の合意が得られず払ってもらえないケースもある。このようなトラブルを避けるため、借主は貸主の許可を得ずに修繕を依頼することは避けた方が望ましい。

また、本事例では借主が事業者を自ら自宅に呼んでおり、来訪要請に当たるかどうかも問題になる。来訪要請に当たる場合、特定商取引法の訪問販売等の適用除外に該当し、クーリング・オフの主張はできない。しかし、広告に安価な価格しか表示されておらず、広告の表示額と実際の請求額に相当な開きがある場合は、消費者は高額な請求額で契約する明確な意思を持っていなかったとして来訪要請には当たらないとされている。この場合は、訪問販売の規制が適用されクーリング・オフが主張できる。

しかし、消費者が広告に記載されていた料金を覚えていない場合で、かつスマホ等の閲覧履歴に事業者の広告が残っておらず広告に表示された価格がわからない場合は、来訪要請に当たるか否かの検討ができないため、クーリング・オフの主張が難しくなる。

消費者は、ネットの広告を見て事業者を呼ぶ場合は、後のトラブルに備えるため、広告画面等のスクリーンショットを保管しておくことが望ましい。

## ② レスキュー商法（解錠）

<鍵を失くしたので、ネットで検索、契約している警備会社と間違えて解錠を依頼、鍵を壊して交換させられた。返金して欲しい。>

（契約年月：2024年10月6日 相談者：男性 40歳代 給与所得者）

### 相談概要

賃貸マンションに住んでいる。夜中に家の前で鍵を失くしたことに気づき、以前、3千円で解錠してもらったことのあるマンションの警備会社に依頼しようとネット検索し、間違えて別の会社の広告を見て電話をかけた。広告には「3,000円～」と書いてあったと思う。電話では、「手配後はキャンセル料2万円です」と言われたが了承した。担当者が到着した時に「警備会社と間違えたので帰って欲しい」と伝えたが、「キャンセル料がかかるし、作業すれば保険が出るのでやって欲しい」と言われ、応じた。エントランスの鍵は開けられないと言われ、大家に開けてもらった。担当者は、家の鍵を見て、「のぞき穴をドリルで開ける」と言ったが、私は、夜中なので断った。担当者は「ここまで来たら断れないので」と言って作業をした。それでも解錠できず、鍵を壊して交換することになり、私は断ったが、担当者は帰る様子もなく、「保険の申請の方法を教える」と言って、手書きのメモにサインをさせられ、交換することになった。合計8万8千円をその場で現金で払うよう要求され、払うまで帰らなかったため仕方なく払った。クーリング・オフは可能か。鍵を元に戻して返金してほしい。

### 助言

特定商取引法で定めるクーリング・オフについて説明した。相談者は広告で「3,000円～」とあった解錠サービスを申し込んだのであって、鍵の交換はクーリング・オフの対象と解釈

できるかもしれない。返金に応じるかどうかはわからないと伝えた上でクーリング・オフ通知を出す方法を案内した。また、保険について確認した上、鍵を交換したことについては大家もしくは管理会社に相談すべきと助言した。

#### 問題点

特定の事業者を検索したが、表示された別業者の広告を見て連絡してしまうというケースは多い。検索エンジンのリスティング広告(\*)が消費者に理解されていない。また、当該消費者が電話で「キャンセル料 2 万円」と言われ承諾したのは、高額な請求を受けることや作業内容を変更されることを想定しておらず、キャンセルすることはないだろうと誤っていたためである。事業者が来訪してから消費者は「警備会社と間違えたので帰って欲しい」と伝えたが、事業者から「キャンセル料がかかるし、作業すれば保険が出るのでやって欲しい」「ここまで来たら断れないので」「保険の申請の方法を教える」等と言われ断りきれなかった。このように来訪した事業者は何もしないまま帰ってもらうことは非常に困難である。また、訪問販売に該当するかどうかという点については、広告表示と請求金額に相当の開きがあるため、来訪要請に当たらず訪問販売に該当すると考えられる。電話で高額なキャンセル料を承諾したからといって、金額の差を縮めることにはならない。事業者が電話でキャンセル料に言及したのは来訪を受けた後に消費者が断るハードルを上げるためであり、事業者の悪質性を示している。相談者が安価な表示額で契約を締結する程度のみ意思しか有しておらず、実際に請求された高額な請求額で契約を締結する意思を有していなかったことに変わりはない。さらに、消費者が解錠サービスを依頼したにも関わらず鍵を壊して交換されたことは内容の相違であり、その点からもクーリング・オフを主張できると考えられる。

(\*)リスティング広告とは、インターネット検索したキーワードに連動して検索結果一覧の上部や下部に広告が表示される仕組み。検索連動型広告とも呼ばれる。

### ③ レスキュー商法（浴室水栓修理）

<浴室水栓のシャワーから湯が出なくなり、ネットで検索し最上位に掲載されていた事業者に修理を依頼。シャワーから湯は出るようになったが、吐水口から出なくなったまま高額請求された。>

（契約年月 2024 年 9 月 相談者：女性 40 歳代 給与所得者）

#### 相談概要

浴室水栓のシャワーから湯が出てこなくなった。夫が家に帰る前に直そうと思いネットで事業者を探した。居住する市を管轄しているという事業者が最上位に出てきたので、依頼した。来訪した事業者は居住地どころか他県からやって来た。作業後シャワーから湯は出るようになった。部品交換等で 8 万円を現金で払ったところ、浴室が古いからだと言われリフォームを勧められた。その時直ぐに返事はしなかった。しかし、事業者が帰った後、今度は吐水口から水が出てこなくなっていた。翌日水栓メーカーに修理依頼をしたところ、

部品交換どころか、ネジが傷だらけで、杜撰な施工だと言われた。不具合箇所は消耗部品の破損で、部品を交換すれば簡単に直るものだった。先の事業者は新品部品に交換しているのではなく、吐水側の部品をシャワーに付け替えただけだった。メーカー修理は 2 万 8 千円だった。返金は求めないが、二度と来ないでほしい。

## 助言

ネット広告において、検索結果が上位に掲載されるものは広告やスポンサーと書かれたものが大半であるため、注意が必要である。契約書面に不備がある場合はクーリング・オフも可能ではあることを伝えたが、返金は望まないとのことだった。

## 問題点

各事業者は検索結果が最上位にあがるよう SEO 対策<sup>(\*)</sup>を講じている。本相談は居住地を管轄している事業者だと思い込んで依頼しているが、検索結果が上位に表示される広告について消費者は、その仕組みを理解する必要がある。

口コミ等でも、その地域で業者に施工を依頼したというコメントが見受けられるが、信憑性は定かではない。消費者が事業者を選定するにあたり、広告の影響は非常に大きい。各ポータルサイト（プラットフォーム）の運営事業者は、広告を掲載した事業者に対し、広告の根拠を明らかにさせ広告の内容と相違ないよう取引を全件管理すべきである。また、役務において一定の技量が必要なもの（水道工事、鍵の解錠、害虫駆除等）については、有資格者による作業、或いは登録制が望まれる。

(\*) Search Engine Optimization の略で検索エンジンの最適化。自社のホームページが上位に表示されるよう対策すること。

## ④ レスキュー商法（電気トラブル）

<電気製品を同時使用したら、電気が落ちた。インターネットでみつけた事業者に復旧を依頼。漏電していると言われ、高額な工事代金を支払った。>

（契約年月：2024 年 10 月 相談者：女性 40 歳代 家事従事者）

### 相談概要

ホットプレートと電子レンジを同時に使用したら、突然電気が落ちた。夜も遅かったので、インターネットで「電気工事」と検索し、復旧を依頼した。午後 11 時 30 分ごろ事業者がやってきて、漏電しているかもしれないので漏電調査が必要だと言われた。風呂場の天井裏を見て、配線が焦げているので、修理が必要だと言われた。工事代金は 20 万円だが、10 万円が良いと言われた。クレジットカードで支払おうとしたら、現金払いなら 8 万円に割引すると言うので、それで合意した。作業明細書には、「漏電調査費 10,000 円、配線遮断 8,000 円、配線加工 10,000 円、配線新設 17,000 円、絶縁作業 5,600 円、電工費 25,000 円」と書かれている。ホームページには、「基本料金 1,100 円～、漏電工事の場合、基本料金 1,100 円+作業費+部材費」とある。冷静になって考えたら、広告に比べてずいぶん高額

であり納得いかないが返金を求められないだろうか。

## 助言

訪問前に依頼していた内容と訪問後に勧誘されて契約した作業内容が異なるため、通信販売ではなく訪問販売に該当し、広告表示の金額と実際の契約金額に差があることから、クーリング・オフ等が適用除外となる来訪要請には該当しないと考えられる。週明けにもらっている作業明細書を持参して、居住地の消費生活センターに相談するように伝えた。

## 問題点

緊急時にインターネット検索し「24 時間対応」「基本料金〇〇円から」「最短駆けつけ〇〇分」等と表示している事業者を自宅に呼び、高額な修理代を請求されるトラブルが後を絶たない。インターネット上の広告金額表示を鵜呑みにしてはいけない。当初想定していた料金とかけ離れた作業を提案された場合、契約はせず、勇気を持って作業を断るべきである。

ホームページ上ではクレジットカード払いができるとあるが、現場では現金のみでの支払いを求められることも多い。その場で支払わないようにしたい。身の危険を感じるのであれば、警察に連絡するのも一法である。

依頼内容と広告表示に差がある場合、自宅への訪問を依頼していても来訪要請に当たらず、クーリング・オフできる可能性がある。諦めずに、消費生活センターに相談してほしい。本事例の相談者に電気が消えた時の状況を詳しく聞き取った。台所でホットプレートと電子レンジを同時に使用していたら突然電気が消えたが、他の部屋の電気は大丈夫だったとのこと。一定以上の電気が流れると安全ブレーカーが落ちると伝えたが、ブレーカーの役割や分電盤の場所を知らなかった。消費者には、このような電気のトラブルが起きた時、どう対処をすればよいかの知識を身に付けて欲しい。

### 【一口メモ】

#### ブレーカーの役割と種類

電力会社から家庭に供給される電気は分電盤を介して各部屋へ分配されている。ブレーカーはこの分電盤の装置であり、安全に電気を使用できるように異常を感知して電気を遮断する。ブレーカーには3種類ある。

#### ① アンペアブレーカー

電力会社と契約している電気の大きさを管理し、建物全体で一定以上の電気が同時に使用された時に落ちる。建物全体の電気が消える。

#### ② 安全ブレーカー(配線用遮断器)

「リビング」「キッチン」「浴室」「洗面所」等と場所ごとに分かれている。配線に過剰な

電気が流れないように使い過ぎやショートした機器のある回路のブレーカーが落ちる。

### ③漏電ブレーカー

漏電は非常に危険な状態のため電気をストップし、建物全体が停電する。

建物の一部が停電した場合は、安全ブレーカーが落ちていることが多い。

安全ブレーカーの復旧方法

- ① どの場所の安全ブレーカーが落ちたのかを確認する。
- ② その場所の全ての電化製品をコンセントから外す。
- ③ その後安全ブレーカーのスイッチを上げて復旧させる。

漏電ブレーカーが落ちた場合の対処法

全部のブレーカーを「切」にして、漏電ブレーカーから順に「入」にしていき、再び漏電ブレーカーが切れた場合、その回路が漏電しているとわかる。その回路の安全ブレーカーだけを「切」にしておき、電気工事店に速やかに点検を依頼する。

感震ブレーカーの普及拡大

能登半島地震で起きた輪島朝市周辺の大火災を受け、総務省消防庁は、揺れを感知すると自動的に電気を遮断する「感震ブレーカー」の普及拡大を目指している。

## 3. 工事・建築に関する相談

### ① 屋根工事（訪問販売）

<高齢の母宅に事業者が来訪し、「瓦がずれている」と言われ、断りきれず契約をさせられたようだ。解約したいと言っている。>

（契約年月 2024年10月 相談者：男性 50歳代 給与所得者）

#### 相談概要

昨日、屋根の点検と業者が突然来訪した。屋根に上がり、その後「瓦がずれている」と写真を見せられ工事が必要と言われた。工事終了後に現金で支払うことになっており、契約書と名刺をもらったという。その話を昨日の夜に電話で聞いた。1年半前に屋根工事をしており、2年も経たずに瓦がずれるということはあるまいし、もしそうだとすると施工した業者に言わないといけない。あやしい業者だと思う。母もやめたいと言っている。

#### 助言

点検商法による高齢者のトラブル事例について情報提供し、クーリング・オフの書き方と通知方法を助言。事業者とトラブルになった場合は居住地の消費生活相談センターに相談するよう伝えた。

## 問題点

『点検商法』とは、「近所で工事をしているので、(屋根や床下等を)無料で点検する」などと言って消費者の住居を訪問し、「瓦がずれて飛んでいきそうだ」「床下が湿気で柱が腐っている。このままだと倒壊する」等と不安をあおって工事の契約をする手口である。特に在宅率の高い高齢者が狙われる傾向にあり、令和5年度の消費者白書によると、高齢者の消費生活相談の商品・サービス別上位件数のうち、75歳から84歳は、男女共に「屋根工事」に関する相談が上位にあがっている。高齢者の中には、判断能力が不十分な方も多く、一箇所だけにとどまらず次々勧誘され、契約金額も高額になる。特に、屋根や床下等、消費者が容易に点検できない箇所が多い。訪問販売の場合、書面を交付されてから8日以内はクーリング・オフが可能だが、起算日が過ぎたとしても不実なことを告げられた(不実告知)ことによる取消も検討できる。何より、必要な工事であるかの判断が消費者には難しい。有料にはなるが、建物状況調査(インスペクション)<sup>(\*)</sup>を活用することで、専門家(ホームインスペクター)による助言が得られる。

(\*) インスペクションとは、住宅の設計・施工に詳しい建築士等の専門家が、住宅の劣化や不具合状況について調査を行い、欠陥の有無や補修すべき箇所、その時期等を客観的調査するもの。

## ② 屋根工事(点検商法)

<新聞折り込みチラシを見て、自治体の会議室で屋根工事の講習を受けた。無料で屋根を診断すると言われ、結局70万円の工事をした。>

(契約年月:2024年8月 相談者:女性70歳代 家事従事者)

### 相談概要

築50年の戸建に住んでいる。8月頃、新聞折り込みチラシを見て、自治体の会議室で屋根工事についての講習があるというので、聞きに行った。いろいろな事業者がいて、良くないやり方で工事をするので注意してくださいと説明された。講習を受けている人限定で、無料で屋根の状態を調べると言われ申込んだ。屋根を調べてもらい、写真を見せてもらったところ、屋根に1か所ヒビがあり、直した方が良いと言われた。足場を組んで屋根工事をしてもらった。工期は10日間ぐらいで価格は70万円だった。全額を現金で支払った。工事保証書、契約書等は交付され、きちんと掃除をする等対応はよかった。息子に話したところ、「本来、講習だけではなかったのか。おかしい。」と言われた。屋根工事が終わった後で点検をすると言う。点検は違う専門家が来るのかと思っていたところ、同じ事業者が来た。息子がインターネットで調べたところ、よくない書き込みがあったらしい。数年前に屋根の修理をしているので、70万円かけて屋根全体を直してもらう必要は無かったのではないかと思う。情報提供する。

### 助言

恐らく、工事自体は杜撰ではないと思われるが、販売目的を言わずに講習をして、最終的にいわゆる点検商法に近い販売方法をしていることは問題と思われる。折り込みチラシを

配布する新聞専売所や、自治体に情報提供しておくよう助言した。

## 問題点

「近所で屋根工事をしているので、ついでにあなたの家の屋根も見てあげる」「無料で耐震診断をしている」「床下の無料点検をする」等と言い、家に入り込み、作業後に工事が必要だと告げる商法を『点検商法』という。不安を煽り契約の申し込みをさせることが多い。在宅時間が長く、築年数の古い家に住む高齢者がトラブルに遭いやすい。

突然訪問してきた事業者が安易に点検をさせてはいけない。特に屋根点検は家の中に事業者を入れる必要がなく、点検も自分ではなかなかできないので、せっかくだしと頼みたくなる。しかし点検をさせると事業者の勧誘トークに載せられ、断れなくなってしまう。屋根工事は高額な契約になることが多く、消費者にはその工事内容が分かりにくい。施工業者は安心できる事業者か、本当に必要な工事なのかを冷静に見極める必要がある。複数の事業者から見積りを取り、比較検討の上、慎重に契約することが必要である。

本事例では、販売目的を告げずに講習に誘引し、無料で屋根の点検を行ったものである。新聞折り込みチラシや自治体の会議室を使用している等、信用性を高める手段をとっている点も問題である。事業者は、販売目的を有していること、工事内容や工事金額について丁寧に説明をする必要がある。

## 4. その他

### ① 投資関連（投資用マンション）

<投資用マンションを購入した業者から、紹介者が金額の上乗せをしていたので、その調査代として20万負担するようにとの電話があった。信用性が知りたい。>

（契約年月：2022年 相談者：男性 30歳代 給与所得者）

### 相談概要

2年前、マッチングアプリで知り合った女性に、公園で行われる散歩イベントに参加しないかと誘われ、指定された公園に行くと言った参加者は私を含めて4人だった。散歩をした後、4人でカフェに行っているいろいろな話をしている最中、そのうちの一人が不動産投資に興味があるという話をし、もう一人も興味があると言って盛り上がり、後日講師を招いて不動産投資の勉強会をすることになった。後日、不動産会社に勤務する人が講師をする勉強会に参加した。そこで講師に必ず儲かるからとマンション投資を勧められ、2500万円のワンルームマンションと1500万円のワンルームマンションをローンで購入した。昨年も、1700万円のワンルームマンションと2000万円のワンルームマンションを投資用に購入した。4件とも物件は見えていない。毎月の家賃収入もあるが、ローンの支払いの方が多いので儲かっているとは言えない。最近になって、不動産会社から「3人はグルで、3人がマンション販売価格に金額を上乗せしていたことが発覚した。違法なので、探偵を雇って調査した上で提訴することを視野に入れている。被害者は複数おり、探偵費用のうちの20万円を負担してほしい」との来電があった。家族に相談すると怪しいので公の相談機関に相談するよう

にと言われた。探偵を雇う話は信用できるか。

## 助言

相談者は4件とも物件を見ておらず相場で買ったのかどうかもわからないということなので、最初に、投資用マンションのトラブル事例を情報提供した。20万円の話については、そもそも契約時の売値を決めた主体は不動産会社のはずで、不動産会社の社員ではない3人が売値に上乗せをしたという話は不自然ではないかと伝えた。契約書面を手元に置いて平日に居住地の消費生活センターに相談するよう伝えた。

## 問題点

投資用マンションは、職場に何度も電話がかかってくる、仕方なく会って話を聞くと長時間拘束される等勧誘方法に問題があることが多い。本事例のように、アッチングアプリで知り合った女性に投資とは無関係のイベントに誘われたことから始まるデート商法のような勧誘もある。「価格が値上がりする」「貸せば家賃収入がある」「空室になっても家賃保証される」等と説明されて契約したが、契約後に「ローンの支払いを家賃だけでは賄えない」「家賃保証は5年間しかないことがわかった」「価格が下落してしまい売却したとしても利益が出ない」等のトラブルになるケースがある。事業者が現物を確認させていない点も問題である。消費者は投資にはリスクがあり必ず儲かるということはないことを理解し、言われるまま契約するのではなく、主体的に情報収集した上で慎重に判断すること、契約の意思がなければきっぱりと断ること等が求められる。

## ② 投資関連（サブリース）

<職場に「サブリースで節税ができる」と電話があり事業者と会った。長時間勧誘され免許証の写真を撮られた。未だにSNSで勧誘が続く。>

（相談者：男性 20歳代 給与所得者）

## 相談概要

昨日、会社に名指しで電話があり、「節税について説明したい」と言われ、夜8時ぐらいに会った。その後、サブリースについて、メリット、デメリットの説明をされた。6時間もの長時間勧誘されて疲れてしまい、保険証や運転免許証を見せて、写真を撮られてしまった。やっと解放され、今日もSNSで勧誘を受けている。どうすれば良いか。

## 助言

SNSで「契約しない。勧誘を止めて欲しい」と回答を送った後、SNSを止めて、相手からの電話に出ないように助言した。また、運転免許証等の情報が相手にわたっているので個人情報信用機関の窓口にも相談しておくよう伝えた。

## 問題点

サブリース住宅とは、サブリース業者（貸主）がオーナー（建物の所有者）からアパートやマンション等の建物や区分所有マンションの一部屋を借り、それを入居者に貸す、いわゆる転貸借されている住宅のことをいう。また、サブリース契約とは、サブリース業者と入居者との転貸借契約のことで、サブリース業者とオーナーとの契約は、マスターリース契約という。

サブリースは、入居者の募集や建物の管理等をサブリース業者が行うので、家主をした経験が無い者でも、手間をかけずに賃料収入が得られる等のメリットがある。一方、建物が古くなると入居者の新規募集が難しくなり、その結果、賃料減額せざるを得なくなったり、大規模修繕費用がかかったりして、最初に設定した家賃と高い入居率を前提とした収支計画は崩れる。賃料収入をアパート等のローンの返済に充てていた場合は、賃料の減額によってローンの返済に行き詰まり、不動産を手放さざるを得なくなったり、多額の借金を抱えたりすることになる。

サブリース業者と契約する場合は、メリットばかりに目を向けず、賃料の減額や中途解約のリスク等、デメリットについても十分理解して慎重に検討しなければならない。

### 【一口メモ】

・オーナーが同種の行為を反復継続的に行っていない場合、サブリース業者とオーナーの契約は消費者契約法第2条第3項に規定する消費者契約に該当する場合があります、その際には同法の適用を受ける可能性がある。

・『賃貸住宅の管理業務等の適正化に関する法律』（サブリース新法）で、サブリース業者とオーナーとの間の賃貸借契約の適正化に関する措置が規定され、2020年12月15日から施行されている。サブリース業者に対して、誇大広告・不当勧誘の禁止、重要事項説明・書面交付義務等の義務が課されており、トラブル発生抑制につながることを期待されている。

## ③ リースバック

<母が自宅を売却して賃貸で住み続けるリースバック契約を不動産事業者と結ぼうとしていたことがわかった。問題はないか。>

（契約年月日：2024年9月 相談者：女性 40歳代 給与所得者  
契約者：女性 70歳代 無職）

### 相談概要

先日他県の実家に帰った際に、母が自宅を売却し賃貸で住み続けるリースバック契約を不動産事業者と結ぼうとしていたことがわかった。契約書を見つけたが、母はまだ署名捺印をしていなかった。母には約100万円の借金があり、将来の生活不安を近所の人に相談し

たところ、リースバックを勧められたようだ。近所の人は不動産事業者の社員だった。自宅の売却金額は約 2,000 万円で賃貸借契約期間は 3 年間、賃貸料は月額 5 万円。母にはいい事しか説明していないと思われる。このような契約は問題ではないか。

## 助言

リースバック契約のメリットとデメリットについて情報提供した。

## 問題点

高齢者にリースバックを勧め自宅を安く買ったたく悪質な事例が相次いでいる。リースバックでは消費者は自宅を売却して新たに賃貸借契約を結ぶことになる。固定資産税の支払いがなくなり、まとまった資金が手に入り自宅に住み続けることができるというのがメリットであり、本事例のように、まとまった資金を得て生活を立て直したいというニーズに合っているように見える。しかし事業者はメリットだけを強調し、消費者は内容を理解しないまま契約させられるという点に問題がある。実際、市場価格よりはるかに安い価格で買い取られたり、家賃が相場よりも高かったりというケースがある。当面は家賃を年金で支払うことができても将来的に値上げされる可能性があり、また生涯賃貸借契約書が続くという保証もない。さらに、リースバックにはクーリング・オフは適用されず、解約すると多額の違約金を請求されることもある。リースバックは消費者、事業者間の情報格差が特に大きいため、特に高齢者は家族や周囲の人に相談することが重要である。

## Ⅲ—2 住まいの契約トラブルなんでも 110 番

～ネット広告、副業サイト、定期購入などなど～

アドバイザー 加藤 進一郎 弁護士からのコメント

### 1 不動産賃貸借の原状回復トラブル

賃貸借契約の『原状回復』とは、借主の故意・過失によって賃貸住宅に生じたキズや汚れ（損傷）等、また、借主が通常の使用法とはいえないような使い方をしたことで生じた損傷等を元に戻すことをいい、賃貸借契約が終了した時、借主は、賃貸住宅の原状回復を行う義務を負う。

したがって、借主の責任によるものではない損傷等や、普通に使用して生じた損耗（通常損耗）、年月の経過による損耗・毀損（経年変化）については、原状回復を行う義務はない。原状回復は、賃借人が借りた当時の状態に戻すことではないのである。

相談に際しては、国交省のガイドラインを参照し、問題となっている損傷等が、賃借人が通常に住まい方、使い方をしていても発生すると考えられるもの（A）か、賃借人の住まい方、使い方次第で発生したりしなかったりすると考えられるものか（B）、基本的にはAであるが、その後の手入れ等賃借人の管理が悪く、損耗等が発生または拡大したと考えられるもの（A（+B））か、建物価値を増大させる要素が含まれているもの（A（+G））か、を区別して検討する必要がある。

また、原状回復に関する民法のルールは契約により修正がなされることが多くみられるが、敷金から原状回復費用として定額を控除するといったいわゆる敷引特約については、最高裁平成23年3月24日判決や同年7月12日判決が、当該建物に生ずる通常損耗等の補修費用として通常想定される額、賃料の額、礼金等他の一時金の授受の有無及びその額等に照らし、敷引金の額が高額に過ぎると評価すべきものである場合には、当該賃料が近傍同種の建物の賃料相場に比して大幅に低額である等特段の事情のない限り、信義則に反して消費者である賃借人の利益を一方的に害するものであって、消費者契約法10条により無効となると解するのが相当と判断していることが重要である。

### 2 家賃債務保証業者による問題

近時、賃借人の賃料不払等の債務不履行に際し、家賃債務保証業者による追い出し行為や、それを可能とする約款の使用が問題となった。

東京地裁平成24年9月7日判決は、悪質・不誠実と評価されてもやむを得ない賃借人に関する事案であったが、追い出し行為を行った家賃債務保証業者に対し、家主からの保証委託を受けて賃貸借契約上の賃料等債務を連帯保証している保証会社にすぎず、賃借人に対し、代位弁済に係る求償権を行使することはできても、居室からの退去、明渡しを求めることができる立場にあるわけではなく、実力をもって賃借人の占有を排除する行為は、そもそも、当該会社の権利を実現するものではなく、およそ『自力救済』といえるものですらない、とした上で、仮に当初の予想を超えるような悪質な賃借人に直面することになったとしても、賃貸人に働きかけて、賃貸借契約の解除及び明渡しに係る権能を発動するよう求めるのが筋であって、そのような方策を取ることができないほ

どの緊急性があったとは認められない、として不法行為の成立を認めた。

また、最高裁令和4年12月12日判決は、家賃保証会社が賃借人が支払を怠った賃料等の合計額が賃料3か月分以上に達した時は、無催告にて賃貸借契約を解除することができるものとする条項（条項1）、家賃保証会社が①賃借人が賃料等の支払を2か月以上怠り、②合理的な手段を尽くしても賃借人本人と連絡がとれない状況の下、③電気・ガス・水道の利用状況や郵便物の状況等から本件建物を相当期間利用していないものと認められ、かつ④本件建物を再び占有使用しない賃借人の意思が客観的に看取できる事情が存する時は、賃借人が明示的に異議を述べない限り、これをもって本件建物の明渡しがあったものとみなすことができるものとする条項（条項2）につき、いずれも消費者契約法10条違反で無効と判断した。

### 3 欠陥住宅

欠陥住宅事案における『瑕疵』概念は、建築基準法令・告示・学会基準等に違反し、取引上一般的に期待される性能を備えていない状態を指す客観的瑕疵と、契約の（重要な）内容に合致していない状態を指す主観的瑕疵とに分類される。しかし、客観的瑕疵該当性については、当該瑕疵が建築基準法令等に違反しているかどうかの知見が必要であり、建築士等の専門家による調査・評価の手続きが不可欠となる。また、主観的瑕疵該当性についても、契約書類に記載がない、記載と異なる口頭合意の存否が問題となる等、契約内容の特定が困難で瑕疵の認定が困難となる事案が多い。

そのため、そもそも瑕疵が存在するかどうかについては、専門家の相談・評価を経る必要がある事案が多く、特に、瑕疵現象が構造安全性に関係しそうな事案（傾き、揺れ、基礎のクラック、雨漏れ等）は専門機関が行っている相談を受けるべきものが多いと考える。

また、関係者に対する責任追及を行うための法律構成としては、契約不適合責任だけでなく、不法行為責任を指摘する場合も多い。契約書では2年の期間制限を課すものが多く、それらの時的制限にかかる場合や、契約当事者以外の者（建売事案での施工者、監理建築士、仲介業者等）の責任追及をせざるを得ない場合も多いからである。

損害論として、立替費用相当額の請求が認められるかということも論点となるが、最高裁平成22年6月17日判決は、売買の目的物である新築建物に重大な瑕疵がありこれを建て替えざるを得ない場合において、当該瑕疵が構造耐力上の安全性に関わるものであるため建物が倒壊する具体的なおそれがある等、社会通念上、建物自体が社会経済的な価値を有しないと評価すべきものである時には、上記建物の買主がこれに居住していたという利益については、当該買主からの工事施工者等に対する建て替え費用相当額の損害賠償請求において損益相殺ないし損益相殺的な調整の対象として損害額から控除することはできないと解するのが相当である、としてこれを肯定している。

### 4 訪問販売による工事（リフォーム等）

前項で述べたとおり、工事内容の瑕疵該当性の判断には困難を伴うことが多いが、当該工事が訪問販売で行われている場合は、特定商取引法や消費者契約法を利用して解決

を図ることが有用である。書面不備を指摘したクーリング・オフが解決策の中心となり、それが難しければ不実告知や不除去、過量販売等の取消・解除も検討に値しよう。

特定商取引法における交付書面の不備の判断基準については、裁判例は必ずしも確定的と評価できる状況にないが、同法の趣旨から、法定の事項は全て網羅したものでない限り、クーリング・オフ期間の始期となる法定書面の交付とは解されないとする厳格説を採用すべきと考える。また、法定書面の通数について、別紙の同時交付を認める解釈も有力であるが、私見は判断基準の明確化のために、1通の書面に限られると解する。東京地裁平成16年7月29日判決も同様の立場に立つと考えられる。

また、法定記載事項の記載の程度として『商品もしくは権利又は役務の種類』については、その事業者が提供する役務について固有名詞があればその名称を記載すべきことは当然であるが、その固有名詞からはどのような権利の販売や役務の提供を受けられるのか認識しづらい場合には、実際に提供される役務の内容が認識可能な事項も記載しないと『種類』を特定したことにならない場合もあることに注意し、厳格に判断すべきである。

## 5 レスキュー商法

水道のつまり、水が止まらなくなる、家の鍵がみつからない、といった緊急事態につけ込んで法外な金銭を請求するレスキュー商法の被害が近時増加している。消費者がインターネット検索サイトの上位に掲載された、安価で対応することを広告する業者に連絡して、自宅への訪問を要請した上で、契約が締結されるのが通常であることから、自分から事業者に依頼したものと『売買契約若しくは役務提供契約を締結することを請求した者』（特定商取引法26条6項1号）に該当して訪問販売該当性が否定されるのではないかが問題となり得る。

消費者庁は『特定商取引法ガイド』において、「特定商取引法第26条第6項第1号の規定による適用除外について、同号の『請求した者』とは、購入者が契約の申込み又は締結をする意思をあらかじめ有し、その住居において当該契約の申込み又は締結を行いたい旨の明確な意思表示をした場合が該当します。設問の事例では、チラシの表示額と実際の請求額に相当な開きがあることから、消費者は、当初修理依頼をした段階では、安価なチラシの表示額で契約を締結する程度の意思しか有しておらず、実際に請求された高額な請求額で契約を締結する意思は有していなかったことは明らかです。このような事情により、当該契約の申込み又は締結を行いたい旨の明確な意思表示をしたといえないのであれば、『請求した者』とはいえず、適用除外の対象とはならないと考えられます。」として、訪問販売該当性を肯定している。

また、京都地裁令和6年1月19日判決は、レスキュー商法により実際に修理を請け負った施工業者だけでなく、当該修理業者を派遣するウェブサイトを経営していた運営業者に対しても「原告らに本件各契約を締結させた行為は、本件ウェブサイト上の低廉な料金の表示を見て電話をかけた顧客に対して、修理業者として顧客宅に派遣された者が、本件ウェブサイト上の表示とは異なる高額な代金額の契約を締結させるという、一連一

体で組織的に行われていた悪徳商法の一環であったと認められる。」「以上より、被告らは、それぞれ重要な役割を果たし、相互に協力し補完する関係にあり、同被告らの行為は関連共同して行われたものと認められるから、共同不法行為が成立する」として、不法行為責任を認めている。

## 6 リバースモーゲージ・リースバック

リバースモーゲージは、自宅に住み続けながら自宅を担保に毎月の生活費を借りる仕組みのもので、銀行等の金融機関のほか、自治体が福祉サービスで扱うものもある。利用できる年齢は高めに設定（55歳からなど）されており、融資タイプとしては、年金型・一括融資型・自由融資型等がある。資金使途は生活資金、自宅リフォーム等資金、医療介護費等に限定されており、住宅金融支援機構の商品であるリバース60は使途を住宅購入、リフォーム、住宅ローン借り換え等に限定されている。首都圏・関西圏・主要都市等に限定されていることが多い。返済は利息分に限定かそもそも不要とされており、本人死亡時に相続人が返済するか、自宅を売却する、代物弁済する等で一括返済する。自宅に住み続けながら、自宅を担保に融資を受けられ、年収要件はないか、あったとしても低めで、生存中は返済がないか、あっても利息のみの返済で負担が軽く、老後に金融資産が尽きた時の最後の砦とも評価されるが、利用できる物件のエリアや評価額等に条件があり、亡くなった時に家を売却して返済するため遺族に家を残せないというデメリットがある。

リースバックは、自宅をリースバック事業者に売却して売却代金を受け取る一方で、リースバック事業者にリース料（家賃）を支払って、契約で定めた期間、自宅に住み続けることができる仕組みで、利用者の年齢制限はなく、売却代金は一括で受け取ることができ、使途も制限されない。エリアも対象物件も問わない事業者もある。所有権はリースバック事業者に移転する。買い戻し特約がある場合もあるが、代金を売却代金より高めに設定するケースが多いといわれる。住宅ローンが残っていても申込可で、売却代金は一時金として支払われ、使途は問われない。不動産を通常の方法で売却する時より短期間で手続きが可能で、売却後も自宅に住み続けることができ、固定資産税やマンションの管理費・修繕積立金等は不要（家賃に含まれる）といったメリットがあるといわれるが、自宅が自分のものでなくなり、リースバックでの売却額は通常に売却する価格より低めに設定されることが多く、リース料（家賃）は買取価格から算出されるため、周辺の家賃相場より高い場合があり、自分のものではないので、自由に設備を改変・設置することができず、賃貸借契約が定期借家契約の場合、満了後に居住を継続できる保証はなく、再契約ができない場合には立ち退かなければならない。また、『売却』なので、宅建業法のクーリング・オフができない。負債の返済目的の場合は、住宅ローン特則を利用した個人再生の方が適している場合が多いと考えられ、利用については慎重に判断するべきである。特に事業者側からの不招請勧誘に晒された場合は、本人が真にその必要性を評価して契約するか否かを判断することが困難な場合が多いと考えられ、注意を要すると考える。

## IV. 提言・要望

### IV-1 提言・要望

今年度の110番事業、「住まいの契約トラブルなんでも110番～屋根工事・給湯器等の訪問販売、トイレのつまり・水漏れの緊急修理、リースバック、賃貸住宅退去などなど～」で受付けた相談は48件に上り、その内、賃貸マンション等の「レンタル・リース・賃借」が17件と最も多く、次に「工事・建築・加工」の10件、レスキューサービス等の「修理・補修」6件と続きました。

近年問題となっている高齢者を狙った住宅補修工事や給湯器等の訪問販売、リースバックや投資用マンションの販売、賃貸住宅における原状回復費用や敷金の返還に関する苦情、暮らしのレスキューサービスにかかる高額請求の被害等、消費者の生活の基盤である「住まいの契約トラブル」に関する相談を幅広く受けました。

こうした相談事例から見えてくる問題点について、以下、事業者、消費者、行政へ向けての提言と要望をまとめました。

#### 1. 賃貸住宅に関する相談

##### 【賃貸住宅に関わる事業者へ】

相談事例で、退去後の原状回復費用について貸主側と折り合いがつかないうちに保証会社から請求を受けるケースが見られます。これは、入居者が保証会社との契約を把握できていないことに因ると思われる。契約前に、宅地建物取引業法に定められた重要事項だけでなく、管理会社の業務内容や保証会社との契約内容についても、入居者である消費者が十分に理解可能な説明をしていただくことを希求します。また、契約時に特約で指定された商品やサービスの契約が義務づけられており、選択の余地がないケースも見られます。消費者と事業者では、持っている情報の質、量や交渉力に格差があります。勧誘に際しては契約内容について消費者に平易かつ詳細な説明をすること、そして契約の締結を強要する等、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利の行使を阻害されることがないように強く要望します。

##### 【消費者へ】

契約前に事業者から説明される契約内容をよく聞きましょう。契約後に不利な条件を見つけても、条件の変更は難しい場合が多いです。不明な点があれば、すぐに事業者を確認して内容を十分に理解したうえで契約しましょう。特約にも注意し、契約後に事前の説明がない商品やサービスの契約の勧誘を受けた時は、自身の賃貸借契約に必須の契約なのか、事業者の詳細な説明を求めましょう。入居時には、室内のキズや汚れ、エアコン等設備に不具合がないか等を、可能な限り大家や事業者と一緒に確認しましょう。その時、室内や設備の写真やメモ等の記録を残すことが大切です。退去時は事業者だけでなく、できるだけ大家とも立ち合いをし、写真撮影やメモ等で記録しながら室内の現状を確認しましょう。

原状回復費用の請求に納得がいかない場合は、国土交通省の『原状回復をめぐるトラブルとガイドライン』に示されている基準を参考に、貸主や事業者の説明を求めて費用負担について話し合しましょう。

## 2. レスキューサービスに関する相談

### 【暮らしのレスキューサービスに関わる事業者へ】

水漏れやトイレ修理、鍵の修理、害虫駆除等、いわゆる『暮らしのレスキューサービス』に関する相談は後を絶ちません。消費者は、日常生活での緊急のトラブルに対応を急ぐあまり、ネットで検索し上位にある事業者の、「迅速、安価、丁寧」等、好条件を謳う広告を鵜呑みにして、来訪を依頼することが多いといえます。

#### (1) 法規制遵守

こうした『暮らしのレスキューサービス』事業は、その性質上、トラブルの発生状況に応じて作業料金が変動することが十分考えられますが、広告では安価な価格だけが強調されている場合がほとんどです。しかし、そのような安価な金額で修理できるとは限りません。見積りを取るだけのつもりで来訪要請した事業者が、ネット広告の何倍もの高額な金額での工事や修理を強引に契約させた場合は、依頼内容と広告表示に差があるとして、自宅への訪問を依頼していても来訪要請に当たらず、『特定商取引法』上の訪問販売に該当し、クーリング・オフができると考えられます。また、法定書面が交付されていなければクーリング・オフ期間は進行しないため、期間を過ぎてもクーリング・オフすることが可能となります。

事業者は、上記のような場合、特定商取引法の訪問販売に規定される勧誘方法であることを理解し、肝に銘じてください。また、相談現場では、契約書の不交付、連絡先の不告知、連絡への不対応等の、不当な行為を行う事業者に関する相談が多く寄せられています。

『暮らしのレスキュー』と呼ばれるサービスを提供する事業者として、『特定商取引法』や『消費者契約法』等の規定を遵守し、安全で安心な対応をするよう強く求めます

#### (2) ネット広告について

各事業者は検索結果が最上位にあがるよう SEO 対策<sup>(\*)</sup> を講じています。消費者が事業者を選定するにあたり、ネット広告の影響は非常に大きく、暮らしのレスキューサービスの際は一層強くなります。そこで、ネット広告について、事業者に以下の要望をいたします。

(\*) Search Engine Optimization の略で検索エンジンの最適化。自社のホームページが上位に表示されるよう対策すること。

『特定商取引法ガイド』では、「インターネット通信販売を行う場合、商品を紹介するランディングページや、販売業者等がその広告に基づき通信手段により申込みを受ける意思が明らかであり、かつ、消費者がその表示を受けて購入の申込みをすることができるものは、特定商取引法に定める広告に該当する」と明記されています。さらに、「当該広告内において特定商取引法第 11 条に定める事項を表示する必要があります。特に、商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約の申込みの撤回又は解除に関する事項（以下略）

については『顧客にとって見やすい箇所において明瞭に判読できるように表示する方法その他顧客にとって容易に認識することができるよう表示すること』と定められています」と続けています。この記載からも明らかなように、以下の通り、要望します。

- ① 商品紹介のランディングページから、特商法第 11 条に記載の下記項目について、表示すること。
  - i. 商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価
  - ii. 商品若しくは権利の代金又は役務の対価の支払の時期及び方法
  - iii. 商品の引渡時期若しくは権利の移転時期又は役務の提供時期
  - iv. 商品若しくは特定権利の売買契約の申込みの撤回又は売買契約の解除に関する事項
- ② ①の広告の表示について、法令遵守を徹底し、消費者にとって見やすい箇所に、明瞭に判読できるようにすること。
- ③ ダークパターンの広告や表示に真摯に対応すること。

ダークパターンは、消費者庁の HP によれば、一般的に、消費者が気付かない間に不利な判断・意思決定をしてしまうよう誘導する仕組みのウェブデザイン等を指すとされています。OECD の報告書では、ダークパターンは概して、消費者に望ましい範囲を超えて金銭を支出させ、個人情報を開示させ、又は注意時間を費やさせることを目的とされています。今後、こうしたダークパターンに対する評価も厳しくなり、行政でも何らかの措置を実施していく可能性もあることから、事業者側もこうした情報を確認し、将来に向けて真摯な対応をしていくことが求められるといえます。

### (3) デジタルプラットフォーム運営事業者へ

さらに、デジタルプラットフォーム運営事業者は、広告を掲載した事業者に対し、広告の根拠を明らかにさせ広告の内容と相違ないよう取引を全件管理することを強く求めます。BtoC の取引に関しては、2022 年 5 月 1 日に施行された『取引 DPF 消費者保護法』で、努力義務ではありますが、① 販売業者と消費者との間の円滑な連絡を可能とする措置② 販売条件等の表示に関し苦情の申出を受けた場合における必要な調査等の実施③ 販売業者に対し必要に応じ身元確認のための情報提供を求めることの措置の実施及びその概要等の開示を定めています。BtoC の取引でトラブルになった場合、契約者間で話し合うのが原則ですが、当事者間で解決できない時は、デジタルプラットフォーム事業者が積極的にあっせん解決に努めるよう要望します。

### 【消費者へ】

『暮らしのレスキューサービスについて、消費者として、以下の観点から注意をすることが必要です。

- ① 緊急時にインターネット検索し「24 時間対応」「基本料金〇〇円から」「最短駆けつけ 〇〇分」等と表示している事業者を自宅に呼び、高額の修理代を請求されるトラブル

が後を絶ちません。ネット広告の金額表示を鵜呑みにせず、当初想定していた料金とかけ離れた作業を提案された場合、契約はせず、勇気を持って作業を断りましょう。

- ② 検索ワードに連動して検索結果の上位に表示されるリスティング広告や、ネット上の評判や書き込みは全て鵜呑みにせず、冷静に客観的に判断することが大切です。その際、悪質なネット広告を見分けるポイントとして、「格安すぎる」、「『特定商取引法に基づく表記』がない」等があるので参考にしてください。
- ③ ホームページ上ではクレジットカード払いが可とあるが、現場では現金のみでの支払いを求められることも多いので、とにかく、その場で支払わないようにしましょう。身の危険を感じるがあれば、すぐに警察に連絡してください。
- ④ 依頼内容と広告表示に差がある場合、自宅への訪問を依頼していても来訪要請に当たらず、クーリング・オフできる可能性がありますので、諦めずに、消費生活センターに相談してください。

### 3. 工事・建築に関する相談

#### 【工事・建築に関わる事業者へ】

相談事例のように、事業者が「無料点検する」等と突然訪問してきて、点検後に「このままでは大変なことになる」と不安をおおられ、屋根の修理や給湯器・分電盤の交換工事の契約を迫られ、高額で不要なリフォーム工事につながるという相談が後を断ちません。特に日中在宅している割合の高い高齢者や判断能力が不十分な人のトラブルは深刻です。

「訪問販売お断り」ステッカーが貼ってある家への訪問はしないこと、高齢者の契約時には家族同席のもとで説明することを要望します。また、当初の施工業者やメーカーが定期的に点検を行ったり、消費者相談窓口を設ける必要があると思われます。住宅リフォーム事業者団体登録制度について知らない消費者が多いため、登録制度があることを広く知らせることを望みます。

「事業者から無料点検を勧める電話があり承諾してしまったが断りたい」という相談では、事業者名も連絡先電話番号もわからないという相談者が多くいます。事業者が電話をかける際は事業者名、担当者名、連絡先電話番号をはっきりと伝え、消費者がメモをしているかどうかまで確認するようにしてください。

#### 【消費者へ】

訪問販売によるリフォーム工事は、以前から高齢者がトラブルに遭いやすく、契約金額も高額である等の特徴がありましたが、近年もこの傾向が続いています。また、判断能力が不十分な人の契約や次々販売も多くなっています。事業者が事実と異なることを言って消費者を不安にさせたり、事業者の施工技術が未熟であったり、工事価格が通常より高額であるといった問題点が目立ちます。

訪問販売を受けたその場での契約はしないようにしましょう。「このままでは大変なこと

になる」等と言った事業者の説明を鵜呑みにせず、家族や友人、知人、近所の人、福祉の担当者等に相談しましょう。また、契約前に各都道府県や市区町村のリフォーム相談窓口、住宅に関する専門相談機関に相談することがトラブルを防ぐために重要です。

高齢者や判断能力が不十分な人は自分がトラブルに遭っているという認識が低いため、家族や見守りの人が、高齢者等がトラブルに巻き込まれないように注意することが必要です。工事がなされた場合、代金はその場で現金で払わず、後日の振り込みやクレジットカードを利用してください。最近では緊縛強盗の被害も報告されており、自宅に高額な現金は置かないようにしましょう。

訪問販売での契約は、多くの場合クーリング・オフが適用されるので、期間内に通知をしてください。クーリング・オフが適用されるか心配な場合は早めに居住地の消費生活センター等に相談をしてください。

事業者からの電話がきっかけで契約に至る場合も多くあります。自宅の電話は相手の電話番号が表示される機能をつけ、電話に出る前に相手の電話番号を確認し、登録していない番号からの電話には出ないようにしましょう。相手の電話番号が履歴に残るので、どこからかかってきたか調べることも可能な場合があります。振り込め詐欺防止対策録音機を高齢者に貸し出している自治体もありますので利用してください。会話内容が録音されますので、後から家族が確認することができます。

## 4. その他

### 投資用マンション

#### 【投資用マンション等の販売を行う不動産事業者へ】

「価格が値上がりする」「家賃収入でローンの返済ができて資産が残る」「空室になっても家賃保証される」「老後の生活資金になる」等、あたかも支払った金銭以上の収入が確実に得られるかのように誤認させて、資力に不相応なローンを組ませて販売する投資用マンションの消費者被害が発生しています。職場への複数回の迷惑電話やデート商法による勧誘、夜間の長時間勧誘等不適切な勧誘行為に関する苦情や説明不足やクーリング・オフ妨害等に関する苦情が多く寄せられています。

宅地建物取引業法では、宅地建物取引業者は、重要事項説明書の交付、説明義務(第35条)や法定書面の交付義務(第37条)があるほか、勧誘等に際し、『故意に事実を告げず、又は不実のことを告げる行為』(第47条第1号)や『利益を生ずることが確実であると誤解させるべき断定的判断を提供する行為』(第47条の2第1項)をしてはならないとされています。また、宅建業法施行規則では、契約を締結しない旨の意思、勧誘を引き続き受けることを希望しない旨の意思を表示したにもかかわらず、当該勧誘を継続することや、迷惑を覚えさせるような時間に電話・訪問すること、深夜又は長時間の勧誘その他の私生活等の平穩を害するような方法で困惑させること、正当な理由なく、当該契約の解除を拒み、又は妨げること等が禁止されています(第16条の11第1号)。事業者においては、これらの

法令を遵守し、従業員等の指導、教育を徹底していただくことを要望します。

### 【消費者へ】

投資用マンションは非常に高額な投資です。将来的に建物の老朽化により修繕費用の負担が増加したり、空室により家賃収入が入らない等のリスクもあります。家賃保証をしてくれるサブリース契約は一見有利に思えますが、近隣の不動産相場の変動や景気の悪化により、家賃の値下げを求められたり、高額な修繕費を請求されたりする場合があります。当初想定していた収入が得られず費用負担が増えれば、ローンの返済計画に支障をきたす可能性もあります。

不動産投資をする場合には、必ず儲かるという言葉を鵜呑みにして言われるままに契約するのではなく、不動産に関する知識を身につけ、主体的に情報収集し、収支に係る事業計画を慎重に検討した上で判断することが必要です。そして、契約の意思がなければきっぱりと断ることが求められます。

宅建業法では、宅地建物取引業者が自ら売主となり、事務所等以外の場所において売買契約を締結した場合、買主は原則として書面によりクーリング・オフができます。ただし、クーリング・オフを告知された日から 8 日を経過した場合や物件の引渡を受け、かつ代金の全額を払った場合にはクーリング・オフができません（宅建業法第 37 条の 2）。万一、断り切れずに契約してしまった場合には速やかに消費生活センターに相談しましょう。

## リースバック

### 【リースバックを行う不動産事業者へ】

高齢者の住宅を訪問して、リースバックを勧め自宅を安く買いたたく悪質な消費者被害が相次いでいます。

リースバックは、売却後も住み慣れた自宅に住み続けることができ、まとまった資金が手に入る、固定資産税や住宅の維持管理費用の負担が軽減すること等メリットがある一方で、通常の売却価格よりも安い値段で取引されることが多く、その後家賃を払って住み続けられる期間に制限がある場合があること、譲渡所得に税金が発生する場合があること、買戻しする場合は高額となる場合が多いこと等のデメリットがあります。事業者がメリットだけを強調し、消費者は内容をよく理解しないまま契約させられたというトラブルが発生しています。消費者はこのような取引には不慣れであり、消費者と事業者との間の情報や知識の格差が大きいことから、勧誘や契約に当たっては、事業者はメリットだけでなくデメリットについても、消費者が理解できるようにより一層丁寧な説明を行うよう求めます。また、高齢消費者の中には記憶力や判断力が低下している方もいます。一定年齢以上の相手方には、家族の同席や複数回の説明・確認の機会を設ける等消費者の適合性への配慮を含む、消費者の保護に係るガイドラインを業界団体において作成し、被害の発生を防止を図ることを求めます。

## 【消費者へ】

リースバック契約は一旦契約が成立してしまうとクーリング・オフはできません。売った家にそのまま住み続けられると言われても、一定の期間が経過すると賃貸契約が終了する定期借家契約になっているものが多くあります。勧誘してきた事業者の情報だけを鵜呑みにしないで、所有している住宅の価格や近隣の賃貸住宅の相場を自分で調査する、売却後の賃貸借契約の内容を細かく確認し、その間の賃料を払い続けることができるのか、契約終了後はどうするのか等を契約する前によく考えて検討する必要があります。提示された売却額が適正であるかどうかについては複数の事業者に見積りを依頼することも必要です。また、大切な住宅を手放したことで家族との関係が悪化することもあります。日ごろから家族でよく話し合い、相談しやすい関係を築いておくことが大切です。

## IV-2 関係機関への要望

2024年12月10日、以下の要望書を関係省庁に送りました。

(送付先)

- |                    |         |          |
|--------------------|---------|----------|
| ・消費者委員会            | 委員長     | 鹿野 菜穂子 様 |
| ・消費者庁              | 長官      | 新井 ゆたか 様 |
| 消費者政策課             | 課長      | 鮎澤 良史 様  |
| 消費者制度課             | 課長      | 古川 剛 様   |
| 消費者教育推進課           | 課長      | 黒田 啓太 様  |
| 地方協力課              | 課長      | 赤井 久宣 様  |
| 取引対策課              | 課長      | 伊藤 正雄 様  |
| 表示対策課              | 課長      | 高居 良平 様  |
| ・経済産業省 商務・サービスグループ |         |          |
| 消費・流通政策課           | 課長      | 中野 剛志 様  |
| 商取引監督課             | 課長      | 豊田 原 様   |
| ・国土交通省 住宅局長        | 楠田 幹人 様 |          |
| ・国土交通省 不動産・建設経済局   | 平田 研 様  |          |
| ・総務省 消費者契約適正化推進室長  | 安西 重浩 様 |          |

### 消費者トラブル防止に関する要望書

#### 「住まいの契約トラブルなんでも 110 番」を実施して

時下、貴職ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

当協会（NACS）は、創設以来、時宜を得たテーマで毎年 110 番活動を実施しています。今年度は 10 月の土曜日・日曜日、8 日間、「住まいの契約トラブルなんでも 110 番～ 屋根工事・給湯器等の訪問販売、トイレのつまり・水漏れの緊急修理、リースバック、賃貸住宅退去などなど ～」というテーマで実施いたしました。

消費者庁の令和 5 年の消費者白書によりますと、商品・サービス別の消費者相談の件数は、全体では「不動産貸借」、「工事・建築」が「商品一般」に次いで多くなっています。年代別では、不動産貸借は 20 代から 50 代に多く、60 代以上では工事・建築に関する相談が多い傾向にあります。不動産貸借においては、2020 年の民法改正後も退去時の原状回復費用や敷金の返還に関する苦情が各地の消費生活センターに多く寄せられています。また、工事・建築については、訪問販売による屋根工事等の契約で、一人暮らしの高齢者や地震や風水害により被害を受けた地域が悪質業者のターゲットにされるという事案が多発しています。さらに、太陽光発電の FIT 買取制度の終了に伴い、自治体の補助金を利用した蓄電池やパワーコンディショナー（パワコン）の訪問販売に係る苦情も増えてきています。また、高齢者に不利益な自宅のリースバックを勧める事案や住宅ローンを使った不適切な投資用マンションの販売等の事案もあります。いずれの年代においても『住まい』は消費

者の生活の基盤であり、価格も高額であることから、これらの『住まい』に関する取引にかかる被害は消費者にとって非常に深刻な問題であると考えます。

以上の観点から、2024年度の110番事業として、幅広い分野での住まいの契約に関するトラブルについて相談を受け付けることとしました。そして、寄せられた相談、苦情内容を集計、抽出、分析し、その背景にある問題点を精査して、現在の法規制の不備等、関係諸機関に情報提供及び提言を行いました。

## 記

### 1. 宅地建物取引業者の重要事項説明義務のさらなる強化と、全ての賃貸住宅管理業者と家賃債務保証業者に対する登録制を求めます

令和5年版消費者白書によると、消費生活相談の商品・サービス別上位件数において不動産賃貸借は全体の第2位です。賃貸住宅は貸主と借主の間に継続的な契約関係があり、契約締結時、入居期間中、契約終了時に特有のトラブルが見受けられます。

特に、契約終了時の原状回復に関する相談は『原状回復をめぐるトラブルとガイドライン』において原状回復の費用負担の在り方について一般的な基準が示されているにもかかわらず、一向に減る様子がありません。民法改正により敷金、原状回復に関するルールが明文化されましたが、相談事例のように、管理会社や保証会社の対応が原因でトラブルに発展するケースも少なくありません。

管理会社と保証会社は入居者である消費者と長期間係わる事業者ですが、それにもかかわらず、賃貸住宅管理業務や家賃債務保証業務について消費者に十分理解がなされていないと思われまます。賃貸住宅管理業務には宅地建物取引業法の適用がありません。また、賃貸住宅管理業法は賃貸住宅管理業登録制度について規定しておりますが、管理戸数が200戸未満の事業者は登録が任意であり、重要事項説明等もオーナーに対する管理受託契約においては締結前に義務づけておりますが、入居者に対する義務はありません。

家賃債務保証業者登録制度も任意の制度であり、事業者は登録を受けなくても家賃債務保証業を営むことができます。宅地建物取引業法は貸借の代理・媒介を対象とし、賃貸住宅管理業法は賃貸住宅の管理を対象とし、家賃債務保証業者登録制度は、借入人の家賃債務を保証することを対象として、それぞれの観点から業務の適正化や消費者の保護を図っているとのことです。

宅地建物取引業法で義務づけられている重要事項説明の内容に管理会社と保証会社に関する事項を付加すること、賃貸住宅管理業法に入居者に対する賃貸住宅管理業務の重要事項説明等を義務づけること、そして全ての賃貸住宅管理業者と家賃債務保証業者に国への登録を義務づけることを要望します。

## 2. 悪質な「暮らしのレスキューサービス」について、規制の強化を求めます

水漏れやトイレ修理、鍵の修理、害虫駆除等、いわゆる『暮らしのレスキューサービス』に関する相談は後を絶ちません。消費者は、日常生活での緊急のトラブルに対応を急ぐあまり、ネットで検索し上位にある事業者の、「迅速、安価、丁寧」等、好条件を謳う広告を鵜呑みにして、来訪を依頼することが多いといえます。修理を依頼する前、消費者には、作業の内容や料金について十分に検討することを求めたいのですが、そのように落ち着いて対応できなくなっている場合がほとんどです。

見積りを取るだけのつもりで来訪要請した事業者が、ネット広告の何倍もの高額な金額での工事や修理を強引に契約させた場合は、特定商取引法ガイドに記載の通り、『特定商取引法』上の訪問販売に該当し、クーリング・オフができると考えられます。『特定商取引法ガイド』によれば、『広告の表示額と実際の請求額に相当な開きがある場合、消費者は、当初修理依頼をした段階では、安価な広告の表示額で契約を締結する程度の意思しか有しておらず、実際に請求された高額な請求額で契約を締結する意思は有していなかったことは明らかで、訪問販売に該当する（一部省略）』とされています。

しかし、実際の契約では、契約書の不交付、連絡先の不告知、連絡への不対応等の、不当な行為を行う事業者に関する相談が多く寄せられています。こうした事業者に対し、法令遵守を徹底させることが必要です。そのためには、同様な手口でトラブルを繰り返す事業者に対しての罰則規定を強化し、警察とも連携して行政措置をとる等の強硬策が必要と考えます。特に、ネット広告で、「最大手」、「業界 No.1」、「日本一」の表示等、消費者に誤認を与える表示をした業者に対しての、優良誤認による処分等、景品表示法での措置命令を積極的に行うことを強く求めます。

また、役務において一定の技量が必要なもの（水道工事、鍵の解錠、害虫駆除等）については、有資格者による作業、或いは登録制となるよう、行政として規定を設けることを要望します。

『暮らしのレスキュー』と呼ばれるサービスが、消費者の安全で安心な生活に寄与するよう、行政の真摯で迅速な対応をお願いします。

## 3. 不招請勧誘の禁止による悪質事業者の排除と登録制度の活用による健全な取引の推進を求めます

高齢者の訪問販売のトラブルが後を断ちません。勧誘の要請をしていない顧客に対して訪問または電話による勧誘の禁止を検討していくことが必要と考えられます。また「訪問販売お断り」ステッカーを貼っている家への勧誘も禁止してください。海外では Do-Not-Knock や Do-Not-Call 制度が進んでいますので、せめて訪問や電話を受けるか受けないか消費者の希望に基づいて適用するオプトアウト規制の導入を希望します。

判断能力不十分な高齢者の契約には、家族の同席や同意を必要とするよう望みます。

現在、1件の請負代金が500万円未満の工事については、資格、許可、届出も不必要であり、資格のない業者による杜撰な工事が行われています。「軽微な建設工事」においても資格を必要とするよう要望します。

住宅リフォーム事業者団体登録制度や近隣の登録業者を検索できることを知らない消費者が多くいます。登録業者のマークや登録業者一覧等について広く広報して欲しいと希望します。

#### 4. リースバック、住宅の訪問購入について、規制強化を求めます

高齢者の自宅を訪問してリースバックを勧誘する等して住んでいる住居を安価で買ったたくというトラブルが増えています。このような取引について一般の消費者は不慣れであり、認知症により判断力の低下した高齢者がわずかなお金と引換えに終の棲家を失うケースもあります。国土交通省では『住宅のリースバックに関するガイドブック』を作成していますが、リースバックや住宅の訪問購入に関する消費者保護は十分とは言えません。

消費者の住居を訪問して行う等営業所等以外の場所において、消費者がその居住する住宅を売却する取引を特定商取引法の訪問購入の規制対象とし、クーリング・オフ制度の導入を求めます。あるいは、宅地建物取引業法において営業所等以外の場所において消費者が住宅を売却する取引をクーリング・オフの対象とすることを求めます。

さらに特に高齢者については、営業担当者以外の複数の者により消費者の適合性について検討する機会を設けた上で、親族の同席や複数回の丁寧な説明を行う等、金融業界が採用しているガイドラインと同等の高齢顧客を対象とした勧誘におけるガイドラインを作成し適切な対応を行うことを業界団体に勧告することを求めます。

以上

NACS「なんでも 110 番」一覧

昭和 63 年 (1988 年) 「高齢者なんでも 110 番」	平成 18 年 (2006 年) 「クレジット・ローンなんでも 110 番」
平成元年 (1989 年) 「生活設計なんでも 110 番」	平成 19 年 (2007 年) 「クレジットなんでも 110 番」
平成 2 年 (1990 年) 「クレジットなんでも 110 番」	平成 20 年 (2008 年) 「通信なんでも 110 番」
平成 3 年 (1991 年) 「旅行なんでも 110 番」	平成 21 年 (2009 年) 「カードなんでも 110 番」
平成 4 年 (1992 年) 「塾・英会話・エステなんでも 110 番」	平成 22 年 (2010 年) 「サギ商法なんでも 110 番」
平成 5 年 (1993 年) 「資格商法なんでも 110 番」	平成 23 年 (2011 年) 「通信トラブルなんでも 110 番」
平成 6 年 (1994 年) 「商品事故なんでも 110 番」	平成 24 年 (2012 年) 「キャンセルなんでも 110 番」
平成 7 年 (1995 年) 「金融商品なんでも 110 番」	平成 25 年 (2013 年) 「健康食品なんでも 110 番」
平成 8 年 (1996 年) 「金融商品なんでも 110 番」	平成 26 年 (2014 年) 「ネット取引なんでも 110 番」
平成 9 年 (1997 年) 「通信トラブルなんでも 110 番」	平成 27 年 (2015 年) 「高齢者・障がい者 消費者トラブルなんでも 110 番」
平成 10 年 (1998 年) 「契約トラブルなんでも 110 番」	平成 28 年 (2016 年) 「広告・宣伝・表示なんでも 110 番」
平成 11 年 (1999 年) 「インターネットトラブルなんでも 110 番」	平成 29 年 (2017 年) 「訪問販売・電話勧誘販売なんでも 110 番」
平成 12 年 (2000 年) 「儲け話なんでも 110 番」	平成 30 年 (2018 年) 「不当請求・架空請求なんでも 110 番」
平成 13 年 (2001 年) 「金融トラブルなんでも 110 番」	令和元年 (2019 年) 「もうけ話、怪しい勧誘・広告なんでも 110 番」
平成 14 年 (2002 年) 「くらしの契約トラブルなんでも 110 番」	令和 2 年 (2020 年) 「キャンセルなんでも 110 番」
平成 15 年 (2003 年) 「継続サービス契約トラブルなんでも 110 番」	令和 3 年 (2021 年) 「ネット取引なんでも 110 番」
平成 16 年 (2004 年) 「通信サービストラブルなんでも 110 番」	令和 4 年 (2022 年) 「成年年齢引き下げから半年 ネット取引・デジブラなんでも 110 番」
平成 17 年 (2005 年) 「金融サービストラブルなんでも 110 番」	令和 5 年 (2023 年) 「ネット取引なんでも 110 番」

## 110 番対応者

東京

安部真弓	岡本由美	木村嘉子	小西和恵	金藤博子	櫻木和美
武井紀子	大道不二子	中野子礼子	丹羽典明	長谷川ゆかり	日笠裕子
福長恵子	松本恭子	矢野ひとみ	山本いく子		

大阪

乾摂子	河野順子	沢井馨子	田村朋子	仲澤悦子	中野賀予子
中野直子	林多恵	町田弘美	丸山なぎさ	山口知香	山本英利子
アドバイザー	： 弁護士	加藤進一郎			

報告書作成者（◎は責任者）

◎松本恭子	香浦奈美	小西和恵	田村朋子	中野子礼子	中村英子
西田智子	長谷川ゆかり	樋口容子	福島麻子	福長恵子	

★110 番当日に発表した速報と報告書の実数、分析の結果が多少異なることをお断りいたします。無断転載禁止。

発行 2024年12月

公益社団法人  
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会  
110 番実行委員会

〒102-0071 東京都千代田区富士見 2-4-6 宝 5 号館 2F

TEL 03-6434-1125

FAX 03-6434-1161

HP <https://nacs.or.jp/>

本報告書の内容は、無断転載を禁止します。

