

# 令和6年度 全国部長会議 in 名古屋 グループディスカッション纏め資料

## ① 地域で起こった事例の共有

- ・ 沢山の業者が高齢者を狙い他県から来ている
- ・ 高額な見積もり請求なのだが、項目内容と金額、工事内容がおかしい（葺き直し工事なのに棟そのままなど）
- ・ 目線が遠いことを利用して瓦が浮いていると指摘された
- ・ 地震以降増えている。下から見ているだけでずれていると指摘され見に行くと問題無い
- ・ 屋根を指摘して業者の知り合いがいるか確認、いる場合は見てもらった方が良いなどと言って去ってゆくが、言われた施主さんは不安になり連絡、見たが何ともない。知り合いに業者がいるか選別している
- ・ 台風や地震など災害後に相談件数が年間 30~40 件
- ・ 足場設置している現場近くで工事をしていると言って営業をかけてくる
- ・ 悪徳業者と判別は難しいが、別の現場写真（アップ）を使い、あたかも工事が必要と進めてくる
- ・ このような業者は色々な写真を持っているので上がってしまえば実際工事したかのように報告する
- ・ 上がっただけで 10 万円請求
- ・ 屋根瓦を割る破壊行為をして仕事にしている
- ・ スマホの加工アプリで瓦の色あいや、ひびなどを偽造したケースがあった
- ・ 昨年あたりから 15 件ほど消費者からの連絡がある。コーキング工事で 50 万
- ・ 漆喰が剝がれている→雨漏りの原因として工事を持ち掛け、ラバー工法など簡単な工事から入ってくる
- ・ 親切を売りコーキングで済ます。そもそも悪事だと思っていない
- ・ ラバー工法で数百万の工事をしたが雨漏りしたが、保証書には雨漏りのことが書いておらず対応してもらえず、保証書の内容は「今よりは強い屋根になる」と明記してあるだけだった
- ・ 消費者センターからの連絡があって相談を受ける
- ・ 営業所を県内におき地元業者を装い荒らす。調べるとアパートや貸家だったりする
- ・ 車は他県ナンバーのプリウスが荒らす 埼玉→北関東 神奈川→静岡
- ・ 直ぐに工事をするようせかされて、先に足場代のお金を支払い業者に逃げられる。
- ・ カラーベストの棟換気の穴から雨が漏ると煽り、屋根に上がろうとする
- ・ 2 年位前から少額（5,000 円程度）の屋根点検をもちかけ、工事箇所の指摘をして金額が高くなるケース  
実際に見てみると特に問題がない箇所だった。

## ② 自社で行っている対応策

- ・ 点検ステッカー （全瓦連の点検シールも有効だがサイズも重要）
- ・ 全瓦連チラシで啓蒙活動している
- ・ 会員制で年に一度の点検
- ・ 工事内容をしっかり説明し納得してもらう
- ・ 診断報告書や完了報告書を必ず渡す
- ・ 資格や名刺などを提示
- ・ 自社が工事した物件には名刺で追い返すようにしている
- ・ 着工前に現場周りに自社チラシ（有資格者を PR）のポスティングや声かけ（悪徳業者に利用されないため）
- ・ HP や SNS 動画や YouTube にて注意喚起→取材にも繋がった
- ・ ラジオで発信
- ・ 自社 PR に地域イベントに顔を出す
- ・ 見ず知らずの業者が上がった屋根には上がらず、ドローンや高所カメラで対応してから屋根に上がる。  
（理由は、直ぐに上がって問題箇所があった時、自分の責任にされるケースがあるから）

③ 今後、単組青年部としてどのような未然に防ぐ対応が行えますか  
未然に防ぐ対応と書いてあるが、屋根トラブルが右肩上がりで見えている現状です。

↓

討論テーマに対する：問題を引き起こしているキーワードとして

天災・不安・独居・コミュニティの衰退・地域に瓦屋（屋根工事店）の認知不足・優良業者との区別  
・訪販営業のトーク力（優しい言葉で寄り添ってくる）などが挙げられました。

↓

問題の本質に対する、今後我々が取り組むべき課題は何ですか？

天災→ガイドライン工法を周知

独居・コミュニティの衰退→介護・社会福祉協議会に対して団体認知

地域に瓦屋（屋根工事店）の認知・資格の見える化

消費者に分かりやすく屋根に関する話ができるようにする

県内にリフォーム部を作るなど、色々な業種と交流をして屋根に関するレクチャーをする

※同時に単組で行っている成功事例などありましたら教えてください。

- ・警察と連携して悪徳業者防止のチラシ・シールなどの作成
- ・24時間テレビcmに
- ・新聞紙面に掲載 50周年・年に2回50万円
- ・屋根の日のプレスリリース→取材に繋がった・子供たちへの瓦に触れ合うPR活動
- ・HPやSNS動画やYouTubeにて注意喚起→取材にも繋がった

まとめ

私たち業界が消費者の方々に知っていただけるPR活動が大切だと考えます。

そのなかで単組青年部がPR活動を行うために計画を立てる必要があります。

④ 団体としてのスケールメリットで今後どのようなかたちで消費者に働きかけるべきか  
単組親会との連携を行いながら、全国組織だからできること

↓

- ・地域の行政（建築課）や消費者センターとの連携
- ・身近な市議会議員に相談し議会に取り上げてもらう
- ・高齢者の方を対象に考えるとメディアを通して注意喚起
- ・地区の回覧板
- ・屋根の日に新聞ジャック
- ・YouTuberとコラボ（フォロワー数と素行調査は必須）

まとめ

今現在、全瓦連だけでPRをして指摘詐欺が減少するとは思えません。警察・地域包括支援センター・社会福祉協議会や各行政機関に呼び掛け、行政サービスのなかに全瓦連が認知される取り組みが大切です。

長期的に行動することによって指摘詐欺を減少させ消費者に安心安全な屋根の提供へ繋げて行きます。

以上、令和6年度 全国部長会議の報告とします。