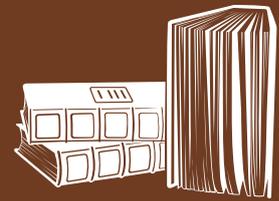




暮らしの判例

国民生活センター 消費者判例情報評価委員会



消費者問題を考えるうえで参考になる判例を解説します。

暮らしのレスキューサービスのウェブサイト運営業者や関与した個人事業者等に対する共同不法行為責任が認められた事例

トイレの詰まりなどの水回りトラブルで困った消費者が、ネットで検索して安価な表示を見て修理業者の来訪を要請したところ、ウェブサイトの表示とはかけ離れた高額な作業料金を請求された事案に関して、ウェブサイトの運営業者やウェブサイトの責任者、来訪した修理業者に対して共同不法行為による損害賠償を求めた訴訟において、消費者らの請求を認容した事例(慰謝料、本件に関与していないと認定された者に対する請求は棄却された)。(京都地方裁判所令和6年1月19日判決<令和3年(ワ)第2352号>、裁判所ウェブサイト、『消費者法ニュース』140号145ページ)

- 原告：X 1～X 12(消費者)
- 被告：Y 1、Y 2(両名ともにウェブサイトの運営責任者)、Y 3(ウェブサイトの経営者)、Y 4～Y 7(いずれも個人事業者)
- A(本件ウェブサイトの運営業者名として記載されていた会社)
- B(本件ウェブサイトの運営業者名として記載されていた会社)

事案の概要

Xらは、おのおの各々、自宅で発生したトイレ等の水回りのトラブルについてインターネットで検索して、Y 3が運営する水の水回りのトラブルに緊急対応するとうたうウェブサイト(以下、本件ウェブサイト)を見て、そこに記載された電話番号に電話をかけて、修理業者の派遣を依頼した。依頼を受けて、Y 4、Y 5またはY 6がXらの自宅を訪れ、それぞれ水回りの修理作業を行った後に、ウェブサイトに表示されていた料金とはかけ離れた高額な料金を請求し、Xらはやむを得ず請求された内容の工事請負契約を締結し、代金を支払った。

本件は、Xらが、ウェブサイトの運営業者・その責任者、運営業者から指示を受けて消費者宅に赴いて契約をした個人事業者ら(Yら)に対し、主位的に、Yらは、過大な工事代金の支払いを受けることを目的として、明確な合意をしないままに修理工事を実施し、その後Xらに工事請負契約を締結させて高額な代金を支払わせたと主張して、不法行為に基づき、各損害金(工事

代金・慰謝料・弁護士費用)及び各損害金に対する不法行為日の後の日である2021年8月下旬から支払済みまで民法所定の年3%の割合による遅延損害金の連帯支払を請求し、予備的に、クーリング・オフにより上記工事請負契約を解除したと主張して、特定商取引に関する法律(以下、特商法)9条6項に基づき、各Xが工事代金として支払済みの各金員及び各金員に対する代金受領日の後の日である2021年8月下旬から支払済みまで民法所定の年3%の割合による利息の連帯支払を請求した事案である。

理由

(争点1) 工事施工者に不法行為が成立するか

本件ウェブサイトには、「安心の価格設定!」 「基本料金税込1000円～+部品代+作業費」と表示されるとともに、作業費用一例として「ポンプ5000円(税込)～」 「便器脱着1万5000円(税込)～」 「高圧洗浄2万円(税込)～」 などと表示されているところ、これは、一般消費者において、基本料金に部品代や作業費が加算されるとしても合計で数千円から数万円程度の低廉な費用で



水回りの修理作業が行われるとの印象をもたらすものである。これに対してY 4、Y 5またはY 6がXらに提示した代金は、10万～165万円と高額なものであり、この代金額が合理的であると考えられるほどにXらの自宅で生じた水回りのトラブルが複雑、困難であったとは認めるに足る証拠はない。また、PIO-NET*に、本件ウェブサイトを経営するA及びB並びにY 4に対して、本件ウェブサイト上の表示とは異なる高額な代金を請求されたという苦情相談が多数登録されていることからすれば、顧客の具体的な事情にかかわらず、顧客に高額な代金を請求することが日常的に行われていたことがうかがえる。

そうすると、上記Yらは、当初から高額な費用を請求することを企図しながら、あたかも低廉な費用で工事ができると本件ウェブサイトに表示して、Xらを勧誘したと認められる。

Xら宅の工事を施工したY 4、Y 5またはY 6は、いずれも、Xらに対し、具体的な作業内容及び費用について十分な説明をしないまま、または作業前には低廉な費用を提示しておいて、作業を開始し、作業途中で特別な機械を使用する必要があるため費用が高くなる、火災保険が適用されるなどと申し向け、作業終了後に高額な代金額を提示して工事請負契約の締結を求めた。家庭の水回りの工事にどのような作業が必要であるか、どの程度の費用がかかるのかは一般人では判断するのが困難であるし、家庭の水回りのトラブルは早急に修理しなければ家人に著しい不便が生じるものであり、Xらが上記Yらの説明に納得できなくても、別の修理業者に依頼することは著しく困難な状況であった。また、上記Yらは、一部でも作業を実施することで、契約を締結しなくてもその分の費用を支払う必要があるとXらに思わせ(Xらの中には、実際に、Y 4から、契約を締結するか否かにかかわ

らず既に行われた作業に係る費用を請求する旨告げられた者もいる)、契約締結を断れば、修理は中途半端に終わってしまうのに費用は一定額支払うことになるという不利益の下、Xらをして実質的に契約締結を断ることができない状態に置き、完全に修理をしてもらうには高額な代金を支払うほかないと思わせた。Xらの一部に対して火災保険が適用されると虚偽の事実を告げたことも、費用の点でそのXらの判断を誤らせる行為である。

上記YらのXらに対する勧誘行為が当初から高額な費用を請求することを企図した計画的なものであること、上記YらがXらにおいて修理工事の依頼を断ることが著しく困難な状況を利用し、場合によっては依頼を断ることが更に困難な状況に追い込んだことに照らすと、上記Yらは社会的相当性を超える手段及び態様でXらに本件各契約を締結させたというべきであり、上記YらがXらに本件各契約を締結させたことは不法行為に当たると認められる。

(争点2) 共同不法行為が成立するか

Y 7を除くYらについて、X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。

Y 3は、本件ウェブサイトを経営するA及びBの経営者であり、Y 1及びY 2は、本件ウェブサイトに運営責任者として記載されていたのであるから、上記商法に関与していると認められる(なお、Y 1及びY 2が本件ウェブサイトの運営責任者として記載されていた事実から、上記両Yが本件ウェブサイトの運営に関与していたことを推認することができる)ところ、上記両Y

* PIO-NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワークシステム)とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと



は上記推認を覆す主張をしていない)。Y 4、Y 5 または Y 6 は、修理業者として顧客宅に派遣され、顧客に高額な代金額の契約を締結させる実働部隊であり、上記商法に関与していると認められる。

以上より、Y 7 を除く Y 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 Y 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。

なお、Y 7 については、本件工事に関与したとの事実が証拠上から認定できないとして、損害賠償責任を否定している。

解説

1 暮らしのレスキューサービスのトラブルとは

令和 6 年版「情報通信白書」によれば、2023 年度には約 9 割の世帯がスマートフォンを保有している。スマートフォンが消費生活においても、当たり前のツールとして広く、手軽に利用されるようになってきている。

こうした実情の下で、トイレの詰まり、鍵の紛失、害虫や害獣などの発生などの生活上の困った事態に遭遇した場合に、すぐ来て対応してくれる事業者を消費者がインターネットで検索することは、ごく当たり前の消費行動となっている。消費者が、インターネットで調べたうえで、最も安価な表示をしている事業者に来訪要請をすることが多くなっているのである。消費生活相談では、この種のサービスを「暮らしのレスキューサービス」などと呼んでいる。

ところが、暮らしのレスキューサービスでは、インターネット上の表示は「980円から」とか「5,000円から」などと安価であるのに、来訪した業者から数万円から数十万円、場合によっては100万円以上の、インターネット上の表示からは想定できないような高額な請求をされるトラブルが全国的に多発している。消費者は、自宅に事業者を呼んで作業をしてもらっているため、高額な請求金額が納得できない場合であっ

ても、居座られて困り、帰ってもらうためにやむを得ず支払ってしまうことが多い。その後に、あまりに高額なのに納得がいかず、返金を求めてクーリング・オフをしても「呼ばれたから行ったので、うちが訪問勧誘したわけではない」と拒否されることが多い。

2 特定商取引法の適用問題

自宅に呼ぶ段階では、作業の内容も対価も確定しておらず、来訪後に消費者の自宅で契約を締結しているため、特定商取引法の訪問販売には該当するものの、同法26条6項に規定する「第四条から第十条までの規定は、次の訪問販売については、適用しない」「一 その住居において売買契約若しくは役務提供契約の申込みをし又は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に対して行う訪問販売(いわゆる請求訪問販売)」に該当するか否かが問題となっていた。

この点について、令和 4 年 6 月 22 日付各経済産業局長及び内閣府沖縄総合事務局長宛ての消費者庁次長・経済産業省商務・サービス審議官による「特定商取引に関する法律等の施行について」は、「例えば、消費者が台所の水漏れの修理を要請し、その修理のために販売業者等が来訪した際に、台所のリフォームを勧誘された場合や、見積りのみを目的として訪問を依頼した販売業者等とその場で修理等の契約を締結した場合については適用除外に当たらないと考えられる。加えて、販売業者等が広告等で安価な価格のみを表示しており、これに基づいて消費者が訪問を依頼したところ、広告等での表示額と実際の請求額に相当の開きがあった場合、訪問を依頼した段階においては、消費者は広告等で表示されていた安価な価格で契約を締結する程度のみ意思しか有しておらず、実際の請求額ほど高額な価格での契約を締結する意思を有していなかったといえ、実際に請求された金額で契約の申込み又は締結を行いたい旨の明確な意思を表示したといえないような場合には、当該消費者は「請



求した者」には該当せず、適用除外に当たらないと考えられる」との見解を示し、クーリング・オフの適用があることを明確にした。これは、作業に来訪した個人事業者との契約を解除でき、契約相手の事業者に返金要求できることを意味する。

3 判決のポイント

しかし、暮らしのレスキューサービス商法の問題は、ウェブサイトの運営業者がウェブサイトを用意し、消費者からの依頼を受け付け、この依頼に基づいて提携している個人事業者に派遣指示をしているという構造にある。ただし、工事業者自身がインターネット広告で集客している場合もある。

本件訴訟では判決文での指摘はないものの、弁護団によれば、ウェブサイトと提携している個人事業者は売上の6割をウェブサイトの運営業者に上納しており、この費用も実際の工事代金に上乗せして、合計額を工事代金として消費者に対して請求して支払わせているとのことであり、契約による工事代金が高額化する一因となっている。

また、ウェブサイト運営業者は、提携する個人事業者が対象の工事を適正に行う技術を持った者であるかどうかを選別していないため、何の技術も持たない業者も多数含まれているおそれもある。

このような商法のしくみが利用されている場合、この種の悪質・悪徳商法を抑止するためには、契約当事者となる個人事業者に対する特定商取引法による規制だけでは不十分で、ウェブサイトの運営業者等の関連業者からも違法収益をはく奪する必要がある。

本件訴訟は、暮らしのレスキューサービス商法のトラブルについて、インターネット広告により消費者を誘引することにより、ウェブサイト運営業者と提携している個人事業者を派遣し、派遣された個人事業者が高額請求を目的としてサービスの提供をするシステムを取ってい

たという、暮らしのレスキューサービス商法のしくみを明らかにしたうえで、これら関連業者らが一連一体で組織的に行っていた悪徳商法の一環であるとの認定をし、ウェブサイトに関与することによって当該商法に従事した個人事業者全員とウェブサイト運営業者等について、関連共同性があるとして共同不法行為責任を認められたもので、画期的な判決といえる。

なお、本件判決は、共同不法行為による損害賠償責任を認めているので、Xらが予備的に主張したクーリング・オフ制度の適用については、判断していない。クーリング・オフによる場合は、工事代金の返還義務はあるが弁護士費用までは請求できないうえ、清算義務を負うのは契約相手である個人事業者のみである。

本件は、民法の共同不法行為に該当するとして、インターネット広告を主催したり管理責任者としての表示がされていた者に加えて、関与が認められた個人事業者全員に本件悪徳商法を一連一体のものとして行ったものであり、関連共同性があるとして連帯責任を認めた点が画期的といえる。

消費者は、契約相手の個人事業者に資力がなく回収できないとしても、関与したすべての業者の中で資力のある者から回収することができるメリットがある。

暮らしのレスキューサービス商法については、京都・福井などに弁護団が結成されており、本件判決は京都弁護団の第1号目の判決である。2号目の事件についても、同日付で同趣旨の判決が出されている(参考判例)。

参考判例

京都地方裁判所令和6年1月19日判決(令和4年(ワ)第587号)(LEX/DB)