

トイレ・水回り「レスキュー商法」についてつけこみ型勧誘の不法行為該当性を認めた上、工事実施者のほかデジタル・プラットフォーム(DPF)運営者、経営者につき共同不法行為責任に基づく損害賠償を命じた裁判例：京都地判令和6年1月19日について

弁護士 住田 浩史

第1 はじめに

本誌53～56号では、デジタル・プラットフォーム(DPF)が負うべき民事責任について、それぞれ異なる視点から論じてきた。^{1・2・3・4}なお、前号(56号)でとりあげた、東京地判令和4年6月16日(食ベログ評価点算出アルゴリズム変更についてのDPFの優越的地位の濫用が認められた判決、判例集未登載)については、控訴審にて、一審被告(プラットフォーム運営者側)が逆転勝訴したとの報道がなされているが、今後、最高裁の判断に注目したい。

さて、本号では、DPFの民事責任を認めた事例であると評価できる京都地判令和6年1月19日(一審で確定。裁判所ウェブサイト⁵)について、紹介したい。なお、筆者は、同事例について、原告側代理人弁護士⁶を共同で務めている。

第2 京都地判令和6年1月19日について

1 事案及び当事者

本件は、典型的な「レスキュー商法」事案である。まず、原告ら12名は、いずれも、自宅で水道管や



図1 アクアセーフティーのウェブサイトの一部

トイレの給排水障害等が起こるといふトラブルに直面した消費者である。原告らは、インターネット等で「トイレつまり」などと検索して、修理工事業者のデジタル・プラットフォーム (DPF) である「水のトラブル緊急駆付隊」(運営者：アクアセーフティー名義) を見つけた。アクアセーフティーのウェブサイト上には、「水のトラブル即解決 1,000円～」等の表示がされており(図1参照)、原告らが連絡すると、プラットフォームに登録している修理担当業者が派遣され消費者宅を訪問するというしくみとなっている。

そして、原告ら宅を訪問した修理担当業者から、10万円～165万円という上記ウェブサイト上の表示とは著しく乖離した高額な請負工事代金を請求され、原告らは、やむなく支払った。

被告ら7名は、プレイヤー、DPF運営者、DPF経営者の3グループに分けられる。まず、被告XYZは、それぞれの現場で修理工事及び集金を担当していたプレイヤー(実働部隊)である。次に、被告UVWは、ウェブサイトの「運営責任者」と表記されていた者である。そして、被告Tは、契約書に記

載されている住所(バーチャルオフィス)の契約者であり、原告らとは別の被害者の事案においては自ら返金対応も行っていることから、DPFの経営者であるといえる。

原告ら12名は、被告ら7名に対し、連帯して、主位的には不法行為責任に基づく損害賠償として、また、予備的に特商法上のクーリング・オフに基づく原状回復として、総額660万円余り(業者に支払った額、慰謝料及び弁護士費用の合計)の支払いを求め提訴した。

2 判決内容

判決は、原告らの請求を一部認容し、被告らTVXYZ⁷6名に対し、連帯して、慰謝料を除く各支払額及び弁護士費用額の総額529万円余を支払うよう命じた。

(1) 不法行為該当性

まず、判決は、この商法が不法行為に該当するかどうかについて、下記のとおり判断した。

ア ウェブサイトに込められた意図

まず、入口としてのウェブサイトについては、どのように評価がなされたか。

判決は、DPFウェブサイト(図1参照)の「安心の価格設定!」「基本料金税込1,000円～+部品代+作業費」「ポンプ5,000円～」「便器脱着15,000円～」「高圧洗浄20,000円～」という記載について、

「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しものである。これに対して被告XY又は被告Zが原告らに提示した代金は、10～165万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原告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-NET⁸に、本件ウェブサイトを運営するアクアセーフティー及びライフライン24並びに被告X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」とした。その上で、このウェブサイトにてこめられた被告らの意図について、「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、原告らを勧誘したと認められる。」

として、本件ウェブサイトにて込められた意図を分析している。

イ プレイヤーの行為と「状況」における消費者の「心理」

そして、続いて、プレイヤー(現場実行部隊)については、「作業内容及び費用について十分な説明をしないまま又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。」と行為を認定したが、注目されるべきは、当該「状況」におかれた消費者の「心理」について、下記のように判示をしたことである。

「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、原告らが上記被告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、上記被告らは、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原告らに思わせ(原告らの中には、実際に、被告X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かか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、原告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。原告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、費用の点でその原告らの判断を誤らせる行為である。」

ウ 結論

判決は、上記の2つの観点を考慮して、すなわち「原告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、上記被告らが原告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、上記被告らは社会的相当性を超える手段及び態様で原告らに本件各契約を締結させた」として、不法行為該当性を肯定した。

(2) 共同不法行為の成立

さらに、判決は、本件各契約につき、(被告Wを除く)全被告の責任を認めた。

すなわち、本件各契約締結行為そのものは、プレイヤーである被告XYZによってそれぞれ別の機会に行われたものであるものの、「一連一体で組織的に行われていた悪徳商法の一環」であったとし、プレイヤーである被告XYZは「実働部隊」として、DPF運営者である被告UVはウェブサイトの運営に「関与」したとして、そしてDPF経営者である被告Tは「経営者」として、「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」とされ、共同不法行為が成立するとしたのである。

第3 判決の意義

この判決には、3つの意義がある。

1 つけこみ型勧誘の違法性を認定したこと

まず、つけこみ型勧誘の違法性を端的に認定した判決であるということである。

「つけこみ型」勧誘とは、明確な虚偽の説明があるかどうかを問わず、消費者が合理的な判断ができない状況を作り出し、あるいはそのような状況にあることを利用し、本来ならば「契約をしない判断」ができるにもかかわらず、その判断を妨げるような勧誘を行うことである。

このうち、ごく一部の類型については、2016年、2018年の消費者契約法の改正において不当勧誘の類型として新設された(消費者契約法4条3項3号～8号、4条4項)ものの、一般的なかたちで導入されることはなかった。

本判決は、業者による明確な詐欺行為があるかどうかを問わず、「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」という状況及び「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」という状況につけこみ、「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、原告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いたと認定し、これが不法行為に該当すると結論づけたものであり、「つけこみ型勧誘」の違法性を端的に認めたものと評価できる。

2 DPFの民事責任を認めた判決であること

そして、2つ目は、DPFの民事責任を認めたという点である。

このアクアセーフティーも含め、レスキュー商法のDPFは、自ら従業員を雇って営業活動を行うのではなく、Googleその他の検索サイト運営者にリスティング広告を出し、検索エンジンと連動した広告を表示させ、顧客を誘引することに特化したDPFのかたちをとることが多い。そして、DPFは、提携しているプレイヤー(本件でいうと被告XYZ)に修理工事を行わせ、そこからマージンを得て収益を上げているのである。DPFは、プレイヤーと分業をすることによって、もしプレイヤーがなにか顧客に対して問題行為を起こしたとしても「うちは単なる広告業者です。顧客と契約しているのはあくまでプレイヤーであって、うちは関係ありません」といって責任を逃れようとするのである。⁹

しかしながら、判決は、そのような責任逃れを許さず、「一連一体で組織的に行われた悪徳商法の一環」であるとして、全件について、DPF経営者、DPF運営者及びプレイヤーらの共同不法行為を認めたのである。

訴訟において明らかとなったのは、被告らが強固な利益共同体であるということである。被告らは、各プレイヤーは、受けた工事代金額の60～70%をアクアセーフティーに対して支払っている、と主張した。しかしながら、これが、仮に事実だとすれば、この額は、単なる「広告費」としては異常に高額である。

例えば、建設業のなかでも設備業者の総利益率の平均は、29.51%とされている(一般社団法人建設業情報管理センター「建設業の経営分析(令和2年度)」)。単純化して総利益率30%とすると、50万円の売上をあげる工事をするためには、工事原価(工事をする際に必要になる元手。材料費、外注費や諸経費。なお、人件費や旅費交通費などの販管費は含まれない。)として35万円かかるという計算となる。しかしながら、本件の場合、工事担当者は、この50万円のなかから、まずアクアセーフティーに対して広告費を60～70%(すなわち30万円～35万円)支払わなければならないとすれば、工事原価を考えればそれだけで15万円～20万円の赤字である。さらに、ここから販管費の捻出をしなければならないのであり、このような状況では、到底、事業は成り立たない。

では、プレイヤーが、この赤字を解消するためにはどうすればよいか。工事費を通常よりもはるかに高額にして、顧客に対し、これを転嫁するほかないのである。この例でいえば、通常は50万円ですむ工事(工事原価35万円の工事)であっても、顧客に「これは120万円かかりますよ」としてこれを請求すれば、広告費(72万円～84万円)を捻出したとしても、手元に1万円～13万円がのこる計算となり、なんとか人件費や交通費などがまかなえるということになる。

要するに、アクアセーフティーのスキームに参加するためには、顧客に対してできるだけ高額な工事をさせなければ維持できない、すなわち暴利的な価格で工事を行わなければ維持できない、という構造になっているということである。そして、アクアセーフティのスキームに関与する者は、全員、この構造的暴利を、当然の前提として了解している、と

いうことになり、DPFは単なる広告業者であり責任を負わない、ということには到底ならない。

判決は、このような、利益共同体であるという事情を重視して、被告らの関係について「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」と認めたものと考えられる。

3 レスキュー商法業者に対する集団訴訟において不法行為を認めた初の判決であること

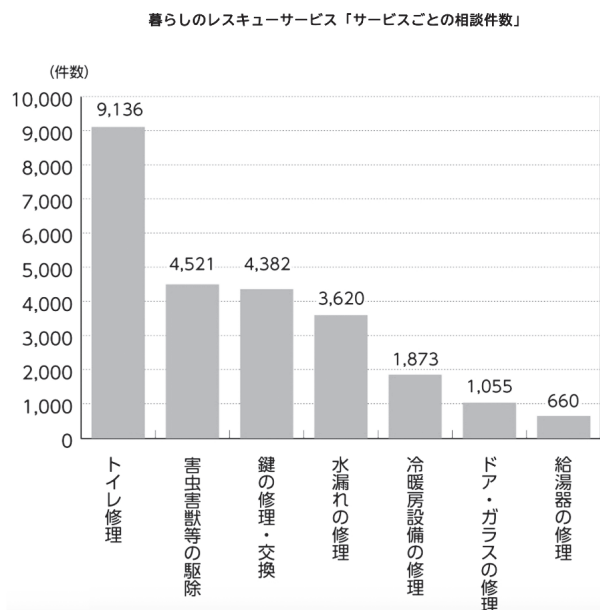


図2 国民生活センター相談件数
(2018～2022年度受付、2023年2月28日までのPIO-NET登録分)¹⁰

そして、3つ目は、いまなお被害が後を絶たない(図2参照)レスキュー商法業者に対する集団訴訟において、全国ではじめて不法行為を認定した判決である¹¹ということである。

むろん、この種事件については、全国各地で消費生活相談員や弁護士が解決のため努力し、成果を挙げているところであるが、この判決により、さらに問題及びその解決手段が周知され、よい解決が増えるようになることを願っている。

第4 むすびに：残された課題

とはいえ、アクアセーフティーは数あるレスキュー商法DPFのひとつに過ぎない。これについての責任が認められたとしても、問題が根本的に解決することはない。それは、業者のリスティング広告の出稿先であるGoogleほか巨大DPFが、この種の違法行為を行う業者を適切に排除せず、また、オンライン広告の透明性の確保のためのしくみをとっていないからである。

筆者も団員を務めるレスキュー商法被害対策京都弁護士会では、2021年5月19日、アクアセーフティーについて、Googleに広告掲載停止等の措置をとるよう申し入れた¹²が、その後、Googleからは回答はなかった。

しかしながら、Googleは、新聞・雑誌広告や、かつての「バナー広告」とは異なり、単なる広告の出稿先ではない。Googleは、自らが提供する検索サービスと連動するかたちで広告主をトップページに表示させ、検索した者に対し、あたかも広告主が信頼できるかのような外観を持たせることに大きく加担している。レスキュー商法は、まさに、この外観について、顧客が「検索でトップに来る業者ならば、信頼してもよいだろう」と信じることで成り立っている商法である。レスキュー商法は、Google等の巨大DPFなしには存続し得ない悪質商法であり、これらの業者から広告料を取得するGoogle等DPFには、少なくとも責任の一端があると考えられよう。

- 1 住田浩史「デジタル・プラットフォームの民事責任」『御池ライブラリー 53号』、2021年4月、36頁
- 2 住田浩史「提携リース問題の構造(6)：提携リースとプラットフォーム問題」『御池ライブラリー 54号』、2021年10月、15頁
- 3 住田浩史「デジタル・プラットフォーム(DP)と「過失補助」構成—東京地判令和3年12月21日(漫画村広告代理店に共同不法行為に基づく損害賠償を認めた事例)『御池ライブラリー 55号』、2022年4月、13頁
- 4 住田浩史「デジタル・プラットフォーム(DPF)による不正な取引についての独占禁止法による規制」『御池ライブラリー 56号』、2022年10月、12頁
- 5 なお、本件については、被告を同じくする別訴訟(追加提訴2名分)も同一裁判体で審理されており、これについても同日付で同趣旨の判決がなされているが、割愛する。
- 6 レスキュー商法被害対策京都弁護士会が担当した事件である。弁護士メンバーについては、同弁護団のウェブサイト参照のこと。<https://rescuekyoto.wordpress.com/about/>
- 7 被告Wについては、被告Tによりウェブサイト運営者として無断で記載されたと認定され、責任が認められなかった。
- 8 PIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)とは、独立行政法人国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から寄せられる消費生活に関する苦情相談情報(消費生活相談情報)の収集を行っているシステムのことである。
独立行政法人国民生活センター <https://www.kokusen.go.jp/pionet/>
- 9 なお、アクアセーフティーは、ある時期までは顧客に交付する契約書面の事業者欄の名義を自らにしていたが、途中からプレイヤーのみを記載して体裁を変えているものの、判決は、この時期の前後でとくに責任の有無について判断を変えていない。形式ではなく、実態に着目しているといえる。
- 10 引用元：政府広報オンライン「水漏れ、解錠、トイレ修理…緊急時の駆け付けサービスのトラブルにご注意!」
<https://www.gov-online.go.jp/useful/article/201906/1.html>
- 11 なお、レスキュー商法について特商法上の訪問販売に当たるとしてクーリング・オフを認めた判決としては、すでに、那覇地判平成30年3月15日消費者法研究第12号、2020年3月(なお、寺田明弘・河上正二による詳細な評釈あり)や、松戸簡判令和3年12月17日判例集未掲載などがある。

-
- 12 レスキュー商法被害対策京都弁護士団ウェブサイトが全文が掲載されている。
<https://rescuekyoto.wordpress.com/2021/07/08/google/>