

平成30年(ワ)第1324号 不実告知等差止請求事件

原告 特定非営利活動法人ひょうご消費者ネット

被告 株式会社関西住宅設備 外1名

## 第2 準備書面

令和元年6月7日

神戸地方裁判所第4民事部合議係 御中

原告訴訟代理人弁護士 北 村 拓 也



外3名

### 第1 被告らの商法が請求訪販の適用除外に該当する余地はないこと

#### 1 トイレ詰まり修理の通常の流れ

被告らと同様水回りの訪問修理も行っている同業他社である、LIXILのHP「かなり困るトイレのつまり！自分でできる直し方と予防法まとめ」(甲13)によると、現在日本の多くの家庭で採用されている洋式トイレが詰まってしまった場合には、通常(洋式用の)「ラバーカップ」(いわゆる「スッポン」)を用いてその吸引力で詰まりの原因を除去することが推奨されている(6頁)。

その際の作業の流れとしては、まず、水漏れを防ぐために止水栓を止め、水はねによる汚染防止のために床をビニールシート等で覆った上で、ラバーカップを使用する、というものが紹介されている。1回で詰まりが解消されない場合には、ラバーカップでの作業を何度か繰り返すということも記載されている

(7頁)。

そして、それでも詰まりが解消されない場合、または放置して1日経っても改善しない場合に、専門業者に依頼することが推奨されているのである。

このことから考えると、被告らのような業者が、トイレの詰まり解消を顧客から依頼された場合には、一般家庭において、このような詰まり解消に関する知識やラバーカップが必ずしも普及していないことに鑑み、詰まりの原因の心当たりだけではなく、詰まり解消のために家庭でどのような措置を講じたかを確認した上で、ラバーカップによる措置をいまだ講じていなければ、業者においてもまずはラバーカップを用いて詰まりの除去を試みて、それで詰まりが解消されない場合に、専門業者の知見を用いて、詰まりの原因を特定してから詰まり修理の作業に入ることが、一般的な流れであると考えられる。

すなわち、多くの場合、事前の電話でのやりとりでは、実際の作業内容を特定することは困難であり、現場にて実際に、トイレの状態を確認するなどしなければ、詰まりの原因は特定されず、またその詰まり除去のための作業内容（ラバーカップでの作業ですむか、ポンプやワイヤー作業が必要か、便器の解体新設が必要か、排水管自体の交換が必要かなど）も特定されないのである。

またもし仮に、事前の電話で、詰まりの原因について、消費者において一定の申告があったとしても、それにより作業内容が特定されるわけではない。例えば消費者から「〇〇を落とした」という形での申告があったとしても、その詰まっている部位及び詰まり具合によって、どの程度の作業が必要かということも変わってくるのであって、この点でも、電話でのやりとりで作業を特定することは困難であって、作業を特定するには現場にて実際にトイレの状態を確認し、そのうえで実際にラバーカップでの作業を試行し、それでもダメな場合にはさらに進んだ作業（ポンプやワイヤーを使った作業等）を行うという段階を踏んだ作業工程を実施することが必須であるといえる。

## 2 請求訪販の適用除外に該当する場面が想定困難であること

請求訪販の適用除外（特商法26条6項1号）の趣旨は、第1準備書面において述べたとおりであり、同条項が適用される場面は、消費者が、事業者からの勧誘を受けない状態で、事業者を選択した上で、契約上の給付とその対価を一定範囲のものと予定し、その範囲内で実際の契約が締結される場合であって、①相手方選択の自由及び②契約を締結しない自由の侵害の危険性がなく、③不招請勧誘によってもたらされる情報格差・交渉力格差・判断能力不全が生じないということにある。簡単にいうと、消費者において事業者から不当な影響を受けることなく契約条件を想定することができ、訪問販売における勧誘の「不意打ち」性がない場面ということができる。

しかしながら、被告らの通常の役務提供方法としては、消費者からの架電を端緒として、消費者宅訪問、作業見積、実際の修理作業、それでうまくいかない場合には再度の見積もりと再度のより強力な修理作業といった経過をたどるものであるが、上記のトイレの詰まり修理の一般的な流れでみたように、事前の電話でのやりとりで作業を特定することは困難であって、消費者において事前の電話段階で被告らから提供される役務や対価を想定することはできない。

むしろ、被告株式会社アールサービスのHP（甲2）に「水のトラブル1, 480円～」と記載されていることも考えると、これを見た消費者としては、詰まり除去作業に対する対価としては、数千円、あるいは高くとも1～2万円程度と想定することが通常と考えられる。そうすると、被告らの訪問後に被告らから提供される役務や対価が、数十万円に及ぶ場合などはとくに、明らかに消費者が想定した範囲を大きく超える非常に高額なもので、消費者にとってはまさに訪問販売の「不意打ち」性が高い場面にほかならない。

## 3 被告らの修理代金が同業他社と比べても非常に高額であること

被告らの修理代金が一般に高額なことは、P I O - N E Tにおける相談事例（甲5）記載の各代金及び支払金額を見ても明らかであり、同業他社の修理代

金と比較しても相当に高額である。

第1項で言及したLIXILのHPでは、水回りの修理について、類型的に概算見積りを出すことができる。

そこにおいては、トイレ（ロータンク便器）の便器詰まり修理代金は、便器を外さない場合、出張料と技術料込みで、10,500円～11,000円とされている（甲14）。

キッチンの流し排水溝下に設置する生ゴミ等の破砕処理装置（ディスポーザー）が、物が詰まって動かない場合の修理費用は、出張料・技術料で10,500円～11,000円とされている（甲15）。

また、浴室（ユニットバス）浴槽の排水栓の動きが悪く、動かなくなった場合の修理費用は、出張料・技術料で8,500円～9,000円、部品代込みでも11,700円～28,000円とされている（甲16）。

これらと比べても、被告らにおける修理代金の設定が、明らかに著しく高額であることがわかる。

#### 4 被告らがトイレ詰まり等修理の際に通常とられる方法をとらないで高額な修理方法に導いていること

##### (1) 被告らの対応（PIONEERの事例より）

トイレ詰まり修理の通常の流れ（第1項で上述）にもかかわらず、被告らにおいては、多くの場合に、つまり解消のために家庭でどのような措置を講じたかの確認をとっているかどうか疑わしく、また、ラバーカップの措置をとっていないと見られる事例が多数ある（甲第5号証における事例「42」を除く。）。

PIONEERにおける事例を見ると、

- ① 例えば、関西住宅設備名義では、甲第5号証における事例「7」においては、訪問後に「最初は8万円と言っていたが、トイレを外す等段階を追うごとに金額が上がり最終的に41万円と言われ」との記載が見られ、

- ② 同「9」においては「最初にポンプ2万円がかかると説明され」との記載が見られ、
- ③ 同「10」においては「若い男性がきて液体を流すと2万円、便器の取り外しは3万円などと説明する」「(外した) 便器をもどすよう依頼すると設置するには別費用になる。着脱費用とは言っていない」との記載が見られ、
- ④ 同「12」においては、「初めに料金を聞くと圧力ポンプ作業で28■■■■円だった。」との記載が見られ、
- ⑤ 同「13」では「依頼した業者が来て、すぐに8万円かかると言われた。」との記載が見られ、
- ⑥ 同「14」においては「薬剤で解消できなかったら高压洗浄と言われたが、価格は聞いていない」と記載され、
- ⑦ 同「15」においては業者来訪後「はじめは劇薬を使用し、ポンプで真空状態にしたが解消せず」と記載され、
- ⑧ 同「17」においては「薬剤で解消しなければ特殊な機器を使い押し出すことになるが7～8万円の費用がかかる」と記載され、
- ⑨ 同「30」においては「まず詰まった物を吸引する作業をしてみて、それでも無理なら便器を外すと言われた」「(便器を外すと) 詰まりが奥の方にまで及んでいるので、薬剤で溶かして流す必要がある、その作業に5万円がかかると言われた」との記載がある。
- ⑩ 同「70」では業者来訪後「作業前に40～50万円と言われて作業開始。」「40万円～50万円の内訳を教えてほしいと言ったが無視され工事が進んだ」との記載、
- ⑪ 同「89」では「ひどい詰まりといわれ費用聞き便器着脱した後更に薬剤入れ別費用で修理。高額支払いした」との記載、
- ⑫ 同「91」では「薬品を入れてトイレトペーパー等を溶かし、ローボ

ンプで書き出す（原文ママ）作業になる」との記載、

- ⑬ 同「92」では『高圧洗浄をしたが便器が詰まって取れない。便器を外し、再度取り付けて、10万はかかる』と言われた」との記載、  
が認められる。

## (2) 被告らが高額な作業に誘導していること

このように、被告らにおいては、多くの場合、ラバーカップでの作業を行うことをせずに、いきなりポンプによる高圧洗浄や便器の解体、ワイヤー（電動トローラー）作業などに入っているのである。

ラバーカップでの作業で詰まりが解消できれば、被告らのサービスの価格も比較的 low に抑えられるはずであるが、被告らは、多くの場合に、ラバーカップでの作業を挟まずに、いきなり高額な作業にかかろうとしている様子が見て取れる。そしてその作業において詰まりが解消されなければ、さらに他の高額な作業に進む、という具合で、結果的に相当高額な対価を請求している事例も多数見られる。甲第5号証の事例7, 9, 10, 12, 14, 15, 17, 30, 35, 50, 79, 89, 91, 92などである。

このように、被告らは、トイレ詰まり修理の際に通常とられるラバーカップを用いた措置を経ず、その他の高額な作業に誘導して、その作業で解決できなければ別の高額な作業を次々に勧誘するという形をとり、結果として高額な合計代金を請求するという悪質な商法を繰り返しているのである。

## (3) 被告らの専門性に関して留意すべき点

なお、被告らが消費者に対して次々に高額な作業を勧誘するについては、被告らの水道事業に関する専門性が前提となり、消費者がその専門性に対して、反論をすることもできず、表面的に「専門家が言っているのだからそういうものか」と納得させられてしまうことが、この被告らの勧誘方法における構造として、被告らの勧誘を断れず高額な契約を締結してしまうことにつながるものであるが、被告らの専門性には、資格という面での裏付けがない

ことにも注目すべきである。

すなわち、例えば、神戸市において、下水道事業に関して、下水道「新設」の場面においては、設置主体となる法人（作業を行う個人ではない）に神戸市下水道排水設備工事責任技術者の資格があり、同法人に下水道排水設備工事責任技術者の資格を有する者が存在することが必要である一方、本件で被告らが業としているような、下水道設備の「修理」や個人宅のトイレの便器の新設解体などには、何らの資格も要しないのである。

被告らの行っているような商法は、何らの資格も要さず、その意味で参入の容易な業態であり、主として高齢者を泣き寝入りさせることを狙って高額の対価を要求する悪質なものであり、また、消費者の視点から見ると極めて「不意打ち」性が高いものであることがわかる。

## 第2 結 論

訪問の現場である消費者の自宅において、資格での裏付けのない専門性を前提に、事前の電話で特定されていない、消費者が想定していない作業やその対価の見積りを次々に出して勧誘を行うことが、訪問販売における消費者の自己決定権や契約の自由を阻害する「不意打ち」性の高い非常に悪質なものであることは明らかであり、このような被告らと消費者との契約が、請求訪販の適用除外（特商法26条6項1号）に該当する余地はない。

以 上