

# 訴 状

令和5年3月10日

さいたま地方裁判所 民事部 御中

原告訴訟代理人弁護士	長	田	淳
同	武	藤	洋
同	貞	松	宏
同	窪		和

当事者の表示 別紙当事者目録記載のとおり

代理人の表示 別紙代理人目録記載のとおり

表示差止請求事件

訴訟物の価額 金 1,600,000円

貼用印紙の額 金 13,000円

### 請求の趣旨

- 1 被告は、別紙対象となる表示記載の表示を行ってはならない。
  - 2 訴訟費用は被告の負担とする。
- との判決を求める。

## 請求の原因

### 第1 はじめに

本件は、被告が運営する「暮らしのホームズ」(<http://kurashi-holmes.com/>)という広告サイト(以下、「本件サイト」という。)(甲1の1～3)において、有利誤認表示に該当する表示が行われていることから、適格消費者団体である原告が、景品表示法30条1項に基づき、請求の趣旨記載の表示の差し止めを求める事案である。

### 第2 当事者

1 原告は、消費者の権利擁護を目的とし、商品、サービス及び契約に関わる調査、研究、検討を行っている消費者・消費者団体・消費生活相談員・弁護士・司法書士等で構成している特定非営利活動法人であり、平成21年3月5日に内閣総理大臣から消費者契約法第13条に基づいて認定され、平成30年2月26日に認定更新された適格消費者団体である(甲2)。

2 被告は、貴和設備という屋号で本件サイトを運営する個人事業主である(甲1の3)。

被告は、本件サイトによりインターネット上で事業を行っており、埼玉県を含む全国に本件サイトの利用者が存在する。

### 第3 レスキュー商法について

近年、水回り修理、開錠、害虫駆除などの日常生活トラブルに事業者が訪問して作業を行う事業に関して、安価な金額で実施するかなのようなインターネット上の広告により消費

者から派遣依頼を受けると、派遣された作業担当者が消費者宅において高額な作業料の請求を行うという消費者トラブルが増加しており、国民生活センターから注意喚起が行われている（甲3）。

消費者トラブルの具体的内容としては、事業者が、消費者に対し、安価でサービスを受けることができるという印象を与えるインターネットサイト等での広告を行い、広告の内容を信じた消費者が事業者を呼んで作業を行ってもらったところ、広告の表示とはかけ離れた高額な費用を請求されるというものであり、同トラブルは「レスキュー商法」等と呼ばれている。

このレスキュー商法のきっかけとなる広告の多くはインターネットサイト上の広告である（甲3、1頁）。

そして、レスキュー商法の中でも、2020年度に国民生活センターに寄せられた相談において、トイレ修理、水漏れ・排水管等の詰まりの修理といった、水回り修理の相談件数は、5882件中3491件と、全相談件数の約6割を占めている（甲3、6頁）。

#### 第4 本件サイトにおける表示が有利誤認表示（景品表示法30条1項2号）に該当すること

##### 1 本件サイトの表示

本件サイトでは、トイレ・キッチン・お風呂・洗面台などの「水回りの詰まり・水漏れ 即解決!」、「基本料金~~1-2-0-0円~~▶350円税込～」と強調する広告表示を行う一方で、作業の種類によっては数万円から数十万円に上る場合があ

ることを何ら表示していない（甲1の1、1～2頁、5～11頁、甲1の2、1～2頁、6～9頁。以下、このような表示全体を「本件表示」という。）。この「基本料金350円税込～」という表示は、本件サイトにおいて、最も目立つサイト上部に大きなフォントかつ目立つ配色を利用して表示されているだけでなく、本件サイト内に多数表示されており、消費者の目に入りやすく、強い印象を与える表示となっている。

## 2 本件表示に対する一般消費者の認識

「基本料金350円税込～」という表示を見た一般消費者は、350円を最低額として若干の加算額が生じる可能性があることは通常想定できるとしても、数万円から数十万円（表示額の100倍～1000倍）に上る代金を請求されることまでは通常想定しないと考えられる。

この点につき、消費者庁の「訪問販売等の適用除外に関するQ&A」は、「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みを有しておらず、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。」（甲4）とコメントしている。

## 3 被告に関する被害の実態

全国の消費生活センターに令和2年1月1日から令和4年3月10日までの間に、「貴和設備」「暮らしのホームズ」のキーワードが付く事案として寄せられた苦情・相談の件数及び内容について、該当する相談事例は132件であり（甲

5、1頁)、内容の回答があった100件のうち、そのほとんどが、インターネットサイトで水回りトラブルの修理業者を見つけて修理をしてもらったが、数十万円の高額な修理代を請求されたという内容であった(甲5)。

その相談概要を見ると「ネット検索で一番安いサイトを選び修理依頼したが広告とはかけ離れた高額料金だった。」、「〇〇円と書かれていたから依頼した。」、「安い金額だと思ったので依頼をした。」という内容の相談が多数を占めている。

消費者トラブルに遭った者のうち消費生活センターに相談するものの割合は約3.2%に過ぎないと言われており(甲6)、被害を受けたものの、消費生活センターへ相談しなかった消費者が多数存在していることを考慮すれば、実際に本件サイトによって高額請求をされた消費者はかなりの人数に達するものと認められる。

#### 4 有利誤認表示

##### (1) 有利誤認表示の判断基準

景品表示法30条1項2号は、取引条件について、実際のものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示について、適格消費者団体による差し止め請求を認めている。

景品表示法上の不当表示に当たるか否かは、表示媒体における表示内容全体をみて、一般消費者が当該表示について著しく有利であると誤認するか否かにより判断されるものである。

##### (2) 本件表示の評価

取引条件について、実際のものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示である。

ア 前記第4第1項のとおり、本件サイトにおける「基本料金350円税込～」という表示は、最も目立つサイト上部に大きなフォントかつ目立つ配色を利用して表示されており、消費者に対し、この金額表示の印象を強く与えている。

そして、この「基本料金350円税込～」という表示が「水回りの詰まり・水漏れ即解決」という表示のすぐ下に記載されていることからすれば、一見して、消費者に対し、水回りトラブルに関する修繕等の役務を350円（税込）を大きく上回る金額で受けることができるという印象を与える表示である（甲1の1、1頁、甲1の2、1頁）。

イ 一方で、この350円が基本料金であって、他に部品代や作業費がかかることについては、本件サイトの中段に表示されている（甲1の1、5頁、甲1の2、5頁）。しかし、消費者の目を引く「基本料金350円税込～」の表示の近くに、「出張・お見積り・ご相談無料」という表示と電話番号が表示されており、中段までスクロールしないで申込み電話に進む可能性が高い。

また、本件サイトをスマートフォンで閲覧する場合、常に画面上に電話番号が表示され、電話番号をタップすれば直ちに電話することが可能である（甲1の1）。つまり、本件表示を見た消費者は、画面を下の方までスクロールすることなく、電話申込に進むことができるよう

な画面設定であるため、画面中段に「部品代＋作業費」という表示があっても、そもそもその表示に気付かない可能性が高いと考えられる。また、通常、消費者は水回りトラブルが発生した際にはパニック状態に陥っていることが多く、広告サイトの隅々まで確認をせずに電話をすることが想定されるため、本件サイトのような料金表示は消費者にとって誤信を与えやすいものである。

さらに、本件サイトを見て、部品代や作業費がかかるとの表示に気付いた消費者がいたとしても、本件サイトには部品代や作業費の基準や費用の具体例の表示がないため、どの程度の費用を要するのか消費者には全く分からない。「基本料金 350 円」が強調されている表示から、その 100 倍～1000 倍の部品代・作業費がかかることは想定できない。

したがって、本件サイトを見た消費者からすれば、水回りトラブルに関する修繕等の役務を 350 円（税込）を大きく上回ることがない金額で受けることができるという印象・認識を持つことが自然であり、これを遥かに上回る修理代を請求されることを想定することはできない。

ウ よって、本件サイトの表示は、水回りトラブルに関する修繕等の役務を 350 円（税込）を大きく上回ることがない金額で受けることができるかのように示す点で「役務…の取引条件について、…実際のもの…よりも取引の相手方に著しく有利」（景品表示法 30 条 1 項 2 号）な表示である。



エ そして、本件サイトを見て依頼をした消費者は、本件サイトに表示された金額を大きく上回ることがない金額で事業者から役務提供を受けることができると考えたにも関わらず、このような予想を遥かに上回る修理代を請求されたことで消費生活センターに苦情・相談を行ったのであって、多数の消費者が本件サイトの表示によって誤認をしたことは明らかである。

オ したがって、別紙「対象となる表示」記載の表示は、消費者に対し、あたかも水回りトラブルに関する修繕等の役務を350円（税込）を大きく上回ることがない金額で受けることができるかのように示す点で、取引条件について、実際のものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示に該当する。

#### 第5 被告が、別紙「対象となる表示」記載の表示を現に行い又は行うおそれがあること

原告は、被告に対し、別紙対象となる表示記載の表示について、令和3年6月30日に問合せを行ったが（甲7）、被告からの返答はなかった。

その後、原告は、被告に対し、令和4年8月3日に消費者契約法第41条第1項に基づき、差止請求書を送付したが（甲8）、被告は差止請求書に対して何ら回答せず、本件サイトの表示の削除・修正も行わない。

なお、原告が、被告に対し、令和3年6月30日に問合せを行った際には、本件広告の基本料金の表示は「基本料金460円税込～」であったが（甲7）、現在は「基本料金35

0円税込～」に変更されている。

被告は、現在も本件サイトの運営を続けており、本件サイトの金額表示の変更を行う一方で、原告からの問合せ及び差止請求を頑なに無視している。このような被告の態度からして、被告が別紙「対象となる表示」記載の表示を改める意思がないことは明らかであり、被告には別紙「対象となる表示」記載の表示を現に行い又は行うおそれがあるといえる。

## 第6 結語

よって、原告は、被告に対し、景品表示法30条1項に基づき、請求の趣旨記載の表示を差し止めることを求める。

### 証拠方法

証拠説明書記載のとおり

### 添付書類

- |           |     |
|-----------|-----|
| 1. 訴状副本   | 1通  |
| 2. 甲号証写し  | 各2通 |
| 3. 証拠説明書  | 2通  |
| 4. 訴訟委任状  | 1通  |
| 5. 資格証明書  | 1通  |
| 6. 定款     | 1通  |
| 7. 理事会議事録 | 1通  |

当事者目録

〒330-0064 埼玉県さいたま市浦和区岸町七丁目11番5号

埼玉県生活協同組合連合会内

原告 特定非営利活動法人

埼玉消費者被害をなくす会

上記代表者理事長 池 本 誠 司

〒278-0032 千葉県野田市桜台1079-2

クレマチスB102

被告 暮らしのホームズ、貴和設備こと

椎 名 貴 彦

代理人目録

- 〒330-0802 埼玉県さいたま市大宮区宮町二丁目28番地  
あじせんビル4階・6階 埼玉中央法律事務所  
原告訴訟代理人弁護士 長 田 淳
- 〒330-0854 埼玉県さいたま市大宮区桜木町1-8-2  
NMビル6階 さくら総合法律事務所  
同 武 藤 洋 善
- 〒330-0803 埼玉県さいたま市大宮区高鼻町1-40-1  
PRSビル3階C号室 一宮法律事務所（送達場所）  
TEL 048-658-1038  
FAX 048-658-1041  
同 貞 松 宏 輔
- 〒330-0063 埼玉県さいたま市浦和区高砂2-1-2  
駒崎ビル302 こうの市民法律事務所  
同 窪 和 隆

## 対象となる表示

(表示媒体)

被告ウェブサイト

(対象となる役務)

水回りトラブルに関する修繕等

(表示内容)

第1 「基本料金350円税込～」という表示

第2 「基本料金350円税込～」等と、実際の価格と比べて著しく低額な価格を表示し、対象となる役務を実際の価格を著しく下回る価格で受けられるかのように示す表示