

申 入 書

平成 17 年 7 月 14 日

有限会社はし源 御中

特定非営利活動法人京都消費者契約ネットワーク
理 事 長 長 尾 治 助
(連絡先)

〒604-0847

京都市中京区烏丸二条下る西側ヒロセビル5階

TEL 075-211-5920 / FAX 075-251-1003

野々山 宏 (理事・弁護士)

当NPO法人は、消費者契約に関する調査、研究、救済及び支援事業等を通じて消費者の権利擁護を目的とする消費者、消費者団体、消費生活相談員、学者、司法書士及び弁護士らで構成しているNPO法人です。

当NPO法人は、貴社が活水器等の販売に当たって実施している勧誘方法について検討しましたので、その検討結果を基に、貴社に対し、下記のとおり申し入れします。

つきましては、本申し入れに対する貴社の対応について本書到達後2週間以内に文書で回答ください。

第1 申し入れの趣旨

貴社が活水器等の商品販売ないし床下換気扇工事などの役務提供契約をするに際して、以下の勧誘行為を実施することを直ちに中止するよう求める。

- (1) 訪問販売等において、「水道管の点検をする」などと称して、販売目的を隠匿して勧誘すること。
- (2) 実際はそうでないのに、現状の水道を利用し続けると、「必ず病気になる」などの不実のことを述べて勧誘すること。
- (3) 消費者の心理的不安を惹起し、または消費者の判断能力の不足等につけ込むような勧誘をすること。
- (4) あらかじめ承諾がないにもかかわらず、60歳以上の高齢者に対して訪問して勧誘すること。
- (5) いったん契約を結んだ消費者に対して、これに乗じて同機能の商品や役務を

多量に購入させること。

- (6) 契約締結に際して、特定商取引法、割賦販売法などの法規に定められた記載事項が記載された書面を交付しないこと。

第2 申し入れの理由

1 貴社がもたらしている消費者被害の状況

貴社は、リフォーム工事の有償役務提供や活水器・浄水器の販売等を目的とする有限会社であるが、当法人の調査によれば、貴社が設立された平成16年6月1日から、貴社に関して全国の消費生活センターに寄せられた苦情・相談が多数に上っており、そのことは当法人所属の弁護士が代理人となっている貴社を被告とする京都地方裁判所平成16年（ワ）第3331号事件の事件記録の証拠資料である裁判所からの調査嘱託の結果からも明らかである。同証拠資料によれば、平成16年6月1日から同年12月までの約7ヶ月間で、貴社に関して寄せられた苦情件数は49件に上っている。

統計上、購入した商品や受けたサービスについて不満を持った消費者の中で、実際に消費生活センターに相談を持ち込む者の割合は、約5パーセントであり、消費生活センターに相談が持ち込まれるのは氷山の一角に過ぎないとされている。それからすると、現実には貴社から消費者被害を受けているケースは約1000件にのぼることになる。これは、わずか7ヶ月間の数字としては極めて多いといわざるを得ない。

2 貴社の勧誘の具体的態様

当法人の調査によれば、契約当事者としては、独居の高齢者から貴社の勧誘の苦情がもたらされているケースが極めて多い。上記証拠資料によると、60歳以上の高齢者の苦情が90パーセントを超えており、70歳以上でも78パーセントを占めている。また、勧誘の態様としては、まず「水道管の点検を行う」などと述べて訪問し、それから浄水器や床下換気扇等の商品ないし役務の購入の勧誘を行うという点検商法が非常に目立ち、貴社にとってはマニュアル化された勧誘方法であると強く推定される。このような点検商法は、商品ないし役務の販売目的を明示しないままにその勧誘を開始するものであり、改正特定商取引法によって禁止されている。また京都府消費生活条例11条1項1号、同施行規則2条別表1（11）「商品の販売等を行う目的で、検査その他の役務を無償又は著しく低い対価で提供することにより消費者に心理的負担を負わせて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為」として明確に禁止されているところである。

そして、実際はそうでないのに、現状の水道を利用し続けると、「必ず病氣

になる」などの不実のことを述べて勧誘する事例がある。このような勧誘は消費者契約法4条1項1号で取消の対象となる勧誘方法である。

高齢者を対象に訪問販売をしたり、「必ず病気になる」と述べて勧誘することは消費者の心理的不安を惹起し、または消費者の判断能力の不足等につけ込む公序良俗に反する勧誘方法である。

上記のような不当な勧誘方法を併せて考えると、貴社に対する苦情の90パーセント以上を占めている60歳以上の高齢者に対して、あらかじめの承諾なく訪問販売の方法で勧誘すること自体、トラブルを誘発する勧誘方法といえ、このような不招請勧誘はすべきではないと思料されるところである。

さらに、いったん契約を結べば、これに乗じて同機能の商品や役務を多量に購入させるといいうわゆる次々商法・過量販売の勧誘や契約も多数行われている。これも、消費者の判断能力・意思決定能力の不足につけ込んだ、公序良俗（民法90条）に反する勧誘方法であり、京都府消費生活条例11条1項2号、同施行規則2条別表2（2）も、「消費者が当面必要としない不当に多量の商品の販売等を内容とする契約を締結させる行為」を厳に禁止している。

さらに、個々の勧誘行為においても、下記判決で指摘されているような、特定商取引法などで定められている法定書面の不交付の違法な行為が見られる。

3 京都地裁平成17年5月25日判決

平成17年5月25日、京都地方裁判所において、貴社に対し、貴社商法の被害者に対して116万0250円及びその遅延損害金を支払うよう命ずる判決が言い渡された（平成16年（ワ）第3331号不当利得返還等請求事件）。

これは、被害当時71歳の独居の高齢者が、貴社の点検商法・次々販売によって浄水器・活水器・床下換気扇工事等の商品・役務の購入を契約させられ、その対価として合計116万0250円を支払わされた、というものであり、その具体的勧誘行為を見ても、著しい法定書面の不備や断定的判断の提供、不実の告知等が見られた。

裁判所は、貴社の契約書面の記載事項に不備があるとして、クーリングオフによる解約を認めたものであるが、契約態様はまさに、上記述べたような貴社による消費者被害の典型例というべきケースである。

このように、裁判所における判決がなされ、貴社の販売方法の問題性が顕著となっている。

4 まとめ

よって、貴社においては、貴社が活水器等の商品販売ないし床下換気扇工事などの役務提供契約をするに際して、以下の勧誘行為を実施することを直ちに

中止するよう求めるものである。

- (1) 訪問販売等において、「水道管の点検をする」などと称して、販売目的を隠匿して勧誘すること。
- (2) 実際はそうでないのに、現状の水道を利用し続けると、「必ず病気になる」などの不実のことを述べて勧誘すること。
- (3) 消費者の心理的不安を惹起し、または消費者の判断能力の不足等につけ込むような勧誘をすること。
- (4) あらかじめ承諾がないにもかかわらず、60歳以上の高齢者に対して訪問して勧誘すること。
- (5) いったん契約を結んだ消費者に対して、これに乗じて同機能の商品や役務を多量に購入させること。
- (6) 契約締結に際して、特定商取引法、割賦販売法などの法規に定められた記載事項が記載された書面を交付しないこと。

なお、この申入書に対しては、本書面到達後2週間以内に書面によって回答されたい。

以 上