

令和7年(ワ)第1880号 共通義務確認請求事件




原告 特定非営利活動法人 消費者支援ネット北海道

被告 株式会社即決営業

被告準備書面 (2)

令和8年4月17日

札幌地方裁判所民事第1部合議係 御中

被告訴訟代理人弁護士	篠原	一	
同	正田	琢也	
同	高松	千在	

被告は、本件訴訟の訴訟要件に関して、本書面をもって、以下のとおり、被告の主張・反論を行う。なお、定義語については、特に断りのない限り、従前の例による。

第1 総論

原告は、令和8年2月16日付け原告準備書面（1）（以下「原告準備書面（1）」という。）において、本件訴訟の訴訟要件である①多数性、②共通性、③支配性の要件はいずれも充足している旨主張し、また、請求原因に関する被告の主張に対して反論を行っている。

しかし、共通義務確認訴訟における上記①ないし③の訴訟要件に関する解釈及び裁判例を踏まえれば、本件訴訟において、上記①ないし③の訴訟要件はいずれも充足しておらず、また、そもそも、原告により設定された対象消費者は特定が不十分であるから、本案についての議論を俟つまでもなく、原告の請求が認められないことは明らかである。以下、これらの点について詳述する。

第2 多数性の要件を満たさないこと

令和7年12月12日付け被告準備書面（1）（以下「被告準備書面（1）」という。）6頁のとおり、多数性の要件、すなわち「相当多数の消費者に生じた財産的被害等」に関する訴えであること（消費者裁判手続特例法2条4号）については、社会通念からみて、不特定多数の消費者の利益保護を活動目的とする特定適格消費者団体の訴権の行使を正当化する程度に対象被害者の範囲が広がっていることを意味すると解される。

かかる多数性の要件に関し、原告は、（1）被告と契約した消費者として原告の呼びかけに応じて原告のホームページに登録した消費者のうち、被告の電話勧誘販売により契約したとみられる者が77名に達していること（甲12）、及び（2）P I O-N E T（全国消費生活情報ネットワークシステム）情報（甲5）からの推認を理由として、対象消費者が多数に上ることの立証は十分であると主張している（原告準備書面（1）7頁ないし10頁）。

しかし、原告による上記（1）の主張について、甲第12号証をもって本件訴訟

の対象消費者が77名存在することが立証されることにはならない。すなわち、甲第12号証のフォームに記載された内容は、これに登録した者が、自ら、被告と契約した経緯や契約内容等を記載したものと思われるが、当該登録者の個人名はおろか、契約年月日など、具体的な消費者を特定することができる情報は何ら記載されていない。そのため、当該フォームに記載された事実の存否や、当該登録者が原告の主張する対象消費者に該当するかについて、甲第12号証からは検証のしようがなく、甲第12号証をもって原告の主張する対象消費者の存在を立証しようとすることにはそもそも無理がある。

加えて、原告は、「㊟契約した経緯」の記載内容をもって、フォームへの登録者が本件訴訟における対象消費者であるか否かを判断するようであるが（甲12・13頁参照）、甲第11号証によれば、「㊟契約した経緯」の項目は、登録者による自由記載に委ねられたものである。その結果として、「㊟契約した経緯」の項目に記載された内容は、登録者によって記載の粒度感も様々となっており、当該項目に記載された内容のみをもって、特商法上の「電話勧誘販売」が行われたのかを判断することは困難である。このことからしても、甲第12号証をもって原告の主張する対象消費者が多数存在することが立証されることにならないことは明らかである。

また、原告による上記(2)の主張について、甲第5号証1頁目に「当回答には、貴団体が差止対象とする内容と必ずしも同種ではない相談が含まれる可能性があるため、相談件数については、差止対象とする内容と同種のトラブルかを貴団体にて確認したものをお使いください」との注意書きがあり、また、甲第4号証の別紙2の「3. 特記事項」において「P I O - N E T情報は相談者の申し出情報に基づいており、事実関係が必ずしも確認されたものではありません。」との記載もあるとおり、甲第5号証は、客観的な裏付けの有無を問わず、匿名の相談者からの申告内容をそのまま記載したものであって、「電話勧誘販売」によって「本件売買等契約」を締結した消費者数を示す適切な資料とはいえない。

さらに、甲第5号証には、各相談者を特定する情報の記載がなく、上記(1)の主張について指摘したことと同様に、記載された内容が事実であるか否かや原告の主張する対象消費者への該当性について検証しようがないことに鑑みても、甲第5号証をもって原告の主張する対象消費者が多数存在することが立証されることにはならない。実際、P I O-N E Tの情報というのは、これ自体が何らかの行政処分や刑事処分の直接の根拠資料となるものではなく、消費者庁等も、この情報を参考にしつつ、個別の消費者や事業者からの資料提供や事情聴取を行い、当該資料提供や事情聴取で得られた一次資料をもとに事実認定を行っているため、P I O-N E Tの情報は証拠利用していない。また、特商法違反そのものについて、多数性は要件とされていないため、行政処分があることをもって多数性が直ちに立証できるものでもない。

上記に加え、原告は本件訴訟において、多数性を基礎付ける証拠として、伝聞証拠のみしか提出しておらず、訴訟上必要となる証明をしていない。P I O-N E Tの情報(甲5)にしても、聴取報告書(甲10)にしても、そもそも対象消費者の特定がされておらず、実在性が立証されていないという問題に加えて、このような情報は書面やフォーム等の媒体を通じて訴訟に顕出されているものであるため、知覚、記憶、表現、叙述の過程を含む伝聞証拠に該当する。このような証拠は反対尋問の機会も与えられていないほか、上記各証拠には供述者の署名や押印もされていないため、刑事訴訟手続と異なって証拠排除までなされるものではないとしても、その証明力はほぼないものと言わざるを得ない。これを証拠として十分とするのであれば、それは民事訴訟手続において、当事者が作成した陳述書のみで事実認定を行うのと同じであり、極めて不合理である。

以上のとおり、多数性の要件について、原告による立証は甚だ不十分であると言わざるを得ず、本件訴訟につき、①多数性の要件が充足されていないことは明らかである。①多数性の要件を立証するのであれば、少なくとも被害当事者を特定し、

その被害当事者が被害を受けたことを客観資料、証人尋問等の方法によって立証すべきである。

第3 共通性の要件を満たさないこと

被告準備書面(1)7頁のとおり、共通性の要件、すなわち、「共通する事実上及び法律上の原因」が存在する場合とは、消費者の事業者に対する金銭支払請求権の基礎となる事実関係及び法的根拠の本質的部分が重なり合っていることをいうと解される。

かかる共通性の要件に関し、原告は、電話勧誘販売により被告と契約し、代金を支払ったが、クーリング・オフ期間前にクーリング・オフ通知を行ったという対象消費者の請求を基礎づける事実から、共通性の要件が充足されるため、被告の勧誘方法等が様々であることは問題とならない旨主張する(原告準備書面(1)10頁)。

しかし、原告が訴状訂正申立書別紙において対象消費者を特定するために用いる「電話勧誘販売」という用語は、特商法上の法的な概念であり、「電話勧誘販売」に該当する勧誘方法や販売形態には様々なものが存在し得る(実際に、被告による勧誘方法等も一律のものではなく、個々の事案によって様々である)。上述のとおり、共通性の要件を充足するためには、事業者に対する金銭支払請求権の基礎となる法的根拠だけではなく、事実関係の本質的部分についても重なり合うことが必要であるところ、原告が設定する対象消費者について、多様なバリエーションの勧誘方法等が想定される以上は、まずもって、原告の設定する対象消費者間で事実関係の共通性を欠くことは明らかである。

この点に関して、原告は、被告による勧誘方法に関して、複数の類型があることは認めつつ、甲第5号証、甲第9号証及び甲第10号証を根拠として、被告による勧誘方法の内容を主張するが(原告準備書面(1)5～6頁)、甲第9号証及び甲第10号証は、合計で8名の消費者による供述を記したものにすぎず、このようなご

く少数の消費者の事例をもって、被告による勧誘手法を一般化することには無理があるし、甲第5号証は、前記第2のとおり、被告による勧誘手法を立証する手段とはなり得ない。なお、甲第10号証については、甲第5号証と同様に、個人名はおろか、契約年月日など、具体的な消費者を特定することができる情報は何ら記載されておらず、記載された事実の存否や、当該消費者が原告の主張する対象消費者に該当するかについて検証することが不可能であるという問題もあるし、そもそもこれらの証拠は前記第2のとおり伝聞証拠であり、記載内容が真実であることを立証するための証拠価値は乏しい。

このように、原告の設定する対象消費者を前提とすれば、消費者の事業者に対する金銭支払請求権の基礎となる事実関係及び法的根拠の本質的部分が重なり合っていることが立証されているとはいえず、②共通性の要件を充足しないことは明らかである。

第4 支配性の要件を満たさないこと

1 支配性の意義

支配性が認められるためには、個々の消費者の損害や因果関係の有無等を判断するに当たり、個々の消費者ごとに相当の審理が必要となることはない程度になっている状態であることが必要となると解される（被告準備書面（1）10頁）。

この点に関して、最高裁第三小法廷令和6年3月12日判決・民集78巻1号1頁（以下「令和6年判例」という。）は、以下のとおり、相当の審理が必要となるか否かの判断に当たって、個々の消費者の対象債権の存否及び内容に関して審理判断をすることが予想される争点の多寡及び内容、当該争点に関する個々の消費者の個別の事情の共通性及び重要性、想定される審理内容等が考慮

される旨を判示している（下線部は被告による。）。

法は、消費者契約に関して相当多数の消費者に生じた財産的被害を集団的に回復するため、共通義務確認訴訟において、事業者がこれらの消費者に対して共通の原因に基づき金銭の支払義務を負うべきことが確認された場合に、当該訴訟の結果を前提として、簡易確定手続において、対象債権の存否及び内容に関し、個々の消費者の個別の事情について審理判断をすることを予定している（2条4号、7号参照）。そうすると、法3条4項により簡易確定手続において対象債権の存否及び内容を適切かつ迅速に判断することが困難であるとして共通義務確認の訴えを却下することができるのは、個々の消費者の対象債権の存否及び内容に関して審理判断をすることが予想される争点の多寡及び内容、当該争点に関する個々の消費者の個別の事情の共通性及び重要性、想定される審理内容等に照らして、消費者ごとに相当程度の審理を要する場合であると解される。

そして、令和6年判例の事案では、消費者に対する仮装通貨の内容等を解説する商品についての虚偽又は実際とは著しくかけ離れた誇大な効果を強調した説明が不法行為を構成するものとして主張され、被告からは過失相殺が主張されていたところ、同判例は、以下のとおり、当該説明がウェブサイトに掲載された文言や動画という共通・一律の手法により行われていることに基づき、説明及びそれを受けた商品の購入という主要な経緯が共通していることを認定し（下線部は被告による。）、過失相殺及び因果関係に関して対象消費者ごとに相当程度の審理を要するとはいえないとして、支配性の要件の充足を認めている。

上告人が主張する被上告人らの不法行為の内容は、被上告人らが本件対象消

費者に対して仮想通貨に関し誰でも確実に稼ぐことができる簡単な方法があるなどとして、本件各商品につき虚偽又は実際とは著しくかけ離れた誇大な効果を強調した説明をしてこれらを販売するなどしたというものであるところ、前記事実関係によれば、被上告人らの説明は本件ウェブサイトに掲載された文言や本件動画によって行われたものであるから、本件対象消費者が上記説明を受けて本件各商品を購入したという主要な経緯は共通しているということができる上、その説明から生じ得る誤信の内容も共通しているということができる。

以上の令和6年判例の上記判旨は、支配性の意義についての解釈と、いかなる場合に相当程度の審理を要しないとして支配性が認められるかについての具体的な事案における認定・判断を示すものといえる。

2 原告の主張に対する反論

本件は、前記1の令和6年判例のように、共通のウェブサイト等が存在することによって、各消費者との関係で契約締結にいたる主要な経緯の共通性が認められる場合と異なり、原告が設定する対象消費者に対して実施された共通・一律の勧誘手法は存在しない。原告は、本件訴訟における対象消費者について、「電話勧誘販売により本件売買等契約を締結し」という要素をもって対象消費者を特定しようとするが（訴状訂正申立書別紙）、前記第3のとおり、「電話勧誘販売」という用語は法的な概念であり、「電話勧誘販売」に該当する勧誘方法や販売形態には様々なものが存在し得るし、勧誘方法によっては、「電話勧誘販売」に該当しないケースも多数存在することが想定される。そのため、仮に、本件訴訟における原告の請求が認容されるとすれば、簡易確定手続における審理段階では、対象消費者ごとに、被告による勧誘方法等について具体的な事実関係を立証させた上で、各消費者に対する被告の行為が「電話をかけ、または

政令で定める方法により電話をかけさせ、その電話において行う勧誘によるもの（特商法2条3項）であるか否かや、特商法26条7項1号への該当性について、個別に判断することが必要となる。

この点に関して、原告は、簡易確定手続において、尋問を行わず、書証の取り調べることでこれらの争点を判断できると主張するが（原告準備書面（1）11頁）、上述のとおり、これらの争点との関係では、当該消費者に対して被告が具体的にどのような勧誘行為を行ったのかを含む契約締結に至る具体的な経緯について審理することが必要であるし、このほかにも、各消費者の事業者性に関する諸般の事情（詳細は被告準備書面（1）9頁のとおり）についても審理の対象となることから、それ自体、相当の審理が必要となることが容易に想定できる。また、上記に挙げた審理対象については、必ずしも裏付けとなる証拠が書証となっていないことも多いと想定されるため、これらの争点に関して尋問を実施する必要性は高く、消費者の陳述書等によってこれらの争点を判断することは、被告による反対尋問・反論の機会を損なうものであって、相当でない。

以上のとおり、本件訴訟では、「電話勧誘販売」の該当性や特商法26条1項1号への該当性、同条7項1号への該当性について、個々の消費者ごとに相当の審理が必要となるため、③支配性の要件を充足しないことは明らかである。

第5 対象消費者の特定が不十分であること

以上のとおり、本件では、多数性、共通性、支配性のいずれの訴訟要件も満たさないと考えられるが、本件訴訟における根本的な問題は、原告が設定する対象消費者の特定が不十分なことにある。すなわち、原告は、訴状訂正申立書別紙において、「電話勧誘販売」という特商法上の法的な概念を用いて対象消費者の特定を試みるが、被告による勧誘方法が一律でない以上は、具体的な勧誘方法によって対象消費

者が特定されるべきであり、当該具体的な勧誘方法を前提として、多数性、共通性、支配性という訴訟要件の充足性についての議論がなされる必要がある。

以上のほかにも、原告が提供する商品やサービスは多数存在するところ、訴状訂正申立書別紙の対象消費者目録では、「本件売買等契約」の対象となる具体的な商品・サービスについてすら何ら特定がなされていない。このように、対象消費者の特定が不十分である以上、本案についての議論を俟つまでもなく、原告の請求は認められない。

以上