

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（4）

令和8年8月26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	
同	高松	千	

第1 はじめに

被告は、本書面にて、以下のとおり、原告が主張する対象消費者の範囲を前提とした場合に本件訴訟が支配性の要件を欠くことを主張する。また、かかる主張に伴い、被告が保有する顧客との契約締結過程に関する資料のサンプルとして、現状、被告において確認・整理することができた、契約締結に至るまでの顧客と被告との間におけるメールやLINE等のやり取り、契約書類（乙5の1乃至8、乙6の1乃至8、乙7の1乃至3、乙8の1乃至2）、被告において顧客の情報や勧誘・契約締結等のステータス管理の目的で作成している「フォロー情報」と題する資料（乙5の9、乙6の9、乙7の4、乙8の3）、さらには、後述の被告によるセミナーや個別面談の録音音声が存在するものについては、それらを記録した媒体（乙5の10、乙6の10及び11、乙7の5）を証拠提出する。

第2 被告の営業及び顧客との契約締結過程の実態

1 被告の営業及び顧客との契約締結の過程の概要

被告の顧客に対する営業の実態及び契約締結の過程は、典型的には、以下のとおりである。

- ① 顧客において被告が販売する商品や被告が提供する役務、被告によるセミナー等を認知する（本過程を以下「①顧客の流入」という。）
- ② ①を経て顧客から被告が開催するセミナーへの申込みがあった場合には、被告担当者が応募者に対してWEB又は対面での無料セミナーを実施する（本過程を以下「②セミナー」という。）
- ③ 被告担当者と顧客との間でWEB又は対面で個別コンサルティングを実施する（本過程を以下「③個別面談」という。）

- ④ 被告と顧客との間でのWEB又は対面で契約を締結する（本過程を以下「④契約締結」という。）。

2 前記1の①乃至④の各過程が多様であること

被告準備書面（3）2頁以下で主張しているとおり、前記1の①乃至④の各過程には様々なバリエーションが存在する。なお、②セミナーを経ることなく、③個別面談及び④契約締結へと至る顧客も存在する。

以下、具体的に、被告の顧客である、A氏（乙5の1乃至10）、B氏（乙6の1乃至11）、C氏（乙7の1乃至5）、D氏（乙8の1乃至3）の顧客資料を引用しながら、各過程の実態が様々であることを述べる。

（1）①顧客の流入

既に被告準備書面（3）2頁乃至4頁で述べたとおりであるが、①顧客の流入については、公式LINEへの登録、ビジネスマッチングアプリからの誘導、被告に関する広告（ホームページ、SNS等を含む）、被告の講演会、知人からの紹介等の様々なパターンがある。今回サンプルとして提出する顧客資料との関係では、A氏及びD氏はLINEの登録により（乙5の1、乙8の1）、B氏はセミナーの申込みにより（乙6の1）、C氏はビジネスマッチングアプリを経由して（乙7の4）、それぞれ被告との間でやり取りを開始するに至っている。

（2）②セミナー

②セミナーについては、応募した顧客を対象として、WEB又は対面で実施されている。今回の提出資料では、A氏及びB氏はWEBのセミナーに参加しており（乙5の2乃至5、乙6の1乃至3）、C氏及びD氏はセミナーには参加していない。

(3) ③個別面談

③個別面談については、②セミナーや直接の電話連絡（いわゆるテレアポ）、メール、LINE、その他のSNSのチャット等で案内が行われ、あるいは、顧客側から個別面談の申込がなされることで、被告担当者と顧客との間における個別面談の機会が設定される。そして、③個別面談はWEB又は対面の方法で実施される。

A氏及びB氏とは対面で（乙5の6及び7、乙6の4乃至6）、C氏とはWEBで（乙7の1及び2）、D氏とは電話で（乙8の1）それぞれ個別面談が実施されている。なお、B氏及びC氏との間で行われた個別面談については、録音記録が存在する（乙6の11、乙7の5）が、A氏及びD氏との間で行われた個別面談については録音記録が存在しない。

(4) ④契約締結

④契約締結については、③個別面談を経て、被告と顧客との間において、被告の商品を購入し、あるいは、役務の提供を受けることの合意に至った場合には、WEB又は対面で、紙媒体の契約書面の締結又は電子契約の締結という方法により、被告の商品の販売又は役務の提供に係る契約が締結される。A氏及びB氏は対面で電子契約を締結し（乙5の8、乙6の7及び8）、C氏及びD氏はWEBで電子契約を締結している（乙7の3、乙8の2）。

(5) 小括

以上のとおり、被告と顧客との間で契約が成立するまでの過程には、様々な過程とバリエーションが存在する。

第3 原告主張の対象消費者を前提とした場合、本件訴訟が支配性の要件を欠くこと

1 総論

原告は、訴状訂正申立書別紙「対象消費者目録」において、本件訴訟の対象消費者を「被告との間で、平成28年10月1日以降に電話勧誘販売により本件売買等契約を締結した消費者」と定義しているところ、「電話勧誘販売」は、特商法2条3項に定義される法的な概念であるため、当然ながら、これに該当するか否かの判断にあたっては、勧誘方法、コミュニケーションの内容・態様、契約締結の方法等に係る具体的な事実を認定し、法的な評価を加える必要がある。

しかるに、「電話勧誘販売」により「本件売買等契約」を締結した消費者という上記の対象消費者の設定に従った場合には、簡易確定手続において、個々の顧客の権利の存否を判断するに当たり、前記第2・2の契約締結過程に関する様々なバリエーションについて、相当数の資料を検討した上で、最終的に書証上明らかでない点に関しては、当事者・関係者の尋問を実施するなどして審理を行うことが、(簡易確定手続では当事者尋問・証人尋問が実施できないが)本来的には必要となる。すなわち、被告の商品販売又は役務提供に係る本件売買等契約を締結するまでには、前記第2・1の①乃至④の過程を経るのであり、各過程においては、様々な方法・内容の勧誘が行われる。原告は、被告と顧客が契約締結に至る過程について、「Web会議ツールを用いたオンラインのコンサルティングに参加するためのURLを送信し、対象消費者が当該URLからWeb会議ツールを用いてコンサルティングに参加すると、営業活動の能力向上を目的とした商品の売買契約…及び研修に係る役務を有償で提供する契約…の締結について勧誘を行い、各契約を締結させ」るものであると主張するが(訴状2頁)、本件売買等契約の締結過程には様々なバリエーションがあり、そもそ

も勧誘についても、WEB会議ツールを用いない方法で行われるケースが多数存在する。また、特商法は、消費者が事業者に電話をかけた場合であっても、事業者が政令で定める方法により消費者に電話をかけさせたといえるのであれば、電話勧誘販売に該当すると規定しているところ（特商法2条3項）、被告が締結した契約の中には、政令において定められる「売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに電話をかける」という要件（特商法施行令2条1号）との関係でも、顧客がセミナーの実施後、商品やサービスの勧誘があり得ることを完全に認識して無料コンサルティング等を申し込むケースもある。このように、原告が主張する契約締結過程や勧誘方法は、本件売買等契約の締結に至る過程の様々なバリエーションのうちの一つのパターンに過ぎないのであって、簡易確定手続においては、原告の主張する契約締結過程や勧誘態様を所与の前提とするのではなく、対象消費者毎に、どのような過程を経て契約が締結され、その過程の中で、どのような勧誘行為が被告によって行われ、各勧誘態様が特商法上の電話勧誘販売に該当するのかを具体的に審理する必要がある。

しかし、以下のとおり、簡易確定手続において各争点に関してそのような審理を行おうとすれば、個別に相当程度の審理を行うことが不可避であって、支配性の要件を欠くことは明らかである。

2 電話勧誘該当性の争点

（1）「売買契約又は役務提供契約の締結についての勧誘」が、「電話をかけ」る手段で行われたか否かについての審理・判断

まず、①顧客の流入から④契約締結に至るまでに、顧客と被告の担当者との間では、複数回にわたって、WEB、電話、対面等など様々な手段で対話が行われているから、電話勧誘販売該当性を判断する上では、被告と顧客との間で、い

つ、どのような対話が、どのような手段で行われたのかを整理した上で、特商法2条3項にいう「売買契約又は役務提供契約の締結についての勧誘」が、「電話をかけ」る手段で行われたのかを判断する必要がある。すなわち、本件売買等契約の締結に向けた具体的な勧誘行為がWEB会議ツールによって行われた場合には特商法2条3項の「電話をかけ」る方法に該当する、という原告の主張を前提にしたとしても、かかる具体的な勧誘行為が電話やWEB会議ツールではなく、対面で行われていた場合には、特商法2条3項の「電話をかけ」る方法には該当しない。また、特商法施行令2条1号に該当しない態様で、顧客から電話をかけさせた場合にも電話勧誘販売該当性は否定される。そのため、契約締結に至る過程で、単に顧客との間でWEB会議ツールを用いた対話が行われていることを認定するだけでは、電話勧誘販売該当性を判断することはできず、顧客との対話内容を、対話手段毎に整理ができて初めて電話勧誘販売該当性に関する判断が可能となるのである。

しかし、前記第2・2(3)のとおり、被告においては、一部、顧客との口頭の対話内容を録音の形で保有している例もあるものの、全ての口頭での対話内容を録音として保有しているものではなく、具体的な商品に関する勧誘が行われた場面に関する録音が存在しない場合がある。そのため、簡易確定手続で時には数時間に及ぶ録音反訳を逐一確認するのかという問題もさることながら、録音がない部分の対話内容については、最終的には、書証ではなく、人証によって立証する必要があるものの、簡易確定手続では当事者尋問・証人尋問が認められていないことから、電話勧誘販売への該当性を判断することは不可能又は困難である。

また、仮に録音があったとしても、契約締結過程の録音は数時間に及ぶ場合もあり、対話の内容はやり取りを行う被告の担当者及び顧客によって千差万別である(被告の担当者は、必ずしも、全ての顧客に対し、マニュアルどおりの定

型的な内容を話しているものではなく、顧客の抱える課題や悩みなども踏まえ、顧客毎に、個別に必要と考えられる内容をその場で判断し、対話している。))。

こうした録音に記録された内容を仔細に検討し、電話勧誘販売に該当する被告の勧誘行為があったか否かを検証する作業は、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を目的とする簡易確定手続ではなく、通常の訴訟手続で行うことが必要かつ適切である。

(2)「郵便等」により申込みを受け又は契約を締結する場合に当たるか否かについての審理・判断

④契約締結との関係では、そもそも対面で契約を締結する場合には、「郵便等」により申込みを受け又は契約を締結する場合には当たらず、電話勧誘販売に該当しない(特商法2条3項)。そのため、簡易確定手続では、「郵便等」の要件該当性についても争点になることが想定されるが、特に、電子契約の手段で契約が締結された場合には、対象消費者が保有する電子契約書面からは、契約締結が対面で行われたのか、それとも、「郵便等」に該当する手段で行われたのか、必ずしも判然としない。

したがって、簡易確定手続では、「郵便等」の要件該当性についても、契約書面以外の書証をもって判断し、場合によっては、契約締結の方法について証人尋問により立証を図らざるを得ないが、こうした争点が簡易確定手続で生じること自体が、簡易確定手続での審理負担を増大させるものであるし、審理も相当程度複雑なものとなることが想定される。

3 特商法26条1項1号による電話勧誘販売の適用除外の争点

「営業のため若しくは営業として締結するもの」については、特商法26条1項1号による電話勧誘販売の適用除外に該当するところ、今回被告から提出

するC氏の例では、同氏から個人事業のために契約締結を希望している旨が告げられている（乙7の5）。このように、「営業のため若しくは営業として締結するもの」への該当性が問題となった場合、被告準備書面（3）6頁及び7頁で主張しているとおり、その判断に際しては、事業の実態や、契約前後の具体的事情、契約の目的物に係る利用用途、利用実態、事業との関連性といった様々な事情を考慮する必要がある。本件についていえば、上記のような録音資料をはじめ、被告が保有する多数の資料を考慮した上で「営業のため若しくは営業として締結するもの」への該否を判断する必要がある、また、事案によっては、当該顧客の事業の実態や契約前後の具体的な事情、購入商品・サービスの利用用途等について、尋問による立証が必要になるが、こうした複雑かつ相当程度の審理を簡易確定手続で行うことが、対象債権の存否及び内容を適切かつ迅速に判断するという制度趣旨に悖ることは明らかである。

なお、被告の商品又は役務提供は、企業や個人事業主を対象とするものであることからしても（乙1の1乃至4（第1条第3項に、「本商品・サービスは、個人事業主（個人事業の開業準備中の方を含む）、法人の方を対象とし、自ら営む事業に利用するためのサービスであること」が明記されている。）、乙2）、特商法26条1項1号による電話勧誘販売の適用除外は、多くの対象消費者との間で争点化することが想定される。

4 共通義務確認請求を認めた過去の裁判例と比較しても、原告の請求が認められた場合における簡易確定手続での審理負担は大きいこと

原告の請求が認められた場合における簡易確定手続での審理負担が大きいことは、共通義務確認の請求が認容された過去の裁判例との比較からも明らかである。

例えば、東京地判令和2年3月6日（LEX/DB文献番号2557077

0) (乙9) では、大学を運営する学校法人である被告が、出願者の属性（女性、浪人生（又は3浪以上の浪人生）及び高校学校等コード51000以上の者）によって医学部医学科入試において一律に不利益な得点調整を行ったことに関して、当該得点調整が不法行為であることを理由に、入学検定料、受験票送料、送金手数料及び出願書類郵送料等の費用について、被告が対象消費者（特定の年度の医学部医学科入試に出願した、女性、浪人生（又は3浪以上の浪人生）及び高校学校等コード51000以上の者で、特定の時期までに合格判定を受けなかった者）に対して不法行為に基づく損害賠償の支払義務を負うことが認められた。当該事案の簡易確定手続では、出願者の属性や、受験した入試の年度といった、客観的資料から容易に認定可能な事実関係から、対象消費者への該否を容易に認定することが可能であり、かつ、対象消費者毎の個別事情により、入学検定料、受験票送料、送金手数料及び出願書類郵送料等の費用と不法行為との因果関係が否定される場合は基本的に想定されないことから、簡易確定手続において、複雑な審理が必要になることはおよそ想定されないと解される（ただし、同裁判例も、旅費及び宿泊費については、「個々の消費者の個別の事情に相当程度立ち入って審理せざるを得ない面があり、書証の取調べ以外の立証方法が予定されていない簡易確定手続において、内容を適切かつ迅速に判断することは困難である」ことを理由に、支配性の要件が認められないと判示している。）。

また、本件と同じく、事業者と対象消費者との間でのクーリング・オフが問題となった大阪地判令和7年3月26日（LEX/DB文献番号25625997）(乙10) では、特定継続的役務提供契約たるエステティックサービス契約について、特商法42条2項に基づき対象消費者に交付する書面の記載事項に不備があったことから、エステティックサロンの経営等を営む事業者である被告が、対象消費者（特定の期間において被告事業者との間でエステティックサービス契約を締結し、当該契約の基づく支払いをした者のうち、特定の時点に

において当該契約が存続していた者) に対して、エステティックサービス契約に基づき支払われた役務提供対価相当額の不当利得返還義務を負うことが認められた。当該事案においては、対象消費者毎に提供されるエステティックサービスの内容が異なるといった事情はなく、当該エステティックサービスに係る契約が特定継続的役務提供契約に該当することは明らかであったと考えられる(特定継続的役務提供契約は多様な勧誘の態様があり得る訪問販売や電話勧誘販売と異なり、どのようなサービスをどのような条件で提供していたかのみが問題となるものであるため、本件における支配性の要件の充足や判決主文の記載方法の判断と同列に考えられるものではない。)。上記の大阪地判の事例における簡易確定手続では、契約書面等の客観的な資料を確認することのみで、対象消費者への該否を容易に認定することが可能であり、かつ、簡易確定手続で個別に審理が必要な内容は、エステティックサービス契約に基づいて被告に支払った代金額やサービスの利用回数等、客観的な証拠から容易に認定できる点に限られることから、簡易確定手続において、複雑な審理が必要になることは想定されないと解される。

他方で、本件については、原告が設定する対象消費者のままに原告の請求が認容されれば、前記2及び3のとおり、簡易確定手続では、対象消費者への該当性を判断するにあたり、単なる事実関係の存否ではなく、電話勧誘該当性や、特商法26条1項1号による電話勧誘販売の適用除外等、複数の法的な論点が争点になるため、複雑かつ相当程度の審理が必要になることが想定されるのである。このように、過去の裁判例との比較からしても、原告が設定する対象消費者のまま原告の請求が認容されれば、簡易確定手続の段階で、対象債権の存否及び内容を適切かつ迅速に判断するという制度趣旨に悖る事態が発生することは明白である。

5 結論

以上より、被告が保有する資料を踏まえても、原告が主張する対象消費者の範囲を前提とした場合、簡易確定手続において、個々の顧客について複雑かつ相当程度の審理を実施する必要があるため、「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」ことは明らかである（消費者裁判手続特例法3条4項）。

よって、本件訴訟は、支配性の要件を欠く。

以上