

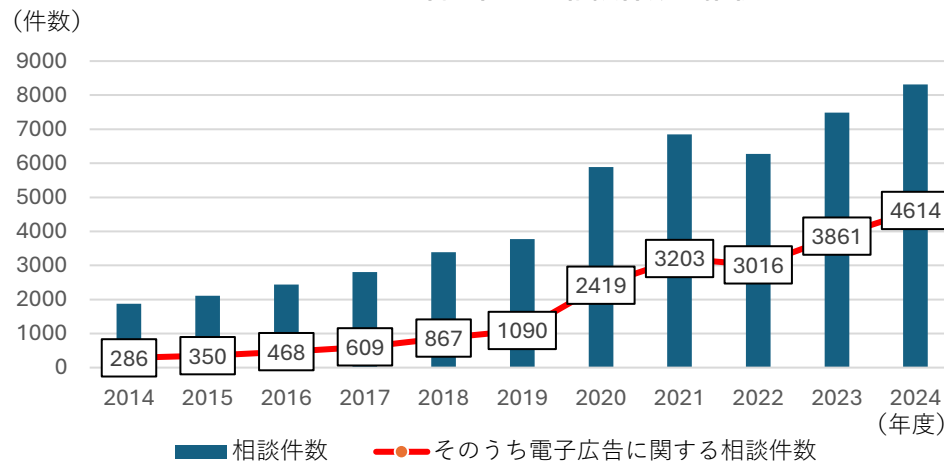
レスキューサービスとは

トイレ修理、水漏れ・排水管などの詰まりの修理、鍵の修理・交換、害虫・害獣等の駆除、ロードサービス等で、消費者が暮らしの緊急事態に見舞われた場合に、事業者が消費者の自宅等に訪問して対処するサービスのことをいう。

現状

レスキューサービスに関する消費生活相談件数は、2020年度頃から急増し、増加傾向にある。トイレ修理、水漏れ・排水管等の詰まりといった水回りに関するトラブルに加えて、鍵の開錠、害虫駆除といった分野も増加し、サービス内容が移り替わりながら、相談が増加している様子がみてとれる。このうち、近年は電子広告に関する相談の割合が急増している。

図表1 「暮らしのレスキューサービス」全体と
そのうち電子広告に関する相談件数の推移



【事例】トイレ修理で「390円から」のネット広告を見て依頼したら55万円の請求を受けた

夜に自宅マンションのトイレが詰まった。インターネット広告に「料金390円から」と記載された事業者修理をお願いしたいと電話した。男性2人の作業員が到着し、高圧ポンプで10分程作業した。解消されないで「便器を外して排水管を確認する。3万円かかる」「通貫作業が必要で20万円前後かかる」「再発防止のため、薬剤と特殊な機械による清掃で15万円かかる」と言われ応じた。すべての作業は30分程度で完了し、詰まりも解消したが最終的に約55万円の契約書を渡された。「現金で支払えば50万円に値引く」と言われ、少しでも安くなればという思いからATMで現金を引き出しその場で支払った。よく考えてみるとあまりに高額で納得できない。

【事例】ゴキブリが出て怖くなりネットでみつけた格安業者に依頼したら高額だった

深夜、居住する賃貸アパートにゴキブリが出た。アパートでゴキブリが出たのは初めてで、怖くなりパニックになった。ネットで調べたところ、約500円からゴキブリの駆除をするという広告を見つけたので業者に電話をした。料金は「1万円くらいになる」とのことだったがすぐに来てもらった。しかし、訪れた作業員からは約10万円の見積書と契約書を渡された。金額が広告や事前の説明と全く違い戸惑ったが、仕方ないと思いクレジットカードで支払った。翌日、管理会社の委託業者に部屋を見てもらい事情を話したところ「料金が相場よりかなり高い」と言われた。高額な料金に納得できない。

1 家の鍵をなくし、ネット検索で表示された、「数千円程度～」と安価な料金を謳った業者に電話

数千円くらいの料金ならお願いしてみよう



2 いくらかかるか尋ねても…具体的な料金を教えてもらえない

鍵の種類にもよるので詳しい料金は現地でのお見積りになります



3 高額な鍵開けの料金を請求されて契約してしまう

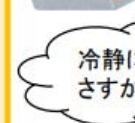
特殊な鍵なので、〇〇万円になります



こんなに高いなんて思わなかったけど、早く家に入るためには仕方ないか…

4 クーリング・オフしようとする…

電話で訪問依頼を受けて契約しているため、法律上クーリング・オフできません



冷静になってみるとさすがに高すぎる

レスキューサービスに関する消費者問題についての意見（案） <概要>

課題

1 検索結果として表示される広告

- 検索結果のより上位の方に広告表示がされれば、消費者の目にとまりやすくクリックやタップもされやすくなる。事業者側が、消費者の誤認を生みやすいようなページをつくっていると、トラブルの確率やリスクが高まってしまう。
- 「1,000円～」のような低価格の表示がなされているが、実際には、次々と追加作業が提案され、最終的に表示価格を大幅に上回る金額を請求される。
- トラブル時に消費者は切迫した状況にあることが多く、価格や広告の信頼性の検討をせずに検索エンジンの上位に表示される事業者に連絡をしている。

2 悪質な事業者の存在

- 消費者からのクーリング・オフに対し、できないと説明したり、全額返金すべきところ、一部の返金に留めるなど、特定商取引法等の法令を知らない、遵法意識が希薄であると思われる事業者が存在している。
- 提示されている住所がレンタルオフィス等の場合など、事業者の所在が不明で連絡が取れず、消費生活相談員等が交渉できない（クーリング・オフで対応できない）。
- 会社名や事業者名を変え、同じようなスキームで同じ不当勧誘を繰り返すケースがある。

3 トラブルの解決・被害救済の困難さ

- 消費者が冷静に落ち着いて判断ができない状態で広告をみて依頼するケースが多く、広告の内容や相手方の説明を覚えていない。
- 現場で提示された作業の必要性や金額の妥当性について、客観的に検証しにくい。
- 事業者を訴え損害賠償の判決を得ても、事業者が逃走する等、被害金の回収が困難。



政府広報オンライン：水漏れ、解錠、トイレ修理...緊急時の駆け付けサービスのトラブルにご注意！より抜粋

意見

1 検索連動型広告における特別な事情下での調査確認義務

- 検索連動型広告を掲載するD P F事業者において、レスキューサービスに係る「広告内容の真実性に疑念を抱くべき特別の事情」があり「利用者らの不測の損害を予見し又は予見し得た場合」に調査確認（※）を行うよう取組みを高度化すべく要請することを検討すべき
- ※例えば、客観的根拠を示す資料提出を求めたり、覆面調査を実施し、真実性の確認ができれば広告の掲載をしない等

2 悪質なレスキューサービス事犯に対する執行強化【警察庁・消費者庁】

- 取締りの徹底、強化
- レスキュー商法等の悪質商法に対応する職員の人員配置について、必要に応じ見直し・強化
- 被害実態を踏まえ、特定商取引法における罰則強化の必要性を検討

3 消費者への啓発の強化と事業者団体等との連携【消費者庁】

- 悪質なレスキュー商法に関する具体的な手口等実態の周知強化
- レスキューサービスを利用する場合等、身の回りの困りごとへの具体的対処方法の啓発強化
- レスキューサービスを行う事業者団体等への自主的な取組の要請や支援

4 その他

情報流通プラットフォーム対処法は個別事例の違法性の認定を大規模特定電気通信役務提供者が行うものではなく、法令違反（景品表示法、特定商取引法等）が行政機関において明確化されることが重要。その上で、消費者委員会としては、現在、総務省において行われている「デジタル空間における情報流通の諸課題への対処に関する検討会」の議論の状況をみつつ、必要に応じさらに検討。