

最近の判例から (2)－虚偽の広告－

窓先空地規制により駐車場利用ができないことの説明をしなかった売主業者の不法行為責任が認められた事例

(東京地判 平30・7・11 ウエストロー・ジャパン) 鎌田 晶夫

買主が、駐車場2台付きの賃貸収益物件であるとの広告を見て仲介業者の媒介により売主（宅建業者）から新築アパートを購入したところ、駐車場の一台分が窓先空地規制により賃貸できなかったことから、売主および仲介会社に対し、虚偽の広告により新築アパートを売ったとして、損害賠償を求めた事案において、慰謝料のみを認めた事例（東京地裁平成30年7月11日判決 一部認容 ウエストロー・ジャパン）

1 事案の概要

売主Y1（被告、宅建業者）は、新築アパート（本件土地建物）を建築し、本件土地建物を販売するに当たり、「駐車場1」・「駐車場2」との記載や車を2台駐車している平面図を作成した。販売広告には、想定賃料としてワンルーム4室合計で25万円、駐車場が2台合計で4万円余円、バイク置き場が4台合計で6千円余との記載があった。

仲介会社Y2（被告、宅建業者）は、Y1から販売広告と平面図を受領し、平面図を転載した上で、「希少駐車場2台付き」などと記載した販売広告を作成し、平成27年12月、買主X（原告）に対し、本文に「駐車場2台付き」などと記載した物件を紹介するメールに添付して送信した。

Xは、同年同月、Y2の媒介により、Y1との間で本件土地建物を5680万円で売買する契約を締結した。

Xは、平成28年7月頃、駐車場1について

警察所に車庫証明の申請をしたところ、同年9月、現地確認した警察署の担当者から、東京都建築安全条例の窓先空地規制により駐車場1には車庫証明の交付をすることができないとの回答を受けた。

【参考：本件にかかわる窓先空地規制の概要】

共同住宅における避難を容易にするために、1階住戸の窓に直面する敷地部分は幅員1.5mの空地を設けて避難経路とし、物を置いたり駐車場として使用することができない。

Xは、Y1は、駐車場1は窓先空地として建築確認申請がされた場所であるにもかかわらず、「駐車場」と記載した虚偽広告を作成して仲介業者に提供したことは不法行為に該当し、Y2は、仲介業者として、勧誘の前提となる広告の作成時に十分に調査する義務に違反した不法行為が成立するとし、Yらに対し、駐車場1の経済的価値409万円余、慰謝料200万円を求めて提訴した。

2 判決の要旨

裁判所は、次の通り判示し、XのYに対する請求を一部認容した。

(1) 本件土地建物は、Y1の販売広告にアパート4室の想定賃料の他に駐車場2台分及びバイク置き場4台分の想定賃料や想定賃料の利回りが記載されていることからすると、賃料収入を得ることを目的として売買されたというべである。そうすると、駐車場1にかかる内容は、物理的に車両を置くことができる広

さの場所であることではなく、駐車場として賃貸することに法令上の制約がない場所であることと解するのが相当であり、誤認を生じさせるものであったといわざるを得ない。Y 1 は、本件建物を設計・建築し、駐車場 1 が窓先空地又は避難経路であると認識し得た（Y 1 の図面には駐車場 1 の付近に窓先空地との記載がある）にもかかわらず、不正確な販売広告を作成して Y 2 に提供し、Y 2 がそれを転載して X に本件土地建物の購入を勧誘していることからすると、X と Y 1 との間で不法行為が成立している。

Y 2 が宅地建物取引業者であることに照らすと、本件土地建物にかかる法令上の制限について誤解を生じさせる広告をしないように注意義務があると解するべきであり、駐車場 1 を駐車場として使用できるか否かについて調査する義務があったというべきである。Y 2 は調査することなく、漠然と Y 1 から提供された販売広告を使用して広告を作成し、さらに駐車場 2 台分付きを強調しており、注意・調査義務違反として Y 2 の不法行為の成立は免れない。

Y 1 は、窓の追加等によって窓先空地を設ける必要はなくなり、駐車場 1 を駐車場として使用することに問題は生じないと主張する。しかし、Y 1 が販売広告を作成した時点では、駐車場 1 は駐車場として使用できなかったものであり、また、現時点でも窓の追加等はされておらず、同主張は採用できない。

Y 2 は、建築士が設計していることから、図面に疑念を差し挟むべき事情はなかったと主張するが、建築士が設計したことは調査・確認義務を免除する理由とはならない。

(2) X は、Y らが広告に記載した各室、駐車場、バイク置場の想定賃料に基づき、売買代金に占める駐車場 1 の経済的価値を算出し、同額の経済的被害を被った旨の主張をする。

しかし、不動産の評価は収益のみではなく、周辺の取引事例等の要素も考慮して判断されることや駐車場 1 は敷地としての価値があることからすると、駐車場としての想定賃料から駐車場 1 の経済的価値を算出することはできない。その他に駐車場 1 を駐車場として使用することができないことにより、X が経済的損害を被ったと認めるに足りる的確な証拠はなく、損害を認めることはできない。

(4) X は、Y らが作成した各広告により、実際には 2 台分の駐車場収入を得ることができない物件であったのに、2 台分の駐車場収入を得る可能性がある物件であることを前提に本件売買に関する意思決定をすることとなっており、正確な情報に基づき投資判断をする機会を失ったことについて、Y らの不法行為により精神的苦痛を被ったというべきである。また、仮に、本件建物に窓を設置する工事をする事で駐車場 1 を駐車場として使用できる可能性があるとすると同工事費用を経済的損害とみることもできること、Y ら作成の広告が不正確な情報が記載されたものであることを照らすと、Y らの行為から X に慰謝料請求権が発生したと認めるのが相当である。本物件の売買代金、本件売買契約に至る経緯等の諸般の事情を考慮すると、慰謝料額を 60 万円と認めるのが相当である。

3 まとめ

本件において、仲介業者は、売主業者から受領した図面について十分な調査をせずに顧客に紹介したことで責任を追及されている。宅建業者が売主となっている新築物件といえど、媒介業者としては必要な調査を行うことが求められる。

(調査研究部調査役)