

判例から見たセールストークと合意の成否

宮原和宏

不動産の取引においては、売買契約に至る勧誘の際に、将来の値上がりについて、根拠のない説明をしたり、あるいは、高価格での転売を保証するような言動をして、後に買主が損害を被ったとして売主を訴えたり、あるいは、周辺環境について、根拠のない説明により相手を誤信させた結果、後日紛争になるなどの事例が、数多く見られる。

投資向け物件の売買や原野商法において、価格の値上がり等の利益保証に伴う紛争が多く見られた。また、リゾート物件やマンションの販売等において、周辺環境や眺望・隣接地の建築計画等について、根拠のない説明をし、あるいはそれが将来にわたる保証と見られ、後日紛争となる例も数多い。また、特にマンションの場合、青田売りで販売されることとほとんどであることから、物件の防音性能等に関して、引渡を受けた後、紛争になる事例も見られる。

以下、このような、契約の勧誘において、セールスマンが行った説明がセールストークに止まるのか、それとも保証・特約等があり、業者の違法性が問われることになるのか、判例に現れた事案を紹介する。

一 利益保証

(1) 値上がり保証

① 原野商法

物件の価値が将来値上がりするなどの言辭を弄して、顧客に販売する手口が、原野商法において典型的に見られた。原野商法は、本来無価値あるいはほとんど価値のない土地を、時価の数十倍で販売していたもので、北海道や東北地域の原野あるいは交通不便な地域の造成土地を、近傍地域の開発計画などを引き合いに出して、将来の値上がりを保証し、あ

るいは、転売や買収の保証をして、売り付けていたものである。二つの例を紹介する。

大阪地裁判決昭和六三年二月二十四日

(判例時報二二九二号一一七頁)

不動産知識のない若者に虚偽の説明をして、誤信させるような勧誘方法で時価の一〇倍もの価額で土地を販売した例で、会社及び代表者に不法行為責任を認めたケースである。

「本件売買契約勧誘行為の違法性については時価よりもはるかに安いように装っていたこと、いかにも本件土地が一、二年後にも売買価格より大幅に値上がりするかの如く断定的な説明をしたこと、また、売買代金以上の価格で転売することは困難であると思われるのに、一年後の転売を確約して買主に出資金額の回収が容易であるかのように誤信させたこと」しかも、若い女子従業員を使った勧誘方法も含めて「かかる勧誘方法は、不動産業者

として許容される顧客獲得のための正常な宣伝、勧誘方法の範囲を著しく逸脱したものであって、違法なもの」とされた。

大阪地裁判決昭和六三年二月二十六日

(判例時報二二九二号一二三頁)

販売会社従業員は、買主宅を訪問し、むつ小川原地域の土地を、新幹線開通や政府援助の開発等を理由に一年後に必ず値上がりするからと言って、また、その土地の転売も本件販売会社で責任を持つてするなど事実と反する甘言をもって勧めた。また、「早く契約しないと無くなってしまう」などといって早期の契約を勧誘したので、買主は契約を締結した、等の事実認定がなされている。

②ステップ方式

一般の不動産取引においても、殊にバブル期においては、転売利益を目的とした取引が行われ、その後の値下がりで損失を被った買主が、売主や媒介業者を訴える例が見られる。その一例として、「ステップ方式」と称して、転売利益を保证するような販売方式で問題となった例を挙げる。

東京地裁判決昭和六三年九月二七日

(判例時報一三五三号七二頁)

この判決の中では、「値上がり利益の保証、転売ないし買い戻しの保証等の点については、契約当事者間になんら書面が作成されていないことに鑑みれば、これら契約担当者の勧誘の際の言辭は、その当否は別として、契約勧誘にあたってのいわゆるセールストークであり、契約に伴うサービス行為以上の意味を持つものとは言い難く、他にこの点の特約の成立を認めるべき根拠はない」また、年五パーセントの値上がり率で本件不動産を転売ないし買い戻す旨の特約の成立を認めるべき根拠はない、とする一方、「本件のいわゆるステップ方式を強調した勧誘方法、ことに将来の値上がり保証ないし買い戻し保証に言及した勧誘行為は、誇張を伴い、顧客の判断を誤らせる危険が大きいと言わなければならないが、前認定のとおり特約とまでは認められず、勧誘にあたってのいわゆるセールストークないし付随的サービスの約束の域を超えないものと認めるのが相当」であり、これらの勧誘行為は、「契約責任を生じないとしてもセールストークとして許容される程度を越え、違法な勧誘方法として不法行為にあたる。」としている。

③転売約束

また、媒介業者による勧誘について、その違法性を認めた例を挙げる。

大阪地裁判決平成四年十一月二七日

(判例集未登載、消費者法ニュースに紹介)

買主は、媒介業者から、転売により一、〇〇〇万円の利益があり、転売先も紹介すると、熱心に勧誘され、投機目的で土地を購入したものであったが、結局、予定したものよりも四、〇〇〇万円程低い価格でしか転売できなかった。

媒介業者の勧誘行為は、「相手方の判断を誤らせる不当な利益誘導によるものであり、折からの不動産投機ブームにあやかうとした者を相手方としたとはいえ、取引において通常認められる勧誘行為の範囲を超えるものであり、違法たるを免れない。」としている。なお、本件買主も、不動産の投機取引をしようとしたものであるとして、買主の過失相殺も認めている。

(2) 値下げしない約束

バブル期以降においては、不動産価格の値下がりが発生し、販売業者が売れ残り物件を、

当初の価格から値引きして販売するなどの対応を行ったことから、既購入者との間で紛争を生じることとなった。その例を二件紹介する。

大阪地裁決定平成五年四月二一日

(判例時報一四九二号一一八頁)

本件は、戸建住宅団地で、継続して販売を行っていた場合である。新規の販売を、価格を大幅に下げて販売しようとしたところ、高い価格で購入した既購入者が、値下げ販売しない旨の合意があったとして、販売禁止の仮処分を申し立てた例である。

売主の販売委託業者の担当者が、将来値下げ販売しない旨述べても、「将来の市況の変動の有無にかかわらず、売主業者において、一方的に買主らとの売買単価を下回る単価で分譲しないとの不作為義務を負担する意志表示をしたと見るには、内容が曖昧であり、このような重大な合意は、特段の事情がない限り書面化するのが通常であるにもかかわらず、書面化されていないから、合意が成立したと解することはできない。また、当時、地価は異常に高騰しており、地価の急落は予想外であったこと、販売価格は時価を離れて自由に設定できないこと等を考えれば、販売担当者

らの言辭は、いわゆるセールストークであるとするのが相当である、として、合意の成立を否定した。

東京地裁判決平成五年四月二六日

(判例タイムズ八二七号一九一頁)

本件の場合、高価格でマンションを購入し、転売により損をした業者（購入者）が、損失額相当額の損害賠償を、売主に求めたものである。

本件では売買契約の際、売れ残り物件及び値下がり時の話しはなく、また、売主業者の担当者が転売有利の物件だと勧誘しても、これをもって、値下げしないと言う黙示の合意が成立したとは認められない。物件価格は、需給関係で決まるものであり、バブル経済の時期に多くのマンション業者が値下げしなかったとしても、そのことから、値下げしないと言う慣習が存在するとは認められない、として、買主の、信義則に違反するという主張を否定した。

以上のとおり、物件価格に関する、将来の値上がりや転売利益などの利益誘導、また一方で、値下げ販売等の事例を概観すると特徴として次の点が指摘できよう。

イ 原野商法においては、販売方法そのものの違法性を指摘し、詐欺性や公序良俗違反を指摘して、契約の無効を認めた例が多い。

ロ 一般の不動産取引に関して、勧誘の際のセールストークとして、値上がりや転売利益の保証、値下げ販売しない等の合意については、書面化されていないため、特約として、認められた例はないと思われるが、勧誘方法として通常許される範囲を逸脱するものとして、違法性を認められる例が見られる。

二 周辺環境・眺望等の保証

マンションの販売においては、眺望の良さなどを売り文句にする場合がある。これを将来にわたって保証するようなセールストークはとかく問題になりがちである。その例を幾つか挙げる。

(1) 眺望の保証を認めなかったもの

① 三年後の建設

東京地裁判決平成二年六月二六日

(判例タイムズ七四三号一九〇頁)

本件は、リゾートマンションの販売におい

て、将来にわたる眺望の良き、環境の良きが維持される旨の保証をし、その根拠として、

町の条例により高層建築が禁止されると説明していたところ、三年後に別のリゾートマンションが建ち、眺望・自然が大幅に損なわれることとなった例である。売主業者の広告やカタログには、「全室窓辺に海を眺める」とか「全戸海が見える」との記載があった。売主業者から販売を委託された子会社の業者は、買主にに対し、「本件マンションはこの地区最後の高層リゾートマンションです」とか、「町の条例により今後四階以上の建物は建てられなくなりました」という旨の説明をした。

これに対して、判決は、「日照はともかく、こと眺望に関しては、私人が、私人に対して、不変の（又は、一定の水準の）眺望の利益を将来にわたって保証することを確約することは、物理的にも、経済的にも、不可能であることが誰の目にも明らかであると解される。」として、錯誤による契約無効の主張、詐欺による契約取消の主張等を排斥した。

②隣接地の建設を知らなかったもの

次に、マンションの販売で、パンフレット等に眺望や日照の良さを唄い文句に販売したところ、隣接地に別のマンションが建つこと

になった例を挙げる。

札幌地裁判決昭和六三年六月二八日

（判例時報二一九四号一一〇頁）

売主業者は、新聞、広告、パンフレット等に「陽射し豊富な両面採光」、「四季を通じて藻岩山を眺望できる」等と記載し、また、モデルルームの従業員が、日照や眺望が妨げられないなどと説明した。その後、西側の空き地に別業者の「高層マンション建設予定地」という看板が立った。

このような売主業者の販売時のセールストークに関して、保証特約違反の主張については、「パンフレットの記載及び売主会社らの従業員らの本件買主らに対する対応等をもってしては、売主会社らが本件モデルルームが享受していた日照・通風・眺望を保証する旨の契約が成立したと認めることはできない。」とした。また、隣接マンションの建設を知っていた、あるいは簡単な調査により容易に知り得たのにこれをしなかったことによる、信義則違反による債務不履行を原因とする損害賠償請求の主張、買主らに誤信させて契約を締結させたこと等による不法行為を原因とする損害賠償の主張についても棄却した。

東京地裁決定平成二年九月一日

（判例タイムズ七五三号一七一頁）

リゾートマンションの販売で、優れた眺望を有することを宣伝して販売したところ、売主業者が、海側隣地に、その眺望を阻害する保養所を建築しようとしたため、購入者が、建築禁止の仮処分を申し立てた事例である。

判決は、売主業者が、「本件マンションを分譲するに当たり本件マンションが優れた眺望を有することを宣伝し、営業社員も眺望に力点を置いて顧客に対する説明を行っていた」としたが、眺望の確保について売買契約上約束していたということはできないとした。また、眺望阻害の程度についても、受認限度内であるとして、仮処分の申請を却下した。

(2) 売主業者に信義則違反があったもの

一方、隣接地のマンション販売に関して、購入者の主張が認められた例を二例挙げる。

①業者が隣接地を売却したもの

大阪地裁判決平成五年二月九日

（判例時報一五〇七号一五一頁）

本件マンションの場合、売主業者は、本物件は眺望がよいこと、また、南側隣接地につ

いても将来眺望を阻害する建物が建築されるおそれはないと、購入者に対して説明した(当時、南側隣接地も売主業者の所有であった)。

ところが、その後、業者は南側の土地を他業者に売却し、その業者により、マンションが建てられることとなった。そのため、マンションの各住戸からの眺望は、従前より阻害されることとなった。購入者は、売主業者には、眺望を阻害する建物を建築しないと言う、信義則上の義務があり、南側の土地の売却はこれに違反するとして、購入代金の二割に相当する財産的損害の賠償を求めた。

これにつき、裁判所は、購入者側の主張を認めた。

②売主が隣接地を買い受けたもの
仙台地裁決定平成七年八月二四日
(判例タイムズ八九三二七七八頁)

本件では、売主業者が、マンションの販売に当たり、眺望と採光の良さを売り物としており、パンフレットには「史都の街並みを一望できる」と強調され、販売担当者も眺望を重要なセールスポイントとし、また、南側隣地に別のマンションが建築される等の可能性を否定していた。ところが、その後、売主業者は南側隣地を買い受け、自ら別のマンシ

ョンを建築するにいたり、購入者が建築工事禁止の仮処分を申請したものである。判決は、眺望・日照について、契約上保証したものと認めず、また、受認限度を超えたとの主張も認めなかったが、信義則違反については、これに違反するものと認め、未着手の八階部分の建築の差し止めを命じた。

上記の各判例を概観した特徴としては、次の点を指摘できよう。

イ 眺望・日照について、これを売り文句として販売した場合、仮に、これが将来にわたって保証されと言うような、セールストークを行った場合でも、契約書面となっていない以上、あくまでセールストークに過ぎず、契約上の保証とは認められていない。

ロ 眺望等を阻害する原因となる隣接地の建物が建築される経緯に関して、売主業者自身が建築主であったり、あるいは、その土地を建築主に売却したりするなど、売主自身が、阻害を避けるべき選択肢をもっていた場合には、回避可能性から、信義則違反を問われ得るものと考えられる。

三 取引物件の防音性能に関する保証の有無

マンションの分譲にあたり、防音性能についての販売担当者の発言が保証に当たるかが問題になった事例を挙げる。

福岡地裁判決平成三年一二月二六日
(判例時報一四一一号一〇一頁)

マンションの分譲にあたり、セールスマンが会社作成のパンフレットに従い、「高性能防音サッシを使用しているから騒音は大丈夫だ」との発言をして販売したが、本件物件は、道路を隔てて鉄道の線路に接しており、騒音のうるさい場所にあり、使用されたサッシも十分な防音性能を欠いていた。その結果、買主らは不眠、不快感等の被害を受けた。

判決は、本件売買において、売主業者は、通常人が騒音を気にしない程度の防音性能を有するマンションを提供する債務を負っていたこと。また、業者のセールスマンは本件販売に当たり防音性能を保証する発言をしており、防音性能の程度を知っていたか少なくとも知り得べきであったから、故意又は過失により買主らに対し精神的損害を与えたもので

あり、その損害を賠償する責任を負うものとした。

近年、一般消費者の物件の質に対する要求も高度化しており、物件の有する性能（防音性、耐震性等）について、正確な情報を伝えた上で契約しないと、トラブルになりかねないと思われる。

四 宅建業法上の規制等について

宅建業法においては、第四十七条第一号において、「重要な事項について、故意に事実を告げず、又は不実のことを告げる行為」を、禁止事項としており、隣地に別の建物が建つことを知っていたり、あるいは、調べれば知り得たはずのことを告げなかったり事実と異なることを告げた場合には、業法違反と、判断されよう。また、昨年の業法改正により第四七条の二第一号として、「契約の締結の勧誘をするに際し、宅地建物取引業者の相手方等に対し、利益を生ずることが確実であると誤解させるべき断定的判断を提供する行為」についても禁止事項とされた。また、施行規則において、「将来の環境又は交通その他の利便について誤解させるべき断定的判断を提供する

こと」についても、同様に禁止事項とされることとなった。

従来の原野商法やバブル期の値上がり利益の誘導のような例は、今後少なくなるものと思われるが、一方において、眺望等の環境や物件の性能的要素については、トラブルが増える可能性があると思われる。

眺望や環境の良さなどを販売上の「売り文句」として、勧誘に際して強調する場合も、その限界をわきまえて、最終的には購入者自身が十分な情報を得て判断できるよう、誘導すべきであろう。

（調査研究部調査課長）

