

＝消費生活相談員のための判例紹介＝

モデルチェンジの予定の有無に係る事実は、新車売買契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすものとして消費者契約法4条1項1号に定める「重要事項」に該当するとした判決

松山地方裁判所西条支部平成28年11月1日判決 平成27年(ワ)第120号

高松高等裁判所第4部平成29年3月23日判決 平成28年(ネ)第315号(確定)

弁護士 菅 陽一(愛媛弁護士会)

1 事案の概要

本件は、自家用車の新車売買契約において、買主(消費者)が、何度ディーラーに確認しても、半年以内にフルモデルチェンジはないとディーラーから説明を受け、よってこれを信用して、新車購入の意思表示をしたが、ディーラーによる新車登録直前にフルモデルチェンジ車がメーカーから発表されたことを初めて知ったという事案である。なお、以下の各事実は、特に記載のない限り、平成27年に発生したものである。

2 事実経過

A(原告)は、平成25年東京モーターショーで、某メーカーのP車という車種のSUVラインナップであるR車が出展されて以後、自動車ディーラーX(被告)でその市販を確認し続けた。Aは、1月当時使用していた自家用自動車(下取車)が3月末に車検を迎えることからP車の購入を検討していたが、X(被告)担当者Yに対して「半年以内のモデルチェンジがあるのなら、車検をしてモデルチェンジ車の発売を待つが、これがないのならば現行のP車を購入するので、本社に確認して欲しい」と複数回述べて確認を求めたところ、Yは本社にこれを確認せず「本社に確認したが、半年以内のモデルチェンジの予定はない」旨を明言したため、現行のP車を購入することとし、2月1日その最終注文をした(以下「本件契約」という)。なお、その際、Aは下取車をXに渡して、代わりにXから代車を貸与された。

メーカーが、3月5日、系列販売店であるXに対してP車のモデルチェンジ車であるR車発売を正式通知し、3月12日、そのホームページにR車の販売開始とP車の生産中止が掲載されたが、XはAにかかる事実を知らせることはなかった。

Aは、3月23日、インターネットを検索中にP車のモデルチェンジを初めて知って、直ちにYに事情を問うため架電したところ、同月29日にYの他、同店店長Zと面談する約束をし、3月29日、Zらに対して本件契約の解約の意思表示をしたが、Zらから、下取車を廃車にしたのでP車を受け取るよう求められ、決裂した。またAは、4

月25日付でX代理人弁護士から、P車の代金支払と代車の返還を求める内容証明郵便を受け取り、4月29日、同弁護士に、消費者契約法4条1項1号に基づく本件契約の取消等を内容とする書面をFAXで送付し、これが同日到達したが、X代理人弁護士からの回答はなかった。

そこで、Aは、5月11日新居浜簡裁に債務不存在確認調停を申立したところ、7月7日X代理人弁護士から、下取車の廃車は物理的廃車ではなく一時抹消登録手続(道路運送車両法16条1項)であったとする書面を受領した。なお、前記調停は、7月13日の第2回調停期日に不調となった。そして、7月23日代車と下取車との相互返還の合意書が作成され、直ちにそれらの相互返還が実施された。

その後、Aは7月28日松山地方裁判所西条支部に、P車の新車代金債務及び代車使用料相当の損害賠償債務の不存在確認訴訟を提起した。

3 双方の主張

(1) Aは、P車の新車代金債務につき、P車のモデルチェンジを初めて知った3月23日において新車注文を撤回したため契約不成立を主張するとともに、①新車売買の申込をして僅かな期間後のモデルチェンジは、消費者にとり購入しようとする当該自動車の価値が下がるという消費者契約の目的の質について、契約を締結するか否かの判断に通常影響を及ぼすものであるというべきであること、半年以内にモデルチェンジがあるのかないのかを本社等に確認することが、P車の契約についての取引条件であったのに、Yがこれをせずに「本社に確認したが、半年以内のモデルチェンジの予定はない」と虚偽を申し述べたことが、取引条件についての不実告知にあたること、②詐欺、③錯誤の主張をした。

また、代車使用料相当の損害賠償義務については、新車売買の無効等の意思表示後下取車の返還を受ければ代車についても返還する旨述べていたのに、これを放置して下取車が物理的に廃車されているかのように誤信させられ、そのためP車を受領するよう頑なに求めてきたXの姿勢から

すれば、その請求は信義則に反すると主張した。
(2) これに対して、Xは、P車の新車代金債務につき、Yが「半年以内にモデルチェンジの予定があるかはわからない」と言ったのであり、P車のモデルチェンジがマイナーチェンジに過ぎないから不実告知ではない等と主張し、また、Aが新車売買契約の無効を主張しながら、そのサービスとして提供を受けた代車の返還をしなかったことは違法であり、Aは代車使用料相当の損害賠償債務（代車返還請求日である4月26日から返還の前日である7月26日まで1日当たり1万4000円）を負うと主張した。

4 判決の内容

(1) 一審判決

一審裁判所は、Yが「半年以内にモデルチェンジの予定があるかはわからない」と言ったのであれば、モデルチェンジに強い関心を有していたAが下取車の車検を更新してR車の発表を待っていたであろうと考えられる等として、Yが「半年以内のモデルチェンジの予定はない」と言った事実を認定した上、本件のモデルチェンジが公表されることでP車の市場価値が相当程度低下すると考えられること等からして、本件モデルチェンジの予定の有無にかかる事実は消費者契約法4条1項1号に定める「消費者契約の目的となるものの質」に関する事項であって、本件売買を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすものとして、同条1項1号の「重要事項」に該当するとして、本件契約は、平成27年4月29日に取り消されたのだから、AはXに対する代金支払義務を負わないとし、Aの代車使用料相当の損害賠償債務につき、調停不調日から代車と下取車との相互返還の合意書が作成された平成27年7月23日の前日まで1日当たり1万円(合計10万円)に限って認めた。

(2) 控訴審判決

Aは、1審判決が10万円の代車使用料相当の損害賠償債務を認めたことについて控訴した（Xからの控訴及び附帯控訴はなかった）。

控訴審裁判所は、一審裁判所の認定事実及び本件契約が消費者契約法4条1項1号により正当に取り消されたことを前提に、Aが下取車について乗車不能と誤信している間は納得できる処理を、乗車可能であることが判明した後はその返還を求めた上、一貫して代車の返還自体に依存のないことを表明していたのに、Xが自らの主張に固執して頑なにP車の納品及び代金請求を求め、下取車の正確な状況を説明せず、下取車の速やかな返還にも協力しなかったのだから、Xが代車使用

料相当の損害賠償債務を行使することは信義則に反するとして、Aの主張を全て認めた。

5 上記判決の意義

(1) モデルチェンジに関する情報等は、契約内容以外の周辺的な情報とされ、消費者契約法3条1項における、事業者が消費者に提供すべき情報ではないとされる(消費者庁企画課編逐条解説消費者契約法第2版97頁)。そのため、かかる情報等は、消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすものに当たらず、「重要事項」とはいえないから、これについて消費者が誤認しても、消費者契約法4条1項1号における不実告知として、契約を取り消すことができないとされるのが一般的である。なお、消費者側弁護士や研究者からは、反論がなされていたところでもあった(例えば、名古屋消費者問題研究会編Q&A消費者契約法の実務マニュアル〔新版〕331頁等)。

ただし、自動車メーカーでは、モデルチェンジ車の販売公式発表時から、かかる情報をほぼ1か月前に系列販売店に伝えることを自主的申告事項としている。そのため、契約がモデルチェンジ発表の概ね1か月以内の場合、ディーラーが、買主からモデルチェンジの間合せがなく、それを伝えなかったとしても、モデルチェンジを「知っていた」と認定される可能性が高く、錯誤等を主張される可能性があるとして、これが1か月以上前の場合には「モデルチェンジは当分ない」等買主に事実と異なることを伝えていたならば、詐欺等で契約が取り消されるとされている(一般社団法人自動車公正取引協議会消費者相談対応マニュアル新車編58頁)。

(2) そのため、本件のように、契約がモデルチェンジ発表の概ね1か月以上前の場合、買主は、契約の無効取消を主張するには、消費者庁の前記見解からすれば、消費者契約法の不実告知ではなく、詐欺又は錯誤による他ないかのようにも思われる。

これに対して、一審判決及び控訴審判決は、モデルチェンジによる新車の価値下落等を正面から捉えて、モデルチェンジに関する情報等が「重要事項」に当たるとして肯定した。なお、少なくとも公刊物に登載された裁判例では、類似事案が全くなく、却って一審判決及び控訴審判決は、一般的に否定されていた点を正面から肯定した点で、初めての司法判断であると考えられる。