



不正競争行為差止等請求事件

[平成30年2月27日判決（東京地裁） 平成28年（ワ）第10736号](#)

キーワード：商品等表示（商品形態）／特別顕著性／周知性

担当 弁理士 菅野裕之

1. 事案の概要

本件は、原告が、被告に対し、原告の販売する折り畳み傘の形態が商品等表示に当たり、被告による被告商品の輸入、譲渡等の行為が不正競争防止法2条1項1号所定の不正競争行為に当たると主張して、同法に基づく被告商品の輸入、譲渡等の差止め及び被告商品の廃棄と、同法及び民法に基づく損害賠償金及び遅延損害金の支払いを求めた事案である。

2. 原告の商品等表示

原告は、平成16年11月頃から、次の①～③の形態を有する折り畳み傘を折り畳んで包袋に入れた状態において販売を開始した。

- ①本体部分は、全長が約22～24cm、横幅が約4.5～5.0cm又は約6.0～6.5cm、厚さが約2.5cmの薄く扁平な板のような形状をしている。
- ②本体部分の板の面は、傘布のふくらみによりやや弧を描いて丸みを帯びている。
- ③柄の部分は、薄く扁平な板の長手方向の一端を構成し、本体部分の横幅及び厚さを超えない幅の扁平な形状をしている。

3. 被告の行為

被告は、平成27年初め頃から、次の①～③の形態を有する折り畳み傘を折り畳んで包袋に入れた状態において輸入及び販売を開始した。

- ①本体部分は、全長（最長部分）が約24cm、横幅（最大部分）が6.5cm、厚さ（最大部分）が約2.5cmの薄く扁平な板のような形状をしている。
- ②本体部分の板の面は傘布のふくらみによりやや弧を描いて丸みを帯びている。
- ③柄の部分は、薄く扁平な板の長手方向の一端を構成し、本体部分の横幅及び厚さを超えない幅の扁平な形状をしている。

4. 争点

原告商品形態についての周知の商品等表示該当性の有無。

5. 結論

原告商品形態は、不正競争防止法2条1項1号の商品等表示に該当する。

6. 裁判所の主な判断（下線は筆者）

（1）不正競争防止法2条1項1号の趣旨は、周知な商品等表示の有する出所表示機能を保護するため、周知な商品等表示に化体された他人の営業上の信用を自己のものと誤認混同させて顧客を獲得する行為を防止することにより、同法の目的である事業者間の公正な競争を確保することにある。商品の形態は、商標等と異なり、本来的には商品の出所を表示する目的を有するものではないが、商品の形態自体が特定の出所を表示する二次的意味を有するに至る場合がある。そして、このように商品の形態自体が特定の出所を表示する二次的意味を有し、不正競争防止法2条1項1号にいう「商品等表示」に該当するためには、①商品の形態が客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有しており（特別顕著性）、かつ、②その形態が特定の事業者によって長期間独占的に使用され、又は極めて強力な宣伝広告や爆発的な販売実績等により、需要者においてその形態を有する商品が特定の事業者の出所を表示するものとして周知になっていること（周知性）を要すると解するのが相当である。

（2）原告商品形態の特徴について

一般的な折り畳み傘は、折り畳んで包袋に入れた状態において円筒形の形態をしているのに対し、原告商品の形態は、折り畳んで包袋に入れた状態において、原告商品形態を有しているところ、当該形態によって、原告商品は、全体的に薄く扁平な板のような形状を有することが認められ、円筒形でないだけでなく、それが全体的に薄く、扁平な板のような形状である点で、一般的な折り畳み傘の形状とは明らかに異なる特徴を有しているといえる。

そして、原告商品の広告では原告商品が薄いことが強調されたこと、発売から間もない平成17年1月頃に日本経済新聞社が主催する2004年日経優秀製品・サービス賞の優秀賞及び日経産業新聞賞を受賞し、原告商品の形態が説明された上で「新しい時代に先駆けた独創的な新製品」との評価を受けたこと、新聞、雑誌、テレビ番組等の多数のメディアにおいて原告商品が取り上げられたところ、そこでは原告商品が薄いことが強調されていること、そもそも原告商品の形態がそれまでの商品の形態とは明らかに異なる原告商品形態であることから上記のような多数の媒体で取り上げられたと考えられること、一般消費者もインターネット上の商品販売サイト等に原告商品が薄いと原告商品形態を強調する感想を多く書き込んでいることなどからすると、原告商品は需要者に対し、全体的に薄く扁平な板のような形状を有する商品であるという強い印象を与えるものといえる。

そうすると、原告商品形態は、客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有していたといえ、原告商品形態には特別顕著性があるといえる。

（3）周知性について

原告は原告商品形態を有する原告商品を平成16年11月以降継続的に販売し、その販売実績は相当の本数に及び、折り畳み傘全体の販売本数に対しても一定の割合に及んでいること、原告商品は全国の多数の店舗で展示、販売され、それによって原告商品形態は全国の店舗に訪れた顧客の目に触れたこと、原告の広告活動や広告媒体からの取材等によって、原告商品形態が分かる写真やその特徴である薄く扁平な板のような形状を強調する多

数の雑誌や新聞等の発行，テレビCMや番組による放送が行われ，原告商品形態が全国の一般消費者の目に触れたこと，その結果，原告商品は，原告商品形態を一見して認識し得る形で長期間，相当大規模に宣伝等され，爆発的な販売実績を記録したことが認められる。

薄く扁平な板のような形状という特徴がある原告商品形態を有する原告商品が，上記のような極めて強力な宣伝広告や爆発的な販売実績等により，購入者を含む需要者の目に触れてきたこと，その結果，インターネット上の商品販売サイト等において消費者から原告商品を紹介する書き込みが多数され，かかる書き込みの多くで原告商品形態の特徴が強調されていることからすると，原告商品形態は，遅くとも平成27年初め頃の時点において，原告の出所を示すものとして需要者に広く認識されたと認めることができる。

そして，原告商品は，平成27年以降も，販売規模及び広告媒体の取材等による宣伝が従前と同様に継続されていることからすると，原告商品形態は，現在においても，原告の出所を示すものとして需要者に広く認識されていると認めることができる。

以上