

名称：「genki21」事件

損害賠償請求事件

東京地方裁判所：判決日22年4月23日、平成21年（ワ）第16809号（本訴）、平成21年（ワ）第3956号（反訴）

判決：請求認容（一部）

キーワード：不正競争防止法2条1項1号（争点は「他人の」、「周知性」）、一般不法行為

[概要]

本訴事件は、被告らが原告の本件標章を付した商品（樹液シート）を共同で販売したことが主的に不正競争（不正競争防止法2条1項1号）に、予備的には民法上の一般不法行為に該当するとして、原告が、被告らに対し、連帯して、不正競争防止法4条（予備的に民法719条1項）に基づく損害賠償請求を求めるとともに、不正競争防止法14条に基づく信用回復措置として、原告店舗（元気健康本舗genki21）のホームページに別紙謝罪文目録記載の謝罪広告を30日間掲載することを求めた事案である。反訴事件は、被告会社が原告との取引関係の終了に伴い在庫品（本件標章の付された樹液シート）を売却処分することについて、原告が合意ないし承諾していたにもかかわらず、その後、原告が上記売却の中止を求めるなどしたため、被告会社による在庫品の処分ができなくなったとして、被告会社が、原告に対し、債務不履行又は不法行為による損害賠償請求を求めた事案である。本訴事件は、原告の一部請求が認められたが、反訴事件は棄却された。

[前提となる事実関係]

（1）原告製品（本件標章を付した樹脂シート）は、被告会社が製造し、有限会社名翔が袋詰めしたものを、有限会社ロータスAkiが、原告に卸していた。（有限会社名翔および有限会社ロータスAkiが、原告の代理店か否かは争いがある）

（2）原告は、原告製品の製造を被告会社とは別の製造業者に変更した。

（3）被告Aは、被告会社の委託で、原告製品（製造元変更に伴う在庫品）を、オークションサイトで、廉価で販売した。

[裁判所の判断]（下記では争点1、2、4を取り上げ、他は省略）

1. 争点1「他人の」

被告らは、原告製品を被告の実用新案権（登録第3110497号）を実施して製造し、その包装紙のデザインもしており、本件標章に対する顧客の信頼や顧客吸引力を主体的に形成してきたものであるから、本件標章は被告会社にとって「他人の」商品等表示であるとはいえない旨主張したが、裁判所は、「不正競争防止法2条1項1号は、・・当該商品の製造に用いられた技術やアイデア等を保護するものではないから、被告会社はその実用新案権や専門知識を駆使して本件樹液シートを製造しており、被告会社の有する技術が本件樹液シートに具現化されていたとしても、それだけで本件標章が被告会社の商品等を表示する標章となるものではない。・・「他人」とは、商品等表示の主体として、当該商品の製造、販売等の業務に主体的に関与する者を指称するものであり、当該表示を付した商品の品質等を管理し、販売価格や販売数量を自ら決定する者がこれに該当するものと解されるところ、・・本件において、自己の判断と責任において本件標章の付された商品を市場に置き、消費者の間において本件標章に化体された信用の主体として認識され得る立場にあったのは原告であると認められる。他方、被告会社は、名翔からの注文に応じて本件標章の付された樹液シート（袋詰めされる前の半製品）を製造し、これを名翔に卸売りにしていたにすぎないもので（証人B、同C）、本件全証拠を検討しても、本件標章が被告会社の出所であることを需要者に認識させるような態様で使用されていたとは認められないから、被告会社にとって、本件標章は「他人の」標章に当たるといふべきである。」と判断した。

2. 争点2「周知性」

ア 原告店舗の売上高に対し、裁判所は、原告店舗の総売上高（甲14によれば、樹脂シートの売上が50%に満たない）が、インターネット通販の市場規模が平成20年度で8兆円であるのと比較して、本件標章に周知性を獲得させるほど高いものであると即断できない、と判断した。また、裁判所は、「被告会社は、本件樹液シートと同種の製品を自社ブランドでも販売しているところ、その売上高は年間4億円から5億円超にも達しているのであって、これとの比較からしても、本件樹液シートについて、本件標章の周知性を基礎づけるほどの売上げがあったものと認めるには足りない」と判断した。

イ 原告店舗へのアクセス数に対し、裁判所は、「これらの者すべてが本件標章をキーワードとして原告店舗にアクセスしているわけではないから、アクセス数の多寡が本件標章の周知性と直結するとは必ずしもいい難い上、楽天の会員数が5000万人を超え、その出店数も10万を超える状況を前提とすれば、原告店舗に上記のような数のアクセスがあったからといって、それによって本件標章の周知性を基礎づけるには足りないといふべきである。」と判断した。

ウ 検索順位に対して、裁判所は、「検索用語として何を設定するかによって大きく変動し得るものであり、実際、「樹液シート格安」に代えて、「樹液シート激安」、「樹液シートデトックス」、「足裏樹液シート」などの用語で検索すると、原告店舗は最上位には表示されない（上位にすら表示されないこともある。）のであるから、このような検索結果の順位をもって本件標章が周知であるというには、根拠が薄弱であるといわざるを得ない。」と判断した。また、原告店舗が表示されているのが、有料広告スペース欄である疑いがあり、証拠価値が限定されるとした。

エ 雑誌掲載に対し、裁判所は、「本件標章を付した樹液シートないしその包装の写真が掲載されているが、いずれの写真も大きいものではなく、本件標章はかろうじて認識し得るにすぎない。・・原告を紹介する記事と併せて本件標章が掲載されているが、甲19においてはごく小さくかろうじて認識し得るにすぎず、甲17、20においてもさほど目立つ態様のものではない。そして、原告店舗を紹介した雑誌等（なお、本件全証拠によっても、その発行部数等は明らかでない。）の記事は、上記①～⑦の7点にほぼ限られる上、そのうちの半数弱（上記①～③）については、原告自身が広告料を支払って掲載したにすぎないものなのであるから（原告代表者本人）、これらの記事の掲載をもって、本件標章の周知性を基礎づけることはできない」と判断した。

3. 争点（4）一般不法行為の正否

被告が在庫品を販売したことを原告の代理店（代理人）であった名翔又はロータスAkiが承諾していた旨の主張に対し、裁判所は、「名翔又はロータスAkiが原告を代理する権限を有するためには、その代理権を取得するための原因（代理権授与行為）が必要であるが、被告らはその原因となる事実を主張、立証しない。特に、本件販売は、定型的に行われる通常の取引行為とは異なり、被告会社との直接又は間接の取引関係（OEM供給関係）をどのように終了させ、清算するかという、原告にとって重要な経営判断を伴うものなのであるから、その承諾の効果が原告に帰属するためには、原告から代理店に対する特別の授権があつてしかるべきであるが、本件全証拠を検討しても、名翔又はロータスAkiが原告からどのような事項についてどのような範囲で代理権等の権限を授与されていたのかについて立証はない。したがって、仮に名翔又はロータスAkiが本件販売について承諾をしたとしても、その効果が原告に帰属するものということではできず、被告らの上記主張は、採用することができない。」とし、「被告らによる本件販売は、OEM供給先である原告の信用が化体された本件標章が付された樹液シート在庫品の残りを被告らが原告に無断で販売したというもので、OEM商品の横流しともいふべき行為であり、公正な競争秩序を破壊する著しく不公正な行為と評価できるから、民法上の一般不法行為（共同不法行為）を構成するものと認めるのが相当である。したがって、被告らは、これによって発生した原告の損害を賠償する責任があるといふべきである。」と判断した。