

商品形態の不正競争行為に関する考え方を示す裁判例 「金箔を素材とした美颜パック」事件

H23. 2. 25 判決 知財高裁 平成 21 年（ワ）第 31686 号

不正競争行為差止等請求事件：請求棄却

概要

原告商品の形態が、原告の周知の商品等表示（**商品表示**）となっていないから不競法 2 条 1 項 1 号の不正競争行為に該当せず、また、原告が主張する原告商品の形態は不競法不競法 2 条 1 項 3 号で**保護される「商品の形態」に当たらない**と判断した事例。

【原告商品】：原告インターネットホームページより



【被告商品】：被告商品を販売するインターネットホームページより



【裁判所が判断した主な争点】

1. 原告商品の形態は不競法 2 条 1 項 1 号の周知の商品等といえるか
2. 原告商品の形態は不競法 2 条 1 項 3 号の保護される形態といえるか

【裁判所の判断】

1. 原告商品の形態は不競法 2 条 1 項 1 号の周知の商品等表示といえるか

(1) 原告商品の形態：顔パックであり、①薄く延ばした金箔を素材とした点、②全体形状が約 2.2cm 四方の丸みを帯びた略四角形状である点、③中心部で顔に載せたときの鼻の位置に当たる部分に鼻の輪郭に沿った切れ込みがある点、④切れ込みの上部で顔に載せたときの目の位置の部分が、長径約 5cm、短径約 3.5cm の横長楕円形状にくり抜かれている点、⑤切れ込みの下部で顔に載せたときの口の位置の部分が、長径約 6cm、短径約 2.5cm の横長楕円形状にくり抜かれている点、⑥金色の光沢があり、薄く延ばした金箔独特の質感を有する点に形態上の特徴がある。

(2) 原告商品の形態上の特徴点のうち②～⑤は、他の同種商品と識別し得る独特の形態であると認めるところではない。原告商品の販売開始時期以前から、我が国で、スキンケア用品として顔パック製品が販売されており、顔パックには顔面全体を 1 枚の薄い膜状のもので覆うシートタイプがあった。このタイプの顔パックの形状は、呼吸や視野を確保しつつ水分を含んだ 1 枚の膜状のもので顔面全体を覆うことによってパッ

クをするという商品の性質、機能から、a. 全体形状を顔の輪郭に合わせた丸みを帯びた略四角形状とし、b. 中心部で顔に載せたときの鼻の位置の部分に鼻の輪郭に沿った切れ込みを入れ、c. 顔に載せたときの目の位置の部分を目の形状に合わせて横長楕円形状にくり抜き、d. 顔に載せたときの口の位置に当たる部分を口の形状に合わせて横長楕円形状にくり抜いた形状が、一般的な形状であったと認められる。

(3) ①、⑥の各点も、独特の形態であるとまではいえない。シートタイプの顔パックの素材は、美容液を吸収させるため、液体吸収性の高い「シート」を採用するのが一般的である。また原告商品の販売開始時より前から、タイ王国バンコク市所在の S P ゴールド & ビューティー・プロダクツが金箔を素材とした顔パック商品を販売していた。顔パックとして成形されたものではないが、顔のパックに使用する金箔（「エステ箔」）が原告商品の開発以前から存在した。顔パックの素材として金箔を採用した場合には、商品が金色の光沢や、薄く延ばした金箔独特の質感を有することは当然のことである。

(4) 以上のおり、原告商品の形態である上記①～⑥の各点は、いずれもそれだけで他の同種商品と識別できるだけの形態的特徴であるとは認められず、かつ、これらを組み合わせたとしても、独自の形態的特徴を有するに至るものとは認められない。

2. 原告商品の形態は不競法 2 条 1 項 3 号で保護される形態といえるか

(1) 原告商品の形態：原告は、①ほぼ人の顔の大きさの丸みを帯びた四角形状の薄い金箔を、②目と口の部分を横長楕円型にくり抜き鼻の輪郭に沿って切れ込みを入れ、③台紙の上に接着させ、④金箔の上に薄紙を載せたという特徴的な外観を有するものであって、需要者に強い印象を与える特徴的な形状、色彩、光沢及び質感を有しており、このような原告商品の形態が不競法 2 条 1 項 3 号の「商品の形態」に当たると主張。

(2) 原告が主張する原告商品の形態のうちの①の「ほぼ人の顔の大きさの丸みを帯びた四角形状」及び②の「目と口の部分を横長楕円型にくり抜き鼻の輪郭に沿って切れ込みを入れ」は、同種の商品の基本的な

機能や効果を果たすために不可欠な形態であるから、不競法2条1項3号で保護される「商品の形態」には当たらない。

原告商品は、スキンケア用品としての顔パックのうち、顔面全体を1枚の薄い膜状のもので覆うタイプのも（シートタイプ）と認められるが、このタイプの顔パックは呼吸や視野を確保しつつ1枚の膜状のもので顔面全体を覆うことによってパックをするという商品の性質、機能から、a. 全体形状を顔の輪郭に合わせた丸みを帯びた略四角形状とし、b. 中心部で顔に載せたときの鼻の位置に当たる部分に鼻の輪郭に沿って切れ込みを入れ、c. 顔に載せたときの目の位置に当たる部分（左右対称に2か所）を目の形状に合わせて横長楕円形状にくり抜き、d. 顔に載せたときの口の位置に当たる部分を口の形状に合わせて横長楕円形状にくり抜いた形状を不可避的に採用することになる。

(3) ①及び④の「金箔」は、パックの素材として「金箔」を選択したという機能及び効用に関わる事項であるところ、従来からパックに金箔（いわゆる「エステ箔」）が使用されており、このような一般的な素材の選択自体を不競法2条1項3号の「商品の形態」ということはできない。

(4) ③の「台紙」及び④の「薄紙」は、金箔を採用したことから、商品を保護するため、すなわち、商品としての機能及び効用を果たすために不可避的に採用しなければならないと認められるから、不競法2条1項3号による保護から除外されるというべきである。

(5) ③の「接着」は、これが商品の形状に表れる特徴となっているとは認められないから、不競法2条1項3号の「商品の形態」ということはできない。

【実務上の指針】

1. 本判決のように、原告商品と被告商品との形態が一見、近似するとしても、同種商品からみて一般的な形状をしており、また、同種の商品の基本的な機能や効果を果たすために不可欠な形態であれば、不正競争行為に該当しない可能性がある。しかしながら、他社商品と形態が近似する商品を販売した場合、その他社からクレームが付いたり、訴訟に巻き込まれる危険性がある。そこで、特に、自社商品を他社商品の後追いで販売する側の立場で、実務上の留意点を説明する。

2. 市場調査の重要性

(1) 先行商品の形態の情報収集

販売しようとする自社商品に近似する形態の他社商品が市場で販売されているか、また、同種商品のデザイン動向の情報収集が必要である。

(2) 市場調査における証拠収集のポイント

①他社商品の販売時期に関する情報収集

市場調査では、他社商品の販売開始時期の確認が重要である。不競法2条1項3号のデットコピーの期間

（3年）が経過しているかの起算日となり、また、下記で説明するように、他社商品の発売開始時期の形態のデザイン動向が重要となるからである。

さらに、1社が長期間に渡って独自の形態を採用した商品を販売している場合、本判決のように、不競法2条1項3号に併せて、不競法2条1項1号によるクレームの可能性があるので要注意である。

②他社商品に関する調査の時期的基準

本判決では、『原告商品の販売開始時より前の平成18年5月から、タイ王国バンコク市所在のSPワールド&ビューティー・プロダクツが金箔を素材とした顔パック商品を販売していたことが認められる。・・・』と判断している。

本判決では、原告商品の販売開始時期における同種商品の存在が証拠として採用されている。

したがって、要注意な他社商品が発見された場合には、当該他社商品の販売開始時期の同種商品の形態等の状況を把握することが重要となる。

(3) 一般的な形状かどうかの判断

本判決では、『顔面全体を覆うことによってパックをするという商品の性質、機能から、・・・b. 中心部で顔に載せたときの鼻の位置に当たる部分に鼻の輪郭に沿った切れ込みを入れ、c. 顔に載せたときの目の位置に当たる部分（左右対称に2か所）を目の形状に合わせて横長楕円形状にくり抜き、d. 顔に載せたときの口の位置に当たる部分を口の形状に合わせて横長楕円形状にくり抜いた形状が、一般的な形状であったと認められる。・・・』と判断した。

本判決にあるように、一般的な形状である旨を立証する為には、原告商品の販売開始時前から、同種の形態をしている商品が存在することを、客観的な証拠を提示して説明しなければならない。

すなわち、訴訟の場面では、客観的な証拠を提示できない場合、相手方の主張が全面的に認められる可能性があるため、要注意である。

3. まとめ

以上のように、自社商品を販売する場合、まずは、市場調査が必要である。

市場調査では、他社商品の販売開始時期や同種商品の形態の平均的なデザインレベルの確認が重要である。

そして、市場調査で収集した他社商品に関する情報は、一覧やマップ化しておき、他社商品群のなかでの自社商品の形態の位置の把握しておくべきである。

また、市場調査を行うことで、自社商品に関し、特許・実用新案に関する先行技術の調査や先行意匠登録に関する調査の必要性や調査ポイントについても絞り込まれると思われる。

以上