

平成30年3月26日判決言渡 同日原本領収 裁判所書記官

平成29年(ワ)第5423号 損害賠償請求事件

口頭弁論終結日 平成30年1月31日

判 決

5 当事者の表示 別紙当事者目録記載のとおり

主 文

- 1 被告は、原告に対し、173万1490円及びこれに対する平成29年3月1日から支払済みまで年5分の割合による金員を支払え。
- 10 2 原告のその余の請求を棄却する。
- 3 訴訟費用は、これを4分し、その1を原告の負担とし、その余を被告の負担とする。
- 4 この判決は、第1項に限り、仮に執行することができる。

事 実 及 び 理 由

15 第1 請求

被告は、原告に対し、237万9278円及びこれに対する平成29年3月1日から支払済みまで年5分の割合による金員を支払え。

第2 事案の概要

1 事案の要旨

20 本件は、別紙原告標章目録記載の標章（以下「**原告標章**」という。）を登録商標とする別紙原告商標権目録1及び2記載の商標権（以下「**原告商標権1**」などといい、併せて「**原告各商標権**」という。また、その登録商標を「**原告商標1**」などといい、併せて「**原告各商標**」という。）を有する原告が、被告が別紙被告商品目録記載1ないし8（以下「**被告商品1**」などといい、併せて「**被告各商品**」という。）を販売のために
25 展示し、又は販売した行為（以下「**販売等**」という。）が、原告各商標権（被告商品1，2，5ないし8につき原告商標権2，被告商品3及び4につき原告商標権1）を侵害

し又は侵害するものとみなされる(商標法25条, 37条1号)旨主張するとともに、原告の商品等表示として周知又は著名な商品等表示と同一又は類似の商品等表示を使用した商品を譲渡又は譲渡のために展示したものであって不正競争防止法2条1項1号又は2号の不正競争に該当する旨主張して、被告に対し、民法709条又は不正競争防止法4条に基づき、選択的に、損害賠償として、108万1490円(商標法38条2項又は不正競争防止法5条2項により算定される損害額)、108万1490円(信用毀損等による無形損害額)及び21万6298円(弁護士費用)の合計237万9278円及びこれに対する不法行為後の日である平成29年3月1日(訴状送達日の翌日)から支払済みまでの民法所定年5分の割合による遅延損害金の支払を求める事案である。

2 前提事実(当事者間に争いが無い事実並びに後掲証拠及び弁論の全趣旨により容易に認められる事実。なお、特記しない限り枝番の記載は省略する。)

(1) 当事者

原告は、かばん類、袋物、靴、被服、アクセサリ類等の製造・販売等を業とする、フランス国内において設立された法人(フランス法人)である。

被告は、「JUNKMANIA」の屋号で、ウェブページ及び店舗で衣服及び靴等の販売をしている個人である。

(2) 原告各商標権

原告は、平成5年9月6日以降、原告各商標権を保有している(甲1, 2)。

(3) 被告の行為

被告は、平成25年3月から平成27年9月までの間、被告各商品を、被告の運営する「JUNKMANIA」のウェブサイトにおいて、販売のために展示し、かつ販売するとともに、instagram及びtumblrのウェブサイトにおいて、販売のために展示した。被告各商品には、原告標章の一部が付されている(被告各商品に付された原告標章の一部を、被告各商品の番号に対応して「**被告標章1**」などといひ、併せて「**被告各標章**」という。)

被告による被告各商品の販売個数、売上げ、利益等は、別紙「被告各商品の販売数量等」記載のとおりである。

なお、被告商品 1, 2, 5 ないし 8 は、原告商標権 2 に係る指定商品と同一であるか、少なくとも類似し、被告商品 3 及び 4 は、原告商標権 1 に係る指定商品と同一である。

3 争点

(1) 被告の行為が原告各商標権を侵害するか (争点 1)

ア 原告各商標と被告各標章とは同一又は類似か (争点 1-1)

イ 被告各標章の使用は非商標的使用 (商標法 26 条 1 項 6 号) に当たるか (争点 1-2)

ウ 被告の行為に実質的違法性があるか (争点 1-3)

(2) 被告の行為が不正競争 (不正競争防止法 2 条 1 項 1 号又は 2 号) に該当するか (争点 2)

ア 原告標章は、原告の商品等表示として周知又は著名か (争点 2-1)

イ 被告は、被告各標章を商品等表示として使用した商品を販売等したか (争点 2-2)

ウ 原告標章と被告各標章は同一又は類似か (争点 2-3)

エ 原告標章が周知であるが著名ではない場合、混同のおそれがあるか (争点 2-4)

(3) 原告の損害額 (争点 3)

第 3 争点に対する当事者の主張

1 争点 1 (被告の行為が原告各商標権を侵害するか) について

(1) 争点 1-1 (原告各商標と被告各標章とは同一又は類似か) について

【原告の主張】

被告標章 1 ないし 7 は、それらを構成する各記号が原告各商標と同一であり、かつ各記号の規則的配置形態も同一であるから、原告各商標と被告標章 1 ないし 7 は少な

くとも類似する。また、被告標章8は、それらを構成する記号の一部が異なっているが、全体の外観の印象は類似している。

被告は、被告各商品には原告各商標の一部しか付されていないことを指摘するが、原告各商標の一部しか使用されていなくとも、被告各標章と原告各商標（の該当部分）
5 とは同一の構成であり、その使用態様も同様である。また、原告の製造・販売に係る商品（以下総称して「**原告商品**」という。）と被告各商品とは、直接一般消費者に販売され、インターネット上のウェブサイトにて販売されている点も共通するから、商品の出所について誤認混同が生ずるおそれがあり、原告各商標と被告各標章とは少なくとも類似する。

10 また、原告は、被告の運営するウェブサイトにおける「JUNKMANIA」、「REMAKE」、「CUSTOM」との表示を指摘し、被告各商品の出所を原告と誤認混同するおそれはない旨主張するが、このような表示があったとしても、出所の誤認混同のおそれは何ら払拭されていない。また、原告商品と被告各商品の市場が重ならないとする証拠はなく、むしろ、原告商品はストリート・ファッションを指向する需要者
15 者に対しても顧客吸引力を有しているから、市場に重なり合いはある。

【被告の主張】

被告各商品は、被告が中古購入した原告商品の一部を商品のデザインの一部として組み込んで製作したものであり、被告各商品には原告各商標の一部しか付されていない。原告各商標の一部のみでは、単なるデザインとしての意味しかなく、出所表示機能
20 能に欠けるのであり、しかも、他のメーカーの標章も一緒に使用されている。

被告各商品は、被告が運営する「JUNKMANIA」（「故障品」、「ゴミ」、「くず物」、「がらくた物」の愛好家）のウェブサイトでしか展示、販売されておらず、そこでは、「REMAKE」（「作り直された品」）、「CUSTOM」（「あつらえ品」、「改造品」）と記載されている。また、原告商品と被告各商品とは、価格や購買層が異なり、
25 市場の重なりはない。このような取引の実情等に照らせば、いかなる取引者や需要者も被告各商品の出所を原告と誤認混同するおそれはない。

したがって、原告各商標と被告各標章とは同一でも類似でもない。

(2) 争点1-2 (被告各標章の使用は非商標的使用 [商標法26条1項6号] に当たるか) について

【被告の主張】

5 被告各商品には、原告各商標の一部が使用されているが、それは専ら商品のデザインとして商品に付されたものであって、原告の業務に係る商品であることを認識することができる態様により使用されておらず、需要者も被告各商品の出所を原告とは認識していないから、被告各商品に付された被告各標章は、需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができる態様により使用されていない。

10 **【原告の主張】**

原告各商標は、原告の営業努力によって強い出所識別機能を獲得しているから、その一部のみが使用されているとしても、強い出所識別機能を有することには変わりはない。被告各標章は、原告商品における原告各商標と同様の態様で被告各商品に使用されているから、同様に出所識別機能を有する態様で使用されているといえる。

15 (3) 争点1-3 (被告の行為に実質的違法性はあるか) について

【被告の主張】

原告各商標の一部が同時に被告各商品のデザインとして利用されている場合、その利用行為は、被告の幸福追求権 (憲法13条) 又は表現の自由 (憲法21条) の範囲内の行為として保障されるべきである。そして、取引の実情等に照らし、被告各商品の出所が原告であると誤認混同するおそれが著しく小さい場合には、商標権侵害の実質的違法性は否定されるべきである。また、服飾業界においては、商標の出所識別機能を害しない限りで商標の宣伝広告機能 (顧客吸引力) を商品のデザインとして利用

20 することが慣習法上許容されてきた。

被告各商品は、原告の高級ブランド品のデザインを、ストリート・ファッションの中に組み入れて引用し、その高級感を揶揄し風刺する意図を持って製作・販売された

25 ものであり、幸福追求権 (憲法13条) 又は表現の自由 (憲法21条) の保障を受け

るべきである。取引の実情等に照らせば、被告各商品の出所が原告であると誤認混同するおそれはないか、著しく小さいから、商標の機能である出所識別機能が実質的に害されておらず、商標権侵害の実質的違法性は否定されるべきである。

【原告の主張】

5 幸福追求権（憲法 13 条）や表現の自由（憲法 21 条）が、いかなる根拠で商標権侵害の実質的違法性阻却事由になるか不明である。原告各商標と被告各標章が類似し、出所の誤認混同のおそれがある以上、実質的違法性がないということとはできない。

また、服飾業界において被告が主張するような慣習法が存在するとの主張には何ら根拠がないし、商標の宣伝広告機能（顧客吸引力）を第三者が利用することにより、
10 原告の顧客喪失又は販売機会の喪失となるのであり、しかも低廉で粗雑な商品が販売されることにより、原告の高級ブランドとしての信用と信頼が害されることになるから、実質的違法性が否定されることはない。

2 争点 2（被告の行為が不正競争[不正競争防止法 2 条 1 項 1 号又は 2 号]に該当するか）について

15 (1) 争点 2-1（原告標章は、原告の商品等表示として周知又は著名か）について

【原告の主張】

原告は、一般に「ルイ・ヴィトン」の名称で世界的に知られるファッション・ブランドを擁するフランス法人であり、その製造・販売に係るバッグ、かばん類、財布等を初めとする原告商品は、日本国内のみならず、全世界において幅広く販売されている。
20 原告標章を使用した各商品は、消費者において高い人気を博している商品であり、取引者・需要者において広く認識され、遅くとも昭和 52 年頃までには、日本国内において広く認識され、周知の域を超えて著名なものとなっていた。原告は、自ら又は日本における子会社（ルイ・ヴィトン ジャパン株式会社）を通じるなどして、現在まで継続的に多額の費用を費やして原告標章を付した商品の広告宣伝を行っており、
25 その結果、原告をその帰属主体とする原告標章は、日本国内では知らぬ者のないほどの著名性を獲得している。

【被告の主張】

知らないし否認する。

(2) 争点 2 - 2 (被告は, 被告各標章を商品等表示として使用した商品を販売等したか) について

5 **【原告の主張】**

被告は, 周知・著名な商品等表示である原告標章と同一もしくは類似の被告各標章を商品等表示として使用した被告各商品を販売等した。

【被告の主張】

10 被告は被告各商品に原告標章の一部を使用した, それは飽くまでデザインとしての使用であり, 商品の出所を示すための使用ではないし, 実際にも被告各商品の需要者が被告各商品の出所を原告と誤認するおそれはないから, 原告標章と同一又は類似のものを商品等表示として使用した商品を販売等していない。

(3) 争点 2 - 3 (原告標章と被告各標章は同一又は類似か)

【原告の主張】

15 争点 1 - 1 について主張したところと同様の理由により, 原告標章と被告各標章は同一又は類似である。

【被告の主張】

争点 1 - 1 について主張したところと同様の理由により, 原告標章と被告各標章は同一でも類似でもない。

20 (4) 争点 2 - 4 (原告標章が周知であるが著名ではない場合, 混同のおそれがあるか) について

【原告の主張】

争点 1 - 1 について主張したところと同様の理由により, 原告標章と被告各標章が類似し, 出所の誤認混同のおそれがある。

25 **【被告の主張】**

争点 1 - 1 について主張したところと同様の理由により, いかなる取引者や需要者

も被告各商品の出所を原告と誤認混同するおそれはない。

3 争点3（原告の損害額）について

【原告の主張】

ア 被告は、別紙「被告各商品の販売数量等」記載のとおり、被告各商品の販売に
5 より、少なくとも108万1490円の利益を得た。したがって、原告は、商標法3
8条2項又は不正競争防止法5条2項により、上記金額の損害を受けたものと推定さ
れる。

商標法38条2項及び不正競争防止法5条2項の適用に当たり、需要者が被告各商
品を購入しなかった場合に原告の商品を購入するであろうという相互補完関係の存
10 在は不要であるが、仮にそれが必要であると解したとしても、原告標章と被告各標章
が外観において著しく類似しており、その商品の使用態様や取引方法及び流通経路が
同様であり、市場に重なり合いがあることからすれば、上記の相互補完関係は認めら
れるから、商標法38条2項及び不正競争防止法5条2項は適用される。

イ 原告は、150年以上の歴史を持つフランスの著名な高級ファッション・ブラ
15 ンドを擁するフランス法人であり、原告商品は専らフランス国内においてのみ製造さ
れている。原告は、他社に対して原告標章を使用した商品の製造を許諾しておらず、
日本・中国等においても原告商品の製造や製造の委託をしていない。原告は、フラン
ス国内において製造した原告商品のみを、原告の日本における子会社が直輸入し、こ
れを子会社の直営店及び限定された店舗において販売することで、原告商品の品質及
20 び需要者の原告標章に対する信用の維持に努めている。また、知的財産権の侵害行為
に対しても万全の態勢で厳しく対応している。

原告標章は、このような原告の企業努力により需要者の信用を得て、上記ブランド
の価値を化体するものになるとともに、世界的に周知・著名な標章として、取引者・
需要者間で広く認識され、強力な顧客誘引力を有している。また、原告は、商品価値
25 の維持のための宣伝広告はあるが、安易な量的販売促進のための宣伝広告を行わず、
バーゲンセール等もしないことから、高級ブランド品としての需要者の信頼も極めて

厚い。しかるに、被告各商品は、原告の正規品と比べて粗雑な作りであって品質が粗悪である。このような商品に原告標章と同一又は類似の標章を付して安易に安売りされることにより、需要者の原告商品又は原告標章に対する信用や価値が毀損され、原告は無形の損害を受けた。この無形損害の額は、少なくとも前記利益相当額の損害額
5 である108万1490円を下らない。

ウ 原告が本件訴訟の提起に要した弁護士費用は、上記ア及びイの合計額216万2980円の1割である21万6298円を下らない。

エ 以上により、原告の被った損害額は合計237万9278円である。

【被告の主張】

10 ア 商標法38条2項及び不正競争防止法5条2項が適用されるには、需要者が被告各商品を購入しなかった場合に原告商品を購入するであろうという相互補完関係が必要であるが、原告商品と被告各商品とは、デザインが全く異なる上、価格や需要者層が異なるから、需要者が被告各商品を購入しなかった場合に原告の商品を購入するであろうという相互補完関係は認められない。したがって、被告各商品の販売が原告
15 商品の販売に影響を及ぼすことはなく、原告には損害は発生していないし、商標法38条2項及び不正競争防止法5条2項の適用もない。

イ 被告各商品の出所を原告と誤認する需要者はいないから、被告各商品の販売が原告の信用を毀損することはない。また、原告のブランド価値が具体的にどの程度であって、そのブランド価値が被告各商品の販売によってどの程度具体的に侵害された
20 かおよそ明らかではない。

第4 当裁判所の判断

1 認定事実

前記前提事実並びに後掲各証拠及び弁論の全趣旨によれば、以下の事実が認められる。

25 (1) 原告標章について

ア 原告標章は、別紙原告標章目録記載のとおりであるが、①アルファベット大文

字の「L」と「V」とを組み合わせてモノグラムとして表現した記号（以下「原告記号 a」という。）、②中心に小さな白丸を有し、比較的先端の鋭利な4枚の花弁からなる黒塗りの花状の図形とも見える星形の記号（以下「原告記号 b」という。）、③黒塗りの略菱形図形内に上記原告記号 b を白抜きした図形を配した記号（以下「原告記号 c」という。）及び④黒塗りの円図形内に、中心に小さな黒丸を配し、丸みを帯びた4枚の花弁からなる白抜きの花状の図形を配した記号（以下「原告記号 d」という。）により構成され、これらが規則的に配置された標章である。



原告記号 a



原告記号 b



原告記号 c



原告記号 d

これらの各記号は、①原告記号 c と原告記号 d とを交互に横一列に配し、②その一段下の、原告記号 c と原告記号 d との間となる位置に原告記号 b を横一列に配し、③その一段下の、上記①の原告記号 d の真下の位置に原告記号 c を、上記①の原告記号 c の真下の位置に原告記号 a を交互に横一列に配し、④その一段下の、上記②の原告記号 b の真下の位置に原告記号 b を横一列に配してなるところ、原告標章は、それ以降は上記①ないし④を連続して繰り返す構成（以下「原告モノグラム表示」という。）のうち、原告記号 a を中心として、右上、右下、左上、左下に位置する直近の原告記号 d までの範囲を切り取った記号の集合体である。

イ 原告標章は、商品に応じて原告モノグラム表示の一部を切り取って商品に付されて使用されるという特徴を有している（甲 16 の 1, 2）。そして、「LOUIS VUITTON」との文字商標と一緒に付された商品もあるが（乙 10 の 1, 2）、そうでない商品も存在する（甲 36）。

ウ 原告商品のなかには、原告が画家・彫刻家である B と共同し、原告記号 a ないし d をカラーにした上で、その一部に他の記号を用いた商品も販売されている（甲 1

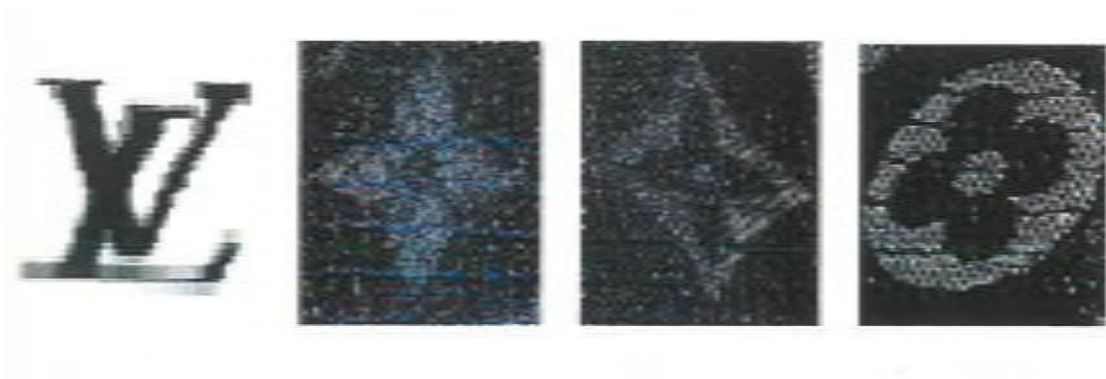
7, 18)。また、原告は、ストリート・ファッションブランドとして著名な「Supreme」ブランドと共同して商品展開したこともある（甲19ないし21）。

エ 原告は、バッグ類、袋物及び被服等で知られる世界的に著名な高級ブランドを擁するフランス法人であり、フランスでの同ブランドに係る事業の創業は、1854
5 年にさかのぼるところ、原告標章は、1896年に考案・発表され、現在まで原告商品に使用されて世界的に広く知られるに至っている。原告標章を使用した商品の日本での販売実績は、平成26年から平成28年の3年間の平均で毎年●（省略）●円を超えている。また、原告が雑誌・新聞等に原告標章の広告宣伝の掲載を依頼した際の
10 広告宣伝費用は、平成24年から平成28年10月までで合計●（省略）●円が支出されており、多数のファッション誌や全国紙等に広告が掲載された。雑誌発行者側からの依頼により原告標章に関する特集・紹介記事が掲載される場合の掲載状況は、平成28年から平成29年に限っても、すくなくともファッション誌及び週刊誌合計36媒体に掲載されている。テレビコマーシャルによる広告宣伝費用は、●（省略）●円が支出されており、平成24年には約1か月間で60秒のコマーシャルが104本、
15 平成25年には約2週間で90秒のコマーシャルが19本放映された。（以上につき、甲5, 24ないし32, 35。なお、被告は、甲35の数値の正確性について疑問を呈するが、その数値には根拠が示されており、これに疑義を差し挟むべき事情は存しない。）

(2) 被告各標章について

20 ア 被告各標章は、被告標章8を除き、原告標章を構成する原告記号aないしdと同一の記号（以下、原告記号に対応させて「被告記号a」などという。）により構成され、その配置も原告標章と同一である（ただし、その一部のみである。）。被告標章8は、被告記号dの一部についてそれに代わり、その左上にまつ毛を想起させる3本のラインが配置された輪郭の円の中に、瞳を想起させるように色の異なる円を何重にも
25 重ねて配置された記号（以下「被告記号e」という。）が用いられ、被告記号aないしdをカラーにした記号が原告標章と同一の配置とされている（ただし、その一部のみ

である。)



被告記号 a

被告記号 b

被告記号 c

被告記号 d



被告記号 e

5 イ 被告各標章は、被告各商品に応じて被告各標章の一部を切り取って商品に付されて使用されている。

(3) 原告商品の取引態様

10 ア 原告商品は、フランス国内で製造された商品を原告の日本における子会社が直輸入し、これを子会社の直営店及び限定された店舗において一般消費者に対して販売されているほか、インターネットのウェブサイトにおいても販売されている（甲16の1，2）。

15 イ 原告は、創業当初から偽造品対策に取り組んできており、商品の品質とブランドイメージを管理する目的から、他者に対しては商品の卸売販売を行っておらず、日本においては、並行輸入業者を除き、子会社のみが原告商品を販売している。原告の子会社は、原告の知的財産権の保護・管理事業を行うほか、知的財産に関するセミナ

一やシンポジウムを開催したり，特集記事やテレビ報道等の活動を行っている。原告の知的財産権の侵害に対しては，インターネット市場における侵害行為の監視，これに対する警告や損害賠償請求，警察の捜査への協力，税関当局との連絡等を行っている。（甲33ないし35）

5 (4) 被告各商品の取引態様

ア 被告各商品は，「JUNKMANIA ジャンクマニア」とのショップ名で，「JUNKMANIA」との表示がされたウェブサイトにおいて他の商品とともに一般消費者に対して販売されていた。

被告商品1は，商品説明には，「LOUIS VUITTON REMAKE D
10 ENIM CAP/BLUEが入荷しました。VINTAGEのLOUIS VUITTON MONOGRAM生地をバイザー，アジャスター部分に落とし込んだLUXURYな一品です。」とあり，価格が1万3800円，被告商品2は，商品説明には，「LOUIS VUITTON REMAKE DENIM CAP/BLACK
15 Kが入荷しました。VINTAGEのLOUIS VUITTON MONOGRAM生地をバイザー，アジャスター部分に落とし込んだLUXURYな一品です。」とあり，価格が1万3800円，被告商品3は，商品説明には，「VANS ERA LOUIS VUITTON CUSTOM BLACK/WHITEが入荷しました。VINTAGEのLOUIS VUITTONを使用し，CUSTOMしたVANS ERA
20 20 「VANS ERA LOUIS VUITTON CUSTOM BLACK/BLACKが入荷しました。VINTAGEのLOUIS VUITTONを使用し，CUSTOMしたVANS ERAです。」とあり，価格は3万8000円，被告商品5は，商品説明には，「LOUIS VUITTON MONOGRAM REMAKE DENIM CAPが入荷しました。LOUIS VUITTONのMONOGRAM
25 25 GRAM生地をバイザー，アジャスター部分に落とし込んだLUXURYな一品です。」とあり，価格は1万3800円との記載がある（甲6）。なお，被告商品3及び

4につき、「VANS」とは、スニーカーのメーカーであるVANS社を意味し、「ERA」とは商品名であるところ、「ERA VANS」ブランドの靴は約2000円から約1万円程度の価格帯で販売されている(乙2, 甲22)。他方, 原告商品であるスニーカーは, 8万6400円で販売されているもの(甲16の1), 9万5040円で
5 販売されているもの(乙10の1), 7万8840円で販売されているもの(乙10の2)がある。

イ また, 被告は, Instagramにおいて, 被告商品1, 2, 5ないし8を販売のために展示し, Tumblrにおいて, 被告商品6ないし8を販売のために展示した(甲7, 8, 9)。

10 2 争点2(被告の行為が不正競争[不正競争防止法2条1項1号又は2号]に該当するか)について

事案に鑑み, 争点2について判断する。

(1) 争点2-1(原告標章は, 原告の商品等表示として周知又は著名か)について
前記認定のとおり, 原告はバッグ類, 袋物及び被服等で知られる世界的に著名な高級ブランドを擁するフランス法人であるところ, 原告標章は, 1896年から現在まで原告商品に使用されて世界的に広く知られるに至っていること, 原告標章を使用した商品の日本での販売実績は, 平成26年から平成28年の3年間の平均で毎年●
15 (省略)●円を超えていること, 原告は, 自ら又は日本における子会社を通じ, 多額の広告宣伝費用を支出して, 多数のファッション誌や全国紙等に原告標章の広告宣伝
20 の掲載を依頼していること, 雑誌発行者側からの依頼により原告標章に関する特集・紹介記事が掲載される場合の掲載状況も多数に上ること, テレビコマーシャルによる
広告宣伝費用にも多額の費用が支出されており, 多数のコマーシャルが放映されていることが認められるから, 被告各商品が販売等された平成25年3月の時点において,
原告標章が著名であったことは明らかである。

25 (2) 争点2-2(被告は, 被告各標章を商品等表示として使用した商品を販売等したか)について

被告は、被告は被告各商品に原告標章の一部を使用したか、それは飽くまでデザインとしての使用であり、原告標章と同一又は類似のものを商品等表示として使用した商品を販売等していない旨主張するので検討する。

不正競争防止法2条1項2号の趣旨は、著名な商品等表示について、その顧客吸引力を利用するただ乗りを防止するとともに、その出所表示機能及び品質表示機能が稀
5 積化により害されることを防止するところにあると解されるから、同号の不正競争行為というためには、単に他人の著名な商品等表示と同一又は類似の表示を商品に付しているというだけでは足りず、それが商品の出所を表示し、自他商品を識別する機能を果たす態様で用いられていることを要するというべきである。

これを本件についてみるに、前記認定のとおり、原告はバッグ類、袋物及び被服等
10 で知られる世界的に著名な高級ブランドを擁するフランス法人であるところ、原告標章は、1896年から現在まで原告商品に使用されて世界的に広く知られる標章であり、原告商品にのみ付され、大規模かつ継続的な宣伝広告により、著名性を有するものであることからすれば、高い出所識別機能を有する商品等表示として使用されてい
15 るものである。そして、その使用態様は、商品に応じて原告モノグラム表示の一部を切り取って商品に付されて使用されるという特徴を有しており、必ずしも「LOUIS VUITTON」との文字商標を必要とはしていない。

被告標章1ないし7は、原告標章を構成する原告記号aないしdと同一の記号により構成され、その配置も原告標章と同一なもの的一部分であり、被告標章8は、被告
20 記号eや、被告記号aないしdをカラーにした点が異なるが、それらの記号が原告標章と同一の配置とされたもの的一部分であり、被告各商品に応じて被告各標章の一部を切り取って商品に付されて使用されている。

このような被告各標章の使用態様からすると、被告各標章は出所識別機能を有する態様で用いられているものと認められ、デザインとしての使用であり商品等表示として
25 て使用ではない旨の被告の主張は採用できない。

(3) 争点2-3 (原告標章と被告各標章は同一又は類似か)

不正競争防止法2条1項2号の「類似」に該当するか否かは、取引の実情の下において、需要者又は取引者が、両者の外観、称呼又は観念に基づく印象、記憶、連想等から両者を全体的に類似のものと受け取るおそれがあるか否かを基準に判断すべきである。

5 前記認定のとおり、原告標章と被告各標章は数種類の記号の集合体であり、特段の称呼及び観念は生じないから、それらの外観について検討する。そして、被告標章1ないし7は、原告標章を構成する原告記号aないしdと同一の記号により構成され、その配置も原告標章と同一なもの的一部分であり、被告標章8は、被告記号eや、被告記号aないしdをカラーにした点異なるが、それらの記号が原告標章と同一の配
10 置とされたもの的一部分であり、原告標章と同様に、被告各商品に応じて被告各標章の一部を切り取って商品に付されて使用されている。そうすると、原告標章と被告各標章とは、一般の需要者が外観に基づく印象として、全体的に両者を類似のものと受け取るおそれがあると認められる。

これに対し、被告は、取引の実情として、被告各商品が「JUNKMANIA」と
15 のウェブページにおいて、「REMAKE」や「CUSTOM」との表示とともに販売されており、いかなる取引者・需要者も被告各商品の出所が原告であると誤認混同するおそれはない旨主張するが、不正競争防止法2条1項1号の不正競争行為においては、混同が発生する可能性があるのか否かが重視されるべきであるのに対し、同項2号の不正競争行為にあつては、著名な商品等表示とそれを有する著名な事業主との一
20 対一の対応関係を崩し、稀釈化を引き起こすような程度に類似しているような表示か否か、すなわち、容易に著名な商品等表示を想起させるほど類似しているような表示か否かを検討すべきものであるから、被告指摘の事情は類似性の判断に影響を与えるものではなく、失当である。

(4) 小括

25 以上のとおりであるから、被告の行為は、不正競争防止法2条1項2号の不正競争行為に該当し、前記認定のとおり被告各商品の販売態様からすると、被告が不正競争

争行為を行うにつき、故意又は少なくとも過失があったと認められる。そうすると、被告は原告に対し、不正競争行為に基づく損害賠償責任を負うというべきである。

3 争点3（原告の損害額）について

(1) 不正競争防止法5条2項の適用により算定される損害額について

5 原告は、不正競争防止法5条2項により、被告各商品の販売により被告が得た利益額である108万1490円の損害を受けたと推定される旨主張するのに対し、被告は、同項の適用はない旨主張するので検討する。

不正競争防止法5条2項は、不正競争によって営業上の利益を侵害された者が故意又は過失により自己の営業上の利益を侵害した者に対しその侵害により自己が受けた損害の賠償を請求する場合において、その者がその侵害の行為により利益を受けて
10 いるときは、その利益の額は、その営業上の利益を侵害された者が受けた損害の額を推定すると規定しているところ、不正競争によって営業上の利益を侵害された者に、侵害者による営業上の利益の侵害行為がなかったならば利益が得られたであろうという事情が存在する場合には、同項の適用が認められると解される（知的財産高等裁
15 判所平成24年（ネ）第10015号・平成25年2月1日判決参照）。

これを本件についてみるに、前記認定のとおり、原告標章と被告各標章とが類似していることに加え、原告商品は一般消費者に対して店舗での販売以外にもインターネットのウェブサイトにおいても販売されているところ、被告各商品も一般消費者に対してインターネットのウェブサイトにおいて販売されていること、被告各商品の価格
20 は、原告商品よりは安価であるものの相応に高価格であり、その需要者層には一定の重なり合いがあると推認されることに照らすと、原告には、被告による侵害行為がなかったならば、利益を得られたであろうという事情が認められるから、原告の損害額の算定につき、不正競争防止法5条2項の適用が認められるというべきである。

そして、証拠（甲9、10）及び弁論の全趣旨によれば、被告は、平成25年3月
25 から平成27年9月までの間、別紙「被告各商品の販売数量等」記載のとおり、被告各商品の販売により、少なくとも108万1490円の利益を得たと認められるから、

不正競争防止法5条2項の適用により、原告が受けた損害額は上記同額である108万1490円であると推定され、これを覆すに足りる主張立証はない。

したがって、不正競争防止法5条2項の適用により算定される損害額は、108万1490円であると認められる。

5 (2) 無形損害の額について

原告は、需要者の原告商品又は原告標章に対する信用や価値が毀損されて無形の損害を受け、その額は少なくとも上記(1)の損害額である108万1490円を下らないと主張する。

そこで検討するに、前記認定のとおり、原告はバッグ類、袋物及び被服等で知られる世界的に著名な高級ブランドを擁するフランス法人であり、原告標章も世界的に広く知られるに至っていること、原告標章を使用した商品の日本での販売実績が多額に上っていること、原告は、多額の広告宣伝費用を支出して、多数のファッション誌や全国紙、テレビコマーシャル等に原告標章の広告宣伝の掲載を依頼していることなどから、原告標章は被告各商品が販売等された平成25年3月の時点において著名であるばかりか、原告は、創業当初から偽造品対策に取り組んできており、商品の品質とブランドイメージを管理する目的から、限定された販売方法をとっていること、原告の子会社は、原告の知的財産権の保護・管理事業を行うほか、知的財産に関するセミナーやシンポジウムを開催したり、特集記事やテレビ報道等の活動を行い、原告の知的財産権の侵害に対しては、インターネット市場における侵害行為の監視、これに対する警告や損害賠償請求、警察の捜査への協力、税関当局との連絡等の多大な努力を払っている。これらに加えて、被告各商品は、原告商品と同様に一般消費者に対してインターネットのウェブサイトにおいて販売されているところ、被告各商品の価格は、原告商品よりは安価であるものの相応に高価格であるが、被告商品4について見るに、原告商品と比較して、縫い目の美しさの違いや生地とソール部分の隙間の有無等の点において、粗雑な品質であることが認められるところであり(甲35)、その品質において相違が存在するものと推認される。

そうすると、被告による不正競争行為は、原告が長年の企業努力により獲得した原告標章の著名性及びそれにより得られる顧客誘引力を不当に利用して利得するものであり、原告の企業努力の成果を実質的に減殺するものであるから、需要者の原告商品又は原告標章に対する信用や価値が毀損され、原告は無形の損害を被ったものと認められる。この損害は、その性質上、一義的にその金額が算出され得るものではないが、原告の事業規模や事業内容、宣伝広告の態様やそれに費やした費用、日本における営業活動の内容、原告標章を維持するための原告の努力のほか、被告各商品の販売期間や得た利益額、その結果認められた原告の逸失利益額等を総合考慮すると、原告が被った信用毀損等の無形損害の額は、50万円と認めるのが相当である。

10 (3) 弁護士費用について

本件事案の内容、本件訴訟の経緯、認容額等を考慮すると、弁護士費用としては、15万円を認めるのが相当である。

(4) 小活

以上によれば、原告が受けた損害額は、上記(1)ないし(3)の合計額である173万1490円と認められる。

したがって、原告の不正競争防止法5条に基づく損害賠償請求は、173万1490円及びこれに対する平成29年3月1日から支払済みまで年5分の割合による遅延損害金の支払を求める限度で理由があり、その余は理由がないこととなる（なお、不正競争防止法5条に基づく損害賠償請求と選択的に請求された原告各商標権の侵害を理由とする民法709条に基づく損害賠償請求については、上記認定判断と同一の損害の賠償を求める趣旨の請求と解されるから、同請求について判断したとしても、上記認定に係る損害額及び遅延損害金を超えるものではない。）。

4 結論

以上によれば、原告の請求は、主文の限度で理由があるのでその限度で認容し、その余は、理由がないので棄却することとし、主文のとおり判決する。

東京地方裁判所民事第29部

裁判長裁判官

5

嶋 末 和 秀

裁判官

10

伊 藤 清 隆

裁判官

15

西 山 芳 樹

(別紙)

当事者目録

5	原	告	ルイ	ヴィトン	マルチェ
	同	訴訟代理人弁護士	國	久	眞
	同		高	松	薫
	同		鈴	木	銀 治 郎
	同		鈴	岡	正
10	同		大	石	忠 生
	同		伊	藤	慎 司
	同		多	田	光 毅
	同		野	本	健 太 郎
	同		中	西	哲 男
15	同		木	下	達 彦
	同		大	澤	俊 行
	同		藤	田	剛 敬
	同		坂	下	良 治
	同		金	子	典 正
20	同		石	田	晃 士
	同		滝	口	博 一
	同		大	倉	丈 明
	同		北		和 尚
	同		茂	木	香 子
25	同		椿	原	直
	同		海	沼	智 也

同	太	尾		剛
同	繩	田	優	人
同	鈴	木	一	平
同訴訟復代理人弁護士	神	村	泰	輝

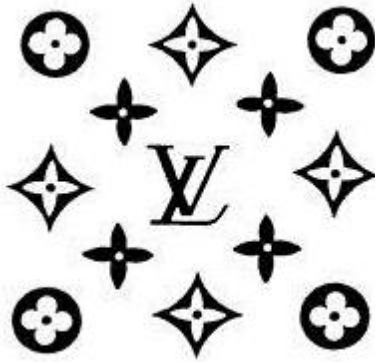
5

被	告	A		
同訴訟代理人弁護士	築	瀬	捨	治
同	花	澤	俊	之
同	山	本	暢	明
同訴訟復代理人弁護士	山	田	和	樹

10

(別紙)

原告標章目錄



(別紙)

原告商標権目録 1

登録番号：商標登録第 1 5 4 6 2 5 4 号

5 出願日：昭和 5 2 年 5 月 2 0 日

登録日：昭和 5 7 年 1 0 月 2 7 日

更新登録日：平成 6 年 3 月 3 0 日

平成 1 4 年 1 1 月 5 日

平成 2 4 年 5 月 1 5 日

10 登録商標：別紙原告標章目録記載のとおり

指定商品の書換登録申請日：平成 1 4 年 1 0 月 2 5 日

指定商品の書換登録日：平成 1 5 年 4 月 2 日

書換登録前の商品の区分：第 2 2 類

書換登録前の指定商品：かさ，その他本類に属する商品

15 書換登録以後の商品及び役務の区分：第 1 8 類

書換登録以後の指定商品：傘，ステッキ，つえ，つえ金具，つえの柄

書換登録以後の商品及び役務の区分：第 2 5 類

書換登録以後の指定商品：靴類（「靴合わせくぎ・靴くぎ・靴の引き手・靴びょう・靴

保護金具」を除く。），靴合わせくぎ，靴くぎ，靴の引き手，

20 靴びょう，靴保護金具，げた，草履類

(別紙)

原告商標権目録 2

登録番号：商標登録第 1 5 6 9 5 9 7 号

5 出願日：昭和 5 1 年 1 1 月 9 日

登録日：昭和 5 8 年 2 月 2 5 日

更新登録日：平成 6 年 4 月 2 7 日

平成 1 5 年 3 月 4 日

平成 2 5 年 1 月 2 2 日

10 登録商標：別紙原告標章目録記載のとおり

指定商品の書換登録申請日：平成 1 5 年 2 月 2 5 日

指定商品の書換登録日：平成 1 6 年 2 月 1 2 日

書換登録前の商品の区分：第 1 7 類

書換登録前の指定商品：被服，布製身回品，寝具類

15 書換登録以後の商品及び役務の区分：第 2 4 類

書換登録以後の指定商品：ベッド用リネン製品，掛け布団，キルト布を用いたまくらカバー，キルト布を用いた布団カバー，毛布，浴用リネン製品（衣服を除く。），ハンカチその他の布製身の回り品

書換登録以後の商品及び役務の区分：第 2 5 類

20 書換登録以後の指定商品：洋服，コート，セーター類，ワイシャツ類，寝巻き類，下着，水泳着，水泳帽，和服，エプロン，えり巻き，靴下，ゲートル，毛布製ストール，ショール，スカーフ，足袋，足袋カバー，手袋，布製幼児用おしめ，ネクタイ，ネッカチーフ，バンダナ，保温用サポーター，マフラー，耳覆い，
25 ずきん，すげがさ，ナイトキャップ，ヘルメット，帽子

(別紙)

被告商品目録

1 帽子

5 商品名 LOUIS VUITTON REMAKE DENIM CAP/
BLUE



2 帽子

商品名 LOUIS VUITTON REMAKE DENIM CAP/
BLACK



3 靴

商品名 VANS ERA LOUIS VUITTON CUSTOM
BLACK/WHITE



5



4 靴

商品名 VANS ERA LOUIS VUITTON CUSTOM
BLACK/BLACK



5 帽子

商品名 LOUIS VUITTON MONOGRAM REMAKE
DENIM CAP



6 Tシャツ (白)

商品名 earlypraise LV Cell Phone L/S
TEE



7 Tシャツ (黒)

商品名 earlypraise LV Cell Phone L/S
TEE

5



8 帽子

商品名 LOUIS VUITTON MULTI (MURAKAMI TAKESHI)

5



(別紙)

被告各商品の販売数量等

商品	販売単価	仕入額	販売個数	売上計	仕入計	利益
被告商品 1	¥13,800	¥4,000	10	¥138,000	¥40,000	¥98,000
被告商品 2	¥13,800	¥2,833	15	¥207,000	¥42,500	¥164,500
被告商品 3	¥38,000	¥15,000	15	¥570,000	¥225,000	¥345,000
被告商品 4	¥38,000	¥15,000	13	¥494,000	¥195,000	¥299,000
被告商品 5	¥13,800	¥4,875	8	¥110,400	¥39,000	¥71,400
被告商品 6	¥7,800	¥4,680	9	¥70,200	¥42,120	¥28,080
被告商品 7	¥7,800	¥4,680	13	¥101,400	¥60,840	¥40,560
被告商品 8	¥14,490	¥7,500	5	¥72,450	¥37,500	¥34,950
合 計			88	¥1,763,450	¥681,960	¥1,081,490