

平成29年8月31日判決言渡 同日原本交付 裁判所書記官
平成28年(ワ)第25472号 不正競争行為差止請求事件
口頭弁論終結日 平成29年6月30日

判 決

5 原 告 株 式 会 社 良 品 計 画

同訴訟代理人弁護士 橘 高 郁 文

三 村 量 一

小 松 隼 也

10 近 藤 正 篤

同訴訟復代理人弁護士 伊 藤 真 愛

同補佐人弁理士 峯 唯 夫

齋 藤 康

15 被 告 株 式 会 社 カ イ ン ズ

同訴訟代理人弁護士 飯 塚 卓 也

佐 々 木 奏

同訴訟代理人弁理士 羽 鳥 亘

20 同補佐人弁理士 柿 原 希 望

主 文

1 被告は、別紙被告商品目録記載の各商品を譲渡し、引き渡
し又は譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し若し
くは輸入してはならない。

25 2 被告は、上記各商品を廃棄せよ。

3 訴訟費用は被告の負担とする。

事 実 及 び 理 由

第 1 請求

主文と同旨

5 第 2 事案の概要

1 事案の要旨

10 本件は、2本の棒材を結合して構成された支柱などからなる形態を有する組立て式の棚であるユニットシェルフを販売する原告が、被告に対し、上記形態が周知の商品等表示であり、被告が上記形態と同一又は類似の形態のユニットシェルフを販売することが不正競争防止法2条1項1号の不正競争に当たると主張して、被告に対し、同法3条1項、2項に基づき同ユニットシェルフの譲渡等の差止め及び廃棄を求める事案である。

2 前提事実

15 以下の事実は、当事者間に争いがないか、括弧内に記載の証拠及び弁論の全趣旨により容易に認められる。

(1) 当事者

原告は、家具、家庭用電気製品、衣料品等の小売等を業とする株式会社である。

被告は、家具、生活用品等を企画、販売する株式会社である。

20 (2) 原告商品及び被告商品の販売

ア 原告は、平成9年1月頃から、別紙原告商品目録記載の各ユニットシェルフ（以下「原告商品」と総称し、個別の商品を同目録記載の名称に従い「原告商品1」などという。）を原告が運営する店舗等において販売している。

25 イ 被告は、平成25年7月頃から、別紙被告商品目録記載の各ユニットシェルフ（以下「被告商品」と総称し、個別の商品を同目録記載の名称に従

い「被告商品1」などという。)を、被告が運営する店舗等において販売している。

(3) 原告商品及び被告商品の形態

原告商品の形態は別紙原告商品目録のとおりであり、以下の①～⑥の形態(ただし、②の「所定の直径」は「6～7mm程度」である。)を有している(以下、原告商品における以下の①～⑥の形態が組み合わされた形態を「原告商品形態」といい、以下の①～⑥の個別の形態を符号に従い「原告商品形態①」などという。)

被告商品の形態は別紙被告商品目録各記載のとおりであり、被告商品も以下の①～⑥の形態(ただし、②の「所定の直径」は6mm程度である。)を有している。(甲233, 乙15～17, 28, 検証の結果。以下、被告商品における以下の①～⑥の形態が組み合わされた形態を「被告商品形態」という。)

- ① 側面の帆立は、地面から垂直に伸びた2つの支柱と、その支柱の間に地面と平行に設けられた支柱よりも短い横棧からなる。
- ② 帆立の支柱は、所定の直径の細い棒材を、間隙を備えて2本束ねた形となっている。
- ③ 帆立の間には、横棧より少ない数の平滑な棚板が配置されている(棚板の配置されていない横棧が存在する。)
- ④ X字状に交差するクロスバーが、帆立の支柱のうち背側に位置する2つの支柱の間に掛け渡されている。
- ⑤ 帆立の横棧及びクロスバーは所定の直径の細い棒材からなる。
- ⑥ 帆立、クロスバー及び棚板のみで構成された骨組み様の外観(スケルトン様の外観)を有している。

3 争点

- (1) 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

(2) 原告商品と被告商品の類似性及び混同のおそれの有無

(3) 被告商品における商品等表示の使用の有無

4 争点についての当事者の主張

(1) 争点(1) (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) について

(原告の主張)

ア 原告は、組立て式の棚であるユニットシェルフとして考え得る無数のデザインの中から骨子に絞ったシンプルな形状というコンセプトを採用し、原告商品形態①～⑥を採用して原告商品形態を生み出したのであって、特に、直径6mm程度の細い棒材を採用した点及びスケルトン様の外観を組み合わせた点は、上記コンセプトを具現化したものである。このような棚が観察される一般的な視点である正面や斜め前方から観察すると、特に支柱の形態(原告商品形態②)が、需要者に軽やかな、すっきりとした、シャープな視覚的印象を与え、複数の棚を並べて設置すると支柱の存在感が希薄になって棚が連続的、一体的に認識されるものとなっている点で特徴的である。

このような原告商品形態①～⑥は、組立て式の棚の技術的機能に由来する不可避的な構成ではなく、少なくとも原告商品を販売開始した平成9年1月頃の時点において、同種商品と比較して特徴的な形態であった。

イ 原告商品が有する原告商品形態は、①原告商品が販売開始当初から高い売上げを記録し、販売開始の3年後には年間約9万8000台を販売して売上高が約12億0800万円となり、平成15年までの累計売上高が約43億9200万円に及ぶ上、②原告が原告商品の写真が掲載されたカタログを年間約300万部配布し、原告商品を原告が運営する全国240を超える店舗において展示販売し、通信販売のためのウェブサイトにおいても原告商品形態が分かる写真を掲載して販売したこと、③原告商品が家具、

インテリア又はライフスタイルを取り扱う雑誌の記事やウェブサイトにおいて採り上げられたこと、④原告商品が各種展示会において原告商品形態が明らかになる方法で展示されたことから、遅くとも平成16年の始め頃には原告の出所を表示するものとして取引者ないし需要者の間で周知となった。

また、上記①～④に加え、⑤原告商品の売上げが上記①の後も同様の規模であって、平成27年までの累計売上げが約131億2500万円であること、⑥原告商品が平成22年にグッドデザイン・ロングライフデザイン賞を受賞したことから、現在においても原告商品形態は原告の出所を表示するものとして周知である。

したがって、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」に該当し、需要者の間に広く認識されているものである。

(被告の主張)

原告が主張する原告商品形態は、以下のとおり、技術的機能に由来する形態又はありふれた形態であり、不正競争防止法2条1項1号の「商品等表示」に該当しない。

原告商品形態①につき、支柱として2本の棒材を用い、その間に横棧を設けることは、棚板を介して接続する機能を有する製品の構造として強度を維持するために不可避的な形態であり、また、他社の同種商品において広く採用されているありふれた形態である。支柱よりも横棧を短くすることも設計事項であり、ありふれた形態である。原告商品形態②につき、間隙を備えて棒材を2本束ねることは棚板で2つの商品を横に連結するために不可避的な形態であり、また、ありふれた形態である。棒材の直径を6mmとすることは設計事項にすぎない。原告商品形態③は使用者が好みや目的に応じて棚板の取り付け位置を変更することができるように他の横棧と並行にほぼ等間隔に配置したにすぎないもので、棚板はどの横棧にも取

り付け可能であるし、棚板の数も適宜に追加等ができるもので、このような流動的な構造をもって形態的な特徴などということとはできない。棚板の置かれていない横棧の存在はありふれた形態である。原告商品形態④はクロスバーの設置により棚板の揺れやがたつきを抑える機能的な構造であり、安定性を強化する機能を得るために不可避免的に採用せざるを得ない形態であり、また同種製品も多数見られるありふれた形態である。原告商品形態⑤につき、棒材の直径を6mmとすることは設計事項にすぎず、一般的なものにすぎない。原告商品形態⑥は同種製品が存在し、ありふれた外観である。原告商品形態のうちクロスバー構造以外の特徴を備える商品（「ETAGAIR」シリーズ）が平成元年頃から輸入され、販売されていた（乙7、16）。

イ 原告以外の事業者によって原告商品形態を備えた商品が製造、販売されており（甲6～11、乙1～13、24）、原告だけがその形態を長期間独占的に使用した事実はないし、原告が原告商品の形態的特徴を強力に宣伝して周知させた事実も存在せず、原告商品形態が原告の出所を現すものとして周知であったとはいえない。

原告の主張する事情につき、①原告商品の売上数量及び売上高は原告商品と他の部品を組み合わせて販売されたものを含んでおり、他の商品と組み合わせられた形態で販売された売上数量等を原告消費の販売数量等を含めるのは不適當であり、②原告が指摘するカタログ、雑誌記事、店舗における展示、通信販売のためのウェブサイト、チラシ等においては、他の商品と組み合わせる様々な展開を行うことができる点を需要者に訴求していて、原告商品形態①～⑥を強調する特段の説明があるわけではなく、原告商品形態①～⑥の全てを認識し得ないし、店舗において原告商品は原告が扱う多数の商品の一つとして展示されているにすぎず、常に需要者の目に触れるものでなく、商品チラシも原告商品のみを取り上げた商品チラシではなく、

③展示会における原告商品の展示は原告商品形態が判明し得るものでなく、
④上記アのとおり同種商品においても原告商品形態①～⑥のいずれかを採用した
ものがある。これらに照らせば需要者ないし購入者が当該商品の形態に着目
ないし認識するとは限らず、むしろ、需要者は原告商品につき一般的なメ
タルラックやスチールラックとしての抽象的な印象を抱いているにすぎない。
実用性が重視される商品の場合、細かい形態的特徴に対する需要者の関心は
低いし、原告商品形態が原告商品の識別力を持つ部分として認識されてい
ないことは、本件訴訟が報道された際のインターネットの書き込み（乙21、
22）で同旨の発言がされていることからもうかがえる。

したがって、原告商品形態は同号の「商品等表示」たり得ないし、需要
者に周知でもない。

(2) 争点(2)（原告商品と被告商品の類似性及び混同のおそれの有無）について
（原告の主張）

原告商品と被告商品は別紙原告商品目録及び被告商品目録に記載のとおり
であり、被告商品が原告商品形態を有している点で原告商品と同一であるか
酷似することは明白であり、特に原告商品1と被告商品1は幅、奥行き及び
高さの寸法が同一である。被告商品につき、原告商品と混同が生じるおそれ
があることは明らかである上、原告商品の模倣品であることを疑わせる。仮
に原告商品形態に関する寸法が異なっても、微差にすぎないから、類似性の
判断に影響しない。その他の質感、棚板の取り付け部品、寸法に関する被告
の主張する事情は、原告商品形態に含まれない事情であるから、失当である。

（被告の主張）

被告商品は、①質感につき、原告商品がステンレス又はグレーであるの
に対してホワイトグレーであって、白くて軽量な印象があり、②棚板の取
り付け部品につき、原告商品が金具（金属製）であるのに対して樹脂製であ
って

目立たない構造であり、③棚板についても上記①と同様であり、④寸法につき、一部の製品の幅、棚板5段の製品の高さが明らかに異なり、全般的に見ても近似するが同一でない。このように、被告商品は原告商品と多くの相違点があり、原告商品とは異なる印象を与えるものである。また、原告商品は
5 需要者において他の部品と組み合わせて購入するように販売活動がされているのに対し、被告商品では別売りのバスケットや棚板の追加、他の被告商品と連結以外の展開方法を用意していないし、需要者は原告商品と被告商品をそれぞれのブランドにおいて明確に区別している。

こうした事情を踏まえれば、需要者が被告商品と原告商品と誤認混同する
10 おそれはない。

(3) 争点(3) (被告商品における商品等表示の使用の有無) について

(原告の主張)

被告商品は、原告商品形態を有しているから、原告商品形態という商品等
表示を使用したものである。前記(1) (原告の主張) のとおり原告商品形態が
15 商品等表示性を有する以上、不正競争防止法2条1項1号の商品等表示を「使用」していないとする被告の主張は失当である。

(被告の主張)

被告商品は原告商品形態に対応する形態として被告商品形態を有している
が、前記(1) (被告の主張) アのとおり、この形態はありふれたものであって
20 自他識別機能を有しないから、被告商品において被告商品形態を有することは不正競争防止法2条1項1号の商品等表示の「使用」に当たらない。

第3 当裁判所の判断

1 争点(1) (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) について

(1) 括弧内の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 ア 原告は、平成9年1月頃までに「ユニットシェルフ」との名称の一連の商品（「スチールユニットシェルフ」と呼ばれる商品も含む。以下、単に

「ユニットシェルフ」という。)を開発した。ユニットシェルフは、組立て式の収納棚であり、支柱、帆立、棚板、X字状に交差するクロスバー（バックパネル）からなる基本構造と、基本構造に対して用途や目的に応じて自由に組み合わせることができるボックス、バスケット、追加の棚板などのパーツがある。

原告は、平成9年1月頃、原告商品の販売を開始した。原告は、上記基本構造からなり、原告商品形態を有するユニットシェルフである原告商品をユニットシェルフの基本セットなどとして販売し、基本セットに加えてパーツを組み合わせたもの（拡張セット）も販売するなどした。ユニットシェルフの購入者は、原告商品形態を有する基本セットである原告商品のうちの特定の商品を選択して購入し、また、上記パーツを購入することができた。（甲14～43）

イ 原告は、現在まで、原告が運営する日本国内の店舗のうち全国の240を超える店舗、インターネット上の通信販売サイト等で原告商品を販売した（甲218, 241）。

原告商品形態を有するユニットシェルフの販売数量は、平成12年に6万台程度（拡張セットを含めると10万台程度）であり、平成16年までの累積で30万台（拡張セットを含めると49万台程度）を超え、平成27年までの累積で70万台（拡張セットを含めると110万台）を超えた。また、その売上高は、平成12年に8億6000万円程度（拡張セットを含めると10億5000万円程度）であり、平成16年までの累積で38億円程度（拡張セットを含めると46億円程度）であり、平成27年までの累積で93億円程度（拡張セットを含めると114億円程度）である。（甲217, 240）

ウ 原告は、平成9年以降、原告商品を含むユニットシェルフを掲載した商品カタログを毎年発行した（甲14～43）。その発行部数は、約23万

～185万部であった。平成9年発行のカタログでは、「スチールユニットシェルフとは」として、ユニットシェルフは自由度の高いユニット家具として開発されたものであるなどというユニットシェルフの説明がされ、その後、原告商品を含むユニットシェルフの写真が、その外観を明らかにする形で数多く掲載されていて、それらの写真では原告商品形態を一見して判別することができた（甲14）。原告は、前記のとおり、その後も毎年カタログを発行し、そこではユニットシェルフについての説明及び複数の種類の原告商品形態を有する商品の写真が掲載されており、平成12年発行のカタログからは高さや棚板の数等が異なる複数の種類の原告商品形態を有する商品の写真が並んで多数掲載されるようになり、平成15年発行のカタログからは「スチール棚セット」、「木製棚セット」、「ガラス棚セット」などとして、高さや棚板の数、材質等が異なる複数の種類の原告商品や原告商品形態を有する商品の写真が外観を明らかにする形で並んで掲載されていて、それらの写真では原告商品形態を一見して判別することができた（平成12年のカタログについて甲17、平成13年のカタログについて甲18、平成14年のカタログについて甲21、平成15年のカタログについて甲23）。さらに、平成16年発行の「2004春夏」のカタログでは、ユニットシェルフについて、帆立等からなる基本構造を有し、ボックス、バスケットなどのパーツ（拡張セット）があることが図や写真で示された。そして、その説明等の後に、原告商品形態を有し、高さ、奥行き、棚板の数等が異なる原告商品について、これが「基本セット」であるとして、複数の種類の原告商品写真（原告商品形態を一見して判別できる。）を価格と共に掲載し、また、パーツとして、ボックス、バスケット等の写真を価格と共に掲載した（ただし、上記カタログにおける基本セットのうち、特に高さが低い「ユニットシェルフ（ミニ）」と呼ばれる商品は原告商品形態①～⑥の全ては備えていなかった。）（甲24）。その後の

カタログでも、ユニットシェルフに上記基本構造があることが記載されることがあったほか、基本的に上記基本構造を有し原告商品形態を備える原告商品を基本セットとして、複数の種類の原告商品の写真を原告商品形態を一見して判別できる形で価格と共に掲載した。(甲25～43, 218, 241, 245)

原告は、平成15年頃から断続的に原告商品を掲載したリーフレット(甲224, 226, 243, 244, 247, 249)及びブックレット(甲225, 245, 246, 248)を発行し、適宜上記商品を掲載したチラシ(甲251～255)を発行した。その発行部数は、リーフレット及びブックレットにつき2万～21万部、チラシにつき30万～42万部であった。上記リーフレット、ブックレット及びチラシには、いずれも原告商品形態が一見して判別し得る原告商品の写真が掲載されていた。

エ 原告は、販売のため、原告商品を前記イの原告の店舗において展示した。また、平成28年2月～3月頃、原告商品形態が一見して判別し得る写真及び文字から構成されたポスターを全国413の原告の店舗において掲示し、ウインドウバナーを全国193の原告の店舗において掲示した。(甲48～51, 218, 242, 256)

原告は、平成21年1月頃から平成22年9月頃まで及び平成27年9月頃から現在まで、それぞれ原告商品形態が判別し得る場面を含む動画を前記イのサイトにおいて配信した(甲257の1・2, 258)。

オ 平成16年頃から、原告以外の事業者も、通信販売のためのカタログ(各カタログの発行部数は100万部以上。甲53, 54, 57, 62, 63, 68, 72～75)に原告商品形態が判別し得る複数の種類の原告商品の写真を掲載して、原告商品を販売した。また、一般の書店で販売される雑誌や書籍において、平成12年頃から、ユニットシェルフを紹介する記事が掲載され、そこには原告商品形態が判別し得る原告商品の写真が

掲載された（甲79, 84, 88, 89, 107, 110～112, 116, 117, 120, 123～125, 130～132, 135, 138, 142, 144, 145, 148, 151, 152, 160, 161, 163, 164, 166～168, 170, 172, 173, 185, 189, 192, 195～197, 259）。

5
カ 原告商品の購入者に対して平成29年3月頃に実施されたアンケート調査によれば、回答者2万1580人中、原告商品のデザインを購入動機の一つとした者は1万5929人であった（甲238）。

10
キ 原告商品が掲載されたブックレット（甲245。平成20年発行）には、「無印良品のすべての製品に理由があります。」「余計な工程や装飾を削ぎ落としながらも機能を突き詰め、それらを研ぎ澄ますうちに部屋にとけ込む美しい製品ができました。」との記載があった。

15
原告商品は、平成22年のグッドデザイン・ロングライフデザイン賞を受賞した。受賞理由の概要は、「機能を徹底的に優先させ組み合わせ自在なモジュールシステムはどこにでも棚を設置することができるシステムシェルフの代表である。さらに機能を徹底的にシンプルにしたフォルムは、あらゆるインテリアにおいて主張しすぎることなく、使うところを選ばずに何処にでも使える収納のプロトタイプで、買い足せる安心感も大きな魅力である。」というものであり、審査委員は「モジュールシステムが持つ
20
発展性と、製品供給が保証されるロングライフ性により、長期にわたり安心して愛用できる商品である。総合的なまとまり感が見事で、一見華奢に見えるが、フレームがたわむこともなく、しっかりした構造バランスが保たれている。」と評価した。（甲76）

25
ク 原告、被告とは異なる複数の事業者が、原告商品形態（原告商品形態①～⑥）を備えた商品（ただし、原告商品形態②の棒材の正確な直径が不明なものを含む。）を製造、販売した。これらの商品のうち最も販売開始時

期が早い商品の販売開始時期は、証拠上、平成20年頃である。また、これらの商品の売上高として証拠上認められるものは、年間240万円程度から2億円程度であり、販売数量は200セット程度から2万セット程度である。これらの商品には、過去に販売されたが現在は販売を終了しているものもある。(甲235, 237, 268, 乙1~4, 6, 24)

株式会社キュービックハウス等によって、平成元年頃から、ドイツの会社が製造する「ETAGAIR」という商品が販売された。この商品は、少なくとも原告商品形態②、③及び⑤を備えていた。ただし、当該商品は、少なくとも帆立について一方向に斜めの棒を含むものであり、また、背面にクロスバーがない。(乙7, 16)

ケ 原告商品と同種の棚の構成については、少なくとも、①帆立につき支柱を一本の棒材とするもの、支柱を2本の棒材として当該棒材間のみ横棧を設けるもの、前後の支柱を最上部において逆U字状に連結するもの、帆立の前後の一方向に斜めの棒材を設けるものがあり、②棚板につき横棧の位置に設けずに支柱の任意の位置に固定具等により固定するものがあり、③クロスバーを設けないものがある(甲229~231, 乙1, 5, 7~13)。

(2) 商品において、形態は必ずしも商品の出所を表示する目的で選択されるものではない。もっとも、商品の形態が客観的に明らかに他の同種の商品と識別し得る顕著な特徴を有し、かつ、その形態が特定の事業者により長期間独占的に使用されるなどした結果、需要者においてその形態が特定の事業者の出所を表示するものとして周知されるに至れば、商品の当該形態自体が「商品等表示」(不正競争防止法2条1項1号)になり得るといえる。

(3) 原告商品形態の特徴について

ア まず、原告商品形態の特徴について検討する。

(ア) 原告商品は、外観が別紙原告商品目録記載の各図のとおりのものである

り、原告商品形態①～⑥を有する。すなわち、原告商品は、組立て式の棚として、側面の帆立（原告商品形態①）、棚板の配置（原告商品形態③）、背側のクロスバー（原告商品形態④）が特定の形態を有するほか、帆立の支柱が直径の細い棒材を2本束ねたものであるという特徴的な形態（原告商品形態②）を有し、また直径の細い棒材からなる帆立の横棧及びクロスバー（原告商品形態⑤）も特定の形態を有するもので、それらを全て組合せ、かつ、全体として、上記の要素のみから構成される骨組み様の外観を有するもの（原告商品形態⑥）である。このような原告商品形態は原告商品全体にわたり、商品を見た際に原告商品形態①～⑥の全てが視覚的に認識されるものであるところ、原告は、原告商品の形態的特徴として原告商品形態①～⑥が組み合わされた原告商品形態を主張するので、以下、上記原告商品形態が他の同種商品と識別し得る顕著な特徴を有するか否かを検討する。

(イ) ここで、原告商品及び同種の棚の構成要素として、帆立、棚板、クロスバー、支柱等があるところ、これらの要素について、それぞれ複数の構成があり得て（前記(1)ケ）、また、それらの組合せも様々なものがあり、さらに、上記要素以外にどのような要素を付加するかについても選択の余地がある。原告商品は、原告商品と同種の棚を構成する各要素について、上記のとおりそれぞれ内容が特定された形態（原告商品形態①～⑤）が組み合わされ、かつ、これに付加する要素がない（原告商品形態⑥）ものであるから、原告商品形態は多くの選択肢から選択された形態である。そして、原告商品形態を有する原告商品は、帆立の支柱が直径の細い棒材を2本束ねたという特徴的な形態に加えクロスバーも特定の形態を有し、細い棒材を構成要素に用いる一方で棚板を平滑なものとし、他の要素を排したことにより骨組み様の外観を有する。原告商品は、このような形態であることにより特にシンプルですっきりしたという印

象を与える外観を有するとの特徴を有するもので、全体的なまとまり感
があると評されることもあったものであり（同キ）、原告商品全体とし
て、原告商品形態を有することによって需要者に強い印象を与えるもの
といえる。このことに平成20年頃まで原告商品形態を有する同種の製
品があったとは認められないこと（同ク）を併せ考えると、平成16年
頃の時点において、原告商品形態は客観的に明らかに他の同種商品と識
別し得る顕著な特徴を有していたと認めることが相当である。

イ 被告は、原告商品形態①～⑥のうちの各個別の形態を取り上げ、それら
がありふれた形態であり、原告商品が他の同種の商品と識別し得る特徴を
有しない旨主張する。

しかし、前記アに述べたところに照らし、原告商品形態が他の同種の商
品と識別し得る特徴を有するといえるか否かを検討する際は、原告商品形
態①～⑥のうちの個別の各形態がありふれている形態であるか否かではな
く、原告商品形態①～⑥の形態を組み合わせた原告商品形態がありふれた
形態であるかを検討すべきである。したがって、原告商品形態①～⑥のう
ちの各個別の形態にありふれたものがあることを理由として原告商品形態
が商品等表示とならなくなるものではない。

また、被告は、原告商品形態①～⑥のうちの各個別の形態について、特
有の機能等を得るために不可避免的に採用せざるを得ない形態である旨主張
する。しかし、上記各個別の形態について、原告商品形態とは異なる構成
を採ることができ（前記(1)ケ）、かつ、原告商品形態が上記各個別の形態
の組合せからなることに照らせば、原告商品形態が特定の機能等を得るた
めに不可避免的に採用せざるを得ない構成であるとの被告の主張は採用す
ることができない。

ウ 原告商品は平成9年1月頃から販売されたところ、被告は、原告商品形
態を備えた商品が平成元年頃から日本国内で販売されていたことを主張す

る。

前記(1)クのとおり、平成元年頃から、少なくとも原告商品形態②、③及び⑤を備えた「ETAGAIR」という名称の商品が販売された。しかし、当該商品は、少なくとも、帆立について一方向に斜めの棒が含まれ、背面にクロスバーがなく、原告商品形態①、④を備えず、原告商品形態を備えているとはいえない。そして、このことから上記商品と原告商品の外観上の特徴は異なるといえるのであって、上記商品の販売の事実によって、原告商品形態がありふれたものであるとか、他の商品と識別し得る特徴とはならないということとはできない。

エ 被告は、原告商品のほかにも原告商品形態を有する商品が販売されていると主張して、原告商品形態には、識別力がない旨主張する。

しかし、上記で被告が主張する商品について認められる事実は前記(1)クのとおりであり、その商品の販売が開始された時期は早くても平成20年頃である。したがって、平成20年より前に原告商品形態がありふれたものであったことを認めるに足りない。そして、後記(4)のとおり、原告商品形態は、平成16年頃には、原告の商品であることを示す識別力を有したと認められる。また、被告が指摘する商品は、年間の売上高も原告商品と比べて多くなく、製造販売期間も長いとはいえ、現在では販売を終了したのものもある。そうすると、原告商品形態が平成16年頃に原告の商品を示すものとしての識別力を有した後、上記商品によって、原告商品形態がありふれたものになり、他の商品と識別し得る特徴を有することがなくなったとはいえない。

(4) 周知性について

ア 前記(1)ア及びイのとおり、原告は、原告商品形態を有する商品を平成9年以降継続的に販売してきた。原告商品の販売実績は、相当の台数及び額に及んでいた。また、同イ～オのとおり、原告商品につき、原告商品形態

の間に広く認識されたものとなったものと認めることが相当である。

イ さらに、前記(1)イ～オ及びクによれば、原告商品の販売規模及び宣伝活動が平成27年までも平成16年頃までと同様に継続されてきたものであるのに対し、平成20年頃以降、原告以外によって製造販売された原告商品形態を有する商品は最大でも2万セット、判明している台数を合計しても1年当たり8900セットから4万2900セットであって、販売期間も数年にとどまっており、原告商品の規模の数分の1にとどまる。

そうすると、原告商品形態は、現在においても、原告の出所を表示するものとして需要者の間に広く認識されていると認められる。

ウ これに対して、被告は、前記カタログ等においては他の商品と組み合わせて様々な展開を行うことができる点を需要者に訴求し、店舗において原告商品は原告が扱う多数の商品の一つとして展示されているにすぎないことや需要者は原告商品につき一般的なメタルラックやスチールラックとしての抽象的な印象を抱いているにすぎないことを主張する。

しかし、カタログ等において原告商品が他の商品と組み合わせて様々な展開を行うことができる点が記載され、店舗において原告商品以外の商品が展示されているとしても、原告商品形態は原告商品全体の特徴を示すものでカタログを見たり店舗を訪れたりする需要者は原告商品形態を当然に認識すること、原告商品形態が強い特徴を有するといえるものであること、いずれも原告商品形態を有する複数の種類の原告製品が「スチール棚セット」などとして宣伝、販売されてきたこと、原告商品形態が原告により5年以上独占され、宣伝広告活動及び販売実績の規模が大きいことを踏まえると、被告が主張する事実は前記認定を左右する事情とは評価し難い。また、被告は本件訴訟提起に関する報道に伴う感想が記載された証拠（乙21、22）を提出して原告商品形態が原告商品の識別力を持つ部分として認識されていないと主張する。そこには本件訴訟提起の報道に伴う感想が

記載されてはいるが、原告商品形態及び被告商品形態を具体的に認識した上でそれが広く認識されているか否か、類似であるか否かに関する認識を述べたものとは認め難く、原告商品形態についての上記の判断を左右するものとはいえない。

5 2 争点(2) (原告商品と被告商品の類似性及び混同のおそれの有無) について

(1) 原告商品形態と被告商品形態の構成は、前記前提事実(3)のとおりである。

これによれば、原告商品形態と被告商品形態は、①側面の帆立が、地面から垂直に伸びた2つの支柱と、その支柱の間に地面と平行に設けられた支柱よりも短い横棧からなり、②帆立の支柱が、棒材を、間隙を備えて2本束ねた形となっており、③帆立の間に横棧より少ない数の平滑な棚板が配置されて10 いて(棚板の配置されていない横棧が存在する)、④X字状に交差するクロスバーが帆立の支柱のうち背側に位置する2つの支柱の間に掛け渡されており、⑤帆立の横棧及びクロスバーが上記支柱と同程度の直径の細い棒材からなり、⑥帆立、クロスバー及び棚板のみで構成された骨組み様の外観(スケルトン様の外観)を有しているという各点で共通する。

15

他方、上記支柱、横棧及びクロスバーを構成する棒材の直径が、原告商品形態においては6～7mmであるのに対し、被告商品形態においては6mm程度である点で相違する。

20

上記①～⑥の共通点は、正面から視た際に認識し得る左右の帆立の支柱、棚板及びクロスバーの特徴のみならず、側面又は斜めから見た際に認識し得る上記支柱等のほか支柱の間の横棧の特徴が同一である点にあり、原告商品及び被告商品の全体にわたる。これに対し、上記の相違点は、棒材の直径及び棚板の厚さが1mm程度異なるにすぎず、商品全体を見た際に直ちに判別し得る相違とはいえない。そうすると、被告商品形態は原告商品形態とその25 ほぼ全部において同一であるといえるものである。

(2) 被告は、被告商品は、原告商品と①全体の質感、棚板の取り付け部品、棚

板の質感、寸法が異なる、②販売活動の形態が異なる、③需要者は原告商品と被告商品をそれぞれのブランドにおいて明確に区別していると主張する。

上記①につき、前記前提事実(3)及び証拠（検証の結果〔写真1、2、7、8、15～20〕）によれば、原告商品及び被告商品の色のほか、寸法につき、原告商品1（タイプ1）及び被告商品1を対比すると少なくとも脚部の幅、支柱の高さ、棚板の幅、奥行き及び高さ、クロスバーの長さがいずれも最大で1cm程度異なり、他にも、一部の製品の幅、原告製品3及び被告製品3につき高さがそれぞれ異なると認められる。

しかし、原告商品は、高さ、奥行きや棚板の材質が異なる複数の種類の商品について、いずれもユニットシェルフの基本セット等として宣伝、販売等された。高さや棚板の材質が異なるが、いずれも原告商品形態を有する複数の商品について、上記のとおり宣伝、販売されて、原告商品形態が原告の出所を表示するものとして周知になったことに照らせば、被告が主張する寸法の違いや色の違いによって、被告商品に接した需要者が被告商品形態について原告の出所を表示するものと直ちに認識しなくなるとはいえない。そして、原告商品形態と被告商品形態の類似性の程度が高くほぼ全部において同一であるといえるものであるところ、それらの形態が、商品全体の外観に関し、かつ、商品を構成する各要素であって、需要者に最も強い印象を与えるものであること、原告商品と被告商品が大きく異なるのが商品全体の幅及び高さであって他の部分の違いが僅かであることからすると、被告商品に接した需要者は被告商品の形態が原告の出所を表示すると認識するといえる。

上記②及び③につき、被告商品形態が、前記のような原告商品形態と高い類似性を有することに照らせば、販売活動の形態やブランドが異なることから需要者が被告商品を原告商品と混同するおそれがないとはいえない。

(3) 以上によれば、被告商品は、原告商品と混同を生じさせるものであると認めるのが相当である。

3 争点(3) (被告商品における商品等表示の使用の有無) について

前記1において説示したとおり原告商品形態が不正競争防止法2条1項1号の「商品等表示」に該当すること、前記2(2)において説示したとおり被告商品形態が原告商品形態と高い類似性を有することを考え合わせれば、被告商品形態も同号の「商品等表示」に該当するというべきである。

したがって、被告商品形態を備える被告商品は商品等表示を使用しているものと認められる。

4 結論

以上によれば、被告による被告製品の製造等は不正競争防止法2条1項1号の不正競争に当たり、これにより原告の営業上の利益が侵害されるおそれがあるといえることができる。よって、原告の請求はいずれも理由があるからこれを認容することとし、主文のとおり判決する。

東京地方裁判所民事第46部

裁判長裁判官 柴 田 義 明

裁判官 萩 原 孝 基

裁判官 大 下 良 仁

(別紙)

原告商品目録

1 原告商品 1



帆立の素材は、ステンレスとスチールとがあり、スチール素材はグレーに塗装されている。

棚板は、ステンレス又はスチールのプレス成形品と木製とがある。

大きさは、以下の種類がある。

タイプ1：幅58cm，奥行41cm，高さ83cm

タイプ2：幅58cm，奥行25cm，高さ83cm

タイプ3：幅86cm，奥行41cm，高さ83cm

タイプ4：幅86cm，奥行25cm，高さ83cm

2 原告商品2

(正面図)



(斜視図)



(一部拡大斜視図)



帆立の素材は、ステンレスとスチールとがあり、スチール素材はグレーに塗装されている。

棚板は、ステンレス又はスチールのプレス成形品と木製とがある。

大きさは、以下の種類がある。

タイプ1：幅58cm、奥行41cm、高さ120cm

タイプ2：幅58cm、奥行25cm、高さ120cm

タイプ3：幅86cm、奥行41cm、高さ120cm

タイプ4：幅86cm、奥行25cm、高さ120cm

3 原告商品 3

(正面図)



(斜視図)



(一部拡大斜視図)



帆立の素材は、ステンレスとスチールとがあり、スチール素材はグレーに塗装されている。

棚板は、ステンレス又はスチールのプレス成形品と木製とがある。

大きさは、以下の種類がある。

タイプ1：幅58cm、奥行41cm、高さ175.5cm

タイプ2：幅58cm、奥行25cm、高さ175.5cm

タイプ3：幅86cm、奥行41cm、高さ175.5cm

タイプ4：幅86cm、奥行25cm、高さ175.5cm

(別紙)

被 告 商 品 目 録

1 被告商品 1

商品名：ジョイントシステムシェルフ56 3段

品 番：商品コード4936695732505

(正面図)



(斜視図)



(支柱拡大図)



帆立の素材は、スチール、棚板は、スチールのプレス成形品であり、いずれもホ

ホワイトグレー色に塗装されている。

大きさは、幅58cm、奥行41.5cm、高さ83cmである。

2 被告商品2

商品名：ジョイントシステムシェルフ56 4段

品番：商品コード4936695732512

(斜視図)



帆立の素材は、スチール、棚板は、スチールのプレス成形品であり、いずれもホ

ホワイトグレー色に塗装されている。

大きさは、幅58cm、奥行41.5cm、高さ120cmである。

3 被告商品3

商品名：ジョイントシステムシェルフ56 5段

品番：商品コード4936695732529

(斜視図)



帆立の素材は、スチール、棚板は、スチールのプレス成形品であり、いずれもホ

ホワイトグレー色に塗装されている。

大きさは、幅58cm、奥行41.5cm、高さ157cmである。