

(別紙)

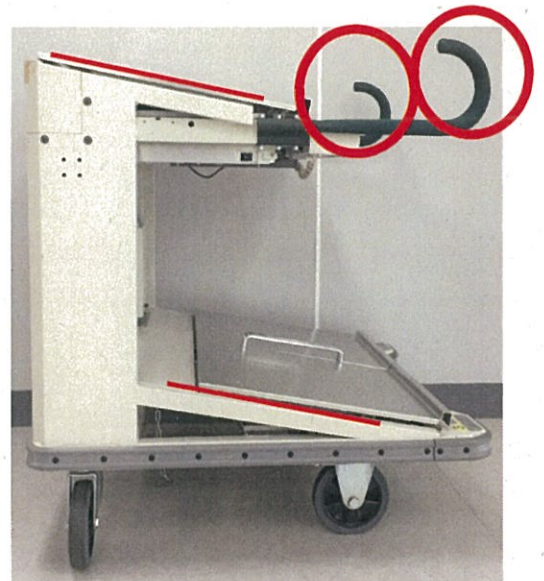
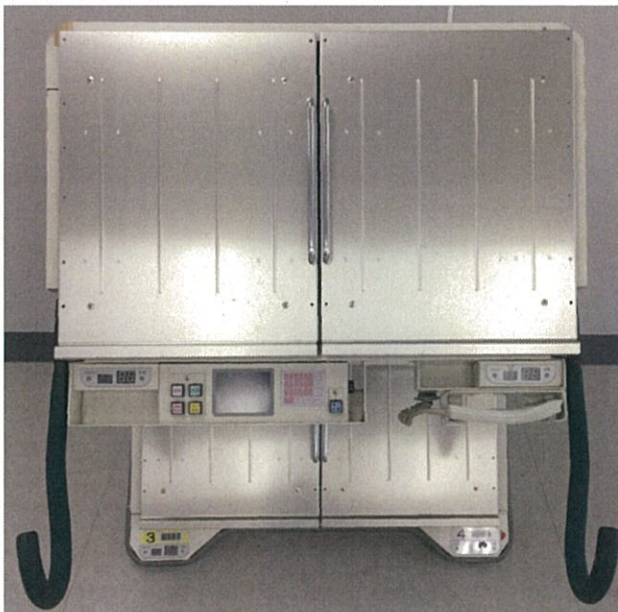
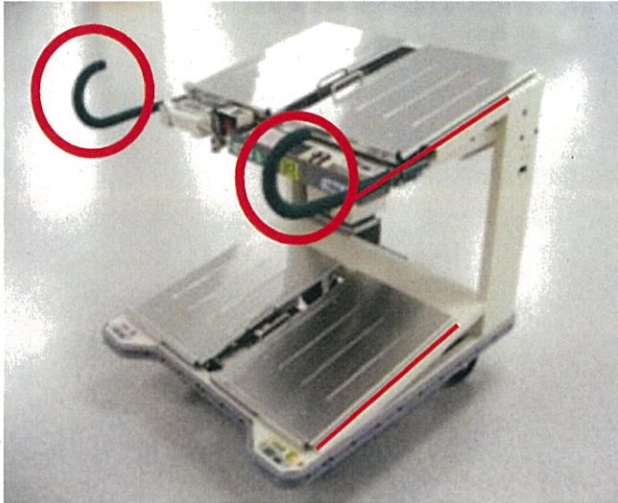
被告商品目録

商品名「Floor Master PICs」



(別紙)

原告商品表示目録



上記には、平成28年に販売中の原告商品の写真を掲示したが、原告が本

訴において「商品等表示」として主張するのは、赤い印を付けた

- ①上下段にピッキングされた商品を入れるコンテナ、段ボール、トレイ等を置く計量台が作業者の奥側から手前側に向かって下方方向に約10°傾斜し、
- ②カート上段の左右端に設置された2本の把持部の先端が略半円状に上向きに湾曲している

特徴である。平成10年以降に原告が販売してきた重量検品ピッキングカートは、いずれも同じ特徴を有している。なお、原告商品には、特に製品番号等は存在しない。

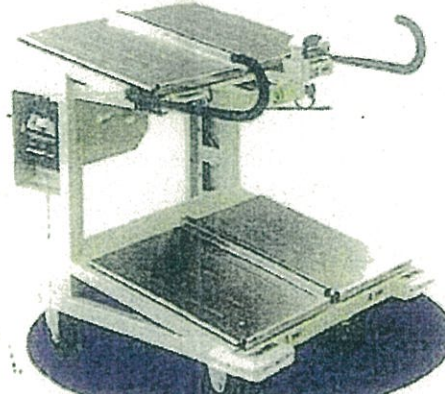
他商品写真



乙 13 号証 ホクショー



乙 12 号証
日本ファイリング



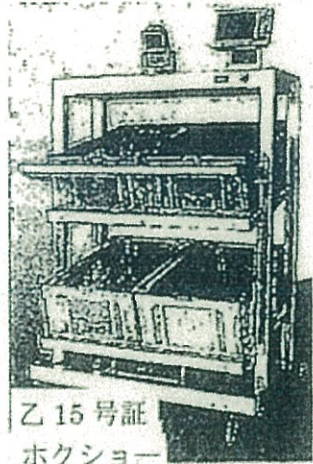
乙 3 号証 UNIPULSE



乙 16 号証
島津エス・ディー



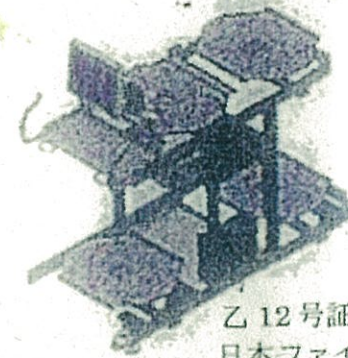
近江屋
乙 26 号証



乙 15 号証
ホクショー



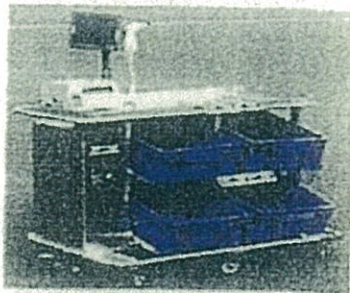
乙 7 号証
岡村製作所



乙 12 号証
日本ファイリング



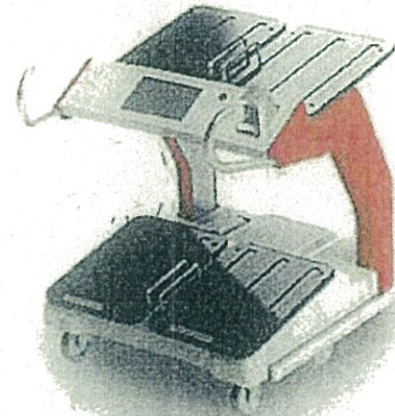
乙 24 号証 トヨタL&F



乙 18 号証
島津エス・ディー



乙 4 号証 イシダ



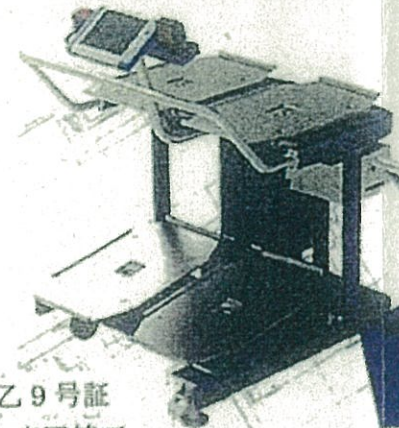
乙 30 号証
島津エス・ディー



乙 11 号証
椿本チェイン



乙 25 号証
トヨタL&F



乙 9 号証
寺岡精工



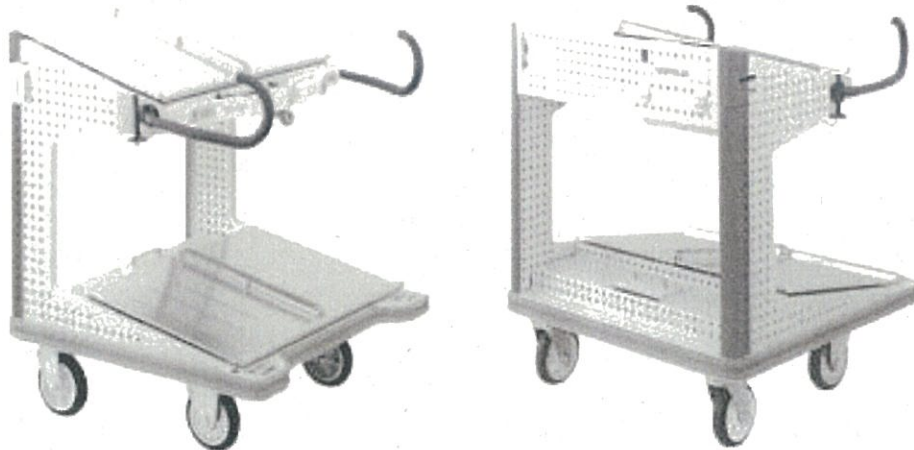
乙 10 号証 寺岡精工

(別紙)

広告記事等目録

- ① 「マテリアルフロー」(2005年12月1日発行、発行部数22,400部)

原告商品は、雑誌「マテリアルフロー」において、「メンタル面も重視した。『機能面を中心としたごついものより、かわいい、気持ちが良いなど人の感性に訴えるデザインはモチベーションアップにもつながる』」と説明され、以下の写真と併せて紹介された。



- ② 「流通ネットワークキング」(2007年8月25日、発行部数120,000部)

雑誌「流通ネットワークキング」(2007年8月25日発行)は、以下の写真等と併せて原告商品を紹介した。

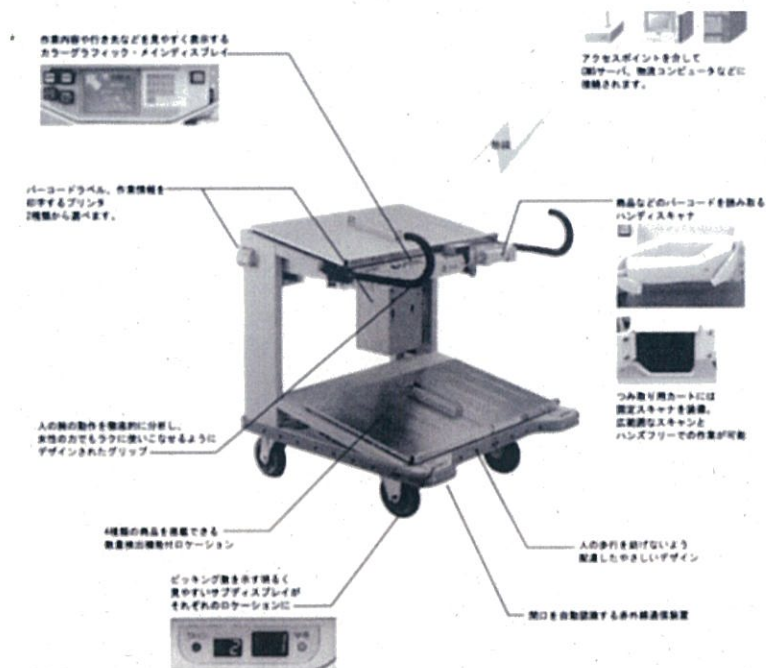


図2：検量機能付きインテリジェントカート概要

③ 「日経流通新聞」(2008年3月5日発行)

「日経流通新聞」(2008年3月5日発行)は、以下の写真を用いて原告商品を紹介した。



- ④ 「マテリアルフロー」(2009年10月1日発行、発行部数22,600部)

原告商品は、雑誌「マテリアルフロー」(2009年10月1日発行)において、「ミス率ゼロでノー検品を実現、最先端の計量ピッキングカート」、「計量カートではトップシェア」、「日用雑貨、食品、アパレル、医薬品、化粧品、ゲーム機器、ペット用品などさまざまな業種に対し、90件・100件近い納入実績を持ち、累計カート数では約1,600台に達している。」、「これまで日立物流の7センターに対し、CMS(カートは157台)を納入した実績があるが、本センターでもCMSを活用し200店舗弱への出荷配送を行っている」等と説明され、以下の写真と併せて紹介された。

クローズアップ特別編

**ミス率ゼロでノー検品を実現、
最先端の計量ピッキングカート**

■ユニパルスのCMS (Cart Management System) 導入事例

米国現地事例





- ⑤ 「マテリアルフロー」(2012年6月1日発行、発行部数23,400部)

原告商品は、雑誌「マテリアルフロー」(2012年6月1日発行)において、「CMSは作業者にストレスを与えないシステムです・・・今日は間違えないで下さいね、と口酸っぱく言うと作業者にはどうしてもストレスになります。しかしCMSはシステムの指示に従って楽しく作業できる」等と説明され、以下の写真と併せて紹介された。

⑦ 「月刊ロジティクスIT」(2008年2月1日発行)

原告商品は、雑誌「月刊ロジティクスIT」(2008年2月1日発行)において「摘み取り方式に対応したカートシステムで作業の2～3割向上、省力化を図る」「イトーヨーカ堂に導入されたユニパルスの『カート・マネジメント・システム』(CMS)の導入」等と説明され、以下の写真と併せて紹介された。



⑧ 「倉庫」(第129号、発行部数3500部)

原告商品は、雑誌「倉庫」(第129号)に以下の写真と共に紹介された。



積重ね型付きインテリジェントカート

展示会への参加

原告商品は、以下の展示会に出品され、原告を販売元とする商品として紹介された。それぞれの展示会の規模及び原告商品の展示状況等を具体的に見ると、以下のとおりである。

① 2000年国際物流総合展

国際物流総合展は、東京ビッグサイトで開催されるアジア最大の物流・ロジスティクスの総合展示会であり、同展示会で、原告は自社展示ブースに原告商品を以下のとおり展示し紹介した。



② 2002年国際物流総合展



③ 2008年国際物流総合展

原告は、同展示会内の自社展示ブースに原告商品を以下のとおり展示

し紹介した。



④ 2012年国際物流総合展

原告は、同展示会内の自社展示ブースに原告商品を以下のとおり展示し紹介した。



⑤ 2015年インターフェックスジャパン

インターフェックスジャパンは、東京ビッグサイトで開催される医薬・化粧品業界 世界有数の専門技術展。医薬・化粧品・洗剤を製造・研究開発するためのあらゆる機器・システム・技術を一同に紹介する総合展示会である。原告は、同展示会内の自社展示ブースに原告商品を以下のとおり展示し紹介した。



⑥ 2016年国際物流総合展

原告は、同展示会内の自社展示ブースに原告商品を以下のとおり展示し紹介した。





(別紙)

他商品目録

1 株式会社イシダ「さいまるカート」

(乙第4号証より抜粋)



2 株式会社IHIエスキューブ「計量検品ピックアップカート(4ハカリ)」

(乙第6号証より抜粋)



3 株式会社岡村製作所「ピッキングカートシステム」

【乙第7号証より抜粋】



4 株式会社アルゴシステムの「ピッキングカート」

【乙第18号証より抜粋】



5 被告のピッキングカートシステム「APWシリーズ」

【乙第16号証より抜粋】

