

平成23年4月26日判決言渡 同日原本領収 裁判所書記官

平成21年(ワ)第26662号 不正競争行為差止等請求事件

口頭弁論終結日 平成23年3月15日

判 決

東京都豊島区<以下略>

原 告	株 式 会 社 エ ク シ ブ
同 訴 訟 代 理 人 弁 護 士	黒 野 徳 弥
同	三 ツ 村 英 一
同	瀬 川 千 鶴
同	水 島 直 也
同	新 名 由 美 子
同	藤 井 裕 子

埼玉県さいたま市<以下略>

被 告	株 式 会 社 し ま む ら
同 訴 訟 代 理 人 弁 護 士	川 井 理 砂 子
主	文

- 1 原告の請求をいずれも棄却する。
- 2 訴訟費用は原告の負担とする。

事 実 及 び 理 由

第 1 請 求

- 1 被告は、別紙被告商品目録記載1及び2の商品(以下、同目録記載1の商品を「被告商品1」、同目録記載2の商品を「被告商品2」といい、両商品を総称して「被告商品」という。)を販売し又は販売のために展示してはならない。
- 2 被告は、被告商品を廃棄せよ。
- 3 被告は、原告に対し、2億0445万4800円及びこれに対する平成2

1年8月22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

本件は、「SIGN DENIM PT」という名称のデニム素材のパンツ（以下「原告商品」という。）を製造、販売する原告が、被告商品は原告商品の形態を模倣したものであり、被告が被告商品を販売した行為は不正競争防止法（以下「不競法」という。）2条1項3号の不正競争に該当すると主張して、被告に対し、同法3条1項に基づく被告商品の販売等の差止め及び同条2項に基づく被告商品の廃棄を求めるとともに、同法4条に基づく損害賠償として、2億0445万4800円及びこれに対する不正競争の後である平成21年8月22日（訴状送達の日翌日）から支払済みまで民法所定の年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。

1 争いのない事実等（末尾に証拠を掲記した事実以外は、当事者間に争いが
ない事実である。）

(1) 当事者

原告は、アパレル商品の企画、製造、卸、販売等を業とする株式会社であり、「COCOLULU」というブランド名（以下「ココルル」という。）の商品の企画、販売等を行っている（甲1）。

被告は、総合衣料品の販売等を業とする株式会社であり、「ショッピングセンターしまむら」などの衣料品の販売店舗を全国に展開している。

(2) 原告商品の製造、販売

原告は、原告商品のデザインを企画し、外部業者に製造を依頼して、平成20年6月29日から、原告の直営店舗などにおいて原告商品を販売している（甲33～37）。

(3) 被告商品の製造、販売

被告は、株式会社サンフォード（以下「サンフォード社」という。）から被告商品を仕入れ、遅くとも平成21年3月ころから、被告が運営する

「ショッピングセンターしまむら」において、被告商品を販売し又は販売のために展示している。

(4) 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・被告商品形態表（以下「別紙商品形態表」という。）の「原告商品（前身）」、「原告商品（前身・拡大）」、「原告商品（後身）」及び「原告商品（後身・拡大）」の写真及び図柄のとおりである。

被告商品１の形態は、別紙商品形態表の「被告商品１（前身）」、「被告商品１（前身・拡大）」、「被告商品１（後身）」及び「被告商品１（後身・拡大）」の写真及び図柄のとおりであり、被告商品２の形態は、同表の「被告商品２（前身）」及び「被告商品２（後身）」の写真及び図柄のとおりである。

2 争点

(1) 被告商品の形態は、原告商品の形態を模倣したものか（争点１）

ア 被告商品の形態は、原告商品の形態と実質的に同一か（争点１－１）

イ 被告商品は、原告商品の形態に依拠して製作されたものか（争点１－２）

(2) 被告は、被告商品が原告商品を模倣したものであることにつき善意かつ無重過失であったか（争点２）

(3) 原告の損害（争点３）

3 争点に関する当事者の主張

(1) 争点１－１（被告商品の形態は、原告商品の形態と実質的に同一か）について

[原告の主張]

ア 他人の商品の形態を「模倣する」（不競法２条１項３号）とは、「他人の商品の形態に依拠して、これと実質的に同一の形態の商品を作り出

すことをいう。」（同条5項）。仮に，ある商品の形態について，他人の商品の形態と相違する部分が存在するとしても，その相違がわずかな改変に基づくものであって，他人の商品と酷似していると評価できるような場合は，その商品の形態は，他人の商品の形態と実質的に同一であるといえる。

イ 原告商品と被告商品は，いずれも，青色デニム素材のカジュアルパンツであり，次のとおり，その基本的形態が共通する上，その細部の形態（図柄のデザインの特徴的部分）においても，多数の共通点が存在する（甲38，39の1・2，甲42）。そのため，原告商品と被告商品は，商品全体の印象が同一であると評価することができ，両商品の形態は実質的に同一である。

（ア） 基本的形態における共通点

表面全体が「総柄」（商品全体にくまなく柄プリントが施されているもの）であり，パンツの表面に，英語等が内部に記載された，米国の交通標識を想起させる円形，三角形，長方形及び六角形等の図柄が，不規則に隙間なく重なり合って配されている。

上記図柄は，「抜染」と呼ばれる，布地から色を抜く染色技術が用いられている。

（イ） 細部の形態における共通点

実際には米国の交通標識に利用されていないと思われる，ハート型の図柄を使用している。

使用されている図柄は，円形，三角形，四角形，六角形及びハート型のみである。

図柄には，円形，三角形，四角形，六角形及びハート型の内部に英語，数字，矢印を表記し，その英語，数字，矢印部分を白くしているものと周囲を白抜きにしているものを組み合わせている。

四角形の図形の内部に、ジグザグの矢印を記載している（甲４２・図 ）。

六角形の図形の内部に、英語の三段表記をしている（甲４２・図 ， ）。

長方形の図形の内部の中心に、真っ直ぐの矢印を施し、その上下に、矢印よりも小さい文字で英語を表記している（甲４２・図 ）。

縦長の長方形の図形の内部に、英語を表記している（甲４２・図 ）。

円形の図形の内部に、湾曲した矢印を表記している（甲４２・図 ）。

円形の図形の内部に、二桁の数字を表記している（甲４２・図 ）。

三角形の図形の内部に、英語を表記している（甲４２・図 ）。

ハート型の図形の内部に、英語を表記している（甲４２・図 ）。

[被告の主張]

ア 本件において問題となる商品は、主に若年層を対象として販売される衣料品であり、商品の同一性を検討するに当たっては、このような商品の特性を踏まえ、次の点を十分に考慮する必要がある。

(ア) ファッション業界においては、各年のシーズンごとに、世界３大コレクションに端を発する流行が発生し、もともと、同時期に発売される商品に類似性のみられることが大きな特徴である。国内の大手衣料品メーカー（ブランド）においても、上記３大コレクションの流れを受けた商品開発を行っている（乙２の１～４）。

(イ) 原告が原告商品の特徴であると主張する交通標識柄は、外国の交通標識をモチーフとしたデザインであり、原告のオリジナルではない。上記図柄は、もともと、アメリカンコミックの図柄等として、ファッションの素材としても用いられてきたものである。また、２００７年

(平成19年)秋, 2008年(平成20年)春夏のパリコレクションにおいて, 「ジェレミースコット」というブランドが発表した, 交通標識柄を用いたコレクションが話題を呼び, 平成19年から20年にかけて, 世界的な流行となっていた(乙3, 4)。

ジェレミースコットの上記コレクションも, 原告商品と同様, 交通標識を想起させる図柄が, 商品の外面全体に不規則に隙間なく重なり合って配されている。原告が原告商品を企画した時期は平成20年1月ころであるから, 原告商品も, 明らかに上記コレクションを意識した上で製作されている。

(ウ) 原告が原告商品のもう一つの特徴であると主張する「総柄デニム」という着想も, 古くは, 平成12年ころに発売された「ヒステリックグラマー」というブランドや, 「オゾンコミュニティ」というブランドの商品にみられたものである。また, 平成19年から20年にかけて, パンツを含む「総柄アイテム」は, 一大ファッショントレンドとなっており, 被告でも, 「総柄アイテム」の商品を多数仕入れて販売していた(乙4, 7, 8)。

イ 以上のとおり, ファッション業界自体が, そもそも, 模倣と改変, 創作から成り立つ性格を持っており, 交通標識柄の総柄デニムパンツという原告商品及び被告商品も, その例外ではない。現実には, 原告の商品には, 他社の模倣をしたとしか考えられない製品が多数存在する(乙6)。

したがって, 原告商品と被告商品の実質的同一性の有無を検討するに当たっては, 単に, 交通標識柄を用いた総柄のデニムパンツという点が一致することのみを理由に実質的同一性を認めることはできず, 両者が, これらの既存の着想をどのように組み合わせ, 商品化しているかという観点から検討するべきである。

ウ 原告商品と被告商品とを比較すると, 次のような相違点が存在する。

(ア) サイン（標識）柄の内容、大きさ及び配置

原告商品の交通標識柄の大きさは、丸型の図案が直径約9 cm、箱型の図案が大きいもので約14 cm×10 cmであり、かなり大きめである。これに対し、被告商品の図柄の大きさは、丸型の図案が直径約7 cmの楕円形であり、箱型の図案が9 cm×6 cm又は4 cm×8 cmであって、原告商品よりも小さめである。また、被告商品の図柄には、原告商品の図柄と同一のものは用いられていない。

さらに、原告商品は、直径約9 cmのスマイリーマークをパンツ前面に7個も配置し、同マークの印象が強いことが特徴である。スマイリーマークは、その成り立ちについて諸説あるものの、1970年代に「ラブ&ピース」の象徴等として全世界に広まったキャラクターであり、雑貨品、衣料品の図柄としてもたびたび用いられ、消費者の認知度も極めて高い。消費者が原告商品を認識する際にも、このスマイリーマークが大きなポイントとなっていることは間違いない。

(イ) パンツの形状及びデザイン

原告商品のパンツの裾周りには、45 cm程度であり、ゆったり、だぼっとしたシルエットを特徴とする。これに対し、被告商品の裾周りには、38 cmであり、原告商品よりも引き締まったシルエットを特徴とする。このような原告商品の「ゆったり」としたシルエットは、原告自身も自社商品の特性として強く意識しており（甲19、20）、消費者の視点からも、重要なポイントとなっている。

(ウ) 素材及び風合い

原告商品は、オーバーダイ加工を用い、ユーズド感（古着のような風合い）を出している。これに対し、被告商品は、図柄の印刷が明瞭でくっきりしており、外観上受ける印象が原告商品とは全く異なる。

(エ) ボタン及びリベット

原告商品は、ボタン及びリベットをシルバー系の色で統一している。
これに対し、被告商品は、より目立ちやすい蛍光イエローを用いている。

エ 以上のとおり、原告商品と被告商品は、サイン（標識）柄を用いたデニムパンツであるという点こそ共通するが、図柄の内容、大きさ及びプリント方法、パンツの素材、パンツ自体の形状デザイン（シルエット）並びに装飾品については、むしろ相違点が多い。とりわけ、原告が原告商品の特徴であると主張するプリント柄において、その大きさや風合いが異なることにより、両商品の印象は大きく異なるものとなっている。

したがって、原告商品と被告商品とは、実質的に同一であるといえる程度に酷似しているとはいえない。

[被告の主張に対する原告の反論]

原告商品の最大の特徴は、英語等が内部に記載された、米国の交通標識を想起させる、円形、三角形、長方形及び六角形等の図柄を商品の表面全体に使用し、これを不規則に隙間なく配している点にある。被告商品は、このような原告商品の特徴と同一の特徴を備えるものであり、被告の主張する相違点が存在することによって上記特徴を脱しているとはいえない。

各図柄の内部に表記されている英語の内容や数字等が異なること、スマイリーマークがないこと、パンツのシルエットや染めの風合いが異なること、ボタンの色彩が異なることなどは、いずれも、ささいな相違にすぎず、全体的印象において需要者に異なる印象を与えるものではない。一般需要者も、被告商品は原告商品に酷似していると認識している（甲 46～52）。

(2) 争点 1 - 2（被告商品は、原告商品の形態に依拠して製作されたものか）について

[原告の主張]

原告商品と被告商品の形態は、前記(1) [原告の主張] のとおり、実質的に同一である。また、被告商品の販売開始時期は、原告商品の販売開始よりも後であり、かつ、後記(3) [原告の主張] のとおり、原告商品は、その販売開始以来、広く広告宣伝され、高い人気を博してきた。

したがって、被告商品の形態が原告商品とは独立して開発されたものとは考えられず、被告商品が原告商品の形態に依拠して製作されたものであることは、明らかである。

[被告の主張]

被告商品は、原告商品に依拠して製作されたものではない。被告商品は、前記(1) [被告の主張] のとおり、2008年春夏のパリコレクションで話題を呼んだジェレミスコットというブランドのモチーフ（サイン柄）に、サンフォード社が着目し、同社において、独自に企画、デザインをしたものである。

- (3) 争点2（被告は、被告商品が原告商品を模倣したものであることにつき善意かつ無重過失であったか）について

[被告の主張]

ア 仮に、被告商品の形態が原告商品の形態を模倣したものであったとしても、被告は、被告商品を自ら製造したのではなく、被告商品をサンフォード社から仕入れて販売したにすぎない。

したがって、被告は、「他人の商品の形態を模倣した商品を譲り受けた者」（不競法19条1項5号ロ）に該当し、当該商品の譲受け時に、同商品が模倣されたものであることを知らず、かつ知らないことについて重大な過失がない場合には、不競法3条（差止請求権）及び4条（損害賠償）等の規定の適用が除外される。

被告は、被告商品をサンフォード社から仕入れた当時、原告商品の存在を把握しておらず、被告商品が原告商品の模倣品であることを知らな

かった。また，後記イのとおり，被告は，被告商品が原告商品の模倣品であることを知らなかったことについて重大な過失があったともいえない。

イ 被告に重大な過失があったというためには，同一業種の一般的な取引人の見地に立った場合に，少しの注意を払っていれば被告商品が原告商品の形態を模倣したものであると知り得たはずであるとの事情を必要とする。このような事情として一般的に考えられるのは，当該商品の市場における知名度や当該商品の形態自体の独自性等である。

(ア) この点，原告商品や被告商品のような衣料品を販売している事務所は全国に約 16 万店存在し，衣料品の年間売上高は 10 兆円以上に上る（乙 16）。これに対し，原告の事業規模は，店舗数が 33 店舗であり，売上高が約 27 億円であるにすぎず，上記衣料品市場全体からすれば，ほんの一角であるといわざるを得ない。また，原告商品の流通数量となると，原告の主張どおりであるとしても，1 年強（平成 20 年 6 月から平成 21 年 7 月末日まで）の間に 2 万 7 0 0 0 本が販売されたにとどまる。このように，原告ないし原告商品が，衣料品市場全体の中で，注目されるべきレベルでのシェアないし認知度を形成していたとは，到底いえない。なお，原告は，後記 [原告の主張] のとおり，原告が原告商品について広告宣伝を行い，複数の雑誌に原告商品が掲載されていることを強調するものの，原告商品が掲載されているのは，ほとんどが原告自身による自社の宣伝ページであり，雑誌の紙面の中に取り上げられたものではない。また，広告が掲載された対象は特定の 4 誌に集中しており，国内で発売されている女性雑誌は，被告において確認することができたものだけでも 108 誌に上るから，その中の数冊，それも当該雑誌の全ページ数のうちのごく一部に原告の広告が掲載されたからといって，その広告の中で取り上げられ

た1商品が市場に広く認知されたものであるとはいえない。

(イ) 原告は、原告商品と被告商品の共通点として、両者がいずれも「総柄」のデニムパンツであり、その図柄が「サイン(標識)柄」であることを強調する。

しかしながら、サイン(標識)柄は、前記(1)[被告の主張]のとおり、古くはアメリカンコミックのモチーフとして広く知られていたものである上、原告商品の開発の直前に行われたパリコレクション(2008年春夏)においても話題を博していたものであって、原告が独自に考案した図柄ではない。また、原告商品が開発された時期には、原告商品のようないわゆる「総柄」アイテムが多数流通しており(乙4,7)、その点でも、原告商品は目新しいものではなかった。

(ウ) 原告が有するブランド「ココルル」は、渋谷109というファッションビルへの出店を機に、店舗を全国に展開している。しかしながら、同ビルには、「ココルル」と競業関係に立つ同傾向のファッションテナントが、77店舗も出店されており、これらの店舗において扱われている商品数も、相当多数に上る。また、上記テナントを含む、若年層の女性をターゲットとするファッションブランドは、被告において店頭写真を確認することができたものだけでも、145店舗に及ぶ(乙18の1~145)。

仮に、衣料品の仕入れを行う業者が、商品を仕入れるに当たり、当該商品と上記各ブランドの相当多数の商品(なお、衣料品は、季節ごとの商品の入替えも激しい。)との間の模倣の有無を一つずつ調査しなければならないとなると、100件を超えるブランドショップを常に巡回するか、個別に情報収集をするなどして、仕入商品と照合するとの労を強いられることとなる。これは、あまりにも過大な負担を仕入業者に課すものであるといわざるを得ない。

ウ 以上のとおり，本件においては，被告の重大な過失を基礎付ける事情は存在しないというべきである。

[原告の主張]

被告は，平成 21 年 3 月以降にサンフォード社から被告商品を仕入れるに際し，次のとおり，被告商品が原告商品の形態を模倣した商品であることを知っていたか，又は知らなかったことについて重大な過失があった。

ア 原告商品の流通性

原告商品は，ココルルの人気商品であり，ココルルは，新聞・雑誌等で，女子中高生を中心に若い女性に人気のブランドであると評されている（甲 3 ～ 9 ）。

原告は，平成 20 年 6 月 29 日から，渋谷 109 を含む原告直営店等全国 20 以上の店舗及びオンラインショップにおいて，原告商品の販売を開始した（甲 33 ～ 37 ）。また，原告は，原告商品の販売を開始して以来，積極的な広告宣伝活動を行っており，原告商品及び被告商品の需要者である女子中高生を主な読者層とする「Popteen」（発行部数約 30 万部），「Ranzuki」（発行部数約 20 万部），「egg」（発行部数約 15 万部）及び「Fine」（発行部数約 12 万部）などのファッション雑誌に，多数の原告商品の写真入りの広告記事が掲載された。これらの広告は，平成 20 年 8 月 1 日発行の「egg」から，定期的に掲載されている（甲 10 ～ 23 ）。

上記広告宣伝の効果もあり，原告商品は，そのターゲットとする女子中高生の間に広く浸透して人気を博し，平成 21 年 6 月末までに約 2 万 7000 本を販売するヒット商品となった。

イ 被告の故意又は重過失

（ア） 被告は，自社で商品開発を行うのではなく，サプライヤーから提案された企画に基づき商品販売をすると主張する。

しかしながら，商品を販売するに当たり，サプライヤーからの提案を市場調査もせずに漫然と受け入れることはあり得ない。被告商品は若い女性をターゲットにしているのであるから，被告は，被告商品を販売するに当たり，当然，若い女性に人気と評されるブランドの動向の調査等を行ったはずである。

原告の1号店が入店している渋谷109には，若い女性に人気があるファッションブランドが多数並んでおり，若い女性のトレンドを探るためには，これらの店舗における市場調査が最低限必要である。被告も，渋谷109や類似の店舗の調査を行っていたことは，容易に推認することができる。なお，渋谷109には，原告の店舗以外にも多数の店舗が存在するものの，渋谷109の全店舗の市場調査を行わなくとも，少なくとも，人気店における人気商品については調査しているはずであり，調査も容易に行うことができる。この点 原告のブランドである「ココルル」は，日本経済新聞等の記事にも掲載されていることから（甲4～9），渋谷109に入っている他のテナントと比べ，特に若い女性から人気の高いブランドである。

そうすると，被告は，ココルルの人気商品である原告商品を調査していたか，又は，調査することが容易であったといえる。

(イ) 被告がファッション雑誌等における広告宣伝についても強化を行っていたことは，前記「Popteen」誌に被告の商品の宣伝広告を掲載していることから明らかである（甲73）。また，効果的に宣伝を行うために，広告宣伝等を掲載する雑誌について，これまでにどのような記事が掲載され，どのような傾向があるかを事前に確認することは，取引通念上の常識である。「Popteen」誌には，被告が広告宣伝を行う以前の平成20年11月1日発行号及び同年12月1日発行号において原告商品が掲載されており（甲20，21），被

告が宣伝広告を掲載した平成21年2月1日発行号においても、原告商品が掲載されている（甲73）。

これらの事実から、被告は、ココルルが若い女性に人気の高いブランドであること及び原告商品の存在について、認識していたか又は認識することが容易であったといえる。

また、どの雑誌に宣伝広告を掲載するかを決定するに当たり、多数の雑誌を検討するであろうことが取引通念上推認できることから、被告は、自社の商品を宣伝広告する雑誌を決めるに当たり、「Pop Teen」誌以外の、女子中高生を主な読者層とする「Ranzuki」誌、「egg」誌及び「Fine」誌などのファッション雑誌についても検討していたことが推認される。これらの雑誌に多数の原告商品が写真入りで紹介されていることについては、上記アのとおりである。

したがって、この点からも、被告は、原告商品を認識していたか、又は認識することが容易であったといえる。

(4) 争点3（原告の損害）について

[原告の主張]

ア 被告は、被告商品を少なくとも2万7000本販売した。また、原告は、原告商品を1本9800円で販売しており、原告商品を1本販売することによる原告の利益額は、6884円である。

したがって、被告の不正競争によって原告の被った損害の額は、1億8586万8000円（2万7000本×6884円）を下らない（不競法5条1項）。

イ 原告は、被告の不正競争行為により、弁護士を委任して本件訴訟を提起せざるを得なかった。その弁護士費用相当額は、1858万6800円を下らない。

ウ よって、原告は、被告に対し、不競法4条に基づく損害賠償として、

上記ア及びイの合計額である2億0445万4800円及びこれに対する不正競争の後である平成21年8月22日（訴状送達の日翌日）から支払済みまで民法所定の年5分の割合による遅延損害金の支払を求める。

[被告の主張]

原告の主張を否認ないし争う。

第3 当裁判所の判断

1 争点1 - 1（被告商品の形態は，原告商品の形態と実質的に同一か）について

(1) 原告商品の形態と被告商品の形態の共通点及び相違点

証拠（甲19，20，38，39の1・2，甲42，乙1）及び弁論の全趣旨によれば，次の事実が認められる。

ア 原告商品の形態と被告商品の形態は，以下の点において共通する。

(ア) 被告商品1について

a 表面が「総柄」（商品全体にくまなく柄プリントが施されているもの）であり，米国の交通標識を想起させる円形，三角形，四角形，六角形及びハート型の図柄が，不規則に隙間なく重なり合っ配されている。

b 上記図柄の内部には，英語，算用数字又は矢印を表記し，これらの英語等を白くしているものと周囲を白抜きにしているものとを，組み合わせている。

c 上記図柄は，「抜染」と呼ばれる，布地から色を抜く染色技術が用いられている。

d パンツの前面に，中央上部（ウェストバンド部分）に1個のボタン（ウェスト部を留めるボタン）を配置し，ポケットの部分に6個のリベット（向かって左側のポケットに4個，同右側に2個）を配

置している。

e パンツの後面に，向かって右上（ウェストバンド部分）に，横長の長方形のパッチ（ラベル）が付けられている。

f デニム素材の丈の長いカジュアルパンツである。

(イ) 被告商品 2 について

a 上記(ア) a ないし e と同じ。

b デニム素材のカジュアルパンツである。

イ 他方，原告商品の形態と被告商品の形態は，以下の点において相違する。

(ア) 被告商品 1 について

a 被告商品 1 の図柄に，原告商品の図柄と同一のものは用いられていない。

b 交通標識様の図柄の大きさは，原告商品が，丸型の図案が直径約 9 c m，箱型の図案が大きいもので約 1 4 c m × 1 0 c m であるのに対し，被告商品 1 は，丸型の図案が直径約 7 c m の楕円形であり，箱型の図案が 9 c m × 6 c m 又は 4 c m × 8 c m である。また，三角形，六角形及びハート型の図柄の大きさも，被告商品に用いられているものは，原告商品に用いられているものの 2 分の 1 ないし 3 分の 1 程度である。

c 原告商品は，直径約 9 c m のスマイリーマークの図柄を，パンツ前面に 7 個程度配置し，パンツ後面に 3 個程度配置しているが，被告商品 1 は，スマイリーマークの図柄を用いていない。

d パンツの裾周りは，原告商品が約 4 5 c m であるのに対し，被告商品 1 は約 3 8 c m である。また，太ももやふくらはぎの周りの長さ及びヒップも，原告商品の方が被告商品 1 よりも太い。その結果，パンツのシルエットは，原告商品が，全体的にゆったりとして，だ

ぼっとしたものであるのに対し，被告商品 1 は，脚の線に沿った，より引き締まったものとなっている。

e 原告商品は，オーバーダイ加工を用い，古着のような風合いを出しているのに対し，被告商品 1 は，そのような加工を用いておらず，図柄の印刷が明瞭でくっきりしている。

f 原告商品は，パンツの後面にリベットが付けられていないのに対し，被告商品 1 は，パンツの後面の左右のポケット部分に各 2 個のリベットが付けられている。

g ボタン及びリベットの色彩は，原告商品がシルバー系の色であるのに対し，被告商品は蛍光イエローである。

h 原告商品に付けられたパッチは，銀色の生地に，赤色の字で，「C O & L U」，「HANDY HIGHEST QUALITY」，「SINCE 1998 .」，「LEGITIMATE DENIM」などと記載されている。これに対し，被告商品 1 のパッチは，オレンジ色の生地に，黄色の字で，「AUTHENTIC ORIGINAL GARMENT」，「ORIGINAL JEANS」などと記載されている。

(イ) 被告商品 2 について

a 上記(ア) a ないし c 及び f ないし h と同じ。

b 原告商品は，パンツの裾周りが約 45 c m であり，太ももやふくらはぎの周りの長さ及びヒップも太く，そのシルエットは，全体的にゆったり，だぼっとしたものである。これに対し，被告商品 1 のヒップは，原告商品よりも細く，そのシルエットは，より引き締まったものとなっている。

c 原告商品は，オーバーダイ加工を用いることにより，古着のような風合いを出している。これに対し，被告商品 2 は，古着のような

風合いを出しているものの、オーバーダイ加工を用いたものではない。

d 原告商品は、丈の長いパンツであるのに対し、被告商品2は、ショートパンツである。

(2) 原告商品の形態と被告商品の形態の実質的同一性の有無

ア 不競法2条1項3号にいう「模倣」とは、他人の商品の形態に依拠してこれと実質的に同一の形態の商品を作り出すことをいい(同条5項)、同条1項3号がいわゆるデッドコピーを禁止することを目的とするものであることから、実質的に同一の形態であるといえるためには、作り出された商品の形態が他人の商品の形態と同一であるか、又は、実質的に同一といえるほどに酷似していることを要するというべきである。

イ これを本件についてみるに、前記(1)認定の事実及び弁論の全趣旨によれば、原告商品の形態において特徴的な点は、総柄のデニムパンツであること、パンツの表面に、米国の交通標識を想起させる円形、三角形、四角形、六角形及びハート型の図柄と、スマイリーマークの図柄(同マークは、雑貨品、衣料品の図柄としてしばしば用いられる、著名なものである。)とが、不規則に隙間なく重なり合って配されていること、上記の交通標識様の図柄の内部には、英語、算用数字又は矢印が表記され、英語等を白くしているものと周囲を白抜きにしているものとを組み合わせていること、商品全体のシルエットが、ゆったりとした、だぼっとしたものであること、オーバーダイ加工を用いることにより、古着のような風合いを出していること、にあり、このうちないしの点(ただし、この点のうちスマイリーマークの図柄を配しているとの点は除く。)については、被告商品の形態と共通することが認められる。

他方、被告商品に用いられている交通標識の図柄は、原告商品に用いられている図柄と同一のものではなく、各図柄の大きさ(面積)も、被

告商品に用いられているものは、原告商品に用いられているものの2分の1ないし3分の1程度であり（そのため、被告商品の図柄は、原告商品よりも相当密集しているとの印象を需要者に与える。）、被告商品1の図柄については、原告商品の図柄よりも明瞭でくっきりと印刷されている。また、原告商品は、上記のとおり、パンツの表面に相当の数のスマイリーマークを配することにより需要者に同マークを印象付けている点や、パンツのシルエットが全体的にだぼっとしたものである点、オーバーダイ加工を用いて古着のような風合いを出している点なども特徴とするのに対し、被告商品は、前記(1)イのとおり、パンツの表面にスマイリーマークの図柄を配しておらず、パンツのシルエットは全体的に原告商品よりも引き締まったものであり（なお、被告商品2は、ショートパンツである点でも原告商品の形態と相違する。）、オーバーダイ加工も用いていないものであって、原告商品の上記特徴を有するものではない。さらに、被告商品は、ボタンやリベットの色彩、後面におけるリベットの配置位置、パッチの色彩等についても、原告商品の形態と相違する。

ウ このように、被告商品は、総柄のデニムパンツの図柄に米国の交通標識様のものを用い、この図柄を不規則に隙間なく重なり合わせて配するという、商品の形態の特徴の一部について、原告商品と共通する点があるものの、スマイリーマークの図柄の有無、パンツのシルエット、オーバーダイ加工の採否という特徴については、共通するものではなく、交通標識様の図柄の大きさや、ボタンやリベットの色彩等についても、原告商品と相違する。そして、これらの相違点が存在することにより、被告商品の形態は、全体として、需要者に対して原告商品とかなり異なる印象を与えるものと認められる。

また、証拠（乙3、4、5の1・2）及び弁論の全趣旨によれば、総柄のデニムパンツは、原告商品以外にも、ヒステリックグラマーやオ

ゾンコミュニティというブランドによって、原告商品の発売される以前である平成12年ころに販売されていたこと、パンツの表面に、円形、三角形、四角形及び六角形の交通標識様の図柄を不規則に隙間なく重なり合わせて配するというデザインも、原告商品の製造、販売に先立ち、ジェレミスコットというブランドによって、世界的に著名なコレクションの一つである2008年春夏のパリコレクションにおいて発表され（ただし、同ブランドの交通標識様の図柄は、原告商品よりもカラフルなものである。）、日本にも紹介されていたこと、が認められるものであり、原告商品の特徴とされる総柄のデニムパンツであるという点や、米国の交通標識を想起させる図柄をパンツの表面に不規則に隙間なく重なり合せて配するというデザイン自体は、いずれも、先行商品にもみられるものであって、原告商品独自のものではないと認められる。

上記の事情等を総合的に考慮すると、原告商品の形態と被告商品の形態とは、これらが実質的に同一といえるほどに酷似していると認めることはできないというべきである。

エ したがって、被告商品の形態が原告商品の形態と実質的に同一であるということとはできない。

2 よって、その余の点について判断するまでもなく、原告の請求はいずれも理由がないからこれを棄却することとし、主文のとおり判決する。

東京地方裁判所民事第47部

裁判長裁判官 阿 部 正 幸

裁判官 山 門 優

裁判官柵木澄子は、転補につき署名押印することができない。

裁判長裁判官 阿 部 正 幸

被 告 商 品 目 録

- | | | |
|---|---------|---|
| 1 | 商 品 名 | 3 / 2 0 ロゴヌキ B F デニム |
| | 販 売 者 | 被告 |
| | 商品形態の特徴 | 交通標識を想起させる図柄が，抜染により，外面全体に不規則に隙間なく重なり合っ
て配された青いデニムパンツ |
| 2 | 商 品 名 | ロゴソウゾメ S P |
| | 販 売 者 | 被告 |
| | 商品形態の特徴 | 交通標識を想起させる図柄が，抜染により，外面全体に不規則に隙間なく重なり合っ
て配された青いデニムショートパンツ |

以 上