

令和4年8月26日判決言渡 同日原本領収 裁判所書記官

令和3年(ワ)第3418号 不正競争防止法による差止請求、損害賠償請求と書類
提出命令請求事件

口頭弁論終結日 令和4年6月24日

5 判 決
原 告 ジュリアインテリア合同会社
被 告 VENTOTA合同会社
同訴訟代理人弁護士 福田 あやこ
主 文

- 10 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、別紙被告製品目録記載の各製品を販売してはならない。
15 2 被告は、別紙被告製品目録記載の各製品を輸入してはならない。
3 被告は、別紙被告製品目録記載の各製品を廃棄せよ。
4 被告は、原告に対し、1億円を支払え。

第2 事案の概要

20 本件は、別紙原告製品目録記載の各製品（以下、同目録記載1の製品を「原告製品1」、同目録記載2の製品を「原告製品2」などといい、これらを併せて「原告各製品」という。）を販売する原告が、被告に対し、被告は、原告の商品等表示として需要者の間に広く認識されている原告各製品の形態と同一の別紙被告製品目録記載の各製品（以下、同目録記載1の製品を「被告製品1」、同目録記載2の製品を「被告製品2」などといい、これらを併せて「被告各製品」という。）を販売して、原告の商品と混同を生じさせ、かつ、原告各製品の
25 形態を模倣した被告各製品を販売したものであり、これらの被告の行為は、

不正競争防止法（以下「不競法」という。）2条1項1号、3号の不正競争に該当すると主張して、不競法3条1項、2項に基づき、被告各製品の販売及び輸入の差止め並びに廃棄を求め、不競法4条に基づき、1億円（不競法5条1項による損害）の支払を求める事案である。

5 1 前提事実（当事者間に争いのない事実並びに後掲の証拠（以下、書証番号は特記しない限り枝番を含む。）及び弁論の全趣旨により容易に認められる事実）

(1) 当事者

ア 原告は、インテリア照明器具をオリジナルで設計し、製造し、販売する会社である（弁論の全趣旨）。

10 イ 被告は、EC（電子商取引）を利用した商品販売を行っている会社である。

(2) 原告各製品

ア 原告は、平成22年から平成24年までの間、日本国内において、原告各製品の第1世代製品を販売した（弁論の全趣旨）。

15 原告各製品は、シーリングライトであり、本体部分（発光部分、台座等）及びシェード部分により構成される。ところ、上記第1世代製品の本体部分の形状は、いずれの製品も、2段になった円形の台座に3個の電球が取り付けられたものであったのに対し、シェード部分の形状は、製品ごとに異なっていた（甲11、弁論の全趣旨）。

20 イ 原告は、平成24年から平成27年までの間、日本国内において、原告各製品の第2世代製品を販売した（弁論の全趣旨）。

上記第2世代製品の本体部分の形状は、いずれの製品も、2段になった円形の台座に大小二つの環形蛍光灯等が取り付けられたものに変更されたが、シェード部分の形状は、前記アの第1世代製品から変更はなかった（甲3、12、17、弁論の全趣旨）。

25

ウ 原告は、平成27年から平成30年までの間、日本国内において、原告

各製品の第3世代製品を販売した（弁論の全趣旨）。

上記第3世代製品の本体部分の形状は、いずれの製品も、2段になった円形の台座に大小二つの環形LED光源等が取り付けられたものに変更されたが、シェード部分の形状は、前記アの第1世代製品から変更はなかった（甲4、13、17、弁論の全趣旨）。

5

エ 原告は、平成30年以降、日本国内において、原告各製品の第4世代製品を販売している（弁論の全趣旨）。

上記第4世代製品の本体部分の形状は、いずれの製品も、フラットな円形の台座に三つのU字型LEDモジュールが磁石で取り付けられるなどし、台座側面に換気孔が設けられ、調光調温機能の付いたリモコンが付属するものに変更されたが、シェード部分の形状は、前記アの第1世代製品から変更はなかった（甲5、14、17ないし19、弁論の全趣旨）。

10

(3) 被告各製品

ア 被告は、遅くとも平成31年2月頃、被告各製品の販売を開始した。

イ 令和3年5月頃までに製造販売された被告各製品について、被告製品1は原告製品1の第4世代製品と、被告製品2は原告製品2の第4世代製品と、被告製品3は原告製品3の第4世代製品と、被告製品4は原告製品4の第4世代製品と、それぞれ、実質的に同一の形態をしていた（甲1、2、10、27、28、弁論の全趣旨）。

15

20

3 争点

(1) 不競法2条1項1号関係

原告各製品の形態が原告の「商品等表示」（不競法2条1項1号）として周知であるか（争点1）

(2) 不競法2条1項3号関係

ア 原告が「営業上の利益」（不競法3条、4条）を侵害された者に該当するか（争点2）

25

イ 原告各製品が「日本国内において最初に販売された日から起算して3年
を経過した商品」（不競法19条1項5号イ）に該当するか（争点3）

(3) 損害の発生及びその額（争点4）

(4) 差止め等の必要性（争点5）

5 4 争点に対する当事者の主張

(1) 争点1（原告各製品の形態が原告の「商品等表示」（不競法2条1項1号）
として周知であるか）について

（原告の主張）

10 原告各製品の第4世代製品について、そのシェード部分は、白色で柔らかな
ポリプロピレンでできており、傘をプリーツ状又は花状に折り畳むこと
により新しい美しさを実現した、独特の形状をしている。また、本体部分は、
3枚のU字型のLEDモジュールを磁石で台座に取り付け、安定器を台座の
裏側に取り付けるという特徴的な構造をしている。このような原告各製品の
15 形態は、日本で唯一の特徴を有しており、需要者に対して強いインパクトを
与え、深い印象を残すものである。

原告は、原告各製品を、原告の店舗や販売代理店、オンラインショップ、
複数のオンラインモール等を通じて販売し、Yahoo!やGoogle等
の媒体やFacebook、Instagram等のSNSを通じて宣伝広
告を行っている。そして、そのシェード部分は、第1世代製品から変更はな
20 く、10年以上にわたり需要者に愛用されており、本体部分は、改良が加え
られて第4世代製品となってから日は浅いものの、上記のとおり特徴的な構
造をし、需要者の印象に残るものとなっている。したがって、原告各製品の
形態は、遅くとも被告が被告各製品を販売するようになった平成31年2月
までに、全国の需要者において、原告の営業又は商品を表示するものとして
25 周知のものとなった。

被告は、レ・クリント社が原告各製品に類似する商品を販売しており、原

原告各製品の形態はありふれたものか、既存のものにすぎないと主張するが、
レ・クリント社の商品は電球を使用したものであるのに対し、原告各製品の
第4世代製品はLEDを使用したものであるから、全く異なるカテゴリーに
属する上、原告各製品は、日本で販売することを目的とした製品であるから、
5 中国国内において流通する製品とは全く異なり、原告各製品の形態がありふ
れているなどということはない。

したがって、原告各製品の第4世代製品の形態は、原告の「商品等表示」
として周知である。

(被告の主張)

10 原告各製品と共通の特徴を有するシェード部分を備えたシーリングライト
は、原告がこれを販売するより相当以前に、デンマークのレ・クリント社
(1943年設立)が開発し、製造販売を行っており、同社が現在販売する
製品の中には、原告各製品に類似する製品が存在する。また、中国の複数の
工場において、原告各製品に類似したシェード部分を有するシーリングライ
15 トが製造販売されていた。したがって、原告各製品の形態は、ありふれたも
のであるか、既存のものにすぎない。

また、原告各製品の形態は、特定の出所を示す「商品等表示」として需要
者において広く認識されているものではなく、原告各製品を販売するウェブ
サイトのレビュー数も、被告各製品を販売するウェブサイトのレビュー数と
20 比較してかなり少ない。

原告は、原告各製品のシェード部分は10年以上にわたって需要者に愛用
されていると主張するが、販売期間が長いだけで周知性が認められるもので
はない。

したがって、原告各製品の第4世代製品の形態が原告の「商品等表示」と
25 して周知であるとは認められない。

(2) 争点2 (原告が「営業上の利益」(不競法3条、4条)を侵害された者に該

当するか) について

(原告の主張)

原告各製品は、中山市正久照明有限公司（以下「本件中国法人」という。）により、原告のOEMとして製造されているところ、いずれの製品も、原告が時間、金銭、労力等をかけ、改良を重ねて開発した商品である。原告は、原告各製品の多くのパーツに至るまで、自ら設計し、パーツメーカーと仕様について協議して決定し、これを本件中国法人に搬入して組み立てており、原告のブランド名（「A」）を印字している。

被告は、原告各製品は汎用品の寄せ集めにすぎないと主張するが、世の中の製品の大半は汎用性のあるパーツを使用しているのだから、汎用品を使用したことをもって、自ら開発していないということにはならない。

したがって、原告各製品の第4世代製品と実質的に同一の形態である被告各製品が販売されることにより、原告の「営業上の利益」が侵害されたというべきである。

(被告の主張)

不競法2条1項3号により商品の形態が保護されるのは、先行者が商品の形態の開発のために投下した費用及び労力の回収を可能にすることにより、公正な競争秩序を維持するためである。したがって、商品の形態がありふれたものであったり、汎用品の寄せ集めであったりして、開発のために特段の費用や労力を要しないものは、保護の必要性が認められず、「営業上の利益」が侵害されたとはいえないというべきである。

この点、原告各製品のシェード部分は、レ・クリント社の商品と類似しており、原告は、自らこれを設計していない。また、原告は、原告各製品の本体部分についても自ら設計しておらず、本体部分のうち台座については、何ら意匠的工夫の凝らされていない、機能的な円形のプレートにすぎず、様々なデザインのライトに用いられており、発光部分については、中国において、

複数の専門店の店頭で、数多く販売されている。原告及び被告は、本件中国法人がこれらのパーツを組み立てて製造した原告各製品及び被告各製品を、それぞれ別の仲介業者を介して輸入しているものである。

したがって、原告各製品の形態は、汎用品を寄せ集めるなどしたものにはすぎず、開発のために特段の費用や労力を要しないものであるから、原告各製品の第4世代製品と実質的に同一の形態をする被告各製品が販売されることにより、原告の「営業上の利益」が侵害されたとは認められない。仮に、自らは開発のために費用や労力を費やしていない独占的販売権者も「営業上の利益」が侵害された者に含まれ得ると解するとしても、原告が本件中国法人との間で独占的販売契約を締結していたとは認められないから、やはり原告の「営業上の利益」が侵害されたとは認められない。

(3) 争点3（原告各製品が「日本国内において最初に販売された日から起算して3年を経過した商品」（不競法19条1項5号イ）に該当するか）について（被告の主張）

商品の形態の保護を、先行開発者が投下資本の回収を終了して利益を上げることが通常期待し得る期間に限定しなければ、厳格な要件の下に知的創作を保護する知的財産法の趣旨を没却しかねず、また、後行開発者の同種商品の開発意欲を過度に抑制してしまう。このような先行開発者の投下資本の回収の機会の確保という不競法19条1項5号イの趣旨からすると、「最初に販売された日」の対象となる商品は、保護を求める商品の形態を具備した最初の商品を意味し、このような商品の形態を具備しつつ若干の変更を加えた後続商品を意味するものではないというべきである。

原告各製品の形態の中心はシェード部分であり、本体部分は単なる内部構造にすぎず、本体部分を構成する台座や発光部分は汎用品を寄せ集めたものにはすぎない。また、原告は、自らのウェブサイトにおいて、需要者が本体部分を視認し得るような写真等を掲載していないし、各世代の製品ごとに本体

部分の形状が異なることを全く説明していない。

したがって、原告各製品の第2ないし4世代製品は、商品の形態として主要でない台座や発光部分について改良を加えたにすぎないから、いずれも保護を求める商品の形態を具備した最初の商品に該当せず、商品の主要な形態であるシェード部分の形状を最初に備えた原告各製品の第1世代製品がこれに該当し、日本国内においてその販売が開始された平成22年が、保護期間の起算点となるというべきである。

そうすると、原告各製品は「日本国内において最初に販売された日から起算して3年を経過」しているので、不競法2条1項3号は適用されない。

(原告の主張)

被告各製品は、原告が平成30年に販売を開始した原告各製品の第4世代製品のデッドコピーである。

被告は、原告各製品の第2ないし4世代製品は商品の形態として主要でない台座や発光部分について改良を加えたにすぎず、いずれも保護を求める商品の形態を具備した最初の商品に該当しないと主張するが、原告各製品のような照明器具は装飾品ではなく機能性商品であるため、需要者は当該照明器具の台座や発光部分等の機能性に注目し、電球タイプであるか、蛍光灯タイプであるか、LEDタイプであるかなどを認識して購入することになるから、第4世代製品への改良は、若干の変更にとどまるものではない。

したがって、被告が被告各製品の販売を開始したのは、原告各製品の第4世代製品が「日本国内において最初に販売された日から起算して3年を経過」する前であるから、不競法2条1項3号は適用される。

(4) 争点4 (損害の発生及びその額) について

(原告の主張)

被告は、被告各製品を、Amazon、Yahoo!及びFinekaguという三つのウェブサイトを通して販売してきたところ、令和3年11月

1 2日時点における上記各ウェブサイト上の被告各製品のレビューは合計5
1 1個であった。インターネットを介して販売した場合、購入後にレビュー
が記載されるのは最大約2%であるから、被告各製品は、合計2万5550
台(511÷0.02)販売されたといえることができる。そして、被告各製
5 品の1台当たりの平均利益は5000円と考えられるから、被告が被告各製
品を販売したことにより得た利益は1億2775万円である。

したがって、被告が被告各製品を販売するという不正競争を行ったことに
より、原告が被った損害額は1億円を下ることはない。

(被告の主張)

10 否認ないし争う。

(5) 争点5 (差止め等の必要性) について

(原告の主張)

被告は、原告各製品と全く同一の被告各製品を販売しているから、これを
製造し、又は輸入することを差し止め、廃棄する必要性が認められる。

15 被告は、令和3年5月に被告各製品のモデルチェンジを行ったと主張する
が、同年11月12日時点においても被告が主張するモデルチェンジが行わ
れていない被告各製品を販売していたから、その主張は虚偽である。また、
仮に被告が主張するとおりにモデルチェンジが行われたとしても、LEDモ
ジュールの形態をU字型から円盤状に変更する以外、いずれも微細な変更
20 とどまるものであり、被告は、不正競争により得た利益に固執し、手口を変
えて制裁から逃げようとしたにすぎないから、なお差止め等の必要性が認め
られる。

(被告の主張)

25 被告は、令和3年5月に、被告各製品のモデルチェンジを行った。具体的
には、① 台座にふち巻きを行う、② LEDモジュールの形状を円盤状に変
更してLED数量を大幅に増やし、台座に直接固定する、③ 電源アダプター

とリモコン受信機を分け、台座に磁石で固定する、④ 台座裏の各部材をコネクター又は磁石で連結する、⑤ 台座を天井に固定するためのナットを六角ツバ付きナットに変更する、⑥ 台座裏側にスペーサーとしてウレタンを追加する、⑦ リモコンに、タイマー機能、常夜灯機能及びチャンネル機能を持たせるなどの改良を施した。

したがって、被告が現在販売する被告各製品は原告各製品と実質的同一性を欠くから、差止め等の必要性は認められない。

第3 当裁判所の判断

1 争点1（原告各製品の形態が原告の「商品等表示」（不競法2条1項1号）として周知であるか）について

(1) 不競法2条1項1号にいう「商品等表示」とは、「人の業務に係る氏名、商号、商標、標章、商品の容器若しくは包装その他の商品又は営業を表示するもの」をいうところ、商品の形態は、「商標」等とは異なり、本来的には商品の出所を表示するものではないが、商品の形態自体が特定の出所を表示する二次的意味を有するに至る場合がある。そして、このように商品の形態自体が特定の出所を表示する二次的意味を有し、「商品等表示」に該当するためには、その形態が「商標」等と同程度に不競法による保護に値する出所表示機能を発揮し得ること、すなわち、① 商品の形態が客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有しており（特別顕著性）、かつ、② その形態が特定の事業者によって長期間独占的に利用され、又は極めて強力な宣伝広告や爆発的な販売実績等により、需要者においてその形態を有する商品が特定の事業者の出所を表示するものとして周知になっていること（周知性）を要すると解するのが相当である。

(2) そこで、まず、原告各製品の第4世代製品の形態が有する特徴について検討する。

証拠（甲1、2、27、28）及び弁論の全趣旨によれば、原告製品1、

2及び4のシェード部分の形状は、白色のポリプロピレンの平板を、中心部から放射状に多数の山又は谷ができるように鋭角又は湾曲に折り畳み、これを一層又は大きさの異なる複数層となるように配置した形状をしており、原告製品3のシェード部分の形状は、多数の白色のポリプロピレンの平板を湾曲に折り畳み、全体としてバラ様の略円形に整えた形状をしていることが認められ、いずれの製品も、一般的なシーリングライト（甲22、32ないし35、乙22）のシェード部分の形状とは異なる特徴を有しているといえる。しかし、シーリングライトのシェード部分は、その外観を構成する主たる構造である一方で、その実用目的である発光機能を直接担う部材ではないことから、シーリングライトを設置する場所に合わせて、様々なデザインとすることが可能であると考えられ（証拠（乙3、4）によれば、実際に、様々な形状のシェード部分を有するライトが販売されていることが認められる。）、このようなシェード部分の性質に照らせば、原告各製品のシェード部分の形状が他の同種商品と比べて顕著に異なることを基礎付ける事情を認めるに足りる証拠はないというほかない。

また、前記前提事実(2)エのとおり、第4世代製品の本体部分の形状は、フラットな円形の台座に三つのU字型LEDモジュールが磁石で取り付けられるなどし、台座側面に換気孔が設けられ、調光調温機能の付いたリモコンが付属するものであるが、一般的なシーリングライト（甲24、25、32ないし35、乙22）の本体部分の形状と比較して、特徴的なものとはいえない。

(3) 次に、原告各製品の第4世代製品の形態の周知性について検討する。

前記前提事実(2)のとおり、第4世代製品のシェード部分は、第1世代製品から変更がなく、第1世代製品の販売が開始された平成22年から既に10年以上が経過しているが、原告各製品のこれまでの販売数を認めるに足りる証拠はなく、Yahoo!等の媒体やFacebook等のSNSによる原

告各製品に係る宣伝広告の期間、内容及び効果を認めるに足りる証拠もない（Facebookで行ったとする広告に関する資料（甲46）を見ても、具体的にどのような広告がどの程度行われたのかは明らかでない。）。また、前記前提事実(2)エのとおり、第4世代製品の本体部分について、改良が加えられて販売が開始されたのは平成30年からであり、上記シェード部分ほど時間が経過していない上、通常、シェード部分によって隠れているため、需要者の注意を惹くことも少ないといえる。

さらに、証拠（乙17ないし19）によれば、1943年に創業した、デンマークのレ・クリント社が製造販売するシーリングライトは、そのシェード部分が、白色の平板を中心部から放射状に多数の山又は谷ができるように鋭角に折り畳み、これを一層又は大きさの異なる複数層となるように配置した形状をしていることが認められ、少なくとも原告製品1、2及び4のシェード部分とかなり似通っているといえることができる。このような事情からすると、原告各製品のシェード部分の形状が、長年にわたり、原告により独占的に利用されていたとは認め難い。

そして、他に原告各製品の形態が原告の出所を表示するものとして周知になっていることを認めるに足りる証拠はない。

(4) 以上を総合すると、原告各製品の第4世代製品の形態が、不競法2条1項1号の「商標」等と同程度に不競法による保護に値する出所表示機能を発揮し得るとは認められないから、同号の「商品等表示」に該当するとは認められない。

したがって、被告が被告各製品を販売したことは不競法2条1項1号の不正競争には該当しない。

2 争点2（原告が「営業上の利益」（不競法3条、4条）を侵害された者に該当するか）について

(1) 不競法2条1項3号は、他人の商品の形態を模倣した商品を譲渡し、貸し

渡し、輸入するなどの行為が不正競争に該当すると規定するが、この趣旨は、費用及び労力を投下して商品を開発し、これを市場に置いた者が、一定期間、投下した費用等を回収することを容易にして、商品化への誘因を高めるため、費用及び労力を投下することなく商品の形態を模倣する行為を規制しようとしたものと解される。

したがって、同号の不正競争であるとして差止め等を請求することができる「営業上の利益を侵害され、又は侵害されるおそれがある者」（同法3条1項）及び「営業上の利益を侵害」された者（同法4条）とは、自ら費用及び労力を投下して商品を開発し、これを市場に置いた者をいうと解するのが相当である。

(2) この点、証拠（甲36ないし42、48）によれば、原告が、パーツメーカーとの間で、ライトに取り付ける安定器やリモコンへの印字方法等に関するメッセージのやり取りをしたことが認められる。しかし、これらが原告各製品に係るやり取りかは明らかではない上、これらのやり取りの大半（甲38ないし42）は、原告各製品の第4世代製品の販売が開始された平成30年（前記前提事実(2)エ）よりも後の令和元年12月にされたものであり、その他のやり取り（甲36、37）はいつされたものかが明らかでない。

また、台座に係る設計図（甲50）が存在するものの、原告各製品に係るものであるかは明らかでないし、マスキング部分に続いて「有限公司」との記載があり、原告以外の法人の名称が記載されていたとも考えられることから、原告自身がこれを作成したとは認められない。

さらに、証拠（甲14、15、乙1ないし4、23）によれば、原告各製品に付属するリモコンには、原告のブランド名である「A」と印字されているが、当該リモコンそのものは、中国のオンラインモールにおいて、誰でも購入することができることが認められることからすると、そのようなリモコンに原告のブランド名が印字されていることをもって、原告が原告各製品

を開発したことを裏付けるものとはいえない。

一方で、本件中国法人を経営するBの陳述書（乙20）には、本件中国法人は、被告各製品及びこれとデザインの似たシーリングライトを製造していること、これらのシーリングライトは約20年前にヨーロッパの会社が開発したモデルの一つであり、それ以降、中国の多くの工場で類似する製品が製造されていること、本件中国法人は、特定の顧客との間で独占販売契約を締結することなく、各社に対して上記シーリングライトを販売していることが記載されており、この記載内容は、原告が本件中国法人に対して原告各製品を発注し、被告がG l o b e e (H o n g k o n g) L i m i t e dを介して本件中国法人から被告各製品の供給を受けていること（弁論の全趣旨）、被告各製品が原告各製品とそれぞれほぼ同一の形状をしていること（前記前提事実(3)イ）と合致しており、一定程度、信用することができるといえる。そうすると、原告各製品や被告各製品と同様のシーリングライトが本件中国法人により製造販売されていたことがうかがわれる。

そして、他に、原告が自ら費用及び労力を投下して、原告各製品を開発して市場に置いたことを認めるに足りる証拠はない。

以上によれば、原告各製品の第4世代製品について、原告は、自らの費用及び労力を投下してこれを開発して市場に置いた者とは認められないから、原告各製品につき不競法2条1項3号の不正競争によって「営業上の利益を侵害され、又は侵害されるおそれがある者」（同法3条1項）及び「営業上の利益を侵害」された者（同法4条）であるとして、被告による被告各製品の販売の差止め及び被告に対する損害賠償を請求することができない。

3 争点3（原告各製品が「日本国内において最初に販売された日から起算して3年を経過した商品」（不競法19条1項5号イ）に該当するか）について

(1) 不競法2条1項3号は、他人の商品の形態を模倣した商品を譲渡するなどの行為を不正競争とし、同法19条1項5号イは、日本国内において最初に

販売された日から起算して3年を経過した商品については、同法2条1項3号を適用しないとしたものであるが、この趣旨は、同法1条の事業者間の公正な競争等を確保するという目的に鑑み、開発に費用や労力等がかかることなく、先行投資した他人の商品の形態を模倣した商品を製造販売し、投資に伴う危険の負担を回避して市場に参入しようとすることは公正とはいえないから、そのような行為を、先行開発者が投下資本の回収を終了し通常期待し得る利益を上げられる一定期間、不正競争として規制しようとしたものと解される。

このような立法趣旨からすれば、保護を求める商品の形態についての開発及び商品化が完了すれば、先行開発者は当該商品を販売することによる投下資本の回収が可能となるから、「最初に販売された日」（不競法19条1項5号イ）の対象となる「他人の商品」（不競法2条1項3号）とは、保護を求める商品の形態を具備した最初の商品を意味し、このような商品の形態を具備しつつ、若干の変更を加えた後続商品を意味するものではないと解するのが相当である。

(2) 前記前提事実(2)のとおり、原告各製品はシェード部分及び本体部分からなるところ、シェード部分の形状は、平成22年の原告各製品の販売開始以来、変更が加えられていないのに対し、本体部分は、最初は2段になった円形の台座に3個の電球が取り付けられたもの（第1世代製品）であり、平成24年に2段になった円形の台座に大小二つの環形蛍光灯等が取り付けられたもの（第2世代製品）に、平成27年に2段になった円形の台座に大小二つの環形LED光源等が取り付けられたもの（第3世代製品）に、平成30年にフラットな円形の台座に三つのU字型LEDモジュールが磁石で取り付けられるなどし、台座側面に換気孔が設けられ、調光調温機能の付いたリモコンが付属するもの（第4世代製品）に、それぞれ変更されている。

そして、このように第1世代製品から第4世代製品まで変更のない原告各

の形状の開発にその費用及び労力のほとんどが投下されたと考えるのが合理的であり、その後、電球を蛍光灯又はLEDに置き換えたり、リモコンを取り付けたりするために特段の費用及び労力を要したとは認められず、回収の機会を確保すべき資本が投下されたとはいえないから、第2ないし4世代製品は第1世代製品と実質的に同一であり、第1世代製品から若干の変更が加えられたにすぎないというべきである。

したがって、原告各製品について、保護を求める商品の形態を具備した最初の商品とはその第1世代製品と認めるのが相当である。

(3) 前記前提事実(2)アのとおり、原告各製品の第1世代製品の日本国内における販売が開始されたのは平成22年であるから、「日本国内において最初に販売された日」（不競法19条1項5号イ）とは、遅くとも平成22年12月31日と認められる。

以上によれば、原告各製品（の第1世代製品）の保護期間は、遅くとも平成25年12月31日の経過により終了したから、被告が、平成31年2月以降に、原告各製品と実質的に同一の形態をした被告各製品を販売したことについて、不競法2条1項3号は適用されない。

第4 結論

よって、その余の点を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棄却することとして、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

國 分 隆 文

裁判官

5

小 川 暁

裁判官

10

間 明 宏 充

(別紙)

原告製品目録

記載省略

以 上

(別紙)

被告製品目録

記載省略

以 上