

令和5年11月10日判決言渡 同日原本領収 裁判所書記官

令和4年(ワ)第2551号 損害賠償請求事件

口頭弁論終結日 令和5年9月6日

判 決

5

原 告 エスキー工機株式会社  
同訴訟代理人弁護士 河 部 康 弘  
藤 沼 光 太  
同 補 佐 人 弁 理 士 齋 藤 昭 彦

10

被 告 株式会社エイ・アイ・シー  
同訴訟代理人弁護士 錦 織 淳

主 文

15

- 1 被告は、原告に対し、9164万3940円並びにうち4928万円に  
対する令和4年2月2日から支払済みまで及びうち4236万3940円  
に対する令和5年5月27日から支払済みまでそれぞれ年3パーセントの  
割合による金員を支払え。
- 2 訴訟費用は被告の負担とする。
- 3 この判決は、第1項に限り、仮に執行することができる。

20

事 実 及 び 理 由

第1 請求

主文同旨

第2 事案の概要等

1 事案の要旨

25

本件は、生ごみ処理機を販売する原告が、被告に対し、被告の管理するウェブ  
サイトにおける、被告の販売する業務用生ごみ処理機に係る表示は、その品

質について誤認させるような表示であり、同表示をする行為は不正競争（不正競争防止法2条1項20号）に該当し、これにより原告の営業上の利益が侵害されたとして、不正競争防止法4条に基づき、同法5条2項により算定される損害金1億3605万6823円の一部である9164万3940円並びにうち4928万円に対する令和4年2月2日（不正競争行為の後の日）から支払済みまで及びうち4236万3940円に対する令和5年5月27日（令和5年5月23日付け訴えの変更申立書送達の日翌日）から支払済みまでそれぞれ民法所定年3パーセント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（当事者間に争いのない事実並びに後掲各証拠（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、生ごみを分解及び消滅させる生ごみ処理機をはじめとする、各種ミキサーの製造及び販売を主たる業務とする株式会社である。

イ 被告は、業務用の生ごみ処理機等の各種機器の販売及び製造委託を業務とする株式会社である（弁論の全趣旨）。

(2) 原告の事業

原告は、平成4年に、業務用生ごみ処理機を製品化し、現在に至るまで、「ゴミサー」との名称で同業務用生ごみ処理機を販売している（以下、原告販売に係る業務用生ごみ処理機を「原告商品」という。）。

(3) 被告の事業

被告は、平成8年頃から、原告商品の販売代理店として原告商品を販売していたが、令和元年頃、原告と被告との間の原告商品の販売代理店契約が終了したことから、原告からの令和元年5月7日納入分を最後に、原告商品の販売を停止した（甲41、弁論の全趣旨）。

(4) 原告と被告との取引の停止後の被告の事業（乙76、弁論の全趣旨）

株式会社テクノウェーブ（以下「テクノウェーブ」という。）は、平成14

年頃から、「イーキューブ」との名称の業務用生ごみ処理機を製造していたところ、被告は、前記(3)の原告商品の販売を終了した後、テクノウェーブが製造する上記業務用生ごみ処理機（以下「被告商品」という。）を「ゴミサー」の名称で販売するようになり、令和元年5月8日から令和5年4月末までに、  
5 合計258台の被告商品を販売した。同販売による被告の限界利益の額は1億2368万8021円である。

(5) 被告ウェブページの表示

被告は、令和元年5月8日から、被告が管理するウェブページ（以下「被告ウェブページ」という。）上において、被告の販売する製品の紹介等として、  
10 次の広告表示（以下「被告表示」という。）をした。

ア 令和3年8月30日まで（甲4ないし6、9ないし14、弁論の全趣旨）

① 「ゴミサー」との名称を表示

② 原告商品の写真を表示

③ 「生ゴミ処理機ゴミサー製造元 エスキー工機株式会社」との表示

15 ④ 「業界1位の業務用生ごみ処理機です。」、「全国導入実績2,500台以上」、「ゴミサー／ゴミサポーターはその処理方法・性能が多くの企業・施設で認められ、おかげ様で現在、全国で2,300台以上が稼働しています。」、「全国・海外での導入実績は3,500台以上。」及び「発売開始から25年！生ゴミ処理機ゴミサーは「水になる処理機」のパイオニア」との表示  
20

イ 令和3年8月31日から令和5年3月6日頃まで（甲15、16、18、弁論の全趣旨）

① 「ゴミサー」との名称を表示

② 原告商品の写真を表示

25 ③ 「ゴミサー／ゴミサポーターはその処理方法・性能が多くの企業・施設で認められ、おかげ様で現在、全国で2,300台以上が稼働し

ています。」、「全国・海外での導入実績は3,500台以上。」及び「販売開始から25年！生ゴミ処理機ゴミサーは「水になる処理機」のパイオニア」との表示

ウ 令和5年3月7日頃から同年4月30日まで（甲40、弁論の全趣旨）

① 「実績紹介」として、「都道府県別実績数」及び「施設別実績数」が掲載され、合計3049台の実績がある旨の表示

② 「全国2,300台以上の導入実績」、「ゴミサー／ゴミサポーターはその処理方法・性能が多く企業・施設で認められ、おかげ様で現在、全国で2,500台以上が稼働しています。」、「おかげ様で全国で2500台以上」、「25年の実績」及び「日本全国の導入実績3,500台以上の実績」との表示

エ 被告商品の販売等実績について（甲7、乙69、76）

被告による原告商品の累計販売実績は合計956台、令和5年4月末までの被告商品の累計販売実績は258台であり、原告商品と被告商品を併せても、前記ア④、イ③及びウの販売実績に満たない。

### 3 争点

- (1) 品質誤認表示該当性（争点1）
- (2) 被告の故意の有無（争点2）
- (3) 原告の損害発生の有無及び損害額（争点3）

### 4 争点に関する当事者の主張

- (1) 争点1（品質誤認表示該当性）について  
（原告の主張）

不正競争防止法2条1項20号の「品質」には、商品の販売実績も含まれる。すなわち、業務用生ゴミ処理機のような高価な機械の場合、十分な販売実績があるということは、販売期間中、性能についての悪評が広まることなく需要者に信用され続けてきたということの意味し、業務用生ゴミ処理機の

性能や信頼性を示す物差しとなり、商品の「品質」の一部を構成するといえる。

そうすると、被告が被告ウェブページ上で、被告商品の販売実績について虚偽の表示をする行為は、商品の品質を誤認させるような表示をする行為であるといえ、不正競争行為（不正競争防止法2条1項20号）に当たる。

被告は、被告ウェブページ掲載時に販売している被告商品の製造元があたかも原告であるように偽り、また、原告商品の販売実績をあたかも被告商品の販売実績のように偽っている。すなわち、本件において問題となる「品質」とは、長年にわたって業務用生ごみ処理機を製造してきた原告が製造する商品であること、又は、顧客へのアピールになるだけの十分な販売実績のある商品であることであり、被告はこれを偽ることで、品質の誤認惹起行為を行っている。

したがって、被告は、被告ウェブページ上に、被告商品の品質を誤認させるような表示をしたといえる。

（被告の主張）

「品質」（不正競争防止法2条1項20号）とは、一般的には、商品の用途及び目的への適合性をいうのであり、広義においては、商品の原材料、成分、製造、加工方法、新しい型であるか古い型であるか、製造時期、天然又は人工の別などがこれに当たる。また、品質誤認は、商品の原産地、製造者、原料の仕入先、仕入方法、創業年代などを偽ることがこれに当たる。

そして、本件において、原告商品及び被告商品の間に、性能及び機能における違いがないことに争いはないから、前提事実(5)アないしウの記載に品質について誤認させるような表示はないといえる。

原告は、原告商品の販売実績を被告商品の販売実績と偽ったとして、これが被告商品の品質の誤認表示だと主張するが、販売実績の違いは、商品の品質の違いを推認するものにすぎないから、上記のとおり、原告商品及び被告

商品の中に、性能及び機能における違いがない本件においては、原告商品と被告商品の品質の違いが推認されるものではない。

また、前提事実(5)ア記載の表示は、原告と被告との間の取引が終了した後、一時的かつ短期的に残存していたものにすぎない。その内容自体も、被告が販売した原告商品の販売実績を記載したものであるから、虚偽ではなく真実そのものである。ただ、速やかに消去すべきものであったにすぎない。

したがって、被告表示は、被告商品の品質を偽ったものではなく、品質の誤認表示には当たらない。

## (2) 争点2（被告の故意の有無）について

### (原告の主張)

被告は、令和元年5月8日から、原告商品を購入し、販売することができなくなったことから、被告商品を購入し、販売するに至ったのであり、被告商品が原告商品とは異なるものであり、また、被告商品が原告製造に係るものではないことや、前提事実(5)ア④、イ③及びウに係る販売実績を有していないことも知っていた。したがって、被告は、故意により、被告ウェブページ上に被告商品の品質を誤認させる表示をしたといえる。

また、原告は、令和2年2月25日、原告と被告との間の商標登録無効審判事件（無効2019-890054号）の審理において、被告ウェブページで被告商品の製造元が原告と表示されていることを指摘している。それにもかかわらず、被告は、上記表示を1年半以上も放置していたのであるから、故意により上記表示をしていたことは明らかである。

さらに、被告は、被告商品の販売実績でないことを知りつつも、被告ウェブページに原告商品の販売実績を被告商品の販売実績として掲載し続けていたのであるから、故意があると認められる。

### (被告の主張)

前記(1)（被告の主張）のとおり、被告表示は、原告と被告との間の取引が

終了した後、一時的かつ短期的に残存していたものにすぎない。被告表示の内容も虚偽ではなく真実そのものである。ただ、速やかに消去すべきものであったにすぎない。

したがって、被告には、被告ウェブページに虚偽の事実を掲載したことについて故意はない。

(3) 争点3 (原告の損害発生の有無及び損害額) について

(原告の主張)

ア 原告と被告との間に競業関係があることについて

原告は、被告との間で取引が終了した後も、被告商品と同種の業務用生ゴミ処理機である原告商品を製造及び販売し続けている。

また、被告の顧客層は、保育園、老人ホーム、病院、食品工場、ホテル、官公庁、ファミレス及び船舶であり、販売エリアは全国及び海外であるところ、原告の顧客層も、保育園、老人ホーム、病院、食品工場、ホテル、官公庁、飲食店チェーン及び船舶であり、販売エリアは日本全国、スリランカ、中国、フィリピン、香港などであり、原告と被告の顧客層及び販売エリアは共通している。

したがって、原告と被告の間には競業関係があるといえ、不正競争防止法5条2項の適用があるといえる。

イ 被告の限界利益額について

被告が被告ウェブページ上において被告商品の品質を誤認させる表示をしていた令和元年5月8日から令和5年4月末までの間、被告商品を販売したことによる被告の限界利益の額は、1億2368万8021円である。

ウ 小括

以上によれば、原告の損害額は、1億2368万8021円と推定される。

(被告の主張)

ア 原告と被告との間に競業関係がないことについて

通常、不正競争が問題となるのは、単一ないし同一の市場において、原告及び被告が互いに排斥し合う場合であるところ、原告及び被告の関係はこれとは全く異なっている。

5 被告は、原告との取引継続中、自らの努力により市場を獲得及び拡大していたのに対し、原告は、長年に渡り独自の市場を開拓していなかったの  
10 であり、原告の市場は、被告の市場に全面依存しているという状況であった。このような状況が長年続いた上で、原告と被告との間の取引が停止した後に、原告が独自の市場を獲得することは困難である。そうすると、原告は、被告との取引停止後も、独自の市場、すなわち販路を有していない  
15 といえ、単一ないし同一の市場において、互いに競い合い、排斥し合う関係であるとはいえない。

以上によれば、原告と被告との間に競業関係は存在せず、不正競争防止法5条2項の推定規定は適用されない。

15 イ 小括

以上によれば、不正競争防止法5条2項の推定規定は適用されず、原告の損害額は立証されていないから、原告の損害額はゼロである。

### 第3 当裁判所の判断

#### 1 争点1（品質誤認表示該当性）について

20 (1) 不正競争防止法2条1項20号の誤認惹起行為が不正競争に該当し違法とされるのは、事業者が商品等の品質、内容などを偽り、又は誤認を与えるような表示を行って、需要者の需要を不当に喚起した場合、このような事業者は適正な表示を行う事業者より競争上優位に立つことになる一方、適正な表示を行う事業者は顧客を奪われ、公正な競争秩序を阻害することになるから  
25 である。

このような趣旨に照らすと、「品質」について「誤認させるような表示」に



該当するか否かを判断するに当たっては、需要者を基準として、商品の品質についての誤認を生ぜしめることにより、商品を購入するか否かの合理的な判断を誤らせる可能性の有無を検討するのが相当である。

(2) 被告表示が「品質」について「誤認させるような表示」に該当するかについて

ア 令和元年5月8日から令和3年8月30日までの表示について

前提事実(5)ア④の「全国導入実績2,500台以上」との表示は、被告が販売している業務用生ごみ処理機、すなわち被告商品は、全国で2500台以上が販売されているとの事実を、「ゴミサー／ゴミサポーターはその処理方法・性能が多くの企業・施設で認められ、おかげ様で現在、全国で2,300台以上が稼働しています。」との表示は、被告商品は、その処理方法及び性能が多くの企業や施設で認められたため、全国で2300台以上が販売されたとの事実を、「全国・海外での導入実績は3,500台以上。」との表示は、被告商品は、全国及び海外で3500台以上が販売されたとの事実を需要者に対し認識させるものであると認められる。

他方で、前提事実(5)エによれば、被告が令和元年5月8日以降販売している被告商品の過去の累計販売数は2300台に達するものではないことが認められ、少なくとも、上記「全国導入実績2,500台以上」、「ゴミサー／ゴミサポーターはその処理方法・性能が多くの企業・施設で認められ、おかげ様で現在、全国で2,300台以上が稼働しています。」及び「全国・海外での導入実績は3,500台以上。」の表示（以下、これらを併せて「本件誤認惹起表示①」という。）は、いずれも、実際の販売実績とは異なるにもかかわらず、多数の被告商品が販売されており、このような販売実績は、被告商品のごみ処理方法及びその性能が他の同種商品に比べて優れたものであることに起因することを強調するものであって、その結果、需要者に対し、被告商品がその品質において優れた商品であるとの権

威付けがされ、また、他の需要者も購入しているという安心感を与えることになるため、需要者が商品を購入するか否かの合理的な判断を誤らせる可能性があるというべきである。そうすると、本件誤認惹起表示①は、「品質」について「誤認させるような表示」に該当すると認められる。

5           この点について、被告は、本件誤認惹起表示①は、原告と被告との間の取引が終了した後、一時的かつ短期的に残存していたものにすぎず、かつ、被告が販売した原告商品の販売実績を記載したものであるから、虚偽ではなく真実そのものであると主張する。しかし、前記のとおり、需要者は、本件誤認惹起表示①が被告が過去に販売していた製品についての記載である  
10           と認識することはなく、現在（被告ウェブページ掲載時）販売している被告商品についての記載であると認識するといえるから、その表示の残存が一時的かつ短期的であったとしても、需要者が購入するか否かを決断する時点において、その合理的な判断を誤らせる可能性は否定できない。したがって、被告の上記主張は採用することができない。

15           イ 令和3年8月31日から令和5年3月6日頃まで

          前提事実(5)イ③の「ゴミサー／ゴミサポーターはその処理方法・性能が多くの企業・施設で認められ、おかげ様で現在、全国で2,300台以上が稼働しています。」との表示は、前記アのとおり、被告商品は、その処理方法及び性能が多くの企業や施設で認められたため、全国で2300台以上が販売されたとの事実を、「全国・海外での導入実績は3,500台以上。」との表示は、前記アのとおり、被告商品は、全国及び海外で合計3500台以上が販売されたとの事実を需要者に対し認識させるものである。

          そして、前記アのとおり、被告商品の過去の累計販売数は2300台に達するものではないことが認められるから、少なくとも「ゴミサー／ゴミサポーターはその処理方法・性能が多くの企業・施設で認められ、おかげ  
25           様で現在、全国で2,300台以上が稼働しています。」及び「全国・海外

での導入実績は3,500台以上。」の表示（以下、これらを併せて「本件誤認惹起表示②」という。）は、前記アで説示したのと同様の理由により、いずれも、「品質」について「誤認させるような表示」に該当すると認められる。

5 ウ 令和5年3月7日頃から同年4月30日まで

前提事実(5)ウ①の「実績紹介」として、「都道府県別実績数」及び「施設別実績数」が掲載され、合計3049台の実績がある旨の表示は、被告商品は、全国で合計3049台が販売されたとの事実を、同②の「全国2,300台以上の導入実績」は、被告商品は、全国で2300台以上が販売されたとの事実を、  
10 「ゴミサー／ゴミサポーターはその処理方法・性能が多くの企業・施設で認められ、おかげ様で現在、全国で2,500台以上が稼働しています。」及び「おかげ様で全国で2500台以上」との表示は、被告商品は、その処理方法及び性能が多くの企業や施設で認められたため、全国で2500台以上が販売されたとの事実を、  
15 「日本全国の導入実績3,500台以上の実績」との表示は、前記アのとおり、被告商品は、全国で3500台以上が販売されたとの事実を需要者に対して認識させるものである。

そして、前記アのとおり、被告商品の過去の累計販売数は2300台に達するものではないことが認められるから、少なくとも「都道府県別実績数」及び「施設別実績数」が掲載され、合計3049台の実績がある旨の表示並びに「全国2,300台以上の導入実績」、「ゴミサー／ゴミサポーターはその処理方法・性能が多くの企業・施設で認められ、おかげ様で現在、全国で2,500台以上が稼働しています。」、「おかげ様で全国で2500台以上」及び「日本全国の導入実績3,500台以上の実績」の表示  
20 （以下、これらを併せて「本件誤認惹起表示③」という。）は、前記アで説示したのと同様の理由により、いずれも、「品質」について「誤認させるよ  
25

うな表示」に該当すると認められる。

(3) 被告の主張について

5 被告は、販売実績の違いは、商品の品質の違いを推認するものにすぎず、原告商品及び被告商品の間に、性能及び機能における違いがない本件においては、原告商品と被告商品の品質の違いが推認されるものではないと主張する。

10 しかし、前記(1)で説示した不正競争防止法2条1項20号の誤認惹起行為が不正競争に該当し違法とされる趣旨に照らすと、客観的な性能及び機能における違いがないとしても、前記(2)のとおり、本件誤認惹起表示①ないし③は、いずれも、販売実績について事実と異なる表示をするとともに、同販売実績が品質の優位性に起因するものであるとの表示をすることによって、そのような販売実績をもたらす「品質」であるとの誤解を需要者に与え、その結果、公正な競争秩序を阻害するものである以上、同号の「品質」について「誤認させるような表示」に該当すると認めるのが相当である。

15 よって、被告の上記主張を採用することはできない。

2 争点2（被告の故意の有無）について

20 (1) 弁論の全趣旨によれば、被告は、原告商品を原告の代理店として販売していた頃から掲載していた前提事実(5)アの被告表示を、原告との代理店契約を中止した後もそのまま掲載し続けていたと認められることに加え、前提事実(5)ア①ないし③の記載内容に照らすと、本件誤認惹起表示①は、原告商品に係る販売実績を内容とするものであったことが認められる。

25 そして、被告は、本件誤認惹起表示①が、原告商品に関するものであり、被告商品に関するものではないことを認識しつつも、被告商品の販売を開始した令和元年5月から令和3年8月30日までこれを掲載し続け、その後も、文言や販売台数を若干変更してはいるものの、本件誤認惹起表示①とほぼ同一内容の本件誤認惹起表示②及び③を掲載しているのであるから、被告は、

同期間中、故意により、虚偽の販売実績を被告ウェブページ上に表示させていたものと認めるのが相当である。

(2) 被告は、本件誤認惹起表示①は、原告との取引終了後もたまたま残存していたにすぎず、被告が削除することを失念していたにすぎないと主張する。

5           しかし、被告が現在に至るまで本件誤認惹起表示①ないし③を掲載し続けていると認められること（弁論の全趣旨）に照らすと、単に削除を失念してただけであるとの被告の主張を採用することはできない。

### 3 争点3（原告の損害発生の有無及び損害額）について

(1)原告は、不正競争防止法5条2項に基づき、その受けた損害の額を主張して  
10           いるところ、被告は同項の適用を争っている。

そこで検討すると、不正競争防止法5条2項の適用要件は、原告が被告の不正競争により営業上の利益を侵害されたことであり、これは、不正競争行為の侵害者の行為がなかったならば利益が得られたであろう事情があれば足りるというべきである。

15           (2) 前提事実(2)及び(4)によれば、原告及び被告は、いずれも「ゴミサー」との名称の業務用生ごみ処理機を販売していることが認められ、販売の対象物は同種であると認められる。

20           また、証拠（甲41）及び弁論の全趣旨によれば、被告の顧客層は、保育園、老人ホーム、病院、食品工場、ホテル、官公庁、ファミレス及び船舶であり、販売エリアは全国及び海外であるところ、原告の顧客層は、保育園、老人ホーム、病院、食品工場、社員食堂、公園等であり、販売エリアは全国、メキシコであることが認められ、原告と被告の顧客層及び販売エリアは一部において共通している。

25           このような市場の共通性を考慮すると、原告に、被告の競業行為がなかったならば利益が得られたであろう事情があるといえるから、原告に損害が発生していると認められ、不正競争防止法5条2項の適用要件を満たすといえ

る。

この点について、被告は、原告の市場は、被告の市場に全面依存しているという状況であったから、単一ないし同一の市場において、原告及び被告が互いに排斥し合う場合には当たらないと主張する。しかし、証拠（甲41、乙69）によれば、原告による原告商品の販売は、その多くが被告を代理店とする販売であったことが認められる一方、同証拠によれば、被告以外を代理店とする販売実績も一定程度あったことが認められる。したがって、被告の上記主張は採用することができない。

(3) 前提事実(4)のとおり、本件誤認惹起表示①ないし③の掲載期間中（令和元年5月8日から令和5年4月30日）の被告の限界利益は、1億2368万8021円であるから、不正競争防止法5条2項の適用により、原告の損害額は1億2368万8021円と推定される。

そして、被告による本件誤認惹起表示①ないし③の掲載と相当因果関係のある弁護士費用は、1236万円と認められる。

以上によれば、原告の損害額は、1億3605万6823円となる（ただし、原告は、その一部である9164万3940円のみを請求していることから、この限度で原告の請求を認容する。）。

#### 第4 結論

以上によれば、原告の請求は理由があるからこれを認容することとして、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

---

間 明 宏 充

裁判官

10

---

バ ヒ ス バ ラ ン 薫