

令和5年1月23日判決言渡 同日判決原本交付 裁判所書記官
令和4年(ワ)第2188号 不正競争行為差止等請求本訴事件
令和4年(ワ)第4887号 不正競争行為差止等請求反訴事件
口頭弁論終結の日 令和4年11月15日

5 判 決

本訴原告・反訴被告 合同会社B l e s s
(以下「原告」という。)

訴訟代理人弁護士 中野 宗一郎
同 吉本 晴海

10 本訴被告・反訴原告 株式会社キングジム
(以下「被告」という。)

訴訟代理人弁護士 西川 喜裕
同 大出 萌

本訴被告訴訟復代理人弁護士兼
15 反訴原告訴訟代理人弁護士 中村 朋暉

主 文

- 1 原告は、被告が販売している別紙被告商品目録記載のスピーカー付きマイクが、原告が販売している別紙原告商品目録記載のスピーカー・アンプ内蔵型マイクを模造した商品であるとして被告に対し販売の中止と損害賠償を求める訴えを提起した旨を、口頭、文書又はインターネットを通じて第三者に告知又は
20 流布してはならない。
- 2 原告は、別紙ウェブサイト目録記載1のウェブページにおける別紙表示目録記載の表示及び別紙ウェブサイト目録記載2のウェブページを削除せよ。
- 3 原告の本訴請求をいずれも棄却する。
- 25 4 訴訟費用は、本訴反訴を通じ、原告の負担とする。

事 実 及 び 理 由

第1 請求

1 本訴

(1) 被告は、別紙被告商品目録記載のスピーカー付きマイク（以下「被告商品」という。）を販売してはならない。

5 (2) 被告は、被告商品を廃棄せよ。

(3) 被告は、パンフレットやインターネット上のウェブサイトから、被告商品の表示を抹消せよ。

(4) 被告は、原告に対し、1832万4000円及びこれに対する令和4年3月30日から支払済みまで年3分の割合による金員を支払え。

10 2 反訴

主文1項及び2項と同旨

第2 事案の概要等

本件本訴は、別紙原告商品目録記載のスピーカー・アンプ内蔵型マイク（以下「原告商品」という。）を販売する原告が、被告商品の販売行為が不正競争防止法（以下「不競法」という。）2条1項1号の不正競争に該当すると主張して、
15 被告に対し、不競法3条1項及び2項に基づき、被告商品の販売の差止め等を求めるとともに、不競法4条に基づき、損害賠償1832万4000円及びこれに対する不正競争行為の後の日（本訴状送達の日翌日）である令和4年3月30日から支払済みまで民法所定年3分の割合による遅延損害金の支払を求める事案
20 である。

本件反訴は、被告が、原告が別紙ウェブサイト目録記載のウェブサイト（以下「原告サイト」という。）に別紙表示目録記載の表示（以下「本件表示」という。）を掲載したことが不競法2条1項21号の不正競争に該当すると主張して、原告
25 に対し、不競法3条1項及び2項に基づき、本件表示の告知又は流布行為の差止め及び原告サイトから本件表示を削除することを求める事案である。

1 前提事実（争いのない事実並びに後掲各証拠及び弁論の全趣旨により容易に

認定できる事実)

(1) 当事者

原告は、音響機器や理美容器具等の輸出入や代理店業務等を目的とする合同会社である。

5 被告は、事業用又は家庭用文具の製造販売等を目的とする株式会社である。

(2) 原告商品

原告商品の外観は、別紙原告商品目録のとおりである。

原告は、平成30年1月2日、大韓民国のE-BEST Co., Ltdとの間で、同社が開発した原告商品の日本国内における独占的販売権を付与
10 する旨の契約を締結し、その頃から、同社の日本国内における総代理店として、原告商品の販売を開始した（甲2の1・2）。

また、原告との間で販売代理店契約を締結した全国各地の販売代理店や地域販売店（以下「販売代理店等」という。）は、各地域で原告商品の営業活動等を行っている。

15 (3) 被告商品

被告商品の外観は、別紙被告商品目録のとおりである。

被告は、令和3年9月29日から、被告商品の販売を開始した。

(4) 本件表示

原告は、本訴請求に係る訴えの係属中である令和4年5月19日、別紙ウェブ
20 ブサイト目録記載1及び2の原告サイトのトップページ上の「お知らせ欄」及びその他のウェブページにおいて、本件表示を掲載して、第三者に対し、その旨を告知した。

2 争点

本件の主要な争点は次のとおりである。なお、原告は、原告商品の形態が、
25 「原告の」商品等表示であること（他人性）、需要者の間に広く認識されていること（周知性）、原告商品の形態と被告商品の形態が類似していること、被

告商品が原告商品との混同を生じさせていること（混同のおそれ）についても主張し（請求原因）、被告はこれらを争っている。

(1) 本訴請求関係（争点1・請求原因）

ア 原告商品の形態が原告の「商品等表示」（不競法2条1項1号）に該当
5 するか（争点1-1）

イ 損害の発生及びその額（争点1-2）

ウ 差止め及び廃棄の必要性があるか（争点1-3）

(2) 反訴請求関係（争点2）

ア 本件表示の内容が「他人の営業上の信用を害する虚偽の事実」（不競法
10 2条1項2号）に該当するか（争点2-1）

イ 差止め及び削除の必要性があるか（争点2-2）

第3 争点に関する当事者の主張

1 争点1-1（原告商品の形態が原告の「商品等表示」（不競法2条1項1号）
に該当するか）について

15 **【原告の主張】**

(1) 次の①ないし③の形態を組み合わせでデザインされた④原告商品の全体的
な形状が、一般的なワイヤレスマイク（ハンド型）と同様の円筒状様の形態
である点が、従来の「スピーカー内蔵マイク」には用いられたことがなかつ
た独自性のある斬新な形態である。

20 すなわち、①従来の「スピーカー内蔵マイク」のスピーカー部の形状は、
トランジスタメガホンや電子ポータルメガホンではトランペット状であり、
カラオケマイクではマイク部とハンドル部との間にありマイク竿体内に収ま
らない円盤状の出っ張ったものであった。これに対し、原告商品は、スピー
カー部がマイク下部の竿体内に組み込まれた独自の特徴ある形態（以下これ
25 を「原告形態A」という。）をしている。②従来の「スピーカー内蔵マイク」
のうち、カラオケマイクは、その主たる用途に鑑みて、ストラップで持ち運

ぶ必要がなく、ストラップを通すためのストラップリングは付いていなかった。これに対し、原告商品は、ストラップを通すシリコン製のストラップリングをマイク部分とハンドル部分との間に設置した、独自の特徴ある形態(以下これを「原告形態B」という。)をしている。③従来の「スピーカー内蔵マイク」のうち、カラオケマイクは、外部入力端子部分が剥き出しの状態であった。これに対し、原告商品は、3種類の外部入力端子をハンドル部竿体を少し凹ませた箇所に設置して、その上からシリコン製のカバーで覆い、同カバーを開閉できる、独自の特徴ある形態(以下これを「原告形態C」という。)をしている。

(2) 原告商品のパッケージや取扱説明書には原告名が大きく明記されていること、全国各地の販売代理店等は、これまで全国のほぼすべての教育機関に対し原告商品の個別営業活動を行っており、企業等を含めるとその営業対象数は全国で6万6400以上にのぼること、販売代理店等では、各社のホームページ上に原告商品の宣伝を掲載しており、地元紙でも取り上げられていること、平成30年5月以降、大規模な展示会で原告商品の宣伝広告を行っていること、原告商品の発売より前に、原告商品と同様の形態のスピーカー内蔵マイクは存在せず、被告商品が発売されるまでは、原告商品の販売市場占有率は100%であったことから、遅くとも、被告が被告商品の販売を開始した令和3年9月までには、原告商品の形態は、主な需要者である全国の教育機関や教育関係者の間で周知であった。

(3) 被告は、原告商品の同種商品はマイクである旨を主張する。しかし、原告商品のターゲットは、会議室やセミナー、教会、幼稚園、展示会、ガイド、クラブ活動など音響機器との接続を想定しない需要者であり、従来の有線マイクやワイヤレスマイクの需要者と原告商品の需要者は同一ではなく、市場において競合しない。

(4) 以上から、原告商品の形態は原告の商品等表示に該当する。

【被告の主張】

原告形態Aは、スピーカーが内蔵されているという機能そのものの主張であって、客観的、可視的な形態として特定できていない。また、マイク下部は単に円筒状をしており、特徴的な形態ではないし、内蔵されたスピーカーの形状を通常
5 5
の用法で認識することはできない。その余の点についても、原告形態Bは、ストラップを通すリングが設置されている形態、原告形態Cは、外部入力端子がカバーで覆われており開閉できる形態、これらを組み合わせた全体形状が一般的なワイヤレスマイクと同様の円筒状の形状というように抽象的に指摘するのみで、具体的な形状の特定としては不十分である。また、原告商品は、原告
10 10
の販売代理店等やECサイトにおいて、「音響設備のいらぬマイク」などと紹介されており、一般的な有線マイクやワイヤレスマイクの代替品として提案されているものであるから、需要者は、原告商品をマイクとして認識する。したがって、原告商品の需要者にとって、マイク全般が原告商品と同種商品であると認識されるところ、原告形態Aないし同C及びこれらを組み合わせた全体
15 15
の形状は、いずれも同種商品であるマイクと同様のありふれた形態であって、特徴的な形態であるとはいえない。

以上から、原告商品は、他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有しておらず、原告商品の形態は原告の商品等表示に該当しない。

2 争点1-2（損害の発生及びその額）について

【原告の主張】

(1) 逸失利益1666万4000円

被告は、プレスリリースにおいて、被告商品を年間5000本販売することを目標としている旨を述べているから、令和3年9月29日から令和4年2月末日までの約5か月間で約2083本を販売したものと見込まれる。また、被告商品の限界利益は、平均して1本当たり8000円を下回らないと
25 25
推定される。

したがって、原告は、被告商品の販売により被った損害額は、これらを乗じた合計1666万4000円を下らない（不競法5条2項）。

(2) 弁護士費用166万円

原告は、本訴の遂行を原告訴訟代理人弁護士に委任したところ、被告の不正競争行為と相当因果関係のある弁護士費用は、前記(1)の1割相当である166万円である。

【被告の主張】

争う。

3 争点1-3（差止め及び廃棄の必要性があるか）について

10 **【原告の主張】**

被告は、被告商品の販売を行っており、原告の営業上の利益が侵害され又はそのおそれがあるから、販売行為の差止め、被告商品の廃棄並びにパンフレット及びインターネット上のウェブサイトからの被告商品の表示の抹消を求める必要がある。

15 **【被告の主張】**

争う。

4 争点2-1（本件表示の内容が「他人の営業上の信用を害する虚偽の事実」（不競法2条1項21号）に該当するか）について

【被告の主張】

20 本件表示は、被告商品が原告商品を模造した商品であると断定し、販売の中止と損害賠償を求める訴えを提起した旨が記載されたものであり、これに接した者は、被告商品が原告商品の違法な模造商品、違法な権利侵害品であるとの印象を受ける。また、本件表示は、本訴係属中に掲載されたものであり、本件表示中の「訴訟」が本訴を意味することは明らかであって、「模造した製品」
25 の販売等とは、販売の差止め及び損害賠償の対象となる不競法2条1項1号に該当する違法な行為を意味すると解される。

しかし、前記1の【被告の主張】のとおり、被告が被告商品を販売等する行為は不競法2条1項1号の不正競争には該当せず違法な行為ではないから、本件表示で摘示された事実は虚偽であり、一般人に対し、被告商品が原告商品の違法な模造商品であるとの誤った印象や被告が違法に模造行為を行った会社であるとの誤った印象を抱かせるものであって、被告の営業上の信用を棄損するものである。

したがって、本件表示は「他人の営業上の信用を害する虚偽の事実」に該当する。

【原告の主張】

10 本件表示は、単に「模造」と記載しているのみで、不競法2条1項1号には一切触れていないのであるから、本訴請求の帰趨にかかわらず、反訴請求で審理されるべき対象は、被告商品が原告商品を「模造」したとの記載が虚偽か否かである。

15 模造とは、「実物に似せて造ること」であり、不競法上の文言では、不競法2条1項3号の「模倣」が同義語に該当する。この点、同号の「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」をいう。被告商品が原告商品に依拠して製造され販売に至ったという経緯、原告商品の形態と被告商品の形態を比較すると、相違点や改変点があるものの、両商品を全体的に観察した場合には、実質的に同一であるといえること
20 から、被告商品は、まさに原告商品に似せて造られた商品であり、原告商品を模造したとの本件表示に虚偽はない。

したがって、本件表示は「他人の営業上の信用を害する虚偽の事実」に該当しない。

5 争点2-2（差止め及び削除の必要性があるか）について

25 【被告の主張】

ウェブサイトの性質上、いつでも誰でも本件表示を閲覧することが可能であ

り、かつ、本件表示がトップページという非常に目に付きやすい場所に、目に留まりやすいデザイン、色彩等を用いて掲載されていることから、本件表示の掲載により、被告の営業上の信用に対する侵害が将来にわたって不断に発生することは確実である。

5 したがって、本件表示の差止め及び本件表示が掲載されたウェブページの削除を求める必要性がある。

【原告の主張】

争う。

第4 当裁判所の判断

10 1 本訴請求について

(1) 争点1-1（原告商品の形態が原告の「商品等表示」（不競法2条1項1号）に該当するか）について

不競法2条1項1号所定の「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、これは、周知な商品等表示の有する出所表示機能を保護する観点から、周知な商品等表示に化体された他人の営業上の信用を自己のものと誤認混同させて顧客を獲得する行為を防止し、事業者間の公正な競争等を確保する趣旨と解される。そして、商品の形態は、特定の出所を表示する二次的意味を有する場合があるものの、商標等とは異なり、本来的には商品の出所表示機能を有するものではないから、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するような特段の事情がない限り、商品等表示には該当しないというべきである。そうすると、商品の形態は、①客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴（特別顕著性）を有しており、かつ、②特定の事業者によって長期間にわたり独占的に利用され、又は短期間であっても極めて強力な宣伝広告がされるなど、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である（周知性）

15

20

25

と認められる特段の事情がない限り、不競法 2 条 1 項 1 号にいう商品等表示に該当しないと解するのが相当である。

原告形態 A、同 B 及び同 C は、いずれもその形態を特定するのに必要とされるスピーカー・アンプ内蔵型マイクの全体形状及びこれを構成する各パーツの具体的な形状、寸法、位置関係といった構成要素を何ら具体的に特定するものではなく、その構成要素の一部についてのみ抽象的、断片的に指摘するにとどまるものである。加えて、スピーカー部がマイク下部の竿体内に組み込まれた形態(原告形態 A)は、抽象的な位置関係のみをいうのであれば、そのような配置をしようとするれば避けられない形態であるし(そのように配置すること自体はアイデアであって、商品等表示とは性質を異にする。)、ストラップを通すリングがあること(原告形態 B)や、端子カバーを開閉可能につけること(原告形態 C)は、いずれも落下防止や端子の汚損等の防止のために行われるありふれた工夫であって、出所表示として機能するものとは到底考えられない。

原告は、原告形態 A ないし同 C を組み合わせた全体的な形状が一般的なワイヤレスマイク(ハンド型)と同様の円筒状様の形態であることを指摘しているにとどまり、円筒形状であることを超えて、その全体形状及び各構成要素について何ら具体的に特定するものではない。したがって、原告形態 A ないし同 C 及びその組み合わせが、商品等表示として機能するものとして特定されているとはいえない。

この点を措くとしても、原告商品はスピーカー・アンプ内蔵型のマイクであり、原告は、原告商品をマイクとして広告宣伝していること(甲 9 の 1 ～ 9 の 1 3)に照らすと、スピーカーが内蔵されているか否かにかかわらず、マイク全般が原告商品の同種商品に該当するものと認められる。そうであるところ、マイク自体が、実用品であって、需要者がその形態等を鑑賞するためのものではないことに加え、原告が主張するとおり、原告商品は、全体的

な形状が一般的なワイヤレスマイク（ハンド型）と同様の形態とするものであるから、原告商品が客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴（特別顕著性）を有さないことは明らかである。

5 以上から、原告形態Aないし同C及びこれらを組み合わせた形態が原告の「商品等表示」に該当するものとは認められない。

(2) したがって、本訴請求に係るその余の点を判断するまでもなく、原告の本訴請求は理由がない。

2 反訴請求について

10 (1) 争点2-1（本件表示の内容が「他人の営業上の信用を害する虚偽の事実」（不競法2条1項21号）に該当するか）について

15 本件表示は、原告が、原告商品を模造した被告商品を販売している被告に対して販売の中止と損害賠償を求める訴えを提起した旨を摘示するものである。この点、「模造」とは、「実物に似せて造ること」を意味し（乙3）、その言葉自体、本物でない、まがいものを作成するといった否定的に捉え得るものであることに加え、訴えを提起したという表現は、本件表示の全体の文意からすれば、相手方が違法行為に及んでいることを摘示するものと解されるから、これに接した閲覧者は、被告が、原告商品を違法に模造した被告商品を販売していると認識するものと認められる。また、本件表示が掲載された時期や記載内容に加え、本訴請求のほか、原告が被告に対して原告商品
20 に関する訴えを提起したことをうかがわせる証拠はないことに照らすと、本件表示中の訴えの提起は、本訴請求を指していると解される。

25 そうであるところ、前記1のとおり、本訴請求には理由がなく、その他、被告商品が原告商品を違法に模造したことを裏付ける証拠はないから、本件表示のうち、被告商品が原告商品を模造した違法なものであることを摘示する部分は「虚偽の事実」に該当するものと認めるのが相当である。そして、本件表示を閲覧した者は、被告商品が違法な模造商品であると認識し、本件

表示は、被告商品の市場価値を明らかに低下させるものといえるから、被告の「営業上の信用を害する」ものと認めるのが相当である。

以上から、本件表示は「他人の営業上の信用を害する虚偽の事実」に該当する。これに反する原告の主張は採用できない。

5 (2) 争点 2 - 2 (差止め及び削除の必要性があるか) について

前記(1)のとおり、本件表示は被告の信用を害するものであり、また、本訴請求の内容や本件表示の内容、態様等に照らすと、本件表示の違法性を阻却する事情があるとはいえない。

したがって、被告は、原告に対し、被告商品が原告商品を模造した商品であるとして、被告に対して訴えを提起した旨を第三者に告知又は流布することの差止めを求めるとともに、原告ウェブサイトから本件表示を削除することを求めることができる。

(3) 以上から、被告の反訴請求には理由がある。

3 結論

15 よって、原告の本訴請求は理由がないからこれを棄却し、被告の反訴請求は全部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。

大阪地方裁判所第 2 6 民事部

20 裁判長裁判官

松 阿 彌 隆

25 裁判官

杉 浦 一 輝

裁判官

5

峯 健 一 郎

【別紙省略】