

令和2年11月10日判決言渡 同日原本受領 裁判所書記官

令和2年(ワ)第3499号 発信者情報開示請求事件

口頭弁論終結日 令和2年9月24日

判 決

5

原 告 株式会社北の達人コーポレーション

同訴訟代理人弁護士 小 寺 正 史

同 松 田 竜

10

同 小 野 田 充 宏

同 熊 谷 健 吾

同 大 塚 智 子

同 横 井 千 穂

15

被 告 エックスサーバー株式会社

同訴訟代理人弁護士 和 田 敦 史

主 文

20

- 1 被告は，原告に対し，別紙発信者情報目録記載の各情報を開示せよ。
- 2 訴訟費用は被告の負担とする。

事 実 及 び 理 由

第1 請求の趣旨

主文同旨

第2 事案の概要

25

本件は，原告が，氏名不詳者（以下「本件発信者」という。）により別紙ウェブページ目録記載のウェブページ（以下「本件ウェブページ」という。）に掲載され

た別紙記載目録記載1ないし6の記載（以下、同目録の番号に合わせて「本件記載1」などといい、本件記載1ないし6を合わせて「本件各記載」という。）は、①競争関係にある原告の営業上の信用を害する虚偽の事実を流布するものであり（不正競争防止法2条1項21号）、②原告の競業者の商品についての品質等誤認表示（同項20号）に該当し、また、③名誉毀損行為として一般不法行為に当たると主張して、本件ウェブページが設置されていたウェブサーバーの管理者である被告に対し、特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律（以下「プロバイダ責任制限法」という。）4条1項に基づき、別紙発信者情報目録記載の情報の開示を求める事案である。

10 1 前提事実（当事者間に争いのない事実又は後掲の各証拠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

原告は、インターネット・テレビ等を利用した通信販売事業等を目的とする株式会社であり、「アイキララ」という名称の美容クリーム（以下「原告商品」という。）を販売している。

被告は、電気通信事業を営む株式会社である。

(2) 本件各記載（甲1）

本件発信者は、令和元年10月ころ、「Trenjyo」と題するウェブサイト（以下「本件ウェブサイト」という。）を構成するウェブページの1つである本件ウェブページに、訴外株式会社キーリー（以下「訴外会社」という。）の販売する「メモリッチ」という名称の美容クリーム（以下「第三者商品」という。）と、原告が販売する原告商品の価格、途中解約の可能性等について説明する本件各記載を掲載した。

(3) 被告の本件発信者情報の保有

被告は、本件ウェブサイトが設置されたウェブサーバーの管理者であり、契約者情報として、本件発信者情報を保有している。

2 争点

(1) 権利侵害の明白性

ア 信用毀損行為（不正競争防止法 2 条 1 項 2 1 号）の成否

イ 品質等誤認表示（不正競争防止法 2 条 1 項 2 0 号）の成否

ウ 不法行為責任（民法 7 0 9 条）の成否

5 (2) 開示を受けるべき正当な理由

3 争点に関する当事者の主張

(1) 争点(1)ア（信用毀損行為の成否）について

**【原告の主張】**

ア 本件各記載について

10 (ア) 本件ウェブページの性質

本件ウェブページは、単なる口コミではなく、第三者商品を宣伝する目的で制作されたものであり、本件各記載は、比較広告の一環として記載されたものである。

(イ) 本件各記載の内容

15 a 本件発信者は、原告商品及び第三者商品の価格について、真実は、原告商品の「年間購入コース」の価格が 1 個当たり 2 3 8 4 円（税別。以下同じ。2 巡目の初回に 2 5 0 0 円割引。）、単品価格が 2 9 8 0 円であり、第三者商品の「お得定期コース」の価格が 1 個当たり 2 3 2 7 円、単品価格が 3 3 0 0 円であるにもかかわらず、本件記載 1 において、原告商品の「年間購入コース」の価格が 2 5 3 3 円、単品価格は原告商品も第三者商品も同じ 2 9 8 0 円であるとの虚偽の事実を記載し  
20 た上で、ことさらに原告商品が第三者商品よりも高額であるとの誤った印象を与える文章も記載した。

需要者がアイクリームを選択するに際して、その価格が重要な考慮要素となることもあるから、本件記載 1 は、虚偽の事実を流布して原告の営業上の信用又は社会的評価を害するものである。

25 b 本件発信者は、実際には、原告商品は、「@cosme（アットコスメ）」という名称の美容用品等の口コミサイト（以下「本件口コミサイト」という。）における

評価が高く、目の下のクマやシワに効果を有するものであり、原告は需要者に対して返品対応を行っているにもかかわらず、本件記載2において、本件口コミサイトにおける原告商品の評価が低く、効果がない、騙された、返品できないなどという書き込みがある旨の真実に反する記載をし、ことさらに原告商品が粗悪で、需要者からの支持がない商品であり、原告が返品対応を行わず需要者を欺く営業活動を行っているかのような負の印象を与える記載をし、原告の営業上の信用又は社会的評価を害した。

c 本件発信者は、原告商品の「お試し定期コース」は途中で解約することが可能であるにもかかわらず、本件記載3において、第三者商品の同様のコースと異なり、原告商品の上記コースは途中解約することができないという、真実に反する誤解を招く記載をし、原告の営業上の信用又は社会的評価を害した。

d 本件発信者は、実際には、原告商品と第三者商品との価格は上記aのとおりであり、各商品の1個はどちらも約1か月分の分量であるにもかかわらず、本件記載4において、第三者商品と比較して原告商品は高価であり、かつ、コストパフォーマンスが悪いという印象を与え、真実に反する誤解を招く記載をし、原告の営業上の信用又は社会的評価を害した。

e 本件発信者は、原告商品は原告が行った試験によって無刺激性と判断され、原告商品の使用による副作用の報告もないにもかかわらず、本件記載5において、第三者商品と比較して原告商品には副作用があり安心できないかのような印象を与え、真実に反する誤解を招く文章を記載し、原告の営業上の信用又は社会的評価を害した。

f 本件発信者は、上記本件記載1ないし5のとおり、原告商品及び第三者商品の価格、契約期間、内容量、副作用等について不正確かつ不適正な引用をし、商品の優劣を不公正に比較した上で、本件記載6において、第三者商品の方がおすすめである旨の記載をすることにより、閲覧者に対し、原告商品と第三者商品の優劣関係を歪曲して印象付けた。これは、「比較広告に関する景品表示法上の考え方」（平

成28年4月1日改正)によれば, 不当表示に該当する比較広告であり, 原告の営業上の信用又は社会的評価を害するものである。

g 以上のとおり, 本件各記載は, 原告商品と第三者商品の比較広告において, 虚偽の事実を流布して, 閲覧者に対し, その優劣関係を歪曲して印象付けるものであり, 原告の営業上の信用又は社会的評価を害するものである。

#### イ 原告と本件発信者との間の競争関係

本件ウェブページ上に, 第三者商品の公式ホームページへのリンクが貼られていること, 訴外会社がアフィリエーターを募集しており, 原告の商標をもって広告費を支出してリスティング広告を行っていることから, 本件ウェブページは, 訴外会社の広告用のウェブサイトもしくはアフィリエイトサイトであることが明らかである。

そうすると, 同社もしくは同社による募集に応じた者が, 本件発信者として, 原告商品とアイクリーム化粧品市場において競合する第三者商品に関して, 商品代金又はアフィリエイト報酬を得る広告販売目的で本件各記載を行ったことは明らかであるから, 本件発信者は, 原告と競争関係にあるということが出来る。

#### 【被告の主張】

##### ア 本件各記載について

##### (ア) 情報サイト上の意見について

本件ウェブサイトを開覧する者は, 一般的に, 原告商品や第三者商品について関心を有しており, 本件ウェブサイトのみならず他の投稿記事をも合わせて閲覧するのが通常であるところ, そのような記事の中には, 販売業者等による広告だけではなく, 利用者の主観的意見等を公表する情報サイトであって, 一般の閲覧者も, 記載内容があくまで利用者等の主観的な印象に基づくものと理解して閲覧する記事も多く存在する。

このように, 情報サイトにおける多様な意見の存在が, 消費者に対する情報提供に重要な役割を果たしていることからすれば, 特定の商品に対する否定的な意見の

公表は、誹謗中傷にわたらない限り、原則として是認されるべきであり、それに伴って生じる社会的評価の低下も受忍限度の範囲内であると考えらるべきである。

(イ) 本件各記載について

a 第三者商品は、値引きが適用されることを前提とした場合、単品価格が2980円となるため、本件記載1は虚偽とはいえない。また、需要者が実際に商品を購入する際には価格設定や販売条件を確認した上で契約するはずであるから、本件記載1に解釈の幅があるとしても、それによって原告の営業上の信用や社会的評価を低下させるものともいえない。

b 本件発信者が本件ウェブページを作成した時点においては、本件口コミサイトにおける原告商品についての評価の平均は「2.0」であり、口コミ部分についても本件口コミサイトから引用したものである。また、本件記載2には、原告商品に対する高評価や、第三者商品に対する低評価のコメントも記載されている。したがって、本件記載2の内容は虚偽ではなく、商品に対する正当な論評の範囲内のものである。

c 本件記載3は、原告商品の「お試し定期コース」ではなく、「年間定期コース」に関する内容を記載したものであって、虚偽ではない。

d 本件記載4は、容量を基礎に価格を計算したものであって、虚偽ではない。

e 本件記載5は、原告商品に含まれる成分について言及しているにすぎず、副作用に関しても正確な記載をしているから、虚偽ではなく、誹謗中傷を目的とするものでもない。

f 本件記載6は、その記載ぶりから、本件発信者の主観を述べていることは明らかであって、かかる記載が原告の営業上の信用、社会的評価に影響を及ぼすものではないことは明らかである。

イ 原告と本件発信者との間の競争関係

原告と本件発信者との間に、競争関係はない。

(2) 争点(1)イ (品質等誤認表示の成否について)

**【原告の主張】**

上記(1)のとおり、本件各記載は、原告商品よりも第三者商品の方がコストパフォーマンス及び成分等の点が優れていると誤認させるような表示をしたものであって、商品の広告にその商品の品質、内容等々について誤認させるような表示をしたものとして、不正競争防止法2条1項20号所定の品質等誤認表示に該当する。

**【被告の主張】**

争う。

(3) 争点(1)ウ（不法行為責任の成否）

**【原告の主張】**

上記のような本件発信者による本件各記載の掲載行為は、故意又は過失により原告の信用及び法人の社会的評価（名誉）を侵害するものであり、不法行為に該当する。

**【被告の主張】**

争う。

(4) 争点(2)（開示を受けるべき正当な理由）について

**【原告の主張】**

原告は、本件発信者に対し、不正競争防止法4条又は不法行為に基づく損害賠償等請求を行う予定であり、そのためには本件発信者情報の開示を受ける必要がある。

**【被告の主張】**

争う。

**第3 当裁判所の判断**

1 認定事実（前提事実及び後掲各証拠又は弁論の全趣旨から認定できる事実）

(1) 本件ウェブページ（甲1）

ア 本件ウェブページは、冒頭に、大きめの太字で、「アイキララとメモリッチを比較！効果や口コミ、満足度で調べてみると…」と記載され、続けて「アイキララとメモリッチを比較してみた」との表題の下に、第三者商品（手前）と原告商品

(奥) とが映った写真が掲載され、その下に、「アイキララもメモリッチも、通販で購入できる安価なアイクリームなので、どちらにしようか迷っている方も多いのでは？ (改行) 私もどちらを購入していいのか迷っていたので、購入前に集めた情報を元に比較してみました。」と記載して、通販でアイクリームを購入しようとする需要者に対し、原告商品 (アイキララ) と第三者商品 (メモリッチ) を比較対照する情報を提供しようとするものである。

本件ウェブページの全体の構成は、上記の表題に続き、「メモリッチはペプチドたっぷりのしっとりアイクリーム」、「アイキララは注射器型のユニークなアイクリーム」、「価格はメモリッチの方が高コスパで良心的♡」、「アイキララとメモリッチを口コミで比較」、「アイキララとメモリッチを成分で比較」、「アイキララとメモリッチを満足度で比較」、「アイクリームを使うならメモリッチがオススメ！」という各表題の下、「」で始まる小見出し、写真、表、文章等が掲載される形となっている。

また、本件ウェブページのうち、「メモリッチはペプチドたっぷりのしっとりアイクリーム」という表題の直前及びページの最終部分 (末尾) に、「→メモリッチの購入はコチラから」という大きめの文字が緑色の枠で囲われたボタンがあり、第三者商品を購入することができる公式ウェブサイトへのリンクが貼られている。末尾のボタンの直前には、「メモリッチを最安値で買うなら公式サイト」、「公式サイト以外からの購入は粗悪品の可能性があるため、絶対に公式サイトで購入した方が良いです。」という記載がある。

イ 本件ウェブページの末尾には、運営者情報として、「大人女子のための最“旬”トレンド情報」との記載があるが、これは、本件ウェブサイト全体に関するものと解され、その一部である本件ウェブページを開設又は投稿している本件発信者の氏名・名称などの表示はない。

(2) 本件各記載 (甲 1)

ア 本件記載 1

本件記載 1 は、「価格はメモリッチの方が高コスパで良心的♡」という表題の下に、原告商品と第三者商品につき、「お試し定期コース」及び「年間定期購入」を申し込んだ際のそれぞれ 1 個当たりの価格、内容量について比較する表を掲載し、その下に、「定価ではアイキララと同じだけど...定期ではメモリッチがお得」、  
5 「単品購入はアイキララもメモリッチも同じ 2 9 8 0 円ですが、定期コースではメモリッチがお得です。」という文章を記載したものである。

同表には、「お試し定期コース」の原告商品は 1 個当たり「2 6 8 2 円＋送料」、第三者商品は「2 4 8 0 円＋送料」、「年間定期購入（3 か月ごと 3 本ずつのお届け）」の原告商品は 1 個当たり「2 5 3 3 円＋送料（合計 7 5 9 9 円／1 年契約）」、  
10 第三者商品は「2 3 2 7 円 送料無料（合計 6 9 8 0 円／縛りなし）」と記載されている。また、内容量につき、原告商品は 1 0 グラム、第三商品は 1 5 グラムとの記載がある。

#### イ 本件記載 2

本件記載 2 は、「アイキララとメモリッチを口コミで比較」という表題の下に、  
15 「アットコスメでアイキララの口コミを見てみましたが、全体的な評価は 2. 0 とかなり低めでした。効果なし、騙された、返品できないといった声が多いようです。」という文章を記載したものである。これに続き、本件口コミサイトにおける複数の書き込みが引用と分かる形で掲載され、その一部の文章中にある「全く効果なし」という部分に赤い下線が引かれている。

#### ウ 本件記載 3

本件記載 3 は、上記本件記載 1 の「単品購入はアイキララもメモリッチも同じ 2 9 8 0 円ですが、定期コースではメモリッチがお得です。」という文章に続けて、「1 個ずつ届くお試し定期コースでも、メモリッチはいつでも解約 OK なので、実質メモリッチの方が単品でもお得ということになりますね。」と記載し、その下に  
25 「アイキララは定期コースを途中解約できない！」という小見出しを記載するものである。同小見出しの下には、原告商品の「年間購入コース」のメリットとデメ

リットの比較表と、原告商品の年間定期コースは途中解約できないこと、第三者商品の定期コースはいつでも解約できるのが大きなメリットであることが記載されている。

#### エ 本件記載 4

5 本件記載 4 は、「アイキララは注射器型のユニークなアイクリーム」という表題の下に、原告商品の写真や情報を掲載するのにつけて、「容器が大きいわりに内容量はたった 10g」であるため目元以外に使うと足りなくなることも多いようだと記載し、また、本件記載 1 と同じ表題の下に、「アイキララの内容量はたったの 10g」という小見出し、原告商品と第三者商品の容器と中身の写真、「アイキララ  
10 の価格はメモリッチよりもちょっと高いのですが、内容量もメモリッチより 5g 少ない 10g です。」、「1 回量が結構多いのに 10g しか入っていないので、アイキララはコスパが悪いな...と思っちゃいました。」という文章を記載したものである。

#### オ 本件記載 5

15 本件記載 5 は、「アイキララとメモリッチを成分で比較」という表題の下に、原告商品と第三者商品の成分表を掲載し、その下に、「アイキララの防腐剤や香料などの添加物は副作用アリ？」という小見出しを記載したものである。これに続けて、原告商品には防腐剤として「グルコン酸クロルヘキシジン」が含まれており、  
20 クロルヘキシジンは安全な成分ではあるが、蕁麻疹や発疹が起きたり、粘膜に使用してアナフィラキシーショックが起きた例があること、これは適正濃度を超えた場合の副作用ではあるが、肌の弱い方は無添加処方第三者商品を選んだ方が安全かもしれないなどという記載がある。

#### カ 本件記載 6

25 本件記載 6 は、本件ウェブページの末尾付近に、「アイクリームを使うならメモリッチがオススメ！」という表題の下に、「アイキララとメモリッチを比較してきましたが、コスパや成分、口コミを見てみても、やっぱりメモリッチの方がオススメです。」と記載したものである。

(3) 原告商品の価格等（甲2）

ア 原告商品は、目の下の皮膚に塗布するための美容クリームであり、原告の公式ホームページを通じて販売されている。同ホームページの記載によれば、原告商品の容量、価格等は以下のとおりである。

5 原告商品の1個の内容量は10グラムで約1か月分とされ、単品の定価は2980円であるが、「年間購入コース」を申し込むと1個当たり2384円（2巡目の初めに2500円割引。）、「3か月毎お届け基本コース」を申し込むと1個当たり2533円、「お試し定期コース」を申し込むと、1個当たり2682円に割引される。

10 また、「年間購入コース」及び「3か月毎お届け基本コース」については、原則として、それぞれ12か月分、3か月分の受け取りをしなければ解約できないが、「お試し定期コース」については、自由に途中解約することができる。

上記ホームページに記載された利用規約によれば、原告商品の購入者は、商品に不備、不良等があった場合には、原告に対して返品・交換を求めることができる（甲  
15 6）。

イ 本件口コミサイト上で、令和元年10月ころ及び令和2年7月ころにおける原告商品の「クチコミ評価」は「4.8」とされ、「クマや細かいしわに、効果はそれなりにあったと感じています。」（評価6，2017年12月26日付け），「全然ダメです。3本使いましたが無駄でした。広告ではとても良さそうだったのでガッカリです。」（評価しない，2018年10月31日付け），「クマが改善  
20 されるといふ広告につられ、購入してみましたが、全く効果なしでした。」（評価2，2018年11月17日付け）などという口コミ、評価が記載されていた（甲4，乙1資料②，③，④）。

ウ 原告商品は、日本化粧品学会の定めるガイドラインに準拠した「抗シワ効能  
25 評価試験」の結果、定められた評価項目の基準を満たしているとの証明を受け（甲5），「3次元培養角膜モデル EPI-Ocular EIT 法による眼刺激性代替法試験」の結

果，無刺激性と判断され（甲 8），また，「24 時間閉塞ヒトパッチテスト」の結果，皮膚刺激指数が 0.0 であり，「安全品」と分類された（甲 13）。

原告商品は，成分として「グルコン酸クロルヘキシジン」を含むところ，医療領域において生体用消毒液として繁用されるクロルヘキシジンについて，アナフィラキシー発症の症例調査とリスク要因について分析，検討を行った論文がある（乙 1 資料⑤）。

#### (4) 第三者商品の価格等（甲 3，7，12）

第三者商品は，訴外会社の販売する目元用の美容クリームであり，同社のウェブサイトを通じて通信販売されているところ，原告商品の競合品であると認められる。

同ウェブサイトの記載によれば，第三者商品は 1 個で約 1 か月分とされ，単品の定価は 3300 円であり，「お得定期コース」を申し込むと，1 個当たり 2327 円に割引される。

#### (5) 訴外会社による第三者商品のプロモーション（甲 10）

訴外会社は，第三者商品についてプロモーションを行う提携ウェブサイトを集めており，募集のためのウェブページにおいて，提携ウェブサイトを通じた定期コースの契約数に応じて報酬を支払うことを明らかにし，第三者商品のセールスポイントとして，「①黒クマ，茶クマ，青クマ全てのクマ改善で訴求可能，②独自配合成分『アイキシル』を配合，③定期コースなら購入特典が豪華，④格安価格なのに成分やサポートはトップクラス，⑤メモリッチの満足度調査を実施，⑥定期縛りがないので購入率が UP」などの点を挙げていた。

### 2 争点(1)ア（信用毀損行為の成否）

#### (1) 原告と本件発信者との間の競争関係について

不正競争防止法 2 条 1 項 21 号は，競争関係にある他人の営業上の信用を害する虚偽の事実を告知し，又は流布する行為を不正競争行為と定めるところ，「競争関係」とは，現実の市場において商品の販売を競っているといった競合関係が存する場合に限られず，相手方の商品を誹謗したり信用を毀損したりするような虚偽の事

実を告知又は流布することによって、相手方を競争上不利な立場に立たせ、その結果、行為者や行為者に対して告知又は流布行為を依頼した者などが、競争上不当な利益を得るような関係が存する関係にある場合も含むと考えられる。

原告商品と第三者商品は、美容クリーム市場における競合品であるところ、本件  
5 発信者は、本件ウェブページにおいて、原告商品と第三者商品を比較してみた、と  
いう記載の下、一見、客観的に両商品についての情報を比較・提供するような体裁  
をとりながら、原告商品と比較して第三者商品の利点をより多く挙げ、第三者商品  
の購入を勧めていること、原告商品の購入につながるリンクなどは設けない一方で、  
10 第三者商品を購入することができる訴外会社の公式ウェブサイトへのリンクを2箇  
所に目立つ形で設けており、その近くに、第三者商品を購入する場合には訴外会社  
の公式サイトから購入することを強く推奨する文章を記載していることなどから、  
閲覧者に対し、訴外会社のウェブサイトを通じて第三者商品を購入することを促す  
ような仕組みを作っているといえることができる。

訴外会社が、第三者商品のプロモーションのために提携ウェブサイトを募集して  
15 おり、その中で第三者商品のセールスポイントとして挙げる特徴が本件ウェブペー  
ジに複数掲載されていること、提携サイトには第三者商品の定期コースの契約数に  
応じた報酬が支払われるとされていることも考慮すると、本件ウェブページは、本  
件発信者が、訴外会社と提携したり依頼を受けたりして制作したものであって、原  
告商品の評価を低下させるような記載をすることにより、これと比較して第三者商  
20 品の評価を上げ、販売を促進するという目的に沿うものであると考えるのが相当で  
ある。

そうすると、本件発信者は、訴外会社との関係上、第三者商品の売上向上につい  
て利益を有する者であり、原告や原告商品の評価を低下させることによって不当な  
利益を得る関係に立つ者であると解するのが相当である。

25 したがって、原告と本件発信者の間には、同号における「競争関係」が存する  
といえることができる。

(2) 本件各記載について

ア 本件記載1について

前記認定事実のとおり，原告商品の価格は，単品購入の場合は2980円，「年間購入コース」の場合は1個当たり2384円（1年目）であり，第三者商品の価格は，単品購入の場合は3300円，「お得定期コース」の場合は1個当たり2327円である。

本件記載1は，比較表において，原告の「年間購入コース」の価格について実際よりも高価な価格（2533円）を記載し，また，単品購入の場合の第三者商品の価格が実際よりも廉価とする記載（「同じ2980円」）をしているのであって，これらはいずれも虚偽の事実というものである。

原告商品や第三者商品の需要者である本件ウェブページの閲覧者は，原告商品及び第三者商品の価格について関心を有するところ，両商品に関する上記の虚偽の事実の流布は，第三者商品と比較したときに原告商品が実際よりも高価であり，第三者商品が実際よりも廉価であるような誤解を招くものであって，原告の営業上の信用を害するものであると認められる。

なお，被告は，第三者商品の単品購入の場合の価格（2980円）は割引が適用された場合であること，及び需要者は実際に購入する前に価格設定や販売条件を確認するはずであることを主張する。しかしながら，本件発信者は，本件ウェブページの第三者商品の説明をする欄では，第三者商品の通常価格は1本3300円である旨を記載しながら，第三者商品と原告商品とを比較する本件記載1では，前記認定のとおり，「定価ではアイキララと同じだけど」，「単品購入はアイキララもメモリッチも同じ2980円」と記載しているのであって，単品で購入する場合の第三者商品の価格を，実際よりも廉価に理解させる記載をしている。また，本件ウェブページの閲覧者が，原告又は訴外会社の各公式ウェブサイトから自らアクセスするなどして原告商品と第三者商品の単品価格及び割引価格を確認し得るからといって，本件ウェブページにおいて虚偽の事実を流布するという行為が許容される理由には

ならない。

よって、被告の主張は採用できない。

イ 本件記載 2 について

5 本件記載 2 は、本件口コミサイトにおける原告商品の評価及び書き込みを引用する形で記載するところ、本件口コミサイトにおける各商品の総合評価は、その時々  
の投稿によって上下し、必ずしも一定のものではないと考えられることから、本件  
記載 2 における「評価が 2.0」という記載と、令和元年 10 月ころ及び令和 2 年  
7 月ころにおける原告商品の評価が「4.8」であった事実は必ずしも矛盾しない。  
また、本件記載 2 に続けて、本件口コミサイトにおける書き込みがそのまま転載さ  
10 れているため、本件記載 2 のうち「効果なし」という記述は、それらの書き込みの  
赤下線部分を引用するものであることが閲覧者にとって明らかであり、本件記載 2  
のうち「騙された」、「返品できない」という記述も、閲覧者は、客観的な事実の  
記載というよりも、上記と同様に本件口コミサイトにおける書き込みを引用するも  
のと理解するのが通常である。

15 本件記載 2 については、本件発信者が、本件口コミサイトには実際に存在しない  
書き込みを、転載を装って本件ウェブページ上に虚偽の記載をした、あるいは本件  
発信者又はその意を受けた者が本件口コミサイトに虚偽の書き込みを行い、本件発  
信者がこれを転載したという事実までは認められない以上、本件記載 2 が、閲覧者  
に対し虚偽の事実を流布するものと認めることはできない。

20 ウ 本件記載 3 について

前記認定事実のとおり、原告商品を定期購入する場合に、「年間購入コース」及  
び「3 か月毎お届け定期コース」の場合には一定期間経過後まで解約することがで  
きないが、「お試し定期コース」の場合には即時に途中解約することができる。

25 本件記載 3 は、「1 個ずつ届くお試し定期コースでも、メモリッチはいつでも解  
約 OK」との文章の下に、「アイキララは定期コースを途中解約できない」という  
小見出しを続けていることから、閲覧者に対し、原告商品はすべての定期コースに

において途中解約することができず、第三者商品と比較して需要者にとって不利な契約であるという誤解を生じさせるようにも思われる。

しかし、「アイキララは定期コースを途中解約できない」という小見出しの下には、原告商品の「年間購入コース」のメリットとデメリットの比較表、及び原告  
5 商品の年間定期コースは「年間契約」のため途中解約できないことが記載されているため、ある程度の注意を持って読めば、解約できないとされる原告商品のコースは、「年間購入コース」であると理解することができる。

したがって、本件記載3は、紛らわしい記載ぶりではあるものの、虚偽の事実を流布するものとまでいうことはできない。

10 エ 本件記載4について

前記認定事実によれば、原告商品及び第三者商品は、いずれも1個が約1か月分とされており、原告商品は1個約10グラムである。また、本件ウェブページの記載によれば、第三者商品は1個約15グラムである。

15 本件記載4のうち、「アイキララの価格はメモリッチよりもちょっと高い」という記述は、各商品のどのコースの価格に言及するものか不明であり、「1回量が結構多いのに10gしか入っていないので、アイキララはコスパが悪いな...と思っちゃいました。」との記述は、文章全体としては、筆者の個人的な感想又は主観的意見を述べたものにすぎないと解されるから、本件記載4は、虚偽の事実を流布する  
とまでは認められない。

20 オ 本件記載5について

本件記載5は、原告商品に含まれる防腐剤に副作用があるおそれを述べる記載であるが、原告商品自体の危険性をいうものではなく、これに続く記述を読めば、言  
及されている防腐剤が「グルコン酸クロルヘキシジン」であること、その副作用は適正濃度を超えた場合に起きるおそれがあること、原告商品に含まれるグルコン酸  
25 クロルヘキシジンの量は明らかでないことを理解することができる。

したがって、本件記載5は、虚偽の事実を流布するものとは認められない。

カ 本件記載 6 について

本件記載 6 は、本件ウェブページの筆者の個人的な感想又は主観的評価を述べるものであることが読み取れるから、虚偽の事実を流布するものということとはできない。

5 (3) まとめ

以上より、本件記載 1 は、不正競争防止法上の競争関係にある本件発信者が、原告の営業上の信用を害する虚偽の事実を流布するものであり、これにより、原告の権利が侵害されたことが明白である（プロバイダ責任制限法 4 条 1 項 1 号）といえる。

10 なお、被告は、本件ウェブページの有する情報サイトという性質上、特定の商品に対する否定的な意見の公表は原則として是認されるべきであり、それに伴って生じる社会的評価の低下も受忍限度の範囲内であると考えられるべきであると主張するが、本件記載 1 は、上記のとおり、第三者商品の販売を促進するという本件ウェブページの目的のために、原告商品について虚偽の客観的事実を記載し、これに基づき、  
15 閲覧者に対して、原告商品と比較して第三者商品の方が価格等の点で優れているかのような印象を与える記載であるから、否定的な意見の公表や比較広告として許される範囲を超えた、一般閲覧者に混乱を生じさせる不適切な情報の流布であり、不正競争行為というべきである。

3 争点(2)（開示を受けるべき正当な理由）

20 原告は、本件発信者に対し、損害賠償等を請求する意向であるとするところ、その前提として本件発信者を特定することは必要不可欠であるから、原告には、損害賠償請求権等の行使のために本件発信者の発信者情報の開示を受けるべき正当な理由（プロバイダ責任制限法 4 条 1 項 2 号）が認められる。

4 結論

25 以上より、その余の点について判断するまでもなく、原告の請求は理由があるからこれを認容することとし、主文のとおり判決する。

大阪地方裁判所第21民事部

5

裁判長裁判官

---

谷 有 恒

10

裁判官

---

杉 浦 一 輝

15

裁判官

---

島 村 陽 子

20