

判決年月日	平成28年7月27日	担当部	知的財産高等裁判所 第4部
事件番号	平成28年(ネ)10028号		
○ 商品の形態が商品の技術的な機能及び効用を実現するために他の形態を選択する余地のない不可避免的構成に由来する場合には、不競法2条1項1号所定の「商品等表示」に当たらない。			

(関連条文) 不競法2条1項1号

(関連する権利番号等)

判 決 要 旨

本件は、控訴人が、被控訴人に対し、控訴人が販売する「エジソンのお箸」という商品名の練習用箸（原告商品）の形態は、控訴人の商品等表示として需要者の間に広く認識されているものであり、被控訴人が製造・販売する「デラックストレーニング箸」という商品名の箸（被告商品）は、上記原告商品の形態と同一の形態を備えているから、被控訴人による被告商品の販売は、原告商品と混同を生じさせる行為であり、不競法2条1項1号所定の不正競争に該当すると主張して、被告商品の製造・販売の差止め及び廃棄並びに損害賠償を請求した事案である。

原判決は、①控訴人は、不競法2条1項1号所定の「他人」に当たらず、また、②原告商品の「一対の箸が上端部又は中央より上端側の部分において連結されたいわゆる連結箸であって、うち1本の箸は人差指と中指をそれぞれ入れる2つのリングを有し、他方の1本は親指を入れる1つのリングを有する」という形態（原告商品形態）は、不競法2条1項1号所定の「商品等表示」に当たるとすることはできないとして、控訴人の請求をいずれも棄却した。

控訴人は、原判決を不服として、控訴を提起した。

争点は、①控訴人が不競法2条1項1号の「他人」に当たるか、②原告商品形態が同号所定の「商品等表示」に当たるか、③控訴人の損害の有無及びその額である。

本判決は、争点②について、概要、以下のとおり判示するなどして、控訴を棄却した。

(1) 商品の形態の「商品等表示」該当性について

ア 不競法2条1項1号の趣旨は、周知な商品等表示の有する出所表示機能を保護するため、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することにより、同法の目的である事業者間の公正な競争を確保することにある。

同法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。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目的を有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、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使用され、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）を要するものと解される。

イ もっとも、商品の形態が商品の技術的な機能及び効用を実現するために他の形態を選択する余地のない不可避的な構成に由来する場合、そのような商品の形態自体が「商品等表示」に当たるとすると、当該形態を有する商品の販売が一切禁止されることになり、結果的に、特許権等の工業所有権制度によることなく、当該形態によって実現される技術的な機能及び効用を奏する商品の販売を特定の事業者に独占させることにつながり、しかも、不正競争行為の禁止には期間制限が設けられていないことから、上記独占状態が事実上永続することとなる。したがって、上記のような商品の形態に「商品等表示」該当性を認めると、不競法2条1項1号の趣旨である周知な商品等表示の有する出所表示機能の保護にとどまらず、商品の技術的な機能及び効用を第三者が商品として利用することまで許されなくなり、それは、当該商品についての事業者間の公正な競争を制約することにほかならず、かえって、不競法の目的に反する結果を招くことになる。

したがって、商品の形態が商品の技術的な機能及び効用を実現するために他の形態を選択する余地のない不可避的な構成に由来する場合には、「商品等表示」に該当しないと解するのが相当である。

ウ 他方、商品の形態が商品の技術的な機能及び効用に由来するものであっても、他の形態を選択する余地がある場合は、そのような商品の形態が「商品等表示」に当たるとして同形態を有する商品の販売が禁止されても、他の形態に変更することにより同一の機能及び効用を奏する商品を販売することは可能であり、前記イのような弊害は生じない。

したがって、商品の形態が商品の技術的な機能及び効用に由来するものであっても、他の形態を選択する余地がある場合は、当該商品の形態につき、前記アの特別顕著性及び周知性が認められれば、「商品等表示」に該当し得る。もっとも、商品の形態が商品の技術的な機能及び効用に由来する場合、同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いることはまれであり、同種商品の中でありふれたものとして特別顕著性が否定されることが多いものと思われる。

(2) 原告商品形態が、一般に正しいとされる持ち方で箸を使用する練習をさせる練習用箸という原告商品の技術的な機能及び効用に由来するものであることは、明らかである。一方、原告商品形態が、上記機能及び効用を実現するために他の形態を選択する余地のない不可避的な構成に由来するものということとはできない。しかし、原告商品形態は、同種商品の中でありふれたものというべきであり、特別顕著性を認めることはできない。