

最新判決情報

2014年

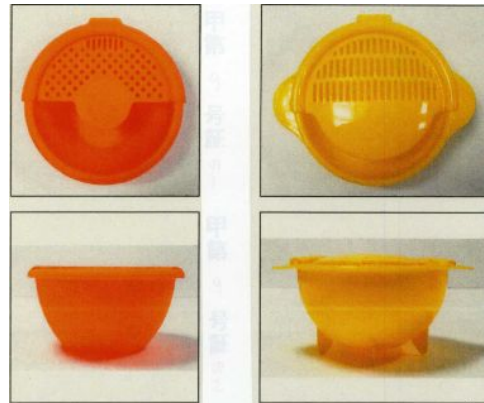
[4月分]

○調理用品不正競争事件

東京地裁 H26.4.17 H25(ワ)18665 損害賠償請求事件(長谷川浩二裁判長)

「TATSUYA IDEA KITCHEN」のシリーズ名で調理用具を販売していた原告が、同種の商品を100円で販売していた被告ダイソーに対して、原告の周知商品等表示に類似し出所混同を生ずるおそれがあること、原告商品形態を模倣することを理由に、不競法2-1-1号及び同3号に基づき、損害の賠償を求めた事案である。なおダイソー商品を製造していたメーカーが、被告補助参加人として訴訟参加している。

対象となった商品は、半熟卵作成具、レモン搾り具、ベジタブルブラシ、ニンニク圧碎具、オムレツ作成具、乾麺類収容具の6品目である。右図は半熟卵作成具であり、左が原告商品、右が被告商品である。



判決は、まず原告商品の周知性について否定している。その理由は、最初に原告商品6の乾麺類収容具(パスタキャップ)が発売されてから周知性を獲得したと主張する時期まで約半年であり、その他の商品についても約2ヶ月に留まること、チラシや雑誌掲載の時期が周知性を獲得したと主張する時期の後であること、マスメディアに取り上げられた商品が半熟卵作成具、オムレツ作成具、乾麺類収容具の3品目だけであり、レモン搾り具、ベジタブルブラシ、ニンニク圧碎具については周知性が認められないこと、などが挙げられている。

次に、両商品の類似性についても、基本的な部分には共通点があるものの、それらは半熟卵を作る、レモンを搾るなどの機能を果たすために選択された形態であり、それぞれの具体的形態については一見して識別することのできる相違点が複数あるとして、両商品は類似するものではなく、また被告商品は原告商品の形態を模倣したものでもない判断されている。

両商品を比べると、確かに判決が指摘するような相違があり、不正競争にはならないように思われるが、疑問点としては、原告が周知性獲得の時期を平成23年(2011年)9月末日と主張している点である。損害賠償について、賠償期間を被告商品が発売された平成24年12月から平成25年6月末日までとしているので、不正競争の成立も平成24年12月以前としなければならないが、もし周知性獲得の時期を平成24年12月と主張していれば、平成23年9月からさらに1年以上の猶予があるので、周知性の判断も変わった可能性があったと思われる。

周知性立証の証拠も、原告公式ウェブサイトが平成23年8月1日からあり、生協へのチラシも平成24年12月以降、マスメディアで取り上げられた実績も2011年(平成23年)だけではなく2013年(平成24年)までであるのように、周知性の立証にも問題があったように思われる。

他方被告も、原告商品等表示の周知性について、「原告各商品の形態は、商品の形態を離れた商品のアイデアや、商品の形態に関連していても抽象的な特徴に過ぎないから、たとえ原告商品が長期間販売されるなどしても、これらの形態が原告の商品等表示となることはない。」と、意味不明の反論をしている。つまり、原告提出の個々の証拠方法を個別に批判し、平成23年9月当時、周知性を獲得したとはいえないと主張するのではなく、形態自体について批判している。もちろん、判決が認定するような、商品の機能的形態であるとの主張は、被告はしていない。

それでも判決は、独自に周知性を判断し、両商品の共通点を機能的形態であるとして斥けるなど、被告の主張には拘束されていない認定をしているが、民事訴訟の当事者主義の観点から問題はないのであろうか。