

# 平成 30 年不正競争関係事件の判決の概観

弁護士 磯田 直也\*



## 要 約

平成 30 年（暦年）に判決が言い渡された不正競争関係事件の判決の概観を報告する。

平成 30 年は、商品形態模倣（不正競争防止法 2 条 1 項 3 号）の事件（特に婦人服について 4 件）が比較的多かったのが特色である。その中でも婦人服の実態に基づき色彩の違いが強い影響を与えないとした判決を紹介する（不競⑤）。社会の耳目を集めたマリカー事件（不競③）もあるが、不正競争関係の論点は、それほど目新しいものではない。なお、医療機器の取引態様に着目して、周知の商品等表示（同法 2 条 1 項 1 号）であることは認めながらも、混同のおそれを否定した判決が注目される（不競④）。

なお、本稿は、平成 31 年 2 月 13 日の東京弁護士会知的財産権法部の定例部会における報告に基づいて報告者が書き下ろしたものである。

## 目次

### 第 1 概 観

#### 第 2 周知表示混同惹起行為（1 号）

- ① 東京地判（46 部）平成 30 年 2 月 27 日（平成 28 年（ワ）第 10736 号）〔折り畳み傘事件〕
- ② 東京地判（46 部）平成 30 年 7 月 26 日（平成 29 年（ワ）第 14637 号）〔浄水器交換用カートリッジ事件〕
- ③ 東京地判（46 部）平成 30 年 9 月 27 日（平成 29 年（ワ）第 6293 号）〔マリカー事件〕
- ④ 東京地判（29 部）平成 30 年 12 月 26 日（平成 30 年（ワ）第 13381 号）〔低圧持続吸引器事件〕

#### 第 3 商品形態模倣行為（3 号）

- ⑤ 東京地判（47 部）平成 30 年 4 月 26 日（平成 27 年（ワ）第 36405 号）〔タンクドレス事件〕

#### 第 4 営業秘密関連（4 号～10 号）

- ⑥ 大阪地判（26 部）平成 30 年 3 月 15 日（平成 27 年（ワ）第 11753 号）〔採尿器具販売顧客情報事件〕

#### 第 5 技術的制限手段関連（11 号、12 号）

- ⑦ 東京地判（47 部）平成 30 年 1 月 30 日（平成 29 年（ワ）第 31837 号）〔建築 CAD ソフトウェア事件〕

#### 第 6 信用毀損行為（15 号）

- ⑧ 東京地判（40 部）平成 30 年 8 月 24 日（平成 27 年（ワ）第 34338 号）〔「ブラック企業アナリスト」事件〕

## 第 1 概 観

平成 30 年に言い渡された 51 件<sup>(1)</sup>の不正競争関係事件判決を抽出した<sup>(2)</sup>。類型ごとの内訳は下表のとおりである。

類型	該当性肯定	該当性否定	合計
周知表示混同惹起行為（1 号）	6	11	17
著名表示冒用行為（2 号）	3	0	3
商品形態模倣行為（3 号）	3	7	10
営業秘密関連（4 号～10 号） <sup>(3)</sup>	6	12	18
技術的制限手段関連（11 号、12 号）	1	0	1
ドメイン名関連（13 号）	1	0	1
品質等誤認惹起行為（14 号）	0	3	3
信用毀損行為（15 号）	2	5	7

以下、類型ごとに参考となる判決を紹介する。特に言及がない限り「号」のみで引用する条項は不正競争防止法（以下「法」ということがある。）2 条 1 項のものとする<sup>(4)</sup>。

## 第 2 周知表示混同惹起行為（1 号）

- ① 東京地判（46 部）平成 30 年 2 月 27 日（平成 28 年（ワ）第 10736 号）〔折り畳み傘事件〕

### 〔事案の概要〕

原告は、平成 16 年 11 月ころから販売開始した「ポケフラット」、「ポケフラシヤトル」との商品名の折り畳み傘（原告商品）の形態が商品等表示に当たり、被告の折り畳み傘（被告商品）がこれと類似すると主張

\* ユアサハラ法律特許事務所

し、1号の不正競争に当たるとして差止め、廃棄、損害賠償を請求した。

裁判所は、1号該当を肯定し、請求を認容した。

(原告商品<sup>(5)</sup>)



[判旨] (原告商品の形態の「商品等表示」該当性)

裁判所は、規範として、商品の形態は、①特別顕著性、②周知性がある場合に商品等表示性が認められるとした上で、原告商品の形態は、「全体的に薄く扁平な板のような形状」である点で一般的な折り畳み傘の形状とは明らかに異なる特徴を有していること、大規模な宣伝広告がされ、販売実績があることを根拠に、特別顕著性及び周知性があり、商品等表示性があると認められると判示した。

[考察]

商品形態は本来的には商品の出所識別表示ではないが、その使用によって商品等表示性を獲得することがある。その基準は、近時の裁判例では、①特別顕著性(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いること)、②周知性(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)という二つの要素により判断される傾向にある<sup>(6)</sup>。本判決もそのような判例の流れに一事例を加えるものである。原告商品は日用品の折り畳み傘ではあるがデザインの先進性に着目して商品等表示性を肯定しており妥当な判断といえる。

② 東京地判(46部)平成30年7月26日(平成29年(ワ)第14637号)[浄水器交換用カートリッジ事件]

[事案の概要]

原告は、浄水器及びその交換用カートリッジの製造販売を業としているが、被告が原告商品の識別名称である「タカギ」とのカタカナ表示(本件カタカナ表

示)と類似する標章(被告標章)を使用して交換用カートリッジを販売していると主張し、1号ないし2号の不正競争に当たるとして差止め、廃棄、損害賠償を請求した。

被告標章の使用態様は、例えば、「【楽天市場】タカギ」である(一部を抜粋)。なお、被告は、平成29年3月22日の前後で被告標章の使用態様を変更している。

主要な争点は、被告ウェブページのタイトルタグ及びメタタグにおける本件カタカナ表示の使用が「商品等表示」としての「使用」に該当するかである。裁判所は、結論として変更前の使用態様について1号該当を肯定し、損害賠償請求に限り認容した。

1 平成29年3月22日までの被告標章の使用態様

被告ウェブページのタイトルタグ及びメタタグに例えば以下のような記載をし、その結果、「タカギ」、「カートリッジ」という語をキーワードとして検索した場合の検索結果の表示画面において、被告商品の写真とともに「タイトルタグ」記載内容が表示された(もともと、実際には検索結果画面のスペースの関係で「タカギ 取付互換性のある交換用カートリッジ浄水器カートリッジ 浄水カートリッジ(標準タイ...」までしか表示されなかった。)

被告ウェブページ	タイトルタグ	メタタグ
1	<title>【楽天市場】タカギ 取付互換性のある交換用カートリッジ 浄水器カートリッジ 浄水カートリッジ (標準タイプ) ※当製品はメーカー純正品ではありません。ご確認の上、お買い求めください。：グレイスランド 楽天市場店</title>	<meta name="description" content="タカギ 取付互換性のある交換用カートリッジ 浄水器カートリッジ 浄水カートリッジ (標準タイプ) ※当製品はメーカー純正品ではありません。ご確認の上、お買い求めください。">

2 平成29年3月22日より後の被告標章の使用態様<sup>(7)</sup>

被告ウェブページのタイトルタグ及びメタタグに例えば以下のような記載をし、その結果、「タカギ」、「カートリッジ」という語をキーワードとして検索した場合の検索結果の表示画面において、被告商品の写真とともに「タイトルタグ」記載内容が表示された。

被告ウェブページ	タイトルタグ	メタタグ
1	<title>【楽天市場】タカギに使用出来る取り付け互換性のある交換用カートリッジ (標準タイプ) ※当製品はメーカー純正品ではありません。ご確認の上、お買い求めください。：グレイスランド 楽天市場店</title>	<meta name="description" content="タカギに使用出来る取り付け互換性のある交換用カートリッジ (標準タイプ) ※当製品はメーカー純正品ではありません。ご確認の上、お買い求めください。">

[判旨]

1 「商品等表示」としての「使用」該当性

(1) 平成 29 年 3 月 22 日までの使用態様

裁判所は、「取付互換性のある交換用カートリッジ」、「当製品はメーカー純正品ではございません」等といった表示はあるが、①被告標章の後に空白部分がありその後に商品名等が記載されている使用態様、②「互換性」との用語が同じ製造販売者の商品間でも使用されること、並びに、③「検索結果の表示画面において表示される内容やそこでの説明の文字の大きさ、当該商品の性質やウェブページでの表示であることに鑑み需要者は全ての記載を注意深く観察しない可能性が相当程度ある」ことから、商品等表示として使用されたものと認められると判示した。

(2) 平成 29 年 3 月 22 日より後の使用態様

裁判所は、「『タカギ』というカタカナ 3 文字の後に『に』又は『の』という助詞が付加され、当該商品が原告商品に対応するものであるという、商品内容を説明するまとまりのある文章が表示されている。そして、このような表示内容に照らせば、需要者が上記の表示に接した場合には、それらにおける『タカギ』との表示は、当該商品に対応する商品を示すものであると受け取り、当該商品自体の出所を表示するものであると受け取ることはない。」として、商品等表示として使用されたものではないと判示した

2 混同のおそれ（平成 29 年 3 月 22 日までの使用態様についてのみ）

裁判所は、被告商品の販売ウェブページ自体には、被告商品が原告の純正品でないことを注意喚起する表示があったとしても、検索結果の表示画面に接しそこを經由してウェブページを訪れた需要者は、被告商品と原告商品との出所の混同を生じるおそれがあると判示した。

[考察]

タイトルタグ・メタタグにおける商標の使用について商標権侵害を認めたものとして大阪地裁平成 17 年 12 月 8 日判決（「中古車の 110 番」事件）<sup>(8)</sup>、東京地裁平成 27 年 1 月 29 日判決（「IKEA」事件）<sup>(9)</sup>といった裁判例がある。そこでは、タグに記載された商標が検索結果画面にも表示されて検索者に視認される事案において、商標的使用が認められてきた。他方、メタタグのキーワード欄に商標を記載する行為（検索者が

当該商標をキーワードとして検索すると被告ウェブページが検索結果画面に表示されるが、当該商標自体は表示されない。）の商標的使用該当性については従来裁判例がなかったが、大阪地裁平成 29 年 1 月 19 日判決（「バイクリフター」事件）<sup>(10)</sup>において、需要者による商標の知覚・認識がないことを理由として商標的使用該当性を否定する裁判例が出た。いまだ地裁レベルの裁判例にとどまるので、今後もこの論点についての裁判例の集積が待たれるところである。

本件は、以上のような裁判例の流れに、不競法 2 条 1 項 1 号の事案の裁判例を加えるものである。本件ではタイトルタグ・メタタグに記載された原告商標が検索結果画面にも表示されるため、これまでの裁判例に照らすと商標的使用が肯定される余地があるが、被告商品が非純正品である旨の説明が記載されていた点で事案としては過去の裁判例になかったものである。裁判所はタイトルタグ・メタタグの記述内容と実際に検索結果画面に表示された範囲を厳密に認定した上で、需要者が非純正品と認識するか否かで平成 29 年 3 月 22 日の前後での使用態様の変化に応じて「商品等表示」としての「使用」該当性の結論を変えた。被告は自らの商品販売サイトでは純正品ではない旨の表示をしていたが、裁判所は、当該表示が途中で切れて十分に読みとれない検索結果画面（平成 29 年 3 月 22 日までの使用態様）經由で被告サイトに到達し被告商品を購入する需要者も存在することを理由に混同のおそれも肯定した。非純正品の販売者にとっては、タイトルタグ・メタタグへの非純正品である旨の記述は検索者が明確に読み取れる態様で行われないと商標的使用又は「商品等表示」としての「使用」の該当性を免れないとの教訓になる裁判例である。

③ 東京地判（46 部）平成 30 年 9 月 27 日（平成 29 年（ワ）第 6293 号）〔マリカー事件〕

[事案の概要]

原告は、被告会社による、①原告の周知又は著名な商品等表示である文字表示である「マリオカート」及び「マリカー」（原告文字表示）と類似する「マリカー」や「MariCar」、**「MARICAR」**及び「maricar」といった欧文字表記の標章（被告標章 1）の使用行為が 1 号又は 2 号の不正競争に、②原告の周知又は著名な商品等表示であるキャラクター表現物（原告表現物）と類似する被告のコスチューム及び人形（被告標

章 2) の使用行為が 1 号又は 2 号の不正競争に該当する等と主張し、差止め、表示の抹消等、損害賠償を請求した。

争点は多岐にわたるが、主要な争点は、①「マリオ」の原告表示の周知商品等表示該当性、②商品役務の分野が異なる原告商品（ゲーム）と被告役務（カートレンタル）との混同の有無、及び、③使用差止めの範囲である<sup>(11)</sup>。裁判所は、1 号該当を肯定し、請求の一部を認容した。

(原告表現物(抜粋)<sup>(12)</sup> (被告標章 2 (抜粋)<sup>(13)</sup>)



(コスチューム) (人形)

## [判旨]

### 1 被告標章 1 について

#### (1) 1 号該当性

裁判所は、「マリオ」は原告の広く知られていたゲームシリーズである「マリオカート」を意味する原告の商品等表示として、遅くとも平成 22 年頃には日本全国の公道カートレンタル事業の需要者の間で周知であったと判示した。

他方、「マリオ」という日本語の表示であり、日本語を解しない者の間で、原告の商品等表示として周知であったとは認められないと判示した。その結果、裁判所は、被告標章 1 のうち欧文字表記の標章の外国語ウェブサイトやチラシにおける使用について 1 号該当性を否定した。

裁判所は、原告商品はゲームソフトであるのに対し、被告の役務は公道カートのレンタルであるが、「映画やゲームといった二次元の世界をテーマパーク等において現実のアトラクションとして再現し集客するビジネスが数多く存在」するところ、被告の役務は、キャラクターがカートに乗車して走行するゲームシリーズ「マリオカート」に登場するキャラクターのコスチュームを利用者が着用するなどして公道カートを運転するものであり、両者の間には強い関連性が認められるとして、混同のおそれも認められると判示した。

#### (2) 使用差止及び抹消・廃棄請求の可否

請求が認容されたのは、①被告標章 1 の使用の差止

め、②被告標章 1 の被告の営業上の施設、ウェブサイトを含む広告宣伝物及びカート車両からの抹消などである。

これに対し、③被告標章 1 のうち欧文字表記の標章が記載されていた外国語ウェブサイト及びチラシにおける使用差止め及び抹消については、前記のとおり日本語を解しない需要者には周知性が認められないため、請求が棄却された。

### 2 被告標章 2 について

#### (1) 1 号該当性

裁判所は、原告のゲームソフトである「マリオ」シリーズの長年にわたる販売及び人気によって、日本国内及び外国に在住して日本を訪問する者の間で周知性を獲得していたと判示した。

裁判所は、被告は宣伝広告のため原告表現物の特徴の一部を備えたコスチューム（被告標章 2）を着用した人物が表示された写真、動画を公にしており、公道カートのレンタル事業の需要者において混同のおそれが認められる、また、被告のマリオ人形は原告表現物の特徴をすべて備えており、類似しており、混同のおそれがあると判示した。

#### (2) 使用差止及び抹消・廃棄請求の可否

請求が認容されたのは、④被告標章 2 の営業上の施設及び活動における使用の差止め（写真、動画、従業員のコスチューム着用、マリオ人形設置、コスチューム貸与を含む。）などである。

これに対し、請求が棄却されたのは、⑤被告標章 2 の表示された写真、動画（原告の営業上の利益を侵害するが、既に視聴可能な状況ではない）や⑥写真データ自体の廃棄（広告用途でなければ不正競争行為にならない可能性がある）などである。

## [考察]

本件は新聞等でも報道された著名な事件である。判例評釈としても、主に著作権の論点についてであるが、既に小林利明弁護士の論考がある<sup>(14)</sup>。著作権の論点としては被告のコスチュームやそれを着用した人が写った写真や動画が原告表現物の複製物ないし翻案物といえるか裁判所の判断が注目されたが、結局判断されなかった。

不競争法との関係では特に目新しい論点があるわけではない。ゲームのタイトル名の商品等表示該当性については、東京高裁平成 16 年 11 月 24 日判決（「ファイ

「アーエムブレム」事件控訴審<sup>(15)</sup>、キャラクター表現物の商品等表示該当性については、東京地裁平成 2 年 2 月 19 日判決（「ポパイネクタイ」事件第一審<sup>(16)</sup>）等で肯定例が既に存在する。本件では、事例判断ではあるが、原告（ゲーム）と被告（カートレンタル）とで商品役務が異なるにもかかわらず混同のおそれと認められる理由を丁寧に判示している点、差止めの範囲として被告の業務実態を考慮してキャラクターのコスチュームの従業員の着用や顧客への貸与までも対象とした点で注目に値する。

④ 東京地判（29 部）平成 30 年 12 月 26 日（平成 30 年（ワ）第 13381 号）〔低圧持続吸引器事件〕

〔事案の概要〕

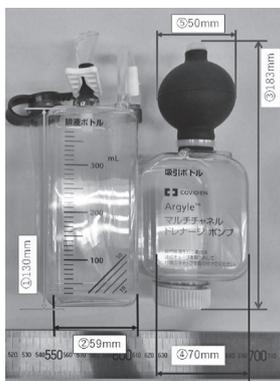
原告は、昭和 59 年から販売している医療機器である携帯用ディスプレイ低圧持続吸引器（原告商品）の形態が商品等表示に当たり、被告の吸引器（被告商品）がこれと類似すると主張し、1 号の不正競争に当たるとして差止め、廃棄を請求した。

裁判所は、周知な商品等表示性及び類似性を肯定しながら、混同のおそれを否定し、1 号該当否定し、請求を棄却した。

（原告商品）<sup>(17)</sup>



（被告商品）<sup>(18)</sup>



〔判旨〕

1 原告商品の形態の「周知な商品等表示」該当性

裁判所は、商品の形態は、①特別顕著性、②周知性がある場合に商品等表示性が認められるとした上で、同種機器中で、原告商品のような形態は、被告商品の販売開始までは、原告商品以外には存在しなかったことから、特別顕著性が認められると判示した。また、原告商品の販売実績等を根拠として周知性が認められると判示した。

2 混同のおそれ

裁判所は、医療機器である吸引器の取引態様は、「専門家である医療従事者が、医療機器の製造販売業者や販売業者の担当者から、当該医療機器の特色、機能、使用方法等に関する説明を受けて、当該医療機器の購入を決め、医療機器専門の販売業者に対して当該医療機器を発注するというプロセスをたどって取引されているのであり、しかも、多くの医療機関においては、医療機器の使用について、医療機関が医療機器を採用するにあたっては、同種の医療機器については、一種類のみを採用するという原則的な取扱いであるいわゆる一増一減のルールが採用されている」とし、「需要者である医療従事者において原告と被告が競合関係にあることを十分に認識している状況であり、原告商品の形態と被告商品の形態が類似していることのみから、原告と被告との間に親会社、子会社の関係や系列関係等の緊密な営業上の関係又は同一の表示の商品化事業を営むグループに属する関係が存すると誤信するおそれがあるとは認められない」として、原告商品と被告商品との間に混同のおそれはないと判示した。

〔考察〕

商品形態の商品等表示性の判断基準については①の判例で紹介したとおりである。本件では事例判断であるが、実用的な医療機器について同種機種で同様の形態の商品がなかったこと等を理由に商品等表示性が認められている。本件の注目点は、商品等表示性、類似性が肯定されながら、需要者が医療従事者であるという取引の実態を考慮して混同のおそれが否定された点である。処方薬の主たる需要者が医師であると判断した裁判例に知財高裁平成 19 年 1 月 30 日判決（クレメジン事件<sup>(19)</sup>）等があるが、本件も同様であり、需要者の特殊性を考慮した妥当な判断といえる。

第 3 商品形態模倣行為（3 号）

⑤ 東京地判（47 部）平成 30 年 4 月 26 日（平成 27 年（ワ）第 36405 号）〔タンクドレス事件〕

〔事案の概要〕

原告は、被告の販売する婦人服（被告商品 1～8）が原告の製造販売している婦人服（原告商品 1～8）の形態を模倣しており、被告商品の販売は 3 号の不正競争に該当すると主張し、損害賠償を請求した。

裁判所は、被告商品 1 ないし同 7 について 3 号該当

性を肯定し、原告の請求を一部認容した（認容額 1 億 4044 万円強（5 条 1 項に基づく算定））。

争点は多岐にわたるが、注目すべきは婦人服の色彩の相違が「模倣」の判断要素である実質的同一性の判断に影響を与える程度についての判示部分である。

（原告商品 2（右）と被告商品 2（左））<sup>(20)</sup>



（注）本稿では白黒写真であるが、実際は原告商品 2 は青色、被告商品 2 は黒色である。

〔判旨〕（形態の実質的同一性を認めた原告及び被告商品 2 の色彩の違いについて判示した箇所を紹介する。）

裁判所は、「婦人服において、形状が同じで色彩だけ異なるいわゆる『色違い』の商品が広く存在していることは公知の事実であるから、婦人服の需要者も、当然に、形状が同じで色彩だけが違う婦人服が存在することを認識しているし、また、婦人服の形態の開発において資金・労力を投下する主な対象は色彩以外の点であると解される。そうである以上、婦人服における色彩の相違は、それが顕著に異なる印象を与えるようなものである場合はともかく、そうでない限り、一般には、形態の実質的同一性の判断に強い影響を与えないというべきである。」と判示した。

その上で、裁判所は、原告商品 2 と被告商品 2 は少なくともトップスとボトムスのいずれかにおいて色彩が類似しており、形態（色彩を除く。）において共通

点が多く、色彩の違いがあってもなお、実質的に同一というべきであると判示した。

〔考察〕

3 号が保護する「商品の形態」は、「需要者が通常の用法に従った使用に際して知覚によって認識することができる商品の外部及び内部の形状並びにその形状に結合した模様、色彩、光沢及び質感をいう」と定義され（2 条 4 項）、色彩も、商品の形態の一部を構成する。この点、ブラジャーの裏面の光沢があることを商品の形態の一要素と判断した大阪高裁平成 18 年 4 月 19 日判決（ヌーブラ事件控訴審）<sup>(21)</sup>がある。

もっとも、色彩が「商品の形態」として保護されることは、被告商品が原告商品と色彩を異にする場合に直ちに「模倣」の判断要素である実質的同一性（2 条 5 項）が否定されることを意味しない。3 号の趣旨は他人が費用、労力をかけて開発した成果である商品形態を利用して、開発のコストを節約し、また、商品の開発失敗のリスクを抑えて商品の形態を開発する行為を三年間に限定して禁止する点にあるから、原告商品と被告商品の形態に相違点があるとしても、それが些末な点に過ぎない場合は、実質的同一性は肯定されるべきである。東京高裁平成 10 年 2 月 26 日判決（ドラゴンキーホルダー事件控訴審）<sup>(22)</sup>は、同趣旨を述べた上で、「当該改変の着想の難易、改変の内容・程度、改変による形態的効果等を総合的に判断して、当該改変によって相応の形態上の特徴がもたらされ」ているかどうかを検討すべきと判示している。

本判決は、婦人服に形状が同一で色彩だけ異なる「色違い」商品が広く存在していることを根拠として「婦人服の形態の開発において資金・労力を投下する主な対象は色彩以外の点である」として、婦人服の色彩の違いが原則として形態の実質的同一性の判断に強い影響を与えないと判示した点で注目される。

#### 第 4 営業秘密関連（4 号～10 号）

⑥ 大阪地判（26 部）平成 30 年 3 月 15 日（平成 27 年（ワ）第 11753 号）〔採尿器具販売顧客情報事件〕

〔事案の概要〕

採尿器具を販売している原告が、原告の元代表取締役である被告 P1 及び被告 P1 が関与して採尿器具の販売を始めた被告会社に対し、被告 P1 による顧客情報の不正開示による不正競争行為（被告 P1 は 7 号、

被告会社は 8 号、9 号) があると主張し、営業行為等の差止め、廃棄、損害賠償を請求した。また、原告は被告 P1 の競争禁止義務違反に基づく差止め、損害賠償も請求した。

裁判所は、被告 P1 の競争禁止義務違反は否定した一方、被告らの不正競争の一部を認定し、請求の一部を認めたが、一部棄却部分について以下のように述べて不正競争を否定した。

争点は多岐にわたるが、注目されるのは、被告会社が、原告の元代表取締役である被告 P1 の記憶にある原告の顧客情報を不正使用したかどうかの判示部分である。

[判旨] (被告会社の行為の不正使用該当性のみ抜粋)

裁判所は、「被告 P1 が、記憶中の原告の顧客情報を不正目的で開示し、又は使用した場合には、営業秘密の不正開示・不正使用を構成するというべき」としつつ、「しかし同時に、被告 P1 が、原告の顧客との様々な関係から、原告の顧客であることを離れた個人的な情報としても当該顧客の情報を保有している場合があり得るのであって、そのような個人的な情報を使用した場合まで、営業秘密の不正開示・不正使用ということはできない。また、被告らが原告の顧客に対して営業活動をしたとしても、網羅的な営業方法の結果、その対象者の中に原告の顧客が含まれていたにすぎない場合には、やはり営業秘密の不正開示・不正使用ということはできない。」と判示した。

裁判所は、被告会社では、「インターネットで検索するなどして、大学等の尿検査を実施している機関や医療器具の卸売業者等をピックアップした上で、営業担当者が分担して網羅的に営業するという方法」を採用していたとした上で、個別の営業先ごとにかかる網羅的営業の対象であったか否かを検討し、網羅的営業方法によって営業が行われた顧客については被告 P1 による原告の顧客情報の開示が介在していると推認することはできないと判示した。

なお、裁判所が、結論として、被告会社による不正使用を認めたのは、被告 P1 の営業行為の後に被告会社自身の営業行為がなされた営業先 1 件のみである。

[考察]

本判決は、インターネット検索で医療機関等をピックアップする網羅的営業方法を採用している場合には

原告顧客情報の使用が否定される可能性を認めている。しかし、原告が不正使用を主張する顧客情報を構成する個々の情報がインターネット上に公開されていることはありうることであり、これら個々の情報が公開されていることから直ちに原告顧客情報の使用が否定されるのでは営業秘密の適切な保護ができない。網羅的営業方法を理由とする不正使用の否定は慎重に判断されるべきである。

本判決も簡単に網羅的営業方法を認めているものではない。個別の営業先ごとに、被告会社が、原告元代表取締役の記憶にある原告顧客情報とは別個に営業先の情報を収集して営業を行ったか否かを厳密に認定して結論を導いている。

## 第 5 技術的制限手段関連 (11 号、12 号)

⑦ 東京地判 (47 部) 平成 30 年 1 月 30 日 (平成 29 年 (ワ) 第 31837 号) [建築 CAD ソフトウェア事件]  
[事案の概要]

建築 CAD ソフトウェア「DRA-CAD11」(本件ソフトウェア) について著作権を有する原告が、本件ソフトウェアのアクティベーション機能 (正規品のシリアルナンバー等を入力しないとプログラムが起動・実行されないようにする機能をいう。) を回避するプログラム (回避プログラム) を被告顧客に提供して同機能の効果を妨げたとして、12 号<sup>(23)</sup> に該当すると主張し、損害賠償を請求した。裁判所の事実認定によると、回避プログラムはインターネット上のオンラインストレージサイトにアップされていたが、そのアップロードが被告によって行われたとの証拠はないとのことであり、被告が回避プログラムのリンクとそのダウンロード方法を顧客に提供したといういわば間接的な行為が 12 号にいう「電気通信回線を通じて提供」する行為に該当するかが問題となった。

裁判所は、12 号該当を認定し、請求の一部を認めた。

[判旨]

裁判所は、「原告は、自らが販売する本件ソフトウェアについて、B というプログラムが担うアクティベーション機能によって、正規の購入者がシリアルナンバー等を入力しなければ利用できないようにしていたところ、…被告は、B のクラック版が蔵置されていたサイトのアドレス (ダウンロード先) をヤフオクでの落札者に知らせるとともに、別途、インストール方

法が記載されたマニュアルを提供して、本件ソフトウェアが要求するアクティベーションを回避可能にし、落札者がインターネット回線を通じて本件ソフトウェアと同等の本件商品をダウンロード可能な状態にした」と認定した上で、かかる行為は技術的制限手段回避プログラムの「電気通信回線を通じて提供」に該当すると判示した。

#### [考察]

プログラムを蔵置したサイトのアドレスを知らせるとともにインストール方法を知らせるという間接的な行為をもって技術的制限手段回避プログラムの「電気通信回線を通じて提供」する行為に該当すると柔軟に判断した点が注目される。インターネット上での違法プログラムのアップロード行為は匿名性の高いサイトで行われた場合には、行為者を特定するのが困難である（特定できるとしても、サイト運営者に対する発信者情報開示等の手続<sup>(24)</sup>をとる必要があり、手間とコストがかかる。運営者が外国に所在する場合は、送達手続や外国での法手続をとることの検討等なおさらコストと手間が増える。）から、本件のように実質的に違法プログラムの提供に必要な行為を行い、対価も得ている者を「提供」者とする柔軟な認定判断は望ましいといえる。

## 第 6 信用毀損行為（15 号）

### ⑧ 東京地判（40 部）平成 30 年 8 月 24 日（平成 27 年（ワ）第 34338 号）[「ブラック企業アナリスト」事件]

#### [事案の概要]

被告会社（第 1 事件被告、第 2 事件原告）は、被告会社と同じくスポーツジム事業を行う原告らが「ブラック企業アナリスト」を名乗る B に情報提供又は依頼し、被告会社と原告らとの間の訴訟に関する虚偽の事実が記載された記事（本件記事）をニュース情報サイト上に掲載させるなどし、被告会社の営業上の信用を害したと主張し、15 号該当を理由に、差止め、損害賠償を請求した（第 2 事件）<sup>(25)</sup>。

裁判所は、15 号該当を否定し、請求を棄却した。

本判決で注目すべきは、実際の告知流布行為はニュース情報サイトに掲載したジャーナリストの B によるものであるところ、B に対し情報提供と掲載依頼をしたにすぎない原告ら自身が 15 号の責任を負う

かという点である。

#### [判旨]

裁判所は、まず、本件記事は事実と反し虚偽であると認定した。

その上で、裁判所は、本件記事は B が執筆したものであるところ、「一般的に、ジャーナリストは、関心のあるテーマについて多方面から取材を行い、収集した情報を総合的に検討してその真実性を判断した上で、自らの責任に基づいて記事を執筆するのであり、その執筆内容について取材対象者が不正競争防止法 2 条 1 項 15 号に基づく責任を負うのは、当該取材対象者が虚偽の事実を告げて、当該ジャーナリストと意思を通じて虚偽の事実の記事等に掲載したり、取材対象者がその説明内容がそのまま掲載されることを知りながら虚偽の事実を告げた場合などに限られるというべきである。」として、本件ではそのような特別の事情は存在しないと判示した。

#### [考察]

ジャーナリストはマスメディアの一員として、自らの責任の下に行う取材と記事や報道内容の作成・発表を通じて、憲法上の人権である表現の自由に源を有する国民の知る権利（憲法 21 条）に寄与するものである（報道機関の報道が国民の「知る権利」に奉仕するものであり、報道の自由が憲法 21 条の保障のもとにあると判示する最高裁昭和 44 年 11 月 26 日決定（博多駅テレビフィルム事件）<sup>(26)</sup> 参照）。本判決では、ジャーナリストの書いた記事が虚偽であった事案において、情報提供者の信用毀損の責任が認められる場合が極めて限定されることが判示されている。裏を返せば、「知る権利」に奉仕するため高い責任と職業倫理が期待されるジャーナリストの立場を考慮したものといえる。

#### (注)

- (1) 執筆者の調査によれば平成 29 年は 45 件であった（磯田直也＝西川喜裕「平成 29 年意匠・商標・不正競争関係事件の判決の概観」パテント 71 巻 7 号（平成 30 年）103 頁（112 頁）（<https://system.jpaa.or.jp/patent/viewPdf/3027>）。
- (2) 裁判所ウェブサイト（<http://www.courts.go.jp/>）の知的財産裁判例集で期間を平成 30 年 1 月 1 日から同年 12 月 31 日まで、「権利種別」の「不正競争」にチェックして検索を行った。ただし、検索結果以外で発表者の調査により発見し

- た判決も収集した。1 件の判決で複数の不正競争関係の判断がされている場合もある。
- (3) なお、刑事事件で、自動車メーカーの従業員による営業秘密であるデータファイルの持ち出し行為について、21 条 1 項 3 号にいう「不正の利益を得る目的」の有無の判断をした最決平成 30 年 12 月 3 日（平成 30 年（あ）第 582 号）裁判所時報 1713 号 4 頁がある。
- (4) 平成 30 年改正（平成 30 年法律第 33 号。令和元年 7 月 1 日施行）前の条項とする。
- (5) 原告ウェブサイト（<http://www.water-front-online.com/shopdetail/00000000176/agom/page1/recommend/>）より転載した。
- (6) 知財高判（4 部）平成 24 年 12 月 26 日（平成 24 年（ネ）第 10069 号）判例時報 2178 号 99 頁＝判例タイムズ 1408 号 235 頁〔ルーベ事件〕、東京地判（46 部）平成 29 年 8 月 31 日（平成 28 年（ワ）第 25472 号）〔ユニットシェルフ事件〕等。
- (7) 被告は既に平成 29 年 3 月 22 日の時点において、タイトルタグ及びメタタグにおける本件カタカナ表示の使用態様を変更しており、口頭弁論終結時には変更後の使用態様が使用されていた。
- (8) 大阪地判（26 部）平成 17 年 12 月 8 日（平成 16 年（ワ）第 12032 号）判例時報 1934 号 109 頁＝判例タイムズ 1212 号 275 頁〔「中古車の 110 番」事件〕。
- (9) 東京地判（47 部）平成 27 年 12 月 8 日（平成 24 年（ワ）第 21067 号）判例時報 2249 号 86 頁（IKEA 事件）。
- (10) 大阪地判（26 部）平成 29 年 1 月 19 日（平成 27 年（ワ）第 547 号）〔バイクリフター事件〕。
- (11) 著作権侵害も主張されていたが判断されなかった。また、13 号のドメイン名の不正使用も認められたが紹介は省略する。
- (12) 裁判所ウェブサイト（<http://www.courts.go.jp/>）に掲載された本件判決の「原告表現物目録」記載のものから引用した。「マリオ」の他に、原告表現物として、「ルイージ」、「クッパ」及び「ヨッシー」のものがある。いずれも商品等表示性を肯定された。
- (13) 裁判所ウェブサイト（<http://www.courts.go.jp/>）に掲載された本件判決の別紙「被告標章目録第 2」記載のもののうち「マリオ」のものから引用した。
- (14) 小林利明「マリカー事件地裁判決」ジュリスト 1528 号（平成 31 年）8 頁。
- (15) 東京高判（知財 4 部）平成 16 年 11 月 24 日（平成 14 年（ネ）第 6311 号）〔「ファイアーエムプレム」事件控訴審〕。
- (16) 東京地判（29 部）平成 2 年 2 月 19 日（昭和 59 年（ワ）第 10103 号）無体集 22 巻 1 号 34 頁＝判例時報 1343 号 3 頁＝判例タイムズ 723 号 127 頁〔「ポバイネクタイ」事件第一審判決〕。
- (17) 裁判所ウェブサイト（<http://www.courts.go.jp/>）に掲載された本件判決の「別紙 4 原告商品説明書」の正面図。
- (18) 裁判所ウェブサイト（<http://www.courts.go.jp/>）に掲載された本件判決の「別紙 5 被告商品説明書」の正面図。
- (19) 知財高判（2 部）平成 19 年 1 月 30 日（平成 18 年（ネ）第 10061 号）〔クレメジン事件〕。
- (20) 裁判所ウェブサイト（<http://www.courts.go.jp/>）に掲載された本件判決の「別紙対比写真」のうち原告商品 2 と被告商品 2 とを対比した写真の一つ。
- (21) 大阪高判（8 部）平成 18 年 4 月 19 日（平成 17 年（ネ）第 2866 号）〔ヌープラ事件控訴審判決〕。
- (22) 東京高判平成 10 年 2 月 26 日（平成 8 年（ネ）第 6162 号）知的裁裁 30 巻 1 号 65 頁＝判例時報 1644 号 153 頁〔ドラゴンキーホルダー事件控訴審判決〕。
- (23) 条文番号に変更があった平成 27 年改正法前の行為が対象であったため、判決文では「旧 11 号」と表示されているが、本稿では 12 号と表示する。
- (24) 手続については野村昌也「東京地方裁判所民事第 9 部におけるインターネット関係仮処分処理の実情」判例タイムズ 1395 号（平成 26 年）25 頁が参考になる。
- (25) 本件の併合事件である平成 27 年（ワ）第 34338 号（本件判決では「第 1 事件」と呼称）では、原告が被告に対しライセンス契約に基づく被告標章の使用差止め等を請求していたが、棄却された。本件は「第 2 事件」と呼称され、第 1 事件とは原告被告が反対になっている。
- (26) 最大決昭和 44 年 11 月 26 日（昭和 44 年（し）第 68 号）刑集 23 巻 11 号 1490 頁〔博多駅テレビフィルム事件〕。

（原稿受領 2019.4.10）