

第二東京弁護士会知的財産法研究会

インクカートリッジ包装誤認事件

平成 31 年 2 月 20 日

報告者 大塚 一郎

不正競争行為差止等請求控訴事件

大阪高裁第 8 民事部（山田陽三裁判長）平成 29 年 12 月 7 日判決（平成 28 年（ネ）第 3103 号事件）

原審 大阪地方裁判所第 21 民事部（森崎英二裁判長）平成 28 年 10 月 27 日判決（本訴 平成 27 年（ワ）第 10522 号事件 反訴平成 28 年（ワ）第 636 号事件）

第 1. 当事者

1. 控訴人兼被控訴人（第 1 審原告兼反訴被告）株式会社エコリカ
2. 被控訴人兼控訴人（第 1 審被告兼反訴原告）スカイホースジャパン株式会社

第 2. 事案の概要

1. 本訴請求事件

本件本訴請求事件は、原告が、被告に対し、原告の販売するインクジェットプリンタ用のリサイクルインクカートリッジの包装のうち、別紙原告表示目録記載の各表示（以下同目録記載 1 の表示を「原告表示 1」、同 2 の表示を「原告表示 2」といい、これらを併せて「原告各表示」という。）が原告の商品等表示として周知になっており、被告が原告各表示に類似する別紙被告表示目録記載の各表示（以下同目録記載 1 の表示を「被告表示 1」、同 2 の表示を「被告表示 2」とい、併せて「被告各表示」という。）を使用するリサイクルインクカートリッジを販売などする行為が不正競争防止法 2 条 1 項 1 号の不正競争に該当するとして、同法 3 条 1 項に基づく（1）被告商品目の譲渡等の差止及び（2）被告製造販売に係るリサイクルインクカートリッジの包装への被告各表示の使用差止、同条 2 項に基づく（3）被告各表示を使用したリサイクルインクカートリッジの包装の廃棄等及び（4）被告のウェブサイトから被告各表示を使用した包装の商品広告の画像の抹消、並びに（5）同法 4 条に基づく損害賠償として合計 1200 万 0560 円（不正競争防止法 5 条 2 項適用による損害 990 万 9600 円、信用毀損による損害 100 万円、弁護士費用相当額 109 万 0960 円の合計額）及びこれに対する不法行為の後の日である平成 27 年 10 月 22 日から支払済みまで民法所定年 5 % の割合による遅延損害金を請求した事案である。

2. 反訴請求事件

被告が、原告に対し、原告が別紙不正競争行為目録記載の内容（以下「本件掲載文」という。）を原告のホームページに掲載する行為が不正競争防止法 2 条 1 項 14 号（平成 27

年法律第54号による改正前のもの。現行同項15号。以下現行法のみ指摘する。)の不正競争に該当する旨主張して、同法14条に基づく(1)本件掲載文の電磁的記録の原告のホームページからの削除及び(2)原告のホームページへの別紙謝罪文目録記載の謝罪文の掲載、並びに(3)同法4条に基づく信用毀損による損害賠償として500万円及びこれに対する不法行為の後の日の平成27年10月23日から支払済みまで民法所定の年5%の割合による遅延損害金を請求した事案である。

3. 原審判決

原審は原告の請求をすべて棄却して、反訴原告(被告)の請求のうち損害賠償請求のみ30万円の限度で認容したため、両当事者は控訴した。

4. 控訴審判決

裁判所はいずれの控訴も棄却した。

第3. 争点

1. 本訴請求

- (1) 原告各表示は一審原告の商品表示として周知か(争点1)
- (2) 被告各表示は原告各表示に類似するか(争点2)
- (3) 混同を生じるおそれの有無(争点3)
- (4) 第1審原告の損害額(争点4)
- (5) 先使用の抗弁の成否(争点5)

2. 反訴請求

- (1) 本件掲載文は一審被告の営業上の信用を害する虚偽の事実か(争点6)
- (2) 本件掲載文の抹消請求及び謝罪広告掲載請求(争点7)
- (3) 第1審被告の損害額(争点8)

第4. 第1審裁判所の判断

1. 争点1

(1) 裁判所は、商品の包装が不正競争防止法2条1項1号の商品等表示といえるためには、商品の包装が外観上他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有しており、かつ、その包装が特定の事業者によって長期間独占的に使用され、又は短期間であっても強力な宣伝広告を伴って使用されることなどにより、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需要者の中に広く認識されるようになっていることを要すると解されたとした。

(2) 裁判所は、インクカートリッジ市場について、以下の事実を認定した。

ア) インクジェットプリンタ市場においては、エプソン製品及びキヤノン製品が各40%以上のシェアを占める二大勢力である。インクカートリッジは、各プリンタメーカーにより指定を受けた純正品が市場の大勢を占めており、原告商品1及び2に対応するインクカ

ートリッジについても、75%以上（有力家電量販店における販売をベースとして。）を純正品であるエプソン製が占めている。

イ) インクカートリッジのパッケージには、エプソン製であれば青色、キヤノン製であれば赤といったように、プリンタメーカー毎に異なるイメージカラーが用いられており、一見してプリンタメーカーが判別できるようになっている。そして、リサイクルインクカートリッジにおいても、そのパッケージには、対応するプリンタメーカーのイメージカラーが用いられている。

(3) 裁判所は以下の理由で、原告の主張する特徴点AないしEは、他の商品にもみられるデザイン上の工夫を、配置や色彩を変えて組み合わせたものであり、全体としてみて原告各表示それ自体は顕著な特徴を有するものではないと認定した。

特徴点A（パッケージの中央よりもやや左寄りにシフトさせて角が丸みを帯びた四角形状の背景部を下75%程度はブルー色に、上25%程度はグリーン色に塗り分けて配色していること）は、パッケージの配色であるところ、その色はエプソン製プリンタ用のインクカートリッジのイメージカラーである青色が大部分に用いられ、上部に用いられている緑色系も前記のエコリカマークに用いられている色と同色であるもので、はっきりした色が2色用いられているパッケージも他の商品に見られること等からすれば、当該配色自体は一つのデザインであるといえるものの、特に独自性があるものではない。また、特徴点B（ブルー色の部分の領域には、左上に対象純正品型番の2桁の数字を大きなポイントの文字で表示し、その右横には「エプソン用」「～互換」の文字を白抜きで表示すると共に当該商品の型番を表示していること）は、対応プリンタメーカーと互換品の型番、さらには商品の型番といった必須の事項を白抜きにしたよく用いられる表示方法で記載されているだけのものである。また、特徴点C（特徴点Bの文字列の下部には4色パックの場合は左からブラック、シアン、マゼンタ、イエローの順に、6色パックの場合は前記4色に続けて左からライトシアン、ライトマゼンタの順にインクカートリッジを斜視方向から撮影した写真を配置していること）は、何色のパックかを示す表示であり、他のプリンタメーカーのパッケージにも色を並べて表示しているものがあり、また、インクカートリッジを斜め方向から撮影した写真を使用しているものもあることからすれば、一般的な表現であるといえる。特徴点D（左斜め下方向及び右斜め下方向に延びて先端がV字状にカットされたリボンを有し、周縁部が鋸歯状とされた円形のバッジをモチーフにしたアイコンを、パッケージの右辺側に表示していること）は、単に商品の一般的な名称を記載しただけである。そして、特徴点Eとして挙げるバッジも、リボンは付いていないが、同様の表示はエプソン純正品にも見られる。

(2) 裁判所は、以下の理由から、原告各表示が需要者の間において周知になっていたとは認められないと認定した。

ア) 原告各表示を用いた本件原告商品の広告は、平成23年の年末までは、全国紙に掲載されていたとはいえないインクカートリッジの需要期である12月から1月初頭にかけての

新聞の広告や、単発の雑誌の広告に限られていた。

イ) その広告においても、本件原告商品は原告が販売する多くの商品のごく一部として写真が小さく掲載されているだけであって、このような広告方法では、原告各表示が原告の商品であることを認識させ得るほどのものとなつたとは到底認められない。

ウ) その後、本件原告商品の広告は、平成24年からテレビコマーシャルを用いてもされるようになっているが、テレビコマーシャル自体は需要期である11月から12月にかけての短い期間にのみ放映されたものである。そして、原告各表示が顕著な特徴を有するものではない上に、原告各表示がテレビコマーシャルで示される場面は、15秒のコマーシャルの中で非常に短い数ショットであり、しかも、異なるパッケージデザインの原告の商品とともに並べられた中の一部、あるいは山積みの商品としてデザインの一部が見える状態の画面であるというのであるから、たとえ短期間に多数回このようなテレビコマーシャルが放映されたとしても、原告各表示を認識して記憶し、原告の商品であることを認識させ得るものであったとは認められない。

2. 反訴請求

(1) 争点6

1) 裁判所は以下の理由から、本件掲載文の読み手は、訴訟が提起されたばかりであるから、記載内容の事実が公的判断として確定した事実ではないことを理解しながらも、その理由として記載されている被告の商品の販売行為が不正競争防止法違反の行為であるとの事実は、裁判においても容易に認められ得る確実な事実と理解するものと認められるとして、本件掲載文を何人もアクセス可能な原告のホームページに掲載する行為は、訴訟提起の事実とともに、被告の商品の販売行為が不正競争防止法に違反するという事実を流布するものと認定した。

ア) 本件掲載文は、不正競争防止法2条1項1号の要件を充足する事実については、原告の商品の「パッケージのデザインは、エコリカ製品を表示するものとして、周知っていました」(第3文)と、訴訟で問題にされる余地のない確定した事実であるかのように記載し、

イ) また原告の商品と被告の商品のパッケージデザインが「極めて似た」(第4文)、「酷似」(第6文)であるとして「類似」より強い表現を用い、

ウ) さらに「ユーザーが取り違えて購入するおそれがあることから」、原告が「日々受けている損害」(第6文)があると、ここでも断定した表現を用いている。

エ) そして、その上、これらの記載には、本件訴訟で特定したパッケージデザインのうち類似性を判断しやすい一部写真だけを取り出し、「エコリカ製品の画像」と「スカイホース製品の画像」として対比して観察できるよう掲げ、読み手をして両商品のパッケージデザインが類似し、これにより購入者が取り違えるおそれがあることを、それ自体から感得できるようにしている。

2) 裁判所は以下の理由から原告の過失を認定した。

ア) 本件が「包装」の商品等表示性を問題とする事案であり、その周知商品等表示が裁判の場で認められることについて困難性があることはよく知られたことであり、少なくとも訴訟提起段階では、その主張に係る事実がすべて裁判手続を経て確定すべき事実であることは明らかであるから、原告が、本件掲載文によって訴訟提起をした経緯を報告する目的であったのなら、訴訟で審理されることになる事実関係については、その時点では原告の主張ないし意見であることを留保して表現するに留めるべきであって、またそのことは容易であるとともに、訴訟提起の経緯を説明する趣旨目的に反しないものであったはずである。

イ) しかし、そうであるにもかかわらず、被告が、これをせずに断定的な表現で事実関係を記載したことは既述のとおりであり、とりわけ「その特徴的なパッケージデザイン…が全国の消費者に認知され、パッケージのデザインは、エコリカ製品を示すものとして、周知となっていました」とする記載部分は、あたかも特許権者が特許権を有している事実を表現するかのように裁判所の判断を待たずとも自明な事柄のように断定的に記載しているのであるから、このような表現振りを選択した点に原告に注意義務違反があるとの非難は免れず、原告には上記認定に係る不正競争をしたことに過失があり、これによる損害賠償責任を負うというべきである。

(2) 争点7（本件掲載文の抹消請求及び謝罪広告掲載請求）について

ア) 被告の信用回復措置として原告のホームページ上に別紙謝罪文目録のとおりの謝罪文を掲載の請求に対し、裁判所は、損害賠償額の支払を命ずる以上に当該謝罪文を掲載する必要性までを認めることはできないとして、被告のこの請求を認めなかった。

イ) 被告の原告のホームページから本件掲載文の電磁的記録の削除の請求に対して、裁判所は、本件掲載文の電磁的記録は不正競争防止法2条1項15号の不正競争を構成しているものであるから、この削除請求は、同法14条の信用回復措置としてではなく、同法3条2項の廃棄請求によるべきであり、廃棄請求の場合は、同条1項の差止請求とともにされる必要があるが、本件においては同条1項の差止請求がされていないから、結局、廃棄請求も認める余地がないとして、被告のこの請求を認めなかった。

(3) 争点8（被告の損害額）について

裁判所は、被告による被告商品の販売規模自体はさほど大きいものではないと認められるし、また被告が取引先との関係において実際に具体的な影響が及ぼされたことについての具体的な立証があるわけではないことも考慮すると、原告の不正競争により生じた被告の信用毀損についての損害の額は30万円と認めるのが相当であると認定した。

第5. 控訴審における控訴人（第1審原告）の新たな主張と裁判所の判断

1. 控訴審における控訴人の新たな主張

控訴人は、以下のアンケート調査結果から、パッケージデザインは、インクカートリッジの商品識別において需要者の注意を引き、インクカートリッジのパッケージデザインは、

売上げに大きな影響を与えており、原告各表示と被告各表示が類似し、混同のおそれがあると主張した。

ア) 原告商品のパッケージからエコリカマークや特徴点Dの「リサイクルインクカートリッジ」の文字の前にある「エコリカ」の文字を削除した商品パッケージの画像を一般需要者に提示したときのメーカー名（ブランド名）の想起状況をアンケート調査した。

エプソン製インクジェットプリンタを使用したことがあり、現在リサイクル品又は互換品を使用している条件を満たす1051名を対象として調査を実施したところ、エコリカ（一審原告）を想起した回答割合は11.9%と高率であった（なお、上記1051名は、条件を満たす2926名からランダム抽出を行って得た対象者である。）。

なお、上記アンケートにおいて、前回と同じインクカートリッジを購入する際、パッケージデザイン（31.0%）又はパッケージの色（7.1%）を見て判断するとの回答があった。

イ) 原告各表示と被告各表示が類似し、混同のおそれを有するか否かについてのアンケート調査結果によれば、回答者の73.5%が似ていると感じており（非常に似ている：10.3%，似ている：27.5%，やや似ている：35.7%），また一審被告の被告商品1から製造者名を削除した画像を見たアンケート回答者の7.9%がエコリカを想起した。

2. 裁判所の判断

（1）原告各表示の商品表示性について

裁判所は、控訴人が主要する特徴点はいずれもありふれた手法であり、一審原告の主張する特徴点が組み合わされても、顕著な特徴となるわけではないと認定した。

（2）原告各表示の周知性について

裁判所は、以下の理由で前記アンケート調査結果により、原告各表示の周知性を認めることはできないと認定した。

ア) 原告各表示は多数ある原告商品のパッケージの一つであり、一審原告がその商品の大多数を同じデザインのパッケージで売っているわけではないと認められる。また、平成21年6月25日以降、原告各表示を用いた原告各商品の販売を行い、これに伴い、広告を行ってきたが、必ずしも、原告各表示を印象づけるような広告とはなっていない。

イ) 一審原告は、リサイクルインクカートリッジのサードパーティとして実績のある製造業者であり、平成25年6月から平成26年5月の間の純正品を含むインクカートリッジ全体の市場における原告取扱商品の市場占有率は9.4%で第3位、非純正品のみの商品群における市場占有率は76.3%であると認められる（弁論の全趣旨）。

これらのことと加え、前記アンケート調査が、リサイクル品又は互換品を使用している者を対象として実施されたことを前提とすると、前記アンケート調査結果は、一審原告自体がリサイクルインクカートリッジの製造者として高い市場占有率を有していたから生じたものであることを否定することができない。また、上記11.9%という数字が、必ずしも、高率というわけではない。

第6. 包装の周知性を認めた判例

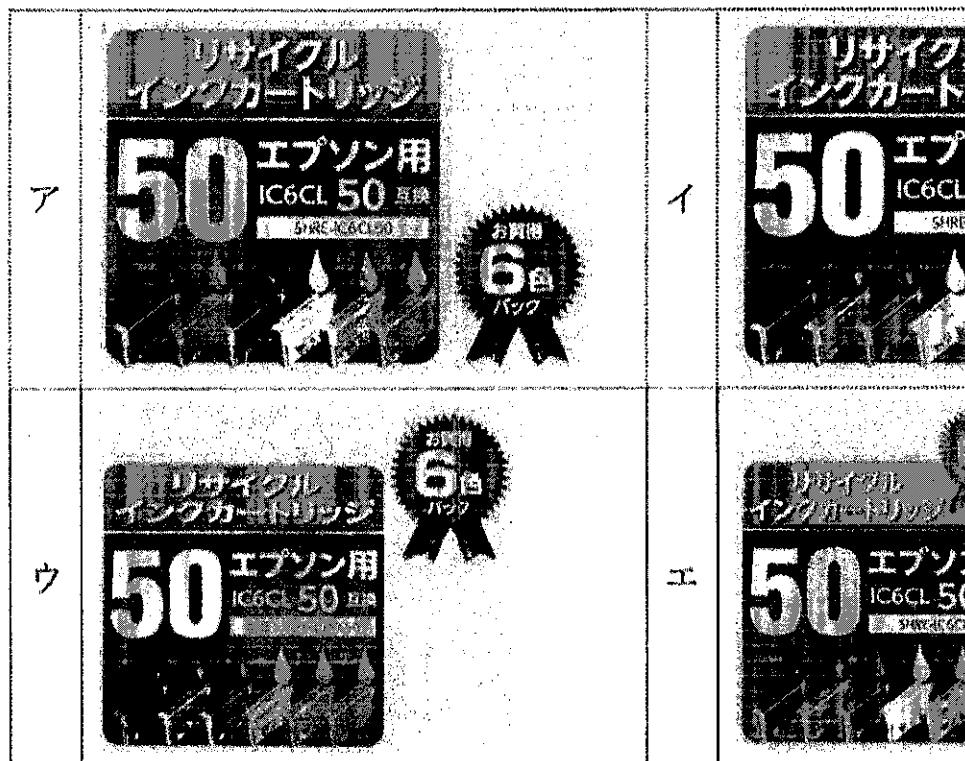
1. 東京ベツたら漬け事件（知財高裁判決平成24年9月27日判決）

2. マスカラ容器・包装事件（大阪地裁平成20年10月14日判決）

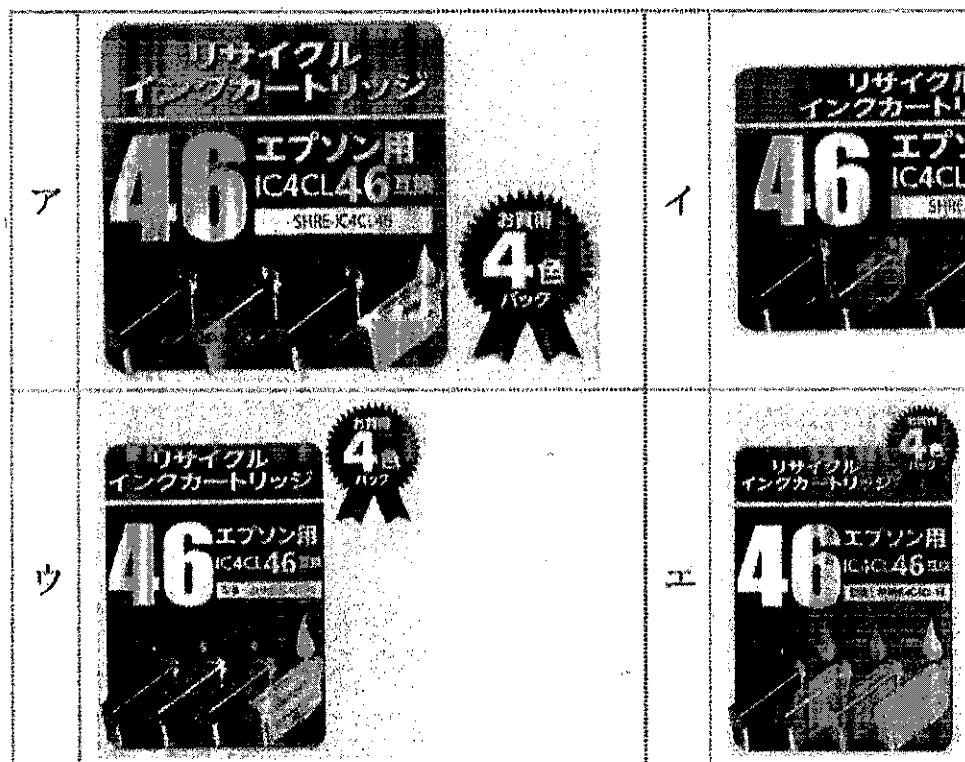
3. ミルクティー容器事件（大阪地裁平成9年1月30日判決）

被告表示目録

1



2



図表表示

詳しい

2/5

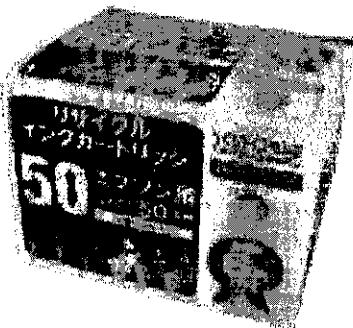
▲先頭の図表 □前の図表 次の図表 ▶

【文献番号】25448303

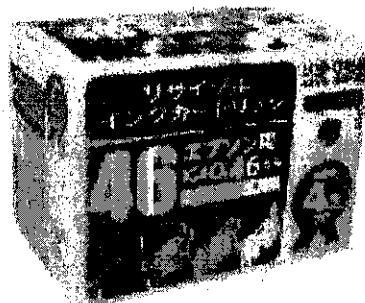
(別紙)

被告広告目録

1



2



不正競争行為目録

(別紙)

2015年10月22日

スカイホースジャパン株式会社に対する提訴について

株式会社エコリカ
代表取締役（掲載省略）

平素はエコリカのリサイクルインクカートリッジをご愛顧いただきありがとうございます。

株式会社エコリカは、2015年10月22日、不正競争防止法に基づき、不正競争行為の差止めおよび損害賠償金の支払いを求めて、スカイホースジャパン株式会社(本社：(掲載省略)／代表取締役（掲載省略）)を大阪地方裁判所に提訴しました。

エコリカは、平成21年6月以降、順次、エプソンのインクジェットプリンタに適合する下記のリサイクルインクカートリッジを発売し、その特徴的なパッケージのデザインと品質が全国の消費者に認知され、パッケージのデザインは、エコリカ製品を表示するものとして、周知になっていました。

(エコリカ製品の画像)



ところが、スカイホースジャパン株式会社は、平成26年頃から、全国の量販店などを通じ、上記のエコリカ製品のパッケージデザインと極めて似た下記の製品を輸入販売するようになりました。

(スカイホース製品の画像)



取締データに関するご指摘



国表表示

[読む]

4/5

▲先頭の図表 ◀前の図表 次の図表 ▶

【文献番号】25448303 (別紙) 不正競争行為目録 (続き1)

エコリカは、本提訴前にスカイホースジャパン株式会社に対し、消費者が上記スカイホース製品をエコリカ製品と混同するおそれがあるとして、不正競争防止法に違反する旨を通告し、パッケージデザインの使用中止を要請しておりましたが、スカイホースジャパン株式会社は、エコリカの要請を受け入れず、現在も上記スカイホース製品の販売を継続しております。

本件訴訟は、小売店においてエコリカ製品のパッケージと酷似する上記スカイホース製品が現在も販売されており、ユーザーが取り違えて購入するおそれがあることから、ユーザーの利益を守ると共に、エコリカが日々受けている損害を回復するため、提訴に至ったものです。

エコリカは、これまでユーザーのニーズと環境への取り組みに配慮しながら、他社の知的財産権を侵害しないよう注意して製品の開発と販売を行って参りましたが、今後も同じような配慮を行った上で、より良くお求めやすい製品を提供していく所存ですので、引き続きご愛顧の程、宜しくお願い申し上げます。

【会社概要】

- 会社名 株式会社エコリカ
- 代表者 (掲載省略)
- 資本金 (掲載省略)
- 創業 (掲載省略)
- 所在地 (掲載省略)
- URL (掲載省略)

【本件に関するお問い合わせ先】

- 事務所名 : (掲載省略)
 担当者名 : 弁護士・ (掲載省略)
 TEL : (掲載省略)
 Email: (掲載省略)



Copyright (C) 1999 TKC Corporation All Rights Reserved.
 LEX/DBインターネットに関する知的所有権その他一切の権利は株式会社TKCおよび情報提供者に帰属します。