

## IKEA事件

### 【事案の概要】

原告) インター・イケア・システムズ・ビー・ヴィ

いわゆるIKEA

被告) イケア製品の買物代行事業

(なお、本人訴訟)

### 事実関係)

#### ・前提

★被告は、もともと「IKEA STORE」名でサービス提供

★ドメイン名 ikea-store.jp

(これ自体は、JDRPで原告に移転裁定)

★事前の交渉において、ウェブサイト、ドメインにおいて「IKEA」と同一・類似の文字等を含む名称・表示を用いない旨誓約

★被告は、事業を米国法人に事業譲渡したと主張

## 事実関係

- ・被告は、イケア製品買物代行業を行う
- ・ウェブサイトにおいて、「IKEA」をタイトルタグ、メタタグとして使用
- ★原告は、被告に対し、「IKEAイケア通販」などのタイトルタグ・メタタグの使用の差止、除去、及び損害賠償(2項)を求める訴訟を提起

### 被告メタタグ

(タイトルタグ) 【IKEA STORE】イケア通販  
(メタタグ) 【IKEA STORE】イケア通販です。カタログにあるスウェーデン製輸入家具・雑貨イケアの通販サイトです。IKEAではハイデザインと機能性を兼ねそなえた商品を幅広くそろえています。

### 【争点】

- ①被告はサイト運営に関する責任を負うか
- ②製品写真の著作権侵害
- ③タイトルタグ、メタタグの使用が商標権侵害・不正競争に該当するか
- ④原告の損害額

## 被告サイト

わくわくがいっぱい  
**STORE**

[商品検索](#)
[スマートフォン版](#)
[カート](#)
[ホーム](#)
[マイアカウント](#)
[お問い合わせ](#)

カテゴリー  
 期間限定SALES 15日まで  
 キッチン&ダイニング  
 子ども  
 テキサスタイル  
 シェルフ&タンス  
 フローアースタイル  
 ベッドルーム  
 収納  
 ランドリー&バス

¥10,000 OFF COUPON! 今ならご購入者様全員に ¥10,000 OFFクーポンプレゼント!!  
 イケアで 快適な新生活!! GET! >>  
 大人気ヒット中!! トロファスト  
 とっても便利な収納棚 TROFASTシリーズ  
 おもちゃ・子供服・雑貨などの 収納におまかせです!  
 36ピースセット

### 争点③ 商標権侵害

メタタグの使用は商標侵害か???

★被告の主張:

メタタグやタイトルタグは通常人の目に触れるものではないから、商標的使用にも営業的使用にもあたらない

裁判所の判断

・インターネットの検索エンジンの検索結果において表示されるウェブページの説明は、ウェブサイトの概要を示す広告である。

これが表示されるようにhtmlファイルにメタタグないしタイトルタグを記載することは広告情報を電磁的方法に提供。

・検索エンジンの検索結果において、被告サイトの内容の説明及び概要やホームページタイトルとして表示され、これが被告サイトにおける家具等の小売業務の出所等を表示し、ユーザーの目に触れることにより、顧客が被告サイトにアクセスするよう誘引するのであるから、メタタグないしタイトルタグとしての使用は、商標的使用にあたる。

## 違法性

- 被告

「イケア通販では便宜のためにその商品名、団体名などを引用する場合がありますが、それらの商標権の侵害を行う意思、目的はありません。」との注意書きがある から 違法性なし

### 裁判所

被告サイトの最下部に記載されており、タイトルタグ又はメタタグと一体となって記載されているものではないから、正当性は肯定できない。

## 検討

- メタタグ使用の特徴  
対象となるウェブサイトには表示されない

### 更なる検討

- ★keyword タグだったら  
keywordは、検索エンジンの認識の際に役立つもので、検索結果にも表示されない  
→ 視認性がない

- 商標の場合  
「使用」とは、標章を「付す」「映像面に・・・表示」  
→ 視認性が前提
- 不競法の場合  
「商品等表示」使用、電気通信回線を通じて提供  
.....視認性は前提ではない？

## 類似事件

- 車の110番事件(大阪地判平17. 12. 9)  
これも、descriptionに使われた例  
→ 検索結果ページに表示される  
→ 侵害肯定

## 類似事案

- パパイア発酵食品(大阪地判平19・9・13)  
アドワードに「カリカセラピ」などを利用したもの

裁判所:否定

原告商品の名称及び原告商標をキーワードとして検索した検索結果ページに被告が広告を掲載することがなぜ原告商標の使用に該当するのか、原告は明らかにしない。のみならず、被告の行為は、商標法2条3項各号に記載された標章の「使用」のいずれの場合みも該当するとは認めがたい

ただしメイン争点ではなかった

## 類似事案

- 欧州司法裁判所 2010年3月23日  
Google社のアドワーズは商標権侵害ではない  
ただし、

広告主については、

キーワードとして他人の商標を用いる場合、当該  
広告が商標権者等に由来するかどうかを容易に  
知り得ないときは、商標権侵害が成立しうる。

としている

## 類似事案

- 米国

リーディングケース？

- Brookfield Com v West Cost Ent  
174 F.3d 1036 (9th Cir.1999)

メタタグに他社の商標 MovieBuffを入れていた

Initial Interest Confusion 理論

→MovieBuffを元にウェブサイトを探す者を自らの方に引き寄せることで、商標権者が蓄積した信用を不当に利用する

・・・highwayの看板理論

## 争点：損害

商標法38条2項

裁判所の判断

- ・原告は通販を行っていない
  - ・被告は注文を受けるとイケアで原告製品を仕入れてこれを梱包し発送するというもの
- 被告サイトに誘引された顧客の購入した原告製品は、イケアストアで購入されることで、原告の利益となっている
- 被告サイトによる侵害行為がなかったならば利益が得られたであろうという事情等の損害の発生基礎となる事情があると認めることはできない

3項の主張なし

## 検討点

- 被告は、原告による利益の計算は争っているが、「損害の発生」の事実及び2項の適用そのものは争っていない
- どこまでを判断の基礎とすべきか？

## 類似事案

- バイアグラ事件(東地判平14・3・26)  
正規品を購入して小分けして販売していた事案  
38条2項肯定  
被告がファイザー・インクから購入したものであるとしても、それを小分けする等して、我が国において輸入販売したことによる商標権侵害による損害は、上記ファイザー・インクの販売とは別個に考えることができるから、被告らの行為によって損害が発生していないとはいえない。