



® 令和5年 6月9日(金)
(2023年)

No. 15913 1部377円(税込み)

発行所

一般財団法人 経済産業調査会
東京都中央区銀座2-8-9 (木挽館銀座ビル)
郵便番号 104-0061
[電話] 03-3535-3052 [FAX] 03-3535-5347

近畿支部 〒540-0012 大阪市中央区谷町1-7-4
(MF天満橋ビル8階) [電話] 06-6941-8971

経済産業調査会ポータルサイト <https://www.chosakai.or.jp/>

特許ニュースは

●知的財産中心の法律、判決、行政および技術開発、技術予測等の専門情報紙です。

定期購読料 1カ年61,560円 6カ月32,400円
(税込み・配送料実費)

本紙内容の全部又は一部の無断複写・複製・転載及び
入力を禁じます(著作権法上の例外を除きます)。

目次

☆知財の常識・非常識 ④④

打ち消し表示に関する近時の裁判例について(1)

☆フラッシュ(特許庁人事異動)……………(8)

知財の常識・非常識 ④④

打ち消し表示に関する近時の裁判例について

桜坂法律事務所

弁護士 服部 謙太郎

1. はじめに

インクカートリッジ等のリサイクル商品を販売する際には、①販売する製品に純正品の販売者の出所を表示する商標や商品等表示が付されたままでいる、②外箱やオンラインストアまたはチラシ等に適合する商品を示すため、純正品の販売者の商標や商

品等表示が付される、といったことがまま生じるため、商標権侵害や不正競争行為(主として不正競争防止法(以下「不競法」といいます。)2条1項1号または2号)の成否が問題となり得ます。また、互換品や真正商品を小分けした商品、真正商品を改造した商品等を販売する際にも、適合する商品や小分

知的財産法務を専門分野とする弁護士・弁理士高橋淳は特許侵害訴訟を中心として活動してきましたが、近時は、職務発明規定の作成、変更に関するコンサルタント業務に注力しており、多数の書籍、論文の執筆、セミナー、講演、テレビ出演などを通じて職務発明規定変更の実務の第一人者として知られており、多数の相談実績を有しています。

みやび坂総合法律事務所は、特許、著作権、商標、不正競争防止法及び意匠等の知的財産法務の他、職務発明制度を含む知財制度設計に関するコンサルティング・サービスを提供しています。また、企業法務(海外を含む)に加え、難易度の高い家事事件にも積極的に取り組んでいます。

事務所名、住所、電話及びファックス番号が変更になりました!

みやび坂総合法律事務所

〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷5-27-5 リンクスクエア新宿16階

TEL 050-5534-8882

FAX 03-6701-7231

E-mail jun20dai@gmail.com

けや改造の基となった商品を示すために純正品の販売者の商標や商品等表示が付されるため、同様の問題が生じ得ます。

これらの商品の販売に際しては、「打ち消し表示」の存在により商標権侵害または不正競争行為の成立が否定されるかという点が論点となり得ます。なお、「打ち消し表示」としては様々な態様が考えられますが、打ち消し表示について詳細に検討した蘆立順美教授の論文¹(以下「蘆立論文」といいます。)では、「①被告の商標等が付されている場合、②商品の出所についての説明が付されている場合(たとえば、本件商品が商標権者とは関係のない商品である等の表示)、③商品の性質についての説明が付されている場合(たとえば、被告によって、改変や詰替えをしたものであること、中古品であること、リサイクル品であること等の説明がなされている場合)」が打ち消し表示の例として挙げられています。

打ち消し表示については、「打ち消し表示が類似商標のすぐ傍らで、より目立つ態様でなされているために、打消表示をもって商標権侵害が否定される事例」は、「類似商標が商品等の出所表示機能を發揮していないことが明らかな場合に限る²等、学説としては打ち消し表示の適用可能性は否定しないが限定的な事例に限るというのが通説のようです。また、裁判例では打ち消し表示がされていることを理由として商標権侵害・不正競争行為の成立を否定した事例はありませんでした。

このような状況下において、知財高判令和4年1月18日(令和3年(ネ)第10025号、原審東京地判令和3年3月17日(令和2年(ワ)第5211号)。以下知財高裁判決を「本件判決」といい、原審の判決を「原判決」といいます³)は、被控訴人による記載が打ち消し表示に該当することを認め、不競法2条1項1号の混同を生じさせる行為に該当することを否定しました。本稿では本件判決について紹介したいと思います。なお、本件判決の当事者間には関連事件(知財高判平成30年(ネ)第10064号・平成31年(ネ)第10025号⁴)があります。同事件では本判決と争点が類似していますが、被告らによる表示内容が本件と異なったため、裁判所は不正競争行為に該当すると判断しました。

2. 本件判決について

(1) 事案の概要

蛇口一体型浄水器及びその交換用浄水カートリッジを製造及び販売する控訴人が、被控訴人グレイスランドがインターネットショッピングモール「楽天市場」に出店した店舗のスマホ・タブレット向けウェブサイト(「本件楽天サイト」)及びインターネットショッピングモール「アマゾン」に出店した店舗のウェブサイト(「本件アマゾンサイト」)において販売する蛇口一体型浄水器の交換用カートリッジの商品の広告にそれぞれ「タカギ社製 浄水蛇口の交換用カートリッジ取扱い店」との表示(「被告表示1」)及び「タカギ社製」、「浄水蛇口の交換用カートリッジを」、「お探しの皆様へ」との3段書きの表示(「被告表示2」)を掲載する行為が、控訴人の商品等表示として周知な黒色のゴシック体の「タカギ」の文字を横書きしてなる表示(「原告表示」)と類似する「タカギ社製」の表示(以下「被告標章」という場合があります。)を使用し、控訴人の商品又は営業との混同を生じさせる行為に当たり、不競法2条1項1号の不正競争行為に該当すると主張した事案です。なお、被控訴人友好印刷は印刷業等を業とする株式会社で、被控訴人Yは被告グレイスランドの代表社員であり、また、被控訴人友好印刷の代表取締役でもあります。



被告表示1

(2) 原判決

原審は、大要以下のとおり判断し、被控訴人グレイスランドが被告標章を使用した上各行為は、不競法2条1項1号の不正競争行為に該当しないと判断しました。

ア 本件楽天サイトについて

「本件楽天トップページの上部のトップメニューバーの下には、被告表示1に加えて、「交換用浄水カートリッジ」との表示及びその左横の「GRACE LAND」との表示がひとまとまりのものとして配置されていたと認められる

ところ、被告表示1はごく小さなフォントサイズで目立たない態様で表示され、需要者の注意を引くものではなかったのに対し、「交換用浄水カートリッジ」との青色文字のフォントサイズは被告表示1の数倍大きく、また、被告グレイスランドの英語表記である「GRACELAND」との文字は青色の正方形の中に白抜きで表示されていたものであり、いずれも被告表示1よりも目立つ態様で表示されていたものと認められる。

そうすると、上記のひとまとまりの表示に接した需要者は、「GRACELAND」及び「交換用浄水カートリッジ」の表示に着目し、「GRACELAND」の「交換用浄水カートリッジ」、すなわち、被告商品の広告と理解すると考えるのが自然である。」

「本件楽天トップページにアクセスすると画面の中央部に表示されるメインビジュアル部分に、被告商品のイメージ画像を背景として、「待望の交換用カートリッジ ついに発売!!」との本件三段書き表示が、目立つ態様で表示されていたとの事実が認められる。

本件三段書き表示は、その販売主体が記載されていないため、その表示自体から需要者が販売主体を理解し得るものではないが、上記のとおり、同表示の上には被告グレイスランドを意味する「GRACELAND」との表示が「タカギ社製」との表示よりも大きなフォントサイズで表示されていることに照らすと、本件三段書き表示に接した需要者が、その販売対象製品が原告製の純正品であると認識したとは考え難い。」

「本件三段書き表示から表示画面の半分程度下方に同ページをスクロールすると、「お買い求めの前に」と題する欄があり、そこには「標準タイプ・高除去タイプともに、純正カートリッジより浄水の流量が少ないですが、当社製品は…」との記載が存在したとの事実が認められる。

上記の「お買い求めの前に」欄は、価格表示の一覧表と商品購入ページに異動するリンクボタンの間に位置し、需要者の目につきやすい位

置に配置されていたところ、「標準タイプ・高除去タイプともに、純正カートリッジより浄水の流量が少ないですが、当社製品は…」との記載内容に照らすと、需要者がここにいう「当社製品」が原告製の「純正カートリッジ」とは異なる商品であると容易に理解し得たことは明らかである。

以上によれば、被告標章を含む被告表示1が需要者をして被告商品を原告製の純正品と混同させるものであるとは認められないので、被告グレイスランドが本件楽天サイトに被告表示1を掲載して被告標章を使用した行為は、不競争法2条1項1号の不正競争行為には該当しない。」

イ 本件アマゾンサイトについて

「本件アマゾン商品掲載ページのメインビジュアル部分の背景画像上には、目立つ態様で「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ」との記載が表示されていたと認められる。」

「上記記載の「ノーブランド品」という表示は、一般に商標を掲げずに一般名称のみで販売する場合の商品を意味すると解されるが、前記前掲事実(2)のとおり、原告の「タカギ」との表示が家庭用浄水器やその関連商品を購入しようとする国内の需要者の間に広く認識されていたことを考慮すると、原告製の純正品についてわざわざ「ノーブランド品」と表示することはあり得ない。このため、「ノーブランド品」との表示に接した需要者は、当該商品が原告製の純正品以外の商品であると理解したと考えるのが相当である。

「また、上記の「ノーブランド品」という表示の後には、「タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ」との表示が続いており、これを一体として読めば、需要者は、「ノーブランド品」とは原告製の純正品以外の商品であると容易に認識し得たものというべきである。」

「被告表示2は「タカギ社製 浄水蛇口の交換用カートリッジをお探しの皆様へ」というものであり、その表示自体からは、販売対象商品が

「タカギ社製」の「交換用カートリッジ」であるとも、「タカギ社製」の「浄水蛇口」に適合する「交換用カートリッジ」であるとも理解し得るが、前記(1)のとおり、本件アマゾン商品掲載ページにアクセスした需要者は、まずメインビジュアル部分の「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ」との表示に接した上で本件切替え画像を見ることになり、本件切替え画像の左上にも同一の記載があることに照らすと、本件切替え画像上の被告表示2を見た需要者が、販売対象商品が原告製の純正品であると認識することは無いというべきである。」

「本件アマゾン商品掲載ページの「登録情報」欄には被告の会社名を意味する「Graceland」と記載され、また、更にその下の「商品の説明」欄には「当社製品はタカギ社純正品ではございません。」と表示されていたものと認められる。

これらの表示は、その掲載位置等からすると需要者の目を引くものではないが、被告商品が原告製の純正品ではないことを打ち消す表示であり、これらの表示に接した需要者は、上記(1)の「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ」との記載ともあいまって、本件アマゾン商品掲載ページに掲載された商品が原告製の純正品ではないと理解するものというべきである。」

「以上によれば、被告標章を含む被告表示2が需要者をして被告商品を原告製の純正品と混同させるものであるとは認められないので、被告グレイスランドが本件アマゾンサイトに被告表示2を掲載して被告標章を使用した行為は、不競法2条1項1号の不正競争行為には該当しない。」

(3) 本件判決

本件判決も、被控訴人グレイスランドが被告標章を使用した上各行為は、不競法2条1項1号の不正競争行為に該当しないと判断しました。

ア 本件楽天サイトについて

「原告商品の需要者は、家庭用浄水器及びその関連商品を購入しようとする者であり(前記(1)イ)、原告製浄水器の交換用カートリッジである被告商品の需要者も、これと同様であることが認められる。

かかる需要者は、家庭用浄水器に適合する浄水用カートリッジが浄水器本体の製品ごとに異なることを一般的な知識として有し、家庭用浄水器の交換用カートリッジの購入を検討する際には、交換用カートリッジの浄水器本体との適合性、価格等について関心を持ち、その購入時にはこれらを確認するものと認められる。」

「被告表示1の構成中の「タカギ社製」との表示(被告標章)は、「タカギ」が製造した商品であることを示したものと理解できるところ、被告表示1においては、「タカギ社製」の文字部分と「浄水蛇口の交換用カートリッジ取扱い店」との間にスペースがあるため、「タカギ社製」の文字部分が「浄水蛇口の交換用カートリッジ」を修飾し、被告表示1から「タカギ」が製造した「交換用カートリッジ」商品の取扱い店であることを表示したものと読み取ることが可能であり、一方で、「タカギ社製」の文字部分が「浄水蛇口」を修飾し、被告表示1から「タカギ」が製造した「浄水蛇口」に適合する「交換用カートリッジ」商品の取扱い店であることを表示したものと読み取ることも可能であると一応考えられる。

しかしながら、前記(2)イの認定事実によれば、本件楽天サイトのトップページの被告表示1の下の本件三段書き表示から表示画面の半分程度下方にスクロールすると、別紙2のとおり、被告商品のタイプ及び数量別の価格表示の一覧表が表示され、その直下に赤色の背景の白抜き文字の「お買い求めの前に」と題する欄に「標準タイプ・高除去タイプともに、純正カートリッジより浄水の流量が少ないですが、当社製品は、『浄水力にこだわり、じっくり“ろ過”する設計』を採用しておりますので、予めご理解の上お買い求めください。」との記載が表示されていたこと、上記「お買い求めの前に」と題

する欄は、価格表示の一覧表と商品購入ページに移動するリンクボタンの間に位置し、交換用カートリッジの購入を検討する需要者の目につきやすい位置及び態様で配置されていることが認められる。

そして、需要者は、上記「お買い求めの前に」と題する欄記載の「標準タイプ・高除去タイプ」ともに、純正カートリッジより浄水の流量が少ないですが、当社製品は…」との記載部分から、「当社製品」である「交換用浄水カートリッジ」が「タカギ」が製造した「純正カートリッジ」とは異なる商品であることを容易に理解するものと認められるから、上記記載部分は、被告標章（「タカギ社製」の表示）が「浄水蛇口の交換用カートリッジ」を修飾すると読み取るとを否定する打ち消し表示としての機能を有するものと認められる。

そうすると、本件楽天サイトのトップページの被告表示1に接した需要者は、上記「お買い求めの前に」と題する欄の上記記載部分に照らして、被告表示1の構成中のタカギの表示（被告標章）は、「浄水蛇口」を修飾し、被告表示1は「タカギ」が製造した「浄水蛇口」に適合する「交換用カートリッジ」商品の取扱い店であることを示したものと理解するものと認められる。

以上によれば、被告表示1における被告標章の使用によって、被告商品が控訴人製の純正品であると需要者に誤認させて、被告商品の出所が控訴人又は控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせるおそれがあるものと認めることはできないし、また、その営業主体が控訴人又は控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせるおそれがあるものと認めることもできない。」

（打ち消し表示は、直接的、かつ、誤認を生じるおそれのある表示と同時に視認できる範囲などの分かり易い場所に記載されてはじめて、打ち消し表示として機能するのであって、打ち消し表示が直接的な表現でなく、あるいは、誤認を生じるおそれのある表示と場所的に離れていると打ち消し表示には該当しないところ、「お

買い求めの前に」との欄の記載は打ち消し表示に当たらないとの控訴人の主張に対し）「また、「お買い求めの前に」の欄は、本件楽天トップページに最初にアクセスした際に画面上に見えるように表示されないものの、表示画面の半分程度下方にスクロールすると表示される近接した位置にあり、しかも、価格表示の一覧表と商品購入ページに移動するリンクボタンの間という需要者の目につきやすい位置に配置されていたのであるから、交換用カートリッジの購入を検討する需要者は、被告表示1とともに「お買い求めの前に」の欄の記載を閲読するものと認めるのが自然である。」

イ 本件アマゾンサイトについて

「本件アマゾンサイトのウェブページ（本件切替え画像）において、別紙3(2)のとおり、交換用カートリッジのイメージ画像の左上部に被告表示2が、その下の中央部に「待望の」、「交換用カートリッジ」、「ついに発売！！」との本件三段書き表示が、被告表示2の左上部に小さく表示された複数の画像が、その上に青色の文字で「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ…」との表示が掲載されていた。

本件切替え画像は、交換用カートリッジのイメージ画像及び本件三段書き表示の「交換用カートリッジ」、「ついに発売！！」の文字部分から、イメージ画像に表示された交換用カートリッジの商品の販売広告であることを理解できる。

被告表示2の上段の「タカギ社製」の文字部分（被告標章）及び中段の「浄水蛇口の交換用カートリッジ」の文字部分の2段の記載部分は、販売広告の対象商品と関連付けたものとして理解できる。そして、2段の上記記載部は、その構成態様から、「タカギ」が製造した「交換用カートリッジ」を表示したものと読み取ることが可能であり、また、「タカギ」が製造した「浄水蛇口」に適合する「交換用カートリッジ」を表示したものと読み取ることが可能であると一応考えられる。

一方で、被告表示2の左上部に小さく表示さ

れた複数の画像の上に青色の文字で「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ...」との表示は、販売広告の対象商品が「ノーブランド品」であって、「タカギ」が製造した「浄水器」に使用できる「交換用カートリッジ」であることを説明したものと理解できる。

そして、①「ノーブランド品」とは、ブランドを掲げずに一般名称のみを記した商品を意味するものと解されること、②原告表示(黒色のゴシック体の「タカギ」の表示)は、家庭用浄水器及びその関連商品を購入しようとする需要者の間において、控訴人の業務に係る商品を表示するものとして周知となっており(前記1(1)イ)、家庭用浄水器及びその関連商品のブランド名として理解されていたことに鑑みると、控訴人製の純正品の交換用カートリッジについて「ノーブランド品」と表示することは通常考えられないというべきであるから、本件切替え画像に接した需要者は、「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ...」との表示は、販売広告の対象商品が控訴人製の純正品とは異なる商品であることを示したものと理解するものと認められる。

そうすると、「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ...」との表示は、被告表示2の上段の「タカギ社製」の文字部分(被告標章)及び中段の「浄水蛇口の交換用カートリッジ」の文字部分の2段の記載部分が「タカギ」が製造した「交換用カートリッジ」(控訴人製の純正品)を表示したものと読み取ることを否定する打ち消し表示としての機能を有するものと認められる。

したがって、本件アマゾンサイトの本件切替え画像の被告表示2に接した需要者は、被告表示2の上段の「タカギ社製」の文字部分(被告標章)及び中段の「浄水蛇口の交換用カートリッジ」の文字部分の2段の記載部分は、「タカギ」が製造した「浄水蛇口」に適合する「交換用カートリッジ」を表示したものと理解するものと認

められる。

(イ) 以上によれば、被告表示2における被告標章の使用によって、被告商品が控訴人製の純正品であると需要者に誤認させて、被告商品の出所が控訴人又は控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせるおそれがあるものと認めることはできないし、また、その営業主体が控訴人又は控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせるおそれがあるものと認めることはできない。」

3. 若干の検討

(1) 原判決及び関連事件との対比

以上のとおり、本件判決及び原判決はいずれも打ち消し表示について言及しつつ、不正競争行為の該当性を否定しました。

もっとも、本件楽天サイトに関する判示を対比すると、原判決では被告表示1と「交換用浄水カートリッジ」との表示及びその左横の「GRACELAND」との表示がひとまとまりのものとして配置されていたこと、被告表示1は小さく記載されているのに対し、被控訴人を示す「GRACELAND」等の表示の方が目立つといった点についても言及されているのに対し、本件判決では被告表示1の大きさやGRACELANDといった記載があることについては言及がなく、「お買い求めの前に」と題する欄の記載が打ち消し表示としての機能を有するという点(及び被告商品の需要者の認識・関心事項)を指摘して不正競争行為の該当性を否定しており、理由付けに若干の相違があります⁵。

また、打ち消し表示は誤認を生じるおそれのある表示と同時に視認できる範囲などの分かり易い場所に記載されている必要があるとの控訴人の主張について、上記のとおり本件判決は「表示画面の半分程度下方にスクロールすると表示される近接した位置にあること(「価格表示の一覧表と商品購入ページに移動するリンクボタンの間という需要者の目につきやすい位置に配置されていた」ことを指摘し、これを退けています。

関連事件でも、本件判決が指摘する「お買い求めの前に」と同内容の記載があったようですが、

関連事件では「一般消費者の需要者が注意深く被告ウェブサイトの記載を読んで被告商品が一審原告の製品と異なるものであることを示す表示を認識するとは限らない」等の理由で打ち消し表示とは認めていません⁶。原判決に関する高橋論文で検討されているように、打ち消し表示を需要者が認識できるような位置・表示態様とすることが重要ではないでしょうか。

どのような場合に打ち消し表示となるのか、本件判決と関連事件の事実関係を対比すると、実務上参考になるのではないのでしょうか。

(2) 打ち消し表示は商標権侵害等の場合にも侵害を否定するか

本件は不競法2条1項1号に関する事案ですが、不競法2条1項1号では他人の商品又は営業と混同を生じさせる行為であることが要件となります。このため、打ち消し表示があることにより、需要者に混同が生じないのであれば、不正競争行為に該当しないといえます。

一方、蘆立論文で詳細に検討されているように、商標権侵害については、打ち消し表示が商標権侵害を否定する理由付けについて議論があります。商標権の権利範囲は何らかの抽象的理論に基づいて画される必要があるため、類否判断において、出所混同のおそれの発生に寄与しうる全ての事情を勘案して個別具体的に判断することは許されない、といった理屈を強調した場合、商標権侵害の場合には、被告商品に使用されている商標が原告の登録商標と「類似」と一旦判断されてしまうと、侵害が成立するので、打ち消し表示の存在は商標権侵害を否定するものではないようにも思われます⁷。

また、打ち消し表示が不競法2条1項2号該当性を否定するかについては、マリカー事件中間判決(知財高判令和元年5月30日(平成30年(ネ)10081号・10091号)は、「不競法2条1項2号について、混同のおそれの要件は不要であるから、打ち消し表示などのために混同のおそれが生じないとする一審被告らが主張するところは、不正競争行為該当性の判断に影響を及ぼすものではない。」と判断しています。

このように、打ち消し表示を認めた本件判決の判断が商標法や不競法の他の不正競争行為にまで及ぶかについては明らかではありません。

(3) 互換品販売以外の他の類型への影響について

本件は交換用カートリッジ、すなわち純正品の互換品に関する事例です。このような商品の特性上、本件判決が指摘したように、需要者は互換品の存在を認識し、また、本体との適合性に着目するといった特徴があります。

本件判決が打ち消し表示に該当するとした記載は、上記のような互換品の特徴を踏まえたものであり、模倣品について真正品ではないと目立つように記載したからといって、商標権侵害等の成立を否定するものではないでしょう。

また、本件では互換品であるため、商品自体には原告らの商標等は付されておらず、被控訴人らのホームページ上の表示のみが問題となっています。一方、リサイクル品(純正品を回収・詰め替えなどを行って再度製品として販売される商品)の場合、純正品(原告)の出所を示す表示が商品に刻印等がされており、これが残されたまま、これを再利用して被告商品が製造・販売されることが多い⁸ため、ホームページ上での表記のみならず、被告商品自体の表示も問題となることが多いようです。大阪地判平成29年1月31日判時2351号56頁では、被告商品が本体と箱からなることを指摘し、本体に付されたラベルについては「製造元等の記載は全く存在しない」ことを挙げ、「本体に付された上記のような表示ラベルだけでは、本件商品2の本体に付された本件商標の出所表示機能を打ち消す表示として十分なものとはいえない」と判断し、また、箱等については「被告商品2がリサイクル品であることは需要者に認識されることが認められないではないが、被告商品2を梱包する箱に、被告商品2が原告京セラ及びそのグループ会社と無関係に製造されたものであることが明確となる打ち消し表示は何らされて」いないとして、商標権侵害の成立を認めています。このように、リサイクル品では権利侵害を否定するに際し、ホームページ等での表記に加え、製品本体についても打ち消し表示が成立するかについて

別途検討が必要となります。

- 1 蘆立順美「商標権侵害と打消し表示」パテント65巻13号140頁(2012年)
- 2 田村善之『ライブ講義知的財産法』(弘文堂、2012年)134頁。学説の状況については蘆立論文を参照ください。
- 3 原判決に関する評釈としては高橋正憲「インターネット商品販売ページ上の打ち消し表示の存在により不正競争行為該当性を否定した事例 - 交換用浄水カートリッジ事件 -」知財管理72巻5号(2022年)があります。同評釈では、原判決と後述の関連事件を対比し、裁判所の判断が分かれたポイントについて詳細に検討されています。
- 4 上記関連事件については、ジュリスト1543号8頁に田中浩之弁護士による評釈が、同事件の原判決についてはジュリスト臨増 1531号266頁(平成30年重要判例解説)に田上麻衣子教授による評釈があります。
- 5 本件判決は被告表示1の表示態様については理由付けでは言及していません。もっとも、本件判決が指摘する打ち消し表示が必要者の目に留まりやすいところに表示されてさえいれば、常に不正競争行為該当性が

否定されるとはいえない(被告表示1の表示態様も踏まえて需要者に誤認混同が生じるかを検討する必要がある)のではないのでしょうか。また、本件判決は被告表示1に近接して「GRACELAND」という表示が被告表示1よりも目立つ態様で記載されている点についても言及していないことからすると、打ち消し表示の要件として被疑侵害品の販売者の出所を示す記載が必要でないようにも思われますが、これも事案・事実関係によるのではないのでしょうか。

- 6 関連事件では「本件記載2の上部に『GRACELAND』という表示がされているが、これは、それ自体では何の表示か明らかではないから、打ち消し表示として機能しているとは認められない。」と判断しています。もっとも、本件判決では上記のとおり被控訴人を示す記載の位置や大きさについては理由付けでは言及されていません。
- 7 古城春実「不正競争防止法1条1項1号、2号の下での商品形態の保護」特許ニュース15841号はこのような考え方を示唆しています。
- 8 このため、リサイクル品についてはいわゆる後混同を認めるかといった点も論点となり得ます。

一つづー

㊦は4月12日付掲載※次回は8月掲載予定

フラッシュ

特許庁人事異動

氏名	新	旧
竹之内 正隆	審査業務部審査官 (国際商標登録出願)	日本貿易振興機構(北京事務所)
(以上 令和5年5月20日付発令)		
緑川 美桜	経済産業省(製造産業局自動車課) 併)総務課 (併任の期間は令和5年6月6日まで)	総務課総括係長
波多野 彩花	総務課	資源エネルギー庁(電力・ガス事業部原子力立地・核燃料サイクル産業課原子力立地政策室)
内野 絵里香	併)総務課総括係長	総務課長補佐(総括班長)

(以上 令和5年5月26日付発令)