



令和8年 (2026年) 2月19日(木)

No. 16567 1部377円(税込み)

発行所

一般社団法人 発明推進協会

東京都港区虎ノ門2-9-1

虎ノ門ヒルズ 江戸見坂テラス

郵便番号 105-0001

[電話]03-3502-5493

発明推進協会ウェブサイト <https://www.jiii.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75,090円 6カ月39,165円 (税・配送料込み)

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 ⑥・完
品質誤認行為に関する近時の裁判例について… (1)

- ☆オンライン知的財産セミナー(欧州における特許権行使とそれに対する防護) …… (7)
- ☆オンライン知的財産セミナー(事業に資する知財戦略・知財活動、知財の獲得・活用) … (8)

知財の常識・非常識 ⑥・完

品質誤認行為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

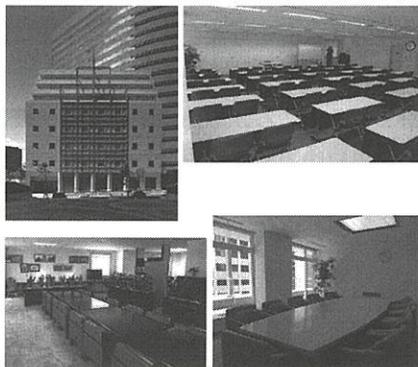
1 はじめに

今回は、品質誤認行為(不正競争防止法2条1項20号)に関する近時の裁判例について紹介したいと思います。

不正競争防止法2条1項20号は、「商品若しくは役務若しくはその広告若しくは取引に用いる書類若しくは通信にその商品の原産地、品質、内容、

製造方法、用途若しくは数量若しくはその役務の質、内容、用途若しくは数量について誤認させるような表示をし、又はその表示をした商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供し、若しくはその表示をして役務を提供する行為」を不正競争行為として定めています。

オフィス、官公庁の中心街、霞が関にゆったりとした会議室があります。



最寄駅

虎ノ門(地下鉄 銀座線 徒歩5分)

出口5番・出口11番

霞ヶ関(地下鉄 徒歩7分) 出口A13

溜池山王(地下鉄 徒歩8分) 出口8

会議室についての申し込み、お問い合わせ先:

03-3581-1634(代表)

E-mail: shoko-on@jade.dti.ne.jp

<https://shokokaikan.or.jp/>

一般財団法人 商工会館

〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-4-2

上記のような行為を不正競争行為として定めた趣旨としては、平成5年改正法の基礎となった産業構造審議会知的財産政策部会の報告書では、「商品、役務を供給するに当たり、他社の商品等との差別化を図り、需要者の購買意欲を高めるため、品質、内容、数量等の面におけるものと同様に、表示の面においても激しい競争が行われている。かかる競争を通じて、他の事業者より業績を上げようとすることは、健全な企業努力であり、自由かつ公正な競争に属するものであるが、それが行き過ぎた場合には、商品等の品質、内容などを偽り、又は誤認を与えるような表示を行って、需要者の需要を不当に喚起することもある。虚偽又は誤認を生じる表示を行う事業者は、適正な表示を行う事業者より競争上、優位に立つこととなり、他方、適正な表示を行う事業者は顧客を奪われ、このような行為を放置すれば、公正な競争秩序を阻害することとなる」と説明されています。

また、本号の不正競争行為は需要者の需要を不当に喚起するものであることから、本号に該当しうる表示については不正競争防止法のみならず不当景品類及び不当表示防止法(景表法)を中心とした法律の適用も受けることがあります¹。特に近時の実務としては景表法への対応の必要性がより高まっているように感じます。

品質誤認行為に関する裁判例について最高裁判所の裁判例検索ページで「品質誤認」というキーワード及び権利種別として「不正競争」として裁判例を検索すると、本稿執筆時では45件の裁判例が見つかりますが、このうち20件が平成31年1月1日以降に、9件が平成20年1月1日以降に判決がされています。このような裁判例の中には、次項で紹介するように実験データが証拠として提出され、品質誤認表示に該当するかが争われた事例もあります。

このように近時品質誤認行為につき争われた裁判例が急速に増加していますが、その背景としては、インターネットやSNS等の発展に伴い広告媒体がチラシ等に限定されず様々な広告がより安価・より広範に提供できるようになり、需要者の注目を惹く広告がされるようになったこと、及び20号では事案に応じて様々な表示が「品質」に関

する表示に該当し得ること(例えば、原告と何らかの関係があるかのように装おうフリーライド表示²につき、不正競争防止法2条1項1号の周知性の立証ができない場合でも20号に基づく差止請求が可能)、景表法と異なり、競合事業者が差止等を請求可能であり、また、立証等についても主体的に関与できる、といったことが挙げられるのではないのでしょうか。

以下では、近時の裁判例の中から今後の参考になるであろう裁判例について、簡単に紹介するとともに若干のコメントをします。

2 近時の裁判例の紹介

(1) 知財高判令和7年2月19日(知財高判令和5年(ネ)第10061号。原審:東京地判令和5年4月27日令和4年(ワ)第14148号)³

本件では、被告(被控訴人)の販売するヘアードライヤーの広告での「水分発生量従来の18倍」等の表示が商品の品質につき誤認を生じさせるものかが争われた。

ア 原審判決

原判決は、原告(控訴人)の報告書は、被告各表示が被告商品の品質につき誤認を生じさせるものであることを裏付けるに足りるものとはいえ、他にこれを裏付ける証拠もないとして、原告の請求をいずれも棄却した。

また、原審では被告は被告各表示に関する裏付けとなるデータ等を開示していないがこの点につき、原告は具体的態様の明示義務及び積極否認の際の理由明示に違反するものと指摘したのに対し、裁判所は以下のとおり判示した。

「しかし、「具体的態様」とは、侵害判断のための対比検討が可能な程度に具体的に記載された物の構成又は方法の内容等を意味すると解されるところ、本件においては、被告商品の品質につき誤認を生じさせるものとされる被告各表示に記載された表示内容は、その記載から明確であるといってよく、その基礎となる被告が保有するはずのデータそれ自体及びこれを導く試験条件等につき、被告各表示において開示されたもののほかは開示され

ていないというに過ぎない。このため、現に原告が各実験により試みているように、本件において主張立証すべき対象は、侵害判断のための対比検討が可能な程度に、被告各表示において既に具体的に示されているといえる。そうすると、本件においては、「侵害の行為を組成したものとして主張する物又は方法の具体的態様」(法6条)が明らかでないとは必ずしもいえない。また、その点を措くとしても、具体的態様の明示義務に基づき相手方に対して具体的態様の明示を求め得るためには、濫用的・探索的な提訴等を抑止する観点から、当該事案の性質・内容等を踏まえつつ、提訴等を一応合理的といえる程度の裏付けを要すると解される。しかるに、本件においては、上記のとおり対比検討すべき表示内容は明確である上、原告実験1～5は、その実験方法が被告各表示の検証・確認実験として不適切であり、また、その結果にはそれぞれ疑義があることを踏まえると、上記の程度の裏付けがされているとはいいがたい。そうである以上、被告の対応をもって具体的態様の明示義務等に違反するものとまではいえない。」

イ 控訴審判決

控訴審では、被控訴人は、被告各表示が実験に基づくものであることを裏付けるためのバックアップの証拠を提出した。この証拠には、実験に関する業務手順書、実験結果検証資料等が含まれている。

裁判所は、被告各表示は不競法2条1項20号の品質誤認表示に当たるとは認められないと判断し、原判決は結論において相当であるとして、控訴を棄却したが、被告の実験データの提出の要否について以下のように判示した。

「ある者の表示行為が不競法2条1項20号の品質誤認表示に当たると主張し、不競法に基づく損害賠償請求又は差止めを求める訴訟が提起された場合、当該表示行為が品質誤認表示であることの主張立証責任は、訴訟を提起した一番原告にあると解すべきである。し

かし、当該表示が、需要者に具体的な試験等に基づくものとの認識を抱かせる場合には、当該表示を裏付ける資料等を欠くならば、当該表示行為は品質誤認表示に当たると解されるから、当該表示行為をした者(一審被告)が、当該表示を裏付ける資料等を提出しなければ、一審原告による品質誤認表示の主張立証が成功したと解される余地がある。本件についてみると、被控訴人各表示は、需要者に具体的な試験等に基づくものとの認識を抱かせるものと認められるから、被控訴人各表示をした被控訴人(一審被告)が、被控訴人各表示を裏付ける資料等を提出しなければ、被控訴人各表示は品質誤認表示に当たると解される余地がある。しかし、本件口頭弁論終結時までに、被控訴人は、被控訴人各表示が試験の結果に基づくものであって品質誤認表示ではないことを裏付けるために乙57添付の実験結果報告書等を提出しており、控訴人は、被控訴人各表示が品質誤認表示であることを裏付けるものとして、提訴時検証試験及び控訴時検証試験の結果等を提出しているもので、これらを参酌して、被控訴人各表示が品質誤認表示に当たると認められるかについて検討する。」

「ところで、被控訴人各表示は、被控訴人ウェブページ及びカタログに掲載され、一般消費者に対し、被控訴人商品を使用することによってもたらされる効果を示し、その購買意欲を促すことを目的とするものであるが、被控訴人各表示に示される効果は、使用者が視認できない高浸透ナノイヤーによる毛髪に対するものであり、その性質上、効果の度合いは、その測定方法が一義的に決められているものではなく、使用環境、使用方法、個人差などの条件によっても大きく異なり得るものであり、効果には個人差がある旨の注意書きも付されているところである。そうすると、このような被控訴人各表示を見た一般消費者は、これらに示された効果について関心を有するとしても、具体的な数値や実験結果については、効果の程度やその裏付けとなる科学的根拠の存在を示すものとして理解するにと

どまり、それが厳密に正確なものであるかという点についてはそれほど高い関心を有しないものと考えられる。このような被控訴人各表示の内容、性格等に照らすならば、被控訴人各表示の記載内容について、厳密な正確性が認められなければ直ちに被控訴人各表示が品質誤認表示に当たると判断されるものではなく、被控訴人各表示が相当の科学的根拠に基づくことが認められる場合には、品質誤認表示に当たるとは認められないこととなる。」

その上で、裁判所は、被控訴人が証拠として提出した実験結果報告書等によれば、被控訴人の社内で作成した業務手順書に基づき、被告各表示に関して実験を行い、これに基づいて実験結果検証資料を作成したこと等を認定し、被告各表示は、いずれも、業務手順書に基づいて被控訴人が実施した試験の結果の範囲内で、被告商品の性能又は被告商品による効果を表示したものであるということができ、とする一方で控訴人が行った試験は、いずれも、被控訴人が実施した試験が被告各表示の裏付けとならないことを示すに足りるものとはいえず、被告各表示が品質誤認表示であることを認めるに足りるものとも解されない、と判断した。

ウ コメント

被告の表示が「具体的な試験等に基づくものとの認識を抱かせる」表示（例えば含有量⁴や確率⁵等の表現を含む場合）につき争う場合、このような表示が誤認させるような表示といえるかを立証するために実験データ等による立証が必要となります⁶。この点、本判決は実験データ等についての立証責任は原告にあると明示した上で、被告側にもこのような表示を裏付ける資料等の提出の必要性について言及していますが、本判決は被告が実験データ等に基づき正当性の立証の必要性（立証責任の転換）までは認めていません。

また、本判決は、被控訴人各表示の内容、性格等に照らし、一般消費者（需要者）の興味がどの点にあるかを検討し、被告各表示の

数値について厳密な正確性までは不要で、相当の科学的根拠に基づくことが認められれば足りると判示しています。このような判断をしたのは、冒頭でも述べたように20号は「需要者の需要を不当に喚起」すること等を防ぐことを趣旨としていることからすると、表示が正確とまで言えない場合であっても、そのような表示の正確さにつき需要者が関心を有しておらず、「需要を不当に喚起」するものではない場合にまで20号の成立を認める必要はないからではないでしょうか。

この点については、「ニコチン0mg」等の表示が誤認表示に該当するかが争われた知財高判令和6年9月25日（令和6年（ネ）第10024号）でも裁判所は、「本件表示が本件商品の品質等誤認表示（不競法2条1項20号）に当たるか否かは、本件表示が、本件商品についての需要者の需要を不当に喚起し、被告らが不当に競争上優位に立つことになるか否かにより判断すべきである。（中略）本件表示は、ニコチンの含有量を科学的な正確さをもって示す目的のものではなく、身体及び精神に悪影響を与えるような程度の量の成分が含有されていないことを示すためのものである。これらの事情を考慮すると、本件表示に接した需要者において、本件商品におけるニコチン含有の有無及び量に関して、身体及び精神に与える影響の観点から他の同種商品より優れたものと認識するものとはいえないから、本件表示が、需要者の需要を不当に喚起し、被告らが不当に競争上優位に立つことになるものとは認められず、原告の請求は理由がない。」と判示しています。

(2) 知財高判令和6年7月4日（令和5年（ネ）第10112号。原審：東京地判令和5年11月10日（令和4年（ワ）第2551号⁷）

本件では、平成8年頃から、原告商品の販売代理店として原告商品を販売していた被告が、販売代理店契約終了後に被告商品を販売する際、被告商品の販売実績として「全国導入実績2,500台以上」といった表示をしていたことが、被告

商品の品質について誤認させるような表示であり、同表示をする行為は不正競争に該当するかが争われた。原告は、業務用生ごみ処理機のような高価な機械の場合、十分な販売実績があるということは、販売期間中、性能についての悪評が広まることなく需要者に信用され続けてきたということの意味し、業務用生ごみ処理機の性能や信頼性を示す物差しとなり、商品の「品質」の一部を構成すると主張したのに対し、被告は、「品質」とは商品の用途及び目的への適合性をいうのであり、本件において原告商品及び被告商品の間に、性能及び機能における違いがないから品質について誤認させるような表示はないと主張した。

ア 原判決

原判決は、以下のとおり判示し、本件では販売実績に関する表示が誤認表示に該当すると認定した。

「不競法2条1項20号の誤認惹起行為が不正競争に該当し違法とされるのは、事業者が商品等の品質、内容などを偽り、又は誤認を与えるような表示を行って、需要者の需要を不当に喚起した場合、このような事業者は適正な表示を行う事業者より競争上優位に立つことになる一方、適正な表示を行う事業者は顧客を奪われ、公正な競争秩序を阻害することになるからである。

このような趣旨に照らすと、「品質」について「誤認させるような表示」に該当するかどうかを判断するに当たっては、需要者を基準として、商品の品質についての誤認を生ぜしめることにより、商品を購入するか否かの合理的な判断を誤らせる可能性の有無を検討するのが相当である。」

「実際の販売実績とは異なるにもかかわらず、多数の被告商品が販売されており、このような販売実績は、被告商品のごみ処理方法及びその性能が他の同種商品に比べて優れたものであることに起因することを強調するものであって、その結果、需要者に対し、被告商品がその品質において優れた商品であるとの権威付けがされ、また、他の需要者も購入

しているという安心感を与えることになる」

「販売実績は、被告商品のごみ処理方法及びその性能が他の同種商品に比べて優れたものであることに起因することを強調するものであって、その結果、需要者に対し、被告商品がその品質において優れた商品であるとの権威付けがされ、また、他の需要者も購入しているという安心感を与えることになるため、需要者が商品を購入するか否かの合理的な判断を誤らせる可能性がある。そうすると、本件誤認惹起表示①は、「品質」について「誤認させるような表示」に該当する」。

「客観的な性能及び機能における違いがないとしても、前記(2)のとおり、本件誤認惹起表示〈1〉ないし〈3〉は、いずれも、販売実績について事実と異なる表示をするとともに、同販売実績が品質の優位性に起因するものであるとの表示をすることによって、そのような販売実績をもたらず「品質」であるとの誤解を需要者に与え、その結果、公正な競争秩序を阻害するものである以上、同号の「品質」について「誤認させるような表示」に該当すると認めるのが相当である。」

イ 控訴審判決

控訴審も原判決と同様に販売実績に関する表示が品質に関する表示に該当すると判断し、その際被告の主張に対して以下のとおり判示した。

「仮に、控訴人商品が他社の同種の商品と性能に大きな差異がないとしても、需要者が、生ごみ処理機として控訴人商品を購入するか否かを判断する際に、控訴人商品の製造者の実績や当該商品の販売実績を考慮する可能性があることは変わらない。たとえ被控訴人商品の売上げに控訴人の営業努力が寄与していたとしても、被控訴人が製造した被控訴人商品が長期にわたって販売されてきた実績が形成されたことには変わらず、生ごみ処理機の需要者はこのような実績も考慮して購入する商品を決定すると考えられるから、控訴人商品の製造者を被控訴人であると表示したこと

が品質誤認表示に当たるとの結論は左右されず、控訴人商品の販売実績として実際よりも多い数値を表示したことが品質誤認表示に当たるとの結論も変わらない。」

ウ コメント

原判決では引用したように、「品質」を「誤認させるような表示」に該当するか否かは、需要者を基準として、商品の品質についての誤認を生ぜしめることにより、商品を購入するか否かの合理的な判断を誤らせる可能性の有無を検討するのが相当であると述べています。この点については、前述の知財高判令和6年9月25日でも需要者の需要を不当に喚起し、被告らが不当に競争上優位に立つことになるか否かにより判断すべき、と判示していたことと同様の判示でしょう。

また、本件では上記のように販売実績(商品の性能に関する表示等とは異なり、直接的には製品の品質を示すものではない)についても、その表示態様等によっては20号の品質誤認表示に該当し得ることを認めており、20号の適用範囲(「品質」の範囲)が広いことを示唆するものといえるのではないのでしょうか。

⁴ 「オリゴ糖100パーセント」といった表示につき争われた知財高判令和4年1月27日(令和3年(ネ)第10018号。原審東京地判令和3年2月9日(平成30年(ワ)第3789号))等

⁵ 「解凍後100%生存」といった表示につき争われた知財高判令和3年3月30日(平成31年(ネ)第10008号)等

⁶ なお、景表法との関係では、消費者庁はガイドライン「不実証広告規制に関する指針」を公表しており、事業者からの「提出資料」が効果効能表示の裏付けとなる合理的な根拠に該当する場合を以下のとおりと規定しており、20号に基づく立証に際しても参考になるのではないかと。

(A) 提出資料が客観的に実証された内容のものであること

(B) 表示された効果、性能と提出資料によって実証された内容が適切に対応していること

また、(A)については、さらに以下のとおり規定されている。

(A-1) 試験・調査によって得られた結果(例:JISなどの公定法による試験)

(A-2) 専門家、専門家団体若しくは専門機関の見解又は学術文献(特定の専門家等による特異な見解は認められない)

⁷ 原審判決の評釈記事として茶園成樹「業務用生ごみ処理機事件 商品の販売実績に関する品質誤認表示」Law & Technology 106号84頁(2025年)がある。

¹ 小野昌延・松村信夫「新・不正競争防止法概説【第3版】下巻(青林書院、2020)62頁参照

² 東京地判令和7年3月14日(令和3年(ワ)第18742号)では、フランチャイズ契約解除後も「明光義塾」という表示の使用を継続していた事案において、「被告明光らによる学習塾の運営という役務において本件ウェブサイト上で本件各表示を用いる行為は、被告明光らが運営する学習塾が個別指導日本第1位であるか又は原告が運営する学習塾である明光義塾フランチャイズ傘下であると誤認させるものであり、その役務の質及び内容等を誤認させるものであるといえる」と判示して、商標権侵害に加え品質誤認表示の成立も認めています。

³ 本件に関する評釈記事として、宗田貴行「判例評釈ダイソン株式会社による不正競争防止法に基づく差止請求控訴事件」公正取引899号82頁(2025)。