

平成15年(ネ)第68号不正競争行為差止等請求控訴事件（原審・大阪地方裁判所  
平成13年(ワ)第11198号）  
判 決

控訴人（1審原告）	株式会社八木研
同訴訟代理人弁護士	福原 哲 晃
同	中島 清 治
同	松村 信 夫
同	和田 宏 徳
同	塩 田 千 恵子

被控訴人（1審被告）	株式会社三善堂
同訴訟代理人弁護士	竹田 章 治
同	小川 憲 久
同	池 田 眞 一郎

主 文

- 1 本件控訴を棄却する。
- 2 控訴費用は、控訴人の負担とする。

事実及び理由

第1 控訴の趣旨等

- 1 原判決を取り消す。
- 2 被控訴人は、原判決別紙被告製品目録1記載の形態の仏壇を製造し、譲渡し、貸し渡し、譲渡若しくは貸渡しのために展示してはならない。
- 3 被控訴人は、前項記載の仏壇を廃棄せよ。
- 4 被控訴人は、控訴人に対し、3000万円及びこれに対する平成13年11月23日から支払済みまで年5分の割合による金員を支払え。
- 5 訴訟費用は、第1、2審とも被控訴人の負担とする。
- 6 仮執行宣言

（以下、控訴人を「原告」、被控訴人を「被告」という。また、略称については、後記のとおり「被告カリタ」を「カリタ」と改めるほかは、原判決のそれによる。）

第2 事案の概要

1 本件は、仏壇仏具の製造販売等を業とする株式会社である原告が、同業者である被告及び株式会社カリタ（以下「カリタ」といい、被告と併せて「被告ら」という。なお、原判決3頁16行目の「被告株式会社カリタ（以下「被告カリタ」という。）」及び原判決中「被告カリタ」とある部分は、全て「カリタ」と改める。）に対し、①被告らが製造販売する後記被告製品1は、原告の商品表示である後記原告製品一の形態と同一又は極めて類似したものであるから、需要者に誤認混同を生じるおそれがあり、不正競争防止法2条1項1号の不正競争に当たると主張して、後記被告製品1について、同法3条1項に基づき、その製造、譲渡、貸渡し、譲渡若しくは貸渡しのための展示の差止めを求め、同法3条2項に基づき、その廃棄を求めるとともに、同法4条及び5条1項又は2項に基づき損害賠償を請求し、②後記原告製品一ないし四の形態を模倣した後記被告製品1ないし4を製造販売する行為は、一般不法行為（民法709条）に該当すると主張して、損害賠償を請求し、又は使用料の支払を免れ、法律上の原因なく利益を得たと主張して、不当利得の返還を求めた事案である。

原判決は、原告の請求をいずれも棄却したため、原告が本件控訴を提起した（なお、原告は、カリタに対しては控訴を提起しなかったため、原告とカリタとの関係では原判決は確定した。）。

2 当事者の主張

当事者の主張は、次のとおり付加、訂正するほかは、原判決2頁12行目から15頁7行目までに記載のとおりであるから、これを引用する。

(1) 2頁16行目の「別紙原告製品目録」を「原判決別紙原告製品目録（以下、単に「別紙原告製品目録」という。）」と改める。

(2) 2頁25行目及び同26行目を次のとおり改める。

「このように、原告製品一は、湾曲したイタリア製アンバーガラスを使用し、原告の製造する家具調仏壇の中でも特に現代感覚にあふれたものとして、独自の特徴を有する「コスモス」シリーズを代表する製品である。上記の特徴を有する

「コスモス」シリーズは、伝統的な仏壇においても、家具調仏壇においても、極めて斬新なものであり、同シリーズに属する「ジュピター」は、平成8年10月に財団法人大阪デザインセンターからグッドデザイン商品に選定されるなど、好評を博している。」

(3) 3頁2行目の「別表」を「原判決別表（以下、単に「別表」という。）」と改める。

(4) 3頁11行目末尾の次に改行して、次のとおり加える。

「原告は、平成7年当時には、従来にない斬新な家具調仏壇の製造者として仏壇需要者、仏壇取引業者の間で知られており、原告の発表する商品、とりわけ新作は注目の的であった。そして、原告は、平成7年、原告製品一を新作として展示会に出品し、カタログ等に掲載するなどして宣伝広告を行ったものであるから、原告の宣伝広告活動が原告製品一だけを取り上げたものでないとしても、原告製品一は周知性を備えていたというべきである。」

(5) 3頁17行目の「別紙被告製品目録」を「原判決別紙被告製品目録（以下、単に「別紙被告製品目録」という。）」と改める。

(6) 5頁18行目、同20行目、同23行目、6頁11行目、同13行目及び同25行目の各「当庁」をそれぞれ「大阪地方裁判所」と改める。

(7) 7頁5行目の「したがって、」から同7行目末尾までを次のとおり改める。

「上記期間制限は、保護期間経過後に模倣行為をすることを積極的に是認する趣旨ではないから、保護期間経過後の模倣行為についても、不法行為に基づく損害賠償請求の対象となることは肯定される。このように解しても、商品の特殊性から3年間では投資を回収できないという特別な事情のある場合に限定して不法行為の成立を認めるのであれば、法的安定性を害することにはならない。

また、模倣行為者の事業活動に与える萎縮効果はそれほど考慮に値しないし、模倣行為を行うのは競争事業者であって、当該模倣行為に多額の投資を要するか否かについて十分予測し得るから、模倣行為者の事業活動が萎縮するおそれは少ない。

さらに、損害賠償請求権を認めるだけであれば、差止請求権を認める場合とは異なり、取引先等に与える影響は少ない。」

(8) 8頁11行目末尾に続けて、次のとおり加える。

「しかも、被告製品1ないし4には、その形態以外に被告商品であることを示す出所表示はなく、需要者がその形態的特徴のみによって商品の選択を行い、その結果、原告製品一ないし四との間に誤認混同を生じる可能性がある。

そうすると、需要者が、品質の劣った被告製品1ないし4を原告製品一ないし四と誤認混同して購入し、その結果、原告の信用が害されるおそれがある。」

(9) 13頁14行目末尾の次に改行して、次のとおり加える。

「商品の形態が、不正競争防止法2条1項1号にいう商品等表示として、法的保護に値するか否かは、当該商品ごとに判断すべきであり、周知性の要件も商品ごとに判断すべきである。原告の製品全てに共通する形態的特徴はないから、原告の他の商品に関する宣伝広告活動によって、原告製品一が周知性を獲得することはない。」

(10) 14頁6行目末尾の次に改行して、次のとおり加える。

「不正競争行為類型に該当しない競争行為が一般不法行為に該当するのは極めて例外的かつ明白な場合に限定されるところ、本件は、保護期間経過後に不法行為を構成するまでの極めて例外的かつ明白な場合に当たらない。

原告の主張によれば、売れ行きの悪い商品は、投下資本の回収に長期間を要するため、長期間にわたって不正競争防止法2条1項3号による保護を与えるべきであるということになるが、このように商品ごとに保護期間を個別に判断しなければならないと解すると、法的安定性が著しく害されることになる。」

### 第3 当裁判所の判断

#### 1 前訴の確定判決の既判力について

原告の、被告製品2ないし4が原告製品二ないし四の模倣に当たることを理由とする一般不法行為に基づく損害賠償請求が、前訴の確定判決の既判力に抵触しないことは、原判決21頁末行の「前訴において」から22頁12行目末尾までに記載のとおりであるから、これを引用する。

#### 2 不正競争防止法に基づく請求について

当裁判所も、原告製品一の商品形態は、原告の商品表示としての識別性を有

していたとはいえないから、原告の不正競争防止法に基づく請求はいずれも理由がないものと判断する。その理由は、次のとおり付加、訂正するほかは、原判決15頁9行目から21頁22行目まで及び22頁13行目から24頁2行目までに記載のとおりであるから、これを引用する。

(1) 15頁16行目の「第56号証」の次に「第60号証、第61号証」を加える。

(2) 16頁13行目の「加えられた。」の次に「その後、原告は、さらに新商品を発売し、平成14年までに原告が発売した家具調仏壇は、合計15シリーズ約170種類である。」を加える。

(3) 18頁19行目の「別表」を「原判決別表（以下、単に「別表」という。）」と改める。

(4) 20頁8行目、同10行目、同14行目、同19行目及び同21行目の各「当庁」をそれぞれ「大阪地方裁判所」と改める。

(5) 21頁22行目末尾に続けて「そして、これらの推認を覆すに足る証拠はない。」を加える。

(6) 23頁10行目の「このように、」から同21行目末尾までを次のとおり改める。

「このように、原告の製造販売する家具調仏壇には多くの種類が存在し、それぞれが異なった特徴を備えており、全ての製品に共通する形態的特徴は存在しないことが認められる（あえて原告の製造販売する家具調仏壇に共通する特徴を挙げるとすれば、伝統的な仏壇とは異なり現代風の洋家具調のデザインを採用し、全体としてシンプルではあるが洗練されたものであるということが出来るが、洋家具調のデザインを採用した仏壇は原告製品以外にも広く販売されているものであるし（甲第51号証の26、27、第52号証の6、12、13、第53号証、乙第3ないし第9号証）、洗練されたデザインという抽象的な要素をもって、他の商品と識別し得る原告製品の独特の特徴であるということとはできない。）。

そうすると、原告が、その製造する家具調仏壇全体についての宣伝広告活動をしたり、原告の家具調仏壇が広告媒体に取り上げられたとしても、これに接した需要者は、「現代仏壇」シリーズという現代風の洋家具調の仏壇が原告の製品であるという概括的な認識を得るにとどまり、その中の一部の製品である原告製品一が、その形態的特徴から原告の製品であるという認識を得るものと認めることはできない。

そして、原告が、ことさら原告製品一について宣伝広告活動をしたり、原告製品一のみが広告媒体に取り上げられたことはない。」

(7) 24頁1行目の「したがって、」の次に「その余の点について判断するまでもなく、」を加える。

### 3 一般不法行為（民法709条）に基づく請求について

(1) 商品形態の模倣について、不正競争防止法2条1項3号の保護期間である3年を経過した後一般不法行為が成立するか否かについて検討する。

(2) 先行者が、創作や開発のための資金及び労力を投下して商品化し、市場に提供した成果を、後発者が、自らは資金及び労力を費やすことなく模倣して市場に提供し、先行者の商品と競争した場合には、先行者は、投下資金の回収のために必要な価格を設定せざるを得ないから、投下資金の回収の必要がなく先行者より低い価格を設定することができる後発者との間の競争に常に敗退を余儀なくされるという競争上の不公正が生じ、先行者は、新たな商品の創作や開発のための資金及び労力を投下する意欲をそがれ、ひいては国民経済の健全な発展を阻害することになりかねない。

このため、不正競争防止法2条1項3号は、他人の商品の形態を模倣した商品を譲渡等する行為を「不正競争」と定義し、上記のような競争上の不公正の是正を図ったものと解される。

しかし、先行者が投下した資金の回収を終えた後においては、先行者の商品の形態を模倣した商品が市場に提供されたとしても、先行者は投下資金の回収を考慮した価格設定をする必要はないから、上記のような競争上の不公正が生じることとはない。

そして、先行者の成果を学び、その上に新たな成果を築くことは、国民経済の健全な発展に資することであり、あらゆる模倣を一般的に禁止することは相当ではなく、先行者が投下資金の回収を終えた商品については、これを公的財産として公衆の利用に供すべきであるという要請もあるから、先行者が投下資金の回収に

必要な一定の期間が経過した後においてまで、他人の商品の形態を模倣した商品を譲渡等する行為を、形態模倣という理由ゆえに禁止する必要性はないと考えられる。

そのため、不正競争防止法2条1項3号は、最初に販売された日から起算して3年を経過しない商品に限り、その形態を模倣した商品を譲渡等する行為を、そのことのみで不正競争行為に該当するとしたものであると解される。

(3) ところで、不正競争防止法2条1項3号が、保護期間を3年と定めた趣旨は、次のようなものであったと解すべきである。

すなわち、商品の創作や開発のために要する資金の額や、商品のライフサイクルは、商品の種類により千差万別であるため、先行者が投下資金を回収するために必要な期間は、一定ではない。

しかし、投下資金を回収するために必要な期間を、個別の事案ごとに事情に応じて決定するとなると、その業種や商品の特性等について個別具体的な認定判断が必要になるため、後発者の予見可能性が害され、自由な競争を萎縮させるばかりか、先行者が簡易迅速に保護を受けることができず、先行者の保護を図った不正競争防止法の趣旨を没却することにもなりかねない。

そこで、不正競争防止法2条1項3号は、業種や商品の特性等の要素を捨象して、一律に、最初に販売された日から起算して3年を経過しない商品に限り、その形態を模倣した商品を譲渡等する行為を不正競争行為に該当するとしたものである。

なお、法が保護期間を3年とした根拠は、商品のモデルチェンジのサイクルがおおむね3年以内であること、国際的なハーモナイゼーションが求められていること、登録を要する実用新案権の存続期間が6年であり、登録を要しない不正競争防止法2条1項3号による保護期間がそれより長期にわたるのは相当ではないことなどを考慮したことによるものであると解される。

(4) このような不正競争防止法2条1項3号の趣旨を考慮すると、同号は、最初に販売された日から起算して3年を経過しない商品に限り、商品形態の模倣行為を不正競争行為として禁じ、その模倣行為の差止請求権等を認めるものの、3年を経過した後の模倣行為については、当該模倣行為が公正な競争秩序を破壊する著しく不公正な方法で行われ、その結果、先行者に営業上、信用上の損害を被らせた場合など、公正かつ自由な競争として許容される範囲を著しく逸脱する行為と認められる特段の事情がない限り、違法性を欠き不法行為に該当しないものと定めた趣旨であると解するのが相当である。

(5) そこで、本件について、前記特段の事情の存否について判断する。

ア まず、仏壇は、比較的高額な商品であり、その商品特性上、需要者によって日常的に繰り返し購入、消費されるものではなく、短期間に大量生産、大量販売されることはないという性質を有し、その創作や開発のために投下した資金の回収には相当程度の長期間を要するという事情がうかがわれる。

また、証拠(甲第3号証、第6号証、第14ないし第17号証、第44号証、第51号証の9、第52号証の2、12、第53号証、第60号証、第61号証)及び弁論の全趣旨によれば、原告は、原告製品一ないし四の創作や開発に当たって、そのデザインを社内及び社外のデザイナーに依頼するなど、相当程度の資金及び労力をかけていることが認められる。

しかし、不正競争防止法2条1項3号が保護期間を3年と定めた趣旨は前記(3)のとおりであることを考慮すると、前記特段の事情の存否の判断に当たって、上記のような仏壇の商品特性、原告製品一ないし四の創作や開発に要した資金及び労力等の要素をしんしゃくすることは相当でないというべきである。

イ 次に、原告製品一ないし四と被告製品1ないし4は、原判決別紙原告製品目録一ないし四と同被告製品目録1ないし4をそれぞれ対比すれば容易に看取できるように、同一の商品形態といって差し支えない程度に酷似している。そうすると、被告は、原告製品一ないし四を、不正競争防止法2条1項3号の保護期間の経過後に、順次、模倣して被告製品1ないし4を製造したものと見える。

しかし、いわゆるシリーズ商品について、後発者が先行者のシリーズ商品のうち複数の商品を模倣する事態は、容易に予想できる事柄であり、そのことをもって直ちに前記特段の事情があるということとはできない。特に、本件においては、前記認定のとおり、原告は、平成10年の時点では8シリーズ約50種類、平成14年の時点では15シリーズ約170種類に及ぶ家具調仏壇を販売しており、さらにその後も新しい家具調仏壇を製造販売していることが認められ、一方、被告

が模倣したのは、そのうち4種類（以前、製造販売等差止めの仮処分により製造が中止された、原告製品「ガーベラ」の模倣製品を含めても5種類である。）にすぎないこと、被告は、家具調仏壇以外の伝統的仏壇も製造しており（甲第50号証、弁論の全趣旨）、原告の模倣製品のみを製造販売しているというわけではないことを考慮すると、前記特段の事情の存在を認めるに足りない。

ウ また、原告は、被告製品1ないし4は、原告製品一ないし四より品質が劣っているにもかかわらず、その形態が原告製品一ないし四と酷似しているため、需要者が被告製品1ないし4を原告製品一ないし四と混同し、前者の被告製品の品質が後者の原告製品の品質と同じであると誤解するおそれがある旨主張する。

しかし、前記のとおり、原告製品と被告製品の形態が酷似しており、混同のおそれがあるということ自体は、不正競争防止法2条1項1号の問題としては格別（この点は既に判示した。）、前記特段の事情に当たるものではないし、被告製品の品質については、比較的安価な木材を使用するなどして販売価格を原告製品より低く設定しており、蝶番部分の構造も異なることが認められるものの（甲第59号証、第60号証、弁論の全趣旨）、被告製品が粗悪商品であり、これが流通することにより、原告に営業上、信用上の損害を被らせたことを認めるに足りる客観的な証拠はないから、やはり前記特段の事情に該当するということとはできない。

エ そして、他に前記特段の事情の存在を認めるに足りる証拠はない。

(6) 以上によれば、原告の一般不法行為に基づく請求も理由がない。

#### 4 不当利得返還請求について

前記のとおり、不正競争防止法2条1項3号の保護期間の経過後は、原告製品一ないし四の形態を模倣することが違法であるとはいえないから、被告は法律上の原因なくして利益を受けたとはいえない。

したがって、原告の不当利得に基づく請求は、理由がない。

5 その他、原審及び当審における当事者提出の各準備書面記載の主張に照らし、原審及び当審で提出、援用された全証拠を精査しても、当審の認定、判断を覆すほどのものはない。

#### 6 結論

以上によれば、その余の点について判断するまでもなく、原告の請求はいずれも理由がないというべきであり、これと同旨の原判決は相当であるから、本件控訴は理由がない。

よって、主文のとおり判決する。

（口頭弁論終結の日 平成15年4月22日）

大阪高等裁判所第8民事部

裁判長裁判官 竹 原 俊 一

裁判官 小 野 洋 一

裁判官 中 村 心