

平成13年(ワ)第23366号 製造・販売差止等請求事件
(口頭弁論終結の日 平成14年10月29日)

原告	被告	判決
訴訟代理人弁護士	サニ一ベット株式会社	株
同	永土渡中株式	郎
同	山崎中取近嶋原田尾本口本	人
同	村鷹家出桑福草宮濱山秦	子
同		己
同		タ
同		徳
同		徹
同		信
同		直
同		章
同		豊
同		正
同		一
同		子
同		久
同		人
同		平

- 主文
1 原告の請求をいずれも棄却する。
2 訴訟費用は原告の負担とする。
事実及び理由

第1 請求

1 被告は、別紙被告商品目録記載の商品を製造し、譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示してはならない。

2 被告は、原告に対し、2525万0250円及びこれに対する平成13年1月17日(訴状送達の日)の翌日から支払済みまで年5分の割合による金員を支払え。

3 第2項につき仮執行宣言

第2 事案の概要

本件は、入浴専用車(以下、単に「入浴車」という。)を製造販売する原告が、①原告の製造販売する入浴車に装備された物品の性能・形状とその配置といった車両を特徴づけるレイアウトは不正競争防止法2条1項1号にいう「他人の商品等表示」として需要者の間に広く認識されているもの」に該当する、仮にそうでないとしても、②被告が、原告の入浴車の形態を模倣した入浴車を製造し原告の販売先に対して廉価で販売する行為は一般不法行為(民法709条)に当たると主張して、被告に対して、入浴車の製造販売等の差止め及び損害賠償を求めている事案である。

これに対して、被告は、①原告主張の入浴車のレイアウトは、不正競争防止法2条1項1号の「商品等表示」に当たらない、②被告の行為は何ら違法性を有せず、一般不法行為を構成しないなどと主張して、原告の請求を争っている。

1 当事者間に争いのない事実

(1) 当事者等

原告は、入浴・寝具乾燥車、入浴車の製造販売、特装車の製造販売、建築物の清掃用機械器具の製造販売等を目的とする株式会社である。

原告と同種の事業を目的とする会社である株式会社モリタエコノスは、平成13年10月1日、被告と合併し、存続会社である被告が株式会社モリタエコノスの事業を包括承継した(以下、株式会社モリタエコノスを含め、両者を区別せずに「被告」と表記する。)

アサヒサンクリーン株式会社(以下「アサヒサンクリーン」という。)は、昭和52年に巡回入浴サービス事業を開始し、原告及び被告から入浴車を購入して、寝たきり老人、重度障害者向けの巡回入浴サービスを行っている会社である。

(2) 原告の入浴車

原告は、昭和48年9月から、別紙原告商品目録記載の入浴車(以下「原

告商品」という。)を製造販売している。

(3) 被告の入浴車

被告は、平成12年4月ころから、別紙被告商品目録記載の入浴車(以下「被告商品」という。)を製造販売している。

2 争点

(1) 原告商品の形態は不正競争防止法2条1項1号にいう周知な商品等表示に該当するか(争点1)

(2) 原告商品と被告商品の形態の類否(争点2)

(3) 原告商品と被告商品との間で混同を生ずるおそれの有無(争点3)

(4) 民法上の一般不法行為(民法709条)の成否(争点4)

(5) 原告の損害額(争点5)

3 争点についての当事者の主張

(1) 争点1(原告商品の形態の商品等表示該当性)について

【原告の主張】

ア 商品形態の「商品等表示」該当性

不正競争防止法2条1項1号は、「商品等表示」の例示として、商品主体を直接認識させる氏名等のほか、本来第一義的には商品の出所を識別させるためのものではない商品の容器若しくは包装をも挙げていることからすると、商品の形態自体が「商品等表示」に当たる場合があり得るものと解するのが相当である。

ただ、商品の形態が、出所表示機能、自他識別機能を備えるものとして評価されるためには、当該商品の形態が他に誰も製造、販売及び使用したことがなく、特定の者のみが長期間それを製造販売した結果、その形態を有する商品がその者の商品として需要者の間に広く知られるようになることが必要である。

長期間の営業努力による商品の周知性、商品に蓄積された信用は保護するに値し、このように解することで、商品等表示に化体された他人の営業上の信用を自己のものと顧客に誤認混同させて顧客を獲得する行為を防止するという不正競争防止法の趣旨に合致する。

イ 原告商品の特徴と出所表示機能

入浴車のような特装車の車体部分は、自動車メーカーの製造にかかる既存のものであり、原告のように特装車の製造販売を業とする者は、既存の車体に装備する物品の性能・形状とその配置を考案することによってそれぞれの商品の独自性を出す。そして、入浴車の需要者は、特にその使用方法に着目するのであり、使用方法は入浴車のレイアウトに大きく影響される。つまり、入浴車の需要者は、そのレイアウトに着目して商品を選択する。

すなわち、特装車(入浴車)である原告商品において出所表示機能及び自他商品識別機能を有するのは、別紙原告商品配置図記載の物品のレイアウトであり、この原告商品に特有の形態が不正競争防止法2条1項1号の「商品等表示」に該当する。原告商品のレイアウトの特徴を詳述すると、以下のとおりである。

① 清水タンクは、他の物品の収納に最も支障のない車両後部で、しかも湯水別送方式のため必要なホース2本分のリールを置くスペースを空けた範囲で、1回の入浴に必要な量(対象者宅の水道が使えなくても1回は入浴サービスができるように、バスタブ約140リットル、シャワー約50リットル)を想定して、大きさと設置場所を決定した。

② 灯油ボイラーは、清水タンク内の水を摂氏25度の温水にして1分間で16リットル供給できるものを採用し、性能の安定性の点から、セミ貯湯の床置き式を選択した。そして、灯油ボイラーは出し入れの必要がないこととカプラーの位置から、後部補助席の右側(運転席の真後ろ)に設置した。

③ 煙突は、灯油ボイラーの位置によりその位置が決まり、風向き、排出量の制限をなるべく受けることなく排気できるように、排気効率を考えて全方向型のいわゆるUFO型とした。

④ 灯油タンクは、入浴サービスで巡回するために必要な車両のガソリン補給(約40件ごとに補給することを想定)と同時に灯油タンクに給油できるよう40リットル(1件の入浴サービスで約1リットル使用)とし、しかもカプラーの位置を考慮しガソリンと同時に給油できるよう右側後方に設置した。

⑤ 給水ポンプは、湯水別送方式で温水と冷水を扱うため灯油ボイラーに隣接させ、カプラーの位置に近い右側に設置した。その性能は、地上5階での入浴サービスに対応できるものを選択した。

⑥ 制御装置は、巡回サービスで入浴車を道路左側に駐車して操作するこ

とがほとんどであるため、操作者の安全性を考え、しかも操作者が一人であることが多いため保安上の観点から、他の扉を閉めて最後部のドアだけを開けて操作できるように、後部左側に設置した。

⑦ ホースは、混合栓の湯水別送方式であるため2本必要である。

⑧ カプラーは、車外で自動車の排気口のない右側下部に設置すること
で、制御装置でいったん設定した後、最後部扉も施錠して入浴サービスができるようにした。また、湯水別送方式であるため、給水口1つ、送水口2つとなる。

⑨ 入浴担架は、バスタブが2分割であって入浴担架の方が長くなるため、レールにはめ込むスライド収納方式を採った。

⑩ バスタブは、取り出しが容易になるように車両中央部に設置した。

ウ 原告商品の形態の周知性

原告は、昭和48年に原告商品の販売を開始し、パンフレットの配布、展示・説明会の開催等の広告宣伝活動を行ってきた。また、原告は、昭和49年に浴槽と頭部洗浄槽を分離した移動浴槽につき特許出願をしたほか、昭和53年に湯水別送方式に係る考案につき実用新案登録出願をした。

原告は、昭和53年に日本テレビ系列で放送された24時間テレビ「愛は地球を救う」に原告商品を参画させたが、この時点で入浴車は原告商品しか出品されていなかったこともあり、原告商品への引き合いが増えることになった。原告は、昭和53年以降毎年上記24時間テレビに参画するほか、日本在宅サービス協会、全国在宅介護事業協議会等の会報に広告を掲載するなど広告宣伝を継続して行った。

その結果、遅くとも平成11年末ころまでには、原告商品の独自の特徴ある形態は、地方公共団体、民間企業を中心とする需要者の間に広く認識されるようになった。

エ まとめ

以上によれば、原告商品のレイアウトは、周知な商品等表示（不正競争防止法2条1項1号）に当たるといふべきである。

【被告の主張】

ア 原告商品の形態と「商品等表示」

一般論として、商品の形態自体が不正競争防止法2条1項1号の「商品等表示」に該当する場合があることは、被告も否定するものではない。しかし、原告の主張する「レイアウト」は別紙原告商品配置図による特定を前提としても、表示性に欠けており、出所表示機能を有しない。

原告の主張するところは、外形的な表示以外の需要者等からは視野に入らない物品の配置等の形状を含めた全体的な構成が商品等表示を基礎付ける要素であるということのように思われる。しかし、外見的に認識が容易ではない物品の配置等の形状が、当該商品の出所表示としての「商品等表示」に該当することは、およそ考えられない。

不正競争防止法2条1項1号は、「商品等表示」が需要者等に対して、商品の形状等の表示機能を有することを前提としてその保護を図る趣旨であり、需要者等に対する表示性を欠く原告主張の「レイアウト」についてまで同法の保護が及ぶものではない。

さらに、原告主張の入浴車の「レイアウト」は、特段の独自性を有するものではなく、需要者等から見て、原告商品の出所を明らかにするような機能を有しない。

そもそも、入浴車は、市販のワンボックスカーの限られたスペース内に、水タンク、バスタブ、ホース、ボイラー、ポンプ等を搭載し配置したものであり、これらの配置自体は、技術的にも格別の困難を伴うものではない。しかも、入浴サービスの作業をするためには、車の構造上、バスタブ、ホース、担架などを車体後部から出し入れすることになり、必然的にボイラー、ポンプは荷物室の前部に、ホースリールは出し入れしやすい後部に、バスタブ、担架も大きさからいって後部から出し入れしやすい位置に配置することにならざるを得ない。被告はユーザーとの協議を踏まえて物品を適正に配置して入浴車を製造したものであり、物品の配置は車両内における搭載の工夫と認識されることがあるとしても、それを超えて一つのデザインを構成するという効果を有するものではない。

イ 原告商品の形態の周知性について

原告が、原告商品の販売を昭和48年に開始したこと、昭和53年以降「24時間テレビ」に原告商品を出品していることは認めるが、原告商品の形態が

周知であるとの法律上の主張は、争う。

そもそも、原告主張の原告商品の「レイアウト」は、何ら固定のものでなく、ユーザーにとっては原告商品がどのようなレイアウトであるかについての普遍的な認識は存在しない。

また、ユーザーは入浴車のレイアウトを手がかりに商品を識別しておらず、後述のとおり他社製品との混同の可能性が存在しないが、このことは周知のものとされるような具体的なレイアウトが観念しにくいことの裏返しでもある。

周知な商品等表示といえるためには、当該表示が特定人の商品や営業を表示するものであることが知られていることを要するところ、入浴車については原告商品の形状に着目した商品出所、営業主体の認識は存在していない。したがって、ユーザーにおいて原告商品の形状自体から商品出所、営業主体について広く認識されているとはいえない。

ウ まとめ

以上のとおり、原告主張の原告商品の「レイアウト」は、周知な商品等表示に当たらない。

(2) 争点2（原告商品と被告商品の形態の類否）について

【原告の主張】

被告は、アサヒサンクリーンの要求する仕様に基づき被告商品の製造販売を開始したが、その形態はデッドコピーといえるほどに原告商品の形態と酷似している。アサヒサンクリーンの被告に対する要求は、清水タンクの容量、ポンプの性能、ボイラーの能力、ホースの長さ、バスタブの容量・形状等について原告商品と同一であり、それまで原告商品を購入していたアサヒサンクリーンが被告に原告商品と同一のものを作することを要求し、それに応えたのが被告商品である。

具体的な商品の形態をみると、被告商品は、脱着式洗髪槽、湯水別送方式の混合栓、天井に収納する入浴担架、車外装備のカプラー、丸型の排気口、ボイラー、灯油タンク、ポンプ、清水タンク、ホースから構成されるところ、これらの物品の形状及びその配置は原告商品と酷似している。

このほか、タンクの容量、ボイラーの性能、入浴フロー図についても、原告商品のそれと酷似している。

【被告の主張】

原告の主張のうち、被告商品の形態について原告商品の形態と類似する点があることは認めるが、被告とアサヒサンクリーンの交渉経過については否認する。

原告商品と被告商品の間には、細部を含めるとかなりの相違点があり、デッドコピーと同視できるものではない。

原告の主張に従えば、需要者等は入浴車のレイアウトを詳細に認識し、そのことを手がかりとして商品購入の動機としているということになる。仮にそのような行動様式をとるのであれば、需要者等は原告商品と被告商品の細部にわたる差異についても認識しているはずであり、需要者等は原告商品と被告商品が異なる商品であることを認識しているはずである。

仮に、被告商品が原告商品のデッドコピーであるとしても、原告商品は昭和48年の販売開始以来多年を経過した商品であるから、商品形態の模倣について販売開始から3年を経過していない商品に限り不正競争防止法上の保護を与えることとしている法の趣旨（同法2条1項3号）に照らし、原告商品の形態が同法2条1項1号による保護の要件を欠くことは明らかである。

(3) 争点3（原告商品と被告商品との間で混同を生ずるおそれ）について

【原告の主張】

原告商品と被告商品は同じ入浴車であり、前記(2)のとおり、両商品の形態、すなわち搭載される物品により形成されるレイアウトは実質的に同一であるから、被告の行為は、需要者に対し、原告商品との間で誤認混同を生じさせるものである。

【被告の主張】

被告は、被告商品の販売に当たって、販売者が被告であることを明示し、商品名として「湯香（ゆのか）」という商標を用いて、独自の宣伝を行っている。

また、ユーザーは入浴車の選定に当たり、作業性の観点から個別のユーザーごとの細かな仕様の変更を求めるのが通常である。商品の受注については、それらの要望を反映した仕様変更を当然の前提としているから、ユーザーが被告商品について原告商品と誤認混同することはあり得ない。

(4) 争点4 (民法上の一般不法行為の成否) について

【原告の主張】

原告は、ユーザーの要望、車両の構造上の制約、洗髪槽脱着式のバスタブ、湯水別送方式などを考慮した上で搭載する物品を選び、独自の工夫をして別紙原告商品配置図のと通りのレイアウトを考案し、加えて展示説明会、講習会などによる現地指導などの地道な宣伝活動を行うことで原告商品の価値を高めた。そして、原告商品をこれらの投下資本を考慮した公正な価格で販売することにより営業活動を行っている。

他方、被告は、アサヒサンクリーンの要求した清水タンクの容量、ポンプの性能、ボイラーの能力、ホースの長さ、バスタブの容量・形状等に基づき、原告商品に搭載された物品とそのレイアウトが酷似する被告商品を製造した。しかも、被告は原告商品との区別を付けた独自の商品で長年にわたって原告と競争してきた株式会社デベロの販売先ではなく、原告の従来からの販売先に対して、原告商品と同じものが安く購入できるという被告商品を売り込んでいる。

上記の被告の行為は、レイアウトの考案、顧客開発といった努力をするこ
となく、原告の成果にただ乗りするという悪質なものであり、公正かつ自由な競争原理により成り立っている取引社会において、著しく不公正な手段を用いて原告の営業活動を侵害するものである。

被告の行為は、取引上の信義則に反する違法なものであり、それにより原告に後記の損害が生じている。しかも、被告は被告商品の販売により原告の取引機会が奪われることを認識していた。

以上によれば、被告の行為は、仮に不正競争行為に該当しないとしても、民法上の一般不法行為(民法709条)に当たり、被告は損害賠償責任を負うものである。

【被告の主張】

原告の主張のうち、被告がアサヒサンクリーンの要請に基づき被告商品を製造したことは認めるが、その余は否認し、争う。

原告商品と被告商品の間には、前記(2)で主張したとおり、種々の相違点があり、そもそも被告商品を原告商品のデッドコピーと評価することはできない。

自由競争原理によって支配される市場において、商取引は許された模倣と許されない模倣の区別のもとで行われている。この区分は、基本的には、特許法等の知的所有権法の枠組みで規律されるべきものである。被告は、原告が有していた実用新案権等の権利の保護期間の終了後に、法律上許された販売活動をしたものにすぎない。

また、商品形態の模倣は一定の要件のもとで不正競争行為とされているが、商品の販売後3年を経過したものについては、不正競争防止法による保護は及ばない(同法2条1項3号)。これは、商品販売後3年経過以降については模倣商品の販売を自由競争に委ねる趣旨である。

これらの法の趣旨に照らすと、不正競争防止法上の保護の及ばない商品形態については、これを模倣したとしても不法行為責任を負うことはないというべきである。

原告は、原告商品の製造に当たり原告のみが資金や労力を投下した旨主張するが、原告商品は原告の独自の創意工夫によって考案されたものではなく、需要者であるアサヒサンクリーンの提案に基づき、同社の要望を商品化したものにすぎない。商品化においては、アサヒサンクリーンの寄与が大であり、同社の貢献を一切捨象して、自らの商品開発努力のみを殊更に強調することは、事実反する。

また、被告が被告商品をアサヒサンクリーンに販売するに際しては、原告の取引機会を奪うことを目的とした営業活動は行っていない。

上記のとおり、被告による被告商品の販売は、何ら違法性を帯びるものではなく、原告の主張は理由がない。

(5) 原告の損害額

【原告の主張】

被告は、現在までに判明しているだけで、被告商品をアサヒサンクリーンに35台(原告商品の販売価格は1台当たり408万1000円)、松下電工エイジフリーサービス株式会社に5台(前同420万円)、昭和サービス株式会社に1台(前同450万)販売した。

上記合計41台の販売価格の合計は1億6833万5000円であり、仕入原価、製造費などの費用を控除した利益率は15パーセントを下らないから、原

告は被告商品の製造販売により2525万0250円の損害を被った（不正競争防止法5条1項）。

よって、原告は、被告に対し、不正競争防止法2条1項1号、3条に基づき、被告商品の製造販売等の差止めを求めるとともに、同法4条、民法709条に基づき、不正競争防止法違反又は民法上の一般不法行為に基づく損害賠償として、2525万0250円及びこれに対する平成13年11月17日（訴状送達の日）の翌日から支払済みまで年5分の割合による遅延損害金の支払を求める。

【被告の主張】

原告の主張のうち、被告商品の販売先及び販売台数については認めるが、損害の内容及び額については争う。

第3 当裁判所の判断

1 争点1（原告商品の形態の商品等表示該当性）について

(1) 商品形態の商品等表示該当性

商品の形態は、本来的には商品の機能・効用の発揮や美感の向上等のために選択されるものであり、商品の出所を表示することを目的として選択されるものではないが、特定の商品形態が独自の特徴を有し、かつ、この商品形態が、長期間継続的かつ独占的に使用されるか、又は短期間でも強力な宣伝等が伴って使用されたような場合には、結果として、商品の形態が当該商品の出所を表示するものとして需要者の間で周知になることもあり得るというべきである。そして、このような場合には、上記商品形態が、当該商品の技術的機能に由来する必然的、不可避的なものでない限り、不正競争防止法2条1項1号に規定する「他人の商品等表示として需要者の間に広く認識されているもの」に該当するものというべきである。

(2) 原告商品の形態の特徴及び他の入浴車との対比

本件において、原告は、別紙原告商品配置図に表示された入浴車のレイアウト、具体的には、バスタブ、清水タンク、灯油ボイラー、煙突など搭載された物品の性能・形状や配置場所が「商品等表示」に当たる旨を主張する。

そこで検討するに、当事者間に争いのない事実（第2、1）に証拠（甲1の1、2、3の1～8、6～10、乙1の1～8、2）及び弁論の全趣旨を総合すると、次の事実が認められる。

ア 原告は、昭和45年2月に設立され、昭和48年9月から原告商品を販売している。現在、入浴車を製造又は販売する会社として、原告のほかに、アサヒサンクリーン、株式会社デベロなど約8社があるが、昭和53年ころから長い間、原告と株式会社デベロの2社が事実上市場を独占する状態が続いていた。その後、平成9年12月に介護保険法が成立し、平成12年4月から介護保険制度が導入されたことから、訪問入浴介護事業に参入する業者は増え、平成13年12月の時点では同サービスの登録業者は2839社となっている。

イ 原告商品は、小型ワゴン車に、バスタブ、清水タンク、灯油ボイラー、ホースなど入浴車として必要な物品を搭載したものである。これらの物品の配置は、別紙原告商品配置図のとおりであり、ワゴン車の運転席の後部側に、順に灯油ボイラー、給水ポンプ、灯油タンク、排水ポンプを、車両後部の上側に洗髪槽脱着式のバスタブ、下側に清水タンクを、最後部にホースリールを2個配置している。ホースは2本あって、湯と水を別に給水するようになっている（いわゆる湯水別送方式）。また、灯油ボイラーの上方向に丸型で全方向に排気することができる排気口を備え、入浴担架を車両天井に収納している。

上記の物品及びその配置に関連して、原告は、昭和49年9月13日、「移動浴槽」の発明につき特許出願をしたほか、昭和53年10月5日、湯水別送方式を採用した「病人用移動浴槽えの給湯給水装置」の考案につき実用新案登録出願をしている。

ウ 前記同業他社はそれぞれ入浴車を製造又は販売しているが、その入浴車は小型ワゴン車に入浴車として必要な物品を搭載するという基本的な構成において、原告商品と共通している。そして、同業他社の入浴車の中には、運転席の後部にボイラー、ポンプ及び灯油タンクを配置したもの、水用、湯用の2本のホースと車両の最後部に2個のホースリールを配置したもの、浴槽の下側に水タンクを配置したものがある。

エ 入浴車の大きさや装備については、入浴サービス業者が、入浴車を運行する道路の状況、提供するサービスの内容などから決めることになるが、自動車（ワゴン車）の構造上、バスタブ、ホース、担架などは車体の後部から出し入れすることにならざるを得ない。したがって、入浴車において、ボイラー、ポンプは荷

物室の前部に、ホースリールは出し入れしやすい後部に、バスタブ、担架も大きさ等からいって、後部の出し入れしやすい位置に配置するのが通常である。

(3) 判断

前記(2)で認定した事実によれば、原告商品は、小型ワゴン車に、バスタブ、清水タンク、灯油ボイラー、ホースなど入浴車として必要な物品を搭載したものであるが、その搭載方法は、ワゴン車の荷物室という限られた空間において、各物品の大きさ、機能、介護者による運転・操作の容易さ、要介護者の快適さなどの諸要素に応じて想定し得るいくつかの搭載方法の中から容易に想到できるものであり、需要者に強い印象を与えるような外観を備えたものではないこと、原告以外の業者の製造販売する入浴車には、少なくとも一部の物品の配置やその形状について類似する商品があることが認められる。

このような事情に照らすと、原告主張の原告商品の形態、すなわち、搭載された物品の配置やその形状といったレイアウトは、客観的に、他の商品と識別し得るだけの独自の特徴を備えたものとはいえず、出所を表示する商品等表示となり得るものではない。

原告は、原告商品のレイアウトの特徴として、10個の項目を挙げている(第2, 3の(1)イ)。たしかに、この中には、原告商品の製造に当たり、原告が独自の工夫を施したことがうかがわれるものもあるが、仮にそのような工夫があったとしても、その部分のみを取り上げて原告商品の形態に他の商品と識別し得る独自の特徴があるということはできないし、移動式の浴槽や湯水別送方式については、それ自体は単なる技術思想ないしアイデアであって、具体的な商品形態とは異なるものである(なお、そのうち、特許権等の対象となる部分については、権利の存続期間が既に終了している。)

さらに、前記(2)によれば、入浴車の大きさや装備については、入浴サービス業者が決定することが認められ、しかも、証拠(乙1の3, 6, 乙3)によれば、社会福祉法人等が日本財団から助成金の交付を受けて入浴車を購入する場合には一定の仕様が求められるため、パンフレットに「日本財団仕様」と記載している例もあることが認められるものであり、この点に照らしても、入浴車の形態は、今までにない極めて独創的なものであれば格別、その性質上、需要者において、特定の事業者の製造販売に係る商品であることを示すものであるとの認識を持ち得るものではない。

(4) この項のまとめ

以上の認定判断によれば、原告商品の形態が、不正競争防止法2条1項1号の「他人の商品等表示」に当たるとすることはできない。

2 争点2(原告商品と被告商品の形態の類否)について

上記1の認定判断によれば、不正競争防止法に基づく原告の差止請求及び損害賠償請求は既に理由がないが、念のため、原告商品と被告商品の形態が同一又は類似するものかどうかについて判断する。

(1) 証拠(甲1の1, 2, 甲3, 4, 乙5の1~4, 6の1~4)によれば、次の事実が認められる。

ア 原告商品と被告商品を比べると、バスタブ、清水タンク、灯油ボイラー、ホースなどの搭載される物品の配置は共通している。

イ しかし、各物品の形状は異なっている。例えば、車両後部左側に配置された操作盤、同右側に配置された灯油タンクの大きさや形状は異なる。また、上部に収納される担架の架台の形状は異なっている。清水タンクについても、側面の外観、上部面の突起の数が異なっている。さらに、ボイラーに接続するパイプの形状が異なっている。外観についても、車両の屋根に突き出ている煙突の形状が異なっている。

(2) 上記認定の事実により、入浴車については、ワゴン車の荷物室に必要な物品を搭載する必要からして、物品の配置が自ずから決まるという制約があることを考え併せると、各物品の形状にみられる上記のような相違点は、需要者にとって、入浴車の形態について異なる印象を与えるものである。

そうすると、原告商品と被告商品は、その形態において同一でないことはもちろん、類似すると認めることもできない。

したがって、不正競争防止法に基づく原告の請求は、この点からも理由がない。

3 争点4(不法行為の成否)について

本件において、原告は、仮に被告商品の製造販売が不正競争行為に該当しな

いとしても、被告の行為は、著しく不公正な手段を用いて原告の営業活動を妨害するという取引上の信義則に反するものであり、民法上の一般不法行為（民法709条）に該当すると主張する。

しかしながら、一般に、市場における競争は本来自由であることに照らせば、不正競争行為に該当しないような行為については、当該行為が市場において利益を追求するという観点を離れて、殊更に相手方に損害を与えることのみを目的としてなされたような特段の事情のない限り、民法上の一般不法行為を構成することもないというべきである。

本件においては、そもそも前記2で認定したとおり、原告商品と被告商品は類似するとは認められないから、被告商品は原告商品のデッドコピーと評価することはできないところ、上記のような特段の事情も認められない。したがって、本件においては、被告商品の形態が原告商品の形態に酷似することを理由とする原告の一般不法行為の主張は、採用することができない。

上記によれば、民法上の一般不法行為に基づく原告の損害賠償請求も、理由がない。

第4 結論

以上によれば、原告の請求は、その余の点について判断するまでもなく、理由がない。

よって、主文のとおり判決する。

東京地方裁判所民事第46部

裁判長裁判官 三 村 量 一

裁判官 和久田 道 雄

裁判官 田 中 孝 一

（別紙）

原告商品目録 被告商品目録原告商品配置図