

[事例問題 2] (50点)

【問題】

問1 起案

被告訴訟代理人の立場に立って、別紙1（訴状）及び別紙2（被告代表者（乙川三郎）の言い分）に基づいて、別紙3（答弁書）の空欄1ないし6、及び8に記載すべき文章を起案してください。また、空欄7については、該当する法文の条文番号を解答してください。

なお、以下の注に留意してください。

注1 答弁書は、現在施行されている法令と現在存在する全ての判例に基づいて起案してください。

注2 証拠、添付書類は省略しています。

注3 空欄の大きさは、解答すべき内容及び分量と関係ありません。

注4 この問題の事例は、架空の事案です。

問2 小問

(1) 甲社は、乙社に対し、商品に使用するデザインの製作を委託し、乙社は、日頃からデザイン製作の下請けを依頼している丙社にデザインの製作を再委託した。しかし、丙社は、丁社のウェブサイト上に掲載されていたデザインに酷似したデザインを乙社に納品し、乙社はこれを甲社に納品した。その後、甲社の商品が販売されたが、甲社の商品を見た丁社が、甲社に対し、丁社の意匠権侵害に基づく損害賠償を請求し、甲社は丁社に損害金として1000万円を賠償した。

以上の事案を前提に、以下のア、イ、ウ各設問に解答してください。法律上の根拠は実定法上の根拠があれば、その条文も引用してください。なお、以下のア、イ、ウは相互に独立した設問です。

ア 甲社は、乙社に対し、委託契約違反に基づき、丁社へ賠償した1000万円を請求した。しかし、乙社は、第三者である丙社が丁社のデザインを盗用したのであり乙社に責任はないと主張した。甲社が乙社に対する反論として、民法上どのような根拠に基づく主張をすることができるかについて、法律上の根拠と結論を簡潔に解答してください。

イ 甲社は、丙社に対し、丁社へ賠償した1000万円を請求した。しかし、丙社は、丁社のデザインとは無関係のデザインを納品する予定であったが、丙社

の従業員Aが、丁社のウェブサイトからダウンロードして加工していたデザインを、誤って乙社に納品した、との事実が判明した。この場合、甲社が丙社に損害賠償を請求するためには、丙社に対して、民法上どのような根拠に基づく主張をすることができるかについて、法律上の根拠と結論を簡潔に解答してください。

ウ 上記イの事例において、甲社が、丙社に加え、Aに対しても損害賠償を請求する場合、丙社とAに対し、それぞれいくらの請求をすることができるかについて、根拠と結論を簡潔に解答してください（弁護士費用相当額の損害金、遅延損害金は除く）。

(2) 商標Aの商標権者であるX社は、Y社が商標Aと類似する標章Bを付したY商品を製造販売していたことから、Y商品の製造販売の差止めのほか、商標法第38条2項に基づく損害の額の損害賠償を求める訴訟の提起をすることを検討している。Y社のY商品の現在までの売上は10億円、利益率は50%であるので、5億円に弁護士・弁理士費用相当額を加えた5億5000万円の損害賠償の請求が可能であると考えたが、訴訟提起時に裁判所に納める印紙代を節約するために、訴訟提起時には1億円を請求することとした。

この訴訟に関する以下のア、イ、ウの記述の空欄A～Fを補充してください。なお、空欄の大きさは、解答すべき内容及び分量と関係ありません。また、ア、イ、ウは相互に独立した設問です。

ア 審理の結果、裁判所は、X社の請求を全て認め、1億円の損害賠償を認容する判決を言い渡し、確定した。X社が、更に残額の4億5000万円の損害賠償請求を求めて訴えを提起する場合に、この訴え（後訴）が認められるためには、前訴において、（ A ）であることを明示して訴えを提起する必要がある。このように、残額の損害賠償請求が認められるのは、（ B ）により訴訟物の特定の権能は原告にあるので、訴訟物を損害賠償額の一部であるとすれば、前訴の（ C ）はその一部の損害賠償請求権の範囲にしか及ばないからである。

イ 裁判所は、商標権の侵害の有無（無効論を含む。）を審理し、Y社によるY商品の製造販売は、商標Aの商標権を侵害するとの心証を得たため、この心証を原被告に開示し、損害額の審理に入った。この時点において、X社が、残額の4億5000万円の損害賠償請求権についても当該裁判所において審理して

もらいたいと考えたときには、（ D ）時までに、（ E ）の申立てを行うことができる。

ウ X社がY社を被告として（ A ）であることを明示して訴えを提起した場合、Y社が、X社からの残額の損害賠償請求を防止するためには、反訴として（ F ）訴訟を提起することが考えられる。

訴 状

平成30年8月25日

東京地方裁判所 民事部 御中

原告訴訟代理人弁護士 甲 野 一 郎 ⑩

同 弁理士 甲 山 次 郎 ⑩

〒〇〇〇〇-〇〇〇〇

東京都千代田区外神田〇-〇-〇

原 告 株式会社甲田産業

同代表者代表取締役 甲 田 太 郎

〒〇〇〇〇-〇〇〇〇

東京都中央区銀座〇丁目〇番〇号

甲野法律事務所 (送達場所)

電 話 03 (〇〇〇〇) 〇〇〇〇

FAX 03 (〇〇〇〇) 〇〇〇〇

原告訴訟代理人弁護士 甲 野 一 郎

〒〇〇〇〇-〇〇〇〇

東京都港区青山〇丁目〇番〇号

甲山特許事務所

電 話 03 (〇〇〇〇) 〇〇〇〇

FAX 03 (〇〇〇〇) 〇〇〇〇

原告訴訟代理人弁理士 甲 山 次 郎

〒〇〇〇〇-〇〇〇〇

東京都港区六本木〇丁目〇番〇号

被 告 乙川商事株式会社

同代表者代表取締役 乙 川 三 郎

損害賠償等請求事件

訴訟物の価額 金〇〇〇〇万円

貼用印紙額 金〇〇〇〇円

請 求 の 趣 旨

- 1 被告は、別紙「被告商品目録」記載の商品を輸入し又は販売してはならない。
 - 2 被告は、前項記載の商品を廃棄せよ。
 - 3 被告は、原告に対し、金1000万円及びこれに対する本訴状送達の日
の翌日から支払済みまで年5%の割合による金員を支払え。
 - 4 訴訟費用は被告の負担とする。
- との判決並びに仮執行の宣言を求める。

請 求 の 原 因

1 当事者

原告は、家具、インテリア用品、日用品雑貨、照明器具の製造、販売及び輸出
入等を目的とする株式会社である。

被告は、インテリア・家具・雑貨の輸入・販売等を目的とする株式会社である。

2 原告商品の製造、販売

原告は、別紙「原告商品目録」記載のスライド式収納台（以下「原告商品」と
いう。）を平成25年10月から製造し、全国のホームセンターその他の家具・イ
ンテリア小売店に卸売販売している。

3 被告の行為

被告は、平成29年12月頃から、別紙「被告商品目録」記載の商品（以下、

「被告商品」という。)の輸入及び販売を開始し、現在も、被告のインターネット・ホームページや、インターネット通販サイト、大手ネットショッピングモールである〇〇〇〇市場や□□□□タウン において、被告が輸入した被告商品を販売している。

4 原告商品の形態

原告商品の形態は次のとおりである（別紙「原告商品形態説明書」を参照。）。
なお、原告商品の使用時の形態は、別紙「原告商品使用例」のとおりである。

（ア） 基本形状

- A 木製の下部収納箱と上部箱からなる、全体として木製のローボードであるスライド式収納台である。
- B 下部収納箱は横長の直方体であり、脚部を有することなく床に直接載置する構造となっている。
- C 上部箱は横長の直方体であり、上部箱底面短辺の一端の両角付近には、それぞれ各 1 本（合計 2 本）の木製の脚が取り付けられている。
- D 上部箱は正面と背面の区別がなく、上部箱を下部収納箱の左右いずれの側にも載置可能になっている。
- E 下部収納箱と上部箱は、左右に摺動可能又は回転可能になっており、下部収納箱に対する上部箱の配置が自在である。

（イ） 具体的形状

- F 下部収納箱の大きさは、横幅 1 0 2 5 mm、奥行き 3 8 5 mm、高さ 2 4 0 mm である。
- G 上部箱の大きさは、横幅 1 0 2 5 mm、奥行き 3 8 5 mm、高さ 1 6 0 mm である。
- H 上部箱を下部収納箱に載置した状態で摺動可能又は回転可能とするために、下部収納箱の上面両端には直径約 5 mm の穴が形成され、そこに円柱状の止

め金具を差し込める形状となっており、上部箱の裏面には、当該金具が挿入可能な掘り込みレール部が形成されている。

I 下部収納箱は、中央に仕切り板が設置され、中央やや上部に円柱様の引き手が設置されている引き出しを2つ有している。

J 上部箱は、仕切り板で区切られた箱状の開放部を2箇所有する。

K 上部箱の2本の脚は、上から下に向かって細くなる略円錐様の形状をしている。

5 原告商品形態の商品等表示該当性

(1) 原告商品の形態は、上記のとおりであるところ、スライド式収納台の全体が木製のローボードであり(A)、下部収納箱と上部箱を一体として使用し、その下部収納箱に対する上部箱の配置が自在であるがゆえに(C、D、E)、正面から見た際に、下部収納箱と上部箱との間で左右いずれにおいても任意の位置で階段状の段差が形成され、より立体感にあふれた美感を生じさせ、下部収納箱に対して上部箱を任意の角度をつけて載置することにより、全体としてより立体感にあふれた美感を生じさせるものとなっている。また、下部収納箱も脚部を有することなく、床に直接載置する横長直方体の形状となっているため(B)、上部箱と組み合わせて配置した際に、全体として安定感を有すると共に、すっきりした印象を与えるものとなっている。

すなわち、原告商品は、上記のような独自の美観や印象を与える基本形状AないしEを有する点において、客観的に他の商品とは異なる顕著な特徴を有している。

(2) 原告は、原告商品を平成25年10月から平成29年10月まで4年間、さらに現在に至るまで約4年10か月の長期にわたって製造、販売しているところ、その間、原告商品と類似する形態や特徴を持つスライド式収納台が原告以外の者から販売されたことはなかった。

原告は、原告商品について、新聞折込チラシや、新聞紙面広告・インテリア雑誌広告などを中心に、平成25年10月から平成29年10月までの累計で宣伝広告費に約1億円を支出し、極めて強力に宣伝広告を行った。この金額は同時期までの累計売上高の概ね10%であり、例えば大手家具販売業者の□□□□株式会社の売上高広告宣伝費率6～7%、株式会社△△△△の約3%と比較しても、極めて高い比率の広告宣伝費を支出していることになる。

原告は、原告商品は、販売開始から4年後の平成29年10月頃までには累計5000台を売り上げるヒット商品となった。そして、現在では累計6000台となっている。スライド式収納台は、大量に販売される類の商品ではなく、一般に2000台ないし3000台でヒット商品とされていることからすれば、累計5000台ないし6000台という販売実績は爆発的な販売実績ということができる。

以上のように、原告は、原告商品の形態を長期間独占的に使用し、極めて強力な宣伝広告を行い、爆発的な販売実績を上げたことにより、原告商品の形態は、遅くとも平成29年10月頃までには、スライド式収納台の需要者である一般消費者の間で広く認識されるに至った。

- (3) したがって、原告商品の形態は、不正競争防止法2条1項1号の商品等表示にあたる。

6 原告商品等表示の周知性

上記5(2)で述べた事情のとおり、原告商品等表示である原告商品形態は、需要者間で周知である。

7 商品等表示の類似性

(1) 被告商品の形態

被告商品の形態は、次のとおりである(別紙「被告商品形態説明書」を参照。)

(ア) 基本形状

- a 木製の下部収納箱と上部箱からなる、全体として木製のローボードであるスライド式収納台である。
- b 下部収納箱は横長の直方体であり、脚部を有することなく床に直接載置する構造となっている。
- c 上部箱は横長の直方体であり、上部箱底面短辺の一端には、脚部を有する。
- d 上部箱は正面と背面の区別がなく、上部箱を下部収納箱の左右いずれの側にも載置可能になっている。
- e 下部収納箱と上部箱は、左右に摺動可能又は回転可能になっており、下部収納箱に対する上部箱の配置が自在である。

(イ) 具体的形状

- f 下部収納箱の大きさは、横幅1000mm、奥行き380mm、高さ250mmである。
- g 上部箱の大きさは、横幅1020mm、奥行き390mm、高さ160mmである。
- h 上部箱の裏面の片端にフェルトが張られている。
- i 下部収納箱は、中央に仕切り板が設置され、側面から見てL字状の引き手が正面下部に設置された引き出しを2つ有している。
- j 上部箱は、仕切り板で均等に区切られた箱状の開口部を3箇所にも有する。
- k 上部箱の側板が脚部を兼ねている。

(2) 原告商品の形態と被告商品の形態の商品等表示としての類似性

原告商品は、その基本形状AないしEによって、看者に独自の美観や印象を与えるものとなっており、客観的に他の商品とは異なる顕著な特徴を有している。そして、原告商品の基本形状AないしEと、被告商品の基本形状aないしeは共通するから、被告商品は、原告商品の形状を他の商品から差別化する顕

著な特徴的形狀において、原告商品の形狀と共通する形狀を有している。

他方、原告商品と被告商品は、具体的形狀において、若干の寸法の差異や、使用状態においては見ることができない上部箱の裏面の構造、箱状の開口部の数、引き出しの形狀、上部箱の脚の形狀において若干の相違はあるものの、これらは些末な点での相違に過ぎない。このような若干の相違点以外には、原被告商品の具体的形狀においてもほぼ共通している。

したがって、原告の商品等表示である原告商品の形態と被告商品の形態は、商品等表示として類似しているといえる。

8 誤認混同のおそれ

上記のように、原告商品の形態と被告商品の形態は商品等表示として類似しており、需要者において、一見して異なる商品であると気付くことは困難であるから、被告の行為により、原告商品と被告商品の出所に誤認混同を生じるおそれがある。

9 差止請求権

以上のとおり、被告の行為は、商品等表示である原告商品の形態と類似する形態を有する被告商品を輸入・販売することにより、原告の周知の商品等表示を冒用し、需要者間に出所の誤認混同を惹起させる行為であり、不正競争防止法2条1項1号の不正競争行為に該当する。

そして、原告は、被告の不正競争行為によって、営業上の利益を侵害されているから、同法3条に基づき、被告商品の輸入、販売の差止め及び被告商品の廃棄を求める権利を有する。

10 損害

被告は、平成29年12月頃から、被告商品の輸入及び販売を開始し、1台当

たり金1万9440円（税込み）で販売している。そして、原告商品は、同年11月末までは順調な販売数を維持していたにもかかわらず、同年の年末頃から、被告の行為により、急激に売上数が減少に転じている。

被告商品の販売開始以降、平成30年7月までの販売数量は、累計1000台を下らない。また、被告商品1台当たりの被告らの利益額合計は、少なくとも金1万円を下らない。

したがって、平成29年12月から平成30年7月までの間に、被告らが被告商品の販売により得た利益の総額は金1000万円を下回ることではなく、不正競争防止法5条2項により、上記金額が原告の損害と推定される。

11 まとめ

よって、原告は被告に対し、不正競争防止法2条1項1号、同法3条に基づき、被告商品の輸入、販売の差止めと、被告商品の廃棄を、同法4条、5条2項に基づき、金1000万円及びこれに対する本訴状送達の日から翌日から支払い済みまで民法所定の年5%の割合による遅延損害金を支払うことを求める。

以上

証 拠 方 法

(略)

添 付 書 類

(略)

(別紙)

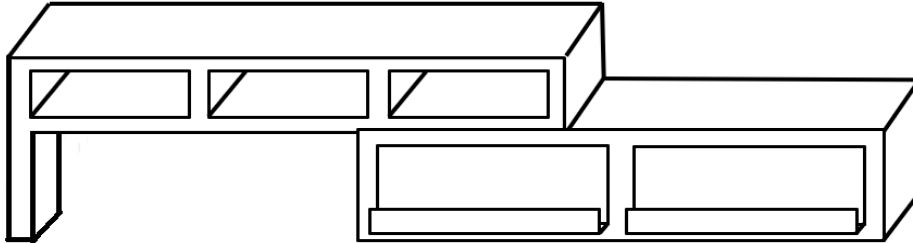
被告商品目録

商品名を「URBAN THEATER」(型番：UT-101)とするスライド式収納
台

(色は、ライトブラウン、ダークブラウン又はホワイト)

(別紙)

被告商品形態説明書



(ア) 基本形状

- a 木製の下部収納箱と上部箱からなる、全体として木製のローボードであるスライド式収納台である。
- b 下部収納箱は横長の直方体であり、脚部を有することなく床に直接載置する構造となっている。
- c 上部箱は横長の直方体であり、上部箱底面短辺の一端には、脚部を有する。
- d 上部箱は正面と背面の区別がなく、上部箱を下部収納箱の左右いずれの側にも載置可能になっている。
- e 下部収納箱と上部箱は、左右に摺動可能又は回転可能になっており、下部収納箱に対する上部箱の配置が自在である。

(イ) 具体的形状

- f 下部収納箱の大きさは、横幅 1 0 0 0 mm、奥行き 3 8 0 mm、高さ 2 5 0 mm である。
- g 上部箱の大きさは、横幅 1 0 2 0 mm、奥行き 3 9 0 mm、高さ 1 6 0 mm である。
- h 上部箱の裏面の片端にフェルトが張られている。
- i 下部収納箱は、中央に仕切り板が設置され、側面から見て L 字状の引き手が正面下部に設置された引き出しを 2 つ有している。

- j 上部箱は、仕切り板で均等に区切られた箱状の開口部を 3 箇所の有する。
- k 上部箱の側板が脚部を兼ねている。

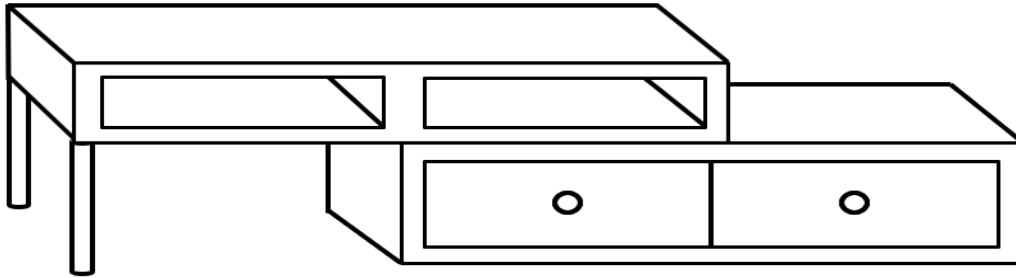
(別紙)

原告商品目録

商品名を「DOUBLE WING」(型番：G－002)とするスライド式収納台
(色は、ライトブラウン、ダークブラウン又はホワイト)

(別紙)

原告商品形態説明書



(ア) 基本形状

- A 木製の下部収納箱と上部箱からなる、全体として木製のローボードであるスライド式収納台である。
- B 下部収納箱は横長の直方体であり、脚部を有することなく床に直接載置する構造となっている。
- C 上部箱は横長の直方体であり、上部箱底面短辺の一端の両角付近には、それぞれ各 1 本（合計 2 本）の木製の脚が取り付けられている。
- D 上部箱は正面と背面の区別がなく、上部箱を下部収納箱の左右いずれの側にも載置可能になっている。
- E 下部収納箱と上部箱は、左右に摺動可能又は回転可能になっており、下部収納箱に対する上部箱の配置が自在である。

(イ) 具体的形状

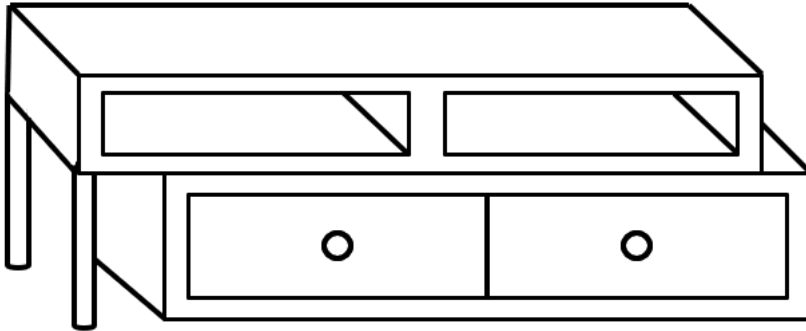
- F 下部収納箱の大きさは、横幅 1 0 2 5 mm、奥行き 3 8 5 mm、高さ 2 4 0 mm である。
- G 上部箱の大きさは、横幅 1 0 2 5 mm、奥行き 3 8 5 mm、高さ 1 6 0 mm である。

- H 上部箱を下部収納箱に載置した状態で摺動可能又は回転可能とするために、下部収納箱の上面両端には直径約 5 mm の穴が形成され、そこに円柱状の止め金具を差し込める形状となっており、上部箱の裏面には、当該金具が挿入可能な掘り込みレール部が形成されている。
- I 下部収納箱は、中央に仕切り板が設置され、中央やや上部に円柱様の引き手が設置されている引き出しを 2 つ有している。
- J 上部箱は、仕切り板で区切られた箱状の開放部を 2 箇所にも有する。
- K 上部箱の 2 本の脚は、上から下に向かって細くなる略円錐様の形状をしている。

(別紙)

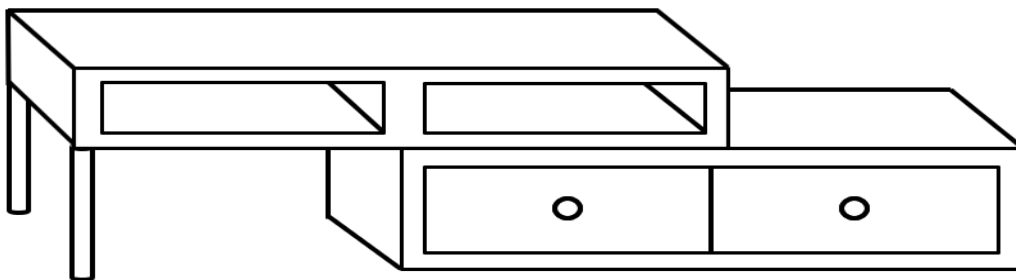
原告商品使用例

使用例①



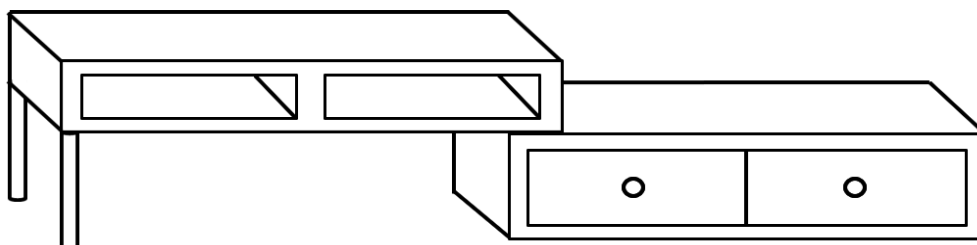
上部箱を、下部収納箱の左側（正面から見て）に、下部収納箱の水平方向で接するように載置した場合の使用例である。

使用例②



上部箱を、下部収納箱の左側（正面から見て）に、下部収納箱の水平方向に、右側半分が載置するような形態で載置した場合の使用例である。

使用例③



上部箱を、下部収納箱の左側（正面から見て）に、右側が載置するような形態（下部収納箱の水平方向に最大限伸長した状態）で載置した場合の使用例である。

被告代表者（乙川三郎）の言い分

- 1 私は、乙川商事株式会社代表者の乙川三郎と申します。当社はインテリア・家具・雑貨の輸入・販売を行っています。

当社は、商品を中国の製造工場から輸入して、自社のインターネットホームページや、〇〇〇〇市場や□□□□タウンなどの通販サイト、大手インターネットショッピングモールで販売しています。

今般、当社の「URBAN THEATER」いうスライド式収納台（以下「当社商品」といいます。）の輸入・販売が不正競争防止法に違反するということで、株式会社甲田産業から訴訟を起こされてしまいましたので、先生方に受任していただきたいと思い、御相談に伺いました。

- 2 甲田産業は、「DOUBLE WING」というスライド式収納台を販売しています（以下「原告商品」といいます。）。甲田産業は、原告商品の形状そのものが、甲田産業の商品であることを示すブランド表示として有名であり、当社商品の形状は原告商品の形状と類似しているから、収納台を購入するユーザーが甲田産業の商品と当社商品を見誤って混同をきたすとして訴えてきたようです。

しかし、甲田産業が原告商品の形状そのものが甲田産業の商品であることを示すブランド表示であると主張している根拠には疑問があります。

甲田産業は、訴状で原告商品の基本形状AないしEを挙げて、原告商品は、下部収納箱と上部箱からなっていて、上部箱の下部収納箱に対する配置を自在に行うことができるのが他の商品とは違う著しい特徴であると主張しているようです。

しかし、上部箱の下部収納箱に対する配置を自在に行うことができるというのは、二段式のスライド式収納台の機能からして、必然的にそのような形状にならざるを得ないところです。そのような形状自体を甲田産業のブランドということ独占できるということになると、甲田産業は原告商品の特許などの権利をとっているわけでもないのに、他の業者は二段式のスライド式収納台を売ってはならないということになりかねません。だとすれば、原告商品の基本形状AないしEを甲田産業の商品であることを示す表示として認めることは不当ではないでしょうか。

他方で、甲田産業が挙げる原告商品の具体的形状FないしKは、上部箱、下部収納箱の寸法、引き出しの形状、上部箱の裏面の構造、箱状の開口部の数、上部箱の脚の形状であるにすぎず、どれもありふれていて、これといった特徴はあり

ません。

また、甲田産業は、原告商品を平成25年10月頃から販売を開始し、平成29年10月までにはその形がユーザーの間で有名になり、その間、原告商品と類似する形状や特徴を持つスライド式収納台が原告以外の者から販売されたことはなかったと主張しているようです。

しかし、それはまったく違うと思います。平成29年10月以前から、原告商品と同様の機能を有する二段式のスライド式収納台は他の業者からも販売されていましたし、当社も販売していました。このことから見ても、ユーザーが原告商品の形状を見て甲田産業の商品だとわかるほどに特徴的であるということはできません。

以上からすれば、甲田産業の原告商品への思い入れはともかく、客観的に見れば、原告商品の形状は他の商品とは違う著しい特徴があるとはいえないのではないのでしょうか。

3 加えて、甲田産業は、原告商品の形状がユーザーの間で有名だと主張している根拠にも大いに疑問があります。

まず、原告商品は平成29年10月の時点で販売開始から4年にわたって販売を続けてきたとのこと。しかし、たった4年程度の期間では、原告商品の形状そのものを原告商品を示すデザイン表示として保護するほどの長い期間の販売実績とはいえないと思います。

また、先に述べましたとおり、原告商品が有名になった時期とされている平成29年10月より前から、同様の機能や形状を採用したスライド式収納台の他社商品は色々とありました。したがって、甲田産業だけが原告商品の形状を独占して使用してきたわけでもありません。

さらに、甲田産業は、広告宣伝費についても、約3年半で1億円、対売上高で約10%も費やしたと主張していて、その額を聞くと一見大変多額のようにも思えますが、専ら原告商品だけのためにこのような広告宣伝費を費やしているわけがありません。新聞折込チラシや紙面広告・インテリア雑誌の広告などのほとんどは、原告が販売している他の多くの商品も掲載されている中に、一緒に原告商品も一部掲載しているというのにすぎません。つまり、原告が販売する多種多様の家具類、多数のインテリア商品も含んでの広告宣伝費ですから、原告商品の宣伝に的をしぼって、極めて強力な宣伝広告活動と経費が費やされたということにはなりません。

そのほか、甲田産業は、スライド式収納台は2000台ないし3000台売ればヒット商品といわれると主張していますが、根拠は不明です。そもそも、何

台売れたらヒット商品になるなどという、客観的な基準があるわけではありません。

以上からすれば、原告商品の形状が、それを見て甲田産業の商品だとわかるほどまでに、長年継続して独占的に使用されてきたとまではいえませんし、極めて強力な宣伝広告がおこなわれたともいえません。

ましてや、原告商品の形状がユーザーの間で有名だともいえません。

- 4 次に、甲田産業は、当社商品の形状が原告商品の形状に似ていると主張しているようです。しかし、この点についても反論したいと思います。

実際のところ、両商品の具体的形状にはいくつかの点で明らかな相違点があります。これらのユーザーの目から見ても明らかな相違点があることは、きちんと裁判所に提出する書面で指摘していただきたいです。

上記に述べたとおり、原告商品の基本形状の点は、原告商品だけが独占できる形状として保護を受けるべきではありませんから、仮に基本形状が似ているとしても、その点を重視して両商品の形状が類似であるというのは誤りだと思います。この点について、甲田産業は、両商品の具体的形状における相違点は些末なものとするべきだと主張しています。しかし、むしろ具体的形状における相違点をこそ重視して、両商品は似ていないというべきです。

- 5 また、甲田産業は、当社商品の販売によって急激に売上が低下し、損害を被ったと主張しています。

しかし、当社は、専らインターネット上の通販サイトや大手ネットショッピング・モールを通じての一般消費者ユーザーへの販売です。当社はホームページの差別化やインターネット広告やSEO対策など、自らの努力でインターネット通販での顧客を開拓してきたのです。他方で、甲田産業は、主としてホームセンターや家具店などへの卸売販売です。

ですから、仮に当社商品の販売がなかったとしても、当社商品の販売数量がそのまま原告商品の販売数量に切り替わるわけがありません。この点についても、先生方に適切に法律的主張をしていただきたいと思います。

- 6 さらに、甲田産業は、当社商品は平成29年12月頃から輸入及び販売を開始したと主張していますが、それは事実ではありません。

本日、当社の輸入品目リストの日誌を資料としてお持ちしましたが、実際には、当社は当社商品を平成29年1月から輸入及び販売を開始しています。この点についても、何か主張ができないものでしょうか。念のために言っておきますが、

当社は甲田産業の製品にフリーライドして消費者に誤認混同を生じさせようとか、甲田産業に損害を与えようとか、そういった目的で当社商品を販売したわけではありません。

- 7 甲田産業の訴えと主張は、以上に申し上げたとおり、インテリア・家具業界に携わる業者の大方の常識に反するものであり、当社は到底、納得できるものではありません。先生方には、どうか甲田産業の訴えを斥けていただきたく、何卒よろしくお願い申し上げます。

以上

(別紙 3)

平成30年(ワ)第○○○○○号 損害賠償等請求事件

原告 株式会社甲田産業

被告 乙川商事株式会社

答 弁 書

平成30年10月14日

東京地方裁判所民事第○○部○係 御中

被告訴訟代理人弁護士 乙 原 四 郎 ⑩

同 弁理士 乙 崎 五 郎 ⑩

〒○○○-○○○○ 東京都千代田区霞が関○丁目○番○号○ビル○階

乙原法律事務所(送達場所)

被告訴訟代理人弁護士 乙 原 四 郎

電話 03(○○○○)○○○○

FAX 03(○○○○)○○○○

〒○○○-○○○○ 東京都港区赤坂○丁目○番○号○○ビル○階

乙崎特許事務所

被告訴訟代理人弁理士 乙 崎 五 郎

第1 請求の趣旨に対する答弁

- 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。
- との判決を求める。

第2 請求の原因に対する認否

- 1 当事者
認める。

- 2 原告商品の製造、販売
認める。

- 3 被告の行為
被告が、被告商品を輸入し、販売している事実は認める。
ただし、被告商品の輸入・販売開始時期は否認する。被告は、被告商品の輸入及び販売を平成29年1月には開始していた。

- 4 原告商品の形態
認める。

- 5 原告商品形態の商品等表示該当性
否認ないし争う。理由は、「第3 被告の主張」第1項で述べる。

- 6 原告商品等表示の周知性
否認する。理由は、「第3 被告の主張」第2項で述べる。

7 商品等表示の類似性

(1) 被告商品の形態

被告商品の形態 a ないし k は認める。

(2) 原告商品の形態と被告商品の形態の商品等表示としての類似性

否認する。理由は、「第3 被告の主張」第3項で述べる。

8 誤認混同のおそれ

否認する。原告商品の形態と被告商品の形態は非類似であるから、混同のおそれも存在しない。

9 差止請求権

争う。

10 損害

被告商品の販売価格、一台当たりの利益の額及び平成30年7月までの累計販売数量は認めるが、その余は否認ないし争う。理由は、「第3 被告の主張」第4項で述べる。

11 まとめ

争う。

第3 被告の主張

1 原告商品の形態の商品等表示該当性について

- (1) 原告は、原告商品の形態が、不正競争防止法2条1項1号の商品等表示性を有すると主張するところ、一般に、商品の形態が商品等表示性を有すると認められるためには、以下の要件を充足する必要があると解される。

すなわち、

空欄 1

(要件①)、かつ、

空欄 2

(要件②) の 2 つの要件をいずれも満たす必要がある。

(2) しかし、原告商品の形態は、以下の理由により、上記の要件①を充足していない。

空欄 3

(3) また、原告商品の形態は、以下の理由により、上記の要件②を充足していない。

空欄 4

(4) 小括

したがって、原告商品の形態に不正競争防止法 2 条 1 項 1 号の商品等表示性は認められない。

2 不正競争防止法 2 条 1 項 1 号の周知性について

上記 1 に述べたところと同様に、原告商品の形態が原告の商品等表示として需
要者間で周知であるとはいえない。

3 原告商品の形態と被告商品の形態は商品等表示として非類似であること

以下に述べるとおり、原告商品の形態と被告商品の形態とは、商品等表示として非類似である。

すなわち、

空欄 5

4 損害について

原告主張の損害については、不正競争防止法5条2項に基づく損害額の推定は及ばない。その理由は以下のとおりである。

空欄6

5 原告は被告に対して差止請求権等を行行使し得ないこと

本件で、原告は、平成29年10月頃までには需要者の間で原告商品の形態が周知性を獲得し、被告の行為は不正競争防止法2条1項1号に該当することから、同法3条に基づく差止請求権等を行行使すると主張している。

しかし、本件では、

空欄7 () 法 () 条 () 項 () 号

の規定により、原告は被告に対して不正競争防止法3条、同法4条に基づく差止請求権及び損害賠償請求権を行行使することができない。

その理由は以下のとおりである。すなわち、

空欄8

6 まとめ

以上のとおりであるから、原告の請求はいずれも棄却されるべきである。

以上