

## 「いつでも簡単トイレ」事件

～ECサイト運営者への商標権侵害の申告が不正競争行為に該当するとして、告知等の差止め及び損害賠償が認められた事例～

大阪地判令和6年3月18日（令和5年（ワ）第893号）  
（裁判所ホームページ知的財産裁判例集）

知的財産法研究会  
室谷法律事務所  
弁護士 室谷 和彦

### 第1 事案

#### 1 概要

本件は、アマゾンにおいて原告各商品（簡易トイレ 6品）を販売していた原告が、被告P1のアマゾン運営者に対する本件各申告（別紙申告一覧表記載の申告）が不競法2条1項21号の不正競争に該当すると主張して、被告ら（被告P1及び被告会社）に対し、次の各請求をした事案である。

- (1) 被告P1に対し、不競法3条1項に基づく、ECサイト運営者に対して原告各商品が被告商標権を侵害する旨の告知等の差止請求
- (2) 被告らに対し、不競法4条（被告P1に対し）及び会社法350条（被告会社に対し）に基づく、損害賠償金2309万0459円（一部請求）及び遅延損害金の連帯支払請求

#### 2 前提事実

##### (1) 原告について

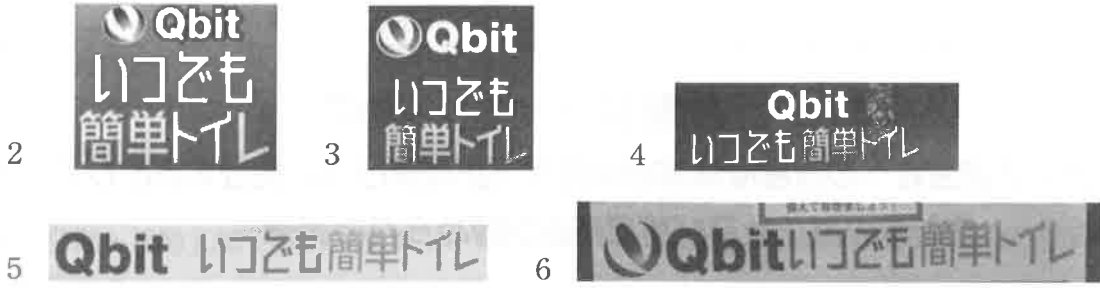
原告は、日用雑貨及び服飾雑貨の販売等を目的とする株式会社である。

原告は、令和4年10月31日当時、アマゾン、楽天市場において、原告各商品を販売していた。原告各商品の商品名は、「Q b i tいつでも簡単トイレ10回分」「Q b i tいつでも簡単トイレ30回分」等であり、下記の原告各標章が付されていた。

原告は、下記の商標権（原告商標権）を有している。

【原告各標章】（原告標章目録から引用）

1 Q b i tいつでも簡単トイレ



11 いつでも簡単トイレ（標準文字）



【原告商標権】

1 【登録番号】 商標登録第6636059号

【出願日】 令和4年7月29日

【登録日】 令和4年11月2日

【登録商標】（標準文字）

Q b i tいつでも簡単トイレ

【商品及び役務の区分並びに指定商品】

第21類 簡易トイレ、非常時・緊急時用簡易トイレ

2 【登録番号】 商標登録第6663718号

【出願日】 令和4年11月11日

【登録日】 令和5年1月18日

【登録商標】



【商品及び役務の区分並びに指定商品】

第21類 簡易トイレ、非常時・緊急時用簡易トイレ

## (2) 被告について

被告会社は、竹活性炭を使用した製品の開発、研究、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P1は、被告会社の代表取締役である。

被告会社は、令和4年10月31日当時、自社ウェブサイトにおいて、商品名を「非常用ささっとトイレ」とする商品を販売していた。被告P1は、被告商標権を有している。

## 【被告商標権】

【登録番号】 商標登録第6533721号

【出願日】 令和3年10月4日（商願2021-123058号）

【登録日】 令和4年3月24日

【登録商標】



## 【商品及び役務の区分並びに指定商品】

第1類 化学剤、廃棄物処理剤

第21類 災害時用簡易トイレ、ペット用トイレ、携帯用簡易トイレ、寝室用簡易便器

## (3) 本件各申告及び原告の対応等

ア 被告P1は、令和4年10月31日、同年11月4日、同月8日、アマゾンの運営者に対し、同社所定の権利侵害申告フォームを使用して、本件各申告（別紙「申告一覧表」記載のとおり）をした。

イ アマゾンで販売されていた原告各商品の一部の商品識別番号（同サイト上の商品識別番号A S I N（Amazon Standard Item Number）及び商品名は、別紙「出品停止・解除一覧表」の「A S I N」欄及び「商品名」欄記載のとおりであり、原告各商品は、10月31日、11月6日、11月10日（同別紙の「出品停止日」記載のとおり）に、出品停止となった。

ウ 原告は、11月2日以降、複数回にわたり、アマゾンの運営者に対し、原告の商品販売が被告商標権を侵害しないとして、出品停止となった商品の速やかな出品再開を求めた。

エ 原告は、11月7日付け通知書により、代理人弁護士を介して、被告P1に本件各申告の取下げを求めたが、同月10日、取り下げない旨の返信を受けた。原告は、同月16日ころ、代理人弁護士を介して、再度被告P1に対し、本件各申告の取下げを求めたが、応じられなかった。

オ 出品停止は、10月31日、11月22日、11月24日（別紙「出品停止・解除一覧表」の「出品停止解除日」欄記載のとおり）に解除となった。<sup>1</sup>

1 原告各商品が出品停止となった期間は、商品により異なるが、1～26日間と短期間であるものの、アマゾンの商品のキーワード検索において、原告各商品は1位に表示されていたものが、本件各申告による出品停止措置を受けた後は、下位に表示されるようになった。そのため、売上が減少した。そして、原告は、本件各申告前と同程度の売上を得るために本件各商品に関する広告費を増大せざるを得なくなったという事情がある。

(4) 仮処分命令申立て等

原告は、同年12月28日、被告P1を相手方として、主文第1項同旨の内容の差止めを求める仮処分命令申立てをした（大阪地裁令和4年（ヨ）第20018号）が、令和5年7月6日、同申立てを取り下げた。

(別紙) 申告一覧表

※いずれも令和4年

番号	申告日	申告内容			証拠
		対象ASIN	対象商品名	申告事項	
1	10月31日	B089K1PCRN	Qbitいつでも簡単トイレ 簡易トイレ 携帯トイレ 防災 トイレ 非常用 防災グッズ 災害用 消臭 15年保存 5 0回分 手袋 便器カバー付き	「いつでもどこでも簡単トイレ」は私の商標です。商品パッケージの文字が酷似しています。お客様が勘違いして購入してしまいます。amazon様の見解をお聞かせください。	乙9の1
2	11月4日	B089K1PCRN	Qbitいつでも簡単トイレ 簡易トイレ 携帯トイレ 防災 トイレ 非常用 防災グッズ 災害用 消臭 15年保存 5 0回分 手袋 便器カバー付き	私の商標である「いつでもどこでも簡単トイレ」を他で認めていません。 専用権を主張します。 アマゾンブランドとしても認められています。 該当商品（ASIN：B089K1PCRN）を購入し現物の確認をしました（注文番号（略））。 この商品のブランドは「Qbit」です。 パッケージに「いつでも簡単トイレ」と大きく記載があり、弊社の営業上の信用が害される恐れがあります。 他人による類似範囲の使用の排除を求めます。 アマゾン様のご意見をお聞かせください。 適切なご対応をお願い致します。	乙9の2
3	11月8日	B0B8C4KHH1	Qbitいつでも簡単トイレ 簡易トイレ 携帯トイレ 防災 トイレ 非常用 防災グッズ 災害用 消臭 15年保存 1 00回分 手袋 便器カバー付 き	「いつでもどこでも簡単トイレ」は特許庁に認められている私の商標です（登録番号第6533721号）。 アマゾンブランドとしても認められています。 権利侵害と思われる商品を購入しました（注文番号（略））。 該当商品のパッケージに「いつでも簡単トイレ」と表記があり私の商標と類似しています。 以上のことから商標権の専用権と禁止権を求め、該当商品（ASIN：B0B8C4KHH1）の権利侵害の申告を行います。	乙9の3

(別紙)

出品停止・解除一覧表

※いずれも令和4年

ASIN	商品名	出品停止日	出品停止解除日	販売価格(税込・円)	証拠
B09X38M1QX	Qbitいつでも簡単トイレ 簡易トイレ 50回分 防災士監修 携帯トイレ 防災トイレ 非常用 防災グッズ 災害用 消臭 抗菌 15年保存 手袋 便器カバー付き 10回×5パック	10月31日	11月26日	3980	甲4の1 甲5の7 甲13の5
B0B8C4KHH1	Qbitいつでも簡単トイレ 簡易トイレ 携帯トイレ 防災トイレ 非常用 防災グッズ 災害用 消臭 15年保存 100回分 手袋 便器カバー付き	10月31日	10月31日	7280	甲4の1 甲5の1 甲13の3
		11月10日	11月24日	7280	甲4の3 甲5の4
B0B5915LMV	Qbit 簡易トイレ 携帯トイレ【いつでも簡単トイレ防災士と開発】 災害用トイレ 防災トイレ 超強力消臭 15年保存 手袋 便器カバー付き 100回分	10月31日	11月22日	6980	甲4の1 (甲5の3) 甲13の6
B09YKWSB4M	Qbitいつでも簡単トイレ 簡易トイレ 携帯トイレ 非常用 100回分 防災士監修 防災トイレ 防災グッズ 災害用 消臭 抗菌 15年保存 手袋 便器カバー付き	10月31日	11月24日	6980	甲4の1 甲5の5 甲13の4
B08RWDC3TJ	(防災士柳原志保氏監修) Qbitいつでも簡単トイレ 簡易トイレ 携帯トイレ 防災トイレ 非常用 防災グッズ 災害用 凝固剤 半永久保存 30回分	10月31日	10月31日	2980	甲4の1 甲5の2 甲13の2
B089K1PCRN	Qbitいつでも簡単トイレ 簡易トイレ 携帯トイレ 防災トイレ 非常用 防災グッズ 災害用 消臭 15年保存 50回分 手袋 便器カバー付き	11月6日	11月24日	3980	甲4の2 甲5の6 甲13の1

※【補足説明】

ASIN「B0B5915LMV」について、申立番号が2種存するが、各申立番号について出品停止又は出品停止解除日のいずれかのみ記載されていることや、被告P1によりアマゾンに対する原告各商品についての権利侵害申告は3回であると認められる(乙10、弁論の全趣旨)ことから、上記のとおり認定した。

## 第2 争点

- 争点1 本件各申告が不競法2条1項21号の不正競争に当たるか
  - 1-1 原告と被告P1が「競争関係にある」か
  - 1-2 本件各申告が「事実」の告知に当たるか
  - 1-3 本件各申告の内容が「虚偽」であるか
- 争点2 被告P1に故意又は過失があったか
- 争点3 違法性阻却事由があるか
- 争点4 原告の被った損害の額
- 争点5 差止めの必要性があるか

## 第3 結論 一部認容

「1 被告P1は、別紙ECサイト目録記載のECサイトの運営者に対し、文書、口頭若しくはインターネットを通じて、別紙原告商品目録記載の各商品について別紙商標権（原告）目録記載1の商標及び別紙原告標章目録記載の各標章を使用することが別紙商標権（被告）目録記載の商標権を侵害する旨を告知し、又は流布してはならない。

2 被告らは、原告に対し、連帯して713万7335円及びこれに対する令和4年11月10日から支払済みまで年3パーセントの割合による金員を支払え。

3 原告のその余の請求を棄却する。

4 訴訟費用は、原告と被告P1との間で生じた分は、これを2分し、その1を同被告の負担とし、原告と被告会社との間で生じた分は、これを3分し、その1を同被告の負担とし、その余をすべて原告の負担とする。

5 この判決は、第2項に限り、仮に執行することができる。」

## 第4 理由

### 1 争点1-1（原告と被告P1が「競争関係にある」か）について

被告らは、原告と被告会社の代表者である被告P1の競争関係について争ったが、裁判所は、次のように判断して、競争関係を認めた。

「原告と被告会社は不競法2条1項21号の競争関係にあるところ（前提事実）、被告P1は、被告会社の代表取締役であるから、その職務に関して、原告と競争関係にあるといえる。本件各申告は、被告会社の競争関係にある原告の販売する競合商品に関する申告であるから（例えば、本件申告2では、『弊社（引用者注：被告会社）の営業上の信用が害される恐れ』について言及している。）、本件各申告は被告会社の職務に関するものであり、原告と被告P1は同号の『競争関係にある』と認められる。」

### 2 争点1-2（本件各申告が「事実」の告知に当たるか）について

#### (1) 本件申告1について

被告らは、本件申告1について、原告各商品のパッケージの文字が被告商標に酷似していることを前提にアマゾンの意見を求めたものであり、主観的な意見の表明であり、事実の告知にあたらないと主張したのに対し、裁判所は、次のように判示して、「事実の告知」に該当すると認めた。

「本件申告1は、被告P1が被告商標の商標権者であること、別紙『申告一覧表』1記載の原告の商品のパッケージ文字が被告商標に酷似しているのでアマゾンの意見を聞きたいことを内容とする<sup>2</sup>。本件申告1には、商標権侵害であるとの断定的表現は含まれていないが、商標権侵害の事実を示唆する内容が含まれている。

また、被告P1は、『申告の種類』を『権利侵害の申告』と選択してアマゾンの申告フォームにより本件各申告を行ったところ(乙9の1ないし9の3)、上記申告フォームを利用した権利侵害の申告は、アマゾンにおいて、『権利所有者は、Amazonに掲載された権利(引用者注:商標権を含む。)を侵害する内容を報告することができます。』『注:以下の情報に法的なアドバイスは含まれていません。出品者の知的財産権または他者の知的財産権に関する質問については、ご自身で法律の専門家に相談してください。』と案内されている(乙8)<sup>3</sup>。そうすると、当該申告フォームを利用した『権利侵害の申告』は、権利侵害の事実を報告することが前提とされている。

このような本件申告1の内容、アマゾンの申告フォームを利用した権利侵害申告の性質等に照らせば、本件申告1は、単なる主観的な意見の表明にとどまらず、事実の告知に当たると認められる。」

## (2) 本件申告2、3について

裁判所は、「本件申告2には、商標権侵害であるとの断定的表現が含まれていないが、商標権侵害の事実を示唆する内容が含まれている上、上記(1)で検討した権利侵害申告の性質に照らせば、本件申告2は、単なる主観的な意見の表明にとどまらず、事実の告知に当たると認められる。」と判断し、本件申告3については、「被告P1が被告商標の商標権者であること、・・・原告の商品が権利侵害品と思われること、同商品について権利侵害申告を行うことを内容とするものであるから、商標権侵害であるとの事実を告知する行為に当たると認められる」と判断している。

## 3 争点1-3(本件各申告の内容が「虚偽」であるか)について

裁判所は、不競法2条1項21号の「虚偽」とは、客観的事実に反する事実であるとした上で、本件各申告が客観的事実に反するか、すなわち、原告各商品の販売が被告商標権を侵害するか、原告各標章が被告商標に「類似」するかを検討し、次のように判示して、本件各申告を「虚偽」のものと認めた。

「商標権侵害の判断の前提となる商標の類否は、対比される両商標が同一又は類似の商品又は役務に使用された場合に、商品又は役務の出所につき誤認混同を生ずるおそれがあるか否かによって決すべきであるが、それには、使用された商標がその外観、観念、称呼等によって取引者、需要者に与える印象、記憶、連想等を総合して全体的に考察すべきであり、かつ、その商品又は役務に係る取引の実情を明らかにし得る限り、その具体的な取引状況に基づいて判断される(最高裁昭和39年(行ツ)第110号同43年2月27日第三小法廷判決・民集22巻2号399頁参照<sup>4</sup>)。また、

### 2 本件申告1の内容

「『いつでもどこでも簡単トイレ』は私の商標です。商品パッケージの文字が酷似しています。お客様が勘違いして購入してしまいます。amazon様の見解をお聞かせください。」

### 3 現在のオンラインフォームでは、表現が若干変更されている。

<https://www.amazon.co.jp/gp/help/customer/display.html?nodeId=201995100>

### 4 氷山事件 最高裁判決

複数の構成部分を組み合わせた結合商標と解されるものについて、商標の構成部分の一部が取引者、需要者に対し商品又は役務の出所識別標識として強く支配的な印象を与えるものと認められる場合や、それ以外の部分から出所識別標識としての称呼、観念が生じないと認められる場合等、商標の各構成部分がそれを分離して観察することが取引上不自然であると思われるほど不可分的に結合しているものと認められない場合には、その構成部分の一部を抽出し、当該部分だけを他人の商標と比較して商標の類否を判断することも許される（最高裁昭和37年（オ）第953号同38年12月5日第一小法廷判決・民集17巻12号1621頁<sup>5</sup>、最高裁平成3年（行ツ）第103号同5年9月10日第二小法廷判決・民集47巻7号5009頁<sup>6</sup>、最高裁平成19年（行ヒ）第223号同20年9月8日第二小法廷判決・裁判集民事228号561頁参照<sup>7</sup>）。

(1) 原告標章1ないし同10と被告商標との対比

ア 原告標章1ないし同10について

原告標章1ないし同10は、「Q b i t」、「いつでも」、「簡単」、「トイレ」の文字(同1、4、5、7、8)及びこれらの文字と丸い絵柄(円の外から中央右下に向けて濃紺から淡い青を経て白色にグラデーションが施され、円の内部に「Q」の字を模した白抜きがされたもの)から構成される結合商標である。これらの標章のうち、「いつでも」、「簡単」の文字部分は、順に、商品の使用の時期、使用の方法又は効能を表示するものにすぎず、「トイレ」部分は普通名称であるから、これらが「いつでも簡単トイレ」と一体として表示されていることを踏まえても、これらの文字部分が商品の出所識別機能を有しているとはいえず、「Q b i t」又は「Q b i t」と上記丸い絵柄部分が強い出所識別機能を有しているといえる。よって、被告商標との類否の判断にあたっては、文字部分を抽出するのは相当でなく、上記「Q b i t」と丸い絵柄の部分を抽出して対比することが相当である(なお、これらの標章の中には、Q b i tや上記絵柄部分と他の文字部分が、横並びになる構成のものや上下の構成のものもあるが、これらの構成の相違は、上記結論に影響しないというべきである)。

そして、「Q b i t」及び丸い絵柄からは「きゅーびっと」との称呼が生じ、特定の観念は生じない。

イ 被告商標について

被告商標は、片手で長い布様のものを所持する赤ちゃん様の絵柄と「いつでも」、「どこでも」、「簡単」、「トイレ」との各文字部分から構成される。このうち、文字部分は、前記長い布様のものの上に「いつでもどこでも」と「簡単トイレ」が2段に配置され、「いつ」「どこ」がロゴ化され、「トイレ」のレの字には、用が足される様子を模式的に示す絵柄が付加されているものの、商品の使用時期、提供の場所、使用の方法又は効能を表示するものにすぎず、「トイレ」部分は普通名称であるから、これらが一体として表示されていることをも踏まえても、これらの文字部分が商品の出所識別機能を有しているとはいえず、赤ちゃん様の絵柄部分が強い出所識別機能を有しているというべきである(仮に文字部分の識別力を考慮するとしても、前記の配置やロゴ化、絵柄の付加といった要素を捨象して考えることはできない)。よって、原告標章1ないし同10との類否の判断にあたっては、(標準文字としての)文字部分を抽出するのは相当でなく、上記赤ちゃん様の絵柄を抽出して対比することが相当である。

5 リラ宝塚事件 最高裁判決

6 SEIKO EYE事件 最高裁判決

7 つつみのおひなっこや事件 最高裁判決



そして、当該部分からは特定の称呼、観念は生じない。

#### ウ 対比

原告標章1ないし同10の「Q b i t」又は「Q b i t」と丸い絵柄部分と被告標章の赤ちゃん様の絵柄部分とを比較すると、外観、称呼、観念のいずれにおいても類似しない（双方の標章の文字部分と上記図柄の組合せを全体として観察しても同様である。）。この点、被告商標の商標登録後に出願された原告商標1及び原告商標2がいずれも商標登録されるに至ったことは、上記判断と整合する。

#### (2) 原告標章11ないし同15について

これらの標章は、「いつでも」、「簡単」、「トイレ」の文字から構成されているが、上記のとおり、これらの文字部分は、商品の使用の方法や効能を表示するものや普通名称であり、出所識別機能を有しているとはいえないから、商標法26条1項2号の商標に該当すると認められる。よって、これらの標章に被告商標権の効力は及ばない。

#### (3) 小括

したがって、原告各標章を付した商品の販売は、被告商標権を侵害する行為に当たらないから、これに反する本件各申告の内容は「虚偽」であると認められる。」

#### 4 争点2（被告P1に故意又は過失があったか）について

裁判所は、「競争者により自己の知的財産権が侵害されたとして取引先等にこれを告知するに際しては、告知者は、少なくとも非侵害品に基づく虚偽の告知とならないように調査を尽くすべき注意義務を負い、このことは告知の相手方がECサイトやいわゆるプラットフォーマーであっても同様である。加えて、証拠（乙8）及び弁論の全趣旨によれば、アマゾン所定の申告フォームを利用した権利侵害申告においては、『侵害されたと思われる知的財産権の特定の情報』と『侵害の内容』を報告しなければならず、当該申告が承認された場合には、責任のある者に対して出品停止を含む適切な措置がとられることとなり、知的財産権に関する質問は専門家に相談するよう案内されており、これによると、申告にあたって、権利侵害の事実について十分調査検討すべき注意義務を負っていることが容易に理解できるところである」と判示して、被告P1が本件各申告にあたって、上記注意義務を尽くしたと認めるに足りる証拠はないとして、過失を認めた。

#### 5 争点3（違法性阻却事由があるか）について

被告らは、本件各申告は、商標権者による正当な権利行使であるとして、違法性阻却を主張したが、裁判所は、「前記のとおり、権利侵害申告であっても不競法2条1項21号の不正競争行為に該当するところ、仮に違法性阻却の抗弁が解釈上成立し得ると考えても、被告らの主張は、違法性を阻却するに足りる具体的事実には当たらない」として、これを否定した。

#### 6 争点4（原告の被った損害の額）について

##### (1) 出品停止期間中に販売されたであろう個数

裁判所は、出品停止期間中に販売されたであろう個数について、過去の販売実績等から算出した平均販売個数に、販売停止日数を乗じて算出した。

## (2) 逸失利益

そして、逸失利益については、売上から「FBA手数料」「販売手数料」「クーポン及び広告費用」及び「商品原価」(凝固剤、手袋、防臭剤、輸送費、関税、輸入消費税、地方消費税、排便袋、便器カバー、説明書、パッケージの費用を含む)を控除して算出した。

## (3) 広告費 (SEO対策費)

また、原告は、出品停止によりそれ以前の検索ランキング(上位)が下位になったので、広告費を増大させたことが本件各申告と相当因果関係のある損害であると主張したのに対し、裁判所は、「この点、ECサイトその他において、自身の扱う商品等が検索で上位に表示されるように最適化するための対策(SEO対策、検索エンジン最適化。)があり、その対策が有償で行われ得ることはうかがわれるが、具体的なSEO対策の内容やそれによる効果はもとより、本件における必要性も明らかでないから、上記広告費を本件各申告と相当因果関係のある損害と認めることはできない」として、SEO対策費を含めることを否定した。

## (4) 損害額

裁判所は、本件各申告により原告の被った損害は、逸失利益648万8487円と弁護士費用64万8848円合計713万7335円であると認定した。

## 7 争点5(差止めの必要性があるか)について

差止めの必要性について、裁判所は、「被告P1が複数回にわたる本件各申告をした上、原告から再三にわたって本件各申告の取下げを求められながら応じなかったことに照らせば、なお差止めの必要性がある」として肯定した。

## 第5 検討

### 1 本判決の意義

本件は、アマゾンサイト内に用意された知的財産権侵害申告用のフォームを使用して行われた商標権侵害の申告が、不競法2条1項21号に当たるかが争われた事案である。

ECサイトを用いて商品を販売する事業者にとり、競合事業者が自社の知的財産権を侵害していると考えられる場合、ECサイト運営者への知的財産権侵害の申告は、侵害行為を簡易かつ迅速に排除できる方法として用いられている<sup>8</sup>。

その反面、申告が結果的に虚偽であった場合には、申告を行った事業者は、不正競争行為を行ったとして、差止及び損害賠償責任を負う危険がある。

本裁判例は、どのような申告が不正競争行為の対象となるかを示すものであり、ECサイト運営者への申告を利用するにあたっての一つの指針となるものである。

8 「Amazonの模倣品対策をまとめた2023年度版ブランド・プロテクション・レポートを発表」と題するレポート (<https://www.aboutamazon.jp/news/innovation/amazons-latest-brand-protection-report-how-were-cracking-down-on-counterfeit-products>) によれば、Amazonグループは2023年、全世界で700万点以上の模倣品を突き止めたとしている。もっとも、この数字は、権利侵害申告によるものだけでなく、ブランド登録制度、刑事事件によるものも含まれている。

## 2 従来の裁判例

ECサイト運営者への知的財産権侵害の申告については、従前から、不正競争行為に該当するとして、告知等の差止め及び損害賠償が認められている。以下に、裁判例を紹介する。

### (1) 東京地判令和2年7月10日（COMAX事件） 裁判所HP

#### ア 事案の概要

本件は、アマゾンサイトを通じて枕、マットレス等の商品を販売している原告が、被告に対し、被告による同サイト運営者に対する商標権侵害に係る告知は虚偽であり、不競法2条1項21号の不正競争行為に該当すると主張し、被告に対し、不競法3条1項に基づき、原告商品の販売が被告の有する商標権を侵害するとの虚偽の事実を第三者に告知又は流布することなどの差止め、同法5条2項、民法709条に基づき、損害賠償金及び遅延損害金の支払いを求めた事案である。

被告は、商標権（COMAX（標準文字） 第17類天然ゴム、ゴム）を有し、平成30年4月頃、アマゾン社が提供する「ブランド登録」<sup>9</sup>サービスに、ブランド名を「COMAX」とするブランド登録を行った。

被告は、平成30年5月頃、上記ブランド登録サービスの権利侵害申告から、申告内容「偽造品であること」と記載し、原告商品が被告の権利を侵害する旨の申告を行った。アマゾン社は、原告商品の出品をキャンセルした。

原告は、商標権（COMAX（標準文字） 第20類 マットレス、まくら、クッション、座布団、家具）を有している。

#### イ 裁判所の判断

裁判所は、「被告各商標は、いずれも、商品区分を『第17類 天然ゴム ゴム』とするものであるから、原告商品は被告各商標権を侵害するものではない。」と判断した上で、本件申告は、原告商品が本件各商標権を侵害していることを趣旨とするものであり、その内容は、被告と競争関係にある原告の営業上の信用を害する虚偽の事実であり、不競法2条1項21号の不正競争行為に該当するとして、告知の差止めを認めた。

また、損害賠償について、被告は、アマゾン社による出品停止措置は本件申告によって原告商品が被告各商標権を侵害すると誤信したことによるものではなく、アマゾン社の出品停止措置と本件申告との間に相当因果関係が無いと主張したのに対して、「アマゾン社による上記出品停止措置は、本件申告に基づいて行われたものであり、本件申告と無関係の理由により行われたものであると認めるに足る証拠はない。」と排斥した上、無形損害50万円を認めた。

#### ウ 本件との比較

COMAX事件においては、権利侵害申告フォームによる申告ではなく、ブランド登録サービスに基づく申告である点で、本件とは異なる。

COMAX事件では、指定商品の関係で商標権侵害でないことが明らかであり、申告にあたり調査が不十分であったといえる事案である。

9 アマゾンでは、知的財産権を保護する制度として、①権利侵害申告フォームによる申告（WEBフォーム申請方式）だけでなく、②ブランド登録制度（登録型プラットフォーム申請方式）を採用しており、②では、登録商標（または出願中の商標）をアマゾンに登録することにより、より積極的なブランド保護を受けることができる。 詳細について <https://brandservices.amazon.co.jp/brandregistry>

(2) 大阪高判令和6年1月26日 ジュリストNo1598・8頁 知財判例速報

原審 大阪地判令和5年5月11日 裁判所HP

#### ア 事案の概要

本件は、アマゾンの運営するアマゾンサイト上に開設している原告サイトにおいて商品を販売している原告が、被告に対し、被告がアマゾンに対して原告サイト上に掲載された画像（原告各画像）が被告の著作権を侵害する等の申告（本件各申告）をした行為が不競法2条1項21号の不競争行為又は不法行為に該当し、当該行為により損害を被ったと主張して、不競法4条又は民法709条に基づき、損害賠償金及び遅延損害金の支払を求めた事案である。

原告は、原告サイトにおいて、原告各画像（本件各商品に係る画像）を付して、本件各商品を販売していた。被告も、被告サイトにおいて、被告各画像を付して、本件各商品<sup>10</sup>を販売していた。

被告は、アマゾンサイトのオンラインフォームから、アマゾンに対し、原告各画像は、被告各画像の著作権を侵害している旨の権利侵害の申告（本件各申告）をしたところ、原告の扱う本件各商品は、アマゾンサイト上での出品が停止された。

#### イ 原審の判断

原審は、被告各画像について、著作物性を否定し、本件各申告が虚偽事実の告知にあたるとして、原告の請求を一部認容した（5万2492円及び遅延侵害金）。

#### ウ 控訴審の判断

控訴審は、被告画像1、2、4ないし10については、特定の芸能人ないし芸能人グループの写真集、卓上カレンダーである平面的な本件商品（上記芸能人ないし芸能人グループの写真が全面に印刷されている。）を、忠実に再現するため真正面から撮影された画像であり、著作物性を否定した。

被告画像3（単語帳に係る画像）については、「芸能人を被写体とする写真が印刷された表紙及び裏表紙を金具のリングから取り外し、各写真を表にして平面上に上下に並べ、その右側に一部裏表紙と重なる形で、63枚の単語カードを写真側を表にして金具のリングを要として扇状に広げたものを撮影したものである」とあり、「被告画像3の表現自体に撮影者の個性が表れている」として著作物性を認めた。

しかし、原告画像3は「その素材の選択・組合せ・配置、光線の調整・陰影の付け方、色彩の配合、素材と背景のコントラスト等において被告画像3と異なる」として「被告画像3の表現上の本質的特徴を直接感得させるものとはいえない」と判示して、著作権侵害を否定した。

そのうえで、裁判所は、「一審原告と一審被告は競争関係にあるといえ、また、上記著作権侵害の事実を申告する行為は一審原告の営業上の信用を害する虚偽の事実を告知する行為といえるから、本件各申告は、客観的に不競法2条1項21号に該当する」として、損害賠償を認めた。

#### エ 本件との比較

当該事案は、アマゾンサイトのオンラインフォームから知的財産権侵害の申告をしている点で本件と同様であるが、著作権侵害が問題となっている点で異なる。

この点に関して、一審被告が、「著作物かどうかの判断は困難なものであり、これを正確に行ってアマゾンに申告することが求められるとすれば、その権利行使を不必要に委縮させる」として、損害賠償責任の有無を検討するに当たっては、諸般の事情を考慮して違法性や故意・過失の

10 本件各商品は、韓国の芸能人に係る商品であり、防弾少年団等の写真集や単語カード、卓上カレンダーである。

有無を判断すべきであると主張したのに対して、大阪高裁は、「権利侵害申告をする者に対しては、侵害通知フォーム所定の同意事項の同意を義務付けることで明確に上記注意義務が課せられ、これに反した場合に被申告者に損害が発生することも容易に予見できることであるから、著作権侵害という法的判断を伴う事実を申告する以上、著作物性の判断が困難であるのであれば専門家に問い合わせることも検討されるべきであって、その判断のための調査検討を怠って虚偽の事実の申告となる権利侵害申告をすることが許されるわけではなく、一審被告の上記主張は採用できない。」と判示した。

### 3 取引先への警告との対比

#### (1) 取引先への警告の場合

##### ア 場面

例えば、特許権者が、他人の商品が自己の特許権を侵害する旨を、当該商品を購入している取引先等に通知した場合において、当該商品が特許権を侵害していないならば、「虚偽の事実」を告知・流布したことになるのが原則である。

##### イ 違法性阻却

もっとも、競業者の取引先に対して、特許権に基づき真に権利行使（競業者から商品を仕入れた者がその商品を販売することは特許権の実施となる）することを前提として、権利行使の一環として警告行為を行ったのであれば、正当行為として違法性が阻却されると考えられる。

問題は、特許権の権利行使の一環としてされたものか、権利行使を装って競業者との取引を控えさせるために行ったかの区別の基準であるところ、バイエル事件において、裁判所は<sup>11</sup>、「当該警告文書等の形式・文面のみならず、当該警告に至るまでの競業者との交渉の経緯、警告文書等の配布時期・期間、配布先の数・範囲、警告文書等の配布先である取引先の業種・事業内容、事業規模、競業者との関係・取引態様、当該侵害被疑製品への関与の態様、特許侵害争訟への対応能力、警告文書等の配布への当該取引先の対応、その後の特許権者及び当該取引先の行動等の、諸般の事情を総合して判断するのが相当である。」と判示した。

この裁判例以降、上記のような判断基準に基づいて、警告が「真に権利行使の一環として警告行為を行ったのか否か」あるいは「権利行使として著しく相当性を欠くか否か」により、営業誹謗に該当するか否かを判断する裁判例が続いている。<sup>12</sup>

##### ウ 故意・過失

また、警告を行った後に、結果的に進歩性欠如により無効理由が認められ、特許権侵害が否定された場合について、「本件特許の無効理由については、本件告知行為の時点において明らかなものではなく、新規性欠如といった明確なものではなかったことに照らすと、前記認定の無効理由について1審被告が十分な検討をしなかったという注意義務違反を認めることはできない。」と判断し、少なくとも故意・過失がない（並列的に、違法性阻却も認めている）として損害賠償責任を認めなかった裁判例<sup>13</sup>もある。

11 バイエル事件 第1審 東京地判平成13年9月20日裁判所HP、控訴審 東京高判平成14年8月29日判時1807号128頁

12 東京地判平成14年12月12日判時1824号93頁〔無洗米事件〕、東京地判平成15年10月16日判時1874号23頁〔サンゴ砂事件〕、東京地判平成16年1月28日判時1847号60頁〔携帯接楽事件（第一審）〕、知財高判平成25年2月1日判時2179号36頁〔紙おむつ処理容器事件〕。

13 知財高判平成23年2月24日判時2138号107頁〔雄ねじ部品事件〕

(2) ECサイト運営者への申告の場合

ア 違法性阻却について

ECサイト運営者への申告は、その申告により、ECサイト運営者が被疑侵害品の出品を停止させる（アマゾンのサイトから商品ページを削除する）ことを目的にしたものであり、ECサイトに対して知的財産権侵害の権利行使を行うこと前提に、その一環としてECサイト運営者に警告することを目的とするものではない。そのため、ECサイト運営者への申告については、正当行為として違法性阻却が認められるような場面を想定するのは困難である。

イ 故意・過失（注意義務）について

また、申告の際に求められる調査検討についての注意義務についても、ECサイト運営者への申告では、結果的に誤った申告であれば「被申告者に損害が発生することを容易に予見」できることからすれば（上記2(2)の裁判例）、取引先への警告の場面以上に、調査検討について高度な注意義務を負うものと考えられる。

この点について、本判決は「知的財産権に関する質問は専門家に相談するよう案内されており、これによると、申告にあたって、権利侵害の事実について十分調査検討すべき注意義務を負っている」と判示していることからすれば、申告にあたっては、少なくとも専門家に相談して、十分な調査検討をなすべき義務を負っているといえる。

#### 4 ECサイト運営者への知的財産権侵害の申告をどう活用すべきか

(1) 有用性

ECサイト運営者への知的財産権侵害の申告は、訴訟や仮処分によらず、迅速かつ簡易に侵害状態を排除することができる<sup>14, 15</sup>。アマゾンの場合であれば、原則として、申告から10日以内に、被疑侵害品を掲載しているページ（カタログ）が削除されることになる。

(2) 危険性

もっとも、申告に誤りがあれば、その申告は信用毀損行為として、申告者は差止・損害賠償の責任を負うことになる。そのため、申告にあたっては、権利侵害か否かについて、十分な調査検討をなすべき義務がある。

(3) 活用すべき場面

ア このようなことからすれば、専門家に相談することなく、安易に申告することは、控えるべきであろう。

イ 相談を受けた専門家としては、まずは、通常の権利行使、すなわち、出品者に対する警告をなすべきである。警告は、警告書を郵送するのが通常ではあるが、出品者の住所や正確な氏名が明らかでない場合には、サイト上に記載されたアドレスにメールを送ることになろう。

14 ECサイトにおける模倣品対策については、ジェトロ作成にかかる下記報告書が詳しい。

独立行政法人 日本貿易振興機構 知的財産課「ECサイトにおける模倣品対策を講ずるための基礎情報調査考察レポート（2024年3月）」 <https://www.jetro.go.jp/world/reports/2024/02/3ed7cbf96e941e22.html>

15 合理的期間内にECサイト運営者が削除しない場合には、商標権侵害の責任を問われる可能性を認めつつ、楽天は商標権侵害の事実を知ったときから8日以内という合理的期間内に是正したとして、責任を否定した判決がある（知財高判平成24年2月14日「Chupa Chups」事件）。

ウ 上記イの警告を行っても相手方から何の対応もなく、その出品について知的財産権侵害が明らかであり（いわゆる偽物など）、放置すると損害が拡大（回復できない）する場合には、やむをえず、ECサイト運営者への権利侵害の申告をなすことになろう。<sup>16</sup>

以 上

---

16 もっとも、申告により損害が生じるのは、ECサイト運営者において、出品停止（ページ全体の削除）を行う（その結果、検索の順位低下）からであって、ページ全体の削除ではなく、侵害となっている文字や画像だけをサイト上から表示できなくするのであれば、申告により生じるダメージは小さくなる。そのような制度のもとでは、権利侵害申告に際して、これほど消極的になる必要もないと思われる。