

Yコネクター事件 ～カテーテル用コネクターの形態が類似しているとして、 不競法2条1項1号違反が肯定された事案～

東京地判令和6年11月22日（令和5年（ワ）第70036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、原告が、被告に対し、原告の販売する原告商品の主要な構成品であるYコネクター（以下「原告Yコネクター」という。）の形態が原告の商品等表示として需要者の間に広く知られており、被告が原告Yコネクターの形態と類似するYコネクター（以下「被告Yコネクター」という。）を主要な構成要素とする被告商品を製造し、販売する行為は、原告の商品と混同を生じさせる行為であって、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、同法3条1項に基づき被告商品の製造及び販売の差止めを求めた事案である。

2 原告商品 （原告商品目録）

バルーン拡張式血管形成術向けカテーテル用コネクター「グッドテックYコネクターセット」
（医療機器承認番号21100BZZ00564000）

ただし、二弁式のYコネクターであり、「OKAYⅡタイプ」が含まれるものであって、上記販売名のほかに「TYPE：OKAYⅡ」のシリーズ名が付されるもの。

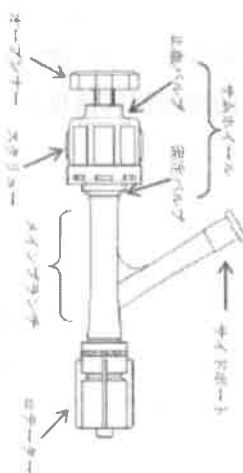
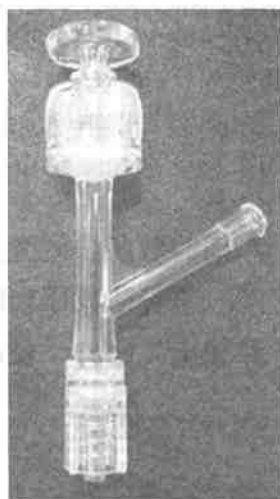
当該シリーズ商品には、同梱される附属品（インサーター、トルクデバイス及び延長チューブ）の有無及び構成内容に応じてAセットからHセットのバリエーションがあるが、全てに別紙原告Yコネクターの形態と名称に掲載した図面に示した「OKAYⅡタイプ」のYコネクターが含まれる。

3 被告商品1¹（被告商品目録1）

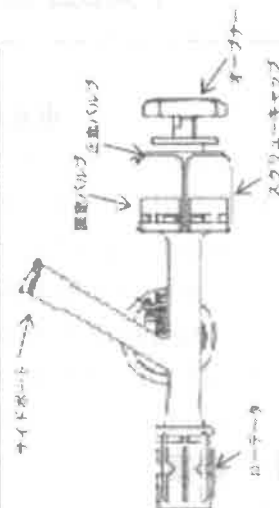
商品名：TMPスマートコネクタ

ただし、二弁式バルーン拡張式血管形成術向けカテーテル用コネクタであって、「TMP YコネクタI」（医療機器承認番号30400BZX00258000）として製造販売承認を得ているもののうち、Yコネクタとして、「スタンダード」及び「レバー付スタンダード」が選択される商品構成のもの。

【原告 Yコネクタ】



【被告 Yコネクタ】



4 バルーン拡張式血管形成術向けカテーテル用コネクタの概要

バルーン拡張式血管形成術向けカテーテル用コネクタとは、血管造影や血管内手術を行う際に、患者の体内に挿入されているガイディングカテーテル（親カテーテル）等に接続し、手技中の血液の漏れの軽減や、併用するカテーテル又はガイドワイヤーの操作を補助し、更には造影剤、薬液又は生理食塩液の注入、圧力測定等を行うために用いられる管理医療機器である。バルーン拡張式血管形成術向けカテーテル用コネクタは、主に、上記手術等を行う循環器内科、脳神経外科等の医師が使用する。

バルーン拡張式血管形成術向けカテーテル用コネクタは、Yコネクタ、インサーター、トルクデバイス、延長チューブ等から構成され、その主要構成部品は、Y字型の形状のYコネクタである。

Yコネクタは、主管であるメインブランチ、血液の漏れを防止する止血機能を有するサムホイール、造影剤、薬液又は生理食塩液の投入、圧力監視などを行うための開口部が設けられたサイドポート、親カテーテルなどの手元部にあるハブなどに接続するローテータ（ローテータとも

1 本件訴訟において、差止請求の対象となった被告商品は、2種類が挙げられていたが、本稿では、差止めが認められた被告商品1のみを取り上げている。

被告商品2については、裁判所は、一部の商品について「被告が同商品の製造及び販売を予定していることをうかがわせる事情があるとは認められない」とし、また、「原告Yコネクタと類似しない形態も含まれるおそれがある」として、「差止めを認めるのは相当ではない」と判示して、製造販売差止請求を棄却している。

呼ばれる。)から構成される。二弁式のYコネクター（以下「二弁式Yコネクター」という。）では、サムホイールに止血バルブと固定バルブが設けられている。

5 原告商品の販売等

原告は、平成14年9月から現在に至るまで、原告商品を製造、販売している。また、原告は、学術集会や見本市において原告商品を展示して広告宣伝活動をしていたほか、販売業者の営業員が医療機関を訪問し、商品紹介や説明を行うなどの営業活動を継続している。

6 被告商品の販売等

被告は、令和4年12月、被告商品（販売名「TMPスマートコネクタ」）につき、製造販売の承認を受けた。この被告製品のうち、被告は、「TMP YコネクターI」（医療機器承認番号30400BZX00258000）につき、製造及び販売を予定している。

第2 主な争点

- (1) 原告Yコネクターの形態が不競法2条1項1号所定の商品等表示といえるか（争点1）
- (2) 原告Yコネクターと被告Yコネクターの各形態が同一又は類似であるか（争点2）
- (3) 被告製品の製造及び販売が混同を生じさせる行為に該当するか（争点3）

第3 判決

裁判所は、被告商品1について、製造販売差止請求を認容した。

争点1（原告Yコネクターの形態が不競法2条1項1号所定の商品等表示といえるか）について

(1) 商品の形態の「商品等表示」該当性

「商品の形態は、本来的には、商品の技術的な機能及び効用の発揮や美観の向上等の見地から選択されるものであり、商品の出所を表示する目的を有するものではないが、特定の商品の形態が、他の同種の商品と識別し得る独自の特徴を有し、かつ、その形態が長期間継続的・独占的に使用され、又は短期間でも効果的な宣伝広告等がされた結果、特定の営業主の商品であることの出所を示す出所識別機能を獲得するとともに、需要者の間に広く認識されることにより、商品の形態自体が特定の出所を表示する二次的意味を有するに至る場合がある。そして、このような商品の形態は、不競法2条1項1号によって保護される他人の周知な商品等表示に該当するものと解される。そうすると、商品の形態自体が特定の出所を表示する二次的意味を有し、同号所定の『商品等表示』に該当するためには、①商品の形態が客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有しており（特別顕著性）、かつ、②需要者においてその形態を有する商品が特定の事業者の出所を表示するものとして周知になっていること（周知性）を要するものと解すべきである。

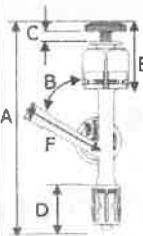
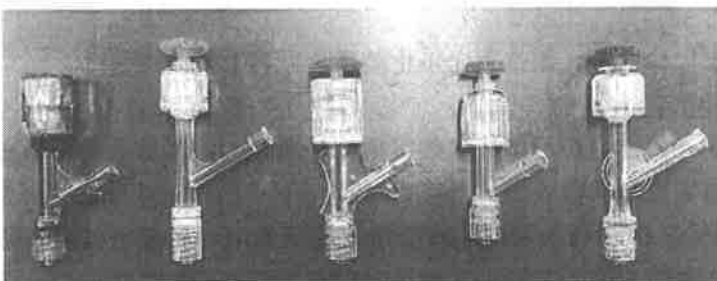
もっとも、商品の形態が商品の技術的な機能及び効用を実現するために他の形態を選択する余地のない不可避的な構成に由来する場合、そのような商品の形態自体が『商品等表示』に当たるとすると、当該形態を有する商品の販売が一切禁止されることになり、結果的に、特許権等の工業所有権制度によることなく、当該形態によって実現される技術的な機能及び効用を奏する商品の販売を特定の事業者に独占させることにつながり、しかも、不正競争行為の禁止には期間制限が設けられていないことから、上記独占状態が事実上永続することを許容することになる。した

がって、上記のような商品の形態に「商品等表示」該当性を認めると、同1号の趣旨である周知な商品等表示の有する出所表示機能の保護にとどまらず、商品の技術的な機能及び効用を第三者が商品として利用することまで許されなくなり、かえって、事業者間の公正な競争を確保し、もって国民経済の健全な発展に寄与するという不競法の目的に反する結果を招くことになる。したがって、商品の形態が商品の技術的な機能及び効用を実現するために他の形態を選択する余地のない不可避的な構成に由来する場合には、「商品等表示」に該当しないと解するのが相当である。

他方、商品の形態が商品の技術的な機能及び効用に由来するものであっても、他の形態を選択する余地がある場合は、そのような商品の形態が『商品等表示』に当たるとして同形態を有する商品の販売が禁止されても、他の形態に変更することにより同一の機能及び効用を奏する商品を販売することは可能であり、上記のような弊害は生じない。したがって、商品の形態が商品の技術的な機能及び効用に由来するものであっても、他の形態を選択する余地がある場合は、当該商品の形態につき、上記の特別顕著性及び周知性が認められれば、『商品等表示』に該当し得るといふべきである。」

(2) 原告Yコネクターの特別顕著性

裁判所は、原告Yコネクターの特別顕著性について検討するに際し、考慮すべき他の同種商品は、二弁式Yコネクターであるとしたうえで、販売されている二弁式Yコネクターの形態と原告Yコネクターの形態を比較した（別紙 二弁式Yコネクター比較）。

(別紙) 二弁式Yコネクター比較							
							2021/09/01 パリエーション 追加発売
	原告Yコネクター	原告Yコネクター	原告Yコネクター	原告Yコネクター	原告Yコネクター	原告Yコネクター	原告Yコネクター
承認日	1994.10.12	1999.8.12	2020.5.21	2014.8.6	—	2016.5.12	1994.2.3
製品長A	74mm	87.99mm	82.30mm	72.65mm	87.70mm	72mm	74mm
サイドポート角度B	60°	60°	58°	60°	60°	60°	40°
オープナー脚長C	0mm	4.75mm	4.80mm	4.88mm	4.50mm	5	6
ローテータ長さD	19.40mm	23.10mm	19mm	19mm	19.40mm	19mm	21mm
サムホイール長さE	29.61mm	27.90mm	33.88mm	33.82mm	27.50mm	—	24.31mm
サイドポート長さF	27.55mm	35.70mm	31.29mm	25.81mm	34.20mm	—	22.17mm
最大耐圧	400psi	500psi	43.5psi	43.5psi	600psi	43.5psi	—
最大機器サイズ	8.7Fr	10Fr	7.6Fr	9Fr	9Fr	9Fr	9Fr

(裁判所HPから引用 裁判所HPには「添付文書1」として、カラーの写真が掲載されている)

そのうえで、裁判所は、原告Yコネクタの特徴（ア）～（カ）について、下表のとおり、特別顕著性を有するかについて検討した。

その結果、裁判所は、「原告が主張する原告Yコネクタの形態的特徴のうち、オープナー以外が全て無色透明であり、かつ、オープナーは透明でありながら単色で着色されている点（本件特徴（エ））と、全長が約88mmで、全長、サムホイール、メインブランチ及びローテータの概ねの比率が、4:1:2:1である点（本件特徴（オ））の二点について、客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴であると認められる」「そして、原告Yコネクタは、特別顕著性が認められる本件特徴（エ）及び（オ）に係る形態に、個別にみれば顕著な特徴を有しているとまではいえないその余の形態を組み合わせ、それらを一体化した形態を形成したものであるから、原告Yコネクタの形態を全体的に観察すれば、特別顕著性、すなわち、客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有していると認めることができる。」と判断した。

	原告Yコネクタの形態的特徴 裁判所認定	特別顕著性 裁判所認定
(ア)	メインブランチや、それより少し断面径の大きいローテータと比較して、さらに断面径が大きいサムホイールを有している。	× 他の二弁式コネクタにも認められるありふれたもの
(イ)	サムホイール部は、円柱形上のスクリーと、その上端部に上下に摺動可能な側面視T字状（平らな円盤状部材を円中心に垂直に軸部で支えている形状）のオープナー（オープンナーともいう。）を備えている。	× 他の二弁式コネクタにも認められるありふれたもの
(ウ)	スクリーの上端部に止血弁を、同下端部に固定弁を内蔵する二弁式である。	× 他の二弁式コネクタにも認められるありふれたもの
(エ)	オープナー以外が全て無色透明であり、かつ、オープナーは透明でありながら単色（黄色）で着色されている。	○ メディカル・イノベーション社Yコネクター1及びカネカ社Yコネクタは、オープナーの色彩には透明感がなく、かつ、スクリーの内部がオープナーと同系色に着色されており、また、メディットメディカル社Yコネクタは、オープナーは透明感がありながら単色（青色）に着色されているものの、スクリー及びローテータの一部が着色されているから、これらの商品は、本件特徴（エ）を有しない。・・・客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有している。

(オ)	全長が87.99mm、サムホイールの上端から下端までの長さが27.90mm、ローテータの長さ（ローテータ上端から原告Yコネクタ－下端まで）が23.10mmであるから、同数値から計算されるメインブランチの長さは、36.99mmである。したがって、全長、サムホイール、メインブランチ及びローテータの比率は、約4:1.3:1.7:1.1である。	○ 二弁式Yコネクタ－は、ショートサイズを除くと、全長72mmのものから全長78.99mmのものまで幅があり、さらに、ショートタイプの場合は、その全長が58mmのものもある。そして、原告Yコネクタ－以外の二弁式Yコネクタ－は、被告Yコネクタ－を除くと、全長が原告Yコネクタ－に最も近いカネカ社Yコネクタ－でも約82mmであって、原告Yコネクタ－の全長とは約6mmの差があること、原告Yコネクタ－のサムホイールの長さは27.90mm（スクリー－の長さは16.04mm）であるのに対し、別紙二弁式コネクタ－比較及び証拠（乙24）によれば、上記カネカ社Yコネクタ－のサムホイールの長さは33.88mm（スクリー－の長さは22.22mm）と長く、被告Yコネクタ－を除き、原告Yコネクタ－と概ね同様の全長、サムホイール、メインブランチ、ローテータの比率を有する形態の商品はなかったと認められる。そうすると、Yコネクタ－の全長が約88mmで、全長、サムホイール、メインブランチ、ローテータの概ねの比率が、4:1:2:1とする形態の二弁式Yコネクタ－は、原告Yコネクタ－のみであって、ありふれたものとはいえない・・・客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有している。
(カ)	メインブランチの下端から約8mm位置の側面に約60度の角度で斜め上方へ分岐する長さ約36mmサイドポートが設けられており、メインブランチとサイドポートが接する辺（水かき様部材を除く。）の長さは約6mmである。	× 他の二弁式Yコネクタ－の具体的な長さ不明。 アボット社も60度

(3) 周知性

裁判所は、次のように判示して、周知性を肯定した。

「原告が原告商品の製造販売を開始した平成14年9月の時点から、原告Yコネクタの形態が客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有していたことに加え、・・・原告は、展示会における広告宣伝や医師に対する営業等を継続して売上げを伸ばし、原告が製造するYコネクタは、Yコネクタが使用されるPTCA市場において、平成20年以降、販売数量、販売金額ともに5割以上のシェアを獲得し、令和4年には、販売数量で7割、販売金額で約8割のシェアを獲得していたものであり、原告が販売するYコネクタの約70パーセントは原告商品（YコネクタにOKAYⅡタイプのものが選択されて、これに付属品が組み合わされる商品）であった。そうすると、二弁式Yコネクタに限った市場データは存在しないものの、二弁式Yコネクタ市場において原告商品が占めるシェアは、Yコネクタ全体に占める割合よりも更に高いものと推認される。これらの事情に照らすと、原告Yコネクタの形態は、その形態が原告によって長期間独占的に使用されてきたことにより、平成20年頃には、原告の出所を示すものとして需要者である医師を中心とする医療従事者に広く認識されるに至ったこと、すなわち、周知性を獲得したことが認められる。」

(4) 技術的機能・効用を実現するために不可避的な構成に由来するか

裁判所は、本件特徴（ア）（ウ）については、商品の技術的な機能及び効用を実現するために他の形態を選択する余地のない不可避的な構成に由来すると判断し、（イ）（エ）（オ）（カ）については、他の形態を選択する余地があるとして、判断した。

(5) 小括

裁判所は、「原告Yコネクタの形態は、全体として特別顕著性が認められ、かつ平成20年以降、不競法2条1項1号にいう商品等表示として需要者の間に広く認識されたものとなっていたと認められる。」として、周知商品表示性を肯定した。

争点2（原告Yコネクタと被告Yコネクタの各形態が同一又は類似であるか）について

(1) 判断基準

裁判所は、「ある商品等表示が不競法2条1項1号の『類似』に該当するか否かは、取引の実情の下において、取引者又は需要者が、両表示の外観、称呼又は觀念に基づく印象、記憶、連想等から両者を全体的に類似のものと受け取るおそれがあるか否かを基準に判断するのが相当である（最高裁昭和57年（オ）第658号同58年10月7日第二小法廷判決・民集37卷8号1082頁、最高裁昭和56年（オ）第1166号同59年5月29日第三小法廷判決・民集38卷7号920頁参照）。」と判断基準を示したうえ、次のように判断して、類似性を肯定した。

【原告Yコネクター】



【被告Yコネクター】



(判決書から引用 裁判所HPではカラーの写真が掲載されている)

(2) 類似性の判断

「・・・原告Yコネクターの形態と被告Yコネクターの形態は、全長（原告Yコネクター 87.99 mm、被告Yコネクター 87.80mm）、スクリューの形状が円柱状であること、全体が透明な部材で製作され、オープナーは暖色系の色彩で着色されている点で共通しており、・・・全体的な寸法割合も非常に似かよっているところ、特に寸法や色彩といった構成が類似していることから、それらの外観により、需要者である医師を中心とした医療従事者は、両表示が全体的に類似するとの印象を受けるものといえる。

他方で、・・・原告Yコネクターと被告Yコネクターの形態の差異として、①原告Yコネクターのオープナーは、黄色に着色された透明な部材で、その外縁の6か所に小さな凸部が均等に離れて存在しているのに対し、被告Yコネクターのオープナーは、透明感がないオレンジ色に着色された部材で、外縁全体に連続的に10個の半円状の凸部がある花卉形状となっている点、②原告Yコネクターのスクリューは、単純な円柱状ではなく、全体として上部約3分の2の部分がその中心部に若干の膨らむ形で丸みを帯びた形状であり、また、スクリューの上側約3分の2の箇所には45度間隔の幅で8つの凹部があるのに対し、被告Yコネクターのスクリューは、スクリュー全体が円柱状の形状であり、上側約3分の2の部分の直径が下側約3分の1の部分の直径より若干細くなる形状であり、外周に90度間隔でスクリューの軸方向と平行に全体的に4つのリブ状の凸部が設けられており、スクリューの下部にあるCリングもオレンジに着色されている点、③被告Yコネクターには、メインブランチとサイドポートの接合部分にシボ加工が施されており、透明感のない素材が利用された円形の支持部が設けられており、同部分には、被告の社名を示す『T M P』と商品名を示す『S m a r t』の文字が刻印されている点、④原告Yコネクターのローテータは、全体として無色透明な部材が使用され、ローテータの上部約4分の1の箇所から下端にかけて凸型のリブは4箇所あるのに対し、被告Yコネクターのローテータは、ローテータ全体は無色透明な部材が使用されているが、上部に設けられているCリングがオレンジ色に着色されており、ローテータの全体に凸型のリブが8箇所ある点、⑤被告Yコネクターは、従来のYコネク

ターの使用時における医師の負担や不便さを解消するためのアタッチメントを取り付けることができるという機能の拡張性を有する点が存在する。しかし、これらの相違点のうち、①については、色彩の相違はあるものの同系色での相違にすぎず、オープナーの形状の違いは上面から観察しないと判別できない程度の差異にとどまること、②及び④のスクリューの形状並びにスクリュー及びローテータにある凹凸のリブの違いも、被告Yコネクターは一部がオレンジ色に着色されている点を除いてはスクリュー及びローテータが無色透明であるため、凹凸のリブが目視では分からないこと、⑤については、アタッチメントを取り付けるためのフランジ自体は、目立たず目を引くものではないことからすると、①、②、④及び⑤はいずれも些細な相違点にすぎないといえる。また、③については、他の相違点との比較において、目を引くものといえるものの、全体的な構成からは一部にとどまっている上、同部分に表示された商品名の表示は必ずしも視認性が高いものではない。

以上の共通点及び相違点を総合すると、原告Yコネクターの形態と被告Yコネクターの形態は、需要者が受ける全体的な印象が類似しており、上記共通点は、上記相違点よりも需要者に強い印象を与えるものであると評価することができるから、原告Yコネクターの形態と被告Yコネクターの形態については、不競法2条1項1号の『類似』性を認めることができる。』

争点3（被告商品の製造及び販売が混同を生じさせる行為に該当するか）について

「(1)不競法2条1項1号の『混同を生じさせる行為』とは、商品又は役務について出所が同一であると誤認させ、あるいはその営業につき主体が同一であると誤認させる場合に限られず、混同を生じさせるおそれがあればよく、また、他人の周知の商品等表示と同一又は類似のものを使用する者と当該他人との間にいわゆる親会社、子会社の関係や系列関係等の緊密な営業上の関係又は同一の表示の商品化事業を営むグループに属する関係が存すると誤信させる行為も含まれると解される（最高裁昭和44年（オ）第912号同年11月13日第一小法廷判決・裁判集民事97号273頁、最高裁昭和57年（オ）第658号同58年10月7日第二小法廷判決・民集37巻8号1082頁、最高裁平成7年（オ）第637号同10年9月10日第一小法廷判決・裁判集民事189号857頁参照）。

(2)前記1(4)の認定事実のとおり、原告商品及び被告商品は、医療機器の製造販売業者や販売業者の担当者が、実際にこれを使用する医師に、当該医療機器の特色、機能、使用方法等に関する説明を行い、臨床用のサンプルを提供して実際の使用感を確認してもらい、当該医療機器を購入する場合は、販売業者に対して当該医療機器を発注するというプロセスをたどって取引されており、その際も、医療機関は、JANコードで商品を管理するか、JANコードによる管理がされていない場合であっても、品名の他に品番で識別管理がされ、それらを注文書に記載することで商品が特定されている。また、前提事実(2)及び前記1(1)アの認定事実のとおり、二弁式Yコネクターは、バルーン拡張式血管形成術等の手術等において医師が用いる医療機器であって、病棟などに入院している患者にも使用される医療機器や、看護師も取り扱う医療品とは異なり、その使用者は、バルーン拡張式血管形成術向けカテーテルを手術等で使用する医師に限られており、主たる需要者である医師は、担当者から説明を受けた上で、その形態のみならず、臨床用のサンプルを使った際の使用感や、術式への適合性など機能面を考慮して医療機器を選択するといえる。そのような点を考慮すると、被告Yコネクターの形態が原告Yコネクターのそれと類似しているからといって、一般取引者である医療関係者及び主たる需要者である医師において、必ず原告商品と被告商品の出所が同一であると誤認するとまでは認められない。

もっとも、前記2(4)で説示したとおり、原告商品が二弁式Yコネクターの中で高いシェアを長年にわたって維持してきたのに対し、原告商品が上市した平成14年9月から現時点までにおい

て、原告Yコネクターと類似する寸法を有し、全体が無色透明でオープナーの色彩が暖色系である商品は市場に全く存在しておらず、証拠（甲20、乙39）によれば、二弁式Yコネクターにおいて、原告商品に次いで一定のシェアを有していたのは、原告商品とは全く異なる特徴を有するアボット社Yコネクター及びメリットメディカル社Yコネクターであったと認めることができる。このようなシェアの状況に照らすと、主たる需要者である医師の中には、原告Yコネクターを全体的な寸法及び全体が無色透明でオープナーの色彩が暖色系のものという形態的特徴で認識している者が存在する可能性があるといえることができる。さらに、原告商品及び被告商品のカタログやパンフレット（甲2、14、乙9）には、製造販売業者が記載されているものの、各企業の営業上の関係性までは明記されていないことも考慮すると、原告Yコネクターの形態と被告Yコネクターの形態の全体的な印象が類似していることにより、主たる需要者である医師において、原告と被告との間に親会社、子会社の関係や系列関係等の緊密な営業上の関係又は同一の表示の商品化事業を営むグループに属する関係が存すると誤信するおそれがあると認めるのが相当である。

以上によれば、被告による被告商品の製造及び販売は、不競法2条1項1号にいう『混同を生じさせる行為』に当たると認められる。」

第4 検討

1 本判決の意義

- (1) 本判決は、不競法2条1項1号における、①商品等表示該当性、②類似性の「あてはめ」について、実務上参考になる。
- (2) 最近の裁判例において、医療用品について、不競法2条1項1号の混同のおそれを肯定する裁判例と否定する裁判例に分かれていた。本件においては、出所の混同（狭義の混同）は認められないとしても、親会社、子会社の関係や系列関係等の緊密な営業上の関係又は同一の表示の商品化事業を営むグループに属する関係が存すると誤信するおそれがある（広義の混同）として、混同のおそれを肯定した点で、特徴がある。

2 原告Yコネクターの商品等表示該当性

商品形態が、「商品等表示」に該当するためには、①特別顕著性、②周知性を要するところ、本件においては、①特別顕著性について、色と寸法（あるいは、部位の比率）をもとに、特別顕著な特徴と認定した点で、注目されるべき裁判例といえる。

色と寸法しか、同種商品と異なる点がないのであれば、特別顕著性なしとの判断もありえたように思われる。裁判所が、色と寸法をもとに特別顕著性を認めたのは、原告Yコネクターのシェアが非常に高いことが影響しているのではなかろうか。²

3 類似性

裁判所は、原告Yコネクターの形態上の特徴である(エ)(オ)が共通していることを強調して、全体的に類似するとの印象を受けると認定している。

-
- 2 原告商品のシェアが高いと、原告商品と同種商品がわずかな差しかない場合でも、その差異点について、特別顕著性が認められやすいという方向性が、是認されるべきものかどうかは、今後の課題であろう。

そして、相違点①（オープナーの色が黄色かオレンジか、透明感の有無、花卉形状の凸部の有無）、②（スクリューの形状 凹部の有無、上部が膨らむか下部が膨らむか、Cリングがオレンジ色か）、④（ローテータのリブ4本か8本か、無色かオレンジ色か）、⑤（アタッチメント装着機能）は、いずれも些細な相違点にすぎないと判断し、③（被告Yコネクターには、メインブランチとサイドポートの接合部分にシボ加工が施されており、透明感のない素材が利用された円形の支持部が設けられており、同部分には、被告の社名を示す「TMP」と商品名を示す「Smart」の文字が刻印されている点）は、「目を引くものといえるものの、全体的な構成からは一部にとどまっている上、同部分に表示された商品名の表示は必ずしも視認性が高いものではない。」として類似性を肯定している。

写真で対比する限りは、被告Yコネクターにおいて、③と⑤の部分が連続することにより円盤状のプレートが形成されている点は、特徴的であり看者の目を引く。さらに、①オープナーの色が黄色かオレンジかの違い、②④Cリングやローテータもオープナーと同じオレンジ色である点も考慮すると、原告Yコネクターとは、かなり異なる印象を有するようにも思われる。

両形態が、「識別標識として紛らわしい程に似ているか」という観点で見た場合、肯定とも否定とも判断するのが困難な事案といえよう。

4 「混同を生ぜしめる行為」について

(1) 混同要件についての従来の考え方

ア 1号における混同要件が満たされるためには、現実には混同が生じていることは必要ではなく、混同のおそれがあれば足りるとされてきた。また、出所の同一性が誤認される場合（狭義の混同）だけでなく、緊密な営業上の関係や同一の表示を利用した事業を営むグループに属する関係があると誤認される場合（広義の混同）を含むとされてきた。³

このように、従来の裁判所は、混同のおそれを広く解釈したことから、類似表示が使用されておれば、混同のおそれが肯定されるという実務が続いていたといえる。その典型例が、スナックシャネル事件である。

イ 最判平成10年9月10日 判時1655号160頁〔スナックシャネル事件〕

「スナックシャネル」の営業表示を使用して飲食店を営んでいたYに対して、Xが、「シャネル」等の表示の使用差止め及び損害賠償を求めた事案である。

原審（東京高判平成6年9月29日）は、Yが「スナックシャネル」表示を使用することにより、一般の消費者において、Yがシャネル・グループと業務上、経済上又は組織上何らかの関係が存するものと誤認するおそれがあるとは認め難いとして、Xの請求を棄却した。これに対し、最高裁は、次のように判示して、広義の混同を生じさせる行為にあたるとした。

「これを本件についてみると、被上告人の営業の内容は、その種類、規模等において現にシャネル・グループの営む営業とは異なるものの、『シャネル』の表示の周知性が極めて高いこと、シャネル・グループの属するファッション関連業界の企業においてもその経営が多角化する傾向にあること等、本件事実関係の下においては、被上告営業表示の使用により、一般の消費者が、被上告人とシャネル・グループの企業との間に緊密な営業上の関係又は同一の商品化事業を営む

3 最判昭和59年5月29日〔フットボール事件〕

最高裁は、「混同を生ぜしめる行為には、周知の他人の商品表示又は営業表示と同一又は類似のものを使用する者が、自己と右他人とを同一の商品主体又は営業主体と誤信させる行為のみならず、自己と右他人との間に同一の商品化事業を営むグループに属する関係が存するものと誤信させる行為をも包含」と判示している。

グループに属する関係が存すると誤信するおそれがあるものということができる。したがって、被上告人が上告人の営業表示である『シャネル』と類似する被上告人営業表示を使用する行為は、新法二条一項一号に規定する『混同を生じさせる行為』に当たり、上告人の営業上の利益を侵害するものというべきである。」

(2) 医療機器に関する最近の裁判例

従来の裁判例と異なり、医療機器に関する最近の裁判例において、混同のおそれを否定する例があらわれている。⁴

ア 東京地判平成30年12月26日 裁判所HP [携帯用ディスポーザブル低圧持続吸引器事件1審]

医療機器の形態が問題になった事案において、裁判所は、次のように判示して混同のおそれを否定した（原告をX、被告をYと表示）。

「・・・X商品及びY商品の取引態様については、専門家である医療従事者が、医療機器の製造販売業者や販売業者の担当者から、当該医療機器の特色、機能、使用方法等に関する説明を受けて、当該医療機器の購入を決め、医療機器専門の販売業者に対して当該医療機器を発注するというプロセスをたどって取引されているのであり、しかも、多くの医療機関においては、医療機器の使用について、医療機関が医療機器を採用するにあたっては、同種の医療機器については、一種類のみを採用するという原則的な取扱いであるいわゆる一増一減のルールが採用されているというのである。そして、X商品とY商品には商品自体には商品名及び会社名が記載され、それぞれ別々のパンフレット（甲1、20）が作成されて別々に販売される上、需要者である医療従事者も医療機器に関する専門知識を有する者なのであるから、Y商品の販売行為によって需要者である医療従事者においてX商品とY商品の出所が同一であると誤認するおそれがあるとは認められない。また、X及びYは、医療機器の分野において、相当程度のシェアを有する競合会社であり、ポータブル低圧持続吸引器国内市場におけるXのシェアは約30ないし40%、Yのシェアは約5ないし15%である。上記の取引形態等からすると、需要者である医療従事者においてXとYが競合関係にあることを十分に認識している状況であり、X商品の形態とY商品の形態が類似していることのみから、XとYとの間に親会社、子会社の関係や系列関係等の緊密な営業上の関係又は同一の表示の商品化事業を営むグループに属する関係が存すると誤信するおそれがあるとは認められない。そうすると、YによるY商品の製造販売行為が、不競法2条1項1号にいう『混同を生じさせる行為』に当たると認めることはできず、他にこれを認めるに足りる証拠はない。」

このように、一審判決では、具体的取引態様を前提にして、狭義の混同、広義の混同とも否定した。

4 下記の4つの裁判例を分析するとともに、混同のおそれの有無の判断の考慮要素について議論するものとして、L&TNo102 24頁 宮脇正晴「不正競争防止法2条1項1号における『混同』の判断手法」が参考になる。

【X商品】第1審判決別紙4から引用



【Y商品】第1審判決別紙5から引用



イ 知財高判令和元年8月29日 裁判所HP〔携帯用ディスプレイ低圧持続吸引器事件控訴審〕

これに対し、控訴審判決では、小規模な医療機関では医師の意向により新規採用が決定される場合もあり、カタログやインターネットで注文する場合もあり、一増一減ルールが徹底されていない場合もあることなどの事情を認定した上、次のように述べて、混同のおそれ（狭義の混同）を肯定し、請求を認容した。

「X商品の形態が、Xによって約34年間の長期間にわたり継続的・独占的に使用されてきたことにより、需要者である医療従事者の間において、特定の営業主体の商品であることの出所を示す出所識別機能を獲得するとともに、X商品の出所を表示するものとして広く認識されていた状況下において、YによってX商品の形態と極めて酷似する形態を有するY商品の販売が開始されたものであり、しかも、両商品は、消耗品に属する医療機器であり、販売形態が共通していることに鑑みると、医療従事者が、医療機器カタログやオンラインショップに掲載された商品画像等を通じてX商品の形態と極めて酷似するY商品の形態に接した場合には、商品の出所が同一であると誤認するおそれがあるものと認められるから、YによるY商品の販売は、X商品と混同を生じさせる行為に該当するものと認められる。」

ウ 東京地判令和4年12月20日 裁判所HP〔シムビコート事件一審〕

気管支喘息用の吸入薬（リップスティック型の医療用医薬品）の形態が問題となった事案において、裁判所は、商品等表示性を否定しつつ、仮に商品等表示性が認められるとしても、次のように述べて、混同のおそれ（狭義の混同）を否定した。

「原告商品の需要者である医師や薬剤師は、患者の生命身体の安全に関わるものとして細心の注意力をもって、有効成分、銘柄名、先発薬又は後発薬の区分を明確に認識した上、医療用医薬品の処方や調剤をするのであり、患者も薬剤師の指示説明を十分踏まえて医療医薬品を選択していることからすると、被告商品の形態自体が、原告商品と混同を生じさせるものではないことは、明らかである」

エ 知財高判令和5年10月4日 裁判所HP [シムビコート事件控訴審]

知財高裁も、商品等表示性を否定するとともに、混同のおそれ（狭義の混同）も否定した。

控訴人（被告）が、上記イの知財高裁判決を参考とすべきと主張したところ、裁判所は、次のように判示している。

「しかし、控訴人が指摘する判決の事案において問題となった商品は医療機器であるのに対し、控訴人商品及び被控訴人商品は医療用医薬品である。医師による医療用医薬品の処方においては、控訴人商品及び被控訴人商品のように吸入器を備える形状のものであるとしても、医師は患者の病態や薬の成分を考慮して処方する薬を決めるのであって、形態のみをもって商品が識別されることはない。したがって、上記判決の事案と本件とは事案が異なり、上記判決において商品の形態が商品等表示であると認められたことにより、控訴人商品の形態が商品等表示であると認めるべきとは解されない。」

(3) 本件について

ア 狭義の混同否定、広義の混同肯定

裁判所は、原告被告商品について、「医療機器の製造販売業者や販売業者の担当者が、実際にこれを使用する医師に、当該医療機器の特色、機能、使用方法等に関する説明を行い、臨床用のサンプルを提供して実際の使用感を確認してもらい、当該医療機器を購入する場合は、販売業者に対して当該医療機器を発注するというプロセスをたどって取引されており、その際も、医療機関は、JANコードで商品を管理するか、JANコードによる管理がされていない場合であっても、品名の他に品番で識別管理がされ、それらを注文書に記載することで商品が特定されている。」とし、また、二弁式Yコネクタの使用者は、「手術等で使用する医師に限られており、主たる需要者である医師は、担当者から説明を受けた上で、その形態のみならず、臨床用のサンプルを使った際の使用感や、術式への適合性など機能面を考慮して医療機器を選択する」としたうえで、「被告Yコネクタの形態が原告Yコネクタのそれと類似しているからといって、一般取引者である医療関係者及び主たる需要者である医師において、必ず原告商品と被告商品の出所が同一であると誤認するとまでは認められない」として狭義の混同を否定している。

もっとも、裁判所は、「原告商品が二弁式Yコネクタの中で高いシェアを長年にわたって維持してきたのに対し、原告商品が上市した平成14年9月から現時点までにおいて、原告Yコネクタと類似する寸法を有し、全体が無色透明でオープナーの色彩が暖色系である商品は市場に全く存在しておらず、…このようなシェアの状況に照らすと、主たる需要者である医師の中には、原告Yコネクタを全体的な寸法及び全体が無色透明でオープナーの色彩が暖色系のものという形態的特徴で認識している者が存在する可能性があるということが出来る。さらに、原告商品及び被告商品のカタログやパンフレット（甲2、14、乙9）には、製造販売業者が記載されているものの、各企業の営業上の関係性までは明記されていないことも考慮すると、原告Yコネクタの形態と被告Yコネクタの形態の全体的な印象が類似していることにより、主たる需要者である医師において、原告と被告との間に親会社、子会社の関係や系列関係等の緊密な営業上の関係又は同一の表示の商品化事業を営むグループに属する関係が存すると誤信するおそれがあると認めるのが相当である。」として、広義の混同のおそれを肯定している。

イ 広義の混同を肯定することへの違和感

しかし、商品形態が類似することにより、原告被告間に「緊密な営業上の関係又は同一の表示の商品化事業を営むグループに属する関係が存すると誤信するおそれがある」というのには疑問

がある。

スナックシャネル事件のように、「シャネル」という文字表示が周知商品等表示なのであれば、スナック名に「スナックシャネル」という表示を用いると「緊密な営業上の関係又は同一の表示の商品化事業を営むグループに属する関係が存すると誤信するおそれがある」というのは、経営の多様化からみても首肯できる。

これに対して、原告商品の「形態」が周知商品等表示である場合に、被告商品の形態が類似しているからといって、はたして、原告と被告との間に何らかの密接な関係が存すると誤信するであろうか。実状に合致していないように思われる。

この点、携帯用ディスプレイ低圧持続吸引器事件控訴審判決は、「両商品は、消耗品に属する医療機器であり、販売形態が共通していることに鑑みると、医療従事者が、医療機器カタログやオンラインショップに掲載された商品画像等を通じてX商品の形態と極めて酷似するY商品の形態に接した場合には、商品の出所が同一であると誤認するおそれがあるものと認められる」として、抽象的に狭義の混同（広義の混同ではなく）のおそれを肯定している。このような判断手法の方が自然であるように思われる。^{5、6}

以 上

5 具体的取引態様からすれば出所の混同が生じないけれども、抽象的には混同のおそれがあるという場合における「混同のおそれ」の実体は、いったい何なのであろうか。類似する形態の商品が販売されると「紛らわしい」、「区別して認識するのに手間がかかる」「識別のしやすさが損なわれる」というのが、抽象的な混同のおそれの実体ということになるのではなかろうか。

6 「他人の商品又は営業と混同を生じさせる行為」という条文の文言からすると、抽象的な混同のおそれがあれば、混同要件を肯定していいのかは疑問も残る。不正競争行為が差止の対象となる（強力な民事的制裁の対象となる）だけでなく、刑事罰の対象にもなる（不競法21条2項1号）ことからすれば、罪刑法定主義への配慮も必要になろう。