

事件概要

2016 年 12 月 15 日

重村 瑞唯

I. 当事者

原告 インター・イケア・システムズ・ビー・ヴィ

被告 A ※本人訴訟

II. 請求

- ①著作権法 112 条 1 項, 2 項に基づき, 別紙 1 製品写真目録 1 記載の製品写真データ (被告各写真の一部) 及び別紙 2 文章写真目録 1 記載の文章, 写真データ (被告各文章等) のウェブサイトへの掲載の差止め, これらの自動公衆送信及び送信可能化の差止め並びにこれらの廃棄

<著作権法 112 条 (差止請求権)>

第 112 条

- 1 著作者、著作権者、出版権者、実演家又は著作隣接権者は、その著作者人格権、著作権、出版権、実演家人格権又は著作隣接権を侵害する者又は侵害するおそれがある者に対し、その侵害の停止又は予防を請求することができる。
- 2 著作者、著作権者、出版権者、実演家又は著作隣接権者は、前項の規定による請求をするに際し、侵害の行為を組成した物、侵害の行為によつて作成された物又は専ら侵害の行為に供された機械若しくは器具の廃棄その他の侵害の停止又は予防に必要な措置を請求することができる。

- ②商標法 36 条 1 項, 2 項, 不正競争防止法 3 条 1 項, 2 項, 2 条 1 項 1 号, 2 号に基づき, 被告サイトにおける被告各標章のタイトルタグ及びメタタグとしての使用の差止め並びに除去

<商標法 36 条 (差止請求権)>

- 1 商標権者又は専用使用権者は、自己の商標権又は専用使用権を侵害する者又は侵害するおそれがある者に対し、その侵害の停止又は予防を請求することができる。
- 2 商標権者又は専用使用権者は、前項の規定による請求をするに際し、侵害の行為を組成した物の廃棄、侵害の行為に供した設備の除却その他の侵害の予防に必要な行為を請求することができる。

<不正競争防止法 3 条 (差止請求権)>

- 1 不正競争によって営業上の利益を侵害され、又は侵害されるおそれがある者は、その営業上の利益を侵害する者又は侵害するおそれがある者に対し、その侵害の停止又は予防を請求することができる。
- 2 不正競争によって営業上の利益を侵害され、又は侵害されるおそれがある者は、前項の規定による請求をするに際し、侵害の行為を組成した物 (侵害の行為により生じた物を含む。第五条第一項において同じ。) の廃棄、侵害の行為に供した設備の除却その他の侵害の停止又は予防に必要な行為を請求することができる。

<不正競争防止法2条(定義)>

この法律において「不正競争」とは、次に掲げるものをいう。

- ①他人の商品等表示(人の業務に係る氏名、商号、商標、標章、商品の容器若しくは包装その他の商品又は営業を表示するものをいう。以下同じ。)として需要者の間に広く認識されているものと同若しくは類似の商品等表示を使用し、又はその商品等表示を使用した商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供して、他人の商品又は営業と混同を生じさせる行為
- ②自己の商品等表示として他人の著名な商品等表示と同若しくは類似のものを使用し、又はその商品等表示を使用した商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供する行為

- ③著作権侵害及び商標権侵害の不法行為又は不正競争による損害賠償金5572万6759円の一部である1373万7000円及びこれに対する平成26年11月22日(同月17日付け訴えの変更申立書送達の日翌日)から支払済みまで民法所定の年5分の割合による遅延損害金の支払をそれぞれ求める。

Ⅲ. 本件各商標

- ・本件商標権1 IKEA
平成19年4月 原告が商標登録出願
平成21年(2009年)1月 商標登録
- ・本件商標権2 イケア
昭和55年4月 原告が商標登録出願
昭和58年(1983年)11月 商標登録

本件各商標は、被告にとって他人の商品等表示に当たり、遅くとも平成22年1月には周知、著名であった。

Ⅳ. 事実関係

- ①平成21年(2009年)12月頃には、すでに被告が「被告サイト事業」を運営していた。
 - ・「被告サイト事業」とは、ウェブサイトを通じて消費者から原告製品の注文を募り、イケアストアで原告製品を購入して梱包、発送し、注文した消費者に転売する買い物代行事業である。
 - ・被告サイト名 IKEASTORE (のちに「STORE」に変更)
 - ・被告サイトドメイン名 ikea-store.jp
 - ・本件写真等の一部を含む電子ファイルを作成し、サーバに蔵置してインターネットにより送信していた。

<ドメイン名>

不正競争防止法第2条第9号：インターネットにおいて、個々の電子計算機を識別するために割り当てられる番号、記号又は文字の組合せに対応する文字、番号、記号その他の符号又はこれらの結合をいう。

- ・インターネット上の住所にあたる。インターネット上に存在するコンピュータを示すIPアドレス（32ビットの文字列）を人間が認識しやすいように置き換えて表したものの。
- ・ドメイン名の登録は最初に申請した者に与えられる。（先願主義）
- ・類似等の審査は特になく、先に登録した者がいない限り誰でも登録が可能である。

- ② 平成22年（2010年）1月 原告が「IKEA®」と題するサイトを開始
 - ・原告製品等に係る原告写真及び原告文章等を展示
 - ・原告は日本において通信販売をしていない。（当時）
- ③ 平成22年1月1日 被告サイトにて、本件写真及び本件被告文書（「本件写真等」）の掲載を開始
- ④ 平成22年2月23日 原告から被告サイトの運営統括責任者宛て、被告サイトの運営を止めるように通知
- ⑤ 平成22年7月29日時点 被告サイトを表示させるためのhtmlファイル
 - ・タイトルタグとして、「<title> **【IKEA STORE】** イケア通販</title>」と記載
 - ・メタタグとして、「<meta name="Description" content=" **【IKEA STORE】** IKEA 通販です。カタログにあるスウェーデン製輸入家具・雑貨イケアの通販サイトです。"/>」と記載
- ⑥ 平成22年5月5日 原告被告間で同日付「念書」を作成
 - ・ウェブサイトの名称、ドメイン名において「IKEA」と同一または類似の文字等を含む名称、表示を用いないこと。
 - ・原告が著作権を有する原告製品の画像等の使用を中止すること。
 - ・今後も一切同種侵害行為を行わないこと 等
- ⑦ 平成22年11月9日 被告がクラシック社へ事業譲渡
- ⑧ 平成22年11月12日 アメリカ合衆国デラウェア州においてクラシック社が設立され、被告は原告に対し、今後は「クラシック社CEOのB」と交渉を行うようBのメールアドレスを通知
- ⑨ 平成22年12月6日～ 原告はクラシック社を相手に交渉を継続
（ただし、原告はBと直接会ったことがない）
- ⑩ 平成23年6月21日 原告は、日本知的財産権仲裁センターに対し、JPドメイン紛争処理方針に基づく申立書を申請。

<JP ドメイン名紛争処理方針>

※一般社団法人日本ネットワークインフォメーションセンター（JPNIC）策定

第4条 JP ドメイン名紛争処理手続

本条は、登録者が、このJPドメイン名紛争処理手続に応じなければならない紛争を定めたものである。このJPドメイン名紛争処理手続は、JPNICのウェブサイトにも列挙されている紛争処理機関のいずれか一つの紛争処理機関により実施される。

a. 適用対象となる紛争

第三者（以下「申立人」という）から、手続規則に従って紛争処理機関に対し、以下の申立があったときには、登録者はこのJPドメイン名紛争処理手続に従うものとする。

- (i) 登録者のドメイン名が、申立人が権利または正当な利益を有する商標その他表示と同一または混同を引き起こすほど類似していること
- (ii) 登録者が、当該ドメイン名に関係する権利または正当な利益を有していないこと
- (iii) 登録者の当該ドメイン名が、不正の目的で登録または使用されていること

この JP ドメイン名紛争処理手続において、申立人はこれら三項目のすべてを立証しなければならない。

- ⑪ 平成 23 年 8 月 30 日 被告は、旧ドメイン名の登録者は被告である上申書を日本知的財産権仲裁センターに通知し、同センターは同月 31 日、登録者を A に移転する裁定を行った。
- ⑫ 平成 23 年 9 月 7 日 被告が原告に対し、被告が旧ドメイン名を使用する権利を有することの確認を求める訴訟を提起
- ⑬ 平成 23 年 12 月 8 日時点 被告サイト事業は新ドメイン名 (ikea を使用しない) にて運営済
- ⑭ 平成 24 年 5 月 10 日 被告が⑫の請求を放棄した。
- ⑮ 平成 24 年 7 月頃及び平成 25 年 3 月頃 被告サイトを表示するための html ファイル・タイトルタグとして、「<title> IKEA 【STORE】 イケア通販</title>」と記載
・メタタグとして、「<meta name="Description" content="イケア通販 【STORE】 IKEA 通販です。期間限定!!最大 1 万円割引クーポンを商品ご購入者様, 全員にプレゼント!!カタログにあるスウェーデン製輸入家具・雑貨イケアの通販サイトです。IKEA ではハイデザインと機能性を兼ねそなえた商品を幅広く揃えています。>」と記載
- ⑯ 平成 26 年 11 月頃 原告が被告を提訴 (本件訴訟)

V. 争点

- 1. 被告は平成22年11月9日以降の被告サイトの運営に関する責任を負うか (争点 1)
- 2. 被告が本件写真等を被告サイトに掲載したことは原告の著作権を侵害するか (争点 2)
- 3. 被告が被告各標章をタイトルタグ及びメタタグとして使用したことは原告の商標権を侵害し、又は不正競争に該当するか (争点 3)
- 4. 原告の損害額 (争点 4)

VI. 争点 1 被告は平成 22 年 11 月 9 日以降の被告サイトの運営に関する責任を負うか。

1. 原告の主張

- ・本件事業譲渡契約のタイミングと譲渡の相手方、譲渡対価、譲渡後の事情に加えて、譲渡前後の事業主体の一体性などからすれば、本件事業譲渡契約は成立していないか、仮に成立したとしても通謀虚偽表示により無効である。
- ・クラシック社には営業実体がないこと、被告サイト事業の売上げは被告が実質的に管理していること、原告との間の旧ドメイン名に係る紛争において被告が当事者となっていたことなどからすれば、法人格の濫用である。

<法人格否認の法理>

法人制度の目的に照らして、ある会社の独立性を貫くことが正義・衡平の理念に反すると認

められる場合、その法人の存在は認めながら、特定の事案の合理的解決のために必要な範囲において法人格の機能（会社と法人の分離）を否定して、会社と株主を法律上同一視する法理。法律上の根拠は民法第1条第3項（権利の濫用）。

2. 被告の主張

- ・平成22年11月9日以降の被告サイトの運営主体はクラシック社であって、被告は同日以降の被告サイトに関する責任を負わない。被告は、本件事業譲渡契約により被告サイトの運営権や旧ドメイン名をクラシック社に譲渡し、被告サイトの運営主体ではなくなったものである。
- ・原告は、クラシック社に対し訴訟を提起することができるのであるから、本件に法人格否認の法理は当てはまらない。

3. 裁判所の判断

- ・認定事実と、被告が提出したクラシック社に関する証拠には、クラシック社が被告サイト事業を実際に行っていることを示す客観的証拠が全くなく、かつ、被告が本件事業譲渡契約後も被告サイト事業に深く関わってきたことに鑑みれば、被告の供述はにわかに採用することができない。そうであれば、少なくとも、被告は、原告に対し、信義則上、クラシック社との間の本件事業譲渡契約があることを主張することができず、本件サイトに関する法的責任を免れることはできない。
- ・被告サイトの旧ドメイン名にかかるウェブサイトと新ドメイン名に係るウェブサイトの連続性が認められる。
- ・被告は、平成22年11月9日以降の被告サイトの運営に関する責任を負う。

VII. 争点2 被告が本件写真等を被告サイトに掲載したことは原告の著作権を侵害するか

1. 原告の主張

- ・原告各写真は、被写体の組合せ、配置、構図、カメラアングル、陰影、背景等に独自性があり、創作性が認められる。
- ・被告には、本件写真等を使用する必然性はない。

2. 被告主張

- ・原告各写真は、オリジナリティーや創造性に欠け、背景が白であれば誰でも同じ画像が撮影可能であって、著作物性に疑問がある。
- ・被告サイト事業は、原告製品をインターネット上で販売する事業なのであるから、本件写真等を掲載する必要がある。

3. 裁判所の判断

① 原告写真の著作物性について

- ・原告各写真は、原告製品の広告写真であり、いずれも、被写体の影がなく、背景が白であるなどの特徴がある。
- ・原告写真は、同種製品を色が虹を想起せしめるグラデーションとなるように整然と並べるなどの工夫が凝らされていたり、マット等をほぼ真上から撮影することにより生地の

質感が看取できるようにすることにより撮影方法に工夫が凝らされている。

- これらの工夫により、原告各写真は、原色を多用した色彩豊かな製品を白い背景とのコントラストの中で鮮やかに浮かび上がらせる効果を生み、原告製品の広告写真としての統一感を出し、商品の特性を消費者に視覚的に伝えるものとなっている。
 - 上記から原告各写真については創作性を認めることができ、いずれも著作物であると認められる。
- ② 被告は、原告製品を独自に撮影した写真を被告サイト上に掲載することが可能であった。
- ③ 被告各写真は原告各写真と同一であり、被告各文章等は原告各文章等と同一ないし類似するのであるから、本件写真等を被告サイトに掲載することは原告の複製権、翻案権及び公衆送信権を侵害することになり、著作権法112条1項、2項に従い、原告は、被告に対し、本件写真等の使用を差し止め、これに係るデータの廃棄を請求することができる。

VII. 争点3 被告が被告各標章をタイトルタグ及びメタタグとして使用したことは原告の商標権を侵害し、又は不正競争に該当するか

<タイトルタグ>

- HTML の<head>~</head>の内部に<title>~</title>というタグで記載されるタグで、タイトルタグで囲われた部分がそのページのタイトルを表す。

<メタタグ>

- HTML で使用されるタグのひとつ。「メタ」は上位の概念や、包括的な概念を意味し、HTML では、そのドキュメント全体に関わる情報を記述するために使用される。検索エンジンは、メタタグの内容を、検索結果の順位を決める材料のひとつにしているので、SEO ではメタタグが重視される。(ASCII.jp デジタル用語辞典)
- Google、goo、infoseek などに代表されるロボット型検索エンジンでスパイダーと呼ばれるプログラムにホームページの情報を拾わせるための HTML 記述方法。(マーケティング用語集)

「タグ」は、そもそも各種ブラウザやIEの異なるバージョンにおいてもウェブページが適切に表示されるために使用されます。一時グーグルの検索アルゴリズムが”Keywords”タグを検索に使用していたことから、SEO (Search Engine Optimization) 対策に活用されることが多くなりました。現在、グーグルの検索機能はサイト上の表示を直接読み込んで(図は読まない)総合的に当該ページが検索結果として表示するに適切かを判断しています。

1. 原告の主張

- 被告各標章は、著名な本件各商標に「通販」、「STORE」、「【】」を付加してなる標章であるが、インターネット上の店舗において使用されているから、「STORE」や「通販」の部分は識別力がないし、また、「【】」の部分にも識別力がないから、「IKEA」

ないし「イケア」の部分が要部であり、要部が本件各商標と同一であるから、全体として本件各商標に類似する。

- 被告各標章をメタタグとして使用することにより、検索エンジンの検索結果に被告サイトのホームページ内容の説明文ないし概要として表示され、また、タイトルタグとして使用することにより、検索エンジンの検索結果に被告サイトのホームページタイトルとして表示されるから、このような使用態様は商標的使用又は商品等表示としての営業的使用に当たる。
- 被告は、周知、著名な他人の商品等表示である本件各商標に類似する被告各標章を被告の商品等表示として使用し、これにより、被告サイト事業と原告の営業との混同が生じ、原告の事業に対し信用の毀損を含む営業上の利益侵害が生じている。
- 被告は、被告サイトのページ最下部の小さな文字による記載を根拠として、被告各標章の使用が違法ではないと主張するようであるが、インターネットユーザーが係る記載に気づく保証はないし、仮に気づいたとしても他の箇所被告各標章を無断使用している限り、誤認混同を生じるおそれはなくなるから、被告の主張には理由がない。
- 差止請求等の対象について、かつては使用されていたが現に被告サイトに掲載されていない被告標章1は、ウェブサイト上のデータ変更が容易であることなどから差止の対象とするが、除去請求の対象からは除外する。

2. 被告の主張

- 被告各標章の、「I K E A S T O R E」「イケア通販」及び「I K E A 通販」は、原告各商標である「イケア」及び「I K E A」に類似しない。
- 被告が被告各標章を被告サイトのメタタグないしタイトルタグとして使用したとしても、メタタグやタイトルタグは通常人の目に触れるものではないから、商標的使用にも営業的使用にも当たらない。
- 「イケア」及び「I K E A」という単語をメタタグとして使用しているウェブサイトは多数存在するところ、これが違法だとの認識は一般社会にはない。
- 被告サイトでは、「イケア」、「I K E A」など、【I K E A S T O R E】イケア通販に掲載しているブランド名、製品名などは一般に Inter I K E A S y s t e m s B . V . の商標または登録商標です。【I K E A S T O R E】イケア通販では説明の便宜のためにその商品名、団体名などを引用する場合がありますが、それらの商標権の侵害を行う意志、目的はありません。当店はイケア通販専門店になります。」という文章を記載しているのであり、被告各標章の使用は、正当な引用行為である。

3. 裁判所の判断

① 類似について

- 被告各標章は、著名な本件各商標に「通販」、「S T O R E」、【】を付加してなる標章である。
- 被告各標章のうち「通販」や「S T O R E」の部分は、インターネット上の店舗において使用されるものであって識別力が弱く、また【】の部分も符号であって識別力はない
- 被告各標章の要部は、「I K E A」ないし「イケア」の部分であると認められる。これは、

本件各商標と少なくとも外観及び称呼が同一ないし類似するから、被告各標章は、本件各商標に類似すると認められる。

②商標的使用ないし商品等表示としての営業的使用について

- ・インターネットの検索エンジンの検索結果において表示されるウェブページの説明は、ウェブサイトの概要等を示す広告であるということが出来るから、これが表示されるようにhtmlファイルにメタタグないしタイトルタグを記載することは、役務に関する広告を内容とする情報を電磁的方法により提供する行為に当たる。

<商標法第2条(定義等)第3項>

3 この法律で標章について「使用」とは、次に掲げる行為をいう。

- ⑧商品若しくは役務に関する広告、価格表若しくは取引書類に標章を付して展示し、若しくは頒布し、又はこれらを内容とする情報に標章を付して電磁的方法により提供する行為
- ※8号は商標の広告的使用を定義したものである(逐条解説より)

- ・被告各標章は、htmlファイルにメタタグないしタイトルタグとして記載された結果、検索エンジンの検索結果において、被告サイトの内容の説明文ないし概要やホームページタイトルとして表示され(甲20, 21)、これらが被告サイトにおける家具等の小売業務の出所等を表示し、インターネットユーザーの目に触れることにより、顧客が被告サイトにアクセスするよう誘引するのであるから、メタタグないしタイトルタグとしての使用は、商標的使用に当たるということが出来る。

<商標の機能>

- ・出所表示機能：一定の出所から提供された商品またはサービスであることを示す機能
- ・品質等保証機能：その商品を付した商品またはサービスであれば、同一の品質(質)を有することを保証する機能
- ・広告宣伝機能：広告・宣伝に使用することにより、その事業者の商品またはサービスであることを需要者・消費者に伝え、商品またはサービスの購入・利用を喚起させる機能

③混同のおそれ

- ・被告各標章を使用する行為は、原告の営業等と混同を生じさせるものである。

<不正競争防止法上の「使用」>

- ・単に他人の周知の商品等表示と同一または類似の表示を商品に付しているというだけでは足りず、それが商品の出所を表示し、自他商品を識別する機能を果たす態様で用いられていることを要する。(東京地判平12.6.29「モデルガン事件」)

<不正競争防止法における「混同」>

- ・一条一項二号に規定する「混同ヲ生ゼシムル行為」とは、他人の周知の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営業主体として誤信させる行為のみならず、両者間にいわゆる親会社、子会社の関係や系列関係などの緊密

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（以下「広義の混同惹起行為」という。）をも包含し、混同を生じさせる行為というためには両者間に競争関係があることを要しないと解すべきことは、当審の判例とするところである。（最判平10.9.10 「スナックシャネル事件」）

④被告の引用に関する主張について

・タイトルタグ又はメタタグと一体となって記載されているものではないから、かかる文言のみを根拠としてメタタグ又はタイトルタグに被告各標章を使用することが正当な行為であるということとはできない。

⑤被告が被告各標章をタイトルタグ及びメタタグとして使用することは本件各商標権を侵害し、かつ、不正競争に該当するから、商標法36条1項、2項、不正競争防止法3条1項、2項に従い、原告は、被告に対し、被告各標章の使用を差し止め、データの除去を請求することができる。

VIII. 争点4 被告の損害額について

1. 原告の主張

①著作権侵害について

・原告は、被告の複製権又は翻案権の侵害及び公衆送信権の侵害により、著作権の行使につき受けるべき金銭の額に相当する額の損害を被った。

・被告サイト事業は、原告製品の買物代行事業であり、本件写真等が被告事業に貢献する度合いが大きいことに照らすと、少なくとも、一著作物当たり年間1000円が上記金銭に当たると解するのが相当であるところ、被告は、別表1及び別表2の「損害算定の起算日（掲載開始日）」から「損害算定の終期」までの間、本件写真等を掲載していたから、各著作物使用料相当額の合計は、別表1及び別表2記載のとおり、合計35万4734円となる。

②商標権侵害又は不正競争について

・原告は、商標法38条2項、不正競争防止法5条2項に基づき、商標権侵害又は不正競争により被告が受けた利益の額に相当する額の損害を受けた。被告は、著名で顧客吸引力のある本件各商標又は原告の商品等表示を使用することにより、多くのインターネットユーザーを被告サイトに誘導して売上げを得ているから、本件各商標又は原告の商品等表示の被告サイト事業における売上げに対する寄与率が高い。

<商標法38条（損害額の推定等）>

2 商標権者又は専用使用権者が故意又は過失により自己の商標権又は専用使用権を侵害した者に対しその侵害により自己が受けた損害の賠償を請求する場合において、その者がその侵害の行為により利益を受けているときは、その利益の額は、商標権者又は専用使用権者が受けた損害の額と推定する。

<不正競争防止法5条（損害の額の推定等）>

2 不正競争によって営業上の利益を侵害された者が故意又は過失により自己の営業上の利益を侵害した者に対しその侵害により自己が受けた損害の賠償を請求する場合

において、その者がその侵害の行為により利益を受けているときは、その利益の額は、その営業上の利益を侵害された者が受けた損害の額と推定する。

- ・被告サイトは、事業開始以降、サイトの名称変更及びドメイン名の変更を除き、基本的に変更が加えられてこなかったと考えられるから、被告は、被告サイト事業を開始した平成22年1月以降、被告各標章を被告サイトのhtmlファイルに表示させ、検索エンジンによる検索結果に反映させていたと考えるべきである。
- ・被告は、平成22年には874万8051円の営業等取得を得ていたところ、被告サイト事業による利益がこれを下回ることはないから、本件商標の寄与率である50%を乗じた437万4025円が本件各商標による利益となる。平成23年、平成24年、平成25年、平成26年1月から9月までの被告サイトの売上げは、それぞれ2800万円、4500万円、7200万円、5400万円であり、限界利益率を50%、寄与率を50%とするのが相当であるから、本件各商標による利益は、それぞれ700万円、1125万円、1800万円、1350万円となる。
- ・被告による原告の権利侵害行為と相当因果関係のある弁護士費用は、124万8000円である。

2. 被告の主張

- ・被告サイト上に本件写真等が掲載されていた期間に関する原告の主張は不合理である。被告サイト上に本件写真等の掲載が開始された時期について、原告は、原告製品の販売開始時期と同じであると主張するが、原告サイトでは原告製品の販売期間や新製品の発売日を事前に告知することはないから、このようなことはありえない。
- ・原告の計算は誤っている。

3. 裁判所の判断

① 著作物使用料相当額について

- ・被告は、原告の複製権又は翻案権及び公衆送信権を侵害した
 - ・著作権の行使につき受けるべき金銭の額に相当する額の損害を被ったものと認められる。
 - ・原告各写真の著作物使用料相当額については、原告各写真は被告サイト事業において極めて重要なものであるとは考えられるものの、広告写真としての原告各写真の創作性の程度が比較的低いことや原告の請求額に加え、ウェブサイトにおけるデータ変更の容易性等に鑑みれば、掲載期間に関わらず、一著作物当たり1000円と認めるのが相当である。
 - ・原告各文章等の著作物使用料相当額については、原告各文章等は、これにより被告サイトが原告の公式サイトであるかのような外観を作出することができるという点において極めて重要なものであると考えられること、原告各文章等の創作性の程度が比較的高いことや原告の請求額に加え、ウェブサイトにおけるデータ変更の容易性等に鑑みれば、証拠上認定できる掲載期間に関わらず、一著作物当たり3000円と認めるのが相当である。
 - ・そうすると、各著作物使用料相当額の合計は、14万円となる。
- ### ②被告各標章、被告の商品等表示の使用による損害について

- ・原告は、原告製品のインターネット販売を行っていないのであって、被告による侵害行為がなければ、被告サイト経由で原告製品を購入した顧客が原告サイトで原告製品を購入したということにはならないし、また、被告サイト事業は、原告製品の注文を受けるとイケアストアで原告製品を仕入れてこれを梱包し発送するというものであり、被告サイトに誘引された顧客の購入した原告製品は、イケアストアで購入されることにより原告のフランチャイジーを通して原告の利益となっているのであるから、原告については、被告サイトによる侵害行為がなかったならば利益が得られたであろうという事情等損害の発生基礎となる事情があると認めることはできない。
- ・商標法38条2項、不正競争防止法5条2項にいう損害の額は認められない。そして、原告は、損害について他に主張も立証もしないから、商標権侵害又は不正競争による損害は認められないものといわざるを得ない。

③弁護士費用について

原告の損害額その他本件に現れた一切の事情を考慮すると、10万円が相当である。

IX. 判決

- 1 被告は、別紙1製品写真目録1記載の製品写真データ及び別紙2文章写真目録1記載の文章写真データをウェブサイトに掲載してはならない。
- 2 被告は、別紙1製品写真目録1記載の製品写真データ及び別紙2文章写真目録1記載の文章写真データを自動公衆送信又は送信可能化してはならない。
- 3 被告は、その占有する別紙1製品写真目録1記載の製品写真データ及び別紙2文章写真目録1記載の文章写真データを廃棄せよ。
- 4 被告は、インターネット上のウェブサイトのトップページを表示するためのhtmlファイルに、別紙3標章目録1ないし3記載の標章をタイトルタグとして、並びに別紙3標章目録1、2及び4記載の標章をメタタグとして、それぞれ記載してはならない。
- 5 被告は、ウェブサイト (<http://<以下略>>) のhtmlファイルの<title>から、別紙3標章目録2及び3記載の標章を、並びに<meta name="Description" content=">から、別紙3標章目録2及び4記載の標章を、それぞれ除去せよ。
- 6 被告は、原告に対し、24万円及びこれに対する平成26年11月22日から支払済みまで年5分の割合による金員を支払え。
- 7 原告のその余の請求を棄却する。
- 8 訴訟費用は、これを10分し、その1を原告の、その余を被告の各負担とする。
- 9 この判決は、第1ないし第6項に限り、仮に執行することができる。

X. その後の被告サイト事業

以 上

2016年12月15日 ノート（検討が不足していた商標侵害の論点と判例等）

○日本の判例における「商標的使用」とメタタグに商標を使用することの関係

従前より判例は、商標法第2条第3項の「使用」には「商標的使用」を要するとしているが、メタタグに他人の商標を組み込む場合、ウェブページの検索結果が上昇することはあっても、組み込んだ商標そのものが目に触れることはなく、**視覚的に出所表示機能を果たしていない（「視認性」の欠如）**。この場合に「商標的使用」は認められるのかが問題となる。

- ・クルマの110番事件（大阪地判平成17年12月8日、平成16（ワ）12032）
ディスクリプション・メタタグにおける他者商標使用に「商標的使用」を認めた。
- ・SHARP事件（最決平成12年2月24日刑集54巻2号67頁、平成8年（あ）342商標法違反被告事件）
完成品（パチスロ機）に組み込まれた部品（CPU）に付されていた商標について
「商標の付された商品が、部品として完成品に組み込まれた場合、その部品に付された商標を保護する必要性がなくなるか否かは、商標法が商標権者、取引関係者及び需要者の利益を守るため商標の有する出所表示機能、自他商品識別機能等の諸機能を保護しようとしていることにかんがみると、完成品の流通過程において、当該部品に付された商標が、その部品の商標として右のような機能を保持していると認められるか否かによると解すべきであり、その判断にあたっては、商標の付された商品が部品として完成品に組み込まれた後も、その部品が元の商品としての形態ないし外観を保持して、右商標が部品の商標として認識される状態にあり、かつ、右部品及び商標が完成品の流通過程において、取引関係者や需要者に視認される可能性があるか否かの点を勘案すべきである」として侵害を認めた。
- ・本判決においてはメタタグ自体の視認性には言及せず、「検索エンジンの検索結果において、被告サイトの内容の説明文ないし概要やホームページタイトルとして表示され、これらが被告サイトにおける家具等の小売業務の出所等を表示し、インターネットユーザーの目に触れることにより、顧客が被告サイトにアクセスするよう誘引する」ことをもって「商標的使用」を認めている。

○米国の判例における Initial Interest Confusion とメタタグに商標を使用することの関係

1946年制定ラナム法32条（米国連邦商標法）における商標権侵害の要件は「混同のおそれ」である。米国判例は、購買時の混同を出発点として、購買の「前」の侵害なのか「後」の侵害なのかにより混同概念を拡張してきた。インターネット関連の事案においては、購買前の混同（Initial Interest Confusion。最終的な購入時点では混同が解消しているが、不当に使用された商標に接した時点では混同が生じていることを問題とする）として商標権侵害を認める判例がある。

- ・Brookfield Communications, Inc. v. West Coast Entertainment Corp., 174 F.3d 1036(9th Cir. 1999)
「他人の商標を使用することは、自己の店舗の前に、他人の商標を付した看板を置く

ことに似ている。West Coast の競業者（“Blockbuster” と呼ぶことにする）が、高速道路わきに「West Coast Video : 2 マイル先出口 7」と書かれた広告看板を掲げたという事例を想定する。ところが、実際には West Coast は出口 8 に、Blockbuster は出口 7 にそれぞれ店舗を構えている。West Coast の店を探す消費者は、出口 7 で高速道路を降り、その付近をドライブして同店舗を探そうとする。消費者は、結局 West Coast を見つけることができなかったものの、高速道路の入り口付近で Blockbuster の店を見て、競業者の店でビデオを借りてしまうかもしれない」

（鍵カッコ内の判決訳文は 小嶋崇弘 「商標の類似判断における取引実情の考慮と音楽 CD におけるアーティスト名表示の「商品等表示としての使用」該当性－ELLEGARDEN 事件－」知的財産法政策学研究 Vol.21 より）

つまり、他者の商標をディスクリプション・メタタグに使用することより被告のウェブサイトに消費者を誘導することは、購入時に混同が生じていない場合であっても、商標権者の商標に蓄積した信用を不当に利用するものであるとするのである。

上記「道路わきに立てられた看板」の比喩は、インターネット検索の場合、容易に検索しなおすことから、比喩として適当ではないとの批判がされている。

なお、その後ディスクリプション・メタタグの検索結果表示における影響度は低下しており、それを侵害を否定する理由の 1 つとした判決もある（Standard Process, Inc. v. Banks, 554 F. Supp.2d 866(E.D.Wis.2008)。

以 上