

商品形態の「商品等表示」（不競法2条1項1号）該当性に関する裁判例							
番号	裁判所	判決年月日	「商品等表示」該当性	事実の概要	「商品等表示」該当性の判断基準	具体的判断	備考
1	東京地裁	令和4年12月23日	否認	・原告製品及び被告製品は、いずれも、事業用の比較的高圧な中庄Bを使用するボイラーやパナラーの自動遮断弁である。 ・原告は、原告製品の形態は周知な商品等表示に該当し、被告が被告製品を製造又は販売する行為は、上記商品等表示と類似の商品等表示を使用するものとして不競法2条1項1号の不正競争行為に該当すると主張して、被告に対し、不競法3条1項及び2項に基づき、被告製品の製造等の差止め並びに被告製品及びその製造に用いられる金型その他の製造機具の廃棄を求めた。	・商品の形態は、①客観的に他の同種製品とは異なる顕著な特徴（特別顕著性）を有しており、かつ、②特定の事業者によって長期間独占的に使用され、又は短期間であっても極めて強力な宣伝広告がなされるなど、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（周知性）であると認められる特別な事情がない限り、不競法2条1項1号の商品等表示に該当しないが解するのが相当である。 ・周知な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して誤認混同させて顧客を獲得する行為を防止するとして不競法21条1項1号の上記趣旨目的に鑑みると、 商品の形態が、取引の際に所表示機能を有するものではないと認められる場合には、特定の出所を表示するものとして特別顕著性又は周知性があるとはいえず、上記商品の形態は、不競法2条1項1号の商品等表示に該当しない と解するのが相当である。	・本件製品の需要者は、約30社の専門業者に限られるのであり、当該専門業者は、長期間買又は製品をテストするなどして、専ら安全性、信頼性の観点から本件製品を購入していることが認められることからすると、 需要者である本件製品の専門業者は、取引の際にそもそも製品の形態に着目して本件製品を購入するものとはいえない 。 ・上記の本件製品の 取引の実情に鑑みると 、原告製品の形態は、一定程度の周知性があるとしても、出所表示機能を有するものではなく、 不競法2条1項1号の商品等表示に該当しない と解するのが相当である。	・被告製品の販売開始以前の原告製品の販売状況に鑑みれば、原告製品の形態は、 特別顕著性及び周知性 を満たすものと判断される余地があったところ、本裁判例は、商品の形態が、取引の際に出所表示機能を有するものではないと認められる場合には、上記商品の形態は、不競法2条1項1号という商品等表示に該当しないと判断基準を示した上で、本件製品の取引の実情に鑑みて、原告製品の形態について、商品等表示該当性を否認した。
2	東京地裁	令和4年12月20日	否認	・原告商品及び被告商品は、いずれも、気管支増用の医療医薬品である。被告商品は、後発医薬品（ジェネリック医薬品）である。 ・原告は、原告商品の形態は商品等表示に該当し、被告Aが当該商品等表示に類似した形態の商品等表示として使用した被告製品を製造し、被告Bがこれを販売する行為は、不競法2条1項1号の不正競争行為に該当すると主張して、被告らに対し、不競法3条1項及び2項に基づき、被告商品の譲渡等の差止め及び被告製品の廃棄並びに同法4条、5条2項に基づき、損害賠償金の支払を求めた。	・商品の形態は、①客観的に他の同種製品とは異なる顕著な特徴（特別顕著性）を有しており、かつ、②特定の事業者によって長期間独占的に使用され、又は短期間であっても極めて強力な宣伝広告がなされるなど、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（周知性）であると認められる特別な事情がない限り、不競法2条1項1号の商品等表示に該当しないが解するのが相当である。 ・周知な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して誤認混同させて顧客を獲得する行為を防止するとして不競法21条1項1号の上記趣旨目的に鑑みると、 商品の形態が、取引の際に所表示機能を有するものではないと認められる場合には、特定の出所を表示するものとして特別顕著性又は周知性があるとはいえず、上記商品の形態は、不競法2条1項1号の商品等表示に該当しない と解するのが相当である。	・医師、薬剤師とも、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で、医師においては、処方する医療医薬品を処方箋に記載し、薬剤師においては、医師からの当該処方に基づき医療医薬品を調剤していることが認められる。 ・患者は、調剤薬局において、一般に先発薬と後発薬のいずれを希望するか述べるにとどまり、それ以上に、医療医薬品の形態そのものを見比べることで医療医薬品を当該形態自体によって選択することはないことが認められる。 ・このような事情の下においては、 原告商品の需要者である医師及び薬剤師は、医療医薬品を選択するに当たり、原告商品の形態によってその出所を識別するものではなく、仮に患者も原告商品の需要者であるとしても、上記認定は同様 に当てはまるものといえる。	・本裁判例は、左記の理由付けで、被告が被告製品を製造又は販売する行為の不競法2条1項1号該当性を否認したが、「念のため」として、商品等表示該当性を肯定する。この「特別顕著性」の要件について検討を加えた上で、「原告商品は、保形包装及び使用形態のいずれにおいても、客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有するものとはできない」と判示した。
3	東京地裁	令和1年6月18日	肯定	・原告は、平成16年7月から、「○○」という名称のブランドの商品として、トートバッグ、クラッチバッグ等の鞆（以下「原告商品」という。）を製造、販売している。原告商品は、本件特徴①から④（注：詳細は、省略する。）を備えている。 ・被告は、遅くとも平成28年9月から、ショルダーバッグ、トートバッグ等の鞆（以下「被告商品」という。）を販売した。 ・原告は、原告商品の形態は、原告の署名又は周知の商品等表示であり、被告による上記形態と同一又は類似の商品の販売は不競法2条1項1号又は2号所定の不正競争行為に該当すると主張して、被告に対し、不競法3条1項及び2項に基づき、被告商品の製造・販売等の差止め及び被告製品の廃棄並びに同法4条、5条1項に基づき、損害賠償金の支払を求めた。	・①商品の形態が客観的に他の同種製品とは異なる顕著な特徴（特別顕著性）を有しており、かつ、②その形態が特定の事業者によって長期間独占的に使用され、又は宣伝広告や販売実績等により、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（周知性）場合には、商品の形態自体が、一定の出所を表示するものとして、不競法2条1項1号という「商品等表示」に該当することがあるといえる。 原告商品及び被告商品の 需要者 は、鞆を含むファッション全般に関心を有する一般消費者であるといえる。	・原告商品は、わずかな例外を除き、いずれも本件特徴①及び②、並びに「その上にタイルを想起させる一定程度の硬質な質感を有する相当多数の三角形のピースを、タイルの目地のよう2mmないし3mm程度の間の隙を空けて、敷き詰めるように配置する」という特徴（以下「本件形態①」という。）を備えていた（以下、同形態を「本件形態1」という。）。 本件形態1は、従来の女性用の鞆等の形態とは明らかに異なる特徴を有するものとして、 客観的に他の同種製品とは異なる顕著な特徴を有していたといえ、特別顕著性が認められる 。 本件形態1は、遅くとも原告商品の売上で○○に達した平成27年時点では、長年にわたる宣伝広告、メディアの報道、販売実績の増大により、需要者において、 原告の出所を表示するものとして広く認識されている と認められることができる（本件口頭弁論終結時点においても、同様である。）。	・本裁判例は、原告商品の形態が、特別顕著性、周知性の各要件を満たすものと判断したものである。 ・本裁判例は、本件形態1の周知性を検討するに際して、原告商品及び被告商品の 需要者 は、鞆を含むファッション全般に関心を有する一般消費者であると判示した。
4	知財高裁	平成30年3月29日	肯定	・被控訴人（一審原告）は、平成9年1月頃から、2本の棒材を結合して構成された支柱などからなる形態を有する組立て式の棚であるユニットシェルフ（以下「被控訴人商品」という。）を販売している。被控訴人商品の形態は、①～⑥の形態（略）を有している（以下、原告商品における①～⑥の形態が組み合わされた形態を「被控訴人商品形態」という。）。 ・被控訴人（一審原告）が、被告に対し、被控訴人（一審原告）商品形態が周知の商品等表示であり、控訴人（一審被告）が上記形態と同一又は類似の形態のユニットシェルフ（以下「控訴人商品」という。）を販売販売することが不競法2条1項1号所定の不正競争に当たると主張して、控訴人商品の譲渡等の差止め等を求めた。	・商品の形態が客観的に明らかに他の同種の商品と識別できる 顕著な特徴 を有し、かつ、その形態が特定の事業者により長期間独占的に使用されるなどした結果、需要者においてその形態が事業者の出所を表示するものとして 周知 されるに至れば、商品の当該形態自体が「商品等表示」（不競法2条1項1号）になり得るといえる。 不競法2条1項1号は、周知性の要件につき、「 需要者の間に広く認識されているもの 」と規定するところ、上記にいう「 需要者 」とは、 当該商品等の取引の相手方 をいうものと解するのが相当である。	・控訴人が実施した識別力調査の対象者は、二十代から四十代の一般消費者であるところ、控訴人商品及び被控訴人商品が金属製のユニットシェルフの家具であって、一般消費者が卒然と購入に至るような性質の商品でないことを考慮すると、少なくともこれらの商品を含む家具一般についての関心を有する者を、「 需要者 」と解すべきものである。 ・被控訴人商品形態は、被控訴人商品形態①ないし⑥を全て組み合わせた点のいて独自の特徴が認められるものであって、この点において特別顕著性を獲得したものである。そうすると、各個別の形態が競争上似るを得ないものであると控訴人の主張は、特別顕著性にかかる上記の判断を左右するものとはならない。	・本裁判例は東京地裁平成29年8月31日判決の控訴審であり、「商品等表示」該当性の判断基準については、「原判決（中略）に記載のとおり」と判示するのみである。 ・本裁判例は、周知性の要件に關して、「 需要者 」を「当該商品等の取引の相手方」というものと判示した。
5	東京地裁	平成29年8月31日	肯定	・原告は、平成9年1月頃から、2本の棒材を結合して構成された支柱などからなる形態を有する組立て式の棚であるユニットシェルフ（以下「原告商品」という。）を販売している。原告商品の形態は、①～⑥の形態（略）を有している（以下、原告商品における①～⑥の形態が組み合わされた形態を「原告商品形態」という。）。 ・原告が、被告に対し、原告商品形態が周知の商品等表示であり、被告が上記形態と同一又は類似の形態のユニットシェルフ（以下「被告商品」という。）を販売販売することが不競法2条1項1号所定の不正競争に当たると主張して、被告商品の譲渡等の差止め等を求めた。	・商品の形態が客観的に明らかに他の同種の商品と識別できる 顕著な特徴 を有し、かつ、その形態が特定の事業者により長期間独占的に使用されるなどした結果、需要者においてその形態が事業者の出所を表示するものとして 周知 されるに至れば、商品の当該形態自体が「商品等表示」（不競法2条1項1号）になり得るといえる。	・原告商品は、原告商品と同種の棚を構成する各要素について、それぞれ内容が特定された形態（原告商品形態①～⑥）が組み合わされ、かつ、これに付加する要素がない（原告商品形態⑦）ものであるから、原告商品形態は多くの選択肢から選択された形態である。 原告商品は、原告商品全体として、原告商品形態を有することによって需要者に強い印象を与えるものであり、平成20年頃まで原告商品形態を有する同種の製品があったとは認められないことを併せて考えると、平成16年時点において、 原告商品形態は客観的に明らかに他の同種製品と識別し得る顕著な特徴を有していた と認められることが相当である。 ・原告商品が、5年を超える期間にわたる原告の独占的かつ相当大規模な宣伝販売活動等により、購入者を含む需要者の目に触れてきたことからすると、 原告商品形態は、平成16年頃には、原告の出所を表示するものとして需要者の間に認識され、現在においても、広く認識されていると認められる 。	・本裁判例は、原告商品の形態が、特別顕著性、周知性の各要件を満たすものと判断したものである。 ・本裁判例は、「原告商品形態が他の同種の商品と識別し得る特徴を有するといえるか否かを検討する際には、原告商品形態①～⑥のうちの個別の各形態が取り分けられている形態であるか否かではなく、原告商品形態①～⑥の形態を組み合わせた原告商品形態が取り分けられた形態であるかを検討すべきである。」とも判示している。

6	知財高裁	平成28年7月27日	否認	<p>・控訴人（一審原告）が、被控訴人（一審被告）に対し、控訴人が販売する「エジソンのお箸」という商品名の練習用箸（原告商品）の形態は、控訴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であり、被控訴人が製造・販売する「デラックストレーニング」(被告商品)は、原告商品の形態と同一の形態を備えているから、被控訴人による被告商品の販売は、不裁法2条1項1号所定の不正競争に該当すると主張して、被告商品の製造・販売の差止め及び廃棄等を求めた。</p> <p>・原判決（東京地裁平成28年2月5日判決）は、原告商品の「一對の箸が上端部又は中央より上端部の部分において連結されたいわゆる連結箸であって、うち1本の箸は人差指と中指をそれぞれ入れる2つのリングを有し、他方の1本は親指を入れる1つのリングを有する」という形態（原告商品形態）は不裁法2条1項1号所定の「商品等表示」に当たらないなどとして、控訴人の請求を棄却した。</p>	<p>①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。</p> <p>②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場合であっても、他の形態を選択する余地がある場合には、当該商品の形態につき、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。</p> <p>③もっとも、商品の形態が商品の技術的な機能及び効用に由来する場合、同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ることはまれであり、同種商品の中でありふれたものとして特別顕著性が否定されることが多いものと思われる。</p>	<p>①原告商品形態が、一般に正しいとされる持ち方で箸を使用する練習をさせる練習用箸という原告商品の技術的な機能及び効用に由来することは、明らかである。</p> <p>②原告商品形態が、上記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ものということではない。</p> <p>③しかし、原告商品形態は、同種商品の中でありふれたものというべきであり、特別顕著性を認めることはできない。</p>	<p>・原判決（東京地裁平成28年2月5日判決）は、原告商品につき、「親指、人差指及び中指をリングに挿入して箸の使用に適した位置で固定するという機能並びに2本の箸を連結するという機能」を有するとした上で、原告商品形態は、これらの機能を達成するための構成に由来する不可避的な形態であるとして、商品等表示に該当しない旨を判断した。この点、本判決は、原告商品形態が、上記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ものということではないと判断する一方、特別顕著性を否認して、同様の結論を導いた。</p>
7	知財高裁	平成27年4月14日	肯定	<p>・控訴人（一審原告）が、被控訴人（一審被告）に対し、被控訴人の製造・販売する椅子（以下「被控訴人製品」という。）の形態が、控訴人らの製造等に係る椅子（以下「控訴人製品」という。）の形態的特徴に類似しているから、被控訴人による被控訴人製品の製造等の行為は、不裁法2条1項1号及び2号の「不正競争」に該当すると主張して、被控訴人製品の製造・販売の差止め及び廃棄等を求めた。</p> <p>・原判決（東京地裁平成26年4月17日判決）は、控訴人製品は、従来の椅子には見られない顕著な形態的特徴を有しているから、控訴人製品の形態が需要者の間に広く認識されているものであれば、その形態は、不裁法2条1項1号にいう周知性のある商品等表示に当たり、同号所定の不正競争行為の成立を認める余地があるものの、被控訴人製品の形態が控訴人製品の商品等表示と類似のものに当たるとはいえないとして、控訴人らの請求を棄却した。</p>	<p>・商品の形態が、①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）、②特定の事業者による長期間に及ぶ継続的かつ独占的な使用、強力な宣伝広告等により、需要者において、当該特定の事業者の出所を表示するものとして周知されるに至れば（周知性）、不裁法2条1項1号の「商品等表示」に該当するものといえる。</p>	<p>・控訴人製品は、控訴人ら主張に係る控訴人製品の形態的特徴のうち、①「左右一對の部材A」の2本脚であり、かつ、「部材Aの内側」に形成された「溝に沿って部材G（座面）及び部材F（足置き台）の両方を「はめ込んで固定」している点並びに②「部材A」が、「部材B」前方の斜めに切断された端面のみ結合されて直接座面に接している点及び両部材が約60度の鋭い角度を成している点において、特別顕著性が認められる。</p> <p>・控訴人製品は、被控訴人が被控訴人製品の製造、販売を始めた平成18年2月頃までは、控訴人らの出所を表示するものとして周知されるに至ったと認められる。</p> <p>・（控訴人製品の形態的特徴は、出所表示機能を果たさないとの被控訴人の主張に対し）控訴人製品の主な需要者である幼児の親にとって、幼児用椅子の安全性は、通常、購入時に最も重視する要素であるところ、控訴人製品の座面を支える脚部である「部材A」の構造は、安全性確保のために重要な意義を有するものといえるから、需要者は、控訴人製品の選択に際し、「部材A」の構造に強い関心を持つものと考えられる。</p>	<p>・本裁判例は、控訴人製品の形態的特徴のうち、周知性の各要件を満たすものと判断したものである。</p> <p>・本裁判例は、原判決（東京地裁平成26年4月17日判決）と同様、控訴人ら主張に係る控訴人製品の形態的特徴のうち特別顕著性が認められる点と、被告人製品の形態との間に、類似性を認めることはできないとして、控訴人の控訴を棄却した。</p>
8	知財高裁	平成24年12月26日	否認	<p>・控訴人（一審原告）が、被控訴人（一審被告）に対し、控訴人が販売する①耳と鼻に掛ける眼鏡タイプの形態からなるルーペであり（特徴①）、②そのレンズ部分は眼鏡の重ね掛けができる程度に十分大きい一對のレンズを並べた略長方形の形態（特徴②）という共通形態を有するルーペ（控訴人商品）の形態は、遅くとも平成21年4月末頃には、商品等表示性を獲得するに至っており、被控訴人が製造・販売するルーペ（被控訴人商品）は、控訴人商品の上記共通形態を備えているから、被控訴人による被控訴人商品の販売は、不裁法2条1項1号所定の不正競争に該当すると主張して、被控訴人商品の製造・販売等の差止めを求めた。</p> <p>・原判決（東京地裁平成24年7月30日判決）は、控訴人商品の共通形態が不裁法2条1項1号所定の「商品等表示」に該当するとはいえないとして、控訴人の請求を棄却した。</p>	<p>・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、不裁法2条1項1号にいう「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その形態が特定の事業者によって長期間独占的に使用され、又は極めて強力な宣伝広告や爆発的な販売実績等により、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）を要すると解するのが相当である。</p>	<p>・控訴人商品の共通形態は、「耳と鼻に掛ける眼鏡タイプの形態からなるルーペであり、そのレンズ部分は眼鏡の重ね掛けができる程度に十分大きい一對のレンズを並べた形態」であることができる。</p> <p>・被控訴人商品の共通形態のうち、耳と鼻に掛ける眼鏡タイプの形態からなるルーペであり、そのレンズ部分は一對のレンズを並べた形態であり、眼鏡に重ね掛けができるという点については、従前、他社製品にもみられたものであるということができ、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ことはできない。</p> <p>・ルーペを同種商品とみた場合に、被控訴人商品の共通形態が、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ることができないことは、前記のとおりである。</p> <p>・老眼鏡を同種商品とみた場合にも、控訴人が控訴人商品の共通形態であると主張する特徴①及び特徴②は、老眼鏡が有する形態に類似し、これと客観的に異なる顕著な特徴を有しているということとはできない。</p>	<p>・控訴人商品の共通形態が、同種商品と客観的に異なる顕著な特徴を有しないことから、商品等表示性を否認した。</p> <p>・控訴人が主張する特徴①及び特徴②の形態と商品等表示性を肯定すると、眼鏡タイプのルーペを控訴人に独占させることになり、それは事案の解決からみてもさきわかないことが、特別顕著性を要求する旨であらうと評されている（判例タイムズ・1408号236頁参照）。</p>
9	知財高裁	平成23年3月24日	肯定	<p>・被控訴人（一審原告）が、控訴人（一審被告）に対し、被控訴人が販売する①本体部分が極細でコンパクトな円筒管であり、②円筒管の材質がステンレス製で、光沢のあるシルバー色であり、③円筒管の両端部を開口として、各先端部分の円周に沿って角質除去のための刃が設けられており、④樹脂製スティックが円筒管内に挿入され、スティックの一部が円筒管からはみ出して見えるという形態を有する角質除去具（被控訴人商品）の形態は、遅くとも平成19年7月初頃には、商品等表示性を獲得するに至っており、控訴人が販売する角質除去具（控訴人商品）は、被控訴人商品の上記形態と類似し、控訴人商品の販売は被控訴人商品との混同を生じさせるものであるから、控訴人による控訴人商品の販売は、不裁法2条1項1号所定の不正競争に該当すると主張して、控訴人商品の譲渡等の差止め等を求めた。</p>	<p>・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に・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、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に至ることがあり得る。</p> <p>・このような商品の形態は、不裁法2条1項1号の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といえるから、同号によって保護される他人の周知の商品等表示に該当するものと解される。</p>	<p>・被控訴人商品の形態は、被控訴人が被控訴人商品の販売を開始した平成18年9月26日当時、他の商品（角質除去具）には見られない独自の特徴を有する形態であったものであるから、現段階で控訴人が指摘する同種商品が流通しているとしても、それをもって被控訴人商品の形態の独自性を否定する事情にはならない。</p> <p>・被控訴人商品につきテレビコマーシャルが流されたり、新聞広告が行われたことがなかったからといって、1年2か月間で周知性が獲得できないというのではなく、被控訴人商品は、多くの全国的な雑誌、新聞、テレビ番組等で繰り返し取り上げられて効果的な宣伝広告がなされるなどした結果、周知性を獲得したと認められる。</p>	<p>・本裁判例は東京地裁平成22年9月17日判決の控訴審であり、「商品等表示」該当性の判断基準については、「原判決（中略）記載のとおり」と判断するのみである。</p>
10	東京地裁	平成22年9月17日	肯定	<p>・原告が、被告に対し、原告が販売する①本体部分が極細でコンパクトな円筒管であり、②円筒管の材質がステンレス製で、光沢のあるシルバー色であり、③円筒管の両端部を開口として、各先端部分の円周に沿って角質除去のための刃が設けられており、④樹脂製スティックが円筒管内に挿入され、スティックの一部が円筒管からはみ出して見えるという形態を有する角質除去具（原告商品）の形態は、遅くとも平成19年7月初頃には、商品等表示性を獲得するに至っており、被告が販売する角質除去具（被告商品）は、原告商品の上記形態と類似し、被告商品の販売は原告商品との混同を生じさせるものであるから、被告による被告商品の販売は、不裁法2条1項1号所定の不正競争に該当すると主張して、被告商品の譲渡等の差止め等を求めた。</p>	<p>・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に・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、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に至ることがあり得る。</p> <p>・このような商品の形態は、不裁法2条1項1号の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といえるから、同号によって保護される他人の周知の商品等表示に該当するものと解される。</p>	<p>・原告商品の形態の中でも、①本体部分が極細でコンパクトな円筒管であり、②円筒管の材質がステンレス製で、光沢のあるシルバー色であるという特徴は、特に着者の注意を惹く特徴である。また、原告が原告商品を販売を開始した平成18年9月26日以前に、原告商品の円筒管の両端部を開口して、角質除去具のスティックが円筒管内に挿入され、スティックの一部が円筒管からはみ出して見えるという形態を有する角質除去具（原告商品）は、原告商品の上記形態と類似し、被告商品の販売は原告商品との混同を生じさせるものであるから、被告による被告商品の販売は、不裁法2条1項1号所定の不正競争に該当すると主張して、被告商品の譲渡等の差止め等を求めた。</p> <p>・原告商品は、販売開始後平成19年11月26日頃までの約1年2か月の間に、効果的な宣伝広告等がされるとともに、その販売数も、平成19年11月の時点で約89万本に達していた。よって、原告の商品形態は、遅くとも平成19年11月26日頃までは、原告商品を表示するものとして、美容雑貨関係の取引業者及び一般消費者の間に広く認識されるに至ったものと認められる。</p>	<p>・本裁判例は、原告商品の形態が、特別顕著性、周知性の各要件を満たすものと判断したものである。</p> <p>・需要者の属性（美容に関心の高い女性）やその購入時の傾向（外形的なデザインの美しさを新しきにも着目する傾向）を、特別顕著性を肯定する理由として挙げている。</p>

11	東京地裁	平成18年1月13日	否認	<p>・原告は、販売名を「〇〇」とし、テブレノンを有効成分として含有する胃潰瘍治療薬（以下「原告商品」という。）を製造販売している。</p> <p>・原告商品は、剤型のカプセルがPTPシートに装填された形態で販売されている。上記カプセルは、緑色及び白色の2色からなるカプセルであり、上記PTPシートは、銀色地に青色の文字等を付したPTPシートである（以下、これらの配色を「原告配色」という。）。</p> <p>・被告は、販売名を「△△」とし、テブレノンを有効成分として含有する胃潰瘍治療薬（以下「被告商品」という。）を製造販売している。</p> <p>・原告が、被告に対し、原告配色が原告の商品等表示として周知であり、原告配色と類似した配色を有する被告商品を製造販売することは不競法2条1項1号所定の不正競争に該当すると主張して、被告商品の製造・販売の差止め等を求めた</p>	<p>・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、不競法2条1項1号にいう「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製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その形態が特定の事業者による長期間の独占的使用、又は極めて強力な宣伝広告や爆発的な販売実績等により、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となっていること（周知性）を要すると解するのが相当である。</p>	<p>・原告が原告商品の特徴であると主張する原告配色は、PTPシートが銀色地に青色の文字等を付したものであること並びにカプセルが緑色及び白色の2色からなることであるが、本件訴訟の口頭弁論最終日である平成17年12月7日において、いずれも、医療用医薬品における特徴的な配色であるといえず、これらを単純に組み合わせた原告配色も、客観的に他の同種商品の配色とは異なる顕著な特徴を有しているとは認められない。</p> <p>原告商品をはじめとする医療用医薬品は、医師や薬剤師といった専門的な知識を有する者が、その薬効に応じて選択する商品であり、商品の選択に際し、商品の形状や配色が需要者の着目の対象となる程度は、著しく低いといえる。そうすると、医療機関において、原告商品が広範に使用されてきたものと認められるとしても、それによって原告配色が、特定の事業者の出所を表示するものとして周知性を備えていたということはできない。</p>	<p>・本裁判例は、原告商品が医療用医薬品であること、医療用医薬品は、医師が作成した処方せんに基づき薬剤師が調剤することにより、患者に交付されるものであること、患者が自ら医療用医薬品を積極的に選別するものではないと認定した上で、原告商品についての「需要者」は、医師等であると判示した。</p> <p>・本裁判例は、医療医薬品においては、商品の選択に際し、商品の形状や配色が需要者の着目の対象となる程度は、著しく低いと判示して、原告配色の周知性を否認した。</p>
----	------	------------	----	--	---	---	--