

オリゴ糖の純度に関する表示及び発言が品質誤認表示 (不正競争防止法2条1項20号) 及び信用棄損 (同項21号) に該当するとして損害賠償請求が認められた事案

事件 知的財産高等裁判所令和4年1月27日判決 (令和3年 (ネ) 第10018号)
(原審 東京地方裁判所令和3年2月9日判決 (平成30年 (ワ) 第3789号))

知的財産権法研究会
弁護士 井崎 康孝

1 事案の概要

- 平成24年ころ 原告 (控訴人) がオリゴ糖含有食品「カイトキオリゴ」(原告商品) の販売を開始
- 平成26年7月 被告 (被控訴人) がオリゴ糖類食品「はぐくみオリゴ」(被告商品) の販売を開始
- 以後、広告等に後述のとおり「オリゴ糖100%」等と表示
- 平成28年10月 広告主 (原告、被告も含め76名) とアフィリエーター¹ (2087名) が参加するASPのイベントで、被告従業員が5名～10名のアフィリエーターがいる前で、原告商品はオリゴ糖100%ではないが、被告商品はオリゴ糖100%であり良い商品である旨の発言
- 11月 原告が被告に上記発言について抗議する通知書を送付
被告代理人弁護士から「確かに一部社員にてご指摘のような発言があったようです。はぐくみオリゴはオリゴ糖100%というのは正確ではなく、この前提での比較は不適切でした。」等の回答書を送付
- 平成29年2月～9月 被告が同じASPの別のイベント会場 (3か所) で「オリゴ糖100%」、「他社商品と差別化でき」等と記載した札・文書を設置・配布
- 平成30年初め 原告が、①被告が広告等に「オリゴ糖100%」等の表示をすること等²が品質誤認表示 (不競法2条1項20号) に当たり、また、②平成28年2月のイベ

1 アフィリエイト広告とは、Web広告の種類の一つで、アフィリエイター (媒体主) が保有しているサイト等 (ホームページ、ブログ、インスタグラム等) に広告を掲載してもらうものである。一般的には、ASP (Affiliate Service Provider) と呼ばれる代行サービス業者が間に介在し、広告を掲載したい媒体と広告を出稿したい企業とを結び、広告が掲載される流れとなる。アフィリエイターのサイト等に貼られたリンクを通じて商品購入、資料請求等一定の成果に至った場合に、その件数に応じてアフィリエイターに報酬が支払われるもの (成果報酬型) が最も一般的であるとされる。