

蛇口一体型浄水器の交換用カートリッジ商品広告事件 —インターネット販売広告の一部記載が打ち消し表示としての機能を有するとして 不正競争行為（不競法2条1項1号）を否定した事例—

裁判例 知財高判令和4年1月18日（令和3年（ネ）10025号）¹
（裁判所ホームページ知的財産裁判例集）（以下「本判決」という。）

知的財産法研究会
弁護士法人かける法律事務所
弁護士 細井 大輔

第1 本判決を検討する意義

- 1 不正競争行為の一類型である「周知な商品表示等の主体の混同惹起」（不競法2条1項1号）では、「混同のおそれ」が要件となるが、単に打ち消し表示があるというだけでは、特段の事情がない限り、「混同のおそれ」は否定されないと指摘されている²。また、打ち消し表示を理由に混同のおそれを否定する裁判例も多くはない。
- 2 このような状況の中で、本判決では、非純正品を販売するインターネット広告において、広告記載の一部が打ち消し表示としての機能を有することを認め、純正品であると需要者に誤認させず、「混同のおそれ」を否定し、不正競争行為（不競法2条1項1号）に該当しないとして、控訴人（原告）の被控訴人（被告）に対する請求を否定した。
- 3 本判決は、非純正品を販売するインターネット広告において、「混同のおそれ」を否定するための打ち消し表示の内容を検討する上では参考になる。
また、控訴人は、需要者の認識を確認する目的でアンケート調査を実施している。もっとも、本判決は同アンケートについて、需要者の認識を正確に把握できないとして、その有用性を否定しており、実務上参考になる。

1 原判決（東京地判令和3年3月17日（令和2年（ワ）5211号））も混同のおそれを否定し、不正競争行為に該当しないとして、原告の被告に対する請求を棄却している。

2 田村善之「不正競争法概説（第2版）」（有斐閣、2003年）85頁