

令和4年1月18日判決言渡

令和3年（ネ）第10025号 損害賠償請求控訴事件

（原審・東京地方裁判所令和2年（ワ）第5211号）

口頭弁論終結日 令和3年10月6日

判	決
控 訴 人	株 式 会 社 タ カ ギ
同訴訟代理人弁護士	酒 迎 明 洋
被 控 訴 人	合 同 会 社 グ レ イ ス ラ ン ド
	(以下「被控訴人グレイスランド」という。)
被 控 訴 人	株 式 会 社 好 友 印 刷
	(以下「被控訴人好友印刷」という。)
被 控 訴 人	Y
	(以下「被控訴人Y」という。)
上記3名訴訟代理人弁護士	綿 貫 敬 典
	森 貴 志
主	文

- 1 本件控訴を棄却する。
- 2 控訴費用は控訴人の負担とする。

#### 事 実 及 び 理 由

##### 第1 控訴の趣旨

- 1 原判決を取り消す。
- 2 被控訴人らは、控訴人に対し、連帯して1080万7500円及びこれに対する令和2年3月11日から支払済みまで年5分の割合による金員を支払え。

##### 第2 事案の概要（略称は、特に断りのない限り、原判決に従う。）

###### 1 事案の要旨

本件は、蛇口一体型浄水器及びその交換用浄水カートリッジを製造及び販売

する控訴人が、被控訴人グレイスランドがインターネットショッピングモール「楽天市場」に出店した店舗のスマホ・タブレット向けウェブサイト（以下「本件楽天サイト」という。）及びインターネットショッピングモール「アマゾン」に出店した店舗のウェブサイト（以下「本件アマゾンサイト」という。）において販売する蛇口一体型浄水器の交換用カートリッジの商品の広告にそれぞれ別紙1(1)の上部の「タカギ社製 浄水蛇口の交換用カートリッジ取扱い店」との表示（以下「被告表示1」という。）及び別紙1(2)の「タカギ社製」、「浄水蛇口の交換用カートリッジを」、「お探しの皆様へ」との3段書きの表示（以下「被告表示2」という。）を掲載する行為が、控訴人の商品等表示として周知な黒色のゴシック体の「タカギ」の文字を横書きしてなる表示（以下「原告表示」という。）と類似する「タカギ社製」の表示（以下「被告標章」という場合がある。）を使用し、控訴人の商品又は営業との混同を生じさせる行為に当たり、不正競争防止法（以下「不競法」という。）2条1項1号の不正競争行為に該当する旨主張して、被控訴人らに対し、同法4条、民法709条、719条前段に基づき、損害賠償として1080万7500円及びこれに対する令和2年3月11日（訴状送達の日翌日）から支払済みまで平成29年法律第44号による改正前の民法所定（以下「改正前民法所定」という。）の年5分の割合による遅延損害金の連帯支払を求める事案である。

原審は、被告標章を含む被告表示1及び被告標章を含む被告表示2が被控訴人グレイスランドが販売する上記商品を控訴人製の純正品と混同させるものと認められず、被控訴人グレイスランドが被告標章を使用した上記各行為は、不競法2条1項1号の不正競争行為に該当しないから、その余の点について判断するまでもなく、控訴人の請求は、理由がないとして、いずれも棄却した。

そこで、控訴人は、原判決を不服として、本件控訴を提起した。

## 2 前提事実

以下のとおり訂正するほか、原判決の「事実及び理由」の第2の2記載のと

おりであるから、これを引用する。

(1) 原判決3頁1行目から4行目までを次のとおり改める。

「控訴人は、蛇口一体型浄水器及びその交換用浄水カートリッジの製造及び販売を行い（以下、控訴人が製造及び販売する蛇口一体型浄水器を「原告製浄水器」という場合がある。）、控訴人の商品カタログ、ショールーム等に原告表示（黒色のゴシック体の「タカギ」の文字を横書きしてなる表示）を使用している（甲26，27等）。

原告表示は、平成28年11月頃までに、家庭用浄水器及びその関連商品を購入しようとする需要者の間において、控訴人の業務に係る商品を表示するものとして広く認識されるに至り、周知となっていた。」

(2) 原判決3頁10行目から17行目までを次のとおり改める。

「(4) 被告表示1及び2のウェブサイトへの掲載

ア 本件楽天サイト

(ア) 被控訴人グレイスランドは、平成28年11月1日から平成31年4月1日までの間、本件楽天サイトにおいて、別紙1(1)記載のとおり、「タカギ社製 浄水蛇口の交換用カートリッジ取扱い店」との表示（被告表示1）を掲載した。」

(3) 原判決4頁3行目の「「待望の 交換用カートリッジ ついに発売！！」との記載」を「「待望の」、「交換用カートリッジ」、「ついに発売！！」との記載」と改め、同頁5行末尾の「という。）」を「という。甲2の写真①。）」と、同頁7行目の「スクロールすると、」の次に「別紙2記載のとおり、」を加え、同頁11行目から12行目にかけての「記載されていた。」を「記載されていた（乙2。）」と、同頁13行目から14行目にかけての「リンクボタン」を「リンクボタン（別紙2の2枚目）」と改め、同頁16行目から22行目までを次のとおり改める。

「イ 本件アマゾンサイト

(ア) 被控訴人グレイスランドは、少なくとも平成29年5月1日から平成30年9月30日までの間、本件アマゾンサイトにおいて、別紙1(2)記載のとおり、

「タカギ社製

浄水蛇口の交換用カートリッジを

お探しの皆様へ」

との3段書きの表示(被告表示2)を掲載した。」

(4) 原判決5頁3行目から4行目にかけての「表示されていた。」を「表示されていた(甲3の1の1枚目上段の画像)。」と改め、同頁5行目の「また、」の次に「別紙3(1)記載のとおり、」を加え、同頁7行目から8行目にかけての「甲3の2中段の画像」を「甲3の2の1枚目中段の画像(別紙3(2))」と改め、同頁12行目末尾に次のとおり加える。

「上記複数の画像の上に青色の【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ…」との記載が表示されていた。」

### 3 争点

(1) 被控訴人グレイスランドによる不競法2条1項1号の不正競争の成否(争点1)

ア 被告標章を含む被告表示1を本件楽天サイトに掲載する行為が原告表示と類似の商品等表示の使用に該当するか(争点1(1)-ア)

イ 被告表示1を本件楽天サイトに掲載する行為による被告標章の使用が控訴人の商品又は営業と「混同を生じさせる行為」に該当するか(争点1(1)-イ)

ウ 被告標章を含む被告表示2を本件アマゾンサイトに掲載する行為が原告表示と類似の商品等表示の使用に該当するか(争点1(2)-ア)

エ 被告表示2を本件アマゾンサイトに掲載する行為による被告標章の使用

が控訴人の商品又は営業と「混同を生じさせる行為」に該当するか（争点 1 (2)ーイ）

(2) 被控訴人友好印刷及び被控訴人 Y の共同不法行為責任の有無（争点 2）

(3) 控訴人の損害額（争点 3）

### 第 3 争点に関する当事者の主張

1 争点 1 (1)ーア（被告標章を含む被告表示 1 を本件楽天サイトに掲載する行為が原告表示と類似の商品等表示の使用に該当するか）

(1) 控訴人の主張

ア(ア) 原告表示は、黒色のゴシック体の「タカギ」の文字を横書きしてなる。原告表示から「タカギ」の称呼が生じ、「タカギ」という人又は会社の観念が生じる。

原告表示は、平成 28 年 11 月頃までに、需要者の間において、控訴人の家庭用浄水器及びその浄水カートリッジの製造及び販売事業の営業主体又は控訴人の商品の出所を示す商品等表示として、全国的に周知となっていた（甲 7 の 1, 2, 8, 9, 11, 12 ないし 17）。

(イ) 被告標章は、「タカギ社製」の文字を横書きしてなる。被告標章のうち、「社製」の文字部分は単に「タカギ」という会社の製品であることを意味するものであって、自他商品識別力を有さないから、被告標章の要部は、「タカギ」の文字部分である。被告標章の要部から「タカギ」の称呼が生じ、「タカギ」という人又は会社の観念が生じる。

原告表示と被告標章の要部を対比すると、両者は、片仮名の「タカギ」が同じ大きさの文字で横書きされている点において外観が共通し、称呼及び観念が同一であるから、被告標章は、全体として原告表示と類似の商品等表示である。

イ 別紙 1 (1) のとおり、本件楽天サイトに掲載された被告表示 1 における「タカギ社製」の表示（被告標章）と「浄水蛇口の交換用カートリッジ取

扱い店」の表示との間には、スペースが配置されており、また、「浄水蛇口の交換用カートリッジ」は店舗における取扱商品を示すものとしてひとまとまりで表示されており、その下部には「交換用浄水カートリッジ」と大きな文字で表示されている。

そうすると、被告標章は、「浄水蛇口の交換用カートリッジ」を修飾していると理解されるものであり、被告商品の「交換用浄水カートリッジ」が「タカギ社」の製造に係るものであることを示しているといえる。

したがって、被告表示1が店舗の説明であるとしても、被告標章は、本件楽天サイトで被告商品の商品等表示として使用されていたといえる。

## (2) 被控訴人らの主張

ア 原告表示と被告標章（「タカギ社製」の表示）の要部は、片仮名の「タカギ」が同じ大きさの文字で横書きされている点において外観が共通し、称呼及び観念が同一であり、原告表示と被告標章が類似することは認める。

イ 被告表示1は、別紙1(1)のとおり、青色の正方形の中に白抜きで表示された被控訴人グレイスランドの社名である「GRACE LAND」の右隣に記載されており、被控訴人グレイスランドの店舗の説明にすぎないから、被告商品の出所を示すものではなく、商品等表示に該当しない。

また、被告表示1は、ごく小さなフォントサイズで目立たない態様で表示され、需要者の注意をひくものではなかったものであり、仮に需要者が被告表示1の存在を認識したとしても、被告標章（「タカギ社製」の表示）と「浄水蛇口の交換用カートリッジ取り扱い店」との間のわずか半角分のスペース部分までは認識しないため、被告表示1を一連の文章として、「タカギ社製」はあくまでも「浄水蛇口」を修飾するもの、すなわち、「浄水蛇口」の出所を示すものと読み取るのが自然である。

そうすると、被告標章は、被告商品である交換用カートリッジが適合する浄水蛇口の出所の説明にすぎず、被告商品の出所を示すものではないか

ら、商品等表示には該当しないし、また、被告表示1の掲載による被告標章の使用は、商品等表示としての「使用」に該当しない。

2 争点1(1)ーイ(被告表示1を本件楽天サイトに掲載する行為による被告標章の使用が控訴人の商品又は営業と「混同を生じさせる行為」に該当するか)

以下のとおり原判決を訂正し、当審における当事者の補充主張を付加するほか、原判決の「事実及び理由」の第3の1記載のとおりであるから、これを引用する。

(1) 原判決の訂正

ア 原判決6頁4行目から9行目までを次のとおり改める。

「(1) 被控訴人グレイスランドは、本件楽天サイトにおいて被告商品の広告に被告表示1を掲載して被告標章(「タカギ社製」の表示)を使用したが、かかる被告商標の使用は、被告商品が控訴人製の純正品であると需要者に誤認させて、被告商品の出所が控訴人又は控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせ、又はその営業主が控訴人又は控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせる行為である。」

イ 原判決6頁19行目末尾に行を改めて次のとおり加える。

「このように被告標章を含む被告表示1は、小さい文字であるとしても、トップページの最上部という目立つ位置に表示されているため、これに気づく需要者がいないなどとは考えられない。」

ウ 原判決6頁25行目の「理解できたとしても、」の次に「原告製浄水器を使用し、控訴人製の純正品の交換用カートリッジが販売されていることを知っている需要者であれば、」を加える。

エ 原判決7頁3行目の「(4)」を次のとおり改める。

「(4) 打ち消し表示は、直接的、かつ、誤認を生じるおそれのある表示と同時に視認できる範囲などの分かり易い場所に記載されてはじめて、打ち消し表示として機能するのであって、打ち消し表示が

直接的な表現でなく，あるいは，誤認を生じるおそれのある表示と場所的に離れていると，一度混同してしまった需要者の誤認は，是正されるものではない。」

オ 原判決7頁11行目の「純正品であるとの混同は生じ得ない。」を「純正品であると誤認する可能性はなく，被告商品の出所又は営業主体の混同のおそれを生じさせるものではない。」と改める。

カ 原判決8頁15行目の「できた。」を「できたから，上記注意書きの記載は，打ち消し表示としての効果を十分に発揮するものである。」と改める。

(2) 当審における控訴人の補充主張

ア アンケート調査の概要

(ア) 控訴人は，本件楽天サイト及び本件アマゾンサイトに掲載された被告表示1及び2に関する需要者の認識を確認することを目的とし，GMORサーチ株式会社（以下「GMORサーチ」という。）に委託して，2021年（令和3年）4月27日，20歳以上99歳以下のオンラインショッピング利用経験者を調査対象者とし，別紙4(1)の本件楽天サイトのトップページの画像（以下「本件楽天サイト画像①」という。），別紙4(2)の上記画像の一部（以下「本件楽天サイト画像②」という。），別紙4(3)の本件アマゾンサイトの商品ページに掲載されている商品の画像及びその説明文（以下「本件アマゾンサイト画像①」という。），別紙4(4)の本件アマゾンサイトの商品ページに掲載されている商品の画像（以下「本件アマゾンサイト画像②」という。）を提示して，調査対象者が，画像を見ながら質問に回答するオンラインリサーチを実施し，それぞれの画像につき各500名の回答（回答者の重複はない。）を得た（以下，この調査を「本件各アンケート調査」と総称し，本件楽天サイト画像①及び②に係る調査を「本件楽天サイトアンケート調査」と，本件アマゾンサイト画像①及び②に係る調査を「本件アマゾンサイトアンケート調

査」という場合ある。甲23)。

本件各アンケート調査は、GMOリサーチが運営する「ジャパンクラウドパネル」というアンケートモニターの集合に、収集しようとするアンケート数（本件では1000人）に対し、システムが算出・抽出した当該アンケート数の回答を収集するために適切な人数のモニター（本件では約7500人）に、電子メール等でアンケートの案内の送付等をし、アンケートを実施するウェブサイトアクセスさせ、有効な回答数が収集しようとするアンケート数に達した時点でアンケート調査を終了するという方法で実施された（甲24）。

(イ) この点に関し被控訴人らは、本件各アンケート調査の調査対象者が、現に原告製浄水器を使用し、控訴人製の交換用カートリッジが販売されていることを認識した上で、原告製浄水器に使用できる交換用カートリッジの購入を検討している者ではなく、アンケート回答者と本件で問題となる需要者とでは、認識及び関心が異なるため、本件各アンケート調査の結果をもって需要者の認識を確認することはできない旨主張する。

しかし、控訴人製の交換用カートリッジが販売されていることを認識した上で、原告製浄水器に使用できる交換用カートリッジの購入を検討し、又は原告製浄水器を使用した経験があるといった事情は、控訴人製の交換用カートリッジを探し求めるがゆえに、被告商品を控訴人製の純正品として誤認する方向に作用し、また、その逆にも作用し得るが、そのような事情を考慮しない一般的な需要者の認識を確認した本件各アンケート調査の結果から、需要者のおおよその認識を推認することができるから、被控訴人らの上記主張は失当である。

イ 本件楽天サイトアンケート調査結果の要旨等

(ア) 本件楽天サイトアンケート調査の結果、本件楽天サイトのトップペ

ージの画面（本件楽天サイト画像①）については、販売者が「GRACELAND」と認識した回答者が57.8%、「タカギ」と認識した回答者が16.2%であったのに対し、製造元が「GRACELAND」と認識した回答者が29.6%、「タカギ」と認識した回答者が37.8%であった。

次に、本件楽天サイト画像②については、販売者が「GRACELAND」と認識した回答者が40.2%、「タカギ」と認識した回答者が44.2%であったのに対し、製造元が「GRACELAND」と認識した回答者が22.2%、「タカギ」と認識した回答者が61.2%であった。

上記調査結果によれば、販売元については、「GRACELAND」と認識する需要者の方が多いが、製造元については、「GRACELAND」、「タカギ社製 浄水蛇口の交換用カートリッジ取扱い店」、「交換用浄水カートリッジ」という、ひとまとまりの表示（本件楽天サイト画像②）のみを見れば、「タカギ」と認識する需要者が、「GRACELAND」と認識する需要者の3倍ほどに達した。また、画面全体（本件楽天サイト画像①）でみても、「タカギ」と認識する需要者の方が多く、40%程度に達し、タカギの家庭用浄水器を使用したことがある需要者に限れば、65%にも達した。

さらに、本件楽天サイトアンケート調査の結果について回答デバイスをスマートフォンに限定した場合及びタブレットに限定した場合のそれぞれの集計結果（甲25）は、回答デバイスを限定しない集計結果と比べてほとんど違いはない。

(イ) 以上によれば、被告表示1は小さい文字で表記されているものの、これを需要者が閲読しないということはなく、少なくとも、本件楽天サイトのトップページの最初の画面に接した需要者の多くは、「タカギ」が

製造する「交換用浄水カートリッジ」が販売されていると認識するものといえる。

したがって、原判決が、他の表示よりフォントサイズが小さく、目立たぬ態様の被告表示1に需要者が注目し、これを閲読したとは考えられないと判断したのは誤りである。

(3) 当審における被控訴人らの補充主張

ア アンケート調査の概要の主張に対し

本件各アンケート調査の調査対象者は、20歳以上99歳以下のオンラインショッピング利用経験者であって、現に原告製浄水器を使用し、控訴人製の交換用カートリッジが販売されていることを認識した上で、原告製浄水器に使用できる交換用カートリッジの購入を検討している者でないから、需要者を調査対象者とするものとはいえない。また、本件各アンケート調査は、アンケート調査の実施方法や抽出方法の詳細が証拠上不明であり、質問が誘導的・誤導的である点も見受けられる。

したがって、本件各アンケート調査の結果は、客観性がなく、信用性は認められない。

イ 本件楽天サイトアンケート調査結果の要旨等の主張に対し

本件楽天サイト画像①及び②は、需要者が実際に閲覧したウェブサイトの画面とは異なり、スクロールにより画面を移動させる余地のないものであるから、アンケート回答者と需要者とでは、接する画面の閲読方法が異なるほか、実際の画像よりも拡大され、回答デバイスも異なるため、視認性に違いがある。

したがって、本件楽天サイトアンケート調査の結果をもって、需要者が被告表示1を視認し得たとはいえないし、また、需要者の認識を確認することはできない。

3 争点1(2)ーア(被告標章を含む被告表示2を本件アマゾンサイトに掲載す

る行為が原告表示と類似の商品等表示の使用に該当するか)

(1) 控訴人の主張

ア 原告表示が平成28年11月頃までに、需要者の間において、控訴人の家庭用浄水器及びその浄水カートリッジの製造及び販売事業の営業主体又は控訴人の商品の出所を示す商品等表示として、全国的に周知となっていたこと、被告標章が原告表示と類似の商品等表示であることは、前記1(1)アのとおりである。

イ 別紙1(2)のとおり、本件アマゾンサイトに掲載された被告表示2は、「タカギ社製」、「浄水蛇口の交換用カートリッジを」、「お探しの皆様へ」という3段書きで表示され、その下部に「交換用カートリッジ」を特に大きな文字で表した「待望の」、「交換用カートリッジ」、「ついに発売！！」という3段書きの表示（本件三段書き表示）や交換用カートリッジの写真が配置されていることから、交換用カートリッジが強調されている。

そうすると、被告標章（「タカギ社製」の表示）は、「浄水蛇口の交換用カートリッジ」を修飾していると理解されるものであり、被告商品の「交換用浄水カートリッジ」が「タカギ社」の製造に係るものであることを示しているといえる。

したがって、被告標章は、本件アマゾンサイトで被告商品の商品等表示として使用されていたといえる。

(2) 被控訴人らの主張

被告表示2は、本件アマゾン商品掲載ページ（本件アマゾンサイトにおける被告商品（標準タイプ及び高除去タイプ）の各掲載ページ）のメインビジュアル部分に掲載されていた複数の切替え画像の一つとして表示されていたものであるが、被告商品の画像が表示された場合、そのすぐ右横に「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ」と表示されていた（甲3の1、4の1等）。上記表示は、被告商品が

原告製浄水器に使用できるカートリッジであるという被告商品の商品内容（適合機種）を説明したものと理解される。また、上記表示と被告表示2を併せて見た場合には、被告標章（「タカギ社製」の表示）は、「浄水蛇口」を修飾するもの、すなわち、「浄水蛇口」の出所を示すものと理解するのが自然である。

そうすると、被告標章は、被告商品の出所を示すものではないから、商品等表示には該当しないし、また、被告表示2の掲載による被告標章の使用は、商品等表示としての「使用」に該当しない。

4 争点1(2)ーイ（被告表示2を本件アマゾンサイトに掲載する行為による被告標章の使用が控訴人の商品又は営業と「混同を生じさせる行為」に該当するか）

以下のとおり原判決を訂正し、当審における当事者の補充主張を付加するほか、原判決の「事実及び理由」の第3の2記載のとおりであるから、これを引用する。

(1) 原判決の訂正

ア 原判決9頁3行目から9行目までを次のとおり改める。

「(1) 被控訴人グレイスランドは、本件アマゾンサイトにおいて被告商品の広告に被告表示2を掲載して被告標章（「タカギ社製」の表示）を使用した。かかる被告商標の使用は、被告商品が控訴人製の純正品であると需要者に誤認させて、被告商品の出所が控訴人又は控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせ、又はその営業主体が控訴人又は控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせる行為である。」

イ 原判決10頁1行目の「前記1」を「前記2」と、同頁24行目の「純正品であるとの混同は生じ得ない。」を「純正品であると誤認する可能性はなく、被告商品の出所又は営業主体の混同のおそれを生じさせるものではない。」と改める。

ウ 原判決11頁2行目の「表示があった。」を「表示があった（甲3の1、

4の1)。」と、同頁16行目の「前記1」を「前記2」と改める。

(2) 当審における控訴人の補充主張

ア 本件アマゾンサイトアンケート調査の結果、「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ」との表示が付された商品画像（本件アマゾンサイト画像①）については、販売者が「タカギ」と認識した回答者が37.8%、「タカギ」ではないと認識した回答者が26.6%であったのに対し、製造元が「タカギ」と認識した回答者が33.2%、「タカギ」ではないと認識した回答者が29.6%であった。

次に、本件切替え画像を見て正しく「浄水器用の浄水カートリッジ」についての表示であると回答した回答者のうち、原告製浄水器を使用したことがある者の回答に着目すると、販売者を「タカギ」と認識した回答者が42.1%、「タカギ」ではないと認識した回答者が47.4%であったのに対し、製造元が「タカギ」と認識した者が36.8%、「タカギ」ではないと認識した回答者が52.6%であった。

上記調査結果によれば、「ノーブランド品」と掲げ、かつ、「タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ」と表示されていたとしても、「タカギ」が製造・販売元であると認識する回答者の数は、「タカギ」が製造・販売元ではないと認識する回答者の数を上回っており、また、原告製浄水器を使用したことがある需要者に着目すると、3分の1を超える需要者は「タカギ」が製造元であると認識していることに照らすと、「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ」との表示が、被告商品が「タカギ」が製造・販売する商品ではないと需要者が認識する表示（打ち消し表示）であるということとはできない。

イ 次に、本件切替え画像（本件アマゾンサイト画像②）については、販

売者が「タカギ」と認識した回答者が63.4%、「タカギ」ではないと認識した回答者が12.4%であったのに対し、製造元が「タカギ」と認識した回答者が73.2%、「タカギ」ではないと認識した回答者が7.8%であった。

上記調査結果から、本件切替え画像に接した大多数の需要者は、「タカギ」が被告商品の製造・販売元であると認識するといえる。

(3) 当審における被控訴人らの補充主張

前記2(3)アで述べたとおり、本件各アンケート調査の結果は、客観性がなく、信用性は認められない。

次に、本件アマゾンサイトアンケート調査の回答者は、原告製浄水器を現に使用しているわけではなく、原告製浄水器に使用できる交換用カートリッジの購入など微塵も検討していないため、交換用カートリッジが控訴人製のブランド品であるかどうかにつき、認識や関心を持っていないものと考えられるのに対し、被告商品の需要者は、現に原告製浄水器を使用していることから、自己が使用している浄水器及び控訴人製の交換用カートリッジが控訴人製のブランド品であることを明確に認識した上で、購入を検討している商品が自己の使用する浄水器に適合するか否かについて関心を抱くものといえる。そうすると、両者の間では、「ノーブランド品」との表示について、その意味内容の理解に差が生じることは当然であると考えられる。

また、需要者は、控訴人製の純正品の交換用カートリッジが原告製浄水器に適合することは当然であり、控訴人製の純正品であれば、「タカギの浄水器に使用できる」との表示をすることがあり得ないと認識しているため、上記表示に接すれば控訴人製の純正品ではないことを容易に認識できるのに対し、本件アマゾンサイトアンケート調査の回答者は、上記表示に接したとしても同様の認識に至らないことは何ら不合理ではない。

以上によれば、本件アマゾンサイトアンケート調査の回答者と需要者とで

は、認識及び関心が異なるため、本件アマゾンサイトアンケート調査の結果をもって需要者の認識を確認することなどおよそできないものである。そして、需要者の立場に立てば、控訴人製の純正品であるにもかかわらず、あえて「ノーブランド品」との表示、すなわち、自ら商品価値を減ずるような表示をすることはおよそ思わないため、「ノーブランド品」との表示に接すれば直ちに控訴人製の純正品ではないと認識できるものである。

5 争点2（被控訴人友好印刷及び被控訴人Yの共同不法行為責任の有無）

原判決の「事実及び理由」の第3の3記載のとおりであるから、これを引用する。

6 争点3（控訴人の損害額）

原判決15頁11行目末尾に行を改めて次のとおり加えるほか、原判決の「事実及び理由」の第3の4記載のとおりであるから、これを引用する。

「(5) よって、控訴人は、不競法4条、民法709条、719条前段に基づき、被控訴人らに対し、損害賠償として1080万7500円及びこれに対する令和2年3月11日（訴状送達の日翌日）から支払済みまで改正前民法所定の年5分の割合による遅延損害金の連帯支払を求める。」

第4 当裁判所の判断

1 争点1(1)ーイ（被告表示1を本件楽天サイトに掲載する行為による被告標章の使用が控訴人の商品又は営業と「混同を生じさせる行為」に該当するか）について

控訴人は、被控訴人グレイスランドが本件楽天サイトにおいて販売する被告商品の広告に被告表示1を掲載した行為が、控訴人の周知の商品等表示である原告表示と類似する被告標章を使用し、控訴人の商品との混同を生じさせる行為に当たり、不競法2条1項1号の不正競争行為に該当する旨主張しており、かかる不正競争の成否が争点1(1)である。

争点1(1)については、被控訴人グレイスランドが被告標章を含む被告表示1

を本件楽天サイトに掲載したこと、原告表示と被告標章が類似することは争いが無いこと等の本件の事案に鑑み、争点1(1)ーイから判断することとする。

(1) 原告表示について

ア 原告表示は、黒色のゴシック体の「タカギ」の文字を横書きしてなるものである。

原告表示から「タカギ」の称呼が生じ、「タカギ」という人又は会社の観念が生じる。

イ 控訴人は、蛇口一体型浄水器（原告製浄水器）及びその交換用浄水カートリッジの製造及び販売を行い、控訴人の商品カタログ、ショールーム等に原告表示を使用していること、原告表示は、平成28年11月頃までに、家庭用浄水器及びその関連商品を購入しようとする需要者の間において、控訴人の業務に係る商品を表示するものとして広く認識され、周知となっていたことは、前記前提事実(1)のとおりである。

(2) 被告表示1の本件楽天サイトへの掲載について

前記前提事実と証拠（甲2、乙2）及び弁論の全趣旨によれば、以下の事実が認められる。

ア 被控訴人グレイスランドは、平成28年11月1日から平成31年4月1日までの間、本件楽天サイトのトップページにおいて、被告商品（原告製浄水器（標準タイプ及び高除去タイプ）に適合する交換用浄水カートリッジ）に関する広告として、トップメニューバーの下に、別紙1(1)のとおり、黒色のフォントで横書きしてなる「タカギ社製 浄水蛇口の交換用カートリッジ取扱い店」との表示（被告表示1）を、その真下に、被告表示1よりも数倍大きなフォントサイズの青色文字で「交換用浄水カートリッジ」との表示を、被告表示1及び上記表示の左側に、青色の正方形の中に白抜き文字で「GRACELAND」との表示を掲載し、中央部のメインビジュアル部分に、被告商品のイメージ画像を背景として、「待望の」、「交

換用カートリッジ」,「ついに発売!!」との本件三段書き表示を掲載した  
(甲2の写真①,⑥)。

イ 本件楽天サイトのトップページの本件三段書き表示から表示画面の半分程度下方にスクロールすると,別紙2のとおり,被告商品のタイプ及び数量別の価格表示の一覧表が表示され,その直下に赤色の背景の白抜き文字の「お買い求めの前に」と題する欄に「標準タイプ・高除去タイプともに,純正カートリッジより浄水の流量が少ないですが,当社製品は、『浄水力にこだわり,じっくり“ろ過”する設計』を採用しておりますので,予めご理解の上お買い求めください。」との記載が表示されていた(乙2の1枚目)。

さらに,上記「お買い求めの前に」と題する欄の直下には「標準タイプ(1本入り)のお買い求めはこちらから」,「高除去タイプ(1本入り)のお買い求めはこちらから」などと表示されたリンクボタンが配置されており(乙2の2枚目),これをタップすると被告商品の購入ページに移動することができた。

### (3) 混同を生じさせる行為該当性について

控訴人は,被控訴人グレイランドが本件楽天サイトで被告商品の広告に被告表示1を掲載した行為による被告標章(「タカギ社製」の表示)の使用は,被告商品が控訴人製の純正品であると需要者に誤認させて,被告商品の出所が控訴人又は控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせ,又はその営業主体が控訴人又は控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせる行為に該当する旨主張するので,以下において判断する。

ア(ア) 原告商品の需要者は,家庭用浄水器及びその関連商品を購入しようとする者であり(前記(1)イ),原告製浄水器の交換用カートリッジである被告商品の需要者も,これと同様であることが認められる。

かかる需要者は,家庭用浄水器に適合する浄水用カートリッジが浄水

器本体の製品ごとに異なることを一般的な知識として有し、家庭用浄水器の交換用カートリッジの購入を検討する際には、交換用カートリッジの浄水器本体との適合性、価格等について関心を持ち、その購入時にはこれらを確認するものと認められる。

そうすると、本件楽天サイトのトップページに掲載された「交換用浄水カートリッジ」の広告に接した需要者は、当該「交換用浄水カートリッジ」がいかなる浄水器本体に適合する交換用カートリッジであるかを確認しようとするのが自然であるから、本件楽天サイトのトップページの上部の「タカギ社製 浄水蛇口の交換用カートリッジ取扱い店」との表示（被告表示1）を閲読するものと認められる。

(イ) 被告表示1の構成中の「タカギ社製」との表示（被告標章）は、「タカギ」が製造した商品であることを示したものと理解できるところ、被告表示1においては、「タカギ社製」の文字部分と「浄水蛇口の交換用カートリッジ取扱い店」との間にスペースがあるため、「タカギ社製」の文字部分が「浄水蛇口の交換用カートリッジ」を修飾し、被告表示1から「タカギ」が製造した「交換用カートリッジ」商品の取扱い店であることを表示したものと読み取ることが可能であり、一方で、「タカギ社製」の文字部分が「浄水蛇口」を修飾し、被告表示1から「タカギ」が製造した「浄水蛇口」に適合する「交換用カートリッジ」商品の取扱い店であることを表示したものと読み取ることも可能であると一応考えられる。

しかしながら、前記(2)イの認定事実によれば、本件楽天サイトのトップページの被告表示1の下の本件三段書き表示から表示画面の半分程度下方にスクロールすると、別紙2のとおり、被告商品のタイプ及び数量別の価格表示の一覧表が表示され、その直下に赤色の背景の白抜き文字の「お買い求めの前に」と題する欄に「標準タイプ・高除去タイプともに、純正カートリッジより浄水の流量が少ないですが、当社製品は、『浄

水力にこだわり、じっくり“ろ過”する設計』を採用しておりますので、予めご理解の上お買い求めください。」との記載が表示されていたこと、上記「お買い求めの前に」と題する欄は、価格表示の一覧表と商品購入ページに移動するリンクボタンの間に位置し、交換用カートリッジの購入を検討する需要者の目につきやすい位置及び態様で配置されていることが認められる。

そして、需要者は、上記「お買い求めの前に」と題する欄記載の「標準タイプ・高除去タイプともに、純正カートリッジより浄水の流量が少ないですが、当社製品は…」との記載部分から、「当社製品」である「交換用浄水カートリッジ」が「タカギ」が製造した「純正カートリッジ」とは異なる商品であることを容易に理解するものと認められるから、上記記載部分は、被告標章（「タカギ社製」の表示）が「浄水蛇口の交換用カートリッジ」を修飾すると読み取ることを否定する打ち消し表示としての機能を有するものと認められる

そうすると、本件楽天サイトのトップページの被告表示1に接した需要者は、上記「お買い求めの前に」と題する欄の上記記載部分に照らし、被告表示1の構成中のタカギの表示（被告標章）は、「浄水蛇口」を修飾し、被告表示1は「タカギ」が製造した「浄水蛇口」に適合する「交換用カートリッジ」商品の取扱い店であることを示したものと理解するものと認められる。

(ウ) 以上によれば、被告表示1における被告標章の使用によって、被告商品が控訴人製の純正品であると需要者に誤認させて、被告商品の出所が控訴人又は控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせるおそれがあるものと認めることはできないし、また、その営業主体が控訴人又は控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせるおそれがあるものと認めることもできない。

イ(ア) これに対し控訴人は、①打ち消し表示は、直接的、かつ、誤認を生じるおそれのある表示と同時に視認できる範囲などの分かり易い場所に記載されてはじめて、打ち消し表示として機能するのであって、打ち消し表示が直接的な表現でなく、あるいは、誤認を生じるおそれのある表示と場所的に離れていると、一度混同してしまった需要者の誤認は、是正されるものではない、②本件楽天サイトの「お買い求めの前に」と題する欄の記載は、控訴人製の純正品であることを直接的に否定するものではなく、また、被告標章と一画面以上離れていたため、被告標章の内容を打ち消す効果を発揮するものではない旨主張する。

しかしながら、前記ア(イ)のとおり、需要者は、「お買い求めの前に」と題する欄の記載から、「当社製品」である「交換用浄水カートリッジ」が「タカギ」が製造した「純正カートリッジ」とは異なる商品であることを容易に理解するものと認められる。

また、「お買い求めの前に」の欄は、本件楽天トップページに最初にアクセスした際に画面上に見えるように表示されないものの、表示画面の半分程度下方にスクロールすると表示される近接した位置にあり、しかも、価格表示の一覧表と商品購入ページに移動するリンクボタンの間という需要者の目につきやすい位置に配置されていたのであるから、交換用カートリッジの購入を検討する需要者は、被告表示1とともに「お買い求めの前に」の欄の記載を閲読するものと認めるのが自然である。

したがって、控訴人の上記主張は採用することができない。

(イ) また、控訴人は、甲18の報告書記載のとおり、本件楽天サイトの被告標章に接した複数の顧客から被告商品を控訴人製の純正品であると勘違いして購入した旨のクレームを受けたことを根拠として挙げて、被告標章の使用によって、被告商品が控訴人製の純正品であると需要者に誤認させた旨主張する。

しかしながら、甲18の報告書に記載されている「顧客」が本件楽天サイトで被告商品を購入した者であるかどうかは不明であり、その数も僅かであることに照らすと、甲18の報告書の記載から、被告標章の使用によって、被告商品が控訴人製の純正品であると需要者に誤認させたものと認めることはできない。

したがって、控訴人の上記主張は採用することができない。

ウ 前記ア及びイによれば、被控訴人グレイスランドが本件楽天サイトで被告商品の広告に被告表示1を掲載した行為による被告標章（「タカギ社製」の表示）の使用が、控訴人の商品又は営業と混同を生じさせる行為に該当するとの控訴人の前記主張は、理由がない。

#### (4) 小括

以上のとおり、被控訴人グレイスランドが本件楽天サイトで被告商品の広告に被告表示1を掲載した行為による被告標章の使用は、控訴人の商品又は営業と混同を生じさせる行為に該当するものと認められないから、不競法2条1項1号の不正競争行為に該当しない。

#### 2 争点1(2)ーイ（被告表示2を本件アマゾンサイトに掲載する行為による被告標章の使用が控訴人の商品又は営業と「混同を生じさせる行為」に該当するかについて）

控訴人は、被控訴人グレイスランドが本件アマゾンサイトにおいて販売する被告商品の広告に被告表示2を掲載した行為が、控訴人の周知の商品等表示である原告表示と類似する被告標章を使用し、控訴人の商品との混同を生じさせる行為に当たり、不競法2条1項1号の不正競争行為に該当する旨主張しており、かかる不正競争の成否が争点1(2)である。

争点1(2)についても、本件の事案に鑑み、争点1(2)ーイから判断することとする。

##### (1) 被告表示2の本件アマゾンサイトへの掲載について

前記前提事実と証拠（甲3の1, 2, 4の1, 2）及び弁論の全趣旨によれば、以下の事実が認められる。

ア 被控訴人グレイスランドは、少なくとも平成29年5月1日から平成30年9月30日までの間、本件アマゾンサイトにおいて、被告商品に関する広告を掲載した。

イ 本件アマゾンサイトにおける被告商品の掲載ページ（本件アマゾン商品掲載ページ）のメインビジュアル部分には、目立つ態様で「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ」との記載が表示（甲3の1の1枚目上段の画像、甲4の1の1枚目上段の画像）されていた。

また、本件アマゾン商品掲載ページのメインビジュアル部分の背景には、別紙3(1)のとおり、「標準タイプ」、「【対応機種】」、「JA/JG/JYシリーズ」との3段書きの記載とともに、被告商品のイメージ画像が表示（甲3の2の1枚目上段の画像、甲4の2の1枚目上段の画像）され、この画像は、その左上部に小さく表示された複数の画像をクリックすることにより全部で9種類の画像に切り替えることができた。そして、別紙3(1)のとおり、上記複数の画像の上に青色の「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ…」との記載が表示されていた。

そして、上記複数の画像のうちの一つである本件切替え画像（甲3の2の1枚目中段の画像、甲4の2の1枚目中段の画像）を選択すると、別紙3(2)のとおり、被告商品のイメージ画像の左上部分に、「タカギ社製」、「浄水蛇口の交換用カートリッジを」、「お探しの皆様へ」との3段書きの表示（被告表示2）がされ、その下の中央部に被告表示2より大きなフォントサイズで、「待望の」、「交換用カートリッジ」、「ついに発売！！」との3段書きの表示（本件三段書き表示）がされていた。

また、別紙3(2)のとおり、被告表示2と同じ画面のその左上部に小さく複数の画像が表示され、これら複数の画像の上に青色の「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ…」との記載が表示されていた。

ウ 本件アマゾン商品掲載ページに表示された複数の画像のうちの一つを選択すると、「ご購入の前にお読みいただき、ご了承のうえお買い求めください」との記載の下に、「当社製品はタカギ社純正品ではございません。標準タイプ・高除去タイプという当社製品グレード名、互換との表現は、タカギ社製品と同一の性能を示すものではございません。」との表示（甲3の2の3枚目下段の画像、甲4の2の3枚目下段の画像）がされていた。

## (2) 混同を生じさせる行為該当性について

控訴人は、被控訴人グレイスランドが本件アマゾンサイトで被告商品の広告に被告表示2を掲載した行為による被告標章（「タカギ社製」の表示）の使用は、被告商品が控訴人製の純正品であると需要者に誤認させて、被告商品の出所が控訴人若しくは控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせ、又はその営業主体が控訴人若しくは控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせる行為に該当する旨主張するので、以下において判断する。

ア(ア) 本件アマゾンサイトのウェブページ（本件切替え画像）において、別紙3(2)のとおり、交換用カートリッジのイメージ画像の左上部に被告表示2が、その下の中央部に「待望の」、「交換用カートリッジ」、「ついに発売！！」との本件三段書き表示が、被告表示2の左上部に小さく表示された複数の画像が、その上に青色の文字で「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ…」との表示が掲載されていた。

本件切替え画像は、交換用カートリッジのイメージ画像及び本件三段書き表示の「交換用カートリッジ」、「ついに発売！！」の文字部分から、

イメージ画像に表示された交換用カートリッジの商品の販売広告であることを理解できる。

また、被告表示2は、

「タカギ社製

浄水蛇口の交換用カートリッジを

お探しの皆様へ」

と青色の文字で3段書きに表示してなるものである。

被告表示2の上段の「タカギ社製」の文字部分（被告標章）及び中段の「浄水蛇口の交換用カートリッジ」の文字部分の2段の記載部分は、販売広告の対象商品と関連付けたものとして理解できる。そして、2段の上記記載部は、その構成態様から、「タカギ」が製造した「交換用カートリッジ」を表示したものと読み取ることが可能であり、また、「タカギ」が製造した「浄水蛇口」に適合する「交換用カートリッジ」を表示したものと読み取ることも可能であると一応考えられる。

一方で、被告表示2の左上部に小さく表示された複数の画像の上に青色の文字で「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ…」との表示は、販売広告の対象商品が「ノーブランド品」であって、「タカギ」が製造した「浄水器」に使用できる「交換用カートリッジ」であることを説明したものと理解できる。

そして、①「ノーブランド品」とは、ブランドを掲げずに一般名称のみを記した商品を意味するものと解されること、②原告表示（黒色のゴシック体の「タカギ」の表示）は、家庭用浄水器及びその関連商品を購入しようとする需要者の間において、控訴人の業務に係る商品を表示するものとして周知となっており（前記1(1)イ）、家庭用浄水器及びその関連商品のブランド名として理解されていたことに鑑みると、控訴人製の純正品の交換用カートリッジについて「ノーブランド品」と表示する

ことは通常考えられないというべきであるから、本件切替え画像に接した需要者は、「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ…」との表示は、販売広告の対象商品が控訴人製の純正品とは異なる商品であることを示したものと理解するものと認められる。

そうすると、「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ…」との表示は、被告表示2の上段の「タカギ社製」の文字部分（被告標章）及び中段の「浄水蛇口の交換用カートリッジ」の文字部分の2段の記載部分が「タカギ」が製造した「交換用カートリッジ」（控訴人製の純正品）を表示したものと読み取ることが否定する打ち消し表示としての機能を有するものと認められる。

したがって、本件アマゾンサイトの本件切替え画像の被告表示2に接した需要者は、被告表示2の上段の「タカギ社製」の文字部分（被告標章）及び中段の「浄水蛇口の交換用カートリッジ」の文字部分の2段の記載部分は、「タカギ」が製造した「浄水蛇口」に適合する「交換用カートリッジ」を表示したものと理解するものと認められる。

(イ) 以上によれば、被告表示2における被告標章の使用によって、被告商品が控訴人製の純正品であると需要者に誤認させて、被告商品の出所が控訴人又は控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせるおそれがあるものと認めることはできないし、また、その営業主体が控訴人又は控訴人の関連会社であるとの混同を生じさせるおそれがあるものと認めることはできない。

イ(ア) これに対し控訴人は、本件アマゾンサイトアンケート調査の結果によれば、「ノーブランド品」と掲げ、かつ、「タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ」と表示されていたとしても、「タカギ」が製造・販売元であると認識する回答者の数は、「タカギ」

が製造・販売元ではないと認識する回答者の数を上回っており、また、原告製浄水器を使用したことがある需要者に着目すると、3分の1を超える需要者は「タカギ」が製造元であると認識していることに照らすと、  
「【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ」との表示が、被告商品が「タカギ」が製造・販売する商品ではないと需要者が認識する表示（打ち消し表示）であるということとはできないなどとして、上記調査結果から、本件切替え画像に接した大多数の需要者は、被告標章を含む被告表示2から、「タカギ」が被告商品の製造・販売元であると認識する旨主張する。

そこで検討するに、証拠（甲23ないし25）によれば、本件アマゾンサイトアンケート調査は、本件アマゾンサイトに掲載された被告表示2についての需要者の認識を確認することを目的とし、控訴人がGMOリサーチに委託し、2021年（令和3年）4月27日、20歳以上99歳以下のオンラインショッピング利用経験者を調査対象者とし、別紙4(3)の本件アマゾンサイトの商品ページに掲載されている商品の画像及びその説明文（本件アマゾンサイト画像①）、別紙4(4)の本件アマゾンサイトの商品ページに掲載されている商品の画像（本件アマゾンサイト画像②）を提示して、調査対象者が、画像を見ながら質問に回答するオンラインリサーチを実施し、それぞれの画像につき各500名の回答（回答者の重複はない。）を得て、その回答結果を集計したものであることが認められる。

しかるところ、前記1(3)ア(ア)認定のとおり、原告商品の需要者は、家庭用浄水器及びその関連商品を購入しようとする者であり、原告製浄水器の交換用カートリッジである被告商品の需要者も、これと同様であるところ、本件アマゾンサイトアンケート調査の調査対象者は、20歳以上99歳以下のオンラインショッピング利用経験者であって、その中に

は、家庭用浄水器及びその関連商品を購入しようとする者以外の者が含まれている点において、本件アマゾンサイトアンケート調査の結果は、需要者の認識を正確に反映したものとはいえない。

また、本件アマゾンサイトアンケート調査で調査対象者に提示された画像は、本件切替え画像全体ではなく、そのうちの被告表示2のみの画像（本件アマゾンサイト画像②）であり、交換用カートリッジの購入を検討する需要者が実際に接する画像と異なることに照らすと、本件アマゾンサイトアンケート調査の結果から、需要者の認識を確認することは困難であるというべきである。

したがって、その余の点について検討するまでもなく、控訴人の上記主張は、採用することができない。

(イ) また、控訴人は、甲18の報告書記載のとおり、本件アマゾンサイトの被告標章に接した複数の顧客から被告商品を控訴人製の純正品であると勘違いして購入した旨のクレームを受けたことを根拠として挙げて、被告標章の使用によって、被告商品が控訴人製の純正品であると需要者に誤認させた旨主張する。

しかしながら、甲18の報告書に記載されている「顧客」が本件アマゾンサイトで被告商品を購入した者であるかどうかは不明であり、その数も僅かであることに照らすと、甲18の報告書の記載から、被告標章の使用によって、被告商品が控訴人製の純正品であると需要者に誤認させたものと認めることはできない。

したがって、控訴人の上記主張は採用することができない。

ウ 前記ア及びイによれば、被控訴人グレイスランドが本件アマゾンサイトで被告商品の広告に被告表示2を掲載した行為による被告標章（「タカギ社製」の表示）の使用が、控訴人の商品又は営業と混同を生じさせる行為に該当するものと認めることはできないから、控訴人の前記主張は、理由

がない。

(3) 小括

以上のとおり，被控訴人グレイスランドが本件アマゾンサイトで被告商品の広告に被告表示2を掲載した行為による被告標章の使用は，控訴人の商品又は営業と混同を生じさせる行為に該当するものと認められないから，不競法2条1項1号の不正競争行為に該当しない。

3 結論

以上のとおり，被控訴人グレイスランドが本件楽天サイトで被告商品の広告に被告表示1を掲載した行為及び本件アマゾンサイトで被告商品の広告に被告表示2を掲載した行為による被告標章の各使用は，いずれも不競法2条1項1号の不正競争行為に該当しないから，その余の点について判断するまでもなく，控訴人の被控訴人らに対する請求は，いずれも理由がない。

したがって，控訴人の請求をいずれも棄却した原判決は相当であって，本件控訴は，理由がないから，これを棄却することとし，主文のとおり判決する。

知的財産高等裁判所第1部

裁判長裁判官 大 鷹 一 郎

裁判官 小 林 康 彦

裁判官 小 川 卓 逸

(別紙 1)

(1)

タカギ社製 浄水蛇口の交換用カートリッジ取扱い店

**GRACE LAND** **交換用浄水カートリッジ**

(2)

タカギ社製  
浄水蛇口の交換用カートリッジを  
お探しの皆様へ

安心の日本製

待望の  
**交換用カートリッジ**  
ついに発売!!

衛生管理の行き届いた日本の工場生産しています  
確かな品質のカートリッジをお値打ち価格でお届けいたします

(別紙2)

乙2

17:10 rakuten.co.jp 4G

## 交換用カートリッジ ついに発売!!

衛生管理の行き届いた日本の工場生産しています  
確かな品質のカートリッジをお値打ち価格でお届けいたします

**一本から**  
お問い合わせいただけます

**全国どこでもレターパックライトで発送**  
(全国一律・送料370円)  
ポストにお届けしますので、配達日時を気にせずお受け取りいただけます。

**高性能・高品質・やさしい価格、  
抜群の節水効果。  
自信があります！ぜひお試しください。**

安心・安全、そしておいしいお水をお届けする為に徹底的にこだわった、当社製品のラインナップは2つ。お好みでお選びください。

タイプ	価格 <small>※税別</small>		送料
	標準タイプ	高除去タイプ	
1本入り	税込 2,365円	税込 2,420円	全国一律 +370円
2本入り	税込 4,708円 <small>税別</small>	税込 4,818円 <small>税別</small>	
3本入り	税込 6,930円 <small>税別</small>	税込 7,095円 <small>税別</small>	

**お問い合わせの前に**  
標準タイプ・高除去タイプともに、純正カートリッジより浄水の流量が少ないですが、当社製品は、「浄水力にこだわり、じっくり“ろ過”する設計」を採用しておりますので、予めご理解の上お問い合わせください。

標準タイプ(1本入り)のお問い合わせはこちらから

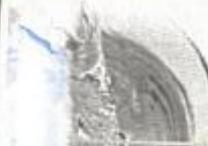
お問い合わせいただけます

### 全国どこでもレターパックライトで発送

(全国一律・送料370円)

※ポストにお届けしますので、配達日時を気にせずお受け取りいただけます。

**高性能・高品質・やさしい価格、  
抜群の節水効果。  
自信があります！ぜひお試しください。**



安心・安全、そしておいしいお水  
お届けする為に徹底的にこだわった、  
ラインナップは2つ。 お好みでお選

タイプ	価格 ※消費税込み	
	標準タイプ	高除去タイプ
1本入り	税込 2,365円	税込 2,420円
2本入り	税込 4,708円	税込 4,818円
3本入り	税込 6,930円	税込 7,095円

#### お問い合わせの前に

標準タイプ・高除去タイプともに、純正カートリッジより浄水の流量が  
少ないですが、当社製品は、「浄水力にこだわり、じっくり“ろ過”する」  
を採用しておりますので、予めご理解の上お問い合わせください。

標準タイプ(1本入り)のお買い求めはこちら

標準タイプ(2本入り)のお買い求めはこちら

標準タイプ(3本入り)のお買い求めはこちら

高除去タイプ(1本入り)のお買い求めはこちら

高除去タイプ(2本入り)のお買い求めはこちら

高除去タイプ(3本入り)のお買い求めはこちら

(別紙 3) 甲 3 の 2

(1)



(2)



(別紙4) 甲23

(1) 本件楽天サイト画像①

The screenshot shows the top portion of a Rakuten storefront. At the top left is the Rakuten 'R' logo. To its right are icons for a shopping cart, a speech bubble with an exclamation mark, and a PC icon. Further right is a promotional banner for 'お買い物マラソン' (Shopping Marathon) with the text '事前エントリー受付中!' (Pre-registration accepted!) and the dates '[予告]4/9(火)20:00スタート'. Below these are five navigation buttons: 'メニュー' (Menu) with a SHOP icon, 'カテゴリ' (Category) with a list icon, 'お気に入り' (Favorites) with a star icon, '閲覧履歴' (View History) with a circular arrow icon, and '購入履歴' (Purchase History) with a document icon. The main header features the 'GRACE LAND' logo on the left and the text 'タカギ社製 浄水蛇口の交換用カートリッジ取扱い店' (Takagi Co. Ltd. Water Purifier Tap Replacement Cartridge Retailer) above the large blue title '交換用浄水カートリッジ'. Below the title is a search bar with the placeholder text 'ショップ内から探す' (Search within the shop) and a '検索' (Search) button. The main content area is a promotional banner for the '交換用カートリッジ' (Replacement Cartridge). It features a green badge that says '安心の日本製' (Peace of mind, Japanese-made). The text '待望の' (Long-awaited) is in a circle above the main title '交換用カートリッジ' in large green characters, with 'ついに発売!!' (Finally on sale!!) in blue below it. A white water filter cartridge is shown on the right. At the bottom of the banner, it states: '衛生管理の行き届いた日本の工場生産しています' (Produced in a Japanese factory with thorough hygiene management) and '確かな品質のカートリッジをお値打ち価格でお届けいたします' (We will deliver reliable quality cartridges at a special price).

(2) 本件楽天サイト画像②

This image is a close-up of the header section of the website shown in the previous screenshot. It features the 'GRACE LAND' logo on the left, followed by the text 'タカギ社製 浄水蛇口の交換用カートリッジ取扱い店' (Takagi Co. Ltd. Water Purifier Tap Replacement Cartridge Retailer) in a smaller font, and the large blue title '交換用浄水カートリッジ' (Replacement Water Purifier Cartridge) in the center.

(3) 本件アマゾンサイト画像①

【ノーブランド品】タカギの浄水器に使用できる、取付け互換性のある交換用カートリッジ



(4) 本件アマゾンサイト画像②

タカギ社製  
浄水蛇口の交換用カートリッジを  
お探しの皆様へ

安心の日本製

待望の  
**交換用カートリッジ**  
ついに発売!!

衛生管理の行き届いた日本の工場生産しています  
確かな品質のカートリッジをお値打ち価格でお届けいたします