

淡路町知財研究会 (松宮ゼミ)

大阪地方裁判所 平成28年5月9日判決言し
平成26年(ワ)8187号審決取消請求事件
「不正競争行為差止等請求事件」

検索連動型広告 他

2018年5月26日(土) 藤岡 茂

当事者

- 原告（商標権者）株式会社生活と科学社

日用品雑貨，洋品雑貨，石けんの販売等を業とする株式会社
インターネットに「石けん百貨」の名称で石けん等を取り扱う店舗サ
イトを開設し，各メーカーの石けんの販売等の営業を行うとともに
当初は「石けん百科」の名称で，その後「石鹸百科」に名称を変更
して，石けん等に関する情報を提供する情報サイトを運営している。
また，原告は，「石けん百貨」ブランドを用いた石けん関連の自社商
品の販売も行っている。

- 被告

楽天株式会社：各種マーケティング・小売業務の遂行及びコン
サルティング，通信販売業務等を業とする株式会社

原告の商標権

- 第3類 石けん類、歯磨き

石けん百貨

第37類

洗濯、建築物の内外、食器類、浴槽・浴槽がま、煙突、建築物の外壁、窓、床敷物、床磨き、し尿処理槽、貯蔵槽類の清掃又はこれに関する情報の提供・指導及び助言、

石けん百科

石鹼百科

事件の概要

被告楽天が、インターネット上の検索エンジンにおける検索結果表示ページの広告スペースに、別紙表示目録記載の文言に自社サイトへのバイパーリンクを施す方式による広告を表示した行為が、

商標権の侵害行為、不正競争防止法2条1項1号の不正競争行為に当たる旨主張

上記の表示の差止め、法709条又は不競法4条（共同不法行為である場合の民法719条を含む。）に基づいて、損害金1593万6386円を求めた事案

（商標権侵害に基づく請求と不正競争防止法に基づく請求は、選択的併合の関係にある。）。

別紙表示目録

- | | | | |
|----|-------------|----|-------------|
| 1 | 石けん百貨人特集 | 13 | 石けん百科大特集 |
| 2 | 石けん百貨は楽天 | 14 | 石けん百科は楽天 |
| 3 | 石けん百貨 楽天大特集 | 15 | 石けん百科 楽天大特 |
| 4 | 石けん百貨 楽天が格安 | 16 | 石けん百科 楽天が格安 |
| 5 | 石けん百貨【楽天】 | 17 | 石けん百科【楽天】 |
| 6 | 石けん百貨／楽天 | 18 | 石けん百科／楽天 |
| 7 | 石鹸百貨大特集 | 19 | 石鹸百科大特集 |
| 8 | 石鹸百貨は楽天 | 20 | 石鹸百科は楽天 |
| 9 | 石鹸百貨 楽天大特集 | 21 | 石鹸百科 楽天大特集 |
| 10 | 石鹸百貨 楽天が格安 | 22 | 石鹸百科 楽天が格安 |
| 11 | 石鹸百貨【楽天】 | 23 | 石鹸百科【楽天】 |
| 12 | 石鹸百貨／楽天 | 24 | 石鹸百科／楽天 |

検索連動型広告

Google や Yahoo!などのインターネット上の検索エンジンにおいて、**検索した**キーワードに関連した広告を検索結果表示画面に表示するもの。

検索連動型広告では、ユーザーがGoogle等の検索サービスを利用して、自らの関心がある事柄についてキーワードによるウェブ検索をした際に、広告主があらかじめ登録したキーワードが使用された場合、その**検索結果を表示するページに、** **広告主の広告が表示**される。

広告主は、広告によって販売したい商品やサービス等についてキーワードを選択し、登録を行う。次に、表示したい広告の見出し、広告文、表示するURL、広告見出しの文言にリンクするURLを登録する。

ユーザーがGoogle等の検索エンジンを利用して、広告主の登録したキーワードを用いて検索すると、検索結果表示画面の上部、下部、側部等に、登録キーワードを用いた広告が表示されることになる。そして、ユーザーが**同広告の見出しの文言をクリックすることで、** **広告主がリンク先として登録したURLへ移動させる**ことができる。

検索式



シャンプー 百貨



すべて 地図 画像 ニュース 動画 もっと見る 設定 ツール

約 50,900 件 (0.52 秒)

検索結果

石けん百貨 : 石鹸シャンプーとヘアケア 通販

https://www.live-science.co.jp/store/php/shop/s_show_abc-6.html

石鹸シャンプーとヘアケア : 石鹸シャンプーと専用リンスなどのヘアケア用品はこちら。液体の石鹸シャンプーのほか、固形のシャンプーバーもオススメ。ヘアスタイリング剤やヘナ染めグッズ、ヘアブラシもあります。

石けんシャンプーとは? / シャンプーの見分け方 : 石けん百貨

<https://www.live-science.co.jp> > 特集バックナンバー一覧 > 石けんシャンプーのABC

もうちょっと詳しくいうと、「石けん分が主体のシャンプー剤や、洗顔用や浴用の石けんで髪を洗うこと」をさします。「石けん分が主体の ... 石けん百貨では、添加物の成分を吟味して安全性が確認できる商品のみを取り扱っています。商品の成分表示の写真。

石けん百貨 : 石鹸シャンプーとヘアケア 売れ筋ランキング 通販

https://www.live-science.co.jp/store/php/shop/s_show_sale_ranking-6.html

石鹸シャンプーとヘアケア 売れ筋ランキング. アイテムすべての売れ筋をランキング形式でご紹介しています。(2018年3月15日~2018年4月15日). 石けん百貨 液体せっけん. 全身に使える液体石鹸です。手洗い・シャンプー・ボディソープ・ハンドソープなど ...

石けんシャンプーのABC : 石けん百貨

https://www.live-science.co.jp/store/php/shop/s_show_html2-12shampoo-feature.html

石鹸シャンプー、ご存じですか? 「このさっぱり感、もう病みつき!」という方も多くいらっしゃる一方で「髪が傷みそう」「フケは出ないの?」というお声も。そこで、そんな不安を解消できるページを作りました。分かりやすい動画をはじめ、2000人以上から回答を ...

検索結果連動型広告

...の Google ショッピング検索結果

 <p>ロクシタン ファイブハーブス ¥2,690 楽天市場</p>	 <p>JILLSTUART 300円OFFクーポン JILL STUART ¥1,539 楽天市場</p>	 <p>【16%OFF】ロクシタン ファイブ ¥1,980 ベルコスメ 送料無料</p>
---	---	---

→ Google でもっと見る

経緯

H12.9～H17.7 原告は楽天に出店。

出店中は「石けん百貨」をKWとする広告。

H17.9 「石けん百貨」で検索すると「石けん百貨」「石けん百科」の広告掲載される。

(この時点では出願中)

H17.10 広告中止の求めが被告に到達

「石けん 百科通販」のキーワード登録を削除

H24.8～H26.9 再び広告掲載

原告が訴訟提起→被告は当該表示を削除

②争点1 商標権侵害の有無

(1) 単独不法行為

ア:商標権侵害

イ:被告の反論に対する主張

(ア) 指定商品役務の記載なし

(イ) 被告に落ち度無し

(ウ) 半角スペースを設けている

(2) 共同不法行為

③争点2 不正競争行為

①争点3 差止の必要性

④争点4 損害の発生

①争点3 差止の必要性

【原告主張】

被告には，別紙表示目録記載の文言を使用した検索連動型広告をするおそれがある。

【被告主張】

原告が求める差止めは認められない。

①争点3 差止の必要性

【裁判所】認定：被告が平成26年9月12日に本件の訴状を受領して調査したところ、前記「P1」の出店ページには、「石けん百貨」等が隠れ文字として使用されていた。そこで、被告は、同日、同店の商品ページをサーチ非表示にする措置を講じるとともに、同店に対し、上記隠れ文字の削除を求めた。

他方、前記「P2」については、被告が本件の訴状を受領する前に退店していたことから、隠れ文字の使用等を確認することはできなかった。

判断：したがって、被告が別紙表示目録記載の文言を使用した検索連動型広告をするおそれがあるとは認められないから、その余について検討するまでもなく、本件での原告の差止請求（請求の趣旨1項ないし3項）はいずれも理由がない。

②争点1 商標権侵害の有無

(1) 単独不法行為

ア:商標権侵害

【原告主張】

被告が、「石けん百貨」、「石鹸百科」及び「石けん百科」をキーワードとした検索結果表示画面において、本件各登録商標である「石けん百貨」、「石鹸百科」、「石けん百科」と同一又はこれらに類似する標章を広告において表示し、同表示のハイパーリンク先を被告の石けんや洗剤に関連する商品販売サイトに設定する行為は、商品に関する広告を内容とする情報に「石けん百貨」等という標章を付して電磁的方法により提供するものであり（商標法2条3項8号）、本件各商標権を侵害し、単独の不法行為を構成する。

②争点1 商標権侵害の有無

(1) 単独不法行為

ア:商標権侵害

【被告の主張】

「【楽天】石けん百貨大特集」等の本件表示の記載に触れた者は、「百貨」が「いろいろな商品」を意味する一般名詞であることから、楽天市場において、石けんに関する商品が多数特集されているものと認識するのが通常であって、「石けん百貨」の部分に着目して、当該部分が原告のサイトの名称であると認識するとはいえないから、本件表示の「石けん百貨」の部分は、出所識別機能を発揮する態様での表示ではなく、当該部分の使用は、商標としての使用に該当しない。

②争点1 商標権侵害の有無

(1) 単独不法行為

ア:商標権侵害

【裁判所】スペースの有無それぞれについて判断

(i) スペース無しの場合

「石けん百貨」等の語は、普通名称ではなく造語。楽天市場の広告において、

【楽天】石けん百貨犬特集」等と表示されている場合には、その広告に接しか一般ユーザーは、「石けん百貨」に関連する商品が楽天市場内で提供されている旨が表示されていると理解するのが通常。

広告自体には、何らの商品も陳列表示されておらず、加盟店が提供するどの商品が「石けん百貨」等と関連するののかについて何ら表示されていない。

それを単体として捉える限り、本件各登録商標に係る指定商品又は指定役務と同一又は類似の商品に関する広告であるとは認められない。本件広告とリンク先の楽天市場リスト表示画面とを一体に捉えることができるためには、被告が本件広告を表示するに当たり、移動後の楽天市場リスト表示画面で石けん商品が陳列表示されることを予定し、利用していると評価し得ることが必要であると解するのが相当である。

②争点1 商標権侵害の有無

(1) 単独不法行為

ア:商標権侵害

【裁判所】スペースの有無それぞれについて判断

(i) スペース無しの場合

本件広告とリンク先の楽天市場リスト表示画面とを一体に捉えることができるためには、被告が本件広告を表示するに当たり、移動後の楽天市場リスト表示画面で石けん商品が陳列表示されることを予定し、利用していると評価し得ることが必要であると解するのが相当である。

この点、加盟店が「石けん百貨」等に関連する石けん商品を何ら取り扱っていないにもかかわらず、石けん商品を販売する出店ページにおいて「石けん百貨」等の標章を明示的に又は画面上見えない隠れ文字として使用することは、被告が加盟店に対して、前記認定事実(5)の知的財産権侵害を禁止する規約や、隠れ文字の使用を禁止するガイドラインにより規制している行為である。このことからすると、加盟店の出店ページにおいて規約等に違反してキーワードが使用され、楽天市場リスト表示画面にそのキーワードを用いた商品が陳列表示されるというのは、本来予定されていない、想定外の事態であるといえることができる。このことからすると、本件において、被告が本件広告を表示するに当たり、移動後の楽天市場リスト表示画面で石けん商品が陳列表示されることを予定し、利用していると評価することはできないというべきである。

もっとも、前記認定事実のとおり、●(省略)●本件広告が表示されることとなったとしても、なお、被告が移動後の楽天市場リスト表示画面で石けん商品が陳列表示されることを予定し、利用していると評価することはできないというべきである。

この点について、原告は、楽天市場の加盟店が規約等に違反する行為を行うことを全く想定できないとはいえない旨主張する。しかし、前提事実(4)のとおり、平成26年9月の時点で、楽天市場の登録店舗数は4万1718店、登録商品数は1億5000万点超であり、出店ページの内容も日々変化するものであることからすると、被告に対して各店舗の出店ページにおける規約等の違反を常時監視することを求めるのは、被告に不可能を強いるものであり、被告がそのような注意義務を負うと解することは相当でないというべきである。

②争点1 商標権侵害の有無

(1) 単独不法行為

ア:商標権侵害

【裁判所】スペースの有無それぞれについて判断

(ii)スペース有りの場合

(ア) インターネット検索において複数の語を組み合わせる場合には、語と語の間にスペースを挿入することが広く知られているから、スペースあり表示に接した一般ユーザーは、それが当然に「石けん百貨」等という造語を表示していると認識するとは限らず、「石けん」と「百貨」という2語を表示していると認識することもあり得る。そして、これらの場合には、その広告に接したそれらのユーザーが、「石けん百貨」等に関連する商品が楽天市場内で提供されている旨が表示されていると理解するのが通常であるとはいえないから、たとえ移動後の楽天市場リスト表示画面において石けん商品が陳列表示された場合でも、その陳列表示商品が「石けん百貨」等に関連するとの認識を生じるとはいえず、本件広告が本件各登録商標に係る指定商品又は指定役務と同一又は類似の商品に関する広告であるとはいえない。

(イ) これに対し、ユーザーが「石けん百貨」等とスペースを挿入せずにキーワードを入力して検索する場合には、「石けん百貨」等が普通名称でない造語であることからすると、そのユーザーは、まさに「石けん百貨」等を検索しようとしたものと考えられるから、●(省略)●その広告に接しか上記ユーザーは、スペースが半角分しかないことも寄与して、「石けん百貨」等に関連する商品が楽天市場内で提供されている旨が表示されていると理解する可告腫が高い。

しかし、その場合でも、本件広告を単体で捉える場合には、本件広告が本件各登録商標に係る指定商品又は指定役務と同一又は類似の商品に関する広告であるとはいえないことは、先にスペースなし表示について述べたのと同様である。

他方、本件広告とリンク先の楽天市場リスト表示画面とを一体として捉えた場合については別途の検討を要する。本件広告で「石けん 百貨」等のスペースあり表示が使用された場合には、移動後の楽天市場リスト表示画面では、部分一致により、出店ページにおいて「石けん」と「百貨」の語を使用している加盟店の石けん商品が陳列表示されている。そして、この場合には、加盟店が「石けん」及び「百貨」をそれぞれ出店ページで使用するということについて規約等の違反があるわけではないから、被告は本件広告を表示するに当たり、移動後の楽天市場リスト表示画面で商品等が陳列表示されることを予定し、利用していると評価することができる。そうすると、本件広告と移動後の楽天市場リスト表示画面とを一体的に捉えることができ、ユーザーにおいて陳列表示された石けん商品が「石けん百貨」等に関連するものであるとの認識が生じ得ることから、スペースありの本件表示をもって、「石けん百貨」等を石けん商品の出所識別標識として用いた広告であると解する余地がある。

②争点1 商標権侵害の有無

(1) 単独不法行為

ア:商標権侵害

【裁判所】スペースの有無それぞれについて判断

(ii)スペース有りの場合

しかし、前記認定事実(1)のとおり、●(省略)●そして、このように考えると、スペースありの「石けん百貨」等も、スペースなしの加盟店による規約等の違反行為のためにキーワードとして登録されるに至ったもの「石けん百貨」等と同様に、であり、本来予定されていない、想定外の事態であるといえることができる。そして、この場合に被告が求められる注意義務を尽くしていたといえることは先に述べたのと同様であるから、本件広告におけるスペースあり表示の使用が、仮に客観的には本件各商標権侵害を構成する行為であるとしても、被告には故意があるとは認められず、また、注意義務違反(過失)がないというべきであるから、被告は損害賠償責任を負わない。

ウ 以上のとおり、被告による本件広告における本件表示の使用行為が、本件各商標権を侵害する単独の不法行為を構成するとは認められない。

認定事実(1)

ア 被告は、「楽天市場出店規約」において、加盟店に対して、第三者の知的財産権等の権利の侵害や第三者に不利益を与える行為を禁止し(第18条1項(5))、これに対する違反を解除事由として定めている(第26条1項(1))。

また、被告は、ガイドラインにおいて、「背景色と同じ文字色の文字記載、通常より小さなフォントでの文字記載、HTMLへの文字記載等、ユーザーが認識することができない文字記載を行うこと」(いわゆる隠れ文字)を「お客様へ混乱、誤解や迷惑を与える行為」として禁止している。

②争点1 商標権侵害の有無 (2) 共同不法行為

【裁判所】 原告は、本件広告において「石けん百貨」等の本件表示を使用し、移動後の楽天市場リスト表示画面において石けん商品を表示する行為が、本件各商標権を侵害する被告と加盟店との共同不法行為を構成すると主張する。

しかし、前記のとおり、被告は、規約及びガイドラインによって、加盟店が出店ページにおいて第三者の知的財産権等の権利の侵害や隠れ文字の使用を禁止することにより、楽天市場リスト表示画面において「石けん百貨」等をキーワードとして検索しても商品等が表示されることがない措置をとっていたのであり、それにもかかわらず、加盟店がそれに違反したことにより、●（省略）●本件広告が表示されるに至ったのであるから、被告と加盟店の間に共同性を認めることはできない。

③争点2 不正競争行為

【裁判所】 原告は、ユーザーが、本件広告をもって、原告店舗のサイトの広告であると誤認混同するおそれがあると主張する。

しかし、前記認定のとおり、本件広告には、広告である旨が明記されている上、「【楽天】石けん百貨大特集」などと、必ず「楽天」の語が使用されているから、楽天がインターネットショッピングモールとして周知であることからすると、原告の主張する誤認混同のおそれは認められない。

また、原告は、ユーザーは、本件広告のハイパーリンク先の楽天市場リスト表示画面をもって、それらの商品を原告が販売していると誤認混同するおそれがあると主張する。

しかし、先に本件各商標権侵害について述べたのと同様に本件広告には、具体的な商品の陳列表示がないから、本件広告を単体で捉えた場合に、本件表示が具体的な商品や店舗についての商品等表示として使用されているとは認められない。

また、本件広告を移動後の楽天市場リスト表示画面と一体で捉えることについても、先に本件各商標権侵害について述べたのと同様に、被告が本件広告を表示するに当たり、移動後の楽天市場リスト表示画面で商品等が陳列表示されることを予定し、利用しているとは評価し得ず、本件広告を移動後の楽天市場リスト表示画面と一体で捉えることができないか、又は、被告に故意又は過失があるとは認められず、加盟店との共同性も認められない。

したがって、被告が不正競争行為（不正競争防止法2条1項1号）による損害賠償責任を負うとは認められないから、不正競争防止法に基づく損害賠償請求は理由がない。

④争点4 損害の発生

【裁判所】 以上によれば，その余の点について判断するまでもなく，原告の請求にはいずれも理由がない。

実務上の指針

(1) 「検索連動型広告」では、広告主はまず設定画面上で広告によって販売したい商品やサービス等についてキーワードを選択し登録を行う。インターネットの検索エンジンによって検索されやすいキーワードを使用して行うこのタイプの広告手法は、増加しつつある。

(2) 本件では、本件広告自体に何らの商品も陳列表示されておらず、加盟店が提供するどの商品が「石けん百貨」等と関連するののかについて何ら表示されていないから、商標権侵害が成立しないとされたのは当然であり、本件広告から「移動後の楽天市場リスト表示画面に何らの商品も陳列表示されない場合」も、同様である。

ただし、「ハイパーリンクをクリックして楽天市場リスト表示画面に移動し、そこで加盟店が提供する石けん商品の陳列表示に接した場合には、その石けん商品が「石けん百貨」等に関連するものであるとの認識が生じ得る。」とし、「本件広告と楽天市場リスト表示画面とを一体で捉える場合には、本件表示をもって、「石けん百貨」等を石けん商品の出所識別標識として用いた広告であると解する余地がある。」と判示して、ハイパーリンク先の表示を一体として捉えた場合にも商標権侵害の可能性を示唆していることに留意する必要がある。

実務上の指針

この点について、本件では本件被告が出店主に対し、キーワード設定について、知的財産権侵害を禁止する規約や隠れ文字の使用を禁止するガイドラインを設けているため、規約に違反したキーワードを用いた商品が陳列表示されることは、本来予定されていない想定外の事態であると認定している。本件では、被告と契約する出店主の数が4万店以上、登録商品数が1億5,000万店を超えることから被告に常時監視を求めることは不可能を強いることになるというのがその理由である。また、被告は本件の訴状によって、その存在を認識するや否や、直ちに調査してサーチ非表示にするとともに隠れ文字の削除を出展者に要求している。これらの事実より、仮に客観的に本件商標権侵害を構成するとしても、被告に故意があるとは認められず、また注意義務違反もないというべきであるから、被告は損害賠償責任を負わない、と判断された。検索リストを表示する会社に求められる注意義務と具体的対応が参考になる。

また、出店主や登録商品の数が本件ほど膨大でない場合には、常時監視の義務が課せられる可能性もあるので注意が必要である。

原告は、本判決を不服として控訴を申し立てたが、棄却された（H29.4.20大阪高裁平成28年（ネ）1737）。