インターネット上のショッピングモールの商標権侵害事件
（東京地裁　平成22年8月31日判決）

弁護士　柳澤　美佳
ダイソン株式会社勤務

第１　事案の概要

本件は、原告（イタリア法人ペルフェッティ ヴァン メッレ ソシエタ ペルアチオニ）が、被告（楽天(株)）が運営するインターネットショッピングモールにおいて、被告が主体となって出店者を介し、あるいは出店者と共同で、少なくとも出店者を幇助して、原告の著名な商標（「Chupa Chups」に関する商標）の商標権を侵害する商品を販売（譲渡）したとして、商標権侵害および不正競争防止法違反を根拠に、被告に対し、当該商品の販売の差し止めおよび損害賠償を求めた事案である。

第２　前提となる事実

１．原告は、「Chupa Chups」に関する商標権を有している。
２．被告は、「楽天市場」という名称で、複数の出店者から買物ができるインターネットショッピングモール（以下、単に「楽天市場」という。）を運営している。楽天市場には、出店者の各々がウェブページ（出店ページ）を公開し、当該出店ページ上の「店舗」（仮想店舗）で商品を展示し、販売している。
３．被告は、楽天市場の出店申込者ないし出店の申込みを承諾した出店者との間で、「楽天市場出店規約」記載の契約関係を有している。
４．有限会社ティキティキカンパニー（乳幼児用よだれかけ・マグカップ）、株式会社ＳＨＥＬＢＹ（帽子）等、複数の出店者が原告の登録商標を付した指定商品と同一又は類似の商品を販売し、販売のために展示していた。
５．原告から被告に対し、数回にわたり、原告の商標を付した商品の販売の中止、写真等の削除を要請するメール、内容証明が送付された。
６．被告は、原告に対し、〈１〉楽天市場においては、各出店ページ及びそこに掲載されている取扱商品並びに広告は、各出店者の販売事業として、出店者の責任において決定されるので、出店者が販売している商品及び広告画像に問題があると思料するのであれば、該当商品の販売を行っている出店者と直接に交渉等を行っていただきたい、〈２〉なお、被告において確認したところ、通知書（内容証明）で指摘のあった画像は当該店舗の判断により店舗ページ上から削除されていることを申し添える旨の回答をした。

７．原告は、平成21年8月10日の時点でティキティキカンパニー、ＳＨＥＬＢＹ等の各出店ページにおいて、原告の商標が付された商品が掲載されていることを確認し、本件訴訟を提起した。

８．被告は、平成21年10月21日に本件訴訟の訴状送達を受けた後、本件各出店者に対し、原告から権利侵害の通告があった事実を通知するとともに、正規品であることが確認できない場合には対象商品を出店ページから削除するよう要請した。その後、同月28日までに、本件各出店者によって、それぞれの出店ページから本件各商品の商品画像が削除された。

第３　商標の使用

１．商標法 25 条（商標権の効力）

「商標権者は、指定商品又は指定役務について登録商標の使用をする権利を専有する。ただし、その商標権について専用使用権を設定したときは、専用使用権者がその登録商標の使用をする権利を専有する範囲については、この限りでない。」

２．商標法 2 条 3 項（標章の使用の定義）

（1）「この法律で標章について「使用」とは、次に掲げる行為をいう。

一　商品又は商品の包装に標章を付する行為

二　商品又は商品の包装に標章を付したものを譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、又は電気通信回線を通じて提供する行為

三　役務の提供に当たりその提供を受ける者の利用に供する物（譲渡し、又は貸し渡す物を含む。以下同じ。）に標章を付する行為

四　役務の提供に当たりその提供を受ける者の利用に供する物に標章を付したものを用いて役務を提供する行為

五　役務の提供の用に供する物（役務の提供に当たりその提供を受ける者の利用に供する物を含む。以下同じ。）に標章を付したものを役務の提供のために展示する行為

六　役務の提供に当たりその提供を受ける者の当該役務の提供に係る物に標章を付する行為

七　電磁的方法（電子的方法、磁気的方法その他の人の知覚によつて認識することができない方法をいう。次号において同じ。）により行う映像面を介した役務の提供に当たりその映像面に標章を表示して役務を提供する行為

八　商品若しくは役務に関する広告、価格表若しくは取引書類に標章を付して展示し、若しくは頒布し、又はこれらを内容とする情報に標章を付して電磁

的方法により提供する行為

（２）商品の譲渡、引き渡し

商品の譲渡　　：引き渡し商品の移転をいい、有償無償を問わない。

商品の引き渡し：法律上の占有権を移転することではなく、物に対する現実の支配を移転することをいう。

第４　争点

本事件での争点は以下のとおり。

①各商品の展示および販売について、被告が商標法2条3項2号（不正競争防止法2条1項1号、2号）の「譲渡のために展示」または「譲渡」を行ったといえるかどうか

②被告による商標権侵害の有無

③被告の不正競争行為（不正競争防止法2条1項1号、2号）の成否

④被告の商標権侵害行為および不正競争行為により被告が賠償すべき原告の損害額

第５　当事者の主張（争点①について）

１．原告の主張

（１）被告が「譲渡」の主体であること

（２）商品の展示及び販売についての被告の関与

- 出店ページの審査、商材の事前審査
- 商品掲載ページの保存、管理
- 個々の商品の展示及び販売
- 被告の受益
- 被告と出店者の相互利用関係

（３）被告が「譲渡」の主体又は共同主体であること

（４）被告が幇助により「譲渡」を行ったこと

仮に被告が主体となって本件各出店者を介し、あるいは本件各出店者と共同で、本件各商品を「販売のために展示」及び「譲渡」を行ったものといえないとしも、本件各出店者における本件各商品の展示及び販売についての被告の関与は幇助に当たり、被告は幇助者である。

（５）利益衡量の観点からの解釈の妥当性

２．被告の主張

（１）被告は「譲渡」の主体でないこと

（2）「譲渡」の主体と評価できる関与の欠如

- 出店ページにおける商品情報の表示等について
- 売買契約締結プロセスについて
- 売買契約成立後の手続について
- 出店者に提供する付加的サービスについて
- 出品された商品の内容の点検が可能でないこと

（3）幇助は「譲渡」に当たらないこと

（4）楽天市場の仕組みを踏まえた利益衡量の観点からも被告を「譲渡」主体と評価することが不当であること

- 被告において権利侵害を防止する措置を講じることが技術的に不可能であること
- 原告には商標権侵害者に対する現実的な権利救済手段が十分に与えられていること

第６　裁判所の判断

東京地方裁判所は、争点①につき、被告のインターネットショッピングモール上での商品販売の仕組みについて詳細な事実認定を行ったうえで、以下のとおり判示した。争点②以降については実質的な判断を行っていない。

「商標法2条3項2号は、『商品又は商品の包装に標章を付したものを譲渡』する行為は、当該標章の使用に当たる旨規定している。

同号が規定する商品に標章を付したものの『譲渡』とは、当該標章を付した商品の所有権を他人に移転することをいい、これには有償、無償を問わないものと解される。

そうすると、本件各標章を付した本件各商品の販売（売買）は、有償による『譲渡』に該当し、本件各標章の使用に当たるものと認められる。

そこで、被告が本件各商品について上記『譲渡』を行ったかどうかについて検討する。

前記前提事実によれば、①被告が運営する楽天市場においては、出店者が被告サイト上の出店ページに登録した商品について、顧客が被告のシステムを利用して注文（購入の申込み）をし、出店者がこれを承諾することによって売買契約が成立し、出店者が売主として顧客に対し当該商品の所有権を移転していること、②被告は、上記売買契約の当事者ではなく、顧客との関係で、上記商品の所有権移転義務及び引渡義務を負うものではないことが認められる。

これらの事実によれば、**被告サイト上の出店ページに登録された商品の販売（売買）については、当該出店ページの出店者が当該商品の『譲渡』の主体であって、被告は、その『主体』に当たるものではない**と認めるのが相当である。

したがって、本件各出店者の出店ページに掲載された本件各商品についても、その販売

に係る『譲渡』の主体は、本件各出店者であって、被告は、その主体に当たらないというべきである。」

「これに対し原告は、楽天市場における本件各商品の販売についての被告の関与によれば、被告が主体となって本件各出店者を介し、あるいは本件各出店者と共同で本件各商品の譲渡を行った旨主張する。

しかしながら、前記前提事実によれば、①被告が楽天市場において運営するシステム（RMS）には、出店者が出店ページに掲載する商品の情報がすべて登録・保存されているが、個別の商品の登録は、被告のシステム上、出店者の入力手続によってのみ行われ、出店者は、事前に被告の承認を得ることなく、自己の出店ページに商品の登録を行うことができ、また、実際上も、被告は、その登録前に、商品の内容の審査を行っていないこと、②出店ページに登録される商品の仕入れは、出店者によって行われ、被告は関与しておらず、また、商品の販売価格その他の販売条件は、出店者が決定し、被告は、これを決定する権限を有していないこと、③顧客の商品の購入の申込みを承諾して売買契約を成立させるか否かの判断は、当該商品の出展者が行い、被告は、一切関与しないこと、④売買契約成立後の商品の発送、代金の支払等の手続は、顧客と出店者との間直接行われること、⑤被告は、出店者から、販売された商品の代金の分配を受けていないこと、⑥もっとも、被告は、出店者から、基本出店料（定額）及びシステム利用料（売上げに対する従量制）の支払を受けるが、これらは商品の代金の一部ではなく、また、システム利用料は売上高の２ないし４%程度であること（別表参照）に照らすと、商品の販売により、被告が出店者と同等の利益を受けているということもできないこと、⑦顧客が楽天市場の各店舗で商品の注文手続を行った場合、被告のシステムから顧客宛てに『注文内容確認メール』が自動的に送信され、これと同時に、同内容の『注文内容確認メール』が当該店舗の出店者にも自動的に送信されるが、これらの送信は、機械的に自動的に行われているものであり、被告の意思決定や判断が介在しているものとはいえないこと、⑧被告の出店者に対するRMSの機能、ポイントシステム、アドバイス、コンサルティング等の提供等は、出店者の個別の売買契約の成否に直接影響を及ぼすものとはいえないこと、以上の①ないし⑧に照らすならば、実質的にみても、本件各商品の販売は、本件各出店者が、被告とは別個の独立の主体として行うものであることは明らかであり、本件各商品の販売の過程において、被告が本件各出店者を手足として利用するような支配関係は勿論のこと、これに匹敵するような強度の管理関係が存するものと認めることはできない。

また、本件各商品の販売による損益はすべて本件各出店者に帰属するものといえるから、被告の計算において、本件各商品の販売が行われているものと認めることもできない。

さらに、上記①ないし⑧に照らすならば、本件各商品の販売について、被告が本件各出店者とが同等の立場で関与し、利益を上げているものと認めることもできない。もっとも、本件各出店者と被告との間には、被告は、本件各出店者からその売上げに応じたシステム利用料を得ていることから、本件各出店者における売上げが増加すれば、システム利用料

等による被告の収入が増加するという関係があるが、このことから直ちに被告が本件各商品の販売の主体として直接的利益を得ているものと評価することはできない。

以上によれば、被告が本件各商品の販売（譲渡）の主体あるいは共同主体の一人であるということはできないというべきである。」

「以上のとおり、本件各出店者の出店ページに掲載された本件各商品の販売に係る『譲渡』（商標法２条３項２号）の主体は、出店者であって、被告は、その主体に当たらないというべきであり、**これと同様に、『譲渡のために展示』する主体は、出店者であって、被告はこれに当たらない**というべきである。

また、**不正競争防止法２条１項１号及び２号の『譲渡のための展示』又は『譲渡』についても、商標法２条３項２号と同様に解するのが相当**である。」

と判示して、原告の請求を棄却した。

以　上