

「Chupa Chups」事件

[事件の表示、出典]

平成22年8月31日判決（東京地裁平成21年（ワ）第33872号（46部））
知的財産権判例集HP

[参照条文]

商標法2条3項2号
不競法2条1項1号、同2号

[キーワード]

譲渡、譲渡のための展示

1 事案の概要

被告が運営するショッピングサイト（楽天市場）において、原告商品を表示するものとして周知・著名な「チュッパチャプス」「Chupa Chups」の表示がされ、原告の登録商標に類似する標章を付した商品（本件商品）が出品されていた。このため、原告は、ショッピングサイトの運営者である被告に対し、商標法及び不正競争防止法に基づき、商品譲渡等の差止及び損害賠償を請求した。なお、本訴提起後に、本件商品は被告のショッピングサイトから削除されている。

本判決の主な争点は、本件商品の展示及び販売について、被告が、商標法2条3項2号及び不競法2条1項1号、2号に規定する「譲渡のために展示」又は「譲渡」を行ったといえるかどうかである。

裁判所は、本件各商品の展示及び販売に係る被告の関与（行為）は、「譲渡のための展示」又は「譲渡」に該当するものとはいえないとして、原告の請求を棄却した。

2 本判決の概要

(1) 前提事実（判決文39頁以下）

ア 楽天市場の概要

- ◇ 被告と契約した出店者が、被告の運営システム（RMS）を利用して、自ら制作した出店ページを公開し、当該出店ページ上の店舗に商品を掲載し、販売している
- ◇ RMSは、店舗構築機能、受注管理機能、売上・アクセス分析機能、メール配信機能等を有し、出店ページに掲載する商品情報、注文受付から商品の受け渡しに係る情報が保存されている。
- ◇ 楽天市場では約3800万余の種類の商品が販売され、出店店舗数（平成20年12月当時）は2万6223店である。

- ◇ 出店申込がなされると、被告は、禁止商材（偽ブランド品等）の有無、必要な営業許可・資格の有無といった出店審査を行い、問題がなければ、出店申込を承諾し、被告規約記載の契約を締結した上で、出店申込者にRMSへのアクセスを認める。
- ◇ 出店申込者は、RMSを利用してウェブページを制作し、これを被告へ提出する。被告は、ウェブページのコンテンツをサンプリングして、必要な記載事項を満たしているか、禁止商材が掲載されていないかの観点から審査し、問題がなければ、当該コンテンツで出店することを認める。出店後は、被告の審査を経ることなく、出店ページ上のコンテンツの更新が可能。
- ◇ 被告は、ブランド品を扱う出店者に対し、出店時に、真正商品を扱うことや商品に関して出店者が責任を持つこと等を誓約させる。特定の著名ブランドについては、正規代理店やブランドメーカーまで辿る伝票等を提示させることで、正規品の販売であることを確認している。
- ◇ 出店者は、被告に対し、基本出店料（定額）、システム利用料（売上げに対する従量制）を支払う（別表参照）。出店ページ内に被告サイトへのリンク、URLを付けること禁止されている。また、「メール、電話、FAXでも注文を受け付けると表示する」といった、課金回避目的の行為も禁止されている。
- ◇ 被告は、被告規約に違反した出店者に対し、出店禁止の措置をとることができる。

イ 出店ページにおける商品情報の表示

- ◇ 個別の商品の登録は、出店者の入力手続によってのみ行われる。出店者は、出店後は、事前に被告の承認を得ることを要せず、自己の出店ページに商品の登録を行うことができ、現に、被告は、出店後は商品内容の審査を行っていない。
- ◇ 登録される商品の仕入れは、出店者によって行われ、被告は関与していない。

ウ 楽天市場における商品の購入手続

- ◇ 顧客が、出店者の出店ページの「買い物かご」に商品を入れ、商品を注文すると、被告システムから、顧客及び出店者に「注文確認メール」が送信される。「注文確認メール」には、注文情報が楽天市場のサーバに到達した時点で送信される自動配信メールであること、出店者からの確認の連絡又は商品発送をもって売買契約成立となる旨、記載されている。
- ◇ 商品注文を受けた出店者は、注文に応じる場合には、顧客に対し、承諾メールを送信する。この承諾メールが、売買契約の承諾の意思表示となる。承諾するか否かの判断は、出店者が行い、被告は一切関与しない。
- ◇ 被告システムを利用しての承諾メール送信が可能であるが、必須ではない。
- ◇ 商品の販売価格その他の販売条件は、出店者が決定し、被告はこれに決定する権限を有していない。

- ◇ 商品の発送、代金支払等の手続は、顧客と出店者の間で直接行われる。被告は、出店者に対し物流サービス（梱包、物流代行）を提供するものの、必須ではない。また、被告は、クレジット決済サービスを提供しているが、カード契約上の加盟店は出店者であり、被告は出店者に代わって各種手続を行っている。
- ◇ 被告が顧客向けに表示している「楽天市場でのお買い物上のご注意」及び「楽天サイトご利用上のご注意」では、楽天市場における商品の販売主体は被告ではなく出店者であること、被告は買物に関する責任を負わないこと、買物に関してトラブルが生じた場合は顧客と出店者で直接解決すること、取扱商品について被告が保証するものではないことが明記されている。

エ 被告によるポイントシステム、アドバイス、コンサルティング等の提供

- ◇ 出店者から商品を購入した場合、被告から顧客に対し、購入額に応じたポイントが付与される。このポイントは、被告に出店している全ての店舗で利用可能。
- ◇ 出店者に対するアドバイス、コンサルティング、顧客情報収集機能の提供、商品が納品されなかった場合に顧客に補償金を支払うサービスを提供している。

オ 出店者に関する情報の開示

- ◇ 事業所所在地、代表者名等が自己の出店ページ上に記載されている

(2) 判断（判決文46頁以下）

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。

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、当該商品の出店者が行い、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で直接行われること、
- 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

ということとはできないというべきである。したがって、原告の上記主張は採用することができない。

また、原告は、「売買」における商品を売却する行為は、権利主体の変更のための意思表示のみをいうのではなく、その法律的效果をもたらすための一連の行為をいい、申込みの誘引、申込みや承諾の意思表示及びその受領、物の発送（納品）、代金の請求、回収等様々な行為が含まれるのであり、これらは、いずれも売買契約の当事者でなければできないものではないところ、被告は、本件各商品の譲渡に関する行為の全般にわたって有形無形の関与をし、このような被告の幫助行為がなければ本件各出店者が本件各商品を販売することは著しく困難であり、被告は本件各商品の譲渡により直接的利益を得ているのであるから、被告の幫助行為は、商標法2条3項2号の「譲渡」に当たる旨主張する。

しかし、前記アのとおり、商標法2条3項2号の「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、有償、無償を問わないものと解されるが、原告が主張するような売却行為の一連の行為の一部に関与する幫助行為を行ったというだけでは、このような商品の「譲渡」を行ったものと認めることはできない。

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。

4 検討

- ◇ 被告の行為は、単に商品取引の場所（ウェブサイト）を提供しているに過ぎず、「譲渡」の主体にはなり得ないと思われる。もっとも、被告サイトへの出店を通じて商品取引が行われ、被告が売上げの一部を利用料として得ていることから、幫助に該当し（民法719条2項）、損害賠償責任を負うのではないかとと思われる。
- ◇ オンラインショッピングサイトには、①本件のような、サイト運営者が取引場所を提供する形式のもの、②サイト運営者が自ら商品を仕入れて販売している形式のもの（仕入れ業者は出てこない）が見られる。後者については、サイト運営者が「譲渡」の主体に該当すると思われる。

（弁護士 小林 英了）