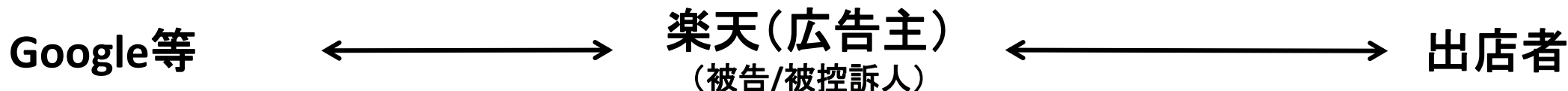


石けん百貨事件・判例紹介 別紙1



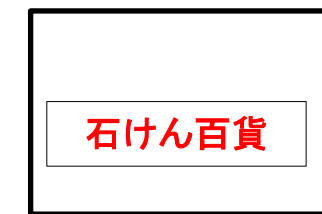
《検索エンジン》

《検索結果表示画面》

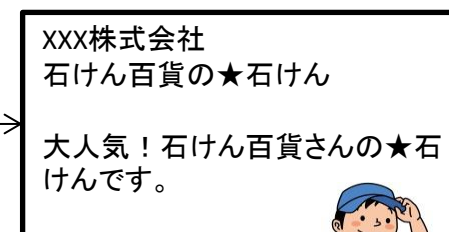
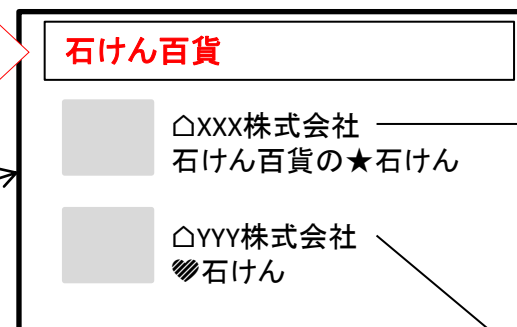
アドワーズ広告等

《楽天市場リスト表示画面 有》

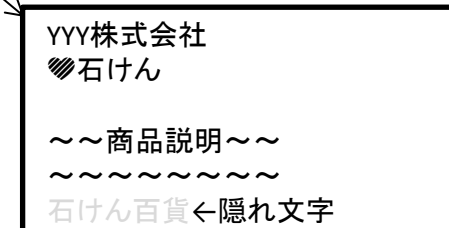
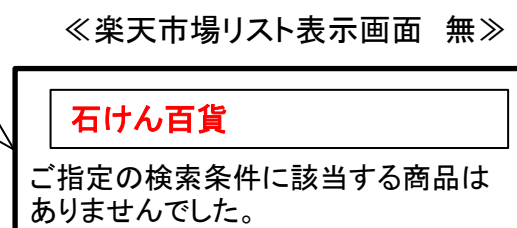
《商品ページ 正規品》



ユーザー



《商品ページ 関係ない商品》



生活と科学社 (原告/控訴人)

- 「石けん百貨(3類)」
- 「石鹸百科(37類)」
- 「石けん百科(37類)」

《生活と科学社サイト》

- ・「石けん百貨」
オンラインショップ
- ・「石鹸百科」
(旧「石けん百科」)
情報サイト

本件表示目録

- 1 石けん百貨大特集
- 5 石けん百貨【楽天】
- 4 石けん百貨 楽天が格安
- 7 石鹸百貨大特集
- 12 石鹸百貨／楽天

●検索連動型広告とは...

- ・検索エンジンにおいて、ユーザーが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の上・下・側部に表示するものである。
- ・ユーザーが広告をクリックすると、広告主が登録したURLへリンクされる。

●通常の広告主が設定するには...

- ①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。(キーワードを購入)
- ②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。

●楽天の場合は...

・原審で被告は「石けん百貨をキーワードとして検索した場合、検索結果表示画面において、完全一致により～部分一致により～これら以外の広告が表示されるか、あるいは全く広告が表示されないかは、Google等の検索エンジンのロジックによるものであり、被告の関知するところではなく、ましてや被告がその表示内容を個別に制御しているものではない。」と主張している。裁判所も「一般の広告主とは異なる内容のサービスの提供を受けているとしても不自然ではない。かえって、被控訴人からGoogle当に対して登録しようとするキーワードは大量で、かつ、時々刻々変化させる必要があると考えられる」「表示した場合の宣伝効果を個別に検討・判断して登録しているとはにわかに考え難い」としており、通常と異なる設定であると推測される。

●経緯等

平成12年9月	生活と科学社が、出店契約に基づき「石けん百貨」楽天市場店を出店
平成17年7月	生活と科学社が、楽天市場から退店
平成17年10月3日	生活と科学社が、広告欄の「石けん 百貨通販」の表示が、自社の商標に類似し、誤認混同を生じかねないとして、文字列を用いた広告の通知を要求
平成17年10月26日	楽天が、サーチワードは機械的法則に基づき自動的に選定されると主張しつつ、サーチワード登録を解除したと回答
平成24年8月～平成26年9月	楽天は、アドワーズ広告等を用いて「石けん百貨」、「石けん百科」、「石鹸百貨」をキーワードとして検索結果表示画面に広告を掲載した。

●楽天市場出店規約(出店者が遵守するもの)

(第18条第1項(5))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の禁止。
(第26条第1項(1))上記に対する違反を契約解除事由とする。

●ガイドライン

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(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。

●出店者が違反すると...

即日、出店者の商品ページをサーチ非表示にし、隠れ文字の削除を要請。

●楽天市場の規模

平成26年9月時点で、登録店舗数は4万1718店、登録商品数は1億5000万点。