

コンタクトレンズチラシ事件

【事例及判決の確認】

大阪地裁平成31年1月24日判決
及
大阪高裁令和元年7月25日判決

■ 事件の経緯

※事実関係は、地裁判決および高裁判決の認定事実による。

https://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/413/088413_hanrei.pdf

https://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/875/088875_hanrei.pdf

➤ 当事者

原告：X株式会社

「スマートコンタクト」(および「コンタクトレンズギャラリー」)を経営

P1 原告取締役(平成27年～)・被告取締役(平成25年～28年)

被告：有限会社Y

「スマイルコンタクト」を経営

P2 被告取締役(平成25年～28年)・医療法人A理事長

P2の姉 被告代表取締役

➤ 時系列

平成12年 P1経営のB社が「コンタクトレンズギャラリー上新庄店」開店

P1経営の眼科併設

平成16年 上記店舗に併設される眼科として、医療法人Aが「P2眼科」を開業

P2が作成した指示書に基づいて上新庄店がコンタクト販売

平成20年 同店の運営会社がX(原告)に変更

平成25年 P2がコンタクトレンズ販売店の開店を検討

P2が①「スマートコンタクト大阪駅前店」を開店

YはXに業務を委託

※同店舗では、眼科の検査なしでコンタクトを購入できる形態を取っていた。

(争点の広告上の記載事項に関連)

平成26年 YはXに、スマートコンタクト堺東店・心斎橋店の運営も委託

平成28年6月までにYからXへの上新庄店における業務提携契約が終了
*この時点において、「スマートCONTACT」はYが使用する店舗名である

平成28年8月までに、Yが上新庄店の隣に「スマイルCONTACT上新庄店」を開店

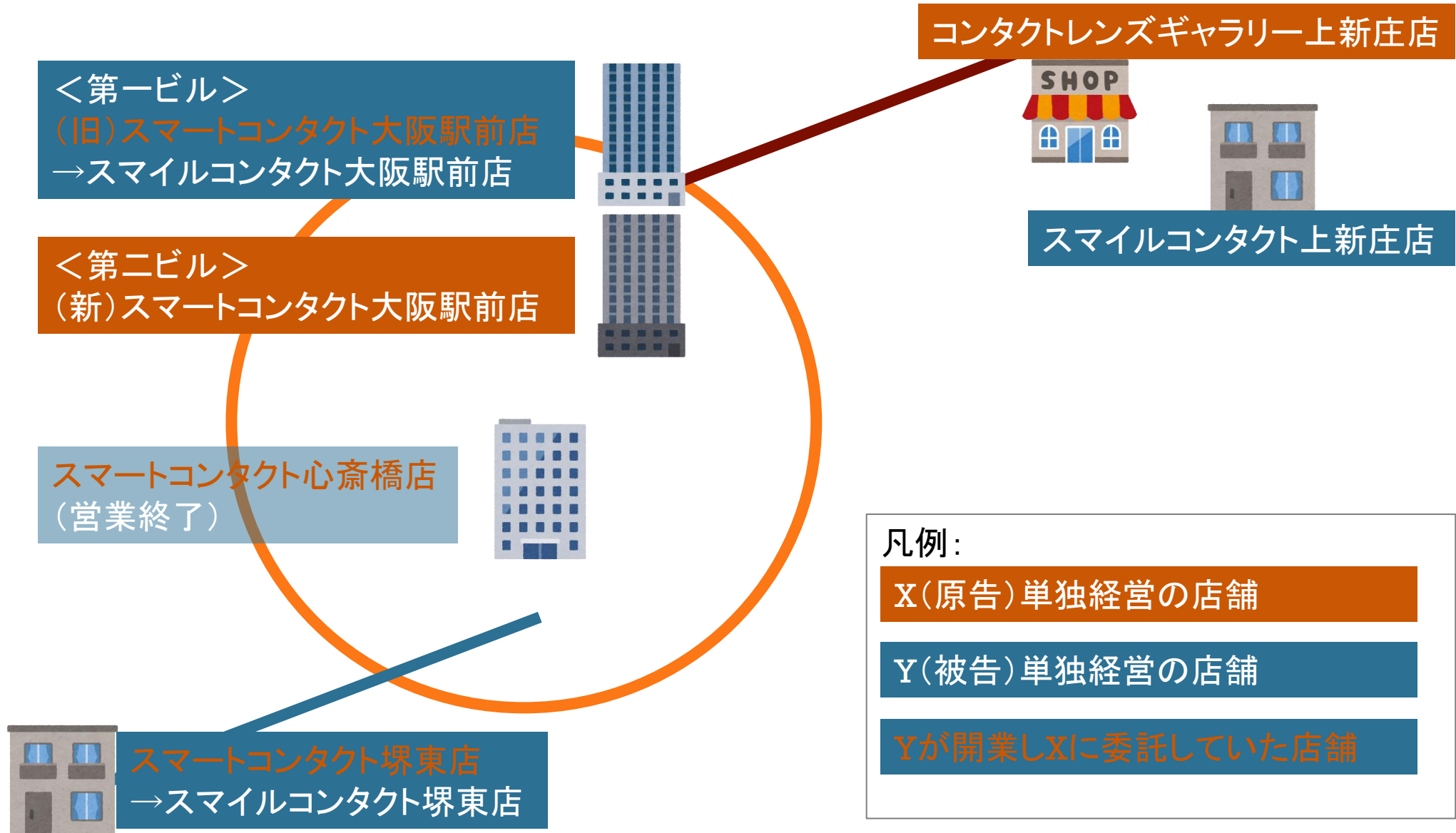
平成28年10月 スマートCONTACT大阪駅前店および堺東店・心斎橋店の運営を終了
XはYに店舗明け渡し

平成28年10月 Yは旧大阪駅前店と同じ場所に②「スマイルCONTACT大阪駅前店」を開業(堺東店も開業)

Xと契約関係にある別会社が、別ビルにて
③「スマートCONTACT大阪駅前店」を開業

*この時点において「スマートCONTACT」はXが使用する店舗名、
「スマイルCONTACT」はYが使用する店舗名となっている。

➤ X・Yの経営する店舗の相関図



■ 訴えの概要

- Xは、①の業務をYから委託されていた時期に広告を作成・配布し、③の開店時にも引き続き使用（後掲資料の左）
- Yは、②の開店後、（後掲資料の右）の広告を配布

Xが、Yの作成・配布した広告（次頁以降の資料右）が、Xの作成・配布した広告（同左）に関する著作権を侵害するとして、損害賠償請求を提起

* Xは、著作権侵害以外に、違法な従業員引き抜きによる損賠請求・競業避止義務違反等も主張しているが、本稿では割愛する。

また、本件訴訟は、もともと、YからXへの営業差止請求訴訟への反訴として提起されたものであるが、反訴のみが別訴として切り離されたものである。

➤ 資料 : X・Yが作成・配布していた広告(訴訟資料より、左がX、右がY)

(原告著作物)

スマートコンタクト

検査なし
すぐ買える!

移転オープン!!
記念セール

総額 **¥6,000**
特別クーポン進呈!

便利でさらに! 人気商品がお買い得!

アイリス アーク	アイリス 2	ワンデーソフトコンタクトレンズ	ワンデーソフトコンタクトレンズ	ワンデーソフトコンタクトレンズ
1,649円	1,741円	2,482円	1,093円	2,565円

スマートコンタクト大阪駅前店
7530-0001 大阪市北区梅田1-2-2 大阪駅前第2ビル地下2階
営業時間/[平日・土日祝]11:30~19:30
☎06-6136-5817

※6箱ご購入の方限定 Special Coupon **¥3,000off**
※4箱ご購入の方限定 Special Coupon **¥2,000off**
※2箱ご購入の方限定 Special Coupon **¥1,000off**

(被告DM)

スマイルコンタクト

ワンデーソフトコンタクトレンズが
買いため **OK!! ¥980~**

目に優しいシリコン2WEEKソフトレンズが
買いため **OK!! ¥1,480~**

便利でさらに! 人気商品がお買い得!

アイリス アーク	アイリス 2	ワンデーソフトコンタクトレンズ	ワンデーソフトコンタクトレンズ	ワンデーソフトコンタクトレンズ
1,649円	1,741円	2,482円	1,093円	2,565円

スマイルコンタクト大阪駅前店
7530-0001 大阪市北区梅田1-3-1-8200 大阪駅前第1ビル地下2階
営業時間/[平日・土日祝]11:30~19:30
☎06-6225-7450

※6箱ご購入の方限定 Special Coupon **¥3,000off**
※4箱ご購入の方限定 Special Coupon **¥2,000off**
※2箱ご購入の方限定 Special Coupon **¥1,000off**

(別紙対比表 No.1)

宣伝文句が
同じ

商品の配置
も同じ

地図等の
配置も同じ

クーポンの
文言も
同じ

[コメント]
 「スマートコンタクト」という文言及び最下部のイラストを除き、
 (原告著作物) 盲文文句、表、イラスト等が全体的にほぼ同一 (被告DM.)

コンタクトレンズの買い方比較

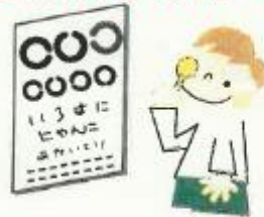
例えば..

	商品代金	待ち時間	受診代	送料	受取
スマートコンタクト	¥2,000	無し 即購入手続き	無し	無し	即時 (90%以上)
A. 販売店	¥2,000	受診待ち時間 + 検診時間	通常 ¥1,000 ~ ¥1,500 予約 ¥400 ~ ¥800	無し	即時 (一部注文)
インターネット販売店	¥2,000	無し	無し	¥500~¥1,000 (一部送料) 代引・送料は 別途手数料	2日~10日 (お急ぎ不可)

調子良くコンタクトをご使用中の方へ

~~検査~~時間

~~受診~~代金



ご使用中のコンタクトのデータをお知らせください。

検査なしでスグ買える!!

なぜ検査なしで
購入できるの?



2009年4月に施行された改正薬事法により、コンタクトレンズは高度視覚機器として、PC検査による視力検査等の検査が必須とされたが、成人用・若年用・小児用は一部例外として、PC検査を省略する旨の特典が設けられ、検査を省略した上で購入できるようになりました。
 スマートコンタクトは、眼科での処方箋は検査を省略して処方しますが、遠視・近視の方や度数が急変するお子様、コンタクトレンズが合わないという方は必ず眼科で処方箋をもらい、処方箋を基に購入してください。処方箋を基に購入する場合は、必ず処方箋の有効期限を確認してください。

コンタクトレンズの買い方比較

例えば..

	商品代金	待ち時間	受診代	送料	受取
スマイルコンタクト	¥2,000	無し 即購入手続き	無し	無し	即時 (90%以上)
A. 販売店	¥2,000	受診待ち時間 + 検診時間	通常 ¥1,000 ~ ¥1,500 予約 ¥400 ~ ¥800	無し	即時 (一部注文)
インターネット販売店	¥2,000	無し	無し	¥500~¥1,000 (一部送料) 代引・送料は 別途手数料	2日~10日 (お急ぎ不可)

調子良くコンタクトをご使用中の方へ

~~検査~~時間

~~受診~~代金



ご使用中のコンタクトのデータをお知らせください。

検査なしでスグ買える!!

なぜ検査なしで
購入できるの?



2009年4月に施行された改正薬事法により、コンタクトレンズは高度視覚機器として、PC検査による視力検査等の検査が必須とされたが、成人用・若年用・小児用は一部例外として、PC検査を省略する旨の特典が設けられ、検査を省略した上で購入できるようになりました。
 スマートコンタクトは、眼科での処方箋は検査を省略して処方しますが、遠視・近視の方や度数が急変するお子様、コンタクトレンズが合わないという方は必ず眼科で処方箋をもらい、処方箋を基に購入してください。処方箋を基に購入する場合は、必ず処方箋の有効期限を確認してください。

(別紙対比表 No.2)

(原告著作物)

大量在庫で「全品即時

SUPER SALE PRICE

1箱¥908~

Color & Circle
LENS



[コメント]

宣伝文句が
同じ

モデルや
コンタクトレンズの
画像等の
配置も同じ

<p>ヒロインメイク ランダー UV 2,565円 1,093円</p>	<p>フレッシュメイク ディーズイルミネート 2,389円</p>	<p>ボタニカル ナチュラル 2,760円</p>
<p>アイコフレ ランダー UV 2,389円 908円</p>	<p>プラスモーション 2,565円 1,093円</p>	<p>リアル UV アンダーアイレリアUV 2,584円</p>
<p>リアル UV アンダーアイレリアUV 3,223円</p>	<p>アクア2 2,760円</p>	<p>リアル UV アルティメット2 2,565円</p>
<p>フレッシュメイク ディーズ 1,741円</p>	<p>ワンダーキャロアイ 2,667円</p>	<p>フェアリー プリンセス 2,945円 1,278円</p>

コンタクトレンズ
商品の
配置も同じ

(被告DM)

大量在庫で「全品即時

瞳を飾るコスメレンス

1箱¥908~

Color & Circle
LENS



(別紙対比表 No.3)

<p>ヒロインメイク ランダー UV 2,565円 1,093円</p>	<p>フレッシュメイク ディーズイルミネート 2,389円</p>	<p>ボタニカル ナチュラル 2,760円</p>
<p>アイコフレ ランダー UV 2,389円 908円</p>	<p>プラスモーション 2,565円 1,093円</p>	<p>リアル UV アンダーアイレリアUV 2,760円</p>
<p>リアル UV アルティメット2 2,565円</p>	<p>ワンダーキャロアイ 2,760円</p>	<p>ワンダービューティ 2,297円</p>
<p>フレッシュメイク ディーズ 1,741円</p>	<p>ワンダーキャロアイ 2,667円</p>	<p>フェアリー プリンセス 2,945円 1,278円</p>

(原告著作物)

お渡し」に挑戦中!!

1日使い捨て

<p>Shofuku & Shofuku ワンダーアクア モイスト 通常価格 2,007円 (税込 2,100円) お渡し価格 2,204円 (税込 2,300円)</p>	<p>Shofuku & Shofuku ワンダーファイン UV 通常価格 1,129円 (税込 1,200円) お渡し価格 1,649円 (税込 1,700円)</p>	<p>Shofuku & Shofuku ワンダーアクア 通常価格 2,007円 (税込 2,100円) お渡し価格 2,204円 (税込 2,300円)</p>
<p>PRCON DAILIES デイリースアークア コンフォートプラス 通常価格 2,482円 (税込 2,600円) お渡し価格 2,019円 (税込 2,100円)</p>	<p>PRCON DAILIES メダリストワンダープラス 通常価格 2,369円 (税込 2,500円) お渡し価格 1,926円 (税込 2,000円)</p>	<p>Shofuku & Shofuku ワンダーアクア コンピュータクールアイ 通常価格 3,029円 (税込 3,200円) お渡し価格 2,565円 (税込 2,700円)</p>
<p>PRCON DAILIES TOTAL ONE デイリーストータルワン 通常価格 2,007円 (税込 2,100円) お渡し価格 500円 OFF!</p>	<p>PRCON DAILIES デイリースアークア コンフォートプラス 通常価格 3,029円 (税込 3,200円) お渡し価格 2,565円 (税込 2,700円)</p>	<p>Shofuku & Shofuku ワンダーアクア マルチステージ 通常価格 2,007円 (税込 2,100円) お渡し価格 500円 OFF!</p>

2週間使い捨て

<p>Shofuku & Shofuku アクア アドバンス 通常価格 2,482円 (税込 2,600円) お渡し価格 2,019円 (税込 2,100円)</p>	<p>Shofuku & Shofuku 2ウィーク アクア 通常価格 2,112円 (税込 2,200円) お渡し価格 500円 OFF!</p>	<p>Shofuku & Shofuku 2ウィークファイン UV 通常価格 2,112円 (税込 2,200円) お渡し価格 1,649円 (税込 1,700円)</p>
<p>PRCON AIR OPTIX エアオプティクス アクア 通常価格 2,782円 (税込 2,900円) お渡し価格 2,297円 (税込 2,400円)</p>	<p>PRCON AIR OPTIX メダリスト プラス 通常価格 2,297円 (税込 2,400円) お渡し価格 1,834円 (税込 1,900円)</p>	<p>PRCON AIR OPTIX メダリスト68 トーリック 通常価格 3,229円 (税込 3,400円) お渡し価格 2,760円 (税込 2,900円)</p>
<p>Shofuku & Shofuku アクア オアシス 保湿用 通常価格 3,779円 (税込 4,000円) お渡し価格 3,315円 (税込 3,500円)</p>	<p>PRCON AIR OPTIX エアオプティクス 保湿用 通常価格 3,500円 (税込 3,700円) お渡し価格 3,038円 (税込 3,200円)</p>	<p>PRCON AIR OPTIX エアオプティクス アクア 保湿用 通常価格 3,953円 (税込 4,200円) お渡し価格 3,500円 (税込 3,700円)</p>

[コメント]

宣伝文句が
同じ

「1日使い捨て」

商品の配置セ

各コダクトレス

商品の

配置も同じ

2週間使い捨て

商品の配置セ

各コダクトレス

商品の

配置も同じ

(被告DM)

お渡し」に挑戦中!!

1日使い捨て

<p>Shofuku & Shofuku ワンダーアクア モイスト 通常価格 2,007円 (税込 2,100円) お渡し価格 2,204円 (税込 2,300円)</p>	<p>Shofuku & Shofuku ワンダーファイン UV 通常価格 1,129円 (税込 1,200円) お渡し価格 1,649円 (税込 1,700円)</p>	<p>Shofuku & Shofuku ワンダーアクア 通常価格 2,007円 (税込 2,100円) お渡し価格 2,204円 (税込 2,300円)</p>
<p>PRCON DAILIES デイリースアークア コンフォートプラス 通常価格 2,482円 (税込 2,600円) お渡し価格 2,019円 (税込 2,100円)</p>	<p>PRCON DAILIES メダリストワンダープラス 通常価格 2,369円 (税込 2,500円) お渡し価格 1,926円 (税込 2,000円)</p>	<p>Shofuku & Shofuku ワンダーアクア コンピュータクールアイ 通常価格 3,029円 (税込 3,200円) お渡し価格 2,565円 (税込 2,700円)</p>
<p>PRCON DAILIES TOTAL ONE デイリーストータルワン 通常価格 2,007円 (税込 2,100円) お渡し価格 500円 OFF!</p>	<p>PRCON DAILIES デイリースアークア コンフォートプラス 通常価格 3,029円 (税込 3,200円) お渡し価格 2,565円 (税込 2,700円)</p>	<p>Shofuku & Shofuku ワンダーアクア マルチステージ 通常価格 2,007円 (税込 2,100円) お渡し価格 500円 OFF!</p>

2週間使い捨て

<p>Shofuku & Shofuku アクア アドバンス 通常価格 2,482円 (税込 2,600円) お渡し価格 2,019円 (税込 2,100円)</p>	<p>Shofuku & Shofuku 2ウィーク アクア 通常価格 2,112円 (税込 2,200円) お渡し価格 500円 OFF!</p>	<p>Shofuku & Shofuku 2ウィークファイン UV 通常価格 2,112円 (税込 2,200円) お渡し価格 1,649円 (税込 1,700円)</p>
<p>PRCON AIR OPTIX エアオプティクス アクア 通常価格 2,782円 (税込 2,900円) お渡し価格 2,297円 (税込 2,400円)</p>	<p>PRCON AIR OPTIX メダリスト プラス 通常価格 2,297円 (税込 2,400円) お渡し価格 1,834円 (税込 1,900円)</p>	<p>PRCON AIR OPTIX メダリスト68 トーリック 通常価格 3,229円 (税込 3,400円) お渡し価格 2,760円 (税込 2,900円)</p>
<p>Shofuku & Shofuku アクア オアシス 保湿用 通常価格 3,779円 (税込 4,000円) お渡し価格 3,315円 (税込 3,500円)</p>	<p>PRCON AIR OPTIX エアオプティクス 保湿用 通常価格 3,500円 (税込 3,700円) お渡し価格 3,038円 (税込 3,200円)</p>	<p>PRCON AIR OPTIX エアオプティクス アクア 保湿用 通常価格 3,953円 (税込 4,200円) お渡し価格 3,500円 (税込 3,700円)</p>

(別紙対応 No.4)

■ 争点

- ① Xの作成・配布した著作物に、著作物性は認められるか
(認められるとして、著作権等の帰属、不法行為の成否、Xの損害額の多寡)
- ② かりに著作物性が認められない場合、広告デザインの流用について一般不法行為は成立するか(高裁にて争点追加)

➤ 争点①・Xの広告の著作物性

原告は、以下の3箇所が創作性を有する表現であるとして、それぞれに著作物性が成立すると主張。

- 「検査時間× 受診代金×(×印を文字の上に被せた)」「検査なし スグ買える！」という表現について、ありふれた表現などではなく先進的な表現である。(主張1)
- 「コンタクトレンズの買い方比較」の表は、文章等様々な表現方法で表現する方法がある中でこのような表形式を取ったものである。(主張2)
- 「なぜ検査なしで購入できるの？」という箇所での説明文言は、旧大阪店の販売形態が適法であることを説明する内容となっている。(主張3)

また、仮に各要素に創作性が認められないとしても、広告全体は、これらの要素の組み合わせで、旧大阪駅前店のキャッチフレーズを創作的に表現したもので、著作物性が認められるべきであると主張。(主張4)

➤ 争点1に関する裁判所の判断

大阪地裁は、以下の通り判示してXの広告の著作物性を認めなかった。

(なお、大阪高判でも、著作物性については地裁をほぼ引用している)

(主張1)

しかし、まず上記①は、旧大阪駅前店において採用された眼科での受診(検査)なしでコンタクトレンズを購入することができるという特徴を表現したものであり、眼科での受診(検査)が不要であると、検査時間や受診代金が不要となり、また検査が不要である結果、コンタクトレンズをすぐ買えることになると認められる。そして、上記①の宣伝文句は、以上のビジネスモデルによる顧客の利便性を消費者に分かりやすく表現しようとしたものと認められるが、**不要になる事項を文字(単語)で抽出し、その文字(単語)の上に「×」を付すことはありふれた表現方法であるし、「検査なしスグ買える！」という表現は、眼科での受診(検査)なしでコンタクトレンズをすぐ買えるという旧大阪駅前店のビジネスモデルによる利便性を、文章を若干省略しつつそのまま記載したものにすぎず、そこに個性が現れているということとはできない上に、強調したい部分に着色等したり、「！」を付したりするなどして強調することもありふれた表現方法にすぎない。以上より、上記①に創作性があるとは認められない。**

(主張2)

また、上記②はマトリックスの表形式にすることによって、旧大阪駅前店と他の店舗や他の販売方法との違いを分かりやすく表現したものである。確かに、表現方法としては文章で伝えるなどの別の方法が存することは原告主張のとおりであるが、本件チラシは販売宣伝のために作成されたものであるから、その性質上、表現が記載されるスペースは限られ、また見た者が一目で認識、理解し得るような表現をすべきことも求められるから、表現方法の選択の幅はそれほど広いとは認められない。そして、文字で表現しようと思えばできる事項を表形式にまとめることは通常行われる手法であり(例えば、甲5の1枚目の料金表、甲23の1頁目の略歴の表、乙12の表、反訴状と題する書面の15頁の表、反訴状訂正申立書の1ないし2頁の表参照)、表形式で比較するに当たり、縦の欄に旧大阪駅前店と他の店舗や他の販売方法を並べ、横の欄に複数の事項を列記し、マトリックス形式でまとめるというのも、ありふれた手法にすぎない(例えば、甲11、14、乙13及び14の表、反訴状と題する書面の12ないし13頁の表2つ参照)。そしてまた、ここで比較の対象としている事項の選択も、眼科での受診(検査)を不要とし、店舗に来店して購入するという旧大阪駅前店でのビジネスモデルから自ずと導き出されるものばかりである。以上より、上記②に創作性があるとは認められない。

(主張3)

さらに、上記③の説明文言は、旧大阪駅前店では眼科での受診(検査)なしでコンタクトレンズを購入することができる理由を文章で説明したもので、その内容は法規の内容や運用を説明した上で、旧大阪駅前店では、顧客の経済的・時間的な負担の観点から、販売時に処方箋の有無を前提としていないことを説明したものにすぎない。これは上記のビジネスモデルの客観的な背景や方針をそのまま文章で記載したものにすぎず、文章表現自体に特段の工夫があるとはいえない上、その記載方法も相当の文字数を使用して、しかも小さな文字で記載したものにすぎないから、その表現方法に何らかの工夫がみられるわけでもない。以上より、上記③に創作性があるとは認められない。

(主張4)

・・・しかし、何かを強調し、分かりやすく伝えるために、説明文とキャッチフレーズと表形式のものを組み合わせることそれ自体は、特徴的な手法とは認められないから、上記(2)で判示したとおり上記①ないし③の各表現に創作性が認められないことを踏まえると、これらの組合せ自体にも創作性は認められない。

➤ 争点②・Yの行為の不法行為性

大阪高裁は、不法行為を認めるに足る主張が原告側からなされていないことをもって、請求には理由がないと判断している。

...この不法行為が成立する根拠として、控訴人は、①旧チラシ及び本件チラシは、控訴人の従業員であるP3が試行錯誤と創意工夫を重ねて多大な時間(約1年)と労力を費やして作成したものであり、被告チラシは本件チラシのいわゆるデッドコピーであること、②被告チラシの頒布により被控訴人は相当な集客効果を上げていたとうかがわれることを挙げるので、検討する。

⋮
⋮

以上のとおり、不法行為が成立する根拠として控訴人の主張する点はいずれも事実の裏付けを欠く。ほかに、被告チラシの作成、頒布によって被控訴人が特別な営業上の利益を上げたとか、控訴人が営業上の利益を失ったという事実も認められない。これらの事情によれば、控訴人の主張する不法行為の成立を認めることはできない。