

各位

会 社 名 株式会社北の達人コーポレーション  
コード番号：2930 東証第一部 札証  
問合わせ先 競合・模倣対策室  
電 話 番 号 050-2018-7864 (部署直通)

## 北の達人コーポレーション、競合品販売会社はぐくみプラス社との 控訴審において一審の損害賠償金より約5,000万円増額

経緯：

株式会社北の達人コーポレーション（以下、当社）は、当社製品「カイトキオリゴ」の競合類似品である「はぐくみオリゴ」を販売する株式会社はぐくみプラス（以下、はぐくみプラス社）に対し、「はぐくみオリゴ」に含まれるオリゴ糖の成分が当該商品のうち53.29%であるにもかかわらず、純度100%等と商品の品質を消費者に誤認させるような表示をしている等として提訴し、2021年2月9日の判決にて損害賠償金として金18,357,803円及びこれに対する遅延損害金の支払い等を命じる旨の一部勝訴を勝ち取りました。（以下、原審）

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000027.000051691.html>

一方、当社は、原審の判決内容において一部勝訴とはなりましたが、当社への信用毀損行為の認定・判断、損害賠償額算定における「はぐくみオリゴ」の売上高、控除すべき経費及び推定覆滅事由についての認定・判断においても不服であるとし、2021年2月24日に知的財産高等裁判所に控訴を提起いたしました。

判決概要：

2022年1月27日、知的財産高等裁判所は、当社の主張する、はぐくみプラス社による当社への信用毀損行為の事実があったことを認定するとともに、原審での控除すべき経費及び推定覆滅事由の認定・判断を変更し、はぐくみプラス社に対し、損害賠償額として金50,543,050円を増額した合計金68,900,853円及びこれに対する遅延損害金を当社に支払うよう命じました。

本判決のポイント：

### 1. アフィリエイトの行為に対し、実質指示者である広告主に損害賠償金の支払い命令が下りたこと

通信販売業界において、実際は広告主が資料提供、指示を行っているにもかかわらず、広告表示行為はアフィリエイトや広告代理店が行っているため、表示内容に対する責任の所在が曖昧になっていた。それを隠れ蓑として責任をアフィリエイトや広告代理店に押し付けて、悪質な違法表示を行う広告主が多く存在していることが業界全体の問題となっていた。

本判決は、一定の条件（※）の下、アフィリエイトの広告行為は、広告主の広告行為として、広告主の責任を認め、広告主に損害賠償命令が下りた画期的な判決となった。本判決は違法表示の責任の所在が問われているインターネット通販業界に一石を投じた判決となった。

（※） 広告主がアフィリエイトや広告代理店との契約に基づき資料や指示を提供し、同資料・指示に基づきアフィリエイトが広告を行っている等の条件

## 2. 違法表示の損害賠償額の算定に不正競争防止法5条2項が適用されたこと

一般的な損害賠償請求訴訟の場合、「損害額」は損害を受けた側（原告側）が証拠に基づき、権利侵害行為と損害額の因果関係を「証明」しなければならず、同因果関係の証明は難易度が高いため、損害賠償請求が認められない、または、認められたとしてもその金額が高額となることは少なかった。

本件は、原告（控訴人）が「不正競争防止法5条2項」に基づく主張をしたところ、これが認められ、はぐくみプラス社の違法表示による損害額の算定が、「不正競争防止法5条2項」に基づき算定されることとなった。「不正競争防止法5条2項」による損害額の算定方式は、損害を与えた側（被告側）の「利益の全額」を損害額と推定し、そこから被告側が「侵害者による侵害行為と無関係な利益部分」を証明し、損害額を覆滅していくというものである。これは被告側の利益の全てが被害額であるという前提に立つため、証明に失敗すると被告の利益の大半を原告に支払わなければならないということになる。よって、この法律は一般的には特許侵害訴訟等の場面で適用されることが多いが、今回は「違法表示行為」においても、同条項が適用されたことが画期的な判決となった。

今回の判決により、今後違法な表示行為を行った場合、高額の損害賠償命令が下りる可能性が高まったといえるだろう。

<株式会社北の達人コーポレーション 代表取締役社長 木下勝寿のコメント>

この度の控訴審における判決も当然のことだと考えております。

通信販売業界は依然、ヒット商品を模倣した粗悪な品質のコピー商品を、あたかも正規品より優良であるような虚偽の表示で販売する不正競争行為が蔓延しています。

このように法整備が追い付いていない業界の中で、このような行為により消費者を欺く行為をする者が業界全体の信用を下げている、当社以外にも苦勞されておられる同業の声も多く、長い道のりでありましたが、今回の控訴審において、損害賠償金の増額という法的判断をいただいたことは大変意義のあることであります。

今後も我々が率先して業界の健全化に努めるべく、競合・模倣対策室の体制をより強化し、引き続き、悪質な会社の動向に注視し、広告の掲載を停止する等の対策措置を強く求めてまいります。

なお、本判決の詳細も、原審と同様に消費者庁に報告する所存です。

以上