

不正競争行為に対する請求主体



辻本法律特許事務所 所長
弁護士・弁理士・ニューヨーク州弁護士 辻本 希世士

第1 はじめに

不正競争防止法は、他人の周知な商品等表示と同一または類似する商品等表示を使用して他人の商品ないし営業と混同を生じさせる行為（以下、「商品等表示誤認惹起行為」という。）や、他人の商品の形態を模倣した商品を譲渡する行為（以下、「形態模倣行為」という。）を禁止する（同法2条1項1号、3号）。そして、かかる不正競争行為によって営業上の権利を侵害された者には、不正競争行為の差止請求権や損害賠償請求権が付与される（同法3条、4条）。

ここで、周知な商品等表示を使用した商品ないし営業にかかる事業や新規に開発された商品形態に基づく事業が単一の主体によってなされている場合は、上記差止請求権や損害賠償請求権の主体につき特段の議論が生じる余地はない。しかしながら、事業活動は必ずしも単一の主体によって行われる訳ではなく、古くから頻繁に、一定の資本関係や契約関係に基づき複数の主体で事業が行われている。このようなことから、不正競争行為に対する請求主体が争点になる裁判例は古くから存在するが、商品等表示誤認惹起行為と形態模倣行為の場合とで、請求主体になり得る者は異なるように見受けられる。

そこで、本稿においては、商品等表示誤認惹起行為と形態模倣行為に対する請求主体につき過去の裁判例を俯瞰するとともに、両者を横断的に整理することによって発展的な考察を試みる。

第2 商品等表示誤認惹起行為に対する請求主体

1 裁判例の概観

最判第三小法廷昭和59年5月29日（フットボール事件）¹は、以下のとおり判示し、一定の契約関係の下に結束したグループに属する者につき、商品等表示誤認惹起行為に対する請求主体となり得ることを是認する。

「不正競争防止法一条一項一号又は二号所定の他人には、特定の表示に関する商品化契約によって結束した同表示の使用許諾者、使用権者及び再使用権者のグループのように、同表示の持つ出所識別機能、品質保証機能及び顧客吸引力を保護発展させるという共通の目的のもとに結束しているものと評価することのできるようなグループも含まれるものと解するのが相当であり、ま

1 昭和56年（オ）1166号。判時1119号34頁。

た、右各号所定の混同を生ぜしめる行為には、周知の他人の商品表示又は営業表示と同一又は類似のものを使用する者が、自己と右他人とを同一の商品主体又は営業主体と誤信させる行為のみならず、自己と右他人との間に同一の商品化事業を営むグループに属する関係が存するものと誤信させる行為をも包含し、混同を生ぜしめる行為というためには両者間に競争関係があることを要しないと解するのが相当である。」

より具体的にみると、フットボール事件の場合、商品等表示誤認惹起行為に対する請求主体として是認されたのは「特定の表示に関する商品化契約によって結束した同表示の使用許諾者、使用権者及び再使用権者のグループ」に属する者であった。他の例としては、大阪地判昭和56年1月30日（ロンシャン図柄ハンドバッグ事件）²は、周知な商品等表示として認められた図柄の付された商品の独占的販売権者につき、商品等表示誤認惹起行為に対する請求主体として是認した。また、金沢地小松支判昭和48年10月30日（8番ラーメン事件）³や東京地判昭和47年11月27日（どさん子ラーメン事件）⁴は、フランチャイザーないしフランチャイジーにつき、商品等表示誤認惹起行為に対する請求主体として是認した。

2 検討

上記1のとおり、商品等表示誤認惹起行為に対する請求主体は、特定の表示にかかる使用許諾者ないし使用権者（フットボール事件）、特定の表示が付された商品の独占的販売権者（ロンシャン図柄ハンドバッグ事件）及びフランチャイザーないしフランチャイジー（8番ラーメン事件及びどさん子ラーメン事件）等に広がる。

この点、東京地判平成12年7月18日（リズシャメル事件）⁵は、不正競争防止法2条1項2号につき、その趣旨を「著名な商品等表示について、その顧客吸引力を利用するただ乗りを防止するとともに、その出所表示機能及び品質表示機能が稀釈化により害されることを防止するところにある」とし、請求主体を「当該著名商品等表示に化体された信用・名声を自らの信用・名声とする者、すなわち当該著名商品等表示により取引者又は需要者から当該商品の製造者若しくは販売元又は当該営業の主宰者として認識される者」とし、さらに具体的に「著名表示が企業グループとしての表示である場合には、中核企業はもちろんのこと、当該企業グループに属する企業であれば、不正競争防止法上の請求の主体となり得るし、フランチャイズ契約により結束した企業グループにおいては、フランチャイズチェーンの主宰者たるフランチャイザー及びその傘下のフランチャイジーが、請求の主体となり得る。しかし、単に流通業者として当該著名商品等表示の付された商品の流通に関与しただけの者は、これに含まれないというべきである。」と判示した。

同判示は、商品等表示誤認惹起行為に対する請求主体につき、法文の趣旨から規範を定立し、かつ、規範の適用についても具体的に言及されているため、解釈の指針としての価値は非常に高いと思われる。念のため、定立された規範を確認すると、以下のとおりとなる。

2 昭和54年（ワ）692号。裁判所ウェブサイト。

3 昭和47年（ワ）4号。判時734号91頁。

4 昭和45年（ワ）1000号。判時710号76頁。

5 平成11年（ワ）29128号。判時1729号116頁。

(請求主体)

商品等表示により、取引者又は需要者から、商品の製造者若しくは販売元又は営業の主宰者として認識される者

(具体例)

- ① 請求主体性が是認される者の例
 - ・周知ないし著名な企業グループに属する企業
 - ・フランチャイズ契約により結束した企業グループにおけるフランチャイザー及びその傘下のフランチャイジー
- ② 請求主体性が是認されない者の例
 - ・流通業者として商品等表示の付された商品の流通に関与しただけの者

第3 形態模倣行為に対する請求主体

1 裁判例の概観

(1) 否定例

本争点にかかるリーディングケースと思われる東京地判平成11年1月28日（キャディバッグ事件）⁶は、以下のとおり述べて「不正競争防止法二条一項三号所定の不正競争行為につき差止めないし損害賠償を請求することができる者は、形態模倣の対象とされた商品を、自ら開発・商品化して市場に置いた者に限られる」との規範を定立した。

「不正競争防止法二条一項三号の趣旨につき考察するに、他人が資金・労力を投下して開発・商品化した商品の形態につき、他に選択肢があるにもかかわらずことさらこれを模倣して自らの商品として市場に置くことは、先行者の築いた開発成果にいわばただ乗りする行為であって、競争上不公正な行為と評価されるべきものであり、また、このような行為により模倣者が商品形態開発のための費用・労力を要することなく先行者と市場において競合することを許容するときは、新商品の開発に対する社会的意欲を減殺することとなる。このような観点から、模倣者の右のような行為を不正競争として規制することによって、先行者の開発利益を模倣者から保護することとしたのが、右規定の趣旨と解するのが相当である。」

そして、キャディバッグ事件は、上記規範を適用した場合、原告は、「単に輸入業者として流通に関与し、あるいはライセンサーとして同種製品の製造の許諾を受けたものにすぎ」ないとし、形態模倣行為に対する請求主体にはなり得ないとした⁷。

また、東京地判平成24年3月28日（フルーツジュース事件）⁸も、キャディバッグ事件と同様の規範を定立し、「本件ジュースの試作、製造を委託したにすぎない」とされる原告は、「自ら開発、商品化した者と認めることはできず、また、これと同様の固有かつ正当な利益を有する者と認めることもできない」として、形態模倣行為に対する請求主体にはなり得ないとした⁹。

(2) 肯定例

上記(1)の裁判例では、輸入業者、ライセンサー及び製造委託者は、形態模倣行為に対する請求

6 平成10年（ワ）13395号。判時1677号127頁。

7 控訴審も同判決を維持した（東京高判平成11年6月24日。平成11年（ネ）1153号。）。

8 平成21年（ワ）43952号。裁判所ウェブサイト。

9 控訴審も同判決を維持した（東京高判平成24年9月19日。平成24年（ネ）10038号。）。

主体から除外される傾向が読み取れるが、大阪地判平成16年9月13日（ヌーブラ事件Ⅰ）¹⁰は、以下のとおり述べて独占的販売業者が形態模倣行為に対する請求主体になり得ると判示した。

「不正競争防止法は、2条1項において「不正競争」を定義し、同項3号では、他人の商品の形態を模倣した商品を譲渡等する行為を不正競争とし、差止請求の主体について、3条1項において、「不正競争によって営業上の利益を侵害され、又は侵害されるおそれがある者」としており、損害賠償請求の主体については、4条において、不正競争により「営業上の利益を侵害」された者を損害賠償請求の主体として予定しているものと解され、例えば特許法100条1項が差止請求の主体を「特許権者又は専用実施権者」としているのとは異なった規定の仕方をしている。独占的販売権者は、3号所定の不正競争によって営業上の利益を侵害され、又は侵害されるおそれがある者に該当するから、独占的販売権者を3号の保護主体と解し、その差止請求及び損害賠償請求を認めることは、不正競争防止法上の文言にも合致するというべきである。」

そして、大阪地判平成18年3月30日（ヌーブラ事件Ⅱ）¹¹も、同様に、独占的販売権者が形態模倣行為に対する請求主体になり得ることを認めた。

2 検討

上記1の否定例と肯定例につき、結論のみを比較すると、以下のとおり、必ずしも裁判例を統一的に理解できない訳ではない。

（否定例）輸入業者、ライセンサー、製造委託者
（肯定例）独占的販売権者

しかしながら、上記1の否定例と肯定例につき、形態模倣行為に対する請求主体になり得る者として定立された規範を比較すると、すべての裁判例を統一的に理解することは困難である。

（否定例の規範）
「形態模倣の対象とされた商品を、自ら開発・商品化して市場に置いた者に限られる」（キャディバッグ事件）
（肯定例の判示事項）
「商品化を行った先行者のほかに、独占的販売権者のように商品形態の独占について強い利害関係を有する者に限定した範囲で3号の保護の主体を考えるならば、そのような弊害を生ずることはない」（ヌーブラ事件Ⅰ）

このように、独占的販売権者については、裁判例が分離している状況下にあると整理される。

なお、ヌーブラ事件Ⅰは、「独占的販売権者は、独占権を得るために、商品化した先行者に相応の対価を支払っているのが常であり、先行者は商品化のための資金、労力を、商品の独占の対価の形で回収していることになるから、独占的販売権者を保護の主体として、これに独占を維持させることは、商品化するための資金、労力を投下した成果を保護するという点でも、3号の立法趣旨に適合する。」と判示している。そうであれば、商品化のための資金、労力を一定程度投下した者は、独占的販売権者でなくても、形態模倣行為に対する請求主体になり得るとの考

10 平成15年（ワ）8501号の2。判時1899号142頁。

11 平成16年（ワ）1671号。裁判所ウェブサイト。

え方が生じる余地もあるように思える。しかしながら、ヌーブラ事件Ⅰは、「商品化を行った先行者のほかに、独占的販売権者のように商品形態の独占について強い利害関係を有する者に限定した範囲で3号の保護の主体を考えるならば」との注釈を付している箇所もあるため、ヌーブラ事件Ⅰの判旨は、形態模倣行為に対する請求主体を独占権のない販売権者にまで拡大する趣旨ではないと考えられる。

以上のとおり、形態模倣行為に対する請求主体については、商品等表示誤認惹起行為の場合と比較して、特に独占的販売権者につき、判例法理が確立していない状況にあると分析できる。

第4 発展的考察

1 形態の保護を求める法文上の根拠の違いによる比較

形態模倣行為に対しては、不正競争防止法2条1項3号（以下、単に「3号」という。）に該当することを根拠として、差止めないし損害賠償等の請求がなされるのが通常である。しかしながら、形態に周知性及び特別顕著性が認められる場合には、例外的に当該形態自身が商品等表示に該当するとして、形態模倣行為に対し、不正競争防止法2条1項1号又は2号（以下、単に「1又は2号」という。）に基づき、差止めないし損害賠償等の請求がなされることもある¹²。例えば、ヌーブラ事件Ⅰ及びヌーブラ事件Ⅱ（以下、両者を合わせる場合は「ヌーブラ事件」という。）においても、被告が原告商品の形態を模倣した製品を販売したことにつき、形態模倣行為だけでなく、商品等表示誤認惹起行為にも該当するとして、3号に加えて1又は2号を根拠とした各請求がなされた。

かかる場合、同一の原告による同一の商品の販売行為に対する請求であっても、根拠とする条項が1又は2号と3号の場合とで、請求主体性の判断に差異が生じることもあり得る。例えば、原告がフランチャイジーであった場合、上記各裁判例を前提にすれば、1又は2号に基づく場合は請求主体になり得る可能性があるが、3号に基づく場合は、ヌーブラ事件の規範を前提にしても、請求主体とは認められない可能性が高い。また、独占的販売権者の場合はより複雑であり、仮にヌーブラ事件の規範が適用されれば、1又は2号に基づく請求であっても、3号に基づく請求であっても、原告に請求主体性が肯定される可能性があるが、キャディバッグ事件等の規範が厳格に適用されれば、3号に基づく請求につき原告の請求主体性は否定される可能性が高い。

以上のとおり、自ら開発・商品化した訳ではない商品につき不正競争防止法上の保護を求める場合、1又は2号に基づくときは請求主体性が肯定される場合であっても、3号に基づくときは請求主体性が否定されることもあり得るので、注意が必要である。

2 事業譲渡の場合

上記においては、輸入業者、ライセンサー、製造委託者、独占的販売権者のように、自ら商品開発を行った者が別に存在し、その者から何らかの形で事業を進めることにつき許諾を受けたと考えられる者につき、請求主体性が争点となったが、自ら商品開発を行った別の者から事業全体の譲渡を受けることもあり得る。

この点、商品等表示誤認惹起行為に対する場合、東京地判平成12年5月31日（壁の穴事件）¹³

12 ローブ型チョコレート事件（東京地判平成7年2月27日。平成3年（ワ）8991号。判時1537号158頁。）や、iMac事件（東京地決平成11年9月20日。平成11年（ヨ）22125号。判時1696号76頁。）など多数存在する。

13 平成8年（ワ）21398号/平成9年（ワ）11834号/平成10年（ワ）3409号。金商1127号47頁。

は、「商号は営業と一体として一つの価値を形成しており、営業と切り離されて存在するものではないから、営業譲渡と共に右営業を表示する商号の周知性も承継されると解するのが相当」であると判示する。また、東京地判平成15年6月27日（AFTO事件）¹⁴も、「営業譲渡の後は原告アフト事業部が原告標章を使用しているところ、ユニオンフード羽田事業部と原告アフト事業部とは、水産物及び青果物等の集荷、配送業務を行うという点で営業形態が同一であり、事務所の所在地も同一であって、営業活動の継続性が認められるから、原告は、ユニオンフードから営業譲渡を受けることによって上記周知性を承継し」と判示する。このように、周知な商品等表示を付した営業や商品にかかる事業の譲渡があった場合、当該事業の譲受人も、商品等表示誤認惹起行為に対する請求主体になり得る¹⁵。

では、事業譲渡がなされた場合における形態模倣行為に対する請求主体は、どのように考えられるであろうか。この点、キャディバッグ事件の規範を厳格に適用すると、事業譲渡を受けた者は自ら商品開発した訳ではないので、請求主体にはなり得ないとの結論に至る可能性がある。これに対し、ヌーブラ事件の規範によれば、事業全体の譲受人は、独占的販売権者以上に、商品形態の独占について強い利害関係を有することになるから、請求主体になり得るとの結論に至る可能性が高い。もっとも、キャディバッグ事件の規範から推論される上記結論を是認すると、商品開発者は事業譲渡している以上、同人は「営業上の利益」（不正競争防止法3条）がないとして、請求主体性が否定される可能性が生じる。そうすると、請求主体が不在になる可能性もあるため、キャディバッグ事件によっても、事業譲渡の場合は譲受人が請求主体になり得ると解する余地があるように思われる。いずれにしても、執筆時点において、この点を明確に判示したと思われる裁判例は筆者には不見当であるため、現時点では未知の問題として残されていると考えるよりない。

第5 おわりに

特許権等の産業財産権の場合、権利自体の譲渡や専用実施権ないし専用使用権の設定により、譲受人や専用実施権者ないし専用使用権者に差止請求権等が認められることとなる。これに対し、不正競争防止法は、一定の行為類型を不正競争行為であるとして列挙し（同法2条1項）、当該行為によって営業上の利益を侵害された者に対して差止請求権や損害賠償請求権を付与する

14 平成14年（ワ）19714号。判時1839号143頁。

15 大阪地判平成11年9月9日（レコードジャケット図柄事件。平成9年（ワ）715号。裁判所ウェブサイト。）や、札幌高決昭和56年1月31日（バター飴事件。昭和55年（ラ）35号。判タ440号147頁。）においては、逆の事項が判示されたようにも見える。しかしながら、レコードジャケット図柄事件では、周知性が問題となったジャケット図柄につき、仮に周知性を認めるとしても「その識別対象はレコード製造販売者というよりはむしろ特定の音源のレコードそのものである」として、そもそも原告のようなレコード製造業者の商品等表示として周知であるとは認められない前提に立った上で、「ジャケット図柄に関する周知性という事実状態を、需要者の認識を離れて、当事者間の契約により承継し得るものではない」と判示したものであった。また、バター飴事件では、周知な商品等表示であると認められていた容器につき、破産を契機として「意匠」として譲り受けた者による請求の事案であり、事業全体を承継したとは言い難い面があった。以上を総合し、本稿では、周知な商品等表示となった事業全体や、周知な商品等表示を付した製品にかかる事業全体を承継したと認められる場合には、当該事業の譲受人も、商品等表示誤認惹起行為に対する請求主体になり得ることを前提として、裁判例の整理を進める。

という制度設計になっており（同法3条、4条）、差止請求権の源泉となる権利（特許権等に相当するもの）が明確には存在しない。このため、周知な商品等表示を使用した事業や新規に開発された商品形態に基づく事業が単一の主体によってなされていない場合（事業自体が譲渡された場合も含む。）には、不正競争行為に対する請求主体性につき困難な問題が生じ、特に慎重な配慮を要することとなるのである。

本稿で整理したとおり、商品等表示誤認惹起行為や形態模倣行為に対する請求主体につき一定の裁判例の蓄積はあるので、事業活動が複数の事業主体で行われる場合や事業譲渡がなされた場合において不正競争行為に対する請求を検討する場合は、当該裁判例で解決された部分と未知の部分を見極めた上で、請求主体を特定していくべきである。

以 上