

# 「不正競争防止法」



*Legal Pro.*

弁護士  
法人 **リーガル プロ**

# 「不正競争防止法(2条1項1号、2号)」

## ■第1 不正競争防止法の目的

事業者の営業上の利益と公正な競争秩序を保護法益として、不正競争の防止及び不正競争に係る損害賠償に関する措置等を講じるものである(法1条)。

## ■第2 不正競争行為

不正競争行為は、同法2条1項に限定列挙された行為である。

不正競争行為とされると、行為差止、予防、廃棄除去等の請求が可能になる等事業活動に与える影響が大きいこと、限定列挙することで予見可能性を与え、事業活動が円滑に行われること等を理由として、限定列挙とされている。

本稿では、同条項1号及び2号について解説する。

## ■第3 商品等表示混同惹起行為(法2条1項1号)

### 1 趣旨

商品等表示において混同を生じさせる行為が、周知表示の出所指示機能を破壊し、営業上の利益を害するのみならず、一般取引社及び受容者を害し、ひいては取引秩序を混乱破壊するものであることに鑑み、同条の趣旨は、周知表示に化体して形成された信用を冒用することを規制し、それによって公正な競争秩序を形成維持しようとするところにある。

### 2 要件

【1】商品等表示が、【2】周知であり、【3】その他人の商品等表示と新会社の表示とが同一又は類似であり、【4】出所の混同を生じるおそれがあること。

#### 【1】商品等表示

条文上は、人の業務に係る氏名、商号、商標、標章、商品の容器又は包装その他の商品又は営業を表示するものとされている。裁判例上は、商品の形態も表示にあたりうるとした裁判例(大阪地昭35年5月30日、東京地昭48年3月9日)もあるが、技術的にその商品の本来の機能を確保するための不可欠な形状のみからなるものについては表示にあたらぬとする立場もある。また、色彩自体も表示にあたるものとならぬと否定的な裁判例がある。こういったものが商品等表示に該当するかについては、規定の趣旨、出所表示機能の意義から個別に検討していくべきである。

#### 【2】周知

周知性とは、保護の対象となる表示について他人の信用が蓄積されたと評価できる程度に、換言すれば、他社による冒用を許すことが取引秩序上の信義衡平に反すると評価できる程度に知られていることを意味し、(名古屋地平16年6月24日)全国的でなくて一地方において周知であれば足りるとされる(最高裁昭34年5月20日)。主として地域的範囲に関して認定され、その周知性は新会社の営業地域に及んでいる必要がある。

#### 【3】商品等表示の同一又は類似

商品等表示が類似しているとは、いくつかの見解があるが、商標や商号が紛らわしく混同される場合をいう見解が有力である。その具体的判断方法は、取引の実情のもとにおいて、取引社、需用者が、両者の外観、称呼又は觀念に基づく印象、記憶、連想等から両者を全体的に類似のものとして受け取るおそれがあるか否かを基準とするとされる(最高裁昭58年10月7日)。

#### 【4】出所混同のおそれ

混同とは、取引上確立されたある出所源と、使用する商標等が同一又は類似のものであるゆえに、その特定の出所に係る商品や営業でないかと混同すること。混同を生ぜしめる行為といえるかどうかは、他人の商品等表示と自己の使用表示との類似性の程度、他人の商品等表示の周知著明性及び独創性の程度や、自己の表示の使用商品等と他人の業務に係

る商品等との間の関連性の程度, 取引社及び需用者の共通性その他取引の実情などに照らし, 上記自己の表示の使用商品等の取引社及び需用者において普通に払われる注意力を基準として, 総合的に判断すべきとされる(東京地平16年7月2日)。

## ■第4 著名表示冒用行為(法2条1項2号)

### 1 趣旨

著名な商品等表示については, 混同のおそれがあったとしても, その無断使用は不正競争行為として, 著名商品等表示を積極的に保護するもの。

### 2 要件

【1】著名な商品等表示であり, 【2】商品等表示の同一又は類似が認められること。

#### 【1】著名性

周知度が高い著名性が要求され, 全国的な周知性である。その著名性は, 宣伝広告の量, 頻度, 範囲, 取引実績, 規模によって認定される事実認定である。

#### 【2】同一性又は類似性

周知表示混同惹起行為における同一性, 類似性と同様に解される。

## ■第5 裁判例

1 ファッション雑誌「VOGUE」を発刊している原告が, 「La Vogue/Minami Aoyama」という分譲マンションを販売する被告を訴え, 損害賠償, 広告物使用禁止, 標章の使用禁止が認められた事案。

両者ともファッション性をイメージして販売していることや原告が標章の希釈化防止努力をしていることなどに照らして, 自他識別機能を有し, 被告は原告ら同一の商品化事業を営むグループに属する関係又は原告らから使用許諾を受けているものと誤信させるものと評価された。これにより, 法2条1項1号にあたることとした事案(東京地判平16年7月2日)。

2 JACCSの標章を有する原告が, 同商標は著名であるとして, ドメイン名に「jaccs」を用いており, 簡易組立トイレに使用する「JACCS」とは類似するとして, 同商標の使用禁止を求めたもの。

クレジットカード, 新聞広告, パンフレット, テレビコマーシャル, 名刺等に必ず本件商標を表示していることや商標登録を受けていることなどを理由として著名性を認め, 同一性又は類似性についても肯定し, 原告の請求を認めた事案(富山地判平12年12月6日)。

3 「青山学院大学」「青山学院中等部」「Aoyama Gakuin」等を学校名として使用する原告が, 「呉青山学院中学校」「Kure Aoyamagakuin」等を学校名として使用する被告に対し使用禁止を求めた事案。

原告の標章はすでに著名性を有しているとし, 原告の「青山学院と何らかの関連を有する呉所在の中学校」という観念が想起されるとして類似性を肯定し, 原告の請求を認めたもの(東京地判平13年7月19日)。