

平成 24 年商標・ 不正競争関係事件の判決の概観

弁護士 白井 太郎^{*}， 会員・弁護士 湯浅 知子

要 約

平成 22 年及び 23 年（暦年）に引き続き、平成 24 年（暦年）に言い渡され、裁判所ウェブサイトに掲載された商標に係る事件の判決及び不正競争に係る事件の判決の概況を報告する。平成 22 年、23 年の概況については、それぞれ、パテント 64 巻 6 号（4 月号）、65 巻 7 号（7 月号）に掲載している。本稿では、商標に係るものを「第 1」において紹介し（白井担当）、不正競争に係るものを「第 2」において紹介する（湯浅担当）。

目次

第 1 部 平成 24 年商標関係事件の判決の概観

- 1 平成 24 年商標関係事件判決の概観
- 2 無効審判に係る審決取消訴訟
 - (1) 著名なスポーツカー・メーカーの登録商標との類似性が問題とされた事例
 - (2) 著名なスポーツ用品メーカーの登録商標との類似性が問題とされた事例
 - (3) 著作物の題号との関係における公序良俗違反について判断した事例
- 3 商標登録取消審決の審決取消訴訟
 - (1) 代理人等による商標登録の「正当な理由」について判断された事例
 - (2) 商標の「使用」について判断された事例
- 4 拒絶査定不服審判請求不成立審決の取消訴訟
 - (1) 引用商標の要部の認定
 - (2) 「地名＋製品名」の商標が記述的商標に該当すると判断された事例
 - (3) 我が国の地方公共団体を表示する標章の著名性について判断された事例
- 5 商標登録異議申立てに基づく商標登録取消決定取消訴訟—欧文字と仮名文字との二段併記商標の称呼の認定
- 6 商標権侵害訴訟
 - (1) インターネットショッピングモールの運営者の商標侵害責任が争われた事例
 - (2) インターネットでの検索結果を重視して類否判断を行った事例
 - (3) 商標法 38 条 2 項による損害額の推定を認めなかった事例

第 2 部 平成 24 年不正競争関係事件の判決の概観

- 1 概 観
- 2 商品等主体混同惹起行為（1 号）、著名表示冒用行為（2 号）

- (1) 標章
- (2) 商品形態の商品等表示性
- (3) 影像及びその変化の態様
- (4) 同一又は類似の商品等表示
- 3 商品形態模倣行為（3 号）
 - (1) 商品の一部分の「商品の形態」性
 - (2) 「ありふれた形態」の判断方法
- 4 営業秘密不正利用行為（4 号～9 号）
- 5 品質等誤認惹起行為（13 号）
- 6 信用毀損行為（営業誹謗行為）（14 号）
 - (1) 虚偽の「事実」の摘示—「意見の表明」との区別
 - (2) 営業上の信用
 - (3) 損害賠償請求における過失の認定

第 1 部 平成 24 年商標関係事件の判決の概観

1 平成 24 年商標関係事件判決の概観

裁判所ウェブサイトの「知的財産裁判例集」⁽¹⁾に掲載されている平成 24 年 1 月から 12 月までの商標関係事件の判決の件数は 96 件である。なお、この件数は、平成 25 年 1 月 18 日時点において、キーワード「商標」により検索し、該当した 130 件を精査し、商標関係事件以外の事件を除外した件数である。平成 24 年の件数は、例年に比べて件数が減少した平成 23 年における件数が 58 件であることと比べると、やや増えている。なお、最高裁による判決の言渡しは見受けられない。

訴訟類型及び争点ごとの件数は、次のとおりである。

^{*} 平山・流矢法律事務所

商標関係訴訟の種類		件数	主な争点ごとの件数
当事者系	無効審判に係る 審決取消訴訟	29	公序良俗（4条1項7号）：6件 類似商標（4条1項11号）：5件 混同のおそれ（4条1項15号）：10件 不正使用（4条1項19号）：8件
	商標登録取消し （不使用又は不正 使用による。）に 係る審決取消訴訟	23	商標の使用（50条1項）：11件 商品の出所の混同（51条1項）：5件
査定系	拒絶査定不服審判 請求不成立審決に 係る審決取消訴訟	20	商標の類否（4条1項11号）：11件 記述的商標（3条1項3号）：6件
	登録異議申立てに 基づく商標登録取 消決定に係る取消 決定取消訴訟	7	公序良俗（4条1項7号）：1件 商標の類否（4条1項11号）：5件
商標権侵害訴訟		16	商標の使用：5件 権利の濫用：3件
その他		1	ロイヤリティ等請求事件：1件

※ 1件の訴訟に複数の争点があることがあるため、争点ごとの件数の合計は訴訟の件数とは一致しない。

2 無効審判に係る審決取消訴訟

(1) 著名なスポーツカー・メーカーの登録商標との類似性が問題とされた事例

知財高判平成 24 年 5 月 31 日（平成 23 年（行ケ）10426 号）〔Lamborghini 事件〕

原告（請求人）は、引用商標の商標権者であるが、スポーツカーを製造販売する世界的に著名な企業である。

被告（被請求人）は、本件商標の商標権者であるが、原告のスポーツカーを模したカスタムバギー（総排気量 50cc 以下又は定格出力 0.6kW 以下の原動機を有する普通自動車）を「Lamborghini」や「ランボルミーニ」との商標を使用して、販売している。

原告は、本件商標について、①商標法第 4 条 1 項 10 号（需要者に広く認識されている商標との類似）、②同 15 号（混同のおそれ）、及び、③同 19 号（商標の不正使用）に基づく無効理由を主張して、商標登録無効審判を請求した。しかし、請求不成立の審決がされたため、同審決の取消しを求めて、審決取消訴訟を提起した。主たる争点は、各無効理由を通じて、両商標の類似性にある。

<p>本件商標</p>  <p>指定商品又は指定役務： 第 12 類「自動車並びにその部品及び附属品」・第 35 類</p>
<p>引用商標</p>  <p>指定商品の書換登録後の指定商品： 第 12 類「自動車並びにその部品及び附属品」</p>

裁判所は、引用商標が需要者に広く認識されていることを認定した上で、本件商標の要部は、文字部分「Lamborghini」にあるとする。この要部と認定された文字部分において、両商標とは「GH」が「m」と相違するにすぎないことなどから、称呼において類似するとする。そして、本件商標の字体の特徴及び図形部分の付加の点を考慮しても、全体として類似するとし、かつ、取引の実情等を総合して判断し、両商標は、互いに類似するとした。その上で、裁判所は、商標法 4 条 1 項 10 号、15 号及び 19 号のいずれの無効理由も認められるとして、審決を取り消した。

この判決は、文字部分を要部とする認定に基づいて称呼類似に基づいて全体としての類似性を肯定したものであり、従来の裁判例と同様の判断といえる。

ところで、本件においては、被告が、原告商標の世界的な著名性にただ乗りし、原告の自動車を模していることを明確にしながら、いわばパロディ的な製品であるカスタムバギーを製造販売している。著作権に関係する事件においては、パロディ的な利用が認められるかどうかについて議論がある。しかし、商標関係事件においては、本来的に「業として」用いられることから、パロディ的な要素を登録を肯定する要素として考慮することは困難であろう⁽²⁾。本件においても、裁判所は、パロディ的な要素を考慮することなく、端的に需要者等に広く認識された商標に類似するかなどの

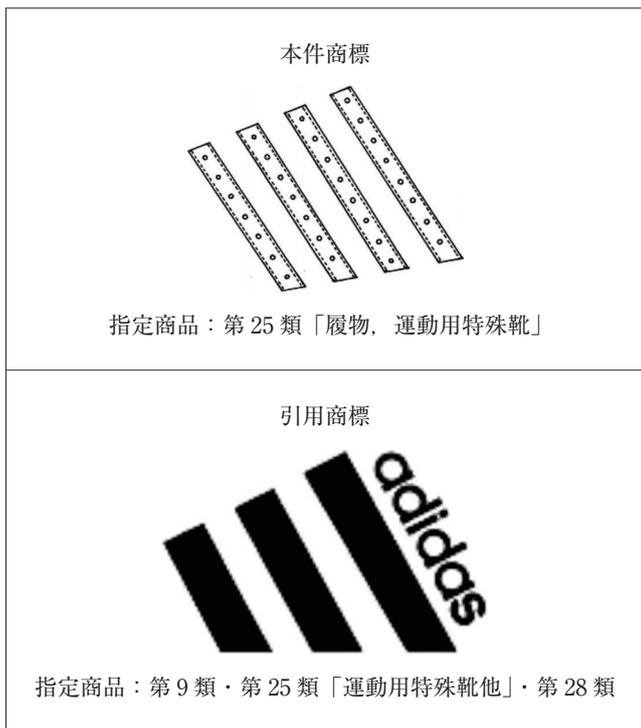
無効事由の存否を判断している。

(2) 著名なスポーツ用品メーカーの登録商標との類似性が問題とされた事例

知財高判平成 24 年 11 月 15 日 (平成 23 年(行ケ)第 10326 号) [adidas 事件]

著名なスポーツ用品メーカーである原告ら(請求人)は、引用商標の商標権者であるが、被告(被請求人)の本件商標に商標法 4 条 1 項 15 号(混同のおそれ)に基づく無効理由があるとして商標登録無効審判を請求した。しかし、特許庁は、本件商標と引用商標とは、十分に区別し得る別異の商標であるとして、請求不成立審決をした。そこで、原告らは、同審決の取消しを求めて、審決取消訴訟を提起した。

主要な争点は、本件商標を指定商品「履物、運動用特殊靴」に使用したとき、需要者において、原告らの業務に係る商品と混同を生ずるおそれがあるかである。



裁判所は、本件商標の登録出願時及び登録査定時において、「我が国において運動靴の取引者、需要者に、3 本線商標ないしスリーストライプス商標といえはアディダス商品を想起するに至る程度に、アディダスの運動靴を表示するものとして著名であった」と認定した。

その上で、裁判所は、外観上の類否のみならず、構成態様より受ける印象及び指定商品の取引の実情等を

総合勘案し、「4 本の細長いストライプではなく、それらの間に存在する空白部分を 3 本のストライプと認識する場合」などがあり、原告らの業務に係る商品と混同を生ずるおそれがあるとして、審決を取り消した。

商標法 4 条 1 項 15 号の「混同を生ずるおそれ」の有無については、「レール・デュ・タン事件」の最高裁判決⁽³⁾が示した、①当該商標と他人の表示との類似性の程度、②他人の表示の周知著名性及び独創性の程度、③当該商標の指定商品等と他人の業務に係る商品等との間の性質、用途又は目的における関連性の程度、並びに、④商品等の取引者及び需要者の共通性その他取引の実情などに照らし、当該商標の指定商品等の取引者及び需要者において普通に払われる注意力を基準により総合的に判断される。

本件では、裁判所は、最高裁判例の基準を明示してはいないが、4 本のストライプを 3 本のストライプと認識する場合があるかどうかについて、取引の実情なども十分に考慮して、そのような場合があると認定し、混同を生ずるおそれがあると判断している。

(3) 著作物の題号との関係における公序良俗違反について判断した事例

知財高判平成 24 年 6 月 27 日 (平成 23 年(行ケ)第 10399 号) [ターザン事件]⁽⁴⁾

被告(被請求人)を商標権者とする本件商標は、「ターザン」の文字を標準文字で表記し、指定商品を「第 7 類 プラスチック加工機械器具、プラスチック成形機用自動取出口ロボット、チャック」とするものである。これに対し、米国の作家バローズによる「ターザン」シリーズの著作権者である原告(請求人)が、公序良俗違反(商標法 4 条 1 項 7 号)に基づく無効理由を主張して、商標登録無効審判を請求した。

しかし、特許庁は、「ターザン」が米国の作家であるバローズの著作物の題号又はその登場人物の名称として、広く認識されていたものとは認められないことから、本件商標は公序良俗に違反するものではないとして、請求不成立審決をした。そこで、原告は、同審決の取消しを求めて審決取消訴訟を提起した。

裁判所は、「ターザン」が米国の作家であるバローズの著作物の題号等として、広く認識されていたものとは認められないとの審決の認定は是認しながらも、「独特の造語になる『ターザン』は、具体的な人物像を持つ架空の人物の名称として、小説ないし

映画、ドラマで米国を中心に世界的に一貫して描写されていて、『ターザン』の語からは、……他の観念を想起するものとは認められないことからすると、我が国で『ターザン』の語のみから成る本件商標登録を維持することは、たとえその指定商品との関係で『ターザン』の語に顧客吸引力がないとしても、国際信義に反する」とした。また、裁判所は、小説シリーズ「ターザン・シリーズ」について、著作権者である原告が商業的な価値の維持管理にも努めてきたとの事情において、著作権者とは無関係な「第三者が最先の商標登録を行った結果、特定の指定商品又は指定役務との関係で当該商標を独占的に利用できるようになり、……著作権管理団体による利用を排除できる結果となることは、……公正な取引秩序の維持の観点からみても相当とはいえない」とした。裁判所は、これらの理由から、本件商標登録は公序良俗違反に該当するとして、審決を取り消した。

ところで、商標権侵害事件ながら、周知性が漫画「ポパイ」のキャラクターを連想させる商標を使用する商標権者が、当該漫画の著作権者の許諾を得て漫画の主人公の名称を商品に付して販売する者に対し、商標権の侵害を主張することは公正な競争秩序を乱すものであり、権利の濫用として許されないとする「ポパイ第3事件」判決⁶⁾がある。この「ポパイ第3事件」と対比すると、本判決は、「ターザン」がパローズの著作物の題号等として広く認識されていたとまでは認められないとしている点で、若干、相違する。しかし、本判決における、著作物の価値の維持を図っている著作権管理団体等の権利を考慮して、指定商品についての顧客誘引力を有するかに関わらず、第三者が特定の指定商品等との関係で「ターザン」商標を独占的に使用することは、公正な取引秩序に反するとする判断は、「ポパイ第3事件」と共通する点がみられる。

3 商標登録取消審決の審決取消訴訟

(1) 代理人等による商標登録の「正当な理由」について判断された事例

知財高判平成 24 年 1 月 19 日（平成 23 年（行ケ）第 10194 号）〔Chromax 事件〕

原告（被請求人）は、「Chromax」の文字を標準文字で表してなり、第 28 類「ゴルフボール、ゴルフ用具」を指定商品とする商標の商標権者である。

他方、被告（請求人）は、原告と継続的取引にある

台湾法人である。被告は、本件商標登録は、「当該商標登録出願の日前 1 年以内に代理人若しくは代表者であった者」である原告により「正当な理由」がないのに出願されたものであるから、商標法 53 条の 2 の規定により取り消されるべきであるとして、商標登録取消審判の請求をした。特許庁は、被告の請求に理由があるとして、本件商標の商標登録を取り消す審決をした。そこで、原告は、同審決の取消しを求めて、審決取消訴訟を提起した。

原告は、同訴訟において、「本件商標の価値を高めるため、宣伝活動を行い、多額の宣伝広告費用を投じて、これにより、日本国内における本件商標の価値が高まったこと」を正当理由として主張した。しかし、裁判所は、原告による宣伝広告活動が商標の価値を高めた事実は認定できないとし、本件商標登録には「正当な理由」は認められないとして、原告の請求を棄却した。

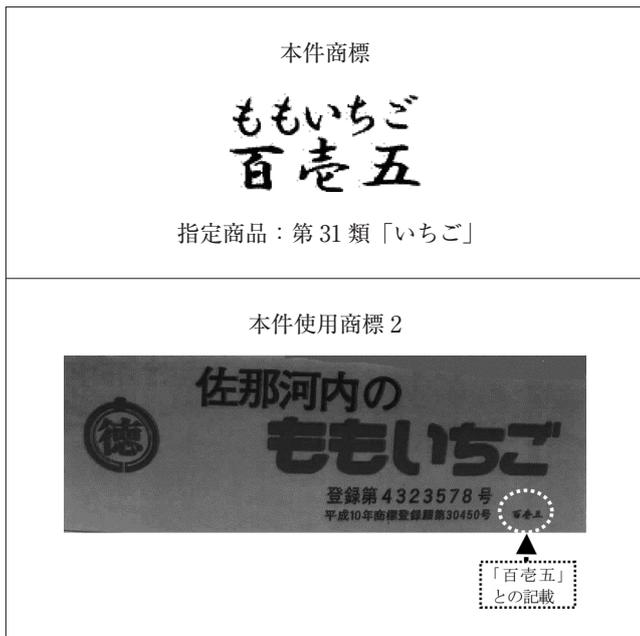
なお、商標法 53 条の 2 の「正当な理由」としては、従来から、①海外における商標権者が日本において商標の権利を取得することを放棄したとか、又は、②取得する関心がないことを代理人等に信じさせた場合などが挙げられている⁶⁾。本判決は、原告の宣伝広告活動により商標の価値が高められたかとの観点から「正当な理由」の有無を積極的に判断しているが、このような観点は上述の「正当な理由」の類型には当てはまらない。また、代理店等が宣伝広告活動をすることは一般的であろう。したがって、たとえ、原告の宣伝広告活動による効果が認められたとしても、直ちに「正当な理由」が認められるかどうかは、検討の余地がある。

(2) 商標の「使用」について判断された事例

知財高判平成 24 年 2 月 21 日（平成 23 年（行ケ）第 10243 号）〔ももいちご事件〕

被告（請求人）が、商標法 50 条 1 項に基づき、本件商標（平仮名「ももいちご」及び漢字「百壺五」の上下二段書き）について、不使用商標登録取消審判請求をしたところ、特許庁は、原告（被請求人、商標権者）による使用商標（例えば、本件使用商標 2 は、「ももいちご」を右中央に大きく記載し、右下にごく小さく「百壺五」と記載している。）は、本件商標の使用とは認められないとして、本件商標登録を取り消す旨の審決をした。そこで、原告（商標権者）がその取消しを

求めて審決取消訴訟を提起した事例である。



裁判所は、本件使用商標 2 において、「百壺五」の部分には「ももいちご」を補足するにすぎず、顕著な自己識別能力を有していないとしても、「ももいちご」「百壺五」の両方の文言が、文字の変更や欠落などなく、共に用いられていれば、社会通念上、本件商標と同一の商標が使用されているものと認められるとして、商標登録取消審決を取り消した。

なお、原告（商標権者）は、当初、「ももいちご」の文字のみからなる商標登録出願が拒絶された後、「百壺五」との漢字を併記することにより商標登録を受けたとの経緯がある。このような審査経過を考慮すると、侵害訴訟において、被疑侵害者が「ももいちご」のみからなる商標を用いている場合には、本件商標の侵害とならない可能性がある。

4 拒絶査定不服審判請求不成立審決の取消訴訟

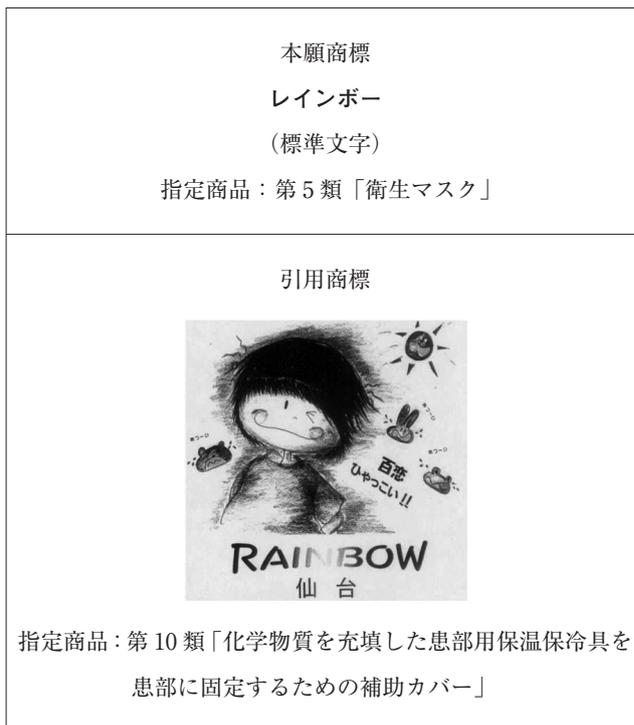
(1) 引用商標の要部の認定

複数の文字部分からなる引用商標、複数の文字部分及び図形部分からなる引用商標などにおいて、いずれの文字部分を要部として特定し、称呼を生ずるものとするかが問題となる。次の 2 つの裁判例は、この点の判断についての典型的な事例と思われるので、紹介する。

ア 引用商標中の大書きされた文字部分を要部とした事例

知財高判平成 24 年 6 月 13 日（平成 23 年（行ケ）第 10328 号）〔レインボー事件〕

原告（出願人）は、本願商標について、引用商標に類似するとして、商標法 4 条 1 項 11 号による拒絶査定を受け、拒絶査定不服審判請求も請求不成立の審決がされた。そこで、原告は、同審決の取消しを求めて、審決取消訴訟を提起した。



裁判所においても、引用商標の構成部分のうち中央下部に大書きされている「RAINBOW」の文字部分を要部と認定し、本願商標と称呼「レインボー」において類似するとして、原告の請求を棄却した。

イ 引用商標の小書きの文字部分は要部とはいえないとした事例

知財高判平成 24 年 7 月 12 日（平成 23 年（行ケ）第 10372 号）〔ファンタジーライフ事件〕

原告（出願人）は、本願商標について、引用商標の右上に小書きされた「fantasy LIFE」の部分から生ずる称呼及び観念と類似するとして、商標法 4 条 1 項 11 号による拒絶査定を受けた。拒絶査定不服審判においても請求不成立審決がされた。そこで、商標登録の拒絶査定不服審判請求を不成立とした審決の取消しを求めて審決取消訴訟を提起した。

<p>本願商標</p> <p>ファンタジーライフ</p> <p>(標準文字)</p> <p>指定商品：第 9 類「……家庭用テレビゲームおもちゃダウンロードもしくはインストール可能な家庭用テレビゲームおもちゃ用プログラム及び追加データ……」、第 41 類「パーソナルコンピュータによる通信を用いて行なうゲーム……」</p>
<p>引用商標</p>  <p>指定商品：第 9 類「オンラインゲームのためのコンピューターソフトウェア……」及び第 41 類「インターネット上でのオンラインゲームの提供」</p>

これに対し、裁判所は、引用商標において、「mabinogi / マビノギ」の部分は、「fantasy LIFE」の部分よりも大きく（高さは約 5 倍、幅は約 2 倍）、かつ、特徴的な書体で表され、出所識別標識として支配的な印象を与えることから、引用商標の構成中「fantasy LIFE」の部分だけを抽出して本願商標と対比すべきではないとした。そして、本願商標は、引用商標と類似するとはいえないとして、原告の請求を認容した。

(2) 「地名＋製品名」の商標が記述的商標に該当すると判断された事例

知財高判平成 24 年 10 月 3 日（平成 24 年（行ケ）第 10197 号）〔HOKOTABAUM 事件〕

原告（出願人）は、指定商品を「銚田市産のバウムクーヘン」とする本願商標「HOKOTA BAUM」について商標登録出願をした。しかし、商標法 3 条 1 項 3 号（記述的商標（産地の表示））に該当し、かつ、同条 2 項の要件（使用による顕著性）を満たさないものとして拒絶査定がされ、拒絶査定不服審判においても請求不成立審決がされた。そこで、原告は審決の取消しを求めて、審決取消訴訟を提起した。

裁判所は、最高裁判決⁽⁷⁾を引用しながら、「商品の産地又は販売値を表すものと認識される可能性がある」商標について「特定人に独占使用させることが公益上

適当でないと判断されるときには、その商標は商標法 3 条 1 項 3 号に該当する」とする。その上で、裁判所は、本願商標は、取引者、需要者において「銚田市産のバウムクーヘン」であることを理解するものであり、特定人に独占使用させることが公益上適当でないと判断され、商標法 3 条 1 項 3 号に該当するとして、原告の請求を棄却した。

なお、「地名＋製品名」という商標は、産地の表示であるとしても、地域興しなどのために商標法 3 条 1 項の適用が除外される「地域団体商標」（商標法 7 条の 2）としてであれば、登録することができよう。しかし、本判決が判示するように、そのような商標を特定人に独占使用させることは、公益上妥当ではないことから、本願商標についても、産地の表示として登録することができないとされた。

(3) 我が国の地方公共団体を表示する標章の著名性について判断された事例

知財高判平成 24 年 10 月 30 日（平成 24 年（行ケ）第 10125 号）〔日南市章事件〕

原告（出願人）は、本願商標を出願した。しかし、制定時に告示がされることから著名なものといえる宮崎県日南市の市章と類似することから、商標法 4 条 1 項 6 号（国・地方公共団体等の著名な標章との類似）に該当するとして、拒絶査定がされ、拒絶査定不服審判についても請求不成立審決がされた。そこで、原告は、同審決の取消しを求めて、審決取消訴訟を提起した。


<p>指定商品：第 6 類「建築用又は構築用の金属製専用材料、金属製建具、金属製建造物組立てセット」、第 19 類「セメント及びその製品、木材、石材、建築用ガラス」及び第 21 類「清掃用具及び洗濯用具」</p>



裁判所は、日南市章の著名性について判断し、告示されたことのみを理由として「著名なもの」とすることはできないし、本願商標の指定商品に係る取引者、需要者に広く認識されているとも認められないとした。

また、裁判所は、本願商標の図形部分はありふれた図形であり、出所識別標識として強く支配的な印象を与えるものとは認められないとした。そして、「つつみのおひなやっこ事件」の最高裁判決の基準⁽⁸⁾を用いながら、本願商標の「DAIWA」の文字部分は小さいが、企業名としての観念を生じることから、本願商標から図形部分のみを抽出し、日南市章と比較して商標の類否を判断することは許されないとする。そして、本願商標と日南市章とを全体として対比すると類似しないとした。

裁判所は、これらの理由から、原告の請求を認容し、請求不成立審決を取り消した。

5 商標登録異議申立てに基づく商標登録取消決定取消訴訟—欧文字と仮名文字との二段併記商標の称呼の認定

知財高判平成 24 年 2 月 21 日（平成 23 年（行ケ）第 10203 号）〔VOSS / フォス事件〕

原告（外国法人）及び日本法人を商標権者とする本件商標（欧文字と仮名文字の二段併記商標）について、引用商標の商標権者である被告が商標登録異議の申立てをしたところ、特許庁は、引用商標と称呼において類似するとして、商標法 4 条 1 項 11 号に基づいて、商標登録を取り消す決定をした。そこで、商標権者の 1 人である原告が同決定の取消しを求めた事例である。



指定商品：第 32 類「清涼飲料，果実飲料，飲料用野菜ジュース」



裁判所は、「一般に、欧文字と仮名文字とを併記した構成の商標において、その仮名文字部分が欧文字部分の称呼を特定すべき役割を果たすものと無理なく認識できるときは、仮名文字部分より生ずる称呼が、その欧文字部分より生ずる自然の称呼とみるのが相当である」として、「本件商標の称呼は基本的には『フォス』である」とした。他方、引用商標の称呼は「ボス」などであることから、本件商標と引用各商標とは、類似しないとす。

また、裁判所は、セイコーアイ事件最高裁判決⁽⁹⁾を引用しながら、「パイプをくわえた男性の斜め横顔」のイラスト部分からも出所表示機能としての観念が生ずることから、「BOSS」の部分を取り出して本願商標との類否を判断することは許されないとす。

裁判所は、これらの理由から、原告の請求を認容し、取消決定を取り消した。

なお、欧文字と仮名文字とを併記した二段併記商標の称呼の認定についての本判決のような判断は、裁判例においてほぼ確立したものといえる⁽¹⁰⁾。

6 商標権侵害訴訟

(1) インターネットショッピングモールの運営者の商標侵害責任が争われた事例

知財高判平成 24 年 2 月 14 日（平成 22 年（ネ）10076 号）〔Chupa Chups 事件控訴審判決〕

控訴人（外国法人）は本件商標の商標権者である。被控訴人は複数の出店者から買物ができるインターネットショッピングモール「楽天市場」を運営している。

控訴人は、被控訴人に対し、「楽天市場」において、ある出店者が、控訴人の登録商標に類似する標章を付

した商品を表示・販売していたことについて、商標権侵害などを理由として、商品の譲渡行為の差止めなどを求めて、訴えを提起した。

原審⁽¹¹⁾は、「商標法 2 条 3 項 2 号の『譲渡』とは、当該標章を付した商品の所有権を他人に移転することをいい、有償、無償を問わないものと解される」とした。そして、「原告（控訴人）が主張するような売却行為の一連の行為の一部に参与する幫助行為を行ったというだけでは、このような商品の『譲渡』を行ったものと認めることはできない」として、原告（控訴人）の請求を棄却した。

これに対し、控訴審は、「ウェブページの運営者が、単に出店者によるウェブページの開設のための環境等を整備するにとどまらず、運営システムの提供・出店者からの出店申込みの許否・出店者へのサービスの一時停止や出店停止等の管理・支配を行い、出店者からの基本出店料やシステム利用料の受領等の利益を受けている者であって、その者が出店者による商標権侵害があることを知ったとき又は知ることができたと認めるに足りる相当の理由があるに至ったときは、その後の合理的期間内に侵害内容のウェブページからの削除がなされない限り、上記期間経過後から商標権者はウェブページの運営者に対し、商標権侵害を理由に、出店者に対するのと同様の差止請求と損害賠償請求をすることができる」として、ウェブサイトの運営者が商標権侵害の主体となり得るとした。しかし、本件については、「ウェブサイト運営する一審被告〔控訴審の被控訴人〕としては、商標権侵害の事実を知ったときから 8 日以内という合理的期間内にこれを是正したと認める」として、「楽天市場」の運営主体である被控訴人が、本件商標権を違法に侵害したとまでいうことはできないとして、控訴を棄却した。

本判決は、商標法の分野において、ウェブサイトの運営者が商標権の侵害主体として、損害賠償請求のみならず、差止請求を受ける場合があり得ることを明らかにした重要な裁判例といえる。「楽天市場」のように、各出店者が売買の当事者であり、ウェブサイト運営者がシステムを提供しているにすぎない場合、ウェブサイト運営者は「譲渡」の主体とはいえないのが通常である。しかし、本件判決は、ウェブサイトの運営者が、①出店者の管理・支配をし、②出店者から出店料等の利益を受け、③出店者による商標権侵害があることを知ったとき又は知ることができたと認めるに足

りる相当の理由があるに至りながら、④その後の合理的期間内に侵害内容のウェブページからの削除がされないときは、商標権者はウェブサイトの運営者に対し、商標権侵害に基づいて、出店者に対するのと同様の差止請求と損害賠償請求をすることができる」と判示した。サイト運営者としては、商標権侵害を問われなようにするためには、このような基準に沿い、合理的な期間内の対応が求められよう。

（2） インターネットでの検索結果を重視して類否判断を行った事例

東京地判平成 24 年 9 月 10 日（平成 23 年（ワ）第 38884 号）〔アイネイル事件〕

原告は、さいたま市においてネイルサロンを営み、第 44 類「理容、美容」を指定役務とする登録商標「アイネイル」（標準文字）の商標権者である。被告は、名古屋市周辺において「INAIL / アイネイル」の店舗名でネイルサロンを営んでいた。原告は、被告に対し、商標権侵害を理由として「INAIL / アイネイル」の店舗名の使用差止めと損害賠償を求めた。主な争点は、原告商標と被告標章との類否である。

裁判所は、原告商標と被告標章は、称呼と観念が類似すると認定した上で、「『Yahoo! 検索』で『アイネイル』を検索すると、被告の経営する店舗が……トップで表示され、原告の経営する店舗が……5 番目に表示されている」ことを踏まえ、「原告商標と被告商標は、その外観は異なるものの、称呼と観念の一部が同一である。……原告及び被告の各店舗の距離が離れているものの、……インターネットの検索画面や雑誌などにおいては、ネイルサロンが全国的に取り上げられており、役務の出所につき誤認混同を生ずるおそれがあると認められる」として、原告商標と被告標章は全体として類似していると判断した。そして、被告の商標権侵害を認定し、原告の請求を認容した。

なお、本件においては、原告と被告の商圏が埼玉と名古屋というように離れている。しかし、商圏が離れていること自体は商標権侵害に基づく差止請求を妨げるものではない。また、「小僧寿し事件」の最高裁判決⁽¹²⁾の損害不発生抗弁の理由となるものでもない。そこで、本判決は、取引の実情として、インターネットの検索結果で、当事者がそれぞれトップと 5 番目と上位に表示されることをも考慮した上で、商標権侵害に基づく各請求を認容したものと見える。

(3) 商標法 38 条 2 項による損害額の推定を認めなかった事例

大阪地判平成 24 年 12 月 13 日（平成 21 年（ワ）第 13559 号）〔ユニキューブ事件〕

原告は、指定商品を第 36 類「建物の売買」等とし、「ユニキューブ／unicube」の二段併記の本件商標の商標権者である。原告は、自ら福岡県及び山口県においてデザイナーズ戸建賃貸住宅の設計・施工事業（以下「ユニキューブ事業」という。）を実施しているほか、同事業に必要な設計・施工・営業のマニュアル等を他社にも提供している。

被告は、徳島県において、原告が提供するユニキューブ事業を営んでおり、本件商標の使用許諾を得ている。ただし、使用許諾契約において、本件商標の使用は、デコスドライ工法（断熱工法の一つ）を採用する建物の工事請負契約に限り認められている。

原告は、被告がデコスドライ工法以外の建物の工事請負契約について本件商標を使用したことは、本件販売契約に基づく商標使用許諾の範囲外の行為であると主張して、商標権侵害又は債務不履行に基づく損害賠償請求をした。

裁判所は、まず、被告が商標使用許諾の範囲外の行為をしたことを認定し、被告の行為が商標権侵害を構成することを認めた。

その上で、裁判所は、原告の損害額の算定に関する商標法 38 条 2 項（侵害者の利益を損害と推定する規定）による推定の可否について、「商標権は、商標それ自体に当然に商品価値が存在するのではなく、商品の出所たる企業等の営業上の信用等と結び付くことによってはじめて一定の価値が生ずる性質を有する点で、特許権、実用新案権及び意匠権などの他の工業所有権とは異なる。商標権侵害があった場合、……侵害品と商標権者の商品との間には、市場において、当然には相互補完関係……が存在するということとはできない」と判示し、「相互補完関係を認めるのが困難な事情がある場合には、商標法 38 条 2 項によって損害額を推定するのは相当でない」とする。そして、そのような事情があるかどうかについては、①「商標権者が侵害品と同一の商品を販売……をしているか」、②「販売している場合、その販売の態様はどのようなものであったか」、③「当該商標と商品の出所たる企業の営業上の信用等とどの程度結びついていたか」等を総合的に勘案して判断すべきであるとした。

そして、本件については、原告と被告の商圏が競合しておらず、「施主が、被告による……工事請負がなければ、被告以外にユニキューブ物件を発注したであろうという関係も、直ちには認められない」とし、商標法 38 条 2 項による損害額の推定は認めず、同 3 項により通常使用権に相当する金額を損害額として認定した。

本判決は、商標法 38 条 2 項は、侵害者の利益の金額を商標権侵害に基づく損害賠償の金額を推定しているが、どのような場合に推定がされない事情が認められるかについて、商標権について、特許権などとの相違を踏まえて、一定の基準を示している点が参考になる。そして、本判決は、商圏の違いが推定を覆す事情となるとしながらも、本件商標の顧客誘因力を肯定し、「小僧寿し事件」の最高裁判例⁽¹³⁾のように損害の不発生までは認めず、商標法 38 条 3 項による通常使用権に相当する損害額の賠償は、認められるとした点が注目される。

第 2 部 平成 24 年不正競争関係事件の判決の概観

1 概観

平成 24 年の不正競争防止法（以下「不競法」という。）に関する判決のうち、裁判所ウェブサイトにおいて、①知的財産裁判例集の「不正競争」に分類されていた判決が 38 件あり、②①以外に分類されていたものの不競法に関する判断が実質的になされていた判決が 9 件あった。

上記判決のうち、商品等主体混同惹起行為（不競法 2 条 1 項 1 号）又は著名表示冒用行為（同項 2 号）に関する判決の合計が約 4 割と多数を占め、商品形態模倣行為（同項 3 号）又は営業秘密不正利用行為（同項 4 号～9 号）に関する判決が各 2 割程度、それ以外はその他の不正競争行為に関する判決となっている。

以下、不競法 2 条 1 項各号（なお、以下において、各号は、例えば、「1 号」というように、号番号のみを表示することがある。）に対応して目に付いた判決を紹介する。

2 商品等主体混同惹起行為（1 号）、著名表示冒用行為（2 号）

(1) 標章

「HE Λ RT nursing 事件」⁽¹⁴⁾において、裁判所は、原告雑誌の題号の商品等表示性について、原告雑誌の題

号は「ハートナーシング」あるいは「HEART nursing」であると認めた上で、「HEART」の文字の部分が、原告雑誌の題号のうち他の部分から独立して商品表示として機能するとして、題号部分のうち「HEART」の部分について、標章としての商品等表示性を認めた。

(2) 商品形態の商品等表示性

商品形態の商品等表示性に関する判決の多くは、商品形態に商品等表示性が認められる要件として、たとえば「パールーベ第一事件控訴審判決」⁽¹⁵⁾に代表されるように、「①商品の形態が客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有しており（特別顕著性）、かつ、②その形態が特定の事業者によって長期間独占的に使用され、又は極めて強力な宣伝広告や爆発的な販売実績等により（周知性）、需用者においてその形態を有する商品が特定の事業者の出所を表示するものとして周知となっていることを要すると解するのが相当である。」と判示している。

上記判決のように特別顕著性及び周知性を要するという基準を用いた上で判示している判決としては、①ヒーター部を備えたシェード部が帯状であり、これを回動させることによって使用するヘアードライヤーに関する「ヘアードライヤー事件」⁽¹⁶⁾、②コンタクトレンズの虹彩径の大きさ、虹彩模様及び虹彩色に関する「カラーコンタクトレンズ事件」⁽¹⁷⁾、③全高約 50cm 以上の大型サイズのカスタマイズドール（女性）用ボディ素体の形状に関する「カスタマイズドール事件」⁽¹⁸⁾、④デザイン性を有する郵便受けの形状に関する「デザインポスト事件控訴審判決」⁽¹⁹⁾がある。ただ、いずれも具体的な判示としては、商品形態の商品等表示性について否定している⁽²⁰⁾。

なお、「パールーベ第二事件」（注（20）参照）においては、デザイン変更された新旧商品について、「旧商品と新商品との間において、独特の特徴を有する形態部分が共通しており、上記デザイン変更にもかかわらず、その識別力がデザイン変更前後を通じて維持されているような場合には、新旧商品において共通する上記特徴的部分が、新旧両商品に関する商品等表示として周知性を獲得することもあり得るものと解される。」として、その共通する形態上の特徴に対して商品等表示性が認められる場合があることを示唆している。前掲「カスタマイズドール事件」においても同様の前提

をとった上で、その共通する形態上の特徴について商品等表示性の有無を判断している。

(3) 影像及びその変化の態様

影像及びその変化の態様については、既に「トラキア事件／ファイアーエンブレム事件」⁽²¹⁾において、影像及びその変化の態様にも商品等表示性が認められる場合があると判示されている。

そして、携帯電話機用インターネット・ゲームソフトである魚釣りゲームの魚引き寄せ画面に関する「釣り★スタ事件控訴審判決」⁽²²⁾においても、原告影像の商品等表示性について、①「ゲームの影像が他に例を見ない独創的な特徴を有する構成であり」、かつ、②「そのような特徴を備えた影像が特定のゲームの全過程にわたって繰り返されて長時間にわたって画面に表示されること等により、当該影像が需要者の間に広く知られているような場合には」、当該影像が商品等表示に該当することがあり得ると判示している。

しかし、「釣り★スタ事件第一審判決」⁽²³⁾及び同控訴審判決は、いずれも当該影像は商品等表示とは認められないとしており、特に、控訴審判決は、上記基準の②の要件を欠くとして、原告影像の商品等表示性を否定している。

なお、前掲「釣り★スタ事件第一審判決」において引用された「スペース・インベーダーゲーム事件」⁽²⁴⁾では、インベーダーを主体とする各種影像とゲームの進行に応じたこれらの変化の態様について、商品等表示性が認められている。

(4) 同一又は類似の商品等表示

他人の営業表示（商品等表示）との類似性の判断基準に関して、「セイロガン糖衣 A 事件」⁽²⁵⁾及び「阪急住宅株式会社事件」⁽²⁶⁾がある。

しかし、これらの判決においても、その判断基準は従来の裁判例⁽²⁷⁾と同様であり、「取引の実情の下において、取引者、需用者が、両者の外観、称呼、又は観念に基づく印象、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して判断するのが相当である」としている。

3 商品形態模倣行為（3号）

(1) 商品の一部分の「商品の形態」性

クマとウサギの編みぐるみを使ったバックチャーム

(バックの持ち手やファスナーに付けるバック用のアクセサリー)に関する「編みぐるみバックチャーム事件」⁽²⁸⁾において、従前の判決⁽²⁹⁾でも述べられていた基準と同様の基準を前提としてではあるが、商品の一部分の形態が「商品の形態」ということができるのかという点について判示している。

すなわち、本判決は、まず、「『商品』とは、……、それ自体独立して譲渡、貸渡し等の対象となるものであることが必要であり、商品の形態の一部分が独立した譲渡、貸渡し等の対象ではなく、販売の単位となる商品の一部分を構成しているにすぎない場合には、当該一部分に商品の形態上の特徴があつて、その模倣が全体としての『商品の形態』の模倣と評価し得るなどの特段の事情がない限り、当該一部分の形態をもって『商品の形態』ということとはできない」とする。

そして、「本件において、原告又は被告が編みぐるみ部分のみを単体で販売しているなどの事情は認めることができず、かつ、……被告商品 2 と原告商品 2 には、編みぐるみ部分以外の部分において相違点が存在し、上記相違点は軽微なものということができないものであるから、編みぐるみ部分のみの形態の共通性をもって『商品の形態』の模倣と評価することはでき」と判示している。

(2) 「ありふれた形態」の判断方法

また、3号の保護の対象となる「商品の形態」からは除外されると解されている「ありふれた形態」に関して、携帯ゲーム機用コイル状ストラップ付きタッチペンに関する「携帯ゲーム機用タッチペン事件」⁽³⁰⁾では、ありふれたかどうかの判断方法について判示した。

すなわち、裁判所は、「不競法 2 条 1 項 3 号……によって保護される『商品の形態』……は必ずしも独創的なものであることを要しないが、他方で、商品全体の形態が同種の商品と比べて何の特徴もないありふれた形態である場合には、特段の資金や労力をかけることなく作り出すことができるものであるから、このようなありふれた形態は、同号によって保護される『商品の形態』に該当しない」とする。

そして、「ありふれた形態であるか否かは、商品を全体として観察して判断すべきであり、全体としての形態を構成する個々の部分的形状を取り出してそれぞれがありふれたものであるかどうかを判断し、その上で、ありふれたものであるとされた各形状を組み合わせ

ることが容易かどうかによって判断することは相当ではない。」とする。

4 営業秘密不正利用行為 (4号～9号)

不競法 2 条 1 項 4 号から 9 号にいう「営業秘密」は同法 2 条 6 項において定義されていることから、「営業秘密」として保護されるためには、①秘密管理性、②有用性、③非公知性を要するとされている。

平成 24 年判決において、唯一「営業秘密」であると認められたものとして、東京証券取引市場第 2 部上場であつて投資用マンションの販売を中心とした不動産販売を業とする原告会社 X1 及び、X1 の完全子会社であつて X1 の販売した不動産の管理及び賃貸等を業とする原告会社 X2 の顧客情報 (被告らの携帯電話や記憶に残っていたものも含め) の営業秘密性が争われた「投資用マンション顧客情報事件控訴審判決」⁽³¹⁾がある。本判決では、秘密管理性の点について、原告 (控訴人) 会社 X1 が東京証券取引市場第 2 部上場の会社であつたことから、「相応の情報管理体制が求められるべきである」として、高いレベルの秘密管理を求めている。秘密管理の程度は秘密の主体やアクセス者に依じて相対的なものと解されており⁽³²⁾、裁判例⁽³³⁾においても、事業規模等を総合的に考慮して秘密管理としての程度が判断されている⁽³⁴⁾。

5 品質等誤認惹起行為 (13号)

主として被告製品が原告の有する「電力ブレーカ」に関する特許を侵害するか否かについて争われ、予備的に 13 号に関して争われた「電気ブレーカ事件」⁽³⁵⁾では、電気安全法上の PSE 表示を 13 号における「品質」に関する表示と認めた上で、被告新製品が PSE 表示を付すための手続的要件を満たしていないにもかかわらず、被告が PSE 表示を付した被告新製品を譲渡したことが 13 号に該当すると判示した⁽³⁶⁾。

6 信用毀損行為 (営業誹謗行為) (14号)

(1) 虚偽の「事実」の摘示

一 「意見の表明」との区別

虚偽の事実における「事実」とは外界において知覚しうる現象のみならず、人の内部的現象すなわち動機・目的・企図などもそれが立証されうる方法にて観察されるものである限り事実に属するとされているが、その一方で、主観的見解・批評・抽象的推論のごと

き価値判断は事実ではないとされている⁽³⁷⁾。ただ、事実か主観的見解等かの区別は微妙な問題であって、かなりの困難性があると思われる。

この点に関し、被告装置が原告所有の水門凍結防止装置の特許権を侵害するかについて争われた「水門凍結防止装置事件」(前掲注(34)参照)の反訴事件では、原告が競争関係にあった被告の取引先である河川事務所に対して提出した書面における、

「2-1 特記仕様書に対する評価

(1) 承認申請されたヒーターは鋼管発熱方式か

→ 承認されたヒーターが鋼管発熱方式の場合
は、日本工営特許『誘導発熱鋼管方式による水門凍結防止装置』に抵触の可能性がある。」

との記載について、裁判所は、原告が河川事務所から委託を受けた本件工事の設計業務等に関する意見等の表明の一環に過ぎないとして、原告の行為は虚偽の事実の告知に当たらないと判示している。

また、弁護士である原告が行政書士である被告事務所のブログに記載された記事の削除を求めた「行政書士事務所ブログ事件」⁽³⁸⁾では、事実の摘示なのか意見ないし論評の表明なのかの判断基準として、「意見ないし論評の表明に当たるかのような語を用いている場合であっても、一般の閲覧者の普通の注意と読み方とを基準に、前後の文脈や記事の公開当時に閲覧者が有していた知識ないし経験等を考慮する」と判示している。

(2) 営業上の信用

営業上の信用とは、経済的価値に対して他人(社会)が与えるところの価値判断であると解されており、この点について注のような学説⁽³⁹⁾及び裁判例⁽⁴⁰⁾がある。

被告が原告の取引先である訴外会社に対して、原告からの購入品を使用した訴外会社製品が被告特許を侵害している旨の告知を行ったことが、当該購入品を製造した原告の「営業上の信用を害する事実の告知」に当たるとして争われた「有機 EL 事件」⁽⁴¹⁾では、裁判所は、まず「営業上の信用」について、不競法 2 条 1 項 14 号の趣旨から「他人」(競業者)が被告知者等の第三者から受ける営業上の信用だと判示した。その上で、本件のように被告知者(訴外会社)に対して特許権を侵害しているとの告知がされた場合においても、「告

知内容が、直接的には被告知者の行為のみを対象とするものであり、『他人』について言及されることがなかったとしても、被告知者が告知を受けた原因を『他人』に求めることが合理的といえる場合には、当該告知行為によって、『他人』は事実上の不利益を受けるに止まらず、被告知者から受ける信用が害されたというべきであるから、当該告知行為は『他人の営業上の信用を害する』告知に当たる」とし、原告との関係において「営業上の信用を害する事実の告知」に該当すると判示した。

(3) 損害賠償請求における過失の認定

14 号の不正競争行為による不競法 4 条に基づく損害賠償請求には、当然のことながら故意・過失が要件となっている。特に、その過失の有無については注意義務の程度とも関連して問題となるケースが多い。

前掲「ドライビングアシストコントローラー事件」(注(20)参照)では、形態模倣した旨の警告を取引先に発したことについて、取引先等に「警告をするに当たっては、当該警告が不競法 2 条 1 項 14 号の『虚偽の事実』の告知、流布とならないよう、当該販売者の商品が自己の商品の形態を模倣した違法なものに該当するか否か、その前提として自己の商品の形態が法的に保護される形態に当たるか否かについて検討すべき注意義務を負う」と一般論を述べた上で、「被告製品の形態について、…商品の機能及び効用を確保するために不可欠な形態に当たるか否か、また、同種製品の形態にどのようなものがあるかなど、被告製品の形態が不競法 2 条 1 項 3 号で保護される形態に当たるか、原告が被告製品の『形態を模倣した』といえるかを判断するに当たって当然に検討すべき事項に係る調査検討の有無、内容につき、何ら主張立証していないことから、被告が…行為を行うに当たって上記注意義務を尽くしたものと認めることはできない」として被告の過失を認めた。

他方、前掲「有機 EL 事件」では、特許侵害品である旨の警告を取引先に発したことにつき過失を認めなかった。裁判所は、不競法 2 条 1 項 14 号の不正競争行為を行った者の故意・過失の有無については、特許侵害の告知が、特許が無効であり、又は、特許に無効理由があるため不正競争行為に該当する場合であっても、不正競争行為を行った時点を基準とすべきであると判示した。その上で、「特許権侵害の警告等の告知

行為を行った告知者は、仮に告知行為時点の特許請求の範囲記載の発明に無効理由があるとしても、告知行為後の訂正審判請求又は特許無効審判における訂正請求によって特許請求の範囲を訂正し、その無効理由を解消できるものとするのが通常であるから、告知行為後に訂正審判請求がされた場合において、当該訂正審判請求が同法 126 条 1 項、3 項、4 項の訂正要件を満たし、かつ、告知の対象となった製品が訂正後の特許請求の範囲記載の発明の技術的範囲に属するときは、その発明が独立特許要件（同法 126 条 5 項）を欠くとする理由（無効理由に相当）について告知行為を行った時点における過失の有無を判断するのが相当である。」と判示した。

注

- (1) 裁判所ウェブサイト (<http://www.courts.go.jp>) の「裁判例情報」サイト。
- (2) 知財高判平成 22 年 7 月 12 日（平成 21 年（行ケ）第 10404 号）〔SHI - SA 事件〕は、履物、運動用特殊靴などを指定商品とする著名な登録商標「PUMA」の図柄を連想するような図柄を用い、文字部分を「SHI - SA」に置き換えた結合商標について、商標法 4 条 1 項 15 号（混同のおそれ）を理由とする商標登録取消決定の取消訴訟であるが、裁判所は、パロディ性（混同のおそれを基礎づける事情として補助参加人プーマが主張した。）を考慮する余地はないとして、15 号該当性の有無のみで判断をしている。
- なお、土肥一史「商標パロディ」中山信弘ほか 2 名編『牧野利秋先生傘寿記念論集 知的財産権 法理と提言』（青林書院、2013 年）879 頁（894 頁）は、商標に関するパロディが許容されるのは、「出所の混同を生ずるおそれがなく、著名商標の識別力ないし信用価値の毀損が認められない場合に限るべきである」とする。
- (3) 最判平成 12 年 7 月 11 日（平成 10 年（行ヒ）第 85 号）民集 54 卷 6 号 1848 頁〔レール・デュ・タン事件〕
- (4) なお、「Tarzan」とのアルファベット表記の被告商標についても、知財高判平成 24 年 6 月 27 日（平成 23 年（行ケ）第 10400 号審決取消請求事件）において、同様の判断がなされている。
- (5) 最判平成 2 年 7 月 20 日（昭和 60 年（オ）第 1576 号）民集 44 卷 5 号 876 頁〔ポバイ第 3 事件〕
- (6) 小野昌延編『注解 商標法〔新版〕下巻』（青林書院、2005 年）1181 頁〔木棚照一〕。
- (7) 最判昭和 61 年 1 月 23 日（昭和 60 年（行ツ）第 68 号）集民 147 号 7 頁＝判例時報 1186 号 131 頁＝判例タイムズ 593 号 71 頁〔GEORGIA 事件〕。
- (8) 最判平成 20 年 9 月 8 日（平成 19 年（行ヒ）第 223 号）集民 228 号 561 頁＝判例時報 2021 号 92 頁＝判例タイムズ 1280 号 114 頁〔つつみのおひなこや事件〕は、「結合商標につい

- て、商標の構成部分の一部を抽出し、この部分だけを他人の商標と比較して商標そのものの類否を判断することは、その部分が取引者、需要者に対し商品又は役務の出所識別標識として強く支配的な印象を与えるものと認められる場合や、それ以外の部分から出所識別標識としての称呼、観念が生じない認められる場合などを除き、許されない」とした。
- (9) 最判平成 5 年 9 月 10 日（平成 3 年（行ツ）第 103 号）民集 47 卷 7 号 5009 頁〔SEIKO EYE 事件〕。
 - (10) 例えば、近時のものとしては、知財高判平成 21 年 1 月 28 日（平成 20 年（行ケ）第 10223 号）〔コラゲテクト／COLLAGE TECHTO 事件〕。
 - (11) 東京地判平成 22 年 8 月 31 日（平成 21 年（ワ）第 33872 号）判例時報 2127 号 87 頁〔Chupa Chups 事件第一審判決〕。
 - (12) 最判平成 9 年 3 月 11 日（平成 6（オ）第 1102 号）民集 51 卷 3 号 1055 頁〔小僧寿し事件〕。
 - (13) 前掲注（12）・最判平成 9 年 3 月 11 日〔小僧寿し事件〕。
 - (14) 大阪地判平成 24 年 6 月 7 日（平成 23 年（ワ）第 12681 号）〔HE A RT nursing 事件〕。
 - (15) 知財高判平成 24 年 12 月 26 日（平成 24 年（ネ）第 10069 号）〔ベアルーベ第一事件控訴審判決〕。
 - (16) 大阪地判平成 24 年 9 月 20 日（平成 22 年（ワ）第 16066 号）〔ヘアードライヤー事件〕。
 - (17) 大阪地判平成 24 年 10 月 23 日（平成 21 年（ワ）第 15343 号）〔カラーコンタクトレンズ事件〕。
 - (18) 東京地判平成 24 年 11 月 29 日（平成 23 年（ワ）第 6621 号）〔カスタマイズドール事件〕。
 - (19) 大阪高判平成 24 年 12 月 7 日（平成 24 年（ネ）第 1719 号）〔デザインポスト事件控訴審判決〕。
 - (20) 商品形態の商品等表示性に関するその他の判決として、東京地判平成 24 年 7 月 4 日（平成 22 年（ワ）第 41231 号）〔ベアルーベ第二事件〕、東京地判平成 24 年 3 月 21 日（平成 22 年（ワ）第 145（本訴）／平成 22 年（ワ）第 16414 号（反訴））〔ドライビングアシストコントローラー事件〕、大阪地判平成 24 年 11 月 8 日（平成 23 年（ワ）第 5742 号）〔巻き爪矯正具事件〕。
 - (21) 東京地判平成 14 年 11 月 14 日（平成 13 年（ワ）第 15594 号）〔トラキア事件／ファイアーエンブレム事件〕。
 - (22) 知財高判平成 24 年 8 月 8 日（平成 24 年（ネ）第 10027 号）〔釣り★スタ事件控訴審判決〕。
 - (23) 東京地判平成 24 年 2 月 23 日（平成 21 年（ワ）第 34012 号）〔釣り★スタ事件第一審判決〕。
 - (24) 東京地判昭和 57 年 9 月 27 日（昭和 54 年（ワ）第 8223 号）〔スペース・インベーダー事件〕。
 - (25) 大阪地判平成 24 年 9 月 20 日（平成 23 年（ワ）第 12566 号）〔セイロガン糖衣 A 事件〕。
 - (26) 大阪地判平成 24 年 9 月 13 日（平成 23 年（ワ）第 15990 号）〔阪急住宅株式会社事件〕。
 - (27) 最判昭和 58 年 10 月 7 日（昭和 57 年（オ）第 658 号）〔マンパワー事件〕、最判昭和 59 年 5 月 29 日（昭和 56 年（オ）第 1166 号）〔アメリカンフットボール事件〕。
 - (28) 東京地判平成 24 年 1 月 25 日（平成 23 年（ワ）第 15964 号）

[編みぐるみバックチャーム事件]。

- (29) 東京地判平成 17 年 5 月 24 日 (平成 15 年(ワ)第 17358 号) 判例時報 1933 号 107 頁 = 判例タイムズ 1196 号 294 頁 [マンホール用足掛具事件]。
- (30) 東京地判平成 24 年 12 月 25 日 (平成 23 年(ワ)第 36736 号) [携帯ゲーム機用タッチペン事件]。
- (31) 知財高判平成 24 年 7 月 4 日 (平成 23 年(ネ)第 10084 号 / 平成 24 年(ネ)第 10025 号) [投資用マンション顧客情報事件控訴審判決]。
- (32) 小野昌延編著『新・注解 不正競争防止法〔新版〕(下巻)』(青林書院, 2007 年) 764 頁以下 [小野昌延 = 大瀬戸剛志 = 苗村博子], 小野昌延 = 松村信夫著『新・不正競争防止法概説』(青林書院, 2011 年) 299 頁以下。
- (33) 大阪地判平成 15 年 2 月 27 日 (平成 13 年(ワ)第 10308 号) [セラミックコンデンサー設計図不正取得事件]。
- (34) その他「営業秘密性」が争点となった主な判決としては, 知財高判平成 24 年 2 月 29 日 (平成 23 年(ネ)第 10061 号) [服飾品卸販売業顧客名簿等不正使用事件], 東京地判平成 24 年 4 月 26 日 (平成 21 年(ワ)第 38627, 44344 号 (本訴) / 平成 22 年(ワ)第 16300 号 (反訴)) [水門凍結防止装置事件],

- 東京地判平成 24 年 6 月 1 日 (平成 21 年(ワ)第 16761 号, 平成 22 年(ワ)第 17059 号) [許認可申請ノウハウ事件] がある。
- (35) 大阪地判平成 24 年 9 月 13 日 (平成 22 年(ワ)第 6028 号) [電気ブレーカ事件]。
- (36) その他 13 号に関する判決として, 東京地判平成 24 年 10 月 25 日 (平成 22 年(ワ)第 47173 号) [塩漬桜葉原産地事件], 前掲注 (7) 記載 [巻き爪矯正具事件]。
- (37) 小野昌延編著『新・注解 不正競争防止法〔新版〕(上巻)』(青林書院, 2007 年) 698~699 頁 [木村修治]。
東京地判平成 15 年 9 月 30 日 (平成 15(ワ)第 15890 号) 判例時報 1843 号 143 頁 = 判例タイムズ 1144 号 276 頁 [サイボーグ虚偽陳述事件]。
- (38) 東京地判平成 24 年 12 月 6 日 (平成 24 年(ワ)第 11119 号) [行政書士事務所ブログ事件]。
- (39) 小野編著・前掲注 (37) 688 頁以下 [木村修治]。
- (40) 大阪地判昭和 39 年 5 月 29 日 (昭和 30 年(ワ)第 3896 号) 判例タイムズ 162 号 191 頁 [信用交換所大阪本社事件]。
- (41) 東京地判平成 24 年 5 月 29 日 (平成 22 年(ワ)第 5719 号) [有機 EL 事件]。

(原稿受領 2013. 4. 4)

書籍紹介

著作権法 コンメンタール 別冊 平成24年改正解説



平成24年改正法につきその意義、独自の問題設定、多くの具体例等を盛り込み、実務にも役立つ立法担当者による信頼の連続解説書

判型：A5 判
ページ数：248 ページ
定価：税込み 3,150 円(本体価格 3,000 円)
ISBN コード 978-4-326-40283-0
発刊日：2013 年 3 月

「著作権法コンメンタール別冊 平成 24 年改正解説」

池村聡, 壹貫田剛史 著 (勁草書房)

平成 24 年 6 月に著作権法の大規模な改正が行われました。平成 24 年改正法は、いわゆる違法ダウンロード罰則化に係る規定を含んでいます。このため、平成 24 年改正法が世間の耳目を広く集めたことは、皆様の記憶に新しいことと思います。

本書は、2009 年 1 月に刊行された「著作権法コンメンタール」(全 3 巻)の別冊であり、平成 24 年改正法について解説するものです。本書では、逐条形式で各条文についての改正経緯や意義などが詳細に解説されています。

技術的保護手段(第 2 条関連)の解説では、各種保護技術(例えば、SCMS, CSS)や、いわゆる「マジコン」について、詳細に、且つ、平易に解説されています。したがって、改正法第 2 条が対象とする技術的保護手段の理解に、非常に役立つものと思います。

また、いくつかの条文の解説における「実務解説」では、「いわゆる「写し込み」の取扱い」(第 30 条の 2 関連)や「動画投稿サイトの視聴時に作成されるキャッシュの取扱い」(第 119 条関連)など、きわめて今日的な問題について解説されています。

本書は著作権法に関する実務を行っている方にとって必携の書であると思います。

(会誌編集部 伊藤 裕貴)