

ピーターラビット著作権表示事件

大阪高裁平成19年10月2日判決 平成19年(ネ)713号
著作権に基づく差止請求権不存在確認請求控訴事件
同1369号附帯控訴事件
(原審 大阪地裁平成19年1月30日判決)

坂 田 均*

抄 録 著作権の存続期間が終了し著作権が消滅したにもかかわらず、著作権表示若しくはこれと紛らわしい表示を使用する等の行為について、不正競争防止法2条1項13号の適用を否定した事案です。

目 次

1. 事案の概要
2. 争点及び当事者の主張
 - 2.1 争 点
 - 2.2 一審原告の主張
 - 2.3 一審被告の主張
3. 本判決の判断
 - 3.1 争点(1)について
 - 3.2 争点(2)について
 - 3.3 争点(3)について
4. 考 察
 - 4.1 争点(1)について
 - 4.2 争点(2)について
 - 4.3 争点(3)について
 - 4.4 判例の検討
5. 実務上の留意点

1. 事案の概要

(1) 一審原告は、ベアトリクス・ポター (Beatrix Potter) が創作した絵本「The Tale of Peter Rabbit」(邦題「ピーターラビットのおはなし」)の絵柄(以下、「本件絵柄」)の一部を使用したバスタオル及びフェイスタオル(以下、「一審原告製品」)の製造販売を計画し、

平成17年9月に製造販売する予定でした。

(2) 本件絵柄の著作権の存続期間は平成16年(2004年)5月21日をもって満了し、消滅しています。

(3) 他方、一審被告は、Frederick Warne and Co. Ltd. (以下、「FW社」)の日本の著作権管理業務を行う会社で、利用許諾を受ける者に対して、一審被告表示1乃至5(以下、合わせて「一審被告表示」)を使用させていました。

(4) ところで、一審原告従業員は、主要百貨店で、「各店の売り場ではピーターラビットの絵柄を使用した商品がライセンス商品として©の記号を表示されて販売されている。パブリックドメインに帰しているといわれても、お客様からクレームや問い合わせがあった場合に現場の全社員がこれに対応できる自信がない」等といわれて、一審原告製品の店頭での販売を断られました。

そこで、一審原告は、一審被告に対し、①著作権に基づく差止請求権不存在確認請求、②不

* 弁護士・弁理士・同志社大学法科大学院客員教授
Hitoshi SAKATA

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

正競争防止法（以下、「不競法」）2条1項13号（商品品質又は内容誤認惹起行為）に該当するとして、一審被告表示を自ら使用し並びにライセンスをして使用させてはならない等を求めた差止請求、及び③不法行為の基づく損害賠償を求めて本訴を提起しました。

原判決（大阪地裁平成19年1月30日判決 最高裁判例検索掲載）は、差止請求権不存在確認請求は認容しましたが、その余の請求はいずれも棄却。本判決は、原判決と同様に、差止請求権の不存在確認請求は認容しましたが、その余の請求はいずれも棄却しました。

2. 争点及び当事者の主張

2.1 争点

(1) 著作権に基づく差止請求権不存在確認の訴えの利益はあるか。

(2) 一審被告表示をライセンスに使用させる一審被告の行為は、商品の品質又は内容、及び役務の質又は内容の誤認を惹起させる不正競争行為（不競法2条1項13号）（以下、単に「13号」ということがあります）に該当するか。

また、一審被告の行為は民法709条の不法行為は成立するか。

(3) 二次的著作権が存続している場合、原著著作権と対象を区別しない著作権表示は適法か。

2.2 一審原告の主張

(1) 確認の利益

一審原告は、著作権に基づく差止請求権を行使される可能性があること、一審原告は取引先に一審原告製品を販売することができない状態にあること等からして本件訴訟には確認の利益がある。

(2) 商品の品質又は内容の誤認惹起行為

著作権の存続期間が経過し、著作権が既に消

滅しているにもかかわらず、著作権表示そのもの又はこれと紛らわしい一審被告表示を使用することは、著作権が存続していると需要者を誤認させるものであって、商品の品質又は内容、及び商品化許諾業務にかかる役務の質又は内容を誤認させる不正競争行為にあたる。

(3) 二次的著作権の著作権表示の方法及び方式主義国が存在することへの配慮

1) 仮に、二次的著作権が成立しているとしても、極めて限られた範囲であり、それをことさら強調し、あたかも本件絵柄自体に著作権が残っているかのような表示を行うことは、二次的著作物が成立しているという一部の情報のみを強調した全体の品質又は内容についての誤認惹起行為にあたる。

2) カンボジアでは保護期間を50年とし、ラオスでは未だ著作権法が整備されていないが、仮に一カ国で将来保護の可能性があるとしても、威信一審被告はどの程度ラオスに製品を輸出しているか分からない。

2.3 一審被告の主張

(1) 確認の利益

一審被告は、これまで著作権を有している等の主張をしたことがなく、差し止め請求権を行使するおそれはないから確認の利益はない。

(2) 商品の品質又は内容の誤認惹起行為

商品の品質又は内容、及び役務の質又は内容には、著作権によって保護されているかどうかは含まれない。

(3) 二次的著作権の著作権表示及び方式主義国が存在することへの配慮

1) 一審原告製品中の本件絵柄には、絵柄の原画に新たな絵柄が付加され又は改変が加えられる等して二次的著作権が成立している可能性

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

がある。そうすると、一審被告表示は直ちに本件絵柄の著作物について未だに著作権が存続していることを誤認させることにはならない。

2) 万国著作権条約上の要請から表示が必要なのであって、これを禁圧すべきではない。

3. 本判決の判断

3.1 争点(1)について

確認の利益の存否については、次のように判示して、肯定しました。

即ち、「消極的確認訴訟の場合、一審被告が権利の存在を何らかの形で主張していれば、特段の事情のない限り、一審原告としてはその権利行使を受けないという法的地位に不安・危険が現存することになるというべきであり、これを除去するために判決をもってその不存在の確認を求める利益を有するものということができるところ、一審被告表示は、本件絵柄とそうでない二次的著作物を何ら区別することなく、包括的に著作権を表示するものとなっているなど、実際上の機能として本件絵柄の原画について未だ著作権が存続しているとの印象を与えるおそれのあるものであり、一審被告はこれを前提にその侵害に対しては断固たる法的措置を執ることを言明しているものであって、少なくとも外観上、一審被告が自己又はライセンシーの名の下に、自らの判断で又はFW社の指示によって一審原告製品にある本件絵柄につき著作権に基づく差止請求権を行使するおそれがないとはいえない。」

3.2 争点(2)について

(1) まず、単なる©の記号、及び著作権表示(©の記号、著作者名、及び最初の発行年の記載のある表示)(以下、「©表示」ともいいます)の意味について、次のように述べています。

「©の記号は、自国の法令に基づき一定の方

式の履踐を著作権の保護の条件とする万国著作権条約の締約国において、著作権の保護を受けるための方式として要求されるものを満たしたと認めるための要件として、著作者その他の著作権者の許諾を得て発行された当該著作物のすべての複製物がその最初の発行の時から著作権者の名及び最初の発行の年とともに、これを表示することを要求されたものである(同条約3条1項)。」としています。

(2) そして、著作権表示が実際の取引社会において有する警告的機能については、原判決の認定・説示を支持した上で、次のようにいっています。

まず、「©表示(©の記号、著作者名、最初の発行年の記載)には、当該著作物につき当該著作者を著作権者とする著作権が存続している旨を積極的に表明するとの側面も有するものであり、その著作物を無断で使用する場合には著作権侵害になることを需要者又は取引者に対し警告するという機能を有することは否定できない。」として警告的機能を認めました。この部分は、原判決も同旨で、一審被告も争っていません。

他方、「©の記号のみには法的にかかる機能はないものであり、上記証拠をもって取引の実際上もかかる機能があるとまで認めるに足りず、他にこれを認めるに足りる的確な証拠はなく、一審被告表示1が本件絵本の原画について日本においては著作権存続期間が満了しているのに未だこれが存続しているかのように誤認させるような表示とまではいえない。」としました。

そして、一審被告表示2に関しては、「需要者の通常の判断能力を前提として観察すれば、一審被告表示2はコピーライツグループのロゴとして使用されていると認識されるといえ、これをもってFW社ないし一審被告もその構成員となっているコピーライツグループが本件絵本の原画(原著作物)の著作権を有していること

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

を表示しているものとは外観上も解することができないから、一審被告表示2が本件絵本の原画について日本においては著作権存続期間が満了しているのに未だこれが存続しているかのように誤認させるような表示とまではいえない。」としました。

(3) さらに、一審被告表示が商品の品質又は内容を誤認惹起させる表示（不競法2条1項13号）であるかどうかについては、商品の品質又は内容については特に意義を明らかにすることなく、原判決を引用しながら、次のように述べています。

「例示的に、例えばタオルという商品であれば、消費者等の需要者は、タオルの素材となる繊維の種類、配合割合、肌触り、仕上がり具合等を当該商品の典型的選択基準とすると考えられるところ、タオルの種類、性格等によっては当該タオルの絵柄そのものが選択基準となる場合もあり、当該タオルの種類、性格の如何により、当該絵柄が著作権の保護を受ける著作物であるか否かが選択基準となることも生じ、要は具体的個々の商品につき個々に結論が異なる可能性があるということとなる。」

ただ、結論としては、「個々の商品につきその成否を判別するに足りる証拠が十分でないというほかに、個々に具体的商品を特定して主張、立証していない以上、一審原告の主張はこれを認めるに十分でないというべきである。」と判示して、同13号の該当性を認めませんでした。

3.3 争点(3)について

(1) 二次的著作物との関係について、原判決は「新たな創作的部分については著作権表示をしてその無断使用を禁ずる警告的機能を果たさせる必要があることは否定できないし、新たに付与された創作的部分を他の部分と区別して著作権表示をすることを求めることは実際の

でない。」と判示しましたが、本判決はこの判断を支持したうえで、次のように述べています。

「万国著作権条約上、二次的著作物について、原著作物と新たに付与された創作部分を区別して著作権表示をすることを求める条項は設けられておらず、同条約上、二次的著作物を含む著作物全体についての著作権表示が問題とされるものとは直ちに解されないこと、個々の具体的な著作物について二次的著作権が成立する範囲は、日本法下においても他国の著作権法下においても必ずしも一義的に明確なものではないこと等からすると、一審被告ライセンス商品等に本件表示を付することが虚偽の表示にあたり直ちには認められない。」

なお、実際の主張・立証の問題としては、「一審原告は、一審被告表示につき、個々の具体的表示例を特定して主張、立証しておらず、本件絵本の原画の絵柄に併せて他の絵柄が使用されている例の有無、併用された絵柄の内容如何により、結論が個々異なることとなるのに、抽象的、概括的に主張、立証しているにすぎず、これを認めるに十分でないというほかに。」としています。

(2) 方式主義を採用している国がカンボジアとラオスしかない点については、「万国著作権条約が、方式主義を採用する締約国で著作権の保護を受けるためには全ての複製物について著作権表示を要すると規定している以上、著作権の保護期間が満了した国のみにおける著作権表示の禁圧は、同条約の趣旨に合致しないといわざるを得ず、この観点からしても、著作権表示又はその一部を含む一審被告表示3ないし5を表示する行為をもって、商品の品質又は内容を誤認させる不正競争行為に該当すると解することはできない。」と判示しました。

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

4. 考 察

4. 1 争点(1)について

消極的確認請求訴訟における確認の利益に関しては、①一審原告の権利又は法律的地位に危険・不安が現存し（必要性）、且つ、②その危険・不安を除去する方法として一審原告・一審被告間でその訴訟物たる権利又は法律関係の存否の判決をすることが有効、適切である場合（実効性）には、確認の利益は肯定されるとするのが判例の立場です（サンゴ礁事件 東京地裁平成15年10月16日判決 判時1874-23参照）。

本判決も、この必要性和実効性の要件を確認して確認の利益を認めています。

4. 2 争点(2)について

(1) 著作権表示の意味

まず、万国著作権条約3条1項が求める著作権表示（©の記号、著作者名、最初の発行年の記載）は、無方式主義を採用する日本では、この表示をしたとしても、著作権が創設されるわけではなく法的に無意味です。この点、「©表示の有無とこれを表示した著作物が日本国内において保護されるか否かは、法律上はまったく無関係である」とした原判決は妥当です。

次に、本判決は、著作権表示の需要者又は取引者に対する警告的機能について、「©表示には、著作権が存続している旨を積極的に表明するとの側面」があり、「警告するという機能」は否定できないとしました。

しかし、単なる©の記号に関しては、「上記証拠をもってしても取引の実際上もかかる機能があるとは認めざるに足らず、他にこれを認めるに足りる的確な証拠はない。」として、警告的機能を認めませんでした。

日本においては、現在でも、書籍の奥付には必ずといっていいほど著作権表示がなされてい

ますし、テレビ放送で他人の映像を利用する場合にも著作権表示がなされることもよく見かけます。音楽CDの場合もフォノレコードの著作権表示であるⓂの記号を使った表示がなされています。本判決は、このような実務の現状を踏まえて、著作権表示が現実には有する機能について積極的に評価したものです¹⁾。

(2) 商品の品質又は内容誤認惹起行為

1) 原判決は、商品の品質とは、その性質や性能をいうとして、たとえばタオルという商品であれば、その素材となる繊維の種類、その配合割合、肌触り、仕上がり具合等が典型的なものとして挙げられるが、絵柄が著作権による保護の対象となる著作物であるということは、不競法2条1項13号の「商品の品質」には含まれないとしました。また、同号の「商品の内容」については、商品の実質や属性をいうとしましたが、結論としては、「商品の選択の基準となるのは、その絵柄そのものの美しさや芸術性の高さ等によるものであって、消費者等の需要者は、その絵柄が著作権の保護を受ける著作物であるか否かによってこれを購入するか否かを決定しているものではない。」として、商品の内容に該当しないとしました。

2) 本判決は、商品の品質又は内容の定義については深入りせず、タオルを例にとりながら、消費者等の需要者が商品を選択する基準としては、①素材となる繊維の種類、配合割合、肌触り、仕上がり具合、②当該タオルの絵柄、③当該絵柄が著作権の保護を受ける著作物であるか否かがあり得るとしました。

商品の権利関係に瑕疵があるかどうか、又は商品の絵柄が著作権保護を受けているかどうかは、商品の価値に影響する重要な要素といえます。

この点、原判決が、「消費者等の需要者は、その絵柄が著作権の保護を受ける著作物であるか否かによってこれを購入するか否かを決定し

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

ているものではない。」としたのは、消費者等の需要者の商品選択の基準を正当に評価しないものであって妥当ではありません。

原判決は、特許権や意匠権に関しては、権利が成立しているかのような表示は、登録を認められた優れた技術、デザインを有するという商品の品質又は内容を誤認させるものである場合が多いとしましたが、著作権を区別するそのような解釈は一貫性にかかけます。なぜなら、すぐれた技術やデザインだけでなく、著作権の存否も商品の価値に影響を与え消費者等の需要者の商品選択の判断を左右することがあり得るからです。

本判決が、3つの商品選択基準を明らかにし、絵柄についての著作権の成否も商品の品質若しくは内容たり得るとしたのは、妥当な結論だといえます。

3) 本判決は、商品の品質又は内容の定義について深入りしませんでした。妥当な判断でしょう。

13号の制度趣旨は、「商品等の品質又は内容などを偽り、または誤認を与えるような表示を行って、需要者の需要を不当に喚起することを規制しようとするものであり、これによって公正な競争秩序を維持しようとするものです。」(平成5年改正の際の産業構造審議会知的財産政策部会「不正競争防止法の見直しの方向」)。公正競争秩序の維持の見地よりこれを放置できない場合に、欺罔的需要操縦を規制せんとするものです²⁾。消費者等の需要者を誤認させる表示等を規制することによって、公正競争を阻害する行為を禁止しようとするもので、独占禁止法・一般指定8項の欺瞞的顧客誘引や、景表法4条1項1号等と同様の目的を有しています。

ただ、独占禁止法や景表法は行政法的規制としての側面を有していますから、その運用にあたっては、公取委によって解釈・運用指針が詳細に明らかにされます。これに対して、不競法

には、解釈・運用指針のようなものではありませんし、そもそも事後的司法的救済を念頭においた制度ですから、要件をあまり厳格に細分化して解釈することは妥当ではありません³⁾。制度の趣旨及び経済取引社会における規範やコンセンサスの形成に配慮しながら、弾力的な解釈をなすべきでしょう。

この点、原判決は、商品の品質及び内容の定義を不当に狭く解釈したものといえます。

4.3 争点(3)について

(1) 本判決が指摘するように、確かに、万国著作権条約は二次的著作権に関する著作権表示の仕方について規定をおいていません。両者を区別することは実際的ではないでしょう。

そうすると、原著作権が既に消滅していても、著作権表示が、二次的著作権を表示する著作権表示として許される場合もあるということを認めざるを得ません。

しかし、二次的著作権の著作権表示として使用されている場合であっても、需要者に消滅した原著作権の著作権表示と誤認させて商品選択させる事情があった場合には、13号の誤認惹起行為があったと評価すべきでしょう。

本判決は、一審原告は具体的表示例を特定してこの点を主張・立証していないとしました。

(2) 万国著作権条約3条1項「全ての」複製物の要件

万国著作権条約は、方式主義を採用する締約国で著作権の保護を受けるためには、全ての複製物について著作権表示を要するとしていますから、著作権の存続期間が終了した国においても複製物に著作権表示をしないと、当該方式主義を採用し、且つ、著作権が存続している国で、著作権保護を受けられない場合が生じます。

本判決は、このことを重視して、一審被告が一審被告表示をしたのは商品の品質又は内容を

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

誤認させた不正競争行為に該当するとはいえないとしたのです。

ただ、現在、方式主義を採用している国は、ラオスとカンボジアの2国に過ぎないことを考えると、著作権がどちらかの国で存続している可能性があったのか、一審被告や著作権者が両国で著作権保護を受ける実際の必要性があったかどうか等を具体的に検討する必要があったのではないのでしょうか。

4. 4 判例の検討

不競法2条1項13号の商品の品質又は内容に関しては、いくつか判例があります。

まず、ベルギーダイヤモンド事件（東京高裁昭和53年5月23日判決 刑事裁判月報10巻4、5号857頁）では、架空の定価を表示して大幅の値引きがあるかのように誤解させる二重価格表示が問題になりました。裁判所は、『販売価格』に相当する優良な品物が、信用のおける品質保証書付で、大幅に値引きされて販売されるようにみせかけた場合、かかる商品の価格等の表示は、全体的にみて実質的には商品の品質又は内容についての表示と異なるところがないと認められる」（景表法制定前の旧不競法2条1項5号⁴⁾）と判示しています。

品質と内容の意味を余り厳格に詮索しないで、商品価格やその他の取引条件が含まれることを明らかにしました⁵⁾。

本みりんタイプ事件（京都地裁平成2年4月25日 判時1375-127）は、みりんでない、いわゆるタイプ商品に関して、「本みりん」の部分が中央に黒色で最も目立ち易く大きな書体で記載され、その下に、金色の地に白抜きで小さく、しかも製品の色やラベルの地色との関係で見えにくく「タイプ」と「調味料」と二行に書き分けて表示したという事案で、裁判所は、「紛らわしい表現形式をとった本件表示が正当であるということとはできない」として、商品の品

質又は内容に誤認を生じさせると判断しました。

「タイプ」の文字を付して、本みりんとは異なる商品であることを明示した場合であっても、表示の方法によっては、消費者に誤認を生じさせるとしたものです。誤認表示であるか否かは受け手である需要者の認識を基準に判断されるべきだからです。

本件と近いところでは、特許権がないのに特許表示を付したアースベストPAT事件（仙台高裁平成4年2月12日判決 判タ793-239）があります。同事件は、一審原告製品の形態及びアースベストなる名称が不競法2条1項1号における商品表示であるとして、同号に基づく損害賠償請求と謝罪広告を企てた一審原告が、製品の販売本数を増加させてその周知性を獲得するために、製品に特許表示と紛らわしい「PAT」なる文字を書き込み、広告中にも同じ文字を表示したというものです。旧不競法2条1項5号の誤認惹起行為にあたるかが問題になりました。

裁判所は、「番号が付されていない『PAT』のみの表示であっても、特許表示と紛らわしい表示というべきである」として、旧5号（質量惹起行為）に該当する行為であると認め、この行為を含む一連の反良俗的行為により周知性が獲得されたと判断しています。

同事件は、誤認を与えるような表示による需要の不当喚起という視点よりも、むしろ目的の違法性が重視された事案ということができ得るでしょう。特許法188条及び198条は、特許表示と紛らわしい表示を付す行為について罰則をもって禁止していますが、このこともこのような解釈に影響しているでしょう。

しかし、商品が特許権によって保護されているかどうかは、商品の価値に影響を与える要素であり、需要者の商品選択の基準となり得ますから、同事件をこのような観点から理解することも可能です。そうすると、不当な需要喚起を

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

規制する必要性は、特許表示であるか、著作権表示であるかによって違いは生じませんから、同判決は本判決の先例として位置づけることが可能です。

5. 実務上の留意点

(1) まず、著作権表示の意義ですが、日本国内では、著作権法上は法律的な意味はありません。

しかし、本判決は、「需要者又は取引者に対し著作物を無断で使用するときは著作権侵害になるという警告的機能」があることを認め、実際の取引関係において事実上の意味を有することを認めました。

(2) 次に、本判決は、具体的商品によっては、著作権保護を受けるか否かも商品選択の基準になり得るとしました。

権利の存否、権利の瑕疵、商品の価格を含む取引条件等が商品選択の基準として商品の品質又は内容を構成するということです。

商品選択にどの程度の影響を与えれば本号の誤認惹起表示と認められるのかという問題があります。

消費者契約法では契約取消の要件として虚偽告知事実等が「重要事項」であることを求めています（同法4条1項、4項⁶⁾）。これに対して、不競法ではそのような要件はありませんし、その効果も意思表示の取消ではなく、侵害行為の差止及び損害賠償です（不競法3条、同4条、民法709条）。従って、消費者契約法のような厳格な解釈をする必要はありません。むしろ、商品選択の基準になり得るかどうかは、情報の受け手である消費者等の需要者の認識を基準にしつつ、不当に需要を喚起し公正な競争を阻害す

るものであるかどうかという観点から、経済取引社会のコンセンサスに配慮しながら弾力的に判断すべきであります。

(3) 二次的著作権の著作権表示に関しては、本判決は表示方法としてどのようなものが許されるか明らかにしませんでした。原著作物の表示を援用できるとしたようにも読めますが、実際には、二次的著作権の及ぶ創作的部分が狭い場合や、需用者が原著作権の存在を誤認するような表示として使用されている場合には、13号にあたとされる可能性は残っているといえるでしょう。

注 記

- 1) なお、米国では、従来、方式主義を採用していましたが、ベルヌ条約加盟後は無方式主義を許容する立場をとっています。米国著作権法では、著作権表示がある場合には、法定損害(Statutory Damages)（同504条(c)(2)）の認定に際して、善意侵害(Innocent Infringement)についての抗弁事実の存在を原則として認めないことにしています（同401条(d)）。
- 2) 小野昌延「不競法概説」有斐閣 初版227頁。
- 3) 前掲注2）小野232頁。田村善之「不正競争法概説」有斐閣 第2版417頁は、その区別を詮索する必要はないとします。
- 4) 景表法では、商品又は役務の品質、企画その他の内容（4条1号）と価格その他の取引条件（同条2号）とは、区別して別要件とされています。しかし、景表法は行政法規としての側面を有しますから、両法の要件を同じ意味に解釈する必然性はありません。
- 5) 前掲注3）田村421頁では、現行13号では役務の質・内容を誤認させる表示になるとしています。
- 6) 詳しくは日弁連消費者問題対策委員会編「コンメンタル消費者契約法」商事法務研究会参照。

（原稿受領日 2007年10月19日）