

不正競争防止法関連の最近の判例について

フェアトレード委員会*

抄録 不正競争防止法に基づく裁判は年々増加傾向にあり、産業財産権法に基づく独占権に対する権利侵害への救済と同様に、事業活動における自社の権益を保護する手段として注目される。

取引社会における事業活動の対象、保護主体、営業秘密の範囲など、新たな判示が出されているので、最近の判例から3件、その概要と主要な争点、判示についてご紹介する。

目次

1. はじめに
2. 天理教事件
3. ヌーブラ事件
4. 薬品原価セール事件
5. おわりに

1. はじめに

経済活動の多様化により、企業は、事業活動において自社の利益・権利を守ることに腐心されていることと思う。また、営業活動により蓄積した信用、財産的情報など無形資産の保護には、知的財産権制度を多角的に活用し、公正な競争環境を維持することが事業活動において有益である。

不正競争防止法は、平成15年から平成17年にかけて、数回改正され、公正な事業活動の維持、向上をはかるべく、営業秘密や著名表示、形態模倣に関する保護の強化が行われてきた。また民事訴訟法の改正に伴い、不正競争防止に基づく裁判においても手続き上、他の産業財産権法と同じく、被害者の救済手続きの充実を図る改正が行われた。

不正競争防止法に基づく裁判は年々増加傾向にあり、産業財産権法に基づく独占権に対する

権利侵害への救済と同様に、事業活動における自社の権益を保護する手段として注目される。法改正の内容や実務への影響について着目する一方、従前からの不正競争類型や論点について新たな判示が出され、事例が蓄積されている。

従って、本稿では、不正競争防止法に関する最近の判例から3件、その概要と主要な争点、判示についてご紹介する。

2. 天理教事件

東京地裁平成15年(ワ)第23164号(平成16年3月30日判決)、東京高裁平成16年(ネ)第2393号(平成16年12月16日判決)、最高裁平成16年(受)第575号(平成18年1月20日判決)

2.1 論点

不正競争防止法における「営業」とは：宗教法人の布教活動は不正競争防止法における「営業」に該当するか？

本件は、宗教団体の名称に関する事案であり、宗教法人の宗教活動が「営業」に該当するか否かという点について判示されている。

* 2006年度Fair Trade Committee

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

2.2 事案の概要

上告人は、Xを教組とする天理教の教義に基づく宗教活動を行う宗教法人であり、上告人の目的は、「天理教教義を広め、儀式行事を行い、その他この宗教団体の目的を達成するための業務及び事業を行うこと」にあるとされている。上告人が包括する教会は16,000を超え、その名称「天理教…大教会」または「天理教…分教会」と定められている。上告人の名称は周知である。

被上告人は大正14年に設置された天理教豊文宣教所であったが、「天理教豊文分教会」に改められた。被上告人の代表者Aは、天理教經典の定めに従わない方針を取るようになり、平成15年上告人との被包括関係を廃止し、名称を「天理教豊文教会」と変更した。

本件は原告が、被告の「天理豊文教会」の名称を使用する行為が不競法2条1項2号または1号所定の不正競争行為若しくは原告の宗教上の人格権を侵害にする行為にあると主張して、上記名称の使用の差止め及び上記名称の抹消登記手続を請求する事案である。

2.3 判 示

不競法2条1項では、「他人の周知な商品等表示を使用して、他人の商品または営業と混同させる行為」を不正競争行為とし、不競法2条2項では、「他人の著名な商品等表示を使用すること」を不正競争行為としている。商品等表示とは、商品の出所または営業の主体を示す表示をいう。従って、自己の名称や商品名であっても営業において使用されるものでなければ、不正競争防止法上の保護の対象にはならない。

過去の判例において、「営業」の意義について判示された事案によると、不正競争防止法における「営業」とは、営利目的に限らず、「経済上その収支計算の上になんて行われる事業」であれば足りるとされており¹⁾、学校や病院経

営、公益法人による拳法の普及事業による活動が「営業」活動として認められている²⁾。

本件で、最高裁は、「不正競争防止法は営業の自由の保障の下で自由競争が行われる取引社会を前提に、経済活動を行う事業者間の競争が自由競争の範囲を逸脱して濫用的に行われ、あるいは社会全体の公正な競争秩序を排除するものである場合、これを不正競争として防止しようとするものにほかならないと解され、そもそも取引社会における事業活動と評価することができないようなものまで、不正競争防止法の規律が及ぶものではない」と述べている。その上で、「競争秩序を維持すべき分野に広く認める必要があり、社会通念上営利事業といえないものだとしても、当然に不正競争防止法の適用を逃れるものではない」と従前の判断を踏襲した上で、宗教活動については、「宗教儀礼の失効や教義の普及活動等の本来的な宗教活動に関しては、営業の自由の保障の下で自由競争が行われる取引社会を前提とするものではなく、不正競争防止法の対象とする競争秩序の維持を観念することはできないものであるから、取引社会における事業活動と評価することはできず、不正競争防止法の適用の対象外である」と認定した。

よって、宗教法人の活動は不正競争防止法における「営業」には該当しないと判断したことから、名称「天理教豊文教会」は不競法2条1項1号、2号にいう「商品等表示」にあたりとはいえないとし、被告の行為は不正競争にあたらないと認定した。

3. ニューブラ事件

大阪地裁平成16年(ワ)第1671号(平成18年3月30日判決)

3.1 論 点

不競法2条1項3号における権利主体性：独占販売権者は形態模倣の救済を受けられるか？

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

不競法2条1項3号は、他人の商品の形態を模倣した商品の譲渡等の行為を不正競争行為としている。本号の意義は、模倣品・海賊版の流通により、資金や労力を投じた先行者が競争上、不利益な立場におかれ、商品開発の意欲が損なわれることのないよう、一定期間、特許や意匠権といった登録の有無にかかわらず、事業者を保護しようというものである。

商品開発における先行投資者に対する保護という観点から、本号で保護される「他人」とは、商品の商品化の過程で、資金を投じ、リスクを負担したものであり、商品の過程で、単に委託を受けてデザインを担当したものや、販売契約を締結して商品を販売するものには請求権がないとされてきた。判例では、「単に、輸入業者として流通に関与し、あるいはライセンスーとして同種商品の製造許諾を受けたにすぎない者は、請求主体になりえない」とした例があった³⁾。

本件では、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あれば、輸入代理店であるとしても、3号類型の保護主体であり得るとした点で意義がある。

3. 2 事案の概要

米国法人Aは、肩紐、横ベルトがなく、粘着層を設けた独立した二個のカップ（眼鏡レンズを逆にした形）（フロントホックで連結する）からなるブラジャー（原告商品）を開発し、商標Nubraで、平成14年10月から米国、台湾で販売していた。原告Xは、平成15年1月30日に米国法人Aより日本における独占販売権を取得し、同年2月1日より原告商品を輸入し、販売（商標：「ヌーブラ」、「Nubra」）した。被告は、原告商品の上記特徴を備えたブラジャー（イ号物件、商標：「Leaf Bra」）を平成15年7月から平成17年8月にかけて輸入、販売した。

本件は、原告が被告に対し、不競法2条1項1号、2号および3号に基づき提訴した件であ

る。1号および2号については、請求理由がないとされた。

3. 3 判 示

本件において、裁判所は、米国の製造業者から独占的販売権を得て、「Nubra」を日本において輸入販売している原告に対し、不競法2条1項3号の請求権者になり得ると判断した。

従前の解釈と同様、3号類型の権利主体となり得るのは、形態を模倣された商品を開発、商品化して市場に置くにあたり、自らの費用や労力やリスクを負担したもの（すなわち、開発者）であり、開発者が一定期間、当該商品形態を用いた市場利益を独占することを保護し、それによって、開発者が商品開発に要した負担を回収することを可能にしようとするものであると述べている。しかしながら、開発者が先行投資を回収する過程で、あらゆる場合において自らが販売するわけではなく、一定の地域においては他社に販売を委ねるなど様々な形態が有り得るとしている。例えば、独占的販売契約により、販売者は一定期間、一定の地域について他社に独占的販売権を与えると同時に、最低購入量など相応な負担を販売者に課し、自らは当該地域での取引活動を行わないといった義務を負う場合もある。この場合、開発者は商品化のための資金、労力およびリスクを商品の独占の対価の形で回収し、独占的販売権者はその一部を肩代わりしていることになるため、そのような場合には独占的販売権者を3号の保護主体としても立法趣旨を損ねるものではないとしている。

また、従前、販売権者を3号の保護主体としないとしてきた理由のひとつとして、3号類型が形態の模倣という比較的簡易な要件であるため、安易に適用を拡大すべきではないという配慮もあったが、裁判所によると、独占的販売権者も3号類型の保護主体となるには、先行者から独占的販売権を得たことを主張・立証する責

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

任があり、開発者が訴訟において商品化の点について主張立証責任が軽減されることではないことから、3号の適用範囲が容易に拡大するわけではないと述べている。

上記の趣旨に照らして、本件を検討すると、原告と製造者の間の「独占販売契約書」には、各年の年間購買量と、それに満たない場合の製造者の解除権、期間・地域の限定、製造者側の並行輸入を最大限防ぐ努力義務などが課せられており、原告は独占的地位を保証されているものの、年間購買量の負担により、独占権を得るために販売不振のリスクを負担しているといえる。裁判所は「これらの契約内容からすると、原告は、原告商品の独占的販売権者として、不正競争防止法第2条1項3号の保護を受け得るものというべきである。」と判示した。

尚、本件では形態模倣のほか周知表示、著名表示についても提訴されたが、原告の請求は退けられた。また、本件商品の形態について、原告は、他にも訴訟を提起している⁴⁾。

4. 薬品原価セール事件

東京地裁平成14年(ワ)第5603号(平成16年2月13日判決)、知財高裁平成17年(ネ)第10007号(平成18年2月27日判決)

4.1 論 点

継続的供給契約の売主の仕入価格を開示することに違法性があるか? : 仕入価格は営業秘密か?

本件は、先行訴訟で、仕入価格は当事者間で形成されるものであるから、売主から示された「営業秘密」に該当しないと判断が出されている。本件において、原告(製薬会社)は再度、仕入価格の開示は不競法1条1項7号違反であると主張した。更に、原告は仕入価格の公表は商習慣違反、被告(ドラッグストアチェーン)の「原価セール」は、不当廉売に該当するとの

主張をした案件である。

4.2 事案の概要

本件は、原告が被告の「原価セール」と称して、原告商品の仕入価格を開示してセールを行ったことは違法であり、取引当事者間の信頼関係が破壊されたことを理由に本契約を解約したのに対し、被告が取引基本契約の解消は無効であるとして、取引上の地位確認等を求めた訴訟の控訴審判決である。(1審は、被告勝訴)

なお、原告は、本訴訟に先立ち別途被告を相手取って法に基づく損害賠償を請求する訴訟を提起していたが、すでに敗訴が確定している。

4.3 判 示

不競法2条1項7号の不正競争に該当するというためには、その情報が営業秘密に該当し、営業秘密の保有者からその情報を示され、不正の競争その他の不正の利益を得る目的またはその保有者に損害を加える目的があるという要件を満たす必要がある。

本件において裁判所は、本件の仕入れ価格は、売買当事者の合意によって形成されるものであるから、同号の要件である営業秘密が「示された」と見ることはできず、仮に営業秘密にあたるとしても保有者から示されたと言う要件には該当しないとした。販売者側が一方的に決めた価格であったとしても、両方で合意がなければ売買契約は成立せず、売買契約が成立すれば購入者も自らが購入した商品の仕入価格としてその情報を保有することになるとのことである。

本件では、原告は更に、仕入れ価格の公表は商習慣に違反するとの主張をした。これに対しては、裁判所は「全国各地の医薬品小売店等の上申書約300通等によれば、被告が仕入価格を公表したことが商道徳上不適切な行為であったと受取られているということはできる。しかし、それ以上に小売店は仕入価格を公表してはなら

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

ず、これを公表したら仕入先から継続的取引契約を即時解約される結果を招くという確たる商慣習、取引慣行が確立されていたとまでは言えない」として原告の主張を退けた。

5. おわりに

今回の最近の判例の紹介が、不正競争防止法上における「自社の権益の確保」や「他の産業財産権法との組み合わせによる自社の財産権保護の充実」を検討される上で、また、不正競争防止法に関する理解を深める一助となれば幸いである。

注 記

- 1) 経済産業省「逐条解説不正競争防止法 平成16年17年改正版」(有斐閣) p.45
- 2) 病院経営については「京橋中央病院事件」(東京地裁昭和37年(ワ)第462号, 昭37年11月28日判

決), 公益法人の拳法普及活動については「少林寺拳法事件」(大阪地裁昭和48年(ワ)第1491号, 昭55年3月18日判決, 判例時報969号p.95), 学校経営については「呉青山学院中学校事件」(東京地裁平成13年(ワ)第967号, 平成13年7月19日判決)などで、非営利法人の「営業が認められている。

- 3) キャディバッグ事件, 東京地裁平成10年(ワ)第13395号, 平成11年1月28日判決, 判例時報1677号p.127
被告が販売するキャディバッグ(被告商品)の形態が, 原告が販売するキャディバッグ(原告商品)の形態を模倣したものであり, 被告商品の販売は不正競争防止法2条1項3号の不正競争行為に当たるとして, 原告が被告に対し, 販売の差止め(同法3条1項)と損害賠償(同法4条)を求めた事案である。
- 4) スーブラ事件, 大阪地裁平成15年(ワ)第8501号の2, 平成16年9月13日判決, 判例時報1899号p.142

(原稿受領日 2007年10月12日)