

## 主 文

原告の請求をいずれも棄却する。  
訴訟費用は原告の負担とする。

## 事 実

### 第一 当事者の求めた裁判

#### 一 原告

1 原告が行う別紙目録（一）及び同説明書記載のロッカーの製造販売行為に対し、被告に、不正競争防止法一条一項一号及び二号に基づく差止請求権のないことを確認する。

2 被告は原告が行う右ロッカーの販売行為に対し、右は被告に対する不正競争防止法一条一項一号又は二号に該当する不正競争行為である旨を、原告の該商品の販売取引先にいいふらして、原告の右商品販売の営業を妨害してはならない。

3 被告は原告に対し金一〇五三万五三〇〇円及びこれに対する本判決言渡の日から右完済に至るまで年五分の割合による金員を支払え。

4 被告は別紙目録（二）記載の原告宛の謝罪広告を大阪において発行される朝日新聞及び毎日新聞に被告の費用負担で各一回掲載せよ。

5 訴訟費用は被告の負担とする。

6 3につき仮執行の宣言

#### 二 被告

主文と同旨

### 第二 当事者の主張

#### 一 原告の請求原因

1 原告は、ロッカー等の製造販売を業とする会社である。

原告は、昭和五〇年夏別紙目録（一）及び同説明書記載のロッカー（以下本件ロッカーという。）を完成し、同年一〇月上旬大阪府吹田市<以下略>に本社兼営業所を有する訴外株式会社ダイエー（以下ダイエーという。）との間で本件ロッカーの継続的販売取引契約を締結し、製品二〇三四本を製造して、うち六〇〇本を同年十一月二六日までにダイエーに納入した。

#### 2 被告の行為

（一） 被告は、昭和五〇年一月初め、原告に対し本件ロッカーの製造販売行為は、不正競争防止法一条一項一号及び二号に該当するものであるとして、その製造販売行為の停止及び該ロッカーの外廓構成材料であるビニールシートの廃棄方を口頭で申入れて来た。

（二） 被告は、同時に前記ダイエーに対しても、同様の理由（ダイエーの販売行為も不正競争防止法に違反するとの理由）をもつて、本件ロッカーの販売取扱いをしないよう申入れた。

（三） その後被告は、昭和五〇年十一月二九日付内容証明郵便をもつて原告に対し、前記と同趣旨の本件ロッカーの製造販売停止の催告をして来た。

（四） ダイエーは右（二）の申入れを受け、一旦本件ロッカーの取引契約の破棄、製品の引取方を原告に求めたが、その後これが単に原告の営業に不利益を与えるばかりでなく、ダイエー自身にとつても営業計画の挫折、売上利益の減少となることであつたので、自ら被告に対し「現在製品となつている分だけでも販売することについて了解して欲しい。」旨申入れ、事態の円満解決を計ろうとしたが、被告は昭和五〇年十二月一三日ダイエーの右申入れをも拒否した。

（五） 右（一）ないし（四）の被告の行為は、被告が原告の本件ロッカー製造販売行為に対し、不正競争防止法一条一項一号及び二号に基づく差止請求権を有することを前提としているものであるが、後に述べるとおり被告はなんらかかる差止請求権を有しない。したがって、被告の右行為は、原告の本件ロッカーの製造販売の業務を妨害したものにほかならず、これは被告の故意又は過失によつて原告に加えられた違法行為に当たるとともに、この行為自体同項六号の「他人ノ営業上ノ信用ヲ害スル虚偽ノ事実ヲ陳述シ又ハ之ヲ流布スル行為」に該当し、原告はこれによつて営業上の利益を害されたものである。

3 被告は、昭和五一年一〇月六日及び一八日の両日にわたり原告に対し本件ロッカーの製造販売禁止等の仮処分（当庁昭和五一年（ヨ）第一一八七号不正競争行為禁止等仮処分申請事件にかかる同年一〇月五日決定）を執行したが、右仮処分の執

行はその差止請求権がないにもかかわらずなした不当なもので、これも被告が故意又は過失によつて原告に加えた違法行為にほかならず、原告は右仮処分執行によつて営業を妨害されて損害を蒙つた。

4 原告は、被告の2及び3の営業妨害行為（違法行為）の結果、次の損害を蒙つた。

（一） 原告は、本件ロッカーの発売当初三〇三四本を製造して所有していたところ、ダイエーとの継続的販売取引契約における本件ロッカーの販売単価は四九〇〇円であり、一本当りの製造原価は四一〇〇円であつたから、一本当たりの粗利益は八〇〇円、三〇三四本の合計粗利益は二四二万七二〇〇円と予定されていた。

ところが、右手持本数のうち二〇〇九本は、販売予定時間がはずれたが、ともかくも右予定価格で売ることができ、予定の利益を得たが、残りの一〇二五本については被告の右妨害行為により販売予定時期が著しく遅れ、やむなく換金を急いで値引して販売せざるを得なくなつたため、次のような損害を蒙つた。

（1） 一〇二五本中六一二本については一本当り三〇〇円の値引をしたので、その値引合計額は一八万三六〇〇円であつた。

（2） 残りのうち四〇八本については一本当り九〇〇円の値引をしたので、その値引合計額は三六万七二〇〇円であつた。

（3） 残り五本は仮処分を受けて販売不能となつたが、その代金合計額は二万四五〇〇円である。

右（1）ないし（3）の損害合計額は五七万五三〇〇円である。

（二） 原告は被告の右営業妨害行為のため新商売発足の出鼻をくじかれ、多大のシヨックと精神的な苦痛を受けたが、この精神的損害は慰籍料一〇〇万円をもつて償われるべきである。

（三） 被告の不当な仮処分執行の結果原告が受けた損害（被告の仮処分執行がなければ挙げ得たはずの逸失利益）は、次のとおりである。

すなわち、原告はあらゆる角度からの市場調査を行つたうえで始めて新柄ロッカーの製造販売を決断するのであり、普通、新柄商品の市場性は、当初三か年維持できると見込む。すなわち、原告は前記のとおり一本の粗利益八〇〇円の計算で年間の最低売上見込本数を八〇〇〇本とする計画のもとに本件ロッカーの製造販売を決行したのであり、昭和五〇年十一月の発売日から昭和五三年一〇月までの三か年が第一次の販売目標期間であつた。しかるに被告の前記不当な仮処分執行によつて昭和五一年一〇月六日その製造販売が禁止されたのである。

右昭和五一年一〇月から昭和五三年一月までの一六か月間の各月平均販売見込本数は七〇〇本、一本当りの粗利益は八〇〇円であつたから、その間の逸失利益合計額は八九六万円である。

（四） 以上のように、原告は被告の右営業妨害行為及び仮処分執行によつて（一）の五七万五三〇〇円、（二）の一〇〇万円、（三）の八九六万円の合計一〇五三万五三〇〇円の損害を蒙つたものである。

5 原告は、被告の右営業妨害行為および仮処分執行によつて取引先に対する信用を失ない。その名誉を傷つけられた。

それゆえ、被告は原告に対し原告の右名誉を回復するため別紙目録（二）記載の原告宛の謝罪広告を大阪において発行される朝日新聞及び毎日新聞に被告の費用負担で各一回掲載すべきである。

6 よつて、原告は、（一）原告が行う本件ロッカーの製造販売行為に対し被告に不正競争防止法一条一項一号又は二号に基づく差止請求権のないことの確認を求めるとともに、被告に対し、（二）原告が行う右販売行為について、これが被告に対する不正競争防止法一条一項一号又は二号に該当する不正競争行為である旨を原告の該商品の販売取引先にいいふらして営業妨害しないこと、（三）損害賠償金一〇五三万五三〇〇円及びこれに対する本判決言渡の日から完済まで民事法定利率年五分の割合による遅延損害金の支払、（四）別紙目録（二）記載の原告宛の謝罪広告を大阪において発行される朝日新聞及び毎日新聞に被告の費用負担で各一回掲載すること、を求める。

二 被告の答弁

1 請求原因1のうち原告が本件ロッカーを製造し、ダイエーを通じて販売しようとしたこと、昭和五〇年末頃からこれを販売していたことは認めるが、その余の事実は不知。

2 同2（一）ないし（三）の事実は認める。（四）のうちダイエーから原告主張の申入れのあつたこと及び被告が原告主張の日その申入れを拒否したことは否認

するが、その余の事実は不知。(五)の主張は争う。

3 同3のうち仮処分執行をしたことは認めるが、その余の事実は否認する。

4 同4の事実は否認する。

5 同5の主張は争う。

6 同6の主張は争う。

三 被告の主張

1 被告は電気製品の製造で著名なソニー株式会社の子会社で、かねてから同社所有の建物の管理を主とし、傍ら輸入業、旅行代理店業等の事業を営んできたが、数年前からは、ある種の図案などを商品につけて販売する事業(いわゆる商品化事業)をも営んでいる。

2 (一) 被告は、昭和四八年一〇月二日米国の会社である訴外ナショナル・フットボール・リーグ・プロパティーズ・インコーポレーテッド(以下NFLPという。)と使用許諾契約を締結し、同社に約定の金額を支払って米国のプロフットボール・チームの連盟であるナショナル・フットボール・リーグ(以下NFLという。)加盟チーム(当時二六チーム、現在二八チーム)の名称とフットボールのヘルメットを型どつたシンボルからなる別紙目録(三)の一、二記載のシンボルマーク(本件表示)を日本における唯一の使用権者(ライセンシー)として、特に指定された商品につけて商品化して事業を営む権利及びそれを第三者に有償で再使用(サブライセンス)せしめる権利を獲得した。

(二) NFLPは、NFLがその所属チームの名称(フランチャイズの都市名と人間あるいは動物名とを組合せた愛称)と各チームのシンボル(アメリカン・フットボールのヘルメットを型どつた共通の図形の中に思い思いの絵や文字を描いたもの)からなるシンボルマーク(本件表示)の商業的利用の管理のために特に設立されたカリフォルニア州法人たる会社であつて、チームの名称とシンボルマークの商業的利用に関する一切の権利を有し、その使用権を第三者に与えることを業としている。

NFLPは、米国において、本件表示を、繊維関係、シーツ、カーテン、文具、ゲーム類、アクセサリ、時計、雑貨など各種商品に付し、年間三〇〇億円にも達する商品化事業を営んでいる。

本件表示は、米国では、フットボールのゲームのためだけではなく、NFLPから特に承認された優れた品質の商品を保証するとの意味を持つに至っており、それらの製造業者は、NFLPにより制定された厳格なる品質管理基準と手続のもとに商品に本件表示を付すことが認められているのであり、本件表示は、NFL加盟チームとこれが行う競技と一体に考えられていて両者を表徴するものとされている。

(三) 被告とNFLPとの前記契約の際の契約書には、所定の各種の報告義務、記録、商品の品質管理についての義務、再使用の場合についての詳細な取極めがなされており、特に再使用許諾契約をなすときは、使用権者において、本件表示が用いられる商品の品質に関する完全なコントロールを有する条項をも含まねばならず、そのなかには、各製品の生産前に代表的見本、包装、カウンター・ディスプレイ及び使用さるべき広告の代表的見本の事前承認権の付与を含まねばならないなどが規定されている。そして、被告は、かくして本件表示について商品化権を取得するや、昭和四八年一月一日、東京のホテルニューオータニに、NFLPの幹部、米国大使館員同席のうえ、新聞雑誌等報道関係の人、数百人を招待して、被告とNFLPとが業務提携して本件シンボルマークの商品化事業を企画することになった旨の発表会を行つた。各種業界誌などはこれを取り上げて報道したし、被告もまた、日経流通新聞、日本経済新聞、メンズクラブその他各種新聞雑誌に右事業につき広告した。

(四) 昭和四九年の始めから、被告は、逐次、訴外マルマン株式会社(以下各会社名中株式会社の語を省略する)、月星化成、内外編物、ワールドパラマウントウエア、モック、ワコール、ニツキー、カワケイ、ヤマトヤ、オックスフオード広島屋、栗原帽子、友国手袋、ゼンザプロニカ工業、シテイズン商事、ピーオーピー、ツクダオリジナル、吉川、ヤマト化学工業などの各会社との間に、一業種一社を原則としこれらの会社をサブライセンシー(再使用権者)とし、かゝる再使用権者に、本件表示を特に許諾した商品に使用して日本国内に限り販売などすることを許諾する旨の再使用許諾契約をなしたが、その契約書中には、許諾商品、使用料、商品の品質管理等についての約定、本件表示の使用許諾を得ていることを表示するため、使用権者において満足すべき形状及び内容を有するラベルを各許諾商品に付すべきことの約定その他の条項を含む詳細な取極めがなされている。被告は、正当

な権利者の承認された製品であることを明らかにするため、再使用権者の販売商品のすべてに、被告及びNFLPの商号と許諾商品である旨を英文字で表示した証紙を貼らせる取扱いをなし、再使用権者は被告との約定に基づき、右商品化事業に携るものである旨各種新聞雑誌に広告すると共に、本件表示をブレザー、靴、その他約定の商品に付して展示し、販売あるいはその広告をしている。

被告が本件表示の商品化事業として再使用を認めた再使用権者及び使用を許諾した商品は、昭和五一年末現在別紙目録（四）記載のとおりである。

本件表示の使用態様は次のとおりである。

（１）商品についての使用

イ 各再使用権者がそれぞれの許諾された商品に付して（印刷などして）使用する。その形状、色彩はNFLPより指定されたとおりとする。

使用の態様についてはNFLPの承認を得ることとなつている。

ロ 右に関連して、景品としての使用がある。つまり、イは本件表示を付した商品本来の用途でそのまま販売する場合であるが、ロはそういう商品を他の分野の（再使用権者のものでない）商活動の宣伝手段としての景品として使うことである。

このことは契約上特に規定し、NFLPの特別の承認を必要とするようになつてゐる。あくまでもNFLPのマークが不適当な取引分野と関連付けられることによつて、そのイメージを傷つけられないためである。

（２）宣伝としての使用

イ 当然のことながら、被告及び再使用権者が本件表示を付した商品自体の宣伝のために使用すること（新聞、雑誌、パンフレット、テレビ等）は許される。

ただし、その態様においてNFLPの承認する範囲であることを要する。

ロ 本件表示を付した商品の裏付なしに、本件表示を他の商売の宣伝のために直接用いることもあり得る。例えば乙第四二号証パンフレット中に大洋漁業や日本ワナー・ランバートの広告の写真があるが、両社は本件表示を付した商品を販売するところの本来の再使用権者ではない。（この写真には再使用権者の製品が写されているので、前記（１）のロの単なる写真化のようであるが、必ずしもそうする必要はなく、広告文面自体にマークを配してもよい。）かかる使用のためにはその都度被告と取極めをし、かつそれに対する使用料を支払うものである。

この宣伝も一般の宣伝の一態様として、基本的にNFLPの承認し得る範囲内であること勿論である。

ハ その他、具体的な商品販売と直接的には関係なしに、本件企画全体の宣伝、或いは雰囲気醸成のために本件表示を使用することがある。例えば催し物の際に使うような場合がそれである。

３ 原告の本件ロツカーの製造販売の行為は不正競争防止法一条一項一号及び二号違反となるものであるが、その理由は次のとおりである。

（一） まず、本件表示は不正競争防止法一条一項一号にいう他人の商品たることを示す表示である。

本件表示は米国で商標登録がなされている（サービス・マークである。）。日本でも出願されているが未登録である。しかし、不正競争防止法の適用に関する限り、商標登録の有無、あるいはさらに本件表示が厳密な意味で商標であるかどうかも要件ではない。同法の要求するところは、ある表示が他人の商品たることを示す表示と云うるか否かである。

ところで本件表示については、被告により、昭和四八年十一月NFLPよりその商品化権を取得したこと、及び一業種一社と定めて本件表示を商品につける再使用権者のグループを組織する計画である旨が発表された。そして、前述のように、その後現実に再使用権者により本件表示をつけた商品が販売されている。

被告はフットボールチームのイメージを傷つけないよう慎重に業者を選択し、信頼しうるものを再使用権者としている。即ち、フットボールマークをつけた商品はNFLPより使用許諾された被告を軸とする特定の業者グループにより販売されており、本件表示はかかるグループの営業と商品とを示している（特定の品物についていえば、一業種一社であるから、特定の業者のみの製品ということになる。）。そしてそのことは、この種の業界（このようなマークをつけうる商品の業界）にはよく知られている。

すなわち、本件表示は原告にとって、他人の商品たることを示す表示である。

（二） 本件表示は不正競争防止法施行の地域たる日本において広く認識されている。

この点は証拠の示す通りであるが、あえて新聞記事や広告によらずとも、キヤラ

クター戦略が有効な分野の業者が、本件表示のような確立したキャラクター・グループを知らないはずはないのである。毎日の同業者同士での、メーカー、問屋、小売での雑談で、新しいキャラクターはたちまちのうちに周知となるのである。

本件表示は、NFL加盟チーム（クラブ）の名称と知的創作にかかる絵画とにより成るものであるが、被告は、アメリカのフットボールが最近日本においても大変な人気を呼び、とみに脚光を浴びて来たことに着目し、右スポーツ熱の上昇を背景に、本件表示の顧客吸引力という商品価値を利用し、日本においてその商品化事業をなすことを企画し、再使用権者において本件表示を約定の商品に付して商品化事業を営んでいるものであつて、本件表示は、いわば、被告を軸あるいは幹とする再使用権者グループの営業表示であることが、広く認識されるに至っている。

（三）原告の商品は他人の商品と混同を生ぜしめるものである。フットボールマークを商品に使う者はNFLPー被告を軸とする再使用権者グループであるとの認識がある以上、原告の製品は、右グループに属する業者の製品であるとの誤認の生ずることは当然である。別紙目録（一）記載のようなビニールロッカーを製造販売している者は現在のところいないが、不正競争防止法に所謂混同とは、他人の商品と現実に店頭で取り違えたことに限定されるのではなく、他人の商品であるとの誤認を生ぜしめることをも含んでいるのである。従つて、原告の行為は不正競争防止法一条一項一号に違反する。

（四）さらに、原告の行為は不正競争防止法一条一項二号にも該当するものである。

（１）まず、前述したように、被告とその再使用権者は、本件表示を使用して商品を販売するという一連の系統的な営業活動を行つている。そして、その活動は我が国においてよく知られている。ここに原告のように、同一の表示を使用して商品を販売する者が現われれば、その行為が被告の営業活動と混同を生ぜしめることは自明の理である。従つて、原告の行為はまずこの意味において本号に該当する。

（２）次に、原告の行為は、被告の営業活動と離れても、米国のフットボール連盟の活動と混同を生ぜしめる。

米国のナショナル・フットボール・リーグ加盟のプロフットボール・チームの名称もシンボルマークも、被告の商品化事業を離れて、すでにわが国において著名である。毎週テレビでは百万人にもものぼる視聴者がNFLのゲームを見ており、アメリカン・フットボールの雑誌も「タッチダウン」、「アメリカン・フットボール」の二種類も発行されており、その中を見れば、中学生でもマイアミ・ドルフィンズとかピッツバーグ・スティーラーズとかを知っていることがわかるのである。従つて、このチーム名は驚くべきほど多数の日本人に知れているのである。

そういう状況にあつて、原告のような商品が出現すれば、必ずや、これは何等かの意味において各チーム、あるいはリーグと関連があると思われるのは避け難いことである。何しろ、原告のロッカーの図柄は、実在のアメリカン・フットボールのチーム名とそのシンボルマークより成立つているのである。

このような誤認こそ、正に不正競争防止法一条一項二号のいう他人の営業活動との混同である。原告はサービス・マークについては他人のものを使うことは自由勝手と考えているようである。（この議論はフットボール・チームのシンボルマークはサービスマークであるということを前提にしているのであろう。確かに元来はそういう性質を持つている）。しかし、そのようなことはない。不正競争防止法の本条項こそ、正にそのような行為を取締るものと言うことができる。又、サービス対サービスの関係でなく、商品対サービス、サービス対商品の関係であつても、営業活動上の誤認が生ずれば本号の問題である。

（３）商品化事業が進み、すでに当該表示が特定の一連の業者の製品の表徴として周知になれば、そもそも原始的に当該表示が現在の関係業者の独占し得べきものであつたか否かはもはや問題とならず、他の業者がこれを使用することは許されない。本件の表示はすでにその域に達している。（この段階において、他の業者が最初は自分も使えたはずだから今使えないのは不公平であるということは当らない。本来の商標権でもそうであつて、商標は特許や意匠と異なり、権利者が最初に当該権利の対象を創作したかどうかは問題にならないのである。）

本件の場合商品化したものは、実在のフットボールの名称と、そのチームを象徴するシンボルマークであり、大衆の倫理感が、そのようなものを本人に無断で使えるはずはない、と判断するところに本件事業の基礎がある（実際、意識的或いは無意識的に被告に無断でこのマークを使用した者はかなり多いが、ひとり原告を除いては、何れも警告を受ければやめている。）。

(五) 被告は原告の行為により営業上の利益を害されている。

被告の行っている事業は、信頼のおける再使用権者グループを作り、良い品質の商品に本件表示を付し、高級な店で秩序立つた販売をし、長く続くキャラクター事業にしようというものである。すなわち、事業の核心は組織にあり、管理にある。原告のような者が現われれば、それだけで管理が乱れ、内部の再使用権者に対する統制も難かしくなる。すなわち、かかる行為は、被告が苦心して築き、努力して維持している組織の根幹を危うくするものであり、重大な営業上の利益の侵害である。

更に、本件表示は品質保証機能を有している。すなわち、一定の品質を備えた商品にだけ付することによつて、当該商品は信頼できるものであるとの評判をかちうるよう、NFLP及び被告は再使用権者の扱う商品の品質管理に十分注意を払っている。しかし、原告の扱う模倣品に対しては、そのような管理は不可能であり、この意味で本件表示の品質保証機能が害される虞が十分にある。これ又、重大な営業上の利益の侵害である。

のみならず、本件表示は、アメリカン・フットボールのイメージを連想せしめ、それにより顧客を引きつける働きを持っている。しかるに原告のようにフットボール・チームの名称とマークに類似した表示を無断で使用する者が出現すれば、それだけ顧客吸引力が弱まるわけであり、営業上の利益を害される虞のあることは明らかである。

(六) 従つて、被告は不正競争防止法一条一項一号及び二号に基づき、原告の行為の差止を求める請求権を有しているし、又、その権利の行使として原告商品の販売禁止を求めることが不法行為となるいわれはない。

#### 四 被告の主張に対する認否及び原告の反論

1 被告の主張 1、2 の事実是不知

2 同 3 の主張は争う。

3 原告の本件ロッカーの製造販売行為は、被告に対する関係で不正競争防止法一条一項一号の不正競争行為には当たらない。

その理由は、次のとおりである。

(一) 被告は、米国には多数のアメリカン・フットボールのプロチームがあり、その各プロチームは、それぞれ一つずつの特定のマークを使用しているとの事実を大前提とし、被告は、在米のナショナル・フットボール・リーグ・プロパティーズ・リミテッドなる会社との契約によつて、右プロチームが使用しつつある「マーク」を商品に使用する権利を取得し、その権利に基づいて日本国内のある業者にその再使用を許諾し、その結果として今日では右「マーク」は右「再使用権者」のマークとして日本国内に広く知られているから、原告の販売する本件ロッカーは、右「再使用権者」の商品との間に、「商品の混同」を生ぜしめる、と主張している。しかし、米国のプロフットボール・チームのマークは、中間で、誰が、どのように太鼓を叩いて宣伝したとしても、そのマークは、あくまでも本家本元たる当該米国フットボール・チームのマークであることには、いささかも変わりはなく、中間で太鼓叩きをした者自身のマークに化体するはずはないから、今日日本の「再使用権者のマーク」になつたという被告の主張自体おかしい。また、被告が米国のナショナル・フットボール・リーグ・プロパティーズ・リミテッドとの私的契約によつて、米国プロフットボール・チームのマークを「商品」に使用（殊に、商品の種類にも、そして表現の態様、形式にも制限なしに）する権利を取得したと称しているその「権利」の正体は、日本の法律観念では、到底理解しえないところである。

(二) 被告が主張する「マーク」とは、不正競争防止法一条一項一号中の「商標」にほかならないが、当該物品の単なる美的要素としての意匠模様であつて、商品の出所識別標識として機能しない表示は、商標ではなく、商標との間に抵触関係は生じようがないのである。そして、この理論はその比較の基本たる「商標」が商標法の規定によつて登録された登録商標の場合であらうと、未登録商標の場合であらうと、その間に区別のある道理はない。

そうだとすると、本件の場合、被告の主張するいわゆる再使用権者の使用するものが、マーク（商標）であるとしても、これと比較される原告のロッカーにおける表示は、商品の出所識別標識として機能する「商標」ではなくして、純然たる意匠模様であるから、その再使用権者の使用する商標（マーク）との間に商標としての抵触関係はなく、商標としての抵触関係がないところには、不正競争防止法一条一項一号の「商品の混同」は起りようがない。



本件ロッカーに表示したものは、交互千鳥状に配列された七種の単位模様の反復からなる「全面柄模様」であつて、商品の出所を識別する目印としての機能は、本来的に有していない。被告は、この全面柄模様をもつて、東芝や日立のマークを、ロッカーの「商標」としてボツンと一つ表示した場合と同一に論じているが、これは、商品に表わした図形は何れもかもすべてが商品の出所識別の標識であるという誤った見解に基づくものである。

(三) 被告の主張する不正競争防止法一条一項一号にいわゆる「他人ノ商品ト混同ヲ生ゼシムル」とは、例えば、商品ウイスキーについて広く認識せられる甲の商標「ジョニウオーカー」と同じ「ジョニウオーカー」を他人たる乙がウイスキーに表示して販売し、甲の真正なジョニウオーカー・ウイスキーとの間に、混同を生ぜしめたような場合、すなわち、「ホン物」に対する「ニセ物」の関係を生じた場合を指すものである。

本件原告の販売するロッカーについては、このロッカーを、それに表わされている模様のうへから、「ニセ物」と呼びうる「ホン物」のロッカーが、どこにも存在しないのだから、このロッカーについては、右一号の「商品ト混同」の事態は生じようがない。

例えば、被告が使用許諾をしたと称するいわゆる再使用権者である訴外内外編物株式会社の実施品に検甲第二号証のシャツがあるが、被告の論法によれば、このシャツと本件ロッカーとの間に、一号の規定する「商品の混同」が生じているということになる。しかし、シャツとロッカーとの間には、物品としての相互互換性も代替性もなく、ロッカーが一万個売れたからといってシャツが一万枚売不足となるという因果関係は生じない。すなわち、この両商品の間には、一号の規定する「商品の混同」はありえない。このことは被告が使用を許諾したと称している他の再使用権者株式会社吉川の販売する洋傘と本件ロッカーとの関係についても同様にいえる。

以上の理由から、原告の本件ロッカーの製造販売行為をもつて、被告のいわゆる再使用権者の販売する商品との間に、「商品の混同」を生ぜしめ、一号の規定する不正競争行為の成立が観念しえられるとする被告の主張は、全く理由がない。

(四) 仮に被告が主張するように「商品の混同」の事態が生じているとしても、それは第三者たる「再使用権者」と原告との間の問題であり、「商品の混同」の被害者は、その第三者であつて被告自身ではない。被告の営業は、米国人から仕入れて来たマークの、日本の業者に対する「切売業」である。原告は、被告のこのマーク切売業と競業関係に立つマークの切売業を営んでいるわけではないし、その他被告のこのマーク切売業に対して直接にも間接にも、なんら妨害行為を加えているわけではない。被告のこのマーク切売業務は原告の本件ロッカーの製造販売行為とは無関係に、自由かつスムーズに行われているはずである。従つて、被告には原告の本件ロッカーの製造販売行為に対する差止請求権は存在しない。

4 原告の本件ロッカーの製造販売行為は、不正競争防止法一条一項二号にも当らない。その理由は次のとおりである。

(一) 不正競争防止法一条一項二号の「他人ノ営業タルコトヲ示ス表示」は、世人をして特定人の営業であることを識別させる機能を果すものでなければならぬ。従つて、実際には氏名、商号、標章の場合がこれに該当し、物品（商品）の形状、模様のように専ら物品の装飾的ないしは趣味的要素をなすものであつて、営業活動主体の誰であるかを識別させるための表示として本来的に機能しないものは、その形状、模様が、装飾的機能のほかに、営業活動主体の識別標識としての機能を併有するに至つたような、特別の場合以外は、これに該当しない。

(二) 営業活動主体甲の表示は、後記(三)の要件との相対性からみて、不正競争者乙の使用する表示と「同一又は類似」の関係に立つ表示でなければならない。勿論、この場合の甲の使用表示が乙の使用表示と「同一又は類似」であるかどうかは、両表示を全体的にみての比較におけるそれを指すものであることは、いうまでもない。

(三) その表示は、その甲の営業たることを示す表示として、本法施行の地域内において、広く認識されていることが必要であるが、これは(一)の要件を大前提としてそのうへに「広く認識せられたもの」というもう一つの条件を付加したもので、その「広く認識」されたものは、あくまで、「甲の営業たることを示す表示」としてでなければならない。例えば、「サクラ」や「富士」は、日本の国情、国民性よりしてそれ自体は本来的に古来世人周知であるが、それだけではこの要件を充たすものではなく、「写真フィルムについてサクラといえば、小西六、テレビにつ

いて富士といえば富士電機」という具合に、当該表示が、特定人の特定の営業活動と結びついて、その「結びついた状態」が世人周知になつている場合に、始めてこの要件は充たされたことになる。

しかるに、被告の主張によるも、第一に、被告とNFLPとの間の契約は、許諾期間三年という短期有限の契約であるうえ、第二に、被告と被告のいう再使用権者との間の契約に至つては、実に一年という短期有限契約である。このように、始めから永続性のない吹けば飛ぶような基礎契約のうえには、余程の特別事情がない限り、特定の使用主ないしは特定商品との結び付きにおいて問題の図柄が周知著名となるべき道理がない。

(四) 乙の使用した表示それ自体が媒体要因となつて、その乙のした営業活動を、先行営業者たる甲のする営業活動であるかの如く、世人をして、営業活動主体について誤認混同させる蓋然性が肯認できることが必要である。例えば、駿河屋の羊かんのマークと同一の図形を商標として表示して「肥料」を売つたような場合、プロ野球チームの阪神のマーク「タイガース」と類似の「タイガー」を表示して「魔法瓶」を売つたような場合には、この要件を充足しているとはいえず、本号の不正競争行為は成立しない。

(五) 被告は、被告を軸とする再使用権者のグループなるものをもつて、わが国最大の企業グループである「三菱グループ」と同列に考えているが、思い上りも甚だしい。

(1) 被告と、一九人の各再使用権者との間の関係は、端的に言えば、被告を使用料の徴取者とし、各再使用権者を被徴取者とする利害の全く相対立する商取引の当事者の関係にすぎない。しかもこの関係は、年限を限つた契約(乙六五号証の一ないし九)によつて生じているもの故、始めから永続性を期待されるものではない。(現にクリケット株式会社や内野株式会社のような途中脱落者がある。)

(2) 一方、各再使用権者相互間の関係は、各自が、てんでんばらばらに、自己固有の独立の営業をしているだけで、企業体としての生命については勿論のこと、資本関係、経営者としての人事関係、営業の盛衰、利害関係等何一つとして企業協同体としての関係はなく、ただ、たまたま同一の動機から、共通の表示を、異種の商品に使用しているというにすぎない。

以上の如くであるから、この場合における被告对各再使用権者間及び各再使用権者相互間の関係は、一人の医師にかかつている多数の患者の関係、一個のビルに入居しているビルの貸主と多数の借主人との関係、ないしは同一の間屋から、同種又は異種の商品を仕入れている多数の小売商と問屋との関係にも比すべきもので、これらを引つくるめて、合一した一個の企業体と世間からみられるような要素は全くない。従つて、原告のロッカーの営業と比較対象の関係に置かれるものは、あくまで個々の再使用権者の営む当該部分の営業の上に存在する事実のみであつて、それ以外に出ない。

(六) 被告が、原告を不正競争者と主張する根本の理由は、被告が、アメリカ人との私的契約によつて仕入れて来たある表示の商品化権なるものを、原告が無視して、被告に無断でロッカーの模様を使用したのはけしからんということから出ている。こうした議論は、不正競争防止法一条一項の一号にも二号にも結びつかない見当違いの議論であるばかりでなく、商標法によつて登録した商標権の効力(指定した商品に限つて発生する独占使用権)にも、著作権法上の著作権にも優るような強大な独占権が、単なる私人間の私的契約によつて発生するとの考えを基底とするものなる点において、わが国の法制下では到底認容することのできない暴論である。

第三 証拠関係(省略)

## 理 由

一 請求原因1のうち原告が本件ロッカーを製造し、ダイエーを通じて販売しようとしたこと、昭和五〇年末頃からこれを販売していたことは当事者間に争いがなく、この事実と成立に争いのない甲第二号証、原告代表者本人尋問の結果を合わせ考えると、原告はロッカー等の製造販売を業とする会社であること、原告は昭和五〇年秋頃本件ロッカーのデザインを完成し、同年一〇月上旬ダイエーとの間で本件ロッカーの継続的販売取引契約を締結したこと、同年一二月末頃までに製品六〇〇本を製造してこれをダイエーに納入したことが認められ、この認定に反する証拠はない。

二 次に、被告が請求原因2(一)ないし(三)の各行為をしたことは当事者間に



争いがないが、同（四）で原告が主張する被告の行為は原告代表者本人尋問によつてもこれを認めるに十分ではなく、他にこれを認めるに足る証拠はない。請求原因3のうち被告が原告主張の仮処分の執行をしたことは当事者間に争いがない。

被告の主張によれば、右2（一）ないし（三）、及び3の被告の各行為は原告の本件ロッカーの製造販売行為が不正競争防止法一条一項一号及び二号に該当する不正競争行為であるためその中止を求めた正当な業務行為であるというのであり、原告はこれを争うので、この点について以下判断する。

1 証人【A】の証言及びこれによつて真正に成立したものと認められる乙第六号証、第六六号証、弁論の全趣旨によれば、被告は電気製品の大手製造メーカーである訴外ソニー株式会社のいわゆる子会社として昭和三十六年四月一日設立された会社であつて、同訴外会社所有の建物の管理運営を主営業とするかたわら、輸入業、海外旅行代理店業、無体財産権（商標権、特許権、著作権等）に基づくライセンス業務等の事業をもあわせ営んでいる株式会社であることが認められる。

2 次に、前掲乙第六号証、第六六号証、成立に争いのない乙第二号証の二、第三号証の二、第五号証、第七号証、証人【A】の証言及びこれにより真正に成立したものと認められる乙第三号証の二、第四号証の二、第六四号証、各署名部分の成立につき争いがなくこれと文書の形式及び趣旨により全部真正に成立したものと推認できる乙第一号証の二、文書の形式及び趣旨により真正に成立したものと推認できる乙第一号証の二、第八五号証の二、第八六ないし第九〇号証（乙第一号証の二については原本の存在も推認できる。）を合わせ考えると、次の事実が認められる。

（一） 被告は昭和四十八年一〇月二日米国のカリフォルニア州法人である訴外ナショナル・フットボール・リーグ・プロパティーズ・インコーポレーテッド（NFLP）と使用許諾契約を締結し、同社に約定の金額を支払つて米国のプロフットボール・クラブ（日本語としてはクラブよりもチームの語の方が一般に用いられているので、以下チームという。）の連盟であるナショナル・フットボール・リーグ（NFL）加盟チームの名称とフットボールのヘルメットを型どつたシンボルからなる別紙目録（三）の一、二のシンボルマーク（もつとも、当時は加盟チームは二六チームであつたが、その後、タンパ・ベイ・バツカニアズとシアトル・シーホークスの二チームが加盟して二八チームのシンボルマークを含むことになり、またバツファロー・ビルズのシンボルマークは、別紙目録（三）の二のように変更された。しかし、以下特に断わらない限りこのような変更をも含めNFL加盟チームの名称とシンボルマークを本件表示ということとする。）を日本における唯一の使用権者（ライセンシー）として特に指定された商品に付けて商品化して事業を営む権利及びこれを第三者に有償で再使用（サブライセンス）せしめる権利を取得した。

（二） NFLに加盟している米国のプロフットボール・チームはいずれも米国の州の法律によつて設立された法人であつて、それぞれその所属のチームの名称（フランチヤイズの都市名と人間あるいは動物名とを組合わせた愛称）と各チームの創作にかかるシンボルマーク（アメリカン・フットボールのヘルメットを型どつた共通の図形の中に思い思いの絵や英文字を描いたもの）、すなわち本件表示をフットボール試合興業等の営業を表示するものとして使用し、かついずれも米国においてサービス・マークとして商標登録を了している。NFLPは、一九六三年（昭和三十八年）二月二〇日付定款によつて設立された法人であるが、NFLの加盟チームが平等の持分を有し、本件表示の商業上の利用を管理する目的をもつて設立された会社で、各チームから直接又は間接に商業目的に関し本件表示を独占的に使用する権利及び第三者にこれを使用せしめる権利を取得し、かついかなる無断使用に対しても抗議を述べる権利を付託されている。

NFLPは、米国において本件表示を衣服類、シーツ、スポーツ用品、文具、ゲーム類、アクセサリ、時計、帽子、雑貨など各種商品に付し年間収益三〇〇億円にも達する商品化事業を営んでいる。

かくして、本件表示は、米国ではフットボール・チームのために使用されるだけでなく、NFLPからその使用を許諾された商品の製造販売業者は、NFLPによつて定められた厳格な品質管理基準と手続のもとに商品に本件表示を付すことが許されているため、本件表示はNFLPから特に承認された優れた品質の商品を保証するとの意味をももつに至っている。

米国においては、フットボールの歴史は古く、国技ともいわれて最も人気のあるスポーツ種目であるが、そのプロチームが組織されたのは一九二〇年で、まずアメリカン・プロフエツショナル・フットボール・アソシエーション（APFA）が発

足し、これがNFLの前身で二年後NFLと改称された。一九二六年にはアメリカン・フットボール・リーグ（AFL）が発足し、その後解散、発足をくり返し、一九六〇年に組織されたAFLは一九七〇年にNFLと合併し、現在に至っている。現在NFLは二八チームからなり、半数ずつアメリカン・フットボール・コンフェレンス（AFC）とナショナル・フットボール・コンフェレンス（NFC）とに分かれ、それぞれのチャンピオンが毎年一月ナンバー・ワンを争うが、このゲームはスーパーボウルといわれて最も人気があり、プロチームにはあこがれのスターも多数いることなどから近年フットボールに対する人気は益々高まり、プロ野球の人気をも追越し、その年間観客動員数は一五〇〇万人に達するといわれ、愛好者も増える一方で、現在米国では一〇代の若者を中心に約二五〇万人がフットボールを楽しんでいるといわれている。

このような背景のもとでNFLPの本件表示についての商品化事業は前記のように順調に拡大しているのである。

（三） 被告とNFLPとの前記使用許諾契約書には、所定の各種の報告及び記録の義務、商品の品質管理を受ける義務、本件表示を再使用させる場合などについての詳細な取極めがなされており、ことに再使用許諾契約をする場合には被告とNFLPとの右契約書と同様な商品の品質管理についての厳格な条項を含むことが要求されている。

被告は、このようにして本件表示についてこれを商品に付することができる権利（いわゆる商品化権）を取得するや、昭和四八年一月一日東京のホテルニューオータニにおいて、NFLPの幹部、米国大使館員同席のうえ、新聞雑誌等報道関係者、関係各業者ら数百人を招待して、被告とNFLPとが業務提携して本件表示の商品化事業を企画することになった旨の発表会を行い、各種業界誌はこの発表会について報道し、被告も、日経流通新聞、日本経済新聞、メンズクラブその他各種新聞雑誌に右業務提携について広告をした。以上の事実が認められ、この認定に反する証拠はない。

3 前掲乙第六、七号証、第六四号証、第六六号証、成立に争いのない乙第八ないし第四六号証、第六八号証、第七〇号証、第七八号証、第九二ないし九五号証、証人【A】の証言及びこれにより真正に成立したものと認められる乙第四八ないし第六三号証、第六五号証の一ないし九、第六七号証、第六九号証、第七一ないし第七七号証、第八〇ないし第八四号証、第九一号証、第九六号証、同証言により原本の存在及びその成立の認められる乙第四七号証の一、二を合わせ考えると、次の事実が認められる。

（一） 被告は、その後一業種一社を原則として再使用権者を慎重に検討して選択し、昭和四九年一月一日訴外内外編物株式会社、同マルマン株式会社との間で本件表示を商品に付することに関する再使用許諾契約を期間一年間として締結したのをはじめ、逐次訴外株式会社カワケイ、同ニツキー株式会社、同栗原帽子株式会社、同株式会社東北丸正、同クリケット株式会社、同内野株式会社、同株式会社ワールドパラマウントウエア、同株式会社モック、同ゼンザプロニカ工業株式会社と再使用許諾契約を結び、同年四月頃から一斉に右再使用権者の本件表示を付した商品が百貨店、一流専門店のコーナー販売として発売され、その売行きは発売直後から好調であり、その後右クリケット株式会社と内野株式会社は契約期間満了によつて再使用権者ではなくなつたが、他のほとんどの会社については一年毎に同一内容の契約がくりかえし締結され、また新たに再使用権を取得した会社もあり、結局昭和五一年末現在における再使用者の名称と許諾品目は別紙目録（四）記載のとおりとなつている。

右各再使用許諾契約書中には、許諾商品の特定、使用料、品質管理等についての約定、本件表示の使用許諾を得ていることを表示するため、使用権者において、満すべき形状及び内容を有するラベルを各許諾商品に付すべきことの約定その他の条項を含む詳細な取極めがなされており、被告は、正当な権利者の製品であることを明らかにするため、再使用権者の販売商品のすべてに、被告及びNFLPの商号と許諾商品である旨を英文字で表示した証紙を貼らせる取扱いをなし、再使用権者は被告との約定に基づき、右商品化事業に携わるものである旨各種新聞雑誌にたびたび広告するとともに、本件表示を子供用アウトウエア、紳士用ニット布帛洋品その他約定の商品に付して販売あるいはその広告をしている。そして、被告自身もオリジナル商品として本件表示を付したバック、アクセサリ等を販売している。

また、被告は、再使用権者とともに、本件表示の商品化事業を成功させる方法を検討するためNFLアソシエーションという団体を作つて月一回会合しているが、

その下部組織として広報委員会と流通委員会を設け、広報委員会はこの企画のためどのような宣伝広告をなすべきかについて意見、情報を交換し、検討を加えるものであり、流通委員会は本件表示を付した商品の販売方法、例えば販売店舗の選定（商品の品位が下がり本件表示のイメージが傷つけられるような店舗は避ける。）販売に関する相互援助（あるデパートと取引のない再使用権者に対し取引のある者が援助するなど。）、末端における本件表示のある商品同士の衝突の防止をはかるなどの活動をしている。

また、一般紙、業界紙、雑誌等でしばしばNFLPと被告との業務提携による本件表示の商品化事業が爆発的に成長している旨の特集記事が掲載されて来た。

（二） 被告が許諾した本件表示の具体的な使用態様の主なものは、次のとおりである。

（１） 商品についての使用態様

イ 各再使用権者がそれぞれの許諾された商品に付して（印刷などして）使用するが、その商品の性質と品質、表示の形状、色彩等についてはNFLP及び被告が完全にこれをコントロールしている。

ロ 右に関連して本件表示を付した商品を景品として使用することは、被告の事前の書面による承認のもとに行われている。

（２） 宣伝用としての使用態様

イ 再使用権者が本件表示を付した商品自体の宣伝のために、新聞、雑誌、パンフレット、テレビ等に本件表示を使用することができるが、その表示の形状、色彩等はNFLP及び被告の承諾のもとに行われている。

ロ 本件表示を付した商品の裏付なしに、他の商売の宣伝のために本件表示を使用することもできるが、その場合にはその都度被告と取極めを行つている。

ハ その他、具体的な商品販売と直接的には関係なしに本件表示による商品化事業全体の宣伝あるいは雰囲気醸成するために、例えば展覧会等催し物の会場において使用する場合もある。

（三） 日本においては、約四〇年ほど前にフットボールが移入されたといわれているが、当時は関心も低かつたところ、昭和四十九年四月から関東地方のテレビ局がNFLプロフットボール・アワーを毎週定時番組として放映をはじめ、逐次関西、中京地方のテレビ局でも放映するようになり昭和五〇年頃には全国的に、しかも視聴率の高い時間帯にフットボール番組が組まれるようになり、他のスポーツ番組に比し安定した高い視聴率をあげている。また、アメリカン・フットボールの専門の月刊誌として昭和四九年初めから「タッチダウン」、昭和五〇年初めからは「アメリカンフットボール」が刊行されるようになり、日刊新聞や青少年向けの雑誌などでもたびたびNFL加盟チームのこと、その試合の模様などが取上げられ、その都度本件表示やアメリカン・フットボール独特の防具をつけた選手の白熱した試合の光景の写真などが大々的に登載され、日本でもアメリカン・フットボールに対する関心が急速に高まり、若者らの心をとらえるようになった。昭和五〇年五月頃から渋谷パルコ、池袋西武百貨店、大阪近鉄百貨店などで、アメリカン・プロフットボールに関する展覧会など催物が開催され、本件表示を付した前記再使用権者の商品が、ことにファッション界における商品が、大量に販売されるに至つてこの傾向に拍車がかかり、本件表示についての関心度は爆発的に高まつた。

被告が本件各行為（請求原因２（一）ないし（三）および３の各行為）をした後ではあるが、昭和五一年八月一六日には、アメリカで最も古い歴史をもつセントルイス・カーギナルスとサン・ジエゴ・チャージャースの両チームが来日し、日本ではじめて本場の迫力に満ちたしかもスピーディーな試合を後樂園球場で演じて興趣を盛り上げ、その際各種スポーツ新聞、一般新聞、雑誌、テレビなどが扇動的にその競技振り及び数万の観客の観戦模様を大きく報道して、今日では日本においても他のスポーツに比して人気のあるスポーツになったといえることができる。

このような、アメリカン・フットボールに対する関心の急速な拡大と、被告及び再使用権者による本件表示を付した商品の販売及びその大々的な広告宣伝等があいまつて、本件表示を付した商品の売行きは爆発的な成長を遂げ、昭和五〇年度の再使用権者の本件表示を付した商品の売上合計額は八〇億円にも達し、遅くとも同年初め頃以降は大衆向けの商品を扱っている通常の業者であれば誰でも、本件表示を付した商品を扱っている業者は、NFLPから使用許諾を受けた被告及び被告から再使用権を許諾された業者であるということを知っている状況となつた。また、それゆえに本件表示を付した商品の売行きが好調であることに目をつけて被告らに無断で本件表示を付した商品、すなわち模倣品を製造販売する業者も現われたが（そ

の時期は多くは昭和五〇年春から秋にかけて）、被告はかかる業者に対してはその都度厳しく抗議しており、抗議を受けた業者のほとんどは自己の非を認め、被告らに対し書面で謝罪の意を表明し、本件表示の使用を中止している。被告が原告およびその取引先であるダイエーに対し請求原因２（一）ないし（三）の行為をした時期も同じ頃であり（昭和五〇年秋）、その行為の趣旨も右一連の抗議の一環としてなされたものにほかならなかった。

以上の事実が認められ、この認定を左右するに足る証拠はない。

４　そこで、以上に認定した１ないし３の事実に基づき、はたして原告の本件ロッソカーの販売行為が不正競争防止法一条一項一号及び二号に該当するか否かを検討する。

（一）　まず、本件表示が同項一号の「他人ノ商品タルコトヲ示ス表示」及び二号の「他人ノ営業タルコトヲ示ス表示」に当るか否かについて検討する。

右２で認定した事実によれば、本件表示は第一義的には、米国のNFL加盟チームのいわゆるサービス・マークであつて、同チームの営業たることを示す表示にほかならないことは原告所論のとおりである。しかし、本件においては、本件表示が単に右のような原初的な意味だけではなく、これを超えてさらに別の機能と意味を有するようになってきていることを看過することはできない。すなわち、本件においては、前記認定事実によつて明らかとなり、被告がいち早く近時の日本におけるアメリカン・フットボールに対する関心の増大に着目し、その人気を背景とする本件表示のもつ顧客吸引力、すなわちアメリカン・フットボール・ゲームのすさまじいまでのスリルと、肉体と肉体の激突という魅力を連想する男らしさ、かつこの良さといったイメージを商品化しようとして、昭和四八年一〇月二日付のNFLPとの契約に基づき、NFLPより日本における唯一の本件表示使用権者として特に指定された商品に付けて商品化する権利及び第三者に再使用せしめる権利を取得し、直ちに被告とNFLPとが業務提携して本件表示の商品化事業を企画することになった旨の発表を大々的に行い、やがて翌四九年当初からは一業種一社と定めて業者を選択して再使用権者となし、厳しい品質管理を通じて本件表示の同一性と品質の良質化を維持するように努め、広告宣伝に力を注いだ結果、わが国において、遅くとも昭和五〇年初め頃以降は、商品に付された本件表示は単なる米国のプロフットボールチームを示すマークまたは柄模様の域を脱して一定の出所識別機能、品質保証機能をもつに至り、本件表示を付した商品はNFLPと被告を軸とする特定の再使用権者グループの商品であるとの認識が少くとも一般消費者大衆に対する広告宣伝を必要とするような業界内においてはすでに確立したものと解するのが相当である。そうすると、本件表示は、原告にとつて、叙上のような趣旨において同項一号の「他人ノ商品タルコトヲ示ス表示」に当るといことができる。

また、同様の趣旨において、本件表示は遅くとも昭和五〇年初め頃以降いわゆるサービス・マークとしてNFLPと被告を軸とする再使用権者グループの商品化事業を示す表示であるとの認識もまた確立したものと解するのが相当である。そうすると、原告にとつて、本件表示は同項二号の「他人ノ営業タルコトヲ示ス表示」にも当るといことができる。

原告の主張によれば、米国のプロフットボール・チームのマークは、中間で誰がどのような意味付けをし、また宣伝をしたとしても、あくまで右チームのマークであることに変わりはないというのであり、右の主張がその限りににおいて一応首肯できるものであることは先に説示したとおりである。しかし、一般に営業活動上の表示はその使用者の使用法、宣伝活動如何により、またその時代の社会経済情勢の変化等に伴つて、あらたな意義を附加されることのあることは経験則に照らしてみやすい道理である。本件表示についても、先に説示したとおり、被告がわが国における一般大衆のフットボールに対する急激な人気高揚を背景として、NFLPから契約に基づき適法に本件表示の再使用権を取得したうえ、その使用法を厳重に管理統制し、宣伝活動をした結果、本件表示は前記第一義的な意味とは別にあらたに右被告およびその再使用権者らの商品および営業たることを示す表示として出所識別機能ひいては品質保証機能をもつにいたつたものであつて、かくして右被告らが取得した本件表示に関して受けるべき一定の保護法益は、原告の前記のような主張だけで左右されるものではない。

また、原告は、被告と各再使用権者との間には利害の全く相対立する商取引の当事者の関係があるにすぎず、各再使用権者相互間は、各自独立の営業をしているだけで企業協同体としての関係はないから、かかるグループを目して同項一号及び二号の「他人」と解することはできない旨主張するが、すでに認定したところに照ら

すと、被告及び再使用権者は本件表示のもつ顧客吸引機能、出所識別機能、品質保証機能を保護発展させる目的において共通の利害関係を有することは明らかであり、一業種一社の原則というの、再使用権者間の対立抗争を避ける手段としてなされていることを合わせ考えると、被告及び再使用権者は右共通の目的のもとに結束する団体と評価することが可能であり、このようなグループであれば、必ずしも一個の企業体といえるような場合でなくとも、同項一号及び二号の「他人」に当たると解する妨げとはならないものというべく、従つて原告のこの点の主張も肯認することができない。

(二) 次に、本件表示が同項一号及び二号の「本法施行ノ地域内ニ於テ広く認識セラルル」表示に当るか否かについて検討する。

前記3で認定した事実によれば、遅くとも昭和五〇年初め頃以降は、日本において大衆向商品を扱っている通常の業者であれば誰でも、本件表示を付した商品を扱っている者及び本件表示を営業表示として使用している者はNFLPと被告又は被告から本件表示につき再使用権を許諾された者であることを知っている状況にあつたと解されるから、本件表示はNFLPと被告を軸とする特定の再使用権者グループの商品ないし営業表示であることが広く認識されているものと解するのが相当であり、従つて、本件表示は同項一号及び二号の「本法施行ノ地域内ニ於テ広く認識セラルル」表示に当るといことができる。

この点に関し原告は、第一に被告とNFLPとの間の契約は許諾期間三年という短期有限の契約であるうえ、第二に被告と被告のいう再使用権者との間の契約は一年という短期有限契約であるから、本件表示が周知著名となるべき道理がない旨主張するが、前掲乙第九六号証によれば、被告とNFLPとの契約期間は当初三年で昭和五一年一〇月一日に期間満了となることになつていたが、その後被告は契約の更新を申出で、昭和五一年四月三日付でさらに三年間の更新がなされており、被告と再使用権者との間の契約も期間一年ではあるが、大部分の会社と毎年契約を更新し、その許諾品目もほとんど減ずることがないことが認められるから、原告の主張はその前提において事実と相違しているばかりか、右に認定判断したとおり、本件表示は現にNFLPと被告を軸とする再使用者グループの商品または営業自体を表示するものであるとの認識は、爆発的ともいえるほど急速に広まり周知されるにいたつたものであるから、原告の前記のような主張はとうてい肯認することができない。

(三) さらに、原告の本件ロツカーが、同項一号の本件表示と「同一若ハ類似ノモノヲ使用シ又ハ之ヲ使用シタル商品」であるか否か、及び二号の本件表示と「同一又ハ類似ノモノヲ使用シテ」いることになるか否かについて検討する。

本件ロツカーの正面及び両側面には、米国のいくつかのアメリカン・フットボール・チームが使用しているヘルメットのマークに相当する図形とそのチーム名が多数千鳥状に配列され全面柄模様となつていることは当事者間に争いがなく、この別紙目録(一)の柄模様と別紙目録(三)の一、二の本件表示とを対比して検討すると、本件ロツカーの柄模様はNFL加盟のアメリカン・プロフットボール・チーム七チーム、すなわちバツファロービルズ、サンジェゴ・チャージャーズ、ピッツブルグ・ステイヤーズ、ニューヨーク・チャイアンツ、セントルイス・カーデナルス、デトロイト・ライオンズ、アトランタ・ファルコンズのヘルメットのマークに相当する図形とその下に当該チームの名称を英大文字で書いたもの多数を千鳥状に配列したもので、一見して本件表示中のそれぞれ該当のチームの名称及びシンボルマークと同一であることが認められる。そうすると、本件ロツカーは本件表示を全面柄模様として使用した商品であるとみることができ、本件表示を単数使用するか複数使用するにかかわらず、本件表示を使用していることにかわりはないと解すべきであるから、本件ロツカーは同項一号の本件表示と「同一若ハ類似ノモノヲ使用シ又ハ之ヲ使用シタル商品」に該当するとともに、二号の本件表示と「同一又ハ類似ノモノヲ使用シテ」いることにもなるといことができる(同項二号の「使用シテ」いるとは、営業表示として使用している場合のみならず、商品の表示として使用している場合をも含むものと解すべきである。)

原告は、本件ロツカーに付しているアメリカン・フットボール・チームのマークは、単なる美的要素としての意匠模様であつて商品の出所識別標識としての意味を有するような商標とはいえないと主張するが、同項一号は、客観的に当該表示と同一もしくは類似のものを使用し又はこれを使用した商品を規制の対象としているのであって、たとえ当該マークが美的要素を含む意匠模様としての価値を有する場合であつても、それがゆえに直ちに商品の出所識別標識としての機能がないと即断で

きないことは明らかであるから、意匠模様と商標が両立しないことを前提とするかのように思われる原告の主張は、主張自体にわかに首肯するところがない。そして、本件においては、本件表示がNFLP及び被告を軸とする再使用権者グループの商品であることを表示またはこれらの者の営業表示として広く認識されるに至つたこと、およびその結果として、本件ロツカーにおけるマークは、原告の主観的意図如何にかかわらず、右ロツカーの出所が前記被告グループであることを示す標識として機能する側面を有すると解されることはすでに説示したとおりである。

(四) さらに、原告が本件ロツカーを製造販売する行為が同項一号の「他人ノ商品ト混同ヲ生ゼシムル行為」及び二号の「他人ノ営業上ノ施設又ハ活動ト混同ヲ生ゼシムル行為」に当るか否かについて検討する。

すでに認定判断したように本件表示を付した商品は、NFLPと被告を軸とする特定の再使用権者グループの商品であるとの認識が広く存在することに徴すると、本件表示と同一の表示を多数柄模様として使用する本件ロツカーも、同じく右再使用権者グループの商品であるとの誤認を生ずることは容易に考えられることであり、従つて原告の右行為は同項一号の「他人ノ商品ト混同ヲ生ゼシムル行為」に当るといふことができる。

また同じように、本件表示はNFLPと被告を軸とする特定の再使用権者グループの営業を表示するとの認識が広く存在することに徴すると、本件表示と同一の表示を多数柄模様として使用する本件ロツカーを製造販売する行為も、同じく右再使用権者グループの営業活動であるとの誤認を生ずることは容易に考えられることであり、従つて原告の右行為は同項二号の「他人ノ営業上ノ施設又ハ活動ト混同ヲ生ゼシムル行為」に当るといふことができる。

原告は、「ニセ物」と呼びうる「ホン物」のロツカーが存在しない以上同項一号の「混同」という事態は生じようがないと主張し、右再使用権者グループに属する者で現在までに本件ロツカーのようなビニールシートで被覆したロツカーを販売している者がいないことは当事者間にも争いがない。しかし、同項一号の「混同」を生ずる場合とは、他人の商品と現実に店頭で取違えるおそれのある場合のみならず、商品主体または商品の出所を誤認するおそれがある場合をも含む趣旨であると解するのが相当であるし、前掲乙第四八号証によれば、すでに被告を軸とする再使用権者グループの一社であるヤマト化学工業株式会社（別紙目録（四）の一九欄参照）においてビニールロツカーについて本件表示の再使用を認めることを決定していること、そもそも本件紛争の発端は同社がダイエーの東京赤羽店で本件ロツカーが売り出されているのを発見し、将来の自社製品との混同をおそれたことにあつたことが認められる。従つてこの点についての原告の主張も肯認することができない。

(五) さらに、原告が本件ロツカーを製造販売することにより被告が不正競争防止法一条一項柱書の「営業上ノ利益ヲ害セラルル虞アル」場合に当るか否かについて検討する。

前記3において認定判断したように、被告の本件表示に関する商品化事業は、一業種一社を原則として再使用権者を慎重に検討して選択し、厳格な品質管理を行うことによつて本件表示を付した商品は特に優れた品質を有する商品として保証するとの意味を獲得すべく努力していることが窺われるから、その管理統制の及ばない原告のような業者が現われると、それだけで管理が乱れ、内部の再使用権者に対する統制が崩れるおそれがあるとともに、厳格な品質管理に服さない粗悪品が出廻り、ひいては本件表示の品質保証機能が害されるおそれが生ずることは明らかである。また、本件表示はアメリカン・フットボールのイメージを連想せしめることによる顧客吸引力を有していることをもすでに説示したとおりであるところ、原告のように本件表示と同一の表示を付した商品を販売する者が多数現われれば、それだけ本件表示の持つイメージは希薄となつて顧客吸引力が弱まり、再使用権者グループの商品の売上げは減少し、ひいては被告の営業上の利益が害されるおそれがあることは明らかである。従つて原告の本件ロツカーの製造販売の行為は、同項柱書の被告の「営業上ノ利益ヲ害セラルル虞アル」ものに当るといふことができる。

原告は、仮に「商品の混同」の事態が生じているとしても、それは第三者たる「再使用権者」と原告との間の問題であり、「商品の混同」の被害者は、その第三者であつて被告自身ではない旨主張するが、本件において混同の被害を受ける「他人」とは被告及びその統制に服する再使用権者のグループであると解すべきことは先に説示したとおりであるから、再使用権者は所論に関する限り必ずしも第三者とはいえないのであり、被告自身その営業上の利益を害せられるおそれのあること



明らかであって、いずれにせよ原告の右主張は肯認することができない。  
5 ところで、原告は、以上のほか本件における原告の基本的な見解として、被告がアメリカ人との一私的契約によつて本件表示の商品化権なるものを取得したと称し、右表示の使用につき強大な独占権を行使し、暴利を得るがごときことはわが国の法制下では到底認容できない旨主張しているけれども、被告は、特段本件においていわゆる商品化権なる権利に基づいて差止請求権の行使ができると主張しているものではなく、不正競争防止法一条一項一号及び二号をその根拠条文として右のような主張をしているのであるから、原告の前記主張自体その前提を誤つていうほかない。また、被告については、1ないし4において認定判断したとおり同項一号及び二号適用のための要件はすべて満たされているのであつて、私的契約によつて得た強大な独占権に基づいて原告に対する差止請求をなすことが肯認されるわけではない（なお、原告の本件ロツカーの製造販売行為は、パリ条約一〇条の二（2）（3）1所定の商業上の公正な慣習に反する不正競争行為に該当すると解され、これによつて営業上の利益を害されるおそれのある者は法的に保護されるのが相当であると考えられる点も参照。）。

してみると、原告の前記主張もまた理由がない。

三 以上のとおりであるから、被告は原告に対し原告が行う本件ロツカーの製造販売行為につき不正競争防止法一条一項一号及び二号に基づく差止請求権を有するものといふことができる。また被告が原告の右行為が同項一号又は二号に該当する不正競争行為である旨を原告及び原告の本件ロツカーの販売取引先に告げてその製造販売行為の停止、製品の廃棄を求めることは、被告の営業上の利益を守るための正当な行為であつて、虚偽の事実を陳述流布するものではないといわなければならない、従つて被告の右行為は同項六号の行為には当たらない。

また、それゆゑ、請求原因2（一）ないし（三）記載の被告の行為は、特段不法行為といえないものであり、同3記載の被告のした仮処分の執行も特段不当な執行とはいえないものである。

四 よつて、原告の本訴請求はその余の判断をするまでもなく、すべてその理由がないのでこれを棄却し、訴訟費用の負担につき民訴法八九条の規定を適用して主文のとおり判決する。

（裁判官 畑郁夫 小倉顕 中田忠男）

別紙目録（一）

<12083-001>

<12083-002>

別紙目録（一）の物件の説明書

写真が示すように、アメリカン・フットボール・チームのマークであるヘルメットを図案化したものの内部に種々独自の図形ないし文字を描いたものとその下にチーム名を英語大文字で記載したものの多数個を、全面に千鳥状に配列印刷したビニール製シートをもつて、組立棚枠の正面および両側面を被覆してなる箱状の組立ロツカー

別紙目録（二）

謝罪広告

弊社儀、貴社が、去る昭和五〇年秋、アメリカン・フットボール・チームのマークを全面模様として表わしたロツカーを発売された際、その製造、販売を差止める正権原が弊社になかつたにも拘らず貴社の販売取引先に対し、右ロツカーの販売取引をしないよう申入れてその販売取扱いを中止させ、貴社の営業を妨害いたしましたことは誠に申し訳なく、ここに陳謝の意を表します。

東京都中央区<以下略>

ソニー企業株式会社

代表者 【B】

小松市<以下略>

丸竹商事株式会社

代表者 【C】殿

標題文字と双方の会社名とは四号活字、その他は五号活字とすること。

別紙目録（三）の一

<12083-003>

別紙目録（三）の二

<12083-004>

別紙目録（四）

< 1 2 0 8 3 - 0 0 5 >

< 1 2 0 8 3 - 0 0 6 >