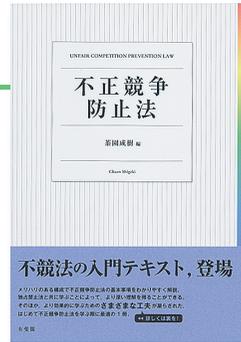


# 不正競争防止法

茶園成樹 編

2015年4月発売 / 226頁 / 本体2400円＋税  
A5判 / 並製



編集  
担当者  
から

憲法、民法、刑法等の主要科目は十分勉強した、大学で著作権法や特許法の授業をとった、という方でも不正競争防止法について学習されたことのある方は少ないと思います。

しかしながらテレビや新聞で不競法に関するニュースを見ることがしばしばあるように、不競法は実社会では大変重要な法律となっています。

本書はそうした実社会における不競法の用いられ方を、豊富なケースを用いることで具体的に学べるよう配慮されております。また節ごとにそこで学ぶ事項を端的に示したPOINT欄を置き、学習の効果を高めることを可能としています（読み終わった後の復習にもご活用いただけます）。

ところで2020年の東京オリンピック・パラリンピックのロゴを巡って大変過熱した報道があったことは記憶に新しいでしょう。これは不競法上問題になるでしょうか（たとえば本書の「周知性」の項目をご参照ください）。不競法にまつわる問題は常に私たちの周りで起こり続けています。ぜひとも本書を活用していただき、不競法の理解を深めていただければ幸いです。（井植）

## Point!



具体的にイメージをもって学べます。

第2章 不正競争行為

うな者であるかは、すべての不正競争行為に共通するものではないので、本章各節において述べる<sup>10)</sup>。

### 第2節 周知な商品等表示主体の混同行為

**POINT**

- ◆ 2条1項1号は、他人の周知な商品等表示と同一・類似の商品等表示を借用して、他人の商品・営業と混同を生じさせる行為を不正競争行為と定めている。
- ◆ 周知等表示とは、ある事業者の商標・営業と他の事業者のそれとを識別する表示である。
- ◆ 混同とは、商品・営業の出所に関する誤認を指し、狭義の混同のほか、広義の混同も含まれる。
- ◆ 1号の不正競争行為に関する適用除外として、商標各種の使用、自己の氏名の借用及び先使用が定められている。
- ◆ 1号に基づき差止め等を請求することが出来る者は、「他人」すなわち周知等表示主体であるとするのが通説的見解である。

第2節 周知な商品等表示主体の混同行為

品・営業と混同を生じさせる行為（周知な商品等表示主体の混同行為）は、不正競争行為に該当する（2条1項1号）。旧法では、1条1項1号に他人の商品と混同させる行為が、同項2号に他人の営業と混同させる行為が規定されていたが、平成5年の全面改正により、本号に一本化された。

他人の周知な商品等表示と同一・類似の表示（以下、同じ「類似表示」という）。当該他人に無断で使用して、需要者に商品・営業の混同を生じさせる行為が行われると、当該他人は、その営業努力によって獲得した、その商品等表示に付与された営業上の信用がただかりされて、顧客を奪われ、また類似表示使用者の商品・営業の質が劣悪なものであれば、営業上の信用が損なわれることになる。1号は、このような行為を防止して、周知な商品等表示に付与された営業上の信用を保護するとともに、公正な競争を確保しようとするものである。

1号の不正競争行為が行われても、19条1項1号-3号に規定される普通名称等の使用、自己の氏名の使用又は先使用に該当する場合には、差止め請求や損害賠償請求、刑事罰に關する規定は適用される。

1号に基づき差止め、損害賠償を請求することができる者については、「他人」すなわち周知な商品等表示主体がこれに当たるとは明らかであるが、請求権者が「他人」に限られるかどうかについては論議がある。

以下では、1号の要件として、商品等表示、周知性、他人性、類似性、混同、規制対象行為について説明し、その後、適用除外、請求権者について述べる。

### 1 概説

他人の周知な商品等表示と同一・類似の商品等表示を使用して、他人の商品・営業と混同を生じさせる行為（周知な商品等表示主体の混同行為）は、不正競争行為に該当する（2条1項1号）。旧法では、1条1項1号に他人の商品と混同させる行為が、同項2号に他人の営業と混同させる行為が規定されていたが、平成5年の全面改正により、本号に一本化された。

他人の周知な商品等表示と同一・類似の表示（以下、同じ「類似表示」という）。当該他人に無断で使用して、需要者に商品・営業の混同を生じさせる行為が行われると、当該他人は、その営業努力によって獲得した、その商品等表示に付与された営業上の信用がただかりされて、顧客を奪われ、また類似表示使用者の商品・営業の質が劣悪なものであれば、営業上の信用が損なわれることになる。1号は、このような行為を防止して、周知な商品等表示に付与された営業上の信用を保護するとともに、公正な競争を確保しようとするものである。

### 2 商品等表示

**CASE 2-1]** Xは、かに料理店を営み、関西地方及び東海地方に多くの店舗を有している。Xの店舗の正面には、松茸が目を付けた大きな鮎と鰻魚が配列されている。Yは、Xと同様に、かに料理店を営み、その店舗の正面に、鮎に類似した看板を掲げている。Yの行為は1号の不正競争行為となるか。この場合、Yの店舗が、名古屋市内に所在する場合と、札幌市内に所在する場合で違いはあるか。

12) 営業の場合には、「出所」の表現は適切ではないが、以下では、営業の主体という意味で、営業の出所という表現を用いる。

Nov. 2015 No.422 | 法学教室 | 133