

第54回判決研究会

平成6年6月15日

担当 弁理士 小 谷 武

研究テーマ：SEA BREEZE事件「商品表示」

- * 東京地裁 昭和62年(ワ)第11044号
- * 平成6年年4月8日判決
- * 不正競争行為等差止請求事件
- * 適用条文 不正競争防止法1条1項1項

【当事者】

- 〔原告〕 ブリストル・マイヤーズ・スクイブ株式会社
- 〔被告〕 インターナショナル・トイレットリース株式会社
株式会社ギンビ
株式会社日本シーランド
株式会社日本シーブリーズ

【事件の概要】

〔1〕原告の商品表示の周知性

原告は、昭和56年10月以来、旧ブリストル・マイヤーズ株式会社（平成2年10月吸収合併）を通じて薬用ローション「シーブリーズ・アンティセプティック」を製造販売している。原告商標の容器は、3回変更している。原告容器の代表的な表示は別紙（第3容器）の通り。

昭和56年10月からは全国の理美容院や小売店のポスター、パンフレットを、昭和57年5月からは全国版の雑誌に、昭和58年6月からは全国ネットのテレビ放送など、さまざまな宣伝広告活動を行なっている。

昭和57年の販売数量は147万本（約7億8700万円）、昭和60年は335万本（約18億5200万円）である。

従って、昭和60年末までには、原告容器は原告商品を表示するものとして取引業者のみならず一般需要者に広く知られるようになり（商品表示の周知性）、また「SEA BREEZE」の文字、「シーブリーズ」の称呼及び帆のマークは原告の営業表示として広く認識されるようになった（営業表示の周知性）。

〔2〕被告商品の製造販売

被告ギンビと被告日本シーランドは、昭和61年6月1日から薬用ローション「SEA LAND」の販売を開始した。被告インターナショナル・トイレットリースは、被告シーランドの委託により被告商品を製造している。被告商品の容器は3回変更している。被告容器の代表的な表示は別紙（イ号容器）の通り。

〔3〕原告の主張：容器の類似性

- (1) ほぼ同一形状のキャップ（容器の形状）
- (2) 縦横比は若干異なるが、純白色の円筒型ポリ容器（容器の形状、大きさ）
- (3) 容器上部に青色の同一文字「FOR PROFESSIONAL & FAMILY USE」、その下に青色の「薬用ローション」を含む文字、その下の大きな余白、中央部の縦長方向の青色地の白抜きの図形とその左下の青色または淡緑色（ないしは銀色）で太字二段の英文商品名、その下の青色の英文字「ANTISEPTIC」、少し余白を置いて青色の英文字「SKIN AND SCALP」、その下の容量等の表示（文字の色調、書体、文言、レイアウト）、
- (4) 以上が純白色地に余白の多い構成（レイアウト）
- (5) 青色と淡緑色を基調としている（文字の色調）
- (6) 上段から下段まで並行して整然と配列されている（全体のレイアウト）。

〔4〕原告の主張：表示要部の類似性

【共通点】

- (1) 文字・図形が三層構成
 - (2) 上層では、青色縦長方向の図形に白抜きの図形とその左横に「SEA」の文字
 - (3) 中層では、「SEA」と同一書体の英文字
 - (4) 下層では、やや小さく細くした「ANTISEPTIC」の文字
 - (5) 周辺に十分な白色の余白
- のように、取引者、需要者に及ぼす印象、記憶を構成する主要な表示の特徴において共通しているので、

【相違点】

- (1) 白抜きの図形が帆と星
 - (2) 中層の文字が「BREEZE」と「LAND」
- で相違しているが、異なる時期と場所において観察する（離隔的観察）と、取引者、需要者の印象、記憶はほぼ同一であると考えられ、極めて類似している。

〔5〕被告の反論

(1) 原告容器の商品表示性

原告商品と同種薬用ローションの容器の殆どが上部にプッシュアップ式のキャップを有する円筒型の白色のポリ容器を用いて居り、そのサイズも一見して差異を感じさせるほどの違いはない。

原告商品の容器自体の形状、色彩、寸法、材質のいずれをとっても、他の競業者のそれと出所を識別できるだけの特徴はない。

従って、原告商品の形状、色彩、寸法、材質には自他商品識別力はない。

(2) 原告容器の周知性

短い期間に何回も変更され、また多種平行して使用されているから、これが原告の商品表示として需要者に広く認識されていることはあり得ない。

(3) 容器の類似性

原告が挙げる相違点の他に、

- ① 白抜きを図形が帆と星であること
- ② 中層の文字が「BREEZE」と「LAND」であること
- ③ 原告容器の「SEA BREEZE」が青色であるのに対し、被告の口号及びハ号容器では銀色であること、
- ④ 下層の文字が、原告容器では「ANTISEPTIC」であるのに対し、ハ号容器は「MEDICAL LOTION」であること

が相違し、これらの相違点を併せ考察すると、原告指摘の共通点にかかわらず、両表示を別個のものと観念させるに十分であり、両表示は類似しない。

(4) 容器の誤認混同

被告商品の販売先は、専ら美容院、理容室、またはこれらへの卸売業者であり、直接一般消費者への販売が予定される小売店には販売されていない。

薬品や化粧品の取引業者や美容師、理容師らが持つ専門的知識をもってすれば、原告商品と被告商品との区別は容易である。

これらを通じて一般消費者が商品を購入する場合、美容師等のアドバイスに基づいて購入するので、被告商品と原告商品とが誤認混同されるおそれはない。

〔6〕被告らの権利濫用の抗弁

被告ギンビは、原告商品を昭和44年から昭和56年9月まで総販売代理店として美理容師向けに販売してきたが、販売に当たりギンビの約150の代理店とその傘下の1万5000軒の店舗数を活用し、また契約金システムの導入や加盟代理店・美容室への限定販売、原告商品の使用方法の指導教授、理美容業界への大々的な宣伝広告活動の結果、米国シーブリーズ社が予想する以上の売上げを確保するようになり、原告商品がトイレットリー業界において一定の地位を占めるに至ったのは、被告ギンビの長年による努力の結果であり、原告主張の周知性の基礎は、被告ギンビが作り上げたものである。

これに対して原告は、「ギンビのシーブリーズ」「シーブリーズのギンビ」という定評ができ上がってから商品の取り扱いを開始したのであり、しかもそれは原告グループが米国シーブリーズ社を買収してからのことであり、その後の昭和56年10月1日からは、被告ギンビは総販売代理店から単なる代理店のひとつとして販売のみを行なうようになった。

そして原告は、一般消費者向けへの商品販売を開始し、ギンビが開拓した取引先へ直接販売するなど契約違反を犯したり、スーパー、ディスカウントストアなどへ破格の安値で卸してギンビの販売に壊滅的な打撃を与えるなど背信的な行為を行なって、ギンビを原告商品の販売から余儀なく撤退させ、ギンビらの長年の営業活動の成果に只乗りした。

このような原告の行為は、信義則に反し、商業道徳に反するものであるので、原告の請求は権利の濫用として、棄却されるべきである。

【裁判所の判断】

〔1〕原告商品の特徴と周知性

原告商品には、他社同種製品には見られない次のような特徴が認められる。

- (1) キャップを上部に有する白色の円筒形の容器であって
- (2) 余白の多い構成で、
- (3) 文字はすべて横書きで、
- (4) 文字の色彩は基調として青色が用いられ、
- (5) 容器正面部の表示が上部、中央部、下部に分けられ、
- (6) 容器上部には「FOR PROFESSIONAL & FAMILY USE」の文字と「薬用ローション」を含む表示が記載され、
- (7) その下のやや間隔のあいた容器中央部には縦長方形の青色地に白抜きの帆のマークと「SEA BREEZE」の太文字が、
- (8) その下には「ANTISEPTIC」と「SKIN AND SCALP」の文字が記載され、
- (9) 容器下部には英字による成分、容量、会社名の表示が記載されている。

これらの特徴は、昭和60年末頃には、原告商品を示す表示として広く認識されていた。

昭和60年夏に行なわれた調査によると、全身ローション5銘柄の中の知名度は、「ジョンソンベビーローション」や「ビオレUフレッシュローション」に次ぐものであって、男女とも半数値が認知して居り、特に男性の間では、以上の2銘柄を超えて認知されている。

〔2〕被告商品の形状及び記載（イ号容器について）

- (1) キャップを上部に有する白色の円筒形の容器であって
- (2) 余白の多い構成で、
- (3) 文字はすべて横書きで、
- (4) 文字の色彩は基調として青色が用いられ、
- (5) 正面部には、最上部に「FOR PROFESSIONAL & FAMILY USE」の文字とそのすぐ下に長方形の枠で囲まれた「皮フの清浄・薬用ローション」の文字が記載され、
- (6) その下のやや間隔のあいた容器中央部には、縦長方形の青色地に白抜きで五放射の星の内の右側の四放射部の図形が、長方形の左外側の白地に青色で星の左側の一放射部分に相当する三角形の図形がそれぞれ記載され、
- (7) その長方形図形の左横と下部に商品名の「SEA LAND」が太文字で記載され、
- (8) そのすぐ下には「ANTISEPTIC」の表示が、やや間隔を置いて「SKIN AND SCALP」の表示が記載され、
- (9) 容器下部には英字による成分、容量、会社名の表示が記載されている。

〔3〕容器の類似性

- (1) 容器中央部の縦長方形の白抜きの図形が帆と星とで異なる点、商品名が「SEA BREEZE」と「SEA LAND」で異なる点を除き、共通している。

(2) 容器包装の類似とは

ところで、不正競争防止法1条1項1号にいう「商品の容器包装」の「類似」は、対比される2つの商品の出所につき混同を生ずるおそれがあるか否かを考慮して決すべきであるが、

- ① 一般需要者は、商品購入の際、過去に購入した商品の容器包装の詳細を記憶しているものではないし、
- ② 2つの商品が常に同じに並べられ、容器包装の細部にわたり比較可能の状態の販売されるわけでもないから、
- ③ 全体的に、離隔的に考慮すべきであって、
- ④ 容器包装の形状・記載等が取引者または需要者に与える印象、記憶、連想等を総合して、
- ⑤ その容器包装のイメージを構成する主要な部分において共通すれば、
- ⑥ その容器包装は、全体として混同されるおそれがあり、類似するものといわなければならない。

(3) 相違点について

本件においては、イ号容器の特徴を構成する主要部分の殆どすべてが原告商品表示と共通しているから、類似するということができる。

商品名の違いや白抜き図形の違いがあるが、

- ① 全体的、離隔的に観察すると、共通する部分が文字・図形の配置、色調等の容器における全体的なイメージを構成する上で重要な働きをするのに対し、
- ② これらの相違点は全体的なイメージを構成するものではなく、細部にわたるものにすぎないというべきである。
- ③ 従って、これらの相違点は類似性の判断に影響を及ぼすものではない。

〔4〕出所混同の可能性

- ① 表示の類似性
- ② 従前の取引関係
- ③ 被告商品の販売に至るまでの経緯
- ④ 市場の競合性
- ⑤ 被告商品の販売方法の事実

によると、被告商品の製造販売行為は、

- ① 原告商品と出所の混同を生ずるおそれがあり、
- ② これにより原告が営業上の利益を害されるおそれがあり、
- ③ 被告等に故意又は過失があった

と認めることができる。

よって、原告の請求のうち、被告らに対し、別紙「商品表示」記載の商品表示の使用等の差止を求める部分は、理由がある。

【検討】

〔1〕不正競争防止法と商標法の関係

*不正競争防止法

具体的、現実的な対応 → 実体的保護

*商標法

登録制度により、予め不正競争を防止する。

実際に不正競争が起きるかは関知しない。 → 形式的保護

◎現実の処理にあたっては、重複しての適用が可能

重複適用の必要性、メリット、デメリットはあるか。

〔2〕不正競争防止法の保護対象

*周知表示に化体した営業上の信用・顧客吸引力

→ フリーライド（寄生行為）からの保護

(1) 取引機会の逸失

(2) 売上げの減少

(3) 名声・信用の毀損

(4) 標識の価値（表示力、広告力）の損傷・減少

*ダイリジョン（混同がなくとも生ずる）

〔3〕不正競争防止法の保護の要件

(1) 周知性

(2) 唯一性（排他性）

(3) 独自性（オリジナリティ）

(4) 優良性

*周知商品の外装、外形などの商品表示 → 特殊性の必要性？

*保護される商品表示には、特別顕著性が必要か？（特殊性との相違）

顕著性がある標章：商標登録の対象

顕著性を欠く標章：不競法の保護があり得る（長崎タンメン事件）。

但し、個別的表示（標章）自体ではなく、

表示の組合せ、レイアウト、色彩、形状、これらの組合せ

*周知性のみにより、保護法益が発生するのか。

*特殊なレイアウトに財産的な価値を認めるべきか。

〔4〕不正競争防止法の適用の限界

*他人の営業活動の自由との調和点（営業権：基本権）

許される表示 ←→ 許容範囲

フェアな模倣：期待可能な混同防止手段の有無

本来の「商標」の役割

* 適用除外例

- (1) 普通名称、慣用表示 (§ 2-1-1)
 - * 記述的標章が含まれるか。
- (2) 自己の氏名の善意使用 (§ 2-1-3)
- (3) 周知以前からの先使用 (§ 2-1-4)
- (4) 工業所有権の行使 (§ 6)
- (5) 専ら技術的機能に由来する形態は保護されるか
 - * 特許制度との関係
 - 伝票会計用伝票事件(東高 S.58.11.15. 無体集15.3.720頁 他)
 - 組立式押入タンスセット事件(東地 S.41.11.22. 判例時報476号45頁 他)
 - 香取線香燻し器事件(大高 S55.5.20. 特許と企業 140号 67頁)
- (6) 商品の通常の形態
 - 創作性を欠き、ありふれた形状からなる形態
 - 意匠登録の対象にならないものまで保護する必要性?

[5] 出所の混同

- * 商標に明瞭な相違があっても混同は生ずるか。
- * 商標も周知表示の一部と考えるか。
- * 商標を変えれば、周知の商品形態を利用しても良いか。

[6] 参考事件

- (1) ギャバンスパイイス事件(大高 S55.4.18. 特許と企業 140号 63頁)
- (2) バイトセブン事件(大高S.43.12.13. 判例時報564号 85頁)

正面

