

第51回判決研究会

平成6年3月16日

担当 弁理士 小 谷 武

研究テーマ(1) : STP事件「商品の小分け」

- * 大阪地裁 昭和51年(ヨ)第2469号
- * 昭和51年8月4日決定
- * 商標権侵害仮処分事件
- * 無体集8巻2号324頁

【当事者】

- 〔債権者〕 エス・ティー・ピー・コーポレーション (商標権者)
- 〔債務者〕 ナショナル商事株式会社
関西製罐株式会社

【事件の概要】

〔1〕 本件登録商標

- 商 標 : STP (ロゴ)
- 登録番号 : 第1057982号
- 商品区分 : 第5類
- 指定商品 : 燃料、工業用油、工業用油脂、ろう、高級脂肪酸

〔2〕 債務者の行為

債権者STP社は、商品「オイルトリートメント」を、本件登録商標を付した10オンス缶に入れ、国内販売店であるSTP特殊化学製品元売協同組合に販売している。

債務者ナショナル商事は、缶底部の製造時期の表示など2点を除き、前記缶と同一の外観を有する10オンス缶の製造を債務者関西製罐に依頼し、関西製罐はこれを製造し、ナショナル商事に引き渡した。

ナショナル商事は、真正商品を輸入している三倉商事(株)から、本件登録商標を付したドラム缶入り「オイルトリートメント」を買受け、前記10オンス缶に小分けし、販売している。

〔3〕 商標権侵害に対する債務者の反論

① 本件商品は、債権者自身によって製造され、かつ同人自身によって適法に本件登録商標が付され、その意思に基づいて流通に付されたものであり、債務者らは、これを通常の商取引ルートを経て購入したいわゆる真正商品である。

② 本件登録商標は、日本国内においては、債権者の生産に係るものであるとする生産源を示す商標として認識され、内国の販売源を示す商標としては認識されていない。

③ 債務者らが、大型容器の商品を小型容器に小分けする際に大型容器に付されている本件登録商標と同一のものを小型容器に付したとしても、それは容器に収容している商品の生産源を継続して表示しているに過ぎず、なんら本件登録商標の商標権を侵害するものではない。

④本件商品は、性質上一度に多量に売られるものであるから、当然流通の過程のいずれかにおいて、ドラム缶から小分けして販売されることが予定されている。

その際、もし大型容器に付せられた商標を小型容器に付してはならないとすれば、他の商標を付して販売しなければならないことになり、商品は同一でありながら商標の同一性が失われ、市場混乱の原因となる。

【裁判所の判断】

①登録商標は権利者のみが使用権を有し、第三者がこれを使用できないことが法により保障され、はじめて出所表示機能あるいは生産源を示すとの機能を発揮できる。

たとえ、真正商品であっても、何人でも自由にこれに登録商標を付し得るとすれば、登録商標に対する信頼の基礎は失われ、登録商標の機能を発揮できないことは明らかである。債務者の主張は、商標法の規定を無視した主張である。

②本件商品は、買取人がこれを小分けして転売することが予想されるとしても、登録商標の法律の性質上、上記の事情から直ちに権利者が上記商品を売却の際、第三者がこれを新たな容器に小分けして、ほしいままに別に作成した登録商標を付すことまで容認したとは到底解することができない。

③債権者は、債務者らの前記行為により、本件登録商標に対する信頼感が害され、混乱を来していることが推認されるので、債務者の前記行為を差止める必要ありと認められる。

研究テーマ（２）：ハイミー事件「商品の再包装」

- * 最高裁 昭和44年(あ)第211号
- * 昭和46年7月20日決定
- * 商標法違反刑事事件
- * 判例時報641号102頁
- * 判例タイムズ266号223頁
- * 判例工業所有権法現行法22第2861の6頁

【当事者】

〔被告人〕 高橋義雄（日本食缶株式会社 代表取締役）
高橋周一（同上千葉営業所 責任者）

【事件の概要】

〔1〕本件登録商標

商 標：ハイ・ミー
登録番号：第663283号
登録日：昭和39年12月18日
商品区分：第31類
指定商品：調味料、香辛料、食用油脂、乳製品

〔2〕罪となるべき事実（被告人らの行為）

一旦パチンコ業者に卸売した味の素株式会社の製造販売に係る調味料「ハイ・ミー」を、パチンコ遊戯業者から買い集め、これを新しい段ボール包装箱に詰め替え、あたかも新品のように装って再びパチンコ業者に卸売して、古物として他に売りさばくよりも有利に処分しようとして共謀し、

①前記千葉営業所において、段ボール箱300個に——それより先右紙箱の上には味の素株式会社の登録商標「ハイ・ミー」が無断に印刷されていたものであるが——右無断印刷の情を知りながら、古い調味料「ハイ・ミー」を詰めて封印を施し、正当の権限なくして指定商品の包装に登録商標を付し、

②同所において、右段ボール箱300個を、正当の権限なくして右中詰めの古い味の素の調味料「ハイ・ミー」を新しいハイ・ミーであるかのように装って、販売する目的で所持し、

以って右味の素株式会社の前記登録商標を侵害した。

〔3〕法令の適用

判示①について、

商標法25条に基づき権限あるもののみがなし得るところの商標法2条3項1号の行為を、正当な権限なくしてなした本来的商標権侵害であり、

判示②について、

商標法37条2号にあたり、いわゆる予備的侵害、間接侵害、ないしみなす侵害であり、

両者は包括して商標法78条に該当する。

〔4〕弁護人の弁疎または主張

①包括一罪と認めるべきではない

②段ボール箱は商品保護用の容器であり包装ではない

③業としてなされたのではない

④所持は販売目的ではなく、リンク目的である

⑤商標が同一または類似しない

⑥取引相手は事実をよく知っているので違法性を欠く

⑦真正な製品を表彰したので商標権を侵害しない。また故意が阻却される

⑧本件行為は商標登録の11日後に過ぎないから、登録商標であることの認識をもたなかったため、故意も違法性もない

【裁判所の判断（弁疎⑦について）】

〔第一審〕

商標法25条により、商標権者は指定商品について、登録商標の専用権を有することが認められて居り、商標権者から使用権の設定を受けていない者が、登録商標を指定商品に使用することが商標権侵害になることは少しも疑いがなく、中味が商標権者の製品であっても、しかも新品であっても、そのことは侵害の成否には少しも関係がない。（控訴審も第一審と同趣旨）

〔最高裁〕

正当な権限がないのに指定商品の包装に登録商標を付したものを販売する目的で所持する場合、その中味が商標権者自身の製品でしかも新品であることは商標法37条2項、78条の罪の成立になんら影響を及ぼさないものであり、次に、特段の美観要素がなく、もっぱら、運搬用商品保護用であるとしても、商品を収容している容器としての段ボール箱は、同法37条2号にいう「商品の容器」にあたり、また、同条項の行為は必ずしも業としてなされることを必要としないというべきである。

【検討】

(1) 商標とは

出所（製造源または販売源）を表示するために、自己が製造または販売する商品に使用するマーク（標識）であり、その構成は商標法2条1項1号の通り。

(2) 商標の機能と登録商標の機能

* 登録商標：商標法3条の要件を満たしている商標
自他商品識別力（特別顕著性）がある商標

① 出所表示機能

同じ商標が付せられた商品は、同じ（一定の）出所（源）の商品であることを表示する機能

② 自他商品識別機能

需要者が、何人かの業務に係る商品であるかを認識することができる機能

③ 品質保証機能

同じ商標が付せられた商品は、常に同じ品質であることを表示する機能

④ 宣伝広告機能

商標を通じて、予め需要者に商品を認識し記憶してもらう機能

(3) 商標権の侵害

* 登録商標の機能の毀損、侵害ととらえる。どの機能が害されたか。

① 出所表示機能の侵害（出所の混同）

* 偽物商品

* 商標を剽奪、削除する行為

* 真正品への無断使用

② 自他商品識別機能の侵害（出所の混同）

* 他社商品に同一または類似商標が使用されている

③ 品質保証機能の侵害

* 偽物商品

* 他社商品への類似商標の使用

* 商品の改造

* 商品の小分け・再包装

【検討】

(1) 商標とは

出所（製造源または販売源）を表示するために、自己が製造または販売する商品に使用するマーク（標識）であり、その構成は商標法2条1項1号の通り。

◎通説は「自他商品識別のため」

- * 識別しようとの積極的な目的意識は不要。
- * 識別できるかどうかという問題とは無関係。
- * 現実に識別できる必要性もない。

(2) 商標の機能と登録商標の機能

* 登録商標：商標法3条の要件を満たしている商標

自他商品識別力（特別顕著性）がある商標

↳商品との相対的な関係。出所混同（類似）の問題ではない。

① 出所表示機能

同じ商標が付せられた商品は、同じ（一定の）出所（源）の商品であることを表示する機能（具体的な業者名を表示する機能ではない）

② 自他商品識別機能

需要者が、何人かの業務に係る商品であるかを認識することができる機能（商標相互の相対的な関係、3条の自他商品識別力とは異なる。）

③ 品質保証機能

同じ商標が付せられた商品は、常に同じ品質であることを表示する機能（品質の善し悪しには無関係、証明標とも別概念）

④ 宣伝広告機能

商標を通じて、予め需要者に商品を認識し記憶してもらう機能
（主要3機能の派生的機能）

(3) 商標権の侵害

* 登録商標の機能の毀損、侵害ととらえる。どの機能が害されたか。

① 出所表示機能の侵害（出所の混同）

- * 偽物商品（商標のみならず、商品も本物らしくしている）
- * 商標を剥奪、削除する行為
- * 真正品への無断使用

② 自他商品識別機能の侵害（出所の混同）

- * 他社商品に同一または類似商標が使用されている

③ 品質保証機能の侵害

- * 偽物商品（物理的には同一の場合もある）
- * 他社商品への類似商標の使用
- * 商品の改造
- * 商品の小分け・再包装

(4) 商標権侵害の態様

① 本来的商標権侵害

* 商標法 25 条：

指定商品について登録商標を専有する権利（専用権の侵害）

* 禁止権の侵害：類似商標、類似商品についての使用（37 条 1 項）

② 予備的侵害・間接侵害・みなし侵害（37 条 2 項～8 項）

- * 目的が構成要件（譲渡・引渡・使用し、させるため）
- * 8 項は、更に「業として」が要件（予備の予備的行為）

【小分け・再包装の問題点】

(1) 商品が真正商品

→→ 出所・品質が同じ。

◆ どの機能を害するか。

(2) 小分け・再包装による品質の変化

→→ 品質保証機能の侵害

* パンホーテンココア事件（福岡高裁 40(う)406 S.41.3.4 判決）

◆ 品質の変化が生じない商品の小分け・再包装の扱いは？

(3) 変質した商品

→→真正商品といえるのか。

◆ 改造の場合との比較。

* 改造商品に商標を残す場合と商標を付けなおす場合との相違。

(4) 無権限の使用

→→出所表示機能の侵害とはいえるのか

◆ 違法に付せられた商標も正しい製造源(出所)を表示している

(5) 本来の商標のを剥奪

→→真正品に他人の商標を付することは、出所表示機能を害さないか。

◆ 出所表示権(?)の侵害

(5) 並行輸入との比較

[並行輸入を認める理由]

① 出所の同一性

② 品質の同一性

③ 需要者に被害がない

④ 商品の選択の範囲が広がる

⑤ 価格競争により、商品が安くなる

[相違点]

① 商品は原形のまま取引される

② 商標を新たに付する行為がない(宣伝広告は侵害しない:定説)

(6) 私見

* 「商品」の捉え方

自己の商品に登録商標を使用する権利

→中味だけの問題ではない

包装のデザイン、材質、大きさなどを商標権者が選択した商品

一旦、小分け・再包装された商品は「自己の商品」ではない → 侵害

* 「品質」の捉え方

広く解する。単なる味だけではなく、(同上)

* 商標権者の責任 → 再包装・小分け業者にはない

→①登録料の支払い、②適正使用(不正使用 § 51 品質誤認の防止)