

# 不正競争防止法2条1項1号における 周知性立証



辻本法律特許事務所  
弁護士 松田 さとみ

## 第1 はじめに

不正競争防止法2条1項1号では、「他人の商品等表示（人の業務に係る氏名、商号、商標、標章、商品の容器若しくは包装その他の商品又は営業を表示するものをいう。以下同じ。）として需要者間に広く認識されているものと同一若しくは類似の商品等表示を使用し、又はその商品等表示を使用した商品を譲渡し、引渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供して、他人の商品又は営業と混同を生じさせる行為」、すなわち周知な商品等表示の混同惹起行為が禁止されている。

同規定の趣旨は、他人の商品等表示として需要者間に広く知られているものと同一又は類似の表示を使用して、その商品又は営業の出所について混同を生じさせる行為を規制することにより、周知な商品等表示に化体された営業上の信用を保護し、もって事業者間の公正な競争を確保しようするものであるとされている<sup>1</sup>。

この「需要者間に広く認識されている」との要件については、登録されていない標章などの商品等表示を保護するものであるから、保護に値する一定の事実状態を形成している場合にはじめて保護の対象とすることが適切であって、かかる観点から周知性要件が設けられており、周知性の判断は、商品・役務の性質・種類、取引態様、需要者層、宣伝活動、表示の内容等の諸般の事情から総合的に判断されるものであるとされている<sup>2</sup>。

では、裁判例では、どのような要素が具体的に主張立証されているか。本稿では、令和元年以降に判決が言い渡された商品形態以外を商品等表示とする裁判例に絞って、周知性立証の観点から検討を加えたい。

1 経済産業省知的財産政策室編「逐条解説不正競争防止法令和6年4月1日施行版」68頁。横山久芳「不正競争防止法2条1項1号における『混同』と『営業上の利益』の関係性」(パテント2023 Vol. 76 No. 12) 44頁では、「1号は、『混同』の防止により事業者の『営業上の利益』の保護を図り、それによって事業者間の公正な競争秩序を維持することを目的とするものと捉えられる」と指摘されている。

2 前掲1・75頁。