

「書籍の題号／形態」不正競争行為差止等請求事件：東京地裁平成 25(ワ)28860・平成 26 年 8 月 29 日（民 29 部）判決〈請求棄却〉

【キーワード】

書籍の題号・形態，書籍の著名な商品等表示の冒用の正否（不競法 2 条 1 項 2 号）

【事案の概要】

1 本件は，原告（A i）が，被告（A ii）が著作し，被告会社（株式会社宝島社）が出版する別紙被告書籍目録記載の書籍（以下「被告書籍」という。）の発行は，原告の著作した別紙原告書籍目録 1 及び別紙原告書籍目録 2 記載の書籍（以下，それぞれ「原告書籍 1」，「原告書籍 2」といい，合わせて「原告書籍」という。）の著名な商品等表示を冒用するものであると主張し，被告らに対し，不正競争防止法 2 条 1 項 2 号，3 条に基づき，被告書籍の製造，販売及び販売のための展示の差止め並びに廃棄を求めるとともに，不正競争防止法 4 条，5 条 1 項に基づき，損害賠償金 3 8 6 万 1 0 0 0 円及びこれに対する不法行為日の後の日である平成 2 5 年 5 月 1 日から支払済みまでの民法所定年 5 分の割合による遅延損害金の連帯支払を求める事案である。

2 前提事実（証拠等を付した以外の事実は争いが無い。）

(1) 原告書籍

原告は，カイロプラクターであり，別紙原告製品目録記載 1 の「Chihiro バンド」と称するゴム製バンド（以下「原告バンド 1」という。）を使用したダイエット法に関する原告書籍 1 「バンド 1 本でやせる！巻くだけダイエット」及び同目録記載 2 の「スーパー Chihiro バンド」と称するゴム製バンド（以下「原告バンド 2」といい，原告バンド 1 と合わせて「原告バンド」という。）を使用したダイエット法に関する原告書籍 2 「スーパー Chihiro バンド 巻くだけダイエット」を著作し，原告書籍 1 については平成 2 1 年 6 月 2 5 日に，原告書籍 2 については平成 2 2 年 3 月 1 0 日に，それぞれ株式会社幻冬舎（以下「幻冬舎」という。）から出版した。

原告書籍 1 には，別紙原告商品等表示目録 1 記載の表示があり，原告書籍 2 には，別紙原告商品等表示目録 2 記載の表示がある。

原告書籍 1，2 の末尾（奥書の次の頁をめくった部分）には，それぞれ原告バンド 1，2 が折り畳んだ状態で付録として添付されている。（以上につき，甲 1，2）

(2) 被告書籍

被告 A ii は，A ii 内科診療所の所長を務める内科医師であり，別紙被告製品目録記載のバンド（以下「被告バンド」という。）を使用したダイエット法に関する被告書籍「お腹が凹む！巻くだけダイエット」を著作し，被告会社か

ら、平成25年4月22日に出版した（奥付の第1刷の表示は平成25年5月18日。甲4，8）。

被告書籍には、別紙被告商品等表示目録記載の表示がある。

被告書籍の末尾（奥書の次の頁をめくった部分）には、被告バンドが折り畳んだ状態で付録として添付されている（甲4）。

3 争点

- (1) 「巻くだけダイエット」の著名表示冒用行為（不正競争防止法2条1項2号）の成否（争点1）
- (2) 折り畳んだバンドを添付する形態の著名表示冒用行為（不正競争防止法2条1項2号）の成否（争点2）
- (3) 差止め・廃棄の必要性（争点3）
- (4) 損害（争点4）

【判 断】

1 争点1（「巻くだけダイエット」の著名表示冒用行為（不正競争防止法2条1項2号）の成否）について

(1) 「商品等表示」とは、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い（不正競争防止法2条1項1号）、自他識別力又は出所表示機能を有するものでなければならないと解される。

書籍の題号は、普通は、出所の識別表示として用いられるものではなく、その書籍の内容を表示するものとして用いられるものである。そして、需要者も、普通の場合は、書籍の題号を、その書籍の内容を表示するものとして認識するが、出所の識別表示としては認識しないものと解される。

もともと、書籍の題号として用いられている表示であっても、使用された結果、需要者が何人かの業務に係る商品又は営業であることを認識することができるような自他識別力又は出所識別機能を備えるに至ったと認められるような特段の事情がある場合については、商品等表示性を認めることができることもあり得ると解される（大阪高裁平成20年（ネ）第1700号・同年10月8日判決〔「時効の管理」事件〕参照）。

(2) 原告による「巻くだけダイエット」の使用について

これを本件についてみると、証拠によれば、原告書籍が出版される前から、「巻くだけダイエット」を題号に用いた乙9書籍「松永式テープ巻くだけダイエット！」（平成15年12月10日発行）が出版されており、同書籍には同題号に付記する形で「各テレビ番組で放映され大反響！」などの記載があること（乙9）、原告は、平成21年6月25日発行の原告書籍1「バンド1本でやせる！ 巻くだけダイエット」を幻冬舎から発行し、題号の主要部として「巻くだけダイエット」の表示を使用し（甲1）、原告書籍1は、平成21年中に45万6874部の売上を記録し（甲5）、平成25年5月30日までに

は累計180万7000部を発行したこと（甲6）、平成22年3月10日発行の原告書籍2「スーパーChihiroバンド 巻くだけダイエット」を幻冬舎から発行し、題号の主要部として「巻くだけダイエット」の表示を使用したこと（甲2）、原告書籍2は、平成25年5月1日までに累計27万部を発行したこと（甲7）、原告書籍の帯に「日本テレビ系「人生が変わる1分間の深イイ話」で大反響！」との記載があること（甲1、2）、平成22年3月29日、大阪新阪急ホテルで「Aiの巻くだけダイエットセミナー」と題するセミナーを開催したこと（甲13）、平成22年5月21日、横浜ベイシェラトンホテル&タワーズで「Ai 巻くだけダイエットセミナー」と題するセミナーを開催したこと（甲14）、平成22年7月に渋谷の美容専門学校で特別ゲスト講師として「巻くだけダイエット」のダイエット法についてのセミナーを実施したこと（甲15）、平成22年10月18日以降、「Aiの健康キレイ塾」と題する携帯電話向け（NTTドコモ、au、ソフトバンク）のウェブサイトを立て、ダイエット法について情報配信をしたこと（甲16。なお、甲16からは、原告がそのウェブサイトで「巻くだけダイエット」という表示を使用したか否かは読み取れない。）、平成22年当時、原告が毎月1回「Aiの健康キレイ塾」と称するセミナーを六本木ヒルズで開催していたこと（甲16。なお、甲16からは、原告がそのセミナーで「巻くだけダイエット」という表示を使用したか否かは読み取れない。）、平成26年5月13日当時、オンラインショッピングサイト「dinos」に、原告が監修する「話題沸騰！「巻くだけダイエット」にチャレンジ！」と題するウェブページが設けられ、原告が考案したダイエット法として「巻くだけダイエット」の内容が紹介されていること（甲17）が認められる。

原告がテレビ出演したことがあることは争いがなく（答弁書2頁）、弁論の全趣旨により、原告が平成21年9月18日及び同年10月23日放送のTBSの「中居正広の金スマ」、同月31日放送の日本テレビの「メレンゲの気持ち」、平成22年1月17日放送のテレビ東京の「ソロモン流」などに出演し、原告の考案したダイエット法「巻くだけダイエット」を紹介したことまでは認められるとしても、その中で「巻くだけダイエット」という表示がどのように使用されたかまで認めるに足りる証拠はない。

なお、原告は、被告書籍発行後の平成25年7月13日、「巻くだけ骨呼吸ダイエット」と題する書籍を株式会社学研パブリッシングから発行した（甲3）。

(3) 以上によれば、被告書籍発行（平成25年4月22日）時点で、原告書籍1は累計180万7000部、原告書籍2は27万部の合計207万7000部が発行され、その題号の主要部として「巻くだけダイエット」の表示が使用されていたところ、原告書籍の題号に接した需要者は、「巻くだけダイエット」という表示は、バンドを「巻くだけ」の「ダイエット」であるという原告書籍の内容を表現したものと認識するにすぎず、それ以上に、同表示を書籍と

いう商品に関して原告を示す商品等表示と認識するものと認めるべき特段の事情があるということとはできず、他に「巻くだけダイエット」という表示が、書籍という商品に関して自他識別性又は出所識別機能を備え、商品等表示性を獲得したと認めるに足りる証拠はない。

(4) 原告が、原告書籍を発行した他に、大阪や横浜で「巻くだけダイエット」という表示を使用してダイエットに関するセミナーを開催し、「ダイエットに関するセミナー」の営業表示として「巻くだけダイエット」を使用していたとしても、そのことをもって、直ちに「巻くだけダイエット」という表示が原告を表示するものとして需要者の間に広く知られていたとは認められず、ましてや需要者の間で著名であったなどとは到底認められない。

(5) 以上によれば、「巻くだけダイエット」という表示が原告の商品等表示として著名であったとは認められないから、その余の点につき判断するまでもなく、被告書籍において原告の著名な商品等表示が冒用されたとは認められない。

2 争点2（折り畳んだバンドを添付する形態の著名表示冒用行為（不正競争防止法2条1項2号）の成否）について

(1) 商品の形態は、商標等と異なり、本来的には商品の出所を表示する目的を有するものではないが、商品の形態自体が特定の出所を表示する二次的意味を有するに至る場合がある。そして、このように商品の形態自体が特定の出所を表示する二次的意味を有し、「商品等表示」に該当するためには、①商品の形態が客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有しており（特別顕著性）、かつ、②その形態が特定の事業者によって長期間独占的に使用され、又は極めて強力な宣伝広告や爆発的な販売実績等により、需要者においてその形態を有する商品が特定の事業者の出所を表示するものとして周知になっていること（周知性）を要すると解するのが相当である（知財高裁平成24年12月26日判決・判時2178号99頁〔眼鏡型ルーペ事件〕）。

(2) これを本件についてみると、ダイエットに使用するバンドを折り畳んだ状態でダイエット本の付録として添付するという書籍の形態は、原告書籍1の発行（平成21年6月25日）前に発行された乙8書籍（平成19年7月9日発行）にも見られた形態である。

原告書籍、被告書籍のバンドが書籍の末尾（奥書の次の頁をめくった部分）に添付されているのに対して、乙8書籍のバンドは第1章と第2章の間（23頁をめくった部分）に添付されているが、これを末尾に持ってきたからといって、原告書籍の上記形態が、客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有しているもの（特別顕著性）とは認められない。

また、原告書籍は、被告書籍の発行時点で合計207万7000部の売上があったが、原告書籍の上記形態が、原告という出所を表示するものとして周知になっていた（周知性）とも認められない。

(3) そうすると、折り畳んだバンドを付録として添付した原告書籍の形態が

原告の商品等表示であるとは認められないから、その余の点につき判断するまでもなく、被告書籍が原告の著名な商品等表示を冒用したとは認められない。

3 結論

以上によれば、その余の争点について判断するまでもなく、原告の請求はいずれも理由がない。

よって、主文のとおり判断する。

【論 説】

1. 書籍自体は商品ではあるけれども、書籍の題号は書籍という著作物の内容の表示であるから、著作物ではない。したがって、他人が著作した書籍に同じ題号が使用されたとしても、著作権侵害にはならない。

しかし、書籍の題号として用いられている表示であっても、「使用された結果、需要者が何人かの業務に係る商品又は営業であることを認識することができるような自他識別力又は出所識別機能を備えるに至ったと認められるような判断の事情がある場合については、商品等表示性を認めることができることもあり得ると解される。」として、本件裁判所は大阪高裁の裁判例を引用している。

ここに「特段の事情」とは、具体的にどのような場合を称しているのが不明であるけれども、商標法的に解するならば、自他書籍（商品）を識別できるだけの創作性の高い題号であって、ある期間、宣伝広告などによって使用されることによって、需要者間に周知かつ著名になった書籍ということになるろう。しかし、そのような書籍は、現実的には稀な事例であろう。

裁判所は、「巻くだけダイエット」という題号表示は、書籍という商品の自他識別力を有して、商品等表示性を獲得したと認められるだけの証拠はないと認定したが、原告としてはどのような内容の証拠を提出することを要求されたのであろうか。

その結果、被告書籍の題号は原告書籍の題号を冒用したとは認められない、と裁判所は判断したが、非常に難しい問題であると思う。

書籍の題号は、書籍の内容を象徴するものであるから、作者はいろいろと知恵をめぐらすところ、本件書籍は医療技術を内容とするものであるから、その題号は自ずから決まったものと思われる。そこが、小説等のフィクションものの題号とは違うといえるから、題号の冒用の有無の判断は、書籍の内容からもよく考えなければならない問題であろう。

2. もう一つの問題は、被告にあっては、原告書籍と同様に、折り畳みバンドを添付した商品形態は、著名表示の冒用行為に該当するか否かである。ここでも裁判所は、知財高裁の裁判例を引用して、商品の形態自体が特定の出所を表示する二次的意味を有し、商品等表示に該当するためには、①商品の形態が客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有していることと、②特定の事業者によつ

て長期間独占的に使用され、又は強力な宣伝広告や爆発的な販売実績等によって、需要者において特定の事業者の出所を表示するものとして周知になっていることを要すること、と説示する。

そこで、本件では原告書籍の形態は、ダイエットに使用するバンドを折り畳んだ状態で、ダイエット本の付録として添付する書籍の形態は、原告書籍1の発行前に発行された書籍(乙8)にも見られた形態であるというが、原告・被告の書籍のバンドは書籍の末尾に添付されているのに対し、乙8は第1章と第2章との間に添付されているのだから、客観的に他の同種商品とは異なる顕著な特徴を有しているとは認められないと認定したが、おかしいと思う。

また、裁判所は、原告書籍の発行部数が、被告書籍の発行時点で、合計207万7000部であったにもかかわらず、これを原告の出所を表示するものとしては周知になっていたとは認められないと認定したが、これもおかしいと思う。

原告書籍と被告書籍との商品形態全体の同一性を考慮すれば、原告書籍の前記発行部数の多さを加味し、不競法2条1項2号の適用は認められると解することは妥当であると思う。その意味では、控訴してもよい事案であるだろう。

[牛木 理一]