

# 同一ブランドに係る内外の営業主体が異なる場合に 並行輸入の抗弁が成立するか

大阪地裁 平成16年11月30日 平成15年(ワ)第11200号  
商標権侵害差止等請求事件（ダンロップ並行輸入事件）  
一部認容，一部棄却

山 田 威 一 郎\*

**抄 録** 本稿で取り上げるダンロップ並行輸入事件は、スポーツ用品のブランドとして著名なダンロップブランドのゴルフ用品を並行輸入する行為が商標権侵害に当たるか否かが争われた事件である。大阪地裁は、並行輸入された被告製品は、真正商品の並行輸入が許容されるための3要件（①真正商品性、②内外権利者の同一性、③品質の同一性）をいずれも満たさないとし、商標権侵害を肯定した。ダンロップブランドは、もともとスポーツ用品およびタイヤに関する英国の著名なブランドであったが、現在では、日本の営業主と海外の営業主が全く別個に営業を展開し、内外権利者の間で資本的、法律的な関係は切断されていることがその主たる理由である。本稿では、本件大阪地裁判決を中心に、真正商品の並行輸入に係る判断枠組、実務上の問題点につき検討を加える。

## 目 次

1. 事案の概要
2. 判決要旨
3. 研 究
  3. 1 フレッドペリー事件の判断枠組
  3. 2 並行輸入3要件のあてはめ
  3. 3 並行輸入3要件の拡大法理，縮小法理
4. まとめ
  4. 1 本判決についての私見と派生問題
  4. 2 海外でのブランド譲渡と本判決の意義

## 1. 事案の概要

(1) 本事件では、並行輸入業者である被告が、マレーシアからダンロップブランドのゴルフ用品を輸入する行為が、原告住友ゴム株式会社保有の「DUNLOP」「MAXFLI」ほか3件の登録商標（以下「ダンロップ商標」という）の商標権侵害に当たるか否かが争われている。

## (2) 日本におけるダンロップブランドの営業主体

原告は、明治42年に、英国ダンロップ社の工場を誘致し、ゴム工場として創業を開始した。その後、大正6年に法人化し、昭和12年には「日本ダンロップ護謨株式会社」と社名変更した。

住友グループ（住友電工株式会社及び住友商事株式会社）は昭和35年に原告に資本参加していたが、同38年、住友電工株式会社が英国ダンロップ社から経営責任を引き受けることとなり、社名も「住友ゴム株式会社」に変更された。

昭和58年8月、原告と英国ダンロップ社は、①原告が日本、台湾、韓国における商標権を英国ダンロップ社から買い取る事、②原告が英国のタイヤ技術中央研究所を買い取るととも

\* 三枝国際特許事務所 弁理士 Ichiro YAMADA

## ※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

に、世界のダンロップタイヤグループに対し技術指導を行うこと、③英国ダンロップの欧州におけるタイヤ業務を原告が引き継ぐこと、等を内容とする合意をし、この合意により、原告は、英国ダンロップ社との人的資本的関係を終了すると同時に、イギリスと西ドイツのダンロップ関連工場を買収経営し、更に世界のダンロップ社（タイヤ関係）に対して技術指導することとなった。

昭和58年当時、ダンロップ商標は、英国ダンロップ社を中心としたダンロップグループの商標として我が国においても著名であった。原告は、当初、ゴルフクラブやテニスラケットを英国ダンロップ社から輸入して販売していたが、徐々に独自にゴルフクラブやテニスラケット等も製造販売するようになった。原告は、ダンロップ商標を譲り受けた後、これを消費者に浸透させるために、毎年40ないし50億円もの費用をかけて広告宣伝活動を行っており、ゴルフクラブの宣伝活動分だけでも毎年5ないし20億円の費用を投入してきた。また、原告はダンロップ商標と併せて、「XXIO」「SRIXON」「HI-BRID」等の独自の商標を使用し、それぞれのブランドに個別のコンセプトを作り上げて商品を開発製造し、販売している。原告独自商標を使用した商品の売行きは好調で、昭和61年には44億円程度であったダンロップブランドのゴルフクラブの売上は、平成7年には137億円、平成15年には163億円にまで伸び、日本国内におけるシェア（金額ベース）は、平成4年当時5%にすぎなかったものが平成14年には15%にまで増加している。

なお、原告は、本件で問題となったゴルフ用品のほか、テニス用品、スカッシュ用品の販売も行っているが、これらの商品はすべて外注で製造しており、欧州等におけるダンロップブランドの主体であるダンロップ・スラゼンガー・グループ・リミテッド社もその委託を受けてい

る。原告はこれらの外注品について、受入検査（数量確認、外観検査、音鳴り検査、ガット穴内目視検査等）により品質管理を行っている。

### (3) 海外におけるダンロップブランドの営業主体

英国ダンロップ社は、タイヤ用品、各種スポーツ用品等の製造販売を行い、我が国においても、原告にタイヤ用品に関する技術援助を行ったり、各種スポーツ用品を輸出したりしていた。英国ダンロップ社及びその関連会社であるダンロップ・ホールディングス・リミテッド社は、我が国においてダンロップ商標の商標権を保有していたが、昭和59年12月、これらを原告に譲渡した。

原告に我が国の商標権が譲渡された後、世界でダンロップ商標を扱う会社はその営業内容において大きく2つに分かれた。1つは、タイヤ部門であり、欧米でタイヤ部門を扱うダンロップ社は原告が買収し、あるいは資金提供することとなった。もう1つは、ゴルフ用品やテニス用品を扱うスポーツ用品部門であり、世界で欧米等、日本等、豪州等の大きく3つに分かれ、それぞれがダンロップ商標を使用した商品の開発製造等を行い、独自に発展していった。

欧州等におけるスポーツ用品部門に関しては、英国のBTRPLC社が、英国ダンロップ社のスポーツ用品販売子会社であるダンロップ・スラゼンガー・インターナショナル・リミテッド社を買収し、平成7年ころ新たに設立したダンロップ・スラゼンガー・グループ・リミテッド社の子会社とした。その後、欧州等におけるスポーツ用品部門に関しては、ダンロップ・スラゼンガー・グループ・リミテッド社がダンロップブランドの主体となってきた。

ダンロップ・スラゼンガー・グループ・リミテッド社はアジア地域にいくつかの支店を置いているが、マレーシアにはダンロップ・スラゼ

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

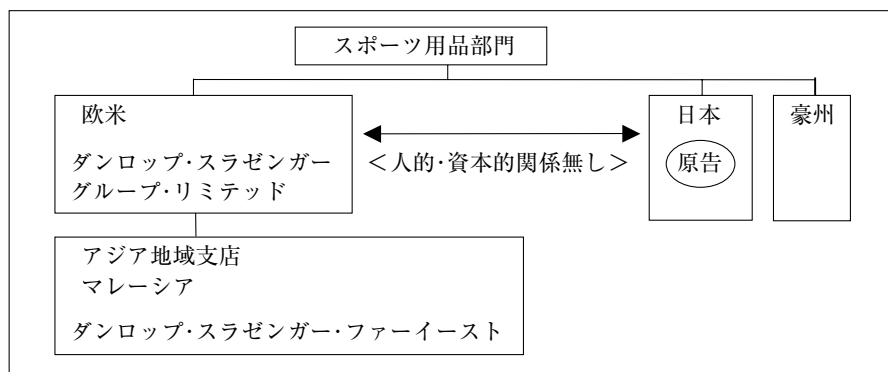


図1 DUNLOP営業主体図 (スポーツ用品部門に関して)

ンガー・ファーイースト社を置いている。

なお、ダンロップ・スラゼンガー・グループ・リミテッド社等と原告の間で人的資本的関係を構築していることをうかがわせる証拠はない。

#### (4) 被告の行為

被告は、ダンロップ商標と同一・類似の商標が付されたゴルフクラブ、キャディーバッグ及びゴルフボール（以下「被告製品」という）を輸入し、日本国内で販売した。

被告製品は、ダンロップ・スラゼンガー・ファーイースト社が製造した製品、又はダンロップ・スラゼンガー・グループ・リミテッド社の関連会社が製造した製品し、ダンロップ・スラゼンガー・ファーイースト社によって商標が付された商品である。

## 2. 判決要旨

本件では、①被告の行為は、実質的に見て真正商品の並行輸入に準じるものとして、違法性が阻却されるか（真正商品の並行輸入の抗弁）、②原告の本件請求は、権利の濫用として許されないか（権利濫用の抗弁）が争点となったが、裁判所は、被告による①②の抗弁を認めず、商標権侵害を肯定した。

### (1) 真正商品の並行輸入の抗弁について

「商標権者以外の者が我が国における商標権の指定商品と同一の商品につき、その登録商標と同一又は類似の商標を付したものを輸入する行為は、許諾を受けない限り、商標権を侵害する（商標法2条3項、25条、37条）。しかし、

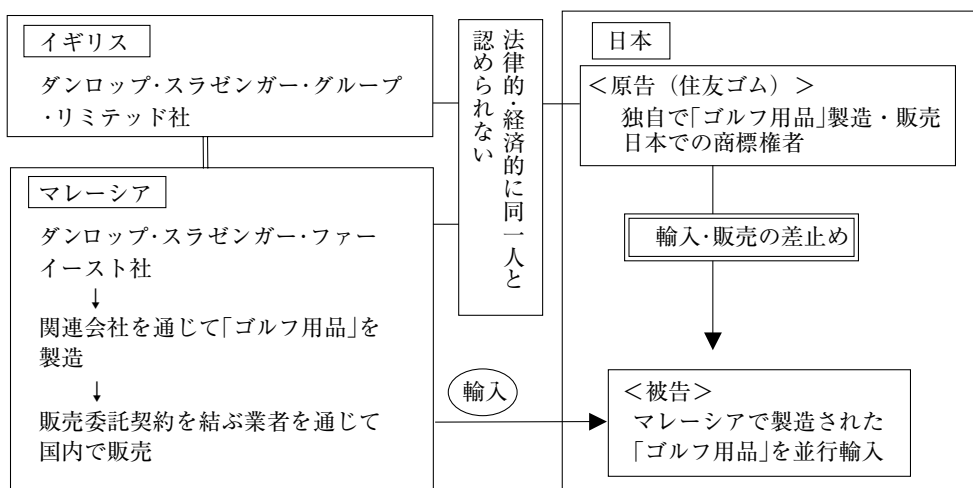


図2 事件の概要図

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

そのような商品の輸入であっても、①当該商標が外国における商標権者又は当該商標権者から使用許諾を受けた者により適法に付されたものであり、②当該外国における商標権者と我が国の商標権者とが同一であるか又は法律的若しくは経済的に同一人と同視し得るような関係があることにより、当該商標が我が国の登録商標と同一の出所を表示するものであって、③我が国の商標権者が直接的に又は間接的に当該商品の品質管理を行い得る立場にあることから、当該商品と我が国の商標権者が登録商標を付した商品とが当該登録商標の保証する品質において実質的に差異がないと評価される場合には、いわゆる真正商品の並行輸入として、商標権侵害としての実質的違法性を欠くものと解するのが相当である（最高裁判所平成15年2月27日第一小法廷判決・民集57巻2号125頁参照）。ただし、商標法は、『商標を保護することにより、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図り、もつて産業の発達に寄与し、あわせて需要者の利益を保護することを目的とする』ものであるところ（同法1条）、上記各要件を満たすいわゆる真正商品の並行輸入は、商標の機能である出所表示機能及び品質保証機能を害することがなく、商標の使用をする者の業務上の信用及び需要者の利益を損なわず、実質的に違法性がないということができるからである。」

被告製品は、ダンロップ商標の欧州における商標権者（一部の商標については商標出願中）であるダンロップ・スラゼンガー・グループ・リミテッド社から使用許諾を受けているダンロップ・スラゼンガー・ファーイースト社によって被告標章が付されたということはできるが、原告とダンロップ・スラゼンガー・ファーイースト社との関係においても、原告とダンロップ・スラゼンガー・グループ・リミテッド社との関係においても、「同一人又は法律的若しくは経済的に同一人と同視し得るような関係があ

るとは認められない。また、原告が直接的に又は間接的に被告製品の品質管理を行い得る立場にはない上、実際にも、被告製品は、原告が国内の需要者に保証しているだけの品質を有していないというべきである。そうすると、本件においては、いわゆる真正商品の並行輸入として、商標権侵害としての実質的な違法性を欠くと判断されるための前記要件を明らかに充足していないといわざるを得ないから、被告の被告製品輸入販売行為が違法性を欠くということは到底できない。」

「これに対し、被告は、本件は厳密な意味での真正商品の並行輸入の問題とは異なるが、実質的にこれに準じるものとして違法性が阻却されるものというべきであり、前記最高裁平成15年2月27日判決の判示するところを本件に形式的に適用するのは誤りであると主張する。しかし、我が国において商標権を有しない者が、我が国における商標権者の許諾を受けずに、当該登録商標の指定商品と同一の商品につき、その登録商標と同一又は類似の商標を付したものを輸入する行為は、当然に商標権を侵害するものであり」、前記の3要件を「充足する場合に初めて、真正商品の並行輸入として商標権侵害の実質的違法性を欠くことになるものというべきである。本件が厳密な意味での真正商品の並行輸入とは異なるものとして、上記の要件のすべてを充足しなくても実質的違法性を欠くという主張は、独自の主張であって採用することができない。」

## (2) 権利濫用の抗弁について

「商標権に基づく権利行使であっても、客観的に公正な競争秩序の維持という商標法の目的の一つに照らし、それが客観的に公正な競争秩序を乱すものと認められる場合には、権利の濫用として許されないと解される。」

被告は、英国ダンロップ社を起源とするダン

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

ロップ商標の著名性に対して、原告が依拠していることをもって、原告の権利行使は権利濫用に当たる旨主張しているが、以下の述べる通り、被告の当該主張は認められない。

「英国ダンロップ社が、我が国、韓国及び台湾における商標権を原告に譲渡し、他の国の同一又は類似の商標の商標権は別の企業に譲渡等したことにより、特にスポーツ用品部門に関しては世界のダンロップグループがいくつかのグループに分かれることとなったものであり、その後、それぞれのグループごとに、独自に商品開発等をしている。特に我が国の場合は、原告が多額の広告宣伝費をかけて消費者にDUNLOP商標等を浸透させると共に、原告独自商標を使用した新製品を開発製造し販売したことによって、現在では、DUNLOP商標やMAXFLI商標は原告を示すものであり、他の国にも同様の商標を保有して営業活動を行っている企業体が存在しているけれども、そのような企業体と原告は別の営業主体であることが取引業者や需要者に認識されるに至っているといえる。したがって、被告が主張するように、原告が原告商標権を英国ダンロップ社から譲り受けてから、もっぱら過去に英国ダンロップ社が築き上げた世界的名声に依拠して、海外のDUNLOP商標及び権利者の業績を自己と一体化して国内消費者にアピールしてきたというような事実関係が存在するとはいえない。」

### 3. 研 究

#### 3. 1 フレッドペリー事件の判断枠組

外国でその国の商標権者もしくはそのライセンスによって適法に商標が付されて製造販売された商品を、内国商標権者らの許諾を受けることなく輸入する行為は、一般に、「真正商品の並行輸入」と呼ばれている。真正商品の並行輸入と商標権侵害の成否の問題に関しては、大

阪地判昭和45年2月27日無体集2巻1号71頁（パーカー事件）が、商標の出所表示機能及び品質保証機能が害されない限り並行輸入は商標権を侵害しないとす、いわゆる商標機能論を採用して以来、その後の裁判例、税関実務は一貫してこれを踏襲してきた。そして、商標権侵害が否定されるための要件としては、パーカー事件判決を受けて出された税関通達（昭和47年8月25日付蔵関1192号）が掲げた、①並行輸入された商品が外国における商標権者、またはそのライセンスによって適法に商標を付されて製造販売された商品であること、②外国の商標権者と内国の商標権者が同一人であること、または同一人と同視されるような特殊な関係にあること、③並行輸入された商品と商標権者が国内で拡布している商品との間に品質の差異がないこと、との3要件が実務における通説的見解となってきた。

かかる裁判例及び税関実務の流れを受けて、最一小判平成15年2月27日民集57巻2号125頁（フレッドペリー事件）は、最高裁として初めて、真正商品の並行輸入につき商標権侵害を否定する判断を示した<sup>1)</sup>。同判決は、並行輸入が商標権侵害としての実質的違法性を欠くための要件として、①当該商標が外国における商標権者又は当該商標権者から使用許諾を受けた者により適法に付されたものであること（真正商品性）、②当該外国における商標権者と我が国の商標権者とが同一人であるか又は法律的若しくは経済的に同一人と同視し得るような関係があることにより、当該商標が我が国の登録商標と同一の出所を表示するものであること（内外権利者の同一性）、③我が国の商標権者が直接的に又は間接的に当該商品の品質管理を行い得る立場にあることから、当該商品と我が国の商標権者が登録商標を付した商品とが当該登録商標の保証する品質において実質的に差異がないと評価されること（品質の同一性）、との3要件

## ※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

(以下、「並行輸入3要件」という)を挙げている。

フレッドベリー事件最高裁判決が掲げた①②③の要件は、従前の裁判例、税関実務で採用されてきた3要件とほぼ重なり合うものであるが、品質の同一性要件に関して、品質管理との観点を強調している点に特徴がある<sup>2)</sup>。従前の裁判例、税関実務の基準によれば、品質の同一性要件は真正品と並行輸入品の品質の客観的同一性を問うものと解されていたのに対し、フレッドベリー事件の枠組では、品質の客観的同一性を検討する前段階として品質管理が及ぶか否かが問題とされることになる。これにより、真正商品の品質管理主体と並行輸入品の品質管理主体が同一視できないような場合(出所の同一性が否定される場合)には、品質が客観的に同一か否かにかかわらず、品質の同一性要件も満たさないことになる。

本判決は、フレッドベリー事件の規範をそのまま引用し、商標権侵害の成否は並行輸入3要件の具備いかんによって判断される旨明示している。

### 3.2 並行輸入3要件のあてはめ

本判決では、原告とダンロップ・スラゼンガー・ファーイースト社との関係においても、原告とダンロップ・スラゼンガー・グループ・リミテッド社との関係においても、「同一人又は法律的若しくは経済的に同一人と同視し得るような関係があるとは認められない。」「原告が直接的に又は間接的に被告製品の品質管理を行い得る立場にはない上、実際にも、被告製品は、原告が国内の需要者に保証しているだけの品質を有していないというべきである。」として、内外権利者の同一性、品質の同一性は認められない(並行輸入3要件のうち②③の要件を充足しない)との判断がなされている。

内外権利者の同一性要件に関して、被告はダ

ンロップ商標の主体は海外のダンロップ社と受け取られていること等を主張したが、裁判所は、原告とダンロップ・スラゼンガー・グループ・リミテッド社は、英国ダンロップ社から商標権の譲渡を受けた後、別個独立に発展し、互いに人的資本的関係を持っていないとして、被告の主張を斥けている。内外権利者の同一性要件に関しては、フレッドベリー事件以前より下級審裁判例の蓄積があるが、従前の裁判例においては、外国における商標権者の総販売代理店であったこと(「法律的に同一人と同視し得る関係」に当たる)や外国における商標権者と資本関係があること(「経済的に同一人と同視し得る関係」に当たる)が要求されている<sup>3)</sup>。本件では、原告とダンロップ・スラゼンガー・ファーイースト社、ダンロップ・スラゼンガー・グループ・リミテッド社との間で代理店関係や資本関係が存在しない以上、従前の裁判例の基準に照らすと、内外権利者の同一性を認めることは困難といわざるを得ない。また、内外権利者の同一性は客観的事実に即して判断すべきものであり、被告の主張するように需要者の認識を判断要素とすることは妥当でない。

また、品質の同一性要件に関して、被告は原告製品と被告製品の品質に差異がないとの主張をしているが、裁判所は「品質に関する要件は、客観的にいかなる品質であるか否かという問題ではなく、我が国の商標権者が直接的に又は間接的に当該商品の品質管理を行うことによって、当該商品の保証する品質に差異がないことをいうのであるから、原告が直接的にも間接的にも品質管理を行うことのできない被告製品については、上記要件を充足する余地はない」と述べ、この点についても被告の主張を斥けている。前述した通り、フレッドベリー事件最高裁判決は品質管理との観点を重視しており、かかる判断は判例理論の当然の帰結であるといえよう。

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

なお、被告は、並行輸入3要件に形式的にあてはめた場合、要件不充足となることを考慮し、本件では厳密な意味での真正商品の並行輸入とは異なるが実質的にこれに準ずるものとして違法性が阻却されるべきとの主張をしているが、裁判所は「かかる主張は被告独自の主張であり採用できない」とし、被告の主張を排斥している。並行輸入の抗弁はあくまで商標権侵害を否定する例外ルールである以上、その適用は限定的に解釈すべきでありむやみに拡張すべきではない。

### 3. 3 並行輸入3要件の拡大法理, 縮小法理

#### 3. 3. 1 独自のグッドウィルの法理

前述した並行輸入3要件を満たす場合、原則として、並行輸入の違法性が阻却されることになるが、並行輸入3要件を満たす場合であっても、国内の商標権者が独自のグッドウィルを形成している場合には、商標権侵害が成立するとする考え方(以下「独自のグッドウィルの法理」という)がある<sup>4)</sup>。大阪地判平成8年5月30日判時1591号99頁(クロコダイル事件)はこの考えを採用し、並行輸入3要件を満たす場合であっても「国内の商標権者が登録商標の宣伝広告活動等によって当該商標について独自のグッドウィルを形成し、当該商標と国外で適法に付された商標の表示し又は保証する出所、品質が異なるものであると認められるときは、前記商標権の機能からして、真正商品の並行輸入として許容されるものではない」旨判示した<sup>5)</sup>。クロコダイル事件は、同一の商標を使用する内国権利者と外国権利者の間で資本的、法律的关系がなく、加えて、日本の商標権者が多大な宣伝広告活動、独自の商品開発を行うことで独自のグッドウィルを形成していたという事案であり、事案としては本件と似通っている。本件では、並行輸入3要件を満たさないことが明らかであったため、独自のグッドウィルの法理に係る判

断はなされていないが、本件においてもかかる理論構成をとることは可能であろう。

#### 3. 3. 2 権利濫用の法理

一方、並行輸入3要件を満たさない場合であっても、商標権者の権利行使が権利濫用(民法1条3項)と評価される場合には権利行使が阻却される。商標法が商標権者に登録商標の独占的使用を認めているのは商標に化体したグッドウィルを保護し、業務上の信用の維持を図るためであるところ、登録商標とグッドウィルの主体が乖離しているにもかかわらず、商標権者が不正の目的で権利行使がなす場合には、権利濫用として権利行使が阻却される可能性があるのである。

並行輸入に対する権利行使が権利濫用と評価された事案としては、大阪地判平成5年2月25日知財集25巻1号56頁(ジミーズ事件)がある。同事件では、商標権者が、登録商標「ジミーズ」と類似する商標「JIMMY'S」が付された商品を輸入していた輸入業者に対して過去に禁止権不行使の契約をしており、現時点で、当該商標が外国拡布者の商標として需要者に認識されていた事案につき、商標権者の権利行使は「本件商標の諸機能を害する行為を継続して利益を得ようとする意図によるものであり、商標法の目的に反し、権利濫用に当たる。」との判断がなされている。

また、並行輸入以外で権利濫用が認められた事案としては、第三者によって未登録商標の業務上の信用が形成されている場合に不正の目的で登録商標を取得して当該第三者に権利行使する類型<sup>6)</sup>や商標の業務上の信用を協力して形成してきた者が、協力関係が終了した後、たまたま登録商標を有していることを希貨として当該相手方に権利行使する類型<sup>7)</sup>等がある。

本件において、被告は、原告の権利行使は権利濫用に当たるとの主張をしており、その論拠

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

として、原告は過去に英国ダンロップ社が築き上げた世界的名声に依拠し、海外のダンロップ商標に関する業績を自己と一体化して消費者にアピールしてきたにもかかわらず、被告に対して権利行使をすることは禁反言の原則に反すること等が挙げられている。

しかしながら、裁判所は、原告は海外のダンロップブランドの著名性に依拠しているとはいえず、むしろ独自のグッドウィルを構築しているとの判断をし、事実認定の点から被告の主張を否定している。権利濫用の抗弁が認められるためには、登録商標とグッドウィルの主体が乖離していることが前提となること、原告に独自のグッドウィルがあるということになれば、権利濫用との主張が認められないのは当然であり、本判決の判断は妥当である。

なお、本件では直接問題とはならないが、仮に原告に独自のグッドウィルが認められず、ダンロップといえば海外のブランドであるとの認識が需要者の間にあるような場合（例えば、英国ダンロップから原告に対し権利譲渡がなされた直後のような場合）であっても、直ちに原告の権利行使が権利濫用に当たるとはいえないことには留意する必要がある。登録商標の主体とグッドウィルの主体が一致しない場合に、権利行使が阻却されることはあり得るとはいつても、それはあくまで権利濫用の枠組によるものであり、権利濫用という以上、権利者に不正の目的があることが必須の要件となると考えるべきである<sup>8)</sup>。

## 4. まとめ

### 4.1 本判決についての私見と派生問題

本件の大阪地裁判決の結論は、フレッドベリー事件で示された並行輸入3要件及び権利濫用に係る従前の裁判例の考え方を前提とすれば、当然の帰結であるといえよう。

この判決によると、我が国の需要者は海外のダンロップブランドの商品を購入する機会が絶たれることになるが、それは商標制度の趣旨から見て、致し方ない事態である。もともと同一の主体に帰属していたブランドであっても、その後、国内外で別個の主体に分属することとなった以上、各々は全く別個のブランドとして把握すべきものだからである。

もっとも、この考えを、被告が海外のテニス用品、スカッシュ用品を輸入した場合にも貫くことができるかどうかについては別途検討する余地があろう。原告は海外のダンロップブランドのテニス用品、スカッシュ用品を一定の品質検査をした上で輸入し、自社ブランドとして販売しているが、仮に、被告が、原告が輸入しているテニス用品と同一のテニス用品を輸入した場合にも本件と同様に並行輸入を否定すべきといえるだろうか。この点、商標権者の品質管理の観点を重視するフレッドベリー事件の判断枠組に従えば、原告の品質検査を経ずに輸入された商品については並行輸入の抗弁は認められないと考えられよう。しかし、かかる結論については、通常の並行輸入が法律上認められることとのバランス上、若干の違和感を感じざるを得ない。

### 4.2 海外でのブランド譲渡と本判決の意義

本判決によると、国際的な営業活動を行っている企業が海外の支社やブランドを売却した場合において、譲受人が海外で販売した商品が我が国に輸入されたときは、我が国の商標権者は商標権侵害に基づきこれを阻止できることになる。これにより、商標権者としては、海外でのブランド売却の影響が日本に及ぶことについて一定の制約を課すことが可能となる。

しかしながら、商標権侵害が認められるためには、内外主体の人的資本的関係の切断されていることが必要であり、海外の営業主体に影響



## ※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

を及ぼしつつ、並行輸入を阻止することは認められない。

また、仮にかかる要件を満たすとしても、国際的なブランド戦略の観点から見て、国内外で同一ブランドが別主体に所属することは望ましくない場合も考えられよう。

今後、国際的な企業買収、ブランド売買が増加していった場合、本件のような紛争が増加していく可能性があるが、企業としては、並行輸入への影響、国際的なブランド戦略への影響等を総合的に勘案した上で、的確なリスク分析をしておくことが重要であろう。

### 注 記

- 1) フレッドベリー事件については、平尾正樹「品質の同一性は真正商品の要件か」(知財管理 Vol.53 No.7 2003)、堀井亜以子「商標品の並行輸入と真正品の要件」(知財管理 Vol.54 No.4 2004)を参照。
- 2) フレッドベリー事件の担当調査官であった高部眞規子判事の解説(ジュリスト No.1251 2003.9.1)では、フレッドベリー事件最高裁判決は、品質の同一性要件につき「米国の品質管理の考え方と同様、品質に対する商標権者のコントロール(品質管理)という観点を強調している」と述べられている。また、土肥一史、大西育子「商標権者の品質管理機能と商標機能論」(知的財産法研究 2004.12 No.132)は、フレッドベリー事件判決では、商標権者の品質管理機能が出所表示機能の判断において考慮されており、「品質管理機能が排除されていないかという観点から商標の出所表示機能の保護について判断すれば、別途、品質保証機能について検討する必要はないと思われる」と述べられている。
- 3) 東京地判昭和48年8月31日無体集5巻2号261頁(マーキュリー事件)では、真正商品の並行輸入が認められるためには、内国商標権者と外国拡布者が法律上(外国における商標権者の代理人たる総販売代理店であるなど)、又は経済的(外国における商標権者とコンツェルン関係に立つなど)に密接な関係が存在することを要した上で、内国商標権者と外国商標権者(ないしその親子会社)との間に過去に代理店契約が

締結されていた事案につき内外権利者の同一性を否定している。経済的な意味での同一性については、東京地判昭和59年12月7日判時1141号143頁(ラコステ事件)が外国拡布者が日本の商標権者の100%子会社が47%出資している会社のライセンシーであった事案につき書内外権利者の同一性を認めているのに対し、大阪地判平成2年10月9日判時1392号117頁(ロビンソン事件)は、内国商標権者が通常使用権を設定している会社が外国拡布者の日本総代理店の株式の3割を取得するとともに、当該総代理店と業務提携していた事案につき同一性を否定している。

- 4) 独自のグッドウィルの法理を肯定する見解としては、松尾和子・判例評論・判例時報640号140頁、中山信弘「並行輸入が認められた一事例」村林還暦「判例商標法」770頁等がある。
- 5) クロコダイル事件については辰巳直彦「商標権に基づく商品販売等差止請求において真正商品の並行輸入の主張が排斥された事例」知財管理 Vol.47 No.12 1997 参照。なお、この事件では、独自のグッドウィルの法理を適用すると共に、内外権利者の同一性要件を否定している。
- 6) この類型につき権利濫用の抗弁が認められた事例として、東京地判平成12年3月23日判時1717号132頁(ユベントス事件)がある。同事件では、「Juventus」の商標権を有する原告が、イタリアのプロサッカーチーム「Juventus」からの許諾を受けて、そのオフィシャルグッズの輸入・販売をしている被告に対し、商標権侵害に基づき、商品の輸入・販売の差止めを求めた場合につき、原告の商標は、サッカーチームの名称に由来するといわざるを得ず、原告はこれを知った上でその商標登録出願をしたというべきであること、現在「Juventus」チームの名称が日本国内で広く知られていること等を理由に、原告の権利行使は権利の濫用に当たるとの判断がなされている。なお、この事案では、商標権侵害訴訟と並行して、公序良俗違反(商標法第4条第1項第7号)を理由とした無効審判の請求がなされていたが、無効審判事件に関しては、「Juventus」との名称は本件商標の出願時に著名ではなかったとして公序良俗違反には当たらないとの判断がなされている(東京高判平成11年3月24日判時1683号138頁)。公序良俗違反と権利濫用の関係については拙稿「商標法における公序良俗概念

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

の拡大」知財管理 Vol.51 2001.12参照。

- 7) この類型につき権利濫用が認められた事案としては、東京地判昭和59年5月30日判タ536号398頁（トロイ・ブロス事件）がある。この事件では、米国の会社との間のライセンス契約に基づき我が国で商標登録をしていた商標権者がライセンス契約の終了後に米国の会社からライセンスを受けて商標を使用している者に対して権利行使をした事案につき、権利濫用の抗弁が認められている。
- 8) 学説では、権利主体の同一性要件につき、「内国商標権者が外国拡布者から輸入した商品にのみ商標をしているにすぎないとか、商標が世界的に著名である等のために、商標が識別する出所が我が国の関連取引界に知られており、他の出

所を識別する機能を全く果たしていない場合に、別個の者に商標権が帰属していたというような場合にも、日本においてその商標が出所として識別していると認識されている外国拡布者から拡布された商品に対しては、商標権を行使しえないと解すべきである」とする見解（田村善之「商標法概説」409頁）があるが、フレッドペリー事件の最高裁判決は、かかる見解は採用せず、内外権利者の同一性につき、従来の通説に従い、法律的・経済的に同一人と同視し得るかどうかの判断基準をとっている。そのため、判例理論を前提とすれば、登録商標の主体とグッドウィルの主体が分かれている事案については権利濫用の法理で処理せざるを得ない。

（原稿受領日 2005年6月14日）

