

わが国におけるトレードドレス保護の可能性*

～店舗外観の保護を中心として～

石井秀賢（学籍番号 201021730）

研究指導教員：松縄正登

副研究指導教員：村井麻衣子

1. はじめに

近年、企業のブランド価値の創造の重要性が高まる中、店内の内装・外観や店員のユニフォーム等を特徴的にしたりするなど、積極的な消費者への印象付け、並びに自社の商品・サービスを他者から差別化するような新たな取組みが見られるようになってきている。特に店舗外観においては、利用者の目にとまりやすく、その店であると認識しやすくするものであり、特徴的な店舗外観をデザインする企業努力が積極的になされている。

それにもかかわらず、残念なことにわが国では店舗外観を保護するための明文規定はない。こうしたことから、本論では、わが国のトレードドレス保護、とりわけ、店舗外観の保護のあり方について、わが国で実際にあった事件や、海外の動向を踏まえ、その現状を分析するとともに、保護のあり方について検討を加えるものである。

2. アメリカにおけるトレードドレスの保護

アメリカでは、店舗外観をトレードドレス（商品・役務をドレスアップさせるイメージや全体的な外観）として保護しており、商標法と不正競争防止法の両方からの保護を受けることができる。

そして、商標法による保護を受けたい場合、登録をする必要があるが、未登録であっても、不正競争防止法による保護を求めることができる。ただし、未登録のトレードドレスを保護する場合には

①識別性（自己のトレードドレスが、本来的に識別力を有しているまたは secondary meaning（使用による実績の蓄積に伴う識別力）を獲得していること。）、②非機能性（自己の保護を求めたいトレードドレスが機能的でないこと。）、③混同性（自己のトレードドレスと他のトレードドレスとが混同するおそれがあること）を示す必要がある。

なお、アメリカでは、店舗外観に使用による識別力が必要ないとされた「Two Pesos」事件、商品デザインにおいては使用による識別力が必要であるとした「Wal-Mart」事件、トレードドレスの非機能的要件を示した「TRAFFIX DEVICES」事件などがある。

3. わが国における店舗外観の保護

わが国では、今のところアメリカのトレードドレスのように、店舗外観の保護が法律上規定されていない。しかしながら、保護手段として現状では、民法709条による保護手段があり、この他、不正競争防止法による保護も受けられる可能性がある。

そして、不正競争防止法による保護を受ける場合、2条1項1号の周知表示混同惹起行為または、2条1項2号の著名表示冒用行為で取り締まることになるが、2条1項1号や2条1項2号による保護を受けたい場合周知性・類似性・混同性（1号）やの著名性・フリーライド・稀釈化・汚染（2号）などの要件を満たさなければならない。

このほか、そもそも不正競争防止法上の保護を受ける場合には、営業表示として「商品等表示」に該当する必要がある、保護を受けたい店舗外観が「商品等表示」に該当しているか検討する必要がある。

*“Possibility of the Protection concerning “TradeDress” in Japan Especially among the protection of store appearance” by Hidenori ISHII

る。ただ、判例の理論を整理すると(図1)、自他識別機能または、出所識別機能を備えていれば、それが商品等表示に該当し、不正競争防止法で保護できる可能性が高いと思われる。

図1 商品等表示に該当等した事件

分類	事件名	該当性
商品それ自体の形態	ロレックス事件, imac 事件	○
商品の模様	ジーンズ刺繍事件	○
シンボルマーク	フットボール事件	○
学校の名称	呉青山学院事件	○
書籍等のタイトル	ファイアー エムブレム事件	○
商品の陳列	商品陳列事件	×
名前を特定するだけのもの	マクロスゼロ事件	×

わが国において店舗外観が争われた事件として、不正競争防止法上の類比判断を行った「めしや」食堂店舗外観事件がある。本判決では、原告の請求を棄却したものの、「特徴的な店舗外観の長年にわたる使用は、営業表示性を取得する場合もあり得ないではない」と控えめではあるが、店舗外観が不正競争防止法で保護できる可能性を示している。

4. 分析・検討

そもそも、店舗外観の保護を求める事業者は一体何を目的として保護したいのだろうか。思うに、企業努力として培ってきた(または培っている)ブランドイメージを守りたい・模倣されたくないというのと、他社のブランドとは違うという識別性を主張し、識別性を保護したいという2点が挙げられると考える。そして、店舗外観にける保護手段として、不正競争防止法や商標法、並びに民法上の不法行為法が考えられる。ただし、商標法においては、審査基準

上、店舗外観を保護できない点、不法行為法においては、保護はできるものの、実損害補填に留まる点を考えると、不正競争防止法による保護が合致していると考えられる。

不正競争防止法については、2条1項1号・2号で取り締まることになると考えられ、係る要件を満たしていれば、保護は可能であると考ええる。ただし、不正競争防止法で保護するには、店舗外観が営業表示としての商品等表示に該当する必要がある。これについて、前述の通り、自他識別機能や出所識別機能を備えていれば、商品等表示に該当する可能性があり、店舗外観自体も自他識別機能・出所識別機能を備えていれば十分に「商品等表示」に該当すると考えられる。このほか、「めしや」食堂店舗外観事件判決が、「特徴的な店舗外観の長年にわたる使用等により、第二次的に店舗外観全体も特定の営業主体を識別する営業表示性を取得する場合もあり得ないではない」と控えめではあるが、自他識別力を備えていれば、店舗外観が不正競争防止法上の営業表示に該当すると捉えることができる。以上の理由から、店舗外観が不正競争防止法上の営業表示該当することから、不正競争防止法の保護を受けられると考える。

5. まとめ

わが国の店舗外観保護は、不正競争防止法による保護と不法行為法による救済も可能であるとの結論に至った。

参考文献(主なもの)

- [1] William E. Levinn, 「Trade Dress Protection (Intellectual Property Library)」, (Clark Boardman Callaghan, 1996)
- [2] 奥邨弘司「全体としての店舗外観の不正競争防止法2条1項1号による保護」知財管理 Vol.59, No.7, 2009
- [3] 青山紘一『不正競争防止法(事例・判例)』(経済産業調査会, 第2版, 2010)