

# 知っておきたい最新著作権判決例 (その2)



令和4年度著作権委員会第3部会 高畑 聖朗

## 要 約

令和4年度著作権委員会第3部会において、弁理士として知っておきたいものとして選定した著作権法に関する判決の一つであり、争点はロゴタイプの著作物性の有無等である。

ロゴタイプは主に商品や営業の出所を示す標章としての役割を有するため、商標権として保護を図るのが一般的な方法と言える。しかしながら、商標権は指定した商品又は役務に応じて保護範囲が定まる上に、侵害が認められるのは被告がロゴタイプを商標として使用した場合に限られる。また、不正競争防止法は一定の周知性を獲得したロゴタイプのみが保護対象となるにとどまる。そこで、ロゴタイプの創作性が認められ著作物として保護することができれば、商標法又は不正競争防止法により保護できない場合でも著作権に基づく権利行使が可能となるため有用である。

ロゴタイプの著作物性の有無に関しては、これまでも種々の事例が紹介されてきたところであるが、本件はその「現在地」としてぜひ知っておきたい判決例である。

## ANOWA 標章事件

### ロゴタイプの著作物性の有無が争われた事例

知財高判令4・9・27（令4（ネ）10011）  
（原審）東京地判令3・12・24（令2（ワ）19840）  
裁判所ウェブサイト

## 目次

1. はじめに
2. 主な争点
3. X 標章及び Y 標章の使用時期等
4. 当事者の主張
5. 裁判所の判断
6. 解説

## 1. はじめに

### (1) 当事者

#### ① 控訴人（一審原告） 株式会社アノワ…X

本店所在地を埼玉県川口市とし、商業施設、文化施設等の企画、設計、監理及び施工、陳列用器具・家具の設計、製造、販売及び賃貸などを目的とする株式会社である。

#### ② 被控訴人（一審被告） 株式会社アノワ…Y

本店所在地を愛知県名古屋市とし、食料品、健康食品等の企画、製造及び販売、化粧品、美容用品、美容機器等の企画、製造及び販売などを目的とする株式会社であるが、現在では後記 Y 商品の販売を主な事業としている。

③ Yの代表取締役であったB（原審係属中に辞任）

Yとは別に、飲食店の経営などをしてきた実業家であり、昭和の末頃から広くテレビ出演するなど活躍し、「歩く百億円」なる異名をとるなど、社会的に信用もある著名な人物である。

④ Xの創業者であるD（原審ではXの「代表者」とされていた）

X標章を創作したデザイナーでもある。

(2) 結論

控訴棄却

(3) 関係条文

著2条1項1号／著112条

(4) キーワード

標章／ロゴタイプ／実用的な目的／美的鑑賞／創作性／著作物性

(5) 事案の概要

YがY商品などにY標章1ないし3を付していることが、X標章に対するXの著作権（複製権）及び著作者人格権（同一性保持権）を侵害するとして、XがYに対して著作権法112条に基づき、その妨害排除と妨害予防を求めるなどした事案である。

具体的には、Y標章1ないし3を雑誌・ウェブサイト・テレビ・新聞・広告チラシ・看板等の紙媒体・電子媒体・電波媒体で利用又は表示することの中止と、Y商品に表示されているY標章1の表示の削除などを求めたほか、株式会社アノワの商号の使用及び同商号の登記の抹消登記手続、さらには「ANOWA」を含むドメイン名の使用の中止も求めた。

原審の判決においてXの請求がいずれも棄却されたことから、Xがこれを不服として控訴したものである。

■ X標章



商標登録

登録番号 第6179030号

指定商品又は指定役務並びに商品及び役務の区分

第42類

店舗内装のデザイン考案、店舗什器のデザインの考案、

小売店舗のデザインの考案

商標権者（住所は省略）

株式会社アノワ

出願日 平成30年9月27日（2018年9月27日）

登録日 令和1年9月13日（2019年9月13日）

（原審判決文別紙1より）

■ Y 標章 1 ないし 3



■ Y 商品



(原審判決文別紙 3 より)

2. 主な争点

- (1) X 標章の著作物性の有無（争点 1）
- (2) Y 標章 1 の依拠性の有無（争点 2）
- (3) Y 標章 3 による著作者人格権侵害の有無（争点 3）
- (4) 会社法 8 条 1 項の「不正の目的」の有無（争点 4）
- (5) 会社法 8 条 2 項の「侵害されるおそれ」の有無（争点 5）

## (6) 被告ドメイン名による不正競争行為の有無（争点6）

→本稿では（1）X 標章の著作物性の有無（争点1）に係る事項のみを取り上げることとする。

## 3. X 標章及び Y 標章の使用時期等

## ・平成 12 年（2000 年）4 月頃まで

X が X 標章の使用を開始。

## ・令和 2 年（2020 年）1 月 7 日

同日発行のファッション雑誌において、Y 標章 1 が付された Y 商品が写真とともに紹介。

## ・令和 2 年（2020 年）2 月 12 日

X が Y に対し、X の商標（著作物）に酷似したマークの使用の中止等を要求する旨を記載した「通知書」を送付。

## ・令和 2 年（2020 年）2 月 21 日

Y が X に対し、X の有する商標の指定役務と Y の役務は類似しないから、Y 商品の販売は X の商標権を侵害するものではないと述べ、X との間で円満な形で解決をすることも考えている旨を記載した「回答書」を送付。

## ・令和 2 年（2020 年）6 月頃

Y は同社のサイトにおいて、Y 標章 1 が付された Y 商品の写真を掲載したほか、Y 標章 1 ないし 3 を使用するなどして Y 商品を宣伝。

## ・令和 2 年（2020 年）9 月初旬

本件訴状が Y に送達。

→X は、Y の「回答書」に記載のとおり、互いの役務が非類似であることから商標権侵害に基づく訴えを断念し、著作権侵害に基づく訴えを選択したものと推察される（不正競争防止法に基づく訴えを選択しなかった理由は判決文の限りにおいて明らかではない。）。

## 4. 当事者の主張

## (1) X の主張

X 標章には、次に掲げるアないしエに示す美の追究がある。これらは、X の創業者である D の美的感性によるアルファベット 5 文字の選定、字体の工夫、文字の配列・配置であり、X 標章に対し、鑑賞の対象になり得るだけの美の創作的表現を与えている。したがって、X 標章は、著作権法上の「著作物」に該当するというべきである。

ア D は、ANOWA の 5 文字を選定し、発音のしやすさから A の文字を最初と最後に配置する構図にし、見る者に自然とアノワの発音を誘発する文字の配列表現にした。このような表現には、卓越したデザイナーとしての感覚に基づいた美の表現があるといえる。

イ D は、ANOWA の 5 文字を 2 段表示にし、中段の文字の大きさとの比率を 3 : 1 : 3 とし、下段の 2 文字の幅と 3 段表示の文字の高さを 1 : 1 とし、安定感がある配置とした。その結果、当該配置は、まとまりのある表現となっている。

ウ X 標章は、上段と下段の中間に、大きさの違う文字で標語を配置することにより、ANOWA の文字を強調し、同時に、その標語によって、X の事業を具体的にアピールしている。これによって、図全体に均整のとれた美観を生じさせている。

エ V 字型（逆三角形）の構図は、不安定な印象を表すとされているのに対し、X 標章は、その逆三角形の下方をカットしたような構図としている。そのため、上記のような不安定感が除かれている上、躍動感を感じさせる美観が生じている。

また、X は控訴審において以下のアからオに係る補充主張を行った。

ア B は、X 標章に、単なるロゴタイプ・デザインを超えた美の表現・印象を強く感じ、ウェブでの Y 商品の販売に利用したいと考えて X 標章を模倣したものであり、このことからしても、X 標章には個性があり著作物性がある。

イ 不正競争防止法によればTシャツの柄は保護の対象となるから、デザインも保護すべきであり、著作権法によってもデザインを保護すべきである。

ウ X標章は、文字を用いるものであるが、Xのロゴタイプとしての利用を目的としてデザインされたものであり、Xの商号と一致するアルファベットを強調している。文字は誰でも使用できるものであるから文字を強調するロゴタイプ・デザインは全て著作物とはなりえないとする合理的理由はない。

エ X標章はポスターと等価値であり、著作権法制定当時、ポスターは著作物又は著作物の複製として扱われるというのが著作権法の解釈であったから、X標章も著作権法上保護されるべきである。

オ X標章が一品制作の図又は絵であるとしたら創作性のあることは議論の余地がなく、漫画の特徴的な表現を含む一こまを模倣しても著作権侵害となるのに、ロゴタイプ・デザイン（量産品の原画）であるが故に著作権法の保護の対象とならない、あるいは高度の創作性がなければ著作権法の保護の対象とならないというのは、著作権法上の著作物の定義に反する。

## （2） Yの主張

X標章は、いわゆる文字を用いたロゴマークである。そして、文字は、万人共有の文化的財産ともいえるべきものであり、また、本来的には情報伝達という実用的機能を有するものであるから、ロゴマークについては、情報伝達機能を離れたデザインの要素に「美術」の著作物と同視し得る美的創作性が感得できる場合に限り、著作物性が認められるべきである。

これをX標章についてみるに、X標章の5文字の選定や配列は、「アノワ」の語を選択した場合に、当然に選択されるべきアルファベットの配列にすぎず、そのこと自体には何らの美的創作性も存在し得ない。そして、その配置や構図も、ありふれた表現の域を出ないから、X標章に美術の著作物と同視し得るような美的創作性が感得できるものとはいえない。

### 《Xの補充主張について》

アないしオは争う。アについて、BがX標章を模倣した事実はなく、Xの当該主張は、X代表者らの思い込みによるものである。

## 5. 裁判所の判断

### （1） 規範

著作物とは、思想又は感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するものという（著作権法2条1項1号）。そして、商品又は営業の出所を表示するものとして文字から構成される標章は、商品又は営業の出所を示すという実用的な目的で作出され、使用されるものであり、その保護は、商標法又は不正競争防止法により図られるべきものである。文字からなる商標の中には、外観や見栄えの良さに配慮して、文字の形や配列に工夫をしたものもあるが、それらは、文字として認識され、かつ出所を表示するものとして、見る者どのように訴えかけるか、すなわち標章としての機能を発揮させるためにどのように構成することが適切かという実用目的のためにそのような工夫がされているものであるから、通常は、美的鑑賞の対象となるような思想又は感情の創作性が発揮されているものとは認められない。商品又は営業の出所を表示するものとして文字から構成される標章が著作物に該当する場合がありますが、それは、商標法などの標識法で保護されるべき自他商品・役務識別機能を超えた顕著な特徴を有するといった独創性を備え、かつそれ自体が、識別機能という実用性の面を離れて客観的、外形的に純粋美術と同視し得る程度の美的鑑賞の対象となり得る創作性を備えなければならないといふべきである。

### （2） 当てはめ

① X標章は、一般的なセリフフォントを使用して、大きな文字でXの商号をローマ字で表記した「ANOWA」の語を「ANO」及び「WA」の上下2行に分け、「A」の右下と「N」の左下のセリフ部分が接続し「W」の中央部分が交差するよう配置した上、その行間（文字高さの3分の1）には、小さな文字で、英単語「SPACE」（空間）、「DESIGN」（デザイン）、「PROJECT」（プロジェクト）の3語を1行に配置し、その全体を9対7の横

長の範囲に収めたロゴタイプであると認めることができる。

- ② X 標章は、文字配置の特徴等を十分考慮しても、欧文フォントのデザインとしてそれ自体特徴を有するものとはいえず、X の商号を表示する文字に業務に関連する単語を添えて、これらを特定の縦横比に配置したものすぎないことが認められる。そうすると、X 標章は、出所を表示するという実用目的で使用される域を出ないというべきであり、商標法などの標識法で保護されるべき自他商品・役務識別機能を超えた顕著な特徴を有するといった独創性を備え、かつそれ自体が、識別機能という実用性の面を離れて客観的、外形的に純粋美術と同視し得る程度の美的鑑賞の対象となり得る創作性を備えるものとは認められないから、著作権法により保護されるべき著作物に該当するとは認められない。
- ③ X 標章は、著作権法2条1項1号にいう美術の範囲に属する著作物に該当するものとは認められない。

### （3） 控訴審における X の補充主張に対する判断

- ① X は、B は、X 標章に、単なるロゴタイプ・デザインを超えた美の表現・印象を強く感じ、ウェブでの Y 商品の販売に利用したいと考えて X 標章を模倣したものであり、このことからしても、X 標章には個性があり著作物性があると主張する。

しかし、B は、Y 商品に関する事業を実施するに当たり、同事業に対する B の様々な意図や願望を込め、禪宗の僧侶等にも相談するなどして「アノワ」という語を含む Y 商号（「株式会社アノワ」）を考案して商号変更し、さらにそのローマ字表記である「ANOWA」を含む Y 商品の名称（「ANOWA41」）を考案したものと認められ、X 標章を Y 商品に使用するために、Y の商号を、X 標章の「ANOWA」の読みである「アノワ」とし、ドメイン名を「ANOWA」を含む「ANOWA41」としたものであることを認めるに足る証拠はない。

したがって、B が X 標章を模倣したと認めることはできず、X の上記主張は、その前提を欠き、採用することはできない。

- ② X は、不正競争防止法によれば T シャツの柄は保護の対象となるから、デザインも保護すべきであり、著作権法によってもデザインを保護すべきであると主張する。

しかし、T シャツの柄が不正競争防止法による保護の対象となる場合があるとしても、著作権法は、思想又は感情の創作的な表現を保護するものであるから、著作権法によって当然にデザインの全てが保護されるべきであるとはいえないし、標章は、T シャツのデザインと性質を異にするものであるから、X の上記主張に基づいて、X 標章が著作権法により保護されるということとはできない。

- ③ X は、X 標章は、文字を用いるものであるが、X のロゴタイプとしての利用を目的としてデザインされたものであり、X の商号と一致するアルファベットを強調していること、文字は誰でも使用できるものであるから文字を強調するロゴタイプ・デザインは全て著作物とはなりえないとする合理的理由はないことを主張する。

しかし、X 標章は、標章としての機能を発揮させるためにどのように構成することが適切かという実用目的のために工夫がされているものであり、美的鑑賞の対象となるような思想又は感情の創作性が発揮されているものとは認められないから、美術その他の範囲に属する著作物には該当しないものというべきであり、X の上記主張を採用することはできない。

- ④ X は、X 標章はポスターと等価値であり、著作権法制定当時、ポスターは著作物又は著作物の複製として扱われるというのが著作権法の解釈であったから、X 標章も著作権法上保護されるべきであると主張する。

しかし、X 標章は、商品又は営業の出所を表示する標章であり、商標法や不正競争防止法の保護の対象となる余地があり得るとしても、ポスターと等価値であるとはいえないから、X の上記主張は、採用することができない。

- ⑤ X は、X 標章が一品制作の図又は絵であるとしたら創作性のあることは議論の余地がなく、漫画の特徴的な表現を含む一こまを模倣しても著作権侵害となるのに、ロゴタイプ・デザイン（量産品の原画）であるが故に著作権法の保護の対象とならない、あるいは高度の創作性がなければ著作権法の保護の対象とならないというのは、著作権法上の著作物の定義に反すると主張する。

しかし、X 標章は、商品又は営業の出所を表示する標章であり、商標法や不正競争防止法の保護の対象となる余地があり得るとしても、一品制作の図又は絵や漫画とは性質を異にするから、X の上記主張は、採用すること

ができない。

## 6. 解説

### （1） 本判決の意義

本判決はロゴタイプの著作物性の有無に係る判断を行ったものである。通常、ロゴタイプの知的財産権としての保護は商標法又は不正競争防止法によりなされること、互いの商品・役務が非類似である場合や標章に周知性が乏しい場合などにおいて、ロゴタイプの創作性に着目し、著作権法によって保護を求めるという必要性が生じ得る。特に本判決の場合は、ロゴタイプに対する著作権法による保護と、商標法又は不正競争防止法による保護の棲み分けについて明確に説示した初めての判決として意義を有する。

### （2） 同種の論点に係る裁判例との比較

ロゴタイプの著作物性の有無が争われた裁判例は多く<sup>(1)</sup>、いずれも創作性（著作物性）は否定されている。

代表的な事件としてはAsahiロゴマーク事件があり、その控訴審における「いわゆるデザイン書体も文字の字体を基礎として、これにデザインを施したものであるところ、文字は万人共有の文化的財産ともいうべきものであり、また、本来的には情報伝達という実用的機能を有するものであるから、文字の字体を基礎として含むデザイン書体の表現形態に著作権としての保護を与えるべき創作性を認めることは、一般的には困難であると考えられる。仮に、デザイン書体に著作物性を認め得る場合があるとしても、それは、当該書体のデザインの要素が「美術」の著作物と同視し得るような美的創作性を感得できる場合に限られることは当然である。」との規範はその後の事件の判決においても概ね踏襲されている。

まず、「文字は万人共有の文化的財産」、「本来的には情報伝達という実用的機能を有するもの」との理由付けは、住友建機株式会社ロゴマーク事件及びゴルフシャフトデザイン事件に加え、ゴナ書体事件<sup>(2)</sup>では最高裁でも用いられているがデザイン書体を文字と同等に扱うことに対しては批判も多い<sup>(3)</sup>。本事件ではこれらの事件の際とは異なり、原審及び控訴審ともに用いられなかった点において評価できるものとする。

次に、例外的に著作物として認め得る類型として挙げられた「書体のデザインの要素が「美術」の著作物と同視し得るような美的創作性を感得できる場合」に関しては、表現に多少の違いはあるものの同種の裁判例では共通して用いられている。これに対しては、同事件の上告審<sup>(4)</sup>における上告補佐人の上告理由の一節が印象的であるため、抜粋して以下に記しておく。

- ・上告人ロゴマークは、株式会社日本デザインセンターの代表取締役である※氏によって創作された作品であり、同氏は現在、社団法人日本グラフィックデザイナー協会の会長であるだけでなく、特許庁が平成7年4月18日に工業所有権制度110周年を迎えるにあたりその記念として工業所有権制度シンボルマークを一般公募した際の審査委員長を勤めており、現在、我が国のグラフィックデザイナーの頂点に立つ人物であると言っても過言ではない。
- ・「美術」の著作物には、有名な画家が描いた油絵や日本画だけでなく、素人が描いた単純な線による漫画の絵や年少者が描いた絵も含まれることに全く異論はない。そして、素人や年少者が描いた絵が、いわゆる鑑賞に耐えない粗末なものであったとしても、美術の著作物性を否定する者はいないであろう。
- ・このように、素人や年少者が描いたいわゆる鑑賞に耐えない粗末な絵にさえ「美術」の著作物性が認められるのに対し、我が国のグラフィックデザイナーの頂点に立つ※氏の描いた美的な創作物である上告人ロゴマークには「美術」の著作物性が認められないという結論は、いかにも不合理である。

※筆者注 永井一正氏

### （3） 結語

本判決では、商標法などの標識法で保護されるべき自他商品・役務識別機能を越えた顕著な特徴を有するといった独創性を備え、かつそれ自体が、識別機能と言う実用性の面を離れて客観的、外形的に純粋美術と同視し得る程度の美的鑑賞の対象となり得る創作性を備えなければならないというべきであるとし、非常に高い創作性を求めている。本判決の意義は本項の冒頭でも挙げたとおり、ロゴタイプに対する著作権法による保護と、商標法又は不正

競争防止法による保護の棲み分けについて明確に説示したことである。具体的には商品又は営業の出所を表示するものとして文字から構成される標章は、商品又は営業の出所を示すという実用的な目的で作出され、使用されるものであり、その保護は、商標法又は不正競争防止法により図られるべきものであると断じた点にある。その理由に当たる事項としては、文字からなる商標の中には、外観や見栄えの良さに配慮して、文字の形や配列に工夫をしたものもあるが、それらは、文字として認識され、かつ出所を表示するものとして、見る者にどのように訴えかけるか、すなわち標章としての機能を発揮させるためにどのように構成することが適切かという実用目的のためにそのような工夫がされているものであるから、通常は、美的鑑賞の対象となるような思想又は感情の創作性が発揮されているものとは認められないとされている。ロゴタイプの場合、実用品における応用美術の事例とは異なり、意匠法との棲み分けの問題がない代わりに商標法などの標識法との棲み分けの問題が生じることとなる。しかしながら、ロゴタイプを商標として使用するという「用途」に着目して著作物性のハードルを上げるのは不合理であり、これでは文字に由来するロゴタイプのみならず、文字とは無関係なシンボルマークであっても商標として使用する限りにおいては著作物性が認められる可能性は乏しくなるようにも思える<sup>(5)</sup>。著作物性を認める際における客観的な判断基準の明示が望まれるところであるが、結局のところこの問題は「ロゴタイプに著作物性を認めると弊害が大きい」<sup>(6)</sup>というのが核心ではないかと考える。この弊害を除去しない限り、今後もロゴタイプの著作物性が認められることはなく、デザイナーの保護が十分に図られることはないように思う。

実務において、ロゴタイプの創作を外部のデザイナーに依頼する際にはその成果物たるロゴタイプを著作物と見立てて著作権の帰属等を契約上明確に定めておくところ、実務と裁判例に乖離があるのは望ましい事ではない。

まずはロゴタイプの創作性を認めるという方向性で議論を開始し、認めた場合における弊害を除去するための論点整理を行った上で、権利行使の場面で必要な権利制限規定の整備等に着手すべきではないかと考える。

なお、知的財産高等裁判所のウェブサイトによると、本事件の上告受理申立ては令和5年2月17日付で不受理とされている。

以上

(注)

- (1) 東京地決昭39・9・25（昭39（ヨ）5594）判時384号6頁〔五輪マーク事件〕、東京地判平2・2・19（昭59（ワ）10103）民集51巻6号2795頁〔ポバイネクタイ事件〕、東京高判平8・1・25（平6（ネ）1470）判時1568号119頁〔Asahiロゴマーク事件：控訴審〕、東京地判平12・9・28（平12（ワ）2415）判時1731号111頁〔住友建機株式会社ロゴマーク事件〕、東京地判平28・4・18（平25（ワ）20031）裁判所ウェブサイト〔かつ〜ん事件〕、知財高判平28・12・21（平28（ネ）10054）判時2240号88頁〔ゴルフシャフトデザイン事件〕など
- (2) 最判平12・9・7（平10年（受）332）民集54巻7号2481頁〔ゴナ書体事件上告審〕
- (3) 例えば、峯唯夫「商標の著作物性について」『松田治躬先生古稀記念論文集』東洋法規出版（2011年）91頁は「ひとそろいの文字であるタイプフェイスと、特定された文字列の特定されたデザインであるロゴマークとを混同して理解しているとしか思えず、誤った判断であると考え次第である。」と批判している。逆に、長塚真琴「ロゴマークの著作物性」〔Asahiロゴマーク事件：控訴審〕著作権判例百選〔第5版〕2016年）43頁は、「美的創作性あるデザイン書体は、印刷の道具としては使えないほど、文字の形による制約を超えて自由に美が表現されているものに限られるべきである」と具体的に述べた上で判決を支持している。他方、ゴナ書体事件上告審判決で、中山信弘『著作権法〔第3版〕』は、「著作権法でタイプフェイスを保護すべきでないとする根拠として、文字は万人共有のものであり独占を認めるべきではないとする考えは説得力が低い。各タイプフェイスには他と異なった特色があり、ある特定のタイプフェイスに独占を認めても、情報伝達のためには従来からある他のタイプフェイスを利用すれば足りる。」と指摘している。
- (4) 最判平10・6・25（平8（オ）1022）〔Asahiロゴマーク事件：上告審〕
- (5) 茶園成樹＝上野達弘編著『デザイン保護法』勁草書房（2022年）221頁（横山久芳執筆部分）では、「シンボルマークは、抽象的なコンセプトやモチーフから表現が生み出されるため、ロゴタイプに比べると、個性的に表現する余地が大きいといえる。」とされている。
- (6) 上野達弘＝前田哲男『＜ケース研究＞著作物の類似性判断 ビジュアルアート編』勁草書房（2021年）221頁

（原稿受領 2023.8.14）