

# 不正競争防止法の品質等 誤認惹起行為における品質の外延



大阪工業大学大学院知的財産研究科 教授 大塚 理彦

## 要 約

不正競争防止法の平成5年改正の基礎となった産業構造審議会知的財産政策部会による「不正競争防止法の見直しの方向」が発表されてから30年以上が経過した。「不正競争防止法の見直しの方向」においては、品質等誤認惹起行為（不正競争2条1項20号）の対象となる行為の外延を拡張することについて社会的コンセンサスは形成されていないとされたが、この点について今日的観点からの見直しを検討した。具体的には、不正競争防止法の平成5年改正前後における裁判例を概観し、品質等誤認惹起行為の対象となる表示について類型化を行い、それぞれの類型について検討を加えることで品質等誤認惹起行為の規定について新たな提言を試みた。

## 目次

1. はじめに
2. 誤認判断の原則
3. 直接的指示表示
4. 間接的示唆表示
  4. 1 間接的示唆表示とは
  4. 2 品質等誤認惹起行為の類型
    - (1) 類型
    - (2) 原産地
    - (3) 価格
    - (4) 数量
    - (5) 規格・格付
    - (6) 権利・契約
    - (7) ランキング
    - (8) 創業・沿革
5. 検討
  5. 1 誤認判断の原則を適用することができる類型
  5. 2 誤認判断の原則を適用することができない類型 (1)
  5. 3 誤認判断の原則を適用することができない類型 (2)
6. おわりに

## 1. はじめに

不正競争防止法の品質等誤認惹起行為（不正競争2条1項20号）において、誤認の対象とされるのは、商品の原産地、品質、内容、製造方法、用途及び数量並びに役務の質、内容、用途及び数量であるところ、これらの項目は限定列挙であると解されている<sup>(1)</sup>。では、これらの項目の外延はどのように画すべきであろうか。訴訟において争われることの多い商品の品質又は役務の質を中心に検討を加えることとする。

不正競争防止法の平成5年改正の基礎となった産業構造審議会知的財産政策部会による「不正競争防止法の見直しの方向」には、価格、規格・格付の他「現行誤認惹起行為規制とすることを検討すべき事項として挙げられるも

のは、供給可能量、販売量の多寡、業界における地位、企業の歴史、取引先、提携先等極めて多岐にわたる。これらの事項に係る誤認惹起行為についても、我が国の経済取引社会の実態を踏まえれば、少なくとも現段階において、内容等に係るものと同様に不正競争防止法上の不正競争行為として位置づけ、差止請求による民事的規制の対象とする社会的コンセンサスは形成されていないものと考えざるをえず、今後の我が国経済取引社会の実態の推移を慎重に見守りつつ、検討することが適当である。」と記載される<sup>(2)</sup>。

「不正競争防止法の見直しの方向」が示されたのは1992年であって、本稿執筆時から遡ること32年前となる。この期間は失われた30年と呼ばれ、平成不況のなか物が売れない時代が続いた。そのような時代にあっては、機能、性能といった物そのものが有する具体的かつ定量的な価値に加えて、デザイン、ブランド、安心、信頼、憧憬といった抽象的かつ定性的な無形の価値が商品選択においてより重要となっている。そこで「不正競争防止法の見直しの方向」が先送りした同法の品質等誤認惹起行為における商品の品質又は役務の質の外延を改めて検討すべき時期が到来したのではないかと考える。

## 2. 誤認判断の原則

品質等誤認惹起行為（不正競争2条1項20号）が不正競争に該当し違法とされるのは「事業者が商品等の品質、内容などを偽り、又は誤認を与えるような表示を行って、需要者の需要を不当に喚起した場合、このような事業者は適正な表示を行う事業者より競争上優位に立つことになる一方、適正な表示を行う事業者は顧客を奪われ、公正な競争秩序を阻害することになるからである」<sup>(3)</sup>と説明される。

ここで、商品の品質又は役務の質について誤認させるような表示に該当するか否かは、表示から需要者が認識する商品の品質又は役務の質と実際の商品の品質又は役務の質が異なる状況が生じているか否かによって判断するのが原則である。誤認判断の原則を図1に示す。表示から需要者が認識する商品の品質又は役務の質と実際の商品の品質又は役務の質が異なることを実際認識相違性と記載することにする。

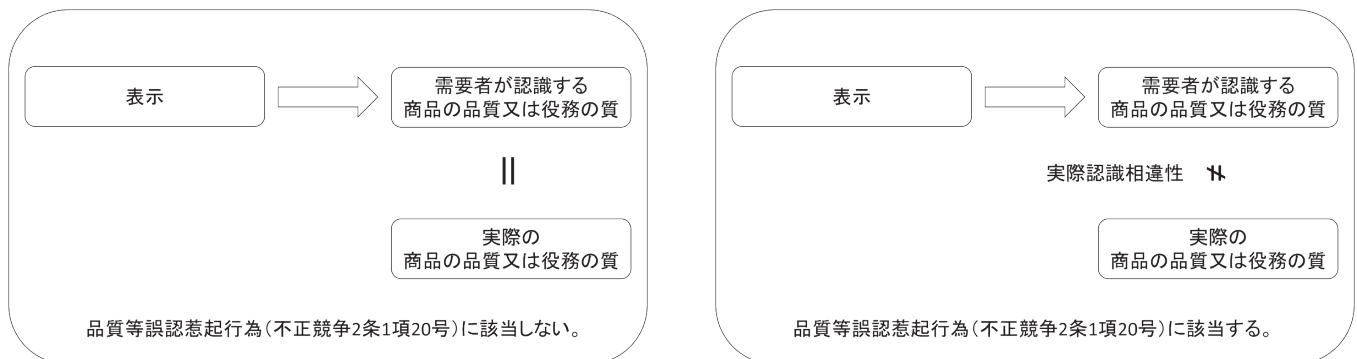


図1 誤認判断の原則

## 3. 直接的指示表示

商品の品質又は役務の質を直接的に指示する表示を直接的指示表示と記載することにする。〔自動車用コーティング剤事件〕<sup>(4)</sup>において「新車時施工 輝きを！ 5年間保証」等の表示は直接的指示表示といえることができる。この表示に接した需要者は新車時の施工によりその後5年間新車時の輝きが維持されると認識するところ、実際に被告商品を施工した車両の5年後の平均光沢度が90%以上という高い数値を維持していることから実際認識相違性を否定した。

また、〔オリゴ糖類食品事件〕<sup>(5)</sup>において「純粋100%オリゴ糖」「オリゴ糖100%」等の表示は直接的指示表示といえることができる。この表示に接した需要者は被告商品に含まれるオリゴ糖の割合が示されていると認識するところ、実際の被告商品におけるオリゴ糖の重量比は53.29%であったことから実際認識相違性が肯定された<sup>(6)</sup>。〔自動車用コーティング剤事件〕〔オリゴ糖類食品事件〕における誤認判断を図2に示す。直接的指示表示に対しては誤認判断の原則を適用することができる。

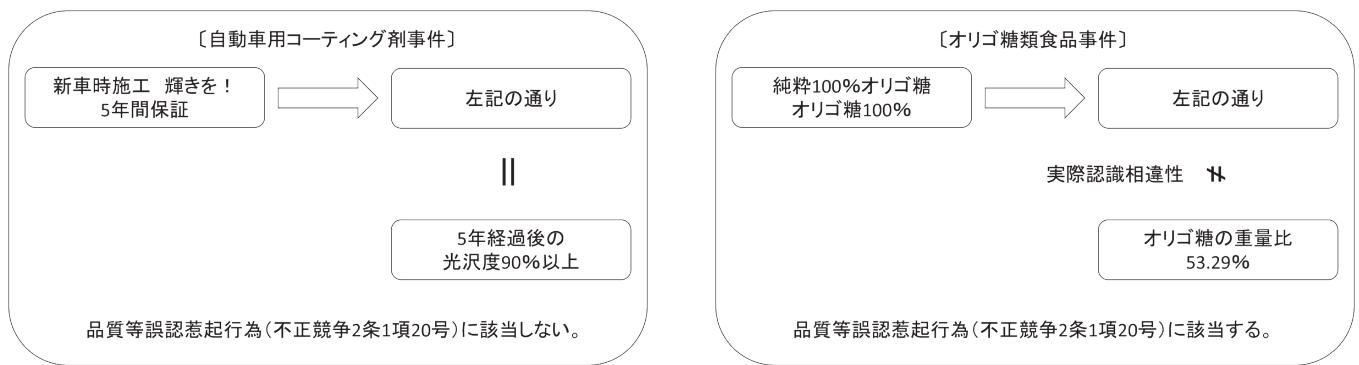


図2 直接的指示表示に係る裁判例の誤認判断

## 4. 間接的示唆表示

### 4. 1 間接的示唆表示とは

〔ハッ橋事件〕<sup>(7)</sup>第一審は「20号に列挙された事項を直接的に示す表示ではないものも、表示の内容が商品の優位性と結びつくことで需要者の商品選定に影響するような表示については、品質、内容等を誤認させるような表示という余地が残ると解するのが相当である」と判示した。同控訴審は「20号の定める『品質』『内容』に、これらの事項を間接的に示唆する表示が含まれる場合がありうるにしても、そのような表示については、具体的な取引の実情の下において、需要者が当該表示を商品の品質や内容等に関わるものと明確に認識し、それによって、20号所定の本来の品質等表示と同程度に商品選択の重要な基準となるものである場合に、20号の規制の対象となると解するのが相当である」としてより厳格な解釈に改めたものの<sup>(8)</sup>、その後の〔業務用生ごみ処理機事件〕<sup>(9)</sup>は「『品質』について『誤認させるような表示』に該当するか否かを判断するに当たっては、需要者を基準として、商品の品質についての誤認を生ぜしめることにより、商品を購入するか否かの合理的な判断を誤らせる可能性の有無を検討するのが相当である」と判示した。

本稿においては、「表示の内容が商品の優位性と結びつくことで需要者の商品選定に影響する」ことを商品選定影響性と記載し、商品選定影響性を有する表示を間接的示唆表示と記載することにする。また、「20号所定の本来の品質等表示と同程度に商品選択の重要な基準となるものである」ことを本来表示同等性と記載することにする。

### 4. 2 品質等誤認惹起行為の類型

#### (1) 類型

品質等誤認惹起行為（不正競争2条1項20号）に係る裁判例を平成5年改正前後に渡って概観したところ、対象となる表示は概ね以下のように類型化されると思われる。すなわち、原産地、価格、数量、規格・格付、権利・契約、ランキング、創業・沿革という七つの類型である。

#### (2) 原産地

原産地は品質等誤認惹起行為の条文上、品質とは別個に規定されているので改めて議論する実益は乏しいとも考えられるが、原産地を誤認させるような表示をする主たる目的は、ブランド、安心、信頼、憧憬といった無形の価値を推認させることによって商品選定影響性を高めることにある。従って、原産地を品質に関する間接的示唆表示と捉えることもできる。

商品に価値が付加された加工地を原産地と認定する裁判例もあるところ<sup>(10)</sup>、〔爪切り事件〕<sup>(11)</sup>は「日本仕上げ」という表示について原産地ではなく品質を示す表示として「品質を直接・間接に左右する事実も14号（現20号、筆者注）の『品質』に当たるし、品質がどのようなものであるかを間接的に推認させる事実を誤認させる表示をすることも、同号の『商品の…品質…について誤認させるような表示をし』たことになると解するのが相当である」と判示した。

### (3) 価格

二重価格表示を品質等誤認惹起行為と認定する裁判例もあるところ<sup>(12)</sup>、〔家庭用浄水器ろ過カートリッジ事件〕<sup>(13)</sup>は「商品の品質と価格の間には相関関係があると考えるのが通常である」と説示している。特に、一般的な需要者にとって外観からは品質の認識が困難な商品にその傾向が強い。従って、価格は品質に関する間接的示唆表示といえることができる。

### (4) 数量

原産地と同じく数量も品質等誤認惹起行為の条文上、品質とは別個に規定されているので改めて議論する実益は乏しいとも考えられるが、おとり広告において数量を誤認させるような表示をする行為を品質等誤認惹起行為と認定する裁判例もあるところ<sup>(14)</sup>、〔仏壇事件〕<sup>(15)</sup>は「商品の数量とは、同号（現 20 号、筆者注）の立法趣旨及び規定の体裁からして、取引の対象とされる商品自体の本来有すべき数、容積又は重量を意味すると解すべきであって、商品の在庫数量を意味するものではないというべきである」と判示した。このような意味における数量は、原産地と同じく品質とは別個に規定されている内容に近い概念と思われるが、品質に関する直接的指示表示ということもできるであろう。企業による、いわゆる品質不正や検査不正といった行為はここに含まれるであろう。

一方、〔業務用生ごみ処理機事件〕<sup>(16)</sup>は「全国導入実績 2,500 台以上」等の表示について「販売実績について事実と異なる表示をするとともに、同販売実績が品質の優位性に起因するものであるとの表示をすることによって、そのような販売実績をもたらす『品質』であるとの誤解を需要者に与え、その結果、公正な競争秩序を阻害するものである以上、同号の『品質』について『誤認させるような表示』に該当すると認めるのが相当である」と判示した。このような意味における数量は品質に関する間接的示唆表示といえることができる。

### (5) 規格・格付

認定を受けていない清酒に清酒特級と表示をする行為は、たとえその品質が実質的に清酒特級に劣らない優良なものであっても品質等誤認惹起行為に該当するとする判例がある<sup>(17)</sup>。実質的な品質が規格・格付の認定を受け得る程度に優良な商品であっても実際に認定を受けていない商品に規格・格付を示す表示をする行為は品質等誤認惹起行為に該当する<sup>(18)</sup>。このような裁判例においては、表示から需要者が認識する商品の品質又は役務の質と実際の商品の品質又は役務の質が異なる状況が生じているか否かという誤認判断の原則よりも規格・格付を示す表示から需要者が得る安心、信頼といった無形の価値を保護するものと考えられる。従って、規格・格付は品質に関する間接的示唆表示といえることができる。

なお、〔トナーカートリッジ事件〕<sup>(19)</sup>は被告商品であるトナーカートリッジを原告プリンターに装着すると「シテイノトナーガソウチャクサレテイマス」という表示がされることについて、需要者は「『シテイノトナー』とは、『シテイ』の一般的な意味から、ディスプレイに表示する主体であるプリンターメーカーの原告京セラ DS が、原告プリンター向けに『シテイ』（指定）したものと理解し、そして『シテイノトナー』とは、原告プリンターに用いられるべきものと定めたトナーカートリッジであると理解するものと考えられる。そして、上記のとおり、プリンターメーカーが純正品と非純正品がその品質により異なるものであると取り扱っている実態からすれば、需要者は、原告プリンターに用いられるべきものとは、プリンターメーカーの原告京セラ DS が原告プリンターに相応しい一定の品質、内容を有するものとして定めたトナーカートリッジであると理解するものと認められる」と判示した。この裁判例は規格・格付の対象を公的な領域から私的な領域へ拡張するものと考えられる。

### (6) 権利・契約

特許発明の実施品ではない商品に特許表示をする行為は直接的指示表示として品質等誤認惹起行為に該当する<sup>(20)</sup>。一方、特許発明の実施品である商品に対する特許権の消滅後における特許表示に係る〔巻き爪矯正具事件〕<sup>(21)</sup>は「一般に商品に付された特許の表示は、需要者との関係において、当該商品が特許発明の実施品であると受け取られるため、当該商品が独占的に製造、販売されているものであることや、商品の技術水準に関する情報を提供す

るものとして、『品質』（不正競争防止法2条1項13号（現20号、筆者注）の表示といえる）として品質等誤認惹起行為に該当するとした。特許権の消滅前後において商品の品質には全く相違がないのであるから〔巻き爪矯正具事件〕は特許表示を品質に関する間接的示唆表示と捉えて、特許表示から需要者が得る信頼といった無形の価値を保護するものと考えられる。

なお、著作権満了後の著作権表示に係る〔ピーターラビット事件〕<sup>(22)</sup>は「商品に実際には存在しない特許権、実用新案権、意匠権を表示する行為は13号（現20号、筆者注）の不正競争行為に該当する場合が多いと解されるが、そのように解されるのは、そのような表示が需要者をして当該商品が特許や、実用新案登録、意匠登録を認められたような優れた技術、デザインを有するという商品の品質、内容を誤認させるものである場合が多いからであると解される。これに対し、消費者等の需要者は、その絵柄が著作権の保護を受ける著作物であるか否かによってこれを購入するか否かを決定しているものではなく、そのような事項は商品の品質、内容に関するものとはいえないから、著作権の保護期間経過後の著作物に著作権表示を付することと上記のような特許権等の虚偽表示とを同列に論じることとはできない」と説示した。従って、特許権、実用新案権、意匠権の存在を示す表示は品質に関する間接的示唆表示といえることができる。

一方、著作権満了前の著作権表示はライセンス契約の存在を示す表示として一考の余地があるとも考えられる。ファッションデザイナー及びマネジメント会社とのライセンス契約解除後におけるファッションデザイナーの関与やマネジメント会社との提携を示す表示が品質等誤認惹起行為に該当するとした〔ジル・スチュワート事件〕<sup>(23)</sup>第一審は「被告商品のようなブランド商品において、そのデザインを誰が行っているか、また誰に推奨されているかは、消費者等が当該商品を購入する上での重要な要素であるから、この点について事実と反する表示を行うことは商品の品質に誤認を生じさせるものであるといえることができる」と判示した。ライセンス契約の存在を示す表示から需要者が得るデザイン、ブランド、安心、信頼、憧憬といった無形の価値を保護するものと考えられる。

## （7） ランキング

ランキングを示す表示が直接的指示表示を伴う場合には、そのような直接的指示表示をする行為が品質等誤認惹起行為に該当するか否かを判断すれば足りる<sup>(24)</sup>。また、ランキングの対象商品ではない商品にランキングを示す表示をする行為について「全く品質が同一であれば、品質誤認表示ではないと解する余地もある」との留保を付しつつ、品質に関してランキングの対象商品との比較を行い品質等誤認惹起行為に該当するとした裁判例がある<sup>(25)</sup>。

一方、口コミによるランキングを示す表示をする行為が品質等誤認惹起行為に該当するか否かが争われた〔口コミランキング事件〕<sup>(26)</sup>はランキング1位であるとの表示について「被告がランキング1位であることは、投稿された口コミの件数及び内容に基づき、被告の提供するサービスの質、内容が、本件掲載業者一覧ページに掲載されている業者の中で投稿者の主観的評価として最も優良であると評価されていると表示したものである」としたうえで、「本件ランキング表示は、掲載業者の中での、投稿された口コミの件数及び内容に基づく評価との間にかい離がないのであれば、品質誤認表示に該当するとはいえない」との留保を付しつつ、虚偽の口コミ、被告自らによる口コミの投稿や被告による口コミの操作が行われたことをもって両者の間にかい離があると認定し品質等誤認惹起行為に該当すると判断した<sup>(27)</sup>。従って、ランキングは品質に関する間接的示唆表示といえることができる場合がある。

## （8） 創業・沿革

創業・沿革を示す表示について品質等誤認惹起行為に該当するとした裁判例は見当たらない。とはいえ、〔大阪みたらし元祖だんご事件〕<sup>(28)</sup>控訴審は『「一家系の最初の人」も意味する『元祖』の語義からすれば、一般論としてはこれを付した商品が相応の歴史・伝統を有するものとして商品選定に何がしかの影響を及ぼすことがあり得るとしても」との留保を付し、〔ハッ橋事件〕<sup>(29)</sup>第一審も「上記のような需要者の認識を踏まえれば、被告各表示に接した需要者が、歴史の古さが被告菓子の品質及び内容の優位性を推認させると受け取ることがあるとしても」との留保を付している。従って、創業・沿革は品質に関する間接的示唆表示といえることができずとまではいえないと考えられる。

ただし、〔大阪みたらし元祖だんご事件〕控訴審、〔八ッ橋事件〕第一審のいずれも被告表示の商品選定影響性を否定することにより品質誤認表示に該当しないとしそれ以上の審理を行っていない。また、〔八ッ橋事件〕控訴審は本来表示同等性に関する判断を示すことなく、被告表示の真偽を客観的に検証することが困難であることをもって品質誤認表示に該当しないとと同じくそれ以上の審理を行っていない<sup>(30)</sup>。

## 5. 検討

### 5. 1 誤認判断の原則を適用することができる類型

原産地は品質とは別個に規定されているものの、原産地が商品の品質を示唆することがあるから原産地を品質に関する間接的示唆表示と捉えることもできる。原産地は客観的に真偽を検証することが可能であり、実際認識相違性の評価でもって誤認判断の原則を適用することができる。客観的に真偽を検証することが可能であることを客観検証可能性と記載することにする。

価格は商品の品質を示唆することがあるから品質に関する間接的示唆表示といえることができる<sup>(31)</sup>。裁判例に現れる価格は客観検証可能性を有しており、実際認識相違性の評価でもって誤認判断の原則を適用することができる。

数量は品質とは別個に規定されているものの、品質に関する直接的指示表示といえることができる場合と同じく間接的示唆表示といえることができる場合がある。前者の場合の数量は商品そのもの又は役務そのものに直接に関連する数量をいうが<sup>(32)</sup>、このような意味における数量は商品の品質又は役務の質として議論されている。商品の数量及び役務の数量は商品の品質及び役務の質とは別個に規定されているが、単独では実質的に機能していないのである。商品内容及び役務の内容、商品の製造方法、商品の用途及び役務の用途についても同様である。一方、後者の場合の数量は商品の販売実績のように商品又は役務に間接に関連する数量をいうが<sup>(33)</sup>、このような意味における数量も商品の品質又は役務の質として議論されている。いずれの場合であっても数量は客観検証可能性を有しており、実際認識相違性の評価でもって誤認判断の原則を適用することができるが、対象とする数量が直接的指示表示であるのか間接的示唆表示であるのかは明確に区別するべきである。

### 5. 2 誤認判断の原則を適用することができない類型 (1)

規格・格付について、実質的な品質が規格・格付の認定を受け得る程度に優良な商品であるか否かを問題とすることなく、認定を受けていない商品又は役務に規格・格付を示す表示をすることは品質等誤認惹起行為（不正競争2条1項20号）に該当する<sup>(34)</sup>。規格・格付を示す表示から需要者が得る安心、信頼といった無形の価値を保護するものと考えられる。実質的な品質を問題としないので実際認識相違性の評価ができず、誤認判断の原則を適用することはできないが、規格・格付を示す表示は客観検証可能性を有する。従って、規格・格付を示す表示の真偽を検証することによって品質等誤認惹起行為に該当するか否かを判断することとしている。

権利・契約のうち権利について、特許権、実用新案権、意匠権の消滅後においてこれらの権利の存在を示す表示をすることは品質等誤認惹起行為に該当する<sup>(35)</sup>。権利の存在を示す表示から需要者が得る信頼といった無形の価値を保護するものと考えられる。特許権、実用新案権、意匠権の消滅前後において商品の品質には全く相違がないので実際認識相違性の評価ができず、誤認判断の原則を適用することはできないが、権利の存在を示す表示は客観検証可能性を有する。従って、権利の存在を示す表示の真偽を検証することによって品質等誤認惹起行為に該当するか否かを判断することとしている。

権利・契約のうち契約について、ライセンス契約解除後にライセンス契約の存在を示す表示をすることは品質等誤認惹起行為に該当する<sup>(36)</sup>。ライセンス契約の存在を示す表示から需要者が得るデザイン、ブランド、安心、信頼、憧憬といった無形の価値を保護するものと考えられる。ライセンス契約解除の前後において商品の品質を比較することは困難なので実際認識相違性の評価ができず、誤認判断の原則を適用することはできないが、ライセンス契約の存在を示す表示は客観検証可能性を有する。従って、ライセンス契約の存在を示す表示の真偽を検証することによって品質等誤認惹起行為に該当するか否かを判断することとしている。規格・格付及び権利・契約に係る誤認判断を図3に示す。

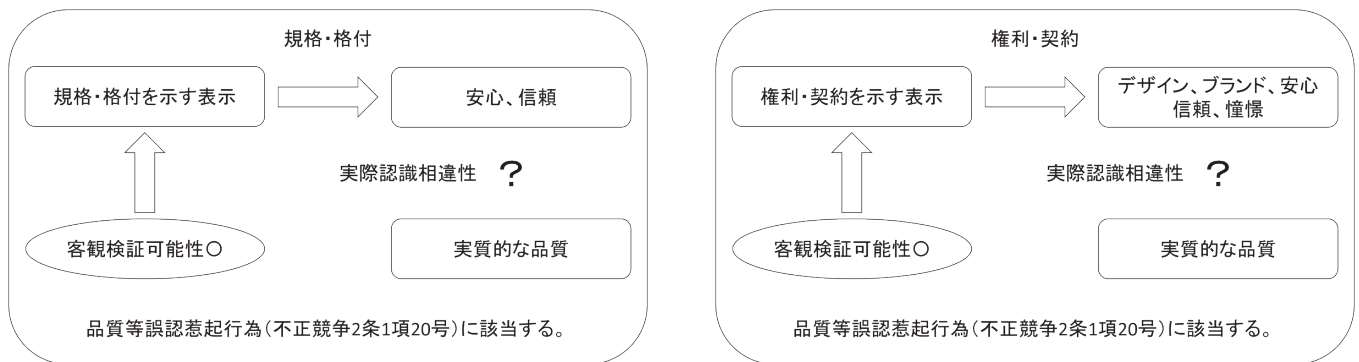


図3 規格・格付及び権利・契約に係る誤認判断

### 5. 3 誤認判断の原則を適用することができない類型 (2)

ランキングを示す表示のうち直接的指示表示を伴わないものの実際認識相違性を評価することは困難であり誤認判断の原則を適用することはできない。従って、ランキングを決定するに当たって恣意的な操作が行われたことをもって品質等誤認惹起行為に該当すると判断することにも正当性が認められよう<sup>(37)</sup>。ステルスマーケティングを排除する趣旨と捉えることもできる。ただし、規格・格付及び権利・契約に係る誤認判断が実質的な品質を問題としないのに対して、ランキングに係る誤認判断は正当な評価との間にかい離がない場合を留保する。

創業・沿革を示す表示の実際認識相違性を評価することは困難であり誤認判断の原則を適用することはできないが、創業・沿革を示す表示が客観検証可能性を有する場合は、ランキングを示す表示と同様に創業・沿革を示す表示の真偽を検証することによって品質等誤認惹起行為に該当するか否かを判断することにも正当性が認められよう。これに対して、創業・沿革を示す表示が客観検証可能性を有しない場合が問題となる。〔ハッ橋事件〕<sup>(38)</sup>控訴審は被告表示の客観検証可能性を否定することによって品質誤認表示に該当しないと判断したが、客観検証可能性を有しない表示であるからといって品質誤認を惹起しないとはいえない<sup>(39)</sup>。ランキング及び創業・沿革に係る誤認判断を図4に示す。

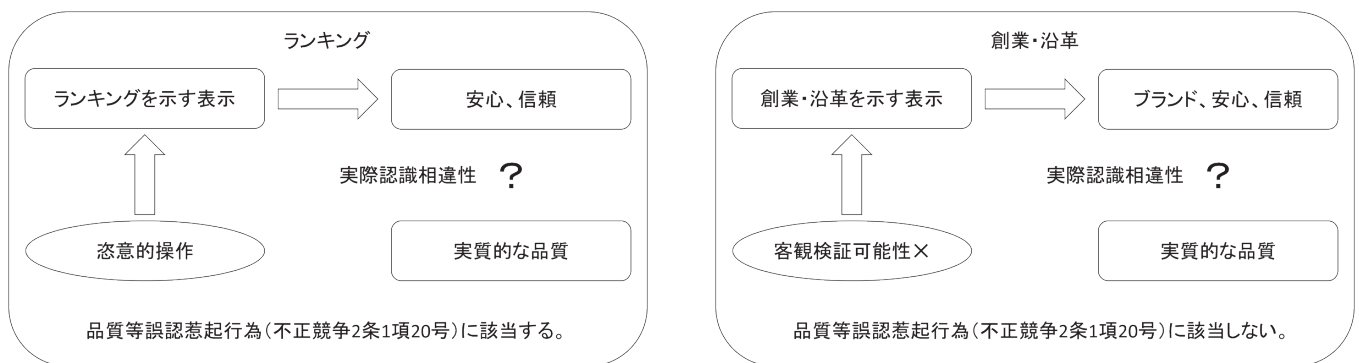


図4 ランキング及び創業・沿革に係る誤認判断

## 6. おわりに

原産地を品質に関する間接的示唆表示と捉えることもできるが、原産地に係る品質等誤認惹起行為（不正競争2条1項20号）は裁判例において既に定着しているし、品質に関する審理をすることなく原産地に係る誤認を認定することができるので、原産地の規定は維持すべきである。一方、商品の数量及び役務の数量、商品の内容及び役務の内容、商品の製造方法、商品の用途及び役務の用途については、単独では実質的に機能していないので、これらの規定を維持する意義は乏しいように思われる。なお、商品と役務を別個に規定すること<sup>(40)</sup>及び平成18年商標法改正によって小売等役務商標が導入されている状況下において品質等誤認惹起行為における役務には小売を含まないとする態度<sup>(41)</sup>にも疑問を感じる。

そうすると、品質等誤認惹起行為として規定される項目は原産地と品質のみになるが、品質等誤認惹起行為の類型のうち外延が明確になったものを新たに規定に加えることも一考の余地があろう。誤認判断の原則を適用することができる項目として価格及び数量<sup>(42)</sup>、誤認判断の原則を適用することができない項目として規格・格付、権利・契約及びランキングが候補にあがる。一方、創業・沿革については、創業・沿革を示す表示が客観検証可能性を有しない場合の判断について、今後の裁判例の推移を注視していく必要がある。

(注)

- (1) 京都地判令和2年6月10判時2491号74頁〔ハッ橋事件〕、大阪高判令和3年3月11日判時2491号69頁〔ハッ橋事件〕。
- (2) 通商産業省知的財産政策室監修『逐条解説不正競争防止法』（有斐閣・1994年）123頁。
- (3) 東京地判令和5年11月10日令和4年（ワ）第2551号〔業務用生ごみ処理機事件〕。同旨、東京地判令和6年2月21日令和4年（ワ）第16072号〔非たばこ加熱式スティック事件〕。
- (4) 東京地判平成16年9月15日平成14年（ワ）第15939号〔自動車用コーティング剤事件〕、知財高判平成17年8月10日平成17年（ネ）第10029号他〔自動車用コーティング剤事件〕。
- (5) 東京地判令和3年2月9日平成30年（ワ）第3789号〔オリゴ糖類食品事件〕、知財高判令和4年1月27日令和3年（ネ）第10018号〔オリゴ糖類食品事件〕。
- (6) 他に、空気圧制御機器の流量特性について東京地判令和4年10月25日令和2年（ワ）第32931号〔空気圧制御機器事件〕、浄水カートリッジの節水性能について東京地判令和3年3月29日平成31年（ワ）第2219号〔浄水カートリッジ事件〕、知財高判令和3年9月30日令和3年（ネ）第10045号〔浄水カートリッジ事件〕等。
- (7) 前掲注1・〔ハッ橋事件〕。
- (8) 大塚理彦「創業年の表示と不正競争防止法の品質等誤認惹起行為～〔ハッ橋事件〕～」パテント Vol.76 No.3（2023年）99頁。
- (9) 前掲注3・〔業務用生ごみ処理機事件〕。
- (10) 東京高判昭和53年5月23日刑月10巻4・5号857頁〔ベルギータイヤ事件〕。
- (11) 大阪地判平成31年3月28日平成29年（ワ）第5011号〔爪切り事件〕。
- (12) 前掲注10・〔ベルギータイヤ事件〕。
- (13) 東京地判平成31年4月26日平成29年（ワ）第19266号〔家庭用浄水器ろ過カートリッジ事件〕。
- (14) 名古屋地判昭和57年10月15日判タ490号155頁〔ヤマハ特約店事件〕。
- (15) 高松高判平成10年7月27日平成9年（ネ）第239号〔仏壇事件〕。
- (16) 前掲注3・〔業務用生ごみ処理機事件〕。
- (17) 最判昭和53年3月22日刑集32巻2号316頁〔清酒特級事件〕。
- (18) 関連する裁判例として、建設省不燃認定に係る大阪地判平成7年2月28日判時1530号96頁〔フランジガasket材事件〕、電気用品安全法所定の検査に係る大阪地判平成24年9月13日判時2182号129頁〔電子ブレーカ事件〕、雨水協会及び下水道機構の証明書等に係る東京地判平成26年6月24日平成25年（ワ）第11958号〔シンシンプロック事件〕。
- (19) 大阪地判平成29年1月31日判時2351号56頁〔トナーカートリッジ事件〕。「仮に被告商品が原告京セラDSから指定を受けていないだけであって、客観的な品質、内容では、原告純正品と何ら変わりがないとしても、被告に指定する権限がない以上、被告によりなされた本件指定表示は、なお品質、内容につき『誤認させるような』表示であるといつて差し支えないというべきである」とも判示した。
- (20) 東京地判平成14年12月27日平成13年（ワ）第20971号〔育毛用化粧品事件〕。
- (21) 大阪地判平成24年11月8日平成23年（ワ）第5742号〔巻き爪矯正具事件〕。
- (22) 大阪地判平成19年1月30日判時1984号86頁〔ピーターラビット事件〕、大阪高判平成19年10月2日判タ1258号310頁〔ピーターラビット事件〕。
- (23) 東京地判平成31年2月8日平成28年（ワ）第26612号他〔ジル・スチュワート事件〕、知財高判令和2年2月20日平成31年（ネ）第10033号〔ジル・スチュワート事件〕。
- (24) 家庭用脱毛器の出力を表すジュール数に係る東京地判平成26年12月18日平成26年（ワ）第18199号〔家庭用脱毛器事件〕。
- (25) 大阪地判平成23年12月25日平成19年（ワ）第11489号他〔カーワックス事件〕。
- (26) 大阪地判平成31年4月11日判時2441号45頁〔口コミランキング事件〕。
- (27) 大塚理彦「口コミサイトにおける不正競争防止法の誤認惹起行為—口コミランキング事件を契機に一」神戸法学雑誌72巻1・2号（2022年）3頁。
- (28) 大阪地判平成19年3月22日判時1992号125頁〔大阪みたらし元祖だんご事件〕、大阪高判平成19年10月25日判タ1259号311頁〔大阪みたらし元祖だんご事件〕。
- (29) 前掲注1・〔ハッ橋事件〕。



- (30)前掲注8・大塚。〔ハッ橋事件〕控訴審の判断には反対である。  
(31)前掲注13・〔家庭用浄水器ろ過カートリッジ事件〕。  
(32)前掲注15・〔仏壇事件〕。  
(33)前掲注3・〔業務用生ごみ処理機事件〕。  
(34)前掲注17・〔清酒特級事件〕。  
(35)前掲注21・〔巻き爪矯正具事件〕。  
(36)前掲注23・〔ジル・スチュワート事件〕。  
(37)前掲注27・大塚。  
(38)前掲注1・〔ハッ橋事件〕。  
(39)前掲注8・大塚。  
(40)商品の品質及び役務の質というように規定されているが、役務の質を役務の品質としても用語法上問題はないように思われる。  
(41)前掲注1・〔ハッ橋事件〕。  
(42)数量は直接的指示表示の場合と間接的示唆表示の場合のいずれも含む。

(原稿受領 2024.7.30)

## パテント誌原稿募集

広報センター 副センター長  
会誌編集部担当 高石 健二  
同 加藤 佳史

- 応募資格** 知的財産の実務、研究に携わっている方（日本弁理士会会員に限りません）  
※論文は未発表のものに限ります。
- 掲載** 原則、先着順とさせていただきます。また、編集の都合上、原則「1テーマにつき1原稿」とし、分割掲載や連続掲載はお断りしていますので、ご了承ください。
- テーマ** 知的財産に関するもの
- 字数** 5,000字以上～20,000字以内（引用部分、図表を含む）パソコン入力のこと  
※400字程度の要約文章と目次の作成をお願いいたします。
- 応募予告** メールにて応募予告をしてください。  
①論文の題名（仮題で可）  
②発表者の氏名・所属及び住所・資格・連絡先（TEL・E-mail）を明記のこと
- 論文送付先** 日本弁理士会 広報室「パテント」担当  
TEL:03-3519-2361  
E-mail:patent-bosyuu@jpaa.or.jp  
〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-4-2
- 投稿要領・掲載基準** <https://www.jpaa.or.jp/patent-posted-procedure/>
- 選考方法** 会誌編集部にて審査いたします。  
審査の結果、不掲載とさせていただきますことでもありますので、予めご承知ください。