

地域団体商標に係る商標権の効力と商標法 26 条 1 項 2 号との 関係等について判断した事例：

福岡地判平成 24・12・10（平成 23(ワ)1188）〔地域団体商標「博多織」事件〕

土肥 一史^(*)

〔事実〕 原告 X(博多織工業組合)は、福岡県博多地域に由来する製法(博多織製法)により福岡県またはその周辺で製造された絹織物製の織物等(以下、「博多織」といい、そのうち原告の組合員によって製造販売等される博多織を「原告製品」という)の製造業を行う中小企業で構成される「中小企業団体の組織に関する法律」を設立準拠法とした工業組合である。

被告 Y1(日本和装ホールディングス株式会社)は、和服および和装品の販売促進の企画やこれらの販売代理業その他着物関連事業を主たる業とする株式会社であり、被告 Y2(訴外 A[旧匠工芸]から事業を承継した株式会社はかた匠工芸)等が属する企業グループの経営管理を行っている。被告 Y2 は被告 Y1 の 100% 子会社であるが、博多織製法を用いて織られた帯製品(以下、被告製品という)に被告標章を付して販売を行っている株式会社である。

被告 Y3(博多織物協同組合)は、証紙の発行に関する事業等を目的とする協同組合であり、被告製品に付するための、被告標章等を記した証紙を作成している。

原告 X は、平成 18 年 7 月 10 日、「博多織」の一連の文字によって成立する文字標章を地域団体商標として出願し、平成 19 年 3 月 9 日、地域団体商標登録を受けた。

訴外 A は、本件地域団体商標が登録される以前から X の組合員であったが、平成 21 年 1 月 26 日、解散し清算会社となった。平成 21 年 2 月 10 日、訴外 A と被告 Y2 間で機械器具等賃貸借及び従業員の承継的雇用が行われ、被告製品の製造販売が開始された。この間、Y2 は X への加入を求める等した模様であるが、結局、X は Y2 に組合員資格を喪失した旨の通告をした他、「博多織」の使用をやめるよう警告状を送付した。これにより、Y2 は「博多織」から「博多帯」に表示を変更した。なお、平成 21 年 9 月頃、Y2 は訴外 A からの事業の承継を完了した模

様である。

平成 23 年 3 月 18 日、原告は、被告等が製造販売している被告商品に付された「博多帯」の標章が原告商標と類似しており、地域団体商標に係る商標権の侵害を構成する等として、本件訴訟を提起した。

Y1 らは、「博多帯」は普通名称であり、地域団体商標制度が新設され、「博多織」が登録商標になったからといって「博多帯」の使用が禁止されることはないなどと主張して、争った。

〔判決〕 「地域団体商標は、商標法 7 条の 2 第 1 項が規定するところから明らかとなっており、地域の名称及び商品等の普通名称等のみからなる商標であるため、これに対する商標法 26 条 1 項 2 号又は 3 号の適用が問題となるところ、商標法には、地域団体商標に関して商標法 26 条の適用に関する特別な規定は存在しない。そして、従来、地域団体商標のような商標につき原則として商標登録が認められなかったのは、同商標が、当該地域において当該商品の生産・販売、役務の提供等を行う者が広く使用を欲する商標であり一事業者による独占に適さない等の理由によるものであるから、地域団体商標が商標登録された場合においても、地域団体商標権の効力が他の事業者による取引上必要な表示に対して過度に及ばないようにする必要がある。

もっとも、地域団体商標又はその類似する商標について、当該地域以外の事業者が自らの商品の産地又は商品の内容の表示として使用しななければならないといった事態は通常想定できないから(仮にこのようなことが行われる場合は産地偽装となる。)、上記のような問題は地域内アウトサイダーとの関係において生じることとなる。すなわち、地域内アウトサイダーが、自身が製造・販売する商品等の産地や同商品等の一般的名称など取引に必要な表示を全く付せなくなれば、営業活動が過度に制約されるおそれがあり、また、上記のような取引上必要な表示に

(*) 日本大学大学院知的財産研究科(専門職) 教授

ついてまで、これを付することを禁止することは、同じ地域ブランド事業を行っている事業者のうち、地域団体商標権者たる団体に加入している者とそうでない地域内アウトサイダーを不当に競争において差別することになるから相当ではないし、地域ブランドが識別性を獲得するまでの間、他の地域の事業者等が地域ブランドの名称を便乗使用することの排除を容易にすることによって地域ブランドを保護しようとした地域団体商標制度新設の趣旨からしても過剰な規制である。

そうすると、地域団体商標として登録された商標についても、商標法26条1項2号又は3号が適用されるというべきであり、地域内アウトサイダーが、自身の製造・販売する商品等の産地及びその一般名称からなる当該地域団体商標又はその類似の標章を上記商品等に付して使用する限りは、それは主として取引に必要な産地や商品等の種類の表示であると評価することができるから、同使用は商標法26条1項2号又は3号に該当するものとして許されるというべきである」。

「原告は、Y2による被告標章の使用は、自他商品の識別機能を発揮する態様のものであるとして、商標法26条1項2号の適用はないなどと主張するが、地域内アウトサイダーが自らの商品等の産地及び同商品等の一般名称からなる商標を商品等に付した場合は、例えば地域団体商標権者が使用している特有のロゴ等を用いているなどの事情がある場合を除いて、同表示は、自身の商品等の産地や種類を表すための取引上必要な表示として商標法26条1項2号に該当するというべきところ、本件においては特有のロゴ等が同一であるといった事情は認められないのであるから、Xの主張は理由がない」。

「博多織」に代えて被告標章の使用を始めたのは、Xから本件商標の使用につき警告を受けたためであるから、「Y2が被告標章を使用するに至った上記経緯に照らすと、Xが、Y2による被告標章の使用又はYらによる被告商品の販売仲介や被告商品に貼付する証紙の作成等の行為に対して損害賠償等の法的措置を求めることは権利の濫用であるといわざる

を得ない」。

[研究]

I 地域団体商標の制度趣旨

1 地域団体商標制度は、「知的財産推進計画2004」で、「農林水産物等の地域ブランド保護制度の在り方について、産品・製品等の競争力強化や地域の活性化、消費者保護の観点から…2004年度に検討を行う」⁽¹⁾とされたことに基づいて、平成17年の「商標法の一部を改正する法律」により導入された。これによって、地域の自然的条件を生かした農林水産物や食品などの特産品、地域に歴史的な関連のある伝統工芸品さらには地域において提供される特色あるサービスに地域名を付した共通のブランドとして他の地域の商品やサービスとの差別化を図って、その付加価値を高め、地域産業の活性化を促し、ひいては産業競争力の強化につながる事が期待された、地域の産業振興政策上設けられた制度である⁽²⁾。

地域団体商標で対象となる商標は、「地域の名称」と「商品役務の普通名称又は慣用名称」の組合せからなる商標とされたが、これは伝統的工芸品産業振興法に基づき大臣指定を受けた伝統的工芸品⁽³⁾のほとんどは「地域の名称+商品名」から構成されており、これを地域ブランドとして保護することが地域振興に十分資すると考えられたことに基づいている(商標7条の2第1項各号)。ここでいう商品役務と地域の名称の間には密接な関連性が求められている(同条2項)。密接な関連性という場合、通常は、商品の産地・役務の提供地が一般であるが、それには限らない⁽⁴⁾。

2 地域団体商標制度は、「地域の名称+商品役務の普通名称」からなる標識を地域ブランドとして育成・保護するとしても、商標権として保護する以上、如何に商標法の登録原則と整合させるかという問題があった。ひとつは主体要件であり、他のひとつは登録要件である。地域団体商標はある地域の商品役務を他の地域の商品役務と識別することを目的とするが、同時に権利構成を採るので、権利者を定める

(1) 知財戦略本部「知的財産推進計画2004」37頁。

(2) 特許庁総務部総務課制度改正審議室「平成17年商標法の一部改正・産業財産権法の解説」5頁(発明協会、2005年) [以下、「特許庁「地域団体商標解説」」で引用]。同旨、小川宗一「地域団体商標制度の趣旨と立法者の意思」日本法学74巻2号663～664頁 [以下、「立法者意思」で引用]。

(3) 伝統工芸品と地域団体商標の関係については、例えば、林二郎「地域団体商標制度」知財研フォーラム72号6頁を参照。

(4) 特許庁「地域団体商標解説」14頁。

必要がある。当初は、生産量や事業者等の数量的な判断(過半数以上の支配)によることも考えられたが⁽⁵⁾、結局は団体商標の主体形式に準じて権利構成を考えることになった。このように考えても、当該商標との関係で指定商品役務を限定させることで、いわゆる数量的要件は通常満たされると考えられた。

次に、登録要件である。「地域の名称+商品役務の普通名称」、換言すれば産地表示であっても、使用された結果、需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができるものについては、商標登録は認められていた(商標3条2項。例えば、夕張メロン、佐賀牛など)。ところが、地域振興活動の揺籃期にある地域ブランドについては商標登録ができなかった。当該地域ブランドの浸透度が商標法3条2項所定の周知性を獲得していないのが通例だったためである。そのため、商標法3条2項に定める使用による識別性の獲得にまでは達しなくても、同4条1項10号に定める程度の広がりの中での識別性の獲得があれば、登録を認めることとした⁽⁶⁾。商標法7条の2第1項本文の周知性を定める文言が、同3条2項のそれではなく、同4条1項10号の文言に揃えてあるのはこのためである。その他の点では、地域団体商標は通常の商標と原則において変わるところはない。通常の商標で商標法3条2項によって登録された地域名+商品名からなる登録商標と先後願関係を生ずることはもちろん、商標法4条1項11号の適用についても通常の商標と変わらない⁽⁷⁾。

II 商標法26条の適用関係

1 本判決は、商標法26条の規定の地域団体商標に係る権利への適用関係において特徴ある判断を示している。それは、特に、地域内アウトサイダーとの関係において現れている。地域内アウトサイダーが、製造販売する商品等の産地や同商品等の一般名称など取引に必要な表示を全く付せなくなれば営業活動が過度に制約されるおそれがあるという懸念から、地域内アウトサイダーには地域団体商標権者が使用する特有のロゴ等を用いている等の特別な事情

のない限り、商標26条の規定の適用を広く認める、というものである。かかる理解は既に学説⁽⁸⁾でも指摘されていた。本判決はこの学説の理解に沿ったものということもできよう。

しかし、この理解は制度趣旨に反するものである。地域団体商標制度は、権利構成を採用し、地域の事業者団体にその主体性を認めている。地域の事業者はその限りにおいて地域団体商標を使用できなくなるが、それによって地域産品の信用を維持し、名声を高めることを通じて、一定の秩序の下、地域振興に資するよう意図されている。個々の事業者には、地域の事業者の加入の自由を保障する事業者団体の構成員となることで、構成員の地位に自動的に連動した使用权が与えられる(商標31条の2第1項)。地域団体商標が団体商標の法形式を採用しながら、主体要件において団体商標と異なり、構成員の加入制限を排しているのはこのためである(商標7条の2第1項)。判決が懸念する地域内アウトサイダーに対しては、継続使用权を認め(商標32条の2)、事業者団体に属さない事業者を保護している。また、新規に参入する事業者については、地域団体商標と同一または類似の標章を商標として使用することは許されないが、商標法26条1項2号所定の産地表示として使用することは無論できる。その意味では、商標法26条の規定の適用は、通常の商標の場合と地域団体商標の場合と何ら変わらない。この点で、地域内アウトサイダーに対して商標法26条の規定の適用を通常の商標の場合と異にする理解は、少なくとも制度の趣旨を誤って理解するものという他ない。

さらに、判決は、地域外アウトサイダーについては商標法26条の規定の適用は通常想定できないとするが、これも誤りである。地域外アウトサイダーも、食料品等の表示に見られるように、産地表示や原材料表示を行う必要がある。この場面においては、商標法26条が有効に機能する。商標法26条は商品の産地表示等が普通に用いられる方法で表示する商標には、商標権の効力は及ばないことを明らかにしているが、この規定の適用は地域内アウトサイダーであると、地域外アウトサイダーであると、を問わ

(5) この経緯については、産業構造審議会商標制度小委員会第9回配布資料1・25頁及び第10回配布資料2・16頁並びに小川宗一「地域団体商標制度と商標法の基本理念(1)日本法学72巻3号1128頁を参照[以下、「基本理念」で引用]。

(6) これにより、新たな使用主義が導入されたことになる。林二郎「前掲論文」知財研フォーラム72号3頁、小川宗一「基本理念(1)」日本法学72巻3号1126頁。

(7) 特許庁「地域団体商標解説」20頁。

(8) 田村善之「知財立国下における商標法の改正とその理論的な含意—地域団体商標と小売商標の導入の理論的分析」ジュリスト1326号94頁。

ず等しく適用されるのである。

2 本判決は、地域団体商標との関係で商標法 26 条 1 項 2 号の規定の適用を地域内アウトサイダーには広く認めるが、この規定の適用がない場合としては、地域団体商標で使用されている「特有のロゴ等を用いているなどの事情がある場合」⁽⁹⁾をあげている。しかし、そもそもこの規定により、商標権の効力が及ばない商標というのは、商品の産地等を普通に用いられる方法で表示する商標に限られている。

地域団体商標は、「地域の名称+商品役務の普通名称」として登録されているから、「普通に用いられる方法で表示する」というのは図形との結合の様態は考慮する必要はない。「地域の名称+商品役務の普通名称」の結合した文字商標との関係で考慮すれば足りる。この点に関する判例は、「書体、表示方法、表示場所等に照らし」⁽¹⁰⁾、あるいは「位置、字体、文字の大きさで」⁽¹¹⁾判断されるとしている。立案者の説明では、この規定の適用については、「自他商品(役務)の識別機能を発揮する態様で使用されているか否かにより個別具体的に判断すべきである」とされている⁽¹²⁾。かかる理解からすると、普通に用いられる方法で表示する商標であるかどうかは、地域団体商標に相当する文字列の位置、態様、大きさから商標として使用されているかどうかということに帰する。

地域内アウトサイダーが地域団体商標と同一または類似の文字列を普通に用いられる方法ではなくして表示する商標を使用することは、継続使用権による場合か、あるいは地域団体商標を有する事業組合に加入することが必要であり、それ以外の場合、地域団体商標権の侵害となる。地域団体商標と同じ文字列を地域内アウトサイダーは、普通に用いられる方法に限らず、自由に使用できるのであれば、継続使用権も団体への自由加盟も求める必要はない⁽¹³⁾。したがって、このいずれかに該当せず、使用するときには地域団体商標に係る商標権を侵害することとなるのは明白であり、本判決の述べるところは理解できない。

およそ、一般的に、商品にはその種類に応じて商標が付される位置(場所)があり、その位置に、ある文字列が使用されていると需要者はこれを商標と認

識し易い。この現象を文字列が自他商品識別力を発揮するというのであり、反対に、商標が一般的に付されない場所では同じ文字列が本来有している自他商品識別力が発揮されないことが起こり得る。こうした現象があるが故に、事業者は、新商品のマーケティングにおいては、その採用する文字列や図形が需要者において自他商品識別力を発揮するように宣伝広告において、それが付される位置を含めて、格別の工夫に努めるのである。もっとも、こうした自他商品識別力の発揮は事業者の格別の工夫が常に必要であるというわけではない。瓶や缶のような商品では、最も目立つ位置(場所)には内容物の商標が付されるため、瓶や缶の製造業者の商標は目立たない位置(場所)に小さな文字や記号で付されるが、瓶や缶の需要者はこうした取引の実情を認識している。さらには、商品によっては商標が通常付される位置(場所)が概ね決まっているものもある。伝統的な帯や和装品もそうした商品の 1 つに数えることができよう。加工される前の布地や反物であれば、布地の端の折り返しの部分に織り込む態様で、あるいは容易に乖離できる証紙やタグで商標が付されているので、需要者はそうした位置にある文字列や図形に接すると、これらに本来備わっている識別力が当該需要者に対して発揮されることになる。

以上に述べたところから、本件の被告標章である「博多織」の使用態様は、産地表示を普通に用いられる方法で表示したものとは言い難いように思われる。この被告標章に取引者・需要者が接した時、殊更、「博多織物協同組合」という文字と共に使用されている態様からすると、被告標章「博多帯」は地域団体商標として使用されていると認識されるおそれは十分あるように思われる。

Ⅲ 商標の類似性

1 地域団体商標「博多織」は産地名と商品名とから構成される結合文字商標であり、他方、被告標章である文字列「博多帯」も産地名ないし販売地名と商品名からなる結合文字商標とすることについては、異論はなかろう。なお、被告標章は「博多帯」の文字列以外に「二千年伝承」、「博多織物工業組合」、

(9) 田村善之「前掲論文」ジュリスト 1326 号 99 頁脚注 31 にも、同様な指摘がされている。

(10) 最三判平成 9・3・11 民集 51 卷 3 号 1055 頁[小僧寿し事件]。

(11) 東京地判平成 11・1・29LEXDB[塩瀬總本家事件]。

(12) 特許庁「地域団体商標解説」21-22 頁。

(13) 同旨、小川宗一「立法者意思」日本法学 74 卷 2 号 670 頁以下は、地域内外のアウトサイダーに継続使用権を認めていることを強調する。

「日本製」及び博多織の文様と思われる図形も被告標章の周辺に認められるが、類否判断は「博多織」と「博多帯」の間において行われる。

結合商標の類否判断につき、最高裁は、その「つつみのおひなっこや事件判決」において、「商標の類否は、同一又は類似の商品又は役務に使用された商標が、その外観、観念、称呼等によって取引者、需要者に与える印象、記憶、連想等を総合して、その商品又は役務に係る取引の実情を踏まえつつ全体的に考察すべきものであり(最三判昭和43・2・27民集22巻2号399頁[氷山印事件]参照)、複数の構成部分を組み合わせた結合商標と解されるものについて、商標の構成部分の一部を抽出し、この部分だけを他人の商標と比較して商標そのものの類否を判断することは、その部分が取引者、需要者に対し商品又は役務の出所識別標識として強く支配的な印象を与えるものと認められる場合や、それ以外の部分から出所識別標識としての称呼、観念が生じないと認められる場合などを除き、許されないというべきである(最一判昭和38・12・5民集17巻12号1621頁[リラ寶塚事件]、最二判平成5・9・10民集47巻7号5009頁[SEIKO EYE 事件]参照)⁽¹⁴⁾と判示している。

原告商標「博多織」から異なった外観、称呼、観念は生じないが、被告標章からは、それを構成する要素としていくつかの文字や図形が存在するところから、直ちに一意的な外観、称呼、観念は導けないものの、「博多帯」以外の部分が取引者、需要者に対し商品又は役務の出所識別標識として強く支配的な印象を与えるものとは認められないし、その部分から出所識別標識としての称呼、観念は生じないと認められる。さらに、本件登録地域団体商標「博多織」についても、その構成部分は、「博多」と「織」であるところ、いずれの部分も取引者、需要者に対し商品又は役務の出所識別標識として強く支配的な印象を与える部分と認められないし、いずれか1つの部分からも出所識別標識としての称呼、観念が生じているとは認められないので、原則通り、全体観察により行うことになる。また、このことは、「博多帯」の文

字標章に他の要素を付加することで、別の外観、称呼、観念を認め非類似とすることになれば、原告商標の識別力あるいは顧客吸引力を被告が横取りしてしまうことを容認する結果につながるものであり、認めることはできない。

そこで、商標の類否判断は、対比される両商標が同一または類似の商品に使用された場合に、商品の出所につき誤認混同を生ずるおそれがあるか否かによって決められるが⁽¹⁵⁾、それには、そのような「商品に使用された商標がその外観、観念、称呼等によって取引者に与える印象、記憶、連想等を総合して全体的に考察すべく、しかもその取引の実情を明らかにし得る限り、その具体的な取引状況に基づいて判断することとされている⁽¹⁶⁾。ここでいう外観、称呼、観念等による総合的な判断というのは、外観、称呼及び観念のそれぞれについて一致するかどうかの判断に止まらず、相紛らわしいかどうかの判断も求められている⁽¹⁷⁾。

2 外観をみよう。両商標は、いずれも漢字3語から成り、「博多」を語頭に持ち、続いて1語「織」と「帯」が付される構成である。両商標は外観において同一ということとはできないが、相紛らわしさがないとまではいえない。

称呼をみよう。原告商標の称呼は「はかたおり」であり、被告商標のそれは「はかたおび」である。ローマ字表記をすれば、「HAKATAORI」と「HAKATAOBI」であり、違いは、「り」と「び」の子音の違いでしかなく、称呼の上で完全同一とはいえないものの、相紛らわしさは残るといえそうである。

観念をみよう。観念類似とは、商標を構成する文字から生ずる意味内容が相紛らわしい、すなわち記憶上相紛らわしいことをいう。ただ、留意すべきは、商標自体が客観的に有する意味内容をいうのではなく、商標を見または称呼することによりその商標を付した商品の需要者または取引者が思い浮かべるその商標の意味内容をいう⁽¹⁸⁾とされている。先の氷山印事件最高裁判決が、「外観、観念、称呼等によって取引者に与える『連想』等を総合して全体的に考察」するよう求めていることにも整合する。こう

(14) 最二判平成20・9・8判時2021号92頁[つつみのおひなっこや事件]。

(15) 但し、商標の類似が混同の虞れの有無によって決められるといっても、元来、商標の類似性と混同の虞れは別概念であり、ここでいう混同の虞れというのは、標章の類似性を前提にした上で導かれる概念である。

(16) 最判昭和43・2・27民集22巻2号399頁[氷山印事件]。

(17) 例えば、網野誠「商標[第6版]」262頁(有斐閣、2012年)。

(18) 東京高判昭和49・11・14・無体集6巻2号321頁[Laurel 事件]。

した理解を前提とすれば、博多織は細い経糸がやや太い緯糸を包みこみ、表面には経糸ばかりが出ていて、横畝が際立って見える点が特徴であり、生地に厚みや張りがあって帯としての用途に適するとされ、かつ黒田長政による幕府への博多献上帯等の歴史さらには帯というものの手ごろさから、需要者・取引者は、博多織という文字列に接するとき、博多帯を連想し、反対に博多帯に接するとき博多織で織られた帯と連想するものとも考える可能性も少なくなくなる。そうしてみると、両商標は観念的に一致するものないしは極めて相紛らわしいものともいえそうである。

以上を総合すると、被告標章「博多帯」は、原告地域団体商標「博多織」と類似すると解する余地はあったように思われる。

Ⅳ 不正競争の目的

本件の事実関係から推測するに、地域外に所在し、資本金が3億円超のY1にはXに加入する資格がないことから⁽¹⁹⁾、Y1の100%子会社であるY2(会社設立の日時は判決文からは不明である)を利用して加盟申請をしたことが窺える⁽²⁰⁾。商標法32条の2第1項の規定からは、業務を承継した者にも継続使用権が認められるところから、Y2は解散した訴外Aの外装を単に潜脱的に利用したのであれば、この規定にいう「不正競争の目的」の問題も生ずるように思われる。この「不正競争の目的」については、他人の信用を利用して不当な利益を得る目的と理解されている⁽²¹⁾が、この目的にあたる場合としては参入資格に制限があるにも拘わらず、この資格制限を回避するために法人格を濫用的に利用する場合等も含まれるのではないか。特に、本件では、Xと誤認混同するおそれもあるY3を設立した上で証紙を作成させるなどしていることから、業務承継と素直に言いきれないようにも感じられ⁽²²⁾、判決がこのような単純な権利の濫用のケースと即断し難いものが残

る。判決には、さらに踏み込んだ検討が望まれる。

また、継続使用権の成立要件として、継続使用の要件があるが、訴外Aがいつまで事業を行っていたのかも問題となろう。商標法32条と異なり、同法32条の2は保護すべき使用の状態(信用の蓄積)は必ずしも求められないはずであるが、小売商標の導入時の継続使用権の導入では、地域団体商標の継続使用権と同様周知性の要件はないが、そこでの立案者の説明では、継続使用権は業務上の信用であり、業務上の信用の承継を伴う業務の承継があることを求めている⁽²³⁾。このことからすると、地域団体商標の継続使用権についても、業務上の信用の承継を伴う業務の承継であったのかどうかを検証しておくべきではなかったか。

業務の承継があったというためには、積極財産及び消極財産の移転だけではなくして、ノウハウや仕入れ先ないし得意先関係といった事実関係の移転を必要とする(そうでなければ、個々の積極財産と消極財産の移転ないし承継で足り、営業の譲渡を認める必要がない)ことにも一致する。業務上の信用の承継として、得意先や仕入れ先に対して、譲渡人と譲受人双方に相応の承継手続きがあったかどうかを問うべきであろう。いつどのような内容の案内状や告知その他がなされたのかも問題となろう。

(19) 中小企業団体の組織に関する法律11条。同法では、組合員資格として、定款に特段の定めがない限り、「その地区内において資格事業を営む中小企業者」であることが求められているとともに、ここでいう中小企業者とは、製造業にあっては、資本金の額が3億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が300人以下の会社又は個人をいう(同5条1号)。なお、Xの定款に別段の定めがあったのか否かについては、判決文からは明らかではない。

(20) 中小企業団体の組織に関する法律40条(協同組合法14条を準用)正当な理由がないのにその加入を拒んではならない。

(21) 特許庁編「工業所有権法(産業財産権法)逐条解説[第19版]」1377頁(発明協会、2012年)。

(22) 被告製品に被告標章「博多織」を付すためには、第三者にその旨の証紙の作成を依頼し、それを貼付することで足りると思われるが、Y1はことさらXの団体名称に類する名称のY3を設立した上で、製造事業者Y2ではなく、Y3の名称と共に被告標章「博多織」を表示した証紙を使用している。

(23) 特許庁総務部総務課制度改正審議室「平成18年意匠法の一部改正・産業財産権法の解説」92～93頁(発明協会、2006年)。