

有名野球選手のサインの偽造・販売と不正競争防止法

(Forgery and sale of signatures of famous baseball players and the Unfair Competition Prevention Law)

石 原 知

(みなとみらい総合法律事務所・神奈川県弁護士会知的財産法研究会)

第 1 はじめに

読売新聞¹において、ユニフォームや色紙に有名野球選手のサインを模倣したサインをマジックペンで書き込んだものを、「直筆サイン入り」として当該選手が記載したものであるとの説明を付してオークションサイトに出品した行為について、東京区検察庁が被疑者を不正競争防止法違反で略式起訴し、罰金 30 万円が科されたという報道がされた。

しかしながら、同報道や関連の報道を確認しても、偽造サイングッズの作成・販売がどのような理由で不正競争防止法違反となるか、不正競争防止法で禁止されている「不正競争」(不正競争防止法第 2 条)に該当する行為のうち、①混同惹起行為(同条第 1 項第 1 号)、②著名表示冒用行為(同条第 1 項第 2 号)、③原産地・質量等誤認惹起行為(第 1 項第 20 号)のいずれかに該当するものと思われるが、いずれに該当するか判然としない(形態模倣についても該当する可能性はあるが、本来のサインと実質的な同一性があるかの検討を要し、報道限りの情報では検討することができないため本稿では検討の対象外としている。)

本件は、略式起訴の事案であり、報道だけでは被告人の氏名や事件番号等が不明であるから事件記録が入手困難であり、どのような事実から、前述の「不正競争」のうちどの類型に該当するものと判断されたのかについて、確認することができなかった。

本稿では、前記行為が前記①乃至③の「不正競争」のいずれに該当するかについて考

察をする。

また、あわせて実務的な点として、題材の事件について損害賠償請求をする際、主張・立証の点から前記①乃至③の「不正競争」のいずれかを主張するべきであるかといった点について検討を行う。

それに先立って、読者の中には不正競争防止法に馴染みが少ない方もいると思うので、不正競争防止法の概要と解釈に関する重要な点をみていく。

第 2 不正競争防止法の構造

1 不正競争防止法の目的

不正競争防止法は、第 1 条において、「事業者間の公正な競争…(中略)…の確保」を目的に掲げている。これは、不正競争による営業上の利益の侵害を防止することと、事業者間の公正な競争を確保するという私益と公益を保護法益とする法律であるものと解されている²。

営業上の利益の侵害の防止という点は、不正競争防止法第 3 条で営業上の利益を侵害され、又は侵害されるおそれのある者に対して不正競争の停止・予防請求権を認めていることに現れている。

また、営業上の利益が侵害された場合において損害賠償に係る措置が整備すること(同法第 4 条、第 5 条等)で、事業者間の公正な競争を確保しようとしている。

なお、裁判例³は不正競争防止法の目的に関し、「不正競争防止法は、営業の自由の保障の下で自由競争が行われる取引社会を前提に、経済活動を行う事業者間の競争が自

由競争の範囲を逸脱して濫用的に行われ、あるいは、社会全体の公正な競争秩序を破壊するものである場合に、これを不正競争として防止しようとするものにほかならない」としている。

以上のような目的から、不正競争防止法は、公益に対する侵害の程度が高い不正競争について、刑事罰の対象とするとともに、事業者の利益侵害については差止請求、損害賠償請求等の民事的救済を定めるというものであり、この点が、自由競争の一定の制限を目的とし、行政的規制が強い独占禁止法との違いである。

2 不正競争防止法の構造

不正競争防止法は、以上で見てきたとおり、「不正競争」行為に対して刑事罰を科すことを内容としているため、誠実な商慣習に反する行為は禁止するというような一般条項を有していない。すなわち、第2条第1項各号に規定する行為のみを禁止している。

「不正競争」概念に保護法益という観点から分析すると、特定の同業者の利益を害するものと同業者全体の利益を害する行為に分類される⁴。

前者は、混同惹起行為（同項第1号）、著名表示冒用行為（同項第2号）、商品形態模倣行為（同項第3号）、営業秘密不正使用行為（同項第4号乃至第10号）、限定提供データの不正取得等（同項第11号乃至第19号）営業誹謗行為（同項第21号）、代理人等の商標冒用行為（同項第22号）が挙げられる。

後者の類型に属するのは、誤認惹起行為（同項第20号）である。

これらの行為に該当する行為によって、営業上の利益を侵害された者に差止請求権、損害賠償請求権等の民事的な被害予防・回復措置が認められ（第3条乃至第15条）、侵害者には刑事罰が科される（第21条）。

3 題材の事件について

有名野球選手の偽造サイングッズの作成・販売行為が「不正競争」に該当するとすれば、考えられる類型としては、①混同惹起行為、②著名表示冒用行為、③誤認惹起行為と考えられる。

第3 混同惹起行為

1 概要

不正競争防止法第2条第1項第1号は、「他人の商品等表示(人の業務に係る氏名、商号、商標、標章、商品の容器若しくは包装その他の商品又は営業を表示するものをいう。以下同じ。)として需要者の間に広く認識されているものと同一若しくは類似の商品等表示を使用し、又はその商品等表示を使用した商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供して、他人の商品又は営業と混同を生じさせる行為」を「不正競争」であると定めている。

これは、他人の商品や営業として、需要者間に広く周知されているものと同一又は類似の表示を使用して、その商品又は営業の出所について、混同させる行為（いわゆるパッシングオフ）を規制することによって、営業上の信用を保護し、もって事業者間の公正な競争を確保することをその趣旨としている⁵。

2 他人の商品等の表示

本号でいう「商品等表示」は、文言どおり。商品の出所を識別する表示と営業主体を識別する表示の2種類を含んでいる。

文言上列挙されている「氏名、商号、商標、標章、商品の容器若しくは包装」はあくまで例示であり、これには限られないが、商品・営業の主体を識別することができなければならない⁶、単に用途や内容を表示するにすぎない場合には、「商品等表示」に該当

しない。商品の形態も永年使用によって、機能的な意味を超え、商品を個別化する作用を持つに至ったときは、その部分に化体した信用の冒用が許されるべきではないとして、商品等表示に該当するものとするのが判例通説である⁷。

ここでいう商品は、有体物に限られず、無体物であっても、経済的な価値が社会的に承認され、独立して取引の対象とされているものであれば、商品に該当するものとされている⁸。

一方で営業とは、単に営利を直接の目的として行われる事業に限られず、事業者間の公正な競争を確保するという前記の法目的からして、取引社会における事業活動を指す⁹¹⁰。

3 周知性

「広く認識されている」とは、不正競争防止法の趣旨からして、必ずしも日本国内における全国的な周知性が求められているわけではなく、一地方において一定の事実状態が形成されていれば足りるとされている¹¹。

その判断基準となる「需要者」とは、直接の取引者のみならず、最終消費者まで含まれ、そのうちのある範囲・階層で足りる。これは、混同による不正な競業は、取引者又は最終消費者のいずれに生じたとしても、公正な競争の確保を阻害するためである。不正競争防止法第2条第1項第2号の「著名性」との異同は後述する。

4 同一性・類似性

表示が同一である場合について、説明は不要である。

類似性については、判例は取引の実情のもとにおいて、取引者又は需要者が、両表示の外観、称呼又は観念に基づく印象、記憶、連想等から両者を類似のものと受け取るおそれがあるか否かで判断されている¹²。このように類似性判断手法は、商標の類似

性に関するものと概ね一致しているものの、不正競争防止法第2条第1項1号における類似性は、不正な混同目的達成の手段となるかどうかという観点から判断される。そのため、類似性の判断の際には、表示の著名性や、表示の周辺の状況、表示の印象等も考慮要素に加えられ、その範囲は商標法における類似性より広いものとされている。この点において、商標が表示そのものの形式的な対比を類似性判断の中核に置いていることとは対照的である（なお、本稿では詳細な説明を除くが、商標の類似性においても、競業法的判断は一切は行わないわけではない。）。

なお、表示の同一性と類似性は混同惹起の一要素でしかないと捉える見解も存在する¹³。しかしながら、文言上、同一・類似と混同は別とされており、妥当ではない。

5 使用等

商品等の表示が類似していたとしても、商品又は営業の用いたうえで、「譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供」することが必要である。

条文上掲げられた上記の行為は、占有、所有権の移転の別、取引の準備行為や取引相手の所在にかかわらず商品を取引に置く一切の行為をいうものと解されている¹⁴。

6 混同

ここでいう混同については、商品の出所又は営業主体の混同が現に生じていることまでは不要であり、混同を生ずるおそれがあれば足りる。混同の有無は、表示の使用方法、態様等の諸般の事情をもとに、一般人を基準として判断される¹⁵。この判断の中で商品等表示の類似の程度等も一要素として考慮されることになる。

7 検討

(1) 検討の前提

本稿で題材とした事件に関し、実際の偽造サインの形態は不明である。したがって、これらが真正なサインと類似していることは前提とする。

(2) 要件該当性検討

ア 商品等表示

商品等表示の該当性を検討するにあたって、当該選手の直筆サイン入りとインターネットオークションサイトに表示した行為とサインそのものが表示であるということが考えられる。

前者については、明らかに当該選手の氏名の表示であって、同選手がサインを作成した商品という意味があり、出所識別機能を有するから、商品等表示に該当する。

後者について、野球選手のサインがどのようなものかという理解を要するため、先に解説する。野球選手のサインは、一般に野球選手の氏（又は氏名の両方）と背番号がレタリングされたうえで記載されているものが多い。筆者において調べてみたところ、本件で偽造された選手も氏名と背番号を記載したものであった。また、サイン付のグッズも球団から販売されている。

以上を前提にすると、野球選手のサインそれ自体は商品の形態に過ぎず、商品を表示するものといえるかという問題が生じる。

この点について、まず、野球選手のサイン自体は当該野球選手が記載したという出所を示すものであるから、識別機能は存在している。

また、「商品の形態」（不正競争防止法第2条第4項）には、平面形態も含まれると解されているところ、平面形態であるサインについては、商品の形態には理論上含まれ得る。

しかしながら、プロ野球選手のサインはせいぜい数年、長くても20年程度しか使用されないものであり、永年使用される実績があるものではない。もっとも、ここで永年使用の実績が求められる趣旨は、技術的機能に関する裁判例の判示が参考になる。

東京高判昭和45年12月26日判タ260号338頁は、商品の形態が出所識別機能を備えるに至った場合には、商品等表示に該当するとしつつ、「その商品の形態が技術的機能に由来する必然的な結果であるときは、これを除外する必要があるだろう。けだし、技術は万人共有の財産であり、ただそのうち新規独創的なものに特許権、実用新案権が付与され、特定の人に存続期間を限って独占を許すことがあるにすぎない。ところで、もし技術的機能に由来する商品の形態を商品表示と目して不正競争防止法の名の下に保護を与えるときは、この技術の特許権、実用新案権以上の権利として、すなわち、一種の永久権として特定の人に独占を許す結果を招来し、不合理な結果が生ずる。したがって、商品の形態が専らその技術的機能に由来するときは、商品表示と目することはできないものとしなければならない。」と判示している。

すなわち、不正競争防止法上の保護を与えると特定人に存続期間が無期限の独占を許すことになるため、形態のうち技術的な機能に由来する部分は、不正競争防止法上の保護を受けることができないとしているのである。

プロ野球選手のサインという形態の場合には、確かに意匠権にその保護を委ねるべきという考えもあろうが、そもそも氏名と背番号の組み合わせであるため、他の選手を含む第三者が使用することを想定する必要がない。

そもそも、サインは技術的機能と反対に第三者が使用することを予定していない性質のものである以上、本来的に永久の保護を与えても問題がないものである。

したがって、プロ野球選手のサインについては、商品等表示に該当する商品の形態であるものといえる。

(3) 周知性

プロ野球選手であれば、少なくともその名前自体は所属球団のファンには広く知ら

れていると思われるため、オークションサイト上への当該選手の直筆サイン入りという記載をしたという商品の出所として氏名を掲載したケースでは、周知性が認められるであろう。

一方で、プロ野球選手のサインの形状についても、グッズを購入するファンにはその形状は知られていると思われる。

以上から、周知性については、いずれの場合であっても認められる。

(4) 混同

当該選手の直筆サイン入りとのオークションサイト上に書き込みを商品等表示と捉える場合にも、サインそのものを商品等表示と捉える場合（サインの同一性・類似性が認められる前提であることは先述のとおり。）であっても、この点も問題なく認められるであろう。

(5) 小括

以上から、有名野球選手の偽造サイングッズの作成・販売行為は混同惹起行為に該当するものといえる。

第4 著名表示冒用行為

1 概要

不正競争防止法第2条第1項第2号は、「自己の商品等表示として他人の著名な商品等表示と同一若しくは類似のものを使用し、又はその商品等表示を使用した商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供する行為」を「不正競争」としている。

この定め趣旨は、商品・営業主体混同行為とはことなり、多大な資金と労力を投下して獲得された地位を侵害から保護することにある¹⁶。同項第1号のようにいわゆるパッシングオフの制限ではなく、著名表示の不当使用（フリーライド）を問題とするものであり、同条第1号とは別の行為を禁止するものである。

2 商品等表示

この点は、第2条第1項第1号と同様である。

3 著名性

第2条第1項第1号の混同惹起行為では、周知な表示を使用して、混同を生じさせ得ることを「不正競争」としているが、同項第2号の著名表示冒用行為は、フリーライドに対する規制であるから、混同を要件としていない。そのため、対象の表示が単位広く認識されている以上のものでなければならない。

この点について、混同を要件としていないため、全く関係ない分野にまで保護が及ぶことから、通常の経済的活動において相当の注意を払うことによりその表示の使用を避けることができる程度に表示が知られている必要があるため、全国的に知られていることを要求する見解が存在する¹⁷。

しかしながら、全国津々浦々まで知られている表示に限定した保護であれば、実質的に大企業しか保護されない規定となり、本号の保護の趣旨が没却されてしまうため、全国的に知られているということの意味を形式的・機械的に解すべきではない。当該商品が地理的に全国的に取引される種類のものか、相当広範囲に取引されているが限定されざるを得ないものであるのか等、商品の性格や取引対象者等によって地理的な全国土にこだわらず、社会通念上全国的に有名といい得るような広範囲の地域の全部に販売や広告などの活動が及んでいるような表示で、その対象需要者以外にもある程度知られている表示については、著名性を肯定すべきであろう¹⁸。

なお、著名性の地域的範囲については、裁判所の態度も明らかになっていない。

4 同一性・類似性

この点も、第2条第1項第1号の判断構造が基本的には妥当する¹⁹。

ただし、ここでは、当該表示が著名表示を認識あるいは想起させるかどうかといった判断になる。

5 検討

(1) 商品等表示

この点は、混同惹起行為と同様である。

(2) 著名性

プロ野球選手の氏名を商品等表示と捉えた場合、題材事件の選手は日本代表にも選出されていた選手であるから、グッズを購入するような全国のファンの層には知られており、そうでもない者もある程度の認識をしているものと思われる。

一方で、サインそのものを商品等表示と捉えた場合には、サインそのものの形状はグッズを購入するようなファンが知っていることはあるものの、購入しない層にまで一定程度知られているとは言い難いと思われる。

したがって、プロ野球選手の氏名を商品等表示と捉えた場合には、著名性が認められる余地はあるものの、サインそのものを商品等表示と捉えた場合には、著名性は認められないであろう。

(3) 小括

著名表示冒用行為については、商品等表示を野球選手の氏名と捉えない限り難しいであろう。

第5 誤認惹起行為

1 概要

不正競争防止法第2条第1項第20号は、「商品若しくは役務若しくはその広告若しくは取引に用いる書類若しくは通信にその商品の原産地、品質、内容、製造方法、用途若しくは数量若しくはその役務の質、内容、用途若しくは数量について誤認させるような表示をし、又はその表示をした商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは

電気通信回線を通じて提供し、若しくはその表示をして役務を提供する行為」が「不正競争」に該当するものとしている。

同項第20号の趣旨は、原産地や質・量等の商品・役務の購入の選択に関する重要な事項について誤認を生じさせる行為を規制し、公正な取引を確保するものにあるものと解されている。

2 商品・役務又は広告等

誤認惹起行為は、商品・役務の購入の選択に関する重要な事項につき、誤認を生じさせないようにする規制であるところ、商品・役務そのものだけではなく、広告や取引に用いる書類及び通信上の表示も広く対象としている。

3 原産地、質量等

(1) はじめに

第20号で「不正競争」に該当するとされているのは、原産地、商品の品質・製造方法・用途・数量、役務の内容・用途・数量の表示である。

「不正競争」に該当すると刑事罰が科されるため、これら以外のものについての表示は本号に該当するものには基本的には該当しない（ただし、価格は、商品の品質・製造方法・用途・数量、役務の内容・用途・数量の表示ではないが、その内の品質、内容に含まれると解することができる。この点について、積極、消極の裁判例がそれぞれ存在する²⁰²¹²²。）。

(2) 原産地

本号にいう原産地とは、商品が生産、製造又は加工され商品価値が付与された地のことをいうものと解される²³。

(3) 商品の品質・製造方法・用途・数量

商品に関する誤認惹起行為の対象となる表示は、商品の品質・製造方法・用途・数量に関するものに限定されている。特に品質の点について問題となされており、裁判例上、加工食品の原料²⁴²⁵、国や公的機関

等による認定・保証の有無²⁶²⁷²⁸、特許発明品である旨²⁹等が品質に該当するものとされている。

(4) 役務の内容・用途・数量

商品の場合と同様に、役務の場合についても内容・用途・数量についての表示に限定されている。なお、ここでいう役務は他人のために行う労務又は便益であって、独立して取引の目的となるものという³⁰。

4 誤認惹起

誤認惹起行為には、誤認惹起行為と不当表示行為が存在する。

誤認惹起行為は、取引者・需要者に商品・役務の内容、品質等につき誤認を生じさせる行為である。

不当表示行為とは、他社の商品等表示に便乗して優良誤認を惹起させる寄生的広告や自己の商品と比較する比較広告、わずかな数量の売れ筋商品を掲載するおとり広告等、他人の商品・役務を利用して自己の商品・役務の内容、品質等について誤認を惹起させるものをいう。

これらに該当するか否かについては、個別具体の事案に応じ、当該表示の内容や取引界の実情等、諸般の事情を考慮されたうえで、商品・役務の内容、品質等につき取引者・需要者に誤認を生じさせるかといった観点で実質的に判断される。

5 請求権者

誤認惹起行為の規制は、既に述べたとおり、公正な取引の確保を目的とするものであるため、刑事罰には馴染むという点は、想像に易い。

しかしながら、民事上の救済を求めることができる者については判然としない。

この点については、「営業上の利益を侵害され、又は侵害されるおそれのある者」と解されている³¹。

6 検討

(1) 商品・広告等

オークションサイト上の記載は取引に用いる通信上の表示であることは明らかである。

(2) 質量等の混同惹起

誤認惹起行為における表示は、商品の品質等に関する表示でなければならぬため、サインそのものを表示と捉えた場合については誤認惹起行為に該当しない。

一方で、オークションサイト上の当該選手の直筆サイン入りという表示については、商品の品質及び内容に誤認を生じさせる表示であるといえる。

(3) 請求権者

選手本人であれば、営業上の利益を侵害され、又は侵害されるおそれのある者に該当し得ることは明らかである。

(4) 小括

以上から、オークションサイト上の当該選手の直筆サイン入りという表示については、混同惹起行為に該当するものといえる。

第6 最後に

1 本件についての分析

以上のとおり、題材事件に関して不正競争防止法上成立しうる「不正競争」を検討してきたが、成立するものとしては、オークションサイト上の該当選手の直筆サイン入りという記載については、混同惹起行為・著名表示冒用行為・誤認惹起行為が成立し得る一方で、偽造サインそのものについては、混同惹起行為が成立しうるに留まると考える。

報道を確認する限り、題材事件は当該選手の所属球団が偽造品を購入し、その調査をした上で、警察に相談し、発覚したという経緯をたどっている。この点からすると、球団自体がイニシアチブをとって動いたことから、題材事件は単なる刑事事件として終わらせるだけではなく、民事上の措置を

見据えたものであるものと考えられる。すなわち、不正競争防止法上の損害額の推定や差止めという効果を目的として刑事事件化したのではないかと考えられる。

そのため、オークションサイト上の単純に直筆サイン入りという記載が欺罔行為であるとして、詐欺罪として処理すれば良いものをわざわざ不正競争防止法違反での立件という方法をとったものと考えられる。

2 主張の方針

題材事件では実際にどのような処理をされていたかについて裏付けはないため、筆者の私見になるが、本件は誤認惹起行為として捉えているのではないかと考える。

というのは、周知性・著名性の立証に関する問題が積み残されているためである。すなわち、筆者の周知性や著名性に関する検討の記載において、選手の氏名や選手のサインについては知られていると「思われる」という表現を用いているように、周知性や著名性については、立証の問題が残る。周知性や著名性はどの程度当該表示が知られているかということの問題にするため、一定の経済的・事実に立証をしなければならなくなる。これらの判断は相対的なものになりがちであるため、非常に立証が困難である。

この立証に際しては、商品等表示のそれ自体の内容・態様、商品や営業等の内容・規模・取引形態・種類、商品等表示の使用

期間・方法等の主張・立証する必要がある³²。

また、これらに加え、第三者の記事³³やインターネット上の評価、アンケート・実地調査³⁴等の結果も裁判所が斟酌していることから、これらについても、告訴人（民事の場合には原告）で用意しなければならないため、事実経過の確認・アンケートの実施等で膨大な時間が取られかねない。

したがって、一般の認識を問題としない誤認惹起表示を中心とした告訴（民事の場合には訴訟提起等）をすることが簡便であり、被害の拡大の防止につながる。

3 結びにかえて

ここまで、考察をしてきたものの、結果としては、偽造サインそれ自体を問題としないことが最も適切な弁護活動であるとの結論であった。実際に刑事事件化しているものの多くは購入者を被害者として、詐欺罪として立件しているものが大半であった。

不正競争防止法によって、偽造サインの作成と販売行為を刑事事件化できる実例ができたという点で、企業側からの対処方法の一つを提示した点に、題材とした事件の意義がある。

もともと、これまで述べたとおり主張立証のハードルが大きいと、より多くの検討が必要になろう。

本稿が読者の弁護活動の一助にでもなれば幸いである。

以上

1 丸選手の偽サイン入りユニホームをオークションに出品、男に罰金30万円。読売新聞。2021-10-1。読売新聞オンライン

<https://www.yomiuri.co.jp/national/20211001-OYT1T50233/>

2 経済産業省知的財産制作室編、逐条解説不正競争防止法、30頁（商事法務、第2

版、2019）

3 最判平成18年1月20日民集60巻1号137頁

4 小野昌延・松村信夫、新・不正競争防止法概説、88頁（青林書院、第3版、2020）

5 知財高判平成24年12月26日判時2178号99頁は、「不正競争防止法2条1項1号は、他人の周知な商品等表示と同一又

- は類似の商品等表示を使用することをもって不正競争行為と定めたものであるところ、その趣旨は、周知な商品等表示の有する出所表示機能を保護するため、周知な商品等表示に化体された他人の営業上の信用を自己のものと誤認混同させて顧客を獲得する行為を防止することにより、事業者間の公正な競争を確保することにある。」と判示している。
- 6 大阪地判昭和 49 年 9 月 10 日無体財産関係民事・行政裁判例集 6 卷 2 号 217 頁
- 7 小野昌延・松村信夫、前掲 4 書、109 頁
- 8 東京高判昭和 57 年 4 月 28 日無体財産関係民事・行政裁判例集 14 卷 1 号 351 頁
- 9 大阪高決昭和 54 年 8 月 29 日判タ 396 号 138 頁
- 10 経済産業省知的財産制作室編、前掲 2 書、78 頁
- 11 最判昭和 34 年 5 月 20 日刑集 13 卷 5 号 755 頁
- 12 最判昭和 58 年 10 月 7 日民集 37 卷 8 号 1082 頁
- 13 小野昌延・松村信夫、前掲 4 書、192 頁
- 14 経済産業省知的財産制作室編、前掲 2 書、72 頁
- 15 最判平成 10 年 9 月 10 日判時 1655 号 160 頁
- 16 土肥一史、他人の信用・名声の利用と不正競争防止法、特許研究、4 号 15 頁(1987 年)
- 17 経済産業省知的財産制作室編、前掲 2 書、78 頁
- 18 小野昌延・松村信夫、前掲 4 書、236 頁
- 19 大阪地判平成 24 年 9 月 20 日判タ 1394 号 330 頁
- 20 東京高判昭和 53 年 5 月 23 日刑月 10 卷 4・5 号 857 頁
- 21 前橋地判平成 16 年 5 月 7 日判時 1904 号 139 頁
- 22 東京高決平成 16 年 10 月 19 日半時 1904 号 128 頁
- 23 前掲 7
- 24 札幌地裁平成 20 年 3 月 19 日判例集未掲載 (いわゆるミートホープ事件)
- 25 京都地判平成 2 年 4 月 5 日判時 1375 号 127 頁
- 26 最決昭和 53 年 3 月 22 日刑集 32 卷 2 号 316 頁
- 27 大阪地判平成 7 年 2 月 28 日判時 1530 号 96 頁
- 28 大阪地判平成 24 年 9 月 13 日判タ 1392 号 304 頁
- 29 大阪地判平成 24 年 11 月 8 日判例集未掲載
- 30 経済産業省知的財産制作室編、前掲 2 書、148 頁
- 31 最判昭和 40 年 6 月 4 日判時 414 号 35 頁
- 32 三山峻司、新・注解不正競争防止法 (上巻)、小野昌延、306 頁 (青林書院、第 3 版、2012)
- 33 大阪地判昭和 62 年 5 月 27 日無体財産関係民事・行政裁判例集 19 卷 2 号 174 頁
- 34 大阪地判昭和 53 年 6 月 20 日無体財産関係民事・行政裁判例集 10 卷 1 号 237 頁

