

## 「類似商号」と「判然区別しがたい商号」

田村善之

[\*42]

東京地裁昭和49年1月30日判決

(昭和45年(ワ)第1094号商号使用差止並に商号変更登記抹消請求事件)

(無体集6巻1号1頁判タ308号274頁)

### < 事実の概要 >

商号を「湯浅金物株式会社」とする原告 $X_1$ と、商号を「湯浅電池株式会社」とする $X_2$ が、「湯浅貿易株式会社」なる旧商号を「株式会社ユアサ」に変更した被告 $Y$ に対して、商号の使用差止めおよび商号変更登記の抹消請求を提起した。

### < 判旨 >

$X_1$ の商法20条に基づく請求と $X_2$ の不正競争防止法1条1項2号(2条1項1号)の請求が認められたが、商号の類似性については、 $X_1$ および $X_2$ の請求とではほぼ同様の判断が示されているので、以下、 $X_1$ に関する説示のみを紹介する。

「原告湯浅金物株式会社と被告株式会社ユアサとの両商号は、多様な表記態様の用いられる商号使用の実情をも合わせ考えれば、結局、『湯浅金物』と『ユアサ』とを具体的に対比して、その類否を決すべく、その類否は、一般取引の場において世人が彼比混同誤認をすおそれがないか否かを商号自体について観察し、あわせて取引の実情を参しゃくして定むべきものである」。

「原告湯浅金物と被告とは、いずれも、古い歴史をもち、……きわめて広範な営業目的のもとに、国内国外において多様大量な営業活動を行って来た総合商社であり、将来ますますその傾向は拡大されるであろうところ、『湯浅金物』は、……一般に『湯浅』『ユアサ』の部分に大きい印象を生じ、ひいて、『ユアサカナモノ』のみならず、その上位概念的ないし包括的把握として、簡明に『湯浅』『ユアサ』の呼称および観念をも生じ包蔵することは見やすいところである。このことは、原告湯浅金物が、加入電話番号のほか、テレックスの加入者略号として単に『YUASA』と表示されていること……および原告湯浅金物と営業目的こそ異なるが、同系列に属する原告湯浅電池がその社員章として『ユアサ』『YUASA』を用いており、そのように表示されていること……に徴しても明らかである。」「実際上も、営業上両営業主体について種々の誤認混同を生じていることを認めることができる。」

「右によれば、被告の商号『株式会社ユアサ』は、原告湯浅金物の商号と誤認混同を生ずるおそれがあり、類似する商号であるというのが相当である。」

## < 解説 >

一 商法 20 条は、不正の競争の目的で他人の登記商号と「類似する」商号を使用することはできないと定めている。他方で、商法 19 条は、他人が登記した商号は同市町村内において同一営業のために登記することはできないと定めており、これを受けて、商業登記法 27 条は、同市町村内においては他人の登記商号と「判然区別しがたい」商号を同一営業のために登記することはできないと規定しているため、ここに「類似」商号と「判然区別しがたい」商号との意味の異同が問題となる。

在来の多数説は、以下のように説いている。商法 20 条における類似性の判断は、裁判所が、社会で現実に使用されている商号と登記商号との間で、現実の取引の実態を考慮のうえ、誤認混同のおそれがあるか否かということ判断するものであり、いわば誤認混同の具体的な危険性の判断である。これに対して、商法 19 条および商業登記法 27 条の「判然区別しがたい」商号の判断は、登記簿、登記申請書および添付書類をみる以上に事実調査をなす権限を持たない登記官が、既登記商号と申請商号との間に取引上、誤認混同を生ずるおそれがあるか否かということ形式的に判断するものであり、誤認混同のおそれの抽象的な危険性の判断といえる(中山信弘 / 商法(総則・商行為)判例百選(第二版・1985 年・有斐閣)37 頁)。申請登記と他人の登記商号とで誤認混同のおそれがあるか否かということが不明の場合には、商号自由の原則に鑑みて、商号の登記を許すべきであるから、商法 20 条の類似する商号よりも商法 19 条の判然区別しがたい商号の方が狭い概念である(参照、神崎満治郎・商号・類似商号の先例と実務(第二次増補改訂版・1989 年・きんざい)197 頁、鴻常夫・商法総則(全訂第四版補正版・1991 年)209~210 頁)。そして、裁判例にあっては、「豊橋十方社」による「丸田田辺十方舎」に対する使用差止請求が類似商号であるとして認容される一方で(大判大正 9.5.24 民録 26 輯 745 頁)、「ちゝぶや」の登記があるときに「辰美屋ちゝぶ店」は判然区別できるとして登記が認められているのだが(大判大正 13.9.20 民集 3 巻 425 頁)、これは右に述べたような判断手法の相違に起因しており、両判決に矛盾はない(鴻・前掲 210 頁)、とされている。

二 しかし、商法 19 条の「判然区別しがたい」商号に関する現実の登記実務と、商法 20 条の「類似」商号に関する裁判例との間には、右のような判断手法の相違ということだけでは説明できないような隔たりが生じているように見受けられる。

たとえば、登記実務に関する先例においては、「八バンラーメンモリモトテン」に対する「八バンラーメン」(昭和 45.[\*43]2.21 民甲 763 回答)、「升川ミサワホーム」に対する「山形ミサワホーム」(昭和 45.4.8 民四発 200 回答)、「長崎三菱自動車販売株式会社」に対する「長崎三菱扶桑自動車販売」(昭和 45.5.9 民四発 319 号回答)、「札幌ステーションホテル」に対する「マルエス札幌ステーションホテル」(昭和 46.10.4 民四発 578 号回答)、「株式会社アドプランニング」に対する「株式会社アド」(昭和 50.10.29 民四発 6873 号回答)、「名古屋キャピタル株式会社」と「中京キャピタル株式会社」(昭和 59.3.2 民四発 1340 号回答)などが判然区別しうるとして登記が認められている(以上、神崎・前掲 214~295 頁に転載されている先例総覧を参照した)。

他方で、商法 20 条に関する裁判例においては、「菊屋」に対する「菊屋総本店」(福島地

判昭和 30.2.21 下民集 6 卷 2 号 291 頁),「更科」に対する「更科信州家」(最判昭和 40.3.18 判タ 175 号 115 頁),あるいは「湯浅金物株式会社」に対する「株式会社ユアサ」(本判決)の類似性が肯定されている。さらには商号が周知となった場合に混同のおそれを生ぜしめる類似商号の使用の差止請求を認める旧不正競争防止法 1 条 1 項 2 号(新法 2 条 1 項 1 号)に関する裁判例ではあるが,最高裁は,「マンパワー・ジャパン株式会社」に対する「日本ウーマンパワー株式会社」の類似性を肯定している(最判昭和 58.10.7 民集 37 卷 8 号 1082 頁)。

三 商法 19 条および商業登記法 27 条は,商法 20 条や不正競争防止法 2 条 1 項 1 号(旧 1 条 1 項 2 号)と異なり,不正競争の目的や混同のおそれの有無を問わず,申請商号が既登記商号と「判然区別しがたい」商号であるということだけで,その登記を許さない法制度を採用しているが,これは,複数の企業が同一市町村内において同一営業のためにこのような商号を用いる場合には,企業の同一性の判別が困難となるために,その登記を許容しないこととすることで,企業が判然区別しうる商号を採用することを促したものであろう(特に,企業が会社である場合には,設立の際に商号を登記する必要があるので,このような法制が実効的である。株式会社につき,商法 57 条,188 条 2 項,166 条 1 項 2 号)。企業の同一性の判別は,商号自体が判然区別しがたいという関係があるときに困難となるから,商法一九条の判然区別性の有無の判断に当たっては,登記官は,既登記商号と申請商号自体を比較して両者が判別困難であるか否かを判断すれば足りる。ために登記官は実態を調査する権限を持つ必要はない。また,たとえ既登記権者の承諾があっても,企業の同一性の判別を確保するという公益を実現するために,判然区別しがたい商号の登記は許容されない(結論につき,竹田省・商法総論(改訂増補・1924 年・有斐閣)341 頁,大塚龍児/落合誠一他・商法 (1988 年・有斐閣)56 頁)。

これに対して,商法 20 条は,「類似」する商号が使用されることにより,「不正の競争」が行われることを問題視しているであり,さらに不正競争防止法 2 条 1 項 2 号は,複数の企業が自己の商品や営業について「類似」する商号を使用することにより,具体の取引において商品や営業の出所について混同を生じせしめるということを防止しようとしているのである。これらの場面における商号の「類似性」という要件を満足するためには,二つの商号がそれ自体を誤認混同するおそれがある程度に似ていることまでは必要ではなく,より広く,二つの商号が当該商号を付された商品や営業の出所を混同するおそれがある程度に似ていれば足りると解すべきである(田村善之「不正競争防止法」発明 89 卷 3 号(1992 年)94 頁)。

具体例でいえば,たとえば「マンパワー・ジャパン株式会社」という既登記商号がある場合に,「ウーマンパワー・ジャパン株式会社」という商号の申請があった場合,このような商号が付されても,会社の同一性を判別することは可能であるから,申請商号は「判然区別しうる」として,いったんは登記を認めるべきである(この場合,両者が系列企業であるかどうかは問われることはない)。しかし,このように共通部分のある商号が別個の企業によって用いられている場合には,需要者の中には両企業間に少なくとも系列関係があると感じる者がいるであろうから,両商号は「類似」する商号であると認められる。そして,実際には「マンパワー・ジャパン

株式会社」と「ウーマンパワー・ジャパン株式会社」の間に系列関係がないというのであれば、商法 20 条の不正の競争の目的であるとか、不正競争防止法上の混同のおそれが肯定される結果、商号使用の差止請求が認められることになる(さらにこの場合、結局、登記の抹消請求も認められることになる。岩原紳作 / 前掲判例百選 189 頁)。

逆にいえば、同族企業や系列企業の場合には、不正の競争の目的や混同のおそれがない以上、「類似」商号の使用も認められることになるのであって、それが「判然区別しがたい商号」でない限りは重複登記も認められるのである。対して、商法 19 条(商業登記法 27 条)の「判然区別しがたい」商号を商法 20 条や不正競争防止法上の「類似」商号と同義と解する場合には、系列企業であっても、「ユアサ」と「ユアサ金物」「ユアサ電池」(本件参照)であるとか、「八バンラーメンモリモチ」と「八バンラーメン」などの類似商号の登記ができないことになり、実情に合致しない。これらの場合、登記官はいったん登記を認めることとして、実際に同族関係や系列関係があるか否かということの判断は、登記商号権者からの商法 20 条に基づく請求(あるいは周知商号使用者からの不正競争防止法に基づく請求)を待って裁判所において決するところに委ねるべきである。抽象論はどうあれ、商号の類否に対する先例の結論をみるかぎり、登記実務をそのように動かそうとする意図があるように見受けられるのだが、いかがなものであろうか。

< 参考文献 >

本文中に引用したもののほか、

田村善之・不正競争法概説(近刊・有斐閣)