

(判例批評)

「呉青山学院中学校」の校名使用差止、 損害賠償請求訴訟

— 安城学園、愛知学泉大学の名称、商標登録の緊急提案 —

梁 瀬 和 男

東京地裁平成 13 年 7 月 19 日判決 (平成 13 年 (ワ) 第 967 号 不正競争行為差止等請求事件)

原告：学校法人 青山学院

被告：学校法人 清水ヶ丘学園

1. はじめに

文部科学省は平成 13 年 6 月 11 日、小泉政権の「聖域なき構造改革」の一環として、「大学の構造改革の方針」(遠山プラン)を公表した。国立大の統合再編や公私立大を含めた上位 30 校への重点投資など、民営化を視野に入れた大学改革案を提示した。さらに 8 月 27 日には、研究や教育が充実している私立大学に対して、「競争的資金」を直接補助することを決めた。大学も文字通り市場原理に基づく「知の競争」時代に突入したのである。

熾烈な自由競争の下で、各大学は独自の付加価値を創造し、アイデンティティを確立して識別性を確固たるものにしなければならない。その前提条件として、学校法人及び大学の名称を商標登録し商標権を確立しておくべきであると、筆者は力説してきた。残念ながら、我が安城学園及び愛知学泉大学の名称は現在のところ商標登録されていない。(平成 13 年 9 月 30 日現在) 平成 14 年には創立 90 周年を迎える伝統ある「安城学園」及びその名称でスタートして 20 年目を迎える「愛知学泉大学」が、市場原理に基づく激しい自由競争の中で生き延びていくためには、「知の財産」の一つである学園及び大学の名称を商標登録し、しっかりとブランド管理していくことが肝要である。

折しも、創立以来 125 年余もの長い歴史を持つ我が国有数の

学校法人青山学院(東京・渋谷)が「呉青山学院中学校」を運営する学校法人清水ヶ丘学園(広島県呉市)を相手取り、「類似の名称を使われ損害を受けた」として、清水ヶ丘学園に対して、名称の使用差止めと損害賠償を求めた訴訟の判決が十九日、東京地裁であった。

三村薫一裁判長は、「青山学院」は著名で、類似名称を生かすが、将来は高校も

「呉青山学院」の名称ダメ

青山学院の訴え認める
東京地裁判決

併設して、中高一貫教育を計画している。

判決理由で三村裁判長は「青山学院は百二十五年余の歴史を有し、学校名として著名」と指摘。呉青山学院中は「青山学院」の部分が目立った者の注意をひくので類似しており、混同などとして認めなかった。

被告は、中高一貫教育を併設して、中高一貫教育を計画している。

判決理由で三村裁判長は「青山学院は百二十五年余の歴史を有し、学校名として著名」と指摘。呉青山学院中は「青山学院」の部分が目立った者の注意をひくので類似しており、混同などとして認めなかった。

の恐れがあると認定した。ただ「一体的な損害が生じた」とまでは認められなかった。として、賠償請求は退けた。

清水ヶ丘学園側は「地名と『学院』を組み合わせた名称は全国各地にある」と主張したが、三村裁判長は「全国の学校数が多ければ、極めて小さい割合」

日本経済新聞
平成 13 年 7 月 20 日

総合的教育機関である「青山学院」(東京都渋谷区)の名称が広島県呉市に新設された中学校の名称として使用され(平成12年4月)、学校法人青山学院が学校法人清水ヶ丘学園(広島県呉市)を提訴するという民事訴訟事件があった。

平成13年7月19日に東京地裁の判決があり、幸いにも、「青山学院」の名称を被告の中学校の名称に使用してはならないことになった。いずれにしても、学校名の商標登録に大きな警鐘を打ち鳴らす事件であり、その判決の内容を紹介するとともに、今後の対策を考えてみたい。

2. 事実の概要

原告は「青山学院大学」、「青山学院女子短期大学」、「青山学院高等部」、「青山学院中等部」、「青山学院初等部」及び「青山学院幼稚園」の各学校を設置し運営する学校法人である。また、原告は、それらの各学校またはその集合体を示すものとして、「青山学院」、「Aoyama Gakuin」の各名称を用いており、それらを商標登録して商標権を有している。その区分は第41類で、指定役務は「大学における教授、短期大学における教授、高等学校における教育、中学校における教育、小学校における教育、幼稚園における教育」である。

一方、被告は「清水ヶ丘高等学校」という名称の高等学校を設置し運営していたが、平成12年4月に「呉青山学院中学校」という名称の中学校を新たに広島県呉市に開設し運営している。また被告は、そのローマ字表記ないし英語表記も使用していた。

そこで原告は、被告が設置運営する中学校に「呉青山学院中学校」、「Kure Aoyama Gakuin」、「Kure Aoyama Gakuin Junior High School」の名称を用いる行為は、不正競争行為に当たり、同時に「青山学院」「AOYAMA GAKUIN」等の原告の商標権を侵害するとして、被告に対し、不正競争防止法2条1項1号、2号または商標法36条1項に基づき上記各名称等の使用差止めを求めるとともに、被告の不正競争行為または商標権侵害を理由に損害賠償請求を求めた。

3. 争点及び争点に対する当事者の主張

主な争点は5つあり、順次、概説する。

①原告の名称が「著名な商品等表示」に該当するかどうか。

(原告の主張)

・原告や被告の名称は、私立大学として国や地方公共団体から補助金を受けているとしても、その補助金の収入も勘案した収支決算の下で学校法人の運営が行なわれている以上、不正競争防止法の「営業」の表示に当たる。

・「青山学院」は創立125年余の長い歴史を持つ我が国有数の総合的教育機関であり、現在では幼稚園から大学院までを運営している。その学風及び格式に対する高い評価・名声は揺る

ぎないものであり、原告の名称は首都圏のみならず北海道から沖縄に至るまで知れわたっている。原告名称の著名性は揺るぎないものであり、顕著な識別力を有している。

（被告の主張）

- ・一般に「営業表示」の中には役務の表示も含まれるが、学校教育という役務は「営業」の概念に含まれない。
- ・「青山学院大学」の知名度が高いことは認めるが、「青山学院中等部」等の知名度は高いとはいえない。

②「表示の類否」について

（原告の主張）

- ・被告の漢字名称「呉青山学院中学校」のうち、「中学校」は一般の普通名詞であり、「呉」は全国的に知られた広島県の都市名である。従って、被告名称の要部は「青山学院」であり、被告漢字名称が原告漢字名称に類似することは明らかである。

（被告の主張）

- ・本件では中学校への進学を希望する者が需要者であるから、被告名称と「青山学院中等部」とを対比すべきであり、役務表示の一部のみを抽出して対比するのは誤りである。

③「混同のおそれ」について

（原告の主張）

「呉青山学院中学校」という学校名に接した生徒や保護者において、被告の設置する同校が、原告が設置運営する併設校又は青山学院大学の付属校であるとの誤認混同する恐れが極めて高い。

（被告の主張）

「青山学院中等部」と「呉青山学院中学校」とを対比すると、両者は、生徒数、生徒層、教育内容の点において異なっており、両者の間で混同の恐れは存しない。

④「商標の類否」について

（原告の主張）

- ・原告商標のうち、「青山学院」の文字部分が要部である。
- ・被告名称の要部は、構成文字中の「青山学院」である。
- ・従って、被告名称は原告商標と同一か少なくとも類似する。

（被告の主張）

前記②で主張したとおりである。

⑤「原告の損害」について

（原告の主張）

- ・原告の設置する各学校は教育機関として高く評価されていること、「青山学院」という名称が著名であることは明らかである。そして、積極的に広報活動も展開しており、「商標登録」も行い、「青山学院」の名称が冒用されないように努力している。

- ・被告は「呉青山学院中学校」の名称を使用しており、このような状態が続けば原告名称の識別力が希釈化し、いわゆる「グッドウィル」を毀損するものである。
- ・結論として、原告の被った損害額は1000万円を下らない。

4. 裁判所の判断

裁判所は6つの争点について順次、判断を示し、結論として原告勝訴の判決を下している。主要な判旨は次のとおりである。

(1) 営業表示について

不正競争防止法2条1項1号にいう「営業」とは、広く経済的対価を得ることを目的とする事業を指し、病院等の医療事業、予備校の経営や慈善事業等を含むものであって、私立学校の経営もこれに含まれる。

(2) 著名性について

原告「青山学院」は、明治時代に創設され、以来125年余の歴史をもつ我が国有数の総合的教育機関である。青山学院大学の入学志願者は北海道から沖縄まで全国に渡っており、その卒業生も全国各地で活躍している。

また、原告はテレビ、新聞、雑誌を通じて積極的に広報活動を行い、その名声を高める努力をしている。さらに、原告名称について商標登録を行い、これをしっかり管理して、原告名称が無断で使用されることのないように努力している。以上の観点から、原告名称には著名性が認められる。

(3) 表示の類否について

まずはじめに、最高裁の判決（最高裁昭和56年（オ）第1166号、同59年5月29日小法廷判決）を引用している。

「一般に営業表示の類似については、取引の実情の下において、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、連想などから両表示を全体的に類似のものと受け取る恐れがあるかいなかを基準として判断するのが相当である。」

この基準に基づき、次のように類否を判断している。

原告の漢字名称「青山学院」について、「青山」の部分は人名（姓）又は地名としてありふれた名称であり、「学院」の部分もミッションスクールや各種学校等において多く用いられる普通名称であり、それぞれの部分からは営業主体の識別表示として称呼、観念は生じない。そして、「青山学院」全体としてのみ識別表示としての称呼、観念が生じるものであり、原告名称が著名性を有するものであるから、「青山学院」全体として強い自他識別力を有するものと認められる。

一方、被告の漢字名称「呉青山学院中学校」については、「中学校」及び「学院」の部分は普通名称である。また、「呉青山」については、「呉」が広島県の都市名称として全国的に知

られているが、「青山」の部分は人名又は地名としてありふれた名称である。そして、被告の漢字名称のうち、「青山学院」の部分が特に注意を引き、強い自他識別力を有している。

従って、原告の名称と被告の名称は、「青山学院」の部分について外観が共通し、「アオヤマガクイン」の称呼も同じであり、さらに、「青山学院」の表示が著名であるから、被告の名称からは「青山学院と何らかの関連を有する呉所在の中学校」という観念が想起され、両者は観念においても類似している。

(4) 原告の差止請求について

以上の判断から、被告が設置する中学校に被告名称を用いる行為は、不正競争防止法2条1項2号に規定する不正競争行為に該当する、と判断し、被告名称の使用差止めを認めた。

(5) 損害賠償請求について

被告の行為によって、原告名称の識別力が希釈化したり、「グッドウィル」が毀損されたというほどの損害はまだ生じていないので、原告の損害賠償請求には理由がないとしてしりぞけた。

5. 当判決に対する解説及び所見

原告(学校法人青山学院)は、被告(学校法人清水ヶ丘学園)の漢字名称「呉青山学院中学校」の使用が不正競争防止法2条1項1号、2号または商標法36条1項違反であるとして、被告名称の使用差止めと損害賠償請求を求めた。

不正競争防止法2条1項で「不正競争」を定義しているが、本訴訟に関するポイントは次のとおりである。

1号「他人の商品等表示として需要者の間に広く認識されているものと同一もしくは類似の商品等表示を使用し、他人の商品または営業と混同を生じさせる行為」

2号「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もしくは類似の物を使用する行為」

また、商標法36条1項のポイントは次のとおりである。

「商標権者または専用使用権者は、自己の商標権または専用使用権を侵害する者または侵害する恐れのあるものに対し、その侵害の停止または予防を請求することができる」

裁判所の見解は、「営業表示の該当性」、「著名性」、「表示の類否」、「普通名称」について各々詳述した上で、結論として、「被告が設置する中学校につき被告名称を用いる行為は、不正競争防止法2条1項2号に規定する不正競争行為に該当する。従って、これと選択的關係に立つ同法2条1項1号所定の不正競争行為及び商標権侵害を理由とする各差止め請求に関する原告の主張の当否につき検討するまでもなく、被告に対して被告名称の使用の差止めを求める原告の請求は理由がある。」と判示している。(下線は筆者)

すなわち、「被告名称『呉青山学院中学校』(自己の商品等表示)は、原告の名称『青山学

院中等部』(他人の著名な商品等表示)と類似している」、したがって、「原告の請求は正当である」という結論である。

この結論は、全体として妥当であり、当判決における「教育機関の著名性」、「営業表示の類否」、「普通名称」、の判断は示唆的であるが、一部に問題を残している。

まず、「教育機関の著名性」に関するポイントは次のとおりである。

- ・創設以来の長年にわたる歴史。
- ・入学志願者が北海道から沖縄まで全国にわたっている。
- ・卒業生も全国各地で活躍している。
- ・テレビ、新聞、雑誌を通じて積極的に広報活動を展開している。
- ・商標登録をして、堅実なブランド管理をしている。

次に、「営業表示の類否」については、最高裁の判決(最高裁昭和56年(オ)第1166号、同59年5月29日小法廷判決)が重要な判断基準になっており、ポイントを整理すると次のとおりである。

- ・取引の実状の下において判断する。
- ・取引者又は需要者の判断を基準とする。
- ・外観、称呼、観念の個別並びに全体的判断。
- ・印象、記憶、連想などの主観的判断。

さらに、学校名と「普通名称」の関係については次のとおりである。

- ・地名(地方名、県名、市町村名など)に「学院」の語を直接続けた「〇〇学院」の名称を用いている中学校ないし高等学校の数は極めて少ない。(全国で約30校)
- ・それらの名称の多くは、単に該当地域に所在する学校という意味を越えて、特定の経営主体により設置運営されている特定の学校を示す固有名詞として社会的に認識されている。
- ・したがって、単なる普通名詞である「地名」と「学院」を結び付けた学校名は普通名詞であるとは言えない。(全体として自他識別力を有する場合もある。)

最後に、気になる問題点は次の3点である。

- (1)「著名性」の判断項目が列挙されたことは有意義であるが、その量的判断基準については一切説明されていない。
- (2)取引者又は需要者の主観的判断が裁判所の判断基準の要素となるのは大変結構であるが、これもまた、その把握方法及び量的判断基準は一切示されていない。
- (3)2つの普通名詞を結び付けた名称が固有名詞となる基準は何か。(自他識別力の有無の判断は誰がどのようにするのか。)

上記の3点について、少なくとも(1)と(2)については計数的根拠なしに、司法のプロである裁判官の主観的判断だけに頼っていてよいのであろうか。今、司法改革が声高に叫ばれているが、「民意を問う」という基本的姿勢と科学的分析に基づく客観的判断が重要である。

6. おわりに（「安城学園」、「愛知学泉大学」の商標登録の緊急提案）

市場原理に基づく「知の競争時代」に突入した教育機関は、独自の付加価値を創造してアイデンティティを確立し、自他の識別性を確固たるものにしなければならない。

我が安城学園は平成14年には創立90周年を迎え、また、愛知学泉大学の名称でスタートして以来、丁度20年目を迎える。これを機会に、「知の財産」の一つである、「安城学園」及び「愛知学泉大学」の名称を特許庁に商標出願し、商標権という我が名称に関する独占的使用権の獲得を目指すべきである。今や、企業は言うに及ばず、教育機関もその名称を商標登録し、独占的な使用権を確保して、ブランド・マネジメントに注力すべきである。

従前から筆者はこれを主張してきたのだが、くしくも『呉青山学院中学校』の校名使用差止訴訟によって、その重要性がいよいよ明白になったと思われる。

そこで、各学校法人や私立大学の名称について、一般的に商標登録されているかどうかを調べてみた。（特許庁のホームページ「電子特許図書館」の商標検索ページから「称呼検索」を利用して調査した。）

(1) 東京周辺の私立大学の例

・商標登録済の例

早稲田大学、慶応義塾大学、法政大学、明治大学、日本大学、青山学院大学、中央大学、日本女子大学、東京女子大学、聖心女子大学、拓殖大学、淑徳大学、専修大学、千葉商科大学

・商標未登録の例

立教大学、東洋大学、明治学院大学、学習院大学、東京農業大学、多摩大学

(2) 名古屋周辺の私立大学の例

・商標登録済の例

中京大学、東海学園大学、東海学園、愛知大学、名城大学、愛知淑徳大学、岐阜経済大学

・商標未登録の例

南山大学、愛知学院大学、金城学院大学、愛知産業大学、相山女子学院大学、日本福祉大学、愛知学泉大学

東京周辺の私立大学では、多くの大学が商標登録をして堅実なブランド・マネジメント（商標管理）を実施している。

登録区分を見ると、通常は、第41類「大学、短大などの教授」で登録しているが、大学によっては他分野にも幅広く登録している例もある。

早稲田大学の場合、第41類の他になんと7分野でも商標登録している。

第17類（被服、寝具など） 第18類（ひも、包装用容器など）

第21類（装身具、ボタン、カバンなど） 第25類（紙、文房具など）

第26類（印刷物、書画、彫刻など） 第28類（酒類）

第29類 (茶、コーヒー、ココア、清涼飲料など)

何を意図しているのか定かではないが、将来の事業拡大を目指した積極的な商標管理、さらに、他の事業者にも「早稲田大学」の名称を使用されることを未然に防ぐ防衛戦略的な意図などが推測される。いずれにしても、これほどまでに多角的な商標管理は見事であり、驚異的ともいえるであろう。

一方、名古屋周辺の大学の場合、いわゆる著名なブランド大学でも未登録のところが多く、大学名称のブランド管理という意識が薄弱であるという意外な盲点が暴露されたように思われる。ちなみに、商標登録している中京大学や東海学園大学も、登録分野は第41類 (大学、大学院、短大などの教授) だけであり、東京のブランド大学に見られるような多分野にわたって商標登録を実施している大学は皆無である。

だからこそ、平成14年に創立90周年を迎える「安城学園」、及びその名称でスタートして20年目を迎える「愛知学泉大学」の両名称をできるだけ早く特許庁に商標登録の出願をし、まずは自らの名称から「知的財産管理」の第一歩を踏み出すべく、ここに緊急提案をする次第である。

追記1 学校法人青山学院本部広報室長山村修氏からの最新情報 (平成13年8月末) によると、敗訴した学校法人清水ヶ丘学園は「呉青山学院中学校」の名称を中止し、「呉青山中学校」の名称に変更したそうである。

追記2 「コミュニティ政策学部紀要」第3号 (2000年12月) に筆者は (判例批評) 「競走馬の馬名にパブリシティの権利を認めた判例」を寄稿した。

その中で、名古屋地裁の判決に対して、次の3点で反論した。

- (1) 「物」や「動物」にまで、判断基準の曖昧な「顧客吸引力」を根拠に排他的な財産権である「モノのパブリシティ権」を認容することには反対である。
- (2) 「G1レースへの出場実績」を顧客吸引力の有無の判断基準にしているが、「G1レース」に出場しただけでは「著名」と言えるほどの域には達しておらず、せめて「G1レース優勝」の実績を顧客吸引力の有無の判断基準にすべきである。
- (3) 損害額の査定について、「G1レース優勝」の実績を持つ馬も、架空の多数の馬も全く同じ価値判断がなされており、「顧客吸引力」が全く関与していない。真に不合理と言わざるを得ない。

平成13年3月8日、名古屋高裁で控訴審の判決が出たが、大筋で名古屋地裁の判決を認めている。筆者の3つの反論のうち、(2) については筆者の反論どおりに判断しているが、「モノのパブリシティ権」については認容している。控訴人のテクモ株式会社は名古屋高裁の判決を不服として最高裁に上告し、最高裁で審理中である。

さらに、平成13年8月27日、同種の損害賠償請求訴訟に対して東京地裁の判決が出た。当訴訟は、名古屋地裁及び名古屋高裁で勝訴した同じ馬主達が、人気ゲーム「ダービースタ

リオン」を制作、販売したアスキーに対して損害賠償と制作販売の差止めを求めた訴訟である。東京地裁の飯村裁判長は「馬名のパブリシティ権」を認めず、原告の請求を全て棄却する判決を下した。名古屋地裁及び名古屋高裁とは正反対の判決であり、「モノのパブリシティ権」について司法の判断が分かれた。

筆者の主張が東京地裁で認められたことは喜ばしい限りであるが、いずれにしても最高裁の判断に注目したい。