

生田哲郎◎弁護士・弁理士／吉浦洋一◎弁護士・弁理士

公道カートのツアーでゲームキャラクターのコスチュームを着用して
従業員に先導させた行為等を不正競争防止法違反として認めた事例

〔東京地方裁判所 平成30年9月27日判決 平成29年(ワ)第6293号〕

1. 事案の概要

原告はゲーム会社であって、ゲームキャラクター（マリオ、ルイージ、ヨッシー、クッパなど）がカートでレースを行うゲームや、そのゲームキャラクターに関する著作権を保有しています。

被告は、ゲームキャラクターを模したコスチューム（原告の主張によれば、原告による正規の商品化ライセンスに基づいて作成されたもの）と、公道を走行可能な公道カートを利用者にレンタルし、公道を走行するツアーを、主に外国人向けに提供していました。その際に、被告の従業員はゲームキャラクターのコスチュームを着用してツアーを先導していました。また、被告はこのサービスの利用者の様子等を写した写真や動画を作成し、インターネット上のサイトへアップロードして掲載しました（これらの行為を「本件宣伝行為」といいます）。

【マリオのコスチューム】



【ルイージのコスチューム】



【ヨッシーのコスチューム】



【クッパのコスチューム】



原告は、被告の本件宣伝行為が不正競争防止法2条1項1号および2号の不正競争行為に当たるとして、差止めおよび損害賠償を求めました。

本事案では、被告による原告の周知・著名な表示を使用する行為など、ほかの複数の行為の違法性についても争われ、また争点も多岐にわたりますが、それらは紙幅の都合上、割愛します。

2. 裁判所の判断

(1) ゲームキャラクターのイラスト（原告表現物）の商品等表示性、周知性

裁判所は、原告表現物の商品等表示性、周知性の判断の前提となる事実関係について以下のように判断しました。

マリオ、ルイージ、ヨッシーおよびクッパの各キャラクターを模したイラスト（各原告表現物）について、「原告表現物は、『スーパーマリオブラザーズ』を初めとする原告の一連のゲームシリーズである『マリオ』シリーズ等に登場するキャラクターである『マリオ』、『ルイージ』、『クッパ』及び『ヨッシー』の人物又は生物としての表現上の特徴を再現したもの」としました。

そして、「マリオ」については、「『マリオ』が登場する一連のゲームシリーズを順次発売して、その全世界における累計販売本数は、平成28年8月当時で3億2000万本」あり、「『ギネス世界記録』……が平成23年11月頃に発表し

た『ゲーム史上最も有名なゲームキャラクターTop50』において、1位を獲得した」としました。

また、『『マリオ』シリーズにおいて、『ルイージ』は昭和58年9月9日に発売された『マリオブラザーズ』から、『クッパ』は昭和60年9月13日に発売された『スーパーマリオブラザーズ』から、『ヨッシー』は平成2年11月21日に発売された『スーパーマリオワールド』から登場しており、「ルイージ」を主役とするゲームとして、『『ルイージマンション2』は……国内歴代ミリオン出荷タイトルの173位（118万本）、世界歴代ミリオン出荷タイトルの96位（475万本）にランクインし、『『ヨッシー』を主役とするゲーム作品として、平成7年8月5日に『スーパーマリオヨッシーアイランド』が発売され、同ゲームは前記国内歴代ミリオン出荷タイトルの90位（177万本）、世界歴代ミリオン出荷タイトルの108位（412万本）にランクイン」している」としました。

さらに、『『ヨッシー』は、『ギネス世界記録』が発表した前記『ゲーム史上最も有名なゲームキャラクターTop50』において、21位を獲得し、『『クッパ』は、『ギネス世界記録』が平成25年1月頃に発表した『ビデオゲーム史に名を残す悪役トップ50』において、1位を獲得した」としました。

加えて、各キャラクターの「造形は、それぞれがゲーム作品に登場した当初から現在に至るまで、ゲーム作品の画面やパッケージ、当該作品を取り上げた書籍や雑誌記事等に掲載されてきた」としました。

認定したこれらの事実関係を前提と

して、「原告表現物マリオは、その人物のイラストとしての基本的な表現上の特徴を同じくする『マリオ』が登場する原告のゲームソフトである『マリオ』シリーズの長年にわたる販売及び人気により、原告の商品の出所を表示する商品等表示となったというべき」であるとして商品等表示性を認めました。

また、「遅くとも、国内出荷本数ランキングで2位を、国内及び世界における出荷本数ランキングで5位を獲得する売上げを記録した『Newスーパーマリオブラザーズ』が発売された平成18年5月には、日本全国の者の中で、原告の商品等表示として少なくとも周知性を得ており、また、遅くとも、『マリオ』が『ギネス世界記録』が発表した『ゲーム史上最も有名なゲームキャラクターTop50』において1位を獲得した平成23年11月には、外国に在住して日本を訪問する者の間でも、原告の商品等表示として広く認識されていたと認めることが相当である」としました。

同様に、「原告表現物ルイージ、原告表現物ヨッシー及び原告表現物クッパについても、その人物又は生物のイラストとしての基本的な表現上の特徴を同じくする『ルイージ』、『ヨッシー』及び『クッパ』が登場する原告のゲームソフトである『マリオ』シリーズ等の長年にわたる販売及び人気により、原告の商品の出所を表示する商品等表示となったというべきであり、遅くとも、前記『Newスーパーマリオブラザーズ』が発売された平成18年5月には、日本全国の者の中で、原告の商品等表示として広く認識されていたと認められ」とし、「また、遅くとも、前記ギネス記

録が発表された平成25年1月までには、外国に在住して日本を訪問する者の間でも、原告の商品等表示として広く認識されていたと認めることが相当である」として周知性を認めました。

(2) 誤認混同について

①本件宣伝行為の一部として、コスチュームを着用したツアー参加者が公道を走っている写真が、被告のウェブサイトに掲載されていました。

この点について、「公道カートのレンタル事業のサイトにおいて、原告の商品等表示といえる原告表現物と同一又は類似の表示がされた場合、その表示は、少なくとも、提供している役務に関する広告において営業の出所を示す表示としてされたといえることができる」としたうえで、原告表現物の特徴の一部を備えたコスチュームを着用した人物が表示されており、「これらの人物は、いずれも公道カートに乗車していること、『マリオ』、『ヨッシー』等がカートの運転手となるゲームシリーズ『マリオカート』が日本及び全世界において相当の出荷本数を有すること……、これらの写真が『マリカー』と称する本件レンタル事業を宣伝するウェブサイトにおいて掲載されていたことからすれば……、これらのコスチュームを着用した人物の表示は、本件レンタル事業の需要者をして、ゲームシリーズ『マリオカート』のキャラクターである『マリオ』、『ヨッシー』を連想させるといえる。そして、これらの人物と、本件レンタル事業の需要者において周知の商品等表示である原告表現物マリオ、原告表現物ヨッシーとを類似のものと受け取り、前記……で述べたとおり、

その商品等表示が示す原告の業務と被告会社が行っている役務には関連性があるといえることから、被告会社と原告との間に同一の営業を営むグループに属する関係又は原告から使用許諾を受けている関係が存すると誤信させるおそれがある」として誤認混同を認めました。

②また、動画共有サービスに動画を掲載していた行為、被告の従業員がコスチュームを着用して公道カートによるツアーを先導していた行為についても、ほぼ同様に判断しました。

(3) 打ち消し表示について

被告は自らが保有する登録商標に基づく「MARICAR」の文字とカートに乗った人物を組み合わせたロゴ（本件ロゴ）が、被告の掲載したほとんどの動画の冒頭に表示されていたことから、本件宣伝行為は商品等表示としての使用には該当しないと主張しました。

この点について、「マリカー」は原告の周知表示であると認定したうえで、「本件ロゴは原告の周知表示である『マリカー』と類似する被告標章……「MARICAR」を含むものであるから、原告を想起させるような表示がない旨の前記主張は前提において理由がなく、前記に述べたところにより、本件宣伝行為は商品等表示としての使用に該当する」とし、被告の主張を採用しませんでした。

(4) 差止めの範囲について

原告表現物は周知の商品等表示であり、差止め対象となるコスチュームはその特徴の一部または全部を備えており、「被告会社がこのような標章を使用する場合、その営業の内容、『マリオカー

ト』のゲームの内容、出荷本数等のほか、原告表現物の周知性の程度の高さからも、被告標章……各標章は商品等表示として使用されたものとなり、それに接した需要者に対して、被告会社と原告との間に同一の営業を営むグループに属する関係又は原告から使用許諾を受けている関係が存すると誤信させるといえるものである」として、写真をウェブサイトに掲載すること、動画を動画共有サービスに掲載すること、営業活動におけるコスチュームの貸与などの行為について差止めを認めました。

(5) 差止めの必要性について

口頭弁論終結時前までに、被告のウェブサイト等に掲載されていた写真や動画は削除され、従業員にコスチュームを着用させての先導は中止されていましたが、「中止した行為も再開するのは容易であることなどから、原告には、なお同行為により事業活動に対する信用等の営業上の利益が侵害されるおそれがあると認められる」として予防的に差止めの必要性も認めました。

3. 考察

本事案では、原告のゲームの世界観を現実世界で体験することが可能な被告のツアーにおいて、被告による本件宣伝行為が不正競争防止法違反に当たると判断されました。この判断においては、

原告のゲーム「マリオカート」と同種の「公道カート」と、そのゲームに登場する周知のゲームキャラクターのコスチュームを、被告が貸与してツアーの参加者に着用させるというツアーの本質的な特徴があったことによって、誤認混同性が認められたものと思われます。

判決の主文では、「被告会社は、営業上の施設及び活動において、別紙……の各標章（引用者注：マリオ、ルイージ、ヨッシー、クッパのコスチュームなど）を使用してはならない」とされています。そして、営業上の活動における使用として、被告従業員自身の着用やコスチュームの貸与行為が禁止される旨が判示されています。

一方、「マリオカート」に登場するゲームキャラクターのコスチュームを、ツアー参加者自らが持参・着用して、被告から公道カートの貸与を受けた場合に、被告によるそのようなツアーの提供が差止めの対象となる「営業上の活動」に当たるかどうかの問題になります。

この場合のコスチュームの準備の主体はツアー参加者ですが、ツアーの提供主体は被告であること、需要者から見た場合、外形的には本件事案の場合と変わりはなく、原告から使用許諾を受けている等の誤認混同が起きる可能性は否定できません。そうすると、上記の場合にも被告の営業上の活動に含まれると判断される余地があると思われます。

いくたてつお

東京工業大学大学院修士課程修了。技術者としてメーカーに入社。弁護士・弁理士登録後、もっぱら、国内外の侵害訴訟、ライセンス契約、特許・商標出願等の知財実務に従事。この間、米国の法律事務所に勤務し、独逸国マックス・プランク特許法研究所に在籍。

よううら よういち

早稲田大学理工学部情報学科卒業。一橋大学大学院国際企業戦略研究科経営法務専攻修了、成蹊大学法科大学院修了。知的財産権の権利化、侵害や無効鑑定業務、コンピュータ関連の法律問題に従事。