

～Tシャツに印刷されたイラストについて～

日本商標判例紹介 (33)

2023年11月30日

執筆者 弁理士 岡田充浩

1 概要

男性用下着であったティーシャツは、今ではファッションアイテムやグッズアイテムとして流通し、特に著名な図形やイラストが印刷されたティーシャツは、レアアイテムとして高値で取引される。

本稿では、原告イラストが印刷されたティーシャツの著作権及び商標権の侵害を争った事案を紹介する。

2 原告と被告

原告は、後掲の原告イラスト等の、衣料品や衣料雑貨品のデザイン、企画、製造販売、受託販売等を目的とする会社である。

被告は、アパレル製品、靴、カバン、アクセサリ等の企画、仕入、製造、販売、委託販売、レンタル、リース及び輸出入を目的とする会社である。

3 本事案での権利

原告	被告
原告イラスト01】 	×
原告イラスト02】 	被告イラスト (被告標章)】 
登録商標 第5820024号】  商標： 出願日：2015年7月28日 登録日：2016年1月15日 区分：25類（衣服、運動用特殊衣服等）	×

原告製品】



被告製品】



4 判決言渡までの経緯

原告は、平成25年4月に、横浜みなとみらい地区で原告ブランドのティーシャツやパーカーやアクセサリ等の販売店を開店した。

原告の代表者は、原告の従業員Aに対して原告ブランドのコンセプトを示すイラストの作成を命じた。従業員Aは、原告イラスト01を作成した。原告の代表者は、原告イラスト01に基づき原告イラスト02を作成した。

原告は、平成27年7月28日に、原告イラスト01と同一の図形を商標出願し、当該商標は、平成28年1月15日に、商標登録された（上表の商標登録第5820024号）。

原告は、平成29年末頃に、原告イラスト02を胸部に印刷したティーシャツ（原告製品）の販売を開始した。

一方被告は、令和元年9月から、被告製品のティーシャツを販売した。被告製品のティーシャツは、令和2年7月16日までに468枚が販売され、令和2年10月に販売が終了した。

原告は、令和3年に原告イラスト02の著作権及び商標権に基づき、差止め及び損害賠償請求を行い（令和3年（ワ）第10991号 損害賠償請求事件）、令和5年9月29日に判決言渡がなされた（東京地方裁判所 民事第29部）。

5 本案での争点

5. 1 争点01 原告イラスト02の著作物性、及び同イラストの著作権及び著作者人格権の帰属について争われた。

著作物性について

原告】原告イラスト02が、販売店に近傍の海から着想を得て、リゾートやリラックスという雰囲気又は感情に基づき、ポップアート風な絵画として創作的に表現されており、美術の著作物（著作権法10条①4号）に該当する、と主張する。

被告】原告イラスト02が、シンボルマークであり、ティーシャツに印刷することを目的として簡略化された図柄であり、純粹美術でない、と反論する。

著作権及び著作者人格権の帰属について

原告】原告イラスト01が、原告の発意に基づき、従業員Aの職務上作成され、更に原告イラスト01に基づき、原告イラスト02が作成され、当該原告イラスト02が原告名義で発表されており、職務著作（著作権法15条①）に該当する。

依って原告イラスト02の著作権及び著作者人格権は原告に帰属する、と主張する。

被告】かかる事実に基づき著作権等が原告に帰属するといえない、と反論する。

5. 2 争点02 原告商標と被告標章との類否について争われた。

原告】原告商標と被告標章とは、類似関係にあり、更に何れもティーシャツの胸部の中央に大きく印刷される使用態様であるという取引の実情を考慮すべきである。その結果、原告商標と被告標章とは商品の出所混同を生じさせるおそれある、と主張する。

被告】市場では多様なデザインが胸部に印刷されたティーシャツが販売されているから、胸部のイラストは、著名なロゴ等でない限り単なるティーシャツのデザインと認識されるのが一般的である。通常理解ではティーシャツの出所表示は、タグ等になされる。依って胸部のイラストでティーシャツの出所混同が生じることはない、と反論する。

5. 3 争点03 商標的使用該当性について争われた。

原告】市場では商標が胸部の中央に大きく印刷されて販売される例が、多数存在し、消費者に広く知られている。

依って仮に多様なデザインが胸部に印刷されたティーシャツが販売されている事実があるとしても、同様にティーシャツの胸部に印刷された被告標章が商標ではない、と直ちに言うことができない。被告標章の使用は、商標的使用に該当する、と主張する。

被告】被告標章が、ティーシャツの胸部に大きく印刷されたものであり、ティーシャツの意匠的效果を発生させるものに過ぎない。被告標章の使用は、商標的使用でない、と反論する。

6 裁判所の判断

6. 1 争点01について

著作物性について

裁判所】判例（最高裁平成10年（受）第332号同12年9月7日第一小法廷判決・民集54巻7号2481頁）に依れば、著作物として保護されるには美術鑑賞の対象となり得る美的特性を備えなければならないと解する。この点について原告イラスト02は、ティーシャツの実用性と分離して、美術鑑賞の対象となる美的特性を把握することができる。

また原告イラスト02は、数多あるイラストの選択の幅がある中から、作成者により選ばれた表現であるから、制作者の思想又は感情が創作的に表現されていると認めら

れる。依って原告イラスト02は、著作権法2条①1号の著作物に該当する、と判断した。

著作権及び著作者人格権の帰属について

【裁判所】原告イラスト01は、前提事実に基づき「法人等の発意に基づき」「業務に従事する者」が「職務上作成する著作物」である（著作権法15条①）。原告イラスト02は、原告イラスト01を改変して作成されたものであるから、同様に「法人等の発意に基づき」「業務に従事する者」が「職務上作成する著作物」といえる。更に、原告イラスト02を印刷した衣類が、原告名義の通販サイトで販売されることから「法人等が自己の著作の名義の下に公表する」であるといえる。

依って原告イラスト02は、職務著作であるから、その著作権等が原告に帰属する、と判断した（著作権法15条①）。

6. 2 争点02について

【裁判所】原告商標及び被告標章のイラスト部分は、何れもが黒色サングラスをかけ、靴を履き、ビキニ姿の女性であり、水上に浮かぶビーチマット上にうつ伏せで寝そべり、膝から下の脚部分を背部向きに折り曲げ、頭部を画面奥行き側に向けた、体勢である点で共通し、需要者に共通の印象を与えるから、外観上類似する。

イラスト部分夫々は、上述のとおり「水上に浮かぶビーチマット上に寝そべる女性」と意味合いであるから、観念上類似する。

全体的に考察すると、原告商標と被告標章との間で誤認混同のおそれがあるといえる。

6. 3 争点03について

【裁判所】原告商標は、原告の店舗開設当初から、同店舗のポスター、看板、ティーシャツ、パーカー、アクセサリ等に印刷されて使用されている。同店舗は、令和元年頃には横浜、東京、千葉、名古屋等に開設された。原告商標が印刷された商品は、各店舗及びオンラインショップを通じて販売されている。また他のアパレル会社等とのコラボレーションの際に、他のアパレル会社のブランド名を併記するなど、原告商標が改変されてティーシャツの胸元に印刷されて販売されていた。かかる事情を鑑みれば、原告商標は、一定の知名度を有していたと認める。

一方被告標章は、原告商標と誤認混同が生じるおそれある状況下で使用され、自他識別機能を果たす態様での使用であることから、商標的使用に該当する、判断した。

なお被告は、ティーシャツの出所表示は、製造販売時に付された紙製のタグでなされるのであって胸部に印刷された被告標章ではない、と主張する。

しかしながら裁判所に顕著な事実を照らすと、商標が胸元に大きく付されたティーシャツも多く存在していると認められ、ティーシャツの襟首後部やタグに印刷された部分だけが製品の出所を認識させるものでないというべきである。

6. 4 小括

【裁判所】著作権法112条①に基づき、被告イラストを被告販売のティーシャツに印刷して販売することの差止め、同条②に基づき、被告製品及び被告イラストの画像データを廃棄する。併せて商標法36条①に基づき、被告が、販売ティーシャツに被告標章を印刷し、譲渡し、引き渡し、展示することの差止め、同条②に基づき、被告製品及び被告標章の画像データの廃棄の限度で理由があるとする、と判断した。

7 結び

本事案でのポイントは、ティーシャツの胸元に印刷されたイラストがティーシャツのデザインであるのか、又はティーシャツの商標であるのかを判別することである。

本事案では、「ティーシャツの出所表示は、襟首後部やタグに印刷された文字や図形等に限らず、胸元に印刷された図形等も機能する」として、ティーシャツの商標が認容された。

しかしながら「商標を胸元に大きく印刷したティーシャツを、広範で販売することで一定の知名度を獲得した」等の実情が前提であり、全ての印刷イラストがティーシャツの商標と認容されるわけではない。ケースバイケースである。

上記イラストの扱いについては、アパレル会社等から相談を受けることがあり、ひとたび侵害となれば、本事案の様な争いに発展する。依って些末な問題として放置することはなく、対応することが大切である。

以上