

## 主 文

- 一 被告は、その営業上の施設又は活動に「シャネル」の表示を使用してはならない。
- 二 被告は、原告に対し、金一〇〇万円及びこれに対する平成五年二月一〇日から支払済みまで年五分の割合による金員を支払え。
- 三 原告のその余の請求を棄却する。
- 四 訴訟費用はこれを八分し、その一を被告の、その余を原告の負担とする。
- 五 この判決の原告勝訴部分は仮に執行することができる。

## 事 実

### 第一 当事者の求めた裁判

#### 一 請求の趣旨

- 1 被告は、その営業上の施設又は活動に「シャネル」の表示を使用してはならない。
  - 2 被告は、原告に対し、金一〇〇〇万円及びこれに対する平成五年二月一〇日から支払済みまで年五分の割合による金員を支払え。
  - 3 訴訟費用は被告の負担とする。
  - 4 仮執行宣言
- #### 二 請求の趣旨に対する答弁
- 1 原告の請求を棄却する。
  - 2 訴訟費用は原告の負担とする。

### 第二 当事者の主張

#### 一 請求原因

##### 1 当事者及びその営業

###### (一) 原告

(1) 原告は、【A】が設立したフランス法人レ パルフーム シャネル（現在の商号はフランス法人シャネル エス アー）が製造、販売する商品その他世界中のシャネル社に関して、商標その他の知的財産権を有し、かつ、そのライセンス事業を行うスイス法人である（以下、フランス法人シャネル エス アー及び原告を含む他のシャネル社を総称して「シャネル社グループ」という。）。

(2) 原告の所属するシャネル社グループの起源は、【A】が一九一〇年にフランスのパリ市カンボン通りに帽子店を開店したことに始まる。一九一六年に【A】が第一回目のコレクションを発表して以来、シャネルの商標を付した製品は、高級婦人服のみならず、香水、化粧品、ハンドバッグ、靴、アクセサリ、時計等にわたり、いずれも独創的なデザイン、最高の品質により、世界中で高い信頼を獲得し、いわゆるパリ・オートクチュールの老舗として世界的に知られている。一九二一年に同女は「シャネル五番」と称する香水を開発し、レ パルフーム シャネルという会社を設立してこれを製造、販売したが、現在に至るまで「シャネル五番」は世界的なベストセラーを続けている。

シャネル社グループには、商標その他の知的財産権の管理等の法的事項を管轄する原告や、前記レ パルフーム シャネルが一九五四年に商号を変更したフランス法人シャネル エス アーが存在している。

###### (二) 被告

被告は、東京都目黒区<以下略>において、昭和四〇年三月から昭和四二年二月までは【B】との共同経営で、昭和四二年三月から現在までは被告の単独経営で、「歌謡スナックシャネル」との屋号（以下「被告営業表示」という。）を使用して飲食店を経営している。

##### 2 シャネル社グループの営業表示とその周知性

シャネル社グループは、昭和八年（一九三三年）に香水の日本への輸出を開始し、「シャネル」、「CHANEL」等の商標登録を昭和一〇年から昭和一四年頃にかけて行った。それ以来、独自のマーケティング戦略と厳格な品質管理により高い評価が形成され、日本において数ある海外有名ブランドの中でも格別の人気を誇っている。

従って、日本においても、シャネル社グループの営業表示であり、かつ原告の商標でもある「シャネル」（以下「原告営業表示」という。）は、シャネル社グループ全体のグループの営業であることを示す表示として、遅くとも昭和三〇年代の初

めには周知となった。

昭和五五年一〇月にはシャネル株式会社が設立され、同社がシャネル社グループの一員として、日本におけるシャネル製品の輸入、販売を行っている。

### 3 不正競争行為

(一) 被告営業表示から「歌謡スナック」を除いた部分、すなわち「シャネル」の部分、著名な営業表示である原告営業表示と同一であり、被告営業表示と原告営業表示とは類似している。

(二) 原告営業表示と類似した被告営業表示を営業上の表示として使用する被告の行為は、ファッション関連業界を初めとして経営が多角化する傾向にあること及び原告営業表示の周知性の高さを考慮すると、一般消費者が原告を含むシャネル社グループと被告とが業務上、経済上あるいは組織上何らかの関係を有するものと誤認、混同するおそれが大きいことは明らかである。

(三) 被告の不正競争行為が発覚したため、原告は、被告に対して被告の営業表示の変更をするよう警告を行ってきたが、被告は依然として被告営業表示の使用を継続している。

### 4 営業上の利益を害されるおそれ

原告営業表示は、原告を含むシャネル社グループが築き上げた高級品のイメージと結びつき、ひいてはシャネル社グループ自体のイメージ、信頼に大きく寄与しているものである。しかし、被告が被告営業表示を使用する行為は、シャネル社の高級なイメージを害すると同時に信用を毀損している。

被告による被告営業表示の使用は、原告を含むシャネル社グループが前記の努力を通じて獲得した原告営業表示の顧客吸引力を侵害するものであり、その結果、原告営業表示のもつ広告宣伝機能を希薄にすると同時に、その知的財産権としての価値を減少させるものである。また、シャネル社グループの今後の多角的な営業活動においても重大な支障となるものであり、原告はその営業上の利益を害されるおそれがある。

### 5 被告の故意又は過失

被告は、原告営業表示が日本国内で広く認識されたシャネル社グループの営業表示であることを知りながら、若しくは過失によりこれを知らないで、これと類似する被告営業表示を営業表示として使用している。

### 6 損害

被告の右行為により、原告は少なくとも以下の損害を被った。

#### (一) 逸失利益 金五八〇〇万円

原告は、被告が「シャネル」を含む営業表示を原告に無断で使用したことにより、原告がその使用を許諾したならば得られたであろう通常使用料に相当する損害を被った。

被告は、昭和四〇年三月から二九年間、「シャネル」の営業表示を使用して被告店舗を営業し、年間二〇〇〇万円の売上げがあるところ、「シャネル」営業表示が極めて著名であり、かつ高級なイメージを与えることに照らせば、通常使用料は売上げの一〇パーセントを下回ることはあり得ないから、通常使用料の合計額は、以下の計算式のとおり、少なくとも、五八〇〇万円を下ることはあり得ない。

$$2000万円 \times 0.1 \times 29 = 5800万円$$

#### (二) 信用損害 金八〇〇万円

原告を含むシャネル社グループは、原告営業表示について、長年積み上げてきた社会的信用及び高い評価を有するものである。しかるに、被告店舗は、目黒区中目黒駅前にいわゆるガード下に所在する小さな歌謡スナックであり、隣接してスナックやとんかつ屋があるなど、俗にいう「駅前ガード下の飲み屋街」に所在している。同時に、向い側にはスーパーマーケットがあり、全体としては、被告店舗の周辺は極めて人通りの多い駅前繁華街ということが出来る。

原告を含むシャネル社グループは、多額の投資と長年の努力により、「シャネル」ブランドの高級イメージを築き上げてきたが、被告が右のような状況で「シャネル」の名称を用いて営業を行うことは、「シャネル社」が今までに築いてきた高いブランドイメージ、信用を著しく害することは明らかである。

日本国内におけるシャネル製品の販売を行っているシャネル株式会社が昭和五八年度ないし昭和六〇年度に支出した宣伝広告費は、順次約八億七〇〇〇万円、約一〇億三八〇〇万円、約一二億二四〇〇万円であり、また、同社は、このほか「シャネル」の名称を不正使用しないように警告する広告を新聞紙上に多数掲載している。これらによれば、信用損害の額は金八〇〇万円を下らない。

(三) 弁護士費用 金二〇〇万円

本訴は、不正競争防止法に基づく専門的な事件であるうえ、原告は外国法人であるから、自ら訴訟を提起することが困難であり、法律専門家である弁護士に依頼しなければ解決が困難な事案であること、また原告と原告代理人との連絡に際しては、特にフランス語あるいは英語を解する弁護士を必要とすること、さらに、関係書類の翻訳等に多大な労力や費用を要することを勘案すれば、弁護士費用は金二〇〇万円を下らない。

7 よって、原告は、被告に対し、不正競争防止法に基づき、被告営業表示の使用差止め並びに損害賠償金六八〇〇万円の内金一〇〇〇万円及びこれに対する訴状送達の日から支払済みまで民法所定の年五分の割合による遅延損害金の支払いを求める。

二 請求原因に対する認否

1 請求原因1(一)の事実は知らない。同(二)の事実は認める。

2 請求原因2の事実は知らない。

3 請求原因3(一)のうち、被告営業表示と原告営業表示が類似していることは否認し、その余は認める。同(二)の事実は否認する。同(三)の事実は認める。

4 請求原因4の事実のうち第一段の事実は否認する。第二段の事実は不知又は否認する。

5 請求原因5は否認する。

6 請求原因6は不知又は否認する。

7 請求原因7は争う。

三 抗弁(権利濫用)

1 現在でこそ、近年来のブランド志向によって、日本でも「シャネル」の名称は著名になっているが、被告が被告店舗を開店した昭和四〇年頃は、男性である被告が「シャネル」の名称の周知性を知っていたわけではなく、被告は、ただ、共同経営者が付けた名称をそのまま引き継いだにすぎないものである。

2 原告が被告店舗の開店以来、二五年以上を経過した今になって、ましてこの不況の時代に、被告店舗の名称の変更を要求することは、被告にとって死活問題である。

(一) 被告が被告店舗の名称を変更するとすれば、以下の費用及び損害を被る。

(1) 看板の取外し、新規看板の取付けに要する費用 一五〇万円

(2) 三〇年来の顧客に対する挨拶状作成、送付にかかる費用 一五〇万円

(3) 名称変更に伴う宣伝広告にかかる費用 一五〇万円

(4) イメージ刷新のための店舗の前面改装にかかる費用及び工事中の休業補償 三五〇万円

(5) 名称変更による売上低下による損害 六〇〇万円

以上の合計一四〇〇万円にのぼる費用、損害のほか、被告が長年にわたって培ってきた努力が水泡に帰する精神的苦痛は金銭には換算できない。

(二) 被告は、老齢に加えて持病の糖尿病、肝臓病が悪化しており、原告の権利が認められる結果、生活の糧まで失うことになっては、現在大企業に発展した強者である原告の被告のような弱者に対するいじめのような行為である。

3 被告店舗のほかにも、東京都内や伊豆の下田等、全国にシャネルが有名になってから名称を使用しているところはたくさんある。

以上の事情に照らすと、原告の請求は権利の濫用である。

四 抗弁に対する認否及び原告の主張

抗弁事実は否認する。

シャネル社グループは、工業所有権及び著作権の国際的保護を目的とするフランス公益社団法人「ユニオン・デ・ファブリカン」に早くから加入し、営業名称の不正使用をする者等に対し、調査、警告等の手続を行ってきた。しかし、「ユニオン・デ・ファブリカン」東京事務所の人員には限界があり、また、「ユニオン・デ・ファブリカン」は特許庁での商標の管理手続や偽造商品に対する対策も業務としていたので、日本国内に無数に存在する営業表示の不正使用を同団体の力のみで根絶するのは難しい状況であった。そのため、シャネル社グループは、平成四年ころから、原告代理人事務所及びシャネル株式会社に一括して依頼して、シャネルの名称の不正使用への対策を行うこととした。

しかし、「シャネル」の営業表示は、多様な業務に不正に使用されており、その地域的な範囲も日本全国に及んでいるから、一度にこれを解決することは到底無理である。そこで、原告代理人らは、東京等の一定の地域に限定して、活動を進めて

きた。

原告が、被告店舗について「歌謡スナックチャンネル」を使用していることを知ったのは、平成四年一月ころである。チャンネル株式会社の従業員が、これを発見したものである。

原告は、本件訴え提起前に被告と名称変更についての交渉をしたが、被告の態度は「費用も出せないし、長い間使っているのだから、変えるつもりはない。」といったもので、変更の意思は認められなかった。そこで、原告はやむを得ず、本件訴えを提起したものである。

以上のような、チャンネルの営業表示を不正に使用している店舗が非常に多数であって、現実的に全ての不正使用行為を一挙に根絶することが不可能な事情、原告が被告の不正使用を発見した時期、その後の経緯等を考慮すると、原告が被告に対し、その営業表示の使用の差止めと損害賠償を求めることは権利の濫用にはあたらない。

### 第三 証拠（省略）

## 理 由

### 一 当事者及びその営業表示

原本の存在及び成立に争いのない甲第一〇号証、撮影対象が被告店舗の外観であることに争いがなく、弁論の全趣旨により平成五年四月一六日に永田啓が撮影したものと認められる甲第一号証、写真部分の撮影対象が被告店舗のサインボードであることは争いがなく、その余は弁論の全趣旨により真正に成立したものと認められる甲第四九号証、弁論の全趣旨により原本及びその成立が認められる甲第三〇号証及び弁論の全趣旨に当事者間に争いのない事実を総合すると、以下の事実が認められる。

#### 1 原告

(一) 原告は、【A】が成立したフランス法人レ パルフーム シャネル（現在の商号はフランス法人シャネル エス アー）が製造、販売する商品その他世界中のシャネル社に関して、商標その他の知的財産権を有し、かつ、そのライセンス事業を行うスイス法人である。

(二) 原告の所属するシャネル社グループの起源は、【A】が一九一〇年代にフランスのパリ市カンボン通りに帽子店を開店したことに始まる。【A】は、一九一六年に第一回目の婦人服コレクションを発表し、さらには、一九二一年にシャネル五番の香水を発表し、前記レ パルフーム シャネルという会社を設立してこれらを製造、販売した。以後、シャネル社グループは、シャネルの商標を付した高級婦人服、香水、化粧品、ハンドバッグ、靴、アクセサリ、時計等の商品を原告営業表示又はシャネルの文字を含む営業表示の下に販売している。

#### 2 被告

被告は、東京都目黒区<以下略>において、昭和四〇年三月頃から昭和四二年二月頃まで【B】との共同経営で、昭和四二年三月から現在までは被告の単独経営で、被告営業表示を使用して飲食店を営んでいる。被告店舗は中目黒駅近くのガード下に位置するスナックで、その間口は約三ないし四メートルであり、その近隣ガード下には、スナックやとんかつ屋などの飲食店が並んでいる。被告店舗正面の入口上部には、黄色の文字で横書きに「シャネル」と記載され、また、道路から店舗に向かって左端の二階部分には、袖看板が設置され、その上部にはカラオケマイク等の絵が、その下に、小さ目の白い横書きの「歌謡スナック」の文字が、その下に黄色い横書きの「シャネル」の文字がそれぞれ表示されている。

### 二 シャネル社グループの営業表示の周知性

前記甲第一〇号証、原本の存在及び成立に争いのない甲第一一號証ないし甲第一三號証、甲第三二號証ないし、甲第三五號証、弁論の全趣旨により原本の存在及び成立が認められる甲第四七號証によれば、次の事実が認められる。

レ パルフーム シャネル社は、昭和一〇年から昭和一四年頃にかけて、日本において、香料及び他類に属しない化粧品を指定商品として「CHANEL」の文字をその構成中に含む商標の商標登録を行い、その頃から日本国内でも、香水の販売を開始した。昭和二九年二月、【C】が来日した際に、記者団から寝るときの衣装について質問されて「シャネルの五番を着るだけよ」と答えた旨マスコミ等で報じられたことを契機として「シャネル」の名称は全国的に知られるようになり、原告営業表示は、遅くとも昭和三〇年代には香水、化粧品の製造、販売についての営業

表示として周知となった。フランス法人シャネル エス アーの日本総代理店であるシャネル株式会社の昭和六〇年度（昭和六〇年一月一日から同年一月三十一日まで）におけるブティック部門の販売価格は三二億〇四〇〇万円、香水、化粧品部門の販売価格は三四億六〇〇〇万円に達しており、原告営業表示は、現在では、香水、化粧品のほか、高級婦人服、ハンドバッグ、靴、アクセサリーの製造、販売についての営業表示としても周知である。

### 三 原告営業表示と被告営業表示との類似

被告営業表示は「歌謡スナック」の部分と「シャネル」の部分とからなるが、このうち「歌謡スナック」の部分は、比較的小規模の洋酒の提供を主とする飲食店一般を指すものとして広く使用されている「スナック」の語に客に歌謡曲を聞かせ又は歌わせることを意味する「歌謡」の文字を冒頭に付加したものであって、特に識別力を有するものではなく、被告営業表示の要部は「シャネル」の部分にあるものと認められる。そこで、原告営業表示と被告営業表示の要部とを対比すると、称呼において同一であり、また、我国において周知のシャネル社グループの觀念を生じる点においても同一である。外観においては、被告営業表示の具体的な使用態様は、前記一、二のとおりであって、この外観は、原告営業表示として一般に用いられる文字と外観において類似している。

以上によれば、原告営業表示と被告営業表示とは類似している。

### 四 原告営業表示と被告営業表示との混同

原本の存在及び成立に争いがない甲第一五号証ないし甲第二五号証によれば、次の事実が認められる。

近年、ファッション業界にも経営の多角化の傾向がみられ、昭和五七年にはアルファキュービック社が外食産業に参入し、昭和六〇年にはワコール社の子会社ワコールアートセンターがタイ料理店を開店し、昭和六一年頃には、フランスのデザイナーである【D】が東京に支店をもつ有名料理店マキシム・ド・パリのオーナーとなったことがそれぞれ報道され、その後、平成元年から平成二年頃には、ファッション業界の会社が飲食店、ホテル、インテリア事業等に進出する傾向が一層強まったことが認められる。

右事実を照らすと、ファッション業界の多角経営は昭和六〇年前後頃から次第に広がり、遅くとも昭和六一年中には、一般消費者においても右多角経営の傾向を知るに至り、被告店舗がシャネル社グループとなんらかの業務上、経済上又は組織上の関係が存在するものと誤認する抽象的な危険が生じたものと認められ、その意味で被告営業表示を使用した被告店舗の営業は、原告を含むシャネル社グループの営業上の施設又は活動と混同を生じるものと認められる。

### 五 営業上の利益を害するおそれ

前記甲第一一、一三、一五、一七、一九、二一、二三、二五、二七、二九、三一、三三、三五、三七、三九、四一、四三、四五、四七、四九、五一、五三、五五、五七、五九、六一、六三、六五、六七、六九、七一、七三、七五、七七、七九、八一、八三、八五、八七、八九、九一、九三、九五、九七、九九号証、甲第三三、三五、三七、三九、四一、四三、四五、四七、四九、五一、五三、五五、五七、五九、六一、六三、六五、六七、六九、七一、七三、七五、七七、七九、八一、八三、八五、八七、八九、九一、九三、九五、九七、九九号証、原本の存在及び成立に争いがない甲第二六号証、甲第三六号証ないし甲第四三、四五、四七、四九、五一、五三、五五、五七、五九、六一、六三、六五、六七、六九、七一、七三、七五、七七、七九、八一、八三、八五、八七、八九、九一、九三、九五、九七、九九号証の各一、二によれば、シャネルの商品表示及び営業表示は、香水、スーツ、アクセサリー等の高級商品の表示及びその営業主体の表示として高級イメージとして定着しており、近年においても、フランス法人シャネル・エス・アーの日本総代理店であるシャネル株式会社、少なくとも昭和五七年一月頃から昭和六一年頃にかけて、織研新聞、日本繊維新聞、「ウーマンズ・ウエア・デイリー・ジャパン」紙、日経流通新聞を通じて「ファッションエディター、コピーライター、広告関係者各位そして、シャネルの名称を誤って使用なさっている方々へのお知らせとお願い」と題する一面広告を掲載し、シャネルの表示の無断使用についての警告を発するなど、シャネル社グループの高級イメージを維持するための営業、広報活動を行っており、このような広報活動等もあいまって、シャネル社グループの高級イメージは維持されていることが認められる。

被告の店舗は、前記のとおり、中目黒駅付近のいわゆるガード下に位置する小さなスナックであって、庶民的なイメージはあっても、シャネルの高級なイメージとはほど遠く、これによってシャネルの高級イメージを希釈し、この点においてシャネル社グループの営業上の利益を害して、ひいては、シャネル社グループの一員である原告の営業上の利益を害している。

これを超えて、原告が売上の減少等の営業上の利益を害された事実を認めるに足りる証拠はない。

### 六 被告の故意、過失

右四で認定した事実を照らすと、少なくとも昭和六二年以降においては、被告

は、被告営業表示の使用により、原告を含むシャネル社グループの営業表示の高級イメージを希釈し、原告の営業上の利益を害することを認識していたか、又はこれを認識しなかったことについて過失があるものと認められる。

#### 七 権利濫用の抗弁について

成立に争いのない甲第二号証、原本の存在及び成立に争いのない甲第三号証ないし甲第五号証、弁論の全趣旨により真正に成立したものと認められる甲第四八号証及び弁論の全趣旨に当事者間に争いのない事実を総合すれば、以下の事実が認められる。

1 (一) シャネル社グループは、企業の商標権、意匠権の保護等を目的としてフランス企業を中心として結成されたユニオン・デ・ファブリカンに早くから加入し、昭和五五年にユニオン・デ・ファブリカン東京事務所が設立されてからは、同事務所が、いわゆるにせブランド商品の発見及びその排除のための措置等を取り、原告営業表示を含む営業表示等の保護を図ってきた。

また、原告自らは、昭和五九年、神戸地方裁判所に対し、興栄商事株式会社を被告としてホテルシャネルの営業表示の使用についての損害賠償請求訴訟（神戸地方裁判所昭和五九年（ワ）第九四号事件）を、同年、福岡地方裁判所に対し、シャネル興産株式会社を被告として、その商号の使用差止め等を求める訴訟（福岡地方裁判所昭和五九年（ワ）第六三三号事件）を提起し、いずれも一部勝訴判決を得るなどの訴訟活動を行い、原告の営業表示の高級イメージを維持するための権利行使をしてきた。

その後、ユニオン・デ・ファブリカンの活動にはその人員の制約等もあって限界があるため、原告は、平成四年、シャネルの名称の不正使用者に対する対応を原告代理人事務所に委ね、以後、原告代理人事務所がその仕事にあたっている。

(二) 原告代理人事務所において、原告の関連会社であるシャネル株式会社を通じることなく使用している営業者について調査したところ、東京等の一定の地域に限っただけでも一〇〇店以上に及んでおり、原告代理人事務所においては、警告書を送付するなどの手続を通じて解決を図り、その多くは訴訟に至る前の話し合いによって、自発的に営業表示の変更をさせることにより解決した。

(三) 被告店舗については、平成四年一月頃、シャネル株式会社の従業員がこれを見出し、原告代理人が、平成四年二月及び三月の二度にわたり、被告に対し警告書を送付し、被告営業表示の使用中止を求めたところ、同年三月一七日、被告から原告代理人事務所に電話で連絡があり、その際、被告は原告代理人に対し、「名称変更する意思はなく、金もないので応じられない。」「長い間使っているので変えるつもりは全くない」旨述べ、別の原告代理人が数日後に電話連絡した際にも、訴訟になってもやむを得ない旨述べた。以上の経過を踏まえて、原告は本件訴訟を提起したものである。

2 被告が、昭和四〇年三月頃から共同経営者とともに、昭和四二年三月からは単独で、被告営業表示を使用して被告店舗を営んでいることは前記のとおりであり、また、弁論の全趣旨によれば、被告が被告営業表示の使用をやめて他の営業表示に変更するには、看板の取外しと新規の看板の取付費用、顧客に対する挨拶状作成等に相応の費用を要することが認められる。

しかしながら、被告が「シャネル」の名称の使用を開始する以前から、「シャネル」の名称が周知であったことや、近年のファッション産業分野における企業の多角経営化傾向が前記のとおり一般消費者にも認識されて、ブランドイメージの重要性が社会一般に認識されている状況を考慮すると、被告において、被告標章の使用がシャネル社グループによって容認されているものと認識していたものと認め難い。

3 以上の事実に基づいて検討するに、被告が三〇年近くにわたって被告営業表示を使用してきたこと、その間、平成四年に至るまで、原告を含むシャネル社グループから被告営業表示を使用しないよう求められたことはなかったこと、その結果、被告が長年被告営業表示を使用し、これによる利益を得てきたものであること、一方、シャネル社グループの許諾を得ることなく「シャネル」の名称を含む営業表示を使用する例は多く、原告を含むシャネル社グループがそれらのすべてを発見し、迅速に対応することは現実的には困難であること、原告を含むシャネル社グループも、全く自己の権利の実現に無関心であったわけではなく、昭和五五年以降はユニオン・デ・ファブリカン東京事務所を通じて、自己の商標権の防衛等にあたり、昭和五九年頃からは、類似の営業表示を使用する者に対して、訴訟を提起しているこ

と、被告において、被告標章の使用がシャネル社グループによって容認されているものと認識していたものとは認め難いことなどの事実を照らすと、被告の年齢、持病のあること、また、被告営業表示を変更するについて相応の費用を要することを考慮しても、原告の本訴請求を権利の濫用と認めることはできない。

## 八 損害

### 1 逸失利益

原告は、被告が被告営業表示を使用したことにより、通常使用料相当の損害を被ったと主張するが、本件のように、原告の営業上の利益の侵害の内容が主に原告営業表示の高級イメージの希釈化に求められるような場合においては、通常その使用の許諾がなされるものとはとうてい考え難いから、通常使用料相当額をもって損害とする原告の主張は採用することができない。なお、不正競争防止法に基づく損害賠償請求についても、商標法三八条二項を類推適用することは一般的には肯定してよいものと解される。しかし、被告営業表示の使用期間が長期にわたりながら、原告の営業上の利益の侵害の内容が主に原告営業表示の高級イメージの希釈化に求められるにすぎない本件においては、後記のとおり、信用毀損による損害を具体的に認定することができるから、損害の認定としてはこれをもって足りるものと認められ、商標法三八条二項の類推適用の余地はない。

### 2 信用損害

被告営業表示の使用により、シャネル社グループはその営業表示から生じる高級イメージを害され、ひいては、原告がその営業上の利益を害されたことは前記のとおりであり、これによりシャネル社グループの知的財産権を管理する原告は、その信用を害されたものと認められる。その損害の数额については、原告の営業内容、シャネル社グループの我が国における営業利益の額、被告の業種、営業規模及びそもそも損害算定の対象となる被告の行為は民法七二四条後段により本件出訴前の二〇年間に限られ、しかも、前記のとおり、本件証拠上原告営業と被告営業とについてなんらかの業務上、経済上又は組織上の関係があるのではないかの混同を生じるようになったと認められるのが昭和六二年からであること等を考慮すると、これにより原告が被った損害額は金八〇万円と認めるのが相当である。

### 3 弁護士費用

本件事案の内容、右損害の認容額、本件訴訟の経過等を考慮すると、被告の行為と相当因果関係のある弁護士費用の額は金二〇万円と認めるのが相当である。

九 以上によれば、原告の請求は、「シャネル」の営業表示の使用差止め並びに金一〇〇万円及びこれに対する訴状送達の日翌日である平成五年二月一〇日から支払済みまで民法所定の年五分の割合による遅延損害金の支払を求め限度で理由があるから、この限度でこれを認容し、その余は理由がないからこれを棄却し、訴訟費用の負担につき民事訴訟法八九条、九二条本文、仮執行宣言につき同法一九六条一項を適用して、主文のとおり判決する。