

包装容器のデザインに係る電子データの受領および保持は商標法2条3項1号所定の「商品の包装に標章を付する行為」に該当せず、包装容器の写真が広告として掲載された情報誌の発送は同2条3項8号所定の「広告等を頒布する行為」に該当せず、商標の不使用について同50条2項ただし書き所定の正当な理由もないとした事例

—エコルクス事件—

知財高判平成22年12月15日 平成22年(行ケ)第10013号(判タNo.1362 210頁)

神奈川大学法学部兼任講師・弁理士 中川 淨宗

◆事案の概要

被告Yは、生活用品の企画、製造および販売に係る事業を行う会社であり、第11類「電球類及び照明器具」を指定商品とする「エコルクス/ECOLUX」の文字が横書きされた商標(以下、本件商標)の商標権者である。

本件商標は、平成13年8月24日に商標登録出願がなされ、平成14年8月13日に商標権の設定登録がなされたものである(商標登録第4595454号)。

Yは、LEDランプの販売について、平成20年12月6日から検討を開始し、社内で断続的に会議を開催した。Yは、平成21年3月30日に開催された社内会議において、Yが販売する予定のLEDランプ(以下、本件商品)について、商標権の設定登録以来6年8カ月にわたり不使用であった本件商標の採用を決定した。Yは、同年4月6日、訴外会社Aに対し、本件商品の包装用容器のパッケージデザインを発注した。

Aは、平成21年4月8日、Yに対し、本件商標と社会通念上同一と認められる標章の付されている本件商品の包装用容器のパッケージデザイン案を電子メールの添付ファイルによって送付した。さらにAは、Yからの要望を受けて、同月10日、Yに対し、上記パッケージデザイン案に修正を加えて、本件商標と社会通念上同一と認められる標章の付されている本件商品の包装用容器(以下、本件容器)のパッケージデザイン案を再度電子メールの添付ファイルによって送付した。

他方、Yは、以前より小売店に対して自社製品の広告および新商品の紹介等を行うために、毎月2回「アイリスインフォメーション」と題する情報誌を刊行し、各地の小売店に送付していた。

Yが、平成21年4月30日、本件容器に係るパッケージデザインが印刷されている「アイリスインフォメーション」371号

(以下、本件情報誌)を発送したところ、本件情報誌の一部は、同年5月1日、訴外会社BおよびCにそれぞれ配達された。

その後、Yは、いずれも中国において、平成21年6月11日に本件商品の生産を開始するとともに、同月28日ごろに本件容器の量産を開始した。本件商品は、同年8月3日ないし5日に、中国において本件容器に包装され、同月9日ごろにわが国に輸入された。

原告Xが、平成21年4月14日、本件商標は、その指定商品のうち「LEDランプ」について、継続して3年以上日本国内において商標権者等により使用された事実がないことをもって、不使用による取消審判(取消2009-300446号事件)を請求したところ(以下、本件審判)、本件審判の請求は同月30日に登録された(以下、本件審判請求登録日)。

特許庁は、平成21年12月8日、本件審判について、Yが本件審判の請求の登録前3年以内に日本国内において本件商品の包装に本件商標を付する行為を行っているところ、本件商標の登録を取り消すことはできないため、本件審判の請求は成り立たない旨の審決(以下、本件審決)を行った。

本件訴訟は、Xが本件審決の取り消しを求めた審決取消訴訟であり、本件訴訟の争点は、本件商標について2条3項1号所定の使用があるか否か、本件商標について2条3項8号所定の使用があるか否か、および、本件商標の不使用について50条2項ただし書き所定の「正当な理由」があるか否かである。

◆判旨—請求認容—

1. 商標法2条3項1号に基づく本件商標の使用の有無について

「商標法2条3項1号所定の『商品の包装に標章を付する行

為』とは、同号に並列して掲げられている『商品に標章を付する行為』と同視できる態様のもの、すなわち、指定商品を現実に包装したものに標章を付し又は標章を付した包装用紙等で指定商品を現実に包装するなどの行為をいい、指定商品を包装していない単なる包装紙等に標章を付する行為又は単に標章の電子データを作成若しくは保持する行為は、商標法2条3項1号所定の『商品の包装に標章を付する行為』に当たらないものと解するのが相当である。

これを本件についてみると、前記認定のとおり、被告は、本件請求登録日以前から、本件容器に本件商標を付して販売するための準備を進めていたところ、被告が平成21年4月10日に外部会社から受領したものは、本件容器のパッケージデザインの電子データであるにすぎない。したがって、被告が上記電子データを受領し、これを保持することになったからといって、これをもって商標法2条3項1号所定の『商品の包装に標章を付する行為』ということとはできない]

2. 商標法2条3項8号に基づく本件商標の使用の有無について

「商標法2条3項8号所定の標章を付した広告等の『頒布』とは、同号に並列して掲げられている『展示』及び『電磁的方法により提供する行為』と同視できる態様のもの、すなわち、標章を付した広告等が一般公衆による閲覧可能な状態に置かれることをいい、標章を付した広告等が一般公衆による閲覧可能な状態に置かれていない場合には、商標法2条3項8号所定の標章を付した広告の『頒布』に当たらないものと解するのが相当である。

これを本件についてみると、前記認定のとおり、本件容器の写真が広告として掲載された本件情報誌が小売店に配達され、もって一般公衆による閲覧可能な状態に置かれたのは、平成21年5月1日である。したがって、被告が本件容器の広告写真が掲載された本件情報誌を頒布したのは、同日（平成21年5月1日）であるというべきであって、被告が前日（平成21年4月30日）に発送を行ったからといって、当該発送行為をもって本件商標を付した広告等の頒布に該当するとはいえない。そして、我が国において本件商標を付した広告等が本件請求登録日より前に、被告により頒布されたと認めるに足りる証拠は存在しない。したがって、被告は、本件商標について、本件請求登録日より前の3年以内に我が国において商標法2条3項8号所定の本件商品に関する広告の『頒布』がされた事実を証明していないというほかない]

3. 商標法50条2項ただし書きの「正当な理由」の有無について

「商標法50条2項ただし書きにいう『正当な理由』とは、地震等の不可抗力によって生じた事由、第三者の故意又は過失によって生じた事由、法令による禁止等の公権力の発動に係る事由その他の商標権者、専用使用権者又は通常使用権者の責めに帰することができない事由が発生したために、商標権者等において、登録商標をその指定商品又は指定役務について使用することができなかった場合をいうと解するのが相当であるところ、前記認定のとおり、本件商標に関しては、そのような不可抗力等の事由は、何ら認められない]

◆評釈

1. 本判決に対する賛否——結論賛成・理由賛成
2. 本判決の位置づけ

まず、不使用商標取消審判に係る審決取消訴訟において、本判決と同様に、2条3項1号所定の「商品の包装に標章を付する行為」について判示した近時の事例として、東京高判平成11年10月28日「ダリ事件^{*1}」、および知財高判平成18年5月30日「シチズン事件^{*2}」等がある。

前掲「ダリ事件」では、包装箱に商標が付されていたとしても、当該商標が付されている包装箱に商品が包装されていない場合には、同号所定の「商品の包装に標章を付する行為」に該当しない旨が判示されている。

また、前掲「シチズン事件」では、包装箱に商標が付されており、また当該商標が付されている包装箱に商品が包装されていたとしても、当該包装箱に収納されている商品を示す表示がない等の商標と収納商品の結び付きが著しく稀薄である場合には、同号所定の「商品の包装に標章を付する行為」に該当しない旨が判示されている。

本判決も、上記の各事例の判断に沿うものであるが、包装容器のパッケージデザインに係る電子データを受領し、これを保持する行為が同号所定の「商品の包装に標章を付する行為」に該当しないとする点に意義がある。

次に、不使用商標取消審判に係る審決取消訴訟において、本判決と同様に、2条3項8号所定の「商品等に関する広告等に標章を付して頒布する行為」について判示した近時の事例として、東京高判平成15年1月22日「アイコム事件^{*3}」、東京高判平成16年10月27日「コスメディカルズ事件^{*4}」、知財高判平成18年9月28日「EMA事件^{*5}」等がある。

前掲「コスメディカルズ事件」では、「頒布」は不特定多数人を対象とするものに限られないため、商品の購入者に対するパンフレットの配布も同号所定の「頒布」に該当する旨が判示されているのに対して、前掲「EMA事件」では、商標権者の完全子会社等に対する商品カタログの配布は同号所定の「頒布」に該当しない旨が判示されている。

また、前掲「アイコム事件」では、取引先に見積書をファクシミリによって送信する行為は、同号所定の「役務に関する取引書類に標章を付して頒布する行為」に該当する旨が判示されている。本判決は、包装容器の写真が広告として掲載された情報誌の発送は、同号所定の「商品の包装に標章を付する行為」に該当しないとする点に意義がある。

また、不使用商標取消審判に係る審決取消訴訟において、本判決と同様に、同50条2項ただし書き所定の商標の不使用に係る「正当な理由」の有無について判示した近時の事例として、知財高判平成17年12月20日「PAPA JOHN'S事件^{*6}」および知財高判平成19年11月29日「UNITED事件^{*7}」等がある。

前掲「PAPA JOHN'S事件」では、商標権者と競合する企業が存在することおよび商標権者のフランチャイジーとなる資格を有する者が少なかった等の商標権者の内部事情は「正当な理由」に該当しない旨が判示されている。

一方、前掲「UNITED事件」では、スマトラ島沖で発生した大地震および当該地震によって発生した津波のために商標権者の有する同地の営業所および従業員が被害を受けたことにより登録商標を日本国内で使用できなかったことは「正当な理由」に該当する旨が判示されている。

本判決も上記の各事例の判断に沿うものと考えられる。

なお、旧・商標法14条に係る事例として、最判昭和43年2月5日「王冠事件^{*8}」では、第二次世界大戦後の駐留軍の占領下において駐留軍の指示により登録商標を使用しなかったことは、同条所定の「正当な理由」に該当する旨が判示されている。

3. 商標法2条3項1号に基づく本件商標の使用の有無について

本判決は、まず、50条1項所定の登録商標の「使用」とは、2条3項各号所定の標章の「使用」行為をいうものと解しているところであるが、両者を別意のものとする見解は存しないように思われる^{*9}。

そして、本判決は、2条3項1号所定の「商品の包装に標章を付する行為」について、指定商品を現実に包装したものに標

章を付し、または標章を付した包装用紙等で指定商品を現実に包装する等の行為をいうものと解する一方で、指定商品を包装していない単なる包装紙等に標章を付する行為または単に標章の電子データを作成、もしくは保持する行為は該当しないものと解している。

ここで、2条3項1号にいう「商品の包装」とは、現実に商品が収容されている包装箱・包装紙等のことをいい、いまだに商品を収容していない包装に標章を付する行為等は、同号の「商品の包装に標章を付する行為」に該当しないとする見解は少なくとも多数説的見解である^{*10}。

したがって、この多数説的見解によるならば、同号の「商品の包装に標章を付する行為」とは、現実に商品が収容されている包装に標章を付するか、あるいは標章を付した包装に現実に商品を収容することを意味するであろう。

さて、本判決は、「商品の包装に標章を付する行為」とは2条3項1号に並列して掲げられている「商品に標章を付する行為」と同視できる態様をいうものとして上記のように解しているが、上記の諸見解は、そのように解すべき理由として、そもそも商品自体に標章を付するのと同様に商品と標章の結び付きが明らかにされるからこそ、商品の包装に標章を付する行為も商品自体に標章を付する行為と同様に取り扱われること、あるいは商品をまだ収容していない包装にあっては、具体的にいかなる商品を収容するのが不明であること^{*11}等を挙げている。

ここで、2条3項1号所定の「付する」行為とは、一般に、商品等に標章を刻印すること、印刷すること等の手段で商品等自体に標章を表すこと、あるいは標章を表したラベルまたはタグ等を商品等に貼付すること、または取り付けることをいうものと解されており^{*12}、また、2条4項では商品等自体を標章の形状とすることを含むものと規定されている。

もちろん、商品等そのものではなく、商品の陳列棚に商標を表すこともまた、本号所定の標章を使用する行為と解されているところ^{*13}、必ずしも商品と標章を物理的に一体化させることまで要求されるものではない。

しかし、上記の「付する」行為の解釈と併せて鑑みるならば、2条3項1号所定の標章を使用する行為とは、原則として、少なくとも商品と標章を一体化させることが必要であると考えられる。なぜならば、取引の対象となる商品等がなければ、当該商標の有する自他商品等識別力を発揮する余地がなく、2条3項1号所定の商標を使用する行為の前提を欠くこととなるためである^{*14}。

本件について検討すると、Yは、本件審判請求登録日前にあっては、Aに発注した本件容器のパッケージデザインが存するのみであって、本件容器は物理的には存しなかったところ、本件商品であるLEDランプを本件商標の付された本件容器に収容することはできなかつたものであり、そうすると商品と標章を一体化させることは、そもそも不可能だったわけである^{*15}。

したがって、他にYが本件審判請求登録日より前に本件商品を本件容器で包装した旨を認める証拠もない以上、Yは本件商標について2条3項1号所定の使用がされた事実を証明していないとした本判決は妥当である。

4. 商標法2条3項8号に基づく本件商標の使用の有無について

本判決は、次に、2条3項8号所定の「商品等に関する広告等に標章を付して頒布する行為」について、同号に並列して掲げられている「展示」および「電磁的方法により提供する行為」と同視できる態様のものであるとしたうえで、当該広告等が一般公衆による閲覧可能な状態に置かれることをいうものと判示する一方で、当該広告等が一般公衆による閲覧可能な状態に置かれていない場合は該当しないと判示する。

ここで、2条3項8号にいう「頒布」について、標章を付した広告等が具体的にいかなる状態に置かれることをいうのか、とりわけ、本件のように、標章を付した紙媒体による広告等を配送した場合、発送の時をもって「頒布」に当たるのか、あるいは到達の時をもって「頒布」に当たるのかについて、従来明確に述べた見解は見当たらない。

もっとも、特許法29条1項3号所定の新規性を有さない発明である「頒布された刊行物に記載された発明」における「頒布」とは、一般に、不特定の者が見得るような状態に置かれることをいうものと解されており^{*16}、商標法2条3項8号所定の「頒布」も、特許法29条1項3号所定の「頒布」の解釈と別意に解する必要はなく、同義であると述べる見解も存する^{*17}。

前掲「アイコム事件」は、取引先に対して見積書をファクシミリによって送信する行為をもって同号所定の役務に関する取引書類に標章を付して「頒布」する行為に該当する旨を判示しているが、ファクシミリによる送信であれば、通常、ファクシミリの送信と同時に相手方が受信することが想定される。

しかしながら、本件情報誌のような紙媒体による広告等の場合には、ファクシミリによる送信とは異なり、その発送と受領は同時になされ得るものではない。

したがって、本判決と前掲「アイコム事件」は相反するものではない。

仮に、標章を付した広告等があったとしても、当該広告等がおよそ需要者ないし取引者の閲覧に供され得ることがない状態、すなわち需要者ないし取引者が当該広告等におよそアクセスすることができない状態にあっては、当該広告等に付された商標の有する自他商品等識別力が発揮される余地はない。

よって、当該商標に商標権者等の業務上の信用が化体されることもないため^{*18}、本判決の判示するように、当該広告等を発送する行為をもって、「商品等に関する広告等に標章を付して頒布する行為」に当たるとすることはできないものと考えられる^{*19}。

もっとも、本判決は、広告等の閲覧の主体を「一般公衆」としているが、これに限定する必要はないであろう。すなわち、前掲「コスメディカルズ事件」が判示するように、商標がその自他商品等識別力を発揮して商標権者等の業務上の信用を化体するのは、一般公衆といった不特定多数の者を対象とする場合には限られないためである。とりわけ、通常であれば、見積書、注文書、納品書、領収書等の取引上必要な書類である取引書類をそもそも一般公衆の閲覧に供することは考え難い。

本件について考えてみると、Yは、本件審判請求登録日にあっては、本件容器の写真が広告として掲載された本件情報誌を発送する行為を行ったにすぎず、上記の本件情報誌は、本件審判請求登録日にあっては、需要者ないし取引者の閲覧に供され得る状態ではなかつたものであり、上記の本件情報誌が、小売店に配達されて需要者ないし取引者の閲覧に供され得る状態となったのは、本件審判請求登録日の翌日である。

したがって、他にYが本件審判請求登録日より前に本件商標を付した広告等を頒布した旨を認める証拠もない以上、Yが本件商標について2条3項8号所定の使用がされた事実を証明していないとした本判決は妥当である。

5. 商標法50条2項ただし書きの「正当な理由」の有無について

本判決は、まず、50条2項ただし書き所定の「正当な理由」とは、商標権者等の責めに帰することができない事由が発生したために、商標権者等において登録商標をその指定商品等について使用することができなかつた場合であると判示している。

ここで、「正当な理由」とは、商標権者等の責めに帰することのできない予見困難な事情による場合であるとする見解^{*20}、

商標権者等において登録商標を使用できなかったことが真にやむを得ないと認められる特別な事情であるとする見解^{*21}、当該商品等の属する分野における取引者、または需要者からみて登録商標等を指定商品等に使用しなかったことがやむを得ないと認められる理由であるとする見解^{*22}、商標権者に制裁を課すのが気の毒であると思える理由であるとする見解^{*23}等がある。また、「正当な理由」が存在するか否かは、具体的かつ個別的に考察し、社会通念上決定されるべきものであると述べる見解もある^{*24}。

上記のように、「正当な理由」の内容については、種々の見解が存するところであるが、本判決が例示する地震、台風、津波等の天変地異、延焼、放火、破壊等の第三者の故意または過失に起因する事情、法令に基づく商標の全面的な使用の禁止等によって、商標権者等が登録商標をその指定商品等に使用することができなかった場合が「正当な理由」に該当することを否定する見解は存しない^{*25}。

一方、商標権者等の重過失による出火または単なる病気、商標権者等の経営不振による商品開発の遅延、当該商品等の技術的な問題あるいは市場性の問題による商品化の見合わせ等によって、商標権者等が登録商標をその指定商品等に使用することができなかった場合は50条2項ただし書き所定の「正当な理由」に該当しないとする見解が多数である^{*26}。

本判決もまた、本件には上記のような各事情は存しないことから、「正当な理由」があるとは認められない旨を判示している。

ところで、Yは、本件商標について具体的な使用計画の準備があったこと等をもって、本件には「正当な理由」があった旨を主張しているが、本判決はそのような主張を採用していない。

ここで、商標権者等が登録商標の使用の準備を行っていたこと等の商標権者等の個別的な内部事情による商標の不使用は、一般に「正当な理由」に該当しないとする見解が多数である^{*27}。

一方、登録商標を使用する真摯な意思が認められるならば、商標の不使用について「正当な理由」があるものとして差し支えないとする見解^{*28}、あるいは上記の「正当な理由」があるか否かの判断を行うにあたり、その要素の一つとして、現時点において商標権者に登録商標を将来使用する意思があるか否かを勘案すべきであるとしたうえで、商標権者の個人的かつ経済的な理由であっても、商標権者に登録商標を使用する真摯の意思があり、その意思を客観的に証明することができ、かつ、商標の不使用期間が長期でなければ「正当な理由」があるとする見解^{*29}も存する。

しかし、わが国の商標法は、商標登録出願時には、必ずしも出願に係る商標を実際に使用していることを要しないが、商標権の設定登録後には、商標権者等による登録商標の現実的な使用を重視しているものである^{*30}。そうすると、「正当な理由」とは、もとより天変地異等に限定されるものではないが、本判決が例示的に列挙するように、原則として、商標権者等の外部的要因に基づく商標の不使用のことをいい、商標権者等の内部的要因に基づく商標の不使用は該当しないものとする。

すなわち、まず、そもそも商標登録の要件として、商標登録出願人自らが商標登録出願に係る商標を指定商品等に現に使用しているか、あるいは将来使用する意思を有していることが必要である（3条1項柱書き）^{*31}。それにもかかわらず、少なくとも商標権の設定登録から3年を経過してもなお登録商標を指定商品等に現に使用していないということは、仮に、「正当な理由」の有無を判断するにあたり、商標権者等が登録商標を使用する意思の有無を考慮したとしても、主観的にみれば当該商標を使用することについて「真摯な意思」あるいは「真実の意思」があるにせよ、客観的にみれば商標権者等に商標を使用する意思はないものと考えて然るべきである^{*32}。

よって、「正当な理由」の有無を判断するにあたり、そもそも商標権者等が登録商標を使用する意思を有しているか否かを考慮する必要はないものとする。

また、2条3項1号と2号との関係について併せて検討するならば、商品等に標章を付したものを譲渡等する行為（2条3項2号）によって、商標が取引者ないし需要者に実際に接し、商標がその自他商品等識別力を発揮して商標法の保護対象である業務上の信用を生じるところ、商品等に標章を付する行為（2条3項1号）は、それ自体が、商標を使用する種々の行為の中でも、むしろ準備的な行為に位置づけられるものである^{*33}。

よって、本件においてYが主張するような登録商標の具体的な使用計画の準備があったことのみをもって、「正当な理由」があるとしたのでは、登録商標を具体的に使用する計画さえ立てておけば、当該登録商標を使用できる状態にあるにもかかわらず、使用しなくても取り消されないということになりかねない。そうすると、不使用取消審判制度によって登録商標が取り消される場合が極めて限定されてしまうことが懸念される^{*34}。

したがって、本判決が、本件について、50条2項ただし書き所定の「正当な理由」がないとした点は、妥当である。

(なかがわ きよむね)

- ※1) LEX/DB文献番号28042510
- ※2) LEX/DB文献番号28111235
- ※3) LEX/DB文献番号28080722
- ※4) LEX/DB文献番号28092822
- ※5) LEX/DB文献番号28112079
- ※6) LEX/DB文献番号28110094
- ※7) LEX/DB文献番号28140026
- ※8) 審決公報782号93頁。
- ※9) 網野誠『商標 [第6版]』(有斐閣・2002年) 887頁、田村善之『商標法概説 (第2版)』(弘文堂・2000年) 28頁、播磨良承『商標法—理論と実際—』(六法出版社・1983年) 501頁、および牧野利秋編著『特許・意匠・商標の基礎知識 (第4版)』(青林書院・2003年) 432頁 (田中成志)。
- ※10) 小野昌延・三山峻司『新・商標法概説』(青林書院・2009年) 14頁、小野昌延編著『注解商標法 [新版] 上巻』(青林書院・2006年) 92頁 (網野誠)、平尾正樹『商標法 (第一次改訂版)』(学陽書房・2006年) 46頁、網野 前掲注9書150頁、田村前掲注9書145～146頁、および牧野編著前掲注9書351頁 (牧野利秋)。
- ※11) 牧野編著 前掲注9書351頁 (牧野)、および小野・三山前掲注10書14頁。
- ※12) 網野前掲注9書150頁、牧野編著前掲注9書351頁 (牧野)、小野・三山 前掲注10書13頁、および小野編著前掲注10書 前掲92頁 (網野)。
- ※13) 小野編著 前掲注10書92頁 (網野)、および平尾 前掲注10書41～42頁。
- ※14) 工藤莞司《判批》「知財管理」Vol.61 No.9 1375頁。
- ※15) 工藤 前掲注14評釈1375頁。
- ※16) 最判昭和61年7月17日「第二次箱尺事件」(民集40巻5号961頁)。
- ※17) 工藤 前掲注14評釈1376頁、および本判決コメント212頁。ただし、本研究会では、両規定は趣旨からして全く異なる規定であるから、全く関係がない旨の意見が出された。
- ※18) 中村仁「商標法50条における商標の使用」(「パテント」Vol.62 No.4) 144頁。
- ※19) 本判決コメント212頁。
- ※20) 小野・三山前掲注10書501頁。
- ※21) 渋谷達紀『知的財産法講義Ⅲ [第2版]』(有斐閣・2008年) 520頁。
- ※22) 竹田稔『知的財産権侵害要論 [特許・意匠・商標編]』(発明協会・2007年) 874頁。
- ※23) 平尾 前掲注10書479頁。
- ※24) 三宅正雄『商標法雑感』(富山房・1973年) 336頁、および小野・三山前掲注10書502頁。
- ※25) 小野・三山 前掲注10書501頁、および小野編著 前掲注10書1152頁 (後藤・有坂)。
- ※26) 小野・三山 前掲注10書502頁。
- ※27) 小野・三山 前掲注10書502頁、工藤 前掲注14評釈1376頁、渋谷 前掲注21書520頁、および前掲「PAPA JOHN'S事件」。
- ※28) 網野 前掲注9書895頁。
- ※29) 平尾 前掲注10書479頁。
- ※30) 前掲「PAPA JOHN'S事件」。
- ※31) 茶園成樹編『商標法』(有斐閣・2012年) 33～34頁、特許庁編『産業財産権法(工業所有権法)逐条解説 (第18版)』(発明協会・2010年) 1203頁、小野・三山 前掲注10書105頁、および平尾 前掲注10書102～104頁。
- ※32) 平尾 前掲注10書103～104頁。
- ※33) 平尾 前掲注10書41頁、および工藤 前掲注14評釈1375頁。
- ※34) 小野編著 前掲注10書1153頁 (後藤・有坂)。