

## 最新判決情報

2009年  
(9月分)

### ○東京牛乳事件

知財高裁 H21.9.30 H20(行ケ)10474 審決取消請求事件(飯村敏明裁判長)

第29類「牛乳」を指定商品とする出願商標「東京牛乳」が識別性を欠き、所謂3条2項の使用による顕著性を獲得したか否かが争われた事案である。

審決によると「東京牛乳」が発売されたのは、2006年9月12日であり、本願は発売からわずか7ヶ月後の2007年4月23日に出願されている。

3条2項は登録の要件として、商標が使用された結果、「需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができるもの」と規定して居り、2000年に発行された商標審査基準(改訂第7版)までは、周知性の地域的な範囲については解説されていなかったが、2006年8月に発行された「改訂第8版」から、「全国的に認識されているものをいう。」と、日本全国で広く知られていることが要件とされた。これは、所謂地域ブランドの登録が開始されたことに関係しているそうである。

従って、本願商標「東京牛乳」も商標審査基準からは全国周知であることが必要となった次第であるが、原告らは、審決の取消事由として、「東京牛乳」が地域密着性を有する商品であること、すなわち日々新鮮な生乳から加工され、短時間内に販売される特殊な商品であり、流通範囲が極めて限られているので、3条2項の判断にあたっては全国的な周知性を要するべきでない」と主張した。

東京牛乳

しかし判決は、以下の理由を挙げて、3条2項の適用性を否定した。

使用期間が審決時までわずか2年余りである。流通地域がほぼ東京都及びその近県にとどまっている。生産量が全国の生産量に対してわずかである。新聞、雑誌等の紹介記事も、1回であり、反復継続したものがない。ウェブサイトのアクセス頻度等が明らかでない。周知証明書は、あらかじめ印字された同一の証明書に捺印するという態様で作成されたもので、周知性を確認した上で押印したとは考えられない。

以上により、審決時において東京都及び近県の取引者、需要者の間で、ある程度その存在が知られるようになったといえるとしても、取引者、需要者の間で、原告らの業務に係る商品であると、広く知られていたということとはできない。

このように裁判所も全国周知を要件としていることが分かるが、7条の2「地域団体商標」の登録要件でも「需要者の間において広く認識されている」という同じ文言が使用されて居り、商標審査基準の解説では、「一定範囲の需要者、例えば、隣接都道府県に及び程度の需要者に認識されていることを必要とする。」のように、全国周知を要件とはしていない。

3条2項で全国周知を必要と主張する者は、商標権が日本全国に及びものであり、3条2項はあくまでも例外規定であるので、厳格に解釈すべきとしている。

しかし、不競法の周知性は全国周知を要件とはしていないし、たとえ一定の地域内で周知された商標であったとしても、商標を保護するのが商標法の目的である以上、不競法の保護を待つまでもなく、3条2項を適用しても良いようにも思われる。

その権利範囲については、法26条の制約もあるし、現実の混同の有無を考慮することなどで行き過ぎのないよう、法の適用や運用でバランスが取れるように思える。

### ○スキャンメール事件

知財高裁 H21.9.29 H21(行ケ)10118 審決取消請求事件(中野哲弘裁判長)

登録商標「スキャンメール」と使用商標「スキャンメール 10K」との同一性が争われた事案である。

被告の登録商標「スキャンメール」に対して、原告より法50条の不使用取消審判が請求され、被告より使用証拠として「スキャンメール 10K」が提出され、特許庁ではこれを登録商標の使用であると認定し、取消審判を不成立とした。その審決の取消が求められた事案である。

登録商標と使用商標との相違は、使用商標における「10K」の有無であるが、本判決も「10K」は商品の型番、品番として自他商品識別力を欠くので、要部は「スキャンメール」となり、登録商標と社会通念上同一であるとして審決を支持した。

商標の同一性については、当サイト審決データファイルの「登録商標と使用商標の同一性」を参照されたい。

## ○スイブルスイーパー事件

大判 H21.9.17 H20(ワ)1606 商標権侵害差止請求等事件(山田陽三裁判長)

テレビ通販などで話題となった簡易型の電気掃除機「スイブルスイーパー」の類似品に関する事案である。「スイブルスイーパー」は、アメリカ製の商品であり、日本では原告セインが独占的販売権を有し、日本で「SWIVEL SWEEPER」を商標登録している。また原告 OLM は、セインから独占販売権を許諾されている。

「スイブルスイーパー」は、平成 17 年 8 月の販売開始から平成 19 年 11 月までの間に 110 万台以上、売上にして 120 億円以上が売れたヒット商品である。

被告は、ネットショップにおいて平成 18 年 1 月から類似品を「スイブルスイーパー」「Swivel Sweeper」として販売を開始し、平成 20 年 3 月までの間に充電電池を含めて 1 億 2500 万円以上を売り上げた。

これに対して、原告セインが商標権侵害として、原告 OLM が不正競争防止法違反を理由に、被告商品の販売中止と損害賠償の支払いを求めた事案である。

被告商品は、原告商品の類似品であり、同じ名称で販売されているので、商標権侵害及び不正競争防止法違反は問題なく認められている。

ただし、原告商標の周知性については、英文字の「Swivel Sweeper」の方は、テレビ番組の画面上に映し出されるものの、その文字やデザイン自体は視聴者に印象付けられものではない上、「Sweeper」はともかく「Swivel」は馴染みのない英単語であり、視聴者が「スイブルスイーパー」の言葉を「Swivel Sweeper」と認識しているかは疑問であるので、周知性を獲得しているのは、片仮名文字の「スイブルスイーパー」であると認定されている点は、事実認定として注目すべきであろう。

対して被告側は、原告登録商標は「回転する掃除機」を意味する品質表示であるので無効とされるべきであり、また被告商標の使用も商品の品質表示であると主張したが、判決は、日本の英語教育水準から本件商標を「回転する掃除機」と認識できるとは言えず、また被告も被告標章を被告商品の商品名として使用しているため、商品の品質を普通に用いられる方法で表示しているものとはいえないとして、被告の主張を斥けている。

なお不競法 5 条 2 項による損害額の推定において、被告の「利益の額」は限界利益であり、算定に当たっては不正競争行為に直接必要な変動経費は控除の対象となるが、当該行為をしなくとも発生する費用は控除すべきではないとして、被告商品の仕入額、輸入諸経費の控除を認めた。

しかし、広告費については、被告主張の費用は商品に関係なく支出された広告掲載料や被告商品の割合を特定できない費用であるとして、控除を認めなかった。

同じく人件費についても、被告商品の販売期間に特に人件費が増加したとの事実はないし、また被告商品はパッケージされた状態で輸入され、ネットで販売され、宅配業者を利用して配送されたもので、被告自身が箱詰め作業や販売の営業活動、配達業務を行っていたとの事実はないとして、控除を認めなかった。

最後に、被告が行なった違反行為は 1 つであり、その利益も 1 つであるにも拘らず、原告 2 社から、それぞれ重ねて損害賠償請求を受けているため、被告は、場合によって二重の支払いを余儀なくされるおそれがある。

この点について判決は、被告の利益は同一の利益であり、1 つしか存在しない利益であるので、これに対して二重に支払いを行なう理由はないから、原告らの損害賠償請求権は、重複する逸失利益の限度においての連帯債権であると判断し、被告の利益相当額のうち、45 万 7481 円分が原告両者の連帯債権であると認定している。

## ○マジックブレット事件

大判 H21.9.17 H20(ワ)2259 商標権侵害差止請求等事件(山田陽三裁判長)

上記「スイブルスイーパー」のアメリカのメーカーであるホームランド・ハウスウェアズ LLC が製造販売する「マジックブレット」の類似品を販売した被告(スイブルスイーパー事件と同じ)に対する商標権侵害事件である。

原告商標「MAGIC BULLET」は、被告が類似品を発売する以前の平成 16 年 9 月 6 日に登録されているので、単純な商標権侵害事件である。なお、原告商品の日本における独占的販売権者は、上記 OLM であるが、事件の当事者とはなっていない。

スイブルスイーパー事件と同じく、商標法 38 条 2 項の損害額の推定により原告の逸失利益が算定された。広告費、人件費が控除の対象とされなかった点も同じである。

従って、特段の問題点もないが、商標法の見地から商品の類似性について 1 点考えてみたい。原告被告商品とも、電気式ミキサー・ジューサー・ミル・フードプロセッサの 4 つの機能を有する 1 つの調理器具であるが、一方、原告商標権の指定商品は、第 7 類「家庭用電気ミキサー…、家庭用電気ジューサー…、家庭用食器洗浄機…、(中略)家庭用電気式クラッシャー及びグラインダー…、(中略)家庭用製粉機(以下略)」となって居り、個別の商品が列挙されている。つまり、4 つの機能を有する調理器具は指定商品には含まれていないのである。

しかし、判決の争点は 標章の類似 原告の損害の 2 点だけであり、原告商標登録の指定商品と被告販売商品との類似性については全く検討されていない。もちろん、商品の類似性からみれば、いずれも類似商品コード「11A06」が付せられる旧日本分類でいうところの「民生用電気機械器具」であるので、商品が類似することは疑いないが、判決理由としては少々雑といえるのではないであろうか。

好意的に考えれば、スイブルスーパー事件と同じ裁判官によって同時に審理され、スイブル事件が不競争事件も絡んで居り、原告被告両商品が比較されたため、本件でも同様の判断に止まってしまったのかも知れない。

## ○青雲事件

大地判 H21.9.17 H20(ワ)6054 不正競争行為等差止請求等事件(田中俊次裁判長)

兄弟間における類似商号の争いである。原告「株式会社青雲荘」は三男が代表者であり、原告設立 14 年後に設立された被告「青雲産業株式会社」の代表者は二男である。

問題となったのは、被告会社設立時に、被告は、原告の中心業務である宿泊業は行なわない、被告は、原告の営業地域内で営業を行なわない、との条件がつけられていたか否かである。

判決では、被告設立時の発起人に、二男、三男、両人の両親、四男、長女らが加わって居り、全員一致で被告商号を決めたこと、被告の事業目的を旅館ビジネスホテルの経営としていたことを認定し、原告は被告設立時に商号と営業目的を許諾していたし、また条件を付していたとの証拠はないと判断した。

## ○アイラックス事件

知財高裁 H21.9.15 H21(行ケ)10102 審決取消請求事件(滝澤孝臣裁判長)

第 9 類「眼鏡、光学機械器具」を指定商品とする出願商標「I-Lux」(右上掲)と引用商標「Eye Lux」(右下掲)との類似性が争われた事案である。

審決の取消事由は 2 点あるが、第 1 点目の本願商標は「I-Lux」を表わしたものではないので、「アイラックス」の称呼は生じないとの原告の主張について判決では、審査段階において提出した意見書で出願人(原告)が「本願商標は「I-Lux」の文字を図案化したので、「アイラックス」と称呼される」と主張していることと矛盾する主張をすることは信義則上許されないとして斥けた(禁反言)。



Eye Lux

取消事由 2 の、両商標から共通の称呼が生ずるとしても、外観と観念上の相違から出所混同は生じないとの主張については、両商標の識別性は文字部分にあり、しかも「眼鏡」の取引の実情として、商標の称呼によって商品を指定することが普通に行なわれているほか、ネット上では片仮名表記によって検索が行なわれている場合もあるので、外観が相違することによって出所混同が生じないということは出来ないと判断した。

称呼が同一の非類似商標については、当サイト審決データファイルの「称呼同一商標の類似性」に多数の審決例や判決が掲載されているが、「眼鏡」について本願商標「I-Lux」の称呼「アイラックス」に接した場合、冒頭の「アイ」の音から「Eye」を想起することも少なくないと思われるので、外観の相違があるので称呼に類似性があっても混同は生じないとは言いきれないであろう。

また取消事由 1 のように、禁反言の問題もあるので、審査段階の意見書にも注意すべきであろう。

## ○アイディー事件

知財高裁 H21.9.8 H21(行ケ)10034 審決取消請求事件(滝澤孝臣裁判長)

ローマ字「ID」の表音に相当する出願商標「アイディー」の識別性が争われた事案である。

ローマ字 1 文字あるいは 2 文字は、商品の記号、品番、符号等を表わすものとして一般に使用されるため、これらを普通に表記した商標は、極めて簡単でかつありふれた商標であるとして法 3-1-5 に該当し、識別性を欠くと判断されている。

しかし、ローマ字 1 文字あるいは 2 文字の表音であるカタカナ文字が商品の記号、品番等として使用されることはないで、法 3-1-5 の該当性はないように思えるが、現実の審査では識別性なしと判断されるケースも多数あり、当サイトの審決データファイルの「ローマ字商標」に示すように、審判段階でも判断が分かれている。

本件は、第 9 類「電子応用機械器具、電気通信機械器具」他を指定商品とする出願商標「アイディー」が、法 3-1-5 ではなく、6 号のその他の識別性を欠く商標に該当するとして拒絶されたので、その当否が争点となった。ただし、情報通信分野において「ID」は、「IDカード」のように「Identification」の略語として広く使用されているため、その表音である「アイディー」についても「ID」と同様に広く使用されているかが問題となったのである。

判決では、大辞林、広辞苑などの国語辞典において「アイディーカード」の項目があり、各種の情報関連の辞典においてもカタカナの「アイディー」がローマ字「ID」と共に並記されていることを確認し、「ID」と「アイディー」とは一体のものとして認識、理解されていると認定し、本願商標が 6 号に該当するとして審決を支持した。

おおむね妥当な判断であろうが、一歩進んで 3 号の適用も考えられるのではないであろうか。  
なお第 37、41、42 類を指定役務とする同じ出願人の商標「アイディー」は拒絶不服審判(2006-14863)に進んで登録(第 5126437 号)されているので、これらの役務分野では識別性があると判断されたことになる。