

最新判決情報

2014年

[2月分]

○Meiji 事件

知財高裁 H26.2.5 H25(行ケ)10127 審決取消請求事件(清水節裁判長)

第30類「学校給食用の菓子及びパン」を指定商品とする登録商標「Meiji(図形)」(右上)に対して、(株)明治が同社の周知商標「Meiji(ロゴ)」(右下)を理由に請求した無効審判が不成立とされたため、当該審決の取消しが求められた事案である。争点は、法4-1-11号においては本件登録商標より「メイジ」の称呼が生ずるか否か、そして同15号においては、両商標間における出所混同の可能性があるかである。



まず図案化された本件商標から「メイジ」の称呼が生ずるか否かについて判決は、本件商標は、被告が代表者を務める明治パン株式会社の新工場設立を契機に平成20年頃から使用されるようになったという経緯から、「メイジ」の称呼をもって使用していることは推認できるが、明治パン株式会社を知る取引相手が主観的に本件商標を「メイジ」と称呼することがあっても、この事実を知らない一般需要者が客観的に本件商標を見た場合、左側の図形を「M」と読むことはできないので、本件商標から生ずる称呼は「エイジ」であると認定し、引用商標の称呼「メイジ」とは非類似であると判断した。



しかし、この点については大いに異論のあるところである。確かに、本件商標に初めて接した一般需要者は「Meiji」とは読めないかも知れないが、もしその需要者が本件商標が使用された菓子あるいはパンを手にした場合、当然に表示されているメーカー名の明治パン株式会社から本件商標が「Meiji」を図案化したことは直ちに知ることができるし、次回からの取引においては、本件商標を「Meiji」と認識し、「メイジ」の称呼によって商品を購入することになるので、本件商標の称呼は被告が意図したとおり「メイジ」であるとするのが自然である。

これまでの判決や審決の称呼認定方法は、客観的とはいっても、繰り返して使用されるという「商標」の本質が理解できないため、商標を外観だけから判断しているに過ぎず、取引の実情を考慮した判断方法とは到底思われぬ。「FANCL」は「ファンケル」であり、「Printemps」は「プリンテンプス」ではなく「プランタン」なのである。

本件においては特に、「M」の特徴である左右両側の線の下端が開放的でつながっていないという特徴が本件商標にはないという判決の認定は、正に形式論的な固定観念に固執していることを露呈している。そのような「M」の特徴がなくとも、本件商標が「Meiji」を図案化した「商標」であると一般需要者が知った場合、彼らは何らの違和感もなくこれをそのまま受け入れるのが取引社会なのである。

次に、出所混同のおそれについて判決は、本件商標が使用される商品が「学校給食用」であり、学校や教育委員会に納入されることから、これらの者を基準に出所混同を生ずるおそれがあるか否かを問題にした。その結果、本件商標を使用する明治パン株式会社との関連性から、本件商標を「メイジ」と称呼したとしても、原告とは経済的、組織的に何らかのつながりがある者の業務にかかる商品と混同を生ずることはないとしている。

しかし、本件における出所混同の判断基準が学校給食関係であるとするならば、上記の11号の判断においても無関係の一般需要者などを基準に類似性を判断する必要などなかったはずである。特に、学校給食というのは、1年間を通して納入されるのであるからして、メーカーが誰であるかは重要な事実であろう。11号においても取引の事情は考慮されるべきであり、本件商標の指定商品「学校給食用の菓子又はパン」は、学校関係者を需要者として取引される以上、出所の混同を生ずるか否かという商標の類似の本質も、学校関係者を基準に行なわなくてはならないであろう。何故に、判決はこのような間違いを犯したのであるか。

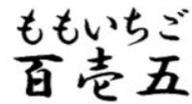
むしろ、「明治」の名称を含む食品会社が原告のほかにもどれだけいるかは分からないが、元号を示す「明治」の識別力はそもそも強いものではなく、これを商号中に含む食品企業は日本全国にあるであろうから、たとえ「Meiji」の語からなる商標であっても、原告商標との外観的な相違や取引の実情から原告と混同を生じないというのであれば、15号該当性を否定する理由としてより妥当なものでなかろうか。

なお一事不再理における「同一の事実及び同一の証拠」について判決が認定している点は評価してよいであろう(P21,P22)。

○桃苺事件

知財高裁 H26.2.26 H25(行ケ)10230 審決取消請求事件(清水節裁判長)

第 31 類「いちご」を指定商品とする本願商標「桃苺」(標準文字)が、引用商標「ももいちご／百壱五」(右図)により拒絶されたため、当該審決の取消しが求められた事案である。



しかし、判決においても、引用商標の上段の平仮名部分「ももいちご」から「モモイチゴ」の称呼と「桃と苺」の観念を生ずるとしているが、下段の漢字部分「百壱五」については、不可分一体に結合しているとはいえないとして、上段の平仮名部分のみについて本願商標との類似性を判断している。

しかし、一見して誰が見ても分かるように、平仮名部分は丁度漢字の「百壱五」が「ももいちご」と読めるようにするためのルビとして併記されているのであり、記述的ともいえる「ももいちご」の平仮名に比べて、「百壱五」の漢字部分は引用商標の特定には欠くことができない顕著な部分である。

事実、最初の不使用取消審判に係るももいちご事件(知財高裁 H24.2.21)でも、「当初は単に『ももいちご』だけの出願であったが、『もも』と『いちご』の 2 つの果物名を組み合わせただけであるとして認められず、『百壱五』を併記することで、何とか商標登録に至った。」と事実認定されているように(判決 P23 ア)、漢字の「百壱五」は引用商標には無くてはならない部分なのである。それを中野裁判長は、判断において「百壱五」は単に登録要件を充足するために付加されたものであるとか、あくまでも「ももいちご」を補足する部分であり、「百壱五」の部分自体が顕著な自他識別能力を有することは期待されていないとのように(判決 P26)、引用商標の登録に至る経緯と引用商標権者の意図を無視して勝手に「ももいちご」の部分の識別性のある顕著な要部と判断したこと、一連のももいちご事件の端緒となる問題点があるのである。

したがって、引用商標は漢字の「百壱五」である点に識別力があるのであり、これより「モモイチゴ」の称呼が生じたとしても、本願商標との類否判断においても、漢字「百壱五」の存在は十分に勘案され、出所の混同が生ずるか否かが判断されるべきである。

他方、原告が本願商標「桃苺」を「トーマイ」との称呼によって取引に当たっていると主張した点に対して、原告自身に係る極めて主観的な事情に過ぎないとして判決は一蹴しているが(判決 P8)、上記の Meiji 事件でもコメントしたように、取引において浸透する商標の称呼というものは、商標を使用する者が決めるものであり、その称呼が繰り返して使用されることで需要者に浸透して行くものである。

そうすると、同じく「トーマイ」と称呼される「桃苺」と、漢字「百壱五」が付いた「ももいちご」とが全体として果たして出所混同を生ずるものであるか、あるいは需要者が両商標が使用された商品を明瞭に識別することができるか否かが判断されるべきであった。そもそも「桃苺」にしても、「ももいちご」の文字にしても、商標としての識別性が強いものではないので、本願商標においては「トーマイ」の称呼が、他方引用商標においては漢字「百壱五」の存在が識別可能性にどのように影響するかが判断されるべきである。

○美実 PLUS(びみぶらす)事件

知財高裁 H26.2.27 H25(行ケ)10175 審決取消請求事件(飯村敏明裁判長)

第 30 類「菓子及びパンほか」を指定商品とする登録商標「美実 PLUS／びみぶらす」(右上)に対して、先登録商標「TON'S／美実」(右下)を引用商標として無効審判が請求されたが、これが不成立とされたため、当該審決の取消しが求められた事案である。争点は、両商標に共通する「美実」の語をどのように扱うかである。



まず本件商標「美実 PLUS／びみぶらす」中の「美実」について判決では具体的な認定はなく、単に外観のまとまりが良いので「ビミプラス」の称呼と、確定的な観念はないものの、指定商品との関係で「ビミ」の称呼から(筆者註:「美実」の漢字ではない。)
「美味」が連想され、「PLUS」の語があるので「美味しさを増した」ほどの観念を生ずるとしている。



他方引用商標中の「美実」について裁判所は、「美」が「おいしい、美しい」を意味し、「実」が「果実」を意味する上、原告は木の実(ナッツ類)の製造販売を行なっているため、そのような事情から、需要者は「美実」の文字を、おいしい木の実(果実)又は木の実の含まれた「菓子又はパン」を連想すると判断している。

つまり判決は、本件商標については特段の観念を認めない一方、原告引用商標に対してはかなり突っ込んだ具体的な認定をしている。同じ「美実」の語に対して、どうしてこのような異なる認定になるのかが分からない。原告引用商標権者については、確かに判決がいうようにアーモンドナッツについての使用が見られるが、他方、本件商標について判決は何も言っていないが、原告が主張するように、被告サイトをみると、原告とおなじ「アーモンド」のほか、「甘塩トマト」などもあるが、「ヘーゼルナッツ、くるみ、カシューナッツ」などのナッツ類について「美実 PLUS/びみぶらす」が使用されているので、事実認定としては何ら異なることがないはずである。

特に本件商標の観念について判決が、本来見るべき商標自体からではなく、そこから生ずる「ビミ」の称呼から更に「美味」の語を連想し、「PLUS/プラス」の語があるので「おいしさを増した」という観念が生ずると認定している点など、筆者には、判決の観念の認定は、事実認定というよりも、個人的な推論程度のものにしか思えない。どうして「美実 PLUS/びみぶらす」という商標から「おいしさを増した」という観念が生ずるのか、理解できない。

「プラス」の語についても判決は、当然のように「美味しさ」に「プラス(増した)」という理解をしているが、「プラス」の語には、「何かにプラスする」という場合と、「何かをプラスする」という用法があるのであり、仮に「美味プラス」との理解であっても、「美味しさを増した」とは限らず、「美味しさに何かをプラスした」という用例もあるので、その点の吟味もしなくては、言葉としても正しい認定とはならないであろう。

また引用商標中の「美実」についても判決は、「美味しい果実」という品質等を意味する文字の組み合わせであり、その出所識別機能は極めて弱いとまで言い切っている。しかし、原告サイトでは、「美実アーモンド」について「美のカリスマ」「美意識の高い方に」「美しくする実、だから美実」のように、造語として目的意識の高い方法で使用を行なっており、判決の認定とは大きくかけ離れている。判決が「美実」をそのように認定するのであれば、「美味しさを増した」という極めて記述的な語に過ぎない本件商標「美実 PLUS」も、同じように識別性が弱い語となるべきであろう。

以上のように、同じくナッツ類に使用される「美実」という同じ語に対して、正反対の事実認定を行なった結果、判決は両商標が非類似であるとの審決を支持した。これが現在の知財高裁所長飯村コートによる裁判の現状である。日本商標協会判決研究部会でも、たびたび判例に対する批判が出されるが、むしろ、これが現実であることを心にとどめて、今後の商標事件に当たって行くことが必要のようである。

○セントエラ事件

知財高裁 H26.2.27 H25(行ケ)10251 審決取消請求事件(飯村敏明裁判長)

第3類「化粧品ほか」を指定商品とする登録商標「St Ella」(右図)に対して、ファッションデザイナーのステラ・マッカートニーより商標「STELLA」及び「STELLA McCARTNEY」を引用して無効審判が請求されたが、これが不成立とされたため、当該審決の取消しが求められた事案である。争点は、本件商標「St Ella」を「ステラ」と称呼するか否かである。なお原告は、ポール・マッカートニーの実娘である。



原告は、本件商標から「ステラ」の称呼が生ずる理由として、本件商標がマレーシア法人「Stella's Choice (M) Sdn. Bhd.」により使用されていること、そしてブランドの創業者名が「STELLA K.Y. CHIN」であることを挙げたが、①本件商標を構成する「St」「Ella」の文字がそれぞれ繋がっていること、②逆に「St」と「Ella」の間にスペースがあること、③「St」と「Ella」の頭文字が大文字であること、④「Saint」の略語でもピリオドをつけずに「St」と表記することがあること、などから本件商標は「セントエラ」「セイントエラ」との称呼が生ずるとして原告の請求を棄却した。

文法的には確かにその通りであろうが、さらに生きた「商標」という観点からの理由付けはないのであろうか。