

出願商標「しあわせ牛」拒絶審決取消請求事件：知財高裁平成26(行ケ)10185・平成27年1月29日(2部)判決<請求棄却>

【キーワード】

商標法4条1項11号の該当性、「千葉しあわせ牛」(登録済)、地名・姓氏の結合標章、牛肉業界の取引実情

【事案の概要】

本件は、商標出願に対する拒絶査定不服審判請求を不成立とした審決の取消訴訟である。争点は、商標法4条1項11号の該当性である。

1 特許庁における手続の経緯等

原告(株式会社しあわせ牛)は、平成24年11月16日、「しあわせ牛」の文字を標準文字により表してなる商標(本願商標)について、第29類「牛肉、牛肉製品」を指定商品(本願指定商品)として、登録出願をしたが、平成25年7月3日付で拒絶査定を受けたので、同年10月15日、審判請求をした(不服2013-20053号)。

特許庁は、平成26年6月10日、「本件審判の請求は、成り立たない。」との審決をし、同審決謄本は、同月30日に原告に送達された。

2 審決の要旨

審決は、本願商標と登録第4725349号商標(引用商標)は、相紛れるおそれのある類似商標というべきであり、本願の指定商品と引用商標の指定商品は類似する商品であるから、商標法4条1項11号に該当すると判断した。

理由の要点は、以下のとおりである。

(1) 引用商標

引用商標は、下記のとおり、「千葉しあわせ牛」の文字を横書きしてなり、第29類「牛肉」を指定商品として、平成14年10月4日に登録出願され、平成15年11月14日に設定登録されたものであり、その後、平成25年1月19日に商標権の存続期間の更新登録がなされた。

千葉しあわせ牛

(2) 類否判断

「牛肉」を取り扱う業界においては、近年、県単位又は地域単位でのブランド産品としての牛肉の生産、販売が積極的に行われているが、そのような牛肉の名称として、「(県名又は地域名)〇〇牛」の表示を用いることが少なからずあり、その場合、該表示中の県名又は地域名の部分を省略することがあるというのが実情である。

また、引用商標の使用に係る商品「牛肉」は、平成12年頃から生産、販売

が始まり、その後、主に千葉県の産品に係るイベント等への出展、飲食店への食材や食肉加工品の原材料としての提供等の取引がなされ、千葉県が行う千葉県産牛肉の販促活動において紹介されるなどしており、その際、「千葉しあわせ牛」の表示が用いられるのみならず、千葉県産の「しあわせ牛」である旨の表示が用いられている事実も見受けられる。

そうすると、引用商標をその指定商品に使用した場合、これに接する取引者、需要者は、引用商標の構成中の「千葉」の文字部分が商品の産地であることを表したものと見て、理解することも決して少なくないとみるのが相当である。

したがって、引用商標は、その構成中の「しあわせ牛」の文字部分が、自他商品識別の際の要部となり、取引者、需要者に強く支配的な印象を与えるといえるから、該文字部分に相応して、本願商標における場合と同様、「シアワセギユウ」又は「シアワセウシ」の称呼を生じ、「幸せ（幸福）な牛」ほどの意味合いを想起させるものといえる。

本願商標と引用商標との類否について検討すると、両者は、その構成全体の比較においては、「千葉」の文字の有無という差異を有するが、自他商品識別の際の要部たる「しあわせ牛」の文字部分について、その構成文字を共通にし、「シアワセギユウ」又は「シアワセウシ」の称呼及び「幸せ（幸福）な牛」ほどの意味合いを生ずる点においても共通するものであるから、これらを総合勘案すれば、相紛れるおそれのある類似の商標というべきである。また、本願指定商品は、引用商標の指定商品と類似する商品である。

よって、本願商標は、商標法4条1項11号に該当する。

【判 断】

1 本願商標について

- (1) 本願商標は、「しあわせ牛」の文字を標準文字により表してなる。
- (2) 本願商標の指定商品は、第29類「牛肉、牛肉製品」である。
- (3) 本願商標は、平仮名の「し」「あ」「わ」「せ」4字と漢字の「牛」1字からなり、全体で5字である。このうち、平仮名の「しあわせ」部分は、日本語として幸福、好運という意味合いを持つひとまとまりの言葉であり（乙1）、漢字の「牛」部分は、ウシ目ウシ科の一群のほ乳類の総称であり、丈夫な体、角、細い尾を持ち、草食で反すうする動物を意味合いとして持つ言葉である（乙2）。本願商標は、かかる「しあわせ」と「牛」という2つの意味合いを持つ語を組み合わせた構成であるが、全体として一体的に観察されるべきであり、「シアワセギユウ」又は「シアワセウシ」の称呼が生じ、「幸せな牛」といった意味合いを想起させるものである（当事者間に争いが無い。）。このことは、本願商標の全体の文字数が少なく、一連で称呼しやすいことによるものであるが、これに加え、取引の実情とも合致しているためと解される。すなわち、「牛肉」業界において、ブランド産品が生産、販売された場合に

は、「〇〇牛」という表示を用いることが少なからずあり、その場合、「〇〇」部分が一連に称呼できるときや、1語としての意味合いを有するときには、原則として、一部を省略せずに全体で呼称するのが、取引の実情と解される。

2 引用商標について

- (1) 引用商標の構成は、上記第2の2(1)のとおりであり、「千葉しあわせ牛」の文字を横書きしてなる。
- (2) 引用商標の指定商品は、第29類「牛肉」である。
- (3) 引用商標は、漢字の「千」「葉」2字、平仮名の「し」「あ」「わ」「せ」4字と漢字の「牛」1字からなり、全体で7字である。このうち、漢字の「千葉」部分は、日本語として関東地方南東部の県を表す地名又は姓氏の1つを意味合いとして持つひとまとまりの言葉であり(乙3)、残りの平仮名の「しあわせ」部分及び漢字の「牛」部分は、上記のとおり、それぞれ意味合いを持つ言葉である(乙1, 2)。各文字間の間隔や各文字の大きさ、字体に違いはなく、外観上、特に看者の注意を強く引く部分はなく、漢字と平仮名の違いも、まとまりのある言葉の表記が異なっているだけで、漢字と平仮名の境目に格別の意味合いは看取できず、特に看者の注意を引くものではない。

「牛肉」業界において、県単位や地域単位でのブランド産品が生産、販売された場合には、1つのまとまり又は意味合いを持つ「〇〇」と「牛」の前に、県名又は地域名を配置し、3つの表示を組み合わせた「(県名又は地域名の表示)〇〇牛」という表示を用いることが少なからずある。その場合、「〇〇」部分が、他の構成部分と比較して相対的に特徴的であったり、特定の言語上の意味合いを持つこと等によりひとまとまりの語と看取できるのであれば、当該部分の文字数や音数が長すぎない限り、「〇〇牛」と表記するだけで「(県名又は地域名の表示)〇〇牛」を指すことが明らかとなり、県名又は地域名部分は単に牛肉の生産地又は牛の成育地を意味するにすぎないことになるから、当該部分を省略して称呼されることがあるのが、取引の実情といえる。他方、「牛」部分まで省略した場合には、牛肉であることが専門の取扱業者ではない一般の取引者、需要者に認識されないため、原則として、「牛」部分を省略しないのが、取引の実情と解される。(以上、乙14~17)

上記のような、引用商標の構成文字やその文字数、構成する語句の数、それぞれの長さや意味合い、上記牛肉取引の実情に鑑みると、引用商標は、外観上、常に一体不可分のものとして認識されるものとはいえず、引用商標の構成中の「しあわせ牛」部分が、要部として、取引者、需要者に対し出所識別標識として強く支配的な印象を与えるものと認められる。

したがって、引用商標の要部からは、本願商標と同様に、当該文字部分に相応して、「シアワセギユウ」又は「シアワセウシ」の称呼が生じ、これらの文字は、「幸せな牛」との意味合いを想起させる。

3 商標法4条1項11号該当性について

(1) 本願商標と引用商標の外観は、「千葉」という文字の有無について差異があるが、引用商標の要部である「しあわせ牛」の部分の構成文字は同一である。そして、本願商標と引用商標の要部からは、「シアワセギユウ」又は「シアワセウシ」の称呼が生じ、これらの文字は、「幸せな牛」との意味合いを想起させる点でも同一である。

他方、本願商標の指定商品である「牛肉、牛肉製品」は、引用商標の指定商品である「牛肉」と対比すると、「牛肉」部分で同一であり、「牛肉製品」の部分で類似する。

(2) したがって、本願商標は、商標法4条1項11号に該当する。

4 原告の主張について

(1) 原告は、審決が、引用商標の使用に係る取引実態として、本来考慮されるべきではない、浮動的・一時的・局所的な実情を考慮したために、引用商標の要部の認定を誤ったと主張する。

しかしながら、引用商標の具体的な取引実態を考慮しなくとも、一般的な牛肉に関する取引実態から、引用商標の要部が「しあわせ牛」といえるのは、上記2(3)のとおりであって、原告の主張は理由がない。審決が、引用商標の具体的な取引実態に言及したのは、引用商標の具体的な取引形態が、「(県名又は地域名)」を省略する場合があるという一般的な牛肉に関する取引実態と合致することを指摘する趣旨と解される。審決は、引用商標における浮動的・一時的・局所的な実情を重視して、誤った引用商標の要部認定をしたわけではなく、原告の主張は、審決を正しく理解しないものであり、採用できない。

(2) 原告は、審決が、引用商標につき、ブランド牛肉が県名又は地域名部分を省略して取引されることがあるという誤った認識の下、県単位又は地域単位でのブランド産品としての機能を抹殺する判断をしたと主張する。

しかしながら、出所識別機能の強さは、あくまでも、「(県名又は地域名)〇〇(商品名)」といった標章全体において、「〇〇」部分の構成の長さや個性の有無、県名又は地域名、商品名との一体感、構成文字の大きさや字体等の全体の構成上の特徴等の諸要素全体で、判断されるべきものである。「(県名又は地域名)」が文字どおり一定の地域を示すものにすぎず、それと「〇〇」部分の結び付きが強固なものではなく、「〇〇」又は「〇〇(商品名)」部分が相対的に特徴があると認められる場合には、県名又は地域名部分が省略されて使用されても、十分な出所識別機能を果たすから、県名又は地域名を省略した表示は、通常かなりの頻度で用いられることである。例えば、「くまもと味彩牛」というブランド和牛の肉を販売するくまもと加茂川の公式サイト(乙17)において、商品別に選択する場合の項目が、「くまもと味彩牛」ではなく「味彩牛」とされ、「味彩牛」の商品購入ページ上も、「味彩牛」と大きく見出しが付され、個別の商品項目も、県名が省略された「味彩牛薄切り」、「味彩牛焼肉」とされており、相対的に小さく表記された目立たない商品説明中に

「くまもと味彩牛」という記載があるにすぎない。このように、県名を冠したブランド牛を自ら販売する業者ですら、県名を省略して表示する扱いをしていることからすると、「(県名又は地域名)」部分は必ずしも「○○」部分と強固な結び付きがあるとは考えられておらず、「(県名又は地域名)」部分が省略される場合があることが、推察される。

そうすると、原告の主張は、ブランド産品において、県名又は地域名が必ずしも最も強い出所識別機能を有し、省略されることはないという前提において誤っており、採用できない。

(3) 原告は、審決が、県単位又は地域単位でのいわゆるブランド産品に係る商標において、地域の名称を示す文字は、商品の出所識別に際して重要な役割を果たしており、出所識別標識として強く支配的な印象を与える点を看過し、引用商標から「千葉」の文字を捨象して取引に資されるとする誤った判断をしたと主張する。

しかしながら、上記(2)で述べたとおり、ブランド産品として「○○」又は「○○(商品名)」部分が特徴的であって強い出所識別機能を有する場合には、必ずしも県名又は地域名部分が出所識別機能を果たすとは限らないから、県名又は地域名部分が省略されて使用されることはあり得るのであって、原告の主張は、ブランド産品において、県名又は地域名が最も強い出所識別機能を有し、省略されることはないという前提において誤っており、採用できない。

原告の主張する県名の持つ識別力とは、通常、産地を示すことによって消費者に与える安心・安全感といった印象を指すにすぎないのであって、産地の表示が消費者の購入意欲を促進する機能があるとしても、これは、商標における商品の出所識別機能とは必ずしも同一のものではないというほかない。また、トレーサビリティの観点から、原産地表示として地名を冠した銘柄名を書くことが容認されているとしても(甲27)、それは、銘柄名のうちの地名部分が原産地を示す機能を果たすからであって、銘柄名全体が常に一体として認識されることを意味しない。

(4) 原告は、「絆牛」という商標登録出願における別件審決や他の登録商標における要部認定と矛盾があり、引用商標のうち「牛」の部分は要部とならないはずである旨主張する。

しかしながら、ある文字が標章の要部に当たるかどうかは、当該標章を構成する文字や図柄、各構成部分の配置や大きさの比率等に応じて異なり得るのであって、当該文字が標章において一般的に要部になるかどうかを論じることは無意味である。また、構成文字や形態が異なる標章に関する他の審決における判断が、本件における審決の判断と違っても、標章を構成する文字や図形等が異なる以上、当然のことであるし、対照となる商標との比較上、要部として注目すべき部分も異なり得るから、他の審決での要部認定との相違が、本件における審決の誤りを意味するものではない。

すなわち、別件審決が「絆」部分に商品識別能力があるとしたのは、「絆

牛」という標章のうち、「牛」という部分単独では商品識別能力がないことを表現するためにすぎないと解することも可能であって、産地名の出所識別能力を問題とする本件とは明らかに争点が異なり、参考とならない。また、他の登録商標において、特許庁がどのように要部を認定したのかは、登録された事実から必ずしも推認できないから、直ちに本件の参考となるものではない。

なお、仮に原告の主張するとおり、「牛」部分に商品識別能力がない前提に立つとしても、本願商標の要部が「しあわせ」、引用商標の要部も同じく「しあわせ」となるから、両商標が類似しているという判断に変わりはない。

したがって、原告の主張は採用できない。

(5) 原告は、審決の引用商標の要部認定は、引用商標の出願人の出願に際しての認識とも一致しないと主張する。

しかしながら、商標法4条1項11号における商標の類否判断において基準とすべきは、当該商標に接する取引者、需要者の認識であって、出願人の出願に際しての主観的な認識ではない。原告の主張は、引用商標の出願人の主観的認識を斟酌すべきとする点において誤っており、採用できない。

結 論

以上より、原告の請求は理由がない。

よって、原告の請求を棄却することとして、主文のとおり判決する。

【論 説】

1. 牛肉の出所識別力を表示するために、わが国ではその産地名を付けて広告宣伝することが一般的である。例えば、近江牛、米沢牛、村上牛という具体的な名称はすぐに列挙することができるが、本件の場合、そのような産地名を単に付記した牛肉を表示する名称ではなく、「しあわせ牛」と名付けた抽象的な名称の全体が要部となっているものである。

そのような本件出願商標に対して、特許庁が拒絶引用したのが「千葉しあわせ牛」という登録商標であったから、出願商標は地名の有無にかかわらず、引用商標と類似すると判断されてもやむを得ないであろう。

2. このように、本願商標の要部と引用商標の要部としての「しあわせ」文字を共通にしている以上、類似と判断されるのであれば、他人がこの要部を、例えば「おもしろ」に変えて、「千葉おもしろ牛」という標章にすれば、非類似と判断され、登録されることになるだろう。

このように、商品に使用するための名称は、人はいろいろと考え出せるのだから、模倣を避けようと努力さえすれば、種々様々な文字商標を創作することができるのである。

ただ本件の場合、商標登録出願人（原告）の商号自体が「しあわせ牛」であったから、あえてその名称を出願したのかも知れないが、このような会社商号に対し、引用商標の会社商号は「株式会社岩渕畜産」である。

[牛木 理一]