

登録商標「桜桃苺・図形」登録取消決定取消請求事件：知財高裁平成 28(行ケ)10003・平成 28 年 6 月 23 日(4 部)判決<請求棄却>➡特許ニュース No.

【キーワード】

登録異議申立(商標法 43 条の 2)、周知商標(商標法 4 条 1 項 10 号)

【事案の概要】

1 特許庁における手続の経緯等

原告ら(X1, X2)は、別紙商標目録記載の構成からなる商標(以下「本件商標」という。)について、指定商品を第 31 類「いちご」として商標登録(登録出願日・平成 21 年 1 月 24 日, 登録査定日・平成 25 年 10 月 9 日, 登録日・同年 12 月 6 日。登録第 5634509 号。)を受けた商標権者(各人の持分は 2 分の 1)である。

徳島市農業協同組合(以下「JA 徳島市」という。)の佐那河内支所の組合員である A(以下「申立人」という。)は、平成 26 年 1 月 21 日、本件商標につき登録異議の申立てをした。

特許庁は、上記申立てを異議 2014-900023 号事件として審理し、平成 27 年 12 月 8 日、本件商標の商標登録を取り消す旨の決定(以下「本件決定」という。)をして、同月 17 日、その謄本が原告らに送達された。

原告らは、平成 28 年 1 月 8 日、本件決定の取消しを求める本件訴訟を提起した。

2 本件決定の理由

本件決定の理由は、別紙異議の決定書写しに記載のとおりであり、その要旨は、以下のとおりである。

(1) 平仮名の「ももいちご」からなる商標(以下「引用商標 1」という。)は、本件商標の登録出願時及び登録査定時には、申立人を含む JA 徳島市佐那河内支所の特定の組合員ら(以下「申立人ら」という。)が生産・販売する「ももいちご」と名付けられた特定のいちご(以下「申立人ら商品 1」という。)を表示する商標として、我が国の取引者、需要者の間に広く知られていた。

また、平仮名の「さくらももいちご」からなる商標(以下「引用商標 2」という。)も、本件商標の登録出願時及び登録査定時には、申立人らが生産・販売する「さくらももいちご」と名付けられた特定のいちご(以下「申立人ら商品 2」という。)を表示する商標として、我が国の取引者、需要者の間に広く知られていた。

(2) 本件商標の要部の一つといえる「桃苺」の漢字部分と引用商標 1 は、「モモイチゴ」の称呼及び「桃と苺」の観念において共通するから、類似の商標である。

また、本件商標の要部の一つといえる「桜」及び「桃苺」の漢字部分と引用商標2は、「サクラモモイチゴ」の称呼及び「桜と桃と苺」の観念において共通するから、類似の商標である。

(3) 本件商標の指定商品と申立人ら商品1及び2は、いずれもいちごであり、同一の商品である。

(4) したがって、本件商標の登録は、商標法4条1項10号に違反してされたものである。

3 取消事由（争点）

本件商標の商標法4条1項10号該当性判断の誤り

【判 断】

当裁判所は、本件決定が引用商標1の周知性を認定したこと及び本件商標と引用商標1が類似する商標であると判断したことに誤りはなく、したがって、引用商標1との関係において、本件商標が商標法4条1項10号に該当するとした本件決定に誤りはないから、引用商標2について判断するまでもなく、原告ら主張の取消事由は理由がないものと判断する。その理由は、以下のとおりである。

1 引用商標1の周知性について

(1) 認定事実

ア 申立人ら商品1の生産・販売状況等

(ア) 申立人ら商品1は、平成4年に大阪中央青果とJA徳島市佐那河内支所が共同開発し、JA徳島市と栽培協定を結んだ徳島県佐那河内村の特定の農家（申立人ら）が「ももいちご」のブランド名で生産し、大阪中央青果を通して販売するいちごである。申立人ら商品1は、普通のいちごの3倍以上ともなる大きさとジューシーで甘く柔らかい香りを特徴とし、12個から24個入りで8000円ないし9000円の値を付けることもあるいちごである。（甲71の55、56）

(イ) 申立人ら商品1は、化粧箱に入れられて販売されているが、その化粧箱の表面及び側面には、産地である「佐那河内の」の表記に続けて、大きな赤字の行書体で「ももいちご」の表記がある（甲2の1）。

(ウ) 申立人ら商品1の平成15年から平成25年までの出荷量をみると、平成15年が約95トン、平成16年が約91トン、平成17年が約85トン、平成18年が約69トン、平成19年が約86トン、平成20年が約70トン、平成21年が約55トン、平成22年が約47トン、平成24年12月から平成25年3月までが約38トンとなっている（甲22、72）。

イ 申立人ら商品1についての宣伝・広告の状況

JA徳島市は、大阪中央青果と協力して、申立人ら商品1について、次のような宣伝・広告を行った。

(ア) テレビCM

平成11年から平成17年にかけて、大阪府を放送対象地域とするテレビ

大阪において、15秒のCMの放送を行った。具体的には、各年の1月のみに放送を行い、平成11年に36本、平成12年に50本、平成13年に20本、平成14年に25本、平成15年に35本、平成16年に50本、平成17年に25本の放送を行った。（甲71の135及び136）

(イ) ラジオCM

平成17年から平成21年にかけて、関西地域の複数のラジオ局において、20秒のCMの放送を行った。具体的には、平成17年1月から同年2月にかけて74本、同年12月から平成18年2月にかけて113本、平成20年1月に30本、平成21年1月に32本の放送を行った。（甲71の137）

(ウ) その他

a 阪急梅田駅ターミナルビジョンにおいて、平成19年12月24日から平成20年1月23日にかけて、15秒のCMを合計1520回放映した（甲71の137）。

b 大阪府内の4つの映画館において、平成18年11月25日から平成19年1月12日にかけてCMを放映した（甲71の137）。

c 次のとおり、電車内における広告の掲示を行った（甲71の135及び137）。

(a) 平成17年1月、JR西日本の網干駅から長浜駅までの間、京橋駅から関西空港駅までの間、和歌山駅から奈良駅までの間、JRなんば駅から奈良駅までの間等において、快速電車の車内ポスター5500枚の掲示

(b) 平成17年12月20日から同月21日にかけて、大阪市営地下鉄全線において、車内吊り広告1450枚の掲示

(c) 同年12月22日から同月25日にかけて、北大阪急行線の千里中央駅から大阪市営地下鉄御堂筋線のなかもず駅までの間において、車内吊り広告880枚の掲示

ウ 申立人ら商品1のメディア等での紹介の状況

申立人ら商品1は、次のとおり、平成15年ころから平成25年ころにかけて、テレビ番組、雑誌、新聞、インターネット上の情報記事等において、引用商標1とともに多数回にわたって紹介された。その中では、申立人ら商品1について、桃のように大きく、ジューシーで甘いいちごであること、徳島県佐那河内村の特定の農家でしか生産されない希少ないちごであること、高い物で一粒1000円もする高価ないちごであることなどが紹介されている。

(ア) テレビ番組

申立人ら商品1は、次のとおり、全国ネットあるいは関西その他の地方のテレビ局で放送されたテレビ番組において、引用商標1とともに紹介された。

a 全国ネットの放送

- (a) 平成15年1月27日、テレビ東京系列の全国ネットで放送された「ワールドビジネスサテライト」(甲71の16)
- (b) 平成19年2月28日、日本テレビ系列で放送された「午後は〇〇おもいっきりテレビ」(甲71の19ないし21)
- (c) 平成20年2月14日、フジテレビ系列で放送された「VVV6東京Vシュラン2」(甲71の26及び27)
- (d) 平成20年12月12日、NHK系列で放送された「おはよう日本」(甲71の15)
- (e) 平成21年1月19日、テレビ朝日系列で放送された「スーパーJチャンネル」(甲71の11ないし14)
- (f) 平成22年1月13日、フジテレビ系列で放送された「MEZAMASHI NEWS (めざにゅ〜)」(甲71の33ないし36)
- (g) 平成22年2月28日、テレビ朝日系列で放送された「にっぽん菜発見 そうだ、自然に帰ろう」(甲71の6及び7)

b 地方のテレビ局の放送

- (a) 平成15年2月6日、広島ホームテレビで放送された「げっきんLIVE」(甲71の28)
- (b) 平成15年2月17日、中京テレビで放送された「プラスワン」(甲71の29)
- (c) 平成17年3月25日、関西のABCテレビで放送された「おはよう朝日です」(甲71の18)
- (d) 平成22年1月23日、関西のABCテレビで放送された「おはよう朝日 土曜日です」(甲71の23ないし25)

(イ) 雑誌

申立人ら商品1は、次のとおり、雑誌の記事において、引用商標1とともに紹介された。

- a JAグループ家の光協会発行の月刊の生活情報誌「家の光 4月号(平成17年4月1日発行)」(発行部数約66万部)の「中国四国版」において、「小さな村のブランド ももいちご」との見出しの下で紹介された(甲71の49及び50)。
- b NTT西日本発行の季刊誌「Wit Solution Journal vol. 21(2005年(平成17年)6月27日発行)」において、「独特の気候風土と生産者の工夫が生む1箱1万円のイチゴ」との見出しの下で紹介された(甲71の138)。

(ウ) 新聞

申立人ら商品1は、次のとおり、全国紙や徳島新聞の記事において、引用商標1とともに紹介された。

a 全国紙

- (a) 平成16年1月6日付け読売新聞において、「四国食紀行 甘〜い果汁たっぷり ももいちご 徳島県佐那河内村」との見出しの下で、ブランド果実として全国から熱い視線を注がれているいちごであること、「桃のように大きく、ジューシーで甘い」というのが名前の由来であること、佐那河内村でも、農協と栽培協定を結んだ特定の農家だけが「ももいちご」としての出荷を認められていること、東京では、最高で1ケース1万円近くの値を付けることもあることなどが紹介された（甲71の55及び56）。
- (b) 平成21年1月4日付け朝日新聞（朝刊）において、「（新・四国のちから：3）農業 果物，こだわりで勝負 /徳島県」との見出しの下で紹介された（乙11）。
- (c) 平成21年1月17日付け日本経済新聞「日経PLUS1」において、「徳島・イチゴ 甘くて大粒 みずみずしく」との見出しの下で紹介された（甲71の54）。
- (d) 平成23年1月23日付け大阪読売新聞（朝刊）において、「[行ってみんなで]「ももいちご」佐那河内村 極上の甘味 秘訣は愛情＝徳島」との見出しの下で紹介された（乙13）。
- (e) 平成23年2月12日付け大阪読売新聞（夕刊）において、「[ONタイム・仕事師たち] ももいちご 日当たりの悪さ逆手」との見出しの下で紹介された（乙15）。
- (f) 平成23年2月15日付け朝日新聞（夕刊）において、「（デパ地下ツアー）阪急うめだ本店 春待つ間に・・・真冬の果実【大阪】」との見出しの下で紹介された（乙16）。
- (g) 平成23年12月13日付け朝日新聞（朝刊）において、「（週刊まちぶら：231）大川原高原の風力発電 風切る15基，一躍脚光／徳島県」との見出しの下で紹介された（乙18）。
- (h) 平成24年3月13日付け大阪読売新聞（朝刊）において、「とくしま特選ブランド 需要拡大 全国へPR＝徳島」との見出しの下で紹介された（乙19）。
- (I) 平成25年1月18日付け日本経済新聞（地方経済面）において、「徳島・佐那河内の『ももいちご』—『小粒化』克服へ甘み磨く（地宝創造）」との見出しの下で紹介された（乙20）。

b 徳島新聞

申立人ら商品1は、次のとおり、平成16年ないし平成22年の徳島新聞の記事において、たびたび紹介された。

- (a) 平成16年12月3日付け徳島新聞における「『甘い宝石』色づく ももいちご収穫始まる 佐那河内」との見出しの記事（甲71の62）
- (b) 平成21年1月15日付け徳島新聞における「四国の力 開発の現場を訪ねて 村を代表する産物に ももいちご J A徳島市佐那河内支所も

もいちご部会（佐那河内村）」との見出しの記事（甲71の59）

(c) 平成21年12月2日付け徳島新聞における「ももいちごふっくら 佐那河内出荷始まる」との見出しの記事（甲71の60）

(d) 平成21年12月17日付け徳島新聞における「ミニ化粧箱入り好評 J A徳島市佐那河内支所 高級ブランド「ももいちご」 少量販売で手軽に」との見出しの記事（甲71の61）平成22年5月20日付け徳島新聞における「品質と味守り続ける ももいちご」との見出しの記事（甲71の134）

c 徳島新聞Web

申立人ら商品1は、次のとおり、平成20年ないし平成22年にウェブ上に掲載された徳島新聞Webの記事においても、たびたび紹介された。

(a) 平成20年12月3日付け徳島新聞Webにおける「「ももいちご」ふっくら 佐那河内村で出荷始まる」との見出しの記事（甲71の94）

(b) 平成21年1月1日付け徳島新聞Webにおける「「ももいちご食べ初めを」 佐那河内、産直市で特別販売」との見出しの記事（甲71の96）

(c) 平成22年1月1日付け徳島新聞Webにおける「初春ももいちご味わって J A徳島市佐那河内選果場で販売」との見出しの記事（甲71の98）

(エ) インターネット

さらに、申立人ら商品1は、インターネット上の情報記事やショッピングサイト等においても、引用商標1とともに多数紹介されている（その詳細は、別紙意義の決定書の理由第3の2(1)オ（6頁）記載のとおりである。）。

エ 申立人ら商品2の生産・販売状況及びメディア等での紹介の状況

(ア) 申立人ら商品2は、J A徳島市佐那河内支所と大阪中央青果が、申立人ら商品1の姉妹品となる新商品として開発し、平成20年から、徳島県佐那河内村の特定の農家が「さくらももいちご」のブランド名で生産し、大阪中央青果を通して販売するいちごである。申立人ら商品2は、申立人ら商品1と同様に、大粒で糖度が高いのが特徴である。（甲71の57）

申立人ら商品2の平成20年から平成22年までの出荷量をみると、平成20年が約32キログラム、平成21年が約18トン、平成22年が約25トン、平成24年12月から平成25年3月までが約50トンとなっている（甲21、72）。

(イ) また、申立人ら商品2についても、平成20年末ころから平成25年初めころにかけて、全国ネットで放送されたテレビ番組のほか、雑誌、新聞、インターネット上の情報記事等において、引用商標2とともに多数紹介されている（その詳細は、別紙異議の決定書の理由第3の2（6ないし8頁）記載のとおりである。）。その中で、申立人ら商品2については、申立人ら商

品1の姉妹品として、徳島県佐那河内村の特定の農家が生産するいちごであること、申立人ら商品1と同様に大粒で糖度が高いのが特徴であることなどが紹介されている。

(2) 検討

上記(1)のとおり、申立人ら商品1は、本件商標の登録出願日である平成21年11月24日の時点において、販売開始から約15年が経過し、毎年の出荷量も数十トン程度とほぼ安定した状況にあり、また、この間、関西地域において、テレビCMが7年間にわたって放送されたほか、ラジオCM等の各種宣伝広告も多数行われ、更には、申立人ら商品1の粒の大きさや甘さ、特定の地域でしか生産されない希少性、一粒1000円にもなる高価さなどが話題となり、テレビ番組、雑誌、新聞、インターネット上の情報記事等で繰り返し紹介され、これらの宣伝や紹介の際には、常に引用商標1が使用されてきたことが認められる。

これらの事実を総合すると、引用商標1は、本件商標の登録出願日当時において、これがいちごに使用された場合、申立人らが生産、販売する申立人ら商品1を表示するものとして、少なくとも関西地域及び徳島県における取引者、需要者の間において広く認識されていたものと認めることができる。

また、上記(1)のとおり、申立人ら商品1は、平成22年以降においても、JA徳島市らによるテレビCMやラジオCM等の宣伝・広告は行われていないものの、平成25年初めころまでは、新聞記事等で引用商標1とともに紹介されている事実が認められるほか、申立人ら商品2を紹介するテレビ番組、新聞記事等において、申立人ら商品2の前身となるブランドのいちごとして、引用商標1とともにたびたび紹介されている事実が認められるのであり、これらを総合すれば、引用商標1の周知性は、本件商標の登録査定時である平成25年10月9日当時においても、なお維持されていたものと認めることができる。

(3) 原告らの主張について

これに対し、原告らは、引用商標1について、仮に過去に周知性を獲得したことがあったとしても、本件商標の登録査定時（平成25年10月9日）にはその周知性を喪失していた旨主張し、その根拠として、①申立人ら商品1の出荷量が、「あまおう」などの他の高級いちごと比べて圧倒的に少ない上に、平成20年以降は減少の一途をたどっていること、②JA徳島市らによる宣伝・広告も、大規模なものではない上に、平成21年1月のラジオCM以降は積極的に行われていないこと、③メディアにおける申立人ら商品1の紹介も平成22年5月20日付け徳島新聞の記事（甲71の134）以降は盛んに行われてはいないこと、④引用商標1について、いちごの種類を表す一般名称と誤解して認識する需要者等も存在することなどの事情を指摘するので、以下、その主張の当否について検討する。

ア 上記①について

まず、原告らは、申立人ら商品1が「あまおう」などの他の高級いちごと

比べて、出荷量が圧倒的に少ない事実を指摘する。

しかし、申立人ら商品1は、そもそも徳島県佐那河内村の特定の農家のみが生産するいちごであるから、「あまおう」などの一般的な品種のいちごに比べて、その生産・出荷量が圧倒的に少ないことは当然である。そして、申立人ら商品1は、上記のような希少性が一つの理由となって話題をインターネット上の情報記事等で繰り返し紹介されてきたものであり、その結果、引用商標1が周知性を獲得するに至ったのであるから、申立人ら商品1の出荷量が他の高級いちごに比べて少ない点は、引用商標1の周知性を否定する事情となるものではない。

また、申立人ら商品1の平成15年から平成25年3月までの年度ごとの出荷量の推移は、前記(1)ア(ウ)のとおりであり、平成15年から平成20年まで約69トンから約95トンの間で推移した後、平成21年には約55トン、平成22年には約47トンと徐々に減少傾向が見られるようになっていく。しかし、申立人ら商品1は、本件商標の登録査定時（平成25年10月9日）の直近である平成24年12月から平成25年3月までの出荷シーズンにおいても、約38トンのおおむねの出荷量を確保しているから、本件商標の登録査定時までに申立人ら商品1の流通量が著しく減少したとまではいえず、この程度の減少傾向の存在が、引用商標1の周知性の喪失に直ちに結びつくものとはいえない。

イ 上記②及び③について

引用商標1が周知性を獲得し、かつそれを維持しているか否かについては、申立人ら自身が行う宣伝・広告の状況のみならず、それ以外のメディア等における露出の状況等をも総合して判断されるべきところ、申立人ら商品1については、前記(2)で述べたとおり、平成22年以降においても、平成25年初めころまで、新聞記事等で紹介されるとともに、申立人ら商品2を紹介するテレビ番組、新聞記事等の中で、申立人ら商品2の前身となるブランドのいちごとしてたびたび紹介されている事実も認められるのであり、これらによって、引用商標1の周知性が本件商標の登録査定時においても維持されていたことは、優にこれを認めることができるというべきである。

したがって、上記②及び③の事情をもって、引用商標1の周知性が喪失したものとする原告らの主張は理由がない。

ウ 上記④について

原告らの上記④の主張は、要するに、いくつかのインターネット上の記事等において、「あかねっ娘」といういちごの品種名の別名として「ももいちご」が記載されている例があることを根拠として、引用商標1については、いちごの種類を表す一般名称として認識する需要者が存在し、商品の出所を示す「商標」として需要者らに認識されているとはいえないとするものである。

しかしながら、引用商標1が、佐那河内村の特定の農家（申立人ら）によ

って生産される特定のいちごを示すブランド名として、J A徳島市らによって宣伝広告されるとともに、テレビ番組、雑誌、新聞、インターネット上の情報記事等で繰り返し紹介され、その結果、申立人らが生産・販売する申立人ら商品1を表示するものとして、少なくとも関西地域及び徳島県における取引者、需要者の間において広く認識されるに至ったことは、前記(1)及び(2)で認定したとおりである。

原告らの主張は、わずか数例のインターネット上の記事等を根拠に、引用商標1は需要者らにいちごの種類を表す一般名称として認識されていると断ずるものであるが、上記程度の記事等からいちごの需要者ら全般の認識状況を判断することはできないから、原告らの主張は確たる根拠のあるものとはいえない。

エ 小括

以上によれば、引用商標1について、本件商標の登録査定時（平成25年10月9日）には周知性を喪失していたとする原告らの主張は理由がない。

(4) 以上の次第であるから、引用商標1について、本件商標の登録出願時及び登録査定時に、申立人らが生産・販売する申立人ら商品1を表示する商標として、取引者、需要者の間に広く知られていたとする本件決定の認定に誤りはない。

2 本件商標と引用商標1の類否について

(1) 本件商標の要部について

原告らは、本件商標は、構成全体として外観、称呼、観念において一体的印象を取引者、需要者に与えるものであるから、本件商標のうち、「桃苺」の漢字部分を分離し、本件商標の要部となとした本件決定の判断は誤りである旨主張するので、以下検討する。

ア 本件商標は、別紙商標目録記載のとおり、上段には、左側に、やや丸みを帯びた手書き風の書体からなる「桜」の漢字を、右側に、角の丸い三角形状の輪郭を有する渦巻き状の線から4本の短い線が放射状に配されてなる図形を、下段には、左側に、前同様の書体からなる「桃」の漢字を、右側に、前同様の書体からなる「苺」の漢字をそれぞれ書してなる商標である。

以上のような本件商標の構成のうち、上段右側の図形は、一見して何を表す図形であるかが理解し難いものであるから、この部分から商品の出所識別標識としての特定の称呼や観念が生ずることはないものといえる。

他方、「桜」の文字は、植物の「さくら」を表す漢字として、「桃」及び「苺」の文字は、果実の「もも」及び「いちご」を表す漢字として、いずれも広く親しまれているものであるから、本件商標に接した需要者らは、これらの文字部分に着目し、そこから「サクラモモイチゴ」の称呼及び「桜と桃と苺」の観念が自然に生ずるものといえる。

また、本件商標は、ほぼ同じ大きさの3つの文字と一つの図形を二つずつ上下2段に配してなる商標であるところ、その上段部分（「桜」の文字及び

図形)と下段部分(「桃」及び「莓」の文字)とは、その外観においても、また、そこから生ずる観念においても、不可分的に結合しているもとまでは認められないから、本件商標に接した需要者らにおいては、上段部分と下段部分を分離して観察することもあり得るものといえる。特に、2行にわたる横書きの文字列を読む際には、まず上段の左から右に読み、続いて下段の左から右に読むのが通常というべきところ、この順で本件商標を読んでいくと、上段の「桜」と下段の「桃莓」の間に図形が介在することとなるため、本件商標において商品の出所識別標識としての称呼や観念が生ずる部分である「桜」、「桃」、「莓」の3つの文字のうち、「桜」と「桃莓」とは、分離して観察されやすいものといえる。

加えて、前記1で述べたとおり、平仮名の「ももいちご」からなる引用商標1が、申立人ら商品1を表示する商標として取引者、需要者の間に広く知られていた事実からすれば、本件商標が申立人ら商品1と同一の商品である「いちご」に使用された場合、これに接した取引者、需要者が、本件商標の構成部分のうち、「いちご」の分野における周知商標である「ももいちご」と同一の称呼を生じさせる下段の「桃莓」の文字部分に特に注目することは、自然にあり得ることといえる。

以上を総合すれば、本件商標においては、その構成のうち下段の「桃莓」の漢字部分が、取引者、需要者に対し商品の出所識別標識として強く支配的な印象を与える部分と認識されることがあるといえることができるから、当該部分を本件商標の要部として把握することができるというべきである。

イ これに対し、原告らは、①本件商標は、各漢字と図形が外観上まとも良く配置されていること、②「桜桃莓」の漢字のうち、「桜」と「桃」の2字は、サクランボを意味する「桜桃」の熟語として親しまれており、本件商標からは「サクランボのようないちご」という一体的観念が生じること、③称呼においても、本件商標からは、冗長ではなく、一連称呼可能な「オウトウイチゴ」あるいは「サクラモモイチゴ」の称呼が生じることが根拠に挙げ、本件商標は、構成全体として外観、観念、称呼において一体的印象を取引者、需要者に与えるものであるから、「桃莓」の漢字部分が本件商標の要部となるとした本件決定の判断は誤りである旨主張する。

しかしながら、原告らが主張するとおり、本件商標において、「桜桃莓」の漢字部分全体から一体的な称呼及び観念が生じ得ることは、前記アで述べたとおりであるが、そうであるからといって、本件商標の一部の構成が要部と認識され、当該部分から別の称呼や観念が生じ得ることが直ちに否定されることにはならない。そして、本件商標においては、その上段部分と下段部分の構成や下段部分の「桃莓」が、「いちご」の分野における周知商標と同一の称呼を生じさせるものであるとの事情を総合すれば、下段部分の「桃莓」が要部と認識され得るものであることは、前記アで述べたとおりなのであって、原告らの上記主張を勘案しても、この点の判断が左右されるもので

はない。

また、原告らは、本件商標の一部が要部を構成するとすれば、それは「桜桃」であって「桃苺」ではないとも主張するが、前記アで説示した本件商標を読む場合の自然な順序や、指定商品を「いちご」とする商標において、他の果実の普通名称である「桜桃」を識別標識にするのは不自然であること等に照らし、上記主張も採用することはできない。

なお、原告らは、本件商標の登録査定時には、引用商標1の周知性は相当減殺されていた旨主張し、この点についても上記主張の根拠とするが、このような主張に理由がないことは、前記1で述べたところから明らかである。

ウ 以上によれば、本件商標のうち、下段の「桃苺」の漢字部分を分離し、その部分が本件商標の要部の一つとなるとした本件決定の判断に誤りはない。

(2) 本件商標と引用商標1の対比

上記(1)のとおり、本件商標のうち、下段の「桃苺」の漢字部分は、本件商標の要部の一つであると認められ、これと引用商標1とを比較して商標そのものの類否を判断することも許されるものといえる。

しかるところ、上記「桃苺」の漢字部分と「ももいちご」の平仮名からなる引用商標1とを対比すると、外観において漢字と平仮名の違いがあるものの、「モモイチゴ」の称呼が生ずるとともに、果実である「桃と苺」あるいは「桃のような苺」の観念が生ずる点において、共通するものといえる。

してみると、本件商標と引用商標1とは、そこから生ずる称呼及び観念をいづれも共通にする商標であり、それらが同一の商品に使用された場合、取引者、需要者にとって、互いに紛らわしく、その出所について混同を生ずるおそれがあるものといえるから、両商標は、類似する商標というべきである。

(3) 小括

以上の次第であるから、本件商標と引用商標1が類似する商標であるとした本件決定の判断に誤りはない。

3 結論

以上のとおり、本件決定が引用商標1の周知性を認定したこと及び本件商標と引用商標1が類似する商標であると判断したことに誤りはなく、したがって、本件商標が商標法4条1項10号に該当するとした本件決定に誤りはないから、原告ら主張の取消事由は理由がない。

よって、原告らの請求を棄却することとし、主文のとおり判決する。

【論 説】

1. 徳島県の名産品として「ももいちご」という名称のいちごがあり、この商品は、平成4年に大阪中央青果とJA徳島市佐那河内支所が共同開発し、JA徳島市と栽培協定を結んだ徳島県佐那河内村の特定農家(申立人ら)が「ももいちご」のブランド名で生産し、大阪中央青果を通して販売するいちごであるという。そのいちごの特徴は、普通のいちごの3倍以上の大きさとジューシーさで甘く柔

らかい香りで、12個から24個入りで8000円ないし9000円の値をつけるいちごであるという。

すると、その品質は、わが国の他産地の「とちおとめ」（栃木県）や「越後姫」（新潟県）などとはまた違う独特なものであり、桃のような味のする大きな苺であるという観念を有する称呼を、JA徳島市は、この新品質の苺に与えたのであろう。

2. ところが、佐那河内村は徳島市の西南に隣接する地区であるところ、その村のある徳島県とは関係のない福岡県久留米市の2人が、構成態様が奇妙な本件商標の出願をし、平成25年12月6日に設定登録をしたから、商標登録をしていなかったJA徳島市は面食らったのである。

そこでJA徳島市は、「商標掲載公報の発行から2か月以内に」、商標法4条1項10号に該当することを理由に、特許庁長官に対し登録異議の申立てをしたのであり、その結果、審判部においては取消理由ありと判断し、登録取消の決定をしたのである。

即ち、本件商標の構成態様は、標準文字から成る漢字の「桜桃苺」ではないのみならず、一部に意味不明の図形が付いているから、直ちに「ももいちご」や「さくらももいちご」と称呼し連想することが可能か否かは不明であるけれども、異議申立人が法4条1項10号に該当する周知商標であることを証明する多くの証拠を提出した結果、審判部は異議申立を認容したのである。その決定に対する商標権者による不服の審判請求事件が本件である。

3. 本件商標の出願人であり商標権者（原告）としては、「さくら・もも・いちご」を全部漢字で表現しかつ図形を付加した全体の構成態様からは、その登録査定時において、「さくらももいちご」や「ももいちご」の標章はわが国ではすでに需要者間に周知であったかどうかは、東京や東日本の需要者には不明であるが、3つの漢字自体は果実の商品名を並べたにすぎないから、法3条1項1号に該当する普通名称であると判断されても仕方がなかったのではないか。それを救ったのが、そこに付加されていた図形だったのではないか。

4. しかしながら、裁判所は、本件商標は引用商標1「ももいちご」と称呼及び観念を共通にするから、これを同一の商品に使用すると、取引者、需要者には互いに紛らわしく、その出所について混同を生ずるおそれがあるから、両商標は類似する商標であると判断したのである。つまり、外観は全く相違していても、称呼、観念には共通点があるという。しかも、指定商品は「いちご」だけである。

裁判所としてはまた、引用商標2「さくらももいちご」についても全く同じ考え方をし、類似する商標といえろと考えたのである。

しかし、2つの引用商標が商品いちごについていずれも周知であることを理由に本件商標と類似すると判断することは、やや無理なのではないかという考

え方もできる。むしろ、非類似の判断をして、商標権者の今後の使用態様ないし実使用の有無などに注目していくべきではないかという考え方もある。

ただ裁判所としては、特許庁発行の商標公報には、参考情報として称呼を片仮名文字で記載している事実を見て、商標の類否判断のヒントを与えられたかも知れない。

いずれにせよ、本件はその類否判断は非常に難しい事案であると思う。

5. ところで、異議申立人は自ら周知にした引用商標1, 2について、その後、商標登録出願をしたかどうかは不明であるが、本件のような場合にあっては、JA徳島市としては、品質改良によって開発し命名した新しい名称については、これを積極的に出願し登録するのが常識というものであり、そうすることは地元産品の保護と売上げ増加に貢献することになるのである。

[牛木 理一]

〔本件登録商標〕

- (190) 【発行国】 日本国特許庁 (JP)
(450) 【発行日】 平成26年1月14日 (2014. 1. 14)
【公報種別】 商標公報
(111) 【登録番号】 商標登録第5634509号 (T5634509)
(151) 【登録日】 平成25年12月6日 (2013. 12. 6)
(540) 【登録商標】

- (500) 【商品及び役務の区分の数】 1
(511) 【商品及び役務の区分並びに指定商品又は指定役務】
第31類 いちご
【国際分類第9版】
(210) 【出願番号】 商願2009-92480 (T2009-92480)
(220) 【出願日】 平成21年11月24日 (2009. 11. 24)
(732) 【商標権者】
【識別番号】 507074546
【氏名又は名称】 星野 博子
(732) 【商標権者】
【識別番号】 513125223
【氏名又は名称】 星野 光浩
【法区分】 平成18年改正
【審査官】 馬場 秀敏
(561) 【称呼 (参考情報)】 オートイチゴ、オートー、サクラモモイチゴ、サクラ、モモイチゴ、モモ
【検索用文字商標 (参考情報)】 桜、桃莓
【類似群コード (参考情報)】
第31類 32E01
(531) 【ウィーン分類 (参考情報)】 26. 1. 5 ; 26. 3. 1 ; 26. 3. 6 ; 26. 3. 7 ; 26. 7. 25 ; 26. 11. 3 ; 26. 11. 25. 1 ; 26. 13. 25