

登録商標「BULK AAA」無効審決取消請求事件：知財高裁平成 30(行ケ)10141・平成 31 年 3 月 7 日（2 部）判決＜請求認容／審決取消＞

【キーワード】

商標の類似（商標法 4 条 1 項 11 号）、結合商標とその要部との対比、類否判断の基準例

【事案の概要】

本件は、商標登録無効審判請求に対する不成立審決の取消訴訟である。争点は、本件商標と引用商標の類否判断の誤りの有無である。

1 本件商標

被告（カラーズ株式会社）は、次の商標（以下、「本件商標」という。）の商標権者である（甲 1， 2）。

- (1) 登録商標 BULK AAA（標準文字）
- (2) 登録番号 第 5 9 3 1 6 0 7 号
- (3) 出願日 平成 2 8 年 9 月 2 0 日
- (4) 査定日 平成 2 9 年 2 月 2 1 日
- (5) 登録日 平成 2 9 年 3 月 1 0 日
- (6) 商品及び役務の区分並びに指定商品又は指定役務
第 3 類 化粧品，せっけん類，香料，薫料，歯磨き

2 特許庁における手続の経緯

原告（株式会社バルクオム）が、本件商標についての商標登録無効審判請求（無効 2 0 1 7 - 8 9 0 0 7 9 号）をしたところ、特許庁は、平成 3 0 年 8 月 2 3 日、「本件審判の請求は、成り立たない。」との審決をし、その謄本は、同月 3 1 日、原告に送達された。

3 審決の理由の要点

(1) 引用商標

原告が、本件商標の無効の理由として引用する商標は、次のとおりである（以下、それらを総称して「引用商標」という。）。

ア 登録第 9 4 6 6 3 5 号商標（以下、「引用商標 1」という。）は、以下のとおりの構成からなり、昭和 4 5 年 4 月 2 3 日に登録出願、第 4 類「せっけん類（薬剤に属するものを除く）歯みがき、化粧品（薬剤に属するものを除く）香料類」を指定商品として、昭和 4 7 年 1 月 2 9 日に設定登録され、平成 1 3 年 9 月 1 9 日に指定商品を第 3 類「せっけん類，香料類，化粧品，歯磨き」とする指定商品の書換登録がされたものである（甲 3， 4）。なお、引用商標 1 の商標権は、取消 2 0 1 8 - 3 0 0 1 0 7 号及び取消 2 0 1 8 - 3 0 0 1 0 8 号の審判事件がそれぞれ平成 3 0 年 8 月 1 日及び同月 8 日に確定し、取り消された。

Barque バルク

イ 登録第5738351号商標（以下、「引用商標2」という。）は、以下のとおりの構成からなり、平成26年7月16日に登録出願、第3類「男性用の化粧品、男性用のおしろい、男性用の化粧水、男性用のクリーム、男性用の紅、男性用の頭髪用化粧品、男性用の香水類、男性用のせっけん類、男性用の歯磨き、男性用の香料、男性用の薫料、男性用のつけづめ、男性用のつけまつ毛」を指定商品として、平成27年2月6日に設定登録されたものであり、現に有効に存続しているものである（甲5、6）。

BULK HOMME
SIMPLE | TRUE LUXURY IS ABOUT
LUXURY | SIMPLICITY. THIS IS WHAT
OUR BRAND IS BASED UPON.

(2) 商標法4条1項11号該当性

ア 本件商標について

本件商標は、前記1のとおり、「BULK AAA」の文字を標準文字で表してなるものであるが、その構成態様についてみると、同書、同大の文字で表されており、全体としてまとまりよく一体に表されているといえる。

そして、本件商標からは、その構成文字全体に相応して「バルクトリプルエー」の称呼が生じるが、この称呼も格別冗長なものではなく、無理なく一連に称呼し得るものといえる。

また、本件商標の構成中の「AAA」の文字が、本件商標の指定商品の需要者に、その商品の品質の誇称表示を表したものと認識されると認め得るほどの事実は見いだせず、さらに、本件商標の構成中の「BULK」の文字部分のみを分離抽出して、本件商標の指定商品の需要者に認識されるというべき事実は見いだせない。

そうすると、本件商標は、一体不可分の商標というべきものであって、「バルクトリプルエー」の称呼のみを生じるものというのが相当である。

イ 引用商標について

引用商標の構成態様は、前記(1)のとおり構成からなるものである。

ウ 本件商標と引用商標との類否について

本件商標と引用商標の外観は、明らかに異なり、外観上相紛れるおそれのないものである。

また、本件商標から生じる「バルクトリプルエー」の称呼と引用商標から生じる称呼とは、構成音数が明らかに異なり、称呼上相紛れるおそれのないものである。

さらに、「BULK」の文字から生じる観念については、原告の主張と被告の主張とが異なるが、需要者には本件商標から「BULK」の文字部分のみを分離抽出して認識されるものではないから、本件商標と引用商標とは、観念上相紛れるおそれのないものである。

そうすると、本件商標と引用商標とは、外観、称呼及び観念のいずれの点からみても相紛れるおそれのない非類似の商標というべきものである。

したがって、本件商標は、商標法4条1項11号に該当しない。

【判 断】

1 取消事由1（本件商標と引用商標2の類否判断の誤り）について

(1) 結合商標の構成部分の一部による類否判断の可否

商標法4条1項11号に係る商標の類否は、同一又は類似の商品又は役務に使用された商標が、その外観、観念、称呼等によって取引者、需要者に与える印象、記憶、連想等を総合して、その商品又は役務に係る取引の実情を踏まえつつ全体的に考察すべきものであるが、複数の構成部分を組み合わせた結合商標と解されるものについて、商標の構成部分の一部（以下、「特定構成部分」という。）が取引者、需要者に対し商品又は役務の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場合や、それ以外の部分から出所識別標識としての称呼、観念が生じないと認められる場合などには、特定構成部分を抽出し、特定構成部分だけを他人の商標と比較して商標そのものの類否を判断することが許されるものと解される。

(2) 本件商標について

ア 本件商標の構成態様

本件商標は、前記第2の1のとおり、欧文字「BULK AAA」の標準文字から成り、「BULK」と「AAA」との間に1文字分の空白があることから、複数の構成部分を組み合わせた結合商標と解される。

イ 欧文字「BULK」について

(ア) 後掲の証拠及び弁論の全趣旨によると、欧文字「BULK」について、次のとおり、認められる。

a 欧文字「BULK」と綴りを同じくする「bulk」は、「容積、大きさ、（船の）積み荷、（船荷の包装をしていない）ばら荷」などの意味を有する英単語である（小学館ランダムハウス英和大辞典第2版、平成6年1月1日）。日本語の辞書の一部でも、「バルク【bulk】」は、「船舶で、ばら積みの貨物。石炭・穀物・原油など。」（大辞林、三省堂、昭和63年11月3日）、「①ばら荷。②粉状や粒状のものが、一塊りになっていること。③大量に扱うこと。④商品を大量に安値で売買すること。」（大辞林第三版、三省堂、平成18年10月27日）を意味する語として収載されている。

b(a) 平成27年4月頃発行のNile's NILE（ナイルスナイル）

- 2015年4月号には、原告の商品に関する記事において、パッケージに「BULK HOMME」と大書された原告の商品の写真と共に、「バルクオムシリーズ（洗顔料・化粧水・乳液・日焼け止め）は、パッケージコストや広告費なども抑え、あくまでも中身（バルク）重視の製品となっている。」との記載がある（甲64）。
- (b) 平成28年1月頃発行のGISEL e MEN（ジゼル メン）2016年1月号には、原告の商品の広告が掲載されており、同広告には、引用商標2が記載されているほか、パッケージに「BULK HOMME」と大書された原告の商品の写真と共に、「バルク（中身）を極めるメンズスキンケア」との記載がある（甲67）。
- (c) 平成28年9月1日発行のMen's PREPPY（メンズ プレッピー）2016年10月号には、原告の商品の広告が掲載されており、同広告には、「BULKとは中身のこと」、「BULK（バルク）とは化粧品製造業界の用語で“容器の中の液体”つまり、化粧品の中身そのものを指す言葉です。」との記載がある（甲76）。
- (d) 原告のウェブサイトには、平成30年2月9日現在、「ABOUT US」とのページにおいて、「BULK HOMMEを象徴する洗顔料、化粧水、乳液のパウチ容器。・・・それは、安全性と安定性を実現した上で、バルク（中身）で勝負するという私たちの意志の体現であり、アイデンティティなのです。」、「BULKとは英語で『容器の中身』、HOMMEはフランス語で『男性』を表します。・・・異なる言語からなるブランド名には、バルクの研究開発を通して世界中の男性に『ベーシックスキンケア』の答えを示し続けるという、想いと約束が込められています。」との記載がある（甲36の1）。
- (e) オムニ7ーロフトのウェブサイトには、平成30年2月9日現在、「BULK HOMME」のページにおいて、「BULKとは英語で『容器の中身』、HOMMEはフランス語で『男性』を表します。・・・異なる言語からなるブランド名には、バルクの研究開発を通して世界中の男性に『ベーシックスキンケア』の答えを示し続けるという、想いと約束が込められています。」との記載がある（甲36の3）。
- (f) ロフトのウェブサイトには、平成30年2月19日現在、「メンズコスメブランドBULK HOMME（バルクオム）」のページにおいて、「バルクとは、美容業界で製品の“中身”そのものを指す言葉です。」、「製品の中身（バルク）で期待に答えます」との記載がある（甲36の2）。
- (g) 「バルクオムの効果が凄い！」と題するウェブサイトには、平成30年2月14日現在、「バルクオムの効果で1番実感できるのは！これだ！」のページにおいて、「男性用の洗顔料・化粧水・乳液として人気のある『バルクオム（BULK HOMME）』ですが、他のメンズコスメと比べると、価格がやや高いという点が気になるところです。・・・『バルクオム』はそ

- の製品名が示す通り、バルク（製品の中身）の品質を高めることに主眼を置いています。」との記載がある（甲42の2）。
- (h) 原告のウェブサイトには、平成30年11月5日現在、「ABOUT」のページにおいて、「BULK（中身）を追求した、至高のプロダクト」の記載がある（甲52）。
- c (a) マツモトキヨシのウェブサイトには、平成29年11月30日現在、「Bulk^{AAA}」のページにおいて、「美しくなるための本質をすべて、バルク（中身・品質）に凝縮し、ついに誕生。」、「Bulk：バルク＝化粧品の中身・品質」との記載がある（甲7）。
- (b) FACYのウェブサイトには、平成30年2月16日現在、「コスパ最強スキンケアブランドBulk AAAがデビュー！ディープモイスチュアシリーズが10月14日に発売」のページにおいて、「過剰な外装資材の削減、原材料の直接取引などコストを必要最小限に抑え、浮いた分のコストを『Bulk＝中身そのもの』の品質向上に投じることで、肌悩みを抱える女性たちが効果を実感できるクオリティの商品を、使い続けることができる価格でお届けします。」との記載がある。上記ウェブサイトによると、同ページは、平成29年10月17日に作成されたものと推認される。（甲49の1）
- (c) Woman Wellness Onlineのウェブサイトには、平成30年2月16日現在、「マツキヨPB『Bulk AAA（バルクトリプルエー）』は“最高のコスパ”がコンセプト！」と題する記事において、「マツキヨがプライベートブランド『Bulk AAA（バルク トリプルA）』シリーズを発売。過剰な外装資材の削減や原材料の直接取引などコストを必要最小限に抑えることで、そのコストを『バルク（中身）』の品質向上に投じることをコンセプトとした化粧品ブランドです。」、「過剰な外装資材の削減や、原材料の直接取引などコストを必要最小限に抑え、そのコストを『バルク（中身）』の品質向上に投じるmatsukiyobrandの化粧品シリーズ。自信がある『バルク』を見て頂くために、3商品すべてクリアボトルを採用しています。」との記載がある。上記ウェブサイトによると、同記事は、平成29年11月11日に作成されたものと推認される。（甲49の4）
- (d) 「大人の男女が意識する3473a（みだしなみ）」と題するウェブサイトには、平成30年2月16日現在、「コスパススキンケアの勢力図が変わる！【Bulk AAA（バルク トリプルA）】」と題する記事において、「なんでも過剰な外装資材の削減や、原材料を直接取引することでコストを最小限に抑え、『Bulk（バルク・中身）』の品質向上に投じることをコンセプトとしているそう。」との記載がある。上記ウェブサイトによると、同記事の表題直下には「11月21日」との記載があり、前記(a)～(c)を併せ考慮すると、平成29年11月21日に作成されたものと推認さ

- れる。(甲49の5)
- (e) VOCEのウェブサイトには、平成30年2月16日現在、「中身・品質(Bulk)にこだわるコスパコスメ! マツキヨのBulk AAA」と題する記事において、上記表題のほか、「中でもBulk AAA〔判決注・「Bulk AAA」の誤記と認める。〕は、過剰な外装資材の削減と原材料の直接取引などコストを必要最小限に抑え、中身(Bulk)の品質向上のためにコストを投じたという素晴らしいアイテムです。」との記載がある。上記ウェブサイトによると、同記事は、平成29年12月29日に作成されたものと推認される。(甲49の6)
- d 三丸機械工業株式会社のウェブサイトには、平成30年2月9日現在、公式ブログの「化粧品の製造工程って? 意外と知らない『化粧品の作り方』」の記事において、「出来上がった製品の中身のことを『バルク』といい、バルクのチェックは1回1回の生産ごとに細かく行われることがほとんどです。」「バルクは専用の充填機で容器に入れられ、ここでも人の目でチェックしながら包装されていきます。」との記載がある。上記ウェブサイトによると、同記事は、平成26年11月30日に作成されたものと推認され、また、三丸機械工業株式会社は、化粧品の原料を混合・攪拌する機械である「ホモジナイザー」の「専門メーカー」と認められる。(甲37の4)
- e ナチュラルサイエンスのウェブサイトには、平成30年2月9日現在、「化粧品づくりの現場をご紹介♪ナチュラルサイエンスのこだわり工場」のページにおいて、「化粧品バルク(中身)を作るエリアでは、ホコリが出ない作業着、靴に着替えます。」「バルク(中身)の製造はもちろん、容器を袋に詰めている工程でも複数の人間で絶えず製品の状態をチェックしています。」との記載がある。このページの表題近傍には、「2015/03/18」と記載されており、平成27年3月18日に作成されたものと推認される。(甲37の3)
- f 株式会社ファンケルのウェブサイトには、平成30年2月9日現在、「化粧品の製造管理」のページにおいて、「混ぜ合わせた原材料は真空乳化釜に送られ、ここで化粧品の中身(バルク)がつくられます。出来上がったバルクは、ストレージタンク室にパイプで送られ、貯蔵されます。」「中身(バルク)をびんに詰めます。」との記載がある(甲37の1)。
- g アルビオン(ALBION)のウェブサイトには、平成30年2月9日現在、「熊谷工場見学」のページにおいて、「原料を秤量・混合し、バルクと呼ばれる化粧品の中身をつくります。出来上がったバルクは容器に詰める前に厳しく品質チェックされます。」との記載がある(甲37の2)。
- h 工場タイムズのウェブサイトには、平成30年2月9日現在、平成27年12月19日公開、平成29年9月15日更新の「女性用だけじゃない! 肌に触れる化粧品の丁寧な製造工程を知る!」のページにおいて、「次に、決

められた分量ごとに原材料を均一に混ぜる作業が行われます。この工程によって『バルク』と呼ばれる化粧品の中身が製造されます。」との記載がある（甲37の5）。

- i ジェイオーコスメティックス（J O C o s m e t i c s）のウェブサイトには、平成30年2月9日現在、「採用情報」の「社員インタビュー」のページにおいて、「製造したバルク（化粧品の中身）の検査を行っています。pHや比重などの物性測定や、バルクを腕に塗って色や感触を標準品と比較し、正しいものが製造されているかどうか検査しています。」との記載がある。上記ウェブサイトによると、上記記載は、2017年入社の子員の発言として記載されており、平成29年4月以降に作成されたものと推認され、また、ジェイオーコスメティックスは、化粧品のOEMメーカー（受託製造業者）であると認められる。（甲37の6）
- j ピアスグループのウェブサイトには、平成30年2月9日現在、「新卒採用情報」の「仕事・社員紹介」の「生産技術」のページにおいて、「はじめに、スキンケア製品のバルク（化粧品の中身）を製造する機械の使用方法を学び、目指す質感や使用感に沿った製品を実現するための技術を学びました。・・・目標とするパフォーマンスを確実に実現するために、バルクのツヤやキメ、使用感を確かめながら機械を調整する必要があり、臨機応変に対応する力を身につけていきました。」、「調製グループに所属し、現場でスキンケア製品のバルク（化粧品の中身）の調製技術を学ぶ。」、「スキンケア研究部において、バルクの処方設計を経験。」、「掛川工場に戻り、量産グループでバルクのスケールアップや品質向上について検討する。」、「バルクのツヤやキメ、使用感を確認しながら、量産化に向けた調製を行う。」との記載がある。上記ウェブサイトによると、ピアスグループは、スキンケアからメイクアップ製品、食品、医療機関向け製品まで、幅広く製品を手がけていると認められる。（甲37の7）
- k 株式会社桃谷順天館のウェブサイトには、平成30年2月9日現在、「化粧品 求人 採用 新卒」の「先輩の声 品質管理」のページにおいて、「私は化粧品の中身（バルク）が正しくできているかの分析や検査を行なっています。」、「当日充填を行なうバルクの検査」、「バルク検査」との記載がある（甲37の8）。
- l 株式会社ドゥ・ベストのウェブサイトには、平成30年2月9日現在、「商品の安全性、品質管理について」のページにおいて、「アメリカや日本、EU等様々な国で製造された原材料を使用しても、化粧品のバルク（中身）を中国で製造した場合、その製品は“MADE IN CHINA”となります。」との記載がある（甲37の9）。
- m 株式会社K&Sのウェブサイトには、平成30年2月9日現在、「化粧品OEMの流れ」のページにおいて、「化粧品のバルク（中身）を製造いたします。容器・化粧箱・バルク等の品質管理の中、生産いたします。」との記

載がある（甲 37 の 10）。

- n 株式会社ピュールのウェブサイトには、平成 30 年 2 月 9 日現在、「生産体制」のページにおいて、「バルク（化粧品の中身）の製造」、「バルク検査・管理」、「製造したバルクは、保管室で検査・管理します。」、「バルクを充填します。」との記載がある。上記ウェブサイトによると、株式会社ピュールは、化粧品、ヘアケア・美容健康商品の OEM（受託製造）などを業とするものと認められる。（甲 37 の 11）
 - o 三粧化研株式会社のウェブサイトには、平成 30 年 2 月 9 日現在、「設備紹介」のページにおいて、「真空乳化装置を使用し、バルク（化粧品の中身）を製造する現場です。」、「【バルク・製品試験とは？】工場で作成したバルク（化粧品の中身）と最終製品の物理試験（pH、比重、粘度等）と微生物試験（細菌、真菌）の試験を実施する事です。」、「バルク保管庫調製室で生産し、充填前のバルク（化粧品の中身）の保管庫です。」、「バルク製造設備」、「バルク生産能力」との記載がある。上記ウェブサイトによると、三粧化研株式会社は、化粧品の OEM（受託製造）を業とするものと認められる。（甲 37 の 12）
 - p アイメイトのウェブサイトには、平成 30 年 2 月 9 日現在、「生産管理・品質管理」のページにおいて、「アイブロウ、アイライナー、リップライナー等、バルク（化粧品の中身）の成型状態の確認に X 線透視装置による検査を導入しております。これにより、製造したバルクを破壊することなく、選別、或いは製造設備の調整等の対応が迅速に行えることとなり、より効率の良い生産活動の実現が可能となりました。」との記載がある。上記ウェブサイトによると、アイメイトは、メイクアップ化粧品の OEM（受託製造）を業とするものと認められる。（甲 37 の 13）
 - q 株式会社アイリードのウェブサイトには、平成 30 年 2 月 9 日現在、「工場案内」のページにおいて、「化粧品のバルク（中身）を製造する工場です。」との記載がある。上記ウェブサイトによると、株式会社アイリードは、化粧品の OEM（受託製造）を業とするものと認められる。（甲 37 の 14）
 - r 株式会社ミリオナ化粧品のウェブサイトには、平成 30 年 2 月 9 日現在、「製品開発」のページにおいて、「化粧品のバルク（中身）を製造いたします。」、「容器・化粧箱・バルク等を受け入れ厳しい品質管理の中、生産いたします。」との記載がある。上記ウェブサイトによると、株式会社ミリオナ化粧品は、基礎化粧品・医薬部外品、健康食品の受託製造を業とするものと認められる。（甲 37 の 15）
- (イ) 前記(ア)によると、欧文字「bulk」は、我が国においても、「船舶のばら積みの貨物」などを意味する英単語として相応に知られていたことが認められる。

また、遅くとも平成 30 年 2 月 9 日には、片仮名「バルク」は、化粧品製

造業界において、「化粧品の中身」を意味する用語として使用されていたことが認められ、本件商標の査定日（平成29年2月21日）前の使用例（前記(ア) b(a)～(c), d, e)が複数存在することを考慮すると、本件商標の査定日においても、片仮名「バルク」は、化粧品製造業界において、「化粧品の中身」を意味する用語として使用されていたものと推認される。しかし、前記(ア) b～rの広告やウェブサイトには、化粧品の受託製造業者のものが少なくなく、これらは必ずしも一般消費者に向けられたものとはいえない上、欧文字「BULK」が「化粧品の中身」を意味する用語である旨を示したものは原告及び被告の商品に関するもの以外にはなく、また、欧文字「BULK」や片仮名「バルク」という用語を当然に「化粧品の中身」を意味する用語として使用するのではなく、「化粧品の中身」という意味である旨を併記して使用するものがほとんどである。そうすると、本件の全証拠によっても、本件商標の査定日において、欧文字「BULK」が、本件商標の指定商品（化粧品、せっけん類、香料、薫料、歯磨き）の一般消費者を含む取引者、需要者に、「化粧品の中身」を意味する用語として知られていたことを認めるには足りない。このことは、引用商標2の指定商品（男性用の化粧品、男性用のおしろい、男性用の化粧水、男性用のクリーム、男性用の紅、男性用の頭髪用化粧品、男性用の香水類、男性用のせっけん類、男性用の歯磨き、男性用の香料、男性用の薫料、男性用のつけづめ、男性用のつけまつ毛）との関係においても、同様である。

(ウ) 前記(イ)によると、欧文字「BULK」は、本件商標の査定日において、本件商標の指定商品の取引者、需要者に、上記指定商品との関係において、出所識別標識として認識されるものということができる。

ウ 欧文字「AAA」について

(ア) 後掲の証拠及び弁論の全趣旨によると、欧文字「AAA」について、次のとおり、認められる。

a 欧文字「AAA」は、広辞苑第六版（乙3の1）にも、大辞林第三版（乙3の2）にも収載されていない。

もっとも、広辞苑第六版付録のアルファベット略語において、「AAA ; A a a ; a a a（トリプルエー）」は、「格付けでの最高点」を意味するものとされている。また、「エー【A・a】」は、「①アルファベットの最初の文字。②転じて、第一位。」などを意味する語（広辞苑第六版、岩波書店、平成20年1月11日）、あるいは、「①英語のアルファベットの第一字。エイ。②第一の、最上の、の意を表す。」などを意味する語（大辞林第三版、三省堂、平成18年10月27日）として、知られている。

b 金融商品又は企業・政府などについて、その信用状態に関する評価の結果を記号や数字を用いて表示した等級を信用格付けというが、「AAA」又は「A a a」は、長期格付の最高位を表す格付記号である（甲35、88～91）。

- 長期格付の最高位を表す格付記号としての「AAA」又は「A a a」は、本件商標の査定日（平成29年2月21日）前においても、多くの新聞記事において広く用いられており、そこでは、その意味を特に説明することなく、「トリプルA」などと表記することもされていた（甲92，93）。また、生命保険会社であるアリコジャパンにおいては、世界的な二つの格付け会社から保険財務力が最上級の「AAA」又は「A a a」と評価されていることに基づいて、CMやウェブサイトにおいて、「アリコは、最上級のトリプルA」というキャッチフレーズを用いていた（甲94～96，102）。
- c 東洋経済新報社は、平成27年11月24日発売の「CSR企業総覧2016年版」において、上場企業を中心とする有力・先進1325社について、人材活用、環境、企業統治、社会性の4指標を各企業のCSR評価として、成長性、収益性、安全性、規模の4指標を財務評価として、それぞれ「AAA」，「AA」，「A」などの記号で格付けを行った（甲98）。
- d 三井住友海上は、平成28年12月現在、最長5年間の研修期間を経て保険代理店経営者として独立後の保険代理店に対する評価制度として、「専属プロ代理店」の上に「プロ新特級代理店」を設け、売上規模、要員体制等に加え、「業務品質」「組織管理」「販売力・増収力」といった質を重視した基準を高いレベルで満たす代理店に対して、「TGA・AAA・AA・A＋・A」の5段階の認定を行っていた（甲97）。
- e 欧文字「AAA」又は「トリプルA」について、長期格付以外に、次のような使用例がある（甲92，93）。
- (a) 情報セキュリティー対策の格付け会社は、データセンターに対して情報漏れ対策などのセキュリティー水準の格付けを開始し、第1弾として、富士通の拠点に最上級の「AAA（トリプルA）」を付与した（平成22年2月22日日本経済新聞）。
- また、大日本印刷は、上記格付け会社から「AAA」の格付けを取得した（平成22年8月6日日本経済新聞）。
- (b) 千葉銀行は、農林水産省のプロジェクトに参画して、食の安全を担保する業務ができているかを評価し、石井食品は、17段階中最高位の「AAA（トリプルA）」を取得した（平成22年3月30日日本経済新聞）。
- (c) 「社内格付け制度」を設け、カンパニー制における各カンパニーを、利益率などを基準にトリプルAからDに分類し、高格付けのカンパニーには投資判断の裁量を与え、低格付けのカンパニーには本社が関与して立て直しを急ぐ（平成22年7月20日日本経済新聞）。
- (d) 「出馬してくれるなら候補としてはトリプルA。」と語った（東京都知事選挙に関する記事。平成23年2月9日日本経済新聞）。
- (e) 東京都は、平成23年3月初め、専門家による評価委員会でAAA（トリプルA）とされた事業所を、平成21年度までの5年間の排出量の削減実績が高かった事業所として表彰した（平成23年3月9日日本経済新聞）。

- (f) トリプルA (AAA) タイトルといわれる、開発費が数十億円かかるような、まだパッケージが強い「超大型ゲーム」だ (平成24年3月28日日本経済新聞)。
- (g) リオネル・メッシという至宝を抱く、格付けでいえばトリプルA級の国である (サッカーに関する記事。平成26年7月5日日本経済新聞)。
- (h) プレイステーション4 (PS4) について、「高精細で没入感が高く、コントローラーでしか体感できない『トリプルAのゲーム』。それこそがPSのDNAだ。」と語った (平成26年12月18日日本経済新聞)。
- (i) 72の小工場を、1時間当たりの処理点数や売上高などをもとに「a a a」から「c」まで7段階に格付けし、格付けに応じて報奨金や物品がもらえる「社内格付け制度」を設けた (平成27年2月26日日本経済新聞)。
- f マツモトキヨシのウェブサイトには、平成29年11月30日現在、「B u l k^{AAA}」のページにおいて、「AAA品質」, 「AAA:トリプルA=評価※5を表現」, 「※5 バルクトリプルA品質基準による評価」との記載がある (甲7)。
- g タカラは、平成30年11月19日現在、「AAA-White」というブランドのスキンケア・基礎化粧品として、保湿ジェル、クレンジングクリームを販売していた (乙4の1)。
- h ヴァーナル (VERNAL) は、平成30年11月19日現在、「年齢を重ねた肌のためのヴァーナル最高峰化粧水」として、「プレミアムミストAAA」という商品を、「モイスト・しっとり」, 「ナチュラル・さっぱり」の2タイプについて、それぞれ240mlと60mlの容量で販売していた (乙4の2)。
- i 欧文字「AAA」について、次の商標登録例・査定例がある。
- (a) 欧文字「AAA」を標準文字で書して成る商標について、①第6類「金属鉱石」, 第8類「手動工具」, 第20類「家具」等を指定商品とする商標登録第4586559号 (甲38の5), ②第32類「ビール」等を指定商品とする商標登録第4877584号 (甲38の7), ③第9類「電子出版物」, 第16類「書籍」等を指定商品とする商標登録第5489484号 (甲38の8), ④第29類「カルシウムを主原料とする錠剤状・粉末状又は液状の加工食品」を指定商品とする商標登録第5522792号 (甲38の9・10)
- (b) 欧文字「AAA」を一般的な書体で横書きして成る商標について、第3類「家庭用帯電防止剤」等を指定商品とする商願2010-069442号 (甲38の1~3)
- (c) 上段に欧文字「AAA」, 下段に片仮名「トリプルエー」を一般的な書体で上下二段に横書きして成る商標について、第4類「工業用油」を指定商品とする商標登録第4585281号 (甲38の4)
- (d) 上段に片仮名「トリプルエー」, 下段に欧文字「AAA」を一般的な書

体で上下二段に横書きして成る商標について、第25類「被服」等を指定商品とする商標登録第4840954号（甲38の6）

(イ) 前記(ア)によると、欧文字「AAA」は、金融商品又は企業・政府などの信用状態に関する評価である長期格付の最高位を表す格付記号として、一般に知られていることが認められる。

また、欧文字「AAA」は、信用格付けにおける長期格付だけでなく、CSR（企業の社会的責任）に関する人材活用、環境、企業統治、社会性の指標における格付けや、保険代理店における売上規模、要員体制、業務品質、組織管理、販売力・増収力等に基づく格付けにも用いられていたことが認められる。

さらに、欧文字「AAA」は、本件商標の査定日（平成29年2月21日）前において、データセンターのセキュリティー水準の格付け、食の安全を担保する業務の達成度の評価、カンパニー制における各カンパニーや工場に対する社内格付け制度、排出量の削減実績などにおいても、最上級の評価として用いられていたほか、東京都知事選挙の立候補予定者に対する評価や超大型ゲームに対する評価にも用いられていたことが認められる。

(ウ) 前記(イ)認定の事実により、我が国の学校の成績や各種評価においても、Aを最上位とするABC評価が一般的な評価手法の一つであることをも考え併せると、最上を意味する「A」を重ねた「AAA」は、本件商標の査定日（平成29年2月21日）において、信用格付けにおける長期格付にとどまらず、一般に、最上位又は優良な評価を意味する表示であると認識されていたものと認められる。

前記(ア)のとおり、本件商標の査定日後には、化粧品の分野においても、欧文字「AAA」を品質の優良性を示す趣旨で使用した、被告の商品を含む商品が複数のメーカーから販売されているが、これも、化粧品の取引者、需要者において、「AAA」が最上位又は優良な評価を意味する表示であると認識されることを期待したものであるから、上記認定に沿うものといえることができる。

エ 本件商標の構成部分の一部による類否判断の可否

前記イ、ウによると、本件商標の構成部分である欧文字「BULK」は、本件商標の指定商品の取引者、需要者に、出所識別標識として認識されるものである一方、欧文字「AAA」は、最上位又は優良な評価を意味する表示であると認識されるものであるから、欧文字「BULK」の部分が取引者、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ものと認められる。

したがって、本件商標と引用商標2の類否判断に当たり、本件商標の構成部分である欧文字「BULK」の部分抽出し、この部分だけを引用商標2と比較して商標そのものの類否を判断することが許される。

オ 被告の主張について

(ア) 被告は、「BULK」は通常の辞書に載っている一般的な英単語であ

り、これ単独で造語とみなされて強い識別力を発揮することはないし、「BULK」は、化粧品分野では、化粧品の中身を意味する語として広く一般に使用されているから、より一層識別力の弱い語であるなどと主張する。

しかし、前記イのとおり、欧文字「BULK」は、「船舶のばら積みの貨物」などを意味する英単語として知られていたものであり、本件商標の指定商品である「化粧品、せっけん類、香料、薫料、歯磨き」に付された本件商標に接した取引者、需要者において、「化粧品の中身」を意味する語として知られていたことを認めるに足りる証拠はないから、本件商標について出所識別標識としての機能を十分に果たすものといえることができる。

(イ) 被告は、本件商標の構成中「AAA」の文字は、それ単体での商標登録が認められる識別力のある語であるし、「AAA」が本件商標の指定商品において品質表示として用いられている事実はないなどと主張する。

しかし、欧文字「AAA」が、信用格付けにおける長期格付にとどまらず、一般に、最上位又は優良な評価を意味する表示であると認識されていることは、前記ウのとおりである。

前記ウ(ア) i のとおり、欧文字「AAA」についての商標登録例・査定例も認められるが、本件商標が欧文字「AAA」の前に欧文字「BULK」を組み合わせて成る商標であり、「AAA」による最上位又は優良な評価が「BULK」に対し向けられているものと容易に認識することができるのに対し、上記商標登録例・査定例は、いずれも、欧文字「AAA」のみ又は片仮名「トリプルエー」と組み合わせて成る商標であって、欧文字「AAA」の前に異なる単語を組み合わせた商標ではないから、上記商標登録例・査定例の存在は、前記エの判断を左右するものではない。

(ウ) 被告は、本件商標は、全体としてまとまりよく一体に表されているし、「バルクトリプルエー」の称呼も無理なく一連に称呼し得るから、一体不可分の商標というべきものであるなどと主張する。

しかし、前記アのとおり、本件商標は、「BULK」と「AAA」との間に1文字分の空白があるから、「BULK」と「AAA」との複数の構成部分を組み合わせたものと容易に理解されるところ、前記イのとおり、「BULK」は、出所識別標識として認識されるものである一方、前記ウのとおり、「AAA」は、最上位又は優良な評価を意味する表示であると認識されるものであるから、本件商標全体がまとまりよく一体に表されていることや、「バルクトリプルエー」の称呼が無理なく一連に称呼し得ることを考慮しても、本件商標に接した取引者、需要者において、本件商標を一体不可分の商標と認識するものといえることはできない。

(3) 引用商標2について

ア 引用商標2の構成態様

引用商標2は、前記2の3(1)イのとおり、上段に「BULKHOMME」と横書きし(以下、この部分を「上段部分」という。)、下段左側に「SIM

PLE/LUXURY」と二段に横書きし（以下、この部分を「下段左側部分」という。）、縦線を挟んで、下段右側に「TRUE LUXURY IS ABOUT/SIMPLICITY. THIS IS WHAT/OUR BRAND IS BASED UPON.」と三段に横書きして（以下、この部分を「下段右側部分」という。）成るものであり、複数の構成部分を組み合わせた結合商標と解される。

そして、その構成文字の書体や大きさ等を見ると、上段部分は、同じ大きさで等間隔に記載されているが、「BULK」は「HOMME」に比し線幅が略2倍の太文字で記載されている。また、上段部分と下段左側部分、下段右側部分との縦（上下方向）の幅は略同一であるから、下段左側部分の文字は、上段部分の文字の略2分の1の大きさであり、下段右側部分の文字は、上段部分の文字の略3分の1の大きさである。

上記認定の構成態様によると、上段部分は、引用商標2に接した取引者、需要者に対し、下段左側部分、下段右側部分に比し、商品の出所識別標識として強く支配的な印象を与えるものと認められる。

もっとも、上記認定のとおり、上段部分においても、欧文字「BULK」が欧文字「HOMME」に比し線幅が略2倍の太字で記載されているから、上段部分が一体として商品の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のか、欧文字「BULK」又は「HOMME」の一方が商品の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のかを、更に検討する。

イ 欧文字「BULK」について

前記(2)イと同様に、欧文字「BULK」は、本件商標の査定日において、本件商標の指定商品の取引者、需要者に、引用商標2の指定商品（男性用の化粧品、男性用のおしろい、男性用の化粧水、男性用のクリーム、男性用の紅、男性用の頭髪用化粧品、男性用の香水類、男性用のせっけん類、男性用の歯みがき、男性用の香料、男性用の薫料、男性用のつけづめ、男性用のつけまつ毛）に関連する用語として知られていたものではないから、上記指定商品との関係において、出所識別標識として認識されるものといえることができる。

ウ 欧文字「HOMME」について

(ア) 後掲の証拠及び弁論の全趣旨によると、欧文字「HOMME」について、次のとおり、認められる。

- a 欧文字「HOMME」と綴りを同じくする「homme」は、「人間、人類、男、男性」などの意味を有するフランス語である（仏和大辞典、白水社、昭和56年4月25日）。日本語の辞書にも、「オム【homme】」は、「①男性。人間。②ファッションで男性用。」を意味する語として収載されており（大辞林第三版、三省堂、平成18年10月27日）、また、カタカナ語辞典には、「オム【homme】」として、「男性。転じて衣服が男性用であることを示す。」（カタカナ語・略語辞典第三版、旺文社、平成

12年8月25日),「①人間。男。②男物。」(コンサイスカタカナ語辞典第3版,三省堂,平成17年1月20日)の意味を有する語として収載されている。

- b 株式会社トップインターナショナル営業企画部において,化粧品類の小売店への販売を担当しているAは,陳述書において,化粧品業界においては男性用化粧品について女性用化粧品と差別化するためにフランス語で「男性」を意味する「HOMME」を商品等に表示することが普通に行われており,一般消費者も「HOMME」を男性用の商品を示す語と理解していると思われる旨陳述している(甲34)。
- c (a) 原告は,平成25年4月に,メンズコスメブランドとして「BULK HOMME」というブランドを立ち上げ,平成26年6月までに,東急ハンズ及びL o F tといった店で取り扱われるようになり,平成29年11月1日までに,オンラインストアのほか,全国500店舗以上の小売店,ヘアサロンで提供され,累計100万個以上を販売した(甲52,59)。
- (b) 原告のウェブサイトには,平成30年2月9日現在,「ABOUT US」とのページにおいて,「BULKとは英語で『容器の中身』,HOMMEはフランス語で『男性』を表します。」との記載がある(甲36の1)。
- (c) オムニ7ーロフトのウェブサイトには,平成30年2月9日現在,「BULK HOMME」のページにおいて,「BULKとは英語で『容器の中身』,HOMMEはフランス語で『男性』を表します。」との記載がある(甲36の3)。
- d 平成26年1月7日発行のS t e a d y. (ステディ.) 2014年1月号には,「ステディな彼へのギフト」として,「ジェラートピケ・オムのガウン」が紹介されており,「ジェラートピケ ルミネエスト新宿店」で販売されていることが記載されている。また,同誌には,同じ頁に「BULK HOMME」も掲載されている。(甲14)
- e 平成29年8月頃発行のMADURO (マデュロ) 2017年8月号には,男性用スキンケア商品として,GUINOT HOMME (ギノーオム)のアイジェルが紹介されており,販売元がギノー・ジャパンであることが記載されている。また,同誌には,同じ頁に「BULK HOMME」も記載されている。(甲111)
- f 平成30年6月18日現在,男性向け衣料品のブランドとして,「MICHEL KLEIN homme」,「23区 HOMME」,「agnès b. HOMME」,「TÊTE HOMME」というブランドが存在する(甲24~27)。

平成30年10月30日現在,オープン化粧品株式会社の男性用化粧品のブランドとして「OPEN HOMME (オープン オム)」,株式会社ユーグレナのメンズスキンケアのブランドとして「B. C. A. D. HOMME」というブランドが存在する(甲81,82)。

平成30年11月5日現在、イオン株式会社のメンズコスメのブランドとして「BEAUTE HOMME」、クリスチャン・ディオールの男性用フレグランスのブランドとして「DIOR HOMME (ディオール オム)」というブランドが存在する(甲83, 84)。

g 欧文字「HOMME」について、次の商標登録例・公告例がある。

(a) 欧文字「HOMME」を一般的な書体で横書きして成る商標について、第26類「印刷物」等を指定商品とする商標出願公告平2-27814号(乙2の2)

(b) 上段に片仮名「オム」、下段に欧文字「HOMME」を一般的な書体で上下二段に横書きして成る商標について、第30類「コーヒー及びココア」等を指定商品とする商標登録第4782427号(乙2の1)

(c) 上段に欧文字「HAGU HOMME」、下段に片仮名「ハグオム」を一般的な書体で上下二段に横書きして成る商標について、第3類「家庭用帯電防止剤、せっけん類、化粧品、香料」等を指定商品とする商標登録第5894592号(甲45の1)。なお、上段に欧文字「HUG」、下段に片仮名「ハグ」を一般的な書体で上下二段に横書きして成る商標について、第3類「せっけん類、香料類、化粧品」等を指定商品とする商標登録第4427083号が存在する(甲45の2)。

(イ) 前記(ア)によると、欧文字「HOMME」は、「男性」の意味を有するフランス語であるところ、我が国においても、本件商標の査定日(平成29年2月21日)の10年以上前から、日本語の辞書や複数のカタカナ語辞典において、男性用のものを意味する語として収載されていたことが認められる。また、化粧品業界の関係者が、男性用化粧品には女性用化粧品と差別化するために「HOMME」を商品等に表示することが普通に行われており、一般消費者も「HOMME」を男性用の商品を示す語と理解していると思われる旨陳述しているところ、原告の商品のみならず、多数のメーカーにおいて、男性用化粧品や衣料品のブランドに「HOMME」を付加していること(本件商標の査定日後の事実については、上記陳述の信用性を裏付ける限度で考慮する。)も、上記陳述を裏付けるものである。

そうすると、欧文字「HOMME」は、本件商標の査定日において、化粧品等の分野では、男性用のものを意味する語として知られていたものと認められる。

エ 引用商標2の構成部分の一部による類否判断の可否

前記ア～ウによると、引用商品2の構成部分である「BULK」は、引用商標2の指定商品との関係において、出所識別標識として認識されるものである一方、欧文字「HOMME」は、引用商標2の指定商品が含まれる分野では、男性用のものを意味する語として認識される上、引用商標2の指定商品は男性用のものに限定されていること、「HOMME」は、「BULK」よりも細い字体で記載されていることを併せて考慮すると、欧文字「BULK」の部分が取

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ものと認められる。

したがって、本件商標と引用商標2の類否判断に当たり、引用商標2の構成部分である欧文字「BULK」の部分抽出し、この部分だけを本件商標（前記(2)のとおり、本件商標の構成部分である欧文字「BULK」の部分）と比較して商標そのものの類否を判断することが許される。

オ 被告の主張について

(ア) 被告は、化粧品分野では、化粧品との関係において、「BULK」（バルク）との文字列又は呼称は、化粧品の中身を意味する語として広く一般に使用されており、特定の企業を指す語として使用されていないなどと主張する。

しかし、欧文字「BULK」が、本件商標の取引者、需要者に、化粧品の中身を意味する語として知られていたものではないことは、前記イのとおりである。

(イ) 被告は、引用商標2の上段の「BULK」の文字が引用商標2の全文字数に占める割合は、ごくわずかであるし、面積を基準にしても、上段の「BULK」の文字部分が引用商標2全体に占める割合は1/4未満であるなどと主張する。しかし、引用商標2の構成文字の書体や大きさ等によると、引用商標2に接した取引者、需要者に対し、上段部分が、下段左側部分及び下段右側部分に比し、商品の出所識別標識として強く支配的な印象を与えることは、前記アのとおりであり、「BULK」と「HOMME」の書体に加え、意味内容等をも考慮すると、「BULK」が引用商標2の要部と認められることは、前記ア～エのとおりである。このことは、商標中の全文字数や面積に占める割合が低いことによって左右されるものではない。

(ウ) 被告は、引用商標2の構成中、出所識別標識として認識される部分が「BULK」ではないことは、原告自身も、本件審判の審判請求書における請求の理由中で「次に、引用商標2は、上記のと通りの構成よりなるところ、出所識別標識として認識される構成部分は上段の『BULKHOMME』の文字部分であり・・・」と自認しているなどと主張する。

しかし、結合商標の構成部分の一部による類否判断が認められるか否かは、前記(1)のとおりであって、商標権者の主観的な認識により商標の要部が左右されるものではないし、上記の審判請求書中の記載によって、引用商標2の要部が「BULK」である旨の主張をすることが信義則上許されなくなるものともいえない。

(エ) 被告は、「HOMME」の呼称は「オム」と短い2音であり、前後の言葉と相まって一連になりやすい語であり、「バルクオム」の呼称も5音と短いこと、原告の名称は「株式会社バルクオム」であり、フランス語を理解できる者が少ない我が国では片仮名の「オム」から「男性」という観念が想起されることはなく、原告の商標は「バルクオム」と一連で認識されているこ

とを考慮すると、「BULK」ではなく「BULKHOMME」が要部であるなどと主張する。

しかし、「BULK」と「HOMME」の書体に加え、意味内容等をも考慮すると、「BULK」が引用商標2の要部と認められることは、前記ア～エのとおりであって、このことは、「HOMME」の称呼が短い2音であり、「バルクオム」の称呼も5音と短いことや原告の名称によって左右されるものではない。

(オ) 被告は、「BULK」の文字部分が、他の文字部分と比べて太い書体で強調表示されており、「BULK」の文字部分が需要者に対して強く支配的な印象を与える旨の原告の主張が認められると、自他識別力がないか、特定人に独占させることが不相当であること等の理由により商標登録の要件（商標法3条1項各号）を満たさない文字列を太い書体にして、他の文字部分を付加して登録すれば、上記商標登録の要件を満たさない文字列を特定の者が独占して利用できるということになり、商標法3条1項の趣旨を没却する不合理的な結論になるなどと主張する。

しかし、引用商標2の指定商品との関係において、「BULK」が出所識別機能を有することは、前記イのとおりであるから、被告の主張は前提を欠くものである。

(カ) 被告は、原告指摘の甲24～27、81～84には、「HOMME」又は「オム」以外に男性用化粧品であることが分かる表記（男性用であることが分かる文字、又は男性の写真等）が併記されているが、そのような併記があること自体が、各証拠の作成者が「HOMME」又は「オム」の単独表記では需要者に男性用であることを看取させることができないと考えたからに他ならないし、「HOMME」は、我が国においてフランス語が普及していないことを考慮すると、特定の商品・役務等と結びつき難く、一般に識別力は強いと評価されるべきであり、「HOMME」単独での商標登録も認められている（乙2の1・2）などと主張する。

しかし、欧文字「HOMME」が、我が国においても、引用商標2の指定商品が含まれる分野では、男性用のものを意味する語として知られていたことは、前記ウのとおりである。被告指摘の証拠に、男性用であることが分かる表記（男性用であることが分かる文字、又は男性の写真等）が併記されていることは、男性用の商品の広告という性質から当然のことであり、そのような併記があることから、「HOMME」の単独表記では需要者に男性用であることを看取させることができないと理解されていたということとはできない。また、我が国におけるフランス語一般の普及の程度は、前記ウの認定を左右するものではない。さらに、被告指摘の商標登録例等があることは、前記ウ(ア)gのとおりであるが、引用商標2は、男性用を意味する「HOMME」の前に異なる単語「BULK」を組み合わせたものであり、その指定商品も男性用のものである点において、前記ウ(ア)g(a)(b)の商標登録例と

は異なる。同(c)の商標登録例も、その指定商品は、男性用と女性用を区別したものではなく、直ちに「HOMME」が出所識別機能を有することを示すものということとはできず、前記ウの認定を左右するものとはいえない。

(キ) 被告は、仮に、引用商標2の「BULK」の文字部分が需要者に対して強く支配的な印象を与え、「HOMME」の文字部分から単独の出所識別標識としての観念、称呼は生じないとしても、それらを総合考慮した結果は、原告が「BULK」部分を太字にした「BULKHOMME」という文字列(造語)を原告の商品を識別する標識として使用し、需要者はこの「BULKHOMME」をもとに原告の商品の出所を識別していると評価できるにすぎないから、「BULK」の文字部分が需要者に出所識別標識として強く支配的な印象を与える構成要素に当たるとはいえないなどと主張する。

しかし、被告の主張を採用できないことは、前記エのとおりである。

(4) 本件商標と引用商標2の類否判断

ア 前記(2)、(3)のとおり、本件商標の要部と引用商標2の要部は、いずれも、欧文字「BULK」であるから、その外観は類似し、観念及び称呼は一致する。

したがって、本件商標と引用商標2とは、類似する。

イ そして、前記第2の1のとおり、本件商標の指定商品は、第3類「化粧品、せっけん類、香料、薫料、歯磨き」であり、同3(1)イのとおり、引用商標2の指定商品には、第3類「男性用の化粧品、男性用のせっけん類、男性用の香料、男性用の薫料、男性用の歯磨き」が含まれるから、本件商標の指定商品と引用商標2の指定商品とは、類似する。

ウ 以上によると、本件商標は、その査定日において、その商標登録出願の日前の商標登録出願に係る他人の登録商標である引用商標2に類似する商標であって、その商標登録に係る指定商品に類似する商品について使用をするものであるから、商標法4条1項11号に該当し、商標登録を受けることができないものである。

2 結論

以上によると、取消事由1は理由があるから、その余の取消事由を考慮するまでもなく、審決にはその結論に影響を及ぼす違法がある。

よって、原告の請求を認容することとして、主文のとおり判決する。

【論 評】

1. 商標の類否判断の困難な事案において、本件登録商標は引用商標2と類似するとの判断をした知財高裁の判決を読み、久し振りに感動した。実務者としては、極めて注目すべき判決であると思うのである。

原告(審判請求人)が本件登録商標に対し類似として引用した登録商標1は、理由は不明だが、登録が取り消されて確定していたので、登録商標2だけが類似として引用されたのである。引用商標1の消滅日は2018年8月8日である。

2. さて、本件商標の標章態様は「BULK AAA」の文字商標の外観から成るところ、「バルク スリーエー」と称呼するものであるが、「AAA」とは指定商品についての品質の上位性をアピールしているにすぎないから、引用商標2の標章態様の要部となる文字の「BULK HOMME」は、書体が、前語の「BULK」と後語の「HOMME」とでは異なるから、明確に2つの語については個別に発音し、称呼することができるものである。

他方、引用商標2の標章態様の文字構成を見ると、同一書体によるワンワードの文字ではなく、2つの異なる文字書体による結合標章であることが明確であるから、この結合態様からは「BULK」の文字語だけを分離して独立した標章と、取引者には感じられるのである。換言すれば、「本件商標に接した取引者、需要者において、本件商標を一体不可分の標章と認識するものということとはできない。」という判示や、「商標権者の主観的な認識により商標の要部が左右されるものではないし、」『BULK』と『HOMME』の書体に加え、意味内容等をも考慮すると、『BULK』が引用商標2の要部と認められることは、・・・このことは『HOMME』の称呼が短い2音であり、『バルクオム』の称呼も5音と短いことや原告の名称によって左右されるものではない、「引用商標2の指定商品との関係において、『BULK』が出所識別機能を有することは、前記のとおりであるから、被告の主張は前提を欠くものである。」と説示している。

3. そうすると、「本件商標の要部と引用商標2の要部とはいずれも欧文字『BULK』であるから、その外観は類似し、観念と称呼は一致する。」から、両商標は類似するもの、と判断したのである。筆者としても、この理由と判断には賛成である。

〔牛木 理一〕

〔本件登録商標〕

(190) 【発行国・地域】 日本国特許庁 (JP)

(450) 【発行日】 平成29年4月11日 (2017. 4. 11)

【公報種別】 商標公報

(111) 【登録番号】 商標登録第5931607号 (T5931607)

(151) 【登録日】 平成29年3月10日 (2017. 3. 10)

(541) 【登録商標 (標準文字)】

BULK AAA

(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3類 化粧品, せっけん類, 香料, 薫料, 歯磨き

【国際分類第10版】

(210) 【出願番号】 商願2016-102127 (T2016-102127)

(220) 【出願日】 平成28年9月20日 (2016. 9. 20)

(732) 【商標権者】

【識別番号】 508277645

【氏名又は名称】 カラーズ株式会社

【住所又は居所】 東京都港区南青山6-11-1 スリーエフ南青山ビルディング8F

(740) 【代理人】

【識別番号】 110002055

【氏名又は名称】 特許業務法人JAZY国際特許事務所

【法区分】 平成23年改正

【審査官】 平松 和雄

(561) 【称呼 (参考情報)】 バルクエイエイエイ、バルクスリーエイ、バルクト
リプルエイ

【検索用文字商標 (参考情報)】 BULKAAA

【類似群コード (参考情報)】

第3類 04A01、04B01、04C01、04D01、04D02

〔引用商標2〕

- (190) 【発行国・地域】日本国特許庁(JP)
(450) 【発行日】平成27年3月10日(2015. 3. 10)
【公報種別】商標公報
(111) 【登録番号】商標登録第5738351号(T5738351)
(151) 【登録日】平成27年2月6日(2015. 2. 6)
(540) 【登録商標】

BULKHOMME

SIMPLE | TRUE LUXURY IS ABOUT
LUXURY | SIMPLICITY. THIS IS WHAT
OUR BRAND IS BASED UPON.

- (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3類 男性用の化粧品, 男性用のおしろい, 男性用の化粧水, 男性用のクリーム, 男性用の紅, 男性用の頭髮用化粧品, 男性用の香水類, 男性用のせっけん類, 男性用の歯磨き, 男性用の香料, 男性用の薫料, 男性用のつけづめ, 男性用のつけまつ毛

【国際分類第10版】

- (210) 【出願番号】商願2014-59502(T2014-59502)
(220) 【出願日】平成26年7月16日(2014. 7. 16)
(732) 【商標権者】

【識別番号】514179850

【氏名又は名称】株式会社バルクオム

【住所又は居所】東京都港区赤坂5-4-17 SCビル赤坂8F

(740) 【代理人】

【識別番号】100178973

【弁理士】

【氏名又は名称】渡邊 大介

【法区分】平成23年改正

【審査官】山本 敦子

(561) 【称呼(参考情報)】バルクオム、シンプルラグジュアリー、トゥルーラグジュアリーイズアバウトシンプルシティデイズイズホワットアワーブランドイズベースドアポン、バルク、シンプル、ラグジュアリー、ラグジャー、ラクシャリー、トゥルーラグジュアリーイズアバウトシンプルシティ、デイズイズホワットアワーブランドイズベースドアポン

【検索用文字商標(参考情報)】BULKHOMME、SIMPLE、LUXURY、TRUELUXURYISABOUT、SIMPLICITY・THISISWHAT、OURBRANDISBASEDUPON・

【類似群コード(参考情報)】

第3類 04A01、04B01、04C01、04D01、04D02、21F01