

登録商標「農口」不使用取消審決取消請求事件：知財高裁令和2(行ケ)10050-令和2年12月23日(4部)判決<請求棄却>

【キーワード】

登録商標の使用態様，商標の類似（外観，称呼，觀念），商標法51条1項の登録取消事由（商標権者による故意により商品の品質の誤認，他人業務の商品との混同したとき）

【事案の概要】

1 特許庁における手続の経緯等

(1) 被告（農口酒造株式会社）は，以下の商標（登録第5707382号。以下「本件商標」という。）の商標権者である（甲99，100）。

商標	農口（標準文字）
登録出願日	平成26年5月23日
登録査定日	平成26年9月5日
設定登録日	平成26年10月3日
指定商品	第33類「日本酒，洋酒，果実酒，酎ハイ，中国酒，薬味酒」

酒」

(2) 原告Xは，平成30年10月26日，商標法51条1項の規定により，本件商標について商標登録取消審判を請求した。

特許庁は，上記請求を取消2018-300815号事件として審理を行い，令和2年3月27日，「本件審判の請求は成り立たない」との審決（以下「本件審決」という。）をし，その謄本は，同年4月4日，原告に送達された。

(3) 原告は，令和2年4月22日，本件審決の取消しを求める本件訴訟を提起した。

2 本件審決の理由の要旨

本件審決の理由は，別紙審決書（写し）記載のとおりである。

その要旨は，①本件商標は，「農口」の文字を標準文字により表されてなる  
ところ，本件商標と被告が使用する別紙1の使用例1及び2記載の草書体又は  
楷書体で「農口」の文字を縦書きしてなる商標（甲5ないし7。以下，このう  
ち，使用例1記載の草書体のものを「本件使用商標1」，使用例2記載の楷書  
体のものを「本件使用商標2」という場合がある。）とは，外観において類似  
し，「ノウグチ」又は「ノグチ」の称呼を共通にするものであるから，觀念に  
おいて比較することができないとしても，類似の商標と認められる，②引用商  
標（甲8，9）は，「農口尚彦研究所」の文字を縦書きの楷書体で書してなる  
ところ，本件商標は，引用商標とは外観及び称呼において相紛れるおそれのな  
いものであるから，両商標は，非類似の商標であって，その類似性が高いとは  
いえず，また，原告（請求人）は，原告自身が著名な杜氏であることを前提に

引用商標も著名であると主張するのみであり，原告が提出した主張及び証拠によつては，引用商標が原告の業務に係る商品の出所を表示するものとして周知性を有するものとは認められないから，被告が本件使用商標 1 及び 2 を本件商標の指定商品に使用したとしても，需要者をして原告の業務に係る商品であると誤認を生じさせるおそれはなく，原告の業務に係る商品と混同を生ずるものとはいえない，③本件使用商標 1 及び 2 と引用商標とは相紛れるおそれのない非類似の商標であつて，被告が本件使用商標 1 及び 2 を使用しても引用商標を想起するということとはできないから，被告による本件使用商標 1 及び 2 の使用が，品質の誤認を生ずるものであるということとはできない，④本件使用商標 1 及び 2 をその指定商品に使用しても原告の業務に係る商品と混同を生じさせるおそれはなく，被告が，原告の業務に係る商品と混同を生じさせることを認識していたといえる事情は見いだせないから，被告による本件使用商標 1 及び 2 の使用について，商標法 5 1 条 1 項所定の故意を認めることはできない，⑤したがって，被告が故意に本件商標と類似する本件使用商標 1 及び 2 をその指定商品に使用して商品の品質の誤認又は原告の業務に係る商品と混同を生ずるものをしたということとはできないから，本件商標の商標登録は，同項の規定により取り消すことはできないというものである。

### 3 取消事由

商標法 5 1 条 1 項該当性の判断の誤り

#### 【判 断】

#### 1 出所の混同の判断の誤りについて

##### (1) 引用商標の周知性について

原告は，原告の手による「農口尚彦研究所」の日本酒及びその日本酒を販売する「農口尚彦研究所」の名称も，需要者の間で広く認識されており，引用商標は，本件審決時において，原告の業務に係る商品「日本酒」を表示するものとして，周知又は著名であつたから，これを否定した本件審決の認定は誤りである旨主張するので，以下において判断する。

#### ア 認定事実

前記第 2 の 1 の事実と証拠（甲 2， 4 ないし 2 4， 3 1， 3 3， 3 4， 3 8 ないし 4 5， 4 7， 8 4， 8 8 ないし 9 4， 1 0 7 ないし 1 0 9， 1 1 2 ないし 1 2 3， 1 2 9（枝番のあるものは枝番を含む。））及び弁論の全趣旨を総合すれば，以下の事実が認められる。

(ア) 原告は，昭和 7 年 1 2 月 2 4 日，石川県能登町で，杜氏一家の三代目として出生し，静岡県及び三重県の酒造で酒造工等として稼働した後，昭和 3 6 年に石川県内の菊姫合資会社に杜氏として就職し，平成 9 年，同社を定年退職した（甲 1 1， 1 2）。この間，原告は，全国鑑評会の金賞を 1 2 年連続で受賞し，通算では同賞を 2 4 回受賞した（甲 1 2）。

その後，原告は，平成 1 0 年から平成 2 4 年までの間，石川県内の酒造で

杜氏を務めた（甲 38, 84, 117）。

(イ) 被告は、清酒の製造及び販売等を目的とする株式会社である。被告は、平成25年10月31日、商号を「山本酒造本店株式会社」から「農口酒造株式会社」に変更した（甲4）。

原告は、そのころ、被告に就職し、同年11月から平成27年4月までの間、2シーズン（甲31）にわたり、杜氏として酒造りをし、同月、被告を退職した。

被告は、平成26年から、別紙1記載の使用例1又は使用例2記載のラベルを瓶に貼付した「農口」の銘柄の日本酒の販売を開始した。

また、被告は、同年5月23日、「農口」の標準文字からなる本件商標について商標登録出願をし、同年10月3日、本件商標権の設定登録を受けた。

(ウ) 原告は、被告を退職した後、平成29年、株式会社農口尚彦研究所に就職し、杜氏として酒造りを始めた。株式会社農口尚彦研究所は、同年4月23日、商号を「見砂酒造株式会社」から「株式会社農口杜氏研究所」に変更した後、更に同年6月7日、現商号に変更した（甲108）。

株式会社農口尚彦研究所は、同年12月頃から、原告が杜氏として製造した日本酒を「農口尚彦研究所」の銘柄（「農口尚彦研究所」の日本酒）で販売を開始した。

「農口尚彦研究所」の日本酒の瓶（甲8, 9）には、胴部の中央に平仮名「の」の文字をモチーフにした図形を配し、その左側に小さく縦書きで「杜氏 X」と書した文字及び落款風の印などが記されたラベルと、首部に上記図形及びその下に「農口尚彦研究所」の文字を縦書きの楷書体で書した文字が記された短冊状のラベル（甲8, 9。別紙2の写真のラベルはその一例）が貼付されている。

また、原告は、同年3月27日、指定商品を第33類「清酒」として、「農口尚彦」の標準文字からなる商標について商標登録出願をし、同年9月8日、その商標登録を受けた（甲10）。

(エ) 平成29年10月から令和2年4月（本件審決当時）までの間、原告及び「農口尚彦研究所」等は、雑誌、新聞、ウェブサイト等（甲11, 13ないし24, 88ないし94, 112ないし117, 119, 121, 122）で紹介された。その例は、以下のとおりである。

a 日本酒専門サイト「SAKETIMES」の2017年（平成29年）10月13日の「プロジェクト」の記事（甲121）において、「酒造りの神様・X杜氏の復活！理想の酒蔵でみずからの技術・精神・生き様を次世代に伝えていく」の見出しの下に、原告及び建設中の酒蔵の写真とともに、「新しい酒蔵を建てるにあたって重視されたのは、細部に至るまでX杜氏の『技術・精神・生き様』を込めること。「農口尚彦研究所」という名前がつけられたのは、X杜氏が再び美酒を追い求める場所でありながら、「X」という

人物そのものを継承していく場所だからです。」などと掲載された。一方で、上記記事には、酒造りをする日本酒の銘柄又はブランド名として、「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はない。

- b 日本酒専門サイト「SAKETIMES」の2017年（平成29年）1月17日の「リリース情報」の欄（甲122）において、「酒造りの神様Xが復活する。」の大見出し、「農口尚彦研究所がクラウドファンディングサービス「Makukake」にてプロジェクトを開始！リターンは新設備で一番最初に醸造したお酒」の見出しの下に、原告の写真とともに、「今回、Makukakeでご支援いただいた方には、リターンとして、新しく建設した酒蔵で一番最初に醸造した」返礼品としては「本醸造酒720ml」、「山廃純米酒720ml」、「山廃吟醸」などと掲載された。一方で、日本酒の銘柄又はブランド名として、「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はない。
- c 2017年（平成29年）11月頃のTBSの日曜劇場「陸王」の番組ホームページの「伝統産業に生きる！」のコーナー（甲16）において、「File 8 農口尚彦研究所」として、「最も有名な杜氏の一人で“酒造りの神様”と呼ばれるX氏（84歳）は、1970年代以降、低迷が続いていた日本酒市場において「吟醸酒」を世に広め、昨今の日本酒ブームの礎を作った立役者です。」、「今年の11月にはX氏の理想が詰まった酒蔵「農口尚彦研究所」が石川県小松市観音下町（かながそまち）に完成。2017年12月には、新しい日本酒が蔵出しされるとのこと。」などと掲載された。上記ホームページには、「2017年末、X氏の新たな挑戦がカタチとなり初蔵出しされる。左党を自負する方なら“酒づくりの神様”がつくる日本酒を味わってみたいはず。」との説明とともに「日本酒」の写真が掲載されている。一方で、日本酒の銘柄又はブランド名として、「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はなく、また、掲載された「日本酒」の写真から、日本酒の瓶のラベルに「農口尚彦研究所」と記載されていることを判読することは困難である。
- d 2018年（平成30年）1月19日（UPDATE）の「婦人画報 2月号」のウェブサイト（甲19）において、「酒造りの神、Xの酒が復活！」の見出しの下に、原告が酒蔵「農口尚彦研究所」の杜氏として復活した旨の紹介記事が掲載された。上記ウェブサイトには、「日本酒」を並べた横に原告が座った写真が掲載されている。一方で、日本酒の銘柄又はブランド名として、「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はなく、また、掲載された「日本酒」の写真から、日本酒の瓶のラベルに「農口尚彦研究所」と記載されていることを判読することは困難である。
- e 2018年（平成30年）2月10日発行の「週刊ダイヤモンド」の「新日本酒紀行」の欄（甲18）において、「85歳の杜氏の新たな挑戦！酒造りで地域と伝統技術を次世代へ」、 「農口尚彦研究所」などの見出しの下

に、「農口尚彦研究所 純米酒 小松市産五百万石」の写真とともに、原告を紹介する記事が掲載された。一方で、日本酒の銘柄又はブランド名として、「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はなく、また、掲載された「日本酒」の写真から、日本酒の瓶のラベルに「農口尚彦研究所」と記載されていることを判読することは困難である。

f 2018年（平成30年）2月10日発行の「MONOマガジン」（甲20）の「今月のもう一杯」の欄において、「日本酒の神様，ふたたび始動！」の見出しの下に、「日本酒」の写真とともに、「肝心の新作については、まずXさんの85回目の誕生日の翌々日，12月26日に本醸造酒を発売。続いて今年1月中旬の「純米酒」…「山廃吟醸酒」，そして「純米酒大吟醸酒」を3月中旬までに発売する予定だ。」などと掲載された。掲載された「日本酒」の写真の下には、「左より「農口尚彦研究所 本醸造酒」五百万石使用，価格3240円（1800ml），「同純米酒」五百万石使用，価格3240円（1800ml），「同 山廃純米酒」五百万石使用，価格2160円（720ml）…「同 純米大吟醸酒」山田錦使用，価格4320円（720ml），8640円（1800ml）」との記載がある。一方で、日本酒の銘柄又はブランド名として「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はなく、また、掲載された「日本酒」の写真から、日本酒の瓶のラベルに「農口尚彦研究所」と記載されていることを判読することは困難である。

g 2018年（平成30年）4月13日の日本経済新聞夕刊（甲17）において、「能登杜氏「四天王」の酒蔵」の大見出し、「石川に「農口尚彦研究所」」，「若手に酒造りを継承」の見出しの下に，酒蔵「農口尚彦研究所」の紹介記事が掲載された。一方で，酒造りをする日本酒の銘柄又はブランドとして「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はない。

h 2018年（平成30年）5月20日発行の雑誌「ひととき 2018・6」の「この熱き人々」の欄（甲109）において，「X 杜氏」のタイトルで，原告及び日本酒の写真とともに，原告の紹介記事が掲載された。掲載された「日本酒」の写真の下には，「純米大吟醸酒。ラベルのデザインも斬新」との記載がある。一方で，日本酒の銘柄又はブランド名として「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はなく，また，掲載された「日本酒」の写真から，日本酒の瓶のラベルに「農口尚彦研究所」と記載されていることを判読することは困難である。

i 2018年（平成30年）5月発行の「月刊専門料理」（甲22）において，「「農口尚彦研究所」本格始動！キーマンによる特別鼎談」の見出しの下に，「日本酒」の写真とともに，原告と人間国宝の陶芸家やアートディレクターとの鼎談が記載された記事が掲載された。掲載された日本酒の写真の下には「記念すべき初リリースとなったラインナップ。左から，「山廃吟醸」（1800ml，5，400円），「山廃純米」（同 4，320

- 円)、「本醸造」(同 3, 240円,「純米」(同 3, 240円),「純米大吟醸」(同 8, 640円)」との記載がある。一方で,日本酒の銘柄又はブランド名として,「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はなく,また,掲載された「日本酒」の写真から,日本酒の瓶のラベルに「農口尚彦研究所」と記載されていることを判読することは困難である。
- j 2018年(平成30年)5月発行の「SMBCマネジメント」の「人を育てる」の欄(甲21)において,「酒造りがしたい」という情熱と相手に合わせる心を大切に」の見出しの下に,原告の名を冠した酒蔵,株式会社農口尚彦研究所が設立され,杜氏に就任にした経緯等に関する原告のインタビューが掲載された。一方で,日本酒の銘柄又はブランド名として,「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はない。
- k 「京橋もと」の「2018-05-08」のブログ(甲116)において,「農口尚彦研究所 山廃純米酒 無濾過生原酒」と付記した写真とともに,「2017年石川県小松市に「農口尚彦研究所」が誕生し日本酒業界はX杜氏2年ぶりの復活に沸き立ちました。」などと掲載された。一方で,掲載された「日本酒」の写真から日本酒の瓶のラベルに「農口尚彦研究所」と記載されていることを判読することは困難である。
- l 2018年(平成30年)8月11日の北陸中日新聞のウェブサイト(甲24)において,「「農口」世界へ飛び立つ ANA国際線で酒提供」の見出しの下に,日本酒の写真とともに,「「酒造りの神様」と呼ばれるXさん(85)が杜氏(とうじ)を務める石川県小松市の酒造会社,農口尚彦研究所の日本酒が今秋から,全日空の国際線ファーストクラスなどの機内食メニューに通年で採用される。」「全日空によると…通常,3カ月ごとに各地の日本酒を入れ替えるが,通年での採用は極めてまれ。」などと掲載された。一方で,掲載された「日本酒」の写真から日本酒の瓶のラベルに「農口尚彦研究所」と記載されていることを判読することは困難である。
- m 2018年(平成30年)9月8日の中日新聞のウェブサイト(甲15)において,「Xさん 酒造りの情熱伝える あす27時間テレビ出演 石川テレビ」の見出しの下に,「小松市観音下町の酒造会社,農口尚彦研究所で杜氏(とうじ)を務めるXさん(85)が,九日に…フジテレビ制作の「二十七時間テレビ」に,食にまつわる名人の一人として出演する。」などと掲載された。一方で,酒造りをする日本酒の銘柄又はブランド名として,「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はない。
- n 2018年(平成30年)12月21日発行の雑誌「東京カレンダー」(甲113)の「大人の初デート。」の記事において,女性が「日本酒リストを見ては「農口尚彦研究所がある!」と喜び,どうやら本当に日本酒好きのようだ。」などと掲載された。
- o 2019年(平成31年)1月1日発行の「致知 2月号」(甲112)において,「最高の味を求め続けて」の大見出し,「酒造りの神様,その飽

くなき挑戦」の見出しの下に、「「酒造りの神様」「伝説の杜氏」と称されるX氏、八十六歳。十六歳で修行に入り、この道一筋七十年になる現代の名工だ。全国新酒鑑評会で連続十二回を含め、計二十七回の金賞受賞歴を誇り、その味を求めるファンは後を絶たない。」、「それで二年間のブランクを経て、二〇一七年十一月に完成した「農口尚彦研究所」というこの酒蔵で新たな挑戦をスタートしました。」（48頁）などのインタビュー記事が掲載された。一方で、日本酒の銘柄又はブランド名として、「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はない。

p 2019年（令和元年）7月23日（更新日）の星野リゾートのウェブサイト（甲115）において、「日本酒の神様「X」杜氏の酒造りに酔いしれる」の見出しの下に、原告及び「日本酒」の写真とともに、「日本酒を極め続けてきた「能登杜氏（とうじ）」Xが造る酒。それは、名だたる高級料理店をはじめ、最近では海外からの人気も高い、石川県の銘酒です。」、「2017年、石川県小松市に完成した合理的で先駆的な酒蔵「農口尚彦研究所」が発信する、濃醇な酒の魅力と新たな日本酒の世界観をご紹介します。」などと掲載された。掲載された「日本酒」の写真の下には、「左から「大吟醸」8,640円、山廃（やまはい）シリーズ「五百万石」5,400円、同「愛山」5,400円、同「美山錦」5,400円、全て720ml」と記載されている。一方で、日本酒の銘柄又はブランド名として、「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はなく、また、掲載された「日本酒」の写真から日本酒の瓶のラベルに「農口尚彦研究所」と記載されていることを判読することは困難である。

q 2019年（令和元年）9月12日発行の「GOOD AGING BOOK 2019」（甲91）において、「株式会社農口尚彦研究所 杜氏X」、「喜ばれる日本酒造りに生きる「農口尚彦研究所」で復活した杜氏人生」の見出しの下に、「第17回グッドエイジャー賞」を受賞した原告の紹介記事が掲載された。一方で、日本酒の銘柄又はブランド名として、「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はない。

r 2019年（令和元年）9月25日発行の雑誌「Forbes 2019 11月号」（甲114）の「美酒のある風景」の欄において、「Noguchi Naohiko Sake Institute YAMAHA I AIYAMA 伝説の杜氏Xが挑む、渾身の食中酒」との見出しの下で、「日本酒」の写真とともに、原告及び「農口尚彦研究所 山廃 愛山」の紹介記事が掲載された。一方で、日本酒の銘柄又はブランド名として、「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はなく、また、上記日本酒の写真には、「の」の文字をモチーフにした図形などを配したラベルが貼付されているが、「農口尚彦研究所」の文字を縦書きで書してなる文字が記された短冊状のラベルの貼付はない。

s 2020年（令和2年）1月29日の北陸中日新聞（甲93）において、

「酒に合う 創作料理に舌鼓」, 「小松 農口研究所で催し」の見出しの下に, 日本酒に合う創作料理を楽しむ催しが酒造会社「農口尚彦研究所」で行われた旨の記事が掲載された。一方で, 日本酒の銘柄又はブランド名として, 「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はない。

- t 2020年(令和2年)2月10日のANA(全日空)のウェブサイト(甲89)の「ANA NEWS」のウェブページにおいて, 「ANA日本酒セレクションの新たな銘柄を決定」の見出しの下に, 「ANAは, 2020年3月より機内およびラウンジにてご提供する日本酒セレクションの新たな銘柄を決定しました。今回の日本酒セレクションは…25都府県※1の46銘柄を選定し…人気の「農口尚彦研究所」に加え, 「而今」, 「醸し人九平次」…など長年にわたり多くの方々から愛されてきた希少性の高い銘柄を取り揃えました。」などと掲載された。
- u 2020年(令和2年)2月29日の北陸中日新聞(甲94)において, パンと日本酒を手を持つ食パン店の社長の写真とともに, 金沢市の食パン店「新出製パン所」と小松市の酒造会社「農口尚彦研究所」がコラボし, 生地に酒かすを加えた食パンが販売される旨の記事が掲載された。一方で, 日本酒の銘柄又はブランド名として, 「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はなく, また, 掲載された写真から日本酒の瓶のラベルに「農口尚彦研究所」と記載されていることを判読することは困難である。
- v 2020年(令和2年)4月16日の三井住友信託銀行のウェブサイトの「三井住友信託スペシャル対談シリーズ」(甲90)において, 原告及び俳優のAの写真とともに, Aが原告にインタビューする対談記事が掲載された。掲載された写真には, 対談者の後方に「日本酒」の瓶が並べられている。一方で, 日本酒の銘柄又はブランド名として「農口尚彦研究所」が用いられることを示す記載はなく, また, 掲載された写真から日本酒の瓶のラベルに「農口尚彦研究所」と記載されていることを判読することは困難である。
- w 2020年(令和2年)4月17日(更新日時)の日本酒のロコミサイト「SAKETIME」(甲88)の「石川の日本酒ランキング2020」の欄において, 「1位 農口尚彦研究所」として「「農口尚彦研究所」は, X杜氏の酒づくりの技術や精神を次世代に継承すべく2017年新設された石川県の酒蔵だ。X杜氏は”酒造りの神様“の異名をもち, 能登杜氏四天王として数えられる日本最高峰の醸造家の一人…」と記されたロコミが掲載された。

## イ 検討

原告は, 「農口尚彦研究所」の日本酒は, 日本酒評価サイトである「SAKETIME」の石川の日本酒ランキング2020において, 第1位を獲得したこと, ANAの国際線ファーストクラスにおいて, 2018年(平成30年)から継続して「農口尚彦研究所」の日本酒が提供されていること, このほか,



様々な著名雑誌や全国放送のテレビ等においても、原告のみでなく、「農口尚彦研究所」も、北陸を代表する酒蔵として紹介されていることなどからすると、原告自身の名はもちろん、原告の手による「農口尚彦研究所」の日本酒及びその日本酒を販売する「農口尚彦研究所」の名称も、需要者の間で広く認識されており、引用商標は、本件審決時において、原告の業務に係る商品「日本酒」を表示するものとして、周知又は著名であったといえるから、これを否定した本件審決の認定は誤りである旨主張するので、以下において判断する。

(ア) 引用商標は、別紙2に示すとおり、「農口尚彦研究所」の文字を縦書きの楷書体で書してなるものである。

商品「日本酒」は、嗜好品であり、その需要者は、一般消費者であるから、引用商標が周知であるというためには、需要者である一般消費者の間で、引用商標が原告の業務に係る「日本酒」を表示するものとして広く認識されている必要がある。

(イ) そこで検討するに、前記アの認定事実によれば、原告が杜氏を務める株式会社農口尚彦研究所は、平成29年12月頃から、引用商標を付した日本酒（「農口尚彦研究所」の日本酒）を継続して販売し、本件審決時（審決日令和2年3月27日）までの販売期間は約1年5か月であることが認められる。一方で、引用商標を付した日本酒の販売数量、売上金額、市場占有率等についての立証はなく、引用商標を付した日本酒の販売実績を認めるに足りる証拠はない。

(ウ) 次に、前記ア(エ)の雑誌、新聞、ウェブサイト等には、原告について、「酒造りの神様・X杜氏の復活!」、「酒造りの神、Xの酒が復活!」、「日本酒の神様、ふたたび始動!」、「酒造りの神様」「伝説の杜氏」と称されるX氏などと掲載され、原告が平成29年から酒蔵「農口尚彦研究所」で杜氏として酒造りを再開したことが紹介されていること、引用商標を付した日本酒が、2018年（平成30年）から、ANAの国際線ファーストクラスの機内で提供される「日本酒セレクション」に採用されていること、令和2年にもANAのウェブサイトで人気の銘柄として紹介されていることが認められる。

もともと、上記雑誌、新聞、ウェブサイト等においては、「農口尚彦研究所」は、原告が杜氏を務める酒蔵として紹介されており、上記ANAのウェブサイトを除き、日本酒の銘柄又はブランド名として、「農口尚彦研究所」が用いられることを明確に示す記載はない。また、日本酒が掲載された写真についても、当該写真から「農口尚彦研究所」と表示されていることを判読することは困難である。

加えて、前記ア(エ)の雑誌、新聞、ウェブサイト等における原告の紹介記事等によれば、原告の氏名である「X」は、日本酒の銘柄等に関心の高い日本酒愛好家の間では知名度が高かったものといえるが、嗜好やこだわり等も様々な一般消費者の間において、広く知られていたとまで認めることはでき

ない。

以上によれば、前記ア(エ)の雑誌、新聞、ウェブサイト等の掲載状況から、本件審決時において、酒蔵「農口尚彦研究所」及び「農口尚彦研究所」の日本酒は、日本酒の銘柄等に関心の高い日本酒愛好家の間では、相当程度認識されていたものと認められるものの、一般消費者の間で広く認識されていたものと認めることはできず、ましてや、引用商標が原告の業務に係る商品「日本酒」を表示するものとして、広く認識されていたものと認めることはできない。他にこれを認めるに足りる証拠はない。

(エ) 以上によれば、引用商標は、本件審決時において、原告の業務に係る商品「日本酒」を表示するものとして、需要者の間で広く認識されていたものと認めることはできないから、原告の前記主張は採用することができない。

## (2) 本件使用商標 1 及び 2 と引用商標の類否について

ア 本件使用商標 1 及び 2 について

(ア) a 被告が平成 26 年から別紙 1 記載の使用例 1 又は使用例 2 記載のラベルを瓶に貼付した「農口」の銘柄の日本酒の販売を開始したことは、前記(1)ア(イ)のとおりである。

使用例 1 のラベルには、草書体の縦書きの「農口」の文字（本件使用商標 1）が、使用例 2 のラベルには、楷書体の「農口」の文字（本件使用商標 2）が、それぞれ大きく表示され、「農口」の文字の左側に「杜氏 X」の文字及び「X」の落款が表示されている。

しかるところ、本件使用商標 1 及び 2 の「農口」の文字は、他の文字部分等から明確に分離して観察することができるから、独立した商品の出所識別標識として認識することができる。

b 本件使用商標 1 及び 2 は、その構成文字に応じてそれぞれ「ノグチ」又は「ノウグチ」の称呼を生じる。

また、「農口」の語は、特定の意味を有しない造語として認識されると解されるので、本件使用商標 1 及び 2 からは特定の観念を生じない。

(イ) これに対し原告は、日本酒の世界において原告の名は周知又は著名であること、「農口」が名杜氏である「X」を示すことは、小売店及び日本酒ファンの間では常識であることからすると、本件使用商標 1 及び 2 を本件商標の指定商品中の「日本酒」に付した場合、本件使用商標 1 及び 2 から名杜氏 X の観念が生じる旨主張する。

しかしながら、前記(1)イ(ウ)認定のとおり、原告の氏名である「X」は、日本酒の銘柄等に関心の高い日本酒愛好者の間では知名度が高かったものといえるが、嗜好やこだわり等も様々な一般消費者の間において、広く知られていたものと認められない。

また、原告や酒蔵「農口尚彦研究所」を紹介する前記(1)ア(エ)の各記事等では、原告は「X」のフルネームで紹介されるものがほとんどであり、「農口」と紹介されているのは、「X」世界へ飛び立つ ANA 国際線で

酒提供」，「Xさん 酒造りの情熱伝える」(1)ア(エ)1, m)の2つにとどまっていることに照らすと，日本酒の銘柄にある程度詳しい需要者層においても，単なる「農口」との表示から名杜氏である「X」の観念が生じるものとは認められない。

したがって，原告の上記主張は採用することができない。

#### イ 引用商標について

(ア) 引用商標は，楷書体で「農口尚彦研究所」の文字を縦書きしてなるものである。

引用商標は，同書，同大，同間隔の文字で一連に縦書きで表記されたものであり，全体が1つのまとまりある標章として認識されるから，その全体からよどみなく一連のものとして「ノグチナオヒコケンキュウジョ」又は「ノウグチナオヒコケンキュウジョ」の称呼が生じる。

そして，引用商標からは「Xの研究所」ないし「Xを研究する研究所」の観念を生じる。

(イ) これに対し原告は，引用商標の「農口尚彦研究所」は原告の名に普通名称である「研究所」を付しただけのものであるから，引用商標の構成中，「農口」又は「農口尚彦」の部分が要部に当たり，引用商標を日本酒に付した場合には，引用商標から名杜氏Xの観念が生じる旨主張する。

しかしながら，前記(1)イ(ウ)認定のとおり，原告の氏名である「X」は，日本酒の銘柄等に関心の高い日本酒愛好者の間では知名度が高かったものといえるが，嗜好やこだわり等も様々な一般消費者の間において，広く知られていたものと認められないことに照らすと，引用商標が日本酒に使用された場合，引用商標の構成中の「農口尚彦」の文字部分が，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ものとは認められない。また，「研究所」の語は，研究がされる場を意味する普通名詞であるが，日本酒の分野においてありふれたものであるとはいえず，引用商標の構成中の「研究所」の文字部分に出所識別標識としての称呼又は観念が生じないということもできない。

したがって，引用商標から「農口尚彦」の文字部分を要部として抽出することはできないから，原告の上記主張は，その前提において理由がない。

#### ウ 類否について

本件使用商標1及び2と引用商標を対比すると，本件使用商標1及び2はそれぞれ「農口」の漢字2字から構成されるのに対し，引用商標は，「農口尚彦研究所」の漢字7字から構成されるから，本件使用商標1及び2と引用商標は，外観が異なる。

また，本件使用商標1及び2からそれぞれ「ノグチ」又は「ノウグチ」の称呼が生じるのに対し，引用商標から「ノグチナオヒコケンキュウジョ」又は「ノウグチナオヒコケンキュウジョ」の称呼が生じるから，本件使用商標1及び2と引用商標は，称呼が異なる。

本件使用商標 1 及び 2 からは特定の観念が生じないのに対し、引用商標からは「Xの研究所」ないし「Xを研究する研究所」の観念が生じるから、両者は観念においても相違する。

そうすると、本件使用商標 1 及び 2 と引用商標は、外観及び称呼が異なり、観念においても相違することからすると、本件使用商標 1 及び 2 と引用商標が本件商標の指定商品中の「日本酒」に使用された場合、その出所について誤認混同を生ずるおそれがあるものと認められないから、本件使用商標 1 及び 2 が引用商標に類似する商標であると認められない。

#### エ 原告の主張について

原告は、①日本酒については、同一銘柄であっても、醸造方法、グレード、原料等や価格帯が異なる商品が多数流通している実情があり、商品名（銘柄）そのものに加え、ラベルから読み取れる様々な情報が顧客吸引力を有するといえるから、日本酒における使用商標は、商品のラベルのデザイン全体であると考えるのが合理的である、②本件使用商標 1 及び 2 のラベルは、別紙 1 記載のとおり、ラベルの色や背景に差異はあるものの、中央に「X」又は「杜氏 X」の観念を生じさせる「農口」の表示があり、左側に「杜氏 X」の文字及び「X」の落款がある、本件使用商標 1 及び 2 のラベルにおいては、「農口」の文字が要部であり、「杜氏 X」の文字が記載されていることも相まって、「杜氏 X」の名が印象付けられる、③したがって、引用商標を付した商品のラベル全体と本件使用商標 1 及び 2 のラベル全体を対比すると、両商標は、類似の商標に該当する旨主張する。

しかしながら、本件使用商標 1 及び 2 の「農口」の文字は、別紙 1 記載の使用例 1 及び 2 のとおり、ラベルの中央に大きく表示され、他の文字部分等から明確に分離して観察することができ、独立した商品の出所識別標識として認識することができること（前記ア(ア) a）に照らすと、本件使用商標 1 及び 2 と引用商標の類否を判断するに当たり、引用商標を付した商品のラベル全体と本件使用商標 1 及び 2 のラベル全体を対比すべき理由はない。

したがって、原告の上記主張は採用することができない。

#### (3) 出所の混同について

原告は、引用商標は、周知又は著名な商標であり、本件使用商標 1 及び 2 は引用商標と類似の商標であって、被告が本件使用商標 1 及び 2 を本件商標の指定商品の「日本酒」に使用した場合、原告及び「農口尚彦研究所」と組織的又は経済的な関係を有する者の業務に係る商品と混同を生じさせるおそれがあるばかりでなく、現実原告及び「農口尚彦研究所」の業務に係る商品と混同を生じているから、被告による本件使用商標 1 及び 2 の使用は、商標法 5 1 条 1 項に該当し、これと異なる本件審決の判断は誤りである旨主張する。

しかしながら、引用商標は、本件審決時において、原告の業務に係る商品「日本酒」を表示するものとして、需要者の間で広く認識されていたものと認められないこと、本件使用商標 1 及び 2 と引用商標が類似するものと認められ

ないことは、前記(1)及び(2)のとおりであるから、原告の上記主張は、その前提において、採用することができない。

## 2 品質の誤認についての判断の誤りについて

原告は、需要者は、本件使用商標1及び2を使用した被告の日本酒を原告の手による日本酒であるとの誤解の下で購入しており、商品の品質の誤認も生じているから、被告による本件使用商標1及び2の使用が、品質の誤認を生ずるものであり、これを否定した本件審決の判断は誤りである旨主張する。

そこで検討するに、商標法51条1項という「商品の品質」には、商品が日本酒（清酒）の場合、原料、製造方法等の違いによって分類される特定名称や特定の杜氏が関与して製造された商品であることを含むものと解される。

しかるところ、前記1(2)ア(ア)bのとおり、本件使用商標1及び2から、特定の観念を生じるものではなく、原告の観念を生じるものでもないから、本件使用商標1及び2を付した日本酒を原告が杜氏として製造した日本酒であるとの誤認を生じさせるものと認めることはできない。

もっとも、被告の日本酒の瓶に貼付されたラベルには、別紙1記載の使用例1及び2のとおり、本件使用商標1又は2の左側に「杜氏 X」の表示があること（前記1(2)ア(ア)a）に鑑みると、上記ラベルに接した需要者は、「杜氏X」の表示から原告が杜氏として酒造りをした日本酒であると認識するものと認められるが、そのことは、「杜氏 X」の表示から生じる認識であって、本件使用商標1及び2自体から生じた認識あるいは誤認であるということとはできない。

したがって、原告の上記主張は採用することができない。

## 3 小括

以上によれば、被告が本件商標と類似する本件使用商標1及び2をその指定商品に使用して商品の品質の誤認又は原告の業務に係る商品と混同を生ずるものをしたということとはできないから、被告の故意の有無について判断するまでもなく、被告による本件使用商標1及び2の使用は、商標法51条1項に該当するものと認めることはできない。

したがって、これと同旨の本件審決の判断に誤りはないから、原告主張の取消事由は、理由がない。

## 結 論

以上のとおり、原告主張の取消事由は理由がなく、本件審決にこれを取り消すべき違法は認められない。

したがって、原告の請求は棄却されるべきものである。

## 【論 評】

1. 原告Xは、被告会社の有する登録商標に係る商標権に対し、商標権者が故意に指定商品に係る日本酒について、①（別紙1）の使用例1と使用例2記載の草書体または楷書体で「農口」の文字を縦書きしてなる商標とは、外観において類

似し、「ノウグチ」又は「ノグチ」の称呼を共通にするものであるから、観念において比較できないとしても、類似の商標と認められること、また②引用商標は「農口尚彦研究所」の文字を縦書きの楷書体で書しながら、両商標は非類似の商標であり、類似性が高いとはいえないし、また原告（請求人）は、原告自身が著名な杜氏であることを前提に引用商標も著名であると主張するのみであり、原告が提出した主張及び証拠によっては、引用商標が原告の業務に係る商品の出所を表示するものとして周知性を有するものとは認められないから、被告が本件使用商標1と2を本件商標の指定商品に使用したとしても、引用商標を想起することはできないから、被告による本件使用商標1と2の使用が品質の誤認を生ずるものであるということとはできない、と認定されたのである。

また、本件使用商標1と2を指定商品に使用しても、原告の業務に係る商品と混同を生じさせるおそれはないから、被告が原告の業務に係る商品の混同を生じさせることを認識していたといえる事情を見い出せないから、被告による本件商標1と2の使用について、被告の故意に本件商標と類似する本件使用商標1と2をその指定商品に使用して商品の品質の誤認又は原告の業務に係る商品と混同を生ずるものとしたいということとはできないから、本件商標の商標登録を同項の規定によって取り消すことはできない、と判断されたのである。

2. したがって、特許庁における審決は、裁判所においても承認され、原告による登録取消審決の請求は棄却されたのである。

それにしても、原告が商標法51条1項の規定を適用して登録商標を取り消すためには、引用商標がその外観、称呼、観念において登録商標と類似することによって、需要者が商品出所を誤認し、原告商標の商品を混同したり、商品の品質を誤認したりすることについて立証しなければならないのであるが、本件にあってはその立証が不明に終わったことから請求棄却の判決となった次第である。

〔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26年11月4日 (2014. 11. 4)  
【公報種別】商標公報  
(111) 【登録番号】商標登録第5707382号 (T5707382)  
(151) 【登録日】平成26年10月3日 (2014. 10. 3)  
(541) 【登録商標 (標準文字)】

農口

- (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33類 日本酒, 洋酒, 果実酒, 酎ハイ, 中国酒, 薬味酒

【国際分類第10版】

- (210) 【出願番号】商願2014-41284 (T2014-41284)  
(220) 【出願日】平成26年5月23日 (2014. 5. 23)  
(732) 【商標権者】

【識別番号】514128951

【氏名又は名称】農口酒造株式会社

【住所又は居所】石川県能美市末寺町イ42番地

(740) 【代理人】

【識別番号】100088133

【弁理士】

【氏名又は名称】宮田 正道

(740) 【代理人】

【識別番号】100173989

【弁理士】

【氏名又は名称】水野 友文

【法区分】平成23年改正

【審査官】大淵 敏雄

(561) 【称呼 (参考情報)】ノグチ、ノークチ、ノーコー

【検索用文字商標 (参考情報)】農口

【類似群コード (参考情報)】

第33類 28A01、28A02、28A03、28A04

(別紙 1)  
【使用例 1】

本件使用商標 1 及び 2



【使用例 2】



(別紙 2)

引用商標の例 (甲 9 の 3 枚目)

