

出願商標「喜多方ラーメン」拒絶審決取消請求事件：知財高裁平成 21(行ケ)10433・平成 22 年 11 月 15 日(2 部)判決 請求棄却

### 【キーワード】

商標法 7 条の 2，地域団体商標，需要者間の周知性，地域名を表示した既登録商標

### 【事案の概要】

本件は，地域団体商標としての下記本願商標の登録出願の拒絶査定を不服とする審判請求を、成り立たないとした審決に対する取消請求訴訟である。

争点は，本願商標がその指定役務に使用された結果，出願人である原告又はその構成員の業務に係る役務を表示するものとして，需要者の間に広く認識されているか否かである。

### 【本願商標】

「喜多方ラーメン」（標準文字）

（指定役務）

第 4 3 類「福島県喜多方市におけるラーメンの提供」

#### 1 特許庁における手続の経緯

原告は，平成 1 8 年 4 月 1 日，指定商品及び指定役務を第 3 0 類「福島県喜多方市産のラーメンのめん，福島県喜多方市産の即席ラーメン」及び第 4 3 類「福島県喜多方市における又は福島県喜多方市を発祥地とするラーメンの提供」とし，商標法 7 条の 2 の地域団体商標として，本願商標の登録出願をし，その後，平成 1 9 年 5 月 2 5 日までに複数回の手続補正を行って，その指定商品を削除し，指定役務を第 4 3 類「福島県喜多方市におけるラーメンの提供」に減縮したが，平成 2 0 年 3 月 3 1 日，本願商標は，商標法 7 条の 2 第 1 項の要件を具備しないとの理由で，拒絶査定を受けた。

そこで，原告は，平成 2 0 年 5 月 7 日，特許庁に対し，拒絶査定につき不服の審判請求をしたところ，特許庁はこれを不服 2 0 0 8 - 1 1 4 6 1 号事件として審理した上で，平成 2 1 年 1 1 月 1 2 日，「本件審判の請求は，成り立たない。」との審決をした。以下において条文のみを掲げるときは，商標法を指すものとする。

#### 2 審決の理由の要点

「本願商標は，これが使用をされた結果、原告又はその構成員の業務に係る役務を表示するものとして，例えば，福島県及びその隣接県に及ぶ程度の需要

者の間に広く認識されているものということとはできない。」「したがって、本願商標は、7条の2第1項の要件を具備しないものであるから、これを理由に本願を拒絶した原査定は、妥当であって、取り消すことはできない。」

## 【判 断】

### 1 取消事由1（7条の2第1項の解釈の誤り）について

(1) 原告は、前記のとおり、被告における7条の2第1項の解釈及び同項の登録要件の判断基準には誤りがあると主張するが、その要点は、地域団体商標（7条の2）の制度は地域振興等を目的として創設されたもので、3条2項の登録要件を緩和したものであるから、7条の2第1項にいう「使用をされた結果自己又はその構成員に係る商品又は役務を表示するものとして需要者の間に広く認識された」は、需要者において、当該商標が使用された商品ないし役務が、誰の業務に係るものか全く判然としないものではないという意味で、一定の団体又はその構成員の業務に係るものであることが広く認識されていれば足り、当該商標から生産・提供される地域（産地）の識別ができる程度であれば十分であって、特定の者である出願人又はその構成員の業務に係る商品ないし役務に係るものであることまで広く認識されている必要はない、というものである。

(2) 7条の2が定める地域団体商標の制度が設けられたのは、その立法経緯にかんがみると、地域の産品等についての事業者の信用の維持を図り、地域ブランドの保護による我が国の産業競争力の強化と地域経済の活性化を目的として、いわゆる「地域ブランド」として用いられることが多い地域の名称及び商品ないし役務の名称等からなる文字商標について、登録要件を緩和する趣旨に出たものである。すなわち、上記のとおり地域の名称と商品ないし役務の名称等からなる文字商標については、従前、3条1項各号に該当するとして、使用による識別力を獲得し、3条2項の要件を満たさない限り登録が認められず、全国的に相当程度知られるようになるまでは他人の便乗使用を排除できず、また図形入りの商標の登録を受けるのみでは他人による文字部分の便乗使用を有効に排除できないという不都合等があったのを、これらの不都合を解消して上記のとおり地域の名称と商品ないし役務の名称等からなる文字商標の登録を許容して、地域の産品等についての事業者の信用の維持等を実現する趣旨のものである。

そして、1項柱書で、当該「商標が使用をされた結果自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されている」ことが要求されているのは、上記のとおり地域の名称と商品ないし役務の名称等からなる文字商標である地域団体商標の登録をすると、構成員

でない第三者による自由な商標（表示，名称）の使用が制限されることとなるので，かかる制限をしてまでも保護に値する程度にまで，出願人たる団体の信用が蓄積されている商標であるか否かを峻別するためであり，あるいは構成員でない第三者による便乗使用のおそれが生じ得る程度に，出願人たる団体の信用が蓄積されている商標であるか否かを峻別するためであると解することができる。

この点，1項柱書にいう，「商標が使用をされた結果自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されている」こととの要件につき，原告は，前記(1)のとおり主張する。

なるほど，3条2項で同条1項各号で登録できないとされている商標が，使用により登録が認められるとしても，「何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができるもの」との要件，すなわち識別力を発揮できるまでの程度の要件を充たさなければならないのに対し，7条の2第1項柱書では，使用により「自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されている」との要件を充たすことを要件としており，前記の地域団体商標の立法経緯を踏まえてみると，後者の要件は前者の要件を緩やかにしたものと解するのが相当ということになる。

しかし，この要件緩和は，識別力の程度（需要者の広がりないし範囲と，質的なものすなわち認知度）についてのものであり，当然のことながら，構成員の業務との結び付きでも足りるとした点において3条2項よりも登録が認められる範囲が広がったのは別としても，後者の登録要件について，需要者（及び取引者）からの当該商標と特定の団体又はその構成員の業務に係る商品ないし役務との結び付きの認識の要件まで緩和したものではない。

この登録要件は法律の解釈上導かれるものであり，立法経過や立法趣旨にも反するものではない。

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) 以上のとおり，審決の7条の2第1項の解釈に誤りはなく，「使用をされた結果自己又はその構成員に係る商品又は役務を表示するものとして需要者の間に広く認識された」との要件の充足の有無を判断するに際して，審決が説示したとおり，実際に使用している商標及び役務，使用開始時期，使用期間，使用地域，当該営業の規模（店舗数，営業地域，売上高等），広告宣伝の方法及び回数，一般紙，雑誌等の掲載回数並びに他人の使用の有無等の事実を総合的に勘案するのが相当である。

したがって，原告が主張する取消事由1は理由がない。

- 2 取消事由2（7条の2第1項該当性の判断の誤り）について

(1) 審決は、次のアないしオの各事情を総合勘案して、原告又はその構成員が「喜多方ラーメン」の文字を使用し、喜多方市内においてラーメンの提供を行うとともに、指定役務「喜多方市におけるラーメンの提供」に関する広告宣伝活動を積極的に行っていたものであるが、「喜多方ラーメン」の文字に接する需要者が、原告又は構成員の業務に係る役務を表示するものとして認識するとは限らず、これが使用をされた結果原告又はその構成員の業務に係る役務を表示するものとして、例えば、福島県及びその隣接県に及ぶ程度の需要者の間に広く認識されているものということとはできないと判断した。

ア 喜多方市では、市内に多数存在する蔵の見学を目当てにした観光客が増え始めた最中の昭和57年ころから、喜多方市役所の商工観光課が中心となって、積極的に喜多方市内におけるラーメンの提供を紹介するようになり、テレビ番組で放映されたり、雑誌に掲載されたりした結果、昭和60年代前半には、多数の観光客が喜多方市を訪れて、市内の蔵を観光するとともに、ラーメンを食べるようになった。これにより、喜多方市は「蔵のまち」とともに「ラーメンのまち」として全国的に広く知られるようになり、この状況はその後も続いている。

イ 原告は、昭和62年に喜多方市役所の商工観光課が仲介役となって市内のラーメン店46店及び製麺業者が設立した「老麺会」、その後市内のラーメン店75店及び製麺業者9社によって再発足した「喜多方老麺会」をその前身として、平成17年に設立された協同組合である。上記「老麺会」は昭和62年ころから市内のラーメン店が記載された地図である「ラーメンマップ」を作成して観光客などに配布し、原告も平成17年ころから同趣旨の地図である「老麺会マップ」を作成して観光客などに配布しているが、後者の地図には「喜多方ラーメン」の文字が記載されている。また、原告は、平成17年以降、自らイベント「喜多方ラーメン食べ歩き大会」を開催したり、「蔵のまち喜多方冬まつり」に参加したり、各種の「ラーメンの提供」に関する広告宣伝活動を行ったりした。原告のこれらの活動は、新聞や雑誌に多数記載されたり、テレビ番組で取り上げられたりしている。

ウ 原告には、平成19年1月時点で、喜多方市内のラーメン店等46店が加入しており（甲91では47店）、原告が提出する上申書では、平成18年において、原告に加入するラーメン店に対する製麺業者からのラーメンの麺の供給量が全体の78.1%（177.3万食）に上るとされている（ただし、審決は、この供給量から、原告の構成員と構成員以外の者の営業の規模を判断することはできないとしている。）。

しかし、「喜多方市内のラーメン店」（甲91）では、喜多方市内のラ

ーメン店（通し番号で124店）中，原告の会員とされているのは47店であり，「喜多方市内のラーメン店」（甲100）でも，喜多方市内のラーメン店（通し番号で125店）中，原告の会員とされているのは44店である。

そうすると，喜多方市内でラーメンを提供する店のうち，原告に加入しているものは半数に満たない。

エ 喜多方市外で業務を行う事業者である「喜多方ラーメン蔵」等は「喜多方ラーメン」の文字を店舗の看板，メニューに使用して，ラーメンの提供を行っている。

他方，喜多方市内でラーメンの提供を行っているが，原告に加入していない「食堂はせ川」等は，新聞や雑誌等にその紹介記事が掲載される等している。

オ 喜多方市外でラーメンの提供を行う株式会社アールシーフードシステムは，「会津喜多方ラーメン\蔵太鼓」の構成を有する商標の登録を受け，これを業務に使用してチェーン店「喜多方ラーメン蔵太鼓」を運営しており，このほかにも同様に「喜多方ラーメン」の文字を含む商標の登録を受けている喜多方市外の事業者が複数存在する。

(2)ア 原告は，上記各事実のうち，ウの喜多方市内のラーメン店に占める原告の構成員の割合を争うので，かかる割合につき判断するに，甲第91，100号証に記載された前記事実に加えて，証拠及び弁論の全趣旨によれば，次のとおりの事実が認められる。

(ア) 昭和63年1月1日発行の旅行雑誌「旅の手帖」（弘済出版社），平成2年5月26日発行の週刊誌「微笑」（祥伝社），平成6年5月17日発行の情報誌「オレンジページ」，平成11年11月9日発行の情報誌「Tokyo Walker」，平成17年発行の観光情報誌「まっふる福島会津・郡山・いわき2005」（昭文社），平成17年発行の観光情報誌「まっふる東北'05-'06」（昭文社），平成20年発行の観光情報誌「マップルマガジン会津・磐梯2008」には，喜多方ラーメンに関する記事が掲載されているが，これらの記事中では，原告の構成員のラーメン店と並んで原告の構成員でない（ただし，審決当時。以下同じ。）ラーメン店である，A食堂，B，Cのいずれか1店あるいはその複数店が紹介されている（甲53，54，58，121，123，124ないし126）。

また，平成17年発行の旅行雑誌「関西じゃらん2005年No.11」（リクルート）の東北旅行に関する記事でも，原告の構成員でないA食堂が喜多方ラーメンの代表的店舗として紹介されている（甲56）。

- (イ) 平成5年ないし6年ころに発行された観光情報誌「エンジョイするば  
磐梯・猪苗代」中には、原告の前身である「老麺会」に加入している喜  
多方市内のラーメン店が74店ある旨の記載(103頁)がある(甲4  
9)。
- (ウ) 平成10年6月に発行された喜多方市の歴史書である「喜多方市史」  
中には、喜多方市内のラーメン店が平成7年には140店に達した旨の  
記載(89頁)がある(甲2)。
- (エ) 平成13年5月25日のスポーツ報知には、喜多方市のラーメン店に  
関する記事が掲載されているが、その中に、喜多方市観光協会の担当者  
の話として、当時、喜多方市内のラーメン店が120店に上る旨の記載  
があり、またそのうち原告の前身である「蔵のまち喜多方老麺会」に加  
入している店舗が61店に上る旨の記載がある(甲5)。
- (オ) 平成14年12月22日の河北新報には、「喜多方ラーメンの祖潘欽  
星」と題する喜多方ラーメンの興隆に関する特集記事が掲載されてい  
るが、その中に、喜多方市内にラーメン店が約130店ある旨の記載があ  
る(甲11)。
- (カ) 平成17年3月31日の朝日新聞には、喜多方ラーメンに関する記事  
が掲載されているが、その中に、喜多方市内のラーメン店は約120店  
に上り、原告の前身である「蔵のまち喜多方老麺会」に加入している店  
舗が56店に上る旨の記載がある(甲8)。また、同年7月4,5日,  
9月6,26日の福島民報等には、喜多方ラーメン食べ歩き大会に関す  
る記事が掲載されているが、その中に、原告の前身である「蔵のまち喜  
多方老麺会」に加入している店舗が54店に上る旨の記載がある(甲2  
3,25,30,32,33)。
- なお、同年6月5日の福島民友会津版の喜多方ラーメン大会に関する  
記事及び同年8月18日の毎日新聞の喜多方市に関する記事でも、喜多  
方市内にラーメン店が120店程度ある旨が記載されている(甲9,2  
0)。
- (キ) 原告ないしその前身である「蔵のまち喜多方老麺会」は、喜多方市内  
のラーメン店を記載した地図である「喜多方ラーメンマップ」を作成し  
たが、この地図には原告の構成員であるラーメン店が22店記載され、  
原告の構成員でないA食堂等のラーメン店が13店記載されている(合  
計35店,甲89)。
- また、原告の前身である「蔵のまち喜多方老麺会」が平成17年ころ  
に作成した同種の地図でも、記載されたラーメン店60店のうちに、原  
告の構成員でないA食堂やCが含まれている(甲2の2)。

(ク) 平成14年12月に北日本印刷株式会社が発行した「喜多方ラーメン味巡り」と題するパンフレットや、平成18年8月1日に発行された雑誌「食彩浪漫」(日本放送協会)に掲載された喜多方ラーメンに関する記事では、原告の構成員である「ラーメンSHOP D軒」等が紹介されている(甲67, 68, 122)。

(ケ) 平成19年1月1日現在の原告の会員名簿には、喜多方市内のラーメン店等であるほまれ食堂等46名が会員として記載されている(甲86)。

(コ) 甲第91号証は、平成19年11月当時に喜多方市役所商工観光課が作成した喜多方市内のラーメン店に関する資料であるが、喜多方市内の124店のラーメン店のうち23店が閉店した等が記載されており、その余のラーメン店のうち原告の会員である旨の記載があるものは47店である。

なお、平成19年4月当時において、喜多方市内の6社の製麺業者が原告に加入する喜多方市内のラーメン店に販売したラーメンの麺及び原告に加入するラーメン店が自ら製麺したラーメンの麺が、喜多方市内のラーメン店が販売するラーメンの麺に占める割合は、7割程度に上っていた(甲149)。

(サ) 平成20年12月現在の原告の会員名簿には、喜多方市内のラーメン店等45名が会員として記載されている(甲98)。

(シ) 甲第100号証は、平成20年12月当時に喜多方市役所商工観光課が作成した喜多方市内のラーメン店に関する資料であるが、喜多方市内の125店のラーメン店のうち33店が閉店等した旨、営業は継続しているが看板にもメニューにも「喜多方ラーメン」の表示を使用していないラーメン店が19店ある旨が記載されており、その余のラーメン店のうち原告の会員である旨の記載があるものは44店である。

なお、審決時点までに、原告の会員は1名(店)減少して43店になった(弁論の全趣旨)。

(ス) 喜多方市内のラーメン店で、原告に加入していない「A食堂」は、店舗ののれんに「中華そば」と表示し、メニューにも「中華そば」と表示しており、「喜多方ラーメン」とは表示していない。

他方、「A食堂」と同様に、原告に加入していない「B」は、店舗の看板、メニューに「喜多方ラーメン」の表示を使用しており、かつては原告の前身たる団体に加入していたことがあった(甲97)。なお、「B」は、審決がされた後に、原告に再び加入した(甲185, 弁論の全趣旨)。

「A 食堂」と同様に、原告に加入していない「C」は、平成 19 年以前に、ラーメン店を閉店した（甲 91）。

イ 上記のとおり、審決時点の平成 21 年 11 月 12 日当時、喜多方市内のラーメン店（通常の食堂や、スナック等でラーメンの提供を行う事業者を含む。）のうち営業を継続している店舗は 92 店あったところ、原告に加入しているラーメン店は 43 店であるから、後者が前者に占める割合は 47% 程度であり、前者のうち「喜多方ラーメン」の表示を使用しているラーメン店（73 店）に限っても、原告の構成員のラーメン店が占める割合は 59% 程度であった。

そうすると、喜多方市内のラーメン店の数に対して原告の構成員のラーメン店が半数に満たないと審決の認定は誤りとはいえないし、仮に「喜多方ラーメン」の表示を使用しているラーメン店だけに限定して原告の構成員のラーメン店の割合を考えたとしても、59% 程度（6 割弱）にとどまっていたものである。そして、喜多方市内のラーメン店の軒数は平成 10 年以降のみをみても減少傾向にあり、原告ないしその前身である「蔵のまち喜多方老麺会」に加入する喜多方市内のラーメン店の軒数も平成 13 年 5 月当時の 61 店から上記の 43 店に減少している。

他方、営業を継続している喜多方市内のラーメン店である A 食堂、B は審決当時、原告に加入していないが（なお、前記のとおり、B は審決後に原告に加入した。）、前記アのとおり、繰り返し観光情報誌や旅行雑誌等で、喜多方ラーメンを提供するラーメン店として紹介されている。

そうすると、原告の構成員であるラーメン店が喜多方市内のラーメン店に占める割合は半数弱であり、統計上の視点を変えてもせいぜい 6 割弱にとどまるのであり、しかも、全国的に知られる有力な喜多方市内のラーメン店が原告に加入していないことになる。

(3) ところで、前記(1)エ、オのとおり、喜多方市外のラーメン店チェーンである「会津喜多方ラーメン蔵」は、昭和 63 年以降、東京都内の新橋、赤羽などに 16 店を展開し、株式会社アールシーフードシステムは「会津喜多方ラーメン\蔵太鼓」の商標登録（登録第 3331065 号、平成 9 年 7 月 11 日登録）を受けて、ラーメン店チェーンである「会津喜多方ラーメン蔵太鼓」を新宿などで 12 店を展開し、株式会社麺食は、「会津・喜多方ラーメン\坂内\ばんない」（登録第 3010657 号、平成 6 年 11 月 30 日登録）、「会津・喜多方ラーメン\KOBOSHI\小坊師」（登録 3280878 号、平成 9 年 4 月 18 日登録）、「会津・喜多方ラーメン\喜多方坂内食堂姉妹店\こぼし\小坊師」（登録 4861996 号、平成 17 年 5 月 13 日登録）、「喜多方ラーメン坂内」（登録 4861997 号、平成 17



年5月13日登録)の各商標登録を受けて、ラーメン店チェーンである「喜多方ラーメン坂内」を東京都内などで19店(昭和63年以降)、ラーメン店チェーンである「喜多方ラーメン坂内・小法師」を東京都内や岩手県内などで37店展開し、かつ千葉県蘇我市内で「喜多方ラーメン坂内・喜多方食堂」を運営しているし、株式会社高蔵は、愛知県半田市内などで「喜多方ラーメン高蔵」、「喜多方ラーメン麵街道」、「喜多方ラーメン麵龍」の名称でラーメン店6店を運営しており、これらのほかにも喜多方市外で「喜多方ラーメン」の表示を使用してラーメンの提供を業とする事業者が存在する(甲84,108,112,114ないし119,128ないし132,乙4)。

そして、上記のラーメン店チェーン「喜多方ラーメン蔵」などが、審決時までに相当長期間にわたり、「喜多方ラーメン」の文字を含む表示ないし商標を使用して、ラーメン店の営業を継続してきたことは明らかである。

そうすると、少なくとも喜多方市外、とりわけ喜多方市から遠隔する東京都内などの需要者及び取引者においては、「喜多方ラーメン」の表示ないし名称と、本願商標の指定役務たる「福島県喜多方市におけるラーメンの提供」との結び付きは相当程度希薄化しているということになる。

- (4) 前記(1)の各事情及び前記(2),(3)を総合勘案すると、審決が判断するとおり、原告(その前身たる団体を含む。)又はその構成員が「喜多方ラーメン」の表示ないし名称を使用し、喜多方市内においてラーメンの提供を行うとともに、指定役務「福島県喜多方市におけるラーメンの提供」に関する広告宣伝活動を積極的に行っていたとしても、喜多方市内のラーメン店の原告への加入状況や、原告の構成員でない者が喜多方市外で相当長期間にわたって「喜多方ラーメン」の表示ないし名称を含むラーメン店やラーメン店チェーンを展開・運営し、かつ「喜多方ラーメン」の文字を含む商標の登録を受けてこれを使用している点にもかんがみると、例えば福島県及びその隣接県に及ぶ程度の需要者の間において、本願商標が原告又はその構成員の業務に係る役務を表示するものとして、広く認識されているとまでいうことはできないというべきである。なお、喜多方市内の製麺業者によるラーメンの麺の販売実績等を考慮しても、この結論が左右されるものではない。

したがって、この旨をいう審決の判断に誤りがあるとはいえない。

- (5)ア この点、原告は、3条2項を適用して団体商標として登録された商標のうちには構成員が当該同業者の総数の半数に満たない団体のものがあり、同一地域における同業者の総数に対する出願人の構成員数の割合は、さほど大きなマイナス要因となるものではない等と主張する。

しかしながら、本願商標の登録の可否の判断は7条の2第1項柱書の登

録要件の充足の有無に従ってされるものであって、3条2項の登録要件の充足の有無とは次元を異にして判断されるものであるから、3条2項を適用して団体商標として登録された団体の加入状況をもって、地域団体商標（7条の2）の登録の可否が決められるものではない。地域団体商標の登録出願をした団体の加入状況が低調であったり、当該地域内の有力な事業者が加入していなかったりし、あるいは当該地域内に当該団体と同種の活動をする競合団体が存在したりすれば、当該地域団体商標に接する需要者及び取引者において、商品ないし役務の出所を当該団体（出願人）と認識する蓋然性が小さくなり、したがって7条の2第1項柱書にいう「使用をされた結果自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されているとき」との要件を充足しないことがあることは明らかであるから、出願人たる団体において加入の自由が保障されてさえいれば、当該地域内の指定商品ないし指定役務に係る事業者の加入の多寡は問題にならないということとはできない。

イ また、原告は、本願商標に化体した業務上の信用を守り、ラーメンの質を維持・向上させるために原告が設立され、喜多方市において一定のラーメンを提供するラーメン店を代表して原告が本願商標を出願したものであって、喜多方市における非構成員のラーメン店のすべてが原告による上記出願に賛同しているし、喜多方市も地域の活性化のために原告を応援しているなどと主張する。

確かに、地域団体商標（7条の2）制度の創設の趣旨の1つは地域産品の振興、地域の活性化にあり、甲第88, 92, 97, 228号証によれば、原告に加入していない喜多方市内のラーメン店である食堂ひまわり等は、原告による本願商標の出願に賛同し、地方自治体である喜多方市の市長や市役所商工観光課なども、原告による本願商標の出願を後押ししていることが認められる。

しかし、上記食堂ひまわり等が原告の出願に賛同しているとはいっても、原告の構成員ではないし、登録後に商標権を取得するのは出願人たる当該団体であって、非構成員が地域団体商標の登録によってどの程度の利益を享受し得るのかの疑問がある。のみならず、喜多方市内のラーメン店のうちには、「蔵のまち喜多方老麺会」の法人化すなわち原告の設立に反対であるという理由や、加入してもメリットがない程度の理由で原告に加入していないものが存するのであって、原告による「喜多方ラーメン」の管理の趣旨や本願商標の出願、登録の趣旨・効果が上記の非構成員にも正しく理解されているのか、疑問がないわけではない（甲186, 189ないし196, 198ないし200, 203, 204, 208ないし210, 2

13ないし216, 219ないし223, 225)。

地域の活性化の一事をもって、地域団体商標の登録要件を軽視ないし無視することはできず、原告の上記主張を採用することはできない。

ウ また、原告は、本願商標は、「喜多方市」という一定の出所から流出した、一定のラーメン(太く、縮れた麺及びさっぱりした味に特徴があるラーメン)を提供する役務であることを表示しており、喜多方市において上記の一定のラーメンを提供する者の業務に係る役務を表示するものとして福島県及びその隣接県はおろか、あまねく日本全国津々浦々に至るまで広く知られているなどと主張する。

確かに、スポーツ報知などの新聞や観光情報誌など(甲5等)には、喜多方市内で提供されるラーメンの特徴が、水分を多く添加した麺(多加水麺)である太く縮れた麺を使用し、醤油によるさっぱりした味のスープを合わせる点にある旨の記載が多くされているが、原告の構成員である喜多方市内のラーメン店のうちにも、細麺やタンメン、味噌仕立ての濃厚なスープを看板メニューにする店舗があるなど(甲2, 57, 68, 126)、喜多方市内のラーメン店で提供されるラーメンにもある程度バリエーションがある。

また、喜多方市外の事業者である「会津喜多方ラーメン蔵」は平打ちの中華麺とさっぱりとした醤油味のスープによる「喜多方ラーメン」を、「ふぶき亭喜多方らーめん本舗」も多加水平打ち縮れ麺とすっきりした醤油味のスープによる「醤油ラーメン」を「喜多方ラーメン」の原点として、「会津喜多方ラーメン館めん屋河京」も多加水麺とすっきりした醤油味のスープによる「醤油ラーメン」を、喜多方市外でそれぞれ提供している(甲112, 113, 118)。

そうすると、原告が指摘する「喜多方ラーメン」の特徴から、需要者及び取引者において、喜多方市内の特定の事業者あるいは原告を想起する蓋然性は必ずしも大きくないというべきであって、少なくとも本願商標ないし「喜多方ラーメン」の名称(表示)が、喜多方市内において上記の太く、縮れた麺及びさっぱりした味に特徴があるラーメンを提供する、原告の構成員ないしそれを束ねる原告の業務に係る役務を表示するものとして、福島県内等で広く知られているとまでは認めることができず、原告の上記主張によっても、前記(4)の結論が左右されるものではない。

エ また、原告は、喜多方市外で「喜多方ラーメン」の文字を店名の一部又はメニューとして使用して営業している者(店)において、その役務の用に供する物を「福島県喜多方市で提供されるラーメン」と認識するはずがないから、本願商標の周知性の認定に何ら影響を及ぼすものではないなど

と主張する。

しかしながら、喜多方市外で「喜多方ラーメン」との表示ないし名称が使用されたラーメンに接した需要者が、これを「福島県喜多方市で提供されるラーメン」と認識することがないとしても、本願商標に接した需要者がこれを原告又はその構成員の業務に係る商品ないし役務を示すものとして認識するかどうかは別の問題である。

また、喜多方市外の事業者が、喜多方市外で原告の構成員の姉妹店であるかのような表示や、原告の構成員と業務提携をしている旨の表示や、当該店舗ないし取扱商品のルーツが原告の構成員にある旨の表示を使用して、ラーメンの提供をしたとしても、ラーメンの提供を受けた需要者が、本願商標ないし「喜多方ラーメン」の表示、名称を、原告の構成員の業務に係る商品ないし役務を示すものとして認識するか否かは、当該表示の態様如何に依拠する。株式会社麺食が原告の構成員である坂内食堂の関係者の協力を得てラーメン店チェーン「喜多方ラーメン坂内」、「喜多方ラーメン坂内・小法師」を展開している例があるものの（甲97（15頁）、108（10頁））、株式会社麺食が坂内食堂から使用許諾を受けている趣旨は、「坂内」との表示ないし名称を使用するためのものであることを容易に推認できるし（乙2参照）、少なくとも株式会社麺食の他のラーメン店チェーンや他の喜多方市外の事業者において、「喜多方ラーメン」そのものの表示ないし名称の使用につき原告の構成員の許諾を受けている事実を認めるに足りる証拠は存しない。したがって、少なくともラーメン店チェーン「喜多方ラーメン坂内」、「喜多方ラーメン坂内・小法師」以外の喜多方市外の事業者に関してみれば、喜多方市外でラーメンの提供を受けた需要者が、本願商標ないし「喜多方ラーメン」の表示、名称を、原告の構成員から使用許諾を受けた当該店舗の運営者の業務に係る商品ないし役務を示すものとして認識するのかが不明であるといわざるを得ないし、喜多方市外のラーメン店チェーン「喜多方ラーメン坂内」、「喜多方ラーメン坂内・小法師」でラーメンの提供を受けた需要者においても、株式会社麺食やそのフランチャイジーの業務に係る商品ないし役務との認識を超えて、原告の構成員である坂内食堂の業務に係る商品ないし役務を示すものとして認識されるか否かは、証拠上判然としないといわざるを得ない。

- (6) 他に前記(4)の判断を左右すべき事実関係は認められず、7条の2第1項の登録要件の該当性についての審決の判断に誤りがあるとはいえないのであって、原告が主張する取消事由2は理由がない。

## 第6 結論

以上によれば、原告が主張する取消事由はいずれも理由がないから、主文の

とおり判決する。

### 【論 説】

1．商標法7条の2は、同法7条が団体商標の商標登録について規定しているところ、これを特定の地域における団体商標にまで拡張して保護する制度である。即ち、事業協同組合その他の特別法によって設立された組合が、その構成員に使用させる商標であって、次の各号のいずれかに該当するものについて、地域団体商標の商標登録を受けることができるとする制度である。ただし、その商標は使用の結果、自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして、需要者間に周知になっていることが条件である。（法7条の2第1項）

地域の名称及び自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務の普通名称を普通に用いられる方法で表示する文字のみからなる商標

地域の名称及び自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして慣用されている名称を普通に用いられる方法で表示する文字のみからなる商標

地域の名称及び自己若しくはその構成員の業務に係る商品若しくは役務の普通名称又はこれらを表示するものとして慣用されている名称を普通に用いられる方法で表示する文字並びに商品の産地又は役務の提供の場所を表示する際に付される文字として慣用されている文字であつて、普通に用いられる方法で表示するもののみからなる商標

2．原告（出願人）は、第1に、法7条の2第1項の解釈について独自の主張をして取消事由1としているが、審決の説示には誤りはない、と判決は認定した。

第2に、法7条2第1項に該当する事実に対する判断の誤りを主張したが、原告の構成員であるラーメン店が、喜多方市内のラーメン店に占める割合は半数弱であり、統計上の視点を変えてもせいぜい6割弱にとどまるし、全国的に知られる有力な喜多方市内のラーメン店が原告に加入していない。また、喜多方市外、とりわけ喜多方市から遠隔の東京都内などの需要者においては、「喜多方ラーメン」の表示や名称と、本願商標の指定役務である「福島県喜多方市におけるラーメンの提供」との結びつきは、かなり希薄化している、と判決は認定した。

3．本願商標の出願前には、すでに標章態様中に、「喜多方ラーメン」の表示を付した商標が使用され、登録されている事実を多数見聞すると、特定地域の

産地ブランドを保護する趣旨をもった法7条の2の規定にあっては、本願商標の場合は、そのような保護要件に該当しない、と解せざるを得ないのである。

いずれにせよ、「喜多方ラーメン」といえば、その特定地域において提供されるラーメンの品質を表示しているものと需要者は理解するところ、当該ラーメンの味が統一されているものでなければ、地域団体商標を使用する当該ラーメンの品質の誤認と出所の誤認を需要者に与えることになるから、この面からの監視も重要である。

4．全国各地には、その味や麺には特徴を有することを売り物に地名付きのラーメンがはやっているところ、新潟県三条市にある「三条ラーメン」のスープの味はしょう油，味噌，塩あるいはとんこつではなく、カレー味を特徴としている。しかし、これは特に商標登録の段階までには至っているものではない。

なお、本件判決に対しては上告されたと聞いている。

〔牛木 理一〕