

出願商標「**Kawasaki**」拒絶審決取消請求事件：知財高裁平成24(行ケ)10002・平成24年9月13日(2部)判決<認容/審決取消>→特許ニュース No. 13343

【キーワード】

川崎(産地名・法3条1項3号/姓氏・法3条1項4号), 商標法3条2項, ロゴ標章, 自他商品の識別力

【主 文】

- 1 特許庁が不服2010-21611号事件について平成23年11月15日にした審決を取り消す。
- 2 訴訟費用は被告の負担とする。

【事 実】

1 特許庁における手続の経緯

原告(川崎重工業株式会社)は,平成21年7月13日,別紙「本願商標」のとおり構成からなり,第25類「被服,ベルト,帽子,手袋,ネクタイ,エプロン,リストバンド」を指定商品とする商標(以下「本願商標」という。)を登録出願し,平成22年1月27日付け手続補正書により,指定商品について,第25類「被服,ベルト,帽子,手袋,ネクタイ,エプロン」と補正したが,同年6月25日,拒絶査定を受けたので,同年9月27日,これに対する不服の審判(不服2010-21611号事件)を請求した。特許庁は,平成23年11月15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,同年12月2日,原告に送達された。

2 審決の理由

別紙審決書写しのとおりである。要するに,本願商標は,神奈川県川崎市で製造,販売された商品の産地,販売地を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標であり,商標法3条1項3号に該当する,本願商標を構成する「K a w a s a k i」の文字は,ありふれた氏である「川崎」を欧文字で表記したものというべき商標であるから,ありふれた氏を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標であり,商標法3条1項4号に該当する,

申立人(原告)の提出に係る証拠のみをもってしては,本願商標が請求人の業務に係るアパレル関連の商品を表示する商標として,我が国における取引者,需要者の間に広く認識され,自他商品の識別力を獲得したものといえることはできないなど,と判断したものである。

【判 断】

当裁判所は、以下のとおり、原告主張の取消事由に理由があり、審決は、違法として取り消されるべきものと判断する。

1 認定事実

証拠及び弁論の全趣旨によれば、以下の事実が認められる。

(1) 本願商標は、別紙「本願商標」記載の構成であり、欧文字「K a w a s a k i」が、エーリアルブラックの書体に似た極太の書体で強調して書かれており、字間が狭く、全体的に極めてまとまりが良いことから、見る者に、力強さ、重厚さ、堅実さなどの印象を与える特徴的な外観を有することが認められる。

(2) 審決は、商標法3条1項3号該当性判断の根拠として、「川崎」が神奈川県川崎市を意味することを示す辞典類の記載、同市を「KAWASAKI」、「Kawasaki」、「kawasaki」の欧文字を使用して表記している東京新聞、朝日新聞、毎日新聞、日刊工業新聞の各記事、団体企業等のウェブページの各記事（URLを含む。）を引用する。しかし、これらの中にアパレル関連の商品に関して使用した例はなく、本願商標と同一又は類似の表記態様がなされた例もない（乙3の「（1）理由1」、弁論の全趣旨）。なお、これらのうち、川崎球場のウェブページの「Kawasaki」の表記は、本願商標と類似するようにも思われるが、当該表記は、その後、本願商標と類似しない表記態様に変更された（甲464）。

(3) 原告が、調査会社であるインテージ株式会社に委託して実施したブランドイメージ調査（18歳から69歳の男女4266人を対象とするインターネットによる定量調査。実施期間は平成23年5月10日から12日。）の結果（甲217）は、次のとおりである。業種が広告代理店、市場調査、マスコミに勤務していないとの条件を満たす者を対象に行われた。

ア 画面において、本願商標のみを呈示し、「Q1 このロゴをご覧になって、あなたは何を思い浮かべましたか。なんでも結構ですので、思い浮かべた内容をご自由にお書きください。」と質問した。

この項目の回答の総数は1407件であり、このうち、バイク関係を想起したものが925件で最も多く、スポーツ用品（テニス・ラケット等を含む。）を想起したものが67件、企業関係を想起したものが66件、船舶海洋・車両・航空宇宙・機械ビジネス・モーター・エンジン・精密機器を想起したものが65件であり、地名（神奈川県・川崎市）を想起したものは39件、川崎・カワサキのみ記載した回答が12件、「分からない」又は「なし」と記載した回答が合計75件であった。

年代別では、地名（神奈川県・川崎市）を想起したものが20代女性でや

や多かったものの、同年代女性の約10%にすぎなかった。

イ 画面において、本願商標を呈示し、「Q2 このロゴをご覧になって、あなたはどのロゴだと思いましたか。最もあてはまるものを1つだけお答えください。商品・サービスブランドのロゴ、市区町村・自治体・役所のロゴ、企業ブランドのロゴ、個人事業・商店のロゴ、事業ブランドのロゴ、その他具体的に」と質問した。

この項目のサンプル数は1187件であり、全体では、「企業ブランドのロゴ」との回答が71.0%と最も多く、「商品・サービスブランドのロゴ」との回答が13.6%、事業ブランドのロゴとの回答が7.8%、「市区町村・自治体・役所のロゴ」との回答が3.1%、「個人事業・商店のロゴ」との回答が1.5%であった。

年代別では、「市区町村・自治体・役所のロゴ」との回答が10代(18-19歳)の男女にやや多く、同年代の約10ないし11%であったが、この年代でも「企業ブランドのロゴ」と回答したものの割合が最も多かった。

(4) 原告が、インテージ株式会社に委託して実施した第2回ブランドイメージ調査(18歳から69歳の男女3968人を対象とするインターネットによる定量調査。実施期間は平成23年12月21日から26日。)の結果(甲315)は、次のとおりである。この調査は、上記(3)の調査対象者を除き、業種が広告代理店、市場調査、マスコミに勤務していないとの条件を満たす者を対象に行われた。なお、この調査は、審決から約1か月後に時期に実施されたものであるが、その間に特段の状況の変化があったことはうかがわれないから、この調査結果は、審決時の実情を反映するものと認められる。

ア 画面において、本願商標の付されたアパレル商品(帽子、Tシャツ、ジャケット、パーカー、耳当て)のみを呈示し、「Q1 このロゴをご覧になって、あなたは何を思い浮かべましたか。なんでも結構ですので、思い浮かべた内容をご自由にお書きください。」と質問した。

この項目の回答の総数は1288件であり、このうち、バイク関係を想起したものが670件で最も多く、スポーツ用品(テニス・ラケット等を含む。)を想起したものが73件、サッカー関連を想起したものが78件、企業関係を想起したものが40件、船舶海洋・航空宇宙・機械ビジネス・モーター・エンジンを想起したものが4件であり、地名(神奈川県・川崎市)を想起したものが64件、「個人名」を想起したものが15件、川崎・カワサキのみ記載した回答が33件、「分からない」又は「知らない」と記載した回答が合計34件であった。

イ 次に、画面において、本願商標の付されたアパレル商品(帽子、Tシャツ、ジャケット、パーカー、耳当て)を呈示し、「Q2 このロゴをご覧になって、あなたはどのロゴだと思いましたか。最もあてはまるものを1つだけお

教えてください。商品・サービスブランドのロゴ，市区町村・自治体・役所のロゴ，企業ブランドのロゴ，個人事業・商店のロゴ，事業ブランドのロゴ，その他具体的に」と質問した。

この項目のサンプル数は1146件であり，全体では，「企業ブランドのロゴ」との回答が60.8%と最も多く，「商品・サービスブランドのロゴ」との回答が13.0%，「事業ブランドのロゴ」との回答が9.4%，「市区町村・自治体・役所のロゴ」との回答が10.4%，「個人事業・商店のロゴ」との回答が2.2%であった。

年代別では，「市区町村・自治体・役所のロゴ」との回答が10代（18 - 19歳）の男女に多いが，この年代でも「市区町村・自治体・役所のロゴ」と回答したものは，男性が同年代の21.7%，女性が同年代の38.5%であった。

(5) これらの事実に基づき，以下，争点について判断する。

2 取消事由1（商標法3条1項3号該当性判断の誤り）について

審決は，「本願商標は，『Kawasaki』の欧文字を普通に用いられる方法で表してなるにすぎず，神奈川県川崎市を表示するものと容易に需要者に認識させるものであるから，本願商標をその指定商品について使用するときには，これに接する取引者，需要者をして，その商品が神奈川県川崎市で製造，販売されたものであること，すなわち，商品の産地，販売地を表示したものと認識させるにとどまるものである。してみれば，本願商標は，神奈川県川崎市で製造，販売された商品の産地，販売地を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標である。」として，本願商標は，商標法3条1項3号に該当する旨判断したが，審決の判断は，以下のとおり，疑問がある。

商標法3条1項3号に掲げる商標が商標登録の要件を欠くとされているのは，このような商標は，商品の産地，販売地その他の特性を表示記述する標章であって，取引に際し必要適切な表示としてなんびと（何人）もその使用を欲するものであるから，特定人によるその独占的使用を認めるのを公益上適当としないものであるとともに，一般的に使用される標章であって，多くの場合自他商品識別力を欠き，商標としての機能を果たし得ないものであることによるものと解すべきである（最高裁昭和54年4月10日第三小法廷判決・裁判集民事126号507頁〔判例時報927号233頁〕参照）。また，登録出願に係る商標が同号にいう「商品の産地又は販売地を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標」に該当するというためには，必ずしも当該指定商品が当該商標の表示する土地において現実に生産され又は販売されていることを要せず，需要者又は取引者によって，当該指定商品が当該商標の表示する土地において生産され又は販売されているであろうと一般に認識されることをもって足りるといふべきである（最高裁昭和61年1月23日第一小法廷判決・裁

判集民事147号7頁[判例時報1186号131頁]参照)。

上記の観点から、本願商標が、同号にいう「商品の産地又は販売地を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標」に該当するか否かを検討する。

上記1(1)認定の事実によれば、本願商標は、欧文字「Kawasaki」が、エーリアルブラックの書体に似た極太の書体で強調して書かれており、字間が狭く、全体的に極めてまとまりが良いことから、単なるゴシック体の表記とはいえ、見る者に、力強さ、重厚さ、堅実さなどの印象を与える特徴的な外観を有するものである。このような外観からすると、本願商標は、単なる欧文字の「Kawasaki」の表記とは趣きを異にするから、一般人に、一義的に神奈川県川崎市を連想させるような表記ということとはできない。

また、上記1(2)認定の事実によれば、神奈川県川崎市を「Kawasaki」、「KAWASAKI」等の欧文字により表記することがしばしば行われるとはいえるが、漢字で「川崎」と表記される場合とは異なり、「Kawasaki」、「KAWASAKI」等の欧文字に接した一般人が、通常、当該文字から同市を商品の産地、販売地として想起するとまでは認められない。さらに、上記1(3)認定の事実によれば、本願商標のみに接した日本国内の18歳から69歳の男女1000人以上を調査したところ、半数以上がバイク関係を想起したとするのに対し、神奈川県川崎市を想起した者は総数の3.1%しかなかったこと、また、同(4)認定の事実によれば、本願商標をアパレル商品に付した場合でも、これに接した日本国内の18歳から69歳の男女1000人以上を調査した結果、神奈川県川崎市を想起した者は総数の10.4%しかなかったことが認められる。

以上を総合すると、本願商標が指定商品に使用されたとしても、需要者又は取引者において一般的に地名である神奈川県川崎市を想起するとはいえず、当該指定商品が同市において生産され又は販売されているであろうと一般に認識することもないというべきである。

これに対し、被告は、甲217の調査結果は、最初の質問(Q1)が、商標であることを意識させる「ロゴ」の語を用いたものであり、純粹に本願商標から想起された回答ではない旨主張する。しかし、「ロゴ」は、「Logotypes(ロゴタイプ)の略語で、言葉の象徴を意味」し(甲312)、また、「二つ以上の言葉などを組み合わせて一つの活字にすること。決まった略字。商標などの決まった字体やシンボルマーク。ロゴマーク。」を意味する語であるから(甲311)、図案化した文字等を指す語として一般に認識、使用されていると推認されるのであって、その語から、直ちに商標であることが意識されるとはいえない。

また、被告は、上記1(3)の調査結果において、「地名(神奈川県・川崎

市)」及び「川崎・カワサキのみ」を想起したものが51件もあった旨主張する。しかし、上記調査における当該項目の回答総数1407件からすれば、約3.6%にすぎない上、「川崎・カワサキのみ」の回答は、必ずしも地名を想起した旨の回答とはいえないから、その回答数を含めて地名を想起したものとすることは妥当でない。

以上のとおり、本願商標は、指定商品に使用された場合、商品の産地、販売地その他の特性を表示記述する標章であって、取引に際し必要適切な表示として何人もその使用を欲するものとはいえず、自他商品識別力を欠く商標としてその機能を果たし得ないものであるとはいえない。

したがって、本願商標が商標法3条1項3号に該当するとの被告の主張は採用することができない。

3 取消事由2（商標法3条1項4号該当性判断の誤り）について

審決は、「『Kawasaki』の文字は、姓氏の『川崎』を欧文字で表記したものと容易に理解されると判断するのが相当である。そして、・・・『川崎』の姓は、我が国においてありふれた氏と認められるものである。してみれば、本願商標を構成する『Kawasaki』の文字は、ありふれた氏である『川崎』を欧文字で表記したものであるべき商標であるから、本願商標は、ありふれた氏を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標である。」として、本願商標は、商標法3条1項4号に該当する旨判断したが、審決の判断は、以下のとおり、疑問がある。

「川崎」がありふれた氏に該当すること、欧文字「Kawasaki」がその英文表記に該当することは、原告もこれを争っていない。

しかし、本願商標は、上記1(1)認定のとおり、欧文字「Kawasaki」がエーリアルブラックに似た極太のゴシック書体で強調して書かれており、字間が狭く、全体的に極めてまとまりが良いことから、単なるゴシック体の表記とはいえず、見る者に、力強さ、重厚さ、堅実さなどの印象を与える特徴的な外観を有するものである。このような外観からすると、本願商標は、単なる欧文字の「Kawasaki」の表記とは趣きを異にするから、一般人に、一義的に姓氏を連想させる表記ということとはできない。

また、審決は、「川崎」の氏を「KAWASAKI」、「Kawasaki」、「kawasaki」の欧文字で表記した例（乙3の「(2)理由2」）を引用するが、これらの中に、本願商標と同一又は類似の表示態様のものは認められない。

さらに、上記1(3)認定の調査結果によれば、本願商標のみを呈示した場合、半数以上がバイク関係を想起したとすのに対し、本願商標から「個人名」を想起したとの明確な回答はなく、本願商標を「個人事業・商店のロゴ」と思った旨の回答は全体の1.5%にすぎなかった。また、同(4)認定の調査結果に

よれば、本願商標をアパレル関係の商品に付して呈示した場合、本願商標から「個人名」を想起したものは全体の約1%であり、本願商標を「個人事業・商店のロゴ」と思った旨の回答は全体の2.2%にすぎなかった。すなわち、本願商標から、氏である「川崎」を想起した者は殆どいないということができ、このような調査結果からも、本願商標は、ありふれた氏を「普通に用いられる方法で表示する」ものではないと解すべきである。

したがって、本願商標が商標法3条1項4号に該当するとの被告の主張は採用することができない。

4 取消事由3（商標法3条2項該当性判断の誤り）について

上記2、3のとおり、本願商標が商標法3条1項3号、4号に該当するとの被告の主張は採用できないものであり、この点だけでも原告主張の取消事由は理由があるといえる。

もっとも、上記のとおり、単なる欧文字の「K a w a s a k i」とは異なる特徴的な表記である本願商標の有する自他商品識別力が、同条1項3号、4号該当性の判断に影響を与えているともいえるので、仮に、3号又は4号に該当する商標であったとしても、同条2項の要件を充足し、商標登録を受けることができるかについて、念のため検討することとする。

(1) 審決は、「本願商標を付した商品の過去3年間の売上は5億円程度であって、また、商品の販売数量、シェア、広告宣伝の状況等について、本願商標の指定商品についての著名性を具体的に裏付ける証拠は何ら提出されていないに等しく、申立人の提出に係る証拠のみをもってしては、本願商標が請求人の業務に係るアパレル関連の商品を表示する商標として、我が国における取引者、需要者の間に広く認識され、自他商品の識別力を獲得したものである」ということはできない。」旨判断した。

上記判断は、本願商標が商標法3条2項の要件を満たすためには、その指定商品であるアパレル関連の商品について使用された結果、著名なものとして自他商品識別力を獲得したことを要するとの前提に立つが、この前提は誤りである。

すなわち、同項は、「使用をされた結果需要者が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については、・・・商標登録を受けることができる。」と規定し、指定商品又は指定役務に使用された結果、自他商品識別力が獲得された商標であるべきことを定めていない。また、同項の趣旨は、同条1項3号から5号までの商標は、特定の者が長年その業務に係る商品又は役務について使用した結果、その商標がその商品又は役務と密接に結びついて出所表示機能をもつに至ることが経験的に認められるので、このような場合には特別顕著性が発生したと考えて商標登録をし得ることとしたものであるから、登録出願に係る商標が、特定の者の業務に係る商品又は役務につ

いて長年使用された結果、当該商標が、その者の業務に係る商品又は役務に関連して出所表示機能をもつに至った場合には、同条2項に該当すると解される。そして、上記の趣旨からすると、当該商標が長年使用された商品又は役務と当該商標の指定商品又は指定役務が異なる場合に、当該商標が指定商品又は指定役務について使用されてもなお出所表示機能を有すると認められるときは、同項該当性は否定されないと解すべきである。

(2) 本件について検討する。

ア 被告は、本願商標と実際に使用している商標の同一性が認められること、本願商標の指定商品が、使用に係る商標の商品（アパレル関連の商品）と同一であること、及び、本願商標が「バイク関連」のブランドとして著名性を有することは争わない。

イ また、証拠及び弁論の全趣旨によれば、次の事実が認められる。

(ア) 本願商標の使用が開始されたのは1970年代であり、当初は、原告の主力製品であるバイクに使用されていたが、1980年代に入り、原告及び川崎重工グループを指称するものとして全社的に使用が拡大され、現在に至るまで継続して20年以上、原告の事業（船舶海洋事業、車両事業、航空宇宙事業、ガスタービン・機械事業、プラント・環境事業、モーターサイクル&エンジン事業、精密機械事業、その他事業）に関する製品やカタログ（甲8ないし甲12）、パンフレット類、新聞の全国紙・地方紙・業界紙、雑誌等、空港・駅などのパブリック・スペースにおける広告宣伝（甲21ないし甲208）、取引書類等、名刺、業務用封筒（甲242）、レターヘッド（甲243）、インターネット・ホームページ（甲1、甲233、甲241）、会社案内（甲3、甲234）、株主・投資家向け資料（甲236ないし甲240、甲244）、学生向け就職情報サイト（甲246）、「カワサキバイクマガジン」（甲248）等で、一貫して使用されている（弁論の全趣旨）。

全国各地に700店舗以上存在するカワサキ正規取扱店では、本願商標が店頭看板として目立つ態様で掲げられている（甲13、甲335）。

社団法人日本国際知的財産保護協会（AIPPI）が平成16年に発行した「日本有名商標集」には本願商標が掲載されている（甲250）。

原告の広告宣伝費（連結ベース）は、平成17年度から平成20年度までが125億円ないし146億円程度、不況の影響を受けた平成21年度、平成22年度も77億円ないし79億円程度であり、本願商標が、原告及び川崎重工グループの全ての広告宣伝活動に表示されている（甲320ないし甲324、弁論の全趣旨）。

(イ) 平成元年以降、原告が100%出資する子会社株式会社カワサキモータースジャパンを通じて、本願商標を付したアパレル商品（Tシャツ、ポロ

シャツ、トレーナー、パーカー、ウインドブレーカー、ブルゾン、ジャケット、ポンチョ、コート類、エプロン、帽子、手袋、ネクタイ、ベルト等）が販売されており、年2回、それぞれ1万部ないし2万部の商品のカタログが発行されている（甲8，甲11，甲15，甲316の1ないし7，甲364ないし甲404，弁論の全趣旨）。このカタログの配布先は、主としてカワサキ・バイクを購入したユーザー、全国のカワサキ正規取扱店であり、インターネット・ホームページを通じて電子情報としても配布され、平成20年以降はネットからカタログ掲載商品が購入できる（甲12）。また、上記アパレル商品に関する広告は、複数のバイク雑誌においても定期的に行われている（甲405ないし甲450）。

原告は、アパレル業者「ユニクロ」とのコラボレーションにより、平成18年、平成19年3月下旬、平成20年4月、平成21年1月に、本願商標を付したTシャツを全国のユニクロ店舗（平成19年3月時点で約700店舗）で販売し、平成18年11月には、本願商標を付したTシャツを全国にカワサキ正規取扱店のみで販売したところ、いずれも完売となった（甲451ないし甲456）。

原告は、過去10年間にわたり、サッカーのJ1プロチーム「ヴィッセル神戸」のスポンサーであり、チームユニフォームの背面上部に本願商標が表示され、ユニフォームがサポーターによって全国のスポーツ用品店を通じて購入される（甲15の5・6，甲19，甲20，弁論の全趣旨）。

本願商標を付したアパレル商品の過去3年間の売上は5億円を上回る（弁論の全趣旨）。なお、我が国における衣料品小売販売額の総計は平成22年において約15兆円であるから（乙7）、アパレル業界全体における原告のシェアが大きいとはいえないが、その売上額自体は微少とはいえない。

（ウ）原告が調査会社に委託して行われた2回のブランドイメージ調査の結果は、上記1認定のとおりであり、調査対象者に対し、本願商標のみを呈示した場合も、本願商標の付されたアパレル商品を呈示した場合も、バイク関係を想起したものが最も多く、次いで、スポーツ用品（サッカー関連を含む。）、企業関係の想起が多く、これらの回答が総回答数の大多数を占めている。また、本願商標の付されたアパレル商品を呈示した場合において、本願商標を「企業ブランドのロゴ」、「商品・サービスブランドのロゴ」、「事業ブランドのロゴ」と思ったとの回答数が合計で8割を超えている。

ウ 以上の事実を総合すると、原告が、本願商標を長年にわたってバイク関係やその他の多様な事業活動で使用した結果、審決時までに、本願商標は著名性を得て、バイク関係はもとより、それ以外の幅広い分野で使用された場合にも自他商品識別力を有するようになったといえる。そして、原告の子会社を通じて、本願商標を使用したアパレル関係の商品が長年販売されているこ

とから、本願商標をアパレル関係の商品で使用された場合にも自他商品識別力を有すると認めるのが相当である。

すなわち、審決時において、原告が本願商標を指定商品に使用した場合にも、取引者・需要者において何人の業務に係る商品であることを認識することができ、本願商標は出所表示機能を有すると認められる。

(3) したがって、本願商標は、商標法3条2項に該当するものというべきであり、この点に関する審決の判断も誤りである。

結 論

以上のとおり、原告主張の取消事由はいずれも理由があるから、審決は違法として取り消されるべきである。被告は、他にも縷々反論するが、いずれも採用の限りでない。よって、審決を取り消すこととし、主文のとおり判決する。

【論 説】

本件にあつては、争点となるべき取消事由は3つあったことから、以下、順を追って検討する。

1. 商標法3条1項3号適用の誤りについて

1. 1 知財高裁は、審決が本願商標は法3条1項3号に該当すると判断したことに対し、まず疑問であると表明し、2つの最高裁判決を引用して同規定の立法理由を次のように説示した。

その一は、「このような商標は、商品の産地、販売地その他の特性を表示記述する標章であつて、取引に際し必要適切な表示として何人もその使用を欲するものであるから、特定人によるその独占的使用を認めるのを公益上適当としない」し、「一般的に使用される標章であつて、多くの場合自他商品識別力を欠き、商標としての機能を果たし得ない」ことによるものと解すべきである（最高三小判昭和54年4月10日）。

その二は、「登録出願に係る商標が同号にいう『商品の産地又は販売地を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標』に該当するというためには、必ずしも当該指定商品が当該商標の表示する土地において現実に生産され又は販売されていることを要せず、需要者又は取引者によって、当該指定商品が当該商標の表示する土地において生産され又は販売されているであろうと一般に認識されていることをもって足りるといふべきである（最高一小判昭和61年1月23日）。

1. 2 裁判所は、本願商標に係る欧文字の「K a w a s a k i」は、書体名の一つである「エーリアルブラック」に似た極太の書体で強調して書かれ、字間が狭く、全体的に極めてまとまりが良いから、単なるゴシック体の表記とは

いえないし、看者に印象を与える特徴的な外観を有するものであると認定した。そうすると、本願商標の外観にあっては、「単なる欧文字の『K a w a s a k i』の表記とは趣きを異にするから、一般人には一義的に神奈川県川崎市を連想させる表記ということとはできない」と説示する。

筆者は、かつて文字書体（type face）の法的保護の問題を研究し、論文もいくつか発表し、また1973年のウィーン外交会議にも出席しているが、「エーリアルブラック」という名称のついた書体デザインについては知らなかった。本願商標に係る文字標章の態様は、よく見れば創作されたロゴタイプであって、単なるゴシック体でないことは理解できる。そして、このロゴは、原告製造のオートバイに使用されていることはよく目にしているところである。それが調査会社による短期間のネット調査によっても、圧倒的な数字によって表れている。

本願商標に係るロゴタイプは、特定のタイポグラファーによって創作されたものと解してよく、同人は前記指摘のTFに似ているとはいえ、それを参考に独自にロゴを完成させたものと解することができる。

1. 3 以上の理由から判決は、「本願商標は、指定商品に使用された場合、商品の産地、販売地その他の特性を表示記述する標章であって、取引に際し必要適切な表示として何人もその使用を欲するものとはいえず、自他商品識別力を商標として、その機能を果たし得ないものとはいえない」と認定し、被告の主張を採用することはできないとした。

知財高裁は以上の理由により、商標法3条1項3号に規定する産地や販売地を想起する本願商標の文字標章に対し、創作されたロゴタイプであることを理由に、それ自体は自他商品の識別機能を有する商標であると認定し、法3条1項3号の適用を否定したのである。

しかし、本願商標の指定商品は、第25類「被服、その他」であって、第12類「二輪自動車、その他」ではないから、本願商標に係る文字標章（ロゴ）の識別力が、異なる分類の指定商品にも当然に及ぶと解したことは、疑問である。けだし、前記ネット調査ではオートバイという特定商品に関する標章としての需要者の認識のレベルの高さであって、被服等に関する標章に対する認識のレベルのものではないから、同列に論ずることはできないはずである。（この疑問に対して、判決はその後で答えている。）

2. 商標法3条1項4号適用の誤りについて

2. 1 知財高裁は、審決が本願商標は法3条1項4号に該当すると判断したことに対しても、まず疑問であると表明し、3号に対すると同様の理由を述べ

ている。即ち、本願商標に係る標章の外観は、「単なる欧文字の『K a w a s a k i』の表記とは趣きを異にするから、一般人には一義的に姓氏を連想させる表記ということとはできない」と説示する。

また、判決は、前記ネット調査において本願商標から個人名や個人事業・商品のロゴと思っただけのものは極僅かであったことを理由に、本願商標はありふれた氏を「普通に用いられる方法で表示する」ものではないと解すべきであると認定し、法3条1項4号の規定の適用を否定した。

しかし、指定商品との関係で製造者でも販売者でも、日本人であっても、商品の台紙やタグにローマ字を印刷表示することはよくあるから、もし固有名称をロゴ化したローマ字で表示すれば、法3条1項4号に該当しない自他商品の識別機能を有する商標として登録されることになる。また、この点は漢字や仮名についても言えるから、単に判読できることを理由に拒絶することはできるが、これでいいのだろうか。

2. 2 知財高裁としては、以上の理由だけで法3条1項3号及び4号のいずれの規定への適用もすべて否定し本件審決を取消したのである。しかし、念のためとして、法3条2項の適用を検討したが、これは不思議なことである。

3. 商標法3条2項該当性判断の誤りについて

知財高裁は、傍論として、法3条2項の規定の適用について検討しているが、この傍論は、特許庁における審査・審判に対する批判として注目すべき点が多い。以下、その点を摘示する。

3. 1 審決は、「本願商標が法3条2項の要件を満たすためには、その指定商品であるアパレル関連の商品について使用された結果、著名なものとして自他商品識別力を獲得したことを要するとの前提に立つか、この前提は誤りである。」と、まず本件判決は指摘する。

即ち、法3条2項には、法3条1項3号～5号に該当する商標であっても、「使用された結果、需要者が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について」は規定していても、「著名なものとして自他商品の識別力を獲得した」とする要件は規定していない。ここに「著名」とは「周知」より遥かにレベルの高い概念であることは、例えば不競法2条1項1号と2号との違いに現れている。したがって、この審決の理由は誤りであるから、判決の指摘は的確である。

この点について同判決は、法3条2項は、使用された結果、「需要者が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については」と規定するだけで、「自他商品の識別力が獲得された商標であるべきこ

と」とまでは規定していないと説示する。その意味は、使用の結果、何人の商品であるかを認識することができるだけで十分で、それ以上、自他商品の識別力を獲得した商標であるとまで証明する必要はないということである。正にこのとおりであり、特許庁の審査・審判においては、この点を反省すべきであろう。

3. 2 さらに、判決は、登録出願に係る商標が、特定の者の業務に係る商品として長年使用されていれば、当該商標がその者の業務に係る商品に関連して出所表示機能をもつに至った場合には、同法3条2項に該当すると解されると説示した後、この趣旨からすると、当該商標が長年使用された商品と当該商標の指定商品が異なる場合は、当該商標が指定商品に使用されてもなお、出所表示機能を有すると認められるときは、「同項該当性は否定されないと解すべきである」と説示する。

この説示に至って、筆者が指摘した前記2つの疑問に対して、知財高裁の判決は答えているといえるであろう。しかし、この点の指摘は傍論においてなされているから、もし傍論がなければ筆者の指摘は解明されないままになってしまったであろう。その意味では、本件判決にとっては、傍論の説示はよしとすべきであろう。

なお、この問題は、商標の登録要件となっている商標法4条1項15号の規定に通ずるものがあるといえる。

〔牛木 理一〕

別紙

本願商標

Kawasaki