

登録商標「Augusta Club+図形」無効審決取消請求事件：知財高裁
平成24(行ケ)10363・平成25年3月21日(2部)判決<請求棄却>

【キーワード】

商標法4条1項15号(他人の業務に係る役務と混同のおそれある商標),

【事案の概要】

本件は、被告(オーガスタ ナショナル インコーポレイテッド)の請求に基づき、原告(株式会社D・F・Sliquoer&entertainment)の商標登録を無効とした審決の取消訴訟である。争点は、本件商標が、他人の業務に係る役務と混同を生ずるおそれがある商標(商標法4条1項15号)に該当するか、である。

1 特許庁における手続の経緯

(1) 原告は、本件商標権者である。

【本件商標】



- ・登録第5404022号
- ・出願日：平成21年3月4日
- ・登録査定日：平成22年5月25日
- ・登録日：平成23年4月8日
- ・指定役務

第35類：ゴルフに関するフランチャイズ事業の運営及び管理

第41類：インドアゴルフ練習場の提供、パターゴルフ場の提供、ゴルフ練習施設の提供、ゴルフに関する知識の教授及びこれに関する情報の提供、ゴルフのマナーの関する知識の教授及びこれに関する情報の提供、ゴルフの教授の為のセミナーの企画・運営又は開催、ゴルフを内容とするゲーム機械器具を備えた遊技場の提供に関する情報の提供及び助言、ゴルフ用具の貸与

第43類：飲食物の提供

(2) 被告は、本件商標の登録無効審判を請求した（無効2012-890014号）。特許庁は、平成24年9月14日、本件商標を無効とする旨の審決をし、その謄本は平成24年9月25日原告に送達された。

(3) 被告は、本件審判において、商標法4条1項15号、19号及び7号該当を主張したが、原告は被告の主張に対し何ら答弁しなかった。

2 審決の理由の要点

「Augusta」又は「オーガスタ」の語は、本件商標の登録出願時及び査定時において、被告が経営するゴルフ場である「Augusta National Golf Club」（オーガスタ・ナショナル・ゴルフ・クラブ）の略称として、また、被告の業務に係るゴルフ場に関連する役務を表すものとして、我が国の取引者・需要者の間で広く認識されるに至っていたものと認められる。

そして、本件商標は、その構成中、「Augusta」の欧文字部分が独立して着目され得るものであって、本件商標の指定役務と被告の業務に係る役務との関連性及び取引者、需要者の共通性等を勘案すれば、商標権者が本件商標をその指定役務に使用した場合、これに接する者に、該文字部分から、被告の業務に係る「Augusta National Golf Club」（オーガスタ・ナショナル・ゴルフ・クラブ）を連想させ、当該役務を請求人あるいは同人と経済的又は組織的に何らかの関係を有する者の業務に係る役務であるかのように、役務の出所について混同を生じさせるおそれがあるものといえることができる。

したがって、本件商標は、商標法4条1項15号に違反して登録されたものであるから、他の無効理由について論及するまでもなく、商標法46条1項1号により、その登録を無効とすべきものである。

【判 断】

1 本件商標は、前記のとおり、上部に月桂樹様の装飾図形の内側にゴルフスイングをする人物の上半身をシルエット状に描いた図形を表し、その下部に、「Augusta Club」の欧文字を太く大きく表し、さらにその下に「GOLF BAR・オーガスタクラブ」の文字を「Augusta Club」の欧文字に比べ小さく表した構成から成るものである。そして、本件商標は、その構成中にゴルフスイングをする人物を描いた図形が表示されていること、「Augusta Club」の欧文字部分が顕著に大きく表されていること、「Club」の語が「政治・社交・娯楽、あるいは学校の課外活動で、共通の目的によって集まった人々の団体。また、その集合所。（会員制の）バー・娯楽場。」を意味すること（広辞苑第六版）、「Club」の語が、上記の意味において、片仮名表記だけでなくアルファベット文字としてもよく知ら

れた英語であって、自他役務の識別機能を有しないか、極めて弱いものといえるものであることに照らすと、本件商標は、全体として、看者に対し、「Augusta Club」という名称のゴルフに関する団体又はバーないし娯楽場（ゴルフの関係ではゴルフ場）を想起させるものであり、また、上記のとおり、「Augusta Club」の欧文文字部分は顕著に大きく表されていることに照らすと、本件商標は、そのうちの「Club」以外の「Augusta」の文字部分が独立して識別力を有するものである。

2 「Augusta National Golf Club」（オーガスタナショナル・ゴルフ・クラブ）が、マスターズ・トーナメントが開催されるゴルフ場であって、「Augusta」（オーガスタ）がオーガスタ・ナショナル・ゴルフ・クラブの略称として著名であるかについて判断する。

(1) 証拠（各項目の末尾に掲記〔枝番を含む。〕）及び弁論の全趣旨によれば、次の事実を認めることができる。

被告は、米国法人であって、アメリカ合衆国ジョージア州オーガスタに所在するゴルフ場である「Augusta National Golf Club」（オーガスタ・ナショナル・ゴルフ・クラブ）を経営している。

(弁論の全趣旨)

現在、世界の男子ゴルフ界においては、「マスターズ・トーナメント」、「全米オープン」、「全英オープン」、「全米プロ選手権」が4大ゴルフ・トーナメントとされている。マスターズ・トーナメントは、毎年、被告の主催により、オーガスタ・ナショナル・ゴルフ・クラブにおいて開催され、本件商標の出願及び査定当時、世界的なゴルフ大会として日本においても一般に広く知られている。（乙2～5）

オーガスタ・ナショナル・ゴルフ・クラブは、本件商標の出願日前までに、マスターズ・トーナメントの記事と相まって、あるいはそれ自体で、「週刊ゴルフダイジェスト」、「月刊ゴルフダイジェスト」、「ゴルフダイジェスト チョイス」、「ALBA TROSS - VIEW」といったゴルフ専門誌、「Number」などのスポーツ誌のほか、「週刊ダイヤモンド」、「週刊新潮」、「Yomiuri Weekly」、「週刊東洋経済」などの一般誌において、例えば、見出しや記事中の文章として、「今年のオーガスタの印象はとにかくグリーンが硬くて早いです。」（乙12の10）、「改造されたオーガスタを回ったエルスが・・・とコメントするほどタフなセッティングになった今年のマスターズ」（乙12の14）、「世界中のゴルファーが一度はプレーしてみたいと憧れるオーガスタ・ナショナルGC・・・今から78年前に完成したマッケンジーの理想を重ねたコース。マッケンジーを知れば本当のオーガスタが見えてくる。」、「オーガスタの完成を見ずに“理想のコース”と断言した遺作」（乙12の37）、「クラブとボールの進歩。個人の技術の進歩。肉体の進化等が、オーガスタのコー

スレイアウトを易しくしていた。」(乙17の5)、「オーガスタのグリーンは、テレビでは分からないけど、思いのほか小さく、しかも起伏が激しく波打ってさえいる。」(乙17の8)、「一番観たいのはマスターズ プレーしたいのはオーガスタ」(乙20の3)、「オーガスタの改造は選手への新たな挑戦状」(乙20の6)、「オーガスタは少ないメンバーで構成されるクラブだそうだ。」(乙20の13)のように、「オーガスタ」との表示をもって、継続して多数紹介されている。(乙12~20)。

また、マスターズ・トーナメントの様子は、昭和47年(1972年)から録画で、昭和51年(1976年)以降は衛星生中継で、日本において毎年テレビで放映されているところ、そのテレビ放送のパンフレットでは、トーナメントが開催されるオーガスタ・ナショナル ゴルフ・クラブを「マスターズ、4月 日から 日までオーガスタにて開催」のように、「オーガスタ」の表示をもって継続的に紹介している。(乙10, 21)

さらに、上記雑誌には、「NEWオーガスタ出場全選手」(乙12の3)、「マスターズを見よう! オーガスタTV観戦ガイド」,「マスターズのために調整してきた。・・・オーガスタで勝てるかって。もちろんそのつもりさ!」(乙12の30)、「マスターズ特集 オーガスタを制したパーシモン図鑑」(乙12の33)、「オーガスタは、1978年以来9度目の挑戦となる。」(乙17の3)、「4月、といえばマスターズだ。・・・観客を味方につけないとオーガスタで勝つのは難しい。」(乙20の8)といった文章が掲載されているが、これらの文脈における「オーガスタ」は「マスターズ・トーナメント」を意味するものとして使用されている。

(2) 上記によれば、「オーガスタ」の語は、本件商標の登録出願時及び査定時において、マスターズ・トーナメントが開催される米国ジョージア州オーガスタ所在の被告が経営するゴルフ場である「オーガスタ・ナショナル・ゴルフ・クラブ」の略称として、また、マスターズ・トーナメントなど、被告経営の上記ゴルフ場において提供される被告の業務に係る役務を表すものとして、日本のゴルフに関連する商品又は役務の取引者・需要者の間で広く認識されるに至っていたものと認めすることができる。

原告は、「Augusta」(オーガスタ)はマスターズ・トーナメントが開催される土地の名称であって、オーガスタ・ナショナル・ゴルフ・クラブの略称として周知著名であったものではないなどと主張する。しかし、「Augusta」(オーガスタ)が土地の名称であること、ジョージア州オーガスタに被告経営のゴルフ場以外に「Augusta」の語を冠したゴルフ場や新聞が存在すること、日本国内及び海外に「Augusta」又は「オーガスタ」の語を含むゴルフ・トーナメント、不動産会社、飲食店、医療クリニック等が存在すること(甲1~42)は上記認定を左右するものではない。原告が援用する判例は、被告の役務が著名でない場合にその適用が問題となりうるのであ

り、被告の役務が著名である以上、その適用は問題外である。

3 本件商標の指定役務と被告の業務に係る役務は、いずれもゴルフに関連する役務であるから、役務の内容、質、用途、提供の用に供する物等を共通にする関連性が高いものであって、かつ、その取引者、需要者を共通にするものと認めることができる。

4(1) 前記認定によれば、「オーガスタ」及びその英語表記である「Augusta」の語は、本件商標の登録出願時及び査定時において、被告が経営するゴルフ場であるオーガスタ・ナショナル・ゴルフ・クラブの略称として、また、被告の主催するマスターズ・トーナメントを意味するものとして、日本の取引者・需要者の間で広く認識されるに至っていたものと認められる。そして、本件商標は、全体として、「Augusta Club」という名称のゴルフに関する団体又はバーないし娯楽場（ゴルフ場）を想起させるものであって、その構成中、「Augusta」の欧文字部分が独立して着目され得るものであるところ、本件商標の指定役務と被告の業務に係る役務がいずれもゴルフに関するものであるという高い関連性及び取引者、需要者の共通性等に照らせば、商標権者が本件商標をその指定役務に使用した場合、これに接する者に、「Augusta」の文字部分から、被告が経営するオーガスタ・ナショナル・ゴルフ・クラブを連想させ、当該役務を被告自身あるいは被告と経済的又は組織的に何らかの関係を有する者の業務に係る役務であるかのように、役務の出所について混同を生じさせるおそれがあるものということができる。

(2) 原告は、「混同のおそれ」は、被告が我が国で業務を営んでいる場合に適用されるところ、被告が、我が国において、「Augusta National Golf Club」（オーガスタ・ナショナル・ゴルフ・クラブ）の名称で業務を営んだ事実はないなどと主張する。しかし、商標権者が本件商標をその指定役務に使用した場合、被告の業務にかかる役務と混同を生じるおそれがあることは前記のとおりであって、被告が「Augusta National Golf Club」（オーガスタ・ナショナル・ゴルフ・クラブ）の名称で日本において業務を営んでいないことは、上記判断を左右するものではない。

なお、原告は、「Augusta」は商標法26条1項3号及び4号に該当するから、「Augusta」の商標の効力は本件商標には及ばないと主張する。しかし、そもそも、審判請求人である被告は、「Augusta」（オーガスタ）が被告の商標であると主張しているものではなく、審決もそのような認定はしていない。原告の上記主張は前提において誤りがあり、採用することができない。

(3) したがって、本件商標は、商標法4条1項15号に違反して登録されたものであって、これと同旨の審決の判断に誤りはない。

結 論

以上より、原告の主張する取消事由は理由がない。

よって、原告の請求を棄却することとして、主文のとおり判決する。

【論 説】

1．まず本件商標が特許庁の審査時において、第三者による登録出願に対し、法4条1項15号の適用なしで登録されたことは不思議であると思った。本件商標の標章は、“Augusta Club”という固有名詞による文字だけではなく、月桂樹の図形とゴルフスタイルの図形との結合図形が付加されている構成態様から成るものであるから、その指定役務を見た平均的日本人であれば、この標章表示が意味する事実を直感することができるのである。

本件商標の商標権者（日本法人）が、原告による登録無効審判の請求に対して答弁をしなかったことは、審判請求を容認し争わなかったからであろうが、審決後、出訴して争ったことも不思議である。審判請求時に原告が争わなかったのは、商標権の売買交渉でもあったのだろうか。

2．さて、商標登録を無効にすることができる実体的事由については、商標法46条1項1号に規定されているところ、本件にあっては法4条1項15号が適用された。この規定は、例えば4条1項11号の適用ができない場合を想定しているから、たとえ商品や役務が同一又は類似の商標であっても、適用できる場合があることを本件判決は証明したといえる。

ただ本件の場合、引用商標がわが国においても、ゴルフ業界では周知かつ著名な商標であることから、本件商標は他人の業務に係る役務と混同を生ずるおそれがある商標であると認定されたが、法4条1項15号には「周知」や「著名」という要件は規定されていない。ということは、不競法2条1項には1号（周知の商品等表示）では「混同」を要件としても、2号（著名な商品等表示）では混同は要件としていない規定となっているから、不競法の場合との相違の理由を考えてみる必要があるだろう。

また、法4条1項15号の規定を適用する基準は、本件商標の出願時と登録査定時の2点であることも明確にされている。

なお、15号の適用において「混同を生ずる」とあるのは、その商標自体が他人の商標と同一又は類似しているという実体が存在していることが前提であり、その結果として混同を起こすことになる、ということであることを、われわれはよく認識していなければならない。つまり、「類似」の概念と「混同」の概念とは、異質別異であることをよく知ることである。

〔牛木 理一〕