

登録商標「KUMA + 図形」無効審決取消請求事件：知財高裁平成 24(行ケ)10454・平成 25 年 6 月 27 日(2 部)判決<請求棄却>

### 【キーワード】

「PUMA + 図形」対「KUMA + 図形」、標章のレイアウト、商標の類否判断、商標法 4 条 1 項 15 号・7 号

### 【事案の概要】

本件は、商標登録を無効とした審決の取消訴訟である。争点は、商標法 4 条 1 項 7 号及び 15 号の該当性である。(以下、「7 号」、「11 号」又は「15 号」というときは、商標法 4 条 1 項における号を指す。)

#### 1 特許庁における手続の経緯

(1) 原告(北海道デザイン株式会社)は、本件商標権者である。登録出願人は日本観光商事株式会社(日本観光商事社)であったが、平成 24 年 10 月 17 日に原告が本件商標権を特定承継した(甲 1, 2, 3 2)。

#### 【本件商標】



- ・登録第 4994944 号
- ・指定商品 第 25 類「洋服, コート, セーター類, ワイシャツ類, 寝巻き類, 下着, 水泳着, 水泳帽, 和服, エプロン, 靴下, スカーフ, 手袋, ネクタイ, マフラー, 帽子, ベルト, 運動用特殊衣服, 運動用特殊靴(「乗馬靴」を除く。)」

一部放棄(平成 24 年 7 月 31 日受付)により、指定商品のうち、「寝巻き類, 水泳着, 水泳帽, 和服, 運動用特殊衣服, 運動用特殊靴(乗馬靴を除く。)」について登録の一部抹消

- ・出願日 平成 18 年 4 月 3 日
- ・登録日 平成 18 年 10 月 13 日

(2) 被告(プーマエスイー(審決時 プーマ アーゲー ルドルフ ダスラー スポーツ))は、平成 23 年 10 月 12 日、本件商標の登録無効審判(無効 2011-890089 号)を請求した。

特許庁は、平成 24 年 11 月 27 日、「登録第 4994944 号の登録を無効とする。」との審決をし、その謄本は同年 12 月 6 日、原告に送達された。

(3) 被告は、商標登録無効事由として、本件商標登録が7号及び15号に該当することを主張した。

(4) 被告が審判で主張し、審決が無効判断の根拠とした引用商標は、次のとおりである。なお、被告は審判でこの引用商標のほか「PUMA」の文字のみからなる商標も引用商標2として挙げていたが、審決で取り上げられていないので、引用商標2は本判決では触れない。

【引用商標】



- 1) 登録第3324304号(甲3の1)  
商品及び役務の区分：第25類
- 2) 登録第3328662号(甲3の2)  
商品及び役務の区分：第18類
- 3) 登録第4161424号(甲3の3)  
商品及び役務の区分：第41類
- 4) 登録第4291078号(甲3の4)  
商品及び役務の区分：第3類
- 5) 登録第4322373号(甲3の5)  
商品及び役務の区分：第16類
- 6) 登録第4726776号(甲3の6)  
商品及び役務の区分：第24類
- 7) 登録第4907491号(甲3の7)  
商品及び役務の区分：第9類
- 8) 登録第5280935号(甲3の8)  
商品及び役務の区分：第14類

## 2 審決の理由の要点

### (1) 7号該当性について

#### (1) 引用商標の周知著名性について

被告の提出した証拠によれば、以下のとおり認めることができる。

ア 引用商標に係る被告(Puma AG Rudolf Dassler Sport)は、スポーツ用品・スポーツウエア等を製造販売する世界的に知られた企業である。1920年にアディ・ダスラー及びルドルフ・ダスラー兄弟が靴を販売する「ダスラー兄弟社」を設立したのが始まりであり、その後、兄弟は1948年(昭和23年)にそれぞれ独立し、兄が被告を設立した。

イ 被告は、1949年から俊敏に獲物を追い詰め必ず仕留めるアメリカライ

オンのピューマから命名した「PUMA」の文字及びピューマの図形を被告のブランドとしてスポーツシューズに使用開始し、我が国においては、1972年から2002年まで、被告の業務に係る商品のうち、「靴、バッグ、アクセサリ」について、日本国内における代理人として、コサ・リーベルマン株式会社が事業を展開し、2003年5月1日に、プーマの日本法人であるプーマジャパンが、同事業を承継した。そして、ウエアに関しては、1972年から国内のライセンサーであるヒットユニオン株式会社が、製造・販売していた（甲6及び甲7の1）が、2006年1月に、被告は、日本において引用商標を付したアパレル関連商品を生産する現地法人、プーマ・アパレル・ジャパンを設立し、アパレル関連製品をライセンス製造・販売してきたヒットユニオンから営業権を譲り受けた（甲7の2）。

ウ 2003年ないし2008年版のスポーツアパレル産業白書（甲7の3ないし甲7の6）の、「スポーツアパレル/ブランド別国内出荷金額ランキング」によれば、プーマは、2001年ないし2004年は3位、2005年及び2006年は4位であり、さらに、「商品トレンド【主要5ブランドの国内出荷額推移】」の項によれば、サッカーウエアについて、「2006年の出荷高に占める上位5ブランドシェアは、『アディダス』が98億円の26.8ポイントでトップ。以下2位「プーマ」約80億円、・・・、上位の『アディダス』『プーマ』『ナイキ』の御三家3ブランドだけで市場の65%を占めている状態にある。」ことが認められる（甲7の5）。

エ 我が国において発行された、以下の商品カタログや雑誌等において、引用商標は、スポーツシューズ、バッグ、スポーツウエア（上下服）、Tシャツ、水着等に付され掲載されている。

（ア）本件商標の登録出願前

「Footwaer & Accessories Holiday 2005 sport Specialist/Sport」（甲8の1），「Apparel Autumn/Winter 2005 Sport Life Style」（甲8の2），「madame FIGARO japon 2005年4月20日 no. 293」（甲10の1），「ランナーズ2005年6月号（P46ないし51），同年7月号（P26，27），同年10月号（P14，15，22ないし25），同年11月号（P22，23），同年12月号（P36，37），2006年1月号（P24，25），」（甲10の2，甲10の3，甲10の10ないし甲10の13），「JJ 2005年7月号」（甲10の4），「Men's NON-NO 2005年9月号，同年10月号」（甲10の5及び甲10の7），「BAILA 2005年5月，同年10月，2006年1月」（甲10の6，甲10の56及び甲10の58），「POPEYE 2005年11月号」（甲10の8），「SWITCH 2005年10月号（P6）」（甲10の9），「FINEBOYS 2006年4月号」（甲10の14），「ME

N'S CLUB 2006年4月号」(甲10の16),「Begin 2005年5月」(甲10の55),「Ar 2005年8月号」(甲10の57),「BRUTUS 2006年5月15日号」(甲10の59),「Japan-mini-April 2006」(甲10の64),「Japan-Futsal Digest-April 2006」(甲10の72),「Japan-Smart-April 2006」(甲10の75),「Japan-TITLe-April 2006」(甲10の76),「Japan-WHIZZMAN-April 2006」(甲10の77),「Japan-LUIRE-April 2006」(甲10の78),「朝日新聞2003年10月17日朝刊(全15段)プーマジャパン」(甲11)

(イ) 本件商標の登録査定前

「ランナーズ 2006年5月号(P34,35),2006年6月号(36,37),2006年9月号(P1,2)」(甲10の19,甲10の28及び甲10の46),「Men's NON-NO 2006年5月号,同年8月号」(甲10の21及び甲10の38),「POPEYE 2006年5月号,同年8月号」(甲10の22及び甲10の39),「MEN'S CLUB 2006年5月号,同年6月号」(甲10の17及び甲10の26)「Gainer 2006年5月号,同年6月号」(甲10の20及び甲10の24),「CLASSY 2006年6月号」(甲10の23),「LEON 2006年6月号」(甲10の25),「Oggi 2006年6月号」(甲10の27),「朝日新聞2006年7月11日朝刊(19P)」(甲10の29),「EYSCREAM 2006年7月号」(甲10の30),「Golf Digest 2006年7月号」(甲10の33),「Smart(s)mart) 2006年7月号,同9月号」(甲10の35及び甲10の44),「BAILA 2006年8月」(甲10の36),「switch 2006年8月号(P8),同年9月号(P14)」(甲10の40及び甲10の41),「Japan-Tarzan-May 2006」(甲10の81,甲10の83),「Japan-TITLe-May 2006」(甲10の84),「Japan-BRUTUS-July 2006」(甲10の89),「Japan-BAILA-August 2006」(甲10の96),「Japan-Runners-August 2006」(甲10の98),「Japan-smart-August 2006」(甲10の99),「Japan-CLASSY-August 2006」(甲10の100)。

(ウ) 本件商標の登録査定後

「ランナーズ 2006年10月号(P16,17),「VOGUE 2006年10月号 別冊(P30,31)」(甲10の48),「FUDGE 2006年10月号」(甲10の49),「Men's NON-NO

2006年10月号(Mihara)」「(甲10の51)」、「MORE 2006年10月号」(甲10の52)、「SPUR 2006年10月号」(甲10の53)、「Oggi 2006年10月号」(甲10の54)  
オ 以上の事実によれば、被告は、1949年から「PUMA」の文字及びピューマの図形を被告のブランドとしてスポーツシューズに使用開始し、我が国においては、1972年からスポーツウエア、靴、バッグ、アクセサリ等について、製造・販売してきたこと、かつ、引用商標を付したスポーツシューズ、バッグ、スポーツウエアあるいはTシャツなどの被服等を、少なくとも2005年頃から、ランナーズ等多数の雑誌や新聞において継続して掲載してきたことが認められる。

してみれば、引用商標は、本件商標の登録出願時には既に、同人の業務に係るスポーツシューズ、被服、バッグ等を表示する商標として、我が国の取引者、需要者の間に広く認識されて周知・著名な商標となっており、それは本件商標の登録査定時及びそれ以降も、継続していたと認められるものである。

なお、原告は、引用商標を上段にし、下段に「puma.com」の文字を書いた構成の商標は、引用商標とは異なる旨主張しているが、当該使用商標は、引用商標の構成が顕著に表されているものであり、そして、下段の「puma.com」は、被告のドメインネームであり、自他商品の識別標識としての機能を果たし得ないから、上記使用する商標についても、その使用により引用商標からなる部分に信用が化体するというべきである。したがって、上記使用商標は、引用商標と同等のものとみて差し支えないものというべきである。

さらに、原告は、被告が引用商標の著名性を証明するために提出している甲6ないし甲11には、引用商標そのものとは全く異なる標章が多数掲載されており、引用商標が著名であることの証拠になっていない。むしろ統一性を失った標章の使用態様であるため信用が化体する対象が定まっていない旨を述べているが、「PUMA」の文字とピューマの図形を組み合わせる使用する商標の態様は、ほとんどが、引用商標の態様であり、前述のとおり、引用商標は、広く使用されてきたことが認められるから、引用商標の著名性について上記のとおり認定できる。

## (2) 本件商標と引用商標との類似性について

ア 本件商標は、上記1の(1)記載のとおり構成からなるところ、中央下寄りに大きく顕著に表された「KUMA」の文字部分は、各文字が縦線を太く、横線を細く、「K」の右側部分や「A」のように、通常斜線となるものを含め、各文字の線を垂直に表すようにし、そして、角部分に丸みを持たせた縦長の書体で表され、かつ、全体をもってあたかも横長の長方形の枠内にはめ込まれたような独特な印象を与えるものであり、また、その右肩上方に表された図形は、前記文字部分に向かって跳びかかるかのように左方向を向いた

四つ足動物を側面からシルエット風に描いたものであって、この両者の組合せが看者の注意を強く惹き、深く記憶に残るものである。これらの上に配された「KUMA」の文字は、通常の活字で小さく表されており、前記「KUMA」の文字とシルエット風図形との組合せ部分に比べ、看者の注意を惹くことは少なく、むしろ該組合せ部分の付記的部分との印象を与えるものである。

イ 他方、引用商標は、上記1の(4)のア記載のとおり構成からなるところ、中央下寄りに大きく顕著に表された「PUMA」の文字部分は、各文字が縦線を太く、横線を細く、各文字の線を垂直に表すようにし、そして、角部分に丸みを持たせた縦長の書体で表され全体をもってあたかも横長の長方形の枠内にはめ込まれたような独特な印象を与えるものであり、また、その右肩上方に表された図形は、前記文字部分に向かって跳び上がるかのように左方向を向いた四つ足動物を側面からシルエット風に描いたものであって、この両者の組合せが看者の注意を強く惹き、深く記憶に残るものである。そして、前記文字部分の右下に表された「R」(マル)の記号は、一般に登録商標であることを示す記号として用いられているものであるばかりでなく、極めて小さく表されたものであって、商標の比較に際して影響を及ぼすものではない。

ウ そこで、本件商標と引用商標とを対比すると、両者は、4個の欧文字が横書きで大きく顕著に表されている点、その右肩上方に、四つ足動物が該欧文字部分に跳びかかるか又は跳び上がる様子を側面からシルエット風に描かれた図形を配した点において共通するものである。そして、両者の4個の欧文字部分は、第1文字が「K」と「P」と相違するのみで、他の文字の配列構成を悉く共通にするものであり、しかも、各文字が縦線を太く、横線を細く、各文字の線を垂直に表すようにし、そして、角部分に丸みを持たせた縦長の書体で表されていることから、各文字の特徴が酷似しており、かつ、全体をもってあたかも横長の長方形の枠内にはめ込まれたような独特な印象を与えるものである。

この点に関し、原告は、両商標の4個の欧文字は書体を異にするものであるとして縷々述べているが、前記各文字を子細にみれば、確かに文字の縦線間の隙間の幅が若干異なる等の差異があるとしても、かかる差異は看者の印象・記憶に影響を及ぼす程のものではなく、前記の共通点を凌駕するものではない。

また、両商標の図形部分は、子細に見れば熊とピューマとの差異があり、図形の位置等に若干の差異があるとしても、四つ足動物が左方向に向かい、文字部分に跳びかかるか又は跳び上がる様子を側面からシルエット風に描いてなる点において共通するものである。

そうすると、本件商標と引用商標とは、それぞれを子細に観察した場合はともかく、全体として時と処を別にして観察した場合には、構成の軌を一に

するものであって、外観上酷似した印象を看者に与えるものというべきである。

(3) 公の秩序を害するおそれについて

- ア 前示のとおり、被告がスポーツシューズ、被服、バッグ等を世界的に製造販売している多国籍企業として知られていること、引用商標は被告の業務に係る商品を表示する商標として取引者、需要者の間に広く認識されていること、また、本件商標の指定商品には引用商標が使用されている商品が含まれていること、本件商標を使用した商品(Tシャツ)を販売するウェブサイト中に、「北海道限定人気 パロディ・クーマ」及び「『クーマ』『KUMA』のTシャツ 赤フロントプリント プーマPUMAではありません」、「注意 プーマ・PUMAではありません」、「『クーマ』『KUMA』のTシャツ 黒フロントプリント 注プーマ・PUMAではありません」、「プーマ・PUMAのロゴ似いるような。」、「『クーマ』『KUMA』のTシャツ 黒バックプリント 注意プーマPUMAではありません。」、「プーマ・PUMAのロゴに似ているような似ていないような。」と記載されていること(甲18及び甲19)などを併せ考慮すると、原告が引用商標ないしは被告の存在を知らなかったものとはいいい難く、本件商標は、意図的に引用商標と略同様の態様による4個の欧文文字を用い、引用商標のピューマの図形を熊の図形に置き換え、全体として引用商標に酷似した構成態様にするにより、本件商標に接する取引者、需要者に引用商標を連想、想起せしめ、引用商標に化体した信用、名声及び顧客吸引力にただ乗り(フリーライド)する不正な目的で採択・出願し登録を受けたものといわざるを得ない。
- イ このことは、原告が、本件商標と同様に引用商標と略同様の独特な態様による4個の欧文文字を用い、引用商標のピューマを「馬と思しき動物」に置き換えた構成からなる商標、同じく「豚と思しき動物」に置き換えた構成からなる商標を、それぞれ本件商標と同一の商品を指定商品として登録出願している事実がある(甲4及び甲5)ことから首肯し得るものである。
- ウ そして、本件商標をその指定商品に使用する場合には、引用商標の出所表示機能が希釈化(ダイリューション)され、引用商標に化体した信用、名声及び顧客吸引力、ひいては被告の業務上の信用を毀損させるおそれがあるものというべきであるから、本件商標は、商標を保護することにより、商標を使用する者の業務上の信用の維持を図り、需要者の利益を保護するという商標法の目的(商標法1条)に反するものであり、公正な取引秩序を乱し、商道徳に反するものというべきである。
- エ そうすると、本件商標は、引用商標に化体した信用、名声及び顧客吸引力に便乗して不当な利益を得る等の目的をもって引用商標の特徴を模倣して出願し登録を受けたものといわざるを得ず、その登録出願の経緯に社会的相当性を欠くものがあり、その登録を認めることが商標法の予定する秩序に反するものとして到底容認し得ないというべきである。

(4)したがって、本件商標は7号に該当するものである。

(2) 15号該当性について

(1) 本件商標と引用商標との類似性の程度

前示のとおり、本件商標は、引用商標と略同様の独特な態様による4個の欧文字を用い、引用商標のピューマの図形を熊の図形に置き換え、引用商標と同様の構成態様にしたものであり、全体として引用商標と構成の軌を一にし、酷似した印象を看者に与えるものであって、両商標は、外観上彼此相紛らわしく、その類似性は相当程度高いものというべきである。

(2) 引用商標の周知著名性及び独創性の程度

前示のとおり、引用商標は、特徴のある欧文字4字とシルエット風に描かれたピューマの図形を組み合わせた独特な構成態様からなるものであり、被告によってスポーツシューズ、被服、バッグ等に長年盛大に使用された結果、被告の業務に係る商品を表示する商標として、本件商標の登録出願時及び登録査定時には既に、取引者、需要者の間に広く認識されていたものである。

(3) 本件商標の指定商品と引用商標が使用されている商品との関連性及び取引実情

本件商標の指定商品である「洋服、コート、セーター類、ワイシャツ類、寝巻き類、下着、水泳着、水泳帽、靴下、帽子、ベルト、運動用特殊衣服、運動用特殊靴」等は、引用商標が使用されている「ジャケット、ジョギングパンツ、ズボン、Tシャツ、水泳着、帽子、ベルト、スポーツシューズ」等とは同一であるか又は用途・目的・品質・販売場所等を同じくし、関連性の程度が極めて高いものであり、両者の取引者及び需要者も共通するものである。一般に、両者の需要者は、老若男女を含む一般消費者であり、商標やブランドについて詳細な知識を持たない者も多数含まれており、商品の選択・購入に際して払われる注意力は必ずしも高いとはいえない。

また、セーター類、ワイシャツ類、靴下、帽子等の被服や運動用特殊衣服、運動用特殊靴等は、胸部や脛部分等に商標をワンポイントマークとして小さく表示される場合も少なくない。かかる場合は、商標が必ずしも微細な点までに表されないこともあり、需要者が商標の全体的な印象に頼り、些細な相違点を看過して商品を選択する可能性も否定し得ない。

(4) 混同を生ずるおそれ

前記(1)ないし(3)の事情を総合すると、本件商標をその指定商品について使用する場合には、これに接する取引者、需要者は、顕著に表された独特な欧文字4字と熊のシルエット風図形との組合せ部分に着目し、周知著名となっている引用商標ないしは被告を連想、想起することは必定であって、該商品が被告又は被告と経済的、組織的に何らかの関係を有する者の業務に係る商品であるかの如く、その出所について混同を生ずるおそれがあるものというべきである。

(5)したがって、本件商標は、15号に該当するものである。



## 【判 断】

### 1 取消事由2（15号該当の判断の誤り）について

#### (1) 本件商標

本件商標は、独特の太く四角い書体で、全体が略横長の長方形を構成するようにロゴ化して表した「K U m A」の欧文字の右上に、左方に向かって前かがみに二足歩行する熊のシルエット風図形を配し、上方にゴシック体で小さく表した「K U M A」の欧文字を添えてなるものである。

#### (2) 引用商標

引用商標は、独特の太く四角い書体で、全体が略横長の長方形を構成するようにロゴ化して表した「P U m A」の欧文字の右上に、左方に向かって跳び上がるように前進するピューマのシルエット風図形を配し、「A」の欧文字の右下に、円内にアルファベットの大文字の「R」を記した記号を小さく添えてなるものである。

引用商標の構成になる前記8つの引用商標は、平成6年12月20日から平成21年5月15日にかけて出願され、平成9年6月20日から平成21年1月13日にかけて登録された。

#### (3) 引用商標の周知著名性

ア 甲4～11、乙1、2（各枝番を含む）及び弁論の全趣旨によれば、以下の事実を認めることができる。

（ア）被告は、スポーツ用品・スポーツウエア等を製造販売する世界的に知られた企業であって、1920年にアディ・ダスラー及びビルドルフ・ダスラー兄弟が靴を販売する「ダスラー兄弟社」を設立したのが始まりであり、その後、兄弟は1948年（昭和23年）にそれぞれ独立し、兄が被告を設立した。

（イ）被告は、1949年から俊敏に獲物を追い詰め必ず仕留めるアメリカライオンのピューマから命名した「P U M A」の文字及びピューマの図形を被告のブランドとしてスポーツシューズに使用し始め、我が国においては、日本国内における代理店としてコサ・リーベルマン株式会社が、1972年から2002年まで、被告の業務に係る商品のうち「靴、バッグ、アクセサリー」について事業を展開し、2003年5月1日に、プーマの日本法人であるプーマジャパンが同事業を承継した。そして、ウエアについては、1972年から国内のライセンサーであるヒットユニオン株式会社が製造・販売していたが、2006年1月に、日本において引用商標を付したアパレル関連商品を生産する被告の日本法人であるプーマ・アパレル・ジャパンが設立され、同社がヒットユニオン株式会社から営業権を譲り受けた。

（ウ）引用商標は、「ジャケット、ジョギングパンツ、ズボン、Tシャツ、水泳着、帽子、ベルト、スポーツシューズ」等に長年使用されてきた。

（エ）2003年ないし2008年版のスポーツアパレル産業白書（甲7の

3～6)の、「スポーツアパレル/ブランド別国内出荷金額ランキング」によれば、「プーマ」ブランドは、2001年ないし2004年は3位、2005年及び2006年は4位であり、サッカーウエアについて、2006年の出荷高に占める上位5ブランドシェアは、「アディダス」ブランドが98億円の26.8ポイントでトップ、以下2位「プーマ」約80億円、上位の「アディダス」「プーマ」「ナイキ」の3ブランドだけで市場の65%を占めている状態にある。

(オ)引用商標は、本件商標の登録出願前である2005年から登録査定後である2006年にかけて我が国で発行された多数の商品カタログや雑誌等において、スポーツシューズ、バッグ、スポーツウエア(上下服)、Tシャツ、水着等に付され掲載され、テレビコマーシャルも多数放送されている。

イ 以上の事実によれば、被告は、1949年から「PUMA」の文字及びピューマの図形を被告のブランドとしてスポーツシューズに使用開始し、我が国においては、1972年から、代理店を通じて、あるいはライセンシーないし日本法人を通じて、スポーツウエア、靴、バッグ、アクセサリーを製造・販売してきたこと、引用商標を付したスポーツシューズ、バッグ、スポーツウエアあるいはTシャツなどの被服等については、少なくとも2005年頃からは、ランナーズ等多数の雑誌や新聞において継続して宣伝してきたことが認められる。

そして、引用商標は、略横長の長方形を構成するようにロゴ化して表した欧文字の右上に、左方に向かって跳び上がるようなピューマのシルエット風図形を配した構成態様として独創的であり、需要者に強い印象を与えるものである。

そうすると、引用商標は、本件商標の登録出願時には既に、被告の業務に係るスポーツシューズ、被服、バッグ等を表示する商標として、我が国の取引者、需要者の間に広く認識されて周知・著名な商標となっており、本件商標の登録査定時及びそれ以降も、そのようなものとして継続していたと認めることができる。

被告が使用してきた商標のうちには、引用商標を上段にし、下段に「puma.com」の文字を書した構成の商標があり、原告は、この態様の商標は引用商標とは異なると主張するが、当該使用商標は、引用商標の構成が顕著に表されているものであり、下段の「puma.com」は、被告のドメインネームであり、自他識別機能を果たし得ないから、当該使用商標の要部は引用商標からなる部分であり、当該使用商標は、引用商標と同等のものである。

原告は、被告が引用商標の著名性を証明するために提出している甲6～11には、引用商標そのものとは全く異なる標章が多数掲載されており、引用商標が著名であることの証拠にならないうえ、むしろ統一性を失った標章の使用態様であるため信用が化体する対象が定まっていまいと主張するが、

「PUMA」の文字とプーマの図形を組み合わせる商標の態様は、ほとんどが、引用商標の態様であり、引用商標の一部を用いる態様や、「PUMA」の書体が異なる態様があるとしても、引用商標の変形として、引用商標が周知・著名であることを踏まえての態様と認められるから、引用商標の周知・著名性の認定を裏付けるものではあっても、その認定の妨げとはならない。

#### (4) 本件商標と引用商標との類似性

本件商標と引用商標とを対比すると、両者は、4個の欧文字が横書きで大きく顕著に表されている点、その右肩上方に、熊とピューマとで動物の種類は異なるものの、四足動物が前肢を左方に突き出し該欧文字部分に向かっている様子を側面からシルエット風に描かれた図形を配した点において共通する。両者の4個の欧文字部分は、第1文字が「K」と「P」と相違するのみで、他の文字の配列構成を共通にする。しかも、各文字が縦線を太く、横線を細く、各文字の線を垂直に表すようにし、そして、角部分に丸みを持たせた部分を多く持つ縦長の書体で表されていることから、文字の特徴が酷似し、かつ、文字全体が略横長の長方形を構成するようにロゴ化して表した点で共通の印象を与える。文字の上面が動物の後大腿部の高さに一致する位置関係が共通しており、足や尾の方向にも対応関係を看取することができる。

本件商標の上方にゴシック体で小さく表した「KUMA」の欧文字や、引用商標の「A」の欧文字の右下に非常に小さく、円内にアルファベットの大文字の「R」を記した記号は、目立たない位置にあることや表示が小さいこと等により看者の印象に残らない。

原告は、両商標の4個の欧文字の書体は文字線の太さや隣接する文字と文字との間隔において構成を異にすると主張するが、前記各文字を子細にみれば、文字の縦線間の隙間の幅が若干異なる等の差異があるとしても、かかる差異は看者の印象・記憶に影響を及ぼす程のものではなく、上記共通点を凌駕するものではない。

以上、共通する構成から生じる共通の印象から、本件商標と引用商標とは、全体として離隔的に観察した場合には、看者に外観上酷似した印象を与えるものといえる。

#### (5) 取引の実情

本件商標の指定商品は、引用商標が長年使用されてきた「ジャケット、ジョギングパンツ、ズボン、Tシャツ、水泳着、帽子、ベルト、スポーツシューズ」等とは同一であるか又は用途・目的・品質・販売場所等を同じくし、関連性の程度が極めて高く、商標やブランドについて詳細な知識を持たず、商品の選択・購入に際して払う注意力が高いとはいえない一般消費者を需要者とする点でも共通する。

衣類や靴等では、商標をワンポイントマークとして小さく表示する場合も少なくなく、その場合、商標の微細な点まで表されず、需要者が商標の全体的な

印象に圧倒され、些細な相違点に気付かないことも多い。

原告は、原告製品は観光土産品として、観光土産品の販売場所で販売されていると主張するけれども、観光土産品は、土産物店のみならずデパート・商店街等でも販売され、同一施設内で観光土産品用でない被服も販売されていることが認められるから、販売場所も共通にするといえる（乙4，5）。

(6) 混同を生ずるおそれ

上記事情を総合すると、本件商標をその指定商品について使用する場合には、これに接する取引者、需要者は、顕著に表された独特な欧文字4字と熊のシルエット風図形との組合せ部分に着目し、周知著名となっている引用商標を連想、想起して、当該商品が被告又は被告と経済的、組織的に何らかの関係を有する者の業務に係る商品であるかのように、その出所について混同を生ずるおそれがあるといえる。

(7) 小括

したがって、本件商標は15号に該当するとした審決の判断に誤りはなく、取消事由2に理由はない。

2 取消事由1（7号該当の判断の誤り）について

本件商標と引用商標の類似性及び誤認混同のおそれについては、上記のとおりである。

前記1(3)アの認定事実から明らかなように、被告がスポーツシューズ、被服、バッグ等を世界的に製造販売している多国籍企業として著名であり、引用商標が被告の業務に係る商品を表示する独創的な商標として取引者、需要者の間に広く認識され、本件商標の指定商品には引用商標が使用されている商品が含まれていること、本件商標を使用した商品を販売するウェブサイト中に、「北海道限定人気 パロディ・クーマ」、「『クーマ』『KUMA』のTシャツ 赤フロントプリント プーマPUMAではありません」、「注意 プーマ・PUMAではありません」、「『クーマ』『KUMA』のTシャツ 黒フロントプリント 注プーマ・PUMAではありません」、「プーマ・PUMAのロゴ似いるような。」、「『クーマ』『KUMA』のTシャツ 黒バックプリント 注意 プーマPUMAではありません。」、「プーマ・PUMAのロゴに似ているような似ていないような。」と記載されていること（甲18，19）、原告は日本観光商事社のライセンス管理会社であるが（弁論の全趣旨）、日本観光商事社は、本件商標以外にも、欧文字4つのロゴにピューマの代わりに馬や豚を用いた商標や、他の著名商標の基本的な構成を保持しながら変更を加えた商標を多数登録出願し（甲4，5，14）、商品販売について著作権侵害の警告を受けたこともあること（甲15，16）が認められる。

これらの事実を総合考慮すると、日本観光商事社は引用商標の著名であることを知り、意図的に引用商標と略同様の態様による4個の欧文字を用い、引用商標のピューマの図形を熊の図形に置き換え、全体として引用商標に酷似した構成態様に仕上げることにより、本件商標に接する取引者、需要者に引用商標

を連想，想起させ，引用商標に化体した信用，名声及び顧客吸引力にただ乗り（フリーライド）する不正な目的で採択・出願し登録を受け，原告は上記の事情を知りながら本件商標の登録を譲り受けたものと認めることができる。

そして，本件商標をその指定商品に使用する場合には，引用商標の出所表示機能が希釈化（ダイリューション）され，引用商標に化体した信用，名声及び顧客吸引力，ひいては被告の業務上の信用を毀損させるおそれがあるということが出来る。

そうすると，本件商標は，引用商標に化体した信用，名声及び顧客吸引力に便乗して不当な利益を得る等の目的をもって引用商標の特徴を模倣して出願し登録を受けたもので，商標を保護することにより，商標を使用する者の業務上の信用の維持を図り，需要者の利益を保護するという商標法の目的（商標法1条）に反するものであり，公正な取引秩序を乱し，商道徳に反するものというべきである。

したがって，本件商標は7号に該当するとの審決の判断に誤りはなく，取事由1は理由がない。

#### 結 論

以上によれば，原告主張の取消事由にはいずれも理由がない。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．本件登録商標と引用商標とを最初に対比観察した時、筆者は、前者の標章態様は後者のそれについての着想（アイデア）を借用していても、構成態様（レイアウト）は非類似と判断することができるのではないかと考えていた。ところが、本件判決を読み始めたところ、本件商標の商標権者（原告／審判被請求人）には、あえて周知著名な引用商標を引用することによって、本件商標を顧客にアピールしようとする意図のあることが、websiteで広告していることでわかったので、筆者の最初の思惑は外れてしまった。

著作権法において保護対象となる絵画のような美術の著作物にあっては、いわゆる画風といわれるものは保護の対象外であることは通説判例であるから、標章としての表現物である原告の「KUMA＋熊の図形」と被告の「PUMA＋ピューマの図形」とは、美術の著作物としては複製でも変形でもないから、著作権侵害は成立しない。

しかしながら、商標法においては、商標権侵害は、登録商標と同一の場合だけでなく類似の商標にあってても成立する場合があるところ、本件商標の場合は、引用商標との類似性から、登録無効事由となったのである。ただ、登録無効の適用規定は、商標法4条1項15号であったのである。

審決においては、法4条1項7号の適用を第1の審決理由とし、法4条1項15号の適用を第2の審決理由としていたが、本判決ではこの順番を逆に行っている。しかし、本判決による15号適用の方が妥当であり、そうであれば、登

録無効事由は15号の規定適用だけで十分であったところ、あえて後者についての規定適用の判示理由をも示しているのはどうかと思う。

しかし、本件商標に対し法4条1項7号を適用することは、公序良俗や商道徳の概念を拡張解釈しているように思われる。原告による本件商標の使用の意図には、引用商標が有する顧客吸引力への便乗が見てとれるとしても、これはあくまでも利益便乗であって、公序良俗という公益を害する意図とは違うものだからである。

そうすれば、裁判所としては、原告の取消事由1には言及せず、取消事由2に対する判示だけで十分であったと思う。しかし、裁判所がそうしなかったのは、判決後に原告から審理未了（民訴法312条2項6号）を理由とした上告をされることを避けるためであったのだろうか。

2.ところで、仮定の問題であるが、もし本件商標に係る標章において、熊の図形の位置が「KUMA」の文字の左側であったり、上段中央であった場合には、法4条1項15号の適用はどうなるのだろうか。

〔牛木 理一〕