

## 「天使のチョコリング」事件

### 【事件の概要】

第30類「チョコレートを加味してなるリング状の菓子及びパン」を指定する商標「天使のチョコリング」が引用商標「天使」と類似すると判断された。

### 【事件の表示、出典】

H23. 3. 17知財高裁 平成22年（行ケ）第10335号事件  
知的財産裁判例集HP

### 【参照条文】

商標法第4条第1項第11号

### 【キーワード】

結合商標の要部認定

### 1. 事案の概要

本件は、下記本件商標に係る商標登録を下記引用商標に基づき無効にすることを求める審判請求について、特許庁が同請求を認めた審決の取消しを求める事案である。

### 【本件商標】

登録第5266577号

「天使のチョコリング」

第30類「チョコレートを加味してなるリング状の菓子及びパン」

### 【引用商標】

①登録第1457789号

「天使」

第30類「菓子及びパン」

②登録第5033542号

「てんし／天使／テンシ」

第30類「菓子及びパン」他

### 2. 本件審決の理由の要旨

本件商標と引用商標とは、その構成中の「天使」との部分において、外観、

称呼及び觀念のいずれにおいても同一とする類似のものということができるから、本件商標は、商標法4条1項11号に違反して登録されたものであって、同法46条1項の規定により、その登録を無効とすべきである。

注) 原告は無効審判において答弁をしていない。

### 3. 原告の主張

(1) 被告は、天使のマークを企業シンボルとして利用しているが、被告の創業者自身が「エンゼルマーク」を採用したのも、「天使・エンゼル＝天使」というイメージから、「子どもたちのためにお菓子を」ということを表現するためであった。そして、「天使」という名称から被告を識別できるわけではなく、あくまで「エンゼルマーク」ということで被告を識別できるにすぎない。

そうであるからこそ、被告が現在販売しているチョコ菓子の中で、唯一「エンゼルパイ」が存在しているだけであって、その他、「天使」という名称を利用している主力商品は存在せず、「天使」イコール被告とのイメージはなく、テレビCMなども「エンゼルマークの森永」として広告されている。

(2) さらに、「天使」という名称が一般名称化していることから、「天使のお菓子」や「天使のたまごロール」、「天使の鈴」、「天使のクリーンプリン」など多数の商品が第三者によって販売されているとの現状がある。

(3) 原告は、平成14年7月に愛知県知多郡東浦町で「ANTI QUE」との店舗を開店したことから始まり、徐々に、事業及び店舗を拡大し、その後に法人化したパン類等の製造販売会社である。

そして、原告が経営する店舗（フランチャイズ店舗を含む）において販売している多数のベーカリー商品の中で、トップ3に入る原告の主力商品となっているのが「天使のチョコリング」との名称で販売しているドーナツ形状のデニッシュパンである。

原告は、当初から、「天使のチョコリング」という名称で当該商品を販売しており、当該商品が原告の代名詞といわれるほどの人気を博している。原告は、「天使のチョコリング」を一体の名称のものとして扱っており、顧客に配布する商品チラシや「ANTI QUE通信」という商品情報を提供するチラシ、地域紙や情報誌における紹介においても、「天使のチョコリング」として掲載しており、一体として扱われていないものは存在しない。

このように、原告は、「天使のチョコリング」という名称を一体として使用しており、「天使」という名称を単独で使用することはないものであるから、その取引状況をも考慮して、「天使のチョコリング」を一体のものとして判断すべきである。

#### 4. 裁判所の判断

(1) 取消事由1 (本件商標の構成に係る判断の誤り) について

##### ①商標の類否判断の対象

商標法4条1項11号に係る商標の類否判断に当たり、複数の構成部分を組み合わせた結合商標については、商標の各構成部分がそれを分離して観察することが取引上不自然であると思われるほど不可分的に結合しているものと認められる場合において、その構成部分の一部を抽出し、この部分だけを他人の商標と比較して商標そのものの類否を判断することは、原則として許されないが、他方、商標の構成部分の一部が取引者、需要者に対し商品又は役務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認められる場合や、それ以外の部分から出所識別標識としての称呼、観念が生じないと認められる場合などには、商標の構成部分の一部だけを他人の商標と比較して商標そのものの類否を判断することも、許されるものである(最高裁昭和37年(オ)第953号同38年12月5日第一小法廷判決・民集17巻12号1621頁、最高裁平成3年(行ツ)第103号同5年9月10日第二小法廷判決・民集47巻7号5009頁、最高裁平成19年(行ヒ)第223号同20年9月8日第二小法廷判決・裁判集民事228号561頁参照)。

##### ②本件商標から生ずる観念及び称呼

ア本件商標の指定商品は「チョコレートを加味してなるリング状の菓子及びパン」であるところ、「チョコリング」については、チョコレート成分含有又はチョコレート味という原材料や品質で、かつ、輪状という形状の菓子又はパンであることを普通に用いられる方法で一般的に表示したものであることのであって、このような菓子又はパンの品質、原材料及び形状を普通に用いられる方法で一般的な文字で表示した本件商標中の「チョコリング」の部分からは、商品の出所識別標識としての称呼、観念は生じない。

他方、「天使」との語は、本件商標の指定商品である「チョコレートを加味してなるリング状の菓子及びパン」についての性状等を表すものではなく、本件商標の指定商品との関係では商品の出所識別標識としての機能を発揮し得るものである。また、本件商標の「天使」との部分は、「チョコリング」との部分と何ら観念的な結び付きも有しないものである。

以上によると、本件商標については、「天使のチョコリング」全体のほかに、「天使」の部分についての観念及び称呼が生じるものということができる。

##### ③原告の主張の当否

原告は、「天使」という名称は一般名詞化しており、「天使」との文字が出所識別標識として強く支配的な印象が与えられるものではないこと、原告は、「天使のチョコリング」という名称を一体として使用していることから、「天使のチ

ョコリング」を一体のものとして判断すべきであることなどを主張する。

しかしながら、上記説示のとおり、商標の構成部分の一部が取引者、需要者に対し商品又は役務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認められる場合や、それ以外の部分から出所識別標識としての称呼、観念が生じないと認められる場合などには、商標の構成部分の一部だけを他人の商標と比較して商標そのものの類否を判断することも、許されるどころ、これを本件商標についてみると、「天使」との語は、本件商標の指定商品である「チョコレートを加味してなるリング状の菓子及びパン」についての性状等を表すものではなく、本件商標の指定商品との関係では自他商品の識別標識としての機能を十分に発揮し得るものであるのに対し、「チョコリング」との語は、本願商品の指定商品の品質、原材料及び形状を普通に用いられる方法で一般的な文字で表示したものにすぎず、自他商品の識別力を有しないものであるから、本件商標は、「天使のチョコリング」という一連の称呼及び観念が生じるとしても、さらにまた、その構成中の「天使」の部分としての称呼及び観念が生じること否定することができない。そして、このことは、原告が、製造販売する商品に「天使のチョコリング」との名称を使用しているということのみをもって影響されるものではない。

(2) 取消事由2 (出所の混同を生ずるおそれがあるとした判断の誤り) について

①本件商標と本件引用商標との類否

本件引用商標の商標権者である被告は、日本有数の菓子・食品の製造・販売等の会社であるところ、被告の商品には、「エンゼルパイ」との菓子があるほか、これまでも、「エンゼルスイーツ」(平成13年ころ。乙199)、「エンゼルレリーフ」(平成8年ころ。乙200)、「エンゼルパティシエ」(平成7年ころ。乙201)などの菓子類を販売してきたこと、被告は、明治38年以降、被告の商品に天使(エンゼル)の図柄を採用して付記し始め、時代の変遷とともに態様を少しずつ変遷させながら、本件商標の登録査定時に至るまで、同社のロゴマークに「エンゼルマーク」と呼ぶ天使(エンゼル)を象形化した図柄を採用するとともに、多くの自社商品のパッケージに同図柄を付記し続けてきたこと、被告は、この「エンゼルマーク」に係る多数の商標出願を行って、その保護に努めてきたこと、以上の事実が認められるところ、「天使」には「エンゼル」の意味があり、「エンゼル」が「天使」の意味を有することは、我が国における一般的な外来語や英語の理解能力を前提にすると、指定商品の取引者や需要者のみならず、一般人においても容易に認識し得る程度のものである。

そうすると、本件商標と本件引用商標とは、いずれも同一の称呼及び観念を

生じるものであって、さらに、日本有数の菓子・食品の製造・販売等の会社である本件引用商標の商標権者である被告が、上記のとおり、本件商標の登録査定時に至るまで、長年にわたり、自社のロゴマークに「天使（エンゼル）」を使用し、自社の商品のパッケージに「エンゼルマーク」を付記してきたことなどの実情をも加え、取引者に与える印象、記憶、連想等を総合して全体的に考察すると、本件商標を、本件引用商標が指定商品として含む「チョコレートを加味してなるリング状の菓子及びパン」に使用した場合に、商品の出所につき誤認混同されるおそれがあるといえることができる。

### （3）結論

以上によると、本件商標は、商標法4条1項11号に該当するものといえることができ、これと同旨の本件審決の判断に誤りはない。

## 5. 検討

①過去の「ラブコスメティック」事件の判断とも合わせると、「ディクショナリーワード+普通名称」の構成の商標の場合、第4部では保守的な判断（画一的に分離）がされる傾向があるようである。

### ■第2部



「ラブコスメティック」 vs 「LOVE」 ⇒類似（大阪高裁の侵害事件では非類似）

### ■第3部

「ラブコスメ」 vs 「LOVE」 ⇒非類似（ただし、「コスメ」は普通名称として一般に認識されていないと認定）

### ■第4部

「ラブコスメティック」 vs 「LOVE」 ⇒類似

②森永製菓がロゴとして「エンゼルマーク」を使用し続けてきたことが考慮されているが、ロゴマークの使用により「天使」という文字・観念と森永製菓が結びついて認識されるとは言えないのではないか。むしろ、原告の「天使のチョコリング」の使用実績や他社の「天使の～」の使用例等の方が取引の実情として考慮されるべきである。

（弁理士 土生 真之）