

「KAWASAKI」事件

【事件の概要】

原告は自己の商標登録出願が拒絶査定を受けたため、これに対する不服審判を請求したが、請求不成立審決を受けたため、知財高裁に出訴した。知財高裁は同審決を取り消した。

【事件の表示、出典】

知財高裁平成24年（行ケ）第10013号（平成24年6月6日判決）

知的財産裁判例集HP（<http://www.courts.go.jp/hanrei/pdf/20121002103756.pdf>）

【参照条文】 商標法3条1項3号、3条1項4号、3条2項

【キーワード】 特別顕著性

1. 事実関係

(1) 平成21年7月13日に原告が本件商標を出願

本件商標

Kawasaki

指定商品：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」

(2) 同年6月25日、拒絶査定を受け、不服審判を請求するも（不服2010-21611号事件）、平成23年11月15日、請求不成立審決。

審決の理由の要旨（判決文2頁、審決2～5頁）

- ①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，
- ②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，
- ③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であるということとはできない

2. 争点

- (1) 商標法3条1項3号該当性判断の誤り（取消事由1）
- (2) 同項4号該当性判断の誤り（取消事由2）
- (3) 同条2項該当性判断の誤り（取消事由3）

3. 裁判所の判断（11頁～）

- (1) 取消事由1（3条1項3号該当性判断の誤り）について（判決文14頁～）

下記を総合して、3条1項3号該当性を否定。

① 本願商標は、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、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（判決文15頁最後の段落～）。

↓

このような外観からすると、本願商標は、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、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。

*この点、審決においては、「本願商標は、「K a w a s a k i」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」、「本願商標は、別掲のとおり、ごく普通の書体といえるものであって、何ら特徴的な書体ということとはできない」と認定されている。

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」、「K a w a s a k i」、「k a w a s a k i」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（判決文12頁（2）～）。

↓

神奈川県川崎市を「K a w a s a k i」、「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、漢字で「川崎」と表記される場合とは異なり、「K a w a s a k i」、「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。

③ 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。

また、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¹、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。

(2) 取消事由2（3条1項4号該当性判断の誤り）について（判決文17頁～）

省略（上記(1)①②③と同様の理由を挙げて3条1項4号該当性を否定）

(3) 取消事由3（3条2項該当性判断の誤り）について（判決文18頁～）

従来の高裁判決とは異なる基準で、同項該当性を判断。

「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

¹ この調査は審決後に実施されたものだが、「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いかなるわけでもないから、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」として、事実認定の基礎とされている。

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。

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。……

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。

4. 検討

商標法3条2項の特別顕著性について、東京高判昭26（行ナ）22（S30.2.24判決）は、商標は永年の間継続して一定の商品に使用され、一般の取引者をしてただちにその商品の出所を認識されるに十分となった場合、その商品にかぎって特別顕著性を有するにいたったものと解すべきである、と判示している。東京高判昭和58（行ケ）156（S59.9.26）、東京高判平成2年（行ケ）第103号（H3.1.29）も同旨である。審査基準もこれに準ずる。

本件では、同項の文言などに基づき、「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」と判示しており、上記の高裁判決とは異なる判断基準をとっている。

従来 of 基準によれば、特別顕著性が否定されたケースと思われる。

（弁護士 金本恵子）