

「カガミクリスタル江戸切子」 審決取消請求事件

【事件の概要】

「カガミクリスタル／江戸切子」が引用商標「江戸切子」と類似すると判断した審決が支持された。

【事件の表示、出典】

H25. 9. 5 知財高裁平成25年（行ケ）第10045号事件
知的財産裁判例集HP

【参照条文】

商標法4条1項11号

【キーワード】

地域団体商標、類否

1. 事案の概要

本件は、下記引用商標に基づく拒絶査定を不服とする審判請求が成り立たないとした審決の取消訴訟である。

争点は、本願商標と引用商標との類否（商標法4条1項11号）及び本願商標が他人の業務に係る商品又は役務と混同を生ずるおそれがある商標に該当するか（商標法4条1項15号）である。

【本願商標】

出願番号：商願2011-4144号



商 標：

区 分：第21類

【引用商標】

登録番号：第5085277号

商 標：江戸切子（*地域団体商標）

区 分：第14、21、40類

2. 裁判所の判断

1) 取消事由1（商標法4条1項11号該当性判断の誤り）について

(1) 商標法4条1項11号に係る商標の類否は、対比される両商標が同一又は類似の商品又は役務に使用された場合に、商品又は役務の出所につき誤認混同を生ずるおそれがあるか否かによって決すべきであるが、そのためには、まずその外観、観念、称呼の対比を基準にして需要者等に与える印象、記憶、連想等を総合し、要部が抽出できるならばそれに基づいて考察すべく、その商品又は役務の取引の実情を明らかにし得る場合には、その具体的な取引状況に基づいて判断すべきものである。

(2) 本願商標の要部について

本願商標は、「カガミクリスタル」の片仮名文字と「江戸切子」の漢字文字とが縦書き二段に配列されてなるところ、「江戸切子」の文頭はその右上にある「カガミクリスタル」の「ミ」の位置あたりから始まり、「江戸切子」が字下げされた段違いの配列となっている。「カガミクリスタル」の文字は、「江戸切子」の文字と比較して、一文字につき高さで約2分の1、幅で約3分の1の大きさで示され、文字の太さも2分の1程度である。いずれも筆文字体であるところ、やや特徴のある字体であるため、「江戸切子」部分は、漢字で大きく示されていることや「江戸切子」製品自体が全国的に周知であること（争いが無い）から、当該文字が「江戸切子」との表記であるとすぐに判読できるが、「カガミクリスタル」部分は、一見して判読が容易であるとははいえない。そして、「切子」は、広辞苑において「(1)四角な物の、かどかどを切り落とした形、(2)切籠灯籠の略、(3)切り子ガラスの略」（甲1）とされ、「切り子ガラス」について、「彫琢または切込細工を施したクリスタルガラス。きりこガラス。」（甲2）とされていることから、「江戸」と結びついて、江戸時代又は江戸地方の切り子ガラスとの観念が自然に生じるほか、東京及びその周辺地域で製作される金属や砥石の円盤を用いて表面をカットする技法により製作される伝統工芸品としての江戸切子（甲3、5）を想起するものと解される。

以上からすると、「江戸切子」部分の文字は、「カガミクリスタル」の文字から明瞭に区別することができ、本願商標に接した需要者等は、大きく記された「江戸切子」の漢字部分を強く意識することが多いものと認められる。

「カガミクリスタル」部分についても、後記(4)で認定するところを踏まえると、自他識別機能があることは否定し得ないが、「カガミクリスタル」の文字と「江戸切子」の間には、上記のとおり配置や大きさ等の違いがあり、片仮名と漢字の違いもあることからして、需要者や取引者は、両者を分離して観察し、外観上、大きく注目され、かつ製品としてその名が知られていて観念上も注目される「江戸切子」文字が、一見して判読しにくい

「カガミクリスタル」文字を凌駕して、取引者、需要者の注意をひく部分として本願商標の要部をなすというべきである。したがって、以下の判断においては、この要部を中心に對比するのが相当である。

(3) 本願商標と引用商標の対比

本願商標は、前記(2)に述べた外観であるのに対し、引用商標は標準文字で示されるものであるから、前記に述べたとおり、本願商標の要部が「江戸切子」部分であることからすれば、漢字で「江戸切子」と記載されている点において共通しており、外観において共通する部分がある。

また、称呼は、本願商標の要部である「エドキリコ」において共通し、「江戸切子」という観念についても共通する。

さらに、本願商標の指定商品のうち「切子模様を備えるグラス、切子模様を備えるコップ類、その他の切子模様を備える食器類、切子模様を備えるクリスタル製又はガラス製の置物、切子模様を備えるクリスタル製又はガラス製の花瓶・水盤・風鈴、切子模様を備える食品保存用ガラス瓶、切子模様を備えるクリスタル製又はガラス製の容器、切子模様を備えるクリスタル製又はガラス製こしょう入れ・砂糖入れ及び塩振出し容器、切子模様を備えるクリスタル製又はガラス製調味料入れ、切子模様を備えるクリスタル製又はガラス製コースター」は、引用商標の指定商品と同一又は類似のものである。

そして、次の(4)で認定するところを踏まえると、原告の本願商標と本件組合又はその組合員の使用する引用商標とで、いずれかが他方を凌駕して圧倒的に顕著な著名性を有するとまではいえず、取引における誤認混同のおそれが存在している。

そうすると、本願商標と引用商標は、外観において共通する部分があり、称呼と観念を共通にする類似の商標というべきであり、また、指定商品は同一又は類似していると認められるから、本願商標が商標法4条1項11号に該当するとした審決の判断に誤りはない。

(4) 原告は、引用商標が地域団体商標であることから、本件組合の引用商標は周知性を獲得していないとし、他方で、江戸切子が周知性を獲得する過程において、本件組合員でない原告の貢献が大きい旨主張する。この主張は、引用商標の登録要件欠如までの主張ではなく、本願商標と引用商標との類否判断における総合判断要素として考慮すべきものと主張と理解されるので、検討を加える。

本件組合は、大正7年に東京硝子研磨業組合として発足し、昭和30年に現名称である「東京カットグラス工業協同組合」と名称変更した団体で(乙9)、平成18年に地域団体商標として引用商標の登録出願をしているところ、証拠(甲6、乙10ないし乙63)によれば、同組合は、ホームページや店舗における直販により江戸切子製品を販売し、東京及び東京以外でも開催される各種の展示会を開催し、その案内や成果が東京版に限定されず各種新聞に掲載されているほか、昭和60年に東京都の伝統工芸品指定を受け、平成14年1月に経済産業省の伝統的工芸品指定を受けるなどしており、本件組合による「江戸切子」商品は周知性を有しているといえ、「江戸切子」文字自体に自他識別機能がある。

他方で、原告が取消事由1（1）アで主張するような創業以来80年近くの伝統を有するクリスタル製品メーカーとして全国的に知られる会社であり、「カガミクリスタル」のブランドで商品展開していることは証拠上明らかである（甲7ないし56、66ないし70、73、76ないし79、89）。

しかし、現に引用商標が地域団体商標として登録され、本件組合の商標として江戸切子が一定程度の周知性を保っていることも否定することができない以上、原告の本願商標が、要部と認めざるを得ない「江戸切子」部分において引用商標の自他識別機能を凌駕していると認めることはできないといわなければならない。原告の上記商品展開の経緯をもってしても、前記類否判断の結論は動かないといわざるを得ない。

2) 取消事由2（商標法4条1項15号該当性判断の誤り）について

前記のとおり、本願商標が商標法4条1項11号に該当する以上、同項15号の適用についての判断は必要がない。

3. 検討

(1) 類否について

本願商標は「江戸切子」と類似すると判断されたが、一方で、第5345603号「江戸切子館」（権利者：有限会社ヒロタグラスクラフト）は、引用商標と併存している。

地域団体商標は周知性の要件も緩和されている以上、登録されたとしても類似範囲は狭く見られるようである。

本願商標も外観の構成次第では、非類似と判断される余地があったかもしれない。

(2) 判決文で「原告は、引用商標が地域団体商標であることから、本件組合の引用商標は周知性を獲得していないとし、他方で、江戸切子が周知性を獲得する過程において、本件組合員でない原告の貢献が大きい旨主張する。この主張は、引用商標の登録要件欠如までの主張ではなく、本願商標と引用商標との類否判断における総合判断要素として考慮すべきものとの主張と理解される」と述べている。

一方で「原告の本願商標と本件組合又はその組合員の使用する引用商標とで、いずれかが他方を凌駕して圧倒的に顕著な著名性を有するとまではいえず、取引における誤認混同のおそれが存在している。」と認定しているが、そうであれば引用商標は7条の2第1項違反の無効理由を有していると考えられる。

仮に、拒絶審決取消事件において引用商標の登録要件欠如の主張を行った場合にどのように扱われるのかは興味深い。

2013. 9. 24

(弁理士 土生 真之)