

判決言渡 平成22年3月29日

平成21年(行ケ)第10228号 審決取消請求事件

口頭弁論終結日 平成22年2月24日

判 決

原 告	エチオピア連邦民主共和国
訴訟代理人弁護士	福島 栄一 穴戸 充 大向 尚子 高木 楓子
訴訟代理人弁理士	熊谷 美和子
被 告	社団法人全日本コーヒー協会
訴訟代理人弁理士	大岡 啓造

主 文

- 1 特許庁が無効2007-890025号事件について平成21年3月30日にした指定商品第30類「コーヒー，コーヒー豆」に関する審決のうち，指定商品「エチオピア国YIRGACHEFFE（イルガッチェフェ）地域で生産されたコーヒー豆，エチオピア国YIRGACHEFFE（イルガッチェフェ）地域で生産されたコーヒー豆を原材料としたコーヒー」に関する部分を取り消す。
- 2 原告のその余の請求を棄却する。
- 3 訴訟費用は，これを2分し，その1を原告の負担とし，その余を被告の負担とする。
- 4 この判決に対する原告による上告及び上告受理の申立てのための付加期間を30日と定める。

事 実 及 び 理 由

第1 請求

特許庁が無効2007-890025号事件について平成21年3月30日にした審決を取り消す。

第2 事案の概要

1 原告は、北東アフリカに位置する主権国家である。

被告は、農林水産大臣の設立許可を受けて昭和55年8月29日に設立された公益法人であり、国内コーヒー関連業界の健全な発展等を図るため、コーヒーの輸出入・卸売を業とする者等を会員とする社団法人である。

2 原告は、日本国特許庁に対し、平成17年9月8日付けで下記商標登録を出願し、平成18年4月6日の登録査定を経て、平成18年5月26日に登録第4955560号として商標登録を取得した。

記

・商標（本件商標）

YIRGACHEFFE

・指定商品

第30類

「コーヒー、コーヒー豆」

3 本件訴訟は、被告が、平成19年1月29日付けで上記商標登録の無効審判請求をしたところ、特許庁が、平成21年3月30日付けで、上記商標登録は、商標法3条1項3号（その商品の産地又は品質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）・4条1項16号（商品の品質の誤認を生ずるおそれがある商標）に該当すること等を理由にこれを無効とする旨の審決をしたことから、これに不服の原告がその取消しを求めた事案である。

4 本件訴訟の争点は、本件商標は、商標法3条1項3号が規定する「その商品の産地又は品質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」に該当するか、本件商標は、商標法3条2項が規定する「使用をされた結果需要者が何人かの業務に係る商品であることを認識することができるもの」に該当するか、本件商標は、商標法4条1項16号が規定する「商品の品質の

誤認を生ずるおそれがある商標」に該当するか， 被告は，本件無効審判請求の請求人適格を有するか，である。

第3 当事者の主張

1 請求の原因

(1) 特許庁における手続の経緯

ア 原告は，平成17年9月8日に本件商標登録出願をし，平成18年4月6日に登録査定を受け，平成18年5月26日に登録第4955560号として設定登録を受けた。

イ これに対し，被告は，平成19年1月29日，本件商標登録について無効審判請求をし，特許庁は，これを無効2007-890025号事件として審理した上，平成21年3月30日，前記商標法3条1項3号・4条1項16号該当を理由に，「登録第4955560号の登録を無効とする。」旨の審決（出訴期間として90日附加）をし，その謄本は平成21年4月9日原告に送達された。

(2) 審決の内容

審決の内容は，別添審決写しのとおりである。その理由の要点は，本件商標は，取引業者又は一般需要者に単に商品の産地又は品質を表示するものであると認識される可能性があるから，商標法3条1項3号が規定する「その商品の産地又は品質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」に該当する，本件商標が，エチオピア国産コーヒー豆又はコーヒーのブランドを表示するものとして，商標法3条2項が規定する「使用をされた結果需要者が何人かの業務に係る商品であることを認識することができるもの」であったと認めることはできない，本件商標は，これをその指定商品中「エチオピア国YIRGACHEFFE（イルガッチェフェ）地域で生産されたコーヒー豆，エチオピア国YIRGACHEFFE（イルガッチェフェ）地域で生産されたコーヒー豆を原材料としたコーヒー」以外の「コー

ビー豆，コーヒー」について使用するときには，商品の品質について誤認を生じさせるおそれがあるから，商標法4条1項16号が規定する「商品の品質の誤認を生ずるおそれがある商標」に該当する，というものである。

(3) 審決の取消事由

しかしながら，審決には次のとおり誤りがあるから，違法として取り消されるべきである。

ア 取消事由1（商標法3条1項3号の産地等表示の認定判断の誤り）

(ア) 本件商標「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）が「産地」「品質」表示であるとする審決の認定判断の誤り

a 審決は，最高裁昭和54年4月10日判決・判例時報927号233頁（甲19の1）等を挙げた上，次のような認定判断をした。

- ・ 「...コーヒーの原産国といわれているエチオピア国で産出されるアラビカ種コーヒー豆は，モカコーヒーと呼ばれていること，エチオピア国内の主な生産地は，ジンマ（Djimmah）地域を含むカファ（Kaffa）地方，ハラール（Harar）地方，イルガッチェフェ（Yirgacheffe）地域を含むシダモ（Sidamo）地方などがあり，これらの産地で生産されるコーヒー豆には，その産地名がコーヒー豆の名称（取引に資される場合の名称。以下同じ。）としても使用される場合が多いこと，上記産地で産出されるコーヒー豆は，本件商標の登録査定時（平成18年（2006年）4月6日）には既に，我が国において，高品質のコーヒー豆として紹介されていたことなどが認められる。」（24頁23行～32行）
- ・ 「以上によれば，本件商標は，その登録査定時において，エチオピア国のコーヒー豆の産地ないし同国シダモ地方イルガッチェフェ地域で生産されたコーヒー豆の名称を表すものとして，取引業者に

おいてはいうに及ばず，コーヒーを日常的に愛飲する広範な一般需要者の間においても，広く知られていたというべきであるから，これをその指定商品中『エチオピア国YIRGACHEFFE（イルガッチェフェ）地域で生産されたコーヒー豆，エチオピア国YIRGACHEFFE（イルガッチェフェ）地域で生産されたコーヒー豆を原材料としたコーヒー』について使用しても，単に商品の産地又は品質を表示するものと認められる。仮に，単に商品の産地又は品質を表示するものと認められるのが尚早であるとしても，本件商標の登録査定時（平成18年（2006年）4月6日）と近接した請求人による打ち出し日（同年10月，同年12月及び同19年（2007年）1月）においても，我が国において，高品質のコーヒー豆として紹介されていたことからすると，少なくとも，将来，取引業者又は一般需要者にその商品の産地又は品質であると認識される可能性があり，かつ，本件商標は，取引に際し必要適切な産地又は品質を表示するものであって，特定人による独占使用を認めるのは公益上適当でないというべきである。」（25頁28行～26頁5行）

b 商標法3条1項3号及び判例の解釈の誤り

審決は，上記のとおり，本件商標が取引者・需要者の間において広く知られていたとしても，取引に際し必要適切な産地又は品質を表示するものであるから，特定人による独占使用を認めるのは公益上適当でないとして，本件商標は商標法3条1項3号に該当するとした。この判断は，およそ産地表示又は品質表示たりうる要素をわずかでも具有していれば，一切登録を許さないとする極端な見解であって，極めて不当である。

商標法3条1項1号～6号の規定の趣旨については，自他識別力と

の関係でさまざまな見解があるが、少なくとも、自他識別力（特別顕著性）を取得した商標について、商標法3条1項1号～6号の規定にかかわらず、商標登録を受けることができることは、同条2項の規定自体から明らかである。したがって、公益的理由を考慮したとしても、自他識別力（特別顕著性）を取得した商標について商標登録を拒絶することはできないはずである。

審決が引用する最高裁昭和54年4月10日判決は、「ワイキキ」という著名な地理的表示に関して、「このような商標は、商品の産地、販売地その他の特性を表示記述する標章であって、取引に際し必要適切な表示としてなんぴともその使用を欲するものである」と判示しているのであって、公益的理由を無限定に拡大し、地理的表示のほとんどすべてについて登録を許さないとの趣旨を読み取ることはできない。

公益的理由の考慮は必要であるとしても、日本ではほとんど知られていない地名を冠する本件商標について、公益的理由を強調し、「商品の産地又は品質を表示するもの」、「少なくとも、将来、取引業者又は一般需要者にその商品の産地又は品質であると認識される可能性があ」という理由から、「本件商標は、取引に際し必要適切な産地又は品質を表示するものであって、特定人による独占使用を認めるのは公益上適当でないというべきである。」とする審決の判断は、誤りである。

c 本件商標「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）が「産地」表示であるとの誤り

審決は、上記のとおり、「本件商標は、その登録査定時において、エチオピア国のコーヒー豆の産地ないし同国シダモ地方イルガッチェフェ地域で生産されたコーヒー豆の名称を表すもの」としてい

る。しかし、これは、誤りである。エチオピア（以下、統治主体としてのエチオピア国を「原告」、領土としてのエチオピア国を「エチオピア」ということにする。）のコーヒー豆に付されている本件商標は、エチオピアのイルガッチェフェコーヒーエリア（イルガッチェフェゾーン）において生産されたコーヒー豆に付されるものであるが、以下のとおり、「その商品の産地...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」ではなく、高品質のコーヒー豆についてその差別化、特化（スペシャライズ）のために付されている銘柄名（ブランド名）である。

(a) 「エチオピア産 Y I R G A C H E F F E」は、エチオピアのイルガッチェフェコーヒーエリアで産出され、水洗式で精製されたコーヒー豆のうち、スペシャリティーコーヒーとして特に高品質のものが「Y I R G A C H E F F E（イルガッチェフェ）G 2」などと格付けされて輸出されているのであって、単にコーヒーの実がイルガッチェフェコーヒーエリアで産出されたことのみをもって「Y I R G A C H E F F E」（イルガッチェフェ）と称されているわけではない。本件商標は、原告の管理の下で審査が行われ、エチオピアのイルガッチェフェコーヒーエリアで産出される高品質のコーヒー豆に本件商標が付された場合、そのコーヒー豆の高品質を表象するもの、すなわち、自他商品識別機能を発揮して高品質のコーヒーを表象しているもの（銘柄名・ブランド名）となっている。

高根務編「アフリカとアジアの農産物流通」157頁～169頁
アジア経済研究所2003年（平成15年）3月25日発行（甲28の1）によれば、エチオピアにおける国家のコーヒー経済への本格的な介入は、1952年のコーヒー加工業者への免許制導入など一連の条例制定に始まり、1972年にはコーヒー・オークショ

ン制度が始まったこと、オークションの開催者は、コーヒー・紅茶局であり、輸出商はオークションに参加することによって、公的機関が保証する品質情報を得ることができること、コーヒー豆の選別は、まず出荷地において行われるが、オークションにおいても、オークション会場に隣接するコーヒー・紅茶品質管理・検査センター（コーヒー・紅茶局の管轄下にある。）の検査担当官が、持ち込まれたコーヒー豆の産地の表示のみならず、自らサンプルのテスティングを行って品質評価を行って格付けをし、格付け票に結果を記入しており、その後、格付け票とサンプルがオークション会場に展示されること、コーヒーは栽培方法の違いや土壌の違いも風味に影響してくるため、オークションに際しては、品質情報とは別に、これらの栽培方法、さらに加工方法等の情報も勘案して銘柄名が付され、この銘柄によって買い取り価格が異なること、主な銘柄としては、本件商標を含む、「ジンマ」、「レケムテ」、「シダモ」、「リム」、「イルガッチャフェ」、「ハラル」などがあることが認められる。そして、オークションにおいては、サンプル展示とともに、「水洗コーヒーの場合、産地（ゾーン、ワレダ）、オークション番号、記入日、コーヒーの種類（シダモ・コーヒーなど、地名を冠したブランド名）、品質（粒子の大きさ screen、水分 moisture、外見 appearance、におい odour）、味（酸味...、コク...、特徴/味...）、総合評価...」が提供される（前掲甲28の1、182頁）。また、同書（前掲甲28の1）によると、コーヒーエリアで産出されたコーヒーの実は、民間仲買業者あるいは運送業者、農業協同組合に売却され、所定の精製場所（ほとんどがアジスアババに所在する。）に運ばれて精製されるのであるが、エチオピア産コー

ヒー豆のうち高品質のものは，原告が管理の中心にあって，アクラ
ビーズ及び輸出業者のためにコーヒーを保存し精製するコーヒー加
工倉庫公社，国营農園を管理しているコーヒー・プランテーション
開発公社など原告の政府機関によって運営されている。

このように，コーヒーの実の産出に始まって，精製，検査，格付
けを経たコーヒー豆のみに，産出という川上から格付けという川下
までを示す，いわゆるトレサビリティを表すものとして本件商標が
付されているといえることができる。原告は，本件商標によって，コ
ーヒー豆のトレサビリティの明確化，他のコーヒー豆との差別化，
特化（スペシャライズ）を図っているものである。

(b) そして，我が国のコーヒー豆輸入業者は，エチオピアから本件
商標が付されたコーヒー豆を輸入するに際して，注文確認書で「エ
チオピアコーヒー豆」，「水洗式精製 Y i r g a c h e f f e
（イルガッチェフェ） グレード2」，「数量 150袋」（20
06 [平成18年]年8月出荷の注文確認書 [甲2の2の3（2枚
目）]），「Y i r g a c h e f f e（イルガッチェフェ） グレ
ード1 水洗式精製」（2007年 [平成19年]5月24日付け
購買契約書 [甲2の2の3（3枚目）]）などと記載しているところ
，「Y I R G A C H E F F E」（イルガッチェフェ）の記載は，
明らかに銘柄名（ブランド名）である。

(c) 書籍においては，「Y i r g a c h e f f e」（イルガッチェ
フェ）につき銘柄名（ブランド名）として表記し，産地としては
「エチオピア」と表記しているのが通常である。例えば，社団法人
国際農林業協力・交流協会編「エチオピアの農林業 - 現状と開発の
課題 - 2006年版」2006年（平成18年）3月発行（甲28
の2）77頁，柴田書店書籍部編「コーヒーがわかる本」1994

年（平成6年）7月10日発行（甲28の3）62頁など多くの書籍において、「エチオピア産コーヒー」、「エチオピア産のコーヒー」などと記載されている。ちなみに、堀口俊英著「コーヒーのテイストリング」株式会社柴田書店2000年（平成12年）2月10日発行112頁（甲28の5）には、「品名 イエルガチェフェ」、「日本入港時期 1999.4」、「取扱問屋の商品説明要約 イエルガチェフェ地方産。シダモの上級グレード。」という記載があることからすると、1999年（平成11年）ころ、取引業者の間で、「イルガツチェフェ」も「シダモ」も銘柄であり、「イルガツチェフェ」は「シダモ」の一種で、その上級グレードのコーヒーと認識されていたことが認められる。

雑誌、新聞等でも「YIRGACHEFFE」（イルガツチェフェ）は「銘柄」、「ブランド」として記載されている。雑誌「週刊東洋経済」2008年（平成20年）11月15日号164頁の「食のコラム」「第9回/アディスアベバ/農家を豊かにしたエチオピア・コーヒー」（甲29の1）では、「よく知られているブランドは、『ハラル』『シダモ』『イルガチェフ』などだ。」と、有名ブランドとして明記されている。新聞では、例えば、2005年（平成17年）4月25日付け「日本食糧新聞」（甲30の7）には、「（株）アートコーヒー...は5月1日、家庭用レギュラーコーヒー『摘みたて旬 モンテ・アレグレ農園』（200g粉，税込み500円）...『同 モカ・イルガチェフ』（同）の2アイテムを発売する。」、「『同 モカ・イルガチェフ』は、エチオピアのイルガチェフ地区で生産したウォッシュドタイプ（水洗式）のアラビカ豆を使用した100%エチオピアコーヒー。心地よい果実香と柑橘系フルーツを思わせる酸味を持つ。」との記載がある。また、20

05年(平成17年)5月13日付け「日本食糧新聞」(甲30の8)には、「キーコーヒー(株)...は1日から“5月度旬摘み珈琲”「ウォッシュト モカ イルガチャフェG-1」(100g,609円税込み)を限定発売した。」、「今回の商品は、エチオピアのシダモ地方イルガチェフ周辺で栽培し、水洗処理したグレード1認定の生豆。生産量は年間120tで、イルガチェフ産のわずか2%程度の希少品。ワインフレーバーとも称される独特の甘い香りと柔らかい酸味が特徴。東アフリカに位置するエチオピアはコーヒーの原産地といわれており、モカコーヒーの生産地として世界的に知られている。」との記載がある。さらに、2007年(平成19年)10月1日付け「日経M」(流通新聞)「(甲30の21)」でも、「ドトールコーヒーは同日、『プレミアムビーンズセレクション』と銘打ち、上質さをウリにしたコーヒー豆を発売する。第一弾は、エチオピアから輸入した『プレミアム モカ イルガチェフェ』(二百グラム千七十円)。オレンジのような甘みと酸味が特徴という。」との記載がある。

(d) したがって日本において、産地名として「エチオピア」、銘柄名(ブランド名)として「YIRGACHEFFE」(イルガッチェフェ)と理解するのが合理的かつ自然であって、本件商標に係る「YIRGACHEFFE」(イルガッチェフェ)の語が商標法3条1項3号の「産地」に該当するのではない。

(e) 審決が取り調べた証拠上にも、以下のとおり、「YIRGACHEFFE」(イルガッチェフェ)が銘柄名である旨の記載がある。

- ・ 「世界の主なコーヒー生産国事情」東京穀物商品取引所2001年(平成13年)3月発行(甲17の3)には、「エチオピア

のウォッシュド・コーヒーは全てスペシャルティコーヒーの枠に入っている。代表的なものはシダモ (Sidamo) ...イルガチャフェ (Yirgacheffe) ...などである。」(6枚目 [197頁]) , 「表25 - 2 : エチオピアコーヒーの銘柄及び等級 (及び生産地域)」「イルガチャフェ グレード2 (Yirgacheffe Grade 2) (シダモ地方)」(7枚目 [198頁]) などと記載されている。

- ・ ウェブサイト「遠赤外線自家焙煎スペシャルティコーヒー専門『珈琲倶楽部』」(2006年 [平成18年] 10月5日, 甲17の10) には, 「イリガチャフはエチオピア南シダモ地方の標高1800から2200mの高地で栽培されています。収穫されたチェリーは豊富な水を利用し, 水洗式で処理されます。厳しい品質管理のもとに精選されており, 不純物や未熟豆も混ざらず高品質で知られています。大部分が非水洗式であるエチオピアコーヒーの中においてイリガチャフは高く評価されています。」, 「エチオピアコーヒーの中で最もその品質が高く評価されている『YIRGACHEFFE』」, 「今回お届けするETHIOPIA YIRGACHEFFE G1は, ETHIOPIA輸出最高規格であるGrade 1です。」と記載されている。
- ・ ウェブサイト「エチオピア・イルガチェフG1」fukumotocoffee.com(2006年 [平成18年] 10月5日, 甲17の11) には, 「今回お届けする『ETHIOPIA・YIRGACHEFFE・G1』はETHIOPIA輸出最高規格である『Grade 1』です。」「これまでに物理的には存在した規格でも, 実際に流通することは無く, 流通していた物の最高の物は『Grade 2』です。今般世界で初めて商品化

するに至った夢のグレードです。」と記載されている。

- ・ ウェブサイト「エチオピアコーヒー豆の詳細」eynet.co.jp(2006年[平成18年]12月14日,甲17の13)には,「品名 イルガチェフェ・G1」,「詳細 エチオピアのトップグレード品のイルガチェフェ・スペシャルを更に厳選して,新たに出来ました最高級グレードのG1です。」,「品名 イルガチェフェ・G2」,「詳細 シダモ地区の一部ですが,標高高く,良質の酸味とアロマがあるためシダモG2とは区別されています。」と記載されている。
- ・ ウェブサイト「ヨーロッパ・アメリカ市場で,絶大な評価を勝ち取ったモカ」doicoffee.com(甲17の14,2007年[平成19年]1月27日)には,「エチオピアはイルガチェフェ村から作り出された銘柄。」,「エチオピア産のいわゆる『モカ』系の銘柄数あるなかで,その品質の高さからドイツ,アメリカ,ヨーロッパ市場において絶大な評価を得た銘柄が,この村から作り出された銘柄。」と記載されている。

(f) 審決は,本件商標は,「エチオピア国YIRGACHEFFE(イルガッチェフェ)地域で生産されたコーヒー豆」を表すとするが,そもそも審決のいう「エチオピア国YIRGACHEFFE(イルガッチェフェ)地域」という表現は,何を意味するのか必ずしも一義的に明確な表現とはいえない。

学校教育で使用される教材地図(甲21の1・2,甲23の1~8)や一般の地図・ガイドブック(甲24の1・2)では「シダモ」はそもそも地名として掲載されておらずその位置関係さえも明らかではないが,コーヒーに関するウェブサイト(Mocha-Clubネット「エチオピアのコーヒー農園並びに精選風景」,甲3

1)によれば、エチオピア国のオロミア州南部に「シダモ地方」と呼ばれている広大な地域があり、そのシダモ地方に「シダモコーヒーエリア(シダモゾーン)」が存在し、シダモコーヒーエリアの南端からイルガッチェフェ村及びその付近までの約35kmの間のコーヒーが栽培されているエリアに、コーヒー豆の産地として、「イルガッチェフェコーヒーエリア(イルガッチェフェゾーン)」が存在する。このように、「イルガッチェフェ」は、あくまでもコーヒーとの関連で登場するものである。

したがって、地理的な面からみて、シダモ地方とシダモコーヒーエリア、あるいは、イルガッチェフェ地方とイルガッチェフェコーヒーエリアとが一致しているわけではない。また、本件商標が付されるコーヒー豆が必ずしも行政区画としての「シダモ地方」あるいは「イルガッチェフェ村」と一対一で対応しているわけではなく、行政区画のシダモ地方にはコーヒー豆の産地として「シダモコーヒーエリア(シダモゾーン)」、「イルガッチェフェコーヒーエリア(イルガッチェフェゾーン)」が存在しているのである。

文献でも「シダモ地方」との記載につき、「エチオピアのコーヒー豆は、地域ごとに銘柄をもつが、必ずしも厳密にその行政区画で生産されたことを意味しないので、ここでは、地方とした」と注記しているものもある(前掲甲28の1,171頁)。

しかも、シダモコーヒーエリアあるいはイルガッチェフェコーヒーエリアで産出されるのはコーヒーフルーツとも呼ばれる「コーヒーの実」であって、いまだ「コーヒー豆」ではない。産出されたコーヒーの実が、所定の精製場所(ほとんどがアジスアベバに所在する。)に運ばれて精製されて、初めて指定商品たる「コーヒー豆」となるのである。

このように、本件商標「エチオピア産コーヒーYIRGACHEFFE（イルガッチェフェ）」とは、イルガッチェフェ地域産のコーヒー豆であることを記述しているのではなく、原告管理の下、所定の精選場所において所定の工程を経た限られたコーヒー豆に対して使用される銘柄、換言すると、イルガッチェフェコーヒーエリア（イルガッチェフェゾーン）の名称を冠した「銘柄」なのである。

(g) 商標法3条1項3号の「その商品の産地...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」とは、その地理的名称が産地表示であり、直ちに「ある物品を産出する土地」であると認識しうる記載であり、当該標章が産地であることの表示として普通に用いられていない場合には「普通に用いられる方法で表示」とはいえないと解される。すでに述べたとおり、スペシャリティーコーヒーである「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）は多くの書籍、雑誌、新聞において、「エチオピア産コーヒー」、「エチオピア産のコーヒー」などと記載されているのであり、確實かつ正確な意味で、「その商品の産地...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」に当たるのは「エチオピア」であって「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）ではない。

d 本件商標「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）が「品質」表示であるとの誤認

「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）の語は、コーヒー豆ないしコーヒーの高品質を象徴する標章であるということが出来るが、これが品質そのもの（品質の内容）を記述的に表現したものでないことは明らかであって、商標法3条1項3号にいう「その商品の品質...を普通に用いられる方法で表示する標章」ではない。

(イ) 「商品の産地」の前提たる「地名」としての認識可能性の欠如

a 最高裁昭和61年1月23日判決・判例時報1186号131頁は、「商品の産地又は販売地」が商標法3条1項3号に該当するかどうかの判断基準として、「需要者又は取引者によって当該指定商品が当該商標にかかる地理的名称の土地において生産され又は販売されているであろうと一般に認識されることをもって足りる」という基準を示した。これは、取引者・需要者が当該土地と当該商品間に一般に認識する関連性の有無に着目したものであり、逆にこれに当たらない土地又は販売地の場合、商標法3条1項3号にいう「商品の産地又は販売地」には当たらないということになる。

そして、上記判決の「本件商標登録出願に係る『GEORGIA』なる商標に接する需要者又は取引者は、その指定商品であるコーヒー、コーヒー飲料等がアメリカ合衆国のジョージアなる地において生産されているものでありと一般に認識するものと認められ、したがって、右商標は商標法3条1項3号所定の商標に該当するというべきである。」という判示においては、当然に、当該商標に接する需要者又は取引者は、「GEORGIA」を地名として一般に認識していることを前提としているといわなければならない。

b 上記最高裁判決の趣旨に従えば、商標法3条1項3号に該当するためには、まずもって、取引者・需要者の視点から、「商品の産地又は販売地」と認識しうることが必要である。そして、ある商標に係る語が地理的とは異なる名称と認識されていたり、「商品の産地又は販売地」との認識が軽微な場合には、商標法3条1項3号の該当性を認定するに当たり、慎重な認定が必要となる。また、取引者・需要者の視点から、商標に示されている場所と商品との関連性が合理的なものであることが必要である。「取引者・需要者の視点での商品との合理的関連性」とは、取引者・需要者が「生産されているものである

う」，「販売されているであろう」と認識することの合理的根拠付けが必要である。例えば，小さな地域であるほど，取引者・需要者が当該土地と当該商品間に一般に認識する関連性が弱くなり，逆に，都市や大きな町であるほど，関連性が強まることになる。また，地名として周知であっても，取引者・需要者の視点で，商品との関連性が非現実的であって，地理的名称とは認識されていなければ，関連性が失われる。

- c 商標審査基準（甲17の15）においては，商標法3条1項3号に関し，「3．国家名，著名な地理的名称（行政区画名，旧国名及び外国の地理的名称を含む。） ， 繁華な商店街（外国の著名な繁華街を含む。） ， 地図等は，原則として，商品の産地若しくは販売地又は役務の提供の場所（取引地を含む。）を表示するものとする。」として，著名なものについて，「原則として，商品の産地」とする一方，例外的に登録が認められうる場合があることを示している。この基準は，取引者・需要者の視点から「商品の産地又は販売地」と認識しうるかを考慮する上記判決や法解釈とも整合するものであり，「著名な地理的名称」 ， 「繁華な商店街」とするものも一般人の認識可能性を考慮して一定の地理的名称に限定しているものといえる。

特許庁においては，このような基準の下に，指定商品との関係で産地であるにもかかわらず商標として登録されているもの（甲34の1～34の5）や著名な地理的名称であるにもかかわらず識別力があるとして登録になっているもの（甲36の1～36の10）がある。

ところが，上記の商標審査，審判実務に対して「商標審査便覧」には外国の地名等に関する商標について，「（イ）首都名，（ロ）州名，（ハ）県名，（ニ）州都名，（ホ）省名，（ヘ）省都名，（ト）郡名，（チ）県庁所在地（県都），（リ）旧国名，（ヌ）旧地域名，

(ル) 地方名, (ヲ) 市, 特別区, (ワ) 著名な繁華街, (カ) 著名な観光地については, 直接商品の産地, 販売地 (取引地) 又は役務の提供場所 (取引地) であることが辞書その他の資料に記載されていなくても, 産地, 販売地 (取引地) 又は提供地 (取引地) に結びつき得る要因があれば, 原則として産地, 販売地 (取引地) 又は提供地 (取引地) を表すものとして拒絶する。」との記載がある (甲 17 の 25)。これによると, 単なる「地方名」であっても, 直接商品の産地, 販売地 (取引地) 又は役務の提供場所 (取引地) であることが辞書その他の資料に記載されていなくても, 産地, 販売地 (取引地) 又は提供地 (取引地) に結びつき得る要因があれば, 原則として産地, 販売地 (取引地) 又は提供地 (取引地) を表すものとして拒絶するといふのであり, 格別の事情でもない限り, 産地を使用した商標のすべてを拒絶するとしているものである。しかし, 取引者・需要者が「地名」であると認識しうるものでなければ, 取引者・需要者は, 当該商標について, 「産地, 販売地 (取引地) 又は提供地 (取引地)」の観点を有していないのであるから, 「産地, 販売地 (取引地) 又は提供地 (取引地) に結びつき得る要因」を検討する余地はない。にもかかわらず, 上記のとおり一律に登録を否定する「商標審査便覧」に従う運用は不当である。

- d アメリカ合衆国においては, 裁判所が 1981 年の判決で, 地理的名称の登録に関して抑制的であった米国特許商標庁での運用を否定し, 「平均的需要者・取引者の地理的名称についての一般的水準に基づいて判断するのであり, また商標に示されている場所と商品との関連性は平均的需要者・取引者にとって合理的なものでなければならない」として登録を認めた (吉井参也「コーヒー・コーヒー飲料等を指定商品とする商標『GEORGIA』と商標第 3 条 1 項 3 号」判例商

標法 8 5 頁以下・社団法人発明協会平成 3 年 1 月 2 6 日発行 [甲 3 2 の 2])) 。

e 以上のとおり、「商品の産地」該当性の認定に当たっては、「地名」に関する認識可能性を考慮した一定の合理的な解釈をすべきところ、本件商標「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）は、以下のとおり、我が国においては地名としては無名に近い存在であり、取引者・需要者が指定商品であるコーヒー豆との関連においての地理的名称と理解することは考えにくく、銘柄（ブランド）として取引者・需要者に受け取られるものというべきである。

(a) 我が国の学校教育において使用されている地図（中学校，高校）には，エチオピア国の中の地名として「イルガッチェフェ（YIRGACHEFFE）」が掲載されているものは見当たらない（甲 2 1 の 1・2，2 3 の 1～8）。また，一般の地図でも掲載されていない（甲 2 4 の 1・2）。

辞書・事典類で見た場合でも，「イルガッチェフェ」の項目はない（甲 6～8，2 5～2 7，4 4～4 6）。

そうすると，通常一般の取引者・需要者は，「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）という語に接する場合，それはあくまでエチオピア産のスペシャルティコーヒーのブランド名，銘柄名として記述された文献，雑誌，新聞，インターネット記事等により「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）を認識するのであって，銘柄名から離れて単なる「地名」として「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）を知るとは通常考えにくい。

コーヒー豆取引業者のうちでも，コーヒー豆の輸入に関与している業者の多くは，「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）がエチオピア国の地名であると認識しうるとは考えられるが，

業者が原告からコーヒー豆を輸入するに際し、そのコーヒー豆に接するのは、もっぱらエチオピア国の首都アジスアベバに集積され、同所のオークションにかけられているコーヒー豆であり、シダモ地方ないしイルガッチェフェ地域で貿易が行われているわけではないから、地理的名称としての「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）の認識は希薄であると思われ、まして、我が国の国内のコーヒー豆取引業者は、輸入業者よりさらに希薄であるというべきである。

したがって、我が国において「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）の語に接する取引者・需要者がコーヒーの銘柄を離れて単なる地名として思い浮かべる可能性は非常に少ないといえ、コーヒー豆取引業者であっても、コーヒー豆の輸入に関与している業者や特別にコーヒー豆について博識の者を除けば、「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）が銘柄を離れてエチオピア国の地名であると認識するものはほとんどいないと推測される。

(b) 一方、前記のとおり、本件商標は、我が国において、コーヒー豆の銘柄ないしブランドとして広く知られているのであり、シダモコーヒーエリアで産出されたコーヒーで、しかも、原告のコーヒー・紅茶局の管轄下にあるコーヒー・紅茶品質管理・検査センターにおける最終的な検査、格付けを経て輸出され、「スペシャリティーコーヒー」の1銘柄（ブランド）とされるもののみについて本件商標が付されているのであるから、コーヒー又はコーヒー豆に付されている本件商標に接する需要者である一般消費者が、この標章から産地と認識することは、希有のことというべきである。

(c) したがって、本件商標は、銘柄（ブランド）名であり、仮に地理的名称の意味が残っているとしても著しく微弱であって、「商品

の産地」として認識されるようなものでもない。

(ウ) 競業者不存在の場合の登録許容性に関する考察

原産地そのもの表示であっても競業者等に「自由使用の必要」がない場合には、登録を認めるべきとする説がある（玉井克哉「商標登録阻止事由としての『自由使用の必要』」知的財産研究所編「知的財産の潮流」199頁以下・信山社平成7年5月15日発行〔甲32の5〕）。

本件はまさに競業者不存在の事案であるから、登録を認めるべきである。

(エ) 審決の認定における選択的認定から断定的認定への論理の飛躍

上記に加えて、そもそも審決は、以下のとおり認定において論理的に飛躍しており認定判断の理由を十分に示していない違法がある。

a 審決は、取引者・需要者の認識について、次のとおり述べている。

「ところで、本件商標の登録査定時において、コーヒー豆の輸入業者及びその需要者たるコーヒー豆焙煎業者、コーヒー豆小売業者、あるいはコーヒー製品の製造業者やコーヒーを提供する喫茶店等の飲食物提供業者等のコーヒー豆ないし焙煎後のコーヒー豆を専門的に取り扱う業者（以下『取引業者』という。）が、『YIRGACHEFFE（イルガッチェフェ）』...の語に接した場合は、これよりエチオピア国のコーヒー豆の産地ないし同国シダモ地方イルガッチェフェ地域で生産されたコーヒー豆の名称を表したと理解したであろうことは、容易に推認し得るところである。また、これを一般需要者についてみるに、コーヒーは、それ自体嗜好性の強い商品といえるばかりでなく、特に焙煎後のコーヒー豆を小売店等で購入する愛飲者にとっては、コーヒー豆の種類、焙煎の仕方、豆の挽き方等の違いにより、香り、風味、こくなどの嗜好に相当な個人差があり、これが商品選択に大きく左右するといえるから、これら一般需要者が焙煎後のコーヒー

豆を購入する場合においても，コーヒー豆の種類，産出国などの違いに高い関心を持ち，注意深く商品の選択をするであろうことは容易に推測することができる。」（24頁下3行～25頁18行）

b 上記aの説示によれば，取引業者が「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）の語に接した場合，「これよりエチオピア国のコーヒー豆の産地ないし同国シダモ地方イルガッチェフェ地域で生産されたコーヒー豆の名称を表したと理解したであろう」と認定しているが，理解されるべき産地につき，「エチオピア国のコーヒー豆の産地」ないし「同国シダモ地方イルガッチェフェ地域」というように選択的なものとなっており，この認定によれば，必ずしも取引業者が「同国シダモ地方イルガッチェフェ地域」を産地と認識するというわけではない。また，一般需要者の場合，焙煎後のコーヒー豆を購入するに当たって，「コーヒー豆の種類，産出国などの違いに高い関心を持ち，注意深く商品の選択をするであろう」と認定しているが，産出国はエチオピアであって，「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）は産出国ではない。

審決の上記認定によれば，エチオピア国のコーヒー豆の産地ないし同国シダモ地方イルガッチェフェ地域で生産されたコーヒー豆の名称を表したものと理解する可能性があるのは，取引業者のみであり，一般需要者を含めていない。しかも，地名としての「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）の語は，我が国でほとんど知られていないことからすると，取引業者として審決が列挙した「コーヒー豆の輸入業者及びその需要者たるコーヒー豆焙煎業者，コーヒー豆小売業者，あるいはコーヒー製品の製造業者やコーヒーを提供する喫茶店等の飲食物提供業者等のコーヒー豆ないし焙煎後のコーヒー豆を専門的に取り扱う業者」のうち，「エチオピア国のコーヒー豆の産地ないし

同国シダモ地方イルガツチェフェ地域で生産されたコーヒー豆の名称を表したものと理解」する可能性があるのは、コーヒー豆の輸入業者のみであり、その他の業者のほとんどは、「エチオピア国で生産されたコーヒー豆の名称を表したもの」と認識する程度と思われる。

c 次に、審決は、「そうすると、本件商標の登録査定時において、取引業者及び我が国において相当数に上るとみられるコーヒー愛飲者たる一般需要者が、『Y I R G A C H E F F E（イルガツチェフェ）』の語に接した場合、…コーヒーに関する書籍やインターネットの記事に『Y I R G A C H E F F E（イルガツチェフェ）』の語が、エチオピア国のコーヒー豆の産地ないし高品質のコーヒー豆の名称を表すものとして、少なからず掲載されていた事実があることも相俟って、これよりエチオピア国のコーヒー豆の産地ないし同国シダモ地方イルガツチェフェ地域で生産されたコーヒー豆の名称を表したものと理解したとみるのが相当である。」（25頁19行～27行）と認定する。

しかし、前記のとおり、「Y I R G A C H E F F E」（イルガツチェフェ）の語は銘柄名（ブランド名）であり、仮に、地理的な意味が残っているとしても些少なものにすぎない。しかも、前記のとおり、地名としての「Y I R G A C H E F F E」（イルガツチェフェ）の語は、我が国でほとんど知られていない。そうであれば、審決の「これよりエチオピア国のコーヒー豆の産地ないし同国シダモ地方イルガツチェフェ地域で生産されたコーヒー豆の名称を表したものと理解したとみるのが相当である。」として、取引者・需要者の認識について、「エチオピア国のコーヒー豆の産地」と「同国シダモ地方イルガツチェフェ地域」とを選択的に記載しているのは紛らわしい認定であるといえることができる。

d ところが、審決は、結論において、「以上によれば、本件商標は、

その登録査定時において，エチオピア国のコーヒー豆の産地ないし同国シダモ地方イルガッチェフェ地域で生産されたコーヒー豆の名称を表すものとして，取引業者においてはいうに及ばず，コーヒーを日常的に愛飲する広範な一般需要者の間においても，広く知られていたというべきであるから，これをその指定商品中『エチオピア国YIRGACHEFFE（イルガッチェフェ）地域で生産されたコーヒー豆，エチオピア国YIRGACHEFFE（イルガッチェフェ）地域で生産されたコーヒー豆を原材料としたコーヒー』について使用しても，単に商品の産地又は品質を表示するものと認められる。」（25頁28行～36行）と認定判断する。

審決は，それまでの「エチオピア国のコーヒー豆の産地」ないし「同国シダモ地方イルガッチェフェ地域」という選択的認定を覆して，上記記載の後半で，突然，「エチオピア国YIRGACHEFFE（イルガッチェフェ）地域で生産されたコーヒー豆」，「エチオピア国YIRGACHEFFE（イルガッチェフェ）地域で生産されたコーヒー豆を原材料としたコーヒー」と断定し，「YIRGACHEFFE」が地理的名称として取引者・需要者に広く知られているとの認定に変わっているのであって，選択的認定から断定的認定への論理の飛躍があるといわざるをえない。

また，内容的にも，上記のとおり，「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）の語から，エチオピア国のコーヒー豆の産地ないし同国シダモ地方イルガッチェフェ地域で生産されたコーヒー豆の名称を表したものと理解する可能性があるのはコーヒー豆の輸入業者のみであり，その他の取引者のほとんど及び需要者は，「エチオピア国のコーヒー豆の産地」と認識する程度であることからすれば，上記のような審決の断定は誤りである。

結局のところ，審決は，本件において最も肝腎な本件商標が地理的名称，すなわち「商品の産地」として取引者・需要者に広く知られていたか否かについての認定はしていないことになる。

(オ) まとめ

以上のとおり，本件商標は，商標法 3 条 1 項 3 号の「その商品の産地，品質...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」には当たらない。

イ 取消事由 2（商標法 3 条 2 項についての認定判断の誤り）

(ア) 審決の認定判断の要旨

審決は，本件商標が商標法 3 条 2 項のいわゆる特別顕著性を有するかについて，「...『Y I R G A C H E F F E（イルガッチェフェ）』なるコーヒー豆が日本の商社を通じて日本に輸入されたことは推認できるが，本件商標の登録査定前においては，わずかにエチオピア国の民間企業と双日株式会社及びワタル株式会社の 2 社との間に取引があったにすぎないものであり，...また，別紙 A A 2 は，取引があった時期についての記載がない。さらに，大阪 E X P O ' 7 0 においてエチオピア国産コーヒー豆の販売促進のための活動を行ったことは推認されるものの，その後，我が国において，『Y I R G A C H E F F E（イルガッチェフェ）』の語について，エチオピア国産コーヒー豆のブランドであることの広報活動を具体的にどのように行ったのかなどを示す証拠は何ら提出されていない。そうすると，別紙 A A 2 ないし A A 4 及び A A 1 3 からは，『Y I R G A C H E F F E』の語がエチオピア国産コーヒー豆のブランドを表示するためのものとして，本件商標の登録査定時において，使用をされた結果需要者が何人かの業務に係る商品であることを認識することができるものであるとする事実を認めることはきわめて困難であるといわざるを得ない。また，エチオピア国の長年にわたるコーヒー豆

の品質のコントロールにより，Y I R G A C H E F F E産のコーヒー豆が独特の品質や特徴を維持し続けているものであるとしても，我が国の取引業者及び一般需要者が『Y I R G A C H E F F E（イルガッチェフェ）』の語に接した場合に，これより独特の品質や特徴を維持し続けているコーヒー豆のブランドと認識するというより，むしろ，高品質のコーヒー豆の産地ないしコーヒー豆の名称を表すものとして認識していた場合が多いとみるのが相当である。そして，他に『Y I R G A C H E F F E』の語がエチオピア国産コーヒー豆のブランド及びコーヒーのブランドとして，本件商標の登録査定時において，使用をされた結果需要者が何人かの業務に係る商品であることを認識することができるものであるとの事実を認めるに足る証拠は見出せない。」（28頁26行～29頁16行）と認定判断する。

（イ） 審決の判断が前後で矛盾していること

審決自体が「本件商標は，その登録査定時において，エチオピア国のコーヒー豆の産地ないし同国シダモ地方イルガッチェフェ地域で生産されたコーヒー豆の名称を表すものとして，取引業者においてはいうに及ばず，コーヒーを日常的に愛飲する広範な一般需要者の間においても，広く知られていたというべきである」（25頁28行～32行）と認定しているとおり，本件商標は，原告のコーヒー豆の銘柄名（ブランド名）として，本件登録査定時までに，我が国で広く知られていたものである。審決は，「むしろ，高品質のコーヒー豆の産地ないしコーヒー豆の名称を表すものとして認識していた」（29頁10行～12行）というのであり，結局，銘柄名（ブランド名）で国際取引されていることを認めていたといえることができる。

ところが，審決は，「…別紙AA2ないしAA4及びAA13からは，『Y I R G A C H E F F E』の語がエチオピア国産コーヒー豆のブ

ランドを表示するためのものとして、本件商標の登録査定時において、使用をされた結果需要者が何人かの業務に係る商品であることを認識することができるものであるとする事実を認めることはきわめて困難であるといわざるを得ない。」(29頁1行~5行)などと述べており、本件商標が、外国のコーヒー豆のスペシャルティコーヒーの銘柄名(ブランド名)として、本件出願までに我が国を含め国際的に広く知られていたものであることを全く考慮に入れていない。

審決の認定は、全く逆であり、「我が国の取引業者及び一般需要者が『YIRGACHEFFE(イルガッチェフェ)』の語に接した場合に、これより高品質のコーヒー豆の産地ないしコーヒー豆の名称を表すものとして認識するというより、むしろ、独特の品質や特徴を維持し続けているコーヒー豆のブランドと認識していた場合が多いとみるのが相当である。」と認定すべきであったのである。

(ウ) 証拠に基づく認定判断の誤り - 本件商標の特別顕著性の検証

審判で提出された証拠から「YIRGACHEFFE」(イルガッチェフェ)の語がエチオピア産コーヒー豆のブランドを表示するためのもの」として認識されていた事実を、以下のとおり認めることができる。それにもかかわらず、審決は、「YIRGACHEFFE」(イルガッチェフェ)が「エチオピア産コーヒー豆のブランドを表示するためのもの」以外として認識されていたとする反対事実を認定しているが、その認定判断の過程を全く示さずになされており、審決の理由に不備がある。

以下、審決で提出された証拠及びその他の証拠より本件商標の特別顕著性が十分に認定できることを述べる。

- a エチオピアコーヒーの高品質性(コーヒーの由来及びコーヒー栽培と輸出)

(a) アラビカ種の卓越性

現在国際社会において飲まれているコーヒーの品種は、アラビカ種、ロブスタ種（正確には「カネフォラ種ロブスタ」）、リベリカ種の3種である。生産されているコーヒーのほとんどはアラビカ種である。アラビカ種は、全世界で栽培されているコーヒーの大半を占め、ストレートで飲める唯一の品種といわれるほど風味、香りに優れているが、乾燥、霜害、病虫害に弱く、各国で品種改良が行われてきた。一方、ロブスタ種は、主としてインスタントコーヒー、缶コーヒーに配合されるなどして利用されている。リベリカ種は、我が国で全く流通していない。

ところで、アラビカ種の原産地はエチオピアであり、これがブラジル、コロンビアをはじめとした中南米諸国、タンザニアなどのアフリカ諸国、イエメン、ハワイ、インドネシアなどに広がった。現在、アラビカ種には、ティピカ種、ブルボン種、カトゥアイ種、カトゥラ種、コムン種、マラゴジベロ種、ムンド・ノーボ種など多くの品種が存在しており、世界各国のコーヒー豆産地で産出されている。

(b) アラビカ種の有機栽培の伝統

エチオピアで産出されたコーヒー（以下「エチオピア産コーヒー」という。）は、アラビカ種の原産地であるエチオピアに固有の品種であり、すべてエチオピアに自生していた固有の品種の有する膨大な遺伝子プールから派生したものである。自生したコーヒーは3500種類以上あるが、原告の指導の下で、コーヒー農家等の努力により、良質の品種が選択、品種改良されて栽培されてきた。元来、エチオピア産コーヒーは、化学肥料をほとんど使用していない有機栽培コーヒーであり、化学肥料の代わりに落ち葉などの有機物

や動物の糞尿を肥料として使っていることから，エチオピア産コーヒーに特別の香りと風味をつけているようである。エチオピア産コーヒーは，香りが良く，ワイン風味，スパイス風味，花風味，モカ風味といった各種の風味のものがあるとされている。

エチオピア産コーヒーを栽培している地域としては，東部エチオピアの山岳地帯のハラリ，ジンマ，シダモ，レケンチ，ゴアなどの地方がある。エチオピアのシダモ地方では，標高約1800～2500m付近に所在する，イルガッチャフェコーヒーエリア（イルガッチャフェゾーン），シダモコーヒーエリア（シダモコーヒーエリア）で，それぞれコーヒー豆が栽培されている。

(c) 水洗式精製の採用

コーヒーの精製には，湿式と乾式の2種類があり，湿式（「水洗式」，「ウォッシュド」ともいう。）は，種子を水に浸け，脱肉機で果肉を除去，醗酵させて人工乾燥させるというものであり，乾式は，天日にさらしたあと，うすで叩いたり，打穀機にかけて余分のもの除去するというものである。エチオピア産コーヒーのうちの一部は，水洗式で精製した水洗式コーヒー（ウォッシュド・コーヒー）であり，高品質のコーヒーである。シダモ地方において産出される水洗式コーヒーの中で，コーヒー・紅茶品質管理・検査センターによる検査，格付けを経た高品質のものには，本件商標が付されて，世界中に輸出される。その他の水洗式のエチオピア産コーヒーとして，「リム」，「ベベカ」などがある。

(d) 原告による格付け等の管理と銘柄の付与

前記ア(ア)c(a)のとおり。

(e) 「モカ」は昔の輸出港のなごり

古くは，エチオピア産のコーヒー豆は，イエーメンに集められ，

モカ港から輸出されていたので、モカ・コーヒーの一種として取り扱われ、イエーメンのコーヒーと区別するために「エチオピア・モカ」などと呼ばれることもあった。今でもエチオピア産コーヒーに「モカ」の語が加えられるのは、昔のなごりである。

b 米国におけるスペシャルティコーヒーの登場

(a) 高品質コーヒーへの関心

田口護著「田口護の珈琲大全」日本放送出版協会平成15年11月15日発行(甲28の6)には、次のような記載がある。

- ・ 「いわゆる“スペシャルティコーヒー...”に代表される高品質コーヒーへの関心が高まり、生産国・消費国ともに新しい品質評価基準の導入が急がれているからだ。高い評価を得て、プレミアム付きの高額取引がなされているコーヒーは概ねアラビカ種の在来品種であるティピカやブルボン、さらにはカトゥーラ(ブルボンの突然変異)といった品種である。今や栽培品種としては極めてマイナーな存在である伝統品種が生産性と耐病性の低さというマイナス面を差し引いても、その豊かな風味には代えがたいものがある、と逆に見直されている。」(18頁上段最終行~下段8行)
- ・ 「30年ほど前から、アメリカで『コーヒー生産国の品質規格だけでは味を正当に評価することができない』という声が挙がり、新しい味覚評価の基準をつくらうとする動きが出てきた。それが“スペシャルティコーヒー”という概念である。」(25頁下段1行~5行)
- ・ 「良質なコーヒー豆しか使用しないと謳うスターバックスチェーンは、スペシャルティコーヒーの広告塔の役割をも同時に果たすことになった。エスプレッソに代表されるダークローストコー

ヒーはアメリカで100億ドルという市場にまで成長し、低級品の輸入国だったアメリカをたった10年で高品質コーヒーの最大のパトロンに変身させてしまったのである。」(26頁下段1行～6行)

- ・ 「スペシャルティコーヒーの厳密な意味での定義はまだない。理由はその定義づけが各国のスペシャルティコーヒー協会に委ねられているのと、毎年定義の中身が変わり、そのつど進化しているためだ。1982年に設立された米国スペシャルティコーヒー協会(SCAA)の現時点での大まかな基準を挙げると、以下のように要約できる。…」(27頁上段7行～12行)

(b) トレサビリティへの関心

堀口俊英著「スペシャルティコーヒーの本」株式会社旭屋出版2005年(平成17年)8月9日発行(甲28の7)には、次のような記載がある。

- ・ 「スペシャルティコーヒーは、通常の輸出規格の最高の豆...に対して、産地、農園、品種等トレサビリティ...が明確なコーヒーとなるため、高いプレミアムがつき取り引きされます。現実的には1.5～3倍程度の高い価格での取り引きとなるため、日本の流通マーケットに多くは流れません。データがなく実際にどの程度流通しているかはわかりませんが、大まかにはレギュラーコーヒーの5%前後と前述しました。」(32頁左欄3行～14行)
- ・ 「これまで世界中で多く流通していた豆は、『生産国』『輸出規格』が問われただけで済んでいました。しかし、食の安全や環境とのかかわり、有機肥料や農薬の使用、香味と価格とのバランス等について、消費者は多様な情報を求める時代になりました。コーヒーを農作物としてみた時に、これは当たり前のことでした

が、2000年以前は、そのようなことは問われませんでした。スペシャルティコーヒーマーケットの拡大の中で、トレサビリティはますます重要になっていくと推測されます。『どの地方でとれた豆か?』さらには『どの農園の豆か?』『どうやって作ったのか?』等のはっきりとした情報が必要な時代になってきています。」(50頁左欄2行~17行)

(c) 「YIRGACHEFFE」(イルガッチェフェ)はスペシャルティコーヒーの代表的な銘柄の一つ

上記のように、遅くとも、スターバックスチェーンが躍進し、米国スペシャルティコーヒー協会が設立された1982年ころには、スペシャルティコーヒーの愛好は、世界的な傾向となっていたものといえることができる。そして、正に、「YIRGACHEFFE」(イルガッチェフェ)はその代表的な銘柄の一つである(前掲甲17の3,197頁)。

c エチオピア産有機栽培コーヒーへの世界的注目(有機栽培への注目と評価)

(a) エチオピア産コーヒーの厳格な品質基準と格付け

前掲甲28の1には、「国際的な嗜好品であるコーヒーの品質基準は、輸出にあたって非常に厳しいものとなる。たとえば、品質管理の進んでいなかった1956/57コーヒー年度に、エチオピアのコーヒーは低品質を理由にアメリカから大量の返品を経験している…。その一方で、品質が向上し、一つのブランドとしての地位を確立すれば、先物取引の標準価格よりもプレミアムを得ることができる。たとえばタンザニアのキリマンジャロ・コーヒーは、高品質豆として差別化されており、グレードの高いものはニューヨークの先物市場の標準価格に対して1割程度のプレミアムを獲得できる場

合がある…。公的機関による品質の統一基準は，エチオピアのコーヒーの品質が国際的な評価を得るためには不可欠である。…エチオピアでは，前述のコーヒー・紅茶品質管理・検査センターがカップ・ティスティングも含めた厳密な検査を行う。ここで格付けされたものがオークションにかけられる。」（167頁3行～17行）との記載がある。

(b) 有機栽培の伝統の継承

前掲甲28の2には，「エチオピアはコーヒー発祥の地であり，国内にはコーヒー生産の適地は広大に存在する。…エチオピア産コーヒーは世界中で高い評価を得ているが，国際市場に占めるシェアはそれほど高くはない。現在，年平均10.9万トンが世界に輸出されている。うち35%は水に浸漬して醗酵させる湿式（水洗式）コーヒーで，残りは外皮を除いた乾式（天日乾燥）コーヒーである。焙煎コーヒーはまだわずかである。エチオピア産コーヒーは，香りが良く，ワイン風味，スパイス風味，花風味，モカ風味といった各種の風味のものがあり，政府と伝統的なコーヒー生産農家のたゆまぬ努力によって一定品質を確保してきた。…コーヒー生産の大部分は小規模農家が担っており，自らの生産条件に合わせた環境保全型農業の高品質コーヒーを生産している。エチオピアのコーヒー栽培は自然生産に近く，60%は本来の生育地である森林，半森林で，化学物質を一切使用しないで生産されている。化学肥料ではなく，落ち葉などの有機物や動物の糞尿を肥料として使っており，これがエチオピア産コーヒーに特別の香りと風味をつけている。」（77頁8行～23行）

また，岡倉登志編著「エチオピアを知るための50章」（甲28の8）株式会社明石書店2007年（平成19年）12月25日発

行には、「現在エチオピアのコーヒーにおいて関心が集まっているのは、有機栽培コーヒーとフェアトレード・コーヒーである。この二種類の商品は、生産側というよりも、消費者側のニーズによって新たな需要が生まれた商品ということが出来る。まず、有機栽培コーヒーだが、消費者の有機栽培作物への関心の高まりは、コーヒー消費国側である先進国での環境・健康志向が背景となっている。通常有機栽培というと、除草や虫害などの手間やコストがかかるのが普通であるが、エチオピアの場合は事情が異なる。コーヒーの原産地であるためさまざまな在来品種があるという優位性に加えて、政府も品種改良に積極的であったこと、さらには貧困ゆえに化学肥料をほとんど使用できなかったといったことがあいまって、エチオピアの多くのコーヒーは事実上有機栽培なのである。そのため、有機コーヒーの認証のために必要なのは、認証取得手続きのみで、栽培のために特別な費用や手間を必要としない。このような好条件の結果、現在国際コーヒー機構加盟国のなかで、エチオピアはペルーに次いで世界第二位の有機栽培コーヒー輸出国である。」(278頁11行～279頁5行)

d エチオピア産の高品質コーヒー豆の国際的な評価の獲得(国際的顕著性)

上記記載のように、エチオピアのコーヒーは、元来が良質の品種であったところ、標高約1500～2500mという高品質のコーヒー豆の栽培に適した場所で生産しており、しかも、化学肥料をほとんど使用していない有機栽培なので、特別の香りと風味を有するものであったところ、国際的なスペシャルティコーヒーの需要に合致して、エチオピア産コーヒーのうちの高品質のものが再評価され、ペルーに次いで世界第二位の有機栽培コーヒー輸出国となり、本件商標の付さ

れた水洗式のエチオピア産コーヒーは、国際社会におけるコーヒー豆取引業者、コーヒー愛好者の間において広く知られるようになり、それとともに、本件商標についても、スペシャルティコーヒーの1銘柄名(ブランド名)として、国際社会におけるコーヒー豆取引業者、コーヒー愛好者の間において広く知られることになったものである。

その一端は、前掲甲17の3において、「エチオピアのウォッシュド・コーヒーは全てスペシャルティコーヒーの枠に入っている。代表的なものはシダモ(Sidamo)...イルガッチェフェ(Yirgacheffe)...などである。」(197頁[6枚目]5行~7行)、「ウォッシュド・エチオピアコーヒーは世界で最も品質の優れたものであり、ときどきブレンドをよくするために利用されている。すべてのウォッシュドおよび品質の良いアンウォッシュド・グレードはグルメあるいはスペシャルティコーヒーとして分類され、単品で飲用されている。」(199頁[8枚目]10行~12行)と記載されているとおりである。

このように、本件商標の登録出願のはるか前から、本件商標は、国際的な側面において、商標法3条2項の要件である「使用をされた結果、需要者が何人かの業務に係る商品であることを認識することができる」という事情があったものといえることができる。

e 国際的ブランド豆「YIRGACHEFFE」(イルガッチェフェ)の我が国への浸透

(a) 日本へのスターバックス進出(平成8年)とスペシャルティコーヒーの知名度の高まり

雑誌、書籍によれば、スペシャルティコーヒーについて、次のように紹介されている。

・ 「JMAマネジメントレビュー」2001年(平成13年)

1 2月号社団法人日本能率協会発行（甲29の3）

「手に届く贅沢を売りにした“スペシャルティコーヒー”がブームを呼んでいる。セルフコーヒー店より値段はちょっと高めだが、本格的なエスプレッソ・コーヒーにさまざまなトッピングができる新しさが受けて、あっという間に広まった。…最大手はアメリカ・シアトルに本社を置くスターバックスコーヒーだ。1996年8月に銀座に第1号店を開いてからたった5年間で300店を出店、この10月にはナスダック・ジャパンに上場を果たした。公募増資で集めた130億円の資金を使い、今後2004年3月末までに500店舗に増やす予定。」

（44頁左欄1行～右欄6行）

・ 前掲甲28の6

「2003年4月の日本スペシャルティコーヒー協会（会長UCC上島珈琲株式会社社長…）発足を受け、同年7月、その設立レセプションが東京・お台場のホテル日航東京においておこなわれた。登録会員数は輸出入業者から個人の会員までおよそ400余社（7/17日現在）。当日はSCAA（米国スペシャルティコーヒー協会）やSCAE（欧州スペシャルティコーヒー協会）の関係者、ならびに在京コーヒー生産国の大使館関係者らも多数参加し、盛況のうちに会を終えた。」（152頁2行～6行）

・ ニーナ・ラティンジャー＝グレゴリー・ディカム著「コーヒー学のすすめ」世界思想社2008年（平成20年）8月10日発行（甲28の9）

「日本人は世界で最も、高品質コーヒーを愛好している。それが高価格の一要因である。たとえばレギュラー・コーヒー市

場について，本書が説明するようにアメリカにおいては，低品質・低価格コーヒーが主要商品であり，高品質・高価格のスペシャルティ・コーヒーは，それに対抗する差別化商品である。しかしながら日本においては，従来からプレミアム・コーヒーと呼ばれる，高品質・高価格コーヒーが主要商品になっている。そのためスペシャルティは，プレミアムを上回る超高品質・超高価格コーヒーとして位置付けられている。つまりスターバックスで提供されているコーヒー（アメリカかオランダで焙煎して輸入）の品質は，従来型喫茶店のそれと同等である。」
（ 3 0 8 頁 3 行～ 9 行）

- ・ その他，「ビジネスリサーチ」2002年（平成14年）1月号社団法人企業研究会発行62頁～69頁（甲29の4）や日経トレンディ2008年（平成20年）5月1日号日経ホーム出版社発行34頁～35頁（甲29の5）にも，スペシャルティコーヒーをビジネスとする店舗が我が国において急増しているとの記事が掲載されている。

以上のように，平成8年8月のスターバックスの日本進出を契機として，日本でもスペシャルティコーヒーがブームとなり，スペシャルティコーヒーをビジネスとする店舗が急増している。日本における従来のコーヒーの飲み方は，レギュラーコーヒーとインスタントコーヒーとに分かれており，前者について，プレミアムコーヒーと呼ばれる高品質・高価格コーヒーが主要商品になっていたところ，これにスペシャルティコーヒーが加わったので，スペシャルティコーヒーは，プレミアムコーヒーを上回る超高品質・超高価格コーヒーとして位置付けられることになったのであり，平成15年4月には，我が国にも日本スペシャル

ティコーヒー協会（SCAJ）が発足した。日本スペシャルティ
コーヒー協会は，平成16年当時，「スペシャリティコーヒー」
の定義について一定の要件を定め，イベント，セミナーなど
も多数展開している（「月刊経済」2004年（平成16年）5
月号株式会社月刊経済社発行53頁～55頁「スペシャルティコ
ーヒーの普及・啓蒙に取り組むSCAJ」[甲29の2]）。

(b) マスメディアにおける「YIRGACHEFFE」（イルガッ
チェフェ）銘柄の宣伝

前記ア(ア)c(c)のとおり。

(c) 「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）銘柄コーヒ
ーの輸入についての審決の過小評価

甲2の2の3（注文確認書等）及び甲2の2の4（船荷証券）に
よれば，双日株式会社，ボルカフェ株式会社，ワタル株式会
社がそれぞれコーヒー豆を発注しており，エチオピアから，
「水洗式精製 Yirgacheffe（イルガッチェフェ） グレード2」6
00袋，「Yirgacheffe（イルガッチェフェ） グレー
ド1 水洗式精製」270袋，「Yirgacheffe（イルガ
ッチェフェ） グレード2」300袋（3回）及び280袋をそれ
ぞれ輸入している。

したがって，遅くとも平成15年ころには，日本へ継続的に「Y
IRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）銘柄のコーヒー豆が
輸入されていたものと推測される。なお，平成11年ころには，い
まだ，取引業者の間で，「イルガッチェフェ」が「シダモ」の一
種で，その上級グレードのコーヒーと認識されていたことから
すると，平成15年以前には，「SIDAMO（シダモ）」と「YIR
GACHEFFE（イルガッチェフェ）」とが混在していた時期が

あったものである。

そうすると、審決は「...『Y I R G A C H E F F E (イルガッチェフェ)』なるコーヒー豆が日本の商社を通じて日本に輸入されたことは推認できるが、本件商標の登録査定前においては、わずかにエチオピア国の民間企業と双日株式会社及びワタル株式会社の2社との間に取引があったにすぎないものであり、...また、別紙AA2は、取引があった時期についての記載がない。」(28頁26行~35行)として、あたかも上記取引以外に本件商標を付したコーヒー豆が輸入されていないかのように認定するが、この審決の認定が誤りであることは明らかである。

f まとめ

以上のとおり、日本においては、遅くとも平成15年ころには「Y I R G A C H E F F E」を輸入しており、その後、スペシャルティコーヒーの登場とともに、レギュラー・コーヒーの中でも、本件商標を付したコーヒーがプレミアムコーヒーを上回る超高品質・超高価格コーヒーとして位置付けられ、レギュラー・コーヒー、缶コーヒーに使用され、コーヒー豆取引業者はもちろんのこと、コーヒー愛好者の間においても、本件商標が付されたコーヒーは、プレミアム・コーヒーを上回る超高品質・超高価格コーヒーとして広く知られていたものであって、本件商標もまた銘柄(ブランド)名として取引者・需要者に広く知られることになったものである。

したがって、「使用をされた結果需要者が何人かの業務に係る商品であることを認識することができるもの」という商標法3条2項の要件を満たしていることが明らかである。

g 広告活動の存在は商標法3条2項の要件ではないこと

審決は、「さらに、大阪EXPO'70においてエチオピア国産コ

ーヒー豆の販売促進のための活動を行ったことは推認されるものの、その後、我が国において、『Y I R G A C H E F F E』の語について、エチオピア国産コーヒー豆のブランドであることの広報活動を具体的にどのように行ったのかなどを示す証拠は何ら提出されていない。」(28頁下5行～下1行)として、原告が自ら広告活動を行った証拠がないことを理由として商標法3条2項の充足性を否定する。

本件において、原告は、本件商標を付したコーヒー豆を我が国に輸出している以外基本的には格別の宣伝広告活動をしていない。しかし、前記のとおり、本件商標は、国際的な局面において、広く使用をされた結果、取引者・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という事情があったものであり、しかも、多数の書籍、新聞、週刊誌などに本件商標の付されたコーヒー豆のことが取り上げられたことによって、日本においても、本件商標が、エチオピア産の高品質のコーヒー豆ないしコーヒー豆を象徴するものとして、取引者・需要者に間で広く知られるようになったものである。その出所がエチオピアであることは取引者・需要者において容易に理解しうるところであるから、本件商標の付された商品に接する者は、何人かの業務に係る商品であることを十分に認識することができるものといえることができる。

原告自身が広報活動を行わなかったからといって、需要者において本件商標から何人かの業務に係る商品であることを認識することができないとするのは、本末転倒である。

(工) 本件商標の国際的顕著性及び日本における商標法による保護の必要

性

- a 知的所有権の貿易関連の側面に関する協定 (T R I P s 協定) における「地理的表示」の保護の要請と審決の矛盾

(a) TRIPS 協定「第 2 部 知的所有権の取得可能性，範囲及び使用に関する基準」，「第 3 節 地理的表示」，第 22 条「地理的表示の保護」は，以下のとおり規定し，「地理的表示」の保護を図っている。

「(1) この協定の適用上，『地理的表示』とは，ある商品に関し，その確立した品質，社会的評価その他の特性が当該商品の地理的原産地に主として帰せられる場合において，当該商品が加盟国の領域又はその領域内の地域若しくは地方を原産地とするものであることを特定する表示をいう。

(2) 地理的表示に関して，加盟国は，利害関係を有する者に対し次の行為を防止するための法的手段を確保する。

(a) 商品の特定又は提示において，当該商品の地理的原産地について公衆を誤認させるような方法で，当該商品が真正の原産地以外の地理的領域を原産地とするものであることを表示し又は示唆する手段の使用

(b) 1967 年のパリ条約第 10 条の 2 に規定する不正競争行為を構成する使用)

(3) 加盟国は，職権により（国内法令により認められる場合に限る。）又は利害関係を有する者の申立てにより，地理的表示を含むか又は地理的表示から構成される商標の登録であって，当該地理的表示に係る領域を原産地としない商品についてのものを拒絶し又は無効とする。ただし，当該加盟国において当該商品に係る商標中に当該地理的表示を使用することが，真正の原産地について公衆を誤認させるような場合に限る。

(4) (1)，(2) 及び (3) の規定に基づく保護は，地理的表示であって，商品の原産地である領域，地域又は地方を真正に示す

が、当該商品が他の領域を原産地とするものであると公衆に誤解させて示すものについて適用することができるものとする。」

(b) 本件商標は、「ある商品に関し、その確立した品質、社会的評価その他の特性が当該商品の地理的原産地に主として帰せられる場合」「当該商品が加盟国の領域又はその領域内の地域若しくは地方を原産地とするものであることを特定する表示」であるならば、これによって国際的に保護されるべき表示に該当するのに対し、特許庁は「当該地理的表示に係る領域を原産地としない商品」であって「真正の原産地について公衆を誤認させるような場合」との無効要件に該当しないのに、本件商標の登録を無効としたのである。

b 日本における商標法による地理的表示保護の必要性

(a) 最近、原告による本件商標の登録出願の直前になって、原告のスペシャルティコーヒーによるエチオピア産コーヒー豆の差別化、特化に反対する動きが生じている。すなわち、国外のごく一部の業者が、栽培農家などから直接にコーヒー豆を入手するとともに、私的な格付けを行い、これをスペシャルティコーヒーと同等の高品質コーヒー、コーヒー豆として販売しようとする動きがある。もし、このようなスペシャルティコーヒーまがいのコーヒー、コーヒー豆に本件商標を付して日本市場あるいは国際市場に流通させたとしたならば、それは、本件商標の付されたエチオピア産コーヒー・コーヒー豆の国際的信用と本件商標の国際的信用に便乗するものというほかないが、本件商標による自他商品識別機能及び品質保証機能が毀損されることは明らかである。

(b) 仮に、本件において、商標法による保護が拒否され、本件商標は万人に開放されるべきものとするならば、「スペシャルティコーヒー」の1銘柄とされてきた本件商標による国際的な品質保証機

能は、完全に失われることになり、コーヒー豆市場を混乱に陥れることは必至である。

(オ) まとめ

以上のとおり、本件商標が商標法3条2項のいわゆる特別顕著性を有するかについての審決の上記判断には誤りがある。

(カ) なお、被告は、エチオピア産コーヒーの残留農薬問題について主張するが、被告は、エチオピアコーヒー豆の残留農薬問題の実情について、原告の農業地方開発省と直接やりとりをし、平成20年6月に現地調査を実施した結果、エチオピアコーヒー豆の残留農薬問題の実情について最も的確な情報を有しており、報道機関に対して「農薬検出の原因は豆自体ではなく、豆を入れる麻袋にありそうだ。」と述べていた。エチオピア産コーヒー豆から検出された BHC、クロルデン及びヘプタクロルの量(乙31の1・2)は、米、白菜などに対する基準値とほぼ同程度か、それ以下であり、人体への危険性はほとんど考えられない程度のものである。日本における農薬規制は、国際的にみて厳しいものであり、国際的な比較という観点からすると、エチオピアコーヒー豆の残留農薬問題に対する日本の対応は、過敏なものといえる。

ウ 取消事由3(商標法4条1項16号についての判断の誤り)

(ア) 審決は、商標法4条1項16号該当性について、「...『YIRGACHEFFE』の文字からなる本件商標は、これをその指定商品中、『エチオピア国YIRGACHEFFE(イルガッチェフェ)地域で生産されたコーヒー豆、エチオピア国YIRGACHEFFE(イルガッチェフェ)地域で生産されたコーヒー豆を原材料としたコーヒー』について使用しても、単に商品の産地又は品質を表示するものというべきであるから、本件商標の指定商品中、上記商品以外の『コーヒー豆、コーヒー』について使用するときは、商品の品質について誤認を生じさせるお

それがあるものといわなければならない。」(32頁25行~32行)と判断した。

しかし、前記アで述べたとおり、本件商標は、イルガッチェフェコーヒーエリアで産出され、精製されたコーヒー豆のうち、「スペシャリティーコーヒー」などといわれる非常に高品質のコーヒー豆に付されるのであって、地理的名称ではなく、銘柄名(ブランド名)であるから、「単に商品の産地又は品質を表示するもの」ではなく、商品の品質について誤認を生じさせるおそれが生じる余地はない。

また、前記イで述べたとおり、本件商標は、「使用をされた結果需要者が何人かの業務に係る商品であることを認識することができるもの」という商標法3条2項の要件を満たしているので、この点においても、商品の品質について誤認を生じさせるおそれが生じる余地はない。

したがって、本件商標が商標法4条1項16号に該当するとした審決の判断は誤りである。

(イ) 仮に、品質の誤認が生ずるとしても、取引者・需要者は、本件商標について、「エチオピア産のスペシャリティーコーヒーのブランド名、銘柄名」を想起するほかないこと、一般的な取引者・需要者が本件商標から「産地」を想起することは、むしろ例外的なものといえることができ、その例外的なコーヒー豆、コーヒーの愛好者等であっても、本件商標から「産地」を想起するおそれはほとんどないことからすると、本件商標が指定商品中「エチオピア国で生産されたコーヒー豆、このコーヒー豆を原材料としたコーヒー」以外の商品に使用された場合には、産地の誤認のおそれがありうるが、「イルガッチェフェ地方で産出されたコーヒー豆、このコーヒー豆を原材料としたコーヒー」以外の商品に使用されても、品質誤認のおそれは考えられない。

コーヒー豆、コーヒー及びこれに類似する商品を指定商品とする、日

本国外の地名からなる登録商標で、指定商品中に記載されている産地が国家とされている多数の登録例が存する（甲64の1～66）。また、地域団体商標において、県単位で産地の指定商品としているものが多数ある（甲65の2・3・5・6，66の1～5）。

指定商品中「イルガッチェフェ地方で産出されたコーヒー豆，このコーヒー豆を原材料としたコーヒー」のみが商標法4条1項16号に該当しないとされた場合，イルガッチェフェ地方とは隔たった地域から産出するコーヒー豆，コーヒーについて本件商標又はこれに類似した商標を使用する者があらわれるおそれがある。指定商品を狭くしすぎると，指定商品に類似する商品の範囲も狭くなり，みなし侵害を規定する商標法37条による保護を受けられないことがありうる。さらに，そもそも，本件は競業者不存在の事案である。

したがって，指定商品中「エチオピア国で産出されたコーヒー豆，このコーヒー豆を原材料としたコーヒー」以外の商品について使用した場合には商標法4条1項16号に該当すると判断されたとしても，指定商品中，「エチオピア国で産出されたコーヒー豆，このコーヒー豆を原材料としたコーヒー」に使用した場合には商標法4条1項16号に該当しない。

さらに，上記主張が採用されず，指定商品中「エチオピア国イルガッチェフェ地方で産出されたコーヒー豆，このコーヒー豆を原材料としたコーヒー」以外の商品について使用した場合には商標法4条1項16号に該当すると判断されたとしても，指定商品中「エチオピア国イルガッチェフェ地方で産出されたコーヒー豆，このコーヒー豆を原材料としたコーヒー」に使用した場合には商標法4条1項16号に該当しない。

そして，上記商標法4条1項16号に該当しない指定商品については，審決は取り消されるべきである。

エ 取消事由 4 (被告の無効審判請求人適格の欠如)

(ア) 本件訴訟の被告は，昭和 28 年に任意団体として発足したものであり，昭和 55 年 8 月には社団法人として「全日本コーヒー協会」が設立されるに至った。

被告の定款 (甲 39 の 4) 第 3 条においては，「本会は，コーヒーの品質の維持向上を図り，並びに加工製造技術の研究開発及び流通の合理化を推進し，国際コーヒー機関の事業に協力しつつ国内コーヒーの消費振興に努めることにより，国内コーヒー関連業界の健全な発展を図るとともに，国民食生活の向上発展に寄与することを目的とする。」として協会の目的を定めている

また，さらに被告の定款 (甲 39 の 4) 第 4 条においては，「本会は，前条の目的を達成するため，次の事業を行う。」とし，次の事業を列挙している。

コーヒーの品質の維持向上に関する事業

コーヒーの加工製造技術の研究開発に関する事業

コーヒー業界の近代化及び合理化に関する事業

コーヒーの消費振興に関する事業

国際コーヒー機関との連絡，調整

コーヒー普及センターの設置

コーヒーに関する調査研究並びに内外資料の収集及び整備

関係行政庁に対する建議

その他本会の目的を達成するために必要な事業

以上の被告の設立の経緯及び定款の目的の定めから明らかなように，また被告自身の社団法人としての性格から，被告は，コーヒーの輸出入ないし販売等の営業には自ら関与していない。ましてや，本件商標の使用に関与する立場にもない。

したがって、被告は、本件商標について何らの法律上の利益を有するものではないから、本件無効審判について請求人適格を有しない。

(イ) ユーシーシー上島珈琲株式会社（以下、「UCC」という。）は、昭和55年にその前会長のAが被告の社団法人としての設立時の初代会長を務めており、現在においても、その現会長のBが被告の副会長理事を務めており、またUCC自身も個別の会員となっている。UCCは、かねてからコーヒーの主たる生産国の一つであるエチオピアに深い関心を抱き続けており、その業務において数多くのエチオピアの生産にかかるコーヒーを手掛けており、本件商標を含むエチオピアの銘柄のコーヒーも販売している。

また、UCCは、エチオピアの地名に由来する商標を数多く出願しており、昭和43年には、原告の承諾を得ることなく、「HARRAR」をコーヒーを含む指定商品について出願した（昭43-57658号、甲41の1の3）。UCCは、その後、「HARRAR」商標を平成19年4月25日の放棄による権利消滅まで長期間にわたり保有し続けた。原告は、平成18年ころより、UCCに対して「HARRAR」商標の譲渡交渉を再三申し入れたが、UCCは平成19年4月25日当該商標を一方的に抹消し、原告への譲渡を拒否した。一方、被告は、上記UCCによる「HARRAR」商標の登録については、登録当時から権利消滅時まで何ら異議を述べていない。

以上の事実からすると、被告は単なるUCCの身代わり（ダミー）ともみなされる存在と考えられる。

(ウ) 原告は、本件商標のライセンスに関する方針として、ライセンシーが原告の所有するファイン・コーヒーの銘柄についての所有権を認める限りはすべてロイヤルティーなしでライセンスを供与するというものであり（英国ソリシターであるサイモン・

ベネットの陳述書[甲42の1])、この点からも、被告に本件無効審判を請求する利益を認める余地がない。

2 請求原因に対する認否

請求原因(1)(2)の各事実は認めるが、(3)は争う。

3 被告の反論

(1) 取消事由1に対し

ア 「広辞苑第二版」926頁(乙6の1)によれば、「産地」については、「品物を産出する土地、人の出生地」と記載されており、国とは記載されていない。また、「広辞苑第二版」2163頁(乙6の2)によれば、「銘柄」については、「商品の商標、取引物件となる商品・有価証券などの特定の名称又は品目」と記載されているが、言葉を変えただけで意味は同じである。

したがって、「『産地』といった場合はエチオピア国をいう。」との原告の説明には、客観性がない。

イ エチオピア連邦民主共和国は、国の面積が広く、日本の3倍もの面積があり、標高差、温度差等により、それぞれの地域で生産されたコーヒーの味、商品の品質等は異なり、それらの商品(コーヒー豆)について品質誤認が生ずるおそれがある。

乙7(「世界の主なコーヒー生産国事情」東京穀物商品取引所2001年[平成13年]3月発行196頁)には、「主要生産地は南西部のカファ(Kaffa)地方、南部のシダモ(Sidamo)地方である。東部のハラ(Harrar)地方はコーヒーの銘柄としても有名である。」と記載されている。「イルガッチェフェ(YIRGACHEFFE)」は、エチオピアの著名なコーヒーの生産地であるハラ(Harrar)とシダモ(Sidamo)とに、挟まれたシダモ地方に属する地域の地名である。

「YIRGACHEFFE」（イルガッチェフェ）産のコーヒーは，エチオピア・アラビカコーヒーの輸出等級グレード1から8のうち，ウォッシュド（水洗式）でグレード2に属する高級品種である。エチオピアの主要な輸出等級はグレード2のウォッシュド・コーヒー及びグレード4及び5のアンウォッシュド・コーヒーであり，日本にはグレード5以上のものが輸入されている（以上につき，乙7，15）。

エチオピアにおいては，コーヒーの精製は全てアディス・アベバで行われるが，ハラール・コーヒーは例外でディレ・ダワで独占的に行われている。そして，エチオピアは，アラビカ種の元祖地であり，エチオピアコーヒーも品質をいうことが多く，シダモやハラールは地名でもあり，産地ではカファが一番多い。現在，飲まれて品種はアラビカ種，カネフォーラ種ロブスター，リベリカ種の3種である。アラビカ種はエチオピアのアビシニア高原が原産地とされている（以上につき，乙8～11）。

インターネットにおいては，コーヒー豆について「エチオピア・モカ・イリガチャフ・WASH」，「～ETHIOPIA～YIRGACHEFFE G1エチオピア イルガチェフ G1」，「エチオピア イルガチェフェ グレード1」，「エチオピア連邦民主共和国 Ethiopia」等と題する記事には，「コーヒーの発祥の地として南部シダモ地方の標高1800から2200mの高地でコーヒー豆は栽培されている。エチオピアコーヒーの中でも最もYIRGACHEFFEは最もその品質が高く評価されており，ETHIOPIA輸出最高規格であるGrade1である。」と記載されており，また，「YIRGACHEFFE」は，エチオピアコーヒーの四つの著名な産地名である「1．ネケムプテ，2．ジンマ，3．イルガチェフェ，4．シダモ」のうちの一つであると記載されている（以上につき，乙12～16）。

小中学校の教科書にも，エチオピア国から日本へコーヒーが輸出されて

いることが記載されている（乙４１，４２）。原告は，我が国の学校教育において使用されている地図（中学校，高校）には，エチオピア国の中の地名として「イルガツチェフェ（YIRGACHEFFE）」が掲載されているものは見当たらないし，また，一般の地図でも掲載されていない，と主張する。しかし，社会科の教科書は詳しいものもあれば，そうでないものもあって，不統一であり，教科書採択の権限は，公立学校で使用される教科書については，その学校を設置する市町村や都道府県の教育委員会にあり，国・私立学校で使用される教科書について，校長にあるから，その教育方針により，どのような教科書が採択されるかが定まるものである。

ウ 特許庁の審査基準〔改訂第８版〕（乙１７の１）の「第３条第１項第３号」の項には，「商品の産地，販売地，品質，原材料，効能，用途，数量，形状（包装の形状を含む。） ，価格若しくは生産若しくは使用の方法若しくは時期を表示する２以上の標章よりなる商標又は役務の提供の場所，質，提供の用に供する物，効能，用途，数量，態様，価格若しくは提供の方法若しくは時期を表示する２以上の標章よりなる商標は，本号の規定に該当するものとする。」と記載されている。

したがって，本件商標が登録されたことは，この規定に違反している。

エ 知的所有権の貿易関連の側面に関する協定（TRIPS協定）は，「第三節 地理的表示」 ，「第２２条 地理的表示の保護」として，「３ 加盟国は，職権により（国内法令により認められる場合に限る。）又は利害関係を有する者の申立てにより，地理的表示を含むか又は地理的表示から構成される商標の登録であって，当該地理的表示に係る領域を原産地としない商品についてのものを拒絶し又は無効とする。」と規定している（乙２０）。してみれば，本件商標登録は，この協定の規定からしても，無効とされるべきものである。

オ 過去の審決例，審査例において，商標法3条1項3号により，以下の各商標が登録できないとされている。

「mocha」（昭和53年審判第5086号同年12月13日審決，乙21）

「The Manhattan Coffee」（昭和63年審判第18266号平成7年11月21日審決，乙22）

「HARRAR」（商願2005-84163号，乙25），「ハラル」（商願2005-84166号，乙26）

また，次の商標登録が拒絶されている。

「ブルーマウンテン」，「BLUE MOUNTAIN」，「MOCHA」（乙23）

「ブルマン」（乙24）

以上の審決例等に照らし，本件商標登録は，無効となるべきものである。

カ 過去の裁判例において，商標法3条1項3号により，以下の各商標が登録できないとされている。

うめ
梅

（東京高裁平成17年1月20日判決，乙27の1・2）

「ワイキキ」（最高裁昭和54年4月10日判決，乙28の1・2）

「GEORGIA」（最高裁昭和61年1月23日判決，乙29の1・2）

以上の裁判例に照らし，本件商標登録は，無効となるべきものである。

キ 審決の20頁14行～30行は，商標法3条1項3号の立法趣旨を記載したのみであって，公益性のみを強調し地理的表示について一切の登録を

許さないと解し得る根拠はないものである。

原告は、「日本ではほとんど知られていない地名を冠する本件商標」と主張する一方、「本件商標は、我が国において、コーヒー豆の銘柄ないしブランドとして広く知られている」と主張しているから、自己矛盾を生じている。

ク 以上のとおり、本件商標が商標法3条1項3号に該当するとの審決の判断に誤りはない。

(2) 取消事由2に対し

ア 審決は、「...我が国において『Y I R G A C H E F F E』の語について、エチオピア国産コーヒー豆のブランドであることの広報活動を具体的にどのように行ったのかなどを示す証拠は何ら提出されていない。」と認定している（28頁下3行～下1行）。

特許庁の審査基準（乙17の3）によると、「商標法3条2項を適用して登録が認められるのは、出願された商標及び指定商品又は指定役務と、使用されている商標及び商品又は役務とが同一の場合」に限られる。

本件商標の態様による使用の証拠を提出しなければならないが、原告は、審決が認定しているとおり、何らの証拠を提出していない。また、本件商標の態様は「H G P 明朝 E 体型」であり標準文字に非常に近い文字であるから、使用により識別力を有しないものである。

したがって、本件商標について、商標法3条2項が規定する使用による識別性は認められない。

イ 現在のエチオピア産コーヒー生豆の日本における状況は、ストックホルム条約（P O P s 条約）禁止毒物である - B H C , クロルデン及びヘプタクロルや、P O P s 条約対象物質ではないが、D D T などが検出されており、ほとんど輸入できなくなっている（乙31の1 [被告作成に係る「エチオピア産コーヒー生豆の食品衛生法違反事例（厚生労働省公表

分)』と題する書面] , 乙44 [被告作成に係る「2008年4月以降のコーヒー生豆の食品衛生法違反事例(厚生労働省公表分)』と題する書面])。日本は、これについて原告に原因を問いただしているが、「汚染原因は不明」との回答しかない。どうして有機栽培からPOPs条約禁止物質が検出されるのであろうか。2009年(平成21年)8月の被告による現地サンプリング調査においても、いまだこれらの物質による汚染が一掃されていないことが判明しており、原告がというような「品質管理を徹底」という事実はみられない。

日本のエチオピアからのコーヒー輸入は、2008年(平成20年)5月から激減し、2009年(平成21年)も減少し続けている(乙30の1・2, 43 [「我が国のエチオピアからのコーヒー輸入」と題する書面])

平成21年9月に独立行政法人日本貿易振興機構(JETRO)がエチオピア国に残留農薬の専門家を派遣し調査したところ、コーヒー生豆精選工場のダストより数種類の農薬が検出されていることから、労働者保護の観点から、マスクの着用等が望ましい、国内用の流通麻袋から数種類の農薬が検出されており、再度突発的な高濃度汚染が起こる可能性は否定できず、麻袋の管理、監視が必要である、エチオピア国のコーヒー生豆検査所にあまり進歩がないので、現状の分析レベル・体制で日本向けのコーヒー生豆サンプルを調べる意味はないなどの報告を被告の安全・安心委員会は受けている(乙45)。

ウ 原告のいう「スペシャルティコーヒー」がどのような定義に基づくものをいうのか不明であり、国際的な食品規格であるコーデックス規格においても、コーヒーの国際機関である国際コーヒー機構においても、「スペシャルティコーヒー」の定義又は規格は定められていない。また、日本のJAS規格にも「スペシャルティコーヒー」の定義や規格は定められて

いない。水洗式だからスペシャルティコーヒーであるということもない。

日本において有機栽培コーヒーとして販売するにはJAS法に基づく認定が必要であり、「エチオピア産コーヒー」であるからとか「スペシャルティコーヒー」であるからといって、「有機栽培コーヒー」と称することができるわけではない。

(3) 取消事由3 に対し

ア 前記(1)のとおり、「YIRGACHEFFE」は、「産地」として認められている。

イ 商標審査基準〔改訂第8版〕(乙17の2)の「第4条第1項第16条」の項には、「国家名・地名等を含む商標であって、それが指定商品又は指定役務との関係上、商品の産地・販売地又は役務の内容の特質若しくは役務の提供の場所を表すものと認識されるものについては、その商標が当該国若しくは当該地以外の国若しくは地で生産・販売される商品について使用されるとき、又は当該国家名若しくは地名等によって表される特質を持った内容の役務若しくは当該国・地で提供される役務以外の役務について使用されるときは、商品の品質又は役務の質の誤認を生じさせるおそれがあるものとして、本号の規定を適用するものとする。特に、外国の国家名を含む商標である場合には、その外観構成がまとまりよく一体に表されている場合又は観念上の繋がりがある場合(既成語の一部となっている場合等国家名を認識しないことが明らかな場合を除く。)であっても、原則として、商品の産地・販売地又は役務の内容の特質若しくは役務の提供の場所を表すものと認識されるものとして、本号の規定を適用するものとする。」と記載されている。

ウ したがって、本件商標「YIRGACHEFFE」を、「エチオピア国YIRGACHEFFE(イルガッチェフェ)地域で生産されたコーヒー豆、エチオピア国YIRGACHEFFE(イルガッチェフェ)地域で生

産されたコーヒー豆を原材料としたコーヒー」以外の「コーヒー豆，コーヒー」について使用するときは，商品の品質について誤認を生じさせるおそれがあるから，商標法4条1項16号についての審決の認定判断に誤りはない。

(4) 取消事由4に対し

ア 特許庁の審判便覧の51-02「特許（登録）無効審判の権限者，当事者，参加人」（乙32）では，当事者について次のように定められている。

「無効審判における当事者としては，請求人，被請求人がある。

(1) 請求人について

自然人，法人，法人でない社団又は財団であつて代表者又は管理人の定めのあるもの（特§6三，意§68，商§77）は，請求することができる（民訴§29参照）。」

イ 被告は，定款（乙33）の事業の規定からして利害関係は十分にあることが明らかであるから，無効審判請求人適格を有する。

ウ UCCは，被告とは別法人であり，事業目的も別の会社である。被告は，UCCの身代わり（ダミー）ではない。

第4 当裁判所の判断

1 請求原因(1)（特許庁における手続の経緯），(2)（審決の内容）の各事実は，当事者間に争いが無い。

2 被告に無効審判請求人適格が有るか（取消事由4）について

(1) 原告は，その取消事由4において被告には本件商標登録無効審判請求を請求する資格（請求人適格）がないと主張し，被告はこれを争うので，事案に鑑み，まずこの点について判断する。

商標登録無効審判請求については，商標法46条が定めているが，その請求人たる資格については明示するところがない。しかし，商標登録の取消審

判請求をすることができる者に関し同法50条1項が「何人も」と定めていること、商標登録無効審判請求に類似した制度である特許無効審判請求の請求人に関し特許法123条2項も「何人も」と定めていること、商標に関する審判手続を定めた商標法56条は特許法148条（参加）を準用しているところ、同審判手続に補助参加人として参加することができる者は「審判の結果について利害関係を有する者」に限られると定めていること、無効審判請求と類似した制度である民訴法の一般原則として、「利益なければ訴権なし」と考えられること等を考慮すると、商標法46条に基づき商標登録無効審判請求をする資格を有するのは、同条の解釈としても、審判の結果について法律上の利害関係を有する者に限られると解するのが相当である。

そこで、請求人たる被告（社団法人全日本コーヒー協会）に上述した意味での利害関係があるかについて以下検討する。

(2) 証拠（甲39の1～4，乙33）及び弁論の全趣旨によれば、次の事実が認められる。

ア 被告は、昭和28年に任意団体として発足し、昭和55年8月29日に社団法人として設立されたものである。

イ 被告の定款第1条、第3条、第4条及び第6条は、次のとおりである。

(ア) 第1条（名称）

「本会は、社団法人全日本コーヒー協会という。」

(イ) 第3条（目的）

「本会は、コーヒーの品質の維持向上を図り、並びに加工製造技術の研究開発及び流通の合理化を推進し、国際コーヒー機関の事業に協力しつつ国内コーヒーの消費振興に努めることにより、国内コーヒー関連業界の健全な発展を図るとともに、国民食生活の向上発展に寄与することを目的とする。」

(ウ) 第4条（事業）

「本会は、前条の目的を達成するため、次の事業を行う。

- (1) コーヒーの品質の維持向上に関する事業
- (2) コーヒーの加工製造技術の研究開発に関する事業
- (3) コーヒー業界の近代化及び合理化に関する事業
- (4) コーヒーの消費振興に関する事業
- (5) 国際コーヒー機関との連絡、調整
- (6) コーヒー普及センターの設置
- (7) コーヒーに関する調査研究並びに内外資料の収集及び整備
- (8) 関係行政庁に対する建議
- (9) その他本会の目的を達成するために必要な事業

(エ) 第6条(会員の資格)

「本会の会員たる資格を有する者は、次に掲げる者とする。

- (1) コーヒーの輸出入若しくは卸売を業とする者又はこれらの者の組織する団体
- (2) コーヒーの製造若しくは加工を業とする者又はこれらの者の組織する団体」
- (3) 上記(2)認定の事実によれば、被告は、「コーヒーの輸出入若しくは卸売を業とする者又はこれらの者の組織する団体」及び「コーヒーの製造若しくは加工を業とする者又はこれらの者の組織する団体」を会員とする社団法人で、「コーヒーの品質の維持向上を図り、並びに加工製造技術の研究開発及び流通の合理化を推進し、国際コーヒー機関の事業に協力しつつ国内コーヒーの消費振興に努めることにより、国内コーヒー関連業界の健全な発展を図るとともに、国民食生活の向上発展に寄与すること」を目的としているものと認められる。

ところで、被告の会員である「コーヒーの輸出入若しくは卸売を業とする者」及び「コーヒーの製造若しくは加工を業とする者」は、本件商標登録が

有効である限り，その指定商品である「コーヒー，コーヒー豆」について本件商標を使用することができないから，本件商標登録の有効性は，被告の会員である「コーヒーの輸出入若しくは卸売を業とする者」及び「コーヒーの製造若しくは加工を業とする者」にとって利害関係があるということが出来る。そして，被告は，上記のとおり「コーヒーの品質の維持向上を図り，…流通の合理化を推進し，…国内コーヒーの消費振興に努めることにより，国内コーヒー関連業界の健全な発展を図るとともに，国民食生活の向上発展に寄与すること」を目的としているから，国内コーヒーの消費振興事業を実施する場合は商標使用に関し会員と同様の立場であるのみならず，会員が本件商標を使用することができるかどうかは，上記目的の実現に関連した事項であるということが出来る。したがって，被告は，「その他本会の目的を達成するために必要な事業」（第4条(9)）として，本件無効審判請求を行うことができるというべきであるから，本件商標登録無効審判請求をするにつき利害関係を有し，請求人適格を有すると認めるのが相当である。

- (4) なお，原告は，被告は単なるUCCの身代わり（ダミー）であると主張するが，原告が主張する事実（前記第3，1(3)エ(イ)）をもっては，この事実を認めることはできず，他にこの事実を認めるに足りる証拠はない。

また，原告は，本件商標のライセンスに関する方針として，ライセンシーが原告の所有するファイン・コーヒーの銘柄についての所有権を認める限りはすべてロイヤルティーなしでライセンスを供与するという事で世界的に対応しているとも主張するが，そのことは，被告が本件無効審判の請求人適格を有することを何ら左右するものではない。

- 3 商標法3条1項3号（産地等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）該当性の有無（取消事由1）について

- (1) そこで，進んで，本件商標が商標法3条1項3号に該当するかどうかについて判断する。

証拠（甲1，2の1，2の2の1～3・5・11・12，4，5，12，17の3・8～14，28の1・3・5・7，29の1，30の1～5・7～10〔枝番を含む〕，31，42の1・2，乙7，12～16，49，50）及び弁論の全趣旨によれば，次の事実が認められる。

ア エチオピアにおける国家のコーヒー経済への本格的な介入は，1952年のコーヒー加工業者への免許制導入などの一連の条例制定に始まり，1972年にはコーヒー・オークション制度が始まった。オークションの開催者は，原告のコーヒー・紅茶局である。

コーヒー豆の選別は，まず出荷地において行われるが，オークションにおいては，上記コーヒー・紅茶局の管轄下にある「コーヒー・紅茶品質管理・検査センター」の検査担当官が，持ち込まれたコーヒー豆につき自らサンプルのテストを行うなどして格付けをし，格付け票に結果を記入する。そして，その後，格付け票とサンプルがオークション会場に展示されて，オークションに付される。

エチオピアのコーヒー豆の産地は，南部の広い範囲に広がっており，その土地の気候や植生によって栽培方法やコーヒーの風味が異なっている。したがって，産地の情報は重要である。

エチオピアからのコーヒー豆の輸出に際しては，上記の格付けの情報とは別に，生産地や栽培方法や加工方法の情報なども勘案して，銘柄名が付される。銘柄によって価格が異なる。

「YIRGACHEFFE」は，上記のようにして付される銘柄名の一つであり，一定の品質が備わっていないと，この銘柄名は付されない。

イ 我が国のコーヒー豆輸入業者は，エチオピアからコーヒー豆を輸入するに際して，注文確認書等に，次のような記載をしている。

双日株式会社の注文確認書（甲2の2の3〔4枚目〕）

「契約日 2005年（平成17年）1月21日」

「商品 エチオピアコーヒー豆」

「品質 水洗式精製 Yirgacheffe (イルガッチェフェ)
グレード2」

「数量 600袋」

「出荷期限 2005年(平成17年)年2月/3月」

ワタル株式会社の2004年(平成16年)年3月2日付け売買契約書(甲2の2の3[6枚目])

「品質 YIRGACHEFFE (イルガッチェフェ) グレード2」

「数量 60kg×300袋」

ワタル株式会社の2005年(平成17年)年10月19日付け注文確認書(甲2の2の3[7枚目])

「明細 エチオピアコーヒー豆 Yirgacheffe (イルガッチェフェ) グレード2 2005年/2006年収穫 オーガニック300袋」

ワタル株式会社の2005年(平成17年)年8月30日付け注文確認書(甲2の2の3[8枚目])

「商品 エチオピアコーヒー豆 Yirgacheffe (イルガッチェフェ) グレード2 (2005年/2006年収穫)」

「数量 正味60kg×280袋」

ウ 原告は、本件商標について、31社との間で、ライセンス契約を締結している(甲2の2の5)。その契約は、ライセンシーは原告が本件商標についてすべての権利、権益及び利益を有することを認めることなどを内容とするもので、ロイヤルティーは無償とするものである(甲5)。

また、原告は、日本国外においても、スターバックス社等との間で、「YIRGACHEFFE」商標についてのライセンス契約を締結してい

る。

なお，本件商標は，外国においては，アメリカ合衆国，欧州共同体（EU），カナダで既に商標登録がされている。

エ 2004年（平成16年）11月から2008年（平成20年）3月までの間に，エチオピアは，日本に対し，「YIRGACHEFFE」を，合計241万1230kg輸出した（甲2の2の12）。

オ 書籍，新聞，プレスリリース及びウェブサイトにおける「イルガッチェフェ」等の使用状況は，次のとおりである。

（ア） 書籍

- ・ 柴田書店書籍部編「コーヒーがわかる本」1994年（平成6年）7月10日発行（甲28の3）62頁には，「エチオピア産のコーヒーには，モカハラーに代表されるナチュラルのコーヒーとシダモウォッシュド，イルガチュフェで知られる水洗式コーヒーとがある。」と記載されている。
- ・ 堀口俊英著「コーヒーのテスティング」株式会社柴田書店2000年（平成12年）2月10日発行112頁（甲28の5）には，「品名 イエルガチェフェ」，「イエルガチェフェ地方産。シダモの上級グレート」と記載されている。
- ・ 「世界の主なコーヒー生産国事情」東京穀物商品取引所2001年（平成13年）3月発行（甲17の3，乙7）には，「主要生産地は南西部のカファ地方（Kaffa）地方，南部のシダモ（Sidamo）地方である。東部のハラー（Harrar）地方はコーヒーの銘柄としても有名である。」（5枚目），「70%から80%のコーヒーはアンウォッシュド（非水洗式）で精製される。代表的なものには…ハラー（Harrar），シダモ（Sidamo）などがある。アンウォッシュド・コーヒーの味の中には，特別だと考えられているも

のがあり，特に日本ではスペシャルティコーヒーに分類されている。エチオピアのウォッシュド・コーヒーは全てスペシャルティコーヒーの枠に入っている。代表的なものはシダモ (Sidamo) ... イルガッチェフェ (Yirgacheffe) ... などである。」(6枚目 [197頁])，「表25-2：エチオピアコーヒーの銘柄及び等級 (及び生産地域)」 「イルガッチェフェ グレード2 (Yirgacheffe Grade 2) (シダモ地方)」 (7枚目) と記載されている。

- ・ 日本コーヒー文化学会編「コーヒーの事典」株式会社柴田書店2001年(平成13年)12月15日発行(乙49)22頁には，「イルガ・チェフェ Yirg - cheffe エチオピア南部シダモ州の高地(約2000m)で豊かな水を利用して作られる水洗式コーヒーの最高級品。」と記載され，33頁には，「水洗式コーヒー(イルガ・チェフェ，シダモ，リム，ベベカ)は等級2」と記載され，107頁には，「シダモ Sidamo エチオピア南部のコーヒーの産地。シダモ州で採れるコーヒーはすべてシダモ・コーヒーとして取引される。...イルガ・チェフェはエチオピアが誇る水洗式コーヒーの優品である。」と記載されている。
- ・ 堀口俊英著「スペシャルティコーヒーの本」株式会社旭屋出版2005年(平成17年)8月9日発行(甲28の7)137頁には，「エチオピア」について，「ほとんどが小規模農家で，プランテーションは少ない産地です。カファ，シダモ，ハラ等が産地としては有名です。」，「最近は少量ですが，ウォッシュドのG-2のシダモやイルガチェフェも増えつつあります。最も価格の高いスペシャルティコーヒーとしては，特徴的な香味を持つイルガチェフェと言うことになります。」と記載されている。

- ・ 高根務編「アフリカとアジアの農産物流通」アジア経済研究所 2003年(平成15年)3月25日発行182頁(甲28の1)には、「2002年2月の時点でオークションで入手できる情報は、以下のとおりである。」、「水洗コーヒーの場合、産地(ゾーン、ワレダ)、オークション番号、記入日、コーヒーの種類(シダモ・コーヒーなど、地名を冠したブランド名)、品質(粒子の大きさ screen、水分 moisture、外見 appearance、におい odour)、味(酸味...、コク...、特徴/味...)、総合評価...」と記載されている。

(イ) 新聞、プレスリリース

- ・ 1990年(平成2年)7月13日付け「東京読売新聞朝刊」(甲30の1)には、「味の素ゼネラルフーズは、粗挽きの『マキシムレギュラーコーヒー』を8月21日から発売する。オリジナル、カリビアンブレンド、モカ・イルガチャフェブレンドの3種類で、すっきりした味わいとまろやかなコクが特徴という。」と記載されている。
- ・ 1996年(平成8年)11月24日付け「毎日新聞朝刊」(甲30の2)には、「イルガッチャフィというというコーヒーの産地として有名な地方がある。」と記載されている。
- ・ キーコーヒー株式会社の2004年(平成16年)7月28日付けのプレスリリース(甲30の3)は「LP 有機栽培珈琲 モカ シダモ」についてのものであるが、それには、「『有機栽培珈琲 モカ シダモ』は、エチオピアのシダモ地区のイルガチャフェ産の水洗式のコーヒーで、...」と記載されている。
- ・ 2003年(平成15年)10月3日付け「日本食糧新聞」(甲30の4)には、「キーコーヒー...は、レギュラーコーヒー『LP 有機栽培珈琲 モカ シダモ』など4品を9月1日から全国発売し

た。」，「『L P 有機栽培珈琲 モカ シダモ』は，新製品。エチオピアのシダモ地区イルガチャフェ産の水洗式のコーヒー。」と記載されている。

- ・ 2004年（平成16年）3月17日付け「日本食糧新聞」（甲30の5）には，「キーコーヒー...は，レギュラーコーヒー『L P スペシャルブレンド』などライブパックシリーズ6品をNEWパッケージに全面リニューアル」，「有機栽培珈琲モカシダモイルガチャフェ産」と記載されている。
- ・ 2005年（平成17年）4月25日付け「日本食糧新聞」（甲30の7）には，「（株）アートコーヒー...は5月1日，家庭用レギュラーコーヒー『摘みたて旬 モンテ・アレグレ農園』...『同 モカ・イルガチェフ』...の2アイテムを発売する。」，「『同 モカ・イルガチェフ』は，エチオピアのイルガチェフ地区で生産したウォッシュドタイプ（水洗式）のアラビカ豆を使用した100%エチオピアコーヒー。」と記載されている。
- ・ 2005年（平成17年）5月13日付け「日本食糧新聞」（甲30の8）には，「キーコーヒー（株）...は1日から“5月度旬摘み珈琲”「モカ イルガチャフェG-1」...を限定発売した。」，「今回の商品は，エチオピアのシダモ地方イルガチェフ周辺で栽培し，水洗処理したグレード1認定の生豆。生産量は年間120tで，イルガチェフ産のわずか2%程度の希少品。」と記載されている。
- ・ 2005年（平成17年）5月16日付け「大阪日日新聞」（甲30の9）には，「ヤスナガコーヒー...は，コーヒーを焙煎したてのアロマ（香り）『一番香り』として商標登録し，『お試し一番香りセット』の販売を開始した。」，「『お試し一番香りセット』はマタリー・アールマッカ，エチオピア・イルガチャフェイ，キリマンジャロ・

モンデュールなど7種類の豆を各百グラムとブルーマウンテンNo.1五十グラムを詰め合わせたもので、…」と記載されている。

- ・ 2006年(平成18年)2月20日付け「日本食糧新聞」(甲30の10)には、(株)アートコーヒーの新製品について、「昨年春に発売した『摘みたて旬 モンテ・アレグレ農園』…『同 モカ・イルガチェフ』…の2アイテムをリメイクして発売する。」、「『同 モカ・イルガチェフ』は、エチオピアのイルガチェフ地区で生産したウォッシュドタイプ(水洗式)のアラビカ豆を使用した100%エチオピアコーヒー。」と記載されている。

(ウ) ウェブサイト

- ・ ウェブサイト「遠赤外線自家焙煎スペシャルティコーヒー専門『珈琲倶楽部』」(2006年[平成18年]10月5日,甲17の10,乙12)には、「イリガチャフはエチオピア南シダモ地方の標高1800から2200mの高地で栽培されています。収穫されたチェリーは豊富な水を利用し、水洗式で処理されます。厳しい品質管理のもとに精選されており、不純物や未熟豆も混ざらず高品質で知られています。大部分が非水洗式であるエチオピアコーヒーの中においてイリガチャフは高く評価されています。」、「エチオピアコーヒーの中で最もその品質が高く評価されている『YIRGACHEFFE』」,「今回お届けするETHIOPIA YIRGACHEFFE G1は、ETHIOPIA輸出最高規格であるGrade1です。」と記載されている。
- ・ ウェブサイト「エチオピア・イルガチェフG1」fukumotocoffee.com(2006年[平成18年]10月5日,甲17の11,乙13)には、「今回お届けする『ETHIOPIA YIRGACHEFFE G1』はETHIOPIA輸出最高規格であ

る『Grade 1』です。」「これまでに物理的には存在した規格でも、実際に流通することは無く、流通していた物の最高の物は『Grade 2』です。今般世界で初めて商品化するに至った夢のグレードです。」と記載されている。

- ・ ウェブサイト「エチオピアコーヒー豆の詳細」eynet.co.jp(2006年[平成18年]12月14日,甲17の13,乙15)には、「品名 イルガチェフェG2・スペシャル」「詳細 エチオピアのトップグレード品のイルガチェフェを更に栽培地をイルガチェフェの村だけに限定したプレミアム品です。最高の香りとピュアなエチオピア・モカのイルガチェフェを味わう事が出来ます。」、「品名 イルガチェフェ・G1」「詳細 エチオピアのトップグレード品のイルガチェフェ・スペシャルを更に厳選して、新たに出来ました最高級グレードのG1です。」、「品名 イルガチェフェ・G2」「詳細 シダモ地区の一部ですが、標高が高く、良質の酸味とアロマがあるためシダモG2とは区別されています。」と記載されている。
- ・ ウェブサイト「ヨーロッパ・アメリカ市場で、絶大な評価を勝ち取ったモカ」doicoffee.com(2006年[平成18年]12月14日,甲17の14,乙16)には、「エチオピアはイルガチェフェ村から作り出された銘柄。」、「エチオピア産のいわゆる『モカ』系の銘柄数あるなかで、その品質の高さからドイツ、アメリカ、ヨーロッパ市場において絶大な評価を得た銘柄が、この村から作り出された銘柄。」と記載されている。
- ・ ウェブサイト「エチオピアコーヒー：エチオピア・イルガチェフェ・グレード1 MUCカフェスタジオ」(2007年[平成19年]1月23日,甲17の12,乙14)には、「エチオピア連邦民主共和国 エチオピアコーヒーの4つの著名生産地域のうち...1.ネケム

プテ， 2．ジンマ， 3．イルガチェフェ， 4．シダモ」と記載されている。

(2)ア　ところで， 商標法 3 条 1 項 3 号に掲げる商標が商標登録の要件を欠くとされているのは， このような商標は， 商品の産地， 販売地その他の特性を表示記述する標章であって， 取引に際し必要適切な表示として何人もその使用を欲するものであるから， 特定人によるその独占使用を認めるのを公益上適当としないものであるとともに， 一般的に使用される標章であって， 多くの場合自他商品識別力を欠き， 商標としての機能を果たし得ないものであることによるものと解すべきである（最高裁昭和 54 年 4 月 10 日第三小法廷判決・裁判集民事 126 号 507 頁 [判例時報 927 号 233 頁] 参照）。

イ　そして， 前記(1)認定の事実によれば， 我が国においては， 「YIRGACHEFFE」又は「イルガツチェフェ」（前記(1)のとおり「YIRGACHEFFE」の日本語表記にはいろいろなものがあるが， いずれも「YIRGACHEFFE」の日本語表記であると認められるので， 以下それらを総称して「イルガツチェフェ」を用いる。）は， これが「コーヒー， コーヒー豆」に用いられる場合， コーヒー又はコーヒー豆の銘柄又は種類を指すものとして用いられることが多いこと， 我が国において， 「イルガツチェフェ」が， エチオピアにおけるコーヒー豆の産地として用いられる場合があるが， その場合でも， 上記銘柄又は種類としての「YIRGACHEFFE」又は「イルガツチェフェ」の産地として用いられていることが多いこと（「イルガツチェフェ」が「シダモ」の産地として用いられることもあったと認められるが， そのような例が多いとは認められない。） ， 上記銘柄又は種類としての「YIRGACHEFFE」又は「イルガツチェフェ」は， エチオピア産の高品質のコーヒー豆又はそれによって製造されたコーヒーについて用いられていることが認められる（な

お、前記(1)の事実の中には、本件商標の登録査定日以後の事実が含まれているが、本件商標の登録査定日後1年以内の事実であり、本件商標の登録査定日前の事実と相まって、上記認定に用いることができると認められる。)。

以上の事実により、証拠(甲6～8, 21の1・2, 23の1～8, 24の1・2, 25～27, 44～46, 乙36の2, 37, 41, 42)によれば、エチオピアの「イルガッチェフェ」(「YIRGACHEFFE」)という地名は、我が国の学校教育において使用されている地図(小学校, 中学校, 高校)はもとより、一般の地図にも掲載されておらず、辞書・事典類にも「イルガッチェフェ」(「YIRGACHEFFE」)の項目はないことが認められるから、一般に我が国においては、エチオピアの「イルガッチェフェ」(「YIRGACHEFFE」)という地名の認知度は低いものと認められることを総合すると、本件商標が、その指定商品である「コーヒー, コーヒー豆」について用いられた場合、取引者・需要者は、コーヒー豆の産地そのものというよりは、コーヒー又はコーヒー豆の銘柄又は種類、すなわち、エチオピア産(又はエチオピアのシダモ地方イルガッチェフェ地域産)の高品質のコーヒー豆又はそれによって製造されたコーヒーを指すものと認識すると認められる。そうすると、本件商標は、自他識別力を有するものであるということが出来る。

また、前記(1)認定の事実によれば、上記銘柄又は種類としての「YIRGACHEFFE」又は「イルガッチェフェ」は、いろいろな業者によって使用されているのであるが、それがエチオピア産(又はエチオピアのシダモ地方イルガッチェフェ地域産)の高品質のコーヒー豆又はそれによって製造されたコーヒーについて用いられている限り、原告による品質管理の下でエチオピアから輸出されたコーヒー豆又はそれによって製造されたコーヒーについて用いられていることになるから、商標権者が原告であ

る限り，その独占使用を認めるのを公益上適当としないということもできない。

ウ したがって，本件商標登録が商標法3条1項3号が規定する「商品の産地又は品質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」に該当するということはできないから，取消事由1は理由がある。

審決は，本件商標は，これをその指定商品中「エチオピア国YIRGACHEFFE（イルガッチェフェ）地域で生産されたコーヒー豆，エチオピア国YIRGACHEFFE（イルガッチェフェ）地域で生産されたコーヒー豆を原材料としたコーヒー」について使用しても，単に商品の産地又は品質を表示するものと認められるから，本件商標は，商標法3条1項3号が規定する「商品の産地又は品質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」に該当する，と判断するが，原告主張に係る取消事由2（特別顕著性，商標法3条2項についての認定判断の誤り）について判断するまでもなく，この審決の判断を是認することはできない。

エ 被告の主張に対する補足的判断

(ア) 被告は，特許庁の商標審査基準とTRIPS協定について主張するが，これについては，以下のとおり採用することができない。

a 特許庁の商標審査基準[改訂第8版]（甲17の15，乙17）は，商標法3条1項3号に関し，「1．商品の産地，販売地，品質，原材料，効能，用途，数量，形状（包装の形状を含む。），価格若しくは生産若しくは使用の方法若しくは時期を表示する2以上の標章よりなる商標又は役務の提供の場所，質，提供の用に供する物，効能，用途，数量，態様，価格若しくは提供の方法若しくは時期を表示する2以上の標章よりなる商標は，本号の規定に該当するものとする。」，「3．国家名，著名な地理的名称（行政区画名，旧国名及び外国の地理的名称を含む。），繁華な商店街（外国の著名な繁華街を

含む。)、地図等は、原則として、商品の産地若しくは販売地又は役務の提供の場所(取引地を含む。)を表示するものとする。」としている。

特許庁の商標審査基準は、もとより裁判所の判断を拘束するものではないが、上記審査基準は、地理的名称であれば、そのみで直ちに商標法3条1項3号に当たるとしていないことは明らかであり、「YIRGACHEFFE」が地理的名称であるからといって、その登録を認めることが上記審査基準に反するという事はできない。

b(a) TRIPS協定「第2部 知的所有権の取得可能性、範囲及び使用に関する基準」、第3節「地理的表示」、第22条「地理的表示の保護」は、以下のとおり規定している。

「(1) この協定の適用上、『地理的表示』とは、ある商品に関し、その確立した品質、社会的評価その他の特性が当該商品の地理的原産地に主として帰せられる場合において、当該商品が加盟国の領域又はその領域内の地域若しくは地方を原産地とするものであることを特定する表示をいう。

(2) 地理的表示に関して、加盟国は、利害関係を有する者に対し次の行為を防止するための法的手段を確保する。

(a) 商品の特定又は提示において、当該商品の地理的原産地について公衆を誤認させるような方法で、当該商品が真正の原産地以外の地理的区域を原産地とするものであることを表示し又は示唆する手段の使用

(b) 1967年のパリ条約第10条の2に規定する不正競争行為を構成する使用

(3) 加盟国は、職権により(国内法令により認められる場合に限る。)又は利害関係を有する者の申立てにより、地理的表示を

含むか又は地理的表示から構成される商標の登録であって、当該地理的表示に係る領域を原産地としない商品についてのものを拒絶し又は無効とする。ただし、当該加盟国において当該商品に係る商標中に当該地理的表示を使用することが、真正の原産地について公衆を誤認させるような場合に限る。

（４）（１）、（２）及び（３）の規定に基づく保護は、地理的表示であって、商品の原産地である領域、地域又は地方を真正に示すが、当該商品が他の領域を原産地とするものであると公衆に誤解させて示すものについて適用することができるものとする。」

(b) 以上のとおり、T R I P s協定は、地理的表示について、地理的表示を含むか又は地理的表示から構成される商標の登録であって、当該地理的表示に係る領域を原産地としない商品についてのものが、真正の原産地について公衆を誤認させるような場合には、拒絶し又は無効とする、と規定する。しかし、本件商標について、自他識別力を認め、その指定商品中「エチオピア国Y I R G A C H E F F E（イルガッチェフェ）地域で生産されたコーヒー豆、エチオピア国Y I R G A C H E F F E（イルガッチェフェ）地域で生産されたコーヒー豆を原材料としたコーヒー」に使用した場合に商標法3条1項3号が規定する「商品の産地又は品質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」に該当しないと判断することが、上記のT R I P s協定の規定に反するということはいない。

(イ) また、被告は、過去の審決例、審査例、裁判例について主張するが、それらは、本件とは事案が異なるものであり、上記判断を左右するものではない。

4 商標法4条1項16号(商品の品質の誤認を生ずるおそれがある商標)該当性の有無(取消事由3)について

(1) 前記3(1)ア認定のとおり, エチオピア国において産地によってコーヒーの風味が異なることからすると, 産地に由来する本件商標をエチオピアのシダモ地方イルガッチェフェ地域産以外のコーヒー, コーヒー豆に使用した場合には, 品質誤認を生ずるおそれがあるというべきである。そして, 審決書記載のとおり, 特許庁における平成20年10月28日の第1回口頭審理の結果によれば, 指定商品中の「コーヒー」は「焙煎後のコーヒー豆及びそれを更に加工した粉状, 顆粒状又は液状にした商品(コーヒー製品)」のことであり, 「コーヒー豆」は「焙煎前のコーヒー豆」のことである。

したがって, 本件商標は, これをその指定商品中「エチオピア国YIRGACHEFFE(イルガッチェフェ)地域で生産されたコーヒー豆, エチオピア国YIRGACHEFFE(イルガッチェフェ)地域で生産されたコーヒー豆を原材料としたコーヒー」以外の「コーヒー豆, コーヒー」について使用するときには, 商品の品質について誤認を生じさせるおそれがあるから, 商標法4条1項16号が規定する「商品の品質の誤認を生ずるおそれがある商標」に該当するとの審決の判断に誤りがあるということとはできない。また, このように解することが, 前記3(2)エ(ア)bのTRIPS協定の規定にも適合するというべきである。

なお, 前記3(2)イ認定のとおり, 本件商標が, その指定商品である「コーヒー, コーヒー豆」について用いられた場合, 取引者・需要者は, 「エチオピア国YIRGACHEFFE(イルガッチェフェ)地域産」ではなく, 単に「エチオピア産の高品質のコーヒー豆又はそれによって製造されたコーヒー」を指すものと認識することがあり得るが, そうであるとしても, 本件商標を「エチオピア国YIRGACHEFFE(イルガッチェフェ)地域産以外のコーヒー, コーヒー豆」に使用した場合には, やはり品質誤認を生じ

るというべきであって、上記判断が左右されることはない。

(2) 原告の主張に対する補足的判断

原告は、本件商標は、「使用をされた結果需要者が何人かの業務に係る商品であることを認識することができるもの」という商標法3条2項（特別顕著性）の要件を満たしているとも主張するが、商標法3条2項は、商標法3条1項3号～5号に該当するとしても商標登録を受けることができる要件であって、品質誤認について定めた商標法4条1項16号に適用されるものではない。

また、原告は、コーヒー豆、コーヒー及びこれに類似する商品を指定商品とする、日本国外の地名からなる登録商標で、指定商品中に記載されている産地が国家とされている登録例が存すること、及び地域団体商標において、県単位で産地の指定商品としているものがあることを主張するが、これらは、本件とは異なる商標についての登録例であり、上記判断を左右するものではない。

さらに、原告は、指定商品を狭くしすぎると、みなし侵害を規定する商標法37条による保護を受けられないことがありうるのであり、さらに、そもそも、本件は競業者不存在の事案であるとも主張するが、そのような点は、上記商標法4条1項16号該当性の判断を左右するものではないというべきである。

(3) さらにいうならば、商標法46条1項ただし書は、商標登録の無効審判請求について、「商標登録に係る指定商品又は指定役務が2以上のものについては、指定商品又は指定役務ごとに請求することができる。」と規定していることからすると、商標登録の無効審判請求は、指定商品又は指定役務ごとにすることができるところ、ここでいう「指定商品又は指定役務」は、出願人が願書で記載した「指定商品又は指定役務」に限られることなく、実質的に解すべきである。本件においては、既に述べたとおり、「エチオピア国

Y I R G A C H E F F E (イルガッチェフェ)地域で生産されたコーヒー豆, エチオピア国Y I R G A C H E F F E (イルガッチェフェ)地域で生産されたコーヒー豆を原材料としたコーヒー」とそれ以外の「コーヒー豆, コーヒー」では, 商標法4条1項16号該当性において違いがあり, 「指定商品」としても異なると解することができる。したがって, 「エチオピア国Y I R G A C H E F F E (イルガッチェフェ)地域で生産されたコーヒー豆, エチオピア国Y I R G A C H E F F E (イルガッチェフェ)地域で生産されたコーヒー豆を原材料としたコーヒー」に係る部分には無効事由はないが, それ以外の部分には無効事由があるとの判断をすることができるというべきである。

5 小括

以上によれば,

被告には本件商標登録の無効審判請求適格がある。

本件商標は, 商標法3条1項3号(その商品の産地又は品質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)に該当しない。

本件商標は, 指定商品「エチオピア国Y I R G A C H E F F E (イルガッチェフェ)地域で生産されたコーヒー豆, エチオピア国Y I R G A C H E F F E (イルガッチェフェ)地域で生産されたコーヒー豆を原材料としたコーヒー」の限度では商標法4条1項16号(商品の品質の誤認を生ずるおそれがある商標)に該当しないが, 上記「エチオピア国Y I R G A C H E F F E (イルガッチェフェ)地域」以外の地域については同号に該当する。

ということになる。

6 結論

よって, 審決のうち指定商品「エチオピア国Y I R G A C H E F F E (イルガッチェフェ)地域で生産されたコーヒー豆, エチオピア国Y I R G A C H E

F F E (イルガッチェフェ) 地域で生産されたコーヒー豆を原材料とした「コーヒー」に関する部分は違法であるから取り消すこととし、原告のその余の請求は理由がないから棄却することとして、主文のとおり判決する。

知的財産高等裁判所 第2部

裁判長裁判官 中 野 哲 弘

裁判官 森 義 之

裁判官 澁 谷 勝 海