

令和2年3月11日判決言渡

令和元年（行ケ）第10119号 審決取消請求事件

口頭弁論終結日 令和2年1月27日

判 決

原 告 株式会社 L I F U L L

訴訟代理人弁理士 橋 哲 男
藤 本 正 紀
佐 藤 大 輔

被 告 特 許 庁 長 官
指 定 代 理 人 木 住 野 勝 也
山 田 正 樹
阿 曾 裕 樹

主 文

- 1 原告の請求を棄却する。
- 2 訴訟費用は原告の負担とする。

事 実 及 び 理 由

第1 請求

特許庁が、不服2018-3370号事件について令和元年7月31日にした審決を取り消す。

第2 事案の概要

1 特許庁における手続の経緯等

- (1) 原告は、平成27年4月1日、別紙1掲記の橙色の色彩のみからなる商標（以下「本願商標」という。）について、第35類及び第36類に属する役

務を指定役務として、商標登録出願（商願2015-30535号。以下「本願」という。）をした（甲34）。

- (2) 原告は、平成29年12月8日付けで拒絶査定（甲44）を受けたため、平成30年3月8日、拒絶査定不服審判（以下「本件審判」という。）を請求するとともに（甲45）、本願の指定役務を第36類「インターネット上に設置された不動産に関するポータルサイトにおける建物又は土地の情報の提供」と補正する手続補正（甲46）をした。

特許庁は、上記請求を不服2018-3370号事件として審理し、令和元年7月31日、「本件審判の請求は、成り立たない。」との審決（以下「本件審決」という。）をし、その謄本は、同年8月14日、原告に送達された。

- (3) 原告は、令和元年9月10日、本件審決の取消しを求める本件訴訟を提起した。

2 本件審決の理由の要旨

本件審決の理由は、別紙審決書（写し）のとおりである。

その要旨は、①本願商標は、橙色の色彩のみからなる商標であるところ、本願の指定役務との関係においては、役務の魅力向上のために使用される色彩と認識されるものであり、また、本願商標と近似する色彩が、請求人（原告）以外の者によって、ウェブサイトで使用されていることからすれば、何人もその使用を欲するといえるものであり、これを一私人に独占させることは妥当ではないことに加え、原告による本願商標の使用により識別力を獲得したものと認められないから、本願商標を本願の指定役務に使用しても、これに接する需要者は、その役務の提供の用に供する物や広告等に通常使用される色彩又は使用され得る色彩を表したものと認識するにとどまり、本願商標を役務の出所を表示するものとして、又は自他役務を識別するための標識として認識することはないというべきである、②したがって、本願商標は、需要者が何人かの業務に係る役務であることを認識することができない商標であって、商標法3条1

項6号に該当するから、商標登録を受けることができないというものである。

3 取消事由

本願商標の商標法3条1項6号該当性の判断の誤り

第3 当事者の主張

1 原告の主張

(1) 本願商標が本来的に識別力を有すること

ア 原告が管理、運営するオンライン上の全国の賃貸、分譲売買、中古売買等の不動産情報を取り扱う不動産総合ポータルサイト「L I F U L L H O M E ' S (ライフフルホームズ)」(以下「原告ウェブサイト」という。)は、平成28年2月25日現在で734万1805件の掲載物件数(掲載物件数第1位)を誇り、過去に掲載した2300万件以上の物件情報をも活用し、独自の不動産物件参考価格算出システムを構築し、物件の参考売買価格・想定賃料を公開し、第三者はこれらの情報をすべて無料で利用することが可能となっている。原告ウェブサイトは、不動産総合ポータルサイトのトップブランドとしての確固たる地位を築いており、本願の指定役務の分野においては、周知著名である。

我が国において、全国規模で種々の取引形態の不動産物件を掲載する一定規模以上(掲載物件数が常時100万件以上)の不動産総合ポータルサイトとしては、原告のほか、リクルートグループが管理、運営する「S U U M O (スーモ)」、大東建託株式会社(以下「大東建託」という。)が提供する「いい部屋ネット」、株式会社オウチーノ(以下「オウチーノ」という。)が提供する「O - u c c i n o」、ヤフー株式会社(以下「ヤフー」という。)が提供する「ヤフー不動産」、A P A M A N株式会社(以下「アパマン」という。)が管理、運営する「アパマンショップ」、アットホーム株式会社(以下「アットホーム」という。)が管理、運営する「a t h o m e (アットホーム)」が挙げられる。これらの不動産総合ポータ

ルサイトは、日本全国の不動産情報を網羅しているため、不動産物件を探す者は、まず初めに不動産総合ポータルサイトを介して不動産情報にアクセスするのが近時の取引の実情である。

そして、各不動産総合ポータルサイトは、それぞれイメージカラーを施しており、例えば、原告は橙色、「SUUMO（スーモ）」は緑色、「いい部屋ネット」は赤色、「O-u-c-c-i-n-o」はピンク色、「ヤフー不動産」は赤色、「アパマンショップ」は濃青色、「a t h o m e（アットホーム）」は紅赤色といった棲み分けがされている。

そのため、このような不動産総合ポータルサイトに接する取引者、需要者は、色によるポータルサイトの識別が可能な状況ができており、本願商標の橙色は、原告ウェブサイトと即座に認識、理解をするという取引の実情がある。

このように本願商標は、その指定役務第36類「インターネット上に設置された不動産に関するポータルサイトにおける建物又は土地の情報の提供」との関係において、本願商標の橙色が独立して、本来的に自他役務の識別機能ないし自他役務識別力を有している。

イ この点に関し、被告は、不動産情報を提供するウェブサイト（乙4ないし13）において、ロゴやウェブサイトの装飾に橙色が使用されている使用例があることを指摘するが、いずれのウェブサイトも、掲載物件数が不動産総合ポータルサイトの規模には到底及ばず、消費者もこれらのウェブサイトをも不動産総合ポータルサイトと同列視することもない。

したがって、原告ウェブサイト上で用いられている本願商標の橙色は、上記使用例における橙色と根本的、かつ、本質的に異なるものであるから、上記使用例は、本願商標が本来的に有する自他役務識別力の存在に何ら影響を及ぼすものではない。

(2) 使用による識別力の獲得

ア 原告による本願商標の使用

(ア) 原告ウェブサイトにおける使用

原告は、平成9年の創業以来、需要者又は取引者に対して不動産情報等を提供し続け、平成13年4月からは、建物、土地等の不動産に関する情報を利用者に対して提供することを目的とする原告ウェブサイト（当時の名称「HOME'S」）を管理、運営している。原告ウェブサイトにおいては、平成18年に本願商標を基調とするデザインが採用されて以降、13年間にわたって本願商標の橙色を使用している。

原告ウェブサイトにおける本願商標の橙色の使用例は、別紙2のとおりである（甲20）。原告ウェブサイト全体における本願商標の橙色の占める割合は、年ごとに増減はあるものの、増加の一途をたどり（甲53ないし68）、近年では、原告ウェブサイトの大部分を占め、原告ウェブサイト最上部左に位置する「HOME'S」のロゴや「LIFULL HOME'S」のロゴには、総じて本願商標の橙色が施されている。

このように原告が原告ウェブサイトにおいて永年にわたり一貫して継続して本願商標の橙色を使用した結果、原告ウェブサイトに接した取引者、需要者は、文字や図形との関係を考慮することなく、本願商標の橙色が独立して原告の業務に係る役務を表示するものとして、容易かつ即座に認識、理解できる。

(イ) テレビCMにおける使用

原告は、日本全国の放送局において、継続的にテレビCMを制作放送している。原告が提供するテレビCM（甲5、6）では、本願商標の橙色が所々に表示されていることが一見して認識、理解できる。また、テレビCMの下部のコマ（甲27）には、白地に「LIFULL」や「HOME'S」の文字や左横の図形について本願商標の橙色を用いていることから、テレビCMを視聴する者（取引者、需要者）に対して強い印

象が与えられ、本願商標の橙色から原告や原告の業務に係る役務を容易かつ即時に認識、理解できる。

イ 原告の売上高

過去10年間の原告の連結売上高は、単年で100億円以上、累計1800億円以上であり、上記連結売上高の82.2%が原告ウェブサイトを通じて提供する不動産総合ポータルサイト事業による売上高である（甲32）。

加えて、原告ウェブサイト及びテレビCMにおける本願商標の橙色の使用実績が永年かつ継続的なものである点に鑑みれば、本願商標の橙色と原告が展開する不動産情報の提供に関する事業との間には密接かつ直接的な関係が存在するものといえるから、本願商標の橙色の存在が原告の事業の売上げに多大な貢献をしている。

ウ アンケート調査結果

株式会社博報堂（以下「博報堂」という。）が実施した「「オレンジ色」と「不動産・住宅情報サイト名称」の関係性調査」と題する本願商標に関する認識度調査（以下「第1次調査」という。甲30）によれば、「LIFULL HOME'S」や「HOME'S」を想起できる者の86.8%が、「オレンジ色」を見ることにより、「不動産・住宅情報サイト」として、「LIFULL HOME'S」や「HOME'S」を想起した。

また、楽天インサイト株式会社（以下「楽天インサイト」という。）が実施した「色彩商標に関する認知度調査」と題する本願商標に関する認識度調査（以下「第2次調査」という。甲33）によれば、①直近1年以内に「引越し」や「住み替え」「住まいの購入・建築」を検討・経験した方、②「不動産・住宅情報サイト・アプリ」で情報収集した方、③全国ポータルサイトを名乗る5社（「LIFULL HOME'S」,「SUUMO」,「at home」,「マイナビ賃貸」,「CHINTAI」）のうちい

ずれかのサイトに対し「全国の不動産物件・住宅会社の情報を提供しているサービス」という認識がある方という3つの条件を満たす者を対象として調査した結果、本願商標の橙色の認識率は55%であった。

第1次調査及び第2次調査の結果を総合的に考慮すると、本願商標の橙色は、それ自体単独で強い識別力を発揮することにより、本願の指定役務の取引者、需要者の間で広く認識されているものといえる。

第1次調査及び第2次調査の条件は、アンケート調査の結果を導出するために必要な条件であり、第1次調査及び第2次調査は、客観性及び公平性のいずれもが担保された有意な認識度調査である。

エ まとめ

以上のとおり、①全国規模で種々の取引形態の不動産物件を掲載する一定規模以上（掲載物件数が常時100万件以上）の各不動産総合ポータルサイトは、それぞれイメージカラーを施し、色による棲み分けがされており、不動産総合ポータルサイトに接する取引者、需要者は、色によるポータルサイトの識別が可能な状況であるという取引の実情があること、②原告ウェブサイトは、不動産総合ポータルサイトのトップブランドとしての確固たる地位を築いており、周知著名であること、③原告は、原告ウェブサイトにおいて平成18年に本願商標を基調とするデザインを採用して以来、永年にわたり一貫して継続して本願商標の橙色を使用してきたことに加えて、④原告のテレビCMにおける本願商標の橙色の使用実績、⑤原告の売上実績、⑥第1次調査及び第2次調査の結果に鑑みると、本願商標の橙色は、原告による原告ウェブサイト及びテレビCMにおける使用の結果、本願の指定役務である第36類「インターネット上に設置された不動産に関するポータルサイトにおける建物又は土地の情報の提供」の取引者、需要者の間で、本願商標の橙色が独立して周知著名となるとともに、原告の業務に係る上記役務を表示するものとして認識されるに至ったものという

べきであるから、本願商標は、その使用により自他役務の識別機能ないし自他役務識別力を獲得したものといえる。

また、本願商標は、単色の色彩のみからなる商標であるが、自他役務識別力を有するものであり、色彩（橙色）の独占適応性などの公益的見地に鑑みても、商標登録を否定すべき理由はない。

(3) 小括

以上によれば、本願商標は、需要者が何人かの業務に係る役務であることを認識することができない商標（商標法3条1項6号）に該当するものと認めることはできないから、これと異なる本件審決の判断は誤りである。

したがって、本件審決は、違法として取り消されるべきである。

2 被告の主張

(1) 本願商標が本来的に識別力を有するとの主張に対し

ア 本願商標は、別紙1のとおり、橙色（RGBの組合せ：R 2 3 7，G 9 7，B 3）の単色の色彩のみからなる商標である。本願商標の橙色は、「赤みを帯びた黄色。オレンジいろ。」（乙1）の色彩であり、JISの色彩規格（乙2）にも例示されているような、ありふれた色彩の一つであり、広告やウェブサイトのデザインにおいて、前向きで活力のある印象を与える色彩として良く利用されているから（乙3）、本来的には商品又は役務の出所を表示する目的を有するものではない。そして、本願の指定役務と関連する不動産取引業界においては、橙色（オレンジ色）は、ロゴマーク、看板、ウェブサイトのライン状の帯又はその他の模様若しくは背景色などとして各所に、種々の文字又は図形と結合して、それらを見やすく、目立たせ、又は強調するというような装飾目的で、取引上普通に使用されている実情がある（乙4ないし13）。

以上を踏まえると、本願商標の橙色は、ありふれた色彩の一つであり、広告デザインなどにおいても多く利用されている色彩であるから、本来的

には商品又は役務の出所を表示する目的を有するものではなく、また、その指定役務との関係においても、ロゴマーク等を含む文字や図形と結合して、それらを装飾する目的で取引上普通に採択されている色彩にすぎないから、本願商標は、自他役務の識別標識としての機能を欠くというべきである。

イ これに対し原告は、全国規模で種々の取引形態の不動産物件を掲載する一定規模以上の不動産総合ポータルサイトは、それぞれイメージカラーを施し、色彩の棲み分けがされており、このような不動産総合ポータルサイトに接する取引者、需要者は、本願商標の橙色は原告ウェブサイトと容易かつ即座に認識、理解するという取引の実情があるから、被告が挙げる橙色の使用例は、本願商標が本来有する自他役務識別力の存在に影響を及ぼすものではない旨主張する。

しかしながら、本願商標が登録された場合の保護範囲（禁止権）は、原告による主観的認識や事業規模の大小に関わらず、その指定役務と類似する役務にも及び得るものであり、また、本願の指定役務に係る需要者層は、住宅やマンションなどの不動産物件を求める一般の需要者であって、ウェブサイト等で情報を収集した後は、物件の売買や賃貸の実施に取り掛かるのが通常であるから、不動産の売買や賃貸の仲介等を行う不動産取引関連サービスの需要者層と重複しており、サービスの内容（不動産関連の情報を提供する）も密接に関連するから、その需要者をして、不動産総合ポータルサイトとその他の不動産取引関連サービスにおいて、似通った商標が採択された場合、極めて相紛らわしく、出所の誤認混同が生じるような、類似の関連性がある。

したがって、本願商標の識別力を検討するに当たり、需要者の範囲を共通にする不動産取引業界における取引の実情を考慮することは、至極当然のことであるから、原告の上記主張は失当である。

(2) 使用による識別力の獲得の主張に対し

ア 原告による本願商標の使用について

(ア) 原告ウェブサイトにおける使用について

原告ウェブサイトの構成やデザインには変遷があり、把握できる限りの各時点において共通しているのは、ロゴマークの色彩として本願商標の橙色が表示されている程度である。そして、原告ウェブサイト全体として背景色のように相当の割合で本願商標の橙色が表示される場合（甲1，20）や、ウェブサイト上部のライン状の帯の装飾として本願商標の橙色が表示される場合（甲4）などもあるが、これらは、全体又は各項目を見やすく、目立たせ、又は強調する装飾目的の色彩との印象を与える程度のものであり、また、その他の構成文字、図形（枠、アイコンなど）の色彩及び背景色として、本願商標の橙色以外の色彩（青、黒、黄色など）が採択される場合（甲2，4）もあるなど、本願商標の橙色の表示態様や占める割合などは一定ではなく、原告ウェブサイト全体としては複数の色彩が組み合わされているとの印象をも与えるものといえる。

このように原告ウェブサイトにおける本願商標の使用は、ロゴマークの色彩として本願商標の橙色が表示されているにすぎず、それ以外の表示態様を踏まえても、本願商標の橙色のみが独立して自他役務の識別標識として強調され、統一的に使用されているとの印象を与えるものではない。

(イ) テレビCMにおける使用について

原告のテレビCM素材には多数のバリエーションがあるが（例えば、「ホームズ『この街に住みたい』篇」，「ホームズ『落書き』篇」，「ホームズ『ここに住みたい』篇等。甲5，6，31），各素材において本願商標がどのような態様及び割合で表示，使用されているのかは不明で

ある。原告のテレビCMの静止画像（甲27）から、「LIFULL HOME'S」の文字やロゴマークの図形の色彩として、本願商標の橙色が表示されていることが確認できるものの、それらは室内（白系の色彩の壁、茶系の色彩の扉及び床を備える。）の画像を背景に、又は全体が白一色の背景に表示されているため、画面全体としては本願商標の橙色が占める割合は少ない。

したがって、原告のテレビCMにおける本願商標の使用は、ロゴマークの色彩として本願商標の橙色が表示されているにすぎず、それ以外の表示態様を踏まえても、本願商標の橙色のみが自他役務の識別標識として強調され、統一的に使用されているとの印象を与えるものではない。

イ 原告の売上高について

前記アの原告による本願商標の使用態様を勘案すれば、原告ウェブサイトの関連事業に係る売上高は、本願商標の橙色が独立して周知著名性を確立したことに直接結びつくものではない。

ウ アンケート調査結果について

(ア) 第1次調査は、「不動産・住宅情報サイト」の名称をフリーアンサーで書いてもらい、「LIFULL HOME'S」や「HOME'S」の名称を書いた者に回答者を絞り込むことで、回答者層を恣意的に限定しており、最終的な回答も、特定の出所を認識しての回答か否かを区別していないため、憶測での回答を排除できていない。

したがって、第1次調査の結果は、信ぴょう性を欠くもので、本願の指定役務に係る需要者における認識を客観的かつ正確に表しているものとはいえない。

(イ) 第2次調査は、直近1年以内に「引越し」を検討・経験した者、「不動産・住宅情報サイト・アプリ」で情報収集した者、全国ポータルサイトを名乗る5社のうち、いずれかのサイトに対し「全国の不動産物件・

住宅会社の情報を提供しているサービス」という認識のある者の全ての条件を満たす者のみを調査対象者として絞り込むことにより、回答者層を恣意的に限定し、回答者に大手ポータルサイト5社の名称を回答前に意識付けている。また、調査票（甲33の33枚目）の質問は、本願商標の画像の色から思い浮かぶ「不動産・住宅情報サイト・アプリ」について選択式で回答させるものであり、その選択肢中の5社のサービスに回答が誘導される可能性が極めて高い上、原告と関連するサービス名（「LIFULL HOME'S（ライフフルホームズ）」と「HOME'S（ホームズ）」）だけが2つの選択肢として用意され、他の選択肢より上位に配置されるなど、誘導的な設定がされている。しかも、回答において、本願商標から特定の出所を想起して回答しているか否かを区別しないため、憶測での回答が排除できていない。

したがって、第2次調査の結果は、信ぴょう性を欠くもので、本願の指定役務に係る需要者の認識を客観的かつ正確に表しているものとはいえない。

エ まとめ

以上によれば、本願商標の橙色は、本願の指定役務との関係においても、ロゴマーク等を含む文字や図形と結合して、それらを装飾する目的で取引上普通に採択されているありふれた色彩にすぎず、その色彩自体に特異性や出所識別標識としての顕著な特徴はなく、原告による本願商標の使用態様（原告ウェブサイト、テレビCM）も、ロゴマークの色彩（文字又は図形と結合した色彩）として表示されている程度であり、それ以外の表示態様を踏まえても、本願商標の橙色のみが自他役務の識別標識として強調され、統一的に使用されているとの印象を与えるものではないから、不動産取引業界における需要者をして、本願商標が、原告又はその事業に係る出所識別標識であると認識されるようになるものとは考えられない。

したがって、原告による本願商標の使用の結果、需要者の間において、本願商標の橙色が独立して自他役務の識別標識としての機能を獲得するに至ったものとはいえないから、本願商標は、需要者が何人かの業務に係る役務であることを認識することができない商標（商標法3条1項6号）に該当する。

また、本願商標は、色彩（橙色）の独占適応性などの公益的見地に鑑みても、登録を認めることは適切ではない。

(3) 小括

以上のとおり、本願商標は、需要者が何人かの業務に係る役務であることを認識することができない商標に該当するから、これと同旨の本件審決の判断に誤りはなく、原告主張の取消事由は理由がない。

第4 当裁判所の判断

1 認定事実

証拠（甲1，2，4ないし7，20，27，28，30ないし32，53ないし67，乙4ないし13）及び弁論の全趣旨によれば、次の事実が認められる。

(1) 原告ウェブサイトにおける橙色の使用

ア 原告は、平成9年3月12日に設立された、各種情報サービス業務等を目的とする株式会社（旧商号「株式会社L i f u l l」）である。

原告は、平成18年から、不動産情報等を提供する原告ウェブサイト（ウェブサイトの名称は平成29年3月まで「HOME’ S」，同年4月以降「L I F U L L HOME’ S」）を管理、運営している。

原告ウェブサイトにおける平成30年9月時点の不動産の総掲載物件数は約676万件（甲32）であった。

イ 原告ウェブサイトのトップページ（平成28年3月20日当時のもの。

甲20）には、別紙2のとおり、最上部左に位置する図形と「L I F U L

「L HOME' S」の文字によって構成されたロゴマーク、その他の文字、白抜き文字及びクリックするボタンの背景や絵柄、キャラクターの絵、バナー等の色彩として、本願商標の橙色が使用されていた。

また、原告ウェブサイトのトップページにおいては、平成18年から平成31年にかけて、おおむね上記のような使用態様で、本願商標の橙色が使用されてきた。

(2) テレビCMにおける橙色の使用

原告のテレビCM（ホームズ「日村さんの家 朝篇」、ホームズ「帰路につく篇」、ホームズ「この街に住みたい」篇、ホームズ「落書き」篇等）が、平成26年5月から同年10月までの間、平成27年1月から9月までの間、平成30年4月及び5月に、全国各地の放送局で放送された（甲5、6、31）。

そのテレビCMのうちの一部（甲27）には、住宅の部屋の映像を背景として、その中央に、白色の「オンライン内見、はじまる」の文字、橙色が多く使用されたキャラクターの絵、橙色の「L I F U L L HOME' S」の文字等が配置された映像や、白色を背景として、その中央に橙色の図形、「L I F U L L」及び「HOME' S」の文字によるロゴが配置された映像が使用されていた。

(3) アンケート調査結果

ア 第1次調査

第1次調査（甲30）は、原告が、博報堂に依頼して、平成30年3月27日から同月30日までの間に事前調査を実施し、同月30日から同年4月1日までの間に本調査を実施したものである。

事前調査では、東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県及び福岡県在住の18歳から59歳までの男女3万人を対象としてアンケートを実施したところ、回答のあった2万8892人（回

答率96.3%)のうち、賃貸への住み替えや不動産購入、リフォーム等について興味・関心があり、かつ、今後、賃貸への住み替えや不動産購入、リフォーム等の可能性がある者(時期は不問)は、9009人(事前調査回答者のうち31.2%)であった。

本調査では、上記の9009人からランダムに対象者1648人を抽出し、その対象者に「不動産・情報サイト」の名称をフリーアンサーで記載させ、「LIFULL HOME'S」や「HOME'S」と記載した228人に本願の「オレンジ色」を見せて「思い浮かべた不動産・住宅情報サイト」の名称をフリーアンサーで記載させたところ、「LIFULL HOME'S」や「HOME'S」の名称を記載した者は、198名(上記の228人の86.8%)であった。

イ 第2次調査

第2次調査(甲33)は、原告が、楽天インサイトに依頼して、令和元年10月11日から同月13日までの間にインターネット調査を実施したものであり、北海道、宮城県、首都圏(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)、愛知県、京阪神(大阪府、京都府、兵庫県)、広島県及び福岡県における18ないし59歳の男女2万人のうち、①直近1年以内に「引越し」や「住み替え」、「住まいの購入・建築」を検討・経験した者、②「不動産・住宅情報サイト・アプリ」で情報収集した者、③「LIFULL HOME'S」、「SUUMO」、「at home」、「マイナビ賃貸」、「CHINTAI」のうち、いずれかのサイトに対し「全国の不動産物件・住宅会社の情報を提供しているサービス」という認識がある者の全ての条件を満たし、かつ、「住宅メーカーまたは販売」、「不動産・建設関係」、「広告代理店・マスコミ・市場調査関連」に従事する本人又は家族でないことという条件を満たす者の中から、無作為に抽出した560人を対象者とし、また、本願商標の橙色の画像を示して、「LIFULL HOME'S」

S (ライフフルホームズ)」、 「HOME' S (ホームズ)」、 「SUUMO (スーモ)」、 「a t h o m e (アットホーム)」、 「マイナビ賃貸」、 「CHINTAI (チンタイ)」、 「この中にはない・わからない」の選択肢の中から、「不動産・住宅情報サイト・アプリ」を1つ選択させるという方法によって、調査を実施したところ、「L I F U L L H O M E ' S (ライフフルホームズ)」と回答した者が13.2%、「HOME' S (ホームズ)」と回答した者が41.8%、「SUUMO (スーモ)」と回答した者が16.3%、「a t h o m e (アットホーム)」と回答した者が10.9%、「マイナビ賃貸」と回答した者が1.3%、「CHINTAI (チンタイ)」と回答した者が2.1%、「この中にはない・わからない」と回答した者が14.5%であった。

(4) 不動産情報を提供する他のウェブサイトにおける橙色の使用状況

ア 「Home Agent」のウェブサイト

同ウェブサイト (<http://>以下省略) には、左上部に配置された「Home Agent」の文字の一部を図案化したロゴマークの色彩として、また、その他の文字(「お部屋探し」、「仲介 賃貸 売買 店舗 管理」など)、図形(枠、各種アイコンなど)、店舗の看板等の色彩として橙色が使用されていた(乙4、本件審決書の別掲2の(6))。

イ 「ダブルオレンジ」のウェブサイト

同ウェブサイト (<https://>以下省略) には、「D」及び「O」の文字を図案化した図形、「D o u b l e O r a n g e」及び「ダブルオレンジ」の文字の色彩として、また、その他の文字(「厳選!日野市おすすめ物件」など)、図形(枠、各種アイコンなど)、店舗の内装及び看板等の色彩として橙色が使用されていた(乙5、本件審決書の別掲2の(9))。

ウ 「株式会社アップライト」のウェブサイト

同ウェブサイト (<http://>以下省略) には、「U p L i g h t」の文

字の一部を図案化したロゴマーク及び上部のライン状の帯の枠内の色彩として、また、その他文字（「不動産売買・賃貸・管理」、 「株式会社アップライト」など）、図形（枠、各種アイコンなど）の色彩として橙色が使用されていた（乙6、本件審決書の別掲2の(3)）。

エ 「株式会社ベストート」のウェブサイト

同ウェブサイト (<https://>以下省略) には、家を図案化した図形を表したロゴマーク及び「BESTATE」の文字、また、その他の図形（枠、各種アイコンなど）、店舗の外観及び看板等の色彩として橙色が使用されていた（乙7）。

オ 「わくわく不動産株式会社」のウェブサイト

同ウェブサイト (<https://>以下省略) には、「WAKU/WAKU」の文字を含んだ家を図案化したロゴマークの色彩として、また、その他の文字（「焼津市・藤枝市周辺の不動産売買情報」など）、図形（地図、枠、各種アイコンなど）、下部のライン状の帯の枠内の色彩として橙色が使用されていた（乙8）。

カ 「LIXIL不動産ショップのERA不動産Online」のウェブサイト

同ウェブサイト (<https://>以下省略) には、上部の「LIXIL不動産ショップ LIXIL賃貸ショップ」等の文字を表示するライン状の帯の枠内の色彩として、また、その他の文字（「Realtor」、 「リアルター」など）、図形（地図、枠、各種アイコンなど）の色彩として橙色が使用されていた（乙9、本件審決書の別掲2の(1)）。

キ 「淡路島の不動産屋アイル」のウェブサイト

同ウェブサイト (<https://>以下省略) には、「淡路島の不動産屋アイル」等の文字を含んだ家や人間等を図案化したロゴマーク及び上部のライン状の帯の枠内の色彩として、また、その他の文字（「そんな想いを込めて

アイルならではのアドバイスをご提供します」など）、図形（枠、背景色など）、店舗の看板等の色彩として橙色が使用されていた（乙10）。

ク 「オレンジホーム株式会社」のウェブサイト

同ウェブサイト（<https://>以下省略）には、上部のライン状の帯の枠内及び「不動産のことなら／オレンジホーム（株）」等の文字を表示するライン状の帯の枠内の色彩として、また、その他の文字（「来店・内覧予約のお客様を優先させて頂いております…」など）、図形（人を模した図形、枠、路線図など）の色彩として橙色が使用されていた（乙11）。

ケ 「真愛不動産株式会社」のウェブサイト

同ウェブサイト（<https://>以下省略）には、住宅らしき図形を図案化したロゴマーク、上部のライン状の帯の枠内（「トップページ」などの文字を表示）、また、その他の文字（「夏季休業のお知らせ」など）、図形（枠など）の色彩として橙色が使用されていた（乙12）。

コ 「丸晶賃貸センター」のウェブサイト

同ウェブサイト（<http://>以下省略）には、円状図形を図案化したロゴマーク、「丸晶賃貸センター」の文字、下部のライン状の帯の枠内（「株式会社丸晶賃貸センター」の文字を表示）の色彩として、また、その他の図形（枠、各種アイコンなど）、店舗の看板等の色彩として橙色が表示されている（乙13、本件審決書の別掲2の(5)）。

2 本願商標の商標法3条1項6号該当性について

原告は、本願商標は、本来的に自他役務の識別機能を有し、また、原告による原告ウェブサイト及びテレビCMにおける使用の結果、原告の業務に係る役務を表示するものとして自他役務識別力を獲得しているから、本願商標は需要者が何人かの業務に係る役務であることを認識することができない商標（商標法3条1項6号）に該当するとした本件審決の判断は誤りである旨主張するので、以下において判断する。

(1) 本願商標の本来的な識別力について

ア(ア) 本願の指定役務第36類「インターネット上に設置された不動産に関するポータルサイトにおける建物又は土地の情報の提供」の需要者は、住宅やマンションなどの不動産物件の購入、賃借等を検討している一般の消費者であるものと認められる。

このような需要者は、ポータルサイトで、必要な情報に関する検索を行い、その検索結果に基づいて、不動産業者等に対し、掲載物件についての問合せをしたり、不動産業者等から紹介を受けるなどして、不動産取引を行うのが通常であるものと認められる。

(イ) 本願商標は、別紙1のとおり、橙色（RGBの組合せ：R237，G97，B3）の単色の色彩のみからなる商標である。

橙色は、「赤みを帯びた黄色。オレンジいろ。」（乙1）であり、JISの色彩規格にも例示されていること（乙2）からすると、特異な色彩であるとはいえない。

そして、乙3（「3日でわかる！デザイン学校解体新書」のウェブサイト）には、「オレンジ色は、温かさ、熱、活力などをイメージ色として、「暖色」に分類される色です。」、「企業をアピールする企業広告や、ポートフォリオ、iPhoneのアプリ販売サイト等のデザインにも良く利用される色で、この色を使用することによって、前向きで活力のある印象を与えることができます。」との記載があることに照らすと、橙色は、広告やウェブサイトのデザインにおいて、前向きで活力のある印象を与える色彩として、一般に利用されているものと認められる。

また、前記1(4)の認定事実によれば、不動産の売買、賃貸の仲介等の不動産業者のウェブサイトには、ロゴマーク、その他の文字、枠、アイコン等の図形、背景等を装飾する色彩として橙色が普通に使用されていることが認められる。

しかるところ、前記1(1)イ認定のとおり、原告ウェブサイトのトップページ（甲20）においても、別紙2のとおり、最上部左に位置する図形と「LIFULL HOME'S」の文字によって構成されたロゴマーク、その他の文字、白抜き文字及びクリックするボタンの背景や図形、キャラクターの絵、バナー等の色彩として、本願商標の橙色が使用されているが、これらの文字、図形等から分離して本願商標の橙色のみが使用されているとはいえない。

(ウ) 前記(ア)及び(イ)認定のとおり、①本願商標は、橙色の単色の色彩のみからなる商標であり、本願商標の橙色が特異な色彩であるとはいえないこと、②橙色は、広告やウェブサイトのデザインにおいて、前向きで活力のある印象を与える色彩として一般に利用されており、不動産の売買、賃貸の仲介等の不動産業者のウェブサイトにおいても、ロゴマーク、その他の文字、枠、アイコン等の図形、背景等を装飾する色彩として普通に使用されていること、③原告ウェブサイトのトップページにおいても、別紙2のとおり、最上部左に位置する図形と「LIFULL HOME'S」の文字によって構成されたロゴマーク、その他の文字、白抜き文字及びクリックするボタンの背景や図形、キャラクターの絵、バナー等の色彩として、本願商標の橙色が使用されているが、これらの文字、図形等から分離して本願商標の橙色のみが使用されているとはいえないことを総合すると、原告ウェブサイトに接した需要者においては、本願商標の橙色は、ウェブサイトの文字、アイコンの図形、背景等を装飾する色彩として使用されているものと認識するにとどまり、本願商標の橙色のみが独立して、原告の業務に係る「ポータルサイトにおける建物又は土地の情報の提供」の役務を表示するものとして認識するものと認めることはできない。

したがって、本願商標は、本願の指定役務との関係において、本来的

に自他役務の識別機能ないし自他役務識別力を有しているものと認めることはできない。

イ これに対し原告は、原告ウェブサイトは、不動産総合ポータルサイトのトップブランドとしての確固たる地位を築いており、本願の指定役務の分野においては、周知著名であること、我が国において、全国規模で種々の取引形態の不動産物件を掲載する一定規模以上（掲載物件数が常時100万件以上）の不動産総合ポータルサイトとしては、原告のほか、リクルートグループが提供する「SUUMO（スーモ）」、大東建託が提供する「いい部屋ネット」、オウチーノが提供する「O-u c c i n o」、ヤフーが提供する「ヤフー不動産」、アパマンが提供する「アパマンショップ」、アットホームが提供する「a t h o m e（アットホーム）」があるが、各不動産総合ポータルサイトは、それぞれイメージカラーを施しており、例えば、原告は橙色、「SUUMO（スーモ）」は緑色、「いい部屋ネット」は赤色、「O-u c c i n o」はピンク色、「ヤフー不動産」は赤色、「アパマンショップ」は濃青色、「a t h o m e（アットホーム）」は紅赤色といった棲み分けがされているため、不動産総合ポータルサイトに接する取引者、需要者は、色によるポータルサイトの識別が可能な状況ができており、本願商標の橙色は、原告ウェブサイトと即座に認識、理解をするという取引の実情があることを考慮すると、本願商標は、その指定役務との関係において、本願商標の橙色が独立して、本来的に自他役務の識別機能ないし自他役務識別力を有する旨主張する。

しかしながら、ポータルサイトとは、一般に、「インターネットを利用する際、まず最初に閲覧されるような、利便性の高いウェブサイトの総称」（「大辞林」第三版）であるところ、前記(1)ア認定のとおり、本願の指定役務の需要者は、住宅やマンションなどの不動産物件の購入、賃借等を検討している一般の消費者であり、このような需要者は、ポータルサイトで、

必要な情報に関する検索を行い、その検索結果に基づいて、不動産業者等に対し、掲載物件についての問合せをしたり、不動産業者等から紹介を受けるなどして、不動産取引を行うのが通常であることからすると、このような需要者は、不動産の売買、賃貸の仲介等を行う不動産取引業の需要者と同一であるか、又は重複するものと認められる。

そして、原告が主張するように掲載物件数が常時100万件以上の不動産総合ポータルサイトが日本全国の不動産情報を網羅しているとしても、不動産総合ポータルサイトと他の不動産業者が開設するウェブサイトとは、インターネット上で不動産情報を入手するための入口であるという点で共通し、不動産関連の情報を提供するというサービスの内容が密接に関連していることに照らすと、上記需要者において、これらが質的に異なるものと認識するものと認めることはできない。

また、不動産物件を探す者は、まず、不動産総合ポータルサイトを介して不動産情報にアクセスするのが取引の実情であることを認めるに足りる証拠はない。

そうすると、仮に原告が主張するように原告ウェブサイトが不動産総合ポータルサイトのトップブランドとして周知著名であり、各不動産総合ポータルサイトがそれぞれイメージカラーを施しており、それらの色による棲み分けがされているとしても、不動産総合ポータルサイトに接する需要者が、色彩のみによってポータルサイトを識別可能な状況にあるものと認めることはできない。

したがって、原告の上記主張は、その前提において採用することができない。

(2) 使用による識別力の獲得について

ア 原告ウェブサイトにおける使用について

前記1(1)の認定事実によれば、原告は、平成18年から13年間にわた

り、原告ウェブサイトにおいて継続して本願商標の橙色を使用してきたことが認められる。

しかしながら、他方で、前記(1)ア(ウ)①ないし③のとおり、本願商標の橙色は特異な色彩であるとはいえないこと、橙色は、広告やウェブサイト的设计において、前向きで活力のある印象を与える色彩として一般に利用されており、不動産の売買、賃貸の仲介等の不動産業者のウェブサイトにおいても、ロゴマーク、その他の文字、枠、アイコン等の図形、背景等を装飾する色彩として普通に使用されていること、原告ウェブサイトのトップページにおける本願商標の橙色の使用態様は、上記不動産業者のウェブサイトと同様に、ロゴマーク、その他の文字、白抜き文字及びクリックするボタンの背景や図形、キャラクターの絵、バナー等の色彩として本願商標の橙色が使用されているが、これらの文字、図形等から分離して使用されていたものといえないことに鑑みると、原告による原告ウェブサイトにおける本願商標の使用の結果、本件審決時（審決日令和元年7月31日）において、本願商標の橙色のみが独立して、原告の業務に係る「ポータルサイトにおける建物又は土地の情報の提供」の役務を表示するものとして、日本国内における需要者の間に広く認識されていたものと認めることはできない。

イ 原告のテレビCMにおける使用について

前記1(2)のとおり、原告のテレビCMが、平成26年5月から同年10月までの間、平成27年1月から9月までの間、平成30年4月及び5月に、全国各地の放送局で放送されたことが認められるが、一方で、甲27に係るテレビCM以外には、それらの各放送において本願商標の橙色が具体的にどのような態様で使用されていたのかを認めるに足りる証拠はない。

また、甲27に係るテレビCMは、キャラクターの絵、「L I F U L L HOME'S」の文字や図柄等に橙色が使用されているものであって、原

告ウェブサイトのトップページの画像自体が映し出されたものではないから、上記テレビCMを視聴者が本願商標の橙色と原告ウェブサイトに係る役務とを関連付けて理解するものとは認めることはできない。

ウ 原告の売上高について

原告は、本願商標の橙色と原告が展開する不動産情報の提供に関する事業との間には密接かつ直接的な関係が存在するものといえるから、本願商標の橙色の存在が原告の事業の売上げに多大な貢献をしている旨主張する。

しかしながら、本願商標の橙色と原告の事業との間には密接かつ直接的な関係が存在することを認めるに足りる証拠はなく、原告の事業の売上高が高額であるからいって、本願商標の橙色のみが独立して、原告の業務に係る役務を表示するものとして、日本国内における需要者の間に広く認識されていたことの根拠になるものではない。

したがって、原告の上記主張は採用することができない。

エ アンケート調査結果について

(ア) 原告が提出するアンケート調査結果について検討するに、第1次調査(甲30)は、「不動産・情報サイト」の名称として「LIFULL HOME'S」や「HOME'S」と記載した228人を対象として、本願商標の橙色を見せ、思い浮かべた不動産・住宅情報サイトの名称を記載させるという方法によるものであるから(前記1(3)ア)、その対象者は、調査前から原告ウェブサイトの名称を認識していた者に限定されており、しかも、本願商標の橙色を示す前の段階で、原告ウェブサイトの名称を示され、いわば正解をほのめかされた状態で回答しているといえることから、原告ウェブサイトの名称を記載する回答する者が高い確率で現れるのは当然であるというべきである。

したがって、第1次調査の結果を採用することはできない。

(イ) 次に、第2次調査(甲33)では、回答方法として、本願商標の橙

色の画像を示して、「L I F U L L HOME' S (ライフルホームズ)」、
「HOME' S (ホームズ)」、 「SUUMO (スーモ)」、 「a t h
o m e (アットホーム)」、 「マイナビ賃貸」、 「CHINTAI (チ
ンタイ)」、 「この中にはない・わからない」の選択肢の中から、「不
動産・住宅情報サイト・アプリ」を1つ選択させるという方法によって
おり、理由を示すことなく選択する形式のため、偶然、「L I F U L L
HOME' S (ライフルホームズ)」又は「HOME' S (ホームズ)」
を選択する可能性を排除できず、かつ、原告ウェブサイトの選択肢とし
て「L I F U L L HOME' S (ライフルホームズ)」及び「HOM
E' S (ホームズ)」の2つが掲げられている以上、偶然に原告ウェブ
サイトを選択する確率は、必然的に高くなるというべきである。にもか
かわらず、「L I F U L L HOME' S (ライフルホームズ)」と回
答した者が13.2%、「HOME' S (ホームズ)」と回答した者が
41.8%と、その合計は55%とさほど高くなく、むしろ、「SUU
MO (スーモ)」と回答した者が16.3%、「a t h o m e (アッ
トホーム)」と回答した者が10.9%、「この中にはない・わからな
い」と回答した者が14.5%と、一定の割合を占めており、「SUU
MO (スーモ)」と回答した者及び「この中にはない・わからない」と
回答した者の割合は、「L I F U L L HOME' S (ライフルホーム
ズ)」と回答した者の割合を上回っている。このような事情に照らせば、
第2次調査の結果を採用することはできない。

オ まとめ

以上によれば、原告は、平成18年から13年間にわたり、原告ウェブ
サイトにおいて継続して本願商標の橙色を使用してきたこと、原告のテレ
ビCMの実績及び原告の売上実績を勘案しても、本件審決時（審決日令和
元年7月31日）において、本願商標の橙色のみが独立して、原告の業務

に係る「ポータルサイトにおける建物又は土地の情報の提供」の役務を表示するものとして、日本国内における需要者の間に広く認識されていたものと認めることはできないから、本願商標は、その使用により自他役務の識別機能ないし自他役務識別力を獲得したものと認めることできない。

これに反する原告の主張は理由がない。

(3) 小括

以上によれば、本願商標は、需要者が何人かの業務に係る役務であることを認識することができない商標（商標法3条1項6号）に該当するものと認められる。

したがって、これと同旨の本件審決の判断に誤りはないから、原告主張の取消事由は理由がない。

3 結論

以上のとおり、原告主張の取消事由は理由がなく、本件審決にこれを取り消すべき違法は認められない。

したがって、原告の請求は棄却されるべきものである。

知的財産高等裁判所第4部

裁判長裁判官 大 鷹 一 郎

裁判官 國 分 隆 文

裁判官 筈 井 卓 矢

(別紙1)

1 商標登録を受けようとする商標



2 商標の詳細な説明

商標登録を受けようとする商標は、橙色（RGBの組合せ：R 2 3 7，G 9 7，B 3）のみからなるものである。

(別紙 2)

甲 2 0



