

平成11年（行ケ）第240号審決取消請求事件（平成11年12月8日口頭弁論
終結）

| | | |
|-------|-----|----------|
| 判 | 決 | |
| 原 | 告 | 寒梅酒造株式会社 |
| 代表者代表 | 取締役 | 【A】 |
| 訴訟代理人 | 弁護士 | 吉村 仁 |
| 同 | 弁理士 | 【B】 |
| 被 | 告 | 鷹正宗株式会社 |
| 代表者代表 | 取締役 | 【C】 |
| 訴訟代理人 | 弁護士 | 有賀 信 勇 |
| 同 | 弁理士 | 【D】 |
| 主 | 文 | |

原告の請求を棄却する。
訴訟費用は原告の負担とする。

事実及び理由

第1 当事者の求めた判決

1 原告

特許庁が、平成10年審判第35647号事件について、平成11年6月4日に
した審決を取り消す。

訴訟費用は被告の負担とする。

2 被告

主文と同旨

第2 当事者間に争いのない事実

1 特許庁における手続の経緯

被告は、別添審決書写し別紙(1)記載のと通りの構成よりなり、第33類「日本
酒、洋酒、果実酒、中国酒、薬味酒」を指定商品とする登録第3369856号商
標（平成6年11月7日登録出願、平成10年7月24日設定登録、以下「本件商
標」という。）の商標権者である。

原告は、平成10年12月18日、被告を被請求人として、本件商標の登録を無
効とする旨の審判の請求をした。特許庁は、同請求を平成10年審判第3564
7号事件として審理した上、平成11年6月4日、「本件審判の請求は成り立たな
い。」との審決をし、その謄本は、同年6月30日、原告に送達された。

2 審決の理由

審決は、別添審決書写し記載のとおり、

1 本件商標が、同写し別紙(2)記載のと通りの構成よりなり、第38類「清
酒」（旧商標法施行規則（大正10年農商務令第36号）15条の規定による商品
類別の区分による。）を指定商品とする登録第45256号商標（明治24年3月
16日登録、第3611号更新、明治44年2月15日出願、同年3月23日設定
登録、その後5回にわたり存続期間の更新登録がなされ、平成3年5月29日更新
登録。以下「引用A商標」という。）、同別紙(3)記載のと通りの構成よりなり、
第38類「清酒」（前同）を指定商品とする登録第380356号商標（昭和23
年7月7日登録出願、昭和24年12月20日設定登録、その後3回にわたり存続
期間の更新登録がなされ、平成元年12月19日更新登録。以下「引用B商標」と
いう。）及び同別紙(4)記載のと通りの構成よりなり、第28類「清酒」（平成3
年政令第299号による改正前の商標法施行令の区分による。）を指定商品とする
登録第1010683号商標（昭和45年11月20日登録出願、昭和48年4月
26日設定登録、その後2回にわたり存続期間の更新登録がなされ、平成5年5
月28日更新登録。以下「引用C商標」という。）

と類似するから、商標法4条1項11号の規定に違反して登録されたものであり、
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との請求人（注、本
訴原告）の主張について、本件商標と引用各商標とは、外観、称呼及び觀念のい
ずれにおいても、互いに相紛れるおそれのない非類似の商標であるとし、

2 請求人の所有する引用各商標における「寒梅」は、全国的に知られており、
本件商標のように「筑後の」の文字を「寒梅」の文字の頭に冠して酒類を販売す
るとなれば、取引者・需要者間においてその商品の出所についての混乱を生じ、請求
人の業務に係る商品である清酒「寒梅」と混同を生じるから、本件商標は、商標法
4条1項15号の規定に違反して登録されたものであり、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との請求人の主張について、被請求人が本件

商標をその指定商品に使用しても、これに接する取引者・需要者は、請求人あるいは同人と何らかの関係を有する者の取扱いに係る商品であるかのように、その商品の出所について混同を生じるおそれはないとし、

本件商標が、商標法4条1項11号及び15号のいずれにも違反して登録されたものということができないから、同法46条1項の規定により、その登録を無効とすることはできないとした。

第3 原告主張の取消事由の要点

審決の理由中、本件商標及び引用各商標の構成及び指定商品に関する認定（審決書2頁2～24行）、当事者の主張の認定、無効理由についての判断の一部（審決書10頁1～3行、10頁23行～11頁7行）は、いずれも認める。

審決は、本件商標が、引用各商標とは、互いに相紛れるおそれのない非類似の商標であると誤って判断する（取消事由1）とともに、本件商標をその指定商品に使用しても、これに接する取引者・需要者は、原告あるいは原告と何らかの関係を有する者の取扱いに係る商品であるかのように、その商品の出所について混同を生じるおそれはないと誤認した（取消事由2）ものであるから、違法として取り消されるべきである。

1 類似判断の誤り（取消事由1）

1 審決が、本件商標について、「全体をもって称呼しても、淀みなく一連に称呼し得るものである。」（審決書10頁7～8行）と判断したことは誤りである。なぜなら、本件商標「筑後の寒梅」から生じる「チクゴノカンバイ」の称呼は、冗長であり、かつ、「筑後」が産地・販売地表示であって、格助詞「の」が存在することから、ここで分断され、「筑後の」を省略して「カンバイ」と称呼されるからである。

そもそも、商標法3条1項3号は、「産地、販売地」の表示ととられる商標を、自他商品の識別性がなく登録できない旨規定している。そして、「産地、販売地」プラス「ある言葉」の商標については、「ある言葉」の部分に自他商品の識別性が存在する場合には、「ある言葉」の部分が必要となり登録性を有するものの、「産地、販売地」の部分に自他商品の識別性がないため、当該「ある言葉」の商標と同一又は類似のものと取り扱われている。判例も、「牛込西勘」と「(本家)西勘」（東京高等裁判所昭和27年5月30日判決・行裁例集3巻4号784頁）、「池袋明治屋」と「明治屋」（東京地方裁判所昭和36年11月15日判決・判例時報289号34頁）、「東京阿武隈」と「阿武隈川」（東京高等裁判所昭和40年2月11日判決・判例タイムズ174号199頁）、「東京山形屋海苔店」と「山形屋海苔店」（東京地方裁判所昭和57年6月16日判決・無体財産例集14巻2号418頁）、「白山雲龍」と「雲龍」（東京高等裁判所平成3年11月18日判決・判例時報1410号107頁）、「京の柿茶」と「柿茶」（東京高等裁判所平成8年1月18日判決・判例時報1562号116頁）、「尾張の寒梅」と「寒梅」（東京高等裁判所平成10年6月25日判決・平成10年（行ケ）第86号、以下「別件判決」という。）、「越乃立山」と「立山」（東京高等裁判所平成11年3月18日判決・判例時報1679号140頁）の事案において、「産地、販売地」プラス「ある言葉」の商標が、当該「ある言葉」の商標と同一又は類似の関係にあると判示しており、その外にも地名に自他商品の識別性がないとした判例は多い（最高裁判所第3小法廷昭和54年4月10日判決・裁判集民事126号507頁、最高裁判所第1小法廷昭和61年1月23日判決・判例時報1186号131頁、東京高等裁判所平成9年11月11日判決・判例時報1640号155頁）。

2 また、審決が、「商品『日本酒』については、一般に原料（米）の産地により味や品質が異なると認識されている」（審決書10頁9～10行）と判断したことも誤りである。

すなわち、日本酒の味については、原料米の種類以外にも、精米歩合の高低、洗米のノウハウ、蒸米のノウハウ、使用麹（こうじ）、使用酒母、使用酵母、醪（もろみ）の発酵管理、搾りの程度、火入れのノウハウ等といった種々の要因が影響しており、特に、麹、酒母、醪が、味に影響を及ぼす三大要因なのである。しかも、例えば、「山田錦」という日本酒の原料米は、各地の蔵元が使用していることから明らかなように、各産地特有の原料米銘柄があるわけではなく、同一銘柄米の産地差異よりも、異種銘柄米の差異の方が味の点で大きく相違するのである。

また、品質についても、全国的に統一された品質の表示基準が存在しており、「純米酒」、「大吟醸酒」等の特定名称の表示により品質を表しており、産地や商標中の地名表示部分とは無関係である。商標法は、商標中に含まれる地名部分につ

いて、真実の、かつ、産地を表示しなければならない義務を負わせるものではなく、実際にも真実の産地を表示していない例が存在する。審決の上記判断が仮に正しいとすれば、本件商標については、その指定商品がすべて「筑後産の」という品質により他と区分されることになってしまう。

3 したがって、本件商標「筑後の寒梅」は、分断されて把握され、その地名部分である「筑後」に自他商品の識別性はないのであるから、引用商標「寒梅」と同一又は類似であるにもかかわらず、審決が、本件商標について、「構成中の『寒梅』の文字部分のみが独立して自他商品の識別機能を果たすものとはいえず、全体をもって一体不可分のものと認識し、把握されるものというのが相当である。してみると、本件商標よりは、その構成文字に相応して『チクゴノカンバイ』（筑後において寒中に咲く梅）の称呼、観念のみを生ずるものといわなければならない。」（審決書10頁16～22行）と判断したことも誤りである。

なお、「『旧国名』プラス『寒梅』」の構成文字よりなる商標に関する審判事件（平成8年審判第7364号事件）の審決について、本件の審決が、「東京高等裁判所での審決取消請求事件（平成10年（行ケ）第86号）（注、前記別件訴訟）において、被告が出頭しないため請求原因事実を自白したものとみなされて審決を取り消した判決に基づき審理したものであるから、必ずしも事案を同じくするものとはいえず、（審決書11頁25行～12頁4行）と判断したことも誤りである。なぜなら、被告が出頭しない場合のいわゆる欠席判決は、事実関係について自白したものとみなされるが、法的評価である「商標の類否判断」については、自白の対象外だからである。

2 商品出所の混同についての誤認（取消事由2）

審決が、「引用各商標が、本件商標の登録出願の時（平成6年11月7日）に既に取引者、需要者間に広く認識されるに至っていたことを立証すべき具体的な証拠・・・・を何ら提示していない。・・・これが本件商標の登録出願時に、すでに取引者、需要者間に広く認識されるに至っていたものとは認め難く」（審決書12頁22行～13頁7行）と判断したことは、法律の条文についての誤りである。

すなわち、仮に、原告（審判請求人）の主張が、商標法4条1項10号を根拠とするものであれば、「『需要者間に広く認識され』ているか否か」及びその事実の立証が問題となるであろうが、原告の主張は、同法4条1項15号を根拠とするものであり、この条文の構成要件からみて、「混同を生じるおそれ」があるか否かが主張立証の対象であり、「『需要者間に広く認識され』ているか否か」は無関係である。仮に、「需要者の間に広く認識されていない」場合であっても、両商標に「混同を生じるおそれ」があれば、同法4条1項15号に該当するものである。

そして、本件の場合、審判甲第7、第8号証が示すように、現実の混同が生じている以上、混同を生じるおそれが存在していることは明らかである。

第4 被告の反論の要点

審決の認定判断は正当であり、原告の主張の取消事由はいずれも理由がない。

1 取消事由1について

1 商標の類否判断においては、当該商品の具体的な取引状況に基づいて、商標を総合的、全体的に考察すべきものとされており、外観、観念、称呼等の類否も、商品の出所の誤認混同を推測させる一応の基準にすぎないものとされる。

原告のように、一体性をもった1つの商標を殊更に分解して、どの部分が識別機能を有するのか、要部とは何かを論じるのは、本末転倒であり、事の本質を見誤るものといえる。しかも、当該商品業界の取引状況を何ら考慮することなく、一律に、地域・地名の表示は、産地・販売地の表示にすぎず、要部となり得ないとするのは、余りにも画一的である。

なお、原告が引用する判例は、地名部分とその余の部分との結び付きの緊密性や取引者、需要者の地名部分に対する着目の度合い、地名部分の有無による観念の変化の有無程度等につき事案を異にし、あるいは、審理を異にするものであって、本件に適切ではない。

2 日本酒にあっては、ある商品が複数の生産地を有すること、あるいは複数の産地を表示することは、極めて希有なことであり、標章に挿入された地域地区の表示は、他の記載と一体となって、商品を識別する上で、他種商品以上に重要な比重を占めており、商標の主要な構成部分をなす場合が多いといえる。

すなわち、日本酒について、取引者、需要者の間において、その産地と結び付けた表現が日常頻繁に用いられていることは公知の事実であり、当該地名は産地を表しているものと認識され、その地名に着目することから、地名の部分も自他商品の

識別機能を果たしているものといえる。

現実にも、日本酒においては、「地名プラス語句」の商標が多数使用されており、「地名プラス寒梅」をみても、「越乃寒梅」、「飛驒の寒梅」、「宮寒梅」、「京の寒梅」、「周防寒梅」、「豊の寒梅」、「三重の寒梅」等多数の標章が存在しており、このうち、「越乃寒梅」（新潟県・石本酒造株式会社）が圧倒的に著名であることは、周知の事実である。

3 したがって、審決が、「本件商標と引用各商標とは、外観、称呼及び觀念のいずれにおいても、互いに相紛れるおそれのない非類似の商標といわざるを得ない。」

（審決書11頁16～18行）と判断したことに誤りない。

2 取消事由2について

本件商標を付した商品が、原告商品と誤認混同を生じているとの主張は否認する。

第5 当裁判所の判断

1 取消事由1（類似判断の誤り）について

1 審決の理由中、本件商標及び引用各商標の構成及び指定商品に関する認定（審決書2頁2～24行）、本件商標と引用各商標が、外観上明らかに区別し得る差異を有すること（同10頁1～3行）、引用各商標が、その構成及び文字に相応して「カンバイ」（寒中に咲く梅）の称呼、觀念を生じるものであること（同10頁23行～11頁7行）は、いずれも当事者間に争いがない。

2 本件商標「筑後の寒梅」は、全体が同一の書体、大きさ、間隔をもって外観上まとまりよく一連に横書きされたものであり、全体が一つのまとまりのある標章として認識される。

ところで、商品「日本酒」について、その取引者・需要者の間で、例えば、「秋田の酒」、「新潟の酒」、「土佐の酒」というような、その産地と結び付けた表現が日常頻繁に用いられていること、また、日本酒の実際の銘柄名に地名を含むものが多くあることは、いずれも公知の事実であり、これらの事実を照らして、取引者・需要者は、一般にその産地によって日本酒の味や品質に相違があるものと認識していることが推認される。仮に、原告の前示主張のとおり、現実には、日本酒の味や品質が、産地と直接関係のない要因によって決定される度合いが大きいとしても、そのことと、取引者・需要者が一般に右のような認識を有していることとは別異の事柄であり、かつ、前者の事実が後者の事実を覆すに足りるものともいえない。

したがって、日本酒の名称に地名が含まれている場合に、その取引者・需要者は、通常、その地名が当該日本酒の産地名を表示しているものと認識し、かつ、その地名に着目するものと推認できるのであるから、その地名部分は、取引者・需要者の注意を惹く部分として要部となり得るものであり、かつ、他の部分（地名部分が要部となるからといって、他の部分が要部とならないものではないことはいうまでもない。）と相俟って自他商品識別機能を果たし得るものと認められる。

3 これらのことからすると、本件商標は、「筑後の」の文字部分を含んでその全体が自他商品識別機能を果たしているものと認められるから、その全体によって外観の観察を行うべきであり、また、その全体の構成に応じて「チクゴノカンバイ」との称呼を生じ、さらに、その全体の構成に応じて、「筑後において寒中に咲く梅」との觀念を生じるものと認められ、この点に関する審決の認定判断（審決書10頁4～22行）に誤りはない。

また、以上の認定説示に照らして、本件商標から生じる「チクゴノカンバイ」の称呼が冗長であり、かつ、「筑後」が産地・販売地表示であって、格助詞「の」が存在することから、ここで分断され、「筑後の」を省略して「カンバイ」と称呼される旨の原告の主張、本件商標が分断されて把握され、その地名部分である「筑後」に自他商品の識別性はないから、引用商標と同一又は類似である旨の主張が、いずれも採用できないことは明らかである。

さらに、原告は、「産地、販売地」プラス「ある言葉」の商標が、当該「ある言葉」の商標と同一又は類似の関係にあると判示した裁判例、あるいは、地名に自他商品の識別性がないと判示した裁判例があると主張する。

しかし、事案（例えば、当該指定商品において地域地名の相違が占める重要性、地名部分とその余の部分との結び付きの緊密性、取引者・需要者の地名部分に対する着目の度合い、地名部分の有無による觀念の変化の有無程度等）や、審理の経過

を異にする他の裁判例が、直ちに本件に適切であるということとはできず、これらの裁判例は、いずれも本件商標に関する前示判断を左右するに足るものでないことが明らかである。

以上のとおりであるから、審決が、「本件商標より生じる『チクゴノカンバイ』の称呼と、引用各商標より生じる『カンバイ』の称呼とを比較するに、両称呼は、その構成音数を著しく異にするものであるから、称呼上相紛れるおそれのないものである。さらに、本件商標よりは、「筑後において寒中に咲く梅」の意味合いを、他方、引用各商標よりは、「寒中に咲く梅」の意味合いを生ずるものであるから、両者は、観念においても明らかに相違するものである。してみれば、本件商標と引用各商標とは、外観、称呼及び観念のいずれにおいても、互いに相紛れるおそれのない非類似の商標といわざるを得ない。」（審決書11頁8～18行）と判断したことに誤りはない。

2 取消事由2（商品出所の混同についての誤認）について

原告は、審決が、引用各商標について、本件商標の登録出願の時に、取引者、需要者間に広く認識されるに至っていたとは認められないと判断した（審決書12頁22行～13頁7行）ことが、商標法4条1項10号に関する判断であり、本件のように同法4条1項15号を根拠とする請求については、法律の条文についての誤りであると主張する。

しかし、審決の当該箇所は、本件商標と引用各商標との間で、商品の出所についての混同を生じるおそれがあるか否かを判断するための前提となる事情の1つとして、引用各商標が、一般の取引者、需要者間にどの程度認識されていたかを検討し、これが需要者の間に広く認識されているとはいえない以上、混同を生じるおそれも認められないと判断したものであることが明らかであるから、原告の主張は失当であってこれを採用する余地はない。

そして、原告は、本件訴訟手続において、本件商標を付した商品と引用各商標を付した商品との間で、現実の混同が生じていること、あるいは、混同を生じるおそれが存在していることについて、何ら立証を行わない以上、これらの事実が認められないことは当然である。

したがって、審決が、「本件商標をその指定商品に使用しても、これに接する取引者、需要者は、請求人或いは同人と何らかの関係を有する者の取り扱いに係る商品であるかの如く、その商品の出所について混同を生じるおそれはないものといわなければならない。」（審決書13頁10～14行）と判断したことに誤りはない。

3 以上によれば、審決の判断は正当であって、原告主張の審決取消事由はいずれも理由がなく、他に審決を取り消すべき瑕疵はない。

よって、原告の本訴請求は理由がないから、これを棄却することとし、訴訟費用の負担につき、行政事件訴訟法7条、民事訴訟法61条を適用して、主文のとおり判決する。

東京高等裁判所第13民事部

| | | |
|-------|-------|---------|
| 裁 判 長 | 裁 判 官 | 田 中 康 久 |
| | 裁 判 官 | 石 原 直 樹 |
| | 裁 判 官 | 清 水 節 |