

平成27年10月15日判決言渡 同日原本領収 裁判所書記官

平成26年(ワ)第3179号 損害賠償請求事件

口頭弁論終結日 平成27年9月8日

判 決	
原 告	P 1
同訴訟代理人弁護士	赤 木 真 也
同訴訟代理人弁理士	内 山 美 奈 子
同 補 佐 人 弁 理 士	川 西 幸 治
被 告	サンエス自動車興業株式会社
同	コルハート株式会社
上記2名訴訟代理人弁護士	川 村 和 久

#### 主 文

- 1 原告の請求をいずれも棄却する。
- 2 訴訟費用は、原告の負担とする。

#### 事 実 及 び 理 由

##### 第1 請求

- 1 被告らは、原告に対し、連帯して550万円及びこれに対する平成25年4月4日から支払済みまで年5分の割合による金員を支払え。
- 2 被告サンエス自動車興業株式会社は、原告に対し、330万円及びこれに対する平成25年4月4日から支払済みまで年5分の割合による金員を支払え。
- 3 被告コルハート株式会社は、原告に対し、220万円及びこれに対する平成25年4月4日から支払済みまで年5分の割合による金員を支払え。

##### 第2 事案の概要

###### 1 請求の要旨

本件は、原告が、その有する2件の商標権に係る登録商標に類似する標章を被告らが使用したと主張して、商標権侵害の(共同)不法行為に基づき、①被

告らに対し、被告コルハート株式会社（以下「被告コルハート」という。）が製作管理した被告サンエス自動車興業株式会社（以下「被告サンエス」という。）のホームページでの標章使用について、連帯して、平成23年5月から平成25年4月までの2年間の全損害756万円の一部として500万円及び弁護士費用50万円の損害賠償、②被告サンエスに対し、同被告の看板及び名刺での標章使用について、平成16年5月から平成25年4月までの9年間の全損害4536万円の一部として300万円及び弁護士費用30万円の損害賠償、③被告コルハートに対し、同被告が運営するポータルサイトでの標章使用について、平成20年11月から平成25年4月までの54か月間の全損害1701万円の一部として200万円及び弁護士費用20万円の損害賠償、④これらに対する不法行為後である平成25年4月4日から支払済みまで民法所定の年5分の割合による遅延損害金の各支払を請求した事案である。

## 2 前提事実（争いが無いが証拠により明らかに認められる。）

### (1) 当事者

被告サンエスは、自動車一般修理サービス等を営む会社である。

被告コルハートは、自動車関連商品や自動車の販売等を営む会社である。

### (2) 原告の商標権（甲1及び2）

原告は、別紙登録商標目録記載の商標権の商標権者である（以下、別紙登録商標目録記載1, 2の商標権をそれぞれ「原告商標権1」, 「原告商標権2」といい、それらに係る登録商標をそれぞれ「原告商標1」, 「原告商標2」といい、それらを併せて「原告商標権」, 「原告商標」という。）。

### (3) 被告らの標章使用

ア 被告サンエスは、過去において、同被告の車検、点検業務や自動車钣金及び自動車貸与等の業務の紹介及び受注のための広告として、同被告のホームページにおいて、別紙被告標章目録記載1の標章（以下「被告標章1」という。）を使用し（甲4）、被告コルハートは、同ホームページを製作

管理していた。

イ 被告サンエスは、過去において、①同被告の車検，保険代理業務等のための従業員の名刺において，別紙被告標章目録記載 2 の 1 及び 2 の標章（以下「被告標章 2」という。）を使用し，②同被告の店舗看板において，同目録記載 3 の標章（以下「被告標章 3」という。）を使用した（甲 5）。

ウ 被告コルハートは，過去において，同被告が運営し，全国から様々な自動車整備工場や自動車販売会社の登録を受け付けて，全国の整備工場や钣金工場を検索するポータルサイトにおいて，別紙被告標章目録記載 4 の標章（以下「被告標章 4」といい，被告標章 1 ないし 4 を併せて「被告標章」という。）を使用した（甲 3 及び 6）。

エ 被告サンエスによる被告標章の使用は，①原告商標権 1 の指定商品・役務中，「自動車の修理又は整備」（37 類）に関する使用であり，②原告商標権 2 の指定商品・役務中，「損害保険契約の締結の代理，損害保険に係る損害の査定，損害保険の引受け，保険料率の算出」（36 類），「自動車の貸与」（39 類），「自動車の車検のための検査代行，自動車の車検のための申請代行，車検のための自動車の検査」（42 類）に関する使用である。

被告コルハートによる被告標章の使用は，①原告商標権 1 の指定商品・役務中，「自動車の修理又は整備」（37 類）に関する使用であり，②原告商標権 2 の指定商品・役務中，「広告」，「商品の販売に関する情報の提供」（35 類），「自動車の車検のための検査代行，自動車の車検のための申請代行，車検のための自動車の検査」，「電子計算機のプログラムの設計・作成又は保守」（42 類）に関する使用である。

オ 本件訴えの提起日は，平成 26 年 4 月 9 日である。

### 3 争点

(1) 被告標章の使用が商標的使用に当たるか。

- (2) 被告標章は原告商標に類似するか。
- (3) 被告標章の使用が商標法 26 条 1 項 3 号に該当するか。
- (4) 原告の損害の有無及び額
- (5) 消滅時効の成否

### 第3 争点に関する当事者の主張

#### 1 争点(1) (被告標章の使用が商標的使用に当たるか) について

##### 【被告らの主張】

「〇〇110番」という場合の「110番」とは、比喩的に、電話での相談等に応じる組織を示す接尾語として、従来より広く使用されている語句であり、被告らが使用した「車110番」という標章は、「車に関する(緊急の)相談窓口」又は「車に関して困ったことがあれば、いつでもすぐに弊社にご連絡ください」というような、単なる顧客誘因のキャッチフレーズないし宣伝文句として用いていたものである。需要者は、ホームページ等に記載された被告らの商号等により、役務の出所を識別しているのが実態であり、「車110番」との語句を見て、被告らの役務の出所を識別してはいないから、被告標章の使用は商標的使用ではない。

##### 【原告の主張】

- (1) 役務の内容を表す語句に「110番」を付記した商標が、特許庁によって多数登録されていることからすると、それらが単なるキャッチフレーズないし宣伝文句として認識されているとはいえない。
- (2) 被告標章1は、被告サンエスのホームページにおいて、車検等の役務を宣伝するトップページに、非常に目立つように、「钣金レスキュー」との文言よりも上に、本文より大きなフォントで、黒字の背景に白抜きで表記している。また、被告サンエスのURLにおいても、「car-110」が「sannesu」よりも前に表記されており、被告標章1は、単なるキャッチフレーズや宣伝文句ではなく、自社の役務を表示するものとして使用されている。また、ホー

ムページに商標を使用することは、検索サイトにおいて自社のホームページを検索結果一覧に掲載する役割も果たすことから、商標的使用に当たる。

被告標章2は、いずれも名刺の上部に、社名よりも上部に記載されている（被告標章2の2については、他のどの文字よりも大きく記載されている。）上、「car-110」が被告サンエスのホームページにおいて使用されていることから、被告標章2を含んだ名刺を受領した者にとって、「車110番」が被告サンエスの車検等の役務であると容易に認識できる。

被告標章3は、車検等を役務として行う店舗において、敷地内に看板として表示されるものであること、同一敷地内には被告サンエスの商号を示す看板もあること、被告標章3は白地に赤文字という非常に目立つ態様で大きく表記されていることから、被告標章3を含んだ看板を見た者は、「車110番」が被告サンエスの車検等の役務であると容易に認識できる。

被告標章4は、自動車の修理等の役務を宣伝するホームページにおいて、いわゆるタイトルを表示するタイトルバー部分に表示されている上、「新着情報」欄や「登録会員のご紹介」部分などホームページの至る所で使用されており、アドレスにおいても「car-110.com」とされているから、ホームページを閲覧した者は、「車110番」を被告コルハートの提供する役務を表示するものと容易に認識できる。また、被告標章1と同様、検索サイトにおいて自社のホームページを検索結果一覧に掲載する役割も果たすことから、商標的使用に当たる。

また、これらの使用態様からすると、被告コルハートは、「車110番」との名称により、全国の自動車整備会社を会員とするグループを形成しており、被告サンエスは、そのグループの1社として、被告標章1ないし3を使用していたのである。

(3) これらからすると、被告標章はいずれも商標として使用されているといえる。

## 2 争点(2) (被告標章は原告商標に類似するか) について

### 【原告の主張】

(1) 原告商標 1 は、別紙商標目録記載 1 のとおり、二段併記の外観を有し、二段併記商標では、上段と下段の観念が同一ないし類似する場合には、分離観察が可能である。原告商標 1 では、下段が「中古車の 1 1 0 番」と記載されているところ、その自然な称呼は、「ちゅうこしゃのひゃくとーばん」である。他方、上段は、「くるま」、「ヒヤクトーバン」である。したがって、原告商標 1 の称呼は、下段の「ちゅうこしゃのひゃくとーばん」と、上段の「くるまひゃくとーばん」の二つが生じる。なお、「くるま」、「ヒヤクトーバン」の表記は、フォントサイズからして読み仮名ではないが、読み仮名と見る場合には、それに従い、「くるまのひゃくとーばん」の称呼が生じ、また、「中古車の 1 1 0 番」の自然的称呼として、「ちゅうこしゃのひゃくとーばん」の称呼が生じる。また、原告商標 1 からは、「車の 1 1 0 番」との観念が生じる。

他方、被告標章は、いずれも、ゴシック体の「車」と「1 1 0 番」の文字を組み合わせた外観を有し、「くるまひゃくとーばん」の称呼、「車の 1 1 0 番」という観念が生じる。

したがって、原告商標 1 と被告標章とは、称呼及び観念が同一である。また、両者とも、後半部分の「1 1 0 番」が同一であり、原告商標 1 の前半部分には上段に比較的大きな文字で「くるま」、下段には「車」の文字があり、日常用語的にも「車」は「中古車」を含むものであるから、両者は、外観も相紛らわしい。よって、両者は類似する。

被告らは、被告標章は原告商標 1 の外観上の特徴を有していないと主張するが、原告商標 1 が単に二段併記していることをもって外観上の特徴とはいえない。

(2) 原告商標 2 は、別紙商標目録記載 2 のとおり、左側部分が「くるま」及び

「中古車」と二段併記され、「の」により、右側部分の「110番」との結合商標となっている。左側部分上段の「くるま」は、下段と全く同じフォントであることから読み仮名ではない。したがって、原告商標2については、上段から右側に読み進める「くるまのひゃくと一ばん」の称呼と、下段から右側に読み進める「ちゅうこしゃのひゃくと一ばん」の称呼が生じる。

また、上記の構成のうち、「110番」は識別力のある部分ではなく、「くるま」「中古車」もそれだけでは識別力を持たない。したがって、自然に生じる称呼は、「くるまのひゃくと一ばん」と「ちゅうこしゃのひゃくと一ばん」である。なお、前者では下段の「ちゅうこしゃ」が、後者では上段の「くるま」がそれぞれ除かれているが、それは、「中古車」、「くるま」が識別力を持たない部分だからである。また、このように上段と下段を横一連の読み方をしても、二つの称呼から想起される観念がほぼ同一であるため、分離して読まれやすくなる。

なお、商標全体から、「くるまちゅうこしゃのひゃくと一ばん」の称呼も生じ得るが、冗長である一方、続けて読むことで何かの意味合いが生まれるわけではないこと、業界では「中古車」を「くるま」と省略して称呼すること、左側部分下段の「中古車」の概念は、同上段の「くるま」の概念に包含されることからすると、原告商標2をあえて冗長な「くるまちゅうこしゃのひゃくと一ばん」と呼ぶ必要性に乏しい。

そして、観念については、「中古車」が「くるま」に含まれており、「110番」との関係ではほぼ同等に近い意味に用いられることからすると、観念はいずれにせよ「車の110番」である。

また、外観は、識別力のない「中古車」を除いた部分が分離して認識されるから、「くるまの110番」と認識される。

他方、被告標章は、いずれも、ゴシック体の「車」と「110番」の文字を組み合わせた外観を有し、「くるまひゃくと一ばん」の称呼、「車の11

0番」という観念が生じる。

したがって、原告商標と被告標章とは、称呼と観念が同一である。また、両者とも、後半部分の「110番」が同一であり、原告商標2の左側部分には上段に下段と同程度の大きさで「くるま」、下段にも「車」の文字があるから、両者は、外観も相紛らわしい。よって、両者は類似する。

#### 【被告らの主張】

(1) 原告商標1は、①左側部分が上下二段の「くるま」、「中古車」の文字（なお、「くるま」は「中古車」の文字に比べて明らかに文字が小さいことから、「中古車」の読み仮名として配されたものと認識される。）、②中間に格助詞「の」、③右側部分に上下二段の「ヒャクトーバン」「110番」の文字（なお、「ヒャクトーバン」は「110番」の文字に比べて明らかに文字が小さいことから、「110番」の読み仮名として配されたものと認識される。）の三つの部分の構成よりなる。原告商標1は、全体の構成として一体的にまとまった印象を与えており、これに接した取引者、需要者は、それぞれの構成が相互に深く関連する、一体的な標章であると認識、理解する。したがって、原告商標1において、「くるまの110番（あるいはヒャクトーバン）」のみが、商品又は役務の出所識別標識として強く支配的な印象を与える部分と認めることはできない。そして、称呼としては、原則的には読み仮名に従い「くるまのひゃくとーばん」の称呼が生じ、「ちゅうこしゃのひゃくとーばん」という称呼も付随的に生じる。また、観念は、「中古車についての緊急相談窓口」といった観念が生じる。

原告商標2は、①左側部分が上下二段の「くるま」、「中古車」の文字からなり（ここでも、その位置関係や原告商標1からの推測から、「くるま」は「中古車」の読み仮名として配されたものと認識される。）、②その右側に「の110番」と、左側の2列の中間部分に記載されている。原告商標2は、全体の構成として一体的にまとまった印象を与えており、これに接した

取引者、需要者は、それぞれの構成が相互に深く関連する、一体的な標章であると認識、理解する。したがって、原告商標2において、「くるまの110番」のみが、商品又は役務の出所識別標識として強く支配的な印象を与える部分と認めることはできない。そして、称呼としては、原則的には読み仮名に従い「くるまのひゃくと一ばん」の称呼が生じ、「ちゅうこしゃのひゃくと一ばん」という称呼も付随的に生じる。また、観念は、「中古車についての緊急相談窓口」といった観念が生じる。

(2) 被告標章は、いずれも「車」と「110番」の文字をほぼ接続して一体的に横書きした外観を有し、「くるまひゃくと一ばん」との称呼を生じ、「車についての緊急相談窓口」といった観念を生じさせる。

(3) 原告商標は、上記のように一体的な商標であり、特に「中古車」の文字に、一般的ではない「くるま」という読み仮名を組み合わせた点にある種奇抜な印象をもたらすのであり、この点に外観上の有意な特徴を見だし得る。

他方、被告標章は、「車」「110番」という識別力の弱い標章を単に接続して配しただけの構成であって、外観上相違する。また、称呼においても「の」の有無といった相違があり、観念も、「中古車」は「車」の下位概念であるから相違する。

したがって、被告標章は原告商標に類似しない。

(4) また、原告商標権は、争点(1)に関する被告らの主張のとおり、キャッチフレーズないし宣伝文句として理解されるものであるが、にもかかわらず登録が認められたのは、①ロゴ全体の雰囲気や組合せの言葉との関係による外観上の顕著な特徴、②広告宣伝の仕方によって、独自の識別力を有していることが強調されたためである。したがって、①からすると、原告商標と同様の外観上の特徴を有していない標章は非類似とされるべきであるし、②からすると、実際に広告宣伝に使用された商標と異なる標章は非類似とされるべきである。

そして、被告標章は、原告商標1のような「中古車」の上に読み仮名のよ  
うに「くるま」と記載し、「110番」との間に格助詞「の」を挿入する外  
観や、原告商標2のような、「くるま」と「中古車」を上下2段にして、  
「くるま」を「中古車」の読み仮名のよう配置し、「110番」との間に  
格助詞「の」を挿入する外観と異なり、実際に原告が使用していたとする、  
「車／買取／110番」をデザイン的に特徴のある書体で特筆大書したもの  
とも異なるから、仮に称呼及び観念が類似するとしても、被告標章は原告商  
標に類似しない。

3 争点(3) (被告標章の使用が商標法26条1項3号に該当するか) について

**【被告らの主張】**

被告らが使用した「車110番」という標章は、「車に関する(緊急の)相  
談窓口」又は「車に関して困ったことがあれば、いつでもすぐに弊社にご連絡  
ください」というような、単に顧客誘因のキャッチフレーズないし宣伝文句に  
すぎず、役務に関して、その質や効能、態様を普通に用いる方法で表示したも  
のにすぎないから、商標法26条1項3号の適用又は類推適用により、原告商  
標権の効力は及ばない。

**【原告の主張】**

争う。

4 争点(4) (原告の損害の有無及び額) について

**【原告の主張】**

(1) 被告サンエスは、被告コルハートが製作管理する自社のホームページにお  
いて、遅くとも平成23年5月頃以降、平成25年4月4日までの少なくと  
も2年間、原告商標権1の関係では「自動車の修理又は整備」(37類)に  
関して、原告商標権2の関係では「自動車の貸与」(39類)及び「自動車  
の車検のための検査代行」等(42類)に関して、被告標章1を使用し、被  
告コルハートは同ホームページを製作管理してきた。

原告は、登録商標 1 類・1 件につき、原則として毎月 10 万 5000 円（税込み）で他者に使用許諾しているから、本件でも商標法 38 条 3 項による使用料相当額は、同じ基準によるべきである。

したがって、被告サンエスのホームページでの被告標章 1 の使用につき、原告が受けるべき金銭の額は、756 万円（ $105,000 \times 3 \times 24$ ）となるところ、本件ではその一部である 500 万円及び弁護士費用 50 万円を請求する。

(2) 被告サンエスは、遅くとも平成 16 年 5 月頃以降、平成 25 年 4 月までの 9 年間、上記(1)と同じ役務のほか、「損害保険契約の締結の代理」等の業務（36 類）に関して、同被告従業員の名刺及び店舗看板において、被告標章 2 及び被告標章 3 を使用した。

したがって、被告サンエスの名刺及び店舗看板での被告標章 2 及び被告標章 3 の使用につき、原告が受けるべき金銭の額は、4536 万円（ $105,000 \times 4 \times 108$ ）となるところ、本件ではその一部である 300 万円及び弁護士費用 30 万円を請求する。

(3) 被告コルハートは、遅くとも平成 20 年 11 月頃以降、平成 25 年 4 月頃までの 54 か月間、上記(1)と同じ役務に関して、その運営するポータルサイトにおいて被告標章 4 を使用し、被告サンエス等の同ポータルサイトに登録している会社等に被告標章 4 の使用を許諾した。

したがって、被告コルハートのポータルサイトでの被告標章 4 の使用につき、原告が受けるべき金銭の額は、1701 万円（ $105,000 \times 3 \times 54$ ）となるところ、本件ではその一部である 200 万円及び弁護士費用 20 万円を請求する。

(4) 被告らは、原告に損害が発生していないと主張する。しかし、原告は、株式会社共進オートサービスの代表取締役として、自動車の買取り業務のための名刺に原告商標 1 を使用しているほか、原告商標を使用した中古車買取り専用サイト（「中古車の買取 110 番」）を運営し、全国で買取り業務を行

っており、現に福岡県久留米市や福岡市の在住者からの買取りも行っているから、原告商標には一定の業務上の信用ないし顧客吸引力がある。他方、被告標章は著名でなく、他に被告らが信用ないし顧客吸引力のある標章を使用しているものではないことからすると、被告標章の使用が被告らの売上げに寄与していないとはいえない。

#### 【被告らの主張】

- (1) 当初、被告サンエスのホームページで使用されていたのは「車検 1 1 0 番」との標章であったが、時期不明の頃から被告標章 1 が使用されるようになり、平成 2 5 年 4 月頃に原告から警告を受けて以降は使用をしていない。
- (2) 被告サンエスは、①名刺については平成 2 1 年又は平成 2 2 年頃から被告標章 2 を使用していたが、平成 2 5 年 4 月頃に原告から警告を受けて以降は使用をしておらず、②看板については平成 2 2 年頃から平成 2 3 年頃にかけて被告標章 3 を短期間使用していたが、時期不明の頃に使用を中止した。
- (3) 被告コルハートが、ポータルサイトで使用していたのは「車検 1 1 0 番」との標章であったが、時期不明の頃から被告標章 4 が誤記により使用されるようになった。同ポータルサイトで最も目立つように記載されているのは「車検 1 1 0 番」であり、被告標章 4 はその下に目立たない文字で記載されているにすぎない。
- (4) 原告商標にはほとんど顧客吸引力は認められないし、自動車修理や車検業の業界においては、大手ディーラーや大手自動車用品販売店でない限り、地域に密着した小規模事業者の商圏は一般に極めて地理的に限定されており、原告の商圏と被告らの商圏とは全く重なっておらず、原告商標は、被告らの商圏である九州北部においては、原告の役務を識別するものとして全くその存在を知られていない。他方、被告標章 4 は、「車検 1 1 0 番」というメインの標章に小さく付随するものであり、被告標章 1 ないし 3 は、自社商号や、「钣金レスキュー」、「カーコンビニ倶楽部」という他のキャッチフレーズ

や著名商標と共に用いられたり、道路脇の看板に大きくない字で書かれているにすぎない。このように、被告らの事業の売上げに被告標章の使用は全く寄与していないから、原告には損害が発生していない。

#### 5 争点(5) (消滅時効の成否) について

##### 【被告らの主張】

平成23年4月8日以前の被告らの行為については、消滅時効が完成している。被告らは、本件の平成26年6月12日付け答弁書において、同時効を援用する旨の意思表示をした。

##### 【原告の主張】

原告が、被告らによる侵害行為を知ったのは平成25年4月1日頃であるから、消滅時効は完成していない。

#### 第4 争点に対する当裁判所の判断

##### 1 争点(2) (被告標章は原告商標に類似するか) について

(1) 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り、商標の類否の判断に当たっては、同一又は類似の商品又は役務に使用された商標が、その外観、観念、称呼等によって取引者、需要者に与える印象、記憶、連想等を総合して、かつ、その商品又は役務に係る取引の実情を踏まえた上で全体的に考察すべきものである。そして、商標の外観、観念又は称呼の類似は、その商標を使用した商品又は役務につき出所を誤認混同するおそれを推測させる一応の基準にすぎず、上記三点のうち類似する点があるとしても、他の点において著しく相違するか、又は取引の実情等によって、何ら商品又は役務の出所を誤認混同させるおそれが認められないものについては、これを類似商標と解することはできない（最高裁昭和43年2月27日判決・民集22巻2号399頁，最高裁平成9年3月11日判決・民集51巻3号1055頁参照）。

また、複数の構成部分を組み合わせた結合商標と解されるものについて、商標の構成部分の一部を抽出し、この部分だけを他人の商標と比較して商標そのものの類否を判断することは、その部分が取引者、需要者に対し商品又は役務の出所識別標識として強く支配的な印象を与えるものと認められる場合や、それ以外の部分から出所識別標識としての称呼、観念が生じないと認められる場合などを除き、許されないというべきである（最高裁平成20年9月8日判決・裁判集民事228号561頁参照）。

(2) 原告商標1について

ア 原告商標1は、別紙商標目録記載1のとおりであり、①ゴシック体横書きで「中古車」、その右側に②小さなゴシック体で「の」、さらにその右側に③太ゴシック体で①よりはやや小さく「110番」とし、④「中古車」の上には小さなゴシック体で「くるま」、⑤「110番」の上には小さなゴシック体で「ヒャクトーバン」と記載してなるものである。

そして、④及び⑤部分は、それぞれ①及び③部分の上に小さく添えるように平仮名及び片仮名で記載されていることからすると、①及び③部分の読み仮名として記載されていると認識されると認められる。

イ 原告商標1の外観については、上記④及び⑤は読み仮名で、文字も小さなことから、原告商標1に接した需要者には、①から③部分の「中古車の110番」が特に強い支配的な印象を与えると認められる。

ウ 原告商標1の称呼は、読み仮名に従い、④②⑤の構成から、「くるまのひゃくとーばん」の称呼が生じると認められる。しかし、これは、同時に、外観上強く支配的な印象を与える「中古車の110番」の称呼としては不自然なものであることからすると、その自然的称呼である「ちゅうこしゃのひゃくとーばん」の称呼も生じると認められる。

なお、原告は、業界では、「中古車」を「くるま」と省略して呼ぶ取引の実情があると主張する。しかし、たとえ中古車を実際に取り引する場面で、

対象となる中古車のことを「くるま」と呼ぶことがあるとしても、「中古車の110番」と表記された商標に接した場合まで、それを「くるまのひゃくと一ばん」と自然に称呼するとは認められない。

エ 原告商標1の観念については、外観上強く支配的な印象を与える「中古車の110番」のうち、「中古車の」の部分からは、文字どおりに「中古車についての」の観念が生じると認められる。また、「110番」については、一般に「110番」が警察に緊急通報する周知の電話番号であること、そこから転じて、「〇〇110番」という場合、「〇〇についての緊急対応先」とか「〇〇についての相談窓口」といった意味で使用される例が多数見られること（乙8、弁論の全趣旨）からすると、同様に、「緊急対応先」とか「相談窓口」といった観念が生じると認められる。したがって、「中古車の110番」全体からは、「中古車についての緊急対応先・相談窓口」という観念が生じると認められる。

なお、原告商標1からは、読み仮名に従い「くるまのひゃくと一ばん」の称呼が生じることは前記のとおりである。しかし、これは、飽くまで「中古車の110番」の読み仮名として認識されるものであることからすると、原告商標1に接した需要者が、このような読み仮名の部分のみに着目して、「自動車についての緊急対応先・相談窓口」といった、自動車一般に関する観念を想起するとは認められない。

### (3) 原告商標2について

ア 原告商標2は、別紙商標目録記載2のとおりであり、①左側部分に、ゴシック体横書きで、(ア)上段に「くるま」、(イ)下段に「中古車」を配し、②右側部分に、左側部分の上下段の中間高さ部分に、(ア)ゴシック体で「の」、その右側に(イ)太ゴシック体で「110番」を配してなるものである。

そして、①(ア)の「くるま」部分は、①(イ)の「中古車」部分と同じ字体

及び大きさの文字が用いられていることからすると、原告商標2に接した需要者が、前者が後者の読み仮名であると認識するとは認められず、前者と後者は並列的に記載されていると認識すると認められる。

イ ところで、外観上、原告商標2は、①(ア)(イ)の「くるま」及び「中古車」の部分が、同じ字体、同じ大きさの文字で、左右両端がそろうように表されていること、②(ア)(イ)の「の110番」が、①(ア)(イ)の「くるま」及び「中古車」の上下段の中間高さ部分に配されることにより①(ア)(イ)の「くるま」及び「中古車」の双方をくくる形となっていることからすると、視覚上、まとまりのある一体的なものとして認識されると認められ、特に「くるま」と「の110番」の部分だけが注意をひくとは認められない。また、①(ア)(イ)の「くるま」及び「中古車」と②(イ)の「110番」は、自動車に関する役務に関しては、いずれも一方だけでは出所識別力が認められないことからすると、両者は一体的に認識されると認められる。以上からすると、原告商標2は、外観上、全体が一体的なものとして認識されると認めるのが相当である。

ウ また、原告商標2全体からは、②(ア)(イ)の「の110番」が①(ア)(イ)の「くるま」及び「中古車」の双方をくくる形となっていることからすると、「くるまちゅうこしゃのひゃくと一ばん」の称呼が生じると認められる。

これについて原告は、このような冗長な称呼は取引の実情として生じないと主張するが、14音とはいえ、一気に発音し得るものであるから、原告の主張は採用できない。

また、原告は、原告商標2は、実際の取引上は「くるまの110番」と称呼されると主張する。しかし、そのことを認めるに足りる証拠はない。さらに、原告の実際の使用態様は、①小さくゴシック体横書きで「中古車の」、その右側にやや大きくゴシック体で「買取」、さらにその右側に更に大きく「110番」と記載され、かつ、「中古車」の上には小さく「く

るま」と記載される構成（甲13の各号）や、②小さくゴシック体横書きで「中古車の」、その右側に大きくゴシック体で「110番」と記載され、かつ、「中古車」の上には小さく「くるま」と記載される構成（甲24、ないし27）、さらには、③大きく「車」、その下に小さく「買取」、その下に大きく「110番」と記載される構成（甲27）等があり、①及び②では、「くるま」が最も小さく目立たない態様で記載されていることからすると、それらの実際の使用態様の標章が「くるまの110番」と称呼されるのが通常であるとは考え難い。また、③は「くるま110番」と称呼されるのが自然であるが、そもそも上記の実際の使用態様が原告商標2と同一であるとは認められないから、その称呼が、原告商標2の称呼として通常生じる称呼であるとは認められない。したがって、原告の主張は採用できない。

エ また、原告商標2全体からは、「自動車と中古車についての緊急対応先・相談窓口」といった観念が生じると認められる。

この点について、原告は、「中古車」は「くるま」に観念上含まれ、「110番」との関係ではほぼ同等に近い意味に用いられると主張するところ、この主張は、原告商標2からは上記のような「自動車と中古車についての」という観念は生じず、「自動車についての」という観念のみが生じるとの主張であると解される。

確かに、「中古」の意味は、中古車に関係するものとしては、「やや古くなったもの。ちゅうぶる。」とされる（「広辞苑」第6版）が、世上、中古車の語が使用される際には、「中古車買取」や「中古車市場」のように、一度購入されたが再び売りに出された自動車という趣旨で用いられるのが通例であり、自動車一般よりも限局されたものを意味する。そうすると、「110番」との関係で見ても、「緊急対応先・相談窓口」が、自動車一般についてのものなのか、一度購入されたが再び売りに出された自動

車についてのものなのかによって、想起される緊急対応や相談の内容も変わってくることになるから、「中古車」と「くるま」が「110番」との関係ではほぼ同等に近い意味に用いられるとはいえず、原告の上記主張は採用できない。

オ そして、前記のとおり、原告商標2を構成する「くるま」、「中古車」、「110番」の語は、自動車関係の役務に関しては、それぞれ単独では出所識別力が認められない語であるから、特にそれらのうちの一部又は一部の組合せのみが需要者に強い印象を与えるとも認められない。

この点について、原告は、原告商標2のうち、「くるま」、「中古車」が出所識別力のない語であることから、それらがそれぞれ捨象された「中古車の110番」、「くるまの110番」が、それぞれ分離して認識されると主張する。しかし、原告商標2を構成する「くるま」、「中古車」、「110番」の語が、いずれも単独では出所識別力が認められない語であることからすると、そのうち「くるま」だけ又は「中古車」だけが捨象されて、残りの部分のみが分離して認識される合理的理由があるとはいえない。他方、「くるまの110番」も「中古車の110番」も、「自動車についての緊急通報先・相談窓口」、「中古車についての緊急通報先・相談窓口」との観念を有することからすると、それが自動車関係の役務に使用される場合には、役務そのものを示して出所識別力がないとはいえないものの、役務を暗示しており、識別力が弱いことは否定できず、それらが需要者の間で周知性を有しているとも認められないから、原告商標2において、それら部分のみが特に強い印象を与えるとも認められない。したがって、原告の上記主張は採用できない。

カ 以上検討したところを総合すると、原告商標2は、その全体が一体のものとして認識されるというべきであるから、その全体を被告標章と対比すべきであり、その一部である「くるまの110番」部分のみを抽出して、

これを被告標章と対比するのは相当でないというべきである。

(4) 被告標章について

被告標章は、いずれも、白地に黒文字又は黒地に白文字のゴシック体で、「車110番」と一体に横書きしてなるものであり、「くるまひゃくと一ばん」の称呼と「自動車についての緊急対応先・相談窓口」との観念が生じると認められる。

(5) 原告商標と被告標章の類否について

ア 原告商標1の読み仮名による称呼は「くるまのひゃくと一ばん」であり、被告標章の称呼は「くるまひゃくと一ばん」であるから、ほぼ同一である。しかし、その外観は、原告商標1では、「中古車の110番」が強く支配的な印象を与えるのに対し、被告標章では「車110番」であり、相違する。また、観念も、原告商標1では、「中古車についての緊急連絡先・相談窓口」であるのに対し、被告標章では、「自動車の緊急連絡先・相談窓口」であり、前記のとおり、「中古車」が、一度購入されたが再び売りに出された自動車と理解されることからすると、観念も異なる。そして、ほぼ同一である称呼も、原告商標1で強く支配的な印象を与える「中古車の110番」についての自然でない読み仮名によって初めて生じるものであり、それにより「車の110番」を想起するわけでもないことからすると、原告商標1では、「中古車の110番」との外観とそれに伴う「中古車についての緊急連絡先・相談窓口」との観念が、上記の読み仮名による「くるまのひゃくと一ばん」の称呼による印象を凌駕し、役務の出所を誤認混同するおそれがあるとは認められないから、原告商標1は、被告標章と類似するとはいえない。

イ 原告商標2と被告標章は、その外観において大きく異なり、称呼においても、原告商標2が「くるまちゅうこしゃのひゃくと一ばん」で、被告標章が「くるまひゃくと一ばん」と異なる。また、観念については、原告商

標 2 では、「自動車と中古車の緊急通報先・相談窓口」であり、被告標章が「自動車の緊急通報先・相談窓口」であって、「自動車の緊急通報先・相談窓口」である点で重なるが、原告商標 2 では、一度購入されたが再び売りに出された自動車という特別な場合についての緊急通報先・相談窓口という観念も生じる点で相違するから、観念も類似しないというべきである。したがって、原告商標 2 は被告標章と類似するとはいえない。

- 2 以上によれば、原告の本件請求は、その余の点について判断するまでもなく理由がないから、これを棄却することとし、主文のとおり判決する。

大阪地方裁判所第 2 6 民事部

裁判長裁判官

高 松 宏 之

裁判官

田 原 美 奈 子

裁判官

大 川 潤 子