

平成21年4月8日判決言渡

平成21年(行ケ)第10014号 審決取消請求事件(商標)

口頭弁論終結日 平成21年3月11日

判 決

	旧商号株式会社角川マーケティング
原 告	株式会社角川メディアマネジメント
同訴訟代理人弁理士	西 浦 嗣 晴 山 田 朋 彦
	旧商号株式会社ゼイヴェル
被 告	株式会社ブランディング
同訴訟代理人弁理士	網 野 友 康 初 瀬 俊 哉 石 井 茂 樹 豊 崎 玲 子

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

特許庁が無効2008-890027号事件について平成20年12月9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

被告は、下記の構成で、指定商品及び指定役務を別紙「指定商品及び指定役務」のとおりとする登録第4655662号商標(平成14年4月3日出願,平成15

年1月31日登録査定，同年3月20日設定登録。以下「本件商標」という。)の商標権者である(甲1の1，2)。

ショッピングウォーカー Shopping Walker

原告(ただし，平成20年4月1日の会社分割前は，株式会社角川グループホールディングス。以下，会社分割等による原告関連会社間の権利主体の変更の前後を通じて，これらの会社を「原告」という。)は，平成20年3月18日，「本件商標の登録を，指定商品中，第16類『印刷物』について無効とする。」との審判請求をした。

特許庁は，同請求を無効2008-890027号事件として審理し，平成20年12月9日に「本件審判の請求は，成り立たない。」との審決をし，同年12月19日，その謄本は原告に送達された。

2 審決の理由

(1) 審決は，次のとおり，本件商標は，商標法4条1項15号に違反して登録されたものではないから，同法46条1項によりその登録を無効とすることはできないというものである。

(2) 審決の判断

ア 本件商標と原告使用の商標の類似関係について

「本件商標は『ショッピングウォーカー』の片仮名文字及び『Shopping Walker』の欧文文字を上下二段に横書きしてなるところ，『ショッピングウォーカー』の片仮名文字は，『Shopping Walker』の欧文文字の読みを表したものと無理なく理解し得るものである。

そして，『ショッピングウォーカー』及び『Shopping Walker』の構成文字は，それぞれ同じ書体でまとまりよく一体的に表してなるものであるから，外観上一体のものとして把握し得るものである。

また、『ショッピングウォーカー』及び『Shopping Walker』より生ずる『ショッピングウォーカー』の称呼も冗長なものではなく、よどみなく一連に称呼し得るものである。

さらに、本件商標構成中、『Shopping』は『買い物』の意味を有する極めて平易な英語であり、また、『Walker』は、『歩く人』の意味を有する極めて平易な英語であるから、これらを結合してなる本件商標は、全体として『買い物に歩く人』の観念を生ずるものである。

そうとすれば、本件商標は、『ショッピングウォーカー』及び『Shopping Walker』の構成文字をもって一体不可分の構成よりなるものと認識され、それぞれの構成文字に相応して『ショッピングウォーカー』一連の称呼のみを生ずるものというべきである。

そして、本件商標を『ショッピング』、『Shopping』と『ウォーカー』、『Walker』の各文字とに分離して把握、認識しなければならない特段の事情は、認められない。

一方、請求人（判決注：原告。以下、審決を引用する場合を含め『原告』という。）が引用する『東京ウォーカー/Tokyo Walker』を始め『関西ウォーカー/Kansai Walker』『東海ウォーカー/Tokai Walker』『九州ウォーカー/Kyushu Walker』等（以下「原告使用商標」という。）は、まとまりよく一体的に表されているものであるから、外観上一体のもものとして把握し得るものである。

また、『東京ウォーカー/Tokyo Walker』から生ずる『トウキョウウォーカー』、『関西ウォーカー/Kansai Walker』から生ずる『カンサイウォーカー』、『東海ウォーカー/Tokai Walker』から生ずる『トウカイウォーカー』、『九州ウォーカー/Kyushu Walker』から生ずる『キュウシュウウォーカー』等の称呼もよどみなく一連に称呼し得るものである。

さらに、原告使用商標は、それぞれの構成文字に相応して『トウキョウウォーカー』、『カンサイウォーカー』、『トウカイウォーカー』、『キュウシュウウォーカー』等の称呼及び『東京を歩く人』、『関西を歩く人』、『東海を歩く人』、『九州を歩く人』等の観念を生ずるものである。

そうとすれば、原告使用商標から『ウォーカー』『Walker』の文字部分のみ抽出して、

称呼，觀念しなければならぬ特段の事情は，認められない。

してみれば，原告使用商標構成中の『東京 / T o k y o 』『関西 / K a n s a i 』等の文字部分が，我が国の首都名，都市名及び産地，販売地名を表す語として使用される場合があるとしても，かかる構成においては，需要者間に，全体をもって一体不可分の構成の商標として認識され，把握されるものとみるのが自然である。

そこで，本件商標と原告使用商標とを比較するに両商標の外観，称呼及び觀念は上記で述べたとおりであるから，両商標は，外観，称呼及び觀念を異にする別異の商標であるというべきである。」(2 2 頁 5 行 ~ 2 3 頁 1 8 行)

イ 出所混同のおそれについて

「原告は，平成 2 年 3 月の『東京ウォーカー』の創刊より長年にわたり，原告使用商標を雑誌，雑誌の増刊，ムック，書籍，フリーマガジン等（以下『原告使用商品』という。）に使用していた事実がある。

原告使用商品の表紙上部には，『Tokyo Walker』との雑誌名が大きく目を引く形で記載されている。・・・該雑誌『Tokyo Walker』をさきがけとして，『関西ウォーカー / Kansai Walker』，『東海ウォーカー / Tokai Walker』，『九州ウォーカー / Kyusyu Walker』などのタイトルを付した各地域ごとの総合情報誌を続々と創刊していったことが認められ，雑誌名としてではあるが，『東京ウォーカー / Tokyo Walker』の標章は，周知著名となっていたことが認められるが，これらは雑誌名として一体不可分に認識される形で『東京ウォーカー / Tokyo Walker』が周知著名となっていたものというべきである。

しかしながら，本件商標と原告使用商標とが別異の商標であること・・・，他に両商標間には誤認，混同を生じさせる理由は見いだし得ないから，本件商標と原告使用商標とが，その構成中『Walker / ウォーカー』の文字部分を共通にしているとしても，本件商標に接する需要者・取引者は，これより原告使用商標を連想，想起したり，その商品が原告又は原告と組織的，経済的に何らかの関係を有する者の業務に係るものであるかの如く，その商品の出所について混同を生ずるおそれはないものというべきである。」(2 3 頁 2 0 行 ~ 2 4 頁 1 0 行)

第3 原告主張の取消事由の要旨

審決は、原告使用商標の使用実績についての事実認定を誤り、その結果、原告の使用商標の定義及び原告の主張する「原告のどの識別表示と本件商標とが出所の混同が生ずるおそれがあるか」という点の原告の識別表示についての事実認定とその評価を誤っている。

1 原告が使用する商標の認定及び評価の誤り

審決は、原告使用商標として、「東京ウォーカー／TokyoWalker」、「関西ウォーカー／KansaiWalker」、「東海ウォーカー／TokaiWalker」、「九州ウォーカー／KyushuWalker」等と定義し、審判請求時の原告の使用商標のうち、代表的な「東京ウォーカー／TokyoWalker」等の定期的に発行される「都市名又は地域名＋ウォーカー／Walker」の使用例を列挙するが、「都市名又は地域名以外の情報の対象を示す名詞等＋ウォーカー／Walker」の構成からなる商標の使用実績の認定をせず、原告の使用商標を「都市名又は地域名＋ウォーカー／Walker」のみに限定した上で、原告使用商標と本件商標とを比較して、本件商標が商標法4条1項15号に該当するか否かの判断をした。

しかしながら、原告は、「都市名又は地域名＋ウォーカー／Walker」の構成からなる商標のみならず、「都市名又は地域名」以外の情報の対象を示す名詞等（例えば、「ゲーム／Game」や「メンズ／MEN'S」）の語と「ウォーカー／Walker」の語とを結合させた構成を有する商標を、雑誌、ムック、書籍、フリーマガジン等の商品「印刷物」やインターネット等の媒体を通じて各種の情報提供の役務について使用しており、これら原告の使用商標については十分な使用実績がある（枝番を含む甲20、22、31等。以下、枝番を記載しない場合の書証番号については、枝番を含むものとする。）

したがって、このような誤った認定等に基づく審決の判断には、誤りがある。

2 類否判断の誤り

(1) 審決は、「原告使用商標から『ウォーカー』『Walker』の文字部分のみ抽出して、称呼、觀念しなければならぬ特段の事情は、認められない。」(23頁8～10行)とし、原告が主張する識別表示の要部を「ウォーカー/Walker」の語そのものであるかのような解釈を行っている。

(2) しかしながら、原告の主張の要点は、原告における「『都市名又は地域名+ウォーカー/Walker』の商標の使用実績を始めとする『ウォーカー/Walker』の構成からなる商標の使用実績から、雑誌等の媒体を通じて提供される情報の内容、テーマ及び対象を明確に示すような『情報を示す語』と、『ウォーカー/Walker』の語を末尾に含む『ウォーカー/Walker』という構成からなる商標が使用された雑誌、ムック、フリーマガジン等の出版物は、同一の出所から発行されているものと、当業者及び一般需要者が認識するに至っているから、出所の混同が生ずる。」というものである。

(3) 原告の使用商標について

ア 「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」について

(ア) 原告は、平成2年3月、「東京」を中心とした首都圏の都市情報誌「東京ウォーカー/Tokyo Walker」を創刊した。この雑誌は、「東京のテレビ番組、新作商品、映画、グルメ、ファッション、旅行、ドライブ等、様々な分野の情報を網羅し、雑誌を通して読者に提供する」というコンセプトで創刊されたものである。

雑誌「東京ウォーカー/Tokyo Walker」は、上記コンセプトが需要者のニーズに合致し、破竹の勢いで需要者の人気を獲得し、現在に至っている。

(イ) 原告は、「東京ウォーカー/Tokyo Walker」の成功を皮切りに、同様のコンセプトで、「関西」を中心とした都市情報を提供する雑誌「関西ウォーカー/Kansai Walker」を平成6年6月に発刊し現在に至っている。

原告は、同年12月に「ゲーム情報」に特化した情報誌「月刊ゲームウォーカー

／」を発行した。

これらの雑誌も好評を得た結果，原告は，現在までに，情報誌（定期刊行物）として，「マンスリーウォーカー／MONTHLY WALKER」（平成7年6月～平成8年10月），「東海ウォーカー／Tokai Walker」（平成8年7月～），「メンズウォーカー／MEN'S WALKER」（平成8年11月～平成12年9月），「ワールドウォーカー／World Walker」（平成9年1月～平成10年12月），「九州ウォーカー／Kyushu Walker」（平成9年6月～），「横浜ウォーカー／YOKOHAMA Walker」（平成10年3月～），「千葉ウォーカー／Chiba Walker」（平成11年6月～），「神戸ウォーカー／Kobe Walker」（平成12年6月～平成20年3月），「北海道ウォーカー／Hokkaido Walker」（平成12年6月～），「大人のウォーカー」（平成16年9月～），「ファミリーウォーカー／Family Walker」（平成16年3月～），「シネコンウォーカー」（平成17年10月～）及び「ハイウェイウォーカー／Highway Walker」（平成17年4月～）を発行した。

(ウ) 原告における「都市名又は地域名＋ウォーカー／Walker」の商標を使用した雑誌の販売部数は，本件商標の出願日及び登録査定前並びに登録査定後においても，雑誌（週刊誌，隔週週刊誌及び月刊誌を含む。）の販売部数としては，非常に多い（甲12の1～14）。また，「都市名又は地域名＋ウォーカー／Walker」シリーズの雑誌は，大量に印刷されており（甲111，112），それだけ多くの同シリーズの雑誌が市場に流通し，かつ，取引者及び需要者の目に触れる機会があることを示している。さらに，「都市名又は地域名＋ウォーカー／Walker」シリーズ全体は，雑誌全体の中で，3位又は4位という圧倒的に高い順位の閲読率を，平成11年以来7年間という長期にわたって一貫して維持しており（甲13），需要者の閲読率という観点からみても，原告の「都市名又は地域名＋ウォーカー／Walker」シリーズは，それぞれの主要な配布地域で非常に多くの取引者及び需要者によって認知されている。

(イ) その上、「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」シリーズの雑誌は、全国紙・地方紙を問わず、多数の新聞媒体に取り上げられ(甲14,16)、また、一般誌や経済誌の雑誌媒体、書籍等にも取り上げられて紹介されており(甲15)、特定の地域に偏らず、全国の需要者に、雑誌「東京ウォーカー/Tokyo Walker」を始めとする「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」シリーズが、都市情報誌として非常に高い著名性を誇っていることが分かる。

(オ) また、「東京ウォーカー/Tokyo Walker」等の各地域の「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の雑誌には、「関西ウォーカー/Kansai Walker」等の他の「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の雑誌が存在していることを認識できる合同のイベント、合同企画や合同懸賞の記事が多数掲載されている(甲4の9の25,甲4の12の19,甲5の2の1,甲6の2の13,甲7の3の15,甲8の4の1,甲9の5の17,甲10の2の6,甲11の3の8等)。さらに、原告は、販売促進活動の一環として、定期的に、「全国ウォーカー祭り」、「Walkerミーティング」などの全国一斉のイベントを開催してきており(甲30)、各地のイベントにおいて、他の地域の「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」シリーズの雑誌が紹介されてきた。

(カ) さらに、原告は、平成12年6月から平成15年4月まで、「Walker Club」との企画を実施し、全国約400の書店で他の地域の「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」シリーズの雑誌が購入できる取扱いを行い(甲17)、各誌の主要な配布地域以外の書店においても、他の地域の「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」シリーズが一般取引者及び需要者の目に触れるところとなっていた。

そして、この「Walker Club」の告知は、「東京ウォーカー/Tokyo Walker」、「関西ウォーカー/Kansai Walker」等にも多数掲載された(甲4の12の40,甲11の5の18等)。

(キ) さらにまた、原告は、平成7年ころから、インターネット上のウェブサイ

トを出版物と連動させて、相乗効果を生み出すことを開始しており、平成9年から公式サイト「Walkers Net」を開始し、平成12年から公式サイト「Walkerplus」(旧名称「Walkerplus.com」)で、各地域の「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の雑誌と連動させ、また時には独立したサービスとして展開するに至っており、これらの各サイトは、各地域に「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の雑誌が存在していることを、取引者及び需要者に認識させるように構成されている(甲4の8の32,甲4の9の38,甲14の53,甲31の1の1~7,甲31の2の1~16)。

(ク) さらに、原告は、定期的に発行している「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の雑誌以外にも、流行や読者層に沿ったタイムリーな情報を提供し、また、「東京ウォーカー/Tokyo Walker」を始めとする「ウォーカー/walker」の雑誌の商標の使用により形成されたブランド力を更に高めるために、これらの雑誌の増刊号、ムック、書籍、フリーマガジンを発行しているが、その中には、「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の商標を使用した書籍「ニューヨーク・ウォーカー」(平成4年2月。甲19の1)、書籍「オーストラリア・ウォーカー」(平成6年4月。甲19の15)、増刊号「広島ウォーカー/Hiroshima Walker」(平成11年11月。甲19の18)、増刊号「ソウルウォーカー/Seoul Walker」(平成13年6月。甲19の23)、増刊号「静岡ウォーカー/Shizuoka Walker」(平成13年8月。甲19の26)、増刊号「京都ウォーカー/Kyoto walker」(平成16年12月。甲19の39)、フリーマガジン「香港ウォーカー/Hong Kong Walker」(平成17年9月。甲19の44)等があり、原告が、多種多様の「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の商標を、雑誌、雑誌の増刊号、ムック、書籍及びフリーマガジンに使用している。

(ケ) 以上に述べた原告の使用実績が考慮され、「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の登録商標のうち定期的に発行している8誌に係る登録商標が日

本有名商標集第3版(甲18の1)に選定されている。

なお、上記書籍第3版の発行は平成16年であるが、その第2版が発行された平成10年には原告が掲載を希望しなかっただけで、仮に本件商標の出願日以前の平成10年に掲載を希望すれば、原告における使用実績等から、日本有名商標集に、「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の登録商標が選定されていたといえる。

イ 「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」について

(ア) 原告は、雑誌等の媒体を通じて提供される情報の内容、テーマ及び対象を明確に示すような『都市・地域』又は『ゲーム』、『ファミリー』等の情報を示す語(以下、総称して「情報を示す語」という。)と「ウォーカー/Walker」の語とを結合した「ウォーカー/Walker」という構成からなる商標のブランド力を高めるため、定期的に発行される上記雑誌等のほかに、流行や読者層の興味に沿ったタイムリーな情報を提供するために、雑誌「月刊ゲームウォーカー/Game Walker」(平成6年~平成12年。甲20の2~8)、雑誌「メンズウォーカー/MEN'S WALKER」(平成8年~平成12年。甲22の2~6)、雑誌「大人のウォーカー」(平成16年~。甲24の1)、雑誌「ファミリーウォーカー/Family Walker」(平成16年~。甲24の2)、増刊号「ボイズウォーカー/Boys'Walker」(平成10年10月。甲25の9)、増刊号「ドライブウォーカー/drive Walker」(平成10年8月。甲25の15)、増刊号「フレッシュャーズウォーカー/FRESHER'S WALKER」(平成9年4月~。甲25の4)、フリーマガジン「シネコンウォーカー」(平成17年10月~、甲25の55)、フリーマガジン「ハイウェイウォーカー/Highway Walker」(平成18年4月~。甲25の64)、ムック「ウォーカームックシリーズ(1~51)」(平成13年8月~。甲25の75)等の「ウォーカー/Walker」という構成からなる商標を使用した雑誌、ムック、書籍、フリーマガジン(フリーペーパー)等を種々発行している。

(イ) これらの「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の商標を使用した雑誌等も、数年にわたり刊行され、市場に流通してきた(甲111, 112)もので、かなり多くの取引者及び需要者が、「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の商標が使用された雑誌を目にする機会があった。

(ウ) また、「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の雑誌、雑誌の増刊号、ムック、書籍、フリーマガジン等は、多数の新聞媒体にも取り上げられている(甲27)。

(エ) 現在も、インターネットオークションにおいて、過去に発行された「月刊ゲームウォーカー/Game Walker」や「メンズウォーカー/MEN'S WALKER」が個人間で取引されていたり、個人のホームページやブログで紹介されたりしている(甲28)。

休刊から数年を経た今も、このように個人間で取引がされたり、個人のホームページで「メンズウォーカー/MEN'S WALKER」等が紹介されたりしている事実は、「メンズウォーカー/MEN'S WALKER」等の「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の雑誌が、多くの取引者及び需要者に読まれていた、そして知られていたことを示し、また、原告から複数発行されていたことを現在の取引者及び需要者に広く知らしめる作用を果たしている。

(オ) これらの「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の増刊号、ムック、フリーペーパー等と、「都市名又は地域名+ウォーカー」の雑誌とは、ともにウォーカーシリーズの出版物として関連性を持って発行され、原告は、「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の雑誌、増刊号、ムック等の出版物と、「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」を、ともに「ウォーカー/Walker」という商標を使用したウォーカーシリーズの出版物として扱ってきた。

例えば、「東京ウォーカー/Tokyo Walker」という「ウォーカー/Walker」を含む雑誌タイトルが付いた雑誌内に、同様の「ウォーカー/Walker」

Walker」の雑誌タイトルの広告（例えば雑誌「メンズウォーカー／MEN'S WALKER」や雑誌「横浜ウォーカー／YOKOHAMA Walker」の広告）を積極的に掲載してきた。

このような広告が掲載されることにより、同一出版社から「ウォーカー／Walker」を含む雑誌が複数種類発行されていることを取引者及び需要者は認識することになり、「ウォーカー／Walker」の雑誌の存在を、「東京ウォーカー／Tokyo Walker」等との関連性をもって取引者及び需要者が認識することになった。

また、全国で販売される「Tokyo Walker増刊号／Walker」というタイトルの増刊号（例えば、甲25の4の2の「Tokyo Walker増刊号／フレッシューズウォーカー／Freshers' Walker」）に接した東京以外の需要者は、各地域において販売されている各地域の「都市名又は地域名＋ウォーカー／Walker」の雑誌と関連付けて、「Tokyo Walker」の存在を認識する。それだけではなく、増刊号のタイトルである「ウォーカー／Walker」についても「都市名又は地域名＋ウォーカー／Walker」と関連するものとして、「ウォーカー／Walker」の構成からなる商標が使用された雑誌、増刊号、ムック等の存在を認識することとなる。

そして、これにより、「ウォーカー／Walker」の商標が使用された雑誌やムックが、原告と関係する商品であると取引者及び需要者に確実に認識されることになった。このように複数種類の「情報を示す語」と「ウォーカー／Walker」の語を組み合わせた雑誌、増刊号、フリーマガジン等の出版物を多数出版するという商標戦略によって、原告は、「ウォーカーシリーズ」として統一されたブランドイメージを取引者及び需要者に形成してきた。

原告がこのような事業展開を行い、またそれが取引者及び需要者に認識されているからこそ、「『東京ウォーカー』卒業生のための『メンズウォーカー』、海外旅行を楽しむ人のための『ワールドウォーカー』、そしてゲームを楽しむ人のための『ゲ

ームウォーカー』を相次ぎ創刊し、いまや『ウォーカーシリーズ』は数ある情報誌の中の一大ブランド。」(甲15の8。雑誌「宣伝会議」株式会社宣伝会議発行・平成9年8月)という記載や、「角川書店は二十四日、生活情報月刊誌『マンスリーウォーカー』を創刊する。創刊五周年を迎える『週刊東京ウォーカー』、関西版として昨年六月にスタートした隔週の『関西ウォーカー』、九月創刊のゲーム情報月刊誌『ゲームウォーカー』に続く第四の「ウォーカー」である。」(甲27の6。平成7年4月9日付け日本経済新聞)という記事内容で、「ウォーカー/Walker」の商標を使用した雑誌、増刊号、フリーマガジン等の出版物及びウェブサイト等における事業展開が、新聞や雑誌において「ウォーカーシリーズ」、「ウォーカーブランド」、そして「ウォーカー」と総称されて、広く紹介されているのである。

ウ 雑誌の構成について

原告は、「ウォーカー/Walker」の商標が使用された出版物は、原告と関係する商品であると取引者及び需要者に確実に認識されるよう、誌面内において、「ウォーカー/Walker」の標章が原告の発行する雑誌等の商標と何らかの関連があることを需要者に浸透させることを意図し、「ウォーカー/Walker」の雑誌における情報提供の種々のコーナーにおいて、各記事のタイトルに頻繁に「ウォーカー/Walker」を使用し(甲5の5の6,甲6の2の14,甲7の3の1等)、また、毎号提供される情報記事の分野(例えば、「音楽」や「映画」等)については、各コーナーの欄外に「MUSIC WALKER」、「MOVIE WALKER」、「SPORTS WALKER」、「ART WALKER」等のミニ情報掲載欄のコーナー名を長年にわたって使用する(甲4の3~7等)との工夫をしている。

そして、このようなコーナー名であっても、長年にわたって継続して使用されている場合には、仮に「MUSIC Walker」という商標が使用された雑誌が発行された場合には、取引者及び需要者は、「ウォーカー/Walker」シ

リーズの雑誌に存在する情報掲載欄の名称を想起し、その分野の情報を特集したウォーカーシリーズの雑誌、すなわち、原告が発行する雑誌が発行されたものと認識する。

エ ウォーカーシリーズの宣伝、広告等の販売促進活動について

原告は、「東京ウォーカー / Tokyo Walker」を始めとする「ウォーカー / Walker」の商標を使用した雑誌について取引者及び需要者に広く認識してもらうために、雑誌の創刊時には、多額の費用をかけてキャンペーンを戦略的かつ大々的に行ってきた。また、多くの需要者が見込める時期（例えば、入学時期や入社時期の4月やゴールデンウィーク等）や雑誌創刊周年記念の時期も、多額の費用をかけて同様に戦略的かつ大々的にキャンペーンを行ってきた（甲30の1）。

また、原告は、街頭でのキャンペーンのほかに、新聞広告、電車の中吊り広告、ラジオやテレビの広告等によっても販売促進活動を行ってきた（甲30の2～4）。

さらに、原告は、創刊時だけではなく、販売促進活動の一環として、定期的に、「Tokyo Walker」や「Kyushu Walker」の商標を使用したイベントを各都市・各地域において開催している。原告が「都市名又は地域名 + ウォーカー / Walker」のウォーカーシリーズを各都市・各地域ごとに展開していった結果、ウォーカーシリーズの雑誌は全国に拡大することになった。これに伴い、原告は、「全国ウォーカーまつり」、「Walkerミーティング」などといった全国一斉のイベントを開催してきた（甲30の5）。そして、これらのイベントにおいては、複数の「都市名又は地域名 + ウォーカー / Walker」が記載されており、これらのイベントに参加した全国の取引者及び需要者は、少なくとも、自己の地域以外に他の「都市名及び地域名 + ウォーカー / Walker」の雑誌が存在していることを容易に認識することができた。

これら各種媒体での広告、販売促進活動等も、「東京ウォーカー / Tokyo Walker」を始めとする「ウォーカー / Walker」の雑誌が全国の需

要者に周知著名となったことを裏付けている。

オ 雑誌やフリーマガジン等としての発行

原告の「ウォーカー/Walker」の雑誌には、広告主からの要望で広告主の商品等を宣伝、広告するためにフリーマガジン等として発行又は別冊付録やとじ込み冊子の形で発行されたものが多数存在する。

例えば、増刊号「マックウォーカー/Mac Walker」(甲25の1)、増刊号「アイモードウォーカー/imode Walker」(甲25の20の2～3等)、フリーマガジン「ウォーカーズリビング/Walker's Living/レオパレスマガジン」(甲25の28)、フリーマガジン「ローソンWalker」(甲25の49)、フリーマガジン「NEC soft Walker」(甲25の52)、増刊号「Tokyo Walker/WindowsXP」(甲19の28)、フリーマガジン「Tokyo Walker/おサイフケータイスペシャル」(甲19の35)、フリーマガジン「Tokyo Walker/EZナビウォークスペシャル」(甲19の37)、フリーマガジン「Tokyo Walker/TYO SPECIAL」(甲19の40)、フリーマガジン「香港ウォーカー/Hong Kong Walker」(甲19の44)、フリーマガジン「アキバウォーカー/Akiba Walker」(甲19の47)、フリーマガジン「Tokyo Walker/旅」(甲19の49)、雑誌「Uniform Walker」(甲25の11)、増刊号「ドライブウォーカー/drive/Walker」(甲25の15)、雑誌「キャンパスウォーカー/Campus Walker」(甲25の26)、雑誌「就職ウォーカー/SHUSHOKU Walker」(甲25の29)、増刊号「Walker Style」(甲25の33)、フリーマガジン「トラベルウォーカー/Travel Walker」(甲25の44)、フリーマガジン「オーロラモールジュンヌウォーカー/Aurora Mall JUNNU Walker」(甲25の56)、フリーマガジン「サイエンスウォーカー/Science Walker」(甲25の60)、フリーマガジン「ウォーカーダイジェスト/Walker

digest」(甲25の62),フリーマガジン「ハイウェイウォーカー/Highway Walker」(甲25の64)等がある。

これらの雑誌やフリーマガジンの共同発行者又は依頼者をみると、我が国の一般需要者に広く知られた有名企業や政府機関等が多数含まれている。このことは、一般需要者に何らかの情報を提供するための媒体として、周知著名なウォーカーシリーズの揺るぎないブランド力を利用し、自社の商品等に関する情報を提供しようと試みる企業や団体が多数存在していることを示している。

カ 新聞、雑誌等への掲載について

原告のウォーカーシリーズについては、新聞雑誌等にも多数取り上げられている。例えば、「良品計画は『無印良品』の商品紹介や商品を使ったライフスタイルを提案する雑誌『無印良品ウォーカー』を角川書店から発売した。・・・全国の一般書店で二十万部を販売する予定。」(甲27の43。平成12年3月10日付け日本経済新聞)、「文部科学省が無料の冊子『サイエンスウォーカー』を初めて作成した。・・・『東京ウォーカー』『関西ウォーカー』(角川書店)にとじ込んで配布するほか、同日から全国の駅頭やコンビニエンスストア、ファミリーレストランなどの店頭において無料配布する。」(甲27の75。平成18年3月20日付け産経新聞)

キ 出版物以外の商品・役務へのウォーカーシリーズの活用について

(ア) 原告は、出版物と他の媒体(ラジオ・テレビ・インターネット等)と連動させて相乗効果を出すというマルチメディア戦略を採っており、ウォーカーシリーズもその戦略にのっとり事業展開を行っている。雑誌で圧倒的な販売部数を誇るウォーカーシリーズを、雑誌やムック等の出版物の範囲にとどまることなく、ラジオ、テレビ、そしてインターネットにおいても展開してきた。

例えば、原告は、ニッポン放送とタイアップをして、平成11年10月に「サウンドウォーカー」というタイトルのラジオ番組放送を開始した。これは、首都圏の「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の雑誌と連動しており、各エリアのグルメ、ファッション、イベント情報を放送するものであり、ウェブサイトと

も連動していた。

この「サウンドウォーカー」は、大々的な記者会見も開かれ（甲59）、また、人気の女性タレントがラジオのパーソナリティを務めることもあって、多数の新聞媒体や雑誌媒体に紹介された（甲14の133、171、甲15の17等）。

そして、この番組内でも「Music Walker」というコーナー名が設けられていた（甲4の12の8、甲4の14の13）。また、連動していたウェブサイトにおいても「Music Walker」のコーナーがあり、番組で紹介された情報をウェブサイトでも提供していた（甲106）。

この番組は、平成11年10月から平成14年9月末まで3年間という長期にわたって放送された。長年の放送実績があることから、多数のリスナーが存在していた。

また、テレビ番組についても、平成10年3月から数年にわたり、テレビ神奈川と共同で「横浜ウォーカーTV」を放送し（甲60）、平成12年4月には、テレビ東京で、雑誌「東京ウォーカー/Tokyo Walker」に掲載の情報や番組独自の取材による話題の者のマル秘ネタを紹介する情報番組「TV Walker」を放送した（甲4の12の9）。

このように、原告は、雑誌とテレビやラジオなどの番組と連動させて、「ウォーカー/Walker」という商標を含んだ事業を行ってきた。

さらに、「サウンドウォーカー」や「TV WALKER」以外でも、ラジオやテレビなどの番組において、「ウォーカー/walker」の語が活用されている（甲14、15、27等）。

このような他の企業と連携し、かつ、他のメディアを通じた事業展開が行えるのは、原告のウォーカーシリーズで使用する商標のブランド力が高いからである。

(イ) 原告は、雑誌で圧倒的な販売部数を誇る「東京ウォーカー/Tokyo Walker」を始めとする「ウォーカー/Walker」という構成からなる商標を、雑誌やムック等の出版物の範囲にとどまることなく、ラジオ・テレビ、

そしてインターネットにおいても展開している。

原告は、インターネット上のウェブサイトを出出版物と連動させて、相乗効果を生み出すことを平成7年ころから開始している。すなわち、平成7年にパソコン通信を用いて「東京ウォーカー」や「月刊ゲームウォーカー」のダイジェスト版の配信を開始(甲14の53)、平成8年に「東京ウォーカー」のホームページを開設(甲4の8の32)、平成9年に首都圏、関西、東海及び九州の映画やイベント並びに飲食店情報を提供するウェブサイト「Walkers Net」を立ち上げ(甲4の9の38、甲31の1の1～7)、平成11年に株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモの携帯サービス「i-mode」のコンテンツ「Walkers i」を立ち上げ(甲9の8の1)、平成12年に地域情報のポータルサイト「Walker plus.com」の立ち上げ(甲4の12の19)を行った。

原告は、現在、「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の公式サイト「Walker plus」(旧名称「Walker plus.com」)を各地域の「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の雑誌と連動し、また時には独立したサービスとして展開するに至っている。

(ウ) このようなパソコン通信やウェブサイトを用いた原告の事業展開について多数の新聞、雑誌媒体に記事が掲載された(甲14の53の1、甲15の21、25、30、37、甲32の1～22、甲33の1の1等)。

(I) さらに、原告は、その他にも、「ウォーカー/walker」の商標をインターネット上で活用してきた(甲14の61～64、86、93、111、277、278、甲15の5)。

(オ) このように、原告は、平成7年から、雑誌、ムック等の印刷物とウェブサイトの連動を図ってきており、ウェブサイトで発信する情報を印刷物に掲載し、又は印刷物に掲載する情報をウェブサイトで発信するという事業展開を行ってきた。

これらの事業展開が評価され、上記のように記事として紹介されるのは、定期的に発行される「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の各雑誌が、それ

それぞれの主要配布地域を中心に広く需要者に知られている雑誌であること、さらには、複数種類発行しているあらゆる「ウォーカー/Walker」の雑誌、増刊号、フリーマガジン等の出版物が広く需要者に知られ、かつ、好評を得て、情報誌としてウォーカーシリーズが圧倒的な支持を誇っていたからである。

そして、この各雑誌の圧倒的な周知著名性も手伝って、「ウォーカーズネット/WalkersNet」や「ウォーカープラス/Walkerplus」の公式サイトも、広く取引者及び需要者に知られるものとなっている。

(カ) さらに、原告は、ゼンリンと提携し、平成7年6月に「Tokyo Walker NAVI」というカーナビゲーションソフトを販売し(甲14の52, 56)、住友クレジットサービス等と提携し、平成8年10月に「Tokyo Walkerカード」を発行し(甲14の68)、セブン-イレブン・ジャパンほかと提携し、平成12年4月、電子商取引の販売に当たり、「Tokyo Walker」と連動して商品のプロモーションを展開し(甲14の222, 甲15の24)、東洋水産と提携し、平成12年7月に「Tokyo Walker」や「Hokkaido Walker」等の商標を用いて、各地域・都市に合わせたインスタントラーメンを販売する(甲14の236, 237, 甲15の33)など、出版、放送、インターネット等の分野以外の業種の企業とも積極的に提携を進め、その事業展開においても「ウォーカー/Walker」の語を含む商標を使用してきた。

このようなタイアップを経て、原告は、「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」がシリーズ化されていることを、全国の取引者及び需要者に認識させてきた。

このように、原告が、雑誌、ムック等の出版物とは異なる商品・役務に「ウォーカー/Walker」の語を含んだ商標を使用することができるのは、雑誌・ムック等の印刷物について原告のウォーカーシリーズで使用する商標が非常に高いブランド力を有しているからである。

そして、このような印刷物以外の商品・役務に「ウォーカー/Walker」の

語を含んだ商標を使用することにより，原告の主たる商品である雑誌，ムック等の「印刷物」についての「ウォーカー/Walker」の商標を取引者及び需要者に更に周知著名に認識させることができるという相乗効果を生み出している。

ク 小括

このような事業展開における原告の「ウォーカー/Walker」の語を含む商標の使用実績等によって，「ウォーカー/Walker」の構成からなる商標における「ウォーカー/Walker」の語は，「情報を提供する」ことの代名詞のように一般に認識されるようになって，『情報を示す語』+『ウォーカー/Walker』の商標を使用した雑誌等は，『東京ウォーカー/Tokyo Walker』等を発行する角川グループの代表的な識別表示である」との認識が，本件商標の出願日・査定時以前に，取引者及び需要者の意識の中に形成されるに至っていた。

(4) 被告の商標について

ア 被告は，被告の携帯サイトにおいて，「music walker」として「音楽に関連する情報を需要者に発信する」ページを運営しており（甲62），「ウォーカー/Walker」の語を「情報を提供する」という意味合いで使用し，原告が長い年月をかけて築き上げてきたブランドイメージと同様の使用方法をし，原告のブランドイメージにただ乗りしている。

その他，被告の使用商標の中で，取り分け原告の使用商標と構成が似通っているものとして，「girls walker」，「boys walker」（使用開始時期：平成12年11月ころ），「cinema walker」（同：平成15年6月ころ），「shibuyawalker」（同：平成18年4月ころ），「bridal walker」（同：平成18年9月ころ），「マンガwalker」（同：平成18年12月ころ）がある。

特に被告の旗艦サイトともいえる「girls walker」や「BOYS WALKER」は，原告が発行していた「メンズウォーカー/MEN'S WALKER」

R」が休刊した平成12年9月の直後である同年11月、12月に出願され、また被告の主張によれば、携帯サイト「girlswalker」は出願と同時期に開始したということになる。

原告の使用商号である「MEN'S WALKER」は、4年の使用実績があり、また、首都圏の高校生・大学生を中心に広く読まれていた雑誌である(甲113)。一方、被告は、平成11年に、現在代表取締役であるAを中心にして設立されたが、A自身、昭和46年生まれで、かつ、東京出身であること(甲109)からすると、まさに「東京ウォーカー/Tokyo Walker」や「メンズウォーカー/MEN'S WALKER」の需要者層に含まれている。

すなわち、被告は、原告の「東京ウォーカー/Tokyo Walker」や「メンズウォーカー/MEN'S WALKER」等の存在を認識した上で、本件商標等を選択したと判断される。

被告は、原告のブランド展開の流れと、このブランド展開によって「ウォーカー/Walker」の構成からなる商標に信用が化体していること(ブランド力が形成されていること)を承知の上で、各種の情報を提供する役務に対して「ウォーカー/Walker」の構成からなる商標を使用している。

このような被告の商標選択は、原告が製造販売してきた出版物やインターネットを通じて行ってきた役務について使用する「ウォーカー/Walker」の構成からなる商標の決定又は選択手法を模倣したものであって、被告は、本件商標出願時から、原告の「ウォーカー/Walker」の構成からなる商標に化体している信用を利用する目的で商標を決定しており、原告のウォーカーシリーズの周知著名性に便乗又はフリーライドする意図で商標を決定して、商標出願をしている。

イ また、被告の商標出願の戦略も明らかにフリーライドの意図を感じるものである。

被告は、平成18年1月19日、「ウォーカー/Walker」の商標を第16類、第35類、第41類の商品・役務を指定して1日で80件出願している(甲

53)

この事実は、被告において「ウォーカー/Walker」の構成からなる商標を多数出願し、既に原告が地道な努力により「ウォーカー/Walker」の構成からなる商標に化体させた信用又はブランド力を弱めようとする被告の意思の表れである。そして多数の商標登録という既成事実を作ることにより、「ウォーカー/Walker」の構成からなる商標が、信用力がない商標又はだれでも使用できる商標であるという認識を第三者に与えようとしている。

このような多数の出願からも、被告が、原告の「ウォーカー/Walker」の構成からなる商標に化体した信用を利用する目的を持っていること、すなわちウォーカーシリーズの周知著名性を利用しようとしている（フリーライドしようとしている）ことが明白である。

また、このようなフリーライドの意図を持って出願された多数の商標出願によって、原告の商標選択の余地が一気に狭められた。原告のウォーカーシリーズの展開を、被告が数に物をいわせた商標出願という行為によって阻止し、原告が長い年月をかけて築き上げてきた業務上の信用及びブランドイメージを希釈化させ、更には業務上の信用を乗っ取るかのような行為は、商標法の法目的に反する行為であり、容認されるべきものではない。

ウ 被告の関連会社に、株式会社響谷フミキ・クルーズが存在する。同社は、被告の代表取締役Aの同族会社である（甲54）。

被告及びその関連会社は、響谷フミキ・クルーズ名義で取得した商標「ファッションウォーカー/Fashion Walker」を使用したファッションウェブマガジンの展開を平成18年初めに開始しており、インターネット上で展開されるものとはいえ、その構成は明らかに雑誌そのものである（甲57）。

このような被告の使用は、出版物に使用されている、原告が使用する「ウォーカー/Walker」の構成からなる商標と関係があることを感じさせる不正な使用態様であり、原告が15年以上も前から現在に至るまで使用している「ウ

ウォーカー/Walker」の構成からなる商標のブランドイメージへのフリーライドの意思が十分にうかがえる。

また、被告の関連会社が運営するファッション関連の情報サイト及び小売サイト「shibuyawalker」のメールマガジンにつき、平成20年1月は「shibuyawalker News」という一連一体に書したタイトルのメールマガジンであった(甲110の1)にもかかわらず、同年2月末には「週刊/Shibuyawalker/NEWS」とロゴの態様を変え(甲110の2)、同年10月ごろからは「週刊Shibuyawalker」と態様が変わっている(甲110の3,4)。この態様の变化は、原告の「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」のブランドイメージにフリーライドするものである。

さらに、被告の関連会社である株式会社ベンチャー・オンラインは、当初は「学天」であったフリーマガジンにつき、平成18年7月から「学天walker」へと名称を変更している(甲58の1~3)。このことから、被告又はその関連会社が、原告の有する「ウォーカー/Walker」の構成からなる商標のブランドイメージにフリーライドしようとしているのは明白である。

以上のとおりの被告及びその関連会社による雑誌等の出版物を意図した事業展開を考慮すると、本件商標についても、いずれ出版物に使用される可能性が極めて高い。

そして、上記のとおり、被告が原告の「ウォーカー/Walker」の構成からなる商標のブランドイメージにフリーライドするかのような行為をしている以上、本件商標が出版物に使用された場合には、原告の「ウォーカー/Walker」の構成からなる商標と混同を生ずることになることは必定である。

3 商標法4条1項15号該当性についての最高裁判決との関係について

(1) 最高裁平成12年7月11日第三小法廷判決・民集54巻6号1848頁は、商標法4条1項15号にいう「他人の業務に係る商品又は役務と混同を生ずるおそれ」の有無につき、「当該商標と他人の表示との類似性の程度、他人の表示の

周知著名性及び独創性の程度や，当該商標の指定商品等と他人の業務に係る商品等との間の性質，用途又は目的における関連性の程度並びに商品等の取引者及び需要者の共通性その他取引の実情などに照らし，当該商標の指定商品等の取引者及び需要者において普通に払われる注意力を基準として 総合的に判断されるべきである」する。

(2) 原告使用商標の周知著名性

原告は，雑誌「東京ウォーカー／Tokyo Walker」を旗艦誌とし，「情報を示す語」と「ウォーカー／Walker」を含む構成からなる商標を中心に使用することによって事業を展開している。そして，この使用実績から，取引者及び需要者間において，原告の「ウォーカー／Walker」から構成される商標は，雑誌の内容・テーマ・対象によって，「 」が異なるということが十分に認識されており，そのような商標を原告が使用してシリーズ化した商品展開やそれに関連するサービス展開を行っていることは，広く認識されている。

そして，商品「印刷物」について，「ウォーカー／Walker」の商標を原告以外の第三者が一般的，大々的に使用している事実・状況は，本件商標の出願時及び登録査定時において存在せず（甲118～120），かつ，「ウォーカー／Walker」という語が，「情報を提供する」ための代名詞のようになった認識を，原告のウォーカーシリーズの存在ゆえに，取引者及び需要者が持つようになっている状況下では，例えば，雑誌「東京ウォーカー／Tokyo Walker」及び「横浜ウォーカー／YOKOHAMA Walker」がシリーズ化された商品であると知っている（原告の「ウォーカー／Walker」から構成される商標は，雑誌の内容，テーマ及び対象によって，「 」が異なるということを認識している）取引者及び需要者が，本件商標のような「その他の情報を示す語＋ウォーカー／Walker」の商標を使用した雑誌等に接した場合，「ウォーカー／Walker」の語の前に「情報を示す語」が記載されているという商標の構成が共通であるという点から，「著名情報雑誌『東京ウォーカー／Tokyo Walker

r』等と関連する雑誌である」と誤認混同する。

また、そもそも、取引者及び需要者は、「都市名又は地域名」(を示す名詞)と「その他の情報を示す語」(都市名又は地域名以外の名詞)を必ずしも区別して認識したり、両者の間に質的な差異を認めたりしているとはいえないから、「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の態様で出所混同を生ずるおそれが認められる以上、「(都市名又は地域名以外の)その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の態様においても、出所混同を生ずるおそれが認められる。

さらに、取引者及び需要者が、「都市名又は地域名」と「その他の情報を示す語」を区別して認識しているか否かにかかわらず、いずれにせよ、「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の商標に接したことがある取引者及び需要者、すなわち「原告が発行する『ウォーカー/Walker』の雑誌において、『情報を示す語』は『都市名又は地域名』以外にも使用される場合がある。」との認識を持っている取引者及び需要者が多く存在していた事実が存する以上、いずれにせよ、「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の態様においても出所混同を生ずるおそれがある。

したがって、一つ一つの「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の商標を記憶していないとしても、「原告が発行する『ウォーカー/Walker』の雑誌において、『情報を示す語』は『都市名又は地域名』以外にも使用される場合がある」という事実さえ取引者及び需要者が認識していれば、本件商標のような「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の商標を使用した雑誌等に接した場合、「過去に雑誌『東京ウォーカー/Tokyo Walker』の関連で何か『ウォーカー/Walker』(は「都市名又は地域名」以外の語)の雑誌が原告から発行されていたことがあるから、この『ウォーカー/Walker』(は「都市名又は地域名」以外の語)の雑誌も、雑誌『東京ウォーカー/Tokyo Walker』の関連の商品かな」と「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」シリーズの雑誌の著名性と関連付けて想起

することになる。

このことは、現時点において、原告が首都圏を中心とする書店従業員等に対して行ったアンケート結果（甲122）及びインターネットを利用した読者アンケート結果（甲123）からも裏付けられる。そして、これらのアンケート結果は、平成20年に実施されたものであるが、本件商標出願時の平成14年の時点においても、第三者が発行する「ウォーカー/Walker」という構成からなるタイトルを使用した雑誌やムックが存在しなかった以上、同様のことがいえる。

（3）原告使用商標の独創性

「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の商標の独創性について、原告使用商標の旗艦商標である「東京ウォーカー/Tokyo Walker」は、「東京を散歩する人」のようなイメージを生じさせるものの、全体として既存の名詞や用語などではなく、原告の独創的な商標、すなわち造語の商標である。このことは、原告が雑誌「東京ウォーカー/Tokyo Walker」を発行する以前に、「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」が存在していないこともろんのこと、「ウォーカー/Walker」という構成からなるタイトルの雑誌は国立国会図書館のデータベースによれば、1件も存在していなかったことから裏付けられる（甲118）。

また、「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の商標の独創性についても、例えば、「ゲームウォーカー/Game Walker」や「メンズウォーカー/MEN'S WALKER」という商標を見てみると「ゲームを散歩する人」、「男性たちの散歩する人」というイメージは生ずるものの、それが何を意味するのかは、その商標からは明確に理解できず、「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の商標についても原告の独創的な商標であるといえる。

そして、原告が「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の商標を使用した最初の雑誌である「ゲームウォーカー/Game Walker」を発行する以前に、「ウォーカー/Walker」という構成からなるタイトルの雑誌

は存在していなかった。

以上によれば、原告の「ウォーカー / Walker」の構成からなる商標が原告の独創的な商標である。

(4) 当該商標の指定商品等と他人の業務に係る商品等との間の性質，用途又は目的における関連性の程度

原告商標を使用している対象は、主として雑誌，ムック，書籍，フリーマガジン等の出版物であり，対象となっている商品は「印刷物」であるため，原告使用商標と本件商標との商品は同一又は類似である。

また，商標「Walkers Net」，「Walkerplus」，「サウンドウォーカー / Sound Walker」は，主にウェブサイト上でのサービスに関連する商標や，ラジオ放送に関連した商標として使用されたものの，それぞれ定期的に発行される雑誌と連動したウェブサイト・ラジオ放送であることから，本件商標における指定商品のうちの「印刷物」との関連性は十分高い。

(5) 商品等の取引者及び需要者の共通性

本件の対象となる商品は「印刷物」であるため，印刷会社，出版社，書店，広告会社等の取引者を共通にする。

また，原告がターゲットとしている需要者は一般消費者であり，その中でも取り分け，定期的に発行される「都市名又は地域名 + ウォーカー / Walker」は10代後半から30代前半の需要者を対象とする。被告も20歳～35歳の需要者を中心にビジネスを展開している（甲47等）。そうであるから，被告が印刷物に本件商標を使用する場合，需要者も，現在の被告の事業の需要者と同じになるであろうことは容易に推測される。

さらに，被告の事業である「TOKYO GIRLS COLLECTION」，「Kobe Collection」や「shibuyawalker」等の活動状況からみると，被告は，東京を始めとする大都市を中心として事業を展開していることがうかがえ，被告の事業が行われている地域と原告の事業が行われている地域と

は共通する。

したがって、商品等の取引者及び需要者は共通する。

なお、上記のとおり、仮に、個々の「その他の情報を示す語＋ウォーカー／Walker」の商標を使用した雑誌を取引者及び需要者が認識しておらず、シリーズ商品として明確に認識されているのが「都市名又は地域名＋ウォーカー／Walker」の商標を使用した雑誌等に限られていたとしても、「都市名又は地域名」以外の「その他の情報を示す語＋ウォーカー／Walker」の商標を使用した雑誌、増刊号、ムック、フリーマガジン等の出版物は原告の業務に係る商品であると認識するに足る十分な実情がある。

(6) 当該商品等の取引者及び需要者において普通に払われる注意力

原告が使用する商標は、主として雑誌、ムック、フリーマガジン等の出版物のタイトルや関連するウェブサイトの名称として使用されており、雑誌、ウェブサイトの最も目を引く部分に原告使用商標は使用されている。

また、被告も、携帯電話用のウェブサイトの名称として目を引く形で本件商標を使用している（甲47の2，甲104）。

被告が、同様の態様で出版物に本件商標を使用した場合、全く同じように、最も目を引く態様で使用されることが容易に予測できる。

(7) 小括

これらを総合的に勘案すると、本件商標「ショッピングウォーカー／Shopping Walker」は、「ショッピング／Shopping」という明確に雑誌の内容やテーマを示す「情報を示す語」と「ウォーカー／Walker」の語とを結合させた独創性のある造語商標ということができ、原告が長年にわたって使用してきた使用商標「東京ウォーカー／Tokyo Walker」を始めとする「

ウォーカー／Walker」の構成からなる商標と同じコンセプトに基づく商標である。

そして、原告は、上記構成からなる商標を複数種類かつ大量に、雑誌、ムック、

フリーマガジン等を含む商品「印刷物」に使用しており，その結果，本件商標の登録出願前から各種の販売促進活動を行うことにより，登録出願時及び登録査定時において，取引者及び需要者間において，周知著名性を獲得していた。

また，他に同様の構成からなる商標を商品「印刷物」に使用している第三者が実質的に存在していないこと，原告が「ウォーカー/Walker」商標を付した商品については，略称・総称として「ウォーカーシリーズ」や「ウォーカー」と新聞や雑誌等において報道され，シリーズ商品として認識されていること，被告が原告のブランドイメージにフリーライドしようとする意図があることなどの実情にかんがみれば，本件商標「ショッピングウォーカー/Shopping Walker」という商標が，標章としては一体不可分と認識される場合があるとしても，本件商標が「印刷物」に使用された場合，それに接した取引者及び需要者は，本件商標「ショッピングウォーカー/Shopping Walker」のコンセプトである「ウォーカー/Walker」という商標の構成に強い印象を受け，その結果，その商品が原告若しくは原告と営業上何らかの関係を有する者の業務に係る商品又は原告の業務に係る雑誌，ムック等の出版物のシリーズ商品の一つであるかのように，その商品の出所について混同を生ずるおそれがある。

以上のとおり，前掲最高裁平成12年7月11日第三小法廷判決における判断基準に照らしても，本件商標は，商標法4条1項15号に違反して登録されたものである。

4 結語

以上によれば，審決は，原告の使用商標に関しての事実認定とその評価を誤り，その誤った認定の下で，本件商標が商標法4条1項15号の該当性の有無を判断したものであって違法である。

また，原告のウォーカーシリーズの使用実績にかんがみれば，本件商標は，同号に違反して登録されたものであることが明らかであり，審決は，違法として取り消されるべきである。

第4 被告の主張

審決の認定判断は正当であり、審決には誤りはない。

1 原告使用商標の主張に対して

(1) 原告は、「東京ウォーカー / Tokyo Walker」のほか、「ハイウェイウォーカー / Highway Walker」まで16誌の情報誌を現在までに発行してきたと主張する。

しかしながら、本件商標の商標登録出願時である平成14年4月3日及び登録査定時である平成15年1月31日の時点では、「東京ウォーカー / Tokyo Walker」、「関西ウォーカー / Kansai Walker」、「東海ウォーカー / Tokai Walker」、「九州ウォーカー / Kyushu Walker」、「横浜ウォーカー / YOKOHAMA Walker」、「千葉ウォーカー / Chiba Walker」、「神戸ウォーカー / Kobe Walker」及び「北海道ウォーカー / Hokkaido Walker」の8誌のみが発行されており、その他は、既に廃刊又は未発行だったのであるから、本件商標が登録出願時及び登録査定時に商標法4条1項15号に該当していたかどうかの判断には関係しない。

また、「神戸ウォーカー / Kobe Walker」及び「北海道ウォーカー / Hokkaido Walker」は、本件商標登録出願の約2年前に刊行が開始されたにすぎず、「九州ウォーカー / Kyushu Walker」、「横浜ウォーカー / YOKOHAMA Walker」及び「千葉ウォーカー / Chiba Walker」は、本件商標登録出願の約5年～3年前から発行されたものであって、これらが短期間に周知著名性を獲得していたとも認め難い。

(2) 原告は、「ウォーカー / Walker」の構成からなる商標を使用した雑誌、ムック、書籍、フリーマガジン等を種々発行していると主張するが、これらは、単発的又は使用状況が不明なものがほとんどであり、「ウォーカー / Walker」の周知・著名性に貢献があったとは認められない。原告が主張する「マルチ

メディア戦略」についても同様である。

(3) 原告は、あたかも一般に使用されているかのように、「ウォーカーシリーズ」との造語を頻繁に使用するが、「ウォーカーシリーズ」の語は、原告自身及び一部の記事以外には使用されておらず、一般の取引者及び需要者において、これら商品がシリーズ商品として認識され、かつ、「ウォーカーシリーズ」と称されている事実を認めるに足る証拠は見当たらない。

また、執筆者や編集者が「ウォーカーシリーズ」の語を記事中に使用していたとしても、記事を執筆・編集したのが「出版業界」に属する当業者であって、一般の取引者及び需要者とは異なり業界内の事情に精通していることをも勘案すると、一般の取引者及び需要者の認識とはかなり隔たりがあったと考えられる。

さらに、執筆者が把握するところの「ウォーカーシリーズ」につき、原告の主張するような雑誌、ムック、フリーペーパー及びマルチメディアまで含む「一連の事業」の範囲と一致しているとは認められない。例えば、「人気タウン情報誌『ウォーカー』シリーズの第四弾として」(甲14の75)、「『ウォーカー・シリーズ』など角川書店のタウン誌の情報を活用」(甲15の22)、「タウン情報誌『ウォーカー』シリーズの情報収集・発信ノウハウを生かすとともに」(甲33の2)との記載のとおり、明らかに都市情報誌のみを指して「ウォーカーシリーズ」と呼んでいる。

以上のとおり、一般の取引者及び需要者が、「ウォーカーシリーズ」との原告の「一連の事業」が存在するとの認識を有している事実は認められない。

(4) 平成15年1月～6月の配本比率についてみるに、「東京ウォーカー / Tokyo Walker」の配本された地域はほとんど東京及びその周辺に限られており、東京、神奈川、埼玉及び千葉の4都県で90%を超え、「関西ウォーカー / Kansai Walker」は関西6県で95%以上であり、「東海ウォーカー / Tokai Walker」は愛知、岐阜、三重及び静岡で99%を占有し、「九州ウォーカー / Kyushu Walker」は九州、「横浜ウォーカー / YOKOH

AMA Walker」は神奈川にほとんど限られている（甲5の12の1）。

この配本比率の偏りは、その後の配本比率でも変わらず（甲5の12の2～甲5の14）、したがって、平成14年以前も地域的に配本比率が偏っていたものと推定され、原告発行の都市情報誌各誌は、それぞれ「Walker」の前に冠された地域のみで販売されている事実が認められる。

そうすると、同じ書店の棚に「東京ウォーカー / Tokyo Walker」と「関西ウォーカー / Kansai Walker」と「九州ウォーカー / Kyusyu Walker」というように、複数種類の都市情報誌がまとめて並んでいるというような光景は見られず、これらの都市情報誌を1人の需要者が複数種類購入するような状況も想像し難い。のみならず、「東京ウォーカー / Tokyo Walker」の需要者が、「九州ウォーカー / Kyusyu Walker」のような他の地域向けの雑誌の存在すら知らない可能性がある。

このような地域的に偏った販売が行われている状況にかんがみれば、原告の都市情報誌は複数種類発行されているものの、これがシリーズ化された商品であると認識している需要者がそれほど多いとは認め難い。

原告は、「都市名又は地域名 + ウォーカー / Walker」の雑誌につき、閲読率が高いと主張する。しかしながら、その調査は都市部（全国7地区）でのみ行われ（甲13の14）、この全国7地区は原告が都市情報誌を配本している区域とほぼ重なっている。これが発行部数など他の指標に比べて、原告の都市情報誌の「閲読率」だけが異常に高い数値を示す理由である。全国7地区の人口は、約4000万人であり（甲13の14）、日本の総人口約1億2000万人の1/3に当たるから、他の地域性に乏しい一般の雑誌と単純に数値で比較するときには、閲読率も3分の1としなければならない。

(5) 原告が主張する新聞・雑誌等に掲載された記事（甲14の1～376、甲16の1～57、甲15の1～68）というのも、記事中に「東京ウォーカー」等の雑誌名が単に含まれているだけのものが大多数であり、原告の主張するところの

「ウォーカーシリーズ」が「一連の事業」を示すものとして著名である事実が認められるものではない。また，原告が挙げた記事の内容も，特定の都市情報誌のみについて取り上げられたものにとどまる。

(6) 原告が主張する各地域の「都市名又は地域名＋ウォーカー／Walker」合同のイベント，合同企画及び合同懸賞については，応募者や参加者の人数が明らかにされておらず，また，雑誌の懸賞ページを熟読する読者がそれほどいるとは考えられない。「全国ウォーカー祭り」等においても，各会場ごとに，その地域で販売されている都市情報誌の名称が掲げられているが，シリーズ商品であることを認識させるような商標の使用態様は見当たらない。

(7) 原告の主張によれば，原告と特約した全国の書店において他の地域で発売している「都市名又は地域名＋ウォーカー／Walker」誌を購入することができるとする，「Walker Club」が実施されたのは平成12年6月から平成15年4月までとのことであり，企画倒れに終わったものと推測される。住んでいない地域の情報を入手したがる需要者がそれほど多くいるはずもなく，平成12年以降の配本比率は，各誌ともそれ以前と変わらず（甲26の12の1等），地域的に著しく偏ったままである。

(8) 公式サイト「Walkers Net」，「Walker plus」については，サイト閲覧者数等が明確でない。

(9) 日本有名商標集第3版（甲18の1）への掲載は，平成16年発行分であって本件の審理に影響を及ぼさない。原告は，平成10年に掲載を希望すれば，選定されていたとするが，独善的な推測にすぎない。

なお，甲18の1には，例えば「MEN'S WALKER」等の原告の主張する「その他の情報を示す語＋ウォーカー（Walker）」の構成よりなる商標は，一つも掲載されていない。

(10) 原告は，他の企業や団体等との共同により，ウォーカーシリーズのフリーマガジンを発行していたと主張するが，本件商標登録出願前のものは種類もごく一

部であり，発行部数もそれほど多くない。また，その配布方法や配布地域も明らかでなく，どれほどの数が実際に需要者の手に渡ったのかも証明されていない。

(11) 原告は，「ウォーカーシリーズ」の事業を，ラジオ，テレビ及びインターネットにおいても展開し，また，クレジット会社等と提携してきたとし，雑誌，ムック等の印刷物についての原告の「ウォーカーシリーズ」が非常に高いブランド力を有していることを主張する。

しかし，ラジオやテレビ番組はスポンサーになっただけであり，ウェブサイトの開設はだれでも可能である。カード会社等との提携についても，特に難しい条件があるとは思われない。

(12) 原告が首都圏を中心とする書店従業員に対して行ったアンケート結果（甲122）は，平成20年に実施されたものであって，本件商標の登録出願時及び登録査定時とはかけ離れているので意味がない。また，同アンケートは，原告が取引相手である書店に対して行ったものであり，前提として「これからも角川と取引したいですか」との質問がされているようなものであって，原告が意図するような回答をする以外は，「取引したくない」と答えるようなものであり，このアンケートの結果には信頼性がない。

(13) 以上によれば，仮に，各商標に冠された各都市や地域それぞれにおいて，原告の発行する都市情報誌の商標が地域限定的に周知性を獲得していたとしても，その都市や地域以外の需要者は，雑誌が発行されていることすら知らず，まして「ウォーカー」が原告の「一連の事業」を表すものと需要者が認識していた事実が存在したとは認められない。

また，原告主張の「『その他の情報を示す語＋ウォーカー（Walker）』シリーズ」について，原告の商品は主として雑誌であるが，雑誌が何らかの情報を媒介するものである以上，その内容を需要者が直ちに認識できるように，雑誌の題号として雑誌が伝えようとする内容を示す語を使用することはごく一般的に行われており，原告が独占排他的に「情報を示す語」を含む商標を採用しているわけではない。

さらに、遅くとも本件商標の登録出願時から現在に至るまで、「ウォーカー(Walker)」の語は、「ウォーカー」、「Walker」のように事物を表す語を冠した態様で、その事物に関する情報を提供する雑誌や書籍の題号として原告以外の当業者により汎用されている。「ウォーカー」のような構成からなる商標が、指定商品を「印刷物」、「電子出版物」として多数登録されており(甲65の1,2)、また、原告に関係しない「ウォーカー」のような名称の書籍が多数流通している(甲65の3)。

2 混同を生ずるおそれがないことについて

(1) 本件商標は、「ショッピングウォーカー」の片仮名文字及び「Shopping Walker」の欧文字を上下二段に横書きしてなり、各文字は同じ書体でまとまりよく一体的に表してなるものであって、視覚上「ショッピング」「Shopping」と「ウォーカー」「Walker」とに分離される理由はなく、また称呼も冗長とはいえずよどみなく一連に称呼し得るから、構成全体をもって一体不可分の商標と理解され、「ショッピングウォーカー」の一連の称呼のみを生じ、一種の造語よりなると判断される。

したがって、「東京ウォーカー/Tokyo Walker」等とは外観、観念及び称呼のいずれにおいても紛らわしいものではない。

(2) また、原告提出の各証拠を総合すると、「ウォーカー」が原告の「一連の事業」を表す著名な商標であるとの事実もうかがえないから、本件商標の商標登録出願時及び登録査定時において、一般消費者が雑誌等の印刷物を購入する際に本件商標に接したとしても、上記のとおり全体として一体不可分のものとして認識し、原告の「一連の事業」を想起して出所の混同を生ずるおそれはない。

3 商標法4条1項15号該当性についての最高裁判決との関係との主張に対して

次のとおり、前掲最高裁平成12年7月11日第三小法廷判決に照らしても、本件商標は、商標法4条1項15号に該当しない。

(1) 本件商標と他人の表示との類似性の程度に対して

本件商標は、一連の造語からなり一体不可分にのみ把握されるから、原告の「TokyoWalker」等の使用商標とは、外観、観念及び称呼のいずれも紛らわしいとはいえず、類似しない。

(2) 他人の表示の周知著名性に対して

本件商標の登録出願時及び登録査定時には、原告の「TokyoWalker」等の都市情報誌の商標が使用されていたにとどまる。仮に、各都市情報誌が販売されている限定的な地域内でのみ、各商標が個々にある程度周知になっていたとしても、これを超えて、「ウォーカー/Walker」の語が原告のシリーズ商品や一連の事業を表示するものとして著名性を獲得していたとは認められない。

(3) 独創性の程度に対して

「ウォーカー/Walker」は、「歩く人」「散歩する人」等の意味を有する英単語又は英国系の人名及びその発音の日本語表記であって、我が国でも広く知られた既存語である。原告の各使用商標は、既存の語（「東京」「関西」「九州」「東海」等と「ウォーカー/Walker」）を組み合わせたにすぎない構成であるから、純然たる造語に比較すると独創性は薄い。

(4) 当該商標の指定商品等と他人の業務に係る商品等との間の性質、用途又は目的における関連性の程度に対して

本件商標の登録無効請求に係る指定商品「印刷物」と、原告の使用商標を使用した商品「雑誌」とが同一又は類似であることは認めるが、ウェブサイトやラジオ放送との関連性は薄い。

(5) 商品等の取引者及び需要者の共通性に対して

上記(4)のとおり、本件商標の登録無効請求に係る指定商品「印刷物」と原告の商品は同一又は類似するが、被告がどのような事業を行っているかについては関係がない。

(6) 当該商標の取引者及び需要者において普通に払われる注意力に対して

本件商標の登録無効請求に係る「印刷物」等については、需要者は一般消費者であり、通常程度の注意力が払われると見て差し支えない。

また、取引業者は、より高い注意力を有し、混同を生ずるおそれはない。

4 以上によれば、本件商標は商標法4条1項15号に違反して登録されたものではなく、審決には何らの違法もない。

第5 当裁判所の判断

1 原告使用の商標等について

(1) 証拠（後記掲記のもの）及び弁論の全趣旨によれば、次の事実が認められる。

ア 原告は、出版業、図書及び定期刊行物の販売、フリーペーパーの発行等を業とする会社である。

イ 原告は、平成2年3月、東京を中心とする首都圏のイベント、レジャー、映画、音楽、スポーツ、テレビ番組、演劇、ドライブ、飲食店の情報等について掲載する都市情報誌「東京ウォーカー / Tokyo Walker」を創刊した（当初は週刊、平成16年4月から隔週刊）。その後、原告又は原告の関連会社は、その地域の都市情報を掲載する都市情報誌として、平成6年6月に「関西ウォーカー / Kansai Walker」、平成8年7月に「東海ウォーカー / Tokai Walker」、平成9年6月に「九州ウォーカー / Kyushu Walker」、平成10年3月に「横浜ウォーカー / YOKOHAMA Walker」、平成11年6月に「千葉ウォーカー / Chiba Walker」並びに平成12年6月に「神戸ウォーカー / Kobe Walker」（平成20年3月で休刊）及び「北海道ウォーカー / Hokkaido Walker」を創刊し、「神戸ウォーカー / Kobe Walker」を除き、現在まで発刊している。（甲3～11）

これらの雑誌の表紙は、いずれも、上部に横書きで「Tokyo Walker」、
「Kansai Walker」、
「Tokai Walker」等の英文字による雑誌

名が，中央に若手の女性タレント等の写真が，中央から下部にかけて特集記事の表題等が，それぞれ配置されるなどの類似した構成が採られている（甲４～１１）。

ウ 平成４年から平成１７年にかけての「東京ウォーカー／Tokyo Walker」，「関西ウォーカー／Kansai Walker」，「東海ウォーカー／Tokai Walker」，「九州ウォーカー／Kyushu Walker」及び「横浜ウォーカー／YOKOHAMA Walker」の各年の１号当たりの平均販売部数は，社団法人日本ABC協会の雑誌公査レポート等に基づく別紙「東京ウォーカー等平均販売部数」のとおりである（甲１２）。このうち，「東京ウォーカー／Tokyo Walker」や「関西ウォーカー／Kansai Walker」の平均販売部数は，著名な週刊誌の一つである週刊朝日の平均販売部数を時には上回るものであり，また，「東海ウォーカー／Tokai Walker」，「九州ウォーカー／Kyushu Walker」及び「横浜ウォーカー／YOKOHAMA Walker」の平均販売部数も相当の冊数に及ぶもので，いずれも，多くの雑誌の中で上位の販売部数を得ている（甲１２）。

これらの雑誌は，いずれも，大学生，２０歳代の若い社会人を主な読者層とし，その配本先のほとんどが，「東京ウォーカー／Tokyo Walker」は東京都，埼玉県，神奈川県及び千葉県，「関西ウォーカー／Kansai Walker」は大阪府，兵庫県，京都府，奈良県，滋賀県及び和歌山県，「東海ウォーカー／Tokai Walker」は愛知県，岐阜県，三重県及び静岡県，「九州ウォーカー／Kyushu Walker」は福岡県，佐賀県，大分県，長崎県，熊本県等の九州と山口県並びに「横浜ウォーカー／YOKOHAMA Walker」は神奈川県及び東京都というように，情報の対象となる都市及びその近辺の地域にほぼ限定されている（甲１２）。

エ 原告は，各地域の「都市名又は地域名＋ウォーカー／walker」の雑誌の宣伝の一環として，平成１２年に全国８都市の会場で，「全国Walkerまつり」との販売促進活動を展開し（甲４の１２の３７，甲１４の２３２，２３３），

新聞紙上にその広告を掲載する（甲30の2の19）などした。

原告は、平成11年4月、新聞紙上に「東京ウォーカー／TokyoWalker」、「関西ウォーカー／KansaiWalker」、「東海ウォーカー／TokaiWalker」、「メンズウォーカー」等を紹介し、「首都圏Walker100万部へ、6/8（火）千葉ウォーカー創刊!」、「各都市ウォーカー&増刊号も絶好調」「メンズウォーカー 本日新装刊」との記載をした広告（甲30の2の15）、

同年6月、「千葉ウォーカー」の創刊に当たり、首都圏における新聞紙上で、「東京にひとつ、神奈川県にひとつ、そして、きょう千葉県にひとつ。首都圏ウォーカー3誌100万部体制へ!」とする「東京ウォーカー／TokyoWalker」、「横浜ウォーカー／YOKOHAMAWalker」及び「千葉ウォーカー／ChibaWalker」合同の広告（甲30の2の16）、同年11月の新聞紙上で、「東京ウォーカー／TokyoWalker」、「関西ウォーカー／KansaiWalker」などの当時発刊されていた「都市名又は地域名+ウォーカー／Walker」を合同して紹介し、「探す。見つかる。遊びの情報。11月22日（月）発売のウォーカー各誌です。」などと記載された「Walkers Festival'99」の広告（甲30の2の17）、平成12年11月の新聞紙上で、「全国Walkerまつり 2000winter 東京会場 横浜会場 千葉会場（甲30の2の19）、「全国Walkerまつり 2000winter 全国8大都市会場でBSデジタル放送（12/1スタート）先取りイベント開催!」、「全国300万部、好評発売中」と記載し、「東京ウォーカー／TokyoWalker」、「関西ウォーカー／KansaiWalker」などの「都市名又は地域名+ウォーカー／Walker」8誌を紹介した広告（甲30の2の20）を行った。

そして、原告が、販売促進活動の一環として、平成10年11月に東京、横浜、名古屋、大阪及び福岡の会場で実施した「Walkers' Festival '98秋」（甲7の2の16、17、甲8の4の6、甲9の6の15、甲11の3の20、甲30の5の2）、平成11年6月に東京、横浜、千葉、名古屋、大阪及び福

岡の会場で実施した「Walkers' Festival '99 Summer」(甲6の2の2, 甲7の3の13, 甲9の7の11, 甲11の4の13, 甲30の5の7), 同年11月に東京, 横浜, 千葉, 名古屋, 大阪及び福岡の会場で実施した「Walkers' Festival '99 Autumn」(甲7の3の24, 甲11の4の24, 甲30の5の10), 平成12年6月に札幌, 東京, 横浜, 千葉, 名古屋, 大阪, 神戸, 福岡の会場で実施した「全国Walkerミーティング」(甲4の12の23, 甲5の2の3, 甲6の3の16, 甲8の6の12, 甲9の8の12, 甲11の5の15, 甲30の5の11), 同年11月に札幌, 東京, 横浜, 千葉, 名古屋, 大阪, 神戸及び福岡の会場で実施した「全国Walkerまつり2000 winter」(甲5の2の8, 9, 甲8の6の18, 甲9の8の20, 21, 甲10の2の6, 7, 甲11の5の21, 22, 甲30の5の12)などでは, 「東京ウォーカー/TokyoWalker」, 「関西ウォーカー/KansaiWalker」等の当該会場所在地を対象地域とする「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」各誌にその開催の案内がされるとともに, その開催会場において, これらの当該会場を対象とする「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」の雑誌名のほかに, 「Walkers' Festival」, 「全国Walkerミーティング」や「全国Walkerまつり」との掲示がされた。

オ 原告は, 平成12年6月から平成15年4月まで, 原告と特約した全国の書店において, 他の地域で発売している「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」誌を購入することができる「Walker club」の制度を実施し(甲17の1~3), その内容を, 「東京ウォーカー/TokyoWalker」, 「関西ウォーカー/KansaiWalker」, 「北海道ウォーカー/HokkaidoWalker」等の雑誌にも掲載した(甲4の12の19, 22, 甲5の2~4, 甲6の3~5, 甲7の4~7, 甲8の6, 甲9の9, 甲10の2, 甲11の5~7)。

もっとも, 上記「Walker club」の制度が実施されていた期間を含む平成15年1~6月の日本ABC協会雑誌発行社レポートの都道府県別配本比率を

みると、「東京ウォーカー／TokyoWalker」につき、東京が56.93%、埼玉が14.37%、神奈川が11.39%、千葉が7.40%、栃木が1.05%であるほかは、すべて1%未満、「関西ウォーカー／KansaiWalker」につき、大阪が57.74%、兵庫が15.50%、京都が12.89%、奈良が5.18%、滋賀が3.64%、和歌山が2.54%であるほかは、すべて1%未満、「東海ウォーカー／TokaiWalker」につき、愛知が68.19%、岐阜が13.28%、三重が10.51%、静岡が7.20%であるほかは、すべて1%未満、「九州ウォーカー／KyushuWalker」につき、福岡が70.85%、佐賀が7.74%、大分が5.52%、長崎が4.57%、熊本が3.94%、山口が3.68%、鹿児島が1.47%、宮崎が1.09%であるほかは、すべて1%未満、「横浜ウォーカー／YOKOHAMAWalker」につき、神奈川が89.37%、東京が7.61%であるほかは、すべて1%未満というものであって(甲12の12の1)、各誌とも、その販売は、「東京ウォーカー／TokyoWalker」と「横浜ウォーカー／YOKOHAMAWalkerウォーカー」など首都圏の3誌の販売地域が一部重なっていること(なお、「神戸ウォーカー／KobeWalker」の都道府県別配本比率は不明であるが、「関西ウォーカー／KansaiWalker」と「神戸ウォーカー／KobeWalker」も販売地域が重なっていたと考えられる。)を除くと、情報対象地域及びその周辺地域はそれぞれ限定され異なっており、その後も、この傾向に変化はない(甲12の12の2)。

力 遅くとも、平成3年以降、「東京ウォーカー／TokyoWalker」の記事中には、そのコーナー名として、下部の欄外に記載する形式などで、「EVENTウォーカー」、「MOVIEウォーカー」、「MUSICウォーカー」、「SPORTSウォーカー」、「ARTウォーカー」、「NIGHTウォーカー」、「VIDEOウォーカー」、「CDウォーカー」などの名称が使われ(甲4の3～10、12～18)、その後、創刊された他の地域の「都市名又は地域名+ウォーカー／

Walker」誌でも同様の記載がされた（甲5の2～9，甲6の2～10，甲7の2～11，甲8の5～12，甲9の2～15，甲10の2～9，甲11の2～12）。

キ 原告は，平成8年，雑誌「東京ウォーカー／Tokyo Walker」と連携する形のウェブサイトを開設し（甲32の1～3），平成9年ころからは，その他の「地域名＋ウォーカー／Walker」誌も含めて，これらと連携する形でインターネット上のウェブサイト「Walkers Net」を開始し（甲31，甲32の4，7～17），平成12年から「Walker plus」を運営し，現在は，同ウェブサイトにおいて，グルメ，映画，ウエディングなどの情報を提供している（甲31の2，甲33の1～61，64～73，75～90）。

ク 原告は，ニッポン放送と提携し，平成11年10月から平成14年9月まで，東京，横浜及び千葉のウォーカー3誌とニッポン放送によるラジオ番組「サウンドウォーカー」を放送した。同番組において，東京，横浜及び千葉の街情報として，飲食店，イベントなどの情報が提供された（甲4の11～14，甲6の2，3，甲7の3，4）。

また，原告は，テレビ神奈川と協力し，同放送局において，平成10年3月，雑誌「横浜ウォーカー」の創刊を記念する横浜の街情報番組「横浜ウォーカーTV『ヨコハマでアソぼっ』」を放映し，また，同年8月から，雑誌「横浜ウォーカー」と連動した情報番組「Yokohama Walker TV」を数年にわたり放映した（甲7の5～8，甲60）。

原告は，平成12年4月から同年9月ころまで，テレビ東京において，深夜の時間帯に，雑誌「東京ウォーカー」に掲載の情報等を紹介する情報番組「TV Walker」を毎週放送した（甲4の12）。

ケ 平成12年，東洋水産は，原告と提携し，コンビニエンスストア中心で販売するカップ麺に，原告が発行する「都市名又は地域名＋ウォーカー／walker」の雑誌の表紙デザインを容器にあしらひ，中身はその地方に関連するラーメン味と

して、「東京ウォーカー醤油豚骨ラーメン」、「北海道ウォーカーみそラーメン」、「神戸ウォーカー豚骨醤油ラーメン」、「横浜ウォーカー 横浜醤油ラーメン」、「東海ウォーカー みそ煮込みうどん」、「九州ウォーカー 博多豚骨ラーメン」を発売した（甲14の236～240，243，260，261，263）。

また，平成14年，信販会社の株式会社アプラスは，原告と提携し，原告が発行する「東京ウォーカー」など全国8地域の情報誌との共同企画として，これらの雑誌で紹介された飲食店での割引や映画試写会への招待などの特典が得られるクレジットカード「アプラスWalker Card」を発行することになった（甲14の310）。

コ 原告は，上記の「地域名+ウォーカー/Walker」との雑誌のほかに，定期刊行物として，平成6年11月にゲーム情報を掲載した月刊情報誌「ゲームウォーカー/Game Walker」（甲20の2～8，甲103の1），平成7年6月に生活情報月刊誌「マンスリーウォーカー/MONTHLY WALKER」（甲21の2，3，甲103の2の1。平成8年10月で休刊），平成8年11月に男性向け隔週刊誌「メンズウォーカー/MEN'S WALKER（又はMW）」（甲22の2～6，甲103の2の2。平成12年9月に休刊），平成9年1月に海外旅行情報の月刊誌「ワールドウォーカー/World Walker」（甲23の2，3，甲103の3。平成11年2月に休刊），平成9年～平成15年の各4月に新社会人向けの情報誌「フレッシュワーカー/Fresher's Walker」（甲25の4），平成16年9月に比較的年齢層の高い読者向けの隔月情報誌「大人のウォーカー」（東京，関西，東海，九州版がある。甲24の1），平成17年10月に映画関連の情報等を掲載するフリーマガジン「シネコンウォーカー」（甲25の55），平成18年5月から，ドライブ情報等を掲載し，東日本に所在する高速道路のサービスエリア等で配布されるフリーマガジンの月刊誌「ハイウェイウォーカー」（甲25の64）を発行した（甲26）。

平成7年から平成12年にかけての「ゲームウォーカー/Game Walker

r」,「マンスリーウォーカー / MONTHLY WALKER」,「メンズウォーカー / MEN'S WALKER」及び「ワールドウォーカー / World Walker」の各年の1号当たりの平均発行部数(印刷部数。上記ウの平均販売部数とは異なる。)は,別紙「ゲームウォーカー等平均発行部数」のとおりである(甲111)。

サ 原告は,「東京ウォーカー / Tokyo Walker」,「関西ウォーカー / Kansai Walker」,「メンズウォーカー / MEN'S WALKER (又は MW)」,「ゲームウォーカー / Game Walker」等の増刊号,ムック本又は単行本などで,単発的又は数回にわたる形や定期的な形式で,次の出版物等を発行した。

平成4年2月にカドカワトラベルハンドブックとして「ニューヨーク・ウォーカー」(甲19の1),「パリ・ウォーカー」(甲19の2)及び「ロンドン・ウォーカー」(甲19の3),同年3月にカドカワトラベルハンドブックとして「香港・ウォーカー」(甲19の4),同年5月にカドカワトラベルハンドブックとして「シンガポール・ウォーカー」(甲19の5),同年7月にカドカワトラベルハンドブックとして「イスタンブール・ウォーカー」(甲19の6)及び「カナダ・ウォーカー」(甲19の7),同年9月にカドカワトラベルハンドブックとして「グアム・ウォーカー」(甲19の8),同年12月にカドカワトラベルハンドブックとして「サイパン・ウォーカー」(甲19の9),平成5年6月にカドカワトラベルハンドブックとして「イタリア・ウォーカー」(甲19の10),「タイ・ウォーカー」(甲19の11)及び「ハワイ・ウォーカー」(甲19の12),平成5年10月にカドカワトラベルハンドブックとして「ウィーン / プラハ / 東欧ウォーカー」(甲19の13)及び「ヨーロッパ・ウォーカー」(甲19の14),平成6年4月にカドカワトラベルハンドブックとして「オーストラリア・ウォーカー」(甲19の15),平成8年1月にパソコン情報誌「クリックウォーカー」(甲25の2),同月にミュージカル情報についての「Musical Walker」(甲25の3),平成9年12月にデジタル商品情報についての「デジタルウォーカー / DIGITAL WALKER」(甲

25の6),平成10年10月に男性若者向けのファッション雑誌誌「ボーイズウォーカー/Boys'Walker」(甲25の9),平成10年11月に東京ゲームショウ'98秋のガイドブックである「東京ゲームショウウォーカー/TOKYO GAMESHOW Walker」(甲25の10),平成11年11月に「広島ウォーカー/HiroshimaWalker/広島の安くてうまい店374」(甲19の18の1),平成12年1月にインターネットについての情報誌「e WALKER」(甲25の17),同年5月に旅行情報誌「HawaiiWalker」(甲19の19),同年6月に千葉の飲酒店情報についての「Walker's BAR CHIBA 68/千葉のバー68店」(甲25の21),同年8月にビジネスマン向けのパソコン情報誌「ウェブウォーカー/Web ウォーカー」(甲25の22),同月及び平成13年1月にインターネット端末等の情報誌「ネットワークウォーカー/NetworkWalker」(甲25の23),同年1月に「TokaiWalker増刊号 東海のみちゃめちやうまい店」(甲19の20の1),同年8月に「ウォーカームック 1 ウォーカーグルメ 東京」(甲25の75の1)及び「ウォーカームック 2 ウォーカーグルメ 横浜」(甲25の75の2),同年11月に「ウォーカームック Vol.3 関西ウォーカーグルメ」(甲25の75の3),同年12月に「TokaiWalker増刊号 東海のみちゃめちやうまい店2001」(甲19の20の2),平成13年5月に「広島ウォーカー/HiroshimaWalker」(甲19の18の2)及び「JAPANWalker」(甲19の22),同年6月,平成14年1月及び同年7月に「ソウルウォーカー/SeoulWalker」(甲19の23),平成13年8月に「東北ウォーカー/TohokuWalker」(甲19の25),「パパママWALKER」(甲25の25)及び「静岡ウォーカー/ShizuokaWalker」(甲71の20),同年11月に「イタリアウォーカー/ItaliaWalker」(甲19の27),平成14年1月に「埼玉ウォーカー/SaitamaWalker」(甲19の29),同年4月に「東海DriveWalker」(甲25の31),同年8月に「ハワイ

ウォーカー / Hawaii Walker」(甲19の31),同月,平成15年8月,平成16年4月,同年7月,同年8月,同年10月,平成17年1月,同年5月,同年7月,同年10月,平成18年1月,同年4月,同年7月及び同年10月に家族向けのレジャー情報等を掲載した「ファミリーウォーカー / Family Walker」(関東,関西,東海,九州版がある。甲24の2),平成14年11月に「ウォーカームック Vol.6 ウエディングウォーカー / Wedding Walker」(甲25の75の4),同年12月,平成15年6月に「ウォーカームック 湯沢の温泉休日」(甲25の75の12),平成14年12月,平成15年12月及び平成16年12月に「東海 温泉ウォーカー / Onsen Walker」(甲25の35),平成15年1月,同年7月及び平成17年1月に小学生女子とその親を対象とした情報誌「ウォーカーキッズ / Walker Kids」(甲25の37),平成15年1月にお台場,舞浜,幕張及びみなとみらい地区所在の店舗等の情報誌「湾岸ウォーカー」(甲25の36),同年10月,平成17年4月及び同年12月に「Tokai Walker 増刊号 めちゃうまWalker」(甲25の39),平成16年3月に「ウォーカームック 17 超横浜」(甲25の75の13),同年4月に「ウォーカームック18 ケンタロウ式シンプルクッキング」(甲25の75の14),同年8月に人気音楽バンドについての「GLAY EXPO Walker」(甲25の42),同年9月に「ウォーカームック 20 大人のウォーカー EXCELLENT 東海旅本」(甲25の75の15),同年12月に「京都ウォーカー / Kyoto Walker」(甲19の39),平成17年3月に「ウォーカームック 21 東海ウォーカー スーパーガイド 愛知万博&名古屋新名所MAP 2005」(甲25の75の16),同年に「ウォーカームック22 フィレンツェを歩く」(甲25の75の17),「ウォーカームック 23 日帰りスパ&温泉宿 関東版」(甲25の75の18),「ウォーカームック 24 Go!Go!Drive 湯+遊ドライブ 関西版」(甲25の75の19),「ウォーカームック 25 Go!Go!Drive 湯+遊ドライブ 東海版」(甲25の75の20),

「ウォーカームック 26 Go!Go!Drive 湯の街ドライブ 九州版」
(甲25の75の21),「ウォーカームック 28 九州ドライブBOOK」(甲
25の75の23),「ウォーカームック 31 秋葉原AkibaWalker」
(甲25の75の26)及び「ウォーカームック 34 スーパー銭湯ブック」(甲
25の75の29),平成17年6月に「ウォーカームック 27 愛知万博夏休
み攻略ガイド」(甲25の75の22),同年8月に「ウォーカームック 29 足
立区Walker」(甲25の75の24)及び「ウォーカームック ウエディン
グウォーカー チャペルウエディング」(甲25の75の25),同年11月に「ウ
ォーカームック32 人気パティシエ20人が教える 極上スイーツ簡単レシピ」
(甲25の75の27),同年12月に「ウォーカームック 33 札幌の美味し
い1016店」(甲25の75の28),平成18年3月に「ウォーカームック 3
5 池袋Walker」(甲25の75の30)及び「ウォーカームック 36
別冊神戸ウォーカー 空港と街 06年最新!神戸の完全保存版」(甲25の75
の31),同年4月に「ウォーカームック 38 大好き!北海道ドライブBOOK」
(甲25の75の33),同年5月に「ウォーカームック 39 東海得宿」(甲
25の75の34),同年6月に「ウォーカームック 40 堺市Walker」(甲
25の75の35)及び「ウォーカームック 41 湘南鎌倉Walker」(甲
25の75の36),同年7月に「ウォーカームック 42 さいたまWalker
」(甲25の75の37),同年9月に「ウォーカームック 43 町田相模原W
alker」(甲25の75の38),同年10月に「ウォーカームック 44 川
崎市Walker」(甲25の75の39),「ウォーカームック 45 江東区W
alker」(甲25の75の40),「ウォーカームック 46 秋葉原Akiba
aWalker」(甲25の75の41)及び「ウォーカームック 48 グルメ
TokaiWalker」(甲25の75の43),同年11月に「ウォーカームツ
ク 49 足立区Walker vol.2」(甲25の75の44)及び「ウォーカ
ームック 50 北九州市Walker」(甲25の75の45),同年12月に「ウ

ウォーカームック 47 札幌の美味しい店739名店」(甲25の75の42)及び「ウォーカームック 51 枚方Walker」(甲25の75の46), 同年に「ウォーカームック 37 福岡のバリうまグルメ全717軒」(甲25の75の32)。

シ また, 原告は, 商品の宣伝広告等を目的とする旅行会社, 自動車会社, 鉄道会社, ショッピングセンター, 携帯電話通信事業会社, 電気製品製造会社, 衣服販売会社, 文部科学省, 日本中央競馬会などの企業や機関等との共同発行又はその依頼に基づく企画編集等として, 雑誌, 「東京ウォーカー」の別冊付録, 雑誌又はパンフレット等の形で, 次の出版物等の発行に関与した。

平成7年3月に「マックウォーカー/MacWalker」(甲25の1), 平成11年2月以降の年刊「UniformWalker」(甲25の11), 平成11年8月に「drive walker/ドライブウォーカー」(甲25の15), 平成11年ころにフリーマガジン「ドコモウォーカー/DoCoMoWalker」(甲25の12)及び「KC旅ナビクラブWalker」(甲25の14), 平成12年3月に「無印良品Walker」(甲25の19), 同年4月に「アイモードウォーカー/imodeWalker」(甲25の20), 同年6月以降の年刊「キャンパスウォーカー/CampusWalker」(甲25の26), 平成13年ころに「コナカウォーカー/KonakaWalker」(甲25の76), 平成13年11月にフリーマガジン「ウォーカーズリビング/Walker's Living」(甲25の28), 同年11月から年約2回発行の「就職ウォーカー/SHUSHOKUWalker」(甲25の29), 平成13年12月に「TokyoWalker増刊号/WindowsXP」(甲19の28), 平成14年に「競馬ウォーカー/KeibaWalker」(甲25の78)及びフリーマガジン「istWalker」(甲25の30), 平成14年7月及び平成15年に「関門ウォーカー/KanmonWalker」(甲25の32, 79), 平成14年8月に「ウォーカースタイル/WalkerStyle」(甲25の33), 平成15年ころに「江戸

Walker」(甲19の33),平成15年3月ころにフリーマガジン「JR Walker 札幌～行こう!」(甲25の38),平成16年に「モビリオウォーカー/MobilioWalker」(甲25の40),平成16年7月にフリーマガジン「TokyoWalker/おサイフケータイスペシャル」(甲19の35),同年12月にフリーマガジン「TokyoWalker/EZナビウォークスペシャル」(甲19の37),平成16年にフリーマガジン「トラベルウォーカー/Travelウォーカー」(甲25の44),平成16年～平成17年にかけてフリーマガジン「TokyoWalker/TYO SPECIAL」(甲19の40),平成16年から平成18年にかけて生命保険会社の顧客配布用のフリーマガジン「ウォーカーダイジェスト/Walkerdigest」(甲25の62,63),平成17年にフリーマガジン「アサヒウォーカー/AsahiWalker」(甲25の45),平成17年3月にフリーマガジン「北海道日本ハムファイターズウォーカー/Hokkaido NIPPON-HAM FIGHTERS Walker」(甲25の46),同年4月に「AQUA STADIUM Walker」(甲25の83),同年6月及び同年8月にフリーマガジン「MovieWalker」(甲25の48),同年7月にフリーマガジン「ローソンWalker」(甲25の49),同年9月にフリーマガジン「香港ウォーカー/HongkongWalker」(甲19の44)及びフリーマガジン「NECソフトウォーカー/NECsoftWalker」(甲25の52),平成17年10月に「放出ウォーカー/HanatenWalker」(甲19の46),フリーマガジン「オーロラモールジュンヌウォーカー/AuroraMallJUNNU Walker」(甲25の56)及び別冊付録「JRAWalker」(甲25の86),同年11月にフリーマガジン「アキバウォーカー/AkibaWalker」(甲19の47),同年12月にフリーマガジン「着物ウォーカー/KimonoWalker」(甲25の57),平成18年ころにパンフレット「エイチ・アイ・エス函館ウォーカー/H.I.S.Hakodate Walker」(甲25の68),平成18年1月にフリーマガジン

「TokyoWalker / 旅 / 海外旅行スペシャル」(甲19の49), 平成18年1月, 同年6月及び平成19年1月に別冊付録「ウエディングウォーカー / WeddingWalker」(甲25の89, 94, 96), 平成18年4月にフリーマガジン「サイエンスウォーカー / ScienceWalker」(甲25の60), 同年5月に別冊付録「競馬ウォーカー / KEIBA Walker」(甲25の92), 平成18年9月ころにパンフレット「JRタワースクエアウォーカー / JR TOWER SQUARE ウォーカー」(甲25の67), 平成19年にフリーマガジン「わんにゃん WannyanWalker」(甲25の74), 平成19年2月にフリーマガジン「シングルモルトウォーカー / SingleMaltWalker」(甲25の73), 平成19年3月ころにフリーマガジン「大江戸ウォーカー / OedoWalker」(甲19の54)。

ス 原告は, 角川ミニ文庫として, 平成9年4月に「東京ポケットウォーカー 映画館マップ'97」, 「東京ポケットウォーカー 並行輸入&アウトレットショップ30」, 「東京ポケットウォーカー ベイエリアで遊ぶ!」, 「東京ポケットウォーカー 遊園地に行こう!」(甲25の5)を, 平成11年7月に「トラベル mini ウォーカー ハワイで美味しく食べる! 100」(甲25の13の1)を, 「トラベル mini ウォーカー グラムの買&食100」(甲25の13の2)を発行した。

(2) 以上の事実によれば, 原告は, 平成2年3月に「東京ウォーカー / TokyoWalker」を創刊し, その後, 平成6年6月に「関西ウォーカー / KansaiWalker」, 平成8年7月に「東海ウォーカー / TokaiWalker」, 平成9年6月に「九州ウォーカー / KyushuWalker」, 平成10年3月に「横浜ウォーカー / YOKOHAMA Walker」, 平成11年6月に「千葉ウォーカー / ChibaWalker」, 平成12年6月に「神戸ウォーカー / KobeWalker」及び「北海道ウォーカー / HokkaidoWalker」を創刊し, これらの雑誌のうち, 証拠上, 平均販売部数が明らかとなっている「東

京ウォーカー / Tokyo Walker」,「関西ウォーカー / Kansai Walker」,「東海ウォーカー / Tokai Walker」,「九州ウォーカー / Kyushu Walker」及び「横浜ウォーカー / YOKOHAMA Walker」については,各対象とする地域及びその周辺地域で多数の販売部数を得てきたこと,また,これらの「都市名又は地域名+ウォーカー / Walker」との雑誌については,原告又はその関連する会社が発行する,各対象地域のイベント,レジャー,映画,音楽,スポーツ等の情報を掲載する同種の雑誌として,統一した名称の下での合同の販売促進活動や各雑誌内で他の「都市名又は地域名+ウォーカー / Walker」の存在について言及されるなどしており,本件商標の出願時である平成14年4月及び登録査定時である平成15年1月の時点において,「東京ウォーカー / Tokyo Walker」を始めとする「都市名又は地域名+ウォーカー / Walker」との都市情報誌は,原告又はその関連する会社が発行する定期刊行雑誌として,全国で周知著名となっていたと認められる。

一方,上記のとおり,原告は,「東京ウォーカー / Tokyo Walker」を始めとする上記の「都市名又は地域名+ウォーカー / Walker」の雑誌のほか,平成6年12月にゲーム情報を掲載した月刊情報誌「ゲームウォーカー / Game Walker」,平成7年6月から平成8年10月まで,生活情報月刊誌「マンスリーウォーカー / MONTHLY WALKER」,平成8年11月から平成12年9月まで男性向け隔週刊誌「メンズウォーカー / MEN'S WALKER (又はMW)」,平成9年1月から平成11年2月まで海外旅行情報誌「ワールドウォーカー / World Walker」を発行し,これらの平均発行部数も別紙「ゲームウォーカー等平均発行部数」のとおり,10万部や20万部を超えるときもあったが,それぞれの雑誌は,情報の内容や想定された対象読者層等はそれぞれ異なるものであって,たとえ広義の意味では各種情報について記載する雑誌であるにしても,必ずしも統一的に理解されるものではなく,また,定期刊行された期間も比較的短いものもあり,原告又はその関連会社がこれらの雑誌を発行していたことをもって,

本件商標の出願時である平成14年4月及び登録査定時である平成15年1月の時点において、「 +ウォーカー/Walker」との名称一般につき、取引者又は需要者が原告又はその関連する会社が発行する雑誌等に付される商標と考える状況にあったとは認め難い。

また、上記のとおり、原告は、「東京ウォーカー/Tokyo Walker」、「関西ウォーカー/Kansai Walker」、「メンズウォーカー/MEN'S WALKER (又はMW)」、「ゲームウォーカー/Game Walker」等の増刊号の形式やムック本又は単行本などで、また、商品の宣伝広告等を目的とする企業等との共同発行又はその依頼に基づく企画編集等として、単発的又は数回にわたる形や定期的な形で、パソコン情報誌「クリックウォーカー」、「Musical Walker」、「デジタルウォーカー/DIGITAL WALKER」、「マックウォーカー/Mac Walker」、「Uniform Walker」、「アイモードウォーカー/imode Walker」等の多数の出版物の発行をしているが、これらについては、その発行の時期、対象地域、対象読者層、情報の内容、発行回数が単発か継続的なものかということまで多種多様であって、たとえ広義の意味では各種情報について記載する刊行物等であるにしても、必ずしも統一的に理解されるものではなく、原告又はその関連会社がこれらの刊行物等を発行していたことをもって、本件商標の出願時である平成14年4月及び登録査定時である平成15年1月の時点において、「 +ウォーカー/Walker」との名称一般につき、取引者又は需要者が原告又はその関連する会社が発行する雑誌等に付される商標と考えることがあったとは認め難い。

なお、原告は、原告が、雑誌「東京ウォーカー/Tokyo Walker」を旗艦誌とし、「情報を示す語」と「ウォーカー/Walker」を含む構成からなる商標を中心に使用することによって事業を展開しており、この原告の使用実績から、取引者及び需要者間において、原告の「 +ウォーカー/Walker」から構成される商標は、雑誌の内容・テーマ・対象によって、「 」が異なる

ることが十分に認識され、そのような商標を原告が使用してシリーズ化した商品展開やそれに関連するサービス展開を行っていることは、広く認識されている、したがって、取引者及び需要者が、「(都市名又は地域名以外の) 情報を示す語 + ウォーカー / walker」との雑誌等に接すれば、原告関連の商品と認識する、と主張する。

しかしながら、このような「情報を示す語」との名詞等は無限といてよいほどに存在するものであるところ、原告が発行した「(都市名又は地域名以外の) 情報を示す語 + ウォーカー / walker」との雑誌等については、上記のとおり、そのそれぞれの発行の時期、対象地域、対象読者層、情報の内容が異なり、発行も単発的なものも少なくなかったこと、その発行時期も本件商標出願後のものが少なくないこと、後記3のとおり、現在に至るまで、原告とは無関係の第三者が、指定商品に出版物や電子出版物を含む多数の「情報を示す語 + ウォーカー / walker」との商標を出願登録していることや、原告とは無関係の第三者が出版する「情報を示す語 + ウォーカー / walker」の書籍等が流通していることなどからすると、本件商標の出願時である平成14年4月及び登録査定時である平成15年1月の時点において、そのような無限といてよいほどの「情報を示す語 + ウォーカー / walker」との商標について、原告と関連するものであると取引者及び需要者が認識することがあったと認めることはできない。

2 被告等の商標の使用等について

証拠（後記掲記のもの）及び弁論の全趣旨によれば、次の事実が認められる。

(1) 被告は、デジタルコンテンツ（電子的な情報内容）の企画・制作・販売、インターネット上での情報処理サービス及び情報提供サービスなどを業として平成11年11月に設立された会社である（甲47の1）。

(2) 被告は、10歳代後半～30歳代の女性を主な顧客対象とする携帯電話及びパソコン向けのインターネットによる情報、通販サイトである「ガールズウォー

カー / girlswalker.com」, その中のコーナーとしての「ファッションウォーカー / fashionwalker.com」, 「アクセ&ジュエリーWalker」, 「香水Walker」, 「MUSIC Walker」の運営等を行っている(甲47, 62, 104, 105)。

「ガールズウォーカー / girlswalker.com」は, 主に携帯電話のインターネット接続機能を利用するポータルサイトであり, ファッション, 流行, 芸能, 天気, 占い等の情報の提供をしている。被告は, 平成13年5月から, 同サイトにおいて, 女性にターゲットを絞った非公式iモードによる通販を開始し, 平成15年9月には, NTTドコモの公式サイトにおいて「girlsshopping」も開始した。「ガールズウォーカー / girlswalker.com」の平成15年末時点の月刊アクセス数は4億ページビュー(PV: ページごとのアクセス数), 平成16年12月時点の月間アクセス数は30億PV, 平成17年3月末時点での日間平均アクセス数が約5500万PVに達し, 同サイトは, 現在, 日本最大級の女性向けケータイポータルサイトとなっており, 平成16年8月時点の同携帯サイトの会員数は約630万人, 関連するメールマガジンの登録者数は約750万人となっている。

被告における女性向けサイト「ガールズウォーカー」では, 香水, アクセサリー, ファッションのジャンルを中心に, 平成14年11月時点における携帯経由のネット通販の売上げが1か月1億円を突破, 平成15年5月時点における年間売上高は1か月約2億円, 平成16年5月時点では1か月約4億円まで拡大した。(甲47の2, 甲65の4)

(3) 被告は, 平成17年から, 東京及びその周辺で, 年に約2回の割合で, 若手人気モデル等が出演し, ファッションショーとこれに連動した「ガールズウォーカー / girlswalker.com」での服飾販売等を行う「東京ガールズコレクション」を開催しており(甲65の4), 平成18年3月の開催では延べ約1万8000人, 同年9月の開催では延べ約2万人の観客が来場した(甲65の4の

28～30, 39～42)。

(4) 被告は、菓子メーカーの株式会社東八トと提携し、平成17年6月、被告が運営する「ガールズウォーカー/girlswalker.com」のサイト内に、東八トの製品等を宣伝広告するための携帯電話向けのサイト「東八ト×ガールズウォーカー」を開設した(甲65の4の20)。

また、被告は、美容医療口コミサイトの株式会社ティーエージェントと提携し、平成17年10月、携帯電話向けの美容医療情報サービスサイト「メディカルビューティーウォーカー」を開設した(甲65の4の26)。

(5) 被告は、平成18年2月から、インターネットの「ファッションウォーカー/FashionWalker」サイトにおいて、通信販売カタログを兼ねたファッション関係のウェブマガジンを発行している(甲56, 57)。

(6) 被告は、平成12年11月22日に「girlswalker\ガールズウォーカー」との商標を出願(設定登録日:平成14年1月25日。登録第4539127号。指定商品又は指定役務:第16類 紙類,印刷物等)(甲48の1)するなど、本件商標を含む多数の「+ウォーカー」とする商標出願を行っており、殊に、平成8年1月19日には80件の「+ウォーカー/walker」との商標の出願を行った(甲48～53, 65の1)。

(7) 被告は、平成18年7月、ベンチャー・オンラインと提携し、被告が運営する「ガールズウォーカー/girlswalker.com」のサイト内に、就職活動中の学生を対象にした携帯電話向けのソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)のサイト「学天ウォーカー」を開設した(甲65の4の34)。

被告と資本・業務提携する株式会社ベンチャー・オンライン(現商号ウィルブラウド株式会社)は、被告と資本・業務提携した後の平成18年7月以降、フリーマガジンである学生向けの月刊情報誌「学天/GakuTen」を「学天Walker/GAKUTEN Walker」に変更して発行している(甲58の1～3)。

(8) 被告が運営する「ガールズウォーカー/girlswalker.com」,

「ファッションウォーカー / fashionwalker.com」等のサイトに
つき、上記のとおり、多数の閲覧が行われているが、その取引者及び需要者におい
て、原告又はその関連会社が関係しているとの誤解が生じているとの事実は認めら
れない(少なくとも、そのような事実を認めるに足りる証拠は存在しない。)

3 第三者による商標の出願、使用等について

(1) 証拠(後記掲記のもの)及び弁論の全趣旨によれば、次の事実を認めるこ
とができる。

ア 別紙第三者出願商標のとおり、セイコー株式会社を権利者とする「FUNW
ALKER」(登録第4976248号、平成17年9月2日出願、平成18年7
月14日登録査定、同年8月4日登録。指定商品：第9類 電子出版物等)ほかの
第三者による「 +ウォーカー」又は「 +Walker (WALKER)」
からなる40件の登録商標が存在し、又は存在した(甲65の2の1~40)。

イ 平成19年3月時点において、原告とは関係なく発行された、題名を「
+ウォーカー (WALKER)」とする書籍等として、「スピリチュアル・ウォーカ
ー」(甲65の3の1)、「キャット・ウォーカー (コミック)」(甲65の3の2)、
「青春ウォーカー (コミック)」(甲65の3の3)、「ミステリーウォーカー - デー
トコース 心霊不思議スポットガイド首都圏版」(甲65の3の4)、「泥沼ウォー
カー」(甲65の3の5)、「パピーウォーカー - 盲導犬のたまごとくらす幸せ」(甲
65の3の6)、「ナチュラル・ウォーカー 長崎県九州自然歩道ガイド」(甲65
の3の7)、「ドリーム・ウォーカー RIONA (コミック)」(甲65の3の8)、「D
ARK WALKER - 闇を歩く者」(甲65の3の9)、「TOKYO LONEL
Y WALKER - 自称・東京通たちに贈る『真のトレンドィ』ガイド」(甲65の
3の10)、「スリープ・ウォーカー」(甲65の3の11)、「パラダイス・ウォー
カー」(甲65の3の12)、「スペース・ウォーカー」(甲65の3の13)及び「フ
ォトウォーカー (秋号)」(甲65の3の14)が流通しており、現時点においても
ほぼ同様の状況にあることがうかがわれる。

(2) 以上の事実によれば、現時点においても、原告又はその関連会社以外の会社等を権利者とし、指定商品を印刷物や電子出版物等とする多数の「 +ウォーカー (walker / Walker / WALKER)」とする商標登録が存在し、また、原告又はその関連会社以外が発行する「 +ウォーカー (WALKER)」とする書籍等が流通しており、本件商標の出願時である平成14年4月及び登録査定時である平成15年1月の時点においても、印刷物や電子出版物の取引者又は需要者において、「 +ウォーカー (walker / Walker / WALKER)」との名称が、原告又はその関連会社の発行する出版物等に付される商標と考えることがあったとは認め難い。

4 本件商標と原告が使用する商標との類否について

(1) 本件商標は、前記第2の1のとおり、「ショッピングウォーカー」との片仮名文字及び「Shopping Walker」との欧文字を上下2段に横書きしてなり、各文字は同じ書体でまとまりよく一体的に表されるものであるから、「ショッピングウォーカー」、「Shopping Walker」として外観上一体として把握し得るものである。また、構成全体から生ずる「ショッピングウォーカー」との称呼も冗長なものではなく、よどみなく一連に称呼し得るものであって、殊更、これを「ショッピング」「Shopping」と「ウォーカー」「Walker」の文字部分に分離して、称呼、観念しなければならないとする特段の事情が存在するとはいえない。

そして、本件商標中の「ショッピング」「Shopping」が「買物」を、「ウォーカー」「WALKER」が「歩く人」「散歩する人」を意味する英単語又は外来語として一般に知られていることからして、本件商標は、これらの意味を有する二つの単語を並べて記載した造語とみることができる。

(2) 一方、原告又はその関連会社が使用する「東京ウォーカー / Tokyo Walker」、「関西ウォーカー / Kansai Walker」等の「都市名又は地域名 + ウォーカー / Walker」についても、同じ書体でまとまりよく一体的に

表されるものであるから、「東京ウォーカー」「TokyoWalker」、「関西ウォーカー」「KansaiWalker」などとして外観上一体として把握し得るものである。また、構成全体から生ずる「東京ウォーカー」、「関西ウォーカー」等の称呼も冗長なものではなく、よどみなく一連に称呼し得るものであって、殊更、これを「東京」「Tokyo」と「ウォーカー」「Walker」、「関西」「Kansai」と「ウォーカー」「Walker」などの文字部分に分離して、称呼、観念しなければならないとする特段の事情が存在するとはいえない。

そして、これらの標章中の「東京」「Tokyo」、「関西」「Kansai」等が広く知られて使用される「都市名又は地域名」であり、「ウォーカー」「Walker」が「歩く人」「散歩する人」を意味する英単語又は外来語として一般に知られていることからして、これらを二分した語とするものではなく、これらの意味を有する二つの単語を並べ、全体として「東京を散歩する人」、「関西を散歩する人」などの「当該都市又は地域を散歩する人」との観念を生ずる、既存の一般的な語を組み合わせた造語とみることができる。

(3) 以上によれば、本件商標と、「東京ウォーカー/TokyoWalker」、「関西ウォーカー/KansaiWalker」などの「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」とは、外観、称呼及び観念において、非類似のものといえることができる。

5 出所混同のおそれについて

(1) 商標法4条1項15号にいう「混同を生ずるおそれ」の有無は、「当該商標と他人の表示との類似性の程度、他人の表示の周知著名性及び独創性の程度や、当該商標の指定商品等と他人の業務に係る商品等との間の性質、用途又は目的における関連性の程度並びに商品等の取引者及び需要者の共通性その他取引の実情などに照らし、当該商標の指定商品等の取引者及び需要者の共通性その他取引の実情などに照らし、当該商標の指定商品等の取引者及び需要者において普通に払われる注意力を基準として、総合的に判断されるべき」(前掲最高裁平成12年7月11日第

三小法廷判決)ものである。

(2) これを本件についてみるに、前記のとおり、「東京ウォーカー / Tokyo Walker」等の「都市名又は地域名+ウォーカー / Walker」は、イベント、レジャー、映画、音楽等の対象地域における情報を掲載する、原告又はその関連会社が発行する都市又は地域情報誌に付されるものであるのに対し、被告も、携帯電話向け等のサイトにおいて、ファッション、流行、芸能等の情報を提供し、同サイトと関連して、メールマガジンを配信し、ファッション関係のウェブマガジンを発行するなどしており、その顧客である需要者に共通する部分があること、本件商標は、その指定商品中に「印刷物」を有することが認められるが、一方、原告又はその関連会社が発行する雑誌の名称として取引者及び需要者に周知性を有する「東京ウォーカー / Tokyo Walker」を始めとする「都市名又は地域名+ウォーカー / Walker」と本件商標とは、外観、称呼及び觀念に類似していないこと、被告が運営する「ガールズウォーカー / girlswalker.com」、「ファッションウォーカー / fashionwalker.com」等のサイトについては、多数の閲覧が行われているが、その取引者及び需要者において、原告又はその関連会社が関係しているとの誤解が生じているとの事実は認められず、本件登録商標を「印刷物」に使用するとき、その取引者及び需要者において、この商品が原告と緊密な関係にある営業主の業務に係る商品と広義の混同を生ずるおそれがあるということとはできない。

そして、このことは、上記のとおり、被告が、多数の「 +ウォーカー / walker」との商標出願を、時には集中するなどして行っているとの事情をもってしても、否定されるものではない。

したがって、本件商標は、商標法4条1項15号に違反して登録されたものとは認められない。

(3) なお、原告は、雑誌等の媒体を通じて提供される情報の内容・テーマ・対象を明確に示すような『情報を示す語』と、『ウォーカー / Walker』の語を

末尾に含む『ウォーカー/Walker』という構成からなる商標が、原告又は原告関連会社の発行される出版物であると当業者及び一般需要者が認識するに至っており、この商標と本件商標との誤認混同のおそれがあると主張するが、前記1及び3のとおり、本件商標の出願時である平成14年4月及び登録査定時である平成15年1月の時点において、「+ウォーカー/Walker」との名称一般につき、取引者又は需要者が原告又はその関連する会社が発行する雑誌等に付される商標と考える状況にあったとは認められず、これらにつき広義の混同が生ずるものとは認められない。

(4) また、原告は、取引者及び需要者が、本件商標のような「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の商標を使用した雑誌等に接した場合、「過去に雑誌『東京ウォーカー/Tokyo Walker』の関連で何か『ウォーカー/Walker』(は「都市名又は地域名」以外の語)の雑誌が原告から発行されていたことがあるから、この『ウォーカー/Walker』(は「都市名又は地域名」以外の語)の雑誌も、雑誌『東京ウォーカー/Tokyo Walker』の関連の商品かな」と「都市名又は地域名+ウォーカー/Walker」シリーズの雑誌の著名性と関連付けて想起することになるとし、このことは、首都圏を中心とする書店従業員等に対して行ったアンケート結果(甲122)及びインターネットを利用した読者アンケート結果(甲123)からも裏付けられると主張する。

上記の書店従業員等に対して行ったアンケート結果(甲122)は、平成20年11月ころ、原告の出版物を扱う原告関連会社の担当者が、営業上定期的に訪問している、「東京ウォーカー/Tokyo Walker」誌等を取り扱っている首都圏を中心とする書店の店頭に出向き、同書店の従業員等145名から回答を得たものであって、その質問内容は、「質問1)雑誌・ムック等の書名またはタイトルが

Walkerというものである場合、貴店様としては、その書名またはタイトルに、書店様やお客様(読者様)に対する一定のブランド力(知名度や一定の売上数

量，情報の量・質に対する信頼性等)をお感じになりますか?」,「質問2) Walkerという書名またはタイトルの雑誌・ムック等が新たに出版された場合，貴店様としては，角川グループから出版された刊行物だと思いませんか?」,「質問3)

Walkerという書名またはタイトルの雑誌・ムック等が新たに出版された場合，お客様(読者様)の方で既存のWalker誌の版元から出版された刊行物だと考えると，貴店様としては思いませんか?」,「質問4)貴店様の方で，角川グループが出版するWalker誌以外に，書名またはタイトルが『 Walker』という雑誌・ムック等の刊行物をお取り扱いになられたことがありますか?お取り扱いになられたことがある場合，その書名またはタイトルもお知らせ下さい。」とするものであり，質問1)の回答では137名(約94.4%)が「あると思う」又は「ある程度あると思う」と，質問2)の回答では128名(約88.2%)が「思う」と，質問3)の回答では110名(約75.8%)が「思う」と，質問4)では14名(約9.7%)が「記憶がある」と，それぞれ回答したが，うち質問4)で具体的な書名又はタイトルを回答した4名のうち3名の回答は，原告又はその関連会社が発行した「東京ウォーカー」,「ファミリーウォーカー」,「JCOMWalker」及び「キャンパスウォーカー」であり，後の1名が実際に存在しない雑誌名で，被告が運営する携帯電話等のサイト名である「ガールズウォーカー」であった。

しかしながら，上記の書店の従業員等に対するアンケートは，本件商標の出願時である平成14年4月及び登録査定時である平成15年1月の時点から相当の時日が経過している平成20年11月ころに実施されたものである上に，「東京ウォーカー/TokyoWalker」等を取り扱っている原告の関連会社の担当者が，営業上定期的に訪問している，「東京ウォーカー/TokyoWalker」誌等を取り扱っている首都圏を中心とする書店に出掛け，直接依頼して回答を得たものであって，回答者としては，その回答に当たり，意識しようとしなくとも，必然的に依頼者である原告関連会社の取扱い雑誌であり，周知著名な「東京ウォーカー/

「Tokyo Walker」誌が念頭に浮かぶものであって、このような書店の従業員等からのアンケート結果において、「質問2） Walkerという書名またはタイトルの雑誌・ムック等が新たに出版された場合、貴店様としては、角川グループから出版された刊行物だと思いますか?」、「質問3） Walkerという書名またはタイトルの雑誌・ムック等が新たに出版された場合、お客様（読者様）の方で既存のWalker誌の版元から出版された刊行物だと考えると、貴店様としては思いますか?」等の質問に対して、角川グループとの関連があると思うとの回答の割合が高率であったことをもって、直ちに、本件商標のような「その他の情報を示す語+ウォーカー/Walker」の商標についてまで原告又はその関連会社のものであることが周知著名であるといえるものではない。

また、インターネットを利用した読者アンケート結果（甲123）は、原告の関連会社が、市場調査会社に委託し、平成20年11月17日、約160万人のサーチモニターのうち首都圏に在住する30歳～39歳を無作為に抽出したうちのサンプル500名によるものであって、質問は、「Q1 雑誌で ウォーカー（Walker）と聞いて、どの雑誌を連想しますか。」とするもの、「Q2 ボイズウォーカー（BOYS WALKER）という雑誌が刊行された場合、その雑誌はQ1でお答えいただいた雑誌と同一の出版社から発行されたものだと思いますか。」とし、「1. 思う」、「2. 思わない」の二者択一で回答を求めるもの、「Q3 Q2のお答えの理由をお聞かせください。」とするものであり、Q1の回答では、「東京ウォーカー」が372名（約74.4%）、「横浜ウォーカー」が74名（約14.8%）、「千葉ウォーカー」が25名（5.0%）、「関西ウォーカー」が13名（2.6%）、「東海ウォーカー」が4名（0.8%）、「九州ウォーカー」が3名（0.6%）、「埼玉ウォーカー」が1名（0.2%）であり、Q2の回答では、284名（56.8%）が「思う」と答えている。

以上によれば、上記のアンケートも、本件商標の出願時である平成14年4月及び登録査定時である平成15年1月の時点から相当の時日が経過している平成20

年11月に実施されたものである上に、Q1の回答では、「都市名又は地域名＋ウォーカー」誌とする回答の合計が492名(98.4%)で、圧倒的に「都市名又は地域名＋ウォーカー/Walker」を連想しており、「ウォーカー/walker」といえば、ほとんどの者が「都市名又は地域名＋ウォーカー/Walker」を連想し、かえって、原告が主張する「その他の情報を示す語＋ウォーカー/Walker」との商標を思い浮かべる者がわずかであることが認められる。さらに、「Q2 ボイズウォーカー(BOYS WALKER)という雑誌が刊行された場合、その雑誌はQ1でお答えいただいた雑誌と同一の出版社から発行されたものだと思いますか。」については、質問が誘導形式で行われており、その回答方法が上記のとおり二者択一形式であることからすると、たとえQ3でQ2の回答の理由を尋ねていたとしても、このような質問の形式に影響される可能性を否定できず、Q2のうちの56.8%が「思う」と答えていることをもって、「ボイズウォーカー/BOYS WALKER」が「都市名又は地域名＋ウォーカー/Walker」誌と関係するものであると、5割以上の読者が連想するものと直ちに認められるものではない。

6 そして、原告主張の取消事由に係る主張は、いずれも採用することができない。

7 結論

以上のとおり、原告主張の審決取消事由は理由がないので、原告の請求は棄却されるべきである。

知的財産高等裁判所第1部

裁判長裁判官

塚 原 朋 一

裁判官

本 多 知 成

裁判官田中孝一は、転補のため署名押印することができない。

裁判長裁判官

塚 原 朋 一

(別紙)

指定商品及び指定役務

第16類「事務用又は家庭用ののり及び接着剤，封ろう，印刷用インテル，活字，青写真複写機，あて名印刷機，印字用インクリボン，自動印紙はり付け機，事務用電動式ホッチキス，事務用封かん機，消印機，製図用具，タイプライター，チェクライター，謄写版，凸版複写機，文書細断機，郵便料金計器，輪転謄写機，マーキング用孔開型板，電気式鉛筆削り，装飾塗工用ブラシ，紙製幼児用おしめ，紙製包装用容器，家庭用食品包装フィルム，紙製ごみ収集用袋，プラスチック製ごみ収集用袋，型紙，裁縫用チャコ，紙製のぼり，紙製旗，観賞魚用水槽及びその附属品，衛生手ふき，紙製タオル，紙製テーブルナプキン，紙製手ふき，紙製ハンカチ，荷札，印刷したくじ（おもちゃを除く。），紙製テーブルクロス，紙類，文房具類，印刷物，書画，写真，写真立て」

第35類「インターネットによる広告，電子メールによる広告，その他の広告，ウェブサイト上の広告スペースの貸与，郵便による広告物の配布，その他の広告物の配布，広告に関する情報の提供，トレーディングスタンプの発行，インターネットによりデータベースを利用させる事業の管理又は運営，コンピュータによる顧客管理，コンピュータによる経営の診断及び指導，情報処理及び情報通信ネットワークの運営に関する事業の経営の診断及び指導・その他の事業に関する経営の診断及び指導，商品の通信販売に関する情報の提供，電子計算機端末による商品の販売に関する情報の提供，書籍の販売に関する情報の提供，情報通信関連機器の販売に関する情報の提供，新商品の販売に関する情報の提供・その他の商品の販売に関する情報の提供，建物又は土地に関する市場調査，コンピュータによる市場調査，その他の市場調査，ホテルの事業の管理，経営管理者・科学技術者・通訳のあっせん，その他の職業のあっせん，職業のあっせんに関する情報の提供，競売の運営（インターネットオークションの運営を含む。），新聞の予約購読の取次ぎ，書類の複製，速記，筆耕，通信販売に関する事務の代理又は代行，輸出入に関する事務の代理又

は代行，一般事務の代理又は代行，電子計算機・タイプライター・テレックス又はこれらに準ずる事務用機器の操作，文書又は磁気テープのファイリング及び電子計算機によるファイル管理，建築物における来訪者の受付及び案内，広告用具の貸与，タイプライター・複写機及びワードプロセッサの貸与，求人情報の提供，自動販売機の貸与，コンピュータデータベースへの情報構築及び情報編集，建物又は土地に関する事業の企画，魚・花市場における相場に関する情報の提供，電子計算機端末による企業情報の提供，その他の企業情報の提供，マーケティング及び経営に関する情報の提供，インターネットを利用した企業経営に関する情報の提供，経営の診断及び指導に関する情報の提供，事業の管理又は運営に関する情報の提供，輸出入に関する事務の代理又は代行に関する情報の提供，企業の経営管理に関するコンサルティング，企業経営に関する情報の提供，企業経営ノウハウに関する情報の提供，市場及び販売戦略に関する指導及び助言，事業の管理・運営及び組織に関する助言又は援助，新商品の販売・販売促進に関する助言・指導，電子計算機の操作に関する助言，インターネットドメイン名取得申請手続きの事務の代行，受託による広告用看板の制作，アンケート調査に関する情報の提供，インターネットにおける商品の展示即売会の企画・運営又は開催，商品の展示即売会の企画・運営又は開催，商品の売買契約の媒介又は取次ぎ」

以上

(別紙)

東京ウォーカー等平均販売部数

(平成)	東京ウォーカー	関西ウォーカー	東海ウォーカー	九州ウォーカー	横浜ウォーカー	週刊朝日 (比較)
4年	280,391					410,043
5年	376,939					408,434
6年	420,267	271,531				379,871
7年	420,233	368,733				391,741
8年	402,788	450,936				359,851
9年	371,173	490,916	188,656			373,063
10年	294,820	498,184	197,673	181,785		341,966
11年	235,818	390,941	187,908	173,769		332,029
12年	173,341	301,425	167,394	166,788	175,248	314,293
13年	142,022	266,021	154,038	149,323	157,934	308,098
14年	111,794	245,869	146,429	134,605	139,834	299,255
15年						
1～6月	105,795	221,937	141,920	122,511	124,704	274,534
15年7～ 12月	日本ABC 協会発行社 レポートなし	225,832	137,103	116,445	118,768	253,998
16年	102,622	190,332	120,253	105,071	107,537	238,280
17年1～6 月	95,360	166,842	112,768	91,427	97,315	222,928

(別紙)

ゲームウォーカー等平均発行部数

	ゲームウォーカー	マンスリーウォーカー	メンズウォーカー	ワールドウォーカー
平成 7 年	152,143	216,729		
平成 8 年	117,167	178,442	207,500	
平成 9 年	88,667		135,080	131,313
平成 10 年	72,717		88,319	61,282
平成 11 年	61,667		95,052	39,850
平成 12 年	49,875		42,556	