

平成31年3月14日判決言渡 同日原本領収 裁判所書記官

平成30年(ワ)第4954号 損害賠償請求事件

口頭弁論終結日 平成31年1月24日

判 決

5 京都市西京区嵐山宮ノ北町10-19

原 告 株式会社エーゲル

同代表者代表取締役 伊豆田 千 加

同訴訟代理人弁護士 伊 原 友 己

同 加 古 尊 温

10 同訴訟代理人弁理士 西 村 竜 平

同 補 佐 人 弁 理 士 上 村 喜 永

東京都墨田区吾妻橋一丁目23番1号

被 告 アサヒ飲料株式会社

同代表者代表取締役 岸 上 克 彦

15 同訴訟代理人弁護士 大 野 聖 二

同 小 林 英 了

同 補 佐 人 弁 理 士 中 村 仁

主 文

1 原告の請求を棄却する。

20 2 訴訟費用は原告の負担とする。

事実及び理由

第1 請求

被告は、原告に対し、3300万円及びこれに対する平成30年4月18日から
支払済みまで年5分の割合による金員を支払え。

25 第2 事案の概要

1 請求の要旨

本件は、別紙商標権目録記載の商標権（以下「原告商標権」といい、その登録商標を「原告商標」という。）を有する原告が、被告がラベルに別紙被告標章目録1-1記載の標章（以下「被告標章1（原告主張）」という。）を付したペットボトル飲料である別紙被告商品目録表示の商品（以下「被告商品」という。）を販売し、
5 被告商品に関するウェブページ（以下「本件ウェブページ」という。）で被告標章1（原告主張）及び別紙被告標章目録2記載1ないし3の各標章（以下、これら3つの標章を、番号順に「被告標章2(1)」などといい、総称して「被告各標章2」という。）を表示する行為が原告商標権を侵害するとして、被告に対し、不法行為（原告商標権の侵害）に基づき、損害金の一部である3300万円及びこれに対する
10 平成30年4月18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支払を求める事案である。

2 前提事実（当事者間に争いがないか、後掲書証及び弁論の全趣旨により容易に認められる事実）

(1) 原告は、食品の卸及び小売を業とする株式会社であり、平成28年6月に宇
15 治茶とコーヒー豆をブレンドして粉にしたドリップバッグ商品（以下「原告商品」という。）の販売を開始した（甲7、弁論の全趣旨）。

原告は、原告商標について、同年12月9日に商標登録出願し、平成29年7月14日に原告商標権の設定の登録を受けた（以下、この登録を「原告商標登録」という。争いのない事実、甲2）。

20 原告は、原告商標権（別紙商標権目録参照）の商標権者であり、現在に至るまで原告商品の販売を継続している（争いのない事実、甲7ないし11、弁論の全趣旨）。

(2) 被告は、飲料水の製造販売を業とする株式会社であり、平成30年4月17日にラベルに別紙被告標章目録1-2記載の標章（以下「被告標章1（被告主張）」という。）を付したペットボトル飲料（カフェラテにほうじ茶を組み合わせ
25 たもの）である被告商品の販売を開始した（被告標章1（原告主張）は、被告標章

1 (被告主張)の一部であるため、被告標章1(原告主張)も被告商品のラベルに付されていることになる。争いのない事実、甲4、弁論の全趣旨)。

被告は、遅くとも同年5月10日以降、被告商品に関するウェブページである本件ウェブページにおいて、被告各標章2(いずれも、「TEA COFFEE」のアルファベットが配されている。別紙被告標章目録2参照)を表示している(本件ウェブページにおける被告各標章2の表示位置は、別紙被告各標章2の表示位置目録の矢印が
5 差す部分参照。甲5)。

被告は、現在に至るまで被告商品の販売を継続している(弁論の全趣旨)。

3 争点

- 10 (1) 原告商標と被告が使用する標章の類否(争点1)
(2) 原告商標権の効力の制限の有無(争点2)
(3) 商標登録無効(商標法4条1項16号)の抗弁の成否(争点3)
(4) 損害額(争点4)

4 争点に関する当事者の主張

- 15 (1) 争点1(原告商標と被告が使用する標章の類否)について
(原告の主張)

ア 原告商標

(ア) a 原告商標は、図形部分(下部に切欠きのある太線で描かれた円形の輪郭線の中に、波のうねりや島の存在を想起させる曲線図形と、その上部に小円を背景にした飛翔する1羽の鳥を配置しているような構成から成る。別紙商標権目録の登録
20 商標欄参照)と文字部分(「TeaCoffee」)から成る結合商標である。原告商標の文字部分は、なじみのある英単語(「Tea」と「Coffee」)から構成される造語であるため、取引者、需要者に「Tea」のような「Coffee」であるのか、「Tea」と「Coffee」を融合させたものであるのかなどという想像を膨らませるものであるから、その構成からして、取引者、需要者の注意を特に引く部分である。
25

従前、お茶入りコーヒーについては、「TEACOFFEE」,「TeaCoffee」,「ティー

コーヒー」などといったネーミングはされておらず、お茶入りコーヒーという商品
コンセプト一般を指すほどに社会に認知されていなかったところ、原告が、原告商
品に「TeaCoffee」という商品名を付して、茶とコーヒーを融合させた新機軸の飲
料として地道にブランディングしてきたことにより、原告商品が一定の周知性を有
5 するに至り、被告が、その後追いで、被告商品に「TEA COFFEE」という商品名を付
した上で新機軸の飲料であると喧伝し、また、被告商品の取引者、需要者もこれを
新機軸の飲料であると受け止めていることは、原告商標の文字部分が自他商品識別
力を有することの表れである。

b 他方、原告商標の図形部分は、取引者、需要者に一義的な観念を想起させる
10 ものではなく、特定の称呼が生じるものでもない。

c したがって、被告が使用する標章との類否判断に当たって、原告商標の文字
部分（「TeaCoffee」）だけを取り出すことは許される。

(イ) そこで、原告商標の文字部分についてみると、その称呼は「ていーこーひ
ー」であり、「Tea」のような「Coffee」であるのか、「Tea」と「Coffee」を融合
15 させたものであるのかなどという想像を膨らませるものであるといっても、一義的
な観念を想起させるものではない。

イ 被告が使用する標章

被告が使用する標章の「TEA COFFEE」の部分に自他商品識別力があることは、被
告が、自身のコーヒー飲料ブランドである「ワンダ」のサブブランドとして、被告
20 商品の名称を「TEA COFFEE」とした上で被告商品が新機軸の飲料であると喧伝し、
取引者、需要者も、被告商品が新機軸の飲料であると受け止めていることから明ら
かである。

(ア) 被告標章1（原告主張）

a 被告標章1（原告主張）は、別紙被告標章目録1-1記載のとおり、アルフ
25 アベット部分と片仮名部分から成るところ、アルファベット部分は、「TEA」と
「COFFEE」の上下二段書きから成るといっても、近接して配置されている片仮名文

字部分（「ティーコーヒー」）が一連一体となって表示されていることに照らせば、一連一体のものとして認識され、「ていーこーひー」という一体の称呼を生じる。

そして、被告標章1（原告主張）のアルファベット部分及び片仮名部分はいずれも、一義的な観念を想起させるものではない。

5 b 仮に、標章自体を被告が主張するように（別紙被告標章目録1－2参照）捉えたとしても、被告標章1（被告主張）の図形部分（左側は、上部が黄緑で中央部から下方にかけてオレンジ系の色彩に徐々に変化するように描かれた何かの植物の大小2葉の葉っぱ様の抽象的な図柄。右側は、4粒のコーヒー豆を想起させる、長手方向中央部に描かれた白抜きの白線を伴う茶色の楕円形状の図柄）は、文字部分
10 とは独立して描かれていることから視覚的に分離して看取されるところ、装飾的な意味合いを超えて自他商品識別機能を果たす観念が生じるわけではないなど、自他商品識別標識として認識されるものではない。

したがって、被告標章1（被告主張）の文字部分が、自他商品識別標識として認識されるものであるから、原告商標との類否判断に当たって、この部分だけを取り
15 出すことは許される。

(イ) 被告標章2(1)

被告標章2(1)は、別紙被告標章目録2記載1のとおり、「TEA」と「COFFEE」がほぼ連続的、一体的に表記され、それらの字体の違いは注意しないと気が付かない程度のものであり、「ていーこーひー」と称呼され、一義的な観念を想起させるも
20 のではない。

(ウ) 被告標章2(2)

被告標章2(2)は、別紙被告標章目録2記載2のとおり、「TEA」と「COFFEE」がほぼ一体的に表記されたものであり、「ていーこーひー」と称呼され、一義的な観念を想起させるものではない。

25 (エ) 被告標章2(3)

a 被告標章2(3)は、別紙被告標章目録2記載3のとおり、「ワンダ」の片仮

名部分と、その右側の「TEA」と「COFFEE」のアルファベット部分から成るところ、片仮名部分とアルファベット部分は截然と切り離すことができる態様である上、アルファベット部分の「TEA」と「COFFEE」がほぼ連続的、一体的に表記されているとともに、片仮名部分の「ワンダ」が特定の意味を持った単語としてなじみがあるわけではないことに照らせば、原告商標との類否判断に当たって、被告標章2(3)のアルファベット部分（「TEA COFFEE」）だけを取り出すことは許される。

b そこで、被告標章2(3)のアルファベット部分についてみると、「ていーこーひー」と称呼され、一義的な観念を想起させるものではない。

ウ 類否判断

上記ア、イを踏まえて、原告商標の要部である文字部分（「TeaCoffee」）と被告が使用する標章のアルファベット部分（「TEA COFFEE」）又は被告標章1（原告主張）の片仮名部分（「ティーコーヒー」）の類否を検討する。

外観は、一部の文字が小文字（TeaCoffee）か大文字（TEA COFFEE）かという違いがあるにとどまるから、類似する。称呼は、いずれも「ていーこーひー」と称呼するから、同一である。観念は、いずれも特定の観念を生じないから、同一又は類似する。これらの点に、原告が原告商標の文字部分を、被告が自己が使用する標章のアルファベット部分（「TEA COFFEE」）又は被告標章1（原告主張）の片仮名部分（「ティーコーヒー」）を前面に押し出して販売活動をしているという取引の実情を併せ考慮すると、原告商標と被告が使用する標章は類似する。

（被告の主張）

ア 原告商標

(ア) 原告商標の文字部分は、なじみのある英単語（茶の語義を有する「Tea」とコーヒーの語義を有する「Coffee」）を並べたものにすぎず、茶とコーヒーを組み合わせさせた飲料が需要者に広く知られたものであったことに照らせば、茶とコーヒーを組み合わせさせた飲料であるという商品の品質ないし原材料を認識させるものであって、商品の出所を認識させるものではない。

被告は、「TEA COFFEE」の語を被告商品の商品名として用いているのではなく（商品名は、「ワンダ TEA COFFEE カフェラテ×焙じ茶」である。）、被告商品が「WONDA」ブランドの（茶やコーヒーとは異なる）新ジャンルであることを強調するために用いているのであるから、被告が「TEA COFFEE」の語を被告商品の商品名として用いているという前提に立って、原告商標の文字部分が自他商品識別力を有するという原告の主張は、前提を誤るものである。また、原告は、原告商品の販売活動に当たって、原告商標の文字部分を前面に押し出していたわけではなく、「NAGI」や「京茶珈琲」という標章を使用して商品展開をしていた。

(イ) 原告商標の図形部分（太い円環の中に、茶畑及び茶葉を想起させる丘の図形と、月を想起させる円形の図形と重なるように鳥が飛んでいる構成）は、構成が独特であり、上記のとおり文字部分が自他商品識別機能を有しないことから、取引者、需要者の注意を特に引く部分である。

(ウ) したがって、被告が使用する標章との類否判断に当たって、原告商標の文字部分だけを取り出すことは許されない。

イ 被告が使用する標章

被告は「TEA COFFEE」の語を自他商品識別標識として使用しているわけではないし、取引者、需要者も自他商品識別標識とは認識していない。

(ア) 被告標章 1（被告主張）

a 被告商品のラベルに付されるなどしている標章は、原告が主張するような単にアルファベット部分と片仮名部分だけで構成されているわけではなく、別紙被告標章目録 1－2 記載のとおり、これらの文字部分と一部が重なるように図形部分（茶葉とコーヒー豆の図柄から成る）が配置されている結合標章である（被告標章 1（被告主張））。

b 被告標章 1（被告主張）の文字部分が自他商品識別機能を有しないことは、原告商標の文字部分と同様である。したがって、原告商標との類否判断に当たって、被告標章 1（被告主張）の文字部分だけを取り出すことは許されない。

(イ) 被告標章 2 (1)

被告標章 2 (1)が、別紙被告標章目録 2 記載 1 のとおりの構成であり、「TEA」と「COFFEE」がほぼ連続的、一体的に表記されたものであることは認める。しかし、被告標章 2 (1)に自他商品識別力はない。

5 (ウ) 被告標章 2 (2)

被告標章 2 (2)が、別紙被告標章目録 2 記載 2 のとおりの構成であり、「TEA」と「COFFEE」がほぼ一体的に表記されたものであることは認める。しかし、被告標章 2 (2)に自他商品識別力はない。

(エ) 被告標章 2 (3)

10 被告標章 2 (3)が、別紙被告標章目録 2 記載 3 のとおり、片仮名部分（「ワンダ」）とアルファベット部分（「TEA COFFEE」）とで構成されていることは認める。しかし、被告標章 2 (3)のアルファベット部分に自他商品識別力はなく、著名標章である片仮名部分が、取引者、需要者の注意を特に引く部分である。

ウ 類否判断

15 (ア) 上記ア、イを踏まえて、原告商標（図形部分及び文字部分）と被告が使用する標章の類否を検討する。

まず、原告商標と被告標章 1（被告主張）については、図形部分が相違するため、外観及び観念が異なる。原告商標と被告各標章 2 については、原告商標の図形部分の有無が相違するため、外観および観念が相違する。これらの点に、原告商品（東急ハンズやロフトといった専門店で販売されるドリップバッグ商品）と被告商品
20 （スーパーマーケットやコンビニエンスストアで販売されるペットボトル飲料）の販売態様が全く異なっているという取引の実情を併せ考慮すると、原告商標と被告が使用する標章は類似しない。

(イ) なお、原告は、原告商品の販売活動に当たって、原告商標の文字部分を前面
25 に押し出していたわけではなく、「NAGI」や「京茶珈琲」という標章を使用して商品展開をしていた。

(2) 争点2 (原告商標権の効力の制限の有無) について

(被告の主張)

ア 商標法26条1項2号該当性

仮に、原告商標と対比すべき被告が使用する標章が「TEA COFFEE」の部分であるとしても、この部分は、被告商品が茶とコーヒーを組み合わせた飲料であると認識させるものにすぎず、特異な字体で表示されたものでもないから、被告商品の品質ないし原材料を普通に用いられる方法で表示するものであり、原告商標権の禁止的効力は及ばない。

イ 商標法26条1項6号該当性

(ア) 仮に、原告商標と対比すべき被告標章1 (被告主張) が「TEA COFFEE」の部分であるとしても、この部分と隣接した位置に被告商品が茶入りコーヒーであることを示す「カフェラテ×焙じ茶」という表示が付されているとともに、出所表示として著名である別紙被告標章目録3記載の各標章 (以下、これらの標章を併せて「本件各著名表示」という。) が付されていることに照らせば、本件各著名表示が自他商品識別標識であると認識される一方、「TEA COFFEE」の部分は、被告商品の品質ないし原材料を示す表示であると認識され、自他商品識別標識であるとは認識されないから、原告商標権の禁止的効力は及ばない。

(イ) 仮に、原告商標と対比すべき被告各標章2が「TEA COFFEE」の部分であるとしても、被告各標章2が表示されている本件ウェブページには、被告商品が茶入りコーヒーであることを示す「コーヒーと茶葉の新しい組み合わせ」、「茶葉香る” リフレッシュコーヒー」、 「カフェラテ×焙じ茶」という表示が付されているとともに、自他商品識別標識として著名である「ワンダ」の標章が付されていることに照らせば、「TEA COFFEE」の部分は、被告商品が茶とコーヒーを組み合わせた飲料であると認識させるものであって、商品の出所を認識させるものではないから、原告商標権の禁止的効力は及ばない。

(原告の主張)

被告の主張は争う。

被告商品のラベルには、「TEA COFFEE」という表示とは別個に「カフェラテ×焙じ茶」などという被告商品が茶とコーヒーを組み合わせた飲料であることを示す表示が存在することに照らせば、「TEA COFFEE」という表示は、被告商品の品質ないし原材料を示す表示であると認識されるものではない。また、被告は、「TEA COFFEE」を被告商品の商品名、すなわち自他商品識別標識として使用している。被告商品に本件各著名標章が付されているからといって、取引者、需要者が、「TEA COFFEE」という表示を被告商品の品質ないし原材料を示す表示であるとだけ認識するわけではない。

(3) 争点3（商標登録無効〔商標法4条1項16号〕の抗弁の成否）について
（被告の主張）

原告商標は、その文字部分から、茶とコーヒーを組み合わせた飲料を想起させることから、指定商品のうち（茶入りでないコーヒーが含まれている）「コーヒー」に使用されると、商品の品質を誤認させるものであるから、商標法4条1項16号に該当する商標である。したがって、原告商標登録は、商標登録無効審判により無効にされるべきものである。

（原告の主張）

緑茶入りコーヒーも「コーヒー飲料」として取引されている実情に照らせば、原告商標は、被告が主張するような商品の品質を誤認させるものではない。

(4) 争点4（損害額）について

（原告の主張）

ア 使用料相当額

平成30年4月17日から同年5月31日までの間における被告商品の売上額は、少なくとも10億円に上ると見込まれる。そして、原告が原告商標権をライセンスしない方針を取っていることを踏まえると、原告が被告の原告商標の使用に対し受けるべき金銭の額は、売上額の5%は下らない。

したがって、原告が被告の原告商標の使用に対し受けるべき金銭の額は5000万円である。

イ 弁護士・弁理士費用相当額

被告の不法行為（原告商標権の侵害）と相当因果関係に立つ弁護士・弁理士費用は、300万円を下らない。

（被告の主張）

否認ないし争う。

第3 当裁判所の判断

1 争点1（原告商標と被告が使用する標章の類否）について

10 (1) 原告商標について

ア 原告商標は、別紙商標権目録の登録商標欄記載のとおり、図形部分と、その右隣に配置された「TeaCoffee」の文字部分とで構成される結合商標である。

原告は、原告商標と被告が使用する標章との類否判断に当たっては、原告商標のうち「TeaCoffee」の文字部分が取引者、需要者の注意を特に引く部分であることを根拠に、この部分だけを抽出して被告が使用する標章と比較することが許されると主張するので、以下、この部分の自他商品識別力について検討する。

イ 「TeaCoffee」の文字部分の自他商品識別力

(ア) 判断の前提となる事項

20 a 複数の原材料を組み合わせた飲料（後記bの茶とコーヒーを組み合わせた飲料は除く）の商品名等について

証拠及び弁論の全趣旨によれば、複数の原材料を組み合わせた飲料（後記bの茶とコーヒーを組み合わせた飲料を除く）の商品名等について、これまでに別紙「複数の原材料を組み合わせた飲料の商品名等一覧表」記載の例があることが認められる。

25 b 茶とコーヒーを組み合わせた飲料等の商品名等について

証拠及び弁論の全趣旨によれば、茶とコーヒーを組み合わせた飲料等の商品名等

について、原告商品の発売（平成28年6月）や原告商標の商標登録出願（同年12月9日）の以前から、別紙「茶とコーヒーを組み合わせた飲料等の販売開始時期や商品名等一覧表」記載の例があったことが認められる。

(イ) 検討

5 a 原告商標の文字部分、すなわち「TeaCoffee」の語は、頭文字の「T」の文字だけでなく、「C」の文字も大文字で表記されており（甲2）、「Tea」は「茶、紅茶」を、「Coffee」は「コーヒー」を意味する英単語としていずれも日本社会においてよく知られていることに照らせば、取引者、需要者は、これを「Tea」と「Coffee」の2語を接続した語と認識すると認められる。

10 b ところで、前記(ア) a で認定した別紙「複数の原材料を組み合わせた飲料の商品名等一覧表」のとおり、複数の原材料を組み合わせた飲料の商品名等については、原材料を構成する物の名前を接続した語とする例が数多く見られる。そして、その中には、「ミルクコーヒー」、「Cafe au Lait」、「ミルクティー」、「レモンティー」等のように、既に一つの日本語として定着している語がある。また、特
15 定の業者ではなく缶飲料やペットボトル飲料を販売する大手各社が、紅茶とその他の原材料を組み合わせた飲料として「アップルティー」、「梅ティー」、「レッドグレープティー」等、抹茶と牛乳を組み合わせた飲料として「抹茶ラテ」、ほうじ茶と牛乳を組み合わせた飲料として「ほうじ茶ラテ」等、その他として「ゆずはちみつ」、「はちみつレモン」等のように、様々な組合せの語を使用している。また、
20 飲料の名前から生じる認識を検討するに当たっては、このような大手各社が販売する飲料だけでなく、「最新アイズドリンク」（乙32、33）、「New Arrange Drink」（乙33）などとして、実際に創作的か否かはともかく、創作的な飲料を提供しようとしていることがうかがわれるカフェのメニューで使用されている例も参考になり得るところ、同別紙のとおり、「ハニーレモンティーソーダ」、「ピーチゼリーティー」、「アイスマンゴーティー」があるほか、「抹茶ミルク」、「ゆず緑茶」、「ほうじ茶ジンジャエール」、「ソイマンゴー」、「バナナ酢ミルク」

等のように、メニュー名自体は、原材料を構成する物の名前を単に接続した語が使用されている。

これらの多数の例において、各原材料の語自体は、食用又は飲用に供される物の名前として一般に認識されている語であるから、上記の各商品名等に接した取引者、
5 需要者は、それらの語の間に、「と」、「+」、「×」などといった、ある物にある物を加えるとか、ある物とある物を掛け合わせるといった際に用いられる文字や記号が使用されていなくても、それらの飲料がそれらの原材料を組み合わせた飲料であると認識すると推認される。

c 以上は、飲料一般についてのものであるが、茶（日本茶、紅茶）とコーヒー
10 を組み合わせた飲料等については、別紙「茶とコーヒーを組み合わせた飲料等の販売開始時期や商品名等一覧表」記載のとおり、原告商品が販売される以前からそのような商品やメニューが少なからず存在し、その中には、「お茶コーヒー」（同別紙の番号1）、「抹茶カフェオレ」（同3）、「コーヒーほうじ茶」（同6。ティーバッグの形で販売されていた〔乙17〕。）、
15 「グリーンティーコーヒー」（同9）、「ほうじ茶カップチーノ～黒蜜添え～」（同10）、「抹茶カップチーノ」（同13）、「ほうじ茶カップチーノ」（同13）、「ほうじ茶珈琲」（同18。ティーバッグの形で販売されていた〔乙16〕。）という、茶を意味する語とコーヒー等を意味する語を接続しただけの商品名等のものがあつたほか、料理レシピとしても、「緑茶コーヒー」（同14、17）という、茶を意味する語とコーヒーを意味する
20 語を接続しただけの名前のものがあつたと認められる。しかも、このような茶とコーヒーを組み合わせた飲料等は、①大手缶コーヒー業者である日本コカ・コーラ社（同5、8）やJ T社（同7）、②大手コンビニエンスストアチェーンであるファミリーマート（同9）、③コーヒー等のドリップバッグ商品の通信販売業者であるブルックス（同12）、④カフェ店であるカフェ・ド・クリエ（同10）という、
25 飲料等の販売形態を細分化して見れば業界を異にする、それぞれの業界において著名な業者等から、販売されていただけでなく、日本コカ・コーラ社からは第1弾商

品が販売された約6か月後に第2弾商品を販売されるほどのものであった。

これらからすると、「TeaCoffee」との表記に接した需要者、取引者が、それが複数の原材料を組み合わせた他の飲料の商品名等と同様に、「Tea」と「Coffee」を組み合わせた飲料等を意味すると認識することに妨げはなく、そのように認識すると認めるのが相当である。

(ウ) 原告の主張について

a 原告は、お茶入りコーヒーについて「TeaCoffee」というネーミングはされておらず、取引者、需要者に「Tea」のような「Coffee」であるのか、「Tea」と「Coffee」を融合させたものであるのかなどという想像を膨らませるものであるから、自他商品識別力を有すると主張する。

確かに、原告商品が販売される前から存在した茶とコーヒーを組み合わせた飲料等の販売等に当たっては、茶とコーヒーを組み合わせることが新しい試みであるという趣旨の宣伝文句が常套文句になっており、被告商品の販売が開始される際にも「コーヒーと茶葉の新しい組み合わせ！」などという宣伝文句を用いられていること（甲5）に照らせば、被告が被告商品の販売を開始するまでの時点（平成30年4月）においても、茶とコーヒーを組み合わせた飲料等は定番のものになっていなかったと認められる。また、本件において、原告商品が発売されるまでに、茶とコーヒーを組み合わせた飲料等について「TeaCoffee」という名前が使用された例があるとは認められない。したがって、「TeaCoffee」という名前が、茶とコーヒーを組み合わせた飲料等の普通名称として定着しているものでないことは、原告が主張するとおりである。

しかし、上記(イ)cのとおり、これまでに著名な業者等が茶とコーヒーを組み合わせた飲料等を販売してきたという取引の実情に照らせば、そのような飲料等は、少なくとも茶やコーヒーの取引者にとってはなじみのある飲料等であると推認される。また、茶とコーヒーを組み合わせた飲料等自体になじみがなくとも、上記(イ)bのとおり複数の原材料を組み合わせた飲料について、それらのよく知られた原材

料名を接続した商品名等とすることが一般によく見られるものであることからすると、取引者、需要者がそのような商品名等に接した場合には、そのような原材料の組合せが飲料等として想定し得ないものでない限り、その飲料等がそれらの原材料を組み合わせたものであると認識することは自然なことである。そして、茶とコー
5 ヒーの組合せが飲料等として想定し得ないものとはいえない上、それらを組み合わせた飲料等において、その組合せの新規さをうたいつつ、その商品名等として「茶」を表す語と「コーヒー」を表す語を接続したものが多数見られてきたのも、その商品名等によってその飲料等がそれらの原材料を組み合わせたものであると認識されることを多くの業者が前提としてきたことによるものと解される。

10 したがって、お茶入りコーヒーのネーミングとして「TeaCoffee」が一般的でないという原告の主張を前提としても、「TeaCoffee」との語は、原告商標の指定商品について使用するときには、商品の品質（内容）又は原材料を直接的に示すにすぎないものとして、自他商品識別力を有しないと認めるのが相当である。

15 b また、原告は、被告自身も、被告商品に「TEA COFFEE」という商品名を付して、その語が自他商品識別力を有するものとして使用していると主張する。

確かに、別紙被告商品目録に表示された被告商品のラベルでは、二段書きの「TEA COFFEE」が商品名として用いられていると認められる。しかし、被告が、「コーヒーと茶葉の新しい組み合わせ！」や、「お茶なの？珈琲なの？」と銘打ったキャンペーン活動を展開していること（甲12）に照らせば、被告は、「TEA
20 COFFEE」によって、主として、一般消費者に定着していなかった茶とコーヒーを組み合わせた飲料の物珍しさを訴求しようとしていると認められる。そして、被告商品のラベル中には被告の缶コーヒーに関する著名な商標である「WONDA」も表示されていること（被告商品のウェブページ中の被告標章2(2)(3)でも同様である。甲4, 5)も踏まえると、被告が、「TEA COFFEE」のみで自他商品識別力を有するとの認識の下にこれを使用しているとは必ずしもいえない。

25 c さらに、原告は、「TeaCoffee」の語が、原告による原告商品の販売に伴っ

て原告商品を指すものとして自他商品識別力を獲得した旨主張する。

(a) 確かに、原告商品には、商品パッケージの表面に商品の種類に応じて「Roasted green teacoffee」, 「Green teacoffee」, 「Coarse teacoffee」などといった文字が表示され（乙46）、包装箱の表面にも同様の表示がされ、その裏面には「△△teacoffee」の文字が表示されている（甲8）。

しかし、商品パッケージには、その表面に上記表示（△△teacoffee）より大きく、別紙原告使用標章目録記載2の原告使用標章2が、裏面には同記載1の原告使用標章1がそれぞれ表示され（乙46）、包装箱には、その表面に上記表示（Teacoffee）より大きく2つの原告使用標章2が、裏面には上記表示（Teacoffee）より大きく原告使用標章1がそれぞれ表示されている（甲8）。そして、原告使用標章1については、その構成態様からして、自他商品識別標識であると認識される表示である。また、原告使用標章2については、「京茶珈琲」の文字が含まれ、それに接した者に原告商品の商品名が「京茶珈琲」であると認識される表示である上、目立つ形で「TEA×COFFEE」の文字部分が存しており、その「TEA」と「COFFEE」の間にはある物とある物を掛け合わせることを意味する際に用いられる記号（「×」）が使用されているため、「Teacoffee」の語に比して、原告商品が「茶」と「コーヒー」を組み合わせたものであることをより一層直接的に表示するものとなっている。

(b) 次に、原告商品の販売広告状況については、証拠及び弁論の全趣旨によれば、別紙「原告商品と被告商品をめぐる事情」のとおり認められるところ、まず、原告自身による宣伝について見ると、原告の投稿に付されたインスタグラムには「teacoffee」というハッシュタグが付されたり、原告が主張する損害賠償請求対象期間後ではあるものの、原告が開店した店舗の窓ガラスには「TEACOFFEE」という表示がされたりしている。しかし、前者については「京茶珈琲」等のハッシュタグも付されており、後者についてはすぐ上部に「京茶珈琲」の表示もされている（同別紙の番号18及び41）。

また、原告のウェブサイトでは、原告商標の文字部分（TeaCoffee）が原告商標が表示される中で表示される（甲3）とともに、本文やヘッダー部分で「新しい『tea coffee』の世界へ」（同別紙の番号35）と表示されている。しかし、原告のウェブサイトには、原告使用標章2が複数表示されており、上記のパッケージ等と同様のことが指摘できるだけでなく、至る所に原告商品の商品名が「京茶珈琲」であると認識される形で「京茶珈琲」の文字が表示されている（甲3）。

また、原告商品の催事における出展の際に、「TeaCoffee誕生」との表示がされたことがある。しかし、ここでも、そのすぐ上に原告使用標章2が表示され、陳列されている商品パッケージには原告使用標章2が目立つ形で表示されている（同別紙の番号36）。

さらに、原告は、同別紙記載のとおり、上記で指摘した以外の多くの局面においても、原告商品を「京茶珈琲」と称し、その「京茶珈琲」の文字部分や「TEA×COFFEE」の文字部分が目立つ形になっている原告使用標章2を使用してきたことが認められる。

(c) 次に、各種媒体による原告商品の紹介について見ると、原告商品を紹介するテレビ番組の中には、原告商品を「ティーコーヒー」ないし「TeaCoffee」と表示して紹介するもの（同別紙の番号9, 21, 39）や「TEA×COFFEE」の文字が含まれた原告使用標章2を映したもの（同別紙の番号28）もあった。しかし、同別紙の9の番組では、カフェの取材時に「ティーコーヒー」との呼び名で紹介されたとは認められるものの、それが原告商品の商品名と認識される態様で紹介されたのかは明らかでない。また、同別紙の番号21の番組では、京都のカフェで提供する飲料について、「ティーコーヒー焙」とのメニュー表示や原告使用標章2が描かれたグラスを映した上で、「ティーコーヒー ほうじ茶とコーヒーをブレンド」と表示されているから、前記の原告使用標章2と同様のことが指摘でき、同別紙の番号28の番組でも同様である。さらに、同別紙の番号39の番組（ただし原告が主張する損害賠償請求対象期間後である）は、「日本茶とコーヒー ブレンドティーコ

ーヒー」，「京茶珈琲 TeaCoffee」，「スイカ団子 ティーコーヒー 炭酸水
届くのはどれ？」と表示され，「ティーコーヒー」ないし「TeaCoffee」が原告商
品の商品名とは認識されにくいものとなっている。

また，原告商品を紹介する雑誌記事については，同別紙の番号23，30，34
5 及び44において「TEA×COFFEE」の文字が含まれた原告使用標章2が表示されて
いるほか，同別紙の番号30の雑誌記事ではそれと並んで「Nagi Kyoto
Tea×Coffee」との表示があるにとどまり，同別紙の番号23の雑誌記事では原告
商品の商品名が「京茶珈琲」であると認識される形で「京茶珈琲」の文字が表示さ
れ，同別紙の番号44の雑誌では，原告商品の使った飲料が「ほうじ茶コーヒーラ
10 テ」と表示されている。

そして，これら以外に，原告商品について「TeaCoffee」の表記がされたものが
あるとは証拠上認められない。

(d) このように原告商標の文字部分（「TeaCoffee」）は，それと同じ称呼がさ
れ得る「teacoffee」，「TEACOFFEE」及び「ティーコーヒー」を含めて見ても，そ
15 もそも使用されている頻度が低い上に，使用されても，自他商品識別標識であると
認識され得る別の表示（京茶珈琲）とともに使用されていたり，記述的表示である
と認識され得ることにつながりかねない表示（TEA×COFFEE）とともに使用されて
いたりするなど，自他商品識別標識であるとは認識されにくい形で使用されてきた
ことが多いといえる。

20 以上の点を踏まえると，「TeaCoffee」の語が，原告による原告商品の販売に伴
って原告商品を指すものとして自他商品識別力を獲得するに至ったとは認められな
い。

ウ 以上からすると，「TeaCoffee」の語は，被告が使用する標章の使用時点に
おいて，原告商標の指定商品である「茶，コーヒー，茶入りコーヒー，コーヒー
25 豆」に使用されるときには，茶とコーヒーを組み合わせた飲料等の商品の品質（内
容）又はその原材料を記述的に表示しているものとして，取引者，需要者によって

5 一般に認識されるものであって、自他商品識別力を欠くものというべきである。したがって、原告商標の構成中、「TeaCoffee」の文字部分については、原告商標の要部ということとはできないから、原告商標については、「TeaCoffee」の文字部分と図形部分から成る全体の構成が一体となって、初めて自他商品識別力を有するに至っているものというべきである。

(2) 被告が使用する標章との類似性について

これに対し、被告標章1（原告主張）は、別紙被告標章目録1－1記載のとおり、上段に「TEA」を、下段に「COFFEE」のアルファベットを配し、「TEA」の右側と「COFFEE」の5、6文字目の上側に当たる部分にそのアルファベットに比してかなり
10 小さな字体で「ティーコーヒー」の片仮名を配して成るものであり、被告各標章2は、同目録2記載1ないし3のとおり、それぞれ「TEA COFFEE」のアルファベットを配して成るものであるが、これらの標章はいずれも原告商標の図形部分を備えていない。

15 以上からすると、原告商標と被告が使用する標章とは、「TeaCoffee」の文字部分と「TEA COFFEE」ないし「ティーコーヒー」の文字部分が類似するのみであり、その他に共通する部分はないと認められる。

そして、原告商標中の「TeaCoffee」の文字部分は、前記(1)で認定判断したとおり、自他商品識別力が認められない部分であるから、その部分を共通するだけで、他に共通する部分がない原告商標と被告が使用する標章が類似するもの
20 ということとはできない。

2 結論

以上の次第で、原告の請求は、その余の点を判断するまでもなく理由がないから棄却することとして、主文のとおり判決する。

大阪地方裁判所第26民事部

裁判長裁判官

5

高 松 宏 之

10

裁判官

野 上 誠 一

15

裁判官

20

大 門 宏 一 郎

(別紙)

商標権目録

登録番号 5963932号

登録商標



登録日 平成29年7月14日

商品の区分及び指定商品 第30類

茶, コーヒー, 茶入りコーヒー, コーヒー豆

出願日 平成28年12月9日

以上

(別紙)

被告標章目録 1 - 1



以 上

(別紙)

被告標章目録 1 - 2



以 上

(別紙)

被告標章目録 2

1

TEA COFFEE

2

TEA COFFEE

3

ワンダ TEA COFFEE

以 上

(別紙)

被告商品目録



以 上

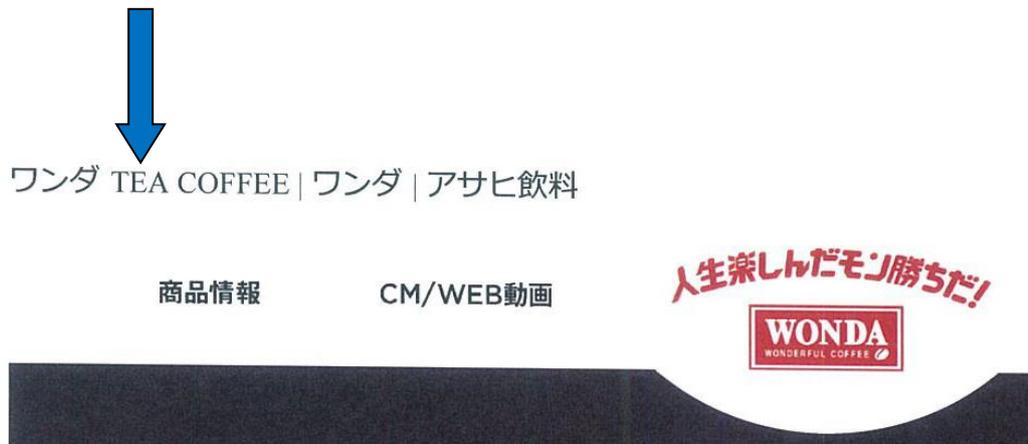
(別紙)

被告各標章 2 の表示位置目録

1 被告標章 2 (1)



2 被告標章 2 (2)



3 被告標章 2 (3)



以上

(別紙)

被告標章目錄 3

1



2



以 上

(別紙)

原告使用標章目録

1



2

京茶珈琲



TEA × COFFEE
MADE IN KYOTO

以 上

(別紙)

複数の原材料を組み合わせた飲料の商品名等一覧表

流通する商品に使用された商品名

コーヒーと牛乳を組み合わせた飲料		
業者名	商品名	証拠
キリン	カフェオレ Bitter	乙48
キリン	ミルクコーヒー	乙48
キリン	ミルクとコーヒー	乙48
被告	特製カフェオレ	乙48
サントリー	Café au Lait	乙48
サントリー	とろけるカフェオレ	乙48
ポッカサッポロ	ミルクコーヒー	乙48

紅茶と牛乳を組み合わせた飲料		
業者名	商品名	証拠
ダイドードリンコ	アイスミルクティー	乙27
宝酒造	ミルク紅茶	乙27
日本コカ・コーラ社	ミルクティー	乙27
日本ペプシコーラ	ミルクティー	乙27
キリン	アイスミルクティー	乙48
被告	ロイヤルミルクティー	乙48
ポッカサッポロ	ロイヤルミルクティー	乙48

紅茶とレモンを組み合わせた飲料		
業者名	商品名	証拠
日本ペプシコーラ	レモンティー	乙27
キリン	LEMON TEA	乙48

カフェのメニューで使用されたメニュー名

コーヒーと牛乳を組み合わせた飲料		
カフェ名	メニュー名	証拠
ひつじ茶房	コーヒー氷ミルク	乙33
cafe maasye	カフェオレショコラ	乙33

紅茶と牛乳を組み合わせた飲料		
カフェ名	メニュー名	証拠
Knut	ジンジャーミルクティー	乙32
Toklona	リッチロイヤルミルクティ	乙33

紅茶とレモンを組み合わせた飲料		
カフェ名	メニュー名	証拠
ロクシタンカフェ渋谷店	ハニーレモンティーソーダ	乙32

紅茶とその他の物を組み合わせた飲料		
業者名	商品名	証拠
伊藤園	アップルティー	乙28
森永乳業	梅ティー	乙29
森永乳業	レッドグレープティー	乙29
キリン	巨峰ティー	乙48
被告	フレンチアップルティー	乙48
ポッカサッポロ	ラベンダーティー	乙48
伊藤園	ピーチティー	乙48

抹茶と牛乳を組み合わせた飲料		
業者名	商品名	証拠
森永乳業	抹茶ラテ	乙29

ほうじ茶と牛乳を組み合わせた飲料		
業者名	商品名	証拠
ポッカサッポロ	棒ほうじ茶ラテ	乙48
伊藤園	ほうじ茶ラテ	乙48

紅茶とその他の物を組み合わせた飲料		
カフェ名	メニュー名	証拠
j.s pancake cafe 自由が丘店	オレンジティーソーダ	乙32
j.s pancake cafe 自由が丘店	ピーチゼリーティー	乙32
MA★CHAN KITCHEN	アイスマンゴーティー	乙32
MODeL T	ブルーベリーティー	乙32
ロクシタンカフェ 渋谷店	オレンジアイスティー	乙32
アフタヌーンティー・ティースタンド 表参道	スパークリングティーマンゴー	乙34

抹茶と牛乳を組み合わせた飲料		
カフェ名	メニュー名	証拠
カフェ分福	抹茶ミルク	乙33

その他の茶と別の物を組み合わせた飲料		
カフェ名	メニュー名	証拠
cha-cafe 深緑茶房	ゆず緑茶	乙34
cha-cafe 深緑茶房	ほうじ茶ジンジャエール	乙34

その他		
業者名	商品名	証拠
協同乳業	ゆずはちみつ	乙28
ダイドードリンコ	和果ごちち ゆずれもん	乙30
ダイドードリンコ	和果ごちち さくらんぼもも	乙30
サントリー	はちみつレモン	乙48
ポッカサッポロ	ぽっかぽっかゆずレモン	乙48
キリン	ミルクとココア	乙48
キリン	ミルクと桃ととろけるバナナ	乙48
被告	ミルクココア	乙48
被告	カルピス巨峰	乙48

その他		
カフェ名	メニュー名	証拠
noco nlco cafe	豆乳いちご	乙32
MA★CHAN KITCHEN	ソイマンゴー	乙32
noco nlco cafe	ジンジャーパイン	乙32
CAFE banyantree	豆乳抹茶スムージー	乙32
MODeL T	バナナ酢ミルク	乙32
noco nlco cafe	黒酢うめサイダー	乙32
Knut	きなこミルク	乙32
いしころカフェ	黒糖きなこ豆乳	乙32
CAWA	黒みつ豆乳カフェラテ	乙32
CAFE banyantree	豆乳黒ごまバナナドリンク	乙32
ひつじ茶房	くろみつきなこ豆乳	乙33

(凡例)

乙27 飲料商品ガイド'95	平成7年6月発行
乙32 Cafe & Restaurant	平成24年6月1日発行 「人気カフェの最新アイスドリンク大集合」と題する記事
乙33 Cafe & Restaurant	平成25年6月1日発行 「最新アイスドリンク」と題する記事
乙34 Cafe & Restaurant	平成26年9月1日発行 「お茶のドリンク」と題する記事
乙28 飲料総合専門誌ビバリッジ ジャパン409号	平成28年1月28日発行
乙29 飲料総合専門誌ビバリッジ ジャパン410号	平成28年2月28日発行
乙30 飲料総合専門誌ビバリッジ ジャパン422号	平成29年2月28日発行
乙48 被告代理人作成の調査報告書	平成30年10月5日作成 市販されている飲料商品の調査結果

(別紙)

茶とコーヒーを組み合わせた飲料等の販売開始時期や商品名等一覧表

	年月日	掲載媒体	取り上げられ方等	証拠
1	H14.10.1(発行日)	日経流通新聞	「ありそうでなかったフレーバーコーヒーが登場」とタイトルの下、コーヒー豆専門店である「からさわ珈琲店」が、コーヒー粉末に緑茶粉末を配合した「お茶コーヒー」を商品化したという記事が掲載された。	Z22
2	H18(販売開始時期)		牛島製茶は、「創作珈琲」として「挽きたての珈琲の中に柔らかい茎ほうじ茶が入っている「和珈琲」の販売を開始した。	Z13, 20
3	H19.10.16(販売開始日)	日本食糧新聞社のウェブサイト	オハヨー乳業社は、「自社抽出の本格コーヒーに生乳40%を加え、抹茶パウダーをミックスした」「新感覚のカフェオレ」であるとされる「抹茶カフェオレ」の販売を開始した。	Z11
4	H20(販売開始時期)		カネ七畠山製茶は、緑茶と珈琲を組み合わせた「京番茶コーヒー『ちゃ〜ひ〜』」の販売を開始した。	Z18, 20
5	H23.11.14(販売開始日)	日本コカ・コーラ株式会社(以下「日本コカ・コーラ社」という。)のウェブサイト	日本コカ・コーラ社は、「コーヒーにちょっと抹茶、という新しいスタイルで」などと銘打ち、缶コーヒー等のブランドである「ジョージア」の新シリーズの第1弾として、宇治抹茶入りコーヒーである「ジョージアクロス和-STYLE」の販売を開始した。	Z8
6	H23(販売開始時期)		日本茶専門店である「喜光堂」は、「ほうじ茶にコーヒーをブレンドした「コーヒーほうじ茶」の販売を開始した。	Z17, 20
7	H24.2.6(販売開始日)	日本たばこ産業株式会社(以下「JT社」という。)のウェブサイト	JT社は、「今までのコーヒーの枠組みに捉われない、コーヒーと紅茶という新たな組み合わせの提案」などと銘打ち、缶コーヒー等のブランドである「ルーツ」のエクスプローラーシリーズより、「コーヒーのコクに香りのアクセントとして、紅茶を加えた…コーヒー」である「テ・マリアージュ」の販売を開始した。	Z10
8	H24.5.21(販売開始日)	日本コカ・コーラ社のウェブサイト	日本コカ・コーラ社は、「缶を開けた瞬間に香るダージリンの香りが特徴の、これまでにない“ちょっと違う”缶コーヒー」などと銘打ち、「ジョージアクロス和-STYLE」に続く第2弾として、コーヒーにダージリンティを掛け合わせた「ジョージアクロスUK-STYLE」の販売を開始した。	Z9
9	H24.5.29(販売開始日)	ミネラルグループ社のウェブサイト	ファミリーマートが、「抹茶グリーンティーフレーバーとコーヒーを組み合わせたラテである」「グリーンティーコーヒー」の販売を開始した。	Z12
10	H25.2.6(販売開始日)	日経流通新聞	カフェ・ド・クリエは、「コーヒーにほうじ茶を加え、ミルクでまろやかに仕上げた」「ほうじ茶カプチーノ〜黒蜜添え〜」の販売を開始した。	Z23
11	H25.3頃	全国ネットで放送された情報番組である「ヒットの泉」	カネ七畠山製茶が製造販売する「ちゃ〜ひ〜」が「まさかのコラボ！」などとして、「今買いたい！進化した京都お土産」の第1位として取り上げられた。	Z18
12	H26.1(販売開始時期)		ブルックスは、「コーヒーに抹茶をブレンドした「かんたフェ ジャパネスク」の販売を開始した。	Z15, 20
13	H26(販売開始時期)		抹茶等の販売をする香月園は、茶とコーヒーを組み合わせた飲料である「抹茶カプチーノ」や「ほうじ茶カプチーノ」の販売を開始した。	Z14, 20
14	H27.4.12(掲載日)	料理レシピのコミュニティウェブサイトである「cookpad」	ハンドルネーム「アルカママ」が、「余った粉末緑茶使ってアレンジコーヒーです。緑茶？コーヒー？どっち?!」などとして「緑茶コーヒー」のレシピを紹介しており、「このレシピの生い立ち」については、「コーヒーの緑茶割りがあると聞き、やった事がありますが、続かない。家に残った粉末緑茶使えばいいじゃない！」と説明していた。	甲20

	年月日	掲載媒体	取り上げられ方等	証拠
15	H27.5.4(掲載日)	楽天が運営する料理レシピの検索サイトである「Rakutenレシピ」	ハンドルネーム「ぐっち1618」が、「コーヒーのはいったマグカップに煎茶をそそぐ」などする「コーヒー☆緑茶」の作り方を紹介していた。	甲21
16	H27.6.2(発行日)	都市情報雑誌である「東京ウォーカー」	「カフェ好き有名人がその味にほれ込むメニュー 私がハマる “推しめし”7」と題する記事の中で、「香港めし」が取り上げられ、「コーヒーと紅茶をブレンドしたコーヒーミルクティ」が紹介された。	乙25
17	H28.4.5(掲載日)	「コーヒーに関する様々なことを紹介している」ウェブサイトとされる「COFFEEMECCA」	「一見微妙な組み合わせにも思えますが、これが意外にも相性抜群」として、温めた緑茶にインスタントコーヒーを加えるなどする「緑茶コーヒーの作り方」を紹介していた。	甲19
18	H28.4(販売開始時期)		お茶専門店「Baby Leaf」は、「厳選した珈琲豆に薫り高い茎ほうじ茶をブレンドした「ほうじ茶珈琲」の販売を開始した。	乙16, 20

(別紙)

原告商品と被告商品をめぐる事情

	年月日	掲載媒体等	取り上げられ方等	証拠
1	H28.6(販売開始日)		原告は、原告商品の販売を開始した(もともと、京都市内では、平成29年夏頃から販売が開始された。)	甲7、乙50
2	H28.12.9		原告は、原告商標について、商標登録出願をした。	甲2
3	H29.2.23-2.24(開催日)	渋谷ヒカリエで開催された、知恵産業、京都ブランドの価値を高め、京都産業の発展につなげるためのイベントである「京都知恵産業フェア2017」	原告商品が出展されたが、その出展スペースにおいてどのような表示がされていたのかは証拠上判然としない。	甲7
4	H29.3.7-3.10(開催日)	幕張メッセで開催された、アジア最大級の食品・飲料専門展示会である「FOODEX JAPAN 2017」(国内からの来場者数:7万2063人)	原告商品の出展スペースには、別紙原告使用標章目録記載1の原告商標の図形部分と同様の図形が使用された標章(以下「原告使用標章1」という。)や同記載2の「京茶珈琲」や「TEA×COFFEE」の表示がされた標章(以下「原告使用標章2」といい、原告使用標章1と併せて「原告各使用標章」という。)が大きく表示されており、原告商品のパッケージには、原告使用標章2が大きく表示されていた。	甲7
5	H29.4.29-5.1(開催日)	京都に在る藤井大丸で開催された原告商品の試飲会	原告商品の出展スペースには、原告使用標章2が大きく表示されていた。	甲7
6	H29.5.15(掲載日)	「@Press」というウェブサイト	「京茶珈琲in『Taste of Paris-パリ-』」などと銘打ち、パリで開催されるイベントに「当社が展開するブランド『NAGI KYOTO』のオリジナル珈琲シリーズ『京茶珈琲』を出展します」という原告のプレスリリースが掲載された。	甲7
7	H29.5.18(掲載日)	日本スイーツ協会のウェブサイト	原告が、パリで開催するイベントに、展開するブランド「NAGI Kyoto」のオリジナル珈琲シリーズ「京茶珈琲」を出店すると紹介されるとともに、「京茶珈琲」が「宇治茶×コーヒー」と紹介されていた。	乙45
8	H29.5.20(掲載日)	Bisou JAPONのウェブサイト	原告が、パリで開催するイベントに、展開するブランド「NAGI Kyoto」の「宇治茶×コーヒー『京茶珈琲』」を出展すると紹介されていた。	甲7
9	H29.5.30(放送日)	関西ローカルの朝の情報番組である「よ〜いドン！」	原告商品が、「ティーコーヒー」という呼び名であり、「宇治の銘茶とコーヒーとをコラボした商品」と紹介された。	甲8
10	H29.6.21-6.27(開催日)	博多阪急で開催された、「全国有名グルメ博覧会」	原告商品の出展スペースには、原告使用標章2が大きく表示されていた。	甲7
11	H29.7.14		原告は、原告商標について、原告商標権の設定の登録を受けた	甲2
12	H29.7.22-7.23(開催日)	東急ハンズ京都店で開催された原告商品の催事	原告商品の出展スペースには、原告使用標章2が大きく表示されていた。	甲7
13	H29.7.28-8.13(開催日)	藤井大丸で開催された原告商品の催事	原告商品の出展スペースには、原告使用標章2が大きく表示されており、「世界が注目している、和コーヒー」という表示もされていた。	甲7

	年月日	掲載媒体等	取り上げられ方等	証拠
14	H29.8.20(開催日)	イオンモール京都桂川店で開催された原告商品の試飲会	その出展スペースにおいてどのような表示がされていたのかは証拠上判然としない。	甲7
15	H29.9.9-9.10(開催日)	京都ロフトで開催された原告商品の試飲会	原告商品の出展スペースには、「京茶珈琲」や「TEA×COFFEE」の文字が大きく表示されていた。	甲7
16	H29.9.20-10.3(開催日)	大阪高島屋で開催された原告商品の試飲会	原告商品の出展スペースには、原告使用標章2が大きく表示されていた。	甲7
17	H29.10.11-10.17(開催日)	伊勢丹新宿店で開催された原告商品の催事	その出展スペースにおいてどのような表示がされていたのかは証拠上判然としない。	甲7
18	H29.10.12(開催日)	渋谷ロフトで開催された原告商品の試飲会	その出展スペースにおいてどのような表示がされていたのかは証拠上判然としない。また、原告は、渋谷ロフトのインスタグラムに、同時期に開催されていた伊勢丹新宿店での催事に関して、「京茶珈琲が来店いたします。お近くの方はぜひお立ち寄りくださいませ」などと投稿し、同投稿には、「teacoffee」というハッシュタグが付されているものの、「京茶珈琲」や「ほうじ茶コーヒー」などというハッシュタグも付されていた。	甲7
19	H29.10.12(放送日)	朝の情報番組である「おはよう朝日です」	原告商品が「京都こだわり絶品コーヒー新感覚コーヒー×お茶」などと紹介されたが、原告商品等についてどのような表示がされていたのかは証拠上判然としない。	甲8
20	H29.10.23(放送日)	KBS京都で放送されているバラエティ番組である「おやかまっさん」	原告商品が紹介されたが、原告商品等についてどのような表示がされていたのかは証拠上判然としない。	甲8
21	H29.10.24(放送日)	BS朝日で放送されている知的エンタテインメント番組である「京都ぶらり歴史探訪」	原告商品を取り扱うカフェが紹介され、店頭で置かれている黒板に「ティーコーヒー」と記載されているのが映されるとともに、プラスチック容器に原告使用標章2が大きく表示された原告商品を背景にしながら、「ティーコーヒー」「ほうじ茶とコーヒーをブレンド」という字幕が映された。	甲8
22	H29.10.24(発行日)	関西地方を対象とする広域タウン情報誌である「関西ウォーカー」	原告商品が紹介されたが、原告商品等についてどのような表示がされていたのかは証拠上判然としない。	甲8
23	H29.10(発行日)	「天然生活」(発行部数:約14万部)	原告商品のことを「京茶珈琲」、「『京都宇治の銘茶』と『世界中から選り抜いたコーヒー豆』を独自製法でブレンドした和コーヒーである」などと紹介する記事が掲載されており、その記事には原告使用標章2が大きく表示されていた写真も併せて掲載され、検索ワードとして「京茶珈琲」を記載していた。	甲8
24	H29.11.14(受注日)	原告のウェブサイト	被告の従業員が、原告のウェブサイトにおいて、原告商品を注文したところ、原告商品の「商品名」は「【京茶珈琲】焙(ほうじ)スタンダードノドリップパック」や「【京茶珈琲】煎(せん)スタンダードノドリップバッグ」などと表示された。	甲11
25	H29.12.1(受注日)	原告のウェブサイト	被告の従業員が、原告のウェブサイトにおいて、原告商品を注文したところ、原告商品の「商品名」は「【京茶珈琲】焙(ほうじ)スタンダードノドリップパック」や「【京茶珈琲】煎(せん)スタンダードノドリップバッグ」などと表示された。	甲11
26	H29.12.21(開催日)	結婚式場である京都祝言で開催された原告商品の試飲会	原告商品の出展スペースには、原告使用標章2が大きく表示されていた。	甲7
27	H30.2.22(掲載日)	原告のウェブサイト	原告は、「FABEX2018」に関して、「京茶珈琲が出展」と宣伝していた。	甲3

	年月日	掲載媒体等	取り上げられ方等	証拠
28	H30.2.22(放送日)	テレビ東京系列で放送されている経済情報番組である「ワールドビジネスサテライト」	「宇治茶とコーヒーをブレンドした新しい飲み物がある」として原告商品が紹介され、原告使用標章2が大きく表示されている原告商品のパッケージも映された。	甲8
29	H30.3.5(配信日)	被告のウェブサイト	被告は、「従来のコーヒー飲料に国産茶葉を掛け合わせた、新たなコーヒー飲料の楽しみ方を提案する商品として『ワンダ TEA COFFEE』を展開」する「その第1弾として『カフェラテ×ほうじ茶』」である被告商品を「4月17日(火)より、第2弾『ブラック×煎茶』を6月12日(火)より全国で発売」とし、「商品発売に合わせ、積極的な広告販促活動を展開し…新広告キャラクターを起用し、若年層向けの新しいコーヒーが発売されることを訴求する新TVCも4月17日(火)より全国で放映」するなどというニュースリリースを配信した。	甲4
30	H30春(発行日)	フリーペーパーである「TimeOut TOKYO」(発行部数:約10万部)	原告商品が「Nagi Kyoto Tea × Coffee」と紹介され、原告使用標章2が大きく表示された商品パッケージが写った写真も掲載された。	甲8
31	H30.4.10-4.13(開催日)	東京ビッグサイトで開催された、食業界の国内最大級の業務用専門展である「FABEX2018」(来場者数:7万8011人)	出展スペースには、出展者名として「京茶珈琲 NAGI Kyoto」と表示された上、原告使用標章2が大きく表示されており、「世界が認めた和コーヒー誕生」という表示もされていた。原告商品の出展スペースの来場者の中には、「CMでやってるやつ」などと質問する者が多くおり、以降の催事等においても、「CMで宣伝してるよね」とか、「コンビニでも売ってるやつやね」、「お茶とコーヒーをまぜた商品ってアサヒがもうやってるよね」などと発言する者がいた。	甲7, 11
32	H30.4.17(販売開始日)		被告商品の販売が開始された。新しいテレビCMには、川栄李奈、神木隆之介及びビートたけしが起用された。	甲4-6, 13の1
33	H30.4.18		原告が主張する損害賠償請求対象期間の始期	
34	H30.4.30(発行日)	「東京のほっとなお茶時間」と題する書籍	原告商品が紹介され、原告使用標章2が大きく表示された商品パッケージが写った写真が掲載されるとともに、原告のウェブサイトが「日本茶×珈琲という新境地を拓くオンラインショップ」と紹介された。	甲8
35	H30.5.11(書証の出力日)	原告のウェブサイト	原告商標が大きく表示され、「新しいtea coffeeの世界へ」という表示がされている一方、原告使用標章2そのものや原告商品のパッケージに付された原告使用標章2が大きく表示され、「京茶珈琲」というタイトルの下に原告商品についての説明文が記載されていたり、販売店についての説明として、「※飲」の表示が付されている販売店については「京茶珈琲を実際に飲んでいただけます」という紹介をしたりしている。	甲3
36	H30.5.23-5.29(開催日)	伊勢丹新宿店で開催された原告商品の催事	原告商品の出展スペースには、「『日本茶×珈琲』のTeaCoffee誕生」という表示がされていたが、原告使用標章2が大きく表示され、「日本茶の『旨味』や『渋み』がコーヒーの味わいを引き出しました」という表示がされ、原告商品のパッケージにも、原告使用標章2が大きく表示されていた。	甲7
37	H30.5.30(掲載日)	首都大学東京でマーケティングを専門に研究している水越康介准教授のウェブサイト	被告商品のマーケティング戦略について考察する中で、被告商品が「ほうじ茶とコーヒーの掛け合わせという物珍しさ」があるという言及がされていた。	甲13の1・2
38	H30.5.31		原告が主張する損害賠償請求対象期間の終期	
39	H30.6.3(放送日)	全国ネットで放送されているバラエティ番組である「所さんお届けモノです！」	「おうちコーヒーの新定番！？日本茶を合わせたティーコーヒー」と銘打たれ、「京茶珈琲 TeaCoffee」として原告商品が紹介された。	甲8
40	H30.6.12-6.21(キャンペーン期間)	被告の公式Twitter	被告は、公式Twitterで、被告商品やその後続商品について、「お茶なの？珈琲なの？」などと銘打って、ハッシュタグが付いた3つの選択肢（#ティーコーヒーはお茶でしょ #ティーコーヒーは珈琲でしょ #新ジャンルの飲み物でしょ）から1つ選んでツイートした者の中から、抽選で被告商品やその後続商品がプレゼントされるというキャンペーンを行った。	甲12, 14
41	H30.8(開店日)	観光名所である高台寺付近に在る原告商品を取り扱うカフェ	店舗の窓ガラスに「TEACOFFEE」と表示されているとともに、その上側に「京茶珈琲」と表示されている。	甲23

	年月日	掲載媒体等	取り上げられ方等	証拠
42	H30.8.29(掲載日)	京都新聞	「珈琲×宇治茶コラボ」と題して、「コーヒーと、宇治茶を組み合わせた『京茶珈琲』を味わえる店」である「京茶珈琲高台寺店」がオープンしたことが紹介されていた。	乙50
43	H30.9.15(書証の出力日)	無農薬・有機栽培コーヒー豆の専門店「生豆屋」のウェブサイト	「秘蔵！コーヒー豆知識」と題するコラムにおける「緑茶コーヒー(緑茶とコーヒーの出会い)」と題する記事の中で、「なぜ…『コーヒー』+『緑茶』が無いのでしょうか？…一緒に混ぜて飲んだら良いのでは？名前は、カフェ・グリーンとかどうでしょう」という記載に続けて、「緑茶コーヒーの感想と作り方」を紹介していた。	甲22
44	H30.9.25(発行日)	京都・滋賀に関する情報誌「Leaf」	原告商品を取り扱うカフェが「京茶珈琲」の専門店と紹介され、原告商品の飲料が「ほうじ茶コーヒーラテ」と紹介されるとともに、原告使用標章2が大きく表示されたプラスチック容器の写真が掲載された	乙49