

令和7年1月30日判決言渡

令和6年（行ケ）第10083号 審決取消請求事件

口頭弁論終結日 令和6年12月11日

判 決

5

原 告 株 式 会 社 ば ん そ う

同訴訟代理人弁理士 上 吉 原 宏

10

被 告 特 許 庁 長 官

同指定代理人 浦 崎 直 之

同 大 島 勉

同 阿 曾 裕 樹

主 文

15

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

20

特許庁が不服2023-17809号事件について令和6年7月23日にした審決を取り消す。

第2 事案の概要

1 本件は、商標登録出願の拒絶査定に対する不服審判請求について、特許庁が請求不成立とした審決の取消しを求める事案である。争点は、出願に係る商標の商標法4条1項11号該当性である。

25

2 特許庁における手続の経過等

(1) 原告は、令和4年8月29日、別紙1「本願商標」記載1のとおり構成

から成り、第35類及び第41類に属する願書記載の役務を指定役務とする商標（以下「本願商標」という。）について、商標登録出願（商願2022-99287）をした。

5 (2) 原告は、令和5年8月7日付けで拒絶査定を受けたことから、同年10月20日、拒絶査定不服審判請求（以下「本件審判請求」という。）をし、同日付手続補正書（乙1）により補正をした結果、本願商標の指定役務は、別紙1「本願商標」記載2のとおり、第35類「経営に関するコンサルティング並びにこれらに関する情報の提供、経営の診断又は経営に関する助言、事業の管理、市場調査又は分析」、第41類「セミナーの企画・運営又は開催」
10 となった。

(3) 特許庁は、これを不服2023-17809号事件として審理し、令和6年7月23日、請求不成立の審決（以下「本件審決」という。）をし、その謄本は、同年8月6日に原告に送達された。

15 (4) 原告は、令和6年9月5日、本件審決の取消しを求めて本件訴訟に係る訴えを提起した。

3 引用商標

登録第6089130号商標（平成30年1月31日登録出願、同年10月12日設定登録。以下「引用商標」という。）は、別紙2「引用商標」記載1のとおりの構成から成り、別紙2「引用商標」記載2のとおり、第35類「リ
20 サイクル品又は中古品の売買契約の締結の媒介又は取次ぎ、リサイクル品又は中古品の販売に関する情報の提供、中古品買取業者への中古品売却希望者に関する情報の提供、中古品売却希望者への中古品買取業者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…」、第37類「写真機械器具の修理
又は保守、光学機械器具の修理又は保守、電子応用機械器具の修理又は保守、
25 電子計算機の修理又は保守、電気通信機械器具の修理又は保守、電話機械器具の修理又は保守、携帯電話機械器具の修理又は保守、スマートフォンの修理又

は保守」を指定役務とする。

4 本件審決の理由の要旨

- 5 (1) 本願商標は、取引者、需要者に強く支配的な印象を与える「BANSO」の文字部分を分離抽出し要部として、商標の類否を判断することが許され、本願商標は、「BANSO」の文字部分に相応して、「バンソー」「バンソ」の称呼を生じ、特定の観念を生じない。
- 10 (2) 引用商標は、独立して役務の出所識別標識の機能を果たし得る「BANSO」の文字部分を分離抽出し要部として、商標の類否を判断することが許され、引用商標は、「BANSO」の文字部分に相応して、「バンソー」「バンソ」の称呼を生じ、特定の観念を生じない。
- 15 (3) 本願商標と引用商標は、観念において比較することができないが、外観において類似し（文字の綴り、「A」の文字の横棒を省略する図案化）、称呼において共通する（「バンソー」「バンソ」）から、外観及び称呼によって取引者、需要者に与える印象、記憶、連想等を総合して全体的に考察すれば、両者は類似の商標である。
- 20 (4) 本願商標の指定役務中、第35類「経営に関するコンサルティング並びにこれらに関する情報の提供、経営の診断又は経営に関する助言、事業の管理、市場調査又は分析」（以下「本願抵触役務」という。）と、引用商標の指定役務中、第35類「リサイクル品又は中古品の販売に関する情報の提供、中古品買取業者への中古品売却希望者に関する情報の提供、中古品売却希望者への中古品買取業者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」（以下「引用抵触役務」という。）は、役務の提供の目的、手段、場所、提供に関連する物品及び需要者の範囲が一致するから、これらの指定役務に同一又は類似の商標が使用された場合には、同一営業主の提供に係る
- 25 役務と誤認されるおそれがあると認められる関係にあり、類似の役務である。
- (5) よって、本願商標は、引用商標と類似する商標であり、かつその指定役務

も引用商標の指定役務と類似の役務であるから、商標法4条1項11号に該当する。

第3 審決取消事由に関する当事者の主張

1 原告の主張

5 以下のとおり、商標法4条1項11号該当性を認めた本件審決の判断には、誤りがあるから、本件審決は取り消されるべきである。

(1) 本願商標の要部認定

10 審査基準によれば、商標の類否判断は全体観察を原則とするところ、本願商標は、図形部分と文字部分の色合い・配置構成（位置）から、大海原に浮かぶ大船、安定した土台の上に立つといった強い印象があり、その使用態様からも、両者は不可分一体のものとして把握理解される。よって、本件審決の本願商標の要部認定には誤りがある。

(2) 引用商標の要部認定

15 引用商標は、図形部分に対して文字部分が小さく付記的に表示されていること、使用態様において、文字部分が小さかったり他の用語を併用したりしていることから、引用商標の要部は、図形部分である。よって、本件審決の引用商標の要部認定には誤りがある。

(3) 本願商標と引用商標の類否

20 本願商標と引用商標の外観は、全体観察により検討すると非類似であり、称呼は、共通する一方、観念は、いずれも特定の観念を生じないから、比較できない。そして、本願商標は、文字部分と図形部分が不可分一体のものとして記憶されるのに対し、引用商標は、赤色の図形部分が強く印象に残り、特に、本願商標の指定役務では、書面や画像で取引されることが殆どであり、口頭で称呼されることは殆どないので、指定役務の主たる需要者層その他取引の実情等に鑑みれば、需要者が通常有する注意力を基準としても、需要者又は取引者が出所について誤認混同を来すとは考え難い。よって、本件

25

審決の本願商標と引用商標の類否判断には誤りがある。

(4) 本願抵触役務と引用抵触役務の類否

5 本願商標の指定役務のうち第41類（41A03）のものは、分割出願予定であるから、類否判断の対象は、第35類（35B01）の本願抵触役務となる（なお、第41類〔41A03〕は当初から商標法4条1項11号には該当しない。）。そして、本願抵触役務と引用抵触役務は、提供の手段、目的又は場所が一致せず、提供に関連する物品が一致せず、需要者の範囲（各役務を依頼しようとする者）が一致せず、業種も異なり、同一の事業者が提供するものでもないため、各指定役務は非類似である。よって、本件審決の指定役務の類否判断には誤りがある。

(5) 商標法4条1項11号該当性

以上によれば、本願商標と引用商標は非類似であり、指定役務も非類似であるから、商標法4条1項11号に該当しない。

2 被告の主張

15 (1) 本願商標の要部認定

本願商標は、「BANSO」（「A」の横棒は省略）の欧文字を青色で横書きし、その下に、同色で上部が凹状の太い横線を配してなり、構成全体として「BANSO」の文字部分を横線部分（下線。図形部分）で強調したような構成態様である。そして、「BANSO」の文字部分は、外来語ではなく、指定役務との関係においても何らかの語を表してなると直ちに理解できず、「バンソー」「バンソ」と発音することができる造語を表す。また、横線部分（図形部分）は、単に文字部分を強調するための装飾的な構成要素であり、独立の称呼、観念は生じない。したがって、本願商標は「BANSO」の文字部分が取引者、需要者に出所識別標識たる構成要素として、強く支配的な印象を与える要部であり、同部分に相応して「バンソー」「バンソ」の称呼を生じるが、特定の観念は生じない。

(2) 引用商標の要部認定

引用商標は、上段に直線及び曲線を組み合わせた「B」の欧文字をモチーフにしたような図形を赤色で、下段に「BANSO」（「A」の横棒は省略）の欧文字を黒色で表してなり、段を異にし、重なることなく間隔をあげ、異なる色彩で表されるから、視覚上分離独立した構成要素との印象を与える。そして、「BANSO」の文字部分は、外来語ではなく、指定役務との関係においても何らかの語を表してなると直ちに理解できず、「バンソー」「バンソ」と発音することができる造語を表す。また、図形部分は、何らかの事物や客体を具体的に描いてなるとは看取できず、出所識別標識としての称呼、観念は生じない。したがって、引用商標は、外観における構成上の一体性が希薄で、称呼や観念における関連性もなく、「BANSO」の文字部分は、構成全体の中では比較的目的を引き、記憶に残る構成部分であり、引用商標に接する取引者、需要者は、図形部分と文字部分を分離し、文字部分をその商標の略称等にも通じる要部と認識するから、文字部分が出所識別標識としての機能を果たす要部であり、同部分に相応して「バンソー」「バンソ」の称呼を生じるが、特定の観念は生じない。

(3) 本願商標と引用商標の類否

本願商標と引用商標の各要部は、観念において比較できないが、外観（綴り及びAの横棒を省略する書体が共通する。）及び称呼（バンソー、バンソ）において相紛らわしいから、それらによって取引者、需要者に与える印象、記憶、連想等を総合して考察すれば、同一又は類似の役務について使用するときは、その役務の出所について誤認混同が生じるおそれがあり、両者は類似する。

(4) 本願抵触役務と引用抵触役務の類否

本願抵触役務は、経営コンサルタント業者や市場調査業者などが、商業等に従事する企業に対して、経営コンサルティングや事業管理、市場調査結果

(商品市場の調査分析情報などを含む。)などを提供するサービスであり、引用抵触役務は、経営コンサルタント業者や市場調査業者などが、商業等に
従事する企業に対して、商品の販売情報(商品市場の情報、売上情報、価格
情報、販売分析情報等を含む。)を提供するサービスである。

5 これらの役務は、いずれも商業に従事する企業の運営又は管理に関する援
助をするサービスとして、取引分野(経営支援)や需要者層(企業)を共通
にするところ、それらは、現に経営コンサルタント業者や市場調査業者等の
ような同一営業主により提供されている実情がある(乙7~30)。したが
10 って、本願抵触役務と引用抵触役務は、取引分野(経営支援)や需要者層
(企業)を共通にしており、経営コンサルタント業者や市場調査業者などの
同一営業主により提供されている実情にあるから、それらの役務に同一又は
類似の商標を使用する場合には、同一営業主の提供に係る役務と誤認される
おそれがあり、類似する役務である。

(5) 商標法4条1項11号該当性

15 以上のおり、本願商標は引用商標と類似する商標であり、指定役務は類
似の役務を含むから、商標法4条1項11号に該当する。

第4 当裁判所の判断

当裁判所も、本願商標は引用商標と類似する商標であり、本願商標及び引用
商標に係る各指定役務の類似性も認められるから、商標法4条1項11号に該
20 当すると判断する。その理由は、次のとおりである。

1 商標及び指定役務の類似性の判断枠組みについて

原告は、本願商標は引用商標と類似せず、指定役務も類似しないから、これ
が類似するなどとして本願商標の商標法4条1項11号該当性を認めた本件審
決の判断には誤りがあるなどと主張する。

25 そこで検討すると、商標の類否は、対比される両商標が同一又は類似の役務
に使用された場合に、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るが、それには、そのような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、連想等を総合して全体的に考察すべきであり、しかもその商品又は役務の取引の実情を明らかにし得る限り、その具体的な取引状況に基づいて判断するのが相当である（最高裁判所昭和39年（行ツ）第110号同43年2月27日第三小法廷判決・民集22巻2号399頁参照）。

また、複数の構成部分を組み合わせた結合商標は、その構成部分全体によって他人の商標と識別すべく考案されているものであるから、そ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定することは原則として許されない。しかし、商標の構成部分の一部が取引者、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等、商標の各構成部分がそれを分離して観察することが取引上不自然であると思われるほど不可分的に結合しているものと認められない場合には、商標の構成部分の一部を抽出し、当該部分だけを他人の商標と比較して商標の類否を判断することも許されるというべきである（最高裁昭和37年（オ）第953号同38年12月5日第一小法廷判決・民集17巻12号1621頁、最高裁平成3年（行ツ）第103号同5年9月10日第二小法廷判決・民集47巻7号5009頁、最高裁平成19年（行ヒ）第223号同20年9月8日第二小法廷判決・集民228号561頁参照）。

そして、指定役務が類似のものであるかどうかは、それらの役務が通常同一営業主により提供されている等の事情により、それらの役務に同一又は類似の商標を使用する場合には、同一営業主の提供に係る役務と誤認されるおそれがあると認められる関係にあるか否かによって判断するのが相当である（最高裁昭和33年（オ）第1104号同36年6月27日第三小法廷判決・民集15巻6号1730頁、知財高裁令和5年（行ケ）第10035号同年10月23

日判決参照)。

2 本願商標について

(1) 本願商標は、前記第2の2(1)のとおり、別紙1「本願商標」記載1のとおり
5 の構成から成り、上部に青色の「BANSO」（ただし「A」の文字の横
棒を省略している。）の欧文字から成る文字部分を配置し、下部に同色で横
長略長方形で上辺が凹面の図形部分を配置している。

本願商標の文字部分と図形部分は、横方向の対比では、図形部分が文字部
分よりも横長であるが、縦方向の対比では、文字部分が図形部分の1.5倍
から3倍程度と顕著に大きい。そして、文字部分と図形部分は、重なること
10 なく配置されている上、文字部分と図形部分が全体として何らかの意味を有
するものと認識され得るものでもないから、このような外観や、観念上の関
連性がないことに照らすと、本願商標は、必ずしも、商標全体の構成上の一
体性の程度が高いということとはできない。

また、本願商標の図形部分は、前記のとおり上辺が凹面の横長略長方形で
15 あるが、何らかの意味のあるものが図形化されたと理解することは困難であ
り、装飾的なものにとどまるから、図形部分自体からは、出所識別標識とし
ての称呼及び観念が生じるものとはいえない。

他方、本願商標の文字部分は、前記のとおりの外観において最も強く注目
される部分である。文字部分の「BANSO」は、辞書に載録されている語
20 ではなく、本願商標の指定役務（第35類、第41類）との関連においても
何らかの意味を有する語と認めることはできないから、一種の造語として認
識され、「バンソー」又は「バンソ」との称呼が生ずる。

そうすると、本願商標については、その文字部分及び図形部分の構成上の
一体性の程度が必ずしも高いものではなく、その文字部分が取引者、需要者
25 に対し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
る一方、その図形部分からは出所識別標識としての称呼、観念が生じないも

のと認められ、本願商標の文字部分と図形部分が分離して観察することが取引上不自然であると思われるほど不可分的に結合しているものと認めることはできない。

したがって、本願商標については、その構成中「BANSO」の文字部分
5 を分離、抽出し、これを要部として他人の商標と比較して商標の類否を判断
することが許されるというべきである。

(2) 原告は、本願商標の要部認定に関し、本願商標を全体観察すると、図形部
分と文字部分の色合い・配置構成（位置）から、大海原に浮かぶ大船、安定
した土台の上に立つといった強い印象があり、使用態様等からも、両者は不
10 可分一体のものとして把握理解されると主張する。

しかしながら、前記のとおり、本願商標は、図形部分が装飾的なものであ
るのに対し、強く支配的な印象を与えるのは文字部分であり、図形部分と文
字部分は、外観上も、必ずしも一体性の程度が高いものとはいえない。した
がって、両者が不可分一体のものとして把握理解されるということはできず、原
15 告の主張を採用することはできない。

3 引用商標について

(1) 引用商標は、前記第2の3のとおり、別紙2「引用商標」記載1のとおり
の構成から成り、上部に赤色の「B」の文字をモチーフとしデザイン化した
と思われる図形部分を配置し、下部に黒色の「BANSO」（ただし「A」
20 の文字の横棒を省略している。）の欧文字からなる文字部分を配置している。

引用商標の文字部分と図形部分は、横方向の対比では、文字部分が図形部
分よりも横長であるが、縦方向の対比では、図形部分が文字部分の約4.5
倍と顕著に大きい。そして、文字部分と図形部分は、重なることなく配置さ
れている上、文字部分と図形部分が全体として何らかの意味を有するものと
25 認識され得るものでもないから、このような外観や、観念上の関連性がない
ことに照らすと、引用商標は、商標全体の構成上の一体性の程度は低いもの

といえる。

また、引用商標の図形部分は、前記のとおり「B」の文字をモチーフとしてデザイン化したと思われるものであるが、何らかの意味を有するものとまで認識することはできず、図形部分自体からは、出所識別標識としての称呼及び観念が生じるものとはいえない。

他方、引用商標の文字部分は、前記のと通りの外観であり、文字部分の「BANSO」は、辞書に載録されている語ではなく、引用商標の指定役務（第35類、第37類）との関連においても何らかの意味を有する語と認めることはできないから、一種の造語として認識され、「バンソー」又は「バンソ」の称呼が生ずる。

そうすると、引用商標については、その文字部分及び図形部分の構成上の一体性の程度が低いものであり、その文字部分からは、出所識別標識としての称呼、観念が生ずるものと認められる一方、その図形部分は、出所識別標識としての称呼、観念は生じないものと認められ、引用商標の文字部分と図形部分が分離して観察することが取引上不自然であると思われるほど不可分的に結合しているものと認めることはできない。

したがって、引用商標については、その構成中「BANSO」の文字部分を分離、抽出し、これを要部として他人の商標と比較して商標の類否を判断することが許されるというべきである。

(2) 原告は、引用商標の要部認定に関し、引用商標は、図形部分に対して文字部分が小さく付記的に表示されていること、使用態様等からも、引用商標の要部は、図形部分であると主張する。

しかしながら、前記のとおり、引用商標は、図形部分と文字部分の構成上の一体性の程度が低く、各構成部分を分離して観察することが可能というべきであるから、出所識別標識としての称呼、観念が生ずる文字部分を抽出し、これを要部とすることは許されるというべきである。したがって、原告の主

張を採用することはできない。

4 本願商標と引用商標の類否について

5 (1) 本願商標の要部であるその文字部分と、引用商標の要部であるその文字部分とは、外観において、「BANSO」（いずれも「A」の文字の横棒を省略している。）の欧文字を共通にしており、書体及び色彩の差異はあるものの、外観上類似する。また、両者は、称呼において、いずれも「バンソー」又は「バンソ」の称呼を生じ、称呼が同一である。そして、両者は、觀念において、いずれも一種の造語として特定の觀念を生じないから、比較することができないものである。

10 そうすると、本願商標と引用商標は、外観において類似し、称呼において同一であるから、これらの外観及び称呼によって取引者、需要者に与える印象、記憶、連想等を総合して全体的に考察すれば、本願商標と引用商標は、役務の出所について誤認混同を生ずるおそれのある類似の商標というべきである。

15 (2) 原告は、本願商標は、文字部分と図形部分が不可分一体のものとして記憶されるのに対し、引用商標は、赤色の図形部分が強く印象に残るなど、両者の外観は非類似であり、称呼は共通するが、本願商標の指定役務では称呼されることは殆どないので、取引の実情等に鑑みれば、役務の出所について誤認混同を来すものとはいえず、非類似であるなどと主張する。

20 しかしながら、原告の主張は、本願商標の要部について、文字部分と図形部分を不可分一体のものとし、引用商標の要部についても、図形部分を要部として、両者を対比するものと解され、前提を欠くものといわざるを得ない。前記のとおり、本願商標の要部である文字部分と、引用商標の要部である文字部分は、外観上も類似しており、称呼の共通性等を考慮すると、類似の商標というべきである。したがって、原告の主張を採用することはできない。

25

5 本願抵触役務と引用抵触役務の類否について

(1) 各指定役務の内容

本願商標の指定役務中、第35類「経営に関するコンサルティング並びにこれらに関する情報の提供、経営の診断又は経営に関する助言、事業の管理、市場調査又は分析」（本願抵触役務）は、商業に従事する企業に対し、経営
5 コンサルティングや事業管理、市場調査・分析結果等を提供する役務であるものと解される。

また、引用商標の指定役務中、第35類「リサイクル品又は中古品の販売に関する情報の提供、中古品買取業者への中古品売却希望者に関する情報の提供、中古品売却希望者への中古品買取業者に関する情報の提供、その他の
10 商品の販売に関する情報の提供」（引用抵触役務）は、商業に従事する企業に対し、広く商品の販売や商品市場に関する情報を提供する役務であるものと解される。

一般論としては、本願抵触役務のように市場調査・分析結果等を提供する役務は、同時に引用抵触役務である商品の販売や商品市場に関する情報を提供
15 する役務を含むことが多いと考えられる。そこで、以下においては、具体的に、これらの役務が、通常、同一営業主により提供される等の事情が認められ、同一又は類似の商標を使用した場合において、同一営業主による役務の提供と誤認混同を生ずるおそれがあるか否かについて、検討することにする。

(2) 営業主及びその提供する役務の内容

ア 後掲証拠及び弁論の全趣旨によれば、本願抵触役務と引用抵触役務の営業主に関して、次の各事実が認められる。

(ア) 株式会社矢野経済研究所は、ウェブサイトにおいて提供役務として「事業創造・コンサルティングサービス」を掲げ、「担当産業分野に特
25 化した専門研究員やその知見で、経営課題の解決を支援」、「『市場調査の結果の報告』に留まるのではなく、市場調査から導かれた戦略を実

行レベルにおいて支援したいとの思いから、事業創造コンサルティングの事業を開始いたしました。」などと記載し、また、「市場調査資料」である「特定ビジネス分野の市場規模・企業シェア・将来予測・メジャープレイヤーの動向等など、マクロやミクロの視点から当該テーマを総合的に調査・分析。3,000セグメントに及ぶマーケットデータ」の提供や、「ショートレポート」である「独自に収集したマーケットデータ」の提供を行っている（乙7、8）。

(イ) 株式会社野村総合研究所は、ウェブサイトにおいて提供役務として「NRIの経営改革コンサルティング」を掲げ、「NRIの経営改革コンサルティングチームは、改革の大義づくりや構想策定から実行に至るまで、クライアントに寄り添い改革と一緒に実現していく経営参謀として、難易度の高い経営改革を支援し、クライアントの持続的な成長に貢献します。」などと記載している。また、その運営する「INSIGHT SIGNAL」のウェブサイトの「マーケティングリサーチ」では、市場予測・需要予測（具体的には商品・サービスの売上高のトレンド分析等）のサービスを提供しているとする（乙9、10）。

(ウ) IQVIA は、ウェブサイトにおいて提供役務として、「コンサルティング&サービス」、「世界最大規模のヘルスケア業界知識とチームを活かし、経営戦略から事業・組織の実装まで、End to End でお客様の課題解決を支援いたします。」などと記載し、また、「トップライン市場データ」として「市場規模や薬効、製薬企業および医薬品の売上、処方、疾病に関するトップライン情報をメディアや医療・医学の研究に携わっている学術研究機関に提供しています。」などとする（乙11、12）。

(エ) Rakuten は、ウェブサイトにおいて提供役務として、「楽天市場 ネットショップ出店・開業」に EC コンサルタントが関与することを掲げ、「楽天市場の EC コンサルタントとは、店舗様のパートナーとして、店舗

様の売上アップのために、店舗運営のアドバイスや、企画のご提案、ユーザー対応の相談などを行っています。」などと記載し、また、「データ分析」として「アクセス人数や検索キーワード、PC やスマホのアクセス割合が分かることはもちろん、ページ別に転換率や客単価など、多様な視点からデータを見ることができるので、集客企画などに役立ち、売上アップの精度を高めやすくなります。」などとしている（乙13、14）。

(カ) 株式会社マーチャндаイジング・オンは、ウェブサイトにおいて提供役務として、「コンサルティング」などを掲げ、また、「市場データサービス（小売店POS実績）」として「スーパー・ドラッグ・CVS3業態全カテゴリーのトレンドが日別・単品ベースで把握可能」などとしている（乙15～17）。

(キ) 株式会社リユースは、ウェブサイトにおいて提供役務として、「リユースビジネスをシステムとコンサルティングでサポート」を掲げ、「リユースシステム」については、「リユースシステムはクラウド型のリサイクル店舗様向けの買取業務サポートシステムです。」「携帯・宝石・アパレル・スニーカー・ブランド・時計・お酒・ピアノ楽器・骨董品に対応しています。」、リユースシステムのコンセプトは「リサイクル業界に広く正しい知識と正確で安心感のあるサービスを提供する（相場提供だけでなく、商材別専門業者がバックヤードでサポートします）」などと記載し、また、「コンサルティング事業」については、「起業・創業・開業にあたって、事業計画の作成サポートや、必要となる資金調達の助成金・補助金等のアドバイス、提出書類の添削など、最初の一步を踏み出すための準備となる診断・助言・指導を行います。」などと記載している（乙18）。

(ク) 日経メディアマーケティング株式会社は、ウェブサイトにおいて提供

5 役務として「経営企画 事業計画・戦略立案、ブランド価値向上、市場予測」「マーケティング 市場分析、売れ筋ランキング、定点調査」などを掲げ、また、「日経 POS 情報 SCAN（教育機関向け）」として「1985年から蓄積した販売実績データ、要望に応じて分析結果を必要な時だけスポット提供」などとしている（乙19、20）。

10 (ク) 株式会社電通リテールマーケティングは、ウェブサイトにおいて提供役務として「Field Management」「Data Analysis」などを掲げ、「Field Management」では「専属チームがトータルにサポート」「販促/データチーム●デジタル販促企画●データ分析」「営業チーム●営業戦略設計（注力流通選定等）●営業組織組成/研修●営業/商談代行●営業資料の作成●バイヤーヒヤリング●営業関連 BPO（受発注対応）」などと記載し、また、「Data Analysis」では「ドラッグストア・食品スーパー・外食をはじめとする ID-POS 分析/データコンサルティング事業」「チャネル起点の顧客購買データ、シングルソースの消費データ、意識調査のデータを活用し、クライアントの課題発見、効果検証、施策の方向性

15 ままでをご提供いたします。」などと記載している（乙21）。

20 (ケ) ReCORE は、ウェブサイトにおいて提供役務として、中古買取業者向けサービスとして、「リユースクラウド POS システム」を掲げ、「買取サポート機能」「日々増え続ける約1億4000万件の膨大な商品データベースによる買取サポート機能で、スタッフによる査定の差を軽減」、また、「買取から販売、EC、品出し、顧客管理、KPI（業績）管理まで網羅したリコアなら日々の面倒なリユース業務を、効果的にトータルカバーします。」「面倒なリユース業務は全て ReCORE にお任せください」「査定・買取業務 宅配買取業務 販売・EC 出品業務 顧客管理業務

25 在庫管理・棚卸業務 業績分析業務」などを記載している（乙22）。

(コ) インテージは、ウェブサイトにおいて提供役務として、「市場機会の

特定」 「インテージでは、日本最大規模のパネルデータをはじめとした、市場やユーザーの動きを俯瞰して捉えられるデータを活用し、3C視点での市場分析やSTP分析を実施。貴社の市場機会発見やターゲット設定を支援いたします。」などと記載し、また、「SRI+（全国小売店パネル調査）」として「スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ホームセンター・ディスカウントストア、ドラッグストア、専門店など全国約6,000店舗より収集している小売店販売データです。店頭での販売実態を捉え、ブランドマーケティングや店頭マーケティングにご活用いただけます。」などと記載している（乙23、24）。

(サ) PLATTS は、ウェブサイトにおいて提供役務として、「製品価格、市場データ、分析」を掲げ、「プラッツは、石油、エネルギー、石油化学、金属、農業に関する情報のトップクラスのプロバイダーであり、ベンチマーク参考価格の主要な情報源です。当社は、価格アセスメント、産業分析レポート、ニュースにより、トレーダー、アナリスト、リスクマネージャ、エネルギー専門家の皆様の日々のビジネスニーズを直接支援しています。最新の市場トレンドとインサイトを確実に入手していただけます。」などと記載している（乙27）。

(シ) 株式会社エクスクリエは、ウェブサイトにおいて提供役務として、「エクスクリエは、メーカーの商品開発や商品育成支援を目的に…の生活者をネットワークしています。このネットワークは、アナリティクスサービスにおいて難易度の高いスクリーニング条件を満たし、リアルな生活・店頭の事実をアウトプットすることを可能としています。」 「商品開発から販売促進まで、マーケティングDXの支援を行っています。」などとし、「アナリティクスサービス」では「生活者を知る・店頭を知る、商品開発のためのリサーチから上市後の店頭リサーチまで各種アナリティクスサービスを提供しています。」と記載しており、また、デー

タブレットフォームとして「KSP-POS」では「5 2週分の POS データをダウンロードして店頭マーケティングに活用できます」などと記載している（乙28、29）。

5 (ス) 日本気象協会の Weather X は、ウェブサイトにおいて提供役務として、「アパレル事業者様向け商品需要予測コンサルティング」を掲げ、具体的に「ピークイン／アウトの可視化」として「商品の『売れ始め』、『ピーク』、『終売』のタイミングとトリガーになる目安気温をエリア別にわかりやすくまとめます。」など、「需要予測」として「商品の POS、出荷量、価格、在庫量など必要な詳細データと気象データと照合して解析を行います。具体的な数量や売上の予測が可能です。」などと記載している（乙30）。

10 イ 上記認定事実によれば、本願抵触役務（経営コンサルティングや事業管理、市場調査・分析結果等を提供する役務）と引用抵触役務（商品の販売や商品市場に関する情報等を提供する役務）とは、各役務により提供される情報が商品・市場に関するデータの提供とこれに基づく助言のような形で密接に結びついており、これらの役務が一体となって、経営コンサルタント業者や市場調査業者等の同一営業主により対象分野の各事業者

15 提供されている実情にあるものと認められる。

20 (3) そうすると、本願抵触役務と引用抵触役務とは、事業分野（経営支援）や需要者（企業）において共通し、同一営業主により提供されるものであって、それらの役務に同一又は類似の商標を使用する場合には、同一営業主の提供に係る役務と誤認されるおそれがあると認められる関係にあるというべきである。したがって、本願商標の指定役務は、引用商標の指定役務と類似するものというべきである。

25 (4) 原告は、本願抵触役務と引用抵触役務は、業種が異なり、需要者、提供の手段、目的又は場所、提供に関連する物品が一致せず、同一事業者が提供す

るものではないから、各指定役務は非類似であると主張する。

しかしながら、前記のとおり、本願抵触役務と引用抵触役務とは密接に関係しており、いずれも商業に従事する企業の運営若しくは管理に関する援助などを主たる目的として、同一営業主により一体となって提供されている実情にあると認められるから、同一又は類似の商標を使用する場合には、同一営業主の提供に係る役務と誤認されるおそれがあるというべきである。したがって、指定役務の類似性を否定することは困難であり、原告の前記主張を採用することはできない。

6 商標法4条1項11号該当性

以上によれば、本願商標は、引用商標と類似する商標であり、指定役務の類似性が認められるから、商標法4条1項11号に該当するものとして登録することはできない。したがって、拒絶査定不服審判の請求を成り立たないものとした本件審決の判断に誤りはない。

第5 結論

よって、原告の請求は理由がないから、これを棄却することとして、主文のとおり判決する。

知的財産高等裁判所第2部

裁判長裁判官

清 水 響

5

裁判官

菊 池 絵 理

10

裁判官

頼 晋 一

(別紙1)

本 願 商 標

1 【商標】

5



2 【商品及び役務の区分並びに指定商品又は指定役務】

第35類 経営に関するコンサルティング並びにこれらに関する情報の提供，
10 営の診断又は経営に関する助言，事業の管理，市場調査又は分析

第41類 セミナーの企画・運営又は開催

以上

引用商標

1 【商標】



2 【商品及び役務の区分並びに指定商品又は指定役務】

第35類 リサイクル品又は中古品の売買契約の締結の媒介又は取次ぎ，リサイクル品又は中古品の販売に関する情報の提供，中古品買取業者への中古品売却希望者に関する情報の提供，中古品売却希望者への中古品買取業者に関する情報の提供，
15 その他の商品の販売に関する情報の提供，ウェブサイト上における広告用スペースの提供，広告，商品の展示会及び商品の見本市の企画・運営及び開催，インターネットウェブサイトにおけるショッピングモールを介した商品の売買に関する契約の媒介，インターネットウェブサイトにおけるショッピングモール事業運営，電気機械器具類の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，化粧品
20 ・歯磨き及びせっけん類の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，自動車並びにその部品及び付属品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，二輪自動車並びにその部品及び付属品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，自転車並びにその部品及び付属品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，被服の小売又は
25 卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，織物及び寝具類の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，履物の小売又は卸売の業務

5 において行われる顧客に対する便益の提供，かばん類及び袋物の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，身の回り品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，運動具の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，おもちゃ・人形及び娯楽用具の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，楽器及びレコードの小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，写真機械器具及び写真材料の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，時計及び眼鏡の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，印刷物の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，紙類及び文房具類の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，酒類の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供

15 第37類 写真機械器具の修理又は保守，光学機械器具の修理又は保守，電子応用機械器具の修理又は保守，電子計算機の修理又は保守，電気通信機械器具の修理又は保守，電話機械器具の修理又は保守，携帯電話機械器具の修理又は保守，スマートフォンの修理又は保守

以上