

# 3条2項の周知性に関する審判決の研究

平成26年度商標委員会第4小委員会

今井 貴子, 大沼 加寿子, 岡田 全啓, 可兒 佐和子, 木村 達矢,  
隈元 健次, 小早川 俊一郎, 小松 秀彦, 田中 陽介,  
富澤 正, 富所 英子, 吉澤 大輔

## 要 約

商標法3条2項は、本来的に識別力を欠く商標であっても、使用をされた結果、「需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができるもの」については、商標登録を受けることができる旨を規定する。

3条2項の適用について、審査基準では、出願商標及び指定商品又は指定役務と使用商標及び使用商標又は使用役務とが「同一の場合」であって、特定の者の出所表示として「その商品又は需要者の間で全国的に認識されているもの」について、本項を適用することとしている。

他方、審判や判決では、これらの点について、比較的柔軟に判断している例が見受けられ、審査基準についても、実質的に識別力を発揮している範囲といった観点から、見直すべきではないかとの議論がある。

そこで、本小委員会では、3条2項の適用が争点となった、直近5年程度の審決・判決の中から16件を抽出して調査研究した。

今回検討した審判決例をみると、出願商標及び指定商品又は指定役務と使用商標及び使用商標又は使用役務の「同一」については、商標及び商品・役務ともに、比較的柔軟に判断されている。また、商標の使用地域については、少なくとも一地域を越えて販売等されていることが必要と考えられるものの、全国でくまなく販売等されていることまで求められておらず、やはり比較的柔軟に判断されているといえる。周知性の程度については、品質等表示、記述的表示、機能的表示にあたると考えられるものについては厳格に判断されているのに対し、商号の略称については、比較的緩やかに判断されており、周知性の程度と独占適応性が相関的に考慮されているといえる。商標の使用期間としては、6年で否定された例がある一方、8年で認められた例があり、このあたりが一つのメルクマールと考えられるが、大量かつ集中的に宣伝を行えば、これより短い期間であっても認められる可能性がある。需要者の範囲については、必ずしも世間一般に広く知られている必要はなく、特殊な商品、特定の需要者層に向けた商品等であれば、関連する需要者の間で周知となっていればよいものと考えられる。

## 目次

- 第1 はじめに
- 第2 3条2項の周知性
- 第3 まとめ

## 第1 はじめに

商標法3条2項は、本来的に識別力を欠く商標であっても、使用をされた結果、「需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができるもの」については、商標登録を受けることができる旨を規定する。

3条2項の適用について、審査基準では、出願商標及び指定商品又は指定役務と使用商標及び使用商標又は使用役務とが「同一の場合のみ」本項を適用するとし、例えば、草書体と楷書体又は行書体の相違や平仮名と片仮名、漢字又はローマ字の変換は同一とは認められない等かなり厳格な運用が規定されている。また、平成26年商標法改正に伴って地域団体商標が導入された際、地域団体商標の周知性の基準が「隣接した都道府県に及ぶ程度の需要者に認識されていること」とされたこととの対比から、3条2項の周知性については、特定の者の出所表示として「その商品又は

需要者の間で全国的に認識されているものをいう」とされた。

このような経緯から、一般的に、3条2項の適用については、出願商標及び指定商品又は指定役務と使用商標及び使用商標又は使用役務の厳格な「同一性」が求められ、周知性についても、全国的にあまねく知られているような高度な周知性が必要であるように理解・認識されている。

他方、審判や判決では、これらの点について、比較的柔軟に判断している例が見受けられ、審査基準についても、実質的に識別力を発揮している範囲といった観点から、見直すべきではないかとの議論がある。

そこで、比較的最近の3条2項において周知性が争点となった審判・判決について、使用地域の範囲、周知性の程度、出願商標と使用商標との同一性、指定商品・役務と使用商品・役務の同一性等の観点から調査研究し、3条2項における周知性の判断基準について考察した。

## 第2 3条2項の周知性

本小委員会で検討した審判決例は添付する検討審判決例一覧及び審判決カードの通りである。

3条2項については、直近5年程度の審決・判決に絞って検索し、その中から参考となるものを抽出して検討した。

以下、第4小委員会において検討した、3条2項適用の可否が争われた審決16件について、簡単に説明する。

### (1) 不服2012-19955 商標：ゴシック体で表された「蔵王チーズ」の文字商標

指定商品第30類「チーズ」について周知と認められた。

本件出願人は一般社団法人であり、地域団体商標の主体適格をみたさないことから、通常の商標出願をして3条2項を主張したものと思われる。本件商標は主としてクリームチーズについて使用されており、そのシェアも約13%と必ずしも高くはないが、遅くとも1981年からチーズについて使用され、他に「蔵王チーズ」を使用する者がいなかったという点が考慮されたのではないかと思われる。地域団体商標の主体適格をみたさない場合でも、全国的に販売されていれば、3条2項による登録の余地があることを示す例といえ

る。

### (2) 不服2013-20453 商標：「淀川変圧器」(標準文字)

指定商品第9類「受変電機械器具」等について周知と認められた。

本件は、地名(河川名)+商品名からなる会社商号の略称にかかるものであり、必ずしも一般に周知とまではいえないとも思われるが、昭和40年に設立され、以来48年にわたり使用され、特殊な商品の業界における認知度及び他の者に使用されていないことが考慮されたものと思われる。なお、本件商標は標準文字からなるが、使用商標もホームページを見る限り、明朝体様のロゴであり、出願商標と使用商標の同一性は問題とされていない。

### (3) 不服2012-18325 商標：「料理のための」と「清酒」の文字を特異とはいえない書体で上下二段に表してなる商標

指定商品第33類「料理用清酒」について周知性が認められなかった。

出願人は、平成13年10月以降継続して本件商品を製造販売しているが、出願人の周知商標である「タカラ」の文字からなる標章の近傍の概ね同時に視認し得る範囲内で使用されていることから独立して識別力が認められなかった。個別商品にかかる商標については、単独での識別力を証明する必要があるうえ、本件のような品質、原材料表示と認識される商標については、独占適応性も考慮され厳格に判断されると考えられる。

### (4) 不服2011-27665 商標：縦書きで普通に用いられる方法で表してなる「東京牛乳」

指定商品第29類「牛乳」について周知と認められなかった。

本件商標は、使用期間が6年余にすぎず、流通地域も東京都及びその近県にとどまっていること等から、全国的に周知になっているとは認められないとされた。本件は、東京都酪農業協同組合と協同乳業株式会社の共同出願であり、地域団体商標によることができなかったことから、通常出願で3条2項を主張したものと思われるが、地域団体商標と異なり、3条2項では需要者の間で全国的に認識されていることが求めら

れており、少なくとも全国的に販売されていない商品については3条2項の適用は難しいと考えられる。

(5) 不服 2012-5098 商標：ジョイントボックスの形状からなる立体商標

指定商品第9類「ジョイントボックス」について、周知性が認められなかった。

本件商標の使用期間は15年程で、市場占有率は平成22年度で76.5%と比較的高いと思われるが、使用証拠に文字商標と併用例があるほか、特徴的部分が明確に表されている証拠が少ないこと等から周知性が認められなかった。本件商標は、指定商品の機能的な構造としての形状の一形態を表したものとみられ、機能的な特徴を商標で保護する結果となることに対しては厳格に判断されるものと考えられる(別途4条1項18号で排除できる可能性があるとしても)。

(6) 不服 2011-16980 商標：「あずきバー」(標準文字)

指定商品第30類「あずきを加味してなる菓子」について周知性が認められた。本件は、知財高判平成24年(行ケ)第10285号の審決取消し判決を受けた差し戻し審決であり、実質的には知財高裁で判断されたものといえる。本件商標は、ロゴの態様で使用されており、これは3条1項3号非該当として登録されており、当該ロゴが周知であることは異論がないと思われる。本件では、そのロゴの識別力が標準文字にまで及んでいるかが争点と考えられるところ、高い知名度を有する場合には出願商標と使用商標の同一性は緩やかな解釈が許容されることが示されたといえる。また、本件商標は、アイスクャンディーのみに使用されていたが、指定商品「あずきを加味してなる菓子」について登録されており、指定商品と使用商品の同一性についても緩やかに解されている。

(7) 不服 2011-9470 商標：青色のゴシック体で表された「OIZUMI」の文字商標

指定商品第9類「メダル貸機」等について周知性が認められた。

本件は、ありふれた氏「大泉」に由来する会社商号の略称と推認されるが、1986年から使用され、商品「メダル貸機」等について1995年から高い市場占有率を占めていることから周知性が認められた。本件商標

は、必ずしも一般に知られているとは思われないが、350号証という大量の証拠が提出されたうえ、指定商品について計7回の補正により使用商品に限定された結果、特殊な業界における周知性が認められたものと考えられる。

(8) 不服 2011-5208 商標：「杓目金屋」(標準文字)

指定商品第14類「杓目金技術を用いた指輪」等について周知性が認められた。

本件商標は、平成15年から使用され使用期間は約8年と比較的短く、提出された証拠はロゴであったようであるが、直営店が全国に存在しており、指定商品等が「指輪」にかかるものに限定されたうえ、当該商品等について出願人以外に本件と同一の文字を使用する者がいないことから、周知性、出願商標と使用商標の同一性について緩やかに判断されたものと考えられる。

(9) 不服 2011-18129 商標：極太の書体で表された「Kawasaki」の文字商標

指定商品第4類「エンジンオイル」等について周知性が認められた。

本件商標が、二輪自動車等について周知であることに異論はないと思われるが、出願人が本件指定商品についても純正商品として販売していること、「二輪自動車」と本件指定商品の需要者が重複していること等を主張立証したことにより、本件指定商品についても周知と認められたものと思われる。ただし、本件については、知財高裁(平成24年(行ケ)10002号)において、本件と同一商標が第25類について、3号及び4号には該当しない、かつ、3条2項に該当するとの判断がされているという特殊な事情もあった。

(10) 不服 2011-22380 商標：「GR」(標準文字)

指定商品第9類「デジタルカメラ並びにその部品及び付属品」について周知性が認められなかった。

本件商標の実際の使用態様は、「GR」の文字と「DEGITAL」の文字とを上下二段に表してなる標章を使用していること、さらに、(出願人の名称である「リコー(RICOH)」の文字等を併用した態様で使用されるものが大半を占めていることや、本件商品の生産台数がデジタルカメラの生産出荷実績からすればわずかなことから周知性が認められなかった。本件は、

欧文字2字からなる標準文字商標として出願されているところ、欧文字2字は商品の型番を示すための記号又は符号として一般的に使用されており、独占適応性も考慮されたものと思われる。

(11) 平成22年(行ケ)第10169号 商標：包装用容器の形状からなる立体商標

指定商品第29類「乳酸菌飲料」について周知性が認められた。

本件は、使用商標にヤクルトの企業名称や文字商標等が入っているため立体的形状のみが独立して自他商品識別力を獲得していると認められるかが争点となったが、そのことのみで上記立体的形状について同法3条2項の適用を否定すべきではなく、上記文字商標等を捨象して残された立体的形状に注目して、独自の自他商品識別力を獲得するに至っているかどうかを判断すべきであるとされた。また、本件ではアンケート調査が周知性の認定に有利に参酌されており、アンケート調査の対象、手法、規模等に関して参考になるものと考えられる。

(12) 不服2010-15908 商標：履物における側面図を実線及び破線をもって描いた図形商標

指定商品第25類「履物」等について周知性が否定された。

本件では、使用商標は、出願人(ナイキ)にかかる他の図形商標や文字商標が顕著に付されており、使用商品も本件指定商品の一部にすぎない等として周知性が否定された。本件は、スニーカーのデザインの特徴部分について、我が国では部分立体商標が認められていないことから、平面図形商標として出願したものと考えられ、出願商標と使用商標(実際の商品)の同一性を認めることは困難であったと思われる。

(13) 不服2010-28575 商標：普通に用いられる方法の範囲内で表された「堂島ロール」の文字からなる商標

指定商品第30類「ロールケーキ」について周知性が認められた。

本件では、使用期間は2003年から約8年間で、販売地は大阪、愛知、神奈川、北海道、東京、広島の常設店等と必ずしも広範囲とはいえないが、マスコミで多数紹介されていることから周知性が認められた。

(14) 不服2012-248811 商標：ブーメラン型の「散光式警光灯用グローブ」の立体形状からなる商標  
指定商品第9類「警ら車・交通取締四輪車・その他の警察車両に用いられる散光式警光灯」について周知性が認められた。

本件は、特殊車両用の商品という極めて特殊な商品であり、パトカーの赤色灯の全国シェアが99%という極めて高いシェア及びブーメラン形状というほかの同種商品と見分けられる形状の特異性が考慮されて、商品そのもの立体形状からなる商標について周知性が認められた。他方で、本件形状は、機能をより効果的に発揮させ、商品等の美感をより優れたものとするなどの目的で選択されたものであると認定しながら、4条1項18号の検討はされていない。

(15) 不服2011-21734 商標：肘掛椅子の形状からなる立体商標

指定商品第20類「椅子」について周知性が認められた。

本件商品は、大きな輪形の底部、これの左右からS字状及び逆S字状に曲がった2つの脚部という特徴的な形状を有し、日本国内では昭和59年ころから、ほぼ同一の形状を維持したまま30年にわたり販売されていることから商品の形状そのものに周知性が認められた。本件においても、形状の特徴はすわり心地等の肘掛椅子としての機能を高め、美感を惹起させることを目的としたものと認定しながら、4条1項18号は検討されていない。

(16) 不服2009-13505 商標：「ハイテンション」の片仮名と「Hi-Tension」の欧文字を普通に用いられる方法で上下二段に書してなる商標

指定商品第24類「伸縮性のある編物」について周知性が認められなかった。

本件では、使用商標が他の文字と併せて記述的に使用されており、本願商標と同一ではないと判断された。加えて、本件では商標の使用が請求人によるものではないとされており、使用者が出願人と異なる場合には使用許諾にかかる使用であることを主張立証する必要がある(詳細は不明であるが、素材と完成品の関係にある者の使用ではないかと思われる)。

### 第3 まとめ

3条2項（使用による識別性）の周知性の判断については、審査基準では、出願商標及び指定商品又は指定役務と使用商標及び使用商標又は使用役務とが「同一の場合のみ」本項を適用して登録が認められるとされている。しかし、検討した審判決例をみると、「同一」については、商標及び商品又は役務ともに、比較的緩やかに判断されている（なお、検討審判決例には含まれていないが、傍論ながら、使用商品と「同一」とはいえない商品について自他商品識別力を有すると認める判決も存在する（「Kawasaki」事件、知財高判平成24年9月13日））。また、商標の使用地域については、「需要者の間で全国的に認識されている」ことを要するとされており、少なくとも一地域を越えて販売等されていることが必要と考えられるが、全国でくまなく販売等されていることまで求められているわけではなく、これについても比較的緩やかに判断されているといえる（検討審判決例には含まれていないが、九州、京都、首都圏という三地域の直営店で販売されていたという事例で本項の周知性が認められている）。周知性の程度についても、必ずしも一律に高度なレベルが求められているわけではなく、品質等表示、記述的表示、機能的表示にあたりと考えられるものについては厳格に判断され、他方、商号の略称については、比較的緩やかに判断されており、周知性の程度と独占適応性が相関的に判断されているといえる。商標の使用期間としては、6年で否定された例がある一方、8年で認められた例があり、このあたりが一つのメルクマールと考えられるが、大量かつ集中的に宣伝を行えば、これより短い期間であっても認められる可能性がある。需要者の範囲については、必ずしも世間一般に広く知られている必要はなく、特殊な商品、特定の需要者層に向けた商品等であれば、関連する需要者の間で周知となっていればよいものと考えられる。立体商標については、商品の形状そのものからなる商標が登録されている例が見受けられるが、長期の使用期間、高度な市場占有率といった要素とともに形状の特異性が相関的に判断されており、商品の形状と認識できる範囲内であっても形状が特異であれば登録が認められ易くなると考えられる。なお、3条2項の周知性の判断においては、商品の形状の機能性と独占適応性との関係については判断されておらず、4条1項18号についても言及されていない（3条2項の周知性が認定さ

れるのであれば、一定期間独占されていたことにより、独占適応性はクリアしており、改正前4条1項18号「機能を確認するために不可欠な立体的形状のみからなる」についても形状の特異性でクリアしているということであろうか）。

（木村達矢）

## (検討審判決一覧)

	事件番号	審判決日	商標	指定商品／役務	結論	周知性
3 条 2 項	不服 2012-19955	平成 25 年 6 月 21 日	蔵王チーズ	第 29 類 チーズ	成立	○
	不服 2013-20453	平成 26 年 2 月 19 日	淀川変圧器	第 9 類 受変電機械器具等	成立	○
	不服 2012-18325	平成 25 年 8 月 27 日	料理のための清酒	第 33 類 料理用清酒	不成立	×
	不服 2011-27665	平成 24 年 10 月 3 日	東京牛乳	第 29 類 牛乳	不成立	×
	不服 2012-5098	平成 25 年 7 月 16 日	ジョイントボックス (立体商標)	第 9 類 ジョイントボック ス	不成立	×
	不服 2011-16950	平成 25 年 3 月 18 日	あずきバー	第 30 類 あずきを加味し てなる菓子	成立	○
	不服 2011-9470	平成 24 年 3 月 5 日	OIZUMI	第 9 類 メダル貸機等	成立	○
	不服 2011-5208	平成 24 年 4 月 23 日	空目金属	第 14 類 空目金技術を用 いた指輪 第 35 類 空目金技術を用 いた小売等	成立	○
	不服 2011-18129	平成 24 年 6 月 26 日	Kawasaki	第 4 類 エンジンオイル等	成立	○
	不服 2011-22380	平成 24 年 11 月 29 日	GR	第 9 類 デジタルカメラ並 びにその部品及び付属品	不成立	×
	平成 22 年(行ケ)10169	平成 22 年 11 月 22 日	ヤクルト容器 (立体商標)	第 29 類 乳酸菌飲料	成立	○
	不服 2010-15908	平成 23 年 3 月 25 日	ナイキシューズ (立体商標)	第 25 類 履物, 運動用特 殊靴	不成立	×
	不服 2010-28575	平成 23 年 10 月 14 日	堂島ロール	第 30 類 ロールケーキ	成立	○
	不服 2012-24811	平成 25 年 6 月 11 日	パトライト (立体商標)	第 9 類 警ら車・交通取締 四輪車・その他の警察車両 に用いられる散光式警光灯	成立	○
	不服 2011-21734	平成 24 年 5 月 25 日	エコーネス椅子 (立体商標)	第 20 類 椅子	成立	○
不服 2009-13505	平成 24 年 1 月 27 日	ハイテンション\ Hi-Tension	第 25 類 スパンデックス 繊維を用いた伸縮性のある 女性用ズボン	不成立	×	

## (審判決要約)

不服 2012-19955 (平成 25 年 6 月 21 日審決)		周知性：○
商標	<b>蔵王チーズ</b>	
指定商品・役務	第 29 類 チーズ	
出願日	平成 23 年 (2011 年) 4 月 26 日	
出願人／権利者	財団法人蔵王酪農センター	
審決要旨	請求人は、商品チーズについて、本願商標と同一視し得る商標 (蔵王チーズ) を、1981 年から 20 年以上の長きにわたり使用しており、「蔵王チーズ」(クリームチーズ) の生産量は 190t で、国内のクリームチーズ生産量の約 13% のシェアを占めるに至っている。	

また、本願商標が使用されたチーズは、雑誌、パンフレット、新聞記事において継続的に紹介されているほか、テレビ番組においても紹介されており、宮城県、仙台商工会議所といった公的機関の支援も受け、ホームページ等で紹介されているところである。

こうしたことから、本願商標は、商品「チーズ」に使用をされた結果、需要者が請求人の業務に係る商品であることを認識することができるに至ったものといえる。

したがって、本願商標「蔵王チーズ」は、商品「チーズ」について商標登録を受けることができるというのが相当である。

#### 特記事項（実務上の指針）

使用期間は長いものの、審決で挙げられた証拠の数や全国規模での広告回数は必ずしも多くはないようにも見受けられる（なお、職権調査により広告による使用事実が追加されている）。また、審決において一定のシェアがあると具体的に認定されたのは「クリームチーズ」に限られている。

出願人が7条の2の主体的要件を満たす法人であれば地域団体商標としての登録を目指すことができたことと解されること、また、アウトサイダーが存在しなかったことから、実質的に、通常要求される3条2項の周知性よりもやや緩和されたレベルで登録が認められた可能性もあるのではないと思われる。

（可兒佐和子）

不服 2013-20453（平成 26 年 2 月 19 日審決）		識別力：○
本件商標	淀川変圧器	
指定商品・役務	第 9 類 受変電機械器具等 第 40 類 受変電機械器具の貸与等	
出願日	平成 24 年 6 月 27 日	
出願人／権利者	淀川変圧器株式会社	
審決要旨		
1 商標法第 3 条第 1 項第 3 号該当性について 本願商標は、「淀川変圧器」の文字を標準文字で表してなるところ、その構成中の「変圧器」の文字は、本願の指定商品又は指定役務の提供の用に供する物の名称と認められるものであり、それに大阪市北部の地域名を理解させる「淀川」の文字を冠したにすぎないものである。 本願商標は、商標法第 3 条第 1 項第 3 号に該当する。		
2 商標法第 3 条第 2 項該当性について 請求人は、昭和 40 年 10 月に大阪市において設立され、それ以来 48 年にわたり、「淀川変圧器株式会社」と称し、建設現場、ビル、工場等向けの受変電機械器具、各種変圧器等の製造、販売、レンタルを行っている（平成 25 年 3 月 21 日付け資料第 2 号、平成 25 年 10 月 21 日付け資料第 8 号等）。 そして、請求人は、大阪本社のほか、東京支店、東北営業所、九州営業所を有し、全国的に取引を行っており、請求人の売上高は、平成 23 年度が約 24 億 7 千万円、同 24 年度が約 22 億 7 千万円であることが認められ（平成 25 年 10 月 21 日付け資料第 1 号及び第 2 号）る。 また、全国の建設機械器具レンタル業、建設業者を主な配布先とする業界紙「レンタル情報」や一般紙における請求人が紹介された記事において、請求人は、「淀川変圧器」と略称され、表記されていることが見受けられる（平成 24 年 12 月 3 日付け資料第 11 号ないし第 12 号及び第 14 号）。 請求人及びその関係者以外に、「淀川変圧器」の文字を使用している事実は発見できない。 してみれば、本願商標は、商標法第 3 条第 2 項の要件を満たすものというべきである。		
特記事項（実務上の指針）		
本願商標は、標準文字で表してなるのに対し、使用実績を表す資料に表された文字との同一性を認識していない。 使用実績を示す資料は、それ程多くない。しかしながら、使用実績は、商号商標を 48 年間という長きに亘り使用しているため、商標法第 3 条第 2 項の要件を満たすと判断されたのか。		

（岡田全啓）

不服 2012-18325（平成 25 年 8 月 27 日審決）		周知性：×
本件商標	料理のための清酒	
指定商品・役務	第 33 類「料理用清酒」	
出願日	平成 23 年 4 月 13 日	
出願人／権利者	宝ホールディングス株式会社	
審決要旨		
宝酒造は、平成 13 年 10 月以降継続して、本件商品の製造、販売を行っており、同 18 年末以降に行っている広告宣伝や異なる容量（容器）での商品展開とあいまって、該商品の販売の数量及び金額は増加傾向にあるといえる。 しかしながら、上述のとおり、本願商標は、本件商品について、請求人が自己の製造、販売に係る商品であることを表示するものとして広く用いられている「タカラ」の文字からなる標章の近傍の概ね同時に視認し得る範囲内に付されており、また、本件商品の広告宣伝の大多数において、「タカラ『料理のための清酒』」のように、請求人の製造、販売に係る商品であることを表示する「タカラ」の文字とともに用いられており、その際に、本件商品の画像が掲載されている場合も少なくないというのが実情である。 そうすると、本件商品に接する取引者、需要者は、相当数に及ぶといえるものの、それらの者は、本件商品に接する際に、本願商標のみならず、その近傍に付された請求人が自己の製造、販売に係る商品であることを表示するものとして広く用いている「タカ		

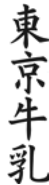
ラ」の文字からなる標章をも同時に視認するとみるのが相当であり、また、本件商品に係る広告宣伝に接する際に、請求人の製造、販売に係る「タカラ『料理のための清酒』」として認識するとみるのが相当である。

特記事項（実務上の指針）

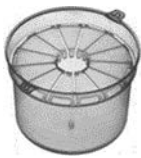
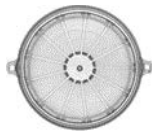
請求人が自己の製造、販売に係る商品であることを表示するものとして広く用いられている「タカラ」の文字からなる標章の近傍の概ね同時に視認し得る範囲に付されており、本願商標「料理のための清酒」の文字のみが請求人の製造、販売に係る特定の商品名を表すものとして取引者・需要者間に認識されているということとはできない。

単独の使用を立証する資料の提出が必要である。

（岡田全啓）

不服 2011-27665（平成 24 年 10 月 3 日 審決）		周知性：×
本件商標		
指定商品・役務	第 29 類：牛乳	
出願日	平成 22 年 7 月 13 日	
出願人／権利者	協同乳業株式会社，東京都酪農業協同組合	
審決要旨		
<p>1 商標法第 3 条第 1 項第 3 号該当性について</p> <p>本願商標は、「東京牛乳」の漢字を普通に用いられる方法で縦書きしてなるところ、該文字は、日本の首都である「東京」の文字と、指定商品である「牛乳」の文字を結合してなるものであるから、全体として「東京において生産又は販売される牛乳」であることを容易に認識させるものであるから、商品の生産地、販売地を表示したものと認識されるにすぎず、自他商品の識別機能を有するものとは認められない。</p> <p>2 商標法第 3 条第 2 項該当性について</p> <p>本願商標の使用期間は僅か 6 年余りにすぎず、平成 22 年度の販売実績も不明である。また、テレビ、ラジオ、雑誌等のメディアでの紹介も大半は 1 回に限られ、反復継続して紹介されたものではない。更に、イベント等での販売等の実績はあるが、それらは都内で開催されたものであり、加えて参加者の詳細は不明である。インターネットでの検索件数についても、証拠として有用なものは僅か 81 件にすぎず、また、それらのサイトの閲覧回数も不明である。</p> <p>以上より、本件商品の取引実情等からすれば、本願商標は、東京都及びその近隣の取引者、需要者の間で、ある程度その存在が知られるようになってきているといえるとしても、その指定商品「牛乳」について使用をされた結果、全国的に広く、需要者が何人かの業務に係る商品であることを認識することができるものになっていると認めることはできない。</p>		
特記事項（実務上の指針）		
<p>本件は、出願人の事情により地域団体商標としての出願ができず、通常の商標として出願を行ったものであったため、全国的な周知性の証明は難しかった事例である。請求人は、20(行ケ)10474 号審決取消訴訟において、出願人の事情等についても考慮すべきであると主張していたが、3 条 2 項の適否において、そのような事情を考慮することは相当とはいえないと判断されている。</p>		

（大沼加寿子）

不服 2012-5098（平成 25 年 7 月 16 日 審決）		識別力：×
本件商標	<p>立体商標 第 1 図</p>  <p>第 4 図</p> 	
指定商品・役務	第 9 類：ジョイントボックス	
出願日	平成 22 年 12 月 27 日	
出願人／権利者	株式会社カワグチ	
審決要旨		
<p>1 商標法第 3 条第 1 項第 3 号該当性について</p> <p>本願商標は、別掲のとおり立体的形状よりなるところ、電気配線の結束部分を納めるカバー部分が円筒形であることは、その商品の形状としては、ごくありふれたものであり、また、該ボックス部分入り口に接合された 13 個の三角形の弁は、電気配線の結束部分をワンタッチでかぶせるために考案された機能的な構造であるといえるものである。そうとすれば、該立体形状は、本願指定商品に係る「ジョイントボックス」（屋内配線の接続部用ボックス）の機能的な構造としての形状の一形態を表したものとみるのが相当である。</p> <p>2 商標法第 3 条第 2 項該当性について</p>		



3条2項の周知性に関する審判決の研究

新聞、雑誌等の写真を提出しているが、立体的形状を使用していることは理解できるものの、その特徴的な部分について明確に表示されている証拠の提出はあまりない。また、「ナイスハット」の文字商標と一緒に使用している写真が多い。

その他、市場占有率、販売数量等の使用実績を示す証拠が提出されていない、或いは提出されていても信用性に欠けるものがあり、証拠としては不十分である。

アンケートが提出されているが、アンケート対象者が限定されていたり、回答に客観性がない。

以上のような理由により、提出された証拠からは、一定の認知度は認められるものの、周知性を有するとまではいえない。


特記事項（実務上の指針）

文字商標と併用して使用されている証拠の場合は、需要者は文字商標部分から商品を識別していると判断される可能性があるため、使用により自他商品等識別機能を獲得していることを立証するための証拠としては、あまり適当ではないと思われる。証拠としては、立体商標のみが表示されているものや、立体商標の特徴的部分が明確に表示されているものを提出するのがよい。

(大沼加寿子)

不服 2011-16950（平成 25 年 3 月 18 日審決）		周知性：○
本願商標	あずきバー（標準文字）	
指定商品・役務	第 30 類 あずきを加味してなる菓子	
出願日	平成 22 年 7 月 5 日	
出願人／権利者	井村屋グループ株式会社	
審決要旨（商標法 3 条 2 項該当性）		
<p>本件商品の販売実績及び宣伝広告実績並びにこれらを通じて得られた知名度によれば、本件商品の商品名を標準文字で表す「あずきバー」との商標（本願商標）は、本件商品の販売開始当時以来、請求人の製造・販売に係る本件商品を意味するものとして取引者、需要者の間で用いられる取引書類等で全国的に使用されてきたことが容易に推認され、本件商品を意味するものとして価格表や取引書類等で現に広く使用されている。</p>		
特記事項（実務上の指針）		
<p>商標法 3 条 2 項が適用されるためには、出願商標と使用されている標章との間には同一性が求められるのが原則であるが、本件のように高い周知性を獲得している場合には、その同一性は緩やかに解釈され、3 条 2 項の適用が認められたと考えられる。</p>		

(田中陽介)

不服 2011-9470（平成 24 年 3 月 5 日審決）		周知性：○
商標		
指定商品・役務	第 9 類 メダル貸機、メダル自動補給機、メダル計数機、パチスロ・パチンコホール用両替機	
出願番号／出願日	商願 2007-27624 / 平成 19 年 3 月 29 日	
出願人／権利者	株式会社オーイズミ	
審決要旨		
<p>1986 年 4 月から本願商標及びそれと同一と認められる商標を雑誌、新聞等への広告において使用していることを示している。商品「メダル貸機」、商品「メダル計数機」および商品「メダル自動補給機（メダル補給システム）」については、1993 年度から、商品「パチスロ・パチンコ用両替機」については、1995 年から、それぞれ長期間にわたって、高い市場占有率を占めている事実が認められる。</p> <p>本願商標は、その指定商品について、商標法第 3 条第 2 項に規定する要件を充たしているものであるから、同法第 3 条第 1 項第 4 号に該当するとして、本願を拒絶すべきではない。</p>		
特記事項（実務上の指針）		
<p>指定商品に関する補正手続を計 7 回行っている。使用証拠との関係で指定商品を限定せざるを得なかったと考えられる。宣伝広告、期間、占有率を示す証拠が大量に提出されて、商標法第 3 条第 2 項の適用が認められた事例である。3 条 2 項の適用が認められる指定商品か否かは、使用証拠の内容から厳密に判断される。</p>		

(小早川俊一郎)

不服 2011-5208（平成 24 年 4 月 23 日審決）		周知性：○
本件商標	空目金屋（標準文字）	
指定商品・役務	第 14 類：空目金技術を用いた指輪 第 35 類：空目金技術を用いた指輪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	
出願日	平成 21 年 8 月 24 日	
出願人／権利者	株式会社空目金屋	
審決要旨		

(1)本願商標を使用する請求人の直営店、及び、正規取扱店が全国各地に存在すること、(2)使用期間が8年以上にわたること、(3)使用商標は本願商標との対比において、外観上同一視しうるものであり、商標としての同一性を損なうものではないこと、(4)本願商標を使用している商品・役務は、本願指定商品・指定役務と同一であること、(5)本願商標が使用されている商品は、主として結婚指輪であり、本願商標が使用されている役務は、人生における最大の出来事にかかわる前記商品を取り扱う役務であるとの性格上、需要者の注意力は高く、加えて、独特の工芸技術を用いて製作される「指輪」と、その取扱いに係る役務が本願商標を使用している商品・役務であることを踏まえると、本願商標は、実際の商品・役務の販売実績・営業規模を超えて需要者の関心を集め、その印象に残るものであること、(5)請求人以外による使用が見いだせないことからすると、本願商標は、請求人を出所とする識別標識として、需要者が認識するに至ったものというのが相当であり、本願商標は、3条2項の要件を満たす。

特記事項（実務上の指針）

本願商標は、標準文字からなるところ、使用商標との同一性が認められている（審決には使用商標は未掲載）。また、事案により異なるとは思われるが、3条2項の適用を受けるためには、8年以上の使用期間は要するものと思われる。  
3条2項の適用を受けるための証拠は、テレビジョン放送、ブライダル関連の雑誌・書籍・催し、ウェブサイトの内容等であり、甲23号証までと少ないが、周知性の判断に当たっては、使用商品・役務の事情が重要視されたものと思われる。

（今井貴子）

不服 2011-18129（平成 24 年 6 月 26 日 審決）		周知性：○
本件商標	<b>Kawasaki</b>	
指定商品・役務	第4類 エンジンオイル、ギアオイル、チェーンオイル、フォークオイル、サスペンションオイル、防錆効果を有する潤滑油、フィルターオイル	
出願日	平成 22 年 7 月 1 日	
出願人／権利者	川崎重工株式会社	
審決要旨（商標法 3 条 2 項該当性）		
<p>本願の指定商品と、「二輪自動車」（出願人が本願商標と同一の商標を永年にわたり使用し、周知・著名となっている商品）とは、その取引者・需要者が重なるものである。また、職権調査によっては、「Kawasaki」など「川崎」に通じる文字を他者が本願の指定商品について使用している事実は発見できなかった。更に、本願商標の使用状況、本願の補正後の指定商品に係る取引の実情等からすれば、本願商標は、その補正後の指定商品について、出願人により使用された結果、需要者が何人かの業務に係る商品であることを認識することができるものとなっていると判断するのが相当である。</p>		
特記事項（実務上の指針）		
<p>証拠の詳細は不明であるが、証拠の大部分（甲第 35～220 号証）は、指定商品に関する本願商標の使用証拠ではなく、本願商標を使用した企業広告及び「二輪自動車」の広告だったと思われる。その上で、一般的に「二輪自動車」のメーカーが、本願指定商品（オイル製品等）を純正商品として販売していること、「二輪自動車」と本願指定商品の需要者が重複していることを主張立証し、本願指定商品分野でも、本願商標について需要者が請求人の業務に係る商品であることを認識できるとして、3条2項に該当するという結論に結び付けていったと考えられる。</p>		

（富所英子）

不服 2011-22380（平成 24 年 11 月 29 日 審決）		周知性：×
本件商標	GR（標準文字）	
指定商品・役務	第9類 デジタルカメラ並びにその部品及び付属品	
出願日	平成 22 年(2010)11 月 2 日	
出願人／権利者	株式会社リコー	
審決要旨		
<p>本願商標は、商品の品番、等級等の記号、符号として典型的に使用されているローマ文字 2 字に相当する『GR』を標準文字で表してなるものであるから、これをその指定商品に使用しても、極めて簡単で、かつ、ありふれた標章のみからなる商標にすぎないものと認める。したがって、本願商標は、商標法第 3 条第 1 項第 5 号に該当する。また、出願人は、意見書において、同法第 3 条第 2 項の規定により登録されるべきものである旨の主張をしているが、提出された添付資料からでは、使用された結果、需要者が何人かの業務に係る商品であることを認識するに至ったものと認定することができないので、同法第 3 条第 2 項により登録することもできない。</p>		
特記事項（実務上の指針）		
<p>この事件に関連して IPDL で検索したところ、アルファベット 2 文字のみからなる標準文字商標は、本件における指定商品に限らず登録は難しいように思われる。本件では、審決の理由でも示唆されているように、実際に使用している標章の態様で出願したのであれば、結果は違った可能性が高いと思われる。</p>		


（小松秀彦）

平成 22 年(行ケ)第 10169 号（平成 22 年 11 月 16 日 判決）		周知性：○
本件商標	ヤクルト容器（立体商標）	


3条2項の周知性に関する審判決の研究

指定商品・役務	第29類 乳酸菌飲料
出願日	平成20年9月3日
出願人／権利者	株式会社ヤクルト本社
審決要旨	
<p>立体商標につき商標法3条2項の適用が肯定されるためには、立体的形状を有する使用商品にその出所である企業等の名称や文字商標等が付されていたとしても、そのことのみで上記立体的形状について同法3条2項の適用を否定すべきではなく、上記文字商標等を捨象して残された立体的形状に注目して、独自の自他商品識別力を獲得するに至っているかどうかを判断すべきである。</p> <p>形状に関して、(1)本件容器とほぼ同一形状の容器は、昭和43年に変更された際に、著名なデザイナーによってデザインされたものであり、飲みやすさ、持ちやすさ、コンペアー・ラインでのガイドへの適合性、自動包装機への適応性などの機能が重視されたシンプルな形状ではあったものの、当時、乳酸菌飲料の容器としては斬新な形状であった。(2)本件容器が採用された昭和43年ころから、本件容器の形状の特徴及び利点を強調する宣伝が数多くなされ、その後、原告の宣伝には、ほぼ必ず本件容器の写真若しくは図柄が掲載されており、本件容器があたかも原告のシンボルマークのように扱われて、需要者に強く印象付けられるような態様で宣伝されてきた。(3)平成20年及び同21年の各アンケート調査の結果によれば、男女480人を対象とした東京及び大阪における会場テストにおいても、また男女5000人を対象としたインターネット調査においても、本願商標と同一の立体形状の無色容器を示された回答者の98%以上が、同容器から「ヤクルト」を想起すると回答している。</p>	
特記事項（実務上の指針）	
<p>『(文字商標等が入っているため)立体的形状のみが独立して自他商品識別力を獲得したものと認められない』、という点について、上記アンケート調査の結果は非常に有力であったと思われるが、それだけでなく、原告が、容器を独自に開発して先駆的に使用を開始したこと、その容器の形状に着目させるような宣伝を行ってきたこと、なども重要な点であるように思われる。</p>	

(吉澤大輔)

不服2010-15908（平成23年3月25日審決）		周知性：×
本願商標		
指定商品・役務	第25類 履物、運動用特殊靴	
出願日	平成21年5月25日	
出願人／権利者	ナイキ インターナショナル リミテッド	
審決要旨		
<p>1. 3条1項3号について</p> <p>本願商標を構成する図形は、指定商品である「履物、運動用特殊靴」の用途、機能から予測し難いような特異な形態や特別な印象を与える装飾の形態を備えているものとは認められず、指定商品の取引者、需要者は、本願商標を「履物、運動用特殊靴」において使用し得る機能又は美感の範囲内のものであると看取し、履物、運動用特殊靴の側面の形状であると認識することとどまるものというのが相当である。</p> <p>したがって、本願商標は、指定商品の形状を普通に用いられる方法で表してなるものといわざるを得ず、本願商標は、3条1項3号に該当する。</p> <p>2. 3条2項について</p> <p>請求人が本願の指定商品について使用する商標は、「スウッシュ」商標、「AIR」の文字商標が請求人に係る商品に顕著に付されており、広告には、「AIR FORCE 1」「エアフォース 1」,「AF1」,「AIR」,「NIKE」及び「ナイキ」の文字商標が広告文に使用されているものであるから、本願商標と使用商標とが同一のものということとはできない。</p> <p>したがって3条2項の適用は認められない。</p>		
特記事項（実務上の指針）		
商標法3条2項の要件を具備するためには、出願商標と使用商標の同一性が要求される。		

(隈元健次)

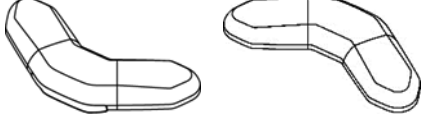
不服2010-28575（平成23年10月14日審決）		周知性：○
本件商標		
指定商品・役務	第30類：ロールケーキ	
出願日	平成21年年12月21日	
出願人／権利者	株式会社モンシュシュ	
審決要旨		
<p>本件商品（の容器等）に付されている「堂島ロール」の文字からなる商標は、本願商標と外観上同一視できるものである。</p> <p>また、マスコミにおいて「堂島ロール」の文字は通常の活字体で表され、本願商標は「堂島ロール」の文字を普通に用いられる方法の範囲で表されたものであって、いずれも、その態様に特徴があるものではないから、本願商標の使用による識別性の判断におい</p>		

て、マスコミにおける本件商品の紹介の実情を考慮して判断するのが相当である。本願商標は、その指定商品「ロールケーキ」について、請求人により使用をされた結果需要者が請求人の業務に係る商品であることを認識することができるものとなっていると判断するのが相当である。


特記事項（実務上の指針）

本願商標は、別掲のとおり「堂島ロール」の文字を普通に用いられる方法の範囲内で表したものであり、これをその指定商品について使用しても「(大阪市北区) 堂島を産地、販売地とするロールケーキ」であること、すなわち商品の品質を表示する標章のみからなる商標であって、商標法第3条第1項第3号に該当するものと判断するのが相当である。3条2項の著名性が認められた証拠物として主に以下のものを提出した。①商品「ロールケーキ」（以下「本件商品」という。）の販売を2003年11月から開始し、現在に至るまでの約8年間継続して販売していること。②請求人は、大阪、愛知、神奈川、北海道、東京、広島の常設店及び催事販売において、本件商品を販売していること。③本件商品の2010年の売上は、ロールケーキのホール販売だけでも、約302万本であり、その売上高は約36億円であること。④2004年10月から2010年7月の間、テレビ番組、雑誌、新聞などマスコミにおいて本件商品が請求人の商品として数多く紹介されていること。等を証明する証拠を提出。

(富澤正)

不服 2012-24811 (平成 25 年 6 月 11 日 審決)		周知性：○
商標		
指定商品・役務	第9類 警ら車・交通取締四輪車・その他の警察車両に用いられる散光式警光灯	
出願日	平成 23 年(2011)8 月 29 日	
出願人／権利者	株式会社パトライト	
審決要旨		
<p>本件の3条1項3号の判断では、本件の形状は「散光式警光灯」の商品に期待される機能をより効果的に発揮させたり、商品等の美感をより優れたものとするなどの目的で選択されたものであるとしている。</p> <p>他方、3条2項の判断では、本願商標のプーメラン形状が、他に見当たらない特異性を有し、1996年(平成8年)年以降17年以上にわたって本件審決時まで、本願商標と同一の形状からなる商品「散光式警光灯」が一貫して製造、販売され、市場シェアからみて需要者の強い支持を得ていることに照らすならば、(中略)本願商標は、自他商品識別力を獲得するに至っており、本願の指定商品「警ら車・交通取締四輪車・その他の警察車両に用いられる散光式警光灯」の需要者が、本願商標に接するときは、請求人に係る散光式警光灯であることを認識することができるものというのが相当であるとした。</p>		
特記事項（実務上の指針）		
<p>本件では、3条2項該当性の判断において、ゴルチエクラシック事件を引用して、商標の形状の特異性と商標の使用の実情を総合考慮すべきとして、本件商標のプーメラン形状について同種商品における特異性を認定するとともに、使用期間が17年と比較的長いこともあるが、警察庁の警ら車では100%という特定分野における極めて高いシェア等が有利に参酌されたものと思われる。他方で、極めて特殊な分野であるとはいえ、必ずしも形状が装飾的とはいえず機能ないし実用目的に資するともいえる商品について、形状の独占適応性については検討されていない。3条1項3号については、独占適応性と趣旨が含まれることは裁判例でも確立しているが、3条2項についても議論の余地があるのではないかと(なお、形状については別途不当録事由として4条1項18号もある)。なお、簡易に調査した範囲では、本件商品について意匠登録は見あたらなかった。</p>		

(木村達矢)

不服 2011-21734 (平成 24 年 5 月 25 日 審決)		周知性：○
商標		
指定商品・役務	第20類 椅子	
出願日	平成 22 年(2010)6 月 18 日	
出願人／権利者	エコネス アクスエセルスカブ アルメン	
審決要旨		
<p>本願商標の特徴的な形状を備えた請求人製品(肘掛椅子)は、1) 背もたれ部と肘掛け部が一体となった、皮革製のゆったりとした構造であること、座面が厚みのあるシートの構造であること、底部及び脚部は、大きな輪形の底部、これの左右からS字状及び逆S字状に曲がった2つの脚部を有する木製の構造であること等、特徴的な形状を有していること、2) 1980年に販売が開始(日本国内では昭和59年ころ)されて以来、ほぼ同一の形状を維持しており、長期間にわたって、雑誌等の記事で紹介され、広告宣伝等が行われ、多数の商品が販売されたこと、3) その結果、需要者において、本願商標ないし請求人製品の形状の特徴の故に、何人の業務に係る商品であるかを、認識、理解することができる状態となったものと認めるのが相当である。</p>		

## 特記事項（実務上の指針）

本件商標は、商品そのものからなるが、砂時計形状の脚部台座に特徴を有し、その特徴的な形状が変更されることなく長期間（30～40年）、百貨店、専門店等日本全国で販売されており、宣伝も形状の特徴を認識できる態様で紹介されていることから、周知性が認められた。本件椅子は、必ずしも一般人に広く知られていることはないと思われるが、リクライニングチェアではトップシェアであり、3条2項の周知性の判断においては、特定の需要者間であっても全国的に知られていればよいものと思われる。本審決では、3条1項3号の判断では、本件の形状の特徴は、肘掛椅子としての機能性及び美観を兼ね備えた、優れた製品であるとの印象を与えらるゝとしており、これを登録することはかかる機能性及び美観を半永久的に独占させることに繋がるが、4条1項18号は（不可欠とはいえないとしても）検討はされていない。

(木村達矢)

不服 2009-13505（平成 24 年 1 月 27 日 審決）		周知性：○
商標	ハイテンション\ Hi-Tension	
指定商品・役務	第 24 類 伸縮性のある編物 第 25 類 スパンデックス繊維を用いた伸縮性のある女性用ズボン	
出願番号／出願日	商願 2008-6793／平成 20 年(2008)1 月 23 日	
出願人／権利者	旭化成商事株式会社	
審決要旨		
<p>商標法第 3 条第 2 項の要件を具備するためには、使用商標は、出願商標と同一であることを要する。・・・使用商標は「日本製 High-tension Stretch」「超ハイテンション/美脚ストレッチ/ブーツカットパンツ」「日本製の“ハイテンション美脚パンツ”が」「全方向ハイテンションストレッチ・・・」「全方向ハイテンションストレッチブーツカット日本製」の文字からなるものであり、これらは、本願商標とはその構成態様が異なり、当該文字以外の文字も併せて使用されているものであるから、本願商標と同一のものといふことはできないものである。また、・・・使用商標は、片仮名で表示されたもののみであり、本願商標と同一のものといふことはできないものである。</p> <p>したがって、仮に、商標法第 3 条第 2 項の適用を主張するものとみても、その使用商標は、出願商標とは同一のものではないから、結局、本願商標は、同項の要件を具備するものといふこともできない。</p>		
特記事項（実務上の指針）		
商標の使用人と出願人の同一性が求められる。		

(富澤正)

## (参考文献)

- 1) 商標審査基準〔改訂第 11 版〕特許庁編（使用による識別性）1.

以上  
(原稿受領 2015. 5. 11)