

## 「力王」事件

### [ 事件の概要 ]

「飲食物の提供」を指定役務とする本件商標が、当該指定役務の需要者はあらゆる分野の広汎な一般消費者であってそのような需要者は当該指定役務の提供を受ける際に高度の注意を払う行動には出ない等を理由として、原告が「地下たび」について使用する周知商標との間で商標法 4 条 1 項 15 号所定の広義の混同を生ずるおそれがあるとされた事例。

### [ 事件の表示、出典 ]

H15.5.21 東京高裁 平成 14 (行ケ) 第 285 号事件 (審決取消請求事件)  
知的財産権判例集 H P

### [ 参照条文 ]

商標法第 4 条第 1 項第 15 号

### [ キーワード ]

広義の混同、取引者・需要者の共通性、取引者・需要者の注意力の程度

### 1. 事実関係

被告は、「力王」の文字と同文字上部に小さく振り仮名風に表示した「りきおう」の仮名文字より構成され、第 42 類「飲食物の提供」を指定役務とする商標登録第 4198489 号商標(平成 9 年 2 月 17 日出願、平成 10 年 10 月 16 日設定登録、以下「本件商標」といい、その登録を「本件商標登録」という。)の商標権者である。

原告は、「力王」商標(以下「原告商標」ともいう。)は原告の「地下たび」の商標としてわが国で著名なものであるから、本件商標がその指定役務に使用された場合には出所混同が生ずるため、本件商標は商標法 4 条 1 項 15 号に該当する等を理由として、平成 11 年 12 月 27 日に本件商標登録の無効審判を請求した(平成 11 年審判第 35790 号)。

審決は、原告商標の周知著名性は本件商標の指定役務の分野にまで及んでいないから、本件商標をその指定役務に使用しても、これに接する需要者が直ちに原告商標を連想・想起して原告の業務に係る役務の如く出所について混同を生ずるおそれはない等と認定して、本件商標登録に対する無効審判請求は成

り立たないとした。

原告は、審決は本件商標をその指定役務に使用しても役務の出所の混同を生じるおそれはない等の誤った認定をしたとして、本件審決取消訴訟を提起した。

## 2. 争点

本件商標は、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がある商標」に含まれると解される「広義の混同を生ずるおそれがある商標」に該当するか。

## 3. 裁判所の判断

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がある商標」には、当該商標をその指定商品又は指定役務に使用したときに、当該商品又は役務が他人の商品又は役務に係るものであると誤信されるおそれがある商標のみならず、当該商品又は役務が当該他人との間にいわゆる親子会社や系列会社等の緊密な営業上の関係又は同一の表示による商品化事業を営むグループに属する関係にある営業主の業務に係る商品又は役務であると誤信されるおそれがある商標、すなわち、広義の混同を生ずるおそれがある商標も含まれる。そして、「広義の混同を生ずるおそれ」の有無は、当該商標と他人の商標との類似性の程度、他人の周知著名性及び独創性の程度、当該商標の指定商品又は指定役務と他人の業務に係る商品又は役務との関連性の程度、取引者、需要者の共通性その他の取引の実情など、に照らし、当該商標の指定商品又は指定役務の取引者、需要者において普通に払われる注意を基準として、総合的に判断されるべきである(最高裁判決平成12年7月11日(平成10(行ヒ)85))。

上記の見地から本件を検討すると、

両商標の類似性の程度

本件商標と原告商標は社会通念上同一である。

原告商標の周知著名性及び独創性の程度

本件商標の出願時及び登録査定時において、少なくとも、地下たびを含む履物類又はその関連商品ないしは作業品類の分野において、取引者、需要者の間に原告商標は広く認識されていたものと認めるのが相当である。

また、原告商標はそれ自体ありふれた「力」と「王」の漢字二文字を結合してなる造語であるが、その構成文字は、軽快で利用者の足になじむように改良した地下たびの新製品の販売開始を機にイメージチェンジを力強く世に問う趣旨で採択されたものであることが認められるから、原告商標の独創性の程度が

低いとはいえない。

両商標に係る商品又は役務の関連性の程度、並びに、両商標に係る商品又は役務の取引者・需要者の共通性その他取引の実情

本件商標の指定役務に係る「飲食物の提供」は、それ自体としては原告商標に係る商品と取引事情を著しく異にする異種・別個の産業分野に属するが、当該役務の需要者は、その性質上、年齢・性別・職種等を問わずあらゆる分野の広汎な一般消費者であり、その中には、原告商標に係る商品の取引者・需要者も当然含まれている。そうとすれば、本件商標の指定役務の需要者と原告商標に係る地下たびの需要者とは、相当程度共通する。

本件商標に接する需要者の注意力の程度

このような共通の需要者が本件商標に接して、飲食物の種類や内容、役務提供の場所等いかんによっては、当該役務の出所について子細に吟味・選択する場合はあるが、取引の経験則に照らせば、一般消費者として、そのような高度の注意を払う行動には出ないのが通常である。

そうとすると、原告商標の周知性の範囲内において、本件商標をその指定役務に使用した場合には、これに接する需要者において、その出所について広義の混同を生ずるおそれがあるというべきである。

#### 4. 検討

本件において、裁判所は、原告商標は地下たびを含む履物類等の分野における取引者・需要者の間で広く認識されていた、と認定し、本件商標の指定役務である「飲食物の提供」はそれ自体としては原告商標に係る上記商品と異種・別個の産業分野に属するが、その性質上あらゆる分野の広汎な一般消費者が当該指定役務の需要者であり、その中には原告商標に係る取引者・需要者も当然含まれる、として、このような共通の需要者が本件商標に接した場合、その指定役務の提供を受ける際に高度の注意を払う行動には出ないのが通常である、と認定している。

この認定に基づくと、ある一定分野の取引者・需要者の間においてのみ周知著名な他人の商標と実質的に同一の商標を、あらゆる分野の広汎な一般消費者を需要者とする商品・役務に使用した場合には、少なくとも当該他人の商標の周知著名性の範囲内において、両者の需要者は相当程度共通することになってしまうから、商品間・役務間の関連性の程度や企業における多角経営の可能性がさほど考慮されることなく、すべて商標法4条1項15号所定の「広義の混同を生ずるおそれ」がある、と判断される可能性が高い。

したがって、たしかに、本判決は、一見すると関連性がないように思われる商品と役務の間にも広義の混同は生じうると判断された点で、周知著名商標の

所有者にとっては非常に有益な判決であるが、その一方で、商標を新たに採択しようとする者の商標選択の余地を著しく狭めてしまう可能性もある。

今後、商標を採択する際には、ある一定分野の取引者・需要者の間においてのみ周知著名な商標の存在についても、ある程度注意を払う必要が出てくるものと考えられる。

(弁理士 大橋啓輔)