

商標の「周知性」について(7)

～実際の判断基準<7条の2>～

朝陽特許事務所
所長 砂川恵一

商標法では「周知性」という言葉が、規定ごとに異なる基準で判断されることを続けて述べています。今回は、地域団体商標の登録要件である7条の2について、説明します。

地域団体商標制度とは、通常であれば商標法3条1項3号で定めた識別力のない商標に該当する、**地名と商品の普通名称**の結合商標であっても、所定の要件を満たせば、登録を受けることができる、という制度です。

登録主体が限定されています。

個人や企業などは、登録を受けることができません。

法人格を有する団体で、事業協同組合等、商工会、商工会議所、NPO法人等であることが必要で、3条2項よりは緩和されていますが、所定の周知性を獲得していることが必要です。

必要とされる周知性について、審査基準では以下のようになっています。

6. 「需要者の間に広く認識されている」について

商品又は役務の種類、需要者層、取引の実情等の個別事情によるが、全国的な需要者の間に認識されるには至っていなくとも、例えば、商品又は役務の種類及び流通経路等に応じた次の(1)ないし(4)の類型における一定範囲の需要者に認識されていることを要する。

なお、「肉牛」、「石材」等、**主たる需要者層が取引者**である商品又は役務については、需要者には、**最終消費者のみならず、取引者**も含まれることに留意する。

(1) 比較的**低価格**であり、また、**日常的に消費**されること等から、比較的**広範囲**の地域で**販売**され得る商品について

(例) 比較的**低価格**で日常的に消費される野菜、米、食肉、水産食品、加工食品**需要者の範囲は比較的広範囲に及ぶ**と考えられるが、本条第2項にいう「**地域**」(以下「**地域**」という。)が**属する都道府県を越える程度**の範囲における多数の需要者の間に広く認識されていれば足りることとする。

また、国や地方公共団体等の**公的機関**が当該商品を表彰する等の**優良商品**とし**選定**した事実等があれば、それらを十分に勘案する。

なお、高額で市場取引される野菜や果物等比較的**生産量が少ない**商品である等、その商品又は役務に応じた**特段の取引の実情**が存在する場合には、後記(2)又は(3)を確認する。

(2) **高価**であること等から、生産地では**販売されず、主として大消費地**で販売され尽くすような商品について

(例) 高額で市場取引される**高級魚**等

主たる**需要者の範囲は大消費地等の大都市に限定**されるなど、**地域的な広がり**が**限定的**と考えられる場合には、少なくとも**販売地が属する一都道府県**における多数の需要者の間に広く認識されていることを要する。

また、特に、大消費地における**宣伝広告やメディアによる紹介の状況**、**業界紙や専門雑誌**等における**宣伝広告や紹介記事の状況**等について十分に勘案する。

(3) 主として**生産地でのみ販売**される**地産地消**の商品やその**地でのみ提供**される役務について

(例) 伝統野菜、消費期限が短い**生菓子**

需要者の地域的な広がりとは限定的と考えられることから、少なくとも**地域が属する一都道府県**における多数の需要者の間に広く認識されていることを要する。

また、特に、商品の産地、販売地又は役務の提供地等において、当該地を訪れる観光客用に配布される観光案内、観光地図等による宣伝広告の状況、来訪者数、来訪者へのアンケート調査結果等について十分に勘案する。

(4) 工芸品等の商品について

(例) 当該地域で生産される箆笥、壺

需要者の地域的な広がりとは限定的と考えられることから、少なくとも**地域が属する一都道府県**における多数の需要者の間に広く認識されていることを要する。

また、**経済産業大臣**により**伝統的工芸品**として**指定**されている事実等があれば、それを十分に勘案する。

なお、日常的に使用される食器や箸等の商品については、主たる需要者層が一般消費者であることから、上記(1)を確認する。

7. テレビ放送、新聞、インターネット等のメディアを利用し、大規模に宣伝広告及び販売等を行っている場合について

(例) 全国放送のテレビショッピング番組を利用して販売する商品

テレビ放送等を利用し大規模に宣伝広告及び販売を行っている場合については、需要者は広範囲に及ぶと考えられることから、地域、商品の販売地又は役務の提供地における需要者を含め、**複数の都道府県**における相当程度の需要者の間に広く認識されている実情について考慮する。

特に、テレビ放送、ウェブサイト等による宣伝広告又は商品等の紹介番組の状況、ウェブサイトにおける**販売ランキング・販売先・販売数量、ウェブサイトの種類(大手ショッピングサイト、出願人のサイト等)等の事実**について十分に勘案する。

そして、上記6. の各類型に該当する商品又は役務について、テレビ放送等を利用した販売等を行っている場合には、各類型における多数の需要者の間に広く認識されているか、又は、地域、商品の販売地若しくは役務の提供地における需要者を含めた複数の都道府県における相当程度の需要者の間に広く認識されている実情について考慮する。

1. 横手焼きそば

「横手やきそば」の標準文字の商標で、指定商品・役務を、第30類「秋田県横手市産のやきそばの麺、秋田県横手市産の調理済みやきそば、秋田県横手市産のやきそば用ソース」、第43類「秋田県横手市におけるやきそばを主とする飲食物の提供」とする出願です。「秋田県横手市産のやきそば用ソース」と「秋田県横手市におけるやきそばを主とする飲食物の提供」補正により削除されました。

原査定では、獲得した周知性が、出願人である協同組合横手やきそば暖簾会の使用によって周知性が獲得されたのではなく、コンビニエンスストアや、冷凍食品会社の製造販売によって獲得されたものであるため、「**出願人又はその構成員の業務に係る商品を表示するものとして需要者の間に広く認識されているものと認めることはできない**」として拒絶されました。

しかし、拒絶査定不服審判において、CVS等での製造販売も出願人の行為に含まれることが認められ、登録を受けることができました。

単に「周知性」を獲得しているだけでなく、誰の行為で周知性が獲得されたのか、も判断されるのです。

この点は3条2項も同様です。

特許庁の判断は以下の通りです。

請求人について：請求人「協同組合横手やきそば暖簾会」は、「横手やきそばを全国にPRするとともに、やきそば店の魅力向上を図ることを目的」とし、「組合員の取り扱う横手やきそばの販売促進に関する事業、組合員の取り扱う横手やきそばの共同宣伝」等を行うために、平成20年11月

11日に設立された団体である。そして、請求人の事務局が横手市役所内に設置されていることなどから、請求人は自治体と一体となって地域振興のために事業を行っているといえる。

また、秋田県横手市内において、「横手やきそば」の商標を使用し、指定商品を製造・販売している製麺会社は現在5社、やきそばを提供している店は現在50店舗であり、これらすべての会社及び店舗が請求人に加入し、「横手やきそば」及び「協同組合横手やきそば暖簾会」の文字が表示された共通ののぼり旗を掲げて、やきそばを製造・提供している。

なお、請求人は「横手やきそば道場」と称する研修会を開催し、この「横手やきそば道場」を受講し、試験に合格した者は、請求人から配布される構成員と共通ののぼり旗を掲げて、やきそばを提供することが認められている。また、合格者は賛助会員（現在92店舗）として請求人に加入している。

請求人又はその構成員による本願商標の使用について：

ア 平成24年9月現在、請求人の構成員10社（持ち帰り商品を販売しているものを除く）が、「横手やきそば」の文字からなる商標を使用し、本願指定商品を製造・販売しており、その年間の製造量は約500万玉にもものぼっている。

なお、本願商標と構成員が実際に使用している商標とは、縦書きと横書きの差異や文字の書体の差異があるが、いずれも「横手やきそば」の構成文字からなるものであるから、両者は同一視し得る商標とみて差し支えない。（なお、構成員が製造・販売する商品には、例えば「横手焼そば」と表示されているものがある。）

そして、上記約500万玉にもものぼる商品は、やきそば店、土産店、物産館、小売店、スーパー、コンビニ、道の駅、サービスエリア、JR売店、空港売店に販売されるほか、カタログ、ネット、イベントを通じて販売されており、請求人又はその構成員が所在する秋田県横手市内にとどまらず、秋田県外においても取引されている。このことは、新聞において、「首都圏の百貨店やスーパーなどで、家庭で調理できる『横手やきそば』のセット商品が販売されている。」「横手平鹿地域の業者による家庭用の横手やきそばセットでは、同町の『トヤマフーズ』の商品が都内卸業者を通じて販売されているほか、横手市の『石谷製麺工場』の商品もインターネットを通じて売り出されている。」などと紹介されていることから窺い知ることができる。

イ 請求人は、いわゆる「B-1グランプリ」をはじめとする多くのイベントに出展し、その際には「横手やきそば」及び「協同組合横手やきそば暖簾会」の文字を表示したのぼり旗を掲げ、多くのイベント来場者に対して、「横手やきそば」の広告宣伝を行っている。

また、請求人は、横手市、社団法人横手市観光協会などと共に、平成19年から「横手やきそばグランプリ」「横手やきそば四天王決定戦」を開催し、「横手やきそば」のレベルアップを図るとともに、その広告宣伝を行っている。

なお、「横手やきそば」は、平成21年の「B-1グランプリ」においてゴールドグランプリを獲得している（平成21年9月21日付毎日新聞）。

ウ 横手市内において、商標「横手やきそば」を使用し、本願指定商品の製造・販売を行っているのは、請求人の構成員のみであり、構成員以外の者は、「横手焼そば」「よこて焼そば」等の本願商標に類似する商標を使用していない。

他人による使用：「株式会社セブン-イレブン・ジャパン」「株式会社ファミリーマート」などの企業が、請求人と「横手やきそば」の商品化に関する契約を締結し、「横手やきそば」を販売していたが、このことは、取引者は「横手やきそば」が請求人の業務に係る商品であることを認識していることを表しているものといえるし、また、請求人は、その商品化に際しては、各企業と協議や試食を繰り返し行うなどして、請求人が承認したもののみが販売されること、長期間販売される商品については定期的に品質管理状況などの確認を行っていること及びそれらの商品には「横手やきそば暖簾会監修」などと請求人名が表示されていることを考慮すれば、前記契約に基づく請求人監修商品の販売をもって、本願商標と請求人との結び付きを阻害する要因とみることは相当ではない。

結論：本願商標「横手やきそば」は使用をされた結果請求人又はその構成員の業務に係る商品を表示するものとして需要者の間に広く認識されているというべきである。

したがって、本願商標は商標法第7条の2第1項のいわゆる周知性の要件を具備しないとして本

願を拒絶した原査定は、妥当でなく取り消すべきである。

2. 中山かぼちゃ

こちらは、審査において、単純に3条2項よりも緩和されている周知性すら獲得していなかったとして、拒絶された事例です。

拒絶査定不服審判において、追加資料を提出し、所定の周知性を獲得していると認められ、登録を受けることができました。

ただ、全体として証拠資料の数は多くなく、拒絶査定不服審判の審判官合議体は、審尋や通知書により、証拠資料の追加提出を再三求めていたものと推測されます。本件の場合、周知性以外の部分については登録要件を具備していたため、特許庁としては、何とか登録できるよう、証拠資料の追加を求めたのではないのでしょうか。

地域団体商標の登録を受けるための周知性の、最低基準を考えてもよいかもしれません。

特許庁の判断基準は以下の通りです。

指定商品「那須烏山市中山地区で生産されたかぼちゃ」について：戦後、北海道の開拓者によって栃木県の旧烏山町の中山地区に伝わり、その地の生産農家の自家採種によって保存されてきたかぼちゃが、その地名に由来して「中山かぼちゃ」と呼ばれていること、当初は自家用として栽培されていたが、農業協同組合の集まり等で、形が珍しく（先が尖った紡錘形）、甘みが濃く、おいしいかぼちゃであることなどが話題となり、昭和58年頃から、烏山町農業協同組合（烏山町農業協同組合は、平成8年に南那須町農業協同組合と合併したことにより、請求人である「那須南農業協同組合」となったものである。）の婦人部が中心となり、**地域興しの一環**として婦人部の部員全員で栽培を始め、その後、生産にあわせて需要が増加したことから、昭和60年に請求人の内部に「中山かぼちゃ部会」が設立され、以降、該部会が主体となり、現在に至るまで、その生産及び販売がなされていることが認められる。

また、「中山かぼちゃ」は、通常のかぼちゃに比べて着果が遅いという特性があったため、請求人は、県の農業試験場に品種改良を依頼し、**13年**がかりで着果性に優れた**新品種**を誕生させ、そして、該品種は、上記合併後の平成16年には、請求人を権利者として種苗法による品種登録がされたこと、また、請求人は、その種から育てた苗を構成員のみに配布し、雑交配を防ぐとともに、受粉後**55日**以上の完熟収穫を徹底させるなどの管理を行い、「中山かぼちゃ」の品質の保持と普及に努めていること、さらに、平成14年には栃木県の県産農産物全体のPR等の業務を行っている**一般社団法人とちぎ農産物マーケティング協会**により、**とちぎ地域ブランド農産物**として「中山かぼちゃ」が**認証**されたことが認められる。

請求人又はその構成員による使用について：

ア 使用している商標及び商品について

請求人等は、請求人の愛称と認められる「JA なす南」の文字及び「中山かぼちゃ部会」の文字と共に「中山かぼちゃ」の文字を表示したシールを指定商品について直接貼付し、販売を行っているほか、広告・宣伝用のパンフレットに「JA なす南中山かぼちゃ部会」及び「中山かぼちゃ」の文字を、また、商品を梱包するためのダンボール箱に「中山かぼちゃ」の文字をそれぞれ記載していることが認められる。そして、これら「中山かぼちゃ」の文字は、本願商標と同一のものと認められる。

イ 使用開始時期及び使用期間

請求人は、**遅くとも平成3年頃**から、「中山かぼちゃ」の文字を使用し、指定商品について販売を行っていることが認められ、また、職権による調査によれば、それらの状況は、現在に至るまで継続しているものと認められる。

ウ 販売地域

請求人は、栃木県那須烏山市で毎年開催されている「山あげ祭」及び栃木県宇都宮市で開催される「試食会」のほか、宅配により指定商品について販売を行っており、その宅配の販売先一覧

によれば、北海道から沖縄まで約 30 都道府県の需要者に販売されていることが認められる。

エ 広告宣伝の方法、内容及び地域的範囲など

請求人は、前記アに記載のパンフレットを、「山あげ祭」及び「試食会」等の会場において配布し、広告宣伝を行っていること、また、これを商品の出荷時及び宅配時に段ボール箱に同梱するなどしていること、さらに、「中山かぼちゃ」と「JA なす南」の文字を記載したのぼりを「山あげ祭」及び「試食会」において使用し、広告宣伝を行っていることが認められる。

なお、職権による調査によれば、「山あげ祭」は、国指定重要無形民俗文化財に指定されている 450 年もの歴史のある日本最大級の野外劇であり、毎年県内外から多くの来場者が訪れることがうかがえることから、前記のパンフレットは、栃木県内のみならず、県外からの来場者にも相当数配布されていることが推測できる。

ウェブサイト、新聞記事等による紹介記事：

ア 栃木県等による PR

栃木県の「とちぎアグリネット」なるウェブサイトにおいて、那須烏山市の特産品として「中山かぼちゃ」が紹介され、「販売に関する問合せ先」として「JA なす南 園芸課」と記載されていること、また、公益社団法人栃木県観光物産協会の「とちぎ観光・物産ガイド」なるウェブサイトにおいて、栃木県の代表的物産品として「中山かぼちゃ」が紹介され、「照会先」として「JA なす南烏山支所」と記載されていること、さらに、前記（1）のとおり、「中山かぼちゃ」がとちぎ地域ブランド農産物として認証されたことが、一般社団法人とちぎ農産物マーケティング協会の「からだにとちぎ」なるウェブサイトに掲載されていることが認められる（審判第 7 号証及び同第 8 号証）。

イ 新聞記事

請求人は、遅くとも平成 3 年頃から、「中山かぼちゃ」の文字を使用し、指定商品について販売を行っていることが認められ、また、職権による調査によれば、それらの状況は、現在に至るまで継続しているものと認められる。「中山かぼちゃ」の文字、請求人を表す文字及びかぼちゃの写真が表示された記事が、平成 20 年 9 月 28 日付け朝日新聞（栃木版）、平成 20 年 8 月 19 日付け日本農業新聞、平成 19 年 8 月 6 日付け日本農業新聞、平成 14 年 4 月 5 日付け下野新聞及び平成 7 年 7 月 28 日付け栃木よみうりに掲載されたことが認められる。

ウ 雑誌等刊行物

「中山かぼちゃ」の文字、請求人を表す文字及びかぼちゃの写真が表示された記事が、栃木県農業試験場ニュース（平成 12 年 12 月発行）、地域情報月刊誌「フーガ」（平成 15 年 9 月 25 日発行）、栃木県の月間総合農業雑誌「くらしと農業」（平成 17 年 6 月号）、栃木県の月間総合農業雑誌「くらしと農業」（発行年月日不明）及び月刊誌「家の光」（平成 8 年 6 月号 社団法人家の光協会）に掲載されたことが認められる。

エ テレビ放送

「中山かぼちゃ」の文字、請求人を表す文字及びかぼちゃの写真が表示された番組が、平成 19 年 11 月 12 日に放送されたテレビ東京「レディス 4」なる番組及び栃木テレビ「栃木のきらめき」なる番組（放送日は不明。）において放送されていることが認められる。

オ ウェブサイト

「中山かぼちゃ」の文字、請求人を表す文字及びかぼちゃの写真が表示された記事が、「全国旅そうだん」なるウェブサイト及び「農業協同組合新聞 JAcom」なるウェブサイトにおいて記載されていること、また、平成 20 年 8 月 9 日に放送されたテレビ朝日「オトコの料理道」なる番組の放送内容を紹介したウェブサイト及び平成 18 年 8 月 12 日に放送された日本テレビ「あさ天サタデー」なる番組の放送内容を紹介したウェブサイトには、「中山かぼちゃ」の文字が記載されていることが認められる。

結論：以上のとおり、請求人は、遅くとも平成 3 年頃から、指定商品について「中山かぼちゃ」の文字を使用し販売を行っており、また、それらの状況は現在においても継続していることが認められる。そして、その販売地域は、栃木県及びその隣接県のみならず北海道、沖縄などを含むほぼ全国に及ぶこと、さらに、請求人は、「山あげ祭」や自身のウェブサイト等において「中山かぼちゃ」

のPRを行っていることが認められる。

また、「中山かぼちゃ」が栃木県のウェブサイト、各テレビ番組等において請求人等の取り扱う那須烏山市の特産品として紹介されていること、とちぎ地域ブランド農産物として認証されていることなど、地方公共団体を含む第三者が「中山かぼちゃ」を請求人等の取り扱いに係る商品及び商標として紹介していることが認められる。

さらに、請求人等以外の者が「中山かぼちゃ」の文字を請求人等が生産するかぼちゃ以外のかぼちゃについて使用している事実も確認できない。

したがって、これらの事情を総合考慮すれば、「中山かぼちゃ」の文字からなる本願商標は、使用商品、すなわち、その指定商品について使用をされた結果、請求人等の業務に係る商品を表示するものとして需要者の間に広く認識されているものというべきものである。

以上