

● 織部流事件

知財高裁 R2.11.4 R2(行ケ)10055 審決取消請求事件(森義之裁判長)

第41類「茶道の教授、セミナーの企画・運営又は開催ほか」を指定役務とする被告登録商標「織部流」(右図)に対して商標法4条1項10号を理由に無効審判が請求され、「茶道の教授、茶会の企画・運営又は開催」について登録が一部無効とされたが、無効とされなかった他の役務についても無効理由があるとして、原告無効審判請求人(個人)が審決の取消しを求めた事案である。

織部流

「織部流」とは、戦国時代から江戸時代にかけての武将であって、秀吉、家康、秀忠の茶の指南、師範を務めた古田織部を祖とする茶道の流派である。一時御家断絶となったが、その後子孫によって復興され、遅くとも昭和60年頃までには、茶道愛好家に広く知られるようになっている。

被告商標権者である一般財団法人古田織部美術館は、京都市北区にある古田織部ゆかりの茶道具、古美術、歴史資料を展示する美術館である。原告(個人)がどのような人物かは分からないが、「織部流」を守ろうとしているようであるので、その流派に与する者であろうから、被告古田織部美術館とも何らかの関係があったことが推測される。もしそうであれば、無効審判以外の解決法もあったように思われる。

いずれにせよ、本件商標「織部流」の周知性が認められているので、審決で認められなかった無効の対象となる指定役務の範囲について、判決は以下のように判断している。

1. セミナーの企画・運営又は開催

「セミナー」とは「講習会」を意味し、「茶道の教授」は「講習会」の形式で行われることも十分に考えられるので、「セミナーの企画・運営又は開催」は「茶道の教授」に類似するので無効とされる。

2. 「興行の企画・運営又は開催(映画・演芸・演劇・音楽の演奏の興行及びスポーツ・競馬・競輪・競艇・小型自動車競走の興行に関するものと除く。)」

無効とされた「茶道の教授」とは類似しないが、無効とされた「茶会の企画・運営又は開催」とは同一又は類似の役務であるので無効とされる。

3. 「図書及び記録の供覧、図書の貸与、書籍の制作」

織部流の家元や師範が書籍や記録その他の著作物を制作したことが認められるとともに、それらの著作物が貸与されたり、供覧されることが推認されるので、本件商標は「図書及び記録の供覧、図書の貸与、書籍の制作」について使用され周知されており、無効とされる。

4. 「電子出版物の提供」

本役務は「図書及び記録の供覧、図書の貸与」に類似するので無効とされる。

5. 「美術品の展示」

原告は、「茶会」は日本文化が融合した総合芸術であり、掛け軸、花器、茶器、香合等を鑑賞することも茶会の目的であると主張するが、織部流が行ってきたのではあくまでも「茶会」であって、「美術品の展示」とは異なるので無効としない。

異議申立てや無効審判を請求する場合、対象とすべき指定商品や指定役務をどの範囲までとするべきかしばしば悩まされるが、その場合の考え方の一つを示した判決である。

● 天満切子事件

知財高裁 R2.11.5 R2(行ケ)10061 審決取消請求事件(鶴岡稔彦裁判長)

第 21 類「大阪市天満地域産の切り子硝子で作ったグラス」を指定商品とする登録商標「極／天満切子」(右図)に対する無効審判が不成立とされたため、当該審決の取消しが求められた事案である。一見、地域ブランドの案件のように見えるが、創業家の内紛のような事件である。



原告が代表者を務める切子工房 RAU(天満切子株式会社)のウェブサイト(www.temmakiriko.com)によると、大阪市天満地域は、現在はほとんどが姿を消しているが、かつてはガラス発祥の地として多くのガラス工場があった模様である。切子工房 RAU の創業者である A は、薩摩切子の技法を活用してオリジナルブランドのガラス器を開発し、平成 12 年に「天満切子」の制作・販売を開始した。原告(無効審判請求人)は、創業者の息子であり、被告はその工房において A の弟子の切子師として勤務していた。

A は平成 27 年に死去し、被告が切子工房 RAU の業務に当たっていたが、被告は平成 29 年 8 月に工房を退去し、新たに切子工房 昌栄として開業した。なお原告と被告とは、被告の退去に当たって協議し、平成 29 年 11 月に合意書を成立させた。合意書では、被告が「天満切子」の文字を付加した商号によって商品を製造販売することが確認され、合意書第 4 条では、原告、被告は今後とも「天満切子」の製造、販売について相互に協力する旨も記載されている。

而して、被告は工房を退去した直後の平成 29 年 9 月 1 日に本件商標を出願し、平成 30 年 1 月に商標登録された。ちなみに、切子工房 RAU の創業者である A も平成 20 年に標準文字で「天満切子」を出願したが(2008-45777)、識別性なしで拒絶されている。

このような経緯の後、本件被告商標登録に対して原告より平成 30 年 12 月に無効審判が請求された。無効理由は、「天満切子」が原告らの周知商標であったことを理由に、商標法 4 条 1 項 10 号、15 号、19 号に基づくものである。

その証拠として原告は、平成 28 年 9 月 5 日に放映されたテレビ番組「SMAPXSMAP」でゲスト(ネット情報では、元橋下大阪府知事)が SMAP のメンバーに「天満切子」のグラスをプレゼントし、その模様を紹介したウェブサイトの検案件数が急上昇したことや、平成 28 年の大阪市のふるさと納税現況調査で「天満切子」が返礼品として選定されたことなどを挙げていたが、判決は、テレビ等で紹介された商品のネット検案件数が急上昇することは通常起こり得ることであるし、「天満切子」は切子工房 RAU の元従業員であった D によっても製造されていて、「天満切子」の標章を使用していたのは、原告らのみではなかったため、ふるさと納税の返礼品として選定されたことは、大阪の伝統工芸品として大阪市内にゆかりがあるという趣旨で選定されたものであって、原告標章の周知性を示すものではないとして、周知性を否定した審決を支持している。

そもそも審決も判決も、「天満切子」の標章中、「天満」は大阪市北区の旧淀川と天満堀川に囲まれた街区を意味し、「切子」はカットグラスを意味するので、構成全体として「大阪市天満地域で製造されたカットグラス」を表わすものと認識され、原告の業務に係るガラス食器との関係においても単に生産地を表わすにとどまり、自他商品の識別機能を欠くという判断が前提となっている。

そうすると、被告商標が商標登録されたことは、「天満切子」の背景のように大きく描かれている「極」の文字と一体として識別性が認められたからであり、本件商標と原告使用標章とにおいて識別性を欠く「天満切子」の文字が共通するからとして、両者が類似商標と判断されることはないことになる。

また 19 号該当性についても判決は、むしろ被告が本件商標登録をし、自他商品の識別機能のある本件商標を使用していることからすれば、被告は、原告の商品と区別して自己の商品の製造販売を行う意図があるものと推認されるので、本件商標の出願には不正の目的があったとは認められないと判断している。

やはり本判決の一番の要点は、もちろん「天満切子」が識別性を欠くという点もあるが、被告が原告工房を

退去するに際して、被告が「天満切子」の名称を商号中に使用することを原告が認める旨を合意している点にあるように思われる。合意書では被告が商号中に「天満切子」を使用することを認めているが、趣旨としては被告が「天満切子」の標章を使用することを認めるというものであって、いったん契約したものを、後になって「天満切子」の文字を含む商標を登録されたからといって、これを無効であると主張することは、合意に反することとなるであろう。