

[10 月分]

● スイーツパーティー／スイートパーティー事件

知財高裁 R3.10.6 R3(行ケ)10036 審決取消請求事件(東海林保裁判長)

第 30 類「菓子、パン他」を指定商品とする本件登録商標「スイーツ／パーティー」(二段書き)(右図)に対して、先登録商標「スイートパーティー／SWEET PARTY」を引用商標とした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。

スイーツ
パーティー

「スイーツ(sweets)」と「スイート(sweet)」とは語源は同じと思われるが、「スイーツ」は名詞で「甘いもの、ケーキ・菓子」を意味し、「スイート」は「甘い」を意味する形容詞として日常的に使われているので、誰しもが区別できる語であると思われる。

これを商標的に外観、称呼、観念についてみると、カタカナ表記では「スイーツパーティー」と「スイートパーティー」とでは、中間文字の「ツ」と「ト」が異なるのみだし、英語にしてみると「sweets party」、「sweet party」のように「sweet」に「s」の文字が付くかどうかの相違なので、外観的及び称呼的に近い点があることは否めないであろう。

しかし、観念をみると「スイーツパーティー」は「ケーキ、菓子などが提供され、それを楽しむパーティー」という意味が容易に分かるし、「スイートパーティー」では「甘美な、快い、楽しいパーティー」程度の意味が、こちらも容易に理解できるので、やや似てはいるものの、間違ふほどではないであろう。

而して判決は、外観については容易には類似と判断しなかった。判決の見方は、本願商標は名詞と名詞とが二段書きになっていることから、上段の「スイーツ」を分離して観察できる一方、引用商標は形容詞と名詞の組み合わせで外観上不可分一体となっていること、しかも、「スイーツ」と「スイート」とは別の語として観念され区別されていることから本件商標と引用商標のカタカナ部分「スイートパーティー」とは外観上明確に区別することができるので非類似と認める、というものである。

この判決理由中、本件商標の上段の「スイーツ」を分離して観察できることが何故必要であるかは理解できないし、「スイーツ」と「スイーツ」の観念上の違いを外観類否の判断に取り入れたことも、妥当性に疑問がある。

次に称呼類似について判決は、原則的に類似すると認定しておきながら、相違する「ツ」と「ト」の前音が長音であって比較的強く発音されることからはっきりと発音され聴取されること、「スイーツ」と「スイート」とが別の語として観念され区別されていることから、称呼上の類似性は高くないと判断した。

そして最も大きな観念上の相違は上記に述べたところであり、これらを総合して全体的に考察する場合、両商標は出所について誤認混同を生ずるおそれはないと結論し、審決を支持した。

● ヒルドプレミアム事件

知財高裁 R3.10.6 R3(行ケ)10032 審決取消請求事件(東海林保裁判長)

先月までの「ヒルド」関係の判決は第 5 類「薬剤」に関するものであったが、今回は第 3 類「化粧品」を指定商品とする登録商標「ヒルドプレミアム」(標準文字)に関するものである。

先行する商品「ヒルドイド」「Hirudoid」の商標権者である原告は、今回第 3 類「化粧品」を指定商品とする被告登録商標「ヒルドプレミアム」に対して無効審判を請求した。しかし、これ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。

まず商標法 4 条 1 項 11 号について判決は、本件商標「ヒルドプレミアム」中の「プレミアム」の語が、既存

品に特別な成分を配合することによって優れた商品である旨を表示するために使用されているから、指定商品「化粧品」との関係で識別標識としての機能は低く、一方、「ヒルド」の語は造語として強く支配的な印象を与えることから、本件商標から「ヒルド」の部分を抽出し類否判断をすることができるとした。

しかし類似性について判決は、「ヒルドプレミアム」ないしは「ヒルド」と引用商標「ヒルドイド」とでは外観、称呼、観念が異なるとして、11号該当性を否定した。

次に法4条1項15号該当性について判決は、先月までの「薬剤」に関する判決が認定したように、原告商品「薬剤(皮膚保湿薬)」についての周知著名性を認定したが、指定商品である「化粧品」について原告商標は使用されておらず、また「薬剤」についての周知著名性によっても、本件商標が「化粧品」について使用された場合において出所の混同は生じないと判断した。

特に判決は、薬剤の中でも医療用医薬品と一般用医薬品、スイッチOTC薬、そして化粧品についても一般の化粧品のほか薬用化粧品等に分けて需要者や購入目的等について詳しく検討している。そして、原告商品は処方箋を必要とする医療用医薬品であることが原告自身による宣伝広告において協調され、販売されている事実が重要視された結果、「化粧品」について本件商標「ヒルドプレミアム」が使用されたとしても、原告商品であるかのような出所の混同を生ずるおそれはないと結論した。

原告商品が医療用医薬品のみではなく、スイッチOTC薬にも転用されていた場合、保湿用化粧品などと同じドラッグストアなどで販売され、その結果、用途や需要者らの共通性により、混同の可能性が肯定された可能性もあるであろう。

● Pum's 事件

知財高裁 R3.10.14 R3(行ケ)10071 審決取消請求事件(菅野雅之裁判長)

第25類「運動用特殊衣服、運動用特殊靴」他を指定商品とする登録商標「Pum's」(右上)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。



審判請求人はプーマ SE で、引用商標は同社の代表的ブランド「PUMA」(右下)である。

しかし、一見したように、両商標は外観が全く異なるし、称呼も本件商標が「パムズ」「パムス」「プムズ」又は「プムス」であるのに対して、引用商標が「プーマ」又は「ピューマ」と異なっている。観念も本件商標が造語で特定の観念を生じないなど、判決は両者を非類似と判断し、4条1項11号及び15号に関する審決を支持している。

原告は、本件商標の前半部「Pum」が要部であり、その「プム」の称呼について審決が検討していないことを審決取消事由として挙げたが、判決は本件商標の要部が「Pum」であるという原告の主張は到底採用できないとして、一蹴している。

また原告は本件商標と引用商標が衣類や靴等のワンポイントマークとして小さく表示された場合、需要者は些細な相違点に気付かないと主張したが、判決は、そもそも本件商標と引用商標とは全体的な印象において明らかに異なるので、小さく表示された場合でもその相違は明白であるとして、これを斥けた。

プーマ社にしてみれば、本件商標が何となく「Puma」に似ていると感ずることも理解できないこともないが、商標としての類否判断の基準では、非類似との判断は否めないであろう。