



①「Tibetan Tiger」事件

(知財高判令和6年4月17日 令和5年(行ケ)第10114号¹)

②「Nepal Tiger」事件

(知財高判令和6年4月11日 令和5年(行ケ)第10115号²)

③「Tibet Tiger」事件

(知財高判令和6年2月28日 令和5年(行ケ)第10116号³)

概要

- (1) 出願商標の識別力の有無*が争点となった拒絶審決取消訴訟事例。
- (2) 上記①乃至③の事件について、それぞれ下記の通り結論づけた。
- (3) 商標の識別力の有無の判断における取引実情の重要性を再認識させる事例。

*他にも商品の品質誤認のおそれ等も争点とされているが、本稿では、主な争点である識別力の有無のみを取り扱うこととする。

事件	①	②	③
出願No.	商願2021-102625	商願2021-102626	商願2021-123161
商標	Tibetan Tiger (標準文字)	Nepal Tiger (標準文字)	Tibet Tiger (標準文字)
指定商品	第27類「じゅうたん、敷物、マット、ラグ、ヨガ用マット、織物製壁紙、壁掛け(織物製のものを除く。)」		
結論	識別力なし (特許庁の判断支持)	識別力あり (特許庁の判断不支持)	識別力なし (特許庁の判断支持)

裁判所の判断

出願商標の識別力の有無について、提出された証拠(ウェブサイト写し等)に基づき、それぞれ以下の通り認定・判断した。

	認定・判断
①	じゅうたん等の分野においては、トラの図柄を模し、トラを上から見たときの平面形状をかたどったラグ(チベットを産地とするチベットじゅうたんの一種又はこれをモチーフとして製作されたもの)が存在。それを、取引者・需要者間において、「Tibetan Tiger Rug」等と指称。「Tibetan Tiger」の文字は、上記ラグ等との関係においては、商品の品質等の特徴を表示。本願商標は識別力なし。
②	「Nepal Tiger」の語句が使用される取引実情なし。同語句は、通常は組み合わされない語が一体となった一種の造語。ネパールがじゅうたんの産地又は販売地として知られていること等の事情を総合考慮したとしても、指定商品の産地・販売地・品質を表示したものと一般に認識されるものでない。本願商標は識別力あり。
③	チベット民族等によって手織りされるじゅうたんを「チベットじゅうたん」と指称。トラの図柄を描いた又はトラの形状を模した「チベットじゅうたん」は、「チベットタイガー(カーペット)」等と称され多数販売。「Tibet Tiger」を上記じゅうたん等に使用した場合、取引者・需要者は、単に商品の産地又は販売地であるチベット、トラの図柄又は形状といった品質を表示したものと理解するにとどまる。本願商標は識別力なし。

¹ https://www.ip.courts.go.jp/app/hanrei_jp/detail?id=6160

² https://www.ip.courts.go.jp/app/hanrei_jp/detail?id=6158

³ https://www.ip.courts.go.jp/app/hanrei_jp/detail?id=6128

まとめ・考察

出願商標「Tibetan Tiger」、「Nepal Tiger」、「Tibet Tiger」は、それぞれ、「チベットのトラ」、「ネパールのトラ」、「チベットのトラ」程の意味合いを容易に理解・認識させるものであると考えられる。(この点、「Nepal Tiger」について、裁判所は、「Nepal」の語と「Tiger」の語が通常は組み合わせられないものであるとして、一種の造語と認定しているが、たとえそうであっても、上記意味合いが理解・認識されることは否定されないと思われる。)しかしながら、これらの文字は、指定商品である「じゅうたん、敷物、マット、ラグ」等との関係においては、例えば、その原材料として虎の毛皮が用いられることが一般的であり、それが我が国の取引者・需要者に常識として認識されているという事実が存在しない限り、何を意味するのか直ちには明らかでなく、少なくとも、それらの商品の品質等を直接的かつ具体的に表示するものであるとは言えない。そうすると、本件出願商標は、一見、識別力がありそうな印象を与える。

ここでポイントとなるのが、指定商品の取引実情である。本件においては、「トラの図柄を模し、トラを上から見たときの平面形状をかたどったラグ(チベットを産地とするチベットじゅうたんの一種又はこれをモチーフとして製作されたもの)」が存在し、それを「Tibetan Tiger Rug」や「チベットタイガーカーペット」等と称する取引実情が存在する。このような取引実情を踏まえて、裁判所は、出願商標「Tibetan Tiger」及び「Tibet Tiger」について、指定商品中の上記ラグ等の品質等表示に該当し、識別力を欠くと判断した訳である。この点、商標の識別力を否定するには、その商標が商品・役務の品質等表示として取引上、普通に使用されていることまでは求められないとされており、本件においては、上記出願商標と同一の文字は使用されていないものの、それらに商品の普通名称を付加した「Tibetan Tiger Rug」や「チベットタイガーカーペット」等の文字の使用の事実に基づき、識別力が否定された。一方、出願商標「Nepal Tiger」については、同一の文字も商品の普通名称を付加した文字(例えば、「Nepal Tiger Rug」等)も使用の事実がないこと等を踏まえて、識別力が肯定された。両者の判断の相違は、このような、同一の文字等の使用の事実の有無が決定打となったと言える。いずれも、取引実情を踏まえた妥当な判断であると考えられる。なお、特許庁は、「Tibetan Tiger Rug」等の文字の使用等の事実に基づき、「Nepal Tiger」の文字は、産地又は販売地を表す「Nepal」と、トラの図柄やトラの形状を表す「Tiger」の文字を結合したものであると主張したが、指定商品について、産地又は販売地を表す文字と図柄や形状を表す文字を結合した語句が普通に使用されているという取引実情が存在しない限り、あくまで一具体的事例を過度に拡大して一般化した上で他の事例に適用しているとの感が否めない。

本件は、商標の識別力の有無の判断において、その商品・役務の取引実情が非常に重要な役割を果たすことを再認識させる事例である。例えば、使用予定商標の識別力の有無を評価する際には、その商標から生じる意味合いだけでなく、その商品・役務の取引実情にも注意が必要であり、たとえ、一見、造語と思われる商標や商品・役務の品質等を直接的かつ具体的に表示するものでない(いわゆる間接表示)と思われる商標であっても、インターネット等によって、同一の文字等の使用の事実の有無を確認することが肝要であると言える。

なお、本件の①乃至③の事件は、異なる部(順に、第2部、第3部、第4部)が審理したものであるが、仮に審理する部が入れ替わったとしても、細部において差異はあっても、同じ結論に至ったのではないかと予想される。

キーワード 商標、取引実情、品質等表示

[担当] 深見特許事務所 小野 正明

[注記]

本レポートに含まれる情報は、一般的な参考情報であり、法的助言として使用されることを意図していません。知財案件に関しては、弁理士にご相談ください。