

平成29年6月29日判決言渡

平成28年（行ケ）第10206号 審決取消請求事件

口頭弁論終結日 平成29年4月20日

判 決

原 告	X
訴訟代理人弁護士	窪 田 英 一 郎
	乾 裕 介
	今 井 優 仁
	中 岡 起 代 子
訴訟代理人弁理士	加 藤 ち あ き
訴訟復代理人弁護士	本 阿 弥 友 子

被 告	一般社団法人 I S D 個性心理学協会
訴訟代理人弁護士	飯 田 圭
	外 村 玲 子
	佐 竹 勝 一
訴訟代理人弁理士	北 原 絵 梨 子

主 文

- 1 原告の請求を棄却する。
- 2 訴訟費用は原告の負担とする。

事 実 及 び 理 由

第1 請求

特許庁が無効2015-890091号事件について平成28年8月12日にした審決を取り消す。

第2 事案の概要

本件は、商標登録無効審判請求を不成立とした審決の取消訴訟である。争点は、商標法4条1項10号、11号、15号、19号及び7号の各該当性の有無である。

1 本件商標

被告は、次の商標（本件商標）の商標権者である（甲1）。

ISD個性心理学

(1) 登録番号 第5735833号

(2) 出願日 平成26年9月11日

(3) 登録日 平成27年1月23日

(4) 商品及び役務の区分並びに指定商品又は指定役務

第41類 技芸・スポーツ又は知識の教授

2 特許庁における手続の経緯等

原告は、平成27年11月9日、特許庁に対し、本件商標が商標法4条1項10号、11号、15号、19号及び7号に該当するとして、その登録を無効とすることについて審判を請求した（無効2015-890091号）。

特許庁は、平成28年8月12日、「本件審判の請求は、成り立たない。」との審決（以下「本件審決」という。）をし、その謄本は、同月22日、原告に送達された。

3 審決の理由の要点

(1) 引用商標

ア 「個性心理学」の文字よりなる商標

「個性心理学」の文字よりなる商標（以下「引用商標1」という。）は、原告（請求人）が、同人の業務に係る役務「知識の教授」に使用していると主張するものである。

イ 登録第4993149号商標

登録第4993149号商標（以下「引用商標2」という。）は、「個性心理学」の文字を標準文字により表してなり、平成15年9月1日に登録出願、別紙引用商標2指定商品・役務目録記載のとおり、第9類、第16類、第38類、第41類及び第45類に属する商品及び役務を指定商品及び指定役務として平成18年9月1日に登録審決、同年10月6日に設定登録され、現に有効に存続しているものである。

(2) 「個性心理学」及び「個性心理學」の語について

「個性心理学（個性心理學）」の語は、引用商標2が登録出願された平成15年9月1日のはるか以前から、「個人差を扱う心理学。ないしは、個人差を研究対象とする心理学」を意味する心理学の一分野の学問の名称として使用されており、現在においても、心理学の一分野の学問の名称として使用されている。

したがって、「個性心理学（個性心理學）」の語は、「個人差を扱う心理学。ないしは、個人差を研究対象とする心理学」の意味を有する学問の普通名称である。

「個性心理学」の語は、原告の創作した創造標章であるとの原告の主張は採用することができない。

(3) 引用商標1の周知性について

引用商標1が、原告の取り扱う役務「知識の教授」や「セミナーの企画・運営又は開催」の出所を表示する商標として具体的に使用されている事実は、提出された証拠から認めることができない。

したがって、引用商標1は、本件商標の登録出願時及び登録査定時において、我が国の取引者、需要者の間で広く認識され周知になっていたということとはできない。

(4) 商標法4条1項10号について

ア 本件商標について

本件商標は、「ISD個性心理学」の文字からなるものである。

前記(2)の認定判断に照らすと、その構成中、「個性心理学」の文字は、心理学の学問の普通名称と認められるので、ここからさらに「個性心理学」の語が分離抽出

され、この語が自他商品・役務の識別標識として取引に資されることはない。

そうすると、本件商標は、一体的に把握され、本件商標から「アイエスデイコセイシンリガク」との称呼が生じ、特定の観念は生じない造語と認識されるものである。

イ 引用商標 1 について

引用商標 1 は、「個性心理学」の文字からなり、これより「コセイシンリガク」の称呼、「個人差を扱う、ないしは個人差を研究対象とする心理学」との観念が生じる。

また、前記(3)のとおり、引用商標 1 が、本件商標の登録出願時及び登録査定時において、我が国の取引者、需用者の間で広く認識され周知になっていたということはない。

ウ 本件商標と引用商標 1 との類否判断

本件商標は、一体的に把握され、「アイエスデイコセイシンリガク」との称呼が生じ、特定の観念は生じない造語よりなると認識されるものであるのに対し、引用商標 1 は、「個性心理学」の文字よりなり、「コセイシンリガク」の称呼、「個人差を扱う、ないしは個人差を研究対象とする心理学」との観念が生じるものである。

本件商標と引用商標 1 を比較すると、外観においては、明らかに相違する構成からなるから、明確に区別できる。称呼においては、本件商標から生じる「アイエスデイコセイシンリガク」との称呼と、引用商標 1 から生じる「コセイシンリガク」の称呼は、その構成音及び構成音数に顕著な差異があるから、明瞭に聴別できる。また、本件商標からは特定の観念が生じないのに対し、引用商標 1 からは「個人差を扱う、ないしは個人差を研究対象とする心理学」との観念が生じるから、観念において相違する。

そうすると、本件商標と引用商標 1 とは、外観、称呼及び観念のいずれの点からみても、明確に区別できる非類似の商標というべきである。

エ 小括

以上によると、本件商標は、商標法4条1項10号に該当しない。

(5) 商標法4条1項11号について

引用商標2は、「個性心理学」の文字からなるものであり、本件商標と引用商標1とは、前記(4)ウのとおり非類似の商標であるから、これと同様に、本件商標と引用商標2とは、外観、称呼及び觀念のいずれの点からみても、非類似の商標である。

したがって、本件商標は、商標法4条1項11号に該当しない。

(6) 商標法4条1項15号について

前記(3)のとおり、引用商標1が、本件商標の登録出願時及び登録査定時において、我が国の取引者、需要者の間で広く認識され周知になっていたということはない。

そして、本件商標は、引用商標1と類似しない別異のものである。

そうすると、本件商標をその指定商品及び指定役務について使用しても、これに接する取引者、需要者が、該商品及び役務が原告又は同人と経済的若しくは組織的に何らかの関係を有する者の業務に係る商品又は役務であるかのように誤認することはなく、その出所について混同を生ずるおそれはないというべきである。

したがって、本件商標は、商標法4条1項15号に該当しない。

(7) 商標法4条1項19号について

引用商標1は、本件商標の登録出願時及び登録査定時において、我が国の取引者、需要者の間で広く認識され周知になっていたことはできず、本件商標は、引用商標1と類似しないものである。

そして、本件商標権者が本件商標を、不正の目的をもって使用するとすべき証拠及び事情は認められない。

したがって、本件商標は、商標法4条1項19号に該当しない。

(8) 商標法4条1項7号について

本件商標は、その構成自体が非道徳的、卑わい、差別的、矯激若しくは他人に不快な印象を与えるような構成のものとはいえず、これをその指定商品又は指定役務

について使用することが社会公共の利益に反し、社会の一般的道徳観念に反するものともいえず、他の法律によって、その商標の使用等が禁止されているものともいえず、特定の国若しくはその国民を侮辱し、又は一般に国際信義に反するものでもなく、本件商標の登録出願の経緯に社会的相当性を欠くものがあり、登録を認めることが商標法の予定する秩序に反するものとして到底容認し得ないような特別の事情があるともいえない。

したがって、本件商標が商標法4条1項7号に該当するということとはできない。

第3 原告主張の審決取消事由

1 「個性心理学（學）」の語が普通名称であるとの認定の誤り

(1) 本件審決は、「個性心理学」の語は「個人差を扱う心理学。ないしは、個人差を研究対象とする心理学」を意味する普通名称であると認定したが、その根拠として本件審決が挙げた証拠のうち、広辞苑第2版及び第3版（甲265, 266）、国語大辞典（甲267）及び学術論文（甲262の1・2〔以下、枝番のある書証については、特に記載しない限り枝番を全て含む。〕、263, 264）は、30年以上前に発行、発表されたものであり、日本大学のホームページ（甲272）は、日本大学文理学部心理学科の創設者が「個性心理学」の講義を行ったことを紹介しているが、それも約100年～50年前のことであり、これらの証拠は、相当過去の事情を示すものにすぎず、本件商標について出願、登録がされた時期に「個性心理学」が普通名称であったことを示す証拠とはなり得ない。

比較的最近の文献で「個性心理学」について言及しているものは、小学館の大辞泉（甲261, 268）や日本国語大辞典（甲269～271）、「対外報告 学士課程における心理学教育の質的向上とキャリアパス確立に向けて」と題する学術報告書（甲273）にとどまるところ、これらの僅かな文献のみをもって、本件商標の登録時に「個性心理学」が普通名称であったと認めることはできない。

(2) 最近の辞典や心理学に関する文献を検討するに、広辞苑は平成3年発行の第4版から（甲207～209）、大辞林（三省堂）は昭和63年発行の第1版

から（甲 2 1 0～2 1 2），「個性心理学」の項目はなく，心理学の分野で用いられる用語を説明する一般的な辞典（甲 2 1 3～2 1 8。有斐閣の心理学辞典，朝倉書店の現代心理学〔理論〕事典，丸善の心理学辞典，朝倉書店の心理学総合事典，平凡社の最新心理学事典，誠信書房の誠信心理学辞典。いずれも平成 1 1 年以降に発行。）のいずれにも「個性心理学」を説明する項目は存在しない。臨床心理学，社会心理学など，個々の心理学の分野での用語を解説した辞典（甲 2 1 9～2 2 9。八千代出版の臨床心理学辞典，有斐閣の社会心理学小事典増補版など。いずれも平成 1 1 年以降に発行。）においても，「個性心理学」の項目はない。

最近の学術論文でも「個性心理学」に関するものは見当たらない。すなわち，ウェブサイト「J-STAGE」（国内外の学術論文等を網羅的に検索できるウェブサイト）において「個性心理学」をキーワードに検索しても，検索される学術論文はほとんどが明治 4 3 年（1 9 1 0 年）～昭和 5 年（1 9 3 0 年）頃のものであり，最も新しい文献も昭和 3 1 年（1 9 5 6 年）と，今から 5 0 年以上も前の文献である（甲 4 2 7）。

また，検索エンジン「Google」で「個性心理学」をキーワードとして検索をしても，原告の「個性心理学」に係るウェブサイト又は被告の「ISD個性心理学」に係るウェブサイトしか出てこず，学問としての「個性心理学」に係るウェブサイトは出てこない（甲 4 2 8）。

したがって，「個性心理学」は，いかなる商品，役務との関係においても普通名称でなく，商品の品質・特徴又は役務の質・特徴を示すものではない。

（3）仮に「個性心理学」が本件商標の登録出願時又は登録査定時に普通名称であったとしても，それには，自然科学的・社会科学的な裏付けが要求され，大学等の高等教育機関によって学生や専門家を対象に提供される学問や研究対象としての心理学という極めて限られた範囲内のことであるから，本件商標の指定商品及び指定役務のいかににかかわらず，これら全てとの関係において「個性心理学」を普通名称であると認定するのは誤っている。

(4) 以上のとおり、本件審決において引用された証拠は、本件商標の登録出願時及び登録査定時において「個性心理学」が普通名称であったことを示す証拠とはなり得ず、かえって、「個性心理学」が普通名称でなかったことを示す証拠が多数存在していたにもかかわらず、「個性心理学」は普通名称であるとした本件審決の認定は誤りである。

2 引用商標1の周知性の認定の誤り

(1) 「個性心理学」とは、遅くとも平成9年までに原告が考案した、各人の個性をその誕生年月日によって、狼、こじか、たぬき、ひつじ、子守熊（コアラ）等12動物に分け、さらに、狼については「ネアカの狼」、「クリエイティブな狼」、「穏やかな狼」等、こじかについては「正直なこじか」、「しっかり者のこじか」、「強い意志をもったこじか」等、各動物に性格を表した文言を付した、合計60種類の動物キャラクターに細分化し、各人の個性を分析するというものであり、「マスコット心理学」、「動物キャラナビ（占い）」の名称でも呼ばれている（甲4）。

(2) 下記のア～キのとおり、平成9年から、原告が「個性心理學」又は「個性心理学」及び「個性心理學研究所」又は「個性心理学研究所」の語をその事業で使用し続けること等によって、本件商標の登録出願時（平成26年9月11日）及び登録査定時（平成27年1月23日）においては、引用商標1は、原告の「占い」の役務を表示するものとして周知となり、原告の業務に係る役務である「知識の教授」の役務との関係においても、周知性を獲得するに至り、「知識の教授」の役務の出所を表示するものとして需要者の間に広く認識されるに至った。

ア(ア) 原告は、平成9年から現在に至るまで、「個性心理学」及び「個性心理學研究所」の商標を使用して、一般人を対象に「個性心理学」に係る占いを教える「個性心理學基礎講座」、「個性心理學上級講座」等の有料の講座を開講している（甲6～12）。そして、原告は、講座名や講座に使用するテキスト等の教材のタイトルには一貫して現在に至るまで引用商標1を使用してきた（甲6～9）。

この「個性心理学」に係る講座の受講生の数は、現時点までに2万名程度に達し

ていると見積もられ、前記テキストは、少なくとも2万部が配布された。

また、「個性心理学上級講座」又は「個性心理学特別上級講座」を修了し、アドバイザーとして登録した者の数は、平成26年の時点で4000名程度であり、そのうち、原告の認定講師又は認定カウンセラーは、平成26年の時点で、約2000名であり、原告の認定講師で権利金の支払等の一定の条件を満たした者は、全国約50か所、海外1か所の支所・支局に所属し、そこを拠点に原告の「個性心理学」に係る活動を行っている（甲13）。

(イ) 原告は、平成10年には、「個性心理学」によって個人の運勢を占うレポートを出力するソフトウェア「個性心理学システム」（甲39、40の各2）を用いて、原告の本部や「個性心理学研究所」の支部等において、多数の者に対し原告の考案した「個性心理学」の「占い」を提供し、また、遅くとも平成12年以降は、「個性心理学研究所」が発行者として記載されている「個性心理学」のレポート（各個人が当てはまる動物キャラクターに基づいて当該個人の運勢等を記載したものを）、電子ファイル形式及び紙媒体形式によって一般に対して販売しており（甲424～426）、その販売数は、現在まで約70万通、最近の5年間のみでも15万通に及ぶ。

(ウ) 原告は、「個性心理学」に係る占いに関し、平成14年から平成15年まで、日本放送協会学園が開講するNHK学園の「Aの『個性心理学』（動物占いの原点）」と題する講座を担当し（甲14）、「個性心理学研究所」所長として、各地の教育委員会や団体において、一般人又は特定の職種や企業の人を対象とした講演会に、頻繁に講師として登壇している（甲15）。

イ 原告は、平成11年から、「個性心理学」に関する著書を執筆し始め、その著書の本数は、外国で出版されたものも含め約50冊、販売数は約450万冊であり、「個性心理学」の商標がタイトルとして含まれているものだけでも、11冊ある（甲16、18～32、205、206）。

そして、おおよそいずれの書籍においても、原告は「個性心理学研究所」所長と

して、「個性心理学」の占いに関する講演活動をしていると紹介されている。

ウ 平成10年には、様々な新聞、著名な雑誌で「個性心理學研究所」所長の原告が考案した12動物60種類の動物キャラクターの占いが紹介されるようになり（甲33～152）、原告の占いに係る事業の対象である「個性心理学」やその提供主体である「個性心理學研究所」は、幅広く需要者に知られるところとなった。

エ 原告は、平成10年以降、「個性心理学」の占いを提供する者として、テレビ・ラジオ番組に約50回出演した（甲17、153～155）。また、現在は被告の会長を務めている一面俊明（以下「一面」という。）は、平成13年ころには原告のもとで「個性心理学」の事業に携わっていたところ、一面も、テレビ番組に1回出演したことがある（甲153）。

テレビ番組やラジオ番組を通じて、原告の占いに関する事業としての「個性心理学」の名称は多くの人に広められた。

オ 原告は、「個性心理學研究所」所長として、日本電気株式会社と共に、「個性心理学」を活用するコンピュータシステムを構築したが、そのシステムは上海市の第一百貨店に導入された（甲156～159）。

また、原告は、平成21年には、日興コーディアル証券株式会社が運営している投資信託に関するホームページにも、「個性心理学」の占いに関するコンテンツを提供した（甲160）。平成19年には、お台場の投信スーパーミュージアムにおいて、上記企画に関連した原告の「個性心理学」の占いに係るコーナーが設けられた（甲161、162）。

原告の「個性心理学」の占いに関するお守り、バッジ、シール等の関連商品も、平成11年以降、多く販売された（甲163～168）。

また、「個性心理學研究所」の「個性心理学」に係る占いのコンテンツは、平成14年及び平成15年、ゲームソフトとして販売された（甲169、170）。

カ その他イベント等においても「個性心理学」は、用いられている（甲1

71～185)。

キ 引用商標1は、引用商標2として設定登録された。

原告は、遅くとも平成26年には、「個性心理學®」というように®マークを付して引用商標1が登録商標であることを、ウェブサイトを通じて明確に示していた(甲186)。また、「個性心理學®」の表示は、遅くとも平成24年から平成25年には、原告が「個性心理学」に係る占いについて説明する文書(甲4)や有料で一般向けに提供する「個性心理学」に係る講座のテキスト(甲7, 9)にも付されており、引用商標1が商標であることは広く一般に知られていた。

ク なお、原告提出証拠に示される引用商標「個性心理学」については、「学」の字の新旧字体の違い、「研究所」の語の有無により、「個性心理学」、「個性心理學」、「個性心理学研究所」、「個性心理學研究所」との表示がみられる。また、「個性心理學」及び「個性心理學研究所」については、「學」の文字の上部にある二つの「メ」の部分がハートマークになっているものもある。しかしながら、「研究所」の語は、物事を研究する場所を示す普通名称であるから、「個性心理学(學)研究所」の語のうち、「研究所」の部分の識別力は強くなく、相対的に「個性心理学(學)」の部分強い識別力を有することになる。また、「学」と「學」は、同じ意味と読みを有し、「學」が「学」の旧字体であることはおおよそ誰も知るところであるから、「個性心理學」と「個性心理学」とが別個の語として扱われることはない。さらに、「學」の「メ」の部分がハートマークに置き換わっているものについては、そのハートマークの占める部分は「個性心理學」又は「個性心理學研究所」の語の各全体と比べ僅かであり、そのハートマーク部分を除けば、「個性心理學」及び「個性心理學研究所」の語はありふれた書体で書してなるものである。したがって、引用商標「個性心理学」の表示には証拠上いくつかのバリエーションはあるものの、いずれの表示によっても引用商標「個性心理学」の周知性は基礎付けられる。

(3) 以上のとおり、引用商標1は、原告の「占い」の役務を表示するものと

して周知となり、その結果、原告の「知識の教授」の役務との関係においても周知性を獲得したにもかかわらず、引用商標1に周知性が認められないとした本件審決の判断は誤りである。

3 本件商標の商標法4条1項10号該当性の判断の誤り

(1) 引用商標1の周知性

前記2のとおり、引用商標1は、原告が遅くとも平成9年から使用し、原告の業務の対象である「個性心理学」や提供主体である「個性心理学研究所」は、原告の著書、雑誌、テレビ番組等の各種メディア、原告の「個性心理学」に係る講座、他の企業との各種企画によって、全国の需要者にあまねく広められ、また、原告は「個性心理学」が商標であることを公に示していた。

したがって、引用商標1は、原告の業務に係る役務の「知識の教授」の出所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。

®マークは、本邦で商標登録がされたことを示すマークとして便宜的に使用されていることもあるから、引用商標1に®マークが付されていることは、その周知性に寄与するものである。

(2) 本件商標と引用商標1の類似性

ア 本件商標には、「ISD」の語が含まれているが、「個性心理学」の部分は周知であって識別力が強いいため、本件商標の中では特に「個性心理学」の部分が注意を惹く。

被告や、被告の講師が開催している講座の受講者や案内者も、被告の事業活動を表すものとして、本来は「ISD個性心理学」と表記すべきところを、省略して「個性心理学」と表記している（甲194～204、231～258）。

イ(ア) 外観

本件商標は、「ISD個性心理学」の文字を書してなるものであるところ、「ISD」の部分と「個性心理学」の部分とはアルファベットと漢字で文字種が異なる。「ISD」は単なるアルファベット3文字の羅列であって需要者はその意味を理解

することができないのに対し、「個性心理学」の部分は周知であって注意を惹く。そうすると、「個性心理学」の商標を含む本件商標の外観は、「個性心理学」を横書きにしてなる引用商標 1 の外観と類似する。

(イ) 称呼

本件商標の称呼は「アイエスデイコセイシンリガク」の 14 音で冗長であるがゆえ、前記(ア)と同様の理由と相俟って、本件商標からは、「ISD」の部分を省略した「個性心理学」の部分をもって、「コセイシンリガク」の称呼も生じる。したがって、「コセイシンリガク」との称呼も生じる本件商標は、同じく「コセイシンリガク」の称呼が生じる引用商標 1 と称呼の点で類似する。

(ウ) 観念

引用商標 1 は、原告の業務を表示するものとして周知であることから、「個性心理学」の商標を含む本件商標からは、「ISD」の部分が捨象され、引用商標 1 と同様、原告が実践する「個性心理学」の観念が生じ、両商標は観念において類似する。

ウ したがって、本件商標は引用商標 1 と類似する。

(3) 役務の類似性

本件商標の指定役務である第 4 1 類「技芸・スポーツ又は知識の教授」は、引用商標 1 が使用されている役務である「知識の教授」と同一である。

(4) 小括

以上のとおり、本件商標は、周知である引用商標 1 と類似の商標であり、本件商標の指定役務については、引用商標 1 が使用される役務である「知識の教授」と同一である。

したがって、本件商標は、商標法 4 条 1 項 10 号に該当するものであるから、その該当性を否定した本件審決には誤りがある。

4 本件商標の商標法 4 条 1 項 11 号該当性の判断の誤り

(1) 本件商標と引用商標 2 との類否

引用商標 2 は、引用商標 1 と同様、「個性心理学」の文字からなる商標である。

前記 3 (2) のとおり、本件商標は、引用商標 1 と類似しているから、引用商標 2 とも類似する。

(2) 指定役務の類否

本件商標の指定役務である第 4 1 類「技芸・スポーツ又は知識の教授」については、それに相当する指定役務が引用商標 2 にはないが、引用商標 2 の指定役務中、第 4 1 類「セミナーの企画・運営又は開催」と類似するものである。

すなわち、本件商標の指定役務である「技芸・スポーツ又は知識の教授」は、各種学校のほか、教養、趣味、遊芸、スポーツ、学習等の指導を行う教授所が教授又は教育する役務を意味する。ここで、このような教養、趣味等の教育の役務は、「セミナー」を通じて提供されることもあり、そうすると、その「セミナーの企画・運営又は開催」をする者が教養、趣味等の教育する役務を提供する者と同一であるのが通常である。そして、この場合、「技芸・スポーツ又は知識の教授」も「セミナーの企画・運営又は開催」もその提供の対象となる者は一般消費者であり、需要者の範囲は同じである。さらにいえば、上記の教養、趣味等の教育の役務は、教室又はオンラインにて講師・教材を準備して行われるところ、それは「セミナーの企画・運営又は開催」の役務でも同様であることから、両役務は、役務の提供の手段、場所や役務の提供の際に使用される物品においても共通する。

これらの点を斟酌すると、本件商標の指定役務である「技芸・スポーツ又は知識の教授」は、引用商標 2 の指定役務中「セミナーの企画・運営又は開催」と類似する。

(3) 小括

以上のとおり、本件商標は、引用商標 2 と類似の商標であり、その指定役務も引用商標 2 の指定役務と類似することから、商標法 4 条 1 項 1 1 号に該当するものであるところ、その該当性を否定した本件審決の判断には誤りがある。

5 本件商標の商標法 4 条 1 項 1 5 号該当性の判断の誤り

(1) 混同可能性

仮に、引用商標 1 との間で狭義の混同が生じず、本件商標が商標法 4 条 1 項 10 号に該当しないとしても、原告の引用商標 1 の周知性その他の事情に鑑みると、本件商標がその指定役務について使用された場合には、原告との間で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役務であるという広義の混同が生じるおそれがある。

まず、引用商標 1 は、原告の創作した創造標章であるところ、本件商標の登録出願時及び登録査定時において、原告の業務に係る役務である「知識の教授」を表示するものとして周知であり、本件商標は、引用商標 1 と類似しており、本件商標の指定役務は、引用商標 1 が使用されている原告の業務に係る役務である「知識の教授」と同一の役務である。

加えて、原告は、「個性心理学」に関する業務である「知識の教授」に係る役務を提供する際に、引用商標 1 の文字を含む「個性心理學研究所」や、「一般社団法人個性心理學研究所総本部」の名称をもって営業主体の名称としている(甲 1 1 等)。ここで、引用商標 1 が原告の上記業務に使用された場合、その提供主体は引用商標 1 を含む「個性心理學研究所」を営業主体の名称としている原告であると、より直接的に理解することになる。

以上の点に鑑みると、周知である原告の引用商標 1 と類似する本件商標が、その指定役務に使用された場合においては、少なくとも前記のような広義の混同が容易に需要者の間に生じることになる。

(2) 小括

以上のとおり、本件商標は、原告の業務に係る役務である「知識の教授」と、少なくとも「広義の」混同を生じるおそれがある商標である。

したがって、本件商標は、商標法 4 条 1 項 15 号に該当するものであり、本件商標は商標法 4 条 1 項 15 号に該当するものとはいえないとした本件審決の判断には誤りがある。

6 本件商標の商標法4条1項19号該当性の判断の誤り

(1) 引用商標1が、本件商標の登録出願時及び登録査定時において、原告の業務に係る役務を表示するものとして日本国内における需要者の間に広く認識されている商標であること、本件商標は引用商標1と類似するものであることは、前記2及び3のとおりである。

(2) 前記2のとおり、原告は、遅くとも平成9年から現在までの約18年間にわたり、「個性心理学」及び「個性心理學研究所」の商標の下、様々な形において、「個性心理学」の占いについて、「知識の教授」を行ってきたところ、書籍の執筆、メディアでの紹介、講座の開催等を通じて、「個性心理学」は、原告の業務に係る「知識の教授」に対する名声・信用を化体した周知な商標となった。

しかるに、被告の代表理事であるB（以下「B」という。）は、原告が平成9年4月に設立した「個性心理學研究所」に、同年6月頃に加わり、原告の下で「個性心理学」を学んだ。そして、Bは、同所の講師に就任し、原告の許可に基づき「個性心理学研究所」の京都支所を設立して、原告の下で「個性心理学」に係る業務に従事していたところ、同所内でトラブルを起こしたため、原告の事業から離れた。その後まもなく、Bは、被告を設立し、被告と共に、原告の周知な商標である「個性心理学」の商標と類似する本件商標を使用した上、原告の事業と酷似する12動物60種類の動物キャラクターを用いた占いを教授するための講座等を開催することによって、需要者に引用商標1と本件商標との混同を生じさせて、原告の「個性心理学」に係る講座の受講生等の（潜在的）顧客を奪い、ひいては原告の財産的利益や信用を損なう行為をしている。また、被告らは、原告が考案した動物のキャラクターを用いて、原告が創作したレポートを複製したレポートを販売するなど、原告の著作権及び著作者人格権をも侵害する態様で事業を行っている。

被告らは、原告の長年の努力により高い名声、信用を獲得し、需要者に広く認識されるようになった「個性心理学」の商標にフリーライドすることによって、これらの商標の出所識別機能を希釈化している。

そのため、原告は、平成26年に、被告らに対し、商標権侵害差止等請求訴訟を提起した。

このような被告らの行為は、本件商標を「不正の目的（不正の利益を得る目的、他人に損害を加える目的その他の不正の目的をいう…）をもって使用する」ものである。

(3) 以上のとおり、引用商標1は、原告の業務に係る役務を表示するものとして本件商標の登録出願時及び登録査定時において需要者の間に広く認識されていたところ、本件商標は、その引用商標1と類似する商標であり、かつ、「不正の目的」をもって使用されるものである。

したがって、本件商標は、商標法4条1項19号に該当するものであるところ、その該当性を否定した本件審決の判断には誤りがある。

7 本件商標の商標法4条1項7号該当性の判断の誤り

前記6のとおり、被告は、原告の周知な商標である引用商標1と類似する本件商標を無断で使用（フリーライド）して、引用商標1の商標の出所識別機能を希釈化し、何ら勞せずして、原告の事業と酷似する占いに係る事業を展開して原告の（潜在的）顧客を奪っている。

被告は、真摯に自己の事業を展開するために本件商標について登録出願したのではない。被告は、原告の商標権のみならず著作権をも侵害する態様で原告の事業と酷似する占いに係る事業を展開し、積極的に原告の（潜在的）顧客を奪うために、本格的に本件商標を用い出したのである。そして、本件商標について権利を不当に取得すべく、平成26年になってから、引用商標1と類似する本件商標について登録出願するに至った。このような本件商標の登録出願経緯等に照らし合わせると、被告の行為は、公正な取引秩序の維持からみて許容できないことは明らかである。

したがって、本件商標は「公の秩序又は善良の風俗を害するおそれがある商標」であることから、商標法4条1項7号に該当するものであるところ、その該当性を否定した本件審決の判断には誤りがある。

第4 被告の主張

1 取消事由1（「個性心理学（學）」の語が普通名称であるとの認定の誤り）について

(1)ア 本件審決で判断されたのは、「個性心理学」が心理学の一分野の学問の名称であるという点にすぎず、特定の商品又は役務との関係においてこれが普通名称であるという判断がされたわけではない。

イ 原告は、少なくとも元々は「個性心理学」が普通名称等であったことを半ば自認している。

ウ 「個性心理学」の語は、甲261～273として提出された書籍等に加え、乙3及び乙4の辞書においても紹介され、さらには、乙5及び乙6のように、近年発行され、公衆の閲覧に付されている辞書類においても継続して説明がされているのであり、仮に、本件審決において引用された証拠のいくつかの発行時期が古いものであるとしても、そのことのみをもって「個性心理学」が心理学の一分野の学問の普通名称であるという事実は否定されない。

むしろ、これらの証拠は、「個性心理学」が広く一般に頒布される複数の辞書や書籍において、過去から現在に至るまで継続して、心理学の一分野の学問として紹介、説明されてきたことを示すものである。

(2) 原告は、心理学の分野で用いられる用語を説明する辞書において「個性心理学」の説明が見当たらないとし、これを理由に、「個性心理学」が（学問の）普通名称とはいえないと主張するが、当該主張に関連して原告が提出する証拠（甲213～229）は、いずれも一般大衆向けに発行、頒布されている資料ではない。本件において「個性心理学（個性心理學）」の標章が心理学の一分野の学問の普通名称であるか否か、又は、学問の普通名称であると理解されるか否かについては、本件商標及び引用商標1が使用されていると原告が主張する役務並びに引用商標2の指定商品及び役務の需要者である一般大衆を基準に判断されるべきである。「個性心理学」の語は、広く一般大衆向けに頒布され、参照されている辞書類において、

過去から現在に至るまで、継続して心理学の一分野の学問として明確に説明されてきたのであって、仮に一部の専門書において「個性心理学」の項目が設けられていないとしても、そのことのみをもって「個性心理学」の語が心理学の一分野の学問の普通名称であることや、一般大衆をして「個性心理学」の語を心理学の一分野の学問の普通名称であると理解するに止まることは否定されない。

(3) 原告は、「仮に『個性心理学』が本件商標の登録出願時又は登録査定時に普通名称であったとしても、それには、自然科学的・社会的な裏付けが要求され、大学等の高等教育機関によって学生や専門家を対象に提供される学問や研究対象としての心理学という極めて限られた範囲内のことである」旨主張するが、広く一般に頒布されている辞書においては、現在に至るまで、「個性心理学」の語が心理学の一分野の学問の普通名称として説明、紹介されてきた（甲 261, 265～271, 乙 3～6）のであって、「個性心理学」の語は、広く世間一般において、心理学の一分野の学問の普通名称として永年にわたり紹介、参照され、同学問の名称として親しまれてきたことを示している。

また、仮に、心理学の一分野の既存の学問としての「個性心理学（個性心理學）」それ自体を知らない者がいたとしても、これを心理学の一分野の学問の普通名称であると理解する。なぜなら、人は、これまで目にしたことのない語に接した場合、通常は、当該用語を構成する各文字が既知のものであれば、既知の構成文字の意味に着目した上で、語全体の意味を看取、理解するのが通常である。ここで、「個性心理学（個性心理學）」の構成文字のうち、「個性」の語は「個人に具わり、他の人とは違う、その個人にしかない性格・性質」を意味する一般的な語であり（甲 266）、一方、「心理学（心理學）」は「人の心の働き、もしくは人や動物の行動を研究する学問」の普通名称であって（甲 274）、いずれの語も、我が国の一般大衆において、前記の意味をもって広く知られ日常的に用いられている語である。そうすると、これらの文字を組み合わせた「個性心理学（個性心理學）」の語に接した者は、そこから「人間個人に具わった性格や性質に着目し、人の心の働きや行

動を研究する学問」のような意味を自然かつ直ちに理解し、その理解に基づき、「個性心理学（個性心理學）」の語を、心理学の一分野の学問の普通名称であると理解する。特に、心理学はその研究分野が多岐に及び、また、各研究分野の名称には共通して「〇〇心理学」という名称が使用され、かつ〇〇の部分には、研究の対象となる分野を簡潔に説明、記述する語が付加されて使用されているという実情がある（例えば、「社会心理学」、「認知心理学」、「文化心理学」など。）。このような実情に鑑みると、「個性心理学（個性心理學）」の文字を目にした者は、これを、研究分野が多岐にわたる心理学の一分野の学問の普通名称、すなわち、これを、人間個人に具わった性格や性質に着目し、人の心の働きや行動を研究する学問の普通名称であるとしてごく自然に理解するというべきである。

(4) 以上のとおり、「個性心理学（個性心理學）」の語が心理学の一分野の学問の名称（普通名称）であるとの本件審決における判断は合理的なものであり、原告が主張する取消事由1は理由がない。

2 取消事由2（引用商標1の周知性の認定の誤り）について

(1) 引用商標1が原告の主張する各役務の自他役務識別標識として周知に至るには、その前提として、原告が、業としてこれらの役務の提供等を行い、かつ、これらの役務の提供等の際し、自他役務識別のための表示として、引用商標1を使用してきたことが必要である。しかしながら、これらの点についての主張立証は十分でない。

ア 原告の業務について

原告は、業として占いを提供し、また、占いに関する知識の教授を行っているようであるが、原告が提供する「占い」とは、少なくとも、外形上は、人間個人に備わった性格や性質に着目し、人の心の働きや行動を研究する学問、又は、個人差を扱う心理学、ないしは、個人差を研究対象とする心理学（学問としての「個性心理学（個性心理學）」）を基礎とした占いと理解されるものであり、原告の業務に係る「占いに関する知識の教授」も、当該占いに関する知識の教授といえる（以下、

このような学問としての個性心理学〔個性心理學〕を基礎とした占いや、当該占いに関する知識の教授をもって「原告業務」という。）。

一方、原告業務以外の「占い」、「知識の教授」については、原告がこれらの役務を業として提供等しているかは明らかでない。

イ 自他役務識別性について

前記アのとおり、原告が業として行っているのは、少なくとも外形上判断する限りにおいては、飽くまでも学問としての「個性心理学（個性心理學）」を基礎とした占いや、当該占いに関する知識の教授である。一方、「個性心理学（個性心理學）」とは、「個人差を扱う心理学。ないしは、個人差を研究対象とする心理学」の意味を有する学問の普通名称である。そうすると、「個性心理学（個性心理學）」の語は、少なくとも、原告業務に係る役務については、これらの役務の質又は特徴を説明、記述するものにすぎず、また、一般大衆もそのように認識するにとどまる。

仮に、原告業務に関連し、物理的に「個性心理学（個性心理學）」の標章が表示されることがあっても、これを目にした者は、「個性心理学（個性心理學）」の語を、原告業務に係る占いや知識の教授といった役務の質又は内容を説明、記述する語としてしか認識し得ず、当該標章を原告業務に係る何らかの商品又は役務の自他商品等識別標識として理解することはない。

(2) 引用商標 1 の非周知性

原告が提出した各証拠をもってしても、引用商標 1 が、原告主張の「知識の教授」又は「占い」の各役務の出所を表示するものとして、需用者の間に広く認識され周知になっていたということはできない。

ア 原告が提出した各証拠において表示されている標章は、その大半が「個性心理學」、「個性心理学研究所」又は「個性心理學研究所」であり、引用商標 1 と実質的に同一の「個性心理学」それ自体が表示されている証拠は、ごく僅かである。

「個性心理学（學）研究所」の標章は、その構成文字の一体性から全体として一

つの法人（団体）を表す語として認識されるものであり、これが特定の役務の出所表示として機能する場面があったとしても、取引者又は需用者に出所表示として認識されるのは、「個性心理学（學）研究所」という構成全体をもってのみである。

「個性心理学（學）研究所」の標章からは、「個人差を扱う、ないしは個人差を研究対象とする心理学、又は、人間個人に具わった性格や性質に着目し、人の心の働きや行動を研究する学問を研究する機関」というまとまった観念も生じる。そのため、ここから、あえて「個性心理学（學）」の部分を分離、抽出し、役務の出所表示として理解する者はいない。少なくとも原告業務に係る役務との関係では、「個性心理学（學）」の語の識別力は、ないか極めて弱いのであり、仮に「研究所」の語の識別力が弱いとしても「研究所」の語のみが捨象されることはない。

「学」の文字の新旧字体の相違も、無視できるほどの軽微な差異とはいえない。略字体の「学」が標準書体として日常生活で使用され始めてから歴史が長いことに鑑みると、特に若年層の需要者にとっては、旧字体の「學」を目にしたことすらない者がいてもおかしくない。原告が引用商標1の周知性を示す証拠として提出した証拠の大半が、若年層（若い女性）向けの雑誌記事である点を考慮すると、原告の業務に係る役務の需要者には若年層の需要者も多く含まれると推察される。また、原告自身、その業務を行うに際し、日常生活で馴染みのない旧字体の標章「個性心理學」を意図的に選択して使用している。

「個性心理学（學）」の語が、特に原告業務に係る役務との関係においては識別力が極めて弱い語であることに鑑みると、取引者及び需要者は、「學」の文字の上部にある「メ」の部分をハートマークに置き換えた特徴的な外観を有する「學」の旧字体の部分により注意を惹かれ、その外観的な特徴をもって標章を認識、理解すると考えるのが自然であり、「學」の文字の上部にある「メ」の部分をハートマークに置き換えた標章は、引用商標1とは外観において区別が可能な非類似の商標である。また、「學」の文字の上部にある「メ」の部分をハートマークに置き換えた標章が表示されているのは4号証のみであり、原告の主張する役務の出所表示とし

て使用されているものではない。

イ 甲6～186, 205及び206における「個性心理学(學)」及び「個性心理学(學)研究所」の標章は、①監修者として標章が記載されているにすぎず、原告主張の役務の出所表示としては認識し得ないもの、②テキスト、書籍、雑誌、新聞、放送番組、ウェブサイト、ソフトウェア、講演、講座等の内容表示として用いられているにすぎないもの、③占いの質表示にすぎないもの、④原告又は関係者の肩書や説明等の一部に表示されているにすぎないもの、⑤雑誌や新聞等の記事の一部に記載されているにすぎないもの、⑥その他原告主張の役務との具体的関連性をもって使用されていないものが大半を占め、原告の業務に係る特定の商品又は役務との具体的関連性をもって、これらの出所表示として明確に把握できる態様で使用されているものはない。したがって、これらにおける標章の使用をもって、原告が、自身の業務に係る「知識の教授」の役務について「個性心理学(學)」の標章を商標として使用していたということにはならない。

また、これらの証拠の中には、「動物占い」、「マスコット占い」、「動物キャラナビ」など、他に出所表示となり得る商標が顕著な態様で使用されている。

ウ 原告が主張する講座の開講、受講生の数、テキストの配布数、アドバイザーの数、認定講師及び認定カウンセラーの数、支所・支局の存在と活動内容、ソフトウェアによる占いの提供、レポートの販売数、著書の数と販売部数等を客観的に証明する証拠は提出されていない。また、原告の主張する新聞、雑誌記事からは、原告が「占い」に関する何らかの事業を行っているようであることがうかがえるのみであるし、原告の主張するメディア出演についても、番組を通じ、引用商標1がどのように紹介され、告知されたか不明である。さらに、原告の主張する外部の企業や団体と共に行ったイベントや関連商品の販売等についても、その来場人数や原告の事業との直接的な結びつき、関連商品の頒布数、小売店舗の運営期間等は、不明である。

エ 原告が「個性心理学(學)」の標章の使用に当たり「®」マークを使用

していたとしても、我が国の一般大衆が、これを直ちに登録商標の表示であると認識できるとは限らない。仮にこれを認識できたとしても、このような表示の使用が、引用商標 1 の周知性に寄与することはない。

3 取消事由 3（本件商標の商標法 4 条 1 項 1 0 号該当性の判断の誤り）について

(1) 引用商標 1 の非周知性

引用商標 1 が、原告の業務に係る役務の「知識の教授」の出所を表示するものとして需要者の間に広く認識されていないことは、前記 2 (2) のとおりであり、引用商標 1 は、「他人の業務に係る役務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商標」（商標法 4 条 1 項 1 0 号）に該当しない。

(2) 本件商標と引用商標 1 の非類似性

ア 外観

本件商標は、「I S D 個性心理学」の文字を、太字のゴシック体風の書体で同書・同大・同間隔で一連に書してなるものであり、各構成文字の外観上の一体性は極めて高い。しかるところ、「I S D」の部分は、被告の代表理事である B が独自に考案した造語（Institute of Self Discovery＝自己発見の協会）の頭文字をとったものであって、本来的に強い識別力を有するものである上、被告が長年使用してきたことにより、被告の事業に係る商品、役務の出所識別標識として需要者に認識されている。これに対し、「個性心理学」の部分は、前記 1 のとおり、心理学の学問の一分野の普通名称であり、上記(1)のとおり、非周知である。

したがって、本件商標に接した者は、「I S D」を役務の出所表示として理解し、「個性心理学」の部分で役務の質や特徴等を読み取るのであり、「I S D」の存在は、看者に極めて強い印象を与え、看者は、「I S D」の有無により、本件商標と引用商標 1 とを外観上明確に区別することができる。

イ 称呼

本件商標から生じる「アイエスディーコセイシンリガク」の一連の称呼は、引用

商標 1 から生じる「コセイシンリガク」の称呼とは明確に区別可能である。

1 4 音の称呼は一息で十分称呼できる長さであり、これをわざわざ省略して称呼する必要はない。仮にこれを冗長と感じる者がいたとしても、識別標識たり得ない「個性心理学」の文字部分のみをあえて抽出し、ここから本件商標の称呼を特定して取引や役務の選択を行うと考えるのは不自然である。

ウ 観念

本件商標からは、「I S D という出所が提供する、人間個人に具わった性格や性質に着目し、人の心の働きや行動を研究する学問」との観念が生じる。一方、引用商標 1 からは、「個人差を扱う、ないしは個人差を研究する心理学、又は、人間個人に具わった性格や性質に着目し、人の心の働きや行動を研究する学問」との観念のみが生じるから、本件商標と引用商標 1 とは、観念においても明確に区別が可能である。

(3) 役務の非類似性

原告は、引用商標 1 が「知識の教授」の役務について使用され需要者の間に広く認識されるに至っているとの前提の下、本件商標の指定役務である「技芸・スポーツ又は知識の教授」は、引用商標 1 が使用されている役務である「知識の教授」と同一であると主張する。

しかし、原告が、「知識の教授」について、引用商標 1 を自他役務識別標識として使用してきた事実はなく、前記(1)のとおり、当該役務分野において引用商標 1 が周知に至っているという事実はない。

したがって、商標法 4 条 1 項 1 0 号における役務の類似性については、そもそも前提を欠く。

(4) 小括

以上のとおり、本件商標は商標法 4 条 1 項 1 0 号に該当しない。

4 取消事由 4 (本件商標の商標法 4 条 1 項 1 1 号該当性の判断の誤り) について

(1) 本件商標と引用商標 2 の非類似性

引用商標 2 は、「個性心理学」の標準文字からなる商標であり、引用商標 1 と実質的に同一の商標である。

引用商標 2 についても、引用商標 1 と同様に、本件商標とは外観、称呼及び觀念において明確に区別が可能な非類似の商標である。

(2) 指定役務の非類似性

商標法において「役務」とは、「他人のために行う労務又は便益であつて、独立して商取引の目的たりうべきもの」をいう。これを前提に、本件商標と引用商標 2 の各指定役務の性質を検討すると、本件商標の「技芸・スポーツ又は知識の教授」とは、教養、趣味、遊芸、スポーツ、学習等の指導を行う教習所、学校教育法で定める学校及び自動車教習所、理容学校、洋裁学校等の各種学校が、他人に対し技芸・スポーツ又は知識を教授し又は教育するサービスを指すと考えられる。一方、引用商標 2 の「セミナーの企画・運営又は開催」とは、他人のためにセミナーを企画・運営又は開催する者が、セミナーの企画・運営又は開催という労務について対価を得ることを目的とした役務であると考えるのが自然である。すなわち、当該役務は、本来的には、セミナー企画会社の提供するサービス（具体的には、セミナーの実施を希望する者に対し、その者の希望を叶えるために、企画を練り、人材や会場の手配を行うと共に、セミナー受講者の募集・案内から運営、開催までの一通りのプロセスを担うサービス）を指すものと考えられる。このように解した場合、これらの役務は、少なくとも、その提供の目的・手段及び役務の提供者が異なるほか、前者は知識や技芸の習得を希望する者が主たる需要者であるのに対して、後者は、セミナーの開催を希望する個人、企業や団体等が主たる需要者となるため、需要者の範囲も一致しないこととなる。したがって、これらの指定役務は類似しない。特許庁の「類似商品・役務審査基準」においても、これらの指定役務は類似しないものとされている。

仮に、「セミナーの企画・運営又は開催」の役務に、自らが特定の話題について

講演することを目的として、他人（講演の聴講者）のためにセミナーを開催するという労務が含まれると解釈しても、特許庁の「類似商品・役務審査基準」において「技芸・スポーツ又は知識の教授」と「セミナーの企画・運営又は開催」とが非類似の役務として取り扱われており、役務の目的及び提供者並びに需要者が異なることに鑑みると、その講演が聴講者に対し何らかの知識や技芸等の教授を行うことを主たる目的とするものは、商標法上は、飽くまで「技芸・スポーツ又は知識の教授」に分類される役務であるというべきである。

(3) 小括

以上のとおり、本件商標は商標法4条1項11号に該当しない。

5 取消事由5（本件商標の商標法4条1項15号該当性の判断の誤り）について

引用商標1を目にしたとき、これを原告の「創造標章」として認識、理解する者はいない。

また、引用商標1は、原告の主張する「知識の教授」、「占い」その他のいかなる商品又は役務の分野においても、原告の出所表示又は自他商品等識別標識として周知に至っている事実はなく、本件商標と引用商標1とは非類似である。

さらに、原告が原告業務以外の「知識の教授」を業として提供等しているかどうかは明らかではなく、原告業務に係る役務についても、原告が、引用商標1を役務の出所表示として使用している事実はない。

原告は、「個性心理學研究所」や「一般社団法人個性心理學研究所総本部」の名称をもって営業主体の名称としており、引用商標1が原告の業務である「知識の教授」に使用された場合、その提供主体は、引用商標1を含む「個性心理學研究所」を営業主体の名称としている原告であると、より直接的に理解することとなる旨主張するが、引用商標1と「個性心理學研究所」とは、外観、称呼及び觀念のいずれにおいても明確に相違する別異の標章であり、引用商標1が、原告の営業表示として用いられてきたことにはならないし、「個性心理學研究所」の標章を目にした者

が、「個性心理学」を原告の業務と結び付けて認識することもあり得ない。

仮に、「個性心理學研究所」が原告の営業標識として用いられる場面があったとしても、原告が提出した各証拠において、「個性心理學研究所」の標章は、原告の所属先を説明する目的で小さく付記的に表示されているにすぎず、特定の商品又は役務の識別標識として需要者に認識し得る態様で使用されているとはいえないから、当該標章についてどの程度の需要者が目にし、原告の営業表示として記憶しているか不明である。

以上によると、本件商標が、その指定役務について使用されても、原告の業務との間に狭義の混同はもとより広義の混同も生じるおそれはなく、本件商標は商標法4条1項15号には該当しない。

6 取消事由6（本件商標の商標法4条1項19号該当性の判断の誤り）について

(1) 原告と被告との関係

原告と被告の代表理事であるBは、いずれも、遅くとも平成7年頃、第三者を通じ、Cが昭和46年に創設し、提唱した学問である「個性學」という共通の学問を学んでいた。

原告とBは、いずれも、平成7年頃から、「個性學」に関する講座やセミナーの開催といった業務を行う株式会社オピニオンの講師として活躍していたが、その後、いずれも、株式会社オピニオンの事業から外れ、原告は株式会社ノアを、Bは株式会社アークコーポレーションを設立し、活動していた。Bが設立した株式会社アークコーポレーションは、原告の事業に代理店として参画することになった。

その後、Bは、原告との事業の方向性や考え方の違いが生じたことに加え、原告から一方的に代理店関係を解消されたため、原告の事業から離れることになった。

したがって、Bが原告の下で個性心理学を学んだという関係にはなく、Bが原告の許可に基づき個性心理学研究所の京都支所を設立した事実はなく、同所内でトラブルを起こしたため、事業から離れることとなったという事実はない。

また、各人の個性を12動物に分け、さらに、合計60種類の動物キャラクターに細分化して個性を分析する手法は、第三者考案の「個性学」を起源とするものであり、原告が独自に考案したものとはいえない。

被告が本件商標を採択し使用するに当たり、原告の同意を得る必要はない。

(2) 本件商標の使用態様

「占い」を学問的性質を有しない純然たる「占い」と理解する限り、被告は、「占いについての知識の教授」を業として提供しておらず、当該役務について本件商標を使用していない。

被告が考案した「ISD個性心理学」は、人間の個性（人間の性格や考え方）に関するデータを統計、分類して分析、検証することにより、人間個人に具わった性格や性質に着目し、人の心の働きや行動を研究する学問であり、データや科学的根拠に基づかない純然たる占いとは明確に相違する。

(3) 訴訟

原告は、被告らに対して商標権侵害差止等請求訴訟を提起した旨主張するが、当該訴訟は本件事件とは目的、対象を異にする別個の事案であり、未だ決着しておらず、当該訴訟において原告の主張が認められたわけではない。

(4) 不正の目的

本件商標と引用商標1とは明確に区別可能な非類似の商標であり、本件商標の構成の一部にある「個性心理学」の語は、被告が教授等する学問である「ISD個性心理学」の内容又は性質を需要者にわかりやすく説明する意図で採用したものであり、原告の業務との間で出所混同を生じさせたり、引用商標1にフリーライドし、かつ、当該商標の出所識別機能を希釈させるという不正の目的をもって、本件商標を採択したのではない。

引用商標1は心理学の一分野の学問の普通名称であり、原告の業務に係る役務の出所表示としての周知性を欠き、本件商標と引用商標1が明確に区別可能な非類似の標章であることを勘案すると、被告による本件商標の使用により、原告の財産的

利益や信用が損なわれることも、引用商標 1 の出所識別機能が希釈化することも、不可能であり、仮に引用商標 1 に何らかの信用や名声が化体するとしても、被告がこれにフリーライドし、不正の利益を受けることも不可能である。

(5) 小括

以上のとおり、引用商標 1 は、周知になっていたということとはできず、また、本件商標は、引用商標 1 と類似しない。加えて、被告による本件商標の採択及び使用には、何ら「不正の目的」はない。したがって、本件商標は商標法 4 条 1 項 1 9 号には該当しない。

7 取消事由 7（本件商標の商標法 4 条 1 項 7 号該当性の判断の誤り）について
商標法 4 条 1 項 7 号では、「公の秩序又は善良の風俗を害するおそれがある商標」は商標登録を受けることができないと規定されているところ、同号は、本来、商標を構成する標章それ自体が公の秩序又は善良な風俗に反するような場合に、そのような商標について登録商標による権利を付与しないことを目的として設けられた規定である。

もともと、商標を指定商品又は指定役務について使用することが社会公共の利益に反し、又は社会の一般的道徳観念に反する場合も同号の適用対象とされている。

しかしながら、本件商標は、標章それ自体が公の秩序又は善良な風俗に反するものでないばかりでなく、本件商標をその指定商品、役務について使用した場合に、これが社会公共の利益に反したり、又は、社会の一般的道徳観念に反したりするという事情も存在しない。

原告は、本件商標が原告の引用商標 1 に類似し、かつ、被告が引用商標 1 にフリーライドし、出所表示機能を希釈化させ、原告の（潜在的）顧客を奪っている旨主張するが、これらは原告の主観的な主張にすぎない。公益保護を目的とした規定である商標法 4 条 1 項 7 号を私的領域にまで拡大解釈し、商標登録を無効にすることは、商標登録の適格性に関する予測可能性及び法的安定性を著しく損なうことになるので、許されない。また、「個性心理学」は、心理学の一分野の学問の普通名称

であり、特に役務「知識の教授」との関係では本来的に識別機能を欠き、独占不適応な語である。被告は、「I S D個性心理学」という学問の性質を説明し、需要者にわかりやすく伝える目的で、本件商標の構成中に「個性心理学」の語を採用したにすぎず、「個性心理学」のみによっては商品、役務の識別をすることが不可能であるため、強い識別力を発揮する「I S D」の商標を付加し、本件商標及び「I S D個性心理学協会」又は「一般社団法人I S D個性心理学協会」の各商標を採用、使用している。

被告は、少なくとも、「I S D個性心理学」は平成10年から、「I S D個性心理学協会」は平成13年から、現在に至るまで、被告の業務に係る各種商品、役務の出所表示として全国的規模で継続して使用してきたのであり、平成23年に任意団体であった「I S D個性心理学協会」を一般社団法人化したことに伴い、被告の業務に係る商品又は役務の出所表示を法的に保護する目的で本件商標の登録出願を行ったにすぎず、被告による本件商標の登録及び使用は、社会公共の利益にも社会の一般的道徳観念にも反するものではない。

以上のとおり、本件商標は、公の秩序又は善良の風俗を害するおそれのある商標ではないから、本件商標は、商標法4条1項7号には該当しない。

第5 当裁判所の判断

1 取消事由1（「個性心理学（學）」の語が普通名称であるとの認定の誤り）について

(1) 後掲の各証拠及び弁論の全趣旨によると、次の事実が認められる。

ア 心理学は、人間及び動物の心や行動を組織的に研究する学問であり、その研究領域には、認知（感覚、知覚）、学習、記憶、思考、言語、欲求、感情、知能、性格、発達、社会的行動、異常行動などがある。また、心理学の知見や法則を実生活の問題解決に利用しようとする心理学を応用心理学といい、例えば、教育心理学、臨床心理学、犯罪心理学、産業心理学、経営心理学、政治心理学、家庭心理学、体育心理学、芸術心理学、宗教心理学などがある（甲219）。

イ 「個性心理学」に関しては、「日本大学文理学部心理学科」のウェブページに次の記載がある（甲272）。

「日本大学文理学部心理学科の創設者・渡辺徹先生は明治16年福島県に生まれ、同43年に東京帝国大学文学部哲学科を卒業、大正3年から日大で講義を始められた。大正9年に日本大学教授となり、同13年に私学では最初（東大・京大・東北大に次いで日本では4番目）の心理学専攻課程を日大に創設された。」

「先生はわが国におけるパーソナリティの心理学の開拓者である。心理学科の創設当初（大正13年）から没年（昭和32年）に至るまで、『個性心理学』という名で独創的な講義をされた。」

ウ 渡辺徹については、フリー百科事典ウィキペディアに、「日本の心理学者で、日本におけるパーソナリティ心理学（人格心理学）の開拓者。…没年に至るまで、『個性心理学』という名で独創的な講義をした。」との解説が記載されている（乙7）。

エ 学術論文において「個性心理学」という語が記載されているものとしては、次のものが挙げられる。

(ア) 古賀行義「チャーレス・スピアマン—その人物と業績—」心理學研究第20巻第1号58頁～61頁（昭和24年頃）には、次の記載がある（甲262）。

「近代心理學における一つの不幸は、一般心理學と個性心理學とか（判決注：「が」の誤記と認める。）不合理にも分離してゐることであるが、ロンドン學派において、それらの間に緊密な關係がつけられており、個性心理學との關係においては、二因子説、一般心理學との關係においては知生説が構成されてゐる。」

(イ) 城戸幡太郎「ソ連及び中国における心理学の研究」教育心理学研究第4巻第2号110頁～113頁（昭和31年）においては、執筆者が日本アジア連帯委員会の文化使節団の一員として、ソ連と中国を訪問した際、レニングラード大学の心理学担当の教授からもらった人格心理学を主題とする学会のプログラムが紹介されており、その中に次の記載がある（甲263）。

「第6会議 高次神経活動の類型と個性心理学的差異

1 レイテス（モスクワ）一個性心理学的差異の問題について」

また、中国の科学院に設けられた心理学研究室では、「1. 発生心理問題, 2. 知覚心理問題, 3. 語文心理問題, 4. 個性心理問題」の四つの問題を研究していることも同論文において紹介されている。

(ウ) 高嶋正士「ゴールトン及びキャテルの生涯とその業績について」基礎科学論集：教養課程紀要第2号67頁～81頁（昭和59年）には、次の各記載がある（甲264）。

「さて、現代心理学の基礎研究領域は多岐にわたっているが、その中に差異心理学 differential psychology がある。これは個人差の問題を扱う領域で、また個性心理学 psychology of individual ともいわれる。個人差を代表する問題といえは人格 personality と知能 intelligence をあげなければならない。これらの問題は心理学の基本問題である。

差異心理学の歴史は古く、また研究領域も広く遺伝学や環境学と深く関連している。」

「要約

筆者は差異心理学の発展に貢献したイギリスのゴールトンとアメリカのキャテルをとりあげて、彼らの生涯と業績についてのべた。

第2次大戦後の日本の心理学は、アメリカの民主教育にもとづいて、個性尊重の教育がさげばれ、その線にそって急速に発展してきた。その一つが個人差心理学にまつわる諸問題であった。すなわち、知能や学力、性格や個性といったパーソナリティに関するものである。その二は臨床心理学の発達と普及である。今日のように、社会機構が複雑となり変化していくにともなって、さまざまな不適應症状（適應異常）を示す人が多くなったからである。したがって、先進国ほど臨床心理学上の問題が深刻化してきている。この基礎的理解に個性心理学、差異心理学が重要な役割をもつからである。」

オ 国語に関する辞書や辞典では、「個性心理学」という語は、次のとおり記載されている。

(ア) 広辞苑（岩波書店）

第2版（昭和44年第1刷発行）には、「個性」の項目に、「【個性心理学】個人差をあつかう心理学。差異心理学。」との記載があり（甲265），第3版（昭和58年第1刷発行）にも同様の記載がある（甲266）。

第4版（平成3年第1刷発行）以降は、「個性」の項目から「個性心理学」に関する記載がなくなっているが（甲207～209），第6版（平成20年第1刷発行）には、「差異心理学」の項目に、「心理的事象に関して，個人と個人，群と群，人種と人種などを比較し，その差異を研究する学問。特に，個人差を取り扱うものを個性心理学という。」との記載がある（乙6）。

(イ) 国語大辞典（小学館）

昭和56年発行の第1版第1刷には、「個性心理学」の項目が設けられており、「個人差を研究対象とする心理学。→差異心理学」との記載があり（甲267），昭和63年発行の第1版新装版第2刷にも同様の記載がある（乙3）。

(ウ) 大辞泉（小学館）

平成7年発行の第1版第1刷には、「個性」の項目に「【個性心理学】個人差を扱う心理学。」との記載があり（乙4），平成10年発行の第1版増補・新装版第1刷にも同様の記載がある（甲268）。平成24年発行の第2版第1刷には、「個性心理学」の項目が設けられており（乙5），上記と同様の記載がある。ウェブサイト上の「デジタル大辞泉」にも，平成26年12月時点で，上記と同様の記載がある（甲261）。

(エ) 日本国語大辞典第2版第5巻（小学館・平成16年第4刷発行）

「個性心理学」の項目が設けられており、「個人差を研究対象とする心理学。→差異心理学」との記載がある。また、「差異心理学」の項目には、「個人の性質や能力などのちがいを研究する心理学。一般心理学が人間一般に通じる法則を見出そ

うとするのに対して、個人、男女、民族など、いろいろな形で存在する人間どうしの差異から、個性や民族性などの特質や構造をあきらかにしようとするもの。」との記載がある（甲269）。

(オ) 精選版日本国語大辞典第1巻・第2巻（小学館・平成18年初版第1刷発行）

上記(エ)の日本国語大辞典と同様の記載がある（甲270，271）。

(2) 上記(1)の認定事実によると、「個性心理学」は、「差異心理学」ともいわれるもので、心理学のうち個人差の問題を扱う領域として古くから知られており、国内外でこれを研究対象とする研究者や研究室があったこと、国語に関する辞書や辞典においても、「個性心理学」についての説明が掲載されていることが認められる。

そして、これらの事実によると、「個性心理学」という語は、心理学という学問の一分野を示す普通名称であると認めるのが相当であり、原告の創作した創造標章であるとは認められない。

(3) これに対し、原告は、本件審決が挙げた証拠は相当過去の事情を示すものにすぎず、比較的最近の文献で「個性心理学」について言及しているものは僅かであること、心理学の分野で用いられる用語を説明する一般的な辞典では、「個性心理学」を説明する項目がないことなどを指摘して、「個性心理学」は普通名称ではない旨主張し、また、仮に「個性心理学」が普通名称であったとしても、学問や研究対象としての心理学という極めて限られた範囲内のことである旨主張する。

確かに、近時の心理学の専門的な辞典（事典）では「個性心理学」という語は取り上げられておらず（甲213～229）、また、近時、「個性心理学」が心理学の学会等で取り上げられ、議論されていることを示す証拠はない。

しかし、前記のとおり、「個性心理学」が、個人差の問題を扱う心理学として存在していたことが認められ、現時点でも、国語に関する辞書や辞典にその説明が記載されている。また、最近の心理学の専門的な事典には、アドラーが、独自の「個

人心理学」と呼ぶ理論体系を発展させたとして、当該理論体系を心理学の一分野として紹介するものがあり（甲220）、心理学については、一個人が提唱した理論体系を、心理学の一分野として取り扱う例があることが認められるのであって、「個性心理学」が、近時、心理学の学会等で取り上げられ、議論されることがなかったとしても、心理学の歴史における一つの理論体系としての存在が揺らぐものではなく、それだけでいわゆる死語と化したと認めることはできない。

以上によると、「個性心理学」は、現在においても心理学の一分野を示す普通名称というべきであり、また、極めて限られた範囲内でしか通用しない用語ということもできない。

(4) したがって、原告が主張する取消事由1は理由がない。

2 取消事由2（引用商標1の周知性の認定の誤り）について

(1) 後掲の各証拠及び弁論の全趣旨によると、次の事実が認められる。

ア 原告は、平成9年頃から、「個性心理學研究所」を設立して、動物のマスコットイメージを取り入れた占いを開始し、また、占いの講座や、その講師やカウンセラーの養成講座などの事業を始めた（甲4、乙8）。

イ 原告又は「個性心理學研究所」が作成した「個性心理學研究所の歩み」と題する書面（乙8）には、「1997年4月 渡辺透先生（中略）が私学で初めて日本大学に心理学科を創設し、大正13年から昭和32年に没するまで『個性心理学』という独創的な講義をしていた。弦本は、人間学でもあるパーソナリティ心理学の『個性心理学』を誰にでも分かる21世紀の心理学として、分類の手法を東洋の英知といわれた『四柱推命』や『宿曜経』に求め、さらに世界で初めて動物のマスコットイメージを取り入れることで、まったく新しい『個性心理學』として世に発表。」との説明が記されている。

また、「個性心理学[®]とは？」と題する書面（甲4）には、「『個性心理學』は、1997年4月に個性心理學研究所 所長 A（判決注：原告の筆名である。）が、世界で初めて人間の個性を12種類の動物に当てはめ、60分類のキャラクターに

よって、誰にでもわかるイメージ心理学の手法と取り入れて体系化した学問です。」、「『動物占い』など幅広い裾野で日常生活に溶け込んでいますが、一人の人間を立体的に1,036,800のパターンに分類した世界最大の統計学であり分類学でもあるこの「個性心理学」は、人間の叡智の集大成であると各分野から注目を集めています。」と記載されている。

ウ 原告は、「個性心理学研究所」や自身が代表取締役である株式会社ノアを介して、前記占いに係る講座を、平成9年以降開催し、また、認定講師を「支所・支局」と位置付けて各地で活動させ、前記占いによって個人の運勢を占う等のレポートを提供すると共に、同講座で使用するテキストや、前記占いに関連する一般向けの書籍や記事などを執筆したり、前記占いに関する講演を行い、また、新聞や雑誌、テレビなどでも、前記占いが取り上げられたり、あるいは原告自ら出演するなどし、さらには、様々な企画やイベントにも参画するなどしている（甲6～186,205,206,420～426,乙8）。

具体的には、例えば、新聞、雑誌では、平成10年に雑誌「日経トレンドィ」（甲39）が、海外展開を意識して個性の象徴に12の動物イラストを採用した、「個性心理学」という四柱推命をベースにした運勢判断や性格判断ができる株式会社ノアの占いのソフトウェアを、「週刊宝石」（甲40）が、各人の個性を、まずは月、地球、太陽の三つに分類し、さらに細かく12の動物のいずれかに分類する、株式会社ノアの心理分析ソフト「占星ション」（なお、甲40には、「占星ション」における分析には、「個性心理学」が応用されており、「ルーツは、19世紀にドイツの心理学者を中心に、性格学として研究されていたものです。・・・人間の関係を長年にわたって観察し、そこから導き出された一定の法則による統計学として現代に蘇らせたのです。」との「株式会社ノアのD」の説明が記載されている。）を記事に取り上げ、その後、「夕刊フジ」（甲34。なお、甲34には、原告が創業者である「キャラナビ・ドット・コム」が、古代ギリシア神話の時代から用いられた占いの手法である「動物占い」をビジネス化した旨や、人間の行動パターンや意

思決定のメカニズムを科学的に解明しようという個性心理学という学問を産業にした旨などの記載がある。)などの新聞や、「AERA」(甲41, 42。なお、甲41には、「動物占い」のネタもとは原告であり、四柱推命などをもとに独自の統計と研究を加え、新しい体系を編み出し、平成9年に個性心理学研究所を設立し、占いと心理学をミックスした「個性心理学」という名前で売り出した旨の記載があり、甲42には、原告が生年月日によって三つの属性と12の動物に個人を分類する「個性心理学」を研究しており、金融機関などの関係者から相談を受けた旨が記載されている。)などの雑誌が前記占いを記事に取り上げ、雑誌「TOKYO1週間」(甲43)は、原告が「『個性心理学』(マスコット心理学)のアイデアと私の分析をそのまま真似して作られたのが、『動物占い』でなんです」と語り、「動物占い」の出版社相手に訴訟の準備を進めているとして、第三者の「動物占い」と原告の「マスコット心理学」を比較する記事を掲載し、女性誌「ノンノ」(甲45～52)や、男性誌「ホットドッグ・プレス」(甲65, 66)も、それぞれ複数回、前記占いを記事に取り上げるなど、本件商標の登録出願時(平成26年9月11日)及び登録査定時(平成27年1月23日)までに、数多くの新聞、雑誌で紹介されるに至っている(甲33～84)。

エ もっとも、原告提出に係る各書証(書籍、新聞、雑誌等)を個別に検討すると、前記占いは、「動物キャラナビ」(甲22, 26～29, 32, 45, 46, 50～52, 54～56, 58, 59, 73, 78～83, 96, 97, 101～104, 106～109, 112, 126～152), 「キャラナビ」(甲24, 25, 74～77, 98), 「キャラナビ占い」(甲67, 105), 「ラブナビ」(甲23, 47～49, 53, 57), 「動物占い」(甲34, 35, 37, 41, 42, 89, 90, 113), 「マスコット占い」(甲60～66, 85, 87), 「動物マスコット占い」(甲71, 86, 91), 「動物キャラ占い」(甲70), 「マスコット心理学」(甲43, 68)などとして表記又は紹介されている例が多数であり、これらと比較すると、「個性心理学」又は「個性心理學」とい

う名称を前面に出して表記又は紹介されている例（甲20, 21, 31, 33, 36, 38, 39, 44, 72, 88, 93, 94, 99, 111, 114～125）は、必ずしも多くない。また、引用商標1は、多くの例において、書籍や記事の副題（例えば、甲28, 85など）、原告の著書や経歴の紹介（例えば、甲26, 30など）、あるいは、記事本文中の記述の一部（例えば、甲33, 41, 43, 91など）として、引用商標1を含む「個性心理学研究所」又は「個性心理學研究所」は、原告の肩書等を示すもの（例えば、甲41～43, 45～47など多数）として、いずれも、上記の「動物キャラナビ」等の表示と比べると、控え目に表示されるにとどまっている。

(2) 以上の事実によると、原告の考案に係る前記占いは、「動物占い」、「動物キャラナビ」等として、遅くとも本件商標の登録出願時（平成26年9月11日）及び登録査定時（平成27年1月23日）までに、需要者である一般人において、一定程度認知されたものと認められるが、それは飽くまで「動物占い」又は「動物キャラナビ」等としてであって、前記1のとおり「個性心理学」が心理学の一分野を示す普通名称であることをも考慮すると、引用商標1は、原告の前記占いに係る役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されたと認めることはできない。

したがって、引用商標1が原告の「占い」の役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されていたということはできない。

(3) そして、原告が主張する、原告の業務に係る役務としての「知識の教授」は、前記占いに係る「知識の教授」であるから、原告の業務に係る役務としての「知識の教授」に関しても、遅くとも本件商標の登録出願時（平成26年9月11日）及び登録査定時（平成27年1月23日）までに、引用商標1が、その出所を表示するものとして需要者の間に広く認識されていたと認めることはできない。

また、下記ア及びイのとおり、原告の主張や証拠をさらに個別に検討しても、遅くとも本件商標の登録出願時（平成26年9月11日）及び登録査定時（平成27年1月23日）までに、引用商標1が、その出所を表示するものとして需要者の間

に広く認識されていたと認めることはできない。

ア 原告は、「個性心理学」の占いに係る講座を、平成9年から開催し、同講座において「個性心理学」に係る「知識の教授」の役務を提供し、その際にテキスト等の資料を配布している旨主張する。

しかしながら、原告が主張する上記講座は、例えば、「個性心理學 基礎講座」の受講資格の欄に「個性心理學に興味のある方ならどなたでも」と記載されており、また、そのカリキュラムの内容に「個性心理學とは何か？」との記載がある（甲11）ように、いずれも、「個性心理學」という知識を教授することを目的とする講座である（甲6～9, 11, 14, 15, 420～423）ことからすると、同講座における「個性心理學」の表示が意味するところは、「知識の教授」という役務の内容そのものであって、同表示が役務の出所を表示するものとは認められない。テキスト等に表示された「個性心理學」との標章も、いずれも「個性心理學」という知識を内容とすることを示すものであって、同表示は、「知識の教授」という役務の出所を表示するものとは認められない（甲6～9, 420～423）。

また、原告は、ソフトウェア「個性心理學システム」を用いて、「個性心理学」の「占い」を提供し、遅くとも平成12年以降、「個性心理學研究所」が発行者として記載されている「個性心理学」のレポートを、約70万通販売したと主張するが、原告が販売したと主張するレポートは、ウェブサイトにおいて、「個性心理學レポート」というショッピングサイトの分類において、「個性診断レポート」との名称で販売されており、実際に顧客が入手するレポートには、「あなたの本質レポート」などの記載内容に応じた表題が付されており、左下部末尾に「個性心理學研究所 本部」との記載があるほかには、「個性心理学」又は「個性心理學」の標章は使用されていない（甲424～426）。また、原告が主張する販売数について、これを裏付けるに足りる証拠はない。したがって、上記のソフトウェアを用いた「占い」の提供、レポートの販売についても、引用商標1が、原告の業務に係る役務としての「知識の教授」の出所を表示するものとして需要者の間に広く認識されてい

たことを裏付けるものとは認められない。

イ 原告は、「個性心理学」及び「個性心理學研究所」は、原告による「個性心理学」の占いに係る書籍の執筆や、原告の「個性心理学」の占い及び関連する事業についての雑誌、新聞、テレビ番組等の各種メディアにおける紹介、各種の企画やイベント等を通じ、広く認識されるようになり、引用商標1は、原告の「知識の教授」の役務との関係において周知性を獲得したと主張し、証拠（書籍に関しては、甲16、18～32、205、206、新聞、雑誌等の記事に関しては、甲33～152、テレビ番組等のメディアに関しては、甲17、153～155、その他の企画やイベント等に関しては、甲156～185）を提出する。

しかしながら、甲16、18～32、205、206は、原告が著作又は監修した書籍のリストや、書籍の一部（表紙や奥付、内容の抜粋など）や、これらを紹介するウェブページ、新聞広告の写し等であるが、「個性心理学」の表示は、日本語の書籍の題号（甲20、21、31）又は副題（甲28。なお、これらにおいては、「学」の字が旧字体「學」や旧字体「學」の「メ」の部分がハートマークになった標章が使用されている。）若しくは外国語の書籍の題号（甲205、206。なお、これらにおいては、「個性心理学」の「個」の字が外国語になっている。）として使用されているものがあり、このように使用されている場合は、「個性心理学」は、出所表示というより、書籍の内容そのものを表示するものである。また、前記の原告提出証拠の中には、「個性心理学」が著作者又は監修者としての原告の所属先を含む表示の一部として使用されているものがあり（甲22～27、29、30、32。なお、これらにおいては、「学」の字が旧字体「學」になった標章が使用されている。）、このように使用されている場合も、「個性心理学」が、原告の「知識の教授」という役務の出所表示として使用されているものとは認められない。

甲33～152は、新聞、雑誌等の記事、第三者作成のウェブページ、会報等であるが、その大半が、占いとしての「個性心理学」を取り上げるものにすぎず、「個性心理学」又は「個性心理學」の表示は、その大半が、「動物キャラナビ」等の標

章により示された占いに応用されている又は当該占いがそれに基づいている理論体系又は学問を表すものとして使用されているか、著者、監修者等としての原告の肩書の一部として使用されているにすぎないのであって、やはり、原告の「知識の教授」という役務の出所表示として使用されているものとは認められない。

甲17, 153～155は、原告のテレビ番組等のメディア出演等のリストや、原告がテレビに出演したことを示す証拠であるが、「個性心理学」又は「個性心理学」の表示は、歴史上の人物についての性格評価の根拠となる理論体系又は学問の名称や、原告の肩書の一部、撮影場所の表示の一部として使用されているにすぎず、原告の「知識の教授」という役務の出所表示として使用されているものとは認められない。

甲156～185は、「個性心理学」に係る性格診断がビジネス用のシステムやゲームに取り入れられたり（甲156, 157, 159～161, 169～171, 182, 184）、「個性心理学」に係る「占い」が、イベントや店舗、セミナー等で利用、紹介されたり（甲158, 162, 163, 174, 176, 178～181, 183, 185）、動物のキャラクターが関連商品に利用されたり（甲164～168, 172, 173, 175, 177）した事実を示すものであるが、いずれも、占いや動物のキャラクターの認知に貢献したということはできても、原告の「知識の教授」という役務の出所表示として、「個性心理学」又は「個性心理学」の表示が使用されているものとは認められない。

ウ 以上によると、原告の主張や証拠を個別に検討しても、引用商標1が、原告の業務に係る役務としての「知識の教授」の出所を表示するものとして需要者の間に広く認識されていたことを認めることはできない。

(4) 前記(1)～(3)の認定は、原告が「個性心理学」につき「個性心理学®」というように®マークを付して表示していた事実がある（甲4, 7, 9, 186）としても、左右されるものではない。

(5) したがって、原告が主張する取消事由2は理由がない。

3 取消事由3（本件商標の商標法4条1項10号該当性の判断の誤り）について

(1) 引用商標1の周知性について

前記2のとおり、引用商標1は、原告の業務に係る役務の出所を表示するものとして需要者の間に広く認識されておらず、本件商標の登録出願時（平成26年9月11日）及び登録査定時（平成27年1月23日）において、原告の業務に係る役務の出所を表示するものとして需要者の間で広く認識されていたということはない。

(2) 本件商標と引用商標1の類似性について

ア 判断基準

商標法4条1項11号に係る商標の類否は、同一又は類似の商品又は役務に使用された商標が、その外観、観念、称呼等によって取引者、需要者に与える印象、記憶、連想等を総合して、その商品又は役務に係る取引の実情を踏まえつつ全体的に考察すべきものであり（最高裁昭和39年（行ツ）第110号同43年2月27日第三小法廷判決・民集22巻2号399頁参照）、複数の構成部分を組み合わせた結合商標と解されるものについて、商標の構成部分の一部を抽出し、この部分だけを他人の商標と比較して商標そのものの類否を判断することは、その部分が取引者、需要者に対し商品又は役務の出所識別標識として強く支配的な印象を与えるものと認められる場合や、それ以外の部分から出所識別標識としての称呼、観念が生じないと認められる場合などを除き、許されないというべきである（最高裁昭和37年（オ）第953号同38年12月5日第一小法廷判決・民集17巻12号1621頁、最高裁平成3年（行ツ）第103号同5年9月10日第二小法廷判決・民集47巻7号5009頁、最高裁平成19年（行ヒ）第223号同20年9月8日第二小法廷判決・裁判集民事228号561頁参照）。

そして、商標法4条1項10号に係る商標の類否については、同項11号に係る商標の類否と異なる。

イ 本件商標

本件商標は、前記第2の1のとおり、「I S D個性心理学」という文字を横書きにした標章であり、まとまりよく一体に表されているものであるから、その構成全体から「アイエスディーコセイシンリガク」との称呼が生じる。

また、「I S D」は造語であり、前記1のとおり、「個性心理学」は心理学という学問の一分野を示す普通名称であることからすると、本件商標からは、「『I S D』という名称の心理学の一分野である個性心理学」という観念が生じる。

ウ 引用商標

引用商標1は、「個性心理学」の文字よりなる標章であり、「コセイシンリガク」との称呼、「心理学の一分野である個性心理学」との観念が生じる。

エ 本件商標と引用商標の類否

本件商標と引用商標1は、「I S D」の部分で外観が相違する。

また、本件商標からは、「アイエスディーコセイシンリガク」との称呼が生じるのに対し、引用商標1からは、「コセイシンリガク」との称呼が生じるものであって、両者は称呼においても相違する。

さらに、本件商標からは、「『I S D』という名称の心理学の一分野である個性心理学」という観念が生じるのに対し、引用商標1からは、「心理学の一分野である個性心理学」との観念が生じるものであって、両者は観念においても相違する。

したがって、取引の実情について検討するまでもなく、本件商標は引用商標1と類似しているとはいえない。

オ 原告の主張について

原告は、「個性心理学」が原告の業務に係る役務の出所を表示するものとして周知であり、同部分の識別力が強いとして、本件商標と引用商標1との類似性を主張する。

しかしながら、「個性心理学」が原告の業務に係る役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されていたということができないことは、前記(1)のとおりで

あるから、原告の上記主張は、採用することができない。被告の事業活動において「個性心理学」との表記が用いられることがあるとしても、この判断が左右されることはない。

(3) 小括

そうすると、その余の点について判断するまでもなく、本件商標は商標法4条1項10号に該当するものとは認められない。

したがって、原告の主張する取消事由3は理由がない。

4 取消事由4（本件商標の商標法4条1項11号該当性の判断の誤り）について

(1) 類似性の判断基準

類似性の判断基準については、前記3(2)アのとおりである。

(2) 本件商標

本件商標については、前記3(2)イのとおりである。

(3) 引用商標

引用商標2は、「個性心理学」の文字を標準文字により表してなる標章であり、「コセイシンリガク」との称呼、「心理学の一分野である個性心理学」との観念が生じる。

(4) 本件商標と引用商標の類否

本件商標と引用商標2は、「ISD」の部分で外観が相違する。

また、本件商標からは、「アイエスディーコセイシンリガク」との称呼が生じるのに対し、引用商標2からは、「コセイシンリガク」との称呼が生じるものであって、両者は称呼においても相違する。

さらに、本件商標からは、「『ISD』という名称の心理学の一分野である個性心理学」という観念が生じるのに対し、引用商標2からは、「心理学の一分野である個性心理学」との観念が生じるものであって、両者は観念においても相違する。

したがって、取引の実情について検討するまでもなく、本件商標は引用商標2と

類似しているとはいえない。

(5) 原告の主張について

原告は、「個性心理学」が原告の業務に係る役務の出所を表示するものとして周知であり、同部分の識別力が強いとして、本件商標と引用商標 2 との類似性を主張する。

しかしながら、「個性心理学」が原告の業務に係る役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されていたということができないことは、前記(1)のとおりであるから、原告の上記主張は、採用することができない。

(6) 小括

そうすると、その余の点を判断するまでもなく、本件商標は、商標法 4 条 1 項 1 1 号に該当するものとは認められない。

したがって、原告が主張する取消事由 4 は理由がない。

5 取消事由 5（本件商標の商標法 4 条 1 項 1 5 号該当性の判断の誤り）について

(1) 判断基準

商標法 4 条 1 項 1 5 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、当該商品又は当該役務が他人の業務に係る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、当該商品又は当該役務が前記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が含まれる。そして、上記の「混同を生ずるおそれ」の有無は、当該商標と他人の表示との類似性の程度、他人の表示の周知著名性及び独創性の程度や、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間の性質、用途又は目的における関連性の程度並びに商品又は役務の取引者及び需要者の共通性その他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

の取引者及び需要者において普通に払われる注意力を基準として、総合的に判断されるべきである（最高裁平成10年（行ヒ）第85号同12年7月11日第三小法廷判決・民集54巻6号1848頁参照）。

(2) 本件商標と引用商標の混同のおそれ

本件商標と引用商標1とは、外観、称呼及び観念のいずれにおいても相違していて類似していないことは、前記3のとおりである。また、引用商標1は、前記1のとおり、心理学という学問の一分野を示す普通名称である上、前記2のとおり、周知著名性が認められるものではない。

他方、本件商標は、指定役務に「動物イメージを用いた占いに関する情報の提供」を含むところ、前記2(1)のとおり、引用商標1も、原告の占いに係る「知識の教授」に使用されるものであり、原告の占いは、動物のマスコットイメージを取り入れたものであるから、本件商標の指定役務と原告の業務に係る役務は、少なくとも動物イメージを用いた占いに関する情報の限度で共通する点がある。

しかしながら、そうであるとしても、上記のとおり、本件商標と引用商標1は類似するものではなく、引用商標1が心理学という学問の一分野を示す普通名称であって、周知著名性が認められないことからすると、本件商標を前記指定役務に使用したときに、当該役務が原告又は原告と一定の緊密な営業上の関係若しくは原告と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体の業務に係る役務であると誤信されるおそれがあるとは認められない。これに反する原告の主張を採用することはできない。

したがって、本件商標が「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」に該当するものとは認められない。

(3) 小括

そうすると、本件商標は商標法4条1項15号に該当するものとは認められない。

したがって、原告が主張する取消事由5は理由がない。

6 取消事由6（本件商標の商標法4条1項19号該当性の判断の誤り）について

て

本件商標と引用商標 1 が類似していないことは、前記 3 のとおりであり、また、引用商標 1 が原告の業務に係る役務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は認められないことは、前記 2 のとおりである。

したがって、その余の点を判断するまでもなく、本件商標は、商標法 4 条 1 項 1 9 号に該当しない。

したがって、原告が主張する取消事由 6 は理由がない。

7 取消事由 7（本件商標の商標法 4 条 1 項 7 号該当性の判断の誤り）について原告は、被告が引用商標 1 と類似する本件商標を無断で使用（フリーライド）して、引用商標 1 の商標の出所識別機能を希釈化し、何ら労せずして、原告の事業と酷似する占いに係る事業を展開して原告の（潜在的）顧客を奪っているなどと主張する。

しかしながら、本件商標と引用商標 1 が類似していないことは、前記 3 のとおりであり、また、引用商標 1 が原告の業務に係る役務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は認められないことは、前記 2 のとおりであるから、原告の事業と被告の事業に共通する点がある等の事実が存するとしても、本件商標が商標法 4 条 1 項 7 号に該当するということとはできない。

したがって、原告が主張する取消事由 7 は理由がない。

第 6 結論

以上のとおり、原告主張の取消事由 1 ～ 7 はいずれも理由がない。

よって、原告の請求を棄却することとして、主文のとおり判決する。

知的財産高等裁判所第 2 部

裁判長裁判官

森 義 之

裁判官

佐 藤 達 文

裁判官

森 岡 礼 子

(別紙)

引用商標 2 指定商品・役務目録

第 9 類 動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占いに関する電子計算機用プログラム，その他の電子応用機械器具及びその部品，動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占いに関する家庭用テレビゲームおもちゃ，その他の家庭用テレビゲームおもちゃ，動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占いに関する家庭用テレビゲームおもちゃ用のプログラムを記憶させた電子回路及びCD-ROM・磁気ディスク・光ディスク・光磁気ディスク・デジタルバーサタイルディスクROM及びRAM・磁気テープその他の記録媒体，その他の家庭用テレビゲームおもちゃ用のプログラムを記憶させた電子回路及びCD-ROM・磁気ディスク・光ディスク・光磁気ディスク・デジタルバーサタイルディスクROM及びRAM・磁気テープその他の記録媒体，電子楽器用自動演奏プログラムを記憶させた電子回路及びCD-ROM，映写フィルム，スライドフィルム，スライドフィルム用マウント，録画済みビデオディスク及びビデオテープ・CD-ROM・磁気ディスク・光ディスク・光磁気ディスク・デジタルバーサタイルディスクROM及びRAM・磁気テープその他の記録媒体，録音済みのコンパクトディスク・CD-ROM・磁気ディスク・光ディスク・光磁気ディスク・デジタルバーサタイルディスクROM及びRAM・磁気テープその他の記録媒体，動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占いに関する携帯用液晶画面ゲームおもちゃ用のプログラムを記憶させた電子回路及びCD-ROM・磁気ディスク・光ディスク・光磁気ディスク・デジタルバーサタイルディスクROM及びRAM・磁気テープその他の記録媒体，その他の携帯用液晶画面ゲームおもちゃ用

のプログラムを記憶させた電子回路及びCD-ROM・磁気ディスク・光ディスク・光磁気ディスク・デジタルバーサタイルディスクROM及びRAM・磁気テープその他の記録媒体，携帯電話機用ストラップ，デジタルカメラ，電気通信機械器具，動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占いに関する業務用テレビゲーム機，その他の業務用テレビゲーム機，動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占いに関する業務用テレビゲーム機用のプログラムを記憶させた電子回路及びCD-ROM・磁気ディスク・光ディスク・光磁気ディスク・デジタルバーサタイルディスクROM及びRAM・磁気テープその他の記録媒体，その他の業務用テレビゲーム機用のプログラムを記憶させた電子回路及びCD-ROM・磁気ディスク・光ディスク・光磁気ディスク・デジタルバーサタイルディスクROM及びRAM・磁気テープその他の記録媒体，スロットマシン，ウエイトベルト，ウエットスーツ，浮袋，運動用保護ヘルメット，エアタンク，水泳用浮き板，レギュレーター，レコード，メトロノーム，耳栓，加工ガラス（建築用のものを除く。），アーク溶接機，金属溶断機，電気溶接装置，オゾン発生器，電解槽，検卵器，金銭登録機，硬貨の計数用又は選別用の機械，作業記録機，写真複写機，手動計算機，製図用又は図案用の機械器具，タイムスタンプ，タイムレコーダー，パンチカードシステム機械，票数計算機，ビリングマシン，郵便切手のはり付けチェック装置，自動販売機，ガソリンステーション用装置，駐車場用硬貨作動式ゲート，救命用具，消火器，消火栓，消火ホース用ノズル，スプリンクラー消火装置，火災報知機，ガス漏れ警報器，盗難警報器，保安用ヘルメット，鉄道用信号機，乗物の故障の警告用の三角標識，発光式又は機械式の道路標識，潜水用機械器具，電動式扉自動開閉装置，乗物運転技能訓練用シミュレーター，運動技能訓練用シミュレーター，理化学機械器具，写真機械器具，映画機械器具，光学機械器具，測定機械器具，配電用又は制御用の機械器具，回転変流機，調相機，電池，電気磁気測定器，電

線及びケーブル，電気アイロン，電気式ヘアカーラー，電気ブザー，磁心，抵抗線，電極，消防艇，ロケット，消防車，自動車用シガーライター，事故防護用手袋，防じんマスク，防毒マスク，溶接マスク，防火被服，眼鏡，計算尺

第16類 印刷物（書籍を除く。），書画，写真，写真立て，文房具類，事務用又は家庭用ののり及び接着剤，封ろう，印刷用インテル，活字，青写真複写機，あて名印刷機，印字用インクリボン，自動印紙はり付け機，事務用電動式ホッチキス，事務用封かん機，消印機，製図用具，タイプライター，チェックライター，謄写版，凸版複写機，文書細断機，郵便料金計器，輪転謄写機，マーキング用孔開型板，電気式鉛筆削り，装飾塗工用ブラシ，紙製幼児用おしめ，紙製包装用容器，家庭用食品包装フィルム，紙製ごみ収集用袋，プラスチック製ごみ収集用袋，型紙，裁縫用チャコ，紙製のぼり，紙製旗，観賞魚用水槽及びその附属品，衛生手ふき，紙製タオル，紙製テーブルナプキン，紙製手ふき，紙製ハンカチ，荷札，印刷したくじ（おもちゃを除く。），紙製テーブルクロス，紙類，紙製簡易買物袋

第38類 移動体電話による通信，電子計算機端末による通信，その他の電気通信（放送を除く。），放送，報道をする者に対するニュースの供給，電話機・ファクシミリその他の通信機器の貸与

第41類 セミナーの企画・運営又は開催，電子出版物の貸与，電子出版物の提供，書籍の制作，オンラインによる書籍の制作，オンラインによる動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占いに関するゲームの提供，その他のゲームの提供，動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占いにに関する家庭用テレビゲームおもちゃの貸与，その他のおもちゃの貸与，動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占いにに関する家庭用テレビゲームおもちゃ用のプログラムを記憶させた電子回路及びCD-ROM・磁気ディスク・光

ディスク・光磁気ディスク・デジタルバーサタイルディスクROM及びRAM・磁気テープその他の記録媒体の貸与， 娯楽施設の提供， 動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占いに関する携帯用液晶画面ゲームおもちゃ用のプログラムを記憶させた電子回路及びCD-ROM・磁気ディスク・光ディスク・光磁気ディスク・デジタルバーサタイルディスクROM及びRAM・磁気テープその他の記録媒体の貸与， その他の携帯用液晶画面ゲームおもちゃ用のプログラムを記憶させた電子回路及びCD-ROM・磁気ディスク・光ディスク・光磁気ディスク・デジタルバーサタイルディスクROM及びRAM・磁気テープその他の記録媒体の貸与， 動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占いに関する業務用テレビゲーム機の貸与， その他の業務用テレビゲーム機の貸与， 動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占いに関する業務用テレビゲーム機用のプログラムを記憶させた電子回路及びCD-ROM・磁気ディスク・光ディスク・光磁気ディスク・デジタルバーサタイルディスクROM及びRAM・磁気テープその他の記録媒体の貸与， 録画済みビデオディスク及びビデオテープ・CD-ROM・磁気ディスク・光ディスク・光磁気ディスク・デジタルバーサタイルディスクROM及びRAMその他の記録媒体の貸与， 録音済みのコンパクトディスク・CD-ROM・磁気ディスク・光ディスク・光磁気ディスク・デジタルバーサタイルディスクROM及びRAMその他の記録媒体の貸与， 当せん金付証券の発売， 献体に関する情報の提供， 献体の手配， 動物の調教， 植物の供覧， 動物の供覧， 図書及び記録の供覧， 美術品の展示， 庭園の供覧， 洞窟の供覧， 映画・演芸・演劇又は音楽の演奏の興行の企画又は運営， 映画の上映・制作又は配給， 演芸の上演，

演劇の演出又は上演，音楽の演奏，放送番組の制作，教育・文化・娯楽・スポーツ用ビデオの制作（映画・放送番組・広告用のものを除く。），放送番組の制作における演出，映像機器・音声機器等の機器であって放送番組の制作のために使用されるものの操作，スポーツの興行の企画・運営又は開催，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を除く。），競馬の企画・運営又は開催，競輪の企画・運営又は開催，競艇の企画・運営又は開催，小型自動車競走の企画・運営又は開催，音響用又は映像用のスタジオの提供，運動施設の提供，映画・演芸・演劇・音楽又は教育研修のための施設の提供，興行場の座席の手配，映画機械器具の貸与，映写フィルム of 貸与，映写機及びその附属品の貸与，楽器の貸与，運動用具の貸与，テレビジョン受信機の貸与，ラジオ受信機の貸与，図書の貸与，レコード又は録音済み磁気テープの貸与，録画済み磁気テープの貸与，ネガフィルムの貸与，ポジフィルムの貸与，遊園地用機械器具の貸与，遊戯用器具の貸与，遊戯用具の貸与，遊戯場機械器具の貸与，絵画の貸与，書画の貸与，写真の撮影，通訳，翻訳，カメラの貸与，光学機械器具の貸与，電子計算機端末による通信を用いて行う教育情報の提供，スキー用具の貸与，スキダイビング用具の貸与，カラオケ施設の提供，カラオケ用機械器具の貸与

第45類 動物イメージを用いた占い，オンラインによる動物イメージを用いた占い，動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占い，オンラインによる動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占い，その他の占い，動物イメージを用いた占いに関する情報の提供，オンラインによる動物イメージを用いた占いに関する情報の提供，動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・易占・ト占いに関する情報の提供，オンラインによる動物イメージを用いた占いによる運勢判断・心理判断・性格判断・運命相談・相性診断・適性診断・

易占・ト占いに関する情報の提供，身の上相談，ファッション情報の提供，新聞記事情報の提供，結婚又は交際を希望する者への異性の紹介，婚礼（結婚披露を含む。）のための施設の提供，葬儀の執行，墓地又は納骨堂の提供，施設の警備，身辺の警備，個人の身元又は行動に関する調査，家事の代行，衣服の貸与，祭壇の貸与，火災報知機の貸与，消火器の貸与，家庭用電熱用品類の貸与（他の類に属するものを除く。），動力機械器具の貸与，風水力機械器具の貸与，装身具の貸与

以上