

商 標 権	判決年月日	令和３年２月２５日	担 当 部	知財高裁第２部
	事件番号	令和２年（行ケ）第１００８４号		

○ 指定商品を第２５類「通気機能を備えた作業服・ワイシャツ・ブルゾン」とする「空調服」の文字を標準文字で表してなる商標につき、商品の品質を表示する標章に当たり、商標法３条１項３号に該当するが、使用をされた結果需要者が原告らの業務に係る商品であることを認識することができるものであるとして、商標法３条２項に該当すると判断した事例

（事件類型） 審決（拒絶）取消 （結論） 審決取消

（関連条文） 商標法３条１項３号，同条２項

（関連する権利番号等） 商願２０１６－０３０４２４号

（審決） 不服２０１７－１４２９５号

判 決 要 旨

１ 原告ら（X１及びX２）は、指定商品を第２５類「通気機能を備えた作業服・ワイシャツ・ブルゾン」（以下「本願指定商品」という。）とし、「空調服」の文字を標準文字で表してなる商標（以下「本願商標」という。）の商標登録の共同出願人であるところ、当該出願について拒絶査定を受け、不服審判請求をしたが、審判請求は成り立たないとする審決（以下「本件審決」という。）を受けた。本件は、本件審決の取消訴訟である。

２ 本判決は、次のとおり、本願商標は、商標法３条１項３号に該当すると判断した一方で、商標法３条２項に該当すると判断して、本件審決を取り消した。

（１）商標法３条１項３号該当性について

本願商標である「空調服」は、「室内の空気の温度・湿度・清浄度などの調節」を意味する「空調」の語が「身につけるもの」等を意味する「服」の語と結びつけられたものであるところ、その意味内容を、本来の字義から直ちに理解することには一定の困難がある。もっとも、「服の内側」を「室内」と同様の空間であるとみて、「服の内部の空間」にある空気の温度・湿度・清浄度などの調節に関する服であると理解することも、相応に可能であるといえる。

また、「空調」と同義語である「エア・コンディショニング」、特にその略語である「エアコン」について、日常的には、「冷暖房設備」や電気式の「冷暖房機器」の意味で用いられることが多いことや、「服」が末尾に来る名詞において、一般に、「服」に先立つ語が当該服の用途、当該服が用いられる環境、当該服の特徴等を表すことは、公知の事実である。それらの点を考慮すると、「空調服」の語については、「冷暖房に関する用途や特徴を有する服」という意味合いを容易に認識させるものであるといえる。

そうすると、本件審決時である令和２年４月３０日の時点において、本願商標は、本願指定商品に使用されるときは、「通気機能を備えることにより、空気の温度等を調節する

機能を有する服」と認識されるから、商品の品質を表示する標章に当たるということができる。そして、本願商標は、「空調服」のみからなり、「空調服」の語を標準文字で記すという、普通に用いられる方法で表示する商標であるから、商標法3条1項3号に該当する。

(2) 商標法3条2項該当性について

ア 原告各社（原告ら又はそのうちの一社を選択的にいう。以下同じ。）が製造、販売するファン付き衣服（以下「原告商品」という。）である「空調服」は、原告らの代表者の発案によりX1が開発したもので、X2が「空調服」の販売を本格的に開始した平成17年当時、「空調服」のほかに衣服にファンを取り付けた製品（電動ファン（EF）付きウェア。以下「EFウェア」という。）は存在せず、「空調服」は、極めて独自性の強いものであった。他に例のない形態で、これを目にした者に強い印象を与えるものであったと解される。また、前記(1)のように、本願商標「空調服」の語の意味内容を、本来の字義から直ちに理解することには一定の困難があり、EFウェアという商品分野がいまだ存在しなかった当時においては、「空調服」という語の構成も、強い独自性を有していたといえる。そうすると、「空調服」という商品やその「空調服」という名称は、強い訴求力を有していたといえる。

イ 上記アの事情に加え、EFウェアという商品分野において、平成27年頃まで約10年間は、原告各社及び原告各社のライセンスに基づき使用している業者（以下、併せて「原告各社等」という。）によって市場が独占されていたことや、平成16年頃から平成27年頃までの原告商品の開発及び販売等の状況に係る諸事情、特に、「空調服」が原告らの商品を指すものとして、全国紙を含む新聞や雑誌及び全国放送の番組を含むテレビ番組で多数回にわたり取り上げられたこと、建設会社等の企業に導入されたことなどを踏まえると、同年頃までには、「空調服」は、「通気機能を備えた作業服・ワイシャツ・ブルゾン」という商品分野において、原告らの商品として、需要者、取引者に全国的に広く知られるに至っていたものと認めるのが相当である。

ウ その後、平成27年頃から他社がEFウェアの市場に参入するようになり、新聞記事やネットショッピングサイト等においてEFウェアを示す語として「空調服」の語が用いられることもあったが、原告商品「空調服」が上記のとおり広く知られていたために同種の商品を「空調服」と呼ぶ例が生じたと認められる。そして、①平成28年頃以降におけるEFウェアの市場の拡大と原告商品の販売等の状況に係る諸事情、特に、同年以降においても、「空調服」が原告商品を指すものとして、又はEFウェアの元祖がX2の「空調服」であるとして、全国紙を含む新聞や雑誌及び全国放送を含むテレビ番組等において多数回にわたり取り上げられ、X2による広告もいろいろな形態で行われ、企業における「空調服」の導入例も拡大してきたことなどの事情、②「空調服」以外にEFウェアを指す、「ファン付き作業服」などの一般的な用語が用いられていること、③EFウェアの他のメーカーにおいては、「空調服」とは異なる商品名やブランド名で販売活動を行っていること、④多くの他業者の参入があっても、平成30年及び令和元年の時点において、原

告各社等による「空調服」はE Fウェアの3分の1程度のシェアを占めていることを考慮すると、「空調服」は、原告らの商品の出所を示すという機能を失うことなく、その認知度を高めていったものと認めることができる。

エ したがって、本件審決時である令和2年4月30日の時点において、本願商標は、使用をされた結果、本願指定商品の需要者、取引者が、原告各社の業務に係る商品であることを認識することができるものであるから、商標法3条2項に該当する。