

■ 4条1項11号

不服 2018-1726

＜本願商標＞

チャ“伊”ナバル

第43類「飲食物の提供」

＜結論＞

原査定を取り消す。本願商標は、登録すべきものとする。

＜原査定理由＞

引用商標1：「チャイナバル」（標準文字）

第43類「飲食物の提供，宿泊施設の提供，会議室の貸与，展示施設の貸与」

引用商標2：「c h a i n a b a r u」（標準文字）

第43類「飲食物の提供，宿泊施設の提供，会議室の貸与，展示施設の貸与」

＜理由＞

※読みやすくなるように、以下、当事務所にて下線や改行等を挿入しております。

(1) 本願商標について

本願商標は、・・・，文字の先端を鋭くした特徴ある書体にて、「チャイナバル」の文字を横書きし、構成中の「伊」の文字の前後を「“」及び「”」の引用符を用いて強調し、デザイン化した構成からなるものである。

そして、「チャイナバル」の文字は、片仮名と漢字を組み合わせる点に特徴を有するものであり、該文字は、辞書等に掲載の無い語であって、本願の指定役務の分野において、特定の意味合いをもって普通に使用されているという事情も見いだせないものである。

してみれば、本願商標は、その構成文字に相応して「チャイナバル」の称呼を生じ、特定の観念を生じないものである。

(2) 引用商標について

ア 引用商標1について

引用商標1は、「チャイナバル」の片仮名を標準文字で表してなるところ、構成中の「チ

「チャイナ」の文字は、「中国、中国風。」を意味する語として広く知られている語であり、「バル」の文字は、「スペイン式の飲食店。」(いずれも「デジタル大辞泉」株式会社小学館)を意味する語であって、飲食物の提供の分野においては、近年、飲食店のジャンルを表す語として使用されている(甲1)ことからすると、引用商標1は、全体として「中国風のスペイン式飲食店」のごとき漠然とした意味合いを想起させる場合もあるというのが相当である。

してみれば、引用商標1は、その構成文字に相応して「チャイナバル」の称呼を生じ、特定の観念を生じるとまではいい難いものの、「中国風のスペイン式飲食店」程の漠然とした意味合いを想起させるものである。

イ 引用商標2について

引用商標2は、「c h a i n a b a r u」の欧文字を標準文字で表してなるところ、構成中の「c h a i n a」及び「b a r u」の文字は、辞書等に掲載の無い語であって、引用商標2の指定役務の分野において、特定の意味合いを有する語として知られているという事情も見いだせないものであるから、「c h a i n a b a r u」の欧文字は、特定の意味合いを想起させることのない一種の造語として理解されるものとみるのが相当である。

そして、通常、我が国においては、特定の意味合いを有さない欧文字を称呼するときには、英語読み風又はローマ字読み風に称呼するのが一般的であることからすれば、引用商標2は、「チャイナバル」の称呼を生じ、特定の観念を生じないものである。

(3) 本願商標と引用商標との類否について

ア 本願商標と引用商標1との類否について

本願商標と引用商標1との類否について検討すると、両者は、外観において、「伊」と「イ」の文字の相違、「“」及び「”」の引用符の有無、及び構成文字の書体の相違において明らかな差異を有するものであるから、外観上、明確に区別できるものである。

次に、称呼においては、本願商標及び引用商標1から生じる称呼は、共に「チャイナバル」であるから、称呼上、同一である。

そして、観念においては、本願商標は、特定の観念を生じないものである一方、引用商標1は、「中国風のスペイン式飲食店」程の漠然とした意味合いを想起させるものであるから、両商標は、観念上、相紛れるおそれはない。

そうすると、本願商標と引用商標1は、「チャイナバル」の称呼を共通にするとしても、外観において顕著に相違し、明確に区別できるものであって、観念においても相紛れるおそ

れないものである。

そして、その称呼の共通性が、顕著に相違する外観の印象を凌駕するものとはいい難いことから、これらを総合して考察すれば、両商標は、役務の出所の誤認混同を生ずるおそれのない、互いに非類似の商標というのが相当である。

イ 本願商標と引用商標 2 との類否について

本願商標と引用商標 2 との類否について検討すると、両者は、外観において、その構成態様に明らかな差異を有するものであるから、外観上、判然と区別できるものである。

次に、称呼においては、本願商標及び引用商標 2 から生じる称呼は、共に「チャイナバル」であるから、称呼上、同一である。

そして、観念においては、いずれも特定の観念を生じないものであるから、比較することができない。

そうすると、本願商標と引用商標 2 は、「チャイナバル」の称呼を共通にするとしても、観念において比較することができず、外観において明らかな差異を有するものであり、その称呼の共通性が、明らかに相違する外観の印象を凌駕するものとはいい難いことから、これらを総合して考察すれば、両商標は、役務の出所の誤認混同を生ずるおそれのない、互いに非類似の商標というのが相当である。

(4) まとめ

以上のとおり、本願商標と引用商標とは非類似の商標であるから、指定役務の類否について判断するまでもなく、本願商標は、商標法第 4 条第 1 項第 1 1 号に該当しない。

したがって、本願商標を、商標法第 4 条第 1 項第 1 1 号に該当するとして本願を拒絶した原査定は、取消しを免れない。

その他、本願について拒絶の理由を発見しない。

よって、結論のとおり審決する。

<弁理士コメント>

「両商標は、称呼を共通にするとしても、外観及び観念を含めて総合的に観察すれば、出所の誤認混同を生ずるおそれのない非類似の商標である」という、最近の4条1項11号の商標審決においては、もはや定型的とも言える理由付けがなされていますが、個人的には大いに疑問を感じます。

本願商標「チャ“伊”ナバル」と、引用商標「チャイナバル」及び「c h a i n a b a r u」については、外観や観念の違いという点については納得できますが、果たして「称呼の共通性が、顕著に相違する外観の印象を凌駕するものとはいえない」とまで言えるものでしょうか。

ここで、「c h a i n a b a r u」の方はまだ理解できるとしても、「チャ“伊”ナバル」と「チャイナバル」の外観上の違いは「“伊”」と「イ」の部分だけですし、「チャ“伊”ナバル」が特別特徴のある書体で表わされているとも言えないでしょう。

また、「チャ“伊”ナバル」を目にした需要者は、頭の中で「チャイナバル」と変換して認識するのが普通だと考えられますし、両商標の共通する指定役務（飲食物の提供）の分野においては、いまだ電話が多く利用されていると考えられますから、称呼の果たす役割は大きいと言えるのではないのでしょうか。インターネットを利用するにしても、需要者がわざわざ「チャ“伊”ナバル」と入力して検索するとは考え難く、多くの人は「チャイナバル」と入力して検索するのではないかとも思います。

そもそも、このような理屈が通るようになれば、他人の商標の一部をあえて別の文字種や漢字に不自然に変換した商標について、簡単に登録が認められてしまうことになり、ある意味で、合法的な「すり寄り」が可能となってしまいます。その場合は不正競争防止法を活用すれば良いという考えもたしかにあるでしょうが、何の落ち度もない（オリジナル側の）商標権者にその負担を求めるのは酷ではないかとも思います。

以上のような点から、当職は、本事件の判断理由には肯首し難いものがあります。

もっとも、実際にインターネットで「チャイナバル」を検索してみると、現在では「チャイナバル」が飲食店の形態を表わす普通名称のように用いられているかのような印象もあります。その中で表示される「チャ“伊”ナバル」や「チャイナバル」は、たしかに特徴的で判別しやすいという見方もできます（ただ、検索結果の中には「チャ“伊”ナバル（チャイナバル）」と表示されているものもありますが・・・）。

審決理由にはありませんが、もしかするとこのあたりの事情も考慮されたのかもしれない。理由付けが異なれば、結論としては納得できる余地もたしかにあるように思います。

(弁理士 永露祥生)

< 2018年12月20日 >