

平成20年6月12日判決言渡

平成19年(行ケ)第10410号 審決取消請求事件

口頭弁論終結日 平成20年4月24日

判 決

原 告	株式会社ケントジャパン
同訴訟代理人弁理士	藤 沢 則 昭
	藤 沢 昭 太 郎
被 告	株 式 会 社 ハ ー ベ ス ト
同訴訟代理人弁理士	清 原 義 博
	坂 戸 敦

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2006-89178号事件について平成19年10月30日にした審決を取り消す。

第2 事案の概要

1 特許庁における手続の経緯

被告は、「Kent」の文字を標準文字で表して成り、指定商品を第25類「履物」とする商標登録第4853874号商標(平成12年8月31日登録出願、平成17年2月21日登録査定、同年4月8日設定登録。以下「本件商標」という。)の商標権者である。

原告は、平成18年12月27日、被告を被請求人として、本件商標の商標登録を無効にすることについて審判を請求した。特許庁は、同請求を無効2006-89178号事件として審理した結果、平成19年10月30日、「本件審判の請求

は、成り立たない。」との審決をし、その謄本は、同年１１月９日、原告に送達された。

２ 審決は、別紙審決のとおり、本件商標は、商標法４条１項１５号に違反して登録されたものではないから、同法４６条１項の規定によりその登録を無効とすることはできないとした。

### 第３ 原告主張の審決取消事由

審決は、本件商標の周知著名性についての認定判断を誤り、商標法４条１項１５号に違反して登録されたものではないとの誤った判断をし、その結果、本件商標の登録を無効とすることができないとしたものであり、違法として取り消されるものである。

#### １ 著名商標「Kent」の使用の経緯

(1) 株式会社ヴァンチャケット(以下「ヴァンチャケット社」という。)は、紳士用の衣服及び服飾洋品雑貨の製造、販売をその業務とする株式会社であり、昭和５５年１２月３日に株式会社ヴァンチャケット新社として設立され、昭和５６年３月２５日に社名を株式会社ヴァンチャケットと変更して現在に至っている(甲３、４)。

ヴァンチャケット社は、右のとおり商標「Kent」(甲５。以下「引用商標１」という。)を本件商標の出願前から多年、紳士用の衣服及び服飾洋品雑貨に使用してきており、引用商標１は、紳士用の衣服及び服飾洋品雑貨を表示する商標として極めて著名である。

(引用商標１)

**Kent**

引用商標１は、英文字の大文字と小文字を組み合わせた「Kent」を横書きして成り、本件商標と同様の構成である。また両商標は、両商標から生じる「ケント」という称呼が同一である。したがって、本件商標と引用商標１は、同一又は類似の関係にある。

(2) 引用商標 1 である「Kent」ブランドは、従前存在した株式会社ヴァンチャケット（上記(1)のヴァンチャケット社とは別会社。以下「旧ヴァンチャケット社」という。）の商標として既に著名であった「VAN」の関連ブランドとして、昭和 38 年に立ち上げられたものであった。

この「Kent」ブランドは、「VAN」ブランド製品の購入者の低年齢化に着目し、いわゆる「VAN」ブランド製品の「卒業生」である 20 歳代後半から 30 歳代の男性をターゲットとしており、「Kent」ブランドの製品は、品質・価格ともに「VAN」ブランド製品よりも上という位置付けになっている（甲 7 の 7 頁，甲 8 の 6 頁）。

そして、この「Kent」ブランドの製品は、当時非常に売行きがよく、商品の量が需要に追いつかないことも度々あった。そのため、「Kent」ブランドの製品は、当初青山 Kent ショップ（甲 7 の 107 頁，甲 10 の 28 頁，甲 12 の 66 頁）のみで販売していたが、その後、直営店である KAMAKURA KENT ができ、銀座 8 丁目のテーラー・ヤマキ、東京駅の大丸、銀座松屋と販売店が増えていった。初期には、宣伝など、特にしなかったが、不思議と、口コミなどで、次第に浸透していった。

そのころの客には、俳優の菅原文太がいた。菅原自身は、よく青山 Kent ショップに来ていた。その後になると、俳優の高倉健、中村(その後萬屋)錦之介、女優の山本富士子なども見えるようになった。同じく俳優の石坂浩二やクレイジーキャッツの犬塚弘も、一式を「Kent」ブランドでそろえ、それを着てテレビ番組に出たりしていた（甲 8 の 64，65 頁等）。

さらに、旧ヴァンチャケット社は、マーケティング戦略として、灰皿、パブミラー、リストウオッチ等、多岐にわたる数多くのノベルティグッズを提供した。アメリカを感じさせ、アイビーのライフスタイルを提案する、これらのノベルティグッズは、従来の景品等が持っていたイメージも質もはるかに上回っており、使うことがもったいなくて大事に保管され、持っていることが自慢となり、懸賞申込みが殺到してかつてない高倍率を記録したなど、当時非常に人気があり、手に入れることが一種のステイタスとなっていた（甲 7 の 82 頁，甲 8 の 78，79 頁，甲 9，甲

10の35, 36頁, 甲11の159頁, 甲12の42, 44, 45頁, 甲13の39, 128～130頁等)。

引用商標1である「Kent」ブランドは, 昭和52年ころには, 「VAN」ブランドと肩を並べる人気ブランドに成長し, 周知著名性を有するようになっていた(甲7, 10, 11, 13)。

そして, 少なくとも, 昭和52年には, 周知著名となった引用商標1は, 以後, 継続的に絶えることなく使用されており, その周知著名性は全く廃れていない。いったん周知著名となった商標は, 消費者の心に深く刻み込まれ, 忘れられないものである。特に, 昭和35年から昭和55年のアイビーブームの中で青春を送ったいわゆる団塊世代の人たちは, ファッションプロデューサーの石津謙介(以下「石津」という。)が提唱した, 三つボタンのエンブレム付きブレザーにボタンダウンシャツといったアイビー・ルックと, 英国的でトラディショナルなイメージの「Kent」ブランドを今でもよく覚えている。そのため, 近年においても, 雑誌で特集され, 「Kent」ブランドの製品が紹介されている(平成16年1月1日発行の甲10, 平成11年8月発行の甲11)。また, 石津が死去した際には, 新聞で報道され, その記事には, 「VAN」の主要ブランドとして, 「Kent」ブランドが紹介された(平成17年5月27日付けの甲77)。

このように, いわゆる団塊の世代の人たちが, 「Kent」ブランドをよく覚えており, 引用商標1の周知著名性が失われていないため, 後記のとおり, 平成17年時点においても, イトーヨーカ堂で「Kent」ブランドの製品が販売され, よく売っていたのである。

(3) 旧ヴァンチャケット社は, 昭和53年10月12日に東京地方裁判所で破産宣告を受け, 昭和59年2月10日に破産終結している(甲14)。

しかし, 破産宣告を受けた後でも, 法人が正式に解散するまでは, たとえその所有する財産の管理が破産管財人の管理下にあるとはいえ, 破産管財人の許可を受ければ当該財産に依拠する活動は可能であり, 現に昭和54年から同社の元社員で構

成された PX 組合によって元の直営店や自己資金で開設した小売店で残っていた在庫品の販売が継続されていた（甲 12 の 66 頁）。

旧ヴァンチャケット社の清算終了前の昭和 55 年 12 月 3 日にヴァンチャケット社が設立され（甲 3 ）、旧ヴァンチャケット社の保有していた知的財産権のすべてを譲り受けた（甲 15 の 1～3）。ヴァンチャケット社の設立者には、旧ヴァンチャケット社の役員も名を連ねていた。ヴァンチャケット社設立後は、上記青山 Kent ショップ、名古屋ヴァンショップ、大阪のヴァンガーズ等で「Kent」ブランドの製品が販売され（甲 12 の 66、67 頁、甲 16 の 188、190 頁）、また、雑誌で「Kent」ブランド商品の紹介もされていた（甲 16 の 58 頁）。

そして、昭和 58 年 6 月 10 日、ヴァンチャケット社は、ヴァンチャケット社を母体として新たに設立された株式会社ケント（以下「ケント社」という。）に引用商標 1 の使用权を与え、ケント社に「Kent」ブランドの製品の販売を委託することとした。ケント社は、「Kent」ブランドの製品を上記の青山 Kent ショップ等で販売し、定期的に、雑誌等に「Kent」ブランドそのものの広告や「Kent」ブランドの製品の広告を掲載していた（甲 8 の 9～13 頁、甲 17～34 等。ただし、甲 33 は、ヴァンチャケット社が VAN グループの広告として「Kent」ブランドの広告をしたもの）。また、1 年に 2 回、6 か月ごとに「Kent」ブランド製品のカタログを作成し、それを青山 Kent ショップ等に来店した客等に配布していた（甲 35～43）。さらに、「Kent」ブランド製品の売上げ向上のため、製品を購入した客にノベルティグッズを渡していた（甲 44）。

ヴァンチャケット社は、平成 9 年 3 月 24 日にケント社を吸収合併し、再びヴァンチャケット社において「Kent」ブランド製品を販売することとした。ヴァンチャケット社も、「Kent」ブランド製品を上記青山 Kent ショップ等で販売し、定期的に雑誌等に「Kent」ブランドそのものの広告や「Kent」ブランドの製品の広告を掲載していた（甲 45～53）。

また、ヴァンチャケット社も、1 年に 2 回、6 か月ごとに「Kent」ブランド製品

のカタログを作成し，それを Kent ショップ等に来店してきた客等に配布していた（甲 54～58 等）。

そして，近年（平成 12 年以降）も，「Kent」ブランドの製品の販売が現実に行われ，それが継続している。具体的に示すと，ヴァンチャケット社作成の「Kent」製品売上表（平成 11 年 8 月～平成 18 年 7 月）（甲 59）によると，例えば，平成 11 年 10 月の売上げは 8176 万 5000 円，平成 13 年 3 月の売上げは 2218 万 2000 円，平成 14 年 3 月の売上げは 662 万 8000 円，平成 15 年 3 月の売上げは 399 万 5000 円，平成 16 年 3 月の売上げは 416 万 7000 円，平成 17 年 1 月の売上げは 255 万円，平成 18 年 4 月の売上げは 180 万円である。

(4) ヴァンチャケット社は，下記のアないしウの各商標の商標権者であったが，これらの商標の現在の商標権者は原告である。

ア 右のとおり，「KENT」の欧文字をやや傾斜させて横書きして成り，指定商品を別紙 2 のとおりとする商標登録第 653109 号商標（昭和 38 年 2 月 12 日出願，昭和 39 年 9 月 16 日設定登録。以下「引用商標 2」という。甲 60，61）。

（引用商標 2）

KENT

イ 右のとおり，「ケント」の片仮名文字と「KENT」の欧文字とを二段に横書きして成り（「ケント」の文字は，やや丸みを帯びた文字をもって表されている。），指定商品を第 21 類「装身具，ボタン類，かばん類，袋物，宝玉及びその模造品，造花，化粧用具」とする商標登録第 836101 号商標（昭和 38 年 12 月 25 日出願，昭和 44 年 10 月 29 日設定登録。以下「引用商標 3」という。甲 62，63）。

（引用商標 3）

ケント  
KENT

ウ 右のとおり、「ケント」の片仮名文字を横書きして成り、指定商品を第25類「運動用特殊衣服」とする商標登録第3031467号商標（平成4年5月8日出願，平成7年3月31日設定登録。以下「引用商標4」という。甲64，65）

（引用商標4）

ケント

これら引用商標2ないし4の商標権には、専用使用権が地域や内容を限定せずに設定されており、専用使用権者は、株式会社ビイエムプランニング（以下「ビイエムプランニング」という。）である。ビイエムプランニングは、ヴァンチャケット社に対し、引き続き引用商標2ないし4を使用できるように「Kent」ブランドの使用権を与えるとともに、総合スーパーマーケットのイトーヨーカ堂に対し、平成13年2月から、肌着やスーツといった男性用の被服等について「Kent」ブランドを使用することを認め、イトーヨーカ堂から毎月ロイヤルティーを受け取っている（甲66）。

イトーヨーカ堂の「Kent」ブランド商品の仕入れ枚数と仕入れ原価は、平成13年度が38万1461枚で6億4715万9000円，平成14年度が47万8379枚で7億2548万8000円，平成15年度が28万3706枚で5260万3000円，平成16年度が81万9945枚で18億2930万5000円，平成17年度が104万2576枚で24億7182万4000円，平成18年は同年8月までが10万7947枚で2億6693万7000円であった。なお，引用商標3の商標権に設定されているビイエムプランニングの専用使用権は平成17年8月31日まで（甲63），引用商標4の商標権に設定されているビイエムプランニングの専用使用権は同年3月31日まで（甲65）であるが，ビイエムプランニングと原告は同族会社であり，ビイエムプランニングとイトーヨーカ堂との使用許諾契約は，現在も有効に存続している。

（5） イトーヨーカ堂は，平成13年から，新企画として撥水性の高い「ナノテク衣料」，オーダースーツを5日間で仕立てる「マイスーツ5日間仕立て」，「まじ

めに・ていねいに・しっかりつくるメイド・イン・ジャパン企画」を打ち出して(甲 6 7),被服類を販売している。上記「ナノテク衣料」には,「Kent」ブランドのジャケット,綿パンツ,シャツ等も含まれている(甲 6 8)。また,「マイスーツ 5 日間仕立て」対象のブランドには「Kent」ブランドも含まれている(甲 6 7)。さらに,「まじめに・ていねいに・しっかりつくるメイド・イン・ジャパン企画」では,綿織物の産地として有名な兵庫県の西脇で「Kent」ブランドのシャツを製造販売している(甲 6 9)。さらにまた,イトーヨーカ堂は,「Kent」ブランドを,「VAN・JUN」世代=団塊世代をターゲットにしたトラディショナル最重要ブランドと位置付けており,平成 1 6 年秋冬から,素材変更などでグレード感を上げ,価格を「量販店ゾーン」よりも上に明確に据え直し,売り方も専任販売員を付けて対面販売に移行した(甲 7 0, 7 1)。

このようなイトーヨーカ堂における「Kent」ブランドの男性用被服等の販売は,各地にあるイトーヨーカ堂の店舗の近隣住民に対し,定期的に折込みチラシを配って宣伝を精力的に行ったこともあって(甲 7 2 ~ 7 5),好調で,「Kent」ブランドのトランクスが週に 4 0 0 0 ~ 5 0 0 0 枚売れており(平成 1 7 年 1 月 6 日現在。甲 7 6),「Kent」ブランドの商品の売上高が前期比 3 割増しのペース(甲 7 7 の平成 1 7 年 5 月 2 7 日時点)であった。

このように,平成 1 7 年においても,「Kent」ブランドの商品がイトーヨーカ堂でよく売れているのは,「Kent」というブランドの名称を,特にいわゆる団塊の世代と呼ばれる人たちが明確に覚えており,英国的でトラディショナルといった「Kent」ブランドの独自のイメージを明確に有している証拠である。イトーヨーカ堂も「Kent」ブランドが男性用の被服等の分野において,平成 1 3 年の時点で周知著名であると判断したからこそ,ビイエムプランニングから「Kent」ブランドの使用許諾を受ける気になったものである。

イトーヨーカ堂は,プライベートブランドの見直しに伴い,平成 1 8 年は「Kent」ブランドの製品の販売を中止していたが,再開を望む声が強くなり,平成 1 9 年 3



月からららぽーと横浜店で販売を再開し（甲 80，81），同年4月中に30ショップ，同年5月に20ないし30ショップをつくり，初年度は80ショップを設けることになっていた（甲 82）。

（6） 引用商標1にかかわる原告保有の引用商標2ないし4の権利主体が変更されても，「Kent」ブランドは，ヴァンチャケット社やケント社によって継続的に使用されており，「Kent」ブランドにはグッドウィルが形成されている。そして，イトーヨーカ堂も，これまでヴァンチャケット社等によって形成された「Kent」ブランドのグッドウィルを利用して「Kent」ブランドの製品を販売しているため，当然，「Kent」ブランドのグッドウィルを害さないように注意して使用している。

需要者にとっては，「Kent」ブランドの権利主体がだれであるかということはさほど重要ではなく，「Kent」ブランドが一定のコンセプトの下でグッドウィルを継承しつつ製造・販売されていけばよいことである。

（7） したがって，このように，引用商標1は，昭和38年から現在まで旧ヴァンチャケット社及びヴァンチャケット社に使用されてきたものであり，また，平成13年からは，同時にイトーヨーカ堂に使用されているものであり，本件商標の出願時である平成12年8月31日時点においても，また，現在においても，引用商標1の周知著名性は維持されているものである。

## 2 本件商標の無効理由

（1） 引用商標1は，本件商標出願前である昭和38年に使用が開始され，周知著名となっており，本件商標出願時である平成12年8月31日時点においても，継続的な使用によってその周知著名性は維持されていたものであって，現在においても維持されている。また，上述したとおり，引用商標1と本件商標は，同一又は類似関係にある。

（2） 引用商標1は，「被服」等の商品に使用されているが，前述したとおり，引用商標1は，周知著名商標であるため，引用商標1を「靴」に使用しても，本件商標を見たり聞いたりした者は，引用商標1の「Kent」ブランドの商品である，ある

いは「Kent」ブランドと何らかの関連性を有する商品である，と誤って認識するものである。

その理由は，多くの服飾メーカーが，被服だけでなく，靴や傘・かばん等にまで同一ブランドの下に商品を製造販売し，同一デザインや同一コンセプトを生かしたトータルファッションを提供するという商品展開を行っており，これらの商品は密接に関係しているからである。例えば，「COMME CA DE MODE」(コムサ・デ・モード)，「Burberrys」(バーバリー)，「CHANEL」(シャネル)，「LOUIS VUITTON」(ルイ・ヴィトン)，「GUCCI」(グッチ)等がそうである(例えば，グッチについて甲78の182～185頁)。また，グッチほど著名なブランドでなくとも，被服だけでなく，靴や傘・かばん等にまで同一ブランドの下に商品を製造販売し，同一デザインや同一コンセプトを生かしたトータルファッションを提供することは，服飾メーカーにとって一般的なことである(甲78の215頁)。

(3) また，こういったトータルファッションを提供する服飾メーカーが，自己ブランドについて，「被服」を指定して商標登録を受けるだけでなく，「靴」についても別個に商標登録を受けることは一般的なことである(その例として，甲106～129の各1，2)。

(4) さらに，ブティックや服飾専門店で，衣服やベルト，ネクタイピン等の服飾用品雑貨とともに，靴，傘，かばんと一緒に販売されていることは周知の事実である(甲79)。

一般の衣服ファッション雑誌においても，衣服の紹介とともに，それに合わせる靴や傘・かばんも，トータルコーディネイトを提案する意味で，一緒に紹介されることはよく行われている(その例として，甲78の33，133頁)。

(5) さらにまた，他の事件の審決(昭和58年審判第15251号，甲130)においても，「近時は，ドレスやコートだけでなく帽子，くつ，バッグなどのアクセサリーに至るまで同色，同素材で全体的に統一したり，素材や色の違うものでも，そこに一貫したまとまりが感じられるファッションが流行しており，それを

『トータルファッション』又は『トータルルック』と称呼していることは『田中千代「服飾事典」 新增補版 同文書院刊 1981年4月25日発行第585頁』および『コンサイス外来語辞典 第4版 三省堂編修所 - 編 1987年4月1日発行 610頁』等の記載に徴して明らかである。しかして、引用商標の使用商品は『ニットウェア、セーター』であるのに対して、本願商標の指定商品中には『ニットウェア、セーター』と上記意味合を有するトータルルック、あるいはトータルファッションの面から見て互いに密接な関係のある『靴』が含まれているものであるから、本願商標は、これをその指定商品中『靴』について使用するときは、前審異議申立人会社と経済的、若しくは組織的に何等かの関係を有するものの業務に係る商品であるかの如く、その商品の出所について混同を生ずるおそれがあるものであるとするのが相当である。」と判断している。

上記審決は、要するに、「ニットウェア、セーター」等の被服と「靴」は、トータルルック、あるいはトータルファッションの面から見て互いに密接な関係があり、被服について取引者、需要者間に広く認識されている商標を、「靴」について使用すると出所について混同を生ずるおそれがあると判断している。

また、国語辞典(甲131)や外来語辞典(甲132)にも、「トータルルック」の記載があり、それによると、トータルルックとは、衣服を主体に帽子・靴・アクセサリなどが全体として一貫性をもった装いであり、トータルファッションと同義語である。

したがって、被服と靴とは、トータルルック又はトータルファッションの面から見て、互いに密接な関係がある、といえる。

#### 第4 被告の反論

本件商標の登録出願時においても、登録査定時においても、引用商標1は、「被服」について周知著名性を具備しておらず、本件商標を指定商品である「履物」に使用した際、それに接する一般の需要者が原告会社といった特定の出所を直ちに連想又は想起するとは認められず、本件商標は、商標法4条1項15号に該当するも

のではない。

1 引用商標 1 は、本件商標登録出願時及び登録査定時のいずれにおいても、周知著名性を有していたとは認められない。

また、商標法 4 条 1 項 1 5 号に掲げる商標に該当するか否かの判断は、商標登録出願時及び登録査定時の両時点において判断されるものであるから（商標法 4 条 3 項）、引用商標 1 の本件商標登録査定時以降の著名性については検討する余地はないことになる。

(1) 本件商標登録出願時（平成 1 2 年 8 月 3 1 日）における引用商標 1 の著名性について

本件商標登録出願時までの証拠は、甲 7 ないし 9，1 1 ないし 1 3，1 6 ないし 5 8 である。

ア このうち、甲 7 及び 1 3 は本件商標登録出願時の 5 ないし 7 年前、甲 8，1 2 及び 1 6 はその約 2 0 年前に発行されたものであって、いずれも、本件商標登録出願時より相当以前に発行されたものである。甲 9 及び 1 1 は、本件登録出願時の 1 年前に発行されたものであるが、その内容は、1 9 6 0 年から 1 9 7 0 年代のころについて書かれたものである。

そして、これらの証拠は、いずれも本件商標に係る商品とは関係のない記事であり、かつ、「Kent」ブランドの宣伝広告ではない。

イ 甲 1 7 ないし 3 4，4 5 ないし 5 3 の証拠からは、「Kent」ブランドが雑誌に宣伝広告されていた期間は、昭和 6 2 年から平成 1 0 年であること、その雑誌のほとんどが「MEN'S CLUB」であることが看取できるところ、同雑誌の発行部数は明らかにされていない。また、その掲載回数については、多い年は年 4 回、少ない年は年 1 回、掲載されていない年も 2 回あり、掲載頁数は、1 頁又は 2 頁であって、具体的な商品とは関係のない掲載も多い。

また、本件商標登録出願時である平成 1 2 年及びその前年である平成 1 1 年には、一度も雑誌掲載されておらず、平成 1 1 年から、ヴァンチャケット社は、自社カタ

ログを除いて、雑誌等にほとんど宣伝広告を行っていない事実が推認される。

ウ 甲 3 5 ないし 4 3 , 5 4 ないし 5 8 の自社カタログについては、すべて平成 1 1 年までに発行されたものであり、発行はおおむね年 1 回である。そして、本件商標登録出願時である平成 1 2 年以降は、カタログをもって積極的に宣伝広告された事実は見当たらない。

また、同カタログにつき、原告は、青山 Kent ショップ等に来店した客等に配布していたと述べるのみで、配布を行った店、配布部数等は一切明らかにされておらず、その普及度は不明である。

さらに、これらのカタログを手にするのは、青山 Kent ショップに来店した者に限られることからすれば、その発行部数は、さほど多いものとは考えられず、広範囲にわたるものでもない。

以上によれば、引用商標 1 は、本件商標の登録出願時に周知著名であったとは認められない。

## (2) 本件商標登録査定時における引用商標 1 の著名性について

本件商標登録出願時（平成 1 2 年 8 月 3 1 日）以降登録査定時（平成 1 7 年 2 月 2 1 日）までの証拠は、ヴァンチャケット社による宣伝広告については平成 1 6 年の甲 1 0 のみ、イトーヨーカ堂については平成 1 6 年の甲 6 7 , 6 8 , 7 0 , 7 2 ないし 7 6 の 8 件のみであり、これらのごく限られた証拠をもって、本件商標の登録査定時に引用商標 1 が著名であったとは到底認められない。

すなわち、甲 6 8 , 7 2 ないし 7 5 のイトーヨーカ堂のチラシについては、甲 6 8 は発行年月日不明、甲 7 2 ないし 7 5 につき、原告は「近隣の住民に配って宣伝を精力的に行った」と述べるのみで、どの程度の規模、範囲において頒布されたのか一切明らかにされておらず、毎日多くのチラシが折り込まれる中、平成 1 6 年 5 月から同年 7 月までの 2 か月という短期間のたった 4 回のチラシ広告の中の小さな掲載が大きな宣伝効果を有していたとは考え難い。甲 5 9（「Kent」製品売上表）によっても、本件商標登録査定時である平成 1 7 年 2 月時点の売上げは約 1 6 8 万

円と僅少である。甲 67, 70 及び 76 についても, その内容から業界向けの新聞であることが推認できるが, 関心のある者又は購読を希望する者の数はある程度限られている。また, 甲 67 については, 他のブランドとともに, 左下に小さく「ケント」と記載されているだけで, 「Kent」ブランドの宣伝広告ではなく, 甲 76 については「下着」であるトランクスの売行きに関する記事である。

以上のとおり, 「Kent」ブランドは, 平成 11 年以降平成 16 年 5 月に至る 5 年間, 全く宣伝広告されておらず, 平成 16 年以降のたった 8 件という数少なく, かつ, 散発的な広告, 詳細が明らかでない証拠及び僅少の売上金額を総合して判断しても, 「Kent」ブランドが本件商標の登録査定時において周知著名であったとは認められない。

なお, 原告が商標権者である引用商標 2 ないし 4 については, その商標権者は, 石津, ヴァンチャケット社, 三井物産株式会社など何度も変更されており, 原告にこれらの商標権が移転登録されたのは, いずれも本件商標の登録査定時以降のことであった(甲 61, 63, 65)。したがって, 仮に昭和 52 年当時において「Kent」ブランドが著名であったとしても, 権利主体の変更が激しい引用商標 1 について, 原告が主張する「Kent」ブランドのグッドウィルが承継されているとは到底認められず, 引用商標 1 は, 本件商標の登録査定時において, 原告会社といった特定の出所を想起させるほどに一般の取引者, 需要者の間に広く認識されるに至っていたとはいえない。

したがって, 引用商標 1 は, 本件商標の登録出願時においても, 登録査定時においても, 周知著名性を具備していたとは認められない。

## 2 混同を生ずるおそれについて

(1) 「被服」と「靴」とは, 特許庁の商品区分上異なる類に分類されており, 非類似である。

(2) 仮に「被服」と「靴」とがトータルファッションの観点から関連性を有する商品であるとしても, 上記 1 のとおり, 本件商標の登録出願時においても, 登録

査定時においても，引用商標１は，「被服」について周知著名であったとは認められないので，本件商標を使用しても，商品の出所について混同を生じさせるおそれはない。

(3) また，「KENT\ケント」の文字から成る商標登録第１２９４８４５号（指定商品：第２２類「はき物（運動用特殊ぐつを除く），その他本類に属する商品」）及び「Kent」の文字から成る商標登録第１８７９７６９号（指定商品：第２２類「はき物（運動用特殊靴を除く），その他本類に属する商品」）は，それぞれ昭和４２年１２月２６日，昭和５９年３月２７日に旧ヴァンチャケット社及びヴァンチャケット社とは無関係の株式会社内田洋行により出願され，「Kent」ブランドと出所の混同を生じるとの認定を受けておらず，それぞれ昭和５２年８月３０日，昭和６１年７月３０日に登録となっている。

すなわち，原告が，「Kent」ブランドが最も著名であったと主張する昭和３０年から５０年代の時期ですら，特許庁において，商標「Kent」は，商標法４条１項１５号に該当しない商標であると判断され，かつ，上記商標が取り消されるまでの約２４年もの間，「Kent」ブランドと出所の誤認混同を生じることなく存在していた。

そして，旧ヴァンチャケット社，ヴァンチャケット社及び原告が，２４年間，上記商標を漫然と放置していたことは，これらの会社自身が，出所の混同を生じないと認識していたからにほかならない。

(4) なお，原告は，甲７８，７９，１０６ないし１３２を提出し，「被服」と「靴」がトータルファッションの観点から密接な関係を有する商品であることを主張するが，「履物」と「被服」が関係を有する商品であることを考慮したとしても，本件商標の使用は，引用商標１に係る商品と出所の混同を生じさせるおそれはないと判断される。

## 第５ 当裁判所の判断

### １ 引用商標１の使用者等について

証拠（甲３，４，７～１４，１５の１～３，甲１６，６０～６６）及び弁論の全

趣旨によれば、以下の事実を認めることができる。

(1) 石津は、昭和26年ころに大阪で服飾会社である有限会社ヴァンチャケットを設立し、昭和30年ころには東京へ進出し、同社を株式会社化（株式会社ヴァンチャケット。以下「旧々ヴァンチャケット社」という。）し、昭和35年ころから、大学生及び若手サラリーマン向けの製品として、「VAN」ブランドで、アメリカ東部のアイビー・リーグの学生の間に生まれた流行を取り入れた服装であるアイビー・スタイルの服等を発売した。

(2) 旧々ヴァンチャケット社（及び後記(3)の旧ヴァンチャケット社）は、昭和30年代中ころから昭和50年代にかけて、「VAN」ブランドを使用し、我が国における若者を中心とする紳士用ファッション分野をリードした企業として、我が国において著名となっていた。

旧々ヴァンチャケット社は、「VAN」製品の購入者の低年齢化に着目し、「VAN」製品の「卒業生」である20歳代後半から30歳代の男性を主なターゲットとする被服等として、アメリカ東北部を中心に発展したトラディショナル・ルックを基に、英国のカントリー・ルックやスポーツウェアなどの要素を加えたシリーズとして、昭和38年に「Kent」ブランドを立ち上げた。

「Kent」の名称は、健康で明るいアメリカのキャンパス・ルックの「VAN」に対し、もっと大人っぽい、より本格的な紳士の服装の象徴として、イングランド南東端にある風光の美しいケント（Kent）州のイメージが商品イメージと結び付くと考えられて付けられた。

「Kent」製品は、当初、直営店である「青山 Kent ショップ」で販売され、その後、直営店である KAMAKURA KENT、銀座8丁目のテラー・ヤマキ、東京駅の大丸百貨店、銀座松屋等と販売店が増えていき、昭和40年から昭和50年代にかけて、ファッションに関心を持つ男性を中心に一定程度知られるようになった。

(3) 昭和49年4月、旧ヴァンチャケット社（旧商号・株式会社鳥取観光温泉）は、旧々ヴァンチャケット社を合併するとともに（甲14）、商号を「株式会



社ヴァンチャケット」に変更し、旧々ヴァンチャケットの事業を継承した（以下、旧々ヴァンチャケット社及び旧ヴァンチャケット社を併せて「旧ヴァンチャケット社」ということがある。）。

(4) 旧ヴァンチャケット社は、昭和５３年１０月１２日、東京地裁において破産宣告を受け、昭和５９年２月１０日に破産終結した（甲１４）。

しかし、旧ヴァンチャケット社の従業員で構成された組合等によって、旧ヴァンチャケット社の在庫品の販売が継続された。そして、昭和５５年１２月３日にヴァンチャケット社が設立され（甲３，４）、ヴァンチャケット社は、昭和５５年から５６年にかけて、旧ヴァンチャケット社の保有していた知的財産権のすべてを譲り受けた（甲１５の１～３）。

昭和５６年以降、ヴァンチャケット社によって、「Kent」製品は、引き続き、青山 Kent ショップ、名古屋のヴァンショップ、大阪のヴァンガーズ等の店舗で販売されていた（甲１６）。

(5) 昭和５８年６月、ヴァンチャケット社は、ヴァンチャケット社を母体として設立されたケント社に引用商標１の使用権を与え、ケント社に「Kent」製品の販売を委託したが、平成９年３月ころからは、再び、ヴァンチャケット社において「Kent」製品を販売することになった。

(6) ヴァンチャケット社は、平成１２年１０月からビイエムプランニングに対し、引用商標２ないし４の専用使用権を付与し（甲６１，６３，６５）、ビイエムプランニングは、ヴァンチャケット社に対し、引き続き引用商標２ないし４を使用できるように「Kent」標章の使用権を与えるとともに、イトーヨーカ堂に対し、平成１３年ころ以降、肌着やスーツといった男性用の被服等について「Kent」標章を使用することを認め、イトーヨーカ堂からロイヤルティーを受け取っている（甲６６）。

## ２ 引用商標１の使用状況等

証拠上認定できる、本件商標が登録出願された平成１２年８月３１日までにかけ

る引用商標 1 の使用状況等は、次のとおりである。

(1) 雑誌記事等における記載

ア 「別冊 MEN'S CLUB アイビー PART-1 ブランド・カタログ」( 婦人画報社・昭和 56 年 6 月 25 日発行 )( 甲 16 ) において、「VAN」とともに、「Kent」の紹介がされている。

イ 「Hot・Dog PRESS」( 講談社・昭和 56 年 8 月 10 日発行 )( 甲 12 ) において、「ぼくたちのアイビーの原点 いまこそVAN精神を学びたい!」との特集において、昭和 30 年代から旧ヴァンチャケット社の倒産及びその後の対応に至るまでの旧ヴァンチャケット社や「VAN」製品の話題が記載され、その中で、関連ブランドである「Kent」ブランド、「Kent」製品等についても記載されている。

ウ 「KENT BOOK 永遠のトラッド・ブランド」( くろすとしゆき著・立風書房・昭和 60 年 6 月 15 日発行 )( 甲 8 ) において、「Kent」ブランドが立ち上げられた昭和 38 年から昭和 45 年ころまで旧ヴァンチャケット社に在籍して「Kent」製品の担当をしていた「くろすとしゆき」によって、同人が旧ヴァンチャケット社に在籍していたころの話題を中心として、「Kent」ブランドの生い立ち、「Kent」製品等について記載されている。

エ 「VANチャケット博物館」( 扶桑社・平成 5 年 7 月 30 日発行 )( 甲 13 ) において、過去を振り返る形で、当時の「VAN」製品とともに、「Kent」製品及びノベルティグッズが記載されている。

オ 「THE EVERLASTING IVY EXHIBITION 1995」( 日本経済新聞社・平成 7 年発行 )( 甲 7 ) において、日本におけるアイビー・ファッションの展開の記事中において、「Kent」ブランドが誕生した経緯、「Kent」の過去の製品、ノベルティグッズ等が記載されている。

カ 「OLD BOY. SPECIAL 永遠のVAN」( 柘出版社・平成 11 年 5 月 20 日発行 )( 甲 9 ) において、かつての「Kent」製品及びノベルティグッズの紹介がされている。

キ 「Goods Press」平成11年8月号(徳間書店・甲11)において,1960年代の製品として,「VAN」製品と並べて「Kent」製品が紹介されている。

ク 季刊誌「街ぐらし」(平成16年冬号)(エフジー武蔵・平成16年1月1日発行)(甲10)において,「ケントショップ青山」及び「Kent」製品の紹介記事が掲載されているが,同誌の記事の主たる内容は,過去における「VAN」ブランド及び製品についての話題並びにノベルティグッズの紹介とともに,過去の「Kent」のノベルティグッズの紹介がされている。

(2) ケント社は,以下のアないしエの各雑誌に,引用商標1や「Kent」ブランドの製品の広告を掲載した(ただし,甲33及び34は,ヴァンチャケット社がVANグループの広告として「Kent」ブランドの広告をしたものである。)

ア 上記(1)ウの「KENT BOOK 永遠のトラッド・ブランド」(昭和60年6月15日発行。甲8)

イ 月刊誌である「MEN'S CLUB」(婦人画報社)の昭和62年4月号(甲17),同年5月号(甲18),同年9月号(甲19),同年11月号(甲20),昭和63年4月号(甲21),同年6月号(甲22),平成元年12月号(甲23),平成2年2月号(甲24),同年9月号(甲25),同年11月号(甲26),平成3年7月号(甲27),同年9月号(甲28),同年10月号(甲29),平成4年9月号(甲30)及び同年10月号(甲31)。

ウ 上記(1)オの「THE EVERLASTING IVY EXHIBITION 1995」(平成7年)(甲7)

エ 「別冊 MEN'S CLUB 男のスタイルブック '96」(婦人画報社・平成7年1月1日発行)(甲32)及び「別冊 MEN'S CLUB 男のスタイルブック '97」(婦人画報社・平成8年11月20日発行)(甲33)。

オ 月刊誌「MEN'S EX(メンズ エクストラ)」(世界文化社)の平成8年12月号(甲34)。

(3) ケント社は,「Kent」ブランド製品のカatalogとして,「1987 Fall &

Winter KENT Collection KENT ism」(昭和62年発行。甲35),「1988 Spring & Summer KENT Collection KENT ism」(昭和63年発行。甲36),「Kent ism '89 Fall KENT Collection」(平成元年。甲37),「KENT FALL and WINTER '93 - '94」(平成5年発行。甲38),「AUTHENTIC & WINTER MARINE Fall & Winter '94」(平成6年発行。甲39),「KENT COLLECTION SPRING & SUMMER 1995」(平成7年発行。甲40),「KENT COLLECTION FALL & SUMMER '95 - '96」(平成7年発行。甲41),「SPRING & SUMMER COLLECTION 1996 KENT TIMES」(平成8年発行。甲42)及び「FALL and WINTER COLLECTION'96 - '97 KENT TIMES」(平成8年発行。甲43)を作成し,青山 Kent ショップ等への来店者に対して配布していた。

また,ケント社は,昭和60年ころ,引用商標1が記された販売促進用等のノベルティグッズのカatalogを作成していた(甲44)。

(4) 平成9年3月ころ以降,再び「Kent」製品を販売することになったヴァンチャケット社は,以下のアないしエの各雑誌に,引用商標1や「Kent」ブランドの製品の広告を掲載した。

ア 月刊誌である「MEN'S CLUB」(婦人画報社)の平成9年4月号(甲45),平成9年12月号(甲48)及び平成10年4月号(甲50)。

イ 月刊誌である「Men's EX(メンズ エクストラ)」(世界文化社)の平成9年6月1日号(甲46),平成10年1月号(甲49)及び同年4月号(甲51)。

ウ 「別冊 MEN'S CLUB 男のスタイルブック '98」(婦人画報社・平成9年1月10日発行)(甲47)及び「別冊 MEN'S CLUB 男のスタイルブック '99」(婦人画報社・平成10年1月10日発行)(甲52)。

エ 月刊誌「ASAYAN(アサヤン)」(ぶんか社・平成10年12月1日発行。甲53)。

オ 上記(1)カの「OLD BOY. SPECIAL 永遠のVAN」(樫出版社・平成11年5月20日発行)(甲9)。

(5) ヴァンチャケット社は、「Kent」ブランド製品のカタログとして、「SPRING & SUMMER COLLECTION 1997」(平成9年発行。甲54)、「'97 FALL & WINTER COLLECTION」(平成9年発行。甲55)、「'98 SPRING & SUMMER COLLECTION」(平成10年発行。甲56)、「KENT ARENA TIMES FALL & WINTER COLLECTION '98 - '99」(平成10年発行。甲57)及び「'99 SPRING & SUMMER KENT COLLECTION」(平成11年発行。甲58)を作成し、青山 Kent ショップ等への来店者に対して配布していた。

### 3 「Kent」製品の売上高

ヴァンチャケット社による平成11年8月から平成18年7月までの「Kent」製品の売上高は、別紙3の「Kent」製品売上表のとおりであって、平成11年8月から同年12月までは約3億円、平成12年は約2億円(同年8月のマイナス額を除くと約2億2500万円)であったが、その後は毎年減額し続け、平成13年は約8400万円、平成14年は約5000万円、平成15年は約3700万円、平成16年は約2400万円であった(甲59)。

4 「現代用語の基礎知識」(自由国民社)の証拠として提出されている昭和41年版(甲85)、昭和44年版(甲86)、昭和47年版(甲87)、昭和50年ないし昭和52年版(甲88～90)、昭和54年版(甲91)、昭和56年版(甲92)、昭和59年版(甲93)、昭和62年版(甲94)、平成2年版(甲95)、平成4年版(甲96)、平成6年版(甲97)、平成9年版(甲98)、平成11年版(甲99)、平成12年版(甲100)、平成14年版(甲101)及び平成16年版(甲102)のうち、少なくとも昭和44年版、昭和47年版、昭和50年版及び昭和51年版には、「VAN」につき、ヤングマンを対象にしたメンズ・ウェア・メーカーなどとの記載がされているが、上記各年版(甲85～102)のいずれにも、「ケント」又は「Kent」についての記載はない。

### 5 イトーヨーカ堂による「Kent」製品の取扱い

(1) イトーヨーカ堂は、平成13年ころに引用商標2ないし4の専用使用権者

であるビイエムプランニングから「Kent」ブランドの使用許諾を受け、イトーヨーカ堂のいわゆるナショナルプライベートブランド（NPB。アパレル・メーカーが百貨店や専門店などの小売店と共同で開発した商品に付けられたブランド。）商品として、「Kent」ブランドの製品を販売しており、そのための「Kent」ブランド商品の仕入れは、平成13年が、仕入れ38万1461枚、仕入れ原価6億4715万9000円、平成14年度が、仕入れ47万8379枚、仕入れ原価7億2548万8000円、平成15年度が、仕入れ28万3706枚、仕入れ原価5260万3000円、平成16年度が、仕入れ81万9945枚、仕入れ原価18億2930万5000円、平成17年度が、104万2576枚、仕入れ原価24億7182万4000円、平成18年度分のうち同年8月まで分が、仕入れ10万7947枚、仕入れ原価2億6693万7000円であった（甲66、67、70、76）。

(2) イトーヨーカ堂は、平成16年3月（甲68）、同年5月（甲72）、同年6月（甲73、74）及び同年7月（甲75）の各新聞折込みチラシ並びに平成17年6月22日付けの読売新聞広告（甲69）において、「ケント」や引用商標1である「Kent」の表示を付した商品を掲載しているが、同表示は、チラシ中の多数の掲載商品の中の一部の商品についてかなり小さく記載されている。

(3) ファッションビジネス業界を対象とする織研新聞平成16年3月1日付け（甲67）、新聞（新聞名不明）同年9月11日付け（甲70）及び平成17年1月6日付け（甲76）、流通業界等を対象とする日経MJ（流通新聞）同年5月27日付け（甲77）、新聞（新聞名不明）平成18年12月19日（甲81）において、イトーヨーカ堂の取扱商品の記載として、「ケント」ブランドが紹介されている。

6 ところで、過去のある時点において当該商標が周知著名であったか否かの判断をするに当たっては、当該商標に係る取引の実情、広告宣伝の事実、書籍への掲載等を見ることが考えられるところ、上記1及び2の事実によれば、「VAN」ブラン

ドの関連ブランドとして立ち上げられた「Kent」ブランドに係る引用商標１は，昭和４０年から昭和５０年代にかけて，主にアイビー・ルックやトラディショナル・ルック等のファッションに関心を持つ２０歳代，３０歳代の男性を中心に一定程度知られるようになっていたことが推認されるが，他方，旧ヴァンチャケット社が破産宣告を受けた昭和５３年までの時点につき，「Kent」商品の売上高，広告宣伝の事実，書籍への掲載についてのこれといった証拠は存在しない。

そうすると，「Kent」ブランドが立ち上げられた昭和３８年ころから旧ヴァンチャケット社が破産した昭和５３年までの時点においては，引用商標１が，主に２０歳代，３０歳代の男性のうちファッションに関心を持っていた者らを中心に認知されていたことは推測されるものの，周知著名であったとまでは認め難い。

７ 次に，旧ヴァンチャケット社が破産した昭和５３年から本件商標の登録出願がされた平成１２年８月時点までをみると，以下のとおりである。

(１) 「Kent」ブランド及び「Kent」製品に関する記事が掲載された雑誌としては，前記２(１)アないしキのとおり，昭和５６年から平成１１年までの約１８年間に７誌であって，昭和５６年に「別冊 MEN'S CLUB アイビー PART-1 ブランド・カタログ」(甲１６)及び「Hot・Dog PRESS」(甲１２)に記載された後，昭和６０年の「KENT BOOK 永遠のトラッド・ブランド」(甲８)，平成５年の「VANチャケット博物館」(甲１３)，平成７年の「THE EVERLASTING IVY EXHIBITION １９９５」(甲７)並びに平成１１年の「OLD BOY. SPECIAL 永遠のVAN」(甲９)及び「Goods Press」平成１１年８月号(甲１１)と，同年に発行されたものが２誌ずつあるほかは，その発行間隔もかなりの年月がある。

(２) 前記２(２)及び(４)によれば，ケント社又はヴァンチャケット社は，昭和６０年から平成１１年にかけて，引用商品１や「Kent」ブランドの製品の広告を掲載しているが，昭和６１年，平成５年，平成６年には，同広告が掲載されたことを認めるに足る証拠はない。また，同広告の掲載は，昭和６２年から平成１０年にかけての「MEN'S CLUB」(婦人画報社)に集中しており，広くファッション雑誌各誌

において継続的に広告がされたとは認め難い。

(3) 前記 2 (3) 及び (5) によれば、ケント社又はヴァンチャケット社は、昭和 6 2 年から平成 1 1 年にかけて「Kent」ブランド製品のカatalogを発行しているが、平成 2 年ないし平成 4 年はその発行を認めるに足る証拠はない。

以上によれば、旧ヴァンチャケット社の破産後から本件登録出願時まで、旧ヴァンチャケット社からその保有する商標権を譲り受けたヴァンチャケット社等によって、継続して引用商標 1 が被服等に使用され、「Kent」製品の販売が行われてきたことが認められるが、他方、雑誌等において「Kent」ブランド及び製品に係る記事が掲載された回数はそれほど多いものではないこと、これに加え、前記 2 (1) のとおり、その記事の内容も、「VAN」ブランドとの関連で、昭和 3 0 年代から昭和 5 0 年代にかけての「Kent」ブランド、製品等を紹介して回顧するという内容のものがほとんどであること、その他前記 1、2 及び 4 の各認定事実を照らすと、本件商標の登録出願時である平成 1 2 年 8 月 3 1 日時点において、引用商標 1 が周知著名であったとは認め難い。

8 さらに、本件商標の登録査定時である平成 1 7 年 2 月 2 1 日時点についてみるに、上記の登録査定時までの事実関係に加え、前記 3 のとおり、ヴァンチャケット社における「Kent」製品の売上高は、平成 1 2 年の約 2 億円（同年 8 月のマイナス額を除くと約 2 億 2 5 0 0 万円）以降毎年減少し続け、平成 1 6 年では約 2 4 0 0 万円となっていたものであって、取引が縮小していること、本件商標の登録出願がされた平成 1 2 年 8 月 3 1 日以降において発行された雑誌等における「Kent」ブランド及び製品が紹介されたものとして、前記 2 (1) の雑誌（甲 1 0）があるが、その主たる内容は、過去における「VAN」ブランド、製品等の話題とともに過去の「Kent」のノベルティグッズが紹介されているというものであることなどに照らすと、本件商標の登録査定時である平成 1 7 年 2 月 2 1 日時点においても、引用商標 1 が周知著名であったとは認め難い。

9 なお、前記 5 (1) のとおり、平成 1 3 年以降、イトーヨーカ堂が、「Kent」ブ



ランドの使用許諾を受け、ナショナルプライベートブランドとして「Kent」ブランドの製品を販売し、相応の売上げがあることが認められるが、総合スーパーマーケットであるイトーヨーカ堂の規模等から推測される被服等の売上げの全体額との対比、イトーヨーカ堂のナショナルプライベートブランドとしての信頼感に基づく販売促進効果があることなどを考えると、たとえ、イトーヨーカ堂が、「Kent」ブランドの使用許諾を受けるに当たり、かつての20歳代、30歳代のころにファッション等に関心があった団塊の世代の男性等に対する訴求効果をも考えていたとしても、上記売上げの事実をもって、「Kent」ブランドや引用商標1が、従前から周知著名であったとも、平成13年以降本件商標の登録査定時である平成17年2月21日までに周知著名性を獲得していたとも、直ちにいえるものではない。

また、前記5(2)のとおり、イトーヨーカ堂が、本件商標の登録査定時である平成17年2月21日までの期間に、新聞折込みチラシにおいて「ケント」や「Kent」の表示を付した商品を掲載しているが、同表示は、チラシ中の多数の掲載商品の中の一部の商品について小さく記載されているものにすぎず、これらの記載によって、本件商標の登録査定時までに引用商標1の周知著名性が獲得されたとは考え難い。

さらに、前記5(3)のとおり、平成16年、平成17年において、業界新聞等に「ケント」商品が紹介されているが、これら新聞等の購読者は、ファッション等の業界関係者が中心であって、被服等を購入する一般消費者とは異なるものであること、これらの記事中には、イトーヨーカ堂の衣料品販売の営業を紹介する中で、イトーヨーカ堂が扱うブランドの一つとして「ケント」ブランドが記載されているというものもあり、これらの記事によって、本件商標の登録査定時までに引用商標1の周知著名性が獲得されたとは考え難い。

#### 10 本件商標と引用商標1との対比及び混同のおそれ

本件商標と引用商標1とは、いずれも、英文字の大文字と小文字を組み合わせた「Kent」を横書きして成り、また、「ケント」の称呼を有し、英国の州名「ケン

ト」又は欧米の男子の名である「ケント」の觀念を有する類似の商標であるといふことができる。

しかしながら，上記のとおり，本件商標の登録出願及び登録査定の際の時点においても，引用商標 1 が周知著名であったとは認められないこと，「Kent」は地名又は人名として獨創性に欠けるものであることに照らすと，本件商標の指定商品である「履物」と原告の業務に係る「被服」等とがトータルファッションという面からみて密接な關連を有する商品であることを考慮したとしても，被告が本件商標をその指定商品に使用したときに，これに接する取引者及び需要者をして，当該商品が原告又は原告と關係を有する者の業務に係る商品であると誤信されるおそれがあるとはいえず，本件商標の登録は，商標法 4 条 1 項 1 5 号に違反してされたものといふことはできない。

#### 1 1 結論

以上によれば，審決が，本件商標の登録が商標法 4 条 1 項 1 5 号に違反しないと判断したことに誤りはなく，原告主張の取消事由は理由がない。よって，原告の請求は棄却を免れない。

知的財産高等裁判所第 1 部

裁判長裁判官            塚      原      朋      一

裁判官                  本      多      知      成

裁判官                  田      中      孝      一

( 別紙 2 )

1 当初の指定商品：第 1 7 類「被服，布製身回品，寝具類」

2 平成 1 7 年 1 1 月 9 日，指定商品の書換登録

書換後の指定商品：第 1 6 類「紙製幼児用おしめ」，第 2 0 類「クッション，座布団，まくら，マットレス」，第 2 1 類「家事用手袋」，第 2 2 類「衣服綿，ハンモック，布団袋，布団綿」，第 2 4 類「布製身の回り品，かや，敷布，布団カバー，布団側，まくらカバー，毛布」及び第 2 5 類「被服」

以上