

平成16年（行ケ）第335号 商標登録取消決定取消請求事件  
平成17年2月24日判決言渡、平成16年12月22日口頭弁論終結

判 決  
原 告 株式会社クレオ  
被 告 特許庁長官 小川洋  
指定代理人 山本良廣、宮下正之、井出英一郎

主 文  
原告の請求を棄却する。  
訴訟費用は原告の負担とする。

#### 事実及び理由

#### 第1 原告の求めた裁判

「特許庁が異議2003-90376号事件について平成16年6月14日にした決定を取り消す。」との判決。

#### 第2 事案の概要

本件は、後記本件商標の登録を取り消すべきものとした決定の取消しを求める事件である。

##### 1 特許庁における手続の経緯

(1) 原告は、別紙(1)のと通りの構成からなり、指定商品を商標法施行令別表の区分による第3類「せっけん類、薫料、つけづめ、つけまつ毛、歯磨き」とする商標登録第4658091号（平成14年6月18日出願、平成15年4月4日設定登録。以下「本件商標」という。）の商標権者である。なお、設定登録当時の指定商品は、上記のほかに「靴クリーム、靴墨」を含んでいたが、原告は、本件決定のされた後である平成16年7月22日、これを放棄する手続をした（本件においては、この点は判断に影響を及ぼさない。）。

(2) 本件商標登録について登録異議の申立てがされ（異議2003-90376号事件として係属）、特許庁は、平成16年6月14日「登録第4658091号商標の商標登録を取り消す。」との決定をし、同月30日にその謄本を原告に送達した。

##### 2 決定の理由の要点

決定の理由は、以下のとおりであるが、要するに、本件商標は商標法4条1項15号に該当するので、本件商標の登録は、同法43条の3第2項の規定により取り消すべきものである、というのである。

##### (1) 本件商標に対する取消理由

登録異議申立人提出に係る審判甲7ないし54（枝番含む、判決注：書籍、雑誌、新聞等）によれば、イタリアの服飾デザイナー、「VALENTINO GARAVANI」（ヴァレンティノ・ガラヴァーニ）の略称である、「VALENTINO」、「Valentino」、「ヴァレンティノ」、「バレンチノ」等の表示は、婦人服、紳士服等のファッション関連商品について永年使用されてきた結果、本件商標の登録出願時（平成14年6月18日）には、取引者・需要者の間に広く認識されており、また、その著名性は、現在も継続していると認められるものである。

しかして、本件商標は別掲（判決注：別紙(1)）に示すと通りの構成よりなるところ、構成中の欧文字部分である「SILVIO VALENTINO」は15文字構成であり、これより生ずると認められる「シルビオヴァレンティノ」の称呼も9音であって、その文字及び称呼のいずれもが冗長な構成よりなるものというべきである。

さらに、本件商標中の「SILVIO VALENTINO」の欧文字部分は全体として特定の成語や氏姓を表すものとして、一般的によく知られているという事実を見出し得ないところである。

そして、「VALENTINO」、「Valentino」、「ヴァレンティノ」、「バレンチノ」等の文字よりなる商標は、イタリアの服飾デザイナー、「VALENTINO GARAVANI」のデザインに係る婦人服、紳士服のファッ

ョン関連商品について使用されて著名性を有すること前記したとおりであり、かつ、本件商標の指定商品も、人間の身体を清めたり、身体に付けたり或いは身体に付けるものをきれいにしたりする効果を有する商品であるから、これらの商品も広義のファッション関連商品と言い得るものとみるのが相当である。

してみれば、本件商標をその指定商品に使用するときは、これに接する取引者・需要者は、その欧文字を構成する後半の「VALENTINO」の文字のみを捉え、著名な「VALENTINO」の商標を連想、想起し、それがヴァレンティノ・ガラヴァーニ又は同人と何らかの関係がある者の業務に係るものであるかのように、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と判断するのが相当である。

また、この混同を生ずるおそれは、本件商標の登録出願時から現在においても継続しているものと認められる。

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るから、同法43条の3第2項によってその登録は取り消されるべきものである。

## (2) 決定の判断

当合議体は、上記(1)の取消理由の通知について、期間を指定して意見書を提出する機会を与えたが、商標権者からは何らの応答もない。そして、上記(1)の取消理由は妥当なものと認められるので、本件商標の登録は、この理由をもって商標法43条の3第2項の規定により取り消すべきものである。

## 第3 当事者の主張の要点

### 1 原告主張の決定取消事由

本件商標は、これに接する取引者及び需要者に対しその商品の出所につき誤認を生じさせるものではなく、商標法4条1項15号に該当しないから、これに該当するとした決定は、誤りである。

#### (1) 「VALENTINO」等の表示の周知著名性の認定の誤り

決定は、「VALENTINO」、「Valentino」、「ヴァレンティノ」、「バレンチノ」等の表示は、婦人服、紳士服等のファッション関連商品について永年使用されてきた結果、本件商標の登録出願時（平成14年6月18日）には、取引者・需要者の間に広く認識されており、また、その著名性は、現在も継続していると認められるものである。」と認定したが、誤りである。

「VALENTINO」、「Valentino」、「ヴァレンティノ」、「バレンチノ」等の表示（以下「VALENTINO等の表示」という。）は、婦人服、紳士服について取引者及び需要者の間に広く認識されていたとしても、範囲が明確でない「ファッション関連商品」全般についてまで、取引者及び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。

#### (2) 出所の混同のおそれの認定の誤り

決定は、「本件商標をその指定商品に使用するときは、これに接する取引者・需要者は、その欧文字を構成する後半の「VALENTINO」の文字のみを捉え、著名な「VALENTINO」の商標を連想、想起し、それがヴァレンティノ・ガラヴァーニ又は同人と何らかの関係がある者の業務に係るものであるかのように、その商品の出所について混同を生ずるおそれがある」と認定したが、次のとおり、誤りである。

ア 本件商標の「SILVIO VALENTINO」の文字部分は、特定の氏姓を表示するまとまりのある文字構成であり、全体が特定の氏姓を表す一体不可分の語であって、それから生ずる「シルビオ バレンチノ」、「シルヴィオ ヴァレンティノ」との称呼も、一連で淀みがなく、格別冗長なものではない。「VALENTINO」は、イタリアにおけるありふれた氏であって、デザイナーとして著名な「VALENTINO GARAVANI」を指称するとみるべき特段の事情はないから、本件商標は、全体をもって、人名を表したものと認識されるものである。そうであれば、本件商標とVALENTINO等の表示とは類似しないというべきである。

そして、本件商標の指定商品は、「せっけん類、薫料、つけづめ、つけまつ毛、歯磨き」であって、主として、化粧品店、ホームセンター等で販売されるものであり、VALENTINO等の表示が使用されている婦人服、紳士服、ネクタイ、ベルト、靴、かばん等とは、その用途や流通経路を異にし、取引者及び需要者も異なる。

したがって、本件商標がその指定商品に使用されても、その出所を混同すること

はありえない。

イ 原告は、①別紙(2)アのと通りの構成からなる、指定商品を第21類のなべ類、やかんほかとする商標登録第3370469号、指定商品を第18類のかばん類ほかとする商標登録第3370679号、指定商品を第24類の布製身の回り品ほかとする商標登録第3370679号、指定商品を第14類の身飾品ほかとする商標登録第3371176号の、②別紙(2)イのと通りの構成からなる指定商品を第25類の洋服、コートほかとする商標登録第3370678号の、③別紙(2)ウのと通りの構成からなる、指定商品を第9類の眼鏡ほかとする商標登録第4010316号、指定商品を第27類の敷物ほかとする商標登録第4073201号の各商標権者であり（いずれの商標登録についても本件異議申立人から登録異議の申立てがされたが、登録異議の申立てはすべて排斥された。）、5年以上にわたって、上記商標を指定商品に使用してきたが、VALENTINO等の表示を使用した商品との間で、出所の混同は生じていない。特に、商標登録第3370678号（平成10年11月6日登録）の指定商品は「洋服、コート、セーター類、ワイシャツ類、寝巻き類、下着、靴下、手袋、マフラー、帽子、バンド、ベルト、靴類」であり、商標登録第3370679号（平成10年11月6日登録）の指定商品は「かばん類、袋物、携帯用化粧道具入れ、傘」であるところ、原告は、約6年間にわたり、VALENTINO等の表示が使用されている中心的な商品であるベルト、小銭入れ、札入れについて上記商標を使用してきたが、VALENTINO等の表示が使用されている商品との間では出所の混同が生じていないのである。

## 2 被告の反論

本件商標は、これに接する取引者及び需要者に対しその商品の出所につき誤認を生じさせるものであるから、商標法4条1項15号に該当するとした決定に誤りはない。

### (1) VALENTINO等の表示の周知著名性の認定の誤りに対して

VALENTINO等の表示が使用されている婦人服、紳士服、ネクタイ、ベルト、靴、かばん等は、身にまとい、又は履いて装いを整え、着飾るなど、服飾に関連する商品であり、コーディネートやデザイン、また、ファッション性の高いものである。したがって、これらの商品を総称して、ファッション関連商品とすることができる。したがって、VALENTINO等の表示は、ファッション関連商品について取引者及び需要者の間に広く認識されているものである。

### (2) 出所の混同のおそれの認定、判断の誤りに対して

ア 本件商標の「SILVIO VALENTINO」の文字部分は、「SILVIO」と「VALENTINO」とを結合したものと認識される構成となっているところ、我が国において、「SILVIO」の部分が名を表すものとして認識されず、また、「SILVIO VALENTINO」の全体が特定の人名や成語を表すものとして一般に知られていないから、「シルビオ バレンチノ」、「シルヴィオ ヴァレンティノ」との称呼は、「バレンチノ」、「ヴァレンティノ」がデザイナーとして著名な「VALENTINO GARAVANI」を指称する商標であることを考慮すると、淀みなく一連に称呼し得るものではない。そうすると、本件商標に接する取引者及び需要者は、「VALENTINO」の部分に着目するから、本件商標とVALENTINO等の表示とは類似するといわなければならない。

また、本件商標の指定商品のうち、せっけん類、薫料、歯磨きは、人の身体を清潔にしたり、又は身だしなみを整えるために使用される商品であり、つけづめ、つけまつ毛は身体に装着して身を美しくするために使用される商品であって、これらは、身体の清潔、美感や身だしなみに関わる商品であるといえる。そして、VALENTINO等の表示が使用される婦人服、紳士服、ネクタイ、ベルト、靴、かばん等は、身にまとい、又は履いて装いを整え、着飾るなどのために使用される商品であり、両者は、身体の清潔、美感そして装いを整え、着飾るという一連の用途に関わるものとして共通し、関連性の深いものであって、取引者及び需要者を共通にする。

したがって、本件商標がその指定商品に使用されると、出所について混同を生じることがある。

イ 本件商標をその指定商品に使用したときに、出所について混同を生じるおそれがあるかどうかは、個別具体的に判断されるものであるから、原告が1(2)イで主張する商標権者であるとしても、このことがその判断を左右するものではない。

#### 第4 当裁判所の判断

##### 1 取消事由1 (VALENTINO等の表示の周知著名性の認定の誤り)について

(1) 証拠(乙2の1ないし25, 3ないし45)及び弁論の全趣旨によれば, 次の事実が認められる。

ア ヴァレンティノ・ガラヴァーニ(Valentino Garavani)は, 1932年イタリアに生まれた。ミラノとパリでファッションを勉強した上, パリのギ・ラローシュの下で働くなどした後, 1959年にイタリアに戻り, ローマにデザイン工房を設けた。1967年にフィレンツェで白一色の「白のコレクション」を発表して, 「ニューズ・ウィーク」, 「タイム」, 「ライフ」などの雑誌等, マスコミに大きく取り上げられるなど, 一躍その名を高め, 同年には, ニーマン・マーカス賞(ファッション界のオスカー賞に相当するといわれる。)を受賞した。婦人, 紳士物の衣料品, 毛皮, 靴, 革製バッグ, 革小物, ベルト, ネクタイ, アクセサリー, 香水, ライター, インテリア用品などをデザインし, エリザベス・テイラー, オードリー・ヘップバーン, ジャクリーヌ・ケネディ, モナコ公国グレース妃などの著名人を顧客に持ち, 世界の高級ブランドとして知られるに至っている。

イ 我が国においては, 昭和49年に株式会社ヴァレンティノ・ブティック・ジャパンが設立されて, 婦人, 紳士物の衣料品の輸入販売を本格的に開始し, 昭和51年には, 東京, 大阪を中心に20のブティックにおいて, ヴァレンティノ・ガラヴァーニのデザインに係る商品を販売していた。

ウ ヴァレンティノ・ガラヴァーニのデザインに係る商品は, 多くの雑誌等において, 繰り返し紹介されており, その表示として, 「VALENTINO GARAVANI」/「ヴァレンティノ・ガラヴァーニ」, 「valentino garavani」, 「VALENTINO GARAVANI」, 「ヴァレンティノ・ガラヴァーニ」, 又は「valentino garavani」若しくは「VALENTINO GARAVANI」と「V」を図案化した図形とを組み合わせたもののほか, 「ヴァレンティノ」, 「valentino」が使用されている。

エ 本件商標の指定商品の取引者及び需要者が接するものと認められる一般に発売されている書籍, 雑誌, 新聞等をみると, 次のような記載がある。

(ア) 辞典類において, ヴァレンティノ・ガラヴァーニを指して, 「ヴァレンティノ」, 「valentino」との表示があるものがある(文化出版局「服飾辞典」昭和63年9月5日第10刷発行(乙39), 研究社「英和商品名辞典」1991年(平成3年)第3刷発行(乙40)。特に, 岩波書店「岩波=ケンブリッジ世界人名辞典」1997年(平成9年)11月21日第1刷発行(乙41)は, 「通称ヴァレンティノ Valentino」と明記している。

(イ) 雑誌において, 「ヴァレンティノ」, 「VALENTINO」との表示がされたものとして, 次のものがある。

a 「今シーズンのヴァレンティノのデザイン傾向はクラシック。」, 「輸入物ネクタイの中では最も人気があるヴァレンティノのネクタイは, 紳士服店から出しているだけあって上品なセンスの本格派。」との記載(講談社「ライフカタログVOL. 1 世界の一流品大図鑑」昭和51年6月5日発行(乙33))

b 「ヴァレンティノはイタリアのオートクチュール出身のメーカー・・・いいものがわかる人なら誰でもがヴァレンティノを愛してしまう」との記載(「an・an臨時増刊 Fall & Winter 1976-77」(昭和51年-52年)(乙36))

c 「ヴァレンティノ」とした上でベルトの商品説明をする記載(「アイリスマガジン第71号」1977年(昭和52年)1月1日発行(乙37))

d 「ローマだけでもヴァレンティノの店は四店ある。」などとの記載(講談社「EUROPE一流ブランドの本」昭和52年12月1日発行(乙34))

e 「永遠にエレガンスを追求するヴァレンティノにとって・・・ヴァレンティノの高度なファッション感覚に色づけされたハンドバッグは・・・」との記載(講談社「世界の一流品大図鑑」81年(昭和56年)版)(乙3))

f 「女性らしさを愛し, 魅惑的で優美な衣裳作りを心がけているというヴァレンティノ」, 「シーズン毎にカジュアルシューズも発表しているヴァレンティノですが・・・」との記載(講談社「世界の一流品大図鑑」85年(昭和60年)版)(乙5))

g 「オフタイムこそ, ヴァレンティノで洒落てみたい」との記載(講談社「男

の一流品大図鑑' 85年(昭和60年)版」(乙6))

h 「ヴァレンティノの服は、このスカート丈とニット素材・・・」との記載(婦人画報社「ヴァンサンカン 25 ans 1987年(昭和62年)10月号」(乙11))

i 「衿もとや袖口を飾るラッフルはヴァレンティノらしい遊び。」との記載(世界文化社「Miss [ミス] 家庭画報 1989年(平成元年)5月号」(乙17))

j 「ヴァレンチノ、ソニア・リキエルから、若々しいbisブランドがデビュー。」、「・・・この秋デビューしたヴァレンチノの『オリバー・ドンナ』」, 「ヴァレンチノらしさとかわいい感じがうまくミックスした雰囲気がとてもシャレている。」との記載(集英社「non・no '89 No. 23」(平成元年)(乙35))

k 「ヴァレンティノが得意とする、着る人の知性をひきだす服づくり」との記載(世界文化社「Miss [ミス] 家庭画報 1990年(平成2年)5月号」(乙18))

l 「ヴァレンティノ・ガラヴァーニ・ミスV: ヴァレンティノがデザインする、若い女性のためのディフュージョンブランド。」との記載(世界文化社「Miss [ミス] 家庭画報 1990年(平成2年)7月号」(乙19))

m 「さすがヴァレンティノです。」との記載(婦人画報社「ヴァンサンカン 25 ans 1994年(平成6年)4月号」(乙13))

n 「ウエストシェイプされたラインにヴァレンティノらしい格好よさが表現されています。」との記載(世界文化社「Miss [ミス] 家庭画報 1994年(平成6年)6月号」(乙21))

o 「ストッキングはいつもヴァレンティノなのよ」との記載(婦人画報社「ヴァンターヌ Vingtaine 1994年(平成6年)12月号」(乙24))

p 「ヨウジヤマモトやジョルジオ・アルマーニ、ヴァレンティノ、ジョン・ガリアーノなどでは、・・・」との記載、写真に付された「VALENTINO」との記載(アシェット婦人画報社「ELLE 1997年(平成9年)8月号」(乙31))

q 「ウエスタンをテーマに、フェミニン、ロマンティシズム、エレガンス、強さ、そしてユーモアといったヴァレンティノが敬愛する女性の資質を表現した春夏コレクション。」との記載(「DONNA giappone 1998年(平成10年)4月号」(乙32))

(ウ) 新聞記事においては、次のものがある。

a 「ヴァレンティノ秋冬ショー」との見出しの記載(昭和51年9月28日付け織研新聞(乙2の4))

b 「ヴァレンティノ・コレクション」との見出し、「この秋のバレンティノの個性を強調したものと見うけられた。」との記事の各記載(「同月29日センイ・ジャナル」(乙2の5))

c 「ヴァレンティノのショーから」との見出しの記載(「同月30日読売新聞」(乙2の2))、「バレンティノ・ショー」との見出し、「かつて、白一色だけのショーを開き、注目を浴びたバレンティノが」、「もっともバレンティノにいわせると」との記事の各記載(「同日付け、同年10月2日付け及び同月5日付け朝日新聞(乙2の6、10及び15)」)

d 「バレンチノ作品展から」、「バレンチノのトータルファッション」、「バレンチノの作品群」、「バレンチノの芸術」、「バレンチノの作品群から」、「バレンチノの秋冬新作」、「バレンチノの作品群」などのそれぞれの見出し、「惜しみなく絶賛!を贈れるバレンチノだった。」との記事の各記載(同年9月30日付け秋田さきがけ新聞(乙2の7)、同年10月1日付け河北新報(乙2の9)、同月4日付け東奥日報(乙2の11)、同日付け山陰中央日報(乙2の12)、同日付け福島民友新聞(乙2の17)、同月12日付け徳島新聞(乙2の19)、同月18日付け夕刊フクニチ(乙2の21)、同年11月3日付け千葉日報(乙2の22))

e 「イタリアのデザイナーヴァレンティノ」との記事の記載(同年10月1日付けセンイ・ジャナル(乙2の8))

f 「ヴァレンティノ・コレクション発表」との見出しの記載(同月2日付け日刊ゲンダイ(乙2の1))

g 「ヴァレンティノ・コレクション」との見出し、「ことし四十四歳になるヴ

アレन्ティノは、・・・」との記事の各記載（同月5日付けサンケイ新聞（乙2の13））

h 「惜しみなく絶賛を贈れるバレンチノです。」との記事の記載（同日付け宮崎日日新聞（乙2の14））

i 「伊の鬼オヴァレンティノ」との見出しの記載（同月6日付け日経産業新聞（乙2の16））

j 「来春からヴァレンティノブランドのインテリア小物を売り出す。」との記事の記載（同月7日付け日経流通新聞（乙2の3））

k 写真に付された「バレンティノ」とのタイトルの記載（「同月12日付けデイリースポーツ（乙2の18））

l 「無地が売り物のヴァレンティノ」との見出し、「欧州イタリアのヴァレンティノの秋冬物が公開されました。」との記事、写真に付された「ヴァレンティノのスポーティー・ルック」とのタイトルの各記載（同月14日付け公明新聞（乙2の20））

m 「リズの花嫁衣装はバレンチノ」との見出し、「イタリアの有名デザイナー、バレンチノが作るようになった。」などとの記事の各記載（平成3年7月29日付け報知新聞（乙2の24））

オ 本件全証拠によっても、「VALENTINO GARAVANI」以外のブランドで、単に「VALENTINO」、「ヴァレンティノ」との表示で通用しているものがあることは認められない。

(2) 上記(1)の事実によれば、VALENTINO等の表示は、本件商標の出願日及び登録査定日の当時、ヴァレンティノ・ガラヴァーニ又はそのデザインに係る商品群に使用されるブランドの略称を表すものとして、我が国の取引者及び需要者の間に広く認識されており、その状態が現在においても継続していると認められる。

(3) 原告は、VALENTINO等の表示が婦人服、紳士服について取引者及び需要者の間に広く認識されていたとしても、範囲が明確でない「ファッション関連商品」全般についてまで、取引者及び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と主張する。しかし、上記(1)の事実によると、ヴァレンティノ・ガラヴァーニのデザインに係る商品は、婦人服、紳士服に限られることなく、婦人、紳士物の衣料品、毛皮、靴、革製バッグ、革小物、ベルト、ネクタイ、アクセサリ、香水、ライター、インテリア用品など、ファッションに関連する分野にまで及んでいるのであって、VALENTINO等の表示は、これらの商品群に使用されるブランドの略称を表すものとして認識されていたものである。そうすると、VALENTINO等の表示は、ファッション関連商品全般について、取引者及び需要者の間に広く認識されていることができるから、原告の上記主張は、採用の限りでない。

(4) したがって、VALENTINO等の表示の周知著名性についての決定の認定に誤りはなく、取消事由(1)は、理由がない。

## 2 取消事由(2)（出所の混同のおそれの認定、判断の誤り）について

(1) 商標法4条1項15号の規定は、周知表示又は著名表示へのただ乗りや当該表示の希釈化を防止し、商標の自他識別機能を保護することによって、商標を使用する者の業務上の信用の維持を図り、需要者の利益を保護することを目的とするものであるから、同号にいう「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、当該商品又は役務が他人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のみならず、当該商品又は役務が上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ものと解するのが相当である。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、当該商品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を基準として、総合的に判断されるべきものである（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) そこで、これを本件についてみる。

ア VALENTINO等の表示は、1に判示したように、ヴァレンティノ・ガラヴァーニ又はそのデザインに係る商品群に使用されるブランドの略称を表すものとして、我が国の取引者及び需要者の間に広く認識されているものであって、周知著名性の程度が極めて高い表示である。そして、本件商標の指定商品は、「せっけん類、薫料、つけづめ、つけまつ毛、歯磨き」であるところ、これらは、身体を清めたり、身体に付けたりするなどの効果を有する商品であって、ファッションに関連する分野の商品であるということが出来るから、VALENTINO等の表示が現に使用されている商品と関連性が強く、両者の商品の取引者及び需要者の相当部分が共通することが認められる。しかも、本件商標の指定商品が日常的に消費される性質の商品であり、殊にその需要者は特別な専門的知識経験を有しない一般大衆であって、これを購入するに際して払われる注意はさほど緻密なものではないと考えられる。

イ 本件商標は、外観上、「S」と「V」とを組み合わせて1字状に図案化した図形と横書きした「SILVIO VALENTINO」の欧文字からなるものであって、「シルビオ バレンチノ」、「シルヴィオ ヴァレンティノ」と称呼され、また、特定の氏姓を表示するものとして観念されることがあるということが出来る。

しかし、本件商標は、欧文字で15文字からなる外観及び称呼が比較的長い文字部分に図形が組み合わされた商標であるから、簡易迅速性を重んずる取引の実際において、その一部分だけによって簡略に表記ないし呼称されることがあり得るし、また、1個の商標から複数の観念が生じることはしばしばあるのであって、本件商標において、前記のように、特定の氏姓を表示するものとして観念されることがあるとしても、これ以外の観念が生じ得ないと考える合理的な根拠はない。

上記アに判示したVALENTINO等の表示の周知著名性の程度や、本件商標とVALENTINO等の表示とにおける商品の関連性並びに取引者及び需要者の共通性に照らすと、本件商標がその指定商品に使用されたときは、その外観、称呼及び観念上、「VALENTINO」の部分がこれに接する取引者及び需要者の注意を特に強く引くであろうことは容易に推測することができるから、「VALENTINO」の部分だけによって簡略に表記ないし呼称されたり、ヴァレンティノ・ガラヴァーニ若しくはその関与する会社又はこれらと緊密な関係にある営業主の業務に係る商品であるとの観念が生じたりするということができる。

ウ そうであれば、本件商標は、これに接した取引者及び需要者に対しVALENTINO等の表示を連想させて商品の出所につき誤認を生じさせるものであって、商標法4条1項15号にいう「混同を生ずるおそれがある商標」に当たるといわなければならない。

(3) 原告は、本件商標とVALENTINO等の表示とは類似しない上、本件商標の指定商品とVALENTINO等の表示が使用されている商品とは、その用途や流通経路を異にし、取引者及び需要者も異にするから、本件商標がその指定商品に使用されても、その出所を混同することはありえないと主張する。しかし、上記(2)に判示したところに照らすと、原告の上記主張は、採用することができない。

また、原告は、約6年間にわたり、VALENTINO等の表示が使用されている中心的な商品であるベルト、小銭入れ、札入れについて本件商標を使用してきたが、VALENTINO等の表示を使用した商品との間で出所の混同が生じていないと主張する。確かに、証拠(甲4ないし10の各1, 2, 18ないし20)によれば、原告は、第3の1(2)イで主張する商標権を有していること、これらの商標登録については、本件異議申立人から登録異議の申立てがされたが、登録異議の申立てはすべて排斥されたこと、原告は、「シャディ サラダ館 2002年ギフトライフ 総合版」のカタログに、別紙(2)アの商標を付したベルト、ベルト・小銭入れセット及びベルト・二つ折り札入れセットを掲載し、また、「シャディ 2004年総合版」のカタログに、別紙(2)アの商標を付したベルト・小銭入れセット及びベルト・二つ折り札入れセットを掲載していること(これ以外の使用状況は、証拠上明らかでない。)が認められる。しかし、これらの事実が認められるとしても、上記(2)に判示したような事情を考えると、商標法4条1項15号が対象とする広義の混同を生ずるおそれがあるとの認定判断を左右するものではなく、ほかに本件商標に接する取引者及び需要者において出所について混同を生ずるおそれがあることを左右するような証拠もない。原告の上記主張は、採用することができない。

第 5 結論

以上のとおりであって、原告主張の決定取消事由は理由がないから、原告の請求は棄却されるべきである。

東京高等裁判所知的財産第 4 部

裁判長裁判官	塚	原	朋	一
裁判官	塩	月	秀	平
裁判官	高	野	輝	久

(別紙)

(1)



SILVIO VALENTINO

(2)

ア

SILVIO VALENTINO

イ

**SILVIO VALENTINO**

ウ



SILVIO VALENTINO

シルビオ バレンチノ



