

# 弁理士法人 RIN IP Partners

2025年12月15日

## 国内審判決紹介

日本国内の審決・判決の中から興味深かったものをお紹介します。

担当：新井 悟

### ■目次

#### ・判決紹介

旧店舗の標章が付された麺箱を店舗内に積み上げていた行為について、登録商標の使用には該当しないと判断された事例

— 商標「池麵」に対する不使用取消審判の審決取消訴訟 —

#### ・審決紹介

商標「asahi」の2つの審判事例から見る商標の類否判断

— 商標の類否における外観の差異や周知性の考慮 —

### ■判決紹介

旧店舗の標章が付された麺箱を店舗内に積み上げていた行為について、登録商標の使用には該当しないと判断された事例

(商標「池麵」に対する不使用取消審判の審決取消訴訟)

判決言渡日：令和7年10月20日

事件番号：令和7年(行ケ)第10032号(A事件)

令和7年(行ケ)第10034号(B事件)

令和7年(行ケ)第10035号(C事件)

#### ・事案概要

被告が所有する登録商標「池麵」等(下記3件)に対する不使用取消審判の審決について、被告の主張する行為が商標法第2条第3項第5号および同第8号の「使用」に該当せず、商標

法第 50 条第 1 項の「登録商標の使用」にも該当しないとして、不使用取消請求を不成立とした審決が取り消された事案（登録取消）。

	登録番号	商標	指定商品／役務名	特許庁の審決
A 事件	5716665	池麺	43 類 飲食物の提供	請求不成立（登録維持） 理由： 麵箱を店舗内において需要者に視認できる態様で積む行為は、第 2 条第 3 項第 5 号の使用に該当すると判断。
B 事件	4741943	いけめん	43 類 うどんその他の飲食物の提供、うどんを含む飲食物のケータリング、うどん屋その他の飲食店・料理内容・その他の飲食物の提供に関する情報の提供	請求成立（登録取消） 理由：商標の同一性なし
C 事件	5710894	池麺	30 類 ぎょうざ、しゅうまい、すし、たこ焼き、べんとう、ラビオリ	請求成立（登録取消） 理由：請求にかかる商品に関する使用ではない。

#### ・判決概要

被告（商標権者）は、以下の行為が商標法第 2 条第 3 項第 5 号および第 8 号に定める使用に該当し、登録商標の使用に該当すると主張した。

- ① 本件使用標章「池麺」を付した麵箱が、要証期間内に店舗内において顧客に見える状態で詰まっていた。
- ② 明星食品は、平成 23 年 11 月 1 日（要証期間外）にウェブサイト上でカップ麺を発売する旨のニュースリリースを公開した。本件カップ麺は、被告の代表取締役などがプロデュースしたものであり、包装には「池麺 KING KOONG」の標章が使用されている。本件カップ麺は、要証期間内には販売された事実は認められないが、ニュースリリースは要証期間内にも閲覧可能であった。
- ③ 被告のフェイスブック、X には被告の旧店舗の営業状況が記載されており、ブログには本件カップ麺が発売されたことが記載されている。投稿記事は要証期間内にも閲覧可能であった。

被告は、①の行為について、商標法第 2 条第 3 項第 5 号にいう「役務の提供の用に供する物に標章を付したものを行務の提供のために展示する行為」、および第 8 号の「役務に関する広告に標章を付して展示する行為」に該当すると主張。

②および③について、第8号の「役務に関する広告を内容とする情報に標章を付して電磁的方法により提供する行為」に該当すると主張。

しかし、裁判所は、『商標法上、商標の本質的機能は、自他商品又は役務の識別機能にあると解するのが相当であるから、法50条1項にいう「登録商標の使用」というためには、当該登録商標が商品又は役務の出所を表示し、自他商品又は役務を識別するものと取引者及び需要者において認識し得る態様で使用されることを要すると解するのが相当である』と判示した。

そして、「登録商標の使用」といえるためには、当該登録商標がその指定商品又は役務について何らかの態様で使用されていれば足りるとする被告の主張については、商標の本質的機能に照らし、採用できないと判断した。

その上で、「池麵 KING KONG」は旧店舗の名称であり、現在は「滝野川大勝軒」の名称で営業を行っている。本件店舗内における本件麺箱の積み上げ行為は、既に閉店した旧店舗において利用され、同店舗名が記載された本件麺箱が、異なる店名である本件店舗において利用され、本件店舗の隅に一時的に積み上げられていたということのみにとどまるものであるとし、本件麺箱の積み上げ行為は、その態様等に照らし、法2条3項5号及び8号の使用行為には該当しないと判断した。

また本件カップ麺のニュースリリース、及びフェイスブック等の投稿記事については、要証期間内の販売実績が存在しない商品に関するものであり、期間内に閲覧可能であったとしても、第8号の「役務に関する広告…を内容とする情報に標章を付して電磁的方法により提供する行為」には該当しないと判断した。

そして、これらの行為及び投稿記事につき、役務の出所を表示し、自他商品又は役務を識別するものと取引者及び需要者において認識し得る態様で使用されているとも認められないから、法50条1項にいう「登録商標の使用」に該当すると認められないとした。

以上より、請求不成立とされたA事件の審決を取り消し、請求成立とされたB事件およびC事件については、請求を棄却した。

#### ・寸評

旧店舗で使用されていた麺箱を新店舗で再利用していただけであり、役務の出所表示機能を果たすものではないことから、裁判所の判断は妥当と考えられます。

また、ウェブサイト上で閲覧可能であっても、要証期間以前に終売された商品に関する記事であれば、商品の出所表示としては機能せず、単に記事が残存していたという事実のみで使用行為に該当するとすれば、業務上の信用が化体していない商標を永続的に保護することになりかねず、適切とは言えません。要証期間内に閲覧可能であっても、要証期間内の「使用」とは認められないとする本判決は、商標の本質的機能に照らしても妥当な判断であると考えられます。

## ■審決紹介

商標「asahi」の2つの審判事例から見る商標の類否判断

— 商標の類否における外観の差異や周知性の考慮 —

(1) 審決日：令和7年11月4日 不服 2025-1975

### ・事案概要

本願商標（商願 2023-140528）	引用商標
 <p>35類：鶏肉及び鶏肉製品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供、商品開発の企画に関する相談、小売店の事業の管理又は運営、飲食店の事業の管理又は運営」</p>	<p>①登録 5946507号</p>  <p>35類：加工食料品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供、等</p> <p>②登録 5972879号</p>  <p>35類：飲食料品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供、等</p> <p>③登録 6001926号</p>  <p>35類：飲食料品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供、等</p>

### ・審決概要

審決においては、以下のように判断されました。

本願商標については、その態様からは、一見してどのような日本語に対応するものか明らかではないから、特定の觀念を生じず、称呼においては「アサヒ」の称呼を生じると認定されました。

一方、引用商標①は、視覚上、まとまりよく一体的に表されたものと認識されること等から、「サイクルベースアサヒ」の称呼が生じ、特定の觀念は生じないとされました。その上で、両商標は、觀念において比較し得ないものの、称呼において聞き誤るおそれがなく、外観において明確に区別し得るとして、非類似の商標と判断されました。

引用商標②については、文字部分からは、朝日が昇る図形部分とも相まって、文字部分と図形部分が密接に関連したものとの印象を与えるものであるから、「朝昇る太陽」の観念が生じ、「アサヒ」の称呼を生じるとされました。その上で、両商標は、称呼を同一にするものの、外観において明確に区別し得るものであり、観念も相紛れるおそれはないとして、非類似の商標と判断されました。

引用商標③は、視覚上、まとまりよく一体的に表されたものと認識されること等から、「スーパーシティアサヒ」の称呼が生じ、特定の観念は生じないとされました。その上で、両商標は、称呼において聞き誤るおそれがなく、外観において明確に区別し得るものであるとして、非類似の商標と判断されました。

(2) 審決日：令和7年1月4日 不服 2025-003244

#### ・事案概要

本願商標（商願 2023-140528）	引用商標（登録 653285 号）
 29類：豆乳、コーヒー風味の豆乳、保存処理・冷凍処理・乾燥処理及び調理をした果実及び野菜、代用牛乳、等	 29類：冷凍野菜（はくさい・かんらんを除く。）、冷凍果実（すいか・りんごを除く。）、油揚げ、凍り豆腐、豆腐、等

#### ・審決概要

本願商標は、1986年にコーポレートロゴとして採択され、酒類、飲料、食品等を取り扱う請求人に関するグループ企業により継続的に使用された結果、請求人の業務に係る商品であることを表示する際に用いるロゴマークとして我が国の一般消費者に広く知られているものであるから、請求人の周知商標としての「アサヒグループホールディングスのロゴマーク」の観念を生じるとして、本願商標は、「アサヒ」の称呼及び、「アサヒグループホールディングスのロゴマーク」の観念を生じるとされました。

引用商標は、「アサヒ」の称呼を生じ、特定の観念は生じないとされました。

その上で、両商標は、称呼を共通にするとしても、その外観の印象を異にするものであり、観念については相紛れることはないから、両者の外観、称呼及び観念等によって取引者、需要者に与える印象、記憶、連想等を総合して全体的に考察すれば、両商標は、互いに相紛れるおそれのない非類似の商標であると判断されました。

#### ・寸評

最初の審決（事例①）では、引用商標に他の構成要素が含まれている点や、外観上の相違が考慮され、非類似と判断されました。

次の審決（事例②）では、本願商標の周知性が考慮され、外観および観念の相違から非類似と判断されたものです。

近年の審査動向としては、事例①のように商標の主要部分が共通していても、外観の相違により印象が異なる場合には、非類似と判断される傾向が見受けられます。そのため、図形と組み合わされたロゴの登録のみでは、商標の要部である文字部分の保護が十分でないおそれがあることから、要部に該当する文字（例：ASAHI）についても、別途商標登録を行うことが肝要といえます。

事例②は、本願商標の周知性に基づき、出所の混同が生じないと判断された事案であり、この判断には一定の合理性が認められます。もっとも、引用商標の権利者の立場からすれば、同一の構成文字を含む商標が、後願であっても第三者によって使用され得ることを意味します。特に、経済力を有する大企業であれば、大規模な広告展開を通じて、同一または類似の商標を後から使用できる状況が生じるおそれがあり、これは先願主義の趣旨に反し、公平性を欠く結果となる可能性も否定できません。したがって、後願商標の周知性を根拠に、出所の混同が生じないとする主張については、今後もより慎重な判断が求められるものと考えます。



内容に関し、ご意見やご感想などございましたら、お気軽に<rinip@rin.or.jp>までお寄せください。