

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

第一 当事者の求めた裁判

原告は、「特許庁が昭和五一年審判第一四四一号事件について昭和五七年三月二四日にした審決を取消す。訴訟費用は被告の負担とする。」との判決を求め、被告は、主文同旨の判決を求めた。

第二 請求の原因

一 特許庁における手続の経緯

原告は、被告を被請求人として、昭和五一年二月二一日、被告が商標権者である登録第一〇九四九一五号商標（以下「本件商標」という。）について、商標登録の無効の審判を請求し、昭和五一年審判第一四四一号事件として審理されたが、昭和五七年三月二四日「請求人の申立は成り立たない。」との審決があり、その謄本は同年四月二六日原告に送達された。

二 審決理由の要点

本件商標は、DCCの欧文字を横書きしてなり、第二九類「茶、コーヒー、ココア、清涼飲料、果実飲料、氷」を指定商品として、昭和四六年三月一八日に商標登録出願され、昭和四八年八月二日に出願公告、昭和四九年一月一日に設定登録されたものである。

ところで、請求人（原告）は、本件商標は請求人がその代表者【A】のしていた個人営業を昭和三四年に承継し、引続きその営業としてコーヒー、ココア、紅茶について永年使用した結果、本件商標の登録出願の日前より需要者の間に広く認識されていたものであるから、商標法第四条第一項第一〇号の規定に違反して登録されたものである。そして、右のようにDCCの文字からなる商標は、請求人がコーヒー、ココア、紅茶について使用し、著名となつていものであるから、本件商標をその指定商品中「コーヒー、ココア、紅茶」以外の商品に使用するとき、その商品は請求人の業務に係る商品であるかの如く、出所の混同を生じさせるおそれがある。したがって、本件商標は、商標法第四条第一項第一五号の規定にも、違反して登録されたものであり、いずれにしても、本件商標は商標法第四六条第一項第一号の規定によりその商標登録を無効にされるべきものであると主張している。

そこで検討するに、請求人がDCCの文字からなる標章をコーヒー等に商標として使用した事実は、これを認めることはできるけれども、その商標が、本件商標の登録出願の日前より需要者の間に広く認識されていたとの事実までは認め難い。

そうすると、本件商標が、その登録出願の日前より需要者の間に広く認識されていたとする主張を前提として、商標法第四条第一項第一〇号及び第一五号の規定に違反して登録されたものであるとする本件審判の請求は理由がないから、本件商標の登録を無効とすべき限りではない。

三 審決取消事由

審決は、次のとおり、本件商標が、その出願の日前に原告の営業にかかるコーヒー、ココア、紅茶等の商品を示す商標として、需要者の間に広く認識されていたのに、その事実を看過して、商標法第四条第一項第一〇号の規定違反の登録無効事由を否定しているが、判断を誤つたものであり、違法であつて取消されねばならない。

（一）原告による商標の使用

原告の代表者【A】は、個人営業をしていた昭和二四年、大和コーヒー商会の商号を使用しコーヒーの販売業を開始して以来、DCCの商標を取扱い商品に使用してきており、昭和三四年に株式会社として設立された原告は、【A】の当時のコーヒー、ココア、紅茶、シロップ、清涼飲料の販売営業を承継し、その後も引続いてDCCの商標を自社の営業に係る喫茶店用の商品の販売に使用し、本件商標の登録出願時に及んだものである。

（二）取引の状況

原告がDCCの商標を使用して販売したコーヒー、ココア等の喫茶店用の商品の販売高は、会社設立後も漸増し、昭和四五年八月末決算において年商一億四千万円余、昭和四六年八月末決算において年商二億八百万円余に達していた。

そして、原告の取引先喫茶店に対するコーヒーの一回の取引量は、一キログラムないし二キログラムと大量ではなく、単価も一キログラム当り一、三〇〇円前後と高額でないので、上記の年商に対する喫茶店との取引は頻繁で取引回数は極めて多く、取引先にDCCを印象付けることが大きかった。

(三) 配達による販売

原告が右のとおり販売した喫茶店用コーヒーは、焙煎後日時を経過すると風味が変り、味が落ちることから、原告は、業界の慣習に従い、喫茶店等の取引先に対し、毎日あるいは隔日ないし二、三日おきに配達販売し、その際、DCCの商標を表示した車輛を使用し、DCCの商標を付した上着を着用した従業員がこれに当り、あわせて、コーヒー以外の紅茶、ココア、シロップ、清涼飲料等の商品をもその都度DCCの商標を表示した包装袋に詰めて販売し、また、納品書、領収書、注文受書等にもDCCの商標を付してこれを相手方に交付していた。その結果、DCCの商標が原告のコーヒー等の商品を表わす商標として多数の取引者、需要者に認識されるにいたつたことは明らかである。

(四) 広告

取引行為に関連した広告については、前(三)に記載したとおりであるが、右以外にも、多数回の新聞広告及び雑誌広告、数次の電話帳広告、多数回の喫茶店等の開店等の新聞折込チラシ広告及び取引先喫茶店の招待券広告、多数の喫茶店に備えるメニューに表示する広告、多数個所の屋外広告などにより、原告は、多種・多様、永年にわたり、DCCの商標は原告のコーヒー、ココア、紅茶、清涼飲料等の商品を示す商標であるとして、取引先、喫茶店に対し、また一般大衆にも宣伝広告してきた。

そして、原告の本社勘定による広告費は、昭和四四年九月三〇日より昭和四六年三月一六日までで二、三〇九、八五〇円であり、その広島支店勘定の広告費は、三、一二七、一三〇円であつて、この一八か月間の広告費の合計額は、五、四三六、九八〇円となり、一か月平均約三〇万円である。

(五) 販売の地域

原告がDCCの商標を使用して販売したコーヒー、ココア等の販売地域は、会社設立後も益々拡大し、本件商標の登録出願時には、広島全県下及びこれに隣接する山口県(岩国、光、徳山、防府等)、岡山県(笠岡、玉島、井原、総社)、島根県(松江)下の地域に及ぶ広範なものであつた。

そして、被告が本件商標を出願した昭和四六年三月当時、原告の広島全県下の全喫茶店に対する取引率(市場占有率)は、次の内訳が示すように、三〇%を下らなかつた。すなわち、昭和四五年における広島県喫茶環境衛生同業組合に加入している喫茶店数は七九九店であるところ、広島県下全喫茶店の約半数が右組合に加入しているとして、広島県内の全喫茶店数一五九八店、そのうち、原告の売掛台帳上に記載されている喫茶店数四七二店、ほかに現金取引店約五〇店であつた。また、広島県に隣接する山口県(岩国、光、徳山、防府等)、岡山県(笠岡、玉島、井原、総社)、島根県(松江)下の地域においても、前記と同様の市場占有率を有していた。

第三 被告の答弁

一 請求の原因一、二の事実は認め、同三の主張は争う。

二 審決の判断はすべて正当であつて、違法とすべき点はない。もともと、原告のDCCマークが商標として使用されたのは、「菱形枠付マーク」が主体であつた。

原告が本件商標をその登録出願前に使用していたと主張する商品、すなわち、コーヒー、ココア、紅茶は、そのほとんどが外国から輸入されているものであつて、日本国内ではほぼ全域に流通している商品であることは公知であるから、本件商標がその登録出願の時に原告の業務に係る商品コーヒー、ココア、紅茶等を表示するものとして需要者の間に広く認識されていたというためには、一県及びその隣接県の一部地域程度にとどまらず、少なくとも、北海道一円、九州一円、中国地方一円程度の相当広範囲な地域において、広く認識されていたことを要する。にも拘わらず、本件商標の登録出願時における原告の営業範囲は、単に広島県及び、その隣接県である山口県、島根県、岡山県の極めて僅かな一部という狭い地域にとどまるものであり、また、原告の主張を仮に援用してみても、広島県における喫茶店の約三〇%にとどまり、山口県、島根県、岡山県においては極めて僅少の喫茶店と取引があつたに過ぎない。

したがつて、原告が本件商標を商品「コーヒー」等に商標として使用していたとしても、右の程度の使用では、本件商標が、本件商標の出願の時に原告の業務に係

る商品コーヒー、ココア、紅茶等を表示する商標として需要者の間に広く認識されていたとは到底いいうるものではない。ましてや、著名であつたものではない。また、原告が使用したとする宣伝費は、ただ広島県内に限られていたものであつたし、中国地方を対象とする宣伝費としては微々たるものであつたに過ぎない。

以上のとおり、原告がいう菱形枠付D. C. C. マーク並びに菱形枠のないD C Cマークのいずれもが、商標法第四条第一項第一〇号もしくは同第一五号の規定にいう広く認識されていた商標に該当するものではないことは明らかである。

第四 証拠関係（省略）

理 由

一 請求の原因一、二の事実は当事者間に争いが無い。

二 そこで、原告主張の審決を取消すべき事由の存否について判断する。

成立に争いのない甲第二号証の一〇ないし一八、第三号証の一の一ないし四、第三号証の二・三、第三号証の四の一・二、第三号証の五・六、第三号証の七の一・二、第三号証の八、第三号証の九の一ないし三、第三号証の一〇の一・二、第三号証の一一、第三号証の一二の一ないし三、第三号証の一三、第三号証の一四の一ないし四、第三号証の一五、第三号証の一六の一・二、第三号証の一七、第三号証の一八の一ないし五、第三号証の一九の一・二、第三号証の二〇の一ないし六、第三号証の二二ないし二六、第三号証の二七の一・二、第三号証の二八の一・二、第三号証の二九の一ないし二二、第三号証の三〇・三一、第三号証の三二の一ないし三八、第三号証の三三の一・二、第三号証の三四、第五号証を総合すると、次の事実が認められる。

1 原告によるD C Cの表示を用いた商標使用の沿革と態様

原告代表者である【A】は、昭和二二年頃から神戸市でコーヒー加工販売の業を習得した後、昭和二七年、福山市において「ダイワ珈琲商会」の名で個人営業として独立し、商号の主要部「ダイワ」の語頭ローマ字の「D」と「コーヒーカンパニー」を示す略字「CC」を横に組合わせたD C Cを菱形の枠で囲んだものを、その事業上の商標と定めたが、昭和三三年ころまでは事業も小規模であり、営業範囲は福山市周辺に限られていた。そして、昭和三四年三月三十一日コーヒーの加工販売、喫茶店経営等を業とする原告会社が資本金を二〇〇万円として現在地に設立されたが、右【A】の個人事業を法人化したもので、右商標を受継ぎ、引続いて使用することになり、現在に及んでいる。

ところで、原告の営業内容をみると、輸入したコーヒ一生豆を荒挽きコーヒーに加工し、喫茶店、レストラン、鉱泉所等に販売することを主とし、他に紅茶、ココア、濃縮ジュース、喫茶材料等を喫茶店等に卸売していたが、荒挽きコーヒーは変質し易いため、一回に一キログラムないし二キログラム程度の量を週に二回位販売先に配達しており、昭和四五年一〇月からは福山市内に直営の喫茶店を開き、また、同市内のスーパーマーケット店舗内に焙豆の小売とコーヒー立飲みのコーナーを開設し、一般向けに業態を拡大した。そして、昭和四二年度中に二度増資され、資本金は六〇〇万円に、また、昭和四四年に九〇〇万円に増資され、会社設立当初からあつた倉敷市所在の支店のほか、昭和三四年ころから事実上の支店として取引を続けてきた広島市所在の広島珈琲株式会社を、昭和四二年に合併して広島支店とし、昭和四五年一〇月三十一日、現在の商号ダイワコーヒー株式会社に変更したが、当時の従業員数は福山本店が二名、広島支店が八名の規模であり、年間売上高は、昭和四四年度（昭和四五年八月末決算）が一億四四〇〇万円余、昭和四五年度（昭和四六年八月末決算）が二億八〇〇万円余に及んだ。こうして、原告の取引先喫茶店は、昭和四五年当時、主として瀬戸内周辺にわたつて、福山市周辺に約一六〇店、尾道市周辺に約一〇〇店、広島市周辺に約一〇〇店、呉市周辺に約八〇店、府中市周辺に約三〇店と、以上広島県下四七〇店前後、岡山県の笠岡市、井原市周辺及び総社市、倉敷市周辺に約四〇店、山口県の岩国市、徳山市、防府市、光市、萩市（一店）などに約一五店、そのほか日本海側の島根県益田市に卸商として一店が継続的掛売先としてあり、ほかに広島県、岡山県に現金取引先が約五〇店あつたので、原告は、同年ころの広島県下の少なくとも専門的ないわゆる喫茶店として推定される約一六〇〇店の約三〇パーセントと取引関係があつたわけであり、広島県下におけるコーヒー加工卸の市場占有率五割を超える被告に次いで、同地方における一〇社中、他社とともに二、三位を争う地位にあつた。

そして、この間におけるD C Cの表示を含む商標の使用態様をみると、おおむ

ね、次のとおりであつた。

(一) 原告は、遅くとも昭和三六年ころから、取引先に対する請求書、領収書のほか、納品書、物品受領書、封筒にその会社名と並べてD. C. C又はD. C. C. の文字を菱形で囲んだ標章を印刷して各取引先との間で授受し、配達するコーヒーは右同様の標章を印刷した袋に収納するを常とし、配達、集金にあたる従業員にはDCCを胸章もしくは腕章として付した制服を着用させ、同様の標章の入つた名刺を所持交換せしめ、配達、集金にあたる車輛にも同様DCCの表示を付していた。

(二) さらに、原告は、昭和三九年ころには、福山市の店舗屋外壁面にその会社名と前記菱形標章の入つた長大な看板を掲げ、昭和四三年ころには得意先の喫茶店の屋外にDCCの看板を原告の費用負担において掲げてもらうようになった。

(三) そして、原告は、昭和四一年ころから、福山市周辺で新規に開店する喫茶店の新聞広告(朝日、毎日、サンケイ各紙の広島県東部版、西日本ジャーナル、ぴんごスポーツ)に前記同様の標章を付し、協賛として名を連ねること、その回数には昭和四三年ころまでの間に延べ二〇回を下らなかつた。そのほか、新聞折込ないし配布によるとみられるちらしによる開店広告についても、その都度一万枚を下らないうちらし広告に前記同様の標章を表示させて協賛することが、新聞広告によるそれに劣らない回数に及んだ。また、喫茶店が開店に際し招待券を一〇〇枚ないし時には三〇〇〇枚に及ぶ程度配布する際にも、DCCの標章を自己の負担で表示させ、これに協賛したことも六件を下らない。取引先喫茶店のメニューに同様の標章を付させることもあつた。

なおまた、原告は、昭和四五年には広島県喫茶環境衛生同業組合発行の業界誌と関西地方で発行された業界月刊誌にDCCの欧文字の標章を入れた自社製品の広告を掲載し、昭和四三年度から、広島市周辺及び広島県東部版の各電話番号簿のコーヒー、紅茶の部に被告など同業者と並んで、D. C. Cの文字を菱形で囲んだ標章を付した広告を掲載し、昭和四五年一月には中国新聞の求人欄にDCCの標章入りで求人広告を出したこともあつた。

そして、前記のような各種のD. C. CないしDCCあるいはこれを菱形で囲んだ標章の広告表示の際に「文化人の飲料」、「広島県下一円を結ぶコーヒー食品の総合商社」等のキャッチフレーズを付することが少なくなかつたが、一定したものではなかつた。

(四) こうした前記のような標章使用を伴う広告宣伝費は、昭和四五年当時月額約三〇万円を下らないものであり、営業拡張の企業努力になみなみならぬものがあつた。

2 原告使用のDCCの表示を用いた商標の周知性の成否

成立に争いのない甲第三号証の三四、三五及び弁論の全趣旨によれば、コーヒーは、その原材料であるコーヒー豆を我が国で産出することができず、すべて輸入品に依存しており、その香りや味覚は品種により特徴があり、持味である芳香も荒挽きする際焙煎法により異なってくるものであるが、いわゆる専門的な喫茶店のみならず食堂、レストラン、グリル一般でも営業用に供され、一般家庭でも日常手軽に消費される嗜好品であつて、全国的に流通し、地域的嗜好特性も格別認め難い商品であることが認められる。しかも、原告製品が独自の原材料の独占、調合もしくは焙煎法、したがつてまた、これに基づく他と際立つた独特の風味をもつて知られているとの立証もない。

かかる全国的に流通する日常使用の一般的商品について、商標法第四条第一項第一〇号が規定する「需要者の間に広く認識されている商標」といえるためには、それが未登録の商標でありながら、その使用事実にかんがみ、後に出願される商標を排除し、また、需要者における誤認混同のおそれがないものとして、保護を受けるものであること及び今日における商品流通の実態及び広告、宣伝媒体の現況などを考慮するとき、本件では、商標登録出願の時に於いて、全国にわたる主要商圏の同種商品取扱業者の間に相当程度認識されているか、あるいは、狭くとも一県の単位商品取扱業者の半ばに達する程度の層に認識されていることを要するものである。

しかるに、前記認定事実によれば、原告の使用によつてDCCが、主として専門的な喫茶店をはじめとする当該継続的取引先の相当数の取扱業者の間に、原告の営業ないし原告取扱いのコーヒー等の商品を表示するものとして認識されていたことこそうかがわれるけれども、その主な販売地域である広島県下でも専門的な喫茶店

等に対する取引占有率は高々三〇パーセント程度に過ぎず、成立に争いのない乙第五号証ないし第七号証によつて認められる右以外の一般的な食堂、グリル、レストラン等の存在をも考慮すると、DCCを原告の業務に係る商品を表示するものとして認識していた同種商品取扱業者の比率は更に下まわるものといわねばならず、隣接県である山口県、岡山県等におけるそれらの比率は遥かに広島県に及ばないものであるから、商標法第四条第一項第一〇号に規定するような需要者の間に原告の業務に係る商品を表示する商標として広く認識されていたものとはいい難い。

したがつて、本件商標がその登録出願日前に原告の営業に係る商品を示す商標として需要者の間に広く認識されていたとは認められないとした審決の判断に誤りはなく、この認定事実を前提として、原告主張の無効事由の存在を否定した審決に、違法の点はない。

三 そうすると、本件審決の違法を理由にその取消を求める原告の本訴請求は理由がなく、失当として棄却するほかはない。よつて、訴訟費用の負担につき、行政事件訴訟法第七条、民事訴訟法第八九条の各規定を適用して、主文のとおり判決する。

(裁判官 荒木秀一 舟本信光 舟橋定之)