

審決

無効 2015-890035

英領マン島、アイエム9 2エイピー、バラサラ、マン島 フリーポート 3エイ アンド 3ピー
請求人 エフエムティーエム ディストリビューションリミテッド

東京都千代田区霞が関 1-4-2 大同生命霞が関ビル 15階
代理人弁理士 橋本 千賀子

東京都千代田区霞が関 1-4-2 大同生命霞が関ビル 15階
代理人弁理士 塚田 美佳子

東京都千代田区霞が関 1-4-2 大同生命霞が関ビル 15階 ホーガン・ロ
ヴェルズ法律事務所外国法共同事業
代理人弁理士 長谷 玲子

大阪府大阪市天王寺区舟橋町 5番 19号
被請求人 株式会社 ディンクス

大阪府大阪市北区堂島浜 2丁目 2番 28号 堂島アクシスビル インテリクス特
許法律事務所
代理人弁護士 岩坪 哲

大阪府大阪市北区堂島浜 2丁目 2番 28号 堂島アクシスビル 13階 インテリ
クス特許法律事務所
代理人弁理士 坂根 剛

大阪府大阪市北区堂島浜 2丁目 2番 28号 堂島アクシスビル 13階 インテリ
クス特許法律事務所
代理人弁護士 速見 稔祥

上記当事者間の登録第 5517482 号商標の商標登録無効審判事件につ
いて、次のとおり審決する。

結論

登録第 5517482 号の登録を無効とする。
審判費用は被請求人の負担とする。

理由

第1 本件商標

本件登録第 5517482 号商標（以下「本件商標」という。）は、別掲
のとおりの構成よりなり、平成 24 年 3 月 27 日に登録出願され、第 14 類
「時計、宝玉及びその原石並びに宝玉の模造品、キーホルダー、身飾品」を
指定商品として、同年 7 月 31 日に登録査定、同年 8 月 24 日に設定登録さ
れたものである。

第2 引用商標

請求人の引用する登録商標 3 件は、次のとおりである。当該商標権は現に
有効に存続しているものである。

1 引用商標 1

登録第 4978655 号商標は、「フランク ミュラー」の片仮名を標準
文字で表してなり、平成 17 年 3 月 25 日に登録出願、第 14 類「貴金属
（「貴金属の合金」を含む。）、宝飾品、身飾品（「カフスボタン」を含
む。）、宝玉及びその模造品、宝玉の原石、宝石、時計（「計時用具」を含
む。）」を指定商品として、同 18 年 8 月 11 日に設定登録されたものであ
る。

2 引用商標 2

登録第2701710号商標は、「FRANCK MULLER」の欧文字を書してなり、平成4年3月5日に登録出願、第23類に属する商標登録原簿に記載のとおりの商品を指定商品として、同6年12月22日に設定登録され、その後、同17年2月2日に第9類「眼鏡、眼鏡の部品及び附属品」及び第14類「時計、時計の部品及び附属品」とする指定商品の書換登録がされたものである。

3 引用商標3

国際登録第777029号商標は、「FRANCK MULLER REVOLUTION」の欧文字を書してなり、2012年（平成24年）3月13日に国際登録出願（事後指定），第14類「Precious metals, unwrought or semi-wrought; personal ornaments of precious metal; key rings [trinket or fobs]; services [tableware] of precious metal; kitchen utensils of precious metal; jewellery, precious stones, timepieces and chronometric instruments.」を指定商品として、平成25年5月2日に設定登録されたものである。

第3 請求人の主張

1 請求の趣旨

請求人は、本件商標の登録を無効とする、審判費用は被請求人の負担とする、との審決を求め、その理由を要旨、次のように述べ、証拠方法として、甲第1号証ないし第214号証（枝番を含む。）を提出している。

2 請求の理由

（1）商標法第4条第1項第11号の該当性について

ア 本件商標

本審判請求にかかる登録第5517482号商標（以下「本件商標」という。）は、別掲のとおり、やや手書き風の「フランク」の片仮名及び「三浦」（「浦」の漢字の右上の点を消去してなる。以下、同じ。）の漢字を横書きしてなる。本件商標は、「浦」との文字は右上の点がなくとも通常一般人には「ウラ」との称呼が生じ、「三浦」が日本の地名や人名として一般的であることから「フランクミウラ」という称呼を生じる。そして、観念については、いずれの商標も人名を構成要件とし、特に、フランクとの名前を有する人名をイメージする。

イ 引用商標

引用商標1は、「フランク ミュラー」の片仮名を標準文字で表したもので、引用商標2は「FRANCK MULLER」の欧文字を書したものであり、引用商標3は「FRANCK MULLER REVOLUTION」の欧文字を書したものである。

引用商標1及び引用商標2は、それらの構成文字に相応して、「フランク ミュラー」との称呼が生じ、観念については、いずれの商標も人名を構成要件とし、特に、フランクとの名前を有する人名をイメージする。

引用商標3は、その後半の「REVOLUTION」が商品のヴァージョンを示す場合もあり、全体としては長い称呼を有し、また、結合商標の前半の「FRANCK MULLER」の文字は特に顕著であり、引用商標3の特徴的な部分いえるから、その前半が切り離され、「フランクミュラー」との称呼が生じる。そして、引用商標3の前半部分から、フランクとの名前を有する人名をイメージする。

ウ 本件商標と引用商標との類比

（ア）称呼について

本件商標から生じる「フランクミウラ」と引用商標から生じる「フランク ミュラー」の称呼を対比すると、両称呼は、第五音目からの「m i · u」と「my u」のそれぞれ中間の母音、及び語尾における長音と短音の差異しかなく、需要者の通常有する注意力を基準として本件商標と引用商標の称呼は極めて類似し相紛らわしい。

（イ）外観について

本件商標と引用商標1とは、両商標の前半の「フランク」の片仮名はほぼ同一であり、「三浦」と「ミュラー」との相違しか存在しないので、両商標は、外観上、「著しく相違することその他取引の実情等によって、なんら商品の出所に誤認混同をきたすおそれの認めがたいもの」とまではいえない。

本件商標と引用商標2及び引用商標3とは、引用商標2は「FRANCK MULLER」との欧文字からなるものであり、引用商標3は、その構成中の特徴的な部分は上記（1）イのとおり「FRANCK MULLER」の欧文字部分であるから、本件商標のやや手書き風の「フランク三浦」とは、相違があるとしても、「著しく相違することその他取引の実情等によって、なんら商品の出所に誤認混同をきたすおそれの認めがたいもの」とまではいえない。

（ウ）観念について

観念については、いずれの商標も人名を構成要件とし、フランクとの名前を有する人名をイメージする。そして、本件商標中の「三浦」が一般的な日本人の名字であってもその語感と日本では一般的ではないフランクという外国の名前から続くことによって著名な時計あるいはその制作技術者であるフランク・ミュラーを連想させる。

(エ) 指定商品の類比

引用商標1との関係では、本件商標の指定商品中「時計、宝玉及びその原石並びに宝玉の模造品、身飾品」が明らかに類似する。「キーホルダー」についても身飾品と同様に身に着けるものでアクセサリー売り場など身飾品一般の取引と同一の場所と機会において取引されるから類似の商品といえる。

次に、引用商標2との関係をみると、本件商標の指定商品中「時計」が明らかに同一又は類似する。

さらに、本件商標の指定商品中「時計」、「宝玉及びその原石並びに宝玉の模造品」、「キーホルダー」及び「身飾品」は、引用商標3との関係において明らかに同一又は類似する。

エ 小括

本件商標と引用商標とは、その外観、観念、称呼等によって取引者に与える印象、記憶、連想等を総合して全体的に考察した上で酷似するといえる。特に、請求人の商品はオフィシャルストアのみで販売されるため、被請求人の製品と並列して販売されることは無い。そのため、消費者は本件商標と引用商標1の両方を比較することはほぼなく、それら商標の間に生じる細微な相違点を比較しないため、各商標の称呼及び観念が酷似する点から出所の混同が生じ得る。

しかも、本件商標と引用商標の指定商品とは、同一又は類似するものである。

したがって、本件商標は、商標法第4条第1項第11号に該当する。

(2) 商標法第4条第1項第10号の該当性について

ア 請求人使用商標の周知性について

請求人の代表的商標である「フランク ミュラー」（「フランク・ミュラー」と前半の文字と後半の文字を「・」（中点）を介してなるものを含む。以下、同じ。）の文字からなる商標と、これの語源となった

「FRANCK MULLER」の文字からなる商標とは、請求人の代表的商標であって、請求人の業務にかかる時計宝飾品の製造・販売を表示するものとして、需要者の間で広く認識されている。そして「フランク ミュラー」商標は、請求人商品の日本における宣伝広告、商品の紹介においてはほとんどに表記されている（これら「フランク ミュラー」商標及び

「FRANCK MULLER」商標をあわせていう場合は「請求人使用商標」という。）。（甲38ないし甲198）。

技術者フランク・ミュラーは、スイス国ジュネーヴにおいて時計作りをはじめ、1991年に「FRANCK MULLER」ブランドを立ち上げ、大小伸縮した特徴ある数字が並べられている文字版を用いたトノウ型（略楕円形）の複雑な機能付き腕時計等の製造販売をすることにより、立ち上げ当初より高性能・高品質の高級時計メーカーとして名を馳せ、世界6か所の製作所で年間4万5千本の時計を制作し100か国以上の国で48の専門店と600以上の販売拠点を有するなど世界での不動の地位を築いた（甲36及び甲37）。

日本進出は1992年からである（甲39の2）が、1990年に「家庭画報別冊宝飾品と高級時計」において大々的に取り上げられたことを皮切りに（甲41）当時は直営店を展開、1998年に日本においてワールド通商株式会社（WORLD COMMERCE CORPORATION）と腕時計について輸入代理店契約を締結し、2002年には「フランク ミュラー」の宝飾品を販売している（甲42）。

日本において、請求人は、請求人使用商標の日本語表記である「フランク ミュラー」の商標を宣伝広告、及び商品紹介において使用してきた（甲38ないし甲198）。フランクミュラーの日本における広告宣伝費用は、1998年から2000年までは1年で平均約8,000万円、2001年以降は1億8000万円、2003年以降は4億円程度となっている。2012年には6億円以上の費用を日本での販促活動に費やしている（甲208）。また、フランクミュラーの時計の日本での売り上げは1998年以降着実に伸びており、1998年には10億円だった売上が、2000年には15億円、2001年には約28億円、2002年には約49億円と増加し、2003年以降は毎年平均して60億円を超える売り上げを記録している（甲208）。さらに、請求人は、国内店舗数約45件、雑誌への広告等の掲載回数は約年間145回を数え（甲43）、当時の雑誌においても著名人がN。1ウォッチとして商品を紹介したり（甲44、甲45号及び甲197）、一般紙で他の有名ブランド（ルイ・ヴィト

ン, ショーメ, ダッヂ, エルメス, コーチ, オメガ, シャネル, ティファニー等)と並べて紹介されたり(甲46ないし甲52), 時計専門誌においては時計10大ブランドの一つに数えられている(甲53)。各種雑誌で請求人商品の特集が組まれ, 一般紙男性向けの媒体においてはその機能性やスタイルを(甲54ないし甲57), 女性向けの宣伝媒体においては, 宝飾デザイン性の高い商品群を中心に掲載(甲58ないし甲60他), さらに, 海外での自らが主宰する世界高級腕時計展(WPHH)が一般ファッショントレンドで紹介されるなどされ(甲61及び甲62他), トップブランドとして名を知らしめている(甲63及び甲64他)。特に, 2011年はブランド創設20年の節目であり, 日本においても広告宣伝に力を入れており, 国内でもVIP顧客やプレス向けパーティー等のイベント年間約4回(甲198)が開催され, 請求人の業務にかかる時計宝飾品の製造・販売を表示するものとして, 本件商標の出願日(平成24年3月27日)には, すでに需要者の間で広く認識されていたことは明らかである。

さらに, 請求人は, 当時, 代表的な腕時計のデザインを模した宝石の指輪, ネックレス等の身飾品を販売していた(甲66及び甲67)ほか, 請求人商品のデザインを模した携帯の待ち受けを提供したり(甲56), iPhoneカバーを製作したり(甲68他)するなど, その進出分野は時計宝飾品に限られない。

イ 本件商標と請求人使用商標との類比

本件商標は, 上記2(1)アのとおり, 「フランクミュラー」の称呼を生じ, 観念については, フランクとの名前を有する人名をイメージする。

請求人使用商標からは, その構成文字に相応して「フランクミュラー」の称呼を生じ, 上記2(1)イの引用商標と同様にフランクとの名前を有する人名をイメージする。

そうすると, 本件商標と請求人使用商標とは, 上記2(1)ウの引用商標と同様に, 称呼について, 両商標は, 相紛らわしい。

さらに, 観念については, いずれもフランクとの名前を有する人名をイメージし, 本件商標中の「三浦」が一般的な日本人の名字であってもその語感とフランクとの名前から続くことによって著名な時計あるいはその制作技術者であるフランク・ミュラーを連想させる。

そして, 外観については, やや手書き風の本件商標と請求人使用商標の日本語表記である「フランク ミュラー」商標とは, 両商標前半の「フランク」は同一で, 「ミュラー」と「三浦」との相違しか存在せず, その商標の類似性を否定するほどのものではない。

さらに, 本件商標と請求人使用商標の欧文字表記である「FRANCK MULLER」商標とは, 外観については, 欧文字と片仮名及び略漢字の日本語表記という外観上の差異はあるものの, 「著しく相違することその他取引の実情等によって, なんら商品の出所に誤認混同をきたすおそれの認めがたいもの」とはいえない。

したがって, 本件商標と請求人使用商標とは, 外観については若干の差異あるものの極めて軽微であり, 称呼において相紛らわしいから, 両商標はその外観, 観念, 称呼等によって取引者に与える印象, 記憶, 連想等を総合して全体的に考察した上で類似するといえる。

ウ 商品の類比

請求人商品は, 時計がその中心を担っているが, その時計は, 特徴あるデザイン性を追求し, あるいは宝石をちりばめた商品群がある(甲35)など, その使用実態は宝飾品といって過言ではない。

これに対して, 本件商標の指定商品は, 「時計, 宝石及びその原石並びに宝石の模造品, キーホルダー, 身飾品」であり, 「宝石及びその原石並びに宝石の模造品, 身飾品」と宝飾品は類似の商品であり, 「キーホルダー」についても身飾品と同様に身に着けるものでアクセサリー売り場など身飾品一般の取引と同一の場所と機会において取引されるから類似の商品といえる。

よって, 本件商標の指定商品はすべてにおいて請求人使用商標の使用されている商品と同一又は類似の関係にあり商標法第4条第1項第10号に該当する。

エ 小括

以上のとおり, 本件商標は, 請求人の業務にかかる時計宝飾品等の製造・販売を表示するものとして, 需要者の間で広く認識されている請求人使用商標に類似する商標であって, その商品と同一又は類似する商品について使用するものであるから, 商標法第4条第1項第10号に該当する。

(3) 商標法第4条第1項第15号の該当性について

本件商標と請求人使用商標との類似性については, 上記(2)イのとおりであり, 称呼, 外観, 観念の総合判断の観点からしても, 両商標は, 類似する商標といわざるを得ない。

そして, 請求人使用商標は, 上記(2)アのとおり, 請求人の業務にかかる時計宝飾品の製造・販売を表示するものとして, 需要者の間で広く認識さ

れている。

請求人使用商標の「フランク ミュラー」あるいは「FRANCK MULLER」の名称は、そもそも、時計技師の個人名に由来しており、フランクという部分から外国人の名前と認識されるとしても、人物の名称として日本においてあまりなじみがなく、識別力は高い。

加えて、上記（2）アのとおり、請求人使用商標の日本における知名度は請求人の業務にかかる時計宝飾品の製造・販売を表示するものとして、本件商標登録出願当時すでに需要者の間で広く認識され著名の域に達していることは明らかであり、請求人使用商標の出所表示力は極めて強いものである。

さらに、本件商標の指定商品と請求人商品については、上記（2）ウのように、請求人商品は時計がその中心を担っているが、その使用実態は宝飾品といって過言ではない。現に、請求人商品はデパートの時計宝飾サロン、時計・宝飾売場、ジュエリー＆ウォッチコーナー（甲36）等で店舗や専用の販売スペースを構えて販売されており、これらは時計に限られたものではなく宝飾品一般の取引と同一の場所と機会において取引されている。雑誌掲載においても、時計宝飾品として宝飾品と同一需要者を対象としている。

これに対して、本件商標の指定商品は、「時計、宝玉及びその原石並びに宝玉の模造品、キーホルダー、身飾品」であり、請求人商品である宝飾品とは関連性の高い商品である。

以上のとおり、請求人使用商標は、本件商標登録出願当時、すでに全国的に周知著名であり、本件商標を付した商品は、請求人の業務にかかる商品であると誤認され、その商品の需要者が商品の出所について混同を生じるおそれがあるものであるから、商標法第4条第1項第15号に該当する。

（4）商標法第4条第1項第19号の該当性について

ア 本件商標と請求人使用商標との類似性について

本件商標と請求人使用商標との類似性については、上記（2）イのとおりであり、称呼、外観、観念の総合判断の観点からしても、本件商標と請求人使用商標は類似する商標といわざるを得ない。

イ 不正の目的について

被請求人は、インターネット上及び店舗（甲201ないし甲203）で、主として本件商標を付した、請求人商品と酷似した時計を複数、販売している（以下「被請求人商品」という）。具体的には、インターネットを通じて交流するためのソーシャルサイトであるFacebookにおけるフランク三浦販売事業部のページを2013年（平成25年）10月に立ち上げている（甲204）。また、インターネットにおけるブログ交流サイトamebloの『フランク三浦』販売事業部のページには、遅くとも2012年（平成24年）10月29日付で先週1000本卸した旨の記載がある（甲205）。

したがって、被請求人が本件商標の登録された2012年（平成24年）8月24日のすぐ後に販売活動を開始していることからすると、本件商標が出願された2012年（平成24年）3月27日より、かかる模倣品を販売する意図は明確だったものといえる。

しかも、被請求人商品は、自らが「パロディーウオッチ」（甲200）と述べているように、「フランク ミュラー」製品の特徴を意図的に模したものであり、販売されている商品のラインナップは、請求人の代表作ともいえるトノウ型（略楕円形）や略長方形の本体に変形算用数字を用いた文字盤を使用した製品が中心となっており、商標を付している部分も請求人商品において表示されている部分とほぼ同一である。また、被請求人商品の文字盤のデザイン及び色彩は、請求人商品の特徴とほぼ同一のものを用いている。それにもかかわらず、品質は劣悪で、手書き風の商標は品質をさらに粗悪なものと連想させるほか、商品への記載も「完全防水」などとふざけたとしかいよいのがないものがある。時計製作者の説明についても、フランク・ミュラー自身、「ジユネーブの若き天才時計師」と評されていることを嘲笑うかのように、「天才時計師フランク三浦が放つパロディーウオッチシリーズ」と銘打ち、販売している。したがって、被請求商品は、請求人商品の形態を模倣するものであることは明らかである（甲209及び甲212）。

被請求人は、そのウェブサイト（甲213）において、自らがプロジェクト実行者となって「フランク三浦とは、謎の天才時計技師・フランク三浦が立ち上げた、超一流腕時計ブランド」と宣伝し、さらに、「某有名時計ブランドと全く無関係ながらも『常識にとらわれない大胆な発想』と『目を疑うほど攻撃的なデザイン』が話題」と記載している。これは、まさに請求人のウェブサイト内「story」におけるブランド「FRANCK MULLER」創設ストーリー（甲37）を模倣した紹介文である。以上から、被請求人商品のセールスポイントは、そのすべてにおいて請求人の引用商標等の著名性からなる顧客吸引力を利用しておおり、これにただ乗りする意が表れている。次に、被請求人商品が一般消費者の間において如何に受止められているかを見ると、ウェブサイト上には、「『何これ？フランク・ミュ

ラーのバッタもん?』と思ったそのあなたにお伝えします。」や「価格は4000円程度のものが主流ながら、フランク・ミュラーそっくりの文字盤の中央に、堂々と「フランク三浦」と記したその姿!」(甲214)といったように、請求人商品の特徴や引用商標等の著名性を話題づくりに利用している。

これらの行為はすべて、請求人が築き上げた時計業界を代表するようなトップブランドとしての名声にただ乗りし、その価値をおとしめるものに他ならない。

現に、YAHOO! JAPANニュースでは「各界の著名人も愛用するパロディー腕時計“フランク三浦”ってなんだ?」とのタイトルのもと「時計好きならずとも、どこかで見たことのあるだろう特徴的デザイン。」と評し、「フランク・ミュラーのバッタもん?」と一般的な受け止め方を記載していたり(甲206)、ウェブページ上では、「じわじわと人気が出ている時計ブランドフランク三浦【フランク・ミュラーのばったもん】」と記載され、「パッと見だと本当にかっこいい」と請求人商品と酷似した商品について評価されていたりする(甲207)。

したがって、明らかに、被請求人は請求人の商標及びその特徴たるデザインに酷似させており、被請求人が本件商標を使用した場合、請求人使用商標に化体した信用、名声、顧客吸引力等にただ乗りし、これを毀損させるおそれがあることは明らかであり、請求人の周知な商標と類似する商標を不正な目的をもって使用するものといえる。

工 小括

以上のとおり、請求人使用商標は、日本国内及び世界中に広く認識されており、本件商標は、請求人使用商標と極めて類似する。また、被請求人は、請求人商品と外観の類似する劣悪な廉価商品を販売するなど、請求人の著名となっている請求人使用商標に化体した信用、名声、顧客吸引力にただ乗りし、これを毀損させる不正の目的を有することは明白である。

よって、本件商標は、商標法第4条第1項第19号に該当する。

3 まとめ

以上のとおり、本件商標は、商標法第4条第1項第10号、同項第11号、同項第15号及び同項第19号に該当する。

第4 被請求人の主張

1 答弁の趣旨

被請求人は、結論同旨の審決を求め、答弁の理由要旨を次のように述べ、証拠方法として乙第1号証ないし乙第10号証を提出している。

2 答弁の理由要旨

(1) 商標法第4条第1項第11号の該当性について

ア 外観について

本件商標は、別掲のとおり、手書き風の文字で「フランク」という片仮名4字及び「三浦」という漢字2字で構成され、その構成中の「浦」の漢字は右上の点がなく、本件商標は、当該漢字が、外観上の特徴である手書き風の文字と相俟って、看者に「不正確な日本語記載」であるとの印象を与えるものであるのに対し、引用商標1は「フランク ミュラー」という片仮名8字で構成されている。一見して明らかなどおり、両商標の後半部分は全く別の文字で構成されており、両商標の外観は大きく異なる。

引用商標2は、「FRANCK MULLER」という欧文字12字で構成されている。一見して明らかなどおり、本件商標と引用商標2とは、全く別の文字で構成されており、両商標の外観は大きく異なる。

引用商標3は、「FRANCK MULLER REVOLUTION」という欧文字22字で構成されている。一見して明らかなどおり、本件商標と引用商標3とは、全く別の文字で構成されており、両商標の外観は大きく異なる。

イ 称呼について

本件商標の称呼は「フランクミウラ」であり、引用商標1及び引用商標2の称呼は「フランクミュラー」である。

本件商標は前半部分が「フランク」という片仮名で後半部分が「三浦」という漢字部分であることに伴い、その称呼は、「フランク」という前半部分と「ミウラ」という後半部分で明確に区切られる。一方で、引用商標1及び引用商標2の称呼は、両商標の構成文字がそれぞれ全て片仮名又はローマ字からなるため「フランクミュラー」と一気に称呼される。この点で称呼は大きく異なる。

これと関連し、本件商標においては、「フランク」中の「ラ」の部分と「三浦」中の「ミ」の部分に2回アクセントが来るのに対し、引用商標1及び引用商標2では「フランク」は平坦に発音され「ミュ」の部分にアクセントが来る。この点でも称呼は大きく異なる。

さらに、「ミウラ」は三音節であるのに対し、「ミュラー」は二音節であり、後半部分の音節数が明確に異なる。また、請求人も認めるとおり語尾が長音か短音かも異なる。

したがって、両商標の称呼を需要者が聞き比べた場合、その違いは明確であり、両商標の称呼が同一または類似しているとはいえない。

また、引用商標3が「FRANCK MULLER」と「REVOLUTION」という部分に可分であることは積極的に争わないが、引用商標3の「FRANCK MULLER」部分の称呼は引用商標2と同様であるから、上記の称呼の比較と同様の議論があてはまる。

ウ 観念について

引用商標は、外国人の人名と認識され、一般には「Franck Muller（フランクミュラー）」という名前の人物が想起され、かかる観念を生じる。また、舶来の高級腕時計に精通した需要者であれば、スイスの著名な時計制作者であるFranck Muller氏または同氏が関係する時計ブランドを想起することもあるかもしれない。

一方、本件商標は、その構成中の「浦」の漢字は右上の点がないが、全体としては「フランク三浦」と理解することができる。

「フランク三浦」は、請求人も述べるとおり、人名を表すものと理解されるが、想起される人物は引用商標と大きく異なり、本件商標からは、「三浦」という姓の日本人で「フランク三浦」という芸名・リングネーム等の別名を名乗っている人物又は日本人と外国人のハーフやクオーターもしくは「三浦」姓になった外国人といった人物が観念される。

両商標の観念を比較すると、本件商標は上記のとおり「三浦」という姓の日本人で「フランク三浦」という芸名・リングネーム等の別名を名乗っている人物または日本人と外国人のハーフやクオーター、もしくは「三浦」姓になった外国人といった人物を観念させるのに対し、引用商標は

「Franck Muller（フランク ミュラー）」という名前の一般的な外国人（日本人とのハーフやクオーターという印象は生じない）または、Franck Muller氏もしくは同氏が関係する時計ブランドを観念させるのであり、その観念は明確に異なる。

仮に、本件商標からスイスの著名な時計制作者であるFranck Muller氏または同氏が関係する時計ブランドを連想する需要者がいたとしても、Franck Muller氏を知っている当該需要者であれば、同氏やその時計ブランドの持つ世界的評価、高級感、精密性を少なくとも認識していると考えられる。そのような認識を持つ需要者が、同氏やその時計ブランドが「フランク三浦」という日本人と外国人とのハーフ又はクオーターのような氏名または名称、あるいは日本人による外国かぶれ風の名称またはリングネームもしくは芸名のような名称を付け、本件商標のような拙い筆跡や誤字のある標章を用いるとはおよそ考えない。本件商標からFranck Muller氏や同氏が関係する時計ブランドを連想する需要者が仮に万一居たとしても、そのような需要者は本件商標について

「Franck Mullerに由来する完全に別の物」と当然に看取できるのであって、本件商標からFranck Muller氏もしくは同氏が関係する時計ブランドそのものを観念させることはおよそ考えがたい。本件商標は、Franck Muller氏や同氏が関係する時計ブランドを連想する需要者に対しては、同時に、Franck Muller氏や同氏が関係する時計ブランドとは全く異なる別物であることを明瞭に観念させるものであることは明白である。

したがって、本件商標と引用商標の観念は全く異なる。

エ 小括

以上のとおり、本件商標と引用商標は、外観、観念、称呼のいずれも相違しており（とりわけ、外観及び観念は全く異なっている）、需要者に対して、商品の出所について誤認混同を生じるおそれはない。

（2）第4条第1項第10号の該当性について

ア 請求人使用商標の周知性について

本件商標の指定商品と請求人使用商標が使用されている請求人商品が、FRANCK MULLERというブランドの時計を表示するものとして需要者の間に広く認識されている事実は争わない。

イ 本件商標と請求人使用商標との類比

請求人使用商標は、引用商標1及び引用商標2とほぼ同一の標章である（字体のみ違いがある）。本件商標と請求人使用商標とは、上記（1）と同様の理由により、類似しない。

ウ 商品の類比

被請求人は、FRANCK MULLERというブランドの時計が宝飾品と同様の舶来高級品である事実を争わない。

請求人は、「『キー・ホルダー』についても、身装品と同様に身に着けるも

のでアクセサリー売り場などに身装品一般の取引と同一の場所と機会において取引されるから類似の商品といえる。」と主張する。

しかしながら、請求人提出の各証拠を見ても、時計宝飾品以外の商品について請求人使用商標が需要者の間に広く認識されている事実は認められない。

そして、デパートの時計宝飾サロン等で販売される時計宝飾品とキーホルダーが「同一の場所と機会において取引される」との事実は認められず、請求人の主張は根拠がない。

したがって、本件商標の指定商品のうち「キーホルダー」は、請求人商品と類似しない。

工 小括

以上のとおり、そもそも本件商標と請求人使用商標とは類似しないので、本件商標は、商標法第4条第1項第10号に該当しない。

また、本件商標の指定商品と請求人商品は完全には類似しないから、この点でも本件商標は、商標法第4条第1項第10号に該当しない。

(3) 商標法第4条第1項第15号の該当性について

ア 本件商標と請求人使用商標の出所の混同について

本件商標と請求人使用商標とは、上記(2)イのとおり、外観、観念、称呼が大きく異なるので、両商標が類似することを根拠として出所の混同が生じているとする請求人の主張は成り立たない。

そもそも、商標法第4条第1項第15号は、具体的な出所の混同が生じていることを要件としているのであって、引用商標と類似していることが直ちに出所の混同の根拠となるわけではなく、請求人の主張は、第4条第1項第15号の主要事実である「具体的混同」に窮したうえでの単なる憶測にすぎないというべきものである。

上記、本件商標と請求人使用商標類似しないが、それでもなお、出所の混同が生じていると請求人が主張するのであれば、これについては、以下のような理由により出所の混同が生じるおそれはない。

被請求人商品は、甲第200～204号証に掲載されているとおり、文字盤中央に「フランク三浦」という本件商標が記載されており、請求人商品の模造品や海賊版（需要者に請求人商品の時計そのものであると誤認させて購入させる商品）ではなく、全く異なるパロディーウオッチであることが明確となっている。

被請求人商品は、文字盤の本件商標のみならず、そのケース部分の裏面には漢字で「大型初号機（改）」「一流店限定」「完全防水」等の記載がなされ（乙1、甲206），ウォッチに徹しており、需要者が請求人商品の時計と出所を混同して購入することなど一切ないように使用されている。

さらに、請求人商品の時計の100分の1～1000分の1の廉価で販売しているがゆえに（例えば甲65及び甲200），その製造原価も桁違いに少なく、それゆえ、時計本体の質感は、FRANKMULLERの時計とは比べものにならないものとなっている。

一方、請求人商品の時計は、上記第3(2)アで請求人自身が自認するところ、その性能、品質、価格、販売場所、販売方法等において被請求人商品とは大きくかけ離れた存在であり、取引の実情が大きく異なる。

また、上記のような請求人商品の時計とは性能、品質、価格、販売場所、販売方法等において被請求人商品とはかけ離れているという取引の実情及び引用商標と類似しない独自の本件商標などと相俟って、被請求人商品は請求人商品とは明らかに別のものとして需要者に広く認識されている。換言すれば、ユーモアないしギャグの観点から、独自の価値あるブランドを、被請求人は独自に創作したものである。

その証左として、一本数百万円という高価な請求人商品の時計の需要者足り得る著名人（芸能人、スポーツ選手、経済人）が次々と、請求人商品の時計と別物と分かりながら、被請求人商品を購入し、愛好している（乙2）。被請求人が提出した嘆願書（乙3）において、署名した著名人らは、「私

（達）は、フランク三浦の時計をフランク・ミュラー社の時計と間違えて購入、使用しているのなく、両者の違いを明確に区別した上でそのユーモアを楽しんでいます。フランク三浦の時計は、フランク・ミュラー社の高級時計に対する羨望の眼差しを注ぎつつ、全く異なる次元での時計の楽しみ方を与えてくれるものです。」と述べている。

したがって、被請求人商品の取引の実情を考慮しても、本件商標に対する現実の需要者の認識を考慮しても、本件商標が請求人使用商標と出所について混同を生じていないし、そのおそれもあり得ない。

なお、乙第6号証には、FRANKMULLERの代理店であるワールド通商株式会社（甲第42号証）の広報担当者に取材した内容が記載されているが、同担当者も、被請求人商品について「否定的にはとらえていません。フランク・ミュラー自体、業界の概念を覆す奇想天外な発想で世に出てきた時計ですから。方向性は全く違いますが…」と述べており、混同が生じ

るおそれがないことは明白である。

イ 本件商標が周知性を獲得していることについて

上記アのとおり、本件商標は、請求人使用商標と全く異なるものとして需要者に認識されているが、本件商標の持つ高いユーモア性が評価され、本件商標自体が需要者に広く認識されることに成功している。

被請求人商品は、著名人を含む多数の人が愛好しているのみならず（乙2及び乙3），多くの雑誌やインターネット媒体で紹介され（乙4～乙10），被請求人を示すものとして周知の商標となっている。

被請求人商品は、請求人商品とは全く別の独自の価値が化体するに至っており、本件商標は、被請求人の業務と混同を生じさせるものではなく、被請求人商品の需要者もそのことを十分に認識し、請求人商品ではない点にこそ価値が見出されているのである。

ウ 小括

以上のとおり、本件商標と請求人使用商標とは非類似の商標であり、被請求人商品と請求人商品とは、取引の実情及び需要者の認識の相違、さらには、本件商標自体が独自の周知性を獲得していることからすると、本件商標が、請求人の業務と混同を生じるおそれはおよそ認められない。

したがって、本件商標は、商標法第4条第1項第15号に該当しない。

（4）商標法第4条第1項第19号の該当性について

ア 本件商標と請求人使用商標との類似性について

本件商標と請求人使用商標とは、上記（2）イのとおり、外観、観念、称呼が大きく異なるので、両商標は、類似しない。

イ 「不正の目的」について

上記アのとおり、本件商標と請求人使用商標とは、非類似の商標であり、被請求人商品と請求人商品とは、取引の実情及び需要者の認識の相違、さらには、本件商標自体が独自の周知性を獲得していることからすると、本件商標を付した商品が、請求人の業務と混同を生じるおそれはおよそ認められない。

したがって、本件商標は、請求人使用商標に化体した信用や名声、顧客吸引力が毀損されるおそれがないことは明白である。

需要者が、本件商標を理由として、引用商標に化体した信用や名声を低く考えたり（信用や名声の毀損），請求人商品を購入しなくなったり（顧客吸引力の毀損）といった事態が生じることは考えがたい。すなわち、被請求人商品の品質が請求人商品より低かったとしても、それは被請求人商品であるからと需要者は理解するのであり、請求人商品の品質や名声が低くなるとは誰も考えない。

また、本件商品が付された製品はあくまでパロディーウオッチであり、ジョークとして使用されるのが一般的であって、請求人商品とは着用する用途、場面が重ならない。したがって、被請求人商品があるために請求人商品の販売数が低下することもあり得ない。

さらに、請求人は、被請求人商品が請求人商品の「模倣品」であると主張する。

しかしながら、本件商標を付した商品は模倣品ではない。模倣品であれば形状、態様、質感等をどれだけ請求人商品に似せるかということが意図されるが、被請求人商品は、請求人商品とは別物となるような性能、品質、価格、販売場所、ユーモアに徹した付属説明等の販売方法があえて意図され、採用され、デザインされている。被請求人商品は、独自の価値を有する一つの商品なのであり、著名人をはじめとする多くの人に被請求人商品の価値が認められている。その独自の価値を無視して、被請求人商品に対し「模倣品」との蔑称を与える請求人の主張こそ、被請求人の名誉を不当に害するといわざるを得ない。

請求人は、本件商標が「引用商標に化体した信用、名声、顧客吸引力等にただ乗り」する目的があると主張する。しかし、上記（3）イのとおり、本件商標は、請求人商品とは別の独自の価値を創出するものであり、引用商標に化体した信用、名声、顧客吸引力をただ流用するものではない。

商標法第4条第1項第19号の「不正の目的」における「ただ乗り」とは、引用商標に化体した信用、名声、顧客吸引力を、あたかも自身が引用商標の業務主体である、または、何らかの関連があるように装って流用することを指すと解される。

パロディーのように、パロディーの原形となった商標を連想させる程度のものは含まない（そのようなものを「不正の目的」に含むとすると、パロディーとは、一般に著名な標章を原形として行われるものであるから、我が国において一切のパロディー商品が成り立たなくなる）。原形となった商標と類似しない商標を用い、原形となった商標と出所の混同が生じるおそれもないように配慮されたパロディー商品すら許されないとするのは、商標法の解釈として行き過ぎである。請求人の主張を前提とすると「パロディーの目

的」=「不正の目的」となってしまう。このような過剰な規制（又は過剰な周知商標の保護）は妥当ではない。

ウ 小括

以上のとおり、本件商標と被請求人商品は、外観、観念、称呼のいずれも相違しており、そもそも商標法第4条第1項第19号を適用する前提を欠く。また、本件商標の使用には「不正の目的」は一切認められない。

したがって、本件商標は、商標法第4条第1項第19号に該当しない。

（5）まとめ

以上のとおり、本件商標は、商標法第4条第1項第10号、同項第11号、同項第15号及び同項第19号に該当しない。

第5 当審の判断

1 請求人使用商標の周知性について

（1）請求人が提出した甲各号証によれば、以下の事実を認めることができる。

ア 請求人は、1992年（平成4年）に設立して腕時計等の製造販売を行い（甲35、甲39の2、甲5及び甲54等）、現在では、世界6か所の製作所で年間4万5千本の時計を制作し100か国以上の国で48の専門店と600以上の販売拠点を有していること（甲37）。

イ 請求人は、1998年に日本進出し（甲39の2）、2010年（平成22年）から2012年（平成24年）にかけて、請求人使用商標を商品「時計」に使用した広告等を数多くの雑誌に掲載している（甲43ないし甲196）。

ウ 2011年（平成23年）には、請求人のブランド創設20年として、日本国内でもプレス向けパーティー等のイベント年間約4回（甲198）が開催された。

（2）小括

以上よりすると、請求人は、1992年（平成4年）に設立以来、請求人使用商標を商品「時計」について使用し、我が国を含む世界各国で広告及び販売することによって、請求人使用商標は、請求人の業務に係る商品を表示するものとして、我が国においても、本件商標の出願及び登録査定時において需要者の間に広く認識されていたというべきである。

そして、このことについては、当事者間に争いがない。

2 被請求人商品の取引の実情について

（1）甲各号証及び乙各号証によれば、被請求人の本件商標の使用について、以下の実情が認められる。

ア 被請求人は、インターネット上及び店舗で、本件商標を付した時計（被請求人商品）を複数、販売していること（甲200ないし甲203）。

イ 請求人による請求人商品と被請求人商品の比較によれば（甲209ないし甲212）、一部の商品について、両商品は、外形が長方形又は長方形の長辺に丸みを持たせた時計のケースの特徴を共通にし、特徴のある時計の文字盤の数字の表示及び配色等も同一であり、全体のデザインが酷似していること。両者の違いは、時計の文字盤の中央やや上部に請求人商品は

「FRANCK MULLER」の文字の記載があることに対して、被請求人商品は「フランク三浦」の文字が記載されていること。そして、時計の文字盤の中央やや下部の時計の名称がそれぞれ異なること。さらに、時計の裏面に、請求人商品は「FRANCK MULLER」の文字及び

「GENEVE」等の記載があることに対して、被請求人商品は「フランク三浦」及び「完全防水」等の文字の記載が認められること。

ウ 被請求人は、自らのウェブサイトにおいて、「『フランク三浦』がつくる腕時計は、シャレとお洒落がわかるハイセンスな人にオススメの『デザイン・ノリ・低価格』を追求したパロディーウオッチです。」との記載が認められること（甲200）。さらに、甲第207号証のウェブサイトの写しには、「じわじわと?気が出ている時計ブランドフランク三浦【フランク・ミュラーのばったもん】フランク三浦をご存知でしょうか。ふらんくみうら、フランクミュラー・・・そう、完全なばったもんです！ギャグと割り切ってご覧ください。」との記載とともに、被請求人商品の写真の掲載があること。

エ 被請求人が提出する嘆願書（乙3）には、「フランク三浦の時計は、フランクミュラー社の高級腕時計のパロディー商品であり、値段、品質など全く異なる商品です。」との記載とともに、当該嘆願書に多数の自筆の氏名及びその職業の記載が認められること。

オ 雑誌「weekly プレイボーイ」、2014年（平成26年）6月16日号の57頁（乙4）には、「傑作パロディ腕時計 フランク三浦大研究！」の見出しつとどに、「スイスの高級腕時計ブランドであるフランク・ミュラーのデザインに、ちょっとだけ似たオリジナルブランドで

す！！」との記載が認められること。さらに、雑誌「週刊朝日」、2013年（平成25年）7月5日号の183頁（乙6）には、「超高級腕時計フランク・ミュラーの脱力する『フランク三浦』の人気」の見出しのものと、「時計『フランク三浦』をご存知だろうか。・・・スイスの高級腕時計『フランク・ミュラー』のパロディー商品だ。」との記載が認められる。

（2）小括

以上よりすると、被請求人は、インターネット上及び店舗等において請求人商品の特徴と酷似した商品を販売し、その販売又は雑誌等における被請求人商品の紹介、宣伝するに際して、請求人商品及び引用商標並びに請求人使用商標を著名な高級腕時計及び高級腕時計ブランドと認めつつ、これを引き合いとして挙げ、被請求人商品がパロディー商品である旨をその特徴としていることが認められる。

3 商標法第4条第1項第11号の該当性について

（1）本件商標

本件商標は、別掲のとおり、「フランク三浦」の文字（「浦」の漢字の右上の点を省略してなる。）を書してなるものであり、その構成文字全体に相応して、「フランクミウラ」の称呼を生じるものである。

次に観念についてみると、上記2の被請求人商品の取引の実情を鑑みれば、被請求人は、本件商標を付した被請求人商品に接した需要者が一見した際に、請求人商品及び引用商標並びに請求人使用商標を想起することを意図し、これを被請求人商品の特徴としていることが明かであるから、本件商標からは、著名ブランドとしての「フランク ミュラー」を想起させる場合があるというのが相当である。

（2）引用商標

引用商標1は、「フランク ミュラー」の文字を標準文字で表してなり、引用商標2は、「FRANCK MULLER」の文字を書してなるところ、両商標は、その構成文字全体に相応して、「フランクミュラー」の称呼を生じ、上記1のとおり、「フランク ミュラー」及び「FRANCK MULLER」の文字は、請求人の業務に係る商品を表示するものとして著名であるから、著名ブランドとしての「フランク ミュラー」の観念を生じるものである。

引用商標3は、「FRANCK MULLER REVOLUTION」の欧文字を書してなるところ、その構成中に請求人の業務に係る商品を表示するものとして著名な「FRANCK MULLER」の欧文字を有するものであるから、その構成文字全体に相応して、「フランクミュラーレボリューション」の称呼を生じるほか、その構成中の著名な「FRANCK MULLER」の文字部分から「フランクミュラー」をも生じ、著名ブランドとしての「フランク ミュラー」の観念を生じるものである。

（3）本件商標と引用商標との類否について

ア 外観について

本件商標は、別掲のとおり、片仮名と漢字を組み合わせた構成よりなるのに対して、引用商標1は、前記（2）のとおり、片仮名又は欧文字のみの構成よりなるものであるから、本件商標と引用商標とを全体的に観察すれば、外観上、区別し得るものである。

イ 称呼について

本件商標より生じる「フランクミウラ」の称呼と引用商標より生じる「フランクミュラー」の称呼とを比較すると、「両称呼は、「フ」「ラ」「ン」「ク」及び「ラ」の5音を共通にし、異なるのは、本件商標の称呼が第5音目と第6音目において「ミ」「ウ」であるのに対して、引用商標の第5音目において「ミュ」であること及び語尾の長音の有無の差異がある。

そして、当該該差異音「ミウ」の音と「ミュ」の音にしても、「ミ」の音を共通にし、「ウ」の音と拗音「ュ」は母音を共通にするから、両音は、近似するものである。さらに、引用商標の称呼の長音は、語尾にあって弱く聴取されるものである。そうすると、両称呼は、それぞれ一連に称呼するときには、全体の語調、語感近似し、相紛らわしい類似の商標と判断するのが相当である。

ウ 観念について

本件商標は、著名ブランドとしての「フランク ミュラー」の観念を想起させる場合があることから、著名ブランドとしての「フランク ミュラー」の観念を生じる引用商標とは、観念上、類似するというべきである。

エ 指定商品について

本件商標の指定商品「時計、宝玉及びその原石並びに宝玉の模造品、身飾品」は、引用商標1の指定商品と共通である。そして、本件商標の指定商品「時計」は、引用商標1の指定商品と共通である。さらに、本件商標と引用商標3の指定商品とは、それぞれ、「時計」と「timepieces and chronometric instruments (計時用具)」、「宝玉及びその原石並びに宝玉

の模造品」と「jewellery, precious stones (宝飾品, 宝玉・宝玉の原石)」, 「キー ホルダー」と「key rings (鍵輪)」及び「身飾品」と「personal ornaments of precious metal (貴金属製身飾品)」とは同一又は類似する商品と認められる。

(4) 小括

以上によれば, 本件商標と引用商標とは, 外観において相違があるものの, 称呼及び観念において類似し, かつ, その指定商品は類似するものであるから, 両商標は, 類似するというのが相当である。

したがって, 本件商標は, 商標法第4条第1項第11号に該当する。

4 商標法第4条第1項第10号の該当性について

上記1のとおり, 請求人使用商標は, 商品「時計」について著名な商標と認められる。

そして, 請求人使用商標の構成は, 引用商標1及び引用商標2と同じく「フランク ミュラー」及び「FRANCK MULLER」の文字からなるものであるから, 上記3(4)と同様に, 本件商標と請求人使用商標とは, 類似する商標であり, かつ, 本件商標の指定商品は, 「時計」を含むものである。

したがって, 本件商標は, 商標法第4条第1項第10号に該当する。

5 商標法第4条第1項第15号の該当性について

請求人使用商標は, 上記1のとおり, 請求人の業務に係る商品「時計」に使用し, 本件商標の出願及び登録査定時において既に著名であった。

次に, 本件商標は, 上記4のとおり, 請求人使用商標と類似する商標である。

そして, 本件商標の指定商品は, 請求人の業務に係る商品「時計」を含み, かつ, それ以外の指定商品である「宝玉及びその原石並びに宝玉の模造品, キー ホルダー, 身飾品」と商品「時計」とは, 共にデザイン, ブランド, 装飾性が重視される商品で有り, その販売場所, 需要者を共通にすることも多い, 近似した商品といえる。

そうすると, 本件商標は, これをその指定商品について使用した場合には, 他人の業務に係る商品と混同を生じるおそれのある商標に該当すると認められる。

したがって, 仮に本件商標が商標法第4条第1項第10号及び同項第11号に該当しないとしても, 同項15号に該当する。

なお, 被請求人は, 被請求人商品はパロディーウオッチに徹しており, 需要者が請求人商品の時計と出所を混同して購入することなど一切ないように使用されており, 被請求人商品は, 請求人商品とは明らかに別のものとして需要者に広く認識されている旨主張している。

しかしながら, 商標法第4条第1項第15号は, 周知表示又は著名表示へのただ乗り (いわゆるフリーライド) 及び当該表示の希釈化 (いわゆるダイリュージョン) 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ところ, 被請求人は, 上記2のとおり, 本件商標を付した被請求人商品を紹介, 宣伝するに際し, 請求人商品及び引用商標並びに請求人使用商標を著名な高級腕時計及び高級腕時計ブランドと認めつつ, これを引き合いとして挙げ, 被請求人商品がパロディー商品である旨をその特徴としており, これは, 被請求人商品に接した需要者が一見した際に, 請求人商品及び引用商標並びに請求人使用商標を想起することを意図していることを示すものであるから, 被請求人は, 請求人の著名な請求人使用商標に係る業務上の使用にただ乗りしていることは明かである。

したがって, 被請求人の上記主張は, 採用できない。

6 商標法第4条第1項第19号の該当性について

被請求人は, 上記1及び2のとおり, 請求人商標が請求人使用商品 (時計) を表示するものとして需要者の間に広く認識されていることや, かかる本件商標が請求人使用商標のパロディー商品であることを認識しながら, 時計等を指定商品等とする本件商標登録を行い, 実際に本件商標を使用して, 請求人商品である「時計」を模した商品を製造, 販売していることが認められる。そうすると, 本件商標は, 被請求人が, 不正の利益を得る目的, 他人に損害を加える目的その他の不正の目的をもって使用をするものと認められる。

したがって, 仮に本件商標が商標法第4条第1項第10号, 同項第11号及び同項第15号に該当しないとしても, 同項19号に該当する。

7 結論

以上のとおり, 本件商標は, 商標法第4条第1項第10号, 同項第11号, 同項第15号及び同項第19号に違反して登録されたものであるから, 同法第46条第1項の規定により, 無効にすべきものである。

よって, 結論のとおり審決する。

平成27年 9月 8日

審判長 特許庁審判官 田中 幸一
特許庁審判官 早川 文宏
特許庁審判官 前山 るり子

別掲 本件商標

フランク三浦

(行政事件訴訟法第46条に基づく教示)

この審決に対する訴えは、この審決の謄本の送達があった日から30日（附加期間がある場合は、その日数を附加します。）以内に、この審決に係る相手方当事者を被告として、提起することができます。

(この書面において著作物の複製をしている場合のご注意)

特許庁は、著作権法第42条第2項第1号（裁判手続等における複製）の規定により著作物の複製をしています。取扱いにあたっては、著作権侵害とならないよう十分にご注意ください。

〔審決分類〕 T 1 1 1 . 2 5 1 - Z (W 1 4)

2 5 2
2 5 3
2 5 5
2 6 1
2 6 2
2 6 3
2 7 1
2 2 2

| | | | |
|-----|--------|--------|------|
| 審判長 | 特許庁審判官 | 田中 幸一 | 7946 |
| | 特許庁審判官 | 前山 るり子 | 7672 |
| | 特許庁審判官 | 早川 文宏 | 7954 |