

# 不使用取消を宥恕する商標の使用について

— 審決取消訴訟の判決を巡る一考察 —

平成 17 年度商標委員会 委員 木村 三朗\*



## 要 約

化学繊維製品には、「ラベル制度」と称し、化学繊維のメーカーが作成した繊維素材の品質・特性を表示したラベルが添付されている。このラベルには繊維素材の商標が表示されている。

最近、商標法 50 条の取消審判に於いて、ラベルに使用されている繊維素材の商標が、当該最終製品についての商標の使用にも該当するか否かが争われた事件があった。

特許庁も、東京高裁も、最終製品のメーカーと化学繊維のメーカーとの間に、化学繊維のメーカーは需要者に対し責任を負わないことが約されていると認定し、そうであるなら、ラベルに表示されている商標は、最終製品に使用されているとは言えないとの判断を示した。

しかしながら、現実の問題として、化学繊維のメーカーは、繊維素材の商標を表示したラベルを最終製品に添付し、その商標を商品選択の目印としているのであるから、消費者に対し責任を負わないと言える立場にない。とすれば、判断は異なって然かるべきではなかったか。

また、本件の場合、商標登録を取り消すことによる請求人の利益と、裁判所も憂慮する、化学繊維メーカーの被る不利益及び登録を維持して消費者を予想される混同から保護する社会的利益を比較考量すれば、一步進んだ判断が出来たのではなかったか。

更に、ラベルに表示されている商標が、現行法の下、最終製品についての使用とみなすことが困難な場合に於いても、登録を維持する利益がより大であれば、商標法の目的に照らし、登録を取り消さない正当な理由があるとの判断が出来るのではないか。

## 目 次

1. はじめに
2. 事件の概要
3. 高裁における T 社の主張
4. 裁判所の判断（要旨）
5. 考察

### 1. はじめに

繊維製品特に化学繊維製品、例えばスーツ、スラックス、シャツ等には、当該繊維製品のメーカーの表示及び家庭用品品質表示法により要請される素材、取扱方法などを表示したラベルが付されているほか、その繊維製品を特徴づける繊維素材の品質、特性を表示したラベルであって、当該繊維製品の素材メーカー（帝人、東レ、旭化成、クラレ等の化学繊維メーカー）が作成したラベルが添付されていることが多い。

繊維素材のメーカーは、シャツ、スーツなどの衣服類その他の最終製品は、一般に、自ら製造することはなく、特定の提携した最終製品のメーカーによって製

造されるのが通例である。この場合、その衣服類などの最終製品には、その製品を特徴づける特定の繊維素材を使用した製品であることを表示するために、繊維素材メーカーがラベルを作成して、これを特定の提携した最終製品のメーカーに支給し、そのラベルは当該最終製品メーカーによって衣服類などに添付されることとなる。

この繊維素材メーカーの作成したラベルには、一般に、当該繊維素材（ナイロン、ポリエステルなどの化学繊維）であることを表示するために、その繊維素材の商標が使用されている。ラベルに表示されている商標は、当該繊維素材（原料繊維－22類、糸－23類、織物－24類）について商標登録されているほか、ラベルは衣服類などの最終製品に添付されること、その他販売戦略上の必要性などから、その素材から製造される最終製品（被服－25類、布団－24類、敷物－27類など）

\* 昭和 51 年度商標委員会 委員長

全般についても商標登録されているのが通例である。

最近、商標法第 50 条の登録取消審判に於いて、繊維素材メーカーが作成し、最終製品のメーカーによって製品（スラックス）に添付されたラベルに表示されている繊維素材の商標が、当該最終製品（スラックス）について登録されているの商標の使用にも該当するか否かが争われた事件の判決（東京高裁 平成 16 年（行ケ）404 号 平成 17 年 3 月 17 日）があった。

商標使用の意義、商標保護の在り方に重大な関連を有すると考えるので、考察を試み、諸賢のご批判を仰ぎたいと考える。

## 2. 事件の概要

T 社（原告）は化学繊維のメーカーである。T 社は、ポリエステル繊維とセルローズ系繊維との組合せになるマイルドな清涼感、しなやかなドレープ性、カジュアルな表面感を持ち、ウオッシュアブル性にも優れた素材を開発し、これを「ZAX」命名した。商標「ZAX」は繊維、糸、織物、被服の各商品区分に商標登録されていた。

T 社は、上記新繊維素材「ZAX」を使用した衣料品の拡売の一環として、Y 衣料品会社と提携してスラックスの製造販売を企画した。その際、T 社は、Y 衣料品会社との契約により、当該スラックスが T 社の新繊維素材「ZAX」を使用した商品であることを表示するため、商標「ZAX」を表示したラベルを作成して Y 衣料品会社に支給した。Y 衣料品会社は、T 社の新繊維素材「ZAX」を使用して製造したスラックスに当該ラベルを添付して、自らの販売ルートを通じ販売した。

T 社は、被服を指定商品とする商標登録に対し商標法第 50 条に基づく取消審判の請求を受けたので、答弁書と共に、商標使用の事実を証するため、Y 衣料品会社が T 社との契約によりその製造販売するスラックスに添付し使用している、商標「ZAX」を表示したラベルを提出し、このスラックスに添付されているラベルには商標「ZAX」が表示されているから、商標「ZAX」は商品被服に該当するスラックスについて使用されていることになる。従って商標登録は取り消されるべきではないと主張した。

審決は、T 社の主張を退け、次の理由により、当該

ラベルに表示されている商標「ZAX」は、スラックスの素材（繊維素材乃至生地）について使用されているのであって、指定商品被服（スラックス）について使用されているのではないと判断し、被服についての商標登録を取り消した。

「当審の判断」（要旨）

繊維業界においては、需要者のニーズにあった被服を作るための品質・特性を持った新素材（繊維、糸、織物等）の開発が化学繊維メーカーによって進められており、その新素材から製した被服には、化学繊維メーカーの開発した新素材を用いた被服であることを表示したラベルと共に当該被服の製造者又は販売者が、自己の商品であることを示す独自の商標を表示したラベルや衿ネーム等も同時に添付されて、販売されることが一般的に行われている。

T 社が商標使用の証拠として提出したラベルには、表面に商標「ZAX」が表示されていて、その裏面には、『ザックス』は T 社が新しく開発した……（特性）……に優れた新素材です』の記載、更に「取扱注意点」として「この素材は多少の色落ちの傾向がありますので他のものと分けてお取り扱い下さい」の記載、その下に「素材提供 T 社」と記載されていて、更に「販売元」の欄が設けられている。

Y 衣料品会社が、T 社からラベルの支給を受けるに際し T 社に提出した確約書には、①ラベルは日本国内で使用しその使用に際しては家庭用品品質表示法等の関係法規を遵守する、②ラベルの受け払いについて正確に記帳し、T 社から要求あれば使用状況を報告する、③ラベルを添付間違いしないよう注意する、④ラベル使用違反により T 社に生じた損害は賠償する等が確約されている。

従って、ラベルに表示された商標は、素材である商品の商標として使用されているのであり、このラベルが直接スラックスに添付されており、ラベル裏面に「素材提供 T 社」等の表示がなされているとしても、上記した繊維業界で一般的に行われている慣行を考慮すると、取引者、需要者は、ラベルに表示されている商標を、当該スラックスの商標としてではなく、その素材（織物生地）に使用されている商標と認識すると見るのが相当である。

T社はこの審決を不服として東京高裁に出訴した。

### 3. 東京高裁におけるT社の主張

東京高裁に於いてT社は、T社が作成しY衣料品会社に支給したラベルには商標「ZAX」が表示されており、このラベルをY衣料品会社がT社との契約に基づきその製造販売するスラックスに添付したのであるから、ラベルに表示されている商標「ZAX」は、スラックスについての商標の使用にも該当すると主張して、次の趣旨の理由を述べた。

(1) 商標「ZAX」が表示されているラベルは、指定商品「被服」に該当するスラックスに、合成樹脂製の線でつり下げられているから、ラベルに表示された商標「ZAX」の表示は、商標法2条3項1号及び2号の「使用」に該当する。

スラックスに付された状態でのラベルは、スラックスを店頭に陳列したとき十分需要者の目を引くような態様であるので、商品スラックスを他の商品と識別させるための表示であると需要者に認識させている。従って、商標「ZAX」は商品スラックスについて、自他商品識別機能を果たすように使用されている。即ち商標「ZAX」は、形式的にも機能的にも、商品スラックスについて使用されているものである。

(2) 需要者のごく一般的な購入手順として、添付されているラベルを裏返して裏面の記載を読み、「ZAX / ザックス」が素材の名称であると認識すると断定する合理的理由はない。通常は、ラベルの裏面を読まず、「ZAX」がスラックスの商標であると認識する。

従って、審決は通常の利用者（一般消費者）を判断主体とするのではなく、需要者が取引の内情を知っているという誤った前提に基づき判断をした誤りがある。

(3) 審決の判断は化学繊維業界及びアパレル業界の競争秩序に徒らな混乱を招来する。

もし仮に被服についての商標登録が取り消され、審判請求人が類似商標を被服に登録し使用することになると、T社のラベルの付いたスラックスと審判請求人の類似商標をつけたスラックスなどの被服が同時に同一市場に流通することになり、需要者が出所を混同す

る不利益を被り、競争秩序が乱されることになり、引いては、商標法の目的に反する結果を生ずる。

この審決が確定し上記事態が発生したとすると、T社は混同を防止するため、審判請求人が類似商標の登録するのを阻止し、使用するのを差し止めるべく、必要な法的措置を執らざるを得ず、著しく訴訟経済に反することとなる。

(4) 被服は、その素材である生地が製品の品質に非常に大きな要素を占めている。生地の耐久性、防寒性、防湿性、対洗濯性、肌触り、色柄や織技法による外観などの品質が、そのまま被服の品質となる。従って、ラベルに表示された商標「ZAX」は、生地の商標であると知っている需要者にも、実質的に被服を識別する目印として認識される。従って、商標「ZAX」は、被服の一定の品質や一定の素材の出所を表示する標識としても機能していると言えることが出来る。

(5) 我が国の化学繊維業界においては、化学繊維のメーカーは、衣料品会社にその素材を販売する際に、その衣料品会社との契約に基づき、その素材に係わる商標を表示したラベルを支給し、衣料品に添付してもらうことによって、当該衣料品の有する特質を明らかにし、かつ素材の品質を保証する商慣習が確立している。

即ち、化学繊維のメーカー、衣料品会社および需要者は何れも、ラベルに表示された素材商標が衣料品の一定の品質を保証する標識として機能しているという共通認識を有している。そしてこの共通認識の下に化学繊維のメーカーと衣料品会社とは健全な競争秩序を維持してきている。

### 4. 裁判所の判断（要旨）

(1) 本件ラベルの記載に照らせば、本件ラベルは、商標「ZAX」を「素材」の商標として記載していること、そして「ZAX」という「素材」の品質、機能上の特徴、有利性などを説明し訴求するものであることは明らかである。本件ラベルは、T社が、スラックスに使用されている「ZAX」という「素材」の品質乃至機能を保証するものであると解しうるとしても、「素材」以外のスラックスそのもの乃至はスラックス全体の品質乃至機能について保証する趣旨であると解しうる記載

は存在しない。

そして、Y 衣料品会社の確約書の記載によれば、T 社は「素材」についてのみ需要者（消費者）に対して責任を負うものであり、それ以外、即ち、スラックスの品質その他の問題に関しては、Y 衣料品会社が責任を負い、T 社は何ら責任を負わず、苦情にも関与しないことが約されているものと解される。

以上の事実によれば、T 社は、商標「ZAX」をスラックスに使用された「素材」のみを指す識別標識として使用しており、商標「ZAX」は、商標の品質保証機能という観点から見ても、名目的にも実質的にも、「素材」の品質について保証するにとどまり、それ以外のスラックスそのもの乃至はスラックス全体についての品質を保証する機能を有するものとして使用されているとは到底認められない。

(2) T 社は、需要者の何割かはラベルの表面の使用商標がスラックスに係わる商標であると認識すると言うが、その認識は事実と反するものであり、明らかに誤解をしているのであって、その誤解の主な原因は T 社が、そのラベルに商標「ZAX」について誤解を与えるような態様で記載したことにあると言わざるを得ず、需要者が誤解した場合に T 社がその誤解の内容に沿う対応をするというのであればともかく、T 社は、これに何ら責任を負わず、関与もしないというのであるから、商標「ZAX」が自他商品識別標識として健全に機能していることにはならない。

(3) 我が国化学繊維業界では、T 社の言うラベル制度が普及している。従って、被服の取引者、需要者は、被服の素材に関する記載のあるラベルに日常接しており、被服には当該被服の製造者、販売者を表示したラベルとは異なる、素材メーカーの支給になる当該被服の素材の品質、機能上の特徴、有利性などを説明し訴求するラベルも添付されていることが多いことを経験し認識しているものと推認される。

そうであれば、本件ラベルに記載されている商標「ZAX」に接した需要者は、通常、それが素材に関するラベルであると認識し、それがスラックスに係わる商標であると誤認する可能性は低いものと認められる。

(4) T 社の主張する競争秩序の混乱等については、現在の商標保護制度の体系が指定商品との関係を基に構築されている点に係わるものである。即ち素材に関する商標とその素材を使用した製品に関する商標とは、指定商品との関係で別のもので扱わざるを得ない。

T 社の主張する事実は確かに憂慮すべき事柄であり、深刻なものを感じないわけではないが、立法論としてはともかく、現行法の基本的な枠組みを維持した上で、商標「ZAX」を商品「スラックス」について使用されていたものであると解することは不可能としか言いようがない。

## 5. 考察

### (1) 化学繊維業界における「ラベル制度」と商標採択上の特殊事情

日本の化学繊維業界においては、T 社の主張するように、常に需要者のニーズ（着心地、肌触り、軽さ、外観上の美感、保温性、爽涼感、耐久性、形状安定性、エコロジー性等）を追求して新しい繊維素材の開発に努力していることは周知ことである。そして、新しく開発した繊維素材を消費者に PR することにより、その繊維を素材とする製品の購買意欲を喚起し、その繊維素材の拡売につなげている。

しかしながら化学繊維のメーカーは、一般に、自らはスラックス、シャツ、ジャケットなどの製品は製造していない。そこで化学繊維のメーカーが新しく開発した繊維素材の PR 活動を消費者に結びつける手段、即ち消費者が新しく開発され繊維素材で製造（織製、縫製、編製）された製品を購入する際に、これを識別する目印として機能させているのが、化学繊維のメーカーが作成し被服等の製品のメーカーに支給して、製品に添付しているラベルである。これが化学繊維業界で「ラベル制度」と言われているものである。

「ラベル制度」は、T 社が東京高裁で述べているように、第二次大戦後ナイロン、ポリエステル繊維などの合成繊維の台頭により行われるようになったものである。合成繊維は、従来の天然繊維（綿、麻、絹、ウールなど）とは異なった物質特性から、従来から天然繊維に用いられていた紡績、製糸、織製、縫製、編製などの技術では製品化が困難であり、必然的に化学繊維メーカーと紡績、製糸、織製、縫製、編製などの業者

と製品化のための共同開発が行われるようになった。そして、製品化された後においては、その拡売のため製品特性や取扱方法を消費者にPRすることが必要となり、化学繊維素材のPR活動は専ら化学繊維メーカーの行うところとなったものである。その結果、最終製品に添付されているラベルは、当該製品が、あたかも繊維素材のメーカーである化学繊維メーカーの製品であるかの如く作用する結果となり、化学繊維メーカーとしては、ラベルの支給にも支給先を限定し、支給したラベルの数量と支給先で製造されラベルが添付される製品の数量に差異を生じないように、ラベルの管理を徹底して行うようになったという経緯がある。

この「ラベル制度」は、化学繊維業界において現在もなお、従来と同様に厳重なラベル管理の下に行われている。

新しく開発した繊維素材のPRは、当該素材の商標を用いて行われることから、被服等の製品に添付されるラベルには当該素材の商標が、当然の事ながら、表示される。そして、当該素材の商標は市場に置かれるまで、即ち繊維から被服等の製品に至るまでの各段階における製品（原料繊維→糸→織物→被服）の全てに使用（一般的な意味において）されることになる。

従って、現行商標法の下に於いて、当該商標が他人から権利侵害その他のクレームを受けることなく、また、他人の商標と混同を生ずることなく、使用（一般的な意味において）出来るためには、原料繊維、糸、織物、被服の全てに商標登録しておくことが必要と考えられる。別の表現をすれば、新しく開発した繊維素材の商標としては、原料繊維、糸、織物、被服の全てに商標登録できるものでなければ、採択、使用できないと言う特殊事情があり、事実、化学繊維メーカーとしてはそのようにしている。

## (2) 「ラベル制度」の下における商標の機能

このような「ラベル制度」の下にあって、T社が支給しY衣料品会社が、商品スラックスに添付したラベルに表示されている商標「ZAX」の使用が、T社が被服類に登録している商標「ZAX / ザックス」の使用でもあるとして、その登録の取消しを免れることができるかどうか争われたのが本件事件である。

裁判所は、「ラベル制度」に基づいてY衣料品会社

に支給され、商品スラックスに添付されたT社のラベルに表示されている商標「ZAX」は、T社が販売する繊維素材についての商標の使用であって、商品スラックスについての商標の使用ではないと判断し、次のように述べた。

「我が国化学繊維業界では、T社の言うラベル制度が普及している。従って、被服の取引者、需要者は、被服の素材に関する記載のあるラベルに日常接しており、被服には当該被服の製造者、販売者を表示したラベルとは異なる、素材メーカーの支給になる当該被服の素材の品質、機能上の特徴、有利性などを説明し訴求するラベルも添付されていることが多いことを経験し認識しているものと推認される。

そうであれば、本件ラベルに記載されている商標「ZAX」に接した需要者は、通常、それが素材に関するラベルであり、それがスラックスに係わる商標であると認識する可能性は低いものと認められる。」

果たしてそうであろうか。

先ず、一般消費者が、被服例えばスラックスを買い求めるとき、そのスラックスに添付されているラベルの記載を悉に読むであろうか。甚だ疑問である。

一般消費者が被服の売り場において、例えばスラックスを購入するとき、その選択の第1基準はサイズ、色、生地（繊維素材、織り柄等）、価額であり、スラックスメーカーの何人たるかは二次的な選択基準である。そしてサイズは必須要件であるが、価額と色は生地との関係において決定される。従って、どのような生地（ウール100%、ウールとポリエステル混紡等）のスラックスを求めるかを予め決めておき、先ず生地（繊維素材、織り組織等）が選択の第1基準となるであろう。例えば、「ZAX」というの生地のスラックスを求めているときは、「ZAX」が商品スラックスの選択の目印となる。この時、消費者が「ZAX」は繊維素材の商標であるとの認識を有しているとしても、当該消費者は商品スラックスに添付されているラベルに表示されている商標「ZAX」を目印として、商品スラックスを購入するのである。換言すれば、この場合商標「ZAX」は、商品スラックスを他のスラックスから識別する機能、即ち商品スラックスについて

の商標としても機能していると言うことが出来るのではなかろうか。

商標が或る商品、例えばスラックスに添付されたラベルに表示されているとき、その商標が何を（素材である原料繊維か、スラックスの生地か、スラックス自体か）表示するものとして機能しているかは、商標をラベルに表示した者の主観的意思は然ることながら、需要者が客観的に見た観点、即ち、需要者が何を表示し識別していると認識するかという観点からも判断されて然るべきものと考えられる。

判決は、この点に関し、「それがスラックスに係わる商標であると認識する可能性は低い」と判断しているが、上記したように、現実の問題として、消費者は商品スラックス選択の目印とするであろうことは容易に推認しうるところであり、商標「ZAX」の表示されたラベルに接した消費者は、専門家の立場から、その「ZAX」が素材の商標であるか、スラックスの商標であるか否かを特に意識することはなく、むしろ、普通の消費者の立場から、素直に「ZAX」と言うスラックスと認識するであろうと判断するのが相当であると考えられる。

### (3) 「ラベル制度」におけるラベルに表示された商標の保証機能とラベル発行者の責任

商標は、それが使用される商品・役務の出所を表示し、それら商品の品質、役務の質を保証するべく機能すると解されている。従って、商標を商品・役務に使用した者は、その商品の品質、役務の質について保証をする責任があるということになる。換言すれば、当該商標が自分の商標であって、当該商品・役務を他から識別するために、又は、需要者が選択の目印とするために使用されていると主張することは、自分はそれら商品の品質、役務の質について責任を持つという表明をしていることと解される。従って、「ラベル制度」において、最終製品に添付されたラベルに表示されている商標が、当該最終製品の商標としても機能していると主張するためには、ラベル発行者は、当該最終製品の品質についても責任を持つということではなければならないと考えられる。

判決は、この点に関し、ラベルの支給を受けるに当たり Y 衣料品会社から T 社に宛てた「確約書」の記

載等から、「T 社は、需要者の何割かが、ラベルの表面に使用されている商標がスラックスに係わる商標であると認識するというが、その認識は事実と反するものであり、明らかに誤解をしているのであって、その誤解の主な原因は T 社が、そのラベルに商標「ZAX」について誤解を与えるような態様で記載したことにあると言わざるを得ず、需要者が誤解した場合に T 社がその誤解の内容に沿う対応をするというのであればともかく、T 社は、これに何ら責任を負わず、関与もしないというのであるから、商標「ZAX」が他商品識別標識として健全に機能していることにならない。」と述べ、T 社が需要者に対してスラックスに付いて責任を負わないと言うのであるから、ラベルに表示されている商標「ZAX」がスラックスについて使用されていることにならないと判断したものと解される。

確かに、Y 衣料品会社から T 社宛てに差し出した確約書には「ラベルに添付した最終製品の品質、その他につき苦情があったときは、直ちに自己の責任において解決し、貴社に迷惑をかけない。万一貴社に損害が発生した場合、専ら貴社に責任があるときを除きその損害を賠償する」ことが約されており、これを受けて、判決においては「T 社は素材についてのみ消費者に対し責任を負うものであり、それ以外、即ち最終製品（スラックス）の品質その他の問題に関しては、T 社と Y 衣料品会社との関係のみならず、T 社と消費者との関係においても、Y 衣料品会社が責任を負い、T 社は何ら責任を負わず、苦情にも関与しないことが約されている」と認定されている。

しかしながら、T 社の上述したラベルがスラックスに添付されているとき、当該スラックスの購入者がそのスラックスについて、何らかのクレームを申し出るとき、T 社と Y 衣料品会社の何れに申し出るかと言えば、Y 衣料品会社の知名度を考えれば、当然 T 社であると考えられる。その時 T 社は、現実の問題として、また消費者対策の問題として、判決で判断されているように、素っ気ない対応が出来るものであろうか。

また、製造物責任法（平成 6 年法律第 85 号）に定める「製造業者」の規定（特に 2 条 3 項 2 号、製造業者と誤認させるような氏名等の表示をした者）の趣旨を考えたとき、T 社がラベルに「素材提供：T 社」と

記載することによって、T社は単なる繊維素材の製造業者であって、スラックスについて責任を負うものではないと言う解釈が成り立つか否かも検討しなければならないであろう。

前項(2)で述べたように、消費者は、スラックスに添付されたラベルに表示されている商標「ZAX」を目印として当該スラックスを購入するのであり、もし当該スラックスに何らかの欠陥があり、苦情を申し出るとすれば、ラベルに記載されているT社に対してであろう事は容易に推測出来るところである。即ち、現実の問題として、スラックスに対するクレームについては、第一義的にはT社が対消費者の窓口になると考えられる。確約書はT社とY衣料品会社との約束事であって、そこに約されている責任の分担は、スラックスの消費者のあずかり知らぬところであり、確約書の記載をもってT社が消費者に対抗できるものではないと考える。

従って、T社とY衣料品会社との間に、スラックスに対する消費者のクレームについて、「T社は何ら責任を負わず、苦情にも関与しない」ことが約されているとしても、商品スラックスに対する消費者のクレームについては、第一義的には、先ずT社が対応し、損害の負担については確約書によって処理されると言うのが妥当な判断であると考えられる。

このように見てくると、「ラベル制度」においてラベルを支給したT社は、事実問題として、「ZAX」のラベルの添付されている商品スラックスについて、事実上責任を負っているのであり、上記判決に示されている判断の反対解釈として、T社は、事実上、商品スラックスの品質をも保証するのであるから、ラベルに表示されている商標「ZAX」は商品スラックスについての使用でもあると言うことが出来るのではなかろうか。

#### (4) 取消審判における当事者の利益の比較考量

T社が、「もし仮に被服についての商標登録が取り消され、審判請求人が類似商標を被服に登録し使用することになると、T社のラベルの付いたスラックスと審判請求人の類似商標をつけた被服、例えばスラックスが同時に同一市場に流通することになり、需要者が出所を混同する不利益を被り、競争秩序が乱され、商

標法の目的に反する結果を生ずる」と主張したことに関し、判決は、「現在の商標保護制度の体系が指定商品との関係を基に構築されている点に係わるものであり、素材に関する商標とその素材を使用した製品に関する商標とは、指定商品との関係で別のものと言わざるを得ない。T社の主張は、立法論としてはともかく、現行法の基本的な枠組みを維持した上で、商標「ZAX」を商品「スラックス」について使用されていたものであると解することは不可能としか言いようがない」との判断を示している。

T社の危惧する問題が、現実の問題として予測されるとき、この問題は法律を改正しなければ解決できない問題であろうか。

原料繊維、糸、織物、被服についての登録商標が、商標法上、指定商品との関係で別の権利であるとするに異論はないが、商標が使用される経済社会においては、原料繊維、糸、織物、被服は、繊維素材から最終製品に至る各過程の商品であって、互いに合い関連している。従って、新しく開発された繊維の商標としては、一つの商標である。

商標を保護し、商標を使用する者の信用を保護し、もって産業の発達に寄与し、あわせて需要者の利益を保護することが商標法の目的であることからすれば、或る商標が現実には繊維素材に使用されていて、その商標を表示したラベルによって、その商標が、その繊維素材から製した商品被服を識別する標識としても機能している場合、当該商標は形式的に被服に使用されていないとの理由で、登録を取り消し、同一又は類似する商標を他人が使用することを許容することが、商標保護の観点から、また、そうすることによって商品市場に混同を生じ消費者の利益が害される恐れのあることを考慮したとき、商標法の目的に照らし妥当であるか、甚だ疑問である。

スラックスに添付されたラベルに表示された商標は、スラックスをも識別すべく機能しているし、商標所有者はスラックスについても需要者に対し責任を負っているのだから、その商標はスラックスの繊維素材についての使用であると同時に、商品スラックスについての使用でもあると判断することは、法律を改正しなければ解決できない問題ではなく、商標法50条における「商標登録の取消を免れうる商標の使用の解



積」の問題であると考えて然るべきではなかろうか。

商標法 50 条の取消審判は、何人でも請求できることになっている。しかしながら、登録商標を取り消すに当たっては、商標所有者が争うときは、登録を取り消すことによる商標所有者の被る不利益と請求人が受ける利益とを、比較考量して判断すべきであると考え

る。本件の場合、被服についての登録が取り消されると、T 社は、請求人に類似商標が登録され使用されるのを阻止する新たな法的措置を講じなければならず、一般消費者は混同の危険にさらされる大きな不利益が生ずる。これに対し、請求人は類似商標の使用が可能となるが、使用すれば T 社からその使用を差し止めるアクションが起こされる危険があり、その危険を冒しても使用することには躊躇があろう。そこで両者の利益と不利益を比較考量すれば、商標登録を取り消されることによって被る T 社の不利益乃至社会的利益のほうが大である、換言すれば、登録を維持することによる T 社の利益乃至社会的利益の方が大きいと考える。

このように、商標登録を維持することによる T 社の利益乃至社会的利益の方が、審判請求人の商標登録を取り消すことによって得られる利益よりも、遙かに大きい場合には、商標登録を維持する決定をなすことこそ、商標法の目的に合致するものと考え

#### (5) 登録商標を使用していないことについての正当な理由

以上裁判所の判断に示されている事項について考察してきたが、もし仮に、T 社の支給するラベルに表示されている商標「ZAX」が、判決に述べられているように、「現行法の基本的な枠組みを維持した上で、商品「スラックス」について使用されていたものであると解することは不可能としか言いようがない」とするとき、商標「ZAX」の被服についての登録を取り消すことから生ずる社会的不利益を回避する手だては、法律改正以外に、なすところは無いのであろうか。

商標法 50 条は、登録商標を使用していないことについて正当な理由があるときは、登録を取り消さない旨を定めている。そして正当な理由とは、天災地変等によって使用が妨げられたり、時限立法によって一定

期間の使用が禁止されたような場合等が該当すると説明されている（特許庁編工業所有権法逐条解説）。

前述したように、T 社の被服についての登録を取り消し、審判請求人に類似商標の登録、使用を容認する場合には、T 社が主張するように、需要者が出所を混同する不利益を被り、競争秩序が乱され、商標法の目的に反する結果を生ずる事が予測される。かかる社会的な不利益を回避することは、「登録商標を使用していないことについての正当な理由」（商標法 50 条 2 項但し書き）に該当する判断して然るべきではなかろうかと考える。

#### (6) 結び

以上判決理由について考察を行ってきたが、判決は、T 社の主張に耳を傾け「原告の主張する事情は確かに憂慮すべき事柄であり、深刻なものを感じないわけではない」と述べ、或る程度の理解を示しながらも、T 社は請求人に対し「現行法の下でも他の有効な手段が存在するはずである」として T 社の主張を退け、Y 衣料品会社の確約書の記載から「T 社は商品スラックスについて何らの責任も負わず、消費者のクレームについては一切関与もしない」のであれば、被服についての登録商標の使用があったとは認められないと判断したものと考えられる。

化学繊維業界には、日本で合成繊維が製造されるようになって以来の古くから行われている「ラベル制度」がある。本件においては、「ラベル制度」の基礎をなし、現実の問題として認識されている、T 社を含む化学繊維メーカーの立場と責任を、もっと明確に、仔細に主張すれば、異なった結果が期待できたのではないかも考える。

もし仮に、現行法上、「ラベル制度」に基づき化学繊維会社が作成、支給するラベルに表示されている繊維素材の商標が、ラベルが添付されている被服についての使用にも該当すると判断され得ないときでも、被服についての登録を取り消すことの社会的不利益を考慮すれば、不使用を宥恕する正当な理由に該当するとして、登録を維持することこそが、商標法の目的にも合致し、妥当な判断のではなかろうかと考える。

(原稿受領 2005.7.20)