ブランド経営分科会セッション

◆ ブランド認知における「図形の持つ情報伝達力」 ◆

【講演者】
●堀田秀吾（明治大学法学部　教授）Ph.D.,LL.M.　著書に、『法コンテキストの言語理論』（ひつじ書房 2010）、『法と言語 法言語学へのいざない［改訂版］』（くろしお出版 2024）など多数。法言語学会理事。
●五所万実（明治大学法学部　講師）都内法律事務所勤務（秘書）を経て現職。慶應義塾大学大学院博士（文学）。著書（分担執筆）に、『法と言語 法言語学へのいざない［改訂版］』（くろしお出版 2024）ほか。
●齊藤範香（ライオン株式会社知的財産部ブランド知財チームリーダー　弁理士）一橋大学大学院博士（経営法）。「商標の枯渇に関する実証研究 ： 食品分野のオノマトペ商標を題材とした分析」（一橋法学 23 巻 2 号（2024））ほか。
●西村雅子（弁理士法人大島・西村・宮永商標特許事務所　代表弁理士、国際ファッション専門職大学　教授）東京理科大学専門職大学院（知的財産戦略専攻）教授を経て現職。編著『商標の法律実務』（中央経済社、2023）、単著『商標法講義〔第２版〕』（発明推進協会、2024）ほか。

【概　要】

１．問題提起

ブランドの認知については、ブランドの名称（文字商標の情報）を思い出せなくてもパッケージの図柄や色を手がかりに商品を認識できることがある。購入の際に情報収集や比較検討に時間をかけない低関与の生活必需品（例えば、コンビニで購入するペットボトルのお茶）については、ブランド名の特定が困難でも、以前見たパッケージだと認識できる場合があり、パッケージの認識はブランド名の特定よりも短時間で行われるという実験調査の結果がある（注1）。一方、商標の類否判断においては、文字と図形の結合商標では、結果的に文字部分の方に重きを置かれる場合が多い。例えば、不服 2024 - 20215（カノップ）では、出願商標と引用商標との印象はかなり異なるが、外観の違いを認めつつも「称呼において同一であり、外観上の相違が強い印象を与えるものではないから、外観、称呼、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、両者は、商品の出所について混同を生ずるおそれのある類似の商標というのが相当である」として登録拒絶とされている。

そこで本セッションでは、文字と図形との結合商標における「図形の持つ情報伝達力」について、言語学及び認知科学の観点から検討し、商標の類否判断における図形部分の評価のあり方を考察する。

２．類否判断において図形が問題となった審判決

30 年前（1995 年）の裁判例であるが、黒猫の図形と結合した出願商標「Gibelty＼ギベルティ―」と引用商標「GIBALTI＼ギバルティ」を非類似とした判断で、「限られた時間内に自己商品の特徴を取引者・需要者に訴え、顧客の購買力を喚起しなければならない広告媒体・商品表示等においては、従来から、一見して認識可能な図形の持つ情報伝達力が重視されて来て」いることが指摘され、文字の称呼重視の類否判断に一石が投じられた（東京高判平成７.３.29 審決取消）（注2）。この判決の評釈（注3）で、「本件において、文字の部分が「LION」や「CAT」のように消費者によって読みやすいものであれば「ライオン」印又は「キャット」印称呼が生じたかもしれないが、「Gibelty」「GIBALTI」のように読みにくい文字であるため、図形の方に注意が向けられてくるのである。」と結合する文字によっても異なった判断となるべきことが指摘されている。

ブランド経営分科会セッション

◆ ブランド認知における「図形の持つ情報伝達力」◆

氷山印事件（昭和 43 年最高裁判決）では、商標の類否判断について「その外観、観念、称呼等によつ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すべ」きとされたが、言語学的観点でも、「当然のことだが、一般人は商標に接するときにはその外観、称呼、観念などの側面を個別に認識するものではない。すなわち、一般人の判断の手法自体は司法の場における総合的判断の手法に近いということになる」と指摘されている（注4）。

ここで、文字との結合商標における図形の認知について実証実験に適切な審判決をピックアップして紹介する。

3．言語学及び認知科学の観点からの検討

言語学や心理学を含めた認知科学の理論的・実証的研究は、従来の実務的な分析方法と比較して、より客観的で再現性の高い分析をもたらす可能性がある。

商標の類否判断では、全体の印象を左右する特徴的な部分（要部）が重要となる。文字と図形の結合商標においては、両要素の情報伝達力をどのように「重みづけ」するかが問題となるが、その評価基準は、消費者がどの部分に注意を向け何を記憶するかという認知特性に基づいて決定されるべきであろう。

4．実証実験の解説及び結果検討

特許庁や裁判所が文字部分の一致を重視する傾向があるのに対し、黒猫事件の判決は、図形と文字の結合商標において、文字部分のみを不必要に重視し、図形部分の情報伝達力を軽んじるべきではないと明示しているが、この見解を支持する実証研究を検討したい。

カノップ

本願商標	引用商標
	ｃａｎｏｐｐ（標準文字）

黒猫事件

本願商標	引用商標
	

注：

1　長崎秀俊「パッケージ再認とブランド再認の差異に関する研究」目白大学総合科学研究 15 号 71-82 頁（2019）

2　吉田大輔「判決が、図形の情報伝達力を適切に評価し、また結合商標における図形と文字との相互関係から生じる識別力を強調したことは、昭和 43 年の最高裁判決を踏まえて、時代の変化に対応して適切な判断基準を作り出していこうとする姿勢の現れと見ることができ、評価できる。」判例時報 1585 号 208 頁

3　江口俊夫「図形と文字の結合商標の類比判断」知財管理 Vol.46 No.8(1996)1246 頁。例えば、「ALCD」と「ACLD」が類似するとすれば、称呼・外観・観念類似のいずれにも属さない、記憶上の錯覚という混同もあり得る、と指摘されている（同 1245 頁）。

4　首藤佐智子「言語学による事実認定の可能性―商標裁判における類否判断への寄与―」早稲田大学人文論集 48 号 213 頁

参考文献：堀田秀吾・五所万実・齊藤範香・服部謙太朗・西村雅子「言語学の観点からみる商標実務(1)～(6)」ビジネス法務（2025 年 7 月～2025 年 12 月）