

アンヴィシャンパングレイベン

「眼鏡」等を指定商品とする「**envie CHAMPAGNE GRAY/アンヴィシャンパングレイベン**」の商標が、フランス国民の国民感情を害し、日本とフランスとの友好関係にも好ましくない影響を及ぼしかねないとして、公序良俗を害するおそれがある商標であるとされた事例

知財高裁平三〇（行ケ）一〇一二四、アンヴィシャンパングレイベン事件、平三一・二・六判決

参照条文 商標法四条

事案の概要

原告Xは、第9類「眼鏡、電子出版物、アプリケーションソフトウェア」を指定商品とする、別紙構成の商標（本件商標・登録第5942675号。平成28年9月6日商標登録出願、平成29年2月24日登録査定、同年4月28日設定登録）の商標権者である。被告Yは、フランス国内及び国外において、「**CHAMPAGNE（シャンパン）**」の原産地統制名称を保護する等の活動をしているシャンパーニュ地方ぶどう酒生産同業委員会であり、平成29年12月25日、特許庁に対し、本件商標の登録が商標法4条1項7号に違反することを理由とする無効審判を請求した。特許庁は、この審判請求につき無効2017-890086号事件として審理した上、平成30年7月26日、「登録第5942675号の登録を無効とする。」との審決をしたので、Xは本件審決を不服として本件訴えを提起した。

本件商標

登録番号 登録第5942675号

商 標

envie CHAMPAGNE GRAY
アンヴィシャンパングレイベン

指定商品 第9類「眼鏡，電子出版物，アプリケーションソフトウェア」

判決の要旨〔棄却〕

2 本件商標の商標法4条1項7号該当性について

(1) 本件商標は，指定商品を「眼鏡，電子出版物，アプリケーションソフトウェア」として，別紙「本件商標」記載のとおり，「envie CHAMPAGNE GRAY」の欧文文字と「アンヴィ シャンパングレイ」の片仮名を上下二段に書してなるものであるところ，この欧文文字と片仮名とは，「envie」と「アンヴィ」，「CHAMPAGNE」と「シャンパン」，「GRAY」と「グレイ」が，それぞれ対応する関係にあることは，取引者及び需要者にとって容易に理解できる。そして，前記認定に係る辞書，事典，雑誌，新聞等の記載内容及び掲載媒体等に鑑みれば，本件商標のうち「CHAMPAGNE」及び「シャンパン」の表示は，「フランスのシャンパーニュ地方で作られる発泡性ぶどう酒」を意味する語であって，生産地域，製法，生産量など所定の条件を備えたぶどう酒にだけ使用できるフランスの原産地統制名称であって，本件商標の登録査定時以前から，日本において，シャンパーニュ地方産スパークリング・ワインの名称としてにとどまらず，発泡性ぶどう酒の代名詞のようなイメージを持たれるほどに取引者のみならず消費者に広く認識され，多大な顧客吸引力を有する極めて著名な表示であったことが認められる。

しかも，商標法4条1項7号に当たるとされたとはいえ，「CHAMPAGNE（シャンパン）」の文字をその構成に含む商標や，これを模した商標が様々な指定商品又は指定役務につき出願されたことに鑑みると，日本において，上記表示は，ぶどう酒という商品分野に限られることなく，取引者及び需要者に対して高い顧客吸引力を有するものであることがうかがわれる。

他方，本件商標を構成する他の要素のうち「envie」，「アンヴィ」は，フランス語で「羨望」を意味するとしても，一般の取引者及び需要者になじみのある語とはいえない。また，他の要素である「GRAY」，「グレイ」は，「灰色」を意味する英語ないし外来語として広く認識されているということが出来るものの，これと「CHAMPAGNE」，「シャンパン」とを一体的に

結合した「CHAMPAGNEGRAY」，「シャンパングレイ」については，原告ないし訴外会社の商品及び他社の商品において色彩を示す表示として使用された例は認められるものの，色彩を表示する語としても，その他の意味を示す語としても，広く一般的に認識されている語と認めるに足りる証拠はない。まして，これと「envie」，「アンヴィ」を一体的に結合した「envie CHAMPAGNE GRAY」，「アンヴィ シャンパングレイ」の語が広く一般的に認識されていると認めるに足りる証拠はない。

これらの事情を踏まえると，本件商標からは，「アンヴィ シャンパングレイ」の称呼及び観念を生じるのみでなく，「シャンパン」の称呼及び「フランスのシャンパーニュ地方で作られる発泡性ぶどう酒」との観念をも生じることができるといえる。

(2) 前記各認定事実によれば，本件商標のうち「CHAMPAGNE」，「シャンパン」の部分は，フランスのシャンパーニュ地方で作られるスパークリング・ワイン（発泡性ぶどう酒）を意味する語であるところ，フランスにおいて，1908年（明治41年）には法律により「CHAMPAGNE」という名称が法律上指定され，その後，原産地統制名称法（1935年7月30日付けデクレ）その他の法令により原産地統制名称として保護されていることが認められる。具体的には，公立行政機関である原産地名称国立研究所（INAO）が定める生産区域，ぶどうの品種，生産高，最低天然アルコール純度，栽培方法，醸造方法，蒸留方法に関する諸生産条件を満たすぶどう酒のみがその名称として「CHAMPAGNE」（シャンパン）を使用する権利を有することとして，シャンパーニュ地方産ワイン製品の品質につき厳格な管理・統制が行われる一方でその生産者が保護されており，被告は，その製品の専門的利益を防禦することをその任務とし，フランス国内及び国外において，

「CHAMPAGNE（シャンパン）」の原産地統制名称を保護する等の活動をしている。こうした被告をはじめとするシャンパーニュ地方のワイン生産者等の努力の結果，「CHAMPAGNE」，「シャンパン」の表示及びその対象であるシャンパーニュ地方産のスパークリング・ワインは，周知著名性を獲得，維持し，高い名声，信用ないし評判が形成されている。

これらの事情に鑑みると、「CHAMPAGNE（シャンパン）」の表示及びその対象であるシャンパーニュ地方産のスパークリング・ワインは、フランス及びフランス国民の文化的所産というべきものとなっており、重要性が極めて高いものであることが認められる。

また、日本においても、遅くとも第二次世界大戦後、「CHAMPAGNE」（シャンパン）の表示につき、フランス国内法が尊重されている。

(3) 以上のような本件商標の文字の構成、指定商品の内容、本件商標のうちの「CHAMPAGNE」、「シャンパン」の文字がフランスにおいて有する意義や重要性、日本における周知著名性等を総合的に考慮すると、本件商標をその指定商品に使用することは、フランスのシャンパーニュ地方におけるぶどう酒製造業者の利益を代表する被告のみならず、法令により「CHAMPAGNE（シャンパン）」の名声、信用ないし評判を保護してきたフランス国民の国民感情を害し、日本とフランスとの友好関係にも好ましくない影響を及ぼしかねないものであり、国際信義に反し、両国の公益を損なうおそれが高いといわざるを得ない。

したがって、本件商標は、商標法4条1項7号に該当するというべきである。

解 説

Xは、「e n v i e」のブランド名でカラーコンタクトレンズの販売をしており、「CHAMPAGNE GRAY（シャンパングレイ）」は「グレーがかったシャンパン色」というコンタクトレンズの色彩表示として使っており、商標登録を受けていましたが、「CHAMPAGNE（シャンパン）」の文字を含む点からフランス国民の国民感情を害し、国際信義に反するとして登録を無効とされました。シャンパンタワー事件では、「シャンパンタワー」の商標を飲食物関連の役務に使用すると国際信義に反するとしてしましたが、本件ではコンタクトレンズに使用しても国際信義に反するとしています。Y（シャンパーニュ地方ぶどう酒生産同業委員会）は、本件以外にも、指定商品（役務）が飲食関連であるか否かを問わず「CHAMPAGNE○○○（シャンパン○○○）」の商

標に対して無効審判や異議申立を行っていますが、その多くにおいて無効とされ取消されています。