

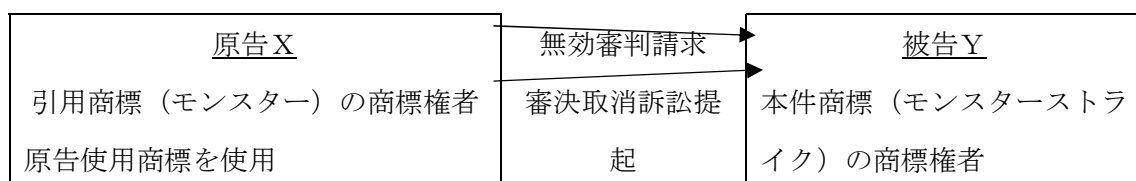
MONSTER事件

「エナジードリンク」の商標である「MONSTER」は、「MONSTER」又は「モンスター」だけで一般消費者間に周知であったとはいえない、「MONSTER」と「モンスターストライク」は非類似であるとして、「モンスターストライク」は「MONSTER」との間で出所混同のおそれはなく、商標法4条1項15号を適用しなかった事例

知財高裁令二（行ケ）一〇〇六五、MONSTER事件、令三・一・二一判決
参照条文 商標法四条一項七号一五号

事案の概要

原告Xは、米国の飲料メーカーのモンスター エナジー カンパニーであり、世界各国でエナジードリンクを販売しており、日本ではアサヒ飲料が独占販売権を得て一手に販売している。Xは、日本において、引用商標1（登録第5379390号）、引用商標2（登録第5057229号）、引用商標3（登録第5393681号）を保有しており、また原告使用商標1～4記載の商標を付してエナジードリンクを販売している。被告Yは、株式会社ミクシィであり、平成26年9月5日に本件商標の設定登録を得た。本件は、Xが本件商標の一部の商品について無効審判請求をし、特許庁は無効2019-890047号事件として審理を行った結果、「本件審判の請求は、成り立たない」旨の審決（本件審決）をしたので、Xが本件審決の取り消しを求めて本件訴訟を提起したものである。



引用商標1（登録第5379390号）

商標権者 原告X

商 標 MONSTER (標準文字)

指定商品 第32類「アルコール分を含まない飲料」等

引用商標2 (登録第5057229号)

商標権者 原告X

商 標



指定商品 第32類「エネルギー補給用清涼飲料」等

引用商標3 (登録第5393681号)

商標権者 原告X

商 標 MONSTER ENERGY (標準文字)

指定商品 第32類「アルコール分を含まない飲料」等

原告使用商標

1 原告使用商標 1



2 原告使用商標 2



3 原告使用商標 3



4 原告使用商標 4



本件商標

商標権者 被告 Y

登録番号 第 5700277 号

商 標 モンスターストライク (標準文字)

指定商品 第 3 2 類「清涼飲料」他

判決の要旨

しかしながら、そもそも上記の認識の対象となったのは、あくまで原告使用商標である。原告は、「MONSTER」及びその音訳「モンスター」は、本件商標の登録出願時及び登録査定時には、原告の業務に係る商品を表示するものとして需要者の間で広く認識されていた旨主張するが、原告及び原告から我が国において独占販売権を得たアサヒ飲料が本件商標の登録出願時及び登録査定時までに販売した「エナジードリンク」に付した商標、エナジードリンクの販売のための広告及び販売促進活動において使用した商標は、いずれも原告使用商標であり、少なくとも、「MONSTER」の標準文字からなる引用商標1のみをその業務において使用したと認めるに足りる証拠はない。

また、前記認定事実によれば、原告（モンスターエナジージャパン合同会社）及びアサヒ飲料は、「MONSTER」あるいはその音訳「モンスター」ではなく、原告使用商標と「モンスターエナジー」又は「MONSTER ENERGY」の名称を用いて、新商品の発売、販売のための広告及び販売促進活動等を行っているのであり（略）、この点からも、「MONSTER」及びその音訳「モンスター」が本件商標の登録出願時及び登録査定時には、原告の業務に係る商品を表示するものとして需要者の間で広く認識されていたといえないことが裏付けられる。したがって、この点に関する原告の主張は採用し得ない。

また、前記認定事実（1(4)）によれば、エナジードリンクの主要な需要者層は、30代から50代の男性が中心であり、10代から20代の男女にも広がりつつあるが、①エナジードリンクが何か分からないと回答した人が16.1%、57.0%の人がエナジードリンクを購入して飲んだことがないと回答し、②エナジードリンクは、「飲んでいる人と飲んでいない人と飲んでいない者の二極分化」しており、月に1日以上飲んでいる人で6割を占め、「好調なエナジードリンクを支えているのは強烈的なロイヤルカスタマーに依るもの」と分析され、③「61.9%がエナジードリンクの飲用経験があり、5人に1人は「それを月に1回以上」飲用していることが分かった」との調査結果があるように、エナジードリンクは、通常的清涼飲料水のような幅広い需要者層が購入するものではないから、原告商品が、エナジードリンクとしてレッドブルに次いで2位の認知度を獲得し、当初の目標を超える売上げを記録しているとしても、限ら

れた需要者層が繰り返し愛飲していることがうかがわれる。したがって、原告使用商標は、無効請求商品の需要者である一般消費者に周知著名であったということはできない。

以上によれば、「MONSTER」及びその音訳「モンスター」は、上記のいずれの点においても周知著名性を認めることはできないし、原告使用商標も、一般消費者に周知著名であったと認めることはできない。

解 説

本件の原告は、世界中でエナジードリンクを販売しており、日本ではアサヒ飲料に独占販売権を与えて販売しており、エナジードリンクではレッドブルに次いで2位の認知度を獲得しているといえます。本件の被告はSNSの大手であり、ゲームアプリ「モンスターストライク」は同社の大ヒット商品です。そこで、被告は計13の類で「モンスターストライク」の商標登録をしましたが、そのうちの30類、31類、32類に所属する商品の一部について原告が無効審判を提起しました。しかし、「モンスターストライク」は大ヒットしたゲームアプリの商標であること、原告の商標として広く知られていたのは原告使用商標であって「MONSTER」単独ではないばかりか、一般的には「MONSTER」と「モンスターストライク」は非類似と判断されますので、本件審決も判決も出所混同のおそれを否定しました。妥当な判断と思われます。