

■ 3条1項3号、4条1項16号

不服 2018-8064

＜本願商標＞

# CONDITIONING WATER

第32類「スポーツ用清涼飲料，ゼリー状の清涼飲料，粉末のスポーツ用清涼飲料のもと，清涼飲料，果実飲料，飲料用野菜ジュース，ビール」

＜結論＞

原査定を取り消す。本願商標は、登録すべきものとする。

＜原査定理由＞

本願商標は、『CONDITIONING WATER』の文字よりなるところ、その構成中の『CONDITIONING』の文字は『調整。調節。体調や環境などをととのえること。』を、『WATER』の文字は『水、飲料水』を指称し、食品を取扱う業界においては、品質を表す文字として親しまれている語を単に記述的に表した構成であり、『CONDITIONING WATER』に通じる『コンディショニングウォーター』又は『コンディショニング飲料』の文字が『体調を整える飲料水』を表す語として普通に使用されている実情があることからすれば、本願商標は、『体調を整える飲料水』ほどの意味合いを認識させるにすぎず、単に商品の品質を普通に用いられる方法で表した自他商品の識別機能を果たさないものとみるのが相当である。したがって、本願商標は、商標法第3条第1項第3号に該当し、前記意味合いに照応する商品以外の商品に使用するときは、商品の品質の誤認を生じさせるおそれがあるから同法第4条第1項第16号に該当する。

＜理由＞

※読みやすくなるように、以下、当事務所にて下線や改行等を挿入しております。

本願商標は、・・・、「CONDITIONING WATER」の文字からなるところ、その構成中、「CONDITIONING」の文字は、「(よい状態に) 調整すること。」(「ジーニアス英和大辞典」株式会社大修館書店)の意味合いを有する英語であり、「体調や環境などをととのえること。」(「大辞林第三版」株式会社三省堂)の意味合いを有する語として、また、「WATER」の文字は、「水」を意味する簡易な英語として親しまれているものである。

そうすると、本願商標は、その構成全体から「体調を整える水」ほどの意味合いを想起させる場合があるとはいえものの、かかる意味合いが本願の指定商品との関係において、商品の品質を具体的かつ直接的に表したものとして認識されるとまではいい難い。

加えて、本願商標の片仮名表記である「コンディショニングウォーター」の文字が、本願の指定商品を取り扱う業界において使用される場合があるとしても、これが、商品の品質を具体的に表すものとして、取引上、一般に使用されている事実は発見できず、かつ、需要者が商品の品質を表示するものとして認識すると認めるに足る事実も見いだせない。

してみれば、本願商標は、これをその指定商品について使用しても、これに接する取引者、需要者が、商品の品質を表示するものということとはできず、かつ、商品の品質の誤認を生ずるおそれもないものというべきである。

したがって、本願商標が商標法第3条第1項第3号及び同法第4条第1項第16号に該当するものとして本願を拒絶した原査定は、取消しを免れない。

その他、本願について拒絶の理由を発見しない。

よって、結論のとおり審決する。

### ＜弁理士コメント＞

本願商標「CONDITIONING WATER」は、審査においては、『体調を整える飲料水』ほどの意味合いを認識させるにすぎず、単に商品の品質を普通に用いられる方法で表した自他商品の識別機能を果たさないものとみるのが相当であると判断されましたが、審決においては、そのような意味合いを想起させる場合があるとしても、かかる意味合いが本願の指定商品との関係において、商品の品質を具体的かつ直接的に表したものとして認識されるとまではいい難いとして、識別力が肯定されました。

「コンディショニングクリーム」や「コンディショニングシャンプー」などの語が、「(肌や髪) 調子を整える」商品といった意味合いで日常的に見受けられることを考慮すると、本願商標「CONDITIONING WATER」も一見、審査で指摘されたように識別力を発揮し得ないようにも思われます。

実際に、インターネット検索サイト「Google」で、「コンディショニングウォーター」をキーワードとして検索すると、約1万2千件もヒットします。

しかし、この検索結果の中身を見てみると、多くは美容や化粧品に関する商品について使われているものであり、審決の言うように、本願の指定商品である飲料類への使用は簡単には見当たりません。

そうすると、たしかに、審決で述べられているように、『「コンディショニングウォーター」の文字が、本願の指定商品を取り扱う業界において使用される場合があるとしても、これが、商品の品質を具体的に表すものとして、取引上、一般に使用されている事実は発見できず、かつ、需要者が商品の品質を表示するものとして認識すると認めるに足る事実も見いだせない』という理由にも、一理あると考えられるでしょう。

もつとも、先般の商標審査基準（第3条第1項第3号）の改訂において明記された、「商標が、その指定商品又は指定役務に使用されたときに、取引者又は需要者が商品又は役務の特徴等を表示するものと一般に認識する場合、本号に該当すると判断する。一般に認識する場合とは、商標が商品又は役務の特徴等を表示するものとして、現実に用いられていることを要するものではない」という点を考慮すると、本願商標の識別力はかなり微妙ではないかという気がします。

なお、「コンディショニング飲料」の商標についても、同様の拒絶査定がなされましたが、本審決と同様の理由によって、最終的に識別力が認められています（不服 2018-8065）。

（弁理士 永露祥生）  
＜2019年5月9日＞