

## ■ 4条1項11号

不服 2022-010002

### ＜本願商標＞

「チョコモ～モ～」(標準文字)

第30類「菓子、チョコレートを加味してなる菓子、チョコレート風味の菓子、パン、チョコレートを加味してなるパン、チョコレート風味のパン、サンドイッチ、中華まんじゅう、ハンバーガー、ピザ、ホットドッグ、ミートパイ、チョコレート」

### ＜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＞

引用商標：「モーモーチョコ」(標準文字)

第30類「チョコレート菓子」

### ＜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。

#### (1) 本願商標について

本願商標は、・・・、「チョコモ～モ～」の文字を標準文字で表してなるところ、その構成中、「チョコ」の文字は「チョコレートの略」の意味を有し（「広辞苑第7版」株式会社岩波書店）、「モ～モ～」の文字は「牛の鳴き声を表す語。牛をいう幼児語。」を意味する「もうーもう」の語（前掲書）や、「モーモー、牛」を意味する「mooーmoo」の英語（「プログレッシブ英和中辞典」株式会社小学館）の読みを、長音符号の一種である「～」（波形記号）を用いて片仮名で表したものと看取り得るものである。

そして、本願商標は、同じ書体、同じ大きさ及び同間隔をもって表され、視覚上、まとまりある一体的なものとして看取されるものであり、その構成全体から生じる「チョコモーモー」の称呼も6音と冗長とはいえず、よどみなく一連に称呼し得るものであるから、「チョコ」の文字が商品の品質を看取させる場合があるとしても、前記構成及び称呼にお

いては、「チョコモ〜モ〜」の構成文字全体をもって、特定の観念を生じない一体不可分の造語を表したものとして認識し、把握されるとみるのが相当である。

してみれば、本願商標からは、「チョコモーモー」の称呼を生じ、特定の観念は生じない。

## (2) 引用商標について

引用商標は、・・・、「モーモーチョコ」の文字を標準文字で表してなるところ、その構成中、「モーモー」の文字は「牛の鳴き声を表す語。牛をいう幼児語。」を意味する「もうーもう」の語や、「モーモー、牛」を意味する「mooーmoo」の英語の読みを、長音符号である「ー」を用いて片仮名で表したものと看取り得るものであり、「チョコ」の文字は「チョコレートの略」を意味する語である。

そして、引用商標は、同じ書体、同じ大きさ及び同間隔をもって表され、視覚上、まとまりある一体的なものとして看取されるものであり、その構成全体から生じる「モーモーチョコ」の称呼も6音と冗長とはいええず、よどみなく一連に称呼し得るものであるから、「チョコ」の文字が商品の品質を看取させる場合があるとしても、前記構成及び称呼において、「モーモーチョコ」の構成文字全体をもって、特定の観念を生じない一体不可分の造語を表したものとして認識し、把握されるとみるのが相当である。

してみれば、引用商標からは、「モーモーチョコ」の称呼を生じ、特定の観念は生じない。

## (3) 本願商標と引用商標との類否について

本願商標と引用商標との類否を検討するに、両者は、それぞれ前記(1)及び(2)のとおり構成よりなるところ、外観においては、明らかに相違するものである。

また、本願商標から生ずる「チョコモーモー」の称呼と、引用商標から生ずる「モーモーチョコ」の称呼とは、その音構成に明らかに差異を有するものであるから、これらを聞き誤るおそれはなく、両者は、称呼上、相紛れるおそれはないものである。

さらに、観念においては、本願商標と引用商標とは、いずれも特定の観念を生じないものであるから、両者は、観念上、比較することができない。

そうすると、本願商標と引用商標とは、観念については比較できないものであるとしても、外観については明らかに相違するものであり、称呼については相紛れるおそれのない

ものであるから、これらが取引者、需要者に与える印象、記憶、連想等を総合的に勘案すれば、両者は相紛れるおそれのない非類似の商標であるというのが相当である。

(4) まとめ

以上のとおり、本願商標は、引用商標とは非類似の商標であるから、その指定商品の類否については検討するまでもなく、本願商標が商標法第4条第1項第11号に該当しない。

したがって、本願商標が商標法第4条第1項第11号に該当する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「チョコモ～モ～」と引用商標「モーモーチョコ」は、観念については比較できないものであるとしても、外観については明らかに相違するものであり、称呼については相紛れるおそれのないものであるから、これらが取引者、需要者に与える印象、記憶、連想等を総合的に勘案すれば、両者は相紛れるおそれのない非類似の商標であるというのが相当である、と判断されました。

個人的には、久々に深く首をかしげた審決です。

まず、「～」と「ー」の違いはあるものの、両商標が「モ～モ～（モーモー）」と「チョコ」の語を結合した構成からなることは、一見しても明らかでしょう。両商標は、それらの語の順番の前後が変わったにすぎません。

そして、「チョコ」の部分が、両商標の指定商品（チョコレート菓子）との関係においては、いずれも識別力を発揮しないことは明らかです。

審決では、両商標ともに、「特定の観念を生じない一体不可分の造語を表したもの」と認定されていますが、このような状況下で、なぜ「モ～モ～（モーモー）」が要部になり得ないのか、当職にはまったく理解ができません。

一般的・恒常的な取引の実情の考慮という点からも、疑問が残ります。「チョコレート菓子」の需要者には、当然に小さな子供たちも含まれるわけで、もし、同じ売り場に「チョコモ～モ～」と「モーモーチョコ」の商標が使われた同様の商品があったなら、彼ら（彼女ら）が誤認混同することなく判別できるとは思えません。記憶する場合も、特徴のある「モ～モ～（モーモー）」で覚えるでしょうから、たとえば、お母さんなどに「モーモーのチョコがほしい」などと言うのが、どちらの商品の場合であっても自然ではないでしょうか。

もともと、インターネット検索をしてみると、実際に引用商標「モーモーチョコ」を使用した商品は見当たらないようです。一方、本願商標「チョコモ～モ～」は、主に「チョコドリンク」の商標として使用されているようであり、「チョコレート菓子」については、コラボ商品のような位置付けで、パッケージ等に「チョコモ～モ～」が使用されているように見受けられました。スーパーなどで売られている一般的な「チョコレート菓子」のイメージとは、かなり異なる印象です。

この状況だけを見ると、たしかに両商標が使用されても誤認混同はしないかもという気もしてきますが、これはまさに「特殊的・限定的な取引の実情」でしょうから、やはり純粋な「商標の類否判断」にあたっては、考慮されるべきではないように思われます。

（弁理士 永露 祥生）

< 2023年3月2日 >