

■ 4条1項11号

不服 2025-015519

＜本願商標＞

hyphen

第3類「化粧品，せっけん類，香料，薫料，つけまつ毛，つけづめ，かつら装着用接着剤，つけづめ用接着剤，つけまつ毛用接着剤，化粧用接着剤」

＜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＞

HYPHEN TOKYO

引用商標：

第35類「・・・，懐中鏡の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，・・・，室内用芳香剤の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，身体用芳香消臭剤・化粧品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供，・・・他」

＜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。

引用商標は、・・・、「HYPHEN TOKYO」の文字を一行に横書きしてなるところ、これは、「HYPHEN」と「TOKYO」の文字の間に空白（スペース）があることから、「HYPHEN」の文字と「TOKYO」の文字とを結合したものと容易に理解できるものではあるが、当該空白は1文字分に満たない狭いものであり、また、すべての文字が同書、同大で表されていることから、外観上、まとまりよく一体的に表されているというべきものである。

そして、引用商標の構成文字から生じる「ハイフントウキョウ」の称呼は、8音と冗長とはいえ、一息で容易に発声できるものである。

また、引用商標の構成中、「TOKYO」の文字が、「日本国の首都。」(出典：「広辞苑第七版」株式会社岩波書店)である「東京」を欧文字で表したものであって、地名の表示として理解され得るものであり、自他役務の識別標識としての機能を有しないか、同機能が極めて弱いものであるとしても、他方で、同構成中の「HYPHEN」の文字は、「ハイフン(2語を連結したり、2行にまたがる1語を結合する時などに用いる符号)」(出典：「新英和中辞典 第7版」株式会社研究社)を意味する、我が国でも知られた成語であって、引用商標の指定役務との関係を踏まえても、当該文字が、引用商標に接する取引者、需要者に対し、役務の出所識別標識として強く支配的な印象を与えるというべき事情は見当たらないものである。

以上のことからすれば、引用商標に接する需要者は、殊更「HYPHEN」の文字部分のみに着目するというより、むしろ構成全体をもって一体不可分のものと認識し把握するとみるのが自然である。

したがって、本願の指定商品と引用商標の指定役務の類否について判断するまでもなく、引用商標の構成中「HYPHEN」の文字部分を要部として分離抽出し、これを前提に、本願商標と引用商標とが類似するものとして、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。

弁理士コメント

引用商標「**HYPHEN TOKYO**」に接する需要者は、殊更「HYPHEN」の文字部分のみに着目するというより、むしろ構成全体をもって一体不可分のものと認識し把握するとみるのが自然であるから、引用商標の構成中「HYPHEN」の文字部分を要部として分離抽出し、これを前提に、本願商標「**h y p h e n**」と引用商標「**HYPHEN TOKYO**」とが類似するものとして、本願商標が商標法第4条第1項第11号に該当するとした原査定は取消しを免れない、と判断されました。

「TOKYO」の文字が、日本の首都である「東京」を意味する語であって、地名を表わすものであることから、これに識別力が認められないという点については、異論はないでしょう。したがって、原則的には、引用商標「HYPHEN TOKYO」のうち、「HYPHEN」が要部になるとして、本願商標「**h y p h e n**」との類似性が判断されるべきであ

ると考えられます。実際に、審査ではこのように判断されたものと思われま

しかし、本審決では、(1) 引用商標「HYPHEN TOKYO」の「HYPHEN」と「TOKYO」の間にある空白は1文字分に満たない狭いものであり、すべての文字が同書、同大で表されていることや、(2) 引用商標「HYPHEN TOKYO」を構成する「HYPHEN」の文字が、我が国でも知られた成語であって、当該文字が、引用商標に接する取引者、需要者に対し、役務の出所識別標識として強く支配的な印象を与えるというべき事情は見当たらないといったことが考慮され、引用商標「HYPHEN TOKYO」はあくまで構成全体をもって一体不可分のものと認識し把握するべきものであるから、本願商標「h y p h e n」とは類似しないと判断された次第です。

(1) については、たしかに商標見本を確認するとその通りであり納得できるのですが、(2) については、つまりは「h y p h e n」の文字についても、識別力がないとはいえな

個人的には、何らかのブランドの商品を取り扱う小売店の名称を「ブランド名+地名」のようにすることも少なくない気がしますので、両商標は本当に非類似ということで良いのだろうかという印象です。

ちなみに、本審決と同様に「TOKYO」の文字を含む商標の類似性が争われた近年の審

決として、たとえば、「PARADISE TOKYO」と「PARADISE」が類似と判断された事件(不服 2023-016048)、「free walking tours」と「Tokyo Free Walking Tour」が類似と判断された事件(不服 2023-014557)、「FaW Tokyo」と「FAW」が非類似と判断された事件(不服 2023-009687)、「Oasis TOKYO」と「OASIS」が類似と判断された事件(不服 2023-009213)などがあります。

本審決と同様に、最終的に非類似と判断された審決例も中にはありますが、基本的にこのようなパターンは類似すると考えておくべきでしょう。

(弁理士 永露 祥生)

< 2026年3月29日 >