

審決分類	審判 全部無効 W41
管理番号	1418367
総通号数	37
発行国	JP
公報種別	商標審決公報
発行日	2025-01-31
種別	無効の審決
審判請求日	2024-04-05
確定日	2024-12-02
事件の表示	上記当事者間の登録第 6 6 9 0 7 7 7 号商標の商標登録無効審判事件について、次のとおり審決する。
結論	本件審判の請求は、成り立たない。 審判費用は、請求人の負担とする。

## 理由

### 第 1 本件商標

本件登録第 6 6 9 0 7 7 7 号商標（以下「本件商標」という。）は、「アニマルコミュニケーション士」の文字を標準文字で表示してなり、令和 4 年 9 月 1 2 日に登録出願、同 5 年 4 月 1 0 日に登録査定され、第 4 1 類「技芸・スポーツ又は知識の教授、セミナーの企画・運営又は開催、電子出版物の提供、書籍の制作、教育・文化・娯楽・スポーツ用ビデオの制作（映画・放送番組・広告用のものを除く。）、興行の企画・運営又は開催（映画・演芸・演劇・音楽の演奏の興行及びスポーツ・競馬・競輪・競艇・小型自動車競走の興行に関するものを除く。）」を指定役務として、同月 1 8 日に設定登録されたものである。

### 第 2 請求人の主張

#### 1 請求の趣旨

請求人は、本件商標の登録を無効とする、審判費用は被請求人の負担とする、との審決を求め、その理由（商標法第 3 条第 1 項第 3 号及び同法第 4 条第 1 項第 1 6 号）を要旨次のように述べ、証拠方法として、甲第 1 号証から甲第 6 5 号証（枝番号を含む。以下「甲」と表記する。）を提出した。

#### 2 請求の理由（要旨）

##### （1）利害関係

##### ア 利害関係の有無について

請求人は、インターネット上のリスティング広告におけるキーワード検索に関し、被請求人の関連組織である教育機関より、本件商標の登録を根拠とするキーワードの除外設定を求める要請を三度にわたり受領した。

同教育機関から請求人への最初の連絡は、2 0 2 3 年 4 月 2 1 日付けのメール（甲 1）であり、同人が Yahoo!、Google リスティング広告においてアニマルコミュニケーション士というキーワードで検索をした結果、請求人の広告が表示された旨を述べ、アニマルコミュニケーション士は「商標登録をされており、認定教育機関のみ使用を許諾されておりますので、キーワードの入札はお控えください」と要請し、加えて、請求人がキーワード入札をしていない場合には、「キーワードのフレーズ一致での除外設定を Yahoo!、Google とともに設定いただけますでしょうか。」と記されている。請求人はその後、同内容のメールを同年 6 月 9 日、8 月 4 日にも受信している（甲 2、甲 3）。

ところで、同教育機関は、「アニマルコミュニケーション士」、「動物対話インストラクター」という資格取得のための通信教育講座を運営しており（甲 4）、同講座は日本インストラクター技術協会なる組織の認定講座に指定されている（甲 5）。「日本インストラクター技術協会」の名称は登録第 5 8 7 3 3 4 5 号商標として商標登録を受けているが（甲 6）、その商標権者は被請求人である。

以上より、請求人と被請求人との間には、利害関係がある。

イ 上記のとおり、請求人は被請求人の関連組織より、「アニマルコミュニケーション士」の商標権を根拠として、リスティング広告における「アニマルコミュニケーション士」を用いたキーワード設定の自粛要請、「アニマルコミュニケーション士」を用いてキーワード設定をしていない場合にはキーワードのフレーズ一致での除外設定をするよう要請を受けた。しかしながら、請求人が「アニマルコミュニケーション士」を用いてキーワード設定を行ったという事実はなく、またそもそも、検索キーワードとしての商標の使用は法上の商標の使用に必ずしも該当するものではないため、被請求人が自身が所有する商標権を示してこのような要請をすることは、商標法で認められた商標権者の当然の権利を超えたものである。

かかる行為は、長年にわたってアニマルコミュニケーションの普及に尽力し、アニマルコミュニケーション産業の発展に寄与した先人の成果を奇貨として、法律が予定する商標権の本来の目的を超えて権利を利用し、商標権者個人の利益を図ろうとするものである。すなわち、被請求人の請求人に対するキーワード設定自粛の要請は、商標権という権利の行使において必ずしも信義誠実の原則に従ったものとはいえず、アニマルコミュニケーション産業への新規事業主の参入を阻害し、ひいては産業全般の委縮をも招きかねない。

##### （2）本件商標の識別力について

ア 本件商標は、「アニマルコミュニケーション士」と標準文字で書してなるものであって、それを構成する「アニマル」は「動物」（甲 7）、「コミュニケーション」は「社会生活を営む人間の間で行う知覚・感情・思考の伝達。言語・記号その他視覚・聴覚に訴える各種のものを媒介とする。動物個体間での、身振りや音声・匂いなどによる情報の伝達」（甲 8）、「士」は「一定の資格・役割をもった者」（甲 9）を意味する語だから、本件商標はその構成全体から、「動物とのコミュニケーションに従事する者」という意味を認識させる。

すなわち、本件商標はアニマルコミュニケーションに従事する者という意味で一般に用いられているアニマルコミュニケーターという言葉とその語義において何ら異なるところがなく、単にアニマルコミュニケーションという技術・技能を有する者、アニマルコミュニケーターという特定の職種を示すにすぎない。

そうすると、本件商標をその指定役務に使用しても、これに接する取引者及び需要者は、動物とのコミュニケーションに従事する者に関する役務であることを直接的に理解するのみにとどまるから、本件商標は単に役務の質や特徴を普通に用いられる方法

で表示する標章のみからなる商標にすぎず、自他商品役務等識別力を備えるものとはいえない。

イ 「アニマルコミュニケーション」の我が国における認知、普及の度合いについて

本件商標の構成中に含まれる「アニマルコミュニケーション」とは、人と動物が意識のレベルで意思疎通を行う技術・技能を意味する語であり、そもそも欧米を中心に発展した。我が国においても、2000年代以降注目を集めるようになり、以来、多くのメディアで紹介されている。日本においてアニマルコミュニケーションが広く知られるようになった経緯とその認知、普及の度合いを示すため、現在に至るまでのアニマルコミュニケーションに関するメディア紹介の一部を掲げる。

(ア) テレビ

アニマルコミュニケーションは、2004年4月8日から2020年9月26日まで日本テレビ系列で毎週土曜日の午後7時から放送された「天才! 志村どうぶつ園」に出演したアニマルコミュニケーターのH氏(甲10)の登場により我が国において広く認知されるに至った。同氏は動物と話せる女性として2006年に初めて同番組に出演し、以来、アニマルコミュニケーションの我が国への認知と普及に大きな役割を果たしており、2009年11月30日にはワニブックスより「動物と話せる女性ハイジ」というタイトルで書籍も発刊している(甲11)。

H氏は最初の番組出演以降、不定期に出演を継続し、番組ホームページで内容が確認できる2013年3月30日以降だけでも、2014年4月5日、同月26日、2016年12月10日、2017年2月11日、同年9月23日、同年11月4日、同月18日、2018年11月17日の8回にわたって出演をしている(甲12の1~8)。

2017年9月23日には「動物と話せる女性ハイジSP」と題してH氏にスポットを当てた特集番組が組まれており(甲12の5)、また、2018年11月17日の放送では、構成の大部分がH氏の紹介に割かれている(甲12の8)。

(イ) 新聞、雑誌及び関連書籍

上述した2006年頃のH氏のテレビ出演を契機に、アニマルコミュニケーションやアニマルコミュニケーターが耳目を集めるようになり、以来、アニマルコミュニケーションに関する新聞、雑誌の記事が急増し、関連書籍も多数刊行されるに至っている(甲11、甲13~甲64)。

ウ アニマルコミュニケーション及びアニマルコミュニケーターが一般に用いられる語であることについて

上述の「天才! 志村どうぶつ園」は、2004年から2020年まで毎週土曜日の午後7時といういわゆるゴールデンタイムに全国放送された人気番組で、動物に焦点をあてたバラエティという誰もが好感する番組の性質に加え、17年という放送期間や放送時間帯及び地域を鑑みれば、同番組の我が国国民一般における知名度の高さや影響力の大きさは計り知れないものがある。実際、2020年9月26日に放送された最終回の平均視聴率は12.4%、2020年4月4日に放送されたメインパーソナリティの追悼特別番組の世帯平均視聴率は27.3%を記録しており(甲65)、同番組への人気や関心の高さを如実に示している。

かかる国民の人気番組にアニマルコミュニケーターのH氏が繰り返し出演したという事実は、我が国におけるアニマルコミュニケーションに対する認知度や、国民の興味関心の高さをそのまま反映したものと見える。

これはすなわち、番組最終回が放送された遅くとも2020年9月までにはアニマルコミュニケーション及びアニマルコミュニケーターという語が一般に認知、理解され、広く普通に用いられるようになっていたことを示している。上掲の新聞、雑誌の記事や関連書籍の多くもこの頃までに発行されており、殊に書籍は、その性質上、アニマルコミュニケーションについて知りたい、学びたいという需要者の主体的なニーズを端的に示すものであるところ、本件商標の査定時である2023年4月11日までに発行されたものは多数を占めているから、本件商標の査定時にはアニマルコミュニケーション、アニマルコミュニケーターの語は、需要者、取引者において広く認知され、用いられていた。

(3) 商標法第3条第1項第3号に該当すること

本件商標は、査定時には既に需要者、取引者において広く用いられていた「アニマルコミュニケーション」という語と、「一定の資格・役割をもった者」を意味する「士」の文字の単なる組合せであり、役務の性質を単に表示しているにすぎない。

また、本件商標は「動物とのコミュニケーションに従事する者」との意味合いが生じるところ、これに接するアニマルコミュニケーションに関連する事業の取引者、需要者は、直ちに本件商標がアニマルコミュニケーターを指すものであって、そのような商標を付した役務はアニマルコミュニケーションに従事する者に関する役務であると理解する。すなわち、本件商標は、アニマルコミュニケーターに関するものであるという役務の特徴を一般に認識させ、その特徴を直接的に表示するものでしかないから、自他商品役務識別機能を発揮し得るものではない。

以上より、本件商標は商標法第3条第1項第3号に該当する。

(4) 商標法第4条第1項第16号に該当すること

上述のとおり、本件商標は、アニマルコミュニケーションに従事する者についての役務であることを直接的に表示する。そうすると、本件商標がアニマルコミュニケーターに関するもの以外の「芸芸・スポーツ又は知識の教授、セミナーの企画・運営又は開催、電子出版物の提供、書籍の制作、教育・文化・娯楽・スポーツ用ビデオの制作(映画・放送番組・広告用のものを除く。)、興行の企画・運営又は開催(映画・演芸・演劇・音楽の演奏の興行及びスポーツ・競馬・競輪・競艇・小型自動車競走の興行に関するものを除く。)」について用いられた場合には、役務の質の誤認を生じる。

したがって、本件商標は、商標法第4条第1項第16号に該当する。

3 請求人の弁駁

(1) 商標を構成する文字が同書同大同間隔で表されているか、商標が外観上まとまりよく一体のものとして把握し得るかは、ある商標と他の商標との類否を判断する際に、比較の対象となるべき商標の識別力ある部分、すなわち商標の要部の認定のためには有意であるものの、商標がその指定商品・役務との関係において自他商品等識別力を発揮するかの判断においては意味をなすものではない。つまり、被請求人の主張は、直接に関連のない事柄を単に羅列したにすぎないのであって、本件商標が自他商品等識別力を有することを説明するものではない。

被請求人はまた、本件商標が全体として造語と認識されるから自他商品等識別力を発揮する旨主張する。しかしながら、造語であればいかなる商標であっても当然に自他商品等識別力があるものではなく、商標が自他商品等識別力を備えるか否かは造語性の高低を含む諸々の要素から判断すべきである。したがって、被請求人の主張には論理の飛躍があるといわざるを得ず、本件商標が自他商品等識別力を発揮することを何ら説明していない。

(2) 商標審査基準の記載に明らかなように、商標がその役務の特徴等を表示するものであると一般に認識されるかの判断において、商標がそのようなものとして実際に使用されているか否かは重要ではなく、現実使用されていない商標であっても役務の特徴等を表示するものであれば識別力は否定されると考えるべきである。

被請求人が指摘する1、2件の使用例がどのようなものであるか明らかではないが、たとえ現実の使用例がない場合であっても一般に認識されると判断し得るから、少なくとも1、2件の使用例を確認できる以上、「アニマルコミュニケーション士」の語が一般的に使用されるものではないとの結論を導くことはできない。

(3) 請求人は、本件商標はその語の組合せから「動物とのコミュニケーションに従事する者」という観念が直接的に生じると考えるが、被請求人は、本件商標からそのような観念が想起されることはあるとしても暗示的であって、直ちに役務の直接的・具体的な質に結びつくものではない旨主張する。しかしながら、被請求人は、本件商標から生じる「動物とのコミュニケーションに従事する者」との観念がなぜ直接的でなく暗示的なものにとどまるのか、なぜ役務の直接的・具体的な質に結びつかないのかの理由を明らかにしていない。すなわち、被請求人のかかる主張は明確性、具体性を欠く。

(4) 被請求人の答弁は本件商標が商標法第3条第1項第3号に該当しないことを繰り返すが、同法に該当しないことの裏付けとなる具体的、明確な根拠を何ら示していない。

(5) 商標が標準文字で書してなることは商標の構成の説明にすぎないのであって、その指定役務との関係で役務の質を表すかとは何ら関連のない事柄だから、本件商標が標準文字で書してなるからといって、これにより、本件商標が役務の質を表すものではないとの結論を導き出すことはできない。

### 第3 被請求人の答弁

#### 1 答弁の趣旨

被請求人は、結論同旨の審決を求めると答弁し、その理由を要旨次のように述べた。

#### 2 答弁の理由(要旨)

##### (1) 商標法第3条第1項第3号について

###### ア 自他商品・役務識別力について

「アニマル」と「コミュニケーション」と「士」とが結合した「アニマルコミュニケーション士」の構成文字は、同じ書体、同じ大きさをもって、等間隔に表されており、外観上まとまりよく一体のものとして把握し得るから、全体として造語であると認識され、指定役務との関係において自他商品等識別力を発揮し得ないものとはいえない。

また、登録査定時において「アニマルコミュニケーション士」の使用例は皆無に等しく、実際に「アニマルコミュニケーション士」の検索結果では、この用語を使用しているサイトは1、2個しかなく、一般的に使用されている用語ではない。

仮に、本件商標から、「動物とのコミュニケーションに従事する者」という概念が想起されるとしても、それは単にかかる意味合いを暗示するにとどまり、直ちに役務の直接的、具体的な質に結びつくものではない。

###### イ 本件商標は、取引に際し必要適切な表示として、何人もその使用を欲するものか否かについて

本件商標「アニマルコミュニケーション士」の文字が、登録査定時において、使用例は皆無に等しく、かかる使用状況においては、本件商標は、取引に際し必要適切な表示として、何人もその使用を欲するものとはいえない。

ウ 以上のとおり、本件商標は、その指定役務との関係において、役務の質を表すものとはいえないから、その指定役務について使用しても、商標法第3条第1項第3号に該当しない。

##### (2) 商標法第4条第1項第16号について

本件商標は、「アニマルコミュニケーション士」の文字を標準文字で表してなるところ、上記のとおり、その指定役務に使用しても、役務の質を表すものと認識されない。

そうとすれば、「アニマルコミュニケーション」に関する役務以外の指定役務に使用しても、役務の質の誤認を生じるおそれのある商標ではなく、商標法第4条第1項第16号に該当しない。

### 第4 当審の判断

#### 1 利害関係について

請求人は、本件商標権者の関連組織から、本件商標を根拠とするキーワードの除外設定を求める要請を3度にわたり受領している(甲1~甲3)ことから、本件審判を請求することについて利害関係がある旨を主張するところ、被請求人は当該利害関係の有無については争っておらず、当事者間に争いが無い。

したがって、当審は請求人が本件審判の請求について利害関係を有すると認める。

#### 2 商標法第3条第1項第3号該当性について

##### (1) 本件商標について

本件商標は、「アニマルコミュニケーション士」の文字を標準文字で表してなるところ、その構成文字は、同じ大きさ及び書体で、字間なく横書きしたまとまりのよい構成よりなるから、一連一体の語を表してなると看取できる。

そして、本件商標の構成中、「アニマル」の文字部分は「動物」(甲7)、「コミュニケーション」の文字部分は「社会生活を営む人間の間で行う知覚・感情・思考の伝達」(甲8)、「士」の文字部分は「一定の資格・役割をもった者」(甲9)の意味を有する語であるところ、各文字を結合して具体的な成語となるものではなく、各語の語義を結合した意味合いは漠然としているから、構成文字全体として動物と関連した何らかの資格を表してなることを連想させるとしても、役務の質(提供主体、内容)を具体的に表示するものではない。

##### (2) 請求人の主張について

請求人は、「アニマルコミュニケーション」とは、人と動物が意識のレベルで意思疎通を行う技術、技能を意味する語であり、メディア(テレビ、新聞、雑誌、書籍)で紹介されていること(甲10~甲64)、そして、本件商標の登録査定時にはアニマルコミュニケーション、アニマルコミュニケーターの語は、需要者、取引者において広く認知されていたことを指摘し、本件商標は「動物とのコミュニケーションに従事する者」との意味合いが生じ、役務の特徴を直接的に表示するもので、自他商品役務識別機能を発揮するものではない旨を主張する。

しかしながら、請求人が援用する事例は、「アニマルコミュニケーター」と称する、動物との意思疎通などを図ることをうたう人物と関連する記事情報や、ペットの気持ちを感じ、理解する方法などを「アニマルコミュニケーション」と称する記事情報などであるが、本件商標「アニマルコミュニケーション士」なる語が、具体的な役務の質（提供主体、内容）を表示する語として取引上一般的に使用されている事実を示すものではない。

そのため、請求人主張の事実関係を参酌したとしても、本件商標は、上記（１）のとおり、構成文字全体として動物と関連した何らかの資格を表してなることを連想させるにすぎないから、当該資格の内容を漠然と暗示するとしても、その指定役務との関係において、役務の質等を具体的に表示するものではない。

（３）小括

以上によれば、本件商標は、その指定役務について、役務の質を普通に用いられる方法で表示する標章とはいえず、商標法第３条第１項第３号に該当しない。

３ 商標法第４条第１項第１６号該当性について

本件商標は、上記２のとおり、構成文字全体として動物と関連した何らかの資格を表してなることを連想させるとしても、役務の質を具体的に表示するものではないから、その指定役務について使用しても、役務の質の誤認を生じるおそれはない。

したがって、本件商標は、商標法第４条第１項第１６号に該当しない。

４ まとめ

以上のとおり、本件商標の登録は、商標法第３条第１項第３号及び同法第４条第１項第１６号に違反してされたものではないから、同法第４条第１項第１号の規定により、無効とすることはできない。

よって、結論のとおり審決する。

別掲	<p>(行政事件訴訟法第４６条に基づく教示) この審決に対する訴えは、この審決の謄本の送達があった日から３０日（附加期間がある場合は、その日数を附加します。）以内に、この審決に係る相手方当事者を被告として、提起することができます。（この書面において著作物の複製をしている場合の御注意）本複製物は、著作権法の規定に基づき、特許庁が審査・審判等に係る手続に必要なと認められた範囲で複製したものです。本複製物を他の目的で著作権者の許可なく複製等すると、著作権侵害となる可能性がありますので、取扱いには御注意ください。</p>
審理終結日	2024-09-30
結審通知日	2024-10-07
審決日	2024-10-22
出願番号	2022105499
審決分類	T111・13-Y(W41)
最終処分	02 不成立
特許庁審判長	大島 勉
特許庁審判官	阿曾 裕樹 小林 裕子
登録日	2023-04-18
登録番号	6690777
商標の称呼	アニマルコミュニケーションシ
代理人	古川 知子
代理人	佐原 隆一