

意見書 (商標出願2019-026838)

1/

【書類名】 意見書
【整理番号】 TN85-0001
【提出日】 令和 1年 7月16日
【あて先】 特許庁審査官殿
【事件の表示】
【出願番号】 商願2019-26838
【商標登録出願人】
【識別番号】 000226976
【氏名又は名称】 日清食品ホールディングス株式会社
【代理人】
【識別番号】 100099771
【弁理士】
【氏名又は名称】 中村 仁
【発送番号】 071120
【意見の内容】

(1) 本願商標は、願書頭書の第29類及び第30類の商品を指定して、平成31年2月19日付で出願されたものであるが、平成31年4月24日起案の拒絶理由通知書にて、本願商標「カレーメシ」を指定商品に使用しても、本願商標に接する需要者等は「カレーを加味したごはんを使用した商品」を表したものととして理解するにとどまり、単に商品の品質・機能等を表示したに過ぎないものと認められるため、商標法3条1項3号に該当する旨の拒絶理由を頂戴した。

しかしながら、出願人は上記判断には承服し得ないので、以下に意見を申し述べる。

なお、出願人は、本意見書と同日付で提出する手続補正書により、第30類の指定商品を「カレーを加味した即席米飯、カレーを加味した調理済み冷凍米飯、カレーを加味した冷凍米飯」に補正した。

(2) 商標法3条1項3号について

商標法第3条1項3号は、商品の品質等を普通に用いられる方法で表示する標

2/

章のみからなる商標については、自他商品等識別力がないとして、商標登録を認めない規定であるところ、本号の該当性の判断は、一般需要者が商標を見て、具体的に商品の品質・内容等を直感するか否かを基準に判断される。商品の品質等

を具体的に直感しない商標は、自他商品識別力を発揮し、特定人に独占的使用を認めたとしても公益上の利益は害されないからである。

このような解釈は御庁の審査基準でも採用されており、「商標が、商品又は役務の特徴等を間接的に表示する場合は、商品又は役務の特徴等を表示するものではないと判断する。」と規定されている。すなわち、品質等を直接的に表示するものでなければ、本号には該当しないことになる。

また、最高裁では、「商標法3条1項3号として掲げる商標が、登録の要件を欠くとされているのは、このような商標は、商品の産地、販売地その他の特性を表示記述する標章であって、取引に際し必要適切な表示として、なんぴともその使用を欲するものであるから、特定人によるその独占使用を認めるのを公益上適当としないものであるとともに一般的に使用される標章であって、多くの場合自他商品識別力を欠き、商標としての機能を果たし得ないものであることによるものと解すべきである。」（最高裁昭和53年（行ツ）第129号）と判示しており、本号の該当性については、商標自体の識別性に加えて、独占適応性の観点からも判断すべきであることを明示している。

かかる解釈を前提とすれば、本願商標は商標法3条1項3号には該当しないことは明らかであるので、以下詳細に説明する。

（3）本願商標の自他商品識別力

本願商標「カレーメシ」は、「カレー」と「メシ」を結合した構成であると容易に理解されるところ、「カレー」は「カレー粉を用いてつくった料理。特にカレーライスソース」を意味するものであり、「メシ」からは「めし。ごはん。」を意味する「飯」が連想され得る。このことから、審査官殿は、本願商標「カレーメシ」を単に「カレー」と「メシ」に分断した上で、そこから「カレーを加味したごはんを使用した商品」程度の意味を形式的に取ったものと推測する。しかしながら、「カレーを加味したごはんを使用した商品」と表現されるものが具

3/

体的にどのような商品であるかは特定できず、仮に「カレーメシ」から「カレーを加味したごはんを使用した商品」程度の意味を取って見たところで、商品の品質等を具体的に直感するに至らない。以下具体的に述べる。

本願商標「カレーメシ」の構成要素である「メシ」の語は、「ライス」の意味と共に「食事」の意味も有する語である。当該語は、単独で使用されるだけでなく、他の要素と結合して「〇〇メシ」のように使用されることも多いが、例えば、「イカめし」や「牛めし」のように、食材を表す語と結合して料理名として使用される場面もあれば、「朝めし」、「昼めし」のように時間を表す語と結合して、一日のうちのどのタイミングにとる食事であるかを表す場面もある。その他にも、イタリア料理を意味する「イタメシ」、国道沿いにある食事処を表す「国道メシ」（第1号証）、漁師が食べる料理を表す「漁師めし」（第2号証）、さらには、ここから勝負どころという場面において願掛け的に食べる食事の通称として「勝負メシ」なる言葉も使用されている。このように、「メシ」という語

は、様々な種類の言葉と結びついて新たな造語を創り出す性質を有しており、その意味は結びつく言葉によって全く異なる。そのため、初めて「〇〇メシ」という造語に触れた需要者は、その意味を具体的に捉えることができない。

この点、本願商標「カレーメシ」は、先に述べた構成からすれば、一見料理名的一种であるかのようにも考えられそうである。しかしながら、以下に述べるように、実際に料理名として使用されている例についてみても、やはり、「メシ」の語は、結びつく言葉ごとに全く異なる内容を表している。そのため、仮に料理名として捉えようとした場合であっても、結局その具体的な内容を直ちに理解することはできない。

例えば、先に挙げた「イカめし」は、烏賊の胴身に米を入れて炊き上げるという、特殊な調理法による日本の郷土料理である。また、「牛めし」は、ネギなどと煮た牛肉を汁とともにかけたどんぶり飯として知られている。「そばめし」は、焼きそばとご飯を鉄板で炒めてソースで味付けした焼き飯の一種であり、「はらこめし」は、鮭を煮込んだ煮汁で炊き込んだご飯の上に鮭の身とはらこ（イクラ）を乗せた、炊き込みご飯とどんぶり飯の掛け合わせのような料理である。さらに、「タコめし」は、蛸をご飯と共に炊き込んだものを「タコめし」と呼ぶ場

4/

合もあれば、煮た蛸をご飯の上に乗せた料理を「タコめし」と呼ぶ場合もあり、同じ「タコめし」という言葉で表現されていても、異なる料理を指すことがある。

このように、「〇〇めし」、「〇〇メシ」という表現が料理名として使用されている場合であっても、調理法に様々バリエーションがあり、それぞれ全く別ものの料理になっていることがわかる。すなわち、食べものを表す何らかの語と「メシ」を組み合わせて新たに「〇〇メシ」といった場合に、“〇〇とご飯が材料の一部として使用されている料理”程度のことは想像できたとしても、完成された料理がどういった味つけで、他にどのような具材が使用されていて、どのように調理されたものであるか、単に名前を見ただけでは、料理としての完成形を具体的に想像し得ない。

実際に出願人が提供する商品「カレーメシ」は、それまで世の中になかった新しい商品であるところ、まさに出願人が、需要者に対して、カレーとご飯という二つのアイテムを意識させながらも“結局のところどんな味のどんな商品であるか、具体的に想像することができない”と思わせることを狙って、言い換えれば、それまでの常識では理解できない“第3のカレー”であるという商品の特徴を、ネーミングからも伝わるよう意図して、敢えて需要者が聞きなれない「カレーメシ」という新しいフレーズを創り、採用した造語である。

(4) 出願人の商品

出願人が実際に製造販売する「カレーメシ」は、お湯を注ぐだけでカレーと具材、ライスと一緒に食べられる新感覚のインスタント食品（以下、「本商品」という）として人気を集めている。一般的に、カレーはご飯の上にかけて食べるも

のであり、カレーとご飯が初めから混ぜ合わさったものを食べるという発想は画期的である。インターネットで「カレーメシ」を検索すると、検出されるサイトのほとんどが本商品に関するものであり（第3号証）、消費者の間では評価の高い商品として注目を浴びていることが分かる（第4号証及び第5号証）。ただ、このように注目される商品となったのは、本商品のリブランドが成功したからに他ならない。

5/

実は、本商品については、そのネーミングを巡って紆余曲折があった。「カレーメシ」は、もとは「カップカレーライス」という商品名で2013年9月から販売されたものであるが、当時はカレーと米がセットになったインスタント食品自体がほとんどなかったこともあり、発売当初から画期的な商品として話題になっていた（第6号証乃至第8号証参照）。しかし、その一方で、本商品は米とルーが混ざったドリアのような出来上がりであることから、「これはカレーライスではない」という指摘を消費者から受けていた。「カップカレーライス」のネーミングから、誰もが知っている「カレーライス」をイメージした消費者からの率直な意見であった。消費者のこうした声をきっかけとして、ブランドを再構築することとなった際に、商品の内容について誤認が生じないように創作されたネーミングこそが「カレーメシ」である。先に述べた通り、実際に、発売当初より「カレーメシ」は従来のカレーライスとは全く別ものであったが、このネーミングを採用することによって、その新しさ、“第3のカレー”であるというメッセージが消費者に正しく届くようになった。これまでにない新しい言葉であって、商品の内容を直接的に理解できないからこそ、これまでにない新しい食品であるという本商品の最大の特徴を伝えることに成功しており、その点が採用の決め手であった。

出願人のこのようなブランド戦略が功を奏し、今ではこれまでにない新ジャンルのカレー食品たる地位を確立している。カレー研究者として知られた水野仁輔氏（第9号証）が執筆した「カレーライス進化論」では、「カレーメシ」がいかに画期的な商品であるかが紹介されている（第10号証）。一部を抜粋すると、「日清食品が開発した“カレーメシ”はインスタントカレーにおける超斬新な商品である。これまでのインスタントカレーの世界は、レトルトカレーが主流だった。．．．」、「従来のカレーの概念におさまりきらないこの商品は、．．．」、「カレーメシがユニークなのは、おいしいカレー商品を開発しようとしたのではなく、おいしいライスを普及させるためのパートナーとしてカレーを選んだ点である。．．．」、「既成概念を打ち破ったり、これまでの価値観をガラリと転換してくれたりするカレーが、これまでも新時代を築き上げてきた。そんなニュースターが2016年に登場したことに、僕は今も興奮を抑えられないでいる。」など

6/

と記述されている。

このように、本願商標「カレーメシ」は、その商品の話題性ととともに、出願人商品を識別する標識として、実際に需要者の間で広く認識されるようになっている。つまり、(3)において述べた言葉の構成の観点からだけでなく、現実の取引の状況からみても、本願商標「カレーメシ」が自他商品識別力を有することは明らかである。

(5) 本願商標の独占適応性

上述したとおり、本願商標は自他商品識別力を有するものであるが、独占適応性の観点からも、登録が認められるべき商標である。

インターネット検索エンジンのGoogleで「カレーメシ」を調べると、上位100件中99件は本願商標「カレーメシ」及び本商品に関するサイトである(第3号証)。第3号証中ピンクでハイライトされたサイトはいずれも本商品の「カレーメシ」に関する内容となっている。その他の1件のサイトはクックパッドに掲載されたレシピに関するものであるところ、「カレーメシ風レンジご飯」として紹介されていることからすると、本商品を意識して「カレーメシ」のような料理を作っているに過ぎない。このような実情からすれば、「カレーメシ」の語句を使用しているのは実質的に本願出願人のみであり、出願人以外の者が使用を欲しているという事情は見受けられない。

以上のように、本願商標は、出願人の創作に係る独自の造語であり、一般に使用されている語でもないから、独占不適応の語でもない。

(6) 結論

以上のとおり、本願商標は、自他商品識別力を有しており、また、本願出願人以外の者によって使用されている事情もないことから、独占適応性も有している。

したがって、本願商標は商標法3条1項3号に該当しないことは明らかであるから、速やかに登録すべき旨の査定を賜われますようお願いする次第である。

【証拠方法】 第1号証：「国道メシ」に関するページ 第2号証：

7/E

「漁師めし」に関するページ 第3号証：Googleの「カレーメシ」の検索結果(上位100件) 第4号証：「日清カレーメシ カップヌードルカレー味 食べてみました！やみつき感のあるお馴染みの味」に関するページ 第5号証：「カレーメシ(日清)のカロリーは？うまい？まずい？感想も調査！」に関するページ 第6号証：「『日清カレーメシ』湯かけ調理カップライスに試行錯誤1年」に関するページ 第7号証：「鼻セレブやカレーメシも、『改名後』にヒットした商品たち」に関するページ 第8号証：「ルーでもレトルトでもない『日清カレーメシ』の紆余曲折」に関する

るページ 第9号証: Wikipediaの「水野仁
輔」に関するページ 第10号証: 水野仁輔著「カレ
ーライス進化論」の一部抜粋
