

# 知財高裁判決評釈：令和 7 年(行ケ) 第 10032 号（A 事件）等

Gemini

ー 不使用取消審判（商標法 50 条）における「登録商標の使用」の要件 ー  
A 事件（「池麺」）の逆転にみる「商標的使用」の厳格な解釈と「ゾンビ」ウェブ証拠の限界

## 第 1 部：事案の概要と本判決の核心

### 1. はじめに：本判決の重要性

本判決（令和 7 年 10 月 20 日言渡、知財高裁第 1 部、本多裁判長）は、商標法（以下「法」という。）50 条に基づく不使用取消審判における「登録商標の使用」の立証に関し、特許庁の判断（A 事件）を覆し、実務上極めて重要な法的指針を示したものである<sup>1</sup>。

特許庁は、A 事件において、被告（商標権者）が旧店舗名の入った「麺箱」を現店舗の隅に積んでいた行為をもって、法 2 条 3 項 5 号に形式的に該当する「使用」とであると認定し、不使用取消請求を不成立とした<sup>1</sup>。

これに対し知財高裁は、法 50 条 1 項の「使用」とは、「商標の本質的機能である自他商品又は役務の識別機能」を**発揮する態様、すなわち「商標的使用」**でなければならないと明確に判示し<sup>1</sup>、当該麺箱の展示は「商標的使用」に該当しないとして、A 事件の審決を取り消した<sup>1</sup>。

本評釈は、この A 事件の逆転劇に焦点を当て、裁判所が示した「商標的使用」の具体的な判断基準、およびいわゆる「デジタル・アーカイブ」証拠の限界について、実務に与える影響を詳細に分析する。

### 2. 事案の概要：A・B・C 事件の交錯

本件は、原告（株式会社アイスタイル）が、被告（株式会社大勝軒）の保有する以下の3つの登録商標に対し、法50条1項に基づき不使用取消審判を請求したことに端を発する<sup>1</sup>。

- **A 事件**：本件商標 A「池麺」（標準文字、第43類「飲食物の提供」等）
- **B 事件**：本件商標 B「いけめん」（標準文字、第43類「うどんその他の飲食物の提供」等）
- **C 事件**：本件商標 C「池麺」（標準文字、第30類「ぎょうざ、べんとう」等）

被告は、要証期間内に「池麺 KINGKONG」と表示された麺箱（本件麺箱）を店舗内に展示する行為等が、法2条3項5号（役務の提供の用に供する物への表示・展示）および同8号（広告）の「使用」に該当すると主張した<sup>1</sup>。

特許庁は、この被告の主張に対し、以下の通り、3事件で一貫性のない判断を下した。

- **A 事件 (不成立審決)：**  
本件使用標章「池麺」は登録商標 A「池麺」と社会通念上同一である。本件麺箱は「役務の提供の用に供する物」であり、これを需要者から視認できる状態で積む行為は、法2条3項5号の「使用」に該当する。したがって、登録は取り消さない（不成立）<sup>1</sup>。
- **B 事件 (取消審決)：**  
本件使用標章「池麺」と登録商標 B「いけめん」は、称呼（イケメン）は同一でも、観念が異なる（「池麺」は特定の意味合いを理解させるとはいえない造語に対し、「いけめん」は「若い男性の顔かたちがすぐれていること」の観念が生じ得る）。したがって、社会通念上同一とは認められず、「使用」を証明したとはいえない。登録は取り消す（取消）<sup>1</sup>。
- **C 事件 (取消審決)：**  
本件麺箱は「飲食物の提供」（役務）の用に供する物であり、C 事件請求に係る「商品」（ぎょうざ、べんとう等）について使用されたものではない。したがって、「使用」を証明したとはいえない。登録は取り消す（取消）<sup>1</sup>。

この結果、A 事件の不成立審決を不服とする原告（アイスタイル社）と、B・C 事件の取消審決を不服とする被告（大勝軒社）の双方が、それぞれ審決取消訴訟を提起し、知財高裁で併合審理された<sup>1</sup>。

### 3. 本判決の結論と主要争点

知財高裁は、A 事件について\*\*原告の請求を認容（審決取消＝登録は取り消されるべき）し、**B 事件・C 事件**について被告の請求を棄却（取消審決の維持）\*\*する判決を下し、被告（商標

権者)の全面敗訴となった<sup>1)</sup>。

特許庁の判断は、(1)「使用」の事実(麵箱の展示)を認定した上で、(2)「標章の同一性」(A vs B)、(3)「商品/役務の同一性」(A vs C)という各論のステップで各事件を個別に分析した結果、結論が分かれるという「ねじれ」を生じさせていた。

これに対し、知財高裁は、特許庁が前提とした(1)の「使用」の事実、すなわち\*\*「そもそも、その麵箱の展示は法 50 条が要求する『使用』なのか?」\*\*という、より根本的な論点に立ち返って審理した。このアプローチの変更こそが、A 事件逆転の鍵である。

本件の主要争点は、以下の 3 点に集約される。

1. **[根本争点]** 法 50 条 1 項の「登録商標の使用」は、単なる法 2 条 3 項各号への形式的該当のみならず、「商標的使用」(出所識別機能を発揮する態様での使用)を要求するか。
2. **[A 事件の中核]** 旧店舗名の入った「麵箱」を、現店舗の隅に展示する行為は、「商標的使用」として法 2 条 3 項 5 号の「使用」に該当するか。
3. **[予備的主張]** 要証期間前に公開され、期間中に閲覧可能であったに過ぎない「ウェブ情報」(ニュースリリース、SNS 投稿)は、法 2 条 3 項 8 号の「使用」に該当するか。

## 第 2 部：【A 事件】知財高裁による審決取消の論理構造 (詳細分析)

A 事件の審決を取り消すにあたり、裁判所はまず、法 50 条の「使用」に関する法理的基準(リーガルスタンダード)を樹立した。

### 2.1. 大前提：法 50 条 1 項における「商標的使用」の明確な要求

裁判所は、法 50 条 1 項の「登録商標の使用」の解釈について、以下の通り明確に判示した。

「商標法上、商標の本質的機能は、自他商品又は役務の識別機能にあると解するのが相当であるから(法 3 条参照)、法 50 条 1 項にいう『登録商標の使用』というためには、当該登録商標が商品又は役務の出所を表示し、自他商品又は役務を識別するものと取引者及び需要者において認識し得る態様で使用されることを要すると解するのが相当である。」<sup>[1]</sup>, p. 14, 第 5 の 2(1)]

これは、不使用取消審判における「使用」のハードルを、特許庁の（A 事件における）形式的な判断（「法 2 条 3 項の定義に客観的に該当するか」）から、「需要者から見て、それがブランドとして機能しているか」という、より実質的かつ厳格な基準（「商標的使用」）へと引き上げるものである。

裁判所は、被告の「（法 50 条 1 項の『使用』は）商標がその指定商品又は役務について**何らかの態様で使用されていれば十分**」との主張<sup>1</sup>を、「上記のと通りの商標の本質的機能に照らし、採用することができない」と明確に一蹴しており<sup>1</sup>、この「商標的使用」の基準を本件の中核的な判断枠組みとして設定した。

## 2.2. 法 2 条 3 項 5 号該当性の否定：「麺箱」展示の文脈的分析

上記の大前提（商標的使用）に基づき、裁判所は、特許庁が「使用」と認定した「麺箱」の展示行為（法 2 条 3 項 5 号）を再検討した。

特許庁の認定（A 事件審決）は、(1) 麺箱は「役務の提供の用に供する物」である、(2) 「池麵 KINGKONG」は「池麵」と社会通念上同一である、(3) それが需要者から「視認できる状態」で積まれていた、という形式的な事実認定に基づき「使用」に該当すると結論付けた<sup>1</sup>。

しかし、知財高裁は、特許庁の認定した個々の事実（麺箱がそこにあったこと）は認めつつも、その\*\*「文脈」\*\*に着目し、全く逆の結論を導き出した [<sup>1</sup>, p. 15, 第 5 の 2(2)]。

- 理由 1：過去の遺物性（旧店舗の備品）  
本件麺箱の表示「池麵 KINGKONG」は、平成 27 年 2 月 28 日をもって\*\*「既に閉店した旧店舗」\*\*の名称であると事実認定した<sup>1</sup>。
- 理由 2：現店舗の表示との絶対的乖離  
現在の店舗（本件店舗）は、「滝野川大勝軒」の名称で営業しており、店舗看板、のれん、メニュー、食器類、箸袋、コップ等、需要者が通常目にする\*\*あらゆる表示が「滝野川大勝軒」又は「大勝軒」\*\*であり、本件使用標章（「池麵」）が付されていたのは本件麺箱「のみ」であったと認定した<sup>1</sup>。
- 理由 3：展示態様の非商標性（ビール箱との同視）  
麺箱が積まれていた場所は\*\*「本件店舗の隅」\*\*であり、「常に積み上げられていたわけではなく」、同じ場所に「ビール箱等が積み上げられていたこともあった」\*\*と認定した<sup>1</sup>。

裁判所が「ビール箱」の存在に言及した事実は、極めて示唆に富む。これは、「本件麺箱は、需要者にとって『ビールの空き箱』と同レベルの、単なる『店舗の備品・資材』として認識されることはあっても、『滝野川大勝軒』が提供する役務の『出所表示』として認識されること

はあり得ない」という論理に他ならない。

これは、法2条3項5号（役務の提供の用に供する物への表示）の解釈に、重要な示唆を与える。単に「役務の用に供する物」（例：ホテルのタオル、飲食店の食器、本件の麺箱）に標章が付されていれば即「使用」となるのではなく、その表示態様が、当該店舗の主たる営業表示（例：「滝野川大勝軒」）と関連付けて、あるいはそれ自体が独立して、出所識別機能を発揮していることが要求される、という実質的なハードルを課したものである。

したがって、裁判所は、本件麺箱の展示は「商標的使用」とは到底言えず、法2条3項5号の「使用」には該当しないと結論付けた<sup>1</sup>。

## 2.3. 法2条3項8号該当性の否定：「ゾンビ・アーカイブ」証拠の排斥

被告は予備的に、(a)明星食品が公開した本件カップ麺のニュースリリース、(b)被告の過去のSNS投稿が、要証期間中にウェブ上で閲覧可能であったをもって、法2条3項8号（広告）の「使用」にあたると主張した<sup>1</sup>。

裁判所は、この「デジタル・アーカイブ」証拠も、「商標的使用」の観点から厳格に審査し、排斥した。

- (a) カップ麺のニュースリリース<sup>1</sup>
  - **事実:** 平成23年（2011年）11月1日に公開されたニュースリリースが、要証期間内（令和2年1月23日～令和5年1月22日）に閲覧可能であった。
  - **裁判所の判断:** 肝心の\*\*「同カップ麺が本件A事件要証期間内において販売されていたことを認めるに足りる証拠はない」\*\*と指摘した。
  - **結論:** 要証期間内に販売されていない（＝商取引の対象ではない）商品に関する「過去の」ニュースリリースが、たまたまウェブ上に「残存」し閲覧可能であっても、それは要証期間内における「役務に関する広告」とは認められない、と判断した。
- (b) 旧店舗のSNS投稿<sup>1</sup>
  - **事実:** 平成22年（2010年）頃の旧店舗（「KINGKONG」）の開店や営業状況に関するFacebook, X等の投稿が、要証期間中に閲覧可能であった。
  - **裁判所の判断:** これらは\*\*「既に閉店した旧店舗の営業に関する記事」\*\*であると指摘した。
  - **結論:** 「閉店した」店舗に関する過去の記事がインターネット上に「残存」していても、それが現在の（「滝野川大勝軒」として営業する）「本件A事件請求に係る役務」に関する「広告」とは認められない、と判断した。

本判決は、ウェブ証拠の「使用」認定において、「要証期間内の閲覧可能性」だけでは不十分

であり、その情報が\*\*「要証期間内の商取引（販売・役務提供）とリアルタイムで結びついていること」\*\*を要求する、厳格な基準を立てた。

過去の裁判例（例：EIGOTOWN 事件<sup>2)</sup>）では、ウェブアーカイブの「証拠能力」（真正性）が争われたが、本判決は「証拠価値」（内容の商標法上の意味）に踏み込み、「商取引の実態から切り離された情報」＝\*\*「ゾンビ・アーカイブ」\*\*は、法2条3項8号の「使用」には該当しない、との明確なルールを打ち立てた点で画期的である。

## 第3部：B事件・C事件への論理の適用と実務的示唆

### 3.1. B事件・C事件の判断：根本論による「ねじれ」の解消

本判決の法理的構造の巧みさは、A事件のために構築した「商標的使用にあたらぬ」という根本的な論理をB事件・C事件にも適用し、特許庁の判断の「ねじれ」を一気に解消した点にある。

- B事件（「いけめん」）の判断1

特許庁は、「麺箱の使用」はあったが、標章が「社会通念上同一」でない（観念が相違する）として取消審決を出した1。

これに対し裁判所は、被告が主張する使用態様（麺箱、ウェブ）はA事件と同一であるとした上で、「前記2における判示と同様の理由により、被告が...本件商標Bを使用していることを証明したと認めることはできない」と判断した。

つまり、裁判所は\*\*「社会通念上同一か否か」（特許庁の争点）を議論する以前の問題として、「そもそも、A事件で認定した通り、その麺箱の展示やウェブ残存情報は『商標的使用』ですらない」\*\*という、より上位の概念で被告の主張（審決取消の訴え）を排斥した。

- C事件（「池麺」・商品）の判断1

特許庁は、「麺箱の使用」は「役務」に対するもので「商品」に対するものではない、として取消審決を出した1。

裁判所はB事件と同様に、「前記2における判示内容と同様の理由により」、使用を証明したと認められないと判断。特に「本件A事件請求に係る役務と本件C事件請求に係る商品との相違は判断内容を左右しない」と明言した。

これも「役務か商品か」（特許庁の争点）を議論するまでもなく、「その麺箱の展示自体が『商標的使用』ではないのだから、役務であろうと商品であろうと、使用の事実は認め



られない」という根本論で一蹴したものである。

### 3.2. 【評釈】 本判決が実務に与える深刻な影響と指針

本判決、特に A 事件の逆転は、不使用取消審判の実務に携わる専門家に対し、証拠の収集・提出・反論のあり方を根本から見直すよう迫るものである。

- 商標権者（被告）側への示唆：

1. 「使用証拠」の質の再定義：「ビールの空き箱」と差別化せよ。

旧ブランドの備品が倉庫や店舗の隅に残っている写真（本件の麺箱）は、もはや「使用証拠」とは言えない 1。法 2 条 3 項 5 号の立証には、その物品が「ビールの空き箱」とは異なり、現行の営業活動において「出所表示」として積極的に機能している文脈（例：メニュー表と共に掲示されている、現行ブランドのサブブランドとして併記されている）を示す証拠が不可欠である。

2. ブランド変更時の厳格な管理。

店舗名やブランドを変更（例：「池麺 KINGKONG」→「滝野川大勝軒」）した際、旧ブランドの登録を維持したい場合は、旧備品の「単なる残置」では足りない。新ブランドの営業と関連付けた、明確な「商標的使用」（例：新メニューに「旧『池麺』の味を復刻」と表示する等）が必要となる。

3. ウェブ証拠の「現行性」の立証。

「ゾンビ・アーカイブ」証拠 1 は無価値である。法 2 条 3 項 8 号の立証には、その広告が(1)要証期間中に閲覧可能であったこと、かつ、(2)その広告が要証期間内の商品・役務の提供（販売、注文）に結びついていたこと（例：同期間中の注文ページ、販売実績、現行商品へのリンク）をセットで立証する必要がある。

- 取消請求人（原告）側への示唆：

1. 反論の主戦場は「文脈」へ。

被告から「使用証拠」（例：店舗内の標章の写真）が提出されても、即座に諦める必要はない。本判決 1 は、「それは『商標的使用』か？」という強力な反論の武器を与えた。「それは店舗の隅ではないか？」「他の主たる表示（看板、メニュー）と一致しているか？」「ビール箱と交換可能な単なる備品ではないか？」といった文脈的な反論が極めて有効となる。

2. ウェブ証拠の「現行性」を徹底的に追及せよ。

被告がウェブアーカイブ（例：Wayback Machine 2）を提出してきた場合、それが「閉店した店舗」や「期間中販売されていない商品」に関するものでないか 1、徹底的に調査・反論すべきである。

### 3.3. 結論：本判決の意義

A 事件における特許庁の判断は、法 2 条 3 項 5 号の「使用」を形式的に認定したものであり、結果として「使用」の実態がない商標（A 事件）の登録を維持する結論となっていた。

知財高裁は、法 50 条の不使用取消制度の趣旨（使用されていない商標の保護の排除）に立ち返り、「使用」とは「商標的使用」でなければならないという実質的な基準を打ち立てることで、この不当な結論を是正した<sup>1</sup>。

本判決は、安易な使用証拠の認定に警鐘を鳴らすと同時に、我々実務家に対し、商標の「使用」とは何かという本質を問い直す、極めて重要な指導的判例となるであろう。

### 添付資料：本件の核心（判断の対比）

表 1：A・B・C 事件の概要と審決・判決対照表  
(出典：1に基づき作成)

事項	A 事件 (原告: アイスタイル)	B 事件 (原告: 大勝軒)	C 事件 (原告: 大勝軒)
登録商標	「池麺」 (標準文字)	「いけめん」 (標準文字)	「池麺」 (標準文字)
指定商品/役務	第 43 類 (飲食物の提供)	第 43 類 (うどん etc.)	第 30 類 (ぎょうざ, べんとう etc.)
被告主張の使用態様	①麺箱展示 (5 号, 8 号) ②Web (8 号)	①麺箱展示 (5 号, 8 号) ②Web (8 号)	①麺箱展示 (8 号) ②Web (8 号)
特許庁審決	不成立 (登録維持)	取消 (登録取消)	取消 (登録取消)



特許庁のロジック	(使用認定) 麺箱使用あり。標章同一。	(使用不認定) 標章の観念が相違。	(使用不認定) 役務用の使用は商品の使用にあらず。
知財高裁判決	審決取消（登録取消へ）	請求棄却（取消維持）	請求棄却（取消維持）
知財高裁のロジック	「商標的使用」にあらず	A 事件と同様、「商標的使用」にあらず	A 事件と同様、「商標的使用」にあらず

表 2 : A 事件における特許庁と知財高裁の判断ロジック対比表  
(出典 : 1 に基づき作成)

論点 (Issue)	特許庁審決 (JPO Decision in Case A)	知財高裁判決 (IPHC Decision in Case A)
法 50 条「使用」の基準	(明確な言及なし) 法 2 条 3 項 5 号の形式的該当性を認定。	「商標的使用」（出所識別機能を発揮する態様）が必要であると明確に判示 <sup>1</sup> 。
① 麺箱の展示 (法 2 条 3 項 5 号)	役務の提供の用に供する物であり、需要者が視認できる状態で積まれている。∴ 使用に該当する <sup>1</sup> 。	①旧店舗の備品である ②現店舗の表示(大勝軒)と全く不一致 ③店舗の隅に一時的に置かれ、ビール箱と同然。∴ 「商標的使用」にあらず、使用に該当しない <sup>1</sup> 。
② Web アーカイブ (法 2 条 3 項 8 号)	(麺箱の使用を認定したため、判断不要とされた) <sup>1</sup> 。	①カップ麺：要証期間内の販売実績なし ②SNS：閉店した旧店舗の情報。∴ 「ゾンビ」証拠であり、使用に該当しない <sup>1</sup> 。

結論	不使用取消は成立せず（登録維持）	審決取消（登録は取り消されるべき）
----	------------------	-------------------

## 引用文献

1. hanrei-pdf-94902.pdf
2. 【商標】平成 28 年(行ケ)10092〔EIGOTOWN 事件〕 - NAKAMURA & PARTNERS, 11 月 9, 2025 にアクセス、  
[https://www.nakapat.gr.jp/en/legal\\_updates\\_jp/%E3%80%90%E5%95%86%E6%A8%99%E3%80%91%E5%B9%B3%E6%88%9028%E5%B9%B4%E8%A1%8C%E3%82%B110092%E3%80%94eigotown%E4%BA%8B%E4%BB%B6%E3%80%95/](https://www.nakapat.gr.jp/en/legal_updates_jp/%E3%80%90%E5%95%86%E6%A8%99%E3%80%91%E5%B9%B3%E6%88%9028%E5%B9%B4%E8%A1%8C%E3%82%B110092%E3%80%94eigotown%E4%BA%8B%E4%BB%B6%E3%80%95/)