

判決年月日	平成 20 年 5 月 29 日	担当 部	知的財産高等裁判所 第 3 部
事 件 番 号	平成 19 年（行ケ）第 10215 号		
○ コーラ飲料の包装容器の立体的形状からなる商標につき，「使用をされた結果需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができるもの」であることを認めて，登録出願を拒絶すべきであるとした審決を取り消した事例。			

（関連条文）商標法 3 条 1 項 3 号，2 項

本件は，原告が平成 15 年 7 月 2 日に商標登録出願した下記 2 枚の写真に示すと通りの構成からなる立体商標（「本願商標」，指定商品は第 32 類「コーラ飲料」である。）について，特許庁が，平成 19 年 2 月 6 日，登録出願を拒絶すべき旨の審決をしたので，原告がその取消しを求めた事案である。



審決が本願商標の登録出願を拒絶すべきであるとした理由は，要するに，本願商標は，品等の形状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というべきであるから，商標法 3 条 1 項 3 号に該当し，本願商標それ自体が自他商品の識別標識としての機能を有するに至っているとはいえないから，同法 3 条 2 項の要件を具備していない，というものである。

原告は，審決の上記 及び の判断は，いずれも誤りであると主張した。

本判決は，下記のとおり，審決の上記 の判断に誤りはないが，上記 の判断は誤りであるとして，審決を取り消した。

1 本願商標の商標法 3 条 1 項 3 号該当性

本願商標の立体的形状は、審決時を基準として、客観的に見れば、コーラ飲料の容器の機能又は美感を効果的に高めるために採用されるものと認められ、また、コーラ飲料の容器の形状として、需要者において予測可能な範囲内のものというべきである。したがって、本願商標は、商品等の形状を普通に用いられる方法で使用する標章のみからなる商標として、商標法 3 条 1 項 3 号に該当するとした審決の判断に誤りはない。

2 本願商標の商標法 3 条 2 項該当性

- (1) 本願商標は、商標法 3 条 1 項 3 号に該当するが、以下のとおり、「使用をされた結果需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができるもの」と認められ、商標法 3 条 2 項により商標登録を受けることができる。
- (2) 原告の業務に係るコーラ飲料「コカ・コーラ」（「原告商品」）に関し、次の事実が認められる。

原告商品の容器（瓶）には、回収して再利用するもの（「リターナブル瓶」）と、再利用を予定しないもの（「ワンウェイ瓶」）があるところ、現在のリターナブル瓶とほぼ同じ形状の瓶を使用した原告商品は、既に、1916 年（大正 5 年）に、アメリカで販売が開始され、開始当時から、その瓶の形状がユニークかつ特徴的であるとして評判になったこと、そして、我が国では、リターナブル瓶入りの原告商品は、昭和 32 年に販売が開始されて以来、その形状は変更されず、一貫して同一の形状を備えてきたこと

リターナブル瓶入りの原告商品の販売数量は、販売開始以来、驚異的な実績を上げ、特に、昭和 46 年には、23 億 8000 万余本もの売上げを記録したが、その後、缶入り商品やペットボトル入り商品の販売比率が高まるにつれて、売上げは減少しているものの、なお、年間 9600 万本が販売されてきたこと

リターナブル瓶入りの原告商品を含めた宣伝広告は、いわゆる媒体費用だけでも、平成 9 年以降年間平均 30 億円もの金額が投じられ、テレビ、新聞、雑誌等において、リターナブル瓶入りの原告商品の形状が需要者に印象づけられるような態様で、広告が実施されてきたこと

特に、缶入り商品やペットボトル入り商品の販売が開始され、その販売比率が高まってから後は、リターナブル瓶入りの原告商品の形状を原告の販売に係るコーラ飲料の出所識別表示として機能させるよう、その形状を意識的に広告媒体に放映、掲載等させていること

本願商標と同一の立体的形状の無色容器を示された調査結果において、6 割から 8 割の回答者が、その商品名を「コカ・コーラ」と回答していること

リターナブル瓶の形状については、相当数の専門家が自他識別力を有する典型例として指摘していること、また、リターナブル瓶入りの原告商品の形状に

関連する歴史，エピソード，形状の特異性等を解説した書籍が，数多く出版されてきたこと

本願商標の立体的形状の本願商標の特徴点を兼ね備えた清涼飲料水の容器を用いた商品で，市場に流通するものは存在しないこと，また，原告は，第三者が，リターナブル瓶と類似する形状の容器を使用したり，リターナブル瓶の特徴を備えた容器を描いた図柄を使用する事実を発見した際は，直ちに厳格な姿勢で臨み，その使用を中止させてきたこと

リターナブル瓶入りの原告商品の形状は，それ自体が「ブランド・シンボル」として認識されるようになっていること

以上の事実によれば，リターナブル瓶入りの原告商品は，昭和３２年に，我が国での販売が開始されて以来，驚異的な販売実績を残しその形状を変更することなく，長期間にわたり販売が続けられ，その形状の特徴を印象付ける広告宣伝が積み重ねられたため，遅くとも審決時までには，リターナブル瓶入りの原告商品の立体的形状は，需要者において，他社製品とを区別する指標として認識されるに至ったものと認められる。

- (3) リターナブル瓶と本願商標とは，「C o c a - C o l a」の文字等を含む平面標章部分の有無及び口部の形状において相違するが，次のとおり，本願商標について商標法３条２項該当性を否定する理由にはならない。

ア リターナブル瓶入りの原告商品及びこれを描いた宣伝広告には，「C o c a - C o l a」などの表示が付されているが，上記(2)の ないし の事実を総合すると，リターナブル瓶の立体的形状について蓄積された自他商品の識別力は，極めて強いというべきであるから，この点は，本願商標に係る形状が自他商品識別機能を獲得していると認める上で障害とはならない。

イ リターナブル瓶の立体的形状と本願商標とは，口部において，前者が王冠用であるのに対して，後者がスクリュキャップ用であるという点で相違するが，口部の形状は，機能に直結する形状であるとともに，ありふれた形状であって，本願商標の特徴的な部分ということはできない上，需要者が商品を識別する対象とはなるような特段の事情は存在しないこと，上記のとおり，リターナブル瓶の立体的形状について蓄積された自他商品識別力は，極めて強いというべきであることから，本願商標に係る形状が自他商品識別機能を獲得していると認める上で障害とはならない。

- (4) 以上のとおり，本願商標については，原告商品におけるリターナブル瓶の使用によって，自他商品識別機能を獲得したものというべきであるから，商標法３条２項により商標登録を受けることができるものと解すべきである。したがって，本願商標を商標法３条２項同項に該当しないとした審決の判断には誤りがある。