

商標権	判決年月日	令和2年12月15日	担当部	知財高裁第3部
	事件番号	令和2年(行ケ)第10076号		
○ 指定商品を第30類「焼肉のたれ」とする，商品を封入した容器の胴部中央よりやや上から首部にかけて配された立体的形状からなる位置商標の商標登録出願について，同商標は，商標法3条1項3号に該当し，同条2項に該当しないと判断した事例。				

(事件類型) 審決(拒絶)取消 (結論) 請求棄却

(関連条文) 商標法3条1項3号，2項

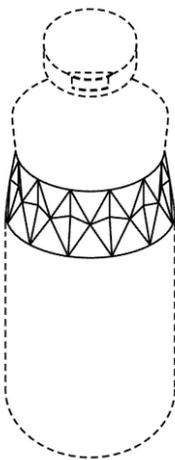
(関連する権利番号等) 商願2015-47397号 不服2017-10633号

判決要旨

1 原告は，次の位置商標を商標登録出願(商願2015-47397号)したが，拒絶査定を受けたため，拒絶査定不服審判(不服2017-10633号)を請求したところ，請求不成立審決を受けたため，その取消しを求めて本件訴訟を提起した。

争点は，商標法3条1項3号への該当性，同条2項への該当性であり，本判決は，原告の出願に係る同位置商標は商標法3条1項3号に該当し，同条2項に該当せず，審決の判断に誤りはないとして原告の請求を棄却した。

【商標登録を受けようとする商標】



【商標の詳細な説明】

商標登録を受けようとする商標は，標章を付する位置が特定された位置商標であり，商品を封入した容器の胴部中央よりやや上から首部にかけて配された立体的形状からなる。前記立体的形状は容器周縁に連続して配された縦長の菱形形状であり，各々の菱形形状は中央に向かって窪んでいる。なお破線部分は商品容器の一例を示したものであり，商標登録を受けようとする商標を構成する要素ではない。

【商品及び役務の区分並びに指定商品又は指定役務】

第30類 焼肉のたれ

2 本判決の判断の要旨は次のとおりである。

(1) 商標法3条1項3号該当性について

ア 判断の枠組み

商標法3条1項3号は、その商品の産地、販売地、品質、原材料、効能、用途、形状（包装の形状を含む。・・・）、生産若しくは使用の方法若しくは時期その他の特徴、数量若しくは価格又はその役務の提供の場所、質、提供の用に供する物、効能、用途、態様、提供の方法若しくは時期その他の特徴、数量若しくは価格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は、商標登録を受けることができない旨を規定しているが、これは、同号掲記の標章は、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、取引に際してこれらを使用する必要性が高く、誰もがその使用を欲するものであるから、特定人による独占使用を認めるのは公益上適当でないとともに、これらの標章は、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ことから、登録を許さないとしたものである。同号掲記の標章のうち商品等の形状は、多くの場合、商品等に期待される機能をより効果的に発揮させたり、商品等の美観をより優れたものとするなどの目的で選択されるものであって、その反面として、商品・役務の出所を表示し自他商品・役務を識別する標識として用いられるものは少なく、需要者としても、商品等の形状は、文字、図形、記号等により平面的に表示される標章とは異なり、商品の機能や美観を際立たせるために選択されたものと認識するものであり、出所表示識別のために選択されたものとは認識しない場合が多いといえる。また、商品等の機能又は美観に資することを目的とする形状は、同種の商品等に関与する者が当該形状を使用することを必要とし、その使用を欲するものであるから、先に商標出願したことのみを理由として当該形状を特定の者に独占させることは、公益上の観点から適切でないといえる。したがって、商品等の形状は、同種の商品が、その機能又は美観上の理由から採用すると予測される範囲を超えた形状である等の特段の事情のない限り、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号に該当すると解するのが相当である。

イ 商標法3条1項3号該当性

本願商標は、標章を付する位置が特定された位置商標であり、商品を封入した容器の胴部中央よりやや上から首部にかけて配された立体的形状からなり、その立体的形状は容器周縁に連続して配された縦長の菱形形状であり、各々の菱形形状は中央に向かって窪んでいるものである。包装容器の表面に付された連続する縦長の菱形の立体的形状は、焼き肉のたれの包装容器について、機能や美観に資するものとして、取引上普通に採択、使用されている立体的な装飾の一つであり、その位置は、包装容器の上部又は下部が一般的である上に、その形状に、格別に斬新な特徴があるとまではいえないことからすると、本願商標を構成する立体的形状及びそれを付

す位置は、需要者及び取引者において、商品の機能又は美観上の理由により採用されたものと予測し得る範囲のものであると認められる。本願商標の図の破線部分は商品容器の一例を示したものであり、商標を構成する要素ではなく、また、本願商標は、その立体的形状の下に商品名等が記載されたラベルを貼付することを構成自体に含むものではないが、本願商標は、容器の胴部中央よりやや上から首部にかけて配されており、指定商品が焼き肉のたれであることからすると、その下に商品名等が記載されたラベルが貼付されることは容易に予測されるものであり、そのような観点からしても、本願商標を構成する立体的形状は、需要者及び取引者において、出所の識別ではなく機能や美観に資するものとして採択、使用されていると認識されるものと認められる。

そうすると、本願商標を構成する立体的形状は、同種の商品が、その機能又は美観上の理由から採用すると予測される範囲のものであり、その範囲を超えた形状であると認めるに足りる特段の事情は存在しない。したがって、本願商標は、商品の包装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であり、商標法3条1項3号に該当すると認められる。

(2) 商標法3条2項該当性について

ア 判断の枠組み

立体的形状からなる位置商標が使用により自他商品識別力を獲得したといえるかどうかは、当該商標の形状、その使用期間及び使用地域、当該商標が付された商品の販売数量やその広告の期間及び規模並びに当該商標の形状に類似した形状を有する他の商品の存否などの事情を総合考慮して判断すべきである。

イ(ア) 一般に、食用又は飲用の液体の包装容器である瓶又はペットボトル等の容器にはラベルが貼付されており、ラベルには、商品名、製造者、販売者を示す標章や文字、商品の内容を示す文字等が記載されており、商品名、製造者、販売者を示す標章や文字は、目立つ態様で記載されていることが往々にしてあり、需要者がラベルによって商品を特定したり商品の出所を認識することは、顕著な事実である。そのため、需要者は、食用又は飲用の液体の包装容器である瓶又はペットボトル等の容器を見るときにラベルに注意を払うものと認められ、ラベルの記載が需要者に強い印象を与えるものと認められる。そして、本願商標使用商品（原告の「エバラ焼肉のたれ 黄金の味」という商品のうち、210g（発売開始～平成27年）、400g（昭和54年～平成29年7月）、360g及び480g（平成29年7月～）のもの）についてみても、その態様によれば、本願商標使用商品は、ラベルに記載された「エバラ」や「黄金の味」の標章が需要者に強い印象を与え、需要者は、出所識別標識として、ラベルの「エバラ」や「黄金の味」の標章部分に着目するものと認められる。このように、ラベルに記載された標章や文字が需要者に強い印象を与え、出所識別機能を果たしており、他方、本

願商標が、焼き肉のたれの包装容器について機能や美観に資するものとして取引上普通に採択、使用されている立体的な装飾の一つである連続する縦長の菱形の立体的形状からなり、ラベルに近接した位置に配置され、ラベルが強い印象を与える反面でラベル以外の出所を表示する標識としては認識されにくい状況にあることからすると、本願商標使用商品において、本願商標を構成する立体的形状が出所を識別させる標識として認識されるとは認められない。

(イ) 「エバラ焼き肉のたれ 黄金の味」という商品のうち多くの部分を本願商標使用商品が占めると推認されるものの、その一方で、本願商標使用商品とは異なる包装の商品もあることからすると、「エバラ焼き肉のたれ 黄金の味」という商品が広く知られたとしても、それが常に本願商標使用商品と結びつくものとはいい切れない。また、本願商標使用商品の態様に照らして、本願商標使用商品において、自他商品識別機能を果たしているのはラベルであり、本願商標を構成する立体的形状が出所を識別させる標識として認識されるとは認められないことからすると、本願商標使用商品の販売実績が相当に及んでいても、それによって、本願商標を構成する立体的形状が出所を識別させる標識として認識されているものとは認められない。さらに、実際に行われた宣伝広告においては、テレビCMにおいて、本願商標使用商品の容器表面の本願商標を構成する立体的形状が視認できるように映し出される時間は短いものと認められるから、テレビCMによって本願商標を構成する立体的形状が需要者に印象付けられたとは認められないし、本願商標が商品容器表面に付された立体的形状からなる位置商標であることからすると、ラジオCMによって、聴取者が、本願商標を構成する立体的形状を認識することは困難であったと認められる。また、テレビCMには本願商標使用商品の外観正面が映し出され、パンフレット、チラシ、製品案内、各種コラボレーション企画による商品、ムックには、本願商標使用商品の外観正面の写真が掲載又は表示されたが、前記(ア)のとおり、本願商標使用商品において、本願商標を構成する立体的形状は、出所を識別させる標識として認識されるとは認めることができず、また、これらの宣伝広告において、本願商標を構成する立体的形状を、商品又はその容器の特徴としてうたうなど、その立体的形状自体を商品の出所を表示する標識又は自他商品を識別する標識として強く印象付けるような告知や表示が存在したとは認められないから、上記の宣伝広告において本願商標使用商品の外観正面が映し出され、外観正面の写真が掲載又は表示されたとしても、それによって、本願商標を構成する立体的形状が、出所を識別させる標識として認識されるようになったとは認められない。証拠として提出されたアンケートは、本願商標の識別力の有無を立証するという観点からすると、本願商標使用商品の容器と比較の対象とされた容器の選択において相当とはいえないものと認められ、同アンケートの結果は、本願商標を構成する立体的形状に識別機能があることを

立証するものとは認められず、その識別機能を判断する上で重視することはできない。

(ウ) 前記(ア), (イ)で検討したところによれば、本願商標を構成する立体的形状は本願商標使用商品において使用され、本願商標使用商品は相当数販売され、その宣伝広告も行われてきたが、本願商標は、使用により自他商品識別力を獲得したとは認められず、したがって、使用をされた結果需要者が原告の業務に係る商品であることを認識することができるものに当たらないから、商標法3条2項に規定する要件を具備しているとは認められない。