

# 立体商標の識別力

——今更聞けないシリーズ (13)——

村上 晃 一\*

**抄録** 「コカ・コーラ事件」では、商品・容器の立体的形状を構成要素とする立体商標がどのような場合に商標法3条1項3号及び3条2項に該当するかが問題とされました。本稿では、この問題に関する一連の重要判例を概観するとともに、実務上の留意点を交えながら平易な解説を行います。

## 目次

1. はじめに
2. 立体商標の種類
3. 商品・容器の立体的形状の識別力
4. 識別力の有無に関する判断基準
5. 使用による識別力
6. 実務上の注意点
7. おわりに

からなる立体商標に関し、同法3条1項及び2項がどのような場合に適用されるかが従来から問題とされてきました。この問題に関する直近の判例が「コカ・コーラ事件」です。本稿では、この問題に関する一連の重要判例を概観するとともに、実務上の留意点を交えながら平易な解説を加えたいと思います。

## 1. はじめに

商標法では、商品の形状や商品の包装（容器）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には識別力がなく（同法3条1項3号）、使用による識別力を獲得した場合を除き（同法3条2項）登録が認められない旨が規定されています。

一方、商品又はその包装（容器）の形状のみ

## 2. 立体商標の種類

### (1) 使用態様による分類

商標（標章）の代表的な使用態様は、「商品又は商品の包装に標章を付する行為」（商標法2条3項1号）です。この規定を文言どおりに解釈すれば、立体商標を「商品又は商品の包装に付する」行為とは、車のボンネットに動物の小像（立体商標）を接合するような場合に限定されることとなります。

表1 商標法2条4項に規定される立体商標の使用

商品	を標章の形状とする	(例) 商品（筆記具・菓子・懐中電灯等）の形状を商標とする
商品の包装（容器）		(例) 飲料の包装（容器）の形状を商標とする
役務の提供の用に供する物		(例) レストランにおいて食器や店舗の形状を商標とする
商品若しくは役務に関する広告		(例) 店頭人形や立体的な看板を商標とする

\* 弁理士 Koichi MURAKAMI

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

一方、立体商標の実際の使用態様は上述の場合に限られません。そこで、商標法では、「商品その他の物に標章を付することには、商品若しくは商品の包装、役務の提供の用に供する物又は商品若しくは役務に関する広告を標章の形状とすることが含まれる」（同法2条4項）と規定することにより、立体商標の多様な使用が商標法上の使用に含まれるように措置しています。表1は、同法2条4項に規定されている立体商標の使用態様に関する具体例を挙げたものです。

## (2) 構成要素による分類

商標法上、商標の構成要素は文字、図形、記号、立体的形状および色彩です（商標法2条1項）。これらの構成要素中、色彩は単独では商標を構成できず、他の構成要素と結合した場合のみ商標の構成要素となります。その他の構成要素は、単独で商標を構成することも、他の構成要素と結合して商標を構成することも可能です。

よって、立体商標にも、立体的形状のみから

構成されるものと、立体的形状に文字・図形・記号・色彩等が結合したものがあります。

## 3. 商品・容器の立体的形状の識別力

「マグライト事件」や「コカ・コーラ事件」では、商品又はその包装（容器）（以下、場合により単に「容器」。）の立体的形状のみからなり、文字・図形・記号の平面商標を含まない立体商標について、識別力の有無が問題とされました。

では、商品・容器の立体的形状のみからなる立体商標は、どのような場合に識別力がないと判断されるのでしょうか。この問題に関し、以下に、主要判例や審査基準を概観します。

## 4. 識別力の有無に関する判断基準

### (1) 主要判例

商品・容器の立体的形状のみからなる立体商標の識別力が判断された主要な判例の幾つかを以下に挙げます<sup>1)</sup>。

裁判所は、下記事案の立体的形状は、いずれも本来的には識別力を有さない（商標法3条1

表2 商品・容器の立体的形状の識別力に関する主要判例

事件名	①筆記具事件	②ヤクルト事件	③角瓶事件	④ひよ子事件	⑤マグライト事件	⑥コカ・コーラ事件
事件番号	平成11年 行ケ406号	平成12年 行ケ474号	平成14年 行ケ581号	平成17年 行ケ10673号	平成18年 行ケ10555号	平成19年 行ケ10215号
出願商標	 (商品形状)	 (容器形状)	 (容器形状)	 (商品形状)	 (商品形状)	 (容器形状)
指定商品	ボールペン等 (16類)	乳酸菌飲料 (29類)	ウイスキー (33類)	まんじゅう (30類)	懐中電灯 (11類)	コーラ飲料 (32類)
最終処分	出願拒絶	出願拒絶	出願拒絶	登録後無効	登録	登録
本来的識別力 (3条1項3号)	識別力なし	識別力なし	識別力なし	識別力なし	識別力なし	識別力なし
使用による識別力 (3条2項)	識別力なし	識別力なし	識別力なし	識別力なし	識別力あり	識別力あり

( \* ④は無効審決取消訴訟。その他は拒絶審決取消訴訟。)

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

項3号)と判断しました。ただし、⑤及び⑥の事案では、本来的な識別力はないが使用による識別力を獲得しているとして、商標登録が認められました(同法3条2項)。

では、商品・容器の立体的形状が同法3条1項3号に該当するか否かは、どのような基準に基づいて判断されるのでしょうか。判例が示す判断基準を要約すると、以下のようになります。

「現在又は将来において、同種の商品やその包装に関し、機能や美感を向上させる目的で他人により選択される可能性がある立体的形状は、本来的な識別力がなく、商標法3条1項3号に該当する。」

このような判断基準が採用された背景には、機能・美感を目的とする立体的形状について、万人による使用の余地を残すべきとの要請があります。すなわち、商品・容器の機能・美感を目的として採用される立体的形状について商標権による半永久的な独占を認めれば、自由競争を不当に制限して公益に反するだけでなく、立体的形状を機能や美感の観点から一定期間のみ保護して産業の発達を図る特許・実用新案・意匠制度との整合が保てないからです。

## (2) 特許庁の判断基準

商品・容器の立体的形状が識別力を有しない場合の具体的なイメージは、特許庁の「商標審査便覧」に挙げられている事例を見れば理解しやすいと思います<sup>2)</sup>。同便覧の表現は難解ですが、要約すると、以下が、本来的に識別力がない場合の典型例であると説明されています。

「指定商品がカメラであり、立体商標の形状がカメラの(=指定商品自体の)形状であると認識できる場合」

「指定商品が菓子や洋酒であり、植物・動物

などの形状(=既存のモチーフ)を指定商品又はその容器の形状に転用する場合」

「指定商品が香水や洋酒であり、立体商標の形状が、香水や洋酒の(=指定商品の)容器の形状であると認識される場合」

つまり、或る商品や容器の立体的形状のみを見て、「これはカメラだろう」、「これは酒や香水の容器だろう」というように商品の種類が分かってしまう時点で、もはやその立体的形状は、その指定商品との関係では本来的な識別力なしと扱われるということです。既存のモチーフである動物・植物などの立体的形状を、菓子の形状や洋酒の容器の形状に転用する場合も同様で、転用された動物・植物の立体的形状は、その指定商品との関係では、本来的な識別力がないと説明されています。また、便覧に例示はありませんが、既存のモチーフの立体的形状を転用することが頻繁に行われている商品(おもちゃ等)に関しても、同様の扱いであると考えられます。

特許庁が便覧で示している上記の判断基準は、判例に示される基準とほぼ同じと考えてよいでしょう。

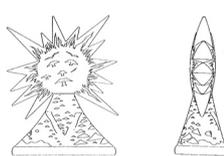
これらの判断基準を念頭において上掲表2の判例を見直すと、いずれの事案における立体的形状も、特徴的な形状ではあるものの、指定商品又はその容器の形状であることは容易に認識されます。このため、いずれの立体的形状も、指定商品との関係では本来的に識別力を有しないと判断されています。

## (3) 本来的に識別力を有する立体的形状

上記の基準に照らせば、本来的に識別力を有する商品・容器の立体的形状とは、機能・美感を向上させる目的で他人が選択しそうな程度に特徴的な形状ということになります。例えば、下表3は、商品・容器の立体的形状に関し、

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

表3 本来的に識別力ありと判断された商品・容器の立体的形状

登録番号	4170258 号	4460057 号	4925446 号
出願商標			
指定商品	化粧品, 石けん類等 (29 類)	トロフィー等 (14 類)	調味料又は香辛料用挽 き器 (14 類)
3 条 1 項 3 号に關する拒絶理由対応	拒絶理由通知なし	意見書により登録	不服審判により登録

本来的な識別力ありとして登録が認められた例の一部です。いずれの事案においても、一見しただけでは指定商品が何であるかが分からない程度に奇抜な形状が採用されています。このような形状であれば、他人が、機能・美感を向上させる目的で偶然選択する可能性は低く、特定の者がその形状を独占しても弊害はないと考えられます。商品・容器の立体的形状をスムーズに登録するためには、この程度に奇抜な形状を採用する必要があるということです。

## 5. 使用による識別力

上述のように、一見して或る商品・容器の形状であると分かる立体的形状は、その商品との関係では本来的な識別力なしと判断されることとなりますが、この場合であっても、その立体的形状が使用による識別力を獲得したことを立証すれば、商標登録が認められます（商標3条2項）。とはいえ、実際にこのハードルをクリアして登録され、かつ、無効にもされていないケースは、わが国では2件しか存在しません（上掲表2中の⑤及び⑥）。

このケースにおいて、同法3条2項のハードルが非常に高いのは、以下に述べるような特有の事情が存在するためです。

### (1) 文字・図形・記号等の平面商標との結合

通常、商品・容器には、どこかに文字・図形・記号等からなる平面商標が使用されており、何も書かれていない商品・容器がそのまま需要者に提供されることはありません。つまり、通常は、商品・容器の立体的形状と文字・図形・記号等からなる平面商標は、同時に使用されています。このような実際の使用態様から文字等が捨象された立体的形状のみについて商標法3条2項の適用を受けるためには、商品・容器の立体的形状が単独で使用されても、すなわち、文字等の平面商標が記載されていない状態で使用されても、商標として機能することを立証する必要があります。

しかし、この立証は容易ではないと考えられます。立証に成功した数少ない事案のうち、「マグライト事件」の場合は、実際の使用態様において懐中電灯に文字商標と図形商標が記載されていたものの、間近で注視しない限り文字・図形に気づくのが困難な程度に目立たない記載であったため、商品の立体的形状のみが識別力を獲得したことを立証しやすい事案でした。また、「コカ・コーラ事件」の場合、実際の使用態様では、瓶に大きく著名商標「Coca-Cola」が記載されています。この場合、「Coca-Cola」という著名な文字商標が強い識別力を発揮しているため、同時に使用されている立体的

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

形状が著名な文字商標と独立して商標として機能しているか否かを判断するのは困難であるようにも思われます。しかし、この事案では、綿密なアンケート調査の結果（一次及び二次）及びその他の証拠を多数提出することにより、最終的には、瓶の立体的形状のみが独立して識別力を獲得しているとして、商標登録が認められました<sup>3)</sup>。

## (2) 市場における類似形状の存在

市場において、第三者が同種の商品・容器について同一・類似の立体的形状を採用している事実は、商標法3条2項の適用を阻却する要因となります。商品・容器の立体的形状に商標登録を認めることは、半永久的な意匠権を認めるに等しいため、特定の者に立体的形状の独占を認めるべきでないとする公益的な要請は、文字等の平面商標の場合よりも強いと考えられます。例えば、「ヤクルト事件」及び「ひよ子事件」（上掲表2の②及び④）では、複数の競業者が類似する商品・容器の形状を採用しているという事実が、同法3条2項の適用を阻却する要因の一つとなりました。

一方、「マグライト事件」及び「コカ・コーラ事件」の原告（出願人）は、不正競争防止法等に基づき、競合する商品形状や容器形状を排除することに努めた結果、同種の商品に使用される同一・類似の形状が市場に存在せず、この事実が3条2項の適用において有利に働きました。

## (3) 全国的な周知性

商品・容器の立体的形状に特有の事情ではありませんが、「ひよ子」事件では、使用による識別力を獲得したことを裏付けるための周知性は、地域的なものでは足りず、全国的なものではなければならないと判示されました。この点にも留意が必要です。

## 6. 実務上の注意点

### (1) 立体商標を選択する際の注意点

結局、商品A又はその容器の立体的形状をみて、その形状が商品A又はその容器の形状であると認識できる場合、その立体的形状は、商品Aとの関係では本来的に識別力がないとされ（商標法3条1項3号）、同法3条2項の適用を受けない限り商標登録は認められないことになります。

一方、商品・容器の立体的形状を登録する方法の一つとして、その形状を見ても指定商品を連想できない程度に奇抜な立体的形状を採択する方法があります。ただし、商品の機能性や生産コストの面からは、必ずしも得策とは限りません。ちなみに、カメラの立体的形状を幅広い区分に出願したら、カメラについては識別力なしとして拒絶されたが、被服や薬剤などについては登録されたというような場合は、結果的にこのケースに該当します。つまり、カメラの立体的形状を見ても、それが被服や薬剤自体の立体的形状である、又は被服や薬剤の包装（容器）の形状であると考えない者はいないので、結果として指定商品が連想できない程度に奇抜な形状となっているわけです。

商品・容器の立体的形状を登録する他の方法として、識別力のある文字・図形・記号等を結合させた立体商標とすることが考えられます。そのような立体商標は、構成全体として識別力があるため、他に拒絶理由がなければ容易に登録されます。ただし、もしも、このような立体商標を構成する立体的形状の部分には識別力がない場合、第三者が同一・類似の立体的形状を無断で使用していても、商標権の行使は認められません（商標法26条）。また、立体的形状と文字等の結合した立体商標を登録した後、実際に使用している立体的形状のデザインを変更すれば、結合された文字等の部分も道連れで不使

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

用取消（同法50条）の対象となる可能性があります。

### (2) 商標法3条2項に関する注意点

商品・容器の立体的形状で本来的に識別力がないものを商標登録しようとする場合、使用による識別力の獲得を立証する必要があります（商標法3条2項）。この場合、商品・容器の立体的形状に特有の事情（本稿5.）に留意する必要があります。

まず、その立体的形状が、出願人の商標として全国的に周知であることが必要です。

さらに、同種の商品・容器に同一・類似の立体的形状を採用している競業者の存在は、同法3条2項の適用を阻却する要因となるため、可能であれば、不正競争防止法や意匠権によって、そのような立体的形状を市場から排除する必要があります。

また、上記の諸要件を満たすとしても、その立体的形状が文字等からなる平面商標とともに使用されている場合は、文字等の部分が捨象された立体的形状のみが識別力を獲得していることを立証する必要があります。この場合、実際の使用態様において文字等の平面商標が目立たなければ、立体的形状が単独で識別力を獲得していることを立証しやすくなります。一方、実際の使用態様において、立体的形状と同時に使用されている平面商標が目立つ態様で記載されている場合、又は周知・著名である場合は、立体的形状が単独で識別力を獲得していることを立証できる可能性は低くなります。

### (3) 立体商標の調査に関する注意点

或る立体的形状を商標として採択する際、先願・先登録商標を調査するには、図形商標検索用の「ウィーンコード」による検索が可能です。例えば、IPDL等で「猫」のウィーンコード(3.1.6.01)を入力して検索すれば、ネコの立体

的形状又は平面図形を含む立体商標と平面商標が合わせて検索されます。立体商標と平面商標は類似する場合がありますので、検索された立体商標と平面商標は両方チェックしたほうがよいでしょう<sup>4)</sup>。

ただし、採択する立体的形状が、或る商品・容器の形状であって、当該商品・容器の形状であるとすぐに認識できるような場合は、先願・先登録商標を調査する必要性は低いでしょう。なぜなら、このような立体的形状に関し、現在、我が国で商標登録が認められているのは、「マグライト事件」の懐中電灯と「コカ・コーラ事件」の瓶の2件のみだからです。よって、このようなケースでは、商標権よりも、意匠権や不正競争防止法の観点から行う調査が重要となります。

## 7. おわりに

本稿を読んで、立体商標の識別力の判断基準について興味を持たれた方は、注4)で紹介したウェブサイトで、過去の立体商標出願に関する情報を参照してみてください。出願ごとに、商標、出願区分、拒絶条文、審査結果等が記載してあるので、どのような立体的形状をどのような商品・役務に出願すれば登録されるか（或いは拒絶されるか）がイメージで理解できると思います。

立体商標に関する出願傾向を概観すると、明らかに識別力がない商標が出願されているケースが多いように思えます。商標を採択・活用する際にまず検討されるべきは、使用安全性、登録性、効力範囲、コスト、ブランディング効果等のごく基本的な事項であることを忘れないようにして下さい。

### 注 記

- 1) 青木博通「コカ・コーラ事件に見る立体商標の保護 —著名な文字商標が使用された包装容器

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

自体の出所識別力獲得の立証（アンケート調査）  
—（『CIPICジャーナル』2008年，184 [2008]）  
20頁。

（\* 「コカ・コーラ事件」に至るまでの主要判例  
の要旨がまとめられている。）

- 2) 「I 立体商標の識別力に関する審査の基本的な  
考え方（審査便覧41.100.02）」の「[基本的な考  
え方の解説] 1. (1) ～ (4)」を参照。
- 3) 足立泉「立体商標の現状と課題」（『紋谷暢男教  
授古稀記念「知的財産権法と競争法の現代的展  
開』，発明協会，2008年）529頁。

（\* 立体商標に関する注意点が，実務的な観点か  
ら言及されている。）

- 4) 『TM-SONAR 商標資料館』（[http://www.  
tm-library.com/](http://www.tm-library.com/)）の「テーマ別情報」。

（\* 過去の立体商標出願に関し，「文字を含むも  
の（登録済み）」，「文字を含まないもの（登録済  
み）」及び「文字無し（全件）」のデータが掲載  
されている。）

（原稿受領日 2008年9月22日）

