

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ったとした審決を取り消した事例。(請求認容)	取消事由1 (P2-)	商標法3条1項3号該当性の判断の誤り。本願商標に係る立体的形状は、生来的に自他商品識別力を有する。
審決 (P2) 本願商標は、商品、商品の包装又は役務の提供の用に供する物(以下、これらを併せて「商品等」という場合がある。)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、また、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	取消事由2 (P6-)	商標法3条2項該当性の判断の誤り 本願商標の特徴的形状が長年にわたり使用された結果、本願商標に係る立体的形状は、単独で自他商品識別力を獲得するに至っている。

<p>裁判所の判断(P29-)</p> <p>取消事由1          特徴点aは、液体であるコーラ飲料を収納し、これを取り出すという容器の基本的な形状であって、このうち口部の形状はスクリューキャップの着脱という機能に関連するもの(機能)          特徴点b及びcは、容器の握り易さに資するとともに、容器の輪郭に美感を与えるもの(機能+美感)          特徴点dは、容器の美感を維持しつつ、ラベルの貼付を容易にすることに資するもの(機能)          特徴点e及びfは、容器の輪郭に美感を与えるもの(美感)          審決時(平成19年2月6日)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である。          (被告主張内容も同じ)</p>	<p>原告主張に対し(P34-)</p> <p>美感や機能を高めるためではなく、同形状に自他商品識別力を持たせることを目的として原告が開発・採用した斬新な形状であり、技術的観点あるいは機能的観点から、取引業界において容易に採用されるものではない。(原告主張)</p> <p>原告の主観的な意図が、美感や機能を高めるためではなく、同形状に自他商品識別力を持たせることを目的とするものであったとしても、そのことにより、本願商標の立体的形状が有する客観的な性質に関する判断が左右されるものではない。          また、需要者において予測し得ないような斬新な形状であるか否かは、原告が当該形状を採用した時点ではなく、審決時を基準として判断すべきであり、原告以外の同業者が当該形状を現実に採用していないとしても、そのことから直ちに同形状が予測し得る範囲を超えるということとはできない。</p>	<p>判示事項(3条1項3号)(P30-31)</p> <p>立体商標における商品等の立体的形状が商標法3条1項3号に該当するか否かについて</p> <p>①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、商品の機能や美感を際立たせるために選択されたものと認識し、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。          ②同種の商品等について、機能又は美感上の理由による形状の選択と予測し得る範囲のものであれば、当該形状が特徴を有していたとしても、商品等の機能又は美感に資することを目的とする形状として、同号に該当するものというべき。          ③需要者において予測し得ないような斬新な形状の商品等であったとしても、当該形状が専ら商品等の機能向上の観点から選択されたものであるときには、商標法4条1項18号の趣旨を勘案すれば、商標法3条1項3号に該当する。</p>
--	--	---

<p>取消事由2 事実認定(P45-)</p> <p>事実認定1 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</p> <p>事実認定2 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</p> <p>事実認定3 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</p> <p>事実認定4 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</p>	<p>取消事由2に関する被告の主張</p> <p>本願商標と、原告商品に使用されたリターナブル瓶及びワンウェイ瓶とは、リターナブル瓶については、平面標章部分の有無、立体的形状、及び、色彩の3点において、ワンウェイ瓶については、平面標章部分の有無、及び、色彩の2点において、それぞれ顕著な差異があり、同一のものということとはできないから、本願商標は、使用された結果、自他商品識別力を有するに至っているということとはできない。          (P23-25)</p> <p>↓</p> <p>本願商標と使用商標は同一ではない。          →∴本願商標は使用による識別力を獲得していない。          ①平面標章の有無(Coca-Colaの文字)          ②立体的形状の相違(口部の形状)          ③色彩の相違(本願は色つきである)</p> <p>→1次調査・2次調査、詳細はP40-(形状を「見たことある」は9割前後)</p>	<p>判示事項(3条2項)(P35-36)</p> <p>①立体的形状からなる商標が使用により自他商品識別力を獲得したかどうかは、当該商標ないし商品等の形状、使用開始時期及び使用期間、使用地域、商品の販売数量、広告宣伝のされたる期間・地域及び規模、当該形状に類似した他の商品等の存否などの事情を総合考慮して判断するのが相当である。</p> <p>②使用に係る商標ないし商品等の形状は、原則として、出願商標と同一、指定商品に属する商品であること。</p> <p>③使用に係る商品等の立体的形状において、企業等の名称や記号・文字が付されたこと、又は、ごく僅かに形状変更がされたことのみによって、直ちに使用に係る商標が自他商品識別力を獲得し得ないとするのは妥当ではなく、          ④使用に係る商標ないし商品等に当該名称・標章が付されていることやごく僅かな形状の相違が存在してもなお、立体的形状が需要者の目につき易く、強い印象を与えるものであったか等を総合勘案した上で、立体的形状が独立して自他商品識別力を獲得するに至っているか否かを判断すべき。</p>
---	--	--

事実認定 1~6に關係



事実認定5	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商品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。
事実認定6	本願商標の立体的形状の本願商標の特徴点aないしf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。
	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(平成19年2月6日)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、他社商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るのが相当である。(P47-)

その他 判事事項	<p>リターナブル瓶入りの原告商品に付された「Coca-Cola」の表示との関係(P47-)</p> <p>現実の取引の態様は多様であって、商品の提供者等は、当該商品に、常に1つの標章のみを付すのではなく、むしろ、複数の標章を付して、商品の出所を識別したり、自他商品の区別をしようとする例も散見されるし、</p> <p>また、取引者、需要者も、商品の提供者が付した標章とは全く別の商品形状の特徴(平面的な標章及び立体的形状等を含む。)によって、当該商品の出所を識別し、自他商品の区別することもあり得る。</p> <p>そのような文字等が商標登録されていたからといって、直ちに、当該商品の他の特徴的部分(平面的な標章及び立体的形状等を含む。)が、商品の出所を識別し、自他商品の区別をするものとして機能する余地がないと解することはできない。</p> <p>長年にわたる一貫した使用の事実、大量の販売実績、多大の宣伝広告等の態様及び事実、当該商品の形状が原告の出所を識別する機能を有しているとの調査結果等によれば、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。</p> <p>そうすると、本件において、リターナブル瓶入りの原告商品に「Coca-Cola」などの表示が付されている点が、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になるというべきではない。</p> <p>リターナブル瓶入りの原告商品における口部の形状について(P48-)</p> <p>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から、リターナブル瓶入りの原告商品の口部の相違が、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なるというべきではない。</p>
-------------	--

本願商標 指定商品「コーラ飲料」(第32類)  
審判請求時に「コーラ飲料」のみに限定補正



色彩の相違に関し(P33-)

一般に、無色透明のガラスであっても、照明の当て方により、端部が緑がかった見える場合があること、本願の願書における写真は、無色透明の容器を被写体として撮影されたものと認められる。背景を黒とし、照度や照明等を工夫することによって、コントラストを強調し、無色透明な容器の立体的形状を、できる限り明瞭に表現して、本願商標の構成(立体的形状)を特定しようとしたものというべきであって、緑色の色彩を特定したものと認めることはできない。

- 特徴点a~f (P31,P45)
- a 底部を円形とし、上部にスクリュューキャップをはずした状態の細い口部を設けた、縦長の容器の形状であること。
  - b 口部の下は、やや長い首部があり、その下方に向かって、上部から徐々にふくらみをもたせ、底面からほぼ5分の1の位置にくびれをもたせていること。
  - c くびれの下に台形状の広がりをもたせていること。
  - d ほぼ中央にボトル全長の約5分の1の高さの凹凸のないラベル部分を設けていること。
  - e 全体にラベル部分を除いてラベル近辺から底面近傍まで縦に柱状の凸部を10本並列的に配していること。
  - f ラベル部分の上には同様に柱状の凸部を10本並列的に配し、上部に行くに従い自然に消滅させていること。

特徴点a~fに関し、裁判所は、本願商標とリターナブル瓶とは同じと認定している(口部は除く)。(P45)

(P7)	リターナブル瓶	回収して再利用するもの キャップに王冠を用いたもの	…使用実績はこちらで実証 歴史は古い(1916年~)
	ワンウェイ瓶	再利用を予定しないもの キャップにPPキャップを用いたもの	…スクリュューキャップ 歴史は浅い(H6~)

参考条文	
3条1項3号	その商品の産地、販売地、品質、原材料、効能、用途、数量、形状(包装の形状を含む。)、…(中略)…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
3条2項	(前略)…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については、同項の規定にかかわらず、商標登録を受けることができる。
4条1項18号	商品又は商品の包装の形状であつて、その商品又は商品の包装の機能を確保するために不可欠な立体的形状のみからなる商標