

世間を賑わす立体商標

知財グループ

弁護士 加藤 幸江 弁護士 中務 尚子
弁護士 松本 久美子 弁護士 角野 佑子

1 ホットなニュース

立体商標は、平成9年から登録できるようになり、今では商標の世界ではお馴染みのものとなっていますが、立体商標の中でも、特に容器の立体形状に関しては、よほど特異なデザイン(奇抜なデザイン等)でない限りは、登録・保護が難しいとされてきました。

過去立体形状登録事例においても、立体形状に加え、その出所がわかる文字(ブランド名)や図形(ブランドロゴ)が立体形状の一部に表示されているものが多く、商品に関する純粋の立体形状のみで登録された事例は多くありませんでした。

ところが、今年に入り、純粋立体形状のみで2件の立体商標が登録されました。

キッコーマン株式会社の「しょうゆ入り卓上びん」と株式会社明治の「きのこの山」です。これらはいずれも平成30年3月30日に特許庁において登録されました。下記が登録された形状ですが、どちらも皆様おなじみの商品と思います。



この度、登録となった「しょうゆ入り卓上びん」は、文字や図形によってキッコーマン株式会社の製品であるということが表示されているものではなく、まさに、立体の形状のみでの登録です。この「しょうゆ入り卓上びん」は、昭和36年より販売されている製品で、長年食卓等において親しまれてきた商品です。

1997年、2012年に登録を試みた際には「識別性なし」として拒絶され、2016年10月に3回目の出願を行い登録に至りました。今回の登録にあたってアンケート調査(対象年齢15~69才)が行われ、今回登録に至った「しょうゆ入りの卓上びん」について、全国における認知度は65.5%という結果が、「しょうゆが入っていない卓上びん」でもその認知度は57.6%という調査結果が出たそうです(キッコーマン株式会社より情報提供)。

この度、このデザイン容器を見れば「キッコーマン株式会社」の製品だと需要者は判断すると、特許庁が認めたのです。

一方、同日に登録が認められた「きのこの山」に関しては、平成17年5月には一度拒絶されたそうですが、「生産数、販売数、広告宣伝量などをとりまとめた意見書や、首都圏と関西圏での認知度が90%以上であるという調査結果を提出するなどの活動が実り、立体商標登録を果たした」(ITmediaビジネスonline5月10日12時14分配信記事)とのことです。「きのこの山」は立体形状といいますが、容器の形状ではなく、お菓子そのものですので、大変めずらしい事例といえます。

商品に関する立体容器の形状を立体商標として登録するためには、特別顕著性をいかに立証するかということが大変重要なポイントとなります。

2 商標とは(少し復習)

商標は、事業者が、自己(自社)の取り扱う商品・サービスを他人(他社)のものとは区別するために使用するマーク(識別標識)で、企業の社名ロゴやマークをはじめとして、ブランド戦略の一つとして多くの企業が商標登録をしているところです。

一般消費者が商品を購入したり、サービスの提供を受けるにあたっては、どこの企業の商品か(ブランドか)に注目し、選択することが多いと思いますが、商標はその選択の重要な鍵となっています。

一概に商標といいますが、文字・図形・記号等の平面商標もありますし、1でご紹介しました容器やバイクの形状(平成26年には、Honda社のスーパーカブの形状が登録され、乗り物自体の形状が立体商標登録されるのは初めてのことで業界を賑わせていました)等の立体商標もあります。

平成27年4月からは「動き商標・ホログラム商標・色彩商標・音商標・位置商標」等、様々な商標が登録できるようになっています。

3 これまでの立体商標登録例

立体商標として登録されている過去事例のうち、ここ最近ホットな商品形状と店舗外観に関する登録事例をご紹介します。

(1) 商品の容器形状に関する登録事例に関して

立体商標の登録において、商品容器の形状を登録しようとする場合には、使用による特別顕著性(出所識別力)を獲得する必要があります(商標法3条1項3号、同条2項)。

特別顕著性を認めてもらうためには、その商品の広告宣伝の方法、販売実績、販売の年数、市場占有率などを立証することになるのですが、その中で市場のアンケート調査を利用することもよくあります。アンケートのとり方はとても重要で、その内容如何によっては結果がかわってくる場合がありますので、ご相談頂ければと思います。例えば下記でご紹介するヤクルトの容器形状が立体商標として登録されていますが、この容器形状に関しては、平成22年頃には98%の需要者が下記容器をみて「ヤクルト」と想起すると回答しています。

立体的形状と文字が組み合わせられた立体商標の場合には、その文字に識別性が認められることで登録されるというケースもありますが、ヤクルト立体商標事件では、「文字商標等を取捨して残された立体的形状に着目して、独自の自他商品識別力を獲得するにいたっているかどうかを判断すべきである」(知財高判平成22年11月16日)と判示され、登録に至っています。

~~~~容器形状に関する過去登録例のご紹介~~~~

【登録番号5225619】  
【権利者】ザ・コココーラ・カンパニー  
【指定商品・指定役務】コーラ飲料



【登録番号5384525】  
 【権利者】株式会社ヤクルト本社  
 【指定商品・指定役務】乳酸菌飲料



【登録第5851632号】  
 【権利者】株式会社コメダ  
 【指定商品・指定役務】飲食物の提供

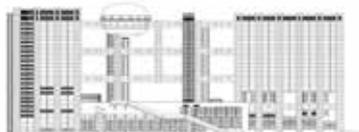


## (2) 店舗外観に関する登録事例に関して

商品の形状だけではなく、店舗外観等も登録されています。もちろん、店舗外観につきましても、その登録しようとする商標につき、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ない場合には登録ができません(商標法3条1項3号、6号、同条2項)。店舗外観に関する登録例は多くはありませんが、以下のようなものが登録されていますので、登録の一例をご紹介します。どの登録例もその商標をみれば、どの業務にかかる商品かはほとんどの皆さんがわかるものばかりだと思います。

これは、商標が自他識別力があるものであることを想定しており、登録における登録要件として上記を充たすものであることが前提となっているからです。特に、下記ご紹介する登録例のうち下の2件は名称が記載されていることが識別性をより高めており、登録に至る一つの要素となっていると思われませんが、1件目の立体商標は文字が記載されていない店舗外観として登録された例であり、めずらしいものといえます。

【登録第5731309号】  
 【権利者】株式会社フジテレビジョン  
 【指定商品・指定役務】テレビジョン放送,その他の放送,電気通信(「放送」を除く。),報道をする者に対するニュースの供給,電話機・ファクシミリその他の通信機器の貸与



【登録第5271518号】  
 【権利者】株式会社ファミリーマート  
 【指定商品・指定役務】衣料品・飲食品及び生活用品に係る各種商品を一括して取り扱う小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供



## 4 立体商標という武器

商品容器の形状の場合、需要者の目につきやすく、強い印象を与えるような特異な形状の場合には、登録が認められる傾向にあるといえますが、長年使用し愛着のある商品の形状や容器形状について、1でご紹介したように識別性のある文字が記載されていないと、登録される事例が増えています。

もちろん不正競争防止法による保護も考えられるところではあるのですが、商品形態の場合、形態模倣は日本国内で販売されてから3年を経過する場合には保護されず(不正競争防止法19条1項5号イ、同法2条1項3号)、保護としては手薄です。混同惹起行為による保護も周知性の立証が必要となり、この点、使用による特別顕著性の立証と重なる部分はありますが、混同惹起行為の場合は権利を行使しようとする度に周知性を立証する必要がある一方、立体商標は一度登録してしまえば、登録していることと、相手方の使用を立証すれば権利行使することが可能です(類似要件等の他の要件の立証は必要です)。

また、立体商標は登録すれば、登録していることは特許庁で誰でも検索可能であり、商標登録していることを示すRマークを付すことで、模倣を未然に防ぐ効果もあり、大きな武器となります。今回の登録事例2件は立体商標活用の道を大きく広げたものといえ、企業ブランド戦略における重要な鍵になるのではないのでしょうか。

立体商標登録をすれば、その権利を独占することが出来るわけですので、今、皆様が長年販売している商品の形状で登録をしようとお考えの場合、これから登録を考慮して商品戦略を検討されているような場合、登録が認められるために広報販売戦略をどのようにしていくかという立証の観点からアドバイスさせていただきますので、ぜひ当事務所知財グループにご相談下さい。

(文責 角野佑子)