

## 「ゴルチェ香水容器」事件

### 【事件の概要】

ゴルチェがデザインした香水容器の立体商標について、生来的識別力は認められなかったが、使用による識別力の獲得は認められた。

### 【事件の表示、出典】

H 2 3 . 4 . 2 1 知財高裁 平成 2 2 年（行ケ）第 1 0 3 6 6 号事件  
知的財産裁判例集 H P

### 【参照条文】

商標法第 3 条第 1 項第 3 号、同条第 2 項

### 【キーワード】

立体商標、識別力

### 1. 事案の概要

本件は、下記本願の拒絶査定不服審判請求において、本願商標は、商標法 3 条 1 項 3 号に該当し、同条 2 項の要件を具備していないとした審決の取消しを求める事案である。

#### ◆本願商標

国際登録第 6 0 0 1 6 7 号



指定商品：第 3 類 「beauty products (cosmetics), soaps, perfumery, cosmetics.」

## 2. 裁判所の判断

(1) 取消事由1 (商標法3条1項3号に該当するとした判断の誤り)

### ①商標法3条と立体商標における商品等の形状

商品及び商品の包装の形状は、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、商品等の美感をより優れたものとする等の目的で選択されるものであって、直ちに商品の出所を表示し、自他商品を識別する標識として用いられるものではない。このように、商品等の製造者、供給者の観点からすれば、商品等の形状は、多くの場合、それ自体において出所表示機能ないし自他商品識別機能を有するもの、すなわち、商標としての機能を果たすものとして採用するものとはいえない。また、商品等の形状を見る需要者の観点からしても、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、商品の機能や美感を際立たせるために選択されたものと認識するのであって、商品等の出所を表示し、自他商品を識別するために選択されたものと認識する場合は多くない。

そうすると、客観的に見て、商品等の機能又は美感に資することを目的として採用されると認められる商品等の形状は、特段の事情のない限り、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号に該当することになる。

また、商品等の機能又は美感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人に独占使用を認めることは、公益上適当でない。

よって、当該商品の用途、性質等に基づく制約の下で、同種の商品等について、機能又は美感に資することを目的とする形状の選択である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、同号に該当するものというべきである。

他方、商品又は商品の包装の機能を確保するために不可欠とまでは評価されない立体的形状については、それが商品等の機能を効果的に発揮させ、商品等の美感を追求する目的により選択される形状であったとしても、商品等の出所を表示し、自他商品を識別する標識として用いられ、又は使用をされた結果、その形状が自他商品識別力を獲得した場合には、商標登録を受けることができるものとされている(商標法3条2項)。

### ②本願商標の商標法3条1項3号該当性

#### ア) 本願商標の構成

本願商標は、指定商品である香水等の容器(包装容器)の立体的形状に係る

ものであり、その形状は、上部に蓋兼噴霧器の用途を有するキャップと、その下に女性の胴体部分をモチーフにデザイン化した形状の容器部分たるボトルからなるものである。

そして、その蓋部兼噴霧器部分のうち、蓋に相当する部分が、同径の円盤を何枚も重ねたような形状をしており、それに続く噴霧器部分は、上端に押し下げ式レバーが付いている。その容器部分は、女性の胸部に該当する部分に2つの突起を有し、そこから腹部に該当する部分にかけてくびれを有し、そこから下部にかけて、なだらかに膨らみを有した形状からなり、下部に一部すりガラス風の半透明となった部分が存在する。上部の蓋部兼噴霧器部分は、銀色であり、下部の容器部分は、部分的に透明又は半透明で、2つの突起部分が茶色がかっており、薄ピンク色のボトルである。

#### イ) 本願商標の創作

本願商標の形状は、デザイナーであるジャン・ポール・ゴルチエ (JEAN PAUL GAULTIER) が香水の容器として、女性の身体のラインをイメージしてデザインしたものである。

#### ウ) 香水の容器の形状

本願の指定商品の1つである香水等の容器には、洗練されたデザインからなる多種多様な形状があるところ、上部に蓋兼噴霧器を有する立体形状からなるものが多い。また、その下の容器部分の形状が、人間の身体等をモチーフとした容器として、原告の販売に係る JEAN-PAUL GAULTIER LE MALEのほか、クロード・モンタナ、ヒーローズ ウォモ EDT・SP、ジュット デ スキャパレリ EDP・SP、ダリフローレ EDT・SP、エビータ EDP・SP、サイレン EDP・SP、ドリーガール EDT・SP等が存在する。

もともと、女性の身体をモチーフとした香水の容器の中でも、本願商標のような、女性の胸部に該当する部分に2つの突起を有し、そこから腹部に該当する部分にかけてくびれを有し、そこから下部にかけて、なだらかに膨らみを有した容器の形状を有するものは、他に見当たらない。

エ) 前記アないしウによれば、本願商標の立体的形状のうち、上部の蓋部兼噴霧器部分は、液体である香水を収納し、これを取り出すという容器の基本的な形状であって、スプレーという機能をより効果的に発揮させるものであり、その下の容器部分の形状は、容器の輪郭の美感をより優れたものにするためのものであることが認められる。なお、本願商標に係る立体的形状は、一定の特徴を有するものではあるが、女性の身体をモチーフした香水の容器は、他にもあり、香水の容器において通常採用されている形状の範囲を大きく超えるものとまでは認められない。

そうすると、本願商標の立体的形状は、本件審決時を基準として客観的に見れば、香水の容器について、機能又は美感に資することを目的として採用されたものと認められ、また、香水の容器の形状として、需要者において、機能又は美感に資することを目的とする形状と予測し得る範囲のものであるから、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号に該当するというべきである。

## (2) 取消事由2 (商標法3条2項に該当しないとした判断の誤り)

### ①商標法3条2項の趣旨

前記1のとおり、商標法3条2項は、商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して同条1項3号に該当する商標であっても、使用により自他商品識別力を獲得するに至った場合には、商標登録を受けることができることを規定している。

そして、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、①当該商標の形状及び当該形状に類似した他の商品等の存否、②当該商標が使用された期間、商品の販売数量、広告宣伝がされた期間及び規模等の使用の事情を総合考慮して判断すべきである。

なお、使用に係る商標ないし商品等の形状は、原則として、出願に係る商標と実質的に同一であり、指定商品に属する商品であることを要するが、機能を維持するため又は新商品の販売のため、商品等の形状を変更することもあり得ることに照らすと、使用に係る商品等の立体的形状が、出願に係る商標の形状と僅かな相違が存在しても、なお、立体的形状が需要者の目につきやすく、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である。

### ②本願商標の商標法3条2項該当性

#### ア) 商標の形状及び当該形状に類似した他の商品等の存否

前記1のとおり、本願商標は、指定商品である香水等の容器(包装容器)の立体的形状に係るものであり、その形状は、上部に蓋兼噴霧器としてのキャップと、その下に女性の胴体部分をモチーフにデザイン化した形状の容器部分たるボトルからなり、女性の身体のラインをイメージしてデザインされたものである。本願の指定商品の1つである香水等の容器としては、洗練されたデザインからなる多種多様な形状があるところ、上部に蓋兼噴霧器を有する立体形状からなるものが多く、容器部分の形状が、人間等をモチーフとした容器も存在する。本願商標は、香水の容器の形状として通常採用されている範囲を大きく超えるものとまでは認められず、需要者において予測可能な範囲内のものとい

うべきであることは、前記1のとおりであるが、女性の身体をモチーフとした香水の容器の中でも、本願商標のような人間の胸部に該当する部分に2つの突起を有し、そこから腹部に該当する部分にかけてくびれを有し、そこから下部にかけて、なだらかに膨らみを有した形状は、他に見当たらない。

そして、本願商標に係る香水（ジャンポール・ゴルチエ「クラシック」）が販売開始された平成5ないし6年以降、そのパッケージデザインないしボトルデザインについて、斬新、インパクト、刺激的、大胆で挑発的、ユニークで優美、規範に捉われることなく逆に新しいルールを作り出してしまふ、神秘的だが同時に生きているような現実感があるといった評価が雑誌等に数多く採り上げられ、今日に至っている。

このように、本願商標の立体的形状は、一定の特異性を有しているということができ、その立体的形状が需要者の目につきやすく、強い印象を与えるものである。

#### イ) 使用の実情

原告は、フランスに本社を置く化粧品会社であり、資生堂のグループ会社である。原告は、「JEAN PAUL GAULTIER」（ジャンポール・ゴルチエ）という香水のブランドを有している。

原告は、平成5年、本願商標に係る立体的形状の容器に入れた香水JEAN PAUL GAULTIER “C l a s s i q u e”（ジャンポール・ゴルチエ「クラシック」）の販売を開始し、我が国においても、平成6年に販売を開始して、本件審決時まで販売を継続している。我が国におけるジャンポール・ゴルチエ「クラシック」の売上高は、平成16年以降、年間4500万円から5800万円程度である。

ジャンポール・ゴルチエ「クラシック」は、たびたび香水専門誌やファッション雑誌等に掲載され紹介されたり、広告されたりしている。

我が国で販売され、雑誌等に掲載されたジャンポール・ゴルチエ「クラシック」の形状は、本願商標とはごく僅かな形状の相違が存在するものもあるが、実質的にみてほぼ同一の形状である。なお、その容器部分の色彩については、オレンジ色等、本願商標と同一ではない色彩によるものや、衣装を思わせる装飾を施したものもあるが、使用された商品の形状と本願商標の立体的形状とがほぼ同一であることは、被告の自認するところである。

ウ) 上記のとおり、本願商標の容器部分が女性の身体の形状をモチーフにしており、女性の胸部に該当する部分に2つの突起を有し、そこから腹部に該当する部分にかけてくびれを有し、そこから下部にかけて、なだらかに膨らみを有した形状の容器は、他に見当たらない特異性を有することからすると、本願商標の立体的形状は、需要者の目につきやすく、強い印象を与えるものであって、

平成6年以降15年以上にわたって販売され、香水専門誌やファッション雑誌等に掲載されて使用をされてきたことに照らすと、本願商標の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おり、香水等の取引者・需要者がこれをみれば、原告の販売に係る香水等であることを識別することができるというって差し支えない。

以上の諸事情を総合すれば、本願商標は、指定商品に使用された場合、原告の販売に係る商品であることを認識することができ、商標法3条2項の要件を充足するというべきである。

### ③被告の主張について

ア) 被告は、本願商標に係る香水の販売地や販売地域、販売数量や宣伝広告費が不明で、市場占有率も高くないから、香水の一般的な需要者が、本願商標が、原告の出所に係る商品であると認識し得るものではないと主張する。

しかしながら、販売地域、販売数量や宣伝広告費等が明らかにされることが望ましいものの、それらが必ずしも明らかではないとしても、その形状の特徴から自他商品識別力を獲得することはあり得るし、香水は安価な日用品とは異なるものであり、香水専門誌やファッション雑誌等による宣伝広告をみた需要者は、その特徴的な容器の形状から、原告の出所に係る商品であることを認識し得るということができる。

イ) 被告は、原告が提出する証拠の内容は、香水に関するもののみに限られ、その他の商品については、何ら主張及び立証されていないなどとして、本願商標は、使用により識別力を有するに至った商標と認めることができないと主張する。しかしながら、原告は、平成20年(2008年)12月17日付け国際登録簿に記載された限定の通報により、当初の指定商品から、第3類「Bleaching preparations and other substances for laundry use; cleaning, polishing, scouring and abrasive preparations; essential oils, hair lotions; dentifrices.」(洗濯用漂白剤その他の洗濯用剤、清浄剤、つや出し剤、擦り磨き剤及び研磨剤、精油、ヘアローション、歯磨き)を削除し、「beauty products (cosmetics), soaps, perfumery, cosmetics」(美容製品、せっけん、香料類及び香水類、化粧品)に限定したものである。

そして、原告は、「ジャンポール・ゴルチェ」ブランドのパフュームドバスアンドシャワージェル、パフュームドボディーローションやパフュームドボディークリームを販売し、ジャンポール・ゴルチェ「クラシック」のオードトワレとバスアンドシャワージェルやボディーローションとをセット商品として販売するなど、香水と、それ以外の本願の指定商品(美容製品、せっけん、香料類及び化粧品)とは、極めて密接な関連を有し、取引者や需要者も共通して

いる。

そうすると、本願商標が香水について自他商品識別力を有するに至った結果、これと極めて密接な関係にある化粧品等の本願の前記限定された指定商品に、本願商標が使用された場合にも、香水に係る取引者・需要者と重なる上記指定商品の取引者・需要者において、上記商品が香水に係る「ジャンポール・ゴルチエ」ブランドを販売する原告の販売に係る商品であることを認識することができるというべきである。

### 3. 検討

#### (1) 使用商品と指定商品の同一性

商標法3条2項について、商標審査基準で「本項を適用して登録が認められるのは、出願された商標及び指定商品又は指定役務と、使用されている商標及び商品又は役務とが同一の場合のみとする。」とされているが、本判決により使用商品と指定商品の同一性が「密接な関係にある商品」にまで拡張され、3条2項の使い勝手は良くなった。

#### (2) 生来的識別力

例えば下記の商標は3条2項によらずに登録されている。「通常採用されている形状の範囲を大きく超える」か否かは、判断にバラツキがありそうである。



登録第 4925446 号 (香辛料用挽き器)



国際登録第 803104 号 (チョコレート)



登録第 4454125 号 (香水)



登録第 4210761 号 (おもちゃ)

(弁理士 土生 真之)