

～立体形状と商標～
日本商標判例紹介 (26)

2023年4月21日

執筆者 弁理士 岡田充浩

1 概要

特徴ある立体形状は、意匠登録のほか、商標登録で保護される（意匠法2条1項柱書、及び商標法2条1項柱書）。本稿では、婦人用カバンの立体形状の商標権侵害が争われた案件を紹介する。

2 本事案での当事者

原告は、1837年（天保7年）に創業され、バッグ、高級婦人服、アクセサリ等の製造、販売を業とするフランス国の法人である。直営店及び特約店を合わせて日本国内に合計29店舗を有する。

被告は、バッグ及びアクセサリ等の服飾雑貨の卸及び販売等を業とする株式会社である。

3 本事案の商標（標章）

原告の登録商標 (以下「原告商標」という)	被告の販売商品 (以下「被告商品」という)
原告商標01 【登録第5438059号】 登録日：平成23年9月9日 区分：18類（ハンドバッグ） 商標： 	被告商品01 



商品説明：

- ・ 本体部分の正面及び背面は底辺のやや長い台形状であり、本体各側面は縦長の二等辺三角形状である。
- ・ 蓋部は、背面から正面上部にかけて本体部分を覆い、略凸形状となるように両サイドに切込みを有し、横方向に略3等分する位置に鍵穴状の縦方向の切込みが2か所設けられ、本体背面の上端部と縫合されている。
- ・ 本体背面上部の左右端部に縫合され、左右各側面に形成されたタックの山部を貫通し、正面の上部まで延在する左右一対のベルトが設けられている。
- ・ 前記蓋部の略凸型部分と前記左右一対のベルトとを本体正面の上部中央にて同時に固定することができると共に左右のベルトを止めるリング状の固定具が本体正面の上部中央に設けられ、さらに、前記鍵穴状の切込みの外側の位置において、前記蓋部の略凸型部分と前記各ベルトとを同時に固定することができる左右一対の補助固定具が設けられている。

・本体正面上部及び背面上部に、円弧状をなす一対のハンドルが縫合され、前記正面側のハンドルは前記鍵穴状の切込みを通るように設けられている。

原告商標02
【登録第5438058号】
登録日：平成23年9月9日
区分：18類（ハンドバッグ）
商標：



The image displays three black handbags. The top one is a front view showing a top handle and a front flap with a silver-tone metal clasp. The middle one is a back view showing the same top handle and two small rectangular details on the back. The bottom one is a side view showing the profile of the bag and the top handle.

被告商品02



The image shows a peach-colored handbag with a top handle and a front flap. The flap has a silver-tone metal clasp. A heart-shaped charm is attached to the handle. A matching peach-colored strap is visible in the foreground.

<p>商品説明：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 本体部分の正面及び背面は底辺のやや長い台形状であり、左右各側面は縦長の二等辺三角形状である。 ・ 蓋部は、背面から正面上部にかけて本体部分を覆い、天辺において水平面を形成し、かつ、正面上部と重なる部分が凸形状となるように両サイドに切込みを有している。 ・ 本体背面上部の左右端部に縫合され、左右各側面に形成されたタックの山部を貫通し、正面の上部まで延在する左右一对のベルトが設けられている。 ・ 前記蓋部の凸形状の部分と前記左右一对のベルトとを本体正面の上部中央にて同時に固定することができると共に左右のベルトを止めるリング状の固定具が本体正面の上部中央に設けられている。 ・ 前記蓋部の天辺の水平面にハンドルが一つ設けられている。 	
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

4 訴訟に至る経緯

原告商標は、高級ハンドバッグである。原告は、百貨店の店舗等を通じて販売している。中古品は、実店舗及びインターネット上の販売サイトで活発で取引されている。原告商標の形状は、設定登録を受けた平成23年9月9日までに、既に周知且つ著名である。

被告は、令和元年12月20日～令和3年2月13日に、実店舗及びECサイトで、被告商品を展示販売した。

原告は、被告商品の形状が、原告商標に類似し、また周知且つ署名な原告の商品表示であるハンドバッグの形状に類似するとして、令和3年10月29日に、原告商標権侵害の不正行為（民法709条）、及び不正競争防止法2条1項1号及び2号に基づき、損害賠償請求を提起した（令和3年(ワ)第22287号 損害賠償請求事件）。

5 争点

本訴での主な争点は以下の通りである。

第一 原告商標の形状と被告商品の形状との類否について

被告は、外観において、サイズ、角部形状、生地、側面形状、蓋部切込み、ハンド

ル形状、内側ファスナーポケットの有無に差異がある。

また取引実情において、原告商標の販売価格が高額である一方、被告商品の販売価格が1万5180円と廉価である。購入者は、憧れや特別な感情から原告商標の購入に至り、原告商標が被告商品の価格帯で市場に出回ることがないと認識している。

また販売方法において、被告商品を「バーキン風」「ケリー風」等と称して販売することなく被告独自の商品として販売している。

依って類似関係にない、と主張する。

第二 商標的使用の有無について

被告は、原告商標の商標的使用をしていない、と主張する。即ち被告商品の形状が、「かわいらしい感じ」「女性好みである感じ」であることを理由に購入されているのであって、原告商標と類似していることを理由に被告商品を購入しているのではない、と主張する。

第三 損害発生の有無及び損害額について

原告は、第一に、逸失利益の515万410円が損害額である、と主張する。被告商品の販売で合計515万140円の利益を得ており同額が原告が受けた損害額として推定され（商標法38条2項）、これを覆す事情はない、と主張する。

第二に、信用毀損による無形損害が150万円が損害額である、と主張する。原告が、価値、名声を維持すべく、商品の品質保護に努め、多大な宣伝広告費用の支出により高級ブランドのイメージの維持に努めている。原告商標の形状に酷似の、低品質の被告商品が廉価で販売されることで、原告の高級ブランドのイメージ等著しく毀損された。被告商品の購入者が多数に及ぶこと等から、無形損害は150万円を下らない、と主張する。

第三に、代理人費用が120万円が損害額である、と主張する。本件紛争解決のために弁護士に対して報酬として120万円の支払いを約した。

これに対して被告は、逸失利益について、原告商標と、被告が得た利益の少なくとも95%との間に因果関係はない、と主張する。

原告商標と被告商品との大きな価格差ゆえ、原告商標と被告商品との誤認混同のおそれがなく、原告の損害が生じない、と主張する。

また原告商標を模した、被告商品の価格帯に近いものが多数存在しており、被告商品の入手困難な場合には、競合品が購入され原告商標が購入されることはない、と主張する。

また様々なファッションショーへの継続的な出展、独自ブランドの商品販売、全国主要都市での店舗展開、SNSでの宣伝広告等、営業努力に努めている、と主張する。

また被告商品は、寸法が原告商標に比して小さく、原告商標が備える内ファスナーポケットを備えていない等、機能面で原告商標と大きく差異がある、と主張する。

信用毀損による無形損害について、原告商標の購買層と被告商品の購買層とが重複

しておらず、原告のブランドイメージを低下させていない。原告商標を模した商品が廉価で販売されていることは周知であり、被告商品が原告の信用を毀損していない、と主張する。

第四 混同が生じるおそれについて

原告は、被告商品が、原告の商品表示として周知な原告商標の形状に類似するため、被告商品に接した需要者が、原告商標を想起し、原告商品と誤認混同し、また経済的又は組織的に何らかに関係がある者の業務に係る商品と誤信する、と主張する。

これに対し被告は、被告商品が原稿商標に類似しておらず、混同しない、と反論する。

6 裁判所の判断

裁判所の判断は以下の通りである。

第一について

商標の類否は、商標の外観、称呼、観念等が取引者・需要者に与える印象、記憶、連想等を総合して全体的に考察されるべきであり、具体的な取引状況に基づいて判断されるべきである。しかし商標の外観、称呼、観念は、誤認混同を推測する一応の基準にすぎず、一点が類似しても他点で著しく相違する場合等では類似と解することができない（最高裁昭和43年2月27日第三小法廷判決、民集22巻2号339頁、最高裁平成9年3月11日第三小法廷判決、民集51巻3号1055頁参照）。

この点について、被告商品は、原告商標の外観の基礎的構成を備えており、当該外観の印象に大きく影響されている。一方、被告主張の相違点は、原告商標の特徴の細部に留まり、慎重に比較して初めて認識し得る程度である。

被告商品の形状から、特定の観念及び称呼が生じない。

原告商標と被告商品とは、外観上類似し、且つ百貨店の実店舗という販路が共通するため、誤認混同が生じるおそれがある。

また原告商標が中古市場で新品に比し相当低廉な価格で販売されることがある。実際の取引で、被告商品の内側ファスナーポケットの有無を必ず確認するとの証拠が不足する。

以上より、原告商標と被告商品との形状は、出所混同のおそれがないとはいえない、と判断する。

第二について

原告商標は、指定商品のハンドバッグの形状に係る商標であるから、形状と同一又は類似の形状を採用する被告商品の販売は商標的使用である。

第三について

逸失利益について、被告商品の販売により合計515万410円の利益を得たことから、同額が被告の商標権侵害による原告が受けた損害額と推定される（商標法38条2項）。

もつとも、原告商標と被告商品との価格差が大きいことに多言を要しない。また原告商標と被告商品との寸法が大きく異なる。商標権は特許権等と異なり、創作的価値を備えるものでなく、事業者の営業上の信用等と結びつくことで価値が生じるため、侵害者の得た利益には、商品ブランドのみならず、販売価格や、デザインや、サイズ等の要素も考慮され得る。

これらの点を鑑みれば、原告商標のブランドが需要者の購買動機に大きく影響するほか、販売価格、デザイン及びサイズの相違が購買動機に及ぼす影響も無視し得ない。

また被告商品と同価格帯の競合品が、「バーキン風」「ケリー風」等と称するハンドバッグが市場で取引されているため、原告商標をどの程度侵害するのか判然としないものの、競合品が存在することを覆滅事由として一応考慮するのが相当である。

また原告商標が備える内側ファスナーポケットを、被告商品が備えないことについては、デザイン面から購買動機に寄与しなくとも、収納性という機能面として考慮され得る。

被告がファッションショーへの出展、独自ブランドの商品販売、全国主要都市への出店、SNSでの宣言活動等の営業努力の事実が認められるものの、通常の営業努力を逸脱する特別なものでなく、推定覆滅事由として考慮するほどでない。

以上から、被告商品の利益額に対する、原告商標の貢献度を8割と認めるのが相当である。

これに対し被告主張の、95%の推定覆滅については、原告商標と被告商品との需要者が何れも女性であり、販売方法も共通し、購買動機の一要因たる形状（デザイン）の類似している等を考慮すれば、被告商品の販売により原告の損害が生じたと認める。

信用毀損による無形損害について、被告商品が、高価格帯の原告商標の形状と類似し、原告商標で使用されない合成皮革等が用いられ、廉価で、百貨店の実店舗やECサイト等を通じて、1年余りの間に398個が販売された事実は、高級ハンドバッグである原告商標のブランド価値、即ち顧客の信用を毀損することとなる。原告の無形損害額は100万円を下らない。

仮に被告主張の、購買層の違い、原告商標を模したハンドバッグの廉価の販売の周知、等の事情があるとしても、原告商標の周知性を鑑みれば、原告の信用が毀損されないこととの関係性はない。

弁護士費用について、被告の商標権侵害行為と因果関係ある弁護士費用は、52万円と認めるのが相当である。

7 本事案から学ぶべきこと

本事案のように、特徴ある立体形状の商標権が争われるケースがあることから、侵

害予防調査では、登録意匠のほか、登録商標の調査を考慮すべきである。

また立体形状の商標の類否では、文字や図形商標の類否の場合と異なり、称呼や觀念が判断要素でない一方、外観が類否判断に与える影響が非常に大きい。例えば意匠権侵害の事件では、商標事件と同様、外観の類否判断が中心となるが、その他、販売経路の共通性や周知性の高さ等の取引実情が大きく影響することがないことに、注意すべきである。

また商品の価格帯が著しく異なる事実や「***風」等を謳う競合品が多数存在する事実等の存在があるからといって、商標権侵害を免れ得るとは限らないことに注意すべきである。

特徴ある立体形状の商品の商標権や意匠権の問題は複雑である。弊所に相談を頂きたい。

以上