



欧州商標トピック 音商標及び立体商標の識別性を巡る 判例紹介

1. はじめに

欧州では、1996年から音商標が保護の対象となり、2010年10月からは、非音楽的商標について、音声ファイルのみの出願も認められています。本稿では、音声データのみで出願された音商標の識別性について、初めて争われた欧州の裁判事例を紹介いたします。また、音商標の判例では適用が否定された、形状商標の識別性の基準について適用を認めた、立体商標の裁判事例も紹介いたします。

2. 形状商標の識別性

欧州の商標実務下において、形状商標の識別性の判断基準は複数ありますが、本稿で紹介する2件の判例では、その中の一つ「商標の形状が、商品（役務）分野の規範又は慣例から著しく乖離しているか」という基準について触れられています。当該基準では、商標の形状が、取引者等が予想する形状から乖離しており、商品に採用されやすいとは言い難い場合、取引者等は、商標の形状のみから、商品（役務）の出所を認識しうると考えられています。

3. 音商標に関する裁判事例

(1) 事案の概要

缶及び瓶のメーカーであるドイツ法人 Ardagh Metal Beverage Holdings GmbH & Co. は、缶の開栓音の後に1秒間の無音、その後9秒間の発泡音が続く音商標を、第6、29、30、32、33類で商標出願をしました。なお、Ardagh社は音声ファイルのみで出願を行いました。

出願された音声商標
(出願番号 017912475)

Download sound file

<http://euipo.europa.eu/trademark/sound/EM500000017912475>

欧州知的財産庁（以下、EUIPO）は、出願された音声は識別力を欠くと判断し、出願を拒絶しました。特に、発泡音は、炭酸飲料との関係において一般的であるとも判断されました。また、EUIPOは、音声の識別性の判断基準として、形状商標の識別性の判断基準「商標の形状が、商品（役務）分野の規範又は慣例から著しく乖離しているか」を適用し、音商標が識別力を欠くと判断しました。出願人は、第6類の商品（金属容器、缶等）については、拒絶を不服とはしないものの、飲料、特に非炭酸飲料との関係において、音声は識別力を有していると主張し、欧州一般裁判所（以下、General Court）に提訴しました。

(2) General Courtの判断

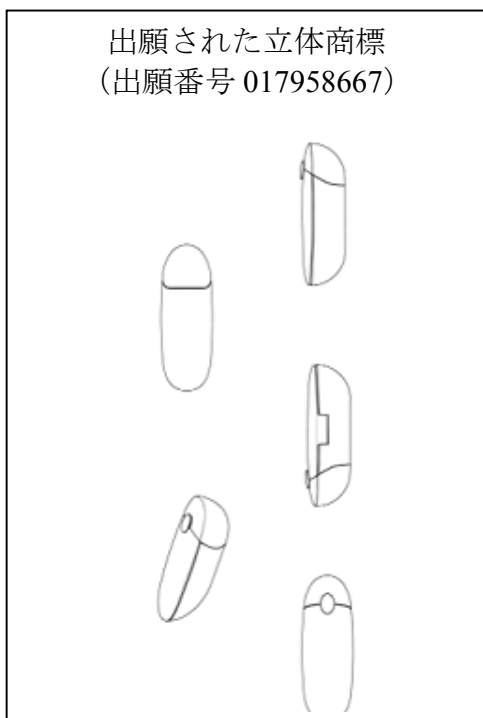
General Courtは、商標の識別性の基本的な判断基準は、全ての標章について同じであると示し、EUIPOが音商標の識別性を、形状商標の識別性の基準で判断したことについては、これを否定しました。General Courtは、音商標の識別性を示す表現について、欧州各国で様々な表現が使用されることに触れたうえで、「resonance（共鳴、響き）」とい

う表現を使用しました。この表現を基に、General Courtは、出願された音声は、非常に短く、十分な響きを備えていないと判断しました。また、音声と無音の組み合わせは珍しいとはいえ、飲料市場においては一般的であるとし、炭酸飲料と非炭酸飲料を区別する必要はないと判断し識別力を否定しました。

4. 口紅容器の立体商標に関する裁判事例

(1) 事案の概要

化粧品メーカーであるフランス法人ゲランは、口紅容器の形状を立体商標として出願しました。EUIPOは、商標の形状が市場に出回っている標準的な円筒状の口紅の形状と大きく異なるものではなく、立体商標は十分な識別力を有していないと判断し、出願を拒絶しました。



(2) General Courtの判断

General Courtは、立体商標の識別性について「容器の形状が、口紅の分野において、

規範又は慣例から著しく乖離しているか」を判断基準とすると示しました。その上で、市場で入手可能な口紅の形状を考慮すると、ゲランの口紅の形状は、船体を想起させ、市場で入手可能な円筒状の口紅の形状とは異なると結論付けました。その結果、General Courtは、ゲランの口紅容器の形状は、口紅の分野における規範から著しく乖離しており、立体商標として識別力を備えていると結論付けました。

なお、EUIPOは、商品デザインが審美的な形状であることと、商標の識別性は無関係であるとの見解でしたが、General Courtは、デザインが審美的であり視覚的な効果を有することが、商品分野の規範から乖離するかの判断材料になりうるとの見解を示しました。

5. おわりに

本稿で紹介した裁判例は、音商標の識別性を初めて判断した重要な事例ではありますが、識別性を判断する「resonance」の解釈は、明確なものではなく、今後の判断の積み重ねが待たれるところといえます。また、立体商標に関する裁判例は、デザインの審美性を取り入れて形状の識別性を判断した点が注目すべき点であるといえます。日本では、音の商標を含む新しい商標、立体商標の識別性が争われる場合、周知性の立証に重きを置かれることが多いですが、本稿で紹介した裁判例は、周知性については争わず、音、形状の識別性そのものが判断されている点も、注目すべき点であるといえます。

筆者紹介

両部 奈穂子

簡単な経歴（2005年に弁理士登録、2020年よりTMI総合法律事務所勤務年）
専門分野 商標 国内外の商標の権利化、紛争事案に携わる
趣味はランニングと美術館巡り。