


(別紙)

外箱及び容器のデザイン等の類否に関する当事者の主張

1 外箱

(1) 全体

 <p>原告商品 被告商品</p>	原告の主張	<ul style="list-style-type: none">・両商品は、いずれも、全体の色彩は半鏡面状で、赤色を始点としたグラデーションとなっており、当該グラデーションは外箱の上部と下部にそれぞれ2か所設けられ、それぞれ始点である上方から終点である下方に向かって薄くなる配色である点で共通する。(訴状12頁, 原告第1準備書面14頁)・両商品は、いずれも、上方と下方に横方向の二本の赤色ラインが配置されている点で共通する。(訴状12頁)・両商品は、いずれも、外箱の左右の角には上面から底面に至るまで、赤色ラインが配置された部分を除いて銀色の縁がある点で共通する。(訴状12頁)・原告外箱の縦のサイズは13.2cmではなく、厳密には13.3cmである。いずれにせよ、両商品の外箱の高さの差はごくわずかであり、両商品のサイズは共通する。(原告第1準備書面14頁)
---	-------	--

	<p>被告の主張</p>	<p>・全体的な色合いに関し、被告商品の方が赤みが強い。(被告準備書面(1)9頁)</p> <p>・化粧品分野では、健康をイメージした赤色を採用することは通常のことである。すでに流通している他の多くの化粧品においても、同系色の色彩をよく採用されている(乙1)。そのような取引事情に鑑みれば、同系色の色彩を採用していたとしても、商品等表示を構成する要素になりにくく、仮になつたとしても、需要者がその色彩をもって商品を混同することは考えにくい。(被告準備書面(2)別紙)</p> <p>・通常、色彩それ自体は、商品等表示にはなりにくく、それ以外の商品パッケージに表示される登録商標、ロゴ、文字、模様などに重点を置いて、商品認識するものと考えられる。(被告準備書面(2)別紙)</p> <p>・被告商品は、縦14.2cm、横4cm、奥行き4cmであり、原告商品は、縦13.2cm、横3.8cm、奥行き3.8cmであり、原告商品は被告商品よりも全体的に大きなパッケージを採用している。(被告準備書面(1)9頁)</p> <p>・両商品のサイズは、化粧品分野では、ごくありふれたものであり、それ自体は</p>
--	--------------	---

		<p>何らの商品等表示にはなり得ない。メーカーがいかなるサイズの容器を選択しても、これは何らの制限を受けるものではなく、自由であるべきものである。</p> <p>(被告準備書面(2)別紙)</p>
--	--	--

(2) 上部



原告の主張


- 両商品は、いずれも、上方の赤色ラインには銀色の縁があり、外箱の上面から3分の1程度下の位置に配置されている点で共通する。(訴状12頁)
- 両商品は、いずれも、上方の赤色ラインの上部には、銀色でアルファベットの商標及び商品名が記載されている点で共通する。(訴状12頁)
- 両商品は、いずれも、上方の赤色ライン上には白色で商品名が記載されている点で共通する。(訴状12頁)
- 被告は、両商品の外箱の上部には、ロゴ、ブランド名、商品名が異なる書体デザインで記載されている旨主張するが、両商品が、同じ位置に、自社商標及び「Lotion」との文字を含むアルファベット文字を用いてブランド名及び商品名を表示している点で共通することには変わりはない。(原告第1準備書面1.5頁)
- 両商品の外箱の上部のブランド名等の文字は銀色であり、半鏡面状の背景の上に表示されている。そのため、両商品の銀色の文字は半鏡面状の背景に溶け込み、需要者は、被告の主張する差異を視覚的に認識しづらい。(原告第1準備書面15頁)
- 被告は、原告外箱の上部にある「Super-Keana Lotion」との文字がセリフ体で

		<p>あると主張するが、同文字は、文字の先端に小さな飾りのない文字であり、セリフ体ではなく、サンセリフ体であるので、被告商品と同一である。(原告第1準備書面15頁)</p> <p>被告の主張</p> <ul style="list-style-type: none"> 原告商品では、上部に目立つ態様で原告商品を示す十字型のロゴと、原告商品のブランド名である「Labo Labo」がサンセリフ体で記載されているのに対し、被告商品は「Juliette Ray」との商品名が筆記体で明示されており、原告のロゴマークや、原告商品名に類似する表記は一切ない。(被告準備書面(1)9頁) 商品パッケージにおける登録商標を付ける位置は、一般的に看者の目を惹く位置である商品パッケージの表面の上部に示すものであり、その位置が仮に同様であっても、それ自体は類似に関する評価には影響を与えない。むしろ被告の登録商標の使用方法は、商品パッケージの目立たない位置に使用するのではなく、看者の目を惹く位置である商品パッケージの正面の上部に示すものであり、明確に登録商標の本来的な機能である自他商品識別機能を発揮させている。この点でも、両者は明確に区別されている。(被告準備書面(2)別紙) そもそも両者の比較において、商品パッケージについて全体を平均的に評価するのではなく、登録商標の有無やその内容について、特に重きを置いて評価す
--	--	--

		<p>べきである。登録商標は、専門官庁である特許庁の審査官によって個別に審査され、ブランド名称として独占適用性のあるものが登録公示される制度であるからである。したがって、被告の商標が有効な登録商標であり、かつ、一般的に登録商標が表示される位置において、大きな文字で表示されていることから、両者は明確に区別されている。(被告準備書面(2)別紙)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・その銀色部分が単なる模様や図形であれば、認識しづらい場合も考えられるが、原告も認めるように、銀色部分は文字になっている。一般に、需要者は、もっぱら文字を情報伝達手段として用いている。その文字部分は、特に目を惹く部分であり、その文字が記す名称によって商品の種類等を識別するものであり、文字の性質・役割を無視して認識しづらいつらいつらと評価することはできない。(被告準備書面(2)別紙) ・「Juliette Ray」は被告の登録商標(第4850574号)であり、出所を明らかにするものである。(被告準備書面(1)9頁) ・原告商品では、「Super-Keana Lotion」と大文字小文字を混在させ、セリフ体で、さらに「Super」を冠しているのに対し、被告商品は単に「KEANA LOTION」とすべて大文字で、かつサンセリフ体で表記しており、これはごく一般的な商品の
--	--	--

		<p>種類を表示するものにすぎない。(被告準備書面(1)9頁)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「KEANA LOTION」の文字は、本商品であるローション(特に毛穴に有益な効果を奏するローション)を単に普通に説明する名称、または、その商品の普通名称を普通に用いる名称であり、何人にも独占させるべきではない名称・文字であり、自由に開放しておく文字である。したがって、両者の比較においては、文字の字体に共通する部分があったとしても、何らの影響を与えるものではない。(被告準備書面(2)別紙)
--	--	---

(3) 中央部

	<p>原告の主張</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・両商品は、いずれも、中央部に薄く小さな丸状の図柄が配置されている点で共通する。(訴状12頁) ・両商品は、いずれも、背景色と同系統の配色の文字又は図柄のみ配置されており、当該文字又は図柄が半鏡面状の背景に溶け込むことで、視覚的に余白の多い構成である点で共通する。(原告第1準備書面15頁) ・被告商品の丸状の図柄及び六角形の模様の色のみならず、原告外箱の中央部の「Labo Labo」との文字及びロゴマークの色も、背景色と同系統の配色である。そのため、丸状の図柄、六角形の模様、及び「Labo Labo」との文字は、半鏡面状の背景に溶け込み、需要者は、被告の主張する差異を視覚的に認識しづらい。(原告第1準備書面16頁)
	<p>被告の主張</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・原告商品では薄くドットの模様及び原告商品のブランド名である「Labo Labo」が大きく記載されているが、被告商品では化学式におけるベンゼン環や細胞をイメージした六角形の幾何学模様を表示している点で相違する。(被告準備書面(1)10頁) ・看者が、2つのデザインを比較する場合に、需要者はそのデザイン・模様から

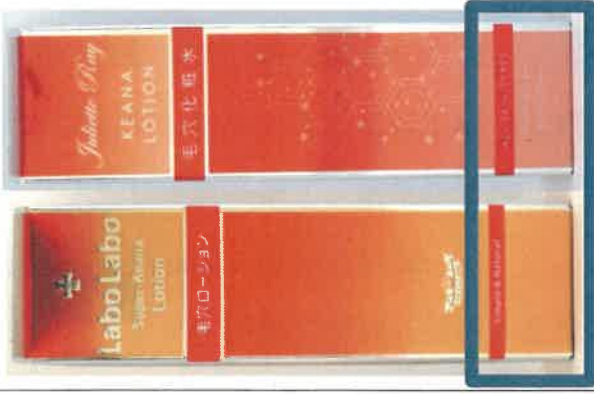
何らかの意味合い・観念を想起させて比較する。被告商品には化学式であるベ
ンゼン環を模したデザインがあり、需要者がこれを記憶することで他のものと
比較すると考えることが自然である。このような比較方法は、特許庁における
商標の類否判断でも用いられており、特に、図形商標の類否判断では、その図形
から得られる観念を重視して判断している。(被告準備書面(2)別紙)

・原告商品では「Dr. Ci:Labo」のロゴマーク及び「produced by Dr. Ci:Labo」が
銀色の目立つ形で表示されているが、被告商品ではその表示はなく、幾何学模
様が多くの部分を占めるようにデザインされている。(被告準備書面(1)10
頁)

・「文字」は特に目を惹く部分であり、登録商標(シーラボのハウスマークにつき
商標登録第4520574号, LaboLaboにつき商標登録第4699187号)
でもある文字やロゴ図形については、目を惹く部分となる。登録商標は、出所表
示機能や自他商品識別機能があるので、商品選択の際には最も指標となるべき
存在である。さらに、仮に同社の商品等の販売数や広告の露出が、原告の主張の
とおり多い場合には、それらの登録商標は、顧客誘引力の強い商標であり、特に
目を惹く部分となるといえる。したがって、その文字の性質や周知となつてい

		<p>る登録商標であることから、原告のブランドであることが瞬時に認識されて、強く記憶に残るために、他のブランドとは明確に区別される。(被告準備書面</p> <p>(2) 別紙)</p>
--	--	--

(4) 下部

	<p>原告の主張</p>	<ul style="list-style-type: none"> 両商品は、いずれも、下方の赤色ラインに銀色の縁がなく、下方の赤色ラインの上辺は外箱の底面から約2.1センチメートルの位置に配置されている。(訴状12頁) 両商品は、いずれも、下方の赤色ライン上に白色でアルファベット文字が記載されている。(訴状12頁) 原告外箱の下部の「Simple & Natural」との文字は、文字の先端に小さな飾りがない文字であり、セリフ体ではなく、サンセリフ体である。したがって、両商品の外箱の下部に記載された文字の書体デザインは共通する。(原告第1準備書面16頁)。
	<p>被告の主張</p>	<ul style="list-style-type: none"> 原告商品では「Simple & Natural」とセリフ体で商品の特徴が表示されているが、被告商品では「ALL SKIN TYPES」と大文字のサンセリフ体で対応する肌のタイプを表示している。(被告準備書面(1)10頁) 書体や色彩が類似のものであっても、文字の性格を考慮すれば、両者の意味するところが異なるものであり、明確に区別可能である。また、化粧品のパッケージに、「Simple & Natural」、「ALL SKIN TYPES」とあっても、単に普通に化粧品

		の性質や用途を表すにすぎない文字であり，そもそも商品等表示を構成する要素には該当しない。(被告準備書面(2)別紙)
--	--	---

(5) 背面部



原告の主張

- ・両商品は、いずれも、白を背景色とし、半鏡面状ではなく、左右の角には上面から底面に至るまで銀色の縁があり、赤地に白抜き文字で商品の特徴についての「うるおい成分」等の説明文が配置されている。(訴状14頁)
- ・両商品の外箱の背面部には、いずれも、上から1段目にそれぞれ「化粧水」との文字が記載されている(甲1, 2)。そのため、両商品の外箱の背面部の上から1段目は、商品の種類が表示されている点で共通する。(原告第1準備書面16頁)
- ・両商品の外箱の背面部には、いずれも、上から2段目にそれぞれ「つるつる」、「お肌」との文字、及びつるつるのお肌を目指す旨の文字が記載されている(甲1, 2)。そのため、両商品の外箱の背面部の上から2段目は、商品の効能が表示されている点で共通する。(原告第1準備書面16頁)
- ・原告外箱の背面部の上から4～6段目、及び被告外箱の背面部の上から3～4段目には、それぞれ「ノイバラ果実エキス」「ヒアルロン酸」などの物質が、「○成分」とタイトルを付した分類ごとに表示されている(甲1, 2)。そのため、両商品の外箱の背面部の上から3～6段目は、商品の成分が表示されている点

		<p>で共通する。(原告第1準備書面17頁)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セリフ体及びサンセリフ体の分類は、通常はアルファベット文字に用いられる書体デザインの種類であり、平仮名、片仮名及び漢字が用いられた文字にそのような分類は妥当しない。両商品の外箱の背面部の上から1段目に日本語で両商品が「化粧水」であることを表示している点は共通である。(原告第1準備書面17頁) ・両商品は、いずれも、商品の内容、商品の効能に続く段落に、飾り枠及び白抜き文字を用いて化粧水の成分及び含有物質を複数記載している点で共通する。(原告第1準備書面17頁)
	<p>被告の主張</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・原告商品では上段に赤字のセリフ体で「乳酸・リンゴ酸配合で毛穴づまり・黒ずみクリア！つるつる毛穴化粧水」と商品の機能を謳い、更にその下4行にわたって効能が記載されているが、被告商品では「ジュリエットレイ収れん化粧水100ml」との商品名及び容量が黒字のサンセリフ体で表示されている。 (被告準備書面(1)10頁) ・次段以降は位置が大きく異なる上に、原告商品では赤い背景の角丸の領域に白字で「毛穴が気になる日には毛穴ローション+コットンによる「コットンパッ

ク」がオススメ!!!」と表示されているが、被告商品では赤い背景の矩形の領域に白字で「天然植物エキス配合のひきしめローションでキュッとしまつたつるつるお肌に!」と全く異なる趣旨の内容が記載され、その下に天然エキスの内容が黒地で注意書きされている。(被告準備書面(1)10頁)

- ・原告商品の角丸枠内には3つのタイトルの成分表示がほぼ最下段まで配列されているが、被告商品では、リボン形のタイトルに原告商品とは異なる成分が2つ表示され、その位置は、上から3分の1から3分の2の間となっている。下3分の1には黒字で【ご使用方法】が小さなフォントにより11行にわたり記載され、最下段にはMADE IN JAPANと表示されている。(被告準備書面(1)1

1頁)

- ・商品の説明(使用方法の提案、商品を使用した場合の効果的な記載、成分表記、内容量など)の文章は、専ら情報伝達のためのもので、それ自体が商品等表示を構成する要素にはなり得ない。また、商品等表示は、需要者が、短時間、その商品パッケージを見て認識するものであることから、そもそも情報量の多い文字及び文章並びに商品の一般的な説明は、商品等表示を構成する要素になり得ない。また、記載内容、記載方法、その他のデザインを一見して、全く異なる。(被


告準備書面（２）別紙）

・原告は、両商品が化粧水であることを表示している点で共通すると述べているが、そもそも商品が化粧水であり、その普通名称を用いて単に「化粧水」と記載しているのは、消費者にいかなる商品であることを表示するものであり、誰でも制約なく自由に利用できるべき文字であって、商品等表示を構成する要素になり得ない。消費者保護の観点からも、それを制限することは妥当でない。（被告

準備書面（２）別紙）

・両商品は、商品パッケージの正面のみを紹介する雑誌やインターネットでの宣伝や販売が多く、実際に需要者が商品を手にとることなく、商品が認識されたり流通されたりすることも考慮すれば、そもそも商品パッケージの背面は商品等表示を構成する要素にはなり得ない、もしくは、需要者に混同を生じさせるおそれがないということができる。（被告準備書面（２）別紙）

(6) 左右側面部

	<p>原告の主張</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・両商品は、いずれも、左右側面において、正面部のグラデーションの終点の色を背景色とし、半鏡面状であり、左右の角には上面から底面に至るまで銀色の縁があり、バーコード、成分、会社情報、使用上の注意、容器包装リサイクル法に基づき紙製容器包装の識別表示が配置されている。(訴状1.4頁)
	<p>被告の主張</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・バーコード、成分、会社情報、使用上の注意、容器包装リサイクル法に基づき紙製容器包装の識別表示などの文章は、専ら情報伝達のためのもので、それ自体が商品等表示を構成する要素にはなり得ない。およそ、化粧品一般の包装に記載されているものである。(被告準備書面(2)別紙)

(7) 容器

	<p>原告の主張</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・両商品は、いずれも、全体の色彩がオレンジ色を帯びた暖色系の色である。(訴状16頁) ・両商品には、いずれも、上方と下方に横方向の二本の赤色ラインが配置されている。(訴状16頁) ・両商品とも、上方の赤色ラインには銀色の縁があり、赤色ラインの中央部はオレンジ色部分の底面から約7.1センチメートルの位置に配置されている。(訴状16頁) ・両商品とも、下方の赤色ラインには銀色の縁はなく、その上辺はオレンジ色部分の底面から約1.3センチメートルの位置に配置されている。(訴状16頁) ・両商品とも、上方の赤色ライン上には白色で商品名が記載され、下方の赤色ライン上にはアルファベット文字が記載されている。(訴状16頁) ・両商品とも、容器のキャップの上部は白色である。(原告第1準備書面18頁)
	<p>被告の主張</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・両商品は、いずれも円筒形であるが、この形状は、化粧水容器としてはごくありふれたものにすぎない。(被告準備書面(1)11頁) ・原告商品のキャップは銀色であり、被告商品のキャップは白色であるとの点で

		<p>相違する。(被告準備書面(1)11頁)</p> <ul style="list-style-type: none"> 原告商品はオレンジ色の透明容器、被告商品は赤色の反射性の不透明容器であり、裏面は銀色である。文字表示部分は外箱の表示と同様である上、全ての要素について表示は異なっている。(被告準備書面(1)11頁) 需要者は、商品を吟味する際に、商品容器の「顔」となる商品ブランドが見取れる面を正面として、観察することが通常であり、容器の上部を見比べることは想定しづらい。また、流通している化粧品容器は、その容器の上部は、通常円形のもので特殊な形状等をしていないことはなく、そもそも商品等表示を構成する要素にはなり得ない。(被告準備書面(2)別紙) これらの商品は、雑誌やインターネットでの宣伝や販売が多く、実際に需要者が商品を手に取ることなく、商品が認識されたり流通されたりすることもある。もしすれば、そもそも商品上部は商品等表示を構成する要素にはなり得ない、もしくは、需要者に混同を生じさせおそれのないものである。(被告準備書面(2)別紙)
--	--	---