

判決年月日	平成23年6月29日	担当部	知的財産高等裁判所 第3部
事 件 番 号	平成22年（行々）第10253号, 第10321号		
○「肘掛椅子」を指定商品とする立体商標について、「使用をされた結果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るもの」（商標法3条2項）であることを認めて、登録出願を拒絶すべきであるとした審決を取り消した事例。			

（関連条文）商標法3条1項3号，2項

1 本件は、「肘掛椅子」を指定商品とする下記に示すと通りの構成よりなる立体商標（「本願商標」）の登録出願を拒絶すべきものとした審決（不服2009－12366号）に対する取消訴訟である。



2 審決の理由は、要するに、①本願商標は、立体的に表された「肘掛椅子」を容易に認識させるものであり、本願商標をその指定商品に使用しても、取引者・需要者は、単に商品の一形態を表示するものと理解し、自他商品の識別標識として認識し得ないから、商標法3条1項3号に該当する、②本願商標は、使用された結果、需要者が何人かの業務に係る商品であることを認識することができるに至っているとは認められないから、同条2項の要件を具備していない、というものである。

原告は、審決の上記①、②の判断は、いずれも誤りであると主張した。

3 本判決は、下記のとおり、審決の上記①の判断に誤りはないが、上記②の判断は誤りであるとして、審決を取り消した。

（1）本願商標の商標法3条1項3号該当性

本願商標の形状は、背もたれ上部の笠木と肘掛け部が一体となった、ほぼ半円形に形成された一本の曲げ木が用いられていること、座面が細い紐類で編み込まれていること、上記笠木兼肘掛け部を、後部で支える「背板」（背もたれ部）は、「Y」字様又は「V」字様の形状からなること、後脚は、座部より更に上方に延伸して、「S」字を長く伸ばしたような形状からなること等、特徴的な形状を有している。本願商標の形状は、これを見た需要者に対して、肘掛椅子としての機能性及び美観を兼ね備えた、優れた製品であるとの

印象を与えるであろうが、それを超えて、形状の特徴をもって、当然に、商品の出所を識別する標識と認識させるものとまではいえない。したがって、本願商標は、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号に該当するとした審決の判断に誤りはない。

(2) 本願商標の商標法3条2項該当性

本願商標は、商標法3条1項3号に該当するが、以下のとおり、「使用をされた結果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るもの」と認められ、商標法3条2項により商標登録を受けることができる。

本願商標及びその特徴的形状を備えた原告製品に関し、次の事実が認められる。すなわち、

① 本願商標は、現代家具デザインの巨匠と称されるハンス・J・ウェグナーのデザインによるものであり、本願商標の特徴的形状を備えた原告製品は、「Yチェア」等の名称で知られており、世界で最も売れた椅子の一つと評価されていること

② 原告製品は、参加人により1950年に発売されて以来、材質や色彩にバリエーションはあるものの、その形状の特徴的部分において変更を加えることなく、継続的に販売されていること

③ 原告製品は、日本国内においても、昭和37年ころから販売され、判明している限りでも、平成6年7月から平成22年6月までの間に、合計9万7548脚が販売されており、その販売数は、1種類の椅子としては際だって多いといえること

④ 原告製品は、日本国内において、1960年代以降、雑誌等の記事で紹介され、日本で最も売れている輸入椅子の一つとの評価がされていること、また、原告製品は、家具業界関係者向けの書籍や、中学生向けの美術の教科書に掲載されるなどの実績を残していること、さらに、原告により相当の費用を掛けて、多数の広告宣伝活動が行われていること

⑤ 原告製品は、こうした継続的な広告宣伝活動等により、一部の家具愛好家に止まらず、広く一般需要者にも知られるものとなっているといえることができること

以上の事実によれば、①原告製品は、上記(1)のとおり特徴的な形状を有していること、②1950年（日本国内では昭和37年）に販売が開始されて以来、ほぼ同一の形状を維持しており、長期間にわたって、雑誌等の記事で紹介され、広告宣伝等が行われ、多数の商品が販売されたこと、③その結果、需要者において、本願商標ないし原告製品の形状の特徴の故に、何人の業務に係る商品であるかを、認識、理解することができる状態となったものと認めるのが相当である。