

小売業商標に関する判決例

- (1) 第 42 類「多数の商品を掲載したカタログを不特定多数人に頒布し、家庭にしながら商品選択の機会を与えるサービス」を指定した商標登録出願について、商標法上の役務を指定したものとは認められないとした判決

〔東京高裁平成 11 年（行ケ）第 236 号 平 12 年 8 月 29 日〕

（前略）本件カタログに工夫が凝らされ、顧客において、本件カタログを見るだけで商品の選択ができるようになっており、この点において、顧客を誘引し、販売を促進するための他の手段との間に相違があるとしても、原告の営業が個々の商品の売買という取引以外の何物でもないものであり、本件カタログを利用したサービスは、結局のところ、上記売買において顧客を誘引し、販売を促進するための手段の一つにすぎないことが明らかである。

また、前記(1)掲記の事実によれば、顧客は、原告の提供するカタログによるサービスを積極的に利用するとしても、原告に支払うのは、商品代金のみであり、サービスに対する対価としての支払いは存在しないから、原告が商品の価格に実質的に上記サービス費用等を上乗せしているとしても、それは、他の販売促進手段が採用された場合にその費用等が上乗せされる場合と何ら異なるものではなく（原告が上記上乗せの限度を超えたものを商品価格に加えていることは、本件全証拠によっても認めることができない。）上記サービスは独立して取引の対象となっているわけではないことが明らかである。

- (2) 第 35 類「化粧品・香水類（略）おもちゃに関連する小売り」を指定した商標登録出願について、商標法上の役務を指定したものとは認められないとした判決

〔東京高裁平成 12 年（行ケ）第 105 号 平成 13 年 1 月 31 日〕

本願商標の指定役務とされる商品の小売の独立性を見るに、一般に、小売業においては、店舗設計や商品展示がそれ自体顧客に対する便益の提供という側面を有しており、また、店員による接客サービスも、それ自体としては顧客に対する労務又は便益の提供に当たるということができる。そして、原告は、これらの点に着目して、小売は独立した役務として経済行為の対象となっている旨主張するが、小売はあくまでも商品の販売を目的

とするものであって、原告の主張する付随サービスは、商品の販売を促進するための手段の一つにすぎないというべきであり、現に、商品の小売において、商品本体の価格とは別にサービスの対価が明示され、独立した取引としての対価の支払が行われているものではない。この点につき、原告は、これらのサービス活動は商品価格に上乗せされている旨主張するが、仮に、そのような上乗せが事実上されているとしても、商品本体の価格とは別に対価が支払われることのないものである以上、サービス自体が独立して取引の対象となっているものとはいえない。