



<韓国>

## 3D 立体商標の権利範囲及び使用性に対する特許法院の判決 (2025年2月14日宣告、2024ホ12388判決)

C&S Patent and Law Office  
弁護士／弁理士  
イ・ジョンウォン

最近、特許法院は、クマ型ゼリー製品が競合他社の登録立体商標を侵害しないという確認を求める製菓業者の肩を持つ判決を下しました。当該商標は、第30類(菓子類)に属するクマ型の3D商標です。

### 核心争点及び法院の判断

法院は、二つの主な争点について検討しました。

- (1) 原告のクマ型ゼリーが商標として使用されたか否か、
- (2) 当該形状が被告の登録商標と類似して権利範囲に属するか否かです。

法院は、二つの争点のいずれも原告の肩を持ち、以前特許審判院が下した棄却決定を取り消しました。

まず、問題となった形状は、単なる製品の外形であるだけで、商品の出所を識別する表示として機能していないと判断しました。原告は、様々なゼリーを混合して包装し、「E」のブランド名が付いた包装袋に入れて販売しており、クマ型ゼリーには「オーガニック・クマ型グミ」などの一般的な説明フレーズのみ使用しています。クマ型ゼリーが市場で広範囲に使用されている点も考慮され、当該形状が単独で出所表示機能を遂行していないと見なしたものでした。

類似性の判断において、被告の商標は、笑う表情の直立しているクマであって、とがっているという特徴と太い輪郭があるのに対し、原告の製品は、丸く且つ無表情であり、座った姿勢をしているため、外観上明確に区別されると見なしました。両製品はいずれも「クマのゼリー」と呼称することはできるものの、これは一般的な製品の名称に過ぎず、消費者がこれを混同する可能性は低いと判断しました

### 実務的示唆点

今回の判決は、3D商標権の保護範囲が一般的な形状ではなく、具体的且つ独創的なデザインに限定されるという点を明確に示しています。形状が商標として認められるためには、明確な出所表示機能を遂行しなければなりません。業界全般において長い間広く使用してきた一般的な製品の外形は、特別な識別力がなければ独占的な商標権の保護を受けることが困難です。

< Korea >

## **Korean Court Rules on Scope and Use of 3D Trademarks (Patent Court Decision 2024Heo12388, February 14, 2025)**

C&S Patent and Law Office  
Attorney at Law/Patent Attorney  
**Jung-Won LEE**

In a recent decision, the Korean Patent Court ruled in favor of a confectionery company (Plaintiff) seeking a decision that its gummy products did not fall within the scope of a competitor (Defendant)'s registered three-dimensional (3D) bear-shaped gummy trademark, registered under Class 30 for confectionery.

### **Key Issues and Court Findings**

The court examined two key issues :

- (1) whether the plaintiff's bear-shaped gummies were used as a trademark, and
- (2) whether the bear shape was similar enough to fall within the scope of the registered trademark right.

On both issues, the court ruled in favor of the plaintiff, reversing the earlier decision by the Korean Intellectual Property Trial and Appeal Board.

The court found that the shape in question was used merely as a product's shape—not being used to indicate the source of the product. The plaintiff sold various jelly shapes in mixed packaging labeled with its "E" brand, and the bear-shaped jelly was labelled like generic terms such as "organic bear-shaped gummy." Given the widespread market presence of bear-shaped jellies, the court concluded that the shape alone did not function as a trademark.

Regarding similarity of the marks, the court noted that the registered 3D mark depicted a smiling, upright bear with pointed features and bold outlines. In contrast, the plaintiff's product had a rounder, expressionless appearance in a seated posture. Despite being commonly referred to as "bear gummies," this common term cannot be a decisive factor in assessing trademark similarity. The likelihood of consumer confusion was deemed low.

### **Practical Implications**

This decision underscores that trademark rights in 3D shapes are limited to specific, distinctive designs—not general product forms. For a shape to qualify as trademark use, it must serve a clear source-identifying function. Common product shapes, especially those widely used across an industry, are unlikely to enjoy exclusive protection without distinctive stylization.