99020104 有關「元氣の豆」申請註冊事件(商標法§230113)（智慧財產法院法院 98 年度行商訴字第 180 號）

爭議標的：「元氣の豆」與「元氣納豆」是否近似。
系爭商標：「元氣の豆」(申請註冊號:097039562)
系爭商品/服務：第 29 類之「米漿、豆漿、豆奶、蜜豆奶」等商品。
據爭商標：「元氣の豆」商標。
相關法條：商標法第 23 條第 1 項第 13 款規定

判決要旨

經衡酌據以核駁「元氣納豆」商標之識別性雖不高，然二造商標圖樣高度近似，並指定使用於高度類似之商品，且消費者對該類商品之注意程度較低，原告亦未提出任何證據佐證相關消費者對各商標之熟悉程度，是以具有普通知識經驗之相關消費者於消費時施以普通之注意，自易產生其商品係源自於同一提供者或雖不相同但有關聯之聯想，而致生混淆誤認之虞。

【判決摘錄】

一、事實

緣原告統盛國際股份有限公司前於民國 97 年 8 月 22 日以「元氣の豆」商標（如附圖一所示），指定使用於商標法施行細則第 13 條所定商品及服務分類表第 29 類之「米漿、豆漿、豆奶、蜜豆奶」等商品，向被告申請註冊，經被告審查，認本件商標與據以核駁註冊第 1219391 號「元氣納豆」商標（下稱據以核駁商標，如附圖二所示）構成近似，復二者指定使用之商品間存有相當程度之類似關係，有致相關消費者混淆誤認之虞，應不准註冊，以 98 年 6 月 26 日商標核駁第 0000000 號審定書為核駁之處分，原告不服，提起訴願，經遭駁回，遂向本院提起行政訴訟。

二、本案爭點

「元氣の豆」與據以核駁商標「元氣納豆」是否構成商標法第 23 條第 1 項第 13 款規定近似而有混淆誤認之虞?

三、判決理由

(一) 系爭「元氣の豆」商標與據以核駁「元氣納豆」商標，其中「納豆」二字核屬其指定之「納豆製成之飲料」、「納豆製成之粉狀沖泡飲料」商品之說明性

文字，而經被告核准予以不專用，然在與其他商標圖樣間判斷是否構成近似時，仍應將該聲明不專用部分列入商標整體比對，僅「納豆」二字之識別力較弱而已。查二造商標均有寓目顯然且相同之中文「元氣」及「豆」，其字體及排列順序相近，僅第三個字為「の」或「納」之差異，經異時異地隔離通體觀察，外觀極相彷彿，在交易連貫唱呼之際，讀音亦略有相近，且二造商標均係指定於飲料商品（詳如後述），而屬日常消費飲品，一般而言，消費者之注意程度較低，對二商標間些微差異之辨識能力較弱，是以二造商標倘係標示在相同或類似之商品或服務時，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會有所混淆而誤認二商品或服務來自同一來源或誤認不同來源間有所關聯，應屬構成高度近似之商標。

(二) 又本件商標指定使用之「米漿、豆漿、豆奶、蜜豆奶」等商品，與據以核駁商標指定使用之「納豆製成之飲料、運動飲料、不含酒精的果汁飲料、綜合果汁、果汁粉、果菜汁、蔬菜汁、蔬菜汁粉、纖維飲料、果蔬纖維飲料、無酒精飲料、果酸飲料、納豆製成之粉狀沖泡飲料、綜合植物飲料、濃縮植物飲料、植物萃取飲料、植物精發酵飲料、冬蟲夏草、富植物纖維及蛋白質之飲料」等商品相較，二者均屬飲料商品，而具有補充人體營養或水分之功能，其產製業者及消費對象具有共同或相關聯之處，依一般社會通念及市場交易習慣，極易使一般消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，二商標所指定使用之商品具有高度類似關係。

(三).經衡酌據以核駁商標之識別性雖不高，然二造商標圖樣高度近似，並指定使用於高度類似之商品，且消費者對該類商品之注意程度較低，原告亦未提出任何證據佐證相關消費者對各商標之熟悉程度，是以具有普通知識經驗之相關消費者於消費時施以普通之注意，自易產生其商品係源自於同一提供者或雖不相同但有關聯之聯想，而致生混淆誤認之虞。

四、判決結果

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

五、兩造商標

系爭商標　　據爭商標

元氣の豆　　元氣納豆