

智慧財產 100 年度行商訴字第 145 號行政判決

原 告 三井選品有限公司

代 表 人 吳美姍

訴訟代理人 劉宗欣律師

邵瓊慧律師

趙國璇律師

被 告 經濟部智慧財產局

代 表 人 王美花（局長）

訴訟代理人 洪梅玲

上列當事人間因商標註冊事件，原告不服經濟部中華民國 100 年 9 月 27 日經訴字第 10006104360 號訴願決定，提起行政訴訟。本院判決如下：

主 文

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

一、事實概要：

原告前於民國（下同）96 年 8 月 31 日以「三井選品 mitsui style 及圖」商標，指定使用於商標法施行細則第 13 條所定修正前商品及服務分類表第 35 類之代理各種食品、飲料、生鮮食品、海產之進出口等服務，向被告申請註冊，經被告審查，於 100 年 5 月 6 日以商標核駁第 330708 號審定書為核駁之處分。原告不服，提起訴願，經經濟部 100 年 9 月 27 日經訴字第 10006104360 號決定駁回，原告仍未甘服，遂向本院提起行政訴訟。

二、原告之主張

（一）系爭註冊商標與據以核駁商標顯非近似：

系爭註冊商標為一組合商標，係以經特殊設計之中文「三井選品」與外文字「mitsuistyle」組合而成，商標圖樣以陰刻陽刻的篆刻形式表達「井」字，商標下方輔以較小字體「mitsuistyle」英文字，「選品」二字在傳達原告所販售之食材等，均係經由原告嚴「選」之產「品」，故原告之系爭註冊商標有其創意，且留予消費者之深刻寓目印象。然被告所引之據以核駁諸商標，乃未經設計之文字商標，僅有中英之部分字詞即「MITSUI」與「三井」相同，二造商標相較，所呈現之整體圖樣顯然有別。

（二）本件商標於餐飲及其相關零售與進出口服務為著名商標，消費者無混淆誤認之虞：

「三井」商標因原告在我國長期及努力之經營，已成為「日本料理」之著名商標而為相關消費者所熟悉，系爭註冊商標於餐飲及其相關之食品零售服務亦較據以核駁商標著名。由「財訊」雜誌2008年11月1日、「天下」雜誌2009年7月15日、「GQ」雜誌、「CAREER」2010年10月份雜誌、自由時報2010年11月27日等平面媒體之相關報導及於Google搜尋引擎以「三井日本料理」為關鍵字之搜尋結果高達50萬筆之資料，亦有眾多網友撰文討論「三井日本料理」之高品質服務與優良產品。由上開資料可證「三井」系列日本料理餐廳，包括「三井」本店、「明水三井」、「上乘三井」、「三井料理美術館」、「三井極壽司」、「三井選品」等已成為我國知名日本料理之代名詞。原告並將系爭註冊商標使用於附設在餐廳之零售服務店面，則其於餐飲服務之著名程度自及於附設在餐廳之食品零售服務、超級市場與其相關之進出口服務。且因零售部之裝潢及販售之商品與原告之餐廳相同，且地點同一，消費者及相關業者應知悉系爭註冊商標所表彰之零售與進出口服務之來源，無誤認其為日商三井物產股份有限公司之服務，且因產品品質優良與選購之便利性，亦有消費者於96年10月13日所撰寫之文章「精緻高檔的『三井選品』&『明水三井』」、97年6月28日消費者Tivy撰文介紹三井選品為「高檔生鮮超市」、消費者Nydia之文章、98年3月23日消費者timckimo所撰寫「我愛三井選品超市」文章消費者所撰文之「三井選品之八點檔大搶購」、98年間消費者Doris所撰寫之「奢華外帶午餐- 三井選品」與消費者Megan所撰寫之「【內湖】明水路. 三井選品~鰻魚便當 vs 味增湯」，可證原告所經營之零售食品業及其相關進出口服務已累積相當之知名度，且於該等產品上均大量使用本件商標。而「三井」雖為日商三井物產股份有限公司之法人名稱，惟日商三井物產提供之商品及服務以石化、金屬等業務為主，況據以核駁商標「三井住友」註冊於第36類、「三井農林 Mitsui Norin」註冊於第30類、第32類而「三井銘茶 Mitsui Green Tea」則註冊於第30類，與系爭註冊商標所註冊之第35類食品、及海產等相關進出口服務完全不同。而被告僅以94年間之三件商標異議及其相關訴願決定，以及與本件事實不相同之台北高等行政法院94年訴字第2015號判決為基礎，實賦予據以核駁商標過度之保護。

(三)「三井」非日商三井物產所得獨佔之商標

「三井」為日本一常見之姓氏，不僅於國內有諸多相同商標併存，以「三井」為公司法人名稱者亦所在多有。而如前所述，日商三井物產之營業範圍及知名度不及於「食品、海鮮及其相關進出口服務」，反之原告就餐飲服務

及其相關之「食品、海鮮及其相關進出口服務」享有高知名度，消費者至原告開設之餐廳或其附設之超市或零售部，必能認定其販售者即為原告，絕無誤認販售者為以石化、重金屬等進出口服務為主之日商三井物產公司之虞。又原告之關係企業已在中國大陸及澳門等地取得「MITSUI」與「三井」商標就「食品、海鮮及其相關進出口服務」之註冊，足證在其他司法領域之商標主管機關亦認定就「食品、海鮮及其相關進出口服務」乙項，非日商三井物產公司之商標知名度所能擴大保護之範圍。

(四)為此起訴聲明請求：1. 原處分及訴願決定均撤銷。2. 被告應就申請第 096041979 號「三井選品 mitsui style 及圖」為准予註冊之處分。

三、被告之答辯

(一)據以核駁商標為著名之商標或標章

日商·三井物產股份有限公司係日本知名企業集團之一，成立於西元 1947 年，其事業領域包含鋼鐵、冶金、有色金屬、機電設備、化工、能源、建材、輕工、糧油食品、服裝及纖維、運輸及資訊產業等投資及進出口服務，於全球 76 個國家和地區設有 172 個據點，擁有 582 家關係企業，除以其公司名稱之特取部分中、外文「三井」、「MITSUI」或「MITSUI 及圖」在本國日本獲准註冊，列為著名商標受到保護外，並以其公司名稱之特取部分中、外文「三井」、「MITSUI」或單獨或結合「化學」、「石化」、「物產」、「金屬」、「建設」、「造船」等不具識別性之文字或圖形於各類別商品/服務廣泛申准註冊，在我國早於民國 52 年起申准註冊第 16786 號「三井（設計圖）」商標（指定使用於漆器之不入別項者之一切商品）；民國 74 年起陸續取得 30 多件商標（指定使用於各種乾鮮、醃臘、塗料、油墨、工業用油脂、糖、米、棉、筆、貴金屬、藥品、化粧品、……等多項商品），雖因商標權屆期未延展已消滅，嗣於 86 年起陸續以「MITSUI 及圖」作為商標圖樣，指定使用於棉、紡織用合成纖維、絲織布、麥、洗髮精、合金鐵、…、電信加值網路傳輸、電視傳播、提供貨物之海運、…等商品或服務，其集團之關係企業亦以「三井」、「MITSUI」作為商標圖樣一部分，申准取得註冊第 166087 號「三井住友」、第 1024330、0000000 號「三井農林 Mitsui Norin」、第 1056481 號「三井銘茶 Mitsui Green Tea」等商標，並廣泛於全球及我國從事各項投資及代理食料等商品進出口服務，且於「財富」雜誌所列世界 500 強排名前 20 名，在台營業迄今已有 53 年之歷史，西元 2003、2004 年為「天下雜誌」服務業-進出口貿易排名分別為第 24 名、15 名，2005 年「中華徵信所」進出口貿易排名為第 26 名，年營業收入超過 50 億元，並榮獲 94 年度出口成長率第 9 名績優廠商，足堪認定「三井」、「三井物產」等商標

所表彰之信譽及品質已廣為相關業者及消費者所普遍認知，而為一著名商標，亦經被告中台評字第 H00910494 號商標評定書及臺北高等行政法院 94 年度訴字第 2015 號判決認定其屬著名商標。

(二)二造商標應屬近似商標

本件商標圖樣「三井選品 mitshi style 及圖」，予消費者寓目印象主要識別部分係中文「三井」及外文「mitshi」，與日商·三井物產股份有限公司之「三井」、「三井物產」、「MITSUI」等商標相較，二者予人印象均有相同之中文「三井」及外文「MITSUI」，僅其外文部分大小寫不同之些微差異，以具有普通知識經驗之消費者，於消費時施以普通之注意，可能會誤認二者來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似之商標。且有經濟部經訴字第 09906053390 號訴願決定書、經濟部經訴字第 09906054220 號訴願決定、經濟部經訴字第 09906054180 號訴願決定書、經濟部經訴字第 09906055140 號訴願決定書等為相關類似之認定。

(三)相關消費者對各商標熟悉之程度

據以核駁之「三井」「三井物產」等商標經商標權人長期廣泛使用於多項商品買賣或進出口服務，而在全球市場建立相當之知名度，已為相關事業或消費者而普遍認知所為著名商標，則據以核駁商標應較系爭註冊商標為消費者所熟悉，自應給予較大之保護。衡酌兩造商標予人之整體外觀或觀念印象均有相同之中文「三井」及外文「MITSUI」，其近似程度高，又據以核駁之「三井」、「MITSUI 及圖」、「三井物產」等商標係日商·三井物產股份有限公司早先使用於從事各項投資及代理食料等商品進出口服務上之標誌，且經商標權人長期廣泛使用而達著名之程度，自應給予較大之保護，又本件商標指定使用於代理各種食品、飲料、生鮮食品、海產之進出口等服務，與商標權人長期所從事代理食料等各種商品進出口服務性質相關聯，故綜合上述因素加以判斷，相關消費者極有可能誤認二商標來自同一來源，或者誤認二商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，而產生混淆誤認情事。又原告所檢附使用證據係網友分享之店面陳設及用餐經驗分享，而其內文多指稱「三井真的好吃」、「三井真不是普通人吃得起耶」、「扁兄執政八年～獲利最大的贏家大概就屬三井吧」、「三井在大直店除了有餐廳以外，還附設了一小塊區域，做為小小的超市，…我覺得三井超市的東西真的不貴」、「這家三井座落…，應該說是藏身在住宅區裡」、「想說去美麗華逛一逛，晚上接著吃三井」、「這是位於大直的一家日本料理店所供應的日式商業午餐餐盒」等等，其於相關消費者建立之深刻印象仍為「三井」所建立之「餐飲服務」，尚難依上開事證遽認本件商標經原告經

長期廣泛使用，於所指定之「代理各種食品、飲料、生鮮食品、海產之進出口」服務，已具相當知名度而足與據駁諸商標相區辨而未致混淆誤認。另所附外國之註冊資料，因各地區國情不同，且商標法制及審查基準仍有差異，尚難比附援引，其與據駁商標間是否構成消費者混淆誤認，仍應以具體事證證明之。是以現有之證據資料綜合觀之，尚不足以證明本件商標與日商·三井物產股份有限公司之著名商標間，無致相關消費者產生混淆誤認之虞情事，為此答辯聲明請求駁回原告之訴。

四、本院之判斷

(一)原告於96年8月31日以「三井選品 mitsui style 及圖」商標，指定使用於商標法施行細則第13條所定修正前商品及服務分類表第35類之代理各種食品、飲料、生鮮食品、海產之進出口等服務，向被告申請註冊，經被告審查，認本件商標與日商三井物產股份有限公司使用之「三井住友」、「三井農林 Mitsui Norin」、「三井銘茶 Mitsui Green Tea」等商標圖樣構成近似，兩者所指定或使用之服務間復存有關聯性，又據以核駁諸商標於本件商標申請註冊前，已廣為相關事業或消費者所普遍認知而達著名程度，故本件商標之申請註冊有致相關公眾混淆誤認之虞，違反商標法第23條第1項第12款前段之規定，應不准註冊，而為核駁之處分。原告不服，提起訴願，亦經訴願機關以相同之理由駁回其訴願，原告仍不服，提起本件訴訟，並執前詞主張據以核駁諸商標非著名商標，其與系爭商標相較，亦非屬近似之商標，而無商標法第23條第1項第12款前段之情形，被告則認據以核駁諸商標為著名商標，故系爭註冊商標已該當商標法第23條第12款前段所規定之情形。故本件主要爭點仍為系爭註冊商標與據以核駁諸商標是否構成相同或近似，據以核駁諸商標是否為著名商標，且二商標之使用是否會有致相關公眾混淆誤認，而有商標法第23條第1項第12款前段規定不得註冊之事由。

(二)按商標相同或近似於他人著名商標或標章，有致相關公眾混淆誤認之虞不得註冊。商標法第23條第1項第12款前段定有明文。故判斷本件有無上開規定之情形，必須先判斷二商標是否相同或近似。次按所謂商標構成相同或近似者，係指以具有普通知識經驗之一般商品購買人，於購買時施以普通所用之注意，就兩商標主要部分之外觀、觀念或讀音隔離觀察，有無引起混同誤認之虞以為斷。故兩商標在外觀、觀念或讀音上，其主要部分之文字、圖形或記號，有一近似，足以使一般相關消費者產生混淆誤認之虞者，即為近似之商標。而衡酌商標在外觀或觀念上有無混同誤認之虞，應本客觀事實判斷之，例如：(1)以具有普通知識經驗之購買者，施以普通所用之注意為標

準；(2) 商標之文字、圖形或記號，應異時異地隔離及整體觀察為標準；(3) 商標以文字、圖形或記號為聯合式者，應就其各部分觀察，以構成主要之部分為標準。故判斷兩商標是否近似，應就各商標在「外觀」、「觀念」、「讀音」上特別突出顯著，足以讓消費者對標誌整體形成核心印象之主要部分，異時異地隔離並整體觀察，以辨其是否足以引起普通知識經驗之消費者混淆誤認之虞為斷。又按所謂「有致相關消費者混淆誤認之虞」者，係指兩商標因相同或構成近似，致使相關消費者誤認為同一商標，或雖不致誤認兩商標為同一商標，但極有可能誤認兩商標之商品／服務為同一來源之系列商品／服務，或誤認兩商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係而言。而判斷有無混淆誤認之虞，則應參酌商標識別性之強弱、商標之近似及商品／服務類似等相關因素之強弱程度、相互影響關係及各因素等綜合認定是否已達有致相關消費者產生混淆誤認之虞。雖然在判斷商標圖樣是否近似時，必須將上開足使普通知識經驗之消費者產生混淆誤認之虞之因素納入考量，而在判斷是否構成商標法第 12 款前段之情形時，有致相關公眾或相關消費者混淆誤認之虞，亦係該款的要件之一。二者之關係雖從文字上看來似乎不易劃分，但仍有層次上之不同。在判斷商標圖樣是否近似時，主要係以商標圖樣之外觀、讀音、觀念為判斷依據，視其有無致普通知識經驗之一般消費者混淆誤認，而在判斷第 12 款前段構成要件之有致相關公眾或相關消費者混淆誤認之虞時，則應將商品類似之程度、相關公眾或消費者之認識程度、市場上實際使用狀況、商標之著名程度、相關當事人間多角化經營之可能等一切情狀納入考量。

- (三) 經查系爭商標圖樣係以經特殊設計之中文「三井選品」與外文字「mitsui style」組合而成，並以陰陽篆刻形式表達「井」字，且於中文圖樣下方輔以較小之英文字體「mitsui style」。而據以核駁諸商標或含有中文「三井」二字，或同時含有中文「三井」及外文「mitsui」部分，而「三井」二字以日文發音時，本即為「みつつい」，以羅馬拼音之方式表現則為「MITSUI」，故縱僅有中文「三井」二字，仍同時隱含「MITSUI」之發音於其內，故其仍與同時含有中文「三井」及外文「mitsui」部分之商標相當。二造商標相較，均有相同之中文「三井」二字，或均有相同之外文「mitsui」部分，系爭註冊商標之中文「三井」二字，雖屬經設計並賦予獨特意象之字體，惟相關消費者於觀察時仍能一眼辨識其 即為中文「三井」二字，故此等特殊之文字設計意象，仍不足以使其跳脫中文之範圍而達到圖形概念之層次，故二造商標之中文「三井」部分仍屬相同。又系爭註冊商標雖另有中文「選品」二字及外文「style」之部分，而據以核駁諸商標中或另含有中

文「住友」二字，或另含中文「農林」二字及外文「Norin」部分，或另含中文「銘茶」二字及外文「Green Tea」部分，惟其中除「住友」二字外皆易予消費者為商品屬性或服務類別說明之感，則二造商標予相關消費者寓目之部分仍為中文「三井」二字及外文「mitsui」部分，故相關消費者於異時異地隔離並整體觀察，易產生同一系列商標之聯想，而誤認二造商標商品或服務來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，二造商標應構成近似之商標。

- (四)次查據以核駁諸商標之商標權人日商·三井物產股份有限公司係日本知名企業集團，該集團旗下公司即以日文中三井讀音之羅馬拼音「MITSUI」為其集團標識，其事業領域包含鋼鐵、冶金、有色金屬、機電設備、化工、能源、建材、輕工、糧油食品、服裝及纖維、運輸及資訊產業等投資及進出口服務，於世界多個國家和地區設有據點，除以其公司名稱之特取部分中、外文「三井」、「MITSUI」或「MITSUI 及圖」在其本國日本獲准註冊，列為著名商標受到保護外，並以其公司名稱之特取部分中、外文「三井」、「MITSUI」或單獨或結合「化學」、「石化」、「物產」、「金屬」、「建設」、「造船」等不具識別性之文字或圖形於各類別商品/服務廣泛申准註冊，於我國亦獲准註冊第 785530、789117、795891、796862、797442、800442、806750、97461、98640 號等 20 餘件商標，其集團關係企業亦以「三井」、「MITSUI」作為商標圖樣之一部分，申准取得註冊第 166087 號「三井住友」、第 1024330、0000000 號「三井農林 Mitsui Norin」、第 1056481 號「三井銘茶 Mitsui Green Tea」等商標。又據以核駁商標權人所產製之商品除廣泛行銷國際市場外，於西元 1952 年亦在我國設立分店，設有金屬、機械、化學、食料、生活產業等部門，主要從事各種投資及化學、石化、金屬、建設、造船、食料等各項產品進出口服務，營業迄今已有逾 50 年之歷史；亦即，據以核駁商標權人廣泛於全球及我國從事各項投資及代理食料等商品進出口服務。此外據以核駁商標權人其企業於「財富」雜誌所列世界 500 強排名前 20 名，西元 2003、2004 年為「天下雜誌」服務業-進出口貿易排名分別為第 24 名、15 名，西元 2005 年「中華徵信所」進出口貿易排名為第 26 名，年營業收入超過 50 億元，並榮獲 94 年度出口成長率第 9 名績優廠商，足堪認定於系爭商標 96 年 8 月 31 日申請註冊時，該據以核駁之「三井」、「三井物產」、「MITSUI」等商標所表彰之信譽及品質已廣為相關業者及消費者所普遍認知，其不但著名，而且是相當著名之商標（相關證據見卷附經濟部 99 年 3 月 30 日經訴字第 09906054220 號決定書、經訴字第 09906054180

號決定書、99年4月20日經訴字第09906055140號決定書、99年3月23日經訴字第09906053390號決定書，本院卷第197至204頁）。原告雖主張被告僅以94年間之三件商標異議及其相關訴願決定，以及與本件事實不相同之台北高等行政法院94年訴字第2015號判決為本件核駁基礎，實賦予據以核駁商標過度之保護云云，惟按行政程序法第6條規定，行政行為，非有正當理由，不得為差別待遇。即所謂行政自我拘束原則，該原則要求行政機關對於事物本質上相同之事件為相同之處理，以維持人民對行政行為一貫性之信賴。又按法規授與行政裁量權時，行政具有決定餘地，並可自行設定行使之標準，行政機關於此權限內訂頒一致性行政規則之裁量基準，原則上雖僅在行政內部生效，然基於憲法平等原則仍產生行政自我拘束之對外效力，除非有特殊之例外情形而應特別處理，否則行政機關應一體援用，始符合憲法及行政法上之平等原則。查原告所舉判決及訴願決定之事實部分，或與本件不同，然其認定據以核駁諸商標屬著名商標之部分，則與本件並無二致，均論及日商·三井物產股份有限公司之企業規模、轄下子企業、多角化經營等，依據上開行政自我拘束原則，被告自應受前案據以核駁諸商標為著名商標之拘束。且按著名商標著名程度，在未持續使用之情形下，仍須經相當期間，並因市場商品之推陳出新，始漸漸由相關消費者印象中消褪，而非短期內即可論斷商標可由著名變成非屬著名（最高行政法院100年度判字第1140號判決意旨參照）。則原告既未能舉證證明日商·三井物產股份有限公司之企業規模已變小，且已無於全球為多角化經營之事實，難謂上開行政處分、訴願決定、行政訴訟判決已經相當時日而不足採，故原告此部分之主張應無理由。

(五)復按所謂「有致公眾混淆誤認之虞者」，係指商標或標章有使一般消費者對其所表彰之商品來源或產製主體發生混淆誤信之虞而言。又判斷有無混淆誤認之虞，應參酌商標識別性之強弱、商標之近似及商品／服務類似、先權利人多角化經營之情形等相關因素之強弱程度、相互影響關係及各因素等綜合認定是否已達有致相關公眾產生混淆誤認之虞。而判斷二商標有無混淆誤認之虞，應參酌(1)商標識別性之強弱；(2)商標是否近似暨其近似之程度；(3)商品／服務是否類似暨其類似之程度；(4)先權利人多角化經營之情形；(5)實際混淆誤認之情事；(6)相關消費者對各商標熟悉之程度；(7)系爭商標之申請人是否善意；(8)其他混淆誤認之因素等，綜合認定是否已達有致相關消費者產生混淆誤認之虞。原告雖主張「三井」雖為日商三井物產股份有限公司之法人名稱，惟日商三井物產提供之商品及服務以石化、金屬等業務為主，況據以核駁商標「三井住友」註冊於第36

類、「三井農林 MitsuiNorin」註冊於第 30 類、第 32 類而「三井銘 茶 MitsuiGreenTea」則註冊於第 30 類，與系爭註冊商標所註冊之第 35 類食品、及海產等相關進出口服務完全不同云云。經查系爭註冊商標指定使用於「代理各種食品、飲料、生鮮食品、海產之進出口」服務，與據以核駁諸商標指定使用 商品類別雖有不同，惟被告於本院 100 年 12 月 22 日言詞辯論時陳稱「剛原告所稱.....，據駁商標沒有食料的進出口，可是證物及官網我有看過，目前仍存在食料的進出口等服務」（見本院卷第 217 頁）。經本院依被告之陳述，查詢三井物產株式會社官方網站

(<http://www.mitsui.com/jp/>)，並檢視其首頁之內容，其營業本部介紹之部分即有「鋼鐵製品本部」、「金屬資源本部」、「基礎設施項目本部」、「汽車與建築機械事業本部」、「船舶、航空本部」、「基礎化學本部」、「基能化學本部」、「能源第一本部」、「能源第二本部」、「食品、零售本部」、「消費者服務事業本部」、「信息事業本部」、「金融、新事業推進本部」、「物流本部」等，顯見日商三井物產股份有限公司之多角化經營之程度，已涵蓋各領域，其中亦包含與系爭註冊商標所指定使用類別近似之「食品、零售本部」。而點選該首頁「食品、零售本部」之連結後，該網頁之內容顯示：「商務領域—糧食：小麥、大麥、大豆、玉米、粗糖等。食品：各類加工食品、冷凍食品、糕點、寵物食品、飲料原料、水產畜產品等食品材料和乳製品等。容器、包裝材料、日用百貨。對零售行業提供零售功能援助：通過 DCM 管理物流進行商品規劃開發等。農產品：依託 IT 產業推進農業領域的業務發展、物流業務/市場行銷、農業產品和其他專項領域。」；「拓展全球化事業，擴大流通：食品零售本部在美洲、歐洲及亞洲等海外市場積極地致力於從原料採購、物流、銷售支援到風險管理的一系列價值鏈的強化，以期實現擴大流通。在美國，與大型農協系列企業 CHS 公司共同投資建立的油脂加工食品製造廠

VENTURAFOODS 公司攜手，在中國創辦了溫控管理物流事業，與強有力的合作夥伴一起，為提高現有物流事業的效率和供給能力而不斷努力。」等語，觀諸上開網頁之內容可知，日商·三井物產股份有限公司在多角化經營下，其「食品、零售本部」之業務實已涵蓋系爭註冊商標指定使用於「代理各種食品、飲料、生鮮食品、海產之進出口」服務，縱認網頁不足以具體證明日商·三井物產股份有限公司已為此業務，然至少證明日商·三井物產股份有限公司確有積極於此領域多角化經營之計劃。且就相衝突商標所表彰之各種商品或服務是否構成混淆誤認之虞之判斷，與商標之著名程度及識別性關係密切係相互消長，商標越具有識別性且越著名，其所能跨

類保護之商品範圍就越大，即越易判斷為構成混淆誤認之虞；反之，若商標係習見之商標或著名性較低，則其跨類保護之範圍就較小。本件原告系爭註冊商標與據以核駁商標其指定商品服務類別雖有不同，惟本件據以核駁商標既屬著名程度相當高之商標，以其著名程度對其保護之商品範圍自應較為廣泛，而不應以其申請指定使用之商品類別為限。況系爭註冊商標所指定代理各種食品、飲料、生鮮食品、海產之進出口等服務，亦會包含據以核駁諸商標所指定使用之茶葉、軟性飲料；礦泉水；汽水；不含酒精之飲料、茶葉；茶葉製成之飲料。而系爭註冊商標之中文「選品」二字，依原告之主張本即有「嚴選之產品」之意，亦可得知系爭商標確有可能使公眾或消費者混淆誤認此二商品之來源同一，或誤認二商標之商品或服務為同一來源之系列商品或服務，或誤認二商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係。原告稱系爭註冊商標指定使用之商品與據以核駁諸商標所指定使用之商品類別不同云云，刻意忽略據以核駁商標乃著名商標，且其著名之高度已使其保護範圍不以其所指定使用商品類別為限，以及系爭註冊商標指定使用之商品與據以核駁諸商標所指定使用之商品，有涵攝而吸收之效果，原告此部分主張自非可採。本院審酌系爭註冊商標與據以核駁諸商標二者識別性之強弱、二商標之近似及商品或服務類似等相關因素之強弱程度、相互影響關係及各因素等綜合因素，認為系爭商標已達有致相關公眾產生混淆誤認之虞情形，自有現行商標法第 23 條第 1 項第 12 款前段規定之適用。

(六)原告另主張「三井」為日本一常見之姓氏，實非日商三井物產所得獨佔之商標云云，惟查而我國並非日語系之國家，則「三井」此日本姓氏對於我國消費者自非屬當然熟悉，故「三井」二字縱如原告所主張，於日本為常見之姓氏，惟於我國絕非習見。而據以核駁諸商標之中文「三井」二字為著名商標已如前述，則其自具有高度之識別性，且應進一步審酌二造商標指定使用之商品、消費者之認知、實際交易情況及其使用方式，相關消費者是否視為區別來源之標識等重要判斷是否致生混淆誤認之虞事項，原處分係參酌上開因素，認系爭註冊商標有現行商標法第 23 條第 1 項第 12 款前段規定之適用，而不得註冊，並未認定中文「三井」二字係由日商・三井物產所獨佔，而不得將其使用於商標中，故原告此部分之主張亦不足採。

五、綜上所述，系爭註冊商標有商標法第 23 條第 1 項第 12 款前段所定不得註冊之情形。從而，原處分認定系爭註冊商標應不得註冊所為核駁之處分，並無違法，訴願決定予以維持，核無不合。原告訴請撤銷，為無理由，應予駁回。

六、本件事證已明，兩造其餘主張或答辯，已與本院判決結果無涉，爰毋庸一一論列，併此敘明。

據上論結，本件原告之訴為無理由，依智慧財產案件審理法第 1 條、行政訴訟法第 98 條第 1 項前段，判決如主文。

中 華 民 國 100 年 12 月 29 日

智慧財產法院第二庭

審判長法官 陳忠行

法 官 林洲富

法 官 熊誦梅

以上正本係照原本作成。

如不服本判決，應於送達後 20 日內向本院提出上訴狀並表明上訴理由，如於本判決宣示後送達前提起上訴者，應於判決送達後 20 日內補提上訴理由書（須按他造人數附繕本）。

中 華 民 國 101 年 1 月 3 日

書記官 陳士軒