

○○股份有限公司因檢舉他事業違反公平交易法事件，不服本會訴願決定，提起再訴願案

發文機關：行政院

發文字號：行政院 89.05.16. 臺八十九訴字第13748號再訴願決定書

發文日期：民國89年5月16日

再訴願人：○○股份有限公司

代 表 人：○○○

再訴願人因檢舉他事業違反公平交易法事件，不服本院公平交易委員會（八八）公訴決字第0五0號訴願決定，提起再訴願，本院決定如左：

主 文

原決定及原處分均撤銷，由原處分機關另為適法之處分。

事 實

緣再訴願人於八十八年三月二十二日向原處分機關本院公平交易委員會（以下簡稱公平會）提出檢舉，略以其自七十九年十一月起即推出名為「○○米」之米產品，以仿宋體之黃底紅色之「○○米」三字、外加紅白綠之邊框，右上角以說明文字「特級良質米」、「蓬萊性長秈種」，左下角以仿宋體之說明文字「中國米食文化的精萃」「健康食米，晶瑩純淨」「粒粒精選，米中珍品」，上下底端則以紅圈白色仿宋字「現代人吃的米○○米 長夠Q 夠香」等設計包裝作為其商品特有之表徵，並經大量促銷廣告，已足使消費者產生與其他商品之辨識能力。惟○○商行○○○君於其所販售之米產品，亦使用與其類似之表徵，顯係意圖矇混消費者以銷售其產品，有違公平交易法第二十條第一項第一款之規定等情。案經公平會調查結果，以再訴願人所產銷之「○○米」小包裝米商品外包，除於正面中央明顯位置，繪有大面積之「○○及圖」註冊聯合商標，並於包裝上方右上角繪有再訴願人公司標幟外，所採用之透明長方形包裝、包裝正面上方及下方條紋圖案設計、顏色選擇及刊載內容等方面，並無明顯特殊之處。所稱「○○米」三字直式置於包裝中央、「特級良質米」、「蓬萊性長秈種」、「中國米食文化的精萃」、「健康食米，晶瑩純淨」、「粒粒精選，米中珍品」文字、顏色等，一般市面小包裝米外包裝均可得使用，並無足使相關事業或消費者一見該包裝，即得認知該商品係再訴願人所產銷之商品，是「○○米」之商品包裝尚難謂已構成公平交易法第二十條第一項第一款所稱之表徵。次查被檢舉人產銷之「○○米」包裝採用不透明塑膠包裝，於包裝上方及下方繪有粗細不等之藍色條紋數條，米粒上標有「○○」兩字，並以小面積繪於包裝右上角，於包裝左側、右側、下側均以紅黃兩色刊載「現代人愛吃的米 ○○米 好吃又夠香」字樣，與再訴願人之「○○米」採用透明塑膠包裝，於上方及下方繪有黃色及紅色條紋，並於上方黃色條紋中載有綠色之「新品種」、「臺中農業改良場全力推薦品種」字樣，於右上角及左側印有再訴願人標幟及政府單位輔導文，下方以紅底反白大字刊有「咱們的土地，咱們的米」、「久久長長的奉獻一○○米」等字，均有明顯差異，異時異地隔離觀察，依具有普通知識經驗之相關事業或消費者之普通注意，仍難謂二者間商品之來源有引人誤信誤認之情事，且於包裝米市場中，除「○○米」、「○○米」之外，尚有

其他「○○米」之商品，可見「○○米」之商品名稱，在市場上顯非再訴願人所獨佔使用。被檢舉人「○○米」商品包裝，無具體事證足以認定導致相關事業或消費者混淆之情事，尚不違反公平交易法第二十條之規定，乃於八十八年四月十三日以（八八）公參字第八八〇三三五三—〇〇一號函復再訴願人。再訴願人不服，向公平會提起訴願，經遭駁回，遂向本院提起再訴願。

理 由

按事業就其營業所提供之商品或服務，不得有以相關事業或消費者所普遍認知之他人姓名、商號或公司名稱、商標、商品容器、包裝外觀或其他顯示他人商品之表徵，為相同或類似之使用，致與他人商品混淆，或販賣、運送、輸出或輸入使用該項表徵之商品之行為，為公平交易法第二十條第一項第一款所規定。本件原處分及原決定以系爭「○○米」之商品包裝整體，除於正面中央繪有明顯之「○○及圖」註冊聯合商標，並於包裝右上角繪有該公司標幟外，所使用之塑膠材質透明長方形包裝，及於包裝正面上方及下方所採用之橫線條紋設計、藍黃紅等配色以及說明文字等，均屬同類商品使用之通常外觀，尚難認其商品包裝整體已具識別力，而為前揭規定所稱之表徵；又再訴願人之商品包裝係以大比例且色彩鮮明之「○○及圖」，突顯其商品來源，相對包裝其他部分，即難予人較深刻印象。次查被檢舉人產銷之「○○米」，其包裝上方及下方僅繪有粗細不等之藍色條紋數條，米粒上標有「○○」兩字，並以小面積繪於包裝右上角，於包裝左側、右側、下側均以紅黃兩色刊載「現代人愛吃的米 ○○○米 好吃又夠香」字樣，與再訴願人之產品包裝上方及下方繪有黃色及紅色條紋，並於上方黃色條紋中載有綠色之「新品種」、「臺中農業改良場全力推薦品種」字樣，於右上角及左側偏上位置印有再訴願人標幟及政府單位輔導圖文，於右下角復繪有一碩大之白色米粒，下方以紅底反白大字刊有「咱們的土地·咱們的米」、「久久長長的奉獻—○○米」等字，二者均有明顯差異，異時異地隔離觀察，難謂有使相關事業或消費者對其商品之來源產生誤認誤信之情事。任何以特定稻米品種製成，或具有該等品種特性之米製品，均得據實以特定稻米品種名稱及形容字眼標示，性質上屬描述性、說明性文字，不具表彰商品或服務來源之功能。再查，再訴願人檢附之平面及電視廣告，均以商品名稱「○○米」作為廣告主題，甚或未出現系爭商品包裝，尚難遽以其已為相當廣告或其他行銷，即逕認其商品包裝整體足以表彰商品來源。經銷商選擇交易對象，有諸多考慮因素，再訴願人所訴其銷售量下降，牽涉之因素眾多，如同類產品之數量、價格、廣告量、贈獎活動等，尚難執為被檢舉人商品包裝已構成不公平競爭情事之論據。復據再訴願人所提檢舉書檢附之市場調查資料，市場上包裝米，除再訴願人之「○○米」外，尚有「○○米」，故「○○米」之商品名稱，於市場上非再訴願人專用，乃認○○商行○○○君之「○○米」商品包裝無違公平交易法第二十條第一項第一款之規定，及駁回再訴願人之訴願。惟再訴願人訴稱其推出之「○○米」為小包裝米之先驅，包裝上之整體構圖設計亦為其首創，且長期不惜將○○米之整體包裝拍攝電視廣告促銷，○○米之商品包裝顯為國內消費者所熟知，足為其商品之表徵。又被檢舉人於八十六年間曾為再訴願人之經銷商，知悉其「○○米」商品為消費者

所喜愛，不但使用與其商品相類似之商品表徵，更循其銷售管道行銷商品，致消費者對商品之來源產生混淆誤認，自被檢舉人於八十八年二月間推出產品後，其商品之銷售量已逐月遞減云云，並檢具經濟部智慧財產局中臺評字第八八〇二〇八號商標評定書影本，其內容略以被檢舉人註冊第六五六八八八號「○○及圖」商標圖樣，與再訴願人據以評定之註冊第四五七五六〇號、第五一四一二五號、第五九四〇一四號「○○及圖」等商標圖樣、第五一一〇三七號「○○及圖」等商標圖樣相較，均由二中文字組成，其中「○」與「○」或「○」字固有不同，惟組合之另一字均為非習見之「○」字，且所表彰使用之米商品均為長秈種米，外觀或觀念上予人寓目印象易生源自同一主體之系列商標之聯想，異時異地隔離觀察，難謂無使一般消費者產生混同誤認之虞，應屬近似之商標，復指定使用於米等同一或類似商品，有違註冊時商標法第三十七條第一項第十二款之規定，乃將被檢舉人之註冊第六五六八八八號「○○及圖」及註冊第六九七六七七號「○○及圖」商標一併撤銷。雖據公平會（八九）公訴字第〇〇七八七號再訴願補充答辯書，以商標法與公平交易法之規範目的及保護之法益不同，惟查再訴願人及被檢舉人均將上開商標使用於產品包裝以表彰商品之來源，以與他人產品相區別，復經再訴願人提出「○○米」廣告促銷資料，則「○○」是否為消費者所普遍認知之商標而合於首揭公平交易法第二十條第一項第一款所定之要件？固待審究。又上開商標圖樣智慧財產局認屬近似之商標圖樣，且所表彰使用之米商品均為長秈種米，外觀或觀念上予人寓目印象易生源自同一主體之系列商標之聯想，異時異地隔離觀察難謂無使一般消費者產生混同誤認之虞；本件原處分及原決定則以上開商標所使用之產品包裝均有明顯差異，異時異地隔離觀察，依具有普通知識經驗之相關事業或消費者之普通注意，似難謂二者間商品之來源有引人誤信誤認之情事，顯不一致。究竟系爭「○○米」「○○米」商品包裝整體隔離觀察，有無使消費者發生混淆之虞，有重行審酌必要。爰將原決定及原處分均撤銷，由原處分機關另為適法之處分。

據上論結，爰依訴願法第十九條前段及第二十七條決定如主文。

訴願委員會主任委員	張自強
委員	王俊夫
委員	郭介恒
委員	陳猷龍
委員	劉代洋
委員	劉春堂
委員	李復甸

中華民國八十九年五月十六日發文

院長 蕭萬長