

우리나라 商標法の 主要

商標는 商品 및 企業의 얼굴... 現代企業



〈金寬衡 部長〉

우리 나라의 經濟를 持續的으로 成長시켜 하루속히 先進國으로 拔돋움할 수 있는 길은 무엇 보다도 技術開發과 合理的인 企業經營을 통한 國家産業發展을 이룩 하여야 하겠으며 이를 위하여 우리는 工業所有權을 바탕으로 한 새로운 經營戰略을 세워 國際競爭을 헤쳐 나가야 하겠습니다. 그러기 위해서는 바로 이 工業所有權制度的 하나

인 商標制度를 잘活用하는 것이 商品을 生産, 販賣 하고자하는 사람이나 이를 業으로하는 企業을 發展 시키는데 있어서 必需的인 要件 이라고 할 수 있습니다.

사람에게도 이름이 있고 企業에는 商號가 있듯이 商品에는 商標가있어 商品을 識別하고 出處를 알게 하며 信用을 蓄積하여 줌으로서 商標는 商品이나 企業의 얼굴 이라고 합니다.

이와같은 商標는 그 權利를 法으로 保護하는 한편 不正한 競爭을 防止하여 需要者들이 믿고 商品을

第1章 總 說

1. 商標法の 目的

商標制度는 商標權者인 使用者에 對한 獨占使用을 權利로 認定하여 他人의 模倣 使用을 排除하는 私益의 인 面과 正當한 商標秩序를 確立하므로써 不正競爭을 防止하여 國家産業發展에 이바지함과 아울러 需要者의 利益을 保護하는 公益의인 目的을 가지고 있다.

(1) 商標의 保護

商標는 임의로 使用하여 保護를 받지 못하는 경우와 法에 따라 出願登錄을해서 法的 保護를받는 경우가 있으며 商標를 法으로 保護함으로써 使用者의 業務上 信用을 維持케 하는데 이는 登錄商標權者가 商標를 獨占하여 使用할 수 있는 權利를 保障하여주고 他人이 使用할 수 없도록 함으로써 使用者가 信用을 갖도록 認定하여 주는 것이다.

(2) 國家産業發展에 寄與

商標를 法으로 保護하여 亂用으로인한 混雜을 防止 하고 不正한 競爭을 못하게 함으로써 需要者들이 商品을 살때에 商品이 어디에서 生産된 것인지 出處를 確實히 알며 品質을 誤認하지 않게 함으로써 商品의 流通秩序가 確立됨에 따라 결국 國家産業發展에 이바지 하게 되는 것이다.

(3) 需要者의 利益保護

商標의 獨占使用權을 부여함에 따라 商標權者는 그 商標의 商品에 對하여 需要者들의 信賴를 얻고자 優秀한 商品을 만들어 販賣하게되며 消費者들은 그 商品의 品質을 認定하여 信用이 蓄積되기 때문에 믿고 삼으로써 需要者의 利益이 保護된다.

一定한 商標의 商品을 購入하여 만족감을 느낄때 그 同一商標의 商品을 기억하여 繼續 購買하게되는 것이며 만일 그 商品이 模倣商標에 의하여 品質이 저조했다면 需要者가 損害를 봄으로써 不利益한 結果가 나타나므로 이를 排除하여야 하는 것이다. 〈商標法 第1條〉

內容 解説

戰略의 必需的 要件

金 寬 衡

〈本會 研修部長〉

購入하게 하며 流通秩序를 維持하여 준다는 點에서 國家産業發展에 이바지하는 特色을 가지고 있습니다.

그러므로 우리는 商標制度를 充分히 알고 바람직한 計劃을 세워 成功으로 이끄는 企業經營을 하는 것이 얼마나 有益하다는 것을 眞實히 느끼며 우리나라 商標法의 主要內容을 풀어봄으로서 企業人이나 商標制度를 알고싶은 여러분 들에게 조금이나마 도움이 되기를 바라는 바입니다.

2. 商標의 概念

(1) 意 義

① 商標概念의 由來

商標의 起源은 「古代」에 動物을 崇拜하는 토테미즘(Totemism)에서 未開人들이 世襲의으로 崇拜하여 記章으로 쓰는 動物이나 그 像의 표지로부터 始作되었다고 보며 「原始時代」는 原始人들의 生活 가운데 必要한 陶器나 手工藝品을 만들어 使用할때에 그 이름이나 記號 등의 標識로 쓰여졌고 「中世」에는 物物交換으로 商品을 去來하던 商人들이 自己商品의 표지로서 生産 및 出處를 알리기 爲한 記號등으로 使用하여 오늘의 商標가 이루어진 것으로 보며 「現代」에 이르러 自己와 他人 商品의 識別과 營業의 標識를 하기위한 오늘의 商標로 發達하였다.

② 商標의 概念

商標의 概念은 廣義와 狹義로 나눌 수 있으며 廣義

이달의 目 次

第 1 章 總 說

1. 商標法의 目的
2. 商標의 概念
 - (1) 意 義
 - (2) 種 類
3. 商標의 本質과 機能

로는 商品을 표시 하기위한 모든 標識로서 商標法에 의하여 登錄이 되었거나 登錄을 하지 않고 임의로 使用하는 모든 商標를 말하고 狹義로는 商標法에 따라 出願登錄을 함으로서 法의 保護對象이 되는 商標를 말하는데 우리 나라에서는 그 概念을 學說에 委任하지 않고 定義를 明文으로 規定하고 있어 이를 種類別로 區分하여 說明하기로 한다.

(2) 種 類

가. 商標法上 保護對象에 依한 分類

① 商 標

商標라 함은 商品을 業으로서 生産, 製造, 加工, 證明 또는 販賣하는 者가 自己의 商品을 他業者의 商品과 識別시키기 위하여 使用하는 記號, 文字, 圖形, 또는 이들의 結合으로서 特別顯著한 것을 말한다고 規定하고 있어 이를 다음과 같이 說明한다(商標法第2條1項)

㉞ 商品의 識別

一定한 業者가 自己의 商品을 다른 業者의 商品과 識別할 수 있게 商品을 表示하는 自己商品의 識別 標識로서, 繼續 反復의인 意思로 營利의 行爲를 業으로서 하는 「業者」가 物品을 原始的으로 「生産」하거나 一定한 材料로 物品을 만드는 「製造」와 原料에 努力을 加하여 完成品을 만드는 彫刻, 塗裝 등의 「加工」 그리고 商品의 品位, 品質, 數量 등을 檢査하여 保證하는 「證明」 또는 商品을 賣却하는 「販賣」를 하는 사람이 自己 商品을 視覺을 通하여 識別할 수 있게 商品을 표시하기 위한 記號(symbol)인 「標識」인 것이다.

㉔ 商標의 構成

商標은 記號, 文字, 圖形, 또는 이들의 結合인 標章으로 構成된다. 「記號」란 線에 依한 幾何學的인 것이고 「文字」란 사람의 말과 音(言語)을 表示하는 視覺的인 符號의 글자이며 「圖形」이란 點 또는 線으로 表現하는 그림의 모양을 말하는가하면 「이들의 結合」이란 記號, 文字, 圖形등이 들이상 結合된 것을 말함과 아울러 「標章」이란 記號, 文字, 圖形, 이들의 結合을 意味한다.

우리나라에서는 記號만으로 된 記號 商標와 文字 만으로 된 文字 商標 그리고 圖形만으로 된 圖形 商標 또한 記號, 文字, 圖形, 이들의 結合 商標만을 商標의 構成 要素로 하는 標章으로 認定하고 있다.

㉕ 特別 顯著性

商標은 “特別顯著”하여야 登錄받을 수 있으며 「特別顯著性」이란 商標의 構成이 明瞭하고 一般 世人의 注意를 끌 수 있는 정도로 自他 商品의 識別力이 있는 標章을 말한다. 反面에 商品을 識別할 수 없을 정도의 단순하고 희미한 線의 連結이나 落書 그리고 分明치 않은 그림 등과 같은 것은 明瞭하지도 않고 世人의 注意를 끌 수 없다고 할 것이며 또한 商標法第8條에서 열거한 普通名稱, 慣用商標, 顯著한 地理의名稱, 商品의 品質, 效能表示등과 같은 경우는 自他商品의 識別力이 없기 때문에 特別顯著性이 없어 商標로 登錄받을 수 없는 것이다. 이와 같은 特別顯著性의 構成要件에 따라 學說이 다르다.

㉑ 外觀構成說

特別顯著性을 商標構成 自體인 外觀의 明瞭性에 있다고 보는 見解로서 一般 世人의 注意를 끌 수 있는 標章인지 아니면 落書나 商品의 品質, 效能등을 나타내도록 표시 하거나 說明하는 것에 不適當 것인지를 商標의 外觀으로서 識別하는 判斷 基準으로 삼으려는 것이다.

㉒ 自他商品識別力說

特別 顯著性을 商品去來에 있어 自他商品의 識別力이라고 보는 見解이다. 이는 商標構成 自體에 明瞭性이 없어도 多年間 使用한 結果 一般 需要者들에게 充分히 認識되어 識別力이 있게 되면 特別顯著性이 있다는 것이다 「그러므로 出願時나 登錄時에 特別顯著한 商標가 아니라도 多年間 使用에 依하여 一般 需要者들

에게 識別力이 생겨 特別顯著한 商標가 되면 商標의 構成要件을 갖춘 商標로 보는 것으로서 우리나라 商標法의 취지에 適應된다고 生覺한다.」

한편 1975.2.5 大法院 判例에 依하면 商標의 特別顯著性 有無는 商標의 外觀, 稱號, 觀念 따위에만 의하여 따질 것이 아니라 어느 商標와 一定한 商品과의 關係에 있어서 一般去來者와 需要者들이 當該 商標에 의하여 그 商品의 出處를 認識할 수 있는냐의 與否에 의하여 判斷하여야 할 것이라 하였다. 이는 識別力만 있으면 足하다고 解析되나 商標自體 構成의 明瞭性과 識別力中 그 하나만으로는 特別顯著性이 充分하다고 볼 수 없는 경우도 있다.

㉓ 獨占適應性說

이 學說은 美國에서 認定하는 學說로서 自他商品의 識別力이 없어 特別顯著性이 없기 때문에 獨占到 適合치 않는 경우 이외에 識別力이 있더라도 特定人에게 獨占시키는 것이 不當하다고 認定되는 商標는 特別顯著性이 없다고 보는 學說이다.

特別顯著性의 地位를 살펴보면 商標의 成立要件과 登錄要件의 學說로 나누어진다.

㉔ 成立要件說

商標는 商品을 識別하는 것이므로 商標의 構成 自體가 明瞭한 形象을 가지고 識別力이 있어 特別顯著性을 가지는 것을 成立要件으로 보는 것이다.

㉕ 登錄要件說

商標의 特別顯著性은 自他商品을 識別하기 위한 識別力이라고 보는 見解에서 商標를 自他商品의 識別機能으로 보기 때문에 識別力이 없으면 登錄이 될 수 없다는 것이다.

㉖ 商標의 使用

1) 業으로서 使用

商標는 商品을 業으로서 生産, 製造, 加工, 證明 또는 販賣하는 者가 使用하는 標章이다(商標法第2條1項) 따라서 繼續 反復의인 意思로 營利的 行爲를 業으로서 하는 「業者」가 그 商標를 使用하기 위한 商品에 使用하여야 한다는 것이며 業이외에 家庭에서나 營業이 아닌 다른 目的으로는 使用할 수 없고 業者가 生産 製造, 加工, 證明, 販賣하는데 使用하는 것을 말한다.

2) 商品에 使用

商標의 使用이라 함은 ㉑ 商品 또는 商品의 包裝에

商標을 붙이는 行爲 ㉠ 商品 또는 商品의 包裝에 商標을 붙인 것을 讓渡 또는 引渡하거나 그 目的으로 展示 輸出 또는 輸入하는 行爲 ㉡ 商品에 關한 廣告, 定價表, 去來書類, 看板 또는 標札에 商標을 붙이고 展示 또는 頒布하는 行爲를 말한다(商標法第2條4項).

따라서 商標은 生産 또는 去來의 目的物로서 流通할 수 있는 物品인 「商品」에 關하여 使用하는 것을 意味하며 流通이 않되는 商品이나 去來할 수 없도록 만들지 못하게 하는 製品에는 使用할 수 없다. 그리고 電氣같은 無體物, 有價證券, 不動産은 商品으로 보지 않으며 또한 서비스業에 使用 하는것은 商品에 使用하는 것이 아니다.

商標을 使用한 수 있는 商品은 그 商標을 使用하고자 登錄받은 商品區分內에서 指定한 商品에 使用하여야 한다(商標法第11條1項).

商標은 商品이나 包裝에 直接붙여 使用하는 行爲인 直接的인 경우와 商品에 關한 廣告 定價表 去來書類에도 商標을 붙여 使用케 하고 商品에 關한 看板 또는 標札에 붙여 使用케 하는 間接的인 경우로 볼 수 있어 商標의 使用을 폭넓게 認定 하고 있다.

② 서어비스標

서어비스標라함은 서어비스業을 하는 者가 自己의 서어비스業을 다른 者의 서어비스業과 識別시키기 위하여 使用하는 標章으로서 特別顯著한 것을 말한다(商標法第2條2項). 따라서 서어비스標는 서어비스業을 識別하기 위하여 表示하는 標章이다.

1) 서어비스業

서어비스業은 營業에 關한 物資의 形態를 취하지 않고 生産과 消費에 必要한 사람의 품을 提供하는 일인 他人을 위하여 봉사의 「用役」을 內容으로 하는 業을 말한다. 그러므로 自他商品의 識別을 위하여 物品의 生産, 製造, 加工, 販賣를 하는 商品취급 業과는 다르다.

2) 서어비스業의 識別

서어비스標는 自己의 서어비스業과 다른 사람의 서어비스業을 識別시키는 標識이며 廣告, 去來書類, 看板이나 標札에 붙여 使用함으로써 自他 서어비스業을 識別시키는 標章이다. 그러므로 物品의 生産, 製造, 販賣를 하는 商品과 같이 有體物을 識別하는 商標과 달리 서어비스標는 無體의 用役인 서어비스를 識別시키기 위한 標識이다.

3) 構成과 特別顯著性

서어비스標는 商標과 마찬가지로 記號, 文字, 圖形 또는 이들의 結合으로 構成되며 그 構成이 明瞭하고 世上 사람의 注意를 끌 수 있도록 自他서어비스의 識別力이 있는 「特別顯著」한 標章이어야 한다.

4) 商標規定 適用

서어비스標는 商標法에서 特別히 規定한 것을 除外하고는 商標에 關한 規定을 適用한다(商標法第2條5項) 그러므로 登錄要件, 不登錄事由, 出願, 審査, 登錄手續은 商標의 경우와 同一하며 聯合 서어비스標 制度를 認定함은 물론 通常使用權認定도 可能하다.

5) 서어비스業의 區分

서어비스業은 12個 業으로 區分하고 있다(商標法施行規則第10條2項).

第101類 廣告業, 第102類 金融業, 第103類 保險業, 第104類 土木, 建築業 第105類 手旋業, 第106類 通信業, 第107類 放送業, 第108類 運送業, 第109類 倉庫業, 第110類 特殊加工業, (他人의 物品을 受託에 依해서 加工하는 業) 第111類 演藝業 第112類로서 第101類~111類에 屬하지 아니하는 業이다.

③ 團體標章

團體標章이라 함은 同種業者 및 이와 密接한 關係가 있는 業者가 設立한 法人이 그 監督下에 있는 團體員의 營業에 關한 商品 또는 서어비스業에 使用하게 하기 위한 標章을 말한다(商標法第2條3項).

1) 同種 및 關係業者

「同種業者」란 商品을 業으로서 生産, 製造, 販賣, 輸入 輸出하는 者나 같은 內容의 서어비스業에 從事하는 者를 말하며 이와 「密接한 關係가 있는 者」라 함은 같은 業種의 生産業者와 販賣業者間 또는 同種 商品의 製造業과 輸出業者間 또는 製造業者와 證明業者間의 關係를 말함으로써 業者의 範圍를 同種業者로 局限하지 않고 密接한 關係가 있는 者까지를 包含 시키고 있다.

2) 法人의 設立

團體標章을 登錄 使用하기 위하여는 반드시 法人을 設立하여야 하며 同種業者와 이의 密接한 關係가 있는 者 끼리만 設立할 수 있다. 이때에 法人設立의 定款은 ㉠ 團體標章을 使用하는 者의 範圍에 關한 事項과 ㉡

團體標章의 使用 條件에 關한 事項 그리고 ㉔ 團體標章의 使用 條件을 違反한 者에 對한 制裁에 關한 事項 ㉕ 其他 團體標章의 使用에 關하여 必要한 事項을 記載하도록 規定하고 있다(商標法施行令第5條).

3) 使用 對象

團體標章은 法人의 監督下에 있는 團體員의 營業에 關한 商品 또는 서비스業에만 使用할 수 있으며 이는 團體員의 信用 維持와 그 業務의 保護를 도모하고 團體標章을 使用하는 商品의 品質을 같은 수준으로 持續시키며 서비스業의 內容도 같은 수준에서 이탈되지 않도록 團體員이 自發적으로 商品에 對한 品質의 同一性을 保障하고 서비스 內容의 同一性을 維持 시키기 爲한 목적적인 規制라고도 볼 수 있다.

4) 團體標章의 識別, 構成과 特別顯著性

「團體標章의 識別」은 商品 또는 서비스業의 識別로서 自他商品을 識別시키는 標識로서의 商標나 自他 서비스業의 內容을 識別시키는 서비스標과 마찬가지로 異하다. 그 「構成」에 있어서는 團體의 標章이므로 記號, 文字, 圖形 또는 이들의 結合이라고 할 수 있으며 「特別顯著性」 역시 商標法에 의한 規定을 適用하고 있어 商標의 경우와 마찬가지로 解析된다.

5) 商標規定의 適用

團體標章은 商標法에서 特別히 規定한 것을 除外하고는 商標에 關한 規定을 適用한다(商標法第2條5項).

그런데 團體標章에 있어서는 商標, 서비스標, 또는 團體標章의 登錄出願相互間에는 出願變更을 할 수 없고, 法人의 合併 또는 分割의 경우 이외에는 讓渡가 不得이며 通常使用權 設定을 認定하지 않는 등의 特別한 規定을 하고 있다. 이외에 特別히 明示한 規定을 除外하고는 商標의 경우와 마찬가지로 異하다.

④ 業務標章

業務標章은 國內에서 營利를 目的으로 하지 아니하는 業務를 經營하는 者가 그 業務를 表象하는 標章으로서 使用하는 것을 말한다(商標法第4條2項).

1) 非營利業務

營利를 目的으로 하지 않는 業務란 「非營利業務」라고 할 수 있으며 公益法人등 非營利業務를 營爲하고 있는 者의 業務를 말한다.

2) 使用對象

業務標章의 使用對象은 國內에서 營利를 目的으로

하지 않는 業務를 營爲하는 者로서 國家, 地方公共團體 또는 이들 機關, 公法人, 非營利公益團體를 말하며 非營利業務者의 例를 들어보면 赤十字社, 青年會議所, 브이스카웃, 로타리클럽 등이 있다.

3) 業務標章의 識別 構成과 特別顯著性

「業務標章의 識別」은 自己業務와 다른者의 業務를 識別 시키기 爲하여 業務를 들어낸 形態의 表象으로 使用하는 標章으로서 識別되며 그 「構成」과 「特別顯著性」은 商標의 경우와 마찬가지로 解析된다.

4) 商標規定의 適用

商標法에서 特別히 規定한 것을 除外하고는 商標에 關한 規定을 適用한다(商標法第4條2項).

이 業務標章은 業務區分이 分類되어 있지 않아서 單一業務區分으로 解析될 때 따라 그 範圍의 指定은 定款에 記載되어 있는 業務 또는 法入設立目的 達成에 必要한 業務가 될 것이며 效力은 登錄을 받은 指定業務에 限한다. 業務標章을 登錄받은 者가 商標와 서비스標도 登錄받을 수 있으며 이외에 特別히 明示한 事項을 除外하고는 商標의 規定과 마찬가지로 異하다.

「參考」聯合商標를 筆者에 따라 商標의 保護對象에 의한 分類에 包含시켜 區分 하기도 한다.

나. 商標의 構成, 主體등에 의한 分類

① 構成要素에 의한 分類

構成要素에 의한 分類로는 ㉑ 文字만으로 構成된 文字商標 ㉒ 記號만으로 構成된 記號商標 ㉓ 圖形만으로 構成된 圖形商標 ㉔ 記號, 文字, 圖形, 이들의 結合으로 構成된 結合商標 ㉕ 商標에 色彩를 가미하여서 된 色彩商標가 있다.

이 色彩商標는 日本에서 認定하고 있으나 우리나라에서는 認定하지 않고 있으며 또한 商標의 構成面에 있어서 우리나라에서는 立體商標를 認定하지 않고 있다.

② 使用主體에 의한 分類

㉑ 商品을 生産하는 者가 使用하는 製造商標, ㉒ 加工業者가 一定한 商品에 加工하였음을 表示하기 爲한 加工商標 ㉓ 商品을 證明하는 者가 使用하는 證明商標 ㉔ 商品을 販賣하는 者가 使用하는 販賣商標로 分類된다.

③ 登錄의 有無에 의한 分類

㉑ 登錄을 하여 使用하는 登錄商標 ㉒ 登錄을 하지

않고 使用하는 未登錄商標가 있다.

④ 機能에 의한 分類

① 商標權者가 具體的 商品을 表示하기 위하여 使用하는 商品商標 ② 營業主體 또는 營業을 表示하는 商號 또는 商號의 略稱으로 된 營業商標(商號商標)가 있다.

⑤ 其他 分類

1) 聯合商標와 基本商標 및 獨立商標

① 登錄 또는 出願商標와 類似한 商標로서 그 指定 商品과 同一區分內의 商品에 登錄을 받을 수 있는 聯合商標 ② 聯合의 基本이 되는 基本商標 ③ 聯合關係가 없는 獨立商標가 있으며 聯合商標는 뒤에 상세히 說明키로 한다.

2) 周知, 著名, 慣用商標

① 特定人의 商品에 表示하는 것이라고 수요자들에게 널리 認識된 周知商標 ② 特定人의 商品에 표시하는 것으로 需要者들에게 顯著하게 認識되어 他人의 非類似 商品에 使用한 경우도 商品과 營業의 混同을 가져오는 著名商標 ③ 商標가 지나치게 著名하여 普通名詞化됨으로서 出處의 機能이 상실된 慣用商標가 있다.

3) 個人商標와 共有商標

① 業者 1人의 單獨名義로 된 個人商標 ② 複數의 業者가 1個의 商標를 共有하는 共有商標가 있다.

3. 商標의 本質과 機能

(1) 商標의 本質

商標의 本質은 商標가 自己의 商品을 他業者의 商品과 識別시키기 위한 標識라는데 있으며 이것이 바로 商標의 定義인 同時에 本質이다. 商標는 自他 商品을 區別하기 위한 標識로서 그 商標의 商品에 대한 同一性을 表示하기 때문에 商品의 出處나 商品自體의 誤認混同을 防止하여 주는 것이다(商標法 第2條).

(2) 商標의 機能

① 自他商品의 識別機能

商標는 自己의 商品과 他人의 商品을 識別하는 機能을 가진다. 이와같은 識別機能을 바탕으로 商品의 出處와 品質保證機能이 발휘되는 것이다. 需要者는 自己가 선호하는 商品을 購入할 수 있고 商品의 生産者는

優秀한 商品을 生産하여 需要者에게 認識시키기 위해 最善의 努力을 다하는 것이다.

② 商品의 出處表示機能

一定한 商品에 같은 商標를 繼續 使用하면 需要者가 그 商標가 붙은 商品이 어느 會社의 製品이고 生産者가 누구인가를 알 수 있게한다. 그러므로 商標는 누구의 商品인가에 對한 出處를 알려주는 商品의 出處表示機能을 가진다. 商標는 當該業者의 生産, 製造, 販賣 등에 關한 商品인것을 表示하여 줌으로서 消費者인 需要者에게 自己商品의 優秀性과 特異性을 認識시키므로서 顧客을 증대시켜 市場地位를 확보할 수 있게 되는 것이다.

③ 商品의 品質保證機能

商標 使用者가 商品을 通하여 需要者들에게 信用을 축적해온 商品의 品質을 保證해주는 機能이다. 需要者가 商品을 購買하여 使用한 結果, 品質이 좋다는 것을 認定받게 되며 따라서 繼續하여 그 商標의 製品을 찾게될 뿐만아니라 業者는 많은 고객을 더욱 획득하기 위하여 品質維持는 물론 그 이상의 品質로 向上시키기 위하여 努力하게 된다. 그러므로 需要者는 그 商標의 製品은 品質을 믿게 됨으로서 安心하고 구입할 수 있어 商標는 商品의 品質保證 機能을 가지고 있는 것이다.

④ 廣告宣傳機能

商標를 매개로 하여 商品을 廣告, 宣傳하여 주는 機能을 가진다. 앞에서 說明한 3가지 機能은 本質的 機能인데 이 機能은 派生的 機能이라고할 수 있다. 그러나 現代는 라디오, TV, 新聞, 雜誌등을 通하여 商標를 宣傳함으로써 購買力을 促進, 需要를 擴張시켜줄뿐 아니라 그 商品의 特徵과 品質을 알려주어 認定을 받게 됨으로 商標는 밭없는 세일즈맨 이라고도 한다.

⑤ 財産의 機能

商標는 無形財産으로서의 機能을 가진다. 商標는 그 商品의 購買者가 늘어 去來가 擴大됨에 따라 信用이 化體되어 著名한 商標가 될수록 財産의 價値가 커진다. 商標는 顧客인 商標(Good Will)이 많아질수록 商標의 機能이 더욱 有效하게 作用하여 營業의 경험, 비결, 신용 등에서 얻어진 營業의 顧客忠誠力으로써 商標의 財産的 機能이 向上되는 것이다. (계속)