

# 商標法 第8條 第1項의 問

## 商標登錄要件의 意義·問題點·善

### I. 현저한 地理的 名稱·그 略語 또는 地圖만으로 된 商標(同4호)

#### (1) 意 義

本號規定은 현저한 地理的 名稱·그 略語 또는 地圖만으로 된 商標인 경우에는 商標로서 등록을 허여하지 않는다는 내용이다.

현저한 地理的 名稱이라 함은 一般人에게 널리 알려진 地名을 의미하고, 略語라 함은 원 지명을 간략하게 줄여서 된 말 즉, 略稱을 의미한다. 또 地圖만으로 된 商標라 함은 日本地圖, 제주도 地圖, 대만地圖등과 같이 地圖자체만으로 된 商標를 의미한다.

#### (2) 登錄을 허여하지 않는 이유

현저한 地理的 名稱등은 일반인에게 널리 알려져 있으므로 누구에게나 필요한 상표로서 구미를 당기는 상표이고, 또 널리 알려진 지리적 명칭등은 나라의 首都, 유명한 觀光地·生産地·어떠한 이유이든간에 유명한 地名으로써 일반인이 현실적으로 많이 사용하고 있어서 누구의 상표라고 부르기에는 識別力이 없는 상표이고, 이러한 상표를 1개인에게 독점시키기에는 부적합한 상표이고 또 公益에 반하기 때문이다.

#### (3) 地理的 名稱과 제3號의

##### 產地와의 關係

本號의 對象은 法規定과 같이 현저한 地理的

名稱등인 경우에 한해서 적용되고, 제 3 호의 規定에서는 產地만으로 된 商標인 경우에 한해서 적용된다.

그러면 제3호의 產地와 현저한 地理的 名稱을 구별해서 규정할 실익이 있는가? 또 產地와 地理的 名稱은 다른가? 外國의 立法例는 어떠한가에 대해서 설명하고자 한다.

產地에 대해서는 商標法제8조제1항제3호에서 규정하고 있고, 현저한 지리적 명칭은 本號에서 규정하고 있다고 앞에서 언급한 바와 같다.

제3호의 產地는 現행법상 규정으로 보거나 特許廳에서 제정시행하고 있는 審査基準을 보더라도 生産地를 의미하고 그 產地가 일반인에게 널리 알려질 필요는 없고, 객관적으로 생산지로 인식되는 名稱이라면 產地로 보게 된다.

그러나 本號規定의 현저한 地理的 名稱은 法文대로 일반인에게 널리 알려져 있어야 함을 전제조건으로 하므로 일반인에게 널리 알려져 있지 않으면 本號에 해당하지 않는다. 또 本號는 生産地만을 뜻하는 것이 아니고 제품과 관련없다 하더라도 널리 알려진 지리적 명칭이라면 족하다.

이에 반하여 제3호의 產地는 제품의 生産地를 뜻하므로 제품이 生産되는, 제조되는 지명이란 점에 특징이 있다.

이상의 구별은 어디까지나 現行法이 양概念을 구별해서 각각 규정하고 있는데 또는 구별을 열거한 것에 불과하고 실질적으로는 이를 區別해서 규정할 필요는 없고 또 實益도 없다고 본다.

# 題點(1)

## 方案중심



李 秀 雄  
(辨 理 士)

### (4) 현저한 地理的 名稱의 例

#### (a) 國家名

國家名은 일반인에게 알려져 있지 않은 것이라 하더라도 현저한 지리적 명칭에 준해서 판단하여야 한다. 즉, 美國·日本·英國 등은 말할 필요 없고, 아프리카의 콩고·뉴기니아·알바니아·세네갈 등 國家名도 本號에 해당한다.

#### (b) 都市名

外國의 都市名은 일단 일반인에게 널리 알려져 있지 않으면 아니된다. 즉, 뉴욕·런던·파리·나폴리·워싱턴·동경·상해·북경 등과 알려져 있는 도시에 한해서 이에 해당한다.

國內의 都市名으로서 서울·인천·淸州·부산·대구·光州·大田 등 대도시를 비롯해서 忠州·堤川·金泉·天安·울산·원주 등 市單位의 行政區域은 本號에 해당한다. 現 特許廳에서는 本號에 해당하기 위한 기준은 市單位로 해석하고 있다. 물론 市가 아닌 都市라 하더라도 觀光地로 알려진 大川·주문진·홍도·청평(유원지)·설악산·무주구천동, 生産地로 알려진 한산(모시)·永同(감)·상동(텅스텐)·금산(인삼) 등은 현저한 지리적 명칭이라고 할 수 있다.

#### (c) 변화한 商店街, 有名한 변화가

변화한 상점가 등은 本號에 해당한다. 즉, 율도가·충무로·명동 태평로·종로·을지로·映畫의 本據地인 허리우드·東京의 銀座 등은 현저한 지리적 명칭에 해당한다.

#### (d) 현저한 섬 이름

### 이달의 目次

- I. 현저한 地理的 名稱·그 略語 또는 地圖만으로도 商標(同4號)
- II. 흔히 있는 姓 또는 名稱

<다음號에 계속>

제주도·울릉도·독도·그린랜드·북해도·백령도·팠도등도 本號에 해당한다.

이러한 지리적 명칭은 商品과 관련해서 판단하는 경우가 많다. 예를 들면 앞의 例示와 같이 대구의 사과, 금산의 인삼, 한산의 모시, 천안의 호도과자 등이 그 예이다.

또 현저한 지리적 명칭으로서 行政區域의 名稱은 아니다 하더라도 일반적으로 일정의 區域을 표시하는 것으로써 널리 일반인에게 널리 알려져 있는 것도 포함한다.

特許廳에서는 서울의 江南區에 있어서의 「江南」을 行政區域으로 보고 있지 않는다.

### (5) 販賣地와의 關係

우리 商標法 제8조제1항제3호에서 또는 本號規定에서도 販賣地라는 用語를 사용하고 있지 않는다. 그러나 特許廳 審査基準에서는 生産地의 根據規定인 第3號에서 다루고 있다.

### (6) 地理的 名稱의 略語

지리적 명칭의 약어라 하더라도 일반인에게 널리 알려져 있지 않으면 안된다. 예를 들면 美國의 「USA」, 뉴욕의 「N.Y」, Korea의 「ROK」, 로스엔젤레스의 「L.A」 등은 알려진 지리적 명칭의 약어라고 할 수 있다.

### (7) 地圖

현저하게 알려진 地圖는 本號規定에 해당한다 예를 들면 우리나라地圖·美國地圖·日本地圖·

英國地圖·대만地圖·아세아주地圖·南北아메리카地圖 등은 여기에 해당한다. 알려져 있지 않은 아프리카의 콩고국가의 地圖·모나코地圖·프랑스地圖·독일地圖 등은 현저하게 알려져 있지 않으므로 本號의 적용이 배제된다고 본다.

### (8) 현저한 地理的 名稱과 結合商標

本號의 規定은 法文에 「현저한 地理的 名稱, 그 略語 또는 地圖만으로 된 商標」라고 규정되어 있으므로 商標의 構成이 단순히 현저한 지리적 명칭등으로만 구성되어 있을 경우에 本號 規定이 적용된다. 현저한 지리적 명칭과 다른 識別力 있는 商標와 결합된 結合商標인 경우에는 그 識別力 있는 商標로 인해서 등록은 허여하되, 현저한 지리적 명칭의 부분에 대해서는 商標法 제26조의 規定에 의해서 商標法의 效力이 미치지 아니한다. 즉, 현저한 지리적 명칭의 부분에 대해서는 權利를 주장할 수 없다.

예를 들면 서울나그네·동경부루스·뉴욕세일즈맨·충무로걸·북경제비등에 있어서 서울·동경·뉴욕·충무로등은 현저한 지리적 명칭이므로 商標權의 效力에서 제외된다.

## II. 흔히 있는 姓 또는 名稱

### (1) 意 義

이 규정의 내용은 「흔히 있는 姓 또는 名稱을 보통 사용하는 방법으로 표시한 표장만으로 된 商標」는 상표로서 등록될 수 없다. (同5호)

本號의 規定도 흔히 있는 姓이나 名稱은 일반적으로 흔히 존재하고 또 흔히 사용되고 있는 상표이기 때문에 이를 특정인에게 專用시킨다는 것은 公益에 반하고, 나아가 수요자가 상품의 오인이나 혼동을 야기할 우려가 있기 때문에 등록을 불허한다.

### (2) 本號의 內容

#### (a) 概 念

本號內容中 「흔히」라 함은 귀하지 않고 일반

사회에서 통상 사용하여 버림받는 상태에 놓여 있는 것을 말한다.

姓은 姓氏 즉, 家系를 잇는 名稱이다. 이러한 姓은 우리나라 國民이라면 누구나 가지고 있고 또 통상 그 家系에 속하는 者라면 반드시 사용하지 않으면 아니되는 名稱을 상표로서 인정한다는 것은 있을 수 없다.

물론 이한러 姓과 타名稱, 또는 이름과 결합된 商標인 경우에는 등록을 허여하여야 함은 물론이다.

그러면 法文에는 흔한 姓이라고 규정하고 있기 때문에 흔하지 않는 姓은 상표로서 등록을 허여 할 것인가이다. 흔한 姓의 基準은 어디까지나 일반인을 기준으로 해서 정해야 하므로 일반인이 통상 알고 있는 姓이라면 本號에 해당하고 그 姓이 稀姓인 경우에는 本號에 해당하지 않는다고 본다. 이는 제4호「현저한 지리적 명칭 또는 그 略語 또는 地圖만으로 된 商標」의 해석기준과 같이 해석하면 된다고 본다. 즉, 현저한 지리적 명칭에 있어서 邑·面·里 단위는 특별한 경우(관광지등과 같이 有名한 名所인 경우)를 제외하고는 현저한 지리적 명칭으로 인정하지 않는 것과 같이 흔하지 않는 것과 같이 흔하지 않는 姓만이 本號에 해당하지 않는다.

「名稱」이라 함은 흔히 사용하는 企業에 부착하는 명칭등을 의미한다. 名稱은 個人의 名稱뿐만 아니라 法人名·團體名·商號·雅號·藝名·筆名·屋號등도 포함된다. 그러면 名稱中에는 個人의 이름도 포함되는가에 대해서는 異論이 있으나, 個人의 이름은 人格權을 표상하는 명칭이긴 하나 個人의 이름이라 해서 識別력을 부인할 이론적 근거도 없고, 또 어느것이 個人의 이름이라고 특정지을 수 없기 때문에 個人의 이름은 本號의 대상이 되지 아니한다고 보는 것이 타당하다.

이러한 姓 또는 名稱은 주로 商號商標(상호인 동시에 商標로 사용되는 것)로 사용되는 명칭이기 때문에 商品出處를 표시하는 것이기 때문에 商品식별표식으로써도 가장 적당하다고 할 수 있으나 이러한 명칭은 흔히 존재하고 같은 업계에

서 공통적으로 사용하고 있는 名稱을 1개인에게 독점시킨다는 것은 같은 姓이나 명칭을 가지고 있는 者를 商標權侵害등으로 제재를 加한다면 이들에 지대한 손해를 끼치고 商品流通秩序를 문란하게 하는 처사이므로 이를 고려해서 이러한 標章을 보통으로 사용하는 방법으로 표시하는 포장만으로 된 商標는 登錄의 對象에서 제외시킨 것이다.

**(b) 外國人의 姓**

外國人의 姓 또는 名稱은 우리나라에 다수 존재하지도 아니하고 또 外國人의 數도 많지 아니하고 外國人의 姓이나 名稱은 우리나라 國民에게는 생소함으로 本號 適用對象에서 제외하여야 한다. 물론 外國人의 姓이나 名稱이 우리 國民에게 널리 알려져 있고 電話番號簿등에 등재되어 있다면 登錄을 불허하여야 할 것이다.

**(c) 姓등과 지리적 명칭등과의 結合**

흔히 있는 姓 名稱과 보통으로 사용하는 名稱 또는 현저한 地理的 名稱이 결합한 商標는 상표로서 출원되었다 하더라도 거절되는 경우가 많다. 즉, 흔히 있는 名稱인 會社·商社·企業社·工業社·協同組合·協會·株式會社·有限會社앞에 서울株式會社·永同企業社·大田工業社·부산상회등은 登錄이 될 수 없다.

**(d) 商號商標인 경우**

商號商標 즉, 商號가 상표로 된 것을 말한다. 商號는 會社·業所등의 이름을 뜻하고, 業을 경영하는자는 商號를 부쳐 타 업체와 구별하게 한다. 일반적으로 商號는 出處 표시이므로 商品의 識別力을 가지고 있다는데에 대해서는 이론의 여지가 없다. 그러나 흔히 있는 姓, 또는 현저한 지리적 명칭 또는 商品名과 결합된 商號는 이미 설명한 바와 같이 登錄을 불허한다. 또 이들의 略稱, 예를 들면 부산工業株式會社, 추풍령

企業株式會社등의 추풍령, 부산등과 추풍령기업 부산工業등 略稱도 현저한 지리적 명칭이므로 商標로서 登錄될 수 없다.

그러나 商號全體로서는 指定商品과의 관계에서 식별력이 없는 상호라도 略稱의 構成如何에 따라 登錄은 가능하다고 본다. 예를들면 서울工業株式會社の「서기」, 한국전력(주)의「한전」, 부산철강(주)의「부철」등을 들 수 있다.

商號의 頭文字가 商標로서 登錄된 예는 부지기수이며, 이러한 頭文字만을 商標로서 登錄받아 두는 것은 商號의 略稱만을 자주 사용하는 오늘날에 있어서 매우 중요한 일이 아닐수 없다. 특히 商號는 특별한 하자가 없으면 地方마다 등기하여 보호 받을 수 있으므로 商標에 비하여 미치는 범위가 매우 협소하여 이를 商標로서 登錄하면 二重효과를 얻을 수 있다.

한편 어떤 사람은 商號를 商標로서 登錄하게 되면 商標와 혼동을 일으키기 때문이라는 이유와 商號는 商法上 보호 받으므로 이를 商標로서 登錄 받을 실익도 없어 商號의 登錄對象에서 제외하자는 見解도 있다.

美國은 會社名은 記術的 標章으로 識別力을 부인하는 것이 많으며, 따라서 Secondary meaning을 취득하지 않으면 登錄될 수 없다.

英國은 美國과 마찬가지로 특별한 관념과 태양으로 되어 있지 않으면 登錄이 불가능하다.

**(3) 商標法 제26조의 關係**

本號에 해당하는 商標가 착오에 의해든 상표로서 登錄되었다 하더라도 商標法제26조에 의거하여 商標權의 效力이 미치지 아니한다.

이러한 標章이 특수한 도형으로 되어 있거나 다른 識別力 있는 商標와 결합되어 있으면 登錄이 허여된다. 따라서 本號에 해당하는 商標는 흔히 있는 姓 또는 名稱만으로된 商標에 한해서 적용되고, 商標權의 效力이 미치는 範圍는 商品의 識別力이 있는 부분에 대해서만 미친다.

<계속>