

“e북의 저작권은 누구에게 있는가”

e북 저작권은 출판사에 있는가, 아니면 저자에 있는가.

미국 최대의 출판사인 랜덤하우스가 e북업체 로제타북스를 상대로 낸 e북 판매금지 신청에 대한 심리가 열려 업계의 관심을 자아내고 있다.

독일의 미디어그룹 베텔스만 계열인 랜덤하우스는 지난 2월 신생업체 로제타북스가 윌리엄 스타이론, 커트 보네거트, 로버트 파커 등 자사가 출판했던 저자들의 책을 e북으로 판매하자 “책의 디지털 저작권은 출판사에 있다”며 소송을 제기했다.

랜덤하우스는 소장에서 로제타북스가 자사가 1년여 전 출판한 책을 복제했다고 밝히고 자사가 이 책들에 대해 배타적 저작권을 소유하고 있다고 말했다.

랜덤하우스는 “저작권 협정은 ‘책 형태’로 출판된 작품에 대해 랜덤하우스가 배타적 권리를 갖고 있음을 규정하고 있다면서 이는 이들 작품의 ‘e북 형태’ 출판도 자사에 있다는 의미”라고 주장했다.

반면 로제타북스는 랜덤하우스와 저자간의 계약에 e북은 포함되지 않는다고 반박하고 있다.

이 회사는 지난해 스타이론, 보네거트, 파커 등 저자들을 상대로 이들의 작품을 인터넷에 올리는 디지털 출판계약을 맺었다고 말했다.

로제타북스의 레오 드와이어 최고운영책임자는 “우리는 저자들이 디지털 저작권을 소유하고 있다고 믿는다”고 말했다.

업계는 이번 소송에 대해 디지털 저작권이 출판업자에 있는지, 아니면 저자에 있는지를 판가름하는 시금석이 될 것으로 보고 있다. 법원은 이번에 e북이 ‘책의 형태’인지 여부를 결정해야 한다.

따라서 법원의 결정은 e북시장을 놓고 경쟁하는 신생 e북업체들과 기존의 대형출판사들에게 큰 영향을 미칠 것이 분명하다.

뉴욕에 있는 로제타북스는 지적재산권 운영회사인 레시프로칼, 마이크로소프트와 각각 계약을 맺고 지난 2월 자사 사이트에 1985년 이전에 출판된 작품들

을 e북 형태로 만들어 올렸다.

로제타북스의 e북은 다운로드받은 뒤 마이크로소프트 리더·어도비 이북리더·어도비 애크러벳 리더 등의 소프트웨어를 이용해 읽을 수 있다.

출처 디지털타임스

국가도메인분쟁사례 증가, 대책 마련 요구

국내에서도 다국적기업들에 의한 국가 도메인(ccTLD) 분쟁 사례가 늘어날 전망이다. 대책 마련이 요구된다.

특히 최근 주요 다국적기업들이 자사의 브랜드나 상표권을 선점하기 위해 각국의 ccTLD 등록에 적극 나서고 있어 우리나라 기업들도올 하반기 ‘kr’ 도메인의 개방을 앞두고 대응 방안을 마련해야 한다는 지적이 높다.

관련 업계에 따르면 세계적인 라이터제조업체 ‘Zippo’가 지난해 도메인 스쿼터로부터 ‘Zippo.ws’의 소유권을 돌려받기 위해 소송을 제기해 승소했으며 시계 업체 롤렉스도 중국 국가 도메인인 ‘Rolex.com.cn’으로 소송을 제기하는 등 ccTLD에 대한 국제 분쟁 사례가 점차 늘어나는 상황이다.

그러나 우리나라의 경우 최근 ccTLD 등록률이 5배 이상 늘어나는 등 관심은 높아지고 있으나 대다수 기업들은 여전히 오프라인에서 만큼 인터넷에서의 브랜드나 상표권 보호에는 신경을 덜 쓰고 있는 실정이다.

20여개 국가 도메인을 등록하고 있는 인터넷프라자시티의 유완상 사장은 “도메인은 이제 더 이상 인터넷 주소 기능에만 그치는 것이 아니라 그 기업의 브랜드 가치를 알리는 중요한 수단이 되고 있다”고 강조하며 “특히국가 도메인이 온라인 상의 잠재적인 마케팅 기반을 마련해주는 중요한 역할을 하는 만큼 국내 기업들도 치밀한 전략 수립이 필요하다”고 말했다.

한편 국가 도메인을 둘러싼 세계 각국의 도메인 분쟁 사례는 지난해 17건이었으나 올해 들어서서는 3월

말 현재 이미 13건에 달하는 등 증가세를 나타내고 있다.

출처 전자신문

저알콜음료라도 “Hike”와 “CAUS”는 유사상표

저알콜 탄산음료라 하더라도 시중에 유통중인 유명맥주상표와 혼동할 우려가 높다면 유사상표로 볼 수 있다는 법원의 판결이 나왔다.

부산지법 제2형사부는 ‘Hike’와 ‘CAUS’라는 상표의 탄산성 맥아음료를 수입해 판매하려한 혐의로 기소된 부산시 중구 중앙동 D교역에 대한 상표법 위반죄 항소심 선고공판에서 피고법인의 항소를 기각하고 벌금 1천만원 원심을 유지했다.

D교역은 항소심 청구취지에서 수입 판매하려한 ‘Hike’와 ‘CAUS’ 상표의 음료자유명맥주상표인 ‘Hite’와 ‘CASS’와는 외관과 호칭에 차이가 뚜렷하고 생산지 및 원료, 알코올농도 등에서 차별돼 일반 소비자들이 두 상표를 오인, 혼동할 우려가 없다고 주장했다.

그러나 재판부는 상표의 유사여부는 일반인이 두 상표의 외관과 호칭, 관념 등을 관찰해 직관적으로 인식할때 오인, 혼동할 우려가 있으면 유사상표로 볼 수 있다고 전제했다.

재판부는 ‘Hite’와 ‘Hike’는 외관 4글자 중 ‘i’와 ‘k’는 구분되지만 대문자와소문자배열이 동일해 멀리봐서 유사성이 인정되며 한글발음도 ‘하이크’ 또는 ‘히크’로 유명상표인 ‘하이트’ 또는 ‘히트’와 청감을 좌우하는 주요음절의 발음이 일치한다고 밝혔다.

‘CASS’와 ‘CAUS’도 철자 ‘S’와 ‘U’의 차이는 있지만 ‘CAS’가 지배적인 인상을주고 있으며 한글 발음인 ‘카우스’도 음절발음때 ‘우’ 발음을 약하게 할 경우 유명상표인 ‘카스’와 비슷하게 들려 유사상표로 볼 수 있다고 판결했다.

이에 따라 재판부는 원심 판결에 불복한 피고법인의 항소를 기각, 피고법인에대해 상표법 위반죄 유죄

를 선고하고 법인대표에 대해서도 징역 8월, 집행유예 2년을 선고했다.

자일링스-알테라, 특허공방 가열

프로그래밍 가능한 로직 소자(PLD) 분야의 양대 업체인 자일링스와 알테라간의 7년을 끌어온 법정공방전이 한층 치열해지고 있다.

미국 북 캘리포니아 지방법원의 제임스 웨어 판사는, 알테라의 ‘플렉스 8000’ 시리즈 제품이 자일링스의 특허 2건을 침해했다고 평결한 작년 11월의 배심원 결정을 뒤집고 평결 취하 판정을 내렸다.

이 판정에 따르면 ‘플렉스 8000’은 자일링스의 특허와 관련이 없는, 알테라의 독자적인 기술에 근거한 제품으로 공인받게 된다.

자일링스는 알테라에 대한 특허 침해 소송을 처음 시작한 지 7년만인 작년 11월, 미 연방법원으로부터 알테라의 ‘플렉스 8000’에 대한 기술 소유권을 인정 받았으며, 알테라는 그 즉시 평결 취하 요청을 제기했다.

평결 취하 판결이 내려진 직후 알테라의 존 다인 회장은, “이번 판결은 ‘플렉스 8000’이 전적으로 알테라의 기술력에 의해 개발됐다는 사실을 입증한 것”이라고 만족감을 표시했다.

그러나 자일링스 측은 “지난해 내려진 배심원의 평결이 옳으며, 판사가 이번에 잘못된 결정을 내렸다는 것을 확신한다”고 말하면서, 판사의 판결에 대해 다시 항소할 것임을 밝혔다.

지난해 말 자일링스는 ITC에 로직블록, I/O, 인터 커넥트에 관한 자사의 특허기술 3건을 알테라가 침해했다고 주장하며 이와 관련된 제품의 미국 반입을 금지해 달라고 제소한 바 있다.

자일링스는 특히 이번에 문제가 된 특허들이 알테라의 주요 제품군인 ‘플렉스’ ‘에이펙스’ ‘에이식스’ 등과 모두 관련돼 있다고 주장하고 있어 귀추가 주목되고 있다.

출처 디지털타임스

“바람과 함께 사라지다” 패러디물 저작권 위반 공방 기열

AOL 타임워너, CNN 등 미국의 주요 언론사들과 마이크로소프트(MS)는 「바람과 함께 사라지다」를 패러디한 책「사라진 바람(The Wind Done Gone)」에 대해 내려진 미국 연방법원의 출판 금지 예비명령은 부당하다며 각기 별도의 이의 신청서를 제기했다.

「사라진 바람」의 간행인 휴톤 미플린은 이날 성명을 내고, MS, AOL 타임워너, CNN, 다우존스, 뉴욕타임즈, 미디어 제너럴, 트리뷴, 폭스 엔터프라이즈가 앨리스 랜달이 쓴 「사라진 바람」에 내려진 출판 금지 예비 명령과 관련해 5월 25일 열릴 예정인 항소심에 맞춰 제11차 순회항소법원에 이같은 이의 신청서를 제기했다고 밝혔다.

「사라진 바람」은 19세기 미국 남부 농장을 배경으로 한 마가렛 미첼의 「바람과 함께 사라지다」의 여자 주인공 스칼렛 오히라 대신 그녀의 흑인 이복 동생의 시각을 중심으로 내용을 전개하면서 「바람과 함께 사라지다」를 패러디하고 있다.

휴톤은 MS 등이 법원에 제출한 이의 신청서를 통해, “법원의 판결은 (미국의 언론 자유를 보장한) 수정헌법 제1조의 핵심을 위반한 것이며, 자칫 언론 자유보다 재산권을 우위에 두는 위험성을 보여준 판결”이라며 출판 금지 예비명령에 납득할 수 없다는 입장을 보였다.

휴톤은 MS의 성명을 인용, “제품이 공정하게 쓰이기를 바라는 저작권 소유자이자, 저작권이 있는 남의 제품을 공정하게 써야 하는 콘텐츠 생산업자라는 이중적 위치 때문에, MS는 두 가지 문제 사이에서 어떻게 균형을 잡을 지에 대해 관심이 많다”며 MS가 이번 판결에 개입한 이유를 설명했다.

「사라진 바람」 출판 가능 여부를 둘러싼 논쟁은 마가렛 미첼 가문이 랜달이 「바람과 함께 사라지다」에 나오는 주요 등장 인물들을 전부 표절하는 범죄를 저질렀다고 주장하며 소송을 제기하면서 시작됐다.

지난 달 연방법원은 미첼 가문의 주장을 받아들여,

「사라진 바람」과 「바람과 함께 사라지다」에 “충분한 유사점”이 있어 이는 저작권법에 위반된다며 「사라진 바람」에 대해 출판 금지 예비명령을 내렸다.

그러나 랜달과 휴톤 측은 「사라진 바람」은 단순히 「바람과 함께 사라지다」에 나온 내용만을 소재로 썼을 뿐이지 저작권법을 위반한 것이 아니라며 법원의 판결에 승복하지 않았다.

출처 로이터인터내셔널

[e-비즈] 인터넷 경매 시장 신경전 벌어져

옥션의 '제휴 경매'와 이셀피아의 '네트워크 경매'에 대한 비즈니스 모델(BM) 도용 논란이 해프닝으로 일단락된 가운데 양사간 경쟁이 보다 치열해질 전망이다.

BM도용논란과 시장선점 경쟁두 회사의 비즈니스 모델이 다름에도 불구하고 옥션이 제휴 경매를 선보이자 BM 특허 도용설이 제기됐다. 이는 선발 주자인 이셀피아가 대다수 포털 및 커뮤니티 업체들을 네트워크경매 틀에 묶어 서비스하고 있지만 옥션의 브랜드 인지도가 높은 만큼 파트너 업체들을 빼앗길 수도 있다는 우려 때문에 제기됐다.

특히 옥션이 수수료 배분방식 등에서 보다 유리한 조건을 제시할 경우 이셀피아의 '수성(守成)'은 어렵다는 것이 업계 전문가들의 시각이기도 했다. 윤희용 사장은 “옥션이 제휴 경매로 사업 영역이 비슷한 네트워크 경매 시장에 진출한 것은 이셀피아에 대한 경계를 늦추지 않겠다는 전략으로 풀이된다”며 “그러나 두 회사 비즈니스 모델이 다른 만큼 서로가 살아남기 위해 공존(共存)할 수 있는 방안을 찾는 것이 더 중요하다”고 덧붙였다.

옥션 마케팅팀 최상기 과장은 “이베이가 AOL 등 대형 업체들과, 아마존은 2단계가 넘는 사이트와 함께 제휴 마케팅을 적극 벌이고 있는 추세”라며 “옥션의 제휴 경매는 이셀피아의 네트워크 경매와 다른 제휴 마케팅의 일환이라는 측면에서 봐야 한다”고 강조했다.

이번 BM 특허 논란은 이셀피와 셀피아의 합병으로 몸집을 불린 이셀피아와 옥선의 신경전이 시작됐다는 '신호'로 업계는 받아들이고 있다.

이셀피아의 네트워크 경매네트워크 경매는 A라는 파트너사 사이트를 통해 들어온 이용자가 별도로 회원 가입할 필요없이 이셀피아의 경매 서비스를 이용하는 것으로 A 업체는 경매에서 발생된 수수료를 이셀피아와 나눠 갖는 방식이다.

이는 이셀피아의 전신인 셀피아가 지난 99년말부터 개척해 온 분야로서 이셀피와 합병한 후, 라이코 스코리아 <네띠앙> 한미르 등 인터넷 업체 30여 곳에 서비스를 제공, 현재 점유율이 90%에 이르고 있다.

셀피아는 네트워크 경매에 관한 BM 특허를 출원해 놓은 상태다. 옥선의 제휴 경매옥선은 자사 제휴 경매가 선진국에서 한창 붐이 일고있는 '제휴 마케팅'의 일환이라는 주장이다. 옥선과 제휴를 맺은 드림 위즈나 엠파스의 회원은 경매 서비스를 이용할 때 경매 코너를 클릭해서 옥선 사이트에 들어가야 하며 이때 옥선 신규 회원으로 가입하는 절차를 한 번 거쳐야 경매 서비스를 이용할 수 있다. 아이디와 패스워드만 입력하면 되며 기타 개인정보는 제휴 사이트와 공유하는 형태로 운영된다.

옥선은 올해 초부터 마케팅 강화를 위해 40여개 사이트와 공동 구매를 시작했으며 이번 제휴 경매는 이를 확대한 모델이라는게 회사측의 설명이다.

출처 서울경제

한-일 게임업체 "비트마니아" 특허권 법정 싸움

일본과 한국 게임업체가 '댄스댄스레볼루션(DDR)'에 이어 최근 청소년들 사이에 선풍적인 인기를 끌고 있는 '비트마니아' 특허권을 놓고 또 다시 법정 싸움을 벌이게 됐다.

음악연출 게임기 '비트마니아'를 개발한 일본 코나미사는 "한국 게임기 '이지투디제이(EZ2DJ)'가

특허권을 침해, 월 평균 40억원의 손해를 끼쳤다"며 이를 제조, 판매한 어뮤즈월드(주) 등 2개사를 상대로 게임기 사용 중지 및 12억원의 손해배상을 청구하는 소송을 서울지법에 냈다.

코나미사는 소장에서 "EZ2DJ의 음악 연주와 출력 수단, 표시장치, 연출효과 발생수단 등이 비트마니아의 특허권을 침해했으며 이는 외관만 비교해 봐도 명백하다"며 "이 때문에 발생한 수백억원의 재산피해 중 일단일부만 청구하겠다"고 밝혔다.

이에 대해 어뮤즈월드측은 "EZ2DJ는 국내의 순수한 기술로 자체 개발된 제품"이라며 "코나미사측이 특허법원과 특허청에서 인정받은 국내 특허에 대해 소송을 낸 것은 한국의 게임업계를 장악, 견제하려는 의도"라고 반박했다.

코나미사는 98년 9월 '비트마니아'를 특허출원해 4월 특허로 등록했으며 지난해 4월에는 국내 댄스 시뮬레이션 게임 'PUMP'가 자신들이 개발한 'DDR'를 모방했다며 국내 기업을 상대로 의장권 침해금지 청구소송을 낸 바 있다.

출처 동아일보

'월드컵 마케팅' 논쟁 법정가나

현대자동차와 대우자동차가 '월드컵 마케팅'을 둘러싸고 입씨름이 한창이다. 2002년 한·일 월드컵 축구대회의 공식후원사인 현대차측과 이 대회를 마케팅에 적극 활용하려는 대우차간의 논쟁이 계속되고 있다.

발단은 대우차가 이달초 출시된 2002년형 누비라 II 판촉을 위해 "한국이 월드컵 8강에 진출하면 5월 한달간 누비라 II를 사는 고객에게 내년 7월 이후의 할부이자를 면제해 주고 할부원금도 100만원 한도내에서 깎아주겠다"는 파격적인 조건을 내걸면서 비롯됐다. 대우차는 이 영향으로 내수시장의 위축에도 불구하고 누비라 II의 판매가 전월보다 20% 이상 늘자 행사기간을 6월말까지 연장하기로 했다.

그러자 국제축구연맹(FIFA)의 홍보대행사인

ISL과 현대차의 광고대행사인 금강기획 등이 제동을 걸고 나섰다. ISL은 최근 대우차에 공문을 보내 “대우차의 마케팅 활동은 공식 후원사의 권리를 침해하는 것으로, FIFA와 ISL은 손해배상을 포함한 법적 대응을 준비하고 있다”고 밝혔다. 당사자인 현대차는 PR 광고를 통해 내년 월드컵 후원사임을 알리면서 누비라Ⅱ의 동급 차종인 아반떼XD를 홍보하고 나섰다. 그러나 대우차는 “『월드컵』은 보통명사로 ISL의 상표권을 침해하지 않았다”며 개의치않겠다는 뜻을 분명히 하고 있다.

수천만달러의 권리금을 주고 광고 및 판촉활동에 대한 독점적 권리를 따낸 현대차와 ‘정당한 마케팅’으로 맞불작전에 나선 대우차의 신경전이 법정으로 이어질 가능성도 적지 않다.

출처 대한매일

데코, 태창으로부터 상표권 침해 피소

코스닥의 의류업체인 데코(13650)가 거래소 내의 류업체인 태창(08540)으로부터 상표권 침해와 관련해 76억원 규모의 손해배상 소송을 제기당했다.

기업규모에 비해 손해배상 소송규모가 커 판결 결과에 따라 양사 기업경영에 적지않은 영향을 미칠 것으로 보인다.

태창이 이 같은 제소사실을 공시하면서 데코 주가는 하락 폭이 커진 반면 태창주가는 장중 한때 상승세로 돌아서는 등 희비가 엇갈렸다.

태창은 이날 자사가 지난 97년 상표출원한 ‘SIX/21’ 브랜드를 데코가 도용해 상품화해 76억원 규모의 소송을 제기했다고 공시를 통해 밝혔다.

이에 앞서 태창은 지난 5월초 데코가 보유하고 있는 50억원 규모의 매출채권과 20억원 규모의 부동산을 가압류했다.

태창측은 데코가 자사 상표와 유사한 ‘SIX’라는 브랜드로 400억원 규모의 매출을 올렸다고 주장했다.

이에 대해 김영로 데코 과장은 “유사 상표로 매출이 발생했지만 아직 해당 브랜드로 이익도 나지 않고

있다”며 “태창이 터무니 없는 손해배상액을 요구하고 있어 협상이 결렬됐다”고 말했다.

데코는 이에 앞서 대법원에 상고심해 무효소송을 제기했었으나 기각당했다.

출처 한국일보

후세인 발간소설 표지그림 ‘도용’ 주장

캐나다의 화가 조나단 얼 바우저씨가 최근 사담 후세인 이라크 대통령이 발간한 우화소설 ‘자비바와 왕’에 대해 저작권 위반 소송을 걸겠다고 나섰다.

후세인 대통령이 나비와 비둘기에 둘러싸인 채 문을 나서는 아름다운 여인의 모습을 담은 ‘눈뜸’이라는 자신의 작품을 후세인 대통령이 책표지에 무단으로 실었다는 것. 바우저씨는 1998년에 그린 이 작품을 자신의 홈페이지에도 올렸고 저작권 보호 신청도 해 놓은 상태라고 말했다. 그러나 후세인 대통령에 대한 직접 소송은 불가능한 형편. 바우저씨의 변호사는 “이라크는 국제저작권협회가 가입되지 않아 후세인 대통령을 상대로 소송은 안되지만 이 책이 런던에서도 출판이 됐기 때문에 영국 출판사를 상대로 소송을 걸 수는 있다”고 말했다.

160쪽 분량의 ‘자비바와 왕’은 예수가 태어나기 전 이라크 북부를 배경으로 주인공 자비바와 그의 지혜에 이끌린 왕이 정치 사랑 충성 등에 대한 긴 대화를 나누는 얘기로 이루어 졌다. 이 책을 검토한 미국 중앙정보국(CIA)는 이 책을 후세인이 직접 썼는지는 확신할 수 없지만 소설 곳곳에 후세인의 어투와 표현이 그대로 반영된 것에 비추어 그가 창작과정을 꼼꼼히 감독한 것으로 파악하고 있다.

출처 한국일보

인터넷폰서비스 특허분쟁 본격화

20여개 업체가 신기술 경쟁을 벌이며 유사한 서비스를 제공하고 있는 인터넷폰 서비스 업계에 특허기

술 분쟁이 본격화될 전망이다.

이는 인터넷폰 서비스 업체들이 본격적으로 시중에 뛰어들어 지난해 상반기에 출원한 특허가 하반기에 집중적으로 등록여부가 결정되는데 따른 것이다.

인터넷폰 업체에 따르면 현재 업체별로 적게는 4~5개에서 10여개의 인터넷폰 서비스 관련 기술 특허를 출원했으며, 출원된 특허의 상당수가 유사한 기술이나 비즈니스 모델(BM)을 규정하고 있다.

현재 주요업체들이 국내 또는 국제적으로 출원한 인터넷폰 관련 기술특허는 애니유저넷 12건, 텔레프리 8건, 키텔 7건, 새롬기술 6건, 큰사람컴퓨터 5건, 앳폰텔레콤 4건으로, 이 중 상당수 특허의 등록여부가 하반기 중에 결정될 전망이다.

이에 따라 키텔, 웹투폰을 비롯한 대부분의 인터넷폰 서비스 업체들은 자사의 기술특허가 등록되는데 따른 특허권 행사 방안 마련에 나서고 있다. 지난해 2개 인터넷폰 업체에 특허기술 무단 사용을 이유로 경고장을 발송한 바 있는 키텔(대표 박관우)은 특허가 등록될 경우 본격적인 대응에 나선다는 입장이다.

키텔의 박관우 사장은 "현재 출원한 기술특허의 조기공개 신청을 해 하반기 중에 특허등록 여부가 결정될 예정이며, 특허등록이 마무리되면 특허권 행사에 나설 것"이라며 "인터넷폰 번호체계를 사용하는 대부분의 인터넷폰 업체들이 키텔이 특허출원한 전화번호 알고리즘과 유사한 체계를 사용하고 있다"고 밝혔다.

웹투폰(대표 광봉열 김수상)도 모 인터넷폰 업체의 서비스 모델이 자사의 특허출원 기술과 매우 유사하다며 특허가 등록이 완료될 경우 이에 따른 대응에 나선다는 방침을 세우고 있다.

그러나 특허 관련 전문가들은 이같은 상황에 자사의 기술에 대한 권리를 찾는 것은 당연하지만 특허권 행사가 과도하게 이뤄질 경우 이로 인해 업계에 혼란이 일어날 수 있다고 지적하고, 특허풀(pool) 제도나 상호간 특허기술 공동사용 등 관련업계가 우수한 기술을 공동으로 활용할 수 있는 방안을 찾는 것이 보다 효과적이라고 강조했다.

다음, 유료영화 불법개재 저작권 침해 분쟁

인터넷 유료 영화사이트들이 다음커뮤니케이션을 유료 영화 불법 개재를 이유로 고소해 다음이 저작권 침해 분쟁에 휩싸이게 됐다.

인터넷 유료영화 사이트 운영업체인 웹시네마(대표 김창규)·아이링크커뮤니케이션(대표 이현철) 등 2개사는 "다음 카페"의 동호회 회원들이 자사의 유료영화 파일 등의 불법 개재를 하는 것을 방치했다며 저작권법 위반·정보통신망 이용 촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 위반 등 혐의로 다음커뮤니케이션(대표 이재용)을 고소했다.

웹시네마측은 소장에서 다음 카페의 영화 동호회 운영자들이 인터넷 판권을 가지고 있는 자사의 사이트를 해킹, 동호회 게시판에 무단으로 링크하거나 회원들을 대상으로 상영했을 뿐 아니라 유료로 제공되는 영화 파일을 불법으로 다운로드받은 후 이를 그대로 게시함으로써 정상 매출 2~3배에 이르는 막대한 피해를 입었다고 주장했다.

이 회사 관계자는 "다음측에 카페 회원들의 불법 행위를 여러차례 알리고 지난 2월 내용증명을 다음측에 2차례 발송해 카페 사용 약관에 의거해 해당 카페를 폐쇄하거나 다음 사이트를 통해 경고문을 공지해 줄 것을 요청했다"며 "하지만 다른 사이트들이 이러한 요청에 즉각적인 조치를 취하는 데 반해 다음은 이에 대한 조치를 취하지 않아 고소를 하게 됐다"고 설명했다.

웹시네마는 또한 다음카페 게시판에 유료 영화를 무단으로 게재한 운영자 30명을 이미 경찰에 고소했으며 다음측을 상대로 10억원 이상의 민사소송도 준비 중이라고 밝혔다.

이에 대해 다음측은 "웹시네마 등 유료 영화사이트 운영업체들이 보낸 내용증명을 받고 해당 카페 146곳에 대해 운영자들에게 불법 파일을 삭제해달라는 경고문을 보냈고 이 조치에 따르지 않은 12곳의 카페에 대해서는 우리가 게시판 폐쇄 등 조치를 취해 문제를 즉각 시정했다"며 "이들 업체들이 주장하는 유료 사이트를 해킹했다는 부분에 대해서는 우리에게

출처 디지털타임스

책임이 없다"고 반박했다.

출처 디지털타임스

포켓몬' 무죄, 피카츄' 유죄

서울지법 형사항소8부(재판장 金建鎰 부장판사)는 '포켓몬스터'와 '피카츄' 상표를 도용한 혐의(상표법위반등)으로 기소된 조모(40) 피고인에 대해 징역 10월에 집행유예 2년을 선고하고 사회봉사 80시간을 명령하면서 '피카츄' 상표권 침해 혐의에 대해선 1심 판결을 깨고 무죄를 선고했다.

재판부는 판결문에서 "피고인이 D사가 상표등록한 '포켓몬스터'와 같은 상표가 부착된 아동복을 제작, 판매했지만 특허심판원이 재판과정에서 D사측 상표권에 대해 무효 결정을 내렸고 D사의 지정상표는 서류가방, 핸드백 등인데 반해 피고인의 상품은 아동복이어서 유사상품이라고 볼 수 없어 이 부분은 무죄"라고 밝혔다.

재판부는 그러나 "일본 닌텐도사가 아동복 등을 지정상품으로해 등록한 '피카츄' 상표와 같은 상표를 부착한 아동복을 제작, 판매한 것은 상표권 침해에 해당한다"고 밝혔다.

조 피고인은 만화캐릭터로 어린이들에게 큰 인기가 있는 '피카츄' 등의 상표권을 침해하고 상표도용 여부를 놓고 다툼을 벌이는 등의 혐의로 기소돼 1심에서 기소내용을 모두 인정, 징역 1년에 집행유예 2년을 선고받았다.

출처 세계일보

태평양 잿은 상표권 분쟁으로 골머리

화장품 시장에서 높은 점유율을 확보하고 있는 태평양이 여타 업체들과의 잿은 상표권 분쟁 때문에 '골머리'를 앓고 있다.

태평양은 최근 국내 업체인 서다를 상대로 자사가 상표 등록된 달팽이 모양 도형상표의 상표침해 문제

를 제기하고 침해증지를 요청했다.

태평양은 지난해에는 로레알코리아를 상대로 같은 내용의 상표침해 중지 요청을 제기했으나 로레알측이 무효심판을 청구해 현재 법원에 사안이 계류중인 것으로 알려졌다.

태평양은 이외에 아모레 로망스, 미스캐남 엑스퍼트 상표 등에 대해 상표침해문제를 제기, 피청구 업체와 몇년째 다툼을 벌이고 있다.

그러나 외국계 업체를 중심으로 한 일부 업체들은 화장품 업계의 '만형' 격인 태평양이 이처럼 상표와 관련한 각종 소송을 제기하는 것에 대해 불만을 제기하고 있다.

역사가 오래된 해외 각국의 화장품 업체를 본사로 둔 외국계 업체들은 유사한컨셉의 제품과 상표가 수없이 많다는 점을 상기시키며 태평양의 문제제기가 '과민반응'이라는 지적이다.

출처 경향신문

'관족법' 특허권 인정안돼

사전에 없는 신조어라도 상품 거래를 위해 누구에게나 필요한 것이라면 특허권을 인정할 수 없다는 대법원 판결이 나왔습니다.

대법원은 발을 주물러 몸 전체의 건강상태를 증진시킨다는 내용의 이른바 관족법 상표를 등록 출원했던 이 모씨가 특허 등록을 거부한 것은 부당하다며 내 소송에서 원고 승소 판결을 내린 원심을 깨고 사건을 특허법원으로 돌려 보냈다.

재판부는 관족법 이 사전에 없는 신조어이기는 하지만 민간요법에 관심이 많은 사람이면 누구에게나 필요한 표시로 볼 수 있어 상표로서의 독점 사용은 타당하지 않다고 밝혔습니다.

이씨는 지난 98년 새로운 건강요법의 하나라며 관족법 상표 등록을 신청했지만 특허청이 거부하자 소송을 냈습니다.

출처 YTN

발독 2001/7



발명 이런저런 말말말

대학의 산업기술개발 기능을 활성화하기 위해 국립대학에 특허권을 부여하는 방안을 구체적으로 검토하겠다.

(장재식 산업자원부 장관, 국립대 교수의 직무상 발명을 국고에 귀속시키면서도 응분의 인센티브를 주지 않고 있어 국립대 교수의 특허권 등록실적이 매우 저조한 실정이라고 말하며)

발명은 머리가 아니라 생활속 문제점들을 끝까지 물고 늘어지는게 중요하다, 그점을 잘 인식했기 때문에 우리 아이들이 좀더 두각을 나타내는 것 같다.

(성남시 낙생고등학교 서재홍 교사, 제36회 발명의 날에서 학생부문 대통령 표창을 수상한 아래 낙생고에 대한 각계 각층의 격려와 후원이 아따르자 모 일간지 신문 인터뷰에서 발명의 방법을 말하며)

'시속 30Km만 넘어가면 사람은 숨을 쉴수가 없다.'

'공기보다 무거운 물체는 결코 하늘을 날 수 없다.'

(이상희 한국발명진흥회장, 근래 새로 발간한 '발명왕에 도전하기'라는 책에서 과거 과학자들의 고정관념을 지적하며)

발명은 눈에 보이는 것만 전부가 아니다. 우리 마음속 하나 둘 지금보다 나은 상황을 만들어가는 발명마인드만 있다면 한민족의 미래는 그야말로 탄탄대로가 될 것이다.

(교육인적자원부 부총리 한완상, 이상희 회장의 '발명왕 도전하기'의 책지에서 발명의 마인드를 강조하며)

<Made by bong>

“계란깨는 기계” 육군이 특허 냈어요

육군훈련소가 신병 급식 준비 시간을 단축하기 위해 30개의 계란을 동시에 깨뜨릴 수 있는 기계를 개발, 특허권을 따내 화제다.

육군훈련소는 한번에 계란 30개를 동시에 깨뜨릴 수 있는 '계란 파쇄기'를 개발해 지난 4월30일 특허청으로 부터 특허권을 획득했다고 밝혔다.

이 기계 개발로 그동안 취사병 2명이 3천여개의 계란을 깨뜨리는데 2시간30여분동안 매달려야 했던 것이 단 30분만에 끝낼 수 있게됐다.

훈련소측은 당초 취사병들의 고통을 덜어주기 위해 이 기계를 자체 고안, 그동안 4차례에 걸친 기술 검토와 취사병들의 의견을 종합, 최종 완성했다고 설명했다.

특히 계란파쇄기는 육군 교육사령부 예하 전학교, 공군 교육사령부, 해군 교육사령부 등 주로 한꺼번에 대규모 인원이 식사하는 기관에 보급돼 좋은 반응을 얻고있다.

육군훈련소는 하루 양곡 400여가마(17마 40kg기준)를 소비할 정도로 취사량이 많지만 고작 20여명의 취사병이 매달려야 하기 때문에 그동안 양파까는 기계, 두부계란찜 절단기 등을 자체 개발해 사용해왔다.

훈련소 관계자는 "훈련소에서 개발한 이들 취사 기구는 군부대의 대단위취사장은 물론 학교, 사회단체 등의 식당에서 활용될 경우 시간과 인력 절감 효과가 기대된다"고 말했다.

출처 경향신문



【판례번호】 취소(상표) 2000. 10. 24. 대법원 99후345 판결

【판시사항】

【TD3941】상표권자가 등록상표의 동일성을 해하지 아니하는 범위 내에서 그 색상이나 글자꼴을 변경한다든가, 그 상표에 요부가 아닌 기호나 부기적 부분을 변경하여 사용한다 하더라도 이를 동일한 상표의 사용이 아니라고 할 수는 없다

【TD3971】등록상표의 일부인 “SCABAL”을 “MADE BY J. MOBANG SCABAL”로 기재하여 사용한 경우, 위 “SCABAL”은 거래통념상 등록상표와 동일하게 볼 수 있는 형태의 사용에 해당한다.

【원고, 피상고인】 황순택

소송대리인 변리사 김영화

【피고, 상고인】 스킨발 쏘시에레 아노님

소송대리인 변리사 노완구

【원심판결】 특허법원 1999. 1. 21. 선고 98허 8496 판결

【주 문】 상고를 기각한다. 상고비용은 피고의 부담으로 한다.

【이 유】 상고이유를 본다.

구 상표법(1997. 8. 22. 법률 제5355호로 개정되기 전의 법률) 제73조제1항제3호, 제4항에 의하면, 상표권자·전용사용권자 또는 통상사용권자 중 어느 누구도 정당한 이유 없이 등록상표(당해 등록상표와 연합된 다른 등록상표가 있을 때에는 그 중 어느 하나의 등록상표 또는 당해 등록상표)를 그 지정상품에 대하여 취소심판청구일 전 계속하여 3년 이상 국내에서 사용하지 아니하였을 때에는 심판에 의하여 그 상표등록을 취소하도록 규정되어 있는바, 여기에서 등록상표를 그 지정상품에 사용하고 있지 아니한 경우라 함은 상표권자가 등록상표 그 자체 또는 거래사회 통념상 등록상표와 동일하게 볼 수 있는 형태의 상표를 현실로 사용하지 아니한 때를 말한다 할 것이고, 위 등록상표와 유사한 상표를 사용하였다는 것만으

로는 부족하다 할 것이나(대법원 1992. 12. 22. 선고 92후698 판결, 1993. 11. 12. 선고 92후2083 판결 등 참조), 상표권자가 등록상표의 동일성을 해하지 아니하는 범위 내에서 그 색상이나 글자꼴을 변경한다든가, 그 상표에 요부가 아닌 기호나 부기적 부분을 변경하여 사용한다 하더라도 이를 동일한 상표의 사용이 아니라고 할 수는 없다(대법원 1992. 10. 27. 선고 92후605 판결, 1992. 11. 10. 선고 92후650 판결, 1995. 4. 25. 선고 93후1834 판결 등 참조).

원심판결 이유에 의하면, 원심은 원고가 1987. 1. 9.부터 현재까지 서울 서초구 서초동에서 “제일모방”이란 상호로 모직물 등의 도매업에 종사하여 오면서 서울 중구 충무로 2가에서 신두호양복점을 경영하는 소의 신두호에게 1997. 1. 10. 가장자리에 “MADE BY J. MOBANG SCABAL”이라고 표시된 양복지 66야드를 대금 1,980,000원(부가가치세 제외, 이하 같다)에 1997. 2. 19. 같은 양복지 48야드를 대금 1,440,000원에, 1997. 3. 27. 같은 양복지 30야드를 대금 990,000원에 각 판매하였는데 위 양복지는 원고가 양복지를 제조하는 중소기업체에게 원고의 상호인 “제일모방”을 의미하는 “J.MOBANG”과 원고의 상표인 이 사건 등록상표 중 일부인 “SCABAL”을 표기하여 주문자상표 부착방식(이른바 OEM 방식)으로 양복지를 제조할 것을 의뢰하여 이를 납품받아 위 신두호에게 판매한 사실을 인정할 수 있고, 원고가 위 양복지를 제조한 중소기업체를 밝히지 못한다 하여 위 인정 사실을 뒤집기에는 부족하므로 원고가 위 양복지에 사용한 것은 이 사건 등록상표의 일부인 “SCABAL”이지만, 나머지 부분인 “TEX”는 양복지 등의 직물류에 사용되는 관용명칭이어서, 위 “SCABAL”은 거래사회의 통념상 이 사건 등록상표와 동일하게 볼 수 있는 형태의 사용이라 할 것이고, 이 사건 등록상표의 지정상품 중 하나인 소모직물은 양모의 가느다란 긴 털로 만든 모직물을 말하는 것으로서 일반적으로 양복지로 많이 사용되고, 또한 원고가 행하고 있는 사업종목에 모직물의 도매업이 포함되어 있는 점을 보태어 보면 결국 이 사건 등록상표는 그 지정상품 중 하나인 소모직물에 관하여 사용되

었다고 봄이 상당하다고 판단하였다.

기록과 관계 법규에 비추어 살펴보면, 위와 같은 원심의 사실인정과 판단은 정당하고, 거기에 상고이유로 주장하는 바와 같은 채증법칙 위배, 사실오인, 심리미진의 위법이 있다고 할 수 없다(한편 관련사건에 관한 대법원 2000. 1. 18. 선고 97후2927 판결은 권리범위확인 심판사건에 관한 사안으로서 상표의 불사용으로 인한 등록취소 심판사건인 이 사건과는 쟁점을 달리 하므로 이 사건에 원용하기에 적절하지 않다).

그러므로 상고를 기각하고, 상고비용은 패소자의 부담으로 하기로 하여 관여 대법관의 일치된 의견으로 주문과 같이 판결한다.

대법관 유지담(재판장)
서성 배기원 박재윤(주심)

【판례번호】 무효(실용신안) 2000. 10. 27. 대법원 2000후1412 판결

【판시사항】

【PD1384】 이 사건 심판에서는 전 심판에서 제출되지 아니한 일본국 공개실용신안공보 소52-91245호와 일본국 공개실용신안공보 소53-56255호가 추가로 제출되었더라도 이는 위 확정 등록된 항고심판의 심결을 번복할 수 있을 정도로 유력한 증거라 할 수 없고, 이 사건 심판은 전 심판과 동일한 사실 및 증거에 의하여 같은 심판을 청구한 것으로서 일사부재리의 원칙에 위반된다.

【원고, 피상고인】 이윤만

【피고, 상고인】 이덕호

소송대리인 변리사 박대진 외 1인

【원심판결】 특허법원 2000. 6. 9. 선고 99허 5753 판결

【주 문】 상고를 기각한다. 상고비용은 피고의 부담으로 한다.

【이유】

상고이유를 본다.

1. 구 실용신안법(1990. 1. 13. 법률 제4209호로 전문 개정되기 전의 것) 제29조에 의하여 실용신안권에 관한 심판에 준용되는 구 특허법(1990. 1. 13. 법률 제4207호로 전문 개정되기 전의 것) 제147조는 심판 또는 항고심판의 심결이 확정등록되거나 판결이 확정되었을 때에는 누구든지 동일 사실 및 동일 증거에 의하여 그 심판을 청구할 수 없다고 하여 일사부재리의 원칙에 대하여 규정하고 있는바, 여기에서 동일 증거라 함은 전에 확정된 심결의 증거와 동일한 증거뿐만 아니라 그 확정된 심결을 번복할 수 있을 정도로 유력하지 아니한 증거가 부가되는 것도 포함하는 것이다(대법원 1991. 11. 26. 선고 90후1840 판결 참조).
2. 원심판결 이유에 의하면, 원심은 증거에 의하여 피고가 원고를 상대로 원고의 등록 제38042호 '교습용 흡 공작물 성형구'에 관한 실용신안(이하 '이 사건 등록고안'이라 한다)에 대한 등록무효의 심판을 청구한 이 사건은, 피고가 1993. 11. 3. 이 사건 등록고안이 신규성 및 진보성이 없는 것이라는 이유로 그 등록무효의 심판을 청구하였다가 1996. 8. 19. 특허청 항고심판소에서 94항당384호로 심판청구기각의 심결을 받고 1997. 10. 28. 대법원의 판결에 의하여 위 심결이 확정된 바 있는 심판청구사건(이하 '전 심판'이라 한다)과 동일사실 및 동일증거에 의한 것이고, 다만 이 사건 심판에서는 전 심판에서 제출되지 아니한 일본국 공개실용신안공보 소 52-91245호와 일본국 공개실용신안공보 소53-56255호가 추가로 제출된 사실을 인정한 다음, 위 추가로 제출된 일본국 공개실용신안공보 소 53-56255호는 이 사건 등록고안의 성형요입부에 관한 구성이 개시된 것일 뿐, 반축요입부와 성형요입부 및 공구가 일체로 형성된 구성이 개시된 것이 아니므로 위 항고심판의 심결에서 성형요입부에 관한 것에 불과하여 이 사건 등록고



안을 무효로 할 수 없다고 판단된 증거들과 실질적으로 동일하고, 위 일본국 공개실용신안공보 소52-91245호에는 위와 같은 성형요입부 이외에 주판의 각틀부 안쪽에 소형돌기를 형성하고 세공주걱을 끼워놓는 구성이 있어 전 심판에서 제출되었던 증거들과 형식적으로 동일하지는 않으나, 위와 같은 구성은 이 사건 등록고안에서 성형구의 양측 주연부에 공구를 분리시킬 수 있게 일체로 연설하여 사출하는 구성과는 기술적 구성이 상이하고, 반죽요입부에 대한 구성이 개시되어 있지 아니하므로, 이는 위 확정 등록된 항고심판의 심결을 번복할 수 있을 정도로 유력한 증거라 할 수 없다는 이유로, 이 사건 심판은 전 심판과 동일한 사실 및 증거에 의하여 같은 심판을 청구한 것으로서 일사부재리의 원칙에 위반되는 것이라는 취지로 판단하였다.

- 3. 기록과 위에서 본 법리에 비추어 살펴보면, 원심의 위와 같은 인정과 판단은 정당하고 거기에 상고이유로 지적하는 바와 같은 법리오해나 판단유탈의 위법이 있다고 할 수 없다. 상고이유는 받아들일 수 없다.
- 4. 그러므로 상고를 기각하고, 상고비용은 패소자의 부담으로 하기로 하여 관여 법관의 일치된 의견으로 주문과 같이 판결한다.

대법관 송진훈(재판장)

윤재식 이규홍(주심) 손지철

【판례번호】 거절사정(상표) 2000. 10. 27. 대법원 2000후815 판결

【판시사항】

【TD0100】 상표의 유사 여부는 동종의 상품에 사용되는 두 개의 상표를 외관·호칭·관념 등의 점에서 전체적, 객관적, 이격적으로 관찰하여 거래상 일반 수요자나 거래자가 상표에 대하여 느끼는 직관적 인식을 기준으로 하여 그 상품의 출처에 대한

오인·혼동의 우려가 있는지의 여부에 의하여 판별되어야 하고, 문자와 문자 또는 문자와 도형의 각 구성부분이 결합된 결합상표는 반드시 그 구성부분 전체에 의하여 호칭, 관념되는 것이 아니라 각 구성부분이 분리관찰되면 거래상 자연스럽게 못하다고 여겨질 정도로 불가분적으로 결합되어 있는 것이 아닌 한 그 구성부분 중 일부만에 의하여 간략하게 호칭·관념될 수도 있는 것이고, 또 하나의 상표에서 두 개 이상의 칭호나 관념을 생각할 수 있는 경우에 그 중 하나의 호칭·관념이 타인의 상표와 동일 또는 유사하다고 인정될 때에는 두 상표는 유사하다

【TD0200】 출원상표 “TREND AURORA”와 인용상표 “aurora”는 유사하다.

【TD0350】 인용상표의 지정상품들 중 전화기, 팩시밀리와 ‘이 사건 출원상표의 지정상품들은 모두 구 상품류 구분 제39류 제7군의 전기통신기계기구에 속하는 것으로서 그 용도 및 생산부문, 판매부문, 수요자의 범위 등이 일치하고, 이 사건 출원상표의 지정상품에 속하는 모뎀(modem)과 인용상표의 지정상품인 컴퓨터는 그 용도, 판매처 및 수요자의 범위가 중복되므로 이 사건 출원상표의 지정상품들과 인용상표의 지정상품들은 유사하다.

【원고, 상고인】 트렌드 커뮤니케이션스 리미티드 소 송대리인 변리사 송만호 외 2인

【피고, 피상고인】 특허청장

【원심판결】 특허법원 2000. 3. 30. 선고 99허 7841 판결

【주문】 상고를 기각한다. 상고비용은 원고의 부담으로 한다.

【이유】

상고이유를 본다.

- 1. 상표의 유사 여부는 동종의 상품에 사용되는 두 개의 상표를 외관·호칭·관념 등의 점에서 전체적, 객관적, 이격적으로 관찰하여 거래상 일반 수요자나 거래자가 상표에 대하여 느끼는 직

관적 인식을 기준으로 하여 그 상품의 출처에 대한 오인·혼동의 우려가 있는지의 여부에 의하여 판별되어야 하고, 문자와 문자 또는 문자와 도형의 각 구성부분이 결합된 결합상표는 반드시 그 구성부분 전체에 의하여 호칭, 관념되는 것이 아니라 각 구성부분이 분리관찰되면 거래상 자연스럽지 못하다고 여겨질 정도로 불가분적으로 결합되어 있는 것이 아닌 한 그 구성부분 중 일부만에 의하여 간략하게 호칭·관념될 수도 있는 것이고, 또 하나의 상표에서 두 개 이상의 칭호나 관념을 생각할 수 있는 경우에 그 중 하나의 호칭·관념이 타인의 상표와 동일 또는 유사하다고 인정될 때에는 두 상표는 유사하다(대법원 2000. 4. 21. 선고 99후2907 판결 참조).

또한 지정상품의 유사여부는 대비되는 상품에 동일 또는 유사한 상표를 사용할 경우에 동일 업체에 의하여 제조 또는 판매되는 상품으로 오인될 우려가 있는지 여부를 기준으로 하여 판단하되, 상품자체의 속성인 품질, 형상, 용도와 생산부문, 판매부문, 수요자의 범위 등 거래의 실정 등을 종합적으로 고려하여 일반 거래사회의 통념에 따라 판단하여야 한다(대법원 2000. 7. 28. 선고 98후850 판결 참조).

2. 원심판결 이유에 의하면, 원심은 구 상표법시행규칙(1998. 2. 23. 통상산업부령 제83호로 개정되기 전의 것) 제6조제1항의 (별표 1) 상품류구분(이하 '구 상품류구분'이라 한다) 제39류에 속하는 '무선통신기기구시험기, 데이터통신기기구시험기, 데이터송신기, 데이터수신기' 등을 지정상품으로 하고 "TREND AURORA"와 같이 구성된 이 사건 출원상표가, 선출원에 의한 등록상표로서 구 상품류구분 제39류에 속하는 '전자계산기, 컴퓨터, 컴퓨터모니터, 전화기, 팩시밀리' 등을 지정상품으로 하고 "aurora"와 같이 구성된 등록 제147820호 상표(이하 '인용상표'라 한다)와 유사하여 상표법 제7조제1항제7호의 규정에 의하여 등록

받을 수 없는 것인지에 관하여 다음과 같은 취지로 판단하였다.

이 사건 출원상표는 "경향, 추세" 등의 의미를 지니는 영문자 "TREND"와 "극광"의 의미를 지니는 영문자 "AURORA"가 결합하여 구성된 상표이나, 각 부분은 독립된 의미를 가지는 문자로서 분리 표기되어 있으며 두 부분이 결합하여 특별한 의미를 창출하는 것도 아니어서 이를 분리하여 관찰하는 것이 부자연스러운 정도로 불가분하게 결합되어 있는 상표라고 보기 어려우므로, 그 구성부분 중 일부인 "TREND" 또는 "AURORA"만으로 호칭되고 관념될 수 있고, 이 사건 출원상표가 후단의 "AURORA"만으로 약칭되는 경우에는 인용상표 "aurora"와 관념과 호칭이 모두 동일하므로, 양 상표는 유사한 상표이고, 또한 인용상표의 지정상품들 중 전화기, 팩시밀리와 '이 사건 출원상표의 지정상품들은 모두 구 상품류구분 제39류 제7군의 전기통신기기구에 속하는 것으로서 그 용도 및 생산부문, 판매부문, 수요자의 범위 등이 일치하고, 이 사건 출원상표의 지정상품에 속하는 모뎀(modem)과 인용상표의 지정상품인 컴퓨터는 그 용도, 판매처 및 수요자의 범위가 중복되므로 이 사건 출원상표의 지정상품들과 인용상표의 지정상품들은 유사하다.

3. 기록과 앞에서 본 법리에 비추어 살펴보면, 원심의 위와 같은 판단은 정당하고 거기에 상고이유로 지적하는 바와 같은 상표나 상품의 유사여부에 관한 법리오해의 위법이 있다고 할 수 없다.

상고이유에서 내세우는 대법원 판결들은 이 사건과 사안을 달리하는 것들이어서 이 사건에 원용하기에 적절하지 아니하다.

상고이유는 받아들일 수 없다.

4. 그러므로 상고를 기각하고, 상고비용은 패소자의 부담으로 하기로 하여 관여 법관의 일치된 의견으로 주문과 같이 판결한다.



대법관 송진훈(재판장)
윤재식 이규홍(주심) 손지열

**【판례번호】 거절사정(상표) 2000.
10. 13. 대법원 99후628 판결**

【판시사항】

【TD1600】어떤 상표가 품질오인의 우려가 있는지를 판단함에 있어 그 지정상품과 관련지어 생각하여야 한다는 것은 그 상표에 의하여 일반인이 인식하는 상품과 현실로 그 상표가 사용되는 상품과의 사이에 일정한 경제적인 관련이 있어야 함을 의미하는 것이지 그 오인우려의 여부를 판단함에 있어 상품의 구성 그 자체뿐 아니라 상품에 부착되거나 포장용기에 부착된 상품의 설명서 등까지 고려하여 오인 여부를 판단하라는 것은 아니라 할 것이다

【TD1602】출원상표 “Jeans+de CHRISTIAN LACROIX”를 진(Jeans)이 아닌 다른 섬유로 만든 의류에 사용한 경우에는 거래통념상 일반 수요자로 하여금 그 품질을 오인하게 할 가능성이 있다

【원고, 피상고인】 크리스티안 라끄르와 소송대리인 변호사 장수길 외 3인

【피고, 상고인】 특허청장

【원심판결】 특허법원 B999. 2. 11. 선고 98허 9802 판결

【주 문】 원심판결을 파기하고 사건을 특허법원에 환송한다.

【이유】

1. 원심판결 이유에 의하면, 원심은, 이 사건 출원상표(1995. 9. 22. 출원, 출원번호 제36168호)는 상단에 ‘jeans’이라는 영문자를 멋을 낸 필기체 형태로 기재하고, 하단에 ‘de CHRISTIAN LACROIX’를 3줄로 나란히 기재하여 구성된 상표로서, 위 ‘jeans’은 ‘올이 가늘고 질긴 능직무명의 일종’ 또는 ‘진으로 만든 바지’

를 의미하는 단어로서 일반 수요자들이 쉽게 알 수 있는 단어이고, 위 ‘de CHRISTIAN LACROIX’는 ‘원고 회사가 제조한’이라는 의미를 가진다고 할 것인바, 이 사건 출원상표가 지정상품의 품질을 오인하게 할 염려가 있는지 여부에 대하여 보면, 먼저 이 사건 출원상표의 지정상품 73가지 중 잠바, 슈트, 조끼, 망토, 스커트, 청바지, 재킷을 제외한 나머지 상품들은 ‘진(Jeans)’으로 만들어지는 경우가 전혀 없으므로, 위 나머지 상품들에 대하여 이 사건 출원상표가 사용된다 하더라도 일반 수요자가 위 나머지 상품들이 ‘진(Jeans)’으로 만들어졌다고 그 품질을 오인할 염려는 없고, 다음 위 잠바, 슈트, 조끼, 망토, 스커트, 청바지, 재킷은 ‘진(Jeans)’으로 만들어지기도 하고 면, 모직섬유, 합성섬유 등 다른 소재의 섬유로 만들어지기도 하는데, 일반적인 거래관행에 의하면, 일반 수요자는 위와 같은 의류를 구입하는 경우 비록 그 의류가 포장에 되어 있다 하더라도 그 포장된 상태로 구입하지는 않고 포장을 뜯어서 위 의류의 디자인이나 치수 등을 직접 확인하여 보는 것이 일반적일 뿐만 아니라, 그렇지 않은 경우 위 의류를 직접입어 보고 구입 여부를 결정하고, 또 ‘진(Jeans)’은 일반 수요자 누구나 알고 있는 섬유로서 약간 성근 조직과 투박하고 거칠은 질감을 가지고 있기 때문에 일반 수요자는 이와 같은 독특한 조직과 질감으로 인하여 ‘진(Jeans)’ 섬유를 면, 모직섬유, 합성섬유 등 다른 소재의 섬유와 손쉽게 구별할 수 있으므로, 다른 소재의 섬유로 만들어진 잠바, 슈트, 조끼, 망토, 스커트, 청바지, 재킷에 대하여 이 사건 출원상표가 사용된다 하더라도 일반 수요자는 위 의류들의 디자인이나 사이즈를 확인하고 직접 입어 보는 과정에서 육안으로 그리고 촉감으로 위 의류들이 ‘진(Jeans)’으로 만들어진 것이 아님을 쉽게 알 수 있으므로 위 의류들이 ‘진(Jeans)’으로 만들어졌다고 품질을 오인할 염려는 없으며, 통신판매의 경우에도 카탈로그에

그 의류가 어떤 소재의 섬유로 만들어졌는지가 반드시 표기되어 있어 일반 수요자가 '진(Jeans)'으로 만들어지지 않은 의류를 '진(Jeans)'으로 만들어진 의류로 그 품질을 오인할 염려가 없다는 이유로 이 사건 출원상표는 상표법 제7조제1항제11호 소정의 상품의 품질을 오인하게 할 염려가 있는 상표에 해당하지 아니 한다고 판단하였다.

2. 상표법 제7조제1항제11호에서 정하고 있는 상품의 품질의 오인을 일으키게 할 염려가 있는 상표란 그 상품의 구성 자체가 그 지정상품이 본래적으로 가지고 있는 성질과 다른 성질을 갖는 것으로 수요자를 오인하게 할 염려가 있는 상표를 말하고, 어느 상표가 품질오인을 생기게 할 염려가 있는지의 여부는 일반 수요자를 표준으로 하여 거래통념에 따라 판단하여야 할 것이며(대법원 1994. 12. 9. 선고 94후623 판결, 1997. 2. 28. 선고 96후962 판결 등 참조), 또한 어떤 상표가 품질오인의 우려가 있는지를 판단함에 있어 그 지정상품과 관련지어 생각하여야 한다는 것은 그 상표에 의하여 일반인이 인식하는 상품과 현실로 그 상표가 사용되는 상품과의 사이에 일정한 경제적인 관련이 있어야 함을 의미하는 것이지 그 오인우려의 여부를 판단함에 있어 상품의 구성 그 자체뿐 아니라 상품에 부착되거나 포장용기에 부착된 상품의 설명서 등까지 고려하여 오인 여부를 판단하라는 것은 아니라 할 것이다(대법원 1994. 3. 11. 선고 93후527 판결 참조).
3. 기록에 의하면, 이 사건 출원상표 중 'Jeans'은 일반 수요자들이 쉽게 알 수 있는 '울이 가늘고 질긴 능직무명의 일종' 또는 '진으로 만든 바지'를 의미하는 단어라는 점은 원심의 판단과 같고, 이 사건 출원상표의 지정상품 73가지 중 '진(Jeans)'으로 만들어지는 상품에는 원심이 인정한 잠바, 슈트, 조끼, 망토, 스커트, 청바지, 재킷 외에도 모자, 머리띠, 머리리본, 장식리본, 벨트, 캡 등이 더 있다 할 것인바, 오늘날 의류

업계의 거래실정을 보면, 섬유기술의 발달로 인하여 '진(jeans, 재료는 자연섬유인 면(綿)이다)'이 아닌 다른 화학섬유 등으로 '진(jeans)'과 거의 동일한 조직과 질감을 가지는 의류들(예컨대 잠바, 슈트, 조끼, 재킷, 모자 등)이 제조, 판매되고 있는 실정이고, 이러한 경우 일반 수요자로서는, 비록 '진(jeans)'의 독특한 조직과 질감을 잘 알고 있고 또 의류 구입시 직접 손으로 확인하고 입어보는 과정에서 육안이나 촉감으로 의류의 재질을 확인하는 것이 일반거래의 관행이라고 하더라도 그 구입하려는 의류가 '진(jeans)'으로 만든 의류인지 여부를 식별하는 것은 극히 어렵다고 보여지므로, 위와 같이 '진(jeans)'이 아닌 다른 섬유로 만든 의류에 그 품질을 오인할 가능성이 있다 할 것이며, 이는 통신판매의 경우 그 카탈로그에 의류가 어떤 소재의 섬유로 만들어졌는지가 반드시 표기되어 있다고 하더라도 달리 볼 것은 아니라고 할 것이다.

그럼에도 불구하고 원심이 그 판시와 같은 이유만으로 이 사건 출원상표는 그 지정상품과의 관계에 있어서 상표법 제7조제1항제11호 소정의 상품의 품질을 오인하게 할 염려가 있는 상표에 해당되지 아니 한다고 판단하였으니, 원심판결에는 위 상표법 규정의 범리를 오해하거나 심리를 다하지 아니함으로써 판결 결과에 영향을 미친 위법이 있고, 따라서 이를 지적하는 상고이유의 주장은 이유 있다.

4. 그러므로 원심판결을 파기하고, 사건을 원심법원에 환송하기로 하여 관여 법관의 일치된 의견으로 주문과 같이 판결한다.

대법관 손지열(재판장)

송진훈 윤재식(주심) 이규홍



발특2001/7