

사이버강의ID 무단거래 당행.. 저작 권침해 논란일듯

최근 온라인 교육사이트들이 인기를 끌면서 사이버강의ID를 거래하는 네티즌들이 늘고 있다.

이는 넓은 의미에서 타인의 저작권에 대한 침해가 될 수 있다는 지적도 나오고 있다.

관련 사이트와 네티즌들에 따르면 대형 포털사이트나 각종 동호회사이트 게시판에는 사이버강의ID를 판다는 글들이 여러건씩 올라와 있다. 사이버강의는 운영업체측에 수강료를 내고 특정 ID와 패스워드를 받은 네티즌만이 인터넷에 접속해 강의의 듣는 게 원칙이다.

하지만 일부 네티즌들은 자신의 ID를 다른 네티즌들에게 싸 가격에 되팔아 수강시간을 조절해 강의를 다른 사람들과 공유하고 있는 것이다.

법률전문가들은 이에 대해 “강의ID를 거래하는 것은 타인의 저작물을 무단으로 매매하는 것을 금지하는 현행 저작권법에 어긋날 가능성이 있다”며 “만약 이로 인해 금전적 피해가 생기면 처벌을 받을 수 있다”고 지적했다.

한 온라인 교육업체는 “특정 IP어드레스(컴퓨터 고유번호)를 부여받은 컴퓨터를 통해서만 수강할 수 있도록 하는 방법도 생각은 해봤지만 이는 시간과 공간에 구애받지 않고 공부할 수 있다는 온라인 교육의 장점을 스스로 포기하는 게 된다”며 어려움을 호소했다.

출처 한국경제

EMC, 일본 히타치에 특허권 침해 소송

세계 1위의 스토리지업체인 EMC가 일본의 히

타치와 히타치의 자사 히타치데이터시스템스(HDS)를 소프트웨어 특허권침해 혐의로 미국국제무역위원회(ITC)와 매사추세츠주 우스터 지방법원에 고소했다고 주요외신들이 일제히 보도했다.

EMC측은 소장에서 “히타치와 HDS가 EMC의 구조설계에 기본을 둔 소프트웨어와 관련, 6건의 특허권을 침해했다”며 ITC에 히타치의 관련소프트웨어 수입금지를 요구했다.

이 회사는 또한 “지난 4년동안 문제해결을 위해 히타치와 우호적으로 협상을 진행했으나 히타치측이 불법제품의 판매를 중단하지 않았다”며 “히타치는 오랫동안 다른 회사들의 지적재산권을 교묘히 이용, 지난 10여년동안 12번 이상의 특허권위반혐의로 소송에 휩싸였다”고 비난했다.

이번에 히타치의 특허권침해와 관련된 EMC의 소프트웨어는 갑작스런 재해시 중요한 기업자료들을 보호할 수 있도록 하는 SRDF와 타임파인더 등으로 이들은 지난해 5억달러 이상의 매출을 기록했던 EMC의 대표적인 소프트웨어다.

지난해 EMC는 하드웨어시장에서 IBM, HDS 등 경쟁업체들과의 치열한 가격경쟁과 기업들의 스토리지 수요감소로 인해 매출이 대폭 감소했으며 이것의 대안으로 소프트웨어쪽의 비중을 늘리고 있다.

출처 디지털타임스

IBM, ebXML 핵심기술에 특허권 침해 파문

IBM이 차세대 전자상거래 표준 프레임워크로 각광받고 있는 전자상거래 활용 확장성표시언어(ebXML)의 핵심기술에 대해 특허권을 주장하

고 나섬에 따라, 당초 관련단체가 가졌던 ebXML 무료보급 방침에 차질이 빚어질 전망이라고 ZD넷이 보도했다.

최근 IBM은 자사가 개발한 ebXML기반 기업간 전자상거래 기술인 기업정보문서(CPP)와 기업간 거래문서(CPA)의 특허권을 인정해 줄 것을 ebXML 민간 기술개발 컨소시엄인 정보표준 발전기구(OASIS)에 요구했다.

이에 따라 선, IBM, 마이크로소프트(MS) 등 주요 IT업체들을 참여시켜 ebXML 개발을 주도해온 OASIS와 UN 산하 전자상거래 표준화기구인 UN/CEFACT는 당혹감을 나타내며 대책 마련에 부심하고 있다.

UN/CEFACT와 OASIS는 지난 1999년부터 기존의 전자상거래 표준인 전자문서교환(EDI)을 대체하기 위해, 확장성과 호환성이 월등히 뛰어난 차세대 표준기술인 ebXML을 개발해 왔다.

지난해 5월 첫 결실인 ebXML 1.0 버전 표준이 완성됐으며, 현재는 이를 보완한 2.0 버전 제정작업이 진행 중이다.

그러나 IBM이 CPP와 CPA에 대한 소유권을 주장하며 라이선스 계약을 체결하는 업체에 한해 이 기술을 제공할 것이라고 밝히고 있어, ebXML의 무료공개를 염두에 두고 있던 UN/CEFACT와 OASIS를 곤혹스럽게 하고 있다. OASIS의 패트릭 개년 CEO는 “IBM이 ebXML 개발에 뛰어들던 2년전만 하더라도 이에 대한 언급은 전혀 없었다”며 “이제와서 기술 소유권을 주장하는데 대해 놀라움을 금할 수 없다”고 말했다.

UN/CEFACT의 레이 워커 의장도 “IBM의 방침을 전해듣고는 놀랄 수밖에 없었다”며 밝혔다. ebXML 지원 프로그램 개발에 나서던 소프트웨어업체들도 기술소유권 주장이 미칠 파급효

과에 대해 고심하고 있다.

커머스의 XML 제품담당 이사인 데이비드 버멧은 “ebXML에서 CPP와 CPA를 제외하면 그 유용성은 크게 떨어진다”며 “IBM의 주장대로 된다면 예기치 않았던 로열티 부담을 져야할 지도 모른다”고 우려했다.

출처 디지털타임스

MP3P 특허 공방 새국면 돌입

MP3플레이어(MP3P) 관련특허를 둘러싸고, 애플맨닷컴 대 반(反) 애플맨닷컴 진영으로 나뉜 국내 MP3P 업계의 분쟁이 좀처럼 해결될 기미를 보이고 있지 않고 있다.

업계에 따르면 KPAC(한국이동형오디오기기협회)과 LG전자는 지난해 6월 양사가 특허청에 제기한 ‘애플맨닷컴 특허에 대한 이의신청’ 결과가 공식적인 발표에 앞서 이의신청을 기각한다는 특허청의 내부 방침이 외부로 유출되고, 판결에 중요한 요소로 작용할 수 있는 선행특허 관련 자료가 채택되지 않아 지난 18일부로 이의신청을 취하했다고 밝혔다.

KPAC의 회장을 맡고 있는 디지털웨이 우중구 사장은 “지난해 6월 애플맨닷컴을 상대로 특허청에 신청한 MP3P 특허 이의신청 작업이 공정하게 이루어지고 있지 않아 특허청에 해당 이의신청을 취하겠다”면서 “앞으로는 현재 계류중인 특허무효심판소송에 승소하는데 전력할 것”이라고 말했다. KPAC과 LG전자가 특허청에 제출한 특허 이의신청은 당초 18일경 발표될 예정이었으며, 이는 지난 1년여를 끌어온 애플맨닷컴과의 MP3P 특허분쟁에 관한 최초의 판례여서 현재 계류중인 특허무효심판소송과 가처분신청의

향방에 큰 영향을 미칠 것으로 예상됐었다.

그러나 지난 10일 특허청의 한 관계자가 “엠피맨닷컴의 특허에는 별다른 문제가 없는 것으로 판단된다”라는 이의신청 기각을 의미하는 발언을 외부로 흘리자 KPAC과 LG전자는 이의신청작업이 공정하게 이루어지고 있지 않다며 강하게 반발했다.

취하배경과 관련, KPAC의 소송 대리인을 맡고 있는 특허법인 L&K의 이현수 변리사는 “특허청의 기각발언은 관계자가 특허출원·심사·특허 이의신청 등을 하고 있는 사건 내용에 관해 증언이나 질의에 응답할 수 없다는 특허법 제217조를 위반한 사례”라고 말했다. 또 그는 “KPAC이 특허청에 제출한 ‘멀티미디어업체인 독일 폰티스사가 특허를 선출원함에 따라 후출원 격인 엠피맨닷컴의 특허는 자동으로 무효’라는 자료가 이의신청 일정상 채택되지 않아 불리한 점이 많았다”고 설명했다. 이같은 취하배경에는 이의신청의 경우 엠피맨닷컴의 특허를 허가해준 담당 심사관이 또 다시 판정에 관여하는 것을 감안할 때, 이의신청에 기대를 걸기보다는 제3자가 심사하는 특허무효심판소송에 초점을 맞추겠다는 의도로 해석된다. 이에 따라 엠피맨닷컴 대 반 엠피맨닷컴 진영간의 힘겨루기는 오는 7월경 판결이 예상되는 특허무효심판소송까지 당분간 미뤄지게 됐다. KPAC과 LG전자측의 이의신청 취하로 엠피맨닷컴은 특허료 협상을 가속화할 움직임을 보이고 있다.

엠피맨닷컴 문광수 사장은 “특허에 대한 이의신청을 포기했다는 것은 곧 엠피맨닷컴의 MP3P 특허를 인정했다는 의미”라며 “특허료를 협상중인 20여개 업체와 협의해 적절한 특허료를 징수, 회사의 성장기반으로 활용할 것”이라고 말했다.

그동안 엠피맨닷컴은 지난해 1월 ‘엠피

(MPEG) 방식을 이용한 휴대용 음향 재생장치 및 방법’에 관한 발명특허(제0287366호)를 등록한 뒤, 지난 5월 동종업체인 현원과 디지털웨이 2개사에 ‘특허침해에 따른 생산, 판매중지 가처분 신청’을 법원에 제출했다.

이에 디지털웨이와 현원 등 10여개 MP3업체는 KPAC을 설립하고 LG전자와 함께 엠피맨닷컴이 보유한 MP3P 관련 특허에 대한 특허무효심판소송 등을 특허청에 제출, 그동안 특허 공방을 펼쳐왔다.

출처 디지털타임스

도시바, 삼성전자 특허침해혐의 제소

일본 도시바(東芝)가 삼성전자와 삼성전자의 미국 자회사를 자사의 반도체 특허침해혐의로 미국 국제무역위원회(ITC)에 제소했다고 지지(時事)통신이 워싱턴발로 보도했다.

도시바는 불공정무역행위의 규제에 관한 미 관세법 337조에 따라 관련제품의 미국수입 및 판매를 금지시켜 줄 것을 요청했다. ITC는 30일 이내에 조사개시 여부를 결정하게 된다.

제소내용은 구체적으로 알려지지 않았다. 앞서 마쓰시타(松下)전기도 지난 1월삼성전자가 자사의 D램관련 특허를 침해했다며 손해배상청구소송을 제기했다.

출처 연합뉴스

MP3P 특허료 분쟁에 수출 “발목”

MP3플레이어(MP3P) 제조업체 (주)엠피맨닷컴

컴(대표분광수)의 다른 MP3P 제조업체에 대한 특허료 부과 문제로 MP3P 수출에 제동이 걸리고 있다.

관련업계에 따르면 지난해 초부터 끌어온 애플 매티켓과 타 업체와의 특허료 갈등 문제가 길어지자 최근 세계적인 MP3P 업체의 주문자상표부착생산(OEM) 물량을 수주하지 못하고 있다.

MP3P의 경우 지난 97년 국내에서 처음으로 제작된 디지털기기로 지난해 300만대규모의 세계시장 가운데 3분의 1정도를 국내에서 생산했을 만큼 우리나라가 이 분야에서 품질이나 생산량 면에서 '중주국' 역할을 자부해 왔었다.

그러나 지난해 5월 애플매티켓이 디지털웨이 등 특허료 부과를 거부하는 업체에 생산 및 판매 금지 가처분신청에 이어 6월 업체들의 모임인 KPAC(한국휴대형오디오기기협회)이 특허청에 이의신청과 특허무효심판을 청구해 법정까지 싸움이 번졌다. 이같이 국내 업체들의 갈등이 첨예해지자 해외 대표적인 MP3P 판매업체들이 OEM생산기지를 물색하기 위해 국내에서 중국이나 대만으로 눈을 돌리기 시작했다.

지난해와 올해 국내 MP3P 제조업체들은 미국의 소니블루를 비롯해 HP, 컴팩 등 대형 업체들의 OEM 물량에 기대를 걸었으나 이 물량이 모두 중국과 대만 업체들에게 넘어갔다.

디지털웨이 관계자는 "중국이 제조원가가 낮지만 품질과 생산능력을 감안할 때 충분히 따올 수 있는 물량이었다"며 "특허권 문제를 해결하지 못한 것이 주요 원인"이라고 말했다.

외국 대형 기업들이 최근 국내 업체에 OEM 물량 공급 계약을 체결할 때 특허권문제를 공급업체 선정시 중요한 평가 요소로 삼고 있으며 국내 업체들은 이 문제로 인해 언제라도 생산이 중단될 수 있는 가능성이 높다고 인식한다는 것이

이 관계자의 전언이다.

업계에서는 특허권 분쟁이 이처럼 1년여를 '질질' 끌고 있는 책임의 화살을 특허청에 돌리는 목소리도 높다. 지난해 6월 KPAC이 MP3P의 특허권에 대한 이의신청을 특허청에 했는데도 10개월이 지난 지금까지 결론을 못내리고 있어 결국 특허청의 능장행정이 수출 길목을 막고 있다는 것. 결국 KPAC은 특허 무효심판을 진행하기 위해 이의신청을 지난주 철회했다.

특허청의 안대진(전자심사담당관실) 과장은 "이번 사안이 복잡하고 검토할 사항이 많아서 시일이 길게 걸리는 것일 뿐"이라고 설명했다.

업계에서는 "미국이나 유럽에서 4년이 지나도록 특허가 인정되지 않는 MP3P 특허권을 유일하게 국내에서만 인정을 해 줘 국내 중소기업만 3%의 특허료를 물게 될 판"이라며 "특허료 분쟁으로 원가상승과 국제 신인도 하락의 이중고를 겪고 있다"고 말했다.

출처 연합뉴스

인포허브-다날 특허 분쟁 종료

올해 초부터 특허 문제로 법정 공방까지 갔던 인포허브와 다날이 화해했다.

휴대폰 결제 전문업체인 인포허브(대표 이종일)와 다날(대표 박성찬)은 양사가 보유한 특허권을 상호인정하고 법적 공방을 중단하기로 합의했다고 밝혔다. 인포허브는 다날을 상대로 특허 침해금지가처분신청 및 권리범위확인심판을, 다날은 인포허브를 상대로 특허무효 및 권리범위확인심판을 제기한 바 있었다.

양사가 합의한 골자는 다날은 인포허브가 지난해 10월 획득한 '이동통신 단말기를 이용한 전자

화폐운용방법 및 시스템'을 인정하고, 인포허브는 다날의 등록실용신안 '벨소리 다운로드기능을 위한 휴대용단말기 모델확인장치' 및 '다운로드 기능을 갖춘 전화단말시스템'을 상호 인정하고 수수료를 지급한다는 것이다. 또한 인포허브와 다날은 향후 상호간의 특허와 실용신안에 관해 상대방에게 일체의 권리를 행사하지 않기로 했다.

쌍방을 상대로 제기한 소송은 이미 취하된 상태이다. 하지만 인포허브와 특허 분쟁을 동시에 벌이고 있는 휴대폰 결제 전문업체 모빌리언스와 싸움은 합의에 이르지 못해 양사의 항방에 관심이 모아지고 있다.

출처 디지털타임스

셋톱박스 관련 특허 맞소송

코스닥등록업체인 한단정보통신과 중소 셋톱박스 업체인 AMT가 셋톱박스의 구동형 안테나의 위치제어기술인 '포지셔너' 관련 특허를 둘러싸고 치열한 법정싸움을 벌이고 있다. 특히 포지셔너 특허 보유자인 한단측은 소송 결과에 따라 다른 업체들에 대해서도 소송을 제기할 것이라는 입장을 밝힘에 따라 이번 법정싸움의 결과에 귀추가 주목된다.

한단정보통신((www.handan.co.kr 대표 이용국)은 지난해 11월 24일 AMT(www.amt.co.kr 대표 김진목)가 자사의 포지셔너 관련 특허 6건 가운데 4건을 침해했다며 서울지방법원에 특허권 침해금지 가처분소송을 제기했다. AMT는 이에 맞서 그해 12월 4일 특허심판원에 한단의 특허에 대한 무효심판을 청구했다.

1997년 9월 설립된 AMT는 주로 위성방송용 FTA(free to air, 무료방송) 셋톱박스, TFT-

LCD모니터 등을 해외에 수출하고 있다.

이번 포지셔너 특허분쟁은 지난해 말과 올 2월 2차례에 걸쳐 심문이 열렸으며 한단측의 요청으로 지난 4월 10일 한단의 연구소에서 주심 판사 입회하에 기술설명회가 개최되기도 했다.

법원은 양사가 제출한 준비서면과 기술설명회 결과등을 바탕으로 빠르면 이달 말 선고할 예정이다. AMT가 청구한 무효심판도 이달말 결심을 앞두고 있다. 포지셔너란 셋톱박스에 내장된 구동형 안테나를 통해 원하는 위성신호를 찾게 만드는, 구동형 안테나의 위치 제어 기능을 말한다.

국내 업체들은 현재 포지셔너 내장형 셋톱박스를 북아프리카, 중동 지역 등에 주로 수출하고 있다. 한단측은 "AMT가 자사의 특허를 침해했다고 판단해 소송을 제기했다"면서 "특허료 징수가 목적이 아니라 다른 회사들이 자사의 특허 기술을 사용하지 못하도록 하기 위한 것"이라고 밝혔다. 한단은 지난해 포지셔너 내장형 셋톱박스를 약 270억원 가량 수출했다.

이에 대해 AMT측은 "한단의 특허는 이 회사가 특허 출원 하기전에 공지된 선행기술과 같은 것이므로 유효하다고 볼 수 없다"는 입장을 견지하고 있다. AMT는 "한단이 제기한 가처분 소송 대상 제품은 이미 2년전에 단종된 제품으로써 설사 가처분 결정이 내려진다고 해도 가처분할 대상이 없다"고 주장했다. 업계의 한 관계자는 "포지셔너 기술을 채용하는 셋톱박스 업체들이 많아 가처분 결정이 내려지면 업체들에 미치는 파장이 클 것으로 예상된다"고 말했다.

중국기업 'LG' 상표 소유권주장

베이징 란광엘리베이터공사(藍光電梯有限公

司)가 한국 LG를 상대로 상표권침해에 따른 손해배상청구 소송을 제기했다고 북경신보(北京晨報)가 4월 27일 보도했다.

란광엘리베이트의 주장에 의하면 자신들은 1991년부터 이미 사명(Lan Guang) 첫머리 글자를 따서 'LG'라는 상표를 사용했을 뿐만 아니라 현 LG그룹과 비슷한 로고를 사용해 왔다고 주장하고 있다.

한국LG는 1997년부터 LG브랜드를 이용 엘리베이트 등을 중국에 판매하고 있으며, 란광엘리베이트는 지난 5년간 상표침해에 의한 피해보상금으로 중국 인민폐 1억 위엔(한화 160억원 가량)을 요구하는 소송을 중국 베이징 최고법원에 제출했다.

한국LG그룹에서는 기본적으로 'LG'와 란광엘리베이트의 상표는 다르며, 로고의 경우에도 확연히 구별되기에 상표침해 소지가 전혀 없으며, 97년 이후 5년이 지난 현시점에 소송을 제기하는 것 또한 이해되지 않는다는 입장을 보이고 있다.

한편, 중국이 WTO 가입이후 가짜상표에 대한 집중단속을 강화하는 등 지적재산권에 대한 국제적 입장을 존중하는 여러조치를 취하고 있다. 이런 가운데, 이번 소송이 올해 베이징에서 처음 제출된 지적재산권 관련소송이며 특히 자국기업이 외국기업을 제소한 것이어서 베이징 재계의 관심이 높다.

현재 중국 엘리베이트 관련업체는 500여 개가 난립중이며 연간 3만 건의 엘리베이터 제작 수주가 이루어지고 있다.

란광엘리베이트도 협회 회원사이며, 베이징 공장에서 제조 및 수리를 전문으로 하는 중견업체로 알려져 있다.

출처 오마이뉴스

중국 DVD 플레이어 제조업체 - 지적 재산권 침해사례 빈번

중국 DVD 플레이어(DVDP) 제조업체들의 특허권 침해가 잦은 것으로 나타나 국내 DVDP 개발업체들의 중국 진출에 각별한 주의가 요구된다. KOTRA는 해외무역관 보고를 통해 DVD 관련 원천기술을 확보하고 있는 라이선스 6개 기업(히타치·마쓰시다·미쓰비시·빅터·타임워너·도시바)이 최근 중국내 100여개 DVDP 제조업체에 대해 로열티 납부를 요구하는 등 지적재산권 침해 공방이 늘고 있다고 밝혔다.

이들 DVDP 원천기술 개발업체는 "중국 업체들이 로열티 지불을 회피하면서 세계 DVDP시장 규모 2500만대 가운데 40.4%인 1050만대를 공급하고 있다"며 "이들은 기술사용료로 DVDP 1대당 19.6달러의 로열티를 지불해야 한다"고 주장했다. 이에 중국 DVDP 제조업체들은 현재 생산 중인 DVDP가 대부분 중저가형으로 원천기술 업체들이 요구하는 로열티 금액을 맞춰줄 수 없다는 입장이라고 KOTRA는 전했다.

전문가들은 중국 가전업체의 특허권 보유 건수가 거의 없음을 감안할 때 DVDP 뿐 아니라 디지털캠코더·HDTV 등 첨단 디지털 가전제품 분야에서 중국 업체들의 특허권 침해가 계속될 것으로 우려하고 있다.

KOTRA는 "중국도 특허법상 특허출원인이 기술사용 비용을 사용자측에 청구할 수 있으나 실제로는 지불방법과 지불액 산정방법을 명확히 규정하고 있지 않아 중국 업체들이 이를 악용하는 사례가 늘고 있다"며 "독자적인 기술력을 확보한 업체들이 중국에 진출할 때 특히 주의해야 한다"고 말했다.

출처 디지털타임스



【판례번호】거절사정(상표)

2001.09.28. 대법원 2001후2139

판결

【판시사항】

【TD0200】 출원상표 “Evening Flower”와 인 용상표 ‘이브닝’은 유사하다.

【원고, 피상고인】 주식회사 태평양

소송대리인 변리사 하문수

【피고, 상고인】 특허청장

【원심판결】

특허법원 2001. 6. 15. 선고 2000허8369 판결

【주 문】

원심판결을 파기하여 사건을 특허법원에 환송 한다.

【이유】

원심판결 이유에 의하면, 원심은, ‘저녁, 밤’ 등의 뜻을 가진 영문자 ‘Evening’이나 ‘꽃’ 등의 의미를 지닌 영문자 ‘Flower’는 흔히 사용되는 일반적인 용어이므로 일반 수요자나 거래자는 두 단어가 결합한 이 사건 출원상표 “Evening Flower”를 보고 ‘저녁에 피는 꽃’이라는 뜻으로 쉽게 인식할 수 있으므로 이 사건 출원상표는 ‘Evening’과 ‘Flower’가 합쳐져서 하나의 독립된 새로운 관념을 형성한 것이어서 “Evening Flower” 전체로서만 호칭·관념된다고 보아야 할 것이지 이를 분리하여 그 의미가 전혀 다른 “Evening”만으로 약칭될 수는 없다고 하여, 영문자 ‘Evening’과 ‘Flower’로 구성된 이 사건 출원상표와 한글 ‘이브닝’으로 구성된 인용상표 1(등록번호 제211206호) 및 2(등록번호 제211209호)는 외관이 서로 다르고, 또한 이 사건 출원상표는 상표 전체에 의하여 ‘이브닝 플라워’로 호칭되고 ‘저녁에 피는 꽃’ 정도로 관념될 것

이므로, ‘이브닝’으로 호칭되고 ‘저녁으로 관념되는 인용상표들과는 호칭 및 관념도 서로 달라 일반 수요자의 입장에서 전체적, 객관적, 이격적으로 관찰할 때 양 상표는 서로 유사하지 아니하므로 양 상표를 동일·유사한 지정상품에 다 함께 사용하더라도 일반 수요자가 상품 출처에 관하여 오인·혼동을 일으킬 염려가 없어 이 사건 출원상표는 선 출원에 의한 타인의 등록상표인 인용상표들과 유사하지 아니한 상표이므로 상표법 제7조제1항제7호에 해당하지 아니한다는 취지로 판단하였다.

그러나 이 사건 출원상표를 구성하는 영문자 ‘Evening’이나 ‘Flower’가 흔히 사용되는 기초적인 영어단어이어서 이 두 단어가 결합한 이 사건 출원상표를 보고 일반 수요자나 거래자가 원심이 판단한 바와 같이 ‘저녁에 피는 꽃’이라는 뜻으로도 인식할 수는 있으나, 이 사건 출원상표는 단순한 조어에 불과하여 일반 소비자 등이 항상 그와 같이만 관념한다고 볼 수도 없을 뿐만 아니라, 그러한 의미는 영문자 ‘Evening’과 ‘Flower’ 두 단어가 가지는 각각의 의미를 단순히 합친 것에 불과한 것으로서 그 이상의 새로운 관념이 형성되었다고 할 수도 없고, 또한 이 사건 출원상표는 외관상 두 단어가 서로 분리되어 있어, 이를 분리하여 관찰하면 부자연스러울 정도로 밀접하게 결합되어 있는 것도 아니어서 ‘Evening’과 ‘Flower’만으로도 각기 분리관찰될 수 있다 할 것이고, 나아가 이 사건 출원상표와 인용상표들을 비교하면, 외관에서는 양 상표가 서로 상이하나, 이 사건 출원상표가 ‘Evening’만으로 분리관찰되는 경우 양 상표의 호칭과 관념이 서로 동일하다고 할 것이어서 결국 이 사건 출원상표와 인용상표들은 동일·유사한 지정상품에 사용되는 경우 상품 출처의 오인·혼동을 일으킬 염려가 있다고 할 것이다.

그럼에도 불구하고 원심이 그 판시와 같은 이유만으로 이 사건 출원상표와 인용상표들이 유사한 상표라고 할 수 없다고 판단한 데에는 상표의 유사 여부에 관한 법리를 오해함으로써 판결 결과에 영향을 미친 위법이 있다 할 것이고, 이 점을 지적하는 상고이유의 주장은 이유가 있다.

그러므로 원심판결을 파기하고 사건을 원심법원에 환송하기로 하여 관여 대법관의 일치된 의견으로 주문과 같이 판결한다.

대법관 이강국(재판장) 대법관 조무제 대법관 이용우(주심) 대법관 강신욱

【판례번호】거절사정(상표)

2001.09.28. 대법원 99후2655 판결

【판시사항】

【TD1601】 상표법 제7조제1항제11호 소정의 '수요자를 기만할 염려가 있는 상표'에 해당하는지 여부의 판단 기준 및 그 판단 기준시점(=상표등록사정시 또는 상표등록 허가 심결시) 【TD0290】인용상표에 비해 이 사건 출원상표"ZIO&ZIA + 지오지아"를 부착한 의류제품에 대한 상설매장의 수, 매출액, 선전광고실적이 압도적으로 많은 점에 비추어 보면, 이 사건 심결시에 인용상표가 국내의 일반 거래에 있어서 수요자나 거래자에게 그 상표나 상품이라고 하면 참가인들 또는 어느 특정인의 상표나 상품이라고 인식될 수 있을 정도로 알려져 있었다고 보기는 어렵다고 할 것이다.

【TD1190】 저명하지 아니한 인용상표를 모방한 동일한 상표를 같은 지정상품에 출원 한 경우, 상표법 제7조제1항제4호 소정의 '공공의 질서 또는 선량한 풍속을 문란하게 할 염려가 있는 상표'에

해당하지 않는다.

【원고, 피상고인】 신성통상 주식회사

소송대리인 법무법인 충정 담당변호사 황주명 외 2인

【피고】 특허청장

【피고보조참가인, 상고인】 송춘근 외 1인

소송대리인 법무법인 케이씨엘 담당변호사 김학세 외 8인

【원심판결】

특허법원 1999. 10. 7. 선고 98허7592 판결

【주문】

상고를 모두 기각한다. 상고비용은 피고보조참가인들의 부담으로 한다.

【이유】

1. 상고이유 제1점 및 제2점에 대하여 본다.

상표법 제7조제1항제11호에서 규정하고 있는 수요자를 기만할 염려가 있는 상표에 해당하기 위하여는 인용상표나 그 사용상품이 반드시 저명하여야 하는 것은 아니지만 적어도 국내의 일반 거래에 있어서 수요자나 거래자에게 그 상표나 상품이라고 하면 특정인의 상표나 상품이라고 인식될 수 있을 정도로 알려져 있어야 할 것이고, 이러한 경우에는 인용상표와 동일 또는 유사한 상표가 위 사용상품과 동일 또는 유사한 지정상품에 사용되어질 경우에 위 규정에 의하여 일반 수요자로 하여금 상품의 출처에 관하여 오인·혼동을 일으키게 하여 수요자를 기만할 염려가 있다고 할 수 있을 것이며, 그 판단의 기준시점은 상표등록출원에 대하여 상표등록사정을 할 때 또는 상표등록을 허가하는 심결을 할 때라고 할 것이다(대법원 1995. 9. 26. 선고 95후262 판결, 1996. 4. 26. 선고 95후927 판결, 1997. 3. 14. 선



고 96후412 판결 등 참조). 기록에 의하면, 피고 보조참가인(이하 '참가인' 이라고 한다)들은 부부로서 프랑스 파리에 있는 패션스쿨에서 수학한 디자이너들이고, 참가인 송춘근은 1989년경부터 송지오라는 예명을, 참가인 이지희는 1993년경부터 이지아라는 예명을 각 사용하여 온 사실, 참가인들은 1993년 1월 서울 강남구 압구정동에 "ESPACE BLUE(에스빠스 블루)"라는 상호의 의상실을 개설하였다가 1993년 12월에 이르러 상호를 각 예명의 이름 부분을 결합하여 만든 "ZIO & ZIA ESPACE BLUE"로 변경하고 이를 약칭한 인용상표 "ZIO & ZIA" 또는 이를 한글로 음역한 "지오 에 지아"를 상호와 자신들이 제조하는 의류제품의 상표로서 사용하여 영업을 하여 온 사실, 1994. 2. 21.부터 같은 달 28일까지(1차 바겐세일)와 같은 해 4월 12일부터 같은 달 17일까지(2차 바겐세일) 각 삼풍백화점에서 실시한 바겐세일 행사에 참여하여 1차 바겐세일시에는 합계 22,039,300원, 2차 바겐세일시에는 합계 13,197,700원 상당의 각 제품을 판매하였는데 위 각 바겐세일 무렵에 숙녀패션 부분에 인용상표가 들어 있는 광고전단이 1차 바겐세일시에는 45만장, 2차 바겐세일시에는 100만장이 각 배포된 사실, 참가인들은 1994. 10. 26.경 일본 오사카에서 열린 국제패션쇼에 참가하여 작품을 발표하고 1996년에 96 SFAA와 도쿄패션페스티벌에 참가하는 등 수회에 걸쳐 패션쇼에 참가하거나 이를 개최한 사실, 또한 위 송춘근은 위 1994년 1월부터 6월까지의 소외 주식회사 테코의 텔레그라프실장으로, 1995년 5월부터는 동부산업 주식회사 산하의 의류업체인 매니페디의 상품기획실장으로, 1996년 7월부터는 LG패션에서 수석디자이너의 직책을 가지고 활동한 사실, 디자이너로서의 참가인들의 위와 같은 활동들이 1989년경부터 이 사건 심결일인 1998. 7. 14. 무

렵까지 한국일보, 일간스포츠 등의 일간신문에 약 27회, "FASHION TODAY", "ELLE" 등의 패션잡지 등에 45회, 외국신문 및 잡지에 16회에 걸쳐 소개되었는데, 그 소개기사 중 디자이너 송지오가 "지오 에 지아"라는 의상실을 경영한다는 내용이나 위 송지오의 작품경향과 함께 인용상표에 관한 내용이 곁들여 소개된 것은 모두 26회(국내의 일간신문이 3회 정도이고, 나머지는 일본의 섬유관련신문이나 국내의 잡지기사이다) 정도이고, 나머지 기사에서는 대부분 송지오의 국내와 일본에서의 디자이너로서의 활동이 주로 소개된 것이며, 그나마 위 기사들 중 20여회 정도는 송지오가 디자이너로 근무하고 있던 동부산업 주식회사의 매니페디나 LG패션과 관련된 기사인 사실, 또한 19회에 걸쳐서 송지오가 참가한 패션쇼가 유선방송을 통하여 TV에 방영된 사실을 알 수 있으나, 한편 원고 또한 1995. 1. 3. 인용상표와 유사한 이 사건 출원상표 [출원상표] 를 등록출원하고, 이를 사용하는 의류제품에 관하여 1995년부터 1998년 6월까지 사이에 일간신문에 9회, 기타 특수신문에 22회, 월간잡지에 65회의 각 광고를 게재하고, 지하철역 등의 옥외광고판 등과 극장광고 등을 통하여 광고선전하여 그 광고선전비용으로 1995년에 약 7억2천만 원, 1996년에 약 7억4천만 원, 1997년에 약 3억5천만 원을 지출하였고, 각종 일간신문과 월간잡지에 16회의 특집기사가 게재되기도 하였으며, 1995. 7. 1.부터 1997. 6. 30.까지의 기간 동안에 전국의 63개 대리점과 상설할인매장을 통하여 국내에서만 합계 238억 원 상당의 이 사건 출원상표를 부착한 의류제품이 판매된 사실을 알 수 있는바, 이와 같이 인용상표에 비해 이 사건 출원상표를 부착한 의류제품에 대한 상설매장의 수, 매출액, 선전광고실적이 압도적으로 많은 점에 비추어 보면, 이 사건 심결시에 인용상표가 국내의 일반 거래

에 있어서 수요자나 거래자에게 그 상표나 상품이라고 하면 참가인들 또는 어느 특정인의 상표나 상품이라고 인식될 수 있을 정도로 알려져 있었다고 보기는 어렵다고 할 것이다.

따라서 원심이 그 이유 설시에 있어서 다소 적절하지 않은 면은 있으나, 같은 취지에서 이 사건 등록상표가 상표법 제7조제1항제11호에 해당되지 않는다고 판단한 조치는 결과적으로 정당하고, 여기에 상고이유에서 주장하는 바와 같이 판결 결과에 영향을 미친 사실 오인이나 상표법 제7조제1항제11호에 관한 법리오해 등의 위법이 있다고 할 수 없다.

2 상고이유 제3점에 대하여 본다.

인용상표가 저명하지 아니한 이상 이를 모방한 동일한 상표를 같은 지정상품에 출원한 것 자체만으로는 상표법 제7조제1항제4호에 해당한다고 할 수 없는바(대법원 1997. 10. 14. 선고 96후

2296 판결, 1997. 12. 12. 선고 97후1153 판결 등 참조), 이 사건에 있어서 인용상표가 저명상표라고 할 수 없음은 위에서 본 바와 같으므로, 이 사건 출원상표가 인용상표와 유사하고 그 지정상품 또한 인용상표의 사용상품과 동일·유사하다고 하더라도 상표법 제7조제1항제4호에 해당한다고 볼 수 없고, 이와 같은 취지로 판단한 원심의 조치는 정당하며, 거기에 상고이유에서 주장하는 바와 같은 상표법 제7조제1항제4호에 관한 법리오해 등의 위법이 있다고 할 수 없다.

3 그러므로 상고를 모두 기각하고 상고비용은 패소자들의 부담으로 하기로 하여 관여 대법관의 일치된 의견으로 주문과 같이 판결한다.

대법관 이강국(재판장) 대법관 조무제 대법관 이용우(주심) 대법관 강신욱

발특2002/6