

# 폴로/랄프로렌 도형상표의 유사상표 등록에 관한 연구

김 용 주

한성대학교 예술대학 의상디자인전공 교수

## A Study on the Registration of Analogous Trademark to Polo/Ralph Lauren Trademark

Yong-Ju Kim

Dept. of Fashion Design, Hansung University

(2003. 10. 25. 접수)

### Abstract

This study was to analyze the trademarks of The Polo Lauren Company in fashion products and its analogous trademarks that have been applied or registered in the Korean Patent Office. The data was collected from the Korean Patent Office and KIPRIS search system was used. Total 468 trademarks applied by the date of September 10, 2003 including 317 registered trademarks of the Polo Lauren Company and 151 its analogous trademarks applied for fashion products, were used for the analysis.

The results were follows.

- (1) Total 73 different types of trademarks of the Polo Lauren Company were registered for 26 product classification. Trademarks were composed of all possible combination of letter, sign and sketch to prevent the registration of its analogous trademark. Also even the same trademarks were registered for each different product classification. Since the early 1990s the extended trademarks for each segments reflecting diverse lifestyles were frequently registered.
- (2) Total 134 trademarks that had applied for registration were rejected due to its analogousness to the Polo Lauren. Most of them were seem to purposely analogous to mislead and to confuse consumers. The major type was to add one or two words as brand extention to the genuine Polo brand. Next type was minor modification of genuine trademark. The last type was almost same brand names in different product categories.
- (3) Total 3 trademarks were not permit to register by the objection of the Polo Lauren Company. Total 19 trademarks were permit to register. Those showed low degree of analogousness. However most of these trademarks were cancelled by the lawsuit of the Polo Lauren company.

**Key Words:** analogous trademark(유사상표), Polo/Ralph Lauren trademark(폴로/ 랄프로렌 등록상표), brand extension(확장상표)

---

※ 본 논문은 2003년도 한성대학교 학술연구비 지원에 의해 수행되었음.

## I. 서론

패션기업은 자사의 제품과 타사의 제품이 식별 되도록 하고 또 제품의 이미지를 효율적으로 전달하기 위해 기호나 문자, 또는 도형을 상표로 사용하고 있으며 패션제품에 있어서는 이러한 상표가 디자인의 일부로 사용되기도 한다. 또한 소비자들에게는 상표가 제품품질과 상품에 대한 판단기준을 위한 실마리가 되어 소비자가 많은 상품들 중에서 제품을 빨리 식별할 수 있는 실마리의 역할을 하여 효율적인 구매의사결정을 가능하게 하여준다고 할 수 있다<sup>1)</sup>.

그러나 패션상표가 이러한 기능들, 특히 상표의 가장 중요한 기능인 식별의 역할을 제대로 수행하지 못하여 소비자를 혼동시켜 소비자를 기만하고 제품에 대한 오인을 유도하여 기업에게는 브랜드가치를 하락시키는 치명적인 영향을 미치는 사례가 증가하고 있다. 이러한 사례는 크게 두 가지로 구분할 수 있는데 첫째는 원상표권자의 상표와 동일한 위조상표에 의한 경우와 두 번째는 동일하지는 않으나 충분히 소비자를 오인할 수 있는 유사상표에 의한 경우이다<sup>2)</sup>.

패션상품은 세계적으로 다른 제품류에 비하면 위조상품의 유통량이 가장 많은 분야이며 이로 인한 진정상품의 피해는 심각한데 최근 급증하는 기만적 위조상품의 경우는 더욱 그러하다 할 수 있다<sup>3)</sup>.

두 번째 사례인 유사등록상표에 의한 피해는 위조상품의 경우보다 훨씬 심각하며 장기적인 영향을 미칠 수 있는데 그 이유는 유사등록상표는 상표등록에 의해 원상표와 동등한 법적 권리를 갖기 때문이다<sup>4)</sup>.

최근 들어 기업은 지적재산권에 대한 관심이 높아지고 있고 특히 상표에 대한 중요성이 인식

됨에 따라 기업은 상표 또는 브랜드관리를 위해 많은 투자를 하고 있다. 그 이유는 다른 지적재산권, 예를 들면 특허나 실용신안, 의장 등의 산업재산권에 비하면 상표는 수명이 매우 길며 무한대로 장수할 수도 있는 중요한 재산이며 때로는 브랜드 자체의 가치가 기업의 가치를 초과하기도 하기도 때문이다<sup>5)</sup>.

패션산업은 소규모의 다수의 업체로 구성된 대표적인 산업이며 또한 하나의 기업내에서도 소비자를 세분화하고 목표시장마다의 컨셉에 맞는 브랜드를 부여하여 상표가 가장 많은 산업이라 할 수 있다. 또한 끊임없이 새로운 브랜드가 탄생하고 소멸하는 산업이기도 하다. 실제로 우리나라 특허청에 등록된 상표는 의류(구상품분류 045, 신상품분류 25)에만 총 138,227건(2003. 9. 10현재)이 출원되어 있다. 국내 패션시장은 또한 라이선싱 및 직수입 등에 의해 해외상표의 유입이 급격히 증가하고 있는 산업이다. 그러므로 무수히 많은 상표가 존재하는 패션산업에서 자사의 상표관리를 위해, 또한 새로운 시장을 위한 브랜드 런칭을 위해 지속적인 출원상표의 모니터링과 유사상표에 대한 적극적 대응이 필수적이라 할 것이다.

최근 들어 기업의 적극적인 상표보호전략에 따라 산업 전반에 걸친 상표관련 분쟁이 증가하고 있는데 2003년 9월 10일 현재 총 18,579건의 각종 상표관련 소송(상표 취소, 무효, 권리범위 확인, 거절결정불복)의 판결이 있다. 의류의 상표관련 소송도 지난 3년간 급격히 증가하여 1975년 의류상표관련 최초 심판이 있던 이후 총 626건중 315건이 2000년 1월 1일 이후 발생하였다<sup>6)</sup>. 이는 의류산업의 출원상표의 숫자도 급격히 증가하였고 또한 기업이 상표관리의 방법으로 소송을 제기하고 있음을 알 수 있다. 특히 유

1) 안광호, 황선진, 정찬진 (1999). 「패션마케팅」, 수확사.

2) 김용주 (2001). 한국패션기업의 지적재산권 보호실태에 관한 연구. 한국의상디자인 학회지 3(2), pp.5-21.

3) Grossman, Gene and Shapiro, Carl (1988). Foreign Counterfeiting of Status Goods. Quarterly Journal of Economics 103(1), pp.79-100.

4) 조선일보 (2003. 9. 6). "판치는 브랜드... 기업들 비상". B5.

5) 최우열 (1997). 브랜드 피라미드를 쌓아라. 주간경제 410호.

6) 특허청. 상표심판자료 (1975-2003).

명패선상표는 많은 경우 모방의 대상이 되었고 이에 따라 법적 분쟁의 대상이 되는 사례가 많이 발생하여 왔다. 특허분쟁 (2003.1.29). “다른 상표라도 비슷한 상표문양 사용하면 불공정거래 행위”<sup>7)</sup>.

본 연구는 지난 십 여년간 국내 의류시장에서 위조상품의 유통량이 가장 많았고 따라서 유사상표의 등록도 가장 많이 시도되었던 미국 폴로 로렌사의 상표등록 및 이의 유사상표 출원추이를 분석함으로써 모방상표의 경향을 분석하고자 하였다. 폴로로렌사는 국내에서 총 254건의 상표관련 소송을 제기하는 등 강력한 상표관리 전략을 펼쳐오고 있고 몇 차례의 국내 라이선서를 거치면서 위조상표 및 유사상표에 대하여 적극적인 대응책을 전개해온 기업으로 알려져 있다. 본 연구는 폴로로렌사의 사례를 분석하여 유사상표의 출원추이를 분석함으로써 최근 급격히 증가하는 위조상품 및 모방상표의 등록에 대하여 패션기업이 자사의 상표관리전략을 수립함에 있어 방향을 제시하여 줄 수 있을 것이라 생각한다.

## II. 이론적배경

### 1. 우리나라의 상표제도

우리나라 상표법 제 1조 명시된 상표권의 목적은 ‘상표를 보호함으로써 상표사용자의 업무상의 신용유지를 도모하여 산업발전에 이바지함과 아울러 수요자의 이익을 보호하기 위한 것’<sup>8)</sup>이라고 명시되어 있다. 또한 대법원 판례에서 보듯이 상표권은 ‘상표와 상품의 관계를 유지함으로써

부정경쟁을 방지하고 상표권자의 영업상의 신용을 보전함과 동시에 거래자 및 수요자를 보호함에 있다고 판시하고 있다<sup>10)</sup>.

우리나라 상표제도의 가장 중요한 기능은 선출원 등록상표 및 미등록 주지,저명상표의 배타적 권리를 법으로 보호함으로써 상표의 식별력을 혼동시켜 일반 수요자로 하여금 상표의 품질을 오인 또는 기만할 수 있는 상표로부터 보호하는 것이다<sup>11)</sup>. 이러한 기능을 수행하기 위한 상표제도의 주요 원칙으로는 선출원원칙과 1상표 1출원주의 원칙, 그리고 상표를 사용할 상품 지정의 원칙의 세 가지를 들 수 있다<sup>12)</sup>.

그중 가장 중요한 원칙인 선출원주의는 동일상표, 동일상품류에 등록하는 경우 먼저 선출원인에게만 상표에 대한 배타적 권리가 주어진다 것이다. 그러나 이에 대한 예외도 있어 비록 미등록 상표라 하더라도 주지,저명상표인 경우 이의 상표권이 인정된다. 어떤 기준으로 저명성(well-known)을 인정하느냐에 대한 논의가 많이 이루어지고 있으나<sup>13)</sup> 의도적으로 타인의 상표에 대한 인지도를 법적으로 악용하려는 의도를 막기 위함이다. 또한 해외 유명상표에 대하여는 우리나라가 1980년 5월 상표에 대한 국제협약인 파리조약(Paris Convention for the Protection of Industrial Property)<sup>14)</sup>에 가입하였는데 이 조약 제 6조 2항에서는 이미 동맹국에게 잘 알려진 상표(‘저명상표’)에 대하여 그것이 해당국에 법적으로 등록되어 있지 않더라도 이 저명상표와의 혼동을 초래할 수 있는 동일 또는 유사한 상표의 등록을 거절 또는 취소하도록 되어있다<sup>15)</sup>. 그러므로 우리나라에서는 해외 미등록 저명상표에 대하여 보호하도록 되어 있

7) 특허분쟁 (2003.1.29). “다른 상표라도 비슷한 상표문양 사용하면 불공정거래 행위”.

8) 특허분쟁 (2003.1.24). “나나리찌와 로베르토리찌 유사상표 아니다”.

9) 상표법 제 1조 1항.

10) 최종협 (1998). 상품의 품질인 내지 수요자 기만상표에 관한 연구. 연세대학교 특허법무대학원 상표전공 석사학위논문, pp.3-4.

11) 상표법 제 7조 제 1항 제 11조.

12) 특허청. “지적재산권해설”. 자료검색일 2003. 5. 10. 자료출처 : <http://www.kipo.go.kr>

13) 옥치왕 (1999). 상표법상 상표에 동일, 유사여부 판단기준에 관한 연구. 연세대학교 법무대학원 산업재산권전공 석사학위논문, pp.1-12.

14) 파리조약은 속지주의를 인정하면서 그 밖에 내국인 평등의 원칙, 우선권제도, 특허독립의 원칙을 3대 기본원칙으로 산업재산권의 국제적 보호를 위한 조약이다.

15) 김재해, 서경민 (1999). 유명상표에 대한 소고. 지적재산 2호.

어 특허청에서는 참고 자료로 지난 1995년까지 세 차례에 걸쳐 「해외 유명상표집」을 발간한 바 있다. 월마트소송사건은 해외 유명상표이나 국내에 등록되어 있지 않고 우리나라는 선출원주의를 기본 원칙으로 한다는 점을 이용하여 부당이익을 취하려한 사례로 볼 수 있다.

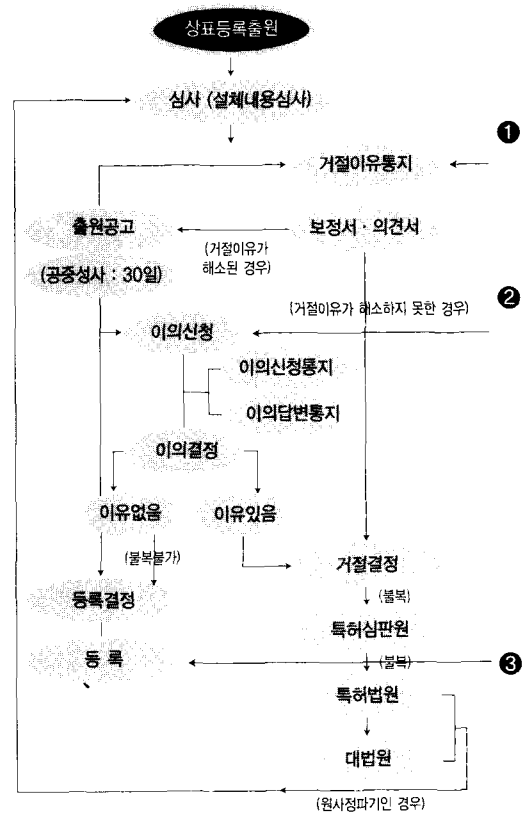
두 번째 중요한 원칙인 1상표 1출원주의는 각 상표에 대하여 별도의 출원을 하여야 한다는 것이고 세 번째 원칙인 상표의 출원상품류 지정의 원칙은 상표 출원시 반드시 상품류를 지정하여야 한다는 것이다. 그러나 이 또한 법규정을 악용해 상표의 인지도가 높아질 때 다른 상품류, 특히 동일 상품류는 아니나 관련 상품류에 의도적으로 출원해 부당이익을 취하려는 사례가 빈번히 발생하였다. 의류브랜드인 MARZO를 핸드백 브랜드로 출원한 사례는 오랜 기간에 걸친 법적 공방으로 이어졌었다. 그러므로 2001년 개정 상표법에서는 출원 상품류를 개별적 상품분류 이외에 다류(NICE분류 98)로 할 수 있게 하였다.

이러한 원칙에 부합하고 등록요건을 갖춘 상표는 <그림1>과 같은 절차를 거쳐 상표권을 취득하게 된다. 취득된 상표권은 타인의 유사 또는 동일상표에 의해 침해되지 않도록 자사의 상표를 보호해야 한다. 상표법 제 63조 제 1호에 의하면 「타인의 등록상표와 동일한 상표를 그 지정상품과 유사한 상품에 사용하거나 타인의 등록상표와 유사한 상표를 그 지정상품과 동일 또는 유사한 상품에 사용하는 행위」를 상표권 침해행위로 규정하고 있다. <그림1>에서 패션기업은 자사의 상표권이 침해되는 것을 막기 위해 (1)~(3)의 세 단계에 걸친 행동을 할 수 있다. 첫 단계는 특허청의 심사에 의한 것으로 기존 상표와의 유사성이 큰 경우 상표등록이 거절된다. 두 번째는 등록심사를 통과한 출원상표는 30일간 공고기간을 거치게 되는데 이때 원상표권자가 이의신청으로 유사상표의 유사성을 증명하여 등록이 거절되도록 하는 것이다. 또는 미등록 저명상표의 경우에도 이 기간중 원상표의 저명성을 증거로 이미 등록 심사를 거친 유사상표의 등록을 저지할 수 있다. 세 번째는 모든 등록이 완료된 유사상표

인 경우에는 상표권 무효/취소소송에 의해 자사의 상표에 대한 배타적 권리를 지킬 수 있는데 이 세 번째 방법은 우리나라의 3심제도에 의해 특허심판원과 대법원의 항소와 상고를 거치는 오랜 시간과 막대한 비용이 소요된다고 할 수 있다.

이러한 상표권 등록절차를 마치고 또 유사상표로부터 보호된 상표권은 설정등록에 의하여 발생하는데 상표권의 존속기간은 설정등록이 있는 날로부터 10년이며, 상표권의 존속기간 갱신등록출원에 의하여 10년간씩 그 기간을 갱신할 수 있으므로 계속 사용을 하는한 반영구적인 효력을 갖는 것으로 상표는 지적재산권 중에서 가장 수명이 긴 높은 가치를 창조하는 재산이라고 할 수 있다.

(그림1)상표등록 심사 출원과정 및 유사상표에 의한 상표권침해에 대한 문제제기단계



- ① 상표등록심사에 의한 등록거절
- ② 공고기간중 이의신청에 의한 등록거절
- ③ 상표권 관련 소송에 의한 등록무효/등록취소

## 2. 유명상표의 유사상표와 희석이론

유명상표의 보호문제는 상표법 관련규정의 해석 및 적용에 있어 행정기관인 특허청과 법원이 그 태도의 상이함을 노정시킨 개별분쟁 사례가 적지 않다<sup>16)</sup>. 또한 유명상표의 기준도 논의의 대상이 되고 있다. 유명상표는 주지 또는 저명상표로 정의할 수 있는데 주지상표라 함은 '특정인의 업무에 관한 상표를 상품에 사용한 결과 일반 거래자 및 수요자간에 널리 인식되어 있는 상표'를 말하며 저명상표란 수요자들에게 널리 인식되어 있는 정도가 주지상표보다 더 높은 상표를 말하는 데 그 인식의 기준이 모호하다<sup>17)</sup>.

WIPO(World Intellectual Properties Organization)권고안에 따른 유명상표의 판단 기준은 관련 분야에서의 인지도, 상표의 사용기간 및 사용지역, 광고 및 홍보, 상표선전의 기간, 정도 및 지역, 상표등록이나 출원의 존속기간 및 등록지역, 상표권의 성공적 집행기록, 그 외 상표와 관련된 가치이다. 이에 반해 우리나라에서의 주지상표의 기준은 국내에서 그 상표의 사용, 공급, 영업활동기간, 방법, 대상 및 거래범위 등이 고려되어 거래실정 또는 사회통념상 객관적으로 널리 알려져 있느냐의 여부에 따라 결정하고 있다<sup>18)</sup>.

또한 상표권에 있어 가장 논란의 대상이 되고 있는 것은 상표의 유사성 기준에 관한 것이다. 상표법 제 7조 1항 11조에서는 "상표의 품질을 오인케하거나 수요자를 기만할 염려가 있는 상표"는 상표등록을 할 수 없다고 되어 있다. 그런데 "수요자를 기만할 염려가 있는 상표"에 대하여 그 유사성판단의 기준에 대하여 많은 논의가 이루어져 왔다<sup>19)20)21)22)</sup>. 그러나 이러한 논의에도

불구하고 최근 두드러진 추세는 유명상표에 대한 보호가 강화되고 있다는 것이며 유명상표의 보호를 위한 법리로 등장한 것이 희석이론(Dilution Theory)이다<sup>23)</sup>.

희석이론이란 유사상표가 상표권자의 상표의 출처의 혼동이나 경쟁관계가 있음에도 불구하고 상표의 식별력을 희석시킴으로써 저명상표의 이미지, 광고선전력, 고객흡인력 등이 다른 상품에 흡수되어 희석되는 현상을 방지하기 위한 이론이다<sup>24)</sup>.

유명상표의 상표보호의 첫 번째 목적은 출처표시의 기능보다는 새로운 수요창출 및 보호에 있고 상표소유자에게 있어서는 상표의 유일성 또는 개성의 보존이 가장 중요하므로 단순한 출처표시보다 그것에 부착된 상표의 인상, 좋은 경험 등과 결합하는 기능이 중요하며 이러한 상표는 소비자에게 상품의 정보를 제공해주는 값싸고 편리한 수단이 될 수 있다.

희석이론이 설명하는 상표의 희석의 유형에는 blurring(변질)과 tarnishment(오점)의 두가지 유형이 있다. 전자는 이종상품에 대한 상표의 무단사용으로 어떤 상표의 그 지정상품을 연상케 하는 힘을 약화시키는 것이고 후자의 tarnishment는 유명상표가 저품질의 불미스러운 상품 또는 불건전한 유사상품들과 무의식적, 의식적으로 연관되어 원상표의 긍정적 이미지에 손상을 입히는 경우이다. 유명상표는 위조상품뿐 아니라 마치 원상표의 확장상표인 것처럼 주상표의 명칭 또는 도형을 동일하게 하고 이에 문자나 도형을 첨가하거나 일부 변형하여 출원한 유사상표에 의해 원상표의 가치는 희석된다고 할 수 있다.

16) 최덕철 (2000). 유명상표에 관한 외국의 분쟁사례연구 -희석화(Dilution)법리의 적용을 중심으로-. 창작과 권리, Vol. 20, pp.85-101.

17) 이장호 (2000). 식별력이 없는 부분을 포함하는 상표의 유사여부 판단. 창작과 권리 Vol.20, pp.102-125

18) 대법원 1987. 12. 22 선고 87후 57판결.

19) 신성기 (1997). 대법원 판례에 나타난 수요자 기만 상표에 대하여. 산업재산권 Vol. 6, pp.161-177.

20) 최병규 (1998). 상표법 제 7조 제1항 제 11호의 문제점. 창작과 권리 Vol. 14, pp.94-129.

21) 최병규 (1998). 상표 및 상품의 동일, 유사성 판단. 창작과 권리 Vol. 14, pp.78-99.

22) 양명조 (1996). 상표보호의 본질. 창작과 권리 Vol. 12, pp.77-99.

23) 최덕철 (2000). 유명상표에 관한 외국의 분쟁사례연구 -희석화(Dilution)법리의 적용을 중심으로-. 창작과 권리, Vol 20, pp.85-101.

24) 이대희 (1997). 상표법상의 희석이론에 관한 고찰. 창작과 권리 Vol. 13, pp.53-84.

(표1) 패션관련 상품분류코드 및 설명

한국분류코드(1998.3.1.이전) 및 설명		NICE분류코드(1998.3.1.이후) 및 설명	
012	향료 혼료와 다른류에 속하지 아니하는 화장품	03	표백제 및 기타 세탁제제; 청정제; 광택제; 연마제; 비누; 향료, 정유, 화장품, 헤어로션; 치약
013	비누와 세제		
021	종이와 다른류에 속하지 아니하는 종이 제품		
023	피혁 및 모조품과 다른류에 속하지 아니하는 그들의 제품	18	피혁과 모조피혁 및 그 제품(다른 유에 속하는 것은 제외한다); 수피(獸皮); 트렁크 및 여행용 가방; 우산, 양산 및 지팡이; 채찍, 마구(馬具)
025	포대와 기타용기		
026	가구, 침구와 옥내의 장식품 및 혼상제구		
027	신발, 우산, 지팡이, 부채와 그들의 부속품	25	의류, 신발, 모자
034	이화학기계기구, 광학기계기구, 사진기계기구, 영화기계기구, 측정기계기구 및 안경과 그 부속품	14	귀금속 및 그 합금과 귀금속제품 또는 귀금속도금제품(다른 유에 속하는 것은 제외한다); 보석류, 귀석(寶石); 시계용구
035	시계와 그 부품 및 부속품		
044	보석, 귀금속류와 그들의 모조품 및 다른류에 속하지 아니하는 그들의 제품		
045	파복, 장식용품과 조화류	25	의류, 신발, 모자

출처: 특허청(2003), 지재권제도해설: 상품분류기준

실제 패션기업은 기존 상표에 대한 소비자의 인지도가 높은 경우 소비자 인식의 범주화에 따라 새로운 상표에 대한 소비자의 수용도를 용이하게 하고 따라서 광고비용 절감 및 용이한 유통망 진입 등에 의한 마케팅비용 절감을 위해 기존 상표와 유사하게 하거나 일부 문자나 도형을 첨부하는 확장상표를 적극적으로 활용하고 있다<sup>25)</sup>. 우리나라 소비자를 대상으로 조사한 결과 패션기업명과 모상표에 대한 친숙도는 확장상표의 평가에 매우 긍정적 영향을 미친다고 하였다<sup>26)</sup>. 이러한 현실을 고려할 때 의도적으로 소비자를 오인하고 혼동시키기 위해 마치 원상표의 확장상표로 인지되도록 유도하는 유명상표의 유사상표는 원상표의 가치를 희석시키는 치명적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 연구자료 및 자료수집

연구자료로는 현재 우리나라 특허청에 출원되어 있는 미국 폴로로렌사의 상표와 이와 유사하다고 판단되는 패션상품류(NICE상품분류 25, 18과 한국상품분류 023, 027, 045)의 도형상표로 하였다(표1). 자료수집은 특허정보원의 KIPRIS정보검색시스템을 이용하여 미국 폴로로렌사의 원상표 317건과 유사상표 151건을 수집하여 총 468건의 상표가 연구자료로 사용되었다.

#### 2. 자료분석

수집된 상표자료는 폴로로렌사의 원상표는 문자상표와 도형상표로 나누어 출원일자와 등록

25) Aaker, D.A. and K.L. Keller (.990), Consumer evaluation of Brand exrention, Journal of Marketing 54(1), pp.27-41.

26) 정찬진, 박재욱 (1998). 패션시장에서 모상표에 대한 지식이 확장상표의 평가에 미치는 영향. 한국의류학회지 22(3), pp.407-416.

상품류별로 상표등록추이를 분석하였다. 유사상표들은 출원후 심사에서 등록거절된 상표와 등록심사 통과 후 공고 시 이의신청에 의해 등록이 기각된 상표들, 그리고 등록이 완료된 상표들의 세 집단으로 나누어 원상표와의 유사성 및 특성을 분석하였다.

#### IV. 연구결과 및 논의

##### 1. 폴로 로렌사의 상표등록추이 및 상표전략분석

1980년 1월 4일 처음으로 Lauren Ralph Lauren상표를 의복류에 출원한 이후 현재 공고 중인 03류의 Ralph Lauren Love를 포함한 총 317건의 상표를 문자위주와 도형위주의 상표로 분류하고 출원연도순으로 정리하였다(표2-1, 표2-2). 이를 토대로 폴로 로렌사의 상표등록 추이 및 상표전략을 분석한 결과 다음과 같다.

(1) 모든 가능한 문자와 도형을 조합하여 상표로 등록하고 있었다. 폴로의 대표 문자상표인 Polo와 RALPH LAUREN을 조합하고 변형하여 가능한 모든 경우를 등록하고 있음을 알 수 있다. 예를 들면 POLO와 를 별도의 상표로, RALPH와 LAUREN, Polo Ralph Lauren과 POLO BY RALPH LAUREN, 그리고 RALPH LAUREN을 각각 별개의 상표로 등록하였다. 또 영문상표명을 먼저 출원하고 약 10년 후에 별도로 한글상표명인 폴로, 랄프로렌, 그리고 폴로 바이 랄프 로렌도 등록하였다. 도형상표에 있어서도 말을 타고 폴로경기를 하는 도형만을 별개로, 말과 polo문자를, 말과 POLO RALPH LAUREN, 말과 Ralph Lauren() , 조금 변형된 말, 둥글게 문자가 배열된 말 등의 모든 가능한 조합으로 등록하고 있었다. 또한 RALPH LAUREN의 약자인 RL을 다양한 도형과 Sports등의 문자와 결합하여 사용하고 있었다.

(2) 폴로로렌의 문자상표와 도형상표의 등록을 비교한 결과 1996년 이후 다양한 도형상(표2-1) 폴로/랄프로렌 원상표의 등록상표 유형 및 등록상품류 분석(문자상표) 출원됨을 알 수 있었

다. 폴로경기의 말도형 이외에 29개의 서로 다른 도형상표가 이용되고 있었는데 이는 단지 상표명을 알리거나 식별의 기능을 하는 것이 아니라 디자인의 일부가 되어 사용되고 있었다. 폴로로렌은 캐주얼의류이므로 이러한 도형상표는 쉽게 응용될 수 있는 품목이기 때문이라 하겠다. 특히 곰도형 상표는 해외시장에서는 크게 확대되어 티셔츠나 자켓의 디자인으로 사용되고 있는데 국내 시장에서는 상표 또는 의장으로 등록되어 있지 않은 이랜드의 티니위니에 의한 공격적 광고 및 마케팅에 의해 국내시장에서는 사용이 많이 되지 않고 티니위니에 대한 방어도 소극적인 상태이다.

(3) 출원상품류를 분석하여 보면 폴로로렌은 1980년 최초 출원시 의류(한국분류 045)에만 등록하였으나 약 10년 이후부터 신발, 가방, 시계 등 관련 패션상품류에 추가 상표등록을 하였다. 현재 및 은 <표1>에 열거한 모든 상품류인 15가지의 상품류에 등록하고 있다. 이는 폴로 로렌사가 사업영역을 의복류에서 부가가치를 높이기 위해 '패션상품'인 신발, 가방, 보석류, 시계, 선글라스, 화장품, 향수, 그리고 기타 잡화로 확대하고 있으므로 이에 대한 보호를 위해 점차 등록 상품류를 확장함을 알 수 있다.

(4) 연도별 폴로로렌의 상표등록 추이를 보면 1995년 이후 의복류의 시장세분화를 위해 확장상표를 사용하고 있었다. 예를 들면 POLO SPORT, Safari Ralph Lauren, POLO JEANS CO., RALPH LAUREN PURPLE, SILVER RALPH, RALPH LAUREN ROMANCE, -FACE FITNESS, -EYE FITNESS, -OUTDOOR FITNESS, -SHAVE FITNESS, -GLAMOUROUS, -LOVE, 그리고 EXTREME POLO SPORT 등으로 소비자들의 라이프스타일 변화에 따른 새로운 세시장을 위한 상표 또는 관련 품목류를 표현하도록 확장상표를 사용하고 있었다. 특히 최근 스포츠캐주얼 시장의 강세를 반영하듯 sport, jean, fitness 등의 문자를 사용한 확장상표가 등록되었다.

〈표2-1〉 폴로/랄프로렌 원상표의 등록상표 유형 및 등록상품류 분석 (문자상표)

	상표	최초 등록일	등록상품류	총 건수		상표	최초 등록일	등록상품류	총 건수
1		1980. 1.4	03	1	19	POLO SPORT	1995. 8. 31	025/027/045	5
2	RALPH LAUREN	1981. 5. 20	012/025/027/043 /045/ 25/28/다류	10	20	LAUREN	1995. 11.11	027	1
3	CHAPS BY RALPH LAUREN	1980. 11.24	045/25	2	21	POLO RALPH LAUREN	.	012/013	2
4	CHAPS BY RALPH LAUREN	1980. 12.4	006/009/021/025 /026/027/034/03 5/043/044/045	25	22		1996. 1. 18	010/012/013	3
5		1985. 5.22	045	1	23	Chaps	.	012	1
6	POLO	.	006/009/021/025 /026/027/034/03 5/043/044/045	16	24	POLO JEANS CO.	1996. 2. 8	03/027/045	3
7		1986. 3.13	018/045	3	25	RALPH LAUREN PURPLE LABEL	1997. 5. 1	012	1
8	POLO Ralph Lauren	1988. 12. 29	03/012	2	26	SILVER RALPH LAUREN	1997. 10. 16	012	1
9	폴로 바이 랄프 로렌	1990. 11. 2	09/025/026/027/ 034/044/045/14/ 18/98	19	27	LAUREN RALPH LAUREN	1997. 10. 29	027/043/045	3
10	랄프 로렌	.	.	19	28	RALPH RALPH LAUREN	1998. 5. 13	25	1
11	폴로	.	.	18	29	RALPH LAUREN ROMANCE	1998. 10.19	03	1
12	SAFARI	1990. 1. 22	03/010/012/다류	1	30	RALPH LAUREN/OUTDOOR FITNESS	1998. 11.11	.	1
13	POLO RALPH LAUREN SPORTSMAN	1992. 7. 6	045/25	3	31	RALPH LAUREN/STREET FITNESS	.	.	1
14		1993. 4. 26	045	2	32	RALPH LAUREN/PAGE FITNESS	.	.	1
15		1993. 8. 7	.	1	33	RALPH LAUREN/STREET FITNESS	.	.	1
16		.	.	1	34	RALPH LAUREN GLAMOUROUS	2000. 12. 7	.	1
17	U.S. POLO	1994. 5. 7	012...	8	35	RALPH LAUREN LOVE	2002. 9.6	.	공고중
18	RALPH	1995. 8. 31	03/025/027/045	5					

출처: 특허청 (2003), 지재권제도해설·상품분류기준



〈표2-2〉 폴로/랄프로렌 원상표의 등록상표 유형 및 등록상품류 분석 (도형상표)

	상표	최초 등록일	등록상품류	총 건수		상표	최초 등록일	등록상품류	총 건수
36		1980. 5.20	006/009/021/025/026/027/034/035/043/044/045	25	55		1995. 3.29	012	1
37		1995. 3.9	-	15	56		1995. 10.10	027/045	2
38		1985. 8.28	027/035/045	5	57		1996. 1.18	012	1
39		1986. 3.13	025/045	10	58		1996. 1.26	027/045	3
40		1992. 7.29	035/043/14/28	6	59		1997. 3.10	025/027/045	3
41		1993. 4.21	045/025	2	60		-	-	3
42		1989. 11.2	045	1	61		-	-	1
43		1991. 3.19	045/98	4	62		-	045	3
44		1992. 7.6	045	19	63		-	025/027/045	-
45		1992. 9.17	045/25	3	64		-	-	-
46		1993. 8.7	045	1	65		-	-	-
47		-	-	1	66		-	-	-
48		-	-	5	67		-	-	-
49		-	-	1	68		-	-	-
50		-	-	1	69		1997. 8.8	012	1
51		-	-	1	70		1998. 7.27	09/18/25/28	4
52		-	-	1	71		2000. 10.6	25	1
53		1993. 12.18	012	1	72		-	-	1
54		1995. 3.15	-	1	73		2001. 8.24	-	1

## 2. 폴로 로렌사의 상표등록추이 및 상표전략분석

### 1) 등록거절 유사상표

폴로와 유사상표로서 출원 후 상표심사과정에서 등록거절된 상표는 총 134건으로 유사상표의 대부분을 차지한다고 할 수 있다<표3>. 출원상표는 심사과정에서 출원의 의도가 폴로의 저명성 및 소비자의 인지도를 이용하여 의도적으로 모방하여 소비자를 혼동할 상표로 판단된 상표들로 분석된다. 이들의 출원시기는 국내에서 폴로의 인지도가 급속히 상승하고 캐주얼시장이 급성장한 1990년대 초반과 일치하므로 이를 짐작할 수 있다.

등록 거절된 상표의 유형은 크게 세 가지로 분류할 수 있다. 첫째는 유사성이 높은 도형상표를 의복류가 아닌 패션관련 상품류에 출원한 경우로 총 14건이 이에 해당한다. 예를 들면 의복류에만 등록되어 있는 상표를 신발이나 가방류에 출원하는 예이다. 두 번째 유형은 소비자의 오인을 유도하기 위해 폴로 원상표의 확장상표처럼 모방하여 출원된 예로 총 54건이 이에 속한다. 예를 들면 POLO SPIRIT, POLO CLUB, POLO TREND, POLO MEMBERS, POLO ARENA, 그리고 POLO NIGHT등 POLO라는 가장 중요한 문자상표를 포함하고 이에 원상표에서는 사용하지 않고 있는 단어를 더하여 확장상표처럼 출원한 예이다.

셋째 유형은 폴로 원상표의 중요한 부분을 모방하고 이를 변형한 경우로 총 66건이 이에 해당된다. 예를 들면 폴로경기의 말도형의 말 모양을 변형하거나 말을 탄 사람이 휘두르는 막대의 형태를 변형하거나 또는 말과 사람의 도형을 2세트 혹은 3세트로 변형한 예이다. 이들 유사상표가 등록 거절된 근거는 “상품의 품질을 오인하게 하거나 수요자를 기만할 염려가 있는 상표”는 상표등록을 허용할 수 없는 상표로 규정하고 있는 상표법의 규정이다.<sup>27)28)</sup>

### 2) 공고후 이의신청으로 등록이 기각된 상표

상표심사를 통과하고 공고 기간중 원상표권자의 이의신청에 의해 등록이 거절된 사례는 3건으로 그 사례는 많지 않으며 출원연도 또한 1988년부터 1991까지 출원한 경우이다 <표4>. 이 상표들은 등록심사에서 거절된 상표보다는 POLO라는 문자 또는 말도형 이외에 유사성을 낮추기 위해 여러 단어나 도형을 조합한 경우로 분석할 수 있다.

### 3) 등록이 허용된 폴로 유사상표

폴로 또는 POLO라는 단어 또는 말탄기사 도형을 포함하였지만 등록이 허용된 도형상표는 대부분 상표심사가 엄격하지 않았던 1980년대 또는 1990년대 초까지 출원된 상표로 분석할 수 있다<표4>. 또한 1992년에 출원인 한병인에 의한 유사상표와 상표 마르코폴로는 등록후 여러 차례의 폴로로렌사의 상표무효소송에 의해 현재는 상표권이 없는 상표들이다. 폴로로렌사와 국내 라이선서(현재 두산)의 적극적인 상표관리 전략은 특허청의 철저한 심사에 영향을 미치며 또한 유사상표 등록 출원을 저지하는 영향을 미친다고 할 수 있다.

## V. 결론 및 요약

본 연구는 국내 시장에서의 위조상품의 유통량이 많으며 유사상표의 출원사례가 가장 많은 폴로로렌 원상표의 등록 추이 및 유사상표 출원현황을 분석하고자 하였다. 연구 결과 <표 4> 등록 심사를 통과하고 공고후 등록거절된 상표와 등록사정된 폴로 유사상표과는 다음과 같이 요약할 수 있다.


























1) 폴로로렌사는 자사의 상표보호를 위해 주요 문자나 도형을 조합한 73종류의 서로 다른 상표에 총 317건의 상표등록을 하고 있었다. 또한 토탈패션화에 경향에 따라 폴로로렌의 상품이 의

27) 상표법 제 7조 제 1항 제 11조

28) 김영란 (1994). 도형과 문자가 결합된 주지, 저명상표와 일부분이 유사한 상표의 상표권침해 및 부정경쟁행위 해당여부. 사법행정(9), pp.76-80.









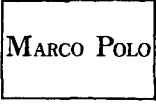





〈표3〉 폴로/랄프로렌과 유사한 등록 거절상표

	상품분류코드/ 출원번호/일자	도형상표		상품분류코드/ 출원번호/일자	도형상표		상품분류코드/ 출원번호/일자	도형상표
1	045 40-1992 -0018882 1992.07.09	POLO SPIRIT	13	045 40-1992 -0013900 1992.05.19	Polo Club	25	045 40-1994 -0048874 1994.12.07	POLO CLUB
2	045 40-1992 -0018881 1992.07.09	POLO MASTER	14	045 40-1992 -0025572 1992.09.14	POLO FIELD	26	045 40-1994 -0035960 1994.09.05	ROYAL POLO SPORTS CLUB
3	045 40-1992 -0000038 1992.01.04	POLO SPIRIT	15	045 40-1991 -0004553 1991.02.20	Polo Club	27	045 40-1994 -0033760 1994.08.23	POLO SPIRIT
4	045 40-1992 -0029753 1992.10.23	POLO SPIRIT	16	045 40-1992 -0012495 1992.05.06	POLO MANA	28	045 40-1994 -0027779 1994.07.12	POLO MASTERS
5	045 40-1993 -0004025 1993.02.12	Polo Trend	17	045 40-1993 -0004473 1993.02.13	Polo Member	29	045 40-1992 -0004146 1992.02.19	Polo Club
6	045 40-1990 -0009459 1990.04.06	MARCO POLO	18	045 40-1992 -0029238 1992.10.19		30	045 40-1994 -0049750 1994.12.13	Piston
7	045 40-1991 -0023561 1991.08.12	BROTHERS POLO	19	045 40-1992 -0026206 1992.09.21		31	045 40-1994 -0049753 1994.12.13	Reactor POLO CLUB
8	045 40-1990 -0026346 1990.09.03	POLO CLUB	20	045 40-1992 -0027082 1992.09.29	POLO CLUB	32	045 40-1993 -0019541 1993.06.07	POLO CLUB
9	045 40-1990 -0026180 1990.09.01	POLO Mallet	21	045 40-1992 -0025584 1992.09.14		33	045 40-1994 -0049749 1994.12.13	[Polo Reaktor]
10	045 40-1996 -0025234 1996.06.13	MARCO POLO	22	045 40-1992 -0027596 1992.10.05		34	045 40-1993 -0016527 1993.05.18	POLO MEMBERS
11	045 40-1996 -0025348 1996.06.14	PAOLO POLO	23	045 40-1990 -0017659 1990.06.16	POLO FIELD	35	045 40-1993 -0018026 1993.05.29	POLO CLUB
12	045 40-1995 -0034070 1995.09.05	POLO JEANS	24	045 40-1990 -0026344 1990.09.03	POLO CLUB	36	045 40-1993 -0015484 1993.05.11	POLO TOURNAMENT

	상품분류코드/ 출원번호/일자	도형상표		상품분류코드/ 출원번호/일자	도형상표		상품분류코드/ 출원번호/일자	도형상표
37	045 40-1997 -0012025 1997.03.18	<b>RAPA POLO</b> OF AMERICA	49	045 40-1996 -0008188 1996.03.04	 <b>POLO SPIRIT</b>	61	027 40-1993 -0001386 1993.01.19	 <b>Polo Club</b>
38	25 40-1999 -0044408 1999.11.22	<b>POLO INTERNATIONAL</b>	50	045 40-1995 -0038171 1995.10.09	 <b>WATER POLO</b>	62	027 40-1993 -0004533 1993.02.16	 <b>SUNBELLY HILLS POLO CLUB</b>
39	25 40-1999 -0042026 1999.11.05	<b>Polo Knight</b> 폴로 나이트	51	045 40-1995 -0038698 1995.10.12	 <b>LAND POLO</b>	63	027 40-1992 -0025580 1992.09.14	 <b>POLO KNIGHT</b>
40	25 40-2000 -0021140 2000.05.03	<b>POLOJEANS</b>	52	045 40-1995 -0038172 1995.10.09	 <b>POLO NIUS</b>	64	027 40-1991 -0026048 1991.09.06	 <b>POLO</b>
41	25 40-2001 -0011593 2001.02.28	<b>vic polo</b>	53	045 40-1995 -0034073 1995.09.05	 <b>VERBARI POLO</b>	65	027 40-1991 -0022514 1991.08.06	 <b>SANTA BARBARA POLO &amp; HOCKEY CLUB</b>
42	25 40-1998 -0013983 1998.06.01	<b>POLOJEANS CO.</b>	54	045 40-1995 -0020343 1995.05.23	 <b>POLO</b>	66	027 40-1992 -0025568 1992.09.14	 <b>POLO GEORGIS</b>
43	027 40-1992 -0016376 1992.06.15	 <b>MAJOREL POLO CLUB</b>	55	045 40-1995 -0028631 1995.07.25	 <b>ICE POLO</b>	67	027 40-1991 -0002699 1991.01.29	 <b>BIG POLO CLUB</b>
44	027 40-1991 -0026043 1991.09.06	<b>POLO</b>	56	045 40-1996 -0027980 1996.06.28	 <b>GLOBAL JEANS POLO</b>	68	027 40-1993 -0022112 1993.06.26	 <b>HARD HAT POLO CLUB</b>
45	027 40-1991 -0020500 1991.07.11	<b>POLO KIDS</b>	57	045 40-1996 -0032160 1996.07.23	 <b>TOP POLO CLUB</b>	69	027 40-1991 -0002994 1991.01.31	 <b>POLO CLUB</b>
46	027 40-1993 -0018151 1993.05.31	<b>MARCO POLO</b>	58	045 40-1996 -0026020 1996.06.18	 <b>WORLD KAMA POLO</b>	70	027 40-1993 -0028735 1993.08.13	 <b>UNITED STATES POLO ASSOCIATION</b>
47	18 40-2000 -0036214 2000.07.27	<b>POLO CLUB</b>	59	045 40-1996 -0019852 1996.05.14	 <b>POLO</b>	71	027 40-1996 -0005341 1996.02.13	 <b>Polo &amp; Mallet</b>
48	14 40-2000 -0042601 2000.09.06	 <b>POLO CLUB</b>	60	045 40-1994 -0042778 1994.10.27	 <b>POLO CLUB MEGAROCK</b>	72	023 40-1995- 0014192 출 원일자 1995.04.13	 <b>POLO CLUB AUSTRALIA</b>

\*총 134건의 상표 중 동일한 상표는 제외시켰음.

(표4) 등록심사를 통과하고 공고후 등록거절된 상표와 등록사정된 폴로 유사상표

	등록정보	도형상표	동일출원인의 기타상표
상표	1 상품분류코드 027 SANTA BARBARA POLO & RACQUET CLUB 출원번호 40-1991-0031571 출원일자 1991.11.05 공고번호 40-1994-0024919 공고일자 1994.10.27 등록번호 - 등록일자 .. 상표의 명칭 도형 출원인 멤버스 ...		
	2 상품분류코드 045 ROYAL POLO CLUB 출원번호 40-1988-0018167 출원일자 1988.08.12 공고번호 40-1989-0021861 공고일자 1989.10.30 등록번호 - 등록일자 .. 상표의 명칭 도형 출원인 남상진 ...		
	3 상품분류코드 045 PALMSPRINGS POLO CLUB 출원번호 40-1988-0018165 출원일자 1988.08.12 공고번호 40-1989-0021859 공고일자 1989.10.30 등록번호 - 등록일자 .. 상표의 명칭 도형 출원인 남상진 ..		
상표	1 상품분류코드 045 / 027 GUARDS POLO CLUB 출원번호 40-1992-0025575 출원일자 1992.09.14 공고번호 40-1994-0025517 공고일자 1994.10.28 등록번호 40-03103710000 등록일자 1995.03.24 상표의 명칭 도형 출원인 한병인		
	2 상품분류코드 045 / 027 U S POLO ASSOCIATION 출원번호 40-1991-0031178 출원일자 1991.11.01 공고번호 40-1993-0021857 공고일자 1993.07.16 등록번호 40-03431640000 등록일자 1996.07.18 출원인 유.에스.피.에이.프로퍼티스 상표의 명칭 도형		
	3 상품분류코드 045 / 027 LANCEL POLO CUP 출원번호 40-1990-0028602 출원일자 1990.09.21 공고번호 40-1992-0029875 공고일자 1992.10.16 등록번호 40-02565890000 등록일자 1993.01.05 출원인 양셀쏘제다 상표의 명칭 도형		
	4 상품분류코드 045 / 027 KANESHIN POLO CLUB 출원번호 40-1993-0042918 출원일자 1993.11.30 공고번호 40-1994-0029060 공고일자 1994.11.16 등록번호 40-03057590000 등록일자 1995.01.13 출원인 카네신 상표의 명칭 도형		
	5 상품분류코드 045 MARCO POLO 출원번호 40-1994-0039688 출원일자 1994.10.05 공고번호 40-1996-0016951 공고일자 1996.07.20 등록번호 40-03751580000 등록일자 1997.09.22 출원인 이남국 상표의 명칭 도형		
	6 상품분류코드 045 MARCO POLO 출원번호 40-1987-0021812 출원일자 1987.11.17 공고번호 40-1989-0001115 공고일자 1989.03.06 등록번호 40-01700180000 등록일자 1989.05.17 상표의 명칭 도형 출원인 허정균 상표의 명칭 마르코,폴로 출원인 허정균		상품분류코드 023/ 25 MARCO POLO
	7 상품분류코드 045 BEVERLY HILLS POLO CLUB 출원번호 40-1983-0008117 출원일자 1983.06.15 공고번호 40-1983-0011766 공고일자 1983.11.26 등록번호 40-00989820000 등록일자 1984.02.13 출원인 윤중케이킴 상표의 명칭 도형		
	8 상품분류코드 045 POLOJAENS 출원번호 40-1983-0012143 출원일자 1983.08.29 공고번호 40-1984-0001198 공고일자 1984.02.15 등록번호 40-01001480000 등록일자 1984.04.18 출원인 제일피복공업 상표의 명칭 출원인		
	9 상품분류코드 045 BEVERLY HILLS POLO CLUB 출원번호 40-1991-0020508 출원일자 1991.07.15 공고번호 40-1992-0029936 공고일자 1992.10.16 등록번호 40-02997030000 등록일자 1994.10.07 출원인 비버리힐즈폴로클럽마케팅인코포레이티드 상표의 명칭 도형		
	10 상품분류코드 027 POLOMALLET 출원번호 40-1990-0026179 출원일자 1990.09.01 공고번호 40-1991-0020663 공고일자 1991.09.30 등록번호 40-02882330000 등록일자 1994.04.08 상표의 명칭 도형 출원인 우에노이료오		

류에서 신발, 가방, 패션잡화, 향수 등으로 확대됨에 따라 총 14가지의 패션관련 상품류에 추가 등록하였다. 연도별 폴로로렌의 상표등록 추이를 보면 1995년 이후 의복류의 라이프스타일의 변화에 따라 시장세분화를 위한 다양한 확장상표를 사용하고 있었다. 1996년 이후 폴로로렌은 다양한 도형상표를 출원하고 있음을 알 수 있는 상품의 식별기능 이외에 디자인의 일부로 응용되고 있었다.

2) 폴로로렌의 유사상표로서 출원 후 상표심사 과정에서 등록거절된 상표는 총 134건으로 유사상표의 대부분을 차지하였는데 유사성이 높은 도형상표를 의복류가 아닌 패션관련 상품류에 출원한 경우와 소비자의 오인을 유도하기 위해 폴로 원상표의 확장상표처럼 모방하여 출원된 예, 그리고 폴로 원상표의 중요한 부분을 모방하고 이를 변형한 경우이다.

3) 상표심사를 통과하고 광고 기간중 원상표권자의 이의신청에 의해 등록이 거절된 사례는 3건으로 그 사례는 많지 않으며 출원연도 또한 1988년부터 1991까지 출원한 경우이다. 폴로 또는 POLO라는 단어 또는 말탄기사 도형을 포함하였지만 등록이 허용된 도형상표는 대부분 상표심사가 엄격하지 않았던 1980년대 또는 1990년대 초까지 출원된 상표로 분석할 수 있다.

본 연구결과에서 살펴보았듯이 패션기업은 중요한 지적재산인 브랜드가치를 높이기 위해 다양한 방법에 의해 출원, 등록되는 유사상표로부터 상표권이 침해되는 것을 적극적으로 방지할 필요가 있다고 하겠다. 상표권을 보호하기 위한 전략에는 폴로로렌 사례와 같이 상표의 주요 부분을 조합하여 가능한 다양한 상표와 상품류를 폭 넓게 정의하여 다양한 제품류에 등록하는 것도 하나의 방법이라 할 수 있다. 또는 현재 일부 기업이 사용하고 있는 것처럼 패션기업의 적극적이고 강력한 상표관리 태도를 널리 알려 유사상표유통 발견 즉시 신문에 경고문을 게재하거나 상표권침해자로 하여금 일간 신문에 사과문을 게재하게 하는 등의 전략도 유사상표출원 시도를 줄이는 방법이라 할 수 있다.

본 연구는 폴로로렌사라는 하나의 패션기업에 제한하여 상표등록추이 및 유사상표 출원을 분석하였으나 후속연구로 좀 더 많은 기업을 대상으로 분석할 필요가 있다고 하겠다. 또한 기업을 대상으로 마케팅접근으로 상표관리전략을 분석할 필요가 있다고 하겠다.

## 참고문헌

- 김용주 (2001). 한국패션기업의 지적재산권 보호실태에 관한 연구. 한국의상디자인 학회지 3(2).
- 김영란 (1994). 도형과 문자가 결합된 주지, 저명상표와 일부분이 유사한 상표의 상표권침해 및 부정경쟁행위 해당여부. 사법행정, 9월호.
- 김재해, 서경민 (1999). 유명상표에 대한 소고. 지적재산 2호.
- 대법원 1987. 12. 22 선고 87후 57판결. 상표법 제 1조 1항.
- 상표법 제 7조 제 1항 제 11조.
- 신성기 (1997). 대법원 판례에 나타난 수요자 기만 상표에 대하여. 산업재산권 Vol. 6.
- 안광호, 황선진, 정찬진 (1999). 패션마케팅. 수학사.
- 양명조 (1996). 상표보호의 본질. 창작과 권리 Vol. 12.
- 옥치왕 (1999). 상표법상 상표에 동일, 유사여부 판단기준에 관한 연구. 연세대학교 법무학원 산업재산권전공 석사학위논문.
- 이대희 (1997). 상표법상의 희석이론에 관한 고찰. 창작과 권리 Vol. 13.
- 이장호 (2000). 식별력이 없는 부분을 포함하는 상표의 유사여부 판단. 창작과 권리 Vol. 20.
- 정찬, 박재욱 (1998). 패션시장에서 모상표에 대한 지식이 확장상표의 평가에 미치는 영향. 한국의류학회지 22(3).
- 조선일보 (2003. 9. 6). "판치는 브랜드... 기업

- 들 비상”, B5.
- 최덕규 (1998). 상표법 제 7조 제1항 제 11호의 문제점. 창작과 권리 Vol. 14.
- 최덕철 (2000). 유명상표에 관한 외국의 분쟁사례 연구-희석화(Dilution)법리의 적용을 중심으로-. 창작과 권리 Vol. 20.
- 최종협 (1998). 상품의 품질오인 내지 수요자 기만상표에 관한 연구, 연세대학교 특허법무대학원 상표전공 석사학위논문.
- 최우열 (1997). 브랜드 피라미드를 쌓아라. 주간경제 410호.
- 특허분쟁 (2003.1.29). “다른 상표라도 비슷한 상표문양 사용하면 불공정거래행위”.
- 특허분쟁 (2003.1.24). “니나리찌와 로베르토 리찌 유사상표 아니다”.
- 특허청. 상표등록공보 (1980~2003).
- 특허청. 상표심판공보 (1975~2003).
- 특허청. “지적재산권해설”. 자료검색일 2003. 5. 10. 자료출처.
- Aaker, D.A. and Keller, K.L. (1990). Consumer Evaluation of Brand Extension. *Journal of Marketing* 54(1).
- Grossman, Gene and Shapiro, Carl (1988). Foreign Counterfeiting of Status Goods. *Quarterly Journal of Economics* 103(1).