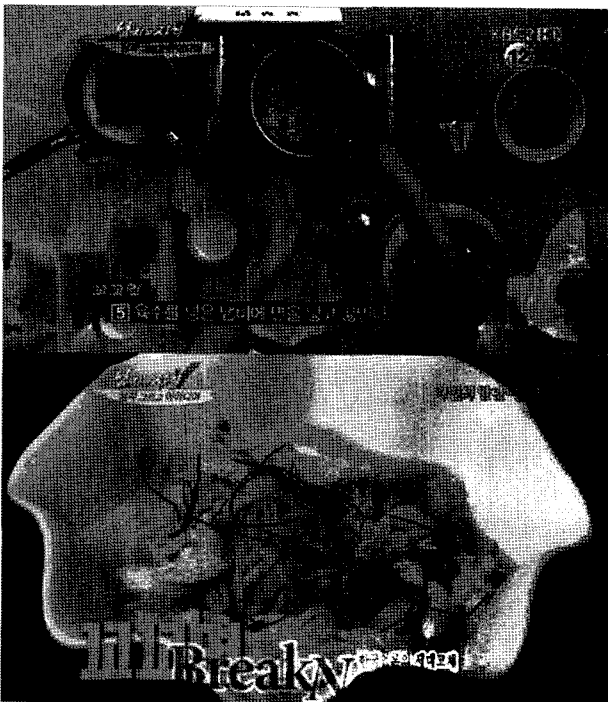


# 이경규의 꼬꼬면, 상표로 계속 사용할 수 있을까?



전소정

현) 지심IP&COMPANY 파트너 변리사  
 현) 북경 MING&SURE 특허법률사무소  
 한국 IP DESK 대표  
 2008년 유미특허법인 상표팀 변리사  
 2005년 유니스트특허법인 화학팀, 상표팀 변리사



이 경규의 ‘꼬꼬면’이 결국 ‘이경규의 꼬꼬면’이란 상품명으로 올 가을 정식 출시될 것으로 보인다. 이경규는 지난 20일, 27일 방송된 KBS 2TV ‘해피선데이-남자의 자격’에서 치뤄진 라면 경연대회에서 ‘꼬꼬면’을 선보였고, 전문가들의 극찬을 받았다. 비록 1등은 ‘샐러드라면’에 넘겨줘야 했지만 방송 직후 수많은 라면업체들로 러브콜을 받아 정식 상품화하기로 결정난 것. 하지만 방송 직후 한 일반인이 꼬꼬면에 대해 먼저 상표 등록을 한 사실이 알려지며 네티즌들의 눈살을 찌푸리게 만들었다. 한 언론 보도에 따르면 서울 노원구에 거주하는 김 모씨는 ‘꼬꼬면’이 첫 방송을 탄 다음날인 21일 특허청에 ‘꼬꼬면’에 대한 상품등록 출원서를 냈다. 상품화를 논의 중인 라면업체 관계자도 “‘꼬꼬면’ 상표가 다른 이에 의해 먼저 등록된 사실을 이경규 씨에게 문의하니 그도 그런 사실을 알고 있었다”고 말했다. 이 관계자에 따르면 이경규는 방송 직후 ‘꼬꼬면’이 누군가에 의해 상표등록이 된 점을 알고는 불같이 화를 냈다. 하지만 ‘꼬꼬면’이라는 말이 보기에 따라

선 누구나 쓸 수 있는 것이기 때문에 특별한 법적 대응은 없기로 했다. 이경규는 “정말 빠른 세상이다. 어쩔 수 없지 않나”라며 허탈해 했다고 말한 것으로 전해졌다. 결국 ‘꼬꼬면’이란 상품명을 빼앗긴 이경규는 ‘이경규의 꼬꼬면’이란 명칭으로 상품을 출시할 예정이다. 현재 이경규와 라면 업체는 상품의 완성도를 높이기 위한 작업을 진행 중에 있으며 오는 9월경 출시될 예정인 것으로 알려졌다.

뉴스 링크 \_ [http://n.breaknews.com/sub\\_read.html?uid=167344&section=sc4](http://n.breaknews.com/sub_read.html?uid=167344&section=sc4)      저작권자 breaknews

KBS 간판 오락프로그램인 ‘남자의 자격’에서 선보인 ‘라면의 달인’ 시리즈에서 유명세를 탄 이경규의 ‘꼬꼬면’이 난데 없는 상표권 홍역을 치르고 있는 중이다. 이경규가 고안해 낸 ‘꼬꼬면’이라는 라면 이름을 보고 누군가 서둘러 상표 출원을 하는 바람에 ‘꼬꼬면’을 제품화하는 계획을 가지고 있는 이경규로서는 ‘꼬꼬면’ 상표를 제품에 사용할 수 없게 된 처지에 놓이게 된 것이다. 위의 기사에 따르면 이경규는 어느 개인이 ‘꼬꼬면’이라는 상표 출원을 먼저 했기 때문에 ‘꼬꼬면’이라는 이름 자체로는 사용 및 등록할 수 없게 되었으나 ‘이경규의 꼬꼬면’으로는 상표 사용을 계속할 것처럼 되어 있다. 그렇다면 ‘이경규의 꼬꼬면’으로 상표를 사용하고 제품을 출시하게 되는 건 정말 괜찮은 걸까?

상표 전문가의 입장에서 결론을 얘기해 본다면 현재 어떤 개인이 ‘꼬꼬면’을 먼저 출원했고 이 상표가 심사를 통해 등록이 될 경우, 이경규가 아무리 ‘이경규의 꼬꼬면’으로 제품명을 사용한다고 해도 개인이 먼저 출원하여 등록한 ‘꼬꼬면’의 상표권 권리범위를 벗어나기는 어려울 것이라 생각된다. 그 이유를 설명하자면 상표법적으로 상표의 유사 여부를 판단하는 방법을 먼저 알고 있어야 하는데, 위의 기사에서는 ‘꼬꼬면’이 보기에 따라선 누구나 쓸 수 있는 것이기 때문에 특별한 법적 대응은 없기로 했다지만 ‘꼬꼬면’은 상품의 성질을 직감하게 하는 말도 아니고 상표법상 다른 특별한 거절이유도 존재하지 않는 식별력과 창작성을 가진 상표로서 현재로서는 등록가능성이 높을 것으로 예상된다.

우리나라 상표법에 의하면 등록된 상표권은 자신의 상표

와 동일한 상표 뿐만 아니라 유사한 상표에까지 그 권리를 미치게 할 수 있다. 따라서, ‘꼬꼬면’과 ‘이경규의 꼬꼬면’은 동일한 상표는 아니지만 상표법적으로 유사하다고 판단되는지 여부에 따라 결론이 달라진다고 할 것이다. 상표의 유사 여부는 유사한 상품 및 서비스업에 사용되는 2개의 상표가 일반수요자에게 출처의 오인, 혼동을 초래하느냐의 여부로 따진다. ‘꼬꼬면’과 같이 식별력이 있는 상표의 경우 식별력이 있는 다른 부분과 결합되었을 때, 즉, ‘이경규’와 같이 저명한 사람의 명칭이 결합된 경우, 일반수요자들은 이 상표를 호칭할 때 ‘이경규의 꼬꼬면’이라고 전체적으로 호칭할 수도 있겠지만 ‘꼬꼬면’이라고 분리 호칭할 가능성도 상당히 때문에 이런 경우 ‘꼬꼬면’이 이경규의 ‘꼬꼬면’인지 아니면 제3자가 출시한 ‘꼬꼬면’인지 일반수요자로서는 혼동될 염려가 있다는 것이다. 이러한 상표의 유사 판단 방법을 강학상 ‘분리관찰’이라고 하는데 특허청이나 법원에서도 이러한 ‘분리관찰’ 방법을 이용하여 상표의 유사 여부를 판단한 사례가 종종 있다.

이와 같은 상황을 가상의 예를 들어 설명하면 다음과 같다.

만약 제3자가 ‘PAVV’이라는 상표를 삼성전자보다 먼저 가전제품류에 출원하였으나, 삼성전자는 PAVV라는 상표를 부착한 텔레비전을 곧 출시할 예정임에도 불구하고 상기 제3자보다 상표출원 준비가 늦어져 아직 상표출원 조차 못하고 있다고 하자, 삼성전자는 이를 극복하기 위하여 본 꼬꼬면 사례와 같이 자사의 주지저명한 상호이자 상표인 ‘SAMSUNG’을 결합하여 ‘SAMSUNG PAVV’이름을 상표출원하고 이를 제품에 사용하기로 하였다. 그리고 상기 제3자는 특허청 심사를 거쳐서 ‘PAVV’를 등록받았다.

이 경우 삼성전자는 ‘SAMSUNG PAVV’라는 상표를 등록받고 제품에 자유롭게 부착하여 사용할 수 있을까?

답은 그렇지 않을 가능성이 매우 높다. 왜냐하면, ‘SAMSUNG PAVV’라는 상표는 상표법상 선출원주의 규정 때문에 ‘PAVV’와 유사하다고 하여 상표를 등록받기 어려울 뿐 아니라 삼성전자가 실제로 제품에 부착하여 사용할 경우 선등록 상표인 ‘PAVV’ 상표권을 침해할 수 있기 때문이다. 일반수요자로서는 음절이 긴 상표에 대해서는 약칭하여 부르는 성향이 있기 때문에 ‘SAMSUNG PAVV’

상표는 '삼성 파브' 로도 호칭할 수 있지만 '삼성' 또는 '파브' 로만 호칭될 가능성이 있고, 이러한 경우 선출원(등록)상표인 'PAVV' 와 시장에서 출처의 오인, 혼동을 초래할 수 있기 때문에 이 경우 'SAMSUNG PAVV' 는 'PAVV' 의 유사상표로 간주되어 출원/등록을 먼저 한 상표권의 권리범위에 속하게 된다는 것이 우리나라 판례의 대체적인 입장이다.

그렇다면 현 시점에서는 '꼬꼬면' 을 출원한 개인이 상표권을 확보한 것이 아니고 10개월~12개월 정도의 심사를 기다린 후에 등록 여부를 알 수 있기 때문에 이경규가 '이경규의 꼬꼬면' 을 사용해도 되는 것일까? 지금 당장 그 개인이 어떠한 조치를 취할 수 있는 것은 아니지만 상표법은 출원한 이후에도 타인이 자신의 상표를 사용한 것에 대해서 일정의 손실보상금을 등록 후에 청구할 수 있도록 하는 제도를 두고 있기 때문에 등록 전에 유사상표를 사용한 경우라 하더라도 선출원한 개인이 서면으로 자신의 출원상표와 유사한 상표를 사용하고 있음을 경고한 후부터의 손실에 대해 보상 받을 수 있다. 즉, 이경규가 지금 '이경규의 꼬꼬면' 이라는 제품을 출시할 경우, 악의적(?)으로 선출원한 그 개인으로서는 자신의 출원상표와 유사한 상표를 사용하고 있음을 이경규씨에게 경고할 것이고, 경고와 동시에 궁극적인 목적으로는 이경규씨에게 일정 금액을 주고 양도 또는 사용권 설정에 대한 협의를 하려고 할 가능성이 크다. 만일 그 협의가 뜻대로 진행되지 않는다면 심사 후 등록결정이 되면 법적으로는 이경규씨에게 상표권 행사를 할 수 있으며 경고 후부터 발생한 손해(그 손해는 경고 후 '이경규의 꼬꼬면' 을 판매하여 얻은 이익이 될 수도 있다)를 청구할 수도 있게 되는 것이다. 이것은 어디까지나 법적인 예상 시나리오일 뿐이지만, 이렇게 억울한 일이 정당한 상표의 사용자인 이경규씨에게 발생할 여지는 충분히 있다고 할 수 있다.

이는 비단, 이경규씨에게만 발생하는 문제가 아니라 자신만의 빛나는 아이디어를 가지고 사업 전선에 뛰어드는 또는 뛰어 들려고 하는 누구에게나 생길 수 있는 일이다. 따라서, 자신이 창작한 이름에 대해 자신만의 상표권을 확보하기 위해서는 그 이름을 공개하기 전에 반드시 상표권 출원에 대해 미리 생각을 해 두어야 하며 제품 출시 전 조속히 출원하는 것만이 고유 브랜드 확보의 최선의 길이라고 할 수 있다. 우리는 이미 상표권, 특허권과 같은 지식재산권 무한 경쟁의 시대에 살고 있다는 것을 명심해야 할 것이다.

2011. 4 |