

한경훈 / 2월 / 기초 GS+ / 3회									응시인원
수강번호	문제 1	문제 2	문제 3	문제 4	문항 총점	석차	상위%	가독성 평점	
535345	19	7	0	0	26	1	1.14%	5	88
535140	15	8	0	0	23	2	2.27%	4	
535540	14.5	8.5	0	0	23	2	2.27%	4	
535278	13.5	9	0	0	22.5	4	4.55%	4	
535211	14.5	7.5	0	0	22	5	5.68%	4	
535221	13.5	8.5	0	0	22	5	5.68%	6	
535882	14	8	0	0	22	5	5.68%	5	
535527	14.5	7	0	0	21.5	8	9.09%	5	
535513	14.5	6.5	0	0	21	9	10.23%	5	
535617	13	8	0	0	21	9	10.23%	4	
534545	12.5	8	0	0	20.5	11	12.50%	4	
535459	14	6.5	0	0	20.5	11	12.50%	4	
535602	13	7.5	0	0	20.5	11	12.50%	4	
535648	14	6.5	0	0	20.5	11	12.50%	4	
535539	11.5	8.5	0	0	20	15	17.05%	7	
535253	10.5	9	0	0	19.5	16	18.18%	4	
535461	14.5	5	0	0	19.5	16	18.18%	5	
535150	11.5	7.5	0	0	19	18	20.45%	4	
535412	13	6	0	0	19	18	20.45%	4	
563401	11.5	7.5	0	0	19	18	20.45%	4	
535462	12	6	0	0	18	21	23.86%	4	
535322	13	4.5	0	0	17.5	22	25.00%	4	
535464	13	4.5	0	0	17.5	22	25.00%	4	
535505	16.5	1	0	0	17.5	22	25.00%	4	
535511	14.5	3	0	0	17.5	22	25.00%	5	
535310	13.5	3.5	0	0	17	26	29.55%	4	
535331	14.5	2.5	0	0	17	26	29.55%	6	
535994	14	3	0	0	17	26	29.55%	5	
535215	9.5	7	0	0	16.5	29	32.95%	6	
535656	15	1.5	0	0	16.5	29	32.95%	4	
536181	11.5	5	0	0	16.5	29	32.95%	4	
535239	14.5	1.5	0	0	16	32	36.36%	5	
535247	10	6	0	0	16	32	36.36%	5	
535321	10.5	5.5	0	0	16	32	36.36%	5	
535579	12.5	3.5	0	0	16	32	36.36%	4	
534964	12.5	3	0	0	15.5	36	40.91%	6	
535256	13	2.5	0	0	15.5	36	40.91%	5	
535258	11.5	4	0	0	15.5	36	40.91%	4	
535368	9.5	6	0	0	15.5	36	40.91%	5	
535986	13.5	2	0	0	15.5	36	40.91%	5	
535217	10	5	0	0	15	41	46.59%	4	
535316	15	0	0	0	15	41	46.59%	4	
535446	15	0	0	0	15	41	46.59%	4	
535586	7.5	7.5	0	0	15	41	46.59%	5	
534516	6.5	8	0	0	14.5	45	51.14%	4	
535192	10.5	4	0	0	14.5	45	51.14%	4	
536112	14.5	0	0	0	14.5	45	51.14%	4	
535596	10.5	4	0	0	14.5	45	51.14%	6	
535161	10.5	3.5	0	0	14	49	55.68%	4	
535218	14	0	0	0	14	49	55.68%	7	
535257	14	0	0	0	14	49	55.68%	4	
535311	10.5	3.5	0	0	14	49	55.68%	4	
535465	9.5	4.5	0	0	14	49	55.68%	4	
535528	14	0	0	0	14	49	55.68%	4	
536006	14	0	0	0	14	49	55.68%	4	
536016	12.5	1.5	0	0	14	49	55.68%	4	
536093	8	6	0	0	14	49	55.68%	5	
535347	12.5	1.5	0	0	14	49	55.68%	4	
535840	12	1.5	0	0	13.5	59	67.05%	6	
535237	9	4	0	0	13	60	68.18%	4	
535968	13	0	0	0	13	60	68.18%	7	
535348	10.5	2	0	0	12.5	62	70.45%	4	

535223	11	1.5	0	0	12.5	62	70.45%	4
536174	10.5	2	0	0	12.5	62	70.45%	5
535133	10	2	0	0	12	65	73.86%	5
535183	12	0	0	0	12	65	73.86%	4
535329	7.5	4.5	0	0	12	65	73.86%	4
535600	10	2	0	0	12	65	73.86%	4
535333	11	0.5	0	0	11.5	69	78.41%	4
535742	11.5	0	0	0	11.5	69	78.41%	4
535857	11.5	0	0	0	11.5	69	78.41%	4
535244	8.5	2.5	0	0	11	72	81.82%	4
535269	8.5	2.5	0	0	11	72	81.82%	4
535928	6.5	4.5	0	0	11	72	81.82%	6
535255	6.5	4	0	0	10.5	75	85.23%	4
535454	10.5	0	0	0	10.5	75	85.23%	4
536363	7	3.5	0	0	10.5	75	85.23%	3
535470	8.5	1	0	0	9.5	78	88.64%	6
535417	9	0.5	0	0	9.5	78	88.64%	4
535647	9	0	0	0	9	80	90.91%	4
535568	7	1.5	0	0	8.5	81	92.05%	4
535973	6.5	2	0	0	8.5	81	92.05%	4
536226	8.5	0	0	0	8.5	81	92.05%	4
535104	8.5	0	0	0	8.5	81	92.05%	6
535319	7	1	0	0	8	85	96.59%	4
534775	7	0	0	0	7	86	97.73%	4
535327	6	0	0	0	6	87	98.86%	4
535293	3.5	2	0	0	5.5	88	100.00%	4

한경훈/2월/기초GS/3회/1번	채점자
	이정은
<p>1. 전반적인 총평</p> <p>상표 답안지를 처음 작성하신 분들이 많이 계셨을 텐데 먼저 수고하셨다는 말씀 드리고 싶습니다. 답안이 정형화되지 않은 느낌을 받아서 당황스러우실 수 있으나, 최대한 문제에서 “묻는 대로” 목차를 잡는다고 생각하시면 좋을 것 같습니다.</p> <p>2. 설문별 채점평 및 주의할 점</p> <ul style="list-style-type: none"> - 설문 1은 상표법상 상표와 상표의 정의에 대해서 6점 분량으로 서술하라는 문제였는데, 이와 관련해 아는 내용이 적어 “상표의 정의”와 “상품의 정의”에 대해서 서술할 내용이 부족하다고 하더라도, 최대한 관련 내용을 6점 분량에 맞추어서 써주시는 것이 득점에 더 유리합니다. 주로 2점-3점 분량만 채우셨는데, 잘 모르실 경우에는 “검토” 목차를 활용해서라도 배점에 맞게 분량을 어느 정도는 맞추시는 것을 추천드립니다. - 설문 2는 서비스에 관한 내용으로, 판례 암기가 되지 않았으면 답안을 채우기 쉽지 않으셨을 것이라고 생각합니다. - 설문 3에서는 해당 내용을 암기하기보다는 상표의 사용과 관련하여 행위 종류별로 목차를 나눌 수 있다는 점을 숙지해두고 넘어가시면 좋을 것 같습니다. <p>3. 소결</p> <p>답안 작성이 처음이라 쉽지 않으시겠지만 하나씩 차근차근 복습해 나가다보면 처음 보는 유형이 점차 줄어드실 거라 생각합니다.</p> <p>상표법은 답안을 통암기하기보다는 어떻게 목차를 잡아나가는지를 중심으로 복습하되, 취소심판이나 요부 유사판단과 같은 전형적인 문제에 대해서는 목차를 미리 암기하시면 좋을 것 같습니다.</p>	

한경훈/2월/기초GS/3회/2번	채점자
	이정은
<p>1. 전반적인 총평</p> <p>타겟 판례 자체는 어렵지 않으나 문제에서 묻는 내용을 서술하기 어려우셨을 것이라 생각합니다.</p> <p>2. 설문별 채점평 및 주의할 점</p> <ul style="list-style-type: none"> - 설문 1은 디자인과 상표에 관한 관계를 묻는 문제로, “순전한 디자인적 사용인 경우”와 “디자인임과 동시에 상표적 사용인 경우”의 판례가 꼭 기재되어야 합니다. 그리고 “상표로서 사용되었는지”를 포섭하실 때는 항상 “상태주의경” 판례가 기재된다는 점을 유념하시면 좋을 것 같습니다. - 설문 2는 “상태주의경”을 하나씩 사안 포섭하는 문제였습니다. 상표에서는 문제에서 주어진 바를 충분히 활용하면서 판례 문구를 활용해서 사안 포섭을 두껍게 해주는 것이 중요합니다. 어떤 식으로 사안 포섭하는지 그 흐름을 익히시면 좋겠습니다. - 설문 3은 판례를 숙지하고 계신다고 해도 순간적으로 논점을 누락하거나 이탈하기 쉬운 문제입니다. <p>3. 소결</p> <p>답안 작성 시에는 우선 문제를 정확히 읽고 논점을 파악하신 후에 목차 잡는 시간 동안 “결론을 정하고 / 목차를 적거나 간단하게 정하고” 답안 작성을 시작하는 것을 추천 드립니다.</p> <p>미리 결론을 정해두지 않으면 답안을 쓰다가 다른 방향으로 논리흐름을 틀게 되는 경우가 생기기 때문에, 일관된 답안지를 위해서 답과 주 논점을 찾은 후에 답안 작성하시는 것을 추천 드립니다.</p> <p>그리고 상표법에서는 “판례키워드”와 “문제에서 주어진 사정”을 포함하여 두껍게 사안 포섭하시는 것이 득점에 유리합니다. 시간 되실 때마다 판례집을 읽어보시면 좋을 것 같습니다. 파이팅입니다 !</p>	

[문제-1]

19

I. 서문 11)

1. 상표법상 상표

(1) '상표'의 정의 (상법 제23조 1항 1호)

상표란 자기의 상품(서비스 또는 서비스의 제공에 관련된 물건들 포함)과 타인의 상품을 식별하기 위하여 사용하는 표장을 말한다.

(2) 상품의 구성요건 - 상품

① 상품의 정의 자체

상표이란 그 자체가 교환가치를 가진 독립된 상거래의 객체가 되는 물건을 말한다.

② 상품의 구성요건 및 성립요건

상품의 구성요건에는 독립성, 교환가치성, 유사성, 유용성, 양산성 및 유체불성 등이 있으며, 독립성은 상품의 성립요건에 해당한다.

③ 무상양도된 상품의 상품성

상품에 해당하기 위해서는 반드시 유상으로 양도될 필요는 없으나, 무상양도되더라도 그 과정에서 판매자가 이익을 얻는 방식이 포함되어 있고, 그 일환으로 해당 상품이 무상양도된 것이라면, 상표법상 상품으로 인정될 수 있다.

(3) 상품의 구성요소 - '자타상표식별 위하여 사용되는 표장'

① '자타상표식별 위하여'

선언적인 규정으로 본다.

② '사용' (상법 제23조 1항 1호)

③ '표장' (상법 제23조 1항 2호)



II. 선행(2)

1. 상품의 사용 (법 제2조 항 1호; 제2조 2항)

상품행위에는 표시행위, 유통행위, 광고행위, 등을 상품의 사용으로 규정하고 있다.

2. 상품행사 상품 (제1)

① 제1제에 따르면, 상품은 그 자체로서 교환가치를 가지고 독립된 상거래의 목적으로 되는 물건이어야 하며, 독립성을 인정하기 위해 양산성, 유통성 등이 고려될 수 있다.

② 원칙에서 외화된 행위의 상품성 (제1)

제1제에 따르면, 음성성 등에서 외화되어 제공되는 행위는 유통성과 양산성이 없기, 상품행사 상품에 해당하지 않는다.

3. 서비스에 대한 상품의 사용

(1) 서비스 의미

서비스란 타인의 이익을 위해 제공되는 독립하여 상거래의 대상이 되는 용역을 의미한다.

(2) 서비스의 상품 포함 여부 (법 제2조 항 2호 앞문, 제1제)

상품에는 지적표시가 사용되는 경우를 제외하는 서비스 또는 서비스의 제공에 관련된 물건이 포함된다.

(3) 서비스의 ^{제공에} 관련된 물건의 의미 제1제

서비스의 '제공에 관련된' 물건이란 서비스의 제공시 수요자 이용이 공여되는 물건, 서비스의 제공에 관한 수요자의 물건, 서비스의 제공에 이용되는 물건을 의미한다.

(4) 서비스에 관한 상품의 사용 제1제

① 서비스에 대한 광고, 거래서류, 포장 등이 상품을 표시하고 이를 전제·보호하는 행위,

② 서비스의 제공시 수요자의 이용이 공여되는 물건에 상품을 표시하는 행위,

③ 서비스의 제공 또는 서비스의 제공이 이용하는 물건에 상품을 표시한 것을 서비스의 제공을 위하여 진사하는 행위 등이 포함된다.

(b) 서비스에 대한 상품의 사용이 있어서 유행성이 확실히 여부 관계
아무리 때가 많은 사전보사나 양호 호인이 의한 무역 제공 등 독립하여
상거래의 대상이 될 수 없는 용품을 인정한 목적 하에 계획, 방책으로
제공한 것은 상품방상 서비스를 제공하였다고 할 수 없다.

4 시간

(1) '떡볶이'에 대한 사용

'떡볶이'는 음식에서 조리하여 제공한 음식물로 반백재현사(양상생), 유행성이 없어
상품방상 활동이 해당하지 않는다. 따라서, 행방개 '떡볶이'의 경우 상품이 아니기
때문에 상품의 사용으로 인정될 수 없다. 다만 곰강에서 생산되어 포장된 채로
유통되어 소매점에서 판매한 경우 양상생이 인정된다면 상품으로 취급될 예가
있어 보인다.

(2) '떡볶이 전문점 운영업'에 대한 사용

'떡볶이 전문점 운영업'은 서비스로 서비스 제공이 인정된 물건에 상품을 표시하여 양도 등
하였다면 상품의 사용에 해당한다. 따라서 '떡볶이 판매' 대량 판매, 모래시 등
'우리함께 떡볶이'를 표시하여 제공 등 하였다면, 서비스인 '떡볶이 전문점 운영업'에 대한
상품의 사용에 해당한다.

III. 서론(13).

10

1. 상표의 사용 (法 제23 조 항 1호, 제23 조 2항)

상표의 사용은 법 제23 조 항 1호 각목의 표시·유통행위, 제23 조 2항의 행위를 말한다.

(1) 표시행위 : 法 제23 조 항 1호 대목

① '패'란 통상의 거래행위에 비하여 쉽게 원상복구가 인식할 수 있음이 전제되어야 한다.

② 상표의 원상복구 인식할 수 없는 경우 판례

판례에 따르면, 통상적인 유통·사용·유지행위시에는 그 원상복구 알 수 없고,

오리 복원해야만 원상복구가 인식할 수 있는 경우, 그 표시는 상표법에서 말하는

상표라고 할 수 없다.

(2) 유통행위 : 내복

① 상품 또는 상품의 포장에 상품을 표시한 것을 양도·양하거나, 정기물리성을 통하여

제공하거나, 그 목적으로 전사·수출·수입하는 행위를 말하며, 전·수입 통관

양도 또는 인도의 목적으로 이루어져야 한다.

③ 개장처리

최고 원인을 통해 다양한 방식의 ^{다양도 가능한} 다제형 상품이 유통되고 있으나, 구별상

상표의 사용행위는 전통적인 유통방식을 규정하고 있어, 시대변화를 반영하지 못하고

있으므로, 다제형 상품의 원천 유통행위를 상품의 사용으로 포함하기 위해 개정되었다.

(3) 광고행위 : 대목

① 의미

상품에 대한 광고, 정가표, 거래서류 등이 상품을 표시한 전사하거나 널리

알리는 행위를 말한다.

③ '널리 알리는 행위'의 성립요건 (제11)

판례에 따르면, 일반 공중에 속하는 거래상대방에게 이를 고부하였다면
일반공중이 인식할 수 있는 상태에 두었다면 볼 수 있으므로, 특별한 사정이
없는 한, 상품이 관한 거래상대방에 상품을 표시한 널리 알리는 행위,
즉 법 제22 조항 1호 (다량의 상품의 사용)에 해당한다.

(4) 애플의 평상, 신리 또는 명사의 사용 (제22 조항 1호)

제22 조항 1호 각목에 따른 표시하는 행위에는 애플의 평상, 신리-명사를 상품을 표시하는
행위가 포함된다.

(5) 온라인 표시행위: 제22 조항 2호

제22 조항 2호 각목에 따른 표시하는 행위는 전기통신망을 통해 제22 조항 1호에
전제조건으로 표시하는 행위가 포함된다.

2 '광고대체가 되는 물품'에 대한 상품적 사용

(1) 판단기준 (제1)

판례에 따르면, 광고대체가 되는 물품이 상품이 표시되어 있다 하더라도,
물품이 표시된 상품이 아닌 다른 물자나 도형에 의해 광고하고자 하는 상품의 표시로서
사용된 것으로 인식되는 등 특별한 사정이 없는 한, 그 자체가 교환가치를 가지고
독립된 상거래의 목적으로 되는 물품으로 볼 수 없고, 이러한 상품의 상품을
표시한 것은 상품의 사용이라 볼 수 없다.

(2) 예시

물품이 표시된 상품 이외의 다른 물자나 도형에 의해 광고하고자 하는 상품의
주체로서 인식되는 특별한 경우, 광고하고자 하는 물품이 대한 상품의 사용
으로 인정될 수 있다.



3. 사안

(1) 표시행위/유통행위 해당성

② 표시 유통행위는 상품 또는 상품의 표시가 상품을 표시할 것을 의하는바, 상품이 아닌
 사용품이 상품을 표시한 것은 표시 유통 행위에 해당하지 않는다.

① 해당 사용품은 유통에 맞지 않고 주어진 것으로 독립성이 없어 상품비상 사용품에 해당하지
 않는다.

(2) 광고행위.

① 해당 사용품은 상품비상 상품이 아니므로 사용품에 관한 상품의 사용은 인정될 수 없다

② 그러나 상품 비 다른 문자, 도형을 통하여 ^{일반속자가} '우리함배떡볶이'의 광고로 인식할 수
 있으므로 법 제23 1항 1호 다음의 광고행위에 해당하여 '떡볶이' 경쟁점 경쟁점이
 대한 상호의 사용에 인정된다.

4. 결론

사용품이 '우리함배떡볶이'를 표시하여 교부한 것은 법 제23 1항 1호 다음의
 상품의 사용에 해당한다.

너무
 잘 보셨죠.....!!!

[문제-2]

1. 상표권 사용 (1) ^{상표} ^{상표권} : 법 제23 조 1항 1호 각목, 제23 조 2항 에 해당하면, 실질적으로 상표 기능을 발휘하여야 상표권 사용이라 할 수 있다.

2. 디자인권 사용

(1) ^{상표} ^{상표권} : 법 제23 조 1항 1호 각목, 제23 조 2항 에 해당하면, 실질적으로 상표 기능을 발휘하여야 상표권 사용이라 할 수 있다.

상표권 디자인권 사용은 상표의 본질적 기능인 출처표시 기능을 발휘하지 못하므로

⑦ 디자인권

[문제-2]

I. 문제(1)

7.5

1. 상품지 사용

(1) 의의

해당지표는 법 제22 1항 11호 각목, 제22 2항에 해당하는 식식지표

상표의 기능을 발휘하여야 상품지의 사용이라 할 수 있다.

(2) 판단기준 (4)

판정에 따르면, 동일권 상품지 관계, 해당 표의 사용태양, 등상표의 주지명성,

사용자의 주로, 사용 범위 등 종합적으로 판단하여, 실제 거래에서 그 상품이

상품의 식별권지표 이용되고 있는지를 기준으로 한다.

2. 디자인지 사용

(1) 해당 디자인지 사용 (4)

이 경우 상품의 본질적인 기능인 확대기능을 발휘하지 못하므로 상품지 사용으로

따라서 상품의 사용으로 인정되지 않으며, 상품지 사용이 아니다.

(2) 디자인지라 동시에 상품지 사용인 경우. (4)

디자인지 상품은 배타적 선택적 관계가 아니므로, 디자인의 예상 12% 이상이라도

상품의 본질적인 기능인 확대기능, 즉 자다상품식별을 위하여 사용된 것으로 볼 수 있는

기능, 상품지의 사용으로 봐야 한다.

II 설문(3)

1 상품제 사용 판단기준

특정 상품 관계, 사용태양, 등록상품의 크기, 모양, 사용 거리 등을 종합하여
상계 개제제비시 어떤 상품의 식별 표시로 사용되고 있는지를 기준으로 판단한다.

2 지정상품을 디자인제고 사용권 경우 (4)

(1) 상품제사용권판정으로
대상품가 제고 하기, 상품을 장식함과 같이 활용시 가능 수행한다. 지정상품이 유사한 경우

제고하는 상품제 사용권제고 해야 한다

(2) 승전 디자인제 사용권 (승) 제

해의 상품의 등 이상의 표장이 표시될 수 있는 점을 고려해 승전 디자인제
사용이라 볼 수 없다.

3 시안

(1) 해의 상품에 등 이상의 표장이 표시될 수 있는가 (제고)

(2) 종래에 발원 A 상품이 상품제 사용인가. (제고)

(3) A상품은 어떤 상품에 대한 상품인가 : 위(의류) **직물**

종이 태그, 위(의류), 판매장(서비스)

I. 문제

1. 상표법상 "상표" 및 "상품"의 정의

(1) 상표법상 "상표"의 정의

"상표"란 자기와 타인의 상품을 식별하기 위해 사용하는 표장을 말한다

문자, 도형, 소리, 냄새, 색채의 조합 등이 표장으로 사용될 수 있다.

(2) 상표법상 "상품"의 정의 및 예

"상품"이란 ~~교환~~ 그 자체가 교환가치를 가지고 독립하여 상거래의 대상이 되는 물품을 뜻한다. 상품은 유통성, 유체물성, 양산성 등 독립성을 가져야 한다.

2. 甲의 ~~등록상표~~ 떡볶이에 대한 등록상표의 사용이 '상품' 또는 '서비스'에 대한 사용인지 여부

(1) 상표로서의 사용의 의미

상표법상 상표의 사용이란, 형식적으로는 法 2조 1항 11호 각 목에 정의된

표시행위, 유통행위, 광고행위 등을 의미하고, 실질적으로는 상표의 기능이

발휘된 사용을 ~~후~~ 의미한다.

(2) 음식물에 대한 상표의 사용 예

상표가 사용되는 상품은 독립성을 가져야 하는데, 음식물의 경우 유통성과 양산성을 가지지 않아 독립성이 없으므로 상표법상 상품에 해당하지 않는다.

판권제외

(3) 서비스도 상표 사용의 대상이 될 수 있는지 여부 예(例) (적극)

≡ 서비스가 독립하여 교환가치를 갖는 용역에 해당하고, 상표가 해당 서비스와의 관계에서 출처표시로서 사용된다면, 서비스도 상표 사용의 대상이 될 수 있다.

(4) 사안의 경우

甲은 상표 "우리 할배 떡볶이" 를 등록받은 후, 해당 상표가 표시된 점시에 떡볶이를 담아 이를 매장에서 판매하고 있다. 이 경우 '떡볶이'는 음식물로서, 유통성이나 양산성이 없으므로 상표법상 상품에 해당하지 않는다. 다만, 상표가 표시된 점시에 떡볶이를 담아 판매하는 상표 사용의 태양으로 볼 때, 일반 수요자들은 해당 상표가 甲의 '떡볶이 전문점 운영업'의 서비스와 관련하여 그 출처표시를 표시한 것으로 인식할 가능성이 크다. 따라서 甲의 상표 사용은 '서비스'에 대해 사용한 것으로 볼 수 있다.

서비스
유통성
양산성
행위
경쟁

3. 문제(3)

5.5

(1) 상표법상 "상표의 사용"

세 가지 형태가

상표법 2① 11 호에는 상표의 사용의 정의 되어 있다.

i) 표시행위 - 상품 또는 상품의 포장에 상표를 표시하는 행위를 말한다.

ii) 유통행위 - 상품 또는 상품의 포장에 상표를 표시한 것을 양도·인도하거나

전기통신 회선을 통해 제공하고, 이를 목적으로 전시·수출·

수입 하는 행위를 뜻한다.

iii) 광고행위 - 상품에 관한 광고, 정가표, 서계서류 및 그 밖의 수단

상표를 표시하고 이를 전시하거나 널리 알리는 행위를 말한다.

(2) Z의 사은품 배부가 "상표의 사용"에 해당하는지 여부 (소극)

i) 광고 매체가 되는 물품에 대한 상표의 사용이 상표로서의 사용인지 여부 判例

광고 매체가 되는 물품에 상표를 표시한 것은, 해당 물품에 다른

문자나 도형 등에 의해 상표와의 관계 또는 출처표시를 나타내는 것으로

보이는 특별한 사정이 없는 한, 상표로서의 사용이라고 할 수 없다.

ii) 사안의 경우

Z이 행인들에게 나눠준 사은품은 ~~특정~~ 甲 등록 상표의 지정품에 대한

광고 매체가 되는 물품으로, 해당 사은품에 먹방 유튜브채널을 통한

수요자 유인 문구만이 적혀 있을 뿐 지정상품과의 관계를 나타내는



물건은 적혀 있지 않아 수요자들이 상품과의 관계를 인식하기 어렵다.

또한 사은품은 거래시장에 유통될 가능성이 없으므로 독립하여 교환의 목적물이

되지 않아 상표법 상 상품으로 보기도 어렵다. 따라서, 이 사은품을

배부한 행위는 "상표의 사용"에 해당하지 않는다.

+강제성!

8.5
II. 문제-2.

3 1. 디자인의 상표로서의 사용에 관한 판단 ~~예외~~

i) ~~상표권~~ 등록 상표권 침해 판단 - 등록상표와 동일·유사한

상표를 지정상품과 동일·유사한 상품에 사용한 경우 상표권을 침해한 것으로 본다.

ii) 그러나 상표를 자타상품을 식별하기 위해 상표적으로 사용한 것이 아니라면 상표법상 침해에 해당하지 않는다.

iii) 상표로서의 사용인지 여부에 대한 판단 ~~예외~~

상표가 상품 ~~상표로서~~ 상표적으로 사용되었는지 여부를 판단하기 위해서는,

㉠상표와 상품의 관계, ㉡상표의 사용 태양, ㉢등록상표의 독자적 지명성,

㉣사용자의 의도, ㉤사용경위 등을 종합적으로 판단하여

실제 거래계에서 식별표지로서 사용되고 있는 여부를 고려해야 한다.

iv) 디자인임과 동시에 상표로서 사용될 수 있는지 여부 ~~예외~~ (적극)

상표가 디자인으로 사용될 수 있는 형상 등에 해당한다 하더라도,

디자인과 상표는 배타적·선택적 관계에 있지 않으므로

~~상표로서~~ 출치표시를 위한 상표로서의 사용에 해당할 수 있다.



2. Z의 디자인이 상표로서의 기능을 함께 수행하는 경우.

i) 앞서 1-iv)에서 살폈듯이, 디자인으로 기능할 수 있는 표장이라도

출처 표시를 나타내는 식별 표지로서 사용될 수 있다.

ii) 사안의 경우

Z의 사용태양을 볼 때, ㉠ Z의 상품인 Y 남방셔츠는 X의 지정상품과 동일한 상품으로, ㉡ Z은 상표 X와 선의 폭 및 색 등 몇 가지 요소에서

약간의 차이는 있지만 선들의 색상·개수·배열 순서로 보아 전체적으로

매우 유사한 격자무늬를 남방셔츠에 이용하고 있다. 또한 ㉢ M의

상표 X는 셔츠를 비롯한 원피스 등 의류 상품에 관하여 수요자들에게

널리 알려져 있으므로 즉지·저명한 상표인데, ㉣ Z은 이와 같은 사실을

알면서도 유사상표를 동일한 상품에 사용하여 M 상표의 고객 흡인력에

부당하게 편승하려는 의도가 있었던 것으로 보인다. 나아가 ㉤ 그 의도를

갖고 Y 남방셔츠를 판매 목적으로 수입하였다.

위와 같은 Z의 행위를 종합적으로 고려할 때, Z의 격자무늬가

디자인으로 사용될 수 있지만, 자신의 Y 남방셔츠의 출처 표시를 위한

상표로서 사용하였다고 보는 것이 타당하다.

0.5 3. Y에 부착된 ^{종이}종이의 태그라 된견된 쟁점.

i) 부품과 완성품이 결합하는 경우 - 判例.

부품과 완성품이 결합하는 경우, 앞서 1-iii) 에서 살판

상표로서의 사용에 대한 판단과 더불어, 실제 거래계에서

이런 상품에 대한 식별 표지로서 사용되었는지를 확인해야 한다.