

## “빅토리아 判例”

#상표의 동일·유사 #전체관찰 #요부관찰 #설문조사의 증명력 판단

### ◎ 상표의 유사판단

대법원 2024. 10. 25. 선고 2023후1180 [거절결정(상)]

출원상표	선출원 상표	결론
	<b>VITTORIA</b>	유사

#### 【판시사항】

[1] 둘 이상의 문자 또는 도형의 조합으로 이루어진 결합상표의 유사 여부를 판단하는 방법 / 상표의 구성 부분 중 요부가 있는 경우, 상표의 유사 여부를 판단하는 방법

[2] 상표의 유사 등에 관하여 수요자 인식에 대한 설문조사 결과의 증명력을 판단하는 방법 및 이때 법관이 고려하여야 할 사항



[3] 특허청 심사관이 갑 주식회사의 출원상표 “”에 대하여 ‘타인의 선등록상표

“**VITTORIA**”와 표장 및 지정상품이 동일 또는 유사하여 상표법 제34조 제1항 제7호에 해당한다.’는 이유로 상표등록 거절결정을 한 사안에서, 위 출원상표는 선등록상표와 표장이 유사하고 지정상품이 동일·유사하여 상표법 제34조 제1항 제7호에 해당하는 상표이므로 상표등록을 받을 수 없고, 갑 회사가 제출한 수요자 인식 설문조사 결과는 형태나 내용이 설문조사 결과의 신뢰성을 높일 수 있도록 구성되었다고 보기 어려우므로, 증거로서 채용하기 어렵다고 한 원심판단이 정당하다고 한 사례

## 【판결요지】

[1] **【전체관찰 원칙】** 둘 이상의 문자 또는 도형의 조합으로 이루어진 결합상표는 그 구성 부분 전체의 외관, 호칭, 관념을 기준으로 상표의 유사 여부를 판단하는 것이 원칙이다(‘전체관찰의 원칙’). **【요부관찰의 필요성】** 그런데 상표의 구성 부분 중에서 일반 수요자에게 그 상표에 관한 인상을 심어주거나 기억·연상을 하게 함으로써 그 부분만으로 독립하여 상품의 출처표시기능을 수행하는 부분, 즉 요부(요부)가 있는 경우, 적절한 전체관찰의 결론을 이끌어내기 위해서는 먼저 그 요부를 가지고 상표의 유사 여부를 대비·판단하는 것이 필요하다(‘요부의 대비’). **【요부의 결정】** 상표의 어느 구성 부분이 요부인지 여부는 그 부분이 주지·저명하거나 일반 수요자에게 강한 인상을 주는 부분인지, 전체 상표에서 높은 비중을 차지하는 부분인지 등의 요소를 따져 보되, 여기에 다른 구성 부분과 비교한 상대적인 식별력 수준이나 그와의 결합상태와 정도, 지정상품과의 관계, 거래실정 등까지 종합적으로 고려하여야 한다. 이러한 요부라고 할 만한 것이 없다면 전체관찰의 원칙에 따라 상표를 전체로서 대비하여 유사 여부를 판단하여야 한다(‘전체의 대비’).

[2] **【설문조사 결과의 증명력 판단】** 상표의 유사 등에 관하여 수요자 인식에 대한 설문조사 결과의 증명력 판단은 법관의 자유심증에 맡겨져 있는 것으로, 법관은 설문조사의 설계·실시 등이 그 설문조사의 해당 분야에서 통상적으로 허용되는 객관적 절차와 기준에 맞게 수행되었는지를 살펴 그 증명력을 판단할 수 있다. 이때 법관은 모집단이 적절하게 설정되고 모집단을 대표할 수 있는 표본이 추출되는 등 조사 대상자가 합리적으로 선정되었는지, 응답자의 태도에 따른 오차를 줄이기 위한 적절한 통제가 이루어졌는지, 조사 문항의 형태 및 상표 등 제시물이 제시된 방식이 적절한지, 조사 문항의 내용이 편향되거나 특정 응답을 유도하는 방식으로 구성되지는 않았는지, 설문조사를 실시할 때 조사 장소와 시기가 적절한지, 응답자에 대한 질문 태도가 적절한지 등을 고려할 수 있다. 비록 수요자 인식에 대한 설문조사 결과에는 실제 수요자의 인식을 완벽하게 반영할 수 없다는 한계가 있지만, 그 설문조사의 설계·실시 등이 이러한 객관적인 절차와 기준에 맞게 수행되었다면 설문조사 결과의 신뢰성 자체를 부정하는 것에는 신중할 필요가 있다.



[3] 특허청 심사관이 갑 주식회사의 출원상표 “”에 대하여 ‘타인의 선등록상표

“**VITTORIA**”와 표장 및 지정상품이 동일 또는 유사하여 상표법 제34조 제1항 제7호에 해당한다.’는 이유로 상표등록 거절결정을 한 사안에서, 위 출원상표의 요부 중 VICTORIA 부분과 선등록상표를 대비하면, 양 상표는 글자체, 색상, 도안화의 정도, 철자의 구성 등에 차이가 있지만, 모두 굵은 글자체로 되어 있고 전체 글자 중 세 번째 글자만이 ‘C’와 ‘T’로 달라 외관의 차이가 크지 않은 점, VICTORIA 부분은 ‘빅토리아’로 호칭되고, 선등록상표는 ‘비토리아’ 또는 ‘**빈토리아**’로 호칭될 것이어서, 양 상표는 네 음절 중 첫음절에서 다소 차이가 있을 뿐 전체적으로 호칭이 유사한 점, VICTORIA 부분은 여성의 이름 정도로 관념할 수 있고 선등록상표는 일반 수요자에게 별다른 관념을 형성할 것으로 보이지 않아 양 상표의 관념을 대비할 수는 없으나, 호칭이 유사한 양 상표를 동일·유사한 지정상품에 함께 사용하는 경우 일반 수요자에게 상품의 출처에 관하여 오인·혼동을 일으킬 염려가 있으므로, 위 출원상표와 선등록상표는 표장이 서로 유사하며, 나아가 출원상표의 지정상품과 선등록상표의 지정상품은 모두 ‘탄산수 등’으로 동일·유사한 점에 비추어, 위 출원상표는 상표법 제34조 제1항 제7호에 해당하는 상표이므로 상표등록을 받을 수 없고, 갑 회사가 제출한 수요자 인식 설문조사의 조사 문항 중 일부 문항이 두 상표를 동시에 제시하면서 상표의 유사 여부를 직접 질문하는 방식을 채용한 것은 이격적 관찰의 측면에서 적절하지 않고, 문항별로 조사 대상자가 고를 수 있는 선택지의 내용이나 순서에 차이를 두지 않아 응답이 특정 방향으로 유도될 수 있는 등 그 조사 문항의 형태나 내용이 설문조사 결과의 신뢰성을 높일 수 있도록 구성되었다고 보기는 어려운 점에 비추어, 수요자 인식 설문조사 결과를 증거로서 채용하기 어렵다고 한 원심판단이 정당하다고 한 사례.

## 2. 제6 상고이유에 관하여

가. 상표의 유사 등에 관하여 수요자 인식에 대한 설문조사 결과의 증명력 판단은 법관의 자유심증에 맡겨져 있는 것으로, 법관은 설문조사의 설계 · 실시 등이 그 설문조사의 해당 분야에서 통상적으로 허용되는 객관적 절차와 기준에 맞게 수행되었는지를 살펴 그 증명력을 판단할 수 있다. 이때 법관은 모집단이 적절하게 설정되고 모집단을 대표할 수 있는 표본이 추출되는 등 조사 대상자가 합리적으로 선정되었는지, 응답자의 태도에 따른 오차를 줄이기 위한 적절한 통제가 이루어졌는지, 조사 문항의 형태 및 상표 등 제시물이 제시된 방식이 적절한지, 조사 문항의 내용이 편향되거나 특정 응답을 유도하는 방식으로 구성되지는 않았는지, 설문조사를 실시할 때 조사 장소와 시기가 적절한지, 응답자에 대한 질문 태도가 적절한지 등을 고려할 수 있다. 비록 수요자 인식에 대한 설문조사 결과에는 실제 수요자의 인식을 완벽하게 반영할 수 없다는 한계가 있지만, 그 설문조사의 설계 · 실시 등이 이러한 객관적인 절차와 기준에 맞게 수행되었다면 설문조사 결과의 신뢰성 자체를 부정하는 것에는 신중할 필요가 있다.

나. 원심은 그 판시와 같은 이유로, 원고가 제출한 2021년 수요자 인식 설문조사결과(갑 제31호증)와 2022년 수요자 인식 설문조사 결과(갑 제30호증)(이하 모두 '이 사건 설문조사'라 한다)는 조사 대상자 선정의 타당성에 의문이 있고 조사 문항의 상표 제시 방식이나 구성 또한 적절하지 않아 신뢰성이 떨어지므로 증거로서 채용하기 어렵다고 판단하였다.

다. 원심판결 이유를 위 법리와 기록에 비추어 살펴본다.

원심의 이유설시 중 조사 대상자 선정이 타당하지 않다거나 이 사건 설문조사의 2022년 조사 문항이 특정 응답을 유도하는 방식으로 구성되었다고 판단한 일부 근거부분은 적절해 보이지 않는다. 그러나 이 사건 설문조사의 2022년 조사 문항 중 A2부터 A5까지의 문항이 두 상표를 동시에 제시하면서 상표의 유사 여부를 직접 질문하는 방식을 채용한 것은 이격적 관찰의 측면에서 적절하지 않고, 문항별로 조사 대상자가 고를 수 있는 선택지의 내용이나 순서에 차이를 두지 않아 응답이 특정 방향으로 유도될 수 있는 등 그 조사 문항의 형태나 내용이 설문조사 결과의 신뢰성을 높일 수 있도록 구성되었다고 보기는 어렵다. 결국 이 사건 수요자 인식 설문조사 결과에 대한 원심의 증명력 판단이나 이에 기초한 사실인정이 논리와 경험의 법칙을 위반하여 자유심증주의의 한계를 벗어났다고 할 수 없다. 원심의 결론은 정당하고 상고이유 주장과 같이 판결에 영향을 미친 잘못이 없다.

## “양탕국 判例”

#상표법제33조제1항제3호 #기술적 표장 #과거 사용된 적이 있는 상품의 명칭으로 구성  
#그러한 사정만으로 본 호 해당한다고 단정X

◎ 과거 사용된 적이 있는 상품의 명칭으로 구성된 상표

대법원 2024. 1. 11. 선고 2023후11074 판결 [등록무효(상)]

등록상표	무효사유
<b>양탕국</b>	상표법 제33조 제1항 제3호, 제7호

<관련 법리>

[法33조1항3호, 7호 판단방법] 어떤 상표가 구 상표법(2016. 2. 29. 법률 제14033호로 전부개정되기 전의 것, 이하 같다) 제33조 제1항 제3호 또는 같은 항 제7호에서 규정한 상표등록을 받을 수 없는 상표에 해당하는지 여부는 그 상표가 지니고 있는 관념, 지정상품과의 관계 및 거래사회의 실정 등을 감안하여 일반 수요자의 인식을 기준으로 객관적으로 판단하여야 한다(대법원 1997. 2. 28. 선고 96후979 판결, 대법원 2006. 1. 26. 선고 2005후2595 판결 등 참조).

[성질을 암시·강조하는 경우] 어떠한 상표가 지정상품의 품질·원재료·효능·용도 등을 암시 또는 강조하는 것으로 보인다고 하더라도 전체적인 상표의 구성으로 볼 때 일반 수요자가 지정상품의 단순한 품질·원재료·효능·용도 등을 표시하는 것으로 인식할 수 없는 것은 구 상표법 제33조 제1항 제3호의 기술적 상표에 해당하지 않는다(대법원 2016. 1. 14. 선고 2015후1911 판결 등 참조).

사회통념상 자타상품의 식별력을 인정할 수 있고 공익상 특정인에게 그 상표를 독점시키는 것이 부당하지 않다고 인정되는 경우에 그 상표는 식별력 없는 상표에 해당하지 않는다(대법원 2020. 5. 14. 선고 2019후11787 판결 등 참조).

[식별력의 상대적·유동적 성격] 상표의 식별력은 상표가 가지고 있는 관념, 상품과의 관계, 당해 상품이 거래되는 시장의 성질, 거래 실태와 거래 방법, 상품의 속성, 수요자의 구성 및 상표 사용의 정도 등에 따라 달라질 수 있는 상대적·유동적인 것이고(대법원 2014. 3. 20. 선고 2011후3698 전원합의체 판결 등 참조), 상표가 구 상표법 제33조 제1항 각 호의 식별력 요건을 갖추고 있는지 여부에 관한 판단의 기준 시점은 원칙적으로 상표에 대하여 등록 여부를 결정하는 결정 시이다(대법원 2012. 4. 13. 선고 2011후1142 판결, 대법원 2015. 1. 29. 선고 2014후2283 판결 등 참조).

[상표가 과거 상품의 명칭으로 구성된 경우] 따라서 상표가 과거 한때 사용된 적이 있는 상품의 명칭 등으로 구성되었다는 사정만으로 곧바로 일반 수요자가 등록결정일 당시를 기준으로 그 상표를 상품의 성질을 표시하는 것으로 인식한다거나 공익상 특정인에게 그 상표를 독점시키는 것이 부당하다고 단정할 것은 아니고, 상표등록 무효심판을 청구하는 당사자가 상표법 제33조 제1항 제3호 또는 같은 항 제7호의 사유에 해당하는 구체적 사실을 주장·증명할 책임을 진다.

**양탕국**

원심은 그 판시와 같은 이유로, 이 사건 등록상표(서비스표 등록번호 생략)는 표장을 '양탕국'으로 하고 지정서비스업을 서비스업류 구분 제43류의 간이식당업, 다방업 등으로 하는데, 원심에서 제출된 증거만으로는 이 사건 등록상표를 구성하는 '양탕국'이라는 용어가 이 사건 등록상표의 등록결정일인 2015. 6. 9. 당시를 기준으로 일반 수요자에게 서비스에 제공되는 물건 등인 커피의 옛 명칭으로 인식되었거나 지정서비스업의 성질을 커피에 관한 것으로 바로 느낄 수 있게 하는 정도로 인식되었다는 점이 증명되었다고 보기 어렵고, 그러한 증거가 없는 이상 공익상 특정인에게 그 표시를 독점시키는 것이 부당하다고 볼 수도 없어 이 사건 등록상표는 상표법 제33조 제1항 제3호, 제7호에 해당하지 않는다는 취지로 판단하였다.

원심판결 이유를 위 법리와 기록에 비추어 살펴보면, 원심의 판단에 상고이유 주장과 같이 상표법 제33조 제1항 제3호, 제7호의 상표등록 요건에 관한 법리를 오해하거나 필요한 심리를 다하지 않은 채 논리와 경험의 법칙에 반하여 자유심증주의의 한계를 벗어나는 등으로 판결에 영향을 미친 잘못이 없다. 그 밖의 상고이유 주장은 원심의 부가적 판단에 관한 것으로서 앞서 본 원심의 판단에 잘못이 없는 이상 이 부분 판단의 당부가 판결 결과에 영향을 미칠 수 없으므로 더 나아가 판단할 필요 없이 받아들이지 아니한다.

## “지도표 김 判例”


#상표법제33조제1항제4호 #지도만으로 된 상표 #사용에 의한 식별력 #동일하거나 독립성유지 #분리인식 #식별력 취득 판단자료 사용 가능




◎ 상표법 제33조 제1항 제4호 및 상표법 제33조 제2항  
대법원 2024. 10. 31. 선고 2023후10453 판결 [거절결정(상)]

출원상표	사용상표	결론
	 ,  , 	- 33조1항4호 해당 O - 33조2항 적용 X

### 【판시사항】

[1] [상표법 제33조 제1항 제4호](#)에서 정한 ‘지도만으로 된 상표’에 해당하기 위하여는 정확한 지도나 이에 준하는 형태를 갖추어야 하는지 여부(소극) 및 일반 수요자가 사회통념상 지도임을 인식할 수 있는 정도의 형태를 갖추었다면 위 규정에서 말하는 ‘지도’에 해당하는지 여부(적극)  
[2] [상표법 제33조 제2항](#)에서 정한 ‘그 상표를 사용한 결과 수요자 간에 특정인의 상품에 관한 출처를 표시하는 것으로 식별할 수 있게 된 경우’에 해당하는지 판단하는 방법 / 출원상표와 동일성이 인정되는 상표의 장기간 사용이 ‘사용에 의한 식별력’ 취득에 영향을 미치는지 여부(적극) 및 출원상표와 동일하거나 동일성이 인정되는 부분만으로 독립성을 유지하면서 분리 인식될 수 있는 경우, 그 사용실적을 출원상표가 사용에 의한 식별력을 취득하였는지 판단하는 자료로 삼을 수 있는지 여부(적극)

[3] 특허청 심사관이 갑 주식회사의 출원상표 “”가 상표법 제33조 제1항 제4호에 따른 식별력이 없는 표장에 해당한다는 이유로 등록거절결정을 한 사안에서, 출원상표는 일반 수요자에게 사회통념상 대한민국 지도로 인식되어 상표법 제33조 제1항 제4호의 ‘지도만으로 된 상


표’에 해당하고, 갑 회사의 실사용상표 “”, “”, “” 등과 별개로 독립하여 수요자 사이에서 사용에 의한 식별력을 취득하였다고 인정하기는 어려워 상표법 제33조 제2항에 해당하지 않는다고 본 원심판단을 수긍한 사례

## 【판결요지】




[1] [지도만으로 된 상표] 상표법 제33조 제1항 제4호에 의하면 '지도만으로 된 상표'는 상표등록을 받을 수 없는데, 정확한 지도나 이에 준하는 형태가 아니더라도 일반 수요자가 사회통념상 지도임을 인식할 수 있는 정도의 형태를 갖추었다면 위 규정에서 말하는 '지도'에 해당한다.

[2] [사용에 의한 식별력 취득의 판단 방법] 상표법 제33조 제1항 제4호에 해당하는 상표라도 상표등록출원 전부터 그 상표를 사용한 결과 수요자 간에 특정인의 상품에 관한 출처를 표시하는 것으로 식별할 수 있게 된 경우에는 그 상표를 사용한 상품에 한정하여 상표등록을 받을 수 있다(상표법 제33조 제2항). 상표법 제33조 제2항에서 규정한 '그 상표를 사용한 결과 수요자 간에 특정인의 상품에 관한 출처를 표시하는 것으로 식별할 수 있게 된 경우'에 해당하는지는 상표의 사용기간, 사용횟수 및 사용의 계속성, 상표가 부착된 상품의 생산·판매량 및 시장점유율, 광고·선전의 방법, 횟수, 내용, 기간 및 액수, 상품품질의 우수성, 상표사용자의 명성과 신용, 상표의 경합적 사용의 정도 및 태양 등을 종합적으로 고려하여 판단하여야 한다.

[다른 구성을 결합하여 사용한 경우] 사용에 의한 식별력을 취득하는 출원상표는 실제로 사용한 상표 그 자체에 한하고 그와 유사한 상표에 대하여 식별력 취득을 인정할 수는 없지만, 출원상표와 동일성이 인정되는 상표의 장기간 사용은 위 식별력 취득에 도움이 되는 요소이다. 한편 출원상표와 동일하거나 동일성이 인정되는 부분이 그 부분만으로 독립성을 유지하면서 분리 인식될 수 있다면 다른 표장과 함께 사용되었더라도 그 사용실적을 출원상표가 사용에 의한 식별력을 취득하였는지 판단하는 자료로 삼을 수 있다.

[3] 특허청 심사관이 갑 주식회사의 출원상표 “”가 상표법 제33조 제1항 제4호에 따른 식별력이 없는 표장에 해당한다는 이유로 등록거절결정을 한 사안에서, 출원상표는 일반 수요자에게 사회통념상 대한민국 지도로 인식되어 상표법 제33조 제1항 제4호의 '지도만으로 된 상표'에 해당하고, 한편 갑 회사가 약 25년



이상 실사용상표 “”, “”, “” 등을 사용하여 왔고, 관련 상품이 언론에 다수 소개되었으며, 판매량과 시장점유율도 상당한 정도에 이른 사실은 인정되지만, 실사용상표들은 모두 대한민국 지도 모양의 도형인 출원상표 부분 외에 적어도 1개 이상의 문자 부분이 결합한 표장으로서 도형만으로 구성된 출원상표와 동일한 표장이라고 볼 수 없고, 실사용상표들 중 일반 수요자에게 사회통념상 대한민국 지도로 인식되는 출원상표 부분이 분리 인식될 수 있다고 보기 어려울 뿐만 아니라 실사용상표들을 접한 일반 수요자가 출원상표 부분을 갑 회사의 상품의 주요한 출처표시로 인식한다고는 보이지 않으므로, 갑 회사가 실사용상표들을 사용하여 판매한 실적을 출원상표의 사용에 의한 식별력 취득 여부를 판단하는 자료로 삼을 수 없다는 이유로 출원상표가 실사용상표들과 별개로 독립하여 수요자 사이에서 사용에 의한 식별력을 취득하였다고 인정하기는 어려워 상표법 제33조 제2항에 해당하지 않는다고 본 원심판단을 수긍한 사례.

## 【판결이유】

1) 원고가 이 사건 심결 시를 기준으로 1994년경부터 약 25년 이상 조미김, 자반 김, 도시락 김, 건조된 김에 실사용상표 1 '(상표 2 생략)', 실사용상표 2 '(상표 3 생략)', '(상표 4 생략)', '(상표 5 생략)', '(상표 6 생략)', '(상표 7 생략)', 실사용상표 3 '(상표 8 생략)'을 사용하여 왔고, 관련 상품이 언론에 다수 소개되었으며, 그 판매량과 시장점유율도 상당한 정도에 이른 사실은 인정된다.

2) 원고가 이 사건 출원상표를 단독으로 그 지정상품에 사용하여 구이김 등의 상품을 제조·판매한 실적은 찾기 어렵고, 실사용상표들은 모두 대한민국 지도 모양의 도형인 이 사건 출원상표 부분 외에 적어도 1개 이상의 문자 부분이 결합한 표장으로서 도형만으로 구성된 이 사건 출원상표와 동일한 표장이라고 볼 수 없다.

3) 실사용상표 1, 2에 부가된 구성인 세로로 나열된 문자 부분은 전체 표장에서 차지하는 비중이 상당하고 실사용상표 2, 3에 부가된 '△△표', '□□' 문자 부분은 독립하여 출처표시로 기능할 수 있어, 실사용상표들 중 일반 수요자에게 사회통념상 대한민국 지도로 인식되는 이 사건 출원상표 부분이 분리 인식될 수 있다고 보기 어렵다. 실사용상표들을 접한 일반 수요자는 문자 부분을 포함한 실사용상표 전체 혹은 실사용상표 2, 3 중 '△△표', '□□' 부분을 그 출처표시로서 인식할 것이고, 이 사건 출원상표 부분을 원고 상품의 주요한 출처표시로 인식한다고는 보이지 않으므로, 원고가 실사용상표들을 사용하여 판매한 실적을 이 사건 출원상표의 사용에 의한 식별력 취득 여부를 판단하는 자료로 삼을 수 없다.

다. 원심판결 이유를 앞서 본 법리와 기록에 비추어 살펴보면, 이러한 원심의 판단에 상고이유 주장과 같이 사용에 의한 식별력 취득의 요건, 출원상표와 실사용상표의 동일성 판단 등에 관한 법리를 오해하거나 필요한 심리를 다하지 아니하는 등으로 판결에 영향을 미친 잘못이 없다.

#### \*비교 판례

출원상표	사용상표	결론
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 33조1항3호 해당 ○</li> <li>- 33조2항 적용 ○</li> </ul>

갑 주식회사가 대부업을 지정서비스업으로 하여 출원상표 **“단박대출”**를 출원하였으나 특허청이 상표법 제33조 제1항 제3호 및 제7호에 해당한다는 등의 이유로 등록을 거절하는 결정을 한 사안에서, 갑 회사가 출원상표를 출원하기 약 2년 전부터 중개업체를 통하지 않고 스스로의 마케팅에 의하여 유입된 고객에게 대출을 해주는 영업(이하 ‘직접대출방식’이라 한다)과 관련하여 출원상표와 동일한 ‘단박대출’이라는 표장을 사용한 점, 갑 회사는 출원상표가 포함되어 있는 실사용표장들을 사용하여 방송이나 신문 등을 통하여 **반복적으로 직접대출방식에 관한 광고**를 하였는데, 실사용표장들에는 출원서비스표가 단독으로 표시되어 있지는 않으나, 출원상표와 동일성이 인정되는 부분과 함께 사용된 문자 부분은 갑 회사를 나타내는 것으로 인식되거나 “대부업에서 흔히 쓰이는 표지”에 불과한 반면, 출원상표와 동일성이 인정되는 부분은 나머지 부분과 글자체나 글자 크기, 글자의 색상, 글자 부분의 배경 색상 등을 달리하여 “독립성을 유지하면서 분리 인식될 수 있도록 구성”되어 있고, 실사용표장들에서 공통적으로 반복됨으로써 “수요자들에게 강조되어 인식”되도록 사용되고 있는 점, 출원상표와 관련된 직접대출방식의 대출 규모, 신문·방송 등을 통한 광고 횟수와 기간, 갑 회사가 대부업체로서 알려진 정도 등을 종합하면, 출원상표가 구 상표법 제33조 제2항이 규정하는 사용에 의한 식별력을 취득하였다고 한 사례.