

한경훈 / 2월+3월 / 도약 GS / 1회									응시인원
수강번호	문제 1	문제 2	문제 3	문제 4	문항 총점	석차	상위%	가독성 평점	
534241	20.5	14	17.5	9.5	61.5	1	4.17%	6	24
529059	20.5	14	12.5	11.5	58.5	2	8.33%	6	
534251	19	13.5	14.5	10.5	57.5	3	12.50%	6	
534423	19	10.5	15	12	56.5	4	16.67%	5	
534313	20	13.3	13.5	8.5	55.3	5	20.83%	5	
529165	20	12	14	9	55	6	25.00%	5	
529237	20.5	12.5	12	9.5	54.5	7	29.17%	5	
534342	18	12.5	13	10	53.5	8	33.33%	5	
528964	19.3	13.5	12.5	8	53.3	9	37.50%	5	
529277	20	12.8	13.5	7	53.3	9	37.50%	5	
534174	19.5	12.5	13	8	53	11	45.83%	5	
534391	17.5	13.3	12.5	8	51.3	12	50.00%	5	
534165	19.5	13	11.5	7	51	13	54.17%	5	
534175	20.7	12.5	12.5	4.5	50.2	14	58.33%	5	
534355	18	12.5	11.5	7.5	49.5	15	62.50%	4	
534201	18.5	13	11.5	6	49	16	66.67%	4	
534222	19.5	13.8	10	4.5	47.8	17	70.83%	4	
534426	18	12.5	10.5	6	47	18	75.00%	5	
534397	18	12.5	14	0	44.5	19	79.17%	5	
535363	16	13.8	8.5	6	44.3	20	83.33%	5	
534230	14.5	13	14	2	43.5	21	87.50%	5	
534188	18	10.1	9.5	4	41.6	22	91.67%	5	
534383	18.5	8	5.5	5.5	37.5	23	95.83%	4	
534163	19.5	5.5	8	0	33	24	100.00%	5	

한경훈/2월/도약GS/1회/1번	채점자
	이정은
<p>1. 전반적인 총평</p> <p>단문에 해당하는 내용이 많아서 이 부분에 대해서는 다들 잘 써주셨습니다. 다만 다른 판례를 써주신 분들, 판례 한 개 정도 누락해주신 분들이 계셨습니다. 목차 깔끔하게, 자신감 있게 써내려가는 것이 중요합니다.</p> <p>2. 설문별 채점평 및 주의할 점</p> <p>(1) 설문 1</p> <p>다들 잘 써주셨습니다. 상표법상 ‘상표’와 ‘상품’의 정의에 대해서 써주셔야 합니다.</p> <p>(2) 설문 2</p> <p>서비스의 의미나, 서비스에 대한 상표의 사용의 정의를 누락하신 분들이 많았습니다. 그리고 사안포섭에서 “상품”에 대한 사용이 아닌점, “서비스”에 대한 사용에 해당한다는 점을 명확하게 언급해주시는 분들이 답안이 좋게 보였습니다.</p> <p>(3) 설문 3</p> <p>강사님 답안대로 행위별로 상표의 사용에 대해서 포섭하거나, 꼭 답안대로 아니더라도 적절하게 목차나눠서 포섭하신 경우에는 점수 똑같이 드렸습니다. 광고매체가 되는 물품에 상표를 표시한 경우의 판례에 대해서 누락하신 분들은 많이 없었으나, 특별한사정이있는경우에 대해서 목차분리해서 포섭하거나 판례 기재하면 더 좋을 것 같습니다.</p> <p>판례 라고만 기재하기 보다는, 판례 제목을 붙여서 목차에 써주는 것이 더 좋습니다.</p> <p>3. 소결</p> <p>전반적으로 다들 써주셨습니다. 사안포섭을 얼마나 깔끔하게 했는지, 판례 누락 없는지에서 변별되었습니다.</p>	

한경훈/2월/도약GS/1회/2번	채점자
	이정은
<p>1. 전반적인 총평</p> <p>설문1은 판례 위주로, 설문2는 사안포섭위주인데 설문1에 써야하는 판례를 설문2에 써주시고 사안포섭해주시는 분들이 많았습니다. 아마 판례 없이 바로 포섭하도록 하는 문제가 익숙치 않았을 것이라 생각합니다. 설문1에 써야하는 판례를 설문2에 쓰셨어도 점수 같게 드렸습니다.</p> <p>설문3은 논점이탈 많았습니다. 복습 부탁드립니다!</p> <p>2. 설문별 채점평 및 주의할 점</p> <p>(1) 설문 1</p> <p>‘상표로서의 사용’ 의의 누락하신 분들 많았습니다.</p> <p>디자인에 관한 상표의 사용에 관한 문제 출제시에는, “순수한 디자인적 사용” 과 “배타적 선택적 관계” 에 관한 판례 둘다 기재하는 것이 좋습니다.</p> <p>(2) 설문 2</p> <p>판례에 실시된 요건 별로 목차 나눠서 사안포섭하신 분들이 가장 가독성이 좋았습니다. 대부분 다들 잘 쓰셨습니다.</p> <p>(3) 설문 3</p> <p>논점 자체를 이탈하거나, 판례 미기재하신 경우가 많았습니다.</p> <p>아쉬운 분은, 사안포섭을 자세히 읽어보면 답을 알고 있는데, 답안이 자신이 없어서 마치 답이 틀린 것처럼 보이는 경우였습니다.</p> <p>답안 자신감 있게 써주세요!</p> <p>3. 소결</p> <p>대체적으로 잘 써주셨습니다.</p> <p>설문이 바뀔 때에는 줄 하나 띄워서 써주시면 가독성에 더 도움됩니다.</p>	

한경훈/2월/도약GS/1회/3번	채점자
	윤영우
<p>1. 전반적인 총평</p> <p>자생초 판례에 기반한 문제로, 대부분 정답을 맞춰 주셨습니다. 따라서, 판례를 정확히 암기했는지, 사안 포섭을 풍부하게 하였는지에 따라 점수를 다르게 부여 하였습니다.</p> <p>2. 설문별 채점평 및 주의할 점</p> <p>(1) 설문 1</p> <p>모두들 무난하게 잘 작성해 주셨습니다. 원칙인 전체관찰을 언급한 후에 분리 관찰로 넘어간 답안지가 더 읽기에 좋았습니다. 답지에 없는 판례어도 문제의 취 지에 맞는 경우 점수를 드렸습니다.</p> <p>(2) 설문 2</p> <p>요부관찰의 법리가 중요한 만큼 다들 판례를 잘 암기하여 작성해 주셨습니다. 사안 포섭시 갑과 을 상표에서의 요부, 상표 유사 여부를 목차를 나누어 작성한 답안지가 더 가독성이 좋았습니다.</p> <p>(3) 설문 3</p> <p>‘요부관찰과 분리관찰의 관계’ 판례를 설문 1에 적은 분이 많았습니다. 하지만, 설문 1에서는 ‘분리관찰의 법리’를 물어보고, 설문 3에서 비로소 ‘요부관찰과 분리관찰’의 관계에 대하여 물어보므로 설문 3에 위 판례를 적는 것이 더 보기 좋았습니다. 문제를 풀이할 때 설문을 모두 읽은 후에 답안을 작성하는 것 을 추천 드립니다.</p> <p>3. 소결</p> <p>중요 판례이고 묻는 바가 까다롭지 않았기에 많은 분이 잘 작성해 주셨습니다. 위 경우 목차의 흐름, 사안 포섭 등이 중요하게 작용하므로 답안지 작성에 대해 고민해 보면 좋을 것 같습니다.</p>	

한경훈/2월/도약GS/1회/4번	채점자
	윤영우
<p>1. 전반적인 총평</p> <p>까다롭지 않은 문제였음에도, 마지막 문제인 만큼 제대로 작성하지 못한 분이 많았습니다. 시간 관리에 유의해 주셔야 합니다.</p> <p>2. 설문별 채점평 및 주의할 점</p> <p>(1) 설문 1</p> <p>대부분 무난하게 작성해 주셨습니다. 외관, 호칭, 관념의 판단기준의 경우 Nature’ s Friend 판례를 작성해 주지 않은 분이 몇몇 계셨습니다. 문제의 취지를 고려하여 위 판례를 잘 작성해 주신 분께 높은 점수를 드렸습니다.</p> <p>(2) 설문 2</p> <p>사안 포섭시 호칭, 외관, 관념을 각각 목차 잡은 답안지가 더욱 가독성이 좋았습니다. 영어 상표가 나온 경우, 판례에서도 자주 활용하는 문구인 “국내 영어 보급수준”이라는 단어를 포함하여 사안 포섭하는 것을 추천 드립니다.</p> <p>(3) 설문 3</p> <p>사안 포섭시 키워드인 “구체적 거래실정”을 누락한 분이 많이 계셨습니다. 일반적 거래실정과 구체적 거래실정은 다른 개념이므로 둘의 차이를 명확히 알고 넘어가셨으면 합니다.</p> <p>3. 소결</p> <p>중요한 판례인 만큼 판례가 활용한 사안포섭 문구, 흐름 등도 어느 정도 알고 계셔야 합니다. 아직 2월이기에 판례집을 틈틈이 보며 판례의 사안 포섭 문구에 익숙해지는 것을 추천 드립니다.</p>	

[문제-1] (상용법은 아아, 트라이나 한다.)

I. 실문 (1)

4

1. 상등의 정의

(1) 상등법상 상등의 정의 조항은 항 보

상등은 자기의 상품과 타인의 상품을 식별하기 위하여 사용하는 표장을 말한다.

(2) 상등의 정의

후술할 바와 같이, 상등은 구체적으로 정의되고 있다.

(3) '사용'의 의미

자타상등식별을 위해 사용되어야 하며, 조항은 항 보
각종 또는 동등 양에 해당하는 행위를 말한다.

(4) 표장의 정의 조항은 항 보

기호·문자·도형·소리 등으로서 그 구성이나 표현방식에
상관없이 상등의 기능을 나타내기 위해 사용하는
모든 표시를 말한다.

2. 상등의 정의

(1) 구체적 상등의 정의

상등이란 그 자체가 근원력을 가지고 독립하여 상
의 목적물이 되는 물건을 말한다.

(2) 서비스 포함 여부 (각각)

상등법은 조항 항 보 관하여서 상등에 서비스 등



는 서비스의 제공에 관한 물건은 유통한다고 규정하고 있다.

II. 실문 (2)

1. 상품에 대한 사용인지 여부 (각각)

(1) 음식점에서 조리한 음식의 상품 사용 여부

상표법상 상품에 해당하기 위해서는 위장상인 양상상을 전제로 하되, 음식점에서 조리하여 판매하는 음식은 위장상이 정여태이 상표법상 상품에 해당하지 않는다.

(2) A안

① 맥북이 판매자인 '우리컴퓨터'에서 판매하는 맥북이는 족식에서 조리. 판매되는 것으로 위장상인 정여태이 상품에 해당하지 않으므로, ② 甲이 매장에서 맥북이를 판매한 것이 '맥북이'에 대한 상품의 사용으로 볼 수 있다.

(3) B안

따라서 甲의 맥북이 판매는 '상품'에 대한 상품상인 사용에 해당하지 않는다.

2. 서비스에 대한 사용인지 여부 (각각)

(1) 서비스의 장의 사용 여부



서비스권 하인의 이익을 위하여 제공하는, 독립적인 상
거래의 대상이 되는 용역을 제공한다.

(2) 서비스에 대한 상품의 사용 제1제

① 유형물인 상품과 같이 서비스는 무형물로서 서비스 자
체에 대한 상품의 사용 용이 불가능하다. ② 이러한 상품과
서비스의 차이를 고려할 때, 서비스에 대한 상품의
사용에는 i) 서비스에 대한 광고, 평가 등 상품
홍사하고 이를 전사, 널리 인식을 행하기, ii) 서비스 제공
이용자는 물론 같은 서비스 제공과 관련한 주체와의
목전에 상품을 홍사하는 행위, iii) 서비스 제공 이용
자는 물론에 상품을 홍사하고 이를 통해 서비스를 제공하
는 행위, iv) 서비스 제공 이용자는 물론에 상품을 홍사
한 것을 전사하는 행위 등이 포함된다.

(3) 사안

① 甲이 매점 내에서 서비스 제공을 전사 등에는 甲
상품이 홍사되어 있으나, ② 같은 서비스 제공 이용자는 물
건에 상품을 홍사한 것으로서, 이를 통해 이익을 얻
매하는 행위는 '각종이 각종 운영업'에 대해 상품을
사용하는 것에 해당한다.

(4) 소결

따라서 甲의 각종이 판매는 '서비스'에 대한 상품
사용의 사용에 해당한다.

III. 실용 (사)

1. 실용성 정도의 상

(1) 실용의 상에 해당하는 경우

1) 표시행위 정도 상 1호 기록

상용 또는 실용의 행위에 실용을 표시하는 행위를 의미한다.

2) 양도행위 정도 상 1호 기록

상용 또는 실용 행위에 실용을 표시한 것은 양도. 인도 하거나 전양도행위를 통하여 제공하는 행위, 이를 목적으로 전양도하거나 수출. 수입하는 행위를 의미한다.

3) 광고행위 정도 상 1호 기록

실용에 관한 광고. 장래. 거래사, 그 밖의 유언에 실 용을 표시한 전양도하거나 수입. 수출하는 행위를 의미한다.

4) 특허행위 정도 상 1호 기록

실용의 행위에 대한. 실용을 표시하는 행위를 의미 한다.

5) 전양도행위 정도 상 1호 기록

전양도행위를 통하여 제공하는 행위에 전양도 방법으로 전 사 하는 행위를 의미한다.

(2) 실용의 상에 해당하지 않는 경우

1) 제종 내부 부종 표시 제외

제종의 내부 부종에 표시된 실용 상용으로는 그

존제권과 알 수 없고, 제청은 분배하여야만 인식할 수 있는 것은 영점법상 상품에 해당하지 않아, 상품의 존재행위로 볼 수 없다.

2) 상품의 행나 관련 제1제

① 판매상품 등을 통해 상품의 판매자에게 배리적 권리를 행사하는 행위, ② 행사행위로 실행하는 행위는 영점법상 상품의 사용이 볼 수 없다.

2. 사용권과 상품 사용권의 여부

① 판매자가 되는 물품에 관하여 행사한 경우 제1제

1) 원상

상품의 판매권이나 구매에 대한 이익 제공 등을 위해 무상으로 배부하기 등 영점법상 판매자의 내성이 되기 쉬운 이른바 판매자가 되는 물품의 경우, 그 물품에 관하여 행사했다고 하더라도 그 자체가 교환가치를 가진 독립하여 판매자의 목적물이 되는 물품에 해당하지 않아 상품에 해당 아니나, 이러한 판매자가 되는 물품에 관하여는 본 사안 것은 상품의 사용에 볼 수 없다.

2) 예외

영점법상 원상 다른 영점법상 등의 위하여 영점법상 하는 상품의 권리로서 인식되지는 독립한 사안이 없 는 한 판매자가 되는 물품에 영점법상 권리 행사

중사하여도 상품의 사용이 가능 한다.

(2) 사안

① Z이 고객에게 배부한 사용증에는 바둑 "우나발매력북 이" 표장이 각인되어 있으나, 이는 그 자체가 디자인을 가진 독립하여 상거래 목적에 사용 가능한 표지, 즉 상품에 해당하는 것은 아니다. ② 다만 등록상표 제1호 '먹방 유희비 000가 신화한' 이라는 문구가 부차적 사용으로 보통 고객은 이를 "우나발매력북"으로 잘못 인식할 가능성이 매우 높을 것으로 인정된 것인바, ③ '먹방 유희비 000가 신화한'에 대한 광고행위에 해당한다 등이 인정 된다.

(3) 결론

따라서 Z이 상품에 관한 행위는 '먹방 유희비 000가 신화한'에 대한 광고행위로 상품의 사용이 해당된다.

20.5 [문]

[문제-2]

I. 심판 (1)

1. 상표권 사용 제1호

① 형식적으로는 2022 (상 1호 및 2호) 2항에 해당하며,
② 자의상표 사용기능을 수행하는 상품에 해당한다.

2. 상용식 사용 편의성 제1제

상용식으로 사용되고 있는 것은 동일한 자성물질이 존재,
해당 물질의 사용예양, 특정물질의 위치.대형 정도,
사용물질의 사용 영역의 차이 등을 포함하여 해당 상
용과 실제 기계에서 사용되도록 하는 것은 물론
으로 판단한다.

3. 상용식 디자인의 상세 제1제

(1) 단순한 디자인의 상용식 경우

특정물질의 매우 단순한 형태를 사용하는 경우 하더라도,
상용식 본질적 기능인 효과성을 위해 이체.수준이
디자인으로만 사용되고 있는 경우에는 상용식 사용으로
인식될 수 있어 상용식 형태를 볼 수 없다.

(2) 상용식 형태 디자인의 경우

대부분 상용식 디자인은 선형.메타릭 인체가 아니므로,
디자인이 될 수 있는 형상.모양에 하더라도 자성
특성변화는 상용식의 기능을 수행하고 있다면
상용식 사용의 형태에 해당한다.

4. 결론 Good.

상용식 디자인으로 사용되고 있는 것은 상용식 사용
대상.사용 영역 등을 구체적.대형으로 고려 판단해야 한다.

II. 실용(2)

9.5

1. 자발성출발 단계 및 X의 권리명칭 부여

- ① X는 제발명, 특허 등 권리를 자발성출발로 하여,
 ② X의 적대적자는 형평성을 신문의 석상·지식·배우자의
 형으로 두는 강박에 강하게 호소하는 대안적 권호 개
 능하, ③ 甲 형 배발명이 특허에 의해 발명된 권
 에 甲이 특허 대안 자능 함께 수행하, ④ 권리 권
 사임하 하 아는 아는 임계에서 제·사명성 후속사임
 은 뒤이 개원 수 있다.

2. Z의 상용양 및 상용 양·양지 부여

- ① Z도 X가 甲 특허권자로 사임하 임의로 사임하,
 ② 사임하 특허 권호에 하임하 상용 가의 유한
 Y를 특허에서 권호특하 수행하, ③ 적대적자를 발명
 하의 상의 석상 등 권호특하 하 하, ④ Z도
 甲의 상에 권호하가 Y를 수행하 것은 하.

3. 종합

위와 같은 상용권 분 제, Y 상용권으로 사임하 유한
 무하는 상에 가임하에서 사임하하 하하하에 하임하
 가임하 하.

4. 2월

따라서 4 생활의식의 변화가 개인이 된 후 모든
행위나 양식이 바뀌고, 성숙해 졌다 하여
함께 생활할 분이 되었다.

II. 總 (3)

3

1. 인성훈 부흥의 영향 사건

한 사람이 복되어 생애의 복을 얻고, 이 생애와 허영
생애에 대해 생애를 사모하고도 자기를 위하여 일기,
사모하는, 사모 하지 못 하고 불행하게 된다는
한대.

2. $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

의문지

Y 은행새주의 복귀와 함께 2000년에 부활한 A은행은
이후 2001 Y 은행새주의 대대 경영에서 통리있어
복세/리노.

④ 사안

Y에서 X로 가는 방향과 X에서 Y로 가는 방향이 같지 않다면
 Y에서 X로 가는 방향과 X에서 Y로 가는 방향이 같지 않다면
 Y에서 X로 가는 방향과 X에서 Y로 가는 방향이 같지 않다면

정확한 내용과 장점이 없었어
너무 잘 쓰셨어요!!
환영합니다 ~~~ (웃)

(3) 결론

따라서 Y 지방서지에 대해 상응해서 상응한 것은
또한은 A 상응과 아닌 적지않게 해명한다. (문)

(14)

4D

[문제-3]

1. 상응(1)

너무 잘 쓰셨어요!!

1. 결합상응 및 불내상응의 의미

두 개 이상의 문단 조합으로 이루어진 결합상응은 둘 이상의
상응 문단 조합하여 상응의 유사 여부를 판단하는 관계상응
의 본질성을 의미한다.

2. 종의 불내상응 발생 사례

결합상응에서 어느 한 부분이 불일치로 발생하여 개상
불내에 상응하는 것이 개상상응의 불완전 범위로 때
때 따라 어느 한 부분의 호칭·내용 등이 불내상응이
가득찬 일일이다.

3. 종의 불내상응 상응에 대한 비판

다만 불내상응을 상응하는 범위 상응이 부합이 확정되고
상응 상응이 개상을 개상하게 상응하는 비판이 있다.

4. 등차로 물대신간 행정

○ 2월 1일 개시 2월 28일 종료

해당 내용은 회사별 개인정보를 공개하여, 본사가 모든
편의로 정으로 본인들의 개인정보가 유출된 해당 부서의
책임자에게 모든 양자에도 본인들이 동의하는
양도이다.

(2) 各部分의 別 言語 別別

적당양으로 평상 유지하여 체력증진 가능 하도
부족한 것은 양식은 그 부족 분에 의해 증
진된 유산양을 배양-인간 가동력.

5. 결과

생물 개체군간의 유익의 바(수치), 동식물간의 내치는
생물 개체의 극한 개체군의 많은 수를 한다.

II. 실습 (2) 6.5

1. 생애의 유산인 한글과 국문

대비례로 양 성도의 영혼·초령·영광으로 관해석·적용함.
이성적으로 인식하여 인간수가 성도에 대해 드리는
적절한 인식은 가호로 성도의 초령 영혼·초령 영광
가 있을수록 가호로 실현함.

2. 의무사항 범위 및 의무사항 위반성 제1제

① 상회의 구성원은 그해당연의 의결이나, ② 상회의 구성원 중 회사에게 강한 인센티브를 상여해 기득·연봉에 상응해 그 부담으로 부담해 주어로서 지능을 하는 부분. 즉 의무가 있는 경우에는, ③ 특별한 신채권권 범위를 예외하기 위해 의무만으로 의무부족을 배제·인정할 필요가 있다.

3. 의무의 가한 제1제

(1) 조항 가한

상회의 구성원 중 특별한 경우 마약한 부분. 또는 상의금 특정인에게 특정세로 하여 부담한 부분으로 의무가 될 수 없다.

(2) 조항 가한

의무에 해당하도록 하는 해상 부분이 주·리명 강로, 회사에게 강한 인센티브 상여해, 해상 부분이 회사하는 내용 등을 마쳐와 해상 부분이 상여해 특별한 범위의 강로, 상여해 인센티브. 기득권성 등을 공평하게하여 판단한다.

4. 사안의 제1제

(1) 甲 상회의 의무 - 자생성

① "자생성의원"에서 "자생성" 부분은 자생성이든 '한정성원'이라든 간에에서 발생한 자생성이 강한 것에 대해 '한정성' 부분은 사법도 자해를 개제하여 그 자생성이 없다 마약한다.

② 甲이 2001년 3월 개업 사무국에서 개업한 서울에 경영
인사들 중에 김철기라는 사람도 있고, 김철기의 상사 김철기
160억 원에 이르는 금액을 고려하면 이는 상당한 차이.
비행기로 여행한다. / ③ "자생" 부문의 개업 '자생' 개업
위 함의 '자생' 이므로 해당 부문의 특정한 인지도 성
이후, ④ 甲이 해당 부문의 "자생"이 특정한
특정된 지능을 하는 것으로 볼 수 있다.

(1) 2. 상표의 의미 - "자생"

① 마찬가지로 그 상표로서 "자생"은 그 상표의 상표로서.
② 그에 대해 "자" 부문의 한의인상 등에서 약한 정도의
인지도 가려 상표의 의미는 볼 수, ③ "자생"은
최고 한도로서 같은 의미가 있는 상표의 상표
의미는 같지 않다, ④ 그 상표로서 "자생"이 상표
해당하는 볼 수 있다.

(3) 대법원

따라서 甲의 그 상표의 의미도 모두 "자생"에
해당하는 바, 이는 대법원 때 그 상표·상표·상표의
공인·주지한 바 있다.

(4) 결론

위의 같은 이유에서 볼 때, 甲의 그 상표는
유효하다.

③ 통상적으로 "자생로"를 인체에서 진행하는 기내외성로에
하여, ④ 2 성로들 모두가 존재 않는다.

3) 대비

따라서 위의 "자생"과 2의 "자생로"를 비교할 때
그 행의 두는 현상, 이관, 성로에서 차이가 발생한다.

(3) 결론

위의 같은 대비 결과, 甲·2의 성로들 비대칭하다.

3. 불내인관의 따른 성로 유무여부(부)

(1) 구체적 기내외성로

① 甲 성로의 "자생"은 "인체"와 쉽게 불내인관
있다. / ② 2 성로의 경우 인체에서 진행하는 경우
가 발생하여 불내인관 기내외성로 불내인관으로 바
③ "자생로"는 불내인관 불내인관.

(2) 대부

① 마찬가지로 甲 성로 대부는 현상, ② 2 성로에서는
국립으로 불내인관으로 불내인관으로 대부가 없이 불내인관
현상 아니다.

(3) 대비 및 결론

따라서 위의 같은 성로 현상에 "자생"과 "자생로"를
비교할 때, 각 이관·현상·성로에서 같은 불내인관
유무가 없다. 양 성로들 비대칭하다. (문)

[別-4]

I. 總分 5.0

1. 점 유한인 일반화 $\frac{1}{n!}$

대바리는 양 상들이 있는 화랑·산당을 풍류각·객사·
익선각으로 일컫며, 익선당에서 대는 객사익선당을
가운데 상을 좌의 도인·홍윤영이 앉고 좌를
둘이 둘러앉는다.

2. 주어진 기호 - 일반 수치를 기호 (對列)

생명의 유지와 복 있는 세대를 위하여 끊임없이 애를 기울이고 있는
대한 유나이티드 개신교 인들은 기도하고 있다.

3. 수익 기준

① 중국어 필수는 모든 학생들에게서 각 과목을 함께 다니게
② 외국어(영어) 필수의 경우, 영어를 ③ 참여하는 경우
수업 시간에 참여를 ④ 참여하는 경우, 영어를
으로 필수한다.

4. 외관, 환경, 관경의 정돈(整頓)

① 외상·충격 발생 후 일부 유산은 복원이 안되 하므로
일반 투자자 내는 신변의 안전을 이유로 전체로서
총리 5인·총리 2인씩 두 있는 경우에는 양 승인과

유사하다는 한 두 문이다. ②이러한 다른 환경.
 환경 중 서로 다른 부분이 서로 다른 일관된 특성이
 존재하며, 이는 각각의 다른 부분에 다른 영향을
 미친다. 환경 영역이 이러한 유사한 부분에 해당한다.

II. 실용서 2.0

1. 물체상징 인본적 개념의 체계

① 물체상징의 주요 특징은 환경의 유한 여부가
 가능하다는 점이며, ② 여러 부분이 강하게 반응·인식되는
 유한한 인본적 반응을 나타내야 한다.

2. 사건의 해설

+ 1판

① 甲 상징은 "Nature's Friend", 2 상징은 "자연의 벗"
 으로서 그 인본적 "자연의 벗"과 한 가지 유사하다.
 ② 환경이 항상 존재하는 물체상징의 인본적 개념으로
 나타내면 甲 상징의 "네쳐드 프렌드"와 2의 "자연의 벗"
 은 여러 부분이 다른 그 환경의 특·성으로 동일하다.
 ③ 이러한 사실에서 甲·2 상징은 비유적이라고
 볼 수 있다.

<문제-1>

I. 설문 (1)

4

1. 상표 정의

(1) 관련 규정-법22항1호

'상표'란 자신의 상품과 타인의 상품을 식별하기 위하여 사용하는 표장을 말한다.

(2) 자타상품식별

상표를 사용할 때 자신의 상품을 다른 상품과 구분하여 표시하려는 의도를 가지고 있어야 한다.

(3) 사용

상표를 상품 등에 부착하여 사용하거나 유통. 광고 등 해야 한다.

(4) 표장-법22항2호

견. 문자. 도형. 소리 등으로서 구별이나 표현방식에 상관없이 상품 출처를 나타내기 위해 사용하는 모든 표시를 말한다.

2. 상품정의

(1) 관련 사례

상품이란 실제 거래에서 교환가치를 가지고 독립하여 상거래의 목적물이 되는 물건을 의미한다.

품

(2) 서비스 포함 여부



상품에는 실체가 존재하는 물건 뿐만 아니라 서비스까지 포함되는 것으로 본다.

II. 설문 (2)

1. 상품에 대한 사용 - 등록

(1) 음식물 관련 사례

매장에서 주문 즉시 조리되어 판매되는 음식물의 경우 유희성과 양산성이 결여되어 상표법 상 상품으로 볼 수 없다.

(2) 사안의 경우

1) 상품 여부 - 등록

甲은 자신의 떡볶이 판매점에서 매장에서 직접 조리한 떡볶이를 판매하고 있다. 甲이 조리한 떡볶이는 손님에게 주문 즉시 매장에서 조리되므로 유희성과 양산성이 결재한다고 볼 수 없으므로 상품에 해당하지 않는다.

2) 등록

甲은 '우리한해떡볶이'를 지정상품이 떡볶이, ~~떡볶이~~ ~~떡볶이~~에 사용했다고 볼 수 없다.

2. 서비스에 대한 사용 - 등록

(1) 서비스에 대한 사용 사례

서비스도 상표법 상 상품에 해당하는 바, 서비

스 제공에 이용되는 물건에 상표를 표시하는 행위, 서비스 제공에 공여되는 수요자의 물건에 상표를 표시하는 행위. 서비스 제공에 이용되는 물건에 상표를 표시하여 서비스를 제공하는 행위, 그를 목적으로 진상하는 행위 등은 상표를 서비스에 대해 사용한 것으로 볼 수 있다.

(2) 사안

대장 내에서 식사할 때必備로 제공되는 접시는 서비스라고 볼 수 있는 '떡볶이 전문점 운영업'의 제공에 이용되는 물건에 해당한다. 이러한 접시에 써진 자신의 상표인 "우리한해떡볶이"를 표시하고 서비스를 제공하였으므로 甲의 떡볶이 판매행위는 지점서비스인 "~~떡볶이 전문점 운영업~~"에 대한 사용으로 볼 수 있다.

10.5
중국어!!

II. 실문(3)

1. 상표의 사용 정의

(1) 정의 - 法 22 항 1호

상표의 사용이란 상품에 상표를 표시. 유통. 광고 등 하는 행위를 말한다.

(2) 표시행위 - 法 22 항 1호 기문

상품 또는 상품 포장에 상표를 표시하는 행위를

말한다. 제1제에 따르면 외부에서는 일반 수요자가
 상품의 출재를 인식할 수 있고 인지 불능하거나
 나 따라야만 인식할 수 있는 경우에는 상
 품법상 상품에 해당하지 않는다고 하여 상표
 를 표시한 것으로 볼 수 없다.

(2) 유통행위 - 상221항1호 나목

상품 등에 상품 표시한 것을 양도·인도하거나 제3
 상회인을 통해 제공하는 행위. 이를 목적으로 제
 사나 수출·수입하는 행위를 말한다.

(3) 광고 행위 - 상221항1호 다목

상품에 관한 장표 등에 상품을 표시한 제
 사나 널리 알리는 행위를 말한다.

(4) 상222항1호의 행위

표상의 형상이나 소리·냄새로 상품 표시하는 행위도
 포함된다.

(5) 상222항2호의 행위

제3상회인을 통해 제공되는 정보에 제3자
 방법으로 표시하는 행위도 포함된다.

2. 상품의 사용이 아닌 경우 제1제

제3자에게 상품권자 승낙 없이 사용을 허락하는
 행위, 인공 등에서 상품권 행사하는 행위, 형상
 사용권 미행위, 상품을 사용한 목적으로 보관하

는 행위 등은 상표의 사용으로 볼 수 없다.

3. 상표의 사용 여부

(1) 광고매체 물품 관련 쟁제

상표의 사용이란 상표를 상품에 부착하는 등의 방법으로 상표를 사용하는 것을 말하고, 상품은 독립하여 거래 대상이 되는 물품으로서 교환가치가 있어야 하는 바, 실제 거래계에서 유통될 가능성이 없고 견본 내지 사은품, 판촉물로서 사용되는 이 를 바 광고매체가 되는 물품은 특별한 사정 이 없는 한 상표법상 상품으로 볼 수 없어 그러한 물건에 상표 표시한 것은 상표의 사용으로 볼 수 없다.

(2) 특별한 사정 쟁제

상표 이외의 문자나 도형 등으로 인해 다른 상품이나 서비스에 대한 광고가 인정되는 경우 상표의 사용태양 중 하나인 광고행위 생략할 수 있다.

(3) 사안

Z이 사은품으로 나눠준 물건은 실제 거래시장에서 유통될 가능성이 없으므로 이를 바 상표법상 상품이 아닌 광고매체가 되는 물품에 해당한다. 따라서 "무리할배떡볶이"가 표시

되어 있다.라도 상표의 표시행위. 유통행위에는
해당할 수 없다. 다만 사문품 문구인 "어벤
유튜버 000가 나타났다" 이라는 문구를 고려해
볼 때, 실제 거래시장에서는 사문품에 자신의
서비스 홍보를 위해 상표를 기재하여 나눠주
고 하는 거래실정을 고려하면 상표에 대한
광고행위는 인정할 수 있다.

20.5.5 사문품
거래 ~ ~

<문제 2>

I. 질문 (1)

1. 상표권 침해

상표권자는 지칭상품에 관해 등록상표 사용한
제외를 독점하는 바 (法 89조), 타인이 동일·유사한
상표를 동일·유사한 상품에 사용한 경우 특허
권 침해가 없는 한 상표권 침해에 해당한다.

2. 상표권 사용 여부 판단기준 제정

상표가 상품에 부착되어 상표로서 사용되고 있는지
여부는 상표와 상품간 관계, 사용 태양, 상품의
특성·제명명, 사용자의 의도, 사용 경위 등을 종합
적으로 고려하여 식별표지로서 사용되는지 / 여부

를 판단해야 한다.

3. 순서 디자인으로서 사용 사례

상표가 상품에 부착되어 있더라도 식별표지로서 기능은 지녀하지 않고 오로지 순서 디자인으로서만 사용될 경우 상품으로서 사용되었다고 볼 수 있다.

4. 디자인과 상표로서 동시 사용 사례

디자인과 상표는 배타적·상대적 관계에 해당하는 것이 아니므로 표장이 상품에 부착되어 디자인으로서 기능하는 동시에 식별표지로서의 기능도 수행한다면 디자인으로서 사용임과 동시에 상표로서 사용에 해당할 수 있다.

5. 검토

상표를 침해 행위 요건 중 하나인 상표로서 사용인지 여부를 판단할 때에는 상표가 온전히 디자인으로서만 사용되는 경우를 제외하고 디자인으로서 사용임과 동시에 상품으로도 사용되는지 여부는 구체적 사안별로 거래실태, 의도, 사용태양 등을 종합적으로 고려하여 판단해야 한다.

II. 식문 (2)

5.5

1. 상품·상표간 관계

캐주얼셔츠, 넥타이, 와이프스, 스카프 등의 의류는

상표가 상품의 표면 또는 이면의 상당 부분에 표시되는 형태로 사용되어 의류를 장식함과 동시에 출처표시기능도 함께 수행할 수 있다.

2. 사용태양

2은 중국에서 Y 농방셔츠를 수입하여 그 표면에 등록상표 X에 비해 시글의 폭이 가늘고 약간의 폭과 바탕색도 약간 열지만 선의 색상, 개수 등이 동일하여 전체적으로 보아 등록상표 X와 매우 유사하고 별로 다르지 않게 사용하고 있다.

3. 지식.지명성

영국의 바버리 리미티드는 의류 등 상품에 관하여 甲의 출처표시로서 지명성으로 매우 널리 알려져 있어 등록상표 X는 지명상표라고 볼 수 있다.

4. 사용자 의도.경위

2은 등록상표 X가 甲의 출처표시를 사용되고 있음을 알면서도 등록상표와 유사한 무늬가 사용된 셔츠를 판매목적으로 수입한 바 2이 상표로서 사용하려는 의도가 인정된다.

5. 종합적 고려

위 사실관계를 종합적으로 판단해보면 2은

등록 상표 X와 유사한 무늬를 甲의 상품에 무
단표현하여 출제표시로서 사용한 것으로 판
된다. 따라서 Y 냉방셔츠의 무늬는 출제표
시와 디자인 기능을 함께 수행하는 것으로
판정된다.

II. 선택문 (3)

3

1. 알상표, 부표 관계 사례

하나의 상품에 둘 이상의 상표가 사용될 수도
있는 바 상품간 관계, 사용태양, 사용자의 의
도, 사용경위 등 종합적으로 고려하여 알상표
또는 부표에 대한 사용 여부 판단해야 한다.

2. 사항

의류에 종이 태그가 부착된 경우 주로 옷의
재료나 성분, 주의사항 등이 기재되어 있는
경우가 많고, 이러한 종이 태그에 식별되는
상표 A가 부착되어 있고 의류표면에는 경
자무늬가 따로 의류의 상표로서 출제표시기능
을 수행하고 있는 바 A 상표는 의류에
사용된 직물에 대해 출제표시로 판단된다.

내부 개
MIXING
C

14

《을》

〈문제-3〉 특허의 효력이 좁아졌다!

I. 선행문 (1) 3.0

1. 분리관찰 방법 실시예

하나의 상품에 둘 이상의 구성이 결합된 결합상품의 경우 그 구성들이 서로 일체 불가분지므로 결합되어 분리 인식된 가능성이 희박하거나 거래실질상 일체로써 인식하는 경우만 존재한다는 특별한 사정이 없는 한 구성 일부로서 인식될 수 있으므로 그러한 경우 분리관찰할 수 있다.

2. 분리관찰에 대한 비판

분리관찰은 전체관찰 원칙과 배치되는 것으로서 분리관찰을 허용하는 경우 분리관찰이 행해지는 일반소비자의 인식과 괴리될 결과를 가져올 수 있다.

3. 올바른 분리관찰 방법

(1) 구체적 거래실정 고려 실시예

비밀이 필요

일반적 거래실정 외에도 해당 상품을 둘러싼 일반적 거래실정을 고려하여 수요자의 범위, 전문가 포함여부, 상품의 즉시성, 수요자의 재능, 국내 시장 규모 등 종합적으로 고려하여 분리관찰 가능하지 판단한다.

(2) 외복 개념 이용 사례

결합상품에서 상품의 어느 한 부분이 독립하여 출처 표시기능을 수행하는 정도로 수요자에게 강한 인식을 주거나 식별력이 강해질 경우, 외부의 개념은 이용하여 불리관찰을 도모할 수 있다.

II. 실문(2) 45

1. 오복관찰 법리 사례

(1) 오복 개념 및 필요성

결합상품에서 일복 구성이 일반 수요자를 기준으로 강하게 인식되거나 강한 기억, 연상작용을 유발하는 경우, 즉 오복이 존재하는 경우 식별력 제고관찰 결과를 유도할 위해 오복관찰할 수 있다.

(2) 오복관찰 소극적 기준

결합상품의 각 구성이 그 중 어느 하나가 식별력이 강하거나 특정적응성이 존재한다고 볼 수 없는 경우, 즉 식별력이 없거나 미약한 부분은 오복이 될 수 없다.

(3) 오복관찰 적극적 기준

결합상품의 각 구성 중 어느 하나가 수요자들

에게 주의를 끌거나, 강한 인상을 주는지 여부, 자체 구성 중 비중, ~~상~~ 다른 부분과 상대적 식별력, 결합관계, 상품과의 관계, 거래실태 등 종합적으로 고려하여 판단한다.

2. 사례

(1) 甲 상표 출원 - "자생"

甲은 2007년 9월 자생관리위원회 개원 이래 ~~2024년까지~~ 국내에서 각종 광고홍보비로 2021년부터 2025년까지 약 160억 사용한 점, 2024년까지 국내 유명인간지 등이 235회 소개된 점, "자생" 부분은 甲 출원표시로 널리 인식된 점, 그에 비해 "한약" 부분은 한방생물원과 관련하여 식별력이 미약 내지 없는 점 등 종합적 고려하면 甲 상표 요부는 "자생"이다.

(2) 乙 상표 출원 - "자생"

乙 상표에서 '자생' 부분은 자신의 힘으로 산아 잘다는 의미는, '자생제'는 스스로 자라나는 품의 의미를 가진다 하더라도 사에게 없는 것 이므로 각 부분이 결합한 것 이후 새로운 의미가 없는 점, 甲의 상표 중 "자생" 부분은 甲의 출원표시로서 널리 인식된 점은

종합적으로 고려하면 2 상표에서 모두 "자생"이다.

(3) 비교-유사

甲상표 모두 2 상표 모두 모두 "자생"으로서 이점이 조금 상이하나 그 관념과 형식이 서로 동일하므로 양상표 유사하다.

II. 심문 (3) 5.0

1. 요부관찰, 분리관찰 외적 외적

결합상표에서 요부에 해당하는 부분은 일반 소비자에게 두드러진 인상을 가져다 줄면서 독자적인 식별력을 얻은 부분에 해당한다. 따라서 요부가 존재하는 결합상표는 분리관찰이 가능해지 여부를 따질 필요 없이 요부관찰이 가능하다.

2. 요부관찰에 따른 유사 여부

(1) 甲상표 요부 - "자생"

甲상표의 "자생" 부분과 "한의원" 부분의 상대적 식별력을 비교해보면 "자생"은 자기 자신의 힘으로 살아간다는 의미를 가진 단어로서 식별력이 있다고 볼 수는 있으나 "한의원" 부분은 자생서비스의 한방병원과 관련하여

해당방향을 영위하는 장으로서 직감되므로 식별력이 있다. 따라서 이러한 상대적 식별력의 차이, 해당방향과 자상함의 연관 관계, ~~특정~~ ~~특정~~ 해당 방향의 경우 그 이름이 "해방향"이라는 단어 자체의 중요도보다 훨씬 더 강한 인상을 주는 점 등 종합적으로 고려하면 甲 상표에 있는 '자상'이다.

(2) 2 상표 ~~복~~ - ~~복~~

현재 "자상"은 즉시-지명하거나 수요자에게 강한 인상을 주는 부분이 아니고 '자상'과 '해' 사이 상대적 식별력 우열 가릴 수 없는 점, 수요자가 일체로서 영향을 주는 경우가 많은 점 등 종합적으로 고려하면 2 상표에는 없다고 할만한 것이 있다.

(3) 결론

따라서 할만한 것이 없는 경우 심사관판단 원칙에 따라 판단해야 한다는 취지에 따르면 이 따라 甲 상표 ~~복~~ "자상"과 2 상표 "자상" 대비하면 관념, 현상, 의관 모두 상이하므로 ~~상~~ 상표 ~~비유사~~하다.

3. 분리관찰에 따른 유사판단

(1) 전체적 거래실태 고려

2 상품은 수요자들이 일체로써 인식하는 경우가 많으므로 甲 상품 자체와 乙 상품 자체는 관청. 행정. 기관이 비유사하여 양 상품 비유사하다.

(2) 외부 개념 이용

현재 "자생"이 주지. 지명하거나 강한 인상을 주는 부분이 아니고, '자생'과 '정' 사이 상대적으로 식별력, 우열 가릴 수 없으므로 외부라고 할만한 것이 없다. 양 상품 자체로써 비교하면 이관. 행정. 관청 비유사하여 양 상품 비유사하다. <예>

<문제 4>

I. 실문 (1) 5.0

1. 상품 유사판별 일반원칙 - 4/10

상품 유사판별 시에는 양 상품의 이관. 행정. 관청을 비교하여 전체적. 개관적. 이관적 관점은 통해 지명상품 거래실정에서 일반 수요자의 직관적 인식을 기준으로 출처의 원인. 행동영역이 있는지 여부 판단해야 한다.

2. 일반 수요자 기준 4/10



일반 수요자는 국내 수요자를 기준으로 보통의 주의를 가진 수요자는 아니다.

3. 시기적 기준

① ~~각각~~ ~~각각~~ 거절이유 판단시 각 2문 별 규정에 따라, ② 심결치(22송은 심결시, ③ 제1회법위탁인 심판은 심결시, ④ 침해금지청구(22송)에서는 사실 심리로 종결시, ⑤ 손해배상청구(22송)에서는 침해시를 기준으로 판단한다.

4. 외관·형식·관념 판단기준 ~~비유~~

(1) 비유사하다고 판단되는 경우

외관·형식·관념 중 어느 하나가 유사하다고 하더라도 전체적으로 보아 일반 수요자가 출처의 인·허용 영려가 없는 경우에는 양상표 비유사하다.

(2) 유사하다고 판단되는 경우

외관·형식·관념 중 어느 하나가 유사하더라도 전체적으로 보아 허용 영려가 있으면 양상표 비유사하다. 반대로 ~~비유~~ ~~비유~~ 외관이 비유사하더라도 형식이나 관념이 유사하여 일반 수요자로 하여금 출처 허용 영려가 있다면 양상표 유사하다.

II. 질문 (2) 3.0

1. 문자상표 유사판별 사례

문자상표에서는 한글이 가장 중요한 요소로서
 양 상표의 여두 부분이 가장 강하게 인식되는
 경향이 있으므로 이를 중점적으로 고려해야 한다.

2. 사안

甲의 등록상표와 乙의 등록상표를 비교해보면

① 양 상표의 외관은 甲 상표는 영문, 乙 상표는
 한글 및 단형으로서 서로 상이하^고 ② 양
 상표의 관념은 둘 다 자연의 친구 내지 자
 연의 벗으로서 서로 유사하다고 볼 수 있
 으나, ③ 가장 중요한 한글을 비교하면 甲
 상표는 "네이치스 프렌즈", 乙 상표는 "
 자연의 벗"으로 한글이 서로 전혀 상
 이하^고, 여두 부분 또한 "네" 내지 "네이치"
 와 "자" 내지 "자연" 으로서 완전히 상이하
 으므로 양 상표 비유사하다. GOOD!

III. 질문 (3) 3.5

1. 최근 구체적 거래실태 고려 사례

최근 ~~유통망~~ 광고·거래는 주로 SNS나 모바일
 앱을 통해 이루어지는 거래실태를 고려

해볼 때, 문자상표의 경우에도 형식 외에 그
의관 또한 중요한 고려사항이 될 수 있다.

2. 사안

甲상표와 乙상표를 비교해보면 전술한 바와
같이 ① 양상표의 관념은 모두 자연의 빛으
로 유사하다고 볼 수 있으나 ② 문자상표
의 일차적 거래상징 고려하여 형식을 중심
으로 판단해보면 '네이치스 프렌드'와
'자연의 빛'으로 양 상표 형식이 일치해
상이하^고 ③ 최근 하상표 등의 광고·거래는
주로 SNS나 모바일 앱을 통해 이루어지는
하상표의 구체적 거래상징을 고려함에 따
라 중요도가 올라간 의관의 유사 여부를
판단해보면 甲상표는 영문, 乙상표는
한글과 전형으로 그 근사치까지 모두
일치해 상이하^다. 따라서 외관과 형식
이 비유사하여 양상표 비유사하다. **Good!**

- 이 하 여 배 -