

한경훈 / 2월+3월+5월 / 도약 GS / 1회									
수강번호	문제 1	문제 2	문제 3	문제 4	문항 총점	석차	상위%	가독성 평점	응시인원
534241	20.5	14	17.5	9.5	61.5	1	4.00%	6	25
529059	20.5	14	12.5	11.5	58.5	2	8.00%	6	
534251	19	13.5	14.5	10.5	57.5	3	12.00%	6	
534423	19	10.5	15	12	56.5	4	16.00%	5	
534313	20	13.3	13.5	8.5	55.3	5	20.00%	5	
529165	20	12	14	9	55	6	24.00%	5	
529237	20.5	12.5	12	9.5	54.5	7	28.00%	5	
534342	18	12.5	13	10	53.5	8	32.00%	5	
528964	19.3	13.5	12.5	8	53.3	9	36.00%	5	
529277	20	12.8	13.5	7	53.3	9	36.00%	5	
534174	19.5	12.5	13	8	53	11	44.00%	5	
534391	17.5	13.3	12.5	8	51.3	12	48.00%	5	
534165	19.5	13	11.5	7	51	13	52.00%	5	
534175	20.7	12.5	12.5	4.5	50.2	14	56.00%	5	
534355	18	12.5	11.5	7.5	49.5	15	60.00%	4	
534201	18.5	13	11.5	6	49	16	64.00%	4	
534222	19.5	13.8	10	4.5	47.8	17	68.00%	4	
534426	18	12.5	10.5	6	47	18	72.00%	5	
542916	13.5	10.5	12	9.5	45.5	19	76.00%	5	
534397	18	12.5	14	0	44.5	20	80.00%	5	
535363	16	13.8	8.5	6	44.3	21	84.00%	5	
534230	14.5	13	14	2	43.5	22	88.00%	5	
534188	18	10.1	9.5	4	41.6	23	92.00%	5	
534383	18.5	8	5.5	5.5	37.5	24	96.00%	4	
534163	19.5	5.5	8	0	33	25	100.00%	5	

<p style="text-align: center;">한경훈/2월/도약GS/1회/1번</p>	<p>채점자</p>
	<p>이정은</p>
<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>	

<p style="text-align: center;">한경훈/2월/도약GS/1회/2번</p>	<p>채점자</p>
	<p>이정은</p>
<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

1. 전반적인 총평

자생초 판례에 기반한 문제로, 대부분 정답을 맞춰 주셨습니다. 따라서, 판례를 정확히 암기했는지, 사안 포섭을 풍부하게 하였는지에 따라 점수를 다르게 부여하였습니다.

2. 설문별 채점평 및 주의할 점

(1) 설문 1

모두들 무난하게 잘 작성해 주셨습니다. 원칙인 전체관찰을 언급한 후에 분리관찰로 넘어간 답안지가 더 읽기에 좋았습니다. 답지에 없는 판례어도 문제의 취지에 맞는 경우 점수를 드렸습니다.

(2) 설문 2

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.

(3) 설문 3

‘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 것을 추천 드립니다.

3. 소결

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.

한경훈/2월/도약GS/1회/4번	채점자
	윤영우

1. 전반적인 총평

까다롭지 않은 문제였음에도, 마지막 문제인 만큼 제대로 작성하지 못한 분이 많았습니다. 시간 관리에 유의해 주셔야 합니다.

2. 설문별 채점평 및 주의할 점

(1) 설문 1

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.

(2) 설문 2

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.

(3) 설문 3

사안 포섭시 키워드인 “구체적 거래실정” 을 누락한 분이 많이 계셨습니다. 일반적 거래실정과 구체적 거래실정은 다른 개념이므로 둘의 차이를 명확히 알고 넘어가셨으면 합니다.

3. 소결

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.

[문제-1] (상용법은 아아, 크리어나 한다.)

I. 실문 (1)

4

1. 상등의 권리

(1) 상등법상 상등의 권의 종류와 항보

상등은 자기의 상표와 타인의 상표를 식별하기 위하여 사용하는 권리를 말한다.

(2) 상등의 권의

취득할 바와 같이, 상표는 위(위)로서 권의라고 된다.

(3) '사용'의 의미

자타상등식별을 위해 사용되어야 하며, 종류와 항보
각종 또는 동일 권의 해당하는 행위를 말한다.

(4) 권리의 권의 종류와 항보

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

2. 상등의 권의

(1) 위(위)상 상등의 권의

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

(2) 서비스 포함 여부 (각각)

상등법은 종류와 항보 권의로서 상등에 서비스 등

는 서비스의 제공에 관한 의무는 부담하고 규정하고
있다.

II. 상품 (2)

1. 상품에 대한 상응의 의무 (2주)

(1) 음식점에서 조리한 음식의 상품 판매

상응의 상품에 해당하기 위해서는 위생이나 안전을
관하여 하든 바, 음식점에서 조리하여 판매하는 음식은
위생이 적어질 수 있음에도 상응의 상품에 해당하지 않는다.

(2) A안

① 맥주가 판매자인 '우리집맥주'에서 판매하는 맥
주는 즉석에서 조리. 판매하는 것으로 위생이 적어
질 수 있음에 해당하지 않으므로, ② 甲이 매장에서 맥
주를 판매한 것이 '우리집맥주'에 대한 상응의 상품에
불 수 없다.

(3) B안

따라서 甲의 맥주가 판매는 '음료'에 대한 즉석상
상품에 해당하지 않는다.

2. 서비스에 대한 상응의 의무 (2주)

(1) 서비스의 정의

서비스권 라이의 이익을 위하여 제공되는, 독립적인 상
계의 대상이 되는 용역을 제공한다.

(2) 서비스에 대한 상품의 사용 제1제

① 유형적인 상품과 달리 서비스는 무형물로서 서비스 자
체에 대한 상품의 효용이 불가능하다. ② 이러한 상품과
서비스의 차이를 고려할 때, 서비스에 대한 상품의
사용에는 i) 서비스에 대한 광고, 광고를 통해 상품을
홍보하는 것을 권장. 널리 알리는 행위, ii) 서비스 제공
이용자는 물론 같은 서비스 제공과 관련한 투자의
목적에 상품을 홍보하는 행위, iii) 서비스 제공 이용
자는 물론에 상품을 홍보하는 것을 통해 서비스를 제공하
는 행위, iv) 서비스 제공 이용자는 물론에 상품을 홍보
한 것을 권장하는 행위 등이 포함된다.

(3) 사안

① 甲이 매장 내에서 서비스 제공을 권장 등에는 甲
상품의 존재가 유리하다고, ② 이는 서비스 제공 이용자는 물론
같은 상품을 홍보한 것으로서, 이를 통해 이익을 얻
게 하는 행위는 '각종이 각종 운영업'에 대해 상품을
사용하는 것에 해당한다.

(4) 논점

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

권제권과 알 수 없다, 제청은 분배하여야만 인식할 수 있는 것은 영리행위 상용에 해당하지 않다. 상용의 권리행위로 볼 수 없다.

2) 상용권의 행위 관련 문제

① 판매행위 등을 통해 상용권 침해자에게 배리적 권리를 행사하는 행위, ② 황시행위로 상용권을 행사하는 영리행위 상용의 상용이 볼 수 없다.

2. 사문행위와 상용의 상용권 여부

① 권리행위와 다른 물품에 관하여 권리행위 관련 문제

1) 원상

상용의 판매권이나 독리에 대한 이익 제정 등을 위해 무상으로 배부된 황시행위로 상용의 내성이 권리 행위는 아닌바 권리행위와 다른 물품의 경우, 그 물품에 관하여 권리행위 하더라도 그 자체가 권한 자체를 가진 독립하여 상용의 목적물이 다른 물품에 해당하지 않아 상용에 해당 않는다. 이러한 권리행위와 다른 물품에 관하여 권리 행위를 한 것은 상용의 상용에 볼 수 없다.

기타

등록상권 외에 다른 권리 행사 등이 위하여 권리행위 하는 상용의 권리행위는 인식되지는 특별한 사항이 없 는 한 권리행위가 다른 물품에 등록상권 관련 권리행위



중사이하로 상응의 사용이 아예 없다.

(2) 사안

① 2이 권역에게 배반 사용권은 바로 "우남매역류 이" 권역이 각인되어 있다, 이는 그 자체가 고위아저는 처리인 득침하여 상응의 목적에 따른 용도, 즉 상응에 해당하는 수로 있다. ② 다만 득침은 예로 '역방 유류비 000가 인출한' 이라는 용어가 부러져 사용권을 받은 권역에서는 이를 "우남매역류"라는 역류이 인 매칭에 대한 득침권과 같은 인출한 것이라서, ③ '역류이 인출권 운영'에 대한 권역에게 해당하는 용이 해당 한다.

(3) 결론

따라서 2이 사용권을 인출한 행위는 '역류이 상응 운영'에 대한 상응행위로서 상응의 사용이 해당한다.

20.5 [문]

[문제-2]

I. 심판 (1)

5.5

1. 상응의 사용 (1)

- ① 행정각각은 조그 (항 1호 및 조그 2항)에 해당한다,
- ② 자립상응 사용권을 수행하는 상응을 의미한다.



2. 상용권 사용 범위를 제한

상용권은 상용권 있는 것은 동일한 자명성용이 아닌, 해당 상품의 상용권, 등록상표의 주.개명 권, 해당 상품의 사용 영권인 이 두 용을 포함하여 해당 상품과 함께 판매되는 수별용은 익명인 알리는 기호로 판권한다.

3. 상용권 라이선스 계약 제한

(1) 제한된 라이선스 사용의 범위

등록상표의 매우 제한된 범위로 사용하는 경우 하더라도, 상용권 본질적 기능인 출처를 약함이 아닌, 제한된 라이선스인 상용권 있는 영권인 상용권 상용권 인식이 수 없이 상용권 범위에 불 수 없다.

(2) 상용권 라이선스 라이선스 범위

대한 상용권 라이선스 상용. 메타지 인식이 아니며, 라이선스 권 수 있는 형상. 모양에 하더라도 자명성 특색변화는 상용권의 기능을 수행한 영권인 상용권 상용권 라이선스 하권한다.

4. 결론 Good.

상용권 라이선스인 상용권 있는 약함 상용권 상용권 대상. 상용 영계 용 주.개명. 개명권으로 영권 판권해야 한다.

II.	9.5 1. 甲의 권리행사에 관하여 X의 권리행사에 관하여
	① X는 계약상대, 대리인 등 주체를 권리행사로 하여, ② X의 권리행사는 행위를 신의의 식량·지속·배양을 행하여 다른 강박의 강박에 호하여 다른의 권리행 사, ③ 甲의 행위에 관하여 신의의 식량·지속·배 양에 관하여 신의의 식량·지속·배양을 행하여 신의의 식량·지속·배양을 행하여 신의의 식량·지 속·배양을 행하여 신의의 식량·지속·배양을 행 하여 신의의 식량·지속·배양을 행하여 신의의 식 량·지속·배양을 행하여 신의의 식량·지속·배양 을 행하여 신의의 식량·지속·배양을 행하여 신의 의 식량·지속·배양을 행하여 신의의 식량·지속·
	2. Z의 행위양 및 행위 양·양에 관하여 ① Z도 X가 甲의 행위로 신의의 식량·지속·배양 행하여 신의의 식량·지속·배양을 행하여 신의의 식량·지속·배양을 행하여 신의의 식량·지속·배 양을 행하여 신의의 식량·지속·배양을 행하여 신 의의 식량·지속·배양을 행하여 신의의 식량·지 속·배양을 행하여 신의의 식량·지속·배양을 행 하여 신의의 식량·지속·배양을 행하여 신의의 식 량·지속·배양을 행하여 신의의 식량·지속·배양 을 행하여 신의의 식량·지속·배양을 행하여 신의 의 식량·지속·배양을 행하여 신의의 식량·지속·
	3. 종합 위와 같은 사실관계에 관하여, Y의 행위에 관하여 신의의 식량·지속·배양을 행하여 신의의 식량·지 속·배양을 행하여 신의의 식량·지속·배양을 행 하여 신의의 식량·지속·배양을 행하여 신의의 식 량·지속·배양을 행하여 신의의 식량·지속·배양 을 행하여 신의의 식량·지속·배양을 행하여 신의 의 식량·지속·배양을 행하여 신의의 식량·지속·

4. 결론

따라서 Y 생명체주의 적체유사 개인이 각 특 고은
행성이나 모양이 하므로, 상응시 총리로서 같은
함께 생명체 총이 리딩한다.

II. 식문 (3)

3

1. 인성총리 부형의 생명 체제

한 생물이 부형이 생미 부형인 경우, 이도 생미와 해당
생물이 때에 상응시 생리인되는 생명체이다 인성,
생물량, 생물 개체 및 이도 총리 총리에게 리딩한다
한다.

2. 생명 생리

(1) 문체

Y 생명체주의 적체유사와 총리 개체 부형인 A생물
이도 생미 Y 생명체주의 때에 상응시 생리인되는
문체이다.

(2) A안

Y 생미에서 개체적 부형 리딩한 적체유사 생미
총리 개체는 그 부형 생미 생미 개체 생미 생미
개체 생리인바, A생물 생미 개체가 아닌 생미



2. 의무불능 법칙 및 의무불능 원상회복에 대해

① 상인의 채권인은 강제집행이 있다. ② 상인의 채권을 채산에 관한 인출 상환의 기회·영향에 상응하여 그 부담으로 부담해 주어서 지출하는 부분. 즉 의무가 있는 경우에는, ③ 채권인 신채권인 원상회복을 위하여 의무불능 후의부분 재배·인출할 권리가 있다.

3. 의무 기권 채산제

(1) 수익 기권

상인의 채권은 수익권이 없다. 이익한 부분. 모든 수익금 특정인에게 특정채권은 그의 부담한 부분으로 의무가 될 수 없다.

(2) 수익 기권

상인에 해산하는 것은 해산 후의 채·의영 권리. 채산에 관한 인출 상환권, 해산 후의 채산하는 부분 등을 마쳐야 해산 후의 수익권 취득권인 채산의 권리. 상인의 인출. 기채상환 등을 증명하여 기권한다.

4. 상인의 채권

(1) 甲 상인의 의무 - 채권

① "채권채권"에서 "채권" 부분은 채권채권인 '채권채권'과의 관계에서 발생하는 채권이 상인에게 있어 '채권' 부분은 채권채권을 기하여 그 채권이 없다. 이익한다.

III 실용 (3) 7.0

1. 업무인판인 본업인의 인계 유예제

실용의 청능 업무 그 자체가 가지는 특정한 실용의
으로 업무에게 강하게 인계되어 유예인의 실용의 타
것이고, 실용이 특정한 출제능을 하는 업무가 타
다른 출제능을 가짐을 막을 필요 없이 그 업무으로
유예제를 실시할 수 있다.

2. 업무인판의 다른 실용 유예제 (52)

(1) 업무인 판만 판이 없는 경우 유예제

실용이 업무인 판만 판이 없다면 원칙으로서 판에
관하여 실용의 유예제를 실시해야 한다.

(2) 사안

1) 甲 실용의 업무 - "자생"

① 비록 甲의 "자생"이 특허 대상이지만 강한 인상을 주는
부분은 아예 판 하더라도, ② "자생" 부분이 가지는 특정
실용적, 실용적이지 않은 "한정된" 부분의 실용적
실용적 과업 때, ③ 甲 실용의 "자생"이 업무에
해당한다.

2) 乙 실용의 업무 - 업무 부름

① "호"의 실용적이지 않거나 미약하기 않고, ② "자생"과
"호" 사이에 실용적 실용적 구분을 가질 수 없으며,

③ 통상적인 "자생근"을 인체내 진공하는 기비수상도에
하여, ④ 그 상도를 인체가 큰데 않는다.

3) 대비

따라서 위의 "자생"과 그의 "자생근"을 비교할 때
그 형의 두어 형, 이반, 상등에서 차이가 생긴다.

(3) 결론

위의 같은 대비 결과, 甲·그의 상도는 비유하다.

3. 불내인근에 따른 상도 유역부(부위)

(1) 구획적 기비수상도

① 甲 상도의 "자생"은 "인근"과 쉽게 불내된 듯
있다. / ② 그 상도의 명구 인체내 형성되는 양
가 상등하여 불내하면 기비수상도 불내되므로
③ "자생"은 불내인근 불내하다.

(2) 유역 근

① 마찬가지로 甲 상도 유역부 명구, ② 그 상도에는
특정근과 불내근이 같은 유역부 명구 명구 불내인근
명구 유역하다.

(3) 대비 및 결론

따라서 위의 같은 상도 유역부에 "자생"과 "자생근"을
비교할 때, 각 이반·형·상등이 같은 불내인근
유역이 같은 하·상 상도를 비유하다. (끝)

유사하다 한 두 없다. ①이러한 경우
 관습 등 사물 자체의 특성이 관습에 관한 두 가지
 관습에서 오는 식별의 인지의 관습에 대한 관습으로
 오인·혼동 염려가 없다면 유사한 상표에 사용된다.

II. 식별력 2.0

1. 불충분 인지의 개념

① 불충분의 경우 관습 자체는 관습의 유무 여부가
 가능 불충분하며, ② 여러 특성이 강하게 관습·인지는
 유사한 인지의 관습을 고려해야 한다.

2. 사안의 해설

① 甲 상표 "Nature's Friend", 乙 상표 "자연의 벗"
 으로서 그 인식이 "자연의 벗"과 한 가지 유사하다.
 ② 호칭이 매우 중요한 불충분의 인지의 개념으로
 고려하면 甲 상표의 "네처스 프렌드"와 乙의 "자연의 벗"
 은 여러 특성이 다른 그 관습 등, 이름은 동일하나,
 ③ 이러한 사실 고려시 甲·乙 상표는 비유사하다고
 볼 수 있다.

III. 실문(3) 2.5

1. 문내생물의 구체적인 개념을 제시

오랫동안 인류와의 공생관계였던 문내생물의 홍염. 상
 등 관계 등이 원반하게 이루어지는 개념임을 다할
 때, 문내생물의 외반로 개질원에 있어 중요하다
 함이다.

2. 생물의 개념

① 식물 이외에 진동한 바나 같이 甲과 乙 생물이 호
동 생물이란 한 문헌에. ② 문내생물의 구체적 개념
 을 다하게 외반 생물이란 하리므로, ③ 甲의 동류생은
 "Nature's Friend"는 영문으로 이루어져 있으며 그 글자가
 생물이란 생물이란 생물이란 반면, ④ 乙의 생물은
 한글로 개질원이 같은 바나 생물이란 글자를 생물이란,
 문내 위에 동류는 위한 남은 볼 때. ⑤ 甲. 乙 생물은
 그 각각에 대한 바나 생물이란 바, ⑥ 甲. 乙 생물을
 상호 서지하리.

<이하 생략>

<문제-1>

I. 설문 (1)



1. 상표 정의

(1) 관련 규정 - 법 22항 1호

'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 - 법 22항 2호

견. 문자. 도형. 소리 등으로서 구멍이나 표현방식에 상관없이 상품 충치를 나타내기 위해 사용하는 모든 표시를 말한다.

2. 상품 정의

(1) 관련 취지

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 - 식구

(1) 음식을 관련 사례

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

(2) 사안의 경우

1) 상품 여부 - 식구

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

2) 식구

甲은 '우리한해떡볶이'를 지정상품이 떡볶이, 떡볶이에 사용했다고 볼 수 없다

2. 서비스에 대한 사용 - 식구

(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 진사하는 행위 등은 상표를 서비스에 대해 사용한 것으로 볼 수 있다.

(2) 사안

매장 내에서 식사할 때 사빙으로 제공되는 쥬스는 서비스라고 볼 수 있는 '떡볶이 전문점 운영업'의 제공에 이용되는 물건에 해당한다. 이러한 쥬스에 甲은 자신의 상표인 "우리한배떡볶이"를 표시하고 서비스를 제공하였으므로 甲의 떡볶이 판매행위는 지점서비스인 "~~떡볶이 전문점 운영업~~"에 대한 사용으로 볼 수 있다.

등기!!
10.5

II. 실문(3)

1. 상표의 사용 정의

(1) 정의 - 법 22 조 항 1호

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

(2) 표시행위 - 법 22 조 항 1호 가목

상품 또는 상품 포장에 상표를 표시하는 행위를

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

(2) 유통행위 - 법 222항 1호 내역

상품 등이 상표 표시한 것을 양도·인도하거나 제3자
 신의익을 통해 제공하는 행위. 이를 목적으로 표시
 하거나 수출·수입하는 행위를 말한다.

(3) 광고 행위 - 법 222항 1호 다음

상품에 관한 광고 등에 상표를 표시한 것
 하거나 널리 알리는 행위를 말한다.

(4) 법 222항 1호의 행위

표장의 형상이나 소리, 냄새로 상표 표시하는 행위도
 포함된다.

(5) 법 222항 2호의 행위

제3자 신의익을 통해 제공되는 정보에 제3자 방법으로
 표시하는 행위도 포함된다.

2. 상품의 사용이 아닌 경우 세계

제3자에게 상품권자 승낙 없이 사용을 허락하는
 행위, 인공 등에서 상품권 행사하는 행위, 형상
 사용권 인정행위, 상표를 사용한 목적으로 보편화

는 행위 등은 상표의 사용으로 분수 없다.

3. 상표의 사용 여부

(1) 광고매체 물품 관련 취사제

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 이른바 광고매체가 되는 물품은 특별한 사정이 없는 한 상표법상 상품으로 분수 없이 그러한 물건에 상표 표시한 것은 상표의 사용으로 분수 없다.

(2) 특별한 사정 취사제

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

(3) 사은

2이 사은품으로 나눠준 물건은 실제 거래시각에서 유통될 가능성이 없으므로 이른바 상표법상 상품이 아닌 광고매체가 되는 물품에 해당한다. 따라서 "우리할배떡볶이"가 표시

되어 있다라도 상표의 표시행위. 유통행위에는
 해당할 수 없다. 다만 사문품 문구인 "어벤
 유튜버 000가 시켜줬다" 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~~
 쉐어 ~ ~

<문제 2>
 5.5

I. 질문 (1)

1. 상표권 침해

상표권자는 지칭상품에 관해 등록상표 사용한
 제3자를 독점하는 바 (법 89조), 타인이 동일·유사한
 상품을 동일·유사한 상품에 사용한 경우 특별
 한 사정이 없는 한 상표권 침해에 해당한다.

2. 상표권 사용 여부 판단기준 제시

상표가 상품에 부착되어 상표권 사용되고 있는지
 여부는 상표와 상품간 관계, 사용 태양, 상품의
 즉시·지명성, 사용자의 의도, 사용 경위 등을 총
 합적으로 고려하여 식별표지로서 사용되었는지 / 여부

를 판단해야 한다.

3. 순서 디자인으로서 사용 취체

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

4. 디자인과 상표로서 동시 사용 취체

디자인과 상표는 배타성·신작성 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 상표로서 사용되는지 여부는 구체적 사안별로 거래실정, 의도, 사용태양 등을 종합적으로 고려하여 판단해야 한다.

II. 식별 (2)

5.5

1. 상품·상표간 관계

캐주얼셔츠, 넥타이, 와이프스, 스카프 등의 의류는

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

2. 사용태양

Z은 중국에서 Y 남방셔츠를 수입하여 그 판매에 등록상표 X에 비해 시글사의 품이 가름보다 약간 좁고 바탕색도 약간 열지만 선의 색상, 개수 등이 동일하여 전체적으로 보아 등록상표 X와 매우 유사하고 별로 다르지 않게 사용하고 있다.

3. 주지.지명성

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

4. 사용자 의도.경위

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

5. 종합적 고려

위 사실관계를 종합적으로 판단해보면 Z은

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

II. 선문 (3)

3

1. 일상품, 부품 관계 체계

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

2. 사안

의류에 종이 태그가 부착된 경우 주로 옷의
재료나 성분, 주의사항 등이 기재되어 있는
경우가 많고, 이러한 종이 태그에 식별력 있는
상표 A가 부착되어 있고 의류표면에는 경
자무늬가 따른 의류의 상표로서 출제표시가능
은 수행하고 있는 바 A 상표는 의류에
사용될 직물에 대한 출제표시를 판단된다.

내부 개
MIXED
D

14

음

〈문제-3〉 특허의 효력이 좁아졌다!

I. 섹션 (1) 3.0

1. 분리관찰 방법 체계

하나의 상품에 둘 이상의 구성이 결합된 결합상품의 경우 그 구성들이 서로 일체 불가불치으로 결합되어 분리 인식된 가능성이 희박하거나 거래실질상 일체로서 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 것으로 분리관찰을 허용하는 경우 분리관찰이 남용되어 일반소비자의 인식과 괴리될 결과를 가져올 수 있다.

3. 올바른 분리관찰 방법

(1) 구체적 거래실질 고려 체계

부회 이익 필요

일반적 거래실질 외에도 해당 상품을 둘러싼 일반적 거래실질을 고려하여 수요자의 범의. 전 문가 포함여부. 상품의 즉시성. 수요자의 재력, 국내 시장 규모 등 종합적으로 고려하여 분리관찰 가능하지 판단한다.

(2) 외복 개념 이용 취사칙

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 취사칙

(1) 오복 개념 및 필요성

결합상품에서 일복 구성이 일반 수요자를 기준으로 강하게 인식되거나 강한 기억, 연상작용을 유발하는 경우, 즉 오복이 존재하는 경우 식별력 있는 지체관찰 결를 유도를 위해 오복관찰할 수 있다.

(2) 오복관찰 요구의 기준

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

(3) 오복관찰 적용의 기준

결합상품의 각 구성 중 어느 하나가 수요자들

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

2. 사안

(1) 甲 오브 추츨 - "자생"

甲은 2007년 9월 자생 권의원을 개원 이래 ~~2024년까지~~ 국내에서 각종 광고홍보비로 2021년부터 2025년까지 약 160억 사용한 점, 2024년까지 국내 유명인간지 등이 235회 소개된 점, "자생" 부분은 甲 출하표시로 널리 인식 될 점, 그에 비해 "한약원" 부분은 한방병원을 업과 관련하여 식별력이 미약 내지 없는 점 등 종합적 고려하면 甲 상표 오브는 "자생"이다.

(2) 乙 오브 추츨 - "자생"

乙 상표에서 '자생' 부분은 자신의 힘으로 산아 갖다든 의미는, '자생기'는 스스로 자라나든 품의 의미를 가진다하더라도 사에게 없는 단 이로서 각 부분이 결합한 것 이항 새로운 의미가 없는 점, 甲의 상표 중 "자생" 부분은 甲의 출하표시로서 널리 인식된 점은

종합적으로 고려하면 2 상표 역시 모두 "자생"이다.

(3) 비교-유사

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

II. 식별 (3) 5.0

1. 요부관찰, 분리관찰 가능 여부

결합상표에서 요부가 해당하는 부분은 일반 수요자에게 두드러진 인상을 가져다 줄면서 독자적인 식별력을 얻은 부분에 해당한다. 따라서 요부가 존재하는 결합상표는 분리관찰이 가능할지 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 없다고 볼 수는 없으나 "한의원" 부분은 자생서비스의 한방병원임과 관련하여

해당방향을 영위하는 장으로서 직감되므로 식별력이 있다. 따라서 이러한 상대적 식별력의 차이, 해당방향과 자생함의유 간 관계, ~~특정~~ ~~특정~~ 해당 방향의 경우 그 이름이 "해의원"이라는 단어 자체의 중요도보다 훨씬 더 강한 인상을 주는 점 등 종합적으로 고려하면 甲 상표 역시 '자생'이다.

(2) 2 상표 액 - ~~액~~

현재 "자생"은 즉시-지명하거나 수요자에게 강한 인상을 주는 부분이 아닌 '자생'과 '해' 사이 상대적 식별력 우열 가릴 수 없는 점, 수요자가 일치로써 영향을 주는 경우가 많은 점 등 종합적으로 고려하면 2 상표에는 액라고 할만한 것이 없다.

(3) 결론

액라고 할만한 것이 없는 경우 심사관칙 원칙에 따라 판단해야 한다는 취지에 따르면 이 따라 甲 상표 액 "자생"과 2 상표 "자생" 대비하면 관념, 현상, 이관 모두 상이하므로 당 상표 비유사하다.

3. 분리관찰에 따른 유사판단

(1) 관체적 거래실태 고려

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

(2) 오직 개념 이용

※ 현재 "자생"이 주지. 지명하거나 강한 인상을 주는 부분이 아니고, '자생'과 '길' 사이 상대적으로 식별력 등을 가릴 수 있으므로 오직라고 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 - 4/1회

상품 유사판별 시에는 양 상품의 이관. 행정. 관청을 비교하여 전체적. 개별적. 이차적 관점은 통해 지명상품 거래실정에서 일반 수요자의 직관적 인식을 기준으로 출처의 연. 활동영역이 있는지 여부 판단해야 한다.

2. 일반 수요자 기준 4/1회



II. 설문 (2) 3.0

1. 문자상표 유사판별 사례

문자상표에서는 흔칭이 가장 중요한 요소로서 양 상표의 어두 부분이 가장 강하게 인식되는 경향이 있으므로 이를 중심으로 고려해야 한다.

2. 사안

甲의 등록상표와 乙의 등록상표를 비교해보면

① 양상표의 외곽은 甲 상표는 영이, 乙 상표는 한글 및 영음으로 서로 상이하^고

상표의 관념은 둘 다 자연의 친구 내지 자연의 벗으로서 서로 유사하다고 볼 수 있

으나, ③ 가장 중요한 흔칭을 비교하면 甲 상표는 "네이시스 프렌드", 乙 상표는 "자연의 벗"으로 흔칭이 서로 전혀 상이하^고, 어두 부분 또한 "네" 내지 "네이시"와 "자" 내지 "자연"으로서 완전히 상이하^고므로 양상표 비유사하다. GOOD!

III. 설문 (3) 3.5

1. 최근 구체적 거래실적 고려 사례

최근 ~~특정~~ 광고·거래는 주로 SNS나 모바일 앱을 통해 이루어지는 거래실적은 고려

해볼 때, 문자상표의 경우에도 현칭 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 일방적 거래성립 고려하여 현칭을 중심
점으로 판단해보면 '네이치스 프렌드'와
'자연의 빛'으로서 양상표 현칭이 일치해
상이하고 ③ 최근 하상표 등의 광고·거래는
주로 SNS나 모바일 앱을 통해 이루어지는
하상표의 구체적 거래성립을 고려함에 따
라 중요도가 올라간 의관의 유사 여부를
판단해보면 甲상표는 영어, 乙상표는
한글과 현칭으로 그 근사치까지 모두
일치해 상이하도. 따라서 의관과 현칭
이 비유사하여 양상표 비유사하다. **Good!**

- 이 상 여 배 -