

대 법 원

제 3 부

판 결

사 건	2004후3225 거절결정(상)
원고,상고인	원고 소송대리인 변리사 나영환, 임서영
피고,피상고인	특허청장 소송수행자 이영락
원 심 판 결	특허법원 2004. 10. 7. 선고 2004허3591 판결
판 결 선 고	2006. 6. 16.

주 문

원심판결을 파기하고, 사건을 특허법원에 환송한다.

이 유

상고이유를 판단한다.

1. 원심판결이유에 의하면 원심은, “향수, 인체용 방취제, 헤어스타일용 스프레이” 등 46개 상품을 지정상품으로 하고, “**MANIA**”로 구성된 이 사건 출원상표(출원번호 제 2001-34376호)의 지정상품 중 ‘향수’와 “**Car－Mania**”로 구성된 선등록상표 1(등록번호 제489570호) 및 “**Auto－Mania**”로 구성된 선등록상표 2(등록번호 제489577호)의 지정

상품인 ‘자동차용 방향제’는 모두 사람들에게 좋은 느낌을 주는 향을 발산하는 자연물이나 화학물질을 주원료로 하는 것으로서 주로 병 등의 용기에 담겨있는 액체의 형상을 띠고 있다는 점에서 품질이나 형상이 일치하고, ‘향수’가 인체에 주로 사용되는 것인 반면 ‘자동차용 방향제’는 자동차 실내에 사용되는 것이라는 점에서 양 상품의 세부적인 용도에 차이가 있기는 하나 사람이나 자동차의 실내에서 좋은 향기가 발산되도록 함과 동시에 악취를 제거하기 위한 용도로 사용되는 것이라는 점에서 양 상품의 용도에 일치하는 바가 있어, 양 상품은 품질, 형상, 용도 등 상품 자체의 속성에 있어서 유사하다고 할 것이고, ‘향수’는 일반적으로 화장품 등을 생산하는 기업에서 생산되고 백화점이나 화장품 전문 대리점 등에서 판매가 이루어지며, ‘자동차용 방향제’는 주로 자동차 용품을 생산·판매하는 기업에서 생산·판매가 이루어져 온 것은 경험칙상 명백하지만, 을 제2호증의 1, 2의 각 기재를 종합하면 최근에는 한국 아로마 주식회사, 주식회사 동우씨엠과 같은 회사들에서 공기 청향제 및 각종 방향제와 함께 향수 등을 생산·판매하고 있는 사실이 인정되므로 양 상품의 생산 부문과 판매 부문 또한 일치하는 바가 있고, 또한 수요자의 범위에 있어서도 가정용 또는 개인용 승용차가 널리 보급됨에 따라 ‘자동차용 방향제’의 수요자의 범주에 이 사건 출원상표의 수요자인 일반 소비자들이 포함되게 되어 양 상품의 수요자의 범위 또한 일치한다 할 것이어서, 이 사건 출원상표의 지정상품 중 ‘향수’와 선등록상표 1, 2의 지정상품인 ‘자동차용 방향제’는 상품 자체의 속성이나 거래의 실정을 모두 고려할 때 유사한 상품에 해당하므로, 선등록상표 1, 2와 유사한 이 사건 출원상표는 상표법 제7조 제1항 제7호에 따라 그 출원등록이 전체적으로 거절되어야 한다는 취지로 판단하였다.

2. 그러나 원심의 판단은 다음과 같은 이유로 수긍하기 어렵다.

가. 지정상품의 유사 여부는 대비되는 상품에 동일 또는 유사한 상표를 사용할 경우 동일 업체에 의하여 제조 또는 판매되는 상품으로 오인될 우려가 있는가 여부를 기준으로 하여 판단하되, 상품 자체의 속성인 품질, 형상, 용도와 생산 부문, 판매 부문, 수요자의 범위 등 거래의 실정을 종합적으로 고려하여 일반 거래의 통념에 따라 판단하여야 한다(대법원 1982. 12. 28. 선고 82후8 판결, 대법원 2004. 7. 22. 선고 2003후144 판결 등 참조).

나. 기록에 의하여 살펴보면, 이 사건 출원상표의 지정상품 중 ‘향수’와 선등록상표 1, 2의 지정상품인 ‘자동차용 방향제’의 품질, 형상에 대한 원심의 위와 같은 설시는 그릇된 바가 없으나, 위 각 지정상품은 모두 상표법시행규칙상 상품류구분 제3류에 속하되 상품군에 있어 ‘향수’는 제3군(화장품류)에 속하지만, ‘자동차용 방향제’는 화장품류라고 보기는 어려워 제3군의 비의료용 방향제의 하나라고 할 수 없으므로(제3군에서 시트론 정유나 향유를 들고있으면서 제4군(향료류)에서 가울세리아유, 라벤더유 등 향료를 별도로 나열하고 있는 점들과 대비하여 보면 제3군의 비의료용 방향제에는 화장품류만 해당된다고 보아야 한다) 제3군으로 분류할 수 없고, 오히려 제4군(향료류)에 더 가깝다고 할 수 있다. 따라서 위 각 지정상품은 그 상품군이 다를 뿐 아니라, ‘향수’는 주로 인체에 사용되는 화장품인 반면 ‘자동차용 방향제’는 자동차 실내에 사용되는 자동차용품이라는 점에서 그 용도에 중첩되는 부분이 없고, 원심이 적법하게 채택한 증거에 의하여 인정한 사실과 같이 최근에 자동차용으로 사용될 수 있는 공기청향제, 방향제 등과 함께 향수를 제조·판매하고 있는 소규모 업체가 일부 있는 것으로 보이나, 일반적으로는 ‘향수’는 화장품 등을 생산하는 기업에서 생산되고 백화점이나 화장품 전문 대리점 등에서 판매가 이루어지며, ‘자동차용 방향제’는 주로 자동차 용품

을 생산·판매하는 기업에서 생산·판매가 이루어지는 것으로 보이므로 양 상품의 생산 부문과 판매 부문은 서로 구분된다고 보아야 하고, 또한 수요자의 범위에 있어서도 가정용 또는 개인용 승용차가 널리 보급됨에 따라 ‘자동차용 방향제’의 수요자의 범주에 일반소비자들이 포함된 사정을 감안하더라도 ‘향수’의 수요자는 주로 고급스런 이미지를 선호하는 소비자들로서 여성이 상대적으로 많은 반면에 ‘자동차용 방향제’의 수요자는 남녀를 불문하나 주로 승용차, 택시 등 자동차의 운전자들이라는 점에서 양 상품의 수요자의 범위 또한 차이가 있다고 보아야 할 것이다.

다. 그렇다면 위 법리에 비추어 이 사건 출원상표의 지정상품 중 ‘향수’와 선등록상표 1, 2의 지정상품인 ‘자동차용 방향제’는 그 용도와 생산 및 판매 부문, 수요자의 범위 등을 종합적으로 고려해 볼 때 거래통념상 동일·유사한 상표를 위 상품들에 사용하더라도 그 출처의 오인·혼동을 일으킬 염려가 없는 상품에 속한다고 봄이 상당하므로, 이와 결론이 다른 원심판결에는 지정상품의 유사 판단에 관한 법리를 오해하였거나 심리를 다하지 아니함으로써 판결에 영향을 미친 위법이 있고, 이 점을 지적하는 상고이유의 주장은 이유 있다.

3. 그러므로 원심판결을 파기하고, 사건을 다시 심리·판단하도록 원심법원에 환송하기로 하여 관여 대법관의 일치된 의견으로 주문과 같이 판결한다.

재판장 대법관 김황식 _____

 대법관 박재윤 _____

주 심 대법관 김영란 _____