

특 허 법 원

제 4 부

판 결

사 건 2025허10388 등록무효(상)

원 고 A

소송대리인 변리사 조철현

소송복대리인 법무법인 쉼드 담당변호사 조재황

피 고 주식회사 B

대표이사 C

소송대리인 특허법인 고려 담당변리사 김태수

변 론 종 결 2026. 2. 5.

판 결 선 고 2026. 3. 12.

주 문

1. 원고의 청구를 기각한다.
2. 소송비용은 원고가 부담한다.

청 구 취 지

특허심판원이 2025. 4. 2. 2023당3750 사건에 관하여 한 심결을 취소한다.

이 유

1. 기초사실

가. 원고의 이 사건 등록상표(갑 제2, 3호증)

1) 등록번호/ 출원일/ 등록결정일/ 등록일: 상표등록 제1997339호/ 2022. 5. 29./ 2023. 3. 22./ 2023. 3. 27.

2) 표장: DUOEYEME

3) 지정상품: 상품류 구분 제3류의 속눈썹용 화장품, 인조손톱 또는 속눈썹 고정용 접착제, 인조 속눈썹, 인조속눈썹 고정용 접착제

나. 피고의 선사용상표들¹⁾

	선사용상표 1	선사용상표 2	선사용상표 3	선사용상표 4
표장				
사용상품	인조 속눈썹			
사용 시기	2010. 6. 11.부터	2013. 3. 8.부터	2016. 6. 10.부터	2021. 6. 23.부터

다. 이 사건 심결의 경위

1) 피고는 2023. 11. 24. 특허심판원에 원고를 상대로 '이 사건 등록상표는 상표법 제34조 제1항 제9, 12, 13호에 해당하여 그 등록이 무효로 되어야 한다.'고 주장하면서

1) 피고는 심판 단계에서 'EYEME', 'eyeme', '아이미', 선사용상표 4를 선사용상표들로 특정하였으나, 최종적으로 이와 같이 이 사건 등록상표가 출원되기 전까지 피고가 판매했던 인조 속눈썹 상품의 포장에 표시되었던 상표들을 선사용상표들로 특정하였다(2025. 12. 10.자 준비서면, 제1회 변론조서 참조).

이 사건 등록상표에 대한 등록무효심판(이하 '이 사건 심판'이라 한다)을 청구하였다.

2) 특허심판원은 이를 2023당3750호로 심리하여 2025. 4. 2. '이 사건 등록상표는 그 출원 당시 국내의 수요자 간에 특정인의 상품을 표시한 것이라고 인식되어 있던 선사용상표들과 유사한 상표로서 부정한 목적을 가지고 출원·등록된 것이라고 판단되므로, 상표법 제34조 제1항 제9호 및 제12호에 해당하는지 여부에 대하여 나아가 살펴볼 필요 없이 상표법 제34조 제1항 제13호에 해당하여 그 등록이 무효로 되어야 한다.'는 이유로 피고의 이 사건 심판청구를 인용하는 심결(이하 '이 사건 심결'이라 한다)을 하였다.

[인정근거] 갑 제1 내지 3호증, 을 제32 내지 35호증(가지번호 있는 것은 각 가지번호 포함, 이하 같다)의 각 기재 및 영상, 변론 전체의 취지

2. 당사자 주장의 요지

가. 원고

1) '아이미(EYEME)' 등은 소외 주식회사 D을 경영하던 대표자 E가 제조 판매하는 상품의 제품명 내지 등록한 상표로서, 피고는 주식회사 D으로부터 인조 속눈썹 등을 수입하여 재판매하였을 뿐 '아이미(EYEME)' 등이 포함된 선사용상표들을 사용할 정당한 권원이 없다. 또한 피고는 '아이미(EYEME)'를 제품명으로만 사용하였을 뿐 상표적으로 사용하지 않았으므로 피고의 출처표시는 'F(F)'이다. 따라서 피고는 상표법 제117조 제1항에서 정한 '이해관계인'에 해당하지 않으므로 이 사건 심판청구는 부적법하다.

2) 이 사건 등록상표는 전체로서 호칭 및 인식되므로 선사용상표들과 동일 또는 유사하지 않고, 원고에게 부정한 목적이 있지도 않았으므로 이 사건 등록상표는 상표법 제34조 제1항 제13호에 해당하지 않는다.

이 사건 심결은 이와 결론을 달리하여 위법하므로 취소되어야 한다.

나. 피고

1) 피고는 주식회사 D으로부터 주문자상표부착생산(OEM) 방식으로 인조 속눈썹 제품을 납품 받아, 정당한 권원을 가지고 선사용상표들을 사용하여 피고가 판매하는 인조 속눈썹 상품의 출처표시로 사용해 왔으므로 이 사건 심판청구를 할 수 있는 이해관계인에 해당한다.

2) 선사용상표들은 이 사건 등록상표의 출원 당시 국내 수요자들에게 특정인의 상품을 표시하는 것으로 인식되고 있었고, 이 사건 등록상표와 선사용상표들은 유사하며, 원고가 부정한 목적으로 이 사건 등록상표를 사용하였으므로 이 사건 등록상표는 상표법 제34조 제1항 제13호에 따라 그 등록이 무효로 되어야 한다. 설령 이 사건 등록상표가 상표법 제34조 제1항 제13호에 해당하지 않는다고 하더라도, 이 사건 등록상표는 같은 조 제1항 제9호 또는 제12호에 따라 그 등록이 무효로 되어야 한다.²⁾

이 사건 심결은 이와 결론을 같이하여 적법하다.

3. 이 사건 심결의 위법 여부

가. 피고가 이 사건 심판청구의 이해관계인인지 여부

1) 관련 법리

상표등록의 무효심판을 청구할 수 있는 이해관계인이라 함은 그 등록상표와 동일 또는 유사한 상표를 동일 또는 유사한 지정상품에 사용한 바 있거나 현재 사용하고 있는 자, 또는 등록된 상표의 지정상품과 동종의 상품을 판매하고 있음으로써 등록상표의 소멸에 직접적인 이해관계가 있는 자를 말하고, 이해관계인에 해당하는지 여부는

2) 피고는 제1회 변론기일에서 '이 사건 등록상표에 관한 무효 주장으로 상표법 제34조 제1항 제9호 및 제12호에 해당한다는 주장은 하지 않는다.'고 진술하였다가, 제2회 변론기일에서 위 진술을 철회하고 '이 사건 등록상표가 상표법 제34조 제1항 제9호 또는 제12호에 해당한다는 주장은 예비적으로 주장한다.'고 진술하였다(제2회 변론조서 참조).

심결시를 기준으로 판단하여야 한다(대법원 2009. 5. 28. 선고 2007후3325 판결 등 참조).

2) 판단

가) 앞에서 든 증거, 갑 제6 내지 14호증, 을 제1, 6, 9 내지 13, 38, 39호증의 각 기재 및 영상과 변론 전체의 취지에 의하면, 다음과 같은 사실을 인정할 수 있다.

① 피고 대표이사 C가 대표로 있던 'F(F)'는 2004년경부터 주식회사 D으로부터 주문제작 방식으로 공급받은 '아이미 속눈썹³⁾' 상품을 판매하기 시작하였고, 2010년경에는 선사용상표 1()이 표시된 상품을 판매하였다. 이후 C는 2011. 2. 22. 화장품 도소매업 등을 목적으로 피고를 설립하였다.⁴⁾

② 피고 설립 이후에도 피고는 2015년경 주식회사 D와 주문자상표부착생산(OEM) 방식의 제품공급기본계약을 체결하고 주식회사 D로부터 선사용상표들이 표시된 인조 속눈썹 제품(이하 '실사용상품'이라 한다)을 공급받아 판매하였는데, 선사용상표들과 관련된 계약의 주요 내용은 다음과 같다(을 제9호증의 1).

제15조(산업재산권)

1) 을(주식회사 D, 이하 같다)은 갑(피고, 이하 같다)의 본 제품을 생산하는데 있어서 갑이 지정한 기준에 의거 상표를 부착하여 사용하며 그 소유권은 등록여부에 관계없이 갑에게 있음을 동의한다. 따라서 제3자간의 산업재산권상의 분쟁이 발생하였을 경우, 전적으로 갑의 책임 하에 해결하는 것으로 한다.

2) 갑 또는 을은 본 제품 또는 생산방법에 관련한 발명 등에 대하여 산업재산권의 출원을 행할 경우 사전에 요지를 갑 또는 을에게 통보하고 서면 동의를 얻어야 한다. 이 경우, 권리상속은 공헌도 등을 충분히 고려하여 쌍방이 협의하여 결정한다.

3) 2004년경 최초 판매한 제품에 사용된 구체적 표장은 확인되지 않으나, 해당 상품의 호칭은 '아이미 속눈썹'으로 호칭되었는바(을 제6호증, 을 제38호증 참조), 선사용상표의 구체적인 종류를 구별하지 않고 피고가 주식회사 D으로부터 납품받아 판매한 속눈썹을 통틀어 위와 같이 칭한다(이하 같다).

4) 설립 당시 상호는 "G 주식회사"였으나, 2013. 4. 26. 현재 상호로 변경되었다.

③ 피고는 주식회사 D이 2020. 10. 30. 국내에서 폐업한 이후 베트남 법인 'H'(이하 주식회사 D과 통틀어 'D'이라 한다)와 2022. 6. 30. 동일한 내용의 계약을 체결하였으며, 실사용상품을 계속하여 공급받아 판매하였다.

④ 한편 주식회사 D의 대표이사이던 E는 1998. 9. 11. 지정상품 제3류의 인조속눈썹, 인조속눈썹고정용접착제에 관하여 '  '와 같은 상표를 출원하여 1999. 9. 21. 상표등록을 마쳤으나 2009. 9. 22. 존속기간 만료로 해당 상표권은 소멸되었다. 이후 피고는 2023. 11. 9. 지정상품 제3류의 인조속눈썹 등에 관하여 선사용상표 4() 및 '아이미', 'EYE ME', 'EYEME' 상표를 각 출원하였고, 2024. 5. 2. E를 공동출원인으로 추가하였다.

나) 위 인정사실에다가 변론 전체의 취지에 의하여 알 수 있는 다음과 같은 사정들 즉, ㉔ D은 주문자상표부착생산(OEM), 제조자개발생산(ODM)을 전문으로 하는 업체로서, 위와 같이 생산된 상품에 부착된 상표는 주문자의 출처표시로 사용되는 점, ㉕ E가 출원·등록하였던 상표와 선사용상표들은 모두 영문 'Eyeme'와 'eyeme'를 일부 변형한 것으로서 모두 '아이미'로 동일하게 호칭된다고는 하나 글자체와 모양이 서로 다른 표장이고, 피고와 D 사이의 제품공급계약의 문언에 따르더라도 선사용상표에 관한 사용 권한 및 소유권은 그 등록 여부를 불문하고 피고에게 귀속되는 점, ㉖ E는 2004년경부터 피고의 요청에 따라 선사용상표가 부착된 제품을 피고에게 납품하여 오면서 현재까지 자신이 출원·등록한 상표권에 기하여 피고의 선사용상표 사용에 관하여 아무런 이의를 제기한 바 없었고, 피고와 선사용상표 4 등을 공동으로 출원한 점 등을 모두 종합하여 보면, 피고는 이 사건 심결 당시 선사용상표들에 관한 정당한 권원을 갖

고 해당 상표들을 피고 상품의 출처표시로 사용하고 있었다고 봄이 타당하다. 또한 피고는 선사용상표들을 사용하여 이 사건 등록상표의 지정상품과 동종의 상품인 인조 속눈썹 상품을 판매하는 자로서 이 사건 등록상표의 소멸에 직접적인 이해관계가 있는 자에 해당한다. 따라서 이와 다른 전제에서 이 사건 심판청구가 부적법하다는 원고의 주장은 받아들일 수 없다.

나. 이 사건 등록상표가 상표법 제34조 제1항 제13호에 해당하는지 여부

1) 관련 법리

등록상표가 상표법 제34조 제1항 제13호에 해당하려면 그 출원 당시에 등록상표와 대비되는 선사용상표가 국내 또는 외국의 수요자들에게 특정인의 상품을 표시하는 것이라고 인식되어 있어야 하고, 등록상표의 출원인이 선사용상표와 동일 또는 유사한 상표를 부정한 목적을 가지고 사용하여야 한다(대법원 2014. 2. 13. 선고 2013후2460 판결 등 참조). 여기서 선사용상표가 국내 또는 외국의 수요자 사이에 특정인의 상표로 인식되어 있는지는 그 상표의 사용기간, 방법, 태양 및 이용범위 등과 거래실정 또는 사회통념상 객관적으로 상당한 정도로 알려졌는지 등을 기준으로 판단하여야 하고, 등록상표의 출원인에게 부정한 목적이 있는지 여부는 특정인의 상표의 인지도 또는 창작성의 정도, 특정인의 상표와 출원인의 상표의 동일·유사성의 정도, 출원인과 특정인 사이의 상표를 둘러싼 교섭의 유무와 그 내용, 기타 양 당사자의 관계, 출원인이 등록상표를 이용한 사업을 구체적으로 준비하였는지 여부, 상품의 동일·유사성 내지는 경제적 건련관계 유무, 거래실정 등을 종합적으로 고려하여 등록상표의 출원 당시를 기준으로 판단하여야 한다(대법원 2012. 6. 28. 선고 2012후672 판결, 대법원 2019. 8. 14. 선고 2017후752 판결 등 참조).

2) 선사용상표들이 특정인의 상품 표시로 인식되었는지 여부

가) 앞에서 든 증거, 을 제2, 17 내지 22, 31호증의 각 기재 및 영상과 변론 전체의 취지에 의하면, 다음과 같은 사실을 인정할 수 있다.

① 피고 대표이사 C가 대표로 있던 'F(F)'는 2004년경부터 D으로부터 주문제작 방식으로 공급받은 아이미 속눈썹 상품을 판매하기 시작하였고, 피고가 설립된 이후에는 2010년경부터 현재까지 선사용상표들이 부착된 아이미 속눈썹을 포함한 화장품품을 판매해 오고 있다.

② 피고는 2013년경부터 선사용상표 2()가 표시된 상품의 온라인 판매를 시작하였으며, 특히 2021. 5. 및 2022. 2.에는 이커머스 플랫폼 'I'과 헬스앤뷰티(H&B) 플랫폼 'J'에 각각 입점하여 아이미 속눈썹을 판매하였다.

③ 피고의 아이미 속눈썹 매출액은 2017년 약 9억 원, 2018년 약 9억 원, 2019년 약 5억 9천만 원, 2020년 약 6억 2천만 원, 2021년 약 10억 5천만 원, 2022년 약 16억 원이고, 2022. 3. 1.부터 2022. 12. 31.까지 판매된 수량은 45만 개 이상이다.

④ 피고의 아이미 속눈썹은 아래 표와 같이 다수의 기사에서 '일반인에게 선호되는 제품' 또는 '연예인이 즐겨 쓰는 제품(브랜드)'으로 소개된 바 있고, 피고는 2021년 대한민국 뷰티 브랜드 대상을 받기도 하였다.

기사	내용	증거
머니S (2013. 3. 9.)	아이미속눈썹 36호 제품은 일상에서 무난하게 사용할 수 있는 정도의 눈썹길이라 일반인들이 많이 선호하고, 연예인 또한 화보촬영이나 예능쇼 보다는 방송드라마에서 보다 자연스러운 표현을 원할 때 즐겨쓰는 제품이다.	을 18-1
이뉴스투데이	"연예인들이 아이 메이크업 중에서도 속눈썹을 가장 중요시 여	을 18-2

(2014. 3. 21.)	기기 때문에 “F 아이미 속눈썹”을 이용한다”	
전자신문 (2014. 9. 26.)	여성들에게 특히 있는 제품은 (주)F브러쉬의 ‘아이미속눈썹’으로 자연스러운 모양과 사용감을 자랑한다.	을 18-3
위키투리 (2019. 6. 7.)	"아이돌들이 다니는 숍 90% 정도가 쓰는 속눈썹이 있다. 아이미 36호와 37호를 사용한다"	을 18-4
한국일보 (2019. 6. 25.)	B은 F브러쉬 외에 현재 연예인들이 선호하는 속눈썹으로 알려져 있을 뿐 아니라 인기 메이크업 아티스트들이 모델로 활동하고 있는 속눈썹 브랜드 아이미를 판매하는 등 계속해 영역 확장을 전개해 왔다.	을 19-2
시장경제 (2021. 11. 5.)	B은 대한민국 메이크업의 성지로 통하는 청담동을 시작으로 전국의 메이크업 아티스트들이 하나씩은 소유하고 있는 메이크업 브러쉬 브랜드 ‘F 브러쉬’와 수많은 연예인들이 애용하는 속눈썹 브랜드 ‘아이미’ 등을 판매 중이다.	을 16-1

⑤ 피고는 2019년경 청담동에 대규모 쇼룸을 열거나 메이크업 아티스트들을 아이미 속눈썹의 홍보 모델로 선정하고, 2022. 3. 10.에는 38만 명 이상의 팔로워를 보유한 뷰티 크리에이터 'K'와 협업하여 '아이미×K' 속눈썹을 출시하는 등 다수의 인플루언서 마케팅을 진행하였으며, 그 결과 선사용상품이 다수의 유튜브 채널에 노출되었다.

⑥ 피고가 온라인 판매를 시작하기 전인 2010. 1. 1.부터 2012. 12. 31.까지 아이미 속눈썹에 대한 L 블로그 게시물이 다수 게재되었고, 2012년 작성된 L 카페 게시물은 아이미 속눈썹을 '아시는 분들은 아시는 아이미 속눈썹', '청담동샵이나 연예인들이 즐겨쓰는 속눈썹으로 이미 정평이 나 있는 브랜드'라고 소개하고 있다. 또한 2020. 1. 1.부터 이 사건 등록상표의 출원일까지의 기간에는 아이미 속눈썹에 대한 더 많은 수의 L 블로그 게시물이 게재되었다.

나) 위 인정사실로부터 알 수 있는 사정, 즉 ㉔ 피고는 늦어도 2010년경부터 실사용상품을 본격적으로 판매하여 선사용상표들은 피고 제품의 출처표시로 사용하여 왔으

며, 특히 2013년경부터는 위 상품들을 L 쇼핑, I, J 등 유명 판매망을 통해서도 판매한 점, ㉠ 인조 속눈썹의 평균 판매가가 약 6,000원인 점을 고려하면 약 9억 원에서 16억 원에 이르는 연간 매출액이 적다고 볼 수 없고, 특히 이 사건 등록상표의 출원 직전인 2021년과 2022년에는 그 액수가 크게 증가한 점, ㉡ 2013년 이후 여러 언론매체에서 피고의 아이미 속눈썹이 소개되고, L 블로그나 카페에 아이미 속눈썹에 대한 게시물이 다수 게재된 점 등을 종합하여 보면, 선사용상표들은 이 사건 등록상표의 출원 당시 국내 수요자 사이에 인조 속눈썹에 대한 특정인의 상품 출처표시로 인식될 수 있을 정도로 알려져 있었다고 봄이 상당하다.

3) 이 사건 등록상표와 선사용상표들의 동일·유사 여부

가) 앞에서 든 증거, 을 제25호증의 기재 및 변론 전체의 취지로부터 알 수 있는 다음과 같은 사정에 비추어 보면, 이 사건 등록상표 중 'EYEME' 부분이 요부에 해당한다고 봄이 타당하다.

① 이 사건 등록상표는 '2인조' 또는 '2'를 의미하는 'DUO'와 '눈'을 의미하는 'EYE' 및 '나'를 의미하는 'ME'가 결합된 표장이다. 선사용상표들은 모두 'eyeme'에 눈썹을 형상화한 도형을 결합한 다음 그 아래에 한글 '아이미'를 병기한 것들로서 모두 'eyeme'로 호칭 및 인식된다.

② 이 사건 등록상표 중 'EYEME' 부분은 영단어 'EYE'와 'ME'의 조합으로 이루어진 표장으로 사전적 관념 없는 조어로서 이들 두 단어의 조합이 일반적이지 않다는 점에서 창작성이 높은 표장에 해당한다. 뿐만 아니라 앞서 본 바와 같이 선사용상표들인 'eyeme' 표장은 이 사건 등록상표의 출원 당시 국내에서 특정인의 상품 출처표시로 인식될 수 있을 정도로 널리 알려져 있어 식별력이 높은 표장에 해당한다. 이에 관련

하여 'DUO' 부분은 M 사가 '인조속눈썹 접착제 등'을 지정상품으로 하여 2012. 3. 30. 경 출원하여 2013. 4. 11. 등록을 마친 상표 "DUO"의 표장과 동일하고, 해당 표장은 수년간 출처표시로 사용되어 식별력을 인정받은 표장이다(피고의 2025. 8. 25.자 답변서에 첨부된 첨부자료 3)5). 결국 이 사건 등록상표 중 'EYEME' 부분과 'DUO' 부분은 각각 식별력 있는 부분으로서 요부로 해당한다.

③ 원고가 소속된 주식회사 N는 자신의 온라인 쇼핑몰에서 '쁘레미' 상표가 부착된 자신의 인조 속눈썹에 "DUOEYEME 속눈썹"과 'EYEME 속눈썹' 표시를 혼용하여 사용하고 있는 점(을 제26호증의 1, 2), 동일한 상품에 대해 'DUOEYEME 속눈썹' 외에 'eyeme 속눈썹'을 혼용하여 사용하고 있으며, '듀오아이미 속눈썹'과 함께 'EYEME 미용접착제'를 세트로 판매한 사실이 있다(을 제26호증의 4). 이와 같은 원고 측의 이 사건 등록상표의 사용 실태를 보더라도, 이 사건 등록상표는 'EYEME' 부분만으로도 호칭, 사용될 수 있을 것으로 보인다.

을 제26호증의 1, 2	을 제26호증의 4
30쌍 DUOEYEME속눈썹 339디자인 - 8.5mm (벌크리필용) 듀오아이미 eyeme 10쌍 속눈썹 339디자인 - 8.5mm (벌크리필용)	 듀오아이미 1줄 인조가닥속눈썹 검정라인 검정줄 줄속눈썹 서비스포 포함 4,990원 배송비 3,000원 앞으로는 2024년 02월에 새로 출시된 속눈썹 접착제 EYE 속눈썹 접착제 또는 EYE ME 속눈썹 접착제가 서비스 폴로 제공될 예정입니다. 서비스 폴 색상은 랜덤으로 발송됩니다.

나) 이 사건 등록상표의 요부인 'EYEME' 부분과 선사용상표들의 요부인 'eyeme' 부분은 외관상 알파벳 대·소문자의 차이만 있고, 호칭이 '아이미'로 동일하므로 표장이 유사하다. 나아가 이 사건 등록상표의 지정상품과 선사용상표들의 사용상품은 인조

5) 해당 상표 "DUO"의 상표권자인 M는 원고가 소속된 주식회사 N를 상대로 등록상표 'DUOBEAUTY CO.,LTD.(주식회사듀오뷰티)'에 관하여 등록무효 심판을 청구하여 인용심결을 받았다(특허심판원 2023당1048 사건, 피고 제출 참고자료 3 참조). 위 심결은 특허법원 2024. 11. 20. 선고 2024허10849 판결에서 원고의 심결취소를 구하는 청구가 기각되었고, 이후 대법원 2024후11484 판결로 심리불속행 기각되어 그대로 확정되었다.

속눈썹으로 동일하므로, 소비자로 하여금 오인·혼동을 일으킬 우려가 있다. 따라서 이 사건 등록상표와 선사용상표들은 유사하다.

4) 원고에게 부정한 목적이 있었는지 여부

앞에서 든 증거, 을 제26, 27, 30호증의 각 기재 및 영상, 변론 전체의 취지로부터 알 수 있는 다음과 같은 사실 내지 사정들에 비추어 보면, 이 사건 등록상표는 국내에서 특정인의 상품을 표시하는 것이라고 인식되어 있는 선사용상표들과 유사한 상표로서 선사용상표들을 모방하여 부당한 이익을 얻을 목적으로 출원된 것이라고 봄이 타당하다.

① 원고는 선사용상품과 동종의 상품을 판매하는 주식회사 N의 개인정보 보호 책임자이므로, 선사용상표들의 인지도를 고려하였을 때 이 사건 등록상표의 출원 전에 선사용상표들의 존재를 충분히 인식하였을 것으로 보인다.

② 앞서 본 바와 같이 선사용상표들은 영어단어 'eye'와 'me'의 조합으로 이루어진 표장으로 사전적 관념이 없는 조어에 해당하는데, 이 사건 등록상표의 'EYEME' 부분과 대·소문자의 차이만 있을 뿐 문자구성이 동일하다.

③ M사의 선사용상표이자 선등록상표인 "DUO" 역시 앞에서 본 바와 같이 수년간 위 회사의 인조속눈썹 접착제 등 상품의 출처표시로 사용되어 식별력 있는 표장에 해당한다. 원고는 이미 타인의 출처표시로 인식된 'DUO'와 'EYEME'를 단순 결합함으로써 선사용상표들에 체화된 영업상 신용에 편승하려고 한 것으로 볼 수 있다.

④ 나아가 원고가 이 사건 등록상표의 출원 이후인 2022. 7. 4. 상품류 구분 제3류의 인조 속눈썹 등을 지정상품으로 하여 "EYEME", "EYE ME" 상표를 각 출원하고, 2022. 8. 5.에도 같은 지정상품에 대하여 "EYEMELASH" 상표를 출원한 점에

비추어 보면, 원고는 선사용상표들을 모방하여 부당한 이익을 얻을 목적으로 이 사건 등록상표를 출원한 사실을 인정할 수 있다.

다. 소결론

이 사건 등록상표는 상표법 제34조 제1항 제13호에 해당하므로, 이 사건 등록상표가 같은 조 제1항 제9호 또는 제12호에 해당하는지에 대하여 나아가 살필 필요 없이 그 등록이 무효로 되어야 한다. 따라서 이와 결론을 같이한 이 사건 심결에 원고가 주장하는 위법 사유가 없다.

4. 결론

이 사건 심결의 취소를 구하는 원고의 청구는 이유 없으므로 이를 기각하기로 하여 주문과 같이 판결한다.

재판장 판사 우성엽

판사 이지영

판사 임현화