

특 허 법 원

제 2 2 부

판 결

사 건 2025나10212 손해배상(지)

원고, 항소인 A

소송대리인 변호사 강인혁

피고, 피항소인 1. B

송달장소

2. 주식회사 오르방

대표이사 C

피고들 소송대리인 변호사 이대식

피고들 소송복대리인 변호사 정미섬

제 1 심 판 결 광주지방법원 2025. 6. 19. 선고 2023가합56533 판결

변 론 종 결 2026. 7. 23.

판 결 선 고 2026. 9. 2.

주 문

1. 원고의 항소를 기각한다.
2. 항소비용은 원고가 부담한다.

청구취지 및 항소취지

제1심판결을 취소한다. 피고들은 별지 1 목록 표시 표장을 별지 2 목록 기재 제품, 그 포장지, 포장용기, 선전광고물에 표시하거나, 별지 1 목록 표시 표장이 표시된 별지 2 목록 기재 제품, 그 포장지, 포장용기, 선전광고물을 생산, 판매, 반포, 수입, 수출, 전시하여서는 아니 된다. 피고들이 위 사항을 이행하지 아니하는 경우, 위반 1회당 원고에게 1,000,000원의 비율로 계산한 돈을 지급하라. 피고들은 공동하여 원고에게 50,000,000원 및 이에 대하여 이 사건 소장 부분 송달일 다음날부터 다 갚는 날까지 연 12%의 비율로 계산한 돈을 지급하라.

이 유

1. 기초사실

이 법원이 이 부분에 관하여 적을 이유는 아래와 같이 고쳐 적는 이외에는 제1심 판결의 '1. 기초사실' 부분의 기재와 같으므로(줄임말도 제1심 판결과 같이 쓴다), 민사소송법 제420조 본문에 따라 이를 인용한다.

○ 제1심판결문 제3쪽 제9행의 "피고들은"부터 제11행까지를 "피고 회사는 2023. 8.



경 이전부터 별지 1 목록 표시 포장(이하 '피고들의 포장'이라 한다)이 표시된 유리제 술잔(이하 '피고들의 상품'이라 한다) 및 그 포장용기를 생산하여 피고 B와 제주도 내 기념품 판매점에 공급하였고, 피고 B는 그 무렵부터 자신이 운영하는 제주도 소재 기념품 판매점에서 피고들의 상품을 판매하였다¹⁾. 원고는 ① 2023. 8. 15. 피고 B에게, 피고 B가 운영하는 기념품 판매점에서 판매하는 유리제 술잔 및 그 포장용기에 표시된 표장이 이 사건 등록상표와 유사하여 원고의 상표권을 침해한다는 이유로 그 사용 및 판매의 중단을 요구하는 내용의 서신을, ② 2023. 9. 4. 피고 회사에게, 제주도 내 여러 기념품 판매점에서 판매되는 유리제 술잔 및 그 포장용기에 표시된 표장이 이 사건 등록상표와 유사하여 원고의 상표권을 침해한다는 이유로 그 사용 및 판매의 중단을 요구하는 내용의 서신을 각 발송하였고, 위 각 서신은 그 무렵 해당 피고에게 도달하였다."로 고친다.

○ 제1심판결문 제4쪽 제14행의 "갑 제1, 6 내지 10"을 "감 제1 내지 10"으로 고친다.

2. 당사자의 주장 요지

가. 원고

피고 B는 2023. 8. 23.부터, 피고 회사는 2023. 9. 7.부터 각 이 법원 변론종결일까지 이 사건 등록상표와 유사한 피고들의 표장을 그 지정상품과 동일·유사한 피고들의

1) 원고는, 피고들이 피고들의 상품을 제주도 내 기념품 판매점에서 판매하거나 공급하여 왔다고 주장하고 있다(소장 제10, 14, 15면).

상품 및 그 포장용기에 표시함으로써 원고의 상표권을 공동으로 침해하였다. 이에 원고는 피고들에게 청구취지의 기재와 같은 상표권 침해행위의 금지를 구하고, 피고들이 이를 위반할 경우 그에 대한 간접강제를 구한다.

또한 피고들은 위와 같은 상표권 침해행위로 원고가 입은 손해를 배상할 의무가 있다. 그 손해액은 ① 주위적으로 상표법 제110조 제4항에 따른 합리적 사용료 상당의 30,000,000원에 고의적 침해에 대한 증액배상규정을 적용한 90,000,000원(= 30,000,000원 × 3배)이고, ② 예비적으로 상표법 제110조 제3항에 따라 피고들이 침해행위로 얻은 이익액으로 추정되는 4,085,147원(= 피고들의 상품의 단위수량당 이익액 1,111원 × 판매수량 3,677개)이다.

이에 원고는 피고들에 대하여 공동하여, 명시적 일부청구로서 주위적으로 산정한 90,000,000원 중 50,000,000원 및 이에 대한 지연손해금의 지급을 구한다.²⁾

나. 피고들

이 법원이 이 부분에 관하여 적을 이유는 아래와 같이 고쳐 적는 이외에는 제1심 판결의 '2. 당사자의 주장 요지' 중 '나. 피고들' 부분의 기재와 같으므로, 민사소송법 제420조 본문에 따라 이를 인용한다.

○ 제1심판결문 제5쪽 제18행의 "있다"를 "있으며, ③ 이 사건 등록상표는 타인의 선등록상표³⁾와 포장 및 지정상품이 유사하여 상표법 제34조 제1항 제7호의 등록무효 사유가 있고, 그 등록이 무효심판에 의하여 무효로 될 것임이 명백하므로, 이 사건 등록상표권에 기초한 침해금지 및 손해배상 청구는 권리남용에 해당한다."로 고친다.

2) 원고의 2026. 7. 16.자 준비서면 제4 내지 7면 참조.

3) ① 출원일 / 등록일 / 등록번호: 2019. 9. 27. / 2021. 7. 8. / 제1750002호, ② 표장: , ③ 지정상품: 제21류의 가정용 또는 주방용 용기, 가정용 플라스틱제 용기 등(을 제28호증).

3. 피고들의 본안전항변에 관한 판단

이 법원이 이 부분에 관하여 적을 이유는 제1심 판결의 '3. 피고들의 본안전항변에 관한 판단' 부분의 기재와 같으므로, 민사소송법 제420조 본문에 따라 이를 인용한다.

4. 본안에 관한 판단: 상표권 침해 여부에 관한 판단

가. 관련법리

상표의 유사 여부는 그 외관·호칭 및 관념을 객관적·전체적·이격적으로 관찰하여 그 지정상품의 거래에서 일반 수요자나 거래자가 상표에 대하여 느끼는 직관적 인식을 기준으로 하여 그 상품의 출처에 관하여 오인·혼동을 일으키게 할 우려가 있는지 여부에 따라 판단하여야 하므로, 대비되는 상표 사이에 유사한 부분이 있다고 하더라도 당해 상품을 둘러싼 일반적인 거래실정, 즉 시장의 성질, 수요자의 재력이나 지식, 주의의 정도, 전문가인지 여부, 연령, 성별, 당해 상품의 속성과 거래방법, 거래장소, 사후관리 여부, 상표의 현존 및 사용상황, 상표의 주지 정도 및 당해 상품과의 관계, 수요자의 일상 언어생활 등을 종합적·전체적으로 고려하여, 거래사회에서 수요자들이 구체적·개별적으로는 상품의 품질이나 출처에 관하여 오인·혼동할 염려가 없을 경우에는 유사상표라고 할 수 없다(대법원 2013. 6. 27. 선고 2011다97065 판결 등 참조).

둘 이상의 문자 또는 도형의 조합으로 이루어진 결합상표의 유사 여부는 그 구성 부분 전체의 외관, 호칭, 관념을 기준으로 판단하는 것이 원칙이다('전체관찰의 원칙'). 다만 상표의 구성 부분 중 일반 수요자에게 그 상표에 관한 인상을 심어주거나 기억·연상을 하게 함으로써 그 부분만으로 독립하여 상품의 출처표시기능을 수행하는 부분, 즉 '요부(要部)'가 존재하는 경우에는, 적절한 전체관찰의 결론을 유도하기 위해 먼저 그 요부를 가지고 상표의 유사 여부를 대비·판단하는 것이 필요하다('요부의 대비')(대

법원 2017. 2. 9. 선고 2015후1690 판결, 대법원 2024. 10. 25. 선고 2023후11180 판결 등 참조). 등록상표 중 식별력이 없거나 미약하여 상표권의 독점적 효력이 미칠 수 없는 구성 부분으로 인하여 두 상표가 유사하다는 인상을 심어주는 경우까지 상표의 유사성을 인정하게 되면 식별력 없는 표장에 독점권을 부여하는 부당한 결과에 이르기 때문이다(대법원 2026. 6. 5. 선고 2023후10118 판결 참조).

상표의 어느 구성 부분이 요부인지는 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. 한편 대비되는 상표에 요부가 두 개 이상 있는 경우 그중 하나의 요부만을 가지고 다른 상표와 대비한 결과 유사하다면, 양 상표는 유사한 것으로 보아야 하고, 이러한 요부라고 할 만한 것이 없다면 전체관찰의 원칙에 따라 상표를 전체로서 대비하여 유사 여부를 판단하여야 한다('전체의 대비')(위 2015후1690 판결, 위 2023후11180 판결 등 참조).

나. 이 사건 등록상표와 피고들의 표장의 요부



1) 이 사건 등록상표 '  '은 의인화된 한라봉 형상의 도형과 그 아래

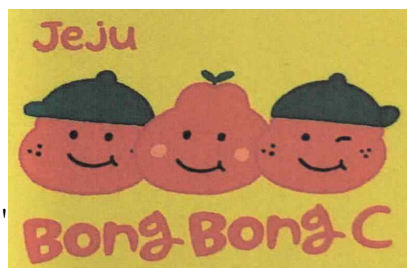
비교적 작은 크기로 배치된 영문자 'BONG BONG'이 결합된 표장이다.

그중 도형 부분은 이 사건 등록상표 전체에서 차지하는 면적과 시각적 비중이 현저

히 크고, 한라봉을 의인화하여 눈·입 등의 표정을 부여한 독특한 형태로 표현되어 있어 일반 수요자의 시선을 쉽게 끄는 부분이다. 또한 그 도형 자체가 지정상품의 용도·효능·성질 등을 직접적으로 나타내거나 그와 관련하여 흔히 사용되는 표현이라고 볼 만한 사정도 없다. 비록 도형과 문자 부분이 하나의 표장 안에 결합되어 있기는 하나, 그 결합으로 인하여 도형 부분의 독자적인 인식 가능성이나 식별력이 희석된다고 보기도 어렵다. 따라서 이 사건 등록상표의 도형 부분은 그 자체로 일반 수요자에게 두드러지게 인식되는 독자적인 식별력을 가지므로 요부에 해당한다.

한편 문자 부분인 'BONG BONG'은 도형 부분에 비하여 크기와 시각적 비중은 작지만, 그 문자 자체가 비교적 명확하게 인식되고 이 사건 등록상표의 호칭을 형성한다. 또한 지정상품의 용도·효능·성질 등을 직접적으로 표시하거나 지정상품에 관하여 흔히 사용되는 표현이라고 보기 어렵고, 도형 부분과의 결합으로 독자적인 식별력이 상실된다고 볼 만한 사정도 없다. 따라서 'BONG BONG' 부분 역시 그 부분만으로 독립하여 출처표시 기능을 수행하는 요부에 해당한다.

결국 이 사건 등록상표는 도형 부분과 'BONG BONG' 문자 부분이 각각 요부에 해당한다.



2) 피고들의 표장 'Jeju Bong Bong C'은 의인화된 3개의 한라봉이 가로로 나란히 배치된 도형, 그 좌측 상단의 영문자 'Jeju' 및 하단의 영문자 'Bong Bong C'가 결합된 표장이다.

먼저 도형 부분은 표장 전체에서 상당한 면적과 시각적 비중을 차지하고, 표정을 가진 3개의 한라봉을 나란히 배치하여 의인화한 형태로 표현되어 있어 일반 수요자의 시선을 쉽게 끈다. 또한 그 도형이 사용상품의 용도·효능·성질 등을 직접적으로 표시하거나 그와 관련하여 흔히 사용되는 표현이라고 볼 만한 사정이 없고, 문자 부분과 결합되어 있더라도 독자적인 인식 가능성이 상실된다고 보기 어렵다. 따라서 피고들 표장의 도형 부분은 일반 수요자에게 두드러지게 인식되는 독자적인 식별력을 가지므로 요부에 해당한다.

좌측 상단의 'Jeju' 부분은 '제주'를 의미하는 영문 표기로서 국내 일반 수요자에게 제주도를 직관적으로 인식시키는 현저한 지리적 명칭에 해당하므로 그 부분만으로 독립하여 출처표시 기능을 갖는 요부라고 보기는 어렵다.

반면 하단의 'Bong Bong C' 부분은 도형 부분에 비하여 크기와 시각적 비중은 작으나, 하나의 영문자열로 비교적 명확하게 인식되고 피고들의 표장의 호칭을 형성한다. 또한 사용상품의 용도·효능·성질 등을 직접적으로 나타내거나 그와 관련하여 흔히 사용되는 표현이라고 보기 어렵고, 다른 구성 부분과의 결합으로 독자적인 식별력이 상실된다고 볼 만한 사정도 없다. 따라서 'Bong Bong C' 부분 역시 그 부분만으로 독립하여 출처표시 기능을 수행하는 요부에 해당한다.

원고는 'Bong Bong C' 부분 중 'C'를 제외한 'Bong Bong' 부분만이 요부에 해당한다고 주장한다. 그러나 'Bong Bong' 부분이 나머지 'C' 부분에 비하여 상대적으로 식별력이 높거나, 그 크기·서체·배치 또는 지정상품과의 관계에서 독립하여 강한 인상을 주는 부분이라고 보기 어렵다. 오히려 'Bong Bong C'는 전체로서 '봉봉씨'라는 비교적 짧은 3음절로 자연스럽게 호칭되고, 그 말미의 '씨' 역시 독립된 하나의 음절로 명확하게 발

음되므로, 일반 수요자가 굳이 이를 생략하여 '봉봉'으로만 호칭할 것이라고 볼 합리적인 이유가 없다. 따라서 'Bong Bong C' 중 'Bong Bong' 부분만이 독립하여 요부에 해당한다고 보기 어렵고, 'Bong Bong C' 전체를 하나의 요부로 봄이 타당하다.

결국 피고들 표장은 도형 부분과 'Bong Bong C' 부분이 각각 요부에 해당한다.

다. 이 사건 등록상표와 피고들의 표장의 요부 대비

1) 양 표장 중 도형 부분의 대비

가) 외관

양 표장의 도형 부분은 모두 한라봉을 의인화한 캐릭터를 도형화하였다는 점에서는 공통된다. 그러나 다음과 같은 사정에 비추어 보면, 그 구체적인 형상과 표현 방식, 전체적인 구성 및 그로부터 형성되는 시각적 인상에는 상당한 차이가 있으므로 그 외관이 유사하다고 보기 어렵다.

① 이 사건 등록상표의 도형 부분은 하나의 한라봉 캐릭터로 구성되어 있다. 한라봉 몸체는 상단에 3개의 둥근 봉우리가 형성된 원형에 가까운 형태이고, 그 최상단에는 위쪽으로 길게 뻗은 꼭지와 그 오른쪽으로 뻗은 한 장의 초록색 나뭇잎이 표현되어 있다. 얼굴에는 상하로 길쭉한 타원형의 검정색 눈동자, 좌우로 길쭉한 타원형의 노란색 볼터치 및 'w'자와 유사한 형태의 검정색 입이 표현되어 있고, 이러한 얼굴 구성요소들은 몸체 중앙의 비교적 좁은 영역에 모여 있다. 또한 주황색 몸체 전체가 굵은 검정색 외곽선으로 둘러싸여 있어 단순하면서도 뚜렷한 윤곽의 인상을 준다.

② 이에 비하여 피고들의 표장의 도형 부분은 서로 다른 모습을 가진 3개의 한라봉 캐릭터가 일렬로 배치된 형태이다. 좌우의 한라봉은 각각 반대 방향으로 챙이 향한 모자를 쓰고 있고, 가운데 한라봉은 상단에 2개의 둥근 봉우리가 형성된 좌우로 다소

긴 몸체와 그 상단의 짧은 초록색 나뭇잎 두 장을 가지고 있다. 각 캐릭터의 얼굴에는 둥근 검정색 눈, 'U'자 모양의 입 등이 표현되어 있고, 좌우 캐릭터에는 주근깨가, 가운데 캐릭터에는 원형의 볼터치가 표현되어 있으며, 오른쪽 캐릭터는 한쪽 눈을 감아 윙크하는 표정을 하고 있다. 이러한 얼굴 구성요소들은 각 몸체의 비교적 넓은 영역에 배치되어 있다.

③ 이처럼 양 표장은 모두 한라봉을 의인화하였다는 점에서는 공통되지만, 캐릭터의 개수, 몸체의 형상과 비율, 상단 봉우리의 형상, 모자의 유무, 꼭지와 나뭇잎의 형태 및 배치, 눈과 입의 형상, 볼터치 또는 주근깨의 유무와 표현 방식, 얼굴 구성요소의 위치와 배치 등 구체적인 표현에서는 상당한 차이가 있다.

특히 이 사건 등록상표는 하나의 한라봉 캐릭터를 단독으로 배치하고 굵은 외곽선과 중앙에 밀집된 얼굴 표현을 사용함으로써 하나의 캐릭터 자체가 전체적인 인상을 형성하는 반면, 피고들 표장은 서로 다른 표정과 모자 등의 특징을 가진 3개의 캐릭터를 일렬로 배치하고 있어 복수의 캐릭터가 이루는 집단적인 구성이 전체적인 인상 형성에 중요한 부분을 차지한다.

따라서 양 표장의 도형 부분을 전체적·이격적으로 관찰하면 일반 수요자에게 서로 다른 시각적 인상을 준다고 봄이 타당하므로, 그 외관은 유사하지 않다.

나) 호칭 및 관념

양 표장의 도형 부분은 모두 한라봉을 의인화한 캐릭터이므로, 일반 수요자에 의하여 '한라봉' 또는 '한라봉 캐릭터' 등으로 호칭·관념될 수 있다. 이러한 범위에서는 양 표장의 호칭 및 관념에 공통되는 부분이 있다.

다만 이는 양 표장이 모두 '한라봉'이라는 동일한 소재를 사용하였다는 데에서 비

롯되는 공통점이다. 따라서 이러한 호칭·관념의 공통점이 양 표장의 출처에 관한 오인·혼동을 일으킬 정도인지는 한라봉 또는 이를 의인화한 캐릭터가 관련 거래계에서 사용되어 온 실정과 양 표장의 구체적인 표현상 차이 등을 함께 고려하여 판단할 필요가 있다.

다) 거래실정

을 제1, 3, 11, 39 내지 51, 54 내지 57호증의 각 기재 또는 영상에 변론 전체의 취지를 종합하면, 다음과 같은 사실 또는 사정을 인정할 수 있다.

① 한라봉은 제주도의 대표적인 특산물로 널리 알려져 있고, 제주도 기념품 판매점에서는 다음 표에서 보는 바와 같이 한라봉의 형태에 눈·코·입이나 표정 등을 부가하여 의인화한 다양한 캐릭터가 유리제 술잔을 비롯한 여러 종류의 기념품에 표시되어 판매되고 있다.



을 제44호증



을 제45, 46호증



을 제47호증



을 제48호증



을 제49호증



을 제50, 51호증



② 또한 아래 표에서 보는 바와 같이 한라봉을 의인화한 캐릭터인 '부라봉'이 APEC 제주유치 캐릭터 홍보대사로 위촉되어 홍보활동에 사용되는 등, 의인화된 한라봉 캐릭터는 제주도와 관련된 행사, 사업 또는 정책의 홍보를 위한 마스코트나 애니메이션 등에도 사용되어 왔다.



③ 한라봉을 의인화한 캐릭터는 유리제 술잔에 한정되지 않고 그 밖의 다양한 제주도 기념품(아래 표 참조)에도 사용되어 왔다.





④ 피고들 역시 이 사건 등록상표의 출원일인 2021. 9. 28.보다 약 2년 6개월 앞선 2019. 3. 8.경부터 아래 표에서 보는 바와 같은, 의인화된 한라봉 캐릭터가 표현된 메모지, 마스킹테이프, 키링, 그립톡, 에코백, 이어폰 케이스 등 다양한 제주도 기념품을 판매하거나 홍보하여 왔다.





위와 같은 거래실정에 비추어 보면, 제주도 관련 기념품의 거래계에서 '한라봉을 의인화한 캐릭터'라는 소재 자체가 특정 사업자의 상품 출처를 곧바로 연상시킬 정도로 강한 식별력을 갖는다고 보기는 어렵다. 따라서 양 포장의 도형 부분이 모두 한라봉을 의인화하였다는 공통점보다는, 각 포장에서 한라봉 캐릭터가 어떠한 구체적인 형상, 표정, 색채, 구성 및 배치로 나타나 있는지가 출처 식별에 보다 중요한 의미를 갖는다고 봄이 타당하다.

라) 유사 여부에 관한 판단

양 포장의 도형 부분은 모두 한라봉을 의인화한 것으로서 '한라봉'으로 호칭되고, '한라봉' 또는 '한라봉 캐릭터'로 관념될 수 있다는 점에서 호칭, 관념이 공통된다. 그러나 위와 같은 호칭·관념의 공통점은 제주도 관련 기념품의 거래계에서 널리 활용되어 온 '한라봉을 의인화한 캐릭터'라는 공통적인 소재에서 비롯된 것으로서, 그 공통점 자체가 상품의 출처를 식별하는 데 차지하는 비중은 크다고 보기 어렵다.

반면 양 포장은 의인화된 한라봉의 개수, 몸체의 형상과 비율, 모자의 유무, 꼭지와 나뭇잎의 표현, 눈과 입의 형상, 볼터치와 주근깨의 표현 및 얼굴 구성요소의 배치 등 구체적인 표현에서 상당한 차이가 있고, 특히 하나의 캐릭터를 단독으로 표현한 이

사건 등록상표와 서로 다른 모습의 3개 캐릭터를 일렬로 배치한 피고들 표장은 전체적인 구성과 시각적 인상이 뚜렷하게 구별된다.

이러한 외관상 차이와 앞서 본 거래실정을 함께 고려하면, 피고들의 상품과 같은 제주도 관련 기념품에 양 표장의 도형 부분이 사용되는 경우 일반 수요자가 단지 양 도형이 모두 한라봉을 의인화하였고 그로 인하여 '한라봉'이라는 호칭·관념을 공통으로 한다는 이유만으로 그 상품이 동일하거나 경제적으로 밀접한 관계에 있는 영업주체에 의하여 생산·판매되는 것으로 오인·혼동할 우려가 있다고 보기 어렵다.

따라서 양 표장의 도형 부분은 외관·호칭 및 관념과 구체적인 거래실정을 전체적·객관적·이격적으로 관찰할 때 상품의 출처에 관하여 오인·혼동을 일으킬 우려가 있다고 보기 어려우므로, 서로 유사하지 않다고 봄이 타당하다.

2) 양 표장 중 문자 부분의 대비

가) 외관

이 사건 등록상표의 문자 부분은 영문자 'BONG BONG'으로 구성되어 있고, 모두 대문자로 이루어진 8글자의 문자표장이다.

이에 비하여 피고들 표장의 문자 부분인 'Bong Bong C'는 대문자와 소문자가 혼용된 9글자의 영문자로 구성되어 있다. 양 문자 부분은 'BONG(Bong)'이 두 차례 반복된다는 점에서는 공통되지만, 이 사건 등록상표의 문자 부분은 'BONG BONG'으로 구성되어 모두 대문자로 표시되어 있는 반면, 피고들 표장의 문자 부분은 'Bong Bong'의 끝에 대문자 'C'가 추가되어 있고 대문자와 소문자가 혼용되어 있는 점에서 차이가 있다. 또한 사용된 서체와 글자의 배열 및 전체적인 시각적 인상에도 차이가 있다.

따라서 양 문자 부분은 그 주요 철자 중 상당 부분을 공통으로 하고 있기는 하나,

대·소문자의 구성, 말미의 'C'의 존재 및 전체적인 문자 배열 등에 차이가 있으므로 그 외관이 유사하다고 볼 수는 없다.

나) 호칭

이 사건 등록상표의 문자 부분 'BONG BONG'은 '봉봉'으로, 피고들의 표장의 문자 부분 'BongBongC'는 '봉봉씨'로 호칭될 것으로 보인다.

양 문자 부분은 앞의 두 음절인 '봉봉'을 공통으로 한다. 그러나 피고들의 표장에는 그 뒤에 '씨'라는 음절이 추가되어 있어 전체 음절 수에 차이가 있다. 특히 '씨'의 초성 '씨'는 된소리로서 비교적 강하고 뚜렷하게 발음되고, 이러한 '씨'가 말미에 독립된 음절로 부가됨으로써 '봉봉씨'는 '봉봉'과 종결 부분의 발음뿐만 아니라 전체적인 리듬과 청감에서도 차이가 난다.

뿐만 아니라, 앞서 든 증거, 을 제1, 3, 41, 55호증의 각 기재 또는 영상 및 변론 전체의 취지를 종합하면, 이 사건 등록상표의 출원 전부터 아래 표에서 보는 바와 같이 제주도 관련 기념품이나 홍보물 등에 '봉' 또는 '봉봉'을 포함하는 한라봉 캐릭터의 명칭이 사용되어 온 사실을 인정할 수 있다.

구체적으로, ① 이 사건 등록상표의 출원 전부터 '라봉이', '봉봉'과 같이 '봉'을 포함한 명칭의 한라봉 캐릭터를 활용한 제주도 기념품이 판매되어 왔고, ② 제주도의 대표적 특산물인 한라봉의 '봉'과 제주 성씨인 '부'를 활용한 '부라봉'이라는 명칭의 캐릭터가 APEC 제주유치 홍보대사 및 애니메이션 등에 사용되어 왔으며, ③ 그 밖에도 피고들이 이 사건 등록상표의 출원 전부터 '봉봉씨'라는 명칭의 한라봉 캐릭터에 'BongBongC'라는 문자를 결합한 표장들을 그림통, 에코백, 이어폰 케이스 등 각종 제주도 기념품에 사용(을 제1호증 참조)하여 온 사실이 인정된다.

을 제41호증(라봉이, 봉봉)



♡ 27 Q 2 2 2 2

jeju.ggun님 외 여러 명이 좋아합니다
jejudoda_official 섬의 따뜻한 마음도 가득 담았어요

#라봉이 #라봉이머그컵 #제주머그컵
#머그 #머그컵 #머그잔 #한라봉

#제주 #제주도 #제주굿즈 #제주선물 #제주기념품
#감성 #제주감성 #감성템 #감성이템 #감성소품
#감성소품샵 #제주기념품가게 #제주기념품샵
#제주소품샵 #제주선물가게 #제주디자인 #자체제작
간단히 보기

2021년 1월 8일



♡ 28 Q 2 2 2 2

sangwoan님 외 여러 명이 좋아합니다
jejudoda_official 포동포동 보드라운 나의 굴친구들
라라와 봉봉이와 오늘도 함께해요!

#한라봉 #굴 #감굴 #제주굴 #제주감굴
#인형 #봉제인형 #랄라 #봉봉

#제주 #제주도 #제주선물 #제주기념품 #제주굿즈
#제주소품샵 #제주선물가게 #제주기념품가게
#제주기념품샵 #제주디자인 #자체제작 #인사템
#감성 #감성템 #감성소품 간단히 보기

2021년 2월 18일



♡ 42 Q 2 2 2 2

sangwoan님 외 여러 명이 좋아합니다
jejudoda_official 소중한 작은 제주의 미니
랄라봉봉

어디든지 함께 해요 :)

#랄라 #봉봉 #라봉이 #한라봉
#머그컵 #제주머그컵

#제주 #제주도 #제주굿즈 #제주선물 #제주기념품
#제주선물가게 #제주기념품가게 #제주기념품샵
#제주소품샵 #제주디자인 #자체제작 #감성 #감성템
#감성소품 간단히 보기

2021년 3월 2일

을 제3호증

한편 지난달 27일 열린 민선8기 출범 1주년 도민과의 대화 행사에서 위촉한 APEC 제주유치 캐릭터 홍보대사(부라봉, 고르방)를 활용한 다양한 홍보활동을 통해 전 국민의 관심과 지지를 유도해 제주유치 분위기를 확산할 계획이다.

* 부라봉, 고르방 : 제주의 대표적인 상징 한라봉, 돌하르방에 제주 성씨 고씨, 부씨를 연계하여 캐릭터 홍보대사 위촉

캐릭터 홍보대사가 도내외 주요 행사장을 찾아 홍보활동을 펼치고 제주공항, 제주국제컨벤션센터 (ICC) 등에 캐릭터 홍보대사 대형 조형물을 설치할 예정이다. 봉제인형 제작, 이모티콘 제작·배포 등 캐릭터 홍보대사를 활용한 다양한 홍보활동을 전개해 나간다.

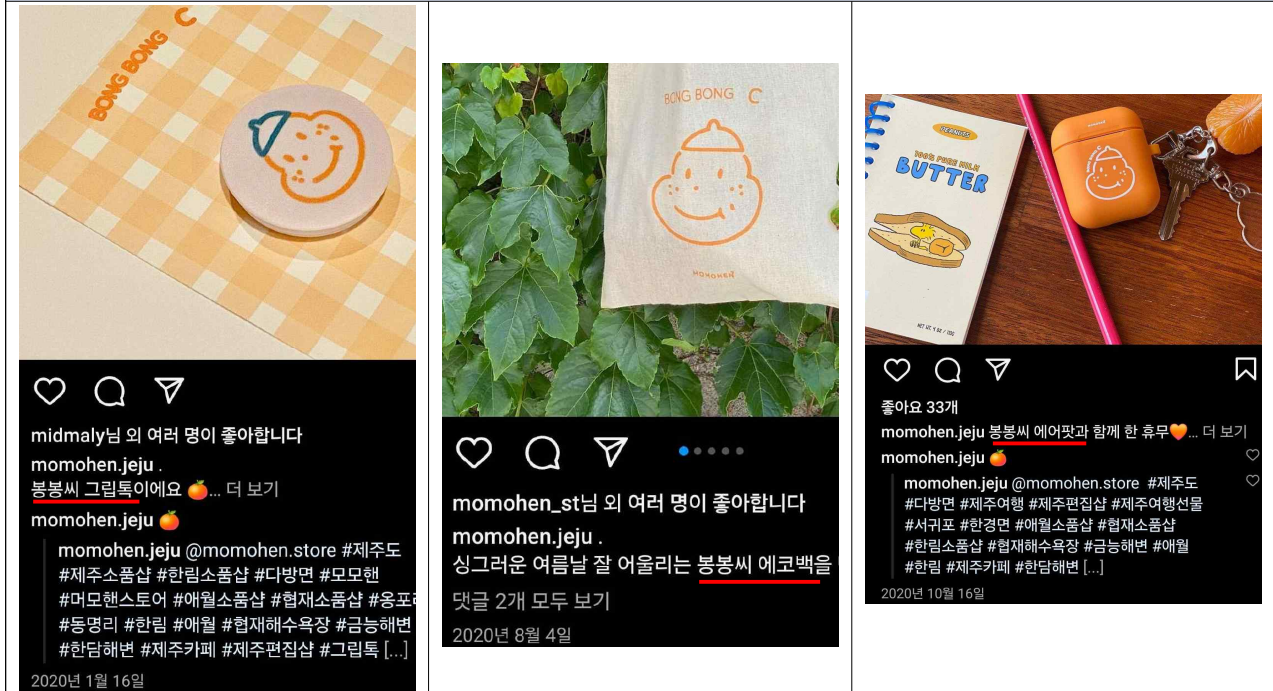
을 제55호증

‘풍당패밀리’는 제주 기업 ㈜제주애풍당(대표 김남철)에서 만든 캐릭터 IP로, 한라봉을 모티브로 한 ‘부라봉’, 돌하르방 캐릭터 ‘고르방’, 그리고 해녀 캐릭터 ‘양풍당’이 주요 캐릭터로 활약 중이다.

제주도와 (재)제주영상·문화산업진흥원(원장 강민부)의 지원을 받아 제주 애니메이션 전문기업인 ‘그리메’가 TV용 애니메이션으로 탄생시킨 작품이다.

애니메이션 ‘풍당패밀리’는 상반된 성격을 가진 제주의 다양한 캐릭터들이 우연히 함께 지내게 되면서 서로를 이해하고 받아들이는 과정에서 ‘가족’의 진정한 의미를 깨닫고 혼자 아닌 함께 하는 즐거움을 전달하기 위해 만들어진 작품이다.

을 제1호증('봉봉씨 그림톡', 봉봉씨 에코백, '봉봉씨 에어팟')



이러한 거래실정에 비추어 보면, 제주도 기념품, 특히 피고들 제품과 같이 한라봉 캐릭터가 사용된 제주도 기념품과 관련된 거래분야에서 '봉' 또는 '봉봉'이라는 음절이 공통된다는 사정만으로 양 표장의 호칭이 전체적으로 유사하다고 평가하기는 어렵다. 오히려 각 호칭을 구성하는 음절의 수와 배열, 공통되지 않는 음절의 유무 및 위치, 그에 따라 형성되는 청감과 어감의 차이를 함께 고려하여 호칭의 유사 여부를 판단할 필요가 있다.

양 문자 부분은 '봉봉'이라는 두 음절을 공통으로 하기는 하나, 전체적으로는 각각 '봉봉'과 '봉봉씨'로 호칭되고, 피고들 표장의 말미에 비교적 강하고 뚜렷하게 발음되는 '씨'가 부가됨으로써 음절 수와 전체적인 리듬 및 청감에 차이가 생긴다. 따라서 위와 같은 거래실정과 양 호칭의 전체적인 청감을 종합하면, 양 문자 부분의 호칭이 유사하다고 보기는 어렵다.

다) 관념

이 사건 등록상표의 문자 부분인 'BONG BONG'과 피고들의 표장의 문자 부분인 'Bong Bong C'는 모두 조어로서 특정한 사전적 의미를 갖거나 관념을 형성한다고 보기 어려우므로, 대비하기 어렵다.

라) 유사 여부에 관한 판단

따라서 양 문자 부분은 일부 철자와 호칭에서 공통되는 부분이 있으나, 외관과 전체 호칭에서 존재하는 차이 및 관련 거래실정 등을 종합하면, 전체적·객관적·이격적으로 관찰할 때 일반 수요자로 하여금 상품의 출처에 관하여 오인·혼동을 일으킬 정도로 유사하다고 보기 어렵다.

라. 소결론

피고들의 표장은 이 사건 등록상표와 동일·유사하지 않으므로, 피고들이 유리제 술잔에 피고들의 표장을 표시하여 이를 판매한 행위는 이 사건 등록상표에 관한 원고의 상표권을 침해하지 않는다. 이와 결론을 같이한 제1심 판결은 정당하다.

5. 결론

그렇다면, 원고의 항소는 이유 없으므로, 이를 기각하기로 하여 주문과 같이 판결한다.

재판장 판사 한소영

판사 박은희

판사 권원명

목록

1. 표장(컬러, 흑백을 불문함)



끝.

목록

1. 제품

가정용 또는 주방용 용기, 기념접시, 다기세트, 도자기 잔, 맥주잔, 머그컵, 소스 그릇, 술잔, 술잔세트, 유리접시, 유리제 술잔, 유리제 컵, 커피 잔, 컵, 텀블러, 텀블러(음료컵), 휴대용 음료용기용 홀더, 보온병, 플라스틱 물통, 유리제 장식품, 끝