

특 허 법 원

제 2 1 부

판 결

사 건 2025나10215 상표권침해금지 등 청구의 소
원고, 항소인 겸 피항소인

주식회사 울산

대표자 사내이사 A

소송대리인 법무법인(유한) 린

담당변호사 경윤주, 신동환

피고, 피항소인 겸 항소인

1. 주식회사 제갈량코리아

대표이사 B

2. C

피고들 소송대리인 법무법인(유한) 광장

담당변호사 이은우, 정은주

제 1 심 판 결 서울중앙지방법원 2025. 6. 27. 선고 2021가합546561 판결

변 론 종 결 2026. 7. 2.

판 결 선 고 2026. 9. 10.

주 문

1. 이 법원에서 변경된 원고의 피고들에 대한 청구를 포함하여, 제1심판결을 다음과 같이 변경한다.

가. 피고 주식회사 제갈량코리아는, 별지1 목록 기재 각 표장을 별지2 목록 기재 각 제품에 표시하여서는 아니 되고, 별지1 목록 기재 각 표장을 표시한 별지2 목록 기재 각 제품을 생산, 판매, 양도, 대여, 수출 또는 수입하거나 그 제품의 양도 또는 대여의 청약 및 이를 위한 전시를 하여서는 아니 된다.

나. 피고 주식회사 제갈량코리아는 별지3 목록 기재 각 제품을 생산, 사용, 양도, 대여 또는 수입하거나, 그 제품의 양도 또는 대여의 청약 및 이를 위한 전시를 하여서는 아니 된다.

다. 피고 주식회사 제갈량코리아는 그 사무소, 공장, 창고, 영업소에 보관 중인 별지3 목록 기재 각 제품의 완제품과 그 반제품(위의 완성품의 구조를 구비하고 있는 것으로 아직 완성에 이르지 아니한 물건)을 폐기하라.

라. 피고들은 공동하여 원고에게 227,813,529원 및 그중 10,000,000원에 대하여는 2023. 12. 31.부터 2025. 6. 27.까지 연 5%, 그다음 날부터 다 갚는 날까지 연 12%, 18,658,606원에 대하여는 2023. 12. 31.부터, 114,793,567원에 대하여는 2024. 12. 31.부터, 84,361,356원에 대하여는 2025. 6. 26.부터 각 2026. 9. 10.까지 연 5%, 각 그다음 날부터 다 갚는 날까지 연 12%의 각 비율로 계산한 돈을

지급하라.

마. 피고들은 공동하여 원고에게 63,866,789원 및 이에 대하여 이 판결 확정일 다음 날부터 다 갚는 날까지 연 5%의 비율로 계산한 돈을 지급하라.

바. 원고의 피고들에 대한 각 나머지 청구를 기각한다.

2. 소송 총비용 중 5%는 원고가, 나머지는 피고들이 각 부담한다.

3. 제1의 가, 나, 다, 라항은 각 가집행할 수 있다.

청구취지 및 항소취지

1. 청구취지

주문 제1의 가, 나항과 같다. 피고 주식회사 제갈량코리아는 그 사무소, 공장, 창고, 영업소에 보관 중인 별지3 목록 기재 각 제품의 완제품과 그 반제품(위 완제품의 구조를 구비하고 있는 것으로 아직 완성에 이르지 아니한 물건)을 폐기하고, 위 제품의 생산에 제공된 설비를 폐기하라. 피고들은 공동하여 원고에게 300,000,000원 및 그중 50,000,000원에 대하여는 이 사건 소장 부분 송달 다음 날부터, 나머지 250,000,000원에 대해서는 2024. 11. 1.부터 각 다 갚는 날까지 연 12%의 비율로 계산한 돈을 지급하라[원고는 제1심에서 상표권 및 전용사용권 침해행위, 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률(이하 '부정경쟁방지법'이라 한다) 제2조 제1호 (가)목의 부정경쟁행위를 원인으로 한 금지·폐기 및 손해배상을 구하다가, 이 법원에 이르러 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (과)목의 부정경쟁행위를 청구원인으로 추가하고, 이 사건 소 중 피고 C에 대한 금지·폐기 청구 부분을 취하하였으며, 별지3 목록 기재 대상을 변경하였다¹⁾].

1) 2026. 4. 20. 자 청구취지 및 항소취지 변경신청서, 제2차 변론조서 참조. 원고는 위 변경신청서를 진술하면서 별지1 제5항의 '제갈양'을 삭제하는 것으로 청구취지를 정정하였다. 결국 새롭게 제출된 별지

2. 항소취지

가. 원고

제1심판결 중 원고 패소 부분을 취소한다. 청구취지와 같다.

나. 피고들

제1심판결 중 피고들의 패소 부분을 취소하고, 그 취소 부분에 해당하는 원고의 피고들에 대한 청구를 모두 기각한다.

이 유

1. 기초사실

가. 당사자들의 지위

1) 원고는 주류 수입업, 주류 도소매업 등을 영위하는 회사이다.

2) 피고 주식회사 제갈량코리아(이하 '피고 회사'라 한다)는 주류 도소매 및 수출입업 등을 영위하는 회사이다.

3) 피고 C는 피고 회사가 설립된 2017. 8. 14.부터 피고 회사의 대표이사이자 사내이사였는데, 2021. 5. 26. 대표이사에서 사임하였고, 2025. 2. 25. 사내이사에서 사임하였다.

나. 원고의 상표권 취득

1) 주식회사 성림(이하 '성림'이라 한다)은 아래 등록상표(이하 '이 사건 제1 상표'라 한다)의 상표권을 취득하였다.

가) 출원일 / 등록일 / 등록번호: 2012. 9. 28. / 2013. 7. 20. / 제0983519호

1은 제1심 판결문 별지1과 대상의 순서만 달리할 뿐 실질적으로 동일하다.

江口醇诸葛酿

나) 표장: JIANGKOUCHUNZHUGENIANG

다) 지정상품: 상품류 구분 제33류 고량주, 중국식백주, 증류주, 노주, 중국식 양조주(라오주)

2) 원고는 2013. 7. 22. 성립으로부터 이 사건 제1 상표에 관하여 사용기간을 2013. 7. 20.부터 2023. 7. 20.까지로 하여 전용사용권을 설정받았다.

3) 원고와 시추양 지앙코우춘 와인 인더스트리(그룹) 컴퍼니 리미티드(사천강구순주업집단유한공사, 이하 '강구순주업'이라 한다)는 2020. 1. 21. 이 사건 제1 상표에 관하여 양도를 원인으로 한 권리의 전부이전등록을 마쳤다. 원고는 같은 날 이 사건 제1 상표에 관하여 사용기간을 2020. 1. 21.부터 2030. 1. 21.까지로 하여 전용사용권을 설정받았다. 원고는 2025. 9. 29. 이 사건 제1 상표의 강구순주업 지분에 관하여 양도를 원인으로 한 권리지분의 전부이전등록을 마쳤고, 이 사건 제1 상표의 단독 상표권자가 되었다.

4) 원고와 강구순주업은 아래 등록상표(이하 '이 사건 제2 상표'라 하고, 이 사건 제1 상표와 통틀어 '이 사건 각 상표'라 한다)의 상표권을 취득하였다.

가) 출원일 / 등록일 / 등록번호: 2018. 12. 6. / 2021. 3. 29. / 제1709278호

諸葛亮

나) 표장: ZHU GE LIANG

다) 지정상품: 제33류 고량주, 노주(老酒), 중국식 백주(바이간), 중국식 수수소주(고량주), 중국식 양조주(라오주), 중국식 증류 알코올 음료(백주), 수수로 만든 중국식 증류주

5) 원고는 2021. 3. 29. 이 사건 제2 상표에 관하여 사용기간을 2021. 3. 29.부터 2031. 3. 29.까지로 하여 전용사용권을 설정받았다. 원고는 2025. 9. 29. 이 사건 제2 상표에 관하여 양도를 원인으로 한 권리지분의 전부이전등록을 마쳤고, 이 사건 제2 상표의 단독 상표권자가 되었다.

다. 원고 및 피고들의 제품 판매

1) 원고의 제품 판매

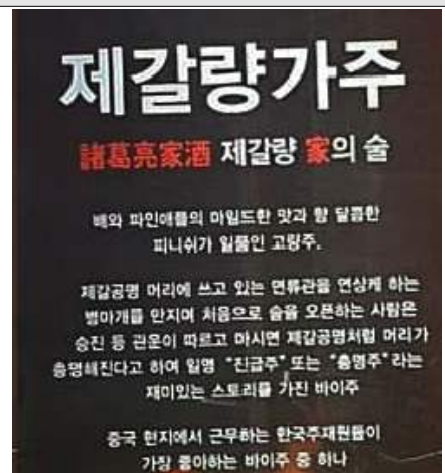
원고는 2013년경부터 이 사건 제1 상표를 표시한 백주(白酒) 제품(이하 '원고 제품 1'이라 한다)을 수입하여 온라인 쇼핑몰 등을 통하여 판매하였다. 또한 원고는 2023. 8. 8. 이 사건 제2 상표를 표시한 백주 제품(이하 '원고 제품 2'라 한다)을 국내에 수입하여 2023. 8. 31.부터 판매하였다. 원고 제품들의 사진은 아래와 같다.



2) 피고 회사의 제품 판매

피고 회사는 2019. 10. 1.부터 2025. 6. 26.까지 중국의 산둥제갈량가주업유한공사(이하 '산둥제갈량가주업'이라 한다)로부터 아래와 같이 별지1 목록 제1, 2항 기재 각

표장이 겉포장과 병용기에 표시된 백주 제품(이하 '피고 제품'이라 한다)을 수입하고, 별지1 목록 제3, 4항 기재 각 표장(이하 별지1 목록 기재 각 표장을 통틀어 '피고 표장'이라 한다)을 표시하여 피고 제품을 국내 온·오프라인에서 광고·판매하였다.

온라인 쇼핑몰 판매 화면(갑 제8호증)	
	
제갈량 450ml 소비자가격 45,000원 고객할인가 25,000원 적립금 250P (최소주문수량 1개 이상) 수량을 선택해주세요. 상품명 제갈량 450ml	
오프라인 광고 사진(을 제5호증의 5)	오프라인 광고 사진(을 제6호증의 1)
	

라. 원고의 피고 제품 판매 중단 등 요구

원고는 2019. 12. 23. 피고 회사에게 피고 제품의 판매행위가 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목 및 (카)목의 부정경쟁행위 등에 해당한다는 이유로, 피고 제품의 판매

중단과 보관 제품의 폐기, 피고 포장과 피고 제품의 병 형태 및 겉포장 디자인의 변경 등을 요구하는 내용증명을 발송하였다.

마. 관련 등록무효 사건의 경과

1) 피고 회사는 특허심판원에 원고와 강구순주업을 상대로 이 사건 제2 상표가 상표법 제34조 제1항 제13호에 해당한다고 주장하면서 이 사건 제2 상표에 대한 등록무효심판을 청구하였다(2022당948). 특허심판원은 2024. 6. 19. '피고 회사가 제출한 자료

만으로는 선사용상표들[①  (이하 '선사용상표 1'이라 한다), ② 諸葛亮家 (이하 '선사용상표 2'라 한다), ③ 諸葛亮]이 이 사건 제2 상표의 출원 시점인 2018. 12. 6. 중국에서 특정인의 상품 내지 영업을 표시하는 것이라고 인식될 수 있을 정도로 알려졌다고 볼 수 없으므로, 이 사건 제2 상표는 상표법 제34조 제1항 제13호에 해당하지 않는다.'는 이유로 피고 회사의 무효심판청구를 기각하는 심결을 하였다.

2) 이에 대하여 피고 회사가 특허법원에 심결취소소송을 제기하였으나(특허법원 2024허13428), 특허법원은 2025. 2. 13. '이 사건 제2 상표 출원 당시 선사용상표 1, 2가 중국에서 특정인의 상표로 알려져 있었다고 인정할 수 없으므로, 이 사건 제2 상표는 상표법 제34조 제1항 제13호에 해당하지 않는다.'는 이유로 피고 회사의 청구를 기각하는 판결을 선고하였다.

3) 이에 대하여 피고 회사가 상고하였으나(대법원 2025후10164), 2025. 5. 15. 상고가 심리불속행 기각되어 위 판결이 그대로 확정되었다(이하 '관련 등록무효 사건'이라 한다).

바. 관련 등록취소 사건의 경과

피고 회사는 2025. 3. 13. 특허심판원에 원고와 강구순주업을 상대로 이 사건 제2 상표에 관한 등록취소심판을 청구하였다(2025당665). 특허심판원은 2025. 12. 17. '상표권자 및 통상사용권자가 심판청구일인 2025. 3. 13.로부터 3년 이내에 이 사건 제2 상표를 그 지정상품 중 중국식 백주(바이잔), 중국식 증류 알코올 음료(백주)에 대하여 국내에서 정당하게 사용하였으므로 이 사건 제2 상표는 상표법 제119조 제1항 제3호에 해당하지 않는다.'는 이유로 위 심판청구를 기각하는 심결을 하였고, 그 심결은 확정되었다.

【인정근거】 다툼 없는 사실, 갑 제1, 5, 8, 10 내지 13, 17, 27, 40, 41, 79, 89, 91, 124, 125호증, 을 제5, 6, 7호증(가지번호 있는 것은 각 가지번호 포함, 이하 같다)의 각 기재, 변론 전체의 취지

2. 원고 주장의 요지

가. 피고 회사는 원고 제품 1의 인기에 편승하여 부당한 이익을 얻기 위하여 2019. 10. 1.부터, 피고 제품에 이 사건 각 상표와 동일·유사한 피고 표장을 표시하고, 원고 제품 1과 동일한 디자인의 병과 뚜껑, 겉포장을 사용한 피고 제품을 판매하였으므로, 이러한 피고 회사의 행위는 이 사건 각 상표권에 대한 침해행위, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목에서 정한 상품주체 혼동행위 및 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목에서 정한 성과 등 도용행위에 해당한다. 따라서 원고는 피고 회사에 대하여 상표권 침해행위 또는 부정경쟁행위의 금지와 별지3 목록 기재 제품의 완제품·반제품 및 그 생산에 제공된 설비의 폐기를 구한다.

나. 또한 피고 회사는 원고에게 이 사건 각 상표의 상표권 및 전용사용권 침해 또는 부정경쟁행위로 인한 손해를 배상할 책임이 있고(원고가 이 사건 각 상표권의 지분 전

부를 취득한 2025. 9. 29. 이전 기간에 관하여는 상표권자 및 전용사용권자의 지위에서 구한다. 이하 이 사건 제1 상표에 관한 상표권 및 전용사용권을 '이 사건 제1 상표권 등'이라 하고, 이 사건 제2 상표에 관한 상표권 및 전용사용권을 '이 사건 제2 상표권 등'이라 하며, 이 사건 각 상표에 관한 상표권 및 전용사용권을 통틀어 '이 사건 각 상표권 등'이라 한다), 피고 C는 피고 회사의 대표이사 또는 등기이사로서 피고 회사와 공동하여 위 손해를 배상할 책임이 있다. 이에 원고는 피고들에 대하여 피고 회사가 피고 제품을 판매하여 얻은 이익 상당액 중 300,000,000원 및 이에 대한 지연손해금의 지급을 명시적 일부청구로서 구한다.²⁾

3. 이 사건 각 상표권 등에 대한 침해의 성립 여부

가. 관련 법리

둘 이상의 문자 또는 도형의 조합으로 이루어진 결합상표 중에서 일반 수요자에게 그 상표에 관한 인상을 심어주거나 기억·연상을 하게 함으로써 그 부분만으로 독립하여 상품의 출처표시기능을 수행하는 부분, 즉 요부가 있는 경우 적절한 전체관찰의 결론을 유도하기 위해서는 그 요부를 가지고 상표의 유사 여부를 대비·판단하는 것이 필요하다. 그러나 상표 중에서 요부라고 할 만한 것이 없다면 전체관찰의 원칙에 따라 상표를 전체로서 대비하여 유사 여부를 판단하여야 한다. 그리고 상표의 구성 부분이 요부인지 여부는 그 부분이 주지·저명하거나 일반 수요자에게 강한 인상을 주는 부분

2) 원고는 청구원인으로, 주문 제1의 가항과 같은 금지청구에 대하여는 이 사건 각 상표권 침해를 선택적으로 주장하고, 주문 제1의 나, 다항과 같은 금지 및 폐기 청구(단, 설비의 폐기 청구 포함)에 대하여는 이 사건 각 상표권 침해, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목 및 (파)목의 부정경쟁행위를 선택적으로 주장하며, 청구취지 중 손해배상청구에 대하여는 이 사건 제2 상표의 등록일인 2021. 3. 29. 전까지는 이 사건 제1 상표권 등 침해, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목 및 (파)목의 부정경쟁행위를, 그 등록일부터는 이 사건 각 상표권 등 침해, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목 및 (파)목의 부정경쟁행위를 각 선택적으로 주장하고 있다(2026. 5. 14. 자 원고 준비서면, 2026. 6. 4. 자 원고 석명준비명령에 대한 답변서 참조).

인지, 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 고려하여 판단하여야 한다(대법원 2017. 2. 9. 선고 2015후1690 판결 등 참조).

나. 이 사건 제1 상표

1) 표장의 유사 여부

가) 원고의 주장

이 사건 제1 상표의 요부는 '諸葛醲'이고, 이는 피고 표장인 '諸葛亮',



, 諸葛亮, 제갈량'과 외관, 호칭 또는 관념이 동일·유사하다.

나) 구체적 판단

江口醇諸葛醲

(1) 이 사건 제1 상표 'JIANGKOUCHUNZHUGENIANG'는 한자 '江口醇諸葛醲'

와 그 중국어 발음에 해당하는 영문자 'JIANGKOUCHUNZHUGENIANG'가 상하로 결합된 표장이다. '諸葛醲' 부분이 '江口醇' 부분보다 전체 상표에서 차지하는 비중이 크거나 외관·호칭상 두드러지게 인식된다고 볼 자료가 없다. 따라서 '諸葛醲' 부분만이 독립하여 상품의 출처표시기능을 수행하는 요부라고 보기 어렵고, 이 사건 제1 상표는 전체로서 피고 표장과 대비하여야 한다.

(2) 이 사건 제1 상표는 한자 '江口醇諸葛醲'과 영문자



'JIANGKOUCHUNZHUGENIANG'이 상하로 결합된 표장인 반면, 피고 표장(



, 諸葛亮, 제갈량)은 '諸葛亮'을 가로 또는 세로로 표기하고 이를 사각형으로 둘러싸거나 한자 '諸葛亮' 또는 그 국문 표기인 '제갈량'만으로 구성된다. 양 표장은 문자 수와 구성, '江口醇' 부분의 유무, '釀'과 '亮'의 차이, 영문자 병기 및 도형의 유무로 말미암아 전체적인 외관이 다르다.

(3) 이 사건 제1 상표의 한자 부분은 국내의 일반적인 한자 독해 및 호칭 관행에 비추어 '강구순제갈양'으로 호칭될 것으로 보인다. 반면 피고 표장은 '제갈량'으로 호칭되므로, 호칭도 다르다.

(4) 피고 표장은 중국 삼국시대 촉한의 재상인 제갈량을 관념하게 한다. 반면 이 사건 제1 상표는 '江口醇'과 '諸葛釀'이 결합된 하나의 명칭으로 인식되거나 국내 수요자에게 특별한 관념을 형성하지 않을 수 있으므로, 관념에서도 차이가 있다.

(5) 결국, 이 사건 제1 상표와 피고 표장은 전체적으로 관찰할 때 외관·호칭·관념이 서로 달라 일반 수요자나 거래자로 하여금 상품 출처에 관한 오인·혼동을 일으키게 할 우려가 있다고 보기 어려우므로, 서로 유사하지 않다.

2) 소결론

따라서 피고 회사가 피고 제품에 피고 표장을 표시하였다고 하더라도 이 사건 제1 상표권 등을 침해하였다고 볼 수 없다.

다. 이 사건 제2 상표

1) 표장의 유사 여부

諸葛亮

가) 이 사건 제2 상표 'ZHU GE LIANG'은 한자 '諸葛亮'과 그 중국어 발음에 해당하는 영문자 'ZHU GE LIANG'이 상하로 결합된 표장이다. 영문자 부분이 별도의 관념을 형성하지 않고 그 크기도 한자 부분보다 작으므로, 독립하여 출처표시기능을 수행하는 한자 '諸葛亮' 부분이 이 사건 제2 상표의 요부에 해당한다.



나) 이 사건 제2 상표의 요부인 '諸葛亮'과 피고 표장(諸葛亮, 諸葛亮, 諸葛亮)은 글자체·배치 또는 도형의 유무에서 다소 차이가 있으나, 모두 '제갈량'으로 호칭되고 같은 역사적 인물을 관념하게 한다. 따라서 이 사건 제2 상표와 피고 표장은 전체적으로 유사하다.

2) 상품의 동일·유사 여부

피고 제품인 중국식 백주는 이 사건 제2 상표의 지정상품인 '중국식 백주(바이칸)'와 동일하다.

3) 침해의 성립

피고 회사는 이 사건 제2 상표와 유사한 피고 표장을 그 지정상품과 동일한 중국식 백주인 피고 제품에 표시하여 판매·광고하였으므로, 특별한 사정이 없는 한 이 사건 제2 상표권 등에 대한 침해가 성립한다.

4) 침해 기간

앞서 든 증거, 제1심법원 및 이 법원의 서울세관에 대한 각 과세정보제출명령결과와 변론 전체의 취지에 따르면, 피고 회사가 2019. 10. 1.부터 2025. 6. 26.까지 피고 제품을 수입하여 국내에서 판매·광고한 사실이 인정된다. 한편 앞서 본 바와 같이, 원

고는 2021. 3. 29. 강구순주업과 함께 이 사건 제2 상표권을 취득하고, 같은 날 이 사건 제2 상표에 관하여 사용기간을 2021. 3. 29.부터 2031. 3. 29.까지로 하여 전용사용권을 설정받았으며, 2025. 9. 29. 이 사건 제2 상표권의 지분 전부를 취득하였다.

따라서 피고 회사가 원고의 이 사건 제2 상표권 등을 침해한 기간은 2021. 3. 29.부터 2025. 6. 26.까지이다.

5) 피고들 주장에 대한 판단

가) 피고 회사가 별지1 목록 기재 각 표장을 사용하지 않았다는 주장

(1) 피고들은, 피고 회사가 피고 제품을 포장·홍보·판매할 때 그 제품명을 '諸葛亮家' 또는 '제갈량가'로 표시하였을 뿐, 그와 다른 별지1 목록 기재 각 표장



(, , 諸葛亮, 제갈량)은 사용한 바 없으므로, 피고 회사가 별지1 목록 기재 각 표장을 사용하였음을 전제로 한 원고의 청구는 이유 없다고 주장한다.

(2) 갑 제8호증, 을 제5, 6, 7, 50, 72호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지를 종합하면, 피고 회사가 아래와 같은 표장을 피고 제품에 표시하고 광고한 사실은 인정된다.

<그림 삽입을 위한 여백>

피고 제품의 외포장	오프라인 매장에서 표시된	인스타그램 광고
------------	---------------	----------

(갑 제8호증)	피고 제품의 제품명 (을 제5, 6호증)	(을 제72호증)
		

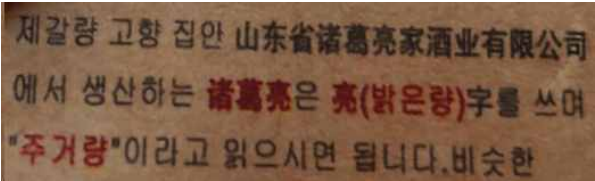
그러나 앞서 든 증거, 갑 제22호증의 기재 및 변론 전체의 취지에 따라 알 수

있는 다음 사정, 즉 ① 피고 제품의 포장용기에 표시된 '  '에서 '  '은 '  '과

서로 다른 도형으로 구획되어 '  ' 부분만으로도 독립된 표장으로 인식될 수 있는

점, ② 피고 제품의 병용기에는 '  '만이 별도로 표시되어 있는 점, ③ 피

고 제품의 온라인 쇼핑몰 판매 화면에는 제품명이 ' **제갈량 450ml** '라고 기재되어 있
는 점(갑 제8호증 2면 상단), ④ 피고 제품의 라벨에도 제품을

 '라고 설명한 점(갑 제22호증)을 종합하면, 피

고 회사는 '諸葛亮家' 또는 '제갈량가'라는 전체 상품명과 별도로 별지1 목록 기재 각 표장을 피고 제품의 출처표지로 사용하였다고 봄이 타당하다. 따라서 피고들의 위 주장은 받아들이지 않는다.

나) 이 사건 제2 상표에 등록무효사유가 존재한다는 주장

(1) 주장의 요지

이 사건 제2 상표는 중국의 수요자들에게 특정인의 상품을 표시하는 것이라



고 인식되어 있는 선사용상표 1, 2 및 '亮'(이하 '선사용상표 3'이라 하고, 선사용상표 1, 2, 3을 통틀어 '이 사건 선사용상표들'이라 한다)과 동일·유사하고 부당한 이익을 얻으려 하거나 그 특정인에게 손해를 입히려는 등 부정한 목적을 가지고 등록된 상표로서 상표법 제34조 제1항 제13호의 무효사유가 있음이 명백하다. 따라서 이 사건 제2 상표에 기한 원고의 이 사건 청구는 권리남용에 해당하여 허용될 수 없다.

(2) 상표법 제34조 제1항 제13호 해당 여부

(가) 관련 법리

등록상표에 대한 등록무효심결이 확정되기 전이라도 그 상표등록이 무효심판에 의하여 무효로 될 것이 명백한 경우에는 그 상표권에 기초한 침해금지 또는 손해배상 등의 청구는 특별한 사정이 없는 한 권리남용에 해당하여 허용되지 아니한다. 그리고 상표권침해소송을 담당하는 법원은 상표권자의 그러한 청구가 권리남용에 해당한다는 항변이 있는 경우 그 당부를 살피기 위한 전제로서 상표등록의 무효 여부에 대하여 심리·판단할 수 있다(대법원 2012. 10. 18. 선고 2010다103000 전원합의체

판결 등 참조).

상표법 제34조 제1항 제13호는 국내 또는 외국의 수요자 사이에 특정인의 상품을 표시하는 것이라고 인식되어 있는 상표(이하 '모방대상상표'라고 한다)가 국내에 등록되어 있지 않음을 기화로 제3자가 이를 모방한 상표를 등록하여 사용함으로써, 모방대상상표에 체화된 영업상 신용 등에 편승하여 부당한 이익을 얻으려 하거나, 모방대상상표의 가치에 손상을 주거나 모방대상상표 권리자의 국내 영업을 방해하는 등의 방법으로 모방대상상표의 권리자에게 손해를 끼치려는 목적으로 사용하는 상표는 등록을 허용하지 않는다는 취지이다. 따라서 등록상표가 이 규정에 해당하려면 모방대상상표가 국내 또는 외국의 수요자에게 특정인의 상표로 인식되어 있어야 하고, 등록상표의 출원인이 모방대상상표와 동일 또는 유사한 상표를 부정한 목적을 가지고 사용하여야 한다(대법원 2013. 5. 9. 선고 2011후3896 판결 등 참조). 여기서 모방대상상표가 국내 또는 외국의 수요자 사이에 특정인의 상표로 인식되어 있는지는 상표의 사용기간, 방법, 태양 및 이용범위 등과 거래실정 또는 사회통념상 객관적으로 상당한 정도로 알려졌는지 등을 기준으로 판단하여야 한다(대법원 2019. 8. 14. 선고 2017후752 판결 등 참조).

(나) 이 사건 전사용상표들이 중국의 수요자들에게 특정인의 상표로 인식되었는지 여부

을 제22 내지 36, 56, 57, 74 내지 77, 108 내지 113, 129호증의 각 기재 또는 영상에 변론 전체의 취지를 종합하여 인정되는 다음 사정에 비추어 보면, 피고들이 제출한 증거만으로는 이 사건 제2 상표의 출원일인 2018. 12. 6. 당시 이 사건 전사용상표들이 중국 수요자 사이에서 산동제갈량가주업 등 특정인의 상품을 표시하는 상

표로 알려져 있었다고 인정하기 부족하다.

① 제갈량(諸葛亮)은 중국 삼국시대 촉한의 재상으로, 산둥성 린이시(臨沂市) 이난현(沂南縣)에서 출생한 저명한 역사적 인물이다. 다음 인터넷 게시물에 따르면, 2014년 무렵 중국에는 서로 다른 생산자가 '제갈량(諸葛亮)' 표장을 사용한 백주 상품이 200개 이상 존재하였던 것으로 보이므로, 중국에서 '제갈량(諸葛亮)' 표장은 백주 상품과 관련하여 자타상품 식별력이 그리 높지 않다.

게시 매체 및 날짜	게시 내용
중국 인터넷 신문 2006. 6. 8.(을 제28호증의 1)	현재 시중에는 ‘제갈(諸葛)’이라는 개념을 담은 주류 브랜드와 제품명이 30여종 이상이 있는 것으로 파악된다. 일부는 이후 자연적으로 시장에서 퇴출했지만, 현재 시장에는 여전히 10여종 정도가 존재하고 있는 것으로 파악된다.
네이버 블로그 2014. 6. 26.(을 제28호증의 2)	백주 상표권 중에서도 가장 혼란스러운 것이 바로 ‘제갈량(諸葛亮)’ 상표다. 어림잡아 생산자가 서로 다른 200여 개의 백주들이 똑같이 ‘제갈량’ 상표를 사용하고 있기 때문이다. 이렇게 숫자가 많다 보니 서로의 싸움도 심하고 그 갈래도 복잡하다. 하여 중국 백주계에서는 이를 두고 ‘제갈량 대전’이라고 회화적으로 호칭하기도 한다. (후략)
네이버 블로그 2014. 6. 29.(을 제28호증의 4)	중국 백주 시장에는 200개 이상의 술들이 ‘제갈량(혹은 제갈양, 諸葛亮은 성명이며 諸葛釀은 제갈 집안에서 빚은 술이란 뜻이 된다)’이란 똑같은 이름을 쓰면서 이전투구를 펼치고 있다는 이야기는 앞서 산둥 ‘제갈량가주’를 소개하는 자리에서도 언급했다...(중략)...무수한 제갈량이 판치는 제갈량 술 시장에서 시장 지배력이 있는 가장 큰 회사가 바로 강구순주업이다. 일 년 영업 수입만도 6억 위안에 달하기 때문이다. 그 다음 2진 그룹이 양번삼구양주창, 산둥제갈량가, 노주가관주업 등이다...(중략)...중국 백주 업계에 정통한 보도에 따르면, 현재 시장에 나와 있는 제갈량(양) 술이 200여 종 넘는다고 한다. 10여 년 전 초창기에 40여 종에 불과하던 것이 2006년경 120여 종으로 불어났으며 2010년 기점으로 200종을 돌파했다는 관측이다...(중략)...중국 시장에서 ‘제갈량(양)’ 백주의 매출액은 1백억 위안에 달하는 것으로 보고 있다. 술한 백주 업체들이 다투어 이 시장에 뛰어들고 있는데 현재는 3개의 큰 진영이 형성된 것으로 보고 있다. 이 중 가장 큰 매출액을 올리고 있는 기업이 ‘사천 강구순제갈양’인데...(후략)

② 선사용상표 1의 문자 부분 및 선사용상표 2는 '제갈량(諸葛亮)'에 가족 또는 집을 의미하는 한자 '가(家)'를 부가한 것에 불과하고, 선사용상표 3은 '제갈량(諸葛亮)'을 세로로 표기한 것에 불과하다. 따라서 선사용상표 1의 문자 부분 및 선사용상표 2, 3 역시 백주와 관련하여 식별력이 높다고 보기 어렵다.

③ 피고들은 이 사건 제2 상표의 출원일 전에 이 사건 선사용상표들이 중국에서 사용되었다고 주장하며, 인터넷 사이트에 게재된 산동제갈량가주업의 백주 판매글 및 대리점 모집 광고를 촬영한 사진(을 제25, 26호증), 산동제갈량가주업의 백주를 홍보하는 1993년, 2005년, 2010년 및 2011년에 각각 발행된 간행물을 촬영한 사진(을 제35호증의 1, 2), 산동제갈량가주업이 1992년 및 2009년에 개최된 주류 문화전에 참여한 사진(을 제35호증의 4), 산동제갈량가주업이 2018년 산동성 린이시에서 개최된 제갈량 문화관광축제에 참가한 사진(을 제35호증의 5)을 증거로 제출하였다.

그러나 산동제갈량가주업의 백주에 관한 판매글 및 대리점을 모집하는 광고가 게재된 인터넷 사이트의 인지도나 이를 통한 백주의 판매량, 모집된 대리점의 수를 확인할 수 있는 자료가 없고, 위 판매글이 이 사건 제2 상표의 출원일 전에 게재된 것인지 명확하지 아니한 것이 포함되어 있다. 위 사진들에 '諸葛亮'이 표시된 제품이 촬영되어 있어 선사용상표 3의 사용사실을 뒷받침하는 자료로 볼 여지는 있으나, 사진의 촬영·게시 시기와 반포 범위, 해당 제품의 판매량 및 거래지역을 확인하기 어려워 위와 같은 사정만으로 그 표장이 출원일 무렵 중국 수요자에게 특정인의 상표로 인식되었다고 단정할 수 없다. 또한 선사용상표 2 '諸葛亮家'가 그대로 사용된 자료는 제한적이고, 사진의 해상도가 낮아 선사용상표 1의 사용 여부를 정확히 확인하기 어려운 것이 다수이다. 산동제갈량가주업의 백주를 홍보하는 간행물은 출원일보다 적

어도 7년 전에 발행되었으나 어느 지역에서 누구에게 몇 부가 반포되었는지 확인할 자료가 없고, 1992년과 2009년의 주류 문화전 역시 출원일과 시간적으로 상당히 떨어져 있으며 그 행사의 인지도를 알 수 없다. 2018년 제갈량 문화관광축제 참여 사진에는 '諸葛亮家'가 상표가 아니라 산동제갈량가주업의 명칭 일부로 노출되어 있을 뿐이다.

따라서 위와 같은 증거만으로는 이 사건 선사용상표들이 이 사건 제2 상표의 출원일인 2018. 12. 6. 무렵 중국 수요자 사이에서 산동제갈량가주업의 상품을 표시하는 상표로 인식되어 있었다고 보기 어렵다.

④ 을 제27, 74 내지 76, 108 내지 113, 129호증의 각 기재에 따르면, 선사용상표 1이 2007년, 2010년, 2013년 및 2016년 산동성 저명상표로 지정된 사실, 산동제갈량가주업의 백주 제품이 2006년과 2008년의 주류박람회에서 수상하고 2012년부터 2016년까지 산동성 백주 품질평가 등에서 평가·수상 대상이 된 사실, 관련 행사가 지방정부 또는 주류 관련 협회와 연계되어 개최된 사실은 인정된다.

그러나 산동성 저명상표 제도는 해당 제도 관련 담당자가 신청 업무 과정에서 뇌물을 수수한 혐의 등으로 실형을 선고받는 일이 발생하는 등 심사절차의 공정성 등에 관한 문제로 2018. 7. 4. 제도 자체가 폐지되었고(갑 제104호증), 또한 위 품질평가·수상 자료만으로는 각 행사의 인지도와 반포 범위, 사용된 구체적 포장, 해당 제품의 판매량과 시장점유율을 알기 어렵다. 따라서 위 지정·평가·수상 사실을 보태어 보더라도 이 사건 선사용상표들이 출원일 무렵 중국 수요자에게 산동제갈량가주업의 상품을 표시하는 상표로 알려져 있었다고 인정하기 부족하다.

⑤ 피고들은, 이 사건 제2 상표의 출원 무렵 산동제갈량가주업의 주류 연매출액이 아래와 같고, 그중 대부분이 이 사건 선사용상표들이 사용된 백주 상품의 매

출액이라고 주장한다.

2015년	2016년	2017년	2018년
209,505,833.66위안	220,045,858.31위안	221,545,834.54위안	108,142,471.12위안

그러나 을 제25호증의 기재에 따르면 산동제갈량가주업은 이 사건 선사용상표들이 사용되지 않은 다른 주류 상품도 제조·판매하고 있다고 인정되므로, 위 매출액 전부를 이 사건 선사용상표들이 표시된 상품에 관한 것으로 볼 수 없고, 이 사건 선사용상표들이 표시된 상품이 차지하는 비중을 파악할 수 있는 자료가 제출되지도 않았다.

⑥ 피고들은, 산동제갈량가주업이 백주 상품의 광고선전비로 아래와 같은 비용을 지출하였다고 주장한다.

그러나 을 제32호증의 기재만으로 산동제갈량가주업이 피고들의 주장과 같은 광고선전비를 지출하였다고 인정하기 부족하고, 산동제갈량가주업이 이 사건 선사용상표들을 광고선전한 방법, 횟수, 내용 등을 구체적으로 확인할 수 있는 자료도 없다.

2018년	2019년	2020년
72.3만 위안	85.7만 위안	96.1만 위안

(3) 소결론

결국 이 사건 선사용상표들이 이 사건 제2 상표의 출원 당시 중국에서 특정인의 상표로 인식되어 있었다고 인정되지 않으므로, 나머지 요건에 관하여 더 나아가 살필 필요 없이 상표법 제34조 제1항 제13호의 무효사유가 명백하다고 볼 수 없다. 따라서 이 사건 제2 상표권의 행사가 권리남용에 해당한다는 피고들의 주장은 받아들이지

않는다.

4. 부정경쟁행위의 성립 여부

앞서 본 바와 같이, 원고는 이 사건 제2 상표 등록 전의 기간(2019. 10. 1. ~ 2021. 3. 28.)에 대한 손해배상청구에 관하여는 이 사건 제1 상표권 등 침해, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목 및 (파)목의 부정경쟁행위를 선택적 청구원인으로 구하고 있으므로, 이하에서는 위 기간 동안 부정경쟁행위의 성립 여부에 대하여 본다.

가. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목의 부정경쟁행위

1) 관련 법리

부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목의 '국내에 널리 인식된 타인의 상호, 상표'라 함은 국내 전역에 걸쳐 모든 사람들에게 주지되어 있음을 요하는 것이 아니고 국내의 일정한 지역적 범위 안에서 거래자 또는 수요자들 사이에 알려진 정도로써 족하다(대법원 1995. 7. 14. 선고 94도399 판결 등 참조).

일반적으로 상품의 용기나 포장은 상품 출처를 표시하는 것은 아니나, 어떤 용기나 포장의 형상과 구조 또는 문양과 색상 등이 상품에 독특한 개성을 부여하는 수단으로 사용되고, 그것이 장기간 계속적, 독점적, 배타적으로 사용되거나 지속적인 선전광고 등에 의하여 그 형상과 구조 또는 색상 등이 갖는 차별적 특징이 거래자 또는 수요자에게 특정한 품질을 가지는 특정 출처의 상품임을 연상시킬 정도로 현저하게 개별화되기에 이른 경우에는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목의 '타인의 상품임을 표시한 표지'에 해당한다(대법원 2012. 5. 9. 선고 2010도6187 판결 등 참조).

2) 원고의 상품표지가 '타인의 상품임을 표시한 표지'에 해당하는지 여부

가) 원고는, 원고 제품 1은 아래와 같은 특징이 유기적으로 결합되어 독특한 형

상을 이루고 있으므로, 원고 제품 1의 포장, 포장, 용기를 종합한 전체적 외관은 보호 받아야 할 상품표지(이하 '원고 상품표지'라 한다)에 해당한다고 주장한다.

특징	유형	내용
①	포장	제갈량과 ‘술을 빚다’라는 의미의 ‘양(釀)’을 결합한 고유 표현 ‘제갈양(諸葛釀)’
②	포장	제갈량의 ‘초려(草廬)’를 형상화한 지붕 모양의 크래프트지 재질 포장 케이스
③	용기(병뚜껑)	제갈량의 관모 ‘와룡관(臥龍冠)’ 형태를 표현한 병뚜껑
④	용기(술병)	‘관복을 입은 제갈량’의 모습을 형상화한 곡선 형태에 요철 질감을 입힌 투명한 병

나) 그러나 을 제93, 94호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지에 따라 알 수 있는 다음 사정에 비추어 보면, 원고가 제출한 증거만으로는 원고 상품표지의 형상·구조·문양 및 색상이 장기간 계속적·독점적·배타적으로 사용되거나 지속적인 선전광고에 의하여 국내 거래자 또는 수요자에게 특정 출처의 상품임을 연상시킬 정도로 현저하게 개별화되었다고 인정하기 부족하다. 따라서 원고 상품표지가 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목의 '타인의 상품임을 표시한 표지'에 해당한다고 보기 어렵다.

(1) 특징 ②는 단순히 상단이 삼각형으로 접히는 일반적인 지붕형 구조의 크래프트지 박스에 불과하고, 다양한 제품에서 널리 사용되는 포장 방식이다(을 제93호 증). 특징 ②가 원고에 의하여 장기간 계속적, 독점적, 배타적으로 사용되었다고 보기 어렵다.



(2) 특징 ③은 통상적인 원통형 또는 장식이 가미된 일반적인 주류 병마개 구조에 지나지 않고, 특징 ④의 술병도 백색 계열의 병체에 불과하여 특별히 독특하거나 독점적·배타적 형상이라고 보기 어렵다. 오히려 중국 백주 시장에서 원고 제품 1과 유사한 포장의 제품이 다수 발견되는 점에 비추어 보면(을 제94호증), 특징 ③, ④는 중국식 백주에 널리 사용되는 용기의 특징으로 보인다.



3) 원고 상품표지가 국내에 널리 인식된 상품표지인지 여부

가) 앞서 든 증거, 갑 제17, 18, 20, 21, 42, 59, 60, 93호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지에 따라 알 수 있는 아래와 같은 사실 또는 사정에 비추어 보면, 원고가 제출한 증거만으로는 원고 상품표지가 국내에 널리 인식된 상품표지에 해당한다고 보기 부족하고, 달리 이를 인정할 증거가 없다.

(1) 원고 제품 1이 2008년부터 국내에 수입·소비되어 왔고, 2008년부터 2025년까지 아래 표와 같이 약 42,312명이 국내에 수입된 사실(갑 제59호증), 원고 제품 1

이 2024. 7. 31.부터 2024. 10. 31.까지 3차례에 걸쳐 총 992,000원 판매된 사실(갑 제 90호증)은 인정되나, 원고 제품 1의 시장점유율이나 총매출액을 알 수 있는 자료가 없어 위 수입·판매 사실만으로 원고 상품표지가 국내에 널리 인식된 상품표지에 해당한다고 단정할 수 없다.

연도	연도별 소계(병)	연도	연도별 소계(병)
2008	1,600	2013	1,920
2009	2,400	2015	4,312
2010	4,000	2019	16,800
2011	1,600	2025	4,000
2012	5,680		
합 계		42,312	

(2) 원고가 지면 광고, 중식당 매장용 포스터, 영업용 카탈로그, 판촉용품, 배너 제작 및 온라인 마케팅 활동 등 다양한 방법으로 원고 제품 1을 홍보하였고(갑 제 17, 18, 20, 42호증), 2015. 5. 13.부터 2026. 3. 19.까지의 광고비가 총 26,587,777원에 이르며, 그중 피고 제품이 2019. 10. 1. 처음 국내에 수입되기 전에 지출된 부분이 12,855,700원인 사실(갑 제93호증)은 인정된다.

그러나 ① 2014년부터 2017년까지 원고가 게재한 신문광고는 단 11건에 불과하고, 원고 제품 1이 강조되어 있지 않으며 오히려 해당 신문광고의 모델은 다른 제품을 들고 있는 점, ② 원고 제품 1의 신문광고가 게재된 매체는 '중한뉴스', '한중동포신문', '중국동포신문', '한중포커스' 등으로 그 판매 부수 등을 알 수 있는 증거가 없는 점(갑 제17호증의 1), ③ 원고가 제출한 광고물 4건 중 2건에는 원고 제품 1이 포함되어 있지 않고, 원고 제품 1이 표시된 나머지 광고물의 사용내역이나 빈도가 확인되지 않는 점(갑 제17호증의 2), ④ 원고가 제출한 카탈로그 및 앞치마, 배너나 부채 역시

구체적인 사용태양, 사용 빈도, 사용기간, 사용장소를 알 수 없는 점(갑 제17호증의 3, 17호증의 4, 42호증의 1, 42호증의 2), ⑤ 광고비도 2015. 5. 13.부터 2026. 3. 19.까지 약 10년 10개월에 걸쳐 지출된 것으로 그 금액이 크다고 보기 어려운 점 등에 비추어 보면, 위와 같은 광고 사실만으로 원고 상품표지가 국내에 널리 인식된 상품표지에 해당한다고 보기 어렵다.

(3) 원고의 거래처 수가 약 2,500곳이라는 사실은 인정된다(갑 제94호증). 그러나 원고는 원고 제품 1 외에도 북경고량주, 노조양, 홍성이과두, 북경이과두 등 다수의 제품을 취급하는 것으로 보이므로(갑 제89호증), 위 거래처가 모두 원고 제품 1의 거래처라고 단정할 수 없다.

(4) 국내 중국 백주 동호회인 '바이주를 사랑하는 모임'과 다수의 개인 블로그에 원고 제품 1에 대한 시음기, 구매처 공유 및 추천글이 올라온 사실은 인정된다(갑 제21, 60호증). 그러나 그 내용은 대부분 중국, 홍콩, 마카오, 베트남 등에서 원고 제품 1을 구매하거나 경험하였다는 것이고, 국내에서 구매하거나 시음하였다는 내용은 드물다. 2006. 8. 22.부터 2019. 9. 19.까지 게시된 글도 모두 76건에 그치므로, 위 자료만으로 원고 상품표지가 국내에 널리 인식되었다고 보기 어렵다.

(5) 원고는 원고 상품표지가 중국에서 널리 알려져 있고 이러한 중국에서의 주지성이 국내 인지도에도 영향을 미친다고 주장한다. 그러나 원고 상품표지가 중국에서 주지하다고 보더라도, 중국 등에서 원고 제품 1을 경험한 국내 소비자의 온라인 게시글 외에는 그 주지성이 국내 인지도에 영향을 미쳤다고 볼 자료가 부족하고, 앞서 본 게시글만으로는 이를 인정하기 어렵다.

(6) 원고는, 중국 주류를 취급하는 업계 및 이를 소비하는 특정 수요자층을 기

준으로 주지 여부를 판단하여야 한다고 주장한다. 그러나 원고가 주장하는 중국식 백주의 수입·유통업자 및 구매자를 관련 거래자·수요자로 보더라도, 앞서 본 수입·판매량, 시장점유율 자료의 부재, 광고의 매체·횟수·비용 및 도달 범위, 거래처와 온라인 게시물의 내용 및 수 등에 비추어 원고 상품표지가 그들 사이에 널리 인식되었다고 인정하기 부족하다.

4) 소결론

피고 회사의 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목의 부정경쟁행위에 해당하지 않는다.

나. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목의 부정경쟁행위

1) 관련 법리

부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목은 그 보호대상인 '성과 등'의 유형에 제한을 두고 있지 않으므로 유형물뿐만 아니라 무형물도 이에 포함되고, 종래 지식재산권법에 따라 보호받기 어려웠던 새로운 형태의 결과물도 포함될 수 있다. '성과 등'을 판단할 때에는 위와 같은 결과물이 갖게 된 명성이나 경제적 가치, 결과물에 화체된 고객흡인력, 해당 사업 분야에서 결과물이 차지하는 비중과 경쟁력 등을 종합적으로 고려해야 한다. 이러한 성과 등이 '상당한 투자나 노력으로 만들어진' 것인지는 권리자가 투입한 투자나 노력의 내용과 정도를 그 성과 등이 속한 산업분야의 관행이나 실태에 비추어 구체적·개별적으로 판단하되, 성과 등을 무단으로 사용함으로써 침해된 경제적 이익이 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 이른바 공공영역(public domain)에 속하지 않는다고 평가할 수 있어야 한다. 또한 (파)목이 정하는 '공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용'한 경우에 해당하기 위해서는

권리자와 침해자가 경쟁 관계에 있거나 가까운 장래에 경쟁관계에 놓일 가능성이 있는지, 권리자가 주장하는 성과 등이 포함된 산업분야의 상거래 관행이나 경쟁질서의 내용과 그 내용이 공정한지, 위와 같은 성과 등이 침해자의 상품이나 서비스에 의해 시장에서 대체될 수 있는지, 수요자나 거래자들에게 성과 등이 어느 정도 알려졌는지, 수요자나 거래자들의 혼동가능성이 있는지 등을 종합적으로 고려해야 한다(대법원 2020. 3. 26. 선고 2016다276467 판결 등 참조).

2) 판단

원고는 ① 원고 상품표지, ② 원고 제품 1의 중국 및 국내에서의 브랜드 가치와 고객흡인력, ③ 국내 독점 수입·판매권 등으로 이루어진 영업자산이 원고의 '성과 등'에 해당한다고 주장한다. 그러나 원고가 원고 제품 1의 용기·포장 등 외관의 개발에 상당한 투자나 노력으로 그 외관 또는 원고 제품 1에 관한 명성·경제적 가치·고객흡인력을 형성하였다고 인정할 객관적 자료가 부족하고, 원고가 제출한 중국 판결들을 고려하더라도 달리 보기 어렵다.

한편 갑 제114호증의 기재에 따르면, 강구순주업이 원고를 국내 독점대리상으로 지정하고 제3의 대리상 설치를 제한한 사실은 인정되나, 그와 같은 사정만으로는 원고 상품표지와 그에 관한 브랜드 가치·고객흡인력이 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등에 해당한다고 인정하기 부족하고, 피고 회사가 이를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 무단으로 사용하였다고 볼 수도 없으므로, 피고 회사의 행위가 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목의 부정경쟁행위에 해당한다고 보기 어렵다.

5. 금지 및 폐기 청구에 관한 판단

가. 금지청구

피고 회사가 이 사건 제2 상표권 등을 침해하였음은 앞서 본 바와 같다. 피고들은 피고 회사가 제1심판결 선고 후 제품명과 포장을 변경하여 피고 제품을 더 이상 판매하지 않으므로, 같은 침해행위를 다시 할 우려가 없다고 주장한다. 그러나 피고 회사가 제1심판결 선고 후에야 피고 포장의 사용을 중단하고 제품명과 포장을 변경한 점, 이 사건 소송에서 이 사건 제2 상표권 등의 침해를 계속 다투고 있는 점, 피고 포장을 피고 제품의 포장·병용기와 광고에 반복하여 사용한 점 등을 종합하면, 같은 침해행위를 다시 할 우려가 여전히 존재한다고 봄이 상당하다.

따라서 상표법 제107조 제1항에 따라 피고 회사는 ① 별지1 목록 기재 각 포장을 별지2 목록 기재 각 제품에 표시하거나, 이를 표시한 별지2 목록 기재 각 제품을 생산, 판매, 양도, 대여, 수출 또는 수입하거나 그 제품의 양도 또는 대여의 청약 및 이를 위한 전시를 하여서는 아니 되고, ② 별지3 목록 제1, 2항 기재 각 제품을 생산, 사용, 양도, 대여 또는 수입하거나 그 제품의 양도 또는 대여의 청약 및 이를 위한 전시를 하여서는 아니 된다.

나. 완제품 및 반제품의 폐기청구

별지3 목록 제1항 기재 물건은 피고 제품의 병용기이고, 같은 목록 제2항 기재 물건은 '家'가 포함된 피고 제품의 외포장이다. 위 병용기와 외포장에는 모두 피고 포장 이 표시되어 있으므로, 이들은 침해행위를 조성한 물건에 해당한다. 따라서 상표법 제107조 제2항에 따라 피고 회사는 그 사무소, 공장, 창고, 영업소에 보관 중인 별지3 목록 기재 각 물건의 완제품 및 반제품(완제품의 구조를 구비하고 있는 것으로 아직 완성에 이르지 않은 물건)을 폐기할 의무가 있다.

다. 생산설비의 폐기청구

원고는 피고 회사에 대하여 피고 제품의 생산에 제공된 설비의 폐기도 구한다. 을 제14호증의 기재와 변론 전체의 취지에 따르면, 피고 제품은 산동제갈량가주업이 생산하였고 피고 회사는 이를 국내에 수입·판매하였다. 그러나 피고 회사가 그 생산설비를 소유, 점유하거나 처분할 권한이 있다고 볼 증거가 없고, 그 설비의 종류, 수량, 소재 및 피고 제품의 생산에 전용된 설비인지도 확인되지 않는다. 따라서 설비의 폐기가 침해행위의 예방에 필요한 조치라고 인정하기 부족하므로, 원고의 이 부분 청구는 받아들이지 않는다.

6. 손해배상청구에 관한 판단

가. 손해배상책임의 성립

1) 피고 회사는 2021. 3. 29.부터 2025. 6. 26.까지 이 사건 제2 상표권 등을 침해하였다. 타인의 상표권을 침해한 자는 그 침해행위에 대하여 과실이 있는 것으로 추정되고(대법원 2013. 7. 25. 선고 2013다21666 판결 참조), 이러한 법리는 전용사용권에 대해서도 마찬가지로 적용되므로, 피고 회사는 원고에게 이 사건 제2 상표권 등 침해로 인한 손해를 배상할 의무가 있다.

2) 주식회사의 대표이사가 업무집행을 하면서 고의 또는 과실에 의한 위법행위로 타인에게 손해를 가한 경우 회사는 상법 제389조 제3항, 제210조에 따라 제3자에게 손해배상책임을 부담하고, 대표이사도 민법 제750조 또는 상법 제389조 제3항, 제210조에 따라 회사와 공동불법행위책임을 부담한다(대법원 2007. 5. 31. 선고 2005다55473 판결, 대법원 2003. 3. 11. 선고 2000다48272 판결 등 참조). 갑 제29 내지 31, 33, 35호증, 을 제13호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지에 따르면, 피고 C는 피고 제품의

국내 출시 당시 피고 회사의 대표이사로서 산동제갈량가주업과 피고 제품의 국내 수출을 교섭하고 그 출시와 판매를 홍보하는 등 관련 업무를 직접 집행하였다. 또한 피고 C는 대표이사에서 사임한 뒤에도 피고 회사의 사내이사 및 부장으로 근무하였고, 이 사건 제2 상표가 등록된 뒤에도 피고 회사와 피고 제품을 자신의 업무로 소개하는 등 피고 제품의 수입·광고·판매 업무에 계속 관여하였다. 피고 회사가 같은 표장과 포장으로 2025. 6. 26.까지 계속한 판매는 피고 C가 재직 중 직접 관여하여 개시·유지된 영업에 따른 것이므로, 2025. 2. 25. 사내이사 사임 뒤의 판매로 인한 손해도 그의 위법행위와 상당인과관계가 있다. 따라서 피고 C는 피고 회사와 공동불법행위책임을 부담한다.

3) 따라서 피고들은 공동하여 원고에게 이 사건 제2 상표권 등 침해로 인한 손해를 배상할 의무가 있다.

나. 손해의 발생 여부와 그 기간

1) 당사자 주장의 요지

가) 원고

원고는 피고 회사와 동종의 영업인 백주유통·판매업 등을 하고 있으므로 피고 회사의 상표권 침해에 의하여 원고가 영업상의 손해를 입었음이 사실상 추정된다. 원고는 2013년경부터 원고 제품 1에 이 사건 제2 상표의 표장과 동일성이 인정되는 표장을 사용하여 원고 제품 1을 판매하여 왔고, 원고와 밀접한 관계에 있는 주식회사 국제무역(이하 '국제무역'이라 한다)에도 이 사건 제2 상표를 사용하도록 하여 영업을 하여 왔으므로, 원고의 손해 발생 기간은 이 사건 제2 상표의 등록일인 2021. 3. 29.부터 피고 회사의 이 사건 제2 상표권 침해행위가 종료된 2025. 6. 26.까지이다.

나) 피고들

(1) 피고 회사는 이 사건 제2 상표가 등록되기 전부터 피고 제품을 판매하였고, 원고는 이 사건 제2 상표를 형식적으로만 사용하였을 뿐이어서 피고 회사의 이 사건 제2 상표권 등 침해행위로 인하여 원고에게 손해가 발생하지 않았다.

(2) 설령 원고의 손해가 추정된다고 하더라도, 원고가 원고 제품 2를 직접 판매한 내역은 2023. 8. 31.부터 2024. 7. 31.까지만 확인되고, 2024. 8. 1. 이후에는 국제무역이 원고 제품 2를 수입·판매하였으나 원고가 국제무역으로부터 사용료를 받았다고 볼 자료가 없으므로, 원고에게 손해가 발생한 기간은 2023. 8. 31.부터 2024. 7. 31.까지로 한정되어야 한다.

2) 관련 법리

상표법 제110조는 불법행위에 기한 손해배상청구에 있어서 손해에 관한 피해자의 주장·증명책임을 경감하는 취지의 규정이고, 손해의 발생이 없는 것이 분명한 경우까지 침해자에게 손해배상의무를 인정하는 취지는 아니라 할 것이므로, 상표권의 침해행위에도 불구하고 상표권자에게 손해의 발생이 없다는 점이 밝혀지면 침해자는 그 손해배상책임을 면할 수 있는 것으로 해석함이 상당하다. 따라서 상표권 침해행위로 인하여 영업상의 이익이 침해되었음을 이유로 위 규정에 따라 영업상 손해의 배상을 구하는 상표권자로서는 스스로 업으로 등록상표를 사용하고 있음을 주장·증명할 필요가 있으며, 여기에서 등록상표를 사용하고 있는 경우라 함은 등록상표를 지정상품 그 자체 또는 거래사회의 통념상 이와 동일하게 볼 수 있는 상품에 현실로 사용한 때를 말하고, 지정상품과 유사한 상품에 사용한 것만으로는 등록상표를 사용하였다고 볼 수 없다. 침해자의 경우에는 상표권자에게 손해의 발생이 있을 수 없다는 점을 주장·증

명하여 손해배상책임을 면할 수 있다고 할 것이다(대법원 2016. 9. 30. 선고 2014다 59712, 59729 판결 등 참조).

손해의 발생에 관한 주장·증명의 정도는 손해 발생의 염려 내지 개연성의 존재를 주장·증명하는 것으로 족하다고 보아야 하고, 따라서 상표권자가 침해자와 동종의 영업을 하고 있는 것을 증명한 경우라면 특별한 사정이 없는 한 상표권 침해에 의하여 영업상의 손해를 입었음이 사실상 추정된다(대법원 2013. 7. 25. 선고 2013다21666 판결 등 참조).

3) 판단

가) 갑 제41호증의 1, 갑 제91호증의 1의 각 기재에 따르면, 원고는 2023. 8. 8. 이 사건 제2 상표가 표시된 원고 제품 2를 국내에 처음 수입하였다. 원고가 2013년경부터 이 사건 제1 상표를 표시한 원고 제품 1을 수입하여 국내 온라인 쇼핑몰 등을 통하여 판매한 사실은 앞서 본 바와 같다. 그러나 원고 제품 1에는 이 사건 제1 상표가 사용되었을 뿐, 이 사건 제2 상표는 사용되지 않았다.

원고는 원고 제품 1에 영문 제품명으로 'ZHUGENIANG'을 사용하였고, 거래서류 등에 해당 한자 및 영문 제품명의 국문 호칭을 '제갈양'으로 기재하였는데, 'ZHUGENIANG'과 '제갈양'은 이 사건 제2 상표와 동일성을 해치지 않을 정도로 변형하여 사용한 것으로서 동일한 상표의 범주에 포함된다고 주장한다. 갑 제5호증의 기재에 따르면, 원고가 2021. 5. 18. 원고 제품 1을 온라인 쇼핑몰에서 판매하면서 상품명에 '제갈양 크리스탈(ZHUGENIANG CRYSTAL)'이라고 기재한 사실은 인정된다. 그러나 이

諸葛亮

이 사건 제2 상표 'ZHU GE LIANG'은 한자 **諸葛亮**과 영문자 'ZHU GE LIANG'으로 구성되

는 반면, 원고가 사용한 표장은 '제갈양'과 'ZHUGENIANG'이다. '제갈양'은 '諸葛亮'의 국문 표기인 '제갈량' 중 '량'을 '양'으로 바꾼 것이고, 'ZHUGENIANG'도 'ZHU GE LIANG' 중 'L'을 'N'으로 바꾼 것으로서 표기와 호칭에 차이가 있다. 특히 '제갈량(諸葛亮)'은 널리 알려진 역사적 인물의 이름이므로 이러한 차이는 쉽게 인식된다. 따라서 원고가 원고 제품 1에 사용한 표장은 이 사건 제1 상표의 일부분에 해당한다고 보일 뿐, 이 사건 제2 상표와 동일성이 있는 상표라고 볼 수 없다.

결국 원고가 이 사건 제2 상표의 등록일인 2021. 3. 29.부터 2023. 8. 7.까지 이 사건 제2 상표를 그 지정상품에 사용하였다고 인정되지 않으므로, 위 기간에는 피고 회사의 침해행위로 인하여 원고에게 영업상의 손해가 발생하였다고 볼 수 없다.

나) 피고 회사가 2019년경부터 산동제갈량가주업으로부터 피고 제품을 수입하여 국내의 온·오프라인 시장에서 광고·판매한 사실은 앞서 본 바와 같다. 원고는 앞서 본 바와 같이 2023. 8. 8. 이 사건 제2 상표가 표시된 원고 제품 2를 국내에 수입하였고, 갑 제89호증의 1 내지 3, 갑 제90호증의 1의 각 기재에 따르면 2023. 8. 31.부터 2024. 7. 31.까지 이를 4차례 판매하였다. 원고와 피고 회사가 모두 중국식 백주의 수입·판매업을 영위하여 동종의 영업을 한 이상, 2023. 8. 8.부터 2024. 7. 31.까지 피고 회사의 침해행위로 원고가 영업상의 손해를 입었음이 사실상 추정된다.

다) 원고가 2024. 8. 1. 이후 원고 제품 2를 직접 수입·판매하였다거나 국제무역으로부터 상표 사용료를 지급받았다고 인정할 자료는 없다. 그러나 갑 제91호증의 2 내지 5, 갑 제92호증의 1 내지 3, 갑 제121호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지에 따르면, 원고와 강구순주업은 2024. 4. 1. 국제무역에 이 사건 제2 상표에 관하여 사용기간을 2024. 4. 1.부터 2029. 3. 31.까지로 정하여 통상사용권을 설정한 사실, 위 상표사

용수권서에는 원고와 국제무역이 실질적으로 동일한 경영 의사결정 주체 아래 운영되는 관계사이고 국제무역의 이 사건 제2 상표 사용은 원고의 경영 범위 내의 사용행위에 속하며 원고가 상표의 품질관리 및 사용감독 책임을 부담한다는 내용이 기재된 사실, 국제무역이 위 사용허락에 따라 2024. 10. 23.부터 원고 제품 2를 수입하고 2024. 12. 31.부터 이를 국내에서 판매한 사실이 인정된다.

위와 같은 사용허락의 내용과 원고와 국제무역의 관계, 원고의 품질관리·사용감독 및 국제무역의 실제 판매를 종합하면, 원고는 2024. 8. 1. 이후에도 이 사건 제2 상표를 사용한 영업을 계속하였다고 인정할 수 있고, 따라서 위 기간에도 피고 회사의 침해행위로 인하여 원고에게 영업상의 손해가 발생하였다고 봄이 타당하다. 결국 원고의 손해 발생 기간은 원고 제품 2를 국내에 수입한 2023. 8. 8.부터 피고 회사의 침해행위가 종료된 2025. 6. 26.까지이다.

다. 손해배상의 범위

1) 원고 주장의 요지

피고 회사의 2021. 3. 29.부터 2025. 6. 26.까지 발생한 매출액은 2021년 227,110,775원, 2022년 489,620,296원, 2023년 506,875,020원, 2024년 1,406,320,865원, 2025년 699,918,062원이고, 연도별 한계이익은 위 매출액에 변동비인 매출원가, 광고선전비, 운반비, 지급수수료, 판매수수료, 보관료 합계액을 공제한 2021년 116,718,133원, 2022년 172,347,259원, 2023년 196,872,557원, 2024년 354,619,720원, 2025년 260,997,116원으로, 합계 1,101,554,785원이다. 원고의 손해액은 상표법 제110조 제3항에 따라 위 이익액으로 인정되어야 한다.

2) 상표법 제110조 제3항에 따른 손해액

가) 피고 회사의 침해행위로 인한 피고 회사의 이익

앞서 든 증거에 갑 제118호증, 을 제122, 133, 134호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지를 종합하면, 원고의 손해 발생 기간인 2023. 8. 8.부터 2025. 6. 26.까지 피고 회사가 피고 제품의 판매로 얻은 이익은 아래와 같이 650,895,798원으로 인정된다.

(1) 피고 회사가 위 기간 동안 피고 제품만 판매한 사실은 당사자 사이에 다툼이 없다. 을 제122호증의 기재에 따르면, 피고 회사의 연간 매출액은 2023년 506,875,020원, 2024년 1,406,320,865원, 2025년 1,044,817,378원이다. 을 제134호증에 나타난 2023. 7. 26.부터 2023. 12. 31.까지의 매출액은 243,188,524원인데, 손해 발생이 시작된 2023. 8. 8. 이후의 매출액을 구분할 자료가 없다. 위 기간 중 매출이 특정 시기에 집중되었다고 볼 자료도 없으므로, 이를 기간 비율로 안분한 223,305,185원($= 243,188,524\text{원} \times 146\text{일} \div 159\text{일}$)³⁾을 2023년 손해 기간의 매출액으로 인정한다. 을 제133호증의 1에 나타난 2025. 1. 1.부터 2025. 6. 30.까지의 공급가액은 654,953,132원이다. 피고들은 2025. 6. 27. 이후 피고 제품의 신규 매출은 없었고, 2025. 6. 26.까지 공급하였으나 2025년 7월에 세금계산서가 발행된 47,736,330원을 더하고 그 공급분의 2025년 7월 반품액 2,771,400원을 빼는 방식으로 2025년 손해기간의 매출액을 699,918,062원으로 산정하였는데(2026. 6. 18. 자 준비서면 참조), 원고도 을 제133호증을 근거로 같은 금액을 주장하였다(2026. 6. 30. 자 준비서면 참조). 따라서 을 제133호증의 각 기재와 변론 전체의 취지를 종합하여 699,918,062원($= 654,953,132\text{원} + 47,736,330\text{원} - 2,771,400\text{원}$)을 2025년 손해기간의 매출액으로 인정한다. 연도 중 손해기간에 직접 귀속되는 비용도 구분되어 있지 않으므로, 2023년과 2025년의 각 연간 한

3) 원 미만은 버린다. 이하 같다.

계이익률을 해당 연도의 손해기간 매출액에 적용한다.

(2) 매출원가, 광고선전비, 운반비, 지급수수료 및 판매수수료 중 피고 제품의 판매량 증가에 따라 발생한 부분은 침해제품의 판매가 없었더라면 지출되지 않았을 비용으로서 변동비에 해당하고, 이에 대하여 당사자 사이에 다툼도 없다. 기업업무추진비와 보관료는 그 성질상 각각 거래처 영업과 제품 재고의 보관을 위하여 지출되는 비용인 점, 피고 회사가 위 기간 피고 제품만 취급한 점, 매출액의 변동과 각 비용 지출액의 추이가 대체로 대응하는 점 등을 종합하면, 이 사건에서 제출된 자료로 확인되는 범위에서는 피고 제품 판매에 직접 관련된 변동비로 인정할 수 있다. 연도별 변동비는 아래와 같고, 그 합계는 2023년 321,013,663원, 2024년 1,078,339,245원, 2025년 685,011,134원이다.

(단위: 원)

연도	매출원가	광고선전비	운반비	지급수수료	판매수수료	보관료	기업 업무추진비	합계
2023	274,121,295	3,294,160	88,825	13,685,262	-	18,812,921	11,011,200	321,013,663
2024	866,889,309	12,508,420	305,350	76,591,288	59,685,756	35,721,022	26,638,100	1,078,339,245
2025	359,858,516	8,105,349	285,194	216,506,593	37,987,025	32,465,777	29,802,680	685,011,134

(3) 2023년과 2025년은 손해 발생기간이 연도의 일부이므로, 해당 연도의 매출액에서 위 비용을 공제하여 산정한 한계이익률을 손해 발생기간의 매출액에 적용한다. 이에 따라 피고 회사가 침해행위로 얻은 이익은 ① 2023. 8. 8.부터 2023. 12. 31.까지 81,881,732원[= 223,305,185 × (506,875,020 - 321,013,663) ÷ 506,875,020], ② 2024. 1. 1.부터 2024. 12. 31.까지 327,981,620원(= 1,406,320,865 - 1,078,339,245), ③ 2025. 1. 1.부터 2025. 6. 26.까지 241,032,446원[= 699,918,062 × (1,044,817,378 - 685,011,134) ÷ 1,044,817,378]이다. 그 합계는 650,895,798원(= 81,881,732 +

327,981,620 + 241,032,446)이다.

(4) 피고들은 피고 회사가 피고 제품만 판매하였으므로 관리비 등 고정비용도 모두 공제하여야 한다고 주장한다. 그러나 급여, 임차료, 감가상각비, 세금과공과 등 판매량과 관계없이 계속 지출되는 비용은 피고 회사가 피고 제품만 취급하였다는 사정만으로 피고 제품의 판매 때문에 추가로 발생하였거나 그 판매가 없었더라면 지출을 회피할 수 있었던 비용이라고 볼 수 없다. 피고들이 위 각 비용의 전부 또는 일부에 관하여 그러한 사정을 구체적으로 증명하였다고 보기 부족하므로, 피고들의 위 주장은 받아들이지 않는다.

나) 이익액 추정의 일부 복명

(1) 관련 법리

상표법 제110조 제3항은 침해행위에 의하여 침해자가 받은 이익의 액으로 권리자가 받은 손해액을 추정하는 것으로서, 침해자의 상품 또는 서비스의 품질, 기술, 의장 상표 또는 서비스표 이외의 신용, 판매정책, 선전 등으로 인하여 침해된 상표 또는 서비스표의 사용과 무관하게 얻은 이익이 있다는 특별한 사정이 있는 경우에는 위 추정과 달리 인정될 수가 있고, 이러한 특별한 사정에 침해자가 침해한 상표 또는 서비스표 이외의 다른 상표 또는 서비스표를 사용하여 이익을 얻었다는 점이 포함될 수 있으나, 그에 관한 입증책임은 침해자에게 있다(대법원 2008. 3. 27. 선고 2005다75002 판결 참조).

(2) 판단

앞서 든 증거, 을 제102호증의 기재 및 변론 전체의 취지에 따라 알 수 있는 다음과 같은 사정, 즉 침해표장이 피고 제품에 사용된 태양과 비중, 원고 제품 2와

피고 제품의 용량·가격·수요자 및 판매경로, 양 제품의 판매 개시 시점과 매출 규모, 피고 회사가 독자적으로 구축한 유통망 및 영업노력 등을 종합하여 보면, 피고 회사가 얻은 이익액 중 65%는 피고 표장의 사용과 상당인과관계가 없으므로 그 범위에서 상표법 제110조 제3항에 따른 손해액의 추정이 복멸되고, 나머지 35%는 피고 표장의 사용과 상당인과관계가 있는 원고의 손해로 봄이 타당하다.

(가) 원고 제품 2는 5L, 피고 제품은 250mL 및 480mL이고 판매가격에도 차이가 있어 실제 거래에서 직접 대체되는 범위가 제한된다. 다만 양 제품은 모두 중국식 백주이므로 수요자와 거래처가 일부 중복될 수 있다.

(나) 피고 회사는 2019. 10. 1.부터 피고 제품을 수입·판매하였고, 원고는 2023. 8. 8. 원고 제품 2를 처음 수입하여 2023. 8. 31.부터 판매하였다. 피고 회사가 원고보다 약 4년 먼저 피고 제품을 판매한 사정은 피고 제품에 관한 기존 수요가 이 사건 제2 상표에 형성된 신용·고객흡인력과 별도로 형성되었음을 뒷받침한다.

(다) 갑 제89호증의 1 내지 3, 갑 제90호증의 1, 갑 제92호증의 1, 2의 각 기재에 의하면, 원고가 2023. 8. 31.부터 2024. 7. 31.까지 원고 제품 2를 판매한 내역은 4회, 464명, 매출액 합계 4,536,000원(부가가치세 포함)이고, 국제무역이 그 후 침해행위 종료 전까지 판매한 내역은 2회, 24명, 매출액 합계 243,000원(부가가치세 포함)이다. 따라서 침해기간에 세금계산서로 확인되는 원고 제품 2의 판매는 합계 6회, 488명, 4,779,000원이다. 침해행위 종료 후인 2025. 6. 30. 발행된 갑 제92호증의 3의 세금계산서상 400명, 3,700,000원을 더하더라도 합계 888명, 8,479,000원에 불과하므로, 부가가치세를 포함한 원고 측 매출액을 기준으로 보더라도 앞서 인정한 손해 발생기간의 피고 제품 매출액 2,329,544,112원에 비하여 현저히 적다. 이와 같은 판매 규모의 차이

는 피고 회사의 매출과 이익 중 상당 부분이 원고 제품 2의 판매기회나 이 사건 제2 상표의 신용·고객흡인력과 무관한 요인으로 형성되었음을 뒷받침한다.

(라) 피고 회사는 온라인 주류 판매 플랫폼인 '데일리샷' 등의 유통채널을 확보하고 전국 64개 소매업체에 피고 제품을 납품하는 등 독자적인 유통망을 구축하였다(을 제102호증). 피고 회사가 개척한 온라인 판매 플랫폼과 오프라인 거래처, 판매방식, 피고 제품의 품질·가격 및 마케팅 활동도 피고 제품의 매출과 이익 형성에 기여하였다.

(마) 다만 피고 회사가 이 사건 제2 상표의 요부와 호칭·관념이 같은 '諸葛亮' 또는 '제갈량'을 피고 제품의 핵심적인 상품명으로 사용한 사정에 비추어 보면, 피고 포장의 사용 역시 피고 제품의 매출과 이익 형성에 기여하였다고 볼 수 있다.

다) 손해액

따라서 원고가 피고 회사의 이 사건 제2 상표권 등 침해행위로 인하여 입은 손해액은 2023년분 28,658,606원(= 81,881,732원 × 35%), 2024년분 114,793,567원(= 327,981,620원 × 35%), 2025년분 84,361,356원(= 241,032,446원 × 35%)이고, 그 합계는 227,813,529원이다.

3) 상표법 제110조 제7항의 적용 가부

2025. 1. 21. 법률 제20697호로 개정된 상표법 제110조 제7항은 고의적인 상표권 침해에 대한 배상액의 상한을 손해로 인정된 금액의 3배에서 5배로 상향하였다. 위 개정법률은 공포 후 6개월이 경과한 2025. 7. 22. 시행되었고(부칙 제1조), 제110조 제7항의 개정규정은 그 시행 이후 발생하는 위반행위부터 적용된다(부칙 제2조). 피고 회사의 이 사건 침해행위는 2025. 6. 26. 종료되어 그 전부가 위 개정법률 시행 전에 이

루어졌으므로, 이 사건에는 개정 전 구 상표법(2025. 1. 21. 법률 제20697호로 개정되기 전의 것, 이하 '구 상표법'이라 한다) 제110조 제7항이 적용된다.

가) 원고의 주장

피고들은 피고 제품을 국내에 최초로 수입할 당시 원고가 유사한 상표를 표시한 원고 제품 1을 판매하고 있다는 사실을 알면서도 원고 제품 1과 동일한 병용기와 겹포장 등을 사용한 피고 제품을 국내에 수입·판매하였고, 오히려 원고 제품 1을 '유사품'이라고 지칭하는 등 이 사건 각 상표권 등을 고의적으로 침해하였으므로, 구 상표법 제110조 제7항에 따라 손해배상액이 증액되어야 한다.

나) 판단

앞서 본 바와 같이, 이 사건 제2 상표와 피고 표장은 호칭, 관념이 같아 전체적으로 유사하므로 피고 표장이 제2 상표의 보호범위에 속함이 어렵지 않게 인정된다. 뿐만 아니라, 피고 회사는 이 사건 제2 상표가 등록무효에 해당한다고 주장하면서 특허심판원에 무효심판을 청구하였으나 특허심판원은 2024. 6. 19. 이를 기각하였고, 이에 대한 불복 소송에서 특허법원 역시 2025. 2. 13. 피고 회사의 청구를 기각하는 판결을 선고하였다. 그렇다면 피고들은 적어도 위와 같이 피고 회사가 주장한 등록무효 사유가 특허심판원에 이어 최종적 사실심인 특허법원에서도 기각된 이후에는 이 사건 제2 상표에 대하여 피고들 주장의 무효사유가 인정될 수 없음에 대해서도 충분히 인식하게 되었다고 할 것이다. 그럼에도 피고들은 이 사건 제2 상표를 침해하는 피고 제품 판매행위를 계속하였다.

이와 같은 사정을 종합해 보면, 피고들이 적어도 2025. 2. 13.부터 피고 제품을 판매하여 제2 상표권 등을 침해한 행위는 구 상표법 제110조 제7항이 정한 '고의적

침해'라고 봄이 상당하고, 피고들의 침해행위와 관련하여 이 사건 기록에 나타난 구 상표법 제110조 제8항의 사유를 모두 참작해 보면, 위 기간(2025. 2. 13.부터 2025. 6. 26.까지)에 해당하는 손해액의 2배를 배상액으로 정함이 상당하다.

따라서 위 기간에 대한 증액배상금은 63,866,789원[= 2025년 침해기간의 이익액 241,032,446원 $\times$ 0.35 $\times$ 134일/177일]으로 정한다.

라. 소결론

1) 피고들은 공동하여 원고에게 이 사건 제2 상표권 등 침해로 인한 손해배상으로 합계 291,680,318원(= 전보배상금 227,813,529원 + 증액배상금 63,866,789원)을 지급할 의무가 있다.

2) 나아가 이에 대한 지연손해금에 관하여 본다.

가) 원고는 총 청구금액 300,000,000원 중 50,000,000원에 대하여는 이 사건 소장 부분 송달 다음 날부터, 나머지 250,000,000원에 대하여는 2024. 10. 31. 자 청구취지 및 청구원인 변경신청서 부분 송달 다음 날부터 각 지연손해금의 지급을 구한다.

나) 불법행위로 인한 손해배상채무에 대하여는 원칙적으로 별도의 이행최고가 없어도 그 채무가 성립한 때부터 지연손해금이 발생한다(대법원 2011. 1. 13. 선고 2009다103950 판결 등 참조).

앞서 본 바와 같이 피고들의 계속적인 상표권 등 침해행위로 인한 손해액은 2023년, 2024년, 2025년 각 연도별 침해기간의 매출액과 비용에 기초하여 산정하였다. 따라서 각 연도분 전보배상금에 대하여는 해당 침해기간의 말일인 2023. 12. 31., 2024. 12. 31. 및 2025. 6. 26.부터 각각 지연손해금을 인정한다.

다) 증액배상금에 대한 지연손해금의 기산일에 관하여 본다. 위와 같이 구 상표

법 제110조 제7항에 따라 증액된 손해배상 부분은, 상표권 침해행위 자체로 인하여 발생하여 불법행위 시에 곧바로 이행기가 도래하는 통상의 전보배상과는 그 궤를 달리한다. 즉 전보배상에 대하여는 채권자가 제때 배상을 받지 못하여 상실한 기회비용이 충실히 전보되기 위해 그 불법행위일 즉시 이행기가 도래하여 그때부터 지연손해금이 발생한다고 보고 있다. 그러나 고의적 침해에 대하여 전보배상액의 최대 2배(개정된 현행법에 따라서는 최대 4배)까지 추가로 인정되는 증액배상금은 권리자가 과거에 상실한 재산이 아니라 침해자의 악의적 행위를 제재하고 장래의 침해를 억지하기 위해 법원이 재량으로 부과하는 다른 성질의 것이므로, 이에 대하여 전보배상금과 같은 지연손해금 법리를 적용할 수 없다.

구 상표법 제110조 제8항을 보더라도, 법원이 증액배상을 인정하기 위해서는 침해행위자의 침해행위 태양, 경위, 피해 규모, 침해로 인해 침해자가 얻은 이익 등 침해행위 자체와 관련된 사정은 물론 침해행위에 따른 벌금, 침해행위를 한 자의 재산상태, 침해행위를 한 자의 피해 구제 노력 등 침해행위 외의 모든 요소를 고려하도록 하고 있다. 이는 고의적 침해에 대하여 그에 대한 제재와 억지를 목적으로 일반 불법행위법이 아닌 특별법에 도입된 것으로서 법원의 재량적 재판권 행사에 의해 비로소 그 지급의무와 액수가 확정된다. 즉, 비록 증액배상금 제도로 인해 피해자의 손해가 보다 충분히 전보될 수 있음을 배제할 수 없고, 구 상표법 제110조 제7항의 문언이 '3배를 넘지 아니하는 범위에서 배상액을 정할 수 있다'고 규정하고 있어 증액배상금을 전보배상금과 합하여 정할 수 있게 규정하고 있다 하더라도, 증액배상금의 본질은 법원의 재판권 행사(판결 선고)에 의해 비로소 지급의무의 유무 및 범위가 확정되는 '징벌적 손해배상금'으로 봄이 타당하다. 따라서 증액배상금에 대한 '지연손해금 기산일'에 있어

서도 전보배상금과 하나로 묶어 불법행위(상표권 침해) 시로 소급하여 지체책임을 묻는 것은 과잉배상 측면 등에서도 타당하지 아니하다.

따라서 위 증액배상금 지급의무는 법원이 구 상표법 제110조 제8항이 정한 제반 사정을 참작하여 그 지급을 명하는 판결의 확정일에 이행기가 도래한다고 보아야 하므로, 피고들은 위 증액 금원에 대하여 이 판결 확정일의 다음 날부터 다 갚는 날까지 민법이 정한 연 5%의 비율로 계산한 지연손해금을 지급할 의무가 있다.

라) 이에 따라 피고들이 공동하여 원고에게 지급할 금원에 대한 각 지연손해금의 범위는 아래와 같다.

(1) 2023년도 침해행위로 인한 손해배상액 28,658,606원에 대한 지연손해금

그 손해액 계산 말일인 2023. 12. 31.부터, ① 그중 제1심에 의해 지급의무가 인정된 10,000,000원에 대하여는 피고들이 그 이행의무의 존부와 범위에 대하여 항쟁하는 것이 타당한 제1심판결 선고일인 2025. 6. 27.까지는 민법이 정한 연 5%의, 그 다음 날부터 다 갚는 날까지는 소송촉진 등에 관한 특례법이 정한 연 12%의 비율로 계산한 지연손해금 및 ② 나머지 18,658,606원에 대하여는 피고들이 그 이행의무의 존부와 범위에 대하여 항쟁하는 것이 타당한 이 법원 판결선고일인 2026. 9. 10.까지는 민법이 정한 연 5%, 그다음 날부터 다 갚는 날까지는 소송촉진 등에 관한 특례법이 정한 연 12%의 비율로 계산한 지연손해금

(2) 2024년도 침해행위로 인한 손해배상액 114,793,567원에 대한 지연손해금

그 손해액 계산 말일인 2024. 12. 31.부터 피고들이 그 이행의무의 존부와 범위에 대하여 항쟁하는 것이 타당한 이 법원 판결선고일인 2026. 9. 10.까지는 민법이 정한 연 5%, 그다음 날부터 다 갚는 날까지는 소송촉진 등에 관한 특례법이 정한 연

12%의 비율로 계산한 지연손해금

(3) 2025년도 침해행위로 인한 손해배상액 84,361,356원에 대한 지연손해금

손해액 계산 말일인 2025. 6. 26.부터 피고들이 그 이행의무의 존부와 범위에 대하여 항쟁하는 것이 타당한 이 법원 판결선고일인 2026. 9. 10.까지는 민법이 정한 연 5%, 그다음 날부터 다 갚는 날까지는 소송촉진 등에 관한 특례법이 정한 연 12%의 비율로 계산한 지연손해금

(4) 증액배상금 63,866,789원에 대한 지연손해금

이에 대하여 지급의무가 부여, 확정된 이 법원의 판결 확정일의 다음 날부터 다 갚는 날까지 민법이 정하는 연 5%의 비율로 계산한 지연손해금

마) 위 인정 범위를 초과하는 원고의 지연손해금 청구는 받아들이지 않는다.

7. 결론

원고의 피고들에 대한 청구는 위 인정 범위에서 이유 있어 인용하고, 나머지는 기각하여야 한다. 제1심판결은 이와 결론을 일부 달리하므로, 원고의 항소와 피고 회사의 항소를 각 일부 받아들이고 피고 C의 항소는 받아들이지 않기로 하여, 이 법원에서 변경된 원고의 피고들에 대한 청구를 포함하여 제1심판결을 위와 같이 변경한다.

재판장 판사 김영기

판사 노지환

판사 윤정운

별지 1

목 록

1.



2.



3. 諸葛亮

4. 제갈량. 끝.

별지 2

목 록

고량주, 노주, 수수로 만든 증류주, 중국식 백주(바이간), 중국식 수수소주(고량주), 중국식 양조주(라오주), 중국식 증류 알코올 음료(백주). 끝.

별지 3

목 록

1.



2.



(앞면)



(뒷면)



(왼쪽 측면)



(오른쪽 측면)

끝.