

특 허 법 원

제 5 부

판 결

사 건 2026허10002 등록취소(상)

원 고 A

소송대리인 법무법인(유한) 광장, 담당변호사 이송연, 이현, 정은주

피 고 대한제분 주식회사

대표이사 B

소송대리인 변호사 박민정, 변리사 권석현, 정시은

변 론 종 결 2026. 7. 7.

판 결 선 고 2026. 9. 15.

주 문

1. 원고의 청구를 기각한다.
2. 소송비용은 원고가 부담한다.

청 구 취 지

특허심판원이 2025. 11. 27. 2024당1221 사건에 관하여 한 심결을 취소한다.

이 유

1. 기초사실

가. 원고의 등록상표

원고는 아래와 같은 등록상표(이하 '이 사건 등록상표'라 한다)의 상표권자이자, 주식회사 영동식품(이하 '영동식품'이라 한다)의 대표이사이다.

1) 출원일/ 등록일/ 갱신등록일/ 등록번호: 1984. 8. 1./ 1985. 5. 28./ 2025. 4. 28./ 제113134호



2) 표장:

3) 지정상품: 제30류 국수, 당면, 마카로니, 오우트밀, 밀기울, 초밥, 도시락밥, 토우스트¹⁾, 빈대떡

나. 원고의 통상사용권 설정

1) 원고는 2021. 2. 28. 피고와 사이에 '곰표 문자를 포함하는 아래 3건의 상표'를 사용허락 대상상표로, '국수, 떡볶이, 만두(만두피 포함), 전(냉동 제품 포함), 핫도그(냉동제품 포함), 피자(냉동 제품 포함), 자장면, 자장밥(냉동 제품 포함), 콘수프(냉동 제품 포함), 시리얼(바, 냉장 제품 포함), 그래놀라(바, 냉장 제품 포함)'를 사용허락 대상

1) 이하 편의상 '토스트'라 한다.

상품으로, 사용허락기간은 2년으로 하여, 원고는 피고에게 통상사용권을 부여하고, 피고는 그 대가로 영동식품으로부터 국수제품을 납품받는 내용의 상표 사용허락계약을 체결하였는데, 이는 2023. 2. 27. 갱신 없이 종료되었다.

순번	상표	출원번호	등록번호	최종권리자
1 (이 사건 등록상표)		40-1984-0011695	40-0113134	원고
2		40-1981-0009369	40-0088080	
3		41-2014-0034493	40-0336453	

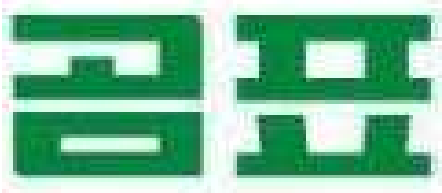
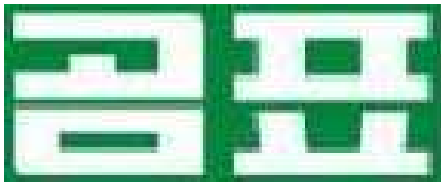
2) 원고 또는 원고가 대표이사로 재직 중인 영동식품은 아래와 같은 사업자(이하 '통상사용권자들'이라 한다)와 아래 표 기재와 같이 상표 사용허락계약 또는 OEM 위탁계약을 체결함으로써 이들에게 명시적·묵시적으로 이 사건 등록상표에 관한 통상사용권을 설정하였다.

사용권자	계약 체결일	기간	상품	증거
가메골푸드(주) ²⁾	2022. 11. 25.	2022. 11. 25. ~ 2024. 11. 24.	만두	갑 제30호증
어심원	2023. 1. 27.	2023. 1. 27. ~ 2026. 1. 26.	먹태 관련 제품	갑 제31호증
대상네트웍스(주) ³⁾	2023. 7. 1.	2023. 7. 1. ~ 2024. 6. 30.	브리또 및 또띠아, 사각피자	갑 제32호증
남향푸드또띠아(주) 4)	2023. 7. 1.	2023. 7. 1. ~ 2024. 6. 30.	또띠아, 브리또	갑 제33호증

(주)피자코리아 ⁵⁾	2023. 7. 1.	2023. 7. 1. ~ 2024. 6. 30.	피자	갑 제34호증
(주)위두케이 ⁶⁾	2023. 11. 13.	2023. 11. 13. ~ 2024. 11. 12.	토스트	갑 제35호증
태원물산(주) ⁷⁾	2024. 1. 2.	2024. 1. 2. ~ 2025. 1. 1.	피자, 브리또(부리토), 또띠아(토르띠아)	갑 제36호증

다. 통상사용권자들이 사용한 상표들

통상사용권자들은 아래 표와 같은 실사용상표 1 내지 7(이하 이를 통틀어 '실사용상표들'이라 한다)⁸⁾을 피자, 브리또, 토스트, 또띠아, 왕만두의 포장지 또는 광고 게시물에 표시하고, 위 상품들을 위메프, GS SHOP, 11번가, 네이버 스마트스토어 등의 온라인 쇼핑몰에서 판매하였다.

실사용상표 1		실사용상표 2	
			
사용상품	브리또, 피자, 토스트, 왕만두	사용상품	브리또, 피자, 토스트
사용자	남향푸드또띠아, 피자코리아, 위두케이, 가메골푸드	사용자	남향푸드또띠아, 피자코리아, 위두케이

2) 이하 '가메골푸드'라 한다.

3) 이하 '대상네트웍스'라 한다.

4) 이하 '남향푸드또띠아'라 한다.

5) 이하 '피자코리아'라 한다.

6) 이하 '위두케이'라 한다.

7) 이하 '태원물산'이라 한다

8) 피고는 2026. 7. 7. 제2회 변론기일에서 실사용상표 5, 6, 7을 추가하였다(제2회 변론조서 참조).

실사용상표 3		실사용상표 4	
			
사용상품	브리또	사용상품	또띠아
사용자	남향푸드또띠아		
실사용상표 5		실사용상표 6	
			
사용상품	피자	사용상품	토스트
사용자	피자코리아	사용자	위두케이
실사용상표 7			
			
사용상품		왕만두	
사용자		가메골푸드	

라. 피고가 사용한 상표들

피고는 아래 표와 같은 대상상표 1 내지 4(이하 이를 통틀어 '대상상표들'이라 한다)를 밀가루, 팝콘, 나초, 맥주, 크림치즈스틱 등의 포장지 또는 광고게시물에 표시하고, 위 상품들을 판매하였다.

대상상표 1		대상상표 2	
			
사용상품	밀가루, 케익믹스, 부침가루, 튀김가루, 자일리톨 캔디, 어묵바, 팝콘, 크래커, 통밀 스틱, 화장품	사용상품	밀가루, 패딩, 치약, 팝콘, 나초, 아이스크림, 젤리
대상상표 3		대상상표 4	
			
사용상품	밀맥주	사용상품	크림치즈스틱

마. 심결의 경위

1) 피고는 2024. 4. 25. 특허심판원에 원고를 상대로 '이 사건 등록상표가 상표법 제119조 제1항 제2호에 해당하므로 그 등록이 취소되어야 한다.'고 주장하며 등록취소 심판을 청구하였다(이하 '이 사건 심판청구'라 한다).

2) 특허심판원은 이 사건 심판청구를 2024당1221호로 심리하여, 2025. 11. 27. '이 사건 등록상표는 상표법 제119조 제1항 제2호의 통상사용권자가 지정상품 또는 이와

유사한 상품에 등록상표와 유사한 상표를 사용함으로써 수요자들에게 타인의 업무와 관련된 상품과의 혼동을 불러일으키게 한 경우에 해당한다.'는 이유로 이 사건 등록상표의 등록을 취소하는 심결을 하였다(이하 '이 사건 심결'이라 한다).

【인정근거】 다툼 없는 사실, 갑 제1, 2, 7, 30 내지 36호증, 을 제1 내지 6, 13, 14, 32 호증의 각 기재 및 영상(가지번호 있는 것은 가지번호를 포함한다, 이하 같다), 변론 전체의 취지

2. 당사자의 주장

가. 원고

1) 아래와 같은 이유로 이 사건 등록상표는 상표법 제119조 제1항 제2호 본문에 해당하지 않는다.

가) 피고가 대상상표들과 관련하여 밀가루 가공식품 분야에서 쌓은 신용은 원고의 상표 사용허락에 기반을 둔 것이므로, 밀가루 가공식품에 관한 피고의 상품은 원고와의 관계에서 '타인의 업무와 관련된 상품'이라 볼 수 없다.

나) 상표법 제119조 제1항 제2호에서 혼동의 대상이 되는 상표는 국내 수요자나 거래자에게 특정인의 상표나 상품이라고 인식될 수 있을 정도로 알려져 있어야 하고, 이러한 인지도는 특정 상품군과 결합하여 형성되는 것이다. 그런데 위에서 보았듯 대상상표들이 밀가루 가공식품 분야에서 쌓은 신용은 원고의 상표 사용허락에 기반을 둔 것이고, 대상상표들의 인지도는 주로 이 사건 등록상표의 지정상품과는 관련성이 없는 타 상품군에서 확보되었으므로, 대상상표들에 대해 상표법 제119조 제1항 제2호에서 정하는 혼동의 대상이 되는 상표로서의 적격을 인정할 수 없다.

다) 상표법 제119조 제1항 제2호는 지정상품 또는 이와 유사한 상품이 등록상표

또는 이와 유사한 상표를 사용할 것을 요건으로 하는데, 이 사건 등록상표와 실사용상표는 외관·호칭·관념이 달라 서로 유사하지 않다.

라) 상표법 제119조 제1항 제2호는 상표권자로부터 상표 사용허락을 받은 통상사용권자나 전용사용권자가 '부정경쟁의 목적'으로 상표를 사용한 점이 객관적으로 인정되는 경우에 한하여 적용되어야 하는데, 이 사건의 경우 통상사용권자들이 '부정경쟁의 목적'을 가지고 이 사건 등록상표를 사용하였다는 점이 충분히 증명되지 않았다.

2) 원고는 통상사용권자들이 타인의 업무와 관련된 상품과의 혼동을 불러일으키지 않도록 상당한 주의를 하였으므로, 이 사건 등록상표는 상표법 제119조 제1항 제2호 단서에 따라 등록취소의 대상이 되지 않는다.

3) 피고는 원고로부터 이 사건 등록상표에 관한 사용허락을 받아 이를 통한營業을 영위하면서도 이 사건 등록상표의 권리범위에 속하는 다수의 상표를 출원하고, 원고가 상표 사용을 허락하지 않은 유형의 제품을 제조·판매하는 등 원고에 대한 배신행위를 자행하였고, 이 사건 심판청구도 이 사건 등록상표 등 원고가 권리를 보유하고 있는 '곰표' 상표의 등록이 취소되도록 한 후 사실상 '곰표' 상표 전반에 대한 독점권을 확보하기 위한 목적에서 제기되었다. 이러한 원, 피고 사이의 관계 및 피고의 실질적인 이 사건 심판 제기 목적 등을 종합하면, 피고의 이 사건 심판청구는 권리남용에 해당한다.

나. 피고

1) 대상상표들은 밀가루 가공식품뿐만 아니라 맥주, 팝콘, 과자, 쿠키 등 폭넓은 분야에서 피고 상품의 출처표지로서 국내 수요자들에게 인식되어 왔다. 그런데 원고의 통상사용권자들은 이 사건 등록상표와 유사한 실사용상표들을 그 지정상품과 동일·유

사한 상품에 사용하였고, 이로써 수요자들은 실사용상표들이 표시된 상품과 대상상표가 표시된 상품의 출처를 혼동하고 있으므로, 이 사건 등록상표는 상표법 제119조 제1항 제2호 본문에 따라 취소되어야 한다.

2) 원고는 통상사용권자들에 대한 적절한 주의의무를 다하지 않았으므로, 이 사건에 상표법 제119조 제1항 제2호 단서가 적용된다고 볼 수 없다.

3) 상표법 제119조 제1항 제2호 본문은 공익적 규정이므로, 당사자 사이의 관계를 이유로 한 권리남용 주장은 허용되지 않는다. 또한 피고의 이 사건 심판청구는 통상사용권자들의 부정한 상표 사용이 시정되지 않아 제기한 것일 뿐, 원고에게 고통을 주고 손해를 입히려는 의도로 제기된 것이 아니므로 권리남용에 해당하지 않는다.

3. 이 사건 심결의 위법 여부에 관한 판단

가. 이 사건 등록상표가 상표법 제119조 제1항 제2호 본문에 해당하는지 여부

1) 관련 법리

상표법 제119조 제1항 제2호는 전용사용권자 또는 통상사용권자(이하 '사용권자'라 한다)가 지정상품 또는 이와 유사한 상품에 등록상표 또는 이와 유사한 상표를 사용함으로써 수요자로 하여금 상품 품질의 오인 또는 타인의 업무에 관련된 상품과의 혼동을 생기게 한 경우 상표등록을 취소할 수 있도록 규정하고 있다. 위 규정의 취지는 상표권자에게 사용권을 자유롭게 설정할 수 있도록 하는 대신에 사용권자에 대한 감독의무를 부과하여 사용권자가 상표제도의 본래의 목적에 반하여 등록상표를 그 사용권의 범위를 넘어 부정하게 사용하지 못하도록 규제함으로써 상품거래의 안전을 도모하고, 타인의 상표의 신용이나 명성에 편승하는 행위를 방지하여 거래자와 소비자의 이익을 보호함은 물론 다른 상표를 사용하는 사람의 영업상의 신용과 권익도 보호하려

는 데 있다. 상표법 제119조 제1항 제2호에 따라 사용권자가 실제로 사용하는 상표(이하 '실사용상표'라 한다)와 혼동의 대상이 되는 타인의 상표(이하 '대상상표'라 한다) 사이의 혼동 유무를 판단함에 있어서는, 각 상표의 외관, 호칭, 관념 등을 객관적·전체적으로 관찰하되, 실사용상표가 등록상표로부터 변형된 정도 및 대상상표와 유사한 정도, 실사용상표와 대상상표가 상품에 사용되는 구체적인 형태, 사용상품 간의 관련성, 각 상표의 사용 기간과 실적, 일반수요자에게 알려진 정도 등에 비추어, 당해 상표의 사용으로 대상상표의 상품과 사이에 상품출처의 오인·혼동이 야기될 우려가 객관적으로 존재하는가를 중점적으로 살펴야 할 것이다. 위 규정에서 혼동의 대상이 되는 대상상표는 적어도 국내에서 수요자나 거래자에게 그 상표나 상품이라고 하면 특정인의 상표나 상품이라고 인식될 수 있을 정도로 알려져 있을 것을 요한다. 다만 위 조항은 '수요자로 하여금 상품의 품질의 오인 또는 타인의 업무에 관련된 상품과의 혼동을 생기게 한 경우'라고 규정하고 있을 뿐, '대상상표'나 '타인'의 범위를 특별히 한정하지 않고 있으므로, 대상상표가 당해 등록상표의 권리범위에 속하거나 상표법상의 등록상표가 아니더라도 혼동의 대상이 되는 상표로 삼을 수 있다(대법원 2005. 6. 16. 선고 2002후 1225 전원합의체 판결, 대법원 2020. 2. 13. 선고 2017후2178 판결 등 참조).

2) 구체적 판단

가) 통상사용권자들이 지정상품과 동일·유사한 상품에 이 사건 등록상표와 유사한 상표를 사용하였는지 여부

(1) 지정상품과 동일·유사한 지정상품에 관한 실사용상표들의 사용

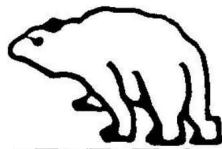
앞서 인정한 사실, 앞서 든 증거에 변론 전체의 취지를 종합하면 이 사건 등록상표의 지정상품은 국수, 당면, 마카로니, 오우트밀, 밀기울, 초밥, 도시락밥, 토스

트, 빈대떡인 사실, 원고의 통상사용권자들이 피자, 브리또, 토스트, 토띠아, 왕만두의 포장지 또는 광고에 실사용상표들을 표시하고, 위메프, GS SHOP, 11번가, 네이버 스마트스토어 등에서 이들 상품을 판매한 사실이 인정된다. 살피건대 실사용상표가 사용된 위 상품들 중 토스트는 이 사건 등록상표의 토스트와 같고, 나머지 상품들 역시 모두 밀가루를 가공·조리하여 만든 음식이라는 점에서 토스트와 공통되며, 주 수요자도 일치할 것으로 보이므로, 원고의 통상사용권자들은 이 사건 등록상표의 지정상품 중 토스트와 동일·유사한 상품에 실사용상표들을 사용하였다고 봄이 타당하다.

(2) 실사용상표들이 이 사건 등록상표와 유사한 상표인지 여부

아래와 같은 이유로 이 사건 등록상표와 실사용상표들은 글씨체 및 그 색상, 곰 도형의 유무 및 구체적 형상, 음식 사진의 유무로 인하여 외관에 다소 차이가 있기는 하지만 호칭·관념이 동일하여, 서로 유사하다.

(가) 외관의 대비



이 사건 등록상표 " **곰표국수** "는 곰이 네 발을 딛고 전방을 응시

하는 곰 모양의 도형과 그 아래에 '곰표국수'라는 한글이 결합된 표장이다.



실사용상표 1 " **곰표** "는 흰색 바탕에 초록색 글씨로 '곰표'라는



한글 2자로 구성된 표장이고, 실사용상표 2 " **곰표** "는 초록색 바탕에 흰색 글씨로 '곰표'라는 한글 2자로 구성된 표장이다.



실사용상표 3 "

"은 가장 안쪽에 지름이 가장 짧은 흰색 원,

중간에 그보다 지름이 긴 초록색 원, 가장 바깥에 가장 지름이 긴 노란색 원 3개가 동심원을 이루고, 흰색 원 안에는 초록색 글씨로 '곰표'가, 그 아래에는 '더블치즈고구마 브리또'가 표시되어 있으며, 한글 표장 아래에는 한 팔로 원재료인 고구마를 감싸고 다른 팔로 브리또를 입으로 가져가는 형태의 곰 도형이 배치되어 있고, 곰 도형 아래에는 브리또 사진이 배치된 표장이다.



실사용상표 4 "

"는 동심원(가장 안쪽의 원 배경이 또띠

아 사진인 점에서만 차이가 있다) 및 '곰표'는 실사용상표 3과 동일하고, '곰표' 아래에 '밀또띠아'가 배치되어 있으며, 한글 표장의 왼쪽 아래에는 한 팔로 밀을 감싸고 다른 팔로 또띠아를 입으로 가져가는 곰 도형이, 곰 도형의 우측에는 상하로 2개가 겹쳐진 또띠아 사진이 배치된 표장이다.



실사용상표 5 "

"도 실사용상표 3과 같이 동심원 및 가장

안쪽의 흰색 원 안에 초록색으로 '곰표'가, '곰표' 아래에 '베이컨 콘치즈 피자'가 배치되어 있으며, 동심원 아래에는 한 팔로 옥수수를 감싸고 다른 팔로 피자를 입으로 가져가는 곰 도형이, 곰 도형의 아래에는 피자 사진이 배치된 표장이다.



실사용상표 6 "

" 역시 동심원 안에 '곰표'가, '곰표'

아래에는 '핫치즈할라 포켓토스트'가, 동심원 좌측 아래에는 한 팔로 할라피뇨를 감싸고 다른 팔로 토스트를 입으로 가져가는 곰 도형이, 곰 도형의 우측에는 토스트 사진이 배치된 표장이다.

실사용상표 7 "



"도 동심원 안에 '곰표' 및 그 아래

에 '고기왕만두'가, 동심원을 배경으로 좌측에는 한 팔로 만두를 감싸고 다른 팔로 만두를 입으로 가져가는 곰 도형이, 그 우측에는 만두 사진이 배치된 표장이다.

살피건대 이 사건 등록상표는 실사용상표 1, 2와는 곰 도형 및 '국수'라는 한글의 유무, 글씨체 및 그 색상 등의 차이로 인하여 외관이 유사하지 않다. 또한 실사용상표 3 내지 7과는 곰 도형의 구체적인 형상, 동심원 및 음식 사진의 유무, 글씨체 및 그 색상 등의 차이로 인하여 외관이 유사하지 않다. 따라서 이 사건 등록상표는 실사용상표들과 외관이 유사하지 않다.

(나) 호칭의 대비

이 사건 등록상표는 한글 표장에 의해 전체적으로 '곰표국수'로 호칭되나, 뒤에서 구체적으로 보듯 '곰표'라는 문자는 특정인의 상표나 상품표지로서 국내 수요자들에게 인식되어 있는 점, 이 사건 등록상표의 '곰표국수' 중 '국수'는 음식의 종류를 지칭하는 단어여서 '곰표' 부분이 '국수' 부분에 비하여 상대적으로 식별력이 높을 것으로 보이는 점을 고려하면, '곰표'로 불릴 수 있다.

한편 실사용상표 1, 2는 '곰표'로 호칭된다. 실사용상표 3은 '곰표 더블치즈고구마 브리또'로, 실사용상표 4는 '곰표 밀또띠아'로, 실사용상표 5는 '곰표 베이컨

콘치즈 피자'로, 실사용상표 6은 '곰표 핫치즈할라 포켓토스트'로, 실사용상표 7은 '곰표 고기왕만두'로 호칭될 수 있는데, '더블치즈고구마 브리또', '밀또띠아', '베이컨 콘치즈 피자', '핫치즈할라 포켓토스트', '고기왕만두'는 그 상품을 지칭하는 단어로서 식별력이 없거나 미약하므로 역시 '곰표'로 불릴 수 있다.

결국 이 사건 등록상표와 실사용상표들은 '곰표'로 불릴 수 있으므로 그 호칭이 동일·유사하다.

(다) 관념의 대비

이 사건 등록상표는 '곰 형상의 상표' 정도로 관념되고, 실사용상표 1 내지 7 역시 같으므로, 이 사건 등록상표와 실사용상표들은 관념이 동일·유사하다.

(3) 검토결과

따라서 이 사건 등록상표의 통상사용권자들은 지정상품과 동일·유사한 상품에 이 사건 등록상표와 유사한 상표를 사용하였다고 봄이 타당하다.

나) 대상상표들이 국내 수요자나 거래자에게 특정인의 상표라고 인식될 수 있을 정도로 알려져 있는지 여부

(1) 앞서 인정한 사실, 앞서 든 증거들, 을 제11, 12호증의 각 기재 및 영상에 변론 전체의 취지를 종합하여 알 수 있는 다음과 같은 사실 및 사정을 종합하면, 이 사건 등록상표의 통상사용권자들이 실사용상표들을 사용할 당시 대상상표들은 적어도 국내 수요자나 거래자에게 특정인(피고)의 상표라고 인식될 수 있는 정도에는 이르렀다고 봄이 타당하다.

① 피고는 1952년에 설립된 회사로서 그 무렵부터 현재까지 밀가루를 판매하여 오고 있다(을 제11호증).



② 피고의 '곰표' 상표()는 1955년에 등록되어 2021. 4.경 지식재산처(구 특허청)로부터 대표적인 장수 상표 중 하나로 인정되었고(을 제12호증), 2018년도 피고의 밀가루 매출액은 3,000억 원이었다(을 제13호증의 7). 이처럼 피고는 이미 밀가루와 같은 음식의 재료가 되는 가루 분야에서 오랜 기간 '곰표' 상표를 사용하였고, 피고의 밀가루 판매로 인한 매출액이 상당하였으므로, '곰표'는 밀가루와 같은 음식의 재료가 되는 가루 분야에서 피고의 영업이나 상품표지로서 국내에 널리 인식되었을 것으로 보인다.

③ 피고는 2018. 3.경 온라인 쇼핑몰 '4XR'과의 콜라보레이션을 시작으로 화장품(스와니코코), 팝콘(CU), 치약(애경산업), 나초(CU), 맥주, 아이스크림 등 '곰표' 브랜드를 활용한 협업 상품들을 다수 출시하였다. 그중 '곰표 오리지널 팝콘'은 2019. 경 매달 6만 개 이상의 상품이 판매되었고(을 제13호증의 9), 2020. 5.경 출시된 '곰표 밀맥주'(대상상표 3이 사용된 제품이다)는 출시 1주일 사이에 30만 건의 판매량을 기록하기도 하였다(을 제13호증의 12). 그리고 위 상품들은 대부분 최상단부에 얇은 노란색 띠, 그 아래 비교적 굵은 초록색 띠가 형성되어 있고, 초록색 띠 중간에 '곰표'가 기재된 공통적인 콘셉트를 공유하고 있다.

밀맥주	팝콘	치약	나초
			

앞서 ②항에서 본 '곰표' 상표의 주지성에 더하여, 피고가 2018년경부터 대상상표들이 사용된 상품들을 포함한 광범위한 상품군에 공통적인 콘셉트를 적용하였고, 그중 팥콘이나 밀맥주와 같은 상품은 단기간 내에 높은 판매량을 기록하였던 점을 종합하면, 대상상표 1, 2 뿐만 아니라, 앞서 본 콘셉트를 공유하는 대상상표 3 내지 7 역시 단기간 내에 국내 수요자들에게 피고의 상품표지로서 인식되었을 것으로 보인다.

④ 2018년경 2030 세대 사이에서 피고의 '곰표' 브랜드에 관한 인지도는 25%였으나, 피고가 다수의 기업들과 콜라보레이션을 진행한 이후에는 52%의 인지도를 기록하였고, 피고의 매출 역시 2020년 9702억 원, 2021년에는 1조 1113억 원, 2022년에는 1조 3681억 원을 기록하였는데(을 제13호증의 23), 이와 같은 사실 역시 대상상표들이 국내 수요자들에게 피고의 상품표지로서 인식되었음을 뒷받침한다.

(2) 이에 대하여 원고는, "밀가루 가공식품 분야에서 '곰표' 상표의 권리자는 원고이고 피고는 원고로부터 상표 사용허락을 받아 밀가루 가공식품 분야에 '곰표' 상표를 사용한 것에 불과하므로, 대상상표들은 원고와의 관계에서 '타인의 상표'에 해당하지 않는다."고 주장한다.

살피건대 원고와 피고가 2021. 2. 28. 원고의 등록상표 3건에 관한 사용허락계약을 체결한 사실은 앞서 기초사실에서 본 바와 같고, 위 계약에 따라 피고가 사용을 허락받은 상품의 판매로 인한 인지도는 위와 같은 사용허락을 기반으로 형성되었다고 볼 여지는 있다.

그러나 ① 대상상표의 사용이 기존 상표권자의 등록상표의 권리범위에 속하여 위법할 수 있는 경우에도 혼동의 대상이 되는 상표에 해당하는 점(대법원 2020. 2. 13.

선고 2017후2178 전원합의체 판결 등 참조), ② 피고는 원고로부터 상표 사용허락을 받기 전부터 대상상표들을 피고의 영업이나 상품의 출처표시를 위하여 사용해왔고, 그 사업영역을 밀가루 등의 가공식품 영역으로 확장하기 위하여 원고로부터 이 사건 등록 상표에 관한 사용허락을 받은 것으로 보이므로, 피고의 대상상표들 사용으로 인한 신용이나 명성 축적과 같은 효과가 상표권자인 원고에게 그대로 귀속된다고 단정하기 어려운 점을 종합하면, 대상상표들은 원고와의 관계에서 '타인의 혼동의 대상이 되는 상표'에 해당할 수 있다고 봄이 타당하다.

원고의 이 부분 주장은 받아들이지 않는다.

(3) 원고는, '대상상표들의 인지도를 판단함에 있어 원고로부터 상표 사용허락을 받아 판매한 내역이나 이 사건 등록상표의 지정상품과는 관련성이 없는 맥주 등 타상품군에 관한 자료를 고려하여서는 아니 된다.'는 취지로도 주장한다.

그러나 앞서 보았듯, ① 대상상표들의 사용으로 인한 신용이나 명성 축적과 같은 효과가 원고에게 그대로 귀속된다고 볼 수 없는 점, ② 상표부정사용에 의한 취소규정에 있어 혼동이 되는 상표는 국내 수요자나 거래자에게 인식되었음을 요할 뿐이고, 취소 여부가 문제가 되는 등록상표의 지정상품과의 관련성이 없는 분야에서 인지도가 있는지 여부와 같은 사정은 상품 출처의 혼동 여부 판단에 고려할 사항일 뿐인 점을 종합하면, 대상상표들의 인지도를 판단함에 원고로부터 상표 사용허락을 받아 판매한 내역이나 이 사건 등록상표의 지정상품과 무관한 상품군에 관한 자료를 고려할 수 있다고 봄이 타당하다.

원고의 이 부분 주장 역시 받아들이지 않는다.

다) 수요자가 실사용상표들과 대상상표들 및 이들이 사용된 상품의 출처를 혼동

할 우려가 있는지 여부

(1) 실사용상표들이 이 사건 등록상표로부터 변형된 정도

앞서 살펴본 것과 같이, 실사용상표 1, 2는 이 사건 등록상표로부터 곰 도형과 '국수'를 제거하고 글씨체 및 그 색상을 다르게 함으로써, 실사용상표 3 내지 7은 곰 도형의 구체적인 형상 및 동심원의 존재, 음식 사진의 유무에서 차이를 둠으로써 그 외관에 변경을 가하였다. 그리고 이와 같은 변경에 따라 실사용상표들은 대상상표들과 더욱 유사하게 되었는데, 이는 아래에서 구체적으로 살펴본다.

(2) 실사용상표들과 대상상표들의 유사성

(가) 실사용상표 1 "  "와 실사용상표 2 "  "

는 배경 및 글씨의 색상에서만 차이가 있을 뿐 그 형상이 동일하고 이는 대상상표 1

"  "와 대상상표 2 "  "도 동일하므로, 이하에서는 실사용상표 1과 대상상표 1의 유사 여부에 관하여 본다.

실사용상표 1과 대상상표 1은 흰색 배경에 초록색 글자로 '곰표'라고 표시된

점에서 공통된다. 또한 "  ", "  "와 같이 둥글게 처리된 'ㄱ'의

상단부, "  ", "  "와 같이 좌측 하단만 둥글고 나머지는 각진

'ㄱ'의 모양, "  ", "  "와 같이 '교'가 위쪽으로 폭이 넓어지는

모양에서 공통된다.

이러한 사정에 비추어 보면, 실사용상표 1과 대상상표 1은 서체의 굵기가

완전히 동일하지는 않고, "**곰표**", "**곰표**"와 같이 'ㄱ'과 'ㄴ'의 가로 길이가 다른 차이점이 존재하기는 하지만 이는 미세한 차이점에 불과하여, 결국 실사용상표 1과 대상상표 1은 그 외관이 전체적으로 유사하고, 호칭·관념 역시 '곰표' 내지 '곰' 형상의 상표'로서 동일하므로 서로 동일·유사한 표장이라고 봄이 타당하다(실사용상표 2와 대상상표 2도 그러하다).

(나) 실사용상표 3 내지 7 "



"과 대상상표 3, 4



실사용상표 3 내지 7은 가장 지름이 짧은 가운데의 원, 그보다는 지름이 긴 초록색 원, 가장 지름이 긴 노란색의 원이 동심원을 이루고, 흰색의 원 안에 녹색의 '곰표'가, 그 아래에 '더블치즈고구마 브리또', '밀또띠아', '베이컨 콘치즈 피자', '핫치즈 할라 포켓토스트', '고기왕만두'가 배치되어 있고, 그 하단에는 한 쪽 팔로는 원재료 또는 상품(고구마, 밀, 옥수수, 할라피뇨, 만두)을 안고 다른 팔로는 상품(브리또, 또띠아, 피자, 토스트, 왕만두)을 입으로 가져가 먹는 곰 도형이, 곰 도형의 하단 또는 우측에는 상품 사진이 배치된 포장이다.

한편 대상상표 3, 4는 최상단부에 얇은 노란색 띠, 그 아래 비교적 굵은 초록색 띠가 형성되어 있고, 초록색 띠 중간에 '곰표'가, 한글 아래에는 '오리지널 밀맥주' 또는 '밀눈으로 만든 크림치즈스틱'이 표시되어 있으며, 그 하단에는 한 쪽 팔로는 원재료 또는 상품(밀, 크림치즈스틱)을 안고 다른 팔로는 상품(맥주, 크림치즈스틱)을 먹거나 마시는 곰 도형이 배치되어 있고, 곰 도형의 하단에는 'WHEAT BEER' 또는 'CREAM CHEESE'라는 영문자가 배치된 포장이다.

살피건대 실사용상표 3 내지 7과 대상상표 3, 4는 '곰표' 문자를 포함하고 있는 부분이 원 도형이거나 사각형 띠인 점, 곰 도형이 먹거나 마시는 대상이 음식(브리또, 또띠아, 크림치즈스틱 등) 또는 주류(맥주)인 점에서 차이가 있기는 하다. 그러나

곰 도형의 구체적인 형상(한 팔로 원재료 또는 상품을 꺾어안고 다른 팔로 상품을 먹으며, 미소를 짓고 있는 곰) 및 3색(흰색, 초록색, 노란색)의 구성, '곰표'의 글씨체가 유사한 점을 고려하면 양 표장은 전체적인 구성 및 창작 모티브가 극히 유사하고, 호칭·관념 역시 '곰표' 내지 '곰 형상의 상표'로서 동일하므로⁹⁾ 전체적으로 유사한 표장이라고 봄이 타당하다.

(3) 실사용상표들과 대상상표들이 상품에 사용되는 구체적인 형태

실사용상표들과 대상상표들은 모두 상품의 전면에 그 상품의 구체적인 명칭과 함께 표시되거나 상품판매페이지 등 광고에 표시되고 있으므로, 상품에 사용되는 구체적인 형태가 유사하다.

(4) 사용상품 간의 관련성

실사용상표들이 피자, 토스트, 브리또, 또띠아, 왕만두 상품에, 대상상표들이 밀가루, 케익믹스, 팝콘스낵, 나쵸, 밀맥주, 크림치즈스틱 등의 상품에 각 상표로서 사용된 사실은 앞서 보았다.

살피건대 ① 밀가루, 케익믹스 등은 밀가루를 이용한 가공식품의 원재료가 되어 그와 경제적·산업적으로 관련되어 있는 점, ② 실사용상표들이 사용된 피자, 토스트, 브리또, 또띠아, 왕만두와 대상상표들이 사용된 팝콘스낵, 나쵸, 크림치즈스틱은 모두 밀가루 등을 가공한 음식들로서 식사대용으로 사용되는 점, ③ 밀맥주의 경우 실사용상표들이 사용된 상품들과 짝을 이루어 함께 소비될 것으로 보이고, 그 소비자층이 특정 연령대나 성별로 한정되지 않는 점을 종합하면, 실사용상표들이 사용된 상품과 대상상표들이 사용된 상품은 동일·유사하거나 적어도 서로 밀접한 관련성이 있다

9) 앞서 살펴본 것과 같이, 대상상표 3, 4는 '곰표 오리지널 밀맥주', '곰표 밀눈으로 만든 크림치즈스틱'으로 호칭될 것인데, '오리지널 밀맥주'와 '밀눈으로 만든 크림치즈스틱'은 대상상표 3, 4가 사용된 상품명 또는 그 음식의 종류를 지칭하는 것으로서 식별력이 없거나 미약하여 '곰표'로 불릴 것으로 보인다.

고 봄이 타당하다.

(5) 일반수요자들에게 알려진 정도 및 기타 제반 사정

앞서 "나) 대상상표들이 국내 수요자나 거래자에게 특정인의 상표라고 인식될 수 있을 정도로 알려져 있는지 여부" 부분에서 구체적으로 보았듯, '곰표'는 밀가루와 같은 음식의 재료가 되는 가루 분야에서 피고의 영업이나 상품표지로서 국내에 널리 인식되었고, 대상상표 3 내지 7 역시 기존의 인지도를 기반으로 단기간 내에 국내 수요자들에게 피고의 상품표지로서 인식되었을 것으로 보인다.

한편 원고와 피고가 원고의 등록상표 3건에 관한 사용허락계약을 체결한 이후, 원고, 피고, 대상네트웍스가 2022년경 토스트, 부리토, 피자 제품에 관하여 3자 협력 관계에 의한 영업을 하기로 합의한 사실은 당사자 사이에 다툼이 없고, 갑 제38호 증의 기재 및 영상에 의하면, 피고가 2022. 7. 1. 대상네트웍스에 피고의 '곰표 상표 및 로고'에 관한 사용권을 부여하는 내용의 계약을 체결하면서, 그 상표 및 로고를 아래와 같은 디자인 가이드(대상상표 4와 동일한 것으로 보인다)에 맞춰 사용할 것을 요구한 사실도 인정된다.

피고와 대상네트웍스가 체결한 계약서 중 별지 계약상표의 내용		
2. 적용내용 라이선스 상표 디자인 가이드에 맞춘 상표 사용	3. 적용제품 : 밀가루의 1종 및 부리토 5종	

그런데 위와 같은 3자 협력 관계는 2022. 9.경 종료되었고(2026. 7. 7. 자 2회 변론조서 참조), 원고는 3자 협력 관계를 통하여 대상상표들이 가지는 특징을 파악할 수 있었을 것으로 보임에도, 원고의 통상사용권자들은 위 디자인 가이드의 기반이 되는 녹색과 노란색의 색채 조합 및 글자체, 곰의 형상 및 포즈, 제품과의 배치 등 전체적인 구성 및 창작 모티브를 공유하는 실사용상표들을 그 상품에 표시해왔다. 그리고 이는 이 사건 등록상표 또는 원고나 영동식품이 판매하여 오던 국수 등 제품에 오

랜 기간 사용해오던 "  "나 "  "보다는 대상상표들의 외관과 유사하다.

(6) 검토결과

위에서 본 것처럼 대상상표들은 국내 수요자나 거래자에게 특정인의 업무에 관련된 상품을 표시하는 것으로 인식될 수 있는 정도에 이르렀다고 보이는 점, 실사용상표들은 이 사건 등록상표보다도 대상상표들과 유사하게 외관이 변경된 점, 실사용상표들이 사용된 상품과 대상상표들이 사용된 상품들은 동일·유사하거나 밀접한 관련성이 있는 점을 종합하여 보면, 통상사용권자들의 실사용상표들 사용은 수요자로 하여금 통상사용권자들의 상품과 피고의 상품 출처를 혼동하게 한다고 봄이 타당하다.

라) 상표법 제119조 제1항 제2호 본문이 '부정경쟁의 목적'을 요건으로 하는지 여부

원고는, 상표법 제119조 제1항 제2호는 사용권자들이 사회통념상 기존 사업자의 신용에 편승하려는 부정경쟁의 목적이 있는 경우에 한하여 인정되어야 한다고 주장한다.

그러나 상표법 제119조 제1항 제2호는 그 문언상 사용권자들의 '부정경쟁의 목적'을 요건으로 하지 않고, 상표법 제119조 제1항 제1호가 상표권자의 '고의'를 요건으로 하는 것과 달리, '고의'를 요건으로 하지도 않는다. 또한 앞서 본 상표법 제119조 제1항 제2호의 취지를 고려하면 상표법 제119조 제1항 제2호는 사용권자에게 부정경쟁의 목적이 있었는지는 불문하고 위 조항에서 정한 부정사용행위 자체를 규제함으로써 상품거래의 안전을 도모하고 거래자와 소비자의 이익을 보호하며 다른 상표를 사용하는 사람의 영업상의 신용과 권익도 보호하려는 데 그 취지가 있다고 보이므로, 상표법 제119조 제1항 제2호가 '부정경쟁의 목적'을 요건으로 한다고 보기 어렵다.

원고의 이 부분 주장은 받아들이지 않는다.

마) 검토결과

이 사건 등록상표에는 상표법 제119조 제1항 제2호 본문에서 정하는 취소사유가 있다.

나. 상표법 제119조 제1항 제2호 단서 해당 여부

1) 관련 법리

상표권자가 등록상표에 대한 사용권자의 부정사용행위에 대하여 상당한 주의를 하였다고 하기 위해서는 전용사용권자 또는 통상사용권자에게 오인·혼동행위를 하지 말라는 주의나 경고를 한 정도로는 부족하고, 사용실태를 정기적으로 감독하는 등의 방법으로 상표사용에 관하여 전용사용권자 또는 통상사용권자를 실질적으로 그 지배하

에 두고 있다고 평가할 수 있을 정도가 되어야 하며, 그에 대한 입증책임은 상표권자에게 있다고 보아야 한다(대법원 2010. 4. 15. 선고 2009후3329 판결 참조).

2) 인정사실

앞서 든 증거, 갑 제19 내지 21, 37, 39, 40호증, 을 제23, 24호증의 각 기재 및 영상, 변론 전체의 취지를 종합하면, 다음과 같은 사실은 인정된다.

(가) 원고와 가메골푸드, 어심원, 위두케이, 태원물산이 체결한 이 사건 등록상표에 관한 라이선스계약에는 '라이선스 제품의 생산 및 포장, 광고 디자인 등 업무 진행 경과를 상호 공유하고, 원고의 최종 확인을 받아야 함'이 명시되어 있다(각 라이선스계약 제10조 제2항)

(나) 원고는 대상네트웍스, 어심원, 태원물산, C에게 아래 표 기재와 같은 카카오톡 메시지를 발송하였다.

상대방	일시	내용	증거
대상네트웍스	2022. 11. 4.	“디자인적으로 대한제분에서 문제 제기할 것 같아요~ 차라리 수저를 들고 있는. 디자인으로. 변경요청 드리고 조리예시 사진도 변경하시면 좋을듯합니다”	갑 제39호증
	2023. 10. 12.	홍쇼핑과 관련하여 “뒤에 배경이 대한제분 곰표 더군요”, “녹색바탕 노랑색띠도 금지해주세요”라고 말하며 아래와 같은 배경을 사용하지 말 것을 지시 	갑 제20호증

어심원	2023. 8. 25.	“저 띠 형태로는 안됩니다. 자꾸 디자인을 대한제분 비슷하게 가실려고 하는거 같은데”라고 말하며 아래와 같은 포장을 사용하지 말 것을 지시 	갑 제19호증
C	2023. 11. 16.	아래 4개의 포장 중 하단의 실사용상표 3, 4와 유사한 디자인이 영동식품의 컨셉에 맞다는 취지로 지시하는 내용 	을 제24호증
태원물산	2024. 3.경	실사용상표가 사용된 브리또 상품의 위메프 광고와 관련하여, 배경사진에 나타난 아래와 같은 포장재의 디자인이 대상상표 3, 4와 유사함을 지적하며 시정을 요구하는 내용 	갑 제21호증

	2024. 4. 22.	‘곰표’ 브리또 포장재의 디자인 변경을 요청하는 내용	갑 제37호증
--	--------------	-------------------------------	---------

(다) 통상사용권자들이 판매한 제품의 포장지에 표시된 실사용상표 3 내지 7은 원고, 피고, 대상네트웍스의 3자 협력 관계에서 피고가 제시한 디자인 시안이나 대상상표4와 비교하여 ① 곰표 문자를 둘러싼 띠의 형상(직선 → 원형), ② 곰표 문자의 색상(흰색 → 녹색), ③ 곰 도형의 구체적인 형상(곰이 들거나 먹고 있는 식재료)이 변경되었다.

실사용상표 3	디자인 시안(대상상표 4)
	

(라) 영동식품의 직원 D은 2023. 8. 25. 대상네트웍스의 직원 E에게 '곰표 피자' 상세페이지 시안과 관련하여 아래와 같은 내용의 이메일을 발송하였다(을 제23호증).

이메일 내용
1. 식품, 패션, 미용 등 다양한 영역에서 이색 콜라보레이션을 시도하며 뉴트로 열풍을 일으킨 브랜드 곰표 -> 패션, 미용 삭제 2. 뉴트로 트렌드를 선두하며 식품 업계에 신선한 바람을 일으키고 있는 브랜드 곰표 -> 사용 가능 3. 67년 전통의 대상그룹과 70년 역사의 곰표가 만났다! -> 70년 역사 삭제 / 60년 이상으로 표현 가능

(마) 영동식품은 2022. 12. 7.경 F으로부터 '[더그래픽노블스] 브랜드 곰표 패키지

지 비주얼아이덴티티 개발 및 패키지 디자인건 견적서 첨부드립니다'라는 제목의 이메일을 받았는데, 그 본문에는 "프로젝트의 가장 큰 요점은 소비자들에게 익숙한 대한제국의 곰표 비주얼이 아닌 영동식품만의 차별되면서 곰표의 히스토리가 느껴지는 비주얼 아이덴티티를 개발하는것입니다."라고 기재되어 있다(갑 제40호증).

3) 구체적 판단

앞서 본 이 사건 등록상표에 관한 상표 사용허락계약의 내용 및 원고와 통상사용권자들 사이의 메시지 내용에, 실사용상표 3 내지 7은 피고가 3자 협력 관계에서 대상네트웍스에 제시한 디자인시안 또는 대상상표 4의 형상에서 변경된 사실을 더하여 보면, 통상사용권자들의 실사용상표들 사용은 상표권자인 원고의 관리·감독을 벗어난 것이라기보다는 원고의 통제 내지 승인 하의 행위로 평가할 수 있으므로, 이 사건에서 원고가 상표법 제119조 제1항 제2호 단서가 요구하는 상당한 주의를 하였는지는 실사용상표들의 사용태양에 내재한 부정사용의 위험을 원고가 인식·예견하고, 이를 회피하기 위하여 실질적이고 합리적인 조치를 취하였는지 여부를 기준으로 판단할 수 있다.

살피건대 원고는 3자 협력 관계를 통하여 대상상표들의 존재와 그 인지도, 대상상표들의 전체적인 구성 및 창작 모티브를 잘 알고 있었을 것으로 보인다. 원고가 사용권자들로 하여금 대상상표 3, 4나 피고의 디자인시안에서 나타나는 '최상단 노란색, 그 하단의 녹색 직선 띠 및 녹색 직선 띠를 배경으로 하는 흰색 곰표 문자'와 같은 요소를 실사용상표 3 내지 7과 같이 변경하도록 지시하였지만, 그와 같이 변경된 실사용상표 3 내지 7은 여전히 대상상표들의 주된 창작 모티브를 유지하고 있다. 이로써 실사용상표들이 이 사건 등록상표나 원고나 영동식품이 기존에 사용하여 오던



"나 "보다는 대상상표들과 유사해졌음은 앞서 본 바와 같다.

앞서 본 사실에 의하면, 원고는 통상사용권자들로 하여금 주로 '직선 띠'를 사용하지 말라는 취지로 요구하였는데, 이는 수요자들의 혼동 가능성을 우려하였기 때문이라기보다는 피고가 이를 문제 삼을 것을 우려하였기 때문으로 보인다. 원고가 수요자들의 혼동 가능성을 염려하여 통상사용권자들에게 실사용상표들과 같은 방식으로 이 사건 등록상표를 사용하도록 지시하였다고 보더라도, 원고가 그러한 변경에도 불구하고 실사용상표들의 사용이 대상상표들과의 혼동을 일으킬 수 있는지 여부를 검토하기 위하여 구체적으로 어떠한 노력을 하였는지 알 수 있을 만한 자료가 없다.

을 제8호증의 기재에 의하면, 피고는 원고의 통상사용권자들에게 실사용상표 3내지 7과 같은 사용이 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률 제2조 제1호 (가)목의 상품주체 혼동행위 및 (파)목의 성과도용행위에 해당한다는 내용증명을 발송하였으므로, 원고도 그 무렵에는 실사용상표들이 사용된 상품과 대상상표들이 사용된 상품 사이의 혼동 가능성을 현실적으로 인식할 수 있었을 것으로 보이는데, 원고가 이를 알게 된 즉시 통상사용권자들로 하여금 실사용상표들의 사용을 중단하게 하는 등의 조치를 취하였다고 볼만한 자료도 없다.

따라서 상표법 제119조 제1항 제2호 단서에 의하여, 이 사건 등록상표에 상표법 제119조 제1항 제2호 본문의 취소사유가 적용되지 않는다는 원고의 주장은 받아들여지지 않는다.

다. 피고의 이 사건 심판청구가 권리남용에 해당하는지 여부

상표법 제119조 제1항 제2호는 상표권자가 사용권자에 대한 감독의무를 다하지 않은 경우 사용권자에 의한 등록상표의 부정사용행위에 대해서도 그 등록상표를 취소할 수 있도록 함으로써 소비자의 이익을 보호함은 물론 다른 상표를 사용하는 사람의 영업상의 신용과 권익도 보호하려는 데 그 취지가 있는 공익적 규정이다.

또한 ① "(5) 일반수요자들에게 알려진 정도 및 기타 제반 사정"에서 보았듯, 원고는 피고, 대상네트웍스와의 3자 협력 관계가 종료되었고, 실사용상표들이 이 사건등록

상표나 원고나 영동식품이 기존에 사용해오던 '  '나 "  "보다는

대상상표들이나 피고가 제시한 디자인 시안과 유사함에도 통상사용권자들이 실사용상표들을 사용하도록 승인한 점, ② 갑 제9호증의 기재에 의하면 피고가 이 사건 등록상표의 권리범위에 속하는 다수의 상표를 출원하였다고 보이기에는 하나, 상표를 출원하는 행위 자체가 원고에 대한 배신적 행위에 해당한다고 보기는 어려운 점, ③ 피고가 원고의 이 사건 등록상표에 관한 권리를 침해하는 행위를 하였다면, 원고는 별도의 절차를 통하여 이 사건 등록상표에 관한 권리를 행사하여 그 손해를 전보할 수 있는 점, ④ 원고가 주장하는 위와 같은 사정들로 인하여 통상사용권자들의 행위가 정당화될 수 있는 것은 아닌 점을 종합하면, 피고가 상표법 제119조 제1항 제2호에 따라 이 사건 등록상표의 취소를 주장하는 것이 권리남용에 해당한다고 할 수는 없다.

따라서 원고의 이 부분 주장 또한 받아들이지 않는다.

라. 소결론

이 사건 등록상표는 상표법 제119조 제1항 제2호에 해당하므로 그 상표등록이 취소되어야 한다. 이 사건 심결은 이와 결론을 같이하여 적법하다.

4. 결론

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

재판장 판사 김재령

 판사 이지영

 판사 성재혁