



# 포장디자인 디자인보호법상 보호

## Package Design and the Design Protection Law

양 승 태 / 특허청 상표디자인심사정책본부 상표디자인심사정책팀 사무관

### 1. 산업재산권이란?

현대 생활은 많은 인공물로 둘러 싸여 있으며, 우리는 매일 수많은 물품과 관련된 지식재산권을 소비하고 있다.

그 중에는 회화나 음악에 관한 작품도 있고 공업제품도 있다. 우리는 어떤 기계의 발명자, 책의 저자나 음악의 작곡가가 보통 그들의 작품을 소유하고 있으며, 창작자의 권리를 고려하지 않고 마음대로 그들의 작품을 복사하거나 살 수 없다는 것을 어느 정도는 알고 있다. 예컨대, 가구, 벽지 또는 포장용기의 디자인 같은 것들은 어떤 사람이나 조직에 의해 소유되고 있는 것으로 자연스럽게 보여 진다. 매일 우리가 사는 제품들에는 그 제품의 창작에 들어간 시간, 돈, 노력 그리고 지식에 대한 보상으로써 그 창작자에게 지불되는 보상액이 포함되어 있는 것이다.

지식재산권은 이러한 지적 창조의 성과에 대한 권리, 즉 상상력에 대한 권리로서 저작권과 산업재산권으로 구분된다. 저작권은 회화나 음악에 관한 작품 등 인간의 정신적 창작인 사상

이나 감정의 표현을 보호하는 것이고, 산업재산권은 특허, 실용신안, 상표 및 디자인을 보호하는 것이다.

특허는 산업상 이용할 수 있는 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작을 말하며, 지폐위조기, 도박에 필요한 기구, 아편흡입기구 등에 관한 발명 등과 같이 공공의 질서나 선량한 풍속을 문란하게 하고 공공의 위생을 해할 염려가 있는 발명은 특허를 받을 수 없다. 특허는 발명의 대상이 물건에 관한 것이든 방법에 관한 것이든 출원, 등록이 가능하나, 실용신안은 물품의 형상, 구조 또는 조합에 관한 것으로 한정되며 물질이나 조성물, 방법 등에 관한 것은 출원, 등록이 되지 않는다.

디자인은 공업상 이용할 수 있는 물품의 형상·모양·색채 또는 이들을 결합한 것으로서 시각을 통하여 미감을 일으키는 것을 말하며, 상표는 상품을 생산·가공·증명 또는 판매하는 것을 업으로 영위하는 자가 자기의 업무에 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 기호·문자·도형·입체적 형

[그림 1] 산업재산권 제도 목적과 보호 대상 관계



상 등을 말한다.

휴대용 전화기를 사례로 하여 산업재산권 제도의 목적과 보호 대상의 관계를 살펴보면 [그림 1]과 같다.

## II. 디자인권 대상 포장디자인

### 1. 디자인보호법상 디자인

산업상 이용할 것을 목적으로 창작된 디자인은 특허청에 등록함으로써 독점배타적인 디자인권을 발생시켜 재산권으로서 보호받을 수 있다.

디자인보호법은 디자인의 보호 및 이용을 도모함으로써 디자인의 창작을 장려하여 산업발전에 이바지함을 목적으로 한다(디자인보호법 제1조).

즉, 디자인보호법의 보호대상인 디자인은 물품의 미적 외관으로서 수요자의 시각에 호소하여 구매 의욕을 환기시켜 수요를 증대시키는 기능을 가지므로, 이러한 수요증대 기능을 가지는 디자인을 보호하여 그 상품화를 촉진하게 되면 거래가 활발해져 관련 산업의 발전을 가져올 수 있다.

디자인보호법에서 보호하는 디자인은 물품의 형상·모양·색채 또는 이들을 결합한 것으로서



## 특 집

시각을 통하여 미감을 일으키는 것을 말한다.

즉, 디자인 중에서도 물품의 형태에 관한 것만이 디자인보호법의 보호대상이 된다. 이 정의의 규정은 다음과 같이 나누어 생각할 수 있다.

- 가. 디자인은 물품에 관한 것이어야 한다.
- 나. 디자인은 형상·모양·색채 또는 이들의 결합에 관한 것이어야 한다.
- 다. 디자인은 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것이어야 한다.

디자인은 물품과 불가분의 관계이며, 물품을 떠나서는 존재할 수 없다. 즉, 창작된 도안을 보호하는 것이 아니라, 그 도안이 적용된 물품을 보호한다.

디자인보호법상 물품이란 “독립성이 있는 구체적인 유체동산”을 의미하고, 부동산, 열, 기체, 액체, 전기 등과 같이 형체가 없는 것, 설탕 등과 같은 분산물, 미산물 및 물품자체의 고유형태가 아닌 것(예 : 손수건을 접어서 꽃모양으로 만든 것)은 디자인보호법상 물품에 해당하지 않는다.

또한, 디자인은 형상, 모양, 색채 또는 이들의 결합에 의한 것이어야 한다. 형상(Shape)이란 ‘공간을 점하고 있는 물품의 형체, 물품을 구성하고 있는 입체적 윤곽’을 말하고, 모양(Pattern)이란 ‘물품의 외관에 나타나는 선도, 색호림, 색구분 즉, 무늬’를 말하며, 색채(Colour)란 ‘시각을 통하여 식별할 수 있도록 물품에 채색된 빛깔’을 말한다.

디자인은 인간의 육안으로 식별할 수 있는 것만을 대상으로 한다.

시각 이외의 감각에 의하여 인식 가능한 것, 육안으로는 식별할 수 없는 것, 외부에서 볼 수 없는 것은 디자인보호의 대상이 될 수 없다.

디자인은 미감을 일으키는 것이어야 하나, 미감의 의미는 주관적인 가치판단이 개입되므로 명확한 판단기준을 세우기는 어렵다. 따라서, 심사 실무에 있어서는 고도의 심미성에 대한 판단보다는 아름다움을 느낄 수 있을 정도의 형태적 처리가 된 것이면 심미감이 있는 것으로 보고 있다.

## 2. 물품 분류와 포장 디자인

### 2-1. 물품의 분류

특허청은 출원인의 편의를 제고 및 심사의 신속성과 공정성을 제고하기 위하여 디자인보호법 시행규칙에 물품의 구분을 정하고 있다. 디자인 등록출원서의 물품명칭은 디자인보호법 시행규칙의 물품의 구분에 의거 기재하여야 하며, 특허청은 출원된 디자인의 물품명칭이 디자인보호법 시행규칙의 물품의 구분에 따라 적정하게 기재되어 있는지 여부를 심사한다.

디자인보호법상 『물품의 구분표』는 특허청 자체의 내규적 사항에 관한 것으로 기본적으로 법규적 사항은 아니며, 단지 사무적 성격만을 가진다.

대법원 판례는 ‘물품의 동일성 여부는 물품의 용도, 기능 등에 비추어 거래 통념상 동일 종류의 물품으로 인정할 수 있는지 여부에 따라 결정하여야 할 것이고, 의장법 시행규칙 소정의 물품 구분표는 의장등록사무의 편의를 위한 것으로 동종의 물품을 법정한 것은 아니다’라고 판시하고 있다(대법원 1992. 4. 24. 선고, 91후1144

판결 참조).

물품분류의 기본 원리는 물품의 용도개념을 주로 하고 필요에 따라서 기능개념 사용하고 있으며, 물품의 세부 전개가 필요한 경우에는 형태개념을 사용한다.

분류의 구성은 군, 대분류, 중분류, 소분류 디자인보호법상 물품의 분류는 13개 군, 73개 대분류, 458개 중분류, 3,380개 소분류를 정하고 있고, 필요에 따라 소분류의 하위에 형태분류를 설정하고 있다. 군은 분류의 최상위 개념으로 물품의 분야에 따라 구별하고, 그 배열은 소비재에서 생산재 분야로 나열되어 있으며, 알파벳순으로 A~N까지 13개 물품군으로 구성한다. 디자인보호법상 군 명칭은 [표 1]과 같다.

대분류는 13개 군을 다시 용도별로 나누는 것으로 각 군에 한자리 숫자(0~9)를 추가하여 총 73개의 대분류로 구분하여 구성한다.

예를 들면, F군에 있어서 F0는 기타의 사무용품 및 판매용품, F1은 교습구, 서화용품 등, F2는 필기구, 사무용구 등, F3는 사무용지제품, 인쇄물 등, F4는 포장지, 포장용용기 등, F5는 광고용구, 표시용구 및 상품진열용구로 구분한다.

중분류는 대분류 내의 물품을 포괄명칭별로 구분하고, 분류표상에서 □내에 표기한다. 예를 들면, F4군의 하위에 F4-50(포장용 용기), F4-

90(포장지, 포장용용기 등 부품 및 부속품)으로 구분한다.

소분류는 중분류 내의 물품을 단위물품별로 구분하고, 5자리이내의 숫자로 구성한하며, 달리 분류되지 않는 기타의 단위물품의 기호는 0으로 시작하고 물품의 부품 및 부속품을 9로 표기한다. 예를 들면, F4-510(포장용병(細口)), F4-531(들손잡이부착포장용상자)로 구분한다.

## 2-2. 포장디자인 물품 분류 및 출원·분쟁 통계

포장(包裝)이란 '물품을 수송·보관함에 있어서 가치 및 상태를 보호하기 위하여 적절한 재료나 용기 등을 물품에 시장(施裝)하는 기술 및 상태'를 말한다. 포장디자인은 디자인보호법상 『물품 분류표』의 F4(포장지, 포장용 용기 등)군에 주로 속한다.

특허청 2006년 통계연보에 의하면, 2004년도 디자인 출원 건수는 총 42,879건으로 1위 중국(11만 여건), 2위 독일(4만8천 여건)에 이어 세계 3위를 기록하였고, 포장디자인이 속해있는 F4(사무용품 및 판매용품)군은 총 4,378건으로 13개 군 전체에서 10.2%를 차지하고 있다.

디자인 심판 청구건수는 2005년 총 326건이고, 이 중에서 포장디자인이 속해있는 F4(군)은 총 38건의 심판이 청구되었다.

[표 1] 디자인보호법상 군 명칭

A : 제조식품 및 기호품	G : 운수 또는 운반기계
B : 의복 및 신변품	H : 전기전자기계기구 및 통신기계기구
C : 침구, 조리용구 등 생활용품	J : 일반기계기구
D : 주택설비용품	K : 산업용기계기구
E : 취미오락용품 및 운동경기용품	L : 토목건축용품
F : 사무용품 및 판매용품, 광고용구	M : 직물지 등 기타의 기초제품
	N : 타군에 속하지 않는 기타의 물품



# 특 집

[표 2] 포장디자인 물품 분류 및 구분

분 류		물품의 구분
대분류	소분류	
★(F4) 포장지, 포장용용기 등	(F4-10) 포장지 등	포장지, 포장용 플라스틱필름, 포장용 판지, 포장용 골판지, 포장용 발
	(F4-20) 표딱지	표딱지, 포장용 봉합지, 포장용 팻말
	(F4-30) 포장용대지	포장용 대지(台紙), 포장용포대의 입구, 봉합지
	(F4-40) 포장용 포대	포장용 포대, 포장용 망포대
	(F4-50) 포장용 용기	포장용 접시, 포장용 강통, 포장용 상자, 포장용 병, 포장용 통, 포장용 나무통, 포장용 바구니, 포장용 파우치, 포장용 드럼, 포장용 술통, 포장용 간장통, 포장용 약품통, 포장용 가스용기, 포장용 병운반상자, 포장용 강통의 꼭지쇠, 포장용 강통의 뚜껑, 식품포장용 용기, 화장품포장용 용기, 포장용 튜브, 포장용 튜브압출구, 포장용 앰플, 포장용 가스용기의, 덮개, 병캐리어, 포장용 가스용기의 보호대
(F4-90) 포장지 포장용기 등의부품 및 부속품	포장용테, 포장용 테이프, 포장용 중간칸막이, 포장용 병의 연결구, 포장용 와이셔츠, 칼라테, 포장용 두루마리심, 포장용 용기의 뚜껑 병마개, 포장용 용기의 마개, 포장용 용기의 주출, 마개, 포장용 강통의 꼭지쇠, 포장용 강통의 뚜껑, 포장용 완충재, 포장용 결속재, 포장용 들손잡이, 포장용 장식구, 포장용 리본	

## III. 포장디자인 출원 · 등록

### 1. 의의

우리나라 디자인보호법은 디자인권 발생의 전제조건으로 그 디자인이 등록될 수 있는 법정요건을 구비하고 있는 여부에 대하여 실질적인 심리를 거쳐야 하는 심사주의와, 유행성이 강하여 조기에 권리 부여의 필요성이 큰 일부 품목의 디자인에 대하여 방식 요건과 실체적 요건의 일부 사항만을 심리하여 등록을 허용하는 무심사

주의를 병존시키고 있다.

디자인보호법상 『물품의 구분』 중 유행성이 강한 디자인으로서 일정한 물품에 대해서는 반드시 디자인무심사등록출원으로만 출원을 할 수 있다(디자인보호법 제9조 제6항).

디자인무심사등록출원을 하여야 하는 물품은 『물품 구분표』에서 B1(의복), C1(침구, 마루 깔개, 커튼 등), F4(포장지, 포장용 용기 등), F3(사무용지제품, 인쇄물 등), M1(직물지, 판, 끈 등)에 속하는 물품에 한한다(디자인보호법 시행규칙 제9조 제3항 및 별표 4 물품 구분표).

따라서 F4(포장지, 포장용 용기 등)에 속하는

[표 3] F4(사무용품 및 판매용품) 연도별 출원건수

구 분	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
전체출원건수	25,155	34,589	35,678	38,522	39,952	39,346	42,879
F. 사무용품 및 판매용품 (비율)	3,182 (12.6%)	4,105 (11.9%)	4,255 (11.9%)	4,670 (12.1%)	5,286 (13.2%)	4,301 (10.9%)	4,378 (10.2%)

포장디자인은 디자인무심사등록출원의 대상이 된다. 그러나 포장용기라 하더라도 심사대상 물품과 무심사 대상 물품이 모두 명확하게 구분되는 아님을 주의하여야 한다. 예컨대, 화장품 용기의 경우 마스크라 용기와 같이 기능성이 있는 물품은 『물품 구분표』상의 B7(화장용구 및 이용용구)에 속하나, 로션용기와 같이 기능이 없어 어떤 내용물이라도 담을 수 있는 것은 F4(포장지, 포장용기구등)에 속하게 된다. 심사와 무심사의 구체적 구별 예는 [표 6]과 같다.

## 2. 디자인 무심사 등록출원

디자인무심사등록출원(포장디자인)은 20개 이내의 디자인을 1디자인등록출원으로 할 수 있

다. 복수디자인등록출원을 할 수 있는 범위는 디자인보호법상의 『물품 구분표』에서 분류(대분류)가 동일한 것에 한한다.

복수디자인등록출원을 하고자 하는 자는 기본디자인과 함께 그 기본디자인에 속하는 유사디자인을 함께 출원할 수 있다. 디자인무심사등록출원을 하는 경우에는 출원서에 복수디자인등록출원 여부 및 디자인의 수를 기재하여야 하고, 디자인의 일련번호, 단독디자인 또는 유사디자인 출원여부, 기본디자인의 표시, 디자인 창작자의 성명 및 주소, 우선권 주장 여부 등을 기재하여야 한다(디자인보호법 제9조 제5항).

출원서 등 각종 서식은 『특허청 홈페이지(<http://kipo.go.kr>) > 전자민원창구 > 민원사무 및 서식 > 민원서식』에서 다운로드 받을 수 있으

[표 4] 물품군별 분쟁 건수

군	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	총합계
A	1	1	1	1		4	3	1	5	1	1	19
B	32	18	56	66	51	68	37	45	72	50	20	514
C	43	55	90	90	86	63	90	92	76	59	37	781
D	13	52	78	82	109	72	53	70	88	106	54	777
E	16	25	17	19	15	16	16	8	14	24	18	188
F	28	40	37	45	53	46	41	56	75	39	38	455
G	24	16	37	37	35	14	27	21	37	53	19	320
H	35	38	39	44	55	40	33	43	45	45	25	437
J	18	40	36	27	28	37	29	31	22	15	13	296
K	52	45	45	63	69	56	62	44	34	32	19	521
L	53	45	58	78	86	59	76	99	71	82	860	767
M	23	10	18	40	42	33	60	57	57	72	22	434
총합계	338	360	511	592	629	508	527	567	596	575	326	5,548

[표 5] 디자인 침해 현황(KOTRA)

(단위 : 건)

구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005. 08	계
디자인	3	4	4	1	2	7	21



# 특 징

[표 6] 심사와 무심사의 구체적 구별 예

<p>① 식품용기</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 용기자체가 거래의 대상이 되는 것(반찬통, 김치통) — 심사</li> <li>· 내용물이 담겨진 상태에서 거래되는 것(고추장용기) — 무심사</li> </ul> <p>② 화장품용기</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 기능이 있는 것(마스카라용기) — 심사</li> <li>· 기능이 없이 어떤 내용물이라도 담을 수 있는 것(로션용기) — 무심사</li> </ul> <p>③ 스티로폼용기</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 운반상자, 운반용기 (생선상자) — 심사</li> <li>· 포장용기(전자제품 포장용기) — 무심사</li> </ul>
---

<p>물품명 : 화장품용기 분류기호 : B7-010</p>	<p>물품명 : 화장품용기 분류기호 : F4-510B</p>	<p>물품명 : 식품용기 분류기호 : C5-320</p>	<p>물품명 : 포장용기 분류기호 : F4-50B</p>
<p>물품명 : 콤팩트 분류기호 : B7-011</p>	<p>물품명 : 화장품용기 분류기호 : F4-620</p>	<p>물품명 : 운반상자 분류기호 : G1-50</p>	<p>물품명 : 포장용상자 분류기호 : F4-54</p>
<p>물품명 : 향수병 분류기호 : B7-012</p>	<p>물품명 : 화장품용기 분류기호 : F4-510A</p>		

며, 디자인등록출원시 구비서류는 다음과 같다.

① 출원서 1통

② 도면(사진 또는 견본 제출 가능) 1통

· 기재사항 : 디자인의 대상이 되는 물품, 디자인의 설명 및 창작내용의 요점, 디자인의 일련 번호(복수 디자인등록출원하는 경우)

· 도면은 정투상도법에 의한 사시도와 6면도를 동일축적으로 도시

③ 기타

- 대리인의 경우 대리권 증명서류 1통

- 미성년자 등 무능력자가 법정대리인에 의하여 출원하는 경우 주민등록등본 또는 호적등본 1통

※ 특허청 주소 : · 302-701, 대전광역시 서구 둔산동 920번지 대전정부청사 4동 특허청  
디자인등록출원서에는 정당한 물품의 명칭을

[표 7] 디자인 설명법

<p>(디자인의 대상이 되는 물품) 주전자</p> <p>(디자인의 설명) 1. 재질은 금속재 및 플라스틱재 2. 주전자 전면에 삼각돌조를 형성한 것을 요지로 함</p> <p>(디자인 창작내용의 요점) 본원 주전자 디자인은 종래 주전자 몸체의 형상인 직선면의 몸체 또는 곡면의 몸체의 단순한 형상을 탈피하여 상협하광의 안정된 형태를 취하면서 토출구를 제외한 주전자 몸체 외주면에 동심원상으로 삼각 돌조를 형성하여 안정감과 입체감을 부각시킨 것을 창작 내용의 요점으로 함</p> <p>(사시도), (정면도), (배면도), (좌측면도), (우측면도), (평면도), (저면도), (참고도) (도면 생략)</p>
---

기재하여야 한다. 즉, 디자인보호법 시행규칙에서 정하는 『물품 구분표』상의 물품 명칭을 기재하거나, 이에 명시되지 않는 명칭은 그 디자인을 인식하는데 적합한 명칭을 기재하고, 물품의 용도가 명확히 이해되고 보통 사용하는 명칭 기재하여야 한다. 다만, 물품의 일반화된 명칭이 없고 그 명칭이 물품의 용도를 최소단위로 표현한 것이면 가능하다. 예컨대, 건축용부재는 정당한 명칭으로 볼 수 없고, 창틀용 부재와 같이 더 세분화하여 표현해야 한다. 또한, 디자인의 물품명에 2이상의 물품명을 병렬하여 표기하면 안된다. 예를 들면, 병과 병마개, 라디오 겸용 시계와 같이 표기하는 것은 허용되지 않고, 시계가 부설된 라디오, 볼펜이 부설된 라디오와 같이 표기하여야 한다.

입체를 표현하는 도면은 사시도와 정투상도법에 의하여 각도(各圖)를 동일 축적으로 작성한 정면도·배면도·좌측면도·우측면도·평면도 및 저면도(이하 “6면도”라 한다)를 하나의 디자인

인도로 하고, 사시도의 디자인과 6면도의 디자인은 동일하게 도시하여야 한다.

포장디자인 도면작성시 특히 주의하여야 할 사항은 다음과 같다.

- ① 형상, 모양 등이 정교하여 정확히 표현이 어려운 부분은 부분확대도 또는 단면도를 첨부하여야 한다.
- ② 투명한 부분이 결합되었을 때는 보이는 대로 작도하고 디자인의 설명란에 투명한 부분의 범위를 명시하여야 한다.
- ③ 동일한 형상이 반복되는 경우 생략도법을 활용할 수 있다.
- ④ 사진으로 촬영할 경우 반사광 및 음영 등을 삭제하여야 하며, 단면도, 확대도가 필요한 디자인은 도면으로 작성하는 것이 바람직하다.

디자인무심사등록출원료는 1디자인마다 전자출원 45,000원, 서면출원 55,000원이고 우선권 주장이 있는 경우 1우선권주장마다 20,000원을 납부하여야 한다. 디자인무심사등록료는 최초



## 특 집

1~3년분(매년 1디자인마다 25,000원씩 75,000원)을 등록시에 한꺼번에 납부하고 4년 차 이후에는 매년 또는 수 년분을 한꺼번에 납부할 수 있다.

개인, 소기업은 70% 감면받을 수 있고, 중기업 등은 50% 감면을 받을 수 있다(사업자 등록증 사본 등 입증서류 제출 필요).

### 3. 포장디자인 등록요건

F4(포장지, 포장용 용구등)에 속하는 포장디자인은 디자인무심사등록출원의 대상이다. 따라서, 디자인등록출원에서 요구하고 있는 실제적 심사사항인 신규성, 창작성, 선원주의 등 규정은 적용되지 않는다.

그러나, 디자인무심사등록출원이라 하더라도 디자인등록을 받기 위해서는 다음과 같은 최소한의 등록요건은 갖추어야 한다(디자인보호법 제26조 제2항).

#### ① 지정된 물품에 해당할 것

디자인보호법상『물품 구분표』의 F4(포장지, 포장용 용구등)는 디자인무심사등록출원 대상 물품에 해당한다.

② 디자인등록출원에 필요한 방식을 갖추고 있을 것 출원인의 절차능력, 대리권의 범위, 정확한 출원서 작성, 수수료 납부와 같은 형식요건을 충족해야 한다.

③ 디자인의 성립성과 공업성을 갖추고 있을 것 디자인무심사등록출원의 경우에도 물품성, 형태성, 시각성, 심미성 등 디자인의 성립요건과 공업상 이용가능성을 충족해야 한다.

따라서, 디자인의 성립요건을 흠결하거나 공

업적 생산방법에 의하여 물품이 양산될 수 없는 경우 또는 도면상 구체적인 디자인으로 인정하기 어려운 경우에는 디자인등록을 받을 수 없다.

④ 국기, 국장 등과 동일, 유사한 디자인, 공서양속을 문란하게 할 염려가 있는 디자인, 물품의 기능을 확보하는데 불가결한 형상만으로 된 디자인은 등록받을 수 없다.

⑤ 그 밖에, 디자인보호법 제10조(공동출원 규정), 제12조(한별물품의 디자인) 등의 요건을 충족하여야 한다.

### 4. 이의신청

무심사로 등록된 디자인권중에는 실제적 등록요건이 결여된 디자인이 다수 존재할 가능성이 있으며, 이러한 부실권리를 많은 비용과 장기간의 처리기간이 소요되는 심판이나 소송절차에 의하지 아니하고 간편한 행정절차에 의하여 등록을 취소시킬 수 있도록 하고 있다.

디자인무심사등록 이의신청은 등록된 디자인에 대하여 등록취소를 구하는 것이므로 디자인무심사등록시 등록요건 뿐만 아니라, 신규성, 창작성, 선출원 등 실제적 요건에 대하여 이의신청을 제기할 수 있다.

즉, 디자인무심사등록 이의신청 사유는 기본적으로 등록디자인 무효사유와 동일하다(디자인보호법 제29조의2 제1항).

무심사로 등록된 디자인권에 대하여는 누구든지 등록후 3월 이내에 이의신청을 할 수 있으며, 이의신청제도는 이미 설정된 디자인권에 대한 취소여부를 결정하는 중요한 사안이므로 공정성 확보를 위해 심사관 3인의 합의체에서 결정하도록

록 하고, 이의신청이 이유가 있다고 인정될 때에는 합의체의 취소결정으로 등록디자인권을 조기에 취소할 수 있다.

## V. 디자인권 효력 및 침해 대응

### 1. 디자인권 효력

디자인보호법 제41조는 디자인권자는 업으로서 등록디자인 또는 이와 유사한 디자인을 실시할 권리를 독점한다고 규정하고 있다.

여기서, '업으로서' 라는 것은 꼭 영리를 목적으로 실시하는 것만을 의미하는 것은 아니며, 반복 계속해서 행하여지는 것은 모두 포함한다.

즉, 개인적으로 일시적, 일회적으로 실시하는 것은 제외한다.

또한, "실시"란 "디자인에 관한 물품을 생산, 사용, 양도, 대여 또는 수입하거나 그 물품의 양도 또는 대여의 청약을 하는 행위"를 말한다.

디자인권의 효력은 등록디자인과 동일한 디자인뿐만 아니라 이와 유사한 디자인에 미친다.

디자인권의 효력이 유사한 디자인에까지 미치는 것은 특허·실용에서의 기술적 사상과 달리 디자인이 동일한 경우에 한정할 경우 그 보호대상이 극히 협소한 것이 되어 제도의 목적을 달성할 수 없게 되기 때문이다.

따라서, 디자인이 표현된 물품과 그 형태적 본질에 있어서 공통적인 동질성을 가지고 있어서 외관상 서로 유사한 미감을 일으키는 범위에 대해 "유사"라는 개념을 정립하고 이 범위도 보호의 대상으로 하고 있다.

다만, ① 연구 또는 시험을 하기 위한 등록디

자인의 실시, ② 국내를 통과하는데 불과한 선박·항공기·차량 또는 이에 사용되는 기계·기구·장치 기타의 물건, ③ 디자인등록출원시부터 국내에 있는 물건에는 디자인권의 효력이 미치지 않는다.

### 2. 디자인 침해 대응

타인이 정당한 권리나 이유없이 등록디자인 또는 이와 유사한 디자인을 업으로서 실시하는 경우 디자인권의 침해를 구성한다.

이 경우 디자인권자는 금지청구권, 손해배상청구권, 부당이득반환청구권, 신용회복조치를 취할 수 있으며, 고의로 디자인권을 침해하는 자에 대하여는 침해죄로 형사 고소하여 제재를 가할 수 있다.

즉, 디자인권 침해의 경우 디자인권자는 민·형사상 침해소송을 제기할 수 있으며, 침해여부 판단은 전적으로 법원의 관할이다.

디자인권자 또는 이해관계인은 법원의 소송 등과는 별도로 타인이 실시하고 있는 디자인이 등록디자인의 권리범위에 속하는 지 여부를 확인하기 위해 특허심판원에 권리범위확인심판을 청구할 수 있다(디자인보호법 제69조). 소송절차에 있어서 필요하다고 인정된 때에는 법원은 디자인권에 관한 심결이 확정될 때까지 그 소송 절차를 중지할 수 있다.

그러나, 권리범위확인심판의 심결은 법원의 침해여부 판단에 법률적인 구속력은 없으며, 단지 사실적인 구속력만을 인정받을 수 있을 뿐이다.

등록디자인의 보호범위는 디자인등록 출원서



## 특 집

의 기재사항 및 그 출원서에 첨부한 도면, 사진 또는 견본과 도면에 기재된 디자인의 설명에 표현된 디자인에 의해 정해진다(디자인보호법 제 43조).

침해여부는 등록디자인의 보호범위, 즉 등록디자인의 출원서(등록원부 및 등록공보)의 기재사항, 도면, 사진 또는 견본과 도면에 기재된 디자인의 설명에 표현된 디자인과의 동일·유사여부에 의해 판단한다. 디자인의 동일·유사여부 판단은 물품의 동일·유사여부 판단을 전제로 하고, 물품의 동일·유사는 물품의 용도 및 기능에 따라 판단한다.

한편, 디자인권자의 경고장 등 권리주장을 받은 자는 등록디자인 또는 이와 유사한 디자인의 실시행위가 정당한 이유가 있거나 침해행위를 한 사실이 없는 경우에는 권리자에게 그러한 취지의 회신을 보내고(내용증명), 소송제기시 법원에 침해주장을 반박하는 답변서를 제출한다.

또한, 실시행위가 디자인권의 권리범위에 속

하지 않는다는 전문가의 감정서를 제출하거나 특허심판원에 권리범위확인심판을 청구하고 그 취지를 법원에 제출한다.

디자인권에 무효사유가 있는 경우에는 특허심판원에 무효심판을 청구하거나, 법원에 그 취지를 주장하여 침해의 성립을 부정할 수 있다. 물론 디자인권자의 권리주장이 정당하다고 판단되는 경우에는 즉시 실시행위를 중지함과 동시에 그 사실을 통보하고 적당한 조치를 강구해야 한다.

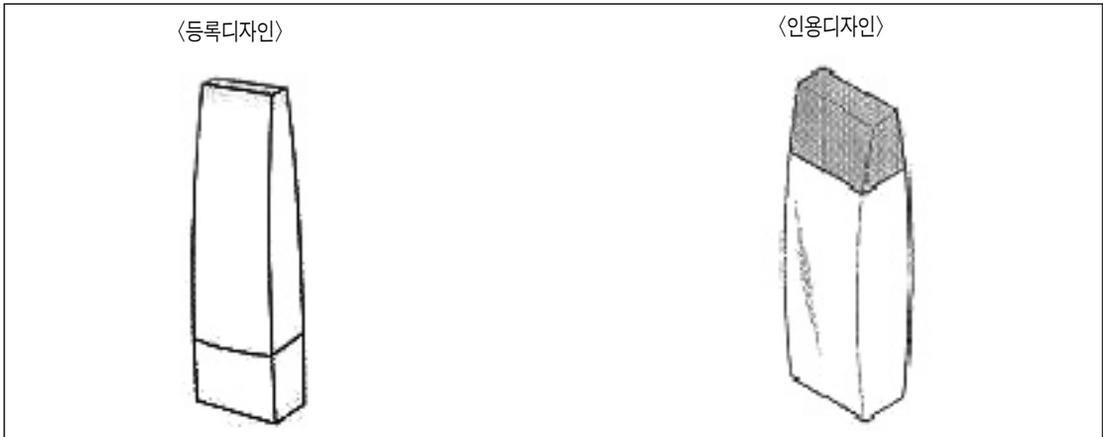
침해금지의 경고를 받 경우 디자인권자 또는 전용실시권자에게 실시권을 허락해 줄 것을 요청하여 실시권 계약을 체결하거나 디자인권 자체를 양수하여 사태를 근본적으로 해결하는 방안을 강구할 수 있다.

특허사무소 목록은 특허청 홈페이지 관련사이트 [http://www.kipo.go.kr/kpo2/user.tdf · a=user.html.HtmlApp&c=9112&catmenu=m10\\_08\\_02\\_02](http://www.kipo.go.kr/kpo2/user.tdf? a=user.html.HtmlApp&c=9112&catmenu=m10_08_02_02)에서 확인하거나, 대한변리사회 (<http://www.kpaa.or.kr>) 회원검색 홈페이지 주소

[그림 2] 포장디자인 관련 판결 사례 I



[그림 3] 포장디자인 관련 판결 사례 II



[http://www.kpaa.or.kr/about/search\\_01.asp](http://www.kpaa.or.kr/about/search_01.asp)에서 검색할 수 있다.

### 3. 최근 주요 판결례(2000년 이후)

1) 특허법원 2002. 7. 19. 선고 2002허796  
 등록디자인과 인용디자인에 있어서, 뚜껑 본체, 배출 구멍 및 덮개 등의 기본적 구성과 뚜껑 본체의 상부 경사면 및 하부 돌기면 등의 형상과 모양은 기능적 필요에 따른 것으로서 지배적 특징이 된다고 할 수 없고, 양 디자인은 위에서 본 바와 같은 뚜껑 본체, 배출 구멍 및 덮개의 형상과 모양의 차이로 인하여 보는 사람으로 하여금 느끼게 하는 시각적 인상과 심미감이 서로 달라 유사하지 아니한 의장이다[그림 2].

2) 특허법원 2002. 7. 19. 선고 2001허4968  
 이 사건 등록디자인은 몸체의 하부에 위치한 뚜껑 부분이 몸체와 색채의 구분이 없고, 뚜껑 부분의 측면 폭이 상·하 거의 차이가 없는 형태인 반면, 인용디자인은 뚜껑이 몸체의 상부에 있

으면서 본체 부분과 구분되는 불투명한 색으로 되어 있으며, 뚜껑 부분의 측면의 폭이 상부는 좁고 하부는 넓은 형태이다.

평면도 및 저면도상 이 사건 등록디자인은 정면과 후면의 폭이 양측에서 중앙으로 갈수록 불룩하게 솟아 나온 형상인 반면, 인용디자인은 정면과 후면이 직사각 형상으로 되어 있다.

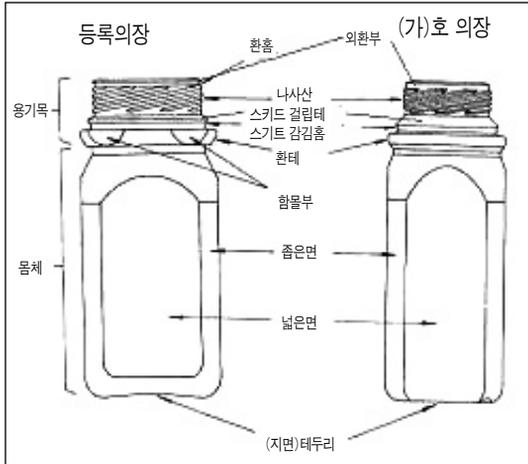
이 사건 등록디자인과 인용디자인은 일반 수요자의 주의를 끄는 지배적인 특징인 뚜껑과 몸체의 배열 관계 및 색채에 의한 구성 부분의 구분 여부 등에 있어서 상이하므로 전체적인 심미감이 서로 다르다[그림 3].

3) 특허법원 2001. 10. 19. 선고 2001허4036  
 양 디자인은 [그림 4]에서 보는 바와 같이 모두 몸체 부분, 용기목 부분으로 구성되어 있는 바, 그 중 몸체 부분의 형상은 서로 유사하다.

용기목 부분에 관하여 보면, 나사산 부분은 양 디자인이 유사하나, 이 사건 등록디자인의 최상단의 외환부는 그 상단부분이 외측으로 돌출되어 있고 그 하부에 환홈이 형성되어 있으나,



[그림 4] 포장디자인 관련 판결 사례 III



(가)호 디자인은 최상단의 외환부에 외측으로 돌출된 부분이나 환흡이 형성되어 있지 않아 차이가 있다.

따라서 이 사건 등록디자인이 그 출원 전에 각 공지된 구성부분을 조합한 디자인이어서 그 유사범위가 극히 제한된다는 점을 감안하면, (가)호 디자인은 이 사건 등록디자인과 같은 차이가 있어 보는 사람이 전체적으로 느끼는 미감에 차

이가 있다고 할 것이므로 이 사건 등록디자인과 동일, 유사하다고 할 수 없다(그림 4).

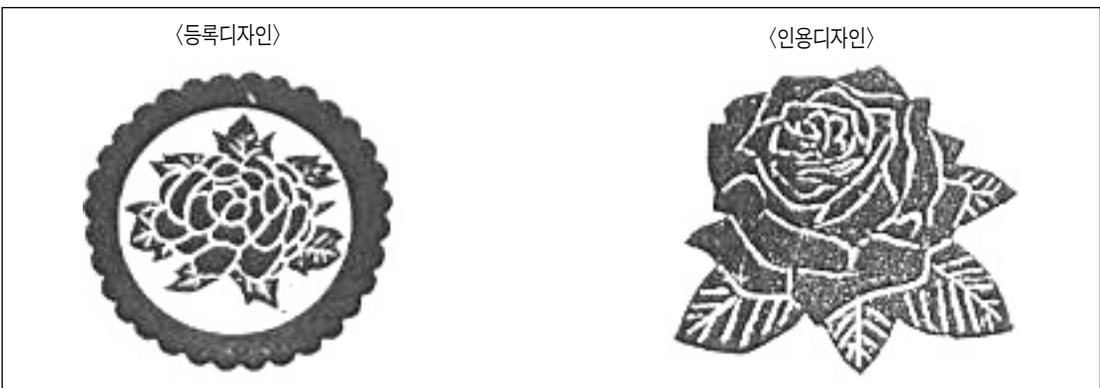
4) 특허법원 2001. 6. 22. 선고 2001허485

이 사건 등록디자인의 대상이 되는 물품은 종이 등으로 된 표딱지로서 나프탈렌이 밀봉된 포장지에 부착하여 사용하는 것이고, 인용디자인은 방습제, 방충제, 살충제, 방취제, 방부제, 모기향, 쥐약의 포장 등에 표시되는 상표이므로 사회 통념상 양 디자인의 대상 물품 내지 구체적인 사용태양은 유사하다.

두 디자인의 형상 및 모양을 전체적으로 대비 관찰하면, 양 디자인은 피어 있는 꽃 한 송이의 모양을 주된 구성요소로 하고 있는 점에서 유사하지만, 구체적인 꽃 모양이 다를 뿐 아니라 이 사건 등록디자인은 꽃송이의 둘레에 거의 같은 간격으로 배열된 7개의 잎사귀, 그 외곽에 가장자리가 불룩하게 구성된 원형의 테두리가 결합된 구성인 반면, 인용디자인 1은 꽃송이 하단에 4개의 잎사귀가 있고 이 사건 등록디자인에서와 같은 원형의 테두리는 없는 구성이다.

이와 같은 차이로 인하여 이 사건 등록디자인과

[그림 5] 포장디자인 관련 판결 사례 IV



인용디자인 1은 일반 수요자들이 느끼는 심미감과 시각적 인상이 서로 다른 디자인이다(그림 5).

## VI. 디자인 권리화 중요성

예술이나 디자인 감각이 유난히 뛰어났던 우리 조상들의 지혜에도 불구하고, 우리나라 디자인 산업은 세계적인 수준에서 한참 뒤져 있다.

소비자가 시장을 리드하는 21세기에는 감성에 근거한 디자인이 최고의 경쟁력 원천이 될 것이라고 한다. 상품과 서비스를 제공하는 기업은 디자인에 대한 투자와 마인드를 높여야만 생존할 수 있다.

디자인은 제품경쟁력을 제고시키는 핵심수단이며, 저비용으로 단기간내에 고부가가치를 창출할 수 있는 기업경영의 핵심분야로 평가받고 있다.

예전엔 더럽고, 힘들고, 위험하다고 하여 '3D'를 기피했지만 이제는 '3D'만이 우리의 살길인 시대가 되었다.

바로 디자인(Design), 디지털(Digital), 디엔에이(DNA)로 대표되는 고부가가치 지식산업에서 새로운 성장엔진을 발굴해야 한다는 것이다.

디자인은 단순한 형상이나 모양은 아니다. 디자인은 창조적인 변화의 산물이며, 그 시대의 기술과 문화를 담은 그릇이다. '같은 값이면 다홍치마'라는 말이 있다.

그 의미를 디자인 측면에서 새겨보면 '잘 디자인된 제품은 잘 팔린다. 아름다우면 잘 팔린다'라는 뜻으로 풀이될 수 있다.

기업은 기업경쟁력을 높이기 위하여 최고경영자의 디자인 마인드가 형성되어야 하고, 세계 최고수준의 제품을 만들겠다는 도전정신과 일류정

신을 갖는 기업문화를 조성해야 할 것이다.

디자인출원이 매년 5~6% 이상 증가하면서 우리나라는 세계 4위의 디자인출원대국으로 부상하였다.

디자인은 이제 가장 강력한 상품경쟁력으로 자리매김하게 되었고 디자인 창의성에 대한 디자인어의 재산권도 적극적으로 보호되고 권리를 찾을 시점이 되었다.

그러나, 디자인의 권리화에 대한 인식은 아직도 미약한 것으로 나타나고 있다. 2005년 한국디자인진흥원 자료에 따르면, 2005년 '대한민국산업디자인전람회'에 출품되어 수상된 512건의 디자인 중 단 1건만이 특허청에 디자인 권리화를 시도하기 위해 출원된 것으로 나타났다.

또한 2005년 산업디자인협회에 의해 수상된 '한국산업디자인상' 수상작 25개 중 40%(10개)가 특허청에 디자인 출원을 하지 않은 것으로 나타났다.

심혈을 기울여 창작한 디자인이 디자인권이라는 울타리를 획득하지 못하고 일반인에게 공개됨으로써 모방 디자인을 막을 수 있는 법적 장치를 상실하게 된 것이다.

디자인보호법은 창작된 디자인을 특허청에 출원하기 전에 간행물에 게재하거나 제품을 생산하거나 박람회출품하는 경우에는 늦어도 이로부터 6개월 내에 출원하지 않으면 창작 디자인의 신규성이 상실되었다고 판단하여 사후에 디자인권을 주지 않고 있다.

무엇보다도 창작된 디자인은 먼저 특허청에 출원을 마치고 나서 제품 생산에 들어가거나 박람회 등에 출품하는 것이 디자인권을 획득하는 지름길임을 명심해야 한다. [ko]