

## 알기 쉬운 지식재산권 제도의 해설

백승준

### 1. 서 론

현대를 살아가는 사람들은 이재(理財)에 무척 밝다. 심지어 초등학교 어린이들까지도 자기가 사는 아파트 크기가 몇 평이고, 자기 부모가 소유하고 있는 자동차가 소형차인지, 중형차인지를 명확하게 정확히 알고 있는 시대에 살고 있지만 대부분의 사람들은 아직도 특허권, 상표권, 저작권과 같은 지식재산권의 재산적 가치에 대한 중요성을 충분히 이해하지 못하고 있다.

따라서 본고는 지식재산권의 중요성을 한층 더 실감하는 시대에 살고 있는 독자들이 지식재산권 제도의 취지와 지식재산권의 재산적 가치에 대한 개념을 가능한 쉽게 이해하여 그 필요성을 인식할 수 있도록 기술하였다.

### 2. 지식재산권

#### 2.1 지식재산권 정의

지식재산권이란 크게 산업재산권과 저작권 및 신지식재산권으로 구분된다. 산업재산권은 특허권, 실용신안권, 디자인권, 상표권 등을 총칭하며, 산업 활동과 관련된 사람의 정신적 창작물(연구결과)이나 창작된 방법에 대해 인정하는 독창적 권리인 무체재산권이다.

저작권은 문학, 예술, 학술에 속하는 창작물에 대하여 창작의 완성과 동시에 권리가 발생하는 무체재산권으로 저작자나 그 권리 승계인이 행사하는 배타적·독점적 권리로서 저작자의 생존 기간 및 사후 50년간 유지된다.

또한 신지식재산권은 정보기술 등 첨단기술의

급속한 발달로 인해 전통적인 지식재산권, 즉 산업재산권과 저작권으로 보호가 어렵거나 상당한 논란을 유발하는 신기술이 대상이며, 컴퓨터 프로그램, 인공지능, 데이터베이스와 같은 "산업저작권", 반도체집적회로 배치설계, 생명공학과 같은 "첨단산업재산권" 및 영업비밀, 멀티미디어와 같은 "정보재산권"으로 분류된다.

본고는 상기에 열거한 여러 종류의 지식재산권들 중에서 산업재산권에 한정하여 설명하고자 한다. 산업재산권을 인정하는 이유는 새로운 발명(특허권) 또는 고안(실용신안권), 디자인권 등에 대하여 그 창작자에게 일정기간동안 독점배타적인 권리를 부여하는 대신, 이를 일반에게 공개하여야 하며 일정 존속기간이 지나면 누구나 이용 실시 하도록 함으로써 기술진보와 산업발전을 추구하기 위함이다.

#### 2.2 산업재산권 확보의 필요성

##### 2.2.1 시장에서 독점적 지위 확보

특히, 실용신안 등 산업재산권은 독점배타적인 무체재산권으로 신용창출, 소비자의 신뢰도 향상 및 기술판매를 통한 로열티 수입이 가능하다.

#### 백 승 준



1981 동아대학교 공업화학과 학사  
 2006 동아대학교 화학공학과 석사  
 2009 동아대학교 나노공학과 박사  
 1985-1996 중소기업청 사무관  
 1996-2003 특허청 심사관  
 2003-2010 신태양국제특허법률사무소 소장  
 2010-2012 특허법인 신태양 부산사무소 대표

### 2.2.2 특허분쟁의 사전 예방

자신의 발명 및 개발기술을 적시에 출원 및 권리화함으로써 타인과의 분쟁을 사전 예방하고, 타인이 자신의 권리를 무단 사용 시 적극적으로 대응하여 법적보호 가능하다.

### 2.2.3 R&D 투자비 회수 및 향후 추가 기술개발의 원천

막대한 기술개발 투자비를 회수할 수 있는 확실한 수단이며 확보된 권리를 바탕으로 타인과 분쟁 없이 추가 응용 기술개발 가능하다.

### 2.2.4 정부의 각종 정책자금 및 세제지원 혜택

특허권, 실용신안권 등의 산업재산권을 보유하고 있는 경우 벤처기업, 기술혁신형 중소기업 등으로 확인을 받아 각종 벤처기업 등의 지원 혜택을 비롯하여 각종 정부자금 활용과 세제지원의 혜택을 받을 수 있다.

## 2.3 산업재산권의 종류

산업재산권의 종류는 특허권, 실용신안권, 디자인권 및 상표권이 있으며, 구체적인 내용을 요약해보면 아래 [표 1]의 내용과 같다.

### 2.3.1 특허

특허법 제2조(정의)제1호에는 ‘발명이라 함은 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로서 고도한 것을 말한다’라고 정의하고 있다. 그리고 특허법 제29조(특허요건)에는 ‘산업상 이용할 수 있는

발명을 대상’으로 규정하고 있다.<sup>1</sup>

따라서 (1) 자연법칙 자체, (2) 발견, (3) 자연법칙에 위배되는 것, (4) 자연법칙을 이용하지 않은 것, (5) 기능, (6) 단순한 정보의 제시, (7) 미적창조물, (8) 컴퓨터 프로그램 언어 자체, 컴퓨터 프로그램 자체, (9) 반복하여 동일한 효과를 얻을 수 없는 것, (10) 미완성 발명과 같은 유형은 발명에 해당하지 않는 것으로 취급하고 있다.

그리고 상기와 같이 발명에 해당하지 않는 유형 이외에도

- 공공질서 또는 선량한 풍속을 문란하게 하게 하는 발명  
(지폐위조기, 도박에 필요한 기구, 아편흡입기구 등에 관한 발명 등)
- 성 보조기구와 관련된 발명
- 인체를 사용하는 발명  
(인간에게 위해를 끼치는 인위적인 방법으로 얻어진 세포를 포함하는 물건)
- 국방상 필요한 경우(정부는 정당한 보상금 지급) 등과 같은 발명은 특허 등록을 받을 수 없다.

### 2.3.2 실용신안

실용신안법 제4조(실용신안등록 요건)에는 ‘산업상 이용할 수 있는 물품으로 형상·구조 또는 조합에 관한 고안’을 대상으로 규정하고 있다.<sup>2</sup>

따라서 물품이라고 할지라도 일정한 형상을 갖지 않는 고안(고무 조성물, 치약, 페인트, 잉크 등:

[표 1]

구분	특허	실용신안	디자인	상표
정의	자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로서 고도한 것(발명)	자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작(고안)	물품의 형상, 모양, 색채 또는 이들을 결합한 것으로서 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것	타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 기호, 문자, 도형, 입체적 형상 또는 이들을 결합한 것 및 이들에 색채를 결합한 것, 다른 것과 결합하지 않은 색채 또는 색채 조합, 홀로그램, 동작, 소리, 냄새
대상	물건, 방법	물건	물건	상표, 서비스표
보기	전화기	송수화기	탁상전화기 (반구형, 네모형)	상호, 마크
존속기간	출원 후 20년	출원 후 10년	등록 후 15년	등록일 10년 갱신 영구

특허의 대상이 됨)과 재료의 2차적 가공에 특징이 있는 고안(철판, 철봉과 같은 판상체, 봉상체 등)은 실용신안등록의 대상이 되지 않는다.<sup>3</sup>

### 2.3.3 디자인

‘디자인’이라 함은 디자인보호법 제2조(정의)제1호에 ‘물품(물품의 부분 및 글자를 포함한다)의 형상·모양·색채 또는 이들을 결합한 것으로서 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것을 말한다’라고 규정하고 있다.<sup>4</sup>

따라서 디자인법상 「물품」이라 함은 독립성이 있는 구체적인 물품으로서 유체동산을 원칙으로 하며, 다음에 해당하는 것은 디자인등록의 대상이 되지 아니하며, 다만 4) 및 5)의 경우에는 부분디자인으로 출원하여 디자인등록을 받을 수 있다.<sup>5</sup>

1) 부동산. 다만, 부동산이라도 다량생산이 될 수 있고 운반이 가능한 경우에는 예외로 한다.(방갈로, 공중전화박스, 승차대, 이동화장실, 조립가옥 등)

2) 일정한 형체가 없는 것(기체, 액체, 전기, 광, 열 및 음향 등)

3) 분상물(粉狀物) 또는 입상물(粒狀物)의 집합으로 된 것(시멘트, 설탕 등)

4) 합성물의 구성각편(構成各片). 다만, 조립완구의 구성각편(構成各片)과 같이 독립거래의 대상이 되고 있는 것은 디자인등록의 대상이 된다.

5) 독립하여 거래대상이 될 수 없는 물품의 부분(양말의 뒷굽모양, 병 주둥이 등)

6) 물품자체의 형태가 아닌 것(손수건 또는 타월을 접어서 이루어진 꽃 모양 등)

### 2.3.4 상표

#### 가. 상표 제도의 목적

상표법 제1조(목적)에는 ‘상표를 보호함으로써 상표사용자의 업무상의 신용유지를 도모하여 산업발전에 이바지함과 아울러 수요자의 이익을 보호함을 목적으로 한다’라고 규정하여 상표제도가 산업발전에 기여하고, 수요자의 이익을 보호하며, 상표사용자를 보호한다는 목적을 뚜렷이 하고 있다.<sup>6</sup>

상표는 그 자체만으로는 하등의 가치를 가지고 있는 것은 아니나 그것이 상품에 부착되어 사용되는 경우에 비로써 상표로서의 기능을 발휘하게 되어 영업상의 신용을 보호하고 유통질서를 유지함으로써 산업발전에 기여하게 되며 수요자의 이익도 보호하게 되는 것이다.

#### 나. 용어의 정의<sup>6</sup>

##### 1) 상표(Trademark)

‘상표’라 함은 상품을 생산·가공·증명 또는 판매하는 것을 업으로 영위하는 자가 자기의 업무에 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 것으로서, 기호·문자·도형·입체적 형상 또는 이들을 결합한 것과 그리고 여기에 색채를 결합한 것이 해당된다.

##### 2) 서비스표(Service Mark)

‘서비스표’라 함은 서비스업을 영위하는 자가 자기의 서비스업을 타인의 서비스업과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 표장을 말한다.(광고, 금융, 요식업 등의 상호)

##### 3) 단체표장(Collective Mark)

‘단체표장’이라 함은 동종업자 또는 동종업자 및 이와 밀접한 관계가 있는 업자가 설립한 법인이 그 감독 하에 있는 단체원의 영업에 관한 상품 또는 서비스업에 사용하게 하기 위한 표장을 말한다.(협동조합 등)

- "지리적 표시"라 함은 상품의 특정 품질·명칭 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 특정 지역에서 비롯된 경우에 그 지역에서 생산·제조 또는 가공된 상품임을 나타내는 표시를 말한다.

- "동음이의어(同音異義語) 지리적 표시"라 함은 동일한 상품에 대한 지리적 표시에 있어서 타인의 지리적 표시와 발음은 동일하지만 해당 지역이 다른 지리적 표시를 말한다.

- "지리적 표시 단체표장"이라 함은 지리적 표시를 사용할 수 있는 상품을 생산·제조 또는 가공하는 것을 업으로 영위하는 자만으로 구성된 법인이 직접 사용하거나 그 감독 하에 있는 소속단체원으로 하여금 자기 영업에 관한

상품에 사용하게 하기 위한 단체표장을 말한다.

#### 4) 증명표장(Business Emblem)

"증명표장"이란 상품이나 서비스업의 품질, 원산지, 생산방법이나 그 밖의 특성의 증명을 업으로 하는 자가 상품의 생산·제조·가공 또는 판매를 업으로 하는 자의 상품이나 서비스업을 영위하는 자의 서비스업이 정하여진 품질, 원산지, 생산방법이나 그 밖의 특성을 충족하는 것을 증명하는 데 사용하게 하기 위한 표장을 말한다.

- "지리적 표시 증명표장"이란 상품의 품질, 원산지, 생산방법이나 그 밖의 특성의 증명을 업으로 하는 자가 상품의 생산·제조 또는 가공을 업으로 하는 자의 상품이 정하여진 지리적 특성을 충족하는 것을 증명하는 데 사용하게 하기 위한 지리적 표시로 된 증명표장을 말한다.

#### 5) 업무표장(Business Emblem)

‘업무표장’이라 함은 영리를 목적으로 하지 아니하는 업무를 영위하는 자가 그 업무를 표상하기 위하여 사용하는 표장을 말한다.(올림픽조직위, 대한적십자사 등)

#### 다. 상표의 구성요소

상표는 기호, 문자, 도형, 입체적 형상 또는 이들의 결합이나 이들에 색채를 결합한 것이기 때문에 그 구성요소에 따라 문자상표, 도형상표, 기호상표, 입체상표, 결합상표, 색채상표, 홀로그램 상표, 동작상표, 소리상표, 냄새상표 등으로 불려진다.

#### 라. 상표등록의 요건<sup>7)</sup>

아래의 예시에 해당되는 것들은 상표등록을 받을 수 없다.

1) 그 상품의 보통명칭을 보통으로 사용하는 방법으로 표시한 표장만으로 된 상표(자동차 ; CAR, 피복 : 청바지, 호도로 만든 과자 ; 호두과자 등)

2) 그 상품에 대하여 관용하는 상표(청주 : 정종, 직물 : TEX 등)

3) 그 상품에 산지·품질·원재료·효능·용도·수량·형상·가격·생산방법·가공방법·사용방법 또는 시기를 보통으로 사용하는 방법으로

표시한 표장만으로 된 상표

- 산지 표시(인삼 : 금산, 사과 : 대구, 굴비 : 영광, 모시 : 한산 등)

- 품질 표시(상, 중, 하, 優, 良, 可, 특급, 특선, 특별, 일품, 명물, 순정, 원조, 우수, SUPER, NEW, 으뜸, KS, JIS, 무공해, 청정, GREEN, BIO 등)

- 원료 표시(두부 : 콩, 양복 : WOOL, 창문틀 : 알미늄, 브라우스 : SILK 등)

- 효능 표시(약품 : 잘나, 화장품 : 보들보들, 전기냉장고 ; Hitek 등)

- 용도 표시( 비료 : 원예, 콜라 : DIET COLA, 가방 : 학생, 의류 : 베이비 등)

- 수량 표시(2짜, 100그램, 10봉지, 3꾸러미, 325리터 등)

- 형상 표시(일반상품 : 소형, SLIM, 연필 : 4각 표, 신발 : 265mm 등)

- 생산방법, 가공방법 표시(햄 : 훈제, 책상 : 조립, 구두 : 수제 등)

4) 현저한 지리적 명칭·그 약어 또는 지도만으로 된 상표

(국가명, 서울특별시, 광역시, 도, 시 또는 서울특별시의 구, 광역시의 구, 군의 명칭, 핀란드어, OXFORD, VIENNA LINE, 뉴욕, MANHATTAN, GLONDON TOWN 등)

5) 흔히 있는 성(姓) 또는 명칭을 보통으로 사용하는 방법으로 표시한 표장만으로 된 상표

6) 간단하고 흔히 있는 표장만으로 된 상표

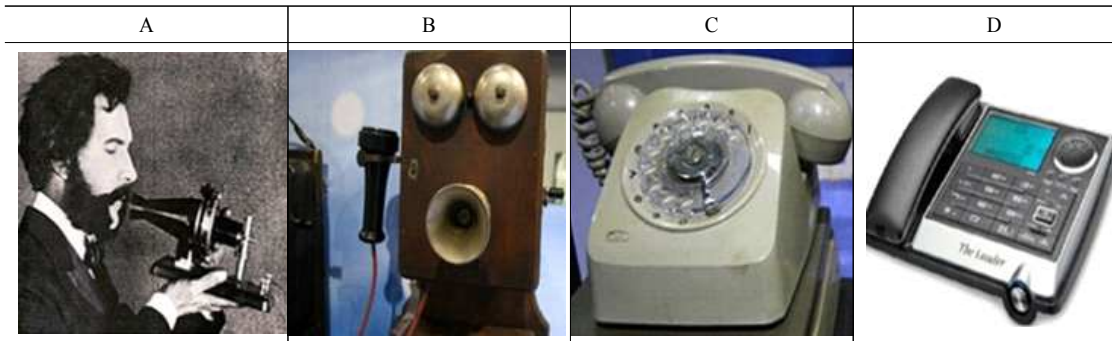
(문자 상표인 경우에는 1자의 한글 또는 한자로 구성된 표장이거나 2자 이내의 기타 외국문자로 구성된 표장, 숫자상표인 경우에는 2자리 이하의 숫자로 표시된 표장, 도형상표인 경우에는 흔히 사용되는 표장으로 원형, 삼각형, 사각형, 마름모형이나 기호 또는 ㄱ, 삼태극 등)

### 3. 산업재산권의 권리범위 해석

#### 3.1 원천발명과 개량발명

현재 특허 출원되고 있는 발명들은 거의 대부분

[그림1] 전화기의 개량 과정을 나타낸 도면



타인의 선행발명을 개량하여 새로운 기술적 성과를 도출하는 발명들이다. 즉 원천발명을 개량하여 기술적 진보를 이루어내는 발명이 대부분으로서 이러한 발명을 개량발명이라 한다. 이러한 개량발명들도 발명의 정의에 해당하고 나아가 산업상 이용가능성, 신규성, 진보성이라는 특허등록의 요건에 해당하면 특허등록을 받을 수 있다. 아래 그림 1의 전화기의 개량 과정을 예를 들어 원천발명과 개량발명에 대하여 설명하고자 한다.

상기 그림 1에 도시된 바와 같이 전화기의 진화 과정을 살펴보면, A 전화기는 1876년 벨이 최초로 발명한 전화기이고, B 전화기는 벨이 전화기를 발명한 후 20여년이 지난 1898년 한국에서 최초로 사용된 전화기이며, 그리고 1960년대 국내에서 사용된 C 전화기와 근래 사용되는 D 전화기와 같은 진화과정을 거치면서 개량되어 왔다.

벨은 전화기를 발명한 당시 곧 워싱턴의 특허청에 전화기의 특허를 출원하였다. 1876년 2월15일 오후 1시의 일이었다. 그런데 우연하게도 또 다른 전화기의 발명가인 엘리사 글레인 역시 바로 그날 전화기의 특허를 출원하려 특허청에 왔었다. 과연 누구에게 특허가 돌아갈 것인지가 관심의 초점이 되었으나 벨의 특허출원이 한 시간쯤 빨랐다는 특허청 접수계의 증언에 따라 3일 후 벨에게 특허가 돌아갔다. 따라서, 벨이 전화기에 대한 원천발명의 소유권을 갖게 되었다. 상기 벨의 선례에서와 같이, 특허의 접수 시점이 대단히 중요함을 알 수 있다.

한편 산업재산권인 특허권에 대한 상식을 갖고 있는 제3자가 원천발명인 벨의 A 전화기를 보고, A 전화기가 본체에 송수화기가 부착된 구조이므로 이의 사용에 따른 불편한 문제점을 인식하고, 이를 개선하여 ‘송수화기가 분리된 B 전화기’를 개량하여 특허등록을 받을 수 있다. 이러한 발명을 개량발명이라고 한다.

또한 B 전화기는 통화 시에는 통화 전에 먼저 발신 손잡이를 돌려 전화교환수와 접속하여 상대방과 연결하여야 하는 불편함이 있고, 송수화기가 완전 분리된 구조이므로 통화 시에 불편한 점이 있음을 인식하게 되었다. 따라서 상대방과 통화를 위해 전화교환수를 거치지 않고 자동 다이얼 방식으로 발신 신호를 전송하고, 통화 시에는 통화가 편리하게 송수화기가 손잡이에 의해 일체형으로 결합된 구조의 C 전화기가 개량되었으며, 최근에는 본체에 통화 상대방의 수신번호가 인식되는 액정화면 수단이 구비된 D 전화기의 개발에 이르게 되었다.

상기에서 A 내지 D 전화기의 개발과정을 살펴보면, 벨이 발명한 A 전화기는 원천발명이며, A 전화기를 대상으로 이를 개량한 B 내지 D의 전화기는 개량발명에 해당된다.

따라서 상기에서 살핀바와 같이 우리나라는 물론 전 세계적으로 시행되고 있는 특허법 제도는 비록 원천 발명이 특허 등록되어 있다 할지라도 이를 이용하고 개량한 발명도 진보성을 인정받으면 당연히 특허 등록 받을 수 있음을 알아야 한다.

### 3.2 특허청구범위의 권리범위 해석

특허청구범위란 특허출원의 가장 핵심적인 부분으로 출원인이 독점권을 요구하는 권리범위를 기술한 것으로서, 출원발명을 선행기술로부터 구별되도록 나타냄과 함께 특허에 의해 보호받고자 하는 부분의 범위를 결정하는 것이다.

특허청구범위를 좀 더 쉽게 이해하고자 상기 그림 1을 참고로 하여 설명하면, 벨이 개발한 A 전화기는 원천발명이며, 이를 보고 제3자들이 각각 개발한 B 내지 D의 전화기는 개량발명으로 아래의 내용과 같이 각각 특허청에 특허 등록을 받을 수 있다.

- A 전화기 : 본체에 송수화기가 부착된 구조로 이루어진 전화기
- B 전화기 : 본체와 송수화기로 이루어진 전화기에 있어서, 송화기와 수화기가 분리되고, 발신 손잡이를 돌려 통화신호를 전송하는 수단을 구비한 전화기
- C 전화기 : 본체와 송수화기가 구비된 전화기에 있어서, 자동 다이얼 방식으로 발신 신호를 전송하고, 송수화기가 손잡이에 의해 일체형으로 결합된 구조의 전화기
- D 전화기 : 송수화기가 손잡이에 의해 일체형으로 결합된 구조의 전화기에 있어서, 본체에 수신번호가 인식되는 액정화면 수단이 구비된 전화기

상기에서 B 전화기는 A 전화기를 보고 개량한 전화기로서 특허청구범위에 밀줄 친 내용과 같이 ‘본체와 송수화기로 이루어진 전화기에 있어서’란 전제부의 단서가 기재된다. 이는 B 전화기가 A 전화기를 보고 개량한 것을 의미하며, B 전화기에 대한 권리범위는 ‘송화기와 수화기가 분리되고, 발신 손잡이를 돌려 통화신호를 전송하는 수단’에만 한정되는 것을 의미한다.



그리고 C 전화기는 B 전화기를 보고 개량한 것으로서 ‘본체와 송수화기가 구비된 전화기에 있어서’란 전제부의 단서가 기재되며, 이때 C 전화기의 권리범위는 ‘자동 다이얼 방식으로 발신 신호를 전송하고, 송수화기가 손잡이에 의해 일체형으로 결합된 구조’에만 한정되는 것을 의미한다.


또한 D 전화기는 C 형태의 전화기를 보고 개량한 것으로서, ‘송수화기가 손잡이에 의해 일체형으로 결합된 구조의 전화기에 있어서’란 전제부의 단서가 기재되며, D 전화기의 권리범위는 ‘본체에 수신번호가 인식되는 액정화면 수단’에만 한정되는 것을 의미한다.





이와 같이 개량발명의 경우 특허청구범위에서 밀줄 친 부분의 전제부는 인용하고자 하는 선행기술을 나타내며, 전제부의 기재 내용이 길수록 일반적으로 권리범위가 좁아지게 되며 출원인의 권리는 전제부 후반에 기재되는 부분(굵은 글씨체로 기재된 부분)의 기술만이 해당되는 것이다.

### 3.3 상표권의 권리범위 해석

상표권의 권리범위 해석에 대하여 독자들의 이해를 돕기 위해 필자가 변리사 사무실을 운영하면서 취급했던 상표분쟁의 실제 사례를 예를 들어 설명하고자 한다.




‘상가안내’라는 상표의 등록권자인 **甲**이 ‘상가안내’라는 상표를 사용 중인 **乙**에게 **甲** 자신의 상표권을 무단으로 사용하고 있다고 주장하면서 **乙**에게 손해배상을 요구하는 경고장을 발송한 적이 있었다.





참고로 **乙**이 사용하는 ‘상가안내’라는 상표는 주로 아파트, 주택 등의 주택 밀집지역에서 인근 지역의 통담집, 사진관, 서점 등의 전화번호를 안내하는 책자에 대한 상표이다.




**乙**의 ‘상가안내’라는 상표가 **甲**의 ‘상가안내’라는 상표권을 침해하였는지의 여부를 살펴보면 다음과 같다. 두 상표 모두 ‘상가안내’라는 문자와 그리고 ‘상가안내’와 ‘상가안내’의 도형이 각각 복합된 복합상표임을 알 수 있다.



‘상가안내’라는 문자표장은 상기 2.3.4의 라의 3)에서 이미 설명한 것에 해당되는 상표로서, 즉 ‘지정상품(상가안내 전화번호부)과 동일 또는 유사한 상품의 보통명칭’에 해당되어 ‘상가안내’라는 문자는 상품으로서의 식별력이 없다고 인정되

므로 특허청으로부터 상표등록을 받을 수 없다.

그러나 ‘’라는 복합상표는 ‘상가안내’라는 식별력이 없는 문자에 ‘’과 같이 특이한 형상의 도형이 결합된 복합상표로서, ‘식별력을 인정 받을 수 있는 도형인 ’에 의해 복합상표의 식별력을 인정받아 특허청에 등록을 받은 것이다.

따라서 양 상표는 모두 아래 [표 2]의 내용과 같이 식별력이 없는 문자인 ‘상가안내’를 제외하고, 식별력이 있는 도형인 ‘’와 ‘’만을 대비하여보면, 그 형상이 서로 상이하므로 ‘’, 라는 상표는 ‘’라는 상표권을 침해하지 않았음을 알 수 있다.

그리고 참고로 ‘’라는 상표는 특허청으로부터 상표 등록을 받을 수 있는지에 대해 살펴보면, ‘상가안내’라는 문자는 이미 상지에서 살핀 바와 같이 식별력이 없는 표장임을 알 수 있고, 도형인 ‘’의 경우에도 통닭집, 서점 등의 전화번호를 안내하는 상가안내 책자에서 전화번호를 연상하게 하는 도형으로서 전화번호부 책자 상품에 대한 식별력이 없는 도형에 해당되므로 결국에는 ‘’라는 복합상표는 특허청으로부터 상표 등록을 받을 수 없게 된다.

상기 사건과는 별도로 복합상표의 이해를 돕기 위해 ‘안홍  전빵’으로 구성된 상표의 예를 들어보면, 상기 상표 역시 ‘안홍전빵’으로 구성된 문자상표로 ‘’이란 부분이 ‘왕전빵’이라는 의미가 연상되고, 그리고 인용상표의 ‘전빵’ 부분은 지정상품의 보통명칭에 해당되므로 ‘왕전

빵’부분이나 ‘전빵’부분 모두 식별력이 없는 부분으로서 상표권 등록을 받을 수 없음을 알 수 있다.

#### 4. 결론

현대인들은 그동안 특허권, 상표권 등과 같은 산업재산권에 대한 일반적인 상식이 없고 그 중요성을 인식하지 않아도 생활하는데 별다른 불편함이 없었고, 극히 일부분의 사람들만이 자신이 운영하는 사업체가 타인의 산업재산권을 침해하여 피해를 보는 사례가 빈번하게 일어나고 있었지만 대부분의 사람들은 이를 특별히 실감하지 못하고 있다.

따라서 필자는 본고를 통해서 독자들이 산업재산권의 필요성이 한층 더 부각되는 이 시대에 살아가면서 산업재산권 제도의 취지를 조금이라도 더 쉽게 이해하고, 그 중요성을 인식함으로써 타인의 산업재산권으로부터 자신의 사업체를 보호할 수 있기를 기대해 본다.

#### 참 고 문 헌

1. 특허법(일부개정 2013.03.23 법률 제11690호) 제2조제1호, 제29조
2. 실용신안법(일부개정 2013.03.23 법률 제11653호) 제4조
3. 특허실용신안 심사지침서(2011.1 특허청 발행) pp 4331-4353
4. 디자인보호법(일부개정 2013.03.23 법률 제11690호) 제2조제1호
5. 디자인 심사기준(개정 2013.01.01 특허청 예규 제69호)
6. 상표법(일부개정 2013.04.05 법률 제11747호) 제1조, 제2조
7. 상표법 해설(2007.7 특허청 발행) pp 50-116

[표 2]

구분			대비
도형			도형이 서로 상이함
문자	상가안내	상가안내	식별력 없는 문자임