

특 허 심 판 원
제 1 부
심 결

심 판 번 호 2020당657

사 건 표 시 상표등록 제1458182호 무효

청 구 인 주식회사 빙그레

경기 남양주시 다산순환로 45 (다산동)

대리인 변리사 오종한, 문용호, 김두식

서울

피 청 구 인 서울우유협동조합

서울 중랑구 중랑천로 71 (상봉동)

대리인 특허법인충정

지정된 변리사 김환석, 성정현, 연충규

서울 강남구 역삼로120, 성보역삼빌딩 5층 (역삼동)

심 결 일 2020. 11. 12.

주 문

1. 이 사건 심판청구를 기각한다.
2. 심판비용은 청구인이 부담한다.

청 구 취 지

1. 상표등록 제1458182호는 그 등록을 무효로 한다.
2. 심판비용은 피청구인이 부담한다.

이 유

1. 기초사실

가. 이 사건 등록상표

(1) 등록번호/출원일/등록일/등록결정일 : 상표등록 제1458182호/2017. 6. 23./2019. 3. 14./2019. 3. 4.

(2) 구 성 : **맛단지**

(3) 지정상품 : 상품류 구분 제29류의 유산균음료, 유산음료, 단백질 우유, 마시는 요구르트, 발효유, 분유{영아용은 제외}, 밀크셰이크, 연유, 요구르트 음료, 우유, 우유를 주성분으로 한 우유음료, 우유대용품, 유(乳)가공식품, 유제품, 치즈, 버터, 치즈 스프레드, 치즈가루, 치즈대용품, 두유

나. 선등록(사용)상표 1

(1) 등록번호/출원일/등록일/갱신등록일 : 상표등록 제797248호/2008. 10. 1./2009. 8. 6./2019. 8. 6.

(2) 구 성 : **단지우유**

(3) 지정상품 : 상품류 구분 제29류의 땅콩을 함유한 우유음료, 마시는 요구르트, 몰드숙성치즈, 발효유, 분유 {유아용은 제외}, 빵조각에 바르는 지방함유품, 사와(Sour), 산양유, 생크림, 숙성치즈, 식용 카세인, 신선한 미숙성치즈, 아몬드를 함유한 우유음료, 양유, 양치즈, 연유, 연질치즈, 연질하얀치즈, 요구르트, 요구르트 음료, 우유, 우유 단백질

질, 우유를 주성분으로 한 우유음료, 우유크림, 우유크림분말, 유(乳)가공식품, 유산균음료, 유산음료, 유장(乳漿), 유제품, 응유(凝乳), 치즈, 치즈 스프레드, 치즈가루, 케피르(우유음료), 콘텐스트밀크, 쿠미스(우유음료), 팽팽한 치즈, 하얀 치즈, 휘핑크림(Whipped cream)

(4) 등록권리자 : 주식회사 빙그레

다. 선등록(사용)상표 2

(1) 등록번호/출원일/등록일 : 상표등록 제1225135호/2016. 4. 26./2017. 1. 3.

(2) 구성 :



(3) 지정상품 : 상품류 구분 제29류의 젤리, 과일젤리, 견과류를 주재료로 한 스낵식품, 과일을 주재료로 한 스낵식품, 채소를 주재료로 한 스낵식품, 두부를 주재료로 한 스낵식품, 콩을 주재료로 한 스낵식품, 고기를 주원료로 한 스낵식품, 과실가공식품, 채소가공식품, 보존처리한 과실(냉동한 과실은 제외), 보존처리한 채소(냉동한 채소는 제외), 두부가공식품, 두류가공식품, 난(卵)가공식품, 유(乳)가공식품, 우유, 요구르트, 해초가공식품, 어패류가공식품

(4) 등록권리자 : 주식회사 빙그레

2. 당사자의 주장 및 답변

가. 청구인의 주장 요지

(1) 이 사건 등록상표는 선등록상표들과 포장 및 지정상품이 유사하여 상표법 제34조 제1항 제7호에 해당한다.

(2) 이 사건 등록상표는 선사용상표들과 동일·유사한 상품에 사용될 경우, 상품출처의 혼동을 초래하여 수요자를 기만할 염려가 있으므로 상표법 제34조 제1항 제12호에 해당한다.

(3) 이 사건 등록상표는 선사용상표들의 주지성에 편승하여 부당한 이득을 얻을 목적으로 출원되어 등록받은 것이므로 상표법 제34조 제1항 제13호에 해당한다.

【증거방법】 갑 제1호증 내지 제37호증(가지번호가 있는 것은 가지번호를 포함한다)

나. 피청구인의 답변 요지

(1) 이 사건 등록상표는 선등록상표들과 표장이 유사하지 않으므로 상표법 제34조 제1항 제7호에 해당하지 않는다.

(2) 이 사건 등록상표는 선사용상표들과 유사하지 않아 동일·유사한 지정상품에 함께 사용된다고 하더라도 일반 수요자나 거래자가 상품 출처의 오인·혼동의 염려가 없을 뿐만 아니라 부당한 이득을 얻을 목적으로 출원되어 등록받은 상표에도 해당하지 않으므로 상표법 제34조 제1항 제12호 및 제13호에 해당하지 않는다.

【증거방법】 을 제1호증 내지 제22호증(가지번호가 있는 것은 가지번호를 포함한다)

3. 이해관계 여부

상표법 제117조(상표등록의 무효심판) 제1항의 규정에 의하면 ‘이해관계인’ 또는 ‘심사관’에 한하여 무효심판을 청구할 수 있으므로, 이 사건 심판의 청구인이 심결시를 기준으로 이해관계인에 해당하는지 여부를 살핀다.

상표등록의 무효심판을 청구할 수 있는 이해관계인이라 함은 그 등록상표와 동일 또는 유사한 상표를 그 등록상표의 지정상품과 동일 또는 유사한 상품에 사용한 바 있거나 현재 사용하고 있는 자, 또는 장래에 사용할 의사가 있는 것으로 추단할 수 있는

자로서, 그 등록상표의 소멸에 직접적인 이해관계가 있는 자를 말한다(대법원 2009. 5. 28. 선고 2007후3325 판결 등 참조).

그런데 청구인은 이 사건 등록상표와 포장 및 지정상품이 동일·유사하다고 주장하는 선등록상표들의 권리자이므로, 이 사건 등록상표의 존부에 직접적이고 현실적인 이해관계가 있다고 할 것이어서, 이 사건 심판청구는 이해관계인에 의한 적법한 청구라 할 것이다.

4. 이 사건 등록상표가 상표법 제34조 제1항 제7호에 해당하는지 여부

가. 판단기준

상표의 유사 여부는 그 외관, 칭호 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 그 부분만으로 분리인식될 가능성이 희박하거나 전체적으로 관찰할 때 명확히 출처의 혼동을 피할 수 있는 경우에는 유사상표라고 할 수 없다고 할 것이다(대법원 2006. 8. 25. 선고2005후2908 판결 참조).

나. 구체적 판단

(1) 이 사건 등록상표가 '단지'만으로 거래에 놓일 수 있는지 여부

청구인은, 이 사건 등록상표 “**맛단지**”는 ‘맛’과 ‘단지’가 결합된 표장으로, 그 구성문자 중 ‘맛’ 부분은 ‘단지’를 수식하는 문장 구조로 되어 있고, 지정상품인 우유 등에 대한 품질표시로서 식별력이 없으므로 ‘단지’ 부분이 본질적인 식별력을 가진 요부에 해당하며, 이 부분만으로 거래에 놓일 수 있다는 것을 전제로 하였으므로, 이에

대하여 살핀다.

이 사건 등록상표는 한글 ‘맛’과 ‘단지’가 횡서로 결합된 조어로서, ① ‘맛’과 ‘단지’가 특별한 서체나 색채 등이 가미되지 않은 동일한 서체로 띄어쓰기 없이 결합되어 있고, 전체 상표에서 ‘단지’ 부분만이 일반 수요자에게 강한 인상을 주거나 높은 비중을 차지하는 부분으로 보이지 않는 점, ② 그 호칭도 짧은 3음절에 불과하여 전체로 호칭하는데 별다른 어려움이 없어 보이고, 첫음절인 ‘맛’을 생략한 채 나머지 음절인 ‘단지’만으로 분리·약칭될 가능성이 희박해 보이는 점, ③ ‘맛단지’가 통합적인 사전적 의미는 없으나, ‘꿀을 넣어 두는 항아리’라는 사전적 의미를 가진 ‘꿀단지¹⁾’와 유사한 단어 구조로 되어 있고, 사전적 의미는 없지만 일반 수요자나 거래자가 일상생활에서 흔히 사용하며, 그 의미를 쉽게 직감할 수 있는 단어인 ‘쌀단지(쌀을 넣어 두는 항아리)’, ‘김치단지(김치를 넣어 두는 항아리)’, ‘소금단지(소금을 넣어 두는 항아리)’ 등에 비추어 보면, ‘맛단지’는 ‘음식 따위를 혀에 댈 때 느끼는 감각’의 뜻이 있는 ‘맛’과 ‘목이 짧고 배가 부른 작은 항아리’의 뜻이 있는 ‘단지’가 결합하여 ‘맛을 넣어 두는 항아리(맛있는 것을 넣어 두는 항아리)’라는 새로운 관념이 형성되는 점, ④ 이 사건 등록상표의 등록일인 2019. 3. 14. 전후로 ‘맛’과 결합된 상표들이 다수 등록되어 공존하고 있으며(별지 1 참조), ‘맛’ 부분이 지정상품인 ‘우유’ 등과 관련하여 식별력이 없다고 단정할 수 없고, 설령 식별력이 부족한 부분이라고 하더라도 표장의 유사 여부 판단에서 반드시 제외하는 것은 아니라는 점, ⑤ ‘단지’를 검색어로 한 네이버 검색결과, ‘맛단지’가 ‘단지’만으로 분리·인식되거나 사용되는 실태도 확인할 수 없는 점(별지 2 참조), ⑥ 피청구인이 2015. 12. 가공우유 ‘초코·딸기·바나나 꿀단지’를, 2017. 8. ‘맛단지 바

어학사전

국어사전

꿀단지 [꿀단지] 

1) [명사] 꿀을 넣어 두는 단지.


나나 우유'를 2018. 3. '맛단지 딸기우유'를 차례로 출시하고 있는 점, ⑦ 피청구인이 '맛단지' 광고비로 2017년 약 417,340,000원을, 2018년 175,853,000원을 지출한 점 등을 종합해 보면 이 사건 등록상표는 '단지'만으로 인식되기보다는 '맛단지' 전체로 인식된다고 봄이 상당하다.

(2) 이 사건 등록상표와 선등록상표들의 표장 유사 여부

(가) 외관 대비

이 사건 등록상표 “**맛단지**”는 한글 3음절로 구성된 문자상표인 반면, 선

등록상표 1 “**단지우유**”는 한글 4음절로 구성된 문자상표이고, 선등록상표

2 “”는 도형만으로 구성된 도형상표로서, 양 상표들은 글자 수, 글자체, 구

성의 차이로 인해 외관은 서로 다르다.

(나) 관념 대비

이 사건 등록상표는 '맛을 넣어 두는 항아리(맛있는 것을 넣어 두는 항아리)'로 관념되는데 반해, 선등록상표 1은 '항아리에 담긴 우유'로, 선등록상표 2는 '우유가 들어 있는 용기' 정도로 관념되므로, 양 상표들은 관념이 다르다.

(다) 칭호 대비

이 사건 등록상표는 '맛단지'로 호칭되는 반면, 선등록상표 1은 '단지' 또는 '단지우유'로, 선등록상표 2는 그 칭호를 특정하기 어려워 대비할 수 없으므로, 양 상표는 음절수가 다르고, 특히 호칭에 있어 중요하게 인식되는 첫음절이 달라 칭호는 서로 유사하지 아니하다.

(라) 대비 결과

그렇다면, 이 사건 등록상표와 선등록상표들은 외관, 관념 및 칭호가 모두 달라 표장은 유사하지 아니하다.

(3) 기타 청구인의 주장에 대한 판단

한편, 청구인은 한국상표디자인협회와 한국리서치가 공동으로 수행한 설문조사²⁾에 따르면, 가공유 소비자의 46%가 이 사건 등록상표의 제품을 청구인의 제품으로 인식하고 있으며, 52%의 소비자는 양 상표의 제품이 서로 동일 출처의 제품으로 인식하고 있고, 특허청은 건외 출원상표 ‘맛천국(상표출원 제2004-30995호)’, ‘맛샘물(상표출원 제2001-56464호)’, ‘맛콤비(상표출원 제2004-40363호)’를 각 선등록상표 ‘천국(상표등록 제147394호)’, ‘샘물(상표등록 제314769호)’, ‘콤비(상표등록 제240351호)’와 유사하다는 이유로 등록을 거절한 바 있어, 이 사건 등록상표는 무효로 되어야 한다는 취지로 주장하므로, 이에 대하여 살핀다.

살피건대, 위 설문조사는 청구인이 단독으로 성별, 나이, 지역의 분포에 따라 설문대상자 표본을 추출하여 실시한 일회성 인식도 조사결과로써, 그 결과만으로 ‘양 상표의 제품이 동일한 출처의 제품으로 인식되었다’고 보기 어렵고, 피청구인 또한 설문조사에 객관성이 부족하여 그 결과를 신뢰할 수 없다고 주장하고 있는 점, 건외 출원상표 ‘맛채움(상표등록 제1171164호)’과 선등록상표 ‘채움(상표등록 제701919호)’이 공존하는 심사사례도 있으므로, 상표의 등록적격성 유무는 지정상품과의 관계에서 각 상표에 따라 개별적으로 판단되어야 하며, 다른 상표의 등록사례에 구애받는 것은 아니라는 점(대법원 2006. 5. 12. 선고 2005후339 판결 참조) 등에 비추어 보면, 청구인의 주장은 받아들이기 어렵다.

2) 청구인이 2019. 11. 25.부터 12. 1. 사이에 ‘한국상표디자인협회’와 ‘한국리서치’를 통해 서울 및 5대 광역시에 거주하는 만 15세에서 59세 남녀 중 최근 6개월 내 가공유를 구입 또는 음용한 자 500명을 대상으로 한 ‘단지 우유에 대한 수요자 인식조사’이다(갑 제16호증).

다. 소결론

따라서 이 사건 등록상표는 선등록상표들과 표장이 유사하지 않으므로, 나아가 지정상품의 유사 여부에 대하여 살펴보지 않더라도, 상표법 제34조 제1항 제7호에 해당하지 않는다.

5. 이 사건 등록상표가 상표법 제34조 제1항 제12호 및 제13호에 해당하는지 여부

이 사건 등록상표가 선사용상표들과의 관계에서 상표법 제34조 제1항 제12호 및 제13호에 해당하기 위해서는 표장이 유사해야 하는데, 표장이 유사하지 않음은 앞서 본 바와 같다.

따라서 이 사건 등록상표는 더 나아가 살필 필요 없이 상표법 제34조 제1항 제12호 및 제13호에 해당하지 않는다.

6. 결론

그러므로 이 사건 심판청구를 기각하고 심판비용은 청구인의 부담으로 하기로 하여 주문과 같이 심결한다.

심판장	심판관	이인수
	심판관	김영배
	심판관	정인식

< 별지 1 >

● 동일·유사한 지정상품에 '맛'과 결합되어 등록된 상표 현황

표장	등록번호	설정등록일	출원인	등록권리자
맛들찬	제45-71162호	2017. 1. 25.	심현주	심현주
	제40-1368982호	2018. 6. 18.	최준용	최준용
맛채움	제40-1171164호	2016. 4. 6.	주식회사 폴무원	주식회사 폴무원
	제40-1004652호	2013. 10. 8.	주식회사 청하식품	주식회사 청하식품
	제40-1118959호	2015. 7. 21.	주식회사 정진디앤에스	주식회사 정진디앤에스
	제40-950254호	2013. 1. 24.	농협협동조합 중앙회	농협협동조합 중앙회
	제40-871418호	2011. 7. 4.	주식회사 푸드엔	주식회사 푸드엔
맛동산	제40-718680호	2007. 7. 27.	해태제고식품주 식회사	해태제고식품주 식회사
맛도시락	제40-133608호	1986. 11. 13.	씨제이주식회사	씨제이주식회사
맛결	제40-1240396호	2017. 3. 17.	백경순	백경순
맛 촌	제40-268373호	1993. 7. 8.	씨제이주식회사	씨제이주식회사
	제40-1587450호	2020. 3. 18.	유한회사 에치비	유한회사 에치비

< 별지 2 >

● '단지'를 검색어로 한 네이버 검색결과

NAVER

통합검색 **어학사전** **이미지** **지식백과** **쇼핑** **카페** **웹사이트** **뉴스** **더보기**

파워링크 '단지' 관련 광고입니다.

온라인광고전문 (주)단지 dan-zi.com
 홈페이지, 모바일, 블로그, 앱 제작, 온라인, 키워드 광고, 대행사, 상담환영

강진 옹기항아리 알지되기 smartstore.naver.com/yilji **N Pay + 3%**
 인소모 난 단지, 직접 제조/판매, 상시 할인 도매가, 전국 안전배송!
 옹기항아리 5L 17,500원
 옹기항아리 7L 19,500원
 옹기항아리 30L 50,500원

럭키팩단지용기 www.luckypack.co.kr
 다양한 단지, 포장용기, 필름, 기계, 아이스팩등일회용품들이 가득. 샘플 무료

창업성공! FNC 창업길잡이 CHANGUPGILJABI.com
 추천창업, 고수익창업, 초보창업, 휴게음식점
 단지 2020 창업동향, 업종/상권/비용 예비창업자 컨설팅부터 오픈까지 지원!

여주도자기 명산요업 www.msceramic.co.kr
 경록고, 게르마늄, 꿀, 향화유, 천목유 단지 공장직영 제조, 판매.

G마켓 단지 www.gmarket.co.kr
 G마켓 현명한 쇼핑습관! 단지 스마일클럽 가입 37,000원+1년내내 12%할인

단지 옥션 www.auction.co.kr
 쇼핑이 생각날땐, 어서옥션! 단지, ALLKILL 특가+스마일클럽 최대12%할인

아직도 모르세요? 서둘러키지 www.seoulib.net **N Pay + 3%**
 유리병&페트병 모두한자리! 자체생산 주문제작가능 대량주문 추가할인 단지

아도라 게르마늄 숨쉬는항아리 smartstore.naver.com/adoralife **N Pay + 3%**
 활인쿠르, 주방, 생활, 소형 가전, 건강식품, 식품, 특가 상품, 선물 세트, 판촉물.

흥으로만드는 세상 애당! www.deco1st.com **N Pay + 3%**
 도자기밀폐용기/나사선반식의 완벽밀폐/등장고추장간장보관용기/저장용기

N Pay 3% 파워링크에서 구매 시 네이버페이로 결제하면 3% 적립

어학사전

국어사전

단지 (단·지) [단·지] **다른 뜻 (14건)**
 [부사] 1. 다른 것이 아니라 오히려. 2. 앞의 말을 받아 예외적인 사항이나 조건을 덧붙일 때 그 말머리에 쓰는 말.