

발 간 등 록 번 호
11-1431000-100005-01



부정경쟁방지법 중 부정경쟁행위 분야 판결문 분석 연구('14~'24)



연구기관



주관기관



제 출 문

지식재산처장 귀하

본 보고서를 “부정경쟁방지법 중 부정경쟁행위 분야 판결문 분석 연구(’14~’24)”
과제의 최종보고서로 제출합니다.

2025년 9월 8일

- 연 구 기 관 명 : 한국지식재산연구원
- 연 구 기 간 : 2025년 5월 9일 ~ 2025년 9월 8일
- 참 여 연 구 원
 - 연 구 책 임 자 : 문명섭 (한국지식재산연구원 부연구위원)
 - 참 여 연 구 원 : 박윤석 (한국지식재산연구원 부연구위원)
고유흠 (한국지식재산연구원 선임연구원)
양세희 (한국지식재산연구원 전문연구원)

〈차례〉

제 1 장 서론	1
제 1 절 연구 배경 및 필요성	1
제 2 절 연구의 범위	3
제 2 장 부정경쟁행위 판결문 주요 통계	5
제 1 절 개요	5
제 2 절 총괄	6
I. 연도별 판결 현황	6
II. 법원별 판결 현황	14
III. 법원별 인용률	16
IV. 심급별 인용 현황	18
제 3 절 민사-가처분	21
I. 민사-가처분 처리 현황	21
II. 연도별 가처분 처리 현황	22
III. 심급별 가처분 처리 현황	23
IV. 법원별 가처분 평균 인용률	24
V. 부정경쟁행위 유형별-연도별 가처분 처리 현황	26
VI. 부정경쟁행위 유형별-법원별 가처분 처리 현황	27
VII. 금지청구 및 간접강제 인용여부	29
제 4 절 민사-본안	30
I. 민사-본안 처리 현황	30
II. 연도별 본안 처리 현황	31
III. 심급별 본안 처리현황	32
IV. 법원별 본안 평균 인용률	34
V. 부정경쟁행위 유형별-연도별 본안 처리현황	36

VI. 부정경쟁행위 유형별-법원별 본안 처리현황	38
VII. 부정경쟁행위 유형별 손해배상청구액 대비 인용액 및 인용률	40
제 5 절 형사	43
I. 형사 처리 현황	43
II. 연도별 형사 처리 현황	44
III. 심급별 형사 처리현황	45
IV. 법원별 형사 평균 유죄율	46
V. 징역형 현황	48
VI. 벌금형 현황	50
VII. 부정경쟁행위 유형별-연도별 형사 처리 현황	52
VIII. 부정경쟁행위 유형별-법원별 형사 처리 현황	53
IX. 부정경쟁행위 유형별 징역형 및 벌금형	54
제 6 절 소결	56
 제 3 장 부정경쟁행위 유형별 주요판례	59
제 1 절 민사 가처분	59
I. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (가)목	59
1. 신문사 영업표지의 주지성 상실 여부	59
II. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (나)목	61
1. 차돌박이 음식점	61
2. 자동차 부품회사	63
3. 문학잡지 영업표지	64
4. 베트남 쌀국수 음식점 프랜차이즈	66
III. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (라)목	71
1. 의성마늘 원산지 표시	71
IV. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (바)목	73
1. 제품 안전확인 신고증명서	73

V. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (자)목	75
1. 마사지 기구	75
2. 다이어트 분말 식품의 포장 용기	77
3. 수납 바구니 상품형태	79
VI. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (파)목	81
1. 개량 톤백(벼 추수용 커다란 포대)의 성과 인정	81
제 2 절 민사 본안	83
I. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (가)목	83
1. 여성청결제 더블지퍼백 포장	83
2. 음식점 프랜차이즈 표장	84
II. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (나)목	86
1. 학원 상호	86
2. 신문제호와 상표의 주지성	87
3. 여행프로그램 운영방식	89
III. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (다)목	90
1. 맥주제품의 상품표지	90
2. 자세교정 의자 디자인	91
IV. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (바)목	93
1. 호텔업 서비스표장	93
2. 필름시트 제조업	94
3. 전기자전거 배터리	95
V. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (사)목	98
1. 상품 오인유발행위	98
VI. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (아)목	99
1. 의류, 라이선스 계약, 도메인이름	99
VII. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (자)목	101
1. 캔들워머 디자인	101

2. 휴대폰 거치대	102
3. 레깅스 형태	105
VIII. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (차)목	107
1. 광고대행	107
2. 전골용기 형태	110
IX. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (타)목	112
1. 연예인 사진의 무단 광고 게재	112
2. 비활동 연예인	114
3. 인디뮤직 그룹	115
X. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (파)목	117
1. 리프터용 구동장치(성과인정)	117
2. 해충방제(성과인정)	119
3. 모바일 플랫폼 서비스(성과인정)	120
4. 철도차량용 변압기(성과인정)	122
5. 온라인쇼핑몰, 오픈마켓(성과 불인정)	125
6. 문개방기구	127
제 3 절 형사 사건	129
I. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (가)목	129
1. 낚시 용품	129
2. 유아용 속싸게 포장 상자	130
II. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (다)목	132
1. 다이소 희석화 행위	132
III. 부정경쟁방지법 제 2 조 제 1 호 (마)목	133
1. 허위 원산지 표시 행위	133
제 4 장 성과도용행위 판단기준	135
제 1 절 성과도용행위 성립요건에 대한 주요 판단기준	135

I. 분석대상	135
II. 보충성의 원칙	136
III. “타인”에 대한 판단기준	141
IV. “성과 등”에 대한 판단	142
1. “성과 등”의 판단기준	142
2. “성과 등”의 유형	143
V. “부정경쟁행위(무단사용)”에 대한 판단	172
1. “부정경쟁행위(무단사용)”의 판단기준	172
2. “부정경쟁행위(무단사용)”의 유형	173
VI. “경제적 이익 침해”에 대한 판단	195
1. “경제적 이익 침해”의 판단기준	195
2. “경제적 이익 침해”의 유형	196
VII. “특별한 사정”의 판단	208
1. “특별한 사정”의 판단기준	208
2. “특별한 사정”의 적용사례	208
제 2 절 성과도용행위 일반화의 한계	211

〈표 차례〉

표 1 부정경쟁행위 유형별 개정취지	2
표 2 분석 대상	5
표 3 연도별 판결 현황	6
표 4 부정경쟁행위 유형별 판결 현황	7
표 5 법원별 판결 현황	14
표 6 법원별 인용률	16
표 7 심급별 인용 현황	18
표 8 민사-가처분 처리 현황	21
표 9 연도별 가처분 처리 현황	22
표 10 심급별 가처분 처리 현황	23
표 11 법원별 가처분 평균 인용률	24
표 12 부정경쟁행위 유형별-연도별 가처분 처리 현황	26
표 13 부정경쟁행위 유형별-법원별 가처분 처리 현황	27
표 14 금지청구 및 간접강제 인용여부	29
표 15 민사-본안 처리 현황	30
표 16 연도별 본안 처리 현황	31
표 17 심급별 본안 처리 현황	32
표 18 법원별 본안 평균 인용률	34
표 19 부정경쟁행위 유형별-연도별 본안 처리 현황	36
표 20 부정경쟁행위 유형별-법원별 본안 처리 현황	38
표 21 부정경쟁행위 유형별 손해배상청구액 대비 인용액	40
표 22 부정경쟁행위 유형별 손해배상청구액 대비 인용액 비율	41
표 23 연도별 형사 처리 현황	44
표 24 심급별 형사 처리 현황	45
표 25 법원별 형사 평균 유죄율	46

표 26 징역형 현황	48
표 27 벌금형 현황	50
표 28 부정경쟁행위 유형별-연도별 형사 처리 현황	52
표 29 부정경쟁행위 유형별-법원별 형사 처리 현황	53
표 30 부정경쟁행위 유형별 징역형 현황	54
표 31 부정경쟁행위 유형별 벌금형 현황	54
표 32 성과 유형 및 인정 사례	144
표 33 부정경쟁행위 유형 및 인정 사례	173
표 34 경제적 이익 침해 유형 및 인정 사례	196
표 35 부정경쟁행위 유형별 민사 가처분 인용률(2014-2024)	211
표 36 부정경쟁행위 유형별 민사 본안 인용률(2014-2024))	211

〈그림 차례〉

그림 1 가목의 연도별 판결 현황	8
그림 2 나목의 연도별 판결 현황	8
그림 3 다목의 연도별 판결 현황	9
그림 4 라목의 연도별 판결 현황	9
그림 5 마목의 연도별 판결 현황	10
그림 6 바목의 연도별 판결 현황	10
그림 7 아목의 연도별 판결 현황	11
그림 8 자목의 연도별 판결 현황	11
그림 9 차목의 연도별 판결 현황	12
그림 10 타목의 연도별 판결 현황	12
그림 11 파목의 연도별 판결 현황	13
그림 12 부정경쟁행위 유형별 인용률(1 심)	19

그림 13 부정경쟁행위 유형별 인용률(2 심)	20
그림 14 부정경쟁행위 유형별 인용률(3 심)	20
그림 15 부정경쟁행위 유형별 평균 인용액 및 손해배상청구액 대비 인용액 비율	42
그림 16 형사 처리 현황 - 사건별 유·무죄	43
그림 17 형사 처리 현황 - 피고인별 유·무죄	43
그림 18 부정경쟁행위 유형별 평균 징역형 및 평균 벌금형	55

[붙임 1] 성과도용행위 인용 판례 - 민사 본안	214
[붙임 2] 성과도용행위 인용 판례 - 민사 가처분	227

제1장 서론

제1절 연구 배경 및 필요성

인공지능(AI)과 빅데이터 등 디지털 기술의 눈부신 발전으로 우리 사회는 전례 없는 속도로 고도화되고 있다. 이러한 변화는 단순히 기술적인 진보를 넘어 산업 구조와 시장의 경쟁 방식 자체를 근본적으로 뒤흔들고 있으며, 이에 따라 부정경쟁방지 및 영업비밀 보호에 관한 법률(이하, ‘부정경쟁방지법’이라 한다)의 역할은 그 어느 때보다 중요해지고 있다. 전통적인 형태의 경쟁뿐만 아니라 디지털 환경에서 새롭게 발생하는 다양한 유형의 불공정 행위들을 규제하고, 공정한 경쟁 질서를 확립하는 데 있어 부정경쟁방지법은 핵심적인 축으로 기능하고 있기 때문이다.

1961년 6개 유형의 부정경쟁행위만을 규정하며 제정되었던 부정경쟁방지법은, 급변하는 사회와 시장의 요구를 지속적으로 수용하며 현재 13개 유형으로 그 범위가 대폭 확대되었다. 이는 부정경쟁방지법이 고정된 틀에 머무르지 않고, 새롭게 등장하는 다양한 형태의 불공정 경쟁 행위들을 포괄적으로 규율하기 위한 노력의 결과이다.

특히, “성과도용행위”는 이러한 법 개정의 대표적인 사례로, 신설된 지 10년이 경과하였는데, 주목할 만한 점은 법원의 성과도용행위에 대한 판결이 새로운 부정경쟁행위의 신설로 이어졌다는 점이다.

예를 들어, 아이돌 그룹의 성명이나 초상을 무단으로 활용하여 특별 부록을 제작·판매하는 행위가 성과도용행위에 해당한다고 판단한 대법원의 2020년 결정(2019마6525)은 이후 “유명인의 성명·초상 등 무단사용행위(타목)”를 부정경쟁방지법에 명시하는 데 결정적인 영향을 미쳤다. 또한, 크롤링(Crawling) 프로그램을 이용하여 경쟁사의 정보를 무단으로 복제하고 이를 자신의 영업에 이용한 행위를 성과도용행위로 인정한 서울중앙지방법원의 2021년 판결(2018가합508729) 역시 “데이터 부정취득·사용행위(카목)”의 입법으로 이어지는 중요한 계기가 되었다. 이처럼 법원의 판결이 새로운 입법의 단초를 제공한다는 점은, 부정경쟁방지법이 현실의 변화를 반영하고 있음을 명확히 보여준다.

지난 15년간 부정경쟁방지법은 5개에 달하는 새로운 부정경쟁행위 유형을 입법하는 등 많은 변화를 겪었다. 이러한 변화들이 실제 법원의 판단에서 어떻게 반영되고 있는지 면밀히 분석하는 것은 매우 중요하다. 부정경쟁방지법의 제정 및 개정 취지는 시장에서 자신의 이익을 위해 부정한 수단을 사용하거나, 타인의 성과를 무단으로 도용하고, 신용에 편승하며, 허위·과장 광고나 경쟁 상대방에 대한 비방 등을 통해 정당한 경쟁자와 소비자의 이익을 해치는 행위를 방지하고자 하는 데 있다. 따라서 수많은 판결문을 체계적

으로 데이터베이스(DB)화하고 분석하는 작업은 이러한 입법 취지가 실제 법 적용 현장에서 제대로 구현되고 있는지 검토하는 데 필수적이다.

표 1 부정경쟁행위 유형별 개정취지

부정경쟁행위 유형	개정취지	개정일
트레이드 드레스 (나목, 다목)	일반 소비자에게 알려지게 된 매장의 실내·외 장식 등 영업의 종합적 외관을 무단으로 사용하여 영세·소상공인의 영업에 심대한 손해를 끼치는 불공정한 행위 방식을 통해 수요자의 이익을 보호하기 위함	2018.4.17.
아이디어 탈취 행위(차목)	중소·벤처기업 및 개발자의 참신한 아이디어를 보호하고, 이를 위반한 행위에 대하여 특허청장이 조사·시정권고를 함으로써 건전한 거래질서가 유지되도록 하기 위함	2018.4.17.
데이터 부정사용 행위(카목)	데이터를 부정하게 사용하는 행위를 각 부정경쟁행위의 유형으로 명확히 규정하여 제재함으로써 건전한 거래 질서를 확립하고, 부당한 피해로부터 소비자를 보호하기 위함	2021.12.7.
유명인 성명·초상 등 무단사용 행위(타목)	유명인의 초상·성명 등 인적 식별표지를 무단사용하는 행위를 부정경쟁행위의 유형으로 명확히 규정하여 제재함으로써 건전한 거래 질서를 확립하고, 부당한 피해로부터 소비자를 보호하기 위함	2021.12.7.
성과도용행위(파목)	부정경쟁방지법에서 열거된 부정경쟁행위 이외에 관습이나 상도덕에 반하는 경쟁행위로서 위법성이 있다고 판단되는 경우, 즉 타인의 투자나 노력에 의해 만들어진 성과 등을 무단으로 이용하여 부당하게 이익을 얻거나 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위를 방지하기 위함	2013.7.30.

특히, 앞서 언급했듯이 법원의 판결이 새로운 부정경쟁행위 유형의 입법에 직접적인 영향을 미쳐왔다는 점을 고려할 때, 지금까지 축적된 판결문들을 심층적으로 분석하여 추가적인 부정경쟁방지법 개정의 필요성이 있는 사항들을 발굴하고 검토하는 작업은 무엇보다 중요하다. 이는 디지털 경제가 더욱 심화됨에 따라 예상치 못한 형태의 새로운 부정경쟁행위들이 등장할 수 있기 때문이다.

이러한 맥락에서, 타인의 성과 도용 행위와 관련된 판결의 추이를 심층적으로 분석하고, 이에 대한 법원의 주요 판단 기준을 면밀히 검토하는 것은 당면 과제이다. 이러한 분석은 향후 지식재산처의 행정조사 확대 가능성에 대비하여 구체적인 판단 기준을 사전에 마련하고 준비하는 데 결정적인 토대가 될 것이다. 즉, 과거의 판결들을 통해 미래의 법 적용 방향을 예측하고, 더욱 효과적인 부정경쟁행위 방지 시스템을 구축하기 위한 초

석을 다지는 것이 시급하다고 볼 수 있다.

제2절 연구의 범위

이 연구는 디지털 전환 시대에 중요성이 커지고 있는 부정경쟁방지법의 실제 적용 양상을 심층적으로 파악하기 위해 부정경쟁행위 판결문 데이터베이스(DB)를 구축하고 분석하는 일련의 과업들을 목표로 한다. 현재 지식재산권 분야에서 판례는 법리 형성, 제도 개선, 정책 추진, 그리고 기업의 분쟁 대응 전략 수립에 필수적인 역할을 하지만, 관련 데이터와 분석 정보가 부족한 것이 현실이며, 이러한 공백을 메우고 신속한 정책 대응 및 효과적인 기업 전략 수립을 지원하는 것이 본 연구의 주요 목표이다. 이에 본 연구는 부정경쟁행위 판결문 통합 DB 구축, 판결문 분류 및 쟁점·유형별 색인화, 판결문 주요 통계 산출 및 판례 추이 분석, 부정경쟁행위 각 유형별 주요 판례 선정 및 판결 요지 작성, 타인의 성과도용행위 판결문 전수 분석을 통한 판단 기준 연구 등을 주요 내용으로 다음과 같이 연구 범위를 설정하였다.

첫째, 부정경쟁행위 판결문 통합 DB 구축은 2014년부터 2024년까지의 부정경쟁행위 관련 판결문 전체를 아우르는 통합 데이터베이스를 구축하는 것으로 지식재산처가 이미 확보한 판결문을 기반으로 하되, 로앤비(LAWnB), 엘박스(LBOX), 케이스노트(CaseNote)와 같은 국내 주요 법률 정보 플랫폼을 적극 활용하여 추가적인 판결문을 확보하고, 최대한 포괄적이고 신뢰할 수 있는 판례 DB를 완성하고자 하였다.

둘째, 판결문 분류 및 쟁점·유형별 색인화는 구축된 방대한 판결문 DB의 활용성을 극대화하기 위해 판결문을 체계적으로 분류하고 쟁점 및 유형별로 색인화하는 작업이다. 현재 민간에서 제공되는 판결문 DB는 제한적인 필터 기능만을 제공하여 심층적인 분석에 어려움이 있다. 따라서, 본 연구에서는 각 판결문의 내용을 면밀히 분석하여 부정경쟁행위의 구체적인 유형, 사건의 민사/형사 여부, 소송 인용률, 인정된 손해배상액, 형사처벌의 유무 및 수위, 그리고 특허법, 상표법 등 타 법령의 적용 여부와 같은 핵심 쟁점과 유형별로 표준화된 태그를 구성하여 DB에 반영하였다. 이를 통해 데이터의 정밀도를 높이고 다각적인 분석이 가능하도록 기반을 마련하고자 하였다.

셋째, 판결문 주요 통계 산출 및 판례 추이 분석이다. 정밀하게 분류되고 색인화된 판결문 DB를 활용하여 주요 통계 지표를 산출하고, 부정경쟁방지법 관련 판례의 변화 추이를 분석하고자 하였다. 이 단계에서는 실제 소송에서 인정된 손해배상액의 평균과 분포, 형사처벌의 구체적인 수위 등 실무적으로 중요한 통계 정보들을 도출하고자 하였으며 나아가, 최근 신설된 부정경쟁행위 유형들에 대한 법원의 판단 경향이 시간이 지남에

따라 어떻게 변화해왔는지 그 판례의 흐름과 발전 양상을 심층적으로 분석하여 법의 실제 적용 현황을 명확히 파악하고, 미래의 제도 개선 및 정책 방향 설정에 유의미한 시사점을 도출하고자 하였다.

넷째, 부정경쟁행위 각 유형별 주요 판례 선정 및 판결 요지 작성이다. 부정경쟁방지법의 각 부정경쟁행위 유형별로 대표성과 중요성을 갖는 주요 판례를 선별하고, 그 핵심정보를 체계적으로 정리하고자 하였다. 특히, 선행연구와의 중복을 피하고자 2020년 이후 최신 판례를 중심으로 2심과 3심이 진행된 사건을 중심으로 판례를 선정하였으며, 일부 부정경쟁행위 유형에 대한 판례가 1심만 존재하는 경우 또는 최신 판례가 없는 경우에는 시사점이 있는 판례를 선정하였다. 선정된 주요 판례에 대해서는 해당 판결의 주요 쟁점, 법원의 판단 요지, 그리고 최종 결론을 포함하는 간결하면서도 핵심적인 요약문을 작성하여 정보 접근성과 이해도를 높이하고자 하였다.

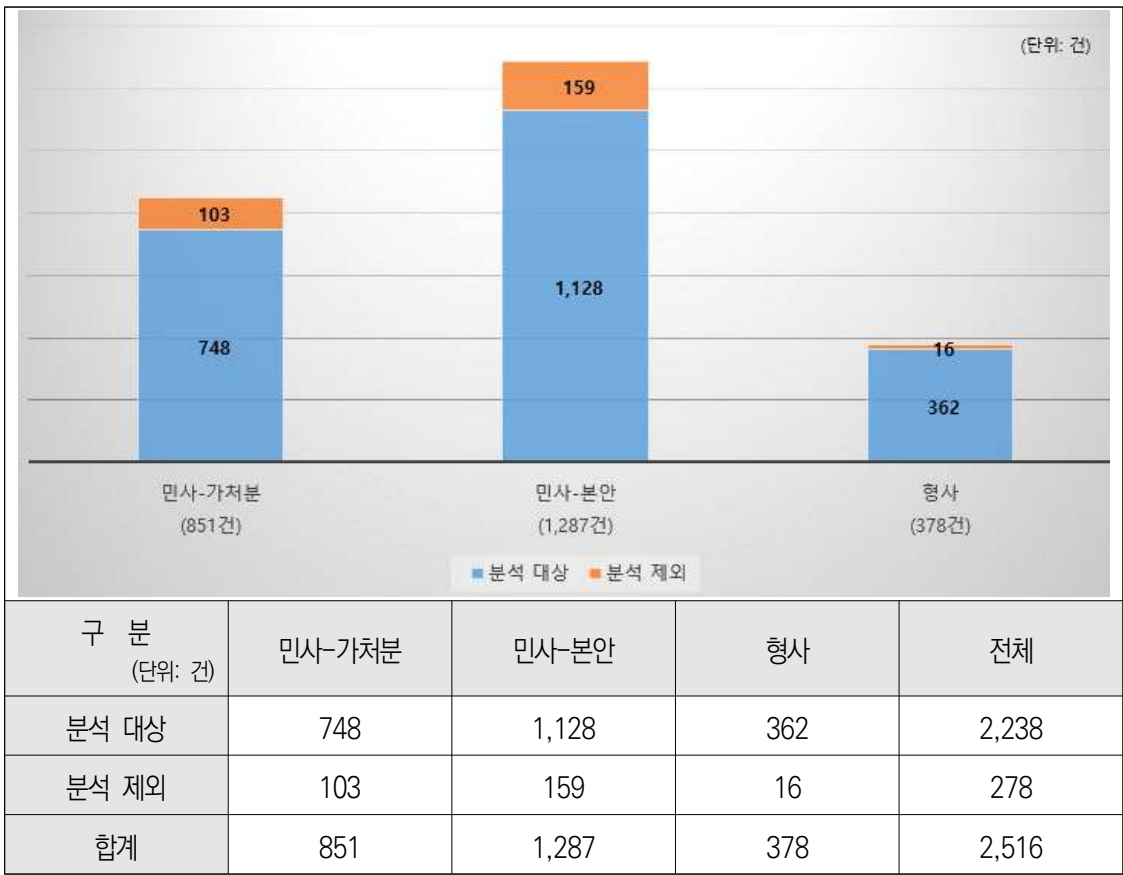
다섯째, 타인의 성과도용행위 판결문 전수 분석을 통한 판단 기준 연구이다. 지난 11년간의 성과도용행위 관련 판결문 전체를 전수 분석하여, 법원이 해당 유형의 부정경쟁행위를 판단하는 구체적인 기준을 도출하고 정립하고자 하였다. 이 과업을 통해 법원이 성과도용 여부를 판단할 때 고려하는 투자 및 노력의 정도, 창작성/차별성, 고객 흡인력, 무단사용의 유형 등과 같은 구체적인 요건 사실에 대한 판단 기준을 심층적으로 연구하고자 하였다. 이 결과는 향후 지식재산처의 행정조사가 확대될 경우 필요한 구체적이고 객관적인 판단 기준을 제시하여, 법 집행의 일관성과 예측 가능성을 높이는 데 실질적으로 기여할 것으로 기대된다.

제2장 부정경쟁행위 판결문 주요 통계

제1절 개요

부정경쟁행위 판결문의 주요 통계는 선고일을 기준으로 2014년부터 2024년까지 공개된 부정경쟁방지법 중 부정경쟁행위 관련 판례 2,516건을 대상으로 민사 가처분 사건과 민사 본안 사건 그리고 형사 사건 모두를 분석 대상으로 하고 있다. 이중 등록권리와 관련한 판례 또는 영업비밀 관련 또는 무변론 판결 등 부정경쟁행위에 대한 판단이 없는 278건의 판결문을 제외하고 총 2,238건만을 분석 대상으로 한다. 분석 대상 중 가처분 사건이 748건, 본안 사건이 1,128건, 형사 사건은 362건이다.

표 2 분석 대상



제2절 총괄

1. 연도별 판결 현황

2014년부터 2024년까지 부정경쟁행위 관련 판결의 연도별 추이를 민사 가처분, 민사-본안, 형사로 구분하여 살펴보면, 전체 판결 건수는 2014년(202건)부터 2017년(293건)까지 꾸준히 증가하다 점차 감소세를 보이고 있다. 가처분 사건은 2018년까지 100건 내외를 유지하다 2019년부터 급감하여 2023년에는 22건으로 감소하였고, 형사 사건도 이와 유사한 추세를 보이고 있다. 본안 사건은 해마다 등락이 있었으나 2017년 145건으로 정점을 찍은 이후 등락은 있으나 전반적으로 일정 수준을 유지하고 있다. 가처분 사건, 본안 사건, 형사 사건 모두 2021년에 급감하였는데, 이는 코로나19 팬데믹의 영향을 받아 전반적으로 사건 수가 급감한 예외적인 상황이었다.

표 3 연도별 판결 현황



2020	66	129	39	234
2021	49	51	14	114
2022	59	81	18	158
2023	22	113	19	154
2024	3	90	7	100

구체적으로 부정경쟁행위 유형별 연도별 판결 현황을 살펴보면, 파목이 801건(28.8%)으로 가장 많았으며, 가목이 608건(21.8%), 나목이 599건(21.5%), 자목이 426건(15.3%) 순으로 많았으며, 이들 4개의 유형이 전체의 87.5%를 차지하였다. 새로운 부정경쟁행위 유형으로 2022년에 신설된 카목(0건)과 타목(5건)을 제외하더라도 사목(2건), 마목(9건), 라목(11건)은 다른 부정경쟁행위 유형에 비해 소송 건수가 많지 않은 것으로 나타났다.

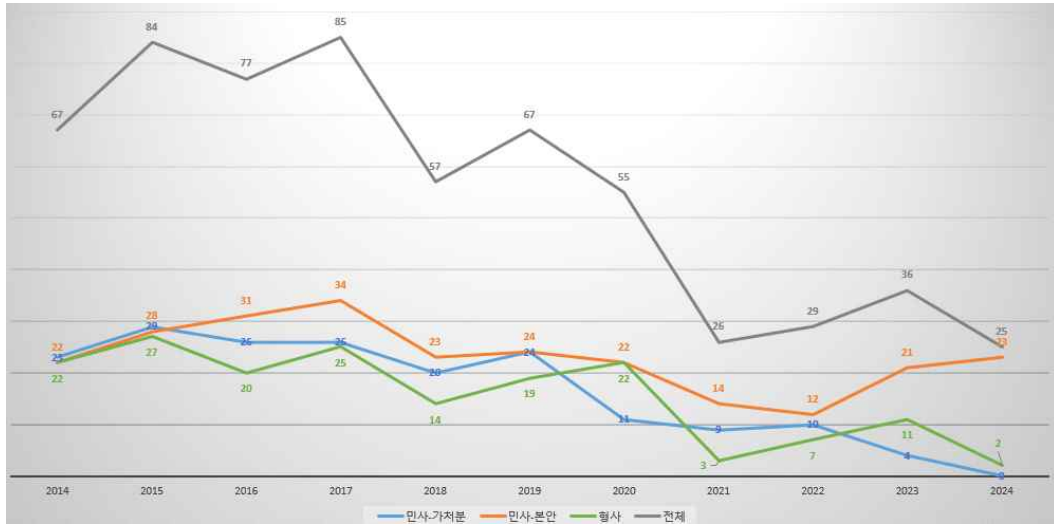
표 4 부정경쟁행위 유형별 판결 현황

유형	가목	나목	다목	라목	마목	바목
처리 현황(건)	608	599	105	11	9	129
비중(%)	21.8%	21.5%	3.8%	0.4%	0.3%	4.6%

유형	사목	아목	자목	차목	타목	파목
처리 현황(건)	2	32	426	58	5	801
비중(%)	0.1%	1.1%	15.3%	2.1%	0.2%	28.8%

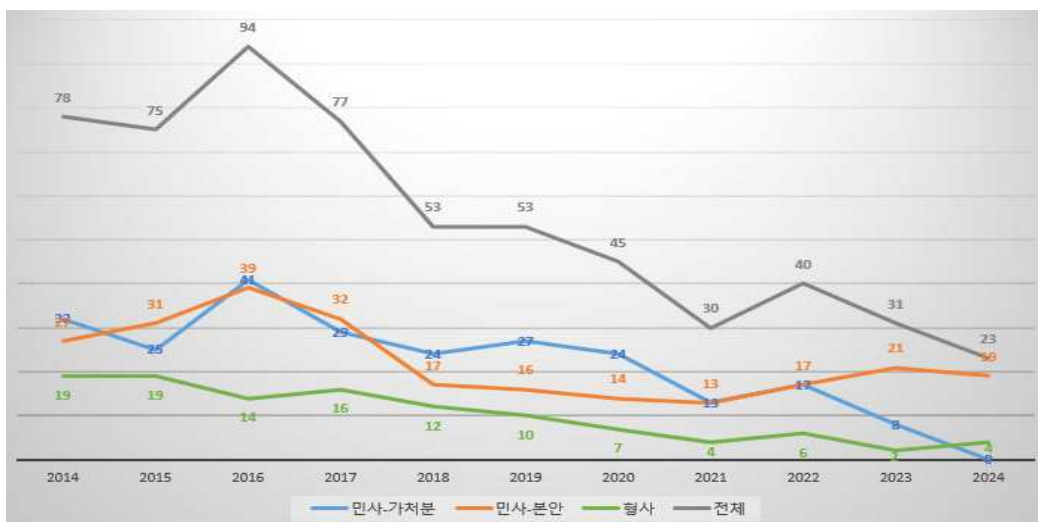
가목은 가처분 사건 182건, 본안 사건 254건, 형사 사건 172건으로 총 사건 수는 608건으로, 전체적으로 2017년을 기점으로 점차 감소하다가, 2021년에 전년대비 52.7% 급감한 이후 비슷한 판결 수치를 유지하고 있다. 가목은 전체 유형의 연도별 판결 현황 추세와 유사한 추세를 보이고 있다. 가처분 사건은 2015년 이후 완만한 감소세를 보인 반면, 본안 사건은 2017년 이후 감소세를 유지하다가, 2022년을 기점으로 소폭 상승하고 있다. 형사 사건은 증·감을 반복하며 감소세를 유지하다, 2021년 이후 급감(전년대비 86.3% 감소)하였다.

그림 4 가목의 연도별 판결 현황



나목의 전체 판결 현황은 가처분 사건 240건, 본안 사건 246건, 형사 사건 113건으로 총 사건 수 599건으로, 2016년 한해만 급등한 이후 지속적으로 급감하고 있다. 최근 10년간 판결 수가 증가한 연도는 2016년(전년대비 25.3% 증가)과 2022년(전년대비 33.3% 증가)으로 나타났다. 가처분 사건은 전체 추세와 유사한 반면, 본안 사건은 2021년 이후 지속적으로 소폭 증가하고 있다. 형사 사건은 최근 10년간 감소세가 두드러진다.

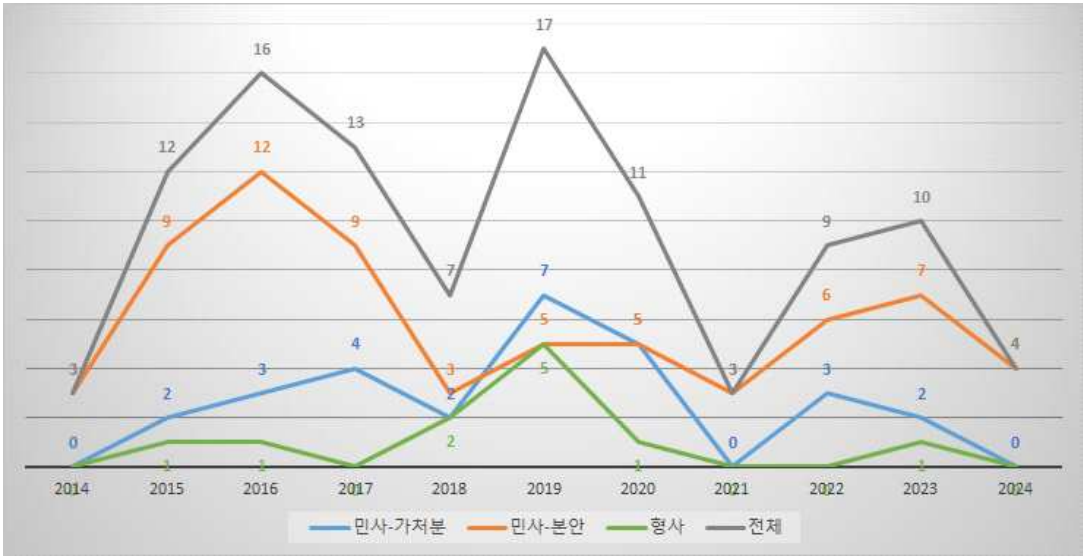
그림 5 나목의 연도별 판결 현황



다목의 전체 판결 현황은 가처분 사건 28건, 본안 사건 66건, 형사 사건 11건으로 총

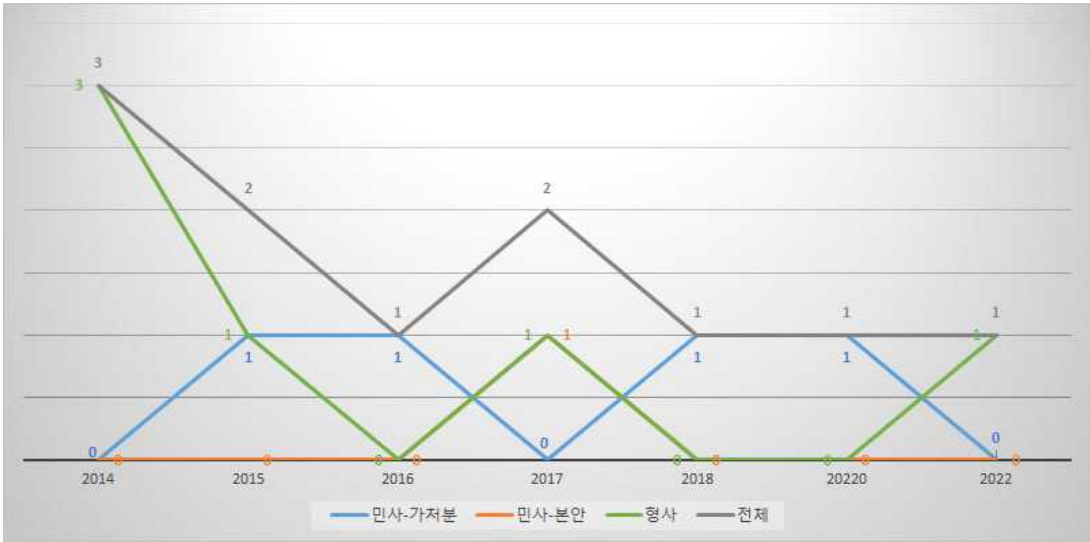
사건 수 105건으로, 2년을 주기로 급증과 급감을 반복하고 있으며, 최근 2023년 이후 감소하고 있다. 본안 사건은 2016년을 기점으로 급감 후 2018년부터는 비슷한 판결 건수를 유지하고 있으며, 형사 사건은 매년 1~2건을 유지하고 있으나 2019년만 5건으로 가장 많은 판결 건수를 기록하였다.

그림 6 다목의 연도별 판결 현황



라목의 전체 판결 현황은 가처분 사건 4건, 본안 사건 1건, 형사 사건 6건으로 총 사건 수 11건으로, 2019년을 제외하고 2022년까지 매년 1~3건의 사건 수를 보이며, 본안 사건은 2017년이 유일한 사건이다.

그림 7 라목의 연도별 판결 현황



마목의 전체 판결 현황은 가처분 사건 3건, 본안 사건 5건, 형사 사건 1건으로 총 사건 수 9건으로, 최근 10년 중 2015년, 2019년, 2023년, 2024년에만 사건이 처리되어, 잘 활용되지 않는 부정경쟁행위 유형이라고 할 수 있다. 형사 사건은 2015년에만 유일하게 사건이 처리되었다.

그림 8 마목의 연도별 판결 현황



바목의 전체 판결 현황은 가처분 사건 41건, 본안 사건 53건, 형사 사건 35건으로 총 사건 수 129건으로, 5번째로 많은 처리 건수를 보이고 있다. 2016년과 2019년에 각각 18건과 17건으로 가장 많은 처리 건수를 기록하였으며, 그 외의 연도에서는 평균 10건 내외의 처리 건수를 보이고 있다. 가처분 사건은 2018년 이후 감소세를 보였다.

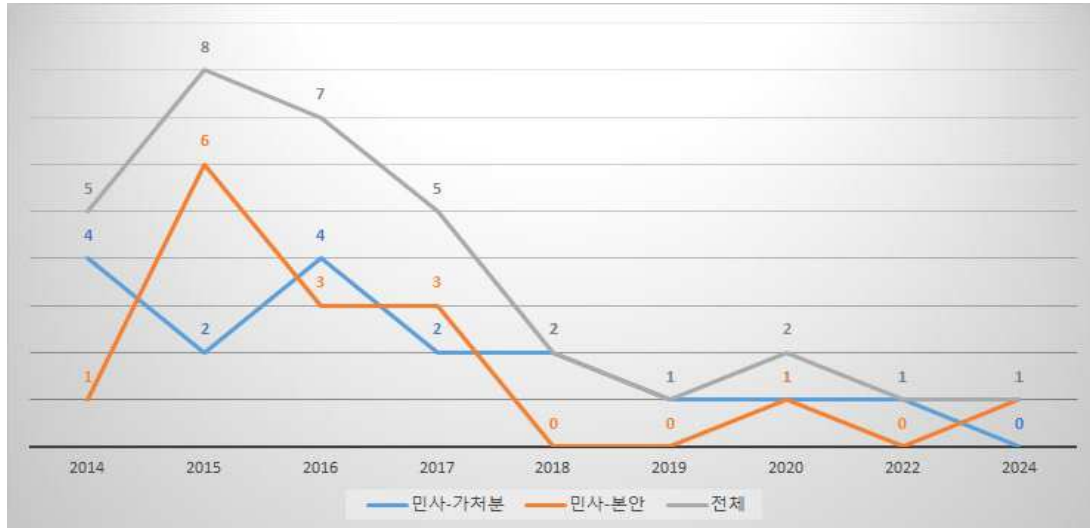
그림 9 바목의 연도별 판결 현황



사목은 본안 사건만 총 2건으로 2015년과 2019년에 각각 한건의 판결이 있었다.

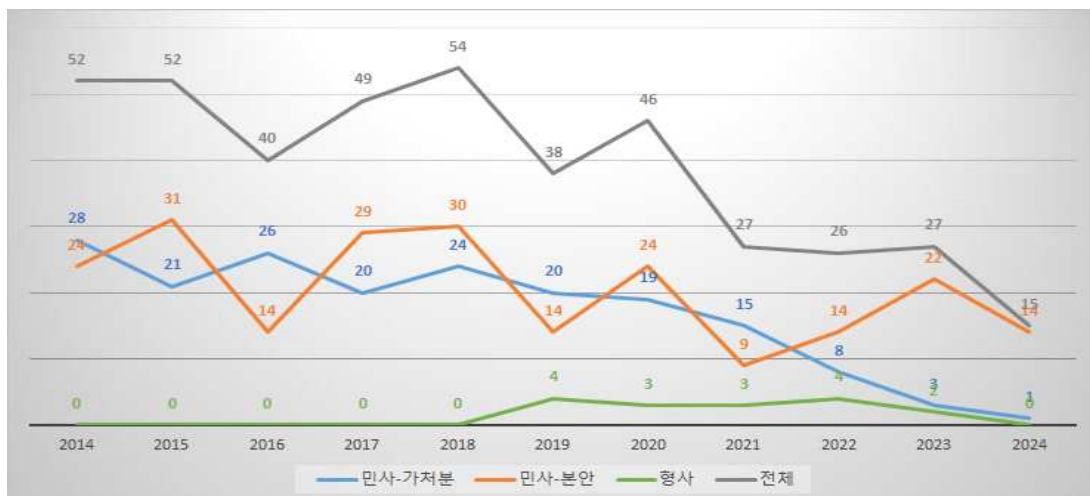
아목의 전체 판결 현황은 가처분 사건 17건, 본안 사건 15건으로, 총 사건 수는 32건이며, 형사 사건은 없었다. 전체 건수는 2015년을 정점으로 감소해 오다가, 2018년부터는 매년 1~2건이 처리되었다.

그림 10 아목의 연도별 판결 현황



자목의 전체 판결 현황은 가처분 사건 185건, 본안 사건 225건, 형사 사건 16건으로 총 사건 수 426건으로, 2020년까지 증·감소를 반복하다, 2021년 전년대비 41.3% 감소하며 처음으로 30건 미만의 건수를 보였으며, 2024년에는 15건(전년대비 44.4%)으로 감소하였다. 가처분 사건은 2014년부터 꾸준히 감소세를 보이고 있으며, 본안 사건은 2020년까지 많을 때는 약 30건 내외, 적을 때는 14건으로 처리하다, 일시적으로 2021년 9건으로 전년대비 62.5% 감소한 이후 다시 소폭 증가하고 있다. 형사 사건은 2018년까지 사건이 없었으나, 2019년 처음으로 4건이 발생한 후 매년 2~4건이 처리되었다.

그림 11 자목의 연도별 판결 현황



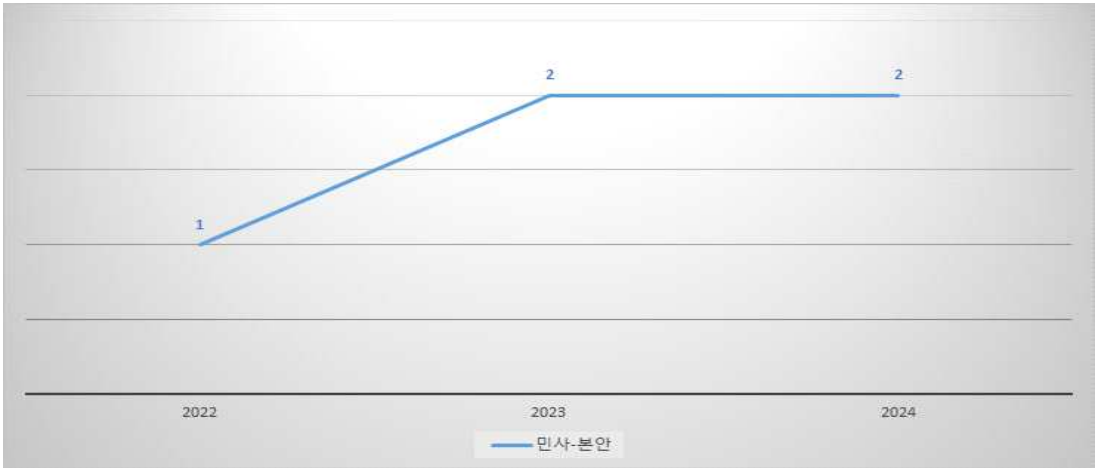
2018년 7월에 신설된 차목의 전체 판결 현황은 가처분 사건 14건, 본안 사건 44건으로 총 사건 수는 58건이며, 형사 사건은 아직 없다. 가처분 건수는 2019년 이후 감소하는 추세이나, 본안 사건은 2021년 전년대비 50% 감소한 이후 대폭 증가하여 2022년 이후에는 연간 평균 약 10건의 사건을 처리되었다.

그림 12 차목의 연도별 판결 현황



2022년 4월에 신설된 타목의 전체 판결 현황은 본안 사건만 5건으로 신설 이후 매년 1~2건의 사건이 처리되었다(형사 처벌의 대상 아님).

그림 13 타목의 연도별 판결 현황



2014년 1월에 신설된 파목은 가처분 사건 319건, 본안 사건 482건으로 총 사건 수 801건으로, 형사 처벌 대상이 아님에도 불구하고 최근 10년 중 가장 많이 활용된 부정 경쟁행위 유형이다. 신설된 이후 2018년까지 급증하다, 2018년 이후 사건 건수가 급격

히 감소하여, 2021년에는 2018년 대비 59.5% 감소하였다. 그 이후 2022년에는 다시 급등(85.7%)하였으나, 1년 만에 증가세는 꺾이고 다시 감소하는 추세이다. 가처분 사건은 2016년 이후 감소세에 있으며, 2016년까지 가처분 사건이 본안 사건에 비해 많았으나, 이후에는 본안 사건의 처리가 많이 이루어지고 있었다.

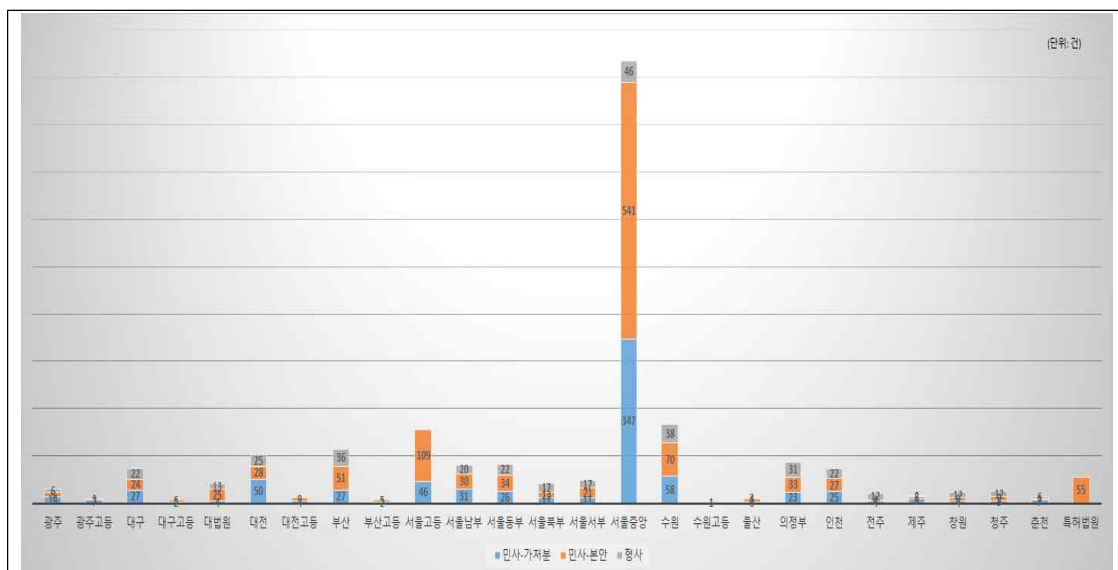
그림 14 파목의 연도별 판결 현황



II. 법원별 판결 현황

서울중앙법원이 총 934건(가처분 347건, 본안 541건, 형사 46건)으로 전체 사건의 41.7%를 처리하여 압도적인 비중을 차지하고 있으며, 이는 두 번째로 많은 사건을 처리한 수원법원(166건)에 비해 약 5.6배에 달하는 수치이다. 반도체, 전기·전자 등 첨단산업이 많이 있는 경기 남부와 국내 제2의 도시인 부산 그리고 특허법원이 있는 대전 등에서 사건 처리가 많이 몰려있어, 주요 경제 활동 지역에서 부정경쟁행위 관련 분쟁이 집중적으로 발생하고 있음을 확인할 수 있었다. 의정부법원은 87건으로 서울동부법원(82건), 서울남부법원(81건), 인천(74건), 대구(73건) 보다 많은 사건을 처리하며 6번째로 많은 사건이 처리되었다.

표 5 법원별 판결 현황



구 분 (단위: 건)	민사-가처분	민사-본안	형사	합계
광주	14	9	6	29
광주고등	7	3	-	10
대구	27	24	22	73
대구고등	2	6	-	8
대법원	4	25	13	42
대전	50	28	25	103
대전고등	4	9	-	13

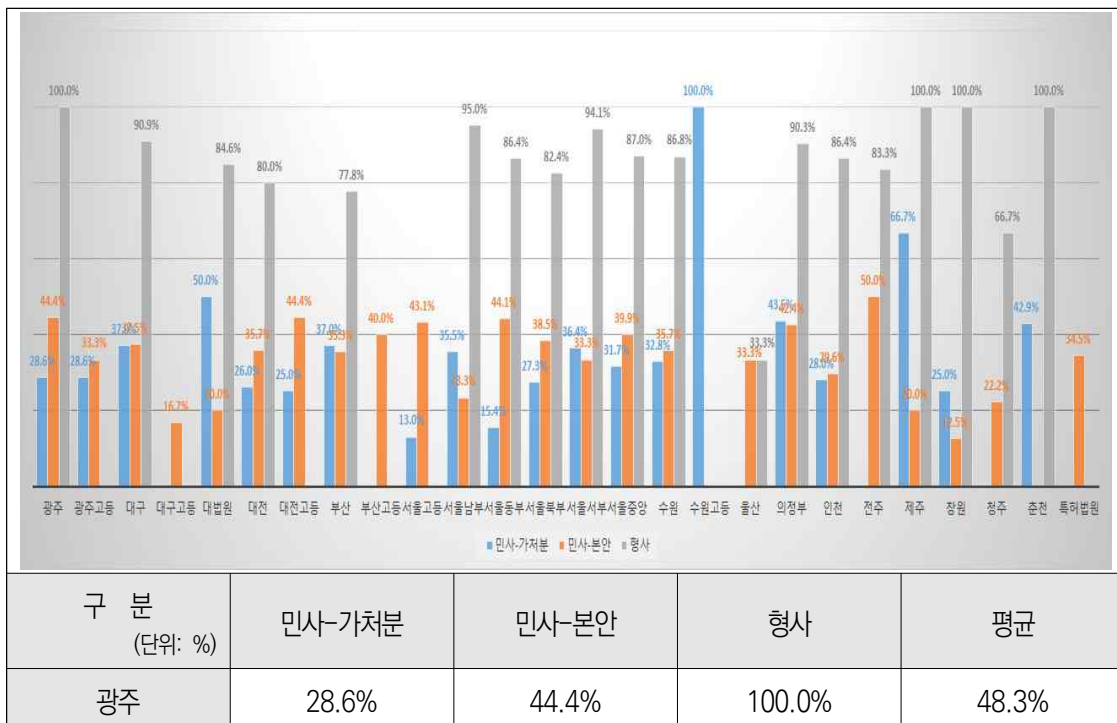
부산	27	51	36	114
부산고등	2	5	-	7
서울고등	46	109	-	155
서울남부	31	30	20	81
서울동부	26	34	22	82
서울북부	11	13	17	41
서울서부	11	21	17	49
서울중앙	347	541	46	934
수원	58	70	38	166
수원고등	1	1	-	2
울산	3	6	3	12
의정부	23	33	31	87
인천	25	27	22	74
전주	4	4	12	20
제주	9	5	2	16
창원	4	8	12	24
청주	5	9	12	26
춘천	7	2	6	15
특허법원	-	55	-	55
합계	748	1,128	362	2,238

III. 법원별 인용률

법원별 평균 인용률은 전주법원과 춘천법원이 60%로 가장 높았으며, 의정부법원이 59.8%, 창원법원 58.3%, 제주법원 56.3% 순으로 인용률이 높았다. 대부분 사건 수가 많은 법원(서울고등법원, 서울중앙법원, 대전법원 등)은 인용률이 낮은 반면, 인용률이 높은 법원(광주법원, 제주법원, 창원법원, 춘천법원 등)은 대부분 사건 수가 적었다. 다만, 부산법원은 사건 수 4번째와 인용률 10번째로 모두 상위권에 속하였다. 이는 사건 수가 적은 법원에서는 개별 사건에 대한 집중도가 높거나 낮은 인용률이 나타날 가능성이 크기 때문이다.

한편, 가처분 인용률과 형사 인용률은 전반적으로 각 법원의 평균 인용률과 유사한 흐름을 보이고 있으나, 본안의 인용률은 각 법원의 평균 인용률과 반대되는 현상을 보이는 경우도 있다. 대전법원은 본안 인용률이 3번째로 높았으나, 가처분은 18번째, 형사 20번째, 평균 20번째의 인용률을 보이고 있어 상반된 경로를 나타내고 있다. 또한 본안 사건 인용률의 4번째로 높은 서울동부법원(가처분 인용률 19번째, 형사 인용률 11번째, 평균 인용률 13번째), 5번째인 서울고등법원(가처분 인용률 20번째, 형사 인용률 20번째, 평균 인용률 22번째), 7번째인 부산고등법원(가처분 인용률 23번째, 형사 인용률 20번째, 평균 인용률 24번째) 등도 유사한 결과를 보이고 있다.

표 6 법원별 인용률



광주고등	28.6%	33.3%	-	30.0%
대구	37.0%	37.5%	90.9%	53.4%
대구고등	0.0%	16.7%	-	12.5%
대법원	50.0%	20.0%	84.6%	42.9%
대전	26.0%	35.7%	80.0%	41.7%
대전고등	25.0%	44.4%	-	38.5%
부산	37.0%	35.3%	77.8%	49.1%
부산고등	0.0%	40.0%	-	28.6%
서울고등	13.0%	43.1%	-	34.2%
서울남부	35.5%	23.3%	95.0%	45.7%
서울동부	15.4%	44.1%	86.4%	46.3%
서울북부	27.3%	38.5%	82.4%	53.7%
서울서부	36.4%	33.3%	94.1%	55.1%
서울중앙	31.7%	39.9%	87.0%	39.2%
수원	32.8%	35.7%	86.8%	46.4%
수원고등	100.0%	0.0%	-	50.0%
울산	0.0%	33.3%	33.3%	25.0%
의정부	43.5%	42.4%	90.3%	59.8%
인천	28.0%	29.6%	86.4%	45.9%
전주	0.0%	50.0%	83.3%	60.0%
제주	66.7%	20.0%	100.0%	56.3%
창원	25.0%	12.5%	100.0%	58.3%
청주	0.0%	22.2%	66.7%	38.5%
춘천	42.9%	0.0%	100.0%	60.0%
특허법원	-	34.5%	-	34.5%

IV. 심급별 인용 현황

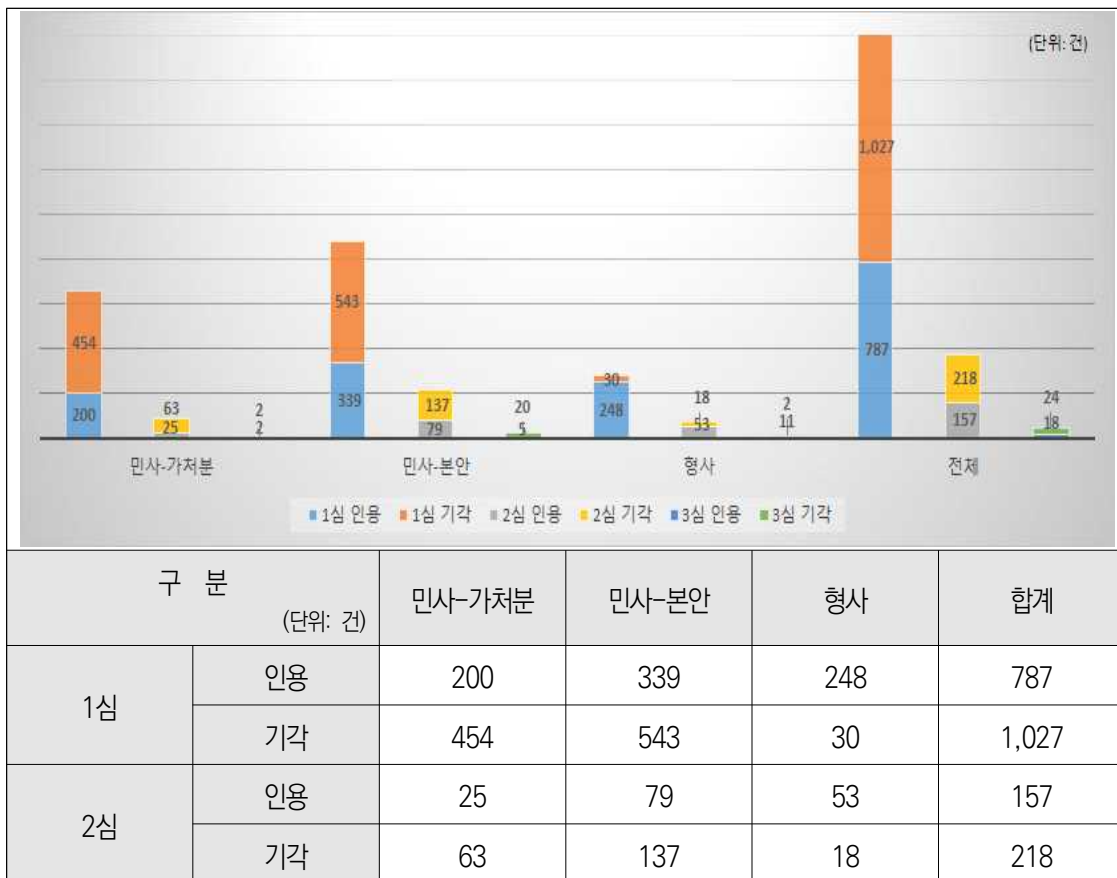
심급별 인용 현황을 살펴보면, 1심에서는 인용 건수가 787건으로 43.4%의 인용률을 보이고 있으며, 세부적으로는 1심 가처분 사건의 인용은 200건(30.6%), 1심 본안 사건의 인용은 339건(38.4%), 1심 형사 사건의 인용은 248건(89.4%)이었다.

2심에서는 인용 건수가 157건으로 41.9%의 인용률을 보이고 있으며, 세부적으로는 2심 가처분 사건의 인용은 25건(28.4%), 2심 본안 사건의 인용은 79건(36.6%), 2심 형사 사건의 인용은 53건(74.6%)이었다.

3심에서는 인용 건수가 18건으로 42.9%의 인용률을 보이고 있으며, 세부적으로는 3심 가처분 사건의 인용은 2건(50%), 3심 본안 사건의 인용은 5건(20%), 3심 형사 사건의 인용은 11건(84.6%)이었다.

한편, 가처분 사건은 3심에서 가장 높은 인용률을 보였고, 본안 사건은 3심에서 가장 낮은 인용률을 보인 반면, 형사 사건에서는 전체적으로 인용률이 기각률보다 5.5배 높게 나타났다.

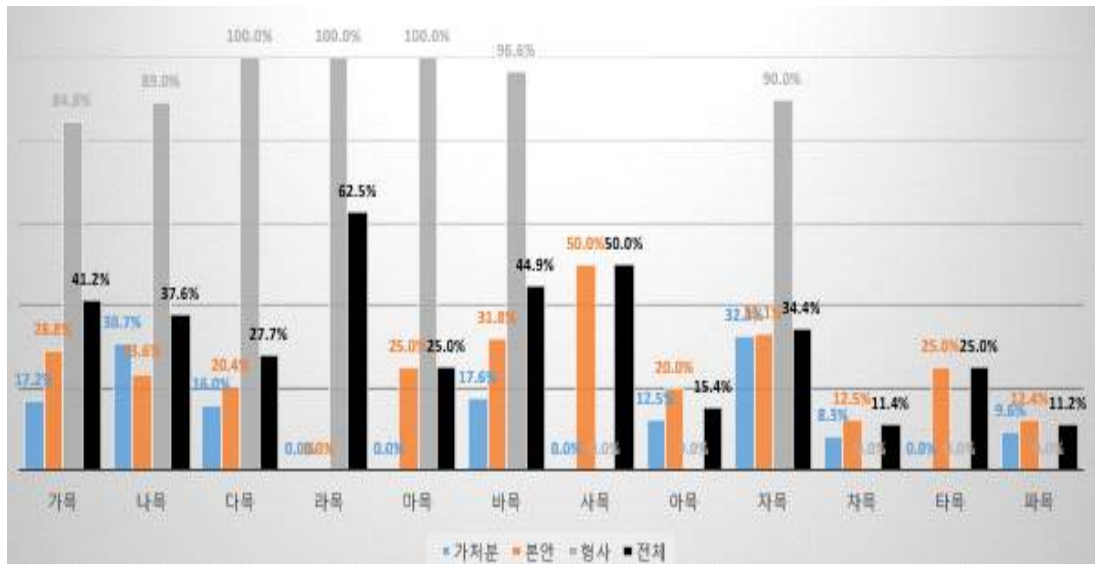
표 7 심급별 인용 현황



3심	인용	2	5	11	18
	기각	2	20	2	24
재심	기각	-	1	-	1
파기환송	인용	-	2	-	2
	기각	2	2	-	4

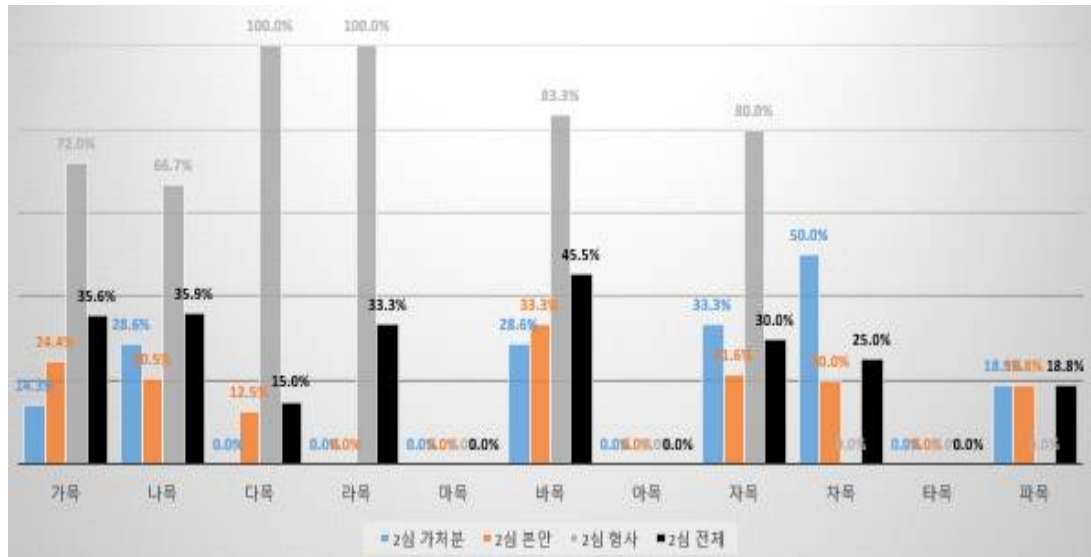
구체적으로 각 심급에서의 부정경쟁행위 유형별 인용률을 살펴보면, 1심에서는 라목이 62.5%, 사목이 50.0%의 인용률을 보였으나, 각각 처리 건수(라목 8건, 사목 2건)가 많지 않아 통계적으로 큰 의미는 없는 것으로 보인다. 10건 이상 처리된 유형 중에서는 바목이 44.9%, 가목이 41.2%, 나목이 37.6%로 인용률이 높았으며, 파목은 11.2%로 가장 낮은 인용률을 보였다.

그림 15 부정경쟁행위 유형별 인용률(1심)



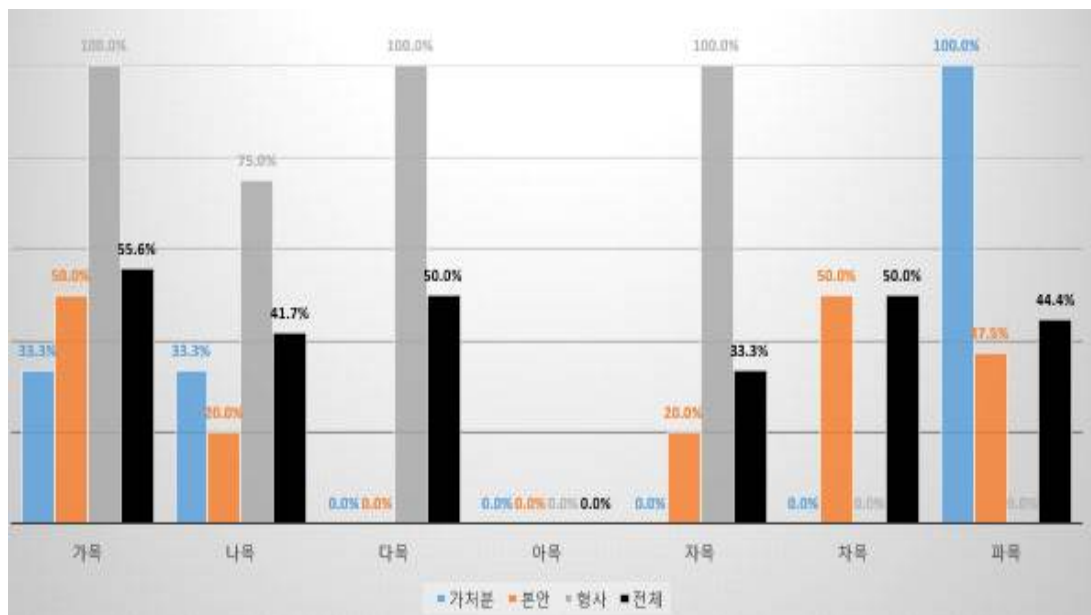
2심에서는 바목이 45.5%로 인용률이 가장 높았으며, 나목(35.9%), 가목(35.6%) 순으로 높았다. 건수가 적은 마목(1건, 0%), 아목(5건, 0%), 타목(1건, 0%)을 제외하고 10건 이상 처리된 유형 중에는 다목(15%), 파목(18.5%) 순으로 인용률이 낮았다.

그림 16 부정경쟁행위 유형별 인용률(2심)



3심에서는 가목이 55.6%로 인용률이 가장 높았으며, 다목·차목(50%), 파목(44.4%) 순으로 나타났다. 파목의 경우 1, 2심에서는 다른 부정경쟁행위 유형과 비교했을 때 인용률이 매우 낮았으나, 3심에서는 처리된 7개 유형 중에서는 4번째로 높은 인용률을 보였다.

그림 17 부정경쟁행위 유형별 인용률(3심)



제3절 민사-가처분

I. 민사-가처분 처리 현황

가처분 사건에서 인용 건수는 87건으로 전체의 11%에 불과하다. 이는 가처분 사건의 기각률이 인용률 대비 2.3배 높으며, 전부 인용되는 경우는 드물다는 것을 보여준다. 일부 인용은 140건으로 전체의 19%를 차지하고, 기각은 521건으로 전체의 70%를 차지하며 가장 높은 비중을 나타내고 있다. 이는 부정경쟁행위 관련 가처분 신청이 법원에서 엄격하게 판단되어 기각률이 높음을 알 수 있다.

표 8 민사-가처분 처리 현황

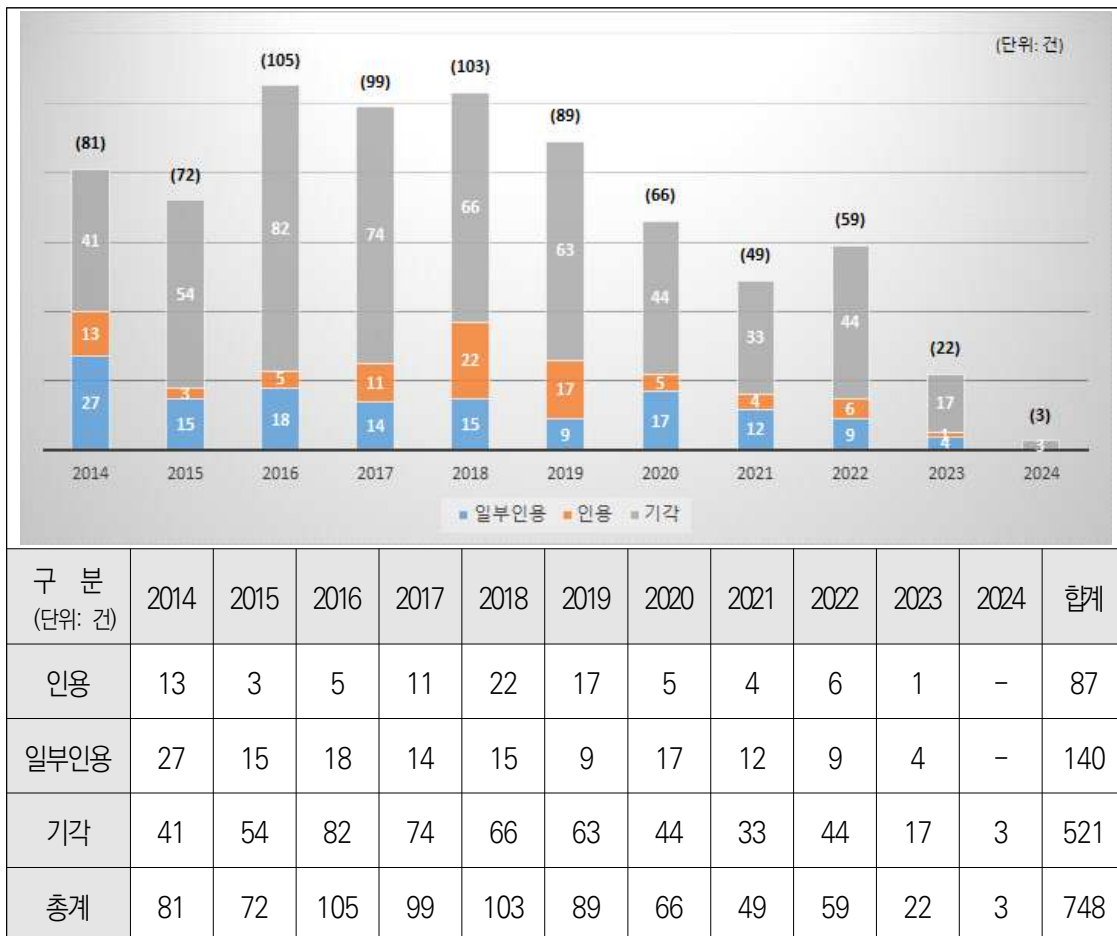


II. 연도별 가처분 처리 현황

가처분 건수는 2016년에 105건과 2018년에 103건으로 최고치를 기록한 이후, 2019년부터 89건으로 13.6% 감소하면서 점진적으로 급감하는 추세를 보이며 2023년에는 22건, 2024년에는 3건으로 감소하였다.

기각률은 2014년에만 50.6%로 50%대였으나, 그 이후에는 60~70%대를 유지하여 평균 74.9%를 보이고 있다. 세부적으로는 2020년에 기각률 66.7% 이후 완만하게 상승하여 2023년에는 77.3%로 3년만에 10.6%p 증가하였다.

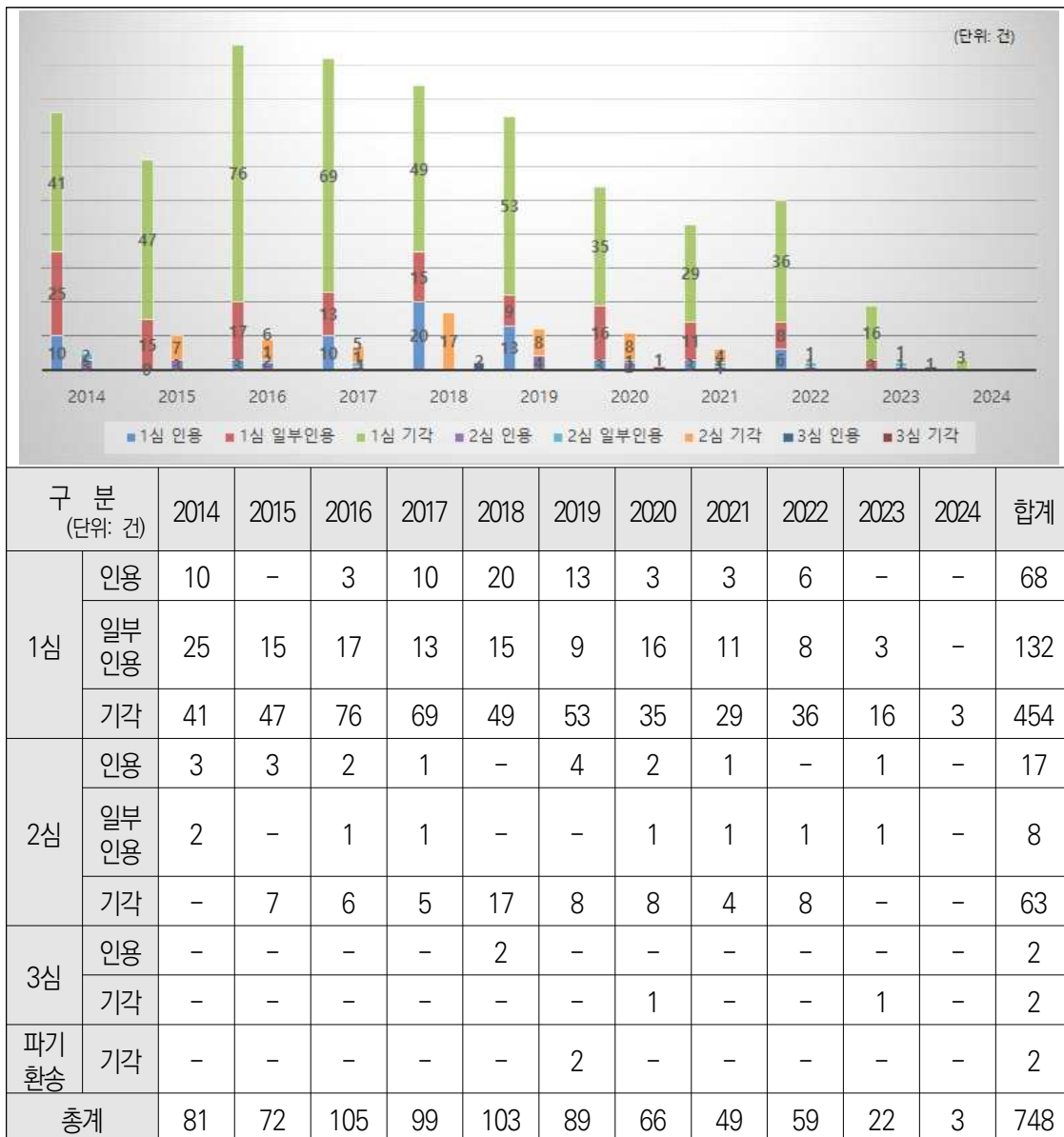
표 9 연도별 가처분 처리 현황



III. 심급별 가처분 처리 현황

가처분 사건의 1심 인용 건수는 인용 68건, 일부인용 132건으로 30.6%의 인용률을 보였으며, 2심 인용 건수는 인용 17건, 일부인용 8건으로 28.4%의 인용률을 보였다. 3심에서는 인용 2건으로 50%의 인용률을 보였다. 가처분 사건에서의 상소율은 13%로 낮았으며, 1심(30%)과 2심(28%)의 인용률은 비슷하게 나타났다. 이는 가처분 사건이 주로 1심에서 종결되는 경향이 강하며, 상급심으로 진행되는 경우가 드물다는 것을 알 수 있었다.

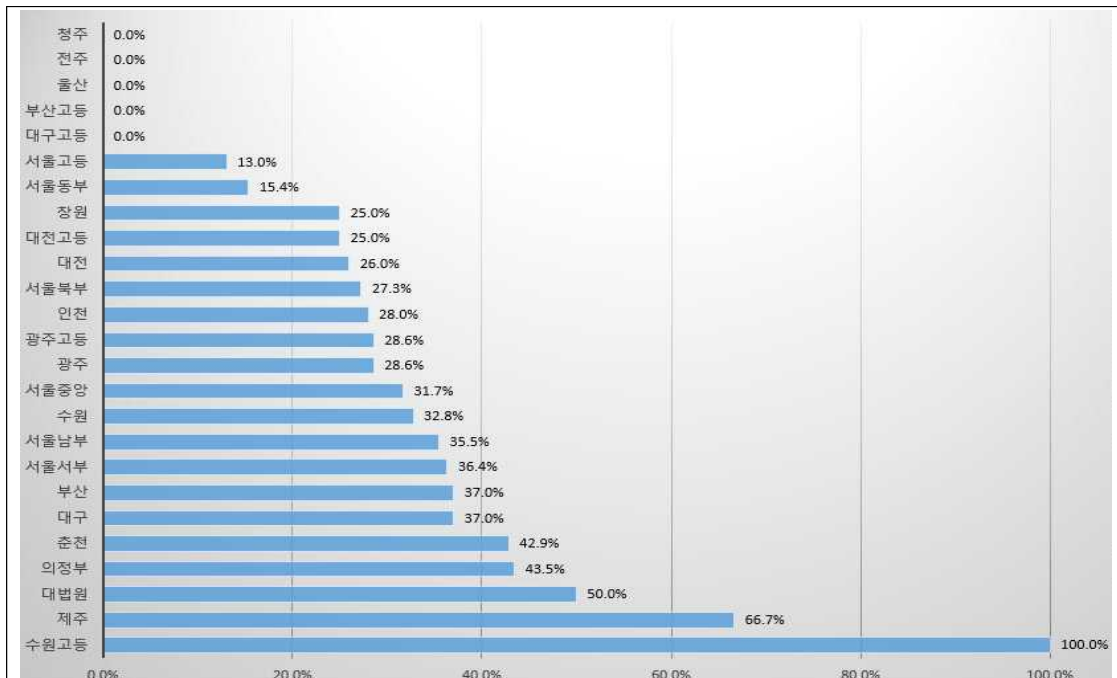
표 10 심급별 가처분 처리 현황



IV. 법원별 가처분 평균 인용률

법원별 가처분 인용률은 평균 29%(인용, 일부인용 포함)이었으며, 수원고등법원(100%), 제주법원(66.7%), 대법원(50%) 순으로 인용률이 높았고, 서울고등법원(13%), 서울동부법원(15.4%) 순으로 인용률이 낮게 나타났다. 청주법원(5건), 전주법원(4건), 울산법원(3건), 부산고등법원(2건), 대구고등법원(2건)에서는 100% 기각되었고, 수원고등법원(1건)에서는 100% 인용되었는데, 이는 사건 건수가 10건 미만이라는 점에서 큰 의의가 없는 것으로 보인다. 이에 사건 규모가 10건 이상이 되는 법원(19개)을 대상으로 평균 인용률을 살펴보면, 32.9%로 전체 대비 약 3.9%p 증가하였다.

표 11 법원별 가처분 평균 인용률



구 분 (단위: %)	인용	일부인용	기각	인용률
광주	1	3	10	28.6%
광주고등	1	1	5	28.6%
대구	3	7	17	37.0%
대구고등	-	-	2	0.0%
대법원	2	-	2	50.0%
대전	9	4	37	26.0%

대전고등	-	1	3	25.0%
부산	6	4	17	37.0%
부산고등	-	-	2	0.0%
서울고등	4	2	40	13.0%
서울남부	3	8	20	35.5%
서울동부	2	2	22	15.4%
서울북부	2	1	8	27.3%
서울서부	1	3	7	36.4%
서울중앙	39	71	237	31.7%
수원	8	11	39	32.8%
수원고등	-	1	-	100.0%
울산	-	-	3	0.0%
의정부	4	6	13	43.5%
인천		7	18	28.0%
전주	-	-	4	0.0%
제주	-	6	3	66.7%
창원	1	-	3	25.0%
청주	-	-	5	0.0%
춘천	1	2	4	42.9%

V. 부정경쟁행위 유형별-연도별 가처분 처리 현황

부정경쟁행위 유형별로는 파목이 319건으로 전체의 30.9%로 가장 많았으며, 나목(240건), 자목(185건), 가목(182건) 순으로 높았고, 이들 4개의 부정경쟁행위 유형이 전체의 89.6%로 대부분을 차지하고 있었다. 전체 부정경쟁행위에 따른 평균 인용률은 15.1%(각 목들의 평균 인용률 값의 평균 값)였으며, 자목(32.4%), 나목(30.4%), 바목(19.5%), 가목(17%) 순으로 인용률이 높았다. 반면에, 파목의 인용률은 11.0%, 아목의 인용률은 11.8%로 인용받기 어려운 것으로 나타났으며, 특히 파목의 경우 가처분 건수는 가장 많았으나 인용된 경우는 가장 적음을 알 수 있었다.

표 12 부정경쟁행위 유형별-연도별 가처분 처리 현황

구 분 (단위: 건)		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	합계	인용률
가 목	인용	4	4	4	7	-	6	1	1	3	1	-	31	17.0%
	기각	19	25	22	19	20	18	10	8	7	3	-	151	
나 목	인용	15	6	12	6	5	8	11	2	5	3	-	73	30.4%
	기각	17	19	29	23	19	19	13	11	12	5	-	167	
다 목	인용	-	-	-	1	-	-	2	-	1	-	-	4	14.3%
	기각	-	2	3	3	2	7	3	-	2	2	-	24	
라 목	인용	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0.0%
	기각	-	1	1	-	1	-	1	-	-	-	-	4	
마 목	인용	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0.0%
	기각	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	3	
바 목	인용	-	2	1	-	1	1	1	-	2	-	-	8	19.5%
	기각	2	2	9	4	7	5	2	1	1	-	-	33	
아 목	인용	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2	11.8%
	기각	3	2	3	2	2	1	1	-	1	-	-	15	
자 목	인용	12	9	7	1	10	3	8	7	3	-	-	60	32.4%
	기각	16	12	19	19	14	17	11	8	5	3	1	125	
차 목	인용	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	2	14.3%
	기각	-	-	-	-	-	5	1	3	2	1	-	12	
파 목	인용	3	2	1	2	5	11	2	4	4	1	-	35	11.0%
	기각	8	25	55	43	42	30	23	15	27	13	3	284	
합계		100	112	167	130	128	132	91	61	75	33	4	1,033	15.1%

VI. 부정경쟁행위 유형별-법원별 가처분 처리 현황

전체 법원의 평균 인용률은 14.9%(각 법원의 평균 인용률 값의 평균 값)이었으며, 대법원(55.6%), 제주법원(45%), 서울서부법원(30%) 순으로 인용률이 높았다. 반면 청주법원, 울산법원, 전주법원, 수원고등법원, 대구고등법원, 부산고등법원은 인용률이 0%였고, 서울동부법원은 7%, 대구법원은 7.6%로 인용률이 현저하게 낮았다. 전체 25개 법원 중 10건 이상 처리한 법원(14개)의 평균 인용률은 19.3%로 전체 대비 4.4%p 높아졌다.

주요법원인 대법원의 인용률은 가목(3건) 33.3%, 나목(3건) 33.3%, 파목(1건) 100%이었으며, 서울중앙법원의 인용률은 자목(33.7%), 바목(29.4%), 나목(28.8%), 다목(23.1%) 순으로 높았고, 가목(12.4%)과 파목(9.5%)은 낮은 인용률을 보였고, 라목·마목·차목은 전부 기각되었다. 대전법원의 인용률은 다목 50%, 나목 41.2%, 가목 40%, 자목 22.2%, 파목은 11.5%이었으며, 바목과 차목은 모두 기각되었다.

표 13 부정경쟁행위 유형별-법원별 가처분 처리 현황

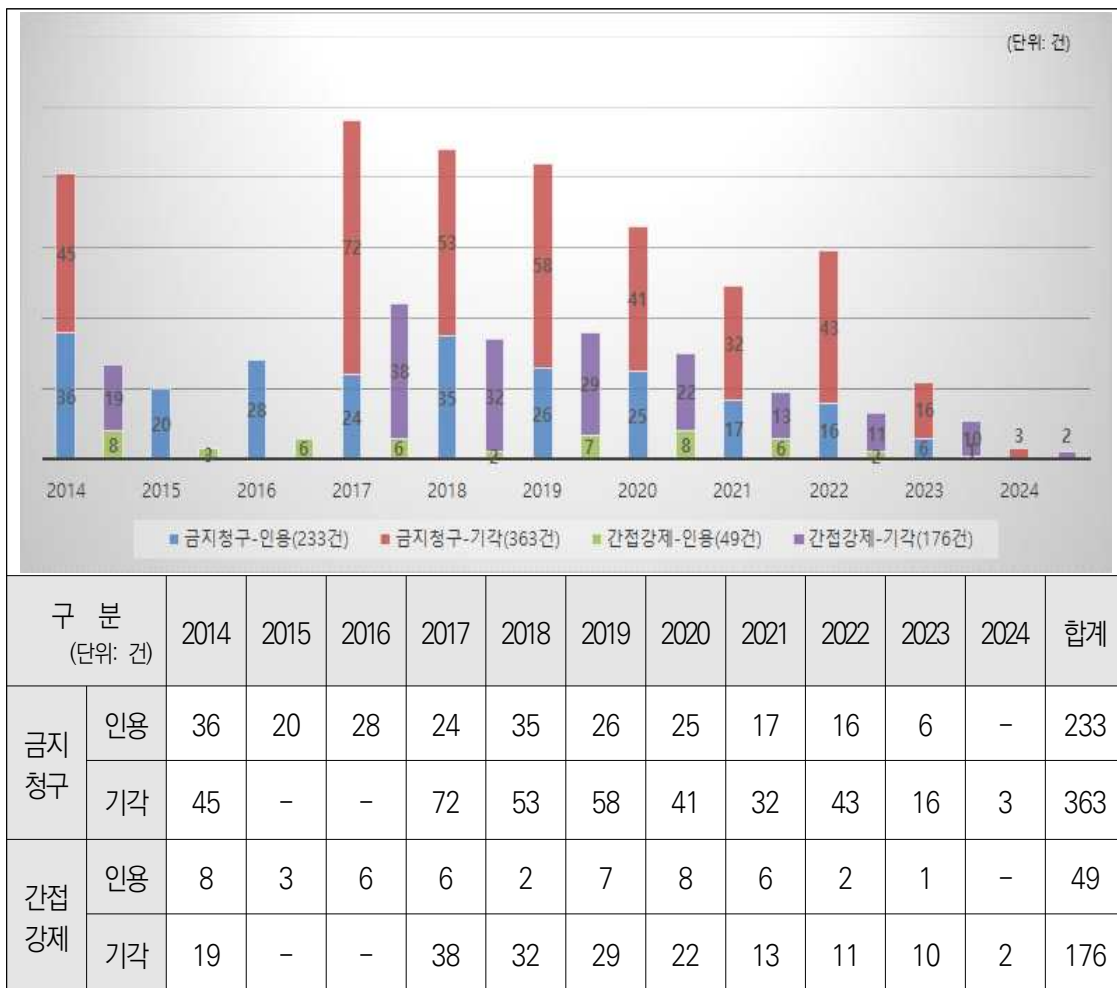
구분 (단위: %)	가목	나목	다목	라목	마목	바목	아목	자목	차목	파목	평균
광주	0.0	0.0	-	-	-	-	-	50.0	-	50.0	25.0
광주 고등	0.0	0.0	-	-	-	-	-	-	-	50.0	16.7
대구	22.2	53.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.6
대구 고등	-	-	-	-	-	-	-	0.0	-	0.0	0.0
대법원	33.3	33.3	-	-	-	-	-	-	-	100.0	55.6
대전	40.0	41.2	50.0	-	-	0.0	-	22.2	0.0	11.5	23.6
대전 고등	0.0	-	-	-	-	0.0	-	-	-	33.3	11.1
부산	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	50.0	-	50.0	-	0.0	16.7
부산 고등	-	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	0.0
서울 고등	9.1	20.0	0.0	-	-	25.0	0.0	27.3	50.0	10.5	17.7

구분 (단위: %)	가목	나목	다목	라목	마목	바목	아목	자목	차목	파목	평균
서울 남부	20.0	71.4	0.0	-	-	0.0	-	10.0	-	26.7	21.3
서울 동부	14.3	11.1	-	-	-	0.0	0.0	16.7	-	0.0	7.0
서울 북부	25.0	0.0	-	-	-	0.0	-	0.0	-	20.0	9.0
서울 서부	0.0	100.0	-	-	-	-	-	50.0	0.0	0.0	30.0
서울 중앙	12.4	28.8	23.1	0.0	0.0	29.4	16.7	33.7	0.0	9.5	15.4
수원	33.3	20.0	0.0	-	-	25.0	0.0	47.1	0.0	11.8	17.1
수원 고등	0.0	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	0.0
울산	-	0.0	-	-	-	-	-	0.0	0.0	0.0	0.0
의정부	33.3	37.5	0.0	-	-	0.0	-	37.5		18.2	21.1
인천	25.0	16.7	0.0	-	-	0.0	-	41.7		0.0	13.9
전주	0.0	0.0	-	-	-	-	-	-	-	0.0	0.0
제주	75.0	50.0	-	-	-	-	-	0.0	100.0	0.0	45.0
창원	0.0	33.3	-	-	-	-	-	-	0.0	0.0	8.3
청주	0.0	0.0	0.0	-	-	0.0	-	0.0	-	0.0	0.0
춘천	0.0	33.3	-	-	-	-	-	-	-	0.0	11.1
총계	15.6	25.4	7.3	0.0	0.0	10.0	3.3	22.7	16.7	14.8	14.9

VII. 금지청구 및 간접강제 인용여부

금지청구는 233건이 인용되고 363건이 기각되어, 평균 인용률은 39.1%이다. 간접강제는 49건 인용되고 176건이 기각되어, 평균 인용률은 21.8%로, 간접강제의 경우 상대적으로 인용받기 어려웠다. 2015년과 2016년에는 금지청구 및 간접강제 모두 기각된 사례가 없었다.

표 14 금지청구 및 간접강제 인용여부

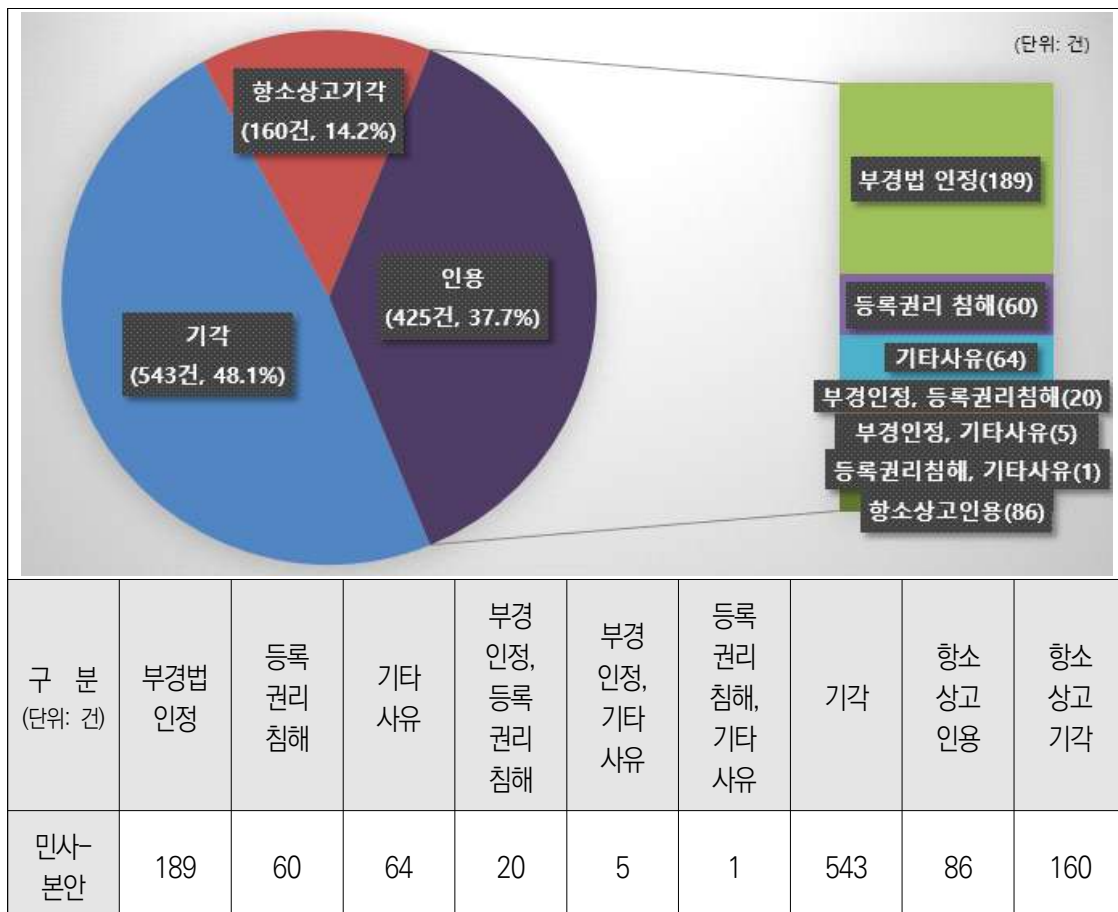


제4절 민사-본안

I. 민사-본안 처리 현황

본안 사건은 전체 1,128건 중 인용은 425으로 인용률은 37.7%이다. 인용 중에는 부정경쟁방지법 인정이 189건으로 전체 인용의 44.5% 비중을 차지하고 있으며, 등록권리 침해 60건, 기타 사유 64건, 부정경쟁방지법 인정 & 등록권리 침해 20건, 부정경쟁방지법 인정 & 기타 사유 5건, 등록권리침해 & 기타 사유 1건, 항소상고인용 86건으로 나타났다. 전체 기각은 703건으로 62.3%를 차지하고 있으며, 그중 기각은 543건, 항소 상고기각은 160건이다.

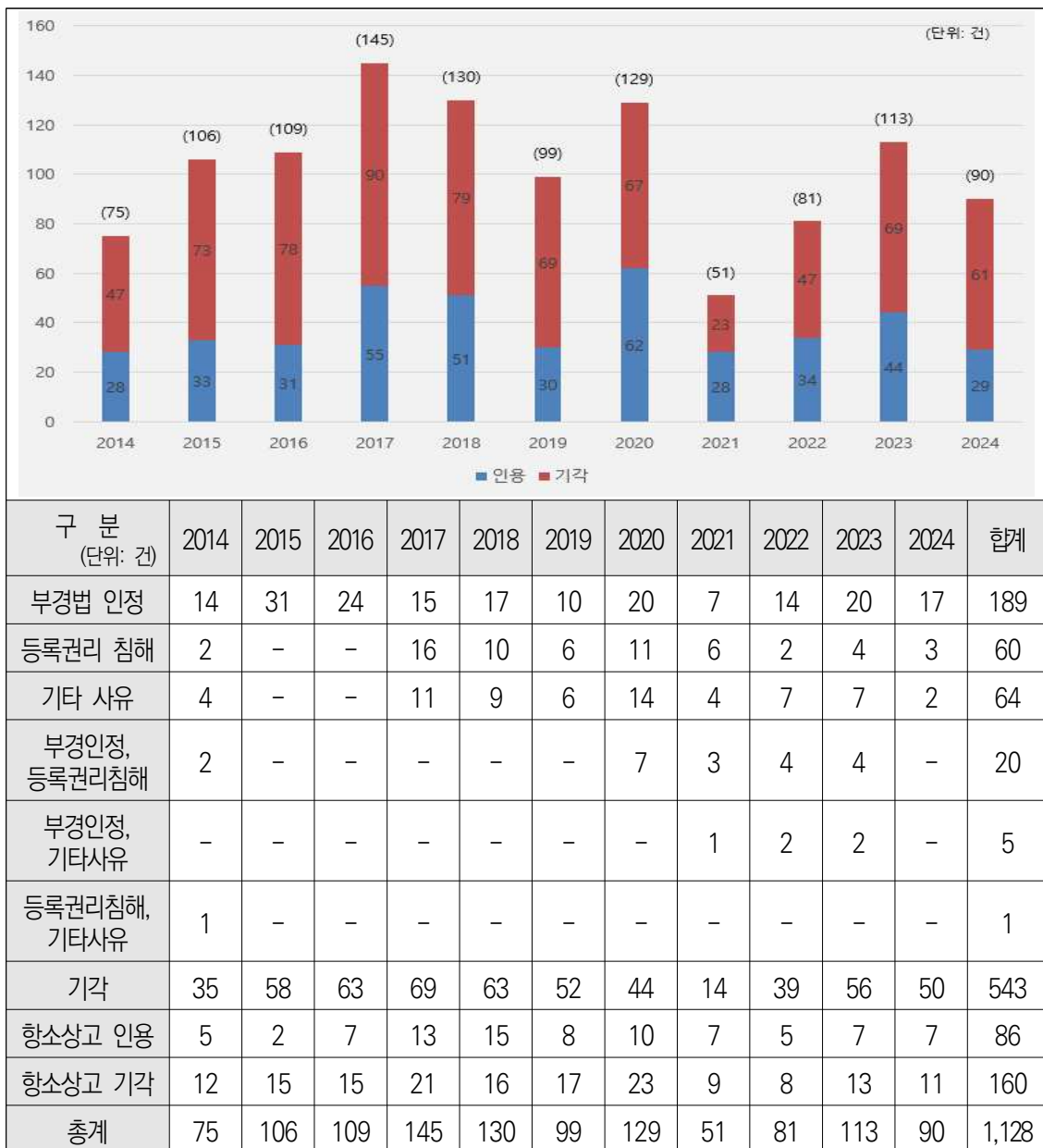
표 15 민사-본안 처리 현황



II. 연도별 본안 처리 현황

본안 처리 건수는 2017년 145건, 2018년 130건, 2020년 129건으로 많았으며, 대부분 100건 내외로 처리되고 있다. 2021년에는 51건으로 전년대비 60.5% 급감하였으나 이후 점차 회복되고 있는 추세이다. 연도별 인용률은 2021년에 54.9%로 가장 높았으며, 2020년 48.1%, 2022년 42% 순으로 높았고, 2016년에 28.4%, 2019년에 30.3%, 2015년에 31.1%로 상대적으로 인용률이 낮았다.

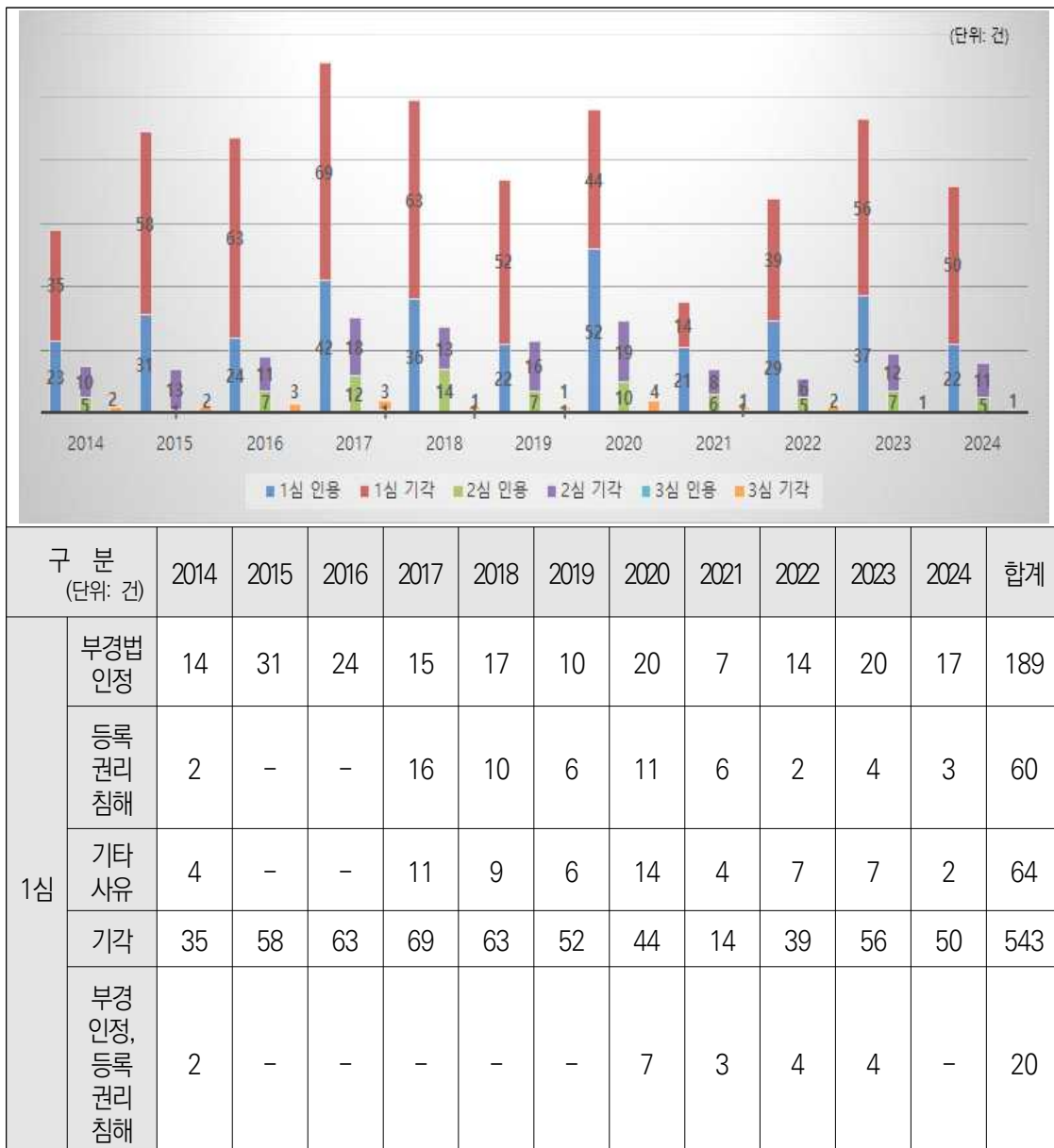
표 16 연도별 본안 처리 현황



III. 심급별 본안 처리현황

본안 사건 1심의 인용 건수는 부정경쟁방지법 인용 189건, 등록권리 침해 60건, 기타 사유 64건, 부정경쟁방지법 인정 & 등록권리 침해 20건, 부정경쟁방지법 인정 & 기타 사유 5건, 등록권리침해 & 기타 사유 1건으로 총 339건, 인용률은 38.4%이다. 2심은 79건으로 36.6% 인용률, 3심은 5건으로 20% 인용률을 보이고 있어, 상급심으로 갈수록 기각률이 높아지는 경향을 보였다. 이는 상급심에서 하급심의 판단이 번복되는 경우가 많음을 시사하고 있다.

표 17 심급별 본안 처리 현황



	부경 인정, 기타 사유	-	-	-	-	-	-	-	1	2	2	-	5
	등록 권리 침해, 기타 사유	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
2심	항소 상고 인용	5	1	7	12	14	7	10	6	5	7	5	79
	항소 상고 기각	10	13	11	18	13	16	19	8	6	12	11	137
3심	항소 상고 인용	-	-	-	1	1	1	-	1	-	-	1	5
	항소 상고 기각	2	2	3	3	1	1	4	1	2	1	-	20
재심	항소 상고 기각	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
파기 환송	항소 상고 인용	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2
	항소 상고 기각	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	2
총계		75	106	109	145	130	99	129	51	81	113	90	1,128

IV. 법원별 본안 평균 인용률

법원별 본안 인용률은 전주법원이 50%로 가장 높으며, 광주법원·대전법원(44.4%), 서울동부법원(44.1%), 서울고등법원(43.1%), 의정부(42.4%) 순으로 높게 나타났다. 반면에 춘천법원, 수원고등법원은 모두 기각을 하였으며, 창원법원(12.5%)과 대구고등법원(16.7%)의 인용률은 낮게 나타났다. 전체 26개 법원 중 10건 이상을 처리하는 법원(14개)만을 대상으로 인용률을 살펴보면, 평균 35.2%로 전체 대비 3%p 증가하였다.

주요 법원 중 대법원의 평균 인용률은 20%로 전체 21번째, 10건 이상 처리한 법원 중에서는 14번째로 가장 낮은 인용률을 보이고 있다. 서울중앙법원은 인용 216건, 기각 325건으로 39.9%의 인용률로 전체 8번째, 10건 이상 처리한 법원 중 4번째로 높았다. 수원법원은 35.7%의 인용률, 특허법원은 34.5%의 인용률로, 각각 전체 12번째와 14번째, 10건 이상 처리한 법원 중 8번째와 10번째로 인용률은 높은 편이 아닌 것으로 나타났다.

표 18 법원별 본안 평균 인용률



서울동부	15	19	44.1%
서울고등	47	62	43.1%
의정부	14	19	42.4%
부산고등	2	3	40.0%
서울중앙	216	325	39.9%
서울북부	5	8	38.5%
대구	9	15	37.5%
대전	10	18	35.7%
수원	25	45	35.7%
부산	18	33	35.3%
특허법원	19	36	34.5%
광주고등	1	2	33.3%
서울서부	7	14	33.3%
울산	2	4	33.3%
인천	8	19	29.6%
서울남부	7	23	23.3%
청주	2	7	22.2%
대법원	5	20	20.0%
제주	1	4	20.0%
대구고등	1	5	16.7%
창원	1	7	12.5%
수원고등	0	1	0.0%
춘천	0	2	0.0%

V. 부정경쟁행위 유형별-연도별 본안 처리현황

부정경쟁행위 유형별로는 파목이 482건으로 전체의 34.5%로 가장 많았으며, 가목(254건), 나목(246건), 자목(225건) 순으로 많았다. 전체 부정경쟁행위에 따른 평균 인용률은 22.2%(각 목들의 평균 인용률 값의 평균 값)이며, 사목 50%, 바목 32.1%, 자목 31.1% 순으로 인용률이 높았던 반면, 아목은 13.3%, 파목은 14.1%로 매우 낮은 인용률을 보였다. 본안에서도 가처분과 같이 파목이 가장 많은 건수를 차지하고 있으나 인용률은 현저하게 낮음을 알 수 있다.

표 19 부정경쟁행위 유형별-연도별 본안 처리 현황

구 분 (단위: 건)		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	합계	인용률 (단위: %)
가 목	인용	6	8	9	8	5	6	7	4	7	5	6	71	28.0
	가각	16	20	22	26	18	18	15	10	5	16	17	183	
나 목	인용	6	10	12	4	4	1	6	2	3	5	5	58	23.6
	가각	21	21	27	28	13	15	8	11	14	16	14	188	
다 목	인용	3	1	1	-	1	-	-	-	3	2	1	12	18.2
	가각	-	8	11	9	2	5	5	3	3	5	3	54	
라 목	인용	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0.0
	가각	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	
마 목	인용	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	20.0
	가각	-	1	-	-	-	2	-	-	-	-	1	4	
바 목	인용	1	5	-	4	-	2	-	-	-	3	2	17	32.1
	가각	2	1	5	3	4	4	1	7	3	2	4	36	

구 분 (단위: 건)		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	합계	인용률 (단위: %)
사 목	인용	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	50.0
	가각	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	
아 목	인용	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	13.3
	가각	1	5	3	3	-	-	1	-	-	-	-	13	
자 목	인용	7	12	5	4	9	2	13	3	3	9	3	70	31.1
	가각	17	19	9	25	21	12	11	6	11	13	11	155	
차 목	인용	-	-	-	-	-	-	2	-	4	-	1	7	15.9
	가각	-	-	-	-	-	6	4	3	4	11	9	37	
타 목	인용	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	20.0
	가각	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	1	4	
파 목	인용	-	3	5	5	8	6	6	6	12	9	8	68	14.1
	가각	10	1	1	65	66	59	47	24	49	56	36	414	
합계		90	116	110	185	152	138	126	79	122	155	125	1,338	22.2

VI. 부정경쟁행위 유형별-법원별 본안 처리현황

전체 법원의 평균 인용률은 24.4%(각 법원의 평균 인용률 값의 평균 값)였으며, 전주 법원이 4건으로 건수는 적으나 66.7%로 가장 높은 인용률을 보였으며, 의정부법원(35%), 서울중앙법원(28.9%), 서울고등법원(28.5%), 대법원(25.4%), 인천법원(23.8%) 순으로 인용률이 높았다. 반면, 청주법원(5.6%)과 특허법원(8.4%)은 인용률이 현저하게 낮았으며, 광주고등법원, 부산고등법원, 수원고등법원, 제주법원, 춘천법원은 처리 건수가 적기는 하나 모두 각각되어 0% 인용률을 보였다. 전체 26개 법원 중 10건 이상 처리한 법원(16개)의 평균은 20.7%로 전체 대비 3.7%p 낮았다.

대법원의 인용률은 가목, 차목 50%, 파목 37.5%, 나목·자목 20%, 다목·아목은 0%이었으며, 특허법원은 가목 33.3%, 다목 16.7%, 나목 13.3%, 자목 7.7%, 파목 4.5%, 라목·바목·차목은 0%의 인용률로 나타났다.

표 20 부정경쟁행위 유형별-법원별 본안 처리 현황

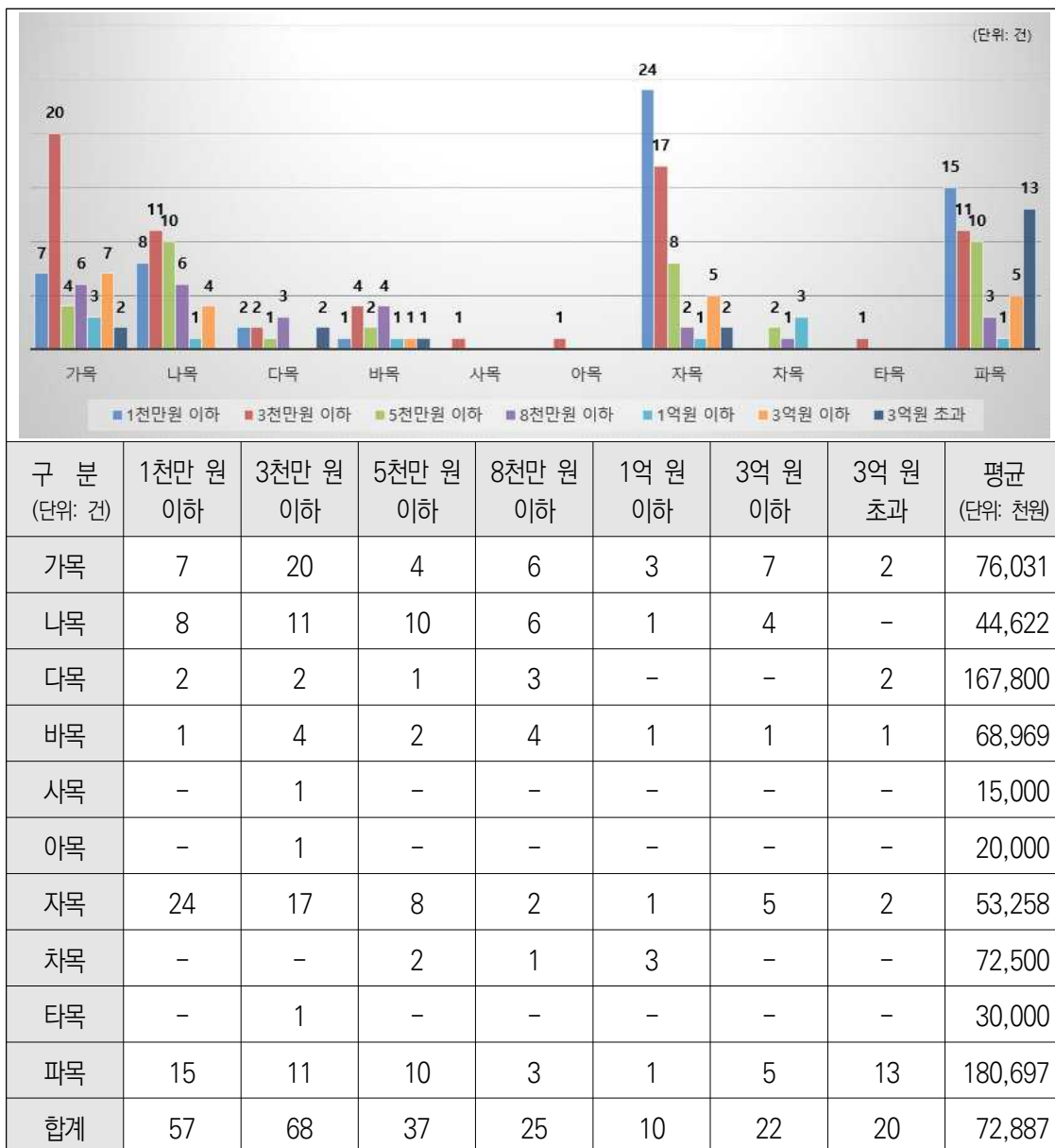
구 분 (단위: %)	가목	나목	다목	라목	마목	바목	사목	아목	자목	차목	타목	파목	평균
광주	-	0.0	-	-	-	0.0	-	-	-	100	-	0.0	25.0
광주 고등	-	0.0	-	-	-	0.0	-	-	-	0.0	-	0.0	0.0
대구	16.7	40.0	0.0	-	0.0	-	-	-	33.3	-	-	12.5	17.1
대구 고등	0.0	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3	11.1
대법원	50.0	20.0	0.0	-	-	-	-	0.0	20.0	50.0	-	37.5	25.4
대전	0.0	12.5	0.0	-	-	100.0	-	-	40.0	0.0	-	21.4	24.8
대전 고등	0.0	33.3	0.0	-	-	-	-	-	-	0.0	-	50.0	16.7
부산	37.5	41.7	-	-	-	0.0	-	0.0	25.0	0.0	-	0.0	14.9
부산 고등	-	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.0	0.0
서울 고등	25.0	35.0	12.5	-	-	60.0	-	0.0	25.0	50.0	-	20.4	28.5

구 분 (단위: %)	가목	나목	다목	라목	마목	바목	사목	아목	자목	차목	타목	파목	평균
서울 남부	33.3	44.4	-	-	-	0.0	-	-	20.0	0.0	-	7.1	17.5
서울 동부	16.7	0.0	0.0	-	-	50.0	-	0.0	42.9	0.0	50.0	26.7	20.7
서울 북부	50.0	50.0	-	-	-	0.0	-	-	0.0	-	-	0.0	20.0
서울 서부	-	33.3	50.0	-	-	-	-	-	0.0	-	-	0.0	20.8
서울 중앙	33.3	25.8	28.6	-	50.0	40.0	-	40.0	41.0	16.7	0.0	13.6	28.9
수원	37.5	30.8	-	-	-	0.0	100	0.0	5.3	0.0	-	8.7	22.8
수원 고등	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.0	0.0
울산	0.0	0.0	-	-	-	-	-	-	0.0	-	-	50.0	12.5
의정부	50.0	12.5	0.0	-	-	100	-	-	60.0	0.0	-	22.2	35.0
인천	20.0	40.0	0.0	-	-	66.7	-	-	40.0	0.0	-	0.0	23.8
전주	-	33.3	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66.7
제주	0.0	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.0	0.0
창원	-	0.0	0.0	-	-	-	-	-	0.0	-	-	0.0	0.0
청주	0.0	0.0	0.0	-	-	-	-	-	0.0	0.0	-	33.3	5.6
춘천	0.0	-	-	-	-	-	-	0.0	-	-	-	-	0.0
특허 법원	33.3	13.3	16.7	0.0	-	0.0	-	0.0	7.7	0.0	-	4.5	8.4

VII. 부정경쟁행위 유형별 손해배상청구액 대비 인용액 및 인용률

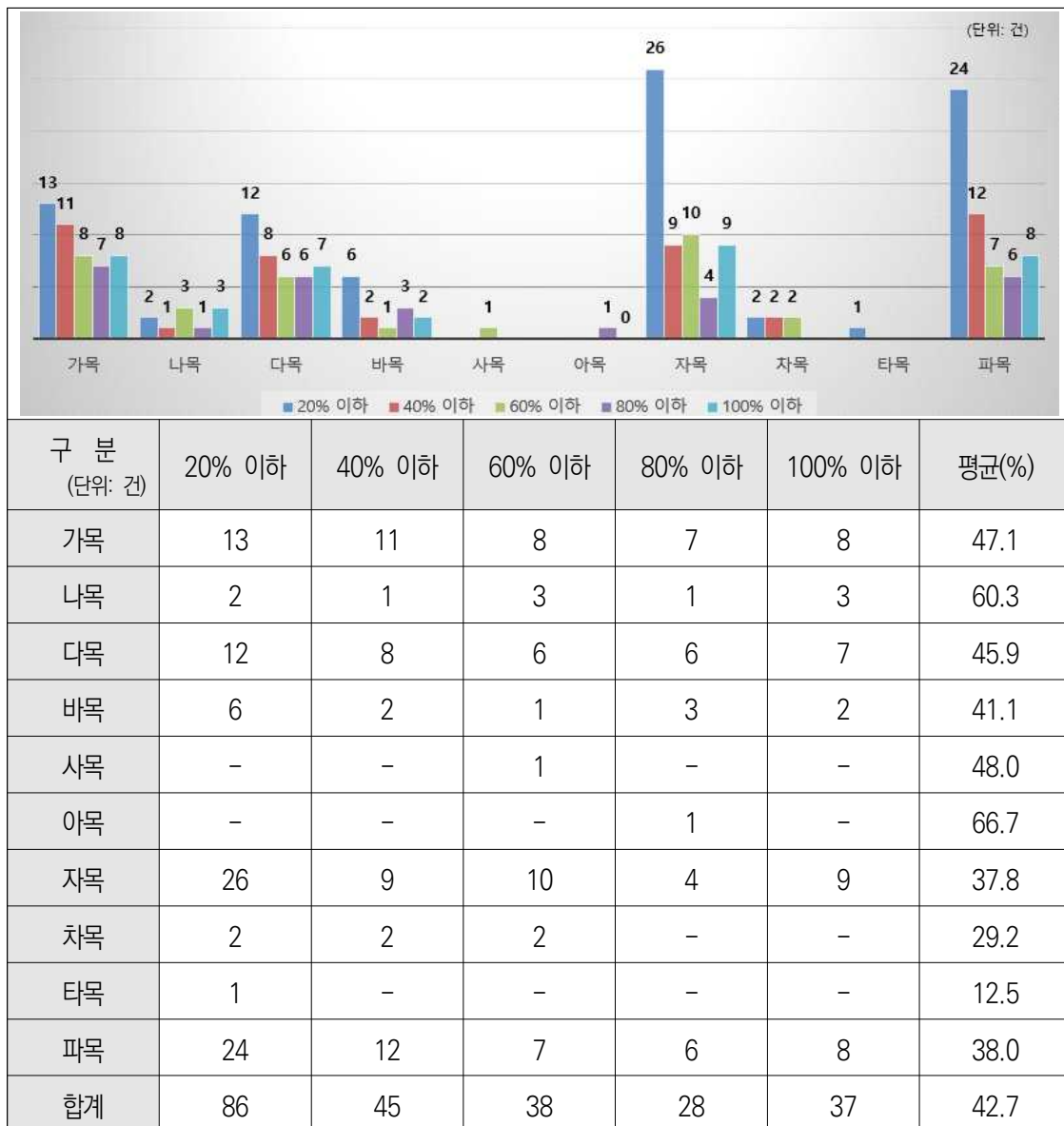
부정경쟁행위 유형별 손해배상청구액 대비 인용액은 가목이 5천만 원부터 그 이하가 63.3%이며, 나목은 5천만 원 이하가 72.5%, 자목은 5천만 원 이하가 83.1%로 나타났으며, 파목의 경우 5천만 원 이하가 62.1%이지만, 3억 원 초과가 13건으로 22.4%로 나타났다.

표 21 부정경쟁행위 유형별 손해배상청구액 대비 인용액



부정경쟁행위 유형별 손해배상청구액 대비 인용액 비율은 42.7%(각 목들의 평균 인용률 값의 평균 값)이며, 10건 이상의 유형 중 가목·다목·바목·자목·파목은 20%이하가 가장 많은 것으로 나타났다. 파목의 경우 20%이하가 42.1%(24건)로 매우 높은 비중을 차지하고 있었다.

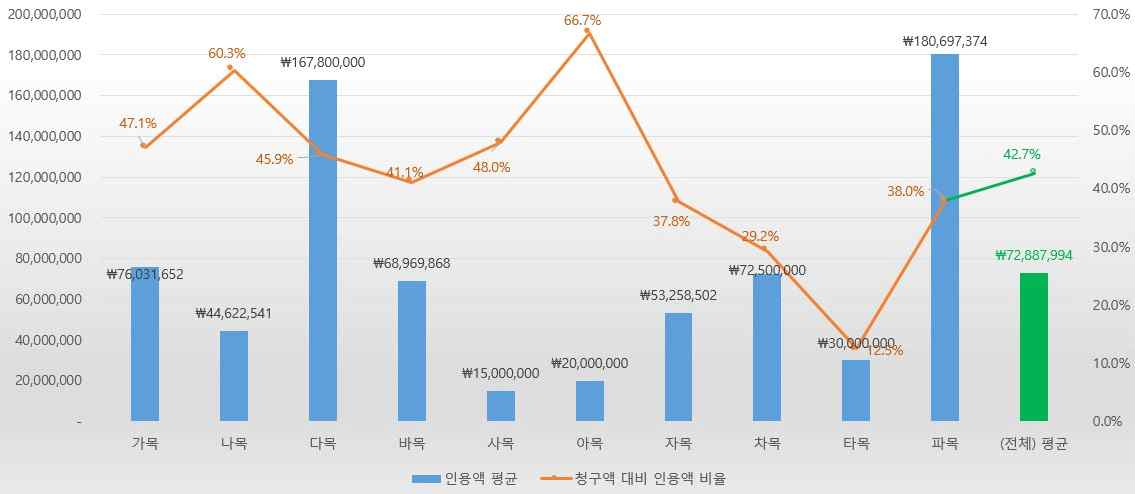
표 22 부정경쟁행위 유형별 손해배상청구액 대비 인용액 비율



손해배상청구액 대비 인용액 비율 전체 평균은 42.7%이며, 10건 이상 유형의 평균은 45.0%로 2.3%p 높게 나타나고 있으며, 아목(66.7%), 나목(60.3%), 가목(47.1%), 사목(48.0%), 다목(45.9%) 순으로 높았으며, 타목(12.5%)이 가장 낮았고, 자목(37.8%), 파목(38.0%) 순으로 낮았다.

인용액의 전체 평균은 7,288만 원이었으며, 10건 이상 평균은 9,856만 원으로, 전체 평균 대비 35.2%(2,568원) 증가하였으며, 파목(1억 8,069만 원), 다목(1억 6,780만 원), 가목(7,603만 원) 순으로 전체 평균 보다 높았다. 파목은 손해배상청구액 대비 인용액 비율은 낮았으나, 인정되는 액수는 가장 높은 편이었다.

그림 18 부정경쟁행위 유형별 평균 인용액 및 손해배상청구액 대비 인용액 비율



제5절 형사

I. 형사 처리 현황

전체 362건의 형사 사건 중 86.2%인 312건이 유죄로 나타났으며, 피고인별로는 전체 524건 중 88.2%인 462건이 유죄로 나타나, 민사의 가처분 사건이나 본안 사건과 다르게 형사 사건에서는 유죄 판결이 압도적으로 높게 나타났다.

그림 19 형사 처리 현황 - 사건별 유·무죄

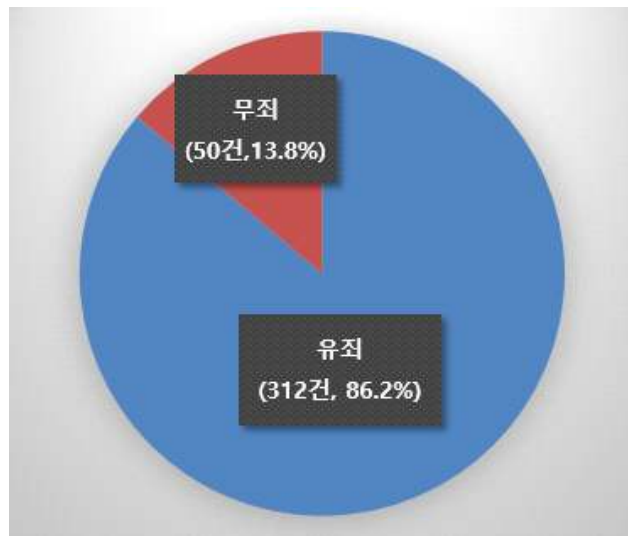
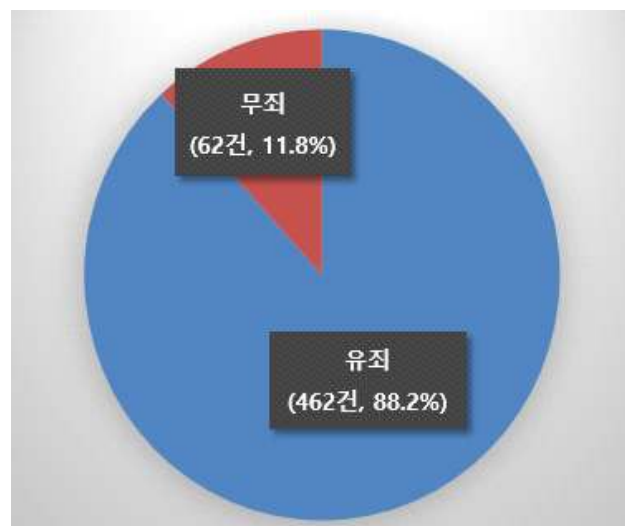


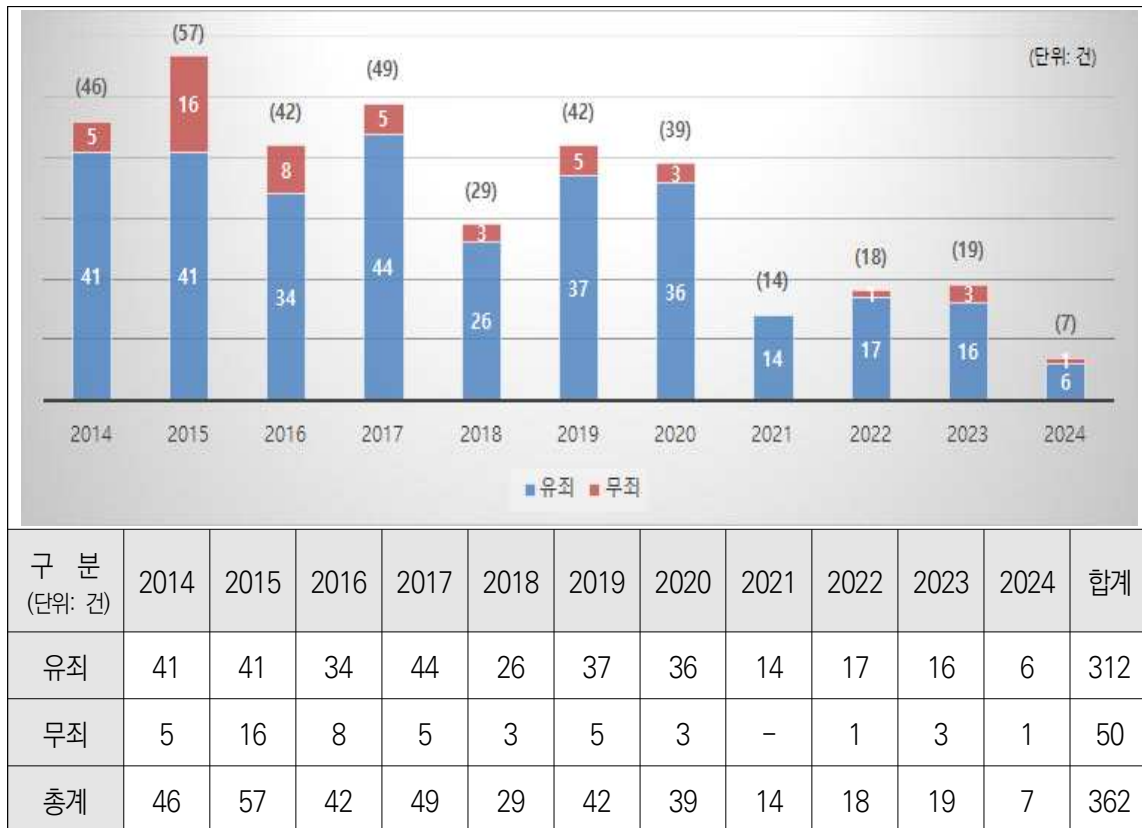
그림 20 형사 처리 현황 - 피고인별 유·무죄



II. 연도별 형사 처리 현황

연도별 형사 처리 건수는 2015년 57건, 2017년 49건, 2014년 46건으로 많았으며, 2020년까지는 일정한 수준을 유지하였으나, 2021년 14건으로 급감한 이후 현재까지 처리 건수는 많지 않은 상황이다. 전체 유죄율 평균은 86.2%이었으며, 연도별 유죄율은 2021년(100%) 가장 높았고, 2022년(94.4%), 2020년(92.3%) 순으로 높아 본안 사건의 경향과 유사한 경향을 보였다. 반면, 2015년(71.9%)이 가장 낮았고, 2016년(81%), 2023년(84.2%), 2024년(85.7%)로 낮아져, 최근 들어 유죄율이 점차 낮아지는 추세를 보였다.

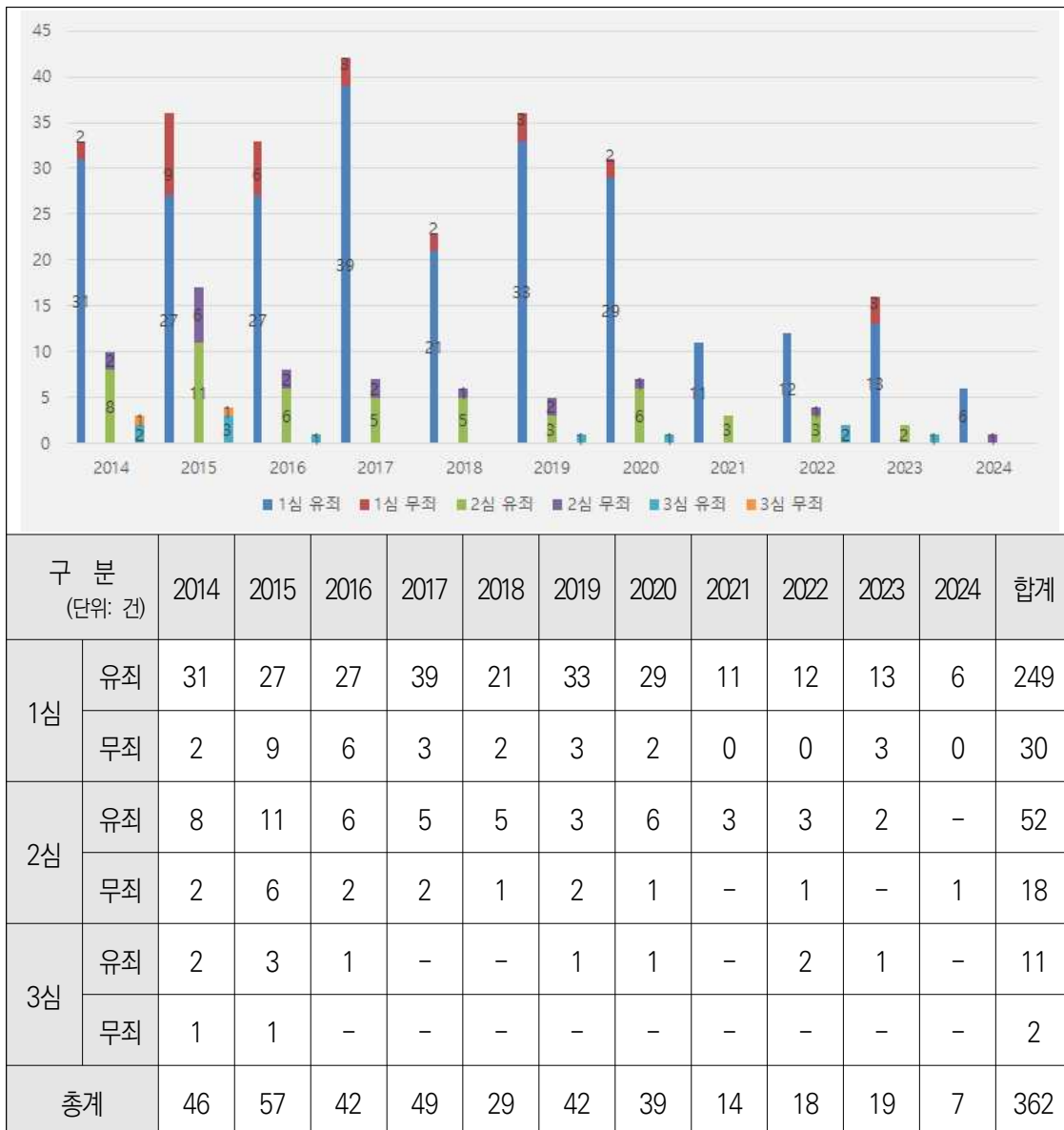
표 23 연도별 형사 처리 현황



Ⅲ. 심급별 형사 처리현황

형사 사건 1심의 인용 건수는 유죄 249건, 무죄 30건으로 유죄율은 89.2%이며, 2심은 유죄 52건, 무죄 18건으로 유죄율은 74.3%이었고, 3심은 유죄 11건, 무죄 2건으로 유죄율은 84.6%를 보여, 2심을 제외하고 80% 이상의 유죄율을 보였다.

표 24 심급별 형사 처리 현황

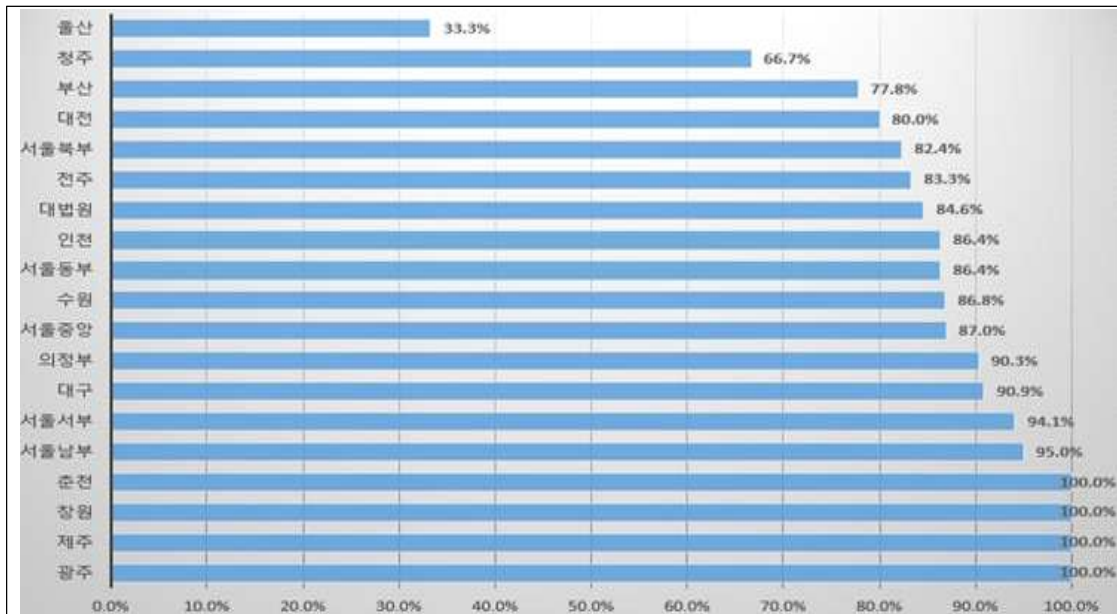


IV. 법원별 형사 평균 유죄율

법원별 형사 유죄율은 광주법원, 제주법원, 창원법원, 춘천법원이 100%로 가장 높았으며, 서울남부법원(95%), 서울서부법원(94.1%), 대구법원(90.9%), 의정부법원(90.3%) 순으로 높게 나타났다. 반면, 울산법원 유죄율은 33.3%로 전체 19개 법원 중 유일하게 무죄율이 높은 법원이었다. 또한, 청주법원(66.7%), 부산법원(77.8%), 대전법원(80%) 순으로 유죄율이 낮게 나타났다. 전체 19개 법원의 평균 유죄율은 85.5%이며, 이중 10개 사건 이상을 처리하는 법원(15개)만을 대상으로 인용률을 살펴보면, 평균 86.1%로 전체 대비 0.6%p 증가하여, 가처분 사건과 본안 사건과 다르게 크게 차이가 없는 것으로 나타났다.

대법원은 유죄 11건, 무죄 2건으로 84.6%의 유죄율을 보여 전체 평균보다 낮게 나타났다. 서울중앙법원은 유죄 40건, 무죄 6건으로 87%의 유죄율을 보였고, 수원법원은 유죄 33건, 무죄 5건으로 86.8%의 유죄율을 보여, 서울중앙법원은 전체 9번째, 수원은 10번째로 중간 정도의 유죄율을 보였다.

표 25 법원별 형사 평균 유죄율



구 분 (단위: 건)	유죄	무죄	인용률
광주	6	-	100.0%
대구	20	2	90.9%
대법원	11	2	84.6%

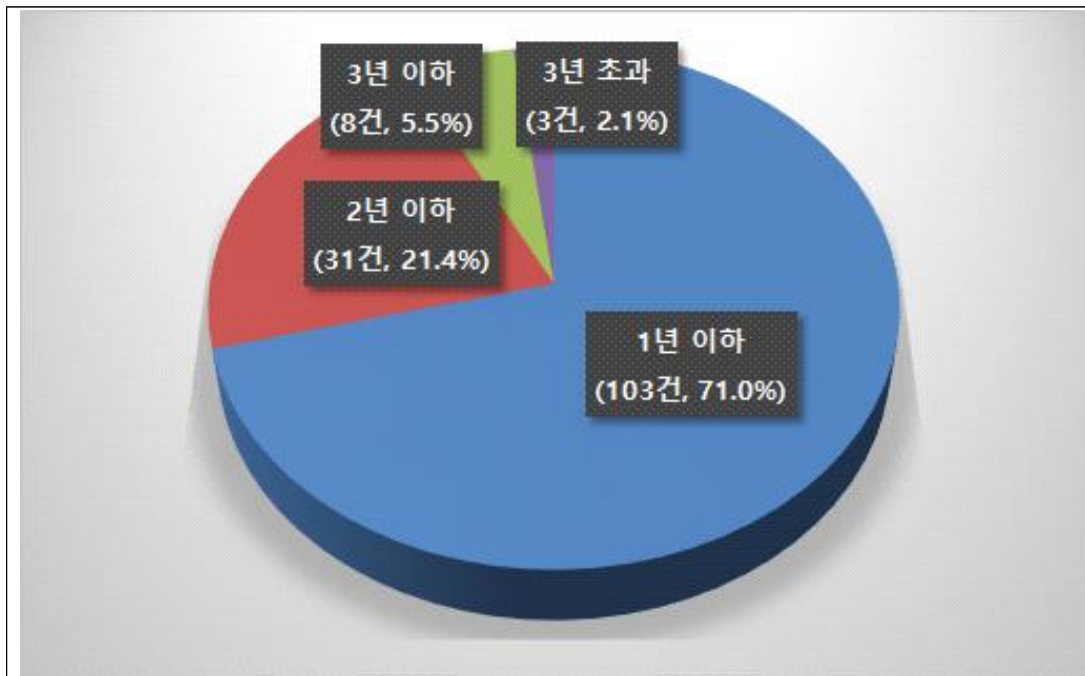
대전	20	5	80.0%
부산	28	8	77.8%
서울남부	19	1	95.0%
서울동부	19	3	86.4%
서울북부	14	3	82.4%
서울서부	16	1	94.1%
서울중앙	40	6	87.0%
수원	33	5	86.8%
울산	1	2	33.3%
의정부	28	3	90.3%
인천	19	3	86.4%
전주	10	2	83.3%
제주	2	-	100.0%
창원	12	-	100.0%
청주	8	4	66.7%
춘천	6	-	100.0%

V. 징역형 현황

피고인별 징역형 현황을 살펴보면, 1년 이하의 징역이 103건(71%)으로 다수를 차지하고, 전체 평균은 13.7개월이며, 중앙값은 20개월로 나타났다. 기간별로는 12개월(32건), 10개월·6개월(24건), 18개월(21건), 8개월(16건) 순으로 높게 나타났다.

부정경쟁행위에 대한 징역형은 최대 3년이며, 3년 초과 건은 경합범 또는 가중처벌에 의해 형벌이 가중된 경우인데, 본 조사에서는 48개월, 60개월, 84개월 각각 1건씩 나타났다. 이에 3년을 초과하는 건수를 제외한 피고인별 평균 징역형을 살펴보면, 전체 평균은 12.3개월이고, 중앙값은 14개월로 나타났다.

표 26 징역형 현황



구 분 (단위: 건)	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	합계
2개월	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
4개월	2	1	-	-	1	-	1	-	-	-	-	5
5개월	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
6개월	1	7	3	3	-	1	3	1	3	2	-	24
8개월	1	5	4	-	-	1	5	-	-	-	-	16

10개월	1	6	1	5	1	4	2	1	2	-	1	24
12개월	3	5	4	6	1	5	5	-	1	2	-	32
14개월	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	2
18개월	6	1	4	3	2	3	-	-	1	1	-	21
22개월	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
24개월	3	2	-	1	-	-	-	-	-	1	-	7
30개월	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	2
32개월	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
34개월	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
36개월	-	-	2	-	-	1	1	-	-	-	-	4
48개월	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
60개월	1	-		-	-	-	-	-	-	-	-	1
84개월	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
총계	20	27	20	20	6	16	19	3	7	6	1	145

VI. 벌금형 현황

피고인별 벌금형 현황은 5백만 원 이하가 188건(67.6%)으로 가장 많고, 1백만 원 이하가 43건(15.5%), 1천만 원 이하가 29건(10.4%)으로 많았으며, 전체 평균 613만 원, 중앙값은 450만 원으로 나타났다. 금액별로는 3백만 원 이하가 63건으로 가장 많았으며, 5백만 원 이하(54건), 2백만 원 이하(40건), 1백만 원 이하(25건) 순으로 나타났다. 부정경쟁행위에 대한 벌금형은 최대 3천만 원이며, 이를 초과하는 건은 경합범 또는 가중처벌에 의해 형벌이 가중된 경우인데, 5천만 원 1건, 1억 원 1건, 1.75억 원 1건, 2억 원 1건으로 총 4건이 3천만 원을 초과하여 벌금이 부여되었다. 이에 3천만 원을 초과하는 건수를 제외한 피고인별 평균 벌금형을 살펴보면, 전체 평균 431만 원, 중앙값은 325만 원으로 나타났다.

표 27 벌금형 현황



100만	2	2	-	8	2	2	2	2	3	-	2	25
150만	5	1	-	1	1	1	1	2	-	1	2	15
200만	3	3	6	8	6	3	4	3	2	2	-	40
250만	1	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	3
300만	8	5	8	11	7	12	2	3	2	4	1	63
350만	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
400만	3	1	-	-	1	2	1	2	2	-	-	12
500만	6	6	4	17	4	4	5	3	1	3	1	54
700만	-	-	1	1	2	3	1	-	-	1	-	9
800만	1	-	1	-	-	-	3	-	-	-	1	6
1,000만	1	-	2	-	1	6	1	1	-	2	-	14
1,500만	-	-	-	-	1	-	2	-	-	2	-	5
2,000만	-	2	1	1	-	1	-	-	1	1	-	7
3,000만	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2
5,000만	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
1억	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
1.75억	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
2억	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
총계	34	24	25	44	27	40	24	19	13	17	7	278

VII. 부정경쟁행위 유형별-연도별 형사 처리 현황

피고인별 부정경쟁행위 유형별로는 가목이 237건으로 48.6%로 가장 많았으며, 나목(152건), 바목(53건) 순으로 많았다. 전체 부정경쟁행위에 따른 평균 인용률은 92.7%(각 목들의 평균 인용률 값의 평균 값)이며, 다목·라목·마목(100%), 바목(94.3%) 순으로 인용률이 높았다. 나목의 경우 인용율은 86.2%인 반면, 2020년 이후에는 100% 인용되고 있으며, 자목은 2019년에만 기각(4건)이 있었고 이후에는 모두 인용되고 있는 추세이다. 연도별로는 2021년에 각목에 대해 100%의 인용률을 보인 이후, 지속적으로 감소하여 2024년에는 88.9% 인용률을 보였다.

표 28 부정경쟁행위 유형별-연도별 형사 처리 현황

구 분 (단위: 건)		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	합계	인용률 (단위: %)
가 목	인용	26	29	26	30	14	25	24	4	9	13	1	201	84.8
	기각	3	7	5	6	4	1	4	-	2	3	1	36	
나 목	인용	27	12	12	21	11	12	9	4	16	2	5	131	86.2
	기각	2	8	5	2	2	2	-	-	-	-	-	21	
다 목	인용	-	1	1	-	2	6	1	-	-	1	-	12	100
	기각	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	
라 목	인용	5	1	-	1	-	-	-	-	1	-	-	8	100
	기각	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	
마 목	인용	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	100
	기각	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	
바 목	인용	1	3	5	3	1	9	7	10	3	6	2	50	94.3
	기각	-	2	-	-	-	-	1	-	-	-	-	3	
자 목	인용	-	-	-	-	-	2	4	6	5	3	-	20	83.3
	기각	-	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-	4	
합계		64	65	54	63	34	61	50	24	36	28	9	488	92.7

VIII. 부정경쟁행위 유형별-법원별 형사 처리 현황

피고인별 기준 전체 법원의 평균 인용률은 92.7%(각 법원의 평균 인용률 값의 평균 값)였으며, 광주법원·제주법원·창원법원·춘천법원은 100% 인용되었고, 서울남부법원은 98.2%의 인용률을 보였다. 반면, 울산법원(50%), 전주법원(77.8%) 순으로 낮은 인용률을 보였다.

대법원의 인용률은 가목·다목·자목이 100%, 나목이 90.9%로 평균 97.7%의 인용률을 보였고, 서울중앙법원은 바목·자목이 100%, 나목이 88.9%, 가목이 83.8%로 평균 93.2%의 인용률을 보였다.

표 29 부정경쟁행위 유형별-법원별 형사 처리 현황

구분 (단위: %)	가목	나목	다목	라목	마목	바목	자목	평균
광주	100.0	100.0	-	-	-	-	-	100.0
대구	100.0	87.5	-	100.0	-	100.0	-	96.9
대법원	100.0	90.9	100.0	-	-	-	100.0	97.7
대전	70.0	90.0	100.0	-	100.0	100.0	-	92.0
부산	83.3	81.3	-	100.0	-	70.0	-	83.6
서울 남부	100.0	90.9	-	100.0	-	100.0	100.0	98.2
서울 동부	100.0	71.4	100.0	-	-	100.0	33.3	81.0
서울 북부	88.9	85.7	100.0	-	-	-	50.0	81.2
서울 서부	100.0	75.0	100.0	100.0	-	100.0	100.0	95.8
서울 중앙	83.8	88.9	-	-	-	100.0	100.0	93.2
수원	80.0	100.0	100.0	-	-	100.0	-	95.0
울산	-	0.0	-	-	-	-	100.0	50.0
의정부	86.2	83.3	-	-	-	100.0	-	89.8
인천	60.0	100.0	100.0	-	-	100.0	100.0	92.0
전주	100.0	55.6	-	-	-	-	-	77.8
제주	100.0	-	-	-	-	100.0	-	100.0
창원	100.0	100.0	100.0	-	-	100.0	-	100.0
청주	55.6	100.0	-	-	-	100.0	-	85.2
춘천	100.0	100.0	-	-	-	100.0	-	100.0

IX. 부정경쟁행위 유형별 징역형 및 벌금형

피고인별로 부정경쟁행위 유형별 징역형은 1년 이하 징역형은 94건으로 전체의 70.1%를 차지하여 가장 많았으며, 이중 가목(57건, 82.6%), 나목(24건, 63.2%), 바목(11건, 61.1%)의 비중이 높았으며, 다목(1건)과 라목(6건)은 모두 2년 이하의 징역형만 선고되었다.

표 30 부정경쟁행위 유형별 징역형 현황

구 분 (단위: 건)	1년 이하	2년 이하	3년 이하	3년 초과	합계	평균(개월)
가목	57	10	2	-	69	11.5
나목	24	7	4	3	38	17.3
다목	-	1	-	-	1	18
라목	-	6	-	-	6	18
마목	1	-	-	-	1	12
바목	11	5	2	-	18	14.2
자목	1	-	-	-	1	6
합계(평균)	94	29	8	3	134	13.9

피고인별로 부정경쟁행위 유형별 손해배상청구액 대비 벌금형은 5백만 원 이하가 182건으로 전체의 67.9%를 차지하였고, 다음으로 1백만 원 이하가 44건(16.4%)으로 나타났다. 모든 유형에서 5백만 원 이하의 벌금이 가장 많이 선고되었으며, 대부분 1천만 원 이하로 선고되었다.

표 31 부정경쟁행위 유형별 벌금형 현황

구 분 (단위: 건)	1백만 원 이하	5백만 원 이하	1천만 원 이하	2천만 원 이하	3천만 원 이하	3천만 원 초과	합계	평균 (단위: 천원)
가목	25	84	12	3	1	4	129	7,925
나목	12	58	6	2	-	-	78	3,538
다목	2	7	1	-	-	-	10	2,680
라목	-	2	-	-	-	-	2	3,000

구 분 (단위: 건)	1백만 원 이하	5백만 원 이하	1천만 원 이하	2천만 원 이하	3천만 원 이하	3천만 원 초과	합계	평균 (단위: 천원)
마목	-	-	-	-	1	-	1	30,000
바목	3	18	5	5	-	-	31	6,206
자목	2	13	2	-	-	-	17	3,452
합계	44	182	26	10	2	4	268	8,114

피고인별 징역형 전체 평균은 13.9개월이었으나 부정경쟁행위에 대한 징역형은 최대 3년이며, 3년 초과 건은 경합범 또는 가중처벌에 의해 형벌이 가중된 경우이므로, 3년 이하의 건만의 평균은 13.3개월로 0.6개월의 차이를 보인다. 유형별로는 다목·라목이 18개월, 나목이 17.3개월(3년 이하 건 기준으로는 13.1개월) 순으로 많았으며, 자목은 6개월로 현저하게 낮았다.

한편, 벌금형은 전체 평균은 811만 원이며, 유형별로는 마목이 3,000만 원(1건)으로 가장 많고, 가목(792.5만 원), 바목(620만 원) 순으로 많았다. 가장 높은 벌금형이지만 처리건수가 1건뿐인 마목을 제외할 경우 전체 평균은 446만 원으로 현저히 낮아진다. 부정경쟁행위에 대한 벌금형은 최대 3천만 원이며 이를 초과하는 건은 경합범 또는 가중처벌에 의해 형벌이 가중된 경우로 3천만 원 이하의 건만의 평균은 755만 원으로 전체 평균과 56만 원의 차이를 보인다. 3천만 원 초과가 있는 가목의 경우 3천만 원 이하 건 기준으로는 397만 원으로 전체 평균액인 792.5만 원 차이가 난다. 이 경우 마목과 바목을 제외하고는 대부분 약 300만 원대의 벌금을 형성하고 있다.

그림 21 부정경쟁행위 유형별 평균 징역형 및 평균 벌금형



제6절 소결

앞서 살펴본 바와 같이, 부정경쟁행위 관련 전체 판결 건수는 2017년 293건으로 정점을 찍은 후 다소 감소세로 접어들었으며, 2021년 코로나19 팬데믹 영향 등으로 전체 사건 수가 일시적으로 급감하고 이듬해 다시 판결 건수가 점진적으로 회복되는 현상을 보였다. 이러한 추이는 전체적인 판결 건수의 변동이 사회·경제적 맥락과 밀접하게 연결되어 있음을 알 수 있다. 본안 사건은 2017년을 정점으로 등락을 거듭하며 일정한 건수를 유지하고 있는데 반하여, 가처분 사건은 2019년 이후 지속적으로 감소하고 있는데, 이는 신속한 심리를 통해 채무자의 재산에 대한 처분을 금지하여 채권자의 권리가 침해되지 않도록 임시로 보전하는 역할이 있는 가처분 소송의 목적에서 알 수 있듯이, 신속한 보전 조치보다는 시간이 걸리더라도 권리의 존부를 확정하는 실체 소송인 본안 소송을 진행하려는 추세로 해석할 수 있다.

부정경쟁행위 유형별 분석에서 가장 두드러진 점은 유형별 활용도에 있어 주요 유형에 편중되고 있는 현상이다. 파목이 801건으로 28.8%의 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 가목이 609건(21.9%), 나목이 598건(21.5%), 자목이 426건(15.3%)으로 뒤를 이어 전체의 87.5%를 점유하고 있는 반면, 나머지 9개 유형은 12.5%에 불과해 활용도에 있어서 극심한 불균형한 현상을 보이고 있다. 이는 전통적인 불공정 경쟁 형태가 여전히 시장의 주요 쟁점임을 보여주지만, 동시에 법 제도의 포괄성이 일부 유형에 한정되어 있음을 드러낸다. 파목의 경우, 2014년 신설 이후 2018년까지 급증하다가 이후 감소 추세를 보이고 있는 점과 가처분 사건의 인용률(11.0%)과 본안 사건의 인용률(14.1%)이 다른 부정경쟁행위 유형보다 낮은 수준을 유지하고 있는 점으로 보아, 신설 이후 무분별한 소 제기가 이루어진 것으로 유추할 수는 있지만, 단순한 정량적 분석만으로는 정확한 원인을 판단할 수 없을 것이다.

반면, 이와 대조적으로 일부 유형들의 활용이 극히 저조하게 나왔는데, 특히 사목은 2015년과 2019년에 각각 1건씩 총 2건(0.1%)의 사건만이 처리되었으며, 마목도 9건(0.3%)으로 제한적이며, 타목은 2022년 신설 이후 본안 사건 5건(0.2%)으로 매년 1~2건이 처리되는 등 다른 부정경쟁행위 유형에 비해 활용도가 매우 낮았다. 입법 초기부터 상품 출처지 오인유발행위를 규정한 마목, 대리인 등 상표 무단 상용 행위를 규정한 사목뿐만 아니라, 타목의 경우에도 신설 규정임에도 불구하고 입법 의도와 달리 아직까지 실무에서 잘 활용되지 않고 있다. 이러한 현상으로 해당 유형들이 현실적으로 법적 분쟁에서 규범적 기능을 제대로 수행하지 못하거나 실제로 발생하는 부정경쟁행위를 효과적으로 포괄하지 못한다고 보아 그 효용성에 대해 의문을 제기할 수도 있으나, 다음의 조항별 취지를 살펴보면 도입의 필요성이 있다 하겠다. 먼저, 마목은 생산·제조 또는 가공

된 지역에 대하여 오인하게 하는 표지를 방지하여 경쟁자 보호보다는 소비자를 보호하는데 그 목적이 있으며, 2001년 도입된 사목은 속지주의의 예외규정으로서 공업소유권 보호를 위한 파리협약 제6조의7 제2항을 수용하기 위해 도입되었고 일본 등 주요국에서도 도입하고 있는 사례도 있다. 타목 또한 한류의 영향력이 확대되고 유명인의 초상·성명 등을 사용하는 제품·서비스가 다양해지면서 관련 불법 상품의 제작·판매 행위가 증가하여 유명인 등의 재산적 손실이나 소비자에게 발생한 피해를 보호하는 데 한계가 발생하여, 최근 법적 근거를 마련하고자 도입되었기에 앞으로 활용성에 주목해야 할 것이다. 이처럼 각 조항은 도입 취지에 있어서 그 필요성이 있기에 활용성과 별개로 부정경쟁행위 유형으로 규정되어야 할 것이다.

한편, 본안 사건에서 인정된 손해배상액 분석 결과 전체 평균 7,288만 원이며, 3천만 원 이하(1천만 원 이하 포함)가 전체의 52.3%를 차지하는 것으로 나타났다. 부정경쟁행위 유형별로는 파목이 평균 1억 8,069만 원으로 가장 높았으나 인용률은 14.1%로 매우 낮아, 성과도용행위는 인정받기는 어렵지만 인정될 경우 상당한 손해액이 인정됨을 알 수 있다. 반면 나목은 평균 손해액 4,462만 원으로 상대적으로 낮으나 인용률은 23.6%로 비교적 높아 대조를 이룬다.

서울중앙법원이 전체 사건의 41.7%(934건)를 처리하여 매우 높은 비중을 차지하고 있으며, 이는 수원법원(166건)에 비해 약 5.6배에 달하는 수치이다. 이러한 현상은 부정경쟁행위 관련 분쟁이 주요 경제 활동 중심지에 집중되어 발생하고 있음을 알 수 있다. 또한 법원별 인용률의 편차가 상당히 크게 나타나는데, 사건 수가 적은 법원일수록 개별 사건의 특성에 따라 인용률의 변동 폭이 큰 경향을 보이고 있다.

제3장 부정경쟁행위 유형별 주요판례

제1절 민사 가처분

I. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목

1. 신문사 영업표지의 주지성 상실 여부

○ 소송경과

- 1심 : 제주지방법원 2021. 10. 18.자 2021카합10240 결정
- 2심 : 광주고등법원 (제주) 2022. 2. 14.자 2021라523 결정
- 3심 : 대법원 2023. 12. 28.자 2022마5373 결정

○ 사실관계

- ○○일보사는 경영위기로 부도 처리되어 신문 발행을 중단하게 되었음. 이에 채권자가 ○○일보사를 정상화 하고자 설정계약을 통해 '○○일보' 명칭 사용 허락을 받고 2013년 9월 신문법에 따른 등록을 완료한 후 '○○일보' 명칭으로 신문을 발행해 옴. 채권자는 채무자가 동일한 '○○일보' 명칭을 사용하여 일간신문과 인터넷신문을 발행하는 행위에 대한 금지를 청구함

○ 판결요지(3심)

- 특정 명칭의 신문은 하나의 사업자만 발행할 수 있으며, 채권자는 적법하게 등록을 마친 신문사업자로서 '○○일보' 명칭을 유일하게 사용할 권리가 있음
- 채무자는 '○○일보' 명칭에 대한 상표권을 강제경매절차를 통해 양수받았다고 하나 상표등록무효심결이 확정되어 상표권이 무효되는 경우 강제경매절차도 무효가 된다고 판단한 2심 판결이 부적절 하나그 하나 이유는 명시하지 않음
- 채권자는 폐업한 ○○일보사를 대신하여 '○○일보' 명칭에 대한 영업상 신용과 고객흡인력을 지속적으로 유지해옴
- ○○일보사는 설정계약의 사용기간이 경과한 후에도 채권자의 '○○일보' 명칭 사용에 대해 상당한 기간 동안 이의를 제기하지 않음
- 신문법상 인정된 ○○일보 명칭으로 신문을 발행할 수 있는 권리가 곧바로 부정

경쟁행위에 대한 금지청구권으로 인정된다고 한 부분은 적절하지 않음

- 채권자가 채무자의 부정경쟁행위로 자기 영업상의 이익이 침해되거나 침해될 우려가 있는 자로서 채무자에 대하여 부정경쟁행위의 금지청구권을 가진다는 취지의 원심의 판단은 정당

○ 시사점

- 신문법상 부여된 신문 명칭의 사용권이 부정경쟁방지법상의 청구권으로 인정될 수 없고 신문명칭이 주지성을 얻어야지만 부정경쟁방지법상의 청구권이 인정됨
- 대법원은 상표권에 대한 강제경매절차에서 이후에 상표등록무효심판이 확정되어 해당 상표가 무효가 된 경우 상표권에 대한 집행절차가 무효라고 판단한 부분이 적절하지 않다고 언급하였으나 이에 대한 이유는 설명하지 않음

II. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (나)목

1. 차돌박이 음식점

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2020.2.21.자 2019카합20384 결정
- 2심 : 서울중앙지방법원 2020.6.9.자 2020카합20532 결정

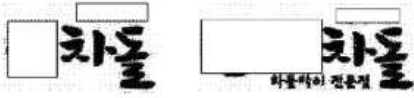
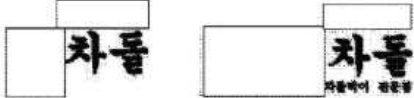
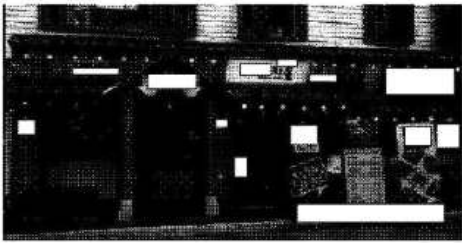
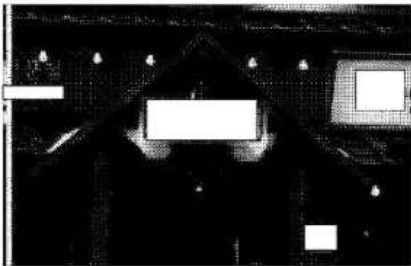
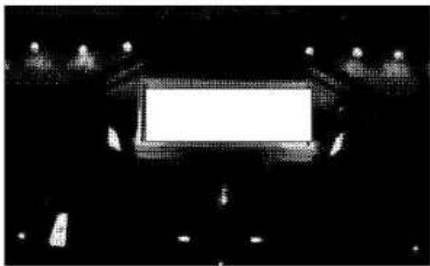
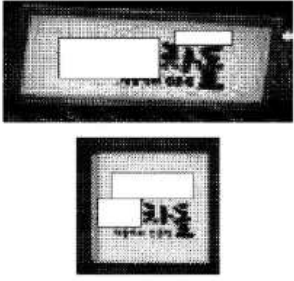
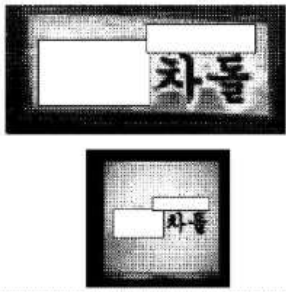
○ 사실관계

- 채권자는 차돌박이를 주메뉴로 하여 식사 및 주류를 제공하는 음식점인 차돌박이 전문점에 대한 가맹사업(이하 '채권자 영업'이라 한다)을 운영하고 있으며, 채무자(영업자)는 채무자 회사의 허락하에 공통적으로 차돌박이 음식점 관련 간판 및 매장 외관을 사용하고 있음

○ 판결요지 :

- (나)목 영업주체혼동행위는 국내에 널리 인식된 타인의 영업표지(상품판매·서비스 제공방법 또는 간판·외관·실내장식 등 영업제공 장소의 전체적인 외관을 포함한다)와 동일하거나 유사한 영업표지를 사용하는 것을 부정경쟁행위로 정하고 있음
- 여기에서 타인의 영업표지가 '국내에 널리 인식되었다'는 의미는 국내의 일정한 지역범위 안에서 거래자 또는 수요자들 사이에 특정인의 영업표지로서 알려진 것을 말하며, 널리 알려진 영업표지인지 여부는 그 사용기간, 방법, 태양, 사용량, 거래범위 등과 상품거래의 실정 및 사회통념상 객관적으로 널리 알려졌는지가 기준
- 영업표지의 유사 여부는 동종 영업에 사용되는 두 개의 영업표지를 외관, 호칭, 관념 등의 점에서 전체적·객관적·이격적으로 관찰하여 구체적인 거래실정상 일반 수요자나 거래자가 영업 출처에 대한 오인·혼동의 우려가 있는지에 의하여 판별되어야 하며, 타인의 영업표지와 혼동을 하게 하는 행위에 해당하는지는 영업표지의 주지성, 식별력의 정도, 표지의 유사 정도, 영업 실태, 고객층의 중복 등으로 인한 경업·경합관계의 존부 그리고 모방자의 악의(사용의도) 유무 등을 종합하여 판단
- 채권자는 2019. 9월 기준 전국에 186개의 가맹점이 있으며, 2018. 1월부터 3월까지의 월 매출액이 1,188,267,260원 ~ 1,597,286,785원이었고, 2019.6월부터 8월까지의 월 매출액은 12,538,542,812원 ~ 15,316,852,388원이고 광고비로 2018. 1월부터 2019. 8월까지 총 199,958,603원을 지출하고 특징적인 매장 외관을 사용함

- 채권자 표장이 표시된 간판과 채권자 매장 외관이 함께 어우러진 전체적인 외관은 채권자 영업을 표시하는 영업표지로서 국내에 널리 알려져 있음이 소명됨
- 채무자 회사는 채권자 영업과 동일한 종류의 음식점 가맹사업을 운영하면서 채권자 가맹점의 주요한 특징들을 모방하여 채무자 가맹점이 채권자 가맹점과 유사한 특징 및 느낌이 들도록 하였고, 채무자 C, D는 이에 따라 채무자 가맹점을 운영하고 있으며, 이에 따라 일반 소비자들이 채권자 가맹점과 채무자 가맹점을 오인·혼동하는 사례가 발생하고 있음이 소명됨

	채권자 가맹점	채무자 가맹점
상호 (영업 표지)		
외벽· 조명		
출입구· 간판		
		

○ 시사점

- 주지성 인정 기준에 대한 채권자의 월매출액을 분기별 약 11억원에서 15억원 정도로 판단했고 20개월간의 광고비로 약 2억원을 사용한 것과 가맹사업자의 경우 전국에 186개 정도의 가맹점이 있다는 점도 판단대상이 됨
- 특징적인 매장 외관을 사용했다는 점도 인정됨

2. 자동차 부품회사

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2020.5.6.자 2019카합21943 결정
- 2심 : 서울중앙지방법원 2020.10.12.자 2020카합21139 결정

○ 사실관계

- 채권자는 1997년 A 주식회사로 설립되어 여러 차례 상호 변경을 거쳐 2012년 3월 현재 상호로 변경했고 초기 신재생에너지사업에서 2017년 자동차 전장품 사업으로 전환하여 현재 자동차 관련 부품 개발·제조·유통을 주력으로 하고 있음
- 채무자(한국○○○○○○그룹 주식회사)는 (구)D 주식회사의 지주회사 전환 과정에서 2012년 9월 E 주식회사로 재상장되었고, 2019년 5월 현재 상호로 변경했으며 지주회사로서 자동차 관련 사업을 하는 자회사들을 지배·관리하고 있음
- 두 회사가 '한국○○○○○○ 주식회사'와 '한국○○○○○○그룹 주식회사'라는 유사한 상호를 사용하며 자동차 관련 사업 영역에서 활동하여 상호 사용 관련 분쟁 발생

○ 판결요지

- 채권자는 2018년말 기준 시가 총액 1,360억 원, 연간 매출액 115억 여원을 기록한 중소기업으로, 2001. 8. 23. 한국 코스닥 시장에 상장됨
- 채권자는 2017. 12. 자동차 전장기업인 주식회사 C를 인수하여 주력사업 부문을 자동차 부품 제조 및 판매업으로 전환하였고, 이후 G 등 자동차부품 관련 대기업에 자동차 전장품(자동차의 부품 중 전기를 동력원으로 하는 장치 및 제품)을 공급하는 사업을 활발히 영위하였고, 국내의 자동차 부품 관련 여러 업종의 회사나 대학교 연구센터 등과 업무 계약 및 협력관계를 맺고 관련 영업
- 채권자는 국내 경제신문 및 인터넷 언론에 소개되었고, 경제 관련 케이블 방송에서 '중국의 자동차에 장착되는 첨단 장비들을 생산하고 있는 우수한 기술력으로 무장

한 중소기업', '중국 전기 자동차에 우리 기술로 만든 디지털 계기판을 공급하고 있는 기업'으로서 '전기차에 부는 한류'를 이끄는 기업 등으로 여러 차례 소개됨

- 채권자는 2018. 6. 경 500억 원 규모의 자율주행 자동차 연구개발 사업자로 선정되어 H 등과 함께 국토교통과학기술진흥원 개발 과제를 추진하기도 하였고, I 주식회사와 협업하여 스마트 주차센서 납품 계약을 체결하는 등 자동차 관련 제품의 공급 부분에서 활발히 영업을 지속함
- 채권자가 2012년부터 이 사건 상호를 사용한 이래 8년 이상 이 사건 상호로 영업을 하고 있고, 특히 자동차 전장사업 부문에 진출하여 해당 분야에서 이 사건 상호를 사용한 것도 2년 5개월이 넘었으며, 채권자는 유가증권시장 및 거래처와의 관계에서 영업 자체의 표시, 동일성 식별 등의 기능 수행을 위하여 이 사건 상호를 다양하고 광범위하게 사용함
- 또한 채권자의 상호 사용 형태가 채권자 관련 기사 및 사업계획서, 인터넷 홈페이지 및 게시물, 거래서류 등 영업표지로서의 기능을 수행할 수 있는 모든 범위에서 다양하게 이루어지고 있고, 특히 인터넷 포털 검색사이트에서 채무자의 상호 사용 전인 2019년 이전을 검색기간으로 하고, 검색 대상을 '뉴스'분야로만 한정하여 채권자의 상호를 검색하여도 3,877건의 결과물이 확인됨

○ 시사점

- 채권자의 상호에 대한 주지성 판단에서 기업의 시가총액, 연간매출액 115억원, 채무자의 상호 사용 전인 2019년을 기준으로 인터넷 포털 검색사이트에서 뉴스분야로 한정하여 상호 검색하는 경우 3,877건의 결과물 확인이 판단기준으로 사용됨
- '국내에 널리 인식된 타인의 영업임을 표시하는 표지'인지는 사용 기간, 방법, 태 양, 사용량, 거래범위 등과 거래 실정 및 사회통념상 객관적으로 널리 알려졌는지가 일응의 기준이 됨

3. 문학잡지 영업표지

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2020.8.31.자 2019카합22125 결정
- 2심 : 서울고등법원 2021.8.12. 자 2021라20265 결정

○ 사실관계

- 채권자는 1970년 설립된 출판사로서 "D"라는 문학잡지를 발행해 오고 있으며, 관련 등록상표와 등록서비스표를 보유한 상표권자임
- 채무자 C는 각종 문학지 발간, 문학예술사업 등을 영위할 목적으로 설립된 비영리 민간단체이고 채무자 B는 채무자 C를 설립한 자로서 그 설립부터 현재까지 대표로 활동함
- 채무자들이 채권자의 등록상표와 동일·유사한 표장 및 상호를 사용하여 서적 출간, 판매, 홍보, 광고하는 행위가 문제됨

○ 판결요지

- 채권자는 채무자들이 실제로 사용하고 있는 표장들에 대한 금지만을 명할 경우 채무자들이 향후에 "D"를 포함하는 새로운 파생표장을 만들어 사용하는 것까지 금지할 수 없어 가처분의 실효성을 보장하기 어렵다는 이유로, "D"라는 명칭이 포함된 일체의 표장에 대한 사용금지를 구하고 있으나 채권자가 구하는 바와 같은 내용의 가처분을 명할 경우 가처분 자체의 특정성을 갖출 수가 없으며, 집행기관으로서도 집행을 제대로 할 수 없게 되는 결과를 초래할 우려가 있으므로, 채권자의 이 부분 신청은 받아들이지 않음
- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 다목 (가)목, (나)목, (다)목에서 정하는 부정경쟁행위의 경우에도 부정경쟁행위가 성립하려면 채무자의 표장이 사회통념상 자기 상품이나 영업의 출처표시 및 자기 업무에 관계된 상품이나 영업과 타인의 업무에 관계된 상품이나 영업을 구별하는 식별표지로 사용되는 것이어야 함
- 그밖에 채권자의 "K", "L"의 사용금지 신청에 대해 "K", "L"라는 문구가 표시된 위치 등 그 구체적 사용태양, 채무자들 또는 N 측에서 위와 같은 문구를 표시한 의도 등에 비추어 보면, 위 문구는 서적의 저자나 출간 경위 등을 함축적으로 안내·설명하기 위한 것으로 보일 뿐 상품 자체의 출처를 표시하는 표지로 사용된 것이라고 보기는 어려움
- "D문학상", "D쇼핑몰", "D문학신문", "D문인협회", "D문예대학"의 사용금지 신청에 관해서는 위 표장들은 공통적으로 이 사건 등록상표와 호칭이 동일한 "D"를 그대로 포함하고 있는데, 그 뒤에 부가된 "문학상", "쇼핑몰", "문학신문", "문인협회", "문예대학" 부분은 영업이나 업무의 내용을 표시하는 부분으로서 특별한 식별력이 있다고 볼 수 없으므로, 결국 위 표장들에서 수요자에게 강한 인상을 심어주거나 기억·연상을 하게 함으로써 그 부분만으로 독립하여 상품 내지 영업의 출처표시기능을 수행하는 부분, 즉 요부라고 할 수 있는 부분은 "D" 부분이라고 할 것이고,

앞서 본 바와 같이 "D"라는 명칭은 채권자의 영업표지 내지 채권자가 발행하는 월간 "D"의 상표로 국내에 널리 알려져 문학 분야에 있어 강한 식별력을 지니고 있는 점까지 고려할 때, 채무자들이 사용하고 있는 위 표장들은 외관·호칭·관념 등에 있어 이 사건 등록상표와 유사하여 일반 수요자나 거래자로 하여금 채무자들의 영업 내지 업무가 채권자의 것이라고 오인하게 하거나 양자 사이에 거래상, 경제상 또는 조직상 밀접한 관계가 있다고 오신하게 할 우려 있음

- 이러한 행위는 상표권 침해 뿐만 아니라 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (나)목에 해당될 수 있음

○ 시사점

- 채권자가 특정 표장에 대한 사용금지를 구하는 가처분 사건에서 금지를 원하는 표장을 포함하는 일체의 표장에 대한 사용금지 청구는 가처분 자체의 특정성 및 집행기관에 의한 집행의 어려움을 초래할 수 있어 받아들일 수 없다고 판시함
- 부정경쟁방지법상 부정경쟁행위에 해당되기 위해서는 채무자가 채권자의 표장을 사용한 것이 사회통념상 자기 상품이나 영업의 출처표시 및 자기 업무에 관계된 상품이나 영업과 타인의 업무에 관계된 상품이나 영업을 구별하는 식별표지로 사용되어야 함
- 그렇지 않은 경우 채권자의 상표 표시 행위가 이 사건 등록상표에 관한 상표권침해에 해당한다거나 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목, (나)목, (다)목이 정하는 부정경쟁행위에 해당한다고 인정하기에 부족함

4. 베트남 쌀국수 음식점 프랜차이즈

○ 소송경과

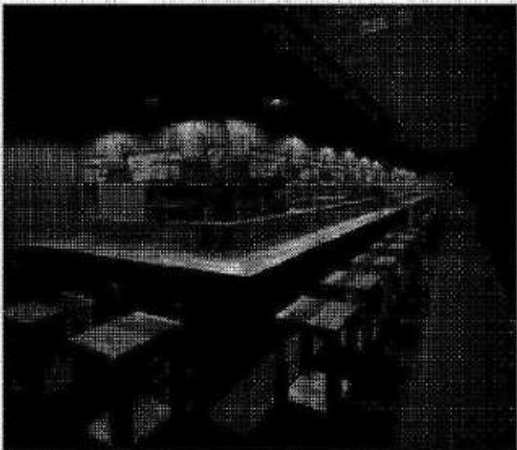
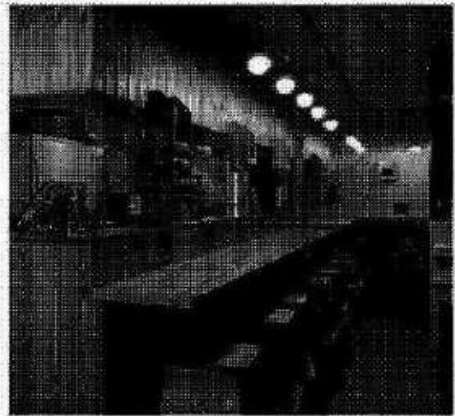
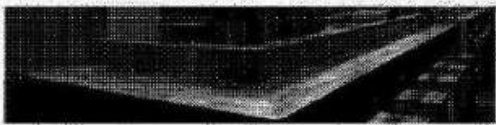
- 1심 : 서울중앙지방법원 2023.5.8.자 2022카합21716 결정
- 2심 : 서울중앙지방법원 2023.11.1.자 2023카합20661 결정

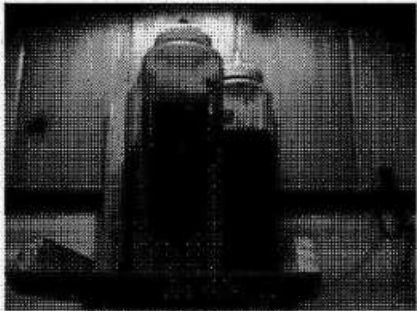
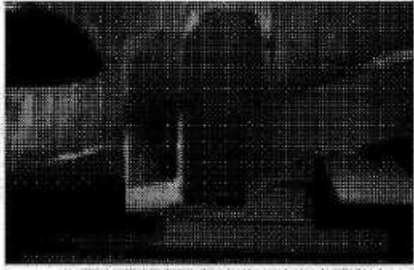
○ 사실관계

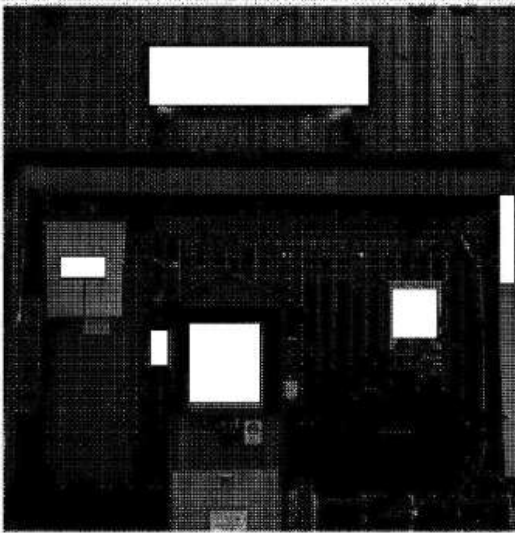
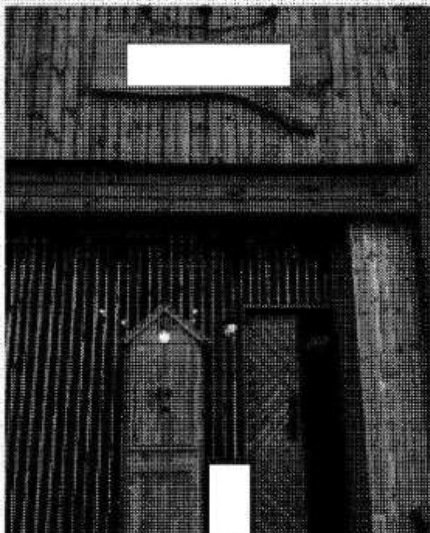
- 채권자 회사는 2014년경부터 서울 서대문구에서 'A'라는 상호로 베트남 쌀국수 음식점을 운영하였고 2018년 4월 채권자 회사 설립 후 2022년 12월 기준 전국 74개의 직영점 및 가맹점을 운영함
- 채무자는 2021년 3월 청주시 서원구에서 'D'라는 상호로 베트남 쌀국수 음식점

영업 시작하고 2021년 10월부터 베트남 쌀국수 음식점 프랜차이즈 사업을 영위하며 2023년 3월 기준 전국 17개의 직영점 및 가맹점을 운영함

- 채권자의 목재간판, 일본식 나무간살창 등의 매장 외부장식 디자인, 가옥형태의 외부 키오스크 목재함, 매장 내부의 일본식 카운터 구조 등이 영업표지로서 문제가 됨

채권자 매장 간판		채무자 매장 간판	
			
채권자 매장 인테리어		채무자 매장 인테리어	
전체 구성			
카운터석			

소스 받침대	 	 
나무 의자		

채권자 매장 익스테리어	채무자 매장 익스테리어
	

○ 판결요지(1심)

- 채권자 회사가 이 사건 표지 결합을 약 9년간 사용해 온 점, 채권자 회사의 가맹점 개수 및 매출액의 증가에 비례하여 일반수용자들의 인지도도 높아졌을 것으로 보이는 점, 인터넷 검색포털사이트의 연관 검색어 노출 화면, 월간 검색량 등에 비추어 볼 때 채권자 회사의 상호 'A'이 인터넷 검색포털사이트에서 높은 인지도를 얻고 있는 것으로 보이는 점, 채권자 회사의 매장을 방문한 일반수요자들이 그 매장의 외부장식, 인테리어, 음식 등에 대한 글과 사진을 자신들의 블로그 등 SNS 계정에 게시하고 있고, 그 내용이 일반 대중에게 다수 공유되어 온 점 등을 종합하여 보면, 이 사건 표지 결합은 일반수요자로 하여금 채권자 회사의 매장을 연상시킬 수 있을 정도로 개별화되어 그 식별력을 가짐
- 채권자 회사의 매장이 신문, 방송 등 다수의 대중매체를 통해 선전·광고되었던 점, 채권자 회사는 이와 같은 대중 인지도를 바탕으로 'A 쌀국수 간편식품', '카카오톡 A 기프트콘'을 출시하기도 하였던 점, 채권자 회사의 매장 이전에는 한자로 표기된 간판, 일본풍의 외관이나 분위기를 갖춘 베트남 쌀국수 음식점은 없었던 것으로 보이고, 현재도 채무자의 가맹점 이외에는 같은 유형의 음식점을 찾아보기 어려운 점, 달리 이 사건 표지 결합이 상품이나 영업 본래의 기능을 확보하기 위한 기술적 요청에서 유래한 결과라고 보기도 어려운 점 등을 보태어 보면, 이 사건 표지 결합은 채권자 회사의 장기간에 걸친 계속적·독점적·배타적 사용을 통해 국내에 널리 인식되어 일반수요자에 대한 주지성이 인정됨
- 채무자의 영업외관 표지는 그 전체적인 구성이 실질적으로 동일유사하여 일반 수요자의 오인혼동이 발생 가능

○ 판결요지(2심)

- 채무자가 영업장소의 전체적인 외관'이 영업표지로서 식별력을 갖추었는지 여부는 '베트남 쌀국수 음식점'에 한정하여 볼 것이 아니라 '전체 일반음식점'을 기준으로 보아야 할 것이라고 주장함
- '국내에 널리 인식된 타인의 영업임을 표시하는 표지'인지는 사용 기간, 방법, 태양, 사용량, 거래범위 등과 거래실정 및 사회통념상 객관적으로 널리 알려졌는지가 우선의 기준이 되고, '영업표지의 유사' 여부는 동종 영업에 사용되는 두 개의 영업표지를 외관, 호칭, 관념 등의 점에서 전체적·객관적·이격적으로 관찰하여 구체적인 거래실정상 일반 수요자나 거래자가 영업 출처에 대한 오인·혼동의 우려가 있는지에 의하여 판별되어야 함
- 따라서 식별력과 주지성은 상표법상의 서비스분류 유사군 코드 범위 전체를 기준

으로 할 것이 아니라 구체적으로 특정되는 당해 서비스업종 범위 내의 거래자나 수요자를 기준으로 판단한다고 판시함

○ 시사점

- 채권자의 영업표지 결합이 식별력과 주지성을 가지는 것에 대해 영업표지의 구성과 의미, 장기가 계속적인 사용(9년), 가맹점 개수 및 매출액이 상당히 증가한 점, 대중매체의 노출, SNS를 통한 홍보 정황을 볼 때 식별력과 주지성이 인정됨
- 개별 요소가 아닌 전체적 조합의 보호를 가능하다고 보아서 간판, 외부장식, 인테리어 등을 종합한 '영업표지의 결합'이 독립적 보호 대상이 될 수 있음을 명확히 함

III. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (라)목

1. 의성마늘 원산지 표시

○ 소송경과

- 1심 : 대구지방법원 2019. 4. 3.자 2019카합10013 결정
- 2심 : 대구고등법원 2020. 2. 27.자 2019라331 결정

○ 사실관계

- 채무자가 제조·판매하는 흑마늘 제품의 제품명은 'D'로서 의성산 마늘을 발효 및 숙성하여 만든 흑마늘의 주출액과 올리고당 등을 혼합하여 제조하고 있음
- 그러나 채권자가 채무자가 판매하는 흑마늘 제품은 의성에서 생산 및 제조 또는 가공된 흑마늘 제품이 아니라고 주장하면서 채무자가 채무자의 제품에 의성산 흑마늘이라고 표시하여 잘못된 원산지 표지를 하였고 주장함

○ 판단요지(1심)

- 법원은 채무자가 제조·판매하는 흑마늘 제품 'D'가 의성산 마늘을 발효·숙성하여 만든 흑마늘의 추출액과 올리고당 등을 혼합하여 만든다는 사실을 확인함
- 채무자는 해당 제품의 원산지를 '국산'으로, 원재료 중 하나인 흑마늘의 원산지를 '국내산'으로 표시했는데, 실제로 제품의 원료인 마늘이나 흑마늘 모두 국내에서 생산되거나 가공되었으므로 이러한 원산지 표시가 거짓의 원산지 표시라고 할 수 없다고 판단함
- 채권자가 문제 삼은 인터넷 쇼핑몰 사이트의 'E'(의성산) 표시에 대해서는, 상품 설명 중 '오직 명품 의성산 마늘만을 100% 사용합니다'라고 기재되어 있는 점과 농수산물의 원산지 표시 관련 법령을 종합적으로 고려하였고, 법원은 채무자가 인터넷 사이트의 상품명이나 설명에서 사용한 '의성산'이라는 문구가 채무자가 판매하는 농산물 가공품 'D'의 원료인 마늘의 원산지가 '의성'임을 나타낸 것이라고 해석함
- 이는 농수산물의 원산지 표시 법령에 따라 원료의 원산지를 시·군·구명으로 표시한 것으로, 부정경쟁방지법상 '거짓의 원산지 표시'에 해당하지 않음
- 타인 상품 사칭 주장에 대해서는 채무자가 'F'라는 상호로 'D'를 제조·판매하고 있다는 사실만 확인될 뿐, 채무자가 채권자의 상품을 자기 상품인 것처럼 사칭했다는 구체적 증거나 소명자료가 전혀 제시되지 않았다고 판단함

○ 시사점

- 법원은 채무자의 '의성산' 표시가 원료 마늘의 원산지 표시로서 농수산물 원산지 표시 법령에 부합하며, 부정경쟁방지법상 거짓의 원산지 표시나 타인 상품 사칭에 해당하지 않는다고 판단하여 채권자의 항고를 기각함

IV. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (바)목

1. 제품 안전확인 신고증명서

○ 소송경과

- 1심 : 의정부지방법원 고양지원 2022.1.17.자 2021카합5597 결정
- 2심 : 서울고등법원 2022.6.23.자 2022라20134 결정

○ 사실관계

- 채권자는 2019년경 'D' 전기자전거를 제조하는 'E회사'를 운영하며 중국 내 판매, 마케팅, 브랜드 사용권 등의 독점적 권한을 보유하고 2020년 6월 채권자 측 전기자전거에 사용되는 배터리(모델명: G, 정격/안전기준상의 모델구분: 48Vdc, 13,400mAh)에 관하여 전기용품 및 생활용품 안전관리법 제15조에 따른 안전확인 신고를 마친 후 판매를 시작함
- 채무자들이 수입하는 G 전기자전거에 사용된 배터리는 가품배터리로, D 전기자전거에 사용된 배터리와 다른 제품이지만 채무자들이 이 사건 안전확인을 도용하여 가품배터리에 이를 무단으로 표시한 채 G 전기자전거를 판매하고 있다고 채권자가 주장함

○ 판결요지

- 채무자들이 이 사건 안전확인 기재와 같은 내용이 표시된 채무자 측 전기자전거를 판매하거나 광고하는 행위는 채무자 측 전기자전거에 장착된 배터리가 E이 제조하여 이 사건 안전확인을 받은 이 사건 배터리라고 오인하게 하는 행위로서, 이 사건 배터리를 사칭한 행위이거나 채무자 측 전기자전거에 장착된 배터리가 이 사건 안전확인 기재와 같은 용량의 안전확인 신고를 마친 배터리라고 일반 소비자로 하여금 오인하게 하는 허위의 표지를 하여 상품의 품질 등을 오인하게 하는 행위이므로, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (바)목의 부정경쟁행위에 해당함
- 채권자는 E로부터 채권자 측 전기자전거의 국내 독점판매권을 부여받아 채권자 측 전기자전거를 판매하고 있는데, 채무자 측 전기자전거를 판매하는 채무자들과 경쟁관계에 있는 것으로 보이는 점, 채무자 측 전기자전거에 장착된 배터리가 이 사건 배터리가 아님에도 채무자들이 채무자 측 전기자전거에 이 사건 안전확인 기재와 같은 내용을 표시하여 채무자 측 전기자전거를 보다 저렴한 가격으로 판매할 경우 채권자의 매출이 감소할 것으로 보이는 점 등의 여러 사정에 비추어 보면, 채무자

들의 부정경쟁행위로 인하여 채권자의 영업상 이익이 침해되거나 침해될 우려가 인정됨

○ 시사점

- 타인의 상품을 사칭하는 행위는 적극적·소극적으로 타인의 상품임을 알리는 행위를 의미하고, '상품에 그 상품의 품질, 내용, 제조방법, 용도 또는 수량을 오인하게 하는 표지를 하거나 이러한 표지를 한 상품을 판매 등을 하는 행위'는 상품의 속성과 성분 등 품질, 급부의 내용, 제조 및 가공방법, 효능과 사용방법 등 용도 또는 상품의 개수, 용적 및 중량 등 수량에 관하여 일반 소비자로 하여금 오인하게 하는 허위나 과장된 내용의 표지를 하거나 그러한 표지를 한 상품을 판매하는 등의 행위를 의미함
- 전기배터리에 대한 타인의 안전확인 증서를 도용하여 전기자전거를 판매하거나 광고하는 행위는 상품의 품질 등을 오인하게 하는 행위에 해당됨

V. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목

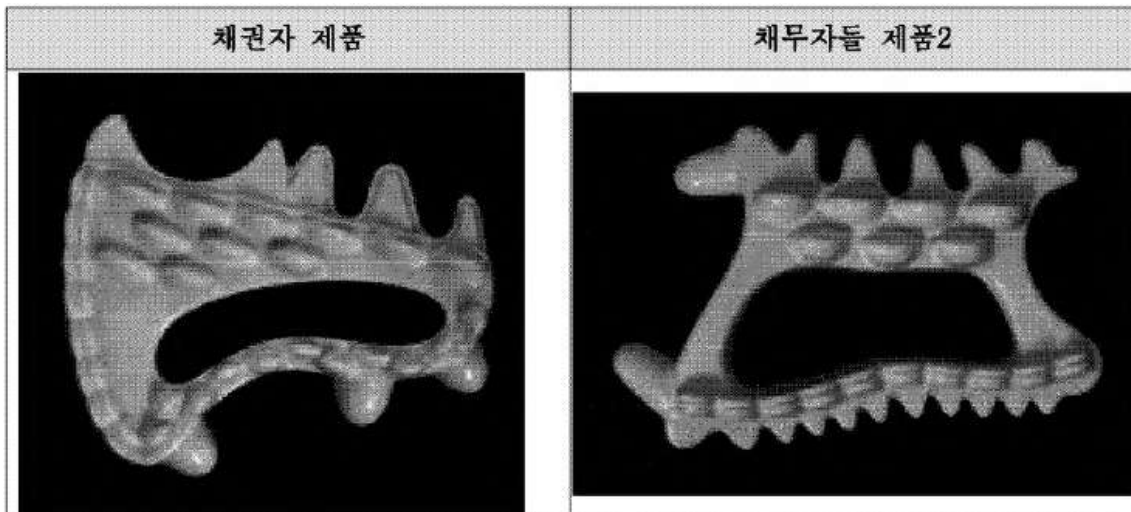
1. 마사지 기구

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2019.12.6.자 2019카합21129 결정
- 2심 : 서울고등법원 2020.9.24.자 2019라21360 결정

○ 사실관계

- 채권자는 2019년 4월경부터 마사지기구의 시제품을 완성한 후 판매 중이고 채무자 B는 피부관리실을 운영하면서 채무자의 제품을 제조 및 판매 중임
- 채무자 C 회사는 채무자 B로부터 채무자 제품을 공급받아 이를 판매할 목적으로 그 대표이사인 채무자 D 명의의 인스타그램 계정을 통하여 위 각 제품들의 사진을 게시하는 등 이를 홍보하였음



○ 판단요지(1심)

- 채무자들 제품은 그 전체적이고 특징적인 형태에서 채권자 제품과 상당한 차이가 있는바, 그 일부 미세한 부분에서 형태적 공통점이 있다는 사정만으로 채무자들 제품 2가 채권자 제품의 형태를 모방한 제품이라고 할 수 없으며, 이와 같은 형태의 상이성을 고려할 때 채무자들이 채권자와의 거래 과정에서 제공받은 기술적 또는 영업상의 아이디어를 부정하게 사용하였다거나 채권자의 성과를 무단으로 사용하였다고 할 수도 없다고 판시함

○ 판단요지(2심)

- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목은 부정경쟁행위의 한 유형으로서 타인이 제작한 상품의 형태를 모방한 상품을 양도·대여 또는 이를 위한 전시를 하거나 수입·수출하는 행위를 규정하고 있는데, 여기에서 '모방'이라 함은 타인의 상품의 형태에 의거하여 이와 실질적으로 동일한 형태의 상품을 만들어 내는 것을 말하며, 여기서 실질적으로 같은 상품의 형태라고 함은 객관적으로 타인의 상품과 만들어진 상품을 대비하여 관찰하는 경우에 만들어진 상품의 형태가 타인의 상품 형태와 같거나 실질적으로 같다고 할 수 있을 정도로 유사한 것을 말함
- 그리고 위 조항에 정해진 행위를 부정경쟁행위로 한 취지는 상품개발을 위하여 자금과 노력을 투하한 상품형태 개발자의 시장에서의 선행이익을 보호하는 데 있는 점에 비추어 만들어진 상품의 형태에 타인의 상품 형태와 다른 부분이 있다고 하더라도 그 다른 부분이 미세한 변개에 기초한 것으로 상품의 전체적 형태에 주는 변화가 적고 상품 전체에서 보아 미세한 차이에 그친다고 평가할 수 있는 경우에는 해당 상품은 타인의 상품과 실질적으로 같은 형태로 평가할 수 있음
- 원제품과 대상제품의 모방 여부를 살펴볼 때 제품을 부분적으로 나누어 동일한지 여부를 엄밀하게 살펴볼 것이 아니라 제품 형태의 변경에도 불구하고 원제품이 가지고 있는 고유하고 특징적인 부분들이 대상제품에도 원제품과 실질적으로 동일하게 개시되어 있는지 여부를 살펴 형태 모방 여부를 살펴보아야 함
- 채무자들 제품 2는 채권자 제품의 특징적인 형태를 일부 변형하려고 시도는 하였지만 종합적으로 고찰하면 채권자 제품의 특징을 '모방'하여 제작한 마사지 기구라고 봄이 타당하여 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목의 부정경쟁행위에 해당한다고 판단
- 채권자는 이 사건 이전부터 마사지 기구를 판매하여 왔고 채무자 B는 채권자의 기존 제품의 경제성을 인정하여 새로운 마사지 기구를 개발하여 납품하여달라고 요청하였고 이에 채권자는 2개월여의 연구를 거쳐 채권자가 이전에 등록한 디자인을 개량한 마사지 기구를 개발하여 2019. 2. 11.경 카카오톡으로 채무자 B에게 제품의 시안과 샘플을 전송해주었음
- 그 과정에서 채권자는 채무자 B에게 디자인이 외부로 공개되지 않도록 당부하였고 채무자도 이에 동의하였고 따라서 채권자 제품의 경제적 가치와 비공지성은 모두 인정됨
- 채무자 B는 채권자에게 마사지 기구 독점공급계약의 체결 과정에서 알게 된 채권자의 아이디어를 영업상 이익을 위하여 부정하게 사용하였고, 채권자의 아이디어는

마사지 기구 돌기의 형상, 패턴, 간격과 같은 형태뿐만 아니라 도자기 재질이나 유려한 곡선형태를 갖는 형상으로, 채무자들 제품 2에는 이러한 채권자의 아이디어가 동일하게 적용되어 있으므로 이는 채무자 B의 부정경쟁행위라고 보아야 하므로 채무자들 제품 2의 제조·판매행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목의 부정경쟁행위에 해당함

○ 시사점

- 1심에서 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목과 (차)목이 모두 부정되었으나 2심에서 모두 인정됨
- 1심의 경우 두 제품이 전체적으로 상이한 제품으로 판단하면서 일부 공통적인 부분이 있다고 하더라도 채무자의 제품이 모방된 제품이라고 할 수 없다고 판단한 반면, 2심의 경우 두 제품이 완벽하게 동일하지 않지만 채권자 제품의 특징적인 요소들이 대부분 채무자 제품에 실질적으로 유사하게 나타나 있다고 판단하여 모방제품이라고 판단함
- 2심의 경우 저작권법에서 두 저작물을 비교하는 실질적 유사성 개념을 언급하면서 “의저성”에 대한 개념도 언급함
- (자)목의 입법취지는 소위 dead copy(완전히 모방하여 만드는 행위)를 규제하기 위한 규정이지만 2심의 경우 모방의 범위를 완전히 똑같은 제품이 아닌 실질적 유사성을 가진 제품까지 확대한 것으로 판단됨

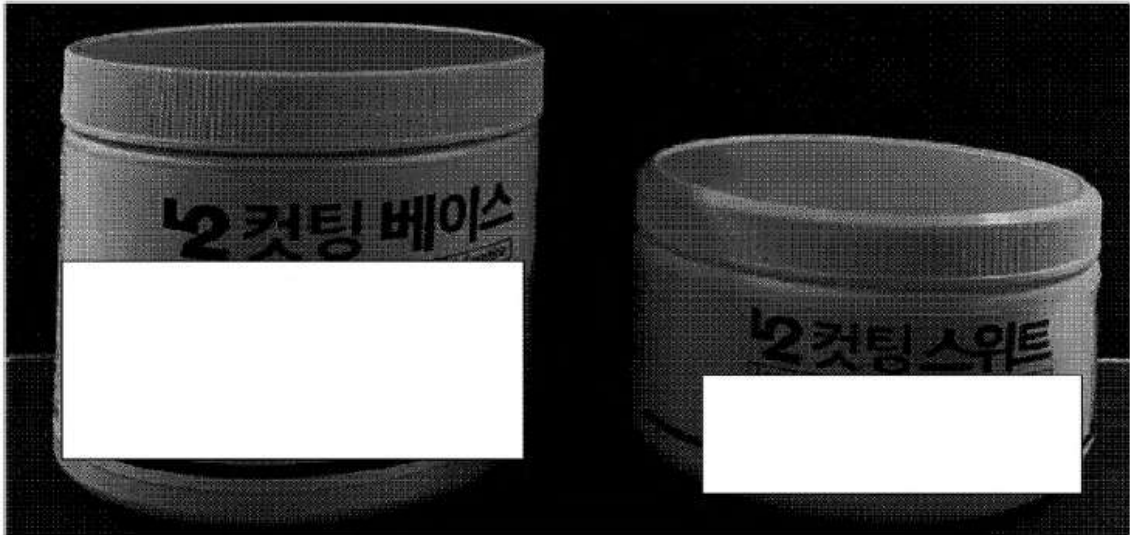
2. 다이어트 분말 식품의 포장 용기

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2020.7.16.자 2020카합20246 결정
- 2심 : 서울고등법원 2020.12.15.자 2020라20861 결정

○ 사실관계

- 채권자는 단백질 식이보충제, 다이어트용 캡슐 등을 지정상품으로 한 상표권자이고 채무자는 식이용법용 식품을 판매 용기에 사용하여 판매하고 있음



○ 판단요지(1심)

- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목 소정의 "상품의 형태"의 범위에 당해 상품의 용기와 포장이 당연히 포함되는 것은 아니라 할 것이나 상품의 용기와 포장도 상품자체와 일체로 되어 있어 용기와 포장의 모방을 상품 자체의 모방과 실질적으로 동일시 할 수 있는 경우에는 위 규정상의 상품의 형태에 포함됨
- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목 소정의 "모방"이라 함은, 타인의 상품의 형태에 의거하여 이와 실질적으로 동일한 형태의 상품을 만들어 내는 것을 말하며, 형태에 변경이 있는 경우 실질적으로 동일한 형태의 상품에 해당하는지 여부는 당해 변경의 내용과 정도, 그 착상의 난이도, 변경에 의한 형태적 효과 등을 종합적으로 고려하여 판단하여야 함
- 아울러 위 규정은 이른바 데드카피(dead copy)를 금지하기 위해 도입된 조항으로서 단순히 유사한 정도로는 상품형태 모방행위에 해당한다고 할 수 없음
- 형태적 차이와 변경된 내용 및 정도, 변경에 의한 형태적 효과 등을 종합하며 보면 채무자 상품의 용기 및 포장이 채권자의 것과 실질적으로 동일하여 그 사용이 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목 소정의 상품형태 모방행위에 해당한다고 보기 어려움

○ 판단요지(2심)

- 채무자 포장은 채권자 포장의 특징적인 형태를 일부 변경하려고 시도는 하였지만 종합적으로 고찰하면 채권자 포장 등의 특징을 모방하여 제작한 것이라고 봄이 타당

○ 시사점

- 1심의 경우 채권자와 채무자의 두 제품을 비교해 보았을 때 두 제품이 전체적인 형태는 유사하나 이러한 형태는 다른 통상적인 다이어트 제품의 용기에 흔히 사용되는 형태라고 판단함
- 2심의 경우 채권자와 채무자 제품만 비교하여 유사성을 비교하여 동일성을 인정함
- 1심의 경우 문제된 제품의 비교 대상을 다른 통상적인 다이어트 제품까지 확대하였으나 2심의 경우 원고와 피고의 제품만을 비교함

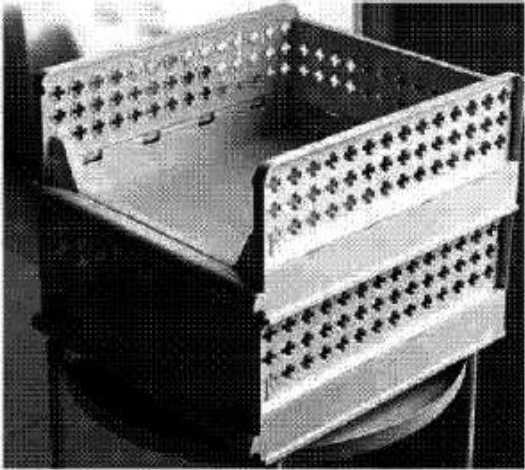
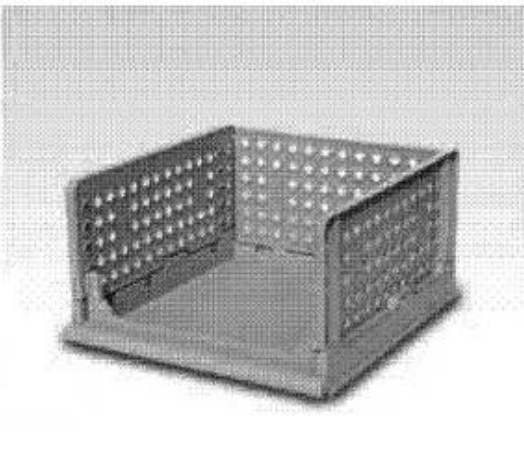
3. 수납 바구니 상품형태

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2021.7.20.자 2021카합20356 결정
- 2심 : 서울중앙지방법원 2021.10.7.자 2021카합21133 결정

○ 사실관계

- 채권자는 2018년 말경부터 디자인 등록된 수납 바구니 제품을 생산하여 판매하고 있고 채무자 주식회사 B는 수납 바구니 제품들을 판매하고 있으며 채무자 C는 채무자 회사의 대표이자 사내이사임

채권자 제품	채무자 제품
	

○ 판결요지(1심)

- 채권자의 등록디자인과 채무자의 제품 디자인을 비교해 보면 채권자가 제출한 자료만으로는 채무자 제품의 디자인이 이 사건 등록디자인과 외관상 동일·유사한 심

미감을 일으킨다는 점이 충분히 입증되지 않았다고 판단함

- 그러나 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목의 부정경쟁행위에 대해서 채권자 제품과 채무자 제품의 형태상 차이점은 이 사건 등록디자인과 채무자 제품 디자인의 차이점과 같은데, 이러한 차이점은 변경의 내용·정도, 착상의 난이도, 변경에 의한 형태적 효과가 크거나 높다고 보기 어려움
- 결국 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목의 상품형태 모방의 부정경쟁행위가 인정됨

○ 판결요지(2심)

- 디자인보호법상 디자인의 유사 여부는 이를 구성하는 각 요소를 분리하여 개별적으로 대비할 것이 아니라 그 외관을 전체적으로 대비 관찰하여 보는 사람으로 하여금 상이한 심미감을 느끼게 하는지 여부에 따라 판단
- (자)목의 입법취지는 타인이 개발한 상품의 형태를 모방하여 실질적으로 동일하다고 볼 수 있을 정도의 상품을 만들어 냈으로써 경쟁상 불공정한 이익을 얻는 것을 막기 위한 것임
- 부정경쟁방지법상 타인이 제작한 상품의 형태 모방 여부는 '경쟁상 의미 있는 형태'의 모방으로서 상품 형태의 경쟁력에 부당하게 편승한 것인지의 관점에서 살펴야 하므로, 상품의 구매력에 영향을 미치는 요소로서 형태의 시각적인 부분뿐만 아니라 기능적 부분도 함께 고려하여 실질적으로 동일한 형태의 상품을 만들어낸 것인지에 따라 판단하여 1심 판결 유지함

○ 시사점

- 등록디자인과 비교하여 디자인 유사 여부가 부정된다고 하더라도 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목의 판단에 영향을 미치지 않고 상품 형태 모방은 상품의 구매력에 영향을 미치는 요소로서 시각적 부분과 기능적 부분도 고려 가능하다고 판시함

VI. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목

1. 개량 톤백(벼 추수용 커다란 포대)의 성과 인정

○ 소송경과

- 1심 : 대전지방법원 2022.6.15.자 2022카합50137 결정
- 2심 : 대전고등법원 2023.3.28.자 2022라242 결정

○ 사실관계

- 채권자는 농업용 기계 등의 제조 및 판매업을 영위하는 회사이고 채무자는 산업 기계 제조 및 판매업을 영위하는 회사임
- 채권자는 벼 수매통에 대한 등록된 디자인권자이고 채무자도 벼 수매통에 대한 디자인권자임

○ 판결요지(1심)

- 1심은 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목과 관련하여 채권자의 제품이 판매된 기간이 4-5년으로 장기간이 아니고 제품의 외관에 채권자가 생산한 제품이라는 것을 인식할 만한 표시가 없고 이 제품에 관한 강력한 선전 및 광고가 없다고 판단하여 채권자의 제품이 식별력을 가지지 못하였다고 판단함

○ 판결요지(2심)

- 이 사건 제품은 기존의 벼 수송·보관용기인 톤백과 구별되는 형태상의 특징이 있고, 톤백에 비하여 작업효율 향상 및 비용 절감의 효과가 있음
- 이 사건 제품은 톤백 대체상품으로서 2018년경 200대(매출액 약 1억 400만 원), 2019년경 720대(매출액 약 3억 8,300만 원), 2020년 5,728대(매출액 약 31억 9,000만 원), 2021년 6,831대(매출액 약 43억 원)가 각 M조합에 판매되었고, 이 사건 제품이 출시된 이후 이 사건 제품의 형태와 유사한 형태를 가진 제품들이 톤백 대체상품으로 출시됨
- 따라서 이 사건 제품은 채권자의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등에 해당한다고 볼 여지가 크고 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 공공영역(public domain)에 속하는 것으로 평가하기는 어려움

○ 시사점

- 2심법원은 채권자가 제품에 대하여 실용신안등록을 출원하였고 거절되었으나 실용신안의 진보성은 부정경쟁방지법상의 부정경쟁행위의 요건이 아니라고 판단함
- 실용신안출원이 거절되어 통상의 기술자가 극히 쉽게 고안할 수 있는 제품에 대하여 (파)목의 부정경쟁행위를 인정할 수 있다고 판결
- 특허권, 실용신안권과 같이 등록을 요구하는 지식재산권으로 인정받지 못한 경우에도 부정경쟁방지법 제2조 제1호의 (파)목의 대상이 될 수 있음

제2절 민사 본안

I. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목

1. 여성청결제 더블지퍼백 포장

- 소송경과
 - 1심 : 서울중앙지방법원 2022.7.15. 선고 2021가합549201 판결
 - 2심 : 서울고등법원 2023.2.9. 선고 2022나2030479 판결
- 사실관계(1심)
 - 원고는 'D'라는 상호 겸 상표를 사용하여 홈페이지, 네이버 브랜드스토어, 인스타그램, 네이버 블로그 등 온라인 매장에서 제습제, 청소용품, 주방용품, 세탁용품 등 각종 생활용품을 전시, 광고, 판매하고 있음
 - 피고는 피고들은 경북 칠곡군 E에서 청소용품, 주방세제 등 생활용품을 전시, 광고, 판매하는 'F'라는 사업체를 운영하는 사람들임
- 판결요지
 - 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목 관련하여 이 사건 표지가 원고 상품에 독특한 개성을 부여하는 용도로 장기간 계속적·독점적·배타적으로 사용되거나 지속적인 선전광고 등에 의하여 수요자에게 특정한 품질을 가지는 원고 상품을 연상시킬 정도로 현저히 개별화되어 상품의 출처표시기능을 할 정도에 이르렀다고 볼 수 없다고 판단함
 - 원고와 피고들의 여성청결제 및 더블지퍼백 디자인 사이에 일부 유사한 면이 있기는 하나, 위에서 본 바와 같이 양자 사이의 여러 차이점이 존재하고, 이로 인하여 피고들 제품은 원고 제품과 다른 형태상의 특징이 나타나는 것으로 판단됨
 - 여기에 (자)목의 보호대상이 되는 상품형태는 주지성, 창작성 등을 요구하지 아니하여 그 보호범위가 매우 넓은 반면, 그 모방 행위는 완전한 모방, 즉 데드카피(dead copy) 행위를 의미하는 것으로서 그 범위를 좁게 해석함이 상당하다는 점 등을 보태어 보면, 피고들의 여성청결제 및 더블지퍼백이 원고의 제품과 실질적으로 동일한 형태라고 볼 수 없음
 - (파)목은 기존 법률로는 포섭할 수 없는 새로운 유형의 행위로서 같은 호 각 목의

부정경쟁행위에 준할 정도로 거래질서를 어지럽힌다고 평가할 수 있는 때에 한하여 엄격하게 적용되어야 하고, 같은 호 각 목에서 정하고 있는 행위유형에는 해당하나 위 각 목에서 정하고 있는 요건을 갖추지 못한 행위에 대하여는 원칙적으로 위 (파)목이 적용되지 않는다고 봄이 타당함

- 원고가 이 사건 디자인의 독특한 개성으로 주장하는 요소인 i) 가급적 직선으로 구성된 용기 및 라벨, ii) 전체적으로 흑색과 백색의 단일 색상 조합, iii) 직관적인 제품명, iv) 도형 등 일체의 꾸밈요소를 배제하는 부분은 특정인에게 독점적, 배타적 지위를 부여하기 어렵고, 누구나 자유롭게 선택하여 이용할 수 있게 하는 것이 바람직한 이른바 공공영역(public domain)에 속한다고 판단함
- 원고가 주장하는 ‘인스타그램 일러스트/라이브, 한줄 문구’ 등의 마케팅기법은 이전부터 사용되는 마케팅 방법으로 원고만의 독창적 요소로 볼 수 없고, 달리 위 마케팅기법이 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 것으로 불만한 증거도 없으므로, 원고가 주장하는 마케팅기법이 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목에서 정한 ‘성과’에 해당한다고 인정할 수 없음

○ 시사점

- 부정경쟁방지법 (파)목의 적용에 있어서 부정경쟁방지법에 규정된 각 목에서 정하고 있는 행위 유형에 해당하지만 그 요건을 갖추지 못하는 경우 원칙적으로 (파)목이 적용되지 않는다고 판단함

2. 음식점 프랜차이즈 표장

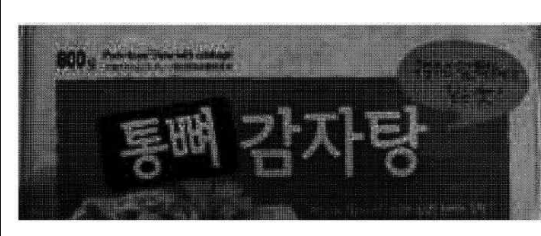
○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2020.12.11. 선고 2019가합546841 판결
- 2심 : 특허법원 2021.7.16. 선고 2021나1060 판결

○ 사실관계

- 원고는 2001.6.20.경 부산에서 프랜차이즈업, 식품유통업 등을 목적으로 설립된 법인으로 감자탕전문점 프랜차이즈 사업을 영위하고, 온라인 쇼핑몰에서 즉석조리 제품도 판매하고 있음
- 피고의 대표이사 E는 2005. 5. 9. 원고와 가맹계약을 체결하고 그 무렵부터 2010. 9.경까지 'C 여천점'을 운영하였고, 이후 'F'라는 상호로 감자탕 전문점을

운영하고 피고는 감자탕 즉석조리제품을 피고가 운영하는 온라인쇼핑몰을 포함한 여러 쇼핑몰에서 판매함

원고 표지	피고 표지
	

○ 판결요지

- 원고 가맹점별 연간 평균 매출액은 2016년 309,039,000원(부산 217,172,000원, 경남 239,179,000원, 2017년 179,209,000원(부산 177,934,000원, 경남 203,090,000원)에 불과하여, 그 금액이 이 사건 표지가 거래자 또는 수요자에게 널리 알려졌다고 인정할 수 있을 정도로 크다고 보기 어려움
- 특히, 원고 광고비(2016년 12,950,000원, 2018년 25,220,000원, 2019.5.경부터 2020.8.경까지 105,065,773원)를 원고 가맹점 수(2015년 79개, 2016년 94개, 2017년 98개, 2018년 98개)와 대비하여 보면 그리 큰 액수라고 보기는 어려움
- 따라서 원고 표지의 주지성이 인정되기 어려우며, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (카)목(現, (파)목)에 대해서 원고의 매출액이나 광고비를 기준으로 하였을 때 이 사건 표지가 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과라고 인정하기에 부족하다고 판단함

○ 시사점

- 주지성을 인정함에 있어 연간 평균 매출액 3억원과 1억 7천만원 정도는 낮은 금액이라고 판단하고 광고비의 경우도 연간 1천만원에서 2천만원 정도의 투자도 큰 액수라고 판단하지 않음
- 또한 매출이나 광고비를 기준으로 하였을 때 이 사건 표지가 (카)목의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에도 포함되지 않는다고 판단함

II. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (나)목

1. 학원 상호

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2020.9.2. 선고 2018가합589667 판결
- 2심 : 특허법원 2021.9.9. 선고 2020나1957 판결

○ 사실관계

- 등록상표 청담, 청담어학원, 청담러닝, 청담수학학원을 사용하여 학원을 운영하는 갑 주식회사가 “청담수학”, “청담 e-math” 등의 표장을 사용하여 수학학원경영업 등을 영위하는 을 주식회사를 상대로 위 표장의 사용금지 등을 구한 사안

○ 판단요지(1심)

- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (나)목과 관련하여 원고가 운영하는 ‘M’은 전국에 직영점 또는 가맹점을 두고 있으며, 원고의 2017년 매출액은 약 1,500억 원에 이르고, 2010년 1월부터 2018년 6월까지 지출한 광고선전비 합계액은 약 160억 원에 달함
- 원고는 ‘O’이라는 표지를 20년 이상, ‘P’라는 표지를 10년 이상 사용함
- 원고의 상호인 ‘P’는 주지성이 인정되어 피고가 사용한 표장과 유사하여 오인·혼동이 발생할 수 있는 유사한 표장에 해당됨
- 원고의 영업표지인 ‘P’와 ‘O’와 피고가 사용한 표장이 유사하지 않다고 판단한 이상 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (나)목에 해당되지 않고 (카)목에도 해당되지 않음

○ 판단요지(2심)

- 1심의 판단과 달리 원고의 영업표지인 ‘청담러닝’, ‘청담어학원’과 피고가 사용한 이 사건 제2, 3, 6, 7표장이 유사하다고 볼 수 없는 이상, 피고가 위 표장을 사용하는 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (나)목의 부정경쟁행위에 해당하지 않음
- ‘청담’은 현저한 지리적 명칭으로서 식별력이 없을 뿐만 아니라, 통상 학원업 등에는 학원이 위치한 곳의 지리적 명칭을 포함하는 경우가 다수 존재하는 점에 비추어 이러한 지리적 명칭은 학원업 등과 관련하여서는 특히 특정인이 독점하도록 하는 것은 타당하지 않음
- 원고는 ‘청담러닝’ 및 ‘청담어학원’이라는 영업표지를 사용하였을 뿐 ‘청담’이라는

문자 부분으로만 구성된 영업표지를 사용하지 않은 점, ‘청담’이 현저한 지리적 명칭에 해당하는 점 등을 고려하면 ‘청담’이라는 문자 부분의 인지도가 원고가 상당한 노력을 들여 얻은 성과에 해당한다고 보기 어려움

○ 시사점

- ‘청담’이라는 현저한 지리적 명칭을 학원업 등과 관련하여 특정인이 독점하도록 하는 것은 타당하지 않고 ‘청담’이라는 문자 부분의 인지도가 갑 회사가 상당한 노력을 들여 얻은 성과에 해당한다고 보기 어렵다고 판단함
- 또한, 지역 명칭 자체는 성과에 해당되기 어렵다고 판단함

2. 신문제호와 상표의 주지성

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2023.8.25. 선고 2021가합593307 판결
- 2심 : 특허법원 2024.5.16. 선고 2023나11139 판결

○ 사실관계

- 원고 A은, 신문 "A"를 발행하고 있는 주체이고, 위 신문은 1998. 1. 21. 제호를 "K"로 변경함

〈원고의 등록표장〉

서울경제	서울경제	서울경제 TV	SEN
------	------	---------	-----

- 원고 TV는 2000. 5. 19. 방송프로그램 제작·공급업, 위성방송사업, 종합유선 방송사업, 상표법상 상품의 제조판매 및 상표대여사업, 부동산·기계·장비 임대·관리용역업, 인터넷 사업 등을 목적으로 설립되었고, 2012. 3. 28. 증권정보제공업을 목적에 추가함
- 피고는 2020. 4. 13. 유사투자자문업, 금융자문 컨설팅업, 투자정보제공서비스업, 부동산 매매·분양·임대업 등 부동산 관련 서비스업 등을 목적으로 설립됨
- 피고는 인터넷 방송, 사회관계망 서비스(SNS) 등을 통하여 증권투자정보를 제공하는 영업을 하면서 "K증권방송" 및 이를 포함하는 표장을 사용하고 피고는 다음 상표를 출원하여 등록받았고, 자신의 영업에 사용하고 있음

○ 판단요지

- 별다른 특징 없이 "K"라는 문자로 구성된 원고 등록상표가 등록될 수 있었던 것도, "K"가 신문, 잡지, 인쇄업 등에 관하여 단지 '서울의 경제'를 뜻하는 것이 아니라 수요자 사이에 출처로 현저하게 인식되어 있음을 인정받았기 때문임

〈원고의 인증부수〉

연도	발행부수	발송부수	유료부수	연도	발행부수	발송부수	유료부수
2012	85,878	84,527	59,838	2017	86,735	86,212	60,218
2013	84,329	83,968	59,274	2018	101,099	100,585	62,441
2014	81,725	80,712	54,977	2019	102,442	101,931	62,492
2015	83,993	82,995	56,654	2020	82,040	81,568	55,894
2016	84,635	83,976	57,955	2021년은 최종 부수를 알 수 없어 생략			

〈원고의 TV의 월평균 시청률〉

연도	유료방송	IPTV	SKY(위성방송)	케이블
2016	0.00414	0.00905	0.00411	0.00236
2017	0.00315	0.00397	0.00285	0.00271
2018	0.00289	0.00350	0.00438	0.00235
2019	0.00372	0.00381	0.00328	0.00363
2020	0.00318	0.00381	0.00415	0.00254
2021	0.00437	0.00468	0.00696	0.00405

- "K"의 인증부수는 유료부수를 기준으로 2019년 일간신문 163개 중 20위, 2020년 일간신문 115개 중 13위였고, 명시적으로 경제신문을 표방한 일간신문 중에는 "N", "O"에 이어 "P"와 함께 3, 4위권에 해당함
- 따라서, 원고 영업표지의 주지성을 인정하기 충분함

○ 시사점

- 신문제호와 TV 프로그램의 명칭에 대한 주지성을 판단하기 위해 인증부수와 시청률을 판단 자료로 사용함
- 시청률이 백분율로 되어 있어 전체 시청자 규모를 알 수는 없지만 비교적 꾸준한 수요층이 있다는 점은 확인됨
- 부정경쟁방지법의 주지성은 일정 지역 및 일정 수요자층에서 널리 알려지면 되기 때문에 위와 같은 시청률에도 수요자층이 있다고 법원이 판단함

3. 여행프로그램 운영방식

○ 소송경과

- 1심 : 제주지방법원 2022.1.14. 선고 2021가합11288 판결
- 2심 : 광주고등법원 2022.11.23. 선고 (제주)2022나10219 판결

○ 사실관계

- 피고는 2021.1.경부터 'K', 'L', 'M'와 같은 명칭을 이용하여 원고가 개발하고 운영한 이 사건 여행프로그램과 유사한 방식의 여행프로그램을 만들어 운영함
- 피고는 홈페이지를 개설하고, G에 'H'라는 명칭의 블로그와 'L'이라는 명칭의 밴드를 개설하여 피고의 여행프로그램을 홍보함

○ 판단요지

- 원고가 개설한 G 블로그의 누적방문자 수가 2021.10.경을 기준으로 약 400만 명에 이르는 사실, G 검색광고를 통한 원고 홈페이지의 노출 횟수 및 클릭 횟수는 2020년 동안 3,486,152회 및 56,662회에 이르고, 2021.1.경부터 2021.6.경까지는 2,312,984회 및 31,506회에 이르는 사실은 인정되지만 이 사실만으로는 주지성이 인정되기 어려움
- 또한, 'C', 'F'라는 표지나 이 사건 여행프로그램의 운영 방식 등이 '상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등'에 해당한다고 보기 어려움

○ 시사점

- 여행 프로그램의 운영 방식 등이 부정경쟁방지법 제2조 제1항 (카)목의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등에 해당한다고 보기 어려움

III. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (다)목

1. 맥주제품의 상품표지

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2021.1.14. 선고 2020가합558017 판결
- 2심 : 특허법원 2022.1.13. 선고 2021나1121 판결

○ 사실관계(1심)

- 원고는 “靑島啤酒”와 “TSINGTAO”에 대한 등록상표권자이고 피고는 중국내에서 원고의 허락없이 “靑島”, “칭따오”를 포함하는 표장을 부착한 맥주 제품을 생산하고 있는 회사로부터 문제의 맥주를 수입하여 판매하고 있음

○ 판단요지

- 원고 상호의 핵심 부분인 '靑島' 및 'Tsingtao'는 그 한글 음역인 '칭다오' 또는 '칭따오'와 함께 적어도 이 사건 변론종결일 무렵에는 맥주 제품에 관하여 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목에서 정하는 주지된 상품표지이자 맥주 제품 생산·판매업에 관하여 같은 호 (나)목에서 정하는 주지된 영업표지가 되었다고 봄이 타당함
- 원고의 맥주 제품 국내 매출액은 2015년 524억원, 2016년 983억원, 2017년 1,352억원, 2018년 1,594억원, 2019년 1,608억원 정도임
- 또한 원고의 맥주 제품에 대한 광고선전비 지출액은 2015년 13억원, 2016년 62억원, 2017년 95억원, 2018년 148억원, 2019년 200억원 정도 됨
- 맥주 제품에 '靑島' 또는 'Qingdao' 또는 '칭따오'를 포함하는 피고의 표장을 이용하는 행위는 원고의 상품표지와 혼동을 야기하는 행위로 판단함

○ 시사점

- 중국 산둥성 칭다오시의 한자 표기와 청나라 말기부터 사용되어온 옛 로마자 표기인 '靑島' 또는 'Tsingtao' 및 그 한글 음역인 '칭다오' 또는 '칭따오'가 맥주 제품 자체 및 그 생산, 판매, 영업에 관하여 국내에서 지속적으로 사용되어 주지성을 얻은 상품표지이나 영업표지가 됨
- 원고는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (다)목에 근거한 희석화 침해를 주장하였지만 법원은 이미 (나)목에 의한 침해가 인정된다면서 희석화 판단을 하지 않음

- 우리나라 지역명칭 ‘청담’의 경우 지역명칭을 사용했지만 주지성을 얻기 어렵다고 하는 판결과 비교할 필요 있음

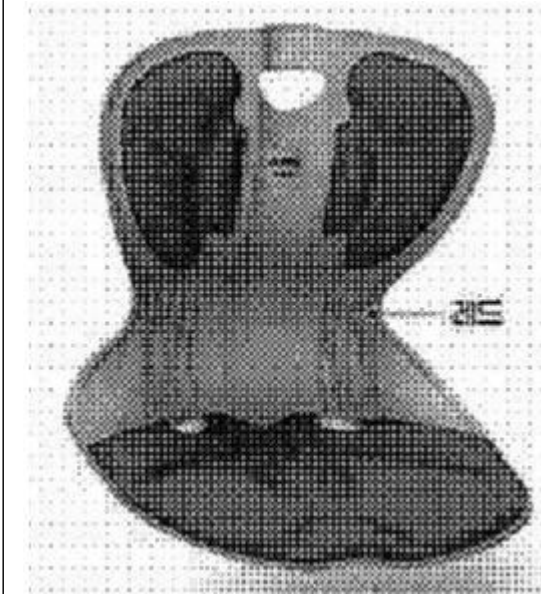
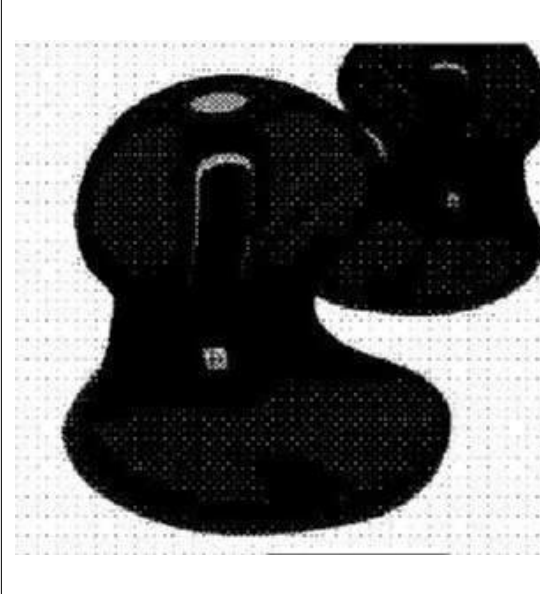
2. 자세교정 의자 디자인

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2022.4.14. 선고 2020가합608097 판결

○ 사실관계

- 원고회사는 2018년부터 자세교정 의자 ‘D’를 출시하여 판매하고 해당 제품의 후속 모델로 제품을 출시하여 판매하고 있음
- 피고는 제3자로부터 문제된 제품을 공급받아 피고 C회사에 공급하였고 피고 C회사는 2020년부터 공급받은 상품에 ‘H’라는 이름을 붙여 소비자에 판매함

원고 제품	피고 제품
	

○ 판단요지

- 자세교정 의자 ‘D’의 형태가 상품표지에 해당하거나 상품 표지로서 주지성을 얻지 못함
- D의 형태에 다른 상품들에 비하여 수요자의 감각에 강하게 호소하는 독특한 디자인적 특징이 있다고 보기는 어려움

- 원고의 제품 형태가 상품표지로 인정될 수 없기에 저명한 상품표지의 식별력 또는 명성 손상행위에 해당되지 않음
- 원고 주장과 같이 원고의 노력으로 자세교정의자와 관련한 시장이 창출되었다고 하더라도 그 시장에 수요자나 공급자로 참여할지 여부는 국민 개개인의 자유의사에 맡겨져 있으므로, 그 시장은 공공영역에 해당한다고 할 것이므로, 자세교정의자 관련 시장에 참여한 상품 공급자가 부정경쟁행위를 자행하는 경우 관련 법 규정에 따라 이를 규율할 수 있음은 별론으로 하고, 그 관련 시장 자체를 원고의 성과로 인정할 수는 없음
- 홈쇼핑 방송의 유사성에 대해서 방송 영상의 구성에 있어 양 영상 사이에 어느 정도 유사한 부분이 나타난 사실은 인정되지만 상품의 정보 제공이나 홍보 등의 기능 수행을 주된 목적으로 하는 홈쇼핑 방송은 그 속성상 방송에 출연하여 상품을 소개하는 쇼호스트 등 출연진의 전체적인 방송 진행 방식, 상품을 구체적으로 설명하거나 사용 방법을 구체적으로 시연하는 모습, 상품의 구체적 정보를 자막 등으로 표현하는 방식 등에 있어서 드라마와 같은 일반 방송에 비해 그 표현이 어느 정도 정형화되어 홈쇼핑의 방송을 원고의 성과로 인정하기 어려움
- 원고가 사용한 광고 문구나 이미지, 광고 설명 방식 등이 그 자체로서 원고의 상당한 투자나 노력으로 이루어진 성과에 해당한다고 보기 어려우며, 어떤 업체가 다른 업체와 협업하는 사업 수행 방식 자체를 성과로 볼 수는 없음
- 원고의 포털사이트 검색 화면 부분도 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목에서 의미하는 성과에 해당하기 어려움

○ 시사점

- 자세교정 의자의 형태가 상품표지로서 인정되기 어렵고 원고가 주장한 자세교정 시장의 창출, 마케팅 방법, 홈쇼핑 방송 구성은 원고의 성과에 해당될 수 없다고 판단함
- 또한, 광고 문구, 광고 슬로건, 포털사이트 검색 화면 부분은 모두 유사하지만 유사하다는 것만으로 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목에서 의미하는 성과도용에 해당되지 않는다고 판단함
- 다만, 광고 문구, 광고 슬로건, 포털사이트 검색화면은 원고의 성과에 해당될 수 있다는 점은 구별되어야 함

IV. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (바)목

1. 호텔업 서비스표장

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2022.4.29. 선고 2019가합589022 판결
- 2심 : 서울고등법원 2023.3.23. 선고 2022나2018349 판결

○ 사실관계

- 원고는 1990년부터 문제된 서비스표장을 제작하여 사용해 왔으며, 피고가 가지고 있는 서비스표에 대한 등록무효심판을 청구하였고 1심에서는 원고의 청구가 기각됨

○ 판단요지(1심)

- 원고의 영업표지가 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (나)목에서 의미하는 주지성이 있거나 피고의 영업표지와 혼동될 우려가 있다고 인정하기 어려움
- 2014년부터 2020년까지 원고A의 매출은 매년 30억 정도이고 원고B의 매출은 매년 평균 100억정도 되나 이것만으로 영업표지의 주지성을 인정하기 어렵다고 함
- 대법원 인터넷등기사이트에 원고가 사용중인 명칭은 157건이 검색되어 영업표지로서 식별력이 없다고 판단함
- 임대 사업의 경우, 수요자들로서는 임대목적물의 형태, 위치, 가격, 주거편의성 등을 주된 요소로 삼아 임차 여부를 결정하기 때문에 임대건물의 명칭과 표장에 식별력과 주지성이 인정되기 위해서는 동종 업체들에 비해 특별한 브랜드 경쟁력을 보유하고 있어야 할 것인데, 이 사건 원고 영업표지에 그와 같은 경쟁력이 있다고 볼만한 증거가 부족함

○ 판단요지(2심)

- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (바)목과 관련하여 원고들이 제출한 증거들만으로는 피고가 원고들의 상품을 사칭하였다거나 상품 또는 그 광고에 상품의 품질 등을 오인하게 하는 선전 또는 표지를 하는 등의 행위를 하였다고 인정하기에 부족함
- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목과 관련하여 피고가 원고들이 건축하거나 운영하고 있는 P동 Q, X자동차매매단지, G호텔 사진을 피고가 운영하는 홈페이지에 게재한 사실은 인정되나 위 게재행위는 피고가 임대하고 있는 이 사건 건물의 건

축주나 시공사에 관련된 내용을 게재한 것에 불과할 뿐이고, 원고들이 제출한 증거들만으로 위와 같은 게재행위가 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 원고들의 성과를 무단으로 사용하였다고 보기 어려움

○ 시사점

- 영업표지를 이용하는 기업의 단순한 매출액만으로는 주지성이 인정되기 어렵고 타인의 성과를 도용하는 행위는 단순한 이용행위를 넘어 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 이루어져야 함

2. 필름시트 제조업

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2023. 5. 18. 선고 2020가합540337 판결
- 2심 : 서울고등법원 2024. 4. 18. 선고 2023나2024884 판결

○ 사실관계

- 원고는 자신들이 생산한 PDLC 필름 제품과 다른 회사가 생산한 PDLC 필름 제품을 나란히 두고 황변 특성 평가, 접착력 평가, 곡면 왜곡 비교 평가 등을 시행하여 사진으로 촬영한 후 대비하여 품질 차이를 부각시키고 E시험연구원의 위 시험결과를 함께 표시한 자료를 제작하고, 위 제품의 홍보물 등에 사용함으로써 원고 PDLC 필름 제품이 내황변성(耐黃變性)을 가진다는 취지로 광고함
- 피고는 원고로부터 여러 차례에 걸쳐 원고 PDLC 필름 제품을 공급받고 이후 자체적으로 PDLC 필름을 생산·판매 하면서 원고 PDLC 필름 제품과 타사 PDLC 필름 제품에 대하여 황변평가 전후를 대비한 사진(원고제작)을 복제하여 이용함
- 피고회사는 원고 PDLC 필름 제품 평가 사진이 피고 회사 제품의 홍보자료 등에 포함된 사실을 인정하고 해당 사진을 사용한 홍보자료 등을 삭제 및 폐기할 것이며 향후에도 사용하지 않겠다는 취지의 내용증명을 발송

○ 판단요지

- 피고가 원고가 제작한 사진을 이용하는 것은 피고 회사 PDLC 필름 제품이 원고의 제품처럼 내황변 기능을 보유한 것으로 오인하게 하는 선전을 하여 상품을 판매하는 행위로 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (바)목에 따른 부정경쟁행위에 해당한다고

봄이 타당함

- 다만, 피고 회사 PDLC 필름 제품이 원고 PDLC 필름 제품에 준하거나 그 이상의 내황변 기능을 보유하고 있다면 피고들이 원고 허락 없이 이 사건 사진을 사용하고 이 사건 시험조건을 마치 피고 회사 PDLC 필름 제품에 대한 시험이었던 것처럼 사용하여 피고 회사 PDLC 필름 제품을 선전하였더라도 상품의 품질에 관하여 일반 수요자로 하여금 오인하게 하는 선전이라 볼 수 없지만 그러지 못하다면 이와 같은 선전은 수요자로 하여금 상품의 품질을 오인하게 하는 허위나 과장된 내용의 선전임
- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목의 부정경쟁행위를 원인으로 한 금지청구와 손해배상청구는 그 청구원인이 이유 있더라도 금지의 범위 및 손해액이 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (바)목의 부정경쟁행위 관련 청구에서 인정한 범위를 넘어서지 아니할 것이 분명하다고 판단함

○ 시사점

- 주된 판결내용은 아니지만 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목의 부정경쟁행위를 원인으로 한 금지청구와 손해배상청구는 그 청구원인이 이유있더라도 금지의 범위와 손해액이 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목부터 (타)목까지의 부정경쟁행위로 인해 인정된 범위를 초과하지 않는다고 판시함
- 침해자의 행위가 (가)목부터 (타)목까지의 부정경쟁행위에 해당되지 않는 경우 보충적 일반조항으로 (파)목에 해당될 수 있는데 이 경우에도 (파)목에 따른 손해배상과 금지청구의 범위는 (가)목부터 (타)목의 범위를 초과해서는 안된다는 판결로서 의미가 불분명한 판결임

3. 전기자전거 배터리

○ 소송경과

- 1심 : 의정부지방법원 고양지원 2023.11.9. 선고 2022가단92649 판결
- 2심 : 서울고등법원 2024.11.28. 선고 2023나2055215 판결

○ 사실관계

- 원고는 D회사의 전기자전거와 그 배터리 등 관련 상품에 대한 한국 내 판매, 마케팅, 브랜드 사용권, 지식재산권, 상표권 등의 독점적 권한을 부여받고, D를 대리하

여 안전 확인신고를 마친 후 별지 기재 전기용품 안전확인 신고증명서를 발급받았으며, 같은 해 12월경부터 D으로부터 이 사건 배터리가 장착된 원고 측 전기자전거를 수입하여 판매함

- 'G' 전기자전거(이하 '피고 측 전기자전거'라 한다)를 수입하여 판매하는 피고는 피고 측 전기자전거에 이 사건 안전확인 신고증명서를 무단으로 판매 홈페이지에 게시하는 방법으로 표시하여 마치 피고가 판매하는 전기자전거에 이 사건 안전확인을 받은 이 사건 배터리가 장착되어 있는 것처럼 광고하여 판매함

○ 판단요지

- 피고 측 전기자전거에 장착된 배터리가 이 사건 안전확인 기재와 같은 용량의 안전확인신고를 마친 배터리라고 일반 소비자로 하여금 오인하게 하는 허위의 표시를 하여 상품의 품질 등을 오인하게 하는 행위이므로, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (바)목의 부정경쟁행위에 해당함
- 손해배상 산정과 관련하여 피고가 이 사건 부정경쟁행위를 하지 않았다고 하더라도, 전기자전거를 구입하려는 소비자들은 제품의 안전확인신고 여부를 확인하는 이외에도 제품의 가격, 성능, 디자인 등 제품의 여러 요인들을 비교한 후 자신의 선호도에 따라 제품을 구입하였을 것인 점, 국내에 전기자전거를 판매하는 업체는 매우 많을 것으로 보이는데, 원고와 피고의 시장 점유율을 산정할 수 없는 점, 이 사건 부정경쟁행위로 판매한 피고측 전기자전거의 매출액은 인정할 수 있으나 매출원가를 산정할 자료가 없어 해당 매출이익을 산출할 수 없는 점 등을 감안하면 피고의 이익액을 산정하기 곤란한 경우에 해당함
- 따라서 이 사건의 경우 손해가 발생된 것은 인정되나 그 손해액을 입증하기 위하여 필요한 사실을 입증하는 것이 해당 사실의 성질상 극히 곤란한 경우에 해당하므로 부정경쟁방지법 제14조의2 제5항에 의하여 손해배상액을 산정함
- 1심에서 인정된 6천만원의 손해배상이 2심에서는 1,500만원으로 조정됨

○ 시사점

- 제품의 가격, 성능, 디자인 등 제품의 여러 요인들을 비교 검토한 후 자신의 취향이나 선호도를 고려하여 제품의 구매 여부를 최종 선택할 가능성이 있는 경우 원고와 피고 외에도 국내에 전기자전거를 수입하여 판매하는 업체가 여럿 있고, 원고와 피고의 국내 시장 전기자전거 판매 점유율을 정확하게 산정할 자료는 제출되지 않고 피고 측 전기자전거의 수입원가 내지 매출원가를 산정할 자료도 제출되지 않은 경우 그 손해액을 입증하기 위하여 필요한 사실을 입증하는 것이 극히 곤란한

경우에 해당한다고 판단함

V. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (사)목

1. 상품 오인유발행위

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2019.10.24. 선고 2017고단3947 판결
- 2심 : 서울중앙지방법원 2021.11.19 선고 2019노3686 판결

○ 사실관계

- 피고인들이 모조품을 제조한 후 판매 또는 샘플로 무상 증정함으로써 피해회사의 상품을 사칭하거나 상품의 품질에 오인을 일으키게 하는 표지로써 상품을 판매 또는 반포하는 행위를 하고, 식품위생법에 따라 표시에 관한 기준이 정해진 식품을 그 기준에 맞지 않게 표시하고 판매하거나 영업에 사용함

○ 판단요지

- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (사)목의 대리인 등의 상표사용행위에 대해서는 세계 무역기구 회원국에 등록된 상표에 관한 권리를 가진 자의 그 행위일 전 1년 이내에 대리인이나 대표자이었던 자가 정당한 사유 없이 해당 상표 또는 이와 유사한 상표를 사용하는 경우를 적용함
- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (바)목의 상품품질 오인유발행위에 대해서는 타인의 상품을 사칭하거나 상품 또는 그 광고에 상품의 품질, 내용, 제조방법, 용도 또는 수량의 오인을 일으키게 하는 선전 또는 표지를 하거나 이러한 방법이나 표지로써 상품을 판매하는 행위를 기준으로 함
- 법조경합 관계에 대해서는 대법원 1993.1.19. 선고 92도2054 판결을 인용하여 부정경쟁방지법 제15조 제1항은 상표법 등에 부정경쟁방지법의 규정과 다른 규정이 있는 경우에는 그 법에 의하도록 한 것에 지나지 아니하므로, 상표법 등 다른 법률에 의하여 보호되는 권리일지라도 그 법에 저촉되지 아니하는 범위 안에서는 부정경쟁방지법을 적용할 수 있다고 판단함

○ 시사점

- 각 죄명간의 관계에 있어, 상표법위반죄와 부정경쟁방지법위반죄가 범죄구성요건과 보호법익을 달리하므로 법조경합 관계가 아닌 실체적 경합 관계라고 판단함

VI. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (아)목

1. 의류, 라이선스 계약, 도메인이름

- 소송경과 (1심에서만 부정경쟁방지법 관련 판단)
 - 1심 : 서울중앙지방법원 2024.2.8. 선고 2022가합514752, 2023가합41213 판결
 - 2심 : 서울고등법원 2024.12.12. 선고 2024나2015375, 2024나2015382 판결
 - 3심 : 대법원 2025.7.3. 선고 2025다209384, 2025다209391 판결
- 사실관계
 - 원고는 미국, 일본 등에서 활동하는 스케이트보더이자 예술가이고, 피고는 의류, 관련제품 및 자재 도소매업 등을 영위하는 회사임
 - 원고와 'I'는 라이선싱계약을 맺고 'I'는 참가인에게 이 사건 라이선싱 계약에 따른 일체의 권리에 대한 전용사용권을 부여함
 - 피고와 참가인 및 주식회사 O사이의 판매대리점 계약·라이선스 계약 체결됨
 - 피고는 계약에 따라 주식회사 O로부터 제품을 양도받거나 국내 생산하여 'S'라는 브랜드로 판매함
 - 피고는 추가 계약기간은 2026.12.31.까지 연장하였으나 2022.1.1.부터 기존 'S' 브랜드의 명칭을 'AC'로 변경한 다음 피고가 운영하는 브랜드 매장과 공식 웹사이트에 판매함
- 판단요지(1심)
 - '타인의 상품표지'는 그 상품의 출처가 특정인으로서 인식되면 족하고, 특정인이 상품의 생산·가공·판매자 또는 소유·점유자일 것을 요하지 않음
 - 따라서 일정한 영역에서 자신의 실력이나 자신의 창작물을 통해 명성과 인기를 구축한 유명인사가 그와 같은 명성과 인기에서 도출되는 고객흡인력, 상품의 품질에 대한 대중의 기대와 신뢰, 유명인사의 긍정적인 이미지가 상품 사용자에게도 전사(轉寫)되리라는 수요자들의 희망 등을 바탕으로 상품의 제조·판매자와 협업하여 자신의 성명 또는 자신이 창작한 이미지 등을 표시한 상품을 기획하고, 해당 상품의 사양 또는 품질 등에 관한 통제권을 유보한 채 해당 상품의 판매로 인한 수익을 분배받는 경우, 그 유명인사는 자신의 성명 또는 자신이 창작한 이미지를 자신의 상품의 출처표시로서 사용한 자로 볼 수 있음
 - 그와 같은 성명, 이미지 등이 국내의 수요자들 사이에서 그 유명인사를 표시하는

표장으로 널리 인식된 경우 그 성명, 이미지 등은 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목의 ‘국내에 널리 인식된 타인의 상품표지’에 해당할 수 있음

- 원고 서명 도안이 적어도 국내의 일정한 지역적 범위 내의 거래자 또는 소비자들에게는 원고의 상품표지로서 널리 알려져있는 것으로 볼 수 있어 피고의 원고 서명 도안 이용행위는 원고의 상품표지인 원고 서명 도안과 동일·유사한 것을 사용하거나 이러한 것을 사용한 상품을 판매·반포하여 원고의 상품과 혼동하게 하는 행위로서 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목의 부정경쟁행위에 해당함
- 원고의 성명인 'S'를 브랜드명으로 사용하던 2022. 1. 1. 이전에 비하여 현재 그 사용 비중이 현저히 축소되기는 하였으나, 여전히 피고는 각 문구가 포함된 표장을 명함, 간판, 카탈로그, 인터넷 홈페이지 기타 광고 선전물에 사용, 표시, 부착하거나 이를 전시, 반포하고 있는 사실을 인정할 수 있으므로, 이러한 피고의 행위는 정당한 사유 없이 국내에 널리 인식된 원고의 영업표지와 동일하거나 유사한 것을 사용하여 원고의 영업상의 시설 또는 활동과 혼동하게 하는 행위로서 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (나)목의 부정경쟁행위에 해당함
- 원고의 성명을 도메인이름으로 사용할 정당한 권원이 없는 자로서, 그에 대한 정당한 권원이 있는 원고의 도메인이름 등록 및 사용을 방해할 목적이거나 적어도 상업적 이익을 얻을 목적으로 국내에 널리 인식된 원고의 성명과 동일하거나 유사한 도메인이름을 보유하는 행위를 하였다고 봄이 타당하고, 이는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (아)목의 부정경쟁행위에 해당함

○ 시사점

- 성명, 이미지 등이 국내의 수요자들 사이에서 그 유명인사를 표시하는 표장으로 널리 인식된 경우 그 성명, 이미지 등은 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목의 ‘국내에 널리 인식된 타인의 상품표지’에 해당할 수 있음
- 과거 판례에서 연예인들의 이미지는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (나)목의 영업표지로도 보호

VII. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목

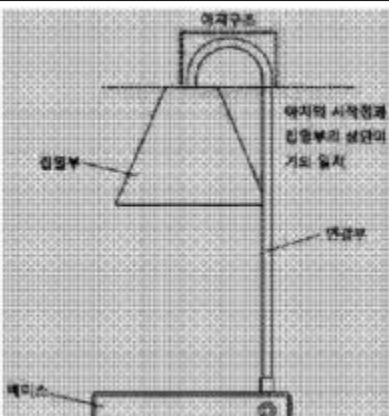
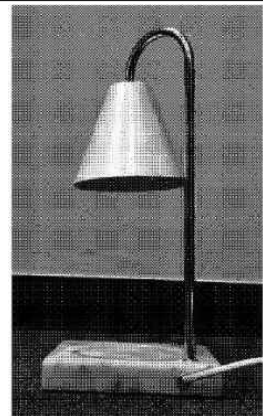
1. 캔들워머 디자인

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2019.11.28. 선고 2019가합520962 판결
- 2심 : 특허법원 2020.12.11. 선고 2020나1018 판결

○ 사실관계

- 본 사건은 캔들워머 제품의 디자인권 침해 및 부정경쟁행위에 관한 분쟁임
- 원고는 2016년 4월 29일경 독창적인 형태의 캔들워머 제품을 창작하여 판매하기 시작했으며, 이후 해당 디자인에 대해 H일에 디자인 출원을 하여 I일에 등록번호 J로 디자인권을 등록받음
- 등록된 디자인은 금속재, 목재, 석재 및 합성수지재를 재질로 하는 캔들워머로서, 그 형상과 모양의 결합이 창작의 핵심 요소임
- 한편, 피고들도 캔들워머 제품을 제조 및 판매하고 있는데, 이는 원고의 등록디자인 및 원고 상품과 유사한 형태를 띠고 있음
- 이에 원고는 피고들을 상대로 디자인권 침해 및 부정경쟁방지법 위반을 이유로 본 소송을 제기함

원고의 등록디자인	피고 제품
	

○ 판단요지(1심)

- 일반적으로 실제 상품의 형태에 관한 등록디자인이 공지 형태나 주지형태에 의하여 용이하게 창작할 수 있는 디자인에 해당한다고 하여 그 상품의 형태가 동종의

상품이 통상적으로 가지는 형태에 불과하다고 단정할 수는 없음

- 그러나 법원은 이 사건 등록디자인의 경우는 '상부 아치형 연결부의 형상' 및 '원 볼대 형태인 집열부 형상'을 단순히 결합하기만 하면 원고 상품의 형태를 완성할 수 있다고 판단함
- 법원은 원고 상품의 형태는 전체적으로 볼 때 동종 상품이 통상적으로 가지는 형태에 해당한다고 판단함
- 법원은 원고 상품의 형태는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목에 의하여 보호되는 상품형태에 해당한다고 보기 어렵다고 판단함

○ 판단요지(2심)

- 원고의 등록디자인의 등록을 무효로 한다는 심결이 내려져 확정되었고 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목은 타인이 제작한 상품의 형태를 모방한 상품을 양도·대여하는 등의 행위를 부정경쟁행위의 한 유형으로 규정하면서, 단서 (2)에서 타인이 제작한 상품과 동종의 상품이 통상적으로 가지는 형태를 모방한 상품을 양도·대여하는 등의 행위를 부정경쟁행위에서 제외하고 있는데, 위 등록디자인 출원 전 공지된 전기스탠드, 온열램프, 캔들위머에 관한 비교대상디자인들에 비추어 보면, 갑의 제품은 그 형태적 특징이 동종 상품에서 종래부터 채용되어 오던 형태 혹은 동종의 상품이라면 흔히 가지는 개성이 없는 형태 등에 해당하므로 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목에 의하여 보호되는 상품 형태에 해당한다고 볼 수 없다는 1심 판결 유지함

○ 시사점

- 등록된 디자인이 무효가 된다고 하여서 문제된 디자인이 부정경쟁방지법상의 보호 대상에서 당연히 제외되는 것은 아니지만 등록된 디자인이 무효가 되는 경우 동종의 상품이 통상적으로 가지는 형태에 해당될 가능성이 높아 부정경쟁방지법상의 보호를 받지 못할 가능성이 높음

2. 휴대폰 거치대

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2020.2.7. 선고 2018가합537871 판결
- 2심 : 서울고등법원 2020.11.19. 선고 2020나2009334 판결

- 3심 : 대법원 2021.11.25. 선고 2020다296475 판결

○ 사실관계

- 원고는 휴대폰 거치대 제품을 국내에서 독점적으로 판매하는 사업자이고 피고는 다른 제조회사들임
- 원고는 2017년 6월부터 미국회사와 이 사건 휴대폰 거치대의 국내 유통 협의를 시작하였고 2017년 8월 21일부터 인터넷쇼핑몰에서 휴대폰 거치대를 판매함
- 2017년 9월 피고 C가 원고에게 원고 제품의 판매를 제안했고 원고가 피고에게 제품 샘플, 사진, 동영상, 제품정보 등을 제공하였고 원고와 피고 B 사이에 거래계약이 체결되었으나, 이후 동년 12월 피고 B와 연락두절 됨
- 2018년 4월 원고는 미국 회사와 국내 독점판매계약을 정식으로 체결하였는데 2018년 5월 피고 B가 독자적으로 휴대폰 거치대를 제작하여 판매함
- 원고는 피고의 휴대폰 거치대 광고 및 판매행위에 대한 부정경쟁방지법 위반을 주장함



○ 판단요지(1심)

- 법원은 원고 제품의 형태가 휴대폰 거치대에 있어서 일반적으로 채택되는 형태라거나 상품의 기능·효용을 달성하기 위해 불가피한 형태 또는 흔히 있는 개성이 없는 형태라고 단정할 수 없다고 판단함
- 법원은 피고들이 들고 있는 그 밖의 다른 제품은 기둥과 접착부의 대칭 여부 및 연결 구성, 기둥의 존부 및 모양 등 전체 형상 자체가 원고제품 또는 피고제품과 상당히 다르다고 판단함

- 법원은 피고제품이 동종의 상품이 가지는 통상의 형태로서 이를 판매하는 행위가 부정경쟁행위에 해당하지 않는다는 피고들의 항변은 이유 없다고 판단함

○ 판단요지(2심)

- 2심 법원은 원고제품과 피고제품 사이에 앞서 본 바와 같이 형태에 있어 일부 공통점이 있다고 판단함
- 2심 법원은 원고제품과 피고제품은 접착부에 있어서 피고제품이 원고제품과 달리 너트 부분이 존재함으로써 외관상 뚜렷한 형태상 차이를 가지고 있고, 수요자 입장에서 이로 인한 결합방식(단순 삽입, 너트 결합)과 작동방식(각도 조절 위한 별도 조작 필요 없음, 각도 조절 위해 너트로 고정하는 과정 필요)의 차이가 쉽게 예상되는 점에 비추어 보면 이를 사소한 차이라거나 전체 형상에서 차지하는 비중이 작다고 보이지 않는다고 판단함
- 나아가 원고제품과 피고제품의 길이, 기동부의 전체적인 형상과 기동부가 전체 휴대폰 거치대에서 차지하는 비중(피고제품은 너트부분이 존재하여 외관상 접착부의 비중이 크게 느껴진다), 광택의 차이로 인하여 수요자가 느끼는 품질의 차이 등이 있고, 그 외 접착부 하단과 접착면에서도 차이를 보이고 있음
- 2심 법원은 이와 같은 차이로 인하여 앞에서 본 매출현황에서와 같이 수요자의 입장에서 피고제품이 원고제품을 대체하는 제품으로 인식하지 않은 것으로 판단함
- 2심 법원은 이와 같은 점을 종합하여 보면 피고제품이 원고제품과 실질적으로 동일한 형태의 상품에 해당한다고 보기 어렵다고 판단함
- 원고는 원고제품 자체를 상당한 투자와 노력으로 만들어진 성과로 주장하는 것으로 보이는데, ① 원고는 F사로부터 OEM 방식으로 원고제품을 수입하여 이를 판매하는 자에 불과하여 원고제품 자체를 성과로 주장할 수 있는지 의문이 있는 점, ② 앞서 본 바와 같이 원고제품과 피고제품이 실질적으로 동일하다고 볼 수 없는 점, ③ 원고 제품의 성과로 주장되는 부분은 핸드폰거치대 등 시장에서 어느 정도 알려져 있었던 것으로 보이는 점, ④ 원고제품과 피고제품 매출사이에 상관관계가 없어 원고제품이 피고제품에 의하여 대체된다거나 원고제품과 피고제품 사이에 혼동가능성이 없어 보이는 점 등에 비추어 보면 원고가 제출한 증거들만으로는 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하였다고 보기에 부족하고, 달리 이를 인정할 증거가 없다고 판단함

○ 시사점

- 법원은 원고의 매출현황에 큰 변동이 없는 것을 수요자의 입장에서 피고제품이 원고제품을 대체하는 제품으로 인식하지 않은 것에 대한 고려 사항으로 판단함
- 2심 법원은 매출현황과 상품형태를 비교해 보면 피고제품이 원고제품과 실질적으로 동일한 형태의 상품에 해당한다고 보기 어렵다고 판단함

3. 레깅스 형태

○ 소송경과

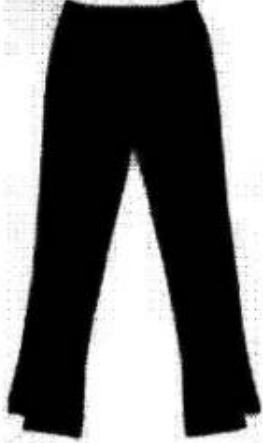
- 1심 : 서울중앙지방법원 2023.1.20. 선고 2021가합522770 판결
- 2심 : 서울고등법원 2023.11.9. 선고 2023나2007667 판결

○ 사실관계

- 원고는 검은색 레깅스 형태의 바지 제품을 2018년 4월부터 제조하여 판매하고 있었고 피고 C는 2015년 11월 원고 회사에 입사하고 2018년 10월에 퇴사함
- 피고들은 원고의 제품과 유사한 형태의 바지를 2018년 11월부터 제조하여 판매함
- 원고가 2020년 2월 피고 C를 형사고소하였으나 피고 C는 혐의없음 처분을 받음

○ 판단요지

- 1심에서 원고의 제품인 바지는 보호대상에 해당된다고 판단함
- 원고의 바지제품은 원고의 시간과 노력을 투자하여 제작하였고 제품명도 브랜드로 존재함
- 60도 직각 가봉은 허리부분의 특수한 제작을 의미하고 슬릿 아랫단의 특징적인 디자인과 내부 디자인 등도 종합적으로 고려하면 보호대상에 해당됨
- 법원은 전체 형상(몸에 붙는 레깅스), 슬릿 아래 부분 각도, 허리 앞면 지퍼 같은 장식, 허리 뒷면 주머니 같은 장식 등을 상세하고 비교하여 원고의 제품과 피고의 제품이 실질적으로 유사하다고 판단함
- 법원은 피고 C의 퇴사 직후 거의 동일한 제품이 제조 판매된 경우를 들어 피고의 모방의도도 존재한다고 판단함
- 부정경쟁방지법 (자)목에 해당되기 때문에 (차)목은 별도 판단이 필요하다고 판단함
- 법원은 손해배상과 관련하여 부정경쟁방지법 제14조의2 제5항을 적용하여 재량적으로 손해배상을 산정함

항목	내용	이 사건 원고 바지	이 사건 피고 바지
전체 형상	○ 바지 전체 길이의 약 1/8 정도의 밑단에 정면으로 향해 갈라지는 절개선이 있음 ○ 절개선이 갈라지는 부분에서 양 쪽 옷감의 길이가 다름 ○ 절개선을 따라 허리 부분까지 바느질이 보이도록 박음질이 있음 ○ 절개선이 바지 옆선 봉제선을 따라 길게 들어가 있음		
슬릿	○ 절개선을 기준으로 안쪽 옷감의 길이가 더 김 ○ 절개선을 기준으로 양 쪽 옷감의 맨 아래 부분 단면이 수평으로 되어 있음		
정면 허리	○ 허리에 고무를 넣은 밴딩 방식을 채택하였음 ○ 바지의 지퍼 부분에 지퍼는 없고, 박음질만 있음		
뒷면 허리	○ 엉덩이 양 쪽 부분에 주머니가 있음		

○ 시사점

- 법원은 단순한 기능적 형태가 아닌 창작적 요소가 가미된 의류도 부정경쟁방지법 보호가 가능하다고 판단하였으며 전직원의 퇴사 후 유사제품 제조는 부정경쟁행위 해당 가능하다고 판단함

VIII. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목

1. 광고대행

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2019. 5. 24. 선고 2017가합590127 판결
- 2심 : 서울고등법원 2020. 2. 6. 선고 2019나2031649 판결
- 3심 : 대법원 2020. 7. 23. 선고 2020다220607 판결

○ 사실관계

- 원고 SM컬처엔터테인먼트(구 SK플래닛 광고사업부문 승계회사)와 피고 제너시스BBQ, 그레이월드와이드코리아(광고대행사)는 2016년 9월 마케팅업무대행계약 체결함
- 치킨배달점 가맹사업을 영위하는 피고가 광고업 등을 영위하는 원고 주식회사와 체결한 광고용역계약의 계약 기간이 두 달여 남은 때에 원고 회사에 곧 출시할 예정인 치킨 제품의 네이밍 등 광고용역을 의뢰하자, 원고 회사가 위 제품의 네이밍을 ‘씨프라이드’로 하는 TV 방송용 광고 콘티를 작성하여 갑 회사에 제출한 다음 이를 기초로 광고촬영을 준비하고 있었는데, 구체적 설명 없이 위 제품의 출시와 광고촬영 일정을 연기하던 피고 회사가 기간만료를 이유로 원고 회사에 계약 종료를 통보한 다음 다른 광고업체인 피고 회사와 광고용역계약을 체결하여, ‘씨프라이드’라는 네이밍으로 피고 주식회사가 제작한 TV 방송용 광고와 각종 광고물을 위 제품의 광고에 사용하자, 원고 회사가 제너시스BBQ와 그레이월드와이드코리아(광고대행사)를 상대로 부정경쟁방지법 위반 등에 따른 침해금지와 손해배상을 요구함

○ 판단요지(1심)

- 원고는 저작권 침해, 영업비밀 침해, 부정경쟁방지법 위반을 주장함
- 저작권 침해와 관련하여 이 사건 콘티는 이 사건 광고 중 창작적인 표현에 해당하는 부분과 유사성이 인정되지 아니하고, 이 사건 광고와 그 구성 및 장면 전환 순서도 상이하므로, 이 사건 콘티와 이 사건 광고는 실질적 유사성이 있다고 인정하기 어렵다고 판단함
- 따라서, 피고들이 이 사건 광고를 제작, 사용한 행위가 원고의 저작권을 침해하는 것으로 볼 수 없다고 판단함
- 영업비밀 침해에 대해서는 피고에게 비밀유지의무가 존재하지 않는다고 판단함
- 구 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목(現, (파)목)에 대해서는 지식재산권법에 의

하여 보호되지 않는 타인의 성과는 설령 그것이 재산적 가치를 가진다고 해도 자유로운 모방과 이용이 가능하고, 다만 그와 같은 타인의 성과 모방이나 이용행위에 공정하고 자유로운 경쟁질서에 비추어 정당화될 수 없는 특별한 사정이 있는 경우에만 (파)목이 규정하는 부정경쟁행위 또는 민법상 불법행위에 해당함

- 이 사건 광고는 이 사건 콘티와 실질적으로 유사하지 않고, 일부 유사한 부분이 있다고 해도 이는 치킨 제품의 광고에서 통상적으로 수반되는 장면이거나 기존에 광고물 제작에 사용되던 광고기법에 관한 것이어서 원고의 창작적인 표현에 해당하는 부분이라고 할 수 없으므로, 피고들이 이 사건 광고를 제작하여 사용한 것만으로는 원고의 성과물에 해당하는 이 사건 콘티를 무단으로 이용한 것으로 보기 어려움

이 사건 콘티	피고 그레이의 콘티(윤나 제5호증의4)
오른쪽 배달원의 양념사킨을 나눠주는 주인공 	앞소스가 바깥에서 적스르릴 스포츠가 펼쳐지는 곳, 후라이드, 제육을 들고 입맛을 계속한다 
난지가 먹고 있는 후라이드를 나눠주는 주인공 	다이어트 음식의 맛과 함께 즐기는 공전, 달걀, 제육을 들고 입맛을 계속한다 
최후에 선 셰프 8명, 카메라 트랙아웃 	다시 앞소스가 바깥에서 고글스라는 레스토랑의 휘황찬란함에 입맛을 계속한다 

○ 판단요지(2심)

- 1심과 달리 2심 법원은 이 사건 네이밍 중 ‘씨프라이드’와 이 사건 콘티의 구성방식 및 인물과 동작, 배경의 구체적 설정 등은 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목에 규정된 피고 제너시스BBQ가 원고와의 거래과정에서 취득한 경제적 가치를 가지는 원고의 아이디어가 포함된 정보이고, (파)목에 규정된 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과물이라고 판단함

- 피고들의 위 행태는 피고 제너시스BBQ의 경우 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목에 규정된 부정경쟁행위로서 원고의 경제적 가치 있는 정보를 그 제공 목적에 반하여 부정하게 사용한 행위에 해당하거나(그 부정한 사용행위에 해당하는 이 사건 광고의 영상이 현재까지 인터넷 등을 통해 계속 재생되고 있는 이상 2018. 7. 18.부터 시행된 위 조항도 적용), (파)목에 규정된 부정경쟁행위로서 공정한 상거래 관행이나 경쟁 질서에 반하는 방법으로 원고의 경제적 이익을 침해하는 행위에 해당하고, 피고 그레이월드와이드코리아의 경우는 위 (파)목에 규정된 부정경쟁행위에 해당한다고 판단함

○ 판단요지(3심)

- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목의 경제적 가치를 가지는 기술적 또는 영업상의 아이디어가 포함된 정보(이하 '아이디어 정보'라 한다)란 아이디어 정보의 보유자가 정보의 사용을 통해 경쟁자에 대하여 경쟁상의 이익을 얻을 수 있거나 또는 정보의 취득이나 개발을 위해 상당한 비용이나 노력이 필요한 경우인지 등에 따라 구체적·개별적으로 판단해야 함
- 다만 아이디어를 제공받은 자가 제공받을 당시 이미 알고 있었거나 동종 업계에서 널리 알려진 아이디어는 위 (차)목의 보호대상에서 제외((차)목 단서). '거래교섭 또는 거래과정에서 제공받은 아이디어 정보를 그 제공목적에 위반하여 부정하게 사용하는 등의 행위'에 해당하기 위해서는 거래교섭 또는 거래과정의 구체적인 내용과 성격, 아이디어 정보의 제공이 이루어진 동기와 경위, 아이디어 정보의 제공으로 달성하려는 목적, 아이디어 정보 제공에 대한 정당한 대가의 지급 여부 등을 종합적으로 고려하여, 아이디어 정보 사용 등의 행위가 아이디어 정보 제공자와의 거래교섭 또는 거래과정에서 발생한 신뢰관계 등에 위배된다고 평가할 수 있어야 함
- 한편 아이디어 정보 제공이 위 (차)목의 시행일 전에 이루어졌어도 위 (차)목의 부정경쟁행위에 해당하는 행위가 그 시행일 이후에 계속되고 있다면 위 (차)목이 적용될 수 있음
- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목은 보호대상인 '성과 등'의 유형에 제한을 두고 있지 않으므로, 유형물뿐만 아니라 무형물도 이에 포함되고, 종래 지식재산권법에 따라 보호받기 어려웠던 새로운 형태의 결과물도 포함될 수 있음
- '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 함
- 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 함

- 또한 위 (파)목이 정하는 ‘공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용’한 경우에 해당하기 위해서는 권리자와 침해자가 경쟁관계에 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 함

○ 시사점

- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목과 관련하여 아이디어 정보 제공이 (차)목의 시행일 전에 이루어졌어도 이 (차)목의 부정경쟁행위에 해당하는 행위가 그 시행일 이후에 계속되고 있다면 위 (차)목이 적용될 수 있다고 판시함
- 부정경쟁행위의 지속과 부정경쟁방지법 개정 사이의 관계에 대해서 판단한 판결

2. 전골용기 형태

○ 소송경과

- 1심 : 대전지방법원 천안지원 2020.5.26. 선고 2018가소115917
- 2심 : 대전지방법원 2021.10.15. 선고 2020나110852 판결

○ 사실관계

- 원고는 2009년부터 ‘D’라는 상호로 월남쌈과 샤브샤브 및 구이를 판매하는 요식업에 대해 다수의 가맹점을 두어 운영하고 있고 피고들은 2018. 5. 1.경부터 2019. 10. 28. 폐업할 때까지 ‘E’이라는 상호로 월남쌈과 샤브샤브 및 구이를 주로 판매하는 식당을 운영하였음
- 2018년 피고가 원고에 가맹점 개설을 할 것처럼 접근하여 원고로부터 정보공개서를 수령하고, 인테리어 및 매장 컨셉, 주방 배치 등에 대한 지도를 받은 뒤에 가맹가입을 거절하고 유사·동일한 메뉴와 컨셉의 매장을 개시함

○ 판단요지(2심)

- 원고가 사용하고 있는 불판의 형태가 차별적 특징이 일반 수요자들에게 특정 출처의 영업임을 연상시킬 정도로 '현저하게 개별화된 정도'에 이르렀다고 보기 어려워 원고 사용 불판이 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (나)목의 보호를 받을 수 없음
- 원고가 트레이드드레스라고 주장하는 나머지 원고의 영업방식과 외관들 역시 샤프 샤프와 샐러드바를 같이 운영하는 다른 음식점에서도 유사한 점들을 찾아볼 수 있어 그 차별적 특징이 일반 수요자들에게 특정 출처의 영업임을 연상시킬 정도로 '현저하게 개별화된 정도'에 이르렀다고 보기 어려움
- 원고가 제공한 정보공개서의 주요 목차는 공개된 것으로 확인이 가능하고 가맹사업과 관련한 정보만을 제공할 뿐 사업에 대한 기술적 또는 영업상 아이디어가 포함된 정보라는 점을 인정하기에 부족하여 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목의 보호대상이 된다고 볼 수 없음
- 구 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (카)목(現, (파)목)과 관련하여 원고 사용 불판을 비롯한 원고의 영업방식이 트레이드드레스로서 보호받기 어렵다는 점이 인정되고 같은 이유로 원고의 영업방식이 일반 수요자에게 알려진 성과로서 혼동가능성이 있는 (파)목이 정한 '성과 등'에 해당한다고도 보기 어려우며, 달리 이를 인정할 증거가 없기 때문에 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목에 위반에 해당하지 않는다고 판단함

○ 시사점

- 원고가 제공한 정보공개서의 주요 목차는 공개된 것으로 확인이 가능하고 가맹사업과 관련한 정보만을 제공한 경우 기술적 또는 영업상 아이디어가 포함된 정보로 인정되기 어려움

IX. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (타)목

1. 연예인 사진의 무단 광고 게재

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2021.5.28. 선고 2020가단5091123 판결
- 2심 : 서울중앙지방법원 2022.7.8. 선고 2021나38453 판결

○ 사실관계

- 피고 범무법인이 온라인 광고에서 원고 B의 사진을 무단으로 사용하여 2019년 9월 29일부터 10월 16일까지 약 18일간 광고 게재함
- 이것을 발견한 원고 A(원고 B의 전속계약사)와 원고 B(연예인)가 항의한 후 피고가 광고 중단 및 사과함
- 원고들은 피고에게 손해배상을 청구함

○ 판결요지(1심)

- 성문법 국가로서 물권법정주의를 채택하고 있는 우리나라에서 법률, 조약 등 실정법이나 확립된 관습법 등의 근거 없이 그 필요성이 있다는 사정만으로 물권과 유사한 독점배타적 재산권인 퍼블리시티권이라는 개념을 인정하기는 어렵고 그러한 권리의 성립 요건, 양도성 및 상속성, 보호대상 및 존속기간, 침해가 있는 경우의 구제수단 등을 구체적으로 규정하는 법률적인 근거가 마련되어야만 비로소 인정할 수 있을 뿐임
- 따라서 퍼블리시티권이라는 권리의 존재를 전제로 한 원고의 위 주장은 인정될 수 없고 인격권인 초상권 침해로 인한 재산적 손해 외에 별도의 재산권 침해를 인정할 만한 증거도 없음
- 사람은 누구나 자신의 얼굴 기타 사회통념상 특정인임을 식별할 수 있는 신체적 특징에 관하여 함부로 촬영 또는 그림으로 묘사되거나 공표되지 아니하며 영리적으로 이용당하지 않을 권리를 가지는데, 이러한 초상권은 우리 헌법 제10조 제1문에 의하여 헌법적으로 보장되는 권리임
- 따라서 이에 대한 부당한 침해는 불법행위를 구성함(대법원 2012. 1. 27. 선고 2010다39277 판결 등 참조)
- 또한 명예는 생명, 신체와 함께 매우 중대한 보호법익이고 인격권으로서의 명예권은 물권의 경우와 마찬가지로 배타성을 가지는 권리라고 할 것이므로, 사람의 품

성, 덕행, 명성, 신용 등의 인격적 가치에 관하여 사회로부터 받는 객관적인 평가인 명예를 위법하게 침해당한 자는 손해배상을 구할 수 있음

- 피고는 원고 B의 초상권과 명예권을 부당하게 침해함
- 손해배상 산정과 관련하여 원고 B은 2019. 2. 15. Q 주식회사와 사이에 원고 B이 출연하는 광고를 6개월간 송출하는 대가로 1억 7,000만 원을 지급받기로 하는 모델출연계약을 체결한 사실, 그룹 'X'의 일원인 Y은 2007년 Z 등 신진디자이너 패션쇼, 2008년 AA, AB 패션쇼, 2009년 AC 런칭쇼, AD 등 패션쇼의 각 모델로 활동한 경력이 있는데, 2020. 11. 10. AE에게 인터넷 등을 통한 광고료로 6개월 기준 5,000만 원의 견적서를 제시한 사실, 피고는 원고들에게 이 사건 사진의 무단사용이 발각된 2019. 9. 29.부터 이 사건 광고를 중단한 2019. 10. 16.까지 기간에 대한 이 사건 광고료로 T에게 1,340,649원을 지급한 것으로 보이는 점, 이 사건 광고의 노출 수는 1,481,787, 클릭 수는 2,579인 사실, 이 사건 광고는 텍스트와 이 사건 사진을 포함한 10장의 사진이 무작위로 노출되는 방식으로 이루어진 사실, 원고 B의 인지도 등을 종합하여 보면, 원고 B의 재산적 손해액을 20,000,000원 정도로 봄이 타당함

○ 판결요지 (2심)

- 2021. 12. 7. 개정된 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (타)목에서 '국내에 널리 인식되고 경제적 가치를 가지는 타인의 성명, 초상, 음성, 서명 등 그 타인을 식별할 수 있는 표지를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위'를 부정경쟁행위 중 하나로 새로 규정하였으나, 이는 유명인의 초상·성명 등을 사용하는 제품과 서비스가 다양해지며 관련 불법 상품의 제작·판매 행위도 증가하는 상황에서, 향후 발생할 수 있는 위와 같은 다양한 형태의 무단 사용행위를 적절히 제재함으로써 건전한 거래 질서를 확립하고 부당한 피해로부터 소비자를 보호하려는 취지에 추가된 것으로서, 위와 같은 규정 내용만으로 곧바로 원고가 주장하는 것처럼 사람이 자신의 성명이나 초상 등을 상업적으로 이용하고 통제할 수 있는 물권과 유사한 독점배타적 재산권인 '퍼블리시티권'을 일반적으로 명문화하였다고 단정하기 어려움

○ 시사점

- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (타)목의 도입을 독점 배타적 재산권인 퍼블리시티권이 도입되었다고 평가하지 않음

2. 비활동 연예인

○ 소송경과

- 1심 : 서울동부지방법원 2024.10.23. 선고 2023가단154979 판결

○ 사실관계

- 원고는 'C엔터테인먼트'라는 상호를 사용하여 연예인 매니지먼트 사업을 영위하는 자이고, 피고는 화장품 제조업, 화장품 도소매업 등을 목적으로 하여 설립된 법인임
- 원고 A와 원고 D는 2019년 3월 1일 전속계약을 체결하고, 2022년 7월 1일 재계약(2025년 6월 30일까지)을 체결함
- 2019년 8월 5일 원고들과 피고 사이에 D를 피고 제품의 광고모델로 하는 광고모델계약을 체결하였고, 광고모델계약 종료 후 2021년 1월 13일부터 2023년 8월 8일까지 약 2년 7개월간 D의 초상을 무단으로 사용함
- 피고의 온라인 홈페이지와 온라인 쇼핑몰 판매사이트에 D의 초상이 포함된 제품 이미지를 계속 게재함

○ 판결요지

- D는 2001년 'E'이라는 드라마에 출연하여 배우로 데뷔하였고, 이후 'F', 'G' 등과 같은 드라마와 'H', 'I' 등과 같은 영화 등에 출연하며 연기 관련 각종 수상을 하는 등 대중들에게 인지도를 쌓아온 사실, 피고는 원고와 광고모델계약을 체결하여 D를 피고 제품의 홍보를 위한 광고모델로 사용한 사실이 인정되는바, 비록 이 사건에서 피고의 부정경쟁행위가 있었다고 원고가 주장하는 기간 동안 D이 별다른 연예활동을 하고 있지 않다는 피고의 주장에 의한다 하더라도 D의 초상은 부정경쟁방지법 제2조 제1호 타목의 '국내에 널리 인식되고 경제적 가치를 가지는 타인의 초상' 또는 같은 호 파목의 '타인의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등'에 해당된다고 봄이 타당함

○ 시사점

- 연예인이 연예활동을 하고 있지 않더라도 기존의 활동으로 인한 연예인의 초상은 경제적 가치를 가지는 타인의 초상 또는 타인의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당될 수 있음
- 연예인 초상의 경제적 가치는 현재의 연예활동에 여부에 관계없이 현재의 인지도

또는 고객흡인력으로 판단할 수 있음

3. 인디뮤직 그룹

○ 소송경과

- 1심 : 서울동부지방법원 2024. 10. 16. 선고 2022가합109917 판결

○ 사실관계

- 원고들은 2016. 10.경부터 현재까지 'D(영문 : E)'라는 그룹명으로 활동하고 있는 혼성 2인조 인디뮤직 그룹이고 피고는 화장품 수입 및 판매업, 미용기기 제조업 등을 영위하는 회사임
- 원고 A은 원고들의 그룹명과 관련하여 서비스표(이하 '원고 서비스표'라 한다)를 등록하였고 피고는 2022. 8.경부터 아래와 같이 'D' 또는 'I'라는 명칭을 브랜드명 내지 상품명으로 사용하여 인터넷 쇼핑몰을 운영하거나 제품을 판매함
- 원고는 피고의 브랜드명 내지 상품명이 자신들의 서비스표를 침해한다고 주장함

○ 판결요지

- 원고들이 제출한 증거 및 주장하는 사정만으로는 이 사건 표지가 원고들의 상품 또는 영업임을 표시하는 표지로서 국내 수요자들에게 널리 알려졌거나, 피고의 이 사건 표지 사용행위가 피고의 상품 또는 영업을 원고들의 상품 또는 영업과 혼동하게 한다고 인정하기에 부족함
- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (타)목과 관련하여 원고들이 사용하는 표지, 원고들의 사업영역 및 수요층 등이 피고가 사용하는 표지, 피고의 사업영역 및 수요층 등과 구별되고, 원고들이 사용하는 표지가 국내에 널리 알려진 것으로 볼 수 없음
- 특히, 원고들이 제출한 증거 및 주장하는 사정만으로는 'D, E'가 국내에 널리 인식되고 경제적 가치를 가지는 원고들을 식별할 수 있는 표지에 해당한다는 점 및 피고가 'D' 내지 'I'라는 표지를 사용하는 것이 원고들의 초상·성명 등에 기대어 이와 관련된 불법 상품을 제작·판매하는 등으로 원고들의 'D' 내지 'E' 표지를 무단 사용하여 원고들의 경제적 이익을 침해한다는 점을 인정하기 어려움

○ 시사점

- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가), (나), (타)목에서 규정된 국내에서 널리 인식되었

다는 것에 대한 판단기준의 동일성 여부

- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가), (나)목과 비교하여 (타)목 판단기준은 구체적인 비교 필요
- 예를 들어, (가), (나)목의 판단기준 중 하나는 오인혼동인데 (타)목의 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법에 오인혼동이 포함된다면 (가), (나), (타)목이 규제하는 행위유형은 중복될 수 있음

X. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목

1. 리프터용 구동장치(성과인정)

○ 소송경과

- 1심 : 청주지방법원 2018.2.1. 선고 2016가합22728 판결
- 2심 : 대전고등법원 2021.12.1. 선고 (청주)2018나2289 판결
- 3심 : 대법원 2022.4.28. 선고 2021다310873 판결

○ 사실관계

- 원고는 주식회사 A로서 건축자재 제조업체이고 피고는 주식회사 B로서 건축자재 제조 및 판매업체임
- 원고 대표 C는 1988-1994년 D 건설사업부에서 엘리베이터 건설을 담당하고 2000년경부터 리프터용 구동장치 개발에 착수하였고, 2012년 E사와 계약하여 2013년 7월경 구동장치를 개발·완료함
- 피고는 2014-2016년 원고로부터 구동장치 406대를 구입(대당 350만원)하고 2014년 2월 원고로부터 제품 도면 등 기술자료를 전달받았으며, 2015년 중국 회사와 계약하여 유사 제품을 제조하고 2015년 9월부터 2018년 1월까지 중국산 구동장치 63대를 수입(대당 235만 8천원)하였고, 2015년 12월부터 2018년 5월까지 236대를 추가 수입함

○ 판단요지(1심)

- 이 사건 구동장치와 피고가 수입·판매한 구동장치 사이에 그 외관과 구성요소의 형태에 있어 일부 유사성이 보이기는 하나, 한편 다른 업체들이 제작한 일반적인 리프터용 구동장치의 형태에 비추어 볼 때 위와 같이 일부 유사성이 엿보인다는 사정 및 원고 제출의 증거들만으로는 수요자가 그 상품의 외관 자체로 특정 상품임을 인식할 수 있는 형태적 특이성이 있고 정형화되어 “상품의 형태”를 갖추었다거나, 타인의 상품의 형태에 의거하여 이와 실질적으로 동일한 형태의 상품을 만들어내는 “모방”에 해당함으로써 부정경쟁방지법상 보호의 대상이 될 정도에 이르렀다는 점을 인정하기에 부족함
- 원고가 제출한 증거들만으로는 원고가 상당한 노력과 투자에 의하여 구축한 이 사건 구동장치의 형태 및 기술력 등을 피고가 자신의 영업을 위하여 무단으로 이용하였다는 점을 인정할 수 없음

○ 판단요지(2심)

- 원고는 2000년경부터 기존에 범용으로 사용하던 구동장치가 아니라 리프터 전용 구동장치의 개발을 위하여 상당한 투자와 노력을 기울여 왔고, 2012. 12. 14. E과 사이에 구동장치 개발 및 공급계약을 체결한 후 2013. 7.경 기존 구동장치와는 사양과 성능, 내외관의 구조가 다른 이 사건 구동장치를 독자적으로 개발함으로써 이 사건 구동장치 도면 등의 성과가 원고에게 배타적으로 귀속함
- 이 사건 구동장치 도면 파일은 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당하고, 그럼에도 피고가 원고로부터 이 사건 구동장치를 구입하면서 관련 기관들의 안전인증 서면심사용으로 제공받은 이 사건 구동장치 도면 파일을 중국 업체들에게 제공하는 등의 방법으로 중국 업체들을 통해 이 사건 구동장치와 사양과 성능, 내외관의 구조 등이 동일하거나 거의 유사한 구동장치를 제작하게 한 후 이를 수입하여 리프터 완제품을 제작한 후 제3자에게 판매하고, 더 이상 원고로부터 이 사건 구동장치를 구입하지 않은 것은 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 피고의 영업을 위하여 원고의 성과를 무단으로 사용함으로써 원고의 경제적 이익을 침해하는 행위로서 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목의 부정경쟁 행위에 해당함

○ 판단요지(3심)

- 구 부정경쟁방지법(2021. 12. 7. 법률 제18548호로 개정되기 전의 것) 제14조의2 제2항은 부정경쟁행위로 영업상의 이익을 침해한 자가 침해행위로 이익을 얻은 경우에는 그 이익액을 영업상의 이익을 침해당한 자의 손해액으로 추정한다고 정하고 있음
- 이때 ‘침해자가 받은 이익’이란 침해자가 침해행위로 얻게 된 것으로 그 내용에 특별한 제한이 없으므로 부정경쟁행위의 모습에 따라 여러 가지 방식으로 산정될 수 있고, 반드시 침해품의 판매를 통해 얻은 이익에만 한정되지 않음
- 따라서 타인의 성과 등을 무단으로 사용하여 완제품을 제조함으로써 타인의 성과 등을 적법하게 사용한 경우에 비해 완제품 제조비용을 절감한 경우에는 비용 절감으로 인한 이익을 침해자의 이익으로 볼 수도 있음
- 부정경쟁행위로 영업상의 이익을 침해당한 자가 실제로 입은 손해가 구 부정경쟁방지법 제14조의2 제2항에 따른 추정액에 미치지 못하는 경우에는 추정의 전부 또는 일부가 뒤집어질 수 있으나, 추정을 뒤집기 위한 사유와 그 범위에 관해서는 침해자가 주장·증명을 해야 함

○ 시사점

- 부정경쟁방지법상 손해배상 산정 시 침해자가 받은 이익이란 실제로 발생한 판매 이익 뿐만아니라 제조 판매에서 발생하는 비용 절감액도 침해자가 받은 이익에 포함될 수 있음

2. 해충방제(성과인정)

○ 소송경과

- 1심 : 대구지방법원 2022.4.21. 선고 2020가합208618 판결
- 2심 : 대구고등법원 2023.2.7. 선고 2022나22532 판결

○ 사실관계

- 피고 E은 2010년 1월경부터 2016년 5월경까지 원고 회사 생산개발부에서 근무함
- 피고 E은 원고 회사에서 퇴사하기 전인 2015년 12월 11일경, 원고 회사의 영업비밀에 해당하는 원재료 배합 비율, 제조 공정도, 제조 레시피, 생산 일지 등 총 176개 파일이 저장된 USB 메모리를 무단으로 복사함
- 이 파일들은 원고 회사의 핵심기술이 담긴 중요한 정보로, 피고 E은 위 USB를 복사한 후, 원고 회사에서 퇴사하고 피고 회사에 입사함
- 2017년 8월 29일경부터 2020년 2월 24일경까지 총 11차례에 걸쳐 이메일로 USB에 저장된 원고 회사의 기술자료들을 피고 B, D에게 전송함

○ 판단요지(1심)

- 이 사건 기술정보는 원고 회사의 상당한 투자나 노력에 의하여 만들어진 성과로 인정됨
- 이 사건 기술정보가 비록 합리적인 노력에 의하여 비밀로 유지된 영업비밀이라고 보기는 어렵다고 하더라도, 이 사건 기술정보는 원고 회사를 통하지 아니하고는 입수할 수 없는 정보로서 그 경제적 이익이 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 이른바 공공영역에 속한다고 볼 수 없음
- 피고들은 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 이 사건 조성비 자료 중 일부의 정보를 사용하여 제품을 생산, 판매함으로써 원고 회사의 경제적 이익을 침해하였다고 봄이 타당하여 피고들의 이

사건 조성비 자료 중 이 부분 정보의 사용행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목의 부정경쟁행위에 해당함

○ 판단요지(2심)

- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목은 새로이 등장하는 경제적 가치를 지닌 무형의 성과를 보호하고 입법자가 부정경쟁행위의 모든 행위를 규정하지 못한 점을 보완하여 법원이 새로운 유형의 부정경쟁행위를 좀 더 명확하게 판단할 수 있도록 함으로써 변화하는 거래관념을 적시에 반영하여 부정경쟁행위를 규율하기 위한 보충적 일반조항이므로(대법원 2020. 6. 25. 선고 2019다282449 판결 등 참조), 특허법 등 지식재산권법이나 부정경쟁방지법 제2조 제1호의 다른 조항으로 이 사건 조성비 자료에 관한 권리를 보호받을 수 있는 이상 위 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목은 원고 회사가 구하는 금지 등 폐기 청구의 근거 법령이 될 수 없다는 취지로 피고들은 주장함
- 그러나 원고 회사의 이 사건 조성비 자료에 관한 권리가 특허법 등 지식재산권법에 따라 등록 또는 출원된 사실이 없고, 피고들도 부정경쟁방지법 제2조 제1호 각 목 중 어느 조항에 의하여 원고 회사의 위 권리가 보호될 수 있는지 구체적으로 특정하지 않고 있으므로, 원고 회사가 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목을 근거로 이 사건 금지 등 폐기 청구를 하는 것이 위 (파)목의 보충성에 위배된다고 볼 수 없음

○ 시사점

- 기술정보가 비록 합리적인 노력에 의하여 비밀로 유지된 영업비밀에 속하지 않더라도 기술정보가 특정 관리자를 통하지 아니하고는 입수할 수 없는 정보인 경우 자유롭게 이용할 수 있는 이른바 공공영역에 속한 것이 아닌 경우 부정경쟁방지법에서 보호하려는 성과에 해당될 수 있음

3. 모바일 플랫폼 서비스(성과인정)

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2022.12.8. 선고 2021가합577602, 2021가합589407 판결
- 2심 : 서울고등법원 2023.9.7. 선고 2023나2001980, 2023나2001997 판결

○ 사실관계

- 원고(반소피고)는 2000. 5. 12. 설립되어 ‘온라인, 오프라인 접수 대행 서비스 사업, 입시정보 제공 사업’ 등을 영위하고 있고 피고(반소원고)는 2016. 1. 6. 설립되어 2016. 4.경부터 ‘C’라는 이름으로 대학 입시를 준비하는 수험생들을 대상으로 대학 재학생들이 작성한 자신의 학교에 대한 평가들을 모아서 모바일 플랫폼으로 제공하는 서비스(이하 ‘C’ 또는 ‘피고 서비스’라 한다)를 제공함
- 원고와 피고는 2017. 12. 3. 이 사건 업무협약을 맺은 이후 원고는 피고가 제공한 데이터와는 별개의 데이터를 수집하여 독자적인 대학 및 학과 리뷰 제공 서비스를 시작하고 피고는 원고의 서비스가 자신의 서비스를 모방하였다고 소송을 제기함

○ 판결요지(1심)

- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목과 관련하여 피고 서비스의 준비과정과 기간, 투입된 노력과 자금 등에 비추어 보면, 이 사건 업무협약에 기하여 피고로부터 원고에게 제공된 ‘대학 리뷰 제공 서비스의 형식’과 ‘향후 이를 개선시킬 방향에 관한 아이디어’는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목 본문에서 정한 ‘경제적 가치를 가지는 타인의 기술적 또는 영업상의 아이디어가 포함된 정보’에 해당될 여지가 있음
- 그런데 위 증거들로 알 수 있는 다음과 같은 사정을 종합해 보면, 이는 ‘아이디어를 제공받은 자가 제공받을 당시 이미 알고 있었거나 동종 업계에서 널리 알려진 아이디어’로서 위 (차)목 단서에 따라 보호대상에서 제외된다고 판단함
- 결국 피고가 원고에게 제공하였다고 주장하는 아이디어 중 (1) 리뷰 데이터는 원고가 이를 그 제공 목적에 위반하여 부정하게 사용하였다고 볼 수 없고, (2) 서비스 제공 형식, (3) 서비스 고도화 방안은 그 제공 당시 원고가 이미 알고 있었거나 동종 업계에서 널리 알려진 아이디어로서 위 (차)목의 보호대상에서 제외됨
- 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목과 관련하여 피고나 피고 대표자인 K이 피고 서비스를 준비하기 위해 투입한 노력이나 비용, 기간 등에 비추어 보면, 피고가 보유한 ‘(1) 리뷰 데이터’ 자체는 위 (파)목이 정한 ‘성과 등’에 해당할 여지가 있으나, 원고가 이를 사용한 행위는 이 사건 업무협약에 기한 정당한 사용행위이므로 ‘공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용’한 것이라고 볼 수 없음
- 나아가 피고가 원고에게 제공한 ‘(2) 서비스 제공형식, (3) 서비스 고도화 방안은 앞서 본 것처럼 제공 당시 이미 원고가 알고 있었거나 동종 업계에서 널리 알려진

아이디어에 해당하여 위 (차)목의 보호대상에서 제외되므로, 원고가 이를 사용하여 원고 서비스들을 제공하고 있더라도 이는 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 이른바 공공영역에 속한다고 봄이 타당함

○ 판단요지(2심)

- 피고 서비스의 운영 경험을 참작하여 보더라도, 이는 이미 널리 알려진 설문·분석 기법을 '대학교 리뷰'라는 영역에 구체적으로 적용한 결과물에 해당할 뿐, 더 나아가 피고 특유의 아이디어라고 볼 만한 부분을 찾기 어려움
- 앞서 본 키워드들은 대학생이라면 일반적으로 경험하게 되는 만족·불만족 사항에 해당하므로, 이를 키워드로 지정하였다고 하여 아이디어 정보에 해당한다고 보기는 어려움
- 이 사건 리뷰 데이터와 API는 위 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목이 정한 '성과 등'에 해당하나, 이 사건 서비스 제공 방식과 고도화 방안은 이에 해당하지 않음
- 원고 서비스 개발행위는 이 사건 업무협약에서 금지한 '목적 외 사용'으로서 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법에 해당하고, 원고는 이를 자신의 영업을 위하여 무단 사용하여 개발 기간 단축, 시행착오 회피 등의 이익을 얻고, 동종 업계에서 경쟁 관계에 있는 피고의 경제적 이익을 침해하였으므로, 원고 서비스 개발행위는 부정경쟁행위에 해당함

○ 시사점

- 피고로부터 원고에게 제공된 '대학 리뷰 제공 서비스의 형식'과 '향후 이를 개선시킬 방향에 관한 아이디어' 중 전자의 경우는 성과에 해당될 수 있으나 아이디어는 성과에 해당되기 어려움
- 원고가 피고의 성과물을 이용하여 개발 기간 단축, 시행착오 회피 등의 이익을 얻을 수 있으면 원고의 행위는 부정경쟁행위에 해당할 수 있음

4. 철도차량용 변압기(성과인정)

○ 소송경과

- 1심 : 대전지방법원 2022.6.9. 선고 2021가합100797 판결
- 2심 : 대전지방법원 2024.1.24. 선고 2022나13337 판결

○ 사실관계(1심)

- 원고는 프랑스 리옹에 본점을 두고 변압기 및 변압기 관련 용품을 제조·판매하는 프랑스 회사이고, 피고는 변압기제조 및 판매업 등을 영위하는 국내회사임
- 계약 구조: 한국철도공사 → D회사 → 피고 → 원고 순으로 하도급 관계
- 2010.4.27. 원고-피고 간 철도차량용 변압기 제작계약 체결 및 2011년 초 원고가 피고에게 변압기 16대 공급 계약서에 기술자료 비밀유지, 도면 사용제한 등 명시함
- 2013. 3.경 원고 직원이 피고 공장에서 견본 변압기 무단분해를 발견하고 피고는 교육목적이라고 해명
- 2017. 4.경 원고의 직원은 피고의 공장에서 이 사건 변압기와 외관이 동일한 별개의 변압기 3대를 확인하였고, 2018.10.4. 피고는 동일 사양 변압기 2대를 제작하여 한국철도공사에 납품함

○ 판단요지(1심)

- 이 사건 변압기는 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당하고, 그럼에도 피고가 원고로부터 제공받은 이 사건 변압기와 이 사건 도면 등을 사용하여 이 사건 변압기를 거의 그대로 모방한 변압기를 제조판매하는 것은 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 피고의 영업을 위하여 원고의 성과를 무단으로 사용함으로써 원고의 경제적 이익을 침해하는 행위로서 (파)목의 부정경쟁행위에 해당한다고 봄이 타당함
- 부정경쟁행위도 영업비밀 침해행위와 마찬가지로 그 침해행위를 금지시키는 것은 침해행위자가 그러한 침해행위에 의하여 공정한 경쟁자보다 ‘유리한 출발(headstart)’ 내지 ‘시간절약(lead time)’이라는 우월한 위치에서 부당하게 이익을 취하지 못하도록 하고, 영업이익을 향유하는 자로 하여금 그러한 침해가 없었더라면 원래 있었을 위치로 되돌아갈 수 있게 하는 데에 그 목적이 있다 할 것이므로, 부정경쟁행위의 금지는 이러한 목적을 달성함에 필요한 시간적 범위 내에서 기술의 급속한 발달상황 및 변론에 나타난 침해행위자의 인적·물적 시설 등을 고려하여 침해행위자나 다른 공정한 경쟁자가 독자적인 개발이나 역설계와 같은 합법적인 방법에 의하여 그 기술정보나 경영정보 등을 취득하는 데 필요한 시간에 상당한 기간 동안으로 제한하여야 하고, 영구적인 금지는 제재적인 성격을 가지게 될 뿐만 아니라 자유로운 경쟁을 조장하고 종업원들이 그들의 지식과 능력을 발휘할 수 있게 하려는 공공의 이익과 상치되어 허용할 수 없음(대법원 1996. 12. 23. 선

고 96다16605 판결, 대법원 1998. 2. 13. 선고 97다24528 판결, 대법원 2009. 3. 16.자 2008마1087 결정 등 참조)

- 따라서 상표 등과 달리 특허등록을 하지 않은 기술과 관련된 성과를 영구히 보호하는 것은 공공의 이익에 부합하지 않고, 그러한 기술과 관련된 성과는 일정한 시간이 지나면 공공영역에 해당한다고 볼 여지가 있음
- 상당한 시간이 경과하였음에도 해당 산업 및 기술분야의 종사자들이 역설계나 역분석을 통해 동일한 기술을 구현해 내는 것을 금지하는 것은 자유로운 경쟁과 공공의 이익에 부합하지 않아서 기술과 관련된 성과는 그 보호기간 내에서만 보호할 필요가 있음
- 기술의 내용이나 난이도, 경쟁자들이 독자적인 개발이나 역설계와 같은 합법적인 방법에 의하여 기술정보를 취득하는 데 필요한 노력의 정도나 시간, 성과의 소유자가 그러한 성과를 보유하는 데 들인 노력의 정도나 시간, 성과가 일반에게 공개되었는지 여부, 특허권 등의 보호기간, 제품의 수요와 특성, 성과의 소유자와 경쟁자의 인적·물적 시설의 규모, 기술 격차 등 제반 사정을 종합하여 합리적이라고 여겨지는 기간이 그 성과의 보호기간이라고 봄이 상당함
- 이 사건 변압기에 관한 기술의 보호기간은 원고가 피고에게 최초로 납품한 2011년 초경부터 10년 동안이라고 봄이 상당함(E 변압기와 H 변압기는 모두 중속도에 사용되는 변압기이고 그 구조 등이 유사한 반면에 그 설계속도만 차이나는 것에 불과하여 E 변압기가 생산된 시점인 2011년 초경을 보호기간의 시점으로 본다. 또한 2011년 초경부터 10년은 정확한 날짜를 특정할 수는 없으나 2021. 5. 11. 피고가 C와 계약을 체결하기 이전임은 명백하다)

○ 시사점

- 부정경쟁방지법상 성과로 보호되는 것은 영구적인 보호가 될 수 없고 합리적이라고 여겨지는 기간동안만 성과의 보호기간이라고 판단함
- 부정경쟁방지법상 성과는 특허등록을 통한 독점권의 대상이 아니고 비밀로 유지되는 영업비밀에도 해당되지 않는 것이어서 특허출원일부터 20년이라는 보호기간이 적용될 수 없고 비밀로 유지되는 한 영원히 보호되는 영업비밀로 인정될 수도 없음
- 결국 부정경쟁방지법상 성과의 보호기간은 성과에 해당하는 기술이 전파되어 일반화되어 공공의 영역에 해당될 정도로 산업분야에서 일반화되어 있거나 성과의 기술수준이 현재의 기술수준보다 낮아지는 경우에 성과로서의 보호 필요성이 없어질 것임

5. 온라인쇼핑몰, 오픈마켓(성과 불인정)

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2019.9.20. 선고 2018가합528655 판결
- 2심 : 서울고등법원 2020.8.20. 선고 2019나2044768 판결
- 3심 : 대법원 2022.10.14. 선고 2020다268807 판결

○ 사실관계

- 원고는 통신판매 및 인터넷 광고업체로 온라인쇼핑몰 'N'과 'O' 운영하고 F회사는 전자상거래업체로 온라인쇼핑몰 'G' 운영함
- 피고는 2018. 9. 4.일경 F회사 분할로 설립되어 현재 'G' 운영 중임
- 공정거래위원회는 온라인쇼핑몰의 '기만적 가격표시' 관행을 개선하기 위하여, 원고와 F를 비롯한 다수의 온라인쇼핑몰 운영자들을 상대로 대안을 제시하여 수용 가능 여부 등을 문의함
- 원고는 2016. 7. 7.일경 이에 대하여 특정 대안을 수용하여 2017년 1분기까지 개발을 완료하겠다는 취지로 회신하고, F은 2016. 7. 5.일경 이에 대하여 다른 대안을 수용할 수 있다고 회신하면서, 원고가 수용한 대안에 대하여는 초기화면 구성이 매우 복잡해지고 소비자의 상품에 대한 접근성이 떨어질 우려가 있으므로 수용이 곤란하다고 평가
- 원고는 공정거래위원회의 기만적 가격표시 개선요청에 따라 약 2년 6개월에 걸쳐 새로운 오픈마켓 플랫폼인 'AA'을 개발함
- 피고는 2015년경부터 운영하고 있는 '스마트옵션' 서비스의 틀을 최대한 유지하면서 상품과 가격의 불일치 현상을 해결한 서비스를 운영중인데 원고는 피고의 행위가 원고가 개발한 'AA'를 무단이용한 것이라고 주장함

○ 판단요지(1심)

- 다양한 방법으로 구현될 수 있는 아이디어를 구체화하는 과정에 상당한 노력과 투자가 수반되고, 경쟁자의 무단 편승으로부터 보호해야 할 필요가 있는 성과물이 산출되었다면, 단지 그 기초가 되는 아이디어가 이미 공지되었다는 사정만으로 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (카)목의 보호대상에 포함되지 않는다고 볼 수는 없음
- 원고의 'AA'은 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당한다고 인정할 수 있음
- 그러나 원고가 제출한 증거들만으로는 피고가 원고의 'AA'을 무단으로 사용하였다

고 인정하기 부족하고 달리 이를 인정할 증거가 없음

- 오히려 피고는 단일상품 로드맵 등 자체 연구 성과 및 기존 오픈마켓 운영 경험을 바탕으로 별지 목록 기재 시스템을 독자적으로 구축한 것으로 보일 뿐임

○ 판단요지(2심)

- 원고가 개발한 'AA' 서비스에서 결코 독창적이라고 볼 수 없는 아이디어들을 제외하면 결국 위 아이디어를 기술적으로 구현한 수단들만 남게 되는데, 원고가 위 아이디어를 구현해 내는 방법에 관한 기술적 사상에 관하여 주장하고 있는 것도 아니고 그것이 기술적으로 보호할 가치가 있을 만큼 고도화된 것이라거나 독창적이라고 보이지도 않음
- 즉 셀 형식으로 개별상품들이 입력되어 있고, 판매자가 체크박스 클릭을 통해 상품들을 손쉽게 그룹으로 묶거나 풀 수 있는 정도의 시스템과 UI는 이미 공지에 가까운 기술로 보여 이를 원고만의 독창적 성과로 보기 부족함
- 원고의 성과물인 '그룹핑 서비스'에 특별히 고객흡입력이 화체되어 있다고 볼 수 없고, 그 외 원고가 제출한 증거들만으로 그것이 소비자들 사이에서 명성을 갖게 되었다거나 독자적으로 경제적 가치가 있음을 인정하기 부족하고 달리 이를 인정할 증거가 없음
- 원고의 '서비스' 자체가 보호가치 있는 원고의 '성과 등'으로 인정된다 하더라도, 피고가 원고의 성과를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 무단사용하였다고 인정하기 부족하고 달리 이를 인정할 증거가 없음

○ 판단요지(3심)

- 온라인쇼핑몰을 운영하는 원고가 여러 상품을 한 화면에 광고하면서 최초 화면에는 가장 저렴한 상품의 가격만을 표시하던 광고관행이 소비자로서 하여금 모든 상품이 그와 같은 가격에 판매되는 것으로 오인하도록 할 우려가 있는 이른바 '온라인쇼핑몰의 기만적 가격표시'로 문제되자, 공정거래위원회가 제안한 대안 중 하나인 '최초 화면에 개별상품별로 광고하는 방안'을 수용하여 상품등록 단위를 개별상품으로 전환하고 판매자가 함께 진열하고 싶은 상품들을 그룹으로 묶어 웹페이지에 개별상품과 함께 현출시킬 수 있는 '그룹핑 서비스' 기능을 담고 있는 상품 등록시스템을 공개하였는데, 피고가 이와 동일한 기능의 서비스를 온라인쇼핑몰 이용자들에게 제공하자, 원고가 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목에서 정한 부정경쟁행위에 해당한다며 그 행위의 금지 등을 구한 사안에서, 위 '그룹핑 서비스'는 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 보호가치 있는 성과 등에 해당하지 않는다고 판

단함

○ 시사점

- 이미 공지된 아이디어를 실제로 구현하는 것도 성과로 인정될 수 있으려면 원고가 위 아이디어를 구현해 내는 방법에 관한 기술적 사상이 기술적으로 보호할 가치가 있을 만큼 고도화된 것이라거나 독창적이어야 함

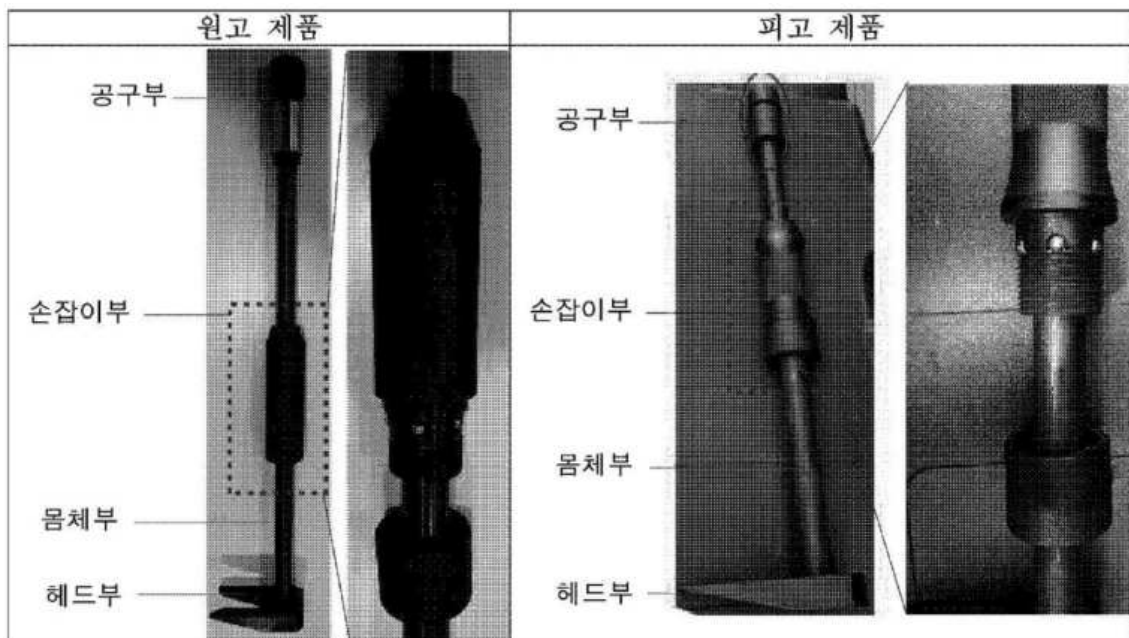
6. 문개방기구

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2020.9.10. 선고 2018가합583874 판결
- 2심 : 특허법원 2021.7.15. 선고 2020나1933 판결

○ 사실관계

- 원고 H는 부품가공업, 소방장비 또는 인명구조장비 제조업 영위하고 특허발명을 실시하여 'D' 제품을 생산·판매함
- 피고 B가 경기도 재난안전본부에 방화문파괴기를 납품하였으나 피고들이 공급한 방화문파괴기가 원고의 특허발명과 유사한 제품이라고 원고가 주장함



○ 판결요지(1심)

- 피고 제품은 원고의 특허권에 대해서 문언침해는 물론 균등침해에 의하여서도 원고의 발명의 권리범위에 속한다고 할 수 없음
- 피고 제품은 원고 제품의 '가이드 링'을 결여하였을 뿐만 아니라 이로 인하여 '가이드 링'에 의하여 달성할 수 있는 효과 자체를 기대할 수 없으므로 원고 제품에 담긴 기술적 특징을 원고의 성과 등으로 본다고 가정하더라도 피고들이 원고의 성과 등을 무단으로 사용하였다고 볼 수는 없음

○ 판결요지(2심)

- 피고들이 원고 제품을 모방하여 제작·판매했더라도 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하지 않는다고 판단함
- 피고 제품의 형태·용도는 2007년경부터 널리 알려진 소방용 도어오프너의 형상으로 누구나 자유롭게 이용 가능한 공공영역에 해당하고 피고 제품은 '가이드 링'을 미포함하고 있어 원고 제품과 뚜렷한 기능 차이가 존재함
- 발주기관이 구체적 기준을 정한 상황에서 그 기준에 맞춰 제작한 것은 무단사용으로 보기 어려움
- 피고가 원고 제품의 특징적 구성을 전제로 낙찰된 것이 아니므로 수요자 혼동 역시 없음

○ 시사점

- 발주기관이 구체적 기준을 정한 상황에서 그 기준에 맞춰 제작한 것은 무단사용으로 보기 어려움

제3절 형사 사건

I. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목

1. 낚시 용품

○ 소송경과

- 1심 : 부산지방법원서부지원 2023.3.15. 선고 2021고단1752 판결
- 2심 : 부산지방법원서부지원 2023.10.27. 선고 2023노965 판결

○ 사실관계

- 피해자인 주식회사 C는 1978년 일본에서 설립된 낚시용품 전문 제조·판매 회사임
- 이 회사는 2004년부터 자사 제품에 특정 상표 및 표장(이하 '이 사건 상표'라 한다)을 사용하여 사업을 영위해 왔으며, 일본 내에서 2009년부터 2013년까지 연평균 33억 원의 매출을 기록하는 등 높은 인지도를 보유하고 있음
- 피고인 A는 2014년 1월 22일부터 2016년 9월 25일까지 약 3년간 부산 사하구에서 피해자 C의 허락 없이 이 사건 상표를 무단으로 부착한 낚시용품을 판매함
- 피고인은 2006년부터 배우자 명의로 피해자의 허락 없이 이 사건 상표를 사용하며, 마치 피해자의 낚시용품을 정식으로 수입하여 판매하는 것처럼 행세함
- 이 형사사건 이전에도 피해자와 피고인 사이에는 가처분, 특허심결, 손해배상소송 등 다수의 민사 분쟁이 있었고, 해당 소송들에서 피고인은 상표의 적법한 사용권을 주장했으나 법원은 이를 모두 기각함

○ 판결요지

- 피고인이 'C 코리아'라는 명칭을 사용하는 등 피해자의 신용에 편승하려는 의도가 명백했던 점 및 이미 확정된 민사 판결에서 피고인의 주장이 모두 배척된 점 등을 근거로 부정경쟁의 목적이 있었다고 판단함
- 법원은 피해자의 상품이 그 무렵 국내에서 이미 국산 제품보다 고가에 판매될 만큼 이 사건 상표가 널리 인식된 사실을 인정함
- 법원은 상표법위반죄와 부정경쟁방지법위반죄가 하나의 행위로 인해 발생한 것이므로 상상적 경합관계에 있다고 보았고 이에 따라 형법 제40조를 적용하여 형이 더

무거운 상표법위반죄에 정한 형으로 처벌함

○ 시사점

- 법원은 해당 브랜드가 국내에서 직접적인 대규모 광고를 하지 않았더라도, 제3자에 의해 1995년부터 수입·유통된 역사, 특정 소비자층(납시업계) 사이에서의 높은 인기, 국산 제품보다 고가에 판매되는 시장 지위 등을 종합하여 주지성을 인정함

2. 유아용 속싸개 포장 상자

○ 소송경과

- 1심 : 서울중앙지방법원 2023.6.14. 선고 2020고정452 판결
- 2심 : 서울중앙지방법원 2024.7.26. 선고 2023노1707 판결

○ 사실관계

- 피해자 C는 유아용 속싸개와 관련하여 'D'이라는 등록상표를 보유한 권리자임
- 피고인 A는 유아의류 제조·판매 법인인 주식회사 I의 대표이사로, 2017년경부터 'F'라는 표장을 사용한 유아용 속싸개를 제조 및 판매함
- 검찰은 피고인이 2017년 4월경 피해자의 등록상표 'D'와 유사한 'F' 표장을 상품에 사용하고, 유아용품 박람회에서 'G'이라는 문구가 인쇄된 플랜카드를 설치하여 피해자의 상표권을 침해하고, 국내에 널리 알려진 피해자의 상품 포장 등과 유사한 것을 사용하여 상품 주체를 혼동하게 하는 부정경쟁행위를 하였다는 혐의로 기소함
- 본 형사 소송 이전에 피고인은 특허심판원에 피해자 측을 상대로 자신의 'F' 표장이 피해자의 'D' 등록상표 권리범위에 속하지 않는다는 취지의 소극적 권리범위 확인심판을 청구하였고, 특허심판원은 두 표장이 유사하지 않아 권리범위에 속하지 않는다고 판단하였으며 이 심결은 확정됨

○ 판결요지(1심)

- 'F' 표장에 대하여 법원은 두 표장에 공통으로 포함된 'H'이라는 단어가 영어사전에 '(아기를) 단단히 싸다'는 의미로 기재되어 있고, 실제 거래업계에서 흔히 사용하는 기술적 표장으로 식별력이 없거나 미약하다고 판단함
- 따라서 식별력 없는 부분을 제외하고 전체적으로 관찰할 때, 두 표장은 문자의 구

성과 글자체 등 외관이 달라 유사하지 않다고 판단(특허심판원의 확정된 심결 또한 이 판단을 뒷받침함)

- 피고인이 박람회에서 사용한 플랜카드에는 'G' 문구 바로 아래에 실제 상표인 'F'가 가장 큰 글씨로 표시되어 있었고, 'H'은 상품의 특징을 설명하기 위한 용도로 사용된 것으로 판단함

○ 판결요지(2심)

- '포장 상자(트레이드드레스)'에 대한 판단에 대해 법원은 피해자의 상품 자체가 아닌 '포장 상자'가 범행 시점인 2017년 4월경 국내 수요자들에게 널리 알려졌다는 점을 인정할 증거가 부족하다고 판단함
- 상품은 2012년부터 판매되었으나 해당 포장 상자가 언제부터 사용되었는지 불분명하고, 온라인 쇼핑몰 대표 이미지는 제품 자체이며 포장 상자는 노출되지 않았으며, SNS 게시물은 대부분 2021년 기준으로 주로 제품 착용 사진이어서 2017년 당시 포장 상자의 인지도를 증명하기 어렵고, 피해자가 주장하는 매출액이나 광고 내역 등은 포장 상자의 주지성을 직접 증명하지는 못한다고 판단함

○ 시사점

- 트레이드드레스 보호를 주장하기 위해서는 상품 자체의 인기가 아닌, 포장 디자인 그 자체가 출처표시기능을 할 정도로 소비자에게 각인되었음을 2017년 범행 당시 기준으로 구체적인 증거(당시 광고 자료, 소비자 인식조사 등)를 통해 입증해야 함

II. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (다)목

1. 다이소 희석화 행위

○ 소송경과

- 1심 : 서울동부지방법원 2018.10.16. 선고 2018고정903 판결
- 2심 : 서울동부지방법원 2019.4. 4 선고 2018노1470 판결

○ 사실관계

- 피고인은 서울 광진구 2층에서 '헤어다잇소'라는 상호로 미용업에 종사하는 자로서, 2015. 7. 1.경부터 2018. 2. 중순경까지 위 미용실을 운영하면서 건물 외벽 간판 등에 '헤어다잇소'라고 표시하는 방법으로 정당한 사유 없이 피해자 주식회사 다이소아성산업의 상호로서 저명상표인 '다이소'와 유사한 것을 사용함으로써 피해자의 표시의 식별력이나 명성을 손상하는 행위를 하였음

○ 판결요지

- 피고인이 사용한 영업표지는 'C'라는 표현으로서 그 중 '헤어'라는 문구는 업종을 나타내는 문구여서 식별력이 미약하고, 'G'라는 문구가 주된 영업표지임
- 그런데 이는 피해자의 영업표지와 그 발음이 유사하고, 피고인의 간판에 사용된 상호의 디자인도 피해자의 상표디자인과 유사하여 일반 수요자들로 하여금 피해자의 영업표지를 연상시킬 수 있다고 판단함
- 피고인의 영업을 비록 피해자의 영업과 동일·유사하지는 않다고 하더라도 피고인의 영업규모, 영업장 위치, 영업기간 등 제반사정에 비추어 보면 피고인의 영업표지 사용으로 저명한 피해자의 영업표지의 식별력이나 명성이 손상되었다고 판단하며, 벌금 40만원 확정

○ 시사점

- 희석화 행위에 대한 벌금을 산정함에 있어 피고인의 영업규모, 영업장 위치, 영업기간 등의 제반사정을 비추어 판단함
- 피고인의 행위와 저명상표의 희석으로 인한 손해를 비교하지 않고 피고인의 행위를 벌금의 판단 기준으로 삼고 있음

III. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (마)목

1. 허위 원산지 표시 행위

○ 소송경과

- 1심 : 대전지방법원 2015.1.20 선고 2014고당1154 판결

○ 사실관계

- 피고인 A은 남양주시 D에 있는 자동차용 부품 제조업체인 E의 대표자이고, 피고인 B은 이 업체의 생산과장임
- 이 둘은 공모하여 각인된 원산지 표시를 제거하고 'KOYO', 'TIMKEN' 등 외국의 유명상표를 각인하고 원산지를 캐나다, 일본 등으로 변경하고 또한 국내에서 직접 제작한 에스페로 자동차용 부품인 텐서너 21,272개에 'MADE IN CANADA'라고 각인한 후 판매함

○ 판결요지

- 법원은 피고인 B의 공모 부인 주장에 대해 ① 피고인 B이 위 업체의 생산과장이라는 직책에서 거의 대부분의 제작과정에 참여했다는 점, ② 피고인 B이 상표 위조 등과 관련하여 공동피고인 A로부터 구체적인 작업지시를 받았다는 점, ③ 피고인 B이 담당한 업무가 상표권 침해행위임을 용이하게 짐작할 수 있는 기존 원산지 표시 등을 제거하고 새로운 상표를 각인하는 등의 일이었다는 점 등을 이유로 공모 관계를 인정함
- 이러한 사정들에 비추어 비록 피고인 B이 공동피고인 A과 명시적인 공모행위가 없었다 하더라도 A과 사이에 이 사건 상표권 침해행위 등에 대하여 순차적 또는 암묵적으로 상통하여 의사의 결합이 이루어졌다고 판단함
- 범죄사실 인정에 있어서는 피고인들이 2008년 7월경부터 2013년 6월경까지 중국 등지로부터 수입한 자동차용 베어링 등 부품에 각인된 원산지 표시를 제거하고 'KOYO', 'TIMKEN' 등 외국의 유명상표를 각인하고 원산지를 캐나다, 일본 등으로 변경한 사실을 인정했으며, 또한 국내에서 직접 제작한 에스페로 자동차용 부품인 텐서너 21,272개에 'MADE IN CANADA'라고 각인한 후 판매한 사실도 확인함
- 법원은 피고인 A에게 징역 1년(집행유예 2년)과 보호관찰 및 사회봉사 120시간을, 피고인 B에게 벌금 300만원을 선고함

- 또한 압수된 에스페로 텐서너 1,000개, 에스페로 아이들러 2,000개, 금형 6개, 에스페로 텐서너 반제품 1,900개를 피고인 A로부터 몰수하고 피고인 B의 공모 부인 주장은 받아들이지 않고 공동정범으로 인정함

- 시사점

- 중국 등지로부터 수입한 자동차용 베어링 등 부품에 각인된 원산지 표시를 제거하고 'KOYO', 'TIMKEN' 등 외국의 유명상표를 각인하고 원산지를 캐나다, 일본 등으로 변개한 전형적인 허위 원산지 표시 행위임
- 상표침해 및 부정경쟁행위에 대한 공모 여부 판단에 대해서 명시적인 공모행위가 없었다 하더라도 행위자들 사이에 순차적 또는 암묵적으로 상통하여 의사의 결합이 인정되어 공모를 인정할 수 있다는 판결임

제4장 성과도용행위 판단기준

제1절 성과도용행위 성립요건에 대한 주요 판단기준

I. 분석대상

2014년 1월 31일부터 2024년 12월 31일까지 민사소송에서의 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목(소위, ‘성과도용행위’)에 대한 법원의 판단이 있는 판례는 총 801건(민사 본안 482건, 민사 가처분 319건)으로 나타났다. 이 중 성과도용행위를 인용한 판례 총 103건(민사 본안 68건, 민사 가처분 35건)과, 성과도용행위를 인용하지는 않았으나 성과도용행위 성립요건상 “성과 등”으로 볼 여지가 있다고 판시한 8건(민사 본안 4건, 민사 가처분 4건)의 판례를 대상으로 성과도용행위 판단기준을 분석하였다.

성과도용행위를 인정하지 아니한 주요 이유로는 성과물을 특정하지 못하거나 “상당한 투자 및 노력”에 대한 증빙을 하지 못한 경우가 많았으며(증거불충분 및 소명부족), 이외에도 투자 부족, 식별력 부족, 경제적 가치 부족, 허용된 사용 범위에 대해서는 성과도용행위를 부정하는 경향을 보였다. 특히, 실질적 개발 노력 없는 단순한 아이디어(단순 나열 또는 조합)나 컨셉, 업계 공통 관행이나 공개적으로 이용가능한 정보(선행기술, 유사상품), 상업적 중요성이 입증되지 않은 성과, 계약에서 허용된 범위 내의 사용, “성과 등”으로 인정될 만한 종합적인 이미지일지라도 개별 요소들의 다수가 개별법 또는 다른 부정경쟁행위 유형으로 보호가 이루어질 수 있는 경우, 사업을 하는 과정에서 자연스럽게 형성되는 영업정보 등은 “성과 등”으로 인정하지 않았으며, 본품은 “성과 등”으로 인정할 수 있을지라도 본품의 소모품(리필봉투,¹⁾ 지관(심지)²⁾ 등의 생산·판매는 공정한 상

1) (대전고등법원 2023. 9. 21. 선고 2023나11048 판결) 리필용 소모품이 어떠한 본체에 호환 가능한 것인지를 알 수 있도록 하는 것은 리필용품의 특성상 불가피할 것으로 보인다. 만일, 이를 알리지 못하도록 금지시킨다면 소비자들에게 오인과 혼동의 염려를 가중시키고 본체의 생산자에게만 그 소모품을 독점시킬 수 있는 특권을 주는 것과 같은 효과를 가져오게 될 것이므로, 오히려 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」의 입법취지에 반하고 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서를 해치는 결과를 가져오게 될 것이다. 이에 따라 리필용 소모품 시장에서는 본체와 소모품이 서로 호환 가능한지 여부가 중요한 정보여서 리필제품의 판매자로서 소비자들이 어떤 제품에 대한 리필제품인지를 인식하도록 정보를 제공해야 할 의무가 있고, 또 소비자들 역시 그 리필용 소모품이 어떤 제품에 적용할 수 있는지를 알 권리가 있으므로, 본체의 브랜드나 상품표지(제품 모델명)와 같은 상표를 표시하여 호환 가능성을 강조하여 광고하는 것이 일반적이다. 이 사건에서 문제되는 연속비닐쓰레기통과 리필봉투도 본체와 소모품의 관계에 있는 이상 종래 프린터와 토너 카트리지 시장과 유사한 ‘리필시장’에 해당한다 할 것이므로, 피고들이 이 사건 각 리필봉투를 판매할 때 원고의 연속비닐쓰레기통과의 호환 가능성 및 제품 모델명(상품표지)을 명시하여 판매하는 것은 리필시장에서 일반적으로 허용되는 판매 및 광고방식에 해당한다고 볼 수 있다.

2) (서울중앙지방법원 2023. 11. 3. 선고 2021가합592250 판결) 소비자로부터 이 사건 지관에 약포지를 감아달라는 구체적, 직접적 위임을 받은 경우뿐 아니라 그러한 위임이 없었던 경우에도 지관을 수거하였다가 약포지를 감아서 판매한 행위는 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법이라고 단정할 수 없다. 그 구체적인 근거는 아래와 같다.

거래 관행으로 인정하는 경향을 보였다.

II. 보충성의 원칙

우리 부정경쟁방지법은 2013년 7월 30일, 새롭고 다양한 유형의 부정경쟁행위에 적절하게 대응하기 위하여 부정경쟁행위에 관한 보충적 일반조항을 신설하였다.³⁾ 보충적 일반조항으로서의 성과도용행위는 문언의 포괄성과 추상성으로 인해 도입 초기부터 기존 지식재산권법, 특히 저작권법 체계와의 이념 충돌 등의 우려를 낳았고, 그에 따라 동 조항의 적절한 운용을 위한 다양한 해석론이 전개되어 왔다.⁴⁾ 그럼에도 불구하고 부정경쟁방지법 제15조⁵⁾에 따라 성과도용행위는 기존의 개별 지식재산권법(예: 특허법, 상표법, 저작권법 등)으로 보호받지 못하는 영역에서 발생하는 부정경쟁행위를 방지하는 방향으로 법리가 적용되어 왔다.

2014년 1월 31일부터 시행되어 온 성과도용행위에 대한 법원의 판결을 살펴보면, 특허권, 상표권, 디자인권, 저작권 등 기존 지식재산권으로 보호받기 어렵거나, 기존의 부정경쟁행위 유형으로 보호받지 못하는 기술적인 성과 이외에도 경제적 가치가 있는 다양한 유형의 성과물에 대한 보호를 위해 적용되고 있다.

성과도용행위는 지식자산을 이용한 부정한 경쟁행위에 대해서는 적용 요건의 엄격한 해석에 따라 예외적으로 적용될 수 있지만 적어도 개별 부정경쟁행위 조항의 각 요건이 충족되지 않는 경우에 보충적으로 적용되어서는 안된다.⁶⁾ 이에 주지성을 확보하지 못한 경우라든지,⁷⁾ 형태모방 상품에 대한 보호기간(3년)이 지난 경우⁸⁾에 있어서는 성과도용행위의 적용이 제한되고 있는 것으로 분석되었다.

가) 원고들의 물지 제품 판매로 인하여 이 사건 지관을 사용·수익할 권리는 소비자에게 이전되었다고 봄이 상당하고, 피고의 지관 수거행위는 소비자의 동의를 받아 이루어졌다.

3) 법률 제11963호, 2013. 7. 30., 일부개정.

4) 김원오, “부정경쟁방지법상 신설된 일반조항의 법적성격과 그 적용의 한계”, 『산업재산권』 제45호, 한국지식재산학회, 2014, 287-288면; 유영운, “부정경쟁방지법 일반조항의 적용범위에 관한 고찰”, 『Law & Technology』 제11권 제4호, 서울대학교 기술과법센터, 2015, 65-67면; 문선영, “부정경쟁행위 일반조항에 관한 주요 법적 쟁점 연구”, 『과학기술법연구』 제22집 제1호, 한남대학교 과학기술법연구원, 2016, 87-88, 98-100면.

5) 제15조(다른 법률과의 관계) ① 「특허법」, 「실용신안법」, 「디자인보호법」, 「상표법」, 「농수산물 품질관리법」, 「저작권법」 또는 「개인정보 보호법」에 제2조부터 제6조까지 및 제18조제4항과 다른 규정이 있으면 그 법에 따른다.

② 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」, 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」, 「하도급거래 공정화에 관한 법률」 또는 「형법」 중 국기·국장에 관한 규정에 제2조제1호라목부터 바목까지, 차목부터 파목까지, 제3조, 제3조의2, 제3조의3, 제4조부터 제7조까지, 제7조의2, 제8조, 제18조제4항 및 제20조와 다른 규정이 있으면 그 법에 따른다.

6) 최승재, 부정경쟁방지법상 퍼블리시티권 보호조항에 대한 연구, 특허청, 2022.3., 115면.

7) 서울고등법원 2017. 5. 12. 선고 2016나210315, 2016나210322 판결, 서울중앙지방법원 2014. 8. 28. 선고 2013가합552431 판결, 의정부지방법원 2017. 9. 12. 선고 2015가합52692 판결 등

8) 서울중앙지방법원 2018. 4. 27. 선고 2016가합565810 판결, 서울중앙지방법원 2018. 6. 15. 선고 2017가합564456 판결, 특허법원 2018. 11. 1. 선고 2018나1732 판결, 특허법원 2018. 12. 6. 선고 2018나1862 판결 등

보충적 조항이라는 의미는 처음부터 개별 부정경쟁행위 조항이 적용될 수 없는 사안에 적용된다는 의미로 해석되고 있다.⁹⁾ 다만, 일부 판례에서 보여지는 것과 같이 다른 부정경쟁행위 유형으로 보호받지 못하는 보호대상을 추가적으로 보호해주는 것처럼 보이는 사례가 있지만, 이는 다른 부정경쟁행위와는 별개로 성과도용행위에 해당하기 때문에 성과도용행위를 적용한 사례이므로 주의가 필요하다. 그 사례를 보면 다음과 같다.

첫째, 특정 표장이 국내에 널리 알려지지 않아 (가)목, (나)목, (다)목으로 보호될 수는 없지만, 상당한 투자와 노력이 있다면 “성과 등”으로 인정한 경우이다.

① 서울중앙지방법원 2015. 1. 16. 선고 2014가합509007 판결

원고의 대표인 C 변호사가 그동안 각종 신문·잡지에 이혼 등 가족법 관련 칼럼을 수차례 기고하고, SBS의 '모닝와이드' 등 여러 TV프로그램에 출연한 사실, 원고 또는 C 변호사는 2009년부터 2013년까지 광고비로 약 3억 5,000만 원을 지출한 사실은 앞서 본 바와 같고, 앞서 든 증거에 의하면, 이 사건 게시글이 삭제되기 전까지 '다음'과 같은 인터넷 검색사이트에서 'C 변호사'를 입력하면 검색결과에 이 사건 게시글도 검색되고, 이를 클릭하면 피고의 사이트가 링크되어 있는 이 사건 게시글을 볼 수 있는 사실이 인정된다.

따라서 원고 및 C 변호사의 광고와 칼럼 기고 및 방송 출연 등을 통하여 이 사건 표장을 접하게 된 소비자들이 이 사건 표장을 인터넷으로 검색해볼 경우 피고의 사이트가 링크되어 있는 이 사건 게시글이 검색되고, 그 결과 이들에게 피고의 사이트가 노출될 수 있는 광고효과가 발생한다고 할 것인바, 비록 이 사건 표장이 부정경쟁방지법 제2조 제1호 나목 소정의 주지·저명성을 취득하지는 못하였다고 하더라도, 적어도 일정 범위의 소비자들에게 인지도가 형성되었다고 할 것이고, 이는 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과라고 봄이 상당한데, 원고와 경쟁관계에 있는 피고가 이 사건 표장을 사용하여 이 사건 게시물을 작성, 게시함으로써 이 사건 표장의 인지도 등을 이용하는 행위는 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하여 자신의 영업을 위하여 원고의 성과 등을 무단으로 사용함으로써 부당하게 광고효과라는 이익을 얻음과 동시에 원고에게 잠재적 고객 상실이라는 손해를 입게 하는 부정경쟁행위에 해당한다고 할 것이다.

② 서울중앙지방법원 2023. 4. 21. 선고 2021가합555190 판결

앞서 든 증거에 갑 제10, 14, 18호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지에 의하여 인정되는 다음과 같은 사정들, 즉 ① 원고는 이 사건 해외거래처와 사이에 독점판매계약을 체결한 2004. 6.경부터 현재까지 이 사건 등록상표에다가 작은 연 무늬 형상을 겹쳐 용과 같이 표현한 모양을 결합한 이미지(이하 '원고 영업표지'라 한다)를 표시한 방향제를 방글라데시에 수출한 점, ② 이러한 원고 영업표지는 처음 수출할 때부터 현재까지 변경되지 않은 것으로 보이는 점, ③ 피고 D가 원고 영업표지와 동일·유사한

9) 송선미, “부정경쟁방지법 일반조항에 대한 고찰”, 한국저작권위원회, 2021.12., 48면.

별지 제2목록 기재 2번 표지를 표시한 피고들 제품을 방글라데시에 수출하자. 이 사건 해외거래처는 원고 제품과 피고들 제품을 구별하는 방법에 관한 리플렛을 제작한 점. ④ 피고 D는 방글라데시에서 대한민국으로 귀화한 자로서 자신의 여동생이 운영하고 있는 방글라데시의 업체를 통하여 피고들 제품을 유통시켰는바, 현지에서 판매되는 원고 제품 및 제품에 표시된 원고 영업표지를 잘 알았거나 알 수 있었을 것으로 보이는 점 등에 비추어 보면, 이 사건 원고 영업표지는 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당하고, 피고 D의 수출행위는 자신의 영업을 위하여 원고 영업표지를 무단으로 사용함으로써 원고의 경제적 이익을 침해하는 부정경쟁행위에 해당한다고 봄이 타당하다.

③ 서울중앙지방법원 2016. 9. 30. 선고 2015가합510981 판결

2) 앞서 본 증거들과 갑 21 내지 59호증, 갑 68호증의 1 내지 10, 갑 69, 70호증, 갑 72호증의 1, 2, 갑 73호증, 갑 74호증의 1 내지 3, 갑 75, 76호증의 각 기재 내지 영상에 변론 전체의 취지를 종합하면 다음 사실들을 인정할 수 있다.

가) 일본 법인인 테레비쇼핑연구소는 분리된 대두단백질을 주성분으로 한 다이어트 보조식품을 출시하기로 하면서 '먹으면서도 살이 찌지 않는다'는 점을 강조하기 위하여 그 제품명을 '없었던 일로'라는 뜻의 일본어 "'なかつたコトに(나캇타 코토니)'"로 정하였다. 이어서 테레비쇼핑연구소는 2002. 6. 5. 일본에서 위 제품명과 같은 선사용상표인 'なかつたコトに !'에 대한 상표등록 출원을 하여 2003. 2. 28. 상표등록을 마친 다음, 2003년경부터 주로 다수 TV 홈쇼핑 채널을 통해 일본 전역에 선사용상표가 부착된 위 다이어트 보조식품을 광고, 판매하기 시작하였다.

(중략)

3) 위 인정사실에 의하여 알 수 있는 원고들 제품에 사용된 선사용상표의 사용기간, 영업활동 및 매출규모, 홍보활동의 내용등에다가, 원고들 제품의 경우 다이어트나 건강에 관심이 많은 사람이 주요 고객일 수밖에 없어 그 제품의 출처에도 상당히 신경을 쓸 것으로 보이는 점 등을 종합하면, 원고 그라피코가 선사용상표를 원고들 제품에 사용했음으로써 쌓은 신용과 고객흡인력은 원고 그라피코의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등에 해당한다고 봄이 타당하다.

둘째, 특정 기술적 성과가 특허권 등 권리로 등록되지 않았고 영업비밀성 요건을 충족하지 못했지만, 그 기술적 성과를 형성함에 있어 상당한 투자와 노력이 있다면 “성과 등”으로 인정한 경우이다.

① 대구고등법원 2023. 2. 7. 선고 2022나22532 판결

나. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목의 보충성 관련

피고들은, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목은 새로이 등장하는 경제적 가치를 지닌 무형의 성과를 보호하고 입법자가 부정경쟁행위의 모든 행위를 규정하지 못한 점을 보완하여 법원이 새로운 유형의 부

정경쟁행위를 좀 더 명확하게 판단할 수 있도록 함으로써 변화하는 거래관념을 적시에 반영하여 부정경쟁행위를 규율하기 위한 보충적 일반조항이므로(대법원 2020. 6. 25. 선고 2019다282449 판결 등 참조), 특허법 등 지식재산권법이나 부정경쟁방지법 제2조 제1호의 다른 조항으로 이 사건 조성비 자료에 관한 권리를 보호받을 수 있는 이상 위 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목은 원고 회사가 구하는 금지 등 폐기 청구의 근거 법령이 될 수 없다는 취지로 주장한다.

그러나 원고 회사의 이 사건 조성비 자료에 관한 권리가 특허법 등 지식재산권법에 따라 등록 또는 출원된 사실이 없고, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 가목 내지 타목의 규정에 의하여 원고 회사의 위 권리가 보호될 수 있다고 단정할 수도 없으므로(피고들도 부정경쟁방지법 제2조 제1호 각 목 중 어느 조항에 의하여 원고 회사의 위 권리가 보호될 수 있는지 구체적으로 특정하지 않고 있다), 원고 회사가 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목을 근거로 이 사건 금지 등 폐기 청구를 하는 것이 위 (파)목의 보충성에 위배된다고 볼 수 없다. 따라서 피고들의 위 주장은 이유 없다.“

② 대전지방법원 2022. 6. 9. 선고 2021가합100797 판결

위 인정사실, 앞서 든 증거, 갑 4, 5, 6호증, 갑 14 내지 21호증, 갑 26 내지 33, 39, 40호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지를 종합하여 알 수 있는 다음과 같은 사정을 위 법리에 비추어 살펴보면, 이 사건 변압기는 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당하고, 그럼에도 피고가 원고로부터 제공받은 이 사건 변압기와 이 사건 도면 등을 사용하여 이 사건 변압기를 거의 그대로 모방한 변압기를 제조·판매하는 것은 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 피고의 영업을 위하여 원고의 성과를 무단으로 사용함으로써 원고의 경제적 이익을 침해하는 행위로서 (가)목의 부정경쟁행위에 해당한다고 봄이 타당하다.

1) 원고는 1905년에 설립된 이래 1950년경부터 F 철도차량(F)용 변압기를 제조·판매하면서 현재까지 프랑스 국적의 철도차량 제조업체 O, 캐나다 국적의 철도차량 제조업체 P, 프랑스 국유 철도회사, 인도 국영 철도회사, 터키 국영 철도회사 등 세계 각국의 여러 철도차량 제조업체를 대상으로 철도차량용 변압기를 납품하고 있다. 이처럼 원고는 장기간에 걸쳐 쌓아 온 철도차량용 변압기 제작 관련 기술 및 노하우를 보유하고 있는데, 이 사건 변압기는 원고가 이러한 기술력 등을 바탕으로 이 사건 프로젝트에 맞게 맞춤형으로 만들어낸 것으로, 거기에는 원고의 상당한 투자나 노력이 투입되었다고 볼 수 있다.

2) 국토교통과학기술진흥원이 2015년 12월에 발행한 2015 국토교통 R&D 동향조사 철도교통분야(갑 17호증)의 기재에 의하면, 2015년 당시 국내에서 동력집중식 장치 제작기술은 보유하고 있었으나 F 장치 제작기술은 신뢰성 확보가 요구될 정도였던 사실, 국내 변압기 제작사에서는 F 철도차량에 적용되는 주(主)변압기를 개발·제작한 경험이 없어 4350kVA급 외국 제품(프랑스 H(각주4))을 탑재하여 시운전 중이던 사실을 인정할 수 있다. 이에 의하면, F 철도차량에 적용되는 변압기의 제작기술이 2015년 당시 우리나라에서 이미 널리 알려졌거나 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 이른바 공공영역에 속하는 기술이라고 볼 수는 없고, 위와 같은 해당 산업분야의 상황을 고려하면 원고가 이 사건 변압기에

투입한 투자나 노력은 상당한 수준이라고 평가할 수 있다.

③ 서울중앙지방법원 2017. 1. 19. 선고 2015가합579676 판결¹⁰⁾

추상적 기술사상을 실시함에 있어 작성되는 제품의 설계도는 그 추상적 기술사상을 구체화하여 제품에 실현하기 위해 부품의 선택과 배열 등 세부적인 내용을 정하는 과정을 거쳐야 하는 것으로, 설령 설계도에 담긴 추상적 기술사상이 이미 공지된 것이라 하더라도 위와 같은 과정을 거쳐서 완성되는 설계도 자체의 독립된 경제적 가치를 부정할 수는 없는 것이다(대법원 2008. 2. 29. 선고 2007도9477 판결 참조).

갑 제1호증, 을 제9, 10, 31호증의 각 기재와 변론 전체의 취지에 의하면, 원고가 피고들의 위 1)항 주장과 같은 각 등록특허를 보유하고 있는 사실과 위 1)항 주장과 같이 각 특허쟁송에서 각 등록특허에 대한 무효의 판단이 있었던 사실이 인정되나, 한편 갑 제1호증의 2, 제14호증, 을 제7, 9 내지 11, 31의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하면 원고의 위 각 등록특허발명에 관한 등록 또는 공개 공보에 원고의 F-300 모델, E-450 모델의 각 설계 관련 파일의 구체적 내용이 포함되어 있지 아니한 사실을 인정할 수 있으므로, 설령 원고의 각 등록특허발명이 신규성 또는 진보성을 인정할 수 없는 것이어서 그 등록이 무효인 사유가 있다 하더라도 그러한 사정만으로는 위 나.항의 인정을 뒤집고 위 각 설계 관련 파일이 (차)목에 의해 보호되는 '타인의 상당한 투자나 노력에 의하여 만들어진 성과 등'에 해당하지 않는다고 보기 어려우며, 달리 그와 같이 볼 만한 사정이 있음을 인정할 증거가 없다. 피고들의 위 주장은 이유 없다.

③ (1심) 대구지방법원 2022. 4. 21. 선고 2020가합208618 판결

가) 살피건대, 앞서 든 증거들과 갑 6, 18, 19, 20, 21, 22, 23호증, 을 1호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지를 종합하여 인정할 수 있는 다음과 같은 사정에 비추어 보면, 이 사건 기술정보는 원고 회사의 상당한 투자나 노력에 의하여 만들어진 성과라고 보인다.

(중략)

⑦ 이 사건 기술정보가 비록 합리적인 노력에 의하여 비밀로 유지된 영업비밀이라고 보기는 어렵다고 하더라도, 이 사건 기술정보는 원고 회사를 통하지 아니하고는 입수할 수 없는 정보로서 그 경제적 이익이 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 이른바 공공영역에 속한다고 볼 수 없다.

(중략)

나) 나아가 앞서 든 증거들과 갑 2, 4, 5, 8, 24, 25, 26, 29호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지를 종합하여 인정할 수 있는 다음과 같은 사정에 비추어 보면, 피고 B, D, E, 피고 회사가 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 이 사건 조성비 자료 중 순번 1(O), 4(P), 5(Q), 6(K), 8(R)번 자료를 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용한 사실 및 피고 B, C, D, 피고 회사가 이 사건 검사성적

10) (2심) 서울고등법원 2017. 11. 23. 선고 2017나2010051 판결, 3심은 심리불속행기각(대법원 2017다290859).

서를 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용한 사실이 인정된다.

(중략)

⑧ 피고 B, C, D, 피고 회사는 이 사건 검사성적서를 이용하여 이 사건 특허를 등록한 사실은 앞서 본 바와 같다. 비록 이들이 부정경쟁방지및영업비밀보호에관한법률위반(영업비밀누설등) 등에 관하여 형의없음 처분을 받기는 하였으나, 이는 이 사건 검사성적서의 '영업비밀성'이 인정되지 않았기 때문이지 이들이 이를 원고 회사의 동의 없이 무단으로 사용한 사실이 인정되지 않았기 때문이 아니다.

3) 소결론

따라서 피고 B, D, E, 피고 회사가 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 이 사건 조성비 자료 중 순번 1(O), 4(P), 5(Q), 6(K), 8(R)번 자료를 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용하여 별지1 목록 기재 각 제품 중 순번 1, 4, 5, 6, 8번 제품을 제조, 판매하였고, 피고 B, C, D, 피고 회사가 이 사건 검사성적서를 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용하였으며, 그 사용 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 카목의 부정경쟁행위에 해당한다.

④ (2심) 대구고등법원 2023. 2. 7. 선고 2022나22532 판결

가) 이 사건 조성비 자료가 '성과 등'에 해당하는지 여부

위 기초 사실과 앞서 든 증거들, 갑 제6, 14, 18 내지 23, 41호증, 을 제1, 2호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지에 의하여 인정되는 다음과 같은 사정들을 종합하면, 이 사건 조성비 자료는 '원고 회사의 상당한 투자나 노력에 의하여 만들어진 성과'라고 할 것이다.

(중략)

③ 이 사건 조성비 자료가 비록 합리적인 노력에 의하여 비밀로 유지된 영업비밀이라고 보기는 어렵다고 하더라도, 이 사건 조성비 자료는 원고 회사를 통하지 아니하고는 입수할 수 없는 정보로서 그 사용에 따른 경제적 이익이 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 이른바 공공영역에 속한다고 볼 수 없다.

III. “타인”에 대한 판단기준

부정경쟁방지법은 “타인”이라는 용어를 사용하고 있다. 이때 “타인”은 부정경쟁방지법 적용 대상 및 범위를 정함에 있어 중요한 판단기준이 된다. 일반적으로 “타인”은 반드시 경쟁관계에 있는 경쟁자여야 하는 것은 아니라고 해석될 수 있으나, 부정경쟁방지법은 부정경쟁을 방지하기 위한 법이므로, 경쟁자가 아닌 경우에도 적용을 하는 것은 부정경쟁방지법의 취지와 부합하지 않는다고 볼 수 있다.¹¹⁾

11) 부정경쟁방지법은 '타인'이라는 용어를 사용하고 있고 그렇다면 반드시 경쟁관계에 있는 경쟁자여야 하는 것은 아니라고 해석될 수 있다. 반면 부정경쟁방지법은 부정경쟁을 방지하기 위한 법인데, 경쟁자가 아닌 경우에도 파목의 적용이 있다고 하는 것은 부정경쟁방지법의 취지와 부합하지 않는다고 볼 수 있다. 최승재, 부정경쟁방지법상 퍼블

부정경쟁방지법은 부정경쟁행위를 규율하기 위한 것이고 이러한 부정경쟁은 경쟁자 사이에 발생하는 것이 대부분이고, 이 조항에 의해 금지되는 행위는 타인의 성과를 자신의 영업을 위하여 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 것이므로 경쟁 관계가 아닌 성과 등 무단사용행위가 타인의 경제적 이익을 침해할 가능성은 적으며, 이 조항은 대법원 결정의 내용과 문구를 기초로 하여 부정경쟁방지법에 도입된 것으로 위 결정에서 불법행위의 상대방을 경쟁자로 한정하고 있고, “타인”을 사용한 다른 조항들보다 (파)목은 추상적 포괄적으로 규정되어 있는 점, 부정경쟁방지법 (파)목과 유사한 독일의 성과모방 행위 조항이 경쟁자의 지위에 있을 것을 요구하고 있는 점, 위법성의 요건으로 경쟁 질서에 반하는 방법으로 사용할 것을 요구하는 점 등에 비추어 보면 여기에서의 “타인”은 특별한 사정이 없는 한 경쟁자에 한정된다고 보는 것이 타당하다.¹²⁾

대법원도 ‘권리자와 침해자가 경쟁 관계에 있거나 가까운 장래에 경쟁 관계에 놓일 가능성이 있는지’를 고려해야 한다고 판시하고 있어서 “타인”의 범위는 경쟁상대방으로 제한하여 해석하여 부정경쟁방지법 (파)목에서 규정하고 있는 “타인”은 “경쟁 관계”의 존재를 의미한다고 본다.¹³⁾

IV. “성과 등”에 대한 판단

1. “성과 등”의 판단기준

부정경쟁방지법상 (파)목의 “성과 등”은 성과도용의 대상이 되는 것으로, 상당한 투자나 노력에 의해 만들어진 “성과 등”인지 여부는, 권리자가 투입한 투자나 노력의 내용과 정도를 그 성과 등이 속한 산업 분야의 관행이나 실태에 비추어 구체적·개별적으로 판단해야 한다.¹⁴⁾ 부정경쟁방지법 (파)목이 다른 부정경쟁행위 조항의 보충규정인 점을 고려하면 다른 조항의 보호법익에 대한 투자나 노력에 상응하는 정도가 요구될 것이다. “성과 등”을 판단할 때에는 성과물이 갖게 된 명성이나 경제적 가치, 결과물에 화체된 고객 흡인력, 해당 사업 분야에서 결과물이 차지하는 비중과 경쟁력 등을 종합적으로 고려해야 한다.¹⁵⁾

실무에서 법원은 성과의 증명과 관련하여 경제적, 재무적인 투자 등과 같은 객관적인

리시터권 보호조항에 대한 연구, 특허청, 2022.3., 116면.

12) 이규홍, “부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목(변경 후 카목)에 대한 연구”, 정보법학 제22권 제2호, 2018, 84면.

13) 대법원 2020. 3. 26. 선고 2016다276467판결.

14) 대법원 2020. 3. 26. 선고 2016다276467판결.

15) 대법원 2020. 7. 9. 선고 2017다217849판결.

근거에 의하여 판단하려고 하는 경향을 보이는 것으로 보인다. 대법원은 성과의 의미에 대해서 골프존판결¹⁶⁾, BTS판결¹⁷⁾ 등에서 부정경쟁방지법 (파)목은 그 보호 대상인 “성과 등”의 유형에 제한을 두고 있지 않으므로 유형물 뿐만 아니라 무형물도 이에 포함되고, 종래 지식재산권법에 따라 보호받기 어려웠던 새로운 형태의 결과물도 포함될 수 있다고 판단하고 있다.¹⁸⁾

2. “성과 등”의 유형

성과도용행위에 있어 “성과 등”이라 하면, “상당한 투자나 노력”이 동반되어야 한다. 즉, “성과 등”으로 보호받기 위해서는 금전적 비용, 시간, 인력 등의 투입이 이루어져야 하는데, 이때 투입된 자원이 많을수록 “상당한” 투자나 노력으로 인정되는 경향이 있다. 이외에도 “성과 등”으로 인정되기 위해서는 단순히 우연히 얻어지거나 일반적인 사업 활동의 결과물이 아닌, 특정한 목적을 가지고 의도적으로 투입된 노력이 존재할 것이 요구되었다. 예를 들어, 시장에서 자연스럽게 형성되거나, 다른 사람들도 쉽게 얻을 수 있는 정보나 결과물은 “성과 등”으로 인정되지 않았으며,¹⁹⁾ 특정 경쟁 우위를 확보하거나 고객을 유인하기 위한 명확한 의도를 가지고 만들어진 것이어야 “성과 등”으로 인정하는 경향을 보였다.

또한, 보호받는 “성과 등”은 단순히 존재하는 것이 아니라, 경쟁 환경에서 특별한 가치 즉, 창작성·차별성·경제적 가치를 지니고 있을 것을 요구하였다. 창작성·차별성·경제적 가치의 기준은 다음과 같다.

첫째, 동종 업계에서 쉽게 모방하거나 접근하기 어려운 수준이어야 한다. 이는 다른 경쟁자들이 별다른 노력 없이 쉽게 따라 하거나 얻을 수 있다면 “성과 등”으로 인정하지 않는 경향을 보였다.

16) 대법원 2020. 3. 26. 선고 2016다276467판결.

17) 대법원 2020. 3. 26. 선고 2019마6525결정.

18) 최승재, 부정경쟁방지법상 퍼블리시티권 보호조항에 대한 연구, 특허청, 2022.3., 117~118면.

19) (부산지방법원 2017. 12. 13. 선고 2017가합44080 판결) ① 이 사건 경영상 영업 정보는 원고가 영업을 하면서 자연스럽게 축적되는 정보를 검색 및 활용의 편의를 위해 정리한 것에 불과한 점, ② 원고가 경쟁업체와 달리 특별한 거래처를 가지고 있는 것으로 보기도 어렵고, 원고가 기존에 거래하던 거래처들과 독점적으로 거래할 지위를 누린다고 볼 수도 없는 점, ③ 원고가 거래처에 납품하는 판매단가는 경쟁업체에게 어느 정도는 노출될 수 밖에 없는 정보인 점 등을 종합하여 보면, 앞서 인정한 일부 사실들 만으로는 이 사건 경영상 영업 정보가 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과라고 보기 어렵고, 달리 이를 인정할 증거가 없다; (창원지방법원 2018. 5. 24. 선고 2017가합50853 판결) 이 사건 정보는 원고가 이 사건 학원을 운영함에 따라 자연스럽게 얻게 된 정보인 사실을 인정할 수 있는바, 원고가 이 사건 정보를 얻기 위한 목적으로 상당한 투자나 노력을 하였다고 볼 수는 없으므로 이 사건 정보를 '그 밖에 타인의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등'에 해당한다고 볼 수 없다; (서울고등법원 2023. 10. 12. 선고 2023나2004224 판결) 대부분 동종업계에 종사하는 사람들이 종래부터 알려져 왔던 메뉴나 인테리어 등으로부터 자연스럽게 알 수 있는 사항이거나 상당한 투자나 노력을 들이지 않고도 특별한 어려움 없이 채택·변형할 수 있는 사항으로 보인다.

둘째, 고객 흡인력 또는 시장성이 있어야 한다. 해당 “성과 등”이 소비자들에게 매력적으로 다가가거나, 시장에서 경쟁 우위를 확보하는 데 기여하여야 “성과 등”으로 인정하는 경향을 보였다.

셋째, 일반적인 사업 관행과 구별되는 독창성이 있어야 한다. 이는 흔히 볼 수 있는 사업 방식이나 아이디어가 아니라, 해당 분야에서 새롭게나 특별하다고 인정될 만한 차별성이 있는 경우 “성과 등”으로 인정하는 경향을 보였다.

넷째, 단순한 아이디어가 아닌 구체적인 구현이나 표현이 있어야 한다. 이는 추상적인 아이디어 수준이 아닌, 실제 제품, 서비스, 디자인, 영업 방식 등으로 구체화되거나 표현되어야 “성과 등”으로 인정하는 경향을 보였다.

표 32 성과 유형 및 인정 사례

분류	성과 유형	인정 사례
기술정보 및 설계도면	- 설계도면 및 기술 사양서 - 페인트, 비료, 농약 등의 배합비율 - 인증서와 인증서 사용권	- 상당한 R&D 투자가 입증된 전문 장비의 상세 설계도면 - R&D 과정에서 축적된 실험정보 - 배지(培地) 구성 및 조성비, 검사성적서 등 생물농약 기술정보 - 신뢰성 있는 기관에서 발행되는 인증서 및 이에 대한 사용권 - 기술적 진보성은 없을지라도 해당 시장에서 성과를 입증한 제품
사업정보	- 상세한 비공개 정보가 포함된 고객 정보 - 시장조사 및 사업 정보 집합체 - 제품 매뉴얼 - 내부 전략문서	- 특정한 목적 하에 상당한 투자 또는 노력으로 형성한 정보의 집합체 및 분석 결과 - 문장형식, 사용법(이미지), 설명의 배열 방식 등에서 창작성이 인정된 설명자료(매뉴얼) - 단순 실적자료가 아닌 지사별 실적·홍보 채널 분석·경비 내역, 수수료 제도 배경 및 내용 등 내부 전략문서

분류	성과 유형	인정 사례
브랜드 이미지 및 사업 컨셉	• 복합적 요소가 결합된 종합적 사업 이미지(제품) • 시장에서 성공이 입증된 독창적 사업 컨셉 • 인지도를 형성하는 과정에 있는 영업표지	• 독특한 인테리어, 메뉴 구성(레시피, 세트메뉴, 상차림), 마케팅 전략(포장박스, 포장방식)을 결합한 프랜차이즈 컨셉 • 현저한 차별성이 있는 자동 판매기(관광지 내의 한옥지붕 모양의 운세지 자동판매기) • 단순 아이디어 구현 수준을 넘어, 독특한 구성으로 고객흡인력을 발생시키는 골프장 코스, 온라인 쇼핑물, 포장 디자인 등의 구성 • 주지성을 확보하기 위한 상당한 홍보비, 인지도 형성 행위가 있는 영업표지(브랜드 이미지) • 국내에서 활용되지 않으나 해외 현지에서 상당한 인지도를 형성한 수출용 영업표지 • 제품을 판매하기 위해 구축한 편의시설(냉장고, 가글디스펜서 등)
창작성 있는 콘텐츠	• 교육 프로그램 및 교재 • 제품 사진 및 홍보 콘텐츠 • 디지털 콘텐츠 • 상업적 가치가 확립된 캐릭터 이미지	• 강의안, 월간·연간계획 등으로 이루어진 종합적인 교육 프로그램 • 온라인 쇼핑물에 사용된 다수의 제품 사진들 및 설명 페이지 • 독창적 표현형식, 시스템을 갖춘 시리즈 게임의 종합적인 이미지 • 상당한 노력, 비용, 시간을 들여 수집·가공한 리뷰 데이터 • 애니메이션 및 등장 캐릭터의 종합적인 이미지(예, 캐릭터가 입은 드레스와 유사한 스타일의 드레스)

1) 기술정보 및 설계도면

(1) 설계도면 및 기술 사양서

① 서울중앙지방법원 2017. 1. 19. 선고 2015가합579676 판결²⁰⁾

1) 위 1.항의 인정사실²¹⁾을 위 가.항의 법리에 비추어 보면, 피고 C과 H에 의하여 무단 반출된 원고의 F-300 모델 및 E-450 모델에 관한 각 설계 관련 파일은 원고의 상

20) (2심) 서울고등법원 2017. 11. 23. 선고 2017나2010051 판결, 3심은 심리불속행기각(대법원 2017다290859).

21) (인정사실) 원고는 가요성 인쇄회로기판 테스트 장치(이하 '검사기'라 한다)의 설계 및 제작을 주된 사업으로 하고 있는 회사로, 2002년경부터 현재까지 약 100억 원의 비용을 투입하여 스크류 체결기, E-450 모델, F-300 모델을 포함한 검사기를 설계하여 제조, 판매하여 왔고, 검사기를 포함하여 연 96억 원 상당의 매출을 올리고 있다.

당한 투자나 노력에 의하여 만들어진 성과물이라고 볼 수 있고, 피고 C이 이와 같이 스스로 무단 반출하거나 H으로부터 취득한 위 각 설계 관련 파일을 무단 이용하여 피고 회사를 통하여 D-5055F 모델, D-3050F 모델, D-2030H 모델을 제조, 판매 또는 대여한 것은 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 원고의 경제적 이익을 침해하는 행위라고 할 수 있다.

② 서울중앙지방법원 2019. 9. 26. 선고 2017가합583716, 2016가합570379 판결
앞서 인정한 사정²²⁾을 종합하면, 이 사건 원고 도면은 원고의 상당한 투자나 노력에 의하여 만들어진 성과물이라고 볼 수 있다.

③ 서울중앙지방법원 2019. 8. 23. 선고 2017가합528313 판결
앞서 본 인정 사실에 앞서 든 증거들과 갑 제17, 19 내지 22 호증 및 을 제4 내지 9, 18, 19호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하여 알 수 있는 아래와 같은 사실들을 위 법리에 비추어 보면, 이 사건 각 기술정보 및 경영정보는 원고의 상당한 투자나 노력에 의하여 만들어진 성과물이라고 볼 수 있다.

원고는 1993년경부터 자신의 자동포장기 기본모델이라 할 수 있는 이 사건 제1 원고 제품 개발을 시작하였고, 이를 안정적으로 생산하는데 까지 약 5년 정도의 시간이 소요된 것으로 보이며, 그 이후에도 계속된 연구·개발을 통해 후속모델로 이 사건 제3, 7, 8 원고 제품 등 고객들의 요구에 맞는 다양한 제품을 제작·생산한 것으로 보이고, 이러한 과정에서 작성된 자동포장기 등 제품들에 대한 제조 및 전기도면에는 원고의 축적된 노하우가 상당부분 기재되었을 것으로 보인다.

이 사건 각 원고 제품에 대한 개별적인 제조도면들을 살펴보면, 이 사건 각 원고 제품은 수십 개의 장치들의 결합으로 구성되어 있고, 개별 장치들은 또 다시 수십 개의 부품으로 구성되어 있음을 확인할 수 있으며, 자동포장기는 소비자가 원하는 방식에 따라 주

22) (인정사실) 가. 별지 도면파일 일람표 기재 파일들(이하 '이 사건 원고 도면'이라 한다)은 원고가 운영하는 'D'이 생산하는 건조기 및 분쇄기 제품의 설계도면이다. 이는 원고가 수년간 상당한 비용을 들여 연구·개발·제작한 결과물이자 아래와 같이 불특정 다수의 사람들에게 공개되지 아니한 원고의 영업상 주요 자산에 해당한다.

1) 'D'에서 이 사건 원고 도면을 사용하여 제조하던 원적외선건조기, 나노분쇄기의 기본적인 작동원리나 구성 자체는 어느 정도 알려져 있었다고 볼 여지도 있으나, 위 도면 파일들에는 위 기계들을 구성하는 구성 개개부품의 종류·재질·규격·표면거칠기, 가공·조립·배치방법, 공차(얼마나 정밀하게 가공하여야 하는지의 정도), 파워설정 등의 세부 정보들이 포함되어 있는데, 이러한 세부정보들은, 그 자체 및 그 조합에 따라 해당 기계의 내구성·안정성 및 결과물의 품질이 크게 좌우되게 되므로 그 세부사항 하나하나가 기계의 작동원리나 구성과는 별개로 독립적인 기술적인 가치를 가지고 있다. 그리고 이러한 세부정보들은, 관련 선행특허들이나 관련 논문들 또는 기존 출시된 관련 기계들만을 통해서만 알아내기 어렵고, 위 기계들에서 실현할 구체적 기능 구현을 위해 상당기간 상당한 연구와 시행착오를 거쳐야만 비로소 알아낼 수 있는 정보들이다.

2) 위 기계들에 사용되는 부품들의 종류와 사양이 'D'의 홈페이지에 일부 공개되어 있기는 하나, 위 도면파일들에 포함되어 있는 공개되어 있지 아니한 다른 세부정보들 없이 위 공개정보만으로는 위 기계들의 기능을 구현할 수 있는 동종기계들을 제작해 낼 수 없다.

문·제작되는 시스템이라 동일한 모델의 것이라 하더라도 각 소비자에게 납품하는 제품들은 조금씩 다른 내용으로 구성되어 있는바, 원고가 직접 이와 같이 세부적인 제조도면들을 작성하는 데에는 많은 노력과 비용이 투입되었을 것으로 보인다.

(중략)

원고가 이 사건 각 원고 제품을 포함한 다양한 모델의 자동포장기, 자동계량기 등 제품들을 개발하고 수정, 보완하는데, 1993년부터 2012년경까지 20여 년간 많은 연구개발비를 투입한 것으로 보인다.

(중략)

피고들은 원고가 일본 회사들이 제작한 자동포장기를 토대로 이 사건 각 기술정보를 작성하였으므로, 이 사건 각 기술정보는 일본 회사들의 성과이지 원고의 성과가 아니라고 주장하고, 원고가 이 사건 제1 원고 제품을 개발하면서 일본 회사들의 자동포장기를 참고한 것은 사실이다. 그러나 ㉠ 원고가 일본 회사들이 제작한 자동포장기를 역설계하는 과정에서 자신만의 역량으로 자동포장기를 제작하기 위해 구체적인 제조도면을 새로이 작성하는 데 상당한 노력과 비용을 들였을 것으로 보이는 점에 관하여 피고들은 원고의 제품 카탈로그(을 제2호증의 1)에 '원고가 1994. 5. 계량기 제작업 등록 후 1994. 7. 이 사건 제1 원고 제품 개발'하였다고 기재되어 있어 원고가 일본 회사들이 제작한 자동포장기를 역설계하는 데 2개월의 시간 밖에 걸리지 않았다고 주장하나, 원고가 계량기 제작업을 등록한 시점부터 일본 회사들이 제작한 자동포장기를 역설계하기 시작하였다고 보기 어렵고 오히려 그 이전부터 역설계를 시작하여 계량기 제작업을 등록한 시점에 역설계가 거의 완성되었다고 보는 것이 자연스러운 점에 비추어 피고들의 위 주장은 이유 없다, ㉡ 이 사건 각 기술정보는 일본 회사들의 자동포장기를 역설계하여 1994년경 작성된 최초의 제조 및 전기도면이 아니라 그때부터 피고 C, D 및 E가 이 사건 각 기술정보를 반출해 나갈 때까지 약 8 ~ 10년의 기간 동안 원고의 연구·개발을 통하여 계속하여 수정, 보완이 이루어진 제조 및 전기도면인 점, ㉢ 피고들이 제출한 일본 회사들의 자동포장기 자료 및 전제도면(을 제2호증의 7, 8)을 통해 자동포장기에 대한 전체적인 구조나 작동방식 등에 대한 아이디어를 얻을 수는 있으나, 이는 홍보자료에 불과하여 이 자료만으로 실제 자동포장기를 제작할 수는 없고, 실제 자동포장기를 제작하기 위해서는 새로운 세부적인 도면을 작성해야 하는 점 등에 비추어 보면 피고들의 위 주장을 받아들이기 어렵다.

④ 대전고등법원 (청주) 2021. 12. 1. 선고 2018나2289 판결

가) 원고는 2000년경부터 기존에 범용으로 사용하던 구동장치가 아니라 리프터 전용 구동장치의 개발을 위하여 상당한 투자와 노력을 기울여 왔고, 2012. 12. 14. E과 사이

에 구동장치 개발 및 공급제약을 체결한 후 2013. 7.경 기존 구동장치와는 사양과 성능, 내·외관의 구조가 다른 이 사건 구동장치를 독자적으로 개발함으로써 이 사건 구동장치 도면 등의 성과가 원고에게 배타적으로 귀속하게 되었다.

⑤ 대전지방법원 2022. 6. 9. 선고 2021가합100797 판결

1) 원고는 1905년에 설립된 이래 1950년경부터 F 철도차량(F)용 변압기를 제조·판매하면서 현재까지 프랑스 국적의 철도차량 제조업체 O, 캐나다 국적의 철도차량 제조업체 P, 프랑스 국유 철도회사, 인도 국영 철도회사, 터키 국영 철도회사 등 세계 각국의 여러 철도차량 제조업체를 대상으로 철도차량용 변압기를 납품하고 있다. 이처럼 원고는 장기간에 걸쳐 쌓아 온 철도차량용 변압기 제작 관련 기술 및 노하우를 보유하고 있는 데, 이 사건 변압기는 원고가 이러한 기술력 등을 바탕으로 이 사건 프로젝트에 맞게 맞춤형으로 만들어낸 것으로, 거기에는 원고의 상당한 투자나 노력이 투입되었다고 볼 수 있다.

2) 국토교통과학기술진흥원이 2015년 12월에 발행한 2015 국토교통 R&D 동향조사 철도교통분야(갑 17호증)의 기재에 의하면, 2015년 당시 국내에서 동력집중식 장치 제작기술은 보유하고 있었으나 F 장치 제작기술은 신뢰성 확보가 요구될 정도였던 사실, 국내 변압기 제작사에서는 F 철도차량에 적용되는 주(主)변압기를 개발·제작한 경험이 없어 4350kVA급 외국 제품(프랑스 H)을 탑재하여 시운전 중이던 사실을 인정할 수 있다. 이에 의하면, F 철도차량에 적용되는 변압기의 제작기술이 2015년 당시 우리나라에서 이미 널리 알려졌거나 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 이른바 공공영역에 속하는 기술이라고 볼 수는 없고, 위와 같은 해당 산업분야의 상황을 고려하면 원고가 이 사건 변압기에 투입한 투자나 노력은 상당한 수준이라고 평가할 수 있다.²³⁾

⑥ 서울중앙지방법원 2023. 11. 3. 선고 2021가합592250 판결

앞서 든 증거, 갑 제7, 8, 41호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지에 의하여 인정되는 다음과 같은 사실 내지 사정들을 종합하면, 이 사건 기기 및 그 전용품²⁴⁾인 이 사건 지관은 원고 A의 상당한 투자와 노력으로 만들어진 성과에 해당한다고 볼 수 있다.

원고 A의 연구개발본부 인원 100여명과 제조·품질본부 인원 100여명이 2000년경부터 이 사건 기기의 연구·개발을 위해 상시 근무하고 있다.

23) 2심(대전고등법원 2024. 1. 24. 선고 2022나13337 판결)에서, “원고가 이 사건 변압기의 기술적 특징이라고 주장하는 권선의 수평배치, 진동 및 소음 저감용 스프링의 사용, 권선의 냉각 방식, 누설 자속 차폐 장치, 권선의 꼬임 설계, 내부 연결선 구조 등은 이미 특허가 출원된 공지의 기술이거나 널리 알려진 기술이기는 하다. 그러나 원고는 기존에 가지고 있던 변압기 설계 등의 노하우를 활용하여 위와 같은 기술들을 조합하여 성능을 갖춘 동력분산식 철도차량에 탑재할 이 사건 변압기를 설계하고 제작하였다. 따라서 이 사건 변압기는 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당한다고 봄이 상당하다.”라는 판시 내용을 추가함

24) 약국의 전산시스템과 연동하여 자동으로 알약을 분류·분배·포장하는 기기인 의약품 자동조제기 및 롤지.

원고 A은 아래와 같이 2000년부터 2020년까지 이 사건 기기의 연구·개발비 등으로 160억 원 이상을 지출하였다.

(중략)

이러한 원고 A의 투자와 노력의 결과로 이 사건 기기는 10,000대 이상 판매되는 등 높은 시장점유율을 달성하였고, 해당 업계 1위의 지위를 유지하고 있다.

⑦ 대전고등법원 2023. 3. 28.자 2022라242 결정

채권자의 설립자인 신청의 I, J, K은 벼 수매 및 미곡종합처리장 업무를 하던 중 **톤백**의 문제점을 해결할 제품을 개발하기 시작하여 2018년 초경 이 사건 제품을 개발하였다. 이 사건 제품은 기존의 벼 수송·보관용기인 **톤백**과 구별되는 형태상의 특징이 있고, **톤백**에 비하여 작업효율 향상 및 비용 절감의 효과가 있다. 이에 따라 이 사건 제품은 **톤백** 대체상품으로서 “L”이라는 명칭(이 사건 명칭)이 이 사건 제품의 이름으로 2018년 경 200대(매출액 약 1억 4천만 원), 2019년경 720대(매출액 약 8,300만 원), 2020년 5,728대(매출액 약 31억 9,000만 원), 2021년 6,831대(매출액 약 43억 원)가 각 M조합에 판매되었고, 이 사건 제품이 출시된 이후 이 사건 제품의 형태와 유사한 형태를 가진 제품들이 **톤백** 대체상품으로 출시되었다. 따라서 이 사건 제품은 채권자의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등에 해당한다고 볼 여지가 크고, 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 공공영역(public domain)에 속하는 것으로 평가하기는 어렵다.

⑧ 서울중앙지방법원 2019. 10. 8.자 2019카합20364 결정

채권자가 2007년경부터 지속적으로 조인트(배관용 스테인리스 파이프의 연결 부분을 압착하는 물품)를 연구·개발한 결과 2017년경 기존의 연구성과를 종합하여 채권자 물품을 개발하기에 이른 점, 기존에 국내에 유통되고 있던 조인트들과 비교해 볼 때 채권자 물품은 디자인적·구조적·기능적 측면에서 뚜렷한 차별성을 가지는 점 등을 고려할 때, 채권자 물품은 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (카)목이 규정하는 “타인의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과”에 해당한다고 봄이 타당하다.

⑨ 서울중앙지방법원 2019. 8. 30.자 2018카합21819 결정

기록에 의하면, PD-Mixer는 이와 관련된 특허기간이 만료되어 다수의 업체가 그 원리를 이용하여 동종의 설비를 제작·판매하고 있다고 하더라도, 표준화된 설비가 아니라 주문자의 요구조건에 따라 제작되는 개별적인 PD-Mixer는 주문자의 요구조건을 비롯하여 용량, 재료, 점도, 혼합조건, 각종 간섭 영향인자 등 여러 가지 변수와 이를 해결하기 위한 개발자 또는 설계자의 개성에 따라 구체적인 설계방법이 달라질 수밖에 없고, 특히

채권자 설계도는 PD-Mixer 종류 중 1,300L 대용량 설비에 관한 것으로 소수의 업체만이 이를 자체 제작하고 있고, 이를 위하여 상당한 기간 동안의 연구·개발과 시행착오를 거친 오류수정 등을 통한 노하우의 축적이 필요한 점이 소명된다.

(중략)

위 인정사실에 비추어 보면, 채권자 설계도는 구 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목에서 정한 채권자의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 '성과'에 해당하고, 채무자가 채권자 설계도에 의거하여 채무자의 기계설비 중 Twist blade 부분을 제작·판매하려는 것은 '공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용'한 것에 해당하나, 채무자의 기계설비 중 나머지 부분은 채권자의 설계도를 사용하여 제작된 것이 아니므로, 채권자의 이 부분 주장은 Twist blade 부분에 한하여 이유 있다.

(2) 페인트, 비료, 농약 등의 배합비율

① 대구고등법원 2023. 2. 7. 선고 2022나22532 판결

위 기초 사실과 앞서 든 증거들, 갑 제6, 14, 18 내지 23, 41호증, 을 제1, 2호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지에 의하여 인정되는 다음과 같은 사정들을 종합하면, 이 사건 조성비 자료는 '원고 회사의 상당한 투자나 노력에 의하여 만들어진 성과'라고 할 것이다.

원고 회사는 생물농약을 제조, 판매하는 회사로서 2008년경 설립된 이후 현재까지 G 등 생물농약의 연구개발에 상당한 비용을 투자하여 여러 생물농약 제품을 개발하였고, 그 과정에서 이 사건 조성비 자료와 같은 생물농약 개발 정보를 축적하였다. 원고 회사에는 생물농약 제조를 연구하는 연구소가 별도로 설치되어 있는데, 원고 회사는 연구성과를 인정받아 'Z'이라는 국책과제를 수행하기도 하였다.

(중략)

이 사건 조성비 자료가 비록 합리적인 노력에 의하여 비밀로 유지된 영업비밀이라고 보기는 어렵다고 하더라도, 이 사건 조성비 자료는 원고 회사를 통하지 아니하고는 입수할 수 없는 정보로서 그 사용에 따른 경제적 이익이 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 이른바 공공영역에 속한다고 볼 수 없다.

② 서울중앙지방법원 2023. 9. 8. 선고 2021가합514892 판결

1) 먼저 이 사건 파일에 관하여 보건대, 앞서 든 증거에 갑 제6, 9, 20, 34, 36호증

의 각 기재 및 변론 전체의 취지에 의하여 인정되는 다음과 같은 사정들에 비추어 보면, 이 사건 파일은 원고의 상당한 노력과 투자에 의한 성과에 해당한다고 봄이 타당하다.

가) 이 사건 파일에는 원고 제품들의 전체 구성성분과 성분별 품목명, 배합비율, 함유량이 구체적으로 기재되어 있는데, 원고는 원고 제품들을 친환경 제품으로 만들기 위하여 원료물질 구성과 배합비율에 관한 정보를 연구개발함에 있어서 상당한 시간, 노력 및 비용이 필요하였을 것으로 보인다.

나) 원고는 이러한 제조배합비 정보가 적용된 원고 제품들을 판매하여 2017년에 893,860,759원의 매출액과 273,555,015원의 영업이익을 달성하였는바, 위 정보의 사용을 통해 경쟁상 이익을 얻을 수 있었다고 보인다.

(3) 인증서와 인증서 사용권

① 서울남부지방법원 2019. 5. 28.자 2019카합20129 결정

이 사건 인증서를 취득하기까지 많은 비용이 지출되었다. 신청인은 2017. 12. 19. 중국 회사에 이 사건 인증을 위한 비용으로 미화 15,150달러를 송금하였다. 신청인이 인증에 소요되는 비용 중 50%를 부담하기로 하였으므로 총 비용은 미화 30,000달러를 초과하는 것으로 보인다. 중국 회사는 이 사건 인증을 위하여 많은 연구·개발과 시험과정을 거쳤을 것으로 보이고 신청인도 중국 회사가 이 사건 인증을 받는 업무를 지원하기 위하여 소속 직원을 미국에 파견하였다. 즉, 신청인과 중국 회사는 이 사건 인증서 사용권을 취득하기 위하여 상당한 투자와 노력을 하였다.

2) 사업정보

(1) 상세한 비공개 정보가 포함된 고객 정보

① 울산지방법원 2018. 6. 21. 선고 2017가합22540 판결²⁵⁾

앞서 든 증거와 변론 전체의 취지를 종합하여 알 수 있는 다음과 같은 사정에 비추어 보면, 이 사건 정보는 부정경쟁방지법 제2조 제1항 차. 목에서 정한 '상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등'(이하 '영업상 주요한 자산'이라 한다)에 해당하고, 피고 B 등

25) (동일사건) 울산지방법원 2018. 12. 13. 선고 2017가합25648 판결.

이 사건 정보를 원고로부터 빼돌린 다음 이 사건 지회의 영업자료로 사용하면서 원고 소속 회원들 중 상당수를 탈퇴시키고 그 탈퇴 회원들 중 일부를 이 사건 지회의 회원으로 가입시키는 등의 행위를 한 것은 부정경쟁방지법 제2조 제1항 차. 목에서 정한 '부정경쟁행위'에 해당하므로, 피고 B 등은 원고에 대하여 부정경쟁방지법 제5조에 따른 손해배상책임을 부담한다고 봄이 타당하다.

이 사건 정보 중에는 원고의 회원 업소들의 상호, 대표자, 업소 소재지, 업소 전화번호뿐만 아니라 사업주의 주민등록번호, 주소, 휴대전화 번호, 신용카드 및 현금 매출액, 부가가치세 등 납세 관련 정보, 업태 현황, 회원가입 일시, 월 회비 내역, 업소 면적 등 회원 상세정보까지 포함되어 있고, 이러한 정보들은 일반에 공개되거나 쉽게 취득할 수 있는 자료가 아니다.

관할 관청으로부터 일반음식점 위생교육을 위탁받아 수행하는 경우에는 관할 관청에서 위생교육 대상자 명단을 받을 수 있다고 하더라도, 그 명단 확보의 기회가 제한적일 뿐 아니라 여기에는 상호, 대표자, 업소 소재지, 연락처 등 제한적인 정보만 기재되어 있고 그 밖에 사업주의 개인정보나 매출액, 회원 상세정보 등은 포함되어 있지 않다. 또한, 회원의 현황에 관한 위와 같은 방대한 자료를 효율적으로 파악할 수 있도록 수집·정리하기 위해서는 상당한 시간, 노력과 비용이 필요하였을 것으로 보인다. 결국 이 사건 정보는 영업활동에 활용함으로써 경쟁상의 이익을 얻을 수 있는 독립된 경제적 가치가 있는 핵심적인 정보에 해당한다고 봄이 타당하다.

(2) 시장조사 및 사업 정보 집합체

② 서울고등법원 2016. 11. 24. 선고 2015나2049789 판결²⁶⁾

먼저 이 사건 예측조사 결과가 원고들의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당하는지에 관하여 살피건대, 앞서 본 전제사실에서 알 수 있는 다음과 같은 사정들, 즉 ① 원고들이 이 사건 예측조사 결과를 얻기 위하여 3개 조사기관과 사이에 이 사건 용역계약을 체결하고 2,400,000,000원(부가가치세 별도) 상당의 거액의 비용을 지출한 점, ② 원고들과 이 사건 용역계약을 체결한 3개 조사기관은 이 사건 예측조사 결과를 얻기 위하여 41,000명에 대한 전화조사 및 648개 투표소에 대한 출구조사를 수행한 점, ③ 원고들은 이 사건 예측조사 결과가 제3자에게 유출되지 않도록 사전에 이 사건 비밀유지약정을 체결하는 등 이 사건 예측조사 결과의 비밀유지를 위해 노력한 것으로

26) (1심) 서울중앙지방법원 2015. 8. 21. 선고 2014가합43866 판결, (3심) 대법원 2017. 6. 15. 선고 2017다 200139 판결.

보이는 점 등에 비추어 보면, 이 사건 예측조사 결과는 원고들의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당한다고 봄이 타당하다.

② 서울중앙지방법원 2019. 8. 23. 선고 2017가합528313 판결

이 사건 각 경영정보는 원고의 각 거래처별 견적서 및 계약 관련자료, 납품실적표, 자재구매원가 리스트 등으로 단순히 인터넷 검색만으로 알 수 있는 정보가 아니라 원고가 상당한 노력과 비용을 투자하여 수년간의 영업활동 결과를 정리한 자료로서 수요처가 한 정적인 자동제량포장기 제조 및 판매 업계에서 이와 같은 정보는 영업에 있어 매우 유용한 자료로 쓰일 것으로 보인다.

③ 의정부지방법원 고양지원 2016. 10. 13.자 2016카합5148 결정

이 사건 기록과 심문 전체의 취지에 의하면, 이 사건 회사 소속 TM들이 구축한 정보를 바탕으로 가맹점 데이터베이스가 작성된 사실이 소명되고, 여기에 이 사건 회사가 가맹점 모집, 관리에서 수익을 창출해온 점에 비추어 보면, 이 사건 회사가 보유한 가맹점 데이터베이스는 '이 사건 회사의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과'라고 볼 것이다.

(3) 제품 매뉴얼

① 서울고등법원 2019. 9. 26. 선고 2017나2034378 판결

피고는 별지3 피고 설명자료에서 별지4 원고 설명자료(갑 제16호증) 1면, 2면 중 '전자극기의 위치 설정' 부분, 4 내지 6면을 거의 그대로 사용하였다[별지3 피고 설명자료 4면 '2) 시간설정' 이하 부분부터 8면까지는 원고 설명자료와 유사하지 않으므로 이 부분은 제외한다]. 위 원고 설명자료는 원고 의료기기의 사용방법을 설명하는 일종의 기능적 저작물로서 일반적으로 통용되는 단어나 문구 등을 사용하여 달리 표현하는 것이 불가능한 부분도 포함하고 있지만, 많은 문장(그 문장의 길이가 꽤 긴 것도 포함되어 있다)과 사용법을 설명한 그림 등으로 이루어져 있어 그 창작성이 인정되는 부분도 포함되어 있다. 피고는 이와 다른 표현의 문장 등을 사용하여 같은 내용을 설명하는 것도 얼마든지 가능하다고 보임에도 원고 설명자료를 거의 그대로 사용하였다. 따라서 피고가 피고 설명자료에서 원고 설명자료를 거의 그대로 무단 사용한 것은 원고 A가 상당한 투자와 노력으로 만든 성과물을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 원고 A의 경제적 이익을 침해한 행위로서 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목을 위반한 행위에 해당한다.

② 의정부지방법원 고양지원 2023. 10. 18. 선고 2022가단108247 판결

갑 제10호증의 1, 2, 을 제8호증의 각 기재, 변론 전체의 취지를 종합하여 인정할 수 있는 다음과 같은 사정, 갑 제10호증의 1은 G에 관하여 원고가 제작한 제품설명자료인데, 원고는 F로부터 영문으로 된 설명자료를 받아 이를 번역한 후 여기에 사진·그림과 추가 설명 문구를 기재하여 위 제품설명자료를 만든 점, 갑 제10호증의 2는 G에 관하여 피고 B가 제작한 제품설명자료인데, 갑 제10호증의 1과 비교해 볼 때 사용된 사진·그림이 다르고 일부 내용이 빠져있거나 추가되어 있기는 하나 그 구성이 매우 유사하고 특히 제품에 관한 설명 부분은 그 주된 내용뿐만 아니라 문장·문구 자체가 원고의 제품설명자료와 정확히 일치하는 점, 피고 B는 F로부터 설명자료를 넘겨받거나 인터넷으로 확인하고 이를 번역하여 설명자료를 만든 것이라고 주장하나, 위에서 본 바와 같이 원고와 피고 B의 설명자료에 기재된 문장·문구 자체가 정확히 일치하고, F의 설명자료 외에 원고가 추가로 기재한 문장·문구도 피고 B의 설명자료에 그대로 기재되어 있으며, 심지어는 원고 설명자료의 잘못된 띄어쓰기도 피고 B의 설명자료에 그대로 나타나 있는 점(예를 들어 갑 제10호증의 1 제4쪽의 '원료로 부터'와 갑 제10호증의 2 제7쪽의 '원료로 부터', 갑 제10호증의 1 제5쪽의 '건강한관절'과 갑 제10호증의 2 제9쪽의 '건강한관절') 등을 고려해 볼 때 피고 B의 위 주장은 믿기 어려운 점 등을 종합하여 볼 때, G에 관한 원고의 제품설명자료는 원고가 적절한 어휘와 구문을 선택하여 번역하고 간결하게 축약하거나 원고의 의견을 평가를 추가하여 작성한 것으로 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목의 보호대상인 '성과 등'에 해당되고, 피고 B가 이를 무단으로 사용하였다고 판단된다. 따라서 피고 B는 위와 같은 부정경쟁행위로 인하여 원고가 입은 손해를 배상할 책임이 있다.

(4) 내부 전략문서

① 서울고등법원 2021. 10. 21. 선고 2021나2003371, 2021나2000389 판결

(3) 별지 목록 기재 각 정보 중 순번 52 내지 67번 정보에 관하여 보건대, 병합전 제1 사건의 갑 제26호증과 제2 사건의 갑 제20호증의 각 기재에 의하면, 위 정보는 원고의 2016. 10.부터 2017. 9.까지 결산 자료로서, 원고의 지사별 월별 실적, 홍보 채널별 분석, 지사별 인당 생산성 분석, 지사별 경비 지출 내역 등 원고 사업국 경영에 관한 상세한 정보가 정리된 내부 자료이고, 경쟁업체가 이를 입수하는 경우 원고의 전국 각 지역별 대형마트, 아파트, 서점 등 홍보 채널별 생산성을 확인할 수 있어 홍보 전략 수립

등을 위한 자료로 활용할 수 있다 할 것인바, 이는 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 원고의 성과물에 해당한다고 봄이 타당하다.

(4) 별지 목록 기재 각 정보 중 순번 68, 69번 정보에 관하여 보건대, 병합 전 제1사건의 갑 제27호증과 제2사건의 갑 제21호증의 각 기재에 의하면, 위 정보는 원고의 수수료 변경을 검토한 내부 기안 문서로서 수수료 체계를 변경하게 된 배경을 포함하여 구체적인 변경 내용과 적용 기준 등이 상세하게 기재되어 있음을 알 수 있는바, 이러한 자료는 원고가 생산성 향상을 위해 시행한 수수료 제도의 변경 이력과 수수료 제도 변경 시 고려사항 등을 알 수 있는 원고의 주요 경영상 정보로서, 이 또한 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과물에 해당한다고 봄이 타당하다.

(5) 따라서 별지 목록 기재 각 정보 중 순번 52 내지 69번 정보(이하 '이 사건 정보'라 한다)는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (카)목의 '성과 등'에 해당한다.

3) 브랜드 이미지 및 사업 컨셉

(1) 복합적 요소가 결합된 종합적 사업 이미지(제품)

① 서울중앙지방법원 2021. 2. 4. 선고 2019가합517270 판결

1) 위에서 든 증거들, 갑 제24, 34호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하여 인정할 수 있는 아래의 사실 또는 사정을 종합하면, 이 사건 I잠옷에 적용된 이 사건 패턴 디자인 자체는 저작물에 해당하나 이를 실제로 잠옷에 구현함으로써 외부로 표현되는 형상·모양·색채 등과 'I 잠옷'이라는 명칭을 포함한 의류 상품의 종합적인 이미지는 이 사건 패턴 디자인과는 별개로 이 사건 I 잠옷을 성공적으로 상품화하고 일반 수요자에게 인식시키기 위하여 상당한 투자나 노력을 기울인 원고 B의 성과에 해당한다고 봄이 타당하다.

가) 원작 I잠옷은 애니메이션을 통해 공개되었고 이를 충실하게 재현한 상품은 일본에서 제작된 바 있으나, 원작 I잠옷에 나타나는 문양을 변형한 이 사건 패턴 디자인 자체는 이 사건 I잠옷의 출시와 홍보로 인하여 비로소 소비자들에게 알려진 것이다.

나) 이 사건 패턴 디자인을 실제 잠옷 제품에 적용하여 일반 수요자에게 공급하는 상품화 사업은 원고 B에 의하여 최초로 시도되었다. 원고 B는 이른바 키덜트(kidult) 문화가 자리 잡고 있는 시장의 흐름을 포착하고 원작 I잠옷을 변형하여 구현한 실제 제품을 보장된 품질과 효과적인 홍보와 함께 출시한다면 소비자들의 구매 욕구를 불러일으킬 수 있을 것으로 분석하고, 'G'의 캐릭터 및 콘텐츠에 대한 상품화권 및 저작권 등 지식재산

권을 독점적으로 보유·관리하고 있는 원고 A에 적극적으로 이러한 상품화 사업을 제의하여 교섭을 진행함으로써 상품화계약 체결에 이르렀다. 또한 의류상품의 기획·제조·유통에 관한 기반을 갖추어 보장된 품질과 유통망으로 일반 수요자에게 효과적으로 접근할 수 있는 M를 협력업체로 선정하고, 원고 A의 관여와 감독 아래 이 사건 I잠옷의 형상·모양·색채 등을 확정하여 실제 잠옷 제품으로 생산(양산)하는 데 성공하였다. 나아가 여기에 'I잠옷'이라는 명칭을 부여하고 대대적인 홍보와 함께 M 산하의 N를 통하여 출시하였다.

다) 원고 B의 위와 같은 시장 분석과 홍보 전략 등에 힘입어 이 사건 I잠옷은 2017. 7. 25. 출시된 지 30분 만에 품절되고, 2017. 8. 26. 재출시한 지 2시간 만에 완판되는 등 대대적인 인기를 누리며 단기간 내에 일반 수요자에게 'I 잠옷'이라는 이미지를 심어 주고 인지도를 얻는 데 성공하였다.

라) 이 사건 I잠옷 출시 후 수많은 언론들도 신개념 소비로 업계에 활력을 주는 제품, 실험적인 마케팅의 성공, 스토리와 재미를 담은 제품, 재미있는 아이템, 성공한 콜라보레이션(collaboration) 상품 등으로 이 사건 I잠옷의 성공을 기사화하였다.

마) 위와 같은 이 사건 I잠옷 상품화 및 실제 제품 생산·판매 과정에 원고 B는 제품 생산 및 유통으로 인하여 소요되는 원자재 대금이나 노임 등 일반적인 비용 외에도 원고 A에 대해 미화 10만 달러의 미니멈 개런티(선급 수수료) 및 거액의 로열티를 지급해 오고 있다. 구체적으로, 원고 B가 원고 A에게 'G' 관련하여 상품화한 제품들의 사용료로 지급한 금액은 2017년 2분기 약 93,012,039원으로 시작하여, 3분기에는 약 134,062,834원, 4분기에는 약 131,906,043원, 2018년 1분기에는 약 143,135,635원, 2분기에는 약 184,072,670원, 3분기에는 약 227,350,802원, 4분기에는 약 263,474,149원이다. 또한 이후에도 계속하여 상당한 금액의 사용료를 지급하고 있다.

② 서울중앙지방법원 2022. 1. 12. 선고 2015가합535553 판결

앞서 든 각 증거와 갑 제13, 15, 17, 23, 24, 26호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하여 인정할 수 있는 다음과 같은 사실과 사정에 비추어 보면, 이 사건 각 골프장의 골프코스의 모습, 즉 골프코스를 실제로 골프장 부지에 조성함으로써 외부로 표현되는 지형, 경관, 조경요소, 설치물 등이 결합된 이 사건 각 골프장의 골프코스의 모습 내지 종합적인 '이미지'는 원고들의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당한다고 봄이 타당하다.

골프코스를 실제로 골프장 부지에 조성하기 위해서는 단지 골프코스 자체를 설계하는 것만으로는 충분하지 않고, 각 지역을 돌아다니면서 골프장이 들어서기에 적합한 부지를 물색한 뒤, 골프코스에 대한 기본설계를 근거로 관할관청에 사업계획승인을 신청하여 승

인을 받고, 환경영향평가를 거쳐 골프장 조성공사를 마쳐야 한다. 그리고 구체적인 골프장 조성공사 과정에서도 벌목과 토목공사, 티잉 그라운드·페어웨이·그린 등 골프코스 구성요소별 셰이핑, 마무리 조형작업, 카트 도로 설치, 파종작업 및 잔디식재 등 다단계의 복잡한 과정을 거치게 된다. 이러한 모든 과정이 원고들과 같이 골프장을 조성 및 운영하는 자에 의하여 직접 이루어질 필요는 없지만, 골프장을 조성 및 운영하는 자는 골프장 부지 매입에 따른 비용을 지출하고, 골프장 설계를 위하여 설계자에게 그 대가를 지불하며, 사업계획승인을 받기 위하여 필요한 비용을 지출하고, 골프장 조성 공사의 시공자에게 공사비를 지급하는 등 골프장 조성에 막대한 비용을 투자하게 된다(실제로 원고들 중 일부는 이 사건 각 골프장을 조성하는 과정에서 설계용역비용과 도급공사비용으로 막대한 액수를 지출하였던 것으로 보인다). 위와 같이 골프코스를 실제로 골프장 부지에 조성함으로써 외부로 표현되는 골프장의 골프코스의 모습(이미지)은 상당한 투자나 노력에 의하여만 만들어질 수 있고, 그중 골프장의 골프코스 모습(이미지)과 관련된 투자나 노력만을 별도로 특정할 수는 없다고 할 것이다.

(중략)

한편 앞서 본 바와 같이 원고들 중 일부는 막대한 비용을 투입하여 이 사건 각 골프장을 조성하였고, 원고 A, F, H는 막대한 비용을 투입하여 이 사건 제1, 6, 9 골프장이 위치한 부동산을 매입하고, 골프장 운영과 관련된 모든 자산과 영업권 및 그 영업권에 종속되는 권리 일체를 양수하였는데, 그렇다면 비록 위 각 골프장이 위 원고들에 의하여 직접 조성되지는 않았더라도 위 각 골프장의 골프코스 모습(이미지)에 대한 권리 역시 위 원고들에게 적법하게 이전되었다고 봄이 타당하다(더군다나 통상적으로 골프장은 자연환경에 그대로 노출된 상태로 존재하기 때문에 자연적인 풍화작용을 겪게 되어 골프장 사업자가 끊임없이 보수 공사를 하여야 할 것으로 보이고, 위 원고들 역시 제1, 6, 9 골프장에 관한 영업을 각 양수한 이후 위 각 골프장의 골프코스의 모습(이미지)을 유지하기 위하여 상당한 투자나 노력을 투입하였을 것으로 충분히 추인된다).

③ 수원지방법원 2022. 7. 6. 선고 2020가합21780 판결

1) 갑 제1 내지 3, 11 내지 13, 17, 18, 20 내지 22호증의 각 기재 또는 영상 및 변론 전체의 취지에 의하여 인정할 수 있는 다음과 같은 사실과 사정에 비추어 보면, 원고들 상표, 원고들 박스, 간판 및 원고들 매장의 내·외부 인테리어를 포함한 원고들 영업의 종합적 이미지는 원고들의 '상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등'에 해당한다고 봄이 타당하다.

(중략)

원고들 상표 : 원고들은 창업을 준비하면서 먼저 'D'라는 상호 및 '대게 모양 로고'를

직접 고안하였다.

(중략)

원고들 박스 : 원고들은 테이크아웃 전문점이라는 점을 고려하여 시장에서 통상적으로 사용되고 있던 스티로폼 형태의 포장박스를 대신할 새로운 포장박스를 개발하기 위하여 상당한 투자와 노력을 하였다.

(중략)

간판 및 내·외부 인테리어 : 원고들은 조리 과정을 고객에게 전면 공개하는 개방형 매장 배치를 채택하고, 고객이 대기하는 동안 커피 등의 음료를 무료로 마시거나 음악을 직접 골라 들을 수 있는 카페 형태의 매장을 구상하고 이에 맞는 인테리어를 적용·수정하면서 기존 대계 매장과 차별화를 시도하였다.

(중략)

원고들 매장은 원고들과 피고의 동업관계 종료 이전에 인터넷 블로그에 수차례 소개되고 케이블TV에도 방송되는 등 소비자들에게 비교적 널리 알려진 것으로 보인다.

갑각류 테이크아웃점의 경우 원재료의 확인, 조리과정의 공개, 대기장소의 분위기, 이 동시간 동안의 음식의 맛과 형태 보존 등도 소비자로서 하여금 구매를 결정하게 하는 중요한 요소들이라고 할 것이므로, 원고들의 위와 같은 종합적인 매장 이미지는 고객흡인력 및 경제적 가치가 있다.

④ 서울중앙지방법원 2023. 1. 13. 선고 2021가합536274 판결

원고가 제출한 증거들에 의하여 인정할 수 있는 다음의 사정들, 즉 이 사건 영업표지의 사용기간, 사용방법, 사용태양, 사용범위, 매출액, 광고·선전의 방법·횟수기간, 언론 보도 내역, 온라인 정보의 양과 질, 거래실정, 이 사건 영업표지가 해당 사업 분야에서 차지하는 비중 및 경쟁력 등을 종합하면, 이 사건 영업표지는 원고가 원고 식당과 관련하여 55년 이상 동안 축적한 명성·신용·고객흡인력·품질에 대한 신뢰도가 화체된 재산적 가치를 갖는 것으로서 '법률상 보호할 가치가 있는 이익'에 해당한다고 평가할 수 있다. 따라서 이 사건 영업표지는 (파)목의 보호대상인 '성과 등'에 해당한다.[갑 제6호증의2로 제출된 서울고등법원 2020. 10. 22. 선고 2019나2058187 판결도 같은 취지이고, 위 판결에서는 피고 B의 이 사건 영업표지 사용행위가 (파)목의 성과 등 무단사용행위에 해당함을 전제로 원고의 사용금지 및 폐기청구를 인용하였다].

⑤ 수원지방법원 성남지원 2023. 8. 8. 선고 2022가합401581 판결

갑 제7, 12, 13, 14, 16호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지를 종합하면, 원고는 참치 프랜차이즈 사업을 위하여 'F'이라는 이름의 상표와 별지 표 '원고 상표 이미지'와 같

은 이미지를 개발한 사실, 원고는 피고의 이 사건 점포 인테리어를 하면서 별지 표 '이 사건 점포 간판'과 같은 내용의 간판을 설치하고, 이 사건 점포 내부에 참치 요리 이미지, 참치 부위 설명 이미지, 참치 사진 등을 설치한 사실, 원고의 이 사건 계약 해지 통보 이후 피고는 이 사건 점포의 간판을 별지 표 '피고가 개업한 점포 간판'의 이미지로 교체하고 영업을 계속하였는데, 원고가 제공한 내부 인테리어 사진 등은 이 사건 점포에 계속 사용한 사실이 인정된다.

위 인정사실에 의하면, 원고가 개발한 이 사건 점포의 간판 이미지와 내부 인테리어 사진 등은 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과라 볼 수 있고, 원고의 이 사건 계약 해지 통보 이후 피고가 이 사건 점포의 간판 이미지와 유사한 간판을 설치하고, 원고가 제공한 내부 인테리어 사진 등을 그대로 사용한 행위는 소비자들로 하여금 피고의 점포가 원고의 가맹점으로 혼동할 가능성을 유발함으로써 원고의 성과 등을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용한 부정경쟁행위에 해당한다고 봄이 상당하므로, 피고는 부정경쟁방지법 제5조에 따라 원고에게 그 손해를 배상할 책임이 있다.

⑥ 서울중앙지방법원 2017. 7. 11.자 2017카합80486 결정

채권자 제품은 국내에서 약 10년 동안 앞서 본 바와 같은 독특한 디자인적 특징을 유지해 오고 있다. 그리고 볼펜 제품으로서는 상당한 광고비를 투자하고 있고, 그 매출액도 해마다 지속적으로 증가하여 2016년도 한해 수입량이 16,468,400자루에 달하고, 그 수입액도 29,643,120,000원에 이른다. 이와 같이 지속적인 광고와 판매량 증가로 인하여 그 동안 축적되고 일반 수요자들에게 각인되어 온 채권자 제품의 독특한 형태는 볼펜 제품을 구매함에 있어 일반 수요자들에게 중요한 동기로 작용할 수 있다. 따라서 채권자 제품의 독특한 형태는 곧 채권자들의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과물이라고 볼 수 있다.

⑦ 대법원 2022. 6. 16.자 2019마6625 결정

이 사건 가맹사업에 따른 가맹점의 외관이나 인테리어 등 전체적인 이미지, 주된 메뉴의 선정과 구성, 영업방식, 이 사건 가맹사업의 규모와 관련 기사 등을 통해 광주 지역 소비자들에게 알려진 정도 등을 고려하면,²⁷⁾ 채권자의 'E' 가맹사업은 자신만의 독창적

27) (광주고등법원 2019. 10. 29.자 2019라1082 결정) 기록과 심문 전체의 취지를 종합하여 인정되는 다음의 사실 내지 사정을 보면 'C' 프랜차이즈가 채권자 영업방법을 통해 형성한 종합적인 이미지는 채권자의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당한다고 봄이 타당하다.

① 채권자는 'C'이라는 상호로 프랜차이즈를 개설하기 위해 2017년경부터 메뉴 개발과 프랜차이즈의 컨셉에 맞는 인테리어 디자인을 설계하면서 상당한 자금을 지출하였다.

② 'C' 프랜차이즈는 매장 인테리어와 관련하여 색상을 전반적으로 흰색과 검은색의 조합으로 구성하되, 일부 벽면에 벽돌을 설치하거나 원목 소재 테이블, 의자와 원형 화로, 코브라 환풍기 등을 배치하여 고급스러운 분위기를 연

인 이미지를 구축하였고, 이는 (카)목의 '상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등'에 해당한다고 볼 여지가 있다.

⑧ 대전지방법원 천안지원 2014. 7. 30.자 2014카합10021 결정

위 소명사실에 기록과 심문 전체의 취지에 따라 인정되는 다음과 같은 사정, 즉 ① 채권자 회사는 2009. 5. 9. '주식회사 A'라는 상호로 설립되었고, 2013. 4. 12. 상호를 '주식회사 C'으로 변경하였다가, 2014. 2. 20. 현재의 상호로 변경하였으며, ② 채무자 회사의 상호는 '주식회사 B'로 채권자 회사의 상호인 '주식회사 A'와 유사하며, ③ D는 '주식회사 A'의 대표이사, F는 '주식회사 A'의 본부장으로 기재된 명함을 사용한 사실이 있고, ④ D는 채권자 회사에서 퇴직한 사실을 숨긴 채, 채권자 회사의 거래처인 태신정공, 한화실리텍 등과 거래하여, 위 거래처들은 계속해서 채권자 회사와 거래를 하는 것으로 알고 있었으며, ⑤ 채무자는 채권자 회사의 기존 거래처를 그대로 이용하고 있으며 양 당사자가 생산하여 판매하는 제품은 사실상 같은 것이고, ⑥ 채무자 회사는 자신의 홈페이지에 채권자 회사와 거래했던 대리점을 자신의 대리점으로 소개하고 있으며, ⑦ D는 채권자 회사를 그만두기 상당 기간 전부터 채무자 회사의 설립을 준비하여 온 것으로 보이고, 그 인적 구성도 상당 부분 그대로 옮겨간 것으로 여겨지는 점을 종합하면, D가 채무자 회사를 설립하여 채권자 회사에 부품을 납품하던 업체들로부터 부품을 구입하고, 채권자 회사가 생산하여 판매하는 제품을 만들어 채권자 회사의 기존 거래처들과 거래를 한 행위는 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률 제2조 제1호 차목의 타인인 채권자 회사의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용하여 채권자 회사의 경제적 이익을 침해하는 행위이다.

(2) 시장에서 성공이 입증된 독창적 사업 컨셉

① 서울중앙지방법원 2018. 6. 22. 선고 2017가합562146 판결

인정 사실²⁸⁾에 따르면, 원고는 2003년경 최초로 디스펜서용 가글을 판매하기 위하여

출하며, 'C' 프랜차이즈는 매장 중앙에 'ㄷ'자 모양의 전등을 따라 설치된 'ㄷ'자 모양의 테이블을 배치하여 비교적 고가의 이베리코 돼지고기를 제공하는 고기구이 전문점으로서의 이미지를 형성하고 있다. 또한, 매장 내부 벽면에 돼지 모양 분홍색 LED 등을 설치하여 이를 일종의 'C' 프랜차이즈 마스코트로 삼고 있다.

③ 또한 'C' 프랜차이즈는 복분자 소금, 날치알 사각주먹밥 등을 이베리코 돼지고기와 조합하여 제공하여 메뉴 구성에서도 다른 고기구이 전문점과 구별되는 특징을 가지고 있다.

④ 위와 같은 프랜차이즈의 종합적인 이미지가 소비자들의 호응을 얻어 채권자가 2017. 11.경 운영을 시작한 이래 광주 지역에 약 10개의 가맹점이 개설되었고, D, E, F 등 포털사이트에 채권자 점포가 다수 소개되는 등 'C' 프랜차이즈와 그 영업표지인 'C' 표장이 소비자들에게 널리 알려지기에 이르렀다.

가글디스펜서를 개발하고 가글디스펜서를 무료로 설치하는 사업을 시작하여 국내 각지에 약 7만 대의 가글디스펜서를 설치하였고, 그 비용은 총 20억 원(대당 설치 비용 3만 원 상당)을 넘는다. 원고가 가글디스펜서를 설치한 장소는 회사, 식당, 골프장 등의 화장실로 다수의 사람이 이용하는 시설인데, 이러한 시설의 관리자로부터 가글디스펜서 설치에 관한 허락을 받는 과정에 원고는 상당한 노력을 들였을 것으로 보인다. 이러한 원고의 투자와 노력의 결과로 원고는 2015년도 기준 디스펜서용 가글 시장 점유율 58%의 성과를 달성하였고, 해당 시장 업계 1위 지위를 유지하고 있다.

이 같은 사정을 고려하면 원고가 국내 각지에 설치한 가글디스펜서는 원고의 장기간에 걸친 상당한 투자와 노력으로 만들어진 성과에 해당한다고 보아야 한다.

② 서울중앙지방법원 2024. 7. 12. 선고 2022가합520399 판결²⁹⁾³⁰⁾

앞서 인정한 사실과 앞서 든 증거들, 갑 제7, 8, 11, 12호증, 을 제4, 5호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 더하여 알 수 있는 다음과 같은 사정들을 종합하면, 피고가 2022. 2. 7.경 피고 사업장의 외관을 변경하기 전까지 피고 사업장에서 12개의 띠, 별자리 등으로 분리하여 일렬로 설치한 운세지가 포함된 목조 캡슐자동판매기 영업을 한 행위는 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 원고들의 성과 등을 무단 사용한 것으로서 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목의 부정경쟁행위에 해당한다고 봄이 타당하다.

이 사건 자동판매기 이전에도 운세지 자동판매기가 있었던 것으로 보이기는 하나, 이 사건 자동판매기의 차별화되는 특징은 ‘일렬 배치된 자동판매기의 전체적인 골조를 목조로 하고 그 위에 기와지붕을 얹어 한옥의 전통미를 살리거나 주변 한옥과의 조화를 이루도록 하여 내외국인 관광객의 호기심을 유발한 점’에 있고, 이러한 특징은 원고들이 2014년경부터 꾸준히 개발에 노력을 기울인 결과로 볼 수 있다(원고 A는 ‘K’에 관하여 L일자 특허출원을 하여 M일자 특허등록을 받았고, ‘N’에 관하여 L일자 디자인출원을 하

28) (인정사실) 2) 원고는 식사나 음식물 섭취 후 화장실 등에서 편하게 가글(gargle, 입가심액)을 이용하는 방안을 생각해다가 최초로 사무실, 식당, 골프장과 같은 다수의 사람이 이용하는 시설의 화장실에 가글디스펜서(가글을 필요량만큼 배출하여 사용할 수 있게 만든 장치)를 설치하고 그 디스펜서에 장착되는 가글을 판매하는 사업을 구상하고, 2003년경부터 ‘애니가글’이라는 상품 표지로 가글, 가글캡, 가글디스펜서를 제조, 판매했다.

3) 소비자의 자발적인 가글디스펜서 구매를 기대하기 어려워 원고는 그 같은 사업을 위하여 고객 사업장에 가글디스펜서를 무상으로 설치해주었는데, 원고가 2003년경부터 2012년경까지 국내 각지에 설치한 가글디스펜서 수는 약 60,000대에 이르고(1대 설치 비용 약 3만 원), 그 후로도 매년 수천 대씩 고객 사업장에 가글디스펜서를 무상 설치하여 현재 70,000대에 이른다.

29) (항소기각) 서울고등법원 2025. 3. 20. 선고 2024나2043448 판결, (관련사건①-가처분 1심) 서울중앙지방법원 2021. 11. 16.자 2021카합20834 결정, (관련사건②-가처분 2심) 서울중앙지방법원 2022. 5. 4.자 2022카합28 결정

30) (서울중앙지방법원 2022. 5. 4.자 2022카합28 결정) 동 사건에서 법원은 채무자는 자동판매기 외관을 변경하여, 채권자들의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과의 주요 특징인 ‘한옥의 전통미를 살리거나 주변 한옥과의 조화를 이룬다는 점’을 포함하지 않게 되었다고 평가되어 성과도용행위의 상태가 해소되었다고 판단하였다.

여 O일자 디자인등록을, P일자 디자인출원을 하여 Q일자 디자인등록을 받기도 하였다). 또한 이 사건 자동판매기를 사용한 원고들의 영업이 2014년경부터 현재까지 이어진 결과, 원고들 사업장을 포함한 원고들의 영업장소는 관광 코스, 데이트 코스, 가볼만한 곳, 뮤직비디오 및 방송 프로그램 촬영장소 등으로 알려지게 되었고, 방송 프로그램에 이색 명소로 소개되기도 하였다. 이러한 점들에 비추어 보면, 이 사건 자동판매기는 원고들의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등에 해당한다고 봄이 타당하고, 이를 공공영역에 속하는 것으로 보기는 어렵다.

(3) 인지도를 형성하는 과정에 있는 영업표지

① 서울중앙지방법원 2016. 9. 30. 선고 2015가합510981 판결

가) 일본 법인인 텔레비쇼핑연구소는 분리된 대두단백질을 주성분으로 한 다이어트 보조식품을 출시하기로 하면서 '먹으면서도 살이 찌지 않는다'는 점을 강조하기 위하여 그 제품명을 '없었던 일로'라는 뜻의 일본어 "なかったコトに(나캇타 코토니)"로 정하였다. 이어서 텔레비쇼핑연구소는 2002. 6. 5. 일본에서 위 제품명과 같은 선사용상표인 'なかったコトに!'에 대한 상표등록 출원을 하여 2003. 2. 28. 상표등록을 마친 다음, 2003년 경부터 주로 다수 TV 홈쇼핑 채널을 통해 일본 전역에 선사용상표가 부착된 위 다이어트 보조식품을 광고, 판매하기 시작하였다.

나) 원고 그라피코는 1996. 11. 7. 설립된 이후 일본에서 약국, 잡화점 등을 대상으로 한 상품 개발이나 유통 영업을 하여 왔는데, 2008. 9. 1. 텔레비전쇼핑연구소로부터 선사용상표의 통상사용권을 설정받은 이후, 각종 방송매체를 통해 제품 홍보를 하면서, 일본의 약국 체인점 회사 '마츠모토기요시(マツモトキョシ)'의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰이나 「bibalmall.com」, 「www.jplug.com」 등의 온라인 쇼핑몰을 통해 일본 및 국외에서 선사용상표가 부착된 상품을 지속적으로 판매해 왔고, 2013. 12. 17.에는 우리나라 회사인 원고 카드랜드 및 그 자회사인 주식회사 H&D Corporation과 사이에 선사용상표가 부착된 제품에 관한 국내 독점 판매계약을 체결하기도 하였다.

다) 선사용상표가 사용된 다이어트 보조식품은 일본에서 2003년에 17,453,211엔, 2004년에 12,217,211엔, 2005년에 6,916,224엔의 판매량을 기록하였다가, 2006년에는 300,422엔, 2007년에는 110,320엔으로 판매량이 급감하였으나, 다시 원고 그라피코가 선사용상표의 통상사용권을 부여받아 제품을 판매하기 시작한 2008년을 기점으로 일본에서 2008년에 3,480,888엔, 2009년에 128,070,767엔, 2010년에 249,757,245엔, 2011년에 419,249,333엔으로 가파른 신장세를 보여, 2011년까지의 총 누적판매량

이 837,555,621엔에 이르게 되었다.

라) 원고 그라피코는 선사용상표가 사용된 제품의 홍보를 위하여 일본 잡지인 'The Television'(2009년 11월호 및 2011년 1월호), 'Komachi'(2009년 12월호), 'CLASSY'(2010년 1월호), 'MISS'(2010년 2월호 및 2012년 2월호), 'The Truckers Magazine'(2010년 2월호), 'Health'(2011년 2월호), 'VoCE'(2011년 8월호 및 2012년 8월호), 'UP'(2012년 1월호), '여성자신'(2012년 4월호), '여성세븐'(2012년 4월호), 'Are you happy?'(2012년 5월호) 등에 광고를 게재한 바 있고, 선사용상표가 사용된 다이어트 보조식품 관련 기사가 일본의 '健康産業流通新聞'(2009. 7. 28. 및 9. 18.자), 'Diet & Beauty'(2012. 3. 15.자), '日経MJ'(2012. 3. 23.자) 등 신문과 잡지에 게재된 바도 있다.

마) 선사용상표가 부착된 다이어트 보조식품은 일본 내에서 화장품, 생활용품, 과자 등 분류별로 판매량이 가장 높은 5개의 제품만을 판매하는 '랭킹 란퀸(RanKing RanQueen)'의 온라인 매장에서 2009. 5. 20.부터 2009. 8. 18.까지 1위를 차지한 바 있고, 2010년도에 일본 전역의 드럭스토어 점포에서 판매된 다이어트 서플리먼트 제품 중 판매량 기준으로 12위를 기록하기도 하였다.

바) 피고들 일본 상표의 출원인인 B는 2010. 1. 29. 원고 그라피코의 일본 내 도매상인 뮤 주식회사로부터 선사용상표가 부착된 상품 60개를 매수한 것을 시작으로, 2012. 1. 19.까지 총 14회에 걸쳐 합계 5,460개의 제품을 구매하여 국내에 판매한 바 있으며, 2011. 5. 31. 선사용상표와 일본어 표기가 동일한 피고들 일본 상표를 출원하여 2012. 8. 21. 등록을 받았으며, 2013. 7. 18.경에는 원고 그라피코 측에 선사용상표가 부착된 다이어트 보조식품 등에 대한 국내 대리점계약의 체결을 제안하기도 하는 등 선사용상표의 일본 내 인지도를 의식한 듯한 행동을 취한 바도 있다.

3) 위 인정사실에 의하여 알 수 있는 원고들 제품에 사용된 선사용상표의 사용기간, 영업활동 및 매출규모, 홍보활동의 내용에다가, 원고들 제품의 경우 다이어트나 건강에 관심이 많은 사람이 주요 고객일 수밖에 없어 그 제품의 출처에도 상당히 신경을 쓸 것으로 보이는 점 등을 종합하면, 원고 그라피코가 선사용상표를 원고들 제품에 사용해오으로써 쌓은 신용과 고객흡인력은 원고 그라피코의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등에 해당한다고 봄이 타당하다.

② 서울중앙지방법원 2023. 4. 21. 선고 2021가합555190 판결

앞서 든 증거에 갑 제10, 14, 18호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지에 의하여 인정되는 다음과 같은 사정들, 즉 ① 원고는 이 사건 해외거래처와 사이에 독점판매계약을 체결한 2004. 6.경부터 현재까지 이 사건 등록상표에다가 작은 연 무늬 형상을 겹쳐 용

과 같이 표현한 모양을 결합한 이미지(이하 '원고 영업표지'라 한다)를 표시한 방향제를 방글라데시에 수출한 점, ② 이러한 원고 영업표지는 처음 수출할 때부터 현재까지 변경되지 않은 것으로 보이는 점, ③ 피고 D가 원고 영업표지와 동일·유사한 별지 제2목록 기재 2번 표지를 표시한 피고들 제품을 방글라데시에 수출하자, 이 사건 해외거래처는 원고 제품과 피고들 제품을 구별하는 방법에 관한 리플렛을 제작한 점, ④ 피고 D는 방글라데시에서 대한민국으로 귀화한 자로서 자신의 여동생이 운영하고 있는 방글라데시의 업체를 통하여 피고들 제품을 유통시켰는바, 현지에서 판매되는 원고 제품 및 제품에 표시된 원고 영업표지를 잘 알았거나 알 수 있었을 것으로 보이는 점 등에 비추어 보면, 이 사건 원고 영업표지는 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당하고, 피고 D의 수출행위는 자신의 영업을 위하여 원고 영업표지를 무단으로 사용함으로써 원고의 경제적 이익을 침해하는 부정경쟁행위에 해당한다고 봄이 타당하다.

③ 서울북부지방법원 2014. 12. 11.자 2014카합20082 결정

이 사건에서 보건대, 채권자들이 제출한 자료에 의하면, 채권자 리치웨이가 1997. 7. 30. 미국에서 설립되어 리치웨이(Rich Way)라는 상호를 사용하여 의료용 전기매트를 미국, 일본 등에 판매하여 왔고, 2009. 4. 24. 일본에서 리치웨이 인터내셔널 나혼을 설립한 사실, 채권자 디라이프가 2009. 9. 국내에 설립되어 리치웨이(Rich Way)라는 상호로 의료용 전기매트를 판매하여 왔고 'Rich Way'가 포함된 홈페이지(www.richwaykorea.com)와 전국에 A/S를 담당하는 21개의 수선센터를 운영하고 있으며 2013년 1월경 공중파 방송의 주말드라마에 의료용 매트를 협찬한 사실을 인정할 수 있으나, 이러한 사정만으로는 채권자들의 'BIO-MAT' 문자가 포함된 별지 2. 도면 표시 포장(이하, 'BIO-MAT 등 포장'이라 한다)이나 채권자들이 사용한 리치웨이(Rich Way) 상호가 우월적 지위를 획득할 정도에 이르렀거나 객관적으로 널리 알려졌다고 보기에 부족하고 달리 이를 인정할 자료가 없다.

따라서 채권자들의 'BIO-MAT 등 포장'이나 리치웨이(Rich Way) 상호가 부정경쟁방지법 제2조 제1항 가목에 의하여 보호되는 상품표지라고 볼 수는 없다.

(중략)

채권자들이 채무자로부터 'Rich Way'가 표시된 전기매트를 납품받아 일본이나 국내에 판매하여 왔고, 채무자가 별지 4. 기재와 같이 'Rich Way 등 상표'에 관하여 등록을 마치거나 출원을 한 사실은 앞의 1의 가.와 다.에서 인정한 바와 같고, 현재 채권자 리치웨이가 1997. 7. 30. 미국에서 설립되어 리치웨이(Rich Way)라는 상호를 사용하여 의료용 전기매트를 판매하여 왔고, 2009. 4. 24. 일본에서 리치웨이에 인터넷서넛 나혼을 자회사로 설립한 사실, 채권자 디라이프는 2009. 9. 23. 설립되어

'www.richwaykorea.com'이라는 홈페이지를 운영하면서 리치웨이(Rich Way) 상호가 부착된 전기매트를 국내에 판매하여 온 사실은 앞의 3의 나. 1)에서 인정한 바와 같으며, 채무자가 2005년경부터 2012년 8월경까지 채권자 리치웨이로부터 포장박스를 공급받고 리치웨이(Rich Way) 상호가 부착된 전기매트를 생산하여 납품하였으며, 2010. 3. 16. 채권자 더라이프와 사이에 '채무자는 채권자 리치웨이의 리치웨이(Rich Way) 상호를 부착한 전기매트를 제조하여 채권자 더라이프에 납품하고 채권자 더라이프는 국내독점판매권을 가진다'는 내용의 물품공급계약을 체결한 사실, 채무자는 2012. 12. 7. '채무자는 채권자들과 거래처로 알게 된 거래처와 거래하지 않는다'는 확인서를 작성하고 그 무렵부터 채권자들과의 거래를 중단한 사실은 채무자가 이를 스스로 인정하고 있다.

위와 같은 사정에 비추어 보면, 채무자가 'Rich Way 등 상표'를 출원 또는 등록하여 전기매트의 제조와 판매에 사용하려 하는 것은 채무자가 채권자들로부터 리치웨이(Rich Way)라는 상호를 제공받아 거래하거나 그 거래관계가 중단된 이후에도 같은 의미를 갖는 상표를 계속 사용함으로써 채권자들의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 채권자들의 리치웨이(Rich Way) 상호를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 채무자 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용하여 채권자들의 경제적 이익을 침해하는 행위로서 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목의 부정경쟁행위에 해당한다.

4) 창작성 있는 콘텐츠

(1) 교육 프로그램 및 교재

① 서울중앙지방법원 2018. 4. 6. 선고 2016가합535970 판결

먼저 원고의 프로그램 및 교재가 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당하는지에 관하여 본다. 앞서 본 바와 같이 원고가 부설 연구소를 두고 2006년부터 최근까지 긴 시간에 걸쳐 상당한 정도의 인건비와 연구 개발비를 들여 원고의 프로그램 및 교재를 개발³¹⁾한 것으로 보이는 이상, 원고의 프로그램 및 교재는 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당한다고 할 수 있다.

31) ① 원고는 2006. 5. 12. 사단법인 한국산업기술진흥협회로부터 기업부설연구소로 인정된 '(주) 위즈코리아 부설 위즈아일랜드연구소'를 하부 연구소로 두고 있는 점, ② 원고는 연구소 설치 당시부터 이 사건 가맹계약이 종료되던 때까지 연구개발 인력 인건비로 2013년도 259,424,890원, 2014년도 178,867,810원, 2015년도에 177,547,720원을 지출하였고, 2014년경 연구개발비 32,400,000원의 연구개발 계약을, 2015년경 연구개발비 9,000,000원의 연구개발 계약을, 2016년경 연구개발비 12,600,000원의 연구개발 계약을 각각 체결하면서 적지 않은 인건비와 연구개발비를 지출하여 원고의 프로그램 및 교재를 개발한 점, ③ 원고는 이를 바탕으로 미국과 국내에 약 30개가 넘는 가맹점을 보유하게 된 점에 비추어 보면, 원고의 프로그램 및 교재는 원고의 투자와 노력에 의해 만들어진 것이라고 할 수 있고,

② 서울중앙지방법원 2020. 5. 22. 선고 2017가합549921 판결³²⁾

나) 먼저 원고의 음악수업프로그램이 원고의 성과에 해당하는지 여부에 관하여 본다. 살피건대 앞서 든 증거들 및 갑 제7, 63, 71 내지 73호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지에 의하여 인정할 수 있는 다음과 같은 사실 및 사정을 종합하면, 원고의 음악수업 프로그램은 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당한다.

(1) 원고는 음악수업프로그램을 개발하기 위한 연구소를 설립하고 연구원 등을 고용한 다음 연구원 급여, 노래·악기 녹음비 등 비용을 지출하였다.

(2) 원고의 음악수업프로그램을 구성하는 수업안(갑 제11호증의 1 내지 40)은 주제, 활동명, 소요시간, 대상연령, 활동자료, 목표, 악기, 음악자료, 활동방법 등이 구체적으로 기재되어 있고, 특히 음악자료 부분의 경우 하나의 노래를 연주할 수 있는 악보가 그려져 있으며, 활동방법 부분의 경우 도입-전개-마무리 순으로 교사가 진행해야 할 구체적인 교육법이 극본 형식으로 기재되어 있다. 이러한 구성은 각각의 음악수업프로그램별로 동일하나 그 내용은 모두 다르게 기재되어 있다.

(3) 원고의 음악수업프로그램을 구성하는 연·월간계획안(갑 제13호증의 1 내지 5, 갑 제75호증의 1 내지 5)은 연별 또는 월별로 대주제, 소주제, 수업활동, 준비물, 목표 등이 나열되어 있고, 각 주제는 계절별 특성을 고려하여 배치되어 있다.

(4) 원고의 음악수업프로그램에 대응하는 음원파일(갑 제12호증의 1 내지 38)은 각 재생시간이 1분 30초 내지 2분 30초 정도이고, 피아노 등을 이용한 반주와 여성 가수의 노래가 포함되어 있는데, 모두 별도의 제목과 가사를 갖고 있다.

(2) 제품 사진 및 홍보 콘텐츠

① 서울중앙지방법원 2018. 10. 17. 선고 2018가합519088 판결

앞서 본 바와 같이 피고들은 원고의 상당한 투자와 노력으로 만들어진 성과로 인정되는 이 사전 사진들³³⁾을 원고의 허락 없이 사용하여 온라인에서 가구를 판매하는 데에 이용하였으므로, 이는 피고들이 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신들의 영업을 위하여 원고의 성과를 무단으로 사용했다고 보아야 한다.

따라서 피고들은 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목의 부정경쟁행위를 하였음이 인정된다.

32) 2심(서울고등법원 2020. 12. 17. 선고 2020나2020300 판결)에서도 성과 인정.

33) (인정사실) 원고는 'F' 인터넷 쇼핑몰에 자신이 판매하는 의자를 판매 및 홍보하기 위하여 원고가 직접 촬영한 사진들은 게시하였다.

② 서울중앙지방법원 2019. 1. 11. 선고 2018가합512834 판결

원고가 상당한 시간과 비용 등 노력을 들여 이 사건 사진을 포함한 원고의 포장지를 제작³⁴⁾하고 이를 이용하여 감자탕 판매사업을 운영하였음은 앞서 본 바와 같은바, 이 사건 사진은 판매 제품에 대한 정보를 소비자에게 효과적으로 전달하여 고객을 유인할 목적으로 제작된 것으로 원고의 영업활동을 위한 경제적 가치가 있는 성과라고 할 것이다.

③ 대전고등법원 2019. 9. 18. 선고 2019나11959 판결³⁵⁾

이 사건 사진은 원고가 사업수행과정에서 수리하거나 매입한 산업용 자동화기기를 촬영하여 홈페이지와 블로그에 게재한 것으로 그 숫자가 총 4,984개에 달하고 촬영한 제품의 종류도 매우 다양하다. 원고와 같이 오랫동안 산업용 자동화기기의 수리 및 판매 영업을 하면서 다양한 제품을 취급해 온 업체가 아닐 경우 이러한 사진을 제작하거나 입수하는 것은 어려운 일이므로, 이 사건 사진은 원고의 상당한 투자나 노력에 의하여 만들어진 성과라고 볼 수 있다.

④ 서울중앙지방법원 2020. 2. 6. 선고 2018가합568400 판결

1) 홈페이지는 화면 디자인을 창작하고, 그 안에 표시될 문구 등의 소재를 만들며, HTML 소스코드를 작성하는 과정을 통하여 완성된다. 앞서 본 원고 홈페이지 제작 및 수정 과정을 고려하면, 적어도 원고가 J에 지불한 홈페이지 소스코드 제작 대금은 물론 홈페이지 수정·유지·관리를 담당한 직원 H에게 지급한 급여 중 상당 부분이 원고 홈페이지를 위하여 투자된 비용이라고 보아야 한다. 뿐만 아니라 인터넷 쇼핑몰 홈페이지라는 특성을 고려하면, 원고가 마케팅 비용을 투입하여 얻은 인지도나 영업활동을 통하여 쏠

34) (인정사실) 나. 원고는 대표메뉴인 C를 간편포장팩 상품으로 제작하기로 하고 2014. 8. 27. 사진작가 E이 운영하는 'F' 업체에 의뢰하여 포장지 및 광고물에 사용할 별지 기재와 같은 감자탕 사진(이하 '이 사건 사진'이라 한다)을 촬영하도록 하고, 이 사건 사진 촬영대가로 1,390,400원을 지급한 후 E으로부터 이 사건 사진의 저작권을 양수하였다.

다. 원고는 이 사건 사진을 활용하여 원고가 출시한 'C'의 제품 포장지 및 홍보물을 제작하고 온라인 마켓 등을 통해 위 상품을 판매하거나 홍보물을 게시하였다.

35) 1심(대전지방법원 2019. 4. 4. 선고 2017가합101854 판결)에서는 성과도용행위 부정 : 이 사건 사진은 전자 장비의 수리 완료 후 모습을 충실하게 표현하여 수리가능 제품에 대한 정확하고 명확한 정보를 전달한다는 실용적 목적을 위하여 촬영된 것으로, 저작권법상의 사진저작물로서 보호될 정도로 촬영자의 개성과 창조성이 인정된다고 보기 어려운데(대법원 2010. 12. 23. 선고 2008다44542 판결 등 참조), 위에서 본 증거 및 을 제9, 12호증의 각 기재, 변론 전체의 취지에 의하여 인정할 수 있는 다음과 같은 사정, 즉, ① 원고는 직접 기술자를 고용하여 자동화 기기 수리업 등을 영위하는 회사인데, 피고 회사는 전용 어플리케이션을 통하여 수리를 원하는 업체와 기술자를 연결해 주는 전자 장비 수리 중개업을 하고 있으므로, 피고 회사가 원고의 경쟁자에 해당한다고 단정하기 어려운 점, ② 이 사건 사진은 저작권법상의 사진저작물에 해당하지 않을 뿐만 아니라, 이미 원고의 블로그 등에 게시되어 인터넷 사용자라면 누구든지 볼 수 있게 된 것으로 원고의 영업상 비밀이나 주요 자산에 해당한다고 볼 수 없는 점 등에 비추어 보면, 원고가 제출한 증거만으로는 이 사건 사진의 이용행위에 공정하고 자유로운 경쟁질서에 비추어 정당화될 수 없는 특별한 사정이 있다고 인정하기 부족하고, 달리 이를 인정할 증거가 없다.

아온 고객 흡인력 등의 가치 역시 원고 홈페이지 안에 담겨있다고 보아야 한다.

2) 게다가 피고 홈페이지에 무단 사용된 원고 홈페이지 구성요소 가운데 적어도 아래에서 보는 메인 페이지(갑 제2호증 1면), 이벤트 페이지(갑 제4호증의 1), 상품 포토리뷰 페이지(갑 제5호증의 1), 자주 묻는 질문 페이지(갑 제6호증) 등은 원고 홈페이지의 개성이 드러나는 부분으로 보인다. 이러한 점을 더하여 보면, 더더욱 원고 홈페이지는 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과라고 판단된다.

⑤ 서울동부지방법원 2022. 9. 6. 선고 2021가단125106 판결

위 인정사실³⁶⁾에 의하면, 피고는 원고의 직원을 통하여 이 사건 광고화보 촬영에 액세스서를 협찬한 지위에 있을 뿐임에도 이 사건 광고화보를 무단으로 사용하였는바, 이러한 피고의 행위는 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률(이하 ‘부정경쟁방지법’이라 한다) 제2조 제1호 (카)목의 부정경쟁행위로서 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 피고의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 원고의 경제적 이익을 침해하는 행위에 해당한다.

⑥ 서울남부지방법원 2022. 7. 18.자 2022카합20183 결정

온라인 상거래의 특성상 상품의 사진은 그 상품의 정보를 전달하고 구매를 유인하는데 가장 기초적이고 결정적인 요소 중의 하나여서, 만약 상품의 사진이 그 특징과 장점을 제대로 드러내지 못한다면 그 밖의 상세정보가 아무리 정확하게 표기되어 있다고 하더라도 실제 거래가 이루어지기 쉽지 않다. 따라서 잠재적 구매자들에게 보일 목적으로 상품의 사진을 찍는 것은 그 상품의 외형적 특징이 정확하게 나타나고 장점이 부각되도록 촬영의 각도와 해상도, 구도와 음영 등을 조절하는 과정을 수반할 수밖에 없는바, 이는 단순히 상품의 생산자로부터 상품정보를 전달받아 게시하는 것과 달리 상당한 시간과 노력을 요하는 작업이다. 따라서 채권자가 찍은 상품사진은 채권자의 상당한 투자와 노력에 의하여 만들어진 것으로 그 자체로서 경제적 가치가 있을 뿐만 아니라 채권자의 능력과 노하우가 담긴 결과물에 해당하고, 채무자가 이를 자신의 홈페이지에 무단으로 게시한 것은 부정경쟁행위에 해당한다고 볼 여지가 크다.

⑦ 대전지방법원 2018. 9. 18.자 2018카합50311 결정

36) (인정사실) 가. 원고는 ‘C’라는 브랜드로 의류를 판매하는 회사이고, 피고는 ‘D’라는 브랜드로 액세서리를 판매하는 회사이다.

나. 원고는 2020. 3.경 봄여름 시즌 광고화보(이하 ‘이 사건 광고화보’라고 한다)를 촬영하게 되었고, 피고는 원고의 직원인 E의 요청으로 화보촬영에서 모델이 착용할 액세서리를 협찬하였다. 그에 관한 촬영계약에 따르면 이 사건 광고화보에 대한 저작권 및 소유권은 원고에게 귀속된다.

다. 피고는 2021. 5. 6.경 이 사건 광고화보 중 일부 사진을 피고의 인터넷 홈페이지 메인화면 및 인스타그램 계정에 올리고, 원고의 브랜드와 피고의 브랜드가 ‘콜라보(협업)’하였다는 홍보하였다.

채권자는 구성 요소인 세럼, 솔루션, 붓을 다양한 형태로 배치하고 다른 소품과의 결합하여 촬영한 다음, [별지 4] 순번 1, 2 사진은 채권자의 인터넷 홈페이지(www.hanacure.com)에, [별지 4] 순번 3 내지 8은 채권자의 인스타그램 계정(www.instagram.com/hanacureeffect)에 게시하였다. 채권자 화장품 관련 사진의 촬영, 홈페이지와 인스타그램 계정 구성을 위한 사진의 게시 등에 있어, 채권자는 직접 또는 촬영 업체나 디자인 업체 등을 통하여 비용과 노력을 투입하였다. 채권자 운영 사이트에 게시된 채권자 화장품 관련 사진은 채권자의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당한다.

(3) 디지털 콘텐츠

① 서울중앙지방법원 2022. 1. 27. 선고 2020가합587633 판결

그러나 위에서 든 증거들, 갑 제11, 13호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하면, 2013. 4. 7.부터 2019. 4. 19.까지 매주 목요일 원고의 종합편성채널인 'E'을 통하여 방송된 이 사건 동영상은 장기간 방송을 통하여 조리법에 관한 원고의 방송 프로그램으로서 상당한 정도의 인지도를 갖게 되었음을 알 수 있고, 이렇듯 이 사건 동영상에 체화된 명성, 신용, 고객흡입력은 포괄하여 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등에 해당한다고 볼 수 있다.

② 서울중앙지방법원 2022. 7. 7. 선고 2019가합585730 판결

1) 위에서 든 증거들, 갑 제78 내지 80, 86 내지 94호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하여 인정할 수 있는 아래의 사실 또는 사정을 종합하면, 원고 게임물은 앞서 본 바와 같이 저작권법상 보호받을 수 있는 창작적 개성을 갖춘 저작물에 해당할 뿐 아니라 원고는 상당한 투자나 노력을 기울여 이 사건 원고 게임(성과 도용 부정경쟁행위 성립 여부에 관한 판단 부분에서는 앞서 호칭한 원고 게임물을 '원고 게임'이라 하고, 피고 게임물을 '피고 게임'이라 한다)을 상품화하고, 원고 게임의 종합적인 이미지를 바탕으로 이를 후속 게임들에 이어가면서 일반 수요자에게 원고 게임만의 종합적인 이미지를 형성하였다. 이러한 원고 게임의 종합적인 이미지 및 상품화는 상당한 투자나 노력을 기울인 원고의 성과에 해당한다고 봄이 타당하다.

가) 원고는 2001년경 원고 게임을 개발하여 국내에서 출시하였는데, 당시의 기술적 수준에 비추어 원고 게임은 완성도 높은 3D 그래픽의 시각적 효과를 구현한 MMORPG 장르의 게임이라 할 것이고, 앞서 본 바와 같이 원고 게임물만의 독창적인 구성요소들을

유기적으로 적용하였다. 이러한 원고 게임을 개발하기 위해서는 개발자의 창조성 및 그에 대한 노력이 필수적인 점에 비추어 원고가 이 사건 원고 게임 개발하여 성공적으로 상품화하고, 원고 게임의 종합적인 이미지를 바탕으로 후속 게임들에 계속 이어가는 과정에 많은 인력과 비용, 원고가 보유하고 있던 기술 및 노하우 등 유무형의 자산을 함께 투여하였음은 경험칙상 쉽게 알 수 있다.

나) 원고는 2001년경 원고 게임을 출시한 이후 2004년경까지 약 300억 원 상당의 인건비, 광고·선전비를 투입하는 등 원고 게임의 지속적인 개선 및 상품화 작업과 운영, 홍보 등에 상당한 투자와 노력을 기울였으며, 높은 인지도를 얻은 이후에도 광고·홍보활동을 지속하였다. 그 결과 원고 게임은 일반 소비자에게 널리 알려지게 되었다.

다) 또한 원고는 원고 게임의 성공적인 상품화 이후 원고 게임에 대한 지식재산권 이용허락을 통하여 후속 모바일용 게임인 N, Q 게임을 출시하도록 하고, 국내에서 위 게임들의 서비스 제공, 홍보·광고 활동을 독점적으로 수행하면서 상당한 비용을 투자하여 광고·홍보활동을 지속하였다. 이러한 원고의 상당한 투자와 노력으로 원고 게임 및 후속 게임들의 지속적인 인기를 유지하고, 일반 수요자에게 원고 게임의 종합적인 이미지를 심어 주고 높은 인지도를 얻는데 성공하였다.

라) 그밖에 원고는 컴퓨터용 게임인 L 게임을 기반으로 하는 AG(2016년), AH(2017년), AI(2018년), AJ(2020년)을 국내에서 출시하는 등 원고 게임의 정체성과 종합적인 이미지를 지속적으로 이어가면서 그 명성과 고객 흡입력을 지속하고 있다.

③ 서울고등법원 2023. 9. 7. 선고 2023나2001980, 2023나2001997 판결

가) 이 사건 리뷰 데이터

이 사건 리뷰 데이터는 피고가 피고 서비스를 위해 수집·가공한 것으로, 이에 투입된 노력이나 비용, 기간, 그로 인해 갖게 된 명성과 경제적 가치, 고객 흡입력, 대학교 리뷰 서비스 분야에서 이 사건 리뷰 데이터가 차지하는 비중과 경쟁력 등을 고려할 때, 위 (파)목이 정한 '성과 등'에 해당한다.

나) 이 사건 API

이 사건 API는 피고가 피고 서비스를 위해 제작한 것으로서, 이에 투입된 노력이나 비용, 기간 등이 상당하고, 그 구체적 내용이 공공영역에 속한다고 볼 수 없으므로, 위 (파)목이 정한 '성과 등'에 해당한다.

④ 서울남부지방법원 2024. 10. 11. 선고 2023나57577 판결

원고는 이 사건 게시물이 자사의 영업 및 이익을 위하여 제품 개선 및 CX(Customer eXperience)팀 운영 등 상당한 노력과 비용을 투자하여 얻은 결과물이라고 주장하고

있는데, 실제로 원고의 N 제품은 2021. 4. 11. 기준 네이버 쇼핑에서 스마트 홈 카메라(CCTV) 판매 브랜드 중 일간 인기 브랜드 3위로 검색되었고, 위 네이버 쇼핑에서 홈 카메라를 검색할 시 네이버 랭킹 순으로 총 114,561개의 업체들이 자동 진열되는 중에 원고의 N 제품에 대한 구매평, 상품후기, 리뷰 등이 9번째 순위로 노출되고 있는 등 해당 시장에서의 인지도 내지 수요가 적지 않으며 상당한 경쟁력이 있는 제품으로 보인다.

N의 원 제품 자체는 원고가 직접 제조하거나 개발한 것은 아니고 유사한 제품들이 많은 해외 시장에서 수입한 것으로 보이나, 원고가 이를 'N'으로 브랜딩하여 국내에 판매하기 시작할 당시에는 해당 제품의 국내 시장이 크지 않았던 것으로 보이고, 이에 원고가 N 제품을 출시하는 과정에서 N 백과사전과 같은 제품 안내사이트를 제공하거나, 스마트홈 제품에 친숙하지 않거나 사용법 등에 능숙하지 못한 소비자들을 위하여 독자적으로 CX(Customer eXperience)팀(특히 CX팀에 대한 인건비 지출액이 지속적으로 상승하여 2021년도에 110,917,807원에 이르렀다)을 운영하여 원고 홈 제품의 설치, 사용방법 등에 대해 소비자들과 상호작용 방식으로 안내하면서 해당 제품의 국내 시장 자체를 넓힌 것으로 보인다.

⑤ 서울중앙지방법원 2021. 7. 21.자 2021카합20006 결정³⁷⁾

앞서 본 바와 같은 창작적인 표현형식을 포함한 채권자 게임의 구성과 규모, 개발 인력의 숫자와 투입 기간, 예상되는 개발 비용, 채권자가 개발·제공 중인 게임 등 채권자의 사업 현황, 개발 기간 채권자가 실제 지출한 비용 등 기록에 나타난 여러 사정들을 고려하면, 채권자 게임은 채권자가 상당한 투자나 노력을 투입하여 만든 성과에 해당한다고 볼 여지가 크다.

(4) 상업적 가치가 확립된 캐릭터 이미지

① 서울중앙지방법원 2024. 10. 16. 선고 2022가합554286 판결

앞서 든 증거, 갑 제10 내지 12호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지에 의하여 인정되는 다음과 같은 사실 내지 사정들을 종합하면, 이 사건 애니메이션 및 그 등장 캐릭터는 원고의 상당한 투자와 노력으로 만들어진 성과에 해당한다고 볼 수 있다.

원고는 이 사건 애니메이션의 제작을 위하여 상당한 비용과 인력, 시간을 투입하였을 것으로 보인다. 이러한 노력으로 인하여 이 사건 애니메이션은 2020. 3.경 처음 방영된 후 4개월 만에 케이블TV O 채널에서 최고 시청률 3.95%를 달성하였고, 4개월 뒤 디즈

37) 2심(서울고등법원 2022. 5. 31.자 2021라20941 결정)에서 원심판결 인용.

니 채널에서 4~7세 여아를 대상으로 한 콘텐츠 부문 1위를 기록하였으며, P에서는 스트리밍 서비스 시작 4일 만에 'Q' 부문 1위에 올랐다.

이 사건 애니메이션의 유튜브 채널인 'R'의 누적 조회 수는 2022. 10. 20. 기준으로 약 3억 7000만 회로 이는 지난 해보다 74% 이상 늘어난 수치이다. 나아가 'R'의 구독자 수는 2024. 6.경 기준으로 82만 명에 이른다.

V. “부정경쟁행위(무단사용)”에 대한 판단

1. “부정경쟁행위(무단사용)”의 판단기준

부정경쟁행위 (파)목이 영리 행위를 규제하는 경우 그로 인한 영향은 그 영리 행위와 관련된 특정한 당사자들뿐만 아니라 산업 분야의 거래 관행에 부합하는지, 그 행위를 규제함으로써 인해 그 산업 분야에 악영향을 미치는지 현재 또는 장래의 기술 발전이나 소비자들에게 미치는 영향을 종합적으로 고려하여 그 행위를 규제하는 것이 사회 전반의 이익에 부합되는 것이 명백한 경우에 한하여 위법성을 인정하는 것이 바람직하다.³⁸⁾ 참고로 파리협약 제10조의2는 산업상 또는 상업상 공정한 관행(honest practices)에 반하는 모든 행위는 부정경쟁에 해당한다고 규정하고 있다. 부정경쟁방지법 (파)목에서도 ‘공정한 관행이나 경쟁질서에 반할 것’을 요구하고 있다. 공정한 관행의 의미에 대해서는 거래 관행이나 사회적 효용을 참작하여 구체적으로 판단하는 것이 타당하다.³⁹⁾

즉, (파)목의 “사용”은 타인의 성과를 본래 목적에 따라 영업활동에 이용하거나 연구, 개발사업 등에 활용하는 등으로 기업 활동에 직접 또는 간접적으로 이용하는 행위를 말한다.⁴⁰⁾ 부정경쟁방지법 (파)목 위반행위는 타인의 성과를 자신의 영업에 무단으로 사용하는 것으로 무임승차(free riding)행위를 말한다. 부정경쟁방지법 (파)목의 사용(행위)은 원칙적으로 성과 그 자체를 가져오는 것 또는 유체물의 경우 이에 준하여 완벽하게 동일하게 모방하는 것을 의미하는 것으로 보아야 하고 이에 이르지 않는 경우에는 민법상 불법행위로 규율해야 한다.⁴¹⁾

이런 점에서 ‘자신의营业을 위하여’ 무단사용하는 것이 아닌 공익을 위한 사용이나 그밖에 영업 이외 다른 목적으로 사용하는 경우에는 (파)목의 무단사용이라고 할 수 없다. 그리고 “성과 등” 귀속 주체의 허락이 있는 경우에는 무단사용이 아님은 당연한데,

38) 이규홍, 전제논문, 86면.

39) 송선미, 전제논문, 53면.

40) 문선영 집필부분, 『부정경쟁방지법 주석』, 박영사, 2020, 211면.

41) 이규홍, 전제논문, 88면.

이때 허락은 명시적인 허락은 물론 묵시적인 허락도 포함한다.⁴²⁾

2. “부정경쟁행위(무단사용)”의 유형

성과도용행위에 있어 “공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용”하는 행위 즉, 성과도용행위에 있어 부정경쟁행위의 유형은 복제, 모방, 도용, 연상, 무단광고, 후기편승, 계약위반, 외관차용, 영업정보 유용 등의 형태로 나타나는 경향을 보였다.

표 33 부정경쟁행위 유형 및 인정 사례

분류	행위 유형	인정 사례
복제	기존의 성과(자료, 이미지, 콘텐츠, 소스코드 등)를 사실상 동일하게 베끼는 행위	- HTML 소스코드, 레이아웃, 글자체까지 동일하게 웹사이트 복제 - 제품사진, 설명자료를 문장 띄어쓰기 실수까지 동일하게 복제 - 원고 동영상 링크 및 캡처 사진 반복 게시
모방	외관, 제품 디자인, 시스템 구성 등 실질적으로 유사하게 따라하는 행위	- 제품의 외형이나 패키지 디자인, 화면 구성 등을 실질적으로 모방 - 게임의 구성요소, 조합·배치·전투 형식 등을 모방한 서비스 - 애플리케이션의 화면 구성·데이터 구조 모방
도용	타인의 저작물, 기술, 리뷰, 제안 등을 허락 없이 가져다 사용하는 행위	- 제안받은 아이디어를 협의 없이 제품화 - 원고 제품의 리뷰 도용 - 광고대행 종료 후 네이밍·콘티 등 도용 - 설계도, 디자인을 제3자에게 넘기고 활용케 함
연상	유사한 이름·색채·표장·디자인 등으로 소비자에게 특정 브랜드를 떠올리게 하는 행위	- 유사한 상호, 표장, 간판 구조·위치·서체 - 유사한 캐릭터 연상 이미지·드레스 스타일 - 기존 제품명과 유사한 이름 사용

42) 최정열·이규호, 「부정경쟁방지법」, 진원사 210면. 이 책에서는 묵시적 허락의 예로 도급인과 수급인의 관계에서 수급인이 수급 업무를 수행함에 있어서 도급인의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과를 이용하는 것이 당연히 예정되어 있는 경우에는 묵시적인 허락에 의한 사용으로 볼 수 있다고 한다.

분류	행위 유형	인정 사례
무단광고	허락 없이 타인의 제품, 명성, 성과 등을 홍보에 활용하는 행위	- 연예인 초상 포함 광고물 계속 사용 - 화보를 협업(collaboration)으로 홍보 - 제품리뷰 및 시험성적서, 인증서를 자신 소개자료에 활용
후기편승	기존 제품의 리뷰나 홍보자료 등을 활용해 유사제품을 판매하거나 광고에 이용	- 원고 제품 리뷰 도용 후 유사제품 판매 - SNS나 쇼핑몰에서 기존 제품 콘텐츠를 유입 수단으로 활용
계약위반	계약 종료 이후에도 계약상 성과나 자료 등을 계속 활용	- 가맹계약 종료 후 인테리어, 메뉴 구성 등 유지 - 광고대행 계약 종료 후 결과물 무단 사용 - 협력과정에서 습득한 API, 리뷰 정보로 사업 운영
외관차용	전체 매장 구성, 제품 외형, 브랜드 이미지 등 고객에게 '원조'로 오인받을 외관을 그대로 사용하는 행위	- 퇴사 후 유사한 표장·간판·인테리어 사용 - 기존 매장의 이미지·상표·디자인 거의 그대로 사용 - 인접 위치에 유사 매장 운영
기술(영업) 정보 유용	기술정보·고객정보·내부 전략자료 등을 퇴사 시 또는 외부 유출로 무단 사용	- 내부 전략 문서, 설계도면, 제조파일 무단 반출 - 회원정보 DB 유출 후 접촉 및 탈퇴 종용 - 기술정보 무단 사용 후 제품 수리·제작

1) 복제

① 서울중앙지방법원 2018. 4. 6. 선고 2016가합535970 판결

피고 교재가 원고의 프로그램 및 교재와 상당히 유사⁴³⁾하다는 점은 앞서 본 바와 같으므로, 피고들은 피고 교재를 통해 영유아를 교육하는 놀이학교 영업을 함으로써 원고의 성과를 그 영업을 위하여 원고의 허락 없이 사용하였다고 봄이 타당하다.

② 서울중앙지방법원 2018. 10. 17. 선고 2018가합519088 판결

앞서 본 바와 같이 피고들은 원고의 상당한 투자와 노력으로 만들어진 성과로 인정되는 이 사건 사진들⁴⁴⁾을 원고의 허락 없이 사용하여 온라인에서 가구를 판매하는 데에 이용⁴⁵⁾하였으므로, 이는 피고들이 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로

43) 감정인 A의 감정결과에 따르면, 원고의 프로그램 및 교재와 피고 교재 사이에 아래 표와 같은 기준을 적용했을 때 배점 100점 중 93점 정도의 유사성을 보이고 있어, 피고 교재가 원고의 프로그램 및 교재와 상당히 유사한 것으로 보인다.

44) (인정사실) 원고는 'F' 인터넷 쇼핑몰에 자신이 판매하는 의자를 판매 및 홍보하기 위하여 원고가 직접 촬영한 사진들은 게시하였다.

자신들의 영업을 위하여 원고의 성과를 무단으로 사용했다고 보아야 한다.

따라서 피고들은 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목의 부정경쟁행위를 하였음이 인정된다.

③ 서울고등법원 2019. 9. 26. 선고 2017나2034378 판결

피고는 별지3 피고 설명자료에서 별지4 원고 설명자료(갑 제16호증) 1면, 2면 중 '전 자극기의 위치 설정' 부분, 4 내지 6면을 거의 그대로 사용하였다[별지3 피고 설명자료 4면 '2) 시간설정' 이하 부분부터 8면까지는 원고 설명자료와 유사하지 않으므로 이 부분은 제외한다]. 위 원고 설명자료는 원고 의료기기의 사용방법을 설명하는 일종의 기능적 저작물로서 일반적으로 통용되는 단어나 문구 등을 사용하여 달리 표현하는 것이 불가능한 부분도 포함하고 있지만, 많은 문장(그 문장의 길이가 꽤 긴 것도 포함되어 있다)과 사용법을 설명한 그림 등으로 이루어져 있어 그 창작성이 인정되는 부분도 포함되어 있다. 피고는 이와 다른 표현의 문장 등을 사용하여 같은 내용을 설명하는 것도 얼마든지 가능하다고 보임에도 원고 설명자료를 거의 그대로 사용하였다. 따라서 피고가 피고 설명자료에서 원고 설명자료를 거의 그대로 무단 사용한 것은 원고 A가 상당한 투자와 노력으로 만든 성과물을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 원고 A의 경제적 이익을 침해한 행위로서 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목을 위반한 행위에 해당한다.

④ 서울중앙지방법원 2020. 2. 6. 선고 2018가합568400 판결

피고들은 원고가 개발 비용을 투입하여 생성하고 마케팅 비용을 들여서 가치를 높인 원고 홈페이지의 메인 페이지부터 세부 페이지들까지 상당 부분의 HTML 소스코드를 무단으로 사용하여 피고 홈페이지를 만듦으로써, 적어도 원고 홈페이지가 가지는 개성 등의 가치를 희석시키고 피고들 스스로는 홈페이지를 별도의 비용 없이 만드는 이익을 얻었다. 나아가서는 쇼핑물의 이름을 특별히 기억하지 않고 '여성용 구두' 등의 검색어로 검색하여 접속한 후 상품을 고르는 사용자들이 피고 홈페이지를 원고의 다른 브랜드를 위한 것이거나 원고와 관련 있는 업체의 것으로 오인하게 함으로써, 원고가 쌓은 신뢰에 무임승차하였다고 볼 수 있다. 이렇듯 인터넷 쇼핑물 사업을 추진하기 위해 홈페이지를 작성하면서 기존 동종 쇼핑물 사업을 운영하고 있는 경쟁자의 홈페이지 구성이나 내용 등을 부분적으로 참조하는 정도를 넘어서서 메인 페이지부터 세부 페이지들까지 상당 부분의 HTML 소스코드를 무단으로 사용하여 홈페이지를 작성하는 행위는 공정한 상거래

45) (인정사실) 피고 B는 'D' 인터넷 쇼핑물 및 오픈마켓에 원고의 허락 없이 원고가 직접 촬영한 별지 제1 내지 20의 각 사진들을 게시하였고, 피고 C는 'E' 인터넷 쇼핑물 및 오픈마켓에 원고의 허락 없이 원고가 직접 촬영한 별지 제21 내지 31의 각 사진들을 게시하였다.

관행이나 경쟁질서에 반한다고 할 것이다.

① 의정부지방법원 고양지원 2023. 10. 18. 선고 2022가단108247 판결

갑 제10호증의 1, 2, 을 제8호증의 각 기재, 변론 전체의 취지를 종합하여 인정할 수 있는 다음과 같은 사정, 갑 제10호증의 1은 G에 관하여 원고가 제작한 제품설명자료인데, 원고는 F로부터 영문으로 된 설명자료를 받아 이를 번역한 후 여기에 사진·그림과 추가 설명 문구를 기재하여 위 제품설명자료를 만든 점, 갑 제10호증의 2는 G에 관하여 피고 B가 제작한 제품설명자료인데, 갑 제10호증의 1과 비교해 볼 때 사용된 사진·그림이 다르고 일부 내용이 빠져있거나 추가되어 있기는 하나 그 구성이 매우 유사하고 특히 제품에 관한 설명 부분은 그 주된 내용뿐만 아니라 문장·문구 자체가 원고의 제품설명자료와 정확히 일치하는 점, 피고 B는 F로부터 설명자료를 넘겨받거나 인터넷으로 확인하고 이를 번역하여 설명자료를 만든 것이라고 주장하나, 위에서 본 바와 같이 원고와 피고 B의 설명자료에 기재된 문장·문구 자체가 정확히 일치하고, F의 설명자료 외에 원고가 추가로 기재한 문장·문구도 피고 B의 설명자료에 그대로 기재되어 있으며, 심지어는 원고 설명자료의 잘못된 띄어쓰기도 피고 B의 설명자료에 그대로 나타나 있는 점(예를 들어 갑 제10호증의 1 제4쪽의 '원료로 부터'와 갑 제10호증의 2 제7쪽의 '원료로 부터', 갑 제10호증의 1 제5쪽의 '건강한관절'과 갑 제10호증의 2 제9쪽의 '건강한관절') 등을 고려해 볼 때 피고 B의 위 주장은 믿기 어려운 점 등을 종합하여 볼 때, G에 관한 원고의 제품설명자료는 원고가 적절한 어휘와 구문을 선택하여 번역하고 간결하게 축약하거나 원고의 의견을 평가를 추가하여 작성한 것으로 부정경쟁방지법 제 2조 제1호 (파)목의 보호대상인 '성과 등'에 해당되고, 피고 B가 이를 무단으로 사용하였다고 판단된다. 따라서 피고 B는 위와 같은 부정경쟁행위로 인하여 원고가 입은 손해를 배상할 책임이 있다.

⑤ 서울남부지방법원 2022. 7. 18.자 2022카합20183 결정

기록 및 심문 전체의 취지에 의하면, 채무자가 별지 기재와 같이 채권자의 홈페이지에 게시된 상품사진을 채무자의 홈페이지에서 그대로 사용하고 있는 사실이 소명된다. 한편 채무자는, 자신은 이 분야의 상관행에 따라 입점업체들로부터 상품사진을 제공받아 사용하였을 뿐이라는 취지로 주장한다.

그러므로 살피건대, 채권자가 입점업체들과 사이에 상품사진의 저작권에 관하여 별다른 약정을 하지 않은 것으로 보이기는 하나, 그러한 점만으로 상품사진에 관한 권리가 전적으로 상품 제공자인 입점업체들에게 있다고 보기 어렵고, 입점업체들이 그 사진을 채권자의 경쟁업체에 제공하는 데 대하여 채권자의 추정적 승낙이 있다고 볼 수도 없다.

또한, 인터넷상에 존재하는 상품사진을 마치 공공재처럼 여러 플랫폼업체가 공통적으로 활용하는 것이 해당 업계의 상관행이라고 인정할 자료도 없다.

2) 모방

① 서울중앙지방법원 2016. 9. 30. 선고 2015가합510981 판결

그리고 앞서 본 인정사실에 변론 전체의 취지를 종합하여 알 수 있는 다음의 사정들에 비추어 보면, 피고 없었던 일로는 선사용상표를 모방하여 선사용상표에 체화된 양질의 이미지나 고객흡인력에 편승하여 부당한 이익을 얻거나 위 표장의 가치를 희석화하여 원고들에게 손해를 입히려는 등의 부정한 목적으로 피고들 일문 표장을 사용하였다고 인정할 수 있고, 이는 피고 없었던 일로가 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 원고 그래픽코의 성과 등을 무단으로 사용한 것에 해당한다고 봄이 타당하다.

위에서 본 바와 같이 원고 그래픽코의 선사용상표 등 상품표지는 피고들 일문 상표 출원 당시나 피고들 제품 출시 당시 일본에서 다이어트 보조식품 분야의 수요자에게 원고 그래픽코의 상품을 표시하는 것으로 인식될 정도로 알려져 있었다.

국내 회사가 일본어로만 이루어진 상표를 국내 출원하거나 상품의 표지에 사용하는 경우가 흔한 일이 아닌 데다가, '없었던 일로'라는 뜻의 일본어 'なかったコトに(나카타 코토니)'를 상표나 상품표지로 삼는 것 자체에 상당한 정도의 독창성을 인정할 수 있더라도 피고들 일문 상표는 선사용상표와 한 글자도 다르지 않는 등 그 유사성이 너무나도 뚜렷하다.

원고들 제품과 피고들 제품은 다이어트 보조식품이라는 점에서 상품의 종류가 같다.

피고들 일문 상표의 출원인 B은 2010. 1. 29.부터 2012. 1. 19.까지 원고 그래픽코 측으로부터 선사용상표가 부착된 다이어트 보조식품을 구입하여 국내에 판매한 바 있고, 그러던 중인 2011. 5. 31. 피고들 일문 상표를 출원한 것이다.

피고 없었던 일로는 원고들 제품 성분 중 일부에 관하여 한국 식약처에서 승인이 나지 않는다는 것도 파악하고 있었고, 피고들 제품 판매 사이트의 질문과 답변란에 '원고들 제품을 참고하여 모방하여 만든 제품이 맞다'고까지 명시적으로 밝히는 등 피고들 제품 출시 당시부터 원고들 제품의 존재를 알고 이를 모방한 것으로 보인다.

결국, 이러한 제반 정황 등을 고려하면 피고 없었던 일로가 피고들 일문 상표를 피고들 제품에 사용한 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목에서 규정한 부정경쟁행위에 해당한다.

② 서울중앙지방법원 2021. 2. 4. 선고 2019가합517270 판결

2) 위에서 인정한 사실을 종합하여 알 수 있는 아래와 같은 사정을 고려하면, 피고들이 이 사건 I잠옷을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 피고들의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 원고 B의 경제적 이익을 침해하였다고 봄이 타당하다.

가) 이 사건 I잠옷과 피고들 제품에서 일반 수요자로 하여금 구매욕구를 불러일으키는 지배적인 요소는 원작 I잠옷의 패턴을 기초로 변형을 가하여 만들어진 이 사건 패턴 디자인이 실제 잠옷 제품에 구현됨으로써 'G'의 주인공 I의 잠옷을 연상하게 하였다는 점에 있다고 보인다. 그런데 위에서 본 바와 같이 이 사건 I잠옷에 적용된 이 사건 패턴 디자인과 피고들 제품의 패턴 디자인은 실질적으로 유사하다. 또한 이 사건 I잠옷과 피고들 제품은 그 상품의 종류가 잠옷으로 같고, 이 사건 I잠옷이 바탕색으로 흰색·하늘색·분홍색을 사용하고 있는 것과 같이, 피고들 제품도 흰색·하늘색·분홍색을 주요 바탕색으로 사용하는 등 그 색채도 유사하다(다만 피고 1 제품 중 일부는 노란색 바탕색을 취하고 있는 정도의 차이가 있을 뿐이다).

③ 서울중앙지방법원 2022. 1. 12. 선고 2015가합535553 판결

앞서 든 각 증거에 갑 제1, 6 내지 9, 28, 29호증, 을 제10 내지 14, 17, 18호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하여 인정할 수 있는 다음과 같은 사정에 비추어 보면, 이 사건 각 골프장의 골프코스 모습(이미지)과 피고가 제작한 3D 골프코스 영상은 실질적으로 동일하거나 유사하다고 봄이 타당하다.

피고가 이 사건 각 골프장의 골프코스 모습(이미지)을 이용하여 제작한 스크린골프 시뮬레이션용 3D 골프코스 영상과 이 사건 각 골프장의 골프코스 실제 모습(이미지)을 비교해 보면, 실제 골프장에는 존재하지 않는 가로등, 오크통, 분수대 등이 3D 골프코스 영상에 추가되었다든가, 벙커 둔덕 등 지형의 기울기 및 형태에 약간의 차이가 있다든가, 실제 골프장에는 페어웨이로 되어 있는 부분이 3D 골프코스 영상에는 얇은 페어웨이와 러프로 처리되거나 페어웨이와 러프의 경계가 명확하지 않은 부분이 명확하게 표현되었다든가, 수목이나 조경에 있어서 실제 골프장의 유목(幼木)이 3D 골프코스 영상에는 성목(成木) 또는 러프로 처리되었다든가, 나무가 심어진 밀도 및 바위 모습 내지 불모지 표현상에 차이가 있다든가, 공사 중인 골프코스가 3D 골프코스 영상에는 시뮬레이션 코스로 구현되어 있는 등 세부적인 차이점이 일부 존재하기는 하나, 전체적으로 볼 때 스크린골프 시뮬레이션용 3D 골프코스 영상이 실제 이 사건 각 골프장의 모습을 거의 그대로 재현하고 있고, 이로써 이 사건 각 골프장의 스크린골프 시뮬레이션을 선택하여 스크린골프를 즐기는 이용자로서는 이 사건 각 골프장을 실제 방문하는 것과 동일하거나

유사한 느낌을 받게 될 것으로 보인다.

(중략)

AR(인터넷주소 1 생략)의 2013. 11. 29.자 기사에는 피고가 제작한 스크린골프 시뮬레이션용 3D 골프코스 영상의 모습은 골프장의 조경과 페어웨이, 러프, 그린 등에서 완벽에 가깝게 실물에 근접하였고, 피고의 스크린골프 시뮬레이션용 3D 골프코스 영상을 제공받는 스크린골프장 운영자들 역시 피고의 스크린골프 시뮬레이션용 3D 골프코스 영상이 '소프트웨어상 실제 골프장 홀 구조와 특징, 이정표, 건물까지 99% 똑같다', '골프장 필드를 그대로 옮겨놓은 것으로 보아도 무방하다'고 인정하였다는 내용이 포함되어 있다.

피고 또한 자신의 홈페이지(인터넷주소 2 생략) 및 브로마이드에서 피고가 이 사건 각 골프장을 포함하여 실제 골프장에 관한 스크린골프 시뮬레이션용 3D 골프코스 영상을 제작하여 제공하고 있음을 홍보하였는데, 피고 스스로도 피고가 제작한 스크린골프 시뮬레이션용 3D 골프코스 영상이 스크린골프의 이용자들에게 골프장을 실제 방문하는 것과 동일하거나 유사한 느낌을 갖도록 한다는 사실을 알고 이를 적극적으로 활용한 것으로 보인다.

뿐만 아니라 피고가 2015년 국내에서 필드 골프 또는 스크린골프를 이용하는 이용자들을 대상으로 실시한 설문조사에 의하면, 스크린골프 이용자 중 25.5%는 스크린골프 시뮬레이터 브랜드를 선택할 때에 실제 필드 코스와 그래픽과의 유사성을 고려한다고 응답하였는데, 이에 의하면, 스크린골프의 이용자들은 스크린골프에서 실제 골프장을 방문하는 것과 유사한 느낌을 받을 수 있는지 여부를 중요시하고 있는 것으로 보이고, 이에 더하여 피고가 스크린골프 업계에서 시장점유율 1위를 차지하고 있는 사정 등에 비추어 보면, 피고의 스크린골프 시뮬레이션용 3D 골프코스 영상은 실제 골프장의 골프코스 모습(이미지)과 매우 유사할 것으로 보인다.

④ 서울중앙지방법원 2022. 7. 7. 선고 2019가합585730 판결

위에서 인정한 사실 및 갑 제20 내지 22호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하여 알 수 있는 아래와 같은 사정들, 즉 ① 이 사건 원고 게임은 기존의 MMORPG 장르 게임에 더하여 원고 게임만의 창작적인 개성과 표현형식이 나타나는 주인공 캐릭터, 각 스킬 이펙트 및 탈 것 등의 선택배열 및 유기적인 결합 관계를 통하여 3D 그래픽의 형태로 화려한 시각적 효과와 함께 높은 몰입감을 주는 핵심적인 구성요소들을 도입하였는데, 피고 게임은 이러한 핵심적인 구성요소들의 선택배열 및 결합 관계를 무단으로 이용한 점, ② 원고가 2001년경 원고 게임을 출시한 이후 19년간 상당한 비용과 노력을 하여 원고 게임 및 원고 게임을 바탕으로 하는 후속 게임들을 통하여 원고 게임만의 중

합적인 이미지 및 상품화 노력을 계속하여 일반 수요자에게 높은 인지도를 형성하였는데, 원고 게임만의 독창적이고 종합적인 게임 이미지를 연상하게 하는 피고 게임을 2019년 출시한 점, ③ 피고 게임은 원고 게임만의 독창적인 구성요소의 결합 관계나 일반 수요자로 하여금 흥미를 불러일으키는 지배적인 요소를 모방하여 단기간에 개발된 것으로 보이고, 피고 게임만의 나름의 구성요소나 구체적인 창작적 활동 과정을 밝히지 못하고 있는 점, ④ 일반 소비자들도 피고 게임이 원고 게임의 후속 게임이라고 연상하게 한다고 지적하고 있는 점 등을 종합하여 보면, 피고가 원고의 성과인 원고 게임만의 종합적인 이미지 및 상품성을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 피고의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 원고의 경제적 이익을 침해하였다고 봄이 타당하다.

⑤ 서울중앙지방법원 2024. 7. 12. 선고 2022가합520399 판결⁴⁶⁾

피고가 2021. 5.경부터 위 2022. 2. 7.경 이전까지 영업에 이용한 자동판매기는 앞서 본 바와 같이 이 사건 자동판매기의 차별화되는 특징인 ‘여러 개를 일렬로 배치하고, 전체적인 골조를 목조로 하며, 일렬로 배치된 자동판매기들 위에 기와지붕을 얹음으로써 한옥의 전통미를 살리거나 주변 한옥과의 조화를 이루도록 한 점’을 그대로 포함하고 있고, 그 밖에 현판과 자동판매기의 크기, 가로·세로 비율 등도 유사하다.

⑥ 서울중앙지방법원 2017. 7. 11.자 2017카합80486 결정

그런데 채무자는 채권자들의 허락 없이 채권자 제품의 형태와 매우 유사한 채무자 제품을 제조·판매하고 있으므로, 이는 채권자들의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과물을 자신의 영업을 위하여 무단으로 이용한 행위에 해당한다.

⑦ 서울중앙지방법원 2021. 7. 21.자 2021카합20006 결정⁴⁷⁾

나아가 ① 채권자 게임은 채무자 게임 출시 이전 이미 상당히 알려져 일정 규모의 매출을 올리고 있었던 것으로 보이는 점, ② 앞서 본 T과 U의 대화 내용이나 채무자 게임의 개발 인력의 구성 등 기록에 나타난 여러 사정에 비추어, 채무자는 채무자 게임을 개발하면서 채권자 게임을 상당 부분 참고한 것으로 보이는 점, ③ 게임 도입부에 바로 실사화 여성 캐릭터의 전투를 통한 노출이 이루어지고, 전투 결과가 누적됨에 따라 게임 내 사용자의 순위나 지위를 높이는 기본 형식을 취하는 게임은 양 게임 이외에는 없는 것으로 보이며, 출시 시점을 기준으로 채무자 게임은 채권자 게임과 상당히 유사하였다고 인정되는 등 채무자 게임은 채권자 게임을 대체할 가능성이 높은 것으로 보이는 점,

46) (항소기각) 서울고등법원 2025. 3. 20. 선고 2024나2043448 판결.

47) 2심(서울고등법원 2022. 5. 31.자 2021라20941 결정)에서 원심판결 인용.

④ 채무자 게임의 출시 직후 일부 사용자들은 채권자가 채무자 게임을 출시한 것은 아닌지 의심하였고, 채권자 게임 매출의 상당 부분을 차지하는 고과금(高課金) 사용자들을 포함한 다수의 사용자들이 상당 수 채무자 게임으로 이동하였으며, 이러한 상태는 현재에도 유지 또는 강화되고 있는 것으로 보이는 점, ⑤ 채무자 게임이 상당한 수의 사용자들을 확보할 수 있었던 것은 채무자가 채권자의 성과인 채권자 게임의 표현형식을 차용함에 따라, 그 제작 기간을 단축하고 채권자 게임이 창출한 새로운 수요를 적절한 시기에 빠르게 흡수한 것에 기인한 것으로 보이는 점, ⑥ 채무자가 이 사건 심문 종결일 이후에 이르기까지 채무자 게임의 구성요소들을 상당 부분 추가, 수정 및 삭제하는 등 변경하였으나, 이러한 변경은 채무자 게임이 채권자 게임과 실질적으로 유사하다는 판단을 회피하려는 시도로 보일 뿐만 아니라, 위와 같은 변경에도 불구하고 다수 사용자들의 이동 등 채무자가 채권자 게임을 차용함에 따른 성과 도용의 결과는 그대로 유지되고 있고, 이로 인한 채권자의 경제적 이익이 계속 침해되고 있다고 볼 수 있는 점 등 기록에 나타난 여러 사정들을 고려하면, 채무자의 채무자 게임 출시 및 계속된 제공 행위는 채권자에 대한 성과 도용의 부정경쟁행위라고 볼 여지가 크다.

⑧ 대전고등법원 2023. 3. 28.자 2022라242 결정

채무자 제품은 사다리꼴 형상, 트러스 구조의 지지대 형태 등 그 형상과 모양이 이 사건 제품과 매우 유사하고, 채무자 또한 농기계 업체에서 이 사건 제품을 톨백 대체상품이 상용화되는 것을 확인한 후 톨백보다 상품성이 좋다는 판단 하에 이 사건 제품을 참고하여 채무자 제품을 고안하였음을 자인하고 있다. 따라서 채무자의 채무자 제품 판매 영업은 이 사건 제품을 사용할 채권자의 영업이 어느 정도 인지도를 가진 후에 시작된 것으로 보이는데, 그 당시는 채권자가 전국 M조합 또는 시·도를 상대로 이 사건 제품을 설명·홍보·판매를 해오던 상황으로 보이고, 채무자는 이 사건 제품과 동일한 명칭이나 이 사건 제품형태와 유사한 L 제품을 M조합이나 미곡종합처리장을 상대로 판매하고 있으므로, 채권자의 채무자가 경쟁관계에 있고 이 사건 제품과 경쟁관계에 놓일 가능성이 있다고 판단된다. 따라서 채무자의 채무자 제품을 사용한 영업은 이 사건 제품의 형태와 유사한 채무자 제품을 사용하는 행위는 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 채권자의 성과 등을 무단 사용한 것에 해당한다고 봄이 상당하다.

⑨ 서울중앙지방법원 2019. 10. 8.자 2019카합20364 결정

또한 채무자 물품은 외관은 물론 그 구조, 사용된 부품 및 이로 인한 기능까지 채권자 물품과 사실상 동일한 점, 채권자 물품이 기존 조인트들에 비해 가지는 디자인적·구조적·기능적 차별성에 비추어 채무자 물품은 채권자 물품을 모방하여 제작된 물품이라 볼 것

인 점, 채무자는 2014년경부터 채권자와 거래관계를 지속해 왔음에도 채권자 물품과 사실상 동일한 채무자 물품을 별도로 제작하여 수요자들에게 판매하기 시작한 점 등을 고려하면, 채무자가 채무자 물품을 생산·판매한 행위는 "공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위"에 충분히 해당한다. 특히 채무자는 채권자 물품에 관한 등록디자인권에 신규성 상실로 인한 등록무효 사유가 있다고 주장하고 있는바, 이러한 사정 아래서라면 보충적 일반조항인 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목을 통해 채권자의 성과를 보호해야 할 필요성이 더욱 높다고 할 것이다.

3) 도용

① 서울고등법원 2016. 11. 24. 선고 2015나2049789 판결⁴⁸⁾

나) 이 사건에 관하여 보건대, 앞서 본 전제사실 및 갑 제24호증, 을 제31 내지 37, 39, 50, 52, 64호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하면, 다음과 같은 사실이 인정되기는 한다.

이 사건 선거 당시 세계일보 정치부 기자로 근무하던 C은 이 사건 당일 17:31 무렵 성명불상자로부터 휴대전화 메시지를 통하여 이 사건 예측조사 결과를 전달받아 이를 D 등 세계일보 정치부 기자들 8명이 소속되어 있는 휴대전화 메신저인 '카카오톡'의 단체 대화방에 게재하였고, D은 이를 다시 이 사건 당일 17:32 무렵 피고소속 A 기자를 포함하여 총 9명의 기자가 사용하고 있는 휴대전화 메신저인 '마이피플'의 단체 대화방에 게재하였다.

(중략)

한편 피고는 피고 소속 A 기자가 세계일보 소속 D 기자가 위와 같이 휴대전화 메신저인 '마이피플'의 단체 대화방에 게재한 이 사건 예측조사 결과를 입수하여 이를 피고에게 보고함에 따라 원고들이 이 사건 예측조사 결과를 방송하기 이전에 미리 이 사건 예측조사 결과를 입수하게 되었고, 이 사건 선거 개표방송을 시작하면서 먼저 4대 광역단체장 선거에 대한 자체 예측조사 결과를 발표한 후 지상파 출구조사임을 밝히면서 이 사건 예측조사 결과를 방송하였는데, 원고 MBC의 경우 경합 및 비경합지역의 1, 2위 후보자 및 예상득표율이 피고보다 먼저 공개되었다.

다) 그러나 피고가 원고들의 성과물인 이 사건 예측조사 결과를 원고들의 사전 동의

48) (1심) 서울중앙지방법원 2015. 8. 21. 선고 2014가합43866 판결, (3심) 대법원 2017. 6. 15. 선고 2017다200139 판결.

없이 무단으로 방송하였음은 당사자들 사이에 다툼이 없고, 앞서 본 전제사실과 갑 제 16, 50 내지 56, 65호증, 을 제2호증, 을 제5호증의 1, 2, 을 제11호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 종합하여 인정할 수 있는 다음과 같은 사정들에 비추어 보면, 위 인정 사실과 같은 피고의 이 사건 예측조사 결과 취득 경위 및 피고의 이 사건 예측조사 결과에 대한 구체적인 방송 태양 등을 고려하더라도 피고가 이 사건 예측조사 결과를 원고들의 사전 동의 없이 무단으로 방송한 것은 원고들이 이룩한 성과를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 피고의 영업을 위하여 무단으로 사용하는 행위에 해당한다고 할 것이다.

1995년 이후 각종 선거에서 방송사 등이 실시한 출구조사 결과는 그 출구조사를 직접 실시한 방송사가 먼저 그 출구조사 결과를 방송한 이후 다른 언론사가 이를 인용하여 보도하는 방식을 유지해온 것으로 보이므로, 비록 앞서 본 대로 원고들이 이 사건 예측조사 결과를 방송하기 전에 미리 피고가 이 사건 예측조사 결과를 입수하였다거나, 이 사건 예측조사 결과가 원고들 및 이 사건 예측조사를 직접 실시한 조사기관 이외의 일부 타인이나 인터넷 사이트 등에 공개된 사정을 고려하더라도 위와 같은 관행상 원고들이 이 사건 예측조사 결과를 방송하기 이전에 피고가 이 사건 예측조사 결과를 먼저 방송할 수는 없었던 것으로 보인다[피고의 보도분야를 총괄하는 H역시 제1심법원에 제출한 소명서(을 제11호증)에서, 피고가 출구조사 결과를 사전에 입수하게 된 경우라도 원고들이 그 출구조사 결과를 방송하면 이를 확인한 후 인용보도를 할 계획이었다고 밝히고 있다].

② 서울중앙지방법원 2017. 11. 9. 선고 2016가합542169 판결

또한 피고 C가 원고위원회가 개발하여 등록한 이 사건 품종들을 무단으로 증식·생산·판매하는 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차.목의 타인의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위에 해당한다고 봄이 상당하다.

③ 서울중앙지방법원 2018. 6. 22. 선고 2017가합562146 판결

이상 살펴본 디스펜서용 가글 제품의 영업 형태와 그 시장에서 원고의 지위, 다른 경쟁 업체의 가글 용기 형태, 피고의 홍보 및 영업 실태 및 피고가 가글 용기를 다른 규격으로 충분히 제작할 수 있음에도 원고의 가글디스펜서에 장착될 수 있는 규격으로 제작하게 된 경위에 관하여 합당한 설명을 못하는 점에 비추어 보면, 디스펜서 가글 제품 사업의 후발주자인 피고는 원고의 가글디스펜서에 피고 가글 제품이 사용될 수 있도록 함

으로써 원고가 장기간에 걸친 투자와 노력으로 이룩한 성과인 국내 각지에 설치된 약 70,000대 이상의 원고 가글디스펜서를 피고 가글 제품의 판매에 이용하였다고 할 것이고, 이는 원고가 설치한 가글디스펜서를 그대로 무단 사용하여 원고가 이룩한 성과에 무단 침입하려는 것으로 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 행위로서 정당화될 수 없다.

④ 수원지방법원 2019. 2. 13. 선고 2018나54330 판결⁴⁹⁾

앞서 본 법리에 비추어 이 사건에 관하여 보건대, 위 인정사실⁵⁰⁾에 의하면, 피고는 원고와의 계약 체결이나 그로부터 허락받음 없이 원고로부터 교부받은 이 사건 디자인을 H에게 제공하고 이를 이용하여 이 사건 문주 등을 완성하게 하는 방법으로 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과인 이 사건 디자인을 공정한 상거래 관행에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 원고의 경제적 이익을 침해하였다고 할 것이므로, 이는 구 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목 소정의 부정경쟁행위로서 불법행위에 해당한다고 할 것이다.

⑤ 서울남부지방법원 2019. 5. 28.자 2019카합20129 결정

이 사건 인증서의 권리주체는 중국 회사이다. 그렇다고 하더라도 신청인은 중국 회사와의 계약에 따라 대한민국에서 이 사건 인증서를 독점적으로 사용할 권한이 있다. 신청인은 이러한 독점적 권한에 근거하여 자신의 영업상의 이익이 침해되는 것을 막기 위해 부정경쟁행위의 금지를 청구할 수 있다.

피신청인은 E 주식회사가 발주한 사업의 입찰에 참여하면서 회사소개서(조잡 제9호증)를 제출하였다. 위 회사소개서의 차례란에 '6. 인증 현황' 목차가 있다. 위 목차에 해당하는 부분에는 피신청인이 보유한 인증서들이 첨부되어 있다. 그런데 해당 부분 중 제9쪽에 이 사건 인증서 사본이 첨부되었고, 이 사건 인증서 사본 오른쪽 상단에는 피신청인의 회사명 로고(■■■■)가 있다. 그렇다면 발주자 등은 피신청인이 이 사건 인증서를 보유하고 있거나 사용할 권한이 있다고 오인·혼동할 가능성이 높다.

49) 1심(수원지방법원 안양지원 2018. 1. 11. 선고 2016가단103338 판결)에서는 예비적 청구원인으로 불법행위를 주장하여, 불법행위에 따른 손해배상 인정.

50) (인정사실) 다. 원고는 2014. 12. 31. 이 사건 골프장의 운영팀 소속 F 주임으로부터 이 사건 골프장의 조감도와 전층 도면을 이메일로 받아 문주와 이 사건 골프장의 클럽하우스의 내, 외부에 부착할 각종 사인(표지판)에 대한 디자인을 시작하여 2015. 2. 5.경 위 디자인을 완성하였고(이하 '이 사건 디자인'이라 한다), 피고에게 위 완성 도면과 함께 문주조형물 부분을 제외한 클럽하우스 사인의 제작, 설치비를 140,240,000원으로 한 견적서를 보냈다. 라. 그 후 피고는 2015. 3. 4. 'G'이라는 상호로 광고물 등을 제작하는 소외 H에게 이 사건 골프장 내, 외부 사인 제작 및 설치공사를 23,000,000원에 도급주었고, H는 피고 측으로부터 원고의 이 사건 디자인이 담긴 인쇄물을 받아 그 중 일부 디자인을 수정하여 2015. 3. 30.경 위 공사를 마쳤다(위 공사로 인하여 설치된 문주와 골프장 사인을 '이 사건 문주 등'이라 한다).

⑥ 대전지방법원 2018. 9. 18.자 2018카합50311 결정

채무자 화장품 관련 사진은 채권자 화장품 관련 사진과 세럼, 솔루션, 붓의 배치 형태, 구도 설정, 다른 소품과의 결합 등에서 유사하다. [별지 3] 목록 순번 1, 2 사진은 채무자의 인터넷 홈페이지에, [별지 3] 목록 순번 3 내지 8은 인스타그램 계정에 게시한 사진을 게시한 방식과 웹사이트의 구성도 유사하다. 이는 채권자의 성과인 채권자 화장품 관련 사진의 구도, 내용, 게시 방식 등을 채무자 화장품의 소개, 홍보 등 영업을 위하여 무단으로 모용한 것으로서, 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용한 행위에 해당한다.

4) 연상

① 서울중앙지방법원 2024. 10. 16. 선고 2022가합554286 판결

앞서 든 증거 및 변론 전체의 취지에 의하여 인정되는 다음과 같은 사정들을 종합하면, 피고 B는 원고의 성과인 이 사건 애니메이션 및 그 등장 캐릭터를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 원고의 경제적 이익을 침해하였다고 봄이 타당하다.

피고 B는 자신의 인스타그램을 통해서 피고들 제품을 판매하면서, 피고들 제품을 입고 있는 모델 주변에 아래와 같이 이 사건 애니메이션의 주요 캐릭터인 'N' 등의 인형을 배치하고, 그 설명 부분에 'M 중에 T가 제일 인기있는 U들 3명으로 간추려봤어요', 'N! V! W!' 등의 문구를 기재하여 피고들 제품이 이 사건 애니메이션을 상품화한 것임을 명백히 하였다.

피고들 제품은 이 사건 애니메이션의 주요 캐릭터인 'H'가 착용하였던 이 사건 드레스와 유사한 색깔, 스타일의 제품인 점과 위 ①항에서 본 사정을 아울러 고려하면, 피고들 제품은 그 수요자들로 하여금 이 사건 애니메이션의 'H' 캐릭터 및 그 의상을 떠올리도록 하기에 충분하다.

5) 무단광고

① 대전고등법원 2019. 9. 18. 선고 2019나11959 판결

이 사건 사진은 피고 B이 원고의 직원으로 근무하는 동안 원고가 수리하거나 매입한 제품을 직접 촬영하여 자신의 개인 블로그에 게시한 것이다. 그러나 위 블로그는 피고

B이 원고에 재직하는 동안 원고의 영업을 홍보하는 데 사용되었던 점, 위 블로그의 운영비용은 원고가 지급하였던 점, 피고 B은 퇴사할 무렵 원고의 요구에 따라 위 블로그의 아이디와 비밀번호를 원고에게 이전하여 준 점 등에 비추어 보면, 피고 B이 이 사건 사진을 촬영하여 자신의 개인 블로그에 이를 게시하였다는 사정만으로 이 사건 사진에 대한 권리가 피고 B에게 귀속된다고 할 수 없다. 피고들은 원고의 동의 없이는 이 사건 사진을 자신들의 영업을 위하여 사용할 권리가 없으므로, 피고들이 이 사건 사진을 자신들의 홈페이지 또는 블로그에 게시한 행위는 원고의 상당한 투자나 노력에 의하여 만들어진 성과를 무단으로 사용한 것에 해당한다.

원고는 수리하거나 매입한 제품의 사진을 피고 B의 개인 블로그에 게시함으로써 소비자로 하여금 인터넷 검색창에서 제품의 모델명을 입력하면 해당 제품의 사진과 원고의 상호를 찾을 수 있도록 하였다. 원고는 피고 B이 퇴직한 이후에도 취급한 제품의 사진을 촬영하여 홈페이지와 블로그에 게재하는 일을 영업팀과 물류팀의 주된 업무 중 하나로 설정하고 이를 계속해 오고 있다. 피고 B은 원고를 퇴사한 날로부터 불과한 달 정도가 지난 2015. 5. 초경부터 이 사건 사진을 그 배경만 삭제하고 제품의 모습은 그대로 남긴 채 'D'이라는 문구를 삽입하여 자신의 블로그에 게재하였고, 피고 회사를 설립한 이후에도 피고 회사의 홈페이지와 블로그에 이를 계속하여 게재하였다. 원고의 위와 같은 영업 방식은 제품의 수리를 의뢰하고자 하는 고객들에게 상당한 홍보 효과가 있었던 것으로 보이는데, 피고들이 이를 자신들의 영업에 그대로 활용하기 위한 의도로 위와 같이 이 사건 사진을 무단으로 사용한 것은 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 것이다.

② 서울중앙지방법원 2022. 1. 27. 선고 2020가합587633 판결

그런데 기초사실 다항의 행위는 2016. 9.경부터 2020. 5.경까지 상당한 기간에 걸쳐 피고 쇼핑몰 웹사이트의 '레시피' 항목을 원고의 이 사건 동영상 링크로 채움으로써, 이 사건 동영상에 체화된 명성, 신용, 고객흡입력을 이용하여 단기간에 피고 쇼핑몰의 인지도를 높이고 인터넷 이용자들을 피고 쇼핑몰로 유입하는 효과를 유발하고, 이와 같이 유입된 이용자들이 피고 쇼핑몰에 게시된 링크를 통해 이 사건 동영상을 시청하면서 그와 연관된 식재료나 상품들을 피고 쇼핑몰에서 구매할 수 있도록 유도한 행위로 판단된다.

③ 서울동부지방법원 2022. 9. 6. 선고 2021가단125106 판결

이에 대하여 피고는, 원고로부터 이 사건 광고화보 사용에 대한 허락을 받았거나 화보촬영에 소품을 협찬한 회사의 경우 협찬사실을 알리기 위해 관련 사진을 게재하는 것이 업계의 관행이라고 주장한다. 살피건대, 피고가 원고와의 협업을 통하여 결과물을 만

들어낸 것과 같이 소비자들을 오인케 하는 홍보에 이 사건 광고화보를 적극적으로 사용한 점 등에 비추어볼 때, 피고가 제출한 증거만으로 원고의 사용 허락을 받았다거나, 업계의 관행 내에서 이 사건 광고화보가 사용되었다고 인정하기 어렵고 달리 이를 인정할 증거가 없다.

6) 후기편승

④ 서울남부지방법원 2024. 10. 11. 선고 2023나57577 판결

나아가 피고 L이 이 사건 게시물을 원고의 N 제품과 유사한 외관을 가진 E 제품에 관한 것으로 보이도록 하는 이 사건 도용행위로서 E 제품의 판매 촉진에 기여하였을 것이라는 점은 경험칙상 분명하고, 피고 L이 원고의 N 제품을 위탁판매 하다가 유사한 제품을 피고 J으로부터 구매하여 독자적으로 E 제품으로 브랜딩한 다음 이 사건 게시물이 존재하는 동일한 홈페이지에서 N 제품에 관한 좋은 구매평에 편승하여 자신의 E 제품을 판매한 것은 결국 원고가 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 피고 L이 무단 사용하여 원고의 경제적 이익을 침해한 것으로 봄이 상당하다.

7) 계약위반

가맹계약 해지 후 “성과 등”으로 인정받는 종합적 이미지의 일부를 변경하고, 기존의 종합적 이미지와는 다른 이미지를 구축하고 있다면, 종합적 이미지의 일부인 영업방법의 계속 사용은 공정한 상거래 관행에 해당할 수 있다.⁵¹⁾

① 서울중앙지방법원 2018. 4. 6. 선고 2016가합535970 판결

원고와 피고들 모두 영유아를 대상으로 한 놀이학교 분야에 종사하고 있어 서로 경쟁자의 관계에 있다고 인정되고, 인정 사실에 따르면 피고 위즈엔젤은 원고와의 이 사건 가맹계약에 의해 운영하던 동일한 장소에서 놀이학교를 운영하는 이상, 피고들이 원고의 상당한 노력과 투자에 편승한 것으로 볼 수밖에 없어 원고의 프로그램 및 교재와 관련한 원고의 경제적 이익을 침해하였다고 볼 수 있다.

51) 대법원 2022. 6. 16.자 2019마6625 결정.

② 서울중앙지방법원 2020. 5. 22. 선고 2017가합549921 판결

나아가 앞서 인정한 기초사실, 갑 제4, 78, 85, 93 내지 98, 102 내지 104, 107호 증의 각 기재, 증인 I의 증언, 변론 전체의 취지에 의하여 인정할 수 있는 다음과 같은 사실 및 사정을 종합하여 고려하면, 피고들이 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 사용으로 원고의 경제적 이익을 침해하였다고 봄이 상당하다.

(1) 피고들은 원고와 각 지사계약을 체결하고 원고로부터 그 소유 음악수업프로그램 자료를 제공받았는데, 각 지사계약 해지 직후에 피고 B는 원고와 동일한 사업을 하기 위하여 'G'라는 상호로 영업을 하였고, 피고 C, D는 피고 B와 함께 영업을 하였으며, 피고 B, C는 'H'라는 상호로 공동사업자등록까지 하였다.

(중략)

(3) 피고 B는 원고와 지사계약을 해지한 직후인 2016. 3. 31.부터 4차례에 걸쳐 그 소속 교사인 I에게 원고의 2015년 연·월간계획안 파일을 발송하였는데, 증인 I은 이 법정에서 피고 B가 클라우드에 원고의 자료를 업로드 해놓으면 이를 받아서 상호를 바꿔서 수업에 사용하였고, 수업할 것이 없다고 말하자 피고 B가 이메일로 원고 자료를 그대로 보내주었는데 당시 피고 B가 상호, 연도와 월을 바꾸면 된다고 말하여 이에 따랐다는 취지로 증언하였다(증인 I의 증인신문녹취서 5 내지 7쪽). 또 피고 B는 2016. 11. 21. I에게 "팁을 드리자니 드리면 ~~ A꺼 슬쩍베끼셔도.... 안에 내용 잘안보거든요"라는 카카오톡 메시지를 발송하였다.

(4) 피고 B는 'G'라는 상호로 영업을 하면서 원고의 음악수업프로그램과 동일하게 수업안, 연·월간계획안, 음원 등의 구성으로 수업을 하였는데, 원고가 제출한 피고 B 측의 수업동영상 등(갑 제14 내지 58호증 참조)에 비추어 보면 수업안과 음원의 경우 원고의 것을 그대로 사용하였고, 연·월간계획서의 경우 상호만을 'G'로 수정하거나 일부 내용의 순서만을 바꾸는 등 미세하게 변경하여 사용하였다. 예를 들어 원고와 'G'의 연간계획서를 비교하면(갑 제78호증 참조), 원고의 것은 표 상단이 붉은색 계통으로 되어 있는 반면 'G'의 것은 푸른색 계통으로 되어 있는 차이가 있으나, 연간계획서 내용이 대주제, 소주제, 수업활동, 준비물, 목표로 구성되어 동일하고, 각 월별 주제도 상당 부분이 겹치며, 표의 모양과 틀이 동일하여 전체적인 구성이 매우 유사하다.

(5) 피고 C, D는 피고 B와 함께 일하면서 피고 C는 3차례, 피고 D는 2차례 3개의 어린이집에서 음악수업을 하였는데, 그 수업에서 원고의 'M', 'N', 'O', 'P' 음악수업프로그램을 그대로 사용하였다.

라) 이에 대하여 피고 B는 I 등이 독자적으로 원고의 음악수업프로그램을 사용한 것이

② 대전고등법원 (청주) 2021. 12. 1. 선고 2018나2289 판결

다) 비록 원고가 피고에게 이 사건 구동장치의 사양과 성능, 내·외관의 구조 및 각 부품의 세부수치 등이 포함된 이 사건 구동장치 도면 파일을 제공하면서 별다른 비밀보호 조치를 취하지 않은 것은 사실이나, 이 사건 구동장치 도면 파일은 원고가 상당한 투자와 노력을 기울여 얻게 된 성과에 해당하고, 피고에게 이 사건 구동장치 도면 파일을 제공한 목적은 피고로 하여금 이 사건 구동장치를 이용해 제작한 리프터 완제품에 대한 관련 기관들의 안전인증 서면심사를 받게 해주기 위한 것이었으며, 원고는 다른 업체들에게 같은 목적으로 이 사건 구동장치 도면 파일을 제공하면서는 해당 업체로부터 비밀 유지에 관한 서약서를 받고 있는 점에 비추어 보면, 피고가 이 사건 구동장치 도면 파일을 그 제공 목적을 넘어 이 사건 구동장치를 대체할 구동장치를 제작할 목적으로 이용함으로써 원고를 공급처에서 배제하는 것은 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 어긋난다고 봄이 타당하다.

③ 대전지방법원 2022. 6. 9. 선고 2021가합100797 판결

원고는 이 사건 도면과 G 문서를 비롯하여 이 사건 계약서 ‘부록 C’에서 기재한 원고가 구매자에게 제공하는 주변압기의 시스템 설명, 시험 계획과 일정, 모든 장비의 사양, 주변압기의 유형 시험 보고서 등의 기술정보를 피고에게 제공하였는데, 이 사건 계약에서는 이러한 기술정보는 이 사건 변압기의 작동과 유지보수, 조립 등을 위해서 사용하여야 할 뿐만 아니라 비밀로 취급되어 이 사건 계약 외의 다른 목적으로는 사용해서는 안 된다고 정하고 있다(이 사건 계약서 제14조, 제26조). 이 사건 변압기는 위와 같은 기술정보 등을 토대로 제작된 것으로, 이 사건 변압기와 관련된 경제적 이익이 공공영역에 속한다고 볼 수는 없다. 피고가 이 사건 변압기와 이 사건 도면 등의 기술정보를 이 사건 계약과 무관한 별도의 변압기 제작을 위해 사용하려 했다면, 피고로서는 원고로부터 이에 관한 사용허락을 받는 등의 조치를 취했어야 한다.

(중략)

6) 물론 피고가 위와 같이 납품한 변압기는 한국철도공사가 승인한 이 사건 승인 도면의 사양에 따른 것이기는 하다. 그렇지만 앞서 보았듯이 이 사건 승인도면은 원고의 기술정보이자 자산인 이 사건 도면을 토대로 만들어졌다. 이 사건 승인도면은 한국철도공사의 이 사건 변압기 승인을 위한 것이지, 이 사건 계약에 따라 이 사건 변압기의 작동과 유지보수조립 등을 위해서만 이 사건 도면 등의 기술정보를 사용할 의무를 부담하는 피고에게 이 사건 변압기를 모방한 별도의 변압기 제조를 허용할 용도로 작성된 것이 아니다. 피고가 제조한 변압기가 이 사건 승인도면의 사양을 따른 것이라도, 이 사건 계약에서 정한 이 사건 변압기나 이 사건 도면의 제공 목적을 넘어 이 사건 변압기를 모방한 제품을 만든 피고의 행위가 정당화된다고 할 수는 없다.

④ 수원지방법원 2022. 7. 6. 선고 2020가합21780 판결

갑 제5 내지 8, 20호증의 각 기재 또는 영상 및 변론 전체의 취지에 의하면, ① 광고 업에 종사하던 피고는 이미 원고들 1호 매장을 운영하고 있던 원고들과 2020. 1.경 이 사건 동업계약을 체결하였고, 2020. 3. 하순경 피고를 사업자등록명의자로 한 원고들 2호 매장을 오픈하여 운영하기 시작하면서 원고들로부터 갑각류 관리법, 원고들 박스 및 매장 운영 노하우 등을 습득하였는데, 그로부터 얼마 지나지 않아 원고들 박스 접는 방법에 대한 동영상 제작 후 포장박스 제작업체들에게 제작의뢰를 하였고, 2020. 4. 20.경 이러한 사정을 알게 된 원고들로부터 항의를 받은 이후인 2020. 4. 21.경 원고들에게 동업관계 종료를 통보한 사실, ② 피고는 2020. 4. 하순경부터 원고들 2호 매장과 같은 장소에서 대부분의 인테리어 시설을 그대로 사용하며 피고 1호 매장을 운영하기 시작하였는데, 피고 1호 매장을 인터넷 블로그 등을 통하여 홍보하면서, 종래에 원고들 매장의 홍보를 위하여 촬영한 사진을 활용하였고, 원고들 박스와 거의 동일한 피고 1호 매장의 포장박스를 "보온 효과를 위해 직접 고안해 낸 보냉박스"라고 설명하며, 피고 1호 매장을 '국내 최초 갑각류 테이크아웃 전문점'이라고 광고한 사실을 각 인정할 수 있다.

⑤ 수원지방법원 성남지원 2023. 8. 8. 선고 2022가합401581 판결

위 인정사실에 의하면, 원고가 개발한 이 사건 점포의 간판 이미지와 내부 인테리어 사진 등은 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과라 볼 수 있고, 원고의 이 사건 계약 해지 통보 이후 피고가 이 사건 점포의 간판 이미지와 유사한 간판을 설치하고, 원고가 제공한 내부 인테리어 사진 등을 그대로 사용한 행위는 소비자들로 하여금 피고의 점포가 원고의 가맹점으로 혼동할 가능성을 유발함으로써 원고의 성과 등을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용한 부정경쟁행위에 해당한다고 봄이 상당하므로, 피고는 부정경쟁방지법 제5조에 따라 원고에게 그 손해를 배상할 책임이 있다.

⑥ 서울고등법원 2023. 9. 7. 선고 2023나2001980, 2023나2001997 판결

원고 서비스 개발행위는 이 사건 업무협약에서 금지한 '목적 외 사용'으로서 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법에 해당하고, 원고는 이를 자신의 영업을 위하여 무단 사용하여 개발 기간 단축, 시행착오 회피 등의 이익을 얻고, 동종 업계에서 경쟁 관계에 있는 피고의 경제적 이익을 침해하였으므로, 원고 서비스 개발행위는 부정경쟁행위에 해당한다.

⑦ 서울북부지방법원 2014. 12. 11.자 2014카합20082 결정

채무자가 2005년경부터 2012년 8월경까지 채권자 리치웨이로부터 포장박스를 공급받고 리치웨이(Rich Way) 상호가 부착된 전기매트를 생산하여 납품하였으며, 2010. 3. 16. 채권자 더라이프와 사이에 '채무자는 채권자 리치웨이의 리치웨이(Rich Way) 상호를 부착한 전기매트를 제조하여 채권자 더라이프에 납품하고 채권자 더라이프는 국내독점판매권을 가진다'는 내용의 물품공급계약을 체결한 사실, 채무자는 2012. 12. 7. '채무자는 채권자들과 거래처로 알게 된 거래처와 거래하지 않는다'는 확인서를 작성하고 그 무렵부터 채권자들과의 거래를 중단한 사실은 채무자가 이를 스스로 인정하고 있다.

위와 같은 사정에 비추어 보면, 채무자가 'Rich Way 등 상표'를 출원 또는 등록하여 전기매트의 제조와 판매에 사용하려 하는 것은 채무자가 채권자들로부터 리치웨이(Rich Way)라는 상호를 제공받아 거래하거나 그 거래관계가 중단된 이후에도 같은 의미를 갖는 상표를 계속 사용함으로써 채권자들의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 채권자들의 리치웨이(Rich Way) 상호를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 채무자 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용하여 채권자들의 경제적 이익을 침해하는 행위로써 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목의 부정경쟁행위에 해당한다.

8) 외관차용

① 서울중앙지방법원 2023. 1. 13. 선고 2021가합536274 판결

원고가 제출한 증거들에 변론 전체의 취지를 보태어 인정할 수 있는 아래와 같은 사실들을 종합하여 보면, 피고들이 피고 식당을 운영하면서 영업표지로 이 사건 영업표지와 동일한 'J'을 사용한 것은 '공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용'한 경우에 해당한다고 봄이 타당하다.

원고 식당과 피고 식당은 각각 부산과 서울에 위치하고 있다. 그러나 맛집 탐방을 위한 국내여행이 증가하고 있는 점, 지방에서 명성·신용·고객흡인력을 취득한 맛집들이 백화점에 입점하거나 분점을 개설하는 등의 과정을 통해 서울에서 큰 성공을 거두고 있고, 원고도 서울 진출을 계획한 바 있는 점, 수요자들이 피고 식당을 원고 식당의 분점으로 오인하여 방문했던 사례가 존재하는 점 등에 비추어 보면, 원고 식당과 피고 식당은 서로 경쟁관계에 있거나 가까운 장래에 경쟁관계에 놓일 가능성이 있고, 수요의 대체 가능성도 있다고 판단된다.

피고 식당의 영업표지인 'J'은 이 사건 영업표지와 완전히 동일하고, 영업표지를 표시

한 간판의 위치나, 구조, 글씨체도 원고 식당의 그것과 매우 유사하다.

이 사건 영업표지는 피고 식당 개업 당시 수요자들에게 상당히 널리 알려져 있었으므로, 피고들 역시 이를 알고 있었던 것으로 보인다.

피고 식당에서 사용되고 있는 불판의 모양재질뿐만 아니라 곁들임 메뉴로 제공되는 '감자사리'의 구성이나 반찬 제공 시의 1인 1상차림 방식도 원고 식당의 그것과 매우 유사하다.

원고 식당의 이 사건 영업표지와 피고 식당의 영업표지가 동일하여 소비자들로 하여금 출처의 혼동을 불러일으킬 가능성이 높다.

② 대전지방법원 천안지원 2014. 7. 30.자 2014가합10021 결정

위 소명사실에 기록과 심문 전체의 취지에 따라 인정되는 다음과 같은 사정, 즉 ① 채권자 회사는 2009. 5. 9. '주식회사 A'라는 상호로 설립되었고, 2013. 4. 12. 상호를 '주식회사 C'으로 변경하였다가, 2014. 2. 20. 현재의 상호로 변경하였으며, ② 채무자 회사의 상호는 '주식회사 B'로 채권자 회사의 상호인 '주식회사 A'와 유사하며, ③ D는 '주식회사 A'의 대표이사, F는 '주식회사 A'의 본부장으로 기재된 명함을 사용한 사실이 있고, ④ D는 채권자 회사에서 퇴직한 사실을 숨긴 채, 채권자 회사의 거래처인 태신정공, 한화실리텍 등과 거래하여, 위 거래처들은 계속해서 채권자 회사와 거래를 하는 것으로 알고 있었으며, ⑤ 채무자는 채권자 회사의 기존 거래처를 그대로 이용하고 있으며 양 당사자가 생산하여 판매하는 제품은 사실상 같은 것이고, ⑥ 채무자 회사는 자신의 홈페이지에 채권자 회사와 거래했던 대리점을 자신의 대리점으로 소개하고 있으며, ⑦ D는 채권자 회사를 그만두기 상당 기간 전부터 채무자 회사의 설립을 준비하여 온 것으로 보이고, 그 인적 구성도 상당 부분 그대로 옮겨간 것으로 여겨지는 점을 종합하면, D가 채무자 회사를 설립하여 채권자 회사에 부품을 납품하던 업체들로부터 부품을 구입하고, 채권자 회사가 생산하여 판매하는 제품을 만들어 채권자 회사의 기존 거래처들과 거래를 한 행위는 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률 제2조 제1호 차목의 타인인 채권자 회사의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용하여 채권자 회사의 경제적 이익을 침해하는 행위이다.

9) 기술(영업)정보 유용

① 서울중앙지방법원 2017. 1. 19. 선고 2015가합579676 판결⁵²⁾

1) 위 1.항의 인정사실⁵³⁾을 위 가.항의 법리에 비추어 보면, 피고 C과 H에 의하여 무단 반출된 원고의 F-300 모델 및 E-450 모델에 관한 각 설계 관련 파일은 원고의 상당한 투자나 노력에 의하여 만들어진 성과물이라고 볼 수 있고, 피고 C이 이와 같이 스스로 무단 반출하거나 H으로부터 취득한⁵⁴⁾ 위 각 설계 관련 파일을 무단 이용하여 피고 회사를 통하여 D-5055F 모델, D-3050F 모델, D-2030H 모델을 제조, 판매 또는 대여한 것은 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 원고의 경제적 이익을 침해하는 행위라고 할 수 있다.

② 울산지방법원 2018. 6. 21. 선고 2017가합22540 판결

앞서 든 증거와 변론 전체의 취지를 종합하여 알 수 있는 다음과 같은 사정에 비추어 보면, 이 사건 정보는 부정경쟁방지법 제2조 제1항 차. 목에서 정한 '상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등'(이하 '영업상 주요한 자산'이라 한다)에 해당하고, 피고 B 등이 이 사건 정보를 원고로부터 빼돌린 다음 이 사건 지회의 영업자료로 사용⁵⁵⁾하면서 원고 소속 회원들 중 상당수를 탈퇴시키고 그 탈퇴 회원들 중 일부를 이 사건 지회의 회원으로 가입시키는 등의 행위를 한 것은 부정경쟁방지법 제2조 제1항 차. 목에서 정한 '부정경쟁행위'에 해당하므로, 피고 B 등은 원고에 대하여 부정경쟁방지법 제5조에 따른 손해배상책임을 부담한다고 봄이 타당하다.

③ 서울중앙지방법원 2019. 9. 26. 선고 2017가합583716, 2016가합570379 판결⁵⁶⁾

앞서 인정한 사정을 종합하면, 피고 B은 'D'에서 일하는 기간은 물론 퇴사 이후에도 위 업체에서 근무하면서 지득한 위 업체의 자료들 중 사용자인 원고가 상당한 시간, 노력 및 비용을 들여 제작한, 불특정 다수의 사람에게 공개되지 아니한 자료는 경쟁업체에 유출하거나 스스로의 이익을 위하여 이용할 목적으로, 이를 무단으로 반출하거나, 반환

52) (2심) 서울고등법원 2017. 11. 23. 선고 2017나2010051 판결, 3심은 심리불속행기각(대법원 2017다290859).

53) (인정사실) 원고는 가요성 인쇄회로기판 테스트 장치(이하 '검사기'라 한다)의 설계 및 제작을 주된 사업으로 하고 있는 회사로, 2002년경부터 현재까지 약 100억 원의 비용을 투입하여 스크류 체결기, E-450 모델, F-300 모델을 포함한 검사기를 설계하여 제조, 판매하여 왔고, 검사기를 포함하여 연 96억 원 상당의 매출을 올리고 있다.

54) (인정사실) 피고 C은 2010. 6. 22. 원고로부터 퇴사하면서 별지(2) 제1목록 기재와 같은 원고의 F-300 모델의 설계 관련 파일 55개를 반출하였다.

H은 2010. 9. 30. 원고로부터 퇴사하면서 별지(2) 제2목록 기재와 같은 원고의 E-450 모델의 설계 관련 파일 52개를 압축한 'E-450.ZIP' 파일을 반출하였고, 2012. 12. 1. 피고 C의 부탁에 따라 위 피고에게 위 'E-450.ZIP' 파일을 전송하였다.

55) (기초사실) 1) 피고 B, C, D, E, F은 2016. 2. 25.경 J에 있는 원고 사무실에 보관 중이던 A4용지 10박스 분량의 2015년도 부가가치세 세금신고 자료를 들고 나와 이를 K, 3층 소재 이 사건 지회 사무실에 가져간 다음, 위 자료를 참고하여 '사업자.xlsx'라는 이름의 컴퓨터 파일을 만들어 사용하였다.

2) 또한, 피고 D, E, F, G는 원고에서 퇴사할 무렵 원고가 보유하고 있던 회원정보 및 세금신고자료 등이 저장된 컴퓨터 파일을 자신들의 이메일로 전송한 다음, 이를 이 사건 지회 사무실에 있는 컴퓨터에 저장하여 사용하였다.

56) 2심(서울고등법원 2020. 4. 23. 선고 2019나2049046, 2019나2049039 판결)에서는 손해배상액 책임의 범위에 대해서만 판시.

폐기조치 없이 가지고 있지 말아야 할 업무상 의무가 있는데도, 이를 위반하여 위 업체에서 퇴사하면서 이 사건 원고 도면을 반출하여 사용한 것이다. 따라서 이러한 행위는 타인의 성과 이용행위가 공정한 거래질서 및 자유로운 경쟁질서에 비추어 정당화될 수 없는 경우에 해당된다고 볼 수 있다.

④ 서울중앙지방법원 2019. 8. 23. 선고 2017가합528313 판결

가) 앞서 본 인정 사실을 위 법리에 비추어 보면, 피고 C, D 및 E는 원고의 취업규칙 제6조에 따라 원고 재직 중 또는 퇴사 이후 원고 재직 시 지득한 주요 업무 자료에 대해서 제3자에게 누설하거나 업무목적 외 다른 용도로 사용해서도 아니 되고, 퇴직 시 이를 원고에 남겨두어야 할 업무상 의무가 있는데도, 이를 위반하여 원고에서 퇴사하면서 원고의 자동포장기 등 제품들에 관한 기술정보 및 경영정보를 가지고 나와 자신들이 부정하게 취득하거나 피고 회사로 하여금 취득하게 하고, 피고들이 이를 사용하여 원고의 자동포장기 등 제품들을 수리하거나 피고 회사의 자동포장기 등 제품들을 제작하여 판매 하였으므로, 이러한 피고들의 행위는 타인의 성과 이용행위에 공정한 거래질서 및 자유로운 경쟁질서에 비추어 정당화될 수 없는 '특별한 사정'이 있는 경우에 해당된다고 볼 수 있다.

⑤ 대구고등법원 2023. 2. 7. 선고 2022나22532 판결

피고 회사는 피고 E이 원고 회사에서 퇴사하면서 이 사건 범죄일람표1 기재 자료(이 사건 조성비 자료가 포함됨)가 저장된 외장하드를 반출한 2016. 5. 31.경부터 얼마 지나지 않은 2016. 9.경부터 U에 생물농약 제품을 납품하기 시작하였고, 피고 회사는 피고 E이 원고 회사를 퇴사하기 전에는 원고 회사가 U에 납품하던 X, Y 제품을 생산하지 아니하였다.

⑥ 서울중앙지방법원 2023. 9. 8. 선고 2021가합514892 판결

앞서 인정사실에서 본 바와 같이 피고는 원고에서 근무하던 중 지인에게 이 사건 파일을 이메일로 전송하였고, 원고를 퇴사한 이후에도 개인 클라우드 계정 등에 저장된 이 사건 파일을 원고에 반환하거나 폐기하지 않은 채 보관하였으며, 원고를 퇴사한 지 불과 보름이 지난 시점에 원고와 경쟁관계에 있는 동종 업체인 F을 설립하여 위 회사를 운영하면서 원고 제품들과 유사한 특징을 가진 피고 제품들을 제조·판매하였다.

⑦ 서울중앙지방법원 2019. 8. 30.자 2018카합21819 결정

위 인정사실에 비추어 보면, 채권자 설제도는 구 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목

에서 정한 채권자의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 ‘성과’에 해당하고, 채무자가 채권자 설제도에 의거하여 채무자의 기계설비 중 Twist blade 부분을 제작·판매하려는 것은 ‘공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용’한 것에 해당하나, 채무자의 기계설비 중 나머지 부분은 채권자의 설제도를 사용하여 제작된 것이 아니므로, 채권자의 이 부분 주장은 Twist blade 부분에 한하여 이유 있다.

⑧ 의정부지방법원 고양지원 2016. 10. 13.자 2016카합5148 결정

그렇다면, 채무자들이 위 데이터베이스를 활용하여 이 사건 회사의 기존 가맹점이 이 사건 회사의 영업을 양수한 채권자와 가맹계약을 해지하도록 만든 행위는 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률 제2조 제1호 (차)목에서 정한 부정경쟁행위에 해당하므로, 채권자는 채무자들을 상대로 해당 행위의 금지를 구할 권리가 있고, 이를 채무자들이 다투는 이상, 위 권리를 보전할 필요성도 인정된다.

VI. “경제적 이익 침해”에 대한 판단

1. “경제적 이익 침해”의 판단기준

부정경쟁방지법 (파)목이 금지하는 행위는 타인의 성과물을 무단으로 이용하여 타인의 “경제적 이익을 침해”하는 행위이다. 여기서 타인의 경제적 이익을 침해한다는 것은 결국 타인에게 경제적 손해를 입게 한다는 의미이다.⁵⁷⁾ 부정경쟁방지법 (파)목은 경제적 이익을 침해하는 행위라고 규정하고 있어서 경쟁자인 타인에게 손해를 가하지 않는 경우에는 부정경쟁행위에 해당하지 않는다. 여기서 경제적 이익의 침해란 성과 등과 관련된 영업상의 이익은 물론 명성, 신용, 고객흡인력, 영업 가치, 기술상 또는 영업상 정보와 같은 무형의 이익도 포함한다.⁵⁸⁾

여기서 “경제적 이익”은 원칙적으로 현존하는 이익이어야 하고 장래에 발생할 잠재적 이익도 이에 포함된다. 경제적 이익이란 사회통념상 독자적인 이익으로 승인될 정도에 해당해야 하는 것으로 단순히 성과 등의 사용이익으로 보게 되면 저작권법상 보호 여부와 관계없이 경쟁사업자가 해당 성과 등을 허락없이 이용하는 것만으로도 성과물 소유자의 경제적 이익을 침해하는 것으로 볼 수 있으므로 그러한 성과물을 통해 이루어지고

57) 최정열·이규호, 「부정경쟁방지법」, 진원사 210면.

58) 문선영 집필부분, 『부정경쟁방지법 주석』, 박영사, 2020, 213면.

있는 경쟁사업자의 영업활동으로부터 발생하는 이익이라고 보아야 한다.⁵⁹⁾

즉, “경제적 이익의 침해”란 ‘법률상 보호할 가치가 있는 이익을 침해’를 말한다. 상품표지가 (파)목으로 보호할 만한 법률상 보호할 가치가 있는 이익을 갖는 경우에 해당하는지를 판단함에 있어서는 상품과 관련하여 축적된 명성·신용·고객흡인력·품질에 대한 신뢰도가 상품·영업표지에 화체되고 그 재산적 가치가 구체적으로 실현되어야 한다. 그리고 이 때의 재산적 가치는 상품표지가 갖는 재산적 가치에 대한 구체적인 평가는 상품표지가 해당 사업 분야에서 차지하는 비중 및 경쟁력과 함께 상품표지의 사용기간, 사용방법, 사용태양, 사용범위, 매출액, 시장점유율, 광고선전의 방법·횟수·기간·수상내역, 언론보도 내역, 온라인 정보의 양과 질, 거래실정 등을 종합하여 상품·영업표지에 화체된 명성·신용·고객흡인력·품질에 대한 신뢰도의 재산적 가치를 추단하는 방법을 통해서 판단할 수 있다.⁶⁰⁾

2. “경제적 이익 침해”의 유형

성과도용행위에 있어 “타인의 경제적 이익을 침해하는 행위”는 타인의 직접적인 이익뿐만 아니라 간접적 또는 잠재적 이익이 침해된 경우를 포함하고 있다. 법원은 고객 유입·인지도 편취, 사업 기회의 침해, 비용 절감에 따른 부당 이득, 소비자 혼동 유발로 인한 실질 피해 등이 있는 경우 경제적 이익이 침해되었다고 판단하였다.

표 34 경제적 이익 침해 유형 및 인정 사례

경제적 이익 침해 유형	인정 사례
고객 유입·인지도 편취	타인의 콘텐츠나 브랜드 이미지를 이용해 소비자 유입을 유도하여 경쟁사의 잠재 고객을 탈취
사업 기회의 침해	무단 사용으로 인해 정당한 권리자의 영업 영역 축소, 라이선싱 기회 박탈
비용 절감에 따른 부당 이득	성과물을 무단 이용함으로써 별도의 개발·디자인·기획·제작 비용을 들이지 않고 이득을 취함
소비자 혼동 유발로 인한 실질 피해	성과물을 모방해 경쟁사가 원고의 지점 또는 계열사로 오인받아 매출 감소

59) 유대중·신재호, “부정경쟁방지법에 의한 아이디어 보호의 비판적 검토”, 창작과 권리 제83호, 2016, 80면.

60) 서울고등법원 2020. 10. 22. 선고 2019나2058187판결.

1) 고객 유입·인지도 편취

① 서울중앙지방법원 2016. 9. 30. 선고 2015가합510981 판결

그리고 앞서 본 인정사실에 변론 전체의 취지를 종합하여 알 수 있는 다음의 사정들에 비추어 보면, 피고 없었던 일로는 선사용상표를 모방하여 선사용상표에 체화된 양질의 이미지나 고객흡인력에 편승하여 부당한 이익을 얻거나 위 표장의 가치를 희석화하여 원고들에게 손해를 입히려는 등의 부정한 목적으로 피고들 일문 표장을 사용하였다고 인정할 수 있고, 이는 피고 없었던 일로가 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 원고 그라피코의 성과 등을 무단으로 사용한 것에 해당한다고 봄이 타당하다.

위에서 본 바와 같이 원고 그라피코의 선사용상표 등 상품표지는 피고들 일문 상표 출원 당시나 피고들 제품 출시 당시 일본에서 다이어트 보조식품 분야의 수요자에게 원고 그라피코의 상품을 표시하는 것으로 인식될 정도로 알려져 있었다.

국내 회사가 일본어로만 이루어진 상표를 국내 출원하거나 상품의 표지에 사용하는 경우가 흔한 일이 아닌 데다가, '없었던 일로'라는 뜻의 일본어 'なかったコト'(나카타 코토니)'를 상표나 상품표지로 삼는 것 자체에 상당한 정도의 독창성을 인정할 수 있더라도 피고들 일문 상표는 선사용상표와 한 글자도 다르지 않는 등 그 유사성이 너무나도 뚜렷하다.

원고들 제품과 피고들 제품은 다이어트 보조식품이라는 점에서 상품의 종류가 같다.

피고들 일문 상표의 출원인 B는 2010. 1. 29.부터 2012. 1. 19.까지 원고 그라피코 측으로부터 선사용상표가 부착된 다이어트 보조식품을 구입하여 국내에 판매한 바 있고, 그러던 중인 2011. 5. 31. 피고들 일문 상표를 출원한 것이다.

피고 없었던 일로는 원고들 제품 성분 중 일부에 관하여 한국 식약처에서 승인이 나지 않는다는 것도 파악하고 있었고, 피고들 제품 판매 사이트의 질문과 답변란에 '원고들 제품을 참고하여 모방하여 만든 제품이 맞다'고까지 명시적으로 밝히는 등 피고들 제품 출시 당시부터 원고들 제품의 존재를 알고 이를 모방한 것으로 보인다.

결국, 이러한 제반 정황 등을 고려하면 피고 없었던 일로가 피고들 일문 상표를 피고들 제품에 사용한 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목에서 규정한 부정경쟁행위에 해당한다.

② 서울고등법원 2016. 11. 24. 선고 2015나2049789 판결⁶¹⁾

61) (1심) 서울중앙지방법원 2015. 8. 21. 선고 2014가합43866 판결, (3심) 대법원 2017. 6. 15. 선고 2017다200139 판결.

비록 이 사건 예측조사 결과가 투표종료 후 공개되어 국민들이 투표 결과를 조금 더 빨리 예상할 수 있도록 하고, 나아가 유권자들의 선거에 관한 관심도를 증진시키는 역할을 하는 등의 공익적인 성격을 일부 가지고 있다고 하더라도, 뒤에서 보는 바와같이 원고들은 이 사건 예측조사 결과 매수를 요청하는 언론사에 대하여 일정한 비용을 지급할 것을 전제로 그 이용허락에 관한 협상을 진행하는 등 이 사건 예측조사 결과가 거래의 대상으로서 독립한 경제적 가치를 가지는 것으로 다루어졌고, 피고가 이 사건 예측조사 결과가 정보로서의 신선도가 높은 시기에 무단으로 고객흡인력이 있는 이 사건 예측조사 결과를 방송한 사실은 앞서 본 바와 같은바, 여기에 원고들과 피고 모두 방송사업자로서 선거결과 방송 등 분야에서 서로 경쟁자의 관계에 있는 점까지 더하여 보면, 피고는 원고들의 상당한 노력과 투자에 편승하여 이 사건 예측조사 결과의 고객흡인력을 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용하여 이 사건 예측조사 결과와 관련한 원고들의 경제적 이익을 침해하였다고 봄이 타당하다.

③ 울산지방법원 2018. 6. 21. 선고 2017가합22540 판결

앞서 든 증거와 변론 전체의 취지를 종합하여 알 수 있는 다음과 같은 사정에 비추어 보면, 이 사건 정보는 부정경쟁방지법 제2조 제1항 차. 목에서 정한 '상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등'(이하 '영업상 주요한 자산'이라 한다)에 해당하고, 피고 B 등이 이 사건 정보를 원고로부터 빼돌린 다음 이 사건 지회의 영업자료로 사용하면서 원고 소속 회원들 중 상당수를 탈퇴시키고 그 탈퇴 회원들 중 일부를 이 사건 지회의 회원으로 가입시키는 등의 행위를 한 것은 부정경쟁방지법 제2조 제1항 차. 목에서 정한 '부정경쟁행위'에 해당하므로, 피고 B 등은 원고에 대하여 부정경쟁방지법 제5조에 따른 손해배상책임을 부담한다고 봄이 타당하다.

(중략)

피고 B 등은, 원고 소속 회원들이 원고의 운영에 불만을 품고 자발적으로 탈퇴한 것일 뿐 피고 B 등이 이 사건 정보를 빼돌린 것과 회원 탈퇴에 따른 원고의 손해 발생 사이에 상당인과관계가 없다는 취지로 주장한다. 그러나 원고 소속 회원들 중 1,000명 이상이 비슷한 시기에 대거 탈퇴하였는데, 그 시기는 피고 B 등이 이 사건 정보를 빼돌린 시기와 매우 인접한 점, 피고 B 등은 위와 같은 정보를 이용하여 실제로 원고 소속인 다수의 회원들과 접촉하여 그 탈퇴를 종용하였던 점 등에 비추어 피고 B 등의 위와 같은 행위로 말미암아 원고 소속 회원들이 대거 탈퇴하였고, 그로 인하여 원고가 상당한 경제적 손해를 입었다는 점은 넉넉히 인정된다(뒤에서 보는 바와 같이 상당인과관계가 존재하는 손해 부분을 명확하게 구분·특정하기가 어렵다는 사정은 손해배상책임의 범위를 판단함에 있어 고려되어야 할 사정이다).

④ 서울중앙지방법원 2018. 6. 22. 선고 2017가합562146 판결

피고 가글 제품에 대하여 원고의 가글디스펜서에 장착하여 사용할 수 있다는 내용으로 홍보가 이루어지고, 실제 원고가 설치한 가글디스펜서에 피고 가글 제품이 장착되어 사용된 사례가 발견되었음은 앞서 본 바와 같다.

피고는 원고가 설치한 가글디스펜서를 이용할 수 있도록 피고 가글 제품의 용기를 원고 가글디스펜서에 장착될 수 있는 규격으로 생산·판매함으로써 원고의 가글디스펜서만이 설치된 사업장에도 피고 가글 제품을 판매하여 경제적 이익을 얻고, 그로 인해 그만큼 원고 가글 제품이 판매되지 못하게 하여 원고의 경제적 이익을 침해하였다.

⑤ 대전고등법원 2019. 9. 18. 선고 2019나11959 판결

원고는 피고 B이 개인사업체 및 피고 회사를 설립하기 전까지 위와 같은 영업 방식에 의한 홍보 효과를 독점적으로 누리고 있었다. 그런데 피고들이 이 사건 사진을 자신들의 홈페이지와 블로그에 게재한 이후부터 해당 제품의 모델명을 인터넷 검색창에 입력하면 이 사건 사진과 함께 피고 회사와 원고의 상호가 동시에 나타나게 되었다. 산업용 자동화기기를 직접 수리하는 원고와 달리 피고 회사는 전용 애플리케이션을 통하여 그러한 제품의 수리를 필요로 하는 소비자와 기술자를 중개하는 영업을 하고 있다. 그러나 동일한 제품의 수리에 관하여 원고와 피고 회사가 인터넷에서 동시에 검색될 경우 소비자로서는 가격과 서비스 품질 면에서 우수하다고 생각되는 업체를 골라 제품의 수리를 의뢰할 뿐, 그 업체가 제품을 직접 수리하는 업체인지 수리를 중개하는 업체인지 여부를 중요하게 고려하지 않는다. 이러한 점에 비추어 보면, 피고들은 자신들의 영업을 위하여 이 사건 사진을 무단으로 사용함으로써 원고의 경제적 이익을 침해하였다고 할 수 있다.

⑥ 서울중앙지방법원 2019. 8. 23. 선고 2017가합528313 판결

1) 앞서 든 증거들과 갑 제29호증의 기재에 변론 전체의 취지를 종합하여 알 수 있는 아래와 같은 사정들에 비추어 보면, 원고는 피고들의 이 사건 제1 내지 8 기술정보 및 각 경영정보의 사용행위로 인하여 경제적 이익을 침해당하였다고 볼 수 있다.

원고의 2011년도 매출액은 10,547,774,049원, 2012년도 매출액은 9,608,389,383원, 2013년도 매출액은 9,463,273,154원, 2014년도 매출액은 8,167,185,164원, 2015년도 매출액은 6,452,878,023원, 2016년도 매출액은 8,185,182,544원, 2017년도 매출액은 6,293,937,583원으로, 원고의 매출액이 피고 회사 설립 이후 꾸준히 감소하다가 2015년도에는 2011년도에 비해 약 40억이 감소하였고, 2016년도에 다시 약 16억 증가하였다가 2017년도에 다시 약 19억이 감소하였다.

피고 회사가 원고의 자동포장기 등 제품과 유사한 이 사건 제1 내지 8 피고 회사 제품을 제작하여 판매하여 상당한 매출을 올렸을 것으로 보인다.

⑦ 서울중앙지방법원 2022. 1. 12. 선고 2015가합535553 판결

이 사건에 관하여 보건대, 앞서 본 대로 원고들은 피고의 불법행위 내지 부정경쟁행위의 대상이 되는 이 사건 각 골프장을 운영하여 왔고, 앞서 본 바와 같이 위 원고들의 골프장 운영사업과 피고의 스크린골프사업은 어느 정도 서로 수요를 대체하는 관계에 있음을 부정할 수 없어 일응 동종의 영업관계에 있다고 볼 수 있으므로 위 원고들이 피고의 부정경쟁행위로 영업상 손해를 입었음이 사실상 추정된다. 그리고 위와 같은 사정에 비추어 볼 때, 원고들은 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목이 시행되기전인 2014. 1. 30.까지 앞서 본 바와 같이 피고의 이 사건 각 골프장의 모습(이미지), 즉 원고들의 성과물 도용행위로 인하여 영업상 손해를 입은 사실도 사실상 추정된다고 봄이 타당하다.

⑧ 서울중앙지방법원 2023. 1. 13. 선고 2021가합536274 판결

수요자들이 피고 식당을 원고 식당의 분점으로 오인·혼동하여 방문하거나, 원고 식당의 대체 식당으로 피고 식당을 이용하고 있는 사례가 발견되는바, 이는 원고 식당의 잠재적 수요자를 감소시키는 결과를 초래한다.

⑨ 서울중앙지방법원 2024. 7. 12. 선고 2022가합520399 판결⁶²⁾

피고의 위 기간 동안의 영업은 이 사건 자동판매기를 사용한 원고들의 영업이 어느 정도 인지도를 가진 후에 시작된 것으로 보이는데, 피고는 원고들과 특별한 협의 없이 원고들 사업장으로부터 직선거리로 불과 약 116m 떨어진 피고 사업장에 이 사건 자동판매기와 유사한 외관을 가진 자동판매기를 설치하여 원고들과 마찬가지로 공 모양의 캡슐로 포장한 운세지를 판매하였다.

앞서 본 원고들과 피고의 영업의 유사성, 자동판매기 주요 특징의 유사성, 영업장소의 근접성 및 이에 따른 시장 수요의 상호 대체가능성 등에 비추어 보면, 피고의 위 영업행위로 인하여 원고들의 경제적 이익이 침해된다고 볼 수 있다.

2) 사업 기획의 침해

① 서울중앙지방법원 2019. 9. 26. 선고 2017가합583716, 2016가합570379 판결⁶³⁾

62) (항소기각) 서울고등법원 2025. 3. 20. 선고 2024나2043448 판결.

앞서 인정한 사정을 종합하면, 피고들이 이 사건 원고 도면을 사용하여 제조한 건조기 및 분쇄기를 판매함으로써, 원고에게 해당 판매실적에 상응하는 판매 기회를 상실케 하는 경제적 이익 침해를 하였다고 봄이 타당하다.

② 서울중앙지방법원 2022. 1. 27. 선고 2020가합587633 판결

나아가 피고들의 이러한 형태의 이용으로 인하여, 원고로서는 유사한 형태로 자신의 동영상을 활용하는 사업을 수행하는 것(타인에게 이용 허락을 하는 행위를 포함하는 의미) 자체에 지장을 받을 수 있다고 보인다. 이러한 사정을 고려하면, 피고들의 위 행위는 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 무단 사용이고 이로 인하여 원고의 경제적 이익을 침해하는 행위에 해당한다고 볼 수 있다.

③ 대전지방법원 2022. 6. 9. 선고 2021가합100797 판결

원고는 국내에서 D에 철도차량용 변압기를 납품하기도 하는 등 피고와는 철도차량용 변압기 시장에서 경쟁관계에 있는데, 피고가 위와 같이 이 사건 변압기를 모방하여 제작한 변압기를 한국철도공사, M에 납품함으로써, 원고는 이 사건 변압기의 공급 기회를 상실하는 한편 피고 제작 변압기가 원고의 이 사건 변압기를 대체할 가능성이 현실화되었다.

④ 수원지방법원 2022. 7. 6. 선고 2020가합21780 판결

여기에 피고가 21명의 가맹점주들과 'R'에 관한 가맹점 계약을 체결할 때 위와 같이 무단 사용한 원고들의 성과 등이 상당 부분 기여한 것으로 보이는 점 등을 보태어 보면, 피고가 원고들과의 동업과정에서 확보하게 된 원고들의 성과 등을 사용하여 원고들과 동종의 영업(별지1 기재 갑각류의 제조·판매업 및 그 가맹점 모집·운영업)을 한 행위는 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법에 의한 것으로서 이를 통해 원고들의 영업과 관련한 경제적 이익을 침해하였다고 봄이 타당하다.

⑤ 서울동부지방법원 2022. 9. 6. 선고 2021가단125106 판결

나아가 손해의 범위에 관하여 본다. 원고의 저작물인 이 사건 광고화보의 통상 이용대가 상당이 곧 원고의 손해라 할 것인데, 이 사건 광고화보의 노출 정도, 게재기간 등 기록에 의하여 알 수 있는 여러 사정들을 종합하여 이 사건 광고화보 제작비인 21,147,500원(= 촬영 비용 19,558,000원 + 스튜디오 비용 1,589,500원)의 약 10%인 2,000,000원을 피고의 불법행위로 인한 원고의 손해로 인정한다.

63) 2심(서울고등법원 2020. 4. 23. 선고 2019나2049046, 2019나2049039 판결)에서는 손해배상액 책임의 범위에 대해서만 판시.

⑥ 서울중앙지방법원 2023. 1. 13. 선고 2021가합536274 판결

요식업 분야에서 지방에서 명성·신용·고객흡인력을 취득한 맛집들이 백화점에 입점하거나 분점을 개설하는 등의 과정을 통해 서울에서 큰 성공을 거두고 있는 것이 새로운 경향으로 자리 잡고 있고, 원고도 서울 진출을 계획한 바 있다. 피고 식당에서 이 사건 영업표지와 동일한 영업표지를 사용하고, 원고 식당과 유사한 서비스를 제공하는 이상, 원

⑦ 서울남부지방법원 2022. 7. 18.자 2022카합20183 결정

그렇다면 채권자는 부정경쟁행위 금지청구권의 일환으로서 채무자를 상대로 별지 기재 상품사진의 사용 금지를 구할 피보전권리가 있다고 인정되고, 채무자가 별지 기재 상품 사진을 계속 사용할 경우 채권자가 그동안 구축하여 온 영업자산과 거래상의 지위가 침해되는 중대한 손해가 발생할 우려가 있다고 보이므로 그 사용의 금지를 구할 보전의 필요성 역시 인정된다.

⑧ 서울북부지방법원 2014. 12. 11.자 2014카합20082 결정

채무자가 2005년경부터 2012년 8월경까지 채권자 리치웨이로부터 포장박스를 공급받고 리치웨이(Rich Way) 상호가 부착된 전기매트를 생산하여 납품하였으며, 2010. 3. 16. 채권자 더라이프와 사이에 '채무자는 채권자 리치웨이의 리치웨이(Rich Way) 상호를 부착한 전기매트를 제조하여 채권자 더라이프에 납품하고 채권자 더라이프는 국내독점판매권을 가진다'는 내용의 물품공급계약을 체결한 사실, 채무자는 2012. 12. 7. '채무자는 채권자들과 거래처로 알게 된 거래처와 거래하지 않는다'는 확인서를 작성하고 그 무렵부터 채권자들과의 거래를 중단한 사실은 채무자가 이를 스스로 인정하고 있다.

위와 같은 사정에 비추어 보면, 채무자가 'Rich Way 등 상표'를 출원 또는 등록하여 전기매트의 제조와 판매에 사용하려 하는 것은 채무자가 채권자들로부터 리치웨이(Rich Way)라는 상호를 제공받아 거래하거나 그 거래관계가 중단된 이후에도 같은 의미를 갖는 상표를 계속 사용함으로써 채권자들의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 채권자들의 리치웨이(Rich Way) 상호를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 채무자 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용하여 채권자들의 경제적 이익을 침해하는 행위로써 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목의 부정경쟁행위에 해당한다.

⑨ 서울남부지방법원 2019. 5. 28.자 2019카합20129 결정

미국 인증기관은 상당한 권위가 있는 인증기관이다. 미국 인증기관이 발행한 이 사건 인증서는 냉난방 공조 패널로 품 덕트 제품의 성능이나 안전성을 증명하는 용도로 사용

된다. E 주식회사 등 발주자는 보온재로 사용되는 냉난방 공조 패널류 품 덕트 제품과 관련하여 미국 인증기관 인증을 요구하고 있다. 그렇다면 E 주식회사 등 공사 발주자에게는 입찰 참여자가 이 사건 인증서를 첨부하였는지 여부가 의미 있는 평가기준이 될 것으로 보인다. 따라서 피신청인이 무단으로 이 사건 인증서를 사용하면 수주를 위한 입찰 등에서 신청인의 경제적 이익이 침해된다고 봄이 타당하다.

3) 비용 절감에 따른 부당 이득

① 서울중앙지방법원 2020. 2. 6. 선고 2018가합568400 판결

피고 D, E는 인터넷 쇼핑몰 사업을 추진하기 위해 피고 홈페이지를 작성하면서 기존 동종 쇼핑몰 사업을 운영하고 있는 경쟁자인 원고의 홈페이지 구성이나 내용 등을 부분적으로 참조하는 정도를 넘어서서 메인 페이지부터 세부 페이지들까지 상당 부분의 HTML 소스코드를 무단으로 사용하여 홈페이지를 작성하는 행위를 하였다. 이로써 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과인 원고 홈페이지를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신들이 대표이사로서 운영하는 회사인 피고 회사의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 홈페이지 개발 비용 및 마케팅 비용을 절감하고 매출을 늘리는 등의 이익을 얻었고, 그에 따라 원고는 경제적 이익을 침해당하는 손해를 입었다.

② 대전고등법원 (청주) 2021. 12. 1. 선고 2018나2289 판결

나) 피고는 2014년부터 2016년 4월경까지 원고로부터 합계 406대(1대당 350만 원)의 이 사건 구동장치를 구입한 후 이를 이용해 리프터 완제품 등을 제작하여 여러 업체에 판매해왔다. 그런데 원고가 이 사건 구동장치 개발 이후 피고와 경쟁관계에 있는 다른 회사들에게도 판매하기 시작하자 피고는 구동장치 공급처 다변화의 명목으로 2015년 중국 업체인 I와 이 사건 구동장치와 사양과 성능이 동일한 구동장치 개발 계약을 체결한 후 I의 개발기간을 단축시키기 위해 이 사건 구동장치 도면 파일을 I에 제공하여 I로 하여금 이 사건 구동장치와 사양과 성능, 내외관의 구조가 동일하거나 거의 유사한 구동장치를 제작하게 한 후 이를 2015. 9.경부터 2018. 1.경까지 합계 63대를 1대당 2,358,000원에 수입하였다. 또한 피고는 중국 업체인 J와 K으로부터도 2015. 12.경부터 2018. 5.경까지 이 사건 구동장치와 사양과 성능, 내외관의 구조가 동일하거나 거의 유사한 구동장치를 합계 236대 수입한 것으로 보이는데, 위와 같이 수입한 구동장치를 이용한 리프터 완제품에 관한 안전인증 서면심사 시 제출한 구동장치 도면이 이 사건

구동장치 도면과 거의 일치하는 점에 비추어 보면 피고는 J와 K에게도 I와 마찬가지로 이 사건 구동장치 도면 파일 등을 제공하였을 것으로 추단된다.

피고는 위와 같이 중국 업체들로부터 이 사건 구동장치를 대체할 구동장치를 수입한 무렵부터 더 이상 원고로부터 이 사건 구동장치를 구입하지 않음으로써 원고를 공급처에서 배제하였다. 이를 통해 피고는 원고로부터 이 사건 구동장치를 구입하는 것과 비교하여 구입비용을 절감하는 이익을 얻었고, 원고는 피고와 거래가 중단됨으로써 거래가 계속되었을 경우 얻을 수 있었던 매출과 영업이익 등을 잃는 손해를 입었다.

③ 대구고등법원 2023. 2. 7. 선고 2022나22532 판결

관련 형사사건에서 제1심법원은 “피고 E이 원고 회사를 퇴사하면서 반출한 자료는 피고 회사가 U에 판매하는 제품을 제조하는 데 상당한 도움이 되었던 것으로 보인다. 어느 정도의 도움이 되었는지 파악하기는 어려우나, 적어도 피고 E이 반출한 원고 회사의 자료를 참조함으로써 시행착오를 줄이거나 필요한 실험을 생략하는 등 제품 개발에 소요되는 시간과 비용을 절약할 수 있었을 것으로 추단할 수 있다.”라고 판시하여, 피고 회사가 이 사건 조성비 자료 등을 활용하여 제품을 제조한 사실을 인정하였다. 또한 피고 들은, 피고 D가 피고 E으로부터 2016. 3. 29. 및 2016. 4. 21. 원고 회사의 제품인 AB, AA, G, 응애방제제(Y) 등에 관한 조성비 자료를 전송받은 이유에 대하여 ‘U으로부터 원고 회사 제품의 조성비라는 설명과 함께 받았던 조성비 정보를 보고 혹시 그것에 오류가 없는지 확인하고자 했기 때문이다’라고 주장함으로써(2022. 7. 14.자 항소이유서 제16, 17면, 2022. 3. 30.자 준비서면 제13면) 적어도 피고들이 이 사건 조성비 자료를 통해 U이 제공한 조성비 정보의 오류 여부를 확인하는 데 도움을 받고자 했음을 인정한 바 있다.

④ 서울고등법원 2023. 9. 7. 선고 2023나2001980, 2023나2001997 판결

원고 서비스 개발행위는 이 사건 업무협약에서 금지한 ‘목적 외 사용’으로서 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법에 해당하고, 원고는 이를 자신의 영업을 위하여 무단 사용하여 개발 기간 단축, 시행착오 회피 등의 이익을 얻고, 동종 업계에서 경쟁 관계에 있는 피고의 경제적 이익을 침해하였으므로, 원고 서비스 개발행위는 부정경쟁행위에 해당한다.

⑤ 서울중앙지방법원 2023. 9. 8. 선고 2021가합514892 판결

이러한 사정을 종합하면 피고는 이 사건 파일을 참조하여 시행착오를 줄이거나 필요한 실험을 생략하는 경우 등과 같이 피고 제품들의 연구개발에 소요되는 시간과 비용을 절

약하였을 것으로 보인다.

4) 소비자 혼동 유발로 인한 실질 피해

① 서울중앙지방법원 2021. 2. 4. 선고 2019가합517270 판결

2) 위에서 인정한 사실을 종합하여 알 수 있는 아래와 같은 사정을 고려하면, 피고들이 이 사건 I잠옷을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 피고들의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 원고 B의 경제적 이익을 침해하였다고 봄이 타당하다.

(중략)

나) 이 사건 I잠옷은 잠옷 상의 하단에 'I 얼굴 태그'가 부착되어 있는 데 비하여 피고들 제품에는 이러한 태그가 부착되어 있지 않은 차이가 있기는 하다. 또한 목 부분의 칼라 이외에는 별다른 형태적 특이점이 없는 이 사건 I잠옷과는 달리 피고들 제품의 상의에는 왼쪽 가슴 또는 하단 부분에 주머니가 부착되어 있거나, 모자가 부착되어 있는 등 일부 형상의 차이도 나타난다. 그러나 'I 얼굴 태그'가 없다고 하더라도 이미 원고 B에 의한 이 사건 I잠옷에 대한 대대적인 광고·홍보 및 이 사건 I잠옷 실제 제품을 접한 일반 수요자는 피고들 제품으로부터도 동일한 I잠옷의 이미지를 연상하게 될 수밖에 없고, 주머니나 모자 등의 경우 의류 디자인에서 흔하게 볼 수 있는 요소에 불과하므로, 그와 같은 변경으로 인하여 제품의 전체적인 형태가 의미 있게 달라졌다고 보기는 어렵다.

다) 이 사건 I잠옷이 2017. 7.경 출시한 직후 완판되는 등 대대적인 인기를 끌었고, 피고들은 그 이후인 2018. 3.경 이후부터 피고들 제품을 저가로 판매하기 시작하였다. 피고들은 제품을 판매할 때 'I 잠옷' 등의 홍보 문구를 사용함으로써, 원고 B에 의한 이 사건 I잠옷에 대한 대대적인 광고·홍보를 통하여 일반 수요자에게 형성된 I잠옷의 이미지를 피고들 제품의 판매에 적극적으로 활용하는 모습까지 보였다.

라) 다수의 침해자들에 의하여 다량으로 침해제품이 유통됨으로써 이 사건 I잠옷의 매출 감소와 인지도 손상 등이 발생하여 원고 B의 경제적 이익이 침해되었으리라는 점은 넉넉히 추인할 수 있다.

② 수원지방법원 성남지원 2023. 8. 8. 선고 2022가합401581 판결

위 인정사실에 의하면, 원고가 개발한 이 사건 점포의 간판 이미지와 내부 인테리어 사진 등은 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과라 볼 수 있고, 원고의 이 사건 계약 해지 통보 이후 피고가 이 사건 점포의 간판 이미지와 유사한 간판을 설치하고, 원고가 제공한 내부 인테리어 사진 등을 그대로 사용한 행위는 소비자들로 하여금 피고의

점포가 원고의 가맹점으로 혼동할 가능성을 유발함으로써 원고의 성과 등을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용한 부정경쟁행위에 해당한다고 봄이 상당하므로, 피고는 부정경쟁방지법 제5조에 따라 원고에게 그 손해를 배상할 책임이 있다.

③ 서울남부지방법원 2024. 10. 11. 선고 2023나57577 판결

제다가 원고가 2021. 1. 21.경 명시적으로 피고 L에게 'E과 N 중 하나의 브랜드만 선택하길 바란다'며 동일 기업이 두 제품을 판매함으로써 소비자들에게 유발될 오인, 혼동에 대한 우려에도 불구하고 피고 L이 이를 거절한 사실이나 원고의 요청을 받고도 상당 기간 동안 이 사건 홈페이지 등에서 이 사건 게시물의 노출 등을 중단하는 조치 등을 취하지 아니한 것 등은 모두 피고 L이 공정한 상거래 관행에 반하는 형태로 이 사건 게시물을 무단 이용함으로써 부정경쟁행위를 했다는 판단을 뒷받침하는 사정들이라 할 것이다.

④ 서울중앙지방법원 2024. 10. 16. 선고 2022가합554286 판결

애니메이션 관련 상품화 사업을 추진하기 위해서는 그에 관한 권리자로부터 허락을 받는 것이 그 거래사회에서 일반적인 관행이다. 또한 원고는 이 사건 애니메이션의 명성과 고객흡인력을 이용하여 그에 관한 상품화 사업을 활발히 수행하고 있었으므로, 피고 B로서는 원고의 허락 없이 이 사건 애니메이션에 관한 상품화 사업을 추진하는 것이 위법하다는 것을 쉽게 알 수 있었다고 보인다.

원고와 라이선스 계약을 체결한 업체도 'H 코스튬' 등의 명칭으로 'H' 캐릭터와 관련이 있는 드레스 제품을 판매하고 있다. 따라서 피고들 제품의 판매 증가는 위 업체의 매출 감소 및 궁극적으로는 원고의 라이선스에 따른 수익 감소를 초래할 것으로 보인다.

⑤ 서울중앙지방법원 2017. 7. 11.자 2017카합80486 결정

더욱이 채권자 제품은 1자루 당 1,800원에 판매되는 반면 채무자 제품은 그보다 저렴한 가격(1자루 당 1,000원 정도)에 판매되고 있어 가격경쟁력 측면에서 채권자들의 경제적 이익이 크게 침해될 것으로 보인다. 이러한 채무자의 행위는 결국, 채권자들이 상당한 노력과 투자로 만든 성과물로부터 얻어야 하는 경제적 이익을 그 성과물 구축과 관련하여 아무런 노력과 투자를 하지 아니한 가로채는 행위, 즉 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 부정한 방법으로 채권자들과 경쟁하는 행위라고 할 수 있다.

⑥ 서울중앙지방법원 2021. 7. 21.자 2021카합20006 결정⁶⁴⁾

채권자 게임 매출의 상당 부분을 차지하는 고과금(高課金) 사용자들을 포함한 다수의 사용자들이 상당 수 채무자 게임으로 이동하였으며, 이러한 상태는 현재에도 유지 또는 강화되고 있는 것으로 보이는 점, ⑤ 채무자 게임이 상당한 수의 사용자들을 확보할 수 있었던 것은 채무자가 채권자의 성과인 채권자 게임의 표현형식을 차용함에 따라, 그 제작 기간을 단축하고 채권자 게임이 창출한 새로운 수요를 적절한 시기에 빠르게 흡수한 것에 기인한 것으로 보이는 점, ⑥ 채무자가 이 사건 심문 종결일 이후에 이르기까지 채무자 게임의 구성요소들을 상당 부분 추가, 수정 및 삭제하는 등 변경하였으나, 이러한 변경은 채무자 게임이 채권자 게임과 실질적으로 유사하다는 판단을 회피하려는 시도로 보일 뿐만 아니라, 위와 같은 변경에도 불구하고 다수 사용자들의 이동 등 채무자가 채권자 게임을 차용함에 따른 성과 도용의 결과는 그대로 유지되고 있고, 이로 인한 채권자의 경제적 이익이 계속 침해되고 있다고 볼 수 있는 점 등 기록에 나타난 여러 사정들을 고려하면, 채무자의 채무자 게임 출시 및 계속된 제공 행위는 채권자에 대한 성과 도용의 부정경쟁행위라고 볼 여지가 크다.

⑦ 대전고등법원 2023. 3. 28.자 2022라242 결정

앞서 본 바와 같은 이 사건 제품과 채무자 제품의 형태의 유사성, 이러한 유사성에 따른 시장 수요의 상호 대체 가능성 등에 비추어 보면, 채무자의 채무자 제품 사용으로 채권자의 경제적 이익이 침해된다고 봄이 타당하다.

⑧ 서울중앙지방법원 2019. 10. 8.자 2019카합20364 결정

또한 채무자 물품은 외관은 물론 그 구조, 사용된 부품 및 이로 인한 기능까지 채권자 물품과 사실상 동일한 점, 채권자 물품이 기존 조인트들에 비해 가지는 디자인적·구조적·기능적 차별성에 비추어 채무자 물품은 채권자 물품을 모방하여 제작된 물품이라 볼 것인 점, 채무자는 2014년경부터 채권자와 거래관계를 지속해 왔음에도 채권자 물품과 사실상 동일한 채무자 물품을 별도로 제작하여 수요자들에게 판매하기 시작한 점 등을 고려하면, 채무자가 채무자 물품을 생산·판매한 행위는 "공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위"에 충분히 해당한다. 특히 채무자는 채권자 물품에 관한 등록디자인권에 신규성 상실로 인한 등록무효 사유가 있다고 주장하고 있는바, 이러한 사정 아래서라면 보충적 일반조항인 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목을 통해 채권자의 성과를 보호해야 할 필요성이 더욱 높다고 할 것이다.

64) 2심(서울고등법원 2022. 5. 31.자 2021라20941 결정)에서 원심판결 인용.

⑨ 대전지방법원 2018. 9. 18.자 2018카합50311 결정

채무자가 채권자의 성과를 무단 사용함으로써 소비자들이 채무자 화장품을 채권자 화
장품과 같은 상품 또는 채권자 화장품의 한국판으로 오인할 가능성이 있다. 이로 인하여
위 2의 다항 ‘영업상 이익 침해·침해 우려 여부’에서 본 것과 같이 국내 소비자들의 채
권자 화장품 구매가 줄어들고 채권자의 한국 총판 계약이 무산되기도 하였다. 채권자의
경제적 이익 침해도 인정된다.

VII. “특별한 사정”의 판단

1. “특별한 사정”의 판단기준

부정경쟁방지법 (파)목에서의 “특별한 사정”의 존재는 (파)목에 규정된 요건은 아니다. 그러나 다음 법원의 판결에서 보는 바와 같이 특별한 사정을 (파)목의 판단을 위한 고려 요소로 보고 있다. 특허법원은 상품표지의 사용으로 인한 성과물에 대하여 일반조항에 따른 보호를 인정할 수 있는지 여부는 그러한 성과를 이루기 위해 들인 투자나 노력의 정도, 성과의 사회적·경제적 가치의 정도, 상대방의 행위로 인하여 침해되는 이익의 정도, 모방의 정도, 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 정도 등 제반 사정을 종합적으로 고려하여, 기존의 개별 조항들에 준하는 정도의 보호를 할 필요가 있는지의 관점에서 매우 신중하게 판단하여야 하며, 이를 판단하는 경우에 기존의 개별 조항들에 의한 법적 보호의 공백이 있는 영역을 메워줄 필요가 있는 특별한 사정이 있는지도 함께 살펴야 하는데, 상품표지·영업표지·상품형태 등 기존의 개별 조항들에 의하여 보호될 수 있는 적격이 있는 식별표지의 경우에는 위와 같은 특별한 사정들을 인정받는 것이 상대적으로 더 어렵다고 판단하였다.⁶⁵⁾ 즉, 이러한 특별한 사정의 판단은 결국 개별적·구체적으로 사안에 따라서 판단할 수밖에 없다.⁶⁶⁾

2. “특별한 사정”의 적용사례

법원은 지식재산권의 보호 대상이 아닌 타인의 성과는 원칙적으로 자유롭게 이용할 수 있는 영역이므로 그 이용을 규제하기 위해서는 일정한 합리성이 인정되어야만 하고 이러

65) 특허법원 2017. 10. 19. 선고 2016나56판결.

66) 최승재, 부정경쟁방지법상 퍼블리시티권 보호조항에 대한 연구, 특허청, 2022.3., 125면.

한 합리성의 근거는 그 이용행위의 위법성, 즉 타인의 성과를 이용하는 행위가 경쟁사회의 공통규범인 경쟁자 간의 공정하고 자유로운 경쟁의 확보라는 원칙에 비추어 상당하지 아니할 것에 있다고 하면서, 지식재산권법에 의하여 보호되지 않는 타인의 성과는 재산적 가치를 갖는다고 하더라도 자유로운 모방과 이용이 가능하고 이러한 자유로운 모방과 이용이 제한되기 위해서는 “특별한 사정”이 존재해야 한다고 판시하였다.⁶⁷⁾

위 판결에서 법원은 특별한 사정의 의미에 대해서, ① 성과물의 이용행위를 보호해주지 않으면 그 성과물을 창출하거나 고객흡인력이 있는 정보를 획득한 타인에 대한 인센티브가 부족하게 될 것이 명백한 경우, ② 절취등 부정한 수단에 의하여 타인의 성과나 아이디어를 취득한 경우, ③ 선행자와의 계약상 의무나 신의칙에 현저히 반하는 양태의 모방행위, ④ 의도적으로 경쟁자의 영업을 방해하거나 경쟁지역에서 염가로 판매하거나 오로지 손해를 줄 목적으로 성과물을 이용하는 경우, ⑤ 타인의 성과를 토대로 하여 모방자 자신의 창작적 요소를 가미하는 연속적 모방이 아닌 타인의 성과를 대부분 그대로 가져오면서 모방자의 창작적 요소가 거의 가미되지 아니한 직접적 모방에 해당하는 경우를 의미하는 것으로 판단하였다.⁶⁸⁾

요컨대 위 법원의 판단사례에 의하면, 타인의 성과 모방이나 이용행위의 경과, 이용자의 목적 또는 의도, 이용의 방법이나 정도, 이용까지의 시간적 간격, 타인의 성과물의 취득경위, 이용행위의 결과 등을 종합적으로 고려하여 거래 관행상 현저히 불공정하다고 볼 수 있는 경우가 “특별한 사정”에 해당한다고 판단하는 것으로 보인다.⁶⁹⁾⁷⁰⁾

1) 특별한 사정에 해당하는 경우

① 서울중앙지방법원 2018. 4. 12. 선고 2017나78683 판결

이 사건에 관하여 보전대, 위 인정사실 및 앞서 든 각 증거에 변론 전체의 취지를 종합하여 알 수 있는 다음과 같은 사정 등에 비추어 보면, 피고가 이 사건 슬로건과 동일한 내용의 슬로건 및 이 사건 제안물과 유사한 내용의 영상 컨셉 등을 이용한 행위는, 타인의 성과 모방이나 이용행위에 공정한 거래질서 및 자유로운 경쟁질서에 비추어 정당화될 수 없는 특별한 사정이 있는 경우에 해당하느바, 원고의 상당한 투자나 노력으로

67) 서울고등법원 2017. 2. 16. 선고 2016나2035901판결; 서울고등법원 2017. 1. 12. 선고 2015나2063761판결; 서울고등법원 2016. 11. 24. 선고 2015나2049789판결.

68) 서울고등법원 2017. 2. 16. 선고 2016나2035901판결; 서울고등법원 2017. 1. 12. 선고 2015나2063761판결; 서울고등법원 2016. 11. 24. 선고 2015나2049789판결.

69) 서울고등법원 2017. 2. 16. 선고 2016나2035901판결; 서울고등법원 2017. 1. 12. 선고 2015나2063761판결; 서울고등법원 2016. 11. 24. 선고 2015나2049789판결.

70) 최승재, 부정경쟁방지법상 퍼블리시티권 보호조항에 대한 연구, 특허청, 2022.3., 125~126면.

만들어진 성과인 이 사건 제안물을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 원고의 경제적 이익을 침해하는 행위이므로, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목에서 정한 부정경쟁행위에 해당한다.

2) 특별한 사정에 해당하지 않는 경우

① 서울중앙지방법원 2019. 1. 11. 선고 2018가합512834 판결

원고는 피고가 포장지에 사용한 위 제1 사진이 이 사건 사진 일부를 180도 반전·편집하여 사용하고 있으므로, 여전히 부정경쟁행위에 해당한다고 주장한다. 그러나 지식재산권법에 의하여 보호되지 않는 타인의 성과는 설령 그것이 재산적 가치를 가진다고 해도 자유로운 모방과 이용이 가능하고, 다만 그와 같은 타인의 성과 모방이나 이용행위에 공정하고 자유로운 경쟁질서에 비추어 정당화될 수 없는 특별한 사정이 있는 경우에만 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목이 규정하는 부정경쟁행위에 해당하는데, 이 사건 사진을 저작권법이 보호하는 사진저작물로 볼 수 없음은 앞서 본 바와 같고, 앞서 본 이 사건 사진의 사용경위, 피고의 이득 여부, 피고의 태도 등을 종합하여 볼 때 위와 같은 '특별한 사정'이 인정된다고 할 수도 없다. 그렇다면 원고가 설혹 이 사건 사진 일부를 편집하여 피고 제품을 위한 포장지를 제작하였다고 하더라도 이를 부정경쟁행위라고 할 수 없다.

② 의정부지방법원 고양지원 2019. 8. 23. 선고 2018가합74047 판결

피고가 피고 독서대를 제작하는 과정에서 원고 독서대를 참조하여 그에 구현된 아이디어를 이용하였다고 하더라도 독서대 제작의 난이도가 높지 않아 보이는 점에 비추어 보면, 이 기술분야에서 통상의 지식을 가진 사람이라면 용이하게 원고 독서대의 특징 및 구성을 파악할 수 있을 것으로 판단되므로, 피고가 원고 독서대를 유통하던 회사라는 사실만으로 타인의 성과 모방이나 이용행위에 공정한 거래질서 및 자유로운 경쟁질서에 비추어 정당화될 수 없는 특별한 사정이 있는 경우라고 보기 어렵고, 달리 피고가 절취나 기망 등 부정한 수단에 의하여 원고의 성과나 아이디어를 취득하거나 의도적으로 원고의 영업을 방해하거나 원고에게 손해를 줄 목적으로 성과물을 이용하였다고 인정할 만한 증거도 없다.

제2절 성과도용행위 일반화의 한계

2014년부터 2024년까지 부정경쟁행위 관련 민·형사 판결은 총 2,238건이었으며, 그 중 (파)목 관련 판결은 801건으로 전체 28.8%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 다만, 1개의 사건에서 여러 개의 부정경쟁행위를 청구한 사건들이 다수이고, 특히 (파)목의 경우 특허법, 상표법, 디자인법, 저작권법 등 다른 법률에 기한 권리 침해와 같이 (파)목의 침해를 주장하거나, 다른 부정경쟁행위 유형 또는 영업비밀 침해와 같이 (파)목의 침해를 주장하는 경우가 대부분이었다.

표 35 부정경쟁행위 유형별 민사 가처분 인용률(2014-2024)

구분	(가)목	(나)목	(다)목	(라)목	(마)목	(바)목
인용	31	73	4	0	0	8
기각	151	167	24	4	3	33
인용률	17.0	30.4	14.3	0.0	0.0	19.5

구분	(아)목	(자)목	(치)목	(파)목	전체	
인용	2	60	2	35	215	
기각	15	125	12	284	818	
인용률	11.8	32.4	14.3	11.0	15.1	

표 36 부정경쟁행위 유형별 민사 본안 인용률(2014-2024)

구분	(가)목	(나)목	(다)목	(라)목	(마)목	(바)목	(사)목
인용	71	58	12	0	1	17	1
기각	183	188	54	1	4	36	1
인용률	28.0	23.6	18.2	0.0	20.0	32.1	50.0

구분	(아)목	(자)목	(치)목	(타)목	(파)목	전체	
인용	2	70	7	1	68	308	
기각	13	155	37	4	414	1,090	
인용률	13.3	31.3	15.9	20.0	14.1	22.2	

특히, 위의 [표]에서 보여지는 바와 같이 (파)목의 인용률은 민사 가처분은 11.0%, 민사 본안은 14.1%로 전체 평균보다 낮았으며, 부정경쟁행위 유형 중 주로 청구되는 (가)목, (나)목, (자)목과 비교해 보아도 상당히 낮은 인용률을 보이고 있었다.

이에 (파)목에 기한 청구가 기각된 698건(87.1%)을 분석한 결과, 주요 기각 사유는 ① 상당한 투자나 노력에 의해 만들어진 “성과 등”을 특정하지 못하거나, ② 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용하는 행위에 대한 원고가 제출한 자료만으로는 이에 대한 소명이 부족하거나, ③ 부정경쟁행위가 다른 지식재산권과 경합하는 경우 해당 권리의 침해에 대해 우선 적용하거나, (파)목이 다른 부정경쟁행위에 대한 보충적 일반조항이라는 점에서 (파)목을 엄격하게 적용하고 있었다.

또한, 부정경쟁방지법상 부정경쟁행위에 대한 규제는 권리창설에 의해 권리보호가 이루어지는 특허권, 상표권, 디자인권, 저작권과 달리 부정한 경쟁행위를 규제하는 행위규제라는 점에서 광범위하고 폭넓게 적용될 가능성이 존재하며, 특히 (파)목이 “새롭고 다양한 유형”의 부정경쟁행위에 적절하게 대응하기 위하여 부정경쟁행위에 관한 보충적 일반조항으로 2013. 7. 30. 법률 제11963호로 개정된 부정경쟁방지법에 신설된 규정이기 때문에 지금까지의 법원 판결만으로는 앞으로 발생하는 “새롭고 다양한 유형”에 모두 대응할 수 있다고 보기에 한계가 있다.

또한, 성과도용행위와 관련해서는 해당 조항의 보충성이 문제가 된다. 부정경쟁방지법상 성과도용행위는 추상적 개념으로 이루어진 일반조항으로서, 법적 안정성을 해칠 우려가 있으므로 제한적으로 운용함이 바람직하고,⁷¹⁾ 종래 재판 실무의 주류도 (파)목에 규정된 ‘그밖에’라는 문언을 근거로, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 각 목에 열거된 구체적 부정경쟁행위태양을 먼저 적용하고 그 중 어디에도 해당되지 않는 경우에 한해 (파)목을 적용하는 보충적 규범으로 이를 다루어 오고 있다.⁷²⁾ 해당 조항의 보충성은 대법원 2020. 7. 9. 선고 2017다217847 판결(눈알가방 사건)의 판시를 통해서도 명백히 재확인된 바 있다.⁷³⁾ 따라서 (파)목의 단일한 적용은 지식재산권 체계 전반을 뒤흔들 수 있

71) 나중갑, “성과 ‘모방’ 도그마와 부정경쟁방지법 제2조 제1항 (카)목의 적용범위-서울연인단팻빵 사건을 중심으로”, 「산업재산권」, 제62호(2020), 195-196면; 신지혜, “부정경쟁방지법 제2조 제1호 일반조항의 적용기준에 관한 고찰-대법원 2020. 3. 26. 선고 2016다276467 판결을 계기로-”, 「법조」, 제70권 제6호(2021), 444면. 한편, 파.목의 적용요건과 관련하여 ‘보충성’은 요구하되, 법문에 없는 ‘특별한 사정’ 등을 추가로 요구하여 그 적용범위를 지나치게 좁히는 것은 부적절하다는 중간적 입장의 예로는, 이규홍, “부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목(변경 후 카목)에 대한 연구-부정경쟁행위와 불공정거래행위의 교차점-”, 「정보법학」, 제22권 제2호(2018), 83면.

72) 이규홍, 전제논문, 81면. 각 지식재산권 유형에 따른 적용에 대한 분석은 88-95면.

73) 해당 판결은 “구 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목(현재의 파.목)은 … 새로이 등장하는 경제적 가치를 지닌 무형의 성과를 보호하고 입법자가 부정경쟁행위의 모든 행위를 규정하지 못한 점을 보완하여 법원이 새로운 유형의 부정경쟁행위를 좀 더 명확하게 판단할 수 있도록 함으로써, 변화하는 거래관념을 적시에 반영하여 부정경쟁행위를 규율하기 위한 보충적 일반조항이다”라 하고 있다. 한편, 위 판결의 원심[서울고등법원 2017. 2. 16. 선고 2016나2035091 판결]은 피고가 명품 가방에 눈에 띄는 익살스러운 눈알 모양을 크게 덧붙인 것은 값비싼 물건에 현혹되지 말고 합리적인 소비를 하자는 창작적 메시지가거나 일종의 ‘팝아트’ 성격을 가진다는 이유 등을 들어 이 규정의

는 ‘일반조항 남용의 위험성’을 내포하기 때문에 주의가 필요하다.⁷⁴⁾⁷⁵⁾

앞서 살펴본 바와 같이, 성과도용행위 인용율이 다른 부정경쟁행위에 비해 낮을뿐더러, 성과도용행위 관련 111건의 판례에서 성과도용행위 성립요건인 “성과 등”, “무단사용”, “경제적 이익 침해” 등의 유형과 판단기준이 일반화되지 않았으며, 사건별로 다양하게 나타나고 있다는 점은 성과도용행위에 판단은 사건별로 법원에서 신중하게 판단해야 할 필요가 있다는 것을 의미한다.

적용을 부정하면서, 성과도용행위를 정당화하지 않는 특별한 사정이 있어야 비로소 파.목의 적용이 가능하다는 제한적 입장을 취하였고 대법원은 거기까지는 동의하지 않았다. 그러나 이는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 파.목 적용의 보충성과는 다른 쟁점이다; 조영선, “메타버스에서의 디자인보호”, 「지식재산연구」 제18권 제2호(2023), 주)39.

74) 이 점에 대해 “저작권법이나 특허법, 상표법 등에 의하여 보호되지 않는 대상에 관하여 해당 조항에 의한 보호를 인정할 경우에는 저작권법이나 특허법, 상표법 등을 대체하는 최상위 조항이 될 수도 있어 부당하다”고 하며 강력한 반대론을 펴는 예로는, 나종갑, “부정경쟁방지법 제2조 제1호 카목은 사냥허가(hunting license)인가?-소위 ‘눈알가방’ 사건과 관련하여”, 「지식재산연구」, 제15권 제4호(2020), 153면.

75) 조영선, “메타버스에서의 디자인보호”, 「지식재산연구」 제18권 제2호(2023), 104~105면.

[붙임1] 성과도용행위 인용 판례 - 민사 본안

선고일	심급	법원	사건번호	상하급심 결정	성과	무단사용	개정유형
20150116	1심	서울 중앙	2014가합509007	1심: 인정	표지가 주지·저명성은 부족하지만, 일정한 광고·홍보활동으로 일부 소비자들에게 인식된 표지로 평가	타인의 표지를 이용해 검색 유입을 유도하는 광고행위	
20151023	1심	서울 중앙	2014가합573176	1심: 인정 2심: 불인정	단순 기성품이 아닌 독자적으로 개발한 포장기 및 자체 전개도	원고와 계약 이행 중 제공받은 포장기와 전개도를 사전 동의 없이 활용하여 원고 제품보다 먼저 유사 제품을 일본에 수출하는 행위	
20151127	1심	서울 중앙	2014가합44470	1심: 인정 2심: 인정	웹사이트에 집적된 게시물 데이터 전체	해당 데이터베이스를 미러링 방식의 기계적 복제를 통해 활용하는 행위	데이터 부정사용 행위
20160217	1심	서울 중앙	2015가합517982	1심: 인정 2심: 인정	원고의 마케팅·편집 노력을 거쳐 만든 채용정보 데이터베이스	해당 데이터베이스를 무단 크롤링하여 그대로 복제하여 활용하는 행위	데이터 부정사용 행위
20160512	2심	서울 고등	2015나2044777	1심: 인정 2심: 인정	차별화된 매장 분위기와 고객흡인력을 형성한 영업의 종합적 이미지	퇴사후 유사한 표장및 간판, 매장 인테리어 등을 이용하여 원고의 매장인 것처럼 소비자를 유인하는 행위	

선고일	심급	법원	사건번호	상하급심 결정	성과	무단사용	개정유형
20160930	1심	서울 중앙	2015가합510981	1심: 인정	해외(일본)에서 축적한 브랜드의 종합적인 이미지	단순 상표 모방을 넘어, 제품 자체를 모방하여제품을 제조 및 판매하는 행위	
20161124	2심	서울 고등	2015나2049789	1심: 인정 2심: 인정 3심: 인정	당선자 예측조사(출구조사) 결과	사전 동의 없이 이 예측조사 결과를 방송을 통해 상업적으로 활용하는 행위	
20170119	1심	대전	2016가합100144	1심: 인정	제품 홍보용 냉동고 등을 식당에 설치하며 인지도 향상에 노력하였고, 그 결과 형성된 제품의 인지도	원고 제품이 널리 알려진 이후, 동일한 제품명과 유사한 포장 도안을 사용하여 동일한 제품 형태를 생산·판매하는 행위	
20170119	1심	서울 중앙	2015가합579676	1심: 인정 2심: 인정	가요성 인쇄회로기판 테스트 장치 설계 파일	무단 반출하거나 부정 취득한 설계파일을 이용하여 제조하여 판매하는 행위	
20170615	3심	대법 원	2017다200139	1심: 인정 2심: 인정 3심: 인정	당선자 예측조사(출구조사) 결과	사전 동의 없이 이 예측조사 결과를 방송을 통해 상업적으로 활용하는 행위	

선고일	심급	법원	사건번호	상하급심 결정	성과	무단사용	개정유형
20171109	1심	서울 중앙	2016가합542169	1심: 인정 2심: 인정 3심: 인정	임시보호권 및 전용실시권 발생한 묘목	임시보호권 및 전용실시권이 있는 묘목을 증식·재배·판매한 행위	
20171123	2심	서울 고등	2017나2010051	1심: 인정 2심: 인정	가요성 인쇄회로기판 테스트 장치 설계 파일	무단 반출하거나 부정 취득한 설계파일을 이용하여 제조하여 판매하는 행위	
20180406	1심	서울 중앙	2016가합535970	1심: 인정	장기간 연구개발을 통해 개발한 영유아 교육 프로그램 및 교재	원고의 동의 없이 그 교재를 유사 놀이학교 영업에 활용하는 행위	
20180412	2심	서울 중앙	2017나78683	1심: 인정 2심: 인정	영상 컨셉과 슬로건 등을 포함한 제안물	동종업체를 통해 제안물 내용과 슬로건을 활용해 마케팅을 전개하는 행위	아이디어 탈취행위
20180615	1심	서울 중앙	2017가단5205281	1심: 인정 2심: 인정	저작권법상 창작성은 부정되었으나, 영상이나 분량 등에 비추어 상당량의 제품사진들	허락 없이 제품사진들(성과)을 홈페이지에 게시한 후 영업에 사용하는 행위	
20180621	1심	울산	2017가합22540	1심: 인정	단순 연락처를 넘어 주민등록번호, 신용카드 및 현금 매출액, 납세정보, 업소 면적 등 상세한 정보가 포함된 회원정보 데이터베이스	회원정보 데이터베이스를 무단 유출하여 해당 정보를 이용하여 회원 접촉·탈퇴를 종용하는 행위	

선고일	심급	법원	사건번호	상하급심 결정	성과	무단사용	개정유형
20180622	1심	서울 중앙	2017가합562146	1심: 인정	회사, 식당, 골프장 등 다수인 이용 공간으로, 설치 허가와 계약 체결에 상당한 노력이 소요된 가글디스펜서	원고의 가글디스펜서에 호환 가능한 규격으로 자사 제품을 제작하여 이러한 점을 부각한 광고 및 판매하는 행위	
20181017	1심	서울 중앙	2018가합519088	1심: 인정	편집저작물에 해당하지 않더라도, 상당한 투자 및 노력의 결과물인 제품사진들	이를 무단 사용하여 제품을 판매하기 위해 다른 쇼핑몰에 게시하는 행위	
20181213	1심	울산	2017가합25648	1심: 인정	단순 연락처 수준이 아니라 사업주의 주민등록번호, 주소, 매출정보, 세금정보, 업소 면적 등 포함된 포괄적, 상세한 비공개 정보	해당 정보를 무단으로 반출하여, 이직 후 해당 정보를 영업에 활용하는 행위	
20190111	1심	서울 중앙	2018가합512834	1심: 성과만 인정(무단도용 불인정)	판매 제품에 대한 정보를 소비자에게 효과적으로 전달하여 고객을 유인할 목적으로 제작된 제품사진들	-	
20190213	2심	수원	2018나54330	1심: 불법행위 인정 2심: 인정	골프장 문주와 클럽하우스의 내, 외부에 부착할 각종 사인(표지판)에 대한 디자인	허락없이 원고로부터 교부받은 디자인을 제3자에게 제공하고 이를 이용하여 골프장 문주 및 클럽하우스 등의 디자인을 완성하게 하는 행위	아이디어 탈취행위
20190502	1심	서울 동부	2018가소47767	1심: 인정	홈페이지의 자료실 카테고리의 항목 구성	같은 항목 사항을 무단으로 사용하는 행위	

선고일	심급	법원	사건번호	상하급심 결정	성과	무단사용	개정유형
20190920	1심	서울 중앙	2018가합528655	1심: 성과만 인정(무단도용 불인정) 2심: 불인정 3심: 불인정	단순 아이디어 구현이 아닌 고유한 구현방식(최소상품단위·검색정책 개선, 그룹핑 정책 도입, UI/UX 재구성 등을 통한 사용자 경험 개선, 판매자 이탈 방지, 공정한 가격 표시 실현 등 성과 달성)	-	
20190926	2심	서울 고등	2017나2034378	1심: 불인정 2심: 일부 인정	의료기기 사용 설명자료는 기능적 저작물일 수 있지만(일부는 표현이 제한되는 기술적 설명), 긴 문장, 사용법 그림, 설명의 배열 방식 등에서 창작성이 인정된 설명자료	같은 내용을 다른 방식으로 표현할 수 있었음에도 설명자료를 거의 그대로 사용하는 행위	
20190926	1심	서울 중앙	2016가합570379/ 2017가합583716(병합)	1심: 인정 2심: 인정	수년간 상당한 비용을 들여 연구·개발·제작하였고, 불특정 다수의 사람들에게 공개되지 아니한 건조기 및 분쇄기 제품의 설계도면	퇴사 직전 도면을 복사 및 반출하여 무단 사용된 도면으로 건조기 및 분쇄기 제조 및 판매하는 행위	
20190918	2심	대전 고등	2019나11959	1심: 불인정 2심: 인정	일반적으로 확보가 불가능한 산업용 자동화기기 제품사진들(4,984개)	제품사진들을 촬영한 전직 직원일지라도 퇴사 후 이 제품사진들을 배경 제거 및 회사명 변경 후 사용하여 영업에 활용하는 행위	

선고일	심급	법원	사건번호	상하급심 결정	성과	무단사용	개정유형
20190823	1심	서울 중앙	2017가합528313	1심: 인정 2심: 인정	장기간에 걸친 연구·개발, 시행착오, 영업활동의 결과로 누적된 기술정보(전기·기계 도면) 및 경영정보(견적서, 거래처 정보 등)	기술정보 및 경영정보를 퇴사 시 무단 반출하여 원고의 제품을 수리하고, 제품을 개발 및 제작, 판매하는 행위	
20200206	2심	서울 고등	2019나2031649	1심: 불인정 2심: 인정 3심: 인정	창작적 명칭인 제품 네이밍 및 창작적 기획이 포함된 광고 콘티	광고 대행 계약 종료 후 광고 용역 결과물(네이밍 및 콘티 등)을 무단으로 사용하는 행위	아이디어 탈취행위
20200206	1심	서울 중앙	2018가합568400	1심: 인정	메인 페이지, 이벤트 페이지, 상품 포토리뷰, FAQ 페이지 등에서 창작성 및 개성이 있는 홈페이지 구성	실질적으로 HTML 소스를 무단으로 복사·사용하는 행위(레이아웃, 문구, 글자체, HTML 소스코드, 주석, 클래스 이름 등에서 사실상 동일, 일부 문구의 오타자까지 동일, 개발자의 코딩 습관까지 유사)	
20200423	2심	서울 고등	2019나2049039 (병합: 2019나2049046)	1심: 인정 2심: 인정	건조기 및 분쇄기의 도면	원고의 도면을 무단사용하여 제품을 제조 및 판매하는 행위	

선고일	심급	법원	사건번호	상하급심 결정	성과	무단사용	개정유형
20200522	1심	서울 중앙	2017가합549921	1심: 인정 2심: 인정	수업안(도입-전개-마무리 방식으로 극본 형태로 기재), 연·월간계획안, 음원(제목·가사·악보를 포함한 실질적 창작물)으로 구성된 음악수업 프로그램	지사계약 종료 후, 해당 음악수업 프로그램을 그대로 활용하여 동일한 영업을 하는 행위	
20200723	3심	대법 원	2020다220607	1심: 불인정 2심: 인정 3심: 인정	창작적 명칭인 제품 네이밍 및 창작적 기획이 포함된 광고 콘티	광고 대행 계약 종료 후 광고 용역 결과물(네이밍 및 콘티 등)을 무단으로 사용하는 행위	아이디어 탈취행위
20201023	1심	서울 중앙	2019가합529983	1심: 인정 2심: 인정	골프장 관련 정보를 수집하여 구축한 애플리케이션과 데이터베이스(103,628건 데이터 수집, 골프장 직접 방문·인터뷰·홈페이지 검색, 10개월 이상 소개글 작성, 267개 골프장과 IT솔루션 계약)	애플리케이션의 화면구성과 데이터 구조를 모방하여 애플리케이션을 개발하고 서비스하는 행위	데이터 부정사용 행위
20201211	1심	서울 중앙	2018가합585214	1심: 성과만 인정(무단도용 불인정)	꾸준하게 판매되면서 많은 기사를 통해 홍보가 되었고, 홈쇼핑 프로그램을 통하여 수차례 매진되기도 하였으며, 화장품 소개 앱에서 상위권을 차지한 상품표지	-	

선고일	심급	법원	사건번호	상하급심 결정	성과	무단사용	개정유형
20210204	1심	서울 중앙	2019가합517270	1심: 인정	브랜드 이미지와 시장 전략이 결합한 잠옷(의류)의 브랜드 이미지	유사한 패턴 디자인, 색채, 형태, 명칭의 유사제품을 원고의 제품 명칭을 적극 활용하여 광고 및 홍보하면서 제작 및 판매하는 행위	
20210819	1심	서울 중앙	2018가합508729	1심: 인정 2심: 인정	전국 숙박업소 직접 방문 및 지속적 갱신·검증·보완하여 구조화·체계화한 숙박정보 데이터베이스	조직적으로 대규모 복제하고 IP를 유회하는 등 기술적 조치(크롤링)를 통해 경쟁사 데이터베이스의 데이터를 취득하여 내부 분석·전략 수립에 활용하는 행위	데이터 부정사용 행위
20211021	2심	서울 고등	2021나2003371 (본 사건), 2021나2000389 (병합)	1심: 불인정 2심: 일부 인정	단순한 실적자료가 아닌 지사별 실적·홍보 채널 분석·경비 내역, 수수료 제도 배경 및 내용 등 내부 전략 문서	퇴사 직전 내부 전략 문서 등을 무단 반출 및 보관하는 행위(현재의 침해행위는 없지만 보관 중인 상태는 미래의 침해가능성 존재)	
20211201	2심	대전 고등	(청주)2018나2289	1심: 불인정 2심: 인정 3심: 인정	상당한 연구개발을 통해 개발한 사양·성능이 다른 리프터 전용 구동장치의 기술·외형·부품 수치 등이 집약된 도면 파일	원고로부터 제공받은 구동장치 도면 파일을 이용해 중국 업체들로부터 유사 구동장치를 제작·수입한 행위	
20211209	2심	서울 고등	2020나2042706	1심: 인정 2심: 인정	골프장 관련 정보를 수집하여 구축한 데이터베이스(500여개의 골프장 정보)와 애플리케이션(스코어 기록, 통계, 예약, 정보검색, 랭킹, 커뮤니티 기능 등)	데이터베이스의 일부를 무단 복제 및 활용하고, 애플리케이션의 화면구성과 데이터 구조를 모방하여 애플리케이션을 개발하고 서비스하는 행위	

선고일	심급	법원	사건번호	상하급심 결정	성과	무단사용	개정유형
20220112	1심	서울 중앙	2015가합535553	1심: 인정	골프코스의 외형·조경·지형 등이 결합된 코스 모습(이미지)(입지 선정, 사업계획 승인, 환경영향평가, 토목공사, 조경 등 복잡하고 고비용의 절차가 필요하며, 설계용역비용, 공사비용 등 막대한 비용 소요)	골프코스를 무단 재현하여 유사영업(스크린 골프)을 하는 행위	
20220120	1심	서울 중앙	2019가합566968	1심: 인정 2심: 불인정	이전 화장품 시장에는 존재하지 않았던 독창적 표시 방식을 도입한 창작성있는 표장 디자인	표장의 동일한 구성(성분명, 퍼센트, 막대그래프, 유해성분 함량)으로 유사 표장을 사용하는 행위	
20220127	1심	서울 중앙	2020가합587633	1심: 인정	조리법에 관한 방송 프로그램	쇼핑몰 웹사이트의 ‘레시피’ 항목에 원고 동영상 링크 및 캡처 사진을 반복 게시하여, 쇼핑몰 유입 및 구매 유도 수단으로 활용하는 행위	
20220421	1심	대구	2020가합208618	1심: 인정 2심: 인정	배지(培地) 구성 및 조성비, 검사성적서 등 생물농약 기술정보	영업비밀 보호요건을 충족하지 못한 비공개 기술정보를 무단 사용하는 행위(원고 검사성적서를 활용하여 특허출원)	
20220428	3심	대법 원	2021다310873	1심: 불인정 2심: 인정 3심: 인정	상당한 연구개발을 통해 개발한 사양·성능이 다른 리프터 전용 구동장치의 기술·외형·부품 수치 등이 집약된 도면 파일	원고로부터 제공받은 구동장치 도면 파일을 이용해 중국 업체들로부터 유사 구동장치를 제작·수입한 행위	

선고일	심급	법원	사건번호	상하급심 결정	성과	무단사용	개정유형
20220609	1심	대전	2021가합100797	1심: 인정 2심: 인정	단순 외관이나 사양이 아닌 기술정보 집약체인 고속철도차량에 맞는 맞춤형 변압기와 이에 대한 도면	해당 기술에 대한 독자적 개발 없이 원고 도면을 무단 사용(계약상 허용된 목적을 넘어선 사용)하여 유사 제품을 반복 제조·납품하는 행위	
20220706	1심	수원	2020가합21780	1심: 인정 2심: 인정	상표·포장박스·간판·내외부 인테리어·영업방식 등 영업의 종합적인 이미지	동업관계를 종료하면서 기존 매장의 이미지·상표·포장·디자인을 사실상 그대로 사용하는 행위	
20220707	1심	서울 중앙	2019가합58573	1심: 인정	3D MMORPG 장르로 독창적 요소들을 유기적으로 결합하여 제작한 게임물의 종합적 이미지	게임의 핵심 구성요소들을 선택·배열·결합관계까지 실질적으로 모방하여 서비스하는 행위	
20220825	2심	서울 고등	2021나2034740	1심: 인정 2심: 인정	전국 숙박업소 직접 방문 및 지속적 갱신·검증·보완하여 구조화·체계화한 숙박정보 데이터베이스	조직적으로 대규모 복제하고 IP를 우회하는 등 기술적 조치(크롤링)를 통해 경쟁사 데이터베이스의 데이터를 취득하여 내부 분석·전략 수립에 활용하는 행위	데이터 부정사용 행위
20220906	1심	서울 동부	2021가단125106	1심: 인정	광고화보	협찬자가 홈페이지, 인스타그램에 화보를 게시하고 협업(collaboration)으로 홍보하는 행위	
20221007	1심	서울 중앙	2020가합561655	1심: 인정	단순한 구조지만 소비자의 사용편의, 청결성, 제품 차별성을 고려한 발상으로, 단순 검색으로 얻기 어려운 독창적인 아이디어	제안받은 아이디어를 협상 후 무단 사용하여 제품을 출시하는 행위	아이디어 탈취행위

선고일	심급	법원	사건번호	상하급심 결정	성과	무단사용	개정유형
20230113	1심	서울 중앙	2015가합545536	1심: 인정	골프코스의 외형·조경·지형 등이 결합된 코스 모습(이미지)(입지 선정, 사업계획 승인, 환경영향평가, 토목공사, 조경 등 복잡하고 고비용의 절차가 필요하며, 설계용역비용, 공사비용 등 막대한 비용 소요)	골프코스를 무단 재현하여 유사영업(스크린 골프)을 하는 행위	
20230113	1심	서울 중앙	2021가합536274	1심: 인정	상당기간 이상 축적된 신용, 고객흡인력, 품질에 대한 신뢰도가 형성된 영업표지	동일한 영업표지(간판의 구조·위치·글씨체), 전반적 영업형태 등 원고의 명성에 무임승차하는 행위	
20230207	2심	대구 고등	2022나22532	1심: 인정 2심: 인정	배지(培地) 구성 및 조성비, 검사성적서 등 생물농약 기술정보	영업비밀 보호요건을 충족하지 못한 비공개 기술정보를 무단 사용하는 행위(원고 검사성적서를 활용하여 특허출원)	
20230407	2심	특허 법원	2022나1548	1심: 인정 2심: 인정	상표·포장박스·간판·내외부 인테리어·영업방식 등 영업의 종합적인 이미지	동업관계를 종료하면서 기존 매장의 이미지·상표·포장·디자인을 사실상 그대로 사용하는 행위	
20230421	1심	서울 중앙	2021가합555190	1심: 인정	해외(방글라데시)에 수출하면서 사용하고 있는 영업표지	이와 유사한 영업표지를 부착한 제품을 현지(방글라데시)에 수출하는 행위	
20230808	1심	수원	2022가합401581	1심: 인정	상표, 전용 간판 이미지, 내부 인테리어 등 영업의 종합적인 이미지	가맹계약 해지 후 간판만 유사한 이미지로 교체하고 내부 인테리어 등은 그대로 사용하여 영업하는 행위	

선고일	심급	법원	사건번호	상하급심 결정	성과	무단사용	개정유형
20230907	2심	서울 고등	2023나2001997	1심: 불인정 2심: 인정 3심: 미확정	상당한 노력, 비용, 기간을 들여 수집·가공한 리뷰 데이터 및 API	협력과정에서 습득한 리뷰 데이터·API를 무단 사용하여 서비스를 개발·운영하는 행위	
20230908	1심	서울 중앙	2021가합514892	1심: 인정	친환경 제품 개발을 위해 R&D 과정에서 상당한 시간과 비용을 투입하여 축적한 정보(제품들의 전체 구성 성분, 성분별 품목명, 배합비율, 함유량 등 자세한 제조정보)	회사 전후 이 제조정보를 반출하여 동일한 제품을 제작·판매하는 행위	
20231018	1심	의정 부	2022가단108247	1심: 인정	영문 설명자료를 번역하고, 여기에 사진·그림·의견·설명 등을 추가한 제품 설명자료	문장, 구문, 띄어쓰기 실수까지 동일하게 복제한 이 설명자료를 무단으로 사용하는 행위	
20231103	1심	서울 중앙	2021가합592250	1심: 성과만 인정(무단사용 불인정)	의약품 자동조제기 및 이에 사용되는 소모품인 지관(롤지심)	-	
20240112	1심	의정 부	2022가합73539	1심: 인정 2심: 불인정 3심: 미확정	아동용 벽걸이형 책꽂이 제품들(30종)의 제작 방식 및 제품 구성	회사 후 유사 제품을 출시하여, 원고 제품 홍보글을 사용하여 판매하는 행위	

선고일	심급	법원	사건번호	상하급심 결정	성과	무단사용	개정유형
20240124	2심	대전 고등	2022나13337	1심: 인정 2심: 인정	단순 외관이나 사양이 아닌 기술정보 집약체인 고속철도차량에 맞는 맞춤형 변압기와 이에 대한 도면	해당 기술에 대한 독자적 개발 없이 원고 도면을 무단 사용(계약상 허용된 목적을 넘어선 사용)하여 유사 제품을 반복 제조·납품하는 행위	
20240712	1심	서울 중앙	2022가합520399	1심: 인정 2심: 인정	한옥형 외관 외관의 운세지 캡슐자동판매기와 지속적인 마케팅을 통해 확보한 인지도	유사한 외관을 사용한 운세지 캡슐자동판매기로 영업하는 행위(기와지붕 제거, 전체 외관 보라색으로 변경한 이후, 성과도용을 인정하지 않음)	
20241011	2심	서울 남부	2023나57577	1심: 불인정 2심: 인정	CX팀 운영을 통해 형성한 리뷰·상품평 등 게시물	원고 제품의 리뷰를 도용해 원고 제품과 유사하게 보이게 하여 판매에 활용하는 행위	
20241016	1심	서울 중앙	2022가합554286	1심: 인정 2심: 미확정	애니메이션 및 등장 캐릭터의 종합적인 이미지	캐릭터 연상 이미지, 드레스, 명칭 등을 사용하여 유사한 색상·스타일의 드레스를 제작 및 판매하는 행위	
20241023	1심	서울 동부	2023가단154979	1심: 인정	연예인의 초상권	광고모델계약 해지 이후에도 특정 연예인의 초상이 포함된 이미지·광고물을 사용하는 행위	유명인 성명·초상 등 무단사용 행위
20241213	2심	서울 중앙	2023나79038	1심: 성과도용행위 청구 없음 2심: 인정 3심: 인정	애니메이션 및 등장 캐릭터의 종합적인 이미지	캐릭터 연상 이미지, 드레스, 명칭 등을 사용하여 유사한 색상·스타일의 드레스를 제작 및 판매하는 행위	

[붙임2] 성과도용행위 인용 판례 - 민사 가처분

선고일	심급	법원	사건번호	인용 여부	성과	무단사용	개정유형
20140416	1심	서울 중앙	2014카합80015	o	표지가 주지·저명성은 부족하지만, 일정한 광고·홍보활동으로 일부 소비자들에게 인식된 표지로 평가	타인의 표지를 이용해 검색 유입을 유도하는 광고행위	사이버스쿼팅
20140730	1심	대전	2014카합10021	o	상호, 거래처, 제품, 대리점망 등 경영상 정보	퇴직 직원이 유사 회사를 설립하여 기존 회사의 상호, 거래처, 제품, 영업자로 등을 이용해 사업하는 행위	
20141211	1심	서울 북부	2014카합20082	o	장기간 투자와 노력으로 형성한 상호의 신용	해당 상호를 무단으로 상표화하고 영업에 이용한 행위	
20150303	1심	광주	2015카합64	o	외부 디자이너에게 기계 제품의 디자인을 의뢰하고, 자체 비용으로 시제품을 제작하고, 카탈로그 제작·배포 등 적극적 영업 노력을 기울였으며, 삼각형 배열과 색상 구성은 투자에 따른 독창적인 요소로 평가	무단으로 모방하여 별도의 개발비용 없이 제품을 제작하여 판매한 행위	
20150514	1심	서울 중앙	2014카합1141	o	상당한 투자와 노력으로 구축된 사이트 콘텐츠(성과물)	무단으로 복제·운영한 행위(크롤링)	데이터 부정사용 행위
20150817	1심	서울 중앙	2015카합80209	x	예식장의 인테리어 구성 및 공간 동선 설계 등은 성과로 인정될 여지가 있으나, 일반적 방식은 성과 불인정	-	
20150917	1심	광주	2015카합50128	x	요리가 채권자들의 투자와 노력으로 이루어진 성과일 여지는 있음	-	

선고일	심급	법원	사건번호	인용 여부	성과	무단사용	개정유형
20160927	1심	인천	2016카합10091	x	자신의 게시글과 카페 전체가 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과일 수 있음	-	
20161013	1심	의정부	2016카합5148	o	회사 소속 TM들이 구축한 정보를 기초로 한 가맹점 데이터베이스	이 데이터베이스를 이용하여 채권자의 기존 가맹점들로 하여금 계약을 해지하고 새로이 계약을 맺도록 유도하는 행위	
20170711	1심	서울중앙	2017카합80486	o	독특한 형태의 불펜 제품	제품의 외형을 모방하여 저렴한 가격에 판매하는 행위	
20171113	1심	서울남부	2017카합20152	x	전국적인 영업망, 가맹점 매출정보	-	
20180918	1심	대전	2018카합50311	o	세럼, 솔루션, 붓 등을 다양한 방식으로 배치하고, 사진 촬영과 SNS 게시 등에 상당한 비용과 노력을 투입하였으며, 이로 인해 제작된 사진은 단순한 아이디어 수준을 넘어 투자와 창작적 기여가 결합된 성과로 인정	홈페이지 및 SNS 구성 방식까지 모방하여 전체적인 영업 전략에 무단 활용하는 행위	
20181010	1심	서울중앙	2018카합21378	o	2차 전지 제조설비인 'PD~Mixer(Planetary Despa Mixer, 2차 전지의 원료를 섞는 기능)' 설비들의 설계도면	채권자 설계도에 의거하여 채무자 설계도를 작성한 다음 이를 이용하여 채무자의 기계설비를 제작·판매하는 행위	
20181023	1심	서울중앙	2018카합157	o	브랜드 개발을 위한 시장조사, 메뉴 개발, 인테리어 설계, 마케팅 전략 등 상당한 노력과 투자를 하였고, 차돌박이 중심 저가 메뉴, 독특한 외관, 브랜드 콘셉트를 통해 성공적인 프랜차이즈 이미지를 구축	상호(숫자와 '차돌' 결합 방식, 유사 음절 구성), 인테리어(대나무 느낌, 박공지붕, 목간판, LED 간판, 전구 조명 등 유사한 구조), 메뉴 구성(세트메뉴, 가격 전략) 등 전체적으로 채권자의 독창적 이미지에 편승하는 행위	

선고일	심급	법원	사건번호	인용 여부	성과	무단사용	개정유형
20181130	1심	서울 남부	2018카합20578	○	아이돌 그룹을 수년간 기획·투자·관리하면서 성명·초상·이미지를 지속적으로 제작·활용하는 등 이러한 활동의 결과, 고객흡인력과 경제적 가치가 있는 성과(콘텐츠, 브랜드 이미지) 형성	채권자의 사전 동의 없이 고객흡인력을 무단 이용하는 행위	유명인 성명·초상 등 무단사용 행위
20190502	2심	서울 남부	2019카합20050	○	아이돌 그룹을 수년간 기획·투자·관리하면서 성명·초상·이미지를 지속적으로 제작·활용하는 등 이러한 활동의 결과, 고객흡인력과 경제적 가치가 있는 성과(콘텐츠, 브랜드 이미지) 형성	채권자의 사전 동의 없이 고객흡인력을 무단 이용하는 행위	
20190503	1심	광주	2019카합50145	○	인테리어 디자인, 소스, 고기 세팅 방식, 상차림 등 기존 식당과 차별화되는 종합적 영업외관	가맹계약 종료 후에도 기존 매장의 인테리어 및 영업 방식 대부분을 유지하여 채권자의 고객흡인력을 이용한 영업 행위	
20190528	1심	서울 남부	2019카합20129	○	신뢰성 높은 기관에서 발행되는 인증서 및 이에 대한 사용권(인증서 취득 과정에서 상당한 비용이 소요되고, 시험·연구·개발 등 실질적 노력 발생)	채무자가 입찰용 회사소개서에 인증서 사본을 사용하여 입찰 주체가 인증서를 실제로 보유·사용할 수 있다고 오인하게 하는 행위	
20190530	2심	서울 고등	2019라20078	○	아이돌 그룹을 수년간 기획·투자·관리하면서 성명·초상·이미지를 지속적으로 제작·활용하는 등 이러한 활동의 결과, 고객흡인력과 경제적 가치가 있는 성과(콘텐츠, 브랜드 이미지) 형성	채권자의 사전 동의 없이 고객흡인력을 무단 이용하는 행위	
20190610	2심	광주	2019카합50244	○	채권자의 영업방법, 인테리어 등 종합적 외관은 기존 식당과 일부 유사하더라도 종합적으로 차별화된 구성으로 전체적으로 보면 식별력 형성	동일 업종의 유사 배치·컨셉을 모방하고, 동의 없이 유사한 컨셉의 매장을 운영하는 행위	

선고일	심급	법원	사건번호	인용 여부	성과	무단사용	개정유형
20190830	2심	서울 중앙	2018카합21819	○	2차 전지 제조설비인 'PD~Mixer(Planetary Despa Mixer, 2차 전지의 원료를 섞는 기능)' 설비들의 설계도면	채권자 설계도에 의거하여 채무자 설계도를 작성한 다음 이를 이용하여 채무자의 기계설비를 제작·판매하는 행위	
20190911	1심	서울 중앙	2019카합20241	○	비록 상표권 등록이나 주지표지로서 요건은 충족하지 않더라도, 채권자의 상당한 투자와 노력(제품명 'F 시트'의 명명 과정과 의미 부여, 시험성적서 등 성능 시험자료 블로그 게시, ISO 등 공신력 있는 기관의 인증 획득, 국내외 언론·인터뷰·수상·기술이전 등 활발한 홍보활동)으로 형성된 시장 인지도 및 고객흡인력을 갖춘 영업표지	유사한 명칭 및 서체·포장 디자인을 사용하고, 제품 홍보에 채권자의 홍보 사진, 시험성적서, 인증서 등을 그대로 무단 활용하며, 채권자의 과거 성과 및 이력을 자신들의 소개자료에 포함하여 제품을 판매하는 행위	
20191008	1심	서울 중앙	2019카합20364	○	10년 이상 연구개발을 지속하여 기존 제품과 비교해 디자인·구조·기능 면에서 현저한 차별성을 갖춘 제품	채권자와 오랜 거래 관계가 있는 채무자가 채권자 제품의 차별화된 요소를 그대로 모방하여 제작하여 판매하는 행위	
20191029	2심	광주 고등	2019라1082	○	개별 요소는 보편적일 수 있어도, 상당한 투자와 노력이 있는 영업점의 외관이나 인테리어 등 전체적인 이미지, 주된 메뉴의 선정과 전체 메뉴의 구성, 영업방식을 종합한 프랜차이즈 전체 이미지	가맹점 계약을 해지한 이후에도 채무자는 기존의 종합적 영업 외관의 상당 부분을 그대로 유지한 상태에서 영업하는 행위	
20200326	3심	대법 원	2019마6525	○	아이돌 그룹을 수년간 기획·투자·관리하면서 성명·초상·이미지를 지속적으로 제작·활용하는 등 이러한 활동의 결과, 고객흡인력과 경제적 가치가 있는 성과(콘텐츠, 브랜드 이미지) 형성	채권자의 사전 동의 없이 고객흡인력을 무단 이용하는 행위	

선고일	심급	법원	사건번호	인용 여부	성과	무단사용	개정유형
20210721	1심	서울 중앙	2021카합20006	○	오랜 기간, 다수 인력을 투입해 창작적으로 구 성한 모바일 게임	유사한 표현형식과 시스템(실사화 여성 캐릭터 전투, 사용자 순위 상승 등)을 활용한 모바일 게 임을 출시하는 행위	
20211116	1심	서울 중앙	2021카합20834	○	한옥형 기와지붕 자동판매기(운세지 판매기)의 영업 외관(띠별 일렬 배치, 목조 골조, 기와지 붕, 전통 한옥미 연출) 및 영업방식	인접한 위치에서 기존 브랜드의 수요와 고객 기 반에 편승하는 행위	
20220519	2심	서울 고등	2021라21236	○	아이돌 그룹을 수년간 기획·투자·관리하면서 성 명·초상·이미지를 지속적으로 제작·활용하는 등 이러한 활동의 결과, 고객흡인력과 경제적 가치 가 있는 성과(콘텐츠, 브랜드 이미지) 형성	채권자의 사전 동의 없이 고객흡인력을 무단 이 용하는 행위	
20220718	1심	서울 남부	2022카합20183	○	온라인 쇼핑몰이 직접 촬영·제작한 상품사진(각 도, 구도, 해상도, 음영 등을 조절하여 상품의 장점 부각하는 능력 및 노하우)	입점업체가 다른 온라인쇼핑몰에 해당 제품을 사진을 제공하여 다른 온라인쇼핑몰이 이 제품 사진을 활용하는 행위	
20230328	2심	대전 고등	2022라242	○	톤백 사용의 불편·위험성 문제를 해결하고, 디자 인적 차별성과 작업효율, 비용절감 효과가 있는 경우, 기술적 진보성이 부족하더라도, 실제 시장 에서 성과가 입증	채권자의 제품이 시장에서 인지도를 확보한 이 후, 유사한 제품을 만들어 같은 제품명을 사용 하거나 같은 고객층을 대상으로 영업하는 행위	

부정경쟁방지법 중 부정경쟁행위 분야 판결문 분석 연구('14~'24)

발행일 2025년 9월 8일
 발행인 최규완
 발행처 한국지식재산연구원
 주 소 서울시 강남구 테헤란로 131 3, 9층
 전 화 (02) 2189-2600
 팩 스 (02) 2189-2694

이용허락 유형	표시 마크	이용허락범위
[제4유형] 제1유형+상업적 이용금지+변경금지		- 출처 표시 - 비상업적 이용만 가능 - 변형 등 2차적 저작물 작성 금지

부정경쟁방지법 중 부정경쟁행위 분야 판결문 분석 연구('14~'24)



지식재산처

대전광역시 서구 청사로 189 정부대전청사 4동
Tel. 1544-8080 <http://www.moip.go.kr>

ISBN : 979-11-6884-302-8 13500

DOI : 10.8080/P9791168843028