



문의	상표디자인심사국 복합상표심사팀	팀장 변영석 서기관 한상규	042-481-5318 042-481-5327
 	2019년 6월 19일(수) 배포(09:00) 즉시 보도해 주시기 바랍니다.		

재미있고 기억하기 쉬운 상표가 대세?

- ‘전화위복’(복요리점)처럼 일상 언어로도 상표등록 가능,
다만, 상표권 효력이 미치지 않는 경우가 있어 주의 필요 -

- 특허청(청장 박원주)은 최근 소비자들이 쉽게 기억할 수 있고 상품의 이미지를 잘 전달할 수 있는 일상용어를 활용한 상표들이 많이 등록되고 있는 추세라고 밝혔다.
- 일상에서 흔히 접하는 용어들을 상품과 재치 있게 연결하여 상표로 등록받은 사례로는 ‘전화위복’ (복요리점), ‘주도면밀’ (면요리점), ‘하루방’ (숙박업), ‘견인구역’ (애완동물업) 등이 있다.
 - 이외에도 ‘땅집GO’ (부동산업), ‘신통방통’ (물통), ‘나를따르라’ (소주), ‘헤어 날 수 없다면’ (이미용업) 등과 같이 일상에서 자주 사용하는 용어들을 상표로 등록받은 경우도 있다.
- 흔히 사용하는 단어를 약간 변형하여 상표로 등록한 경우도 많다. ‘와인슈타인’ (와인), ‘잉큐베이터’ (어학교육업), ‘갈빅탕’ (식당업), ‘기승전골’ (식당업), ‘잔비어스’ (주점업), ‘죽황상제’ (죽발), ‘네일바요’ (손톱미용업) 같은 것들이다.

- 이미 있는 고유명사를 그대로 상표로 사용한 경우도 있다. ‘갤럭시(Galaxy)’, ‘애플(Apple)’, ‘아마존(Amazon)’은 본래 의미보다도 스마트폰이나 IT, 유통기업의 브랜드로 더 유명해 졌다.
- 상표는 상품의 출처(出處)를 나타내므로 소비자가 쉽게 기억할 수 있는 상표일수록 판매에 많은 도움이 된다. 따라서 출원자가 이러한 용어를 선택하는 것은 당연할 수도 있다.
- 다만, 일상용어가 상표로 등록된 경우 사용에 있어서 상표적 사용인지 아닌지를 잘 따져볼 필요가 있다. 등록상표라도 **상품을 설명하는 용어로 사용하면 상표권의 효력이 미치지 않기 때문이다.**
- 예를 들면 ‘현대’가 자동차에 상표등록이 되었지만 다른 회사에서 ‘현대 사회와 어울리는 자동차’라고 사용할 경우 상표적 사용으로 보기 어려워 상표권의 효력이 미치지 않는다.
- 특허청 변영석 복합상표심사팀장은 “**상표는 특허와는 달리 창작성이 필요 없어 얼마든지 기존에 있는 단어를 선택해서 상표로 등록받을 수 있다**”고 하면서, “**다만, 등록상표라도 상품을 설명하는 용어가 되면 상표권의 효력이 미치지 않으므로 출원시 용어 선택이나 상표사용에 유의할 필요가 있다**”고 덧붙였다.

※ 붙임 : 일상용어를 상표로 등록받은 사례



보도자료와 관련하여 자세한 내용을 원하시면 상표디자인심사국 복합상표심사팀 서기관 한상규(☎ 042-481-5327)에게 연락 바랍니다.

< 붙임 1 > 일상용어를 상표로 등록받은 사례

상표	사용상품
기고만장	장(醬)류
여자라면	라면
장남위주	술
참견	애완동물업
질량보존의 법칙	다이어트 교육업
오리무중	농장경영업

< 붙임 2 > 일상용어를 약간 변형하여 상표로 등록받은 사례

상표	사용상품
홀인환	강장제
막걸러	막걸리
농부심보	곡물, 채소
잡앗닭	치킨점업
모뎀여자	제모시술업
비어머글	호프업
이개머냥	강아지 소매업
만수무닭	닭고기 소매업