테마상표법 제10판 추록

(제9판 출간 이후 신간 출간에 따른 추록)

Comment

수험생 여러분, 안녕하세요.
메가변리사 상표법 전임 최지환 변리사입니다.

본 추록은 2026년도에 『**테마상표법 제9판**』 교재를 사용하신 변리사 2차 수험생들 중 제10판 교재 구매 및 정리에 시간이 부족한 수험생들을 위한 '신간 출간에 따른 추록' 자료입니다. 본 자료는 제10판에서 개정된 모든 내용을 담고 있는 자료는 아니며, 새롭게 추가된 주요 내용들 위주로만 담고 있으니 참고 부탁드립니다 (즉, 편집 수정/단원목차 추가/일부 단원의 논리구성 변경 등은 추록 제공이 어려운 점 양해 부탁드립니다).

따라서, 수험생 본인의 수험 기간 심리적 안정성을 위해 특별한 일이 없으면 신판으로 공부하실 것을 추천드리지만, 제9판 교재에 많은 필기를 해둔 수험생분들 중 시간이 부족한 수험생(예를 들어, 3시생 등)의 경우 본 추록자료를 참고하여 제9판 교재에 반영하여 봐주시기 바랍니다. 참고로, 아래 페이지 번호는 모두 제9판 교재를 기준으로 작성하였습니다.

감사합니다.
최지환 드림.

Ⅰ. 책 전체에 일괄 반영할 사항

1. 용어 변경 ① – ‘특허청’ → ‘지식재산처’

2025. 10. 1. 시행 정부조직법 개정으로 산업통상자원부 외청이던 ‘특허청’이 국무총리 직속기관인 ‘지식재산처’로 승격되었습니다. 제10판에서는 책 전체의 ‘특허청’ → ‘지식재산처’, ‘특허청장’ → ‘지식재산처장’으로 수정되었습니다. 답안 작성 시에도 ‘지식재산처장’으로 기재해 주세요.

2. 용어 변경 ② – ‘산업통상자원부령’ → ‘총리령’

같은 취지에서 법조문상 ‘산업통상자원부령으로 정하는’은 모두 ‘총리령으로 정하는’으로 변경되었습니다(예: 法17조 기간연장, 法210조2항 등).

3. 용어 변경 ③ – ‘근로자의 날’ → ‘노동절’

2025. 11. 11. 시행 개정법에 따라 法16조(기간의 계산) 등 조문상 ‘근로자의 날’이 ‘노동절’로 용어 수정되었습니다. 제9판 본문에 해당 용어가 직접 인용된 곳은 없으므로 개정 연혁(본 추록 [14])에만 반영하시면 됩니다.

4. 심화학습 번호 변경

제10판에서 ‘심화학습 2(리퐘업자의 리퐘 행위의 취급)’가 신설됨에 따라, 제9판의 심화학습 2~19는 제10판에서 심화학습 3~20으로 번호가 하나씩 밀렸습니다. 본문 중 ‘▶ 심화학습 n, 책 p.○○’ 형태의 참조도 같은 방식으로 바뀌었으니(예: p.259·p.293의 ‘▶ 심화학습 2, 책 p.22’ → ‘심화학습 3, 책 p.24’) 참고 바랍니다.

5. 각주 판례집 표기 변경 – [判 & 보 A30] → [判 A30]

제10판부터 각주의 판례 식별번호에서 보충자료집 표기(‘& 보’)가 삭제되고 판례집 번호만 표기됩니다. 학습 내용과는 무관한 편집상의 변경입니다.

6. 기출 회차 표시 추가

제10판에서는 주요 쟁점 옆에 기출 회차(예: ‘63회’)가 다수 추가되었습니다. 본 추록에는 신규 추가 내용에 한하여 표시해 두었습니다.

Ⅱ. 추가·수정된 주요 내용 (제9판 페이지 기준)

[1] p.11~12 – 심화학습 1(p.11) 뒤에 '심화학습 2' 신설

심화학습 2 | 리폼업자의 리폼(업사이클링) 행위의 취급 63회

1. 문제의 소재

자원의 지속가능한 활용 필요성이 커지면서 기존 제품에 새로운 가치를 부여하는 '업사이클링(upcycling)'이 주목받고 있다. 상표권자의 제품을 다른 형태의 제품으로 변형·가공하는 리폼 행위를 업으로 수행하는 자가 새롭게 만든 제품에 등록상표가 표시되어 있는 경우, 이러한 리폼 행위를 '상표의 사용'으로 보아 '상표권 침해'를 인정할 수 있는지 문제된다.

2. 원심 특허법원의 태도

원심 특허법원은 i) 리폼 후 제품은 '상품'에 해당하고, ii) '업으로서' 새로운 형태의 제품을 만들면서 상표를 표시하는 행위 및 상표가 표시된 제품을 개인 소유자에게 인도한 행위는 '상표의 사용'에 해당하므로, 리폼업자의 리폼 행위는 상표권 침해에 해당한다고 판단하였다.

3. 대법원 判例의 태도 (대법원 2026. 2. 26. 선고 2024다311181 판결 [判 A23])

(1) '개인적 사용 목적의 리폼'의 취급

상품의 소유자가 개인적 사용을 목적으로 그 상품을 다른 형태의 제품으로 변형·가공하는 이른바 리폼 행위를 하는 경우, 그 리폼 제품이 상거래에 제공되어 거래시장에서 유통되지 않고 개인적 용도로만 사용되는 한 리폼 제품에 상표를 표시하는 행위 등은 '상표의 사용'에 해당하지 않아 상표권 침해가 성립하지 않는다.

(2) 리폼 업자가 소유자로부터 '개인적 사용'을 목적으로 리폼 요청을 받은 경우 취급

리폼 행위를 업으로 영위하는 자(리폼업자)가 소유자로부터 개인적 사용을 목적으로 한 리폼 요청을 받아 그에 따른 리폼 행위를 하고 리폼 제품을 소유자에게 반환한 경우에도 리폼업자가 리폼 제품에 상표를 표시하는 행위 등은 원칙적으로 상표법상 '상표의 사용'에 해당하지 않아 상표권 침해가 성립하지 않는다.

(3) 상기 판단의 논거 [판결문 내용 요약] (상·소·가·흡)

[①~②. '상품'은 **상**거래에 제공되는 물품이어야 함]

상표가 표시된 상품은 '상거래에 제공되는 물품'이어야 함이 전제되며, 이는 공정한 경쟁질서를 유지하고 거래시장에서 수요자의 이익을 보호하려는 상표법의 경쟁법적 성격에서 비롯된다. 따라서, 상표 표시 행위 등이 물품을 상거래에 제공하여 거래시장에 유통되는 과정에서 업으로 이루어진 것이 아니라 '개인적 용도'로만 사용하는 상황에서 이루어진 것이라면 상표법상 '상표의 사용'에 해당하지 않는다.

[③. **소**유권 행사의 자유]

상표권자가 국내에서 등록상표가 표시된 상품을 적법하게 양도한 경우, 그 상품에 대한 상표권은 목적을 달성하여 소진되는 것이 원칙이며, 소유자는 상표권의 제약을 받지 않고 소유권 행사의 자유에 기초하여 그 상품을 자유롭게 사용, 수익, 처분할 수 있다. 상품 소유자가 리폼 제품의 소유권을 계속 보유한다면, 리폼 행위 역시 소유권 행사의 자유로서 정당화될 수 있다.

[④. 지속가능성 등 **가**치]

리폼 행위는 소유권 행사의 자유, 표현의 자유, 소비자 후생 증대, 환경적 지속 가능성 확보 등의 가치와 관련되어 있으므로, '개인적 사용' 목적의 리폼 행위를 허용하는 것은 리폼 행위를 둘러싼 여러 가치와 이익을 조화롭게 고려한 균형 있는 해법이 될 수 있다.

[⑤~⑥. 리폼업자의 행위는 개인적 사용 영역으로 흡수됨]

'개인적 사용' 목적의 리폼 행위를 허용하는 이상, 소유자가 스스로 리폼 행위를 하는 경우로만 한정할 이유가 없고, 소유자의 개인적 사용을 위한 요청에 따른 리폼업자의 리폼 행위가 비록 업으로 이루어진다 하더라도, 이는 궁극적으로 소유자의 개인적 사용 영역으로 흡수되는 거래로 평가할 수 있다.

(4) 리폼 업자가 리폼 과정을 지배·주도하여 상거래에 유통한 경우 취급

1) '특별한 사정'이 있는 경우

실질적으로는 리폼업자가 일련의 리폼 과정을 지배·주도하면서 리폼 제품을 생산·판매하는 등 이를 자신의 제품으로서 상거래에 제공하여 거래시장에서 유통되게 하였다고 평가할 만한 특별한 사정이 있는 경우에는 리폼업자의 리폼 행위에 수반되어 이루어진 상표 표시 행위 등이 상표법상 '상표의 사용'에 해당하여 상표권 침해가 성립할 수 있다.

2) '특별한 사정'의 판단기준 및 증명책임 (리·경/의·결·주/대·성/재·출·비/소)

특별한 사정이 있는지는 소유자의 리폼 요청 경위와 내용, 리폼 제품의 목적, 형태, 개수 등에 관한 최종적 의사 결정의 주체, 리폼업자가 수령한 대가의 성격, 리폼 제품에 제공된 재료의 출처, 그 재료가 리폼 제품에서 차지하는 비중, 리폼 제품의 소유관계 등 여러 사정을 종합적으로 고려하여 판단하여야 한다. 이러한 특별한 사정에 대한 증명책임은 리폼업자의 행위가 상표권 침해행위에 해당한다고 주장하는 상표권자에게 있다.

(5) 개인 소유자가 침해할 것을 알았거나 알 수 있었음에도 리폼 서비스를 제공한 경우 취급

그 밖에도 소유자가 개인적 사용을 위한 목적이 아니라 상거래에 제공하여 거래시장에서 유통되게 할 목적으로 등록상표가 표시된 상품에 대한 리폼 행위를 요청하는 등 상표권 침해행위를 할 것을 알았거나 알 수 있었는데도 리폼업자가 리폼 서비스를 제공하는 등의 방법으로 그 행위에 관여하였다면, 그는 상표권 침해에 따른 공동의 법적 책임을 부담할 수 있다.

※ 이에 따라 제9판의 심화학습 2~19는 제10판에서 3~20으로 번호가 하나씩 밀립니다(Ⅰ. 참조).

[2] p.16~17 – "(4) 관찰방법 – 2) 요부관찰" 항목 수정 (3곳)

㉠ p.17 – "③ 전체관찰과의 관계" 앞에 아래 ③ 추가

③ 요부관찰의 인정 취지 (判例)

등록상표 중 식별력이 없거나 미약하여 상표권의 독점적 효력이 미칠 수 없는 구성 부분으로 인하여 두 상표가 유사하다는 인상을 심어주는 경우까지 상표의 유사성을 인정하게 되면 식별력 없는 표장에 독점권을 부여하는 부당한 결과에 이르기 때문이다(잠백이 에너지 判例).

㉡ p.17 – "⑥ CASE 1 – 상표의 일부분이 식별력 없는 표장으로 이루어진 경우" 앞에 아래 CASE 추가 (기존 CASE 1~4는 CASE 2~5로, 번호 ⑥~⑨는 ⑧~⑪로 변경)

⑦ CASE 1 – 하나의 상표에 요부가 2 이상 있는 경우 판단방법

대비되는 상표에 요부가 두 개 이상 있는 경우 그중 하나의 요부만을 가지고 다른 상표와 대비한 결과 유사하다면, 양 상표는 유사한 것으로 보아야 한다(잠백이 에너지 判例).

[3] p.28 – 사례풀이전략 "요부관찰 – 요부가 공통되어 유사한 CASE"를 아래 내용으로 전면 교체 (자생초 **判例** 기반 → NUDISM **判例** 기반)

사례풀이전략 | 요부관찰 – 요부가 공통되어 유사한 CASE

예시문제 | NUDISM **判例** 기반

甲은 "누디즘 NUDISM" 상표를 '립스틱, 마스카라 등'에 대해 상표등록을 받은 자이다. 甲과 아무런 관련이 없는 乙은 "CATALIC Narcisse Nudism Holic Matte Lipstick" 상표를 '립스틱' 상품에 사용하고 있다. 乙은 "CATALIC", "Narcisse", "Nudism Holic" 및 "Matte Lipstick"을 4단의 행으로 분리하여 사용하기도 하였다고 한다. 甲이 乙을 상표권 침해죄를 이유로 고소하였다고 할 때, 양 상표가 유사한 것인지 논하시오.

예시답안목차

1. 상표 유사판단 원칙 (判例)

2. 전체관찰 원칙 및 요부관찰 법리

(1) 전체관찰 원칙

(2) 요부관찰 법리 判例 – [인·기·연·독·출·수·요]

(3) 요부관찰의 인정 취지

(4) 요부 판단기준 判例 – [주·강·비·상·식·결·품·거]

(5) 하나의 상표에 요부가 2 이상 있는 경우 判例

(6) 요부라고 할 만한 것이 없는 경우 判例

3. 乙 사용상표의 요부판단 – "CATALIC", "Narcisse", "Nudism" 각각이 요부가 됨

4. 乙 사용상표의 일요부 "Nudism"과 甲 등록상표의 대비 – 외관, 호칭, 관념 대비

5. 결론 – 유사

[4] p.32 – "(3) 심사기준 – 2) 유사상품 심사기준(17. 1. 1. 시행)" 본문을 아래와 같이 수정하고, 그 각주(과거 유사상품 심사기준 관련 각주 60)는 삭제

2) 유사상품 심사기준(17. 1. 1. 시행)

지정상품의 동일 유사여부는 상품의 류 구분과 관계없이 원칙적으로 유사군코드를 기준으로 판단한다.

[5] p.38 – "1) 상표법상 '상품'의 개념 – ② [학설]" → ②를 아래와 같이 수정

② [학설] 전통적으로 '상품'은 "운반가능한 유체물로서 반복거래의 대상이 되며 자타상품을 식별할 가치가 있는 것"을 의미하는데, ['유체성'의 예외] 용기에 담긴 '술, 가스', 소프트웨어와 같은 '디지털 상품' 및 '가상상품'의 경우 '유체성'이 없더라도 거래실정상 '상품'에 해당하는 것으로 본다.

[6] p.172 – "2) 法53조2항2호 (시행령 제12조 제1호 내지 제7호)" 항목(⑦) 다음, "(2) 절차" 앞에 아래 내용 추가

3) 심사실무상 인정되는 우선심사 대상 (심사기준, 상표등록출원의 우선심사신청에 관한 고시)
① 수출을 진행 중이거나 예정하고 있는 기업이 출원한 경우로서 수출실적 또는 수출계약 입증서류 등을 제출한 경우
② 창업·벤처·기술혁신 등 기업의 출원

[7] p.259 – "(5) 징벌적 손해배상 – 1) 法110조7항" 문단 말미에 아래 내용(증액 인정례) 추가

[참고 – 징벌적 손해배상 증액 인정례] i) 피고 등록상표에 대한 무효심결이 확정된 이후에도 계속하여 상표를 사용한 경우 2배 증액된 손해배상액이 인정된 바 있으며(특허법원 2023나11399), ii) 원고의 등록상표를 인지한 상태에서 원고로부터 경고장을 받고도 침해행위를 계속한 경우 1.5배 증액된 손해배상액이 인정된 바 있다(특허법원 2024나11402).

[8] p.282 – "3. 무효심결 확정의 효과 – (2) 후발적 무효사유 – 1) 경과규정 문제" 다음에 아래 2) 추가 (기존 "2) 인용심결 확정의 효력"은 "3)"으로 변경)

2) 2001. 7. 1. 시행 개정법 부칙이 헌법에 반하는지 여부 – 소극
① [문제점] 2001. 7. 1. 전에 출원된 상표에 대해서는 종전의 규정을 적용한다고 규정하는 부칙 규정이 2001. 7. 1. 전에 출원하여 등록된 상표에 무효심판을 청구하는 이해관계인과 그 이후에 출원하여 등록된 상표에 무효심판을 청구하는 이해관계인을 달리 취급하는 것으로서 헌법상 '평등의 원칙'에 반하는지 문제된다.
② [헌법재판소 결정] 헌법재판소는, [논거①] 등록상표의 무효사유와 적용범위 등은 입법자가 결정할 수 있는 것으로서 입법자의 정책적 판단이 현저히 합리성을 결여한 것이 아니라면 존중되어야 하는 점, [논거②] 2001. 7. 1. 전에 출원한 상표권자의 신뢰를 보호하고 법질서의 안정을 유지할 필요가 있는 점, [논거③] 식별력이 없는 상표를 사용하고자 하는 자는 法90조1항 규정에 기하여 상표권의 금지적 효력을 받지 않고 자유롭게 사용할 수 있는 점을 고려할 때, 부칙 규정이 현저히 합리성을 결여하였다고 보기 어려우므로 헌법상 '평등의 원칙'에 위반되지 않는다고 판단하였다(法117①(6) 부칙 위헌 사건 – 헌법재판소 2025. 10. 23. 선고 2022헌바73 전원재판부 결정 [判 F6]).
③ [검토] 2001. 7. 1. 전에 출원한 상표에 대해서는 종전 규정에 의해 형성된 상표법 질서의 안정을 손상시키지 않을 필요가 있으며, 식별력이 상실된 상표를 사용하려는 자는 法90조1항 2호 내지 4호 규정에 따라 상표를 사용할 수 있으므로, 해당 부칙 규정이 헌법상 '평등의 원칙'에 반하지 않는다고 보는 것이 타당하다.

[9] p.292~293 – "(2) 불사용에 정당한 이유가 없을 것" 항목 수정 – 1)을 아래와 같이 전면 교체하고 2)를 신설 (기존 "2) 불사용 상태가 상당기간 계속된 등록상표가 이전된 경우"는 "3)"으로, "3) 사용권을 설정한 경우"는 "4)"로 변경)

> 1) '정당한 이유'의 의미 및 판단기준
>
> 정당한 이유가 인정되어 상표등록의 취소를 면하기 위해서는, [예시①] 질병 기타 천재 등의 불가항력에 의하여 영업을 할 수 없는 경우뿐만 아니라, [예시②] 법률에 의한 규제, 판매금지 또는 [예시③] 국가의 수입제한조치 등에 의하여 부득이 등록상표의 지정상품이 국내에서 일반적·정상적으로 거래될 수 없는 경우와 같이, 등록상표를 사용할 수 있는 자가 통제할 수 없는 객관적·외부적 요인에 따른 불가피한 사유로 등록상표를 지정상품에 사용할 수 없는 상황이 지속되었다는 점을 상표등록 취소심판의 피청구인이 증명하여야 한다. [반대 예시①] 등록상표를 사용할 수 있는 자의 영업 부진이나 [반대 예시②] 법적 분쟁의 우려 등과 같은 주관적·내부적 요인에 따른 사유만으로는 특별한 사정이 없는 한 상표등록의 취소를 면할 수 없다(**Tirr Lirr 判例** – 대법원 2026. 3. 12. 선고 2024후10504 판결 [判 F21]). 63회
>
> 2) 상표권자가 파산선고를 받은 경우 '정당한 이유'의 판단기준
>
> 「채무자 회생 및 파산에 관한 법률」(이하 '채무자회생법'이라 한다)에 따라 파산채무자가 파산선고 당시에 가진 모든 재산은 파산재단에 속하고(제382조 제1항), 파산재단을 관리 및 처분하는 권한은 파산관재인에게 속하므로(제384조), 파산재단에 속하는 등록상표의 상표권을 관리 및 처분하는 권한도 파산관재인에게 속한다. 따라서 상표권자가 파산선고를 받고 파산관재인이 선임된 기간 동안 그 등록상표 불사용에 정당한 이유가 있는지는 파산재단에 속하는 등록상표의 상표권을 관리하는 파산관재인을 기준으로 판단하여야 한다(**솔표 判例** – 대법원 2026. 3. 12. 선고 2024후11460 판결 [判 F22]).

[10] p.318 – "2. 심결취소소송의 소의 이익 – (3)" 다음, "3. 심결의 위법성에 대한 판단시점" 앞에 아래 (4), (5) 추가

(4) 심결취소소송 제기 후 소취하 합의를 한 경우 취급 등 63회

1) 소취하 합의를 한 경우의 취급

심결취소소송을 제기한 후에 당사자 사이에 소를 취하하기로 하는 합의가 이루어졌다면 특별한 사정이 없는 한 소송을 계속 유지할 법률상의 이익이 소멸하여 당해 소는 각하되어야 한다.

2) 계약의 묵시적 합의해제를 인정할 수 있는 경우

① 계약의 합의해제는 명시적으로 뿐 아니라 묵시적으로도 이루어질 수 있으므로, 계약의 성립 후에 당사자 쌍방의 계약실현 의사의 결여 또는 포기로 인하여 쌍방 모두 이행의 제공이나 최고에 이름이 없이 장기간 이를 방치하였다면, 그 계약은 당사자 쌍방이 계약을 실현하지 아니할 의사가 일치함으로써 묵시적으로 합의해제되었다고 해석함이 상당하다.

② 환송판결 전 소취하 합의가 있었다 하더라도, 환송 후 원심의 변론기일에서 이를 주장하지 않은 채 본안에 관하여 변론하는 등 계속 응소한 당사자가 환송 후 판결에 대한 상고심에 이르러서 소취하 합의 사실을 주장하는 경우 소취하 합의가 묵시적으로 해제된 것으로 볼 수 있다.

(5) 전부 승소한 판결에 상고를 제기할 이익이 있는지 여부

상소는 자기에게 불이익한 재판에 대하여 자기에게 유리하도록 그 취소·변경을 구하는 것이므로 전부 승소한 원심판결에 대한 상고는 상고를 제기할 이익이 없어 허용될 수 없고, 재판이 상고인에게 불이익한 것인지 여부는 원칙적으로 재판의 주문을 표준으로 하여 판단하므로 원심판결의 주문에서 상고인에 대한 전부 승소의 판결이 선고 되었다면 비록 그 판결이유에 불만이 있더라도 특별한 사정이 없는 한 상고의 이익이 없다(**判例** – 대법원 2009. 6. 25. 선고 2008후338 판결).

▷ 위 **判例**는 적극적 권리범위확인심판에서 기각심결을 받은 청구인이 제기한 심결취소소송에서, 해당 심판청구는 확인의 이익이 없어 부적법하여 심결취소의 대상이 된다는 이유로 인용판결을 한 원심판결에 대해 원고가 상고를 제기할 이익이 없다고 본 사례입니다.

[11] p.365~366 – "102 지리적 표시" 항목 수정 (2곳) – 광천김 무효 **判例**(대법원 2026. 8. 12. 선고 2023후10736 판결 [**判** G7]) 반영

㉠ p.365 – "1. 서설 – (2) 특징" 다음에 아래 (3) 추가

> (3) '지리적 표시' 규정의 입법 취지
>
> '지리적 표시' 및 '지리적 표시 단체표장' 규정의 입법 취지는, 종전에 상표로서의 식별력을 갖추지 못하여 등록을 받을 수 없었던 산지 또는 현저한 지리적 명칭 등에 해당하는 상표라도 지리적 표시 단체표장으로 출원된 경우에는 상표등록을 받을 수 있게 함으로써 지리적 표시 단체표장권자 및 그 소속 단체원의 영업상 신용 유지를 도모하고 지리적 표시를 사용하는 상품의 거래자 및 수요자를 보호하는 데 있다(**광천김 무효 判例**).

㉡ p.366 – "2. 지리적 표시의 요건 – (3) 본질적으로 특정지역에서 비롯된 경우"의 본문을 아래와 같이 전면 교체

> (3) 본질적으로 특정지역에서 비롯된 경우
>
> 1) '본질적으로 특정 지역에서 비롯된 경우'의 의미
>
> '상품의 특정 품질·명성 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 특정 지역에서 비롯된 경우'란, 상품의 특정 품질이나 명성 또는 그 밖의 특성 중 적어도 어느 하나가 특정 지역의 기후, 토양, 지형 등 자연환경적 요인이나 전통적인 생산방법 등 인적 요인을 포함하는 지리적 환경과 실질적 연관성을 가지는 경우를 뜻한다(**광천김 무효 判例**).
>
> 2) '특정 지역에서 비롯된 명성'의 판단기준 (역·계·특·인·가·평)
>
> 특정 지역에서 비롯된 상품의 '명성'이 인정되는지를 판단함에 있어서는, 그 지역 내 상품의 **역**사와 전통, 생산방법의 전통적 **계**승, 다른 지역의 동종 상품과 구별되는 고유의 **특**성, 소비자의 **인**식 및 인지도, 유사 상품과의 **가**격 차이, 공신력 있는 제3자의 **평**가 등을 종합적으로 고려하여야 한다(**광천김 무효 判例**).

[12] p.377 – "1. 인터넷상에서의 상표의 사용 – (6) 키워드 광고" 뒤에 항목 추가

(7) 모바일 앱과 관련하여 표시가 된 상표가 '모바일 앱'에 대한 상표의 사용으로 인정될 수 있는 경우

1) 모바일 앱에 대한 상표의 사용으로 볼 수 있는 경우

무형물인 모바일 앱이라 하더라도, 그 자체가 거래의 목적물로서 대가관계 속에 제공·이용되고, 이용자가 그 대상 자체의 이용·향유를 주된 목적으로 취득·사용하는 경우에는 상표법상 '상품'에 해당할 수 있다. 이 경우, 이를 광고하기 위한 페이지에서 상표를 표시하는 행위 또는 모바일 앱을 전기통신회선을 통해 제공하는 행위는 '상표의 사용'에 해당한다(**010PAY 취소 특法 判例** – 특허법원 2024. 4. 25. 선고 2023허13346 판결 (확정) [判 G19]).

2) 모바일 앱에 대한 상표의 사용으로 볼 수 없는 경우

해당 앱이 그 자체의 이용을 목적으로 거래되는 대상이 아니라 다른 재화·서비스의 제공을 가능하게 하기 위한 기능적 수단·매개에 그치는 경우에는, 수요자들이 단순히 앱을 통해 제공되는 서비스의 식별표지로 인식할 것이므로 모바일 앱에 대한 '상표의 사용'으로 보기 어려울 것이다(**010PAY 권범심 특法 判例** – 특허법원 2026. 2. 12. 선고 2025허10405 판결 (확정) [判 G18]).

3) 모바일 앱에 대한 상표의 사용으로 볼 수 있는지 여부의 판단기준

모바일 앱에 대한 상표의 사용으로 볼 수 있는지 여부는 ① 대가의 지급과 직접적으로 결부된 거래의 목적물이 무엇인지, ② 거래 실질을 전제로 수요자들이 출처표시 대상으로 인식하는 대상이 무엇인지를 기준으로 판단되어야 할 것이다.

[13] p.392 – 상표법 개정 연혁 "(15) 2025. 7. 22. 시행 개정법" 다음에 아래 (16) 추가

(16) 2025. 10. 1. & 2025. 11. 11. 시행 개정법

1) 정부조직법 개정

산업통상자원부 외청이던 '특허청'이 국무총리 직속기관인 '지식재산처'로 승격됨

2) '근로자의 날' 용어 수정

'근로자의 날'을 '노동절'로 용어 수정