

부정경쟁방지법의 새로운 지평

- 제2조 제1호 차목의 적용 가능성과 범위를 중심으로 -

법무법인(유한) 태평양
조원희 변호사

2015. 6. 23.

목 차

I. 제2조 제1호 차목의 입법경위

II. 외국 입법례

III. 제2조 제1호 차목의 적용 요건

IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례

I. 제2조 제1호 차목의 입법경위

I. 제2조 제1호 차목의 입법경위

입법 취지(2012년 국회 검토보고서)

❖ 기존 부정경쟁방지법은 상표, 상호 등을 부정하게 사용하는 행위들을 한정적으로 열거하는 방식을 취하여 왔음

❖ 따라서 보호할 가치가 있는 행위라고 할 지라도 부정경쟁방지법에 열거된 행위유형에 해당하지 않아, 부정경쟁방지법상 보호를 받을 수 없는 경우가 생기게 됨

(예) 불공정한 유인행위, 경쟁상대에 대한 대가 지불 없는 무임승차 행위 등

❖ 또한 기술의 발달과 비즈니스 모델의 발전으로 생겨난 새로운 유형의 부정경쟁행위에도 부정경쟁방지법을 적용할 수 없다는 비판이 생겨남

(예) 아바타, 게임아이템, 운동경기 통계자료, 출처혼동 유발 인터넷 프레이밍 광고 등

I. 제2조 제1호 차목의 입법경위

입법 취지(2013년 4월 산업통상자원위원회 회의록 및 판결)

❖ “새롭고 다양한 유형의 부정경쟁행위에 적절하게 대응하기 위하여 부정경쟁행위에 관한 보충적 일반조항을 신설[하였다]”

❖ “보충적 일반조항” - 부정경쟁행위에 대한 일반조항의 성격을 지니나(새로운 유형의 부정경쟁행위에 대한 법 적용 범위 확대), 기존의 부정경쟁행위 유형에 보충적으로 적용된다는 의미

❖ “[기존 부정경쟁방지법의] 입법태도는 기술이 발전하고 시장이 변화함에 따라 점점 다양화, 지능화되어 가는 수 많은 유형의 부정경쟁행위에 대처하기 어렵다는 문제점을 지니고 있었다. 이에 판례(대법원 2010. 8. 25.자 2008마1541 결정 등)는 [일정한] 행위를 부정경쟁행위로서 민법상 불법행위에 해당한다고 봄으로써 입법적인 공백을 메워왔고, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목은 위와 같은 판례의 판시취지를 입법화한 부정경쟁행위의 일반조항이다.”(서울중앙지방법원 2014. 8. 28. 선고 2013가합552431 판결)

I. 제2조 제1호 차목의 입법경위

‘일반조항’ 도입에 대한 찬반 입장

찬성론

- 법원에게 새로운 유형의 부정경쟁행위를 판단할 수 있는 판단근거를 제공
- 개별 법률로 보호할 수 없는 새로운 유형의 부정경쟁행위에 대한 규제가 가능(법의 실효성 제고)
- 외국의 입법례 제시: 독일 부정 경쟁방지법, 공업소유권의 보호를 위한 파리협약에서도 일반조항을 두고 있음

반대론

- 일반조항은 개념이 불명확함.
따라서 적용을 위해서는 개념을 구체화할 필요 있음
- 새로운 유형의 부정경쟁행위는
그때 그때 법 개정을 통하여
해결할 수 있음
- 법에 열거된 부정경쟁행위 유형에
해당하지 않는 것은 민법상
불법행위로 해결할 수 있음

I. 제2조 제1호 차목의 입법경위

일반조항 입법 논의 당시 고려된 새로운 유형의 부정경쟁행위

구분	부정경쟁행위 대상	판례
1. 무체재산권에 대한 배타적 지배 관련	아바타	아바타의 무단도용이 「온라인디지털콘텐츠산업발전법」 하에서 위법하게 영업상의 이익을 침해한 것이라고 보아서 가처분신청이 인용된 사례(서울지방법원 2003. 11. 14. 2003카합2639결정 및 서울중앙지법 2004. 3. 19. 선고 2003카합3852 판결)
	게임아이템	① 게임아이템의 제작과 관리에 많은 노력과 자본을 투입한 기업이 경쟁업자의 무임편승을 위법하다고 주장한 사례(서울지방법원 2002. 10. 15. 2002카합2377 결정 및 서울지방법원 2002. 10. 24. 2002카합1031 결정) ② 게임아이템의 매매중개가 공정한 게임서비스제공업무를 방해하고 아이템을 현금으로 살 수 있는 가능성을 열어 주어서 게임에 대한 신뢰도를 하락시키는 불공정한 영업행위에 해당 여부에 대한 다툼이 된 사례(서울지방법원 2002.10.15. 2002카합2377 결정, 서울지방법원 94카합9052결정)
	글자꼴	글자꼴의 미적 요소 내지 창작성이 문자의 본래의 기능으로부터 분리·독립되어 별도로 감상의 대상이 될 정도의 독자적 존재를 인정하기 어렵다고 판단하면서 서체도안은 저작물로서 보호될 수 없다고 한 사례(대법원 1996. 8. 23. 선고 94누5632 판결)

I. 제2조 제1호 차목의 입법경위

일반조항 입법 논의 당시 고려된 새로운 유형의 부정경쟁행위

구분	부정경쟁행위 대상	판례
2. 불공정한 방법의 영업 관련	인터넷 프레이밍 /링크	①인터넷 프레이밍(framing)의 방법으로 자신의 웹사이트의 윤곽과 광고 속에서 다른 기업의 웹사이트 정보를 볼 수 있게 하는 정보제공서비스가 과연 불공정한 것인지 여부에 관한 다툼에 대한 사례(서울지방법원 2001. 12. 7. 선고 2000가합54067 판결은 저작권이나 상표권의 침해를 인정할 수 없는 사안에서도 영업방법의 불공정성 또는 위법성을 인정할 수 있음을 잘 보여준 사례에 해당) ②프레이밍의 민사적 책임을 다룬 사건은 아니지만, 링크의 방법에 따라서는 다른 기업의 웹사이트를 사실상 지배하고 이용하는 것과 동일한 효과를 도모할 수 있음을 인정하였던 사례(대법원 2003. 7. 8. 선고 2001도1335 판결)

I. 제2조 제1호 차목의 입법경위

일반조항 입법 이전의 판례의 태도 : 민법상 불법행위 규정 적용

인터넷 포털사이트 광고 방해 사건(대법원 2010. 8. 25. 2008마1541 결정)

[1] 경쟁자가 상당한 노력과 투자에 의하여 구축한 성과물을 상도덕이나 공정한 경쟁질서에 반하여 자신의 영업을 위하여 무단으로 이용함으로써 경쟁자의 노력과 투자에 편승하여 부당하게 이익을 얻고 경쟁자의 법률상 보호할 가치가 있는 이익을 침해하는 행위는 부정한 경쟁행위로서 민법상 불법행위에 해당하는바, 위와 같은 무단이용 상태가 계속되어 금전배상을 명하는 것만으로는 피해자 구제의 실효성을 기대하기 어렵고 무단이용의 금지로 인하여 보호되는 피해자의 이익과 그로 인한 가해자의 불이익을 비교·교량할 때 피해자의 이익이 더 큰 경우에는 그 행위의 금지 또는 예방을 청구할 수 있다.

[2] 甲 회사가 인터넷 사이트를 이용한 광고시스템 프로그램을 인터넷 사용자들에게 제공하여 이를 설치한 인터넷 사용자들이 乙 회사가 운영하는 인터넷 포털사이트를 방문하면 그 화면에 乙 회사가 제공하는 광고 대신 甲 회사의 광고가 대체 혹은 삽입된 형태로 나타나게 한 사안에서, 甲 회사의 위와 같은 광고행위는 위 인터넷 포털사이트가 가지는 신용과 고객흡인력을 무단으로 이용하는 셈이 될 뿐만 아니라 乙 회사의 영업을 방해하면서 乙 회사가 얻어야 할 광고영업의 이익을 무단으로 가로채는 부정한 경쟁행위로서 민법상 불법행위에 해당하고, 한편 甲 회사의 위와 같은 광고행위가 일회적인 것이 아니라 계속적으로 반복되며, 甲 회사에게 금전배상을 명하는 것만으로는 乙 회사 구제의 실효성을 기대하기 어렵고, 甲 회사의 위와 같은 광고행위를 금지함으로써 보호되는 乙 회사의 이익이 그로 인한 甲 회사의 영업의 자유에 대한 손실보다 더 크므로, 乙 회사는 甲 회사에 대하여 위 인터넷 포털사이트에 접속한 인터넷 사용자들의 모니터에서 위 프로그램을 이용한 광고행위를 하는 것의 금지 또는 예방을 청구할 피보전권리와 보전의 필요성이 소명되었다고 본 원심결정이 정당하다고 한 사례.

I. 제2조 제1호 차목의 입법경위

개정 당시 제안되었던 법안

1안	2안	3안
차. 가목부터 자목까지 이외의 행위로서 <u>경쟁자가</u> 상당한 노력과 투자에 의하여 구축한 <u>성과물</u>을 상도덕이나 공정한 경쟁질서에 반하여 자신의 영업을 위하여 무단으로 이용함으로써 경쟁자의 노력과 투자에 편승하여 부당하게 이익을 얻고 경쟁자의 법률상 보호할 가치가 있는 이익을 침해하는 행위	차. 가목부터 자목까지 이외의 행위로서 <u>소비자를 기망하거나 타인의 투자나 명성에 무임편승</u>해서 부당하게 이익을 얻는 행위	차. 가목부터 자목까지 이외의 행위로서 <u>공정한 경쟁질서에 반하여</u> 부당하게 이익을 얻는 행위
▪ 대법원 2008마1541(인터넷 포털사이트 광고 방해 사건) 결정의 내용과 문구에 기초한 안 ▪ 최종 채택 법안과 유사	▪ 1안 보다 포괄적인 일반조항으로 규정 ▪ 넓은 의미의 부정경쟁행위 참조하였다고 평가됨	▪ 가장 포괄적 일반조항 ▪ 독점규제법의 불공정행위에 대한 포괄조항을 참조

I. 제2조 제1호 차목의 입법경위

부정경쟁방지법 제2조 제1항 차목

제2조 (정의)

이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “부정경쟁행위”란 다음 각목의 어느 하나에 해당하는 행위를 말한다.

차. 그 밖의 타인의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등을
공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여
무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위

(2013. 7. 30. 개정법에서 신설, 2014. 2. 1. 부터 시행)

II. 외국 입법례

II. 외국의 입법례

일반적 부정경쟁행위 규정에 대한 외국의 입법례 (특허청, 2012년 개정요약자료)

구분	법률명	일반조항	비고
조약	공업소유권 보호를 위한 파리협약 (제10조의2)	"공업상 또는 상업상의 공정한 관습에 반하는 모든 경쟁행위는 부정경쟁행위를 구성한다"	제10조의2 제3호에서 부정경쟁 행위 유형 예시적으로 열거하고 있음
독일	부정경쟁방지법 (제3조)	"경쟁업자, 소비자 혹은 여타 시장 관여자에게 불리하도록 단지 사소하지 않게 경쟁을 침해하는 경쟁행위는 허용되지 않는다"	제4조에서 전형적인 부정경쟁행위 유형을 예시적으로 열거하고 있음
스위스	부정경쟁방지법 (제2조)	"기만적이거나 선의(신의성실) 원칙에 반하고 경쟁자 상호간 또는 수요자간의 관계에 영향을 주는 모든 상업상의 행동 또는 상거래 관행은 부정하고 위법한 것으로 간주한다"	제3조에서 전형적인 부정경쟁행위 유형을 예시적으로 열거하고 있음
EU	기업-소비자간 부정한 상관행에 관한 지침 (제5조 제2항)	"직업적 근면성실요건에 반하고, 상품과 관련하여 평균소비자 또는 상관행이 특정 소비자 그룹을 목표로 하는 경우 평균그룹회원의 경제적 활동을 상당부분 변화시키거나 또는 변화시킬 수 있는 행위를 부정한 상관행으로 본다"	동지침 부록에서 31개의 부정한 상관행의 유형 규정
프랑스	소비자법 (제L. 122-11조)	"직업적 근면성실의 요청에 반하고, 재화나 서비스에 대하여 합리적인 주의력과 판단력 그리고 일반적인 정보력을 가진 소비자의 경제적 행동에 상당한 정도로 왜곡하거나 또는 왜곡을 가져올 수 있는 상관행은 부정하다"	프랑스는 1896년 부정경쟁 개념 세계 최초 도입(부정경쟁을 규율하기 위한 특별법을 두지 않고 민법의 불법행위 책임을 준용한 판례축적을 통해 구체적인 부정경쟁행위 규율)  법무법인(유한)태평양

II. 외국의 입법례

[참고] 일반조항과 개별조항과의 관계 (독일)

- 독일은 종전에는 일반조항(제1조)만을 두고 있다가, 2004년 개정을 통하여 일반조항(제3조)을 더욱 명확히 규정하고, 개정 당시 동안 판례로부터 확립된 사례와 당시에 다루어지고 있던 문제들을 유형화하여 개별조항(제4조)을 추가하는 방식으로 일반조항의 추상성을 보완하였음 [박영규, 독일 부정경쟁방지법상 일반조항의 의미와 역할(2009), 25면]

구법	2004년 개정 대응규정	현행법(2004년 개정법)
제1조 (일반조항)	제3조 (+제8조, 제9조)	제1조 (목적)
제2조 (비교광고)	제6조	제2조 (정의)
제3조 (오인유발적 광고)	제5조	제3조 (일반조항)
제4조 (처벌할 수 있는 광고)	제16조 제1항	제4조 (부정경쟁행위 열거)
제5조 (종류표시, 그림에 의한 광고)	제5조 제3항	제5조 (오인유발적 부정경쟁행위)
제6조 (파산상품의 판매)	삭제	제6조 (비교광고)
제6조a조 (생산자 또는 도매상의 최종소비자에 대한 판매)	삭제	제7조 (성가시게하는 행위)
제6조b조 (최종소비자를 위한 권원 증권)	삭제	제8조 (제거, 금지청구권)
제6조c조 (순차적 고객권유)	제16조 제2항	제9조 (손해배상청구권)
제7조 (특별행사, 특별제공)	삭제	제10조 (이익반환청구권)
제8조 (재고정리 판매)	삭제	제11조 (청구권 시효)
제13a조 (사실이 아닌 오인유발적 광고 해제권)	삭제	제12조~제15조 (절차규정)
제14조 (신용훼손)	제4조 제8호	제16조~20조(형사절차)

<표> [김원오, 부정경쟁방지법상 신설된 일반조항의 법적 성격과 그 적용의 한계(2014), 267면] bkl 법무법인(유한)태평양

II. 외국의 입법례

[참고] 일반조항과 개별조항과의 관계 (독일)

- 독일 부정경쟁방지법상 일반조항과 개별조항에 대하여 설명한 국내 자료를 참고하여 보면, **“어떠한 행위가 일반조항(구법 제1조)의 요건 외에 개별조항(구법 제3조)의 요건에도 해당하는 경우에는 일반조항은 단지 보충적으로서가 아니라 개별조항과 독립적으로 적용된다.** {독일의 일반조항은 개별조항과의 관계에서 통용적 지위를 지니고 있으며, 입법자가 일반조항과 개별조항들의 적용을 택일적으로 의도한 것은 아니라고 해석된다고 설명; 박영규, 독일부정경쟁방지법상 일반조항의 의미와 역할, 13면; 그리고 이러한 논리가 현행 부정경쟁방지법에도 적용된다고 설명하는 견해로(김원오, 부정경쟁방지법상 신설된 일반조항의 법적 성격과 그 적용의 한계, 266면 및 특허청, 현행 부정경쟁방지법의 문제점 및 개선사항, 27면)}”
- 또한 일반조항은 개별규정의 입법적 흠결을 메워주는 포괄적 구성요건으로서 기능을 하고, 그런 의미에서 일반조항 위반의 부정경쟁행위는 곧 불법행위이고 불공정 행위이다. 따라서 개별조항 위반이 일반조항의 적용을 제한하는 것은 아니므로, **개별 구성요건이 미치지 않는 전반적인 사항에 대하여 독일 일반조항(구법 제1조)은 보충적으로 적용되기도 한다고 설명하고 있음**(김원오, 위의 논문, 270면)
- 한편, “독일에서도 제4조 이하의 개별요건은 제3조의 일반부정경쟁행위의 구체적인 예에 불가하다는 견해와 “제3조의 부정경쟁행위 및 제4조 이하의 그것 자체로 허용되지 않는 위법행위”를 구별하는 견해가 있다. 따라서 후자에 의하면 즉시 불법이 되는 개별 요건에 규정된 행위와 달리 제3조의 일반조항에 해당하는 행위는 그 위법성의 정도가 불법인 경우에 적용된다는 차이가 발생할 수 있다(김원오, 위의 논문, 271면)”라고 설명함

II. 외국의 입법례

[참고] 독일의 부정경쟁방지법(제1조, 제2조)

▪ **제1조(목적)** 이 법은 부정경쟁으로부터 경쟁업자, 소비자 및 기타 시장관계자의 보호를 그 목적으로 한다. 또한 공정한 경쟁에 대한 공중의 이익도 보호된다.

▪ **제2조(정의)**

(1) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. '경쟁행위'(Wettbewerbshandlung)는 자신의 혹은 타인의 영업을 위하여 판매 또는 부동산, 권리와 의무를 포함하여 상품 또는 서비스의 구입을 촉진하고자 하는 목적을 지닌 사람의 모든 행위이다.
2. '시장관계자'(Marktteilnehmer)는 경쟁업자와 소비자 외에도 상품이나 서비스의 공급자 혹은 수요자로 활동하는 모든 사람이다.
3. '경쟁업자'(Mitbewerber)는 상품이나 서비스의 제공자 혹은 수요자로 하나의 혹은 다수의 영업으로 경쟁을 하는 모든 경영자이다.
4. (생략)

(2)(생략)

II. 외국의 입법례

[참고] 독일의 부정경쟁방지법(제3조-일반규정, 제4조-개별규정)

- 제3조(불공정한 경쟁의 금지) 경쟁업자, 소비자 혹은 여타 시장관여자에게 불리하도록 단지 사소하지 않게 경쟁을 침해하는 경쟁행위는 허용되지 않는다.
- 제4조(불공정 경쟁행위의 예) 다음 각 호의 자는 제3조의 의미에서 불공정 경쟁행위를 한 자이다.
 1. 압력 혹은 기타 부적절하고 사실에 부합하지 않는 영향을 통해 소비자 혹은 여타 시장 관여자의 결정의 자유를 침해하는 행위를 한 자
 2. 특히 어린이, 청소년의 영업상 무경험, 쉽게 믿는 태도, 불안 혹은 소비자의 궁지를 악용하는 자
 3. 경쟁행위로서 광고의 특성을 위장하는 자
 4. 가격할인, 사은품 혹은 선물 등을 통한 판매촉진조치의 경우에, 그 조건을 명료하고 명확하게 표시하지 않은 자
 5. 광고특성을 지니는 현상모집 또는 당첨경기의 경우 참여조건을 명료하고 명확하게 표시하지 않은 자
 6. 소비자의 현상모집 또는 당첨경기에의 참여를 상품의 구매 또는 서비스의 사용에 결부시키는 자,
다만 현상모집 또는 당첨경기가 본질적으로 상품 혹은 서비스와 결부되는 때에는 그러하지 아니한다.
 7. 경쟁업자의 표지, 상품, 서비스, 활동 또는 개인적 혹은 영업상 관계의 가치를 하락시키거나 비장하는 자

II. 외국의 입법례

[참고] 독일의 부정경쟁방지법(제4조-개별규정)

- 8. 사실이 증명될 수 없는 것을 전제로 영업경영이나 영업인의 신용에 해를 끼칠 수 있는 경쟁업자의 상품, 서비스 혹은 영업에 대한, 영업자 혹은 경영인의 구성원에 대한 사실을 주장하거나 유포하는 자 믿을 만한 정보에 해당하고 제보 제공자 혹은 정보수신자가 이러한 정보에 정당한 이익을 가지는 경우에는, 위의 사실이 진실에 반하여 주장되거나 유포된 때에 한하여 불공정 행위에 해당한다.
- 9. 경쟁업자의 상품이나 서비스를 모방하여 만든 상품이나 서비스를 제공하는 자는 다음 각목에 해당하는 때에 불공정 경쟁행위를 한 자이다.
 - a) 그가 고객의 영업상 출처에 대한 기망을 피하게 할 수 있었을 때
 - b) 그가 모방된 상품이나 서비스의 가치를 부적절하게 악용하거나 침해한 때 또는
 - c) 그가 모방을 위해 요구되는 지식 혹은 자료를 부정직하게 입수하였을 때
- 10. 경쟁업자를 일정한 목적을 가지고 방해한 자.
- 11. 시장관여자 이익의 관점에서 시장에서의 행위를 규율하기 위한 법 규정을 위반한 자

III. 제2조 제1호 차목의 적용 요건

III. 제2조 제1호 차목의 적용 요건

“그 밖에”

❖ 보충적 규정. 제2조 제1호 가목 내지 자목 소정의 부정경쟁행위에 해당하는 경우에는 적용되지 않음

[쟁점] 차목과 가목 내지 자목의 선택적 · 중첩적 적용의 문제

“피고들이 이 사건 침해제품을 생산·판매한 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목의 부정경쟁행위에 해당한다고 보아야 하고, 비록 피고들의 위 행위가 앞서 본 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가), (다)목의 부정경쟁행위에 해당한다고 하여 위 규정이 적용될 수 없다고 볼 수는 없다.” (서울중앙지방법원 2015. 1. 16. 선고 529797 판결)

III. 제2조 제1호 차목의 적용 요건

“그 밖에”

[쟁점] 보충적 적용의 의미? - 가목 내지 자목이 적용되지 않는 경우에는 차목이 적용될 수 있는가? 아니면 가목 내지 자목에 해당되는 행위유형의 경우에는 (가목 내지 자목이 적용되지 못 하더라도) 차목의 적용은 배제되는가?

“부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목은 (가) 내지 (자)목에 규정하고 있는 행위유형과는 다른, 종래의 지식재산권 관련 제도 내에서는 예상할 수 없어 기존 법률로는 미처 포섭할 수 없었던 유형의 행위로서 (가) 내지 (자)목의 부정경쟁행위에 준하는 것으로 평가할 수 있는 행위에 한하여 적용되고, 특별한 사정이 없는 이상 (가) 내지 (자)목에서 정하고 있는 행위유형에는 해당하나 위 각 목에서 정하고 있는 부정경쟁행위로 인정되기 위한 요건을 갖추지 못한 행위에 대하여는 (차)목에 의한 부정경쟁행위로 함부로 의율하여서는 아니 된다고 봄이 상당하다.” (서울중앙지방법원 2014. 8. 28. 선고 2013카합552431 판결)

III. 제2조 제1호 차목의 적용 요건

“타인”의 “상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과” 등

- ❖ “타인” : 직접 투자나 노력을 한 자. 관련 권리를 양수받은 자?(서울중앙지방법원 2014. 8. 28. 선고 2013가합552431 판결)
- ❖ “상당한 투자나 노력에 의한 성과” : 성과모용 행위로 보호대상이 제한됨. 지적재산권에 대한 보충적인 보호 수단으로서의 성격
- ❖ 상당성은 보호 가능성을 기준으로 case by case로 판단됨

[쟁점] 특허권, 상표권, 디자인권 등 기존의 법령에 의한 보호요건을 충족하지 못하는 경우도 ‘성과’에 해당될 수 있는가?

“스스로 디자인보호법에 따른 등록 요건을 갖추지 아니하고, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 가목이 적용될 수 있을 정도로 노력과 비용을 투자하여 해당 상품 형태를 자신의 영업표지로서 국내에 널리 알리지 못하였으며, 자신의 상품을 제작한 때로부터 3년이 지나 타인에 대하여 부정경쟁방지법 제2조 제1호 자목에 다른 금지청구를 할 수 없는 사람에 대하여 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목의 보충적 일반조항에 따른 금지청구를 허용하여 상품 형태의 보호 범위를 확장하는 것은, 위와 같이 기존 법률 체계가 갖출 것을 요구하던 일정한 보호 요건의 존재 의의를 퇴색시킬 우려가 있다.”
(서울중앙지방법원 2014. 8. 20.자 2014카합80386 결정)

III. 제2조 제1호 차목의 적용 요건

“타인의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등”

“(차)목은 한정적으로 열거된 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)~(자)목 소정의 부정경쟁행위에 대한 보충적 규정일 뿐 저작권법에 의해 원칙적으로 허용되는 행위 까지도 규율하기 위한 규정은 아니라고 보아야 한다.” (서울고등법원 2014. 12. 4. 선고 2014나2011480 판결)

피고의 행위가 상표권 침해행위, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 가목의 상품주체 혼동행위, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 자목의 상품형태 모방행위 및 저작권 침해행위에 해당한다고 볼 수 없다는 원심(서울고등법원 2010. 1. 14. 선고 2009나 4116 판결)의 판단을 유지하면서, 원고의 드라마는 원고들이 상당한 노력과 투자에 의하여 구축한 성과물로서 이들 방송사는 해당 드라마의 명성과 고객흡인력을 이용하여 그에 관한 상품화 사업을 수행할 수 있는 권한을 타인에게 부여하고 대가를 받는 방식 등으로 영업해 오고 있는 바, 이러한 영업을 통하여 원고가 얻는 이익은 '법률상 보호할 가치가 있는 이익'에 해당한다고 하였으며, 나아가 경쟁자가 상당한 노력과 투자에 의하여 구축한 성과물을 상도덕이나 공정한 경쟁질서에 반하여 자신의 영업을 위하여 무단으로 이용함으로써 경쟁자의 노력과 투자에 편승하여 부당하게 이익을 얻고 경쟁자의 법률상 보호할 가치가 있는 이익을 침해하는 행위는 부정한 경쟁행위로서 '민법상' 불법행위에 해당한다고 판시 (대법원 2012. 3. 29. 선고 2010다 20044 판결)

III. 제2조 제1호 차목의 적용 요건

“타인의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등”

채권자가 채권자 사이트에 게시된 게시물들의 집합에 관하여 편집저작물의 저작권자라거나 데이터베이스제작자에 해당한다고 볼 수 없다는 이유로 편집저작물 저작권 또는 데이터베이스제작자로서의 권리 침해 주장은 기각하였으나, 채무자가 채권자 사이트에 게시된 게시물을 그대로 복제한 채무자 사이트를 사용하여 온라인 백과사전 사이트의 운영업을 영위하는 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목에서 정한 부정경쟁행위에 해당한다고 판단함. (서울중앙지방법원 2015. 5. 14.자 2014카합1141 결정)

❖ 관련 법령에 따른 보호요건을 충족하지 못하거나 관련 법령이 의도적으로 보호를 배제한 것으로 판단되는 영역에 대해서는 적용 여부를 신중하게 판단하여야 함

III. 제2조 제1호 차목의 적용 요건

“공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법”

- ❖ 경쟁관계를 전제로 하지 않음
- ❖ 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과물에 해당하는 것으로 판단되면, 이러한 성과물을 이용하거나 모방하는 행위는 명성이나 성과에 편승하는 행위로서 “공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 행위”로 판단하는 경향이 있음
- ❖ 공정거래법과의 관계?

“키워드 검색광고는 인터넷 검색 포털사이트에서 일반적으로 사용되는 사업방식으로, 키워드 검색광고의 알고리즘 자체가 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목에서 규정한 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법이라고 인정하기 어렵다.” (서울고등법원 2015. 1. 30. 선고 2014나2006129 판결)

III. 제2조 제1호 차목의 적용 요건

“자신의 영업을 위하여 무단으로 사용”

- ❖ 타인의 영업을 위한 경우에는 적용되지 않음
- ❖ “무단으로” – 권리자의 허락을 받지 않고 정당한 권한 없이

“타인의 경제적 이익을 침해”

“퍼블리시티권을 인정할 수 없어 성명권은 인격권으로 파악되므로, 피고들이 원고들의 경제적 이익을 침해하였다고 할 수 없다.” (서울고등법원 2015. 1. 30. 선고 2014나 2006129 판결)

IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례

IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [인정례]

MCM 가방 사건(서울중앙지방법원 2015. 1. 16. 선고 2014가합529797 판결)

❖ MCM 상표와 내부가 채워진 다이아몬드 모양을 배열한 표장

[원고 표장]



[피고 표장]



IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [인정례]

MCM 가방 사건(서울중앙지방법원 2015. 1. 16. 선고 2014가합529797 판결)

- 가목 및 다목의 부정경쟁행위에 해당된다고 판단함. 아울러 차목 적용 여부에 대해서 검토함
- 원고는 2002년 설립된 이래 원고 표장을 포함한 MCM 상표를 사용한 가방, 지갑 등의 제품을 생산, 판매하여 온 것으로 보이는 점, 원고는 매년 상당한 금액의 비용을 광고, 홍보비로 지출하였고 그로 인하여 MCM 상표를 사용한 제품이 일반 소비자들 사이에 고급 브랜드로 인식되어 온 점 등을 근거로 원고 표장은 상품표지로서 원고의 상당한 투자와 노력으로 만들어진 성과로 판단함

“피고들이 이 사건 침해제품을 생산·판매한 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목의 부정경쟁행위에 해당한다고 보아야 하고, 비록 피고들의 위 행위가 앞서 본 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가), (다)목의 부정경쟁행위에 해당한다고 하여 위 규정이 적용될 수 없다고 볼 수는 없다.”

IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [인정례]

진저백 사건(서울중앙지방법원 2015. 1. 29. 선고 2014가합552520 판결)

❖ 원고의 핸드백 형태(디자인)

[원고 제품]

* 버킨 백



* 켈리 백



IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [인정례]

진저백 사건(서울중앙지방법원 2015. 1. 29. 선고 2014가합552520 판결)

[피고 제품]



IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [인정례]

진저백 사건(서울중앙지방법원 2015. 1. 29. 선고 2014가합552520 판결)

■ 고가의 명품 핸드백의 상품형태는 지속적인 광고, 선전 등에 의하여 그것이 갖는 차별적 특징이 거래자 또는 일반 수요자에게 원고 에르메스의 상품임을 연상시킬 정도로 현저하게 개별화됨으로써 상품 출처 표시기능을 갖게 될 정도에 이르렀다고 봄이 상당하다고 전제하고, 원고 제품의 상품형태는 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과물에 해당된다고 판단함

“피고 실시제품의 생산·판매 행위를 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목의 부정경쟁행위 또는 민법상 불법행위에 해당한다고 인정하고, 그에 따라 아래와 같이 피고 실시제품의 제조, 판매 등 금지 청구와 폐기 청구 및 손해배상청구를 받아들이는 이상, 원고들이 선택적으로 주장하는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목 또는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (다)목 해당 여부에 대하여는 따로 판단하지 않는다.”

“민법 또는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목에 의하여 보호되는 상품의 형태는 반드시 신규한 것임을 요하지 [않는다]” → 디자인권에 의해 보호되지 않는 디자인도 차목에 의해 보호될 수 있음

IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [인정례]

소프트리 사건(서울중앙지방법원 2014. 11. 27. 선고 2014가합524716 판결)

❖ 원고의 외부 간판, 메뉴판, 콘반지, 젓소 로고, 아이스크림 콘의 진열형태, 벌집 채꿀의 진열형태 등



IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [인정례]

소프트리 사건(서울중앙지방법원 2014. 11. 27. 선고 2014가합524716 판결)

❖ 원고의 외부 간판, 메뉴판, 콘반지, 젓소 로고, 아스크림콘의 진열형태, 벌집채꼴의 진열형태 등



IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [인정례]

소프트리 사건(서울중앙지방법원 2014. 11. 27. 선고 2014가합524716 판결)

■ 아이스크림의 형태는 자목에 해당하는 것으로 판단함. “부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목에 기하여 원고의 이 부분 청구를 받아들이는 이상, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목에 기한 청구에 대하여는 따로 판단하지 않는다.”

“우리나라의 경우 트레이드 드레스를 독자적으로 보호하는 규정은 존재하지 않지만, 앞서 본 바와 같은 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목의 도입 취지와 트레이드 드레스의 의미 및 요건을 종합적으로 고찰해 볼 때, 특정 영업을 구성하는 영업소의 형태와 외관, 내부 디자인, 장식, 표지판 등이 각각 개별 요소들로서는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목 내지 (자)목을 비롯하여 디자인보호법, 상표법 등 지식재산권 관련 법률의 개별 규정에 의해서는 보호받지 못한다고 하더라도(따라서, 개별 요소들이 지식재산권 관련 법률의 개별 규정에서 요구하는 조건들을 갖추어야 하는 것은 아니다), 그 개별 요소들이 전체 또는 결합된 경우 위와 같이 식별력, 비기능성, 출처 혼동 가능성을 모두 갖추어 **상품이나 서비스의 전체적인 이미지로서의 트레이드 드레스로 평가될 수 있다면**, 이는 특별한 사정이 없는 한 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목이 규정하고 있는 ‘해당 사업자의 상당한 노력과 투자에 의하여 구축된 성과물’에 해당한다고 볼 수 있고, 따라서 경쟁자가 이를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용하는 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목이 정한 부정경쟁행위에 해당한다고 할 것이다.”

IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [인정례]

변호사 광고 사건(서울중앙지방법원 2015. 1. 16. 선고 2014가합509007 판결, 확정)

- ❖ 원고의 성명 및 법무법인 명칭 - 엄** 변호사 / 법무법인 가*
- ❖ “엄** 변호사 부부끼리 성격차이 때문에 이혼 생각하시는 분께 정보공유해요 법무법인 가* 세부적인 정보들은 여기”라는 제목의 글을 게시하고 글 본문에서는 피고 사이트로 접속할 수 있는 문구가 기재된 링크를 제공함

■ 원고의 성명이나 법무법인 명칭이 주지한 표장에는 해당되지 않는다고 보아 나목에는 해당되지 않는다고 판단함

“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.”

IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [인정례]

미러링 사이트 사건(서울중앙지방법원 2015. 5. 14.자 2014카합1141 결정)

- ❖ 채권자 사이트는 온라인 백과사전의 일종으로 이용자들이 특정한 주제에 관한 게시물을 자유롭게 작성하여 게시하거나 수정하는 방식으로 운영
- ❖ 채무자는 미러링(mirroring)을 이용하여 채권자 사이트의 게시물 전부를 복제한 인터넷 사이트를 운영

- 채권자는 게시물에 대한 저작권자는 아니라고 판단함(저작권양도 약관의 효력 부인). 채권자가 편집저작물의 저작권자라거나 데이터베이스제작자에도 해당되지 않는다고 판단함
- 채무자는 미러링 방식에 의하여 기계적으로 복제하여 채무자 사이트에 게시하고 있을 뿐 그 내용을 관리하기 위해 어떠한 업무를 수행하고 있다고 볼 자료가 없는 점, 채무자 사이트는 채무자 사이트 고유의 독자적인 내용은 거의 포함하고 있지 않은 점, 채무자는 채무자 사이트에 게시된 광고로 인한 수입은 채무자가 수취하는 것으로 보일 뿐 그 일부를 채권자에게 배분하였다고 볼 자료도 없는 점 등에 비추어 보면, 채무자의 위와 같은 행위는 **채권자 사이트에 집적된 게시물**을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 이용하는 행위로 볼 여지가 있다고 판단함

IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [부정례]

■ 압구정불백 사건(서울중앙지방법원 2014. 9. 5. 선고 2013가합556624 판결, 확정)

❖ 원고/피고 식당의 간판, 메뉴, 상차림 등

[원고]



[피고]



IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [부정례]

❖ 압구정불백 사건(서울중앙지방법원 2014. 9. 5. 선고 2013가합556624 판결)

❖ 원고/피고 식당의 간판, 메뉴, 상차림 등

[원고]



[피고]



IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [부정례]

■ 압구정불백 사건(서울중앙지방법원 2014. 9. 5. 선고 2013가합556624 판결)

“원고의 메뉴, 상차림은 종전부터 한식에서 널리 사용되던 반찬, 찌개 등을 모아놓은 것으로, 동종업계에 종사하는 자가 그러한 조합을 구성함에 있어 상당한 투자나 노력이 필요한 것으로는 보이지 않는 점, 원고의 식당은 밥을 양은도시락에 담아서 주거나 고기를 불에 달궈진 프라이팬에 담아서 준다는 점에서 일부 특색이 있기는 하지만 이러한 방식은 이미 다른 한식당에서도 사용되고 있던 방식인 점, 기본적으로 한식의 조리방법은 널리 사용되는 것으로 그 변경에 한계가 있어 조리방법 자체에 법률상 보호할 가치가 있는 이익을 쉽게 인정하기 어렵고, 원고의 식당에서 사용되는 조리방법이 일반적인 한식의 조리방법과 다른 어떠한 특별한 점이 있는가를 인정할 아무런 증거가 없는 점, (...) 원고의 식당과 피고들의 식당에서 사용되는 간판은 상당한 차이가 있고, 메뉴판, 내부시설 및 외부전경 등은 일반적인 한식당에서 사용되는 것과 비교하여 별다른 특색이 있다고 보기 어려운 점, 원고의 상호인 ‘압구정불백’ 및 피고들의 상호인 ‘강남불백’은 지명과 ‘불고기백반’의 약칭을 결합한 것으로 그 자체로 일반적으로 사용되는 단어를 결합한 것으로서 식별력이 미약하고, 원고의 상호인 ‘압구정불백’이 상당한 명성, 고객흡인력 등을 취득하였다고 인정할 증거가 없는 점 등을 고려해 보면, 원고의 상호, 메뉴, 조리방법, 상차림, 식자재 거래처 등의 영업방식이 원고가 상당한 노력과 투자에 의하여 구축한 성과물로서 법률상 보호할 가치가 있다거나 피고들이 상도덕이나 공정한 경쟁질서에 반하여 원고가 상당한 노력과 투자에 의하여 구축한 성과물을 무단으로 이용하였다고 보기 어렵[다].”

IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [부정례]

키워드 검색광고 사건(서울고등법원 2015. 1. 30. 선고 2014나2006129 판결, 확정)

❖ 피고들은 검색 이용자들이 원고들의 성명과 상품이 결합한 키워드나 원고들의 성명만을 키워드로 입력하면, 파워링크, 비즈사이트 또는 지식 쇼핑란에 미리 대가를 지급한 광고주들의 웹페이지를 검색결과로 나타내는 서비스를 제공함

■ 퍼블리시티권 침해는 인정하지 아니함

“설사 피고들의 행위가 부정경쟁방지법에 위반되었다고 하더라도, 퍼블리시티권을 인정할 수 없어 성명권은 인격권으로 파악되므로, 피고들이 원고들의 경제적 이익을 침해하였다고 할 수 없다. 또 아래에서 보는 바와 같이, 키워드 검색광고는 인터넷 검색 포털사이트에서 일반적으로 사용되는 사업방식으로, 키워드 검색광고의 알고리즘 자체가 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목에서 규정한 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법이라고 인정하기 어렵다.”

■ 인격권으로서의 성명권 침해도 부정함

IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [부정례]

■ **퓨전 일본음식점 사건**(서울중앙지방법원 2014. 8. 28. 선고 2013가합552431 판결)

❖ 원고 음식점의 상호, 고양이 그림 및 내부 인테리어

■ **나목의 부정경쟁행위 부정.** “피고가 이 사건 상호와 동일한 상호로 피고 음식점을 운영하고 있다고 하더라도 이는 원고의 영업과 혼동을 일으키게 하는 부정경쟁행위에 해당한다고 할 수 없[다].”

“만일 (가) 내지 (자)목의 행위유형에는 해당하지만 해당 각 목에서 정하고 있는 부정경쟁행위로 인정되기 위한 요건을 일부 갖추지 못한 경우에도 일반조항인 (차)목으로 의율할 수 있다면, 굳이 (차)목과 별개로 (가) 내지 (자)목을 둘 이유가 없다 할 것인데 [(가) 내지 (자)목에서 정하고 있는 개별 요건들은 창작자의 보호와 자유로운 경쟁이라는 두 가지의 가치를 적절히 조화시키기 위한 입법자의 결단에 해당한다], 그럼에도 부정경쟁방지법은 (차)목의 신설 후 그와 별개로 여전히 (가) 내지 (자)목의 규정을 유지하고 있다.”

IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [부정례]

퓨전 일본음식점 사건(서울중앙지방법원 2014. 8. 28. 선고 2013가합552431 판결)

“부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목의 입법경위 내지 취지, 부정경쟁방지법 제2조 제1호의 규정체계에 더하면, (차)목의 신설 이전의 판례가 매우 제한적으로 위의 법리를 적용하여 온 점, 시장 참여자의 입장에서 볼 때 (가) 내지 (자)목에 규정하고 있는 유형의 행위를 함에 있어 부정경쟁방지법이 규정하고 있는 요건을 충족하지 아니하여 법률상 허용된다고 판단하고, 그 행위를 하였음에도 부정경쟁행위로 인정될 경우 불측의 손해를 보게 되어 법적 안정성을 저해할 우려가 있는 점, 부정경쟁행위의 일반조항의 지나친 확장해석은 자칫 시장경제의 기본인 경쟁의 자유를 과도하게 제한할 우려가 있는 점 등을 보태어 보면, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목은 (가) 내지 (자)목에 규정하고 있는 행위유형과는 다른, 종래의 지식재산권 관련 제도 내에서는 예상할 수 없어 기존 법률로는 미처 포섭할 수 없었던 유형의 행위로서 (가) 내지 (자)목의 부정경쟁행위에 준하는 것으로 평가할 수 있는 행위에 한하여 적용되고, 특별한 사정이 없는 이상 (가) 내지 (자)목에서 정하고 있는 행위유형에는 해당하나 위 각 목에서 정하고 있는 부정경쟁행위로 인정되기 위한 요건을 갖추지 못한 행위에 대하여는 (차)목에 의한 부정경쟁행위로 함부로 의율하여서는 아니 된다고 봄이 상당하다.”

“피고가 이 사건 음식점의 상호와 고양이 그림 등 내부 인테리어를 그대로 모방하여 피고 음식점과 그 홈페이지를 운영하였다는 것은 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목 내지 (자)목이 정하고 있는 행위유형에 해당한다고 볼 수 있는바, 앞서 본 바와 같이 이 사건 상호의 주지성 요건 등을 갖추지 못하여 (가) 내지 (다), (아)목이 정한 부정경쟁행위로 인정할 수 없는 이상 위와 같은 사정을 들어 (차)목이 정한 부정경쟁행위에 해당함을 주장할 수는 없다고 할 것이다.”

IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [부정례]

안경테 디자인 사건(서울중앙지방법원 2014. 8. 29.자 2014카합80386 결정)

❖ 채권자 제품의 안경테 하단에 안경테의 전체적인 색과 다른 색이 일부 입혀진 디자인 및 채권자 제품의 안경 다리 안쪽에 채권자의 상호를 연상시키는 ‘+’ 마크의 디자인

“[차목]은 기술의 변화 등으로 나타나는 새롭고 다양한 유형의 부정경쟁행위에 적절하게 대응하기 위하여 신설된 보충적 일반조항으로서, **종래의 지식재산권 관련 제도 내에서는 예상할 수 없어 기존 법률로는 미처 포섭할 수 없었던 유형의 행위를 금지할 필요성이 발생할 경우에 대비하여 입법된 것이라고 할 것이다.** 그런데 이와 달리 종래의 지식재산권 관련 제도 내에서도 누구나 일반적으로 예상할 수 있었던 행위인 상품 형태 모방행위의 경우, 상품 형태의 보호를 주장하는 사람은 디자인보호법에 따라 일정한 등록 요건을 갖추어 자신이 제작한 상품의 형태에 대한 디자인 등록을 마친 후 해당 등록디자인권에 기하여 침해금지청구를 하거나, 해당 상품의 형태가 상품의 표지로서 국내에 널리 인식된 경우 이와 유사한 상품 형태의 상용 금지를 구하거나(가목), 상품의 형태가 갖추어진 날부터 3년 내에 해당 상품의 형태를 모방한 상품의 양도, 대여 등의 금지를 구하는(자목) 등으로 보호받을 수 있는바, 위 각 보호의 권원이 되는 법률이 규정하고 있는 개별 요건들은 창작자의 보호와 자유로운 경쟁이라는 두 가지의 가치를 적절히 조화시키기 위한 입법자의 결단에 해당한다.”

IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [부정례]

안경테 디자인 사건(서울중앙지방법원 2014. 8. 29.자 2014카합80386 결정)

“스스로 디자인보호법에 따른 등록 요건을 갖추지 아니하고, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 가.목이 적용될 수 있을 정도로 노력과 비용을 투자하여 해당 상품 형태를 자신의 영업표지로서 국내에 널리 알리지 못하였으며, 자신의 상품을 제작한 때로부터 3년이 지나 타인에 대하여 부정경쟁방지법 제2조 제1호 자.목에 다른 금지청구를 할 수 없는 사람에 대하여 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차.목의 보충적 일반조항에 따른 금지청구를 허용하여 상품 형태의 보호 범위를 확장하는 것은, 위와 같이 기존 법률 체계가 갖출 것을 요구하던 일정한 보호 요건의 존재 의의를 퇴색시킬 우려가 있다. 따라서 위와 같은 경우에 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차.목을 적용하는 것은, 상품 형태가 이룬 성과의 정도와 사회적, 경제적 가치, 상품 형태 모방의 정도, 양 당사자의 보호가치 있는 이익의 형량 등 제반 사정을 종합적으로 고려하여 매우 예외적으로 신중하게 이루어져야 한다.”

- 안경테 좌측 하단에 전체적인 색과 다른 색을 일부 입히는 것은 그 자체로 아이디어에 해당하는 것으로 보충적 일반조항에 따라 반드시 보호되어야 하는 성과라고 보기 어렵고, ‘+’ 마크는 덧셈을 의미하는 통상의 기호에 불과하여 역시 노력과 투자가 부여된 성과라고 보기 어렵다고 판단함

IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [부정례]

■ 솔섬 사건(서울고등법원 2014. 12. 4. 선고 2014나2011480 사건, 확정)

❖ 솔섬에 관한 사진저작물



IV. 제2조 제1호 차목 관련 판례 [부정례]

■ 술섬 사건(서울고등법원 2014. 12. 4. 선고 2014나2011480 사건)

■ 저작권 침해는 부정함. – 피사체의 선정, 구도의 설정, 빛의 방향과 양의 조절 및 셔터찬스의 포착, 셔터의 속도 기타 촬영방법, 현상 및 인화 등 과정을 대비하여 판단

“피고가 광고에 사용한 이 사건 공모전 사진은 이 사건 사진 저작물과 실질적 유사성이 인정되지 아니하므로 원칙적으로 이를 자유롭게 사용할 수 있는 것이다. 원고는 이 사건 공모전 사진이 이 사건 사진저작물을 ‘모방’하였음을 전제로 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목의 적용을 구하나, **실질적 유사성이 인정되지 아니하는 형태의 ‘모방’행위는 저작권법에 의해 허용되는 것이고**, 위 (차)목은 한정적으로 열거된 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)~(자)목 소정의 부정경쟁행위에 대한 보충적 규정일 뿐 저작권법에 의해 원칙적으로 허용되는 행위까지도 규율하기 위한 규정은 아니라고 보아야 한다.”

Thank you