



법무법인(유) 세종

한국의 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률 – 성과 도용 행위 등

2025. 4. 4. | 법무법인 세종 김윤희 파트너 변호사

강연자 소개



김윤희
파트너 변호사

- | | |
|-----------|---|
| 학력 | <ul style="list-style-type: none"> • 2020.8 고려대학교 법과대학 법학과 석사 졸업 • 2009-2010 일본 와세다 대학교 방문연구원 과정 • 2000 고려대학교 공과대학 전자공학과 (공학사) • 1991-1994 정신여자고등학교 |
| 경력 | <ul style="list-style-type: none"> • 2022.3-현재 한중법학회 연구이사 • 2022.2-2023. 2. 대한변호사협회 학술위원회 지식재산소위원회 위원장 • 2021.2-현재 과학기술정보통신부 연구자권익보호위원회 민간위원 • 2020.9-현재 서울중앙지방법원 정보공개심의회 심의위원 • 2020.4-2022.3 대한변호사협회 지식재산연수원 위원 • 2020.3-2024. 12. 서울북부지방법검찰청 정보공개심의회 심의위원 • 2019.9-2021.9. 성균관대학교 법학전문대학원 겸임교수 • 2015-2019 서울지방변호사회 국제위원회 위원 • 2015-현재 국민안전처 규제심사위원 • 2013-현재 소방방재청 규제심사위원회 위원 • 2012-현재 법무부 국제투자·지식재산권 법률자문단 자문위원 • 2010 일본 앤더슨, 모리 및 토모츠네 법률사무소 • 2010 일본 노조미종합법률사무소 • 2003-현재 법무법인(유) 세종 • 2003 사법연수원 제32기 수료 • 1999 제41회 사법시험 합격 |

목 차

- I. 한국의 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률 개관
- II. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목, (타)목, (파)목에 관한 판례 소개

I.

한국의 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률 개관

1. “부정경쟁행위”와 “영업비밀 침해행위”(법 제2조)

✓ 부정경쟁행위(법 제2조 제1호)

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목

다음의 어느 하나에 해당하는 정당한 사유 없이 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 상표, 상품의 용기·포장, 그 밖에 타인의 상품임을 표시한 표지(이하 이 목에서 “타인의 상품표지”라 한다)와 동일하거나 유사한 것을 사용하거나 이러한 것을 사용한 상품을 판매·반포 또는 수입·수출하여 타인의 상품과 혼동하게 하는 행위

1) 타인의 상품표지가 국내에 널리 인식되기 전부터 그 타인의 상품표지와 동일하거나 유사한 표지를 부정한 목적 없이 계속 사용하는 경우

2) 1)에 해당하는 자의 승계인으로서 부정한 목적 없이 계속 사용하는 경우

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (나)목

다음의 어느 하나에 해당하는 정당한 사유 없이 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 표장, 그 밖에 타인의 영업임을 표시하는 표지(상품 판매·서비스 제공방법 또는 간판·외관·실내장식 등 영업제공 장소의 전체적인 외관을 포함하며, 이하 이 목에서 “타인의 영업표지”라 한다)와 동일하거나 유사한 것을 사용하여 타인의 영업상의 시설 또는 활동과 혼동하게 하는 행위

1) 타인의 영업표지가 국내에 널리 인식되기 전부터 그 타인의 영업표지와 동일하거나 유사한 표지를 부정한 목적 없이 계속 사용하는 경우

2) 1)에 해당하는 자의 승계인으로서 부정한 목적 없이 계속 사용하는 경우

1. “부정경쟁행위”와 “영업비밀 침해행위”(법 제2조)

✓ 부정경쟁행위(법 제2조 제1호)

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (다)목

(가)목 또는 (나)목의 혼동하게 하는 행위 외에 다음의 어느 하나에 해당하는 정당한 사유 없이 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 상표, 상품의 용기·포장, 그 밖에 타인의 상품 또는 영업임을 표시한 표지(타인의 영업임을 표시하는 표지에 관하여는 상품 판매·서비스 제공방법 또는 간판·외관·실내장식 등 영업제공 장소의 전체적인 외관을 포함한다. 이하 이 목에서 같다)와 동일하거나 유사한 것을 사용하거나 이러한 것을 사용한 상품을 판매·반포 또는 수입·수출하여 타인의 표지의 식별력이나 명성을 손상하는 행위

1) 타인의 성명, 상호, 상표, 상품의 용기·포장, 그 밖에 타인의 상품 또는 영업임을 표시한 표지가 국내에 널리 인식되기 전부터 그 타인의 표지와 동일하거나 유사한 표지를 부정한 목적 없이 계속 사용하는 경우

2) 1)에 해당하는 자의 승계인으로서 부정한 목적 없이 계속 사용하는 경우

3) 그 밖에 비상업적 사용 등 대통령령으로 정하는 정당한 사유에 해당하는 경우

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (라)목

상품이나 그 광고에 의하여 또는 공중이 알 수 있는 방법으로 거래상의 서류 또는 통신에 거짓의 원산지의 표지를 하거나 이러한 표지를 한 상품을 판매·반포 또는 수입·수출하여 원산지를 오인하게 하는 행위

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (마)목

상품이나 그 광고에 의하여 또는 공중이 알 수 있는 방법으로 거래상의 서류 또는 통신에 그 상품이 생산·제조 또는 가공된 지역 외의 곳에서 생산 또는 가공된 듯이 오인하게 하는 표지를 하거나 이러한 표지를 한 상품을 판매·반포 또는 수입·수출하는 행위

1. “부정경쟁행위”와 “영업비밀 침해행위”(법 제2조)

✓ 부정경쟁행위(법 제2조 제1호)

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (바)목

타인의 상품을 사칭하거나 상품 또는 그 광고에 상품의 품질, 내용, 제조방법, 용도 또는 수량을 오인하게 하는 선전 또는 표지를 하거나 이러한 방법이나 표지로서 상품을 판매·반포 또는 수입·수출하는 행위

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (사)목

다음의 어느 하나의 나라에 등록된 상표 또는 이와 유사한 상표에 관한 권리를 가진 자의 대리인이나 대표자 또는 그 행위일 전 1년 이내에 대리인이나 대표자이었던 자가 정당한 사유 없이 해당 상표를 그 상표의 지정상품과 동일하거나 유사한 상품에 사용하거나 그 상표를 사용한 상품을 판매·반포 또는 수입·수출하는 행위

- (1) 『공업소유권의 보호를 위한 파리협약』 (이하 “파리협약”이라 한다) 당사국
- (2) 세계무역기구 회원국
- (3) 『상표법 조약』 의 체약국

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (아)목

정당한 권원이 없는 자가 다음의 어느 하나의 목적으로 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 상표, 그 밖의 표지와 동일하거나 유사한 도메인 이름을 등록·보유·이전 또는 사용하는 행위

- (1) 상표 등 표지에 대하여 정당한 권원이 있는 자 또는 제3자에게 판매하거나 대여할 목적
- (2) 정당한 권원이 있는 자의 도메인 이름의 등록 및 사용을 방해할 목적
- (3) 그 밖에 상업적 이익을 얻을 목적

1. “부정경쟁행위”와 “영업비밀 침해행위”(법 제2조)

✓ 부정경쟁행위(법 제2조 제1호)

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (자)목

타인이 제작한 상품의 형태(형상·모양·색채·광택 또는 이들을 결합한 것을 말하며, 시제품 또는 상품소개서 상의 형태를 포함한다. 이하 같다)를 모방한 상품을 양도·대여 또는 이를 위한 전시를 하거나 수입·수출하는 행위. 다만, 다음의 어느 하나에 해당하는 행위는 제외한다.

(1) 상품의 시제품 제작 등 상품의 형태가 갖추어진 날부터 3년이 지난 상품의 형태를 모방한 상품을 양도·대여 또는 이를 위한 전시를 하거나 수입·수출하는 행위

(2) 타인이 제작한 상품과 동종의 상품(동종의 상품이 없는 경우에는 그 상품과 기능 및 효용이 동일하거나 유사한 상품을 말한다)이 통상적으로 가지는 형태를 모방한 상품을 양도·대여 또는 이를 위한 전시를 하거나 수입·수출하는 행위

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목

사업제안, 입찰, 공모 등 거래교섭 또는 거래과정에서 경제적 가치를 가지는 타인의 기술적 또는 영업상의 아이디어가 포함된 정보를 그 제공목적에 위반하여 자신 또는 제3자의 영업상 이익을 위하여 부정하게 사용하거나 타인에게 제공하여 사용하게 하는 행위. 다만, 아이디어를 제공받은 자가 제공받을 당시 이미 그 아이디어를 알고 있었거나 그 아이디어가 동종 업계에서 널리 알려진 경우에는 그러하지 아니하다.

1. “부정경쟁행위”와 “영업비밀 침해행위”(법 제2조)

✓ 부정경쟁행위(법 제2조 제1호)

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목

데이터[『데이터 산업진흥 및 이용촉진에 관한 기본법』 제2조 제1호에 따른 데이터 중 업으로서 특정인 또는 특정 다수에게 제공되는 것으로, 전자적 방법으로 상당량 축적·관리되는 기술상 또는 영업상의 정보(제2호에 따른 영업비밀은 제외한다)를 말한다. 이하 같다]를 부정하게 사용하는 행위로서 다음의 어느 하나에 해당하는 행위

1) 접근권한이 없는 자가 절취·기망·부정접속 또는 그 밖의 부정한 수단으로 데이터를 취득하거나 그 취득한 데이터를 사용·공개하는 행위

2) 데이터 보유자와의 계약관계 등에 따라 데이터에 접근권한이 있는 자가 부정한 이익을 얻거나 데이터 보유자에게 손해를 입힐 목적으로 그 데이터를 사용·공개하거나 제3자에게 제공하는 행위

3) 1) 또는 2)가 개입된 사실을 알고 데이터를 취득하거나 그 취득한 데이터를 사용·공개하는 행위

4) 권한 없이 데이터의 보호를 위하여 적용한 기술적 보호조치를 회피·제거 또는 변경(이하 "무력화"라 한다)하는 것을 주된 목적으로 하는 기술·서비스·장치 또는 그 장치의 부품을 제공·수입·수출·제조·양도·대여 또는 전송하거나 이를 양도·대여하기 위하여 전시하는 행위. 다만, 기술적 보호조치의 연구·개발을 위하여 기술적 보호조치를 무력화하는 장치 또는 그 부품을 제조하는 경우에는 그러하지 아니하다.

1. “부정경쟁행위”와 “영업비밀 침해행위”(법 제2조)

✓ 부정경쟁행위(법 제2조 제1호)

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (타)목

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

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목

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

1. “부정경쟁행위”와 “영업비밀 침해행위”(법 제2조)

✓ 영업비밀 침해행위(법 제2조 제3호)

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제3호 (가)목

절취, 기망, 협박, 그 밖의 부정한 수단으로 영업비밀을 취득하는 행위(이하 “부정취득행위”라 한다) 또는 그 취득한 영업비밀을 사용하거나 공개(비밀을 유지하면서 특정인에게 알리는 것을 포함한다. 이하 같다)하는 행위

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제3호 (나)목

영업비밀에 대하여 부정취득행위가 개입된 사실을 알거나 중대한 과실로 알지 못하고 그 영업비밀을 취득하는 행위 또는 그 취득한 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제3호 (다)목

영업비밀을 취득한 후에 그 영업비밀에 대하여 부정취득행위가 개입된 사실을 알거나 중대한 과실로 알지 못하고 그 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제3호 (라)목

계약관계 등에 따라 영업비밀을 비밀로서 유지하여야 할 의무가 있는 자가 부정한 이익을 얻거나 그 영업비밀의 보유자에게 손해를 입힐 목적으로 그 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위

1. “부정경쟁행위”와 “영업비밀 침해행위”(법 제2조)

✓ 영업비밀 침해행위(법 제2조 제3호)

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제3호 (마)목

영업비밀이 (라)목에 따라 공개된 사실 또는 그러한 공개행위가 개입된 사실을 알거나 중대한 과실로 알지 못하고 그 영업비밀을 취득하는 행위 또는 그 취득한 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위

☑ 부정경쟁방지법 제2조 제3호 (바)목

영업비밀을 취득한 후에 그 영업비밀이 (라)목에 따라 공개된 사실 또는 그러한 공개행위가 개입된 사실을 알거나 중대한 과실로 알지 못하고 그 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위

II.

부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목, (타)목, (파)목에 관한 판례 소개

1. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목에 관한 판례 소개

✓ 아이디어 탈취 행위 금지(2018. 4. 17. 개정 2018. 7. 18. 시행)

☑ 소스코드, 브랜드 네임, 로고, 심볼마크, 내부 용기, 마사지구 돌기의 형상·패턴·간격 등

대법원 2020. 7. 23. 선고 2020다220607 판결

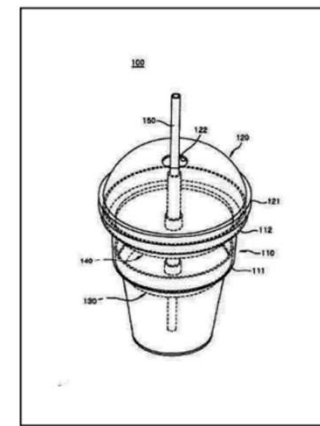
- ‘경제적 가치를 가지는 기술적 또는 영업상의 아이디어가 포함된 정보’에 해당하는지 여부는 아이디어 정보의 보유자가 정보의 사용을 통해 경쟁자에 대하여 경쟁상의 이익을 얻을 수 있거나 또는 정보의 취득이나 개발을 위해 상당한 비용이나 노력이 필요한 경우인지 등에 따라 구체적·개별적으로 판단해야 한다. 다만 아이디어를 제공받은 자가 제공받을 당시 이미 알고 있었거나 동종 업계에서 널리 알려진 아이디어는 위 (차)목의 보호대상에서 제외된다.
- ‘거래교섭 또는 거래과정에서 제공받은 아이디어 정보를 그 제공목적에 위반하여 부정하게 사용하는 등의 행위에 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 제공자의 거래교섭 또는 거래과정에서 발생한 신뢰관계 등에 위배된다고 평가할 수 있어야 한다.
- 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 있다.
- 계약을 통해 원고로부터 피고의 신제품 명칭 및 광고에 사용할 광고용역 결과물에 대한 사안

1. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목에 관한 판례 소개

✓ 아이디어 탈취 행위 금지(2018. 4. 17. 개정 2018. 7. 18. 시행)

☑ 인정 사례

- 일회용 테이크 아웃 컵 속에 쑥 들어가는 내부용기로서 음식물을 담는 상단과 음료를 담는 하단을 구분하여 음식물과 음료를 동시에 즐길 수 있게 하는 용기 / 광고대행계약 체결 과정에서 작성한 오피스텔 분양을 위한 브랜드 네임, 로고, 심볼마크



☑ 부정 사례

- 기존의 가맹점 단말기에서 전자영수증 API를 이용한 간단한 소프트웨어 업데이트만으로 전자영수증 발급이 가능한 방법 / 긴팔 상의 슈트에 부력재를 결합한 수상레저용 상의 슈트 형태 및 위 슈트에 사용된 2mm의 네오프렌, 고무 발포폼이 적용된 부력재, 특허에 기초한 시공방법 및 도면, 화물 운송 과정에서 컨테이너의 특정 공간을 예약하여 부대비용의 추가 없이 일정 단위의 부피에 따른 통합 운임만을 청구하는 단일 운임체계서비스

2. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (타)목에 관한 판례 소개

✓ 인적 식별표지 무단 사용 행위 금지(2021. 12. 7. 개정 2022. 4. 20. 시행)

☑ BTS 화보집 사건(대법원 2020. 3. 26.자 2019마6525 결정)을 계기로 신설

서울중앙지방법원 2022. 7. 8. 선고 2021나38453 판결

- 제1심 법원이 적절하게 실시한 것처럼 물권법정주의를 채택하고 있는 우리나라에서 법률, 조약 등 실정법이나 확립된 관습법 등의 근거 없이 그 필요성이 있다는 사정만으로 물권과 유사한 독점·배타적 재산권인 '퍼블리시티권'이라는 개념을 인정하기 어려움.
- (타)목은 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 독점·배타적 재산권인 '퍼블리시티권'을 일반적으로 명문화하였다고 단정하기 어렵고, 설령 그렇지 않더라도 이 부분 규정은 위 부정경쟁방지법 부칙 제1조에 따라 2022. 6. 8.부터 시행되는 이상, 그 이전에 이루어진 이 사건 광고와 관련된 피고의 일련의 행위에 그대로 적용될 수도 없다고 할 것이다.
- 어느 정도 알려진 가수의 사진이 성범죄 특화 형사전문 법무법인 사이트에 게재된 사안

2. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (타)목에 관한 판례 소개

✓ 인적 식별표지 무단 사용 행위 금지(2021. 12. 7. 개정 2022. 4. 20. 시행)

☑ BTS 화보집 사건(대법원 2020. 3. 26.자 2019마6525 결정)을 계기로 신설

서울중앙지방법원 2023. 7. 7. 선고 2020가합553876 판결

- 원고는 재산권적 성격의 초상권, 소위 퍼블리시티권이 인정되고, 유족인 원고가 망인으로부터 이를 상속받아 행사할 수 있다고 주장한다. 그러나 헌법 제23조는 ‘재산권의 내용과 한계는 법률로 정한다고 규정하고 있다. 이에 따라 물권과 채권은 민법이, 지식재산권은 저작권법·상표법·특허법·디자인보호법 등이 인정하고 있다. 그런데 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (타)목에서 ‘타인을 식별할 수 있는 표지를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위’를 부정경쟁행위로 규정하고 있기는 하나, 부정경쟁방지법은 위와 같은 행위를 부정경쟁행위로 포착하여 금지할 뿐이고 ‘타인을 식별할 수 있는 표지’를 별도의 재산권으로 인식하고 있지는 않다. 달리 퍼블리시티권의 성립요건, 양도·상속성, 보호대상, 존속기간, 침해에 대한 구제수단 등에 관한 법률상 근거가 없다. 따라서 현행법상 퍼블리시티권이 재산권으로서 인정된다고 볼 수 없다. 이와 다른 전제에 선 원고의 이 부분 주장도 이유 없다.



3. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목에 관한 판례 소개

✓ 성과 도용 행위 금지(2013. 7. 30. 개정 2014. 1. 31. 시행)

☑ 당시 (차)목으로 입법되었으나 현재는 (파)목으로 이동

입법 이전 사례 – 대법원 2010. 8. 25.자 2008마1541 결정

- 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.

3. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목에 관한 판례 소개

✓ 성과 도용 행위 금지(2013. 7. 30. 개정 2014. 1. 31. 시행)

☑ 당시 (차)목으로 입법되었으나 현재는 (파)목으로 이동

입법 이전 사례 – 대법원 2012. 3. 29. 선고 2010다20044 판결

- 甲 회사가 자신이 운영하는 홈페이지에서 한국방송공사와 乙 방송사가 방영한 “겨울연가”, “황진이”, “대장금”, “주몽” 등 제호 하에 위 드라마가 연상되는 의상, 소품, 모습, 배경 등으로 꾸민 “hello kitty” 제품을 제조 · 판매한 사안에서, 제반 사정에 비추어 甲 회사가 드라마를 이용한 상품화 사업 분야에서 경쟁자 관계에 있는 한국방송공사 등의 상당한 노력과 투자에 편승하여 각 드라마의 명성과 고객흡인력을 자신의 영업을 위하여 무단으로 이용하여 법률상 보호할 가치가 있는 한국방송공사 등의 해당 드라마에 관한 상품화 사업을 통한 영업상 이익을 침해하였다고 보아, 甲 회사의 제조 · 판매 행위는 부정한 경쟁행위로서 민법상 불법행위에 해당한다고 한 사례



3. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목에 관한 판례 소개

✓ 성과 도용 행위 금지(2013. 7. 30. 개정 2014. 1. 31. 시행)

☑ 당시 (차)목으로 입법되었으나 현재는 (파)목으로 이동

대법원 2020. 3. 26. 선고 2016다276467 판결

- 위(카)목은 구 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률(2013. 7. 30. 법률 제11963호로 개정되기 전의 것)의 적용 범위에 포함되지 않았던 새로운 유형의 부정경쟁행위에 관한 규정을 신설한 것이다. 이는 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 일반 조항이다.
- 위와 같은 법률 규정과 입법 경위 등을 종합하면, (카)목은 그 보호대상인 '성과 등'의 유형에 제한을 두고 있지 않으므로, 유형물뿐만 아니라 무형물도 이에 포함되고, 종래 지식재산권법에 따라 보호받기 어려웠던 새로운 형태의 결과물도 포함될 수 있다. '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 한다. 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(公共領域, public domain)에 속하지 않는다고 평가할 수 있어야 한다.

3. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목에 관한 판례 소개

✓ 성과 도용 행위 금지(2013. 7. 30. 개정 2014. 1. 31. 시행)

☑ 당시 (차)목으로 입법되었으나 현재는 (파)목으로 이동

대법원 2020. 3. 26. 선고 2016다276467 판결

- 또한 (카)목이 정하는 '공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용한 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 한다.
- 골프장의 골프코스는 설계자의 저작물에 해당하나 골프코스를 실제로 골프장 부지에 조성함으로써 외부로 표현되는 지형, 경관, 조경요소, 설치물 등이 결합된 골프장의 종합적인 '이미지'는 골프코스 설계와는 별개로 골프장을 조성·운영하는 乙 회사 등의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 해당하고, 乙 회사 등과 경쟁관계에 있는 甲 회사가 乙 회사 등의 허락을 받지 않고 골프장의 모습을 거의 그대로 재현한 스크린골프 시뮬레이션 시스템용 3D 골프코스 영상을 제작, 사용한 행위는 乙 회사 등의 성과 등을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 乙 회사 등의 경제적 이익을 침해하는 행위에 해당한다.

3. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목에 관한 판례 소개

✓ 성과 도용 행위 금지(2013. 7. 30. 개정 2014. 1. 31. 시행)

☑ 인정 사례

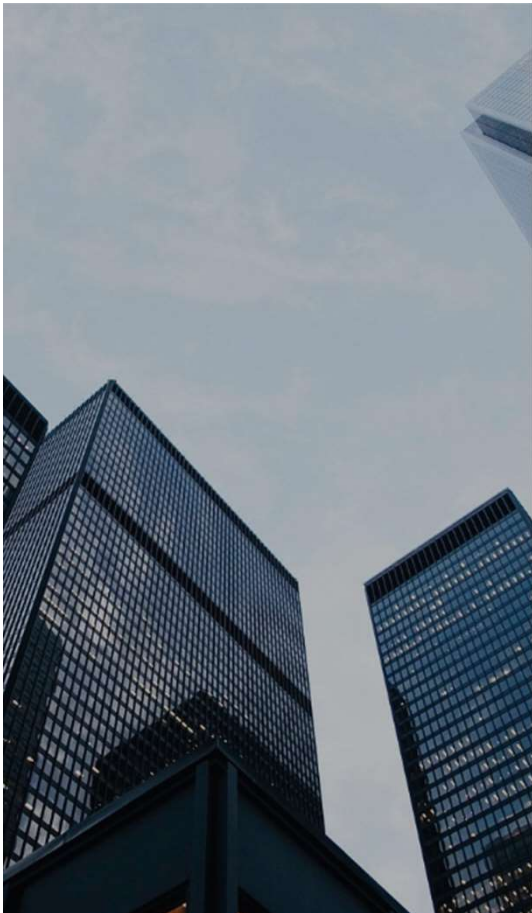
- 골프존 사건, BTS 화보집 사건, 벌집 아이스크림 사건, Rimowa 캐리어 사건, 단팥빵 매장 사건, JTBC출구조사 방송 사건, 가글 디스펜서 사건, 눈알 가방 사건 등등



☑ 부정 사례

- 술섬 사진 사건, 네이트 연예인 키워드 광고 사건, 네이버 연예인 키워드 광고 사건, 돼지고기 음식점 가맹사업 사건, 제주 소주 사건 등등





감사합니다



김윤희 변호사

T. 02 316 4025

E. yhekim@shinkim.com

SHIN & KIM
법무법인(유) 세종

서울시 종로구 종로3길 17 디타워 D2 23층 (우)03155

www.shinkim.com

T 02 316 4114

F 02 756 6226

본 자료에 대한 저작권 등 모든 권리는 법무법인세종 및 작성 변호사에게 속하므로, 사전허락 없이 본 자료를 사용, 복제, 배포, 활용하거나 다른 법률 사무소 등 제3자에게 제공하는 것은 엄격히 금지됩니다. 본 자료와 관련하여 의문이 있으신 경우에는 법무법인 세종 또는 본 자료에 기재된 담당 변호사에게 연락하여 주시기 바랍니다.



法務法人(有)世宗

韓国の不正競争防止及び営業秘密保護に関する 法律－成果盗用行為など

2025年4月4日 | 法務法人(有)世宗 キム・ユンヒパートナー弁護士

講演者の紹介



キム・ユンヒ
パートナー弁護士

学歴

- 2020.8 高麗大学校法科大学法学部修士卒業
- 2009-2010 日本早稲田大学訪問研究院課程
- 2000 高麗大学校工科大学電子工学科(工学士)

経歴

- 2022.3-現在 韓中法学会研究理事
- 2022.2-2023. 2. 大韓弁護士協会学術委員会知識財産小委員会委員長
- 2021.2-現在 科学技術情報通信部研究者権益保護委員会民間委員
- 2020.9-現在 ソウル中央地方法院情報公開審議会審議委員
- 2020.4-2022.3 大韓弁護士協会知識財産研修院委員
- 2020.3-2024. 12. ソウル北部地方検察庁情報公開審議会審議委員
- 2019.9-2021.9. 成均館大学校法学専門大学院兼任教授
- 2015-2019 ソウル地方弁護士会国際委員会委員
- 2015-現在 国民安全処規制審査委員
- 2013-現在 消防防災庁規制審査委員会委員
- 2012-現在 法務部国際投資・知識財産権法律諮問団諮問委員
- 2010 日本アンダーソン・森、友常法律事務所
- 2010 日本ぞみ総合法律事務所
- 2003-現在 法務法人(有)世宗
- 2003 司法研修院第32期修了
- 1999 第41回司法試験合格

目次

- I 韓国不正競争防止及び営業秘密保護に関する法律の概観
- II 不正競争防止法第2条第1号のチャ目、タ目、パ目に関する判例の紹介

I.

韓国の不正競争防止及び営業秘密保護に関する法律の概観

1. 「不正競争行為」と「営業秘密侵害行為」(法第2条)

✓ 不正競争行為(法第2条第1号)

☑ 不正競争防止法第2条第1号ガ目

次のいずれかに該当する正当な事由なく国内に広く認識された他人の氏名、商号、商標、商品の容器・包装その他他人の商品であることを表示した標識(以下、この目で「他人の商品標識」という。)と同一又は類似のものを使用し、又はこれらを使用した商品を販売・頒布又は輸入・輸出し、他人の商品と混同させる行為

1) 他人の商品標識が国内に広く認識される前からその他人の商品標識と同一又は類似の標識を不正な目的なしに引き続き使用する場合

2) 1)に該当する者の承継人として不正な目的なしに引き続き使用する場合

☑ 不正競争防止法第2条第1号ナ目

次のいずれかに該当する正当な事由なく国内に広く認識された他人の氏名、商号、標章その他他人の営業であることを表示する標識(商品販売・サービス提供方法又は看板・外観・室内装飾等営業提供場所の全体的な外観を含み、以下この目において「他人の営業標識」という。)と同一又は類似のものを使用して他人の営業上の施設又は活動と混同させる行為

1) 他人の営業標識が国内に広く認識される前からその他人の営業標識と同一又は類似の標識を不正の目的なしに引き続き使用する場合

2) 1)に該当する者の承継人として不正な目的なしに引き続き使用する場合

1. 「不正競争行為」と「営業秘密侵害行為」(法第2条)

✔ 不正競争行為(法第2条第1号)

☑ 不正競争防止法第2条第1号ダ目

ガ目又はナ目の混同させる行為のほか、次のいずれかに該当する正当な事由なく国内に広く認識された他人の氏名、商号、商標、商品の容器・包装その他他人の商品又は営業であることを表示した標識(他人の営業であることを表示する標識については、商品販売・サービスの提供方法又は看板外観・室内装飾など営業提供場所における全体的な外観を含む。以下この目において同じである。)と同一又は類似のものを使用し、又はこれらを使用した商品を販売・頒布又は輸入・輸出し、他人の表紙の識別力又は名声を損なう行為

1) 他人の氏名、商号、商標、商品の容器・包装その他他人の商品又は営業であることを表示した標識が国内に広く認識される前からその他人の標識と同一又は類似の標識を不正の目的なしに引き続き使用する場合

2) 1)に該当する者の承継人として不正な目的なしに引き続き使用する場合

3) その他、非商業的使用など大統領令で定める正当な事由に該当する場合

☑ 不正競争防止法第2条第1号ラ目

商品やその広告により、又は公衆が知ることができる方法で取引上の書類又は通信に偽りの原産地の表示をしたり、このような表示をした商品を販売・頒布又は輸入・輸出して原産地を誤認させる行為

☑ 不正競争防止法第2条第1号マ目

商品やその広告により、又は公衆が知ることのできる方法により取引上の書類又は通信にその商品が生産・製造又は加工された地域以外の場所で生産又は加工されたかのように誤認させる標識を行い、又はこれらの標識をした商品を販売・頒布又は輸入・輸出する行為

1. 「不正競争行為」と「営業秘密侵害行為」(法第2条)

✓ 不正競争行為(法第2条第1号)

☑ 不正競争防止法第2条第1号バ目

他人の商品を詐称したり、商品又はその広告に商品の品質、内容、製造方法、用途又は数量を誤認させる宣伝又は表紙をしたり、このような方法や表紙をもって商品を販売・頒布又は輸入・輸出する行為

☑ 不正競争防止法第2条第1号サ目

次のいずれかの国に登録された商標又はこれに類する商標に関する権利を有する者の代理人や代表者又はその行為日前一年以内に代理人や代表者であった者が正当な事由なく当該商標をその商標の指定商品と同一又は類似の商品に使用し又はその商標を使用した商品を販売・頒布又は輸入・輸出する行為

- (1) 『工業所有権の保護のためのパリ協約』(以下、「パリ協約」という。)当事国
- (2) 世界貿易機関の加盟国
- (3) 『商標法条約』の締約国

☑ 不正競争防止法第2条第1号ア目

正当な権限を有しない者が、次のいずれかの目的で国内に広く認識された他人の氏名、商号、商標、その他の標識と同一又は類似のドメイン名を登録・保有・移転又は使用する行為

- (1) 商標等標識に対して正当な権原を有する者又は第三者に販売し、又は貸与する目的
- (2) 正当な権限を有する者のドメイン名の登録及び使用を妨げる目的
- (3) その他商業的利益を得る目的

1. 「不正競争行為」と「営業秘密侵害行為」(法第2条)

✓ 不正競争行為(法第2条第1号)

☑ 不正競争防止法第2条第1号ザ目

他人が製作した商品の形態(形状・模様・色彩・光沢又はこれらを結合したものをいい、試作品又は商品紹介書上の形態を含む。以下同じである。)を模倣した商品を譲渡・貸与又はそのための展示を行い、又は輸入・輸出する行為。ただし、次のいずれかに該当する行為は除く。

(1) 商品の試作品製作など商品の形態が整った日から3年が過ぎた商品の形態を模倣した商品を譲渡・貸与又はそのための展示をしたり輸入・輸出する行為

(2) 他人が製作した商品と同種の商品(同種の商品がない場合には、その商品と機能及び効用が同一又は類似の商品をいう。)が通常持つ形態を模倣した商品を譲渡・貸与又はそのための展示を行い、又は輸入・輸出する行為

☑ 不正競争防止法第2条第1号チャ目

事業提案、入札、公募など取引交渉又は取引過程で経済的価値を持つ他人の技術的又は営業上のアイデアが含まれた情報をその提供目的に違反して自身又は第三者の営業上の利益のために不正に使用したり、他人に提供して使用させる行為。ただし、アイデアの提供を受けた者が提供を受けた当時、既にそのアイデアを知っていたか、又はそのアイデアが同種業界で広く知られた場合は、この限りでない。

1. 「不正競争行為」と「営業秘密侵害行為」(法第2条)

✓ 不正競争行為(法第2条第1号)

☑ 不正競争防止法第2条第1号カ目

データ『データ産業振興及び利用促進に関する基本法』第2条第1号に基づくデータのうち、特定の者又は特定の多数に提供されるものとして、電磁的方法により相当量蓄積・管理される技術上又は営業上の情報(第2号に基づく営業秘密は除く。)をいう。以下同じである。]を不正に使用する行為として、次のいずれかに該当する行為

- 1) アクセス権限のない者が、窃取欺瞞不正アクセス又はその他の不正な手段によりデータを取得し、又はその取得したデータを使用公開する行為
- 2) データ保有者との契約関係等により、データにアクセス権限を有する者が不正な利益を得る、又はデータ保有者に損害を与える目的でそのデータを使用公開し、又は第三者に提供する行為
- 3) 1)又は2)が関与していることを知った上でデータを取得し、又はその取得したデータを使用・公開する行為
- 4) 権限なくデータの保護のために適用した技術的保護措置を回避・除去又は変更(以下、「無力化」という。)することを主な目的とする技術・サービス装置又はその装置の部品を提供・輸入輸出製造譲渡貸与し、又は転送し、又はこれを譲渡・貸与するために展示する行為。ただし、技術的保護措置の研究開発のために技術的保護措置を無力化する装置又はその部品を製造する場合は、この限りでない。

1. 「不正競争行為」と「営業秘密侵害行為」(法第2条)

✓ 不正競争行為(法第2条第1号)

☑ 不正競争防止法第2条第1号タ目

国内に広く認識され、経済的価値を持つ他人の氏名、肖像、音声、署名など、その他人を識別できる表紙を公正な商取引慣行や競争秩序に反する方法で自分の営業のために無断で使用するにより、他人の経済的利益を侵害する行為

☑ 不正競争防止法第2条第1号パ目

その他、他人の相当な投資や努力で作られた成果などを公正な商取引慣行や競争秩序に反する方法で自分の営業のために無断で使用する事他人の経済的利益を侵害する行為

1. 「不正競争行為」と「営業秘密侵害行為」(法第2条)

✓ 営業秘密侵害行為(法第2条第3号)

☑ 不正競争防止法第2条第3号ガ目

窃取、欺罔、脅迫その他の不正な手段により営業秘密を取得する行為(以下、「不正取得行為」という。)又はその取得した営業秘密を使用し、又は公開(秘密を保持しながら特定の人に知らせることを含む。以下同じである。)する行為

☑ 不正競争防止法第2条第3号ナ目

営業秘密について不正取得行為が介入されたことを知り、又は重大な過失により知らずにその営業秘密を取得する行為又はその取得した営業秘密を使用し、又は公開する行為

☑ 不正競争防止法第2条第3号ダ目

営業秘密を取得した後に、その営業秘密に対して不正取得行為が介入されたことを知り、又は重大な過失と知らずにその営業秘密を使用し、又は公開する行為

☑ 不正競争防止法第2条第3号ラ目

契約関係等により営業秘密を秘密として保持すべき義務のある者が不正な利益を得り、又はその営業秘密の保有者に損害を与える目的でその営業秘密を使用し、又は公開する行為

1. 「不正競争行為」と「営業秘密侵害行為」(法第2条)

✔ 営業秘密侵害行為(法第2条第1号)

☑ 不正競争防止法第2条第3号マ目

営業秘密がラ目により公開された事実又はそのような公開行為が介入された事実を知り、又は重大な過失と知らずにその営業秘密を取得する行為又はその取得した営業秘密を使用し、又は公開する行為

☑ 不正競争防止法第2条第3号バ目

営業秘密を取得した後に、その営業秘密がラ目により公開された事実又はそのような公開行為が介入された事実を知り、又は重大な過失で知らずにその営業秘密を使用し、又は公開する行為

II.

不正競争防止法第2条第1号のチャ目、タ目、パ目に関する判例の紹介

1. 不正競争防止法第2条第1号のチャ目に関する判例の紹介

✓ アイディア奪取行為禁止(2018年4月17日改正、2018年7月18日施行)

☑ ソースコード、ブランドネーム、ロゴ、シンボルマーク、内部容器、マッサージ器突起の形状・パターン・間隔など

大法院2020年7月23日宣告2020다220607判決

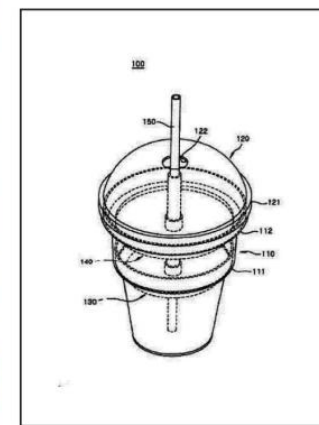
- 「経済的価値を有する技術的又は営業上のアイディアを含む情報」に該当するかどうかは、アイディア情報の保有者が情報の使用を通じて競争者に対して競争上の利益を得ることができるか、又は情報の取得や開発のために相当な費用又は労力を要する場合であるか等によって具体的・個別的に判断しなければならない。ただし、アイディアの提供を受けた者が提供を受けた当時にすでに知っていたり、同種業界において広く知られたアイディアは上記のチャ目の保護対象から除外される。
- 「取引交渉又は取引過程において提供されたアイディア情報をその提供目的に違反して不正に使用する等の行為」に該当するためには、取引交渉又は取引過程の具体的な内容と性格、アイディア情報の提供が行われた動機と経緯、アイディア情報の提供によって達成しようとする目的、アイディア情報提供に対する正当な対価の支払の有無等を総合的に考慮し、アイディア情報の使用等の行為がアイディア情報提供者による取引交渉又は取引過程で発生した信頼関係などに反すると評価できなければならない。
- 一方、アイディア情報の提供が上記のチャ目の施行日前に行われたとしても、チャ目の不正競争行為に該当する行為がその施行日以降に続いている場合は、チャ目が適用できる。
- 契約を通じて原告から被告の新製品名称及び広告に使用する広告用役結果物に関する事案

1. 不正競争防止法第2条第1号のチャ目に関する判例の紹介

✓ アイディア奪取行為禁止(2018年4月17日改正、2018年7月18日施行)

☑ 認定事例

- 使い捨てテイクアウトカップの中にすっぽり入る内部容器として、食べ物を入れる上段と飲み物を入れる下段を区分して食べ物と飲み物を同時に楽しめるようにする容器、告代行契約締結過程で作成したオフィステル分譲のためのブランドネーム・ロゴ・シンボルマーク



☑ 否定事例

- 既存の加盟店端末で電子領収書APIを利用した簡単なソフトウェアアップデートだけで電子領収書発給が可能な方法、長袖上着スーツに浮力材を結合した水上レジャー用上着スーツ形態及び上記スーツに使用された2mmのネオプレン・ゴム発泡フォームが適用された浮力材、特許に基づいた施工方法及び図面・貨物運送過程でコンテナの特定空間を予約し、付帯費用を追加せずに一定単位の体積に応じた統合運賃だけを請求する単一運賃体系サービス

2. 不正競争防止法第2条第1号のタ目に関する判例の紹介

✓ 人的識別標識の無断使用行為の禁止(2021年12月7日改正、2022年4月20日施行)

☑ BTS写真集事件(大法院2020年3月26日付2019마6525決定)をきっかけに新設

ソウル中央地方法院2022年7月8日付宣告2021나38453判決

- 第一審法院が適切に説示したように、物権法定主義を採択している我が国で法律、条約など実定法や確立された慣習法などの根拠なしにその必要性があるという事情だけで物権と類似した独占排他的な財産権である「パブリシティ権」という概念を認めることは難しい。
- タ目は有名人の肖像氏名などを使用する製品とサービスが多様化し、関連不法商品の製作販売行為も増加する状況で、今後発生しうる上記のような多様な形態の無断使用行為を適切に制裁することによって健全な取引秩序を確立し、不当な被害から消費者を保護しようとする趣旨から追加されたものであり、上記のような規定内容だけで直ちに原告が主張するように人が自身の氏名や肖像などを商業的に利用し統制できる物権と類似した独占排他的な財産権である「パブリシティ権」を一般的に明文化したと断定するのは難しく、もしそうでないとしてもこの部分の規定は上記の不正競争防止法付則いより2022年6月8日から施行される以上、それ以前に行われたこの事件の広告に係る被告の一連の行為にそのまま適用することもできない。
- ある程度知られている歌手の写真が性犯罪特化の刑事専門法務法人サイトに掲載された事案

2. 不正競争防止法第2条第1号のタ目に関する判例の紹介

✓ 人的識別標識の無断使用行為の禁止(2021年12月7日改正、2022年4月20日施行)

☑ BTS写真集事件(大法院2020年3月26日付2019마6525決定)をきっかけに新設

ソウル中央地方法院2023年7月7日付宣告2020가합553876判決

- 原告は財産権的性格の肖像権、いわゆるパブリシティ権が認められ、遺族である原告が故人からこれを相続して行使できると主張する。しかし憲法第23条は「財産権の内容と限界は法律で定める。」と規定している。これに伴い、物権と債権は民法が、知識財産権は著作権法・商標法・特許法・デザイン保護法などが認めている。ところが不正競争防止法第2条第1号タ目にて「他人を識別できる標識を公正な商取引慣行や競争秩序に反する方法で自身の営業のために無断で使用するにより他人の経済的利益を侵害する行為」を不正競争行為と規定しているものの、不正競争防止法は上記のような行為を不正競争行為と捉えて禁止するだけで、「他人を識別できる標識」を別途の財産権として認識しているわけではない。他にパブリシティ権の成立要件、譲渡・相続性、保護対象、存続期間、侵害に対する救済手段などに関する法律上の根拠がない。したがって現行法上、パブリシティ権が財産権として認められるとは見ることはできない。これと異なる前提の原告のこの部分の主張も理由がない。



3. 不正競争防止法第2条第1号のパ目に関する判例の紹介

✓ 成果盗用行為の禁止(2013年7月30日改正、2014年1月31日施行)

☑ 当時チャ目として立法されたが、現在はパ目に移動

立法以前の事例 – 大法院2010年8月25日付2008마1541決定

- 競争者が相当な努力と投資によって構築した成果物を商道德や公正な競争秩序に反して自分の営業のために無断で利用することにより競争者の努力と投資に便乗して不当に利益を得て競争者の法律上保護する価値のある利益を侵害する行為は不正な競争行為として民法上不法行為に該当するところ、上記のような無断利用状態が続いて金銭賠償を命じるだけでは被害者救済の実効性を期待しにくく、無断利用の禁止によって保護される被害者の利益とそれによる加害者の不利益を比較・較量する時、被害者の利益がより大きい場合にはその行為の禁止又は予防を請求することができる。

3. 不正競争防止法第2条第1号のパ目に関する判例の紹介

✔ 成果盗用行為の禁止(2013年7月30日改正、2014年1月31日施行)

☑ 当時チャ目として立法されたが、現在はパ目に移動

立法以前の事例 – 大法院2012年3月29日付宣告2010ダ20044判決

- 甲会社が自身が運営するホームページで韓国放送公社と乙放送局が放送した「冬のソナタ」、「ファン・ジニ」、「チャングムの誓い」、「朱蒙」などの題号の下に上記のドラマが連想される衣装、小道具、姿、背景などで飾った「ハローキティ」製品を製造・販売した事案で、諸般の事情に照らし、甲会社がドラマを利用した商品化事業分野において競争者関係にある韓国放送公社などの相当な努力と投資に便乗し、各ドラマの名声と顧客吸引力を自分の営業のために無断で利用して法律上保護する価値のある韓国放送公社などの当該ドラマに関する商品化事業を通じた営業上の利益を侵害したと見て、甲会社の製造・販売行為は不正は競争行為として民法上の不法行為に該当するとした事例



3. 不正競争防止法第2条第1号のパ目に関する判例の紹介

✓ 成果盗用行為の禁止(2013年7月30日改正、2014年1月31日施行)

☑ 当時チャ目として立法されたが、現在はパ目に移動

大法院2012年3月29日付宣告2010다20044判決

- 上記カ目は、旧不正競争防止及び営業秘密保護に関する法律(2013年7月30日法律第11963号に改正される前のもの)の適用範囲に含まれていなかった新しい種類の不正競争行為に関する規定を新設したものである。これは新しく登場する経済的価値を持つ無形の成果を保護し、立法者が不正競争行為のすべての行為を規定できなかった点を補完し、法院が新しい種類の不正競争行為をより明確に判断できるようにすることにより、変化する取引観念を適時に反映して不正競争行為を規律するための補充的一般条項である。
- 上記のような法律規定と立法経緯などを総合すると、カ目はその保護対象である「成果等」の類型に制限を設けていないため、有形物だけでなく無形物もこれに含まれ、従来の知識財産権法によって保護されにくかった新しい形態の結果物も含まれる。「成果など」を判断する際には、上記のような結果物が持つようになった名声や経済的価値、結果物に化体された顧客吸引力、該当事業分野において結果物が占める比重と競争力などを総合的に考慮しなければならない。このような成果等が「相当な投資や努力によって生み出された」ものであるかどうかは、権利者が投入した投資や努力の内容と程度をその成果等が属する産業分野の慣行や実態に照らして具体的・個別的に判断するものの、成果等が無断で使用するによって侵害された経済的利益が誰もが自由に利用できるいわゆる公共領域(public domain)に属しないと評価できなければならない。

3. 不正競争防止法第2条第1号のパ目に関する判例の紹介

① 成果盗用行為の禁止(2013年7月30日改正、2014年1月31日施行)

☑ 当時チャ目として立法されたが、現在はパ目に移動

大法院2012年3月29日付宣告2010다20044判決

- また、カ目の定める「公正な商取引慣行や競争秩序に反する方法により自分の営業のために無断で使用」した場合に該当するためには、権利者と侵害者が競争関係にあたり、近い将来に競争関係に置かれる可能性があるのか、権利者が主張する成果などが含まれた産業分野の商取引慣行や競争秩序の内容とその内容が公正なのか、上記のような成果などが侵害者の商品やサービスによって市場で代替できるのか、需要者や取引者に成果などがどの程度知られているのか、需要者や取引者の混乱可能性があるのかなどを総合的に考慮しなければならない。
- ゴルフ場のゴルフコースは設計者の著作物に該当するが、ゴルフコースを実際にゴルフ場敷地に造成することにより外部に表現される地形、景観、造園要素、設置物などが結合されたゴルフ場の総合的な「イメージ」は、ゴルフコース設計とは別にゴルフ場を造成・運営する乙会社などの相当な投資や努力で作られた成果に該当し、乙会社などと競争関係にある甲会社が乙会社などの許可を受けずにゴルフ場の姿をほぼそのまま再現したスクリーンゴルフシミュレーションシステム用3Dコース映像を製作、使用した行為は、乙会社などの成果などを公正な商取引慣行や競争秩序に反する方法で自身の営業のために無断で使用するにより、乙会社などの経済的利益を侵害する行為に該当する。

3. 不正競争防止法第2条第1号のパ目に関する判例の紹介

✓ 成果盗用行為の禁止(2013年7月30日改正、2014年1月31日施行)

☑ 認定事例

- ゴルフゾーン事件、BTS写真集事件、蜂の巣アイスクリーム事件、Rimowaキャリア事件、あんパン売り場事件、JTBC出口調査放送事件、うがいディスペンサー事件、目玉バッグ事件など



☑ 否定事例

- ソール島写真事件、ナイト芸能人キーワード広告事件、ネイバー芸能人キーワード広告事件、豚肉飲食店加盟事業事件、済州焼酎事件など





SHIN & KIM 法務法人(有限)世宗

ご清聴ありがとうございました。

ソウル特別市鍾路区鍾路3ギル17 D-Tower (D2) 23階 (郵) 03155

www.shinkim.com T 02 316 4114 F 02 756 6226

担当弁護士金潤希 T 02 316 4125 HP 010 9315 6347 Email yhekim@shinkim.com

本資料に対する著作権等すべての権利は法務法人世宗及び作成弁護士に属するため、事前の許可なく本資料を使用、複製、配布、活用したり、他の法律事務所などの第三者に提供することは固く禁じられています。本資料に関して疑問がある場合には、法務法人世宗またはこの資料に記載された担当弁護士に連絡してください。

不正競争防止法の 近時の改正

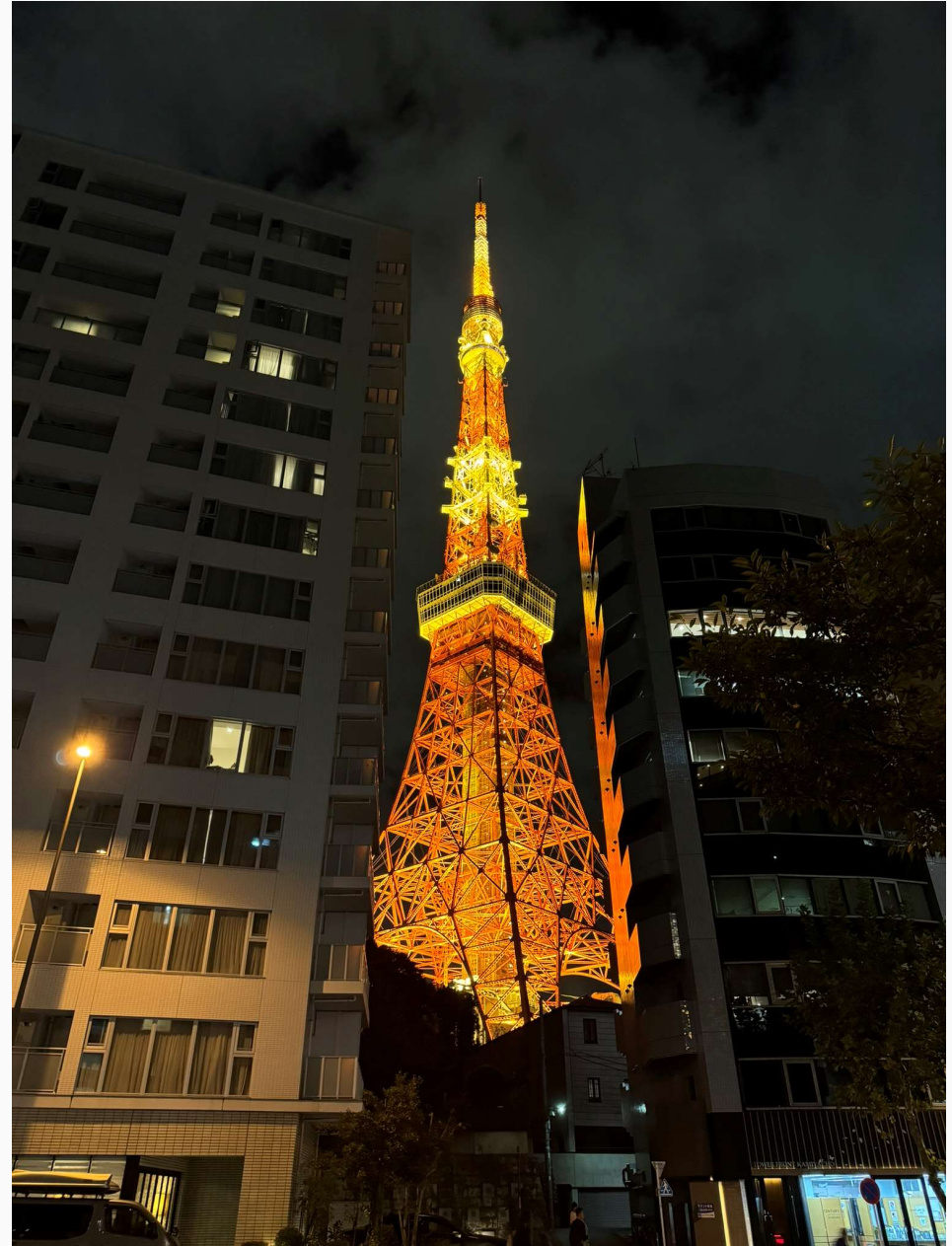
知財ネット弁護士 齋藤理央

2025年 4月 4日



不正競争防止法の近時の改正

近時の不正競争防止法改正のうち、エンターテインメントビジネスの競争規律にも関連すると考えられる点を中心に述べる。



あした はな
明日話したくなる

個人情報のはなし

こじんじゅうほう

へん ちよ
べん せし
井 廣 士

つた だいすけ
大 輔
さいとう りお
齋藤理央

せきぐち けい た
関口慶太
おか の たかあき
岡野貴明



しみず しょう いん
清水書院

第1 商品形態模倣のデジタルへの拡張

商品形態模倣がデジタルへ拡張された。デジタル空間における商品形態の模倣行為について、デジタル空間上でも不正競争行為の対象とし、差止請求権等を行行使できるようにする。

不正競争防止法（日本不正競争防止法） 2条1項3号

「他人の商品の形態（当該商品の機能を確保するために不可欠な形態を除く。）を模倣した商品を譲渡し、貸し渡し、譲渡若しくは貸渡しのために展示し、輸出し、輸入し、又は電気通信回線を通じて提供する行為」

__改正前__

1 現実→現実

__改正後__

- 2 デジタル→デジタル（例えば、他者のメタバーサアイテムを模倣するような場合）
- 3 現実→デジタル（例えば、他者の現実の商品を模倣したメタバーサアイテムをメタバーサ上で販売するような場合）
- 4 デジタル→現実（例えば、他者のメタバーサ商品を模倣した商品を現実で販売するような場合）

__改正後__

デジタルとリアルで 類似したファッション例

(左：リアル 右：デジタル)



※画像提供：chloma

改正のイメージ

※模倣品は加工して作成したイメージ

リアル
空間



デジタル
空間



現行法で
規制対象



模倣品

模倣する：他人の
商品の形態に依拠
して、これと実質的に
同一の形態の商品
を作り出すこと(2条5
項)



真正品

模倣品

今回の法改正により規制対象となる行為

不正競争防止法等の一部を改正する法律【知財一括法】の概要
経済産業政策局 知的財産政策室 特許庁 制度審議室

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/pdf/r5kaisei06.pdf>

商品形態模倣のデジタルへの拡張

著作権法で保護できない化粧紙のデザインについて一般不法行為で保護することとされた平成 3 年 1 2 月 1 7 日東京高裁判決・判時 1 4 1 8 号 1 2 0 頁等を受けての法改正と言われている。

上記の例のとおり、日本では保護されにくい衣服、商品デザインなどについて N F T やメタバーズなどデジタルも関係した侵害事例については本改正による保護も期待される。

「不正競争防止及び営業秘密保護に関する法律」（韓国不正競争防止法） 2 条 1 号

リ、他人が製作した商品の形態（形状・模様・色彩・光沢またはこれらを結合したことをいい、試製品または商品紹介書上の形態を含む。以下同じ）を模倣した商品を譲渡・貸与またはこのための展示をしたり輸入・輸出する行為。

但し、次のいずれか一つに該当する行為は除外する。

（１）商品の試製品製作など商品の形態が備えられた日から３年が過ぎた商品の形態を模倣した商品を譲渡・貸与またはこのための展示をしたり輸入・輸出する行為

（２）他人が製作した商品と同種の商品（同種の商品がない場合には、その商品と機能および効用が同一であるか類似した商品をいう。）が通常的に有する形態を模倣した商品を譲渡・貸与またはこのための展示をしたり輸入・輸出する行為

崔達龍国際特許法律事務所

<https://www.choipat.com/menu31.php?id=20&ckattempt=1> より

第2 営業秘密・限定提供データ

1 営業秘密

平成27年改正により営業秘密の保護範囲の拡大、罰則の強化、民事的救済の実効性向上などの多角的な保護強化がされた。その上で令和5年に下記の点などを含む法改正がされた。

1) 裁判管轄・準拠法の整理

令和5年改正により、日本国内で事業を行う企業の、日本国内で管理体制を敷いて管理している営業秘密に関する民事訴訟であれば、海外での侵害行為も日本の裁判所で日本の不競法に基づき提訴できる旨を明確化した（不正競争防止法19条の2、3）。

2) 営業秘密使用の推定規定の拡充

また、令和5年改正により、営業秘密使用等について推定され、立証の負担が軽減される範囲が拡充されている（不正競争防止法5条の2）。

2 限定提供データ

平成30年改正により限定提供データの保護がされることになった（参考→韓国不正競争防止法2条1号ル目。）。

限定提供データ＝「相当量蓄積され」、「特定の者」に限定して提供されている要保護性のあるデータを意味している。「相当量蓄積され」ているかはデータの量だけでなく質も踏まえて判断するとされている。

例えば、バンドスコアや棋譜情報は？

さらに、3Dモデルの設定情報は？3Dモデルの振り付けデータは？

限定提供データについては、さらに令和5年改正で営業秘密の保護との関係が整理されている。

第3 上記以外の近時の主な不正競争防止法改正

1 損害賠償額算定規定の拡充

日本では懲罰的賠償規定は導入されていない。その範囲内ではあるが、一部の不正競争行為についてデータや役務の提供も損害算定の対象とされたほか、販売（提供）能力を超えた侵害行為についてもライセンス相当量の賠償額を算定できるなど賠償額算定規定拡充の措置がとられた（不正競争防止法5条1項等）。

2 外国公務員贈賄に対する罰則の強化・拡充

海外での贈賄行為に従業員の国籍を問わず処罰可能とし、結果として外国人従業員が所属する日本企業も両罰規定により処罰できることを明確化した（不正競争防止法21条1項）。

第4 パブリシティ権・人の声の権利など

生成AIなども念頭に、パブリシティ権や人の声の権利保護が検討され不正競争防止法も有力候補。

知的財産推進計画2024

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/chitekizaisan2024/pdf/siryou2.pdf>

「生成AIにおける俳優や声優等の肖像や声等の利用・生成に関し、不正競争防止法との関係について、考え方の整理を行い、必要に応じ、見直しの検討を行う。また、他人の肖像や声等の利用・生成に関し、その他の関連法についても、法的考え方の整理を行う。（短期・中期）（経済産業省、文化庁、特許庁、法務省、消費者庁）」

「不正競争防止及び営業秘密保護に関する法律」（韓国不正競争防止法） 2 条 1 項

ヲ、国内に広く認識され、経済的価値を持つ他人の声明、肖像、音声、署名等、その他人を識別できる表紙を公正な商取引慣行や競争秩序に反する方法で、自身の営業のために無断で使用するにより他人の経済的利益を侵害する行為

崔達龍国際特許法律事務所

<https://www.choipat.com/menu31.php?id=20&ckattempt=1> より

その後、2025年3月25日に公表された経済産業省経済産業政策局 知的財産政策室「前回までにいただいた御指摘事項等に 係る対応について」（令和7年3月）においては、事業者間の競争規律においてパブリシティや人の声の権利を不正に利用するケースについて、現行の不正競争防止法による対処が示唆されている。

https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/chiteki_zaisan/fusei_kyoso/pdf/028_04_00.pdf

韓国の改正法施行後の状況も非常に参考にされながら、今後も議論が継続されると思われる。

第 5 一般不法行為

1 韓国の場合不正競争防止法に一般条項

「不正競争防止及び営業秘密保護に関する法律」（韓国不正競争防止法）2条1項
ワ、その他に、他人の多額の投資や努力で作られた成果等を公正な商取引慣行や競争秩序に反する方法で自己の営業のために無断で使用するにより、他人の経済的利益を侵害する行為

崔達龍国際特許法律事務所

<https://www.choipat.com/menu31.php?id=20&ckattempt=1> より

2 日本の場合

不正競争防止法に一般条項なし

そこで、一般不法行為による保護はできるか。

しかし、平成17年7月14日最高裁第一小法廷判決・民集59巻6号1569頁
北朝鮮事件

「同条各号 所定の著作物に該当しない著作物の利用行為は、同法が規律の対象とする著作物の利用による利益とは異なる法的に保護された利益を侵害するなどの特段の事情がない限り、不法行為を構成するものではないと解するのが相当である。」

「1 審原告 X 1 の主張が、本件放送によって、1 審原告 X 1 が本件契約を締結することにより行おうとした営業が妨害され、その営業上の利益が侵害されたことをいうものであると解し得るとしても、前記事実関係によれば、本件放送は、テレビニュース番組において、北朝鮮の国家の現状等を紹介することを目的とする約 6 分間の企画の中で、同目的上正当な範囲内で、2 時間を超える長さの本件映画のうちの合計 2 分 8 秒間分を放送したものにすぎず、これらの事情を考慮すれば、本件放送が、自由競争の範囲を逸脱し、1 審原告 X 1 の営業を妨害するものであるとは到底いえないのであって、1 審原告 X 1 の上記利益を違法に侵害するとみる余地はない。」

同裁判例はその後知的財産権法一般に拡充して理解されており同裁判例後、不正競争行為に該当しない行為についても、不法行為と評価される例はなかったと言われている。しかし、昨年（令和6年）頃からこの傾向に変化が生じているように思われる。

令和6年6月19日東京高判（令和3年（ネ）第4643号）バンドスコア事件

「採譜したバンドスコアを同人に無断で模倣してバンドスコアを制作し販売等する行為については、採譜にかける時間、労力及び費用並びに採譜という高度かつ特殊な技能の修得に要する時間、労力及び費用に対するフリーライドにほかならず、営利の目的をもって、公正かつ自由な競争秩序を害する手段・態様を用いて市場における競合行為に及ぶものであると同時に、害意をもって顧客を奪取するという営業妨害により他人の営業上の利益を損なう行為であって、著作物の利用による利益とは異なる法的に保護された利益を侵害するものといえることができるから、最高裁平成23年判決のいう特段の事情が認められる」

令和6年5月31日大阪高等裁判所判決（令和5（ネ）2172号）ワンスプーン事件

原告商品の商品名自体が不競法上の周知商品等表示と認められず、本件販売行為が不正競争を構成しないとしても、需要者の誤認を利用するものといえる上記被控訴人による被告商品の販売態様は、自由競争の範囲を逸脱した違法な販売態様で控訴人の顧客を奪っているものといえるから 不法行為を構成するというべきである。

令和7年1月30日大阪高等裁判所判決（令和6年（ネ）第338号等） 棋譜配信事件

被控訴人による本件動画の配信は、控訴人の営業上の利益を侵害する違法なものであって不法行為に該当し、これによって得られる利益は法律上保護される利益に該当しないから、本件動画の配信との関係では、被控訴人には不競法によって保護されるべき「営業上の利益」も「営業上の信用」も存在するとはいえない。

したがって…控訴人の本件削除申請により被控訴人は法律上保護される利益を侵害されたとはいえないから、被控訴人の控訴人に対する不法行為に基づく損害賠償請求にも理由がない。

AI

日本でもAIの限定提供データによる保護など不正競争防止法による保護、一般不法行為による保護などが問題となるだろう・・・

※日本法は、機械学習については著作権法上権利が制限されている。

Idea

アイディアについては日本の不正競争防止法においてチャ目に相当する規定なし

チャ（・ヌ）目

事業提案、入札、公募等の取引交渉または取引過程で経済的価値を有する他人の技術的または営業上のアイディアが含まれた情報をその提供目的に違反して自身または第三者の営業上利益のために不正に使用したり他人に提供して使用するような行為。但し、アイディアの提供を受けた者が提供を受ける当時既にそのアイディアを知っていたりそのアイディアが同種業界で広く知られていた場合には、この限りでない。

부정경쟁방지법 최근 개정

지재넷 변호사 사이토 리오

2025년 4월 4일



부정경쟁방지법 최근 개정

최근의 부정경쟁방지법 개정 내용 중 엔터테인먼트 비즈니스의 경쟁규율과 관련이 있다고 생각되는 사항을 중심으로 설명.

제1 상품형태모방의 디지털로의 확장

상품형태모방이 디지털로 확장. 디지털 공간에서의 상품형태 모방행위에 대해 디지털 공간에서도 부정경쟁행위의 대상으로 보고 금지청구권 등을 행사할 수 있도록 함.

부정경쟁방지법(일본 부정경쟁방지법) 제2조 1항 3호

"타인의 상품의 형태(해당 상품의 기능을 확보하기 위하여 필수적인 형태는 제외한다)를 모방한 상품을 양도, 대여, 양도 또는 대여를 위한 전시, 수출, 수입하거나 전기통신 회선을 통하여 제공하는 행위"

_ 개정 전 _ _

1 현실 → 현실

_ 개정 후 _ _

- 2 디지털→디지털(예: 타인의 메타버스 아이템을 모방하는 경우)
- 3 현실→디지털(예: 타인의 현실 상품을 모방한 메타버스 아이템을 메타버스에서 판매하는 경우)
- 4 디지털→현실(예: 타인의 메타버스 상품을 모방한 상품을 현실에서 판매하는 경우)

부정경쟁방지법등의 일부를 개정하는 법률 [지재일괄법] 개요
경제산업정책국 지적재산정책실 특허청 제도심의실

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/pdf/r5kaisei06.pdf>

상품형태모방의 디지털로의 확장

저작권법으로 보호할 수 없는 무늬시트 디자인에 대해 일반불법행위로 보호를 판단한 1991년 12월 17일 도쿄고등법원 판결 · 판시 제1418호 120페이지 등에 따른 법 개정으로 알려져 있음.

위의 예와 같이 일본에서는 보호받기 어려운 의류, 상품 디자인 등에 대해 NFT나 메타버스 등 디지털도 관련된 침해 사례에 대해서는 본개정에 따른 보호도 기대됨.

「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」(한국 부정경쟁방지법) 제2조 제1호

자. 타인이 제작한 상품의 형태(형상·무늬·색채·광택 또는 이들을 결합한 것을 말하며, 시제품 또는 상품소개서상의 형태를 포함한다. 이하 같다)를 모방한 상품을 양도·대여 또는 이를 위한 전시를 하거나 수입·수출하는 행위.

다만, 다음의 어느 하나에 해당하는 행위는 제외한다.

(1) 상품의 시제품 제작 등 상품의 형태가 갖추어진 날로부터 3년이 지난 상품의 형태를 모방한 상품을 양도·대여 또는 이를 위한 전시를 하거나 수입·수출하는 행위

(2) 타인이 제작한 상품과 동종의 상품(동종의 상품이 없는 경우에는 그 상품과 기능 및 효용이 동일하거나 유사한 상품을 말한다)이 통상적으로 가지는 형태를 모방한 상품을 양도·대여 또는 이를 위한 전시를 하거나 수입·수출하는 행위

제2 영업비밀 및 제한적 제공 데이터

1 영업비밀

2015년 개정으로 영업비밀의 보호범위 확대, 처벌 강화, 민사적 구제의 실효성 향상 등 다각적인 보호 강화가 이루어짐. 그 후 2023년에 아래와 같은 사항을 포함한 법 개정이 이루어짐.

1) 재판관할 및 준거법의 정리

2023년 개정으로 일본 국내에서 사업을 영위하는 기업의, 일본 국내에서 관리체제를 갖추고 관리하는 영업비밀에 관한 민사소송이라면 해외에서의 침해행위도 일본 법원에서 일본 부정 경쟁방지법에 따라 제소할 수 있다는 점을 명시함(부정경쟁방지법 제19조의 2, 3).

2) 영업비밀 사용 추정 규정의 확충

또한, 2023년 개정으로 영업비밀 사용 등에 대해 추정되어 입증부담이 경감되는 범위가 확충됨(부정경쟁방지법 제5조의2).

2 제한적 제공 데이터

2018년 개정으로 제한적 제공 데이터의 보호가 이루어지게 됨(참고→한국 부정경쟁방지법 제2조 제1호 카목).

제한적 제공 데이터 = "상당량 축적", "특정인"에게 제한적으로 제공되는 보호 필요성이 있는 데이터를 의미. "상당량 축적" 여부는 데이터의 양뿐만 아니라 질도 고려하여 판단한다고 함.

예를 들어, 밴드스코어나 기보 정보는?

또한, 3D 모델의 설정 정보 및 3D 모델의 안무 데이터는?

제한적 제공 데이터에 대해서는 2023년 개정으로 영업비밀 보호와의 관계가 정리됨.

제3 상기 이외의 최근 주요 부정경쟁방지법 개정 사항

1 손해배상액 산정 규정 확충

일본에는 징벌적배상규정이 미도입. 그 범위내에 해당되나, 일부 부정경쟁행위에 대해 데이터나 서비스 제공도 손해배상액 산정의 대상이 되었으며, 판매(제공) 능력을 초과한 침해행위에 대해서도 라이선스 상당량의 배상액을 산정할 수 있는 등 배상액 산정 규정을 확충하는 조치가 취해짐(부정경쟁방지법 제5조 제1항 등).

2 외국공무원 뇌물공여에 대한 처벌 강화 및 확충

해외에서의 뇌물공여 행위를 직원의 국적을 불문하고 처벌할 수 있도록 하여, 결과적으로 외국인 직원이 소속된 일본 기업도 양벌규정으로 처벌할 수 있음을 명시함(부정경쟁방지법 제21조 제11항).

제4 퍼블리시티권, 사람 음성의 권리 등

생성형 AI 등을 염두에 두고 퍼블리시티권이나 사람 음성의 권리 보호가 검토되어 부정경쟁방지법도 유력한 후보로 거론.

지적재산추진계획 2024

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/chitekizaisan2024/pdf/siryou2.pdf>

"생성형 AI의 배우나 성우 등의 초상이나 목소리 등의 이용 및 생성과 관련하여, 부정경쟁방지법과의 관계에 대해 관점을 정리하고, 필요에 따라 개정을 검토한다. 또한, 타인의 초상이나 목소리 등의 이용·생성에 관하여 기타 관련법에 대해서도 법적 관점을 정리한다. (단기·중기) (경제산업성, 문화청, 특허청, 법무성, 소비자청)"

「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 (한국 부정경쟁방지법) 제2조 1항

타. 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

그 후, 2025년 3월 25일에 발표된 경제산업성 경제산업정책국 지식재산정책실 「지금까지의 지적사항 등에 관한 대응에 대하여」(2025년 3월)에서는 사업자 간 경쟁 규율에 있어서 퍼블리시티권이나 사람 음성을 부정하게 이용하는 경우에 대해 현행 부정경쟁방지법에 의한 대응을 시사.

https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/chiteki_zaisan/fusei_kyoso/pdf/02_8_04_00.pdf

한국의 개정법 시행 후의 상황도 크게 참고하며, 향후로도 논의가 계속될 것으로 보임.

제5 일반불법행위

1 한국의 경우 부정경쟁방지법 일반 조항

「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」(한국 부정경쟁방지법) 제2조 1항

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

2 일본의 경우

부정경쟁방지법에 일반 조항 없음

그렇다면 일반불법행위로 보호 가능한가?

그러나, 2005년 7월 14일 최고재판소 제1소법정 판결 · 민집 59권 6호 1569쪽
북한 사건

"동조 각호 소정의 저작물에 해당하지 않는 저작물의 이용행위는 동법이 규율
대상으로 하는 저작물 이용으로 인한 이익과는 다른 법적으로 보호되는 이익을 침해
하는 등 특별한 사정이 없는 한 불법행위를 구성하지 않는다고 보는 것이 상당하다."

"1심 원고 X1의 주장이 본건 방송으로 인하여 1심 원고 X1이 본건 계약을 체결하여 실시하려 했던 영업이 방해로 받아 그 영업상의 이익이 침해되었다는 것이라고 해석할 수 있다고 하더라도, 앞서 본 사실관계에 의하면, 본건 방송은 TV 뉴스 프로그램에서 북한의 국가 현황 등을 소개하기 위한 약 6분 정도의 기획 가운데, 2시간이 넘는 길이의 본건 영화 중 총 2분 8초를 방송한 것에 불과하고, 이러한 사정을 고려하면 본건 방송이 자유경쟁의 범위를 일탈하여 1심 원고 X1의营业을 방해하는 것이라고는 도저히 볼 수 없으며, 1심 원고 X1의 위 이익을 위법하게 침해한다고 볼 여지가 없다."

위 재판례는 그 후 지적재산권법 일반으로 확대되어 이해되고 있으며, 위 재판례 이후 부정경쟁행위에 해당하지 않는 행위에 대해서도 불법행위로 판단된 사례는 없었다고 함. 그러나 작년(2024년) 무렵부터 이러한 경향에 변화의 조짐이 보임.

2024년 6월 19일 도쿄고등법원 판결(2021년(네) 제4643호) 밴드스코어 사건

"채보한 밴드스코어를 동인에게 무단으로 모방하여 밴드스코어를 제작하여 판매 등을 하는 행위는 채보에 소요되는 시간, 노력 및 비용과 채보라는 고도의 특수한 기능 습득에 필요한 시간, 노력 및 비용에 대한 무임승차에 다름 아니며, 영리를 목적으로 공정하고 자유로운 경쟁 질서를 해치는 수단·태양을 통해 시장에서의 경쟁행위에 이르는 것이며 이와 동시에 해악의 의도를 가지고 고객을 탈취하는 영업방해를 통해 타인의 영업상의 이익을 해치는 행위로서 저작물 이용에 의한 이익과는 다른 법적으로 보호되는 이익을 침해하는 행위라고 할 수 있으므로, 최고재판소 2011년 판결에서 말하는 특별한 사정이 인정된다."

2024년 5월 31일 오사카 고등법원 판결(2023(네)2172호) 원스폰 사건

원고 상품의 상품명 자체가 부정경쟁법상의 주지상품 등 표시로 인정되지 않고, 본건 판매행위가 부정경쟁행위를 구성하지 않는다고 하더라도, 수요자의 오인을 이용한 것이라고 할 수 있는 위 피항소인의 피고 상품의 판매태양은 자유경쟁의 범위를 일탈한 위법한 판매태양으로 항소인의 고객을 빼앗은 것이라고 할 수 있기 때문에 불법행위를 구성한다고 보아야 한다.

2025년 1월 30일 오사카 고등법원 판결(2024년(네) 제338호 등) 기보스트리밍 사건

피항소인의 본건 동영상 스트리밍은 항소인의 영업상 이익을 침해하는 위법한 것으로서 불법행위에 해당하고, 이로 인해 얻은 이익은 법률상 보호되는 이익에 해당하지 않으므로, 본건 동영상의 스트리밍과 관련하여 피항소인에게는 부정경쟁방지법에 의해 보호되어야 할 '영업상 이익'도 '영업상의 신용'도 존재한다고 할 수 없다.

따라서...항소인의 본건 삭제신청에 따라 피항소인이 법률상 보호되는 이익을 침해받았다고 볼 수 없으므로, 피항소인의 항소인에 대한 불법행위에 따른 손해배상 청구도 이유가 없다.

한국지적재산권변호사협회 세미나

한국 엔터테인먼트 산업의 최근 이슈

2025. 4. 4.

법무법인(유) 율촌

변호사 김문희



목 차

I.	걸그룹 뉴진스와 기획사 간의 전속계약 분쟁 - 서울중앙지방법원 2025카합20037결정을 중심으로	3
II.	마약, 학교폭력 등의 계약상 ‘사회적 물의’의 의미	15
III.	최근 지상파 방송 3사와 네이버 간 AI 학습 데이터 관련 소송	38

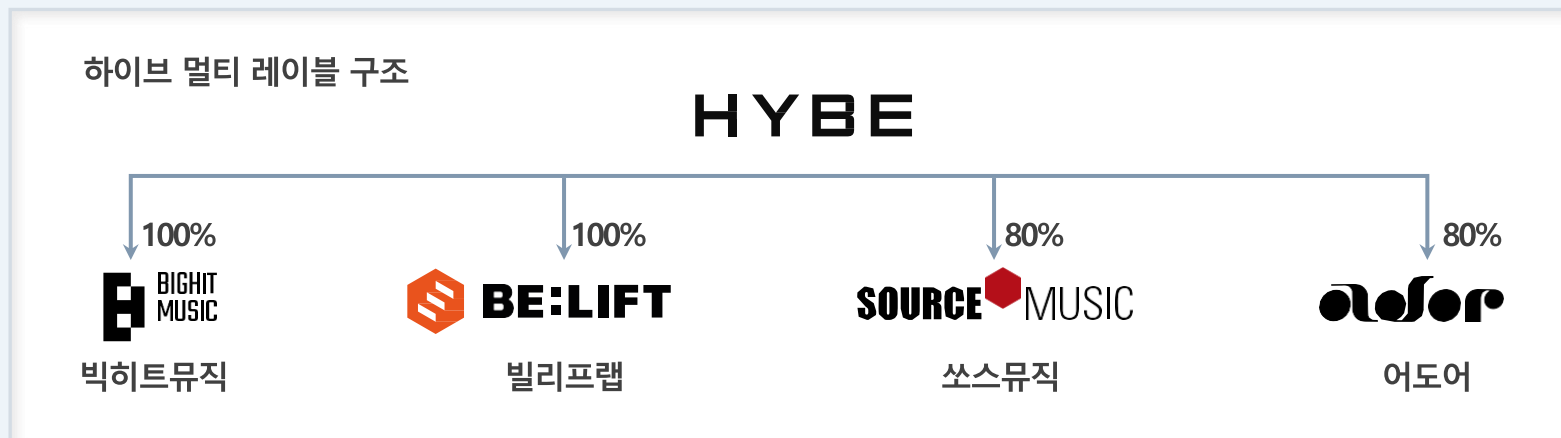
I. 걸그룹 뉴진스와 기획사 간의 전속계약 분쟁

- 서울중앙지방법원 2025카합20037결정을 중심으로

사건의 배경

어도어의 기획사 지위보전 및 광고계약 체결 등 금지가처분 신청에 이르기까지의 사실관계 요약

- 2022. 4. ◆ 어도어 – 걸그룹 뉴진스 간 전속계약 체결
- 2021. 11. ◆ 어도어 – 하이브 간 Business Unit 업무 지원 서비스 위탁 계약 체결 (PR 및 커뮤니케이션 지원 서비스 포함)



- 2024. 8. ◆ 어도어가 민OO을 대표이사직에서 해임, 대표이사 변경
- 2024. 11. ◆ 뉴진스는 민OO의 대표이사 복귀를 포함한 다수의 시정사항을 전달하고, 시정이 되지 않을 경우 전속계약을 해지한다고 통지
- 2024. 11. ◆ 어도어가 위 통지에 대한 회신을 하는 날, 뉴진스는 기자회견을 열어 어도와의 전속계약을 해지한다는 내용을 발표
- 2024. 12. ◆ 어도어는 뉴진스를 상대로 전속계약유효확인의 소를 제기함.

가처분 신청의 요지

어도어 주장 요지

뉴진스의 전속계약 해지 통보는 효력이 없으므로 어도어는 여전히 이 사건 전속계약에 따라 뉴진스에 대한 기획사 지위에 있음. 뉴진스의 독자적 연예활동 시도를 방치한다면 어도어는 금전배상으로 전보될 수 없는 막대한 손해를 입게 될 것이고, 그에 반하여 이 사건 가처분이 인용되더라도, 뉴진스의 손해는 크지 않음



뉴진스 주장의 요지

아래와 같은 사유로 인한 뉴진스의 전속계약 해지는 적법함

• 뉴진스 주장 이 사건 전속계약상 채무불이행 및 신뢰관계 파탄에 따른 주요 해지사유

- 민OO을 대표이사에서 해임시켜 뉴진스를 위한 프로듀싱 업무를 수행하지 못하게 하였다고 주장
- 뮤직비디오 제작사와의 분쟁 야기, 뮤직비디오 제작사 유튜브에서 뉴진스의 성과물 삭제 주장
- 하이브 CEO나 PR담당자가 뉴진스의 성과를 폄훼하고 모욕발언 등을 하였다고 주장
- 하이브 계열사가 뉴진스와 유사한 여성 아이돌그룹을 데뷔시켜 뉴진스의 고유성을 훼손하고 뉴진스를 대체하려 하였다고 주장
- 위 유사 여성 아이돌그룹 매니저가 뉴진스 멤버를 무시하라고 발언하였다고 주장
- 뉴진스 연습생 시절의 영상과 사진 등이 유출되었다고 주장
- 하이브 소속 가수들 음반에 대한 '밀어내기' 관행 주장
- 글로벌기업과의 협업이나 명품 앰배서더 제안 등 광고주들과의 의사소통이나 활동을 방해하였다고 주장

가처분 인용 결정

- 뉴진스가 주장하는 일부 사유(민OO 대표이사 해임 건, 뮤직비디오 제작사의 분쟁 등)는 그 자체로 이 사건 전속계약상의 중요한 의무 위반이라 볼 수 없음.
- 하이브 CEO의 발언, 하이브 PR 담당자 발언 등이 뉴진스에 대한 부정적인 취지의 발언이라 단정하기는 어려워 보임. 하이브가 어도어의 이행보조자로서 활동하는 중에 해당 발언들을 한 것도 아님.
- 다른 여성 아이돌그룹의 뉴진스 모방 우려, 해당 아이돌그룹 매니저의 발언, 뉴진스의 연습생 시절 사진 및 영상 유출 건의 경우 어도어가 뉴진스를 보호하기 위한 별다른 조치를 취하지 않았다고 평가하기 어려움.
- 제출된 자료만으로는 음반 밀어내기 관행의 존재 단정 어려움
- 일부 사유(글로벌기업 협업요청, 명품 앰배서더 제안 방해 등)는 데뷔 전의 일로 그로 인하여 신뢰관계 파탄되었다 볼 수 없음

➤ 이 사건 전속계약해지사유 X,
전속계약의 토대가 되는 상호 간의 신뢰관계 파탄X
→ 피보전권리 인정

주 문

1. 채권자가 채무자들을 상대로 제기한 이 법원 2024가합113399 전속계약유효확인
소의 제1심판결 선고 시까지,
가. 채권자가 채무자들에 대하여, 채권자와 채무자들 사이에 체결된 2022. 4. 21.자
각 전속계약에 따른 매니저먼트사의 지위에 있음을 임의로 정하고,
나. 채무자들은 채권자의 사전 승인 또는 동의 없이 스스로(채무자들의 법정대리인
포함) 또는 채권자 외 제3자를 통하여 별지 기재 연예활동을 하여서는 아니 된
다.
2. 소송비용은 채무자들이 부담한다.

➤ 어도어가 높은 실패의 위험 감수하면서 대규모 자금
투자한 점, 데뷔 후 2년 만에 전속계약 관계에서
이탈한다면 막대한 손해를 입게 되는 점 등
→ 보전의 필요성 인정

의미와 전망



전속계약에 대한 법적 신뢰와 안정성 확보



기획사 투자 회수, 대규모 선투자에 대한 법적 보호 가능성을 인정



K-POP 시스템의 국제적 신뢰도 제고

» 엔터테인먼트 산업에서 연예기획사의 대규모 투자에 따른 리스크와 법적보호의 필요성을 인정한 것으로 평가

II. 계약 내 '사회적 물의' 조항

사회적 물의 조항이란

엔터테인먼트 산업에 있어서 사회적 물의 조항이란?

- 출연계약이나 용역제공계약에서 부대체적 작위의무를 부담하는 자가 사회적으로 부정적인 논란 등으로 인해 남의 주목을 받아 입에 오르내리게 되는 상태에 처할 경우 자신 또는 상대방의 브랜드나 프로그램 등의 이미지 훼손을 일으킴으로써 계약상 의무를 다하지 못하게 되거나 손해를 끼치게 될 수 있음.
이에 이를 금지하거나 이로 인한 책임을 부담시키는 규정을 말함
- 일반적으로 마약, 음주운전, 간통 등의 행위를 말하나 '사회적 물의'라는 포괄적인 표현으로 기재되어 있는 경우가 많음



계약상 ‘사회적 물의’의 의미가 문제된 사건들

A배우의 남배우 가스라이팅, 학교폭력, 학력위조 및 갑질 논란 (서울중앙지방법원 2021가합548833 판결)

계약 조항

“모델”은 본 계약기간 동안 광고모델로서의 자신의 품행이 “광고주 ” 에게 직접적인 영향을 미칠 수 있음을 깊이 인식하고 현행 법령을 위반하거나 공인으로써 품위를 해치는 행위(음주운전, 뺑소니, 폭행, 학교폭력, 마약 또는 향정신성 의약품 불법사용, 사기, 성범죄, 도박, 조세포탈, 관세법위반 등 각종 범죄 혐의로 입건되거나 “모델 ” 이 스스로 인정하는 경우를 말한다)로 인해 사회적 물의를 야기함으로써 “광고주 ” 의 제품 이미지 및 기업이미지에 손상을 가하거나 광고 효과를 감소시키는 행위를 해서는 아니 된다. 다만, 사실로 확인되지 않은 루머 및 사실이 아닌 것으로 확인된 내용에 대한 언론보도, 네티즌의 인신공격 등은 이에 포함되지 않는다.

광고모델의 품위유지 의무 관련 기존 법리(대법원 2009. 5. 28. 선고 2006다32354 판결).

광고주가 모델이나 유명 연예인, 운동선수 등과 사이에 광고모델계약을 체결하면서 출연하는 유명 연예인 등에게 일정한 수준의 명예를 유지할 의무를 부과하는 품위유지약정을 한 경우, 위와 같은 광고모델계약은 유명 연예인 등을 광고에 출연시킴으로써 유명 연예인 등이 일반인들에 대하여 가지는 신뢰성, 가치, 명성 등 긍정적인 이미지를 이용하여, 광고되는 제품에 대한 일반인들의 구매 욕구를 불러 일으키기 위한 목적으로 체결되는 것이므로, 위 광고에 출연하기로 한 모델은 위와 같이 일정한 수준의 명예를 유지하기로 한 품위유지약정에 따라 **계약기간 동안 광고에 적합한 자신의 긍정적인 이미지를 유지함으로써 그것으로부터 발생하는 구매 유인 효과 등 경제적 가치를 유지하여야 할 계약상 의무**, 이른바 품위유지의무가 있고, 이를 이행하지 않는 경우에는 광고모델계약에 관한 채무불이행으로 인한 손해배상채무를 면하지 못한다.

 배우의 논란들은 모두 계약기간 전에 일어난 것이므로, 해당 논란을 이유로 계약 위반을 주장할 수 없음.

- 계약기간 전에 있던 일까지 포함하는 경우, 계약체결 교섭 단계에서 배우로 하여금 과거에 있었던 소위 품위유지의무 위반행위를 상대방에게 밝힐 것을 강요하는 결과를 초래하는바, 이는 헌법상 중대한 기본권 침해에 해당하여 허용할 수 없음.

➤ 손해배상 및 위약금 청구 모두 부정

계약상 ‘사회적 물의’의 의미가 문제된 사건들

B배우의 학교폭력 논란 (서울중앙지방법원 2021가합523018 판결)- 항소심 진행 중

계약 조항

OOO는 본 드라마에 관한 일체의 활동이 타인의 저작권, 기타 지적 재산권, 명예, 프라이버시를 침해 하지 않는 것을 포함하여 대한민국의 어떠한 법령에도 위배되지 않는다는 것을 보증하며, 본 드라마의 제작방영과 관련, 사회적 물의(마약, 간통, 사기 등의 죄로 형벌을 받을 경우)를 일으켜 연기자로서의 품위를 손상시키는 행위를 하지 않아야 한다.

❏ 형벌을 받는 경우가 아니라도 많은 사람들 사이에서 논란의 대상이 되고 그로 인한 배우의 이미지 하락으로 인하여 이 사건 드라마의 제작, 방영에 부정적인 영향을 주게 되는 경우에는 ‘사회적 물의’에 해당

- 통상 ‘사회적 물의’는 형사 처벌을 받는 경우에 한정되지 않고 많은 사람들 사이에서 논란의 대상이 되어 논란의 대상이 된 사람의 이미지가 하락하는 경우를 포괄함
- ‘굳이 ‘사회적 물의’라는 포괄적인 표현을 사용한 당사자들의 진정한 의사 고려
- ‘사회적 물의’의 예시에 ‘간통죄로 형벌을 받을 경우’가 포함되어 있는데 이 사건 출연계약이 체결될 당시에는 이미 간통죄에 대한 형사 처벌이 폐지되었으므로, 이는 ‘간통 행위로 인하여 사회적 물의를 빚은 경우’를 의미한다고 해석함이 상당하고, 이와 같이 이 사건 출연계약의 문언 자체로도 ‘형벌을 받을 경우’에 해당하지 않더라도 ‘사회적 물의

❏ 배우의 논란이 모두 계약기간 이전에 일어난 것임에도 그로 인하여 드라마의 제작, 방영에 부정적인 영향을 주었다면 ‘본 드라마의 제작 방영과 관련’된 사회적 물의에 해당한다고 판시

» 재촬영으로 인한 손해배상청구 및 위약금 청구 모두 인정

기타 '사회적 물의'로 문제된 최근 연예계 사건들

C배우 등의 마약 투약 혐의

- 주연 배우 리스크로 공개 및 개봉이 보류된 작품들의 총 제작비만 약 600억원에 달하는 것으로 알려짐
- 최근 개봉이 무기한 연기되었던 영화가 개봉됨.
예고편과 포스터에서는 해당 배우의 얼굴이 편집되었으나, 본편에서는 편집되지 않음.

D가수의 음주운전 논란 (서울중앙지방법원 2021가합523018 판결)

- 뽕소니 음주 운전 사고 이후 음주운전 의혹을 부인하다가 총 4차례의 공연 강행한 직후 음주운전 시인
- 가수가 일으킨 사회적 물의로 공연을 취소하면 전적으로 가수 측 책임이기 때문에 티켓 환불 뿐 아니라 주최 측 손해배상, 대관비, 위약금 등 손해를 감수해야 하므로, 공연을 강행하는 선택을 한 것으로 추정
- 다만 이후 공연들의 티켓 환불액, 공연장 대관비, 인건비, 장비 대여료 등 배상과 광고계약에 따른 위약금은 불가피한 상황

의미와 전망



조항의 해석 차이에 따라 배상책임이 달라지고 법원 판단도 일관되지 않음



사회적 물의 조항만으로는 최근 문제가 된 계약기간 이전의 사항(학폭, 미투 등)을 포섭하기 어려움



광고주나 제작사 입장에서는 진술과 보장 등 사전고지를 통해 배상의 근거를 마련하고자 할 것이나, 과연 사전고지를 규범적으로 어디까지 인정할 수 있는가에 대한 경계획정이 필요함

III. 최근 지상파 방송 3사와 네이버 간 AI 학습 데이터 관련 소송

사건의 배경

지상파 방송 3사의 저작권 침해중지 등 청구의 소의 배경(언론보도에 따름)

미국 뉴욕타임스 등과 오픈AI와의 소송전개

2023. 12. 뉴욕타임스, 오픈AI를 상대로 저작권 침해 소송을 제기(현재 진행중)

Cf. 2024. 11. 일부 하급심에서 뉴스사이트 로스토리(Raw Story)와 알터넷(AlterNet)이 제기한 소송을 기각

- 2020. 10. 경.** ◆ 네이버 및 네이버클라우드는 국내 기업 최초의 초대규모 언어 모델 생성형 AI인 하이퍼클로바(HyperCLOVA)를 개발
- 2021. 5.** ◆ 하이퍼클로바를 공개하고, 2023. 8. 하이퍼클로바의 업그레이드 버전이자 한국어에 최적화된 대규모 언어 모델 생성형 AI인 하이퍼클로바X를 공개
지상파 방송 3사는 네이버와 체결한 뉴스콘텐츠제휴계약에 따라 지상파 방송 3사가 소유한 뉴스 콘텐츠를 네이버에 제공. 해당 계약에 따르면 뉴스콘텐츠와 출처정보에 대한 지식재산권은 방송 3사에 귀속한다고 함
- 2023. 12. 경.** ◆ 지상파 방송 3사들은 네이버가 하이퍼클로바 및 하이퍼클로바X를 개발 및 운용하는 과정에서 방송 3사의 대량의 뉴스콘텐츠를 AI 학습데이터로 계약범위를 초과하여 이용하였다고 주장하며 문제제기
- 2025. 1.** ◆ 방송 3사는 네이버에 저작권 침해 소송을 제기

지상파 방송 3사가 제기한 소송의 쟁점 및 주장

네이버 및 네이버클라우드('네이버 등')의 행위는 방송 3사에 대한 저작권 침해행위, 부정경쟁방지법상 부정경쟁행위 및 민법상 불법행위를 구성하였다고 주장하며, 각 관련 법에 의한 침해 금지, 손해배상, 부당이득반환 등을 청구

지상파 3사의 주장내용

1. 네이버 등의 저작권 침해 행위

- 생성형 AI 학습 과정
 - ① 학습데이터 세트 구성 및 구축에서 이루어지는 방송 3사의 뉴스콘텐츠의 저장, 처리, 복제, 전송
 - ② 위 구성된 학습데이터 세트의 복제, 전송, 2차적저작물작성
 - ③ 반복 학습 및 기술 고도화 과정에서 반복되는 복제, 전송, 2차적저작물작성
 - ④ 학습의 결과로 생성된 새로운 산출물의 복제권, 전송권, 2차적저작물작성권 침해
 - ⑤ 방송 3사의 뉴스콘텐츠 무단 스크래핑 및 크롤링
- 네이버 등의 침해 행위의 고의성이 명백하다고 주장

2. 네이버 등의 부정경쟁행위

- 제2조 제1호 (가)목 – 데이터 부정사용행위
- 제2조 제1호 (파)목 – 성과도용 부정경쟁행위

3. 네이버 등의 민법상 불법행위

- 방송3사가 상당한 시간과 비용을 투자하여 제작한 기사는 법적 보호 필요하다고 주장
- 네이버 등의 행위는 상거래관행이나 공정한 경쟁질서에 반하는 것이고, 방송 3사와의 협력관계나 신뢰관계까지 무너뜨린다고 주장

생성형 인공지능(AI)의 개발과 저작권 보호의 향방

‘인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법’(AI기본법), 저작권법 개정 추진 예정

 동아일보

2025. 3. 7 03:00

정부, 신문기사 등 AI학습 데이터 의무 공개 추진

문체부 “창작물 저작권 보호해야 AI기본법 - 저작권법 개정 나설 것”

(중략) 문체부는 6일 서울 종로구 정부서울청사에서 중장기 문화비전 ‘문화한국 2035’를 발표하며 “생성형 AI의 데이터 학습·활용 과정에서 저작권 등을 침해할 우려가 있으나 선진적인 법체계는 부족한 실정”이라며 “AI와 관련된 저작권 등록 및 활용, 보호 등의 제도를 전면 개편하겠다”고 밝혔다.

문체부 관계자는 이와 관련해 “대형언어모델(LLM) 개발에 활용되는 언론사 (기사) 자료를 비롯해 다양한 창작물의 저작권을 보호하겠다”며 “AI가 학습한 데이터의 공개 의무화를 위해 AI 기본법과 저작권법 개정을 추진할 방침”이라고 밝혔다. 지난해 12월 제정된 AI기본법은 이 같은 규정이 빠져 보완 입법이 필요하다는 의견이 적지 않았다. 문체부는 이어 “AI를 통해 만들어진 저작물의 저작권을 인정하도록 등록 기준을 개편하는 방안도 추진한다”고 덧붙였다.

의미와 전망

1

콘텐츠 보유자와 AI 기업 간 이해충돌 심화

2

AI 시대에 맞는 데이터 이용 규범 정비가 시급

3

방송·미디어 콘텐츠의 데이터화 및 가치 재평가 가능성 확대

감사합니다

법무법인(유) 율촌

서울특별시 강남구 테헤란로 521, 파르나스타워 38층(삼성동) Tel: 02-528-5200 Fax: 02-528-5228 E-mail: mail@yulchon.com



법무법인(유)
율촌

韓国知的財産権弁護士協会セミナー

韓国のエンターテインメント産業 における近年の論点

2025年4月4日

Yulchon LLC

弁護士 金紋希



Attorneys at Law
YULCHON



Copyright 2024 Yulchon LLC

Contents

I.	ガールズグループ「NewJeans」と所属事務所間の専属契約紛争 – ソウル中央地裁2025カ合20037決定を中心に	3
II.	麻薬、校内暴力などの契約上の「社会的物議」の意味	15
III.	近年の地上波放送3社とネイバー間のAI学習データ関連訴訟	38

I. ガールズグループ「NewJeans」と 所属事務所間の専属契約紛争

- ソウル中央地裁2025カ合20037決定を中心に

事件の背景

ADOR（アドア）による所属事務所の地位保全及び広告契約締結等差止仮処分申立てに至るまでの事実関係の要旨

- 2022年4月

ADOR - ガールズグループNewJeans（ニュージーンズ）間の専属契約締結
- 2021年11月

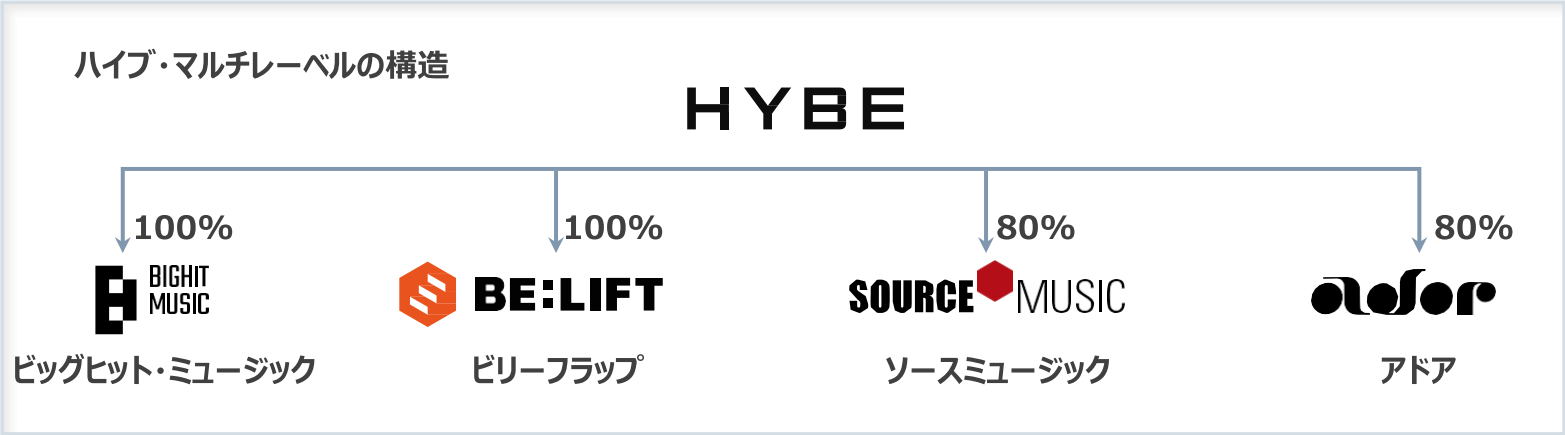
ADOR - HYBE間のビジネスユニット業務支援サービス委託契約締結（PR及びコミュニケーション支援サービスを含む）
- 2024年8月

ADORがミン・OOを代表取締役から解任、代表取締役を変更
- 2024年11月

NewJeansは、ミン・OOの代表取締役復帰を含む多数の是正事項を伝え、是正されない場合は専属契約を解約すると通知
- 2024年11月

ADORが上記通知に対する回答をする日にNewJeansは記者会見を開き、ADORとの専属契約を解約する旨発表
- 2024年12月

ADORはNewJeansを相手に専属契約有効確認の訴えを提起



仮処分申立ての要旨

ADORの主張要旨

NewJeansの専属契約解約通知は効力がないため、ADORは依然として本件専属契約に基づきNewJeansに対する所属事務所としての地位を有する。NewJeansが独自に芸能活動を行おうとすることを放置した場合、ADORは金銭賠償により填補することのできない甚大な損害を被ることになる。これに対し、本件仮処分が認容されたとしても、NewJeansの損害は大きくない。

NewJeansの主張要旨

下記のような事由によるNewJeansの専属契約解約は適法

- **NewJeansの主張並びに本件専属契約に定める債務の不履行及び信頼関係の破綻による主な解約事由**
 - ミン・OOを代表取締役から解任させ、NewJeansのためのプロデュース業務を遂行できないようにしたと主張
 - ミュージックビデオ制作会社との紛争をもたらし、同社のユーチューブチャンネルからNewJeansの成果物を削除したと主張
 - HYBEのCEOやPR担当者がNewJeansの成果を軽視し、侮辱的な発言などをしたと主張
 - HYBEの系列会社がNewJeansと類似のガールズグループをデビューさせてNewJeansの固有性を毀損するとともに、同ガールズグループをNewJeansに取って代わるグループにしようとしたと主張
 - 上記類似のガールズグループのマネージャーがNewJeansのメンバーを無視するよう発言したと主張
 - NewJeansの練習生時代の映像や写真などが流出したと主張
 - HYBEに所属する歌手のアルバムを「優遇」する慣行があったと主張
 - グローバル企業との協業やブランドアンバサダーの提案など広告主とのコミュニケーションや活動を妨げたと主張



仮処分認容決定

- ❏ NewJeansが主張する一部の事由（ミン・OO代表取締役解任の件、ミュージックビデオ制作会社の紛争など）は、それ自体が本件専属契約上の重要な義務違反とはいえない。
- ❏ HYBEのCEOやPR担当者の発言などがNewJeansに対する否定的な趣旨の発言とは断定しがたい。HYBEがADORの履行補助者として活動する中で当該発言をしたものでもない。
- ❏ 他の女性アイドルグループによるNewJeans模倣の憂慮、当該アイドルグループのマネージャーの発言、NewJeansの練習生時代の写真及び映像流出の件につき、ADORがNewJeansを保護するための特別な措置を取らなかったとは評価しがたい。
- ❏ 提出された資料のみでは、アルバムを優遇する慣行の存在を断定しがたい。
- ❏ 一部の事由（グローバル企業の協業依頼、ブランドアンバサダー提案の妨害など）はデビュー前の事であり、それによって信頼関係が破綻したとはいえない。

➤ 本件専属契約の解約事由X、
専属契約の基盤となる相互間の信頼関係の破綻X
→ 被保全権利を認容

주 문

1. 채권자가 채무자들을 상대로 제기한 이 법원 2024가합113399 전속계약유효확인의 소의 제1심판결 선고 시까지,
가. 채권자가 채무자들에 대하여, 채권자와 채무자들 사이에 체결된 2022. 4. 21.자 각 전속계약에 따른 매니지먼트사의 지위에 있음을 임의로 정하고,
나. 채무자들은 채권자의 사전 승인 또는 동의 없이 스스로(채무자들의 법정대리인 포함) 또는 채권자 외 제3자를 통하여 별지 기재 연예활동을 하여서는 아니 된다.

2. 소송비용은 채무자들이 부담한다.

➤ ADORが失敗するハイリスクを冒しながら大規模な資金投資をした点、デビュー後2年で専属契約関係から離脱すると甚大な損害を被る点など
→ 保全の必要性を認容

意味及び展望



専属契約に対する法的信頼と安定性の確保



所属事務所の投資の回収、大規模な先行投資に対する法的保護の可能性を認定



K-POPシステムの国際的信頼度の向上

➤ エンターテインメント産業における芸能事務所の大規模投資によるリスクと法的保護の必要性を認めたものと評価

II. 契約内の「社会的物議」条項

社会的物議条項とは

エンターテインメント産業における社会的物議条項とは？

- 出演契約や役務提供契約において付帯的作為義務を負う者が、社会的に否定的な論争などにより世間の注目を集め、話題となった場合、自己または相手のブランドや番組などのイメージを傷つけることにより契約上の義務を果たせなくなる、あるいは損害を与える場合がある。
そのため、これを禁止し、またはこれによる責任を負わせる規定をいう。

- 一般的に、麻薬、飲酒運転、強姦などの行為をいうが、「社会的物議」という包括的な表現で記載されている場合が多い。



契約上の「社会的物議」の意味が問題となった事件

俳優Aの男優に対するガスライティング、校内暴力、学歴詐称及びパワハラ（ソウル中央地裁2021ガ合548833判決）

契約 条項

モデルは、本契約期間中、広告モデルとしての自身の品行が広告主に対し、直接的な影響を及ぼす可能性があることを深く認識し、現行法令を違反し、又は公人としての品位を損なう行為（飲酒運転、ひき逃げ、暴行、校内暴力、麻薬又は向精神薬の不正使用、詐欺、性犯罪、賭博、脱税、関税法違反等各種犯罪の疑いで立件され、又はモデルが自認する場合をいう。）によって社会的物議を醸すことにより、広告主の商品イメージ及び企業イメージを傷つけ、又は広告効果を減少させる行為をしてはならない。ただし、事実として確認されていないデマ、事実でないことが確認された内容のマスコミ報道、ネットユーザーによる人身攻撃等はこれに含まれない。

広告モデルの品位保持義務に関する既存の法理（最高裁2009年5月28日言渡2006ダ32354判決）。

広告主が、モデルや有名芸能人、スポーツ選手等との間で広告モデル契約を締結して出演する有名芸能人等に一定水準の名誉を保持する義務を課す品位保持約定をした場合、上記のような広告モデル契約は、有名芸能人等を広告に出演させることにより有名芸能人等が一般人に対して有する信頼性、価値、名声等の肯定的なイメージを利用して広告される商品に対する一般消費者の購買意欲を高める目的で締結されるものであるため、上記の広告に出演することにしたモデルは、上記のように一定水準の名誉を保持することとした品位保持約定に基づき、**契約期間中、広告に適した自らの肯定的なイメージを保持することにより、それから生じる購買誘引効果等の経済的価値を保持しなければならない契約上の義務、いわゆる品位保持義務があり、これを履行しない場合には、広告モデル契約に関する債務不履行による損害賠償債務を免れない。**

❏ 俳優の問題は**すべて契約期間前に起きたものであるため、当該問題を理由に契約違反を主張することはできない。**

- ・ 契約期間前にあった事まで含めると、契約締結の交渉段階で俳優の過去にあったいわゆる品位保持義務違反行為を相手に明らかにすることを強要する結果を招くところ、これは、憲法上重大な基本権の侵害に該当し、許されない。

➤ 損害賠償及び違約金請求の両方を否定

契約上の「社会的物議」の意味が問題となった事件

俳優Bの校内暴力（ソウル中央地裁2021ガ合523018判決） - 控訴審係属中

契約 条項

〇〇〇は、本ドラマに関する一切の活動が他人の著作権、その他知的財産権、名誉、プライバシーを侵害しないことを含め、大韓民国のいかなる法令にも背かないことを保証し、本ドラマの制作放映と関連し、社会的物議（麻薬、姦通、詐欺等の罪により刑罰を受ける場合）を醸して演技者としての品位を損なう行為をしてはならない。

📖 刑罰を受ける場合でなくても多くの人々の間で論争の対象となり、それによる俳優のイメージ失墜によって本件ドラマの制作・放映に悪影響を与えた場合は「社会的物議」に該当

- 通常、「社会的物議」は、刑事処罰を受ける場合に限らず、多くの人々の間で論争の対象となった者のイメージが失墜した場合を包括する。
- 敢えて「社会的物議」という包括的な表現を用いた当事者の真正な意思を考慮
- 「社会的物議」の例示に「姦通罪により刑罰を受ける場合」が含まれており、本件出演契約が締結された当時にはすでに姦通罪に対する刑事処罰が廃止されていたため、これは「姦通行為によって社会的物議を醸した場合」を意味すると解することが相当であり、このように本件出演契約の文言自体も「刑罰を受ける場合」に該当せずとも「社会的物議...（以下省略）」

📖 俳優の起こした問題がすべて契約期間前に起きたものであっても、それによってドラマの制作・放映に悪影響を与えたのであれば、「本ドラマの制作・放映に関連」する社会的物議に該当すると判示

➤ 再撮影による損害賠償請求及び違約金請求の両方を認容

その他「社会的物議」により問題となった近年の芸能界事件

俳優Cなどの麻薬投与の疑い

- 主演俳優のリスクにより公開が保留となった作品は総制作費だけで約600億ウォンにのぼるといわれている。
- 最近、公開が無期限延期されていた映画が公開された。
予告編やポスターでは当該俳優の顔が編集されているが、本編では編集されていない。

歌手Dの飲酒運転（ソウル中央地裁2021ガ合523018判決）

- ひき逃げ飲酒運転事故後、飲酒運転の疑いを否認し、計4回の公演を強行した直後に飲酒運転を認めた。
- 歌手が醸した社会的物議により公演をキャンセルした場合、全面的に歌手側の責任となるため、チケットの払戻しのみならず、主催者側の損害賠償、会場費、違約金などの損害を甘じて受け入れなければならないため、公演を強行する選択をしたものと推定
- ただし、その後の公演のチケットの払戻し額、公演会場のレンタル費用、人件費、装置のレンタル費用などの賠償及び広告契約に基づく違約金は避けられない状況

意味及び展望

1

条項の解釈の違いによって賠償責任が変わり、裁判所の判断も一貫していない。

2

社会的物議条項のみでは近年問題になった契約期間以前の事項（校内暴力、MeTooなど）を包摂しがたい。

3

広告主や制作会社としては、表明保証などの事前告知を通じて賠償の根拠を設けようとするが、果たして事前告知が規範的にどこまで認められるかの線引きが必要

III. 近年の地上波放送3社と ネイバー間のAI学習データ関連訴訟

事件の背景

地上波放送3社の著作権侵害差し止めなどの請求の訴えの背景（マスコミ報道による）

米ニューヨークタイムズなどとオープンAI間の訴訟展開

2023年12月、ニューヨークタイムズがオープンAIを相手取り著作権侵害訴訟を提起（現在係属中）

Cf. 2024年11月、一部の下級審がニュースサイトのRaw Story（ロー・ストーリー）とAlterNet（アルターネット）が提起した訴訟を棄却

- 2020年10月頃** ◆ ● NAVER及びNAVERクラウドは、韓国企業初の超大規模言語モデル生成AIであるHyperCLOVA（ハイパークローバー）を開発
- 2021年5月** ◆ ● HyperCLOVAを公開し、2023年8月、HyperCLOVAのアップグレード版であり、韓国語に特化した大規模な言語モデル生成AIであるHyperCLOVA Xを公開
地上波放送3社は、ネイバーと締結したニュースコンテンツ提携契約に基づき、地上波放送3社が所有するニュースコンテンツをネイバーに提供。当該契約によると、ニュースコンテンツ及び出所情報の知的財産権は放送3社に帰属する。
- 2023年12月頃** ◆ ● 地上波放送3社は、NAVERがHyperCLOVA及びHyperCLOVA Xを開発・運用する際に放送3社の大量のニュースコンテンツをAI学習データとして契約範囲を超えて利用したと主張し、問題を提起
- 2025年1月** ◆ ● 放送3社はNAVERに著作権侵害訴訟を提起

地上波放送3社が提起した訴訟の争点及び主張

NAVER及びNAVERクラウド（以下、NAVERなど）の行為は放送3社に対する著作権侵害行為、不正競争防止法上の不正競争行為及び民法上の不法行為を構成すると主張し、各関係法に基づく侵害の差し止め、損害賠償、不当利得返還などを請求

地上波3社の主張内容

1. NAVERなどによる著作権侵害行為

- 生成AIの学習プロセス
 - ① 学習データセットの構成及び構築において行われる放送3社のニュースコンテンツの保存、処理、複製、伝達
 - ② 上記構成された学習データセットの複製、伝達、二次的著作物の作成
 - ③ 反復学習及び技術の高度化の過程で繰り返される複製、伝達、二次的著作物の作成
 - ④ 学習の結果として生成された新しい産出物の複製権、伝達権、二次的著作物作成権の侵害
 - ⑤ 放送3社のニュースコンテンツを無断でスクレイピング及びクロール
- NAVERなどによる侵害行為の故意性は明白だと主張

2. NAVERなどによる不正競争行為

- 第2条第1号（イ）－データの不正使用行為
- 第2条第1号（ワ）－成果盗用による不正競争行為

3. NAVERなどによる民法上の不法行為

- 放送3社が相当な時間と費用を投資して制作した記事は法的保護が必要だと主張
- NAVERなどの行為は商取引慣行や公正な競争秩序に反するものであり、放送3社との協力関係や信頼関係をも損なうと主張

生成人工知能（AI）の開発と著作権保護の行方

「人工知能の発展及び信頼基盤の造成等に関する基本法」（AI基本法）、著作権法の改正を推進予定



동아일보

2025. 3. 7 03:00

韓国政府、新聞記事などのAI学習データへの使用に関する公開義務化を推進

文化体育観光省、「創作物の著作権を保護したうえでAI基本法・著作権法を改正すべき」

（中略）韓国の文化体育観光省は6日、ソウル鍾路区のソウル市庁舎で中長期文化ビジョン「文化韓国2035」を発表し、「生成AIのデータ学習・使用の際に著作権などを侵害するおそれがあるが、法体系が追いついていない」とし、「**AI関連の著作権の登録、活用、保護などの制度を全面的に見直す**」ことを明らかにした。

同省関係者は、これと関連して「**大型言語モデル（LLM）の開発に使用される報道機関（記事）の資料をはじめ、多様な創作物の著作権を保護する**」とし、「**AIが学習したデータの公開を義務付けるためにAI基本法及び著作権法の改正を推進する方針**」を明らかにした。昨年12月に制定されたAI基本法は、このような規定が抜けており、補充的立法が必要との意見が少なくなかった。なお同省は、「**AIにより作られた著作物の著作権を認めるよう登録の基準を見直す案も推進する**」と付け加えた。

意味及び展望

1 コンテンツの保有者とAI企業との間の利益相反問題が深刻化

2 AI時代に沿うデータ利用規範の整備が急務

3 放送・メディアコンテンツのデータ化及び価値の再評価の可能性拡大

Thank you

Yulchon LLC

Parnas Tower, 38F, 521 Teheran-ro, Gangnam-gu, Seoul 06164, Korea Tel: 02-528-5200 Fax: 02-528-5228 E-mail: mail@yulchon.com



Attorneys at Law
YULCHON



日本のマネジメント契約の法的論点 — 契約終了後の芸名の使用について

2025年4月4日
弁護士知財ネット理事

弁護士
照井 勝

1. 日本のマネジメント契約の特徴①

- アーティストがマネジメント会社に独占的なマネジメント業務を委託する
- マネージャー、税理士又は弁護士などのスタッフは、アーティストではなくマネジメント会社が雇う
- アーティストの出演契約は、マネジメント会社と放送局などとの間の2当事者間契約が通常である

1. 日本のマネジメント契約の特徴②

- アーティストが当事者となり、3当事者間契約となることはない
- 結果として、マネジメント会社がアーティストに対して圧倒的な交渉力を有することが多い
- このような実態を考慮して、マネジメント契約に関する裁判においては、労働法が適用(又は類推適用)されることもある

2. マネジメント契約における 芸名の使用に関する規定①

- 「芸名に関する権利は、マネジメント会社に帰属するものとする」と規定されるのが通常である
- また、マネジメント会社の許諾がない限り、アーティストは、マネジメント契約終了後、その「芸名」を使用することができないと規定される場合がある
- 「帰属する」という曖昧な表現

2. マネジメント契約における 芸名の使用に関する規定②

- 参考： 著作権法29条1項([著作権法 - 日本語／英語 - 日本法令外国語訳DBシステム](#))
- 芸名に関する権利は、マネジメント会社に原始的に発生するのか、アーティストに発生したものがマネジメント会社に譲渡(又は許諾)されるのか明記しないのが通常である
- マネジメント会社の本音(?)

3. 解釈上の論点①

- 一般的に、芸名は、パブリシティ権により保護されると解釈されている
- 日本においてパブリシティ権は、最高裁判例（2012年2月2日）により認められている（[Details of 2009 \(Ju\) 2056 | Judgments of the Supreme Court](#)）。但し、制定法により直接保護されているものではない

3. 解釈上の論点②

- そのため、法律の文言ではなく、過去の裁判例や学説の解釈に委ねられている主要な論点が数多く存在する
- 例えば、多くの裁判例・通説は、パブリシティ権は一身専属的な権利であり、第三者に譲渡することはできないという見解を採用している(但し、反対説も存在する)

3. 解釈上の論点③

- したがって、判例・通説によれば、マネジメント契約終了後、アーティストはその芸名を自由に使用できることになるが、上記のとおり、多くのマネジメント契約においてその使用が制限されている
- 結果として、マネジメント契約終了後の芸名の使用を制限する条項の法的有効性が争われることがある

3. 解釈上の論点④

- 争点となる場合は、主として下記の3つである

(1) 本名と芸名が同一の場合

(2) 本名と芸名が異なる場合

(3) グループ名／バンド名の場合

4. パラダイムシフトになるか？

- 公正取引委員会により公表された『音楽・放送番組等の分野の実務家と芸能事務所との取引等に関する実態調査報告書』（2024年12月）が実務に与える影響
- マネジメント会社が芸名を商標登録している場合は、どのように考えるべきか？

ご清聴ありがとうございました。

青山綜合法律事務所
弁護士 照井勝
〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5丁目46番2号
青山イースト&ウェスト 1階
TEL: 03(3400)3861(代表)
FAX: 03(3400)3879
E-mail: terui@aoyamalaw.com
Web: <http://www.aoyamalaw.com/>



일본 매니지먼트 계약의 법적 논점 - 계약종료 후의 예명 사용에 대하여

2025년 4월 4일
변호사지재넷(弁護士知財ネット) 이사

변호사
데루이 마사루(照井勝)

1. 일본 매니지먼트 계약의 특징①

- 아티스트가 매니지먼트 회사에 독점적인 매니지먼트 업무를 위탁
- 매니저, 세무사 또는 변호사 등의 스태프는 아티스트가 아닌 매니지먼트 회사가 고용
- 아티스트의 출연 계약은 매니지먼트 회사와 방송국 등과의 사이의 2당사자간 계약이 일반적

1. 일본 매니지먼트 계약의 특징②

- 아티스트가 당사자가 되어 3당사자 간 계약이 되는 일은 없음
- 결과적으로, 매니지먼트 회사가 아티스트에 대하여 압도적인 교섭력을 가지는 경우가 많음
- 이러한 실태를 고려하여, 매니지먼트 계약에 관한 재판에서는 노동법이 적용(또는 유추 적용)되는 경우도 있음

2. 매니지먼트 계약에서의 예명 사용에 관한 규정①

- '예명에 관한 권리는 매니지먼트 회사에 귀속되는 것으로 한다'고 규정되는 것이 일반적
- 또한, 매니지먼트 회사의 허락이 없는 한, 아티스트는 매니지먼트 계약 종료 후에 그 '예명'을 사용할 수 없다고 규정되는 경우가 있음
- '귀속된다'라는 애매한 표현

2. 매니지먼트 계약에서의 예명 사용에 관한 규정②

- 참고: 저작권법 제29조 제1항(저작권법-일본어/영어-일본법령 외국어번역 DB시스템)
- 예명에 관한 권리가 매니지먼트 회사에 원시적으로 발생하는 것인지, 아티스트에게 발생한 것이 매니지먼트 회사에 양도(또는 허락)되는 것인지 명기하지 않는 것이 일반적
- 매니지먼트 회사의 본심(?)

3. 해석상의 논점①

- 일반적으로 예명은 퍼블리시티권에 의해 보호된다고 해석
- 일본에서 퍼블리시티권은 최고재판소판례 (2012년 2월 2일)에 의해 인정 되고 있음 ([Details of 2009 \(Ju\) 2056 | Judgments of the Supreme Court](#)). 단, 제정법에 의해 직접 보호되고 있는 것은 아님

3. 해석상의 논점②

- 그 때문에, 법률의 문언이 아닌 과거의 재판례나 학설의 해석에 맡겨져 있는 주요한 논점이 많이 존재
- 예를 들어, 많은 재판례·통설에서는 퍼블리시티권은 일신전속적인 권리이며, 제3자에게 양도할 수 없다는 견해를 채택하고 있음(단, 반대설도 존재)

3. 해석상의 논점③

- 따라서, 판례·통설에 따르면 매니지먼트 계약 종료 후, 아티스트는 그 예명을 자유롭게 사용할 수 있게 되지만, 위와 같이 많은 매니지먼트 계약에서 그 사용이 제한되고 있음
- 결과적으로, 매니지먼트 계약 종료 후의 예명의 사용을 제한하는 조항의 법적 유효성이 다투어지는 경우가 있음

3. 해석상의 논점④

- 쟁점이 되는 경우는 주로 다음 3가지임

(1)본명과 예명이 동일한 경우

(2)본명과 예명이 다른 경우

(3)그룹명/밴드명의 경우

4. 패러다임의 전환이 될 것인가?

- 공정거래위원회에 의해 공표된 『음악·방송프로그램 등의 분야의 실무가와 연예기획사와의 거래 등에 관한 실태조사보고서』(2024년 12월)이 실무에 주는 영향
- 매니지먼트 회사가 예명을 상표 등록한 경우에는 어떻게 생각해야 하는가?

감사합니다.

아오야마종합법률사무소
변호사 데루이 마사루(照井勝)
(우)150-0001 도쿄도 시부야구 진구마에 5-46-2
아오야마 이스트&웨스트 1층
TEL: 03 (3400) 3861(대표)
FAX: 03 (3400) 3879
E-mail: terui@aoyamalaw.com
Web: <http://www.aoyamalaw.com/>