

입체상표의 개념과 한계를 하리보 곰 젤리 판례를 통해 이해 하고, 소비자 인식이 상표권 판단에 미치는 영향을 설명할 수 있다.

커뮤니티

문제 생성 조건

- 학습 목표: 입체상표의 개념과 한계를 하리보 곰 젤리 판례를 통해 이해하고, 소비자 인식이 상표권 판단에 미치는 영향을 설명할 수 있다.
- 문제 유형: 사료(텍스트) 해석형
- 교과 과목: 국어 >
- 세부 조건: 본문 1500자 내외, 난이도 보통, 4문제
- 문제 스타일: 3문장 이내로 간결하게
- 선택지 스타일: 각 선택지는 20자 내외

제시문

전 세계인의 사랑을 받는 하리보 곰 젤리. 이 귀여운 곰 모양이 특정 기업의 독점적인 권리가 될 수 있을까요? 만약 그렇다면 다른 제과 업체들은 곰 모양 젤리를 만들 수 없게 됩니다. 실제로 하리보는 곰 모양을 '입체상표'로 등록하려 시도했으나, 법원은 다른 판단을 내렸습니다. 이 사건은 단순한 과자 분쟁을 넘어, 상표권의 보호 범위와 그 한계, 그리고 소비자 인식의 중요성을 명확히 보여주는 중요한 판례로 기록되었습니다. 입체상표란 상품의 외형이나 형상 자체를 상표로 등록하여 법적인 보호를 받을 수 있도록 하는 제도입니다. 예를 들어, 코카콜라 병의 유려한 곡선 디자인이나 토블론 초콜릿의 독특한 삼각 기둥 모양은 소비자들이 해당 상품을 보자마자 특정 브랜드를 떠올리게 하는 대표적인 입체상표의 성공 사례입니다. 그러나 모든 형상이 입체상표로 인정되는 것은 아닙니다. 입체상표 등록의 핵심 기준은 '소비자의 인식'입니다. 즉, 소비자가 해당 형상을 보았을 때 그것이 특정 기업의 제품임을 명확히 인식하고 구별할 수 있어야만 상표로서의 기능을 인정받을 수 있습니다. 하리보는 1920년대부터 곰 모양 젤리를 생산 및 판매하며 전 세계적으로 엄청난 인지도를 쌓았습니다. 이에 하리보는 자사의 대표적인 곰 모양 젤리에 대한 법적 독점권을 확보하고자 해당 곰 모양을 입체상표로 등록하려 했습니다. 하지만 곰이라는 형상은 이미 동화, 장난감, 다양한 종류의 과자 등 여러 분야에서 보편적으로

생성: 문제로

<https://munjero.xyz/> 여기에서 추가로 더 많은 문제를 받을 수 있습니다

사용되어 온 대중적인 형태입니다. 따라서 이 사건의 주요 쟁점은 "하리보 곰 모양 젤리가 아무리 유명하다고 한들, 곰이라는 보편적 형상 자체를 특정 기업이 독점할 수 있는가?"로 요약될 수 있었습니다. 이러한 논쟁의 대표적인 사례가 바로 하리보와 린트(Lindt) 간의 소송입니다. 린트가 금박으로 포장된 초콜릿 곰을 출시하자, 하리보는 자사의 "Goldbären(황금 곰 젤리)"와 소비자들이 혼동할 가능성이 있다며 상표권 침해 소송을 제기했습니다. 그러나 독일 연방대법원은 이 사건에서 다음과 같이 판결했습니다. 첫째, 곰 모양은 그 자체로 매우 보편적인 형상이므로 특정 기업이 독점할 수 없다는 원칙을 강조했습니다. 둘째, 린트의 금박 포장은 제품을 장식하는 일반적인 요소에 불과하여 식별력이 없다고 판단했습니다. 셋째, 가장 중요한 소비자 인식 측면에서 볼 때, 소비자들이 린트의 금박 초콜릿 곰을 하리보의 제품으로 혼동할 가능성이 낮다고 보았습니다. 결국, 이 소송에서 하리보는 패소하고 말았습니다. 하리보 곰 젤리 판례는 입체상표 보호의 범위에 대한 명확한 시사점을 제공합니다. 첫째, 보편적 형상은 독점할 수 없다는 원칙입니다. 입체상표는 누구나 흔히 사용할 수 있는 대중적인 모양 전체를 특정 기업이 독점하는 수단이 될 수 없습니다. 상표로 인정받기 위해서는 해당 형상이 다른 제품과 명확하게 차별화되는 독창성과 고유성을 갖추어야 합니다. 둘째, 상표권의 본질인 '출처 식별력'은 소비자의 인식에 기반한다는 점입니다. 하리보의 곰 모양 젤리는 귀엽고 대중적인 인기를 누렸지만, 소비자들은 곰 모양 자체를 하리보만의 고유한 것으로 인식하지는 않았습니다. 이는 상표의 기능이 특정 상품의 출처를 식별하는 데 있음을 보여줍니다. 셋째, 기업 전략에 중요한 교훈을 제시합니다. 단순히 상품의 형상 자체를 독점하려는 시도는 성공하기 어렵다는 것입니다. 기업은 상품의 포장 디자인, 브랜드명, 고유한 색상 조합 등 다양한 요소들을 형상과 결합하여 소비자가 특정 기업의 제품임을 명확히 인식하고 기억할 수 있도록 만드는 통합적인 브랜딩 전략을 수립해야 합니다. 하리보 곰 젤리 사건은 단순한 간식 모양을 둘러싼 법적 분쟁을 넘어, 현대 사회에서 상표권의 보호 범위와 그 본질적인 기능을 이해하는 데 중요한 교과서적 판례입니다. 이번 판결을 통해 법원은 '누구나 자유롭게 사용할 수 있는 보편적 형상은 특정 기업이 독점할 수 없다'는 상표법의 기본 원칙을 다시 한번 확인시켜 주었습니다. 궁극적으로 입체상표는 소비자의 인식 속에서 비로소 그 기능을 발휘하는 권리이며, 기업은 독창적인 디자인과 다양한 브랜드 요소를 효과적으로 결합함으로써 시장에서 강력한 식별력을 확보해야 합니다.

문제

문항 1. 제시된 내용을 바탕으로, 입체상표의 핵심 기준을 바르게 설명한 것은 무엇입니까? 입체상표가 인정받기 위한 가장 중요한 요소는 무엇인가요?

- ① 상품의 독특한 디자인
- ② 소비자의 브랜드 인식
- ③ 상품의 희소성 및 가치
- ④ 등록 시점의 선점 여부
- ⑤ 제조 기술의 독점성

문항 2. 하리보가 곰 모양 젤리를 입체상표로 등록하려 했을 때, 법원에서 쟁점이 되었던 주요 이유는 무엇인가요? 이 사

건의 본질적인 논쟁점은 무엇이었습니까?

- ① 경쟁사의 모방 제품 출시
- ② 곰 모양의 보편적 사용
- ③ 하리보 젤리의 낮은 인지도
- ④ 상표법의 제도적 미비
- ⑤ 소송 비용의 불균형

문항 3. 독일 연방대법원이 하리보-린트 소송에서 하리보의 주장을 받아들이지 않은 주요 판결 내용으로 적절하지 않은 것은 무엇입니까? 재판부의 판단과 다른 진술을 고르세요.

- ① 곰 모양은 보편적 형상이다.
- ② 금박 포장은 식별력이 없다.
- ③ 소비자 혼동 가능성이 높다.
- ④ 특정 기업 독점은 불가하다.
- ⑤ 하리보가 최종 패소했다.

문항 4. 이 판례가 시사하는 기업 전략의 교훈으로 가장 적절한 것은 무엇입니까? 상표권을 통해 식별력을 확보하기 위한 바람직한 기업의 태도는 무엇인가요?

- ① 초기 상표 등록이 가장 중요하다.
- ② 소비자 인식을 형성해야 한다.
- ③ 보편적 형상을 선점해야 한다.
- ④ 기술력을 바탕으로 독점해야 한다.
- ⑤ 유사 제품 출시를 막아야 한다.

정답 및 해설

문항 1 해설

정답: ②

해설

입체상표의 핵심 기준은 '소비자의 인식'입니다. 소비자가 특정 형상을 보았을 때 그 상품이 어느 기업의 것인지 명확히 구별할 수 있어야만 상표로서의 기능을 인정받습니다. 다른 선택지들은 부차적이거나 관련 없는 요소입니다.

문항 2 해설

정답: ②

해설

하리보의 곰 모양은 이미 동화, 장난감 등 다양한 분야에서 흔히 쓰여 온 보편적인 형상이었기 때문에, 특정 기업이 이를 독점할 수 있는지 여부가 쟁점이 되었습니다. 경쟁사 제품 출시의 소송의 계기였을 뿐 핵심 쟁점은 아닙니다.

문항 3 해설

정답: ③

해설

독일 연방대법원은 "소비자가 린트의 초콜릿 곰을 하리보 제품으로 혼동할 가능성은 낮다"고 판시하여 하리보의 주장을 받아들이지 않았습니다. 다른 선택지들은 모두 판결 내용에 부합합니다.

문항 4 해설

정답: ②

해설

판례는 상표의 본질이 출처 식별력에 있고, 이는 소비자의 인식 속에서 기능한다고 강조합니다. 따라서 기업은 포장, 브랜드 명 등을 결합해 소비자가 특정 기업을 인식하도록 만드는 전략이 필요합니다.

AI 추천 학습 자료

- **oup.com**

<https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQGdbCajQjjyp8MZ4T5Spax2vKEXNgNUcyi5BfmhaYkxrhvn3RznCNngrg81TULmZLYlyRyzBB79W59KW2DGI76HTaYQ-TTXQId95YdRESHHoh0SXyNKPpyGn7l8uXni5HCRK6XXX3brC4JsJwX5EGLw>

- **clarivate.com**

https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQGCJIMI7wku8LJ4WsdL8j4a5OUtOzzikZ0nKxd6Xri68xzM-zweIJTLoamDXXTcYlrnDM6JI7l1pbUfjbOOZoWy5nGdYKfhA4FfIAtsB5jTqyXdfEL_SKiYvrrdMrdH2k5pGaTe03V_bExZ8aQEOUs3laUm4jtk-76xU9MUCW9oBBVWJRdNcYNM-9Ys3Q==

- **wynne-jones.com**

https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQEOP4QwCWAP646HDFNUb_RAMidIiGhthjmybOeaxkAkjzuHbM7fJbsFYn0uo42n4yHmyXEex5M1InoSC8XwW10UKAAspqFCTnZxfASnsu62nfmACwjK0stkqwKdygy9n_Mc3Zwb4mzGbi6lgQVS7vRa5CeyXrn3Lhb_e7S1lZKbUXWb5ikzh3dX3h_ePMNY-eMgqsOkducMPxbu9TzUea2weiz8XZ6ZmEnZS301vIg==

- **bitlaw.com**

https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQETKnIqyKc5G8QIdsSTnGJSYU6JsW0w8dCMFdl-k2hKqjNIpT9GJKJU5KNjOcS_fAkpHPiuhQphiTa9btcJE56H3t8WDkipy6h4KiupZD_plcgp_mMIYRMJycGtktct5lgX7tBJbdxCZsg=

- **kdi.re.kr**

https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQGu_8g_-rMupVdvvgIdqp1cdJo-nlgngE6QT-PKE-jAyOlwbcYNi1T5OQvSDvyVBuWklU2o-xwIuznDnxNwYABmrOwpDYnI38txJffioxLpE_lzB5aMNDzcvwY6KVKLM11AEtLKGghQnqvi8pDZ7AFFFMA2diDSQdbLw==