

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 매우 어려움, 4문제
- 문제 스타일: 3문장 이내로 간결하게
- 선택지 스타일: 각 선택지는 20자 내외

제시문

곰돌이 형상은 전 세계인에게 친숙하고 보편적인 이미지입니다. 인형, 동화, 다양한 식품에 이르기까지 일상에 깊숙이 스며든 이 모양이 특정 기업의 독점 권리가 된다면 시장 다양성과 소비자의 선택권이 제한될 수 있습니다. '하리보 골드베렌'을 둘러싼 상표권 분쟁은 바로 이 질문에서 시작되었습니다. 하리보는 자사의 곰 젤리 형상을 ****입체상표(3D 상표)****로 등록하려 시도했지만, 법원의 판단은 달랐습니다. 이 사건은 단순한 과자 모양 다툼을 넘어, 상표권의 본질적 한계와 소비자 인식의 중요성을 보여주는 법적 선례로 평가됩니다.

****1. 입체상표의 개념****

****입체상표****는 상품 외형, 포장, 용기 등 입체적인 형상을 상표로 등록해 보호하는 제도입니다. 이는 평면 상표와 달리 상품의 고유한 입체 형태를 통해 특정 기업의 제품임을 소비자에게 알리고 경쟁사 제품과 구별하는 기능을 수행합니다. 코카콜라 병의 독특한 곡선이나 토블론 초콜릿의 피라미드형 삼각 기둥 모양은 그 자체로 브랜드를 연상시키는 강력한 식별력을 가집니다. 입체상표의 핵

생성: 문제로

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

심 기준은 '출처 식별력'입니다. 즉, 해당 형상이 시장에서 소비자로 하여금 특정 기업의 제품임을 구별할 수 있도록 하는 기능이 있어야 상표로 등록됩니다. 단순히 기능적이거나 아름다운 형태를 넘어, 해당 형태를 보는 순간 자연스럽게 특정 브랜드와 연결되는 소비자 인식이 형성되어야 합니다.

****2. 하리보 곰 젤리 사건의 배경****

하리보 사는 1920년대 초 독일에서 창립된 이래 '골드베렌(Goldb ren)'이라는 곰 모양 젤리로 세계적인 인지도를 쌓았습니다. 하리보는 이러한 성공을 바탕으로 자사의 상징인 '곰 모양 젤리' 자체를 입체상표로 등록하여 법적 독점권을 확보하려 했습니다. 이는 다른 경쟁 업체들이 유사한 곰 모양 제품을 출시하는 것을 원천적으로 봉쇄하려는 의도였습니다. 그러나 '곰 모양'은 동화, 장난감, 다른 식음료 등 사회 전반에 걸쳐 흔하게 사용되는 대중적이고 일반적인 형태였습니다. 이 사건의 핵심 쟁점은 "하리보 곰 젤리가 아무리 유명해도, 광범위하게 사용되는 '곰 모양'이라는 일반 형태 자체에 대해 독점권을 부여받을 수 있는가?"로 요약됩니다. 이는 상표법이 보호하는 '식별력' 범위와 '경쟁의 자유' 사이의 균형점을 탐색하게 만들었습니다.

****3. 독일 연방대법원 판결 (Goldb ren 사건)****

하리보 사건은 스위스 초콜릿 제조사 린트(Lindt)와의 법적 다툼에서 명확히 드러났습니다. 린트가 금박으로 포장된 곰 모양 초콜릿을 출시하자, 하리보는 자사 '골드베렌' 젤리와 소비자들이 혼동할 수 있다며 상표권 침해 소송을 제기했습니다. 하리보는 자사의 곰 젤리 형상이 독점 상표로서 보호받아야 한다고 주장했습니다. 그러나 독일 연방대법원은 하리보의 주장을 기각하며 세 가지 핵심 논거를 제시했습니다. 첫째, '곰 모양' 자체는 사회 전반에서 널리 사용되는 매우 보편적이고 일반적인 형상입니다. 이러한 보편적 형상에 식별력을 인정하여 특정 기업이 독점하는 것을 허용하기 어렵습니다. 이는 경쟁 시장의 자유를 제한할 수 있다는 우려가 반영된 것입니다. 둘째, 린트 초콜릿 곰에 사용된 '금박 포장'은 고유한 식별력보다 고급스러움을 위한 일반적 장식 요소에 불과하다고 보았습니다. 금박 포장 자체가 린트만의 독점 상징이 아니므로 소비자들이 제품 출처를 혼동할 것이라고 볼 수 없다는 판단이었습니다. 셋째, 법원은 '소비자 혼동 가능성'을 면밀히 검토했습니다. 대법원은 일반적인 소비자들인 린트의 금박 초콜릿 곰을 보고 하리보 젤리 제품으로 오인할 가능성은 매우 낮다고 결론 내렸습니다. 린트 초콜릿 곰은 재질, 포장 방식, 제품명 등에서 하리보 젤리와 명확한 차이를 보이며, 합리적인 소비자는 이를 구별할 수 있다는 판단이었습니다. 이러한 종합적 판단에 따라, 하리보는 린트와의 소송에서 최종 패소했습니다.

****분석: 판례가 주는 시사점****

하리보 곰 젤리 판례는 입체상표의 법적 보호 범위와 한계를 명확히 보여주는 이정표입니다.

첫째, ****보편적 형상은 독점할 수 없다****는 원칙을 재확인했습니다. 곰 모양처럼 일상에서 광범위하게 사용되는 일반적인 형태에 대해서는 어떤 기업도 독점적 상표권을 부여받을 수 없다고 보았습니다. 입체상표는 기업의 독창적 디자인 보호 위함이지, 흔히 사용되는 일반 형태 전체를 특정 기업에게 배타적으로 허용하는 수단이 아닙니다. 진정한 상표 가치를 가지려면 해당 형상이 타사 제품과 명확히 구별되는 독창성과 차별성을 갖추어야 법적 보호가 가능합니다.

둘째, ****소비자 인식이 상표권 인정의 가장 중요한 기준****이라는 점을 부각시켰습니다. 상표의 본질 기능은 제품 출처를 식별하는 '출처 식별력'에 있습니다. 특정 형상이 아무리 대중적으로 인기를 얻거나 널리 알려져도, 소비자들이 그 형상을 볼 때 해당 기업만의 고유한 제품임을 곧바로 인지하지 못하면 상표로서의 식별력은 인정되기 어렵습니다. 하리보의 곰 젤리는 귀엽고 대중적이었으나, 법원은 소비자들이 곰 모양 자체를 하리보만의 독점적 상징으로 인식하지 않는다고 판단했습니다. 이는 상표법이 기업 권리 보호를 넘어, 소비자의 혼동 방지와 공정한 경쟁 유도라는 공익적 목적을 추구함을 보여줍니다.

셋째, ****기업 전략에 대한 중요한 교훈****을 제공합니다. 이 판례는 단순히 상품 외형 자체를 독점하려는 시도가 성공하기 어렵다는 것을 보여주었습니다. 기업은 경쟁사와 차별화되고 소비자의 머릿속에 각인될 수 있는 고유한 상표를 구축하기 위해, 형태만을 강조하는 것을 넘어 다양한 브랜드 요소를 복합적으로 활용해야 합니다. 제품의 독특한 포장 디자인, 고유한 브랜드명, 특정 색상의 사용, 로고 배치, 강력한 마케팅 캠페인 등을 조합하여 소비자가 특정 기업의 제품임을 명확히 인식하도록 만들어야 합니다. 이러한 요소들이 결합될 때 비로소 상표는 강력한 '출처 식별력'을 갖게 되고, 법적 보호를 받을 수 있는 진정한 가치를 얻게 됩니다.

****결론: 젤리에서 드러난 상표권의 경계****

하리보 곰 젤리 사건은 단순한 간식 모양 분쟁을 넘어, 상표권의 본질적 특성과 보호의 경계를 명확히 드러낸 교과서적 판례입니다. 이 사건을 통해 법원은 '누구나 자유롭게 사용할 수 있는 보편적인 형상에 대해서는 특정 기업에게 독점적인 권리를 부여할 수 없다'는 상표법의 대원칙을 재확인했습니다. 이는 상표권이 기업 이익뿐 아니라, 공정한 경쟁과 소비자의 선택권을 보장하는 공익적 기능을 수행함을 시사합니다. 결국 입체상표는 법률적 등록 절차를 넘어, 실제로 소비자의 마음속에서 특정 제품 출처를 식별하게 하는 '식별력'을 발휘할 때 진정한 권리로서 인정받고 보호됩니다. 따라서 기업들은 단순히 외형 형태만으로 독점을 시도하기보다, 소비자의 인식에 영향을 미칠 수 있는 독창적 디자인, 차별화된 브랜드명, 효과적 마케팅 등을 통합적으로 활용하여 제품의 고유한 '출처 식별력'을 구축하는 데 주력해야 합니다.

문제

문항 1. 윗글을 참고할 때, 입체상표의 개념과 그 인정 요건에 대한 설명으로 가장 적절한 것은 무엇인가요?

- ① 입체상표는 상품의 외형이나 포장을 상표로 등록하는 것으로, 기능적인 형태도 자유롭게 보호됩니다.
- ② 코카콜라 병처럼 독특하고 아름다운 형태는 소비자의 인식과 상관없이 상표로 인정될 수 있습니다.
- ③ 입체상표는 출처 식별력이 핵심으로, 소비자가 해당 형상으로 특정 기업 제품임을 구별할 수 있어야 합니다.
- ④ 모든 입체적 형상이 자동으로 상표로 인정되며, 이는 기업의 독점적인 사용을 보장하는 수단입니다.
- ⑤ 입체상표는 주로 평면적인 로고를 대체하는 개념으로, 상품의 실제 외형과는 무관하게 등록됩니다.

문항 2. 하리보 곰 젤리 사건에서 하리보가 곰 모양 자체에 대한 독점적 권리 주장을 펼치게 된 배경과 이 사건의 핵심 쟁점은 무엇이었나요?

- ① 하리보가 곰 모양 젤리의 기능성을 높이기 위해 상표권을 주장했고, 이는 제품 혁신에 기여했습니다.
- ② 하리보가 곰 모양 젤리로 쌓은 세계적 인지도를 바탕으로, 보편적 형태에 대한 독점권을 확보하려 했습니다.
- ③ 곰 모양이 원래 하리보만의 독창적인 디자인이어서, 타사의 유사 제품을 즉각 금지시키려 했습니다.
- ④ 린트가 하리보의 특허 기술을 도용하여 초콜릿 곰을 만들어, 이에 대한 권리 침해를 주장했습니다.
- ⑤ 하리보가 곰 모양에 대한 문화적 독점권을 확보하여, 동화나 장난감 시장에도 영향을 주려 했습니다.

문항 3. 독일 연방대법원이 하리보의 곰 모양 젤리에 대한 상표권 주장을 기각하면서 제시한 핵심 논거로 적절하지 않은 것은 무엇인가요?

- ① 곰 모양은 보편적 형상이어서 특정 기업이 독점할 수 없다는 점.
- ② 린트의 금박 포장에 고급스러운 식별력을 가져 소비자가 혼동할 수 있다는 점.
- ③ 린트 초콜릿과 하리보 젤리 간에 재질 및 포장 등 명확한 차이가 있다는 점.
- ④ 소비자가 린트의 곰 모양 초콜릿을 하리보 제품으로 혼동할 가능성이 낮다는 점.
- ⑤ 금박 포장에 일반적인 장식 요소에 불과해 고유한 식별력이 없다는 점.

문항 4. 하리보 곰 젤리 판례가 상표권 인정에 있어 소비자 인식의 중요성을 어떻게 강조하고 있는지 가장 잘 설명한 것은 무엇인가요?

- ① 소비자가 특정 상표를 인지하면 해당 제품의 가격이 높아져도 구매를 유도할 수 있음을 보여줍니다.
- ② 상표의 본질인 출처 식별력은 소비자가 특정 형상을 특정 기업의 고유 제품으로 인식해야만 인정됨을 강조합니다.
- ③ 소비자들이 대중적인 형상에 매력을 느끼면 그 형상은 자동으로 독점적 상표권을 얻게 됨을 입증합니다.
- ④ 소비자의 선호도가 높은 상표일수록 기업은 법원의 승인 없이도 독점적 권리를 행사할 수 있음을 보여줍니다.
- ⑤ 상표권은 오직 기업의 마케팅 노력에 의해 결정되며, 소비자의 실제 인식은 부차적 요소임을 설명합니다.

문항 5. 하리보 곰 젤리 판례가 기업의 상표 전략에 주는 교훈으로 가장 타당한 것을 고르세요.

- ① 기업은 보편적 형상을 선점하여 독점 상표로 등록해야 경쟁 우위를 확보할 수 있습니다.
- ② 상표는 오직 형태 자체의 독창성만으로 보호되므로, 다른 요소 결합은 불필요합니다.
- ③ 소비자가 특정 기업의 제품임을 인식하도록 포장, 브랜드명, 색상 등을 복합적으로 활용해야 합니다.
- ④ 법적 분쟁을 피하기 위해 시장에서 널리 사용되는 형태는 상표 등록 시 고려하지 않아야 합니다.
- ⑤ 기업은 마케팅 비용을 절감하기 위해 이미 유명한 형상을 상표로 활용하는 것이 유리합니다.

문항 6. 윗글의 하리보 곰 젤리 판례를 통해 상표법이 추구하는 공익적 기능을 추론한 내용으로 가장 적절한 것은 무엇

인가요?

- ① 상표법은 특정 기업이 독점적 지위를 확고히 하여 시장 경쟁을 최소화하는 것을 목표로 합니다.
- ② 상표법은 기업의 디자인 모방을 전면적으로 금지하여 창의적 활동을 억제하는 기능을 합니다.
- ③ 상표법은 소비자의 혼동을 방지하고 보편적 형태의 자유로운 사용을 보장하여 공정한 경쟁을 유도합니다.
- ④ 상표법은 기업의 지식재산권 보호를 최우선으로 하여, 소비자의 선택권은 부차적으로 고려합니다.
- ⑤ 상표법은 시장에서 인기 있는 제품의 형태를 독점 상표로 인정하여, 기업의 시장 지배력을 강화합니다.

정답 및 해설

문항 1 해설

정답: ③

해설

입체상표는 상품의 외형이나 형상을 상표로 등록하는 제도이며, 그 핵심 기준은 '출처 식별력'입니다. 이는 소비자가 해당 형상을 보았을 때 특정 기업의 제품임을 인식할 수 있어야 함을 의미합니다. 1번 선택지는 소비자의 인식이 중요하다고 언급했으므로 오답입니다. 0번 선택지는 '기능적인 형태도 자유롭게 보호된다'는 점에서 잘못되었고, 3번 선택지는 '모든 입체적 형상이 자동으로 상표로 인정된다'는 점에서 잘못되었습니다. 4번 선택지는 입체상표의 개념을 잘못 설명하고 있습니다.

문항 2 해설

정답: ②

해설

하리보는 곰 모양 젤리로 세계적인 인지도를 쌓았고, 이를 바탕으로 곰 모양 자체를 입체상표로 등록해 법적 독점권을 확보하려 했습니다. 그러나 '곰 모양'은 동화, 장난감 등 다양한 분야에서 흔히 쓰이는 보편적인 형상이었으므로, 하리보가 유명하다고 하여 이러한 보편적 형태를 독점할 수 있는지 여부가 핵심 쟁점이 되었습니다. 0번, 2번, 3번, 4번은 제시된 내용과 다릅니다.

문항 3 해설

정답: ②

해설

독일 연방대법원은 린트의 금박 포장에 고유한 식별력을 가지기보다, 고급스러움을 표현하기 위한 일반적인 장식 요소에 불과하다고 보았습니다. 따라서 1번 선택지는 법원의 판단과 반대되는 내용입니다. 나머지 선택지들은 법원이 제시한 핵심 논거에 해당합니다.

문항 4 해설

정답: ②

해설

판례는 상표의 본질이 '출처 식별력'이며, 아무리 특정 형상이 인기 있어도 소비자들이 그것을 특정 기업만의 고유한 제품으로 인식하지 못하면 상표로서의 식별력이 인정되기 어렵다고 강조했습니다. 이는 소비자의 인식이 상표권 인정의 가장 중요한 기준임을 보여줍니다.

문항 5 해설

정답: ③

해설

판례는 단순히 형상 자체를 독점하려는 시도는 성공하기 어려움을 보여주며, 기업은 포장, 브랜드명, 색상, 로고 배치, 마케팅 캠페인 등 다양한 요소를 결합하여 소비자가 특정 기업의 제품임을 명확히 인식하도록 만들어야 한다고 강조합니다.

문항 6 해설

정답: ③

해설

판례는 보편적 형상의 독점을 불허하고 소비자 인식을 중시함으로써, 상표법이 단순히 기업의 권리 보호를 넘어 소비자의 혼동을 방지하고 누구나 사용할 수 있는 일반적인 형태의 자유로운 사용을 보장하여 공정한 시장 경쟁을 유도하는 공익적 목적을 추구함을 보여줍니다.

AI 추천 학습 자료

- kipo.go.kr

https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQHia9CoZioTAV4R2D-r1A08RqxNDUgt2Lr_LckP-

[nOwFqsK-](#)

[BntV6NhNgwW6RC8_Si4k6_4BTxuND9fwSCpGXXcUEj8aWo0VeOqcubaebnCXirALEyhTGVC1pJ1fUI21tE8c_err6rNbn8kI40ZJsLL4KzErzM=](#)

- **youtube.com**

[https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQFIL1qPDo06I9WfrsYZPLXlr-PHPW3pMAnvQ0Gq_s38X3fPmHytuTx3MKbf4i8METUIx-rrfnq0QBZ3EHZVmQKPignoQk_OcYz-YXo9BCvqSuzCUjQIBS2dEBv1d762EIwfKlwZ9eE0=](#)

- **youtube.com**

[https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQHeFI1xOjcIwkbhAdW_qFOyANUpHzlZSU8n_CFD20PDEHKFOzjcVeOGqRy_o-YRROK-Msh1PjZOMxnDbticip_Qdainf4n7oCyxkgHJyqGkZ85OlFPNh2o83XHAR2Nd-TvY_CIJbTI=](#)

- **brunch.co.kr**

[https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQHWZWDCE3KHntotm1R--Kr3Z3-hBPWf0JOZ5MUna8PoGUVZ7z4bhWxkSWoKax8nEmSJetBYysBWtwkjp6T5YowwqWme25_TK2MX8T0Pr4qpy-bJ8o_narY7Jg=](#)

- **acastar.co.kr**

[https://vertexaisearch.cloud.google.com/grounding-api-redirect/AUZIYQFL7O8QvbZjA9pBkrbvnYhBXWJDUKBPGzbvDdIkGoJrpleua0zmxlIrrft9kRQO30OuGaSmYcWs0VjSZckY5a7Lfm-UOFIhIKVDQN8ztnauls0DMzEg=](#)