

특 허 법 원

제 2 5 - 2 부

판 결

사 건 2022나1432 직무발명보상금

원고, 항소인 1. A

2. B

원고들 소송대리인 법무법인 민후, 담당변호사 원준성, 조윤
피고, 피항소인 C 주식회사

대표이사 D

소송대리인 변호사 연충규

제 1 심 판 결 서울중앙지방법원 2022. 6. 10. 선고 2020가합601898 판결

변 론 종 결 2023. 6. 13.

판 결 선 고 2023. 8. 17.

주 문

1. 원고들의 항소를 모두 기각한다.

2. 항소비용은 원고들이 부담한다.

청구취지 및 항소취지

제1심 판결을 취소한다. 피고는 원고들에게 각 200,000,100원 및 위 각 금원에 대하여 이 사건 소장 부분 송달일 다음날부터 다 갚는 날까지 연 12%의 비율로 계산한 금원을 지급하라.

이 유

1. 기초사실

가. 당사자들의 지위

1) 피고(변경 전 상호 : E 주식회사)는 컴퓨터 및 통신기기를 이용한 정보자료처리 및 정보통신서비스업 등을 목적으로 설립된 회사로 포털사이트 'C' 내에서 'C 쇼핑' 서비스를 제공하고 있다.

2) 원고들은 피고의 직원으로 근무하였다.

나. 원고들의 직무발명 및 특허등록

1) 원고들은 2008. 9.경 공동으로 '상세검색 카테고리 숫자형 옵션의 구간에 대한 동적 변형 모델링'을 명칭으로 한 직무발명신고서(을 제1호증, 이하 '이 사건 신고서'라 한다)를 피고에게 제출하였고(이하 이 사건 신고서에 따른 발명을 이하 '이 사건 직무발명'이라 한다), 그 무렵 원고들의 사용자인 피고에게 이 사건 직무발명에 관한 특허를 받을 수 있는 권리를 양도하였다.

2) 피고는 이 사건 직무발명을 국내와 일본에 출원하여 등록받았고, 피고가 국내에

출원하여 등록받은 특허(이하 '이 사건 특허발명'이라 한다)는 다음과 같다.

가) 발명의 명칭 : 카테고리 동적 조정 방법 및 시스템

나) 출원일/ 등록일/ 등록번호 : 2008. 10. 14/ 2011. 2. 8./ 제1014903호

다) 특허권자/ 발명자 : 피고/ 원고들

라) 특허청구의 범위(이하 청구항별로 '이 사건 제○항 발명'이라 한다)

【청구항 1】 : 상품을 상세 검색하기 위한 카테고리에 대해 카테고리 편집 데이터를 생성하는 단계;

상기 생성된 카테고리 편집 데이터를 반영하여 상기 상품의 카테고리를 편집하는 단계; 및

카테고리 편집이 반영된 상품의 전체 카테고리 중 정량적 카테고리에 대해 카테고리의 옵션 범위를 동적으로 조정하는 단계를 포함하는 카테고리 동적 조정 방법.

【청구항 2 내지 21】 : [별지 1] 기재와 같다.

마) 주요 내용 및 도면 : [별지 2] 기재와 같다.

다. 피고의 보상금 지급

피고는 이 사건 특허발명의 출원 및 등록 무렵 원고들에게 출원보상금 500,000원과 등록보상금 500,000원을 지급하였고, 그 후 피고가 2020. 8.경 일본에서의 특허등록에 대한 등록보상금으로 400,000원을 원고들에게 지급하였다.

라. 피고 실시 서비스

[도면 삽입을 위한 여백]

【갑 제8호증의 1, 2】C 쇼핑 데스크탑 화면(검색필터)

The image displays two screenshots of the Naver Shopping desktop interface for laptop searches. The left screenshot shows the search results page with various filter tabs (All, Price, Brand, Screen Size, Weight, Price, Location/Color/Pattern) and a list of laptop models with their specifications. The right screenshot shows the search results page with a list of laptop models and their specifications, including brand, screen size, weight, operating system, CPU, and price.

【갑 제9호증의 1, 2, 3】C 쇼핑 모바일 화면(검색필터)

The image displays three screenshots of the Naver Shopping mobile app interface for laptop searches. The left screenshot shows the search results page with various filter tabs (All, Price, Brand, Screen Size, Weight, Price, Location/Color/Pattern) and a list of laptop models with their specifications. The middle screenshot shows the search results page with a list of laptop models and their specifications, including brand, screen size, weight, operating system, CPU, and price. The right screenshot shows the search results page with a list of laptop models and their specifications, including brand, screen size, weight, operating system, CPU, and price.

1) 위에서 본 피고 운영의 'C 쇼핑' 서비스는 사용자가 PC 또는 모바일 단말을 통해 C 홈페이지에 접속하여 하위 메뉴 중 하나인 '쇼핑'을 선택함으로써 제공받을 수 있는 서비스이다.

2) 피고의 'C 쇼핑' 서비스는 '상세검색' 기능을 제공하는데, C 쇼핑 서비스의 상세 검색화면은 사용자가 키워드 검색이나 카테고리 검색의 방법에 의해 특정 종류의 상품을 검색한 경우, 검색 결과로 화면에 제시되는 상품들에 대해 특정 카테고리를 지정함으로써 범위를 좁혀 더욱 세부적인 검색(즉, '상세검색')을 수행할 수 있도록 한다.

[인정 근거] 다툼 없는 사실, 갑 제1, 8 내지 10, 15, 16호증(가지번호가 있는 것은 가지번호 포함, 이하 같다), 을 제1, 7, 8호증의 각 기재 내지 영상, 변론 전체의 취지

2. 당사자들의 주장 요지

가. 원고들

1) 피고는 이 사건 특허발명을 실시하고 있으므로, 피고는 원고들에게 이 사건 특허발명의 실시에 따른 정당한 직무발명보상금을 지급할 의무가 있다. 설령, 피고가 이 사건 특허발명을 실시하지 않았다고 보더라도, 피고가 이 사건 특허발명을 보유하고 있음으로 인하여 피고의 경쟁 회사로 하여금 이 사건 특허발명을 실시할 수 없게 함으로써 피고의 매출이 증가한 이익을 얻고 있다.

2) 이 사건 제1항 발명의 '카테고리 편집 데이터'는 카테고리의 편집에 반영될 수 있는 일체의 데이터로서, 카테고리에 대해 생성된 사용자 선호도(클릭수, 검색어 입력 빈도 등) 데이터를 의미한다. 이 사건 특허발명에서의 '사용자'는 시스템 관리자와 대항되는 지위의 시스템 이용자를 의미하는 것으로, 이 사건 제1항 발명의 '카테고리 편집 데이터를 생성'하는 주체인 '사용자'는 상세검색 서비스를 이용하는 사용자로서 상세검

색 인터페이스를 통해 상품을 검색하는 구매자뿐만 아니라 카테고리 등에 관한 정보를 제공하는 상품의 판매자까지 모두 포함되는 의미로 보아야 한다.

3) 따라서 원고들은 피고에 대한 정당한 직무발명보상금의 일부 청구로서, 위 청구 취지 기재의 금원과 그에 대한 지연손해금의 지급을 구한다.

나. 피고

1) 피고는 이 사건 특허발명을 실시한 바 없다. 설령, 피고 실시 서비스가 이 사건 특허발명을 실시한 것으로 가정하더라도, 피고 실시 서비스는 해당 기술 분야에서 통상의 지식을 가진 사람이 종래 기술로부터 용이하게 실시할 수 있는 기술에 해당하고 그러한 사정을 피고와 경쟁관계에 있는 제3자가 쉽게 알 수 있었으므로, 피고는 이 사건 특허발명의 보유 등을 통하여 무상의 통상실시권을 넘는 독점적·배타적 이익을 얻었다고 할 수도 없다.

2) 이 사건 특허발명의 명세서에 따르면, 사용자 선호도 등을 이 사건 제1항 발명의 '카테고리 편집 데이터'라고 설명하고 있지 않고, 이 사건 제1항 발명에서의 '사용자'는 상세검색 인터페이스를 통해 상품을 검색하는 사람만을 의미한다고 보아야 한다.

3) 따라서 원고들의 이 사건 청구는 어느 모로 보나 모두 이유 없다.

3. 원고들의 청구에 관한 판단

위 당사자들의 주장 요지에서 살핀 바와 같이, 이 사건 제1항 발명의 구성요소 1의 '카테고리 편집 데이터'의 의미와 '카테고리 편집 데이터를 생성'하는 주체에 대해 당사자들 사이에 다툼이 있으므로, 먼저 청구범위의 해석을 통해 이 사건 특허발명의 기술적 범위를 확정된 다음, 피고가 이 사건 특허발명을 실시하였는지 여부 등에 관하여 차례로 살펴보기로 한다.

가. 이 사건 특허발명의 청구범위 해석

1) 관련 법리

특허발명의 보호범위는 청구범위에 적혀 있는 사항에 따라 정해지고 발명의 설명이나 도면 등으로 보호범위를 제한하거나 확장하는 것은 원칙적으로 허용되지 않는다. 그러나 청구범위에 적혀 있는 사항은 발명의 설명이나 도면 등을 참작하여야 그 기술적인 의미를 정확하게 이해할 수 있으므로, 청구범위에 적혀 있는 사항의 해석은 문언의 일반적인 의미 내용을 기초로 하면서도 발명의 설명이나 도면 등을 참작하여 문언에 의하여 표현하고자 하는 기술적 의의를 고찰한 다음 객관적·합리적으로 하여야 한다(대법원 2009. 10. 15. 선고 2007다45876 판결, 대법원 2019. 10. 17. 선고 2019다222782, 222799 판결 등 참조).

2) 구체적 검토

가) 이 사건 제1항 발명의 청구범위에는 '상품을 상세 검색하기 위한 카테고리에 대해 카테고리 편집 데이터를 생성하는 단계(이하 '구성요소 1'이라 한다)'라고 기재되어 있다.

나) 구성요소 1의 청구범위 기재 중 '카테고리' 및 '편집'의 사전적 정의는 각각 '데이터를 표현상의 성질에 따라 분류한 범주, 종류 등' 및 '입력(삽입)하거나 수정, 삭제 하는 등의 작업'으로 볼 수 있고¹⁾, 구성요소 1의 청구범위에 기재된 '카테고리'는 '상품을 상세 검색하기 위한'에 의해 한정된다. 따라서 이 사건 제1항 발명의 구성요소 1에 대한 청구범위 기재 중 '카테고리 편집 데이터'를 그 문언에 따라 해석하면, '상품을 상세히 검색하기 위한 표현상의 성질에 따라 분류한 범주, 종류 등에 대해 입력(삽

1) C 제공 IT 용어사전(갑 제31호증의 1, 3 참조)

입)하거나 수정한 데이터'로 이해되는 사정과 함께, 아래와 같은 이 사건 특허발명의 명세서의 기재 등을 고려해 보면, 구성요소 1의 '카테고리 편집 데이터'란 상품을 검색하기 위한 상세 검색 인터페이스에 새로운 카테고리 또는 카테고리 옵션을 추가하거나, 이미 존재하는 카테고리에 대한 새로운 옵션을 추가한 것으로서, 추가 내지 변경을 원하는 카테고리 및 카테고리 옵션을 포함하는 데이터로 봄이 타당하다.

【갑 제1호증】

【0037】 카테고리 동적 조정 시스템은 상품을 상세 검색하기 위한 카테고리에 대해 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다. 도 2를 참고하면, 참조부호(202)는 카테고리 및 카테고리의 옵션을 추가하는 카테고리 편집 데이터에 관한 것이다. 참조부호(203)는 이미 존재하는 카테고리에 대해 새로운 옵션을 추가하는 카테고리 편집 데이터에 관한 것이다.

【도 2】

201 검색 인터페이스

카테고리 편집 데이터

202

203

카테고리

카테고리 옵션

| | | | | |
|--------|---------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| ▶ 특수기능 | <input type="checkbox"/> 손떨림 방지 | <input type="checkbox"/> 얼굴 인식 | <input type="checkbox"/> 회전형 LCD | <input type="checkbox"/> 수동 기능 |
| | <input type="checkbox"/> 접사 기능 | <input type="checkbox"/> 터치스크린 | | |
| ▶ 제조사 | <input type="checkbox"/> 파나소닉 | <input type="checkbox"/> 후지필름 | <input type="checkbox"/> 산요 | |

【0038】 즉, 카테고리 동적 조정 시스템은 카메라의 카테고리인 "특수 기능"을 기존의 카테고리에 추가하는 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다.

【0039】 그리고, 카테고리가 "특수 기능"인 경우, 카테고리 동적 조정 시스템은 사용자로부터 카테고리의 옵션에 해당하는 "손떨림 방지, 얼굴 인식, 회전형 LCD, 수동 기능, 접사 기능, 터치스크린"을 추가하는 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다.

【0040】 예를 들어, 사용자가 별도의 카테고리 편집 인터페이스를 통해 새로운 카테고리를 입력하거나(특정 페이지의 일부 영역을 통해 새로운 카테고리를 입력받음) 또는 이미 존재하는 카테고리를 수정하는 경우, 카테고리 동적 조정 시스템은 추가 또는 수정된 카테고리에 기초하여 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다.

다) 이 사건 제1항 발명의 청구범위에는 각 단계를 수행하는 주체에 대하여는 명시적인 기재가 없다. 그런데 아래에서 살펴보는 것과 같은 이 사건 신고서의 내용과 이 사건 특허발명의 명세서의 기재가 이 사건 특허발명의 목적 및 그 내용 등과 종합해 보면, 이 사건 제1항 발명의 구성요소 1의 '카테고리 편집 데이터를 생성'하는 주체는 '사용자'로서, 그 사용자는 상세검색화면을 통해 상품을 검색하는 사람(구매자)으로 봄이 타당하다.

(1) 이 사건 신고서에는 상세검색의 카테고리 추가 등에 대해 '2-1. 상세검색의 카테고리 추가, 정렬 편집을 사용자가 할 수 있다. 이를 보면, 제조사, 브랜드 등 이미 존재하는 카테고리 외에 중요한 다른 카테고리가 필요할 경우, 사용자가 카테고리를 만들 수 있다. ... 바로 적용이 되지 않을 수는 있으나 위키피디아(Wikipedia)처럼 사용자에 의해 카테고리가 추가, 편집될 수 있음이 핵심이다. 카테고리를 추가하면서 카테고리의 요소들을 추가할 수도 있다.'라고 기재되어 있다. 그런데 이 사건 직무발명에서 원고들이 인용한 위키피디아(Wikipedia)에는 '그런데 21세기에 등장한 위키피디아는 새로운 종류의 백과사전으로서 그 내용을 담은 매체도 종이에서 인터넷으로 바뀌었을 뿐만 아니라, 집필 및 편집의 주체와 방식도 달라졌다. 즉, 각계의 전문가와 백과사전 편찬자들이 저술·편집한 것을 독자들이 구입해 읽는 과거의 방식이 아니라, 독자들이 직접 인터넷 사이트를 통해 자유롭게 저술·편집하고 수정·보완해 나가는 방식이다.'라는 내용²⁾이 기재되

어 있는데, 이 사건 직무발명은 위키피디아에서와 같이 상세검색을 이용하는 사용자들이 직접 상세검색화면의 카테고리 등을 자유롭게 추가, 편집하려는 것임을 알 수 있다.

(2) 위와 같은 이 사건 직무발명의 내용이 반영되어 출원 및 등록된 이 사건 특허발명은, ① 종래 상품을 검색하기 위한 상세검색 서비스에서 상품의 속성은 상품의 발전을 즉각적으로 반영하지 못해 사용자가 실제 원하는 상품을 검색하지 못하는 문제점을 해결하기 위한 것인 점³⁾, ② 이 사건 특허발명의 명세서에는 아래와 같이 과제해결을 위한 구체적인 실시예로서 상품의 속성인 카테고리 등을 사용자가, 사용자로부터 또는 사용처에 의해 생성 내지 추가되는 것으로 설명되어 있는 점, ③ 카테고리 등을 사용자가 추가하거나 수정할 수 있도록 함으로써 사용자의 검색 성향을 쉽게 반영할 수 있는 효과가 있다⁴⁾라고 기재되어 있는 점 등을 앞서 본 법리와 종합해 보면, 이 사건 제1항 발명의 구성요소 1의 '카테고리 편집 데이터를 생성'하는 주체는 '사용자'이고, 그 사용자는 원하는 상품을 검색하는 사람(구매자)으로 인정함이 타당하다.

【0006】 본 발명은 상품의 속성인 카테고리 또는 카테고리의 옵션을 사용자가 추가하거나 수정할 수 있도록 함으로써 사용자의 검색 성향을 쉽게 반영할 수 있는 카테고리 동적 조정 방법 및 시스템을 제공한다.

【0040】 예를 들어, 사용자가 별도의 카테고리 편집 인터페이스를 통해 새로운 카테고리를 입력하거나(특정 페이지의 일부 영역을 통해 새로운 카테고리를 입력받음) 또는 이미 존재하는 카테고리를 수정하는 경우, 카테고리 동적 조정 시스템은 추가 또는 수정된 카테고리에 기초하여 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다.

【0041】 즉, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리 또는 카테고리 옵션을 사용자가 추가할 수 있게 함으로써 실제 사용자가 원하는 형식의 상세 검색을 수행할 수 있도록 한다. 다만, 사용자

2) 을 제18호증의 제3쪽 참조

3) 갑 제1호증의 식별번호 [0002] ~ [0004]

4) 갑 제1호증의 식별번호 [0013]

가 비전문가인 경우, 상품과 관련되지 않거나 불충분한 카테고리가 추가될 수 있기 때문에, 카테고리 동적 조정 시스템은 사용자에 의해 추가된 카테고리나 카테고리의 옵션을 기존의 카테고리에 바로 반영하는 것이 아니라, 임시적으로 추가할 수 있다.

【0061】카테고리 편집 데이터 생성부(601)는 상품을 상세 검색하기 위한 카테고리에 대해 사용자로부터 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다. 여기서, 카테고리는 상품의 속성(예를 들어, 상품이 카메라인 경우, 카테고리는 렌즈, 메모리, 줌배율 등을 포함함)과 관련된 데이터일 수 있다. 카테고리는 상품의 종류에 따라 달라질 수 있다.

【0062】일례로, 카테고리 편집 데이터 생성부(601)는 사용자로부터 이미 존재하는 카테고리를 수정하거나 또는 새로운 카테고리를 추가하는 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다.

3) 원고들의 주장에 대한 검토

이에 대해 원고들은, '구성요소 1의 "카테고리 편집 데이터"는 카테고리의 편집이라는 결과에 기초되거나 고려되는 요소인 클릭수, 검색어 입력 빈도 등의 사용자 선호도를 의미한다.'라는 취지로 주장한다.

그러나 아래와 같은 이 사건 특허발명의 명세서의 내용 등에 따르면, ① 원고들이 주장하는 '사용자의 선호도'는 카테고리 또는 카테고리 옵션을 정렬하거나 선택하기 위해 활용되는 것으로서 '카테고리와 별도의 기능'으로 설명하고 있는 점, ② '사용자 선호도'에 따라 카테고리 등을 정렬하거나 선택하는 것은 '카테고리 편집 데이터'를 생성하는 '카테고리 편집 데이터 생성부(601)'와는 별개의 '카테고리 편집부(602)'에서 수행되는 것으로 보이는 점, ③ 이 사건 제1항 발명의 종속항인 청구항 3, 4에 기재된 '사용자의 선호도에 기초하여 카테고리 또는 카테고리 옵션을 정렬하거나 선택하는 구성'은 이 사건 제1항 발명의 '카테고리 편집 데이터를 생성하는 단계(구성요소 1)'가 아닌 '상품의 카테고리를 편집하는 단계(구성요소 2)'를 한정하는 점 등을 종합하면, 원고들이 주장하는 '사용자의 선호도'가 카테고리 편집 데이터에 해당된다고 인정하기는 어

럽다. 따라서 원고들의 위 주장은 받아들이지 않는다.

【0025】카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리 또는 카테고리의 옵션이 추가 또는 수정이 되면, 사용자의 선호도에 따라 카테고리 또는 카테고리의 옵션에 관해 별도의 기능을 수행할 수 있다.

【0026】일례로, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리와 관련한 사용자의 선호도에 기초하여 카테고리 또는 카테고리 옵션을 정렬할 수 있다. 예를 들어, 카테고리 동적 조정 시스템은 사용자의 관심도에 따라 카테고리를 내림차순으로 정렬하거나 카테고리의 옵션을 내림차순으로 정렬할 수 있다.

【0027】다른 일례로, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리와 관련한 사용자의 선호도에 기초하여 선호도가 가장 높은 카테고리의 옵션을 선택할 수 있다. 즉, 카테고리 동적 조정 시스템은 사용자의 관심이 높은 카테고리의 옵션을 선택함으로써, 사용자로 하여금 상세 검색을 위한 참고 데이터로 활용할 수 있도록 한다.

【0028】또 다른 일례로, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리와 별도로 카테고리에 대한 사용자의 선호도 데이터를 생성할 수 있다. 즉, 사용자들이 많이 선택한 카테고리 또는 카테고리 옵션에 대해 선택 횟수로 나타낼 수 있는 선호도 데이터를 생성할 수 있다. 이러한 선호도 데이터는 상세 검색 인터페이스에 별도로 제공될 수 있다.

【0060】도 6을 참고하면, 카테고리 동적 시스템(600)은 카테고리 편집 데이터 생성부(601), 카테고리 편집부(602), 옵션 범위 조정부(603) 및 검색 인터페이스 제공부(604)를 포함할 수 있다.

【0061】카테고리 편집 데이터 생성부(601)는 상품을 상세 검색하기 위한 카테고리에 대해 사용자로부터 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다

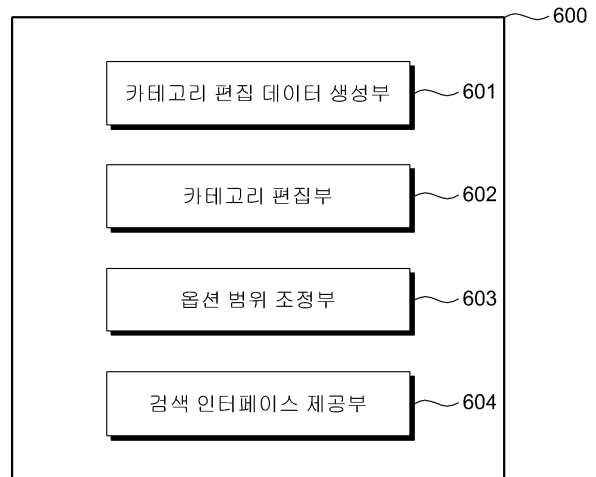
【0064】일례로, 카테고리 편집부(602)는 카테고리와 관련한 사용자의 선호도에 기초하여 카테고리 또는 카테고리의 옵션을 정렬할 수 있다. 예를 들어, 카테고리 편집부(602)는 사용자의 관심도에 따라 카테고리를 내림차순으로 정렬하거나 카테고리의 옵션을 내림차순으로 정렬할 수 있다.

【0065】다른 일례로, 카테고리 편집부(602)는 카테고리와 관련한 사용자의 선호도에 기초하여 선호도가 가장 높은 카테고리의 옵션을 선택할 수 있다. 즉, 카테고리 편집부(602)는 사용자의

관심이 높은 카테고리의 옵션을 선택함으로써, 사용자로 하여금 상세 검색을 위한 참고 데이터로 활용할 수 있도록 한다.

【0066】 또 다른 일례로, 카테고리 편집부(602)는 카테고리와 별도로 카테고리에 대한 사용자의 선호도 데이터를 생성할 수 있다. 즉, 사용자들이 많이 선택한 카테고리 또는 카테고리 옵션에 대해 선택 횟수로 나타낼 수 있는 선호도 데이터를 생성할 수 있다. 이러한 선호도 데이터는 상세 검색 인터페이스에 별도로 제공될 수 있다.

【도 6】



4) 소결

따라서 앞서 살핀 바에 따르면, 원고들이 이 법원에 이르기까지 제출한 증거들과 그 주장의 사정들을 모두 고려하더라도, 이 사건 제1항 발명의 구성요소 1의 '카테고리 편집 데이터를 생성'하는 주체는 사용자로서, 사용자는 상세검색화면을 통해 상품을 검색하는 사람(구매자)을 의미한다고 보아야 하며, 구성요소 1 중 '카테고리 편집 데이터'는 '추가 내지 변경을 원하는 카테고리 및 카테고리 옵션을 포함'하는 데이터로 제한된 구성만을 그 특허발명의 기술적 범위로 하고 있다고 봄이 옳다.

나. 피고의 이 사건 특허발명 실시 여부

1) 이 사건 제1항 발명의 실시 여부

가) 구성요소 1에 관한 검토

(1) 이 사건 제1항 발명의 구성요소 1은 “상품을 상세 검색하기 위한 카테고리에 대해 카테고리 편집 데이터를 생성하는 단계”로서, 앞서 살펴본 바와 같이 구성요소 1

은 상세검색화면을 통해 상품을 검색하는 사람(구매자)이 추가 내지 변경을 원하는 카테고리 및 카테고리 옵션의 정보를 포함하는 데이터를 생성하는 것을 그 기술적 범위로 하고 있다.

그런데 피고 실시 서비스에서 상세검색을 하는 사용자는 상세검색화면에서 이미 주어진 카테고리들 및 카테고리 옵션들 중에서 원하는 것을 단지 선택하여 상세검색을 수행할 수 있을 뿐, 사용자가 상세검색화면 상에 새로운 카테고리 등을 입력하거나 이미 존재하는 카테고리 등을 수정할 수 없고, 달리 사용자에게 위와 같은 작업을 수행할 수 있는 별도의 카테고리 편집 인터페이스를 제공한다고 인정할 증거도 부족하다. 즉, 피고 실시 서비스에는 상세검색화면을 통해 상품을 검색하는 사람(구매자)이 카테고리 등을 추가하거나 수정하는 것을 포함하고 있지 않는 것으로 보이므로, 구성요소 1의 상품을 검색하는 사람(구매자)이 추가 내지 변경을 원하는 카테고리 및 카테고리 옵션의 정보를 포함하는 데이터를 생성하는 것을 실시하고 있지 않다고 볼 것이다.

(2) 이에 대해 원고들은, '이 사건 특허발명에서의 "사용자"는 시스템 관리자와 대향되는 지위의 시스템 이용자를 의미하므로 상품을 검색하는 구매자뿐만 아니라 상품의 판매자도 포함되는 의미로 보아야 하며, 피고 실시 서비스는 상품의 판매자로부터 카테고리 등에 관한 의견을 받아 반영하고 있으므로, 구성요소 1의 "사용자"가 카테고리 등을 추가하거나 수정하는 것을 실시하고 있다.'라는 취지로 주장한다.

그러나, 앞서 살펴본 바와 같이 이 사건 특허발명에서의 '사용자'는 상품을 검색하는 사람(구매자)을 의미하는 것으로서 상품의 판매자가 그 범위에 포함된다고 보기 어렵다. 설령 원고들의 주장과 같이 상품의 판매자도 '사용자'로 볼 수 있다고 가정

하더라도, 갑 제6, 7호증, 갑 제35호증의 1의 각 기재에 변론 전체의 취지를 보태어 보면 원고들 주장의 상품 판매자가 피고 측의 스마트스토어 관리자에게 이메일이나 1:1 문의를 통해 카테고리(또는 상품 속성)의 추가를 요청하면, 위 판매자로부터 이메일이나 1:1 문의 내용을 받은 피고 측의 시스템 관리자가 카테고리(또는 상품 속성)의 추가를 수행하는 것으로 인정된다. 따라서 원고들이 위에서 주장한 피고 실시 서비스에서 카테고리 등을 추가하거나 수정하는 주체는 상품의 판매자가 아닌 피고 측의 '시스템 관리자'라고 볼 것이다.

【갑 제6호증】

- Q. 요즘 코트에 '닐리리아' 소재를 많이 사용하는데요. 선택할 수 있는 값이 없네요 이소재도 있으면 좋겠어요, 디테일에 땡땡땡도 추가했으면 해요 등..
- A. 누구보다 시장의 빠른 트렌드를 알고 계신 판매자분들의 의견은 환영합니다 아래 계정으로 의견 주시면 검색쿼리, 적절성, 표준화등 내부 검토를 통하여, 정기적 시점에 반영하도록 하겠습니다 소중한 의견은 적극 검토하겠습니다, 개별 피드백은 어려울 수 있는점 양해 부탁드립니다.
Email: dl_attributeoffer@naver.com

[도면 삽입을 위한 여백]

【갑 제35호증의 1】 C 쇼핑 상품정보 항목 추가 요청화면

RE : 상품정보 추가 요청

네이버 스마트스토어 <help_noreply@navercorp.com>
To: "[SN]netch30" <netch30@gmail.com>

3 May 2022 at 11:38

NAVER 스마트스토어

답변이 등록되었습니다

판매 회원님! 안녕하세요?

고객님의 문의에 상담원의 답변이 등록되었습니다.

문의정보

문의일 2022-05-03 10:30:10

문의분류 상품관리 > 상품등록 및 수정

문의제목 상품정보 추가 요청

문의내용

카테고리: 디지털/가전>휴대폰>자급제품

상품명: 아이폰 13 pro

아이폰 13 pro의 "브랜딩기능:아이폰 기능"속성 항목에 보면, 속성값으로 애니모티콘, 트루덱스카메라, 페이스타임HD 등이 나옵니다. 그런데, 여기에 아이폰 13 pro에 탑재된 라이더 센서가 포함되어있지 않습니다. 라이더 센서를 사용하면 3D 스캔을 할 수 있고, 스마트폰으로 아이의 키를 잴 수 있는 등 다양한 기능이 가능하기 때문에 출시전부터 많은 화제를 모았던 기능입니다. 추후 다른 스마트폰 모델들에도 확산이 될 가능성이 있습니다. 게다가 아이폰 13 모델들 중에 더 고가인 pro 모델의 (다른 아이폰 13 하위 모델 대비) 차별화 포인트 중의 하나가 이 라이더 센서와 이를 통한 3D 스캔 기능입니다.

그러므로, "브랜딩기능:아이폰 기능"속성, 또는 "부가기능"속성에 속성값으로 라이더 센서를 선택할 수 있도록 추가 요청드립니다.

답변내용

답변내용

안녕하세요, netc*** 고객님의.

스마트스토어 김지윤입니다.

요청하신 속성값 추가 완료하였으며,

서비스 반영에는 1일 정도 소요될 수 있습니다.

네이버 스마트스토어를 이용해 주셔서 감사합니다.

24시간 열려있는 챗봇 서비스를 이용하시면 보다 빠르게 궁금증을 해결하실 수 있으며,

고객센터 영업시간 내 특목 상담하기를 통해 문의 주시면 빠른 처리가 가능합니다.

[특목 상담하기](#)

답변이 도움이 되었나요?

고객님의 소중한 의견을 전달해주세요. 더 나은 상담을 위해 노력하겠습니다.

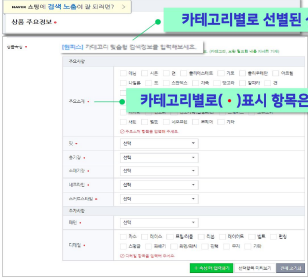
또한, 위 증거 등에 의하면 피고 실시 서비스에서 상품의 판매자로부터 메뉴의 카테고리(또는 상품 속성) 등에 관한 의견을 받아 반영한다는 것은, 피고의 C 스마트스토어 서비스를 통하여 상품을 판매하려는 판매자가 상품정보를 입력할 수 있도록 판매자에게 주어지는 '상품정보등록화면'에 나타나는 카테고리 등에 대한 의견을 받아 추가를 한다는 것으로 인정될 뿐이고, C 쇼핑 서비스의 '상세검색화면'에 나타나는 상품을 상세 검색하기 위한 카테고리 등을 추가하기 위한 것으로 보이지 않는다. 결국, 원고들의 위 주장은 이유 없다.

[도면 삽입을 위한 여백]


【갑 제7호증】

① 상품등록 메뉴에서 카테고리별로 상품정보를 선택할 수 있어요.

스마트스토어 센터 > 상품관리 > 상품등록 > 카테고리 선택 > 상품 주요 정보 > 상품속성




카테고리별(·) 표시 항목은 필수 입력 대상입니다.

내 상품에 적합한 상품정보가 없다면 

시장의 빠른 트렌드를 알고 계산 판매자 분들의 의견 환영합니다.

고객센터 1:1문의에 남겨주세요.

- 카테고리, 쇼핑물명, 상품 ID/URL필수 + 보완 사항 기재-



단, 카테고리나 상품을 대표할 수 있는 정보 제공을 목적으로 합니다.
검색 인기도, 적절성, 표준화 등 내부 검토를 통해
일부 대중적이지 않은 정보는 반려될 수 있습니다.

담당부서 확인을 통해 정기적 시점에 반영 하도록 하겠습니다.

(3) 따라서 피고가 피고 실시 서비스 등을 통하여 이 사건 제1항 발명의 구성요소 1을 실시하고 있다고 인정할 수 없다.

나) 구성요소 2에 관한 검토

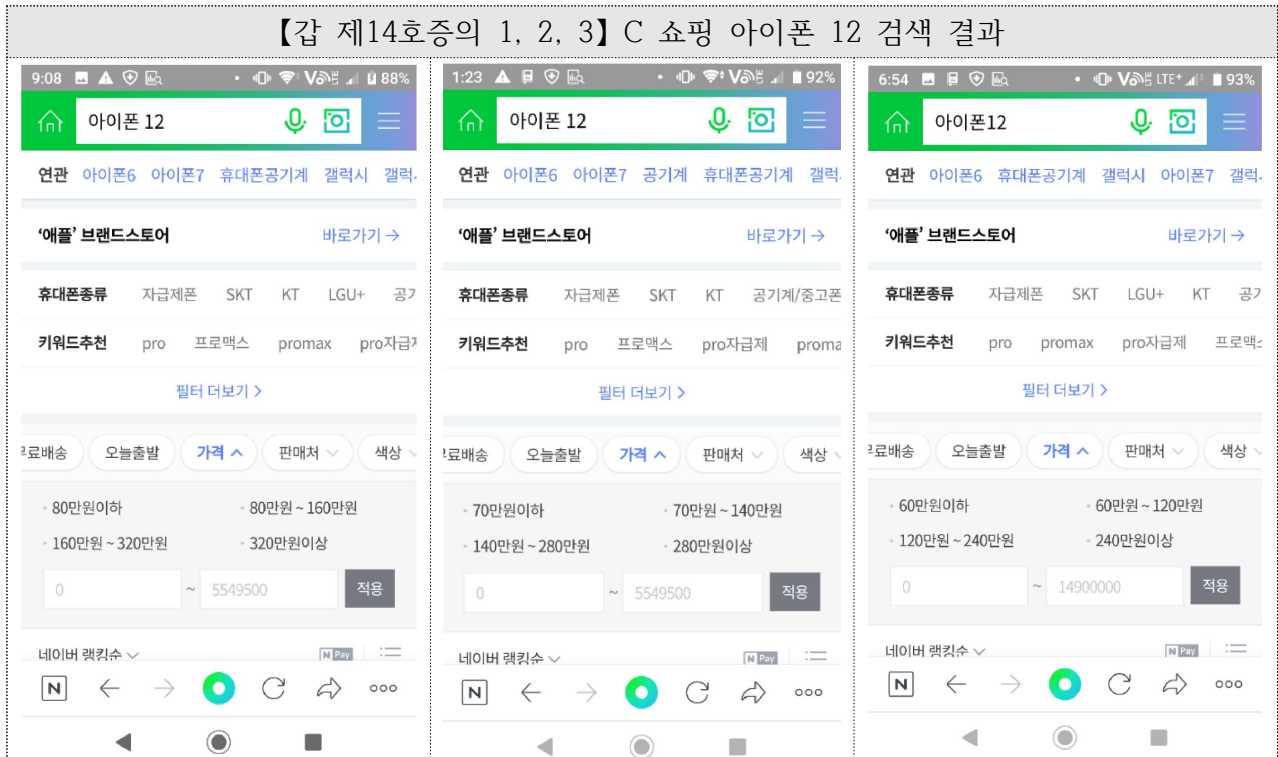
이 사건 제1항 발명의 구성요소 2는 “상기 생성된 카테고리 편집 데이터를 반영하여 상기 상품의 카테고리를 편집하는 단계”로서, 구성요소 1에서 생성된 카테고리 편집 데이터의 반영을 전제로 하는 것인데, 앞서 살펴본 바와 같이 피고가 피고 실시 서비스에서 구성요소 1을 실시하고 있다고 볼 수 없는 이상, 구성요소 2도 실시하지 않는다고 보아야 한다. 따라서 피고는 피고 실시 서비스 등을 통하여 이 사건 제1항 발명의 구성요소 2를 실시하고 있다고 볼 수 없다.

다) 구성요소 3에 관한 검토

이 사건 제1항 발명의 구성요소 3은 “카테고리 편집이 반영된 상품의 전체 카테고리 중 정량적 카테고리에 대해 카테고리의 옵션 범위를 동적으로 조정하는 단계”이다.

그런데 갑 제14호증의 기재에 변론 전체의 취지를 보태어 보면, 피고 실시 서비스에서는 C 쇼핑에 등록된 아이폰 12의 가격이 변화함에 따라 정량적 카테고리인 가격의 옵션 범위가 동적으로 조정되는 것을 개시하고 있는 것으로 인정할 수 있다. 사정이 그러하다면, 피고 실시 서비스는 이 사건 제1항 발명의 구성요소 3의 '정량적 카

테고리에 대해 카테고리의 옵션 범위를 동적으로 조정'하는 것을 실시하고 있다고 볼 것이다.



라) 소결

이상에서 검토한 바에 따르면, 원고들이 이 법원에 이르기까지 제출한 증거들과 그 주장의 사정들을 모두 고려하더라도, 피고 실시 서비스는 이 사건 제1항 발명의 구성요소 1, 2를 포함하지 아니하여 피고가 이 사건 제1항 발명을 그대로 실시한 것이라고 인정할 수 없고, 달리 피고가 이 사건 제1항 발명을 실시하고 있다고 볼 만한 증거도 부족하다.

2) 이 사건 제2 내지 10항 발명의 실시 여부

이 사건 제2 내지 10항 발명은 이 사건 제1항 발명의 종속항 발명으로, 앞서 본

바와 같이 피고가 이 사건 제1항 발명을 실시하지 않은 것으로 인정하는 이상, 그 종속항인 이 사건 제2 내지 10항 발명도 실시하지 않았다고 볼 것이다.

3) 이 사건 제11항 발명의 실시 여부

이 사건 제11항 발명은 이 사건 제1 내지 10항 중 어느 한 항의 방법을 실행하기 위한 프로그램이 기록되어 있는 기록 매체에 불과하므로, 피고가 이 사건 제1 내지 10항 발명을 실시하지 않은 것으로 인정하는 이상, 이 사건 제11항 발명도 실시하지 않았다고 봄이 타당하다.

4) 이 사건 제12항 내지 21항 발명의 실시 여부

이 사건 제12 내지 21항 발명은 이 사건 제1 내지 10항 발명의 방법 발명을 장치 발명으로 청구한 것으로, 이 사건 제12 내지 21항 발명은 이 사건 제1 내지 10항 발명과 각각 그 기술적 사상이 동일하므로, 피고가 이 사건 제1 내지 10항 발명을 실시하지 않은 것으로 인정하는 이상, 이 사건 제12 내지 21항 발명도 실시하지 않았다고 봄이 타당하다.

다. 피고가 이 사건 특허발명의 보유로 매출 증가 등의 이익을 얻었는지 여부

1) 원고들이 이 법원에 이르기까지 제출한 모든 증거들과 그 주장의 사정들만으로는 피고가 이 사건 특허발명의 보유를 통하여 피고의 경쟁 회사로 하여금 이 사건 특허발명을 실시할 수 없게 하는 등으로 인하여 피고의 매출이 증가하였다는 사실을 인정하기 어렵고, 달리 이를 인정할 만한 객관적 증거도 부족하다.

2) 한편, 갑 제17호증, 을 제1, 9, 13호증의 각 기재에 변론 전체의 취지를 보태어 보면 인정할 수 있는 다음과 같은 사정 등을 종합하면, 피고 실시 서비스는 이미 공지된 자유실시기술에 해당하는 것으로 봄이 타당하다.

가) 피고는 이 사건 특허발명의 출원 전에 이미 '상세검색 기능'을 제공하고 있었던 것으로 보인다.

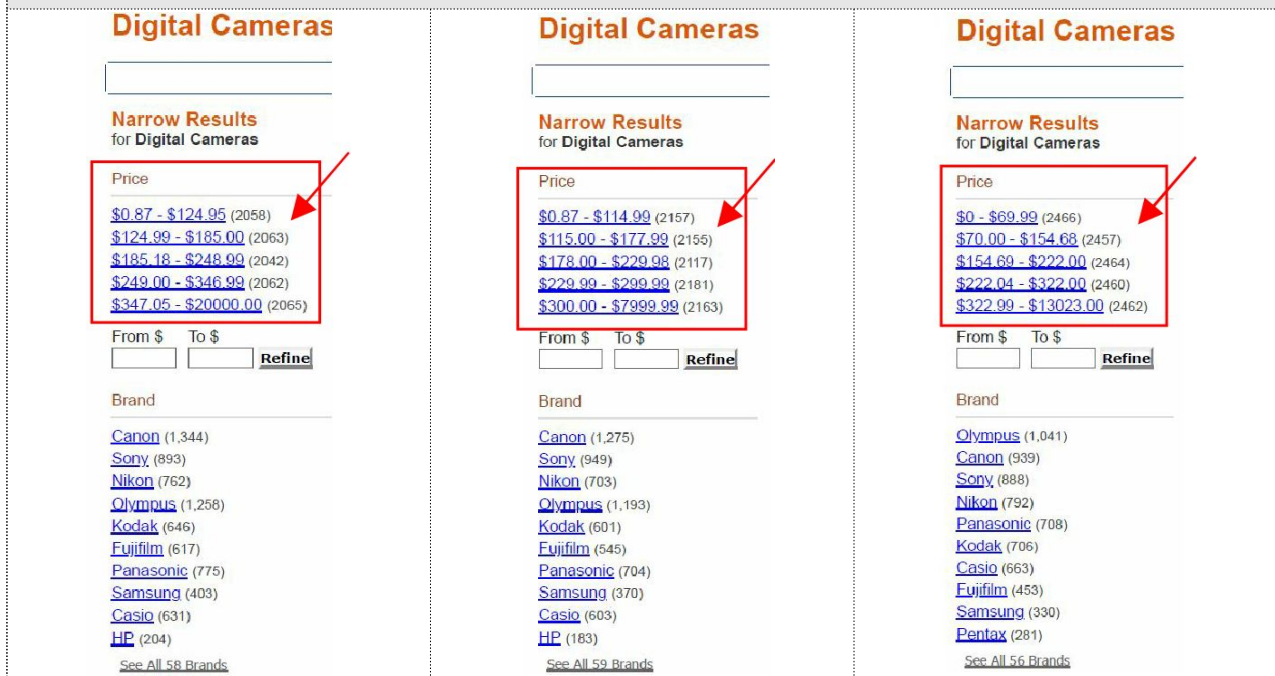
나) 피고의 경쟁회사로 볼 수 있는 '야후(Yahoo) 쇼핑' 및 '쇼핑닷컴' 역시 이 사건 특허발명의 출원 전부터 '사용자가 키워드 검색이나 카테고리 검색의 방법에 의해 특정 종류의 상품을 검색한 경우, 검색 결과로 화면에 제시되는 상품에 대해 특정 카테고리(가격, 제조사, 기능 등)를 지정함으로써 범위를 좁혀 더욱 세부적인 검색'을 하는 상세검색 서비스를 제공하고 있었으며, 이와 같은 상세검색 서비스는 피고 실시 서비스와 사실상 차이가 크지 아니한 것으로 판단된다.

| 【갑 제17호증의 1】야후 쇼핑 | 【을 제13호증】쇼핑닷컴 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--|---|--|---|---|--|---|---|--|---|---|--|---|---|--|---|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---|--|--|--|--|--|---|--|
| <p>Digital Cameras</p> <p>Need help buying? Read advice for Digital Cameras on Yahoo! Shopping</p> <p>Narrow Results for Digital Cameras</p> <p>Price: \$6.99 - \$123.95 (1715), \$123.98 - \$174.00 (1712), \$174.68 - \$245.00 (1715), \$245.58 - \$349.95 (1704), \$349.99 - \$6829.00 (1724)</p> <p>From \$ To \$ Refine</p> <p>Brand: Canon (1,217), Sony (815), Nikon (674), Kodak (602), Olympus (841), Fujifilm (403), Panasonic (629), Casio (452), Samsung (432), HP (372), See All 58 Brands</p> <p>Product Line: PowerShot (676), Cyber-shot (567), Lumix (542), EasyShare (490), EOS (419), FinePix (397), Stylus (354), Coolpix (337), PhotoSmart (307), EXILIM (282), See All 14 Product Lines</p> <p>Megapixels: 0.10 - 6.0 (1,637), 6.1 - 7.1 (1,318)</p> <p>Compare Side by Side Sort by Top Results Show Grid View</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>Canon EOS 40D Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (5) Canon - 10.1 Megapixels - 3 in LCD Screen Size</td> <td>\$739 - \$1,352 Compare 19 Prices</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Canon EOS Digital Rebel XTi (Body Only-Black) Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (45) Canon - 10.1 Megapixels - 2.5 in LCD Screen Size</td> <td>\$421 - \$626 Compare 21 Prices</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Nikon D80 (Body Only) Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (20) Nikon - 10.2 Megapixels - 2.5 in LCD Screen Size</td> <td>\$600 - \$999 Compare 15 Prices</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Nikon D40x Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (5) Nikon - 10.2 Megapixels - 2.5 in LCD Screen Size</td> <td>\$390 - \$800 Compare 15 Prices</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Nikon D40 Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (57) Nikon - 6.1 Megapixels - 2.5 in LCD Screen Size - 3 X Optical Zoom</td> <td>\$363 - \$584 Compare 25 Prices</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Canon PowerShot G9 Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (7)</td> <td>\$419 - \$500 Compare 17 Prices</td> </tr> </table> | | Canon EOS 40D Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (5) Canon - 10.1 Megapixels - 3 in LCD Screen Size | \$739 - \$1,352 Compare 19 Prices | | Canon EOS Digital Rebel XTi (Body Only-Black) Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (45) Canon - 10.1 Megapixels - 2.5 in LCD Screen Size | \$421 - \$626 Compare 21 Prices | | Nikon D80 (Body Only) Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (20) Nikon - 10.2 Megapixels - 2.5 in LCD Screen Size | \$600 - \$999 Compare 15 Prices | | Nikon D40x Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (5) Nikon - 10.2 Megapixels - 2.5 in LCD Screen Size | \$390 - \$800 Compare 15 Prices | | Nikon D40 Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (57) Nikon - 6.1 Megapixels - 2.5 in LCD Screen Size - 3 X Optical Zoom | \$363 - \$584 Compare 25 Prices | | Canon PowerShot G9 Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (7) | \$419 - \$500 Compare 17 Prices | <p>Bookmark This Page Your Cart Your Account (Sign In)</p> <p>Home Clothing Shoes Computers Electronics Gift Cards At Home Health Kids See all ></p> <p>What are you shopping for? Search</p> <p>Back to: Home > Electronics > Cameras and Photography</p> <p>Digital Cameras</p> <p>Sort by: Best match Showing: 30 per page</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>Canon PowerShot SD1000 / Digital IXUS 70 Digital Camera ★★★★★ See 17 reviews 7.4 Megapixel, Ultra-Compact, 3x Optical Zoom, 4x Digital Zoom, CCD Sensor, Video Capability Included... More Compare</td> <td>\$150 - \$380 from 34 stores COMPARE PRICES</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Olympus Stylus 770 SW Digital Camera ★★★★★ See 9 reviews 7.1 Megapixel, Compact, 3x Optical Zoom, 5x Digital Zoom, CCD Sensor, Video Capability Included... More Compare</td> <td>\$280 - \$318 from 10 stores COMPARE PRICES</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Canon EOS 400D / Rebel XTi Digital Camera with 18-55mm Lens ★★★★★ See 20 reviews 10.5 Megapixel, SLR/Professional, CMOS Sensor, 2.5 in. LCD Panel, Built-In & External Flash... More Compare</td> <td>\$689 - \$1,000 from 28 stores COMPARE PRICES</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Canon PowerShot S5 IS Digital Camera ★★★★★ See 63 reviews 8.3 Megapixel, Standard Point and Shoot Camera, 12x Optical Zoom, 4x Digital Zoom, CCD Sensor... More Compare</td> <td>\$317 - \$500 from 33 stores COMPARE PRICES</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Canon PowerShot A560 Digital Camera ★★★★★ See 8 reviews 7.4 Megapixel, Standard Point and Shoot, 4x Optical Zoom, 4x Digital Zoom, CCD Sensor, Video... More Compare</td> <td>\$127 - \$330 from 33 stores COMPARE PRICES</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Panasonic Lumix DMC-TZ3 Digital Camera ★★★★★ See 17 reviews 8.5 Megapixel, Standard Point and Shoot, 10x Optical Zoom, 3x Digital Zoom, CCD Sensor, Video... More Compare</td> <td>\$230 - \$350 from 18 stores COMPARE PRICES</td> </tr> </table> <p>Price Range: Below \$90 (142), \$90 - \$150 (147), \$150 - \$200 (126), \$200 - \$300 (139), \$300 - \$500 (126), Above \$500 (126)</p> <p>\$ From - \$ To Go</p> <p>Brand: Canon (83), Olympus (73), Nikon (72), Sony (59), Panasonic (41), More... Select more than one</p> <p>Resolution: 5 Mega Pixel Digital Cameras (133), 9 Mega Pixel Digital Cameras (5), 7 Mega Pixel Digital Cameras (109), 11 Mega Pixel Digital Cameras (2), 12 Mega Pixel Digital Cameras (20), More... Select more than one</p> <p>Optical Zoom: 2</p> | | Canon PowerShot SD1000 / Digital IXUS 70 Digital Camera ★★★★★ See 17 reviews 7.4 Megapixel, Ultra-Compact, 3x Optical Zoom, 4x Digital Zoom, CCD Sensor, Video Capability Included... More Compare | \$150 - \$380 from 34 stores COMPARE PRICES | | Olympus Stylus 770 SW Digital Camera ★★★★★ See 9 reviews 7.1 Megapixel, Compact, 3x Optical Zoom, 5x Digital Zoom, CCD Sensor, Video Capability Included... More Compare | \$280 - \$318 from 10 stores COMPARE PRICES | | Canon EOS 400D / Rebel XTi Digital Camera with 18-55mm Lens ★★★★★ See 20 reviews 10.5 Megapixel, SLR/Professional, CMOS Sensor, 2.5 in. LCD Panel, Built-In & External Flash... More Compare | \$689 - \$1,000 from 28 stores COMPARE PRICES | | Canon PowerShot S5 IS Digital Camera ★★★★★ See 63 reviews 8.3 Megapixel, Standard Point and Shoot Camera, 12x Optical Zoom, 4x Digital Zoom, CCD Sensor... More Compare | \$317 - \$500 from 33 stores COMPARE PRICES | | Canon PowerShot A560 Digital Camera ★★★★★ See 8 reviews 7.4 Megapixel, Standard Point and Shoot, 4x Optical Zoom, 4x Digital Zoom, CCD Sensor, Video... More Compare | \$127 - \$330 from 33 stores COMPARE PRICES | | Panasonic Lumix DMC-TZ3 Digital Camera ★★★★★ See 17 reviews 8.5 Megapixel, Standard Point and Shoot, 10x Optical Zoom, 3x Digital Zoom, CCD Sensor, Video... More Compare | \$230 - \$350 from 18 stores COMPARE PRICES |
| | Canon EOS 40D Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (5) Canon - 10.1 Megapixels - 3 in LCD Screen Size | \$739 - \$1,352 Compare 19 Prices | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Canon EOS Digital Rebel XTi (Body Only-Black) Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (45) Canon - 10.1 Megapixels - 2.5 in LCD Screen Size | \$421 - \$626 Compare 21 Prices | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Nikon D80 (Body Only) Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (20) Nikon - 10.2 Megapixels - 2.5 in LCD Screen Size | \$600 - \$999 Compare 15 Prices | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Nikon D40x Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (5) Nikon - 10.2 Megapixels - 2.5 in LCD Screen Size | \$390 - \$800 Compare 15 Prices | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Nikon D40 Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (57) Nikon - 6.1 Megapixels - 2.5 in LCD Screen Size - 3 X Optical Zoom | \$363 - \$584 Compare 25 Prices | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Canon PowerShot G9 Digital Camera ★★★★★ Product Reviews (7) | \$419 - \$500 Compare 17 Prices | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Canon PowerShot SD1000 / Digital IXUS 70 Digital Camera ★★★★★ See 17 reviews 7.4 Megapixel, Ultra-Compact, 3x Optical Zoom, 4x Digital Zoom, CCD Sensor, Video Capability Included... More Compare | \$150 - \$380 from 34 stores COMPARE PRICES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Olympus Stylus 770 SW Digital Camera ★★★★★ See 9 reviews 7.1 Megapixel, Compact, 3x Optical Zoom, 5x Digital Zoom, CCD Sensor, Video Capability Included... More Compare | \$280 - \$318 from 10 stores COMPARE PRICES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Canon EOS 400D / Rebel XTi Digital Camera with 18-55mm Lens ★★★★★ See 20 reviews 10.5 Megapixel, SLR/Professional, CMOS Sensor, 2.5 in. LCD Panel, Built-In & External Flash... More Compare | \$689 - \$1,000 from 28 stores COMPARE PRICES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Canon PowerShot S5 IS Digital Camera ★★★★★ See 63 reviews 8.3 Megapixel, Standard Point and Shoot Camera, 12x Optical Zoom, 4x Digital Zoom, CCD Sensor... More Compare | \$317 - \$500 from 33 stores COMPARE PRICES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Canon PowerShot A560 Digital Camera ★★★★★ See 8 reviews 7.4 Megapixel, Standard Point and Shoot, 4x Optical Zoom, 4x Digital Zoom, CCD Sensor, Video... More Compare | \$127 - \$330 from 33 stores COMPARE PRICES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Panasonic Lumix DMC-TZ3 Digital Camera ★★★★★ See 17 reviews 8.5 Megapixel, Standard Point and Shoot, 10x Optical Zoom, 3x Digital Zoom, CCD Sensor, Video... More Compare | \$230 - \$350 from 18 stores COMPARE PRICES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

다) 이 사건 제1항 발명의 구성요소 3에 대응하는 피고 실시 서비스의 구성인 정량적 카테고리인 가격의 옵션 범위를 동적으로 조정하는 기능 역시 이 사건 특허발명

의 출원 전 이미 야후 쇼핑에서 채택하고 있었던 기능으로 인정된다.

【을 제9호증의 1 내지 3】 2008년 5월 8일, 5월 11일, 8월 16일 당시의 야후 쇼핑 화면



라) 인터넷 쇼핑몰이라는 피고 실시 서비스의 특성상 그 구체적인 서비스의 내용 등은 비교적 쉽게 노출되게 될 수밖에 없으므로 피고와 경쟁관계에 있는 제3자도 피고 실시 서비스의 구체적 내용 등을 쉽게 알 수 있었을 것으로 보인다.

3) 따라서 피고가 이 사건 특허발명을 보유하고 있음으로 인하여 피고의 매출 증가 등의 이익을 얻고 있음을 전제로 한 원고들의 이 부분 주장도 이유 없다.

라. 소결론

이상에서 살핀 바에 따르면, 피고가 이 사건 특허발명을 실시하였다고 인정할 수 없고, 피고가 이 사건 특허발명의 보유를 통하여 원고들의 주장과 같은 매출 증가 등의 이익을 얻었다고 인정할 수도 없다. 따라서 그와 다른 전제에 기초한 원고들의 이 사건 청구는 나머지 점에 관하여 더 나아가 살펴볼 필요 없이 모두 이유 없다.

4. 결론

그렇다면 원고들의 이 사건 청구는 모두 기각하여야 할 것인데, 제1심 판결은 이와 결론이 같아 정당하므로 원고들의 항소는 이유 없어 모두 기각한다[한편, 앞서 살핀 여러 사정들에 비추어 볼 때, 이 사건의 변론종결일 이후에 이 법원에 제출된 원고들의 2023. 7. 21.자 참고서면(1), 2023. 7. 25.자 참고서면(2), 2023. 8. 7.자 참고서면(3) 및 그에 첨부된 자료들의 내용을 모두 고려하더라도, 위와 같은 판단을 뒤집기 어렵다].

재판장 판사 우성엽

판사 임영우

판사 김기수

[별지 1]

특허청구의 범위(청구항 2 내지 21)

【청구항 2】 제1항에 있어서,

상기 카테고리 편집 데이터를 생성하는 단계는,

상기 상품의 카테고리에 대해 카테고리 또는 카테고리 옵션을 수정 또는 추가하는 카테고리 편집 데이터를 생성하는 것을 특징으로 하는 카테고리 동적 조정 방법.

【청구항 3】 제1항에 있어서,

상기 상품의 카테고리를 편집하는 단계는,

상기 카테고리과 관련한 사용자의 선호도에 기초하여 상기 카테고리 또는 상기 카테고리의 옵션을 정렬하는 단계를 포함하는 카테고리 동적 조정 방법.

【청구항 4】 제1항에 있어서,

상기 상품의 카테고리를 편집하는 단계는,

상기 카테고리과 관련한 사용자의 선호도에 기초하여 상기 선호도가 가장 높은 카테고리의 옵션을 선택하는 단계를 포함하는 카테고리 동적 조정 방법.

【청구항 5】 제1항에 있어서,

상기 상품의 카테고리를 편집하는 단계는,

상기 카테고리과 별도로 상기 카테고리에 대한 사용자의 선호도 데이터를 생성하는 단계를 포함하는 카테고리 동적 조정 방법.

【청구항 6】 제1항에 있어서,

상기 카테고리의 옵션 범위를 동적으로 조정하는 단계는,

상기 카테고리의 옵션 구간 별 상품의 인기도를 고려하여 상기 카테고리의 옵션 범위를 조정하는 것을 특징으로 하는 카테고리 동적 조정 방법.

【청구항 7】 제6항에 있어서,

상기 상품의 인기도는,

상기 옵션 구간 별 상품 선택수, 상기 옵션 구간 별 구간 선택수, 상기 옵션 구간 별 상품 DB 개수 또는 상기 옵션 구간 별 상품 판매 건수를 포함하는 것을 특징으로 하는 카테고리 동적 조정 방법.

【청구항 8】 제6항에 있어서,

상기 카테고리의 옵션 범위를 동적으로 조정하는 단계는,

상기 카테고리의 옵션 구간 별 상품의 인기도가 유사하도록 상기 옵션 구간의 간격을 달리하여 상기 카테고리의 옵션 범위를 조정하는 것을 특징으로 하는 카테고리 동적 조정 방법.

【청구항 9】 제6항에 있어서,

상기 카테고리의 옵션 범위를 동적으로 조정하는 단계는,

상기 카테고리의 옵션 구간의 간격을 일정하게 하고, 상기 상품의 인기도에 따라 상기 옵션 구간에 대한 최소값 및 최대값을 다르게 설정하여 상기 카테고리의 옵션 범위를 조정하는 것을 특징으로 하는 카테고리 동적 조정 방법.

【청구항 10】 제1항에 있어서,

상기 조정된 옵션 범위를 반영하여 상기 상품에 관한 상세 검색 인터페이스를 사용자에게 제공하는 단계를 더 포함하는 카테고리 동적 조정 방법.

【청구항 11】 제1항 내지 제10항 중 어느 한 항의 방법을 실행하기 위한 프로그램이 기록되어 있는 것을 특징으로 하는 컴퓨터에서 판독 가능한 기록 매체.

【청구항 12】

상품을 상세 검색하기 위한 카테고리에 대해 카테고리 편집 데이터를 생성하는 편집

데이터 생성부;

상기 카테고리 편집 데이터를 반영하여 상기 상품의 카테고리를 편집하는 카테고리 편집부; 및

상기 카테고리 편집이 반영된 상품의 전체 카테고리 중 정량적 카테고리에 대해 상품의 속성 정보를 이용하여 카테고리의 옵션 범위를 동적으로 조정하는 옵션 범위 조정부를 포함하는 카테고리 동적 조정 시스템.

【청구항 13】 제12항에 있어서,

상기 편집 데이터 생성부는, 상기 상품의 카테고리에 대해 카테고리 또는 카테고리 옵션을 수정 또는 추가하는 카테고리 편집 데이터를 생성하는 것을 특징으로 하는 카테고리 동적 조정 시스템.

【청구항 14】 제12항에 있어서,

상기 카테고리 편집부는, 상기 카테고리과 관련한 사용자의 선호도에 기초하여 상기 카테고리 또는 상기 카테고리의 옵션을 정렬하는 것을 특징으로 하는 카테고리 동적 조정 시스템.

【청구항 15】 제12항에 있어서,

상기 카테고리 편집부는, 상기 카테고리과 관련한 사용자의 선호도에 기초하여 상기 선호도가 가장 높은 카테고리의 옵션을 선택하는 것을 특징으로 하는 카테고리 동적 조정 시스템.

【청구항 16】 제12항에 있어서,

상기 카테고리 편집부는, 상기 카테고리과 별도로 상기 카테고리에 대한 사용자의 선호도 데이터를 생성하는 것을 특징으로 하는 카테고리 동적 조정 시스템.

【청구항 17】 제12항에 있어서,

상기 옵션 범위 조정부는, 상기 카테고리의 옵션 구간 별 상품의 인기도를 고려하여 상기 카테고리의 옵션 범위를 조정하는 것을 특징으로 하는 카테고리 동적 조정 시스템.

【청구항 18】 제17항에 있어서,

상기 상품의 인기도는, 상기 옵션 구간 별 상품 선택수, 상기 옵션 구간 별 구간 선택수, 상기 옵션 구간 별 상품 DB 개수 또는 상기 옵션 구간 별 상품 판매 건수를 포함하는 것을 특징으로 하는 카테고리 동적 조정 시스템.

【청구항 19】 제17항에 있어서,

상기 옵션 범위 조정부는, 상기 카테고리의 옵션 구간 별 상품의 인기도가 유사하도록 상기 옵션 구간의 간격을 달리하여 상기 카테고리의 옵션 범위를 조정하는 것을 특징으로 하는 카테고리 동적 조정 시스템.

【청구항 20】 제17항에 있어서,

상기 옵션 범위 조정부는, 상기 카테고리의 옵션 구간의 간격을 일정하게 하고, 상기 상품의 인기도에 따라 상기 옵션 구간에 대한 최소값 및 최대값을 다르게 설정하여 상기 카테고리의 옵션 범위를 조정하는 것을 특징으로 하는 카테고리 동적 조정 시스템.

【청구항 21】 제12항에 있어서,

상기 조정된 옵션 범위를 반영하여 상기 상품에 관한 상세 검색 인터페이스를 사용자에게 제공하는 검색 인터페이스 제공부를 더 포함하는 카테고리 동적 조정 시스템.
끝.

㉠ 발명이 속하는 기술, 종래기술 및 기술적 과제

【0001】 본 발명은 카테고리 동적 조정 방법 및 시스템에 관한 것으로, 보다 상세하게는, 카테고리를 추가 또는 수정하고, 상품의 인기도에 기초하여 정량적인 카테고리에 대해 옵션 범위를 동적으로 조정하는 방법 및 시스템에 관한 것이다.

【0002】 인터넷 검색 서비스를 제공하는 업체는 지식 쇼핑과 같은 쇼핑 서비스도 함께 제공하는 경우가 많다. 이때, 사용자들은 원하는 형태의 상품을 검색하기 위해 쇼핑 서비스의 상세 검색을 이용한다.

【0003】 상세 검색은 상품의 다양한 속성을 하나 또는 하나 이상을 선택하여 사용자가 실제 원하는 속성을 가진 상품을 선택할 수 있는 것을 의미한다. 이 때, 상품의 속성은 보다 구체적인 요소로 구분되어 사용자들의 검색 범위를 좀 더 정확하게 결정하도록 해줄 수 있다.

【0004】 이때, 신제품이 자주 출시되는 전자 제품 등은 해당 상품의 속성도 그에 따라 급속하게 변화될 수 있다. 그러나, 상품을 검색하기 위한 상세 검색 서비스에서 상품의 속성은 상품의 발전을 즉각적으로 반영하지 못해 사용자가 실제 원하는 상품을 검색하지 못하는 문제점이 발생할 수 있다.

【0005】 이러한 상품의 발전 상황을 잘 반영할 수 있는 상세 검색 서비스를 제공하기 위한 다양한 방법이 요구되고 있다.

【0006】 본 발명은 상품의 속성인 카테고리 또는 카테고리의 옵션을 사용자가 추가하거나 수정할 수 있도록 함으로써 사용자의 검색 성향을 쉽게 반영할 수 있는 카테고리 동적 조정 방법 및 시스템을 제공한다.

【0007】 본 발명은 옵션 구간 별 상품의 인기도에 기초하여 정량적 카테고리의 옵션 범위를 동적으로 조정함으로써, 상품의 발전 상황에 부합하고, 사용자의 인기도를 반영할 수 있는 상세 검색 서비스를 제공할 수 있는 카테고리 동적 조정 방법 및 시스템을 제공한다.

【0008】 본 발명은 사용자의 선호도를 고려하여 카테고리 또는 카테고리의 옵션을 정렬하거나 사용자 선호 데이터를 제공함으로써, 실제로 사용자에게 인기 있는 상품을 검색할 수 있도록 하는 카테고리 동적 조정 방법 및 시스템을 제공한다.

㉡ 발명의 구성

【0017】 도 1은 본 발명의 일실시예에 따른 카테고리 동적 조정 방법을 도시한 플로우차트이다.

【0018】 단계(S101)에서, 카테고리 동적 조정 시스템은 상품을 상세 검색하기 위한 카테고리에 대해 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다. 여기서, 카테고리는 상품의 속성(예를 들어, 상품이 카메라인 경우, 카테고리는 렌즈, 메모리, 줌배율 등을 포함함)과 관련된 데이터일 수 있다. 카테고리는 상품의 종류에 따라 달라질 수 있다.

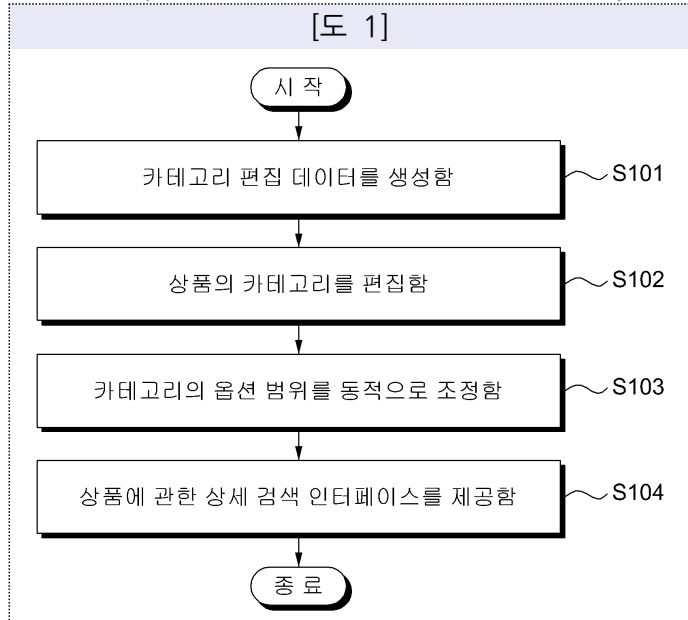
【0019】 이때, 카테고리 동적 조정 시스템은 상기 상품의 카테고리에 대해 카테고리 또는 카테고리 옵션을 수정 또는 추가하는 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다.

【0020】 일례로, 카테고리 동적 조정 시스템은 이미 존재하는 카테고리를 수정할 수 있다. 즉, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리를 변경하거나 제거하는 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다. 그리고, 카테고리 동적 조정 시스템은 새로운 카테고리를 추가하는 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다.

【0021】 다른 일례로, 카테고리 동적 조정 시스템은 이미 존재하는 카테고리에 대한 새로운 옵션 또는 새로운 카테고리에 대한 새로운 옵션을 추가하는 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다. 여기서, 옵션은 카테고리의 속성을 세분화하는 요소(예를 들어, 카테고리가 줌배율인 경우, 옵션은 2배줌, 3배줌 등을 포함함)로 정의될 수 있다.

【0023】 단계(S102)에서, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리 편집 데이터를 반영하여 상기 상품의 카테고리를 편집할 수 있다. 즉, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리 편집 데이터를 반영하여 카테고리를 수정하거나 또는 새로운 카테고리를 추가함으로써 상품을 상세 검색하기 위한 카테고리를 편집할 수 있다.

【0025】 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리 또는 카테고리의 옵션이 추가 또는 수정이 되



면, 사용자의 선호도에 따라 카테고리 또는 카테고리의 옵션에 관해 별도의 기능을 수행할 수 있다.

【0026】 일례로, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리화 관련한 사용자의 선호도에 기초하여 카테고리 또는 카테고리의 옵션을 정렬할 수 있다. 예를 들어, 카테고리 동적 조정 시스템은 사용자의 관심도에 따라 카테고리를 내림차순으로 정렬하거나 카테고리의 옵션을 내림차순으로 정렬할 수 있다.

【0027】 다른 일례로, **카테고리 동적 조정 시스템**은 카테고리화 관련한 사용자의 선호도에 기초하여 선호도가 가장 높은 카테고리의 옵션을 선할 수 있다. 즉, 카테고리 동적 조정 시스템은 사용자의 관심이 높은 카테고리의 옵션을 선택함으로써, 사용자로 하여금 상세 검색을 위한 참고 데이터로 활용할 수 있도록 한다.

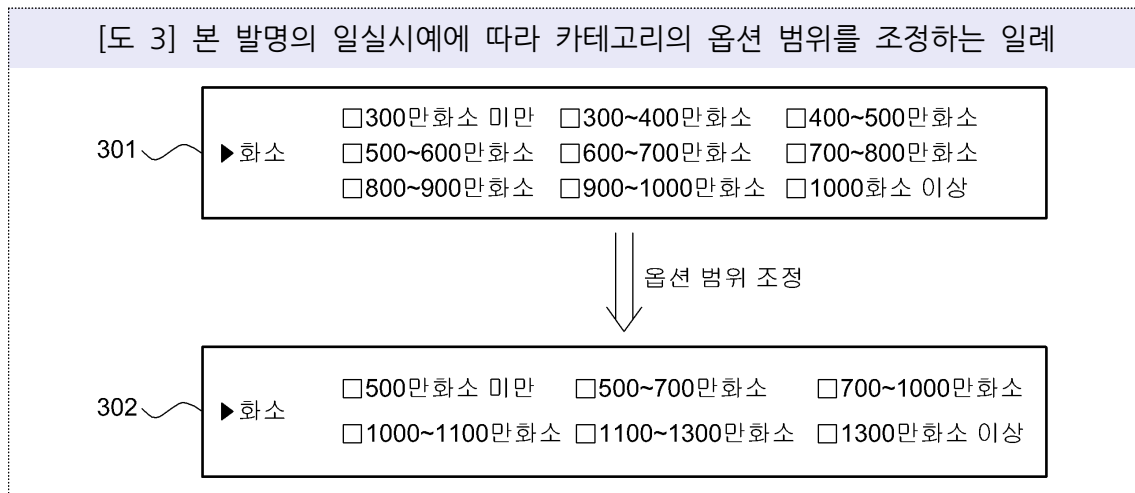
【0028】 또 다른 일례로, **카테고리 동적 조정 시스템**은 카테고리화 별도로 카테고리에 대한 사용자의 선호도 데이터를 생성할 수 있다. 즉, 사용자들이 많이 선택한 카테고리 또는 카테고리 옵션에 대해 선택 횟수로 나타낼 수 있는 선호도 데이터를 생성할 수 있다.

【0029】 **단계(S103)**에서, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리 편집이 반영된 상품의 전체 카테고리 중 정량적 카테고리에 대해 **카테고리의 옵션 범위를 동적으로 조정**할 수 있다. 즉, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리가 숫자 옵션으로 구성된 정량적 카테고리인 경우, 옵션 범위를 동적으로 조정할 수 있다. 새로운 상품이 등장할 때마다 상품의 속성은 점점 고성능화로 진행된다. 다만, 새로운 상품을 검색하기 위한 상세 검색의 카테고리가 그대로 유지되는 경우, 고성능의 상품을 검색하기 어려운 점이 있으므로, 이러한 상황을 반영하여 옵션 범위를 조정할 필요가 있다.

【0030】 일례로, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리의 옵션 구간 별 상품의 인기도를 고려하여 카테고리의 옵션 범위를 조정할 수 있다. 이때, 상품의 인기도는 카테고리의 옵션 구간에 따라 결정될 수 있다. 구체적으로, 상품의 인기도는 옵션 구간 별 상품 선택수, 옵션 구간 별 구간 선택수, 옵션 구간 별 상품 DB 개수 또는 옵션 구간 별 상품 판매 건수 등을 포함할 수 있다. 옵션 구간 별 상품의 인기도는 시스템의 구성에 따라 변경될 수 있다.

【0031】 구체적으로, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리의 옵션 구간 별 상품의 인기도가 유사하도록 상기 옵션 구간의 간격을 달리하여 상기 카테고리의 옵션 범위를 조정할 수 있다. 또

한, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리의 옵션 구간의 간격을 일정하게 하고, 상품의 인기도에 따라 옵션 구간에 대한 최소값 및 최대값을 다르게 설정하여 카테고리의 옵션 범위를 조정할 수 있다.



【0032】 단계(S104)에서, 카테고리 동적 조정 시스템은 조정된 옵션 범위를 반영하여 상품에 관한 상세 검색 인터페이스를 사용자에게 제공할 수 있다. 즉, 사용자가 상품의 세부 속성에 따라 상품을 검색할 수 있도록 카테고리 동적 시스템은 상세 검색 인터페이스를 사용자에게 제공할 수 있다.

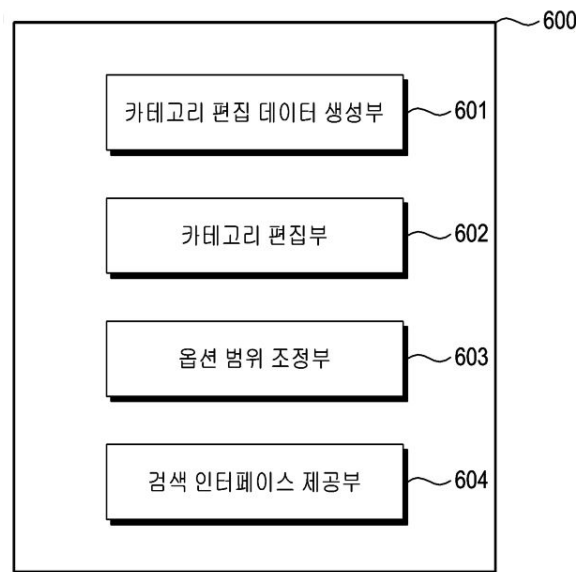
【0059】 도 6은 본 발명의 일실시예에 따른 카테고리 동적 조정 시스템의 전체 구성을 블록 다이어그램이다.

【0060】 도 6을 참고하면, 카테고리 동적 시스템(600)은 카테고리 편집 데이터 생성부(601),

[도 6] 본 발명의 일실시예에 따른 카테고리 동적 조정 시스템의 전체 구성

카테고리 편집부(602), 옵션 범위 조정부(603) 및 검색 인터페이스 제공부(604)를 포함할 수 있다.

【0061】 카테고리 편집 데이터 생성부(601)는 상품을 상세 검색하기 위한 카테고리에 대해 사용자로부터 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다. 여기서, 카테고리는 상품의 속성(예를 들어, 상품이 카메라인 경우, 카테고리는 렌즈, 메모리, 줌배율 등을 포함함)과 관련된 데이터일 수 있다. 카테고리는 상품의 종류에 따라 달라질 수 있다.



【0062】 일례로, 카테고리 편집 데이터 생성부(601)는 사용자로부터 이미 존재하는 카테고리를 수정하거나 또는 새로운 카테고리를 추가하는 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다. 이 때, 카테고리 편집 데이터 생성부(601)는 사용자로부터 이미 존재하는 카테고리에 대한 새로운 옵션 또는 새로운 카테고리에 대한 새로운 옵션을 추가하는 카테고리 편집 데이터를 생성할 수 있다. 결론적으로, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리를 추가하면서, 카테고리의 옵션을 추가할 수도 있다.

【0063】 카테고리 편집부(602)는 카테고리 편집 데이터를 반영하여 상기 상품의 카테고리를 편집할 수 있다.

【0067】 옵션 범위 조정부(603)는 카테고리 편집이 반영된 상품의 전체 카테고리 중 정량적 카테고리에 대해 상품의 속성 정보를 이용하여 카테고리의 옵션 범위를 동적으로 조정할 수 있다. 즉, 카테고리 동적 조정 시스템은 카테고리가 숫자 옵션으로 구성된 정량적 카테고리인 경우, 옵션 범위를 동적으로 조정할 수 있다.

【0071】 검색 인터페이스 제공부(604)는 조정된 옵션 범위를 반영하여 상품에 관한 상세 검색 인터페이스를 사용자에게 제공할 수 있다. 이 때, 검색 인터페이스는 사용자가 상품을 상세하게 검색할 수 있는 상세 검색 인터페이스일 수 있다.

발명의 효과

【0013】본 발명에 따르면, 상품의 속성인 카테고리 또는 카테고리의 옵션을 사용자가 추가하거나 수정할 수 있도록 함으로써 사용자의 검색 성향을 쉽게 반영할 수 있는 카테고리 동적 조정 방법 및 시스템이 제공된다.

【0014】본 발명에 따르면, 옵션 구간 별 상품의 인기도에 기초하여 정량적 카테고리의 옵션 범위를 동적으로 조정함으로써, 상품의 발전 상황에 부합하고, 사용자의 인기도를 반영할 수 있는 상세 검색 서비스를 제공할 수 있는 카테고리 동적 조정 방법 및 시스템이 제공된다.

【0015】본 발명에 따르면, 사용자의 선호도를 고려하여 카테고리 또는 카테고리의 옵션을 정렬하거나 사용자 선호 데이터를 제공함으로써, 실제로 사용자에게 인기 있는 상품을 검색할 수 있도록 하는 카테고리 동적 조정 방법 및 시스템이 제공된다.