

특 허 법 원

제 3 부

판 결

사 건 2013허5445 권리범위확인(상)

원 고

소송대리인 변리사 한호섭

소송복대리인 변호사 안춘호

피 고

소송대리인 변호사 강동세, 김경태

특허법인 다해 담당변리사 손지원

변 론 종 결 2013. 10. 11.

판 결 선 고 2013. 11. 22.

주 문

1. 원고의 청구를 기각한다.
2. 소송비용은 원고가 부담한다.

청 구 취 지

특허심판원이 2013. 5. 28. 2013당374호 사건에 관하여 한 심결을 취소한다.

이 유

1. 기초사실

가. 피고의 등록상표

1) 출원일/ 등록일/ 상표등록번호: 2011. 10. 17./ 2013. 1. 18./ 제949604호

2) 표장: **jumpoline park**

3) 지정상품: 상품류 구분 제28류의 애완동물용 장난감, 완구, 플라스틱제 완구, 실내놀이용품, 체조용구, 낚시도구(이하 피고의 등록상표를 '이 사건 등록상표'라 한다)

나. 원고의 확인대상표장

1) 표장:



2) 사용서비스업: 실내놀이터 프랜차이즈업

다. 이 사건 심결의 경위

1) 피고는 2013. 2. 14. 원고를 상대로 확인대상표장은 이 사건 등록상표와 유사하고, 확인대상표장이 사용되는 서비스업 역시 이 사건 등록상표의 지정상품과 유사하므로, 확인대상표장은 이 사건 등록상표의 권리범위에 속한다고 주장하면서 적극적 권리범위확인심판(2013당374호)을 청구하였다.

2) 특허심판원은 2013. 5. 28. '확인대상표장은 이 사건 등록상표와 그 표장이 유사하고, 사용서비스업 역시 이 사건 등록상표의 지정상품과 유사하므로, 이 사건 등록

상표의 권리범위에 속한다'는 이유로 피고의 심판청구를 인용하는 이 사건 심결을 하였다.

[인정 근거] 갑 제1, 2호증, 변론 전체의 취지

2. 당사자 주장의 요지 및 이 사건의 쟁점

가. 당사자 주장의 요지

1) 원고 주장의 요지

가) 확인대상표장 중 문자부분은 식별력이 없어 식별력 있는 도형  '과 이 사건 등록상표를 대비하면 표장이 유사하지 않고, 확인대상표장의 사용서비스업은 이 사건 등록상표의 지정상품과 유사하지 않으므로, 확인대상표장은 이 사건 등록상표의 권리범위에 속하지 않는다.

나) 확인대상표장 중 문자 부분 'jumpoline park'는 사용서비스업의 용도 등을 보통으로 사용하는 방법으로 표시한 것으로서 상표법 제51조 제1항 제2호에 해당하여 이 사건 등록상표의 효력이 미치지 않는다.

2) 피고 주장의 요지

가) 'jumpoline'은 영어단어 'jump'와 운동기구인 'trampoline'의 'poline'을 결합한 신조어로서 새로운 관념을 창출하여 식별력이 있어 확인대상표장과 이 사건 등록상표의 표장이 유사하고, 확인대상표장의 사용서비스업과 이 사건 등록상표의 지정상품이 유사하므로, 확인대상표장은 이 사건 등록상표의 권리범위에 속한다.

나) 확인대상표장의 'jumpoline park' 중 'jumpoline'은 신조어로서 식별력이 있고, 원고는 'jumpoline park' 부분을 'jump', 'oLine', 'park'의 세 부분으로 나눈 후 색

갈과 글씨체를 각각 달리하고 도형 ''과 결합하여 자신의 사용서비스업에 대한 출처 표시로 사용하여 이를 보통으로 사용하는 방법으로 사용하지 않았으므로, 확인대상표장 중 문자 부분 'jumpoline park'는 상표법 제51조 제1항 제2호에 해당하지 않는다.

나. 이 사건의 쟁점

당사자의 위와 같은 주장을 통해 정리되는 이 사건의 쟁점은, ① 확인대상표장이 이 사건 등록상표의 표장과 유사한지 여부 및 확인대상표장 중 문자 부분 'jumpoline park'가 상표법 제51조 제1항 제2호에 해당하는지 여부와 관련하여 'jumpoline'의 식별력 유무, ② 확인대상표장의 사용서비스업이 이 사건 등록상표의 지정상품과 유사한지 여부이다.

3. 확인대상표장이 이 사건 등록상표의 권리범위에 속하는지 여부

가. 표장의 유사 여부

1) 판단 기준

가) 상표의 유사 여부를 판단함에 있어서는 상표의 수요자의 입장에서 전체적, 이격적으로 관찰하여 상품의 출처에 관하여 오인·혼동을 일으킬 우려가 있는지 여부에 의하여 결정하여야 되는 것이므로, 외관·호칭·관념 중에서 어느 하나가 유사하다 하더라도 전체로서의 상표가 수요자들로 하여금 명확히 출처의 오인·혼동을 피할 수 있는 경우에는 유사한 것이라고 할 수 없으나, 반대로 서로 다른 부분이 있어도 그 호칭이나 관념이 유사하여 일반 수요자가 오인·혼동하기 쉬운 경우에는 유사상표라고 보아야 할 것이고, 한편 오늘날 방송 등 광고선전 매체나 전화 등의 광범위한 보급에 따라 상

표를 음성 매체 등으로 광고하거나 전화로 상품을 주문하는 일 등이 빈번한 점 등을 고려할 때 문자상표의 유사 여부의 판단에 있어서는 그 호칭의 유사 여부가 가장 중요한 요소라 할 것이다(대법원 2000. 2. 25. 선고 97후3050 판결 등 참조).

나) 둘 이상의 문자 또는 도형의 조합으로 이루어진 결합상표는 상표를 구성하는 전체 문자에 의해 생기는 외관, 호칭 또는 관념에 의해 상표의 유사 여부를 판단하는 것이 원칙이라 할 것이나, 문자 등의 결합상태 등에 따라 '독립하여 자타 상품의 식별력을 가진 구성의 일부' 즉 요부만으로도 거래에 놓일 수 있다고 인정할 수 있는 경우에는 그 요부를 분리 내지 추출하여 그 부분에 의해 생기는 외관, 호칭 또는 관념에 의해 상표의 유사 여부를 판단할 수 있다고 할 것이다. 그리고 결합상표가 식별력 있는 문자 부분과 식별력이 없거나 미약한 문자 또는 도형 부분으로 이루어진 경우에는 식별력 있는 문자 부분을 분리 내지 추출하여 관찰하는 것이 거래상 자연스럽지 못하다고 여겨질 정도로 문자 또는 도형이 불가분하게 결합되어 있다거나 거래실정상 항상 전체 문자 등으로서만 인식되고 통용되어졌다는 사정 등이 없는 한 그 중 식별력 있는 문자 부분만으로도 거래에 놓일 수 있다고 해야 할 것이며, 어느 문자 또는 도형 부분이 식별력이 없거나 미약한지 여부는 그 부분이 지니고 있는 관념, 지정상품의 관계 및 거래사회의 실정 등을 감안하여 객관적으로 결정하여야 할 것이다(대법원 2011. 1. 27. 선고 2010도7352 판결, 대법원 2007. 3. 29. 선고 2006후3502 판결 등 참조).

또한 문자와 도형이 결합된 상표는 도형 부분이 독특하고 그 자체로 어떤 호칭이나 관념을 도출할 수 있는 경우가 아닌 한 일반적으로 문자 부분으로 호칭·관념된다(대법원 2000. 2. 22. 선고 99후1850 판결 등 참조).

다) 위와 같은 법리는 상표법 제2조 제3항에 의하여 서비스표의 경우에도 마찬가지

가지로 적용된다.

2) 'jumpoline'의 식별력 유무에 대한 판단

가) 원고의 주장

원고는, 확인대상표장 중 'jumpoline'은 '트램폴린(trampoline)'과 동의어에 해당하고, 'park'는 '특정 목적을 위한 지역' 등의 장소적 의미여서 사용서비스업과 관련하여 모두 식별력이 없으므로, 이 사건 등록상표와 유사 여부를 판단함에 있어 식별력 없는 위 문자 부분을 제외하여야 한다는 취지로 주장한다.

나) 판단 기준

(1) 상표법 제6조 제1항 제1호가 규정하는 상품의 보통명칭은 그 동업자들만이 아니라 실제 거래상 일반 소비자들까지도 지정상품의 보통명칭으로서 그와 같은 명칭을 보통으로 사용하고 있는 것을 말하고, 같은 법 제6조 제1항 제3호가 상품의 산지·품질·효능·용도 등을 보통으로 사용하는 방법으로 표시한 표장만으로 된 상표를 등록받을 수 없도록 한 것은 그와 같은 성질표시의 상표는 통상 상품의 유통과정에서 필요한 표시여서 누구라도 이를 사용할 필요가 있고 그 사용을 원하기 때문에 이를 특정인에게 독점배타적으로 사용하게 할 수 없다는 공익상의 요청과 그 상표를 허용할 경우에는 타인의 동종 상품과의 관계에서 식별이 어렵다는 점에 이유가 있는 것이며, 같은 법 제6조 제1항 제7호가 규정한 '제1호 내지 제6호 외에 수요자가 누구의 업무에 관련된 상품을 표시하는 것인가를 식별할 수 없는 상표'라 함은 같은 조항의 제1호 내지 제6호에 해당하지 아니하는 상표라도 자기의 상품과 타인의 상품 사이의 출처를 식별할 수 없는 상표는 등록을 받을 수 없다는 의미인데, 어떤 상표가 식별력이 있는 상표인지 여부는 그 상표가 지니고 있는 관념, 지정상품과의 관계 및 거래사회의 실정

등을 감안하여 객관적으로 결정하여야 한다(대법원 2006. 4. 14. 선고 2004후2246 판결, 대법원 2011. 3. 10. 선고 2010후3226 판결 참조).

(2) 상표의 구성요소 중 당해 지정상품의 보통명칭이나 기술적 표장 등으로 표시된 부분이 포함되어 있으면 그러한 부분은 자타상품의 식별력이 없어서 상표의 요부가 된다고 볼 수 없으므로 상표의 유사 여부를 판단함에 있어서도 이를 제외한 나머지 부분만을 대비하여 관찰함이 타당하다고 할 것인데, 어떤 상표가 그 지정상품과 관련하여 그 상품의 보통명칭을 직감시키지 않고 단순히 암시 또는 강조하는데 지나지 않는 경우에는 상표법 제6조 제1항 제1호의 보통명칭에 해당하지 아니하고, 상표법 제6조 제1항 제3호와 관련하여 상표의 의미 내용은 일반 수요자가 그 상표를 보고 직관적으로 깨달을 수 있는 것이어야 하고 심사숙고하거나 사전에 찾아보고서 비로소 그 뜻을 알 수 있는 것은 고려의 대상이 되지 않으며, 상표가 지정상품의 성질을 암시 또는 강조하는 것으로 보여진다고 하더라도 전체적인 상표의 구성으로 볼 때 일반 거래자나 수요자들이 지정상품의 단순한 성질을 표시하는 것으로 인식할 수 없는 것은 이에 해당하지 않는다(대법원 1995. 2. 10. 선고 94후1770 판결, 대법원 1995. 3. 3. 선고 94후1886 판결, 대법원 2000. 3. 23. 선고 97후2323 판결 등 참조).

(3) 위와 같은 법리는 상표법 제2조 제3항에 의하여 서비스표의 경우에도 마찬가지로 적용된다.

다) 판단

(1) 살피건대, 갑 제4, 9호증에 변론 전체의 취지를 종합하면, 이 사건 심결일 즈음인 2013. 6.경 기준으로 국내 검색 시장의 74%를 점유하는 네이버의 영어사전에 'jumpoline'이 신조어로서 '트램폴린(trampoline)'과 동의어로 등재되어 있는 사실을 인

정할 수 있으나, 한편 우리 나라의 영어보급 수준과 그 정도 및 갑 제4호증, 을 제1 내지 4호증, 을 제6호증에 변론 전체의 취지를 종합하여 인정되는 아래 ① 내지 ⑥과 같은 사정들을 종합하면, 인터넷 검색 사이트인 네이버의 영어사전에 'jumpoline'이 '트램폴린(trampoline)'과 동의어로 등재되어 있는 사실만으로는 확인대상표장 중 'jumpoline'이 실제 거래상 관련된 동업자들만이 아니라 일반 소비자들까지도 사용서비스업을 지칭하는 것으로 사용되고 인식되는 일반적인 명칭으로서 그와 같은 명칭을 보통으로 사용하고 있다고 보기 어렵고, 특정 서비스의 용도나 사용방법 등을 보통으로 표시하는 방법으로만 사용되는 표장으로 직관적으로 깨달을 수 있거나 통상 서비스의 유통과정에서 필요한 표시여서 누구라도 이를 사용할 필요가 있고 그 사용을 원하기 때문에 이를 특정인에게 독점배타적으로 사용하게 할 수 없다는 공익상의 요청이 있다고 보기도 어려우며, 자신의 서비스업과 타인의 상품 내지 서비스업 사이의 출처를 식별할 수 없다고 단정할 수 없다.

① 인터넷 검색 사이트에 등재되어 있는 사전이나 용어에 대한 정의 등은 일반 사전에 비하여 운영자에 의한 자체 편집 가능성이 있는 등 어떤 단어의 등재 경위가 투명하지 못할 수 있다.

② 인터넷 검색 사이트인 네이버의 영어사전에 'jumpoline'이 '트램폴린(trampoline)'과 동의어로 등재된 것과 관련하여 그 출처 등에 대한 어떠한 근거도 기재되어 있지 않고, 구체적인 등재시기 등도 확인할 수 없다.

③ 'jumpoline'이 순수한 의미의 조어상표는 아니지만, 일반적으로 조어상표의 식별력은 암시적 상표, 기술적 상표, 보통명칭 상표 등에 비해 높게 평가된다.

④ 네이버 외의 다른 인터넷 검색 사이트 및 일반 영어사전 등에는 'jumpoline'

이라는 단어가 등재되거나 수록되어 있지 않다.

⑤ 인터넷 쇼핑 사이트에서 '트램폴린(trampoline)'으로 검색되는 제품은 다수 있으나, 'jumpoline'으로 검색되는 제품 수는 1건도 없다.

⑥ 비록 확인대상표장의 사용서비스업의 일반 수요자나 거래자들만을 대상으로 한 조사는 아니지만, 한국 갤럽에서 2013. 8. 31.부터 같은 해 9. 8.까지 서울, 부산, 대구, 광주, 대전의 5대 도시에 거주하는 만 19~59세의 성인 남녀 503명을 대상으로 'jumpoline'이라는 단어에 대한 인지도를 조사한 결과, 응답자의 절대 다수인 98.2%가 'jumpoline(점폴린)'이라는 단어를 모른다고 응답하였다.

따라서 'jumpoline'이 확인대상표장의 사용서비스업과 관련하여 보통명칭에 해당한다거나 그 용도 등 성질 표시에 해당하거나 또는 수요자가 누구의 업무에 관련된 서비스업을 표시하는 것인가를 식별할 수 없는 상표에 해당한다는 이유로 그 식별력이 부정된다고 할 수 없다.

(2) 확인대상표장에서 영문자 부분인 'jumpoline park'는 'jump', 'oLine', 'park'의 세 부분으로 나뉘어 각각 글자 크기를 달리하여 녹색과 빨간색 및 파란색으로 구분되어 있고, 영문자 'L'부분만 대문자로 표시되어 있으며, 'jumpoLine'과 'park'를 2단으로 배치하고 있고, 위와 같은 문자 부분 바로 위에는 공과 같은 빨간 원이 바닥에 한 번 닿은 후 튀어오르는 듯한 이미지의 도형 이 배치되어 있어, 일반 수요자나 거래자들이 위 문자 부분과 도형을 함께 연관시켜서 'jump' 및 튀어오르는 이미지의 도형을 통해 'trampoline' 중 '터벅터벅 걷다', '내리밟다'는 뜻을 가지는 'tramp'를 연상하고, 'oLine'을 통해 'trampoline'의 뒷부분인 'oline'을 연상함으로써 확인대상표장을 전

체적으로 'trampoline'과 같은 놀이기구를 이용할 수 있는 실내놀이터 정도로 인식할 가능성이 없지 아니하나, 다른 한편으로 일반 수요자나 거래자들이 위와 같은 인식에 이르기 위해서는 어떠한 상상이나 사고, 통찰을 요한다고 할 것이고, 사전을 찾아보거나 심사숙고하지 않고 직관적으로 어떤 관념을 형성하는 경우에 해당한다고 보기는 어려우므로, 확인대상표장 중 'jumpoline park'가 이 사건 등록상표와 유사 여부를 판단함에 있어 제외되어야 할 정도로 식별력이 없다고 볼 수 없다.

(3) 따라서 원고의 위 주장은 받아들이지 아니한다.

3) 양 표장의 대비

가) 외관 대비

이 사건 등록상표 'jumpoline park'는 'jumpoline park'라는 영문자

로만 이루어진 문자상표이고, 확인대상표장  '는 중앙 부분에는 영문자 'jumpoline park'를 'jump', 'oLine', 'park'의 세 부분으로 나누어 각각 글자 크기를 달리해서 녹색과 빨간색 및 파란색으로 구분하여 표시하고, 영문자 'L'부분만 대문자로 표시하며, 'jumpoLine'과 'park'를 2단으로 배치하되, 'jumpoLine' 하단에는 'jumpoLine park'의 한글 음역인 '점폴린파크'를 빨간색으로 표시하고, 우측 상단에는 공으로 연상될 수 있는 빨간 원이 바닥에 한 번 닿은 후 튀어오르는 듯한 이미지 또는 무지개 옆에 해가 떠 있는 듯한 이미지의 도형  을 배치한 문자와 도형의 결합상표이다.

양 표장은 'jumpoline park'라는 영문자가 포함되어 있는 점에서 공통되나,

도형 ''의 유무와 'jumpoline park'의 도안화의 정도, 글자의 위치와 배열, 한글 표시의 병기 유무, 문자와 도형의 결합 여부 등에서 차이가 있으므로 전체적인 외관이 유사하지 않다.

나) 호칭 및 관념 대비

확인대상표장은 도형 부분인 ''가 독특하고 그 자체로 어떤 호칭이나 관념을 도출할 수 있는 경우가 아니고, 문자 부분인 '' 부분을 분리 내지 추출하여 관찰하는 것이 거래상 자연스럽지 못할 정도로 불가분적으로 결합되어 있다거나 문자와 도형이 결합된 전체로서만 인식되고 통용된다고 보기도 어려우므로, 위 문자 부분인 ''에 의하여 '점폴린 파크'로 호칭·관념된다고 할 것이고, 이 사건 등록상표 '**jumpoline park**' 역시 '점폴린 파크'로 호칭·관념된다.

따라서 양 표장은 그 호칭이 동일하고, 관념은 일반 수요자나 거래자들이 '점폴린'의 의미를 인식하는지 여부에 따라 '트램폴린과 같은 의미의 점폴린을 이용할 수 있는 공간' 정도로 인식하여 그 관념이 동일하거나 양 표장에 의해 특정한 관념을 연상시키지 못하여 그 관념을 대비할 수 없다고 할 것이다.

4) 소결론

이 사건 등록상표와 확인대상표장은 그 외관이 유사하지 아니하나, 상표의 유사 여부 판단에 중요한 요소인 호칭이 '점폴린 파크'로서 동일하고, 그 관념은 동일하거나 대비할 수 없어, 유사한 상품이나 서비스업에 함께 사용된다면 일반 수요자나 거래자들로 하여금 상품이나 서비스업의 출처에 관하여 오인·혼동을 일으킬 염려가 있으

므로 그 표장이 유사하다.

나. 지정상품과 사용서비스업의 유사 여부

1) 판단 기준

상품과 서비스 사이의 동종·유사성은 서비스와 상품 간의 밀접한 관계 유무, 상품의 제조·판매와 서비스의 제공이 동일 사업자에 의하여 이루어지는 것이 일반적인가, 그리고 일반인이 그와 같이 생각하는 것이 당연하다고 인정되는가, 상품과 서비스의 용도가 일치하는가, 상품의 판매장소와 서비스의 제공장소가 일치하는가, 수요자의 범위가 일치하는가, 유사한 표장을 사용할 경우 출처의 혼동을 초래할 우려가 있는가 하는 점 등을 따져 보아 거래사회의 통념에 따라 이를 인정하여야 한다(대법원 2006. 7. 28. 선고 2004후1304 판결 등 참조).

2) 판단

이 사건 등록상표의 지정상품 중 '완구, 플라스틱제 완구, 실내놀이용품'과 확인 대상표장의 사용서비스업인 '실내놀이터 프랜차이즈업'은 모두 주로 '어린이들'을 대상으로 하여 '놀이'를 목적으로 하고 있고, 통상 실내놀이터에는 완구나 실내놀이용품 등이 구비되어 있으며, 이러한 용품 등은 이를 사용하는 서비스영업과 상호 밀접한 관계에 있을 뿐만 아니라, 프랜차이즈업은 프랜차이저(franchisor, 가맹본부)와 프랜차이지(franchisee, 가맹점)가 점포운영에 관한 계약을 체결하고 프랜차이저가 상호, 상표, 기타 영업에 대한 운영방법이나 상품 제조 등의 노하우를 제공하여 상품의 판매나 기타 영업행위의 행사 권리를 부여하는 대신 프랜차이지는 일정한 대가를 지급하고 사업에 필요한 자금을 투자하여 프랜차이저의 지도나 통제에 의해 사업을 운영하는 영업을 의미하는데, 일반적으로 기술이나 노하우 등을 보유한 프랜차이저가 사업의 운영에 필요

한 제품이나 자재, 서비스 등을 프랜차이지에게 판매하거나 제공하고 있어서 실내놀이터 프랜차이즈업에 있어서도 실내놀이터에서 사용되는 완구나 실내놀이용품 등의 제조·판매 또는 서비스의 제공이 동일 사업자에 의해 이루어지는 것으로 일반인이 생각하는 것이 당연하다고 인정되어, 양 상품과 서비스업에 유사한 표장을 사용할 경우 그 출처의 혼동을 초래할 우려가 있으므로, 거래사회의 통념상 이 사건 등록상표의 지정상품 중 '완구, 플라스틱제 완구, 실내놀이용품'과 확인대상표장의 사용서비스업인 '실내놀이터 프랜차이즈업'은 서로 유사하다.

다. 권리범위 속부

따라서 확인대상표장은 이 사건 등록상표와 그 표장이 유사하고, 그 사용서비스업은 이 사건 등록상표의 지정상품 중 '완구, 플라스틱제 완구, 실내놀이용품'과 유사하므로, 이 사건 등록상표의 권리범위에 속한다.

4. 확인대상표장 중 문자 부분 'jumpoline park'가 상표법 제51조 제1항 제2호에 해당하는지 여부

가. 원고의 주장

확인대상표장 중 문자 부분 'jumpoline park'는 사용서비스업의 용도 등을 보통으로 사용하는 방법으로 표시한 것으로서 상표법 제51조 제1항 제2호에 해당하므로, 이 사건 등록상표의 효력이 이에 미치지 않는다.

나. 판단

1) 판단 기준

상표법 제51조 제1항 제2호는 '상표권(지리적 표시 단체표장권을 제외한다)은 등록상표의 지정상품과 동일 또는 유사한 상품의 보통명칭·산지·품질·원재료·효능·용도·

수량·형상(포장의 형상을 포함한다)·가격 또는 생산방법·가공방법·사용방법 및 시기를 보통으로 사용하는 방법으로 표시하는 상표에는 그 효력이 미치지 아니한다.'고 규정하고 있고, 결합상표로 이루어진 확인대상표장 전체가 상표법 제51조 제2항 제2호에 해당하는 경우뿐만 아니라 그 중 일부만이 이에 해당하는 경우에도 상표권의 효력이 미치지 않는다고 할 것이며(대법원 2008. 4. 24. 선고 2006후1131 판결 등 참조), 상표법 제51조 제1항 제2호에 해당하는지 여부는 그 상표가 지니고 있는 관념, 사용상품과의 관계 및 거래사회의 실정 등을 감안하여 객관적으로 판단하여야 하는바, 수요자가 그 사용상품을 고려하였을 때 품질, 효능, 형상 등의 성질을 표시하고 있는 것으로 직감할 수 있으면 이에 해당한다고 할 것이다(대법원 2010. 5. 13. 선고 2008후4585 판결 참조).

위와 같은 법리는 상표법 제2조 제3항에 의하여 서비스표의 경우에도 마찬가지로 적용된다.

2) 구체적 판단

앞서 살펴 본 바와 같이 확인대상표장 중 문자 부분 'jumpoline park'가 확인대상표장의 사용서비스업과 관련하여 보통명칭에 해당한다고 할 수 없을 뿐 아니라, 그 용도 등 성질 표시에 해당하여 식별력이 부정된다고 보기 어려우므로, 원고의 위 주장은 받아들이지 아니한다.

5. 결론

그렇다면 확인대상표장은 이 사건 등록상표의 권리범위에 속하는바, 이 사건 심결은 이와 결론을 같이하여 적법하고, 그 취소를 구하는 원고의 청구는 이유 없어 이를 기각하기로 하여 주문과 같이 판결한다.

재판장 판사 배준현

 판사 김 신

 판사 손천우