

패키지디자인의 법적보호에 관한 연구  
-의장 및 상표등록을 중심으로-

A Study on Package Design of Intellectual Property Protection Programs  
-a focus on trademark and registration of design-

주저자 : 양초산 (Yang Chosan)  
충남도립청양대학 디지털디자인과

## 1. 서론

- 1.1 연구목적
- 1.2 연구방법 및 범위

## 2. 지적재산권의 이론적 배경

- 2.1 지적재산권의 개념
- 2.2 지적재산권의 종류

## 3. 국내외 패키지디자인의 법적보호 제도 현황

- 3.1 국내외 패키지디자인 법적보호제도
- 3.2 패키지디자인 법적보호제도 국내외 비교

## 4. 패키지디자인의 국내외 분쟁사례

## 5. 모방사례에 대한 소비자 태도 실증적 분석

- 5.1 조사의 개요 및 대상
- 5.2 소비자 태도 분석
- 5.3 향후 보호방안

## 6. 결론

### 참고문헌

### (要約)

지적재산권보호를 위한 국제협약은 범세계적이거나 지역적 차원에서 이미 한 세기 전부터 존재하여 왔다. 우리나라도 국제협약에 적극적으로 가입하고 있다. 이후 국제협약을 어기고 모방사례가 계속 발생시 국가 신인도 문제뿐만 아니라 국제 무역 시장에서 활동하는데 어려움을 겪게 될 상황이 예견 된다. 이에 따라 포장디자인의 지적재산권제도의 국내외 현황조사와 모방사례를 분석하고 지적재산권제도의 이해도와 관심도 연구조사를 통하여 포장디자인의 지적재산권

보호제도의 중요성을 인식시키고 WTO체제하에서의 패키지 디자인 지적재산권 보호 방안을 연구하는데 본 논문은 주력하고 있다. 본 연구에서는 인터넷을 이용한 기업의 디자인 정보공유시스템 디자인 구축과정을 롯데백화점 디자인실의 사례를 통해 살펴보았다. 기업의 인터넷의 온라인시스템을 구축할 때의 요구사항과 필요기능을 제시하였고, 핵심 기능에 대한 구현을 제시하였다. 본 연구의 목적은 새로운 개념의 정립이나 기반의 발견에 있는 것이 아니라, 개방성에 의해 사용이 편리한 인터넷 환경을 조직의 기반 디자인 정보 공유시스템 구축에 적용하는 인터넷 개념을 사례를 통하여 구현의 효과와 구축방법을 제한함에 있다. 이를 위해 본 논문에서는 패키지디자인의 지적재산권보호제도의 보호방안을 마련하기 위한 보호제도 현황분석과 분쟁사례연구를 통한 분석과 각종 통계자료 제시, 국내외 패키지디자인의 지적재산권 침해 모방사례 분석 및 소비들과 관련 패키지디자인 업무 종사자들의 실증적 설문조사 분석을 통하여 실질적인 보호 방안을 연구하고 제시하고 있다.

### (Abstract)

The protection of intellectual property right in international conventions are worldwide or regional areas already exists a century. Therefore, our country is positive affiliated with international conventions. After that time, such as a violation of international convention and an example of imitations are continually that we prognosticate the international trade market activities was difficult not only became an issue of country credit risk. At this point, the major purpose of this study make an analysis of both paralleled with the case study follow an example and the comprehension with concerned about recognition of intellectual property right. In additionally, it stands a plan of package design protections under the WTO systems. This study have carried out a theoretical and practical analysis of intellectual property right and statistical analysis through the inside and outside of the country packaging design study and a case study of troubles with intellectual property. Besides, it is accomplish the purpose of the study that established exploratory study survey about inside and outside of the country packaging design infringement case study and relative package design industry employees with consumptions real research. I hoped that this study will be a foundation on which packaging, design industry protections to intellectual property right.

### (key words)

intellectual property protection programs, package, design

## 1. 서 론

### 1-1 연구목적

국제 교역질서를 효과적으로 규율하기 위한 목적으로 탄생한 WTO(World Trade Organization:국제무역기구)는 그 동안 느슨했던 다른 국제협정과는 달리 법적 구속력이 강력한 것이 특징이다. 미국, EU 등 선진국으로부터의 무차별적인 통상 개방 압력 속에서 지적재산권분야의 경우 거의 무방비상태라고 해도 과언이 아니다. 특히 UR 협정은 과거 공산품에만 국한되는 것과는 달리 농산물, 서비스, 투자는 물론이고 지적재산권분야에도 적용됨으로 인해 이에 따른 패키지디자인 영역에서도 지적재산권의 보호방안이 시급히 보장 되어야 하는 과제를 안고 있다. 따라서 패키지디자인의 지적재산권 보호제도의 국내의 현황에 대한 조사를 통해 우리나라의 부족한 보호제도의 개선과 기업과 관련부문에 종사하는 전문가들의 적극적인 인식의 변화를 통하여 시급히 대응하는 발 빠른 행보가 필요한 시점이다. 그러므로 본 논문은 우리나라의 지적재산권 보호제도를 살펴보고 WTO 체제하에서 패키지디자인의 지적재산권보호에 필요한 보호방안을 연구하고 우리 기업의 국제경쟁력제고에 도움이 될 수 있는 유형을 제시하여 국제무역 분쟁사례가 발생하지 않고 똑같은 실수를 되풀이 하는 일이 없도록 하여 기업의 경쟁력향상에 기여하는데 본 연구의 목적이 있다.

### 1-2 연구방법 및 범위

본 연구에서는 패키지디자인의 지적재산권보호제도 보호대응 방안을 마련하기 위해서 보호제도현황분석과 분쟁사례연구를 통한 예방 및 대응책 분석, 또한 각종 통계자료분석 및 실증적 분석을 통해 문제점 및 향후 보호방안을 제시하고자 한다. 제1장에서는 패키지디자인의 법적보호 방안을 본 연구를 통해 제시하려는 목적과 범위를 제시하였으며 제2장에서는 법적보호의 이론적 배경에 대해 연구해 보았다. 그리고 제3장과 4장에서는 국내외 패키지디자인의 지적재산권 보호제도 현황을 조사와 분쟁사례 실태를 조사해 보았다. 제4장 1절에서는 국내 패키지디자인의 분쟁사례를 중심으로 하였으며, 2절에서는 국외 분쟁사례를 알아보았다. 마지막으로 제5장에서는 실증적 분석으로서 지적재산권 모방사례를 통한 소비자들의 태도조사에 관해 알아보으로써 문제점과 향후 개선방안을 제시하였으며 연구조사범위는 많은 사례 중 대체적으로 모방사례가 많은 국내 제과류 패키지디자인을 중심으로 소비자 설문조사 범위를 제한하여 본 논문의 해결방안을 연구해 보았다.

## 2. 지적재산권(知的財産權)의 이론적 배경

### 2-1 지적재산권의 개념

근대산업사회에 들어와서 경제거래의 대상이 되는 생산수단

이나 상품 등 유체재산에 대한 절대불가침의 지배권이라는 근대적 소유권 개념이 확립됨과 동시에 인간정신의 발달에 따라 재산권도 다양화되어 학문 예술에 대한 창작물이나 창조적 발명정신에 터잡은 신기술 등에 대한 권리도 하나의 소유물로서 보호되어야 한다는 사회경제적 추구에 부응하여 근대적 의미에 있어서 지적재산권(知的財産權)의 개념이 탄생하게 되었다. 지적재산권은 정신적 재화인 '지적재산' 내지 무형의 재화인 '무체재산'을 그 보호대상으로 하는 일련의 사법체계상의 권리를 일컫는 용어이다.<sup>1)</sup>

## 2-2 지적재산권의 종류

### 2-2-1 산업재산권(産業財産權)

#### (1) 특허권(特許權)

특허권은 기술적 창조에 대한 특허 발명을 독점적, 배타적으로 이용할 수 있는 권리로서 구체적으로 새로운 제조기술에 대하여 인정되는 제법특허, 신물질 자체의 발명에 인정되는 물질특허, 새로운 용도개발에 주어지는 용도특허 등으로 나누어진다.<sup>2)</sup> 특히 물질특허는 제법특허와는 달리 종래 각국에서 인정하지 않다가 최근 그 보호 필요성이 높아져 새로이 인정되는 특허권으로서 다른 특허와는 달리 그 보호범위가 매우 포괄적인 특허이다.

#### (2) 의장권(意匠權)

의장권은 물품의 형상, 모양, 색채, 또는 이들의 결합으로 시각을 통하여 미감을 크게 일으키게 하는 공업적으로 이용 가능한 고안을 보호대상으로 한다. 물품에 대한 창작인 점에서 실용신안과 공통의 기반을 가지지만 의장은 미적과제의 해결을 목적으로 하므로 기술적 과제의 해결을 목적으로 하는 실용신안과 구별된다.

#### (3) 실용신안권(實用新案權)

실용신안법은 방법이나 물질에 대한 기술이론을 제외한 물품의 형태, 구조, 조합에 관한 실용적인 고안 즉, 물품에 구현된 기술이론을 보호대상으로 한다. 그것은 소 발명에 대한 단기간의 보호를 피하기 위한 제도로서 특허발명의 보호와 그 취지와 목적은 동일하다. 이 제도는 세계적으로 보편화된 제도는 아니지만 독일, 일본을 비롯한 여러 나라에서도 많이 이용되고 있다.

#### (4) 상표권(商標權)

상표권은 등록상표를 독점적으로 사용할 수 있는 권리이다. 상표나 서비스마크는 상거래에 있어서 자력을 가진 심볼 마크이며 이것에 의하여 축적해온 생산자나 영업자의 신용을

1) 부정경쟁방지법 등 관계법률에서도 지적소유권 또는 공업소유권이라는 용어가 법률 용어로 사용되었다. 그런데 1990년부터 특허청 등 일부 행정기관에서 그 용어대신 지적재산권 또는 산업재산권이라는 용어를 사용하기 시작하여 현재 후자의 명칭을 사용하는 사람이 증가하는 추세에 있다. 그 용어의 적정성에 대하여 논란이 있으나 행정기관에서 사용중인 지적재산권이라는 용어를 사용하기로 한다.(이기수의 6인, 지적재산권법, 한빛지적재산권센터, 1994, P.4)

2) 정진화외1, 국제재산권법, 육법사, p54-56, 1995

법이 승인해서 이를 보호하는 것이다. 그러므로 법이 상표를 보호하는 것은 상표가 갖는 이러한 기능, 즉 출처표시기능, 품질보증기능, 광고전단기능 등을 인식하고 이를 보호하기 위한 것이지 상표를 구성하는 기호, 문자, 도형 또는 이들의 결합 그 자체를 보호하기 위한 것은 아니다.

### 2-2-2 저작권(著作權)

저작권은 학문이나 예술에 관한 정신적 창작물을 대상으로 하는 권리로서 그 보호 객체인 저작물은 창작자의 정신노동의 소산이며 창작자의 인격에 그 바탕을 두고 있는 권리이다. 따라서 저작권은 인격적인 권리를 포함하여 공공성이 강하고 보호기간이 제한된다는 점에서 재산권과 다른 독특한 보호와 규제를 할 필요가 있는 분야이므로 지적재산권의 영역에서도 독특한 위치를 차지하고 있다.

### 2-2-3 신지적재산권(新知的財産權)

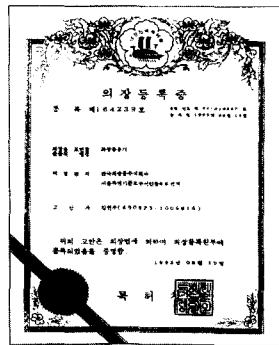
신지적재산권이란 기존의 산업재산권과 저작권 등으로 분류가 곤란한 컴퓨터 프로그램, 반도체 칩 배치설계권 등 산업재산권과 영업비밀 등의 첨단산업권, 데이터베이스와 같은 정보재산권 등에 관한 기술이나 창작물에 대한 권리를 분류해서 지칭하는 말이다.<sup>3)</sup>

## 3. 국내외 패키지디자인의 법적보호 제도 현황

### 3-1 국내외 패키지디자인 법적보호제도

#### (1) 한국

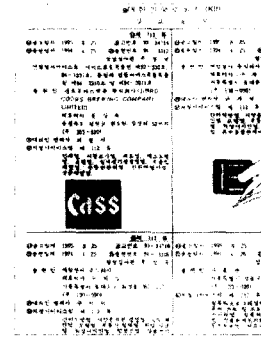
상표권이나 의장권을 등록할 경우 등록권자는 적극적으로 지정상품에 관하여 그 등록상표를 사용할 권리를 독점하는 독점권과 타인이 등록상표와 동일 또는 유사한 상표를 사용하는 경우 그 사용을 금지할 수 있는 금지권을 행사할 수 있으며 아울러 타인이 자기의 등록상표나 의장 또는 유사한 상



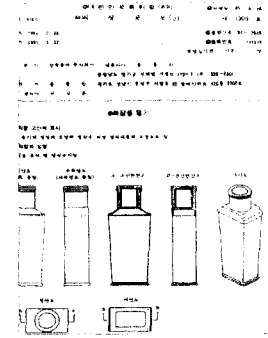
[그림1] 의장등록증 실례  
<출처:박규원,현대포장디자인, 미진사,1995>

표, 의장을 사용하는 등 상표권이나 의장권을 침해하는 경우 등록권자는 그 자를 상대로 하여 침해금지 청구권, 손해배상 청구권 등을 행사할 수 있는 소극적인 효력을 갖는다.<sup>4)</sup> 타인이 자기의 등록된 상표나 의장과 동일 또는 유사한 상표, 의장을 동일 또한 유사한 상품에 사용하고 있음이 명백하여 사업상의 손해를 입었을 경우에는 상표, 의장권자는 상표법이

정하는 바에 따라 정당한 보호를 받을 수 있다.



[그림2] 특허청에서 발행된 상표등록공고의 실례  
<출처:박규원,현대포장디자인, 미진사,1995>



[그림2]특허청에서 발행된 의장등록공고의 실례 <출처:박규원,현대포장디자인, 미진사,1995>

#### (2) 미국

미국에서는 패키지디자인의 보호를 주로 특허법으로 보호하며 그밖에 상표법, 저작권법으로 보호한다. 또한 대부분의 지적재산권 침해사건을 민사적으로 해결하려 한다. 피해자는 가해자(침해자)를 형사적으로 처벌하기 보다는 자신이 당한 금전적 손실을 회복하는 것을 더욱 선호하기 때문이다.

#### (3) 프랑스

프랑스에서는 패키지디자인의 보호를 의장법, 저작권법, 상표법, 부정경쟁방지법으로 중복 보호하는 것이 특징이다. 형법 전상 상표위조 부정사용 부정 상표 또는 부정 상표를 부착한 제품의 소지 판매등 상품출처지 및 질량오인 야기행위, 유사 상표를 제조사용, 유사상표 부착상품소지 판매 등에 대하여 구금 또는 벌금형을 선택 혹은 병과하고 있다.

#### (4) 중국

중국에서 패키지디자인 보호수단은 행정과 사법수단을 함께 사용하여 상표권을 보호하는 쌍궤제를 실시하고 있다. 권리를 침해당한 자는 법원 또는 공상행정관리기관을 통해 구제받을 수 있으며 어떤 보호수단을 이용할 것인가는 당사자가 스스로 선택할 수 있다.상표권을 침해당한 자의 95%정도는 절차가 간편하고 시간이 절약되는 공상행정관리기관을 이용하고 있다.

#### (5) 일본

일본에서는 패키지디자인의 보호를 의장법으로 보호한다. 또한 민사상으로 특허권을 침해한 자 또는 침해할 우려가 있는 자에 대해 그 행위의 금지청구권을 행사할 수 있다. 손해배상청구권에 비해 부당이득반환청구권은 침해자의 고의 또는 과실을 요건으로 하지 않으며 10년의 시효로 소멸된다.

### 3-2 패키지디자인 법적보호제도 국내외 비교<sup>6)</sup>

5)kidp문서자료실, <http://www.designdb.com/kidp/index.asp>,  
각국의 디자인보호제도 비교표, 1999

3)대한무역진흥공사, 지적재산권분쟁과 대응방안, p30, 1990

4)특허청인터넷사이트 [www.kipo.go.kr](http://www.kipo.go.kr) 자료실, 2003

보호권 기간	민,형사상의 제재
상표권 /10년	<ul style="list-style-type: none"> <li>민사상의 제재               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 침해금지 청구권</li> <li>2. 손해배상 청구권</li> <li>3. 신용회복 청구권</li> </ol> </li> <li>형사상의 제재               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 침해죄: 5년이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금</li> <li>2. 허위표시의 죄: 3년이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금</li> <li>3. 사위행위의 죄: 3년이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금</li> </ol> </li> </ul>
의장권 /15년	<ul style="list-style-type: none"> <li>민사상의 제재               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 침해금지 청구권</li> <li>2. 손해배상 청구권</li> <li>3. 신용회복 청구권</li> </ol> </li> <li>형사상의 제재               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 침해죄: 5년이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금</li> <li>2. 허위표시의 죄: 3년이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금</li> <li>3. 사위행위의 죄: 3년이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금</li> </ol> </li> </ul>

[표2] 국내 패키지디자인의 지적재산권 보호제도 현황표

한국	<ul style="list-style-type: none"> <li>의장법,상표법으로 보호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>의장법: 의장무심사등록제도, 다의장등록출원제도, 등록후 이의신청제도,</li> <li>상표법: 입체상표제도, 다류1출원제도</li> </ul>
일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>의장법으로 보호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>방식실체 심사주의</li> </ul>
미국	<ul style="list-style-type: none"> <li>특허법,상표법,저작권법으로 보호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>특허법,상표법,저작권법으로 보호</li> <li>특허법:방식실체검사에 의한 의장특허로서 보호</li> <li>상표법: Trade Dress법-2차적기능이 있는 경우 보호</li> </ul>
프랑스	<ul style="list-style-type: none"> <li>의장법,저작권법,상표법,부정경쟁방지법으로 중복보호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>의장법: 방식검사,복수출원주의,출원시부터 50년간 보호</li> <li>저작권법: 의장권에 등록하지않을 경우 보호</li> <li>상표법: 입체상표 및 외관보호</li> </ul>
독일	<ul style="list-style-type: none"> <li>의장법,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>의장법: 방식심사,</li> </ul>

6)1998년 3월 1일 상표법, 의장법 개정 이후부터 시행

일	부정경쟁방지법으로보호	복수출원주의(실체심사는침해소송이 발생 할 경우에만) ·부정경쟁방지법: 경쟁적 독특성을 가진 디자인
영국	<ul style="list-style-type: none"> <li>CDPA에 의해 보호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>의장법:등록디자인권,방식실체검사주의,1출원주의,20년간 보호</li> <li>저작권법: 물품의 표면장식보호</li> <li>부정경쟁방지법: 소송으로 2차적의미를 획득한 상품의 외관보호</li> </ul>
이태리	<ul style="list-style-type: none"> <li>의장법,상표법,부정경쟁방지법으로 보호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>의장법: 방식검사,다출원주의, 15년간 보호</li> <li>상표법: 입체상표등록허용</li> <li>부정경쟁방지법:민법으로 디자인의 독특성을 가 질경우 완전모방검사</li> </ul>
스위스	<ul style="list-style-type: none"> <li>의장법으로 보호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>의장법: 방식심사주의,출원일로부터 5년씩 최대 15년까지 보호</li> </ul>
노르웨이	<ul style="list-style-type: none"> <li>의장법,상표법으로 보호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>의장법: 방식실체검사,복수출원의. 2,3차원적물품의외관보호(심미성도갖출 필요 없음)</li> <li>상표법: 입체상표,포장등록 허용</li> </ul>

[표2] 패키지디자인의 지적재산권 보호제도 국내외 비교표

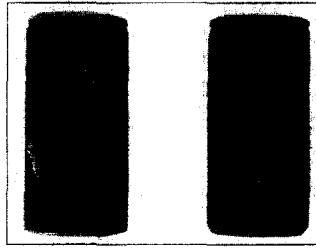
#### 4. 패키지디자인의 국내외 분쟁사례 실태7)

##### [사례1] 미국 코카콜라社 '스프라이트'와 롯데칠성社 '스프린트' 분쟁

1992년 2월 8일 코카콜라사는 레몬 라임향 무색청량음료인 Sprite를 국내에 처음으로 출시하였다. 이에 대해 경쟁사인 롯데칠성음료(주)의 측에서도 대응한 제품인 Lotte Sprint를 발매함으로써 생긴 분쟁이다. 이에 대해 코카콜라측은 자사의 등록상표 Sprite 및 스프라이트(1985.1.15)등록을 근거로 롯데 측에 대하여 1992년 3월 18일자로 서울민사지방법원에 상표법 및 부정경쟁방지법 위반혐의로 가처분을 신청하였다. 이에 롯데칠성은 1992년 4월 14일부터 기존의 롯데 Sprint를 롯데 Sprinter로 변경한 레몬라임향 청량음료를 발매하게 된다. 그러나 코카콜라측은 롯데칠성이 변경 사용하는 롯데 스프린터에 대하여도 또다시 4월 20일자로 새로운 가처분 신청을 하였다. 그 후 4월 29일에는 Sprint상표에 대한 코카콜라측의 가처분 신청이 받아들여져서 가처분 결정이 내려졌다.

7)정경석, 엔터테인먼트 비즈니스분쟁사례집, 청림출판사, p431, 2004

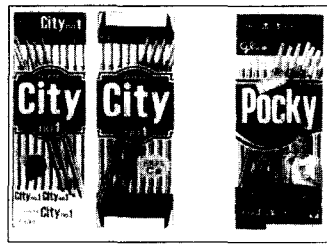
이로써 양사는 사건이 일단락될것으로 생각되었지만 또다시 2라운드 법적공방으로 들어가게 되었고 코카콜라측은 1992년 10월 2일자로 서울고등법원에 가처분 신청 항고를 하였으나 결국, 1993년 3월 9일자로 롯데칠성의 승소로 결정 되었다.



[그림5] 코카콜라사<sprite>와 롯데칠성<sprinter>

### [사례2] 미국 glico사와 국내 롯데제과의 대만 배수로 분쟁

1999년 미국 glico社 (New Pocky)는 대만에서의 과자류인 배수로(LOTTE City)에 대해 무역불공정 거래에 대해 국내 롯데제과(주)에 문제 의의를 제기하는 사건이 있었다. 이 사건은 국내 제과



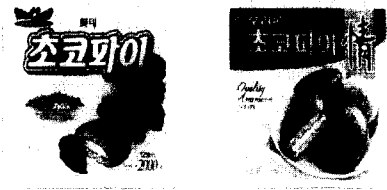
[그림6] 국내 롯데제과의 대만수출 제품city와 미국glico사의 pocky

회사(롯데제과(주))가 대만시장에 1986년경부터 먼저 진출하여 상표 및 의장등록을 하고 수출시장을 넓히면서 확고한 자리를 확보하게 되자, 원래 배수로란 제품을 먼저 개발하고 지금까지 일본시장에 진출하고 점차 동남아 지역으로 진출하던 미국 glico社가 후발주자로 대만시장에 진출하였지만 이미 상표 및 의장등록이 되어있어 등록을 할 수 없게 된 것이다. 또한 제품 판매실적도 한국의 롯데제과에 선두를 빼앗긴 결과를 보이게 되자 glico社는 대만시장에 선점을 빼앗긴 데 대해 국제무역시장의 윤리적인 측면을 호소하면서 제품의 포장디자인에 문제를 제기한 사건이다. 문제가 되는 의장부분은 크게 두 가지 였는데 첫째, 포장표면디자인에 있어서 붉은색 3단띠를 문제 삼았다.<그림2-5> glico사의 Pocky제품과 롯데 City제품의 표면 디자인 윗면, 중간, 하단의 붉은색 띠가 유사하다는 것이었고, 둘째, 제품 과자를 이용한 표면 레이어아웃 및 일러스트 디자인이 유사하다는 것이었다. 이에 대해 롯데제과는 도덕적, 윤리적인 책임에 따라 제품 의장을 부분 수정하고, 국내 내수제품에 먼저 수정된 디자인을 적용 판매한 후 차츰 수출제품에도 적용시켜 수출에는 크게 타격을 입지않으면서 문제를 해결하고자 한 분쟁 사례이다

### [사례3] 초코파이 분쟁

1999년 8월 제과류의 대명사격인 초코파이의 상표권을 둘러

싼 법정분쟁에서 동양제과(주)가 롯데제과(주)를 상대로 낸 상표소송에서 재판부는 동양

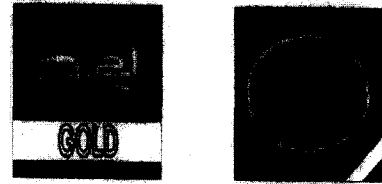


[그림7] 롯데초코파이와 오리온초코파이

제과의 <초코파이>상표등록취소 요구소송을 기각한 사건이다. 초코파이가 첫선을 보인 것은 지난 74년, 동양제과가 <오리온 초코파이>라는 이름으로 생산을 시작하였다. 이에 롯데제과는 79년부터 초코파이의 첫 글자만 바꾼 <롯데 초코파이>를 출하하였다. 소송이 제기된 것은 97년. 원조 동양제과가 경쟁사인 롯데제과 측을 상대로 초코파이 상표는 우리회사 고유의 지적재산권이라며 특허심판을 제기했으나 기각되자 소송을 냈다. 동양제과는 초코파이를 우리가 창작한 조어상표로 고유명사화 됐고, 30여개국에서 상표등록도 받았다고 주장했다. 이에 롯데제과측은 초코파이가 고유명사라면 초코우유나 초코아이스크림도 마찬가지로 아니며 맞섰다. 양측 주장에 대해 법원은 초코파이 상표가 업체들에 의해 20년간 사용되는 동안 동양은 독점적 사용에 대한 노력을 기울이지 않아 보통명사화됐다고 판결 함으로서 롯데제과 측이 승소한 분쟁 사례이다.

### [사례4] 그린소주 분쟁

그린(GREEN)이라는 상표를 놓고 소주회사인 두산(주)과 선양주조간에 벌어진 소송 항소심으로서 두산이 승소한



[그림8] 선양주조의 그린소주와 두산의 그린소주상표

사건이다. 1993년 경월소주를 인수한 두산은 94년 1월부터 경월이 생산하던 경월GREEN소주 상표중 <GREEN>이란 활자를 확대해 상표등록하고 사용해왔다. 그린소주는 94년 시장점유율이 11%로 신장하며 히트상품이 됐다. 이에 93년 말부터 선양GREEN이라는 이름의 소주를 생산하던 선양주조도 94년 6월 뒤따라 상표의 <GREEN>이란 활자를 강조한 소주를 내놓았다. 이에 두산측은 선양의 그린소주는 상표권침해로 그린소주의 인기에 무임승차하려는 것이라며 소송을 냈다. 1심에서는 선양주조의 승소, 항소심에서는 두산의 승소, 최종 판결에서 서울고법 민사6부는 선양이 그린이란 활자를 키워 상표로 사용한 것은 두산이 취득한 고유의 상표권 침해라는 판결로 두산주조측이 승소한 분쟁사례이다.

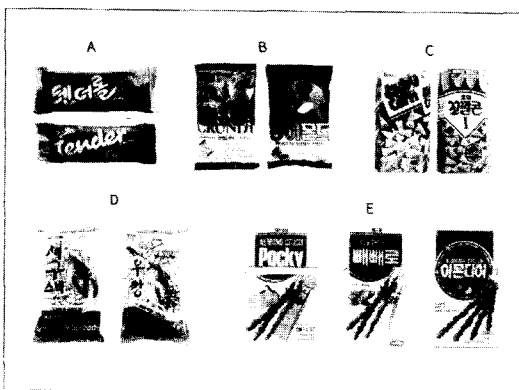
### [사례5] 제과업계의 의장권 논쟁

해태제과는 크라운제과가 출시한 비스킷제품인 <에세이>가 자사의 장수 히트상품인 <에이스>와 유사해 의장권을 침해했다며 크라운제과가 <에세이>의 의장을 변경하라며 공식적으로 대응한 논쟁이다. 해태는 <에세이>는 <에이스>와 상표명이 유사할 뿐만 아니라 제품포장의 칼라, 레이아웃, 형태 등이 <에이스>와 거의 같아 소비자가 동일 제품으로 오인할 우려가 높으며 명백한 공정거래법 위반이라고 주장했다. 이는 비스킷의 주소비층인 어린이의 경우 두 제품을 분간하기 어려울 정도라며 이는 크라운제과 <에이스>의 명성에 편승해 단기적으로 매출확대를 꾀하거나 시장을 교란시키려는 저의라고 했으며, 이에 대해 크라운 제과는 해태역시 우리측의 히트상품인 <조리퐁>을 거의 베낀 <밀로퐁>을 팔고 있지 않느냐며 대응했다. 실제로 제과업계는 제과산업의 특성상 생산공정이 유사한데다 원료도 한정되어있어 유사제품이 많을 수 밖에 없는 실정이며, 제과업계는 비스킷, 껌, 초코릿 등 조금이라도 히트할 제품이 새로 나오면 앞다퉀 상대편 제품을 모방하는 실정이다. 따라서, 롯데,해태,동양,크라운 등 국내 4대 제과사는 제품구색이 서로 비슷하며, 또한 상대사가 의장에 이의를 제기하면 부분적인 의장 변경을 통해 문제해결을 하고 있는 실정이다.

## 5. 모방사례에 대한 소비자 태도 실증적 분석

### 5-1 조사의 개요 및 대상

본 설문조사는 국내의 제과류패키지 모방사례를 중심으로 패키지디자인의 지적재산권의 보호실태와 방안을 연구하였다.



[그림 9] 국내외 패키지디자인 모방사례 조사 품목

구 분		명	%
성 별	남자	73	45.6
	여자	87	54.5
소 계		160	100
연 령 별	20대	56	35
	30대	96	60
	40대	7	4.4
	50대 이상	1	0.6
소 계		160	100
학 력 별	고등학교졸	12	7.5
	대학교졸	129	80.6
	대학원졸	19	11.9
소 계		160	100
직 업 별	학생	14	8.8
	회사원	64	40
	주부	24	15
	자유업	2	1.3
	디자이너	43	26.9
	기타	13	8
소 계		160	100

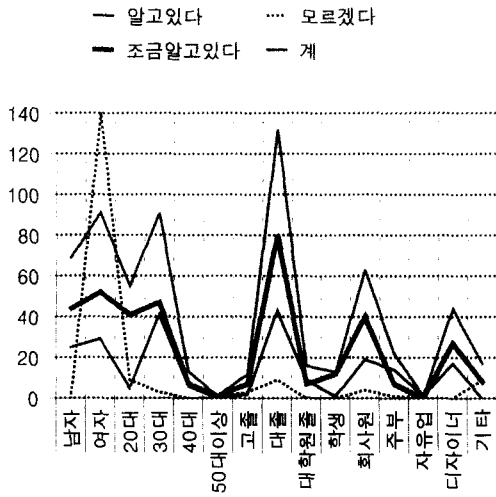
[표3] 조사대상자의 성별, 연령별, 학력별, 직업별 분류구성

현재 국내에서 패키지디자인업무에 종사하고있는 관련 디자이너와 패키지디자인관련 부서, 그리고 일반 소비자들로 크게 3대상으로 설정하여 패키지디자인의 지적재산권보호 관련 태도분석, 이해도, 발전 대응방향 등을 묻는 방법으로 실증적인 측면에서 조사, 분석하였다. 본 설문조사의 기간은 2004년 3월1일부터 3월 15일 까지 15일간 실시하였으며, 설문조사 인원수는 160명(남자 73명, 여자 87명)이었으며, 설문대상 연령층은 20대, 30대, 40대, 50대의 5개 층을 대상으로 넓게 하였지만, 특히 패키지 디자이너와 패키지 관련 업무에 종사하는 일반회사원 20대,30대 연령층 중심으로 비중을 둔 조사가 이루어졌는데, 조사인원은 패키지 디자이너 43명, 관련종사 회사원 64명 등 총109명으로 전체조사 인원 160명의 66%를 실무 전문가중심으로 무게를 둔 설문 조사였다. 학력별 구분은 조사결과 전체160명을 조사해본 결과, 조사방법에서 전문가 중심의 20,30대 실무자를 중심으로 조사한 영향으로 인한 영향으로 판단되지만, 일반 소비자를 포함해서 고학력이 위주의 대학교졸업 80.6%, 대학원졸업 11.9%로 전체의 92.5%로 고학력자가 많은 것으로 조사결과 나타났다. 이는 고등학교 졸업 이하 7.5%에 비해 상당히 많은 비율로써, 이는 위에서 설명한 바와 같이 조사대상의 선정기준에 따른 차이로 판명되었다.

### 5-2 소비자 태도분석

#### (1) 지적재산권제도의 이해도에 관한조사[표4]

설문인원 남녀 160명을 대상으로 지적재산권의 이해도를 묻는 질문에서는 응답자중 알고 있다고 답한 사람이 33.7%였고, 조금 알고 있다고 답한 사람은 60%, 전혀 모르겠다고 응

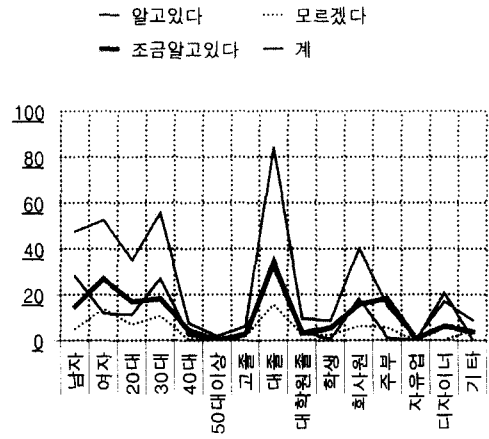


[표4] 지적재산권의 이해도 조사(단위:명)

답한 사람은 6.3% 밖에 되지 않았다. 이것은 곧 지적재산권의 의미를 일반적으로 많이 들어왔다지만 정확히 알고 있는 사람보다는 대략적인 의미만 알고 있는 사람이 대부분이라는 것을 나타내는 단적인 결과로 볼 수 있다. 직업별 이해도를 조사해보면 6개 총 직업 분류 중 전문패키지디자인의 지적재산권에 종사하는 직업을 가진 사람이 조금 알고 있다 혹은 알고 있다고 답한 결과를 보면 전체의 160명중 103명인 약 63%로서 일반주부나 학생, 자유업에 종사하는 사람보다 이해도면에서 상대적으로 높게 나타났다. 이것은 전문적 업무에 관련된 업무지식이 일반 소비자보다는 이해도에 평상시 도움이 되었고, 관심도에서도 높은 것을 알 수 있다. 또한 연령층도 20대,30대가 40대,50대 보다도 이해도 측면에서 높게 조사되었고, 남녀 성별적인 측면에서는 남자43%보다 여자 50%로 남자보다는 약간 높게 조사되었다.

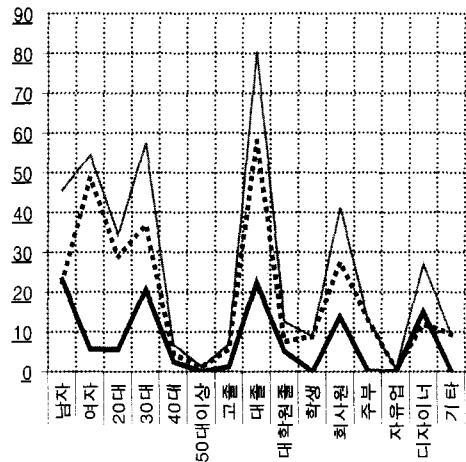
(2) 패키지디자인의 지적재산권 보호방법이해도 조사 [표5]

패키지디자인의 보호방법을 묻는 질문에서는 상표등록과 의장등록을 통해서 패키지디자인의 지적재산권을 보호하는 사실을 알고 있다고 답한 사람은 40%, 조금 알고 있다 42%, 모른다고 답한 사람은 18%로 등록을 통한 보호방법을 알고 있는 사람이 모른다고 답한 사람보다 많게 조사되었다. 남자와 여자를 비교해 볼 때에는 남자 43%, 여자 39%로 남자측이 이해도면서 약간 높게 조사되었다. 연령별 이해도를 보면 20대가 35%,30대가 55.6%, 40대가 7.5%,50대 이상이 1.9%로 20대와 30대의 이해도가 높은 것으로 나타났고, 학력별로는 고졸 6.2%,대졸 84.4%,대학원졸 9.4%로 대학졸업 이상이 높게 나타났다. 직업별 이해도는 학생 8.8%,회사원 40%,주부 15%,자유업 0.6%,디자이너 26.9%, 기타 8.8%로 관련업종에 종사하는 회사원과 디자이너가 전체의69.9%로 높은 전문지식 이해도를 나타낸 것으로 당연한 현상으로 볼 수 있다.



[표5] 패키지디자인의 상표등록, 의장등록을 통한 보호 방법의 이해도 조사 (단위:백분율%)

— 있다    .. 없다    - 계



[표6] 상표,의장등록 실행도 조사(백분율:%)

(3) 등록의 실행 관심도에 관한 조사[표6]

전체 조사대상 160명중 46명인 28.8%가량이 등록을 해본 경험이 있다고 조사되었다. 또한 유무를 답하는 질문에서는 전체 160명중 남자 45.6%중 있다가 23.1%, 없다가 22.5%였으며, 여자 54.4%중에서 있다 5.6%,없다 48.8%로 남자보다 여자측이 등록 실행율이 적은 것으로 조사되었다. 이 같은 결과를 놓고 볼 때 일반적으로 등록실행도 조사결과로 30%도 되지 않은 것으로 보아 아직 지적재산권의 실행관심도가 아직은 낮은 수준임을 알 수 있다. 연령별로는 20대 34.4%,30대 57.5%,40대 6.9%,50대이상이 1.2%였는데 30대층이 상표나 의장등록을 가장 많이 하는 것을 알 수 있으며, 40대,50대는 상대적으로 적은 것으로 보아 일반적으로 나이가 많은 사람일수록 지적재산권보호 실행관심도면에서 저조한 것을 알 수



가 있다. 학력별로는 대학교졸업이 가장 많은 80.6%를 나타냈으며 대학원졸업, 고등학교졸업 순이었다. 이는 전문직에 종사하는 학력이 대부분 대학교 졸업 이상인 것을 알 수 있다. 직업별 실행도를 알아보면, 역시 지적재산권관련 업무에 종사하는 회사원과 디자이너가 41.3%와 26.9%로 전체 68.2%로 높게 조사된 것으로 볼 때 등록의 실행관심도는 업무와 연관성이 있음을 알 수 있다. 위에서 등록신청을 해본 경험이 있다고 답한 46명의 남녀 설문자에 대한 성별, 연령별, 학력별, 직업별 분석을 하면 다음과 같다. 한번이라도 상표등록이나 의장등록을 통하여 등록을 해본 경험을 묻는 설문에서 남녀 구성비를 살펴보면, 여자 19.6%보다 남자 80.4%로 여자보다 남자 쪽에서 등록신청 경험이 많은 것으로 조사되었고, 신청 횟수를 살펴보면 5회 이상이 압도적으로 많음을 알 수 있다. 이는 1회나 2회 신청을 해본사람보다 횟수비율에서 87%로 매우 높게 조사된 것은 대부분 회사원의 직업을 가진 사람이 관련 업무를 통해 반복적 실행을 통한 당연한 결과로 보인다. 이에 비해 학생이나 주부, 자유업에 종사하는 사람은 한번도 등록신청을 해본 적이 없는 것은 상대적으로 많은 차이점을 알 수 있었다. 학력별에서는 대학교졸업이상이 전체 87.8%로 높게 나타나 고학력일수록 등록신청횟수가 많았다. 또한 직업별 조사에서 특이한 사항은 관련 회사원보다 전문 디자이너들의 등록신청이 52.2%로 높게 나타난 사항은 특이할만한 사항으로 보인다.

(4) 정보제공 매체에 관한 조사[표7]

정보습득 매체를 묻는 질문에는 신문 44.5%, TV 41.5% 등의 순으로 정보를 접하게 되는 것으로 나타났다. 그러나 라디오, 서적류, 인터넷은 상대적으로 적게 나타난 것으로 보아 매체 전달율이 높은 매체일수록 높은 정보 습득율을 보이는 것을 알 수 있다. 최근 인터넷에 관한 관심이 높은것에 비해 조사 결과에 의해서는 0%로 인터넷이 실생활이나 전문영역의 접근면에서는 아직 이른 면이 있음을 조사결과를 통해 알 수 있었다.

(5) 패키지디자인의 침해 유무 사실에 관한 조사

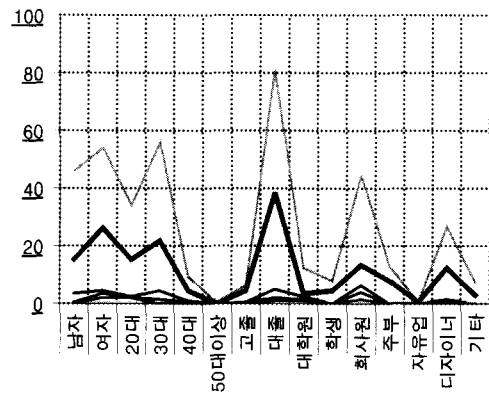
패키지디자인의 침해유무를 묻는 질문에서는 전체 160명의 대상자중 침해했다고 답한 사람은 153명으로 95.6%였고, 침해하지 않았다고 답한 사람은 2명으로 1.3%, 잘 모르겠다고 답한 사람은 5명으로 3.9%였다. 위 설문결과로 볼 때 대부분의 사람들이 국내의 침해사례를 침해했다고 응답했다. 연령별로는 30대가 침해했다고 답한 사람이 가장 많았으며, 직업별로는 회사원이 40%로 지적재산권 침해에 관심을 가지고 있는 것으로 조사결과 나타났다.

(6) 패키지디자인의 지적재산권침해 영역에 관한 조사[표8]

패키지디자인이 지적재산권 침해를 당하는 영역이 어느 곳인

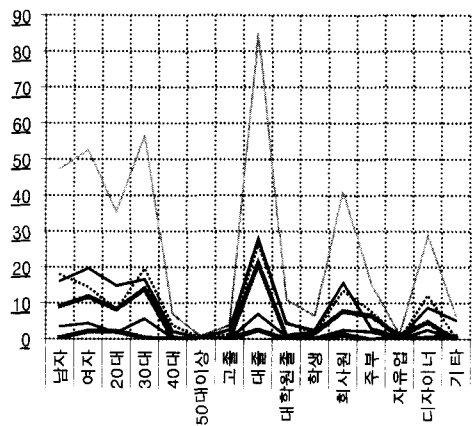
가를 묻는 질문에서는 일반적으로 형태 36%, 칼라 33%, 일러스트레이션 21%, 레이아웃 8% 순으로 지적재산권 침해를 가장 많이 당하는 것으로 조사되었다. 또한 소비자들이 보는 침해영역이 형태, 칼라, 일러스트레이션, 레이아웃 등으로 골고루 포함하고 있다는 것을 조사결과 알 수 있다. 특히, 관련 업무에 종사하는 디자이너와 직원들의 답변결과에서 나타나듯이 직업별 침해분석을 보면 상대적으로 회사원, 디자이너가 전체의 70% 이상이 침해영역을 칼라, 형태, 일러스트레이션 등의 침해사항을 답하므로 인하여 대부분 스스로 이러한 침해를 문제의 심각성을 인정하지만 사회적 흐름상 어쩔 수 없는 현상으로 보고 있는 것으로 조사결과 문제점으로 밝혀졌다.

— TV — 서적류 — 기타 — C7  
— 라디오 — 인터넷 — 계



[표7] 지적재산권 정보습득 매체 조사(백분율:%)

— 형태 ... 칼라 — 기타  
— 레이아웃 — 일러스트 — 계



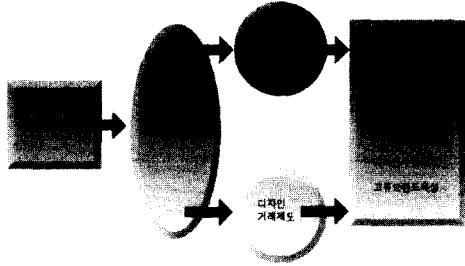
[표8] 패키지디자인의 침해영역조사(백분율:%)

(7) 지적재산권 침해방지를 위한 대응에 관한 조사

패키지디자인의 지적재산권 침해방지를 위해 누가 추진 앞장 서야 하는가에 관한 질문에서 기업34%, 국가32%, 관련부서

및 디자이너 25%순으로 전체 91%로 기업, 국가, 관련부서 및 디자이너 순으로 높은 기대치 결과가 나타났다. 이는 어느 한 기관의 문제라기 보다 곧 기업, 국가, 관련부서 및 디자이너의 책임을 뜻하는 결과로서 지적재산권 보호에 관한 법적대안요구와 기업의 양심회복, 디자이너의 자질과 책임감을 묻는 단적인 결과로 보인다.

### 5-3 향후 보호방안



[그림9] 디자인 모니터링제도 개념도

우리나라 패키지디자인의 지적재산권 보호현황을 통해 제기된 문제점을 통해서 패키지디자인의 지적재산권을 보호하기 위해서 다음과 같은 6가지 보호방안이 필요하다. 첫째, 우리나라 현실에 적합하고 국제무역시장에 대응하기 위한 관계법령의 정비를 통해 적절한 대응이 필요하다. 둘째, 정부에서는 더욱 강화된 상표권 및 의장권 강화제도 실시를 통해 모방사태를 강력히 규제하여야 한다. 셋째, 상표권이나 의장권의 출원을 용이하게 하기위한 교육을 통해 체계적이고 전문화된 요원양성과 더불어 등록이 자유롭고 쉽게 이루어지도록 해야 한다. 넷째, 해외 각국과의 무역을 통해 서로간의 피해를 줄이기 위한 보호방안으로 각국에 의장이나 상표를 선 등록하는 조치를 통해 침해사태를 최소화해야 한다. 다섯째, 분쟁사태를 통한 침해방지를 위해서는 전산시스템구축을 통한 디자인 모니터링제도의 실시가 필요하다. 여섯째, 패키지디자이너는 관련 법규숙지를 위한 체계적인교육 프로그램을 통하여 관련제품디자인에 대한 모방사태를 미연에 방지할 수 있도록 하는 노력이 필요하다.

### 6. 결론

본 논문은 패키지디자인의 지적재산권 침해사태가 빈번한 현실 속에서 국제무역시장 개방에 따른 적극적인 보호방안 모색과 관련법안을 연구함으로써 패키지 업무에 관련된 많은 사람들과 패키지디자이너들에게 도움을 주고자 하였다. 따라서 이러한 관점에서 패키지디자인의 지적재산권 침해관련 보호방안을 위한 접근방법을 다음 세 가지 측면에서 제시하였다. 첫째, 패키지관련 보호제도 및 법규조사를 통한 접근방법으로서, 국내외 각종 보호제도 현황과 문제점을 비교 분석함으로써 부족한 법안을 보완하고, 무역시장의 세계화 추세에 대응코자 하였다. 둘째, 패키지디자인의 CREATIVE측면에서

구성요소별 분석을 통한 접근방법으로서, 실제로 국내외 패키지디자인의 지적재산권 침해 모방사례 조사를 통한 비교분석을 통하여 지적재산권 침해의 심각성을 부각시켰다. 셋째, 실증적 분석을 통한 접근방법으로서, 지적재산권의 국민적 이해도와 관심도 조사를 통하여 문제점 제시와 그 실증적 해결방안 모색을 추구하였다. 그러나 지적재산권이 점차 사회적 관심을 보이고 있는 가운데에서도 아직까지 특허권이나 저작권에 비해 상대적으로 패키지디자인에 대한 사회적 관심도는 매우 부족한 실정이며, 특히 의장권은 국가의 개정된 관련법안을 무시한 기업들의 노골적인 모방침해 행위는 가히 심각한 수준에 있음이 현실이다. 이러한 현실에서 보다 적극적인 보호방안으로 다음 세 가지 면을 주력해야 할 것으로 보인다. 첫째, 한층 강화된 국가의 정책적 대응책 노력이 필요하다. WTO 체제하에서 세계 각국의 보호관련 법안에 대응하기 위한 세계화 된 관련법규의 제정과 현재 소홀한 기업들의 무분별한 침해행위를 강력히 규제해야 할 것이다. 둘째, 기업들은 무분별한 지적재산권침해 행위를 금지하고 패키지디자인 개발에 주력함으로써 경쟁력강화에 힘써야 할 것이다. 셋째, 패키지 관련 종사자들과 포장디자이너들은 관련법규에 대한 전문지식습득과 적용 노력을 통하여 소유권 분쟁이 일어나지 않도록 독창적 디자인 노력과 더불어 소유권 분쟁 시 적극적, 능동적으로 대처할 수 있는 방안을 마련토록 해야 할 것이다. 마지막으로 본 연구가 패키지디자인의 지적재산권보호를 위한 방안이 되는 한편 창조적 활동에 관련된 많은 사람들과 일선 디자이너들에게 본 논문이 보다 폭 넓은 활용자료가 되기를 기대한다.

### 참고문헌

- 정경석, <엔터테인먼트비즈니스분쟁사례집> 청림출판, 2004
- 윤선희, 김성기, 표호건(공저), 한국발명진흥회, <상표, 의장보호대상확대 및보호방>, 1997
- 박규원, <현대포장디자인>, 미진사, 1995
- 세창출판사, <산업디자인과 지적소유권법>, 1995
- 대한무역진흥공사, <지적재산권분쟁과 대응방안>, 1990
- 대한변리사회, <지적재산권 민사 형사판례집>, 1997
- 이상정, <산업디자인의 법적보호에 관한 연구>, 서울대학교 대학원, 박사학위논문, 1995
- 高田忠, <意裝>, 有斐閣, 1988
- 法曹會, <知的財産權關係民事, 行政判例概観>, 1993
- Diane Martens Reed, USE OF 'LIKE/LOVE' SLOGANS IN ADVERTISING: IS THE TRADEMARK OWNER PROTECTED?, San Diego Law Review January, 1998.