



: 2016-09-28

## 서울중앙지방법원

### 제 1 2 민 사 부

### 판 결

사 건 2015가합20914 부정경쟁행위금지 및 특허권침해금지 등  
원 고 리모와 게엠베하 (RIMOWA GmbH)  
피 고 A  
변 론 종 결 2016. 7. 20.  
판 결 선 고 2016. 8. 19.

### 주 문

- 가. 피고는 별지 목록 제1항 표시 가방 제품 및 별지 목록 제2항 표시 휴대전화 케이스 제품을 제조, 판매, 양도, 인도, 전시, 배포, 수입, 수출을 하여서는 아니 된다.  
나. 피고는 서울 송파구 B 리빙관 L-5094 및 대한민국 소재 공장, 사무소, 창고, 차량에 보관하고 있는 별지 목록 제1항 표시 가방 제품과 별지 목록 제2항 표시 휴대전화 케이스 제품을 각 폐기하라.  
다. 피고는 원고에게 20,000,000원 및 이에 대하여 2016. 6. 23.부터 2016. 8. 19.까지는 연 5%의, 그 다음날부터 다 갚는 날까지는 연 15%의 각 비율로 계산한 돈을 지급하라.
- 원고의 나머지 청구를 기각한다.



3. 소송비용 중 15%는 원고가, 나머지 85%는 피고가 각 부담한다.
4. 제1항은 가집행할 수 있다.

## 청 구 취 지

주문 1.의 가, 나.항 및 피고는 원고에게 30,000,000원 및 이에 대한 이 사건 2016. 6. 21.자 청구취지 및 청구원인 변경신청서 부분 송달일 다음날부터 다 갚는 날까지 연 15%의 비율로 계산한 돈을 지급하라.

## 이 유

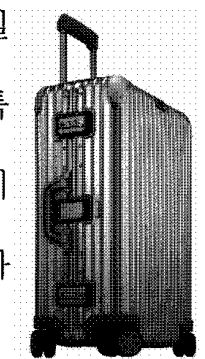
### 1. 기초사실

#### 가. 당사자들의 지위

원고는 1898년 독일연방공화국 쾰른시에서 창업하여 현재까지 여행용 가방을 제조·판매하는 회사이고, 피고는 'C'라는 상호로 여행용 가방을 판매하면서 인터넷 웹사이트(D, 이하 '피고 웹사이트'라 한다)를 운영하고 있다.

#### 나. 원고가 제조·판매하는 상품

원고가 제조·판매하는 여행용 가방은 병렬적으로 동일한 간격과 일정한 크기·형태로 튀어나온 그루브(groove, 홈)를 갖고 있는 디자인을 특징으로 하는데, 그중 1950년경에 출시된 알루미늄 소재에 멀티휠 롤러 시스템을 채택한 '토파즈'가 대표 모델이다(오른쪽 그림 참조, 이하 '원고 가방'이라 한다).



#### 다. 피고가 판매하는 상품



피고는 피고 웹사이트와 그 밖의 온라인쇼핑몰(인터파크, E, 텐바이텐 등)을 통하여 별지 목록 제1항 표시 가방 제품(브랜드명 : F, 이하 '피고 가방'이라 한다)과 별지 목록 제2항 표시 휴대전화 케이스 제품(이하 '피고 휴대전화 케이스'라 한다)을 판매하고 있다.

【인정근거】 다툼이 없거나 명백히 다투지 아니하는 사실, 갑 제1 내지 13, 37, 38호 증(가지번호 있는 경우 각 가지번호 포함, 이하 같다)의 각 기재 또는 영상, 변론 전체의 취지

## 2. 피고 가방에 대한 청구에 관한 판단

### 가. 원고의 청구원인

피고가 국내에 널리 인식된 상품(여행용 가방)의 표지인 원고 가방의 형태와 동일·유사한 형태의 피고 가방을 판매하는 행위는, ① 원고 가방과 혼동하게 하는 행위로서 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률(이하 '부정경쟁방지법'이라 한다) 제2조 제1호 (가)목이 정한 부정경쟁행위, ② 원고 가방의 식별력이나 명성을 손상하는 행위로서 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (다)목이 정한 부정경쟁행위, ③ 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과인 원고 가방의 형태를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 원고의 경제적 이익을 침해하는 행위로서 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목이 정한 부정경쟁행위에 각 해당한다.

### 나. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목의 부정경쟁행위 주장에 관한 판단

#### 1) 원고 가방의 형태가 국내에 널리 인식된 상품표지에 해당하는지 여부

##### 가) 적용 법리



상품의 형태는 디자인권이나 특허권 등에 의하여 보호되지 않는 한 원칙적으로 이를 모방하여 제작하는 것이 허용되며, 다만 예외적으로 어떤 상품의 형태가 장기간의 계속적·독점적·배타적 사용이나 지속적인 선전광고 등에 의하여 그 형태가 갖는 차별적 특징이 거래자 또는 수요자에게 특정한 품질을 가지는 특정 출처의 상품임을 연상시킬 정도로 현저하게 개별화된 경우에만 부차적으로 자타상품의 식별력을 가지게 되고 이러한 경우 비로소 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목 소정의 '기타 타인의 상품임을 표시한 표지'에 해당되어 같은 법에 의한 보호를 받을 수 있다(대법원 2001. 10. 12. 선고 2001다44925 판결 등 참조).

부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목에서 타인의 상품임을 표시한 표지가 국내에 널리 인식되었는지 여부는 그 사용기간, 방법, 태양, 사용량, 거래범위 등과 상품거래의 실정 및 사회통념상 객관적으로 널리 알려졌느냐의 여부 등이 기준이 된다(대법원 1997. 2. 5.자 96마364 결정 등 참조).

#### 나) 위 법리에 따른 판단

앞서 든 증거 및 갑 제15 내지 31, 39, 44 내지 50, 54, 55, 71 내지 79, 81호 증의 각 기재 또는 영상에 의하여 인정되는 아래와 같은 사정들을 종합하면, 원고 가방의 형태는 장기간에 걸쳐 원고 제품에 계속적·독점적·배타적으로 사용됨으로써 그 상품형태가 갖는 차별적 특징이 일반 수요자들에게 특정 상품 출처로서의 식별력을 갖게 되었을 뿐만 아니라, 국내에서 여행용 가방 상품과 관련하여 주지성을 획득하였다고 봄이 상당하다.

○ 원고 가방은 1950년경 출시된 이후 현재까지 ① 전체적으로 모서리가 둥근 사각형의 상자 모양, ② 6면의 표면에 동일한 간격으로 끈이 뺀 그루브(홈), ③ 상단 4



군데 모서리에 부착된 둥근 캡(덧댐), ④ 가방을 여닫는 부분의 테두리를 고정시키는 나사(리벳)이 외부로 보이게 드러나 있는 점, ⑤ 정면 중앙 상단에 상표가 부착된 가방걸이, ⑥ 알루미늄 소재의 반짝거리는 표면 등을 특징으로 하는 형태를 유지해 오고 있다.

○ 원고 가방의 위와 같은 형태적 특징 중 요부에 해당하는 '그루브 디자인'은 원고가 1900년대 초의 항공기에서 영감을 얻어 1950년경 원고 가방에 처음 적용한 이래 현재까지 원고가 출시하는 모든 여행용 가방 제품에 적용되고 있다. 원고는 "THE LUGGAGE WITH THE GROOVES"라는 광고 문구를 사용하여 '그루브 디자인'을 부각시키고 있다.

○ TV, 영화, 언론매체 등을 통하여 국내외 유명인들이 원고 가방을 사용하는 모습이 자주 노출되었고, 2009. 3.경부터 원고 회사와 제품을 소개하는 국내 언론 기사도 꾸준히 보도되고 있다. 그 결과 앞서 본 것과 같은 원고 가방의 형태적 특징이 소비자들 사이에서는 '리모와 스타일'이라 불리기도 한다(위와 같은 형태적 특징을 본뜬 파우치, 휴대전화 케이스, 보조배터리가 '리모와 스타일'이라 불리우며 판매되기도 한다).

○ 아래 표에서 보는 바와 같이, 원고(국내 독점판매사인 주식회사 썬무역상사 포함)의 2006년부터 2014년까지의 국내 영업실적은 빠른 속도로 성장하는 추세에 있고, 같은 기간 동안 국내 마케팅 비용 지출도 상당한 규모로 유지되고 있다. 그 밖에 원고 제품의 국내 병행수입도 활발해지고 있는 추세이다.

년도	총 판매수량	매출액(원)	매장수	마케팅 비용(원)
2006년	277		6	49,750,000
2007년	1,060		7	129,240,000
2008년	1,359	758,936,808	7	104,240,000
2009년	2,121	1,453,181,771	9	107,925,500
2010년	3,885	2,552,494,965	11	129,037,500
2011년	7,167	4,563,369,889	8	116,010,500



2012년	9,835	6,295,352,202	10	118,865,000
2013년	12,185	6,546,668,775	11	261,065,000
2014년	16,754	9,265,526,662	14	192,850,000

○ 원고 가방의 형태는 미국과 독일에서 그 자체로서 식별력이 인정되어 입체 상표로 등록되기도 하였고, 대만 법원은 원고 가방의 '그루브 디자인'이 주지한 상품표지에 해당한다는 이유로 원고 가방을 모방한 제품의 제조·판매행위를 금지하는 판결을 내리기도 하였다.

○ 피고는, 원고 가방의 형태와 유사한 형태의 여행용 가방 제품들(을 제2 내지 4호증)이 이미 다른 업체들에 의해 판매되고 있음을 근거로 원고 가방의 형태가 원고에 의해 독점적·배타적으로 사용된 것이 아니라는 취지의 주장을 하나, 피고가 들고 있는 다른 여행용 가방 제품들은 원고 가방의 형태와 유사하다고 보기 어려운 것, 중국에서 원고 가방의 모방품으로 생산된 것 또는 원고 가방의 형태가 상품표지로서 국내에 널리 인식되기 이전에 생산·판매되었음이 입증되지 않는 것이어서 피고의 위 주장은 받아들이기 어렵다.

○ 또한 피고는, 원고 가방 디자인의 핵심인 '그루브 디자인'은 기능적 목적(공항 등에서 수하물 운반시 손쉽게 운반하기 위한 목적)의 디자인이므로 상품표지성을 인정할 수 없다는 취지의 주장도 하나, 원고 가방의 디자인이 여행용 가방의 기능을 향상하기 위한 필수적인 디자인에 해당한다는 점에 관한 입증이 없는 이상 피고의 위 주장 역시 받아들이기 어렵다. 오히려 원고 가방의 디자인에 관한 독일 라인란트 기술 감시협회의 실험에서 '표면의 요철에 따른 항압력에 아무런 차이가 발견되지 않았다'는 결과가 나왔고, 미국의 재료공학 전문가인 G과 H가 작성한 원고 가방에 관한 2016. 3. 25.자 실험결과서에는 '표면상 그루브 형태는 가방의 구조적 이점을 증가시키지 않고



어떠한 기능을 제고하지 않는다'는 결론이 내려지기도 하였다.

## 2) 피고 가방의 형태가 원고 가방의 형태와 동일·유사하여 혼동가능성이 있는지 여부

### 가) 적용 법리

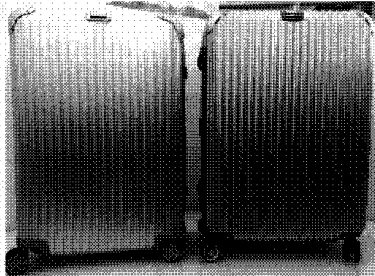
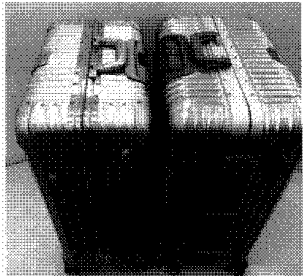
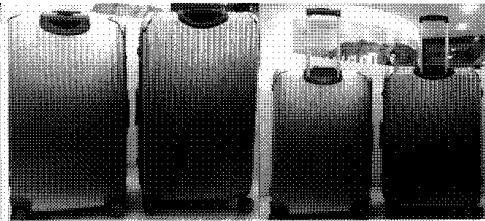


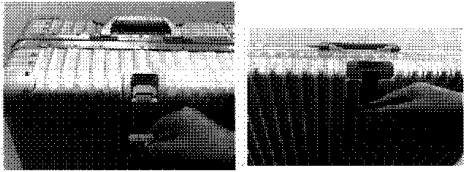
부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목 소정의 '타인의 상품과 혼동하게 하는 행위'에는 현실적으로 상품의 출처에 관한 혼동을 초래하는 행위뿐만 아니라 혼동을 초래할 우려가 있는 행위도 포함되며, 그에 해당하는지 여부는 상품표지의 주지성과 식별력의 정도, 표지의 유사 정도, 사용 태양, 상품의 유사 및 고객층의 중복 등으로 인한 경엽·경합관계의 존부, 그리고 모방자의 악의(사용의도) 유무 등을 종합하여 판단하여야 한다. 따라서 비록 상품의 품질과 가격, 판매장소, 판매방법이나 광고 등 판매 당시의 구체적 사정 때문에 그 당시 구매자는 상품의 출처를 혼동하지 아니하였다고 하더라도, 구매자로부터 상품을 양수하거나 구매자가 지니고 있는 상품을 본 제3자가 그 상품에 부착된 상품표지 때문에 상품의 출처를 혼동할 우려가 있는 등 일반 수요자의 관점에서 상품의 출처에 관한 혼동의 우려가 있다면 그러한 상품표지를 사용하거나 그 상품표지를 사용한 상품을 판매하는 등의 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목 소정의 '타인의 상품과 혼동하게 하는 행위'에 해당한다(대법원 2012. 12. 13. 선고 2011도6797 판결 등 참조).

### 나) 위 법리에 따른 판단

앞서 살펴 본 원고 가방 형태의 상품표지로서의 주지성과 식별력의 정도, 원·피고 가방이 동종 상품(여행용 가방)인 점에다가 앞서 든 증거 및 갑 제14, 33 내지 35, 57 내지 59호증의 각 기재 또는 영상에 의하여 인정되는 아래와 같은 사정들을 종합하면, 피고 가방의 형태는 원고 가방의 형태와 동일·유사하여 최소한 일반 수요자

의 관점에서 상품의 출처에 관한 혼동의 우려가 있다고 봄이 상당하다.

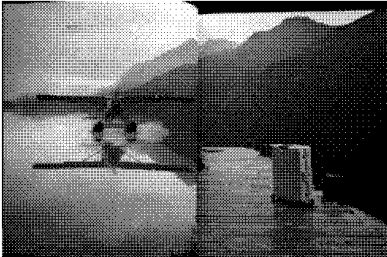

○ 원고 가방과 피고 가방은 아래 비교 표에서 보는 바와 같이 크기, 형태, 색깔이 동일하거나 매우 유사한 반면, 가방걸이에 부착된 상표는 제3자의 입장에서 볼 때 거의 눈에 띄지 않아 자타상품 식별기능을 하지 못한다. 그 밖에 피고가 주장하는 모서리의 덧댄 부분, 외부로 드러난 나사 부분, 바퀴 부분, 가방 내부 부분 등의 일부 차이는 그 차이나는 정도가 미세하거나 제3자가 외부 관찰로는 확인할 수 없는 것이어서 식별기능에 영향을 줄 정도의 차이로 보기는 어렵다.

좌측 - 원고 가방 / 우측 - 피고 가방			
전면		윗면	
뒷면		측면	
아랫면		가방 걸이	

○ 피고는 2015. 6. 8. 특허청에 피고 가방의 디자인에 관한 디자인 출원을 하였으나, 특허청은 2016. 1. 4. 이미 공지된 원고 가방 디자인과 유사하다는 이유로 위 출원을 거절하는 결정을 하였고, 위 결정은 그대로 확정되었다.



○ 피고는 피고 가방을 판매하면서 "연예인캐리어 가방으로도 유명한 리모와 캐리어 스타일"이라는 홍보 문구를 사용하기도 하고, 아래 비교 표와 같이 원고 회사의 광고 이미지도 무단 사용하였는바, 이러한 점들에 비추어 보면 피고의 모방자로서의 악의(사용의도)도 추단된다.

원고의 광고 이미지	피고의 광고 이미지
	

### 3) 소결론

따라서 피고가 피고 가방을 판매하는 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가) 목이 정한 부정경쟁행위에 해당한다[원고의 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목에 따른 청구를 받아들이는 이상 원고의 나머지 선택적 청구인 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (다), (차)목에 따른 청구는 별도로 판단하지 아니한다].

### 3. 피고 휴대전화 케이스에 대한 청구에 관한 판단

#### 가. 원고의 청구원인

피고가 국내에 널리 인식된 상품(여행용 가방)의 표지인 원고 가방의 형태를 모방한 피고 휴대전화 케이스를 판매하는 행위는, ① 원고 가방의 식별력이나 명성을 손상하는 행위로서 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (다)목이 정한 부정경쟁행위, ② 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과인 원고 가방의 형태를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 원고의 경제적 이익을 침해하는 행위로서 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목이 정한 부정경쟁



행위에 각 해당한다.

## 나. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (다)목의 부정경쟁행위 주장에 관한 판단

### 1) 적용 법리

부정경쟁방지법 제2조 제1호 (다)목의 입법 취지와 그 입법 과정에 비추어 볼 때, 위 규정에서 사용하고 있는 '국내에 널리 인식된'이라는 용어는 국내 전역 또는 일정한 지역 범위 안에서 거래자 또는 수요자들 사이에 알려지게 된 '주지의 정도'를 넘어 관계 거래자 이외에 일반 공중의 대부분에까지 널리 알려지게 된 이른바 '저명의 정도'에 이른 것을 의미하는 것으로 해석해야 한다. 그리고 어떠한 상품의 형태가 '저명의 정도'에 이르기 위해서는 그 상품의 형태가 갖는 차별적 특징이 일반 공중의 대부분에까지 특정 출처의 상품임을 연상시킬 정도로 현저하게 개별화된 정도에 이르러야 한다(대법원 2006. 1. 26. 선고 2004도651 판결, 대법원 2012. 3. 29. 선고 2010다20044 판결 등 참조).

### 2) 위 법리에 따른 판단

원고 가방의 형태가 상품표지로서의 주지성을 획득하였음은 앞서 본 바와 같지만, 앞서 든 증거에 의하여 알 수 있는 다음과 같은 사정들 즉, ① 원고 가방은 여행용 가방 중에서 고가에 속하여 그 수요층이 제한되어 있는 점, ② 원고의 국내 매장은 서울, 부산, 대구, 분당 등의 대도시 위주로 14군데에만 있는 점 등에 비추어 보면, 원고가 제출한 증거들만으로는 원고 가방의 형태가 갖는 차별적 특징이 관계 거래자 이외에 일반 공중의 대부분에까지 특정 출처의 상품임을 연상시킬 정도로 현저하게 개별화된 정도에 이르렀다고 보기는 어렵고, 달리 이를 인정할 증거가 없다.

### 3) 소결론



따라서 원고 가방의 형태가 '저명한 상품표지'에 해당함을 전제로 한 원고의 이 부분 청구는 이유 없다.

#### 다. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목의 부정경쟁행위 주장에 관한 판단

앞서 든 증거에 의하여 알 수 있는 다음과 같은 사정들 즉, ① 위 2. 나. 1) 나)항에서 살펴본 사정들에 비추어 보면 원고 가방의 형태는 원고의 '상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과'에 해당하는 점, ② 원고 가방의 형태는 그 차별적 특징이 원고 가방의 중요한 구매동기이자 재산적 가치를 형성하는 핵심요소에 해당하므로 '법률상 보호할 가치가 있는 이익'에 해당하는 점, ③ 피고 휴대전화 케이스의 형태는 원고 가방의 형태와 유사할 뿐만 아니라, 피고는 피고 휴대전화 케이스를 판매하면서 "리모와 캐리어/케이스/스타일"이라는 홍보 문구까지 사용하였는바, 이러한 피고의 행위는 원고 가방의 형태를 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용하는 행위에 해당하고 그 무단사용 방법이 '공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는' 것으로 평가되는 점 등을 종합하여 보면, 피고가 원고 가방의 형태와 유사한 형태의 피고 휴대전화 케이스를 판매하는 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목이 정한 부정경쟁행위에 해당한다.

#### 4. 피고의 의무

##### 가. 금지 및 폐기의무

위에서 살펴 본 바와 같이 피고가 피고 가방 제품과 피고 휴대전화 케이스 제품을 판매하는 행위는 부정경쟁행위에 해당하므로(이하 '이 사건 부정경쟁행위'라 한다), 부정경쟁방지법 제4조에 따라 피고는 피고 가방 제품과 피고 휴대전화 케이스 제품을 제조, 판매, 양도, 인도, 전시, 배포, 수입, 수출을 하여서는 아니 되고, 피고 주소인 서울 송파구 B 리빙관 L-5094 및 대한민국 소재 공장, 사무소, 창고, 차량에 보관하고 있는



피고 가방 제품과 피고 휴대전화 케이스 제품을 폐기할 의무가 있다.

## 나. 손해배상의무

### 1) 손해배상책임의 발생

위 인정사실 및 앞서 든 증거에 의하면, 이 사건 부정경쟁행위에 있어서 피고의 고의·과실을 인정할 수 있으므로, 부정경쟁방지법 제5조에 따라 피고는 원고에게 이 사건 부정경쟁행위로 원고가 입은 손해를 배상할 의무가 있다.

이에 대하여 피고는, 피고가 중국의 온라인쇼핑몰을 통하여 가격과 디자인이 꽤 낮은 피고 가방을 수입하여 판매하였을 뿐 피고 가방이 원고 가방의 모방품임을 알지 못하였으므로 이 사건 부정경쟁행위에 있어서 피고의 고의·과실이 없다고 주장하므로 살피건대, 앞서 든 증거 및 갑 제53, 79호증의 각 기재 또는 영상에 의하여 인정되는 다음과 같은 사정들 즉, ① 중국의 온라인쇼핑몰에 원고 가방을 모방한 제품들['리모와 통관(日黙瓦同款, 리모와와 같은 모양)'이라 불린다]이 많이 판매되고 있고, 그중 상당량이 국내에 유입되고 있음에 비추어 볼 때, 피고가 중국으로부터 피고 가방을 수입함에 있어서 통상의 주의를 기울였다면 피고 가방이 원고 가방의 모방품임을 충분히 알 수 있었을 것으로 보이는 점, ② 피고는 피고 가방 제품과 피고 휴대전화 케이스 제품을 판매하면서 "리모와 스타일"이라고 홍보하기까지 했던 점 등을 종합하여 보면, 이 사건 부정경쟁행위에 있어서 피고의 고의·과실을 충분히 인정할 수 있으므로, 피고의 위 주장은 이유 없다.

또한 피고는, 원고 가방과 피고가 판매한 상품들의 수요층이 다르므로 이 사건 부정경쟁행위로 인한 원고의 손해가 없다는 주장도 하나, 모방품이 시장에서 유통되는 경우 진품의 잠재적 수요자들의 구매행위에 영향을 미칠 수밖에 없으므로 이 사건 부



정경쟁행위로 인해 원고는 유·무형적 손해가 발생하였다고 봄이 상당한 점(반드시 원고의 판매량이 감소해야만 원고의 이익이 침해되는 것은 아니다), 피고가 원고와 동일한 상품(여행용 가방)을 국내에서 판매하고 있는 이상 원고의 경쟁자에 해당하는 점(현실적으로 시장에서 대등한 수준의 경쟁관계에 있어야 하거나 수요를 직접적으로 대체하는 상품을 판매하는 관계에 있어야만 하는 것은 아니다) 등에 비추어 볼 때, 이 사건 부정경쟁행위로 인한 원고의 손해가 없다고 할 수 없으므로, 피고의 위 주장 역시 이유 없다.

## 2) 손해배상의 범위

원고는 부정경쟁방지법 제14조의2 제2항 또는 제5항1)에 따른 손해배상액 산정을 주장하므로 살피건대, 원고가 제출한 증거만으로는 이 사건 부정경쟁행위로 인한 피고의 이익액을 구체적으로 산정하거나 추정하기 어려우므로, 결국 이 사건은 부정경쟁방지법 제14조의2 제5항에 따라 '변론 전체의 취지와 증거조사의 결과에 기초하여 상당한 손해액을 인정'하여야 할 것인바, 앞서 든 증거 및 갑 제70, 80호증, 을 제8호증의 각 기재에 의하여 인정할 수 있는 아래와 같은 사정들, 그 밖에 이 사건 부정경쟁행위의 태양 및 기간, 원·피고의 영업·경합관계, 피고가 2015. 5.경 원고로부터 침해행위 중지요청의 내용증명을 받은 이후의 태도 등 이 사건 변론에 나타난 여러 사정을 참작하여 원고의 손해액을 2,000만 원으로 인정한다.

### 1) 부정경쟁방지법 제14조의2(손해액의 추정 등)

- ② 부정경쟁행위 ...로 영업상의 이익을 침해당한 자가 제5조 ...에 따른 손해배상을 청구하는 경우 영업상의 이익을 침해한 자가 그 침해행위에 의하여 이익을 받은 것이 있으면 그 이익액을 영업상의 이익을 침해당한 자의 손해액으로 추정한다.
- ⑤ 법원은 부정경쟁행위 ...에 관한 소송에서 손해가 발생된 것은 인정되나 그 손해액을 입증하기 위하여 필요한 사실을 입증하는 것이 해당 사실의 성질상 극히 곤란한 경우에는 제1항부터 제4항까지의 규정에도 불구하고 변론 전체의 취지와 증거조사의 결과에 기초하여 상당한 손해액을 인정할 수 있다.



○ 피고가 스스로 밝힌 피고 가방의 판매기간은 2015. 4. 28.부터 2016. 1. 19. 까지, 피고 가방의 판매수량은 47개, 피고 가방의 수입가격은 14만 원대, 피고 가방의 판매가격은 39만 원대, 피고 가방 1개의 판매로 인한 순이익은 5~6만 원 가량이다(원고는 피고 가방 1개의 판매로 인한 순이익이 최소한 6만 원 가량이라고 주장한다).

○ 피고 웹사이트에 처음으로 상품후기가 게시된 날짜는 피고가 스스로 밝힌 피고 가방 판매 시작일(2015. 4. 28.) 이전인 2014. 8. 5.이고, 피고가 스스로 밝힌 피고 가방 판매 종료일(2016. 1. 19.) 이후인 2016. 4. 27.에도 피고 웹사이트에 배송 관련 문의글이 게시되었다.

○ 피고는 피고 웹사이트 외에도 다른 온라인쇼핑몰(인터파크, E 등)을 통해 피고 가방을 판매하였다.

○ 원고는 무형적 손해액 320만 원도 주장하는바, 명성·신용 훼손으로 인한 무형적 손해도 부정경쟁방지법 제5조가 규정하는 '영업상 이익을 침해하여 입힌 손해'에 포함되고, 이 사건 부정경쟁행위로 인해 원고가 엄격한 품질관리와 상당한 광고비 지출 등으로 통하여 구축한 원고 가방의 고급 이미지와 명성·신용이 훼손되었다고 할 것이므로, 피고의 원고에 대한 손해배상액을 산정함에 있어 이러한 무형적 손해도 함께 고려하기로 한다.

### 3) 소결론

따라서 피고는 원고에게 2,000만 원 및 이에 대하여 이 사건 2016. 6. 21.자 청구취지 및 청구원인 변경신청서 부분 송달일 다음날인 2016. 6. 23.부터 피고가 그 이행의무의 존재 여부나 범위에 관하여 항쟁하는 것이 타당하다고 인정되는 이 판결 선고일인 2016. 8. 19.까지는 민법에서 정한 연 5%의, 그 다음날부터 다 갚는 날까지는 소송촉진 등에 관



: 2016-09-28

한 특별법에서 정한 연 15%의 각 비율로 계산한 지연손해금을 지급할 의무가 있다.

#### 4. 결론

원고의 청구는 위 인정 범위 내에서 이유 있어 인용하고 나머지 청구는 기각하기로 하여 주문과 같이 판결한다.

재판장      판사      이태수

                 판사      김병만

                 판사      임현준

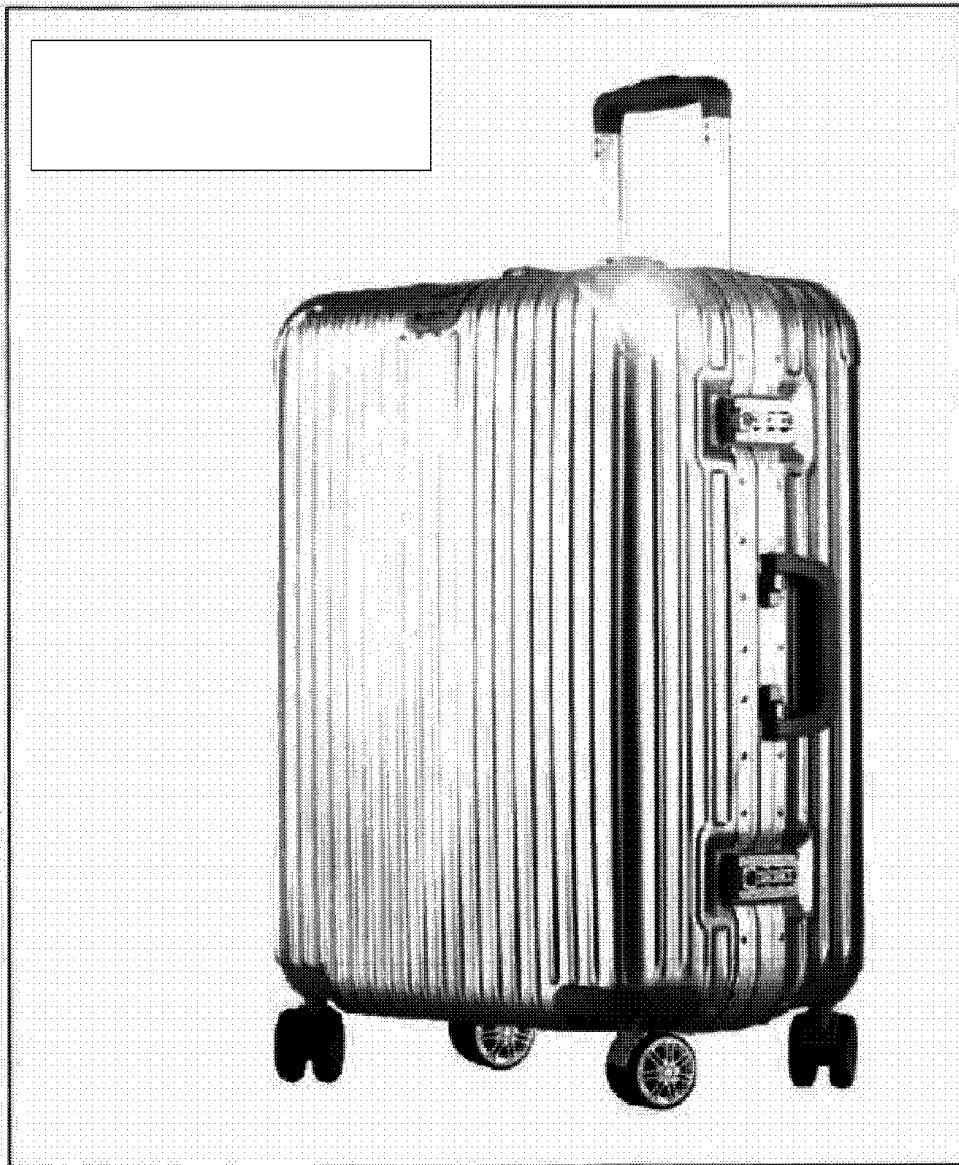
[별지]

## 피고 상품 목록

### 1. 가방

크기: 20, 24, 29 인치

색상: 실버, 블루, 레드, 블랙, 브라운







## 2. 휴대전화 케이스



끝.