

특 허 법 원

제 1 부

판 결

사 건 2018허6412 등록무효(상)  
원 고 주식회사 한국인삼공사

소송대리인 특허법인 우인  
담당변리사 신의진, 최성우

피 고 주식회사 천년애플드

소송대리인 변리사 김정수, 조용준

변 론 종 결 2018. 12. 20.

판 결 선 고 2019. 1. 17.

주 문

1. 특허심판원이 2018. 6. 15. 2016당3929호 사건에 관하여 한 심결을 취소한다.
2. 소송비용은 피고가 부담한다.

## 청 구 취 지

주문과 같다.

## 이 유

### 1. 기초사실

#### 가. 이 사건 등록서비스표

1) 등록번호/ 출원일/ 등록일: 서비스표등록 제223184호/ 2010. 6. 9./ 2011. 12. 19.

2) 구성:



3) 지정서비스업: 서비스업류 구분 제35류의 온라인을 통한 홍삼관련제품 도매업, 온라인을 통한 홍삼관련제품소매업, 홍삼함유 과자와 빵류 도매업, 홍삼함유 과자와 빵류 소매업, 가공된 홍삼을 주원료로 하는 건강기능식품 도매업, 가공된 홍삼을 주원료로 하는 건강기능식품 소매업, 인삼을 함유 음료중개업, 홍삼함유한 캔디와 초코렛류 도매업, 홍삼함유한 캔디와 초코렛류 소매업, 온라인을 통한 홍삼 관련제품 판매대행업, 온라인을 통한 인삼 관련제품 판매대행업, 홍삼가공식품 소매업, 홍삼차 도매업, 홍삼차 소매업, 홍삼을 함유한 음료 판매대행업, 홍삼을 주원료로 하는 건강기능식품 소매업, 홍삼관련제품광고 기획업, 홍삼관련제품 수출입업무대행업

#### 나. 선등록상표 등

1) 선등록상표 1

가) 등록번호/ 출원일/ 등록일/ 갱신등록일: 상표등록 제539270호/ 2001. 6. 16./ 2003. 1. 14./ 2012. 12. 4.

나) 구성:



다) 지정상품

- 상품류 구분 제3류의 맛사지용겔, 바디클린저, 바디로션, 피부미백크림, 약용크림, 에센스, 샴푸, 약용비누, 미용비누, 치약
- 상품류 구분 제29류의 홍삼성분이 함유된 깍두기, 계분말(키토산)이 함유된 가공된 인삼, 홍삼을 혼합한 건조야채, 홍삼성분이 함유된 김치
- 상품류 구분 제30류의 생식용 쌀가루, 사탕과자, 비의료용추잉검, 약과자, 식용 캔디, 꿀, 봉밀, 식초, 고추장, 홍삼차
- 상품류 구분 제32류의 음료용야채주스, 홍삼주스, 홍삼엑기스, 탄산수, 맥주
- 상품류 구분 제33류의 소주, 약주, 인삼주, 약미주, 약용주

라) 상표권자: 원고

2) 선등록상표 2

가) 등록번호/ 출원일/ 등록일/ 갱신등록일: 상표등록 제564656호/ 2002. 7. 9./ 2003. 11. 5./ 2012. 12. 4.

나) 구성:



다) 지정상품

- 상품류 구분 제3류의 맛사지용겔, 바디클린저, 바디로션, 피부미백크림, 약용크림, 에센스, 샴푸, 약용비누, 미용비누, 치약
- 상품류 구분 제5류의 중추신경계용약제, 말초신경계용약제, 소화기관용약제, 순환기관용약제, 비뇨기용약제, 생약, 인삼캡슐, 혈압강하제, 종양치료용약제, 의료용영양첨가제
- 상품류 구분 제29류의 가공된 인삼, 홍삼, 계분말(키토산)이 함유된 가공된 인삼, 홍삼을 혼합한 생식용 건조야채, 홍삼성분이 함유된 김치
- 상품류 구분 제30류의 식용쌀가루, 사탕과자, 비의료용 추잉검, 약과자, 식용캔디, 꿀, 봉밀, 식초, 고추장, 초콜릿, 양갱, 홍삼차, 녹차
- 상품류 구분 제31류의 미가공인삼, 송로버섯, 송이버섯, 표고버섯, 동아
- 상품류 구분 제32류의 음료용 야채주스, 홍삼주스, 홍삼엑기스, 탄산수, 맥주, 비알콜성홍삼넥타

라) 상표권자: 원고

3) 선사용상표들



나) 사용상품: 인삼, 가공된 인삼 등 인삼제품

다) 선사용자: 원고

다. 이 사건 심결의 경위

1) 원고는 2016. 12. 7. 특허심판원 2016당3929호로 피고를 상대로 "이 사건 등록 서비스표는 선등록상표들과 전체적으로 결합의 모티브 및 외관의 지배적인 인상이 유사하여 일반 수요자 또는 거래자들에게 출처의 오인, 혼동을 초래할 우려가 클 정도로 표장이 유사하며, 그 지정서비스업 전부가 선등록상표들의 지정상품과 동일·유사하다는 등의 이유로 이 사건 등록서비스표는 구 상표법(2016. 2. 29. 법률 제14033호로 개정되기 전의 것, 이하 같다) 제7조 제1항 제7호, 제9 내지 12호에 해당하여 그 등록이 무효로 되어야 한다."라고 주장하면서 이 사건 등록서비스표에 대하여 무효심판을 청구하였다.

2) 특허심판원은 2018. 6. 15. "이 사건 등록서비스표는 선등록상표들 및 선사용상표들과 외관 및 칭호가 상이하고 관념도 서로 비교하기 어려워 표장이 다르고, 이 사건 등록서비스표로부터 선사용상표들이 용이하게 연상된다고 할 수 없으므로, 이 사건 등록서비스표는 구 상표법 제7조 제1항 제7호, 제9호 내지 제12호에 해당하지 않는다."는 이유로 원고의 위 심판청구를 기각하는 이 사건 심결을 하였다.

[인정근거] 갑 제1, 2, 3호증, 갑 제5호증의 1, 2의 각 기재 및 영상, 변론 전체의 취지

## **2. 이 사건 심결의 위법 여부**

### **가. 원고의 주장 요지**

1) 이 사건 등록서비스표는 선등록상표들과 전체적으로 결합의 모티브 및 외관의 지배적인 인상이 유사하여 일반 수요자 또는 거래자들에게 출처의 오인·혼동을 초래할 우려가 클 정도로 표장이 유사하며, 그 지정서비스업 전부가 선등록상표들의 지정상품과 동일하거나 유사하므로, 이 사건 등록서비스표는 구 상표법 제7조 제1항 제7호에 해당하여 그 등록이 무효로 되어야 한다.

2) 이 사건 등록서비스표는 원고의 선사용으로 국내에 널리 알려진 선사용상표들과 유사한 서비스표를 동일 또는 유사한 지정서비스업에 출원한 서비스표이므로 구 상표법 제7조 제1항 제9호 및 제11호에 해당하고, 국내외에서 널리 알려진 원고의 선사용상표들에 형성된 신용에 편승하기 위한 부정한 목적으로 출원하여 등록받은 서비스표이므로 구 상표법 제7조 제1항 제12호에 해당하여 그 등록이 무효로 되어야 한다.

3) 이 사건 등록서비스표는 그 출원일 이전에 이미 국내 수요자들에게 주지·저명한 원고의 선사용상표들을 용이하게 연상시키고, 이 사건 등록서비스표가 홍삼가공식품 소매업 등에 사용될 경우 원고의 영업과 밀접한 관련성이 있는 것으로 출처의 오인·혼동을 불러일으킬 우려가 있으므로, 이 사건 등록서비스표는 구 상표법 제7조 제1항 제10호에 해당하여 그 등록이 무효로 되어야 한다.

4) 그럼에도 이와 달리 판단한 이 사건 심결은 위법하므로 취소되어야 한다.

#### 나. 이 사건 등록서비스표가 구 상표법 제7조 제1항 제10호에 해당하는지 여부

##### 1) 판단 기준

구 상표법 제7조 제1항은 상표 등록을 받을 수 없는 상표 중의 하나로서, 제10호에서 '수요자 간에 현저하게 인식되어 있는 타인의 상품이나 영업과 혼동을 일으키게 할 염려가 있는 상표'를 들고 있다. 여기서 수요자 간에 현저하게 인식되어 있는 타인의 상품이나 영업'은 저명상표 등을 말하고, 저명상표 등에 해당하는지 여부는 그 상품이나 영업에 사용되는 상표 또는 상호 등의 사용기간, 사용량, 사용방법, 상품의 거래량 또는 영업의 범위 및 상표나 상호에 관한 광고 선전의 실태 등 제반 사정을 고려하여 거래실정과 사회통념상 그 상품의 출처 또는 영업주체에 관한 인식이 객관적으로 널리 퍼져 있다고 볼 수 있는지의 여부에 따라 판단하여야 하고(대법원 2007. 2. 8. 선고


2006후3526 판결 등 참조), 이러한 법리는 서비스표에 있어서도 그대로 적용된다고 할 것이며, 그 판단의 기준 시점은 등록상표의 등록출원시이다(대법원 2003. 9. 26. 선고 2002후628 판결 등 참조). 한편 구 상표법 제7조 제1항 제10호에 따른 부등록사유란, 타인의 선사용상표 또는 서비스표의 저명 정도, 당해 상표와 타인의 선사용상표 또는 서비스표의 각 구성, 상품 혹은 영업의 유사 내지 밀접성 정도, 선사용상표 또는 서비스표 권리자의 사업다각화 정도, 이들 수요자 층의 중복 정도 등을 비교·종합한 결과, 당해 상표의 수요자가 그 상표로부터 타인의 저명한 상표 또는 서비스표나 그 상품 또는 영업 등을 쉽게 연상하여 출처에 혼동을 일으키게 할 염려가 있는 경우를 의미한다(대법원 2010. 5. 27. 선고 2008후2510 판결 등 참조).

## 2) 선등록상표 1의 주지·저명성

가) 갑 제24 내지 44, 51호증(가지번호 있는 것은 가지번호 포함)의 각 기재 및 영상에 변론 전체의 취지를 종합하면 아래 각 사실을 인정할 수 있다.

(1) 1899년 대한제국 궁내부에 설치된 '삼정과'가 대한민국 정부 수립 직후인 1948년 '대한민국 재무부 전매국'으로 전환되었고, 1952년 '전매청'으로 승격되었다. 그 후 1989년 전매청이 담당하던 담배 및 홍삼의 전매업무가 한국담배인삼공사에 이관되었고, 1996년 홍삼에 대한 전매제도가 폐지되면서, 1999년 한국담배인삼공사에서 홍삼 사업이 분리되어 원고가 설립되었다. 원고는 2003년 계열사인 주식회사 KGC판매를 설립하여 2004년 원고가 제조·판매하는 정관장 홍삼제품(이하 '정관장' 제품이라 한다)의 유통 부문 관리 업무를 이관하였다. 해외 사업의 경우 1994년 한국담배인삼공사 홍콩법인이 설립된 이후 2006년 일본사무소, 2007년 중국지사, 2009년 대만, 중국, 미국법인이 각 설립되었고, 원고는 전 세계 60여 개국에 홍삼제품을 수출하고 있다.

(2) '정관장(正官庄)'은 '정부가 관할하는 공장에서 제조, 포장된 제품'이라는 의미로

서, 1940년대 초부터 위 명칭이 사용되어 왔다. 정관장 상표는 1995년 "  "의 형태로 출원된 이후 현재까지 선등록상표 1을 비롯한 표장들이 정관장 제품에 사용되어 왔다.

(3) 홍삼 제품은 진세노사이드의 함유량에 따라 '단순 홍삼 제품'과 '홍삼 건강기능식품'으로 나뉘는데, 홍삼 건강기능식품은 2006년부터 2010년까지 전체 건강기능식품 시장에서 연속 판매액 1위를 차지해 왔고, 특히 2008년 이후 전체 건강기능식품 생산실적의 50% 이상을 차지하고 있다.

<건강기능식품 시장 중 홍삼 건강기능식품이 차지하는 비중>

연도	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
시장점유율	35%	45%	52%	52%	55%

(4) 원고는 2004년부터 2015년까지 건강기능식품 생산 실적에서 연속 1위를 차지하였다. 구체적으로는, 홍삼 건강기능식품 시장에서 원고의 시장점유율은 2003년부터 2007년까지는 63% 내지 67%, 2008년부터 2010년까지는 약 74%를 유지하고 있다. 특히, 2010년 홍삼 건강기능식품의 전체 매출액 5,817억 원 중 원고의 매출액이 4,290억 원으로서, 전체 매출액의 73.9%를 차지하였다. 2007년까지 원고의 전체 매출액이 홍삼 제품에 의한 것이었고, 2008년 이후 2010년까지 원고의 전체 매출액 중 홍삼 제품이 차지하는 비중은 99%에 이르렀다.

(5) 원고가 판매하는 제품은 선등록상표 1 등을 사용하는 '정관장', 2010년 출시된





를 사용하는 '굿베이스', 2008년 출시된



을 사용하는 '예본'이

있는데, 원고의 전체 매출 중 굿베이스와 예본 제품이 차지하는 비중은 채 5%를 넘지 않고 나머지 95% 이상은 모두 정관장 제품이 차지하고 있다. 아래 표에서 보는 바와 같이, 2005년부터 2010년까지 원고의 총매출액 중 대부분은 홍삼제품의 매출액이고, 그 중 대부분은 정관장 제품의 매출액으로서, 1999년부터 2010년까지 정관장 제품의 누적 매출은 약 4조 4,990억 원에 이른다.

해당년도	2005	2006	2007	2008	2009	2010
총매출액 (단위:백만 원)	332,016	430,109	521,123	622,066	746,736	842,757
홍삼제품매출액	332,015	430,108	521,122	621,886	743,354	837,893
홍삼 제품 비중	99%	99%	99%	99%	99%	99%
정관장 매출액	315,414	408,603	495,066	590,792	706,186	795,998

(6) 원고는 1999년부터 2012년 2월까지 텔레비전, 라디오, 신문, 잡지, 케이블 등 광고 매체를 통해 약 1,527억 원 이상의 광고비를 지출하였는데, 그 중 선등록상표 1등이 사용된 정관장 제품은 '정관장 홍삼 선물세트'를 포함하여 총 19종에 이르고, 정관장 제품에 소요된 광고비는 1,489억 원에 달하여 전체 광고비의 대부분을 차지하였다. 또한, 원고는 프로농구단(남자), 프로배구단(여자), 탁구단, 배트민턴단 운영을 통해 정관장 제품을 적극 홍보하고 있다.

(7) 원고는 2010. 12. 31.을 기준으로 전국 773개의 가맹점 및 직영점(가맹점 668개, 직영점 105개)과 전국 주요 백화점과 대형마트, 면세점, 홈쇼핑, 온라인 쇼핑몰 등

을 통해 정관장 제품을 판매하고 있다. 원고는 2011년을 기준으로 가맹점과 직영점을 통해 약 3,200억 원의 매출을 기록하였는데, 이는 전체 매출액의 34%에 해당하고, 백화점, 대형마트, 면세점을 통해 약 3,000억 원의 매출을 기록하였는데, 이는 전체 매출의 30%에 해당하며, 홈쇼핑 등을 통해서도 961억 원 상당의 매출을 기록하였다. 또한, 원고는 해외 60여 개국에 정관장 제품을 수출하고 있고, 해외에 법인을 설립하여 직영점을 운영하면서 정관장 제품을 판매하고 있는데, 2011년을 기준으로 중국에 12개, 대만에 25개, 미국에 34개, 일본에 2개의 직영점이 있다.

(8) 원고는 정관장 제품과 관련하여 2006년경부터 국내에서 여러 차례 상을 받았는데, 주요 수상내역은 아래 표 기재와 같다.

수상내역	주관	수상연도	비 고
한국산업의 브랜드파워 건강식품부문 1위	한국능률협회 컨설팅	2006년 ~ 2011년	정관장, 건강기능식품 부문 브랜드 인지도 및 충성도 조사에서 6년 연속 1위
신뢰기업대상	한국소비자포럼	2007년 ~ 2010년	4년 연속 대상 수상
대한민국 명품브랜드 대상	한국경제신문	2006년	정관장 홍삼드링크 '홍삼원' 수상
한국밀레니엄상품	산업자원부	1999년	'정관장'이 식품분야에서 유일하게 선정
퍼스트브랜드 대상	한국소비자포럼	2006년 ~ 2012년	'품질, 서비스만족도, 재구매의도' 등에 대한 평가에서 연속 1위
대한민국 프랜차이즈 대상	사단법인 한국프랜차이즈협회	2006년	정관장

(9) www.kinds.or.kr 검색사이트에서 '정관장' 관련 신문 기사를 검색한 결과, 9,751건, 구글(google)에서 약 3,150,000건, 네이버에서 1,779,414건이 각 검색되었다. 2006년부터 2010년까지 확인된 원고와 정관장에 관한 신문 기사 중 대표적인 것은 [별지]

기재와 같다.

나) 살피건대, 위 인정사실을 종합하여 보면 원고의 선등록상표 1은 이 사건 등록 서비스표의 출원일인 2010. 6. 9. 당시 그 대상 상품과 관련하여 수요자들에게 원고의 상품을 표시하는 것이라고 현저하게 인식될 수 있을 정도로 알려져 있었고, 원고의 선전, 광고 및 지속적인 사용을 통하여 영업상 신용이나 고객흡인력 등의 무형적 가치가 축적된 주지·저명한 상표에 해당한다고 봄이 타당하다(그러므로 이와 달리 선등록상표 1의 주지·저명성이 인정될 수 없다는 취지의 피고 주장은 받아들이지 아니한다).

### 3) 이 사건 등록서비스표와 선등록상표 1의 오인·혼동 가능성

#### 가) 상표와 서비스표의 대비

(1) 먼저 호칭에 있어서, 선등록상표 1은 '정관장 홍삼'으로 호칭될 것이고, 이 사건 등록서비스표는 '홍삼시대'로 호칭될 것이다.

다음으로 관념에 있어서, 선등록상표 1의 문자 부분은 '정부가 관할하는 공장에서 제조, 포장된 제품'을 의미하는 '정관장', 제품의 원료인 '홍삼', 6년근을 의미하는 숫자 '6', 한국 홍삼을 의미하는 'KOREA RED GINSENG'으로 구성되어 있어 '한국에서 재배된 6년근 홍삼을 원료로 정부가 관할하는 곳에서 만들어진 제품'을 연상시킨다.

이 사건 등록서비스표의 문자 부분은 제품의 원료인 '홍삼'과 일정한 기간 또는 시기를 의미하는 '시대'를 결합한 조어로서 '홍삼이 인기를 얻고 있는 시기'라는 의미를 갖는 '홍삼시대', 한국 홍삼을 의미하는 'KOREA RED GINSENG', 원료 또는 상품이 진품임을 의미하는 한자 '眞'으로 구성되어 있어 전체적으로 '한국에서 재배된 진품 홍삼 또는 이를 원료로 한 제품이 인기를 얻고 있는 시기'를 연상시킨다.

살피건대, 선등록상표 1과 이 사건 등록서비스표의 호칭과 관념을 대비하면, 양

자는 호칭에 있어서 '홍삼'이라는 단어를 공통적으로 포함하고 있고, 선등록상표 1은 '홍삼 제품'을, 이 사건 등록서비스표는 '홍삼 또는 홍삼 제품이 인기를 얻고 있는 시기'를 각각 연상시키므로 이 사건 등록서비스표와 선등록상표 1은 관념에 있어서 공통된 부분을 갖는다.

(2) 또한, 이 사건 등록서비스표인 "



"와 선등록상표 1인 "



은 ① 서로 마주보는 2개의 인삼 뿌리와 위로 뺀 두 개의 인삼 줄기가 외곽을 형성하고, 하단은 둥근 반원 형상으로 되어 있는 점, ② 외곽의 좌·우측면에 인삼 잎을 형상화한 별 또는 인삼 잎 형상을 여러 개 배치한 점, ③ 좌·우측면에 대칭되게 배치된 각 인삼뿌리는 외곽선이 노란색, 내부가 흰색으로 되어 있고, 인삼 뿌리의 중앙 부분이 안쪽으로 꺾여 있으며, 의인화의 정도에 차이가 있으나 사람이 앉아 있는 이미지를 형상화한 점, ④ 상단 가운데에 태극 문양을 배치한 점, ⑤ 서로 마주보는 2개의 인삼 뿌리를 연결하는 하단 부분에 'KOREA RED GINSENG'이라고 표기한 점 등에 비추어 보면, 선등록상표 1과 이 사건 등록서비스표는 그 외관을 형성하는 모티브가 공통되고, 이를 통해 연상되는 이미지가 공통된다고 할 것이다.

(3) 위와 같은 이 사건 등록서비스표와 선등록상표 1의 호칭, 관념, 외관의 공통점에, 홍삼 제품의 주된 수요자 층이 건강기능식품을 구매하는 장년·노년층인 점, 한국을 방문하는 외국인 등도 홍삼 제품을 구매하는 수요자로 볼 수 있는 점 등을 보태어 보면, 이 사건 등록서비스표와 선등록상표 1의 구성이나 관념 등을 비교할 때 이 사건 등록서비스표는 이를 보는 수요자들로 하여금 선등록상표 1을 용이하게 연상시키는 서

비스포에 해당한다고 봄이 타당하다.

(4) 이에 대하여 피고는, 이 사건 등록서비스포와 선등록상표 1에서 좌우대칭으로 배치된 인삼 도형은 지정상품의 원재료를 형상화한 것이므로 식별력이 강하지 않고, 그러한 표장이 포함된 상표가 다수 등록되어 있거나 거래 업계에서 상당수 존재하고 있으므로 독자적인 식별력을 인정하기 어려우며, 선등록상표 1은 "정관장"이라는 부분이 홍삼 관련 제품의 수요자들 사이에 널리 알려져 있고, 이 사건 등록서비스포는 선등록상표 1과 그 표장이 현저히 상이하여 출처의 혼동을 명백히 피할 수 있다고 주장한다.

살피건대, 위에서 본 바와 같이 선등록상표 1은 전체적으로 일반 수요자에게 원고의 상품을 표시하는 표장으로 현저하게 인식될 정도로 널리 알려진 주지·저명한 상표에 해당하고, 이 사건 등록서비스포와 선등록상표 1이 그 자체로서는 서로 유사한 상표라고 할 수 없다고 하더라도 양자의 구성이나 관념 등을 비교할 때 이 사건 등록서비스포는 이를 보는 수요자들로 하여금 선등록상표 1을 용이하게 연상시키는 서비스포에 해당하는바, 을 제1 내지 31호증의 각 기재 및 영상에 의하면 좌우대칭으로 배치된 인삼 도형이 포함된 상표가 다수 등록되어 있거나 거래 업계에서 상당수 존재하고 있는 사실은 인정되지만, 이러한 사실만으로는 좌우대칭으로 배치된 인삼 도형이 홍삼 제품 관련 분야에서 독자적인 식별력을 갖지 않는다거나 식별력이 강하지 않아 이 사건 등록서비스포와 선등록상표 1 사이에 출처의 혼동을 명백히 피할 수 있다고 보기에 부족하므로, 결국 피고가 제출한 증거만으로는 위 인정에 방해가 되지 아니한다. 따라서 피고의 위 주장은 받아들이지 아니한다.

나) 상품과 서비스업의 대비

(1) 이 사건 등록서비스표의 지정서비스업인 홍삼관련제품, 홍삼함유 식품, 홍삼을 주원료로 하는 건강기능식품, 홍삼가공식품, 홍삼차, 홍삼함유음료 등의 도매업, 소매업, 판매대행업, 수출입업무대행업 등은 선등록상표 1의 지정상품인 홍삼차, 홍삼주스, 홍삼엑기스 등과 그 상품이 동일하거나 밀접한 관련성이 있을 뿐 아니라 수요자 층이 중첩된다고 할 것이므로, 이 사건 등록서비스표는 서비스업의 대상이 되는 물품의 수요자로 하여금 그 출처의 오인·혼동을 일으키는 경우에 해당한다고 봄이 타당하다.

(2) 이에 대하여 피고는, 이 사건 등록서비스표의 지정서비스업과 선등록상표 1의 지정상품이 서로 유사하지 아니하므로 양자는 그 출처의 오인·혼동을 일으킬 염려가 없다는 취지로 주장한다.

살피건대, 저명상표와 유사한 상표를 저명상표의 지정상품이 아닌 다른 상품에 사용하더라도 수요자들로서는 저명상표권자나 그와 특수관계에 있는 자에 의하여 그 상품이 생산 판매되는 것으로 인식하여 상품의 출처나 영업에 관한 오인, 혼동을 일으킬 우려가 있는바, 이 사건 등록서비스표의 지정서비스업이 선등록상표 1의 저명도와 명성에 편승하여 수요자를 유인할 정도로 선등록상표 1의 지정상품과 밀접한 관련성이 있는 것으로 인정되는 이상 수요자로 하여금 선등록상표 1의 상품과 그 출처의 오인·혼동을 일으킬 우려가 있다고 할 것이다. 따라서 피고의 위 주장도 받아들이지 아니한다.

#### 4) 정리

이상 살핀 바와 같이 이 사건 등록서비스표는 수요자들에게 원고의 상품을 표시하는 것이라고 현저하게 인식되어 있는 선등록상표 1 또는 원고의 상품을 쉽게 연상하게 하거나 선등록상표 1 또는 원고의 상품과 밀접한 관련성이 있는 것이어서 이 사건 등록

서비스표가 그 지정서비스업에 사용될 경우 수요자들이 출처에 오인·혼동을 일으킬 염려가 있다고 할 것이다.

#### 다. 종합

따라서 이 사건 등록서비스표는 선등록상표 1과의 관계에서 구 상표법 제7조 제1항 제10호에 해당하므로 그 등록이 무효인바, 이와 결론을 달리한 이 사건 심결은 원고의 나머지 주장에 관하여 더 나아가 살펴 볼 필요 없이 위법하므로 취소되어야 한다.

### 3. 결론

그렇다면, 이 사건 심결의 취소를 구하는 원고의 청구는 이유 있으므로 이를 인용하기로 하여 주문과 같이 판결한다.

재판장      판사      김경란

                 판사      진현섭

                 판사      김광남

[별지]

날짜	출처	기사 제목	증거방법
2006-07-24	스포츠경향	'정관장 홍삼' 건강식품 최강자	갑 제43호증의 1
2007-01-23	한국경제	정관장/㈜한국인삼공사..인삼대중화 주도	갑 제43호증의 2
2007-03-07	한국경제	정관장..최고 품질 노하우. 신뢰 확보	갑 제43호증의 3
2007-12-12	파이낸셜 뉴스	인삼공 정관장 홍삼정 올매출 1000억원 돌파	갑 제43호증의 4
2007-12-12	경향닷컴	정관장 '홍삼정' 매출 1000억 돌파	갑 제43호증의 5
2007-12-27	이투데이	면세점, 올해 최고 베스트셀러 브랜드는 '정관장'	갑 제43호증의 6
2008-01-22	한국경제	정관장.."원기회복"해외서도 효능인정	갑 제43호증의 7
2008-03-04	한국경제	정관장..엄격한 품질관리 40여개국에 수출	갑 제43호증의 8
2009-01-31	불교방송	천년전통을 이어온 '정관장 홍삼'	갑 제43호증의 9
2009-03-04	한국경제	한국인삼공사 '정관장'..6년근 홍삼 '대한민국 대표브랜드'	갑 제43호증의 10
2009-03-11	한국경제	정관장. 美,日등 40국에 수출..세계의 건강식품으로	갑 제43호증의 11
2010-02-17	한국경제	한국인삼공사 '정관장', 6년근 홍삼..110년 전통의 브랜드	갑 제43호증의 12
2010-03-08	한국경제	정관장, 경기침체 불구 16%성장 '국가대표 건강식품'	갑 제43호증의 13