본 판결서는 판결서 인터넷열람 사이트에서 열람·출력되었습니다. 본 판결서를 이용하여 사건관계인의 명예나 생활의 평온을 해하는 행위는 관련 법령에 따라 금지됩니다. 비실명처리일자 : 2024-12-20

서 울 중 앙 지 방 법 원

제 6 2 민 사 부

판 결

사 건	2022가합539904 부정경쟁행위금지 등 청구의 소
원 고	주식회사 A
	소송대리인 변호사 심종신
피 고	B
	소송대리인 변호사 박형진
	소송복대리인 변호사 이강혁
변 론 종 결	2024. 10. 25.
판 결 선 고	2024. 12. 13.

주 문

1. 원고의 청구를 기각한다.

2. 소송비용은 원고가 부담한다.

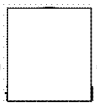
청 구 취 지

피고는 원고에게 30,000,000원 및 이에 대하여 이 사건 청구취지 및 청구원인 변경신청서 송달일 다음 날부터 갚는 날까지 연 12%의 비율로 계산한 돈을 지급하라.

본 판결서는 판결서 인터넷열람 사이트에서 열람·출력되었습니다. 본 판결서를 이용하여 사건관계인의 명예나 생활의 평온을 해하는 행위는 관련 법령에 따라 금지됩니다. 비실명처리일자 : 2024-12-20

이 유

1. 기초 사실

가. 원고는 일반 음식점업 및 카페 운영업, 프랜차이즈 사업 등을 목적으로 2018. 3. 22. 설립된 회사이다. 원고는 ''라는 등록상표 및 'C'(C)라는 영업표지를 사용하여 커피 등을 판매하는 커피전문점 가맹사업(이하 '이 사건 가맹사업'이라 한다)을 영위하면서 직영점 또는 가맹점 형태로 매장(이하 '원고 매장'이라 한다)을 운영하고 있다.

나. 피고의 배우자인 D는 2019. 8. 19. 원고와 'C 운서점'에 관한 가맹계약(갑 제3호증. 이하 '이 사건 가맹계약'이라 한다)을 체결하고, 2019. 12.경부터 인천 중구 E, F호에서 'C 운서점'을 운영하였다.

다. 피고는 2021. 8. 1.부터 2024. 6. 30.까지 인천 중구 G, 1층에서 'H'(H)라는 상호로 커피전문점(이하 '피고 매장'이라 한다)를 운영하면서 커피 등을 판매하였다.

[인정 근거] 다툼 없는 사실, 갑 제1 내지 4, 14호증, 을 제14호증의 각 기재, 변론 전체의 취지

2. 원고의 주장

가. 부정경쟁행위

1) 원고는 '꿀'을 이용한 콘셉트, 'I' 등의 시그니처 메뉴 및 전체적인 메뉴 구성(메뉴판), 음료 레시피, 제품의 사진, 홍보 포스터 및 동영상, 매장 인테리어 등을 독자적으로 개발·제작하고 이를 원고 매장에 적용함으로써 다른 커피전문점과 차별화된 원고 매장만의 브랜드 이미지를 완성하였다. 이와 같은 브랜드 이미지는 이른바 트레이드 드레스(Trade Dress)로서 '국내에 널리 인식된 영업표지' 또는 '원고의 상당한 투자

본 판결서는 판결서 인터넷열람 사이트에서 열람·출력되었습니다. 본 판결서를 이용하여 사건관계인의 명예나 생활의 평온을 해하는 행위는 관련 법령에 따라 금지됩니다. 비실명처리일자 : 2024-12-20

나 노력에 의하여 만들어진 성과'에 해당한다.

2) 피고는 자신의 배우자와 원고가 체결한 이 사건 가맹계약을 통해 습득한 정보를 이용하여 원고 매장의 종합적인 이미지를 모방한 피고 매장을 개점하였다. 위와 같은 피고의 행위는 원고 매장과 피고 매장을 혼동하게 하는 행위로서 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률(이하 '부정경쟁방지법'이라 한다) 제2조 제1호 (나)목의 부정경쟁행위에 해당하거나, 원고의 성과를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 사용하는 행위로서 같은 호 (파)목의 부정경쟁행위에 해당한다.

나. 저작권 침해행위

원고가 촬영한 음료 제품의 사진(갑 제15호증. 이하 '이 사건 제품사진'이라 한다), 홍보 포스터 사진(갑 제16호증. 이하 '이 사건 포스터'라 한다) 및 캔버스 액자 사진(갑 제5호증, 5쪽. 이하 '이 사건 캔버스 액자'라 한다)은 사진저작물에 해당한다. 피고는 원고의 허락 없이 이 사건 제품사진 및 포스터를 복제하여 로고(C)를 삭제하는 등의 방법으로 사용함으로써 원고의 복제권(저작재산권)을 침해하였고, 이 사건 캔버스 액자를 피고 매장의 벽면에 게시함으로써 원고의 전시권(저작재산권)을 침해하였다.

다. 손해배상청구

이에 원고는 피고에 대하여 선택적으로 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (나)목의 부정경쟁행위, 같은 호 (파)목의 부정경쟁행위 또는 저작권 침해행위로 인한 손해배상으로 3,000만 원 및 이에 대한 지연손해금의 지급을 구한다.

3. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (나)목의 부정경쟁행위 해당 여부

가. 관련 법리

1) 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (나)목은 '국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호,

본 판결서는 판결서 인터넷열람 사이트에서 열람·출력되었습니다. 본 판결서를 이용하여 사건관계인의 명예나 생활의 평온을 해하는 행위는 관련 법령에 따라 금지됩니다. 비실명처리일자 : 2024-12-20

표장, 그 밖에 타인의 영업임을 표시하는 표지(상품 판매·서비스 제공방법 또는 간판·외관·실내장식 등 영업제공 장소의 전체적인 외관을 포함한다)와 동일하거나 유사한 것을 사용하여 타인의 영업상의 시설 또는 활동과 혼동하게 하는 행위'를 부정경쟁행위의 하나로 규정한다.

2) 여기서 '국내에 널리 인식된 타인의 영업임을 표시하는 표지'는 국내의 전역 또는 일정한 범위 내에서 거래자 또는 수요자들이 그것을 통하여 특정의 영업을 다른 영업으로부터 구별하여 널리 인식하는 경우를 말하는 것으로서 '국내에 널리 인식된 타인의 영업임을 표시하는 표지'인지 여부는 그 사용의 기간, 방법, 태양, 사용량, 거래범위 등과 거래의 실정 및 사회통념상 객관적으로 널리 알려졌는지 여부가 일응의 기준이 된다(대법원 2011. 12. 22. 선고 2011다9822 판결 등 참조).

나. 판단

앞서 든 증거, 갑 제5, 7, 8호증, 을 제1, 7호증(가지번호가 있는 것은 각 가지번호를 포함한다, 이하 같다)의 각 기재 및 영상, 변론 전체의 취지에 의하여 인정되는 다음과 같은 사실 내지 사정들을 종합하면, 원고가 제출한 증거들만으로는 원고의 상호 "C, C" 및 원고 매장의 종합적인 이미지가 이른바 트레이드 드레스로서 '국내에 널리 인식된 영업표지'에 해당한다거나, 피고 매장의 운영으로 인하여 원고 매장과 피고 매장 사이에 혼동이 발생하였다고 인정하기에 부족하고, 달리 이를 인정할 증거가 없다. 따라서 원고의 이 부분 주장은 이유 없다.

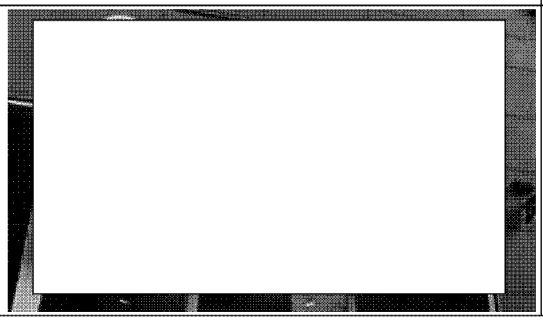
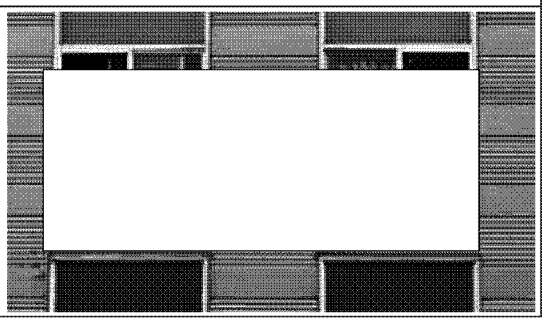
① 이 사건 가맹사업의 가맹점 수는 2018년 23개, 2019년 36개, 2020년 44개이었고, 원고는 2020. 12. 31. 기준으로 2개의 직영점을 운영하였다. 또한 이 사건 가맹사업의 정보공개서(2021. 7. 9. 등록)에 원고의 매출액이 2018년 394,695,000원, 2019년

본 판결서는 판결서 인터넷열람 사이트에서 열람·출력되었습니다. 본 판결서를 이용하여 사건관계인의 명예나 생활의 평온을 해하는 행위는 관련 법령에 따라 금지됩니다. 비실명처리일자 : 2024-12-20

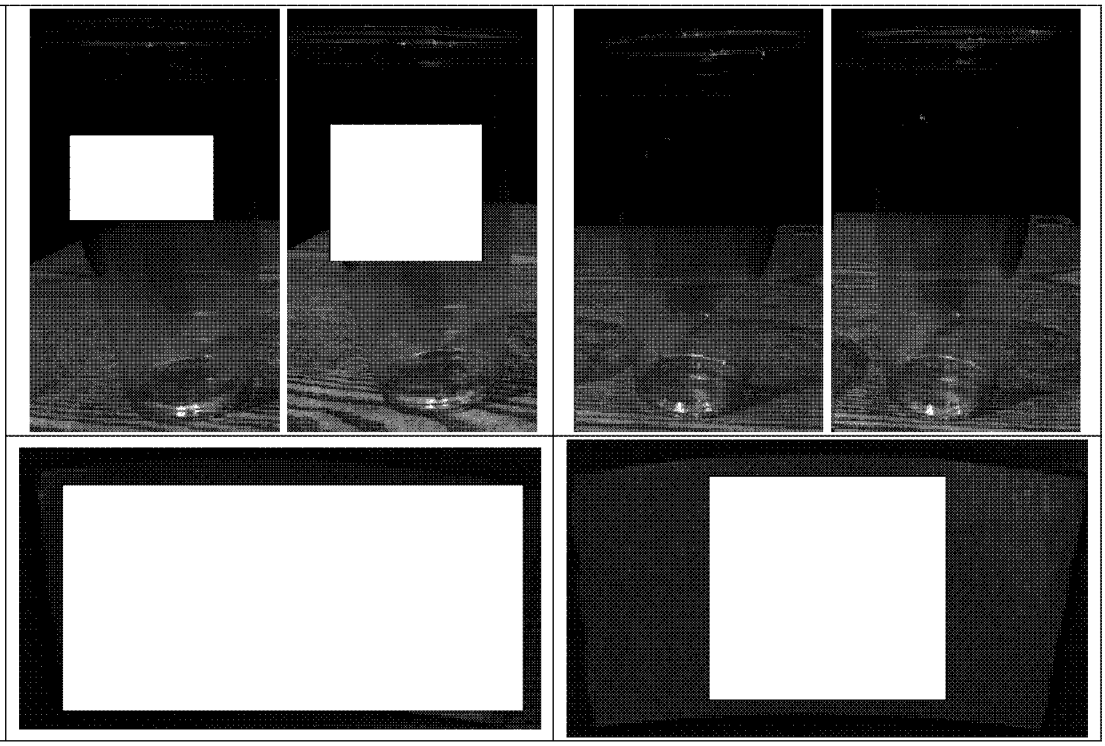
1,364,788,000원, 2020년 1,349,977,000원이라고 기재되어 있고, 가맹점사업자의 2020년 평균 매출액이 87,670,000원이라고 기재되어 있다.

② 그러나 이 사건 가맹사업의 점포 숫자나 위와 같은 매출 규모만으로는 원고의 상호가 주지성을 획득하였다거나 원고 매장의 종합적인 이미지가 국내에서 일반 수요자들에게 특정한 품질의 영업을 하는 주체를 연상시킬 정도로 개별화되고 우월적인 지위를 획득할 정도에 이르렀다고 단정할 수 없다. 게다가 원고가 이 사건 가맹사업의 선전, 광고 등을 위해 투입한 비용에 관한 자료는 전혀 제출되지 않았다.

③ J 포털사이트 검색창에 '꿀카페'를 입력하면 피고 매장 이외의 커피전문점도 다수 검색되는바, 원고가 등록상표, 영업표지 등에 '꿀'이라는 단어를 사용한 것이나, '허니라떼', '허니카푸치노' 등과 같이 커피와 꿀을 결합한 메뉴를 구성한 것이 다른 커피전문점과 차별되는 원고 매장만의 특성이라고 보기 어렵고, 아래와 같이 원고 매장과 피고 매장의 상호, 외부 간판, 컵에 사용된 로고 등에 차이가 있어 일반 수요자의 입장에서 양자를 혼동할 가능성이 크다고 보기도 어렵다.

구분	원고 매장	피고 매장
상호	C (C)	H (H)
외부 간판		

본 판결서는 판결서 인터넷열람 사이트에서 열람·출력되었습니다. 본 판결서를 이용하여 사건관계인의 명예나 생활의 평온을 해하는 행위는 관련 법령에 따라 금지됩니다. 비실명처리일자 : 2024-12-20

로고	

4. 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목의 부정경쟁행위 해당 여부

가. 관련 법리

부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목은 그 보호대상인 '성과 등'의 유형을 제한하고 있지 않으므로, 유형물뿐만 아니라 무형물도 이에 포함되고, 종래 지식재산권법에 따라 보호받기 어려웠던 새로운 형태의 결과물도 포함될 수 있다. '성과 등'을 판단할 때에는 위와 같은 결과물이 갖게 된 명성이나 경제적 가치, 결과물에 화체된 고객흡인력, 해당 사업 분야에서 결과물이 차지하는 비중과 경쟁력 등을 종합적으로 고려해야 한다. 이러한 성과 등이 '상당한 투자나 노력으로 만들어진' 것인지는 권리자가 투입한 투자나 노력의 내용과 정도를 그 성과 등이 속한 산업분야의 관행이나 실태에 비추어 구체적·개별적으로 판단하되, 성과 등을 무단으로 사용함으로써 침해된 경제적 이익이 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 이른바 공공영역(public domain)에 속하지 않는다

본 판결서는 판결서 인터넷열람 사이트에서 열람·출력되었습니다. 본 판결서를 이용하여 사건관계인의 명예나 생활의 평온을 해하는 행위는 관련 법령에 따라 금지됩니다. 비실명처리일자 : 2024-12-20

고 평가할 수 있어야 한다(대법원 2020. 3. 26. 선고 2016다276467 판결, 대법원 2022. 4. 28. 선고 2021다310873 판결 등 참조).

나. 판단

앞서 든 증거, 갑 제6, 15, 16호증, 을 제3, 4호증의 각 기재 및 영상, 변론 전체의 취지에 의하여 인정되는 다음과 같은 사실 내지 사정들을 종합하면, 원고가 제출한 증거들만으로는 원고 매장의 종합적인 이미지가 원고의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과로서 법률상 보호할 만한 가치를 취득할 정도에 이르렀다고 인정하기에 부족하고, 달리 이를 인정할 증거가 없다. 따라서 원고의 이 부분 주장도 이유 없다.

① 원고 매장에서 사용되는 메뉴판은 전체적으로 흰색 바탕에 검은색 글씨로 상품명과 가격 등이 기재되어 있는데, 각 상품은 '씨솔트 시그니처', '시리얼 시리즈', '커피', '라떼', '버블티', '에이드' 등 항목별로 나뉘어져 있고, 해당 항목을 나타내는 문구는 노란색 밑줄로 강조되어 있는 것이 특징이다. 그러나 이와 같이 판매하는 상품을 항목별로 분류하고, 해당 항목을 나타내는 문구를 '글씨체, 글씨의 크기 및 색상, 밑줄' 등으로 강조하는 메뉴판 구성 방식은 다른 커피전문점에서도 흔히 사용되고 있다. 또한 '커피', '라떼', '버블티', '에이드' 등의 메뉴는 대중적으로 널리 알려져 있고 많은 커피전문점에서 판매되는 음료이므로, 그 메뉴의 세부적인 구성 역시 유사할 수밖에 없다.

② 원고는 원고 매장의 시그니처 커피인 'I', 'K' 레시피를 개발하기 위하여 상당한 비용이나 노력을 투입하였다는 취지로 주장하나, 이를 뒷받침할 구체적인 자료는 제출되지 않았다. 또한 원고 매장 이외의 커피전문점에서 다양한 종류의 '씨솔트 커피'가 판매되고 있는 점, 그 메뉴판에 'L'(을 제4호증의 7), '대만 오리지널 방식 그대로 만든 소금커피'(을 제7호증의 5), 'M'(을 제7호증의 7)라고 기재되어 있고, 그 커피들에도 모

본 판결서는 판결서 인터넷열람 사이트에서 열람·출력되었습니다. 본 판결서를 이용하여 사건관계인의 명예나 생활의 평온을 해하는 행위는 관련 법령에 따라 금지됩니다. 비실명처리일자 : 2024-12-20

두 크림이 얹어져 있는 점 등에 비추어 보면, 'I' 등의 레시피를 원고가 개발하였다고 단정하기도 어렵다.

③ 매장 인테리어와 관련하여 원고는, 흰색 바탕에 검은색 대리석 형태의 무늬가 있는 패널을 활용하여 '바' 형태로 카운터를 만들고, 그 위에 검은색의 인조대리석 상판을 설치한 점, A4 사이즈 포스터를 넣을 수 있는 검은색 테두리의 액자로 카운터 부분을 장식한 점이 원고 매장 인테리어의 특징이라고 주장한다. 그러나 대리석 형태의 무늬가 있는 패널은 커피전문점뿐만 아니라 여러 음식점에서 쉽게 찾아볼 수 있는 디자인으로 어느 특정인에게 독점시키는 것이 공익상 바람직하지 않다. 그리고 검은색 테두리의 액자는 메뉴 안내를 위한 기능적 역할을 하는 것으로서 그 액자 자체 또는 액자의 배치 형태로 인하여 원고 매장만의 독특한 미감이 형성된다고 보기도 어렵다.

④ 원고의 이 사건 제품사진 및 포스터는 커피전문점에서 판매되는 음료 제품의 홍보를 위하여 통상적으로 생각할 수 있는 홍보사진으로서 단순히 음료 제품 자체만을 촬영한 사진에 불과하여 그 사진으로 인하여 시중에서 원고 매장의 상품임을 식별케 하는 식별력이나 고객흡인력이 형성되었다고 볼 수도 없다.

⑤ 원고는, 원고 매장의 테이블에 부착된 QR코드를 통하여 확인할 수 있는 '홍보 동영상'도 원고의 성과라고 주장한다. 위 홍보 동영상은 I를 마시는 방법에 관한 것으로 'I를 약 20초간 뚜껑을 닫고 시계방향으로 잘 흔들어 섞은 후에 마시라는 내용'에 불과하다. 게다가 원고는 위 홍보 동영상을 제작하기 위하여 원고가 투입한 투자나 노력이 무엇인지에 관하여는 구체적으로 주장·증명하지 못하였다.

⑥ 또한 원고는 이 사건 등록상표의 '로고' 역시 원고 매장의 브랜드 이미지를 형성하는 요소로서 원고의 성과에 해당한다는 취지로 주장한다. 그러나 이 사건 등록상

본 판결서는 판결서 인터넷열람 사이트에서 열람·출력되었습니다. 본 판결서를 이용하여 사건관계인의 명예나 생활의 평온을 해하는 행위는 관련 법령에 따라 금지됩니다. 비실명처리일자 : 2024-12-20

표 및 그 로고가 갖는 명성이나 경제적 가치, 동종 프랜차이즈 사이에서 차지하는 비중 또는 영향력 등을 인정할 만한 객관적인 자료가 제출되지 않은 이상 이 사건 등록상표의 로고를 성과로 인정할 수 없다.

5. 저작권 침해 여부

가. 관련 법리

사진저작물의 경우 피사체의 선정, 구도의 설정, 빛의 방향과 양의 조절, 카메라 각도의 설정, 셔터의 속도, 셔터찬스의 포착, 기타 촬영방법, 현상 및 인화 등의 과정에서 촬영자의 개성과 창조성이 인정되어야 저작권법에 의하여 보호되는 저작물에 해당한다(대법원 2010. 12. 23. 선고 2008다44542 판결 등 참조).

나. 이 사건 제품사진 및 포스터에 대한 판단

앞서 든 증거 및 변론 전체의 취지에 의하여 인정할 수 있는 다음과 같은 사정들을 종합하여 보면, 원고가 제출한 증거들만으로는 이 사건 제품사진 및 포스터가 사진저작물에 해당한다고 인정하기 부족하고, 달리 이를 인정할 증거가 없다. 따라서 원고의 이 부분 주장 역시 이유 없다.

① 이 사건 제품사진 및 포스터는 그 목적이 피사체인 원고의 제품 자체를 충실하게 표현하여 광고라는 실용적인 목성을 달성하기 위한 것이다.

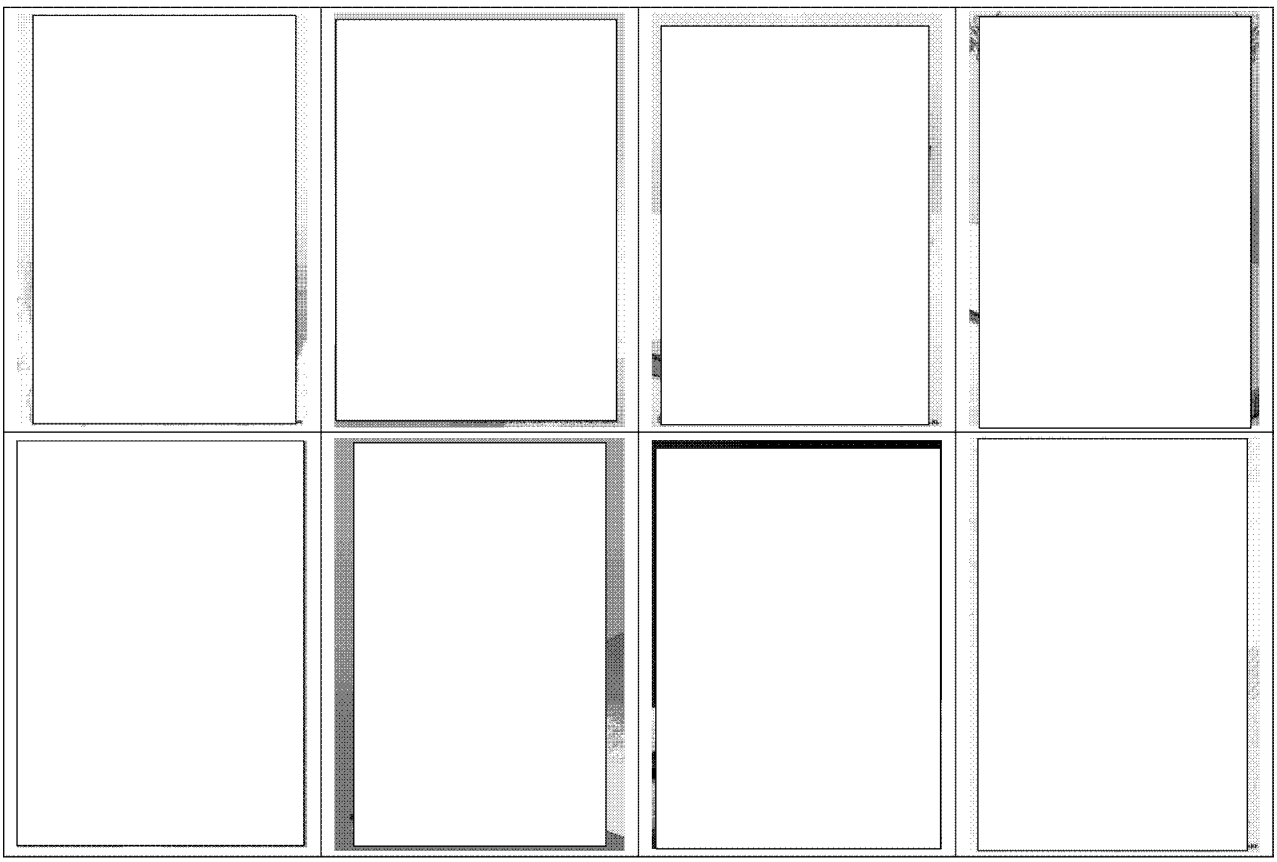
② 특히 이 사건 제품사진은 촬영 대상을 중앙에 위치시킨 채 근접한 상태에서 촬영하였고, 그 구도도 아래와 같이 모두 동일하다.

본 판결서는 판결서 인터넷열람 사이트에서 열람·출력되었습니다. 본 판결서를 이용하여 사건관계인의 명예나 생활의 평온을 해하는 행위는 관련 법령에 따라 금지됩니다. 비실명처리일자 : 2024-12-20



③ 이 사건 포스터의 경우 원고가 원고 제품의 모습이 시각적으로 잘 부각될 수 있도록 제품들을 테이블 위에 배치하는 등 구도를 설정하기는 하였으나, 아래와 같이 그것이 저작권법이 보호할 만한 원고의 창작적 노력에 해당한다거나 그 과정에 원고의 개성이 드러나 있다고 보기 어렵고, 오히려 누가 찍더라도 비슷한 결과가 나올 수밖에 없다고 보인다.

본 판결서는 판결서 인터넷열람 사이트에서 열람·출력되었습니다. 본 판결서를 이용하여 사건관계인의 명예나 생활의 평온을 해하는 행위는 관련 법령에 따라 금지됩니다. 비실명처리일자 : 2024-12-20



다. 이 사건 캔버스 액자에 대한 판단

1) 이 사건 캔버스 액자의 사진은 단순히 찻잔에 담긴 커피를 기계적인 방법에 의해 촬영한 것에 그치는 것이 아니라 그 주변에 여러 소품을 배치하고, 특정 부분만 밝게 보이도록 빛의 방향과 양을 조절하여 촬영한 것으로, 저작권법상 보호되는 사진저작물에 해당한다고 볼 여지가 있다.

2) 사진저작물 원본의 소유자나 그의 동의를 얻은 자는 그 저작물을 원본에 의하여 전시할 수 있다(저작권법 제35조 제1항). 그런데 피고는 D의 'C 운서점' 매장에서 이 사건 캔버스 액자를 사용하지 않아 피고 매장에서 재활용한 것이라고 주장하므로 살피건대, 다툼이 없거나 앞서 든 증거에 변론 전체의 취지를 종합하면, 피고가 D로부터 이 사건 캔버스 액자를 받아 피고 매장에 걸어 둔 사실을 인정할 수 있고, 이 사건

본 판결서는 판결서 인터넷열람 사이트에서 열람·출력되었습니다. 본 판결서를 이용하여 사건관계인의 명예나 생활의 평온을 해하는 행위는 관련 법령에 따라 금지됩니다. 비실명처리일자 : 2024-12-20

캔버스 액자는 D 소유로 보인다. 따라서 피고는 이 사건 캔버스 액자 소유자의 동의를 얻어 이를 전시한 것으로 볼 수 있으므로, 이러한 피고의 행위가 전시권 침해에 해당한다고 단정할 수 없다.

6. 결론

원고의 청구는 이유 없어 이를 기각하기로 하여 주문과 같이 판결한다.

재판장 판사 이현석

판사 조호연

판사 김수현