



서울중앙지방법원

제62민사부

판 결

사 건 2024가합105008 저작권침해금지 등
원 고 주식회사 A
소송대리인 법무법인 민후
담당변호사 우승민
피 고 주식회사 B
소송대리인 변호사 전해인
변 론 종 결 2026. 1. 20.
판 결 선 고 2026. 2. 10.

주 문

1. 이 사건 소 중 2차적저작물의 작성, 복제, 배포, 전송, 판매 금지청구 부분을 각하한다.
2. 원고의 나머지 청구를 기각한다.
3. 소송비용은 원고가 부담한다.

청 구 취 지



피고는 별지 기재 모바일 화면을 복제, 배포, 전송, 판매, 2차적저작물을 작성하거나 작성한 2차적저작물을 복제, 배포, 전송, 판매하여서는 아니 된다. 피고는 원고에게 50,000,000원 및 이에 대하여 이 사건 소장 부분 송달일 다음 날부터 다 갚는 날까지 연 12%의 비율로 계산한 돈을 지급하라.

이 유

1. 기초사실

가. 당사자들의 지위

1) 원고는 소프트웨어의 개발, 제조, 유통, 자문 및 유지보수업 등을 영위하는 회사로, 이커머스¹⁾ 업체들을 대상으로 한 소프트웨어를 개발하고 판매하고 있다.

2) 피고는 온라인, 디지털 콘텐츠 개발 및 공급업 등을 영위하는 회사이다.

나. 원고의 서비스 개발 및 제공

원고는 사용자들이 복잡한 인증이나 추가 입력 없이 기존에 보유한 플랫폼 계정을 사용하여 새로운 웹사이트나 앱에 회원가입이 가능하도록 해주는 간편 회원가입 기능이 있는 'C' 서비스(이하 '원고 서비스'라 한다)를 개발하여 2020. 7.경부터 'D'라는 플랫폼에서 판매하고 있다.

다. 원고의 피고에 대한 침해 중단 요청

1) 피고는 D에서 간편 회원가입 기능이 있는 'E' 서비스(이하 '피고 서비스'라 한다)를 판매하고 있었는데, 원고가 이를 확인하고 2024. 7. 8. D에 피고로 하여금 원고 서비스의 독자적인 UI(User Interface, 사용자 인터페이스)를 도용하지 못하도록 해줄

1) 컴퓨터 통신이나 인터넷을 이용해서 온라인으로 이루어지는 전자 상거래를 의미한다.



것을 요청하였다.

2) 이에 피고는 피고 서비스에서 'F 로그인/회원가입'이라는 키워드를 'G 로그인/회원가입'으로 변경하였다.

[인정 근거] 다툴 없는 사실, 갑 제1, 3 내지 10, 12호증(가지번호 있는 것은 각 가지번호 포함)의 각 기재, 변론 전체의 취지

2. 이 사건 소 중 2차적저작물의 작성, 복제, 배포, 전송, 판매 금지청구 부분의 적법 여부에 관한 판단

직권으로 이 사건 소 중 2차적저작물의 작성, 복제, 배포, 전송, 판매 금지청구 부분의 적법 여부에 관하여 본다.

민사소송에서 청구취지는 내용 및 범위를 명확히 알아볼 수 있도록 구체적으로 특정되어야 하므로, 특허권에 대한 침해의 금지를 청구하는 경우 청구의 대상이 되는 제품이나 방법은 사회통념상 침해의 금지를 구하는 대상으로서 다른 것과 구별될 수 있는 정도로 구체적으로 특정되어야 한다(대법원 2011. 9. 8. 선고 2011다17090 판결 참조).

원고는 피고 서비스를 이용한 '2차적저작물 작성, 복제, 배포, 전송, 판매'의 금지를 구하고 있다. 그런데 피고의 저작물이 피고 서비스의 2차적저작물에 해당하는지 여부 등은 집행단계에서 집행기관이 판단할 수 있는 사항이 아니고, 저작권 침해소송의 절차에서 법원이 판단하여야 하는 사항이므로, 원고가 구하는 청구취지와 같은 내용의 판결이 선고되더라도 피고의 저작물이 '2차적저작물'에 해당하는지 여부 등에 관하여 집행단계에서 다시 분쟁이 발생할 염려가 있다. 따라서 이 사건 소 중 '2차적저작물 작성, 복제, 배포, 전송, 판매'에 대한 금지청구 부분은 그 청구취지가 집행이 가능할 정



도로 구체적으로 특정되어 있지 않아 부적법하다.

3. 원고의 주장

원고 서비스 UI 화면(이하 '원고 화면'이라 한다)은 그 구성형식, 소재의 선택이나 배열에 있어 창작성이 있는 편집저작물에 해당하는데, 피고 서비스의 UI 화면(이하 '피고 화면'이라 한다) 구성은 원고 화면과 동일한바, 피고가 피고 서비스를 판매하는 행위는 원고의 복제권, 2차적저작물작성권, 전송권(공중송신권)을 침해하는 행위이다.

이에 원고는 피고에 대하여 청구취지 기재와 같은 침해금지과 손해배상청구의 명시적 일부로서 50,000,000원 및 이에 대한 지연손해금의 지급을 구한다(각 저작권 침해를 원인으로 한 청구는 선택적 관계이다).

4. 판단

가. 원고 화면이 저작권법상 보호되는 저작물에 해당하는지 여부

1) 관련 법리

저작권법 제2조 제17호는 편집물을 "저작물이나 부호·문자·음·영상 그 밖의 형태의 자료(이하 '소재'라 한다)의 집합물을 말하며, 데이터베이스를 포함한다."라고 정의하고, 제18호는 편집저작물을 "편집물로서 그 소재의 선택·배열 또는 구성에 창작성이 있는 것을 말한다."라고 정의한 다음, 제6조 제1항은 "편집저작물은 독자적인 저작물로서 보호된다."라고 규정한다. 편집물이 저작물로서 보호를 받으려면 일정한 방침 내지 목적을 가지고 소재를 수집·분류·선택하고 배열하여 편집물을 작성하는 행위에 창작성이 있어야 하는바, 그 창작성은 작품이 저자 자신의 작품으로서 남의 것을 복제한 것이 아니라는 것과 최소한도의 창작성이 있는 것을 의미하므로 반드시 작품의 수준이 높아야 하는 것은 아니지만 저작권법에 의한 보호를 받을 가치가 있는 정도의



최소한의 창작성은 있어야 한다. 편집물에 포함된 소재 자체의 창작성과는 별개로 해당 편집물을 작성한 목적, 의도에 따른 독창적인 편집방침 내지 편집자의 학식과 경험 등 창조적 개성에 따라 소재를 취사선택하였거나 그 취사선택된 구체적인 소재가 단순 나열이나 기계적 작업의 범주를 넘어 나름대로의 편집방식으로 배열·구성된 경우에는 편집저작물로서의 창작성이 인정된다. 편집방침은 독창적이라고 하더라도 그 독창성이 단순히 아이디어에 불과하거나 기능상의 유용성에 머무는 경우, 소재의 선택·배열·구성이 진부하거나 통상적인 편집방법에 의한 것이어서 최소한의 창작성이 드러나지 않는 경우, 동일 내지 유사한 목적의 편집물을 작성하고자 하는 자라면 누구나 같거나 유사한 자료를 선택할 수밖에 없고 편집방법에서도 개성이 드러나지 않는 경우 등에는 편집저작물로서의 창작성을 인정하기 어렵다(대법원 2021. 8. 26. 선고 2020도13556 판결 참조).

2) 구체적 판단

앞서 든 증거, 갑 제11호증, 을 제1 내지 12호증의 각 기재 및 변론 전체의 취지에 의하여 알 수 있는 아래와 같은 사실 내지 사정들을 종합하면, 원고 화면은 소재의 선택, 배열 또는 구성에 창작성이 있다고 인정하기 어렵고, 간편 회원가입 서비스를 제공하는 자라면 누구나 같거나 유사한 자료를 선택할 수밖에 없으며, 이를 구성하는 요소들도 단순한 아이디어나 기능상의 유용성에 머물고 있음에 불과하므로, 저작권법에 의하여 보호되는 편집저작물이라고 보기 어렵다. 따라서 원고 화면이 편집저작물에 해당함을 전제로 한 원고의 청구는 더 나아가 살필 필요 없이 이유 없다.

① 원고는, 수많은 로그인 플랫폼 옵션 중 카카오와 네이버만을 핵심 소재로 선택하고 구글, 애플, 페이스북 등 기타 옵션은 부가 소재로 선택한 창작성이 있다고



주장한다. 그러나 카카오와 네이버는 많은 수의 소비자들이 해당 플랫폼의 계정을 이용하고 있어 원고 서비스, 피고 서비스 외에 다른 서비스들에서도 주된 로그인 플랫폼 옵션으로 선택되고 있다. 또한 주된 로그인 플랫폼 옵션들과 그 외의 옵션들의 로그인 버튼 크기와 모양을 달리한 서비스도 이미 존재한다. 뿐만 아니라 네이버의 경우 로그인 버튼을 반드시 지정된 색으로 사용하도록 가이드라인을 정하고 있고, 카카오의 경우에도 카카오에서 제공하는 표준 디자인의 버튼 사용을 권장하되 임의로 색상과 형태를 변형시키지 않도록 가이드라인을 정하고 있는바, 카카오와 네이버의 로그인 버튼이 각각의 상징색이라는 데에 원고의 창조적 개성이 담긴 것으로 볼 수 없다.

② 원고는, 원고 화면 상단부 전체를 'C' 영역에 할애하고 하단부를 '기존 회원 로그인' 영역으로 분리하여 양 영역을 전체 화면에서 1:1 비중으로 구성하였고, '카카오/네이버 회원가입' 버튼 바로 아래에 회원가입 혜택 배너를 연이어 배열하였는데, 이러한 화면 분할 및 비중 배분 등은 신규 사용자의 간편 가입을 최우선으로 유도하려는 의도가 반영된 독창적 구성 방식이라고 주장한다. 그러나 원고 화면은 스마트폰에서 구현되는 세로 화면인 것으로 보이는데, 간편 회원가입 영역과 기존 회원 로그인 영역을 상하로 배치하는 것은 스마트폰의 세로 화면 특성상 가장 간단하고 효율적인 구성 방식으로 보이고, 원고의 주장과 같이 간편 회원가입을 최우선으로 유도하려는 의도가 있었다면 간편 회원가입 영역과 기존 회원 로그인 영역의 비중을 1:1이 아닌 간편 회원가입 영역의 비중을 더 크게 하는 것이 그 의도를 달성하기 위한 표현에 적합할 것으로 보이는데 1:1 비중에 원고의 창작성이 반영된 것으로 보기 어렵다. 나아가 다른 서비스들에서도 간편 회원가입 영역과 기존 회원 로그인 영역은 상하로 구분되어 있고, 원고 화면과 같이 주된 간편 회원가입 버튼이 기존 회원 로그인 영역보다 상단에



존재하는 서비스도 이미 존재한다(원고는 회원가입 혜택 안내 배너를 핵심 소재로 선택하였다고 주장하는데, 설령 이와 같은 배너를 핵심 소재로 선택한 데에 원고의 창작성이 인정된다 하더라도 피고 화면에는 그에 대응하는 소재가 존재하지 않는다).

③ 원고는, 회원가입 절차 간소화를 통한 이탈률 감소라는 목적 및 의도에 따라 기존회원의 경우 회원가입 서비스가 필요 없고, 회원가입을 원하지 않는 비회원이 주문 조회만을 하기 원하는 경우가 있다는 점에 착안하여 기존회원 로그인 또는 비회원 주문조회 영역을 소재로 선택하고 두 소재를 동일한 영역 내에서 사용자의 선택에 따라 나타나도록 구성하였다고 주장하나, 위와 같은 소재와 구성 역시 다른 서비스에서 찾아볼 수 있는 것이어서 그 선택에 있어 창작성이 있다고 보기 어렵다.

④ 원고는, 회원가입 절차 간소화를 통한 이탈률 감소라는 목적 및 의도에 따라 C 서비스에 대한 소개 및 소개 페이지로 연결되는 링크 버튼을 소재로 선택하고, 뒤로가기 버튼과 홈화면 복귀 버튼 및 쇼핑몰 로고 버튼을 소재로 선택하였다고도 주장한다. 그러나 C 서비스에 대한 소개 및 소개 페이지로 연결되는 링크 버튼이 회원가입 절차 간소화를 통한 이탈률 감소라는 목적 및 의도를 달성하기 위한 것이라거나 그 문구 자체만으로 어떠한 창작성이 있다고 보기 어렵고, 최상단 좌측 뒤로가기 버튼, 대칭 위치의 홈 버튼은 아이폰이나 안드로이드폰에서 제공하는 어플리케이션의 UI 상 나타나는 특징에 불과한 것으로 보이는바, 단순한 아이디어나 기능상의 유용성에 지나지 않는다.

⑤ 원고는, 피고가 주장하는 다른 유사 서비스들은 원고 서비스를 모방한 서비스들이라고 주장하나, 제출된 증거만으로는 원고 서비스가 다른 유사 서비스들에 비하여 먼저 창작되었다고 인정하기 부족하고, 달리 이를 인정할 증거가 없다.



본 판결문은 판결서 인터넷열람 사이트에서 열람·출력되었습니다. 본 판결문을 이용하여 사건관계인의 명예나 생활의 평온을 해하는 행위는 관련 법령에 따라 금지됩니다. 비실명처리일자 : 2026-03-10

5. 결론

이 사건 소 중 '2차적저작물 작성, 복제, 배포, 전송, 판매'에 대한 금지청구 부분은 부적법하여 각하하고, 원고의 나머지 청구는 이유 없어 기각하기로 하여 주문과 같이 판결한다.

재판장 판사 이현석

 판사 정요진

 판사 황진영



본 판결문은 판결서 인터넷열람 사이트에서 열람·출력되었습니다. 본 판결문을 이용하여 사건관계인의 명예나 생활의 평온을 해하는 행위는 관련 법령에 따라 금지됩니다. 비실명처리일자 : 2026-03-10

별지

모바일 화면

화면 1	화면 2