

※본 연구는 한성대학교  
1999년 교내연구비로 진행  
되었음.

\*한성대학교 의상학과

## 한국 패션기업의 지적재산권 보호실태에 관한 연구

김 용 주

### 목 차

1. 서론
  2. 이론적 배경
  3. 연구방법
  4. 결과분석 및 토의
  5. 결론
- 참고문헌  
Abstract

### 1. 서론

최근 세계의 경제환경은 글로벌화의 추세에 따라 빠른 속도로 변화 되어가고 있다. 그중 한가지가 국내외적으로 지적재산권에 대한 중요성의 인식이 확산되고 이에 대한 보호가 강화되었다는 것이다. 세계지적재산권기구(WIPO) 통계에 의하면 한국은 1995년 세계 4위의 산업재산권 출원국가로 일본과 미국 다음으로 많은 지적재산권을 새롭게 출원하고 있는 국가로 보고되고 있다. 또한 지적재산권관련 보호규정도 강화 되어 1993년 WTO의 무역관련 지적재산권 협정(TRIPs)에 따른 새로운 WTO 체제에 서는 가맹국의 조약이행 의무를 강제하고 위반시 이에 대한 제재규정과 이를 구체적으로 집행하는 별도의 사무국을 두어 과거에 비해 강력히 보호하고 있다.

이러한 강력한 지적재산권보호규정은 또한 1994년 우루과이라운드(UR)의 협상이후 자유무역이라는 GATT의 기본원칙하에서 과거의 쿼타나 관세 등의 무역규제를 대신하여 지적재산권이 새로운 무역장벽으로 대두되고 있다는 지적이다. 더욱이 선진국들은 개방화가 빨리 진행 되는 패션산업과 같은 경쟁력이 낮은 분야에서는 지적재산권을 또 하나의 새로운 무역장벽으로서 이용할 것이라 예측하고 있다.(섬유산업연합회, 1999)

과거 의류제품의 수출로 한국경제성장의 기반을 형성한 한국의 패션산업은 선진국 제품을 불법으로 모방하는 대표적인 사례로 지적되어 왔으며 아직도 지적재산권 침해 사례는 빈번하게 발생하고 있어 패션, 의류관련 제품이 전체 사례의 50% 이상 차지하고 있다. 실제로 1999년 미국 관세청통계에 따르면 지적재산권 침해 사례중 한국제품

이 차지하는 비율은 총 4%로 대만 43%, 중국 16%에 비하면 그 비중이 작으나 의류 패션 관련 제품이 80%나 차지해 의류에서의 한국제품의 비중은 가장 크다(미국관세청, 2001). 더욱이 최근 불법소프트웨어복제 등과 더불어 이러한 뿌리깊은 지적재산권 침해현상은 미국이 한국을 1992년부터 1996년 그리고 또다시 2000년에 감시대상국(WL)에서 우선감시대상국(PWL)으로 변경 지목하였다.

패션산업에서의 지적재산권문제는 그러나 과거 일방적으로 국내 제조업체가 선진국의 제품을 무단 복제하는 현상에서 벗어나 여러 유형으로 다양화되었다. 우선 무단 복제의 대상이 과거 해외 유명제조업체에서 국내 유명업체로 다양화되었고 또 한국의 패션제품이 고급제품으로 인식되고 있는 중국, 동남아 등지의 시장에서는 국내 유명 제품들이 해외 불법제조업체들에 의해 무단 복제되고 있다. 또한 인터넷 등의 새로운 기술경제환경의 변화에 따라 기존유통환경과 새로운 환경과의 사이에서 새로운 문제 등도 발생하고 있다.

본 연구는 국제 경제환경에서 중요한 안건으로 대두되고 있는 지적재산권을 패션산업에 제한하여 살펴보고자 한다. 패션산업은 그 동안 지적재산권 특히 상표권도용의 대표적인 사례로 지적되어 왔으나 병행수입, 해외직수입 제품의 증가 그리고 라이선싱등의 다양한 경로 등에 의해 해외 제품의 유입이 양적으로 급증했을 뿐 아니라 제품의 생산 및 유통 경로에 따라 매우 복잡한 문제 등이 발생하고 있는 분야이다. 또한 그 제품의 공정 및 소비자의 구매특성상 지적재산권의 침해가 매우 용이한 분야이므로 이에 대한 사례 및 분쟁이 국내외에서 많이 발생하는 분야이다.

그러므로 본 연구는 패션산업의 사례들을 분석함으로써 지적재산권이 어떻게 침해되고 있으며 이에 대한 보호를 위해 어떠한 법적인 권리 등을 주장할 수 있으며, 또 이러한 분쟁과 관련된 앞으로 해결되어야 할 문제 등을 지적하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### (1) 지적재산권(Intellectual Properties Rights)의 정의

지적재산권이란 인간의 지적인 창조력에 대한 결과물로서 독점력이 인정되는 무형의 재산에 대한 권리를 말하는 데 이는 크게 산업재산권, 저작권 그리고 신지식 재산권으로 나눌 수 있다. 산업재산권은 특허권, 실용신안권, 상표권 그리고 의장권을 포함하며, 저작권은 창작적 저작물을, 그리고 신지식재산권은 컴퓨터프로그램, 반도체 집적회로 배치설계권, 부정경쟁방지법상의 영업비밀 등을 포함한다. 이러한 여러 종류의 지적재산권중 주로 패션제품과 관련된 것은 의장권과 상표권 그리고 저작권이다.

### (2) 상표권

#### 1) 상표 및 상표권

상표란 "상품을 생산·가공·증명 또는 판매하는 것을 업으로 영위하는 자가 자기의 업무에 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 상품에 붙여 사용하는

기호, 문자, 도형 또는 이들을 결합한 것과 이들에 색채를 결합한 것”(상표법 제 1조 1항)이라고 법적으로 규정되어 있다. 이에 1998년 3월 1일부터 시행한 신상표법에서는 이들 기호상표, 문자상표, 도형상표 이외에 입체상표제도를 신설하여 상품의 특징적인 외관이나 특성(trade dress)이 상표로서의 역할을 할 수 있게 되었다. 이러한 상표에 부여된 상표권의 목적은 “상표를 보호함으로써 상표사용자의 업무상의 신용유지를 도모하여 산업발전에 이바지함과 아울러 수요자의 이익을 보호하기 위한”(상표법 제1조) 것이며 대법원 판례에서도 보듯이 “상표와 상품의 관계를 유지케 함으로써 부정경쟁을 방지하고 상표권자의 영업상의 신용을 보전함과 동시에 거래자 및 수요자를 보호함에 있다”고 판시하고 있다(최종협, 1998).

이러한 권리는 그러나 상표출원후 등록을 해야하고 선등록상표가 있거나 주지저명상표와 유사 동일한 경우, 보통명칭인 경우, 지리적명칭, 흔히 있는 성이나 명칭, 지정상품의 품질, 효능을 직접 표시하는 경우, 공익적차원에서 상표등록을 하는 경우는 등록될 수 없다. 상표가 법적 보호를 받으면 등록일로부터 10년간 유효하며 이는 지속적으로 사용하여야 하며 갱신등록의 절차를 통해 10년마다 갱신할 수 있다. 또 침해자에 대해서는 5년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금형에 처하며 상표권자에게 침해금지가처분신청, 침해금지청구권, 손해배상청구권, 부당이득반환청구권, 신용회복청구권, 몰수권 등을 행사할 수 있도록 보호하고 있다(동아법률사무소). 그러므로 상표제도는 상표의 주된 기능인 식별 기능을 법으로 보호하고 있어 상표의 식별력을 혼동시켜 일반 수요자로 하여금 상표의 품질을 오인 또는 기만할 수 있는 상표의 등록을 불허하고 있다(상표법 제7조 제1항 제11호).

상표는 또한 이러한 법적인 기능외에 마케팅에 있어 중요한 기능을 한다. 더욱이 제품이 양적, 질적으로 증가하는 경제환경에서는 마케터와 소비자 모두에게 상표는 중요한 역할을 한다고 할 수 있다. 마케터는 자사의 상표를 통하여 자사의 제품을 타사의 것과 구별시켜 품질보증의 기능을 수행할 수 있는데 특히 제품의 품질에 대하여 즉시판단이 가능하지 않은 경우 상표는 제품품질 판단의 중요한 실마리가 된다. 마케터는 소비자로 하여금 좋은 품질의 표시로 상표가 사용되게 하기 위해 오랜시간과 노력이 요구된다. 그러나 일단 소비자에게 좋은 상표로 인식되면 소비자의 의사결정을 용이하게 하여 소비자를 반복구매로 유도하기가 용이해진다. 그러나 만일 자사의 상표가 저급의 타상표와 혼돈이 된다면 막대한 피해를 초래할 수 있다. 또한 상표는 광고의 수단으로도 사용되어 특히 이미지가 중요시되는 패션상품에 있어서는 상표명 뿐만 아니라 기호, 문자, 도형, 그리고 이들과 결합한 색채는 상표의 이미지 형성에 중요한 역할을 한다. 실제로 소비자조사에 따르면 상품의 물리적인 특성은 다소 표준화되어 있지만 광고를 통한 이미지로 차별화를 이루는 청바지제품에 있어서는 광고로 보여지는 상표가 중요한 구매기준이 된다.

또한 오늘날과 같이 국제간의 상품교역량이 급증하는 상황에서는 상표권에 대한 국제적 보호가 더욱 중요해지는데 각국가는 자국 산업을 보호하기 위해 속지주의를 채택하고 있으므로 이에 대한 논의 및 분쟁이 급격히 증가하고 있다(최종협, 1998).

## 2) 유사상표와 유명상표

상표제도의 시행에 있어 가장 논란의 대상이 되고 또 실제로 가장 많이 분쟁의 대상이 되는 것은 유사상표의 판단기준과 유명상표의 정의에 관한 것이다(옥치왕, 1999; 최종협, 1998). 법의 규정에 있어서는 소비자 기만 및 오인의 가능성이 있는 상표에 대하여는 상표출원을 금지하거나 취소할 수 있으나 실제로 이에 대한 정의나 판단기준에 관한 규정이 없고 상표심사기준은 매우 추상적이고 모호하여 구체적 사건에 대한 판단에 이르러서는 학설과 판례의 이론, 그리고 심사관의 판단기준에 의존하고 있어 문제점으로 지적되고 있다(최종협, 1998). 또한 현행 상표법상 자기의 상표와 동일 또는 유사한 상표를 同種의 상품에 타인이 사용할 경우에는 법적 보호가 가능하나 동일 또는 유사한 상표를 異種상품에 사용하여 일반 수요자로 하여금 마치 원상표 사용자의 업무와 관련된 상품으로 오인, 혼동케 하였을 때는 적극적인 보호수단이 없다. 다만 유명상표로 인정될 경우 상표법 제7조 제1항 제10호 및 제11호에 의해 등록이 배제되는 소극적 보호를 받을 수 있고 부정경쟁 방지법에 의해 간접적으로 보호를 받을 수 있도록 되어 있다.

그러나 이러한 유명상표(well-known mark)의 정의 또한 모호하다. 법적인 용어로 주지상표라 함은 특정인의 업무에 관한 상표를 상품에 사용한 결과 일반 거래자 및 수요자간에 널리 인식되어 있는 것을 말하며 저명상표란 수요자들에게 널리 인식되어 있는 정도가 주지상표 보다 더 높은 것을 말하는 데 그 인식 기준 또한 모호하다 할 수 있다. 더욱이 해외로부터 상품의 유입이 많은 패션산업은 국내의 유명상표와 해외의 유명상표 해석의 갈등이 초래된다.

## 3) 위조상표(counterfeits)

위조상표란 원상표를 그대로 도용한 불법적 상표를 말하는데 미국 관세청 보고에 따르면 전세계적으로 볼 때 위조상품의 거래는 연간 200조달러에 달하며 지속적으로 증가하는 추세이다. 이는 글로벌화의 추세에 따른 제품의 국제적 유통의 증가와 대량생산 기술발달에 의한 모방기술의 향상 등이 그 원인으로 지적된다(Newland, 1998). 우리나라 특허청 통계에 따르면 국내에서 제조돼 단속된 위조상품의 단속건수는 98년 1천1백건이며 물량으로 36만 3천 7백 69점이다. 또한 서울세관에서 단속한 외국에서 제조된 가짜상품의 단속건수는 98년 16건으로 78억정도인데 이러한 추세는 매년 급격히 증가하는 추세이다(최재희, 1999). 1998년 검찰청 단속활동 보고에 따르면 적발 1100건, 입건 339건, 시정권고 701건, 압수 363769점으로 이중 섬유 태구(tag)와 라벨(label)이 전체의 78.5%에 이르며 의류가 가장 많다. 판매업체 단속의 경우 샤넬, 나이키, 루이비통, 토미힐휘거 등의 해외브랜드가 50.5%에 이르며 제조업체 단속의 경우는 레노마, 버버리, 아디다스, 토미힐피거가 46.7%에 달한다. 또한 IMF 이후 지적재산권 위반이 40% 증가 하였는데 이는 '생계형 상표도용'이라고 지적하였다(검찰청, 2000).

패션산업은 전세계적으로도 위조상표의 유통이 가장 많은 산업으로 지적되어 왔다.

다른 제품에 비해 이와 같이 패션제품에 위조상표가 많아 발생하는 이유는 패션제품의 생산 공정상의 특성, 산업구조의 특성 그리고 소비자구매심리에서 찾을 수 있다. 흔히 패션제품은 노동집약적/지자본집약적 제품이라고 하는 데 이는 제품의 부가가치가 생산 기술에 근거하기보다는 디자인 또는 상표의 이미지에 근거하기 때문이다. 따라서 다른 제품에 비하면 생산기술 및 제품의 디자인은 쉽게 모방할 수 있어 위조상표제품이 쉽게 생산된다. 또한 고가의 유명패션은 상표의 명성에 따른 부가가치가 크므로 상표도용자는 상표만을 도용함으로써 쉽게 부가가치를 얻을 수 있다는 유혹을 느끼게 된다. 또한 패션산업은 다수의 소규모 제조업체로 구성되어 있는 구조적인 특성으로 수많은 상표가 존재하며 또 다른 제품에 비해 소비자의 기호가 다양하므로 제조업체는 차별화전략으로 세분화된 목표시장에 따라 각기 상표를 달리하게 되므로 실제로 상표의 수는 제조업체의 수를 훨씬 능가하게 된다. 또한 패션상품은 보통 상표제도가 규정하는 모든 종류의 상표 즉, 문자상표 이외에 기호상표, 도형상표, 그리고 이들과 결합한 색채를 함께 사용하게 되므로 상표도용업자는 이들의 결합으로 문자나 기호가 동일하지는 않지만 소비자로 하여금 동일하게 인식되도록 유도하여 법적인 규제를 벗어나려 하기도 한다. 소비자로 하여금 동일하게 인식되도록 유도하여 법적인 규제를 벗어나려 하기도 한다. 소비자는 또한 신분의 상징으로 사용되기도 하는 고가의 디자이너 상품을 저가의 위조상품으로 대체상품으로 소유함으로써 신분상징이나 소유욕을 충족시키기도 한다. 실제로 미국관세청의 통계보고에 의하면 패션제품(의류, 신발, 시계포함)의 위조상표사태가 전체의 26%에 달해 위조상품의 국제적 유통이 심각한 문제로 할 수 있다(미국관세청, 2001).

위조상표는 소비자의 인지여부에 따라 두 가지 유형으로 나뉘는데 소비자가 그 제품이 위조상표제품이라는 것을 인지할 수 없는 기만적 위조상표(deceptive counterfeiting)와 소비자들이 그것이 위조상표인지를 알지만 구매하는 비기만적 위조상표(non-deceptive counterfeiting)로 나뉜다. 이 두가지 유형중 더욱 심각한 문제가 되는 것은 기만적 위조상표로서 예를들어 눈으로 식별할 수 없는 자동차 또는 비행기의 부품 등은 생명을 위협할 수도 있다.

특히 우리나라 패션산업의 경우 정확한 통계보고는 없으나 과거 기만적 위조상표에 비해 비기만적 위조상표의 유통이 더 큰 비중을 차지해왔다. 비기만적 위조상품은 일반적으로 원상품에 비하면 제품의 품질이 떨어지며 가격 또한 원상품에 비하면 매우 낮았다. 이러한 비기만적 패션제품의 유통은 특정한 장소를 통해 판매 되어왔다. 그러나 최근 들어 기만적 위조상표의 유통이 증가하였으며 그 품질과 가격 또한 원상품과의 차이가 많이 감소하였다는 보고이다. 유통장소 또한 과거 특정한 장소에 비하면 일반 소매점과 인터넷 그리고 카탈로그쇼핑을 통해 이루어지는 등 과거에 비해 그 시장이 다양해졌다.

패션상품에 있어 위조상표에 의한 피해자는 원상품의 상표권자뿐 아니라 원상품의 소비자와 기만위조상표의 구매자도 포함된다. 제품은 이러한 생명위협적 위험성은 없으나 오랜시간과 노력을 투자해 이룩한 상표의 명성도에 심각한 타격을 줄 수 있다.

비기만적 위조상표(non-deceptive counterfeiting)의 경우에도 이미 소비자가 위조상표라는 것을 인지하고 있으므로 제품품질에 대한 기대수준은 낮아서 원상표의 명성도에 타격을 주지는 않으나 대량 위조상표제품 유통으로 인한 패션제품의 희귀성 또는 구별력의 희석은 고급패션 제품의 명성도에 큰 타격을 줄 수 있다. 실제로 가장 위조상표 유통이 빈번한 제품은 세계적으로 유명한 디자이너 의류 또는 패션잡화류와 청바지인데 캘빈클라인은 매년 총 매출의 약 10% 정도가 위조상표로 추정하고 있다.

#### 4) 병행수입과 상표권침해

병행수입(parallel import)이란 국내 독점 수입업자에 의해 외국 상품이 수입되는 경우 제3자가 다른 유통경로로 동일상품을 국내 독점수입업자의 허락 없이 수입하는 것을 말한다(서운원, 1999). 외국의 경우 1970년대부터 대체적으로 병행수입을 허용하는 추세에 있으나 한국에서는 1995년 외국계 대형할인유통점인 프라이스클럽이 리바이스 청바지를 수입하여 판매하면서 처음으로 문제가 제기되었다. 이에 대하여 상표권 관련 여러 이론들이 제기되어 병행수입을 허용하지 말아야 한다는 속지성 이론과 허용해야 한다는 소모 이론이 제기되었으나 병행수입을 제한적으로 허용해야 한다는 상표기능론이 채택되었다. 즉, 수입상품간의 국내경쟁 촉진을 통한 가격안정 및 소비자 이익증진 등을 위하여 상표보호의 목적 및 상표의 기능을 해하지 않는 범위 내에서 허용해야 한다는 것이다(김진욱, 1999). 그러나 병행수입의 허용과 금지에 대하여 여러 가지 까다로운 구체적인 규정과 또 이에 따른 해석이 다를 수 있으므로 관세청은 수입전에 반드시 특정 물품이 수입 가능한지를 확인하여야 한다고 제시하고 있으며 이러한 병행수입관련 분쟁사례가 빈번히 발생하고 있다. 김진욱은 병행수입 제도가 활성화되고 국내산업계에서 긍정적 효과를 내기 위해 공정거래법의 개정을 통한 병행수입의 허용기준의 보완, 지적재산권에 병행수입 허용규정명시, 병행수입에 대한 정확한 정보전달, 국내 전량제조 전용사용권자에 대한 세계 및 자금지원 대책수립, 병행수입 유통단계의 간소화, 국내계약과 국제계약의 구별 없이 모든 지적재산권 거래에 적용될 수 있는 기준 마련 등을 제시하고 있다.

또한 병행수입허용으로 제품의 유통경로가 다양화됨에 따라 해외브랜드의 위조상표 유통이 증가되었으며 지리적표시에 의한 지적재산권 침해사례가 증가하고 있다. 지리적 표시란 상품의 품질, 명성, 특징이 상품의 지리적 출처에서 비롯된 경우 그 상품이 그 지역에서 비롯되었음을 나타내는 것으로 유사개념인 출처표시와 원산지표시를 모두 포괄하되 보호 대상의 범위가 모호하다(김상화, 1999). 지리적 표시의 보호는 그 지역에서 생산하지 않은 상품에 지리적 표시를 사용하는 행위, 종류표시화의 위험으로부터의 보호를 의미한다. 지리적 표시의 사용을 규제하는 이론적 근거는 부정경쟁방지법이며 이는 파리 조약과 WTO의 TRIPs에서 찾을 수 있다(김상화, 1999).

#### 5) 상표명과 인터넷 도메인명의 갈등

인터넷 사용의 확산에 따라 도메인 네임과 상표권과의 충돌, 그리고 인터넷도메인

네임간의 분쟁이 새로운 이슈로 등장하게 되었다. 그러나 인터넷 보급속도가 예상 밖으로 가속화되면서 관련 법규 내지는 예상되는 문제를 해결한 규정 등을 미리 마련해 놓지 못한 상태이다. 특히 우리나라의 경우에도 브랜드명은 특허청에서 관리하는 데 반해 신지적재산권인 인터넷 도메인명은 정보통신부에서 관리하므로 이 두 정부기관의 견해가 다른 것도 하나의 문제로 지적되고 있다. 더욱이 인터넷 공간은 국가의 경계를 초월하므로 다른 지적재산권문제보다 각 국가별 상이한 법규는 이러한 분쟁을 해결하는 데 있어 문제점으로 보인다.

현재 우리나라의 상표제도는 상표권자의 상표와 동일 내지 유사한 상표를 동일, 유사한 상품에 사용하는 것을 금하고 있으며 이는 혼동이론(confusion doctrine)에 의한다. 그러나 이 이론은 동일 또는 유사상품에 사용하였을 경우이고 유사상표를 이종 상품에 사용하였을 경우에는 희석화이론(dilution doctrine)을 적용하여 저명상표의 경우에는 비록 유사하지 않은 상품에 사용하더라도 저명상표의 이미지, 광고 선동력, 고객흡인력 등이 다른 상품에 흡수되어 희석화되는 현상을 방지하여 의도적으로 저명한 원상표의 신용(good will)에 편승(passing off)하는 것을 막고 있다(이지운, 2000)

그러나 인터넷도메인명이 소비자의 주위를 환기시키는 힘이 큼에 따라 인터넷도메인명을 상표명으로 특허청에 등록하고 있어 1997년 10건이던 것이 1998년 57건으로 급격히 증가하고 있다. 이를 대비하기 위해 기존의 상표명을 인터넷도메인명으로 등록하는 업체가 증가하고 있다. 의류중에는 이태리 의류 [www.sartoriadle.it](http://www.sartoriadle.it)가 국내 최초로 상표등록을 하였고 프랑스 샤넬(Chanel)사가 [www.chanel.co.kr](http://www.chanel.co.kr)에 승소한 사례가 있다.

### (3) 의장권과 저작권

의장이란 본래 design의 해석으로 “물품의 형상, 모양, 색채 또는 이들의 결합으로서 시각을 통하여 미감을 불러일으키는 것”(의장법 제2조)이나 실제로는 특정한 형상이나 모양, 색채 등이 반드시 물품으로 표현되었을 때 의장으로 규정되며 의장권이란 이러한 의장이 산업성(반복생산성), 신규성이 있을 때 보호될 수 있는 권리라 할 수 있다(의장, 2000). 그러므로 동일한 디자인도 직물과 벽지에 표현되면 각각 다른 의장이 된다. 패션제품에서는 직물디자인 및 의상디자인의 독창성이 인정되고 이것이 물품으로서 반복 생산될 때 의장권의 보호를 받을 수 있다.

의장권은 상표권에 비하면 국제적으로 출원 건수가 매우 적다. 그 이유는 의장의 보호는 약간의 상이한 구조(non-exact reproduction)에 의해서도 그 범위의 권리를 회피 할 수 있다는 보호의 문제와 타지적재산권과 의장의 중복보호가 가능하다는 인식에 의한 중복보호문제, 그리고 디자인의 잡종적성질(hybrid nature) 때문에 각국의 제도가 너무 상이하여 그 국제적 통일화가 난해하며 국가별 개별출원이 어렵기 때문이다(정해, 2000). 그중 의장권과 저작권의 중복보호문제는 각 국가별로 논란의 대상이 되기도 한다. 우리나라 대법원판례는 “대량생산을 목적으로 창작되는 모든 응용미술

작품이 곧바로 저작권법상의 저작물로 보호된다고 할 수 없고 그 중에서도 그 자체가 하나의 독립적인 예술적 특성이나 가치를 가지고 있는 창작물만이 저작물로 보호된다”고 명시하고 있다.

의장법의 문제는 첫째, 실체심사를 거쳐 권리 성립까지 장시간이 소요되므로 상품수명이 짧은 제품 등의 보호에 부적합하고 둘째, 절차이행상의 불편문제로 권리발생을 위하여 출원이나 기탁을 하여야 하는 이러한 절차는 실무가인 디자이너들에게는 번거로운 작업이며 또한 그 절차와 이행과정에서 수수료가 비싸다. 셋째로 디자인에 대한 너무 엄격한 심사를 요구하여 그 요건의 충족이 쉽지 않다(정해, 2000)

그러나 의장권은 새로운 입체상표제도와와의 관계설정이 문제가 되는 데 상품외관의 창작성과 신규성이 있고 상품이나 서비스를 식별하는 기능이 있다면 의장법과 상표법에 의한 병행적 보호가 가능하다(임현지, 1999).

패션산업은 제품의 디자인이 가장 중요한 자산이라고 할 수 있지만 국내외 패션산업에서 디자인카피(knock-off)는 아주 흔한 일이다. 이에 대해 패션이란 널리 그 스타일이 널리 수용되었을 때 소위 ‘패션’이 되므로 이는 오히려 패션산업을 활성화시킨다고 하며 수용적인 태도를 보이기도 한다. 이러한 시각도 그러나 국가마다 차이가 있어 미국이나 우리나라에 비하면 프랑스의 패션산업은 디자인 카피를 수용하지 않는 경향이다.

#### (4) 국내의 관련 법규

지적재산권 관련 법적보호규정은 국외에서 먼저 시행되었으며 더 강력히 집행되고 있다고 볼 수 있다. 그중 가장 중요한 규정은 파리조약(Int'l Union for Paris Convention for the Protection of Industrial Property)으로 1883년 3월 20일에 시행된 최초의 산업재산권 보호조약이라 할 수 있다. 그후 1896년 9월 Berne협약에 의해 저작권협약이 체결되었고 마드리드의정서<sup>1)</sup> 및 상표법조약(TLT)은 허위, 기만적 출처표시 방지를 위한 협정으로 trade dress를 상표로서 인정하였다. 가장 최근의 강력한 규정은 1993년 12월에 채택한 WTO의 무역관련 지적재산권협정(TRIPs)으로 종래 파리조약의 기본규정을 승계하고 있으나 이에 대한 의무조항을 강제하고 위반시 이에 대한 제재규정도 있어 파리조약에 비하면 강력한 구속력을 지닌다고 할 수 있다.

우리나라는 1949년에 처음 상표법이 제정되었고 그후 3차례 개정되었다. 우리나라는 자국산업의 보호를 위해 국제조약 가입에 소극적인 입장을 취하다가 국내산업의 국제경쟁력 향상과 국제교류의 적극적 참여를 위해 1979년 3월 세계지적소유권 보호 기구(World Intellectual Property Organization: WIPO)에 가입하였고 1980년 5월 파리조약<sup>2)</sup> 에도 가입하였으며 현재 WTO의 TRIPs 규정을 따른다.

그러나 국가간 교역량이 증가하고 기업의 글로벌화가 진행됨에 따라 국가간의 법적 규정의 차이는 국제분쟁의 원인이 되기도 하며 기업과 소비자는 정보의 부족에 의해 피해자가 되기도 한다. 그 대표적인 예가 상표제도이다. 우리나라의 상표제도는 선

1) 이 협정은 제나라에 있는 세계지적재산기구(WIPO)의 국제사무국에 상표를 등록할 수 있도록 하는 규정으로 1891년 원산지허위표시 금지협정과 함께 마드리드에서 체결되었다(옥치왕, 1999)

2) 파리조약은 속지주의를 인정하면서 그 위에 내외국인 평등의 원칙, 우선권제도, 특허독립의 원칙을 3대 기본원칙으로 산업재산권의 국제적 보호를 위한 조약이다.

출원원칙에 근거하므로 먼저 등록한 출원자에게 그 상표의 권한이 주어진다. 그러나 파리조약(Paris convention for the Protection of Industrial Property)의 제 6조 2에서는 이미 동맹국에 잘 알려진 상표("저명상표")는 그것이 그 당해국에 법적으로 등록되어 있지 않더라도 이 저명상표와의 혼동을 초래할 수 있는 동일한 또는 유사한 상표의 등록을 거절 또는 취소하도록 되어있다(김재해, 서경민, 1999). 그러나 그 "저명성"의 기준이 명확하지 않아 상표집에 수록된 외국상표 이외의 것에 대하여는 해석을 달리할 수 있다.

WIPO 권고안에 따른 유명상표 판단기준은 관련 분야에서의 인지도, 상표의 사용기간, 사용정도 및 사용지역, 광고 또는 홍보, 상표선전의 기간, 정도, 및 지역, 상표등록이나 상표등록 출원의 존속기간 및 등록지역, 상표권의 성공적 집행기록, 그 외 상표와 관련된 가치이다. 이에 반해 우리나라의 주지저명 상표의 기준은 국내에서 그 상표의 사용, 공급, 영업활동기간, 방법, 태양 및거래범위 등이 고려 되어 거래실정 또는 사회통념상 객관적으로 널리 알려져 있느냐의 여부에 따라 결정 하고 있다(대법원 1987. 12. 22 선고 87후 57 판전). 그러므로 외국의 유명상표라 하여도 국내에서 사용되고 선전된 실적이 미비하면 주지 또는 저명상표로 인정될 수 없으며 부득이 외국유명상표의 무단등록을 방지하기 위해서는 제9호(주지) 또는 제10호(저명)를 적용할 수 없고 제11호(수요자기만)를 적용하여 그 권리를 인정할 수 있다.

국내법중 위조상표나 유사상표에 관련되는 법규를 보면 우선 부정경쟁방지법은 국내에서 주지된 타인의 상표, 상호 등의 표지와 혼동을 일으키는 부정경쟁행위 자체를 금지하는 것이고 상표법은 등록제도를 통해 상표권자에게 상표에 관한 독점배타권을 부여하는 것인데 특별법지위에 있는 상표법이 우선한다. 또 관련법으로 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 제23조 제1항 제6호에서 "사업자, 상품, 또는 용역에 관하여 허위 또는 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 있는 표시, 광고(상호사용 포함)를 하는 행위"로 규정하여 이에 의해 상표의 보호를 받을 수 있다.

### 3. 연구방법

지적재산권 침해사례를 검찰청, 특허청, 관세청의 자료와 대법원판례를 토대로 사례 분석을 하였다. 검찰청자료는 1993년부터 2000년 10월까지의 상표법 및 부정경쟁방지법 위반자료를 사용하였고 동일 시기의 대법원 판례자료를 이용하였다. 이를 토대로 지적재산권침해의 유형을 분석하고 현재까지 한국 패션기업의 지적재산권침해에 대한 대응 유형을 분석하였다.

### 4. 결과분석 및 토의

#### (1) 지적재산권 침해 유형

##### 1) 상표권 침해

패션산업에서의 지적재산권침해 사례 중 가장 흔한 경우이며 이는 크게 유사상표인 경우와 동일상표인 경우로 나눌 수 있다. 전자는 완전히 동일하지는 않으나 의도적 또는 비의도적으로 유사하여 소비자를 혼동시키는 경우이며 이 경우는 대개 법적인 분쟁으로 이어진다. 후자는 위조상표로 해외 또는 국내상표권자가 상표도용자를 대상으로 일반적으로 고발하거나 정부 주로 검찰청에 의해 조치가 취해지는 경우이다 (표1). 유사상표인 경우는 다시 외국상표간의 분쟁인 경우, 외국상표와 국내상표간의 분쟁인 경우 그리고 국내상표간의 분쟁인 경우로 나눌 수 있는데 다음의 사례를 중심으로 그 추이를 살펴볼 수 있다.

#### A. 위조상표

위조상표에 의한 상표권 침해는 원상표와 동일상표를 만들거나 또는 의도적으로 동일하게 보이도록 상표를 위조하는 경우이다. 예를 들면 GUCCI를 GUCGIO, MCM을 MGM으로, CHANEL을 CHANNEL로, CK을 GK으로, 또는 Nike를 Nice로 표기하여 혼동을 유도하기도 하지만 이 경우는 소유하는 소비자와 관찰하는 소비자가 모두 위조상표임을 아는 비기만적 위조상표에 해당된다. 그러나 원상표와 동일한 문자, 도형, 기호, 디자인을 사용하며 품질에 있어 큰 차이가 없으며 가격도 비기만적 위조상품에 비하면 훨씬 비싼 기만적위조상표인 경우는 소유자와 관찰자 모두, 최소한 관찰자는 기만할 수 있는 경우이다.

위조상표 사례는 검찰청자료에서 가장 많이 찾을 수 있는 데 이들은 점조식으로 연결되어 보통 3단계 이상의 유통과정을 거쳐 판매되는 등 수사, 검거가 매우 어렵다는 점을 감안할 때 실제의 규모는 더욱 크리라 예상된다(최재희, 1999). 이들 41건의 평균규모는 32억정도인데 폭력조직이 관여된 경우는 그 규모가 더욱 커 300억에 달하는 경우도 있다. 가장 흔한 해외상표 도용은 나이키, CK, Gucci, 리바이스, 폴로, 필라 등이다.

이러한 명백한 상표도용에 대한 해결책은 검찰에 의한 입건, 구속, 불구속 등인데 이는 주로 규모가 큰 해외 또는 국내 기업의 상표인 경우이다. 규모가 작은 경우는 기업자체에서 조사하여 잡지, 신문 등에 사과문을 게재하고 각서를 제출하는 등의 조취를 취한다.

이는 국내의 해외상표도용이 그 규모가 크고 또한 자칫 통상마찰의 요인이 됨을 인식한 시위적행위로도 볼 수 있다. 그 예로 검찰은 미국이 우리나라를 감시대상국(WL)에서 우선감시대상국(PWL)으로 전환 지정한 후인 1993. 1 대검찰청은 “지적재산권침해사범 합동수사본부”와 “지적재산권침해사범 지역합동수사반”을 설치하여 단속을 강화하였고 단속결과는 효과적으로 홍보되어야 범죄억제효과 및 통상압력 해소 효과를 거둘 수 있다는 취지로 유관기관과 직접 또는 외무부를 통하여 미국정부, 주한 미국대사관 한미재계회의, 주한미국상공회의소(Amcham)등에 홍보하고 있다 (검찰청, 2001).

<표1> 위조상표에 의한 상표권침해 유형과 그 해결유형

상표권자	침해자	해결의 주체	예	사건의 해결내용	
해외상표	국내제조업자	검찰	아디다스(독일), 나이키, B&A, 루이비통, 힐라, 폴로, 리바이스		
			CK, 게스, 빈폴 잭니콜라우스, 샤넬, 파울로구찌, 블랙앤화이트, 인터크루, DKNY	압수, 관련자입건, 불구속, 구속	
			폴로, 게스, 리바이스, 켈빈클라인	배불독이파, 현대상사파, 우연파 구속 14명, 불구속 1명, 지명수배 13명	
	기업	해외기업	Cartier International B.V	Salvatore Ferragamo Italia S.P.A	고발, 손해배상 및 각서제출, 잡지에 사과문 게재
			코오롱 스포츠(잔스포츠)		
			팬트렌드(엘레세)	제품압수, 제발방지를 위한 각서, 사과광고	
		탠디컬렉션(크리스찬 라게르)	남대문 및 동대문의 상표 도용자를 상표도용 및 의장디자인 카피에 대하여 법적 대응할 것이라는 경고장 발송, 단속실시, 손해배상 청구		
국내상표	국내제조업자	검찰기업	비와이씨, 빅맨 닉스, 옵트	제품압수, 구속(95.9~96.2.6)	
			보디가드	경고문	
해외상표	병행수입업자	국내상표 전용사용권자	유로통상(버버리의 국내정식유통업체)	병행수입업자(주)EMEC의 3명에게 부정경쟁행위로 규정, 버버리상표의 표장을 선전광고물, 명함, 포장지, 쇼핑백, 간판에 사용금지(서울지법은 '98.7)	
			일경(폴로국내전용사용권자)	국내에서 제조, 판매되는 상품과 품질의 차이가 없더라도 인건비가 낮은 3국 등에서 제조된 상품을 전용권자의 상표권을 남용하여 부당하게 이익을 피할 우려가 있으므로 상표권침해입(97.10.10. 대법원)	

## B. 유사상표

유사상표에 의한 상표권 침해는 위조상표에 의한 경우에 비해 매우 복잡하고 사건의 해결까지의 기간이 길게 소요된다. 이 경우는 대부분 법적인 공방에 이르게되고 따라서 법적 해석이 중요해지며 또한 국제법과의 갈등이 야기되기도 한다. 패션기업의 경우 가장 심각한 문제는 선등록상표와 해외저명상표간의 유사성 문제이다. 우리나라의 상표제도는 선출원원칙에 의해 선등록상표에게 권리가 주어지나 파리조약에 의하면 유명상표는 동맹국가에 있어 등록이 안되어 있더라도 보호를 받게 되어 있다. 또한 국내법의 유명상표에 대한 해석에 있어서도 혼돈이론과 희석화이론에 의해 저명상표의 권리가 우선 되기도 한다. 다음의 사례들에서 그 문제를 발견할 수 있다.

사례1: 빌리지유통의 '신시아(CYNTHIA:88년 등록), 신시아 화이트(CYNTHIA WHITE: 93년 등록)와 제일모직의 '신시아로리(CYNTHIA ROWLEY: 96년 도입)'가 유사상표인가에 대한 분쟁은 4년여에 걸쳐 진행되었는데 특허청은 신시아로리를 유사상표로 상표출원을 거절했지만 서울지법은 빌리지유통의 상표침해 고소건을 기각했다(조선일보, 2000. 7.28;).

사례2: 쌍방울이 등록한 Root 상표를 인수한 한서엔터프라이즈가 캐나다로부터 Roots 상표를 라이선싱한 사보이유통을 대상으로 상표권침해금지 가처분 신청하였으나 서울지법이 기각, 선등록원칙에 의해 선등록한 Root가 보호받아야 하나 현재활동을 하지 않는 Root보다는 현재 국내외에서 저명한 상표인 Roots의 권리 인정하였다(1996).

사례3: 1992년 국내 선등록한 World Polo Limited(독일)가 The Polo.Lauren Company, C.P.(미국)를 상대로 상표권 침해소송을 냈으나 기각하고 Polo의 상표권을 인정했다.

사례3: 1998. 12 지아니베르사체(이)가 국내 특허청에 등록된 미국의 무명디자이너 브랜드인 앙프레도베르사체(미)의 국내 라이선시인 크리스패션을 상대로 상표사용 금지가처분 신청, 법원이 상표권의 침해여부는 일반 수요자가 해당상표를 접했을 때 느끼는 직관적 인식을 기준으로 해야한다며 혼돈을 일으켜 오인할 수 있으므로 법원이 가처분 결정을 하였다.

사례4: 경원엔터프라이즈가 1990년 먼저 특허청에 월마트를 등록한 후 미국 월마트가 한국 시장진입을 위한 상표권 협상을 벌이다 1998년 마크로 인수후 법적 소송에 승소하여 1999년부터 월마트상호를 사용하였다.

사례5: 1990년부터 쌍방울을 통해 국내에 들어온 The H.D.Lee Co, Inc.(상표명:Lee)가 한국 Lees("리즈")를 상대로 소송하여 상표법 77조, 특허법 160조 등에 의거 유사상표로 인정하였다(1998).

사례6: 국내 특허청에 상표등록된 가네신폴로가 랄프로렌의 고유말탄도형을 부각하여 원상표에 혼돈을 유발할 수 있으므로 상표권침해금지처분을 내렸다.

사례7: 월드컵 관련 모든 지적재산권의 전세계 배타적 소유권을 갖도록 되어 있는 FIFA가 2002 월드컵코리아 마크를 소유하게 됨에 따라 화승의 월드컵(1975년 등

복)상표 사용이 금지되었으나 1999년 화승이 월드컵사용을 가능하게 하였다.

사례8: 98. 9. 17 홍콩의 에스켈(Esquel Enterprises Ltd)이 한국의 특허청장을 상대로 재킷, 스웨터, 와이셔츠 등 14개 품목에 사용한 로고 (“파이”, 뜻: tru west, 물결, 계통, 무늬)를 등록한 자사의 상표와 한국 등록상표 제140544(골프의 기준타수, 동등, 평균)와 유사하다고 소송을 하였다.

사례9: Polo Ralph Lauren(미국)이 Santa Barbara와 Polo & Racquet를 상대로 Polo의 말과 스틱을 쓴 도형부분과 상표명이 유사하다고 소송하여 승소하였다(1997).

## 2) 의장권 및 디자인카피

의장권은 design에 관한 권리로 패션상품에 있어서는 직물디자인과 의상디자인에 관한 사례로 나눌 수 있는 데 의상디자인의 경우 서양복에 있어서의 모방(knock-off)의 사례는 너무 일반적이기 때문인지 고발 또는 법적인 공방으로 이어진 경우는 국내에서는 찾을 수 없다. 이는 제품수명이 급격히 단축되고 있고 대부분 그 규모가 상대적으로 작지만 수적으로 많은 패션산업의 특성상 법적인 공방이 효과적이지 않기 때문으로 보인다. 상대적으로 제품수명이 길고 제품의 수가 제한되는 생활한복인 경우와 직물디자인의 경우 그 사례를 찾을 수 있다(표2).

직물디자인인 경우 의장권침해의 판단이 의상디자인의 경우에 비해 단순해 보인다. 이는 직물디자인의 구성요소가 평면적이어서 디자인의 차별화가 색의 조합과 패턴에 의하는 데 이는 보다 입체적인 의상디자인에 비하면 그 판단이 용이해 보인다.

### (2) 지적재산권 침해대체 및 해결유형

지적재산권침해에 대한 대체유형은 크게 정부 즉 검찰이 주도한 경우와 기업자체에서 해결하는 경우로 나눌 수 있다. 검찰이 주도하는 경우는 주로 해외 유명상표에 대한 위조 또는 무단복제인 경우로 법적인 제재가 가해진다. 기업이 주도하는 경우는 필라와 같이 자체 위조상표 적발팀을 구성하는 경우도 있고 라이선스비즈니스를 하는 J&M과 같이 전국각지에 모니터요원 파견하여 가짜 유통상점 적발하는 경우도 있다. 유상표나 의장권침해에 관련된 경우는 그 판단기준 및 해석이 복잡하므로 대부분 법적 소송으로 이어지고 그 처리과정에 시간과 노력, 비용이 많이 소요된다. 그러나 지적재산권에 대한 가치 인식이 확산됨에 따라 이에 대한 국내의 또 국제적 분쟁이 증가하리라 예상되며 정부의 차원에서 이미지와 통상마찰을 회피하기 위해 이에 대한 단속을 강화하는 추세이다.

〈표2〉 의장권침해유형과 그 해결 유형

	의장권자	침해자	사례	내용	결과
직물디자인	해외	국내	미국 Convington Fabrics사	대한방직이 국내C사의 주 문대로 직물을 제조, 가공	의장권침해로 고발, 대한 방직은 손해배상 ( '96.2.23)
	국내	국내	얀코 플리츠	불교사원의 연등 등을 이 용하여 국내특허와 해외특 허(진행중)년 150종의 특 수주름카피에 대하여 남대 문, 광장시장, 강숙희 부 티끄가 카피.	경고문
		해외	성안 STARTEX	자사의 직물디자인을 홍콩 의 에이전트 알마야 인터 내셔널 서울지사가 거의 동일한 SAARTEX를 사 용 국내 K사, W사가 두바 이에 수출 사과문 게재	사과문게재
의상디자인	국내	국내	질경이 우리옷	생활한복 제조업체 우리 멋 나누리가 '배흘림깃 줄 저고리 한 벌옷'을 하청업 체를 통해 복제하였다며 고발	검찰이 보호대상으로 인 정. (의장등록은 하지 않 았으나 학계와 전문가들 의 독창성 인정에 따름, '98.8), 이후 98.9 의장 등록.
				'배흘림깃 덧단 한 벌옷 '을 카피하였다며 '맛김저 고리' 제작한 한국퍼시픽 을절도죄, 저작권법, 부정 경쟁방지법위반으로 고소.	이에 대해 한국퍼시픽은 무고죄, 업무방해, 출판 물에 의한 명예훼손으로 맞고소하였다가 기각되 었으나 고등법원에 항고.
			생활한복 한새울	시장브랜드 5개업체를 전 통디자인에 규박인조보석 을 박은 독창적 디자인(소 재, 컬러, 디자인)을 도용 했다고 고소	미해결

## 5. 제언

세계 무역환경이 글로벌화됨에 따라 지적재산권은 더욱 중요한 가치를 지니게 된다. 특히 패션상품은 국제적 무역에서 차지하는 비중이 매우 크므로 기업과 정부, 그리고 소비자에 있어 이에 대한 해결 및 보호책이 중요하다고 할 수 있다. 패션산업의 사례를 중심으로 분석한 결과 다음의 문제점들이 해결되어야 할 것이다.

첫째, 정부와 기업 그리고 소비자에 지적재산권에 대한 가치 인정이 필요할 것이다. 이는 21세기의 세계경제환경의 추세이므로 이에 대한 인식이 전환이 필요할 것이다. 둘째, 지적재산권에 관련된 법적인 규정이나 절차, 그리고 용어를 패션기업의 종사자들이 이해할 수 있도록 보다 쉽고 정확한 정보를 제공하는 것이 필요할 것이며 이는 패션관련 협회가 주축이 되어 이에 대한 정보의 제공 및 교육을 제공할 수 있을 것이다. 이는 지식의 부족에서 오는 피해자나 선의의 가해자를 방지할 수 있을 것이다. 셋째, 지적재산권 특히 그 중 의상이나 인터넷도메인 등은 새로운 분야이므로 법규정의 명확한 확립이 필요하며 이러한 새로운 법률 등은 기업에 적극적으로 홍보되어야 할 것이다. 넷째, 위조상표에 대하여는 일관성 있는 감시와 수사로 오랜 기간 축적된 상표도 용을 뿌리 뽑아야 할 것이다. 다섯째, 현대의 경제환경은 국가간 제품의 이동이 매우 활발한 시대이므로 국내법과 국제법간의 갈등을 최소화할 수 있도록 법규가 마련되어야 할 것이다. 예를 들면 유사와 동일한 기준, 저명과 비저명의 기준이 명확히 정의되어야 할 것이다. 여섯째, 관련기관간의 해석에 있어 통일성이 있어야 할 것이다. 예를 들어 특허청과 법원, 정보통신부와 특허청간의 해석차이는 기업과 소비자의 혼돈을 야기할 것이다. 일곱째, 지적재산권 분쟁이 법으로 이어졌을 경우 이에 대한 법적처리 기간이 단축되어야 할 것이다. 여덟째, 의도적이든 정보의 부족에 의한 경우이든 이를 해결할 수 있는 창구가 패션관련 협회를 중심으로 마련되어야 할 것이다. 다수의 소규모로 구성된 우리나라 패션산업의 현실을 감안할 때 개별적인 법적 해결은 재정적인 부족에 의해 희생자를 만들 수 있을 것이다.

### 참고문헌

1. Newland, Francesca, "Phoney wars," *Marketing Week*, May 21, 1998, 21(12):43-46.  
검찰청 <http://www.sppo.go.kr/www.sppo.go.kr/20/index.html>, 2001.3.10.
2. 김진옥, "병행수입 허용에 따른 국내 산업계의 문제점 및 해결 방안에 관한 연구 연세대학교 석사학위논문, 1999.
3. 김상화, "지리적표시의 국제적 보호에 관한 고찰", 연세대학교 석사학위 논문, 1999.
4. 김재해, 서경민, "유명상표에 대한 소고", *지적재산* 99.8 2호.
5. 미관세청, <http://www.customs.ustreas.gov/imp-exp/stats/tcommod00.htm>, 2001. 3.7 "미, 한국지적재산권 우선감시대상국에 포함", *동아일보*, 2000. 5. 2.
6. 서운원, "세관에서의 상표권 보호", *패션연감* 1999. 2769-2774.
7. 임현지, "TRADE DRESS의 법적 보호에 관한 연구-상품외관의 상표법상 보호를 중심으로", 연세대학교 석사학위 논문, 1999. 12.
8. 옥치왕, "상표법상 상표에 동일·유사여부 판단기준에 관한 연구", 연세대학교 법무대학원 산업재산권법 전공, 1999.
9. 의장, 이영필합동특허법률사무소, <http://www.yplee.co.kr/korean/shape.htm>, 2000. 3. 15.
10. 정해, "의장보호의 정도에 관한 연구", *지적재산 창간호*, 2000. "제일모직, 상표권 분쟁에 휩싸여", *발명웹진발명세계-특허분쟁*, <http://invention.jungbo.net/wa.../way-bound.cgi?db=inf&j=v&no=111&pg=>, 2000.08.20.
11. "지적재산권 제도와 우리의 대책", '99 패션연감, 2963-2766.  
종합법률정보, <http://www.scourt.go.kr/cgi-bin/glaw2/getnewsch2>, 2000.3.15.
12. 최중협, "상품의 품질오인 내지 수요자 기만상표에 관한 연구", 연세대학교 특허법무대학원 상표전공, 1998.
13. 최재희, "진짜 같은 가짜 상품 어떻게 식별하나?", *월간소비자시대*, 1999.9.

Abstract

Protection of Intellectual Properties Rights in  
Korean Fashion Industries

Yong-Ju, Kim<sup>\*</sup>

<sup>\*</sup> Department of  
Fashion Design  
Hansung University

The intellectual properties right are becoming very critical issues in domestic fashion industries and also international trade. Although it is true that intellectual properties rights are commonly infringed in fashion industry, none of researches has been done for this matter. The present study is to analyze the patterns of infringement by case analysis, which was limited to trademark and trade dress. As a result, in case of trademarks, counterfeiting was relatively clear case, but it is generally investigated by prosecutes whereas the judgement of similar trademark has been taken by legal lawsuit. In case of industrial design(trade dress) most of disputes were related to textile design and modified Korean tradition dress. Reflecting the short history of protection of intellectual properties rights many informations and legal regulations should be established by te government and by the association of fashion related industry.

keywords: 지적재산권, 상표권, 의장권, 위조상표, 유사상표, intellectual properties rights, trademark, trade dress counterfeits.