

상표심사동향

T r a d e m a r k
E x a m i n a t i o n
R e p o r t

MAY 2019

Vol. 13('19.5)

- 보스턴 斷想 (TM5 중간회의에 다녀와서)
- 사용에 의한 식별력 판단 심사지침
- TM5 중간회의 · 주요국 고위급회담 · INTA 연례회의
- 우리나라, 상표분야 특허(상표)청 혁신순위에서 6위 차지
- 중국 상표법 4차 개정 및 1/4분기 상표 통계
- 제29차 WIPO 니스분류 전문가회의
- 상표 · 디자인분야 이달의 심사관
- 청 유관기관 소식
- 상표 출원 · 등록 현황
- 〈부록〉 재미있고, 유익한 상표 · 디자인 통계



특허청

Korean Intellectual Property Office



이재우 상표디자인심사국장

보스頓 斷想

- TM5 중간회의에 다녀와서 -



박스모양의 바닥에 손잡이 부분이 짧은 가방을 흔히 보스頓 백(boston bag)이라고 부릅니다. 미국 동부 보스頓 대학생들이 책가방으로 즐겨 사용하여 붙여진 이름입니다. 이에 대비되는 옥스퍼드 백(oxford bag)도 있습니다. 자루모양의 이 백은 영국 옥스퍼드 대학생들이 가지고 다닌 데서 유래했다고 합니다. 가방은 학문을 상징합니다. 두 도시의 이름을 딴 가방이 상표적으로 보통명사화 된 것은 흥미롭습니다.

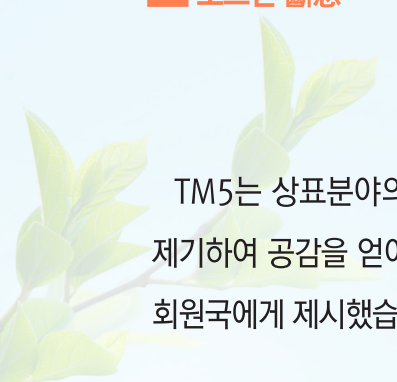


보스頓은 역사 깊은 대학도시입니다. 미국의 아테네로 불리는 것도 이런 이유에서 입니다. 아테네는 학문의 전당을 뜻합니다. 미국 최초의 대학인 하버드, 대표적인 공과대학인 MIT를 비롯하여 35개의 대학이 위치해 있습니다. 근교까지 포함하면 85개에 이른다고 합니다.

지난 주 미국 보스頓으로 출장을 다녀왔습니다. 주목적은 TM5 중간회의와 국제상표협회(INTA) 연례회의 참석이었습니다. TM5(Trade Mark Five)는 상표분야 선진 5개국인 한국(KIPO), 중국(CNIPA), 유럽(EUIPO), 일본(JPO), 미국(USPTO)이 참여하는 협의체를 말합니다. 전 세계 상표출원의 절반가량이 이들 5개 특허청을 통해 이루어집니다.

5개청은 매년 번갈아 가면서 연례회의를 개최하고 그 중간에 협력사업의 진행사항을 점검하는 중간회의를 여는데, 이번 중간회의는 일본 특허청(JPO)이 주최하였습니다. 장소가 일본이 아닌 것은 보통 TM5 중간회의는 INTA 연례회의 개최지에서 열리게 되는데 이는 INTA 연례회의에 세계 최대 규모의 유저들이 모이기 때문입니다.

TM5는 2011년 출범이후 올해가 제8차가 됩니다. 그간 TM5는 14개 협력 사업을 진행해 왔습니다. 이중 한국 특허청은 TM5 특허청 간 심사결과 비교분석과 상품명칭 기재방식을 주도하고 있고 소통채널인 TM5 웹사이트를 운영하고 있습니다.



TM5는 상표분야의 5개청 간 공조와 협력을 위한 협의체이지만 한편으로는 상표와 관련한 주요 이슈를 제기하여 공감을 얻어내고 의제화 하는 경쟁의場이기도 합니다. 이번 중간회의에 참석하면서 2가지 제안을 회원국에게 제시했습니다.

먼저 가상(VR), 증강(AR) 현실에서의 상표사용 실태를 조사하고 그 영향을 분석하자는 것이었습니다. VR, AR에서의 상표사용실태는 TM5 연례회의에서 신규안건으로 채택될 것으로 기대하고 있습니다.

또 다른 하나는 상표권의 부정한 사용과 관련하여 각 국의 사례를 조사하고 국제적으로 공조하자는 합의를 이끌어내는 것이었습니다. 상표권의 부정한 사용에 관해서는 각 국 청이 관련한 사례를 조사하고 법 적용사항 등을 파악하여 한국 특허청에 제공하기로 했습니다.

또한 그 자리에서 특허청이 수립한 ‘국가 혁신성장을 위한 지식재산 생태계 혁신전략’도 TM5 회원국에 소개하는 기회를 가졌습니다.

전 세계 상표권자들의 모임인 INTA 연례회의에서는 한국 특허청 홍보부스를 마련해 운영하며 법과 제도를 소개하고 웹기반의 특허검색서비스인 KIPRIS 시연도 하였습니다. 3일간의 홍보부스 운영 기간 동안 약 1,300명의 방문객이 찾아 성황을 이뤘습니다.

보스톤은 위도 상으로는 서울, 대전 보다 북쪽이지만 평균기온은 비슷합니다. 출장 기간 내내 많지는 않지만 잦은 비가 발목을 잡았습니다. 덕분에 출국 전부터 걸린 감기로 쉽지 않은 출장이었습니다. 하지만, 신규사업 제안이 회원국의 만장일치로 채택되고 상표이슈 제기도 공감을 얻어 큰 힘이 되었습니다. 오는 12월에 동경에서 있을 TM5 연례회의에서 이번 중간회의의 제안들이 결실로 맺고 회원국 간 협력이 우리 기업의 해외진출에 도움이 될 수 있도록 지속적인 노력을 기울이도록 하겠습니다.

사용에 의한 식별력 판단 심사지침



추진배경

- 사용에 의한 식별력 취득 인정기준을 완화한 상표법 개정('14.6.11)이 있었으나 법원에서 이를 인정된 사례가 매우 적어
 - 법 개정 이전의 기존 판례를 참고할 수밖에 없는 출원인의 사용에 의한 식별력 취득 주장의 어려움과 사용에 의한 식별력 판단에 관한 심사 일관성 제고 및 심사관의 심사부담 완화가 필요
 - 이를 위해 1990년부터 2018년 상반기까지 사이에 선고된 법원의 판결 393건 및 특허심판원 심결 1,060건의 심·판결례를 조사·분석하여 사용에 의한 식별력 판단 심사지침을 마련

〈 사용에 의한 식별력 취득 인정 현황 ('15.1.~'18.12. 출원*) 〉

구분	대기업	중견기업	중소기업	외국법인	비영리법인	개인	합계
건수	10건	22건	14건	14건	3건	5건	68

* 사용에 의한 식별력 취득 인정기준을 완화한 상표법 개정('14.6.11) 이후 출원



사용에 의한 식별력 취득 판단기준

가. '특정인의 상품에 관한 출처 표시로의 식별'에 관한 기준

- (상표 사용기간) 원칙적으로 5년 이상 실질적으로 비경합적이고 계속적으로 상표를 사용한 경우 사용에 의한 식별력 취득 인정의 **중요 판단근거로 고려**하되, 상품 및 거래시장의 구체적 상황도 고려하여 판단
 - 단기간에 많은 광고·선전을 통해 인지도 상승이 가능하므로 사용기간이 짧더라도 매출액, 시장점유율, 인지도 등이 크게 상승한 경우 특정인의 상품 출처표시로 식별된 것으로 인정 가능
- (상표 사용방법 및 횟수) 해당 상품에 상표를 직접 사용한 실적뿐만 아니라, 언론보도나 인터넷 포털 노출 실적 등 **간접적인 상표 사용실적도 고려**

- (해당 상품의 매출액 등) 매출액 · 판매량 등은 상품의 가격, 해당 상품분야의 시장규모 등을 고려하여야 하며, 시장점유율은 해당 상품분야에서의 경쟁업체 숫자 등을 고려
 - 중소기업 등이 주종을 이루어 시장규모가 작은 업종의 경우에는 매출액이 작더라도 시장점유율이 높은 경우에는 이를 비중 있게 고려 가능
- (광고 · 선전실적) TV 또는 출판물만으로 광고 · 선전 실적을 한정하지 않고, 인터넷 홍보와 같이 다양한 형태로 이루어지는 광고의 실적 내용을 고려하여 판단
 - 전문의약품의 경우 등과 같이 약사법상 광고가 금지되는 경우에는 이를 고려하여 판단 가능
- 소비자 인지도 조사
 - (설문조사의 신뢰성 판단) ① 인적 · 물적 요건이 구비된 독립된 여론조사기관에서 설문조사 실시, ② 설문대상의 대표성 확보 필요, ③ 설문에 응답한 표본수가 500명 이상일 경우 신뢰도가 높음, ④ 질문의 형태가 공정하고 적절하여야 함
 - (설문조사 결과의 반영) 원칙적으로 응답자의 50% 이상이 해당 상표를 특정인의 상표로 인식하고 있는 것으로 조사된 경우 **사용에 의한 식별력 취득 인정의 중요 판단근거로 고려**
- (상품 및 시장의 구체적 상황 고려) 상표 사용실적 등을 고려할 경우 특정인의 상품 출처표시로 식별될 수 있을 정도에 해당된다고 판단되더라도 **일반인 내지 경쟁자의 자유사용의 필요성이 큰 경우에는 사용에 의한 식별력을 인정하지 않을 수 있음**

※ 사용실적 외 추가 고려사항

- 해당 상표가 상표법에 따른 특정인의 상품 출처표시로 식별된 것으로 인정된 **판결례가 있는 경우에는 식별력 인정 가능**
- 부정경쟁방지법에 따라 국내에 널리 인식된 상표 또는 타인의 상품임을 표시한 표지로 인정된 판결례가 있는 경우에는 사용에 의한 식별력 취득 인정 판단 시 이를 참작할 수 있음

나. '사용상표와 출원상표의 동일성' 판단기준

- 대소문자의 차이에 불과한 경우 ⇒ 동일성 인정

* (인정사례) “**K2**” vs “K₂, *K₂*, K2”

- 한글과 다른 언어의 동일 관념 명칭이 결합된 경우 ⇒ 동일성 인정

* (인정사례) “경남대학교
KYUNGNAM UNIVERSITY” vs “경남대학교”
慶南大學校

- 도형과 문자가 결합된 결합표장의 경우 ⇒ 문자와 도형의 결합정도, 결합사용 실태 등에 따라 동일성 인정 여부 상이

* (인정사례) “**SUPERIOR**” vs “”, “ **SUPERIOR**”

* (불인정사례) “**더풋샵**” vs “”, “대한민국 NO.1 풋케어 전문샵
THE FOOT SHOP”

다. '사용상품과 상표출원 지정상품의 동일성' 판단기준

- 상품이 동일한지 여부는 물리적 동일성을 의미하는 것이 아니라 실질적 동일성을 의미하며, 실질적 동일성의 의미를 과도하게 확대 해석하지 않도록 유의

사용에 의한 식별판단 심사절차 개선

- 출원인의 사용에 의한 식별력 취득 주장에 대해 판단하는 경우 **협의심사**(상표팀장 포함 3인 이상의 심사관) 실시

기 존

심사관 단독 심사



변 경

협의심사
(상표팀장 포함 3인 이상)

- 협의심사에서 사용에 의한 식별력을 인정할 수 있다고 판단되어지는 경우 「사용에 의한 식별력 취득 판단 심사위원회」에 상정하여 식별력 취득 판단의 적정성 심사

기 존

제도담당사무관 심사



변 경

심사위원회 심사

TM5 중간회의 · 주요국 고위급회담 · INTA 연례회의



고위급 회담(미국, 일본, 유럽 및 중국)

- 상표권 부정사용 사례(대립산업 건) 공유 및 공동대응 방안 모색
 - 회원국은 한국 사례의 문제점에 공감을 표명, 추후 관련 사례의 우리측 송부를 약속하면서 향후 공동 대응 방안 마련에 찬성
 - * 미국은 상표법상 상표권 취소 규정은 없지만, 법원 명령에 따라 상표권 취소 가능
- 우리측 신규제안 과제 “가상·증강현실에서의 상표사용실태 및 영향분석”에 대한 회원국 지지 확보 및 관련사례 수집 후, 정보 공유 약속

(KIPO·USPTO 고위급 회담) 상표권 설정 및 사용료 수취 등에 있어 상표권이 정당하게 사용되고 거래될 수 있도록 상표제도 개선의 필요성 및 위조상품에 대한 인식제고 캠페인을 통해 불법활동 근절 및 권리보호의 필요성 등에 대해 설명

⇒ 미국은 현재 미국 상표법상 상표권 취소 규정은 없지만, 법원 명령에 따라 상표권 취소 가능하다고 설명, 한국 사례의 문제점에 대해 공감을 표명, 추후 관련 사례의 우리측 송부를 약속하고, 향후 공동 대응 방안 마련에 찬성

(KIPO·JPO 고위급회담) ‘가상·증강현실에서의 상표사용 실태조사 및 영향분석’사업 소개, 한·중·일 상표분야 협력을 위해 중·장기적인 비전과 협력을 통한 체계적이고 효과적인 협력 성과 도출의 필요성 제기

⇒ 일측은 상표권 부정사용 사례 등에 대한 조사의 필요성을 언급, 추후 한국측과 향후 공동 대응 방안 마련에 찬성, 가상 및 증강현실에서의 상표의 사용실태에 대해 향후 사업 이행 범위를 실무회의를 통해 보다 구체적으로 정하고, 수집된 정보가 효율적으로 활용되길 희망



TM5 중간회의

- 14개 협력사업 진행 현황 점검
 - TM5 웹사이트 개선 의견 수렴, 심사결과 비교분석 결과 발표 등

● 신규사업(한국 1개, 유럽 2개 제안)

– 한국이 제안한 ‘가상·증강현실에서의 상표사용 실태 및 영향분석’ 사업 승인

* 유럽 제안 : ① ‘e-commerce’ 사업을 통해 온라인 상표사용의 법적측면, 유저를 위한 상표보호 관련 정보제공 등 공유 추진, ② ‘Risk Management’에 대한 현황 파악 제안

(한국) TM5 국가 간의 상표제도 및 심사관행 차이점 제공을 위한 50건 비교분석결과 및 TM5 국가의 상품명칭 기재방식에 대한 정보를 수집/분석하기 위한 100건 비교분석 발표, 이외 ‘상표침해 근절방안’ 세미나에 대해 소개

(일본) 악의적 상표 출원 사례의 최종 확대버전을 TM5 연례회의에서 발표, 효과적인 IT 시스템 개발을 통해 5개국 심사관들의 도형 상표 심사 품질 및 편의 제고를 위한 동사업의 진행 경과 설명, 이외 품질관리 시스템 개선방안 등 설명

(미국) 5개국 특허청이 공통으로 인정하는 상품·서비스업 명칭을 구축하여 출원인들의 해외 상표 출원 편의 제고를 위한 동사업의 진행 경과 설명, 비전형상표 검색 가이드를 TM5 홈페이지에 게시 예정, 이외 공통상태지표 개발 등 설명

(유럽) 사업참여국의 출원·등록상표 DB를 통합·관리, 각국의 우선권 주장 관련 법·심사실무 비교 연구 완료 등 설명

● 제3차 Joint-Workshop

– ‘악의적 상표’를 주제로 각 청의 대응 현황 및 성과 설명

구 분	주요 내용
KIPO 	상표브로커 관리 현황, 부정목적 관련 심사기준 등 설명
JPO 	악의적 상표 근절을 위한 간담회 개최 및 사례집 발간 등 추진
EUIPO 	출원인의 사용의사 확인에 대한 심사 강화 등 심사실무 설명
USPTO 	악의적 상표에 대한 무효기준 완화 등 제도개선 사항 소개
CNIPA 	악의적 상표 등록의 거절사유 신설 및 과태료 부과 등 법 개정 소개



INTA 연례회의

● 한국특허청 홍보부스 운영을 통해 법·제도 소개 및 KIPRIS 시연 등

● 한국의 특허제도 및 PCT 심사 등 소개(PCT Korea Center 참가)

* '19년 홍보 부스 방문객(1,303명), 주요 질의(출원절차, 상표DB검색 등)

우리나라, 상표분야 특허(상표)청 혁신순위에서 6위 차지

[출처 : IP 전문매체(World Trademark Review)]



핵심요지

- 상표분야의 권위있는 IP전문매체인 World Trademark Review(이하 WTR, 영국 런던 소재)는 자사가 올해 들어 세 번째로 실시한 정례 리서치 결과 EU지식재산청(EUIPO)이 3년 연속 가장 혁신적인 상표청(IP Office)에 선정됐다고 발표

[WTR 주관 상표청 혁신순위(IP Office Innovation Ranking)]

- ◆ 사용자들에게 부가가치 서비스를 제공하기 위해 헌신하고 있는 상표청을 발굴하기 위한 WTR의 연례 프로젝트로서, 세계 50개국의 선도적인 상표청 (leading trademark offices)이 제공하는 혁신적인 툴(boundary-pushing tool)과 서비스에 대한 평가결과를 반영
- ◆ 부가가치서비스(value-added proposition), 온라인 역량(online capabilities) 및 공공부문 확산 노력(public outreach efforts) 등 세가지 분야에 대한 심층 조사
- ◆ 전세계 100명 이상의 상담역(Counsel)들로부터 각 국 상표청이 제공하는 비핵심 서비스(non-core services)에 대한 그들의 의견들을 취합, 분석하여 발표

- 그 뒤를 이어 칠레, 싱가포르 및 스페인이 공동 2위, 영국이 5위, **우리나라가 멕시코, 러시아와 함께 공동 6위를** 차지



주요내용

- EUIPO가 3년 연속 1위에 선정된 근거는 전 부문에 걸쳐 보여주는 그들의 일관된 서비스로서, 응답자들은 EUIPO를 상표청으로서 나가야할 바를 보여주는(특히, 온라인 툴) 모범례(shining beacon)로 인식
 - 공동 2위에 선정된 국가의 경우, 싱가포르 특허청은 경영/사업과 관련한 교육과 지원에 중점을 두고, 스페인은 업무절차를 간소화하고 전자 플랫폼을 활용한 상표·디자인의 온라인 등록을 활성화한 측면을, 칠레는 상표등록부를 유지하는 것 이상의 성과를 거둔 점에 대해 좋게 평가

● 한국 특허청은 IP5 상표청 중에서는 EUIPO 다음으로, 아시아 국가에서도 규모를 갖춘 상표청 중에서는 사실상 1위로 선정

- 일본 특허청(JPO) 웹사이트는 ‘취약한 사용자 경험(poor user experience)’, ‘투박하고 복잡하며 사용하기 어려운(clunky, complicated and difficult to use) 출원시스템’으로 평가
- UAE 상표청은 사전 선행기술조사에 대한 수수료를 부과한다는 점에서, 중국과 이집트 상표청은 서비스 품질이 계속 떨어지고 있다는 점, 포르투갈 상표청은 최근 상표등록부 웹사이트의 통과 기능들이 오히려 악화되었다고 지적

〈 IP Innovation Ranking 2019 순위(50개국 중 상위 25개국) 〉

순 위	국가(상표청)	순 위	국가(상표청)
1	EU지식재산청(EUIPO)	13	미국
2	칠레, 싱가포르, 스페인	14	체코, 이태리, 페루
5	영국	17	스웨덴, 태국
6	한국 , 멕시코, 러시아	20	호주, 노르웨이
9	스위스	22	콜롬비아, 일본
10	프랑스, 필리핀, 터키	24	독일, 베트남

중국 상표법 4차 개정 및 1/4분기 상표 통계



중국 상표법 4차 개정

- 제13차 전인대 상무위원회 회의를 통해 <중국 상표법> 4차 개정을 결정하고, 개정 <중국 상표법>의 2019.11.1. 시행을 발표
 - 이번 4차 개정은 2015년부터 시작, 2019.4.3. 국무원 상무회의 통과 후 20일 만에 개정을 결정, 1~3차 개정 대비 신속 진행

* 중국 상표법은 1982.8.23. 제정된 이후, 1993.2.22. 1차 개정, 2001.10.27. 2차 개정, 2013.8.30. 3차 개정, 2019.4.23. 4차 개정

- <중국 상표법> 4차 개정을 통해, **사용을 목적으로 하지 않는 상표출원에 대한 제재 강화**(제4, 19, 33, 44조), **악의적 상표권 침해에 대한 처벌 강화**(제63조), **악의적 상표출원, 상표소송에 대한 처벌**(제68조) 규정을 추가

(악의적인 상표등록 및 사재기 규제) 사용을 목적으로 하지 않는 악의적인 상표등록출원에 대해서는 거절(제4조), 이의신청(제21조), 무효(제44조)사유로 하여 악의적인 상표출원과 등록 및 상표 사재기 행위를 규제

(상표대리기관의 의무 강화) 상표대리기관은 위탁인이 출원한 상표가 사용을 목적으로 하지 않는 악의적인 상표등록출원에 해당하는 것을 알았거나 알았어야 하는 경우에도 그 위탁을 받을 수 없도록 규정(제19조제3항)하고, 악의적인 상표등록출원에 대해 경고, 벌금 등의 행정처벌과 악의적인 상표소송 제기에 대해 법에 따른 처벌을 규정(제68조제1항(4))함으로써 상표대리기관의 의무를 강화

(상표권 침해에 대한 배상 강화) 악의적인 상표권 침해와 상표권 침해상황이 심각한 경우에는 배상금 산정액의 1배 이상 5배 이하를 배상액으로 정하도록 규정(제63조제2항)하고, 배상액 산정이 어려운 경우에는 5백만 위안 이하의 배상을 판결하도록 규정(제63조제5항)

- 4차 개정은 중국의 과도한 상표출원 및 상표분쟁의 억제와 대외적으로 중국의 지재권 보호 강화 조치의 일환으로 판단

* 1~3차 개정보다 신속히 4차 개정을 진행한 것은 미·중 무역갈등 속에서 대외적인 지재산 보호 강화 요구에 부응한 조치로 판단

- 중국에서는 그동안 생산 및 경영 목적 이외에 타인의 상표를 선점하여 매매하기 위한 상표출원이 만연되어 왔고, 이에 대한 기업들의 방어적 상표출원으로 중국 상표출원이 증가(2017년 574.8만 건, 2018년 737.1만 건), 중국내에서도 상표심사문제, 상표소송문제 등에 대한 대책을 지속적으로 요구
- 악의적 상표출원에 대해 대리기관까지 처벌하도록 하여 상표선점의 주요한 주체인 대리기관에 대한 미흡한 제재규정을 보완하였고, 가짜상표상품과 제조 재료·도구의 소각, 가짜상표 제거 후 상품에 대한 상업적 사용금지 등에 대한 규정도 추가



중국 1/4분기 상표출원 등 통계

- 올해 1/4분기 중국의 상표출원은 총 1,494,972건으로 작년 동기 1,472,443건 대비 1.5%(22,529건) 감소
- 작년 중국의 상표출원은 총 737.1만 건이었으며, 올해 1/4분기의 감소세가 지속될 경우 작년과 비슷한 수준의 상표출원이 예상

〈 2019년 1/4분기 주요 성시별 상표출원 통계(전체 성시는 34곳) 〉

성·시	신청건수	등록건수	유효등록량
광둥성	284,513	338,867	3,720,747
저장성	137,032	175,507	2,139,799
베이징시	114,040	136,530	1,623,736
장쑤성	97,500	118,122	1,288,036
산둥성	94,357	101,516	1,053,615
상하이시	91,513	103,205	1,243,659
푸젠성	80,144	101,690	1,064,453

* 출원건수, 등록건수는 '18.12.16~'19.3.15.의 상표통계 상황이며, 나머지는 '19.3.15.까지의 통계임

* 전체 등록건수는 1,746,052건, 유효등록량은 19,632,588건임

제29차 WIPO 니스분류 전문가회의

—'19.4.29~5.3, WIPO(스위스 제네바) —



“sanitary masks” 니스 신규명칭 제안

- 동아시아 지역의 황사·미세먼지 등 대기오염이 가속화됨에 따라 한·중·일 마스크 관련시장이 성장하고, 상표 출원량이 크게 증가
 - 다만, “황사·미세먼지마스크”의 분류가 제5류(의약품), 제9류(산업안전용품), 제10류(의료기기) 등 니스분류 기준이 모호
- ※ ‘황사·미세먼지마스크’는 동아시아 지역의 특성이 반영된 제품으로서 동아시아를 제외한 다른 국가에서는 생소하고, 니스분류에 존재하지 않음
- 식약처 분류 등 국내 거래실정을 반영, 제10류 ‘sanitary masks for medical purposes(의료용 보건용 마스크 또는 위생용 마스크)’로 제안

◆ 「의약외품 범위 지정」 (식약처 고시 제2018-85호)

1. 약사법 제2조 제7호 가목에 따른 의약외품

나. 마스크

- 1) 수술용 마스크 : 진료, 치료 또는 수술 시 감염 예방을 목적으로 사용하는 제품
- 2) 보건용 마스크 : 황사, 미세먼지 등 입자성 유해물질 또는 감염원으로부터 호흡기 보호를 목적으로 사용하는 제품

- 한편, 일본은 한국과 유사한 ‘sanitary masks, not for medical purpose(비의료용 위생마스크)’를 제5류로 제안
 - 일본기업·유저들은 ‘마스크’가 국가마다 다른 류(5류, 9류, 10류)로 분류되어 상표권 획득에 어려움을 겪고 있고, 5류를 희망



논의결과 (5류 vs 10류)

한국 제안명칭 제10류 ‘sanitary masks for medical purposes’로 결정

- ▣ 영국 등 대다수 유럽국가에서 상품의 특성을 고려시 5류 보다는 10류가 적절하다고 동조
- ▣ 특히, IB(국제사무국)와 미국은 ‘sanitary masks’가 박테리아, 곰팡이 등을 걸러냄으로써 사용되는 의료보조용구로서 10류에 동의하는 등 대다수 국가에서 한국 의견에 찬성

- (일본) ‘sanitary masks’는 제5류 ‘유아용 기저귀, 생리대, 반창고 등’과 같은 위생제품으로서 제5류가 적정
 - 감기, 독감, 꽃가루 등 방지 외에 일상생활에서 얼굴을 가리거나 에티켓의 용도로 사용되는 위생용품의 일종
 - 제10류 ‘의료용 마스크, 외과용 마스크 등’ 의료종사자용 제품과 달리 주로 약국 또는 편의점에서 판매
- (한국) 니스분류 제10류 주석(explanatory note)을 고려, “마스크”는 기능이나 형상이 약제(medical preparations) 성격이 강한 5류 보다 의료보조용구(apparatus for medical purposes)에 가까우므로 10류가 적정
 - 유해물질, 감염원으로부터 호흡기를 보호하여 각종 감염을 예방해 주는 용도의 의료보조용구에 해당
 - 기존 니스명칭 ‘의료종사자용 마스크(masks for use by medical personnel)’와 일관성 유지

참 고 니스 분류 제10류 주석 (Explanatory Note)

- 본류에는 주로 사람 및 동물의 기능 또는 질환의 진단, 치료 또는 개선을 위해 일반적으로 사용되는 외과용, 의료용, 치과용 및 수의과용 장치, 도구 및 용구가 포함됨.

(Class 10 includes mainly surgical, medical, dental and veterinary apparatus, instruments and articles generally used for the diagnosis, treatment or improvement of function or condition of persons and animals.)



의의

- 그간, ‘황사·미세먼지마스크’가 제9류, 10류 등 상품류와 유사군이 혼재되어 상품분류 및 심사에 많은 혼란이 있었으나,
 - 니스분류 제10류 ‘sanitary masks for medical purposes’로 등재(2020년부터 적용)됨에 따라 관련 분류기준이 명확하게 정립
- ※ 제10류 : 의료용 보건마스크, 의료용 위생마스크(황사마스크, 미세먼지차단용 마스크)
- 만약 5류에 등재되었다면, 마스크 관련 상품류가 3개류(제5류, 제9류, 제10류)로 늘어나게 되어 출원인의 비용부담이 가중되고, 분류기준이 모호해 졌을 것으로 판단

참고 마스크 관련 참고자료



한·중·일 마스크 시장규모

(단위 : 억원)

구분	'14	'15	'16	'17	'18
한국	50	190	187	381	1,145
중국	5,300	6,167	6,852	7,880	9,078
일본	2,592	2,862	3,025	-	-

※ 출처 : 식품의약품안전처, 중국산업정보, 후지경제마켓정보



現 마스크 관련 니스분류 현황

류	상품	분류기준	유통채널	제품 이미지
9	방호용 마스크, 방진마스크	용도 (산업용/안전용)	■ 속성 : 산업현장에서 안전을 위하여 착용하는 안면보호용구 ■ 제조/판매자 : 산업안전용품 전문업체 ■ 수요자 : 산업현장 종사자	
10	의료용 마스크	용도 (의료용)	■ 속성 : 의료종사자 내지 일반인이 사용하는 위생용품 ■ 제조/판매자 : 의료용품 전문업체, 약국 ■ 수요자 : 병원종사자, 일반인	
25	방한용 마스크	용도 (의류용)	■ 속성 : 추위를 막거나 보온용으로 착용하는 의류용품 ■ 제조/판매자 : 의류업체 ■ 수요자 : 일반인	

상표 · 디자인분야 이달의 심사관

상표·디자인분야 ‘이달의 심사관(5월)’에 오허진 심사관 선정

- ‘이달의 심사관’은 심사 역량이 뛰어난 심사관을 지속적으로 발굴하고 심사관의 사기 향상 및 우수 인력 활용기회 확대를 위해 시행

* 격월로 선발하며 상표·디자인 분야 1명 및 특실분야 4명 선정

 오허진 심사관	소속	상표심사2과 의약품심사팀
	심사경력	7년2월 (책임심사관)
	총 심사건수	14,296건
	수상 경력	* 최우수 심사관 : '16년 하반기 * 우수심사관 : '17년 상반기, '16년 상반기 '15년 하반기, '14년 상반기, '14년 하반기

[오허진 심사관 수상소감]

‘이달의 심사관’ 선정에 대하여 기쁨을 감추지 못하며!

처음 시작하는 ‘이달의 심사관’에 선정되었다는 쪽지를 받고 무척 기뻐했다. 주변의 기라성 같은 선·후배들과의 경쟁에서 최종 낙점되었다는 기쁨과 부족한 나에게 후한 행운이 따랐다는 생각에 조금은 미안한 생각도 들었다. 상표심사2과에 처음 와서 이제까지 약 7년 2개월 동안 심사를 진행해 오면서 한수 가르치던 선배와 지도심사관 입장에서 전수해 주던 그 세월이 벌써 오십 중년의 나이에 책임심사관이라는 명함을 갖게 되었다. 상표심사가 하면 할수록 어렵다고 한다. 그 만큼 진행에 걸맞게 보아야 되는 상표법의 여러 모습이 있는 것이다. 꼼꼼한 선심파악, 관련심·판결례 인용, 인터넷 검색자료, 주변동료들에 대한 협력심사 등이 종합적으로 이루어져 결국 하나의 심사점검표라는 작품이 형성되는 것이다. 금번 이상을 수상하면서 나보다 더 노력하고 힘쓰는 선·후배 동료들에게 다시 한번 머리 숙여 본다.

※ 이달의 심사관 선발 절차

- (과추천) 심사팀장 및 과장이 최근 2개월간 심사전반 품질을 고려하여 추천 → (국선발) 국 선정위원회에서 과별 후보에 대한 역량진단을 실시하여 4명 선정 → (품질진단) 국 추천 후보자 1인당 상·디분야는 15건 (특실분야 5건)의 심사건을 추출, 진단항 목표*에 의하여 진단·선정

* 절차의 효율성, 식별력 판단, 검색, 고객지향성 등 평가

청 유관기관 소식

한국상표디자인협회

(www.kota.org)



한국상표디자인협회는 6월 25일 과학기술회관에서 「부정경쟁방지법의 역할과 활용전략」을 주제로 특허청과 공동주최, 한국지식재산보호원과 IP보호법제포럼 주관으로 강연회를 개최할 예정.

참석대상은 기업의 지재권관련 실무자 및 관련 종사자 등 100여명으로 구성하고, 6월 초순부터 신청자 접수를 받을 예정이며, 국내·외 부정경쟁방지법의 쟁점과 사례 등 다양한 내용에 대한 강연이 있을 예정.

한국지식재산연구원

(www.kiip.re.kr)



한국지식재산연구원은 6월 10일 JW메리어트호텔(서울), 그랜드볼룸(5F)에서 “지식재산과 혁신성장” 국제 심포지엄을 개최할 예정.

동 심포지엄에서는 지식재산과 스타트업(Session 1), 지식재산과 산업정책(Session 2)에 대한 주제로 모두 7건의 발표를 준비 중이고, 미국특허상표청장 및 유럽특허청장이 기조연설을 할 예정.

한국지식재산보호원

(www.koipa.re.kr)



한국지식재산보호원에서 「해외 지재권 보호 지원사업」에 대해 자세히 안내하고 있으니 기관 홈페이지 자료실을 참고.

국제 지재권 분쟁 예방 컨설팅, 해외 지재권 바우처, K-브랜드 보호 기반 구축, 지재권 분쟁 공동대응, 해외 지재권 분쟁 대응 등 다양한 콘텐츠를 기반으로 해외 지재권 보호 지원사업을 안내.

한국특허정보원

(www.kipi.or.kr)



한국특허정보원은 지난 4월 1일 '특허고객상담센터 이용고객 천만 돌파 기념행사'를 개최. 2002년 상담센터 개소 이래 17년만의 성과로 24명으로 시작한 출범초기의 하루 이용건수 500여건에서 지금은 54명의 전문상담사가 매일 2,500여건의 상담요청을 처리.

또한, 대표전화(1544-8080) 외에 상담 예약서비스, PC원격지원 및 카카오톡 채팅상담서비스 등 고객만족을 위한 다양한 상담서비스를 제공.

TRADEMARK REGISTRATION



상표 출원 · 등록 현황

상표 출원 동향

다류, 서류철, 건수, %
(전년 동월/동기 대비)



24,418

2019년 4월

96,433

2019년 누계

내국인 개인 · 법인별 출원 (서류철, 건수)



개인 8,863

2019년 4월

개인 32,694

2019년 누계

법인 8,658

법인 31,188

내국인 · 외국인별 출원 (서류철, 건수)



내국인 17,521

2019년 4월

내국인 63,882

2019년 누계

외국인 1,416

외국인 4,697

상표 등록 동향

건수, % (전년 동월/동기 대비)



13,576

2019년 3월

52,463

2019년 누계

■ 본 통계자료는 심사업무 처리를 위한 비공식 통계이며, 공식 통계자료는 홈페이지에 게재되어 있는 특허청 통계연보 등을 참조하시기 바랍니다.

〈부록〉 재미있고, 유익한 상표 · 디자인 통계

— 2017년 상표 · 디자인 다출원인 순위 —

상 표 Trademark		
순위 (Rank)	출원인 (Applicant)	출원건수 (Application)
1	엘지생활건강	993
2	(주)아모레퍼시픽	845
3	하이트진로주식회사	475
4	주식회사한국인삼공사	428
5	롯데쇼핑주식회사	369
6	지아레티이탈리아주식회사	367
7	신세계	355
8	주식회사이마트	352
9	씨제이	332
10	삼성전자주식회사	326
11	주식회사하우동천	312
12	주식회사이랜드월드	289
13	빅히트엔터테인먼트	265
14	씨제이이엔엠주식회사	261
15	주식회사빙그레	254
16	디비손해보험주식회사	253
16	주식회사불스원	253
18	엘지전자	228
19	우리홈쇼핑	214
20	주식회사이랜드리테일	202

디자인 Design		
순위 (Rank)	출원인 (Applicant)	출원건수 (Application)
1	엘지전자	823
2	삼성전자주식회사	606
3	씨제이	541
4	주식회사대안텍스타일	273
5	현대자동차주식회사	262
6	코오롱인더스트리주식회사	193
7	(주)라인텍스타일	190
8	주식회사아이코디	155
9	주식회사슈피겐코리아	153
10	한화엘앤씨주식회사	147
11	(주)씨앤보코	135
12	엘지생활건강	130
13	주식회사이덕아이앤씨	127
14	(주)이투컬렉션	125
15	(주)아모레퍼시픽	123
16	나이키이노베이트씨.브이.	110
17	주식회사신현	108
18	주식회사초이락컨텐츠팩토리	105
19	롯데칠성음료	98
20	주식회사빙그레	92