

특 허 심 판 원
제 13 부
심 결

심 판 번 호 2025당404

사 건 표 시 상표등록 제1313156호 무효

청 구 인

피 청 구 인

심 결 일 2026. 4. 1.

주 문

1. 상표등록 제1313156호는 그 등록을 무효로 한다.
2. 심판비용은 피청구인이 부담한다.

청 구 취 지

주문과 같다.

이 유

1. 기초사실

가. 이 사건 등록상표

(1) 등록번호/출원일/등록일/등록결정일 : 상표등록 제1313156호/2017. 4. 6./2017.

12. 14./2017. 12. 14.

(2) 표 장 :



(3) 지정상품 : 상품류 구분 제43류의 레스토랑업, 뷔페식당업, 서양음식점업, 셀프 서비스식당업, 스낵바업, 식당체인점업, 양꼬치구이전문식당업, 양꼬치요리 전문 간이식당업, 양꼬치요리 전문 간이음식점업, 음식조리대행업, 음식준비조달업, 중국양꼬치전문식당업, 중국양꼬치전문점업, 중국음식점업, 카페업, 카페테리아업, 패스트푸드식당업, 한식점업

나. 선사용상표들

(1) 구성

선사용상표 1	선사용상표 2
MICHELIN(미슐랭)	MICHELIN GUIDE(미슐랭 가이드)

(2) 사용상품 : 세계적인 음식의 맛집을 소개하는 서적 등

(3) 사용권자 : 청구인

2. 당사자의 주장 및 답변

가. 청구인의 주장 요지

(1) 선사용상표는 국내외에 널리 알려진 저명상표이다. 따라서 이 사건 등록상표가 그 지정상품에 사용되는 경우, 일반 수요자들에게 해당 상품이 청구인이나 그와 특수 관계에 있는 주체에 의하여 운영되는 것으로 오인·혼동할 염려와 상품출처의 오인·혼동을 일으킴으로서 수요자를 기만할 염려가 있으므로 이 사건 등록상표는 상표법 제34조 제1항 제11호 및 제12호에 해당한다.

(2) 이 사건 등록상표는 선사용상표의 주지성 및 표장의 동일성 등에 비추어 보았을 때, 부정한 목적으로 선사용상표를 모방하여 출원한 것으로서 상표법 제34조 제1항 제13호에 해당한다.

【증거방법】 갑 제1 내지 26호증(가지번호를 포함한다)

나. 피청구인의 답변 요지

피청구인은 심리종결일 현재까지 답변이 없다.

3. 이 사건 심판청구가 이해관계인에 의한 적법한 청구인지 여부

상표등록의 무효심판을 청구할 수 있는 이해관계인이라 함은 그 등록상표와 동일 또는 유사한 상표를 동일 또는 유사한 지정상품에 사용한바 있거나 현재 사용하고 있는 자 또는 등록된 상표의 지정상품과 동종의 상품을 판매하고 있음으로써 피청구인의 등록상표의 소멸에 직접적인 이해관계가 있는 자를 말하고, 이해관계인에 해당하는지 여부는 심결시를 기준으로 판단하여야 한다(대법원 2009. 5. 28. 선고 2007후3325 판결 등 참조).

청구인의 상표등록출원이 이 사건 등록상표와 유사하다는 이유 등으로 지식재산처 심사관으로부터 의견제출통지서를 송달받은 사실이 확인되므로(갑 제2호증), 청구인은 이 사건 등록상표의 소멸에 직접적인 이해관계가 있다 할 것이다. 이 사건 심판청구는 이해관계인에 의한 적법한 청구인임이 인정된다.

4. 이 사건 등록상표가 상표법 제34조 제1항 제13호에 해당하는지 여부

가. 판단기준

상표법 제34조 제1항 제13호에 해당한다고 볼 수 있으려면 상표 출원인이 국내 또는 외국의 수요자 간에 특정인의 상품을 표시하는 것이라고 인식되어 있는 상표와 동일 또는 유사한 상표를 부정한 목적을 가지고 사용해야 한다. 위 규정의 취지는 국내 또는 외국의 수요자 간에 특정인의 상품을 표시하는 것이라고 인식되어 있는 상표가 국내에서 등록되어 있지 않음을 기화로 제3자가 이를 모방한 상표를 등록하여 사용함으로써, 특정인의 상품을 표시하는 것이라고 인식되어 있는 상표 권리자의 국내에서의 영업을 방해하는 등의 방법으로 위 상표 권리자에게 손해를 가하거나 이러한 모방상표를 이용하여 부당한 이익을 얻을 목적으로 사용하는 상표는 그 등록을 허용하지 않겠다는 데에 있다. 그리고 위 규정의 부정한 목적이 있는지 여부는 특정인의 상표에 대한 인식 또는 상표의 창작성 정도, 특정인의 상표와 출원인의 상표의 동일·유사성의 정도, 출원인과 특정인 사이의 상표를 둘러싼 교섭의 유무와 그 내용, 기타 양 당사자의 관계, 출원인이 등록상표를 이용한 사업을 구체적으로 준비하였는지 여부, 상품의 동일·유사성 내지는 경제적 견련관계 유무, 거래 실정 등을 종합적으로 고려하여 등록상표의 출원 당시를 기준으로 판단하여야 한다(대법원 2012. 6. 28. 선고 2012후672 판결, 특허법원 2017. 6. 2. 선고 2016허5385 판결 등 참조).

나. 선사용상표들의 알려진 정도

(1) 청구인이 이 사건 무효심판을 제기하면서 제출한 증거자료의 각 기재 내용과 주장, 지식재산처의 상표등록출원에 대한 이의 결정(상표등록출원번호 제40-2022-21202, 제40-2022-192853)¹⁾을 종합해 보면, 다음과 같은 사실을 확인할 수 있다.

(가) 청구인은 1889년 설립된 프랑스 소재 타이어 제조업체로 2008년부터는 세계적인 타이어 기업으로 성장하였으며, 우리나라에서는 1991년 '미쉐린코리아(주)'가 설립되어 현재까지 영업을 하고 있다.

(나) 청구인은 세계여행 안내서이자 레스토랑 평가서인 'MICHELIN GUIDE(미슐랭 가이드)' 책자를 1900년부터 현재까지 발간해 오고 있다.

(다) 'MICHELIN GUIDE(미슐랭 가이드)'는 전 세계 3개 대륙, 30여 지역에서 레스토랑과 호텔 3만여 곳을 평가하고 있으며, 전 세계적으로 3천만 부 이상 판매되었다.

(라) 청구인은 홈페이지(<http://guide.michelin.com>)를 통해 한국과 외국의 레스토랑 및 이와 관련된 다수의 정보를 제공하고 있다.

(마) 인터넷 포털사이트 등에서 'MICHELIN' 또는 '미슐랭'을 검색하면, 선사용 상표들 관련 기사가 검색되고, 블로그, 홍보 게시물 등이 다수 노출된다.

< 그림 삽입을 위한 여백 >

1) 해당 상표등록출원에 대한 이의신청인은 청구인이고, 이의결정에서 인용된 선사용상표는 이 사건 심판의 선사용상표들과 동일하다.


출처 일자	내용발췌
MoneyS 2016.11.8.	만족오함족발 시청점이 최고 권위의 레스토랑 평가서인 '미슐랭 가이드'의 가성비 우수 식당(빌 구르망, Bib Gourmand)' 명단에 오른 것을 기념해 깜짝 이벤트를 진행한다...
한경 2016.11.7.	(초락) 조태권 광주요그룹 회장은 7일 그룹 계열사 가온소사이어티의 한식당 '가온'과 '비채나'가 세계적인 미식 가이드 미슐랭가이드의 스타(별)들 각각 3개, 1개씩 획득한 가운데 서신을 통해 소감을 밝혔다.(중략) 이어 미슐랭 가이드 서울편 발간에 대해 조 회장은 "우리 민족의 정체성을 대변하는 '식의주' 중 식문화가 역사상 처음으로 세계적인 가치로 인정받아 선례가 기록된 날"이라고 말했다. 또한 미슐랭가이드의 전통과 권위, 브랜드 파워가 전 세계에 한식을 효율적으로 알릴 것이라고 전망했다...
노컷뉴스 2017.3.31.	유네스코 음식창의도시전주를 대표하는 한식당들이 세계 최고 권위의 미식 여행가이드북인 미슐랭가이드에 도전한다. 미슐랭가이드에 소개되는 전주한식당이 탄생하면 유네스코 음식창의도시전주의 위상이 높아지고, 전주한식의 세계화에도 한걸음 더 다가갈 수 있을 것으로 기대된다...
서울경제 2017.4.1.	서울 신라호텔의 한식당 '라연'이 지난해 호텔 레스토랑 중 유일하게 '미슐랭 3스타'로 선정되면서 특급호텔에 '한식당' 바람이 거세게 불기 시작했다. 그 어렵다는 최고 권위의 평가서 미슐랭 가이드가 인정했다는 점에서 라연은 단번에 국내 최고의 한식당이라는 타이틀을 얻으며 올해 '아시아베스트 레스토랑'에도 3년 연속 이름을 올렸다...
JBS 2017.2.16.	세계 최고 권위의 레스토랑 평가서 미슐랭 가이드가 2017년 판 프랑스 미슐랭 가이드를 발표했는데요. 단 1곳의 레스토랑만이 별 3개를 받는 영광을 거머쥐었습니다...
기호일보 2016.11.21.	전 세계 28개국에서 3천만 부 이상 판매되고 있는 미슐랭 가이드의 서울편이 최근 출간됐다. 레스토랑과 호텔에 대한 세계 최고 권위의 평가서로, 프랑스의 타이어 회사인 미슐랭(Michelin)이 매년 발간해 '미슐랭 가이드' 또는 '미쉐린 가이드'라고 한다. 1900년대 타이어를 구매한 고객에게 무료로 나눠준 자동차 여행 안내서에서 출발해 오늘날 전 세계 미식가들의 성서라고 평가받고 있는 책이다...
이데일리 2016.11.7.	(초락)미슐랭 가이드는 세계 최고 권위의 레스토랑 평가·안내서로 이번 미슐랭 가이드 서울편에는 140여개의 레스토랑과 30여개의 호텔이 수록됐다. 한국은 이번 서울편 발간으로 전 세계에서 28번째, 아시아에서는 4번째 미슐랭 가이드 발간국가가 됐다.

< 선사용상표 관련 뉴스기사(갑 제14호증의 1 내지 7) >

(2) 위에서 확인된 사실에 따르면, 청구인의 선사용상표들²⁾은 이 사건 등록상표의 출원시(2017. 4. 6.)에 국내외 수요자나 거래자들에게 특정인의 상품을 표시하는 것이라고 인식되어 있는 상표에 해당된다고 판단된다.

다. 이 사건 등록상표와 선사용상표들의 표장의 유사여부



(1) 이 사건 등록상표 “”는 검정색 바탕에 흰색글자 ‘미술’, 흰색 바탕에 검은색 글자 ‘램’이 결합된 표장이고, 선사용상표 1 “MICHELIN(미술랭)” 및 선사용상표 2 “MICHELIN GUIDE(미술랭 가이드)”는 문자만으로 구성된 표장으로 양 상표는 도형화 유무, 글자 구성 등의 차이로 전체적으로 외관이 비유사하다.

(2) 이 사건 등록상표는 조어표장으로 이 사건 등록상표와 선등록상표들의 관념은 대비할 수 없다.

(3) 이 사건 등록상표는 문자부분에 의하여 ‘미술램’으로 호칭되고, 선등록상표들은 외국어의 일반적인 발음원칙이나 구체적인 사용실태에 따라 선등록상표 1은 ‘미술랭(미쉐린)’으로 호칭되고, 선등록상표 2는 전체적으로 ‘미술랭(미쉐린) 가이드’로 호칭되거나 그 구성 중 ‘GUIDE(가이드)’는 사용상품인 ‘서적’과 관련하여 ‘여행이나 관광 안내를 위한 서적’ 등의 의미로 이는 지정상품의 제공내용 등을 나타내는 성질표시로 식별력이 미약하거나 없다고 할 것이므로 ‘미술랭(미쉐린)’으로 약칭되어 호칭될 수 있다.

이 사건 등록상표가 ‘미술램’으로 호칭되고, 선등록상표들이 ‘미술랭’으로 호칭될 경우 양 상표는 모두 3음절로 앞 두 음절이 ‘미술’로 동일하고, 마지막 음절의 종성(終

2) 선등록상표 1 ‘MICHELIN(미술랭)’은 타이어 회사 명칭이고, 선등록상표 2 ‘MICHELIN GUIDE(미술랭 가이드)’는 ‘미술랭’이 발행하는 잡지의 명칭으로 구분되나, 청구인은 ‘미술랭’을 ‘미술랭 가이드’ 명칭으로 사용하고 있고, 일반 수요자나 거래계에서도 양 명칭을 혼용하여 사용하고 있는 사례가 다수 있다는 사실을 고려하면, 선등록상표 1도 선등록상표 2와 함께 알려졌다고 봄이 타당하다.

聲)만 ‘ㄱ’과 ‘ㅇ’으로 미세한 차이가 있을 뿐이어서 그 청감이 매우 유사하므로 양 표장의 호칭은 유사하다

(4) 이 사건 등록상표와 선사용상표들은 그 외관 및 관념은 상이하거나 대비할 수 없으나, 호칭이 유사하므로 전체적으로 유사한 표장에 해당한다.

라. 부정한 목적이 있는지 여부

살피건대, ① 이 사건 등록상표는 국내외 수요자들에게 특정인의 상품을 표시하는 것이라고 인식되어 있는 선사용상표들과 유사한 상표에 해당하는 점, ② 선등록상표들은 청구인의 창립자(앙드레 미슐랭과 에두아르 미슐랭)의 성명을 사용한 고유한 표장으로 피청구인이 이 사건 등록상표를 우연히 유사하게 창작하였다고 보기 어려운 점, ③ ‘미슐랭 가이드’는 ‘세계 최고 권위의 레스토랑 평가서’로 이 사건 등록상표의 지정 상품인 ‘레스토랑업, 뷔페식당업’ 등과 상품간 견련관계가 인정되는 점, ④ 이 사건 무효심판과 관련하여 피청구인으로부터 아무런 답변이 없어 피청구인이 이 사건 등록상표를 사용하여 구체적인 사업을 준비 중이었다거나 영위하고 있었다는 등의 사정을 확인하기 어려운 점 등을 종합하여 고려할 때, 이 사건 등록상표는 청구인의 선사용상표들이 가진 양질의 이미지나 고객흡인력 등에 편승하여 부당한 이익을 얻으려는 등 부정한 목적을 가지고 출원, 등록된 것이라고 봄이 합당하다.



마. 소결론

그렇다면 이 사건 등록상표는 상표등록출원 당시(2017. 4. 6.) 국내외 수요자나 거래자에게 청구인의 상품을 표시하는 것이라고 인식되어 있는 선사용상표들과 유사한 상표로서 선사용상표들을 모방하여 그것이 가지는 양질의 이미지나 고객흡인력에 편승함으로써 부당한 이익을 얻으려고 하는 등의 부정한 목적으로 출원한 것이라고 봄이 타당하므로, 나아가 다른 이유에 대하여 살펴보지 않더라도 상표법 제34조 제1항 제13

호에 해당하여 그 등록이 무효로 되어야 한다.

5 결론

그러므로 이 사건 심판청구는 이유있으므로 이를 인용하고 심판비용은 피청구인의 부담으로 하기로 하여 주문과 같이 심결한다.

심판장	심판관	문창진	<u>문 창 진</u> 
	심판관	박재원	<u>박 재 원</u> 
	심판관	강지숙	<u>강 지 숙</u> 