

# ‘정당한 이유’ 있으면 부정경쟁행위 예외



박 상 오 변호사의 콘텐츠 법률 산책

다른 대부분의 법률이 그렇듯이 기술의 발전과 법률의 운용과정에서 드러나는 미비점 등을 개선하기 위해 부정경쟁방지법 역시 수차례 개정을 반복해 왔다. 그리고 최근에도 부정경쟁방지법이 일부 개정(법률 제19289호)돼 오는 9월 29일 시행을 앞두고 있다. 시행을 약 5개월 정도 앞두고 있는 개정 부정경쟁방지법의 변화된 내용을 간략히 짚어본다.

우선, 타인의 상품표지나 영업표지 오인·혼동행위(구 부정경쟁방지법 제2조 제1호 가목 및 나목)와 관련한 내용이다. 기존에는 법에서 해당 부정경쟁행위가 성립하기 위한 요건만을 규정하고 있었고 별도의 예외규정 등은 마련해 두고 있지 않았다. 그런데 타인의 상품표지 등이 국내에 널리 인식되기 전부터 이를 자기의 상품표지로 사용해 온 경우 등 부정경쟁행위로 일률적으로 의율하는 것이 사회적·경제적 관점에서 바람직한지 의문인 경우들이 있었다. 이에 개정 법에서는 해당 각목의 부정경쟁행위에 해당하지 않는 예외사유를

신설했다.

구체적으로, 개정 법은 ‘정당한 사유 없이’ 타인의 상품표지나 영업표지와 오인·혼동을 초래하게 하는 행위를 부정경쟁행위라고 정의함으로써, 법에서 열거하고 있는 정당한 사유가 있는 경우에는 부정경쟁행위에 해당하지 않는다며 예외사유를 신설했다. 그리고 위 정당한 사유에 해당하는 것으로 ▲타인의 상품표지나 영업표지가 국내에 널리 인식되기 전부터 그 타인의 상품표지와 동일하거나 유사한 표지를 부정한 목적 없이 계속 사용하는 경우 ▲위에 해당하는 자의 승계인으로서 부정한 목적 없이 계속 사용하는 경우를 열거했다.

다만, 상품표지 등을 선의로 선사용하고 있다고 하더라도 국내에 널리 알려지게 된 상품표지 등과의 오인·혼동 우려는 여전히 존재했기 때문에, 개정 법에서는 국내에 널리 알려진 상품표지 등의 권리주체에 위 선의의 선사용자에게 그의 상품 또는 영업과 자기의 상품 또는 영업 간에 출처의 오인이나 혼동을 방지하기 위해 필요한 표시를 할 것을 청구할 수 있도록 오인·혼동 방지청구권을 신설했다(개정 부정경쟁방지법 제3조의 3). 타인의 상품표지나 영업표지 오인·혼동행위에 대해 일

정한 예외사유를 만들면서도 주지성을 갖는 상품표지 등의 보호를 위해 추가로 안전장치를 만든 것이다.

마지막으로, 개정 부정경쟁방지법에서는 “부정경쟁행위의 금지 또는 예방을 청구할 수 있는 권리는 그 부정경쟁행위가 계속되는 경우에 영업상의 이익이 침해되거나 침해될 우려가 있는 자가 그 부정경쟁행위에 의해 영업상의 이익이 침해되거나 침해될 우려가 있다는 사실 및 그 부정경쟁행위를 한 자를 안 날부터 3년간 행사하지 아니하면 시효의 완성으로 소멸한다. 그 부정경쟁행위가 시작된 날부터 10년이 지난 때에도 또한 같다”라고 규정함으로써, 침해금지청구권의 소멸시효를 새롭게 도입했다(개정 부정경쟁방지법 제4조의 제3항). 이는 부정경쟁행위가 이어져 왔음에도 장기간 권리행사가 이뤄지지 않은 경우에는 그 침해금지청구권이 소멸하는 것으로 정함으로써 현존하는 법적 관계의 안정성을 확보하기 위한 취지로 보인다.

이러한 개정 부정경쟁방지법의 내용은 여러 이해관계자들의 균형을 꾀한 것으로 보이고, 실무자들 역시 이러한 내용을 숙지해 부정경쟁행위자에 대한 법적 대응력을 높이는 게 필요하다. /법무법인 바른

# ‘진짜 부자’로 보이는 방법



김 서 현 (유통&라이프부)

최근 유통 대표 3사인 롯데쇼핑과 이마트/신세계, 현대백화점그룹이 심혈을 기울이는 카테고리 중에는 ‘신명품’이 있다. 스파(SPA) 브랜드와 명품 브랜드 사이에 위치한 신명품은 디자이너의 개성이 고스란히 드러나는 디자이너 브랜드와 명품 하우스 세컨 브랜드 등을 통틀어 지칭한다.

고객 타겟은 당연히 2030세대다. 과거 X세대와 베이비붐 세대들 또한 명품으로 자신의 부를 과시하지만 요즘 2030세대는 루이비통이나 샤넬이나 하는 전통적 명품을 듣기보다는 ‘남들은 모르는’ 고급스러

운 취향을 과시하고자 한다. 샤넬 가방 하나를 듣기보다는 미우미우와 마크제이콥스, 우영미, 다크룸, 아더에러, 아크네 스튜디오 등 명품 하우스의 세컨 브랜드와 디자이너 브랜드를 섞는 것을 좀 더 ‘힙(hip)’하다고 여긴다. 최고급 명품 아이템을 들고 다니면 푼돈 모아 버려다 맘 먹고 하나 사 본 ‘부자 지망생’으로 보인다는 게 이유다.

우리 사회는 자산과 소득격차가 극심한 양극화 사회로 가고 있다. 노인빈곤도 심각한 문제지만 최근에는 2030세대, 이른바 MZ세대로 불리는 이들의 빈곤이 큰 사회적 문제로 떠올랐다.

우리 사회의 2030세대는 돈이 없다. 이 탓에 일각에서는 이들의 구매력에 대한 기대가 과잉 상태라고 지적하기도 한다. 지난해 통계청 가계금융복지조사 결과에 따

르면 2030세대가 가구주인 가구의 평균 자산은 3억5651만원인데, 자산 격차는 5분위 비율이 35.27배에 달한다. 하위 20%의 소득은 1968만원, 자산규모는 2700만원에 불과하다. 올해 최저임금 기준 예상연봉은 세후 1800만원이다. 9억8185만원의 자산을 보유한 상위 20%가 평균값을 크게 부풀렸기 때문이다.

한 시대의 사람이 자신을 타인에게 어떻게 보일 것인가에는 결핍이 숨어있을 때가 많다. 30여년 전 여성들은 자신이 지혜로우면서도 이성애 무지해 보이길 원했다. 직장을 얻기 힘들고 큰 돈을 벌 수 없어 남성에게 자신을 의탁해야 했기 때문이다. 우리사회의 2030세대는 무엇을 선택하고 어떻게 보이기를 바라는가? ‘진짜 부자’로 보이려는 이들의 마음은 무엇인가?

/seo@metroseoul.co.kr

## 오늘의 운세 5월 15일 (음 3월 26일) <http://www.saju4000.com>

- 36년생** 슬픔도 고통도 자기 성장이다. **48년생** 노력에 따라 발전을 가져온다. **60년생** 도박에 돈과 노력을 쏟는 건 무모하다. **72년생** 운이 있으니 주식보다는 청약. **84년생** 주변에서 권하는 것들이 이롭고 실상은 없는 것들을.
- 37년생** 막연한 희망보다는 작더라도 실천을 해야. **49년생** 사촌과의 경쟁은 후회만 남게 되니 양보를 하자. **61년생** 주변 감언이설에 넘어가지 않도록. **73년생** 귀인의 도움으로 일이 성취된다. **85년생** 늘 흐르는 물은 썩지 않는다.
- 38년생** 바쁘다고 서두르면 결과 없이 진행만 더디게 된다. **50년생** 게을리 피우지 말고 일해야. **62년생** 신세진 사람이 빛 감으로 온다. **74년생** 운이 상승하는 날이니 미뤄둔 일을 처리. **86년생** 도무지 근거 없는 말들만 무성하다.
- 39년생** 현실에 만족하면 후회는 없으나 발전도 없다. **51년생** 되로 주고 말로 받는 날이니 감사. **63년생** 사랑타령은 시간낭비며 우울의 결과로 온다. **75년생** 신용으로 신뢰를 얻는 날. **87년생** 뜻이 있으면 결국 무엇이든 이룰 수 있다.
- 40년생** 집안청소로 주변 환기를 해보자. **52년생** 오후에 교통사고 유의. **64년생** 아직 계획은 보류해야. **76년생** 경력을 믿고 교만해져 부처님 손바닥처럼 얇은 수준이다. **88년생** 세월이 지나고 보면 부모님 은혜가 태산같이 높다.
- 41년생** 평소 겸손함으로 주변으로부터 신망을 얻는다. **53년생** 바쁜 시간은 피해서 일을 보라. **65년생** 대인관계에서 자신이 먼저 과공사를 구별해야. **77년생** 이성 문제로 시골시골. **89년생** 하늘이 알아주니 남들도 알아 복을 받는다.
- 42년생** 산행에서 무리하지 않도록. **54년생** 종이 질이 싫으면 종이 떠나야지 종이 옮겨갈 수는 없다. **66년생** 정신일도 하사불성이면 못할 것이 없다. **78년생** 일이 바빠서 서두르다가 차친다. **90년생** 위험한 일을 미리 알아 대비하도록.
- 43년생** 잔소리도 때와 장소를 가려서. **55년생** 과도한 운동은 오히려 해롭다는데. **67년생** 동료 간에 협조가 필요하니 왕따로 떠돌리지 마라. **79년생** 소자본 창업은 좀 더 꼼꼼하게. **91년생** 물량이 사전에 준비가 되어 뒷걱정이 없다.
- 44년생** 어려웠을 때를 생각하여 돈 자랑 말라. **56년생** 이익을 챙기는 것이 좋으나 너무 계산하지 않도록. **68년생** 태산을 넘으면 평지가 나오니 기다려라. **80년생** 선부터 이직은 글썩. **92년생** 자연에서 바람과 밝은 달을 대하여 즐겁다.
- 45년생** 남과 비교되는 일은 사람 사는데 항상 있는 일. **57년생** 과다한 투자는 삼가야. **69년생** 이제 말은 바 일을 열심히 하자. **81년생** 기획실로 발령되어서 외국어를 공부해야 하는 상황. **93년생** 집을 설계하는데 마음이 맞아 고마운 일.
- 46년생** 중여는 객관적으로 실천하자. **58년생** 부부끼리 잡자는 모습도 싫어진다. **70년생** 술자리가 길어지지 않도록. **82년생** 합리적 비판에 예민해 지지 않도록 준비해야. **94년생** 일반적으로 자기가 보고 싶은 것만 보고 싶은 심경이란다.
- 47년생** 자식이 근면하도록 해야 부모 탓을 안 할 터. **59년생** 힘찬 변화가 있으니 외모에도 조금 신경 쓰도록. **71년생** 한 걸음만 가면 행운이 온다. **83년생** 기술 쪽에 재능이 있다. **95년생** 부모님께서 노년들의 원망지계(怨讟之契)이다.



## 김상회의四季 풍수, 빌딩풍

풍수는 바람과 물이라는 두 글자로 이루어져 있다. 바람과 물이 주축이 된다는 말이다. 땅의 생기가 원활한 곳을 명당으로 보는데 바람이 잔잔하고 물이 부드럽게 흐르는 곳이 좋다. 생기는 강한 바람이 불면 흩어지고 물을 좋아해서 물이 있는 곳으로 흘러든다. 바람은 없는 게 좋고 불더라도 약하게 불어야 생기가 살아난다. 도심 거리를 걷다 보면 유난히 바람이 세게 부는 곳이 있다. 이른바 빌딩풍이 부는 것이다. 빌딩풍은 높은 빌딩에 바람이 부딪치고 갈라지면서 빌딩과 빌딩 사이에 강한 바람이 부는 걸 말한다. 겨울엔 혹독하게 차가운 바람이 몰아쳐서 그 지역을 피해 다니게 만든다. 바람은 단순히 추위 문제로 그치지 않는다. 말한 대로 좋은 기운이 살아나는 걸 막아서 강한 바람이 부는 곳은 좋은 터가 아니다. 풍수의 장풍취수(藏風取水)에서 장풍은 바람을 잠재운다는 뜻이다. 생기는 그만큼 바람을 싫어한다. 사무실 건물이 막다른 골목에 자리하고 있다면 좋은 기운이 힘을 쓰기 어렵다. 골목을 타고 온 바람이 나쁜 기운으로 변할 가능성이 크다. 더구나 골목이 좁고 길다면 바람은 더 강해진다. 높은 빌딩에 둘러싸여 있는 사무실도 좋지 않다.

사시사철 불어대는 강한 빌딩풍이 건강에 문제를 일으키며 사업 또한 강풍의 영향으로 발목이 잡힌다. 낮은 주택들만 밀집한 곳에 우뚝 서 있는 건물도 있다. 주변 주택들이 낮아서 바람에 그대로 노출된 경우인데 몰아치는 바람을 몽땅 감당해야 한다. 이런 경우 풍살이 발생할 수 있어서 기거하는 사람의 건강에 좋지 않은 영향을 미친다. 좋은 기운을 접해야 건강해지는데 바람은 좋은 기운을 흩어지게 해서 몸에 문제를 일으킬 수 있다. 바람은 건강과 직결되기 때문에 풍수와 관련된 부분을 세심히 살펴볼 필요가 있다.

‘김상회의 사계’에서는 애독자를 위해 전화·방문상담을 해드립니다. 김상회 역학연구원02) 533-8877 / www.saju4000.com

매일매일 두뇌트레이닝 **스도쿠365** 생각의 즐거움

문제출제: 손호성

**문제풀이방법**  
4X3 스도쿠는 가로 세로 4X3박스에 1부터 9 ABC의 문자가 겹치지 않게 푸는 퍼즐입니다. 부동호 스도쿠는 가로 세로 3X3박스에 1부터 9 숫자가 겹치지 않게 푸는 퍼즐입니다.

	2	8	4	
		4		
5		3	9	6
	7			1
1	9		5	4
	5			9
6		4	2	
		7		1
	3	6	2	

	5	4	1	
	8		2	
2	4			5
		9		8
1		3	7	
		1		9
5	2			4
		6		5
	7	3	9	

하루에 한 장 기적의 두뇌개발 **사무라이스도쿠**  
손호성 저 | 스도쿠65 | 10,000원

정답

4	6	2	1	9	8	5	9	7
8	9	5	3	7	6	4	1	2
1	9	7	2	8	4	7	6	8
7	5	6	8	1	9	9	2	4
2	4	9	5	6	7	8	6	1
9	8	1	4	6	2	7	2	9
9	7	8	6	2	5	1	4	9
6	2	9	7	4	1	9	5	8
5	1	4	9	8	9	2	7	6

2	9	6	1	5	9	7	8	4
1	8	9	4	2	7	9	6	5
7	4	5	6	8	9	1	2	3
5	7	1	9	1	8	2	9	6
6	2	8	7	9	5	6	4	1
9	1	9	2	6	4	7	5	8
8	9	7	5	9	1	6	4	2
4	5	2	9	7	6	8	1	9
9	6	1	8	4	2	9	5	7

과이도의 월드컵을 즐겨보세요 <http://argo9.com>

**metro** 메트로미디어

서울시 종로구 자하문로17길 18. TEL:02)721-9800, FAX:02)730-1551

발행·편집인	이장규	편집국장	김승중
인쇄인		중앙일보(주)	
광고문의 / 독자센터	02)721-9851, 9826 / 02)721-9861		
일간 메트로	서울 가00206	2002년5월28일 제5188호	
일간 메트로경제	서울 가50111	2017년3월09일 제1292호	

본지는 신문윤리규정 및 그 실천요강을 준수합니다.