

#12. 명품 리폼과 상표권 침해의 경계

: 대법원 판결로 본 '상표의 사용' 판단 기준

안녕하세요. 특허법인 YNP입니다.

최근 자신만의 개성을 중시하는 소비 트렌드에 따라 고가의 명품 가방을 해체하여 새로운 형태의 가방이나 지갑으로 재탄생시키는 '리폼' 시장이 급성장하고 있습니다. 그러나 이러한 리폼 행위가 상표권자의 권리를 침해하는지에 대해서는 법적으로 치열한 공방이 이어져 왔습니다.

이번 연구자료에서는 최근 대법원 판례(2024 다 311181)를 통해 리폼 제품의 상표권 침해 여부를 결정짓는 핵심 법리인 '상표의 사용' 개념을 분석하고, 관련 업계에 주는 시사점을 살펴보겠습니다.

사건의 개요 및 쟁점

- **사안:** 원고인 상표권자는 고객의 의뢰를 받아 명품 가방을 리폼해 주는 수선업자(피고)를 상대로 소를 제기했습니다.
- **피고의 행위:** 피고는 가방 소유자로부터 대가를 받고 제품을 해체한 뒤, 그 원단과 부품을 활용하여 크기와 형태가 다른 새로운 제품을 제작하여 반환하였습니다.
- **쟁점:** 리폼된 제품이 본래 제품과 판이한 형태를 가질 때, 이를 '새로운 상품의 생산' 및 '상표의 사용'으로 볼 수 있는지 여부가 쟁점이 되었습니다.

대법원의 판단 기준 (2024 다 311181 판결)

대법원은 리폼 행위의 상표권 침해 여부를 판단함에 있어 '상표의 사용' 및 '유통 가능성'을 핵심 기준으로 제시하였습니다.

- **원칙:** 개인적 목적의 리폼은 침해 부정 리폼 제품이 시장에서 유통되지 않고 소유자의 개인적 용도로만 사용된다면, 해당 제품에 부착된 상표는 출처 표시로서의 기능을 상실한 것으로 봅니다. 따라서 리폼업자가 소유자의 의뢰에 따라 제작을 대행하고 반환한 행위는 원칙적으로 상표권 침해에 해당하지 않습니다.
- **예외:** 다만, 형식상 리폼 서비스의 형태를 띠더라도 다음과 같은 '특별한 사정'이 있다면 침해가 성립할 수 있습니다.
 - 1) 리폼업자가 전체 과정을 지배·주도하며 제품을 생산하는 경우
 - 2) 해당 제품을 실질적으로 자신의 제품으로서 상거래에 제공하여 유통시킨 경우

- **판결의 결과:** 대법원은 본 사안에서 피고가 리폼 후 소유자에게 제품을 반환했을 뿐이므로, 원칙적으로 상표권 침해로 볼 수 없다고 판단하여 원심의 승소 판결을 파기하고 사건을 특허법원으로 환송하였습니다.

상표법과의 연계 및 시사점

이번 판결은 앞선 상표법 개정(해외 직구 위조 상품 규제 강화)의 흐름과 궤를 같이하며, '상표의 사용' 범위를 명확히 설정했다는 데 의의가 있습니다.

- **리폼 산업의 가이드라인 제시:** 리폼 제품이 시장에 유통되지 않는 한 제작 대행 행위 자체는 보호받을 수 있으나, 업자가 주도하여 상업적 유통망을 형성할 경우 엄격한 법적 제재가 따를 수 있음을 명시하였습니다.
- **브랜드 관리 전략의 변화:** 상표권자 입장에서는 단순 수선 행위를 넘어선 상업적 대량 리폼 유통 행위에 초점을 맞추어 정교한 대응 전략을 수립해야 합니다.

맺음말

지식재산권의 보호와 소비자 권리 사이의 균형을 맞추는 것은 갈수록 복잡해지고 있습니다. 이번 대법원 판결은 리폼 산업의 정당한 활동 범위와 한계를 설정함으로써 시장의 불확실성을 일부 해소한 것으로 평가됩니다.

특허법인 YNP 는 급변하는 판례와 개정 법령에 발맞추어, 기업의 소중한 브랜드 가치를 보호하고 지식재산권 분쟁에 대한 전략적 솔루션을 제공하고 있습니다.

본 자료에 게재된 내용 및 의견은 일반적인 정보제공만을 목적으로 발행된 것이며, 특허법인 YNP 의 공식적인 견해나 어떤 구체적 사안에 대한 의견을 드리는 것이 아님을 알려 드립니다. Copyright ©2026 YNP IP