



“메타버스 내에서의 지식재산권 침해와 대응”

메타버스는 온라인 속 가상세계에서 아바타의 모습으로 구현된 개인들이 거주하고 상호작용하는 공간으로, 돈을 벌고 소비하고, 의사소통과 상거래를 하는 등 현실의 활동을 그대로 할 수 있는 곳을 의미한다. 현실세계를 의미하는 ‘유니버스(Universe)’에 ‘상위의, 뒤에, 넘어서’라는 의미를 가지는 접두어 ‘메타(Meta)’가 결합한 단어로서, 스티븐슨의 과학소설 ‘스노우 크래쉬(Snow Crash, 1992)’에서 최초로 사용되었다. ‘제페토’, ‘로블록스’ 등이 대표적인 메타버스 플랫폼이다.

싸이월드, 세컨드 라이프 등 초기 메타버스에서는 게임이나 생활 소통의 서비스가 제공되고, 유저들은 공급자가 제공하는 게임 내 아이템을 구매하며 이용하곤 했다. 그러나 현재 메타버스는 게임이나 생활·소통 서비스는 물론 이용자 스스로 메타버스 내 아이템을 제작하여 판매하는 등 현실경제와 유사한 경제활동이 가능한 공간이 되었다. 대표적인 메타버스 플랫폼인 제페토의 경우 제페토 STUDIO를 통해 크리에이터가 되어 직접 만든 아이템을 판매하며 수익을 낼 수 있다.

현실세계의 상호작용이 메타버스로 범위를 넓힌 만큼, 법적 이슈들도 확장되고 있다. 특히 메타버스가 경제활동의 공간으로 확대되면서 새로운 공간에서의 지식재산권 침해 문제가 발생하게 된다. 아래에서 구체적인 사례를 통해 설명하도록 하겠다.



“ 메타버스에서 활동하는 크리에이터 A가 무단으로 B 회사의 실제 세계 브랜드 원피스와 동일한 디자인의 원피스를 제작하여 판매함으로써 수익을 올리고 있다. B 는 A 에게 어떠한 법적 조치를 취할 수 있을까? 만약 B 도 메타버스에서 동일한 디자인의 원피스를 만들어 판매 중이었던 경우에는 어떻게 될까? ”

1. 상표법

상표법 제108조 제1항에 따르면 상표권자는 지정한 상품과 동일 또는 유사한 상품에 대해서만 보호를 받을 수 있다.

우선 메타버스 공간에서의 의류가 상표법상 상품에 해당하는지 문제된다. 판례는 “상표법상 '상표의 사용'이라고 함은 상품 또는 상품의 포장에 상표를 표시하는 행위 등을 의미하고(상표법 제2조 제6호 각 목 참조), 여기에서 말하는 '상품'은 그 자체가 교환가치를 가지고 독립된 상거래의 목적물이 되는 물품을 의미한다(대법원 1999. 6. 25. 선고 98후58 판결)”고 판시하고 있다. 한편 2012년 1월 1일 개정된 NICE에 의하면 지정상품 제09류의 ‘내려받기 가능한 이미지파일(downloadable image files)’도 상품으로 분류가 되었다. 메타버스 공간의 의류는 교환가치를 가지고 독립하여 거래가 가능하다는 점에 비추어 볼 때 메타버스 내 의류는 상표법상 상품에 속하는 것으로 해석될 수 있다.

다음으로 지정상품의 유사 여부가 문제된다. 판례는 “지정상품의 유사 여부는 대비되는 상품에 동일 또는 유사한 상표를 사용할 경우 동일 업체에 의하여 제조 또는 판매되는 상품으로 오인될 우려가 있는가를 기준으로 판단하되, 상품 자체의 속성인 품질, 형상, 용도와 생산 부문, 판매 부문, 수요자의 범위 등 거래의 실정 등을 종합적으로 고려하여 일반 거래의 통념에 따라 판단하여야 한다(대법원 2005. 8. 19. 선고 2003후1086 판결 등 참조).”고 보는 입장이



다. 만약 B사가 의류에 대해서만 상표 등록을 받았다면 메타버스 공간에서의 원피스의 상표에 대해서는 보호가 어렵다. 메타버스 공간에서의 원피스는 품질, 용도, 수요자 범위의 측면에서 실제 원피스와 유사성을 인정하기 곤란하기 때문이다.

그렇다면 이 경우 B사가 보호받을 수 있는 방법은 무엇일까? 지정상품 제09류의 ‘내려받기 가능한 이미지파일’로 지정상품을 추가등록 출원하는 방법이 있다. 상표법 제86조 제1항에 따르면 상표권자 또는 출원인은 등록상표 또는 상표등록출원의 지정상품을 추가하여 상표등록을 받을 수 있다. B사는 해당 상표에 대하여 제25류의 의류뿐만 아니라 제09류를 포함하여 지정상품 추가 등록 출원을 함으로써 메타버스 내에서의 상표권 침해를 방지할 수 있다.

2. 디자인보호법

디자인보호법에 따르면 “디자인”이란 물품의 형상·모양·색채 또는 이들을 결합한 것으로서 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것을 말하며(디자인보호법 제2조 제1호), 디자인권자는 업으로서 등록디자인 또는 이와 유사한 디자인을 실시할 권리를 독점한다(같은 법 제92조).

판례는 “디자인이 동일·유사하다고 하려면 우선 디자인이 표현된 물품이 동일·유사하여야 할 것인바, 물품의 동일·유사성 여부는 물품의 용도, 기능 등에 비추어 거래 통념상 동일·유사한 물품으로 인정할 수 있는지 여부에 따라 결정하여야 할 것(대법원 2004. 6. 10. 선고 2002후 2570 판결 참조)”이라고 판시하였는데, 이때 ‘물품’에 대하여 “구 의장법 제2조 제1호에서 말하는 ‘물품’이란 독립성이 있는 구체적인 유체동산을 의미하는 것으로서, 이러한 물품이 의장 등록의 대상이 되기 위해서는 통상의 상태에서 독립된 거래의 대상이 되어야(대법원 2001. 4. 27. 선고 98후2900 판결)”한다고 그 기준을 제시한 바 있다.



사례에서 B사의 원피스 디자인은 의류라는 물품의 외관으로 구현된 특정된 형태로 디자인보호법의 보호 대상이 된다. 반면에 메타버스에 등장하는 원피스의 형태는 물품의 액정화면 등 표시부에 표시되는 모양·색채 또는 이들의 결합인 이미지에 불과하여 화상 디자인이 표현된 디스플레이를 통해서만 보호받을 수 있을 뿐 그 자체로서는 물품성이 인정되지 않는다. 또한 가상 화상디자인이 표현된 디스플레이로서 물품성을 인정할 수 있다고 하더라도, 메타버스에서 이용자가 B회사 브랜드와 같은 디자인이 적용된 원피스를 판매한 행위를 의류라는 물품에 디자인을 사용한 것과 동일하게 볼 수 없으므로 그 용도와 기능이 달라 동일·유사한 물품으로 인정하기 어려워 등록디자인을 침해하였다고 볼 수 없다.

따라서 B사가 디자인보호법에 따라 보호를 받기 위해서는 메타버스 공간 내의 원피스 화상 이미지에 대한 디자인등록을 별도로 출원 받아야 할 것이다. 이 경우 화상디자인은 독립되어 물품성이 인정되지 않으므로, 그 화상이 표현되는 디스플레이의 부분디자인으로 등록을 받을 수 있다.

3. 부정경쟁방지법

부정경쟁방지법 제2조 제1호 자목의 경우 타인이 제작한 상품의 형태를 모방한 상품을 양도·대여 또는 이를 위한 전시를 하거나 수입·수출하는 행위를 부정경쟁행위로 본다. 현실 세계에서 판매하는 B사의 원피스는 상품에 해당하는데, 이 경우 A가 판매하는 메타버스에서의 원피스도 상품에 해당하는지 문제된다. 메타버스에서의 원피스가 화면에 구현되는 이미지에 불과하다고 판단되는 경우 메타버스 이용자 A가 원피스를 만들어 판매하더라도 그러한 행위를 부정경쟁행위라고 보기 어렵다.

부정경쟁방지법 제2조 제1호 카목의 경우 타인의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등



을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위를 부정경쟁행위로 본다. B사의 원피스는 보호 대상인 “상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등”에 해당하는 것으로 볼 수 있지만, 판례는 “(카)목이 정하는 ‘공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용’한 경우에 해당하기 위해서는 권리자와 침해자가 경쟁관계에 있거나 가까운 장래에 경쟁관계에 놓일 가능성이 있는지, 권리자가 주장하는 성과 등이 포함된 산업분야의 상거래 관행이나 경쟁질서의 내용과 그 내용이 공정한지, 위와 같은 성과 등이 침해자의 상품이나 서비스에 의해 시장에서 대체될 수 있는지, 수요자나 거래자들에게 성과 등이 어느 정도 알려졌는지, 수요자나 거래자들의 혼동가능성이 있는지 등을 종합적으로 고려해야 한다(대법원 2020. 3. 26. 선고 2016다276467 판결).”고 판시한바, 가까운 장래에 경쟁관계에 놓일 가능성과 시장에서 대체될 가능성의 입증에 따라 결론이 달라질 수 있다.

B사가 현실 세계에서 만든 의류로서의 원피스와 메타버스 속 A가 만든 원피스는 거래가 이루어지는 장소가 달라 경쟁관계에 있지 않고 용도와 기능이 다른바 시장에서 대체될 가능성이 높지 않다. 그러나 B사가 메타버스 내에서 만든 원피스와 A가 만든 메타버스의 원피스는 메타버스 속 같은 시장에서 경쟁관계에 있고 그와 같은 시장에서 의류로서 대체될 수 있으며 메타버스 이용자들이 해당 아이템을 혼동할 가능성이 인정되므로 부정경쟁행위에 해당할 것으로 보인다.

4. 저작권법

저작권법 제2조 제1호에 따르면 ‘저작물’은 인간의 사상 또는 감정을 표현한 창작물을 말한다. B사의 원피스가 가지고 있는 고유의 패턴이나 디자인에는 인간의 사상이나 감정이 담겨 있으므로 저작물에 해당하고, 현실세계에서 의류라는 물품에 동일한 형상으로 복제될 수 있으며 그 물품과 구분되어 독자성이 인정될 수 있는 응용미술저작물에 해당한다. 따라서 메타버스



이용자 A가 해당 디자인이 적용된 저작물로서의 원피스를 그대로 메타버스에서 사용하는 행위는 그 자체로서 곧 응용미술저작물을 디스플레이 화면으로 복제하여 사용하는 행위가 된다. 따라서 B는 A에 대하여 응용미술저작물에 대한 저작권 침해를 주장할 수 있을 것이다.

메타버스의 기능 확대로 IT업계뿐만 아니라 패션, 엔터테인먼트 등 다양한 산업계에서 메타버스를 새로운 경제활동 영역으로 관심 갖고 진출을 모색하고 있다. 메타버스라는 플랫폼 패러다임의 변화로 인하여 지식재산권은 새로운 모습으로 발생하고 다양하게 활용될 것이며, 법적 분쟁 또한 여러가지 모습으로 나타날 것이다. 지식재산권의 이용 형태가 새로워진 만큼 체계적이고 종합적인 지식재산권 침해 대응이 필요하다.

관련 전문가



권단 파트너 변호사

02-6952-2616

dan.kwon@dkl.partners



이예희 소속 변호사

02-6952-2652

yehee.lee@dkl.partners



DKL PARTNERS

(06168) 서울시 강남구 테헤란로 501, 602호, 604호(삼성동, 브이플렉스)
T. 02-6952-2615 | F. 02-6918-0832 | <https://www.dkl.partners>

본 자료에 게재된 내용 및 의견은 일반적인 정보제공만을 목적으로 발행된 것이며, 디케이엘파트
너스 법률사무소의 어떤 구체적인 사안에 대한 법률적 의견을 드리는 것이 아님을 알려드립니다.
Copyright ©2021. DKL PARTNERS LLP All rights reserved

