Copyright © 2023 KSAE / 209-08 pISSN 1225-6382 / eISSN 2234-0149 DOI http://dx.doi.org/10.7467/KSAE.2023.31.4.299

자율주행차 실내디자인에 대한 지식재산권 보호범위에 관한 연구 박경신*

이화여자대학교 법학전문대학원

A Study on the Scope of Protection of Intellectual Property Rights on Interior Space of Autonomous Vehicles

Kyoung-Shin Park*

Ewha Law School, Ewha Womans University, Seoul 03760, Korea (Received 11 January 2023 / Revised 4 February 2023 / Accepted 13 February 2023)

Abstract: With the introduction of electric vehicles, a wide variety of options for vehicle interior design have become available. Furthermore, with the advances in autonomous driving technology, the vehicle experience is no longer limited to driving, and various in-vehicle activities such as work, conference, rest, and leisure are expected to be enabled. Consequently, as experiences and services in a vehicle become more important, contents and designs in the internal space of the vehicle are also bound to change. In terms of UX/UI, the arrangement and color implementation of information displayed in the gradually widening cluster have become increasingly important. In this context, it is necessary to review legal protection against the growing importance of interior design of autonomous vehicles. This paper aims to review the scope and limitations of protection of autonomous vehicle interior design under the current Korean legal system, focusing on intellectual property rights, and eventually suggest measures for appropriate legal protection.

Key words: Autonomous vehicle(자율주행차), Interior design(실내디자인), Design right(디자인권), Trademark right(상 표권), Copyright(저작권), Acts of unfair competition(부정경쟁행위)

1. 서 론

이제 자동차는 단순한 이동 수단에서 일상생활 공간의 연장선상으로 대변혁을 맞이하고 있다. 미래차의 심장으로 기대되는 전기차에서는 엔진, 트랜스미션, 연료통 등이 차지하던 공간을 활용하여 훨씬 넓고 제한이 없는 실내 레이아웃을 설계할 수 있으며, 따라서 전기차의확대는 필연적으로 실내 공간의 확장으로 이어진다. 전기차로 대표되는 미래차는 단순히 실내 공간만 넓어진게 아니다. 차량 밑에 배터리가 위치하면서 완전히 평평한 실내 공간을 연출할 수 있게 됐다. 게다가 자율주행이완전히 상용화되어 운전자가 완전히 배제되는 시점이오면 익숙한 핸들, 다양한 버튼, 심지어 엑셀레이터와 브레이크까지 사라지게 된다. 또한 자율주행 기술의 발전으로 인하여 자동차 내의 경험은 더 이상 운전에 국한되

지 않으며, 운전 행위와 관련이 없는 업무, 휴식, 여가 등의 다양한 활동을 가능하게 할 것으로 기대되고 있는데, 홍성경 등이은 자율주행차에서 운전자들의 니즈로 휴식 및 이동 중 편의와 관련된 부분이 대다수를 차지하고 있어 자동차 내부 공간이 휴식과 업무를 처리하는 공간으로 변화할 것이라고 예측하였다. 이에 따라 지금까지 자동차 디자인의 방점이 엔진룸, 내부, 트렁크 공간을 기본으로 직선과 곡선의 아름다운 조화를 담아내는 것이었고, 자동차의 실내디자인 역시 운전자와 운전대 중심으로 설계되어 왔다면, 이제는 이동뿐 아니라 차량 내에 머무는 것 자체가 이용의 목적이 되면서 자동차 내에서의 경험, 서비스가 더욱 중요해지며, 내부 공간에서의 콘텐츠와 디자인 역시 변할 수밖에 없다. 구성의은 완전자율주행차는 지금까지의 자동차와는 전혀 다른 이동 수단

^{*}Corresponding author, E-mail: artlaw@ewha.ac.kr

This is an Open-Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License(http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium provided the original work is properly cited.

인 모빌리티(Mobility)의 개념으로, 사람이 직접 운전하는 자동차에서의 핵심 개념은 어떻게 안전한 운전 환경을 하드웨어적으로 제공하느냐에 있었다면, 조향장치와 페달까지 사라진 완전한 자율주행자동차는 이동 서비스를 제공하는 수단으로써의 모빌리티로 변화되며 이동하는 차량 내에서 승객들이 어떻게 시간을 적절히 소비하도록 하느냐가 중요하게 다루어질 것이라는 의견을 제시하였다.

실제 벤츠의 자율주행 콘셉트카 'F015 럭셔리 인 모션 (F 015 Luxury in Motion)'은 앞좌석을 뒤로 돌리고 가운데 테이블을 두면 자동차 내부가 비즈니스 공간으로 바뀌며, BMW가 '라이프 디자인 컨퍼런스'에서 공개한 'MINI 비전 어바너트(MINI Vision Urbanaut)'는 좌석을 돌려 마주보거나 좌석을 연결해 침대처럼 누울 수도 있다. 이외에도 글로벌 홈퍼니싱 기업인 이케아는 원하는 형태로 자유롭게 변형이 가능한 7가지 자율주행 콘셉트카를 제안했다.

특히 자율주행차의 시트는 자율주행차차 내부 공간의 대부분을 차지하고 사용자의 동선 및 공간의 사용에 가장 중요한 부분을 차지한다. 맹주영 등³⁾은 시뮬레이터를 활용한 자율주행차 시트 배열에 따른 탑승자 감성 평가를 비교함으로써 각 시트 배열이 감성적 관점에서 사용하기에 적합한지 분석하였다. 또한 정선경 등⁴⁾은 자동차 내장 부품 중 인테리어와 감성 품질에 가장 큰 영향을 미치는 부품은 자동차 시트이며, 탑승자와 직접적으로 접촉하는 부품으로 사용자가 감성적인 차이점을 쉽게 느낄 수 있고, 새로운 기술을 도입하였을 경우 그 효과가가장 좋은 부품이라고 제시되었다.

UX/UI 측면에서도 점차 넓어지는 클러스터에 표시되는 정보들의 배치와 색상 구현 등이 중요해졌다. 기존의 양산 자동차는 안전성에 주력하고 운전자의 눈의 피로



Photo. 1 Spaces on wheels(IkeaIn X foam studio)

감을 최소화하기 위해 색상 대비가 높은 그래픽을 사용 하고, 인테리어와의 일체성을 위해 크롬, 유리, 네온 질 감 등을 구현해 정보를 구분하였다면, 자율주행차는 운 전자가 시선을 전방에 고정할 필요가 없어짐에 따라 사 용자가 이동 중에서 소비하는 다양한 콘텐츠 개발이 중 요해짐에 따라 UX/UI에 대한 중요성 역시 커진다. 이는 정보전달에 오락성을 더한 소프트웨어 또는 미디어를 뜻하는 '인포테인먼트(Infotainment)'라는 단어의 등장에 서도 알 수 있는데, 이는 '정보(Information)'와 '오락 (Eentertainment)'의 합성어이다. 특히 가상현실(VR)과 증강현실(AR) 등의 확장현실기술이 미래차 핵심 기술로 부상하고, 메타버스를 자율주행차와 접목하려는 시도들 이 계속되고 있는 상황에서 이러한 자율주행차의 인포 테인먼트 기능은 더욱 강화될 것으로 예상된다. 대표적 으로 웨이레이(Wayray)는 차량 윈드스크린의 AR 헤드 업 디스플레이(HUD)를 사용하여 세계 최초의 '바퀴 위 의 메타버스(Metaverse on wheels)'로 불리는 전기 콘셉 트카 홀로그랙터(Holograktor)를 선보였다.4)

이처럼 자율주행차의 상용화에 따른 실내디자인의 중 요성이 커지는 흐름에서 이에 대한 법적 보호에 대한 검 토가 필요하다. 이에 따라 본 논문은 자율주행차의 실내 디자인에 대한 현행법상 보호 범위 및 한계를 지식재산 권을 중심으로 검토하고 적절한 법적 보호를 위한 방안 을 제언하는 것을 목표로 한다.

2. 현행법상 자율주행차 실내디자인의 지식재산권 보호

2.1 디자인보호법

현행「디자인보호법」상 '물품'에 한하여 디자인 등록이 가능한데,「디자인보호법」에서는 물품에 대하여 별도로 정의하고 있지 않다. 다만 우리나라 법원은 물품을 "독립성이 있는 구체적인 유체동산"으로 정의하고 물품이 디자인 등록의 대상이 되기 위해서는 통상의 상태에서 독립된 거래의 대상이 되어야 한다고 해석하고 있으며(대법원 2001. 4. 27. 선고 98후2900 판결; 대법원 2004. 7. 9. 선고 2003후274 판결), 특허청의 심사기준 역시 마찬가지로 해석하고 있다.

우리나라가 가입한 산업디자인의 국제분류 제정에 관한 로카르노 협정(Locarno agreement establishing an international classification for industrial designs)에 의한 디자인의 국제분류인 로카르노 분류(Locarno classification) 제32류 'Get-up[arrangement of the interior of a room]'에 인테리어 디자인이 포함되어 있지만, 우리나라의 경우로카르노 분류를 따르면서도 제32류를 도입하지 않고

있기 때문에, 자율주행차의 내부 공간 디자인, 즉 다양한 구성의 조합, 배치를 통해 만들어지는 전체적인 미감은 디자인보호법상 보호받기 어렵다.

다만, 「디자인보호법」상 '한 벌 물품의 디자인' 제도 를 이용하여 자율주행차 실내디자인의 구성품들이 한꺼 번에 보호받을 수는 있는데, '한 벌 물픔의 디자인' 제도 는 2 이상으로 이루어지는 물품의 조합에 관한 디자인을 하나의 디자인으로 등록받을 수 있는 것을 말한다. 가령, 자율주행차 내부 공간을 구성하는 물품들을 하나의 디 자인으로 출원하여 전체의 통일적 미감을 보호받을 수 있다. 한 벌 물품의 디자인은 물품들이 조합된 상태를 표 현하는 도면과 함께, 각 구성 물품을 표현하는 도면을 작 성하여야 한다. 그러나 한 벌 물품의 디자인으로 등록하 기 위해선 한 벌의 사무용 가구 세트, 한 벌의 응접 세트, 한 벌의 자동차용 시트커버 세트, 그 밖에 둘 이상의 물 품이 한 벌의 물품으로 동시에 사용되는 것으로 인정되 는 경우 등 「디자인보호법」 시행규칙에서 규정하고 있 는 한 벌 물품의 구분에 해당하여야 한다. 또한 한 벌 물 품으로 등록하기 위해서는 2 이상의 물품이 한 벌의 물 품으로 동시에 사용되어야 하고, 한 벌의 물품의 디자인 은 한 벌 전체로서 통일성이 있어야 한다. 게다가 한 벌 물품의 디자인에는 그 전체로서 하나의 디자인권이 발 생하기 때문에, 한 벌 물품의 디자인 등록을 통해 각 구 성 물품의 통합적 미감을 보호받을 수는 있지만, 구성 물 품 중 하나의 사용은 권리 범위에 속하지 않아 각 구성 물품에 대한 보호는 별개로 등록받아야 하는 한계가 있다.

한편 2021년 「디자인보호법」 개정을 통해 '화상' 자체 가 새로운 보호 대상으로 포함되었고, 디자인의 실시행 위에 기술 및 환경변화를 반영하여 화상디자인의 온라 인 전송 등 인터넷상 제공으로까지 확대되었다. 이에 따 라 자율주행차의 UI/UX 디자인, 증강 · 가상현실을 통해 표현되는 이미지 역시 「디자인보호법」상 보호를 받을 수 있게 되었다. 특히 기존에 속도, 교통안전 정보, 도로 주행 정보 등을 차량 내 디스플레이를 통해 표시함으로 써 제기된 주의력 분산, 실수로 인한 오작동 등의 문제를 해결하기 위하여 전면 유리에 정보를 보여주는 증강현 실이 대안으로 떠오르고 있으며, 자율주행차의 인포테 인먼트 역할이 강화됨에 따라 디스플레이 시장 역시 확 대되고 있는데, 기존의 센터 콘솔의 디스플레이 외에도 전면 윈드실드와 사이드 윈도우, 도어 안쪽 등 모든 부분 에 디스플레이 적용이 가능하게 될 것이다. 실제 토요타 는 코펜하겐 인터렉션 디자인 학교와의 협업을 통해 'Window to the world'를 선보인 바 있는데, 사이드 윈도 우에 AR(Augmented Reality)를 적용하여 창밖 사물과의 거리, 창밖 사물을 확대해 볼 수 있고, 앞 좌석 탑승자와



Photo. 2 Window to the world

인터랙션하기도 하고, 사물을 파악해 음성으로 전달하 기도 한다. 이에 따라 화상디자인과 관련한 자율주행차 업체들의 디자인 보호 움직임이 더욱 강화될 것으로 예 상된다.

그러나 개정 「디자인보호법」에 의하더라도 "기기의 조작" 또는 "기능의 발휘"로 화상의 보호범위를 한정하 고 있어, 자율주행차 내 메타버스 환경에서의 모든 디지 털 디자인이 디자인권을 부여받을 수 없다는 한계점을 보인다. 또한 개정된 「디자인보호법」은 디자인의 대상 이 화상인 경우에 그 화상을 전기통신회선을 통한 방법 으로 제공하거나 그 화상을 전기통신회선을 통한 방법 으로 제공하기 위하여 청약하는 행위를 실시 행위로 규 정하고 있기 때문에(제2조 제7호), 자율주행차 내 메타 버스 환경에서 만들어진 디자인을 현실세계의 물품에 사용하는 행위는 디자인의 실시 행위로 보기는 어렵고 따라서 디자인권 침해를 주장하기 어렵다.

2.2 저작권법

「저작권법」은 저작물을 "인간의 사상 또는 감정을 표 현한 창작물"로 정의하고 있으며(저작권법 제2조제1호), 저작권을 인정받기 위해서는 창작성이 요구된다. 창작 성이란 "완전한 의미의 독창성을 의미하는 것은 아니며 어떠한 작품이 남의 것을 단순히 모방한 것이 아니고 작 자 자신의 독자적인 사상 또는 감정의 표현을 담고 있음 을 의미하므로, 이러한 요건을 충족하기 위하여는 저작 물에 그 저작자 나름대로의 정신적 노력의 소산으로서 의 특성이 부여되어 있고 다른 저작자의 기존의 작품과 구별할 수 있을 정도"이면 충분하다(대법원 1995. 11. 14. 선고 94도2238 판결). 그러나 「저작권법」상 보호 대상은 외부로 표현하는 창작적 표현형식이며, 아이디어나 이 론 등의 사상 및 감정 그 자체는 설사 그것이 창작성이 있다 하더라도 원칙적으로는 저작권법에서 정하는 저작

권의 보호대상이 되지 않는다(대법원 1999. 11. 26. 선고 98다46259 판결). 가령, 인테리어의 전체적인 외관에 창작성이 인정되는 경우에는 저작권에 의한 보호가 가능하지만, 오피스 스타일 자율주행차, 극장 스타일 자율주행차, 카페 스타일 자율주행차 콘셉트 자체는 저작권의 보호 대상이 아니다.

또한 예술성의 표현보다는 기능이나 실용적인 사상의 표현을 주된 목적으로 하는 이른바 기능적 저작물의 경 우에는 그 표현하고자 하는 기능 또는 실용적인 사상이 속하는 분야에서의 일반적인 표현 방법, 규격 또는 그 용 도나 기능 자체, 저작물 이용자의 이해의 편의성 등에 의 하여 그 표현이 제한되는 경우가 많으므로 작성자의 창 조적 개성이 드러나지 않을 가능성이 크지만, 기능적 저 작물도 작성자의 창조적 개성이 나타나 있으면, 저작권 법의 보호대상이 된다(대법원 2005. 1. 27. 선고 2002도 965 판결; 대법원 2009. 1. 30. 선고 2008도29 판결; 대법 원 2020. 4. 29. 선고 2019도9601 판결). 따라서 매장의 실 내외 디자인은 기능이나 실용적인 사상의 표현을 주된 목적으로 하는 기능적 저작물이라고 할 것이므로, 기능 적 요소 이외의 요소를 갖추고 전체적인 외관에 창작성 이 인정되는 경우에 저작권의 보호를 받을 수 있다(서울 고등법원 2004. 9. 22. 선고 2004라312 판결). 마찬가지로 자율주행차 실내디자인 역시 기능이나 실용성을 목적으 로 하더라도. 전체적으로 창작성이 인정되면 저작권법 상 저작물로 보호받을 수 있다. 다만, 자율주행차 실내디 자인 중 편의성이나 실용성 등을 높이기 위한 기능적 요 소에 대하여는 저작권에 의해 보호된다고 할 수 없고, 자 율주행차의 실내디자인이 자율주행차 분야에서의 일반 적인 표현방법, 규격 또는 용도나 기능 자체, 저작물 이 용자의 이해의 편의성 등에 의하여 그 표현이 제한되는 경우라면 작성자의 창조적 개성이 드러났다고 보기 어 렵다. 예를 들어 자율주행차 분야에서 일반적으로 사용 되는 특정 시트 배치는 저작물로 보호받기 힘들 것이다. 예를 들어, 송규효5)는 좌석 배치는 어느 정도 유동적으 로 움직일 수 있지만 앞좌석 중심 배치의 경우 업무, 창 작 할동 등 개인적인 활동 위주에 적합하며, 뒷좌석 중심 의 배치는 휴식, 콘텐츠 감상 등 여가 및 편의성에 적합 하며, 중앙 중심의 배치에는 미팅, 비즈니스 등 공적인 활동에 적합하다고 제안한 바 있다. 다만, 향후 자율주행 차의 용도가 확대됨에 따라 자율주행차가 저작권법상 건축물에 해당하는지 여부에 대한 논의가 본격화될 가 능성이 크며, 이는 자율주행차의 실내디자인의 저작물 성 판단에 대한 논의로 이어질 것으로 생각된다. 이와 관 련하여 특정 브랜드의 콘셉트를 뚜렷하게 드러내는 매 장의 레이아웃, 즉 벽의 색상, 특정 조명 효과, 특정 장식

품의 반복적 사용, 크기 및 비율 등 구성 요소의 조합은 독창적 창작물에 해당하고 기술적 · 기능적 문제를 해결하기 위한 것이 아니라면 이탈리아 저작권법상 건축저 작물로 보호받을 수 있다고 판시한 2020년 5월 이탈리아 대법원의 판결은 향후 우리나라에서의 논의에서도 시사하는 바가 크다. 특히 이 판결에서 이탈리아 대법원은 인테리어 디자인의 개별 가구가 건물에 포함되어 있거나개별 구성 요소들이 단순하거나 일반적으로 사용되고 있다는 점은 저작권 보호 여부를 판단함에 있어서 무관하다고 설시하였는데, 자율주행차의 실내디자인의 레이아웃이 저작물로 보호받을 수 있는지 여부의 판단에 있어서도 개별 시트가 자율주행차에 포함되어 있거나 개별 구성 요소들이 일반적으로 사용되고 있는 경우가 많다는 점만으로 저작물성을 부인해서는 안 될 것이다.

또한 「저작권법」은 "물품에 동일한 형상으로 복제될 수 있는 미술저작물로서 그 이용된 물품과 구분되어 독 자성을 인정할 수 있는 것"을 응용미술저작물로 규정하 고 있는데(제2조 제15호), 점포의 실내외 디자인과 관련 된 사건에서 법원은 "상호의 홍보를 극대화하기 위한 간 판의 구성, 이미지 부각 및 고급스러운 분위기를 구현하 기 위하여 간판, 창외 장식, 내벽 부분의 벽지, 창내 부분 의 블라인드 부분 등의 형태, 색채, 문양 등을 취사선택 하고, 취사선택된 각 부분을 적절히 조합, 배열하여 만들 어진 디자인은 그 디자인이 이용된 건축물인 점포와 구 분되어 독자성이 있다고 인정할 수 있으므로, 점포의 실 내외 디자인은 응용미술저작물에 해당한다"고 판시한 바 있다(서울중앙지방법원 2006. 7. 12. 선고 2006가합 14405 판결). 따라서 시트 배열, 가구나 소품 등을 적절히 조합, 배열하여 만들어진 자율주행차 실내디자인이 해 당 자율주행차의 내부 공간과 구분되어 독자성이 인정 되면 응용미술저작물로 보호받을 수 있다. 또한 자율주 행차 실내디자인 전체뿐 아니라 자율주행차의 시트 디 자인이나 테이블 디자인 등 실내디자인의 개별 구성요 소들의 디자인 역시 해당 물품과 구분되어 독자성이 인 정된다면 응용미술저작물로 보호받을 수 있다. 그러나 시트나 테이블 등의 실용품 디자인의 경우 미적인 요소 를 포함하고 있더라도 전체적인 형태가 해당 실용품의 기능으로부터 자유롭지 못하기 때문에 실무상 응용미술 저작물로 보호받기 위한 요건인 물품과의 분리가능성을 인정받기 쉽지 않다는 한계가 있다.

2.3 상표법

「상표법」은 상표를 "자기의 상품과 타인의 상품을 식별하기 위하여 사용하는 표장(標章)"로 정의하고 있으며, 표장은 "기호, 문자, 도형, 소리, 냄새, 입체적 형상,

홀로그램 • 동작 또는 색채 등으로서 그 구성이나 표현 방식에 상관없이 상품의 출처(出處)를 나타내기 위하여 사용하는 모든 표시"를 말한다(제2조 제1호 및 제2호). 따라서 자율주행차의 실내디자인 자체가 「상표법」상 상 표로 보호받기란 어렵다.

그러나 자율주행차의 내부 공간의 용도가 다양해짐에 따라 내부 공간의 실용적 기능 이외에 디자인적 측면이 강조되면 자율주행차 제조사가 실내디자인을 구성하는 시트, 벽면, 바닥을 비롯한 개별 구성 요소들을 실내디자 인의 차별화를 위한 수단으로 활용할 수 있으며, 이러한 구성 요소들의 입체적 형상이나 여기에 사용된 단일 색 채 또는 색채의 조합, 냄새 등이 「상표법」상 상표로 보호 받을 수 있는지 여부 및 보호 범위가 문제될 수 있다. 자 율주행차의 경우는 아니지만, 그간 자동차와 관련하여 색채나 입체적 형상에 대해서 상표 등록이 이루어지고 있으며, 대표적으로 BMW는 2006년 유럽특허청에 일반 자동차에 대하여 색채만으로 된 상표를 등록해 놓은 바 있으며, 쌍용자동차는 2004년 대한민국 특허청에 엠블 럼을 입체상표로 등록해 놓은 바 있다.

이외에도 1996년 자동차 타이어에 사용된 장미향이 영국 지식재산청에 상표 등록이 되었다(no. GB 200141). 향후 자율주행차의 실내디자인의 중요성이 커질 것으로 예상되므로 자율주행차 제조사들이 자율주행차 내부 공 간의 구성 요소들의 입체적 형상, 색채, 냄새 등에 대해



Photo. 3 Trade mark number 00246787(EUIPO)



Photo. 4 Trade mark number 4005759960000(KIPO)

서도 상표 등록이 더욱 적극적으로 시도될 것으로 보인다.

그러나 일반적으로 입체적 형상이나 색채는 수요자에 게 출처표시보다는 디자인적 요소로 인식이 될 것이기 때문에 본질적으로 출처표시로 기능하는 것이 아니고, 냄새 역시 수요자에게 상품의 출처표시보다는 상품 자 체의 특성 정도로 인식될 것이다. 따라서 입체적 형상이 나 색채 또는 냄새만으로 된 상표의 경우 이를 특정한 상 품에 계속 사용함으로써 수요자가 그 입체적 형상이나 색채를 보거나 또는 수요자가 그 냄새를 맡고 특정인의 상품의 출처표시로 인식하게 된 경우, 즉 「상표법」제33 조제2항에서 정하는 사용에 의한 식별력을 획득한 경우 에만 등록을 받을 수 있다. 6 가령, 자율주행차 내부 시트 의 입체적 형상이나 시트나 벽면에 사용된 색채나 냄새 라 하더라도, 상표등록출원 전에 상표를 사용한 결과 수 요자간에 그 상표가 특정 자유주행차 업체의 상품을 표 시하는 것으로 현저하게 인식되어 있는 경우에는 해당 상표를 사용한 상품을 지정상품으로 하여 상표등록을 받을 수 있다. 다만 '식별할 수 있게 된 정도'란 반드시 전국적으로 알려져 있어야 한다는 의미는 아니며, 일부 지역에서 일부 거래자나 수요자들에게 특정인의 상품에 관한 출처를 표시하는 것으로 식별할 수 있게 된 경우에 도 인정 가능한 것으로 본다.⁷⁾ 우리 법원은 장기간에 걸 쳐 상표가 사용되고 있으며, 상표의 사용자가 해당 상표 의 지정상품이 속하는 거래시장에서 매우 높은 매출액 을 기록하거나 압도적인 시장점유율을 보이고 있고, 밀 도 있는 광고 · 선전이 이루어져 해당 상표가 부착되는 상품의 수요자 또는 잠재적 수요자는 해당 상품의 광고 • 선전에 노출될 수밖에 없었을 경우 사용에 의한 식별력 을 취득한 것으로 보고 있다(특허법원 2005. 1. 27. 선고 2004허6057 판결; 대법원 2008. 9. 25. 선고 2006후2288 판결; 대법원 2012.11.29. 선고 2012 후 2074 판결; 특허법 원 2013. 7. 25. 선고 2013허235 판결). 따라서 특정 자율 주행차 브랜드나 제품이 시장 내에서 압도적인 점유율 을 보이거나 매우 높은 판매량 또는 매출액을 기록하는 경우, 특히 자율주행차의 실내디자인의 구성요소에 사 용된 특정 입체적 형상 또는 색채나 냄새에 대하여 밀도 있는 광고·선전이 대대적으로 이루어진 경우에는, 사 용에 의한 식별력을 인정받기보다 용이하다.

그러나 자율주행차의 실내디자인을 구성하는 개별 요 소의 입체적 형상, 색채 또는 색채의 조합이나 냄새가 식 별력을 취득하였다고 하더라도 상표 등록을 받으려는 상품 또는 그 상품의 포장의 기능을 확보하는 데 불가결 한 경우라면 「상표법」상 상표 등록이 불가능하다(제34 조 제1항 제15호). 가령 자율주행차 시트에 사용된 특정 입체적 형상이나 색채가 주행 중 멀미 방지 효과가 있는 경우 자율주행차 시트의 기능을 확보하기 위해 불가결 한 것으로 판단해야 하는지가 문제될 수 있다.

기능의 확보에 필요한지 여부와 관련하여 특허청 상 표심사기준은 (i) 특허출원, 실용신안등록출원, 특허권 및 실용신안권의 존재 여부, (ii) 입체적 형상 등이 제공 하는 실용적인 이점에 대한 광고 · 홍보 · 설명의 존재 여부, (iii) 동일한 기능을 가진 대체가능한 입체적 형상 등의 존재 여부, (iv) 대체가능한 입체적 형상 등의 생산 용이성 및 경제성을 모두 고려해야 한다고 규정하고 있 다.8) 따라서 자율주행차의 광고 • 홍보 • 설명자료 등에 서 멀미 방지 효과와 같은 자율주행차 내부 시트의 실용 적인 이점에 대한 내용이 있고 이러한 실용적인 이점이 출원된 입체적 형상 등에서 기인한다면, 기능성이 인정 될 수 있다.⁹ 그러나 출원인은 입체적 형상 등으로 된 상 표가 기능적이지 않다는 것을 주장하기 위해서 출원인 • 경업자의 광고·홍보·설명자료가 선전하는 실용적인 이점이 출원된 입체적 형상 등에서 기인하지 않는다는 사실을 증명하는 자료, 관련 업계에서 사용되고 있거나 사용될 수 있는 동일한 용도의 입체적 형상 등이 존재 또 는 간단한 변형을 통해서 고안될 수 있으며, 이러한 형상 등이 출원된 형상 등과 동일한 기능을 가진다는 사실을 증명하는 자료, 출원된 입체적 형상 등과 동일한 기능을 가진 대체가능한 형상 등의 생산 비용 • 난이도가 동등 하다는 사실을 증명하는 자료 등을 제출할 수 있다. 10)

2.4 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률

특정 브랜드의 자율주행차의 실내디자인 전체 또는 구성요소가 국내에 널리 알려진 경우 이를 무단으로 사용하는 행위는 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」(이하, "부정경쟁방지법")은 제2조 제1호 가목 및 나목에 규정된 상품주체 혼동행위 및 영업주체 혼동행위에 해당할 수 있다.

상품주체 혼동행위란 국내에 널리 인식된 타인의 성명이나 상호, 상표, 상품의 용기와 포장, 그 밖에 타인의 상품임을 표시한 표지와 동일하거나 유사한 것을 사용하거나 이러한 것을 사용한 상품을 판매・반포・수입・수출하여 타인의 상품을 혼동하게 하는 행위를 말하며, 영업주체 혼동행위는 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 표장, 그 밖에 타인의 영업임을 표시하는 표지와 동일하거나 유사한 것을 사용해 타인의 영업상의 시설 또는 활동과 혼동하게 하는 행위를 말한다. 특히 영업표 지는 상품을 판매하거나 서비스를 제공하는 방식부터 간판・외관・실내장식 등 영업제공 장소의 전체적인 외관까지 모두 포함하는 개념으로 자율주행차의 내부디자인 역시 국내에 널리 인식된 경우에는 영업표지로 보호

받을 수 있다. 그러나 자율주행차의 실내디자인의 구성 요소가 상품의 형태의 경우에는 다른 유사상품과 비교 하여, 수요자의 감각에 강하게 호소하는 독특한 디자인 적 특징을 가지고 있는 등 일반수요자가 일견하여 특정 의 영업주체의 상품이라는 것을 인식할 수 있는 정도의 식별력을 갖추고 있어야 하며, 나아가 해당 상품의 형태 가 장기간에 걸쳐 특정의 영업주체의 상품으로 계속적・ 독점적 • 배타적으로 사용되거나, 또는 단기간이라도 강 력한 선전 • 광고가 이루어짐으로써 그 상품형태가 갖는 차별적 특징이 거래자 또는 일반수요자에게 특정 출처 의 상품임을 연상시킬 정도로 현저하게 개별화된 정도 에 이르러야 한다(대법원 2007. 7. 13. 선고 2006도1157 판결; 대법원 2007. 11. 29. 선고 2006도267 판결). 다만, 국내에 널리 인식될 것, 즉 주지성 요건을 충족하기 위해 서는 국내 전역에 걸쳐 모든 사람에게 알려져 있음을 요 하는 것이 아니라 국내의 일정한 지역 범위안에서 거래 자 또는 수요자들 사이에 알려진 정도로서 족하다(대법 원 1980. 12. 9. 선고 80다829 판결).

한편 상품주체 및 영업주체의 혼동에 해당하는지 여 부를 판단함에 있어서는 "상품의 성질, 영업의 형태 기 타 거래사정 등에 비추어 유사상표를 사용하는 상품 또 는 영업이 저명상표의 저명도와 그 지정상품 또는 영업 이 갖는 명성에 편승하여 수요자를 유인할 수 있을 정도 로 서로 경업관계 내지 경제적 유연ㆍ후원관계가 있는 지가 일응의 기준이 된다"고 할 수 있으며(대법원 1998.5.22.선고 97다36262 판결), 구체적인 판단에 있어 서는 "표지선택의 동기, 표지에 나타난 악의도 참작"하 여야 한다(서울지방법원 2003. 8. 7. 선고 2003 카합1488 판결). 자율주행차의 실내디자인의 경우 일반적으로 경 업관계 내지 경제적 유인관계가 있는 경쟁업체간의 분 쟁이 일반적으로 예상되지만, 특정 자율주행차의 실내 디자인을 일반 카페나 식당에서 무단으로 모방하는 경 우 상품의 성질, 영업의 형태 기타 거래사정 등이 갖는 명성에 편승하여 수요자를 유인할 수 있을 정도로 서로 경업관계 내지 경제적 유연관계가 있다고 보기 어렵고 상품의 출처에 대한 혼동을 일으킬 우려가 없다는 점에 서 부정경쟁행위가 성립하기가 어렵다. 그러나 상품주 체 또는 영업주체 혼동은 주체의 동일성에 관한 협의의 혼동뿐만 아니라, 양 상품주체 또는 영업주체 사이에 일 정한 관계가 존재하는 것은 아닌가 하는 광의의 혼동까 지 포함한다(대법원 1998.5.22. 선고 97다36262 판결). 따 라서 해당 카페나 식당이 특정 자율주행차 업체와 일정 한 관계가 존재하는 것처럼 광고하거나 영업활동을 하 는 경우, 영업주체의 혼동에 해당할 수 있다.

이외에도 특정 브랜드의 자율주행차의 실내디자인을

무단으로 모방하는 행위는 「부정경쟁방지법」 제2조 제1 호 파목에 해당할 수 있다. 「부정경쟁방지법」 제2조 제1 호 파목은 "그 밖에 타인의 상당한 투자나 노력으로 만 들어진 성과 등을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용 함으로써 타인의 경제적 이익을 침해"하는 행위를 부정 경쟁행위로 규정한다. 소위 '단팥빵' 매장 인테리어 사 건에서 항소심은 원고 매장의 간판, 내부 인테리어 등을 포함한 원고 영업의 종합적 이미지는 원고의 상당한 투 자나 노력으로 만들어진 성과에 해당하고, 피고들 매장 의 표장 등이 그 형상이나 배치 형태 등에 있어서 원고 매장의 것과 유사하고, 소비자들로 하여금 원고 매장과 동일하거나 매우 유사한 느낌을 갖도록 피고들이 매장 을 운영하는 것은 원고가 이룩한 성과를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 피고들의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 원고의 경제적 이익을 침해한 것이라고 판단하였고(서울고등법원 2016. 5. 12. 선고 2015나2044777 판결), 대법원은 이 사건을 심리불 속행 기각하여 원심판결이 그대로 확정되었다(대법원 2016. 9. 21. 선고 2016다229058 판결). 따라서 특정 자율 주행차 브랜드를 떠올릴 수 있게 하는 전체적인 실내디 자인은 자율주행차 분야에서 일반적으로 사용되는 시트 배치나 구성요소들의 조합이 아닌 이상 「부정경쟁방지 법」에 의하여 보호받을 수 있다.

3. 자율주행차 실내디자인 보호 법제 개선 방안

3.1 「디자인보호법」상 '디자인'의 정의 재고

앞서 검토한 바와 같이 우리나라 「디자인보호법」은 화상을 비롯한 일부 예외를 제외하고는 원칙적으로 물 품성을 전제로 하고 있기 때문에, 자율주행차 내부 공간 의 다양한 구성의 조합, 배치를 통해 만들어지는 전체적 인 미감은 보호받기 어렵다.

그러나 디자인의 국제분류인 로카르노 분류(Locarno classification) 제32류 '겟업(Get-up)'에는 그래픽 심벌, 로 고, 표면문양, 장식 등이 포함되어 있으며, 따라서 자율 주행차의 실내디자인 역시 여기에 해당할 수 있다. EU 공동체디자인규칙 Council Regulation(EC) No 6/2002 of 12 December 2001 on Community designs) 역시 제3조에 서 디자인을 "제품의 전부 또는 일부분의 외형으로서, 제품 자체 또는(그리고) 제품을 장식한 특징, 특히 선, 윤 곽, 색채, 형상, 질감 또는 (그리고) 소재로부터 파생되는 외형"으로 규정하는 한편, 제품의 범위에는 "부품, 포장, 겟업(Get-up), 그래픽 심벌, 인쇄용 글자꼴"을 포함하고 있다. '겟업(Get-up)'의 정의는 명확하지 않으나, 제품이

나 서비스의 전체적인 외관이나 종합적인 이미지를 보 호하는 개념이라고 볼 수 있으며, 기차나 비행기의 실내 인테리어, 은행 로비, 호텔 미팅룸, 카페 등이 유럽연합 지식재산청(EUIPO)에 물품의 표시를 겟-업으로 하여 등 록된 예이다.11) 미국특허법의 경우에는 제조 물품에 관 한 새롭고 독창적이며 장식적인 디자인을 디자인 특허 적용 대상으로 규정하고 있는 것과 별개로(제171조), 이 와는 별개로 연방 상표법에서 제품 및 서비스의 외형 즉, 모양, 색, 크기, 재질 또는 이러한 것들의 조합을 통해 소 비자가 인식하는 상품 또는 서비스의 종합적인 인상과 전반적인 모습(Total image and overall appearance)를 트 레이드 드레스(Trade dress)로 보호하고 있다(제43조 (a)(3)). 이외에도 우리나라 「디자인보호법」에 해당하는 일본 의장법은 건축물의장(建築物の意匠) 뿐 아니라 건 축물의 공간(空間)을 나타내는 내장의장(内装の意匠)을 의장법의 보호대상에 포함하고 있다. 다만, 내장의장을 "점포, 사무소, 기타 시설의 내부설비 및 장식"이라고 특 정하고, 그 "내장을 구성하는 물품, 건축물 또는 화상과 관련된 디자인은 내장 전체로서 통일적인 미감을 일으 킬 때에는 하나의 의장으로서 출원을 하여 의장등록을 받을 수 있다"는 제한을 두고 있다(제7조의2).

최근 디자인이 물품의 외관 형태가 없거나 물품에 표 시된 형태가 아닌 경우 디자인 그 자체로서 보호받기 어 려운 상황을 개선하기 위하여 「디자인보호법」 개정 논 의 과정에서 디자인의 개념을 건축물이나 인테리어 디 자인으로까지 확대하자는 논의가 이어져 왔으나, 저작 권과의 이중보호적 측면, 보호 범위 해석의 문제, 제3자 의 과도한 실시제한 등의 우려로 인해 입법까지 이루어 지지 못하였다. 우리나라 「디자인보호법」에서 실내디자 인을 디자인의 보호대상에서 제외하고 있는 주요 이유 중의 하나는 저작권과의 중첩 문제 때문이다. 12) 그러나 실내디자인 전체나 구성요소가 「저작권법」에 의하여 보 호될 수 있다고 하여도, 이들에 대한 저작권 측면에서의 보호에는 중요한 한계가 있다. 즉, 기능성ㆍ실용성을 목 적으로 하는 실내디자인이 「저작권법」상 저작물로 인정 받기 위해서는 전체적 외관에 창작성이 인정되어야 하 는데, 창작성 요건을 인정받기 쉽지 않다. 13) 도리어 기능 성 • 실용성을 갖춘 실내디자인은 원칙적으로 산업상 유 용한 미적 창작물을 보호하는 디자인 보호 제도에서 보 호하는 것이 적절하다. 또한 설사 저작권과의 중첩 보호 문제가 발생한다고 하더라도, 지식재산권의 중첩적 보 호는 일반적으로 허용되고 있으며, 보호의 목적과 요건, 법익이 상이하기 때문에 보호의 중첩으로 인한 문제도 실질적인 이유가 된다고 보기 어렵다.

3.2 「저작권법」상 '분리가능성' 판단 기준 구체화

앞서 검토한 바와 같이 자율주행차 실내디자인이나 시트 디자인과 같은 개별 구성요소들의 디자인은 응용 미술저작물로 보호받을 수 있으나, 실무상 응용미술저 작물로 보호받기 위한 요건인 물품과의 분리가능성을 인정받기 쉽지 않다.

미국의 경우 법원들이 실용품 디자인의 심미적 요소 와 실용적 요소의 분리가능성과 관련하여 물리적 분리 가능성(Physical separability)과 관념적 분리가능성(Conceptual separability)으로 구분하여 이 중 하나가 인정되면 저작 물성을 인정하였으나, 2017년 미국 연방대법원을 통해 통일된 분리가능성 기준을 마련하였다(Star Athletica, L.L.C. v. Varsity Brands, Inc., 137 S. Ct. 1002(2017)). 즉 (1) 실용품의 디자인에 포함된 특징이 실용품과 분리되 어 평면적 또는 입체적 미술저작물로 인식될 수 있고, (2) 단독으로 또는 다른 유형적 매체에 고정되어 회화, 그래 픽 또는 조각저작물로 인정되면 분리가능성이 인정된 다. 반면, 우리나라의 경우 응용미술저작물의 분리가능 성에 관한 구체적인 사례들에서 법원이 판단 기준을 명 확히 제시되지 않은 채 분리가능성을 인정하거나 부정 한 경우가 많아서 통일된 기준이 마련되어 있지 않으며, 응용미술저작물의 분리가능성에 관한 학계의 논의 역시 적다.14) 다만, 2014년 하급심 법원이 응용미술저작물의 분리가능성과 관련하여 "당해 물품의 기능적 요소와는 구분되는 미적인 요소로서 그 독자성이 인정됨에 따라 그 자체로 얼마든지 다른 물품에도 적용될 수 있는 성질 을 의미하는 바, 물품의 형상이 미적인 요소와 실용적· 기능적 요소를 함께 반영한 것이라면 그 형상이 설령 미 적인 것이라 해도 관념적 분리가능성이 있다고 볼 수 없 고, 그 형상이 실용적 기능적 요소를 고려하지 않은 순수 한 미적인 판단이 독립적으로 작용한 결과 나타난 것이 라면 관념적 분리가능성이 있다"고 판시함으로써(서울 중앙지방법원 2014. 1. 29. 선고 2012가합543317 판결) 분 리가능성의 기준을 언급한 바 있다. 그러나 이 판결에서 도 법원은 구체적인 기준을 제시하지 않은 채 쟁점이 된 제품의 디자인의 저작물성을 부정하였다.

단순한 운행 공간을 넘어선 생활공간으로서의 자율주 행차의 실내디자인이나 이를 구성하는 개별 요소들의 디자인의 중요성이 커질 것이라는 점에는 이견이 없다. 그러나 이러한 디자인의 기능적 측면과 심미적 측면을 명확히 구분하기란 더욱 어려워질 것이고 분리가능성에 관한 명확한 기준 마련에 대한 요구는 더욱 커질 것으로 보인다. 따라서 응용미술저작물의 분리가능성의 판단 기준과 관련된 법원의 명확한 기준이나 구체적인 법리 마련을 통해 법적 안정성의 결여가 해소되어야 한다. 특 히 자율주행차의 실내디자인에 사용된 시트 디자인과 같은 물품의 디자인의 경우 해당 물품의 실용적 기능에 영향을 미칠 수밖에 없다는 점을 감안해야 한다. 따라서 실용적 기능에 어떠한 영향도 미치지 않는 오로지 심미 적 • 예술적 특징만이 「저작권법」상 응용미술저작물로 보호된다고 좁게 해석해서는 안 될 것이다.

3.3 「상표법」상 '기능성'에 대한 법리 마련

자율주행차의 실내디자인의 개별 구성 요소들에 사용 된 특정 색채는 해당 상품의 실용적 기능을 위해 반드시 필요한 것이라고 단정할 수 없는 경우가 많다. 이에 따라 자율주행차 실내디자인의 개별 구성 요소들에 사용된 특정 색채의 경우에는 기능성 여부의 판단에 있어서는 실용적 기능성(Utilitarian functionality)보다는 고객 흡입 력과 관련하여 심미적 기능성(Aesthetic functionality)에 대한 판단이 불가피할 것이다. 실용적 기능성은 상품이 더 훌륭하게 기능할 수 있도록 하는 공학적인 의미에서 의 실용성이며 상품의 사용이나 목적에 필수적이거나 가격에 영향을 주는 것은 상표로서 보호를 할 수 없다는 것으로 실용적 기능성의 판단에 있어서 (i) 보다 더 잘 작 동되는지 (ii) 생산 또는 포장에 비용이 덜 소요되는지, (iii) 보다 좋은 품질을 확보할 수 있는지, (iv) 다른 디자 인에 의한 대체가능성이 있는지 여부가 판단 기준이 될 수 있다. 반면, 심미적 기능성은 형상의 미적 가치로부 터 그 형상이 기능적인지 여부를 판단하는 것으로 대체 적 디자인에 의하여 복제될 수 없는 미적 가치가 있다면 이에 대한 독점이 허용되어서는 안된다는 논의에 근거 하다.¹⁵⁾

이러한 실용적 기능성과 심미적 기능성은 미국 법원 의 판례를 통해 발전되어온 개념으로 미국 연방대법원 은 기능성에 관한 두 가지 테스트를 제시하고 있다. 이에 따르면 우선 해당 상품의 특성이 상품의 사용이나 목적 에 필수적인지 또는 가격이나 품질에 영향을 미치는지 여부에 따라 기능적인지를 판단하고, 이에 해당하지 않 는 경우라도 이러한 특성의 독점적 사용에 의하여 경쟁 자들이 "명성과 무관한 상당한 불이익(Significant nonreputation-related disadvantage)"을 받는다면 기능성이 인 정된다(TrafFix Devices, Inc. v. Marketing Displays, Inc., 532 U.S. 23(2001)). 그러나 우리나라에서는 기능성, 나아 가 심미적 기능성에 대한 부분이 논점이 되기보다는 이 러한 상품의 특성이 상표로서 기능할 수 있는지 또는 식 별력을 취득하였는지 여부가 중점적으로 논의가 되어져 왔으며, 이를 검토한 판례가 충분히 축척되어 있지 않 다.16) 자율주행차의 실내디자인에 사용된 특정 색채가 반드시 기능적이라고 단정할 수는 없다. 따라서 향후 색

채상표에 대한 보호가 야기할 수 있는 부당한 경쟁 제한 의 문제를 미국의 판례법에서 발전한 심미적 기능성 기 준을 통해 간접적으로 완화시키는 방안에 대한 검토도 필요하다. 다만, 심미적 기능성의 개념은 그 판단에 있어 서 주관적인 관념이 개입할 여지가 크기 때문에, 우리 법 률 체계에 맞는 해석 기준 마련이 필요하다.

4. 결 론

전기차의 경우에도 전기 모터와 배터리가 사용되지만 구조가 훨씬 단순하며 부품 수가 줄어들면서 차의 형태 도 단순해지고 자연스럽게 내부 공간 확장에 초점을 맞 추게 될 것이다. 아울러 자율주행 모빌리티로의 변화로 인하여 운전자의 운전 활동 및 이와 관련된 의무가 줄어 들게 된다. 이에 따라 새로운 생활공간의 개념이라는 측 면에서 운전자와 탑승자에게 다양한 가능성과 서비스를 제공하게 될 것이고 자율주행차 실내의 정체성과 차별 성이 더욱 중요해질 것이다.

이에 따라 본 논문은 자율주행차 실내디자인의 지식 재산권 측면에서의 법적 보호 현황을 검토하였고 다음 과 같은 법적 개선 방안을 제안한다.

- 1) 기능성 실용성을 갖춘 자율주행차의 실내디자인은 원칙적으로 산업상 유용한 미적 창작물을 보호하는 디자인 보호 제도에서 보호하는 것이 적절하다. 우리 나라의 경우에도 제32류에서 "인테리어"를 별도 보 호받을 수 있는 대상으로 분류하고 있는 로카르노 분 류에 따라 물품을 분류하고 있고, 해외 입법례들을 감 안할 때 우리나라에서도 실내디자인을 「디자인보호 법」상 디자인의 보호 대상으로 제외하는 방식은 재 고가 필요하다. 다만, 「디자인보호법」 상 보호 대상의 확대 여부는 「저작권법」 또는 「부정경쟁방지법」 과의 충돌로 인해 「디자인보호법」에서 보호가 필요한지에 대한 논의가 함께 이루어져야 한다.
- 2) 자율주행차의 실내디자인이나 이를 구성하는 개별 요소들의 기능적 측면과 심미적 측면을 명확히 구분 하기 더욱 어려워질 것으로 예상된다. 따라서 「저작 권법 | 상 응용미술저작물의 분리가능성에 대한 법원 의 명확한 기준이나 구체적인 법리 마련이 필요하다. 특히 자율주행차의 실내디자인에 사용된 물품의 디 자인의 경우 해당 물품의 실용적 기능에 영향을 미칠 수밖에 없기 때문에, 실용적 기능에 어떠한 영향도 미 치지 않는 오로지 심미적 • 예술적 특징만이 「저작권 법」에 의하여 보호된다고 좁게 해석해서는 안 될 것 이다.
- 3) 자율주행차의 실내디자인의 개별 구성 요소들에 사

용된 특정 색채는 해당 상품의 실용적 기능을 위해 반 드시 필요한 것이라고 단정할 수 없는 경우가 많다. 즉, 자율주행차 실내디자인의 개별 구성 요소들에 사 용된 특정 색채의 경우에는 기능성 여부의 판단에 있 어서는 실용적 기능성보다는 고객 흡입력과 관련하 여 심미적 기능성에 대한 판단이 불가피할 것이다. 따 라서「상표법」보호가 야기할 수 있는 부당한 경쟁 제 한의 문제를 미국의 판례법에서 발전한 심미적 기능 성 기준을 통해 간접적으로 완화시키는 방안에 대한 검토가 필요하다. 다만, 심미적 기능성의 개념은 그 판단에 있어서 주관적인 관념이 개입할 여지가 크기 때문에, 우리 법률 체계에 맞는 해석과 기준에 대한 마련이 필요하다.

References

- 1) S. Hong, S. Shin and J. Jang, "The Next Generation Autonomous Car Seat Design Development," KSAE Fall Conference Proceedings, pp.1250-1256, 2018.
- 2) S. Koo, "An Observation on Vehicle Body Design Factor for Reducing Autonomous Vehicle Passengers Motion Sickness," Transactions of KSAE, Vol.29, No.1, pp.93-102, 2021.
- 3) J. Maeng, S. Hong and J. H. Yang, "Passengers Emotional Evaluation Depending on Arrangement in an Autonomous Driving Simulator," Transactions of KSAE, Vol.30, No.3, pp.185-192,
- 4) Carscoops, WayRay Holograktor Is A Ride-Hailing Car For The Metaverse Which Can Be Driven Remotely, Retrieved from https://www.carscoops. com/2021/11/wayray-holograktor-is-a-ride-hailingcar-for-the-metaverse-which-can-be-driven-remotely/, 2021.
- 5) K. Song, "A Study on the Design Direction of Smart Mobility Interior Space," Journal of the Korea Institute of Spatial Design, Vol.16, No.8, pp.309-311, 2021.
- 6) KIPO, Trademark Examination Guideline, pp.80201-802044, 80701, 2022.
- 7) KIPO, Trademark Examination Guideline, p.40903, 2022.
- 8) KIPO, Trademark Examination Guideline, pp.50501-5051, 2022.
- 9) KIPO, Trademark Examination Guideline, p.50506, 2022.
- 10) KIPO, Trademark Examination Guideline, pp.50510-50511, 2022.

- 11) D. Stone, European Union Design Law A Practitioner's Guide, 2nd Edn., Oxford, London, p.62, 2016.
- 12) W. Ahn, "Reconsideration of the Definition of Article in the Design Protection Act," Journal of Intellectual Property, Vol.16, No.1, pp.67-68, 2021.
- 13) KIPO, Study on Registration Requirement and Scope of Right as the Result of Increasement in the Protection Item of Design, https://www.KIPO.go.kr/, 2012.
- 14) K. S. Park, "The Study on the Separability Standards of the Design of a Useful Article under

- the U.S. Copyright Act Focusing on the U.S. Supreme Court's Star Athletica v. Varsity Brands -," Copyright Quarterly, Vol.30, No.2, p.102, 2017.
- 15) J. Hughes, "Cognitive and Aesthetic Functionality in Trademark Law," Cardozo Law Review, Vol.36, pp.1227-1233, 2015.
- 16) K. S. Park, "The Study on the Protection of Sole Color Mark - Focusing on the Disputes over Christian Louboutin's Red Sole in the U.S. -," Journal of Korea Information Law, Vol.23, No.2, pp.107-140, 2019.