

# 디자인 보호방법과 법규

-캐릭터를 중심으로-

Design Protection and Laws on Design

- focusing on characters -



최영옥 (Choi, Young-ok)

한중대학교

**논문요약**

**Abstract**

**I. 서론**

1. 연구 배경 및 목적
2. 연구 방법 과 범위

**II. GOOD DESIGN제도**

**III. 디자인의 보호방법**

1. 특허권적 접근방법
2. 저작권적 접근방법
3. 디자인적 접근방법

**IV. 디자인 보호법규**

1. 저작권법
2. 의장법
3. 상표법 및 부정경쟁방지법
4. 특허법 및 실용신안법
5. 기타 관련 법규

**V. 캐릭터(Character)의 보호**

1. 캐릭터의 종류와 상품화권
2. 저작권법에 의한 보호
3. 의장법에 의한 보호
4. 상표법 및 부정경쟁방지법에 의한 보호

**VI. 디자인보호 강화를 위한 방안**

1. 저작권성의 인정
2. 포장디자인의 보호확대
3. 침해사례에 대한 처리의 公示
4. 전산시스템의 구축
5. 보호와 존중에 대한 인식

**VII. 논의**

**참고문헌**

**(Keyword)**

Design, Protection, Laws, Characters

**논문요약**

현대사회에서 디자인의 중요성은 이미 보편화되어있다, 그러나 의사에게 단 몇 분의 조언을 받고 일정금액을 지불함에 아무런 이의나 불만을 느끼지 않으면서, 막상 디자인적인 조언과 마케팅적인 조언을 구할때는 일정한 결과물과 함께 그 비용에 대하여 상대적인 과대지출이란 느낌을 갖고 있는 것이 사실이다, 그 결과의 극단적인 예로 시안을 무상으로 사용하거나 적당한 디자인을 조금 변형하여 사용하여 지적인 에너지소모와 창조적이고 전문적인 지식을 갖고 일하는 관련 디자이너들에게 치명적인 피해를 입게 하는 경우가 많다.

이 글에서 필자는 무형재산권의 하나로서 보호되는 디자인보호방법, 디자이너들이 잘 모르고 있는 법규 등을 알아봄에 캐릭터를 중심으로 하여 살펴보았다. 이 글은 디자인에 대한 법적 보호방법을 알아보고 그 접근방법의 여러 형태를 알아보았으며, 이의 원인과 이를 시정하기 위한 방안을 제시하는 데에 그 목적이 있다. 이로써 디자인의 보호현황에 대한 법률적 검토와 평가를 위한 법률 전문가적 연구에 하나의 단서가 되기를 바라는 것이다.

현재 우리나라에서는 예전 보다든 나아지고 있지만 아직도 디자인에 대한 법적 보호의 수준은 현재 매우 미약하다. 특히 우리 법원의 입장이 아직은 기업사회에 잘 못 정착되어있는 법적인 문항과 판례 등을 근거로 하여 얼마든지 법규를 피하여 모방을 할 수 있도록 되어있다, 계정판 에서는 좀 더 보안이 되었지만 아직도 디자인에 대한 국제적 수준에 맞는 보호 메커니즘을 형성하기 위하여서는 디자인에 저작권으로서의 성격을 인정하고, 보호내용의 충실화, 침해모니터링을 위한 전산시스템 확충, 침해사례에 대한 공시(公示), 그리고 무엇보다도 디자이너와 관련전문가들이 자신들의 정신적 노작물(精神的 勞作物)에 대한 보호의식을 고취하여 창조적 가치에 대한 인식을 높이는 것이 무엇보다도 필요한 사항이라 사료된다.

**Abstract**

In general, it is commonly believed that design is very important in our modern society. However, while having no complaint about what we pay for the medical doctor's very short advice, we tend to be

very reluctant to pay for the advice on design and marketing. The case in point is that a person uses a draft design made by other people for free or revise it as if he made it for himself. Such unscrupulous behaviors can inflict fatal damage to professional designers who spend a lot of time and energy in making creative outcomes.

In this paper, I will go over how to protect design which is one of the intangible assets and go through the laws on design that ordinary designers usually don't know, with a focus on characters. Also I will talk about the legal ways to protect design and about various approaches to do so. The purpose of this paper is to find out the main causes for illegal use of design and to provide a corrective measure to tackle it. I hope this paper will be a stepping stone for a legal and professional study to review and evaluate our current design protection measures.

In Korea, the legal design protection is poorly established, although it's getting better than before. Under our current laws on design, it is rather easy to use the loopholes with which, based on various precedents, people can copy and imitate design without any guilt. The laws have been revised and improved to some extent, but we have a long way to go to come up with a design protection measure meeting the international standards. To solve this problem, we need to admit that design itself can be a copyright, to strengthen protection measures for design, to expand the computer systems to monitor illegal use of design, and to make public such illegal cases. Above all, it is most important, in particular, that designers and relevant experts should be fully aware of the creative values of their works and make an earnest effort to protect them.

## I. 서론

디자인이란 일상생활에 모든 사물과 생활용품 등 우리의 주변에 널려있기에 우리는 그 중요성과 필요성에 대하여 그동안 인지하지 못하고 있었으나, 점점 경쟁화시대에 들어서면서 디자인의 중요성이 인지되고 있고 디자인 마케팅과 디자인 파워에 대하여 높이 평가되고 있는 실정이다.

국내에서만 경쟁력에서 국제적 경쟁력으로 넓혀가고 있는 가운데 on-line이 보편화 되면서 전 세계가 인터넷을 통하여 실시간으로 그 변화에 접하고 있는 실정이다,

이에 전에는 외국의 디자인을 모방하거나 변형하여 마구 사용하기도 하였으나 이제는 관련법규의 강화와 함께 그 노출의 범위가 전세계화 되어있기에 자신도 모르는 사이에 법규에 저촉이 되는 경우도 있다. 우연히 창조된 디자인이 유사성을 띠는 경우도 있지만 그동안 대부분은 의도적으로 유사한 모방을 일삼고 있었기에 이에 대한 자신의 창조적 가치의 평가와 권익을 보호할 의미가 권리가 있기에 캐릭터를 중심으로 디자인 보호 법규와 방법에 대하여 알아보려고 한다.

## II. GOOD DESIGN제도

우리나라에서는 20세기 이후 근대산업이 급속히 발전하게 됨에 따라 소비자들의 욕구도 점차 개성화되고 다양화되었다. 이에 따라 공업품 및 공예품 혹은 건축물에 있어 일체의 쓸데없는 표면장식을 제거하고 무용한 선이나 색채의 유희를 배격하여 물품의 기능에 기초한 합리적 형태에 의해 최소한의 재료 및 노력을 들여 최대한의 기능을 발휘하게 한 것이 소위 'Good Design'이다. 최근 이러한 Good Design의 공예품·공업품이 크게 대두되게 되었다. Good Design제도는 오래 전부터 선진 제국에서 실시해 왔으며, 우리나라도 디자인개발을 촉진하기 위한 제도의 중요성에 대한 인식이 증대되어 1985년 이래 한국디자인진흥원에서 우수디자인상품 선정제도를 채택·시행하고 있다.

이러한 우수디자인상품으로 선정되기 위해서는 공고 전 1년 이내에 국내에서 이미 유통되고 있는 상품으로서 외관, 기능, 품질이 선정기준에 적합하고 대량생산에 적합하며 경제성이 있어야 한다. 그러나 Good Design제도에 대한 회의적인 의견도 적지 않은 상황이다.

### III. 디자인의 보호방법

디자인보호제도를 국제적으로 살펴보면, 디자인에 대한 권리를 인정하는 근거와 그 권리내용의 구성방법이라는 측면에서 크게 두 종류의 접근방법이 있음을 알 수 있다. 그 하나는 특허권적 접근(patent approach)이고, 다른 하나는 저작권적 접근(copyright approach)이다.

특허권적 접근이란 디자인보호체제에 있어 디자인의 신규성(novelty)에 권리발생의 근거를 두고 디자인권을 특허권 등 다른 산업재산권과 동일한 배타적 권리로 구성하는 것을 말한다. 한편 저작권적 접근이란 디자인보호체제에 있어 디자인의 독창성(originality)에 권리발생의 근거를 두고 디자인권을 차단효과(blocking effect)가 없는 모방 금지권 으로 구성하는 것을 말한다. 최근에는 상기의 두 가지 접근방법을 병용하려는 시도가 등장하였는데, 이것을 디자인적 접근(design approach)이라 부른다. 좀더 자세하게 살펴보면 아래와 같다.

#### 1. 특허권적 접근방법

특허권적 접근에 의한 디자인보호제도는 파리조약을 그 배경으로 한다고 할 수 있다. 파리조약은 산업재산권의 보호대상으로서 디자인(industrial design)을 명시하고 있고(파리조약 1②), 제5조의 5에서 “디자인은 모든 동맹국에서 보호 된다”는 근본방침을 천명하고 있다. 그러나 구체적인 디자인 보호의 내용에 대해서는 각국의 국내법에 위임하고 있다.

특허권적 접근은 미국, 일본과 우리나라의 의장법이 취하고 있는 태도이다.

특허권적 접근에 의한 디자인보호제도의 핵심은 디자인에 대한 권리를 배타적인 지배권으로 구성한다는 점이다. 즉 특정 디자인에 대해 등록절차를 거친 권리자만이 그 권리의 주체로서 그 디자인을 지배할 수 있도록 인정하며, 타인이 독자적으로 창작한 디자인이라도 권리자의 디자인과 실질적으로 동일하다고 인정되는 경우 그 타인의 사용을 배제할 수 있다는 의미이다.

보호기간은 배타적 지배권으로서의 성질과 권리 소멸 후 자유이용에 의한 일반 공중의 이익을 형량하여 비교적 단기이다. 특허권적 접근의 장점은 주로 권리의 강력함과 등록절차의 경유로 인하여 공시가 가능함에 있다. 그러나 등록절차에 소요되는 시간 때문에 보호가 늦어진다는 단점이 있다.

#### 2. 저작권적 접근방법

저작권적 접근에 의거한 의장보호제도를 채용하는 경우에 참고 되는 것은 베른협약이다. 베른협약은 보호대상에 응용미술작품(works of applied arts)을 포함하며 동 협약 제2조 제7항에서 “응용미술저작물 및 산업디자인·모형에 관한 법률의 적용범위와 그러한 저작물·디자인 및 모형이 보호되는 조건은 동맹국의 입법에 유보한다.”고 규정하여 디자인보호의 구체적인 내용은 각국에 위임하고 있다. 다만 보호기관에 관한 규정이 마련되어 있는 것이 파리조약과 다르다. 디자인보호제도에 있어 저작권적 접근이란 창작자가 타인의 창작물을 모방하지 않고 독자적으로 창작하였다는 의미에서의 독창성을 권리발생의 근거로 하고, 그 권리의 내용을 상대적 독점권, 즉 실질적으로 동일한 창작물이라도 모방하지 않고 독자적으로 창작한 타인에 대해서는 자기의 권리를 주장할 수 없는 것으로 구성하는 것을 말한다.

#### 3. 디자인적 접근방법

상술한 바와 같이 특허권적 접근방법과 저작권적 접근방법 모두에 각각 단점이 있으며, 현실적으로 각국의 법제도는 두 접근방법을 양끝으로 하는 스펙트럼 중의 어딘가에 위치한다고 할 수 있다.

디자인적 접근방법은 디자인에 기대되는 라이프 사이클이나 시장가치의 변동경향이 다양한 것을 고려한 새로운 접근방식으로, 라이프 사이클이 짧은 디자인에 대해서는 무 방식으로 신속하게 상대적 권리(모방금지권)를 인정하는 한편, 비교적 라이프 사이클이 긴 디자인을 위해서는 등록에 의한 배타적 권리도 인정하는 방식이다. 디자인적 접근방법의 대표적인 예는 1988년 이후 시행되고 있는 영국의 CDPA와 EU의 공동체디자인규정(안)을 들 수 있다.

### IV 디자인 보호법규

#### 1. 저작권법

##### 1) 저작권법의 연혁

최초의 저작권법은 1908년의 한국저작권령이라 할 수 있으나 일제의 강점으로 실효를 보지 못하였고, 현행 저작권법의 연원은 1957년 신규 제정된 저작권법이다.

1957년의 저작권법은 음반 등도 저작물로 보았고, 보호기간은 저작자 사후 30년까지이었다. 그 후 1987년의 전면개정으로 저작인접권이 인정되었고, 보호기간이 저

작자 사후 50년으로 연장되었으며, 저작권위탁관리업과 저작권심의조정제도에 관한 규정이 신설되었다. 1994년에 부분개정안이 있었는데, 고등학교 이하의 교과용 도서에서 저작물 이용시 보상금 지급규정과 데이터베이스의 보호규정, 판매용 음반에 대한 대여권 인정규정이 신설되었고, 저작권권의 보호기간이 50년으로 연장되었다. 1995년의 부분개정에서는 외국인의 저작물 등에 대한 소급보호가 인정되고, 번역권에 대한 강제허락제도가 폐지되었다.

2000년의 부분개정에서는 전송권이 신설되었고, 응용미술저작물의 정의규정을 별도로 신설하였으며, 저작권 등록제도를 정비하는 한편, 저작권 침해에 대한 구제를 강화하였다.

## 2) 저작권법의 특징

저작권법은 사익과 공익의 조화를 도모하여 궁극적으로 문화의 향상발전에 이바지함을 목적으로 하는 이해조정법이자, 지속적으로 새로운 저작물 및 이용방법이 출현함에 따라 그 해석적용에 탄력성이 요구되는 사실변화에 밀접한 법이다.

또한 저작물은 인류공동의 문화적 재산으로서 그 이용에 국경이 없으며, 국제적으로 그 법적 보호가 통일되고 보편성을 가지는 경향이다.

## 3) 디자인보호법으로서의 역할

당초의 1957년 법에는 디자인에 관한 특별한 언급이 없었으나, 1986년 개정법에 와서 응용미술이 저작물의 예시에 명시되고 응용미술작품이 전면적으로 보호되기 시작하였고, 2000년 개정법에서는 응용미술작품의 용어를 응용미술저작물로 변경하면서 그 정의규정을 별도로 신설하였는데, 이에 디자인이 포함되는 것으로 명시하고 있다.

이와 같이 저작권법의 디자인 보호법으로서의 역할이 점차 강화되는 것처럼 보이며 또 현실적으로도 그러한 것이 사실이기 는 하지만, 예술적 창작물에 대한 보호법으로서의 저작권법의 본질상 저작권법은 예나 이제나 디자인 보호에 관한 일반법의 성격을 가진다고 할 수 있다. 특히 건축디자인의 경우에는 의장법의 보호대상이 되지 않지만, 저작권법에는 저작물의 예시에서 건축저작물로 명시되어 있다.

## 2. 의장법

### 1) 의장법의 연혁

우리나라 최초의 의장법은 1908년의 한국의장령(칙령 제197호)이라 할 수 있는데, 이것은 그 당시 일본의 특허 및 의장제도를 그대로 답습한 것으로서 일제 침략정책의 일환으로 행해진 것이었는데, 그나마 1910년 한일합방과 동시에 폐지되고 일본국의 의장법이 그대로 시행되었다. 8·15해방 후 미군정이 실시되던 1946년 미군정령으로 의장과 실용신안을 포괄하는 특허법이 제정되었는데, 이 임시법은 이후 15년간 그 효력이 지속되었다. 현행 의장법은 1961년 12월 31일에 제정 공포되어 동일자로 시행하게 되었으며, 이후 수차례 개정을 거쳐 오늘에 이르고 있다.

### 2) 의장법의 특징

우리 의장법은 특허권적 접근법에 의한 제품디자인 보호법의 전형 가운데 하나라 할 수 있으며, 심사주의를 기본으로 하고 물품을 기준으로 무심사주의를 병행하는 체제를 취하고 있다는 점에 특징이 있다고 할 수 있다.

결국 현재까지의 의장법은 보호대상을 달리하고 이에 따라 특유제도를 가지고 있을 뿐, 산업재산권법으로서 특허법과 형식과 체제를 공유하고 있는 법이라 할 수 있는 것이다.

### 3) 디자인 보호법으로서의 역할

‘의장’이란 원래 디자인을 일본식으로 번역한 말이다. 따라서 의장법은 애초에 디자인을 보호하기 위한 법인 것이며, 그동안 의장법은 공업적 제품의 미적 외관을 보호하는 기본법으로서 정착하여 왔다고 할 수 있다.

다만 의장법은 디자인 중 의장의 정의 규정에 합치하는 제품디자인만을 보호대상으로 하고 또 등록요건에 합치한 의장에 대하여 차단효과가 있는 독점권을 부여하는 제도로서, 디자인 보호에 관한 특별법의 위치에 있다고 보는 것이 옳을 것이다.

## 3. 상표법 및 부정경쟁방지법

### 1) 상표법

상표법은 상품이나 영업의 식별표지를 보호하는 법이다. 따라서 디자인 창작물의 보호와 직접적으로 관련이 있는 것은 아니지만, 디자인이 상품식별 표지로 기능하는 경우에는 상표법의 질차에 의해 간접적으로 보호받을 수 있다.

더구나 입체상표가 보호되기 시작한 이래 상표법에 의한 디자인의 보호는 그 현실적 가능성이 아주 높아졌

는데, 상표가 계속적인 갱신에 의해 반영구적인 보호가 가능하다는 점을 고려하면 강력한 보호수단이라 하지 않을 수 없다.

상표법은 다른 산업재산권법에 비해 보호대상이 특이하고 그 목적도 상이하나 산업발전을 목적으로 하는 산업재산권법의 하나로서 기본적으로 특허법적 체제를 공유한다. 따라서 등록에 의해 독점 배타권을 부여하는 구조로 되어 있다. 이런 점에서 마찬가지로 상품식별표지를 보호하나 등록에 관계없이 구체적 사용사실을 규제하는 부정경쟁방지법과 다르다.

## 2) 부정경쟁방지법

과대경쟁, 부정한 경쟁은 유통질서의 혼란을 가져와 업자와 수요자간의 불이익을 초래하고 나아가 국가산업발전을 저해하게 된다. 따라서 이를 방지하고 건전한 상거래질서를 확립하자는 데 부정경쟁방지법의 목적이 있다. 현행 부정경쟁방지법 중 디자인과 관계 깊은 것은 상품주체 혼동행위, 영업주체 혼동행위 및 희석화 행위이다. 그러나 디자인의 부정경쟁방지법에 의한 보호는 어디까지나 주지의 식별표지로 기능하는 경우일 뿐이며 디자인 그 자체의 보호가 목적으로 되는 것은 아니다. 다만 최근에는 신의칙에 반하는 영업행위 일반에 대하여 까지 부정경쟁방지법의 규제범위를 넓혀가는 경향에 있고, 이에 따라 일본의 예와 같이 공업신제품의 모조행위 방지를 위한 중요한 법으로 등장할 가능성이 높다고 하겠다.

## 4. 특허법 및 실용신안법

### 1) 기술적·기능적 디자인의 보호

디자인에는 미적·장식적 요소와 관계없이 순전히 기술적 요소만을 가지는 디자인도 있으며 현대 디자인에서는 중요한 일부를 구성하는 실정이다.

술적·기능적 요소만을 가진 디자인은 저작물이 될 수 없음은 물론 의장법에서도 부등록 사유의 하나로 명시하고 있으며, 상표법에서도 입체상표를 도입하면서 기능적 상표를 부등록 사유에 규정할 바 있다. 이는 기술적·기능적인 것은 기본적으로 특허나 실용신안의 영역이라는 사고에 연유하는 것이다. 따라서 이러한 디자인은 발명이나 고안으로서 특허법 혹은 실용신안법의 보호를 모색해야 한다.

### 2) 특허법과 실용신안법의 관계

실용신안제도는 실용적 창작을 보호하는 것으로 일반적으로 소발명(small inventions)에 대한 소특허(petty

patents)로 인식되고 있지만, 연혁적으로 보면 의장제도와 관련이 깊다. 실용신안법은 의장과 마찬가지로 신제품의 외관인 공간형태를 보호하는 것이고, 다만 외관의 기술적 효과를 보호한다는 점에서 그 미적 효과를 보호하는 의장제도와 구별되고, 다른 한편 외관과 관계없이 발명사상 그 자체를 보호하는 특허와 구별되는 것으로 해석되어 왔던 것이다. 그러나 그 이후 현재에 이르러서는 실용신안제도는 방법을 제외하고 실용적 창작을 보호하는 것으로서 특허제도와 질적인 차이가 있는 것은 아니며 무 심사에 의한 간이한 발명보호제도인 것으로 귀착되고 있다.

현행 우리의 특허법·실용신안법도 발명과 고안이 모두 기본적으로 기술적 사상인 것으로 정의하고, 실용신안의 등록요건에서 보호대상을 물품의 형상·구조 또는 조합으로 한정하는 체계를 취하고 있다. 실무상으로는 특허와 실용신안의 기술적 난이의 차이를 심각하게 구별하지 않고 있는 실정이며, 실용신안의 선 등록 무심사제도와 특허와 실용간 이중출원제도가 도입되면서 특허와 실용은 상호 보완하는 시스템으로 되어가고 있다고 할 수 있다.

디자인의 보호수단과 관련하여 보면, 제품디자인의 경우 물품을 전제로 하고 또한 디자인의 기술적·기능적 요소가 특허성을 구비하는 것이 일반적으로 용이하지 않다고 보았을 때, 심사실무상의 미묘한 차이를 고려한다면 디자인이 주로 실용신안법의 보호대상으로 되는 경우가 많을 것이다.

## 5. 기타 관련 법규

### 1) 산업디자인진흥법

산업디자인진흥법은 산업디자인의 연구 및 개발을 촉진하고 산업디자인의 진흥을 위한 사업을 지원함으로써 산업의 경쟁력 강화에 이바지함을 목적으로 1977년에 제정된 법이다. 이 법에서는 산업디자인에 대한 정의 규정을 두고 있는데, 이 법에서 “산업디자인”이라 함은 제품의 미적·기능적·경제적 가치를 최적화함으로써 생산자 및 소비자의 물질적·심리적 욕구를 충족시키기 위한 창작 및 개선행위를 말하고, 제품디자인·포장디자인·환경디자인·시각디자인 등을 포함한다고 하고 있다.(산업 2) 선정된 ‘우수산업디자인상품’에 대하여는 “우수산업



그림1) 우수상품디자인 마크

디자인표지”를 붙여서 판매하게 할 수 있다.<sup>1)</sup>

## 2) “대외무역법” 및 “불공정무역행위조사 및 산업피해구제에 관한 법률”

“대외무역법”은 대외무역을 진흥하고 공정한 거래질서를 확립하여 국제수지의 균형과 통상의 확대를 도모함으로써 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 1986년 제정된 후 수 차례의 개정을 거쳐 오늘에 이르고 있다.

“불공정무역행위조사 및 산업피해구제에 관한 법률”은 불공정무역행위 및 수입의 증가로 인한 국내산업의 피해를 조사하고 구제하는 절차를 정하여 공정한 무역질서를 확립함으로써 국민경제의 건전한 발전에 기여하는 한편, 세계무역기구 설립을 위한 마라케쉬협정 등 무역에 관한 국제협약의 이행을 위하여 필요한 사항을 규정함을 목적으로 2002년 “대외무역법”을 전면 개정하면서 제정한 법이다.<sup>2)</sup>

## 3) 독점규제법

‘독점규제 및 공정거래에 관한 법률’은 자유경제체제 하에서 사업자의 시장 지배적 지위의 남용과 과도한 경제력 집중을 방지하고, 부당한 공동행위 및 불공정거래행위를 규제하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업 활동을 조장하고 소비자를 보호함과 아울러 국민경제의 균형 있는 발전을 도모함을 목적으로 하여 1980년 제정된 법률이다.

동법에 의하면 불공정거래행위란 “부당하게 거래를 거절하거나 거래의 상대방을 차별하여 취급하는 행위, 부당하게 경쟁자를 배제하는 행위, 부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하거나 강제하는 행위, 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위, 거래의 상대방의 사업활동을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하거나 다른 사업자의 사업활동을 방해하는 행위, 기타 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위”등을 말한다.<sup>3)</sup>

한편 동법은 저작권법·특허법·실용신안법·의장법 또는 상표법에 의한 권리의 행사라고 인정되는 행위에 대하여서는 이를 적용하지 않는다는 규정을 둬으로써 디자인을 소극적인 면에서 보호하고 있다고 해석할 수 있다.

1) 산업자원부, <디자인산업의 비전과 발전전략>, 제1회산업디자인진흥대회 보고서, p44 1999.

2) 동아일보 2002년 8월2일.

3) 산업디자인포장개발원, <산업디자인보호제도 개선방안 공청회 자료> p86 .1995.

## V 캐릭터(Character)의 보호

캐릭터라 함은 소설이나 연극, 영화, 만화 등의 인물·역할을 뜻한다. 캐릭터는 일종의 아이디어이지만 그것이 표현된 형태나 명칭이 상품화되는 경우에 현저한 고객흡인력을 발휘하게 되는 바, 그것의 보호방법과 관련하여 논란이 있다.

### 1. 캐릭터의 종류와 상품화권

#### 1) 캐릭터와 상품화권

캐릭터에 한하는 개념은 아니지만, 일반적으로 캐릭터를 상품이나 포장의 모양 또는 형태로 사용하는 것을 상품화(merchandising)라 하며, 캐릭터의 고객흡인력을 이용하여 경제적 이익을 올리는 것에 관하여 캐릭터의 이용을 허락할 수 있는 권리를 소위 상품화권(merchandising right)이라 한다.<sup>4)</sup> 다만, 이는 계약 관행상의 용어에 불과하며 실정법상의 권리는 아니므로, 그 법적 보호의 필요성에도 불구하고 보호 방법에 대한 검토가 필요하다.



그림 2) 캐릭터로 상품화된 사례들(www.gmarket.co.kr출처)

캐릭터는 보는 관점에 따라 여러 가지로 분류된다. 그 분류의 여러 가지를 살펴보면 아래의 표1)과 같다.

#### 2) 캐릭터의 종류

4) http://www.miso.go.kr, 통계청.

캐릭터의 분류	내용
시각적 캐릭터 (visual or graphic character)	시각적으로 인식할 수 있도록 도화 등으로 표현된 시각적 캐릭터(visual or graphic character) 시각적 캐릭터는 캐릭터가 등장하는 작품과 어느 정도 독립적으로 존재한다.
	
그림3)미키마우스	그림 4)스폰지밥
1	
어문적 캐릭터 (literary or word character)	소설에 등장하는 주인공과 같이 언어로 표현된 어문적 캐릭터(literary or word character)로 나뉜다. 어문적 캐릭터는 캐릭터가 등장하는 작품의 구성부분으로 존재한다는 특성을 가진다.
	
그림5) 짱구	그림 6)꽃보다 남자
팬시풀캐릭터 (fanciful character)	주로 창작 캐릭터에 있어서 신문잡지 등에 연재되는 만화나 애니메이션 등에 등장하는 팬시풀캐릭터(fanciful character)
	
그림7)엽기토끼	그림 8)미키마우스가족

팩셔널 캐릭터 (fictional character)	소설각본 등에 등장하는 팩셔널 캐릭터(fictional character)로 나누기도 한다.
	
그림9) 독수리5형제	그림 10) 은하철도 999
3	
실제 캐릭터 (real character)	실재하는 인물·동물·물건 등에 관한 실제 캐릭터이며, 실존인물의 대중적인 인지도가 높아져 재산적 가치를 가지게 되는 경우에는 소위 퍼블리시티권의 문제로 취급된다.
	
그림11) god	그림12)공 캐릭터
창작캐릭터 (invented character)	가공으로 만들어진 창작 캐릭터이며, 저작권 등이 문제로 되는 것은 창작 캐릭터의 상품화에 관한 내용이다.
	
그림13,14) 태권브이	

캐릭터그림출처:http://design.golab.co.kr

캐릭터의 분류	내용
오리지널 캐릭터 (original character)	처음부터 상품화할 목적으로 창작된 오리지널 캐릭터(original character) <sup>5)</sup>
4	 <p>그림15) 헬로키티                      그림16) 뽕뽕이</p>
	<p>시리즈 캐릭터 (series character)</p> <p>신문잡지 등에 시리즈로 발표되어 인기를 얻어 고객흡인력을 갖게 되면 상품화로 이어지는 시리즈 캐릭터(series character)로 나누기도 한다.<sup>6)</sup></p>
	 <p>그림167) 도널드덕                      그림 18) 미래소녀코난</p>

캐릭터그림출처: <http://search.naver.com/>

## 2. 저작권법에 의한 보호

### 1) 캐릭터의 저작물성

캐릭터가 저작물성이 있는지의 여부는 작품 속에서의 개발의 정도(stage of development)와 작품에 대한 중요성에 달려 있다.

5)이상정, EC 디자인 규정 및 지침에 관한 소고, 저작권, p25(1`94. 3), 1994.

6)이상정, 산업디자인과 지적소유권법, p67 세창출판사, 1996.

캐릭터의 저작물성 여부	
■ 어문적 캐릭터	어문적 캐릭터가 저작물로서 보호되려면 저작권법에서 보호받을 수 있을 정도로 구체화(well-developed)된 것이어야 하고, 어문저작물의 주인공들의 추상적인 이미지는 그 구체적인 모습이 독자들에게 따라 다르게 그려질 수 있기 때문에 저작권법상 보호되는 표현의 범위에 포함되기 어렵다는 것이 미국 판례의 입장이다.
■ 시각적 캐릭터	시각적 캐릭터는 보통 표현이 구체적이기 때문에 어문적 캐릭터에 비해 저작권법상의 보호가 훨씬 용이하다. 다만, 시각적 캐릭터가 당해 캐릭터가 등장하는 만화 등의 저작물과 별도로 독자적인 보호를 받을 수 있는 지에 대하여는 견해가 대립된다.

### 2) 침해의 유형

저작권법으로 보호되는 캐릭터를 그대로 복제하는 경우에는 물론 복제권의 침해가 될 것이지만, 평면적 도형 캐릭터를 입체화하는 경우에는 2차적 저작물 작성권의 침해가 될 것이다.

### 3. 의장법에 의한 보호

개발한 캐릭터를 물품의 모양이나 형상으로 사용하는 경우에 이를 등록하면 의장법의 보호를 받을 수 있음은 물론이다 그러나 캐릭터의 의장법에 의한 보호에는 현실적으로 한계가 있다. 즉, 의장권이 독점 배타권으로서 강력하기는 하나 저작권보다 단기이고, 의장의 물품성으로 하여 상품화되는 물품마다 1의장으로 출원하여 보호받아야 하며, 출원등록절차를 밟아야 하고 출원등록까지 장기의 기간이 소요되는 점이 유행에 민감한 캐릭터의 특성에 맞지 않으며, 무엇보다도 캐릭터는 일반 대중에게 널리 인식되어 고객흡인력을 가지는 경우에 비로소 보호의 필요성이 대두되는데 이는 의장의 신규성 요건과 충돌된다는 점 등이다.

### 4. 상표법 및 부정경쟁방지법에 의한 보호

캐릭터가 상품에 사용될 경우에는 그것이 갖는 고객흡인력에 의해 사용되는 것이므로 의장적 사용에 가까운 면이 있지만, 자타 상품이나 서비스의 식별표지로 기능하는 경우에는 상표법이나 부정경쟁방지법에 의한 보호도 가능하다.

#### 1) 상표법에 의한 보호

상표등록은 신규성 여부가 문제되지 않으며 반영구적으로 보호될 수 있지만, 지정상품과 동일·유사한 상품

에 한하여 상표권의 배타적 효력이 미치므로 보호를 받고자 하는 모든 상품과 서비스업에 걸쳐 상표등록출원을 해야 하는 부담이 있는 것은 의장의 경우와 마찬가지로 지이다.<sup>7)</sup>

캐릭터가 주지·저명한 경우에 창작자가 아닌 타인이 상표로 출원하면 거절 결정되며 착오로 등록되어도 무효사유에 해당하나, 캐릭터가 주지·저명하지 않은 경우에는 제3자가 상표로 등록받을 수 있다. 다만, 캐릭터가 저작물성이 인정되는 경우에는 캐릭터를 상표로 등록받은 자라 하더라도 저작권자의 허락을 받아야만 등록받은 상표를 사용할 수 있다.



사진출처: www.chosen.com/w21data.2001, 조선일보

저작권을 소유하고 있는 캐릭터들

## 2) 부정경쟁방지법에 의한 보호

상표등록여부에 관계없이 캐릭터가 주지성 있는 상품표지나 영업표지로 사용되고 있는 경우에 타인이 이와 동일·유사한 표지를 사용하여 혼동을 초래하는 경우에는 부정경쟁방지법에 의한 보호를 받을 수 있다.<sup>8)</sup> 판례

7) KIDP문서자료실,<각국의 디자인보호제도 비교표>,p104 1999

8) \*참고판례

◀ (대법원 1997. 4. 22. 선고96도1727판결) - 캐릭터가 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목의 '국내에 널리 인식된 타인의 상품표지'가 되기 위한 요건

1) 이른바 캐릭터(character)는 그것이 가지고 있는 고객흡인력 때문에 이를 상품에 이용하는 상품화(이른바 캐릭터 머천다이징 ; character merchandising)가 이루어지게 되는 것이고, 상표처럼 상품의 출처를 표시하는 것을 그 본질적인 기능으로 하는 것은 아니어서 캐릭터 자체가 널리 알려져 있다고 하더라도 그것이 상품화된 경우에 곧바로 타인의 상품을 표시한 표지로 되거나 그러한 표지로서도 널리 알려진 상태에 이르게 되는 것은 아니라고 할 것이므로, 캐릭터가 상품화되어 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목에 규정된 "국내에 널리 인식

는 부정경쟁행위가 되기 위해서는 캐릭터 자체가 널리 알려진 것만으로는 부족하고 타인의 상품표지로서 널리 인식되었을 것을 요한다고 하고 있다.

## VI. 디자인 보호강화를 위한 방안

### 1. 저작권성의 인정

일반적으로 산업디자인을 목적으로 하는 재산권에 저작권성을 인정하여 보호할 수 있는가를 살펴보면, 특히 우리나라에서는 산업디자인을 의장법에 의한 의장권으로 보호하고 있다. 그런 까닭에 의장권과는 별도로 중첩적으로 저작권으로서 보호할 수 있는가 하는 문제가 있다. 미국에서는 산업디자인 가운데서 저작권의 보호 대상이 되는 기준이 문제되었으나 우리나라에서는 의장권과 저작권의 차이, 의장권으로는 보호할 수 없는 한계, 현행법상 저작권 인정의 가능성 등이 쟁점인 것이다. 구 저작권법<sup>9)</sup>에서와는 달리, 현행 저작권법은 공예 외에 응용미술작품도 미술저작물에 포함한다.<sup>10)</sup> 그런데 판례는 산업디자인이 의장법에 의하여 충분히 보호될 뿐만 아니라, "...저작권을 인정할 경우 의장법에 의한 보호에 익숙한 산업계에 많은 혼란이 우려 된다"고 하여 산업계의 관행을 암묵적으로 추인하고 있는 실정이다.

저작권을 인정하게 되면 지금 당장에는 우리의 패션과 캐릭터 등 지적자산인 디자인 산업이 피해를 볼 수도 있을 것임은 분명하다. 그러나 국내 패션, 캐릭터 디자

된 타인의 상품임을 표시한 표지"가 되기 위하여는 캐릭터 자체가 국내에 널리 알려져 있는 것만으로는 부족하고, 그 캐릭터에 대한 상품화사업이 이루어지고 이에 대한 지속적인 선전, 광고 및 품질관리 등으로 그 캐릭터가 이를 상품화할 수 있는 권리를 가진 자의 상품표지이거나 위 상품화권자와 그로부터 상품화계약에 따라 캐릭터 사용허락을 받은 사용자 및 재사용권자 등 그 캐릭터에 관한 상품화사업을 영위하는 집단(group)의 상품표지로서 수요자들에게 널리 인식되어 있을 것을 요한다.

2) '톰앤 제리' 캐릭터가 그 권리자인 미국 "터너 홀 엔터테인먼트사" 또는 그로부터 그 캐릭터의 사용을 허락받은 사람이 제조·판매하는 상품의 표지로서 국내에 널리 인식되었다고 인정할 만한 증거가 없다는 이유로, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목에 해당하지 않는다고 판단한 원심판결을 수긍한 사례.

9) 1986년 12월 31일 법률 제3916호로 개정되기 전의 저작권법을 말한다 현행저작권법은 저작자의 권리와 이에 인접하는 권리를 보호하고 저작물의 공정한 이용을 도모함으로써 문화의 향상발전에 이바지함을 목적(제 1조)으로 제정되었고, 전부 103개조와 부칙으로 이루어진다.

10) 저작권법 제4조 (저작물의 예시등)는 ①항에서 4호에서 회화·서예·도안·조각·공예·응용미술작품 그 밖의 미술저작물이라고 정한다. [[시행일 2000·7·1]

인전반적 산업이 언제까지고 복사와 복제 등 카피에 의존하여 그 생존을 도모할 수는 없는 일이다.<sup>11)</sup>

또한, 국가정책과 법적용이 무분별한 복사를 방조하는 듯한 태도를 보이는 것은 옳지 않다. 디자인에 대한 저작권성 인정의 필요성은 법리적 문제일 뿐만 아니라, 디자인산업의 향방이 갈릴 수 있는 심각한 문제이다. 디자인관련 작품도 그 미적인 요소가 그 실용적인 기능성과 물리적 또는 개념적으로 분리될 수 있다면 의장권과는 별도로 저작권을 인정해야 타당할 것이다. 또한 저작권에 관한 국제조약의 불성실 이행에 따른 국제통상마찰을 예방하고, 의장법과 저작권법 상호간의 해석상 충돌을 피하고, 또한 산업디자인의 경쟁력을 제고하기 위해서는 디자인에 저작 권성을 단계적으로 그러나 조속하게 인정하는 것이 바람직하다.

## 2. 디자인의 보호확대

### 1) 의장제도

의장권에 대한 신속, 간편한 권리보호는 디자인의 패턴 변화, 갈수록 짧아져 가는 Life Cycle에서 비롯하는 요청이다. 특허청이 조기공개제도의 도입, 일부무심사제도의 도입검토 등 여러 가지 보완 대책을 마련하고 있지만 선진국의 의장제도에 비하여 우리의 보호제도는 미흡하다. 또한, EU의 의장규정은 디자인적 접근방법을 채택하여 디자인과 물품의 개념을 대폭 확대시켜 의장제도에 의한 보호대상을 대폭 확대하고 있다. 우리도 시각성, 물품성, 형태성 등의 요건을 완화함으로써 새로운 형태의 디자인을 보호하는 것이 필요하다.

### 2) 상표제도

디자인상표의 보호확대가 필요한 것들은 색채상표, 소리상표, 냄새상표, 입체상표, 슬로건, Internet Domain Name, 캐릭터 등이다. 현행 상표법상 상표는 기호, 문자, 도형 또는 이들의 결합으로 구성되는데, 기호, 문자, 도형의 결합은 평면적이고 시각을 통하여 인식될 수 있는 것이어야 한다.<sup>12)</sup> 그러나, 평면적 구성이 아닌 입체적 구성이거나 시각을 통하여 인식될 수 없는 소리, 냄새, 맛 등도 상표로서 보호할 필요성이 높아진다. 따라

서 98년.9월.23일. 삽입된 법 부칙 제6조는 입체상표에 관한 경과조치를 두고 있다.

## 3. 침해사례에 대한 처리의公示

지금까지는 여러 디자인의 모방사례, 침해사례가 방임되거나 당사자 간에만 알려지면서 쉬쉬하다시피 하면서 처리되는 것이 보통이었다. 거기에는 특별한 죄의식이나 보호의식이 결여되어있음도 한 몫을 하였다고 할 수 있다. 국내의 여러 분야에 디자인의 침해사례는 간혹 매체를 통해 화제가 되기도 하지만 분쟁사례로 법정분쟁절차를 통하기보다는 대개 구성요소를 일부 변경하거나, 제품출하 시기를 조정하는 방법 등을 통하여 허술하게 해결되곤 하였다. 어쩌다 제기되는 창작 디자인의 침해소송사례도 대부분 일반의 커다란 관심을 끌지 못하였다. 대부분 더욱 발전되고 있는 캐릭터 시장에서<sup>13)</sup> 캐릭터 등에 사용되는 초상권침해 정도가 대부분을 차지하고 있는 실정 이었으며, 그 또한 최근에 지적소유권에 대한 인식이 확대되어가면서 점차 그 사례와 관계

13) (<http://www.miso.go.kr>, 통계청자료)

올해 캐릭터시장 9% 성장 기대 우리 국민의 캐릭터상품 보유비율은 2002년 52.3%보다 늘어난 63.5%로 나타났다. 이는 캐릭터상품의 이용문화가 크게 확산된 것을 나타낸 것으로 캐릭터상품 이용 연령층 또한 유아에서부터 중장년층까지 확대되는 추세다.

국산 캐릭터 경쟁력 상승세

최근 문화관광부와 한국문화콘텐츠진흥원은 국내외 캐릭터산업의 현황과 각종 통계를 담은 '대한민국 캐릭터산업백서 2004'를 발간했다.

백서에 따르면 우리나라 캐릭터소비시장규모는 4조 8,085억원. 2002년의 5조 2,771억원에 비해 약 8.9%가 감소했다. 경기침체로 인한 전반적인 소비심리 위축이 큰 원인인 것으로 추정된다. 그러나 캐릭터상품 보유율은 크게 증가한 것으로 나타났다.

특히 국산 캐릭터의 경쟁력이 높아지는 추세여서 주목된다. 국산 캐릭터 선호도는 2002년의 44%에서 2003년에는 47.8%로 다소 늘었고, 국산 캐릭터의 시장점유율 또한 2002년보다 3.3%정도 늘어난 38.3%로 확대됐다. 높아진 국산 캐릭터의 시장 경쟁력은 국내 시장의 체질과 내용이 개선된 것으로 평가된다. 따라서 올해 국내 경기와 소비심리가 다소 회복된다면 올해 캐릭터시장은 전년대비 약 9%가량 성장할 것으로 전망된다.

수출경험, 수출지역 확대

국산 캐릭터의 해외진출도 활발해지고 있다. 지난해 수출경험이 있는 캐릭터 개발업체는 2002년 12.9%에서 2003년 37.3%로 무려 24.4%가 늘어났다. 수출지역 또한 기존의 중국과 동남아시아 등 아시아권 중심에서 벗어나 유럽 시장으로 확대되고 있다.

그러나 불법복제시장은 여전히 국산캐릭터발전에 걸림돌로 작용하고 있는 것으로 나타났다. 캐릭터 개발업체의 경우 불법복제로 피해를 입은 업체가 약 34.6%에 달하고, 업체당 피해규모는 약 4억 원에 육박하고 있다. 이 피해규모를 소비시장 전체로 환산하면 불법복제로 인해 지난해 약 1조원의 피해가 발생한 것으로 추산된다. 캐릭터산업백서는 지난해부터 문화부와 문화콘텐츠진흥원이 발간한 연례산업통계보고서로, 캐릭터산업계가 비즈니스 전략수립시 기본 자료로 활용할 수 있다.

11) <http://www.chosun.com/w21data/html/news>

12) 법 제 2조 1항: "상표"라 함은 상품을 생산·가공·증명 또는 판매하는 것을 업으로 영위하는 자가 자기의 업무에 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 다음 각목의 1에 해당하는 것(이하 "표장"이라 한다)을 말한다.

가. 기호·문자·도형·입체적 형상 또는 이들을 결합한 것  
나. 가목의 각각에 색채를 결합한 것

가 많아지고 있는 실정이다.

기업에 일반화된 모방과 비도덕적인 상거래는 심각한 문제가 아닐 수 없다. 국제화, 세계화의 시대에 시급히 해결되어야 할 과제이다. 이를 위하여서는 처리된 침해사건을 법원이나 행정관청에 의존할 수는 없는 형편이고, 당사자가 스스로 일반에 알리는 노력이 절실히 요구되며, 모든 디자인은 창조를 위한 모방이 기본적으로 필요함을 인식하고는 있지만 그를 빙자한 창조성이 결여된 모방을 하여서는 안된다는 것을 관련자들이 인식하여야 한다.

#### 4. 전산시스템의 구축

국내외 분쟁사례를 통하여 절실했던 것은 침해방지 및 침해사실 확인시스템의 개발이다. 디자인 권리 침해행위에 대한 상시 모니터링, 결과확인을 위한 전산시스템과 프로그램 개발이 필요할 뿐만 아니라 이를 위한 제도의 정비도 뒤따라야 한다.

#### 5. 보호와 존중에 대한 인식

이 연구의 앞부분에서 전제된 바와 같이, 아직까지 일반인은 물론이고 디자이너들의 권리보호에 대한 인식은 극히 미약하다. 이러한 사정을 감안할 때, 더욱이 국내 캐릭터시장이 점차 확대되어가고 있는 시점에서 14) 지적재산권 보호에 대한 중요성을 국민에게 널리 인식시키기 위한 공익광고나 언론매체의 적극적으로 활용이 필요하다. 이 일은 특히 정부나 공공단체의 협조를 기대하기보다는 디자인에 대한 재산을 향유하는 사람들, 여러 디자인 관련 부서에 근무하는 회사원, 디자이너들이 나서야 할 일이다.

### V. 논의

연구는 디자인보호방법과 법규에 대하여 캐릭터를 대상으로 하여 디자이너의 한 사람으로 너무도 법적인 규범에 대하여 무지하고 무관심하여 보호받지 못 하는 것

을 묵시하였던 한 사람으로서 자신의 창조적 재산권과 보호권을 알아보기 위하여, 창조성을 목적으로 한 무형 재산권의 중요성과 그 보호를 위한 기초이론에 이어 법적인 보호의 내용과 법규를 알아보았다.

디자이너의 정신과 노력의 대가를 제대로 지불하지 않고 사용하려는 기업풍조와 그것을 방관하는 디자이너의 책임 모두가 크게 다르지 않다. 이것은 국내의 디자인 발전에 저해가 될 뿐만 아니라, WTO체제하에서 세계 각국의 보호관련 법안에 대응하기 위한 태도가 아니다. 세계화 추세에 걸 맞는 관련법규의 제·개정과 함께 무분별한 침해행위에 대하여 강력한 규제가 이루어져야 할 것이다. 한편, 디자인 관련 종사자와 전문디자이너들은 관련법규에 대한 지식과 그에 대한 적응력을 키워 나아가야 할 것이다. 본 연구는 대안의 방법은 모색하지 못하였고 단지, 보호의 현황을 디자이너의 입장에서 지적하고 그 원인과 개선방향을 언급한 것에 그 목적을 두었기 때문이다. 이로써 창조적 활동에 관련된 많은 사람들과 일선 디자이너들에게 디자인에 주어지는 법적 보호의 현황을 인식하게 하자는 것이다. 이 글에서 주장의 근거나 자료가 충분하지 못하고 국내외의 현상을 평면적으로 나열한 것에 대한 변명과 함께 향후 연구에서는 좀 더 전문적인 다양한 관련분야와 국내뿐만 아니라 국제적 토론과 연구를 공동으로 하여 인터넷상과 관련 법규 등을 지속적으로 개선하여야 하며 더욱 더 발전된 대안을 모색하여야 할 것이다.

14) 국산 캐릭터들 '돌풍' 조선일보 닷컴

'메이드 인 코리아' 캐릭터들이 국내 캐릭터 시장에서 돌풍을 일으키고 있다.

지난해 초부터 선풍적인 인기를 끈 '마시마로'(엽기토끼) 외에 최근 '뿌까'(중국요릿집 막내딸), '홀맨'(눈사람)과 같은 토종 캐릭터들이 '대박'을 터뜨리는 사례가 속속 등장하고 있다. 이에 따라 연간 2조 원 규모의 캐릭터시장을 놓고 포켓몬스터·헬로키티·디지몬 같은 외산 캐릭터와 토종 캐릭터 간 시장 경쟁이 치열하게 벌어지고 있다.

## 참고문헌

- 1)동아일보 2002년 8월2일.
  - 2)산업자원부,<디자인산업의 비전과 발전전략>, 제1회 산업디자인 진흥대회 보고서, 1999.
  - 3)산업디자인포장개발원,<산업디자인보호제도 개선방안 공청회 자료>,1995.
  - 4)이상정, 산업디자인과 지적소유권법, 세창출판사, 1996.
  - 5)이상정, EC 디자인 규정 및 지침에 관한 소고, 저작권, 25(1'94. 3), 1994.
  - 6)KIDP문서자료실,<각국의 디자인보호제도 비교표>, 1999
- <http://www.miso.go.kr>, 통계청.
- <http://www.ecommerce.go.kr>, 산업자원부.
- <http://www.chosen.com/w21data,2001>, 조선일보
- <http://www.chosun.com/w21data/html/news>
- <http://www.gmarket.co.kr>
- <http://www.search.naver.com/>
- <http://design.golab.co.kr>
- 국산 캐릭터들 '돌풍' 조선일보 닷컴

