



상사건물 수리 및 유지 서비스 고객정보에 대한 영업 비밀 부정취득 및 손해배상 사건의 항소심 사건

22

Morlife, Inc. v. Perry, 56 Cal.App.4th 1514 (1997)

01 서지 사항

국가 법원	캘리포니아 제1지역 항소법원	사건번호	A074958
판결 일자	1997.08.14	판결 결과	전부 기각(원심 유지)
원고 (피항소인)	모라이프 인코퍼레이티드 (Morlife, Inc.)		
피고 (항소인)	로이드 페리 (Lloyd Perry), 칼 바우어스미스(Karl Bowersmith)		
참조 법령	Civ. Code, § 3426 et seq; Business and Professions Code section 17200 et seq		
참조 판례	Klamath-Orleans Lumber, Inc. v. Miller (1978) 87 Cal. App.3d 458, 464; Courtesy Temporary Service, Inc. v. Camacho (1990) 222 Cal. App.3d 1278, 1287 [272 Cal. Rptr. 352]		
영업비밀	상사건물의 지붕 수리 및 유지 서비스 고객정보		
키워드 (Keyword)	영업비밀, 고객정보, 간청행위, 금지명령기간		

02 사건 개요

원고는 상업용지의 지붕을 검사, 유지, 수리하는 사업을 하는 회사이고, 피고들은 원고의 전 종업원들이었다. 이들은 비밀유지약정을 체결하고 있었다. 피고들은 새로운 지붕 사업을 시작하기로 하고 원고를 퇴사하였고 경쟁사인 ‘벌링게임 빌더스 인코퍼레이티드’(Burlingame Builders Inc., 이하 ‘벌링게임’)를 설립하였다.

퇴사하면서 피고 페리는 6년간 근무하며 모아두었던 고객 명함들을 들고 나왔는데, 이들은 원고 고객의 75~80% 정도에 해당했다. 벌링게임이 영업을 시작하면서 피고 페리는 편지, 전화, 방문을 통해 원고의 고객들에게 연락하였고, 32명의 원고 고객이 사업 상대를 벌링 게임으로 변경하였다.

원고는 피고들에게 원고의 고객을 상대로 한 영업을 정지하라는 편지를 보냈으나 피고들은 이를 무시하였다. 이에 원고는 피고들을 상대로 영업비밀 부정취득과 불공정 경쟁의 소를 제기하였는데, 금지명령(injunctive relief)과 함께 보상적 손해배상(compensatory damages)과 징벌적 손해배상(punitive damages)도 청구하였다.

원심은 원고의 고객명단이 영업비밀에 해당하고 피고들이 이를 부정취득하였으며, 그로부터 얻은 부당이득 39,293.47달러를 원고에게 배상하도록 하였다. 또한 벌링게임에 업무를 맡긴 32명의 원고 고객에게 용역을 제공하는 것을 영구히 금지하고, 원고의 고객 누구에게도 유인(solicit) 행위를 하지 못하도록 하였다.

본 사건은 피고들이 원심의 판단에 항소한 사건이다.

03 주요 쟁점

원 고	⇔	⇐	피 고
고객목록은 공개된 정보가 아니며 많은 비용과 노력이 투입되어 취득한 것으로서 영업비밀에 해당한다.			종업원은 전 고용인을 떠나 자신의 사업을 시작하거나 전 고용인과 경쟁할 권리가 있다.
			지분 수리와 유지의 잠재적 고객의 정체성은 업계에 공연히 알려진 정보이므로 원고의 고객목록은 영업비밀이 아니다.
			원고는 피고들이 원고의 고객목록을 사용한 간청행위가 있었다는 것을 입증하지 못했다.
			영업비밀 부정취득의 적절한 손해배상액 책정 방법은 합리적인 로열티이다.

피고들은 지붕 업계에 다년간 종사하면서 얻은 일반적인 지식과 기량을 사용하여 자신이 선택한 업을 추구할 권리를 가지며, 전 고용인의 고객을 확보하기 위해서 전 고용인과 경쟁을 할 권리도 있다. 그러나 피고들은 이를 넘어서서 원고의 영업비밀을 부적절하게 자본화했다고 판단된다.

피고들은 모든 상업적 건물이 지붕 수리나 새로운 지붕을 필요로 하므로 원고의 고객정보는 비밀일 수 없다고 주장하나, 원고는 지붕 교체와 구분되는 상사건물의 지붕 수리와 유지라는 특이한 지붕 용역을 제공하고 있고, 고객목록은 수년에 걸쳐 모은 고객의 이름, 주소, 연락처, 지붕에 대한 지식, 가격 정보, 고객의 필요사항을 정리한 것으로서 독립적인 경제적 가치가 있었으며, 이러한 서비스를 사용하는 상업적 건물이 어떤 것인지에 대한 정보는 지붕 업계에 공연히 알려지지 않았다.

고객목록은 단순히 관심만 보인 사람과 달리 이미 특정 용역 또는 제품을 사용할 의사를 보인 고객을 식별해주기 때문에 이들을 상대로 판매 노력을 집중할 수 있도록 해주므로 경제적 가치를 가진다. 또한 원고는 고객목록을 텔레마케팅, 방문, 우편, 광고 등을 통해 확보했는데, 텔레마케팅 부서가 100명에게 연락하면 보통 10개의 연락처 정도를 확보하였고 방문의 경우 회당 약 238달러가 지출되었다고 하였다.

원고는 고객목록의 중요성을 종업원들에게 강조하였고, 이를 접근이 제한된 컴퓨터에 보관하였다. 또한 피고 폐리의 고용계약에는 비밀유지약정을 포함하고 있고, 직원 지침서에도 비밀유지의무가 명시적으로 포함되어 있다. 따라서 원고의 고객목록은 영업비밀에 해당한다.

피고들은 원고의 고객정보를 이용하여 유인(solicit) 행위를 하였다고 인정하였다. 전 종업원이 전 사용자의 고객과 업무를 하는 것은 금지되지 않지만, 이러한 고객들에 대한 유인(solicit) 행위 중에 전 사용자의 영업비밀을 불법적으로 사용하는 것은 금지된다. 이 때 유인(solicit) 행위는 고객을 상대로 권유, 지원, 요청하는 것을 의미한다. 따라서 전 종업원이 단순히 이직 사실을 알리는 것은 유인(solicit) 행위가 아니나, 이 사건 피고들은 원고의 고객들을 상대로 유인(solicit) 행위를 하였다고 판단된다.

원심의 금지명령은 광범위한 것이 아니며, 피고들이 원고 근무 기간 동안 얻은 고객 정보를 사용하지 못하도록 하는 것은 정당하다. 통일영업비밀법에 따르면 부정취득으로부터 얻을 수 있는 상업상 우위를 제거하기 위해서라면 영업비밀이 합법적으로 공개된 시점 이후에도 금지명령을 내릴 수 있으며, 피고들은 언제든지 금지명령 해제 신청이 가능하다.

05 Key Point

고객정보는 구체적 내용에 따라 영업비밀 인정 여부가 다를 수 있다. 우리나라에서는 단순히 고객 이름과 연락처 또는 구매내역만 있는 정도라면 공공의 영역에서 쉽게 구할 수 있기 때문에 영업비밀로 인정되지 않는 경우가 많다. 그러나 고객을 확보하기 위해 많은 비용과 노력을 투입하였음을 입증하고, 개별 고객에 대한 구체적인 정보를 포함하고 있어서 공공의 영역에서 쉽게 구할 수 없는 정보라면 영업비밀로 인정될 가능성이 높다.

통일영업비밀법에서는 영업비밀의 정의 규정이 성문화되어 있기 때문에, 통일영업비밀법이 시행되기 전의 판례는 판례법상의 영업비밀 정의와 법리를 사용하여 통일영업비밀법 시행 후의 판례와 다른 판단을 하였을 경우가 있다. 특히 통일영업비밀법을 채택한 주의 경우 그러한 차이가 있을 가능성이 있으므로 주의할 필요가 있다. 캘리포니아는 1984년에 통일영업비밀법을 채택하였다.
