

INVENTION & PATENT

2011 January

01

2011 New Start 



2011년 신년사

[특집]

중국 기술 라이선스 계약 실무상 주요 법률 이슈
중국 상표법상 상표의 등록요건에 관한 소고
한·일 상표법 비교

[특허법 개정안 공청회]

PLT 도입에 의한 특허법 개정에 대해

2011년 辛卯年 새해 복 많이 받으시기 바랍니다



법무법인 케이씨엘 KIM, CHOI & LIM

업무영역

- 국내 및 해외 특허권 · 실용신안권 · 상표권 · 디자인권 등록출원, 저작권, 영업비밀, 도메인 네임, 반도체칩, 기술/특허/상표/소프트웨어/저작권 라이선스, 위조품단속 및 세관통관저지, 부정경쟁, 침해소송 등 지식재산권 관련 제반업무
- 기업법무일반(회사의 설립, 조직변경, 해산/청산, 주주총회/이사회/각종 위원회 등 회사운영, 주식의 취득/처분, 임원의 선임/해임 및 경영권 방어 등), M&A 및 기업구조조정, 도산, 독점 규제 및 공정거래, 노동 및 고용관계, 부동산 및 건설, 환경, 정보통신, 조세, 국제거래, 합작투자, 기술도입, 무역 및 외국환, 인터넷 관련 법무
- 상업차관도입 및 해외유가증권발행, 자산유동화 및 구조화 금융, 파생금융, 간접투자자산운용, 기업공개 및 해외증권시장 상장 등 금융 및 증권업무 일반
- 채권관리, 부동산 관련 제반 업무(매매, 임대차, 신탁, 저당권 등), 일반 민사/형사/행정소송 업무, 중재업무, 공증업무, 등기업무

구성원

- 변호사: 김세권, 유지담, 고영주, 정동욱, 신언용, 신건수, 심창섭, 최원현, 길기봉, 이형하, 김희태, 이재환, 김영철, 김용직 임희택, 함귀용, 최병철, 유남영, 박기주, 고건호, 노동표, 박종민, 김대원, 이병세, 최종길, 이상덕, 서혜숙, 박우호, 김종재, 이 순, 정종국, 김보성, 박상화, 김태완, 김규혁, 정승식, 안운우, 김재홍, 이석현, 이영선, 홍성진, 노재열, 서우성, 정경환, 신혜성, 곽욱섭, 안창현, 이재승, 전재우, 박은범, 김성범, 신석민, 진형구, 황규경, 노영재, 박경홍, 방종훈, 이명재, 진혜원, 박정민, 전진홍, 박종률, 임동완, 이정화, 이상훈
- 외국변호사: 신영준, 김승일, 강세원, 김경훈, 엄정현, 이정화, 임지원 (이상 미국), 주연홍(중국)
- 변리사: 김순영, 김민정, 최윤식, 최우성, 이현길, 유영조, 이정은, 서무원, 최태성, 장세진, 박현정, 지예은, 최상국, 이태영, 박철현, 박상진, 지아람, 김산아, 정유경
- 회계사: 윤계근
- 상임고문: 강대형, 채규운, 심동섭

110-727 서울특별시 종로구 수송동 80-6 (석탄회관빌딩)
전화 : 02-721-4000, 02-725-4774 / 팩스 : 02-725-4994 (법률), 02-722-0747 (특허)
홈페이지 : www.kcllaw.com / 이메일 : kcl@kcllaw.com



SAMWHA CAPACITOR Co., Ltd.

Green Technology with SAMWHA

PEA (MLCC for High Power
Electronic Applications)



HEV (Hybrid & Electric Vehicle)
DC link Capacitors



Green Cap (EDLCs)



Renewable Energy Capacitors



Ferrite and
Magnetic Powder Cores



MPC Inductors



High Voltage MLCCs



www.samwha.com

124 buk-ri, Namsa-myeon, Chein-gu, Yongin-si, Gyeonggi-do, Korea

Tel. 82-31-332-5441, Fax. 82-31-332-7661

PRODUCT SELECTION

DB Crab

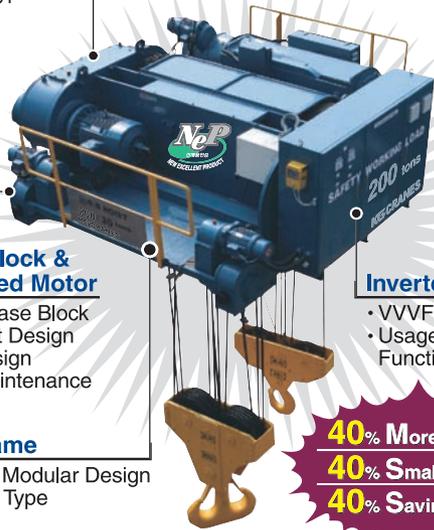
(대통령 표창, NEP 인증 제품)

Gear Box & DC MG Brake

- Modular Design
- Variable Speed
- Variety Type of Brakes

Reference

- 현대중공업 : 20,000 ton/year
- POSCO : 30,000 ton/year
- 삼성조선 : 50,000 ton/year
- American Shipyard : 5,000 ton/year
- Middle East Steel Mill : 10,000 ton/year



Wheel Block & TS Geared Motor

- Single Case Block
- Compact Design
- BBS Design
- Easy Maintenance

Inverter Panel

- VVVF Control
- Usage Memory Function

Main Frame

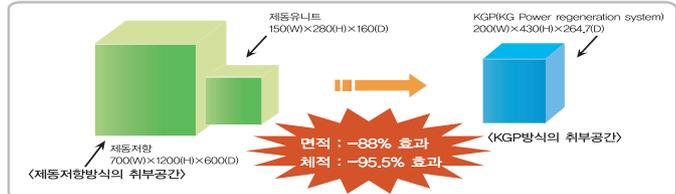
- 10Kinds Modular Design
- Package Type

40% More Light
40% Smaller
40% Saving Cost

KGP (KG Power regeneration system)



KGP 도입에 의한 공간 절약



KGP 적용시 전기요금 절감액

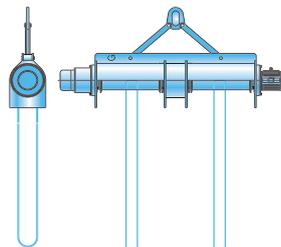
모터 용량 (KW)	고효율 호이스트 KGP적용 후 절감율(%)	절전 용량 (KW)	산업체 적용 전기요금 절감액(원)		
			3,600시간	4,800시간	5,400시간
11	11	1,21	233,917	311,890	350,876
15	11	1,65	318,978	425,304	478,467
22	17	3,74	723,017	964,022	1,084,525
37	22	8,14	1,573,625	2,098,166	2,360,437
55	21	11,55	2,232,846	2,977,128	3,349,269
90	22	19,8	3,827,736	5,103,648	5,741,604
132	22	29,04	5,614,013	7,485,350	8,421,019

• 한국고벨(주)에서 제작되는 모든 제품에 적용이 가능합니다.

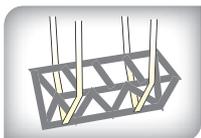
Turning Device



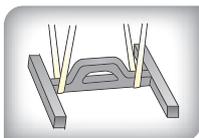
Turn it Easy



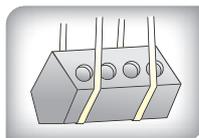
Application



Truss



Steel Structure



Engine Block

Low Space Crane

(NEP 인증제품)

건축비를 낮추는 크레인

생산품의 대형화로 더 큰 공장을 필요로 하는 사업장이나 도시형 아파트 공장과 같이 낮은곳에서 정밀 조립작업을 하는 사업장에 적합하도록 절대크기를 줄였습니다. 등급 상급거더 크레인·에 비해 크레인 자체 높이를 3.6m에서 1.6m로 2m 낮추었습니다.

(*MHO 20 ton Span 20m)



파격적인 Crane Girder 사이즈

Double Girder의 후크 높이를 충족시키면서 Single Girder의 사이즈를 가지고 왔습니다. 이는 등급 더불거더 크레인에 비해 자중이 44% 감소하였음을 의미합니다

Reference

- 두산중공업 : 8,000 ton/year
- POSCO : 6,000 ton/year

VVVF Control (인버터 컨트롤)
진동, 소음, 슬립이 없어 미숙련공도 쉽게 사용하며, 안전하고 정확한 handling을 가능하게 합니다

혁신적인 Hook 높이
Mono Girder에서는 상상할수 없는 높이를 만족시키며, Double Girder Crane의 높이 혹은 그 이상을 만족시킵니다

발명특허 기네스 모집

한국발명진흥회에서 발간하는 '월간 발명특허'는 새로운 연속기획특집으로 '발명특허 기네스' 코너를 마련하였습니다. 역사 뒷장으로 사라지거나 소멸되어가는 발명특허 관련 자료 제1호를 찾아 소개함으로써 우리나라 발명특허 역사를 정확하게 기록하기 위해 마련한 이 연속기획특집에 독자여러분의 적극적인 참여바랍니다.

제1호 또는 최대 등 '기네스'라고 생각하시는 것이라면 무엇이든 환영합니다. 사진과 함께 그 내용을 제공해주시면 전문가의 감정을 거쳐 소개해 드리겠습니다. 아울러 소개된 자료보다 앞선 자료를 제공해주시면 언제든지 바로 잡아 소개하겠습니다. 기네스로 소개되는 순간 소장하신 자료는 값진 보물이 될 것입니다. 특히 개인의 기록은 후손에게 자랑스럽게 전해질 것입니다.

소개 대상은 편의상 우리나라 최초의 특허법 (1908년 8월 12일 공포된 칙령 제196호 한국특허령, 제197호 한국의장령, 제198호 한국상표령 등) 시행 이후 자료로 한정하기로 하였습니다.

연락처 : '월간 발명특허' 편집실
02)3459-2797

2011년 신규 이러닝 교육과정 안내

당신을 지식재산 전문가로 만들어 드리겠습니다!



TRIZ를 활용한 기술혁신

분량	15차시
학습방법	플래시 애니메이션

콘텐츠의 특징

본 과정을 통해, 최근 기업 내 문제해결방안 도출용도로 활용도가 높아지고 있는 아이디어 발상기법 TRIZ의 기초적인 개념 및 이론에 대해 학습함으로써, 기업에서 발생하는 기술적 문제 등을 해결할 수 있는 능력을 습득할 수 있습니다.



표준특허 이론과 사례

분량	7차시
학습방법	플래시 애니메이션

콘텐츠의 특징

본 과정을 통해, 표준특허에 관한 이론 및 사례, 국내외 현황에 관해 학습함으로써, 표준특허의 의의 및 중요성을 이해하고, 표준특허의 획득절차 및 창출방안에 관한 기초적인 지식을 습득할 수 있습니다.



MICE산업과 지식재산

분량	5차시
학습방법	플래시 애니메이션

콘텐츠의 특징

본 과정을 통해, MICE(Meeting, Incentive travel, Convention, Exhibitions)산업과 지식재산권의 관계에 대해 학습함으로써, 지식재산권의 창출, 보호, 활용에 있어 MICE산업과 관련된 기업의 고려사항 및 유의사항을 알 수 있습니다.



지식재산경영과 특허전략

분량	5차시
학습방법	플래시 애니메이션

콘텐츠의 특징

본 과정을 통해, 국내의 기업의 사례를 중심으로 기업의 특허전략과 관련된 내용을 학습함으로써, 기업 내 특허전략의 중요성을 이해함과 더불어 특허전략을 수립하고 실행할 수 있는 기초적 능력을 습득할 수 있습니다.

본과정 이외에 2011년 현장 동영상 신규과정도 수강하실 수 있습니다.

특허괴물에 대한 국내기업의 대응전략/인터넷과 지식재산권/국제특허분쟁에서의 비침해분석 및 무효주장/중소기업의 라이선스 협상전략/지식재산권 행사에 대한 공정거래법적 규제/기후변화, 기술이전 그리고 IP/연구계약의 이론과 실제/IP비즈니스 환경변화에 따른 기업의 특허경영전략

본 과정은 국가지식재산교육포털 (www.ipacademy.net) 사이트를 통해 무료로 학습할 수 있습니다.

기업체(연구소) 등의 지식재산 이러닝 지원 안내

특허청 국제지식재산연수원과 한국발명진흥회에서는 기업의 지식재산 역량 강화 및 경쟁력 확보를 위하여 지식재산 교육을 받고자하는 기업체(연구소) 등을 대상으로 맞춤형 지식재산 이러닝 교육을 무료로 제공하고 있습니다.

사업목적

지식재산교육을 받고자 하는 기업(관)을 대상으로 교육의 편의성 및 효과성을 고려한 맞춤형 온라인 교육을 지원함으로써 기업의 지식재산 역량 강화에 기여

사업대상

온라인 단체교육을 희망하는 기업(중소·대), 연구기관, 공공기관

교육비

전액무료

교육형태

온라인 교육

지원내용

전용사이트 제공

- 기업(관)명.ipacademy.net ex)hyundai.ipacademy.net
- 해당 기업체 전용 사이트 개설

온라인 교육과정 제공

- 전체 61개 과정 '사례로 배우는 재미있는 특허이야기' 등
- 교육상담을 통하여 전체 과정 중 귀 기업(관)에 필요한 과정만을 재구성하여 맞춤 과정 제공

체계적인 학습관리

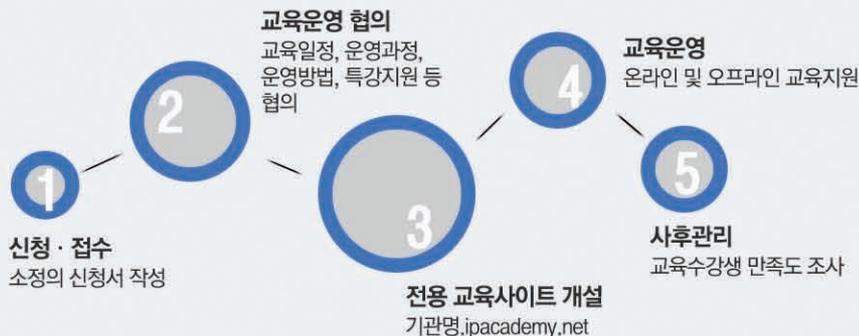
- 지식재산 전문가를 통하여 질의응답 제공
- 직무교육을 위한 체계적인 학습관리

오프라인 방문 특강 제공

- 온라인 교육상에 부족한 부분을 오프라인 방문 특강을 통하여 보충교육 실시
- 기업에서 필요로 하는 교육내용을 위주로 맞춤형 교육 실시
- ※ 교육신청기업에 직접 방문하여 교육 실시



처리절차



신청방법

- 인터넷 홈페이지 www.ipacademy.net에서 신청서를 다운로드 받아 이메일 또는 팩스로 송부
- 접수처 : E-mail elnino82@kipa.org, Tel 02-3459-2776, Fax 02-3459-2789



제24회 대한민국학생발명전시회 신청 안내

신청안내

■ 출품분야

- 자유발명 분야
- 주제발명 분야
주제 1) 생활속에서 위험한 문제를 해결한 안전한 시스템이나 안전장치, 안전용품
주제 2) 재활용품을 이용한 GREEN ENERGY 발명

■ 출품자격

- 전국 초·중·고 재학생 및 청소년
※ 청소년은 만13세~만18세 (2011년 3월 2일 현재)
※ 지도교사 자격 : 학생의 시·군 관할 현직 교원만 가능함.

■ 출품형태

- 1인당 3건 이내 출품(공동발명 불가)
- 물품에 관한 개량발명뿐 아니라 컴퓨터를 이용한 전자상거래 등의 방법발명도 출품 가능
- 특허·실용신안·디자인 등 지식재산권이 본인 명의로 출원 또는 등록된 작품도 출품 가능
※ 학교당 작품건수 제한 없음

■ 출품규격

- 가로 100cm, 세로 100cm, 높이 100cm, 무게 30kg 이내
- 규격을 초과할 수 없으며 실제크기가 아닌 모형 제작도 가능함.
※ 제작금액이 일정금액(100,000원)을 초과하지 않도록 권고함

■ 출품신청

- 접수기간 : 2011. 3. 2(수) ~ 4. 1(금)
- 신청방법 : 온라인 신청(우편접수 불가)
※ 온라인 신청 절차는 홈페이지에서 확인 (홈페이지 3월 2일 오픈 예정)

■ 신청처 : 추후 공고 예정

■ 출품할 수 없는 작품

- 과거 본 대회 및 타 기관주최 대회 출품작, 과학 실험실습, 기자재, 금년도에 개최된 타 기관 대회 출품작
- 출품자가 직접 발명·제작한 것이 아닌 작품
※ 표절작, 대리작, 타 대회 중복 응모, 기 입상 등 기타 정당하지 못한 작품을 출품한 자 및 지도교사는 5년간 출품 제한 및 입상 취소

■ 출품 시 유의사항

- 제출된 서류는 일체 반환이 불가함
- 기초생활수급자 및 차상위 계층 해당자는 접수 시점에서 관련서류 제출 시에만 인정함(기초생활수급자확인서, 차상위 확인서)
- 1차 서류심사 및 선행기술심사 후 2차 작품(현물)심사 대상자를 통지하며, 작품(현물)심사대상자는 해당 심사 일에 맞추어 작품과 가점대상 자료를 지참한 후 꼭 본인이 참석하여야 함
- 발명품을 소개하는 설명서(전시목적의 판넬)는 본인이 직접 제작하여야 하며 규격 및 재료는 2차 작품(현물)심사 안내에서 공지
※ 자세한 사항은 한국발명진흥회 홈페이지 www.kipa.org를 참고하세요.



발명교육 프로그램 개발 및 운영

■ 목적

- 과학관을 활용한 발명 인식제고 및 저변확대
- 창의 인재육성을 위한 융합형 발명교육 추진

■ 근거

- 발명진흥법 제6조(발명에 대한 인식 향상과 발명활동의 촉진)
- 발명진흥법 제7조(학생발명 활동의 촉진)

■ 사업개요

- 한국발명진흥회에서는 2011년부터 창의적 재량활동 수업시수가 증가함에 따라, 국립과천과학관과 함께 창의력 기반의 발명-과학 융합형 프로그램을 운영하고 있습니다. 과천과학관의 다양한 과학체험시설 및 인프라를 활용하고, 한국발명진흥회에서 발명교육컨텐츠를 제공하여 아래와 같은 체험형 학습프로그램을 진행하고 있습니다.

구분	기본	심화	캠프
교육대상	초등 3~6학년	초등 4~6학년	초등 3~6학년
교육기간	매월 2, 4주 토요일	매주 일요일	매월 2주 토~일요일
교육시간	09:00 ~ 12:00 13:00 ~ 16:00	09:00 ~ 12:00 13:00 ~ 16:00	토요일 15:00 ~ 익일 12:40
교육정원	1회 20명	1회 20명	50명
교육장소	국립과천과학관 교육동 8실험실		국립과천과학관 엔씨홀, 캠프장

※ 각 과정은 한국발명진흥회 홈페이지(www.kipa.org)에서 신청받고 있음.

☎ 문의전화: 02-3459-2757





「2011 캠퍼스 특허전략 유니버시아드」 참여기관 모집공고

‘2011년 캠퍼스 특허전략 유니버시아드’ 참여기관을 모집하오니
많은 참여 바랍니다.

■ 대회 개요

- 목적 : 특허에 강한 엔지니어 양성 및 대학(원)의 참신한 아이디어 산업계 공급
- 주요내용
 - 운영방식 : 기업이 문제출제 및 심사를 담당하고, 대학(원)생이 지도교수와 함께 참가하여 특허전략을 제시하거나 선행기술을 조사하는 방식
 - 경진부문 : 특허전략수립부문, 선행기술조사부문
 - 참여주체 역할
 - 기업 : 문제출제 및 심사, 수상자 상금 지원, 수상자 취업 인센티브 제공 등
 - 대학 : 대학(원)생 참여유도 및 지도, 대학의 실용적 특허교육 확산
 - 한국공학한림원 · 특허청 · 한국발명진흥회 : 대회 운영 관리 및 지원

■ 기관 참여내용

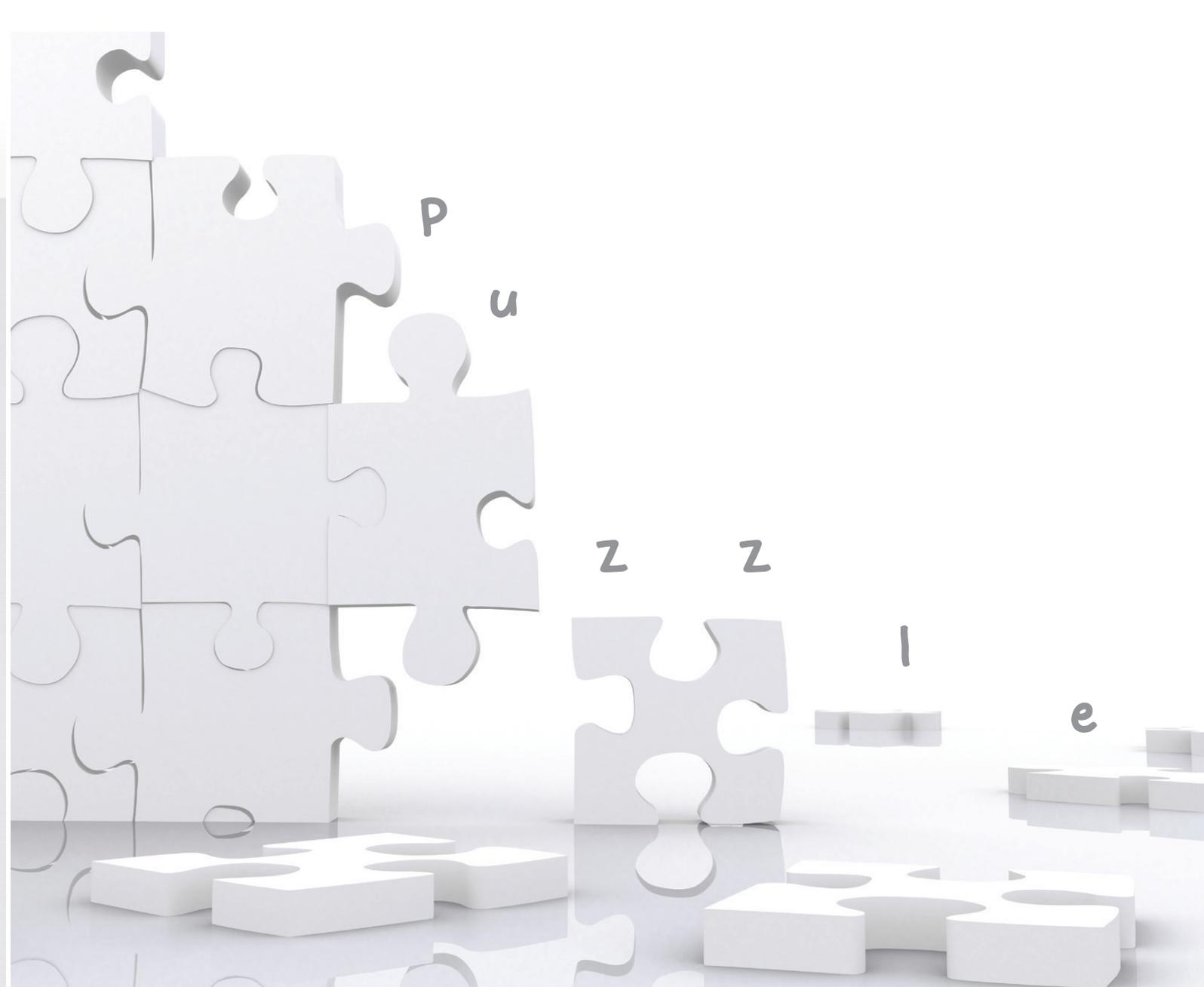
- 대회 상금지원
 - 특허전략수립부문 : 1,000만 원
 - CEO 우수상 1명(600만 원), 장려상 2명(각 200만 원)
 - 선행기술조사부문 : 200만 원
 - CEO 우수상 1명(100만 원), 장려상 2명(각 50만 원)
- 문제출제 및 심사
 - 문제는 참여기관별로 선행기술조사부문과 특허전략수립부문에 출제
 - 심사는 1차 서류심사, 2차 발표심사, 3차 최종심사로 구성 · 진행
 - 참여기관은 서류심사 및 발표심사에 참가(심사위원 1~2명 필요)

■ 참여기관 선정방법 및 절차

- 후원약정서를 바탕으로 선정위원회의 심사에 의하여 선정
- 10년 대회 참여기관, 수상자 취업 우대기업, 대학(원)생 논문(답안)의 지식재산경영 적극적 활용 의사 표명 기업 등에 대하여는 선정 시 우대

■ 신청 및 문의내용

- 신청기간 : 2011. 1. 21(금)까지
- 문의처 : 한국발명진흥회 산업인력양성팀(T.02-3459-2833/5)
- 신청서 : 첨부된 후원약정서에 따라 작성한 후 우편 또는 e-mail 접수
 - ※ 후원약정서 등 자세한 내용은 홈페이지(www.patent-universiade.or.kr) 공지사항 참조



우 편 엽 서



보내는 사람
이름: (남·여)
주소:
전화: HP
□□□ - □□□

받는 사람
월간 **발명특허**
서울특별시 강남구 역삼동 647-9
한국발명진흥회 18F 발명진흥팀
1 3 5 - 9 8 0



아이디어를 공유하고 싶다면, **발명특허**에 **발명특허**를 소개해주세요.



• 이번호 내용중에서 가장 재미있고, 유익했던 기사와 아쉬웠던 점은?

.....

.....

• 앞으로 꼭 다루었으면 하는 기사는?

.....

.....

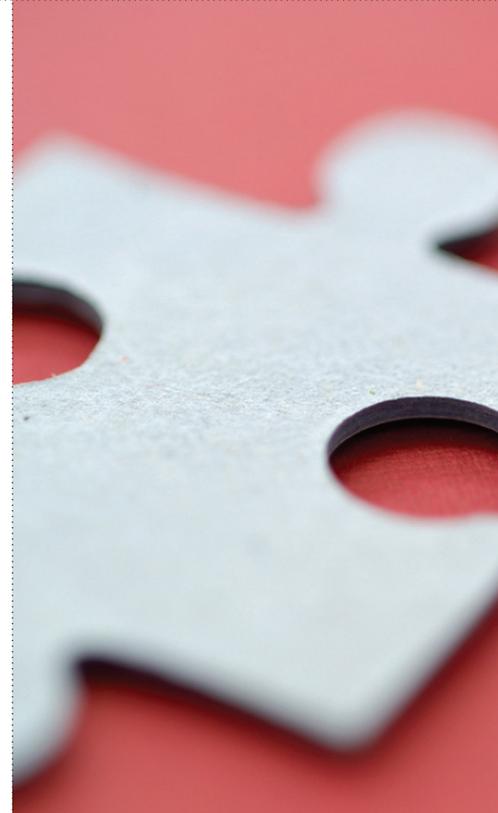
• 기타 「발명특허」에 하고 싶은 말씀은?

.....

.....

1월호 퍼즐정답

1	2		4		5	
	3					
8					6	7
9	10			13		
			12			
11					15	
			14			



Contents



2011년 신년사

IP Report

18	특허법 개정안 공청회	PLT 도입에 의한 특허법 개정에 대해
20	특집 포커스	중국 기술 라이선스 계약 실무상 주요 법률 이슈
26	특집 Zoom in	중국 상표법상 商標의 登錄要件에 관한 소고
34	특집 특허확대경	한·일 상표법 비교
40	지식재산 논문	한국형 비실시기업과 비즈니스 모델
52	시선집중	우선권주장제도와 오픈이노베이션 전략을 활용한 IP 비즈니스모델
60	발명특허 기네스	우리나라 최초 여성발명창의교실 교재

IP Column

62	발명칼럼	발명은 글로벌 기업 경쟁력의 원천
64	셀프 리더십	다시는 돌려받지 못할 삶의 일부_시간
66	지식재산 경영전략	기획자 입니까, 관리자 입니까?
72	특허기술이전사업화 성공사례	지알텔레콤주식회사
77	발명 365	중기기관
78	재미있는 퍼즐	함께 풀어봅시다

IP Information



80	지리적표시 단체표창에 등록된 우리나라 대표 특산물	경상북도 (상주꽃감), 전라남도 (강진청자)
82	건강하게 살시다	나는 비만일까? BMI를 알아!
84	KIPO NEWS	특허청 소식
93	특허 Q&A	무엇이든 물어보세요~!
94	KIPA NEWS	한국발명진흥회 행사 및 소식
102	회원가입을 축하합니다	12월 신규 회원가입사 소개

Invention & Patent January 2011 Vol. 414



특허청장 이수원

2011년 신묘년 새해 복 많이 받으세요

발 명특허가족 여러분,
새해 소망하시는 일 모두 성취하시고 행복과 기쁨이 가득하시기를 기원합니다.

지난 경인년 한 해를 돌이켜 보면, 국가적으로 많은 발전이 있었던 1년으로 기억됩니다. 지난 11월 G20정상회의의 성공적인 개최로 우리나라가 세계중심국가의 일원으로 자리 잡게 되었으며, OECD 국가 중 가장 높은 6%대의 경제성장을 이루었습니다.

지식재산 분야에 있어서도 2010년은 어느 해보다 의미가 큰 해로 기억될 것입니다. 그간의 발명특허가족 여러분의 지지와 성원 덕분에 국무총리실을 중심으로 지식재산정책협의회가 발족하였고, 지식재산기본법안 국회제출 등 국가지식재산전략추진체계 구축을 위한 큰 걸음이 시작되었습니다.

지식재산권 출원도 여전히 세계적 수준을 유지하고 있습니다. 다만, 한 가지 아쉬운 점이 있다면 기술무역수지 적자가 계속되는 등 지식재산의 질적 수준에 있어서는 아직 갈 길이 멀다는 것입니다.

지난 한 해 동안 특허청은 발명특허가족 여러분의 아낌없는 성원에 힘입어 더욱 큰 성장을 이루었습니다. 특히 국가 R&D 특허동향조사를 부처에서 요구하는 사업 전체로 확대하고 상표권 특별사법경찰대를 도입하는 한편, 특허사법제도의 개선과 특허권의 실효성 제고방안을 마련하는 등 지재권 분야의 주요 현안을 해결하기 위하여 적극 노력하였습니다. 지난해에는 '12년까지 200여명의 심사관 충원계획을 확정하는 등 심사·심판서비스 품질 제고를 위한 다양한 시책도 추진하였습니다.

발명특허가족 여러분!

신묘년 새해를 맞이하여 특허청은 '지식재산을 기반으로 하는 선진일류국가의 실현'이라는 핵심목표를 중심으로 3가지 역점과제를 추진하고자 합니다.



우선, 지식재산 분야 G5의 일원으로서 위상에 걸맞는 지식재산 서비스체계를 구축하겠습니다. 이를 위해, 고객 요구에 부응하는 심사·심판 처리기간을 유지하고, 국제조약에 맞추어 특허법을 개정하는 등 글로벌 IP 규범을 반영한 지식재산제도를 마련해 나가겠습니다.

둘째, 지식재산의 경제·산업적 활용을 촉진하고자 합니다. 국가 R&D와 지식재산권의 연계를 강화하여 국가 R&D 효율화를 지원하고, 중소기업에 대한 지식재산경영 지원을 확대하도록 하겠습니다. 또한, 대학과 공공연구기관이 우수한 지식재산권을 창출·활용할 수 있도록 지원을 강화하고 지방자치단체의 지식재산 경쟁력 제고를 위해 노력하겠습니다.

끝으로, 공정한 지식재산 사회를 구현하기 위해 고객 중심의 민원서비스 체계를 구축하고, 국내·외에서 우리 기업의 지재권을 적극적으로 보호해 나가겠습니다.

2011년은 지식재산기본법이 제정되어 국가지식재산위원회가 출범하는 등 범국가적으로 지식재산이 국가발전의 주요전략으로 추진되는 첫 해가 됩니다. 발명특허가족 여러분의 많은 격려와 지지를 부탁드립니다. 새해에 바라는 소망 꼭 이루시기를 특허청 모든 직원들과 함께 다시 한 번 기원드립니다.

감사합니다.





한국발명진흥회장 허진규

2011년 발명특허가족 모두 마음에 소망하시는 일들 이루시길 바랍니다

사 랑하는 발명특허 가족 여러분!
신묘년 새해 아침이 밝았습니다. 2011년 토끼의 해를 맞이하여 우리 발명특허 가족 모두에게 활기차고 역동적인 한 해가 되기를 충심으로 바라며, 마음에 소망하시는 일들을 모두 이루시기 바랍니다.

지난 한 해를 돌아해보면 한국발명진흥회는 세계 최고 수준의 지식재산전문기관 실현을 목표로 힘차게 달려왔습니다. 다양한 발명창의력 프로그램 개발, 지식재산능력시험(IPAT) 시행 등을 통하여 지식재산 인재양성 전문기관으로의 위상을 제고하였습니다.

더불어 특허기술 거래를 위한 세계 우수기관과의 협력 네트워크를 구축하여, 우리의 우수 특허기술이 국내뿐만 아니라 세계로 수출될 수 있는 발판을 마련하는 한편, 특허기술의 가치를 쉽게 평가해줄 수 있는 특허자동평가시스템을 개발하여 국가R&D의 효율성을 높이는 인프라도 확충하였습니다.

올해는 지식재산업계 모두에게 지혜와 혁신적인 노력이 더욱 필요한 시점이라 생각합니다. 지식재산의 환경변화는 더욱 가속화될 것으로 보입니다. '지식재산 기본법'이 제정되어 범정부차원에서 지식재산 진흥정책이 추진될 것이며, 지식재산 관계기관의 협력이 절실히 필요한 한 해가 될 것입니다. 또한 지식재산에 대한 사회적 인식이 높아짐에 따라 질 높은 지식재산서비스에 대한 국민의 요구도 높아질 것으로 보입니다.

존경하는 발명특허 가족 여러분!

우리 한국발명진흥회는 지난 38년을 한결같이 지식재산과 친밀한 사회를 실현하기 위해 달려왔습니다. 이제 2년 뒤면 우리회도 불혹을 맞게 됩니다. 이제 우리는 성장을 넘어 성숙한 지식재산 사회를 만들어야 할 시기입니다.

이제 대한민국은 세계4위 특허출원국이 되었습니다. 대학에서는 산학협력단을 중심으



로 지식재산 발굴을 위한 R&D에 집중하고 있으며, 기업은 직무발명제도를 도입하고 발명가를 우대하는 등 지식재산 창출을 위해 다양한 인센티브를 제공하고 있습니다. 이제는 이러한 양적성장이 실질적 의미 창출로 이어질 수 있도록 질적 성숙을 고려해야 할 때입니다. 이제는 모두가 새로운 활기를 가지고 새로운 일들을 계획하고 실천할 수 있는 분위기가 느껴집니다. 우리 내부에서도 그러한 의지와 힘이 꿈틀거리고 있습니다.

2011년 우리는 범국가적인 발명진흥정책들을 본격적으로 추진해 나갈 것입니다.

첫째, 국내를 넘어 해외에서도 경쟁의 우위를 점할 수 있는 국제적 수준의 인력양성을 위해 노력해 나가겠습니다. 지식재산 인력양성이라는 국가적 과제를 국내최고의 전문기관으로서의 사명감을 가지고 학생들의 창의력 계발 교육에서부터 고용창출을 위한 실무교육에 이르기까지 다양한 교육을 추진해 나가겠습니다.

둘째, 균형 있는 지역센터 관리를 통해 일부지역에 편중하지 않고, 우리나라 전체가 발명과 특허로 튼튼해지는 기반을 마련해 나가겠습니다.

셋째, 성과연봉제, 고객만족도 조사, 청렴도 조사 등을 통해 경쟁력 있는 발명진흥정책을 수행해나갈 기관으로 거듭나기 위하여 내부의 역량을 키우는 노력을 추진해 나가겠습니다.

마지막으로 현재에 안주하지 않고 끊임없이 새로운 사업영역을 발굴·개척하여 국민에게 더 가까이, 더 필요한 공공기관이 될 수 있도록 변화를 추구해 나가겠습니다.

그 어느 해보다 굵은 땀방울을 흘리며 일할 한 해가 되리라 기대를 가져봅니다. 도약을 위한 다짐을 해봅니다.

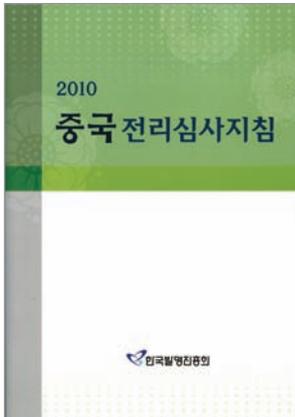
2011년의 가을에는 우리 스스로도 놀랄 알곡의 결실을 맺는 진정으로 신묘한 해가 되기를 기원해 봅니다.

발명특허 가족여러분! 새해 복 많이 받으십시오.

감사합니다.



2010 중국전리심사지침 개정판 출간안내



구입문의
한국발명진흥회 발명진흥팀
김민국 주임 (02-3459-2797)
eldaah7@kipa.org

책소개

우리회는 특허강국으로의 도약을 꿈꾸는 중국에서 특허출원을 할 경우, 중국전리심사제도에 대한 길라잡이 역할을 할 수 있는 「2010 중국전리심사지침 개정판」을 발간하였다.

이번 개정판은 2007년 최초 출판된 「중국전리심사지침서」의 중국전리심사지침 및 중국전리법의 대폭적인 개정에 따른 중국 특허심사에 대한 지침들을 상세하게 기술하고 있어, 대중국 특허 업무에 종사하거나 특허심사에 관심을 가지고 연구개발 업무에 종사하는 사람들에게 큰 보탬이 될 수 있을 것이다.

「2010 중국전리심사지침 개정판」은 제1부(초보심사), 제2부(실질심사), 제3부(국내단계진입 국제출원의 심사), 제4부(복심 및 무효심판청구의 심사), 제5부(전리출원 및 사무처리)로 구성되어 있으며, 1부당 판매가격은 50,000원이다.

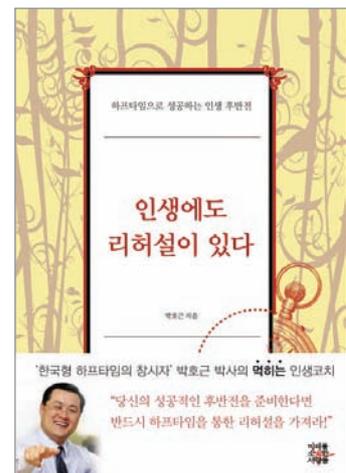
인생에도 리허설이 있다

-하프타임으로 성공하는 인생 후반전

책소개

당신의 성공적인 후반전을 준비한다면 반드시 하프타임을 통한 리허설을 가져라!

하프타임으로 성공하는 인생 후반전 「인생에도 리허설이 있다」. 인생에서의 리허설은 후반전의 전환점을 위한 결단을 의미한다. 이 책은 인생의 전반전을 큰 성과 없이 보냈다 할지라도 하프타임을 어떻게 보내느냐에 따라 인생 성공 여부가 결정된다고 말하며, 더 나은 후반전을 위해 숨을 고르고 마인드를 변화시키며 지치지 않고 달릴 수 있는 구체적인 방법을 제시한다.



저 자 _ 박호근
출판사 _ 미래를소유한사람들

Report

- 특허법 개정안 공청회
 - 특집 포커스
 - 특집 Zoom in
- 특집 특허확대경
- 지식재산 논문
 - 시선집중
- 발명특허 기네스



PLT 도입에 의한 특허법 개정에 대해¹⁾



박준성 상무
삼성 LED IP 법무팀장
미국 변호사
前 삼성전자 책임변호사

특허법조약(이하 PLT)은 특허출원 및 특허에 관한 형식적 절차를 통일화, 단순화하여 특허에 대한 형식적 절차를 고객 친화적으로 개선하는 것을 목적으로 한다. 2005년 4월에 발효되어 현재 영국, 프랑스, 호주 등 총 25개국이 가입하였고 2007년 EPO는 조약의 내용을 이미 반영하였으며 한국 특허청이 도입 여부를 검토 중인 것으로 알려져 있다. 일단 PLT의 도입은 특허 출원 절차 및 방식이 국제적으로 통일됨으로써 하나의 특허를 다수의 국가에 출원하는 경우 간편성 및 비용절감 효과를 볼 수 있다는 장점이 있어 대기업뿐만 아니라 중소기업, 개인 등의 특허 출원을 크게 촉진할 수 있다는 점에서 큰 효과를 기대할 수 있다. 그러나 기업의 특허 활동이 출원뿐만 아니라 제3자 특허에 대한 방어가 큰 부분을 차지한다는 점에서 장점만큼이나 우려도 존재한다.

PLT의 가장 핵심적인 내용은 기존의 정형화된 특허 명세서 제출이 아니라 일정한 요건을 만족하는 서류를 제출할 경우 청구범위의 설정 없이도 출원일을 인정받을 수 있다는 점이다. 이는 미국의 가출원 제도와 매우 유사한데 기술의 라이프 사이클이 짧고 모방품의 출원이 빠른 기술인 경우 매우 효과적일 수 있을 것이다. 일정한 요건을 만족하는 서류란 외관상 발명 명세서로 보여질 수 있는 서류로 발명범위가 포함되지 않은 명세서, 청구범위, 요약이나 이에 상응하는 문서로서 논문, 기업의 발명신고서, 연구노트 등이 가능할 수 있겠다. 따라서 출원인은 출원일을 인정 받을 수 있는 서류를 제출 후 일정 기간 내 정식 출원 명세서를 제출할 수 있는데 이 제도가 도입됨으로 인해 출원인은 예전보다 좀 더 편리하게 출원일을 인정받을 수 있는 반면 제3자의 특허를 대응해야 하는 입장에서는 출원된 특허의 권리관계 확인을 위해 상당한 불편을 감수해야 할 것으로 예상된다. 일단 최초 출원 문서의 제출 후 정식 출원 명세서를 제출할 때 그 내용이 추가되는 경우 추가된 내용에 대해 균등문을 넓게 인정할 경우 최초 제출한 서류의 내용 대비, 출원일이 인정되는 권리범위가 지나치게 넓어질 수 있을 것이다. 더욱이 특허의

1) 본 글은 “특허법조약을 반영한 특허법 개정안 공청회” 공술서를 재편집함

실시 예가 실질적인 특허 청구범위를 구성하는 점을 고려한다면 정식 출원 명세서 제출 시 실시 예가 추가되면 그만큼 권리범위가 확장될 우려가 있다. 또한 출원일 인정 후 정식 출원 명세서를 제출할 때 추가된 신규 사항을 추가된 날짜로 출원일을 인정받을 경우에는 등록된 명세서에 청구범위 별로 다른 출원일이 존재할 수 있다. 더욱이 미국의 가출원과 같이 출원일을 인정받은 후 우선권을 주장하여 본 출원을 진행하고 최초 출원이 공개되기 전 취하시키면 특허 검색으로 확인하기 어렵고 심사 포대를 통해서만 내용을 확인할 수 있게 되는 등의 문제가 발생, 등록된 특허의 권리관계 파악이 쉽지 않아진다. 이와 같이 현실에서 다수의 우선일 또는 출원일이 존재하는 등록 특허의 존재는 특허 분쟁에서의 선행기술을 통한 무효화 시도, 회피 설계 시도, 선사용권 주장 등에 있어 상당히 번거로워진다. 실제로 출원일을 인정받을 수 있는 요건이 매우 까다로운 현재의 제도 하에서도 우선권 주장과 공개 전 취하를 통해 우선일의 혼란을 주는 경우가 있다. 예를 들어 LED 업계의 핵심 특허 중에서는 다수의 특허를 우선권 주장하여 출원 후 선출원 특허를 모두 취하함으로써 등록된 특허의 청구항별로 각기 다른 출원일을 적용하여야 함에도 불구하고 포대를 확보, 취하된 다수 특허의 내용을 확인하기 전까지 청구항별 우선일을 정확히 구분하기가 어려운 사례가 있다. 이와 같이 정확한 우선일을 구분하기 어려운 경우 결국 제일 빠른 우선일을 기준으로 특허 심사를 하게 되고 이로 인해 실질적인 우선일을 기준으로 할 경우 신규성 또는 진보성 위반으로 특허성이 없는 부분까지 등록받게 된다. 결국 대응하는 입장에서는 특허성의 심사 기준이 되는 특허의 출원일과 청구범위를 명확히 확정하기 쉽지 않은 상황으로 인해 무효성이 있어 등록 받지 말아야 할 부분까지 등록되는 경우 권리 행사를 저지하기 위해 추가적으로 출원일별 무효를 다투어야 하는 어려움에 직면하게 되는 일이 자주 있게 된다. 이러한 현상은 PLT 도입으로 인해 특허의 출원일을 인정 받기 쉬워지는 환경에서는 더욱 빈번해 질 수 있고 출원하는 입장에서는 효과적인 출원전략으로 활용할 여지가 충분히 있으며 대응하는 입장에서는 그만큼 비용과 노력을 더 투입하여 특허 분석이 진행되어야 할 것이다. 따라서 위와 같이 예상되는 문제에 대해 PLT 도입 이전에 충분한 논의를 거쳐 적절한

정책을 도입해야 할 것이다. 예를 들러 출원일 인정을 위해 제출하는 서류에는 기본적인 내용은 첨부되도록 하여야겠다. 이를 통해 PLT 도입의 원 취지인 복잡한 출원과정으로 인해 완성된 발명의 출원이 본의 아니게 늦어져 권리로서 손상을 입는 문제의 해결이 아니라 미완성의 발명의 제출 후 정식 출원명세서를 제출하는 기간까지 발명을 보강하여 정식 명세서를 작성하는 시점에서 발명이 완성되는 일은 없어야 하겠다. 더욱이 발명을 충분히 설명할 수 있을 정도의 구체성을 가지고 있지 않은 현재 명세서의 요약서는 출원일을 인정할 수 있는 서류로서는 부족하다고 본다. 그리고 심사과정에서도 신규 내용의 추가에 대해 엄격히 판단하고 추가된 내용에 대해 이를 고려하여 각각의 출원일에 따라 선행기술 조사를 수행, 특허의 등록 여부를 결정해야 할 것이다. 그러나 이러한 심사과정을 거칠 경우 특허청 심사에 있어 상당한 부담으로 작용할 가능성이 높고 이로 인해 심사적체가 발생할 수 있다. 따라서 일단 정식명세서를 제출한 날짜를 기준으로 특허성을 판단하고 거절이유 극복 시 출원인이 심사 기준을 최초 출원일 또는 해당 출원일로 앞당겨 주장할 수 있도록 한다면 심사부담을 어느 정도 완화할 수 있을 것이라 본다. 그렇지 않다면 출원일 인정 후 정식출원명세서에서 추가된 신규 내용에 대해 출원일이 추가된 부분을 적시하는 것도 한 방법이 될 것이다.

그 외에도 PLT 도입은 논문이나 연구노트 등도 출원일을 인정 받을 수 있는 서류가 될 수 있는데 미국이나 일본의 기업에 비해 한국 기업의 연구개발자들은 연구 노트 및 논문 관리를 체계적으로 수행하고 있지 않는 경우가 많다. 이로 인해 출원과 출원일을 분리한 위의 제도는 출원 간편화를 통한 권리 보호 신속화라는 장점보다 앞서 언급한 단점이 더 두드러질 수 있을 것이다. 따라서 정부차원에서 기업 연구개발자들에 대한 연구노트의 체계적 관리 등에 대한 홍보 및 보급이 절대적으로 필요할 것이라고 생각한다.

PLT의 도입은 한국 기업에게는 특허 출원 전략에 있어 새로운 변화의 계기가 될 수 있다. 그러나 PLT 제도의 도입은 장점만큼이나 위험도 내포하고 있기 때문에 정부와 기업, 학계 등의 세심한 주의와 충분한 고려를 통한 정책의 수립이 필요하겠다.



중국 기술 라이선스 계약 실무상 주요 법률 이슈



변 응재

현재 법무법인(유) 태평양 변호사 및
카이스트 테크노경영대학원 겸직 교수
김&장 법률사무소, 중국 Junhe 법률사무소 및
현대차 중국지주회사 근무
제34회 사법시험 합격(사법연수원 24기)
서울대학교 및 Stanford Law School LL.M 졸업

본 특집기사는 특허강국으로 도약하고 있는 중국에서 수익을 올릴 수 있는 방법, 그 중 가장 중요한 기술라이선스 계약 실무와 관련된 주요 법률적 이슈, 그리고 한·중·일의 상표법에 대해 알아보겠습니다.

- 편집자 주 -

1. 들어가는 글

우리나라 기업이 독자적으로 개발한 기술로 중국에서 수익을 올리는 방법으로서 가장 보편적인 것은 중국 현지 법인에게 그 기술을 라이선스 해 주고 기술료를 받는 것이다. 그러한 기술 라이선스에서 가장 중요한 것은 기술 라이선스 계약이다. 그러나, 필자의 경험에 의하여 많은 기업들이 오랜 시간의 노력과 비용으로 개발한 기술을 중국에 라이선스 해 주면서 기술 라이선스 계약에 대한 충분한 검토와 치밀한 협상을 하지 않아 예상치 않은 불이익을 보는 경우

가 적지 않다. 특히, 우리나라 중소기업의 경우에는 더욱 그러하다. 이에 본 글에서는 제한적인 범위 내에서만 중국 기술 라이선스 계약 실무와 관련된 주요 법률적 이슈들을 살펴 보고자 한다.

2. 중국 기술 라이선스의 종류

중국 기술 라이선스를 분류하는 방법은 분류 기준에 따라 다양할 것이다. 그 중에서도 라이선스를 받는 대상에 따라 ① 한국 본사의 실질적인 100% 자회사에 기술을 라이

선스 해 주는 경우와 ② 한국 본사의 합자회사에 대하여 기술 라이선스를 해 주는 경우, 그리고 ③ 한국 본사의 지분 관계가 전혀 없는 중국의 제3자에 대하여 기술 라이선스를 해 주는 경우로 나눌 수 있을 것이다. 이러한 분류의 유용성은 각각에 따라서 주의해야 할 사항들이 서로 다르기 때문이다. 첫 번째 경우에는 기술유출 문제보다는 라이선스 대가의 세무상 정당성(이른바 “이전가격” 이슈)이 문제가 될 것이며(특히 최근에는 중국 세무 당국이 구체적인 금액이나 로열티 비율의 정당성에 앞서 라이선스 대가를 받는 것 자체의 정당성을 문제 삼는 경향이라고 한다), 세 번째 경우에는 이전가격 이슈 보다는 기술유출 문제가 더 주의해야 할 사항이 될 것이다. 한편, 두 번째 경우에는 이전가격 이슈와 기술유출 문제를 모두 주의해야 한다.

3. 중국 기술 라이선스 관련 법적 제도 개관

중국 기술 라이선스 관련해서는 우리나라와 중국의 제도를 모두 주의하여야 한다.

가. 주의해야 할 우리나라 제도

먼저 우리나라 법률과 관련해서 주의해야 할 것은 “산업기술의 유출방지 및 보호에 관한 법률”이다. 같은 법률 제11조에 의하면 지식경제부에서 지정한 “국가핵심기술” 중에서 국가로부터 연구개발비를 지원받아 개발한 국가핵심기술에 대하여는 이를 외국기업 등에 매각 또는 이전 등의 방법으로 수출하고자 하는 경우에는 지식경제부 장관의 승인을 얻어야 하며, 국가로부터 연구개발비를 지원받지 않은 국가핵심기술에 대해서도 이를 해외에 수출하고자 하는 경우에는 사전에 지식경제부에 신고하여야 한다. 실무상 위 조항에서의 “외국기업 등에 대한 매각 또는 이전 등”의 개념에는 중국에 있는 회사(자회사, 합자회사, 제3자 회사 불문)에 기술 라이선스를 하는 것까지 포괄된다고 해석되고 있다. 따라서, 중국 기업에 기술을 라이선스 하고자 하는 우리나라 기업은 먼저 자신이 제공할 기술이 지식경제부가 지정한 국가핵심기술에 해당하는지를 지식경제부의 최근 “국가핵심기술 개정고시”를 통하여 먼저 확인해야 한다¹⁾.

또 하나 실무상 주의해야 할 우리나라 법률은 “부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률”이다. 우리나라 기업이 중국기업에 라이선스 해 주는 기술의 경우, 적지 않

은 경우 자신만의 기술이 아닌 제3자의 기술을 포함하는 경우가 적지 않다. 그런데 이 경우 그 제3자로부터 적절한 승인을 받지 않고 중국기업에 기술을 제공해 주는 경우에는 이는 위 법률상 “영업비밀 침해행위”해 해당할 위험성이 있다. 특히 가장 위험한 경우는 다른 회사로부터 스카우트한 직원을 활용하여 중국기업에 기술 지원 등을 제공하는 경우인데, 이 경우 각별한 주의와 법적 안전 장치가 요망된다.

나. 주의해야 할 중국 제도

중국에 대한 기술 라이선스 관련하여 관련 법률로는 “중화인민공화국 기술수출입 관리조례”와 중국 계약법상 기술계약 관련 조항들, 그리고 중외합자기업에 대하여 기술 라이선스를 하는 경우에 적용되는 “중외합자경영기업법 실시조례”의 일부 조항들, 그리고 중국 최고인민법원이 제정한 사법해석인 “기술계약 분쟁사건 심리 법률 적용 관련 약간 문제에 대한 해석” 등이 있다. 이와 관련된 주된 문제는 경우에 따라서 서로 충돌하는 여러 가지 법규들을 어떻게 조화롭게 해석하여 적용할 것인지의 문제이다.

먼저, 중화인민공화국 기술 수출입 관리 조례는 중국에 수입(라이선스 포함)되는 기술을 “수입금지”, “수입제한” 및 “수입자유”의 세 가지로 분류하여 규정하고 있다. 우리나라 기업이 중국에 라이선스 하는 대부분의 기술은 “수입자유” 기술에 해당하는데 이 경우 허가제가 아닌 계약 등록관리 제도를 실시한다. 즉, 자유로이 수입할 수 있는 기술을 수입할 경우 그 계약은 법에 따라 성립되는 시점에서 효력을 발생하며, 등록을 계약의 발효 조건으로 하지 아니한다.(그러나, 기술 라이선스 대가의 해외 송금을 위해서는 등록이 필요하다) 이와 관련하여, 중외합자경영기업법 실시조례 제43조에서는 “합영기업이 체결한 기술양도합의는 심사비준기구의 비준을 받아야 한다”고 규정하여 중외합자기업과 체결되는 기술 라이선스 계약의 경우에는 실무상 비준까지 받아야 하는지 혼동이 있다.(실무상 합자계약의 첨부로 합자계약과 함께 심사비준

1) 필자가 참여한 중국 기술 라이선스 계약 협상의 경우에도 이러한 국가핵심기술이 이슈가 되어, 결국 국가핵심기술에 해당하는 기술은 기술 라이선스의 대상에서 제외하는 것으로 합의가 되었다.

기관의 비준을 받을 것을 요구하기도 한다)

한편, 중국 정부 당국은 종래 외국회사와 사이의 기술 라이선스 계약에서 중국기업이 계약 조항상 부당한 대우를 받았다고 생각하고 각종 법규에서 기술 라이선스 계약상 조항에 대하여 여러가지 규제를 하고 있다. 그 대표적인 규제로는 기술수출입관리조례에 규정된 기술 라이선스 계약상 금지되는 조항들인데 다음과 같은 것들이 있다. ① 필수적이지 않은 부대조건을 부과하는 조항(필수적이지 않은 기술, 원재료, 제품, 설비 또는 서비스 부과), ② 특히 기간 만료 또는 무효선언 이후에도 기술사용료를 지급하는 조항, ③ 제공된 기술을 개선하거나 이를 사용하는 것을 제한하는 조항, ④ 유사 기술 또는 경쟁되는 기술을 다른 곳에서 획득하는 것을 제한하는 조항, ⑤ 불합리하게 원재료, 부품, 제품 또는 설비의 구입처를 제한하는 조항, ⑥ 불합리하게 생산 수량, 품종 또는 판매가격을 제한하는 조항, ⑦ 불합리하게 도입된 기술을 이용해 생산한 제품의 수출을 제한하는 조항. 위 열거된 금지 조항들 중에서도 “불합리하게”라는 것을 전제로 하는 조항들의 경우에는 그 기준이 명확하지 않아 실무상 항상 문제가 된다. 특히, 중국에서 생산되는 제품의 수출을 제한하는 조항은 많은 중국 기술 라이선스 계약서에 포함되어 있기 때문에 가장 논란이 많다. 그리고, 그 외에도 중국 계약법, 중외합자경영기업법 실시조례, 중국 최고인민법원이 제정한 사법해석인 “기술계약 분쟁사건 심리 법률 적용 관련 약간 문제에 대한 해석” 등에도 위와 같이 금지되는 조항들이 열거되어 있는데, 그 내용이 서로 동일하기도 하고 또 다르기도 하여 실무상 많은 혼란을 일으키고 있다. 특히, 중외합자경영기업법 실시조례에 규정된 “기술양도계약의 기간은 일반적으로 10년을 초과하지 아니한다”, “기술 양수측은 기술양도계약의 기간만료 후에도 계속 당해 기술을 사용할 권리를 가진다”는 조항은 실무상 자주 이슈가 된다. 예를 들어 기술수출입 관리조례 제28조에서는 “기술수입계약 기간 만료 후 기술양도인과 양수인은 공평, 합리 원칙에 따라 기술의 계속 사용문제를 협상할 수 있다” 규정하여 위 중외합자경영기업법 실

시조례와 달리 보다 융통성 있는 입장을 보이고 있는 것이다. 그리고, 합자기업의 기술양도계약을 10년으로 규정했다가 이를 연장하거나 갱신하는 것도 가능한지 관련하여 실무상 논쟁이 있다. 한편, 중국 계약법 제329조는 “위법하게 기술을 독점하고 기술의 진보를 방해하거나 타인의 기술성과를 침해하는 기술계약은 무효이다”라고 규정하고 있는데, 이에 대한 최고인민법원의 사법해석에 의하면 아래 상황은 계약법 제329조가 지칭하는 불법 기술독점, 기술진보 방해에 속한다. ① 당사자 일방의 계약 대상 기술을 토대로 진행하는 새로운 연구개발을 제한하거나 그가 개량한 기술의 사용을 제한하거나 쌍방의 개량기술 교환조건이 대등하지 못한 경우, ② 당사자 일방이 기타 원천에서 기술 제공 측의 기술과 유사한 기술이나 경쟁기술의 도입을 제한하는 것, ③ 당사자 일방이 시장 수요구에 따라 합리적 방식으로 계약 대상 기술의 충분한 실시를 방해하는 것(기술 양수 측이 계약 대상 기술을 실시하여 생산하는 제품과 제공하는 서비스의 수량, 품종, 가격, 판매루트, 수출시장을 명백하게 불합리하게²⁾ 제한하는 것을 포함), ④ 기술양수 측에 기술 실시에 불가결이 아닌 부대조건을 요구하는 것, ⑤ 기술양수 측의 원자재, 부품, 제품, 설비 등의 구입루트와 원천을 불합리하게 제한하는 것, ⑥ 기술양수 측의 계약 대상 기술 지적재산권 유효성에 대한 이의 제출을 금지하거나 이의 제출에 조건을 부여하는 것

4. 중국 기술 라이선스 계약의 주된 협상 대상

그러면 실제 중국 기술 라이선스 계약에서 주로 협상의 대상이 되는 것은 어떤 것이 있을지 살펴보면 대략 다음과 같다.

(1) 라이선스 대상 기술의 범위

실제 기술 라이선스 계약에서 가장 중요한 부분이라고 할 수 있음에도 불구하고 많은 실제 계약 사례에서 가볍게 지나가는 부분이다. 그러나, 라이선스 대상 기술을 명확히 하는 것은 당사자 사이에서 분쟁을 피할 수 있을 뿐만 아니라 중국 당국에 대해서 라이선스 대가를 정당화할 수 있다는 측면에서 매우 중요하다. 라이선스 대상 기술은 구체적으로는 기술자료 리스트와 같은 형태로 표현될 것인데 이 경우 계약서 침

2) 최고인민법원 사법해석에서는 “명백하게 불합리하게”라는 표현을 사용하여, 기술수출입 관리조례의 “불합리하게”와는 다소 다른 입장을 보이고 있다.

부로 처리하면 된다. 실무상 우리나라 기업은 이를 생산에 필요한 기술에 국한하고자 하는데 반하여 중국기업 입장에서는 설계기술, 연구개발기술, 원천 데이터까지 모두 요구하는 경향이 있다. 이와 관련하여, 중국 기술수출입 관리조례에서는 제공하는 기술의 완벽성, 확실성, 유효성, 그리고 약정한 기술목표에 도달할 수 있음을 보증해야 한다고 규정하고 있는데, 특히“완벽성”과 관련하여 자주 논쟁이 있다. 또한, 라이선스 대상 기술이 향후에 업그레이드 또는 개선되거나 또는 관련된 파생 기술이 개발될 경우 이에 대해서도 기존 라이선스 계약에 따라“무상으로” 기술을 제공해야 하는지 여부도 자주 문제된다. 이와 관련된 분쟁을 해결하기 위해서는 향후 무상으로 제공되는 개량 기술의 범위를 구체적으로 명시하는 것이 좋을 것이다.

(2) 라이선스 대가

라이선스 대가를 산정하는 방법과 관련해서는 여러 가지 기준이 논의되고 있으나, 대개는 다른 외국회사의 유사한 기술 제공의 대가 또는 당해 우리나라 기업이 중국 외의 제3국의 외국회사에 기술을 제공하고 받는 대가를 벤치마킹하는 경우가 많다. 중국기업 입장에서는 대개 선수금(IDP: Initial down payment)을 없애거나 줄이고, 매출액보다는“이윤”의 일정 비율로 로열티를 지급하고자 하나, 우리나라 기업 입장에서는 선수금도 확보하고 또 매출액의 일정 비율에 따른 로열티도 받는 것을 선호하는 경향이 있다. 앞에서 설명한 바와 같이 특히, 기술을 제공 받는 중국기업이 기술을 제공하는 우리나라 기업의 중국 자회사이거나 합자회사인 경우에는 이전가격 이슈에 주의하여 기술사용료 대가를 책정하여야 한다³⁾. 필요한 경우에는 기술사용료 산정의 객관성과 공정성을 담보하기 위하여 회계사무소나 평가회사를 활용하기도 한다.

(3) 기술 제공 시기

기술 제공 시기, 더 구체적으로는 기술자료를 제공

하는 시기 또한 이슈가 될 수 있다. 우리나라 기업 입장에서는 기술사용 대가의 지급 상황을 보면서 그때 그때 필요한 시점에 기술자료를 제공하는 것을 선호할 것이나, 중국기업 입장에서는 미리 확보하는 것을 선호할 것이다. 또한, 기술자료 제공이 약정된 일정보다 지연될 경우에 대한 처리 방안 합의도 필요하다.

(4) 기술 지원과 기술 훈련 대가

기술지원 및 기술훈련의 대가 산정과 관련해서는 이를 기술사용료에 포함하여 산정하기도 하나 별도로 산정하는 경우도 있다. 특히, 실무상 치열한 협상의 대상이 되는 것은 특정 제품을 생산하는 기술의 제공과 별도로 진행되는 공장건설 및 생산라인 구축과 관련된 기술의 제공에 대한 대가 산정 문제이다. 중국기업 입장에서는 이에 대해서 별도 대금을 지급해야 하는 이유를 이해하지 못하는 경우가 적지 않으므로, 사전에 명확한 상호 의사소통과 합의가 필요하다.

(5) 서브 라이선스 허용 여부

이는 주로 중국 내 부품 국산화 등과 관련되어 문제되는 이슈이다. 중국 내에서 부품 국산화를 하기 위해서는 중국기업에 제공된 기술자료 중 일부를 중국 현지 부품 회사에 제공해야 할 필요가 있기 때문이다. 이 경우에 주로 이슈가 되는 것은 이러한 서브 라이선스에 대하여 우리나라 기업의 사전 동의를 받도록 할 것인지 여부, 그리고 만약 서브 라이선스를 받은 부품회사가 기밀유출 등을 한 경우에 라이선스를 받은 중국기업도 일종의 감독 책임을 부담하게 할지 여부에 대한 것이다.

3) 이와 같은 “이전가격” 이슈와는 별도로, 기술을 제공한 우리나라 기업이 중국에 고정사업장이 있는 것으로 인정될 경우에는 감면된 기업소득세가 아닌 정식 기업소득세를 중국에서 납부해야 하는 위험이 있으므로 각별한 주의가 요망된다.

(6) 제조물 책임

라이선스 받은 기술로 생산된 제품과 관련된 제조물 책임 문제도 자주 논쟁거리가 된다. 기술을 제공하는 우리나라 기업 입장에서는 제공된 기술자체에 문제가 없는 한, 생산 과정에서 발생한 제품의 하자에 대해서는 실제 생산을 담당하는 중국기업이 책임을 부담해야 한다는 것이나, 중국기업 입장에서는 이러한 논리를 정서적으로 수용하기가 쉽지 않다. 그리고, 실제 제조물의 하자가 누구의 귀책 사유로 인한 것인지 판명하는 것도 쉽지 않다. 이러한 상황에서는 책임 부담의 주체를 일도양단적으로 성급히 규정하기 보다는 제품의 하자 발견, 신속한 보고, 처리, 해결의 절차를 구체적으로 합의해 두는 것이 오히려 도움이 될 것이다. 한편, 중국 상표법에 의하면 상표 사용을 라이선스 하는 자는 그 등록상표를 사용하는 제품의 품질에 대하여 감독해야 하는 책임을 부담하므로, 만약 기술 라이선스와 상표 사용 라이선스가 동시에 이루어지는 경우에는 제조물 책임과 관련하여 더욱 주의가 요망된다.

(7) 독점성(배타성)

중국기업 입장에서는 기술 사용에 대한 독점적 권리를 요구하는 경우가 자주 있다. 우리나라 기업 입장에서는 이러한 독점적 권리 요구를 수용하지 않는 것이 가장 유리할 것이나, 설령 수용하는 경우에도 이러한 독점적 권리가 어떠한 전제 하에서 유지되는 것인지, 어떠한 상황에서는 독점적 권리가 비독점적 권리로 변경되는지에 대해서 구체적으로 규정하는 것이 좋을 것이다.

(8) 제3자의 비밀유지 의무 위반 경우 대책

앞에서 서브 라이선스 경우에 설명한 것처럼, 라이선스의 대상이 된 중국기업이 아닌 관련 제3자(예를 들어 중국기업의 임직원의 친척, 주주, 계열사 또는 협력사의 임직원 등)의 비밀유지 의무 위반에 대하여 중국기업에 어떤 의무와 책임을 부담하게 할 것이냐가 이슈가 될 수 있다. 우리나라 기업 입장에서 가장

유리하기로는 이러한 자들의 행위에 대하여 중국기업이 일종의 연대책임을 부담하게 하는 것이나, 문제는 중국법상 이러한 연대책임은 일종의 “대외담보”에 해당되어 중국 외환관리국의 허가를 받지 않으면 법률적으로 효력이 없다는 점이다. 그리고, 이러한 연대책임에 대하여 중국 외환관리국이 허가해 줄 가능성이 매우 낮다. 따라서, 우리나라 기업 입장에서는 무조건 연대책임을 부담하게 할 것이 아니라 먼저 일정한 감독, 감시 의무를 부과하고 이러한 감독, 감시 의무 위반을 이유로 손해배상 책임을 부담시키는 방안 등을 고려해 볼 필요가 있다. 또한, 중국의 상황에서는 비밀유지 위반에 대한 심리적 부담을 증가시키기 위하여 구체적으로 거액의 위약금을 약정하는 것도 고려해 볼 수 있다. 이러한 위약금은 과도할 경우 중재 또는 소송 절차에서 감액이 될 것이나, 적어도 잠재적 계약 위반자에게 심리적 부담감은 줄 수 있을 것이다.

5. 마치는 글

이상과 같이 중국 기술 라이선스 실무와 관련된 주요 법률 이슈에 대하여 제한적으로나마 우리나라 및 중국의 관련 제도를 개관해 보고, 기술 라이선스 계약의 주된 협상 대상에 대하여 살펴 보았다. 전체적으로 볼 때 중국 기술 라이선스는 다소 혼란스러운 법적 환경 속에서 “적법성”과 “실효성”을 모두 어떻게 확보할 수 있느냐가 관건이라고 할 것이다. 이를 위해서는, 단순히 계약서 조항을 신중하게 잘 만들 뿐만 아니라 실질적인 지적 재산권 및 비밀유지 장치가 필요할 수 있다. 즉, 예를 들어 필요한 지적재산권에 대해서는 사전에 중국에서 특허권(발명, 실용신안, 디자인 포함)을 취득하고, 정말 중요한 비밀 자료에 대해서는 우리나라 및 중국 현지에서 물리적 비밀유지 시스템을 구축할 필요가 있다. 또한, 그럼에도 불구하고 기술을 제공 받은 상대방이 계약을 위반하였을 경우에는 단호하면서도 실효성 있게 대응할 수 있는 방안이 강구되어야 할 것이다.

지금까지 없었다, 모두가 기다렸다 영업비밀 원본 증명 서비스 시작!



전자지문을 이용하여 영업비밀 정보의 외부 유출없이
존재시점과 위·변조 여부를 완벽하게 증명할 수 있는 서비스
지금 만나보세요

www.tradesecret.or.kr

영업비밀 원본 증명 서비스란

- 영업비밀로 보관되고 있는 전자문서의 전자지문을 활용하여 영업비밀 보유시점과 원본여부를 입증해 주는 서비스

※전자지문이란

전자문서로부터 추출된 고유의 코드로 다른 전자문서는 서로 다른 전자지문을 가짐

특장점

- 한국특허정보원의 공신력을 바탕으로 인정성이 보장된 서비스
- 원본 제출없이 전자지문만을 이용함으로써 증명과정에서 비밀정보의 유출을 근본적으로 차단
- 다양한 형태의 전자파일(한글, MS워드, 엑셀, 이미지, 동영상 등) 지원
- 인터넷만 연결되면 시간과 장소에 제약 없이 이용 가능

활용처

- 특허권이나 저작권으로 보호받기 어려운 아이디어 자료, 연구노트, 설계도면, 거래 실적, 재무자료, 투자계획, 마케팅 자료, 고객정보, 계약서 등
- 기타 원본증명이 필요한 모든 전자문서

중국 상표법상 商標의 登録要件에 관한 소고



이희중

현) 마드리드 국제상표출원 심사관
특허청 국제상표심사팀
저서 : 중국상표법

I. 序說

상표권은 다른 지식재산권과 특별히 구분되는 두 가지 특징이 있는데, 하나는 정신적인 창작이 아닌 선택에 대한 권리부여라는 점이며, 다른 하나는 권리보호기간의 반 영구성이라는 점이다. 따라서 권리부여를 받기가 다른 지식재산권보다 상대적으로 쉬움에도 불구하고 권리보호기간이 길다는 점에서 이를 조율하지 않으면 상표의 제 기능을 발휘하기 어렵다.

이러한 상표권의 특징에 따라 등록주의를 채택하는 국가에서는 심사단계에서 표지의 선택에 하자가 있는지 여부를 판단하고, 등록 후에도 무효·취소 등의 제도를 두며 최종적인 판단은 사법기관에 맡김으로써 엄격한 상표 관리를 하고 있다. 그 첫 번째 단계인 등록결정시 어떤 기준으로 판단할 것인지 국가마다 다를 수 있으나, 대개의 경우 주체적인 요건을 갖출 것, 표지가 식별력이 있을 것(적극적 등록요건), 공익 또는 사익과의 충돌 여부 등을 조율할 것(소극적 등록요건)을 요구하고 있다. 아래에서는 중국 상표법상 식별력에 관한 적극적 등록요건 및 공익과 사익을 조율하기 위한 소극적 등록요건에 대해 논하고자 한다.



II. 積極的 登錄要件

1. 식별력이 있을 것

중국 상표법도 우리나라 상표법과 마찬가지로 타인의 상품과 구별할 수 있는 식별력을 갖춘 경우, 현재 사용유무를 불문하고 상표로 등록을 허용하고 있다. 적극적 등록요건으로 식별력을 요구하는 이유는 상표의 가장 기본적인 기능인 상품출처를 구별해 줄 수 있는 중요한 요소이기 때문이며, 하나의 표지가 상표로 보호를 받을 수 있으나 없느냐의 핵심요건은 바로 식별력을 보유했느냐 그렇지 않느냐에 달려있기 때문이다.

자연인·법인 또는 기타조직 등 타인의 상품과 구별하게 하는 가시성 표지는 상표로 출원 할 수 있고(중국 상표법 제8조), 출원한 상표는 현저한 특징을 갖추고 식별력이 있어야 한다.(동법 제9조) 즉, 표지는 타인의 상품과 구별하게 하는 구성요소로서의 식별력을 요구하는 것이고 실제 출원된 상표는 직감적으로 보아서 또한 전체적으로 보아서 현저한 특징 때문에 타 상표와 구별이 될 것을 요구하고 있다.

상표의 식별력은 고정개념이 아니라 상대적인 개념인데 식별력의 강약은 상표를 사용한 기간에 따라 달라질 수 있고 보는 사람의 판단에 따라 달라질 수도 있다. 이러한 상표의 식별력을 인정하는 데는 다음 다섯 가지 기본원칙에 따라 적용해야 한다.

첫째, 상품이나 서비스와 결부시켜 인정해야 한다는 원칙으로 상표의 식별력은 상대적인 개념이므로 추상적으로 살펴선 안 되며, 하나의 표지가 특정 상품이나 서비스와 구별할 수 있다면 그 표지는 식별력을 보유하고 있다고 구체적으로 판단해야 하는 것이다. 바꾸어 말하자면, 상표의 식별력을 판단함에 일반적인 원칙으로 상표가 상품이나 서비스 자체와의 관계가 밀접할수록 식별력은 약하고 그 반대인 경우 식별력은 강한 것이다.

둘째, 식별력은 추상적으로 인정해선 안 되고 반드시 구체적인 소비자 등 관련 있는 공중과 결부시켜 판단해야 한다. 중국최고인민법원의 사법해석¹⁾에 따르면 상표법상 관련 있는 공중이란 지정상품이나 서비스를 구매하는 소비자와 그런 상품이나 서비스의 경영 및 판매에 밀접한 관련이

있는 기타 경영자를 총칭한다.

셋째, 실제사용과 결부시켜 인정해야 한다는 원칙이다. 식별력을 갖추지 못한 상표일지라도 오랜 시간 넓은 범위에서 사용함으로써 소비자들에게 특정 출처를 나타내는 작용을 하고 일상생활에서 이러한 표지를 신뢰하여 중복 구매가 이뤄진다면 이미 ‘제2차적 의미’의 식별력을 갖추었다고 말 할 수 있는 것이다. 현행 중국 상표법 제11조 제2항은 “표지가 사용을 통하여 현저한 특징을 취득하고 또한 식별력이 있는 경우에는 상표로 등록될 수 있다”라고 규정하여 입법적으로 사용에 의한 식별력을 인정하고 있다.

넷째, 전체로 보아서 인정해야 한다는 원칙으로 “단지 본 상품의 통용명칭·도형·사이즈만으로 되어 있는 경우와 단지 상품의 품질·주원료·기능·용도·중량·수량 및 기타 특징만을 직접적으로 표시하는 경우”(동법 제11조① 1,2)만이 거절하고, 식별력이 있는 부분이 결합되어 있는 경우에는 거절할 수 없도록 하고 있다.

다섯째, 공공의 이익을 고려해야 한다는 원칙이다. 누구나 사용하기를 원하는 서술적 용어나 통용 명칭의 등록은 금지하여 타인도 상업 활동 중에 그러한 용어를 자유롭게 사용할 수 있도록 함으로, 1인에게 이런 용어의 독점을 허용하지 않고 있다.

2. 식별력이 없는 상표

1) 通用名稱

표장이 단지 본 상품의 통용명칭, 도형, 사이즈만으로 되어 있는 경우 상표 등록을 받을 수 없다.(동법 제11조①1) 통용명칭이란 상품 본질의 속성명칭 즉 보통명칭과 거래계나 공중이 널리 사용하여 이미 사물의 명칭이 일반화 된 관용명칭을 포괄하는 개념으

1) <최고인민법원상표민사분쟁사건심리의법률적용문제에관한해석>, 2002년10월12일 최고인민법원심판위원회 제1246차회의통과, 법해석[2002] 32호 제8조

로 국제상품분류표상의 상품명칭, 국가정부기관의 표준상품품목이나 동종업종에서 사용하는 상품명칭은 모두 통용명칭에 포함하고 있다.²⁾ 또한 원래 상품의 도형이나 사이즈를 상표로 하여 본 상품에 사용하는 것도 통용명칭과 마찬가지로 식별력이 없어 등록할 수 없다. 이러한 것은 본래 상품에 내재해 있는 것으로 누구나 사용이 가능해야 동종업자의 이익을 해치지 않고 공평한 경쟁을 할 수 있기 때문이다. 중국 상표실시조례 제49조에서는 “등록상표 중 본 상품의 통용명칭, 도형, 사이즈가 포함된 경우, 상표권자는 타인의 정당한 사용을 금지할 권리가 없다”고 규정하여 통용명칭 등의 상표권 효력을 제한하고 있다.

2) 기술(記述)적 標識

표장이 단지 상품의 품질, 주원료, 기능, 용도, 중량, 수량 및 기타 특징만을 직접적으로 표시하는 경우 상표 등록을 받을 수 없다.(동법 제11조①2) 기술적 표지만을 직접 표시하는 경우에 등록 받을 수 없으므로 간접적으로 혹은 암시적으로 상품의 특징을 표시한다거나 기술적 표지에 다른 표지를 부가하여 식별력이 생긴다면 상표로 등록 받을 수 있고 직접 상품의 특징을 표시한 기술적 표지만으로 된 상표도 사용

에 의해 현저한 특징을 취득하여 식별력이 있는 경우에는 상표로 등록될 수 있음은 물론이다. 동 조항에서 기술적 표지의 예로 든 것은 예시적인 것일 뿐이므로 상품의 기타 특징을 직접 기술하는 내용도(상품의 생산, 가공, 사용방법, 시기 등) 포함될 수 있음은 물론이다.

3) 기타 현저한 특징이 부족한 경우(동법 제11조①3)

중국 상표법 제9조 제1항에서 출원한 상표는 현저한 특징을 보유하고 식별하기 편해야 한다고 하였는데 이러한 현저한 특징이 부족한 경우 식별력이 없어 등록할 수 없음은 당연하다. 한국 상표법 제6조 제1항 각호와 비교해 볼 때 현저한 지리적 명칭·그 약어 또는 지도만으로 된 상표, 흔히 있는 성 또는 명칭을 보통으로 사용하는 방법으로 표시한 표장만으로 된 상표, 간단하고 흔히 있는 표장만으로 된 상표 등은 중국 상표법상 현저한 특징이 부족한 경우에 해당되어 등록받을 수 없을 것이다. 동 조례 제49조에서도 등록상표 중 “지명을 포함하는 부분”은 상표권의 효력이 미치지 않는다고 하면서 이를 통용명칭, 기술적 표지와 나란히 규정한 것으로 보아 현저한 지리적 명칭은 식별력이 없는 것으로 보고 있다. 구체적으로 현 급 이상의 행정구역 지명이나 공중이 쉽게 알 수 있는 외국지명은 상표로 등록 받을 수 없으나 단, 지명이 다른 의미를 보유하고 있는 경우에는 예외로 등록 받을 수 있다.(동법 제10조②단서)³⁾

2) 황휘(黃暉), 상표법, 법률출판사, 2004, p56

3) <판례분석> 지명이 다른 의미를 가지고 있어 등록된 사례¹⁾

- 사건개요 : “紅河”는 운남성 紅河州 및 紅河縣의 행정구역 명칭으로서 1997년 大興회사가 상표국에 출원하여 등록번호 제1022719호로 “紅河” 상표를 등록받았다. 2001년 紅河광명주식회사는 이에 대해 “紅河”가 현 급 이상 행정구역 명칭이므로 대흥회사의 “紅河”상표등록을 취소해달라고 상표평심위원회에 청구했고, 상표평심위원회는 “紅河”가 현 급 이상 행정구역인 것은 분명하지만 그 지명이 다른 의미(즉 붉은 강)를 보유하고 있어 등록을 유지한다는 판결을 내렸다.

- 최종판결 : 紅河광명주식회사는 이에 불복하여 중급법원에 행정소송을 제기했고, 중급법원에서는 “紅河”가 지역명칭 이외에 다른 확실한 뜻을 보유하고 있어 상표로 등록 받을 수 있다고 판결했고, 고급법원에 서도 원심을 지지하여 최종 상표등록을 유지 하였다.

4) 오한동(吳漢東) 지식산권기본문제연구, 중국인민대학출판사, 2005, p534

3. 使用에 의한 식별력의 取得

중국 상표법에서는 통용명칭, 기술적 표지 또는 현저한 특징이 없는 표지라 할지라도 사용에 의해 현저한 특징을 보유하고 식별력을 취득한 경우에는 상표로 등록될 수 있다고 하였다.(동법 제11조①2) 그러나 한국 상표법에서는 사용에 의한 식별력 취득에 보통명칭과 관용상표, 기타 수요자가 누구의 업무에 관련된 상품을 표시하는 것인가를 식별할 수 없는 상표를 제외하고 있는데(한국 상표법 제6조②), 중국 상표법에서는 보통명칭과 관용상표를 포괄하는 통용명칭과 현저한 특징이 부족한 경우에도 사용에 의

한 식별력이 생기면 등록을 할 수 있다고 하여 대조를 이루고 있다.

생각건대, 표지가 사용에 의한 식별력 취득이 가능한가의 문제는 '제2차적 의미'를 사용에 의해 취득할 수 있는가의 여부에 달려 있다. 어떤 표지든 장기간 연속적인 사용에 의해 새로운 의미가 생기고 기존의 의미로 이해하는 사람이 드물어질수록 식별력이 갖추어지게 될 것이고 그러한 표지는 통용명칭이든 이전에 현저한 특징이 부족하였던 상관없이 현저한 특징을 가진 것으로 보아 등록을 받을 수 있다고 본다.

이에 대한 중국학자의 견해를 소개하면 다음과 같다.⁴⁾ “상표가 식별력을 취득했는지의 여부는 사실과 관련된 문제이다. 상표심사 중 이러한 사실의 심사는 상표평심위원회 또는 법원이 판단해야 할 문제이다. 출원인은 상표 출원 시 그 상표가 사용에 의해 이미 식별력을 획득했음을 증거로 제출하거나 설명할 필요가 없으므로 실질 심사과정 중 상표국은 현저성의 판단에 대해 단지 상표검색을 통해 도출해낸 가능성에 따라 판단하면 되고 실제 사용 상황을 언급할 방법이 없다. 따라서 심사관이 통용명칭이나 기술적 표지에 대해 거절했을 때⁵⁾, 출원인은 상표평심위원회에 거절불복복심(심판)을 청구하고 복심과정에서 상표평심위원회는 출원인이 제출한 식별력을 취득했다는 증거자료를 근거로 상표의 구성과 실제 사용 상황을 종합적으로 고려하여 사용에 의한 식별력을 취득했는지 판단하면 된다.”⁶⁾

Ⅲ. 消極的 登錄要件

1. 중국 상표법상 絕對 使用禁止 標識

1) 중화인민공화국의 국가명칭, 국기, 국장, 군기, 훈장과 동일 또는 유사한 것과 중앙 국가기관 소재지 특정지점의 명칭 또는 표지성질이 있는 건축물의 명칭, 도형과 동일한 것

중국 상표심사기준에 의하면 “중화인민공화국”, “중국”, “중화” 뿐만 아니라 영문의 “CN”, “CHN”, “P.R.C”, “CHINA”, “P.R.CHINA”, “PR OF CHINA” 등도 모두 국가명칭으로 본다. 또한 위에서

말하는 중앙 국가기관 소재지 특정지점의 명칭 또는 표지 성질이 있는 건축물이란 “中南海”, “釣魚台”, “天安門”, “新華門”, “紫光閣”, “懷仁堂”, “人民大會堂” 등이다.

2) 외국의 국가명칭, 국기, 국장, 군기와 동일 또는 유사한 것. 단, 해당 국가정부의 동의를 얻은 경우에는 제외한다.

단서조항을 둔 이유는 그 사용이나 등록을 해당국가에서 승낙했다면 그 나라에서 이러한 표지를 사용하는 데 아무런 장애 요소가 없을 것이고, 대부분 그 사용자나 등록인이 그 나라 국민일 가능성이 높기 때문에 그 표지의 사용이 공중으로 하여금 그 상품이나 서비스의 출처를 오인할 가능성이 적기 때문이다.

중국 상표심사기준에 따르면 국가명칭에는 중문과 외국어의 전체명칭, 약칭을 포함하며, 국기·국장·군기는 국가가 정식으로 규정한 본국을 대표하는 것발, 표지 등을 말한다.

3) 정부 간 국제조직의 명칭, 깃발, 휘장과 동일 또는 유사한 것. 단, 해당조직의 동의를 얻거나 쉽게 공중을 오인하게 하지 아니하는 경우에는 제외한다.

정부 간 국제조직이라 함은 여러 국가 간 특정목적 을 위해 조약 형식으로 설립한 조직으로 WIPO, WTO, 국제올림픽위원회, 국제연합 등이 있으며, 그들의 명칭 등과 동일·유사한 것을 누구나 사용하게 하면 공중으로 하여금 그 명칭의 사용자와 그 조직 간

5) 중국은 의견제출통지서를 발송하여 출원인의 의견서를 받지 않고 곧장 거절통지서를 발송한다.(동법 제28조)

6) 상표평심위원회의 결정에 불복하는 경우 출원인은 인민법원에 제소하여 사법기관의 판단을 받을 수 있음은 물론이다.(동법 제32조②)

에 일종의 견련관계가 있는 것으로 오인할 가능성이 있기 때문이다. 따라서 해당조직의 동의를 얻거나 쉽게 공중을 오인하게 하지 않는 경우는 사용이 가능하다.

상표심사기준에 의하면 상표의 문자구성, 도형외관 혹은 그 결합이 공중으로 하여금 정부간 국제조직의 명칭, 깃발, 휘장과 서로 관련이 있다고 여겨지게 되면 정부 간 국제조직의 명칭 등과 동일·유사한 것으로 본다.⁷⁾

- 4) 통제시행, 보증을 표시하는 정부기관의 표지, 검인도장과 동일 또는 유사한 것. 단, 권한을 수여받은 경우에는 제외한다.

통제시행이란, 정부기관이 법률 규정에 따라 상품의 품질, 정밀도 등을 검열하고 감독하는 것이고 보증은 그러한 품질 및 정밀도에 대해 일정한 요구조건에 부합하는 상품임을 확인시켜 주는 행위이다. 이러한 통제시행이나 보증을 해주는 표지 및 검인 도장을 일반인에게 상표로 사용을 금지시키는 이유는 국가에서 행정감독과 관리를 통제하여 공중이 오인 혼동을 일으키지 않도록 하기 위함이다. 이러한 정부기관의 표지나 검인도장의 예는 다음과 같다.



(중국 강제성 상품 인정표지)



(검사 면제 상품표지)

- 5) 적십자, 홍신월⁸⁾의 명칭, 표지와 동일 또는 유사한 것.

적십자와 홍신월은 모두 비정부간 국제조직으로 인도주의적인 성격의 국제구호기구이다. 중국 상표법에서 이를 사용 금지시키는 이유는 사용자와 그 구호조직 간에 견련관계가 있는 것으로 공중이 오인할 가능성이 있기 때문이며, 또한 그 구호조직을 비방하거나 경시하는 등 좋지 않은 의미로 사용하는 것을 막기 위함이다.

- 6) 民族에 대한 輕視性을 가진 것.

여기서 말하는 민족은 중국의 소수민족⁹⁾과 외국의 민족이나 종족을 모두 포함하는 개념이며, 중국 헌법상 각 민족은 모두 평등하고 민족의 경시를 금지한다는 규정¹⁰⁾에 따라 1982년 제정 상표법부터 이 조항을 두고 있다.

상표심사기준에 의하면 상표의 문자구성이 민족 명칭과 동일·유사한 경우로서, 특정 민족을 추악화 또는 헐뜯는 것은 민족 경시성을 가진 것으로 본다.

- 7) 과대선전과 기만성을 가진 것.

과대선전이란 원래 상품이나 서비스의 품질·주원료·기능·용도·중량·수량 및 기타 특징 등을 초과하여 사용하는 경우이고, 기만성을 가진 표지는 상품이나 서비스의 품질 등이 원래 가지고 있는 진실을 그런 표지에 의하여 교묘하게 감추고 공중에게 상품이나 서비스의 실제 모습을 잘못 인식하게 만드는 것이다. 이 조항은 선전에 어느 정도 지나친 내용이 있고, 또한 기만성을 가져야 하므로 단지 과대선전만 있다

7) 예를들면 다음과 같은 표지이다.



8) 이슬람교의 구호기관을 일컫는 말이다. 우리나라에서는 적신월로 부르는데 같은 말이며 중국 상표법을 직역한 용어임을 밝혀둔다. (홍신월)
 9) 중국의 민족 구성은 한족(漢族)이 약 94%를 차지하나 그 외에 55개의 소수 민족이 있다.
 10) 중국헌법 제4조 : 중국의 각 민족은 모두 평등하다. 국가는 각 소수민족의 합법적인 권익과 이익을 보장하며 각 민족의 평등, 단결, 상호협조 관계를 유지하고 발전시킨다. 어떠한 민족에 대한 경시나 압박을 금지하며, 민족단결을 파괴하거나 민족분열을 조장하는 행위를 금지한다 (中華人民共和國各民族一律平等。國家保障各少數民族的合法的權利和利益，維護和發展各民族的平等，團結，互助關係。禁止對任何民族的歧視和壓迫，禁止破壞民族團結和製造民族分裂的行爲)

고 금지되는 것이 아니라 기만성을 함께 동반할 때 사용을 금지하는 것이다. 주로 소비자를 보호하고자 하는 조항이므로 소비자가 오인할 가능성이 없다면 본 규정에 위배되지 않는다.

상표심사기준에 의하면 상표의 문자나 도형이 그 지정상품이나 서비스의 질량 등 특징에 대해 과대표시하여 일반 공중을 기만하는 경우 과대선전에 의한 기만성을 지닌 것으로 판정한다.¹¹⁾

8) 사회주의 도덕풍습에 유해하거나 또는 기타 불량한 영향을 주는 것.

우리나라 상표법 제7조 제①항 제4호와 유사한 공서양속위반에 관한 규정이다. 사회주의 도덕풍습에 유해하거나 기타 좋지 못한 영향을 주는 것이란, 첫째, 상표의 구성자체 또는 그 상표를 지정상품과 연관시킬 경우 공중에 주는 의미가 수치심을 느끼게 하거나 비도덕적인 의미로 받아들여질 때 사용을 금지시키는 것이며, 둘째, 기타 좋지 못한 영향을 주는 것에는 중국의 정치제도, 생활, 종교, 풍속, 습관 등에 악영향을 끼치는 것으로 이러한 상표는 사용을 금한다.¹²⁾

2. 중국 상표법상 登錄받을 수 없는 상표

1) 현저한 지명

중국 상표법에서 현 급 이상의 행정구역 지명이나 공중이 인지하고 있는 외국지명은 상표로 등록받을 수 없다.(동법 제10조②) 단, “지명이 다른 의미를 보유하고 있거나 단체상표나 증명상표의 구성부분인 경우에는 예외로 하고, 이미 등록된 지명을 사용하는 상표는 계속 유효하다”(동법 제10조②단서)고 하여 지명의 상표로서 등록가능성을 열어 두고 있고, 산지를 위조하여 상품품질에 대해 사람들이 오해하도록 허위표시를 하는 지명이 아닌 한 사용이 가능하다.

2) 기능성을 갖는 立體的 標識

입체적 표지를 상표등록 출원하는 경우, 상품자체

의 성질로부터 발생하는 형상과 기술효과를 획득하기 위하여 반드시 있어야만 하는 상품형상 또는 상품으로 하여금 실질적 가치를 갖도록 하는 형상은 등록받을 수 없다.(동법 제12조)

3) 타인이 先 取得한 合法的인 權利와 衝突하는 商標

출원한 상표가 식별력이 있어도 타인이 먼저 취득한 합법적인 권리와 충돌하지 말아야 한다.(동법 제9조①) 이른바 선취득권리란 상표출원 전에 타인이 이미 가지고 있는 합법적인 권리로서 지식재산권과 관련되었던 기타 민사에 관한 권리를 물론하고 모두 해당된다고 할 것이다. 이러한 권리에는 상표권, 저작권, 상호권, 특허권, 실용신안권, 디자인권 등 지식재산권과 성명권, 초상권, 프라이버시권 등 민사권리가 포함된다. 최고인민법원이 내린 사법해석 중 타인이 선취득한 합법적인 권리에는 ‘도메인 네임’을 포함하고 도메인 네임이 타인의 등록상표와 충돌시 선취득한 합법적인 권리에 따라 사법판단을 내리고 있다.

4) 著名商標와 混同을 일으킬 罽려가 있는 商標

중국공상행정관리총국명인 <저명상표 인정 및 보호규정>¹³⁾ 제2조에 의하면 “저명상표란 중국에서 관련 공중에게 널리 알려진 비교적 높은 명성을 향유하고 있는 상표이다”라고 정의하고 있다. 저명상표는 상표법상 상표의 분류가 아닌 법률이 부여한 개념으로 중국 상표법은 제14조에서 저명상표의 인정시 고

11) 예 : 国酒 (지정상품 : 백주)  (지정상품 : 생수)

12) 동보림(董葆霖) 상표법률상해(詳解), 중국공상출판사, 2004년, p51

13) 중국공상행정관리총국명 제5호인 <저명상표인정및보호규정>은 2003년 4월 17일 제정하여 동년 6월 1일부터 시행하고 있다.

려해야 할 사항들로 i) 관련 있는 공중의 그 상표에 대한 인지정도 ii) 상표 사용의 지속시간 iii) 상표 선전활동의 지속시간, 정도 및 지역범위 iv) 상표가 저명상표로서 보호받은 기록 v) 상표의 저명에 대한 기타 요소를 갖출 것을 요구하고 있다.

또한, “동일 또는 유사상품에 대하여 출원한 상표가 중국에 등록되지 아니한 타인의 저명상표를 복제, 모방 또는 번역하여 혼동을 일으키기 쉬운 경우에는 등록 받을 수 없고, 사용을 금지한다(동법 제13조 ①)”고 규정하여 미등록 저명상표를 보호하고 있고 “동일 또는 유사하지 않은 상품에 대하여 출원한 상표가 중국에 이미 등록된 타인의 저명상표를 복제·모방 또는 번역하여 공중을 오인하게 하고 그 저명상표 등록권자의 이익을 해칠 가능성이 있는 경우에는 등록 받을 수 없고, 사용을 금지한다(동법 제13조 ②)”고 규정하여 비유사한 상품까지 효력범위를 인정함으로써 등록된 저명상표의 보호범위가 미등록 저명상표의 보호범위보다 훨씬 크다.

5) 상표권 소멸 후 1년 미경과 상표와 동일·유사한 상표

중국 상표법 제46조는 “등록상표가 취소되었거나 기간이 만료되었음에도 갱신하지 아니한 경우, 취소 또는 말소한 날부터 1년 내에 그 상표와 동일 또는 유사한 상표출원에 대하여 등록 받을 수 없다”고 규정하고 있는데 이는 소비자들 사이에 형성된 상품출처의 혼동을 방지하고 사회주의 시장질서의 교란을 막기 위함이며, 또한 원 상표등록권자가 그 등록상표를 사용하여 생산한 상품을 일시에 시장에서 퇴출시킬 수도 없고 유통 영역 안에서 일정기간은 존재할 것이기 때문이다.

6) 권한 없이 행한 대리인 등의 등록상표

권한을 부여받지 않은 대리인 또는 대표자가 자기 명의로 피대리인 또는 피대표자의 상표를 등록 받으려 할 경우, 피대리인 또는 피대표자가 이의신청을 제출하면 등록 받을 수 없고 사용을 금지한다.(동법

제15조) 이 규정은 파리협약 제6조의7에 명시된 내용을 따른 것으로 동 조 제1항에 의하면 “하나의 동맹국에서 상표에 관한 권리를 가진 자의 대리인 또는 대표자가 그 상표에 관한 권리를 가진 자의 허락을 얻지 않고 하나 또는 둘 이상의 동맹국에서 자신의 명의로 그 상표의 등록을 출원한 경우에는 그 상표에 관한 권리를 가진 자는 등록에 대하여 이의신청 또는 등록의 취소 또는 그 국가의 법령이 허용하는 경우에는 등록을 자기에게 이전할 것을 청구할 수 있다”고 규정하여 대리인 및 대표자에 의한 불법적인 상표등록을 허용하지 않고 있다.

7) 허위의 지리적 표지가 있는 상표

상표 중에 상품의 지리적 표지가 있으나, 그 상품이 그 표지가 표시하는 지구(地區)에서 공급되지 아니하여 공중을 오인하게 하는 경우에는, 등록 받을 수 없고 사용을 금지한다.(동법 제6조①) 여기서 말하는 지리적 표지라 함은 “어떤 상품이 어떤 지역에서 공급되거나, 그 상품의 특정품질, 신용 또는 기타 특징이 주로 그 지역의 자연적 요소 또는 인문적 요소에 의하여 결정된 표지를 가리킨다.”(동법 제16조②)

지리적 표지는 상표등록에 대항할 수 있는 일종의 선(先)권리로서, 소비자들이 상품의 진실한 원산지를 오인하지 않도록 하고, 그 지역의 특수한 자연환경과 생산자의 오랜 공헌을 사회적으로 인정하여 소비자들과 생산자 모두의 이익을 보장하려는 것이다. 따라서 상표 심사 중에 허위의 지리적 표지를 포함하는 표지가 있을 경우 거절해야하고(동법 제28조) 출원공고 후 이의신청의 대상이 되며(동법 제30조) 등록된 경우 등록일로 5년내 상표등록의 취소를 청구할 수 있다.(동법 제41조②)

8) 부정한 수단을 사용하여 타인의 미등록상표를 출원한 상표

상표출원은 타인이 현재 보유하고 있는 선 권리를 침해하지 말아야 하며, 타인이 이미 사용하고 있으며 또한 일정한 영향력이 있는 상표를 부정한 수단으로

먼저 등록 받을 수 없다.(동법 제31조) 등록주의의 약점을 보완하기 위해 사용주의를 채택한 조항 중 대표적인 미등록 주지상표의 보호 조항이다.

이 규정은 상표출원을 하는 경우, 첫째 타인의 선 권리 침해가 상표간에만 적용하지 않고 상표와 기타 다른 권리에도 적용하겠다는 의미이며, 둘째 타인이 이미 사용하고 있으며 또한 일정한 영향력이 있는 상표를 부정할 수단으로 먼저 등록 받을 수 없다는 의미는 상표소유자가 출원할 수 없는 상황이거나 등록을 하지 않은 채 미등록상태로 상표를 사용하는 경우, 이를 악용하여 선취득 할 수 없도록 한 것이다. 이는 과거에 절대 선출원주의 하에서 타인이 합법적으로 사용하고 있는 미등록상표를 악의로 가로채어 등록하는 경우에 제재할 방법이 없어, 미등록 상표권자는 사용권 계약을 체결하고 사용하거나 양도를 받아야 하는 등 큰 손해를 감수할 수밖에 없었다.

이러한 사실에 주목한 중국정부는 민법의 기본원칙 중 '신의성실의 원칙' 과 상표법의 '선출원주의 원칙' 을 동시에 수용하여 타인의 선 권리를 침해한 상표출원과 타인의 선사용 미등록 상표를 가로채어 상표출원하는 경우 등록을 받을 수 없도록 하고 있다.

IV. 결어

이상에서 중국 상표법상 상표의 등록요건에 대해 간략하게 소개했으나 우리나라의 현행 상표법과 두드러지게 다른 점이 없는 이유는 등록주의를 채택한 대다수의 국가들이 상표법의 국제화와 통일화 영향을 받아 법개정을 했기 때문이다. 중국도 1982년 상표법 제정 이후 두 차례 개정을 거쳤고, 현행법은 2001년 WTO에 가입하면서 대부분 TRIPs의 지식재산권 관련규정에 맞춰 개정하여 등록주의를 표방하는 대부분의 국가와 매우 유사한 상표법 체계를 갖추고 있는 것이다. 현재 중국은 제3차 상표법 개정이 임박해 있다. 개정 내용이 베일에 가려있어 다양한 추측이 있으나 전면적인 사용주의를 채택하지 않는 한 등록요건의 골격은 현 체제에서 크게 벗어나지 않으리라 생각된다.

한 · 일 상표법 비교



김기홍

현 특허청 국제출원과 행정사무관
일본 홋카이도대학 법학석사
특허청 국제상표심사관, 서비스표심사관
특허청 행정법무담당관실 국제협력과 근무
특허청 등록과, 심사기준과 근무
연세대학교 교육학과 졸업

I. 시작하며

상표보호제도의 취지는 상표에 화체된 상표권자의 신용이라고 하는 이익을 보호하고, 수요자의 상품에 대한 출처의 오인·혼동을 방지하는 것으로, 상표권자와 수요자를 함께 보호하여 산업발전을 도모함에 있다고 할 수 있다. 이러한 상표보호제도의 방법으로는 사용주의와 등록주의가 있는데, 한국과 일본은 사용주의 국가인 미국과 달리 등록주의를 채택하고 있다. 또한, 한국과 일본은 외국에서의 상표권의 취득을 용이하게 하기 위하여 마드리드 의정서에 기초한 상표의 국제등록제도를 시행하고 있다.

이 글은 상표법 체계에 있어서 많은 제도적 유사점을 갖고 있는 한국과 일본의 상표법에 대하여 비교한다.

II. 한 · 일 상표법 비교

1. 개요

한국과 일본의 상표제도는 선출원주의, 심사주의, 등록주의 등을 원칙으로 하여, 특허청에 출원된 상표의 등록요건을 심사관이 심사한 후 상표권의 설정등록에 의해 상표권자에게 독점배타권을 부여하는 형태를 취하고 있다. 또한, 한국과 일본은 상표제도의 국제적인 조화, 출원인의 편의 증진, 등록주의의 문제점 보완 등이라고 하는 관점에서 여러 가지 새로운 제도를 계속 도입·시행하여 오고 있다.

이와 같은 시대적 흐름 및 특수한 역사적·경제적 이유 등에 의하여 현행 한국



과 일본의 상표법은 법조문 및 제도상 많은 공통점을 갖게 되었지만, 자세히 비교하면 한국과 일본의 상표법상 차이점도 발견할 수 있다. 또한, 한국과 일본의 상표법을 비교하는 데에는 한·일 양국의 현행 법조문 및 제도 등의 차이점을 열거해 가는 것이 가장 빠른 방법이므로, 아래에서는 한국과 일본의 상표법상 주요 차이점 및 특징적인 제도를 비교한다.

2. 주요 차이점

비교항목	한국상표법	일본상표법
【상표 및 그사용의 정의】 ① 상표의 정의	「상표」라 함은 기호·문자·도형·입체적 형상·색채·홀로그램·동작 또는 이들을 결합한 것, 그 밖에 시각적으로 인식할 수 있는 것을 말함 (2조 1항 1호) 「식별성」을 상표의 요건으로 명시적으로 규정함 (2조 1항 1호)	「상표」라 함은 문자, 도형, 기호 또는 입체적 형상 또는 이들의 결합 또는 이들과 색채를 결합한 것을 말함 (2조 1항) 「식별성」을 명시적 요건으로 규정하고 있지 않음
② 상표의 사용에 대한 정의	상품에 관한 사용행위를 「상표의 사용」으로 규정 (2조 1항 6호, 2조 2항)	상품에 관한 사용행위뿐만 아니라 역무에 관한 사용행위, 전자적 방법에 의한 사용행위를 「표장에 대한 사용」으로 규정 (2조 3항)
지정상품·지정서비스업(지정역무)	「상품 및 서비스업의 명칭과 류구분에 관한 고시」에 규정된 상품명을 기준으로 기재해야 함 (상표심사기준 31조 5항) ※한국과 일본은 국제상품분류를 채택하고 있지만, 상표법상에 상품에 관한 정의규정은 별도로 없음	상표법시행규칙 (6조에 게재되어 있는 상품 또는 역무의 표시 등 그 상품 또는 역무의 내용 및 범위를 명확하게 파악할 수 있는 것으로 지정상품 또는 지정역무를 기재해야 함 (상표심사기준 5조 1호)
【거절이유】 ① 현저한 지리적 명칭	현저한 지리적 명칭·그 약어 또는 지도만으로 된 표장은 상표등록을 받을 수 없음 (6조 1항 4호)	현저한 지리적 명칭 등에 대한 별도의 규정은 없지만, 국가명, 저명한 지리적 명칭(행정구획명, 옛지방명 및 외국의 지리적 명칭 포함), 변화한 상징가(외국의 저명한 변화가 포함), 지도 등은 원칙적으로 상품의 산지, 판매지 또는 역무 제공의 장소(거래지를 포함한다)를 표시하는 것으로 봄(상표심사기준 1조 5항 3호)
② 유사성의 판단 시기	타인의 선등록상표와 후출원상표와의 유사성의 판단시기는 후출원상표의 「상표등록출원시」임 (7조 3항)	타인의 선등록상표와 후출원상표와의 유사성의 판단시기는 후출원상표의 「등록사정시」임 (4조 3항)
③ 국내 또는 외국의 주지 상표의 보호	국내 또는 외국의 수요자간에 특정인의 상품을 표시하는 것이라고 인식되어 있는 상표를 부정한 목적으로 사용하는 것은 상표등록을 받을 수 없음 (7조 1항 12호)	일본 국내 또는 외국에서 수요자 간에 「네티리」 인식되어 있는 상표를 부정한 목적으로 사용하는 것은 상표등록을 받을 수 없음 (4조 1항 19호)
④ 조약당사국에 등록된 상표와 동일·유사상표의 보호	조약당사국에 등록된 상표와 동일·유사한 상표로서 당해 상표에 관한 권리를 가진 자의 대리인이거나 대표자 또는 상표등록출원일전 1년 이내에 대리인이나 대표자이었던 자가 상표에 관한 권리를 가진 자의 동의 등을 받지 않고 출원한 경우에는 거절이유 또는 취소심판 사유가 됨 (23조 1항 3호, 73조 1항 7호)	이에 해당하는 경우 거절이유는 되지 않고, 취소심판 사유가 됨 (53조의2)

비교항목	한국상표법	일본상표법
【등록료의 납부】		
① 등록료 납부금액	상표법에서 규정하지 않고, 지식경제부령에서 규정함(특허료 등 징수규칙 5조 2항)	상표법에서 규정함 (40조, 41조의2)
② 등록료의 납부 기간	등록결정등본 송달 후 2월 이내, 30일 기간 연장 가능 (34조 3항, 35조)	등록사정등본 송달 후 30일 이내, 30일 기간 연장 가능 (41조)
③ 지정상품 일부 포기	출원인 또는 상표권자가 등록결정을 받은 2이상의 지정상품에 대하여 등록료를 납부하는 때에 지정상품의 일부를 포기할 수 있음 (34조의2)	없음
④ 등록료의 보전	출원인 또는 상표권자가 등록료의 납부기간 이내에 등록료의 일부를 부족 납부한 경우 등록료를 보전할 수 있음 (36조의2)	명문의 규정은 없지만, 등록 실무에 있어서는 등록료의 일부가 부족 납부 또는 미납인 채 등록료 납부기간이 경과되었다라고 해도 보충지령에 의해 등록 가능
⑤ 권리의 회복	권리자 본인의 책임으로 돌릴 수 없는 이유에 의하여 권리가 포기 또는 소멸한 경우, 원출원인 또는 원상표권자에게 그 이유가 없어진 날로부터 14일 이내에(다만, 그 기간의 경과후 6개월 이내에 한함) 원출원 또는 원상표권에 대한 회복 신청의 기회가 주어짐 (36조의3)	원상표권자에게만 그 이유가 없어진 날로부터 14일(재외자인 경우에는 2개월) 이내에(다만, 그 기간의 경과후 6개월 이내에 한함) 당해 상표권에 대한 회복 신청의 기회가 주어짐 (21조 1항)
【이의신청】		
	권리부여 전 이의신청제도로써, 누구든지 출원공고일로부터 2개월 이내에 이의신청을 할 수 있음 (25조 1항)	권리부여 후 이의신청제도로써, 누구든지 상표게재공보의 발행일로부터 2개월 이내에 이의신청을 할 수 있음 (43조의2)
	이의신청은 상표등록출원 전체에 대하여 하여야 함 (25조)	2이상의 지정상품이 있는 경우에는 지정상품마다 이의신청을 할 수 있음 (43조의2)
	모든 거절이유가 이의신청의 이유가 됨 (25조 1항)	이의신청의 이유를 공익적 이유에 한정시킴(43조의2)
	이의신청에 대한 결정은 3인의 심사관 합의체에서 함 (27조 2항)	이의신청에 대한 심리 및 결정은 3인 또는 5인의 심사관 합의체에서 함 (43조의3 제1항)
【불사용취소심판】		
① 등록상표의 사용	일본과 같은 명문의 규정은 없지만, 한국의 관례에서는 한글 및 영문자의 표시를 상호 변경하는 것으로 동일한 칭호 및 관념을 일으키는 상표 등은 등록상표의 사용으로서 인정하지 않음	등록상표의 사용으로서 인정하는 동일한 상표에는 서체에만 변경을 가한 동일한 문자로 된 상표, 히라가나·가타가나·로마자의 문자의 표시를 상호 변경하는 것으로 동일한 칭호 및 관념을 일으키는 상표, 외관에 있어서 동일시되는 도형으로 된 상표, 그 밖에 당해 등록상표와 사회통념상 동일로 인정되는 상표가 있음(50조 1항)
② 형식적 사용	일본과 같은 규정 없음	불사용취소심판 청구 전 3개월부터 심판청구의 예고등록일까지의 사이에 일본 국내에서 상표권자 또는 사용권자가 등록상표의 사용을 한 경우에 있어서, 당해 등록상표의 사용이 심판청구가 된 것을 알았던 후인 것을 청구인이 증명한 때에는 등록상표의 사용으로 인정하지 않음 (50조 3항)
③ 청구인 적격	이해관계인만이 불사용취소심판을 청구할 수 있음 (73조 6항)	누구든지 불사용취소심판을 청구할 수 있음 (50조 1항)

비교항목	한국상표법	일본상표법
④ 취소심결확정의 효과	<p>불사용취소심결이 확정된 때에 상표권이 소멸함 (73조 7항)</p> <p>불사용취소심결이 확정되면 상표권자 및 그 상표를 사용한 사람은 3년간 소멸된 등록상표와 동일·유사한 상표를 그 지정상품과 동일·유사한 상품에 대하여 상표등록을 받을 수 없고, 취소심결 확정일로부터 6개월간은 취소심판청구인만이 출원을 하여 소멸된 등록상표와 동일·유사한 상표를 그 지정상품과 동일·유사한 상품에 대해 상표등록을 받을 수 있음 (7조 5항, 8조 5항)</p>	<p>불사용취소심결이 확정되면 심판청구의 등록일에 상표권이 소멸한 것으로 봄 (54조 2항)</p> <p>이와 같은 규정 없음</p>
【상표권의 이전】	상표권을 지정상품마다 분할하여 이전하는 때에는 유사한 지정상품은 함께 이전하여야 하고, 이를 위반한 경우에는 취소심판의 대상이 됨 (54조 1항 후단, 73조 1항 4호)	이와 같은 규정은 없지만, 상표권 이전의 폐해를 막기 위하여 「상표권 이전에 관한 혼동방지표시청구」과 「혼동행위에 기초한 취소심판」이 인정됨 (24조의4, 52조의2)
【침해로 보는 행위】	「침해로 보는 행위」를 개괄적으로 규정함 (66조)	「상표의 사용」규정과 「침해로 보는 행위」 규정을 긴밀하게 연계하여 구체적으로 규정함 (37조)
【국제상표등록 출원의 특례】		
① 국내등록의 대체	국내등록상표의 지정상품이 국제등록상표의 지정상품에 전부 포함되어 있는 경우에만 대체가 인정되고, 대체 기록 신청을 하려고 하는 자는 「국내등록의 대체신청서」를 제출하여야 함 (86조의17 제1항, 제4항)	국제등록기초등록상표에 관한 지정상품과 국내등록기초등록상표에 관한 지정상품 일부가 중복되는 경우에도 대체가 인정되고, 대체기록 신청은 필요하지 않음 (68조의10)
② 보정의 특례	국제상표등록출원에 있어서는 상표에 대한 보정이 인정되지 않기 때문에, 국내상표등록출원에서 인정되고 있는 상표에 대한 보정의 규정(14조 1항)을 배제하기 위한 특례규정이 있음 (86조의19)	이와 같은 명시적인 규정은 없지만, 심사기준에서는 국제상표등록출원에 관한 상표의 보정은 국제등록의 성질상 할 수 없다고 규정하고 있음 (상표심사기준 15조 2호)
③ 심사의 특례	심사관이 거절결정을 하고자 할 때에는 국제사무국을 통하여 국제상표등록출원인에게 거절이유를 통지하고, 기간을 정하여 의견서를 제출할 수 있는 기회를 주어야 한다고 규정하고 있음 (86조의24)	마드리드의정서상의 의무는 아니지만, 심사관은 「잠정적 거절 통보」의 국제사무국에 대한 송부와는 별도로 국제상표등록출원인에게도 동일한 통지를 하도록 되어 있음 (15조의2, 15조의3)
④ 상표권 설정 등록의 특례	한국을 지정한 국제상표등록출원인은 출원을 할 때에 등록료가 포함된 개별수수료를 일괄 납부해야 하기 때문에, 심사관이 등록결정을 한 경우에는 특허청은 즉시 상표권 설정등록을 함 (86조의31)	일본은 2003. 1. 1.부터 개별수수료의 납부가 2단계로 되어, 국제상표등록출원인은 상표등록을 해야 할 취지의 사정 또는 심결이 있을 후 등록료를 납부하는 시스템이므로, 등록료 납부 사실을 국제등록부에 기록한 취지의 통보가 국제사무국으로부터 있을 때에 특허청은 상표권 설정등록을 함 (68조의19 제1항)
【기타】		
① 출원변경	상표등록출원, 서비스표등록출원 또는 단체표장등록출원의 상호간에 출원변경이 가능하고, 상표권의 존속기간갱신등록출원 또는 지정상품의 추가등록출원의 상호간에 출원변경이 가능 (19조)	통상의 상표등록출원, 단체상표의 상표등록출원 또는 지역단체상표의 상표등록출원의 상호간에 출원변경이 가능하고, 상표등록출원과 방호표장등록출원의 상호간에 출원변경이 가능 (11조, 12조, 65조)
② 용어의 차이	<ul style="list-style-type: none"> - 상품분류전환등록 (46조의2 내지 46조의5) - 손실보상청구권 (24조의2) - 결정 (28조, 30조) 	<ul style="list-style-type: none"> - 서환등록 (1996년 개정 상표법 부칙 2조 내지 30조) - 금전적 청구권 (13조의2) - 사정 (15조, 16조)

3. 특징적인 제도

(1) 한국

한국상표법에는 ①업무표장제도(4조), ②심사관에 의한 직권보정제도(24조의3), ③지정상품의 추가등록출원제도(47조), ④상표권의 존속기간갱신등록의 무효심판제도(72조) 등이 있다.

(2) 일본

①방호표장등록제도

「방호표장등록제도」란 등록상표가 상표권자의 업무에 관계된 지정상품·지정역무를 표시하는 것으로서 수요자의 사이에 넓게 인식되어 있는 경우에 있어서, 타인이 당해 상표를 그 지정상품·지정역무와 비유사한 상품·역무에 대하여 사용하는 것에 의하여 그 상품·역무와 상표권자의 업무에 관계된 지정상품·지정역무가 출처의 혼동을 일으킬 우려가 있는 경우, 당해 상표권자에게 그 혼동의 우려가 있는 비유사한 상품·역무에 대하여 당해 등록상표와 동일한 표장에 대하여 방호표장등록을 받을 수 있는 것으로 한 것이다.(64조) 즉, 「방호표장등록제도」란 저명한 등록상표를 보호하기 위해 상표권의 금지적 효력을 비유사한 상품·역무에까지 확대하는 것으로 해, 등록 방호표장의 지정상품·지정역무에 관해, 동일한 표장의 범위에서 타인이 등록을 받는 것을 배척하고(4조 1항 12호), 또한 타인이 사용했을 경우에는 상표권의 침해로 간주해(67조), 부정경쟁방지법 2조 1항 1호나 2호보다 신속한 구제를 도모하려고 만들어진 제도이다.

방호표장등록에 기초한 권리의 존속기간은 설정등록일부터 10년간이고(65조의2), 갱신할 수 있다.(65조의3) 또한, 방호표장등록에 기초한 권리는 그 기초가 되는 상표권이 분할되거나 소멸된 경우에는 동시에 소멸되며, 그 기초가 되는 상표권이 이전되면 그 상표권에 따라 이전된다.(66조) 그러나, 한국상표법상에는 이와 같은 제도는 없다.

②지역단체상표제도

「지역단체상표제도」란 그 지역의 명칭과 상품·역무의 명칭 등으로 이루어진 상표에 있어, 상표가 사용된 결과, 자기 또는 그 구성원의 업무에 관계된 상품·역무를 표시

하는 것으로서 수요자의 사이에 넓게 인식되고 있는 경우에는 사업협동조합 등의 조합 또는 이에 상당하는 외국의 법인에게 「지역단체상표」로서 등록을 받을 수 있는 것으로 한 것을 말한다.(7조의2) 이 제도는 산업경쟁력 강화와 지역경제 활성화를 지원하는 것을 목적으로 해 2006년 개정 때 도입한 것이다.

일본상표법상의 「지역단체상표제도」와 유사한 제도로서 한국상표법상에는 2004년 개정 때 도입한 「지리적 표시 단체표장제도」가 있다.(6조 3항) 그러나, 한국상표법상의 「지리적 표시 단체표장제도」의 경우에는 일본상표법상의 「지역단체상표제도」와 달리 서비스업에 대해서는 지리적 표시 단체표장등록을 받을 수 없다.

③표준문자제도

「표준문자제도」란 문자만으로 된 상표를 특허청장관이 미리 지정하는 문자(표준문자)에 의해서 등록을 받으려고 하는 경우에는 출원인이 출원서에 상표 견본을 첨부하지 아니하고 그 취지를 출원서에 기재하는 것만으로 상표등록을 받을 수 있는 것으로 한 것이다.(5조 3항) 이것은 특허청의 사무처리의 효율화 및 출원인의 절차 부담의 경감을 도모하기 위하여 1996년 개정 때 도입한 제도이다. 그러나, 한국상표법상에는 이와 같은 제도는 없다.

④출원공개제도

「출원공개제도」란 1999년 개정 때 금전적 청구권(13조의2)의 도입에 따라 상표등록출원의 내용을 상표공보에 게재하여 공시를 도모하기 위하여 만들어진 것이다.(12조의2) 이것은 상표, 지정상품·지정역무 등 상표등록출원의 내용이 전부 공개되는 것이 원칙이기 때문에, 이것은 제3자의 불필요한 출원을 막는 기능도 가지고 있다.

한국상표법상에는 출원공개를 하는 취지의 규정은 없지만, 실무 운용에 있어서는 상표등록출원을 인터넷상에 공개하고 있다.

⑤판정제도

「판정제도」란 상표권의 효력에 대하여 특허청에 판정을 구할 수 있는 것을 말한다.(28조 1항) 이 판정의 결과는 법적 구속력이 없기 때문에 행정청의 처분 그 밖에 공권력의 행사에 해당하는 행위는 아니지만, 권리 부여 관청인 특허청의 공식 견해이어서 감정서에 상당하는 것으로 되어, 사실상 충분히 존중되고 있고 권위 있는 판단의 하나가 되고 있다.

판정은 상표권의 설정등록 후부터 구할 수 있고, 또한 권리소멸 후에도 판정을 구할 수 있다. 더욱이, 판정의 결과에 대하여 법률상의 이해관계가 없는 자도 판정을 구할 수 있다.

일본상표법상의「판정제도」와 유사한 제도로써 한국상표법상에는 「상표권의 권리범위확인심판제도」가 있다. 「상표권의 권리범위확인심판제도」란 상표권자, 전용사용권자 또는 이해관계인이 등록상표의 권리범위를 확인하기 위하여 상표권의 권리범위확인심판을 청구할 수 있는 것을 말한다.(75조) 이 심판에 의한 심결은 침해소송에 있어서 법적 구속력이 없지만, 특허법원으로서의 불복은 가능하다.

㉞중용권제도

「중용권제도」란 부등록 사유가 있음에도 불구하고 과오로 상표등록이 되고, 상표권자도 무효이유 존재를 알지 못하고 지정상품·지정역무와 동일·유사의 범위에 대해서 그 등록상표 또는 그 유사상표를 사용한 결과, 그 상표가 자기의 출처를 표시하는 것으로 주지가 되었을 경우에는 그 상표의 계속 사용권을 인정하는 것에 의해 상표권자가 형성한 재산적 이익을 보호하는 것을 말한다.(33조)

「중용권」의 경우에는 선사용권(32조)과 달리 상표권자 또는 전용사용권자는 중용권자로부터 상당한 대가를 받

을 권리를 가진다.(33조 2항) 또한, 「중용권」에 있어서는 선사용권의 규정(32조 2항)이 준용되어 혼동방지표시부가청구권을 가진다.(33조 3항) 그러나, 한국상표법상에는 이와 같은 제도는 없다.

Ⅲ. 맺음말

지금까지 살펴본 내용을 종합적으로 정리하면 다음과 같다.

한국상표법에서는 업무표장제도, 상표보호대상의 확대, 국내 또는 외국의 주지상표의 보호 노력, 심사관에 의한 직권정정제도, 등록료의 보전제도 등이 특징적이었다.

일본상표법에서는 방호표장등록제도, 표준문자제도, 판정제도, 표장에 대한 사용규정의 구체화, 등록 후 이의신청제도, 불사용취소심판제도의 강화, 중용권제도 등이 특징적이었다.

또한, 국제상표등록출원 특례에 있어서는 대체 기록 신청의 필요성이나 대체의 인정범위, 국제상표등록출원인에 대한 직접적인 거절이유통지의 존부, 개별수수료의 2단계 납부제도의 존부 등에 있어서 한국과 일본의 차이점을 발견할 수 있었다.

한국형 비실시기업과 비즈니스 모델



심영택

현 서울대학교 법과대학 초빙교수 겸 개인발명가
Intellectual Ventures Korea 지사장
미국 특허 로펌 Fish & Richardson 및 Pennie & Edmonds 근무
미국 Duke 대학교 공학박사 및 법학박사
KAIST 화학공학 석사
서울대학교 공과대학 화학공학 학사

제7장 비실시기업과 비즈니스 모델

‘비실시기업’(non-practicing entity 또는 약자로 NPE)이란 특허를 소유하기는 하지만 자신이 직접 상품을 생산하지 않고, 대신 우호적·적대적 특허 라이선싱 또는 절대로 우호적일 수 없는 특허침해소송을 통하여 수익을 창출하는 비즈니스 모델에 따라 활동하는 개인 또는 기업을 지칭한다. 비실시기업의 어원은 ‘특허괴물’(patent troll)¹⁰⁾ 또는 ‘특허해적’(patent pirate)으로서, 특허를 소유하기는 하지만 자신이 직접 상품을 생산하지 않는 대신 공격적·기회주의적·상습적으로 특허침해소송을 제기하여 수익을 창출하는 개인 또는 기업을 경멸하여 지칭하는 단어이다. 사실 ‘특허괴물’은 Peter Detkin 미국특허변호사가 Intel에서 근무하던 시절 창안한 용어이다. 아직까지는 한 건의 특허침해소송도 제기하지 않았으나 많은 이들이 세계 최대의 특허괴물이 될 것으로도 의심하는 Intellectual Ventures(향후 ‘IV’로 약칭)의 창업자 4인 중 한 사람이 Peter Detkin 변호사라는 사실은 아이러니컬하다.

10) Patent troll is a pejorative term used for a person or company that enforces its patents against one or more alleged infringers in a manner considered unduly aggressive or opportunistic, often with no intention to manufacture or market the patented invention. (Wikipedia)

특허괴물이라는 신조어는 한 동안 산업계·법조계·학계는 물론 정계에서도 공용어로 사용되었다. 하지만 미국의 대학·연구소가 특허를 통하여 수익을 창출하는 방법이 특허괴물이 사용하는 방법과 유사하다는 지적, 특허괴물 역시 지식기반시대의 새로운 비즈니스 모델로 간주해야 한다는 (물론) 미국 학자들의 주장 등에 따라 현재는 ‘특허괴물’이라는 경멸적 의미가 담긴 용어보다 ‘비실시기업’이라는 조금 더 중화된 단어를 사용하는 것이 추세로 자리잡게 되었다. 특허괴물이라는 용어 대신 비실시기업이라는 용어가 보편화되어가는 또 다른 이유로는 많은 다국적 제조업체들이 비실시기업에 투자자로 참여하거나 회원으로 가입하였기 때문이다. 즉 과거의 비실시기업은 비제조업체인 개인이나 기업에 의하여 설립되었고 모든 제조업체를 상대로 이익을 창출하는 데 역점을 둔 반면, 현재의 비실시기업은 특정 제조업체군의 연합 형태로서 다른 제조업체군에 압박을 가하는, 일종의 제조업체 대리인 형태로 진화하고 있는 것이다.

본 장에서는 지식기반시대의 IP 산업의 새로운 참여자인 비실시기업에 대한 비즈니스 모델을 분석해본다. 비즈니스 모델 분석에는 Osterwalder 및 Yves가 제안한 방법¹¹⁾을 비적용하여 아래와 같이 비실시기업의 다양한 비즈니스 구성 요소를 분석하였다.

1. 비실시기업의 고객은 제조업체

‘고객’ (customer segments 또는 customers)이란 제조업체가 제작한 상품을 현재 구입하거나 장래에 구입할 가능성이 있는 개인이나 기업을 지칭한다.¹²⁾ 이러한 일반적인 정의를 비실시기업의 입장에서 재정의하면 ‘고객’이란 비실시기업의 상품을 현재 구입하거나 장래에 구입하여 비실시기업에 수익을 창출하도록 하는 또는 창출하도록 할 가능성이 있는 개인이나 기업을 지칭한다.

비실시기업의 상품은 IP이다. 특히 비실시기업이 팔 수 있는 상품은 독점적 배타성을 지닌 특허이다. 특허라는 상품으로 수익을 창출하는 방법은 딱 세 가지뿐이다. 그 첫 번째는 자신이 특허를 직접 실시하는 것, 즉 특허를 이용하여 제품을 생산하거나, 특허 기술 또는 상기 제품을 사용하거나, 상기 제품을 판매하는 것이다. 두 번째 방법은 자신

의 특허권의 전부 또는 일부를 타인에게 라이선싱하는 것 (특허의 기술이전) 또는 특허권 전체를 타인에게 양도하는 것이다. (특허의 양도) 마지막 방법은 자신의 특허를 무단 사용하는 타인에게 특허침해소송을 제기하여 침해보상금을 받는 것인데, 이 마지막 방법을 넓은 의미에서 보면 두 번째 방법인 기술이전이나 양도를 ‘법적 도구’를 통하여 강제하는 방법이라고도 간주할 수 있다. 앞서 설명한 바와 같이 비실시기업은 그 속성상 특허를 자신이 직접 실시하지 않는 기업이다. 따라서 비실시기업이 수익을 창출할 수 있는 유일한 방법은 기술이전·양도·특허침해소송으로 제한된다.

그렇다면 비실시기업의 고객은 누구인가? 당연히 비실시기업이 소유하고 있는 상품인 특허를 구입하거나 장래에 구입할 가능성이 있는 제조업체이다. 또한 비실시기업의 고객에는 비실시기업이 소유하고 있는 상품인 특허를 이미 허락없이 사용하였던 또는 허락없이 사용하고 있는 제조업체도 포함된다. 즉 어떠한 관점에서 보더라도 비실시기업의 유일무이한 고객은 바로 제조업체인 것이다.¹³⁾

참고로 이는 앞서 설명한 지식기반시대의 새로운 패러다임과도 일치하는 결과이다. 즉 지식기반시대의 기축통화이자 주상품은 IP이며, 따라서 지식기반시대의 생산자는 IP

11) Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, "Business Model Generation," 2009 (ISBN: 978-2-8399-0580-0)
 12) A customer (also known as a client, buyer, or purchaser) is usually used to refer to a current or potential buyer or user of the products of an individual or organization, called the supplier, seller, or vendor. This is typically through purchasing or renting goods or services. (Wikipedia)
 13) 아직 현실화되지는 않았지만 많은 학자들, 사업가들이 IP의 유가증권화를 통하여 유동성이 강화된 IP 시장을 제안하고 있다. 이러한 새로운 시장이 현실화될 경우 비실시기업의 고객 리스트에는 금융기관, 투자기관, 개인 등도 추가될 수 있을 것으로 예측된다.
 14) In certain contexts, the term customer also includes by extension any entity that uses or experiences the services of another. A customer may also be a viewer of the product or service that is being sold despite not to buy them. The general distinction between a customer and a client is that a customer purchases products whereas a client purchases services. (Wikipedia)

를 창출하는 발명가이고, 지식기반시대의 소비자는 IP를 이용하여 유형의 물체를 제조하거나 무형의 서비스를 제공하는, 넓은 의미의 제조업체인 것이다.¹⁴⁾ 따라서 IP라는 상품을 매개하는 다양한 중개인들 중의 하나인 비실시기업의 고객 역시 제조업체인 것은 당연하다. 이 뿐만이 아니다. 제조업체는 지식기반시대의 생산자인 발명가의 고객인 동시에 IP를 매개하는 모든 중개인의 고객이다. 즉 지난간 산업자본시대에는 생산자로서의 위상을 확고하게 지켜온 제조업체는 지식기반시대에서는 만인의 고객으로 변하였다는 것이 산업자본시대의 패러다임과 지식기반시대의 패러다임의 가장 큰 차이점이다.

2. 방어적 비실시기업의 고객 역시 제조업체

수년 전 IP 산업의 새로운 플레이어로 방어적 비실시기업이 등장하였다. 이들의 비즈니스 모델은 자신에게 일정액수의 회비를 지불하고 회원사로 가입한 제조업체가 위 7-1 절에서 설명한 (공격적) 비실시기업으로부터 공격을 받았을 때 이들을 방어해 주는 것이다. 현재 활발히 활동하고 있는 방어적 비실시기업으로는 RPX, AST 등을 꼽을 수 있다.

방어적 비실시기업의 상품 역시 독점적 배타성을 지닌 특허이다. 방어적 비실시기업도 그 속성상 자신이 직접 특허를 실시하지 않는 기업이고, 이들이 수익을 창출할 수 있는 유일한 방법 또한 기술이전·양도·특허침해소송이기 때문에, 방어적 비실시기업의 유일한 고객 역시 동 기업이 보유하고 있는 상품인 특허를 필요로 하는 제조업체이다. 하지만 방어적 비실시기업이 공격적 비실시기업과 다른 점은 기술이전·양도·특허소송의 목적이다. 즉 후자는 자신이 보유한 특허를 직접 실시해 왔거나 실시할 예정인 '고객'으로부터 침해보상액 또는 로열티를 받아 수익을 올리

는 반면, 전자는 자신의 회원사가 제3자로부터 특허침해소송을 당할 경우 자신이 보유한 특허로 제3자의 특허를 무효화시키거나 자신이 보유한 특허를 회원사에게 기술이전 또는 양도하여 회원사를 제3자 특허의 정당한 라이선서로 거듭나게 도와줌으로써 특허침해소송을 피해하도록 도와주는 것이다.

여기서 짚고 넘어가야 할 사실은 현재 잠재적 특허괴물로 간주되는 IV도 창업 시의 정식 명칭은 'Patent Defense Fund' 였다는 점이다. 즉 IV 역시 방어적 비실시기업으로 창업하였는바, 이 사실은 지금 우리가 새로운 비즈니스 모델이라고 치부하는 방어적 비실시기업의 개념이 이미 10년 전에 시도되었다는 사실을 의미한다. 그러면 도무지 어떤 말 못할 사연이 있었기에 제조업체에 호의적으로 간주되었던 Patent Defense Fund가 제조업체로부터 공포심을 자아내는 IV로 변했을까? 이유는 간단하다. 투자자, 즉 Patent Defense Fund에 일찌감치 투자하였던 미국의 IT 업체들이 자신들의 자금을 이용하여 Patent Defense Fund가 매입한 특허의 효용 가치를 제고하도록 요구하였기 때문이다. 이에 따라 Patent Defense Fund는 IV로 개명하며 기술이전·양도 등을 이용하여 수익을 창출하려는 방법으로 비즈니스 모델을 변경하였다. 이러한 선택으로 말미암아 미국의 IP 전문가들은 현재는 방어적 비실시기업으로 분류되는 RPX, AST 등이 머지않아 Patent Defense Fund와 비슷한 과정을 거치며 공격적 비실시기업으로 변신할 것으로 추측한다.¹⁵⁾

흥미로운 점은 비실시기업의 형태가 진화하고 있다는 점이다. 2000년 대 초반 업계를 주름잡았던 비실시기업인 Interdigital이나 Forgent Networks, 수년 전 Blackberry 제조업체인 RIM을 특허침해소송으로 압박하여 수익 달러의 합의금을 받아낸 NTP 등은 제조업체를 투자자나 회원사로 유치하지 않았다, 따라서 이들 비실시기업들은 자신의 특허를 무단으로 실시하는 전 세계의 모든 제조업체들을 자신의 '고객'으로 맞이할 만반의 준비를 갖춘 공격적 비실시기업인 셈이다.

하지만 이제는 공격적·방어적이라는 개념 자체를 상대적으로 적용하여야 한다는 점이 더 흥미롭다. 즉 IV를 시작으로 전 세계 제조업체들이 자의반 타의반 수많은 비실시

15) Jeff Kuester and Brett Bartel, "Evolution of the IP market," Intellectual Asset Management p.30-34, Sep/Oct, 2009.

기업들에 투자하거나 회비를 납부하기 시작하여 비실시기업의 투자자 또는 회원사로 활약(암약)하게 된 것이다. 이에 따라 거의 10년 전 초창기 IV에 상대적으로 저렴한 투자비를 납부한 MS, Intel 등 미국의 IT 제조업체들은 IV의 공격에 대하여 걱정할 필요가 없는 반면, IV에 투자하지 않은 또는 투자할 기회를 놓친 우리나라 기업들은 IV의 ‘고객’이 되어 IV를 가상의 적으로 대할 수밖에 없는 상황에 처하게 되었다. 이러한 학습 효과의 결과 우리나라 기업들은 방어적 비실시기업으로 분류되는 RPX, AST에 비교적 일찍 가입한 것으로 알려졌다. 즉 우리나라 기업들은 앞으로 회비를 제때 납부하는 한 RPX나 AST를 두려워 할 필요가 사라진 것이다. 반면 RPX나 AST에 가입하지 않은 외국 기업들은 RPX나 AST가 공격적 비실시기업으로 전환할 경우 이들의 ‘고객’으로 전략할 가능성에 대하여 우려하게 될 것이다.

결국 제조업체들은 자신이 투자하거나 회원으로 가입한 비실시기업은 자신의 ‘반려자’로, 반면 자신과 무관한 비실시기업은 자신의 ‘적’으로 간주할 수밖에 없는 세상이 도래한 것이다. 바꾸어 말하면 작금의 비실시기업 대부분은 전 세계 제조업체들이 합종연횡하며 구성한 연합군들 간의 대리전쟁을 수행하는 용병이라고도 간주할 수 있게 된 것이다.

3. 비실시기업의 상품은 특허

‘상품’(products or services)이란 경제주체의 필요에 의하여 시장에서 거래될 수 있는 유형·무형의 재화나 용역을 의미한다.¹⁶⁾ 이러한 일반적 정의를 비실시기업의 입장에서 재정의하면 ‘상품’이란 비실시기업의 고객인 제조업체가 시장에서 구입할 수 있는 IP, 특허 특허를 지칭한다. 하지만 특허라는 IP는 앞서 제4장에서 설명한 바와 같이 IP cycle에 따라 아이디어 및 발명(원재료 상태의 특허), 권리화를 위한 출원명세서(중간제품으로서의 특허), 등록된 특허(완성제품으로서의 특허) 등의 여러 단계를 거쳐 생산된다. 따라서 특허의 성격 및 가격은 물론

이를 확보하는 방법도 IP cycle의 각 단계에 따라 달라질 수밖에 없다.

특히 발명가가 자신의 입장에서 평가한 특허 가격은 앞서 설명한 IP cycle에 따라 달라지며 그림 5는 이러한 평가 가격의 변화를 나타낸다. 그림에서 x축은 시간, y축은 발명가가 자신의 발명에 매긴 자신의 입장에서의 적정 가격을 나타낸다. IP cycle은 발명가가 어떤 문제를 해결할 수 있는 어렵듯한 idea를 가짐에 따라 시작되며, 이 시기는 그림 5의 제일 왼쪽 ‘잠복기’에 해당한다. 그림에서와 같이 이러한 ‘잠복기’ 상태의 idea의 가치는 거의 ‘0’에 가깝다고 할 수 있다. 발명가가 이러한 어렵듯한 idea에 집착하여 이를 개발함에 따라 궁극적으로는 신규성 및 진보성을 갖춘 발명을 착상하고 구체화하게 된다. 이때부터 발명가는 자신의 발명에 대한 가격을 생각하게 되며 이 발명을 이용하여 막대한 부를 창출할 수 있을 것 같다는 확신을 서서히 가지게 된다. 즉 발명가는 ‘발명기’에 진입하게 되는 것이다. 이에 따라 발명가는 자신의 비용으로 시제품도 제작해보고 특허출원도 하게 된다. 또한 시간이 지남에 따라 PCT도 출원하고, 더 나아가 막대한 비용을 소요하는 개별국 진입마저 시도하는 경우가 비일비재하다. 이에 비례하여 발명가는 자신의 발명의 가치를 점점 더 높게 평가하게 되고, 자신의 발명에 대한 확신이 하늘을 찌르도록 높아진 발명가는 자기 발명의 ‘중증 환자’로 변하게 된다.

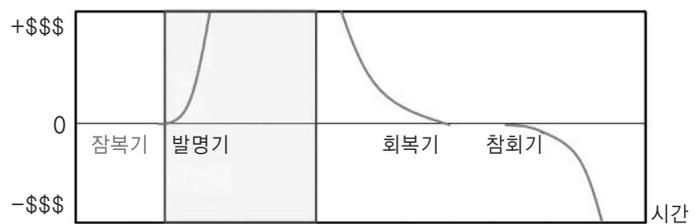


그림 5. 지식재산 cycle에 따른, 발명에 대한 발명가의 평가 가격

16) 상품(商品)이란 시장에서 매매되는 재화나 용역을 말한다. 경제주체의 필요에 의해 시장에서 거래될 수 있는 것이라면 유형, 무형을 가리지 않고 상품이라 할 수 있다. 소매품을 취급하는 시장에서는 특허 제품을 가리키는 말로 쓰인다. 제조업에서 상품은 원재료나 완성품을 가리키는 말로 쓰이기도 한다. (Wikipedia)

상용화의 확산에 찬 발명가는 자신의 특허 기술을 타인에게 자랑하고 투자자들을 찾아다니며 기술이전이나 창업을 시도한다. 하지만 공지하는 바와 같이 등록 특허 중 상용화에 성공하는 경우는 1-2%, 많아야 4-5%에 불과하며, 특허에 비하여 더욱 원초적 IP에 해당하는 발명의 경우 대략 0.4-0.5% 정도가 상용화에 성공한다는 것이 정설이다. 따라서 대부분의 발명가는 자신의 발명이 특허성을 갖추었는지는 몰라도 기술성 또는 상업성이 결여되었다는 사실을 서서히 인식하게 된다. 즉 드디어 발명가가 '회복기'에 진입하는 것이다. 따라서 발명가가 현실을 직시함에 따라 자신의 특허 기술에 대한 확신도 서서히 잃게 되고 이에 대한 자신의 평가 기적 역시 낮아지게 된다. 그 후의 단계는 아픔의 '참회기'이다. 즉 특허법률사무소에서 날아오는 각종 고지서를 바라보는 발명가는 수천만 원 혹은 수억 원에 달하는 특허출원경비에 대한 본전, 아니 경비의 몇분의 일이라도 건질 수 있기를 소망하게 된다.

사실 발명가가 자신의 발명·특허를 어떻게 평가하든 말든 발명이 본인의 평가 가격이 시장에서의 상품 가치에 미치는 영향은 미미할 수밖에 없을 것으로 생각할 수도 있다. 하지만 이는 산업자본시대에서나 통하던 패러다임에 불과하다. 왜냐하면 지식기반시대의 상품인 발명·특허는 발명가의 머리에서 창출되기 때문에 발명가가 특정 IP를 시장에 유통시킬지 말지에 대한 결정은 많은 경우 발명가 자신의 몫이기 때문이다.

이에 대한 예외로는 문서화되고 공개된 IP인 등록된 특허이다. 대부분의 등록 특허는 이미 기술성과 상품성에 대하여 시장의 검증이 이미 완료된 IP이다. 따라서 시장에서 각광을 받는 특허는 막대한 비용을 치르지 않고는 구입할 수 없는 것이 당연하다. 또한 실제로 아무리 높은 비용을 치르더라도 제조업체가 필요로 하고 실제로 제조업체가 실시하며 높은 수익을 창출하고 있는 특허를 구매한다는 것은 애당초 불가능하다. 하지만 등록된 특허의 95%

이상은 상용화에 실패한 특허이고, 이들의 발명가나 소유자는 '참회기'를 거치며 수천만 원 혹은 수억 원에 달하는 특허출원경비에 대한 본전이라도 건지기만을 소망하는 사람들이다. 따라서 참회하는 특허를 비실시기업이 매입하는 것은 상대적으로 용이할 수밖에 없다.

이에 반하여 출원 이전의 발명 대부분은 기술성과 상품성은 물론 특허성에 대해서도 시장의 검증이 이루어지지 않은, 원초적 본능에 입각한 IP로 간주할 수 있다. 따라서 발명가는 자신이 과대평가한 IP에 대하여 과대한 보상을 받지 못한다고 생각하는 한 절대로 자신의 발명을 남에게 털어놓지 않고 시장에도 유통시키지 않을 가능성이 높다. 또한 이러한 IP는 발명가의 머릿속에서만 존재하기 때문에 발명가가 자발적으로 털어놓지 않는 한 제3자는 그 존재 여부조차 확인할 길이 없다. 따라서 '발명기'를 해매고 있는 발명가로부터 합리적인 가격에 IP를 구입하는 것은 매우 어렵다.¹⁷⁾ 바꾸어 말하면 자신의 발명을 과대평가하는 '발명기'의 발명가로부터 발명을 구입하려면 정상적인 가격 이상을 지불하는 방법 외에는 뾰족한 수단이 없는 것이다. 그렇다고 과도한 가격을 지불하고 무작정 발명을 구입하는 IP 사업가는 망할 수밖에 없다. 그 이유는 원초적 상태의 발명이 성공적으로 상용화될 가능성은 0.5% 정도에 불과하기 때문이다.

이와 같이 IP cycle의 각 단계에 따라 특허의 성격 및 가격은 물론 이를 확보하는 방법도 달라져야만 한다는 사실은 지식기반시대 IP 패러다임의 또 다른 특징이다. 따라서 이러한 특성을 감안하지 않은 채 지나간 세기의 산업자본시대의 패러다임으로 상품을 확보하고 판매하려는 비실시기업은 곧 IP 시장에서 도태되리라는 것은 명약관하하다.

4. 비실시기업의 상품 가치

'상품 가치'(value propositions)는 일반적으로 기업이 자신의 고객을 위한 가치를 창조하는 제품과 서비스의 묶음을 지칭한다. 이러한 일반적 정의를 비실시기업의 입장에 적용하면, '상품 가치'는 고객 제조업체가 다른 비실시기업이 아닌 해당 비실시기업의 상품인 IP, 특히 특허를 선택하는 이유라고 정의할 수 있다. 그런 의미에서 상품 가치는 비실시기업의 최종 목적인 지속적인 이윤 창출을 위한

17) 조선일보 박용태 칼럼 '기술을 가진 자와 계임을 제대로 하려면' (2008년 1월 4일)

핵심적 요소라고 할 수 있다.

지식기반시대의 고객인 제조업체의 입장에서 보았을 때 비실시기업의 상품인 특허의 상품 가치는 상황 변수에 따라 몇 가지로 구분될 수 있다. 우선 비실시기업이 고객과 우호적 라이선싱이나 양도를 고려하는 경우 상품 가치는 주로 특허(또는 발명)의 권리 범위, 특허 기술의 상업성, 특허 기술의 기술적 우월성 등으로 집약된다. 하지만 비실시기업이 고객과 적대적 라이선싱·양도·특허침해소송을 고려하는 경우의 상품 가치는 고객인 제조업체가 비실시기업의 상품인 특허를 과거에 실시하였는지 또는 아직도 실시하고 있는 지가 가장 큰 상품 가치로 부상한다. 그렇다고 후자의 경우 특허 기술의 상업성이나 기술적 우월성이 변수가 아니라는 말은 아니다. 그 이유는 제조업체가 상업성은 물론 기술적 우월성이 결합된 특허 기술을 위협을 무릅쓰고 실시할 이유가 전무하기 때문이다. 이러한 측면에서 보면 비실시기업의 상품인 특허의 상품 가치는 기본적으로 특허(또는 발명)의 권리 범위, 특허 기술의 상업성, 특허 기술의 기술적 우월성 등으로 구성되며, 만일 비실시기업과 고객간의 관계가 적대적일 경우 특허의 실시 여부가 중요한 변수로 부각되는 것으로 간주할 수 있다.

방어적 비실시기업의 경우도 마찬가지이다. 앞서 설명한 바와 같이 방어적 비실시기업은 회원사로부터 회비를 각출하여 특허를 구입, 특허 포트폴리오를 구축하고, 회원사가 제3자(경쟁제조업체 또는 타비실시기업)로부터 특허침해소송을 당하는 경우 자신이 매입한 특허를 이용하여 회원사가 침해보상금을 물지 않도록 도와주는 역할을 담당한다. 따라서 방어적 비실시기업의 상품 가치는 기본적으로 특허의 권리 범위, 특허 기술의 상업성 및 기술적 우월성 등으로 구성되며, 여기에 자신이 보유한 특허가 제3자가 소송에서 제기한 특허의 선행 기술로 인정되어 제3자가 제기한 특허를 무효화시킬 수 있는 지에 대한 '선행기술로서의 가치'가 추가될 수 있다.

5. 비실시기업의 채널

'채널'(channels)이란 기업이 고객에게 자신의 상품 가치를 전달하는 의사전달 경로를 지칭한다. 이러한 일반적인 정의를 비실시기업의 입장에서 재정의하면 '채널'은 비실

시기업이 제조업체 고객에게 자신의 상품 가치를 알리는 의사전달 경로를 지칭한다.

비실시기업 입장에서 보았을 때 자신의 상품인 특허의 상품 가치를 고객에게 전달하는 채널은 상황 변수에 따라 몇 가지로 구분될 수 있다. 우선 비실시기업이 고객과 우호적 라이선싱이나 양도를 고려하는 경우이다. 상호호혜주의에 입각한 비실시기업과 고객은 상호 간의 방문, 이메일 교신, 우편 교신 등 가능한 모든 의사전달 경로를 이용할 수 있으며, 이 같은 경로를 통하여 비실시기업은 자신의 상품 가격에 대한 offer를 제시하고 counter-offer를 검토하며 협상에 임할 수 있다. 물론 고객이 비실시기업의 offer를 받아들이지 않거나 비실시기업이 무리하게 책정된 가격을 제시하는 경우에는 협상이 결렬될 것이며, 이는 추후 특허침해소송으로도 비화될 수 있다. 이에 따라 우호적 라이선싱이나 양도를 고려하는 경우에도 당사자들은 비밀유지각서 등을 이용하여 추후 벌어질 수도 있는 소송에서 자신을 방어할 수 있는 방안을 모색하는 것이 현명한 전략이라고 하겠다.

이에 반하여 비실시기업이 고객과 적대적 라이선싱·양도·특허침해소송을 고려하는 경우의 채널은 매우 한정되는 데, 그 이유는 당사자간에 논의된 내용이 추후 특허침해소송에서 자신에게 불리하게 이용될 수도 있기 때문이다. 또한 미국의 경우 frivolous lawsuit을 방지하기 위한 법규정 및 판례는 물론 고의적 침해로 인정될 경우 침해보상액을 3배까지 증가할 수 있는 treble damage 관련 법규정 때문에 소송에 참여하는 당사자간의 의사전달 경로는 극히 제한될 수밖에 없다. 따라서 당사자들은 철저히 변호사들을 통하여 자신의 의사를 극히 제한된 방법으로 전달할 수밖에 없다.

18) 2010년 현재 미국은 선발명주의를 고수하고 있으며, 미국을 제외한 전 세계 모든 국가는 선출원주의를 따르고 있다. WIPO 및 회원국의 끈질긴 설득과 회유로 미국 역시 선발명주의를 폐지하고 선출원주의를 도입할 것이라는 입장을 여러 차례 밝힌 바 있으나 이러한 정책 변화가 미 의회의 승인을 받아 현실화되는 시점을 단정하기는 어려운 실정이다.

지식기반시대의 주상품인 특허의 가치를 전달하는 채널을 좌지우지하는 또 다른 요소는 바로 특허법 제36조 1항의 “동일한 발명에 대하여 다른 날에 2 이상의 특허출원이 있는 때에는 먼저 특허출원한 자만이 그 발명에 대하여 특허를 받을 수 있다”는 선출원주의¹⁸⁾ 조항이다. 따라서 선출원주의 국가의 발명가는 자신의 발명을 특허 출원하기 전까지 그 내용을 제3자에게 공개하는 것을 꺼릴 수밖에 없으며, 그 이유는 자신의 발명을 인지한 제3자가 이를 도용하여 자신보다 먼저 특허 출원하였을 경우 자신의 특허권을 회복하기가 까다롭거나 거의 불가능하기 때문이다. 따라서 선출원주의 국가의 비실시기업 역시 특허 출원 이전 상태의 발명을 발명가로부터 구입하기가 매우 어려울 수밖에 없다. 설령 비실시기업이 출원되지 않은 상태의 발명을 발명가로부터 구입하였다하더라도 동일한 이유로 이 발명의 상품 가치를 고객에게 전달하기가 매우 난감하다. 이에 반하여 선발명주의인 미국에서는 발명가가 자신의 착상 및 구체화를 입증할 수 있는 서류만 갖추면 큰 위험 없이 자신의 발명을 비실시기업에 판매할 수 있으며, 같은 이유로 비실시기업 역시 출원되지 않은 발명의 상품 가치를 쉽게 고객에게 전달할 수 있다. 물론 선출원주의나 선발명주의는 상품 가치를 전달하는 채널의 성격에 영향을 주기 보다는 채널을 통한 의사전달 시점에 영향을 미치는 변수이다. 하지만 채널이 형성되는 시점의 차이가 비즈니스 모델 전반에 미치는 영향도 무시할 수만은 없는 변수임은 틀림없다.

6. 비실시기업의 수익 흐름

‘수익 흐름’(revenue streams)이란 기업이 자신의 고객들로부터 받는 현금을 말한다. 이를 비실시기업의 입장에서 재정의하면 ‘수익 흐름’이란 비실시기업이 자신의 고객인 제조업체로부터 기술이전·양도·특허침해소송 등을 통하여 얻는 선급기술료·경상기술료·침해보상금 등의 수익을 통칭한다. 일반적으로 기술이전·양도의 경우 수익 흐름은 선급기술료, 선급기술료와 경상기술료의 조합 또는 경상기술료로 구성된다. 이에 반하여 침해보상금은 특허권자가 제조업체인 경우에는 특허권자가 침해로 말미암아 입은 lost profit을 기준으로 계산하며, 특허권자가 비실시기

업인 경우에는 침해자가 침해를 하지 않았을 경우 특허권자에게 지불하였어야할 reasonable royalty를 기준으로 계산하는 것이 미국의 관례이다. 또한 위의 침해보상금 외에 침해자가 계속 특허권자의 특허를 실시하기를 원하고 특허권자 역시 이에 동의할 경우 침해자는 경상기술료를 지급하는 방법을 사용할 수도 있다.

일반적으로 수익 흐름 분석 시 비즈니스의 예측성 측면을 강조할 경우, 동일한 매출을 올리더라도 규칙적인 수익 흐름을 통하여 규칙적으로 매출을 발생하는 기업을 그렇지 않은 기업보다 더 높이 평가하는 경향이 있다. 하지만 비실시기업의 수익 흐름 분석에도 이를 적용할 수 있는지 또는 이를 적용하는 것이 타당한지는 짚고 넘어가야할 문제이다.

미국 특허업계의 중론에 따르면 특허침해소송을 승리함으로써 받을 수 있는 침해보상금은 동일한 기술을 우호적 기술이전·양도를 통하여 올릴 수 있는 로열티 수익의 10-20배 이상이라고 한다. 게다가 특허권자가 제조업체 고객의 침해가 고의적이었다는 사실을 입증할 경우 법원은 침해보상금을 보통 2-3배로 증액하기 때문에 이 경우의 침해보상금은 우호적 기술이전·양도를 통하여 올릴 수 있는 로열티 수익의 20-60배 이상에 달할 수도 있다. 물론 특허침해소송은 소송을 제기하는 법원의 소재지, 배심원 구성, 판사의 성향 등 여러 가지 변수가 크게 영향을 미치기 때문에 기술이전이나 양도에 비해 예측성이 현저히 떨어지는 것이 사실이다. 하지만 제조업체 고객의 입장에서는 자신이 특허권자의 특허를 도용하여 사업을 도모하더라도 최악의 경우 이를 통하여 얻은 수익의 일부만을 침해보상금으로 토해내면 되기 때문에 굳이 법정에서 무효로 판정날수도 있는 특허를 비싼 가격을 치르고 구입해야만 할 이유가 없는 것도 사실이다. 따라서 비실시기업은 물론 제조업체 고객 모두 우호적 기술이전·양도보다 예측 불가능한 특허침해소송을 선호할 수밖에 없다.

혹자는 우수 특허에 대한 통상실시권을 10-20개의 제조업체들에게 하여하여 파이를 키움으로써 기술이전을 통한 로열티 수익을 극대화할 수 있으며, 이 경우 우호적 기술이전을 통한 로열티 총액은 침해보상금에 맞먹을 수도 있다고 주장하곤 한다. 하지만 이에 대해서는 우수 특허에

대한 전용실시권을 시장 점유율이 가장 높은 단일의 제조업체에 허여함으로써 얻는 수익이 큰 파이의 작은 조각 수집 개보다 클 수도 있으며, 전자의 경우 얻을 수 있는 로열티 총액이 특허침해소송을 승리하여 얻는 침해보상금보다 월등히 적기 때문에 이는 현실과 동떨어진 가정에 불과하다는 반론이 제기되기도 한다. 결국 수십 배의 수익을 불규칙적으로 창출할 수도 있는 비실시기업과 수십 분의 일의 수익을 규칙적으로 창출하는 비실시기업 중 어떤 기업을 선호하느냐는 독자의 선택에 따를 수밖에 없을 것이다.

방어적 비실시기업의 '수익 흐름'은 공격적 비실시기업의 '수익 흐름'과 현저히 다르다. 앞서 설명한 바와 같이 공격적 비실시기업 수익의 대부분은 기술이전·양도·특허침해소송 등을 통하여 얻는 기술료·침해보상금으로 이루어지는 반면, 방어적 비실시기업은 회원사로부터 규칙적으로 징수하는 회비로 구성되기 때문이다. 이러한 측면에서 보면 방어적 비실시기업의 수익 흐름은 당연히 공격적 비실시기업의 수익 흐름보다 규칙적일 것으로 예측할 수 있다.

물론 방어적 비실시기업도 비즈니스 모델에 따라 자신이 보유한 특허를 무단 실시하는 비회원 제조업체를 상대로 기술이전·양도를 시도하거나 특허침해소송을 제기하여 불규칙적 수익을 올릴 수도 있다. 하지만 방어적 비실시기업이 이러한 비즈니스 모델을 실행하는 순간 이들은 공격적 비실시기업으로 변신하였다고 간주함이 타당할 것이다. 어찌면 방어적 비실시기업의 경우 회비 이외의 수익은 애당초 고려하지 않는 것이 타당할 수도 있다. 그 이유는 방어적 비실시기업이 존재하는 이유가 회원사 보호이기 때문이다. 하지만 IV의 전신이었던 Patent Defense Fund가 IV로 변신한 예에서 미루어 짐작할 수 있듯이 빠르게 진화하는 지식기반시대에 방어적 비실시기업이 투자자의 압력을 뿌리쳐가며 얼마나 더 초심을 유지할 수 있을지는 미지수라 할 것이다.

7. 비실시기업의 핵심 자원 및 핵심 활동

기업의 '핵심 자원' (key resources)은 자신의 비즈니스 모델을 작동시키기 위하여 기업에 필수불가결한 핵심 자산을 의미하며, '핵심 활동' (key activities)은 자신의 비즈니스 모델을 작동시키기 위하여 기업이 실행하여야 할 가장 중요한 활동을 의미한다. 이를 비실시기업 입장에서 재정의하면 '핵심 자원'은 비실시기업이 자신의 제조업체 고객에게 판매할 상품인 특허이며, '핵심 활동'은 특허 상품을 구입함은 물론 특허의 상품 가치를 채널을 통해 고객에게 전달하고, 이에 근거하여 수익을 창출하는 모든 활동을 지칭한다.

비실시기업의 첫 번째 핵심 활동은 자신의 핵심 자원인 특허 상품을 다양한 방법을 통하여 확보하는 것이다. 발명·특허의 직접 경작 모델에서는 비실시기업이 자신의 창의력을 이용하여 발명·특허를 직접 창출하고, 발명·특허 매입 모델에서는 비실시기업의 창의력 개입 없이 타인의 발명·특허를 구입하며, 발명·특허의 간접 경작 모델에서는 비실시기업이 창의력이 있는 발명가를 직·간접적으로 고용하여 그들로 하여금 발명을 창출하게 한 후 이를 구입하고 적절한 권리화 과정을 통하여 특허를 확보한다.

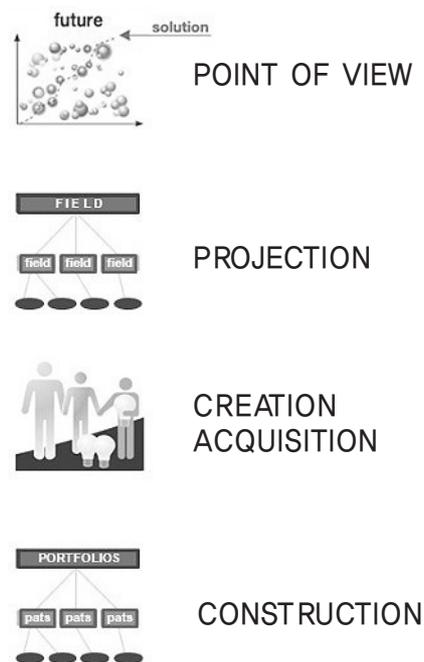


그림 6. 비실시기업의 전형적 특허 확보 활동

그림 6은 특허 확보 전략의 전형적 모델을 도식화한 것이다. 비실시기업 핵심 활동의 첫 번째 단계는 비실시기업이 자신만의 노하우를 이용하여 향후 제조업체 고객들이 필요로 할 광역의 기술 분야를 선정하는 작업이다.¹⁹⁾ 두 번째 단계는 각각의 광역 기술 분야에 대하여 세부 기술 분야를 선정하는 작업이며 이 단계에서도 비실시기업 전문가들의 노하우가 필수적으로 요구된다. 그 다음 단계는 위의 광역 및 세부 기술 분야에 해당하는 발명·특허를 확보하는 일이다. 시장에 내다팔 상품을 직접 경작하는 비실시기업의 경우에는 비실시기업 내부 발명가들이 자신의 창의력을 이용하여 발명·특허를 직접 창출하는 반면, 상품을 간접 경작하는 비실시기업의 경우 외부 발명가들과 협력하여 그들이 자신의 창의력을 이용하여 창출한 발명을 구입하여 특허화하며, 상품을 매입하는 비실시기업의 경우 시장에 유통되는 특허를 선별적으로 매입한다. 특허 확보 모델의 마지막 단계는 확보한 특허들을 세부 기술 분야, 광역 기술 분야에 따라 전략적으로 배치하고 결합하여 특허 포트폴리오를 구성하는 작업이다. 능력을 갖춘 비실시기업의 경우, 자신들이 구축한 특허 포트폴리오를 분석하고 권리 공간에 빈틈이 발견되면 이를 메우는 작업도 수행한다. 빈틈을 메우는 작업 역시 비실시기업 내부 발명가들이 직접 메울 수도 있고, 외부 발명가들과 협력하여 간접적으로 메울 수도 있으며, 시장에 유통되는 특허를 선별적으로 매입하여 빈틈을 메울 수도 있을 것이다.

상대적으로 간단해 보이는 모델이지만 위의 각 단계마다 다양한 전문가가 필요하다. 우선 광역 및 세부 기술 분야를 선정하는 전문가가 필요하다. 이들 전문가는 기술은 물론 시장을 예측할 수 있는 능력을 겸비하여야만 한다. 왜냐하면 이들이 실수를 범하여 잘못된 기술 분야를 선정하고 이 분야에 국한된 발명·특허를 매입하였을 경우 이러한 특허

는 향후 어떤 제조업체도 필요로 하지 않을 무용지물이 될 것이 자명하기 때문이다. 또한 비실시기업이 위와 같이 선정한 광역 및 세부 기술 분야의 발명·특허를 창출하는 IP 생산자인 발명가가 필요할 수도 있고, 비실시기업과 협력할 발명가를 발굴·섭외하는 전문가가 필요할 수도 있으며, 시장에 유통되는 발명·특허를 선별하여 비실시기업에게 공급하는 중개인이 필요할 수도 있다. 또한 공급받은 발명·특허를 심사하고 이 중 비실시기업의 광역 또는 세부 기술 분야와 일치하는지의 여부 및 공급받은 발명·특허의 기술성·상업성·특허성 등의 상품 가치를 평가하여 매입할 발명·특허를 선정하는 기술·비즈니스·IP법률 전문가들도 각각 필요하다. 특허가 아닌 발명을 매입하는 경우에는 이를 권리화하기 위하여 IP법률 전문가도 필요하며, 발명·특허를 확보한 후에 이를 배치하고 결합하여 특허 포트폴리오를 구축하고 이를 분석하여 빈틈을 찾아내는 능력을 지닌 포트폴리오 엔지니어도 필요하다.

비실시기업의 두 번째 핵심 활동은 위와 같이 확보한 특허 포트폴리오의 상품 가치를 적절한 채널을 통해 제조업체 고객에게 전달하고, 이에 근거하여 수익을 창출하는 것이다. 이를 위한 선결 과제는 대상 고객을 확인하는 작업이다. 즉 우호적 기술이전·양도의 경우에는 어떤 제조업체가 향후 비실시기업이 보유한 특허를 필요로 하는지를 분석해야 하므로 관련 산업계에 대하여 해박한 지식을 지니고 있는 IP 사업가가 필요하다. 대상 제조업체가 이를 인지하고 있는 경우에는 IP 사업가의 기술이전·양도 활동이 용이할 수 있지만, 대상 제조업체가 이를 인지하지 못하고 있는 경우에는 IP 사업가가 제조업체를 설득해야 하는 어려움에 부딪힐 수도 있다. 하지만 적대적 기술이전·양도 또는 특허침해소송의 경우에는 어떤 제조업체가 비실시기업이 보유한 특허를 과거에 실시하였는지 또는 현재 실시하고 있는지를 분석해야 하므로 침해 제조업체 색출가, 즉 IP법률 전문가가 필요하다.

방어적 비실시기업의 ‘핵심 자원’ 및 ‘핵심 활동’ 역시 위에서 설명한 공격적 비실시기업의 경우와 전반적으로 대동소이하다. 단 방어적 비실시기업은 회원사로부터 규칙적으로 회비를 징수하여 운영하며 이에 대한 보상으로 회원사 제조업체들을 제3자의 특허침해소송으로부터 보호하여

19) 이러한 광역의 기술 분야는 각 비실시기업의 전문가들이 예측한 미래에 해당하므로, 비실시기업마다 고유한 point of view를 가질 수 밖에 없다.

야 하므로, 기술을 예측하고 시장을 예견하는 전문가보다는 회원사 제조업체의 현황 및 미래 R&D 전략을 파악하고 이를 바탕으로 자신들이 매입하여야 할 발명·특허를 선정하는 전문가가 필요하다. 또한 대부분의 방어적 비실시기업은 회원사나 제3자를 상대로 특허침해소송을 제기할 이윤이 적으므로 침해소송 전문 IP법률가는 많이 필요로 하지 않을 것이다. 하지만 제3자가 자신의 회원사를 상대로 소송을 제기할 경우 제3자의 특허를 무효화시킬 수 있는 IP법률 전문가는 필요할 것으로 생각된다.

물론 비실시기업은 위의 핵심 활동을 자신이 모두 수행할 수도 있고 이와 반대로 핵심 활동의 일부 또는 전부를 의주를 통하여 처리할 수도 있다. 하지만 앞서 제4장 및 제5장에서 설명한 바와 같이 비실시기업이라 하더라도 발명의 창출 단계(상류)와 권리화 단계(중류)의 gap을 최소화하는 동시에 권리화 단계(중류)와 활용 단계(하류)의 gap도 최소화하여야만 하므로, 가능한 많은 부분의 핵심 활동을 자체적으로 소화할 수 있는 인력을 갖추는 것이 중요할 것이다.

8. 비실시기업의 핵심 파트너십

‘핵심 파트너십’(key partnerships)이란 기업의 비즈니스 모델을 동작시키는 공급자들과 파트너들과의 네트워크를 말한다. 대부분의 기업은 다양한 이유로 다양한 파트너십을 구성·유지하고 있으며, 이러한 파트너십은 기업 비즈니스 모델의 초석을 이루는 경우가 비일비재하다. 이를 비실시기업의 입장에서 재정의하면 ‘핵심 파트너십’은 비실시기업에게 발명·특허라는 상품을 공급해주는 발명가나 중개인, 비실시기업을 대신하여 발명·특허를 선정하는 기술·비즈니스·IP법률 전문가, 비실시기업이 확보한 발명의 권리화를 대행하는 IP law firm, 비실시기업을 대리하여 기술이전·양도 대상 제조업체를 선정하는 산업계 전문가, 선정된 제조업체에 비실시기업이 보유한 상품 가치를 전달하는 중개인 등 다양한 개인 및 기업을 통칭한다.

누차 설명한 바와 같이 비실시기업의 상품이자 핵심 자원은 양질의 특허로 구성된 강력한 특허 포트폴리오이다. 이를 위해서는 비실시기업이 우수한 개인·기업과 파트너십을 유지하는 것이 필수라 하겠다. 단 위에서 언급한 바와

같이 비실시기업 자신이 제4장에서 설명한 지식기반 생태계 각 단계의 특징을 이해하며 단계간의 gap을 파악하고 메울 수 있는 능력을 갖추는 것은 성공을 위한 선결조건이라 하겠다.

9. 비실시기업의 비용 구조

기업이 상품을 생산하는 일, 상품 가치를 창조하는 일, 상품 가치를 고객에게 전달하는 일, 고객 관계를 유지하는 일, 핵심 자원을 보유하고 핵심 활동을 추진하는 일, 핵심 파트너십을 구축하고 유지하는 일, 그리고 매출을 발생시키는 일 모두 비용을 발생시킨다. 따라서 ‘비용 구조’(cost structures)는 기업이 특정 비즈니스 모델을 운영하는 동안 발생하는 가장 중요한 비용들을 지칭한다. 이를 비실시기업 입장에서 재정의하면 ‘비용 구조’는 비실시기업이 핵심 상품인 발명을 확보하여 권리화하거나 특허를 확보하고 이들을 적절히 배치·결합하여 특허 포트폴리오를 구축하며 이를 자신의 비즈니스 모델인 기술이전·양도·특허침해소송 등을 통하여 활용하여 수익을 창출하는 데 발생하는 비용들을 의미한다.

제5장에서 설명한 바와 같이 지나간 산업자본시대의 제조업 패러다임에 의하면 생산자인 제조업체는 시장의 경쟁력을 유지하기 위하여 비용 지향적 전략은 물론 가치 지향적 전략을 적절히 혼용할 수 있다. 하지만 앞서 제4장 및 제5장에서 설명한 바와 같이 지식기반 생태계에서는 상류에서의 IP 창출과 중류에서의 IP 권리화는 물론 하류에서의 IP 활용이 모두 창의성에 근거를 둔 서비스업에 해당한다는 특징이 있다. 즉 IP로부터 창출할 수 있는 수익의 규모는 대부분의 경우 IP의 창출·권리화·활용에 얼마나 많은 사람들이 매달려 얼마나 오래 일하였는지에 따라 결정되는 것이 아니라, IP의 창출·권리화·활용에 얼마나 많은 창조적 가치를 부가하였는지에 따라 결정된다. 따라서 IP, 특히 특허를 핵심 상품으로 다루어야만 하는 비실시기업의 경우 비용 지향적 전략은 전반적으로 어울리지 않는 전략으로 생각되며, 따라서 이들은 가치 지향적 전략을 활용할 수밖에 없을 것으로 사료된다. 이러한 맥락으로 볼 때, 비실시기업의 비용 구조 역시 보유한 특허의 수요보다 보유한 특허의 질에 따라 결정될 것이다.

10. 비실시기업의 투자자 또는 창업자

엄밀하게 따진다면 비실시기업의 투자자(investors) 또는 창업자(founders)는 비실시기업의 비즈니스 구성 요소라고까지는 할 수 없을 것이나, 이들이 비실시기업의 비즈니스 모델에 결정적 영향을 미치는 요소임은 틀림없는 사실이다. 바꾸어 말하면 비실시기업의 투자자 또는 창업자의 성격 및 비즈니스 모델은 비실시기업의 고객, 상품 가치, 채널, 수익 흐름, 핵심 파트너십, 비용 구조 등의 중요한 비즈니스 구성 요소들에게 결정적 영향을 미칠 수밖에 없다.

비실시기업의 투자자나 창업자가 제조업체가 아닌 경우 이들의 비즈니스 모델은 간단명료하다. 우선 이러한 비실시기업은 자신의 발명가나 외부발명가가 창출한 발명·특허를 획득하거나 또는 시장에 유통되는 발명·특허를 매입하여 특허 포트폴리오를 구축한다. 그 후 비실시기업은 모든 제조업체 고객을 대상으로 기술이전·양도·침해소송을 시도하여 최대의 수익을 창출하려할 것이다. 반대로 이러한 비실시기업의 '고객' 화한 모든 제조업체들은 이러한 기업에 대항하기 위하여 정보를 공유하거나, 특허권을 구축하여 공유하거나, 더 나아가 법률 개정을 요구하는 등의 대응책을 마련할 것이다. 이러한 비실시기업의 수익 흐름 또한 간단명료하다. 즉 비실시기업이 제조업체 고객들로부터 거두어들인 수익의 대부분은 투자자와 창업자의 몫이 될 것이며, 계약 여부에 따라 수익의 일부가 발명가나 특허 소유권자에게 분배될 수도 있을 것이다.

이와는 달리 비실시기업의 투자자 또는 창업자가 제조업체인 경우 이들의 비즈니스 모델은 복잡한 양상을 띠게 된다. 우선 발명·특허 획득 방법이 더 다양하다. 일례로 비실시기업은 자신의 발명가나 외부발명가가 창출한 발명·특허를 획득하거나 또는 시장에 유통되는 발명·특허를 매입할 수 있으며, 더 나아가 투자자 또는 창업자인 제조업체가 보유한 발명·특허를 현물로 양도받을 수도 있다. 또한 이러한 특허로 포트폴리오를 구성한 비실시기업의 고객은 자신의 투자자나 창업자를 제외한 제조업체로 한정된다. 그러다 보니 소수의 투자자나 창업자 제조업체에 의하여 설립된 비실시기업은 비교적 많은 제조업체 고객을 확보할 수 있는 반면 관련 기술 분야의 대다수 제조업체가 투자자

나 창업자로 참여한 비실시기업의 경우 한정된 제조업체 고객을 대상으로 기술이전·양도·침해소송을 시도하여 수익을 창출하여야만 하는 절박한 상황에 처할 수도 있다.

11. 비실시기업의 진화

앞서 설명한 바와 같이 지식기반시대를 맞아 혜성처럼 등장한 비실시기업은 그 짧은 경력에 비해 격변에 가까운 진화 과정을 거치며 부침을 계속하고 있다. 90년대 말부터 2000년대 중반까지 활약하던 '1세대 비실시기업'의 특징은 자신의 고객인 제조업체와는 전혀 무관한 투자자의 자금으로 설립되어 운영되어 왔다는 점이다. 이에 반하여 '2세대 비실시기업'은 대부분의 경우 제조업체가 투자자로 참여한다거나 아예 제조업체가 투자 및 운영을 겸하는 경우도 있다는 특징을 지닌다. 결국 '1세대 비실시기업'이 IP를 이용한 비제조업체군 대 제조업체군 간의 지식전쟁이었다면, '2세대 비실시기업'은 IP를 이용한 상이한 제조업체군 간의 지식전쟁이라고 간주하는 것도 가능할 것 같다.

또한 시간이 지남에 따라 '2세대 비실시기업'보다 더 나은 비즈니스 모델로 무장한 3세대 비실시기업, 4세대 비실시기업은 물론 23.7세대 비실시기업의 등장도 가능하게 될 것이다. 그렇다면 지식기반시대를 맞아 지식기반 생태계를 구축하여야 할 막중한 임무를 수행하여야 하는 우리나라는 비실시기업이라는 새로운 패러다임의 비즈니스 모델을 어떻게 활용하여야 할까?

다음 호에 계속

Korea International Women's Invention Exposition (KIWIE) 2011

K!W!E
2011

MAY 4TH THRU 7TH (WED-SAT) 2011 AT COEX HALL A, SEOUL, KOREA

Opening Ceremony: May 4, 2011 (Exhibition Hall)

Exhibition: May 4-7, 2011 (Exhibition Hall)

Award Ceremony & Closing Ceremony: May 7, 2011 (Exhibition Hall)

Hosted by:  Korean Intellectual Property Office (KIPO)

Organized by:  Korea Women Inventors Association (KWIA)

Sponsored by:  World Intellectual Property Organization (WIPO)

 World Women Inventors & Entrepreneurs Association (WWIEA)

KWIA - Korea Women Inventors Association

WWIEA - World Women Inventors & Entrepreneurs Association

17F Korea Intellectual Property Service Center
647-9 Yeoksam-Dong, Gangnam-Gu, Seoul, Korea

Tel: 82-2-538-2710 Fax: 82-2-538-2714

Website: www.kiwie.or.kr

www.wwiea.org

E-Mail: gokiwie@gmail.com

wwiea@wwiea.or.kr

우선권주장제도와 오픈이노베이션 전략을 활용한 IP 비즈니스모델



박은일

대덕연구개발특구지원본부 선임연구원,
호서대학교 벤처전문대학원 박사과정

1. 서론

국내우선권주장제도를 이용하는 경우 선출원에 포함된 기본발명을 보다 구체화하거나 개량·추가하는 발명을 하였을 때 기본발명과 개량발명을 하나의 출원으로 보호함으로써 기술개발의 진전이 현저한 현 실정에 비추어 포괄적이고 누락 없이 발명을 보호할 수 있으며, 기본발명의 출원심사청구기간 또는 특허권의 존속기간을 우선기간 만큼 연장할 수 있다.¹⁾

본 고에서는 우선권주장 제도를 활용해 국가연구개발사업의 특허출원생산성을 양적으로 확대하고 질적으로 품질을 높이는 방안을 제시하여 공공지식재산의 활성화 방안을 제시하고자 한다.

기본적인 아이디어는 우선권주장제도, 직무발명제도, 오픈이노베이션을 활용한 온라인 오픈마켓 개설의 연계가 핵심이다.

또한 우선권주장제도 하에서 권리주체를 하나에서 다수로 발전시킴으로 새로운 시각을 제시했다. 즉, 국가연구개발사업의 권리주체를 소속기관, 연구자(발명자), 제3자(잠재적 수요기업)로 확대 발전시키는 모형을 제시했다. 이로 인해 공공 연구 성과물의 권리자를 다각화하여 특허출원생산성의 양적, 질적 향상 방안을 제시했다.

또한 우선권주장기간이라는 한정된 기간 내에서만 가능한 IP 비즈니스모델을 제시하였다. 시간적 흐름에 따른 3단계 즉, 우선권주장 前단계, 우선권 주장 내 단계, 그 이후(발명자가 자유발명으로 갖는 단계)로 나누어 권리자를 변화시키는 모형을 제시했다.

우선권주장제도에서 권리자의 다각화모형과 출원단계를 세분화하여 각각을 적절히 조합하였다.

1) 다만, 국내우선권주장 출원 시 새로 추가된 개량발명에 대해서는 판단시점의 소급효가 선출원일로 인정되지 않는다.

아울러, 공공연구기관이 오픈이노베이션 전략을 활용하여 우선권주장기간 내에 있는 '특허출원할 수 있는 권리'를 온라인을 통한 오픈마켓에서 판매할 수 있는 새로운 IP 비즈니스모델을 제시했다.

2. 현황

국가 총 연구개발비 현황

국가 총 연구개발투자는 약 35조(08년)이며, 대전(대덕특구) 내 투입되는 연구개발비는 약 4조 원으로 전체 연구개발비의 11.4%를 차지한다.²⁾

〈그림 1〉 지역별 공공연구개발금액 현황

단위 : 억원(%)

지역	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	경상	충청	전라	강원	제주	합계
연구개발금액(비중)	71,747 (20.8)	7,423 (2.2)	5,080 (1.5)	11,777 (3.4)	5,004 (1.5)	39,476 (11.4)	4,114 (1.2)	135,505 (39.3)	28,346 (8.2)	23,690 (6.9)	9,441 (2.7)	2,576 (0.7)	803 (0.2)	344,981 (100.0)

자료원 : 교과부, 연구개발활동조사데이터 2009

GDP대비 국내 연구개발투자 수준은 3.37%로 상당히 높은 편이다. 연구개발투자 수준이 3% 이상인 국가는 이스라엘 4.68%, 스웨덴 3.60%, 핀란드 3.60%, 일본 3.44% 정도이다.

공공부문 및 민간부문 연구개발비 예산

정부·공공 대 민간 투자 비율은 27 : 73 수준으로 정부·공공 연구개발 예산은 GDP대비 1.14% 으로 약 12조 3,437억(09년)이다.³⁾

〈그림 2〉 연구개발투자 및 연구원 수

		한국(08)	미국(07)	일본(07)	독일(07)	중국(07)
연구개발 투자	□ 총연구개발투자(억 달러)	312.9	3,688.0	1,507.9	842.3	487.7
	· 비율(배)	1.00	11.79	4.82	2.69	1.56
	· GDP대비(%) ¹⁾	3.37 ^{P)}	2.68	3.44	2.54	1.49
	· 정부공공 : 민간부담비율(%)	27:73	34:66	22:78	28:72	25:71
□ 정부연구개발예산(억 달러)(08)		101	1,424	345	290	-
	· GDP 대비(%)	1.14	1.00	0.70	0.79	-
연구원 수	□ 연구원 수(천 명, FTE)	236.1	1,425.6(06)	710.0	284.3	1,423.4
	· 경제활동인구 천명당 연구원 수	9.7	9.4	10.6	6.8	1.8

주) 1. GDP 대비 연구개발투자 수준이 3% 이상인 국가 : 이스라엘 4.68%, 스페인 3.60%, 핀란드 3.47%, 일본 3.44%

2. P) 참정치, GDP : 경상가격 기준 국제기준(93SNA)이행으로 인해 변경('09. 3. 27)

3. 우리나라 총 연구개발투자 : 34조, 4,981억 원(08년), 정부 연구개발예산 : 12조, 3,437억 원(09년)

2) 과학기술 주요통계, 2009, 교육과학기술부

3) 전계서

대학 및 공공연구기관의 내국인 총 특허출원의 3.4%를 차지하고 있어 매우 저조한 상태이다. 특히 대학의 경우 박사급 연구 인력의 72.1% 및 R&D투자의 10%를 차지하고 있으나 특허출원은 0.5%만을 차지하고 있다.⁴⁾

대학 및 공공연구기관의 특허출원생산성 (특허출원건수/연구개발비)

국내특허출원 생산성이란 기관의 전체 연구개발비에서 발생하는 기관의 국내 출원건수를 계산한 것으로 10억 원당 출원건수를 나타낸다. 특허출원 생산성은 특허성과 분석에 있어서 가장 객관적인 기준으로 사용할 수 있다. 그 이유는 투입된 연구개발비가 특허출원으로 이어지는 기간이 가장 짧기 때문에 분석하고자 하는 해당연도의 연구개발비 대비 특허출원건수는 연구생산성을 가장 잘 보여줄 수 있다.

대학 및 공공연구기관의 특허출원 생산성은 국내의 기업 등에 비해 현저히 낮은 편이다. 2004년을 기준으로 기업의 연구개발비는 대학과 공공연구기관의 연구개발비보다 각각 7.73배, 5.74배 많았지만, 특허출원 건수는 이보다 큰 39.2배와 22.1배나 많다.

또한, 연구개발 투자 10억 당 출원건수가 기업은 평균적으로 1.62개 인데, 공공연구기관은 0.48개, 대학은 0.60개로 10억 원당 1개 이하로 출원되고 있어 생산성이 낮음을 알 수 있다.

이에 대한 요인으로 먼저 기관의 특성상 기업은 근본적으로 이윤을 추구하는 이익집단으로서 단기간의 시장 진출의 적극적인 도구로서 그리고 타 기업의 시장 진출을 막기 위한 방어적·소극적 도구로서 특허출원을 활발히 이용하고 있기 때문이다. 다시 말해, 대학이나 공공연구기관은 기업과는 달리 연구개발의 성과물로부터 이윤을 추구하지 않기 때문에 유용한 도구로서 특허출원을 이용하지 않고 있다.⁵⁾

(표 1) 2004년 정부 연구개발 투자 대비 특허 출원 수

연구주체	연구개발 투자 10억 원당 출원 수	
	다출원 상위 5개 대상	전체
기업 (평균)	7.26	1.62
공공연구기관	0.99	0.48
대학	0.79	0.60

자료: 특허청(2005), 과학기술기획평가원(2005)

국내외 특허출원생산성

국내 특허출원생산성이 아닌 국내외 특허출원 생산성으로도 분석할 수 있으나 그 경우 분석의 신뢰성이 더 떨어진다. 그 이유는 당해 연도에 투입된 연구개발비가 특허출원으로 이어지는 기간에 있어서 국외 특허출원 국내 특허출원보다 길기 때문이다.

보통 파리트를 통하여 해당국에 직접 출원하는 경우도 있지만, PCT 국제출원의 경우 국내출원일로부터 12개월 이내에 출원할 수 있기 때문에 연구개발비가 투입된 연도보다 늦게 국제출원이 발생하는 경우가 있다.

다만 국내보다는 국내외 출원건수를 합한 국내외 특허출원생산성이 높은 것은 당연하기 때문에 국내외를 합친 경우는 국내 특허출원생산성보다 높다.

연구기관별 특허출원생산성 비교

2005년 기준으로 과거 산업기술연구회 소속 연구기관이 약 2.2개, 기초기술연구회가 1.6개 공공기술연구회가 0.68개로 공공연구기관 평균은 1.460, 대학평균은 1.367로 별 차이는 나지 않는다.

타 국가와의 비교

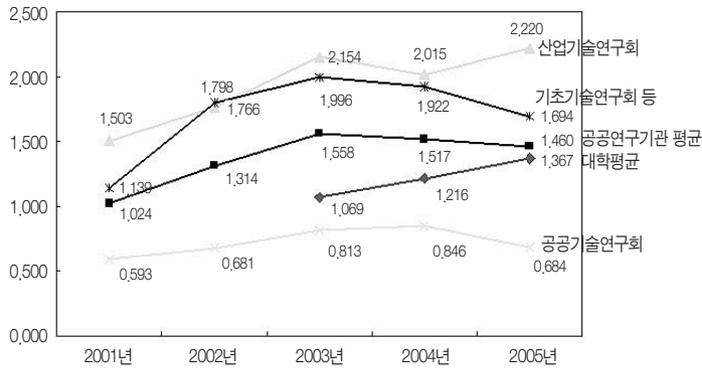
국가전체의 특허 중 해외국가에 출원하고 있는 출원건수를 보면 일본(17,552건), 미국(12,389건), 독일(3,603건), 네덜란드(1,283건), 프랑스(1,486건) 순으로 많다.⁶⁾ 이러한 점은 국내기관이 미국, 유럽 시장에 진출하거나 준비하고 있음을 보여주고 있다.

4) 직무발명제도 세미나 발표자료, 2006, 김병남 서기관, 특허청

5) 대학 및 공공연구기관의 효율적 특허성과 제고방안에 관한 연구-제도적 관점에서, 2006, 한국지식재산연구원

6) 2009 지식재산 통계연보, 2009, 특허청

〈그림 3〉 대학 및 공공연구기관의 연도별 국내 특허출원 생산성



출처: 대학 및 공공연구기관의 효율적 특허성과 제고방안에 관한 연구-제도적 관점에서, 2006. 한국지식재산연구원

이처럼 국내 공공연구개발결과로 출원되는 특허의 경우, 국내출원생산성, 국내외 출원생산성이 낮은 이유는 첫째 연구비당 출원되는 특허건수가 절대적으로 적으며 둘째는 특허의 질적인 면에서도 품질이 낮아 시장의 외면을 받고 있기 때문이다.

또한, 특허 권리의 지리적 보호 범위도 대부분 국내 출원만 하고, 우수 등급으로 판정받은 건의 일부만 삼극특허⁷⁾ 정도로 보호된다.

3. 문제점

이러한 현상을 양적, 질적 수준으로 구분하여 문제점을 살펴보면, 양적인 분야에서 첫째 공공기관에서는 특허출원할 권리를 적극적으로 활용하지 않고 방치하고 있으며, 둘째 직무발명에 따른 권리의 귀속 문제를 소홀히 다루고 있다. 질적인 수준의 문제는 첫째 청구범위 작성 시 시장수요를 반영할 메커니즘이 미흡하고, 둘째 공공연구개발 성과정보가 늦게 공개되어 기업들이 제품화하여 시장에 진출하기까지 걸리는 시간 즉, 시장진출시기가 늦어져 활용도가 낮아지고 있다.

특허출원할 권리다발 방치 문제

국가연구개발사업을 주로 수행하는 출연연 및 대학의 경우 특허출원생

〈그림 4〉 국가별 삼극특허건수

단위: 건

	한국	미국	일본	독일	프랑스	영국	중국
□ 삼극특허건수	2,488	15,923	14,605	6,146	2,468	1,645	591
· 세계순위	4	1	2	3	5	6	12

자료원: OECD, Main Science & Technology Indicators, 2009/1

산성이 낮은 이유로는 첫째 연구비 중 특허출원비용이 부족하고 둘째 출원당시 시장성 평가가 어려워 출원국가를 다수 국가로 정하는데 매우 소극적이다. 셋째 발명신고접수 이후 특허출원을 위한 사전평가에서도 연구원 자신이 직접 결정해 버리거나, 기관 내 위원회를 구성하여 판단하지만 이마저도 시장성 평가가 어려워 형식적 판단에 치우치고 있다. 이에 따라 국내 출원 또는 중요한 특허라 판단되는 극히 일부 특허만 미국, 일본, 유럽특허청에 등록하는 삼극특허로 관리되고 있다.

등록건수만으로 보는 한국의 삼극특허 순위 추이는 11위(98년) → 7위(01년) → 6위(02년) → 7위(03년) → 5위(04년) → 4위(05년) → 4위(06년) → 4위(07년)로 지속적으로 증가하고 있다가 '05년 이후 세계 4위에서 3년간 정체하고 있다.

세계 순위로는 우월해 보이지만 국가연구개발사업 성과물들을 특허화하려는 노력에는 부족한 면이 있다. 국가연구개발사업 성과물의 특허성, 시장성, 사업성 판단 여부를 떠나 말하더라도, 파리조약에 의한 PCT 가입국 약 150개국 중 약 1~4개 국가 정도에만 출원하고 나머지 약 145개국에 출원할 수 있는 특허출원권리를 무작정 버리고 있기 때문이다.

다만, 이러한 문제의식은 전문가의 눈으로 보지 않으면 문제로도 인식 않는다. 문제로 인식되더라도 마땅히 해결책이 부족하여 그냥 넘어가기가 일수였다.

그러나 이러한 문제는 국가연구개발사업

7) 삼극특허(Tradic Patent Families)는 미국특허청, 일본특허청, 유럽특허청에 동시에 등록된 특허건수

이 국민의 혈세로 지원되고 있는 만큼 매우 심각한 현상이라고 볼 수 있다.

직무발명에 따른 권리의 귀속 문제

국가연구개발사업에서 특허출원 생산성을 높이기 위해서는 권리자 확대 발전모형을 적용할 필요가 있다. 확대 발전모형은 특허출원권리를 누가 가지느냐에 따라 3단계로 나뉘볼 수 있다. 첫째는 직무발명에 의한 소속기관, 둘째는 발명자, 세 번째는 제3자로 대변되는 수요기업을 들 수 있다. 물론 이 경우 국가연구개발사업의 규정에 따라 주관기관이 대학 및 공공연구기관인 것으로 한다.

〈표 2〉 국가연구개발사업의 특허 권리자 확대 발전 모형

1단계	대학 및 공공연구기관			
2단계	대학 및 공공연구기관		→	연구자(발명자)
3단계	대학 및 공공연구기관	→	제3자(수요기업 등)	→ 연구자(발명자)

첫 번째 경우는 특허출원권리를 소속기관이 갖는 경우이다. 연구자(발명자)가 기관에 입사할 경우, 직무발명을 할 경우에는 회사에 자동승계한다는 조항이 있는 계약서에 서명을 하게 된다. 따라서 국가연구개발사업을 할 경우에도 그 결과물에 대한 특허출원권리는 발명자인 연구자에게서 소속기관으로 자동 넘어간다. 발명진흥법에 따르면 연구자가 발명 신고서를 제출하면 소속기관은 통지받은 날로부터 4개월 이내에 그 발명에 대하여 출원여부를 결정하고 통보해야 한다.

두 번째 경우는 발명자가 권리를 갖는 경우이다. 발명자가 소속기관에 발명신고서를 한 이후 기관에서 출원을 하지 않겠다고 결정을 하거나 4개월 이내에 회신이 없으면 그 발명에 대한 출원 권리는 발명자에게 넘어간다.

다행히 소속기관에서 포기한 발명에 대해 발명자가 출원을 하면 그 연구 성과에 대한 권리가 발생하지만 국민의 세금으로 낸 공공 연구 성과를 개인의 소유물이 된다는 문제가 있다.

따라서, 발명진흥법에 따른 직무발명 제도에 따라 최종적으로 발명자 개인이 권리를 소유할 수 있다 하더라도, 공공연구성과물의 특허권리 확보에 대해서는 좀 더 발전적 대안이 필요하다.

이에 제시되는 것이 세 번째 경우이다. 소속 연구기관에서 연구자의 발명에 대해 어느 나라에도 출원하지 않는 경우나, 꼭 필요한 국가에 출원한 경우, 그 나머지 국가에 대해서 출원할 수 있는 권리를 발명자에게 넘기게 전에 우선권 주장제도를 활용하여 제 3자에게 오픈 하는 오픈 마켓에 공개하여 특허출원권리자를 찾는 것이다. 우선권주장 기간 내에도 출

원권리자를 만나지 못한다면 그때 마지막으로 발명자에게 기회를 주도록 하는 것이다.

이렇게 함으로 특허 권리화를 다각적으로 접근함으로써 국가연구개발성과의 권리화를 최대화 할 수 있다. 또한 주관기관인 출연연은 추가적인 기술이전료 확보를, 수요기업은 싼 가격의 기술료와 빠른 시장 진입으로 타기업과 경쟁에서 우위를 점할 수 있어 모두에게 윈-윈 할 수 있는 대안이다.

특허권의 질적 개선(특히, 청구범위)

노력 미흡 문제

외국의 경우도 연구개발투자 대비 산출되는 특허수가 많지 않은데 이는 시간의 흐름 및 권리자를 다각화 하여 특허 권리를 확대하려는 노력이 부족했기 때문이다. 이는 양적인 문제와 더불어 특허의 질적 문제도 발생하는데 이러한 문제로 인해 등록된 특허의 활용도, 즉 기술이전 연구생산성이 대체로 낮은 편이다. 특히 기술이전시 특허청구범위의 질적인 문제(제품 또는 기술을 청구범위가 커버 하지 못하는 문제)로 인하여 특허권 활용에 가장 큰 장애가 되고 있다.

특히, 기술 수요기업 입장에서는 국가연구개발사업 연구 성과물의 특허 권리화에 있어 두 가지 문제점을 지적하고 있다. 첫째는 기술은 우수한 것 같은데 법적 권리인 특허명세서의 특허청구범위가 물품을 제대로 보호하지 못한다는 것이다. 둘째는 원하는 기술을 빠른 시간 내에 파악하기 어려워 경쟁사보다 제품을 빨리 시장에 내 보낼 수 없다는 것이다.

이러한 문제의 원인으로는 첫째, 국가연구개발사업의 과제 평가에서 특허권의 질이 차지하는 비중이 매우 부족하다는 것이고 둘째는 연구기관에서 변리사를 활용하여 특허명세서를 작성하고 있으나 저가격 우선주의정

책으로 특허명세서에 다양한 적용사례 및 청구범위 개선을 위한 노력이 부족하다는 것이다.

수요자와 공급자 간의 정보 비대칭 문제 (시장진입 시기 늦어짐)

위에서도 언급했지만 공공연구성과로 출원된 특허는 1년 6개월이 지나서 공개되거나, 특허등록이 된 이후에 기술이전 활동을 하게 됨으로 기술정보를 접하게 된다. 수요기업 입장에서는 개발기술정보를 1년 6개월이 지나서 해당 정보를 접하게 되는 것이다. 기술정보에 늦게 접하게 되다보면 경쟁자에 비해 시장 진입시기가 늦어진다. 시장진입시기와 기업 경영성과간의 상관관계를 보면 전 산업분야에서 대체로 시장진입시기가 빠른 기업이 성과가 높다는 것이 다수의견이다.

또한 공공연구성과로 출원된 특허의 청구범위가 기업이 시장에서 출시하고자 하는 제품사양을 커버하지 못하는 경우가 다반사이다. 이는 공공연구기관의 기초·원천 및 응용연구시 잠재적 수요기업과 충분한 정보교류가 없기 때문에 청구범위가 부실해지는 원인이기도 하다. 이러한 문제는 기술이전 중개자나 수요기업들은 공공연구성과물의 결과를 활용하고자 접근하는 시점에서 발견되기에 고정되어 버린 권리범위를 추후에 확대 할 수 없어 기술이전이 안 되는 경우가 많다.

4. 활성화 방안

위 문제점에서 살펴 본대로 공공연구성과물의 활용 촉진을 위한 대안으로 첫 번째, 개발된 기술정보를 최대한 빠르게 기업에게 제공할 수 있는 방법과 두 번째, 기업이 원하는 제품과 특허 청구범위를 어떻게 최대한 일치시킬 것인지를 해결할 필요가 있다. 이러한

문제를 우선권주장제도, 직무발명제도 및 오픈이노베이션 전략을 활용한 온라인 오픈마켓 개설로 해결방안을 제시하고자 한다.

직무발명제도를 활용한 특허 양적 확대 추진

발명진흥법 제2조에 따르면 직무발명이란 “종업원, 법인의 임원 또는 공무원이 그 직무에 관하여 발명한 것이 실질상 사용자 법인 또는 국가나 지방자치단체의 업무 범위에 속하고 그 발명을 하게 된 행위가 종업원 등의 현재 또는 과거의 직무에 속하는 발명에 대하여 종업원 등이 특허를 받았거나 특허를 받을 수 있는 권리를 승계한 자가 특허를 받았을 때에는 사용자 등은 그 특허권에 대하여 통상 실시권을 가진다”라고 정의하고 있다.

국가연구개발사업 참여 시 각 소속기관은 이 제도의 시행여부에 관한 자료를 제출하도록 의무화되어 있다. 또한, 연구의 결과로 발명을 하게 될 경우 발명자는 소속기관에 발명신고서를 제출하게 되고 소속기관에서는 발명의 가치를 판단하여 소속기관 명의로 출원할지를 결정해야 한다. 만약 4개월이 지나도 기관에서 출원하지 않으면 자유발명으로 인정되어 발명자에게 특허 출원할 수 있는 권리가 넘어간다.⁸⁾

(표 3) 승계여부 통지에 따른 권리관계

구분	사용자	종업원
승계의사 통지	직무발명에 대한 권리 귀속(법 11조②항)	정당한 보상청구권 취득(법 13조①항)
불승계 의사 통지	무상의 통상실시권 취득(법8조①항)	직무발명에 대한 권리 귀속(법8조①항)

대부분 대학 및 공공연구기관은 과제별 연구비용 내에서 특허출원 규모를 결정하는데 보통 등급의 경우 국내만 출원하고 나머지 국가에는 출원하지 않는다. 특허제도는 국지주의를 채택하기 때문에 각국에 출원 등록해야 권리를 받을 수 있다.

결론적으로 공공기관은 발명자로부터 발명신고서를 접수 받고, 국내 또는 해외 몇 개국 정도에만 출원하고 나머지 국가, 즉 PCT가입국 기준으로는 약 150여 개 국에는 출원도 하지 않고 권리를 자동적으로 포기해 버리고 있는 실정이다.

물론 해당기술이 모든 국가에 출원할 가치가 있는 것이 아니므로 전략적으로 버려질 수 있다. 그러나 출원 판단여부를 너무 소수인원이 발명자

8) 발명진흥법 시행령 11조 ③항

입장에서만 판단해 버리고 출원하지 않는다는 것이다. 특허출원할 수 있는 권리도 엄연히 권리의 하나다.

공공연구개발사업의 경우 한 개의 지식재산을 만들기 위해서는 보통 10억 원이 든다. 이처럼 막대한 국가연구개발 예산이 투입된 기술개발 성과를 지식 자산화하지 않고 매장하고 있는 것은 국가 예산 및 국가 지식자산의 낭비이다.

이를 개선하기 위해서는 발명신고서가 접수된 이후 각 기관에서는 필요한 국가에 출원을 하고 출원하지 않은 국가에 대해서는 공개시장에서 구매할 수 있도록 시장에 내놓아야 한다.

발명자가 사용자에게 발명신고서를 서면으로 제출한 이후 4개월 이내에 승계예약을 서면으로 통지하지 않으면 그 발명은 직무발명이 아니라, 자유발명으로 넘어가게 된다. 그렇다면 공공기관에서는 권리를 포기하면 바로 발명자 개인의 자유발명으로 승계되는 방법뿐이 없을까?

발명자도 자유발명으로 권리를 확보하기 위해서는 개인 금액으로 일부 투자하지만 실시하지 못할 경우 유지료등 관납료 부담으로 몇 년 유지하지 못하고 다수 포기하고 있는 실정이다.

국민의 세금이 들어가서 개발된 기술을 적극적인 권리화 노력 없이 발명자 개인의 자유발명으로 제공된다면 국민들은 쉽게 납득이 되지 않을 것이다. 일부 연구자들은 과제 연구기간동안 특허를 내지 않고 있다가 과제 종료 후에 개인 명의로 출원하는 경우도 있다고 한다.

이러한 문제점을 개선하는 방법으로 우선권 주장기간동안 공공기관이 출원하고 남은 잔여 권리(타 국가에 출원할 수 있는 권리)를 공개시장에 공개하여 시장으로 하여금 적어도 한번 정도는 판단한 이후 구매자가 없다면 그때 권리를 발명자에게 주든지 또는 포기를 하는 절차가 필요하다고 생각된다.

이러한 절차는 1개 기관의 경우에는 얼마 되지 않지만 전체 출연연 및 국내 대학, 국가연구개발사업을 추진하고 있는 기업의 건수를 합친다면 그 수요는 많다.

우선권 주장 기간 내 출원할 수 있는 권리를 매각하면 판매자 및 구매자 모두 Win-Win 할 수 있다. 물론 등록된 특허처럼 권리를 확보한 것이 아니므로 판매자 입장에서는 기술료가 크지는 않지만 다수 국가에 저렴한 가격으로 박

리다매 할 수 있어 약간의 추가적인 수익을 낼 수 있는 기회가 생긴다.

판매자는 기술을 개발함과 동시에 기술의 독점적 권리를 원하는 국가에 출원하고, 원하지 않는 국가에 대해서는 글로벌 시장에서 관심을 가지고 있는 기업들에 매각함으로써 기술이전을 위한 상품을 현재보다 더 다각화 할 수 있다.

구매자 측면에서의 이점은 첫째 약간의 리스크(출원 이후 등록되지 않을 경우)를 담보한다면 보다 저렴한 가격으로 권리를 확보할 수 있다. 두 번째는 시장진입을 타 경쟁사보다 빨리할 수 있다. 특히 IT 업종의 경우는 시장 진입 시기가 시장에서의 경쟁우위의 확보에 있어 큰 역할을 한다. 한 연구에 따르면 시장진입시기가 가장 빠른 기업이 시장의 50%를 차지한다는 연구결과도 있다.

이러한 새로운 IP 비즈니스 모델은 국내 우선권 주의 경우는 12개월 이내, PCT로 출원한 경우는 당사국에 진입하기 전까지인 30개월 동안만 출원할 수 있는 권리를 매각할 수 있는 시간적 제약이 있다. 즉 우선권 주장 기간 내에만 사업할 수 있는 모델로서 시간적으로 한정되는 비즈니스 모델이다. 굳이 비즈니스 모델을 구분하자면 시간을 세 일하는 비즈니스모델의 한 부류에 속한다.

우선권제도를 활용한 개별 발명특허의 권리범위 다양화

우선권제도를 활용할 경우 이점으로는 첫째, 우선권 주장기간동안 발명의 명세서 및 도면을 최초 명세서의 범위, 즉 발명의 범위 안에서 보정할 수 있다. 또한, PCT 출원의 경우도 출원 시 국제출원의 개시된 범위를 넘어서는 아니 되지만 지정국의 국내법령이 공개된 범위를 넘어서는 보정을 허용하고 있는 경우에는 당해 지정 국에 있어서는 어떠한 영향도 미치지 아니한다.⁹⁾ 즉, 국내 우선권 주장은 12개월 이내, PCT 출원인 경우는 약 30개월 이내로 그 기간 동안 잠재 수요고객을 찾아 고객이 원하는 권리범위로 만들 수 있다는 것이다.

국내 출원한 특허 중 한국을 우선권주장 국가로 해서 출원하는 규모로는 2008년 한해 4,836건으로 일본은 16,543건, 미국은 15,730건에 이어 3번째를 이어가고 있다. 그러나 그 규모 면에서는 일본과 미국에 많이 뒤처지

고 있다.¹⁰⁾ 이처럼 해외 선진국들은 우선권주장 제도를 적극 활용해서 국내에 전략적으로 특허를 출원하고 있다.

둘째는 수정된 내용의 권리 범위를 최초 출원한 시점으로 소급해서 권리를 확보할 수 있다는 것이다. 이는 매우 중요한 시사점이다. PCT의 경우는 각국에 진입하기 전까지 약 30개월 동안 소급할 수 있어 그 시사점은 크다. PCT 심사보고서 기준으로 그 규모를 볼 때 PCT 국제조사는 12,936건, PCT 국제예비심사는 474건 정도이다.¹¹⁾

또한, 권리범위를 연구자 관점이 아니라 수요자 관점에서 권리범위를 확보할 수 있다는 것이 무엇보다도 큰 장점이다. 기존에는 권리범위가 다 확정된 이후에 기술이전 활동을 함으로써 구매자가 나타나도 원하는 권리범위가 아니기 때문에 기술이전을 다수 포기하고 있는 게 현실이다.

오픈이노베이션 전략을 활용한 온라인 오픈마켓 개설 위에서 언급한 내용들을 비즈니스 모델화하기 위한 실행 방안의 하나로, 각 연구기관, 또는 한국과학재단이나 한국산업기술관리평가원 등 연구개발 전담기관이나 R&D 특허센터, R&D IP협의회 등 지식재산을 관리하는 기관에서 대학특구 내 출연연 및 대학의 특허출원할 권리를 통합적으로 판매하는 온라인 사이트를 개설하여 운영하면 좋은 사업이 될 것으로 생각된다.

즉, 각 개별 연구기관에서는 우선적으로 기관에서 출원하고 싶은 국가에 출원 한 다음, 우선권 주장기간 잔여기간 동안 PCT 가입국 중 잔여 국가에 '특허출원할 수 있는 권리'를 온라인 사이트에 상품으로 등재하고 경매 입찰방식으로 수요기업에게 입찰하게 함으로 수익기반의 IP 비즈니스 모델을 만들 수 있다고 생각된다.

이러한 비즈니스는 또한 글로벌화된 IP 비즈니스 모델이 될 수 있다. 판매하는 상품 자체가 다국적이고, 잠재적 수요기업들도 대부분 국외기업들이 될 것이기 때문이다. 또는 해외에 나가 있는 한국 제조기업 및 IP중개기관들이

수요기업이 될 수 있다.

글로벌 수요기업을 탐색하기 위해서는 특허출원명세서를 영문으로 준비하여 제공하고, 유럽의 EEN 네트워크 및 해외 한상네트워크, KISTI의 KOSEN등과 연계하여 글로벌 수요기업을 찾을 필요가 있다.

요즘 또한 지식경제부 창의자본에 의해 설립된 (주)인텔렉추얼 디스커버리, 국내 최초 특허관리회사인 (주)아이피큐브파트너스, 교과부와 특허청에 주도하고 있는 R&D IP협의회 등 IP기반의 비즈니스 주체들과 협력한다면 생각 외로 많은 사업기회가 주어질 것으로 생각된다.

5. 결론

미국의 경우 특허피물들의 특징은 우선권제도, 연속출원 등 자국의 특허제도를 잘 활용하여 강한 특허포트폴리오를 만들어 활용하고 있다는 것이다. 그러나 국내의 경우는 국가연구개발사업이 PBS 제도 등으로 인해 소속기관에서 연구자의 연구비 및 연구 성과물 활용에 적극적으로 관여하지 못하고 있다. 현 시스템은 연구자가 특허관리의 주체나 다름없지만, 모든 연구자 개개인이 특허전문가가 아니다. 그러다 보니 특허제도를 활용한 특허권 활용 전략이 약할 수밖에 없다.

국가연구개발사업 연구결과의 최종권리인 특허권이 연구자, 소속기관 및 당국의 무관심 속에 버려지고 있다.

본 고에서는 이러한 문제를 해결하기 위한 방안으로 우선권주장제도, 직무발명제도 및 '특허출원할 수 있는 권리'의 온라인에서 판매 등 3가지 요소를 결합한 IP 비즈니스 수익모델을 제시하였다.

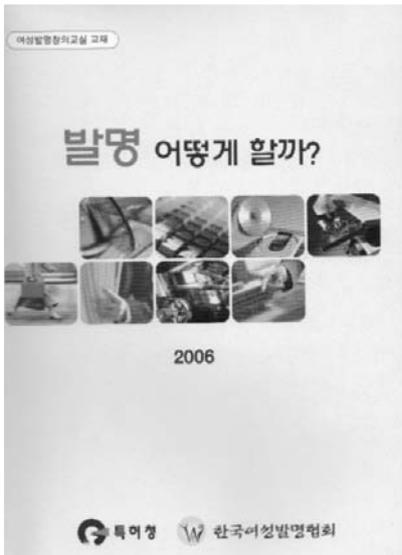
<참고문헌>

1. 과학기술 주요통계, 교육과학기술부, 2009.
2. 김병남(2006), 직무발명제도 세미나 발표자료, 특허청.
3. 한국지식재산연구원(2006), 대학 및 공공연구기관의 효율적 특허성과 제고방안에 관한 연구 - 제도적 관점에서.
4. 2009 지식재산 통계연보, 특허청, 2009.
5. 박은일(2004), 나하나 주식회사로 우뚝 서기, 홍문관, 2004.
6. 임병웅(2009), 이지 특허법 7판 p340, 한빛지적소유권센터, 2009.

9) 임병웅, 이지 특허법 7판 p340, 2009, 한빛지적소유권센터

10) 2009 지식재산 통계연보, 2009, 특허청

11) 전게서



우리나라 최초 여성발명창의교실 교재

우리나라 최초 여성발명창의교실 교재는 2006년 9월에 발간되었다. 한국여성발명협회가 발간한 이 교재는 한미영 회장의 '발간에 즈음하여'에 발행 목적 및 주요내용이 담겨 있다. 간추려 옮겨 실는다. "우리 협회에서는 여성을 신지식자산을 창출하는 발명가로 육성하기 위하여 여성지식재산권 설명회, 여성발명경진대회, 발명품 박람회, 여성정보지 발간 등 여러 가지 여성발명진흥사업을 지속적으로 추진하여 많은 성과를 거두고 있습니다. 그럼에도 불구하고 여성특허출원 비율은 전체의 4.4%(2004년 기준)로 기대에 미치지 못하고 있습니다. 이에 올해부터는 그동안 일회성으로 추진하던 지식재산권설명회와 더불어 발명기법, 창의성 개발 요령, 지식재산권제도, 발명공작 실습 등 교과목을 다양하게 편성한 여성발명창의교실을 시·도의 여성교육기관과 협조하여 운영함으로써 교육효과의 지속성을 유지하고 일반여성이 아이디어 창출과 발명에 쉽게 접근할 수 있는 내용으로 운영할 예정입니다."

이 교재는 4*6배판 258쪽으로 기획위원장에 한미영 한국여성발명협회장, 기획위원에 이경찬 한국여성발명협회 사무국장과 왕연중 한국발명진흥회 부장, 집필위원은 김병오 신지식특허인과 이규만 (주)우성이엔아이 상무 그리고 임선하 현대창의성연구소 소장이 맡았다.

('발명특허 기네스' 는 독자여러분의 기고 및 자료제공에 따라 언제든지 바로 잡아 실을 수 있습니다. 많은 참여바랍니다. 편집자 주)

자료제공 : 왕연중 한국발명문화교육연구소 소장, 영동대학교 발명특허공무원학과 교수

Column

- 발명칼럼
- 셀프 리더십
- 지식재산 경영전략
- 특허기술이전사업화 성공사례
- 발명 365
- 재미있는 퍼즐



발명은 글로벌 기업 경쟁력의 원천



박진홍

현 한국전력공사 기술기획처장
2009년 한전 부산본부 판매계획처장
2006년 한전 송변전처 변전운영팀장

니 혼전사지(日本轉寫紙)社は 인쇄용 용지를 만드는 작은 중소기업이었다. 이 회사의 말단 직원인 오모는 전사지를 규격에 맞게 칼로 자르는 단순한 일을 담당했다. 오모는 칼로 종이를 몇 번 자르고 나면 칼끝이 금방 무디어져서 칼을 강제로 부러뜨려 재사용하곤 했는데 칼을 강제로 부러뜨리는 일은 어렵고 위험한 일이었다. 오모는 자신이 맡은 업무를 개선하기 위해 궁리를 거듭하던 중, 어느 날 우체국 직원이 연달아 붙어 있는 우표를 손쉽게 떼어 내는 것을 보고, 우표처럼 칼에도 쉽게 잘라낼 수 있는 표시선을 만들면 좋겠다고 생각했다. 번뜩이는 아이디어를 회사에 보고하자, 회사에서는 이 아이디어를 직무발명으로 채택하여, 곧바로 특허를 출원했다. 손쉽게 잘라내는 커터 칼을 생산하자 상품은 날개 돋친 듯이 팔려 나갔다. 니혼전사지社は 일거에 세계적인 회사로 성장했고, 오모

는 엄청난 보상금을 받은 것은 물론 승진도 하게 되었다. 이 이야기는 기업이 종업원의 아이디어 창출을 장려하고, 이를 지식재산권으로 권리화하는 기업 경영정책의 중요성을 보여주는 단편적인 예이다.

기업이 세계적인 회사로 성장하기 위해서는 구성원 개개인의 창의력도 중요하지만 이에 못지않게 중요한 것은 발명을 진흥하려는 기업 경영자의 강한 의지와 이를 지속적으로 실천하는 것이다. 기업 경영자는 구성원들의 창의적인 아이디어들이 헛되게 버려지지 않도록 직무발명에 대한 다양한 진흥방안을 마련해야 한다. 발명에 대한 실질적인 보상은 물론이고, 우수제안자 포상, 발명교육활성화, 발명경진대회 개최, 인사상 가점부여 등을 통해서 혁신적인 아이디어를 이끌어 낼 수 있도록 지속적인 관심을 가져야 한다.

한국전력에서도 직무발명의 중요성을 인식하고 이를 활성화하기 위해 특허왕 선발, KEPCO 발명특허대전 개최, 국제발명전 참가 등 다양한 발명진흥 제도를 도입·시행하고 있다. 또한 맞춤형 특허교육 프로그램 시행, 해외 Law-firm 파견 등을 통해 지식재산분야의 사내 전문인력 양성에 박차를 가하고 있다. 그 결과 지식재산권의 출원건수는 해마다 약 30%씩 증가하고 있는 추세이다. 특히, 원자력발전과 송배전 분야의 특허 기술은 세계적 수준으로 자부할 수 있는데 대부분이 우리 회사 직원들의 직무발명이다. 이러한 기술들이 UAE 원전 건설사업 수주에 한 몫을 담당했으니 기업 관리자로서 뿌듯함을 느낀다.

지난 20년간 기업들의 성공과 실패사례를 분석한 미국의 한 대학교수의 연구결과에 따르면 기술을 중시한 회사는 성장·발전한 반면, 그렇지 못한 회사는 도태되고 말았다고 한다. 특히, CEO가 기술을 중시해야만 회사가 발전할 수 있다.

한 기업이 글로벌 경쟁력을 갖춘 Great Company로 도약하는 것은 CEO의 발명 장려에 대한 강한 의지와 발명을 진흥하는 기업문화를 얼마나 빨리 조직에 정착시키느냐에 달려 있다. 창의적인 발명이 곧 기업의 경쟁력이기 때문이다.



다시는 돌려받지 못할 삶의 일부_시간



강규형

(현) (주)3P자기경영연구소 대표이사
 (현) 독서포럼 '나비' 창립자 및 대표
 (전) yCBMC 총연합회장
 (전) 푸르덴셜 라이프플래너(MDRT 3회 연속 달성)
 (전) 이랜드그룹 푸마사업본부장

신입사원 시절, ‘불만파노’ (신입 시절 근무하던 브랜드 이름이 ‘브랜파노’였다.)라는 서클을 만들어 동기들과 무리 지어 다니던 적이 있었다. 대학 때 열심히었던 운동권 생활의 연장으로 회사에 노조를 만들겠다는 민중 사랑의 표현이었다. 그러던 중 회사의 문화와 교육 프로그램 등으로 인해 인생관이 바뀌게 되었고, 회사와 업무에 충실하게 되었다.

열심히 일을 하다 보니 자연스럽게 많은 책임이 주어지게 되었다. 입사 3년차 주임 시절에 옷을 생산하는 일을 하고 있었는데, 필자가 맡은 금액이 판매가로 430억이나 되었다. 아침 6, 7시부터 밤 11시, 12시까지 열심히 일했지만, 일의 특성상 미처 챙기지 못한 부분에서 사고가 나기 일쑤였다. 한번은 선배가 면바지는 반드시 직접 빨아 보아야 한다고 충고해줬지만, 너무 스타일이 많고 바빠서 한 스타일을 미처 빨아보지 못하고 생산에 들어갔다. 생산이 완료되고, 매장에 풀려서 완판이 될 만큼 잘 팔렸다. 그런데 이게 웬 일인가? 일주일 지나자 리콜이 들어오기 시작했다. 바지 길이가 7센치나 줄어 버렸던 것이다. 그렇게 해서 회사에 손해를 끼친 금액이 자그마치 3억... 그 당시 연봉으로 커버할 수 없는 큰 금액이었다.

이런 일들을 겪으며 필자는 ‘성과’라는 것에 관심을 갖게 되었고, 어떻게 주어진 시간 내에 맡은 일을 제대로 해낼 수 있는가에 대해 고민하게 되었다. 그러다가 시간을 잘 계획하고 관리해야겠다는 생각을 하게 되었고, 그 때부터 주간 타임테이블을 만들어 시간을 기록하기 시작했다. 약속 시간을 기록하는 것은 물론이고, 해야 할 업무를 기록하고 계획하여 효과적으로 하게 되었다. 이른바 시간의 생산성을 향상시키게 되었다. 그

92 주간업무계획표

기간: 4/13 - 4/18

강규형

계	원 / 13	화 / 14	수 / 15	목 / 16	금 / 17	토 / 18
Event	기초도입 · 6시도입	사회복귀 · 강의	사원님 강의 · 경매 · 신주 강의		강의 · 견학 · 조(4차)	· 성경공부
7	기초도입	필수회의	사원님 강의		신주준비	· 성경공부
8		· 송구	· 채준(형소)			
9	필요도입	· 회의	· 경매준비		· 생산인수	· 주간계획
10					· (강의)	
11	· 금요일안	· 업무회의	· 경매준비			
12		· 회의	· 실	· 실	· 사	· 경매
1						(유지)
2	· 전파의뢰서	· 작지	· 경매	· 백종	· 바리공공	· 회소
3	· 작지	· 사무수첩 · meeting	· 회의	· 본	· (부정행위)	
4					· 견학	
5		· 백종	· 신준(백사)	· 회	· 생산인수	· 업무
6						
7	· 배미도입	· 사회복귀	· 생산인수			
8	· (신주 1차)	· 강의	· (교육 강의)			
9		· 강운필				
평가						

(사진 - 92년 시간관리를 처음 시작할 당시의 타임테이블)



때부터 시작한 시간관리는 습관으로 굳어져 지금까지 17년이나 이어오고 있다.

이렇게 시간을 관리하다 보니, 항상 내 능력 이상의 큰 일들을 거의 완벽하게 처리했을 뿐 아니라, 과외 시간을 활용하여 사내 외 많은 행사나 봉사 활동 등에도 열심을 낼 수 있었다. 틈틈이 척추교정, 수화, 스포츠 마사지 등을 배우는 것은 물론이고 신앙 훈련, 독서에도 꾸준한 시간을 들일 수 있었다. 그 바쁜 틈을 타 야간 데이트로 아내를 만나고 사랑하며 결혼에 이를 수도 있었다.

다방면으로 바쁜 현대인들에게 언제부터인가 '시간 관리'는 필수 과목이 되었다. 산업사회, 정보화 사회가 되면서 해야 할 일, 하고 싶은 일은 사방에 널려있지만, 신이 우리에게 준 시간은 유한하기 때문이다. 시간이 유한하다 못해 부족하기까지 하다. 그래서 시간관리는 누구나 관심 있는 분야이다. 그럼에도 필자의 바인더에 있는 주간 타임테이블을 보면 어떻게 항상 그렇게 사나고 숨막혀 한다. 물론 필자는 숨 막히게 살기 위해 시간을 기록하는 것은 아니다. 오히려 시간을 올바른 곳에 쓸 수 있는 통찰력을 가지려고 발버둥치고 있는 셈이다.

앨릭 매켄지가 쓴 '타임 전략'이라는 책에는 시간을 효율적으로 관리해야 하는 이유에 대해 설명하고 있다. 시간을 잘 관리하면 스트레스를 줄일 수 있다. 미리 준비하지 못해서 생기는 스트레스, 남이 내 시간

을 휘방 놓으려 하는 스트레스, 약속의 중복으로 인해 생기는 스트레스 등은 대부분 해소할 수 있다. 또한 효율적 시간관리는 일과 가정, 자신 사이의 삶의 균형을 가져온다. 적절히 분배할 수 있는 통찰력과 여유가 생기기 때문이다. 생산성 향상이나 목표 달성은 굳이 설명하지 않아도 되는 일이다. 그러나 이 모든 것을 떠나 시간관리는 곧 자기 관리이며, 삶을 풍요롭게 가꾸기 위한 방편인 셈이다.

초 베스트 셀러인 '목적이 이끄는 삶'에서 저자 릭 워렌은 이렇게 표현하고 있다.

“누군가에게 시간을 들인다면 우리는 그 사람에게 다시는 돌려 받지 못할 삶의 일부를 주는 것이다. 우리의 시간은 우리의 삶(생명)이다. 그렇기 때문에 시간은 우리가 누군가에게 줄 수 있는 가장 좋은 선물이다. ... 사랑하는 사람에게 가장 바라는 선물은 다이아몬드나 장미, 초콜렛이 아니다. 바로 관심의 집중이다.”

우리의 삶을 가장 풍성하게 하는 것은 사랑이다. 그리고 사랑의 가장 좋은 표현은 시간이다.

지금도 흘러가고 있는 우리 삶의 일부를 효율적으로 사용하는 것, 그것은 우리의 삶을 윤택하게 하는 진정한 필수 과목인 것이다.

기획자 입니까, 관리자 입니까?

‘인자요산 지자요수’에 대한 경영적 단상



이 태 원 계장

한국발명진흥회 운영지원팀
연세대학교 물리학과 졸업
연세대학교 법학과 졸업
성신여자대학교 법학과 대학원 졸업
논문 : 반도체집적회로의 배치설계에 관한 고찰

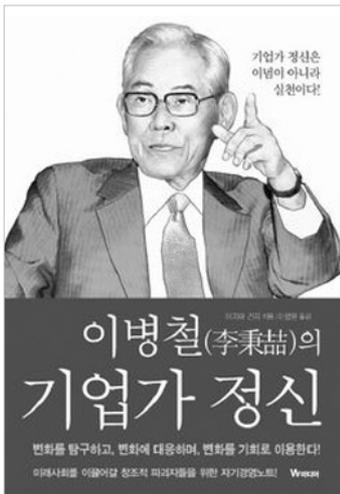


그림1. 고 이병철 회장의 경영철학을 담은 책으로 일본 도쿄대 교수였던 야지마 긴지의 최근 저작

삼성의 고 이병철 회장이 즐겨 읽으며 경영의 지침으로 삼았던 책이 바로 ‘논어’라고 한다. 비단 이병철 회장뿐만 아니라, 우리나라 CEO들이 제 1로 손꼽는 경영 지침서이자 경영철학서가 바로 이 논어이다. 얼마 전 한 신문 기사를 보니, 삼성에서는 CEO를 ‘고객(Customer)과 직원(Employee) 그리고 주주(Owner)에게 봉사하는 사람’이라고 정하고, 이를 CEO에 대한 평가와 인사에도 반영할 계획이라고 했다. 달리 말하면, 논어의 핵심인 인(仁)의 경영을 의미하는 것이리라. 뿐만 아니라, 과거 삼성의 전략기획실인 컨트롤 타워에서는 ‘논어 읽기’를 시작했다고 한다. 기본으로 돌아가자는 취지라고 한다.

논어를 배움으로써, 군자가 되지는 못한다 하더라도, 최소한 군자 연(君子然)하는 모습만으로도 놀라운 변화가 생기지 않을까 싶다.

조직의 리더는 인자와 지자로 나뉜다

논어의 용야편에 보면, “인자요산 지자요수(仁者樂山 知者樂水)”라는 문구가 나온다. 요즘이나 줄줄이 해외여행이지만, 옛날엔 흔히 바캉스 시절이 오면, 계곡이 있는 산으로 휴가를 갈 건지, 바다로 해수욕을 떠날 건지를 묻는 물음을 논어의 이 말씀을 비유로 들어 대신하기도 했다.

그래서 직장에서도 ‘부장님은 인자(仁者)시니까, 산으로 가시겠네요?’ 하면, 기분 좋은 얼굴로 ‘사람이 인자이기만 해서 되는 거겠나? 요즘은 물이 좋아지는 걸 보니, 지자(智者)가 되어 가나봐.’ 하며 아부와 자화자찬의 시트콤이 벌어질 수 있었다.

이런 조금은 유치한 일상의 대화 속에도 논어가 회자되는 것으로 보면, 우리나라



그림2. 우리에게 아직도 검은 선글라스에 쌍권총으로 익숙한 주윤발이 주연을 맡아 화제가 되었던 공자의 삶을 영화화한 '공자(Confucius)'

사람들의 지식과 지혜에 대한 의식이 상당히 높지 않은가 싶기도 하다. 다만, 이를 등산객과 낚시꾼의 유유자적에 비할 것이 아니라, 앞서 삼성가에서 기본으로 삼듯, 이 문장에서 우리가 기본으로 삼을 것들을 고민해 보면 한다.

논어, 치국과 경영을 말한다

논어는 기본적으로 '치국(治國)'의 도에 관한 글이다. 소위 말하는 경영서나 자기 계발서의 원전 격이라고 할 법하다. 우리가 접하는 논어에 대한 해석과 주석은 대개 주자의 것을 따르고 있지만, 오직 주자의 해석이 완전하고 유일한 것은 아니다. 주자 당대에 뿐만 아니라, 애초에 공자의 도를 전한 증자에 의해 공자의 사상이 다소는 변형이 있었을 것이며, 그 이후의 많은 주석가들의 손을 거치면서 논쟁이 되어 왔고, 기원전의 공자의 말씀이 서기 13세기의 주자에 의해 주석이 달렸다는 점에서는 수많은 해석이 가능하다고 할 수 있다. 특히 우리들은 정현과 주희와 왕양명에 주해에 의한 논어를 접하고 있는 바,



그림3. 논어를 비롯한 사서삼경의 주해자로, 성리학의 시조가 된 주희

경영이란 것이 치국의 도에서 배울 것이 있다면, 그것이 곡학야세와 아전인수 격의 해석이 아닌 한, 수없는 변형과 응용이 가능할 것이다. 오늘날은 이미 13세기 주자의 시대와 다르며, 16세기 왕양명의 세계와도 다르기 때문이다.

이에, 인자요산과 지자요수를 통해 조직 내에서 만나게 되는 두 가지 큰 경영의 줄기를 이해해 보고자 한다. 이 역시 정통의 관(觀)이나 학(學)은 아닐 터지만, 한번쯤 고전의 이야기를 우리에게 적용해 보는 일례로서 삼았으면 할 뿐이다.

논어는 사서삼경(혹은 사서오경) 중에서 인(仁)을 근본으로 하는 '인의예지(仁義禮智)'의 절차탁마를 가르친다. 그렇기에 인자요산에서의 인자 역시 근본 어짊을 떠올리지 않으면 안될 것이다. 인자가 산을 좋아한다는 점을 조직에 비유하면, 무엇보다 기획자로서의 덕을 의미한다고 새겨보고 싶다.

또한 지자요수에서의 지자는 무릇 지식이 아닌 지혜의 '지(智)'를 의미하는 것으로 새기되, 물을 흐름으로 본다면 관리자의 측면에서 새겨보는 것은 어떨까 한다.

조화의 덕

산이라고 하는 것은 우리가 오르되 머물기만을 기대하는 것이 아니라, 성취하고 땀 흘리고, 높이 올라서는 멀리를 관조하는 것에 가치가 있다고 생각하는 대상이다. 기획이란 것 역시 산과 같은 성격을 갖는다고 할 수 있다. 산에는 나무가 있고, 숲이 있고, 심지어 계곡을 흐르는 물, 즉 전부는 아닐지라도 관리적인 요소도 포함되어 있다. 우리가 기획자로서 활동할 때는 하나의 단선적인 사고를 요하지 않는다. 기획이 실행력을 가지려면, 계곡에 물이 흐르듯, 관리적인 측면에서 어떻게 운영이 되면 좋을까를 고민하는 최적화에 대한 계획도 필요하다.

또한 산을 혼자 오르는 것은 ‘위험’하다. 낙오가 되거나 날씨를 잘못 읽어 조난하면 목숨이 위태로워지는 것이 마치 기획자의 위치와도 다를 바 없다. 함께 오르되, 조화를 생각지 않으면 결코 기획을 완성할 수가 없다. 기획부서의 팀워크 만큼 주목을 끄는 일도 없다. 그래서 기획에는 출중한 능력을 가진 직원만이 필요한 것이 아니다. 사람의 능력은 어떻게 후원받고 지원받고, 동기부여를 받느냐에 따라서 일취월장하는 것임을 믿는 기획자라면, 기획 업무에서의 사람들 간의 조화의 덕을 우선할 것이다.

시의 포착

그러면 물이란 어떤 것일까? 흐름을 생각해 볼 때, 흐름에 가장 근접한 개념은 바로 시간이다. 물이란 흘러 지나가면 다시 돌이킬 수 없는 것처럼 시간 역시 한 번의 흐름으로 되돌릴 수 없는 성질이 있다. 결국 시간은 관리적인 측면에서 접근하게 된다. 피터 드러커의 지식관리자 개념은 철저한 시간관리를 바탕으로 한다. 산을 오르는 것도 오를 때가 매우 중요하지만, 그것은 계획으로 조정할 수 있는 반면, 시간과 물의 흐름은 일방적이어서, 쉽사리 계획의 대상으로 삼기가 어렵다. 인사(人事)를 생각해 보자. 승진의 인사는 정해진 때가 있다. 근속년수가 쌓인 이들을 제 때에 적절한 사람을 뽑아 승진토록 하지 않으면, 조직은 여러 가지 면에서 흐트러질 수밖에 없다. 기한에 뒤쳐진 승진이나 너무 빠른 승진은 사람들 간의 불협을 일으키게 될 수도 있고, 귀한 인력을 외부에 빼앗길 위험도 있다. 특히 기업에서 능력 있는 사람은 마치 어여쁜 애인을 사귀는 것처럼

눈독 들이는 사람들이 많다. 애인이 어느 날 “사랑은 움직이는 거야!”하며 떠나버린다 한들 되돌려 세울 가치가 없다면 무슨 소용이겠는가? 또한 적절하지 않은 사람을 승진 시킴으로써 생기는 폐해는 더 말할 것이 있을까? 사업은 시기와 때가 있다는 것과 그것을 놓치고 나면 다음의 기회는 더 포착하기 힘들다는 것은 바로 시(時)의 중요성을 아는 사람이라면 동감하지 않을 수 없을 것이다.

인자한 기획자

그러면 기획에서 인이 발휘되어야 한다는 것, 혹은 기획자는 인자여야 한다는 것은 어떤 의미로 생각해 볼 수 있을까? 인은 어짊을 의미한다고 하였다. 이는 결국 사람을 다루는 원칙이라고 할 수 있다. 리더의 입장에서 다룬다고 할 수 있겠지만, 달리 말하면, 관계를 형성하는 방법이라고 할 수 있다. 뿐만 아니라, 서류를 바라보는 태도로서 인을 생각해 볼 수 있다. 주변의 정세나 서류에 쉬이 흔들리지 않는 정(靜)이 바로 인의 성격임을 논어의 용야편이 설명하고 있는 터이다.

이 즈음에서 인자요산 지자요수가 적힌 논어의 원문해설을 살펴보자.

“공자가 말씀하기를, 지혜로운 자는 물을 좋아하고, 어진 자는 산을 좋아한다. 지혜로운 자는 움직이고, 어진 자는 고요하다. 지혜로운 자는 즐기고, 어진 자는 오래산다.“

어진 자(仁者)가 고요하다는 것은 앞서 말한 정(靜)을 의미한다. 흔들림이 없는 자리에 있다는 의미이다. 이는 대학(大學)에서 주자에 의해 핵심사상으로 논의되는 ‘격물치지’의 결과로 발견한 머무를 자리로서 인자에게 주어진 것이 곧 정의 자리임을 의미한다. 그렇다면 무엇에 어디에 머물러야 한다는 뜻인가? 경영적인 측면에서는 결국 기업과 기관의 핵심가치가 있는 미션과 비전에 머물러야 한다는 것이다. 피터 드러커의 ‘강점으로 승부하라!’는 경영의 절대 원칙에 비추어 보면, 기업의 최고 강점에 머무를 줄 알아야 한다는 의미이다. 특히 새로운 기술과 마케팅 유형에 휘둘러 기관의 본질을 흐트리며 본말을 전도하는 일이 없어야

한다는 것이다.

코카콜라의 사례를 들어보자. 한 때 펩시콜라가 블라인드 테스트를 통해 일반인들에게 코카콜라와 펩시콜라가 들어있는 잔을 번갈아 맛보게 하였다. 그런데, 압도적인 숫자가 펩시콜라의 손을 들어주었다. 미국뿐만 아니라, 우리나라에서도 이 블라인드 테스트가 이루어지는 장면을 광고로 만들어 보여주었던 기억이 있을 것이다. 이러한 펩시콜라의 광고 전략에 코카콜라는 어떤 대응을 했던가? 새로운 마케팅 유형에 휩쓸려, 펩시콜라의 맛이 승리를 거두는 장면에 충격을 받았다. 심지어, 펩시콜라의 시음에 어떤 조작이 있을까 싶어, 자체적으로 시험을 해보기도 했다. 결과는 역시 한 모금만에 펩시콜라의 승리였다.



그림4. Take the Pepsi Challenge! 블라인드 테스트를 통해 펩시콜라에 손을 들어주게 된 행사로, 이 광고의 영향인지, 펩시콜라는 1976년 단일 품목으로는 가장 많이 팔리는 비알콜음료가 되었다.

Battle of the beverages
A breakdown of Coke and Pepsi's financials and products

		
Stock Price*	\$56.50	\$52.06
52-Week High	\$57.91	\$53.50
Price change YTD	20.3%	7.2%
P/E	31.6	26.7
2002 Est Earnings Gr.	13.3%	13.4%
2003 Est Earnings Gr.	11.2%	12.3%
Market Value	\$140.4 billion	\$92.0 billion
2002 Est Revenue	\$19.8 billion	\$26.2 billion
New product	Vanilla Coke	Pepsi Blue
Top soft drink brands	Coke, Sprite, Fanta	Pepsi, Slice, Mountain Dew

*All stock price data as of May 9
Sources: First Call, CNN/Money, company reports

그림5. 코카콜라와 펩시콜라를 비교한 데이터로, 펩시가 더 많은 이익을 내고 있음에도 여전히 코카콜라의 브랜드 가치가 더 높은 것을 볼 수 있다.

코카콜라는 서둘러, 그동안 지켜왔던 맛에 변화를 주는 대대적인 변혁에 엄청난 인력과 비용을 투입했다. 그렇게 해서 새로운 코카콜라를 시장에 내놓았지만, 소비자의 반응은 냉담했다. 오히려, 코카콜라의 원래 맛을 되살리라는 고객들의 불만을 접수해야 했다.

우리가 아는 바대로, 코카콜라는 원래의 맛을 찾았다. 그리고 나서 알게 된 사실은 콜라를 소비하는 소비자의 입맛과 심리는 콜라를 처음 입에 대는 그 첫 한입에 있지 않다는 것이었다. 콜라는 콜라를 담은 병이나 캔의 이미지는 물론이고, 상대적으로 달고 톡 쏘는 맛이 적은 펩시콜라는 첫 한입에는 좋지만, 한 잔 혹은 한 병을 다 마시는 콜라의 속성 상 오히려, 진하고 톡 쏘는 코카콜라가 더 유리했던 것이다.

이처럼 새로운 마케팅의 유형으로 인해서, 자사가 가진 강점까지 흔들려, 오히려 심혈을 기울인 기술개발이 오히려 경쟁사를 도와주는 결과는 낳게까지 된 것이다. 이점에서 기획자는 정에 머무는 능력이 필요한 것이다.

그리고 무엇보다 사람을 모아 일을 추진해 나가는 과정에서 인의 요소가 필요함은 두말할 필요도 없다. 우리가 일행이 되어 산을 오르는 과정을 생각해 보자. 저마다 체력도 다르고, 산에 대한 호불호도 제각각이다. 평소에 즐기지 않는 사람에게 산은 너무나 큰 에너지를 소비해야 하는 도전이다. 그리고 산을 좋아한다고는 하지만, 산 자체를 즐기기도 보다는 산 아래 즐비하게 등산객을 유혹하는 동동주와 파전에 못 이기듯 한 잔 즐기기를 더 좋아하는 이들도 있다. 산을 좋아한다고 하되, 진실로 산을 좋아하지 못하는 이들이 말하는 산에 대한 애정은 왜곡된 애정이다. 조직의 비전과 성과에 무엇보다 관심이 많고 자신의 역량을 집결시킬 거라고 외치는 모두가 진정 조직의 발전에 관심을 둔 것인 경우는 생각보다 많지 않다. 젓밥에 더 관심이 많은 이들을 산을 오르다하여 데리고 가는 것이 아예 산을 모



그림6. 투자의 마이다스인 워렌 버핏의 Berkshire Hathaway는 웰즈 파고(Wells Fargo)의 최대주주이기도 하다.

르는 이들을 데리고 가는 것보다 더 어렵다.

이런 점에서 절대적으로 기획자에게는 인이 필요하다. 다그치고 욱박지르는 것은 당장은 모르겠지만, 장기적으로는 자신의 리더십을 망치는 길일뿐이다. 극한 처방은 오직 한 번만 사용할 수 있다. 직원들을 몰아붙여서 성과를 만들어 내는 것은 일회일 뿐이다. 뱅크 오브 아메리카(Bank of America)가 후발주자였던 웰스 파고(Wells Fargo)의 임원들로 채워지기 전까지의 모습을 보면, 독단적인 CEO가 임직원들을 강하게 몰아붙이던 시기가 있었다. 결과는 미국 최대의 은행이라는 지위를 내어주는 것으로 마무리 되었다. 아니 그보다 더 수치스러운 점은 거들떠 보지도 않았던 웰스 파고의 임원들이 결국 뱅크 오브 아메리카를 장악하게 된 점이다.

인이 없는 리더는 조직을 성장시키는 데에 오히려 문제가 될 뿐임을 방증한다.

1980년대 불었던 아이아코카의 바람이 지금은 어찌 되었는지는 새삼 새겨볼 가치도 없을 것 같다. 포드는 한 때, 아이아코카의 강력한 성과주의 경영과 구조조정으로 황금기를 구가한 바 있다. 머스탱이란 새로운 기술이자 디자인이 그 상징물이었다. 포드는 그래서인지 이 머스탱이란 모델을 버리지 못하고 지금도 대표적인 차량으로 만들고 있다. 현재까지도 제법 구매가 이루어지고 있지만, 지금의 포드는 어떤 모양인가? 그리고 포드에서만 놀라운 성과를 거둔 것이 아니라, 포드에서 물러난 이후, 그는 크라이슬러를 회생시켰다. 지금의 크라이슬러는 어디로 갔는가? 메르세데스에 팔려 간지가 십수년이 지났다. 아이아코카의 영향력은 오래가지 않았다. 뿐만 아니라, 반짝 회복에 힘을 쏟아 내느라 이후에 기업을 유지할 힘마저도 빼앗긴 셈이다. 너무 과장된 표현일지 모르지만, 결국 인의 지도자를 갖지 못한 조직은 당대 이후를 장담할 수 없다는 사실만큼은 부정할 수 없다.

지혜로운 관리자

그렇다면, 지자로서의 관리자는 어떤 가치를 구현하는가? 지혜로움은 단순한 지식과는 다르다. 물론 지식이 기초가 되고, 기반이 되어야 지(知)에서 지(智)로 나아갈 수 있음은 격물치지(格物致知)에 의해 뒷받침된다. 지(知)를 삶에서, 현장에서 구현하면서, 지(知)를 강화해 나가는 것이 곧 지(智)라고 할 수 있다. 우리의 삶은 과거의 농경사회를 생각해 볼 때, 반복되는 기후와 날씨의 흐름을 보고 예측하고, 일련의 공동된 흐름 속에서 나타나는 변수들로 인한 변화를 잘 다스리는 능력이 바로 지혜라고 할 수 있다. 여름에 우기를 맞아 비는 항상 오는 것이지만, 언제 올지 어느 만큼 올지, 그리고 어느 시기에 물꼬를 터야할지는 농가로서 상시 농사라는 프로세스를 진행하면서 확인하고 체크하면서 놓치지 말아야 할 사항이다. 이것에 대한 실패는 단지 프로세스의 붕괴만이 아니라 조직의 건실함과 이후의 예측을 무너뜨리기까지 한다. 프로세스가 가지는 연쇄작용이 손상되면, 새로운 프로세스를 세우기도 쉽지 않은 탓이다.

비록 조직의 일원을 교체 가능한 톱니바퀴로 보지 않는다고 하더라도, 조직은 끊임없이 조직의 가치를 실현할 새로운 인력이 흘러들고, 과거의 신진인력들이 다시금 세월의 흐름과 함께 흘러나감으로써 운영되고 조직된다. 이러한 반복이지만, 결코 동일한 반복이 없는 것을 깨닫는 것이 지혜라고 한다면, 흐름을 관장하는 관리자의 역할에 지혜의 필요가 얼마나 절실한 것인지 알 수 있다.

기획자가 애초에 책임자라고 해서 기용했던 이들은 하나의 프로젝트가

마무리 되면, 어디에 배치해야 하는가의 문제가 생긴다. 그가 전문인력이어서 프로젝트가 끝남과 동시에 또 다른 프로젝트를 찾아 이직하는 경우가 아니면, 조직은 그를 수용할 여유를 만들지 않으면 안 되는 경우가 흔하다. 하지만, 관리자는 새로운 텃밭을 새로이 경작하거나 2모작을 3모작으로 변화시킬 정도의 창조적인 역할을 하는 것은 위험하다. 논어에서 지자는 동(動)한다고 하는 것은 역동적인 의미에서의 변화와 혁신의 주체로 이해하면 곤란하다. 비록 물길에 산을 깎고 들을 깎아낸다고 하지만, 큰 물줄기는 천년이며 만년이며 한 길을 흐르고 있다. 바로 그 흐름 가운데 있음으로 인해 동한다고 하는 것이다.

앞서 말한 인사에 적용해보자면, 인사가 결코 강고(強固)해서는 안 된다는 점과 연결해 볼 수 있다. 인사는 정함보다는 동함에 무게를 두는 것이다. 누군가를 고정해서 '이 사람밖에 없다'는 생각이면, 무엇을 하더라도 사람을 키워낼 여지는 줄어들다. 점점 선택할 사람이 줄어들 뿐이다. 동은 유연함을 의미하는 때문이고, 바로 그 유연함이 틀(process)을 만들기 때문이다. 프로세스가 정립되는 과정을 생각해 보자. 프로세스란 하나의 틀이고 시스템이기 때문에 수많은 변수와 변화의 가능성을 고려하지 않고서는 틀로서 자리 잡기가 쉽지 않다. 새로운 변수와 변화가 생기면 그 즉시 새로운 프로세스를 만들어야 하는데, 이것이 곧 프로세스의 붕괴이고, 결국 프로세스를 정립한다는 의미가 상실되고 마는 것이다. 원칙주의자는 아니되, 원칙을 지키는 사람이 관리자가 되어야 한다는 점에서는 누구도 이견을 달지 않을 것이다. 바로 그것이 지자요, 물의 흐름을 트는 관리자의 역할이다.

마치며

앞서도 언급했지만, 논어는 공자라는 학자가 아닌, 정치가가 국정의 근본을 밝힌 책이다. 흡사 마키아벨리의 군주론에 비견할 수 있다. 당시의 노나라는 작은 나라였고, 그나마도 노나라에서 벼슬을 떠난 이후의 공자의 유세를 받아들인 나라는 또한 거의 없었다.

그럼에도 공자의 논어가 오늘날의 수많은 CEO들에게 지침을 주고 있는 것은 무엇일까? 이제는 삼성과 같은 기업들은 기획부서에서의 필독서로 정해지고 있고, 독서경영을

표방하는 많은 기업들에게 필독서로 제안해야 할 것만 같은 생각도 든다.

흔히 원전보다는 그 해설이 더 어려운 경우가 많은데, 주희의 주자학이요 성리학이 바로 그것이 아닌가 싶다. 논어는 결코 철학적으로 해석되어, 학문과 경전의 지위에만 머물 것이 아니다. 사람의 근본은 결국 관계의 근본과 조직의 근본을 말하는 것이기에, 경영의 원칙을 찾는다 함에 모순은 없다. 오히려, 원칙을 발견하고, 이를 실천하지 못하는 것이 악이라고 하는 것도 인식해야 한다. 대개 논어는 사서삼경을 배우는 과정에서 첫 번째 책이 아니라, 대학 다음에 읽히는 책이었다. 대학에서는 실천하지 못하는 것은 옳은 것을 알고도 자신의 소욕과 작은 이익에 매여 그 실천을 미루고 피하게 됨으로써 끝만 번드르르한 언어 속 지식에 머물러서, 타인을 괴롭히고 질타하는 도구로 쓰이는 것으로 설명하고 있다. 실천하지 못하는 것이 자신을 계도하는 와신상담의 도구가 아니라, 남을 탓하는 도구로 전락했다면, 조직에 독소를 전파하고 있음을 반성해야 할 것이다.

고전의 가치는 바로 스스로를 경계하고, 자신의 실수와 잘못에 몸을 떨게 하는 소인들에 있다하겠다.

인자요산 지자요수라는 짧은 문구에서 경영의 두 가지 줄기를 고민해 본 것 이상으로, 논어의 수많은 설득과 가르침에 귀 기울여 오롯한 경영의 원칙을 세워보는 것은 어떨까? 2011년 새해를 맞이하고 새로이 일 년의 계획을 운영해 나가야 하는 사람이라면 조금이나마 도움이 될 단상이 있으면 한다.



무선센서네트워크시스템의 데이터송수신 방법 및 센서노드

GRTelecom



지알텔레콤주식회사



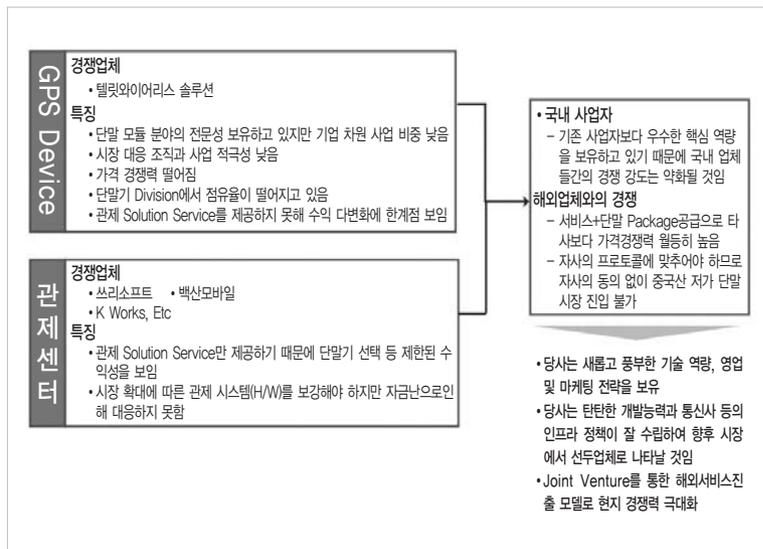
Ⅲ. 기술개발과정

자사는 2008년부터 GPS 관제의 실내측위한계, 관제정보가 정확해질수록 통신량이 많아져 통신비 부담이 높아지는 점 등으로 위치관제시스템 시장에서 많은 어려움을 겪고 있었다. 관련한 기술을 찾고 있었지만 위와 같은 문제를 확실하게 해결해 줄 수 있는 방법을 찾지 못했다. 그러던 중 강릉원주대학교 강원임베디드소프트웨어연구센터를 알게 되었다. 그동안 막연하게만 알고 있던 USN/RFID라는 근거리통신기술에 접하게 되었고 본 기술을 통해서 자사의 어려움을 극복할 수 있다는 확신을 얻게 되었다.

2009년 5월 1일 경기기술이전센터의 계약자문으로 관련특허4개에 대하여 통상실시권을 내용으로 하는 기술이전계약을 체결하였다. 하지만 회사내부에는 관련한 전문가가 없어 기술을 이전받는 것 또한 간단한 문제는 아니었다. 또한 상업화를 위해 제품의 사이즈와 디자인개발, 소프트웨어의 모듈화 등, 꼬박 1년 가까이를 집중한 결과 상품화에 성공하였으며 자사의 모든 위치추적시스템과 연동하여 구현될 수 있도록 하였다.

Ⅳ. 사업화과정

이미 자사의 GPS Device와 위치관제솔루션은 타사와 비교하여 아래와 같은 차별점이 있었다.

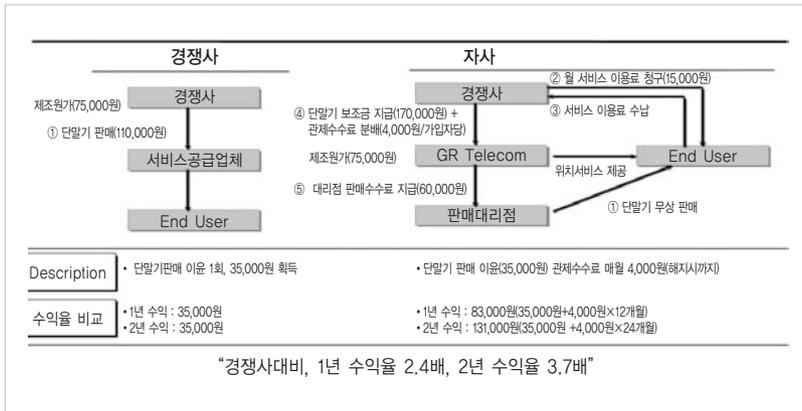


자사가 이미 확보하고 있는 GPS Device 기술과 관제기술에 USN 기술을 더하여 실시간 관제에 있어서 통신비를 현격하게 줄일 수 있고, 배터리 소모량을 최소화하여 GPS 단말기의 사이즈를 소형화할 수 있도록 관련 개발방향

을 정했다. 또한 다양한 제품과 결합이 가능하도록 모듈화를 하였다. 이와 같은 개발방향은 위치추적서비스의 수요가 저개발국가에 집중되어 있고, 이 곳에서는 통신비에 대한 부담에 예민하기 때문이다. 통신비에 대한 부담은 내수시장, 특히 대인위치단말기 시장에서 아주 중요한 문제이다. 또한 이러한 문제는 제품의 사이즈와도 밀접하게 관련이 있다.

Ⅴ. 판매 및 유통과정

자사의 경우 이전기술의 사업화는 맞지만, 관련 기술이 전무한 상태에서 기술을 이전받아 사업화에 성공한 케이스는 아니다. 즉 자사는 이미 자사가 개발·생산한 제품을 시장에 공급하고 있었고, 이전받은 기술을 통해 그 제품을 업그레이드한 경우이다. 자사의 비즈니스-수익모델에 대해 간단히 설명드리면, 자사는 단말기만 공급하거나 관제서비스만 공급하는 업체와 달리 위치정보 서비스사업자에 가깝다는 것이다. 실제 자사는 위치정보사업자인증을 받고 있다. 따라서 단말기만 공급하는 업체에 비해 아래 그림과 같은 수익경쟁력을 가지고 있다.



이와 같은 수익경쟁력을 바탕으로 아래와 같이 영업활동을 펼치고 있다.



현재 차량위치추적단말기의 경우 월 약 1천대, 대인관계단말기의 경우 월 약 500대 가량을 신규로 개통하고 있다. 이는 2010년 1분기 동기대비 약 30%의 성장률을 보이고 있는 것이다. 현재와 같은 속도로 증가할 경우 2011년내 누적 가입자수 약 10만에 이를 것으로 추정한다.

VI. 사업화성공요인

첫째, 기존 기술 및 제품과 관련 있는 기술을 이전받음으로써 사업화기간이 최소화되었으며 연구소 간 협력 및 기술이전이 순조롭게 이루어졌다. 물론 사업에 변화를 준다는 것은 어느 정도는 기존의 것을 부정하는 과정을 거치지 않을 수 없을 것이다. 하지만 충분한 리소스와 계획이 없는 상태에서의 폭넓은 변화는 모두를 불행하게 할 수 있다. 지알텔레콤(주)가 도입한 근거리무선

통신 기술은 기존에 지알텔레콤(주)가 가지고 있던 원거리무선통신기술, 관제 프로그램기술을 더욱 정교하고 완벽하게 하는 기술이었다.

둘째, 사업화에 대한 대표이사의 적극적인 의지가 있었다. 특히 사업화와 연계하여 대표이사의 적극적인 개입은 좋은 성과를 위해 필수적이다. 임종순 대표이사의 관련 시장에 대한 깊은 이해 및 기술에 대한 이해수준도 매우 높았다. 임종순 대표이사는 기술개발 후의 모습에 대한 확고한 신념이 있었다.

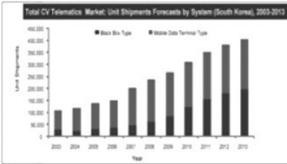
셋째, 자사 연구소인력의 적극적인 기술수용성이다. 연구원 특성상 타인의 기술에 대해 배타적인 경우가 많지만 자사의 경우 새로운 기술을 도입에 거부감이 적었다. 이렇게 될 수 있었던 데는 성공에 대한 생각을 공유했을 뿐 아니라 대표이사의 적극적인 리드가 큰 역할을 했다.

넷째, 수요개발에 성공, 즉각적인 시장수요가 없는 기술의 개발은, 특히 중소기업과 같이 자금과 인력이 풍부하지 않은 조직에서는 회사를 매우 위협하게 할 수 있다. 자사의 경우는 기존시장에 신제품을 런칭하는 형태의 시장전략이 주효한 경우이다.

VII. 현재의 여건, 향후 진행현황 및 기대효과

차량용 시장규모 및 전망

국내시장



[국내 상용차용 텔레매틱스 판매전망]

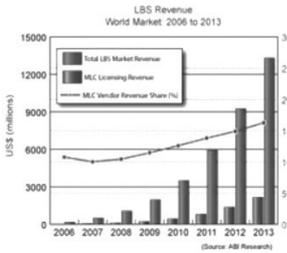
- 전문 시장조사기관의 '한국 상업차용 텔레매틱스 시장' 보고서에 따르면, 2007 상업차용 텔레매틱스 총 판매량은 20만대
- 2013년 40만대로 2배정도 증가할 것으로 전망

구분	10년	11년	12년	13년
대규모	25%	45%	25%	15%
중규모	11%	13%	17%	18%
소규모	27%	27%	12%	6%

[Black Box Type 시장 증가율]

- 당사가 주력하고 있는 Black Box Type의 위치추적 시장은 CV Telematics 분야에서 가장 주목 받는 시장 item

해외시장



- LBS 잠재 시장성은 해외에서 더욱 폭발적으로 성장
- 2013년에는 전체 시장 규모가 \$2.2 billion 예측
- 당사가 주력하는 차량용 위치 관제 사업분야는 개발도상국 및 상대적으로 치안이 불안정한 국가들을 중심으로 빠르게 성장하고 있으며, 선진국에서는 복지 향상을 위하여 대인용 위치관제 사업분야의 성장이 두드러짐

지알텔레콤(주)의 추정 손익계산서

(단위 : 백만 원)

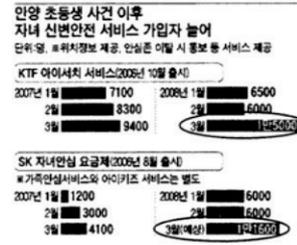
구분	'08년	'09년	'10년(F)	'11년(F)	'12년(F)
매출액	688	2,819	5,122	17,932	30,199
매출원가	277	2,050	3,655	11,619	18,802
매출총이익	410	769	1,466	6,313	11,369
판매관리비	307	599	1,448	3,594	4,099
당기순이익	110	207	63	2,719	5,760

대인용 시장규모 및 전망



2010년 주목 받을 모바일 애플리케이션 분야로 모바일 자금이체와 위치 기반 서비스(LBS), 모바일 검색, 모바일 광고 등이 꼽혔다. [Research by Gartner]

- ❖ 현재, 진행되고 있는 대인용 위치관제 사업은, LBS 분야중 안전 및 구난 분야에 해당하며, 동 분야는 최근 사회적인 분위기를 반영하여, 가장 주목 받는 성장을 보이고 있음
- ❖ 특히 국내의 경우 증가하는 강력 범죄의 추세와 맞물려 자녀 안심서비스 서비스에 대한 요구 또한 급증하고 있음.
- ❖ 자녀 안심 서비스의 경우 핸드폰 위치 추적의 부정확성 등이 문제가 되는데, 당사에서는 GPS 기반의 위치추적 서비스로서 시장 수요에 대응하고 있음.



발명 365

증기기관

전 력의 단위를 나타내는 데 쓰이는 기호 W(와트)는 증기기관을 발명한 영국의 발명가 와트의 이름을 따서 붙여진 이름이다. 와트는 증기기관을 발명한 사람으로 유명하지만, 그는 영국의 산업혁명을 주도한 대표적인 발명가로 그의 발명품은 증기기관 외에도 많다. 와트는 1736년 영국의 북부 스코틀랜드에서 목수의 아들로 태어났다. 그의 형제들은 몸이 약해 모두 죽었고, 그 또한 몸이 약한 탓에 어려서부터 운동보다는 산수를 더욱 좋아하여

산수반에 들어가기도 했다.

장성한 와트는 1757년 글래스고 대학의 수학기계 기술자가 되었다. 그러던 어느 날, 와트는 뉴커먼의 배수기관 모형 수리를 의뢰받고, 그 원인을 찾던 중 기관의 열효율이 나쁘다는 것을 알아내 콘덴서를 분리하는 착상을 얻었다. 이 착상으로 1769년 그는 로버크의 원조를 얻어 증기기관에 관한 최초의 특허를 얻었으며, 결국 완성했다.



재미있는 퍼즐

재미있는 퍼즐 정답은 다음 호에 게재하며, 정답자 중 3명을 추첨하여 월간 <발명특허>지 1년 정기구독권을 드립니다. 많은 참여바랍니다.
독자카드에 정답을 적어 매월 20일까지 보내주십시오.

가	로
열	쇠
가	로
열	쇠
가	로
열	쇠

- 저장해 두었던 곡식을 팔려고 시장에 내놓음.
- 하나의 주제가 되는 선율을 바탕으로, 선율·리듬·화성 따위를 여러 가지로 변형하여 나가는 기악곡.
- 일정한 간격을 두고 뜨거운 물이나 수증기를 뿜었다가 멎었다가 하는 온천.
- 주의, 주장, 강령 따위를 간결하게 나타낸 짧은 어구.
- 대장간에서 쇠를 불릴 때 세 사람이 둘러 가며 치는 큰 마치.
- 오즘 성분이 가라앉아 굳어진 돌.
- 굳게 믿어 지키고 있는 생각.
- 중앙 행정 기관의 하나. 환경부 소속으로, 우리나라의 기상 상태를 관측하고 예보하는 사무를 맡아본다. 1990년 12월에 '중앙기상대'에서 승격하였다.
- 어떤 곳의 지형이나 길 따위의 형편.

세	로
열	쇠
세	로
열	쇠
세	로
열	쇠

- 틀린 것을 옳다고 주장함.
- 주곡선 간격의 2분의 1인 등고선. 도막 난 선으로 나타내며, 주곡선만으로 기복의 표현이 미흡한 산정, 원경사지 따위의 지역에서 부분적으로 사용한다.
- 한 마디 전체를 쉬는데 쓰이는 쉼표.
- 두 사람이 이해관계로 서로 싸우는 사이에 엉뚱한 사람이 애쓰지 않고 가로챈 이익을 이르는 말.
- 사람들과 사귀며 살아감.
- 주로 외항선의 선원을 이르는 말.
- 돌을 갈아서 정교하게 만든 석기. 수렵용의 돌살촉, 공작용의 돌도끼, 농경용의 석기, 의례용의 돌칼 따위가 있다.
- 밀물이 가장 높은 해면까지 꼭 차게 들어오는 현상.
- 본청(本廳)의 관할 아래에 있으면서 본청에서 따로 떨어져 나와 일정한 지역의 일을 맡아보는 관청.

함께 풀어봅시다

1	2		4		5	
	3					
8					6	7
9	10			15		
			12			
11					15	
			14			

12월호 정답

백	신		관	상	식	물
	필	요	악		총	
지			기		이	두
질	그	룻		망		루
	루		백	태		마
소	갈	딱	지		구	기
	이		도	량	형	

Information

- 지리적표시 단체표장에 등록된 우리나라 대표 특산물
 - 건강하게 삽시다
 - KIPO NEWS
 - 특허 Q&A
 - KIPA NEWS
- 회원가입을 축하합니다



경상북도

Sangju



상주곶감

경북 상주지역은 곶감을 만들기에 가장 좋은 최적의 기후조건과 환경조건을 갖추고 있어 예로부터 황실에 진상되는 명품 곶감이 많이 생산되었습니다. 상주에서 생산된 동시는 당도가 뛰어나고 씨가 적으며 과질이 부드럽고 맛이 뛰어납니다.



| 상표명 |
상주곶감

| 권리자 |
상주곶감발전연합회 영농조합법인

| 등록번호 |
제 16호

| 상품분류 |
제 29류 견사(곶감)

연락처
상주곶감발전연합회 영농조합법인
054-536-0907



경상북도 상주

01 • 유래

상주곶감은 16세기 초부터 감이 자생하였으며 본격적으로 재배된 것은 기록상 신증동국여지승람(1530년) 이전부터 존재하였고 이것은 대흥시이며 전국적으로 귀한 품종으로 1617년 이전부터 나라의 진공품이었습니다.

02 • 특성

상주곶감은 짙은맛을 내는 동시로 동글게 생긴 감이라는 뜻인데 산봉우리처럼 동글고 소담스럽게 생겼다 해서 봉옥 또는 곶감을 깎으면 분이 많이 난다고 하여 분시라고 부르기도 합니다. 동시는 탄닌 함량이 많고 물기가 적어 그냥 먹으면 단감에 비해 맛이 떨어지지만 대신 곶감 재료로는 최적이라 할 수 있어 곶감이 되면 짙은맛은 없어지고 당도가 원래 당도의 두 배까지 증가하여 다른 지방의 곶감보다 한결 우수합니다.



전라남도

Gangjin



강진청자

청자는 한국문화예술사에서 가장 자랑할만한 것 중의 하나라고 할 수 있는 우리나라의 대표적인 도자 예술품으로 비색상감무늬는 기술과 아름다움의 극치로 표현되고 있으며 인공을 떠난 천공의 경지라는 찬사를 받고 있습니다.



| 상표명 |
강진청자

| 권리자 |
강진청자 협동조합

| 등록번호 |
제 14호

| 상품분류 |
제 21류 청자

연락처
강진청자 협동조합
061-434-0306

01 · 유래

청자는 중국에서 5~6세기경부터 생산했으며, 우리나라는 8~9세기경 생산이 시작되었는데 바로 이런 시기에 강진에서는 20km 떨어진 청해진에서 중국과 무역을 활발히 전개한 장보고 대사의 활동 영향을 받아 강진군 대구면 용운리에서 생산을 시작하여 14세기 쇠퇴기까지 고려 500년 동안 대구면 정수사에서 마산까지 6km의 산하에서 집단적으로 청자를 생산하였습니다.

02 · 특성

고려시대 귀족문화와 불교문화의 영향으로 만들어진 청자는 세계적으로 인정받는 우리나라의 대표적인 문화유산입니다. 청자는 신라 시대의 토기가 점차 자기로 발전해 오다가 중국의 자기 기술을 받아들이면서 발달하게 되었습니다. 특히 귀족 문화의 발달과 맞물려 발전하여 고려 귀족 사회의 전성기인 11세기에는 고려만의 독자적인 경지를 이룩하게 됩니다. 고려자기에는 청자와 백자, 그 밖에 여러 가지가 있는데 청자가 가장 뛰어난 보통 고려자기를 고려청자라 부릅니다.

03 · 지리적 특성 및 명성

강진군은 남쪽은 바다와 가까워 해로를 통한 수송이 발달했고, 북으로는 크고 작은 산과 가까워 땀감이 풍부하고 또한 도자기의 원료인 고령토와 규석이 산출되어 도자기를 만들기 좋은 조건을 갖추고 있습니다. 전남 강진군 대구면 일대는 9세기에서 14세기까지 고려청자를 제작하였던 지역으로, 우리나라 청자의 변화과정을 일목요연하게 볼 수 있는 "청자의 보고입니다." 이와 같은 중요성으로 1963년 국가사적 제68호로 지정되었고 이 지역의 청자가마 터는 총 188기로, 이는 우리나라에 현존하는 청자가마 터의 50% 이상을 차지하는 수량입니다.



전라남도 강진

나는 비만일까? BMI를 알자!

최 근 건강에 관심이 부쩍 높아지고, 건강한 생활습관 즉, 식생활과 운동을 통한 건강관리가 이슈로 떠오르게 되었다. 건강한 생활을 하는 것은 말처럼 쉬운 일은 아니나 자신의 몸을 잘 알고 관리하는 것이 건강한 생활을 하는데 가장 첫걸음이라고 말할 수 있다.

비만이란?

우리가 흔히 말하는 생활습관병, 만성질환은 잘못된 생활습관에서 기인하는 것으로 가장 대표적이 비만이라고 할 수 있다. 비만은 우리 체내에 지방이 과다하게 축적된 상태를 말한다. 즉 소모한 열량보다 섭취한 식사량이 많아 체내에 저장된 상태를 말하는 것이다.

BMI란?

그럼 우리 몸이 비만인지 아닌지 현재 자신의 상태를 파악할 수 있는 가장 쉬운 것은 무엇일까? 바로 BMI라고 말할 수 있다. 그렇다면 BMI는 무엇일까? BMI는 Body Mass Index로서 체질량지수라고 하는데 가장 많이 이용되는 비만 지표이다. 체질량지수는 체중을 신장의 제곱으로 나누어 계산된 값에 따라 저체중, 정상, 과체중, 비만을 판단한다. BMI가 19에서 24 사이라면 신장 대비 체중은 정상이다. 또한 25~30 사이라면 체중 과다라고 판단할 수 있다. 만약 30 이상이라면 비만에 속한다. 지수가 점점 올라갈수록 비만의 정도가 심한 것이다. 비만은 고혈압이나 고지혈증과 같은 심혈관계 질환, 제2형 당뇨병, 암 등의 만성질환, 뇌졸중, 수면무호흡증 등을 발생시키는 위험이 있다. 또한 이에 따라 각종 성인병 등의 질환에 걸릴 확률도 높아진다. 즉 BMI 지수와 질환에 걸릴 확률은 비례한다고 볼 수 있다



〈BMI 구하는 공식〉

$$\text{BMI} = \frac{\text{체중(kg)}}{\text{신장} \times \text{신장(m)}}$$

건강한 BMI를 유지하는 방법

그렇다면 건강한 체중을 위하여 BMI를 유지하는 방법은 무엇일까? 올바른 식습관과 신체활동으로도 충분히 건강한 체중을 유지할 수 있다.

1) 올바른 식습관 갖기

- 규칙적인 식사, 다양한 식품 섭취, 제때 식사하기, 올바른 간식

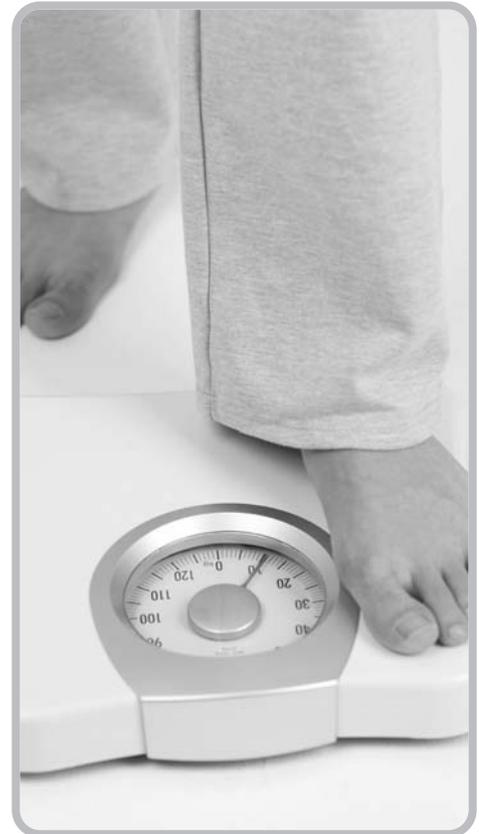
2) 신체활동 늘리기

- 평소 신체활동 늘리기
- 운동은 매일매일 꾸준하게

3) 건강한 생활습관 갖기

- 절주와 금연하기

내 몸의 건강상태를 알 수 있는 비만지표 BMI. 이제 키, 체중을 알듯 BMI를 알고 자신의 건강을 스스로 관리할 수 있어야 하겠다.



제공 건강길라잡이(<http://www.hp.go.kr>)

이명박 정부 전반기 특허청 규제개혁 추진성과

이명박 정부 출범 초기 언론매체에 화제가 된 것이 일명 “전봇대 뽑기”로 대변하는 친기업문화 확립을 위한 규제개혁이었다. 그 이후 범정부 차원에서 많은 규제들이 철폐·완화되었다. 우리청에서도 그동안 특허행정 전봇대를 찾아 뽑는데 최선을 다하였다. 기업, 발명가 등 특허고객의 편의 증진과 불합리한 제도를 개선하여 지식재산권 분야에서의 국가경쟁력 확보, 신성장동력 구축 등을 위한 특허행정 규제개혁을 추진하였다.

그 결과 녹색성장 기조를 반영한 녹색기술에 대한 초고속 심사와 신속심판 제도 도입 등 30건의 법령 정비를 통해 총 71건의 규제개혁과제를 추진하여 연간 약 850여억 원의 경제적 효과를 창출하는 성과를 거두었다.

이명박 정부 전반기의 특허행정 규제개혁 성과 중 대표적인 사례 몇가지를 소개하면 다음과 같다.

첫째, 초고속 심사 및 신속심판 제도를 도입하였다.

지식재산이 국가와 기업 경쟁력의 핵심요소로 부상하면서 보다 신속한 권리취득과 분쟁해결에 대한 국민의 요구가 증대되었다. 특히, 녹색특허 등 미래성장동력 분야의 조기 사업화를 통한 글로벌 경쟁우위를 확보하기 위하여 조속한 심사와 심판 처리가 절실하게 되었다.

이에 부합하기 위한 노력으로 녹색기술에 대한 신속한 권리화와 사업화를 지원하기 위한 초고속 심사 및 신속심판 제도를 도입하였다.



특히 녹색기술에 대한 초고속 심사는 우리나라에서 세계 최초로 도입한 서비스로서 녹색기술분야에서의 신속한 권리취득을 통해 우리기업이 세계시장을 선점할 수 있도록 지원하였다.

구 분	미국	일본	EPO	중국	독일
초고속심사	×	○	×	×	×
빠른심사	○	○	○	×	×

이와 같은 심사 및 심판처리기간 단축을 통하여 연간 약 415억 원의 경제적 효과를 창출하고 있다.

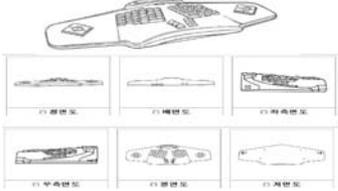
구 분	경제효과	산출 근거
초고속 심사	315억 원	182만 원1)×17(개월)2)×1,018(연간 초고속심사처리 예상건)
신속 심판	100억 원	182만 원 × 5(개월)3)×1,097(연간 신속심판처리 예상건)
합 계	415억 원	1) 출원 1건의 심사기간 1개월 단축 효과 = [심사기간 단축효과]/[단축기간]*[연간등록특허] ^{***} (2조 4,464억 원/12.3개월/109,339건) ≈ 182만 원 * '07년 연구용역결과(산업연구원), **22.1개월('03년)→9.8개월('06년), *** '06-'08년 등록특허 2) 심사처리 단축기간(17개월): 18개월 → 1개월 3) 심판처리 단축기간(5개월): 9개월 → 4개월

둘째, 출원서식 및 지식재산권 관련제도를 개선하였다.

출원인의 출원서 작성요건이 까다롭게 되어 있고 권리유지를 위한 갱신제도 운영이 너무 엄격하여 고객에게 많은 불편을 초래하였다.

이에 따라 디자인 분야에서는 세계 최초로 디자인 출원 시 3차원 입체도면 제출을 허용하여 출원인의 부담을 대폭 완화하였다.

〈 2D도면과 3D도면 출원 비교 〉

2D 도면	3D 도면
	
평면 이미지 파일(JPG, GIF 등)	입체 3D 파일(3ds, Max 등)
이미지 파일 총 7개	3D 파일 한 개
육면도 및 사시도의 7개 도면을 종합적으로 판단하여 입체형상을 파악	입체형상인 도면을 회전시켜 전체적인 형상 파악

또한, 선진 5개 특허청(한국, 미국, 일본, 중국, 유럽) 간 합의로 ‘공동 특허출원서식’을 도입하여 우리 국민이 보다 쉽고 편리하게 해외출원을 할 수 있도록 개선했다. 그리고, 상표권 존속기간 갱신을 매 10년마다 하여야 하는 것을 별도의 출원 절차 없이 간단한 신청서 제출만으로 가능하게 하여 권리자의 부담도 경감시키는 등 연간 약 377억 원의 비용절감 효과를 거두고 있다.

구 분	경제효과	산출 근거
3D도면제출	25억 원	도면작성비용 절감액(2,162백만 원)1)+보정비용 절감액(121백만 원)2)+ 도면심사시간 절감액(212백만 원)3)
공동출원서식	163억 원	출원서 제작성 소요시간 절감분(2시간)×시간당 변리사비용 절감액 (190,800원)4)×선진 4개특허청(미·일·중·유럽) 특허출원건수(42,724건)
상표권갱신개선	189억 원	대리인선임비용 절감액(174억 원)5)+갱신출원비용 절감액(15억 원)
합 계	377억 원	1)도면작성비용 절감액 : 최근 3년평균 출원건(54,050건)*3D도면 출원 예상율(0.4)*건당 2D도면 작성비용 (10만 원) 2)보정비용 절감액 : 최근 3년평균 출원건*3D도면 출원예상율* 보정비용 (0.07)*건당 2D도면 보정비용(8만 원) 3)도면심사시간 절감액 : 최근 3년평균 출원건*3D도면 출원예상율* 건당 도면심사 소요시간(1시간)*심사관 시간당수당(9,796원) 4)시간당 변리사비용 절감액 : 미국의 시간당 변리사비용(400\$)의 1/3 5)대리인선임비용 절감액 : 출원서 작성 소요시간 절감분(2시간)* 시간당 변리사비용 절감액*최근 3년평균 갱신 출원건(45,728건)

셋째, 특허수수료 납부방식 및 절차를 정비하였다.

특허수수료 납부절차가 복잡하고, 상표등록료의 10년치 일괄납부에 따른 비용부담 가중 등 고객에 불리한 수수료 운용 체계에 대한 개선 필요성이 대두되었다.

이를 개선하기 위하여 특허권 양도 시 양도증서에 첨부하는 인지세 및 이전등록료 납부를 한번에 할 수 있도록 하는 한편, 한번 신청으로 모든 수수료를 자동납부할 수 있는 수수료 자동납부제도를 도입하였다. 또한, 상표등록료 분할납부제도를 도입하여 일괄 납부하던 10년치 등록료를 2회 분할납부할 수 있게 하였다.

이와 같은 효율적인 수수료 납부체계 구축을 통해 연간 약 60억 원의 행정비용을 절감하였다.

우리청은 향후에도 글로벌 특허전쟁에서 우리 기업의 경쟁우위 확보를 지원하기 위하여 「출원→심사→등록→심판」 등 지식재산권 관련 프로세스 전반에 걸친 지속적인 규제완화·철폐를 위한 정책적 노력을 경주할 계획이다.

한국특허 영문요약서 해외에서 인기

한국특허기술정보가 필요한 외국인들은 한국특허 영문요약서와 행정처리절차 정보까지 인터넷으로 한 번에 찾아볼 수 있게 되었다.

특허청은 최근 해외에서 한국특허영문초록(KPA*)에 대한 수요가 매년 30% 이상 급격히 증가함에 따라 이용자의 요구사항을 반영하여 특허정보 영문검색서비스(eng.kipris.or.kr, KIPRIS)를 개선, 지난 12월 15일(수) 새롭게 오픈했다고 밝혔다.

* KPA : Korea Patent Abstracts

KIPRIS는 한국특허기술의 글로벌 경쟁력을 높이기 위해 국내특허를 비롯하여 미국 등 8종의 해외특허*정보를 제공하고 있으며, 1999년부터 한국특허기술을 영문으로 요약한 KPA*를 영문검색서비스에서 무료로 검색·열람토록 제공하여 국내·외 이용자들의 특허동향조사를 지원하고 있다.

* 해외특허 : 미국, 유럽, WIPO, 일본, 중국, 영국, 프랑스, 독일

이번에 새롭게 오픈하는 KIPRIS 영문검색서비스는 ‘도면일괄보기’ 및 검색결과 분류통계 기능을 추가하여 분석능력을 강화하였고, KPA 검색결과에 영문행정처리정보까지 원클릭으로 제공하여 해외 이용자의 검색 편의를 높였다.

* 행정처리정보 : 특허의 출원, 심사 등과 관련된 서류접수 및 발송상태정보

또한, 해외 이용자를 위한 영문매뉴얼도 새롭게 제작하여 제공할 계획이다.

특허청 관계자는 “이번 KIPRIS 영문검색서비스 개편이 국내 특허를 해외에 알리고 보호하는 데 일조하기를 기대하며, 해외 이용자들이 언어장벽 없이 국내 특허정보를 활용할 수 있도록 영문화 콘텐츠를 계속 확대해 나갈 것이다.”라고 밝혔다.

특허수수료 납부는 편리해지고, 부담은 줄어

2011년 1월부터 개인에게만 허용되던 특허수수료 신용카드 납부제도가 중소기업에게까지 확대된다. 또한 4월부터는 4년차 이상의 특허등록료를 3년분 이상 한꺼번에 낼 경우 할인혜택을 받을 수 있게 된다.

특허청은, 이번 조치는 고객의 요구를 반영하여 특허고객이 더욱 편리하게 특허수수료를 납부하고, 납부부담을 덜 수 있도록 한 것이라고 밝혔다.

현재까지 중소기업은 은행 방문이나 계좌이체를 통해서만 특허수수료를 납부할 수 있었으나, 내년부터는 신용카드로도 납부할 수 있게 된다. 신용카드 결제를 하면서 중소기업이 별도로 부담해야 하는 결제수수료도 없다. 이를 통해 중소기업은 은행 방문, 계좌이체, 신용카드 등 다양한 납부방법 중 가장 적합한 납부방법을 택하여 편리하게 납부할 수 있다. 뿐만 아니라, 납부기한에 당장 현금이 부족할지라도 신용카드로 특허수수료를 납부할 수 있어 납부부담을 덜 수 있게 된다. 특히, 금년부터 시행된 2~3개월의 무이자 할부납부를 이용할 경우 납부부담이 더욱 줄어들 것으로 보인다.

또한, 4년차 이상의 특허·실용신안·디자인 등록료(이하 ‘연차등록료’)를 3년분 이상 한꺼번에 납부할 경우 총금액의 5%를 할인받을 수 있게 된다. 지금도 권리자는 연차등록료를 매년 납부하거나, 수년분을 한꺼번에 납부할 수 있지만, 대부분의 권리자들은 연차등록료를 매년 납부하고 있다. 이번 제도 개선을 통해 수년분의 연차등록료 일괄 선납이 활성화되면 권리자들은 매년 연차등록료를 납부하는 번거로움과 납부기간 경과로 인해 권리가 소멸되는 우려를 줄일 수 있을 것으로 기대된다.

* '10. 1월 ~ 11월 동안 연차등록료 수입의 약 1.2%가 3년분 이상 일괄납부되었음

특허자동평가시스템, 특허분석기능 날개 달다

특허청은 대량의 특허를 온라인으로 신속하게 평가하고 유사한 특허를 자동으로 검색하여 경쟁기업과의 특허를 비교·분석하는 특허자동평가시스템 개발을 완료하였다.

특허자동평가시스템은 사용자가 특허번호만 입력하면 해당 특허의 질적 등급 정보를 실시간으로 제공하는 시스템으로, 특허문서에 나타나 있는 각종 정보를 계량화하여 특허의 질적 수준을 평가하며, 작년 12월 처음 개발되어 공공부문과 민간 부문에 서비스되고 있다.

금년에는 기존 시스템을 대폭 업그레이드하여 특허의 인용·피인용 관계 분석, 특허의 심사·심판이력 조회, 유사특허 검색, 특허 포트폴리오에 대한 정량·정성 분석기능 등을 추가하여 기업·공공연구기관의 R&D 전략수립을 실질적으로 지원할 수 있도록 하였다.

과거에는 수많은 특허 중에 자신의 연구나 사업을 위해 필요한 특허를 찾아내거나, 자신이 보유한 특허 포트폴리오의 강·약점을 분석하기 위해서는 특허전문가를 통해 특허조사분석지도(Patent Map)를 작성해야 했으므로 시간과 비용이 많이 소요되었다.

그러나 이번에 개발된 특허자동평가시스템은 특허의 평가와 정보분석을 함께 수행할 수 있는 시스템으로, 앞으로 국가 R&D 특허의 질적 평가, 기업·대학·공공연구기관의 특허관리, 특허 포트폴리오 구축 및 R&D 전략 수립 지원 등에 활용될 예정이다.

우종균 특허청 산업재산정책국장은 “기업이 특허 경쟁력을 갖추기 위해서는 강한 특허 포트폴리오를 구축하는 것과 함께, 특허를 전략적으로 관리하고 활용하는 것이 필요”하며, “특허자동평가시스템은 이러한 전략적인 특허관리와 활용을 지원하는데 기여하게 될 것”이라고 밝혔다.

중소기업 IP리더 5,000명 양성

특허청은 중소기업의 지식재산 창출 역량 강화를 위해 연구인력을 대상으로 저비용·고효율의 e-러닝을 통하여 IP리더 5,000명을 양성한다고 밝혔다.

‘중소기업 IP리더’란 중소기업내 R&D 분야 연구원으로서 다른 연구원들에게 지식재산권 지식을 전파하여 기업의 지식재산권 창출·보호·활용을 선도하는 사람을 말하는 것으로, 특허청은 ‘11년 600명, ‘12~15년 각각 1,100명 등 ‘2015년까지 5,000명의 IP리더를 양성할 계획이다.

중소기업은 전체 사업체의 99%, 전체 종사자의 88%를 차지하고 있으며, R&D 연구인력도 전체의 60%를 차지하는 등 국가 경제에 큰 역할을 하고 있으나, 최근 기업경쟁의 중요 요소가 되고 있는 지식재산 관련 전문인력이 제대로 확보되지 않아, 그동안 중소기업을 위한 지식재산 인력양성 및 지재권 교육의 확대 필요성이 꾸준히 제기되어 왔었다.

중소기업 IP리더 인력양성 교육과정은 기초과정과 심화과정으로 나누어, 기초과정 58시간, 심화과정 38시간 등 총 96시간의 교육과정으로 진행된다. 그리고 총 96시간의 교육과정에는 e-러닝의 단점을 보완하기 위해 변리사 등 실무능력이 있는 전문강사를 활용한 오프라인 교육과정 16시간(기초 및 심화과정 각각 8시간씩)이 포함된다. 교육내용은 지식재산권 입문, 특허정보의 검색 및 활용, 특허출원 절차 및 등록요건, 기술이전 및 사업화 전략, 기업의 전략적 특허관리, 특허분쟁의 대응방안 등 중소기업의 지식재산권 업무 전반을 포괄하고 있다.

특허청 흥만표 국제지식재산연수원장은 “IP리더는 중소기업의 R&D 결과물을 지식재산권으로 연결하여 기업의 부가가치 창출을 선도하는 역할을 담당하게 될 것”이라고 말했다.

국가대표 캐릭터 상위 40개 중 디자인등록은 단 6건에 불과

특허청이 서울산업통상진흥원과 포털사이트 다음(daum)이 공동선정한 '대한민국 국가대표 캐릭터 100'의 부문별 상위 10개 캐릭터의 지식재산권등록현황을 분석한 최근자료에 의하면 상표권과 디자인권 등록현황이 각각 45%, 13%에 불과한 것으로 나타났다.

연매출이 5천억 원에 달하고 브랜드 가치만도 천억 원대에 이를 것으로 추산되는 1위 선정작 뿌까마저도 상표로는 등록되어 있으나 디자인으로는 등록되어 있지 않아 표장이 아닌 뿌까의 형상, 모양을 이용한 물품이 상표권자의 허락 없이 시장에 유통될 경우 권리범위가 분명치 않아 이를 제재하는데 어려움이 따를 것으로 예상된다. 과거 일명 엽기토끼로 알려진 마시마로 캐릭터의 형태를 모방한 봉제인형이 시장에서 무분별하게 유통되고 있음에도 원저작자가 디자인권을 등록하지 않아 이에 대해 강력한 법적 대응을 가하지 못했던 사례가 대표적이다.

그럼에도 불구하고 캐릭터의 디자인등록이 이같이 저조한 이유는 현행 디자인보호법이 캐릭터, 그래픽 심볼 등을 디자인의 등록대상으로 인정하고 있지 않아 캐릭터를 이용하여 생산될 수 있는 무수한 물품들을 일일이 디자인으로 등록해야만 보호받을 수 있어 대부분 규모가 영세한 캐릭터 관련업체로서는 비용부담이 크기 때문인 것으로 분석되었다.

이와 관련하여 특허청은 "캐릭터산업의 시장규모는 매년 꾸준히 증가하여 2008년 조사결과, 약 5조 원에 달하는 것으로 보고됐으며 관련산업에 미치는 파급효과가 매우 큰 대표적인 OSMU 콘텐츠로 인정받아 최근 정부도 신성장동력 8개 전략 품목 중에 하나로 콘텐츠산업을 선정하는 등 적극적인 인프라 지원을 약속한 바 있다. 이에 특허청 역시 캐릭터 디자인업계의 지식재산권을 효과적으로 보호하기 위해 디자인보호법의 개정을 통해 캐릭터를 디자인의 등록대상에 포함시켜 적용 물품에 구분없이 캐릭터 그 자체로도 창작자의 권리를 강하게 보호할 수 있도록 하는 법안을 국회에 제출한 상태"라고 밝혔다.

국유특허 속에 '진주 특허' 가 있었네 !

특허청은 기술성과 사업성이 우수한 국유특허 활용을 촉진하기 위하여 등록 이후 3년 이상 미활용되고 있는 국유특허를 누구나 3년간 무상으로 사용할 수 있도록 「국유특허 무상실시제도」를 시행하고 있다.

국유특허는 국가공무원이 직무과정에서 발명한 것을 국가가 승계하여 국가명의로 출원한 특허를 말하며, 현재 국유특허로 등록된 권리는 총 2,237건에 달한다.

특허청에서는 국유특허에 대해 객관적인 기술 가치를 제공하기 위해서 해당 전문가를 통해 국유특허 509건에 대한 기술 가치 평가를 실시한 결과 일부 국유특허는 기술성과 시장성 부문 평가에서 우수한 평가를 받았다.

국유특허 사용을 희망하는 기업은 인터넷기술장터인 IP-Mart에서 기술가치 평가보고서를 열람하여 해당기술의 기술성과 시장성 등을 사전에 파악함으로써 우수특허로 평가된 국유특허를 장기간 동안 초기 비용부담 없이 사용할 수 있다.

또한 국유특허를 개발한 발명기관으로부터 기술지원을 받을 수 있어 기술개발 투자에 따른 위험을 줄일 수 있으며 높은 소득도 올릴 수 있으므로 3년간 무상으로 사용할 수 있는 알짜배기 국유특허를 적극 활용해 볼 필요가 있다.

국유특허를 사용하기 위해서는 특허청 홈페이지에서 직접 신청서를 작성하여 접수하거나, 특허청 산업재산진흥과 국유특허 담당자에게 우편으로 접수할 수 있다.

자세한 국유특허 목록과 신청방법은 인터넷 기술장터(www.ipmart.or.kr)의 국유특허코너와 특허청 홈페이지(www.kipo.go.kr)의 특허로(국유특허사용신청)에서 확인할 수 있으며, 기타 상담은 특허청 산업재산진흥과(042-481-5172)로 문의하면 된다.

중소기업 살리는 디자인 우선심사

최근 중소기업과 개인사업자들의 지식재산권에 대한 관심이 높아지고 있는 가운데 중소기업들이 사업의 활로를 출원디자인의 우선심사제도에서 찾고 있는 것으로 나타났다.

* 우선심사제도란 출원된 순서에 따라 심사가 이루어지는 일반심사와 달리 '벤처기업과 기술혁신형 중소기업의 출원이나, 출원한 디자인을 제3자가 실시' 하는 등 심사처리가 긴급히 필요한 경우에 출원인의 신청에 의하여 다른 디자인등록출원에 우선하여 심사받을 수 있는 제도를 말함

특허청에 따르면, 2010년 중소기업에 의한 우선심사신청건은 대기업 등을 포함한 전체 우선심사신청건의 82%(5년 평균 80%)를 차지하고 있는 것으로 나타났으며, 주로 벤치, 자전거보관대, 도로용 펜스, 이동화장실, 공중전화부스, 가로등 등 공공디자인에 약 62% 정도가 집중되어 있는 것으로 나타났다.

이처럼 디자인등록출원에 중소기업의 우선심사신청이 쇄도하고 있는 주요 이유로는 각급 지자체가 공공디자인 개선사업자 선정 시 디자인권 보유 여부를 입찰 시 중요한 평가요소로 반영하고 있어 신속한 심사를 받아 권리를 획득할 필요성이 크나, 출원순서에 따라 심사를 받은 일반심사제도를 이용할 경우에는 9~10개월의 기간이 소요되는 반면, 우선심사제도를 이용하면 2개월 이내에 심사가 완료될 수 있기 때문인 것으로 파악된다.

실제 우선심사제도를 이용한 (주)누리플랜, (주)디자인메소 등의 업체에 따르면 등록디자인 제품에 한하여 납품계약(입찰) 자격이 주어진다는 정보를 입수한 후 일반심사(9~10개월)보다 빠른 우선심사제도(2개월 이내)를 활용하여 디자인등록을 받아 납품(입찰)을 할 수 있어 사업에 큰 도움이 되었을 뿐만 아니라, 직원들의 사기진작과 지재권에 대한 관심도 높아졌다고 한다.

위의 사례에서 알 수 있듯 신속한 디자인권의 획득이 필요한 중소기업 등은 우선심사제도를 효과적으로 활용할 경우 기업경쟁력을 확보하는데 큰 도움이 될 것으로 보인다.

연도별 디자인 출원현황(최근 5년 : 2006 ~ 2010.10.)

구 분	2006		2007		2008		2009		2010.10말 기준
	건수	증감(%)	건수	증감(%)	건수	증감(%)	건수	증감(%)	건수
전 체	51,050	12.9	54,362	6.5	56,750	4.4	57,737	1.7	267,030
대기업	6,496	2.2	6,700	3.1	6,590	△1.6	6,107	△7.3	30,689
중소기업	36,362	15.8	37,397	2.8	37,457	0.2	44,316	18.3	188,633

※ 증감 : 전년 출원 대비 증감률이며, 2010년은 10월말 기준임
 '중소기업'에 '중견기업 및 국내 개인 사업자' 포함

우리 특허정보, 외국심사관도 본다

외국 특허청 심사관이 한국 특허정보를 검색하는 사례가 점차 많아지고 있다. 영문으로 번역된 한국 특허정보의 검색건수가 2006년 3천여 건에서 2010년 20만여 건으로 대폭 증가하였다.

특허청은 2005년 11월부터 국내 특허심사 관련문서를 영문으로 자동 번역하여 외국 심사관에게 제공하는 K-PION(Korean Patent Information Network) 서비스를 운영 중이다.

국제출원제도를 통하면 하나의 특허를 여러 나라에 동시에 출원할 수 있다. 이 경우 각 나라의 심사관이 동일한 특허에 대해 개별적으로 심사를 진행한다. 이 때 심사정보를 공유하면 보다 빠르고 정확한 심사가 가능해진다.

현재 K-PION 서비스는 세계지식재산권기구(WIPO, World Intellectual Property Organization)를 포함한 미국, 중국, 일본, 유럽 등 전 세계 37개 특허청에서 이용하고 있다. 중국이 연간 2만 6,000여 건 이상으로 가장 많이 사용하고 있으며, 다음으로 미국이 1만 2,000여 건 이상 검색하고 있다. 그 외에도 독일, 일본, 타이완 등도 검색건수가 높다.

이들 나라의 경우, 외국인의 전체출원건수 중 한국인 출원순위가 차지하는 비중이 높다. 중국과 미국의 경우 한국인의 출원비중이 각각 7%, 8%로 4위에 이른다.

또한 한국 특허청의 심사처리기간은 2009년 15.4개월로 25.8개월인 미국 등에 비해 짧기 때문에, 외국특허청이 같은 출원을 심사할 때 우리 심사정보를 참조할 수 있다. 이를 통해 국내에서 등록받은 특허가 외국에서 좀 더 신속하게 심사될 수 있다.

기존 K-PION 서비스는 인터넷을 통해서만 제공되었다. 2011년부터는 제공 방식이 확대되어 인터넷뿐만 아니라 각국 특허청의 내부 심사시스템에서도 검색이 가능해진다.

엄태민 정보협력팀장은 “K-PION 서비스의 품질을 높이기 위해 외국 특허청 심사관의 다양한 의견을 수렴하겠다.”면서 “우리나라 특허정보의 활용도를 높일 수 있도록 지속적으로 노력하겠다.”라고 밝혔다.

디자인권 창출규모도 G20 의장국다운 면모 보여

특허청이 최근 세계지식재산권기구(WIPO)가 발간한 World Intellectual Property Indicators 2010을 분석하여 발표한 자료에 따르면 한국특허청의 디자인 출원건수는 G20회원국들 중 중국, EU에 이어 3위를 기록한 것으로 나타났으며 이는 유럽공동체 27개국의 디자인출원량이 통합되어 관리되는 EU를 제외할 경우 2위에 해당한다.

또한 우리 기업과 국민이 해외 여러 국가에 출원한 디자인 건수도 약 3,900건에 달해 G20회원국들 중 5위에 해당하는 등 국내는 물론 국제적인 디자인 지식재산권 창출활동 역시 매우 활발한 것으로 나타났다.

더욱이 핀란드 헬싱키대학 디자인연구소 Designium의 연구결과에¹⁾ 의하면 한국의 디자인경쟁력(Design Competitiveness) 순위가 2002년 25위에서 2007년에는 세계 9위로 도약한 것으로 나타나 양적인 팽창뿐만 아니라 질적인 면에서도 괄목할 만한 성장을 거둔 것으로 평가받고 있다. 이러한 결과는 세계 경제포럼(World Economic Forum)이 발표한 세계 국가경쟁력 보고서(The Global Competitiveness Report)의 수치와 비교해볼 때 국가경쟁력(11위)보다 앞서고 있는 것으로 나타나²⁾ 디자인이 국가경쟁력을 견인하는 주요 요인의 하나로 해석되고 있다.

「2010년 심사명장(明匠)」발표

특허청은 지난 12월 13일 특허 및 상표 심사분야의 우수 심사관 5명을 '2010년 심사명장(明匠)'으로 선정하여 시상하였다.

'심사명장(明匠, Maestro)'은 특허청이 기관대표업무인 심사업무에 대한 심사관들의 자긍심과 명예를 고취하기 위해 최초로 도입한 제도이며, 향후 심사성과가 탁월한 심사관을 매년 선발하여 시상할 계획이다.

심사명장은 특허청이 정한 자격기준*을 만족하는 심사관 중 엄격한 자체심의를 거쳐 분야별로 최대 1명 이내로 선정된다.

* 심사경력 7년 이상의 책임급 이상 심사관 중, 재직기간 동안의 심사누적실적 분야별 상위 30% 이내 및 최근 2년간 심사평가 결과 분야별 상위 30% 이내

심사명장으로 선정된 심사관에게는 명장 인증서 및 명패 수여와 함께 포상금이 지급되며, 특허청 홈페이지 내 신설되는 '심사관 명예의 전당(Hall of Fame)'에 청 대표 심사관으로 등재되는 명예가 주어진다.

(특허청 홈페이지)특허청 소개)직원검색)심사관 명예의 전당

2010년도 초대 심사명장은 5개 분야에 대해 다음과 같다.

- 상표·디자인분야 신재식 심사관 (심사경력 7년, 총 16,797건 심사, '10년 상반기 심사평가 우수심사관)
- 기계금속건설분야 박균성 심사관 (심사경력 12년, 총 2,633건 심사, '10년 상반기 심사평가 우수심사관)
- 화학생명공학분야 조성호 심사관 (심사경력 11년, 총 3,224건 심사, '09년 하반기 심사평가 우수심사관)
- 전기전자분야 윤세원 심사관 (심사경력 12년, 총 3,791건 심사, '10년 상반기 심사평가 우수심사관)
- 정보통신분야 오제욱 심사관 (심사경력 12년, 총 3,648건 심사, '00년 하반기 심사평가 우수심사관)

한편, 특허청은 2010년 1월부터 디자이너가 제품개발 때 만든 3D 파일을 디자인등록출원 시 그대로 활용할 수 있도록 한 3차원 도면출원시스템을 활발하게 가동하고 있어 이웃 일본과 중국 특허청의 벤치마킹 대상이 되고 있으며, 2012년에는 디자인의 국제등록에 관한 조약인 헤이그협정에 가입하여 해외진출을 계획하는 국내디자이너들에게도 한층 더 힘을 실어줄 계획이다.

1) Design Innovation Center at the University of Art and Design in Helsinki(2008) Global Design Watch 2008.

2) NewZealand Institute of Economic Research (2003). Building a case for added value through design.

국책사업단 '돈되는 강한 특허' 창출 기여

대학·공공연 국가 R&D 사업단(이하 국책사업단)에 특허전략전문가*를 파견하여 사업단 맞춤형 지식재산 창출 전략을 수립·지원함으로써, 국책사업단의 '돈되는 강한 특허' 획득이 늘어나고 있다.

* (특허전략전문가) 교수, 대기업 연구원 및 기업 특허부서장 출신으로 R&D 경력과 변리사 등의 IP 경력을 동시에 보유한 지식재산 전략 전문가

특허청은 국책사업단을 대상으로 지원하고 있는 '10년 국가 R&D 특허전략전문가 파견 사업 최종 발표회를 지난 12월 8일 JW 메리어트 호텔에서 국책 사업단, 특허청 및 R&D 특허센터(특허전략전문가 등) 관계자가 참석한 가운데 개최하였다.

이번 발표회는 '10년도 사업 주요성과 및 국책사업단별 추진전략 등을 공유하여 '11년도 사업을 효율적으로 추진하기 위해 개최되었다.

동 사업은 '08년부터 국책사업단에 특허전략전문가를 파견하여 전략적 지재권 창출 전략을 수립·지원함으로써 강한 특허 창출을 유도하고 지식재산 교육 등을 통하여 지식재산 역량 강화를 도모하고 있다.

'10년도는 BT·NT 등 차세대 융합기술분야를 중심으로 10개 국책사업단을 지원하였으며, 강한 특허 획득 전략, R&D 방향 제시 등 총 250여 개의 지식재산과 연계한 R&D 전략을 제시하였다.

대표적인 사례로 지능형 나노바이오 소재연구 사업단(이화여대)에 특허전략전문가가 파견되어, 사업단이 보유한 유전자 식별기술[ODID(Optical Dna IDentification)] 분야 원천특허를 중심으로 하는 최강 특허 포트폴리오 구축이 가능하도록 주변특허 창출 전략을 지원하여 양산형 원천특허*를 창출하였다.

* (양산형 원천특허 창출) 인삼 품종, 나이 등을 정확하게 판별하는 기술을 세계 최초 개발하여 국내출원하고 PCT 출원 준비 중 [MBC 뉴스데스크 등 언론 10회 이상 보도]

'10년 사업에 참여한 남태현 나노구조 생체에너지 융합사업단장(경상대)은 "특허전략전문가가 사업단 연구분야에 지재권 창출전략을 제시하여, 요소기술 특허 10건을 융합한 원천특허를 PCT 국제출원하는 등 핵심·원천 특허 창출형 R&D 전략 수립에 많은 도움이 되었으며, 차후에도 동 사업에 대한 계속 지원을 강력히 희망한다"고 밝혔다.

김창룡 특허청 차장은 "이러한 사업 성과를 바탕으로 국가 R&D 사업이 효율적으로 수행될 수 있도록 동 사업을 지속적으로 확대·추진할 예정이다"라고 밝혔다.

제공 특허청

무엇이든 물어보세요

조약에 의한 우선권주장제도란 무엇
입니까?

• 조약에 의한 우선권주장이란 대한민국 국민에게 출원에 대한 우선권을 인정하는 당사국 국민이 그 당사국 또는 다른 당사국에 출원을 한 후 동일한 디자인을 대한민국에 디자인등록출원하여 우선권을 주장한 때에는 법 제5조 및 제16조의 규정을 적용함에 있어서 그 당사국에 출원한 날을 대한민국에 출원한 날로 보도록 하는 제도를 말한다.(디자인보호법 제23조 1항)

가. 우선권주장

: 우선권을 주장하고자 하는 자는 「출원 시」에 그 취지, 최초로 출원한 국명 및 출원의 年·月·日이 기재된 출원서를 선출원일로부터 6월 이내(특허·실용은 1년 이내)에 특허청장에게 제출해야 합니다.(디자인보호법 제23조 2항)

유의해야 할 점은 우선권 주장은 출원과 동시에 해야 하는 것과 우선권 주장은 보정사항이 아니므로 출원 시에 주장을 하지 않은 경우라면 그 후 보정에 의한 추가적 신청은 허용되지 않는다는 것입니다

나. 우선권주장증명서류의 제출

: 디자인등록출원 시에 우선권을 주장한 자는 최초의 출원한 국가의 정부가 인정하는 출원의 연월일을 기재한 서면 및 도면의 등본(우선권서류)을 디자인등록출원일로부터 3월 이내에 증명서류를 제출하면 됩니다.(디자인보호법 제23조 4항) 이 기간 내에 규정한 서류를 제출하지 아니한 경우에는 그 우선권주장은 효력을 상실하게 됩니다.(디자인보호법 제23조 5항)

우선권주장기간은 어떻게 되나요?



• 우선권주장을 인정받기 위해서는 우선권주장의 기초가 되는 최초 출원일로부터 6월 이내에 디자인등록출원을 하여야 합니다.(디자인보호법 제23조 2항)

• 이때 어느 동맹국의 디자인이 실용신안출원을 근거로 하는 우선권에 기하여 출원된 경우에 그 우선기간은 디자인에 대하여 정하여진 것과 같은 기간으로 합니다.(파리조약 제4조 E①)

2010년 송년의 밤을 보내며

임·직원 서로의 노고 격려, 부문별 표창도



우 리회는 지난해 12월 28일, 한국지식재산센터 19층 국제회의실에서 상근임원과 전 직원이 참석한 가운데 「2010년 송년의 밤」 행사를 가졌다.

지난 한 해를 반성하고 새해를 준비한 이날 행사에서는 모범 직원으로 선정된 이태한 과장 등 15명에게 우리회 회장 표창장을 수여하였다. 그리고 신규사업 제안 및 학습조직 COP 운영결과에서 우수한 성적을 거둔 이태원 계장 등 6명(발명캐릭터 개발)에게 최우수상을, 이은성 과장 등 6명(창의발명교구재 개발을 통한 신 발명교육 지원)과, 김종현 계장 등 5명(금융투자시스템 구축)에게 우수상을, 이두성 팀장 등 25명에게 장려상을 수여하였다.

이어, 행동강령 실천 및 수익증대에 기여한 이민우 과장 등 3명과 우수봉사활동을 한 김재권 과장 등 2명, 그리고 독서경영활동에 적극적으로 참여한 정정숙 과장 등 3명에게 표창장을 수여하였다.

마지막으로 고객만족의 모범을 보인 민선홍 계장 등 2명에게 친절상을, 평소 협동심과 동료애로 직원화합에 모범이 된 송재우 주임 등 2명에게 화합상을 수여하고, 투철한 봉

사정신과 근면성실한 자세로 우리회 이미지에 크게 기여한 삼성에버랜드(주) 주성균 주임 등 4명에게 모범용역직원상을 수여하였다.

모든 시상식을 마친 후, 최종협 상근부회장과 김현태 전국공공서비스노동조합 지부장의 송년사가 이어졌고, 다채로운 팀별 장기자랑 및 푸짐한 경품행사 등 유대산 전문MC의 진행으로 2010년 한 해를 마무리 했다.



2011년 시무식 개최

새로운 출발 다짐, 부문별 포상도



○ 리회는 지난 1월 3일 오전 9시 시무식을 갖고, 새로운 출발을 다짐했다. 이날 시무식에서는 2010년 교육과학기술부 직업교육선진화유공자(정진상 주임) 및 특허행정유공자(유태수 과장 등 8명)에 대한 포상, 그리고 특별승진자(이현규 계장)에 대한 임명장 수여가 있었다.

최종협 상근부회장은 포상자 외에도 맡은 바 업무를 충실히 해준 직원들에게 감사를 표하고, “급변하는 대내외적인 환경변화에 능동적으로 대처하기 위해서는 과거 전통이나 관습에 메이지 않고 마음을 부드럽게 하고 유연한 생각을 가져야 한다”고 당부하였으며, “긍정적인 시각으로 사물을 바라볼 때 문제의 해답이 눈앞에 펼쳐지고 새로운 창조의 길이 열리게 된다”고 강조하였다.

시무식을 마치고, 최종협 상근부회장과 이주열 경영기획본부장, 강성용 사업지원본부장, 홍용준 인재개발본부장은 직원들에게 배식을 하며, 따뜻한 점심을 함께 했다.

우리회, 연평도 주민돕기 성금 기탁

○ 리회는 최근 북한의 연평도 포격도발로 피해를 입은 연평도 주민들을 돕기 위해 전 임직원의 자발적 참여로 성금 모금을 벌여 삼백삼만 일천 원(W3,031,000)을 모금했다.

성금은 지난 12월 23일 KBS 한국방송을 통해 전달되었으며, 우리회 관계자는 “전국적으로 연평도 주민을 돕기 위한 지원이 끊이지 않고 있는 현 시점에 우리회 직원들도 이에 동참하게 됐다”며 “사상자들과 생활터전을 잃어버린 연평도 주민들에게 깊은 위로의 뜻을 전한다”고 말했다.

2010년 지식재산 국가대표 이공계 학생 261명 선정



「2010 캠퍼스 특허전략 유니버시아드」 대회 수상자들에 대한 시상식이 지난 12월 1일 신라호텔에서 개최되었다.

특허청과 한국공학한림원이 공동 주최하고, 우리회가 주관한 「2010 캠퍼스 특허전략 유니버시아드」 대회의 특허전략 수립 부문에서 KAIST 팀(임지나, 서정윤)이 한국공학한림원 회장상, 건국대 팀(김종호, 서현욱, 변병주)이 지식경제부 장관상을 수상하여 공동 최고상의 영예를 안았다. 또 선행기술 조사부문에서는 이명권 씨(KAIST)가 최고상인 지식경제부 장관상을 수상하였다.

지도교수 상에는 한국공학한림원 회장상 수상 팀을 지도한 KAIST 박승빈 교수, 지식경제부 장관상 수상 팀을 지도한 건국대 한수희 교수, 특허청장상 수상 팀을 지도한 경기대 이근배, 단국대 이용걸, 한국기술교대 조병관 교수가 수상하였다.

최다 수상대학 상은 선행기술 조사부문 6명과 특허전략 수립 부문 8팀이 수상한 KAIST가 차지했으며, 최다 응모대학상은 선행기술 조사부문 10팀과 특허전략 수립부문 381팀이 참가한 인하대가 선정되었다.

2008년 이후 올해 세 번째로 개최한 캠퍼스 특허전략 유니버시아드는 기업이 필요한 특허에 강한 연구인력을 양성하고, 대학의 창의적 아이디어를 기업에 제공하기 위하여 기업이 문제제출 및 심사, 상금을 후원하고 대학생이 지도교수와 함께 미래 특허획득 전략을 제시하는 산학협력 인력양성 프로그램이다.

동 대회는 가상의 출원서에 대한 선행기술 조사 후 특허가능

성을 판단하는 선행기술 조사부문과 국내외 특허를 분석하고 연구개발 전략 및 특허획득 방향을 수립하는 특허전략 수립부문으로 나뉘어 치러졌다. 43개 기업이 문제를 출제한 이번 대회에는 총 97개 대학 3,731팀(지도교수 728인)이 참가하여 치열한 경쟁 속에 진행되었다.

Li-ion 2차전지용 olivine계 양극 활물질에 대해 미래 특허 획득 전략을 제시하여 한국공학한림원 회장상을 받은 KAIST 임지나 씨는 “미래 에너지기술은 신재생에너지와 전기 배터리의 융합으로 갈 것이기에, 차세대 배터리 기술에 대한 특허를 전략적으로 확보하여 경쟁국보다 먼저 특허를 선점해야 한다”고 말하면서 “리튬 이차전지는 녹색성장과 관련해서 반드시 더 연구하고 개발되어야 하는 에너지 저장매체”라고 대회 참가소감을 밝혔다.

심사위원으로 참가한 기업 관계자는 “참가 학생들의 핵심 특허 추출방법이 독창적이고 실용성이 뛰어났으며, 대안제시 등에서 창의적 아이디어는 실무자로서도 매우 인상적이다”고 평가했다.

한편 특허청 우종균 산업재산정책국장은 “앞으로 이 대회가 특허에 강한 이공계 우수 인력을 양성하여 산업계에 배출하는 등용문으로 자리매김할 수 있도록 수상자 취업 지원에 많은 노력을 기울이겠다”고 말했다.

이날 행사에는 윤종용 한국공학한림원 회장, 김창룡 특허청 차장, 최종협 상근부회장 등 기업관계자 600여 명이 참석하였다.

풍림무약, 특허사업화 성공사례 금상 수상

‘개방형 기술혁신’ 모범업체의 성공사례로 확산



특허 거래를 통한 사업화 성공사례를 확산하기 위해 특허청과 우리회는 지난 12월 2일부터 이틀간 코엑스 컨퍼런스룸(317호, 318호)에서 「2010 특허유통페스티벌」을 개최하였다.

특허청이 주최하고 우리회가 주관한 2010 특허기술이전·사업화 성공사례 발표회에서는 풍림무약(주)(대표 이정석)이 금상(지식경제부 장관상)을 수상했다.

이날 성공사례 발표회에는 IT, 바이오, 환경기술 등 다양한 분야에서 23개 업체가 참가했으며, 변리사 투자자문가 등 관련 전문가의 엄격한 심사를 거쳐 최종 7개의 수상기업이 선정됐다.

금상을 수상한 풍림무약(주)는 신제품 연구개발비 절감을 위해 ‘새로운 서방성 다중 유닛 제형’ 기술을 의약품제제 전문기업(CRO : Contract Research Organization)으로부터 이전받아 제품화에 성공했다.

풍림무약은 이와함께 CRO로부터 신규사업 아이템에 대한 기술이전을 추가로 진행 중에 있으며, 이를 통해 추후 매출 성장과 함께 양사의 강점을 조합한 새로운 사업모델을 성공시켜 제약업계의 새로운 패러다임을 제시한다는 전략이다.

우리회 최종형 상근부회장은 “이번 행사는 개방형 기술혁신의 모범사례를 확산하고 이를 통해 오픈 이노베이션에 대한 붐을 조성하기 위한 취지에서 준비됐다”면서 “기업들이 보다 적극적으로 특허기술이전에 관심을 가진다면 업종 경쟁력을 한 단계 도약시킬 수 있는 계기가 될 것”이라고 강조했다.

올해 최고의 대학생 발명에 “성에 없는 냉난방기기(히트펌프)” 2010 대학창의발명대회 대상 ‘충주대 팀’ 수상

학생부문 27개 팀, 지도교수 7명, 우수발명동아리 10팀 수상
발명제안에서부터 시제품 제작까지 대학생 발명대회



올해 최고의 대학생 발명에 “성에 없는 냉난방기기(히트펌프)”
2010 대학창의발명대회 시상식

특허청, 한국과학기술단체총연합회, 한국창의재단이 공동 주최하고, 우리회가 주관한 이날 대회에서 충주대학교 팀(조용환, 송낙영)이 국무총리상(대상)을 수상하는 영예를 안았다.

교과부 장관상(최우수)은 건국대(하성민, 이상환, 김선용)와 인제대(곽민아, 김규현, 김은진)가, 지경부 장관상(최우수)은 카이스트(황성재)와 경희대·단국대(천안) 연합 팀이, 과총 회장상(최우수)은 상명대(황보현)와 건국대학원(안영석)에서 수상하였다.

지도교수 상에는 국무총리상 수상 팀을 지도한 충주대학교 전창덕 교수, 교과부 장관상(최우수) 수상 팀을 지도한 건국대 강철구·인제대 안덕현 교수, 지경부 장관상(최우수) 수상 팀을 지도한 한국과학기술원 장재석·단국대 우광준 교수, 과총

회장상(최우수) 수상 팀을 지도한 상명대 유부미·건국대 김지인 교수가 수상하였다.

우수발명동아리 상에는 기상천외(성균관대), APOS(영동대), KAINOVATOR(KAIST), 바람개비(송실대), 연세아이디어연구회(연세대), 거북선신화(금오공대), 발명개발연구회(서울산업대), 아이디어뱅크(인하대), 말랑말랑한 뇌(이화여대), 엉뚱한 사람들(숙명여대)이 수상하였다.

올해 대학생 최고의 발명으로 선정된 ‘성에 없는 냉난방기기(히트펌프)’는 난방 시 실외기에 성에가 발생하는 것을 방지하여 꾸준한 난방을 가능하게 한 발명으로서, 이를 개발한 송낙영 씨는 “냉난방기기(히트펌프)의 성능을 증가시킴으로 인해 에너지의 절약은 물론 히트펌프의 보급을 앞당기는 계기가 될 것”이라고 말했다.

한편, 핸드폰에 적용되는 ‘곡선형 타임라인’으로 지경부장

관상을 수상한 황성재 씨는 지난해 대상 수상에 이어 2년 연속 수상하여 화제가 되었다. KAIST 박사과정 학생인 황 씨는 작년 대상인 ‘멀티터치 기반의 한글입력 방법’을 기술이전하고 기술료를 받는데 이어, 한 손가락만으로도 멀티터치와 동일한 효과를 낼 수 있는 ‘가상 손가락’ 기술로 5억 원의 기술이전을 성사시켜 ‘돈 버는 학생발명가’로 부러움을 사고 있다.

올해 처음 열린 대학창의발명대회는 대학사회에 발명과 특허에 대한 관심도 제고와 창의력 있는 우수 발명인재를 발굴·양성하고, 대학(원)생 연구 성과의 특허출원 및 사업화를 양성하기 위한 목적으로 시작됐다.

특히, 이 대회는 학생들이 발명아이디어를 구상하면 이에 대한 선행기술이 있는지를 조사할 수 있도록 교육하고, 발명을

완성한 후 시작품을 만들어 발명이 제대로 작동하는 지를 검증하도록 하는 등 연구개발 과정을 경험하게 하고 있다.

이번 대회는 「발명연구부문」과 「발명특허부문」으로 나누어 진행되었으며, 발명연구부문은 97개 대학 1,187팀, 발명특허부문은 83개 대학, 803팀 등 총 120개 대학에서 1,990팀이 참가하여 치열한 경쟁을 벌였다.

우종균 특허청 산업재산정책국장은 “이 대회는 창의력 있는 발명인재를 양성하고 대학생의 발명활동을 활성화하기 위해 개최하고 있다”면서 “수상한 우수발명에는 특허출원비를 보조하여 특허로 권리화 될 수 있도록 지원하고, 수상자가 창업이나 기술이전을 희망하는 경우 중소기업청 등과 협력하여 이를 지원해 나갈 것”이라고 밝혔다.

<2010 대학창의발명대회 수상자 현황>

▶ 학생부문

상격	학교명	성명	학년	출품명
대상	충주대학교	조용환 송낙영	4 4	착상방지 기능 실외기 코일을 적용한 히트펌프
최우수상	건국대학교	하성민 이상환 김선용	4 4 4	원형기둥을 상층 하강하여 사람을 따라가며 감지 활성하는 보안용 카메라
최우수상	인제대학교	곽민아 김규현 김은진	4 4 4	장애아동의 재활 훈련을 위한 놀이치료용 오투이 목발
최우수상	한국과학기술원	황성재	박사과정	비직선 타입라인바
최우수상	경희대학교 단국대학교 단국대학교	이은진 이황재 심선보	4 4 4	Ball Segway
최우수상	상명대학교	황보현	4	선반형 여행용 가방
최우수상	건국대 일반대학원	안영석	석사과정	LCD기반의 멀티터치 테이블탑 인터페이스 제공 시스템 및 그 방법
우수상	서울과학기술대학교	김도현 조재윤 박지수	4 4 4	안드로이드 스마트폰에서의 강화된 프라이버시 보호 솔루션
우수상	금오공과대학교	송국은 조기영 안정일	4 4 4	반자동 모종기 (A SEMIAUTOMATIC HOLING DEVICE FOR SEEDING)
우수상	성균관대학교	김현식 김지현 임종민	2 4 4	홀립방지 및 유량조절이 가능한 마개
우수상	인하대 공학대학원 서울시립대학교 서울시립대학교	심주현 박규태 이덕권	석사과정 박사과정 박사과정	외부 세균 침입을 방지하기 위한 자동 차폐가 가능한 복막 투석용 원터치 커버
우수상	영동대학교	정종훈 송상미 황다영	4 4 4	여단이문의 안전장치 (A safety device of opening and shutting doors)
우수상	영남대학교	박재범 지교은	3 4	지진대피용 책상
우수상	부산대학교	김종우 이성훈 박예지	3 3 3	자이로센서가 장착된 하이브리드형(Hybrid-Type) R.O.V
우수상	성균관대학교	심재룡 채일경 김민정	2 2 2	칼날절단장치가 일체화된 커터칼



▶ 학생부문

상격	학교명	성명	학년	출품명	
장려상	서울과학기술대학교	류호준	4	동적 소음저감 기법을 적용한 차량용 소음기 설계기술에 관한 연구	
		이종진	4		
		방미연	4		
장려상	경기대학교	박순기	3	저전력 보행이 가능한 4족 로봇 구원 방법	
		김국화	4		
		차혜미	4		
장려상	건양대학교	김도경	3	교정환자를 위한 이중 용도를 갖춘 칫솔	
		김진주	3		
		양선연	3		
장려상	전북대학원	김거식	박사과정	장음 분석을 통한 비침습적인 장 운동성 측정 장치 및 방법	
		유상훈			석사과정
		김민호			석사과정
장려상	건국대학교	권대호	3	(휴대용)측면 각도 절단용 자	
장려상	서울대학교	장성준	4	Chasing Suitcase	
		전경식	3		
		홍영석	3		
장려상	제주대학교	윤정환	4	취수꼭지 분리 가능한 호스식 홈바형 정수기	
		김혜영	4		
장려상	숭실대학교	주재한	3	Tablet PC의 가상키보드 사용에 키감(Keystroke)을 부여하는 법	
		이효승	3		
		임성민	1		
장려상	경희대학교	진선웅	4	생체 신호를 이용한 Driving Simulation System	
		홍윤호	4		
		김원기	4		
장려상	연세대학교 건국대학교	서동식	3	바이메탈을 이용한 안전 젓꼭지방	
		김민수	1		
장려상	서울시립대학교	공정렬	3	산업 부산물로 분류된 베타-글루칸의 상처회복 촉진을 위한 의약품 개발	
		주란	3		
		한진태	4		
장려상	한국과학기술원	박영우	3	감성 전달이 가능한 모바일 기기 및 이를 이용한 통신 방법	

▶ 지도교수 부문

학생상격	출품명	지도교수	학교	전공
대상	착상방지 기능 실외기 코일을 적용한 히트펌프	전창덕	충주대학교	기계공학과
최우수	원형기둥을 상승 하강하여 사람을 따라가며 감지 촬영하는 보안용 카메라	강철구	건국대학교	기계공학부
최우수	장애아동의 재활 훈련을 위한 놀이치료용오목이 목발	안덕현	인제대학교	물리치료학과
최우수	비직선 타일라인바	장재석	한국과학기술원	산학협력단장
최우수	Ball Segway	우광준	단국대학교	전기·전자공학과
최우수	선반형 여행용 가방	유부미	상명대학교	산업디자인과
최우수	LCD기반의 멀티터치 테이플탑 인터페이스제공 시스템 및 그 방법	김지인	건국대학교	신기술융합학과

▶ 우수발명동아리상

상격	학교명	동아리명
최우수발명동아리상	성균관대학교	기상친의
우수발명동아리상	영동대학교	APOS
우수발명동아리상	한국과학기술원	KAINOVATOR
발명동아리상	숭실대학교	바람개비
발명동아리상	연세대학교	연세아이디어연구회
발명동아리상	금오공과대학교	거북선신화
발명동아리상	서울과학기술대학교	발명개발연구회
발명동아리상	인하대학교	아이디어뱅크
발명동아리상	이화여자대학교	말랑말랑한 뇌
발명동아리상	숙명여자대학교	영똥한 사람들

우리회, 발명 장학생 최종 선발

우리회는 지난 12월, 창의적 잠재력을 지닌 발명 장학생 최종 명단(100명)을 공개했다. 이번 발명 장학생 선발은 제8회로, 최종 선발된 학생들에게는 특허청장 장학증서 및 메달이 수여되었으며, 사회적으로 어려운 환경에 처한 학생들에게는 장학금이 지급되었다. 또한 이번에 선발된 100명의 학생들은 금년 2월 중에 창의발명 연수(4박 5일)에 참여하게 된다.

발명 장학생에 선발된 학생들은 다음과 같다.

접수번호	성명	접수번호	성명	접수번호	성명
45	곽대훈	20	김성민	15	서명빈
81	김윤근	24	서지훈	16	이수완
110	장재량	31	최제인	17	김현신
117	김한나	64	김 범	27	이도영
164	구명희	114	김용택	77	황규원
193	최병수	123	도건우	104	문해림
345	오택범	130	권서원	122	안병욱
400	정훈모	191	허진호	139	최준혁
403	임한이	192	박우준	144	최백신
409	정윤섭	204	강윤서	149	오혜정
411	원준하	211	김내환	187	심세용
432	조현석	226	김동현	203	황동규
433	이재홍	244	차준형	205	김민상
434	한준희	252	김수정	212	김 건
448	이륜영	276	김동민	232	연희연
449	김관동	302	이석진	239	노종원
452	김민기	367	김보경	262	이가람
472	조현상	391	오정석	271	서성윤
481	이동기	429	서지혜	278	임다영
485	이종찬	490	박강호	284	신승우
486	김아라	499	손현솔	294	나거성
538	임영민	503	김규동	349	이재원
547	이수열	526	윤도성	352	이규미
549	최지은	530	이창렬	353	최원교
550	조계연	531	정제윤	356	오다찬
555	남진우	532	김병현	360	김다인
557	고대관	561	김준호	368	양지석
580	김건무	645	송현서	386	권우진
582	차두용	648	이승우	405	한민지
626	민서영	654	변정윤	454	최민서
470	김예찬	492	박혜빈	566	한세아
588	오지은	591	김기환	596	공보람
621	강민령	632	황수빈	633	오정윤
661	방우현				

12월

회원가입을 축하합니다



- 회원명 : (주)천일기술단
- 대표자 : 김석환
- 업태/종목 : 서비스/토목엔지니어링 서비스
- 주소 : 서울시 강남구 역삼동 732-23 천일빌딩
- 전화번호 : 02-558-1001
- 홈페이지주소 : www.chunileng.co.kr



- 회원명 : (주)한국종합기술
- 대표자 : 이강록
- 업태/종목 : 서비스업/건설
- 주소 : 경기도 성남시 중원 금광동 4845
- 전화번호 : 02-2049-5288
- 홈페이지주소 : www.kecc.co.kr



- 회원명 : 주식회사 동해종합기술공사
- 대표자 : 정점래
- 업태/종목 : 서비스업/차량무인감시 및 경보시스템
- 주소 : 서울시 성동구 성수동2가 280-21 우림e-Biz센터 610호
- 전화번호 : 02-575-1199
- 홈페이지주소 : www.dh2002.co.kr



- 회원명 : (주)아이비티알앤씨
- 대표자 : 이민재
- 업태/종목 : 서비스
- 주소 : 서울시 서초구 양재동 16-6 심산빌딩 6층
- 전화번호 : 02-529-0608



- 회원명 : (주)동아시아언스
- 대표자 : 김두희
- 업태/종목 : 제조/출판
- 주소 : 서울시 서대문구 충정로3가 139번지 동아일보사 16층
- 전화번호 : 02-6749-2000
- 홈페이지주소 : www.dongascience.com



- 회원명 : 풀림무약주식회사
- 대표자 : 이정석, 이중철
- 업태/종목 : 제조업 외/ 의약품 외
- 주소 : 서울시 중구 남대문로5가 120 단암빌딩 22층
- 전화번호 : 02-757-3071
- 홈페이지주소 : www.richwood.net



- 회원명 : 수자원기술주식회사
- 대표자 : 정승수
- 업태/종목 : 건설/상하수도공사업, 일반, 토목
- 주소 : 경기도 성남시 분당구 아탑동 345-2 한승베네피아 2층
- 전화번호 : 031-724-5300
- 홈페이지주소 : www.wareco.co.kr



- 회원명 : (주)선엔지니어링종합건축사사무소
- 대표자 : 오선교
- 업태/종목 : 건설업/건축설계
- 주소 : 충북 청주시 상당구 영동 50-2 선빌딩
- 전화번호 : 043-220-8500
- 홈페이지주소 : www.seon.co.kr



- 회원명 : 주식회사 서용엔지니어링
- 대표자 : 박철한
- 업태/종목 : 제조, 서비스/ 전자유량계 및 환경계측기기
- 주소 : 부산시 강서구 송정동 1493-10
- 전화번호 : 051-831-6171
- 홈페이지주소 : seoyong@seoyong.co.kr



- 회원명 : (주)유탐엔지니어링건축사사무소
- 대표자 : 길종일
- 업태/종목 : 사업서비스업
- 주소 : 전라남도 화순군 화순읍 교리 102-11번지
- 전화번호 : 061-370-1000
- 홈페이지주소 : www.u-top.co.kr



■ 회 원 명 : 국제특허 정률
 ■ 대 표 자 : 배성렬
 ■ 업태/종목 : 서비스/변리사
 ■ 주 소 : 서울시 강남구 대치동 891-62 동영빌딩 4층
 ■ 전화번호 : 02-558-1144
 ■ 홈페이지주소 : www.jrpat.com



■ 회 원 명 : 휴롬엘에스(주)
 ■ 대 표 자 : 민영일
 ■ 업태/종목 : 가전, 부동산
 ■ 주 소 : 경남 김해시 주촌면 양동리 406-1번지
 ■ 전화번호 : 055-724-1700
 ■ 홈페이지주소 : www.hurom.co.kr



■ 회 원 명 : 특허법인 대한
 ■ 대 표 자 : 장호진
 ■ 업태/종목 : 서비스
 ■ 주 소 : 서울시 강남구 역삼동 735-36 부봉빌딩 2층
 ■ 전화번호 : 02-3452-9933
 ■ 홈페이지주소 : www.doumpat.com



■ 회 원 명 : (주)씨에프오아카데미
 ■ 대 표 자 : 전병문
 ■ 업태/종목 : 교육서비스
 ■ 주 소 : 서울시 강남구 역삼동 746 PMK빌딩 1층
 ■ 전화번호 : 02-501-2322
 ■ 홈페이지주소 : www.cfoi.kr



■ 회 원 명 : 프렌즈국제특허법률사무소
 ■ 대 표 자 : 이윤원
 ■ 업태/종목 : 서비스/변리사
 ■ 주 소 : 서울시 강남구 역삼동 642-16 성지하이츠 2차 4층 411호
 ■ 전화번호 : 02-563-4593
 ■ 홈페이지주소 : www.friendspat.co.kr



■ 회 원 명 : 지심아이피엔 컴퍼니
 ■ 대 표 자 : 유성원
 ■ 업태/종목 : 서비스/변리사
 ■ 주 소 : 서울시 강남구 역삼동 827-59 타임코빌딩 3층
 ■ 전화번호 : 02-557-3570
 ■ 홈페이지주소 : www.jeeshim.com



■ 회 원 명 : 가람특허법률사무소
 ■ 대 표 자 : 고영갑
 ■ 업태/종목 : 변리사업
 ■ 주 소 : 경기도 성남시 수내동 16-3 코포모타워 610호
 ■ 전화번호 : 031-778-8750

■ 회 원 명 : (주)원컴피알
 ■ 대 표 자 : 이봉원
 ■ 업태/종목 : 서비스
 ■ 주 소 : 서울시 강남구 역삼동 828-25 대륜빌딩 3층
 ■ 전화번호 : 02-508-7238

■ 회 원 명 : 김인균
 ■ 주 소 : 경기도 김포시 풍무동 759번지 유현마을 프라임A 210동 301호
 ■ 전화번호 : 011-332-3396

■ 회 원 명 : 타코스
 ■ 대 표 자 : 고현규
 ■ 업태/종목 : 제조/프라스틱 성형제품
 ■ 주 소 : 부산시 사하구 괴정동 1126-14
 ■ 전화번호 : 070-8232-8355
 ■ 홈페이지주소 : www.etakos.com

■ 회 원 명 : 하나국제특허법률사무소
 ■ 대 표 자 : 김익환, 신창준
 ■ 업태/종목 : 서비스/변리사
 ■ 주 소 : 서울시 강남구 역삼동 648-15 신원빌딩 1층
 ■ 전화번호 : 02-522-0555
 ■ 홈페이지주소 : www.hanapatent.com

■ 회 원 명 : (주)메디오피아테크
 ■ 대 표 자 : 장일홍
 ■ 업태/종목 : 서비스/ 온라인교육 서비스 외
 ■ 주 소 : 서울시 강남구 도곡동 545-14 양재빌딩
 ■ 전화번호 : 02-3460-8500
 ■ 홈페이지주소 : www.mediopia.co.kr

■ 회 원 명 : (주)아진게네시스
 ■ 대 표 자 : 박종명
 ■ 업태/종목 : 제조
 ■ 주 소 : 인천시 남동구 고잔동 642-14번지 72블록 15롯데
 ■ 전화번호 : 070-7608-6071
 ■ 홈페이지주소 : www.aginggenesis.co.kr

■ 회 원 명 : (주)휴모션
 ■ 대 표 자 : 김성진
 ■ 업태/종목 : 서비스
 ■ 주 소 : 대전광역시 유성구 장대동 337-6번지 성원빌딩 6층
 ■ 전화번호 : 042-822-1681
 ■ 홈페이지주소 : www.humotion.co.kr

■ 회 원 명 : (주)디자인시티커뮤니케이션
 ■ 대 표 자 : 황정용
 ■ 업태/종목 : 서비스
 ■ 주 소 : 경기도 부천시 오정구 삼정동 36-1 테크노파크 쌍용3차 301동 407호
 ■ 전화번호 : 032-624-2333
 ■ 홈페이지주소 : www.designcity.co.kr

■ 회 원 명 : (주)두민커뮤니케이션
 ■ 대 표 자 : 김선삼
 ■ 업태/종목 : 제조/학술연구용역
 ■ 주 소 : 서울시 서초구 서초동 1431-7 일광빌딩 302호
 ■ 전화번호 : 02-598-3766
 ■ 홈페이지주소 : www.doomin.kr

월간 「발명특허」 광고게재 안내

우리회 회지인 월간「발명특허」誌는 각 회원사 및 국내외 유관기관, 기업, 도서관, 학교, 발명가, 주부 및 학생 등에 광범위하게 제공되고 있는 발명진흥사업의 활성화를 비롯한 국내외 산업재산권제도 및 정보자료의 대변지입니다. 다음과 같이 본지에 귀사의 홍보를 위한 광고안내를 하오니 많은 참여 바랍니다.

원고모집안내

월간「발명특허」誌는 국내·외 지식재산권에 대한 분야별 전문적 의견과 논문, 그리고 정책·기획·출원 동향 등에 관한 유용한 정보를 널리 확산 보급함으로써 우리나라 지식재산권 발전에 기여함을 목적으로 발간되는 전문지입니다. 본 「발명특허」誌가 우리나라 지식재산권 관련 정보의 선도 및 기술·정책 전문지로서의 소임을 다할 수 있도록 관련 분야별 전문가 여러분의 적극적인 관심과 투고를 부탁드립니다. 게재된 원고에 대해서는 소정의 원고료를 지급하여 드립니다.

- 모집분야: 지식재산권 관련 논문, 발명칼럼, 판례 등
- 원고제목: 관련 분야별로 자유로이 선택
- 원고분량: 제한없음
- 모집시기: 수시
- 보내실곳(E-mail): eldaah7@kipa.org

회원 동정 접수

- 2009년 9월부터 **【회원동정】** 코너를 개설하였습니다.
「회원동향」란에 실을 수 있는 회원사의 동정과 보도자료를 매월 15일까지 이메일로 송부해 주시기 바랍니다.
- 원고분량: A4(1/2매, 글자크기: 12포인트), 관련 사진자료 1매 함께 제출 (보도자료 형태도 무관함)
 - 보내실곳: eldaah7@kipa.org

광고 및 원고 모집 문의 : 한국발명진흥회 발명진흥팀 TEL (02)3459-2797

광고가격(1개월 기준)

광고게재면	규격	가격	비고
표지 4	칼라 전면	900,000	부가세 별도
표지 3	"	700,000	
표지 2	"	700,000	
내지 화보	"	500,000	
내지 흑백	흑백 전면	300,000	

우리회 지회 안내

지회	지회장	사무국장	주소	연락처
부산지회	박명훈	김유현	부산시 남구 문현3동 243번지	051-645-9683
광주지회	고정주	김 일	광주광역시 광산구 도천동 621-15 중소기업종합지원센터 2층	062-954-3841
강원지회	차명진	김현웅	강원도 춘천시 후평1동 198-25	033-258-6580

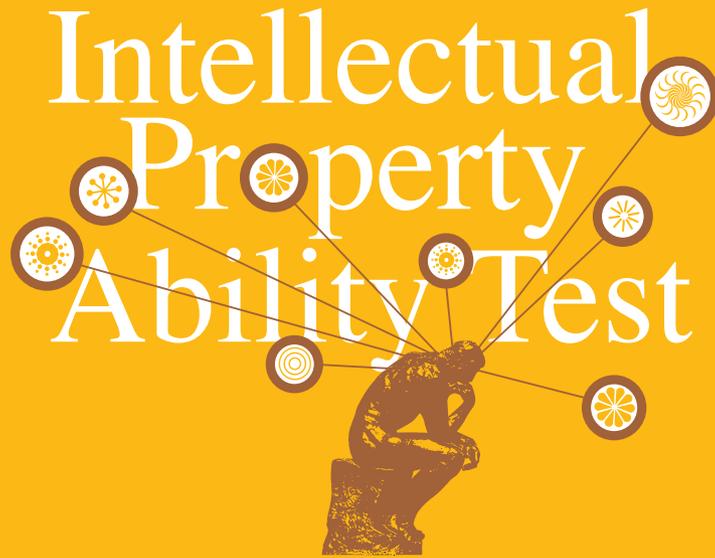
편집 : 발명진흥팀 김민국 (Tel. 02-3459-2797, Fax. 02-3459-2799)

2011년 주요 국제발명품전시회 일정

참가전시회

전시명	전시기간	출품안내 및 접수
태국 발명가의 날 행사	2.2 ~ 2.5	1월 초
제네바 국제발명·신기술 및 신제품 전시회	4.6 ~ 4.10	2월 말
말레이시아 국제발명품전시회	5.20 ~ 5.22	3월 말
피츠버그 국제발명투자전시회	6.14 ~ 17	4월 말
모스크바 국제발명투자전시회	미정	5월 말
대만 국제발명품전시회	9.29 ~ 10.2	7월 말
독일 국제아이디어·발명·신제품 전시회	10.27 ~ 10.30	8월 말

지식재산능력시험



IP세상, IPAT으로 준비하세요!

지식재산시대 나의 경쟁력
지식재산능력시험

IPAT 실시요강

지식재산능력시험이란?

발명진흥법상 법인기관인 한국발명진흥회에서 주관하는 유일한 지식재산능력 공인시험으로 기본 지식과 실무활용 능력을 평가하는 시험

- 대 상 : 지식재산에 관심이 있는 전 국민 대상
- 응 시 료 : 개인 20,000원, 단체 18,000원(단체는 시험본부에 등록된 단체)
- 시 험 장 소 : 서울, 대전, 대구, 부산, 광주 등 5개 도시
- 출 제 양 식 : 5지선다 / OMR기입식 (객관식)
- 공 식 사 이 트 : ww.ipat.or.kr
- 문 의 : 02-3459-2777 / 2888

교재안내

지식재산능력시험 대비 표준교재

"지식재산의 정석"



- 전국 서점에서 판매중
- 가격 : 20,000원
- 출판사 : 도서출판 박문각
- 목차
 - Part 1 : 지식재산의 기초
 - Part 2 : 지식재산의 창출
 - Part 3 : 지식재산의 보호
 - Part 4 : 지식재산의 활용