

스마트폰으로 QR코드를 찍어보세요. 창조와 도전으로 반짝이는 '발명특허' 이야기가 여러분을 찾아갑니다.

생각의 불편이 현실을 뛰어 넘어 창조적 행동으로 이어진다면, 그것이 곧 개인과 인류를 이롭게 하는 것입니다. '발명'은 상상만으로도 즐거운 '도전'입니다.



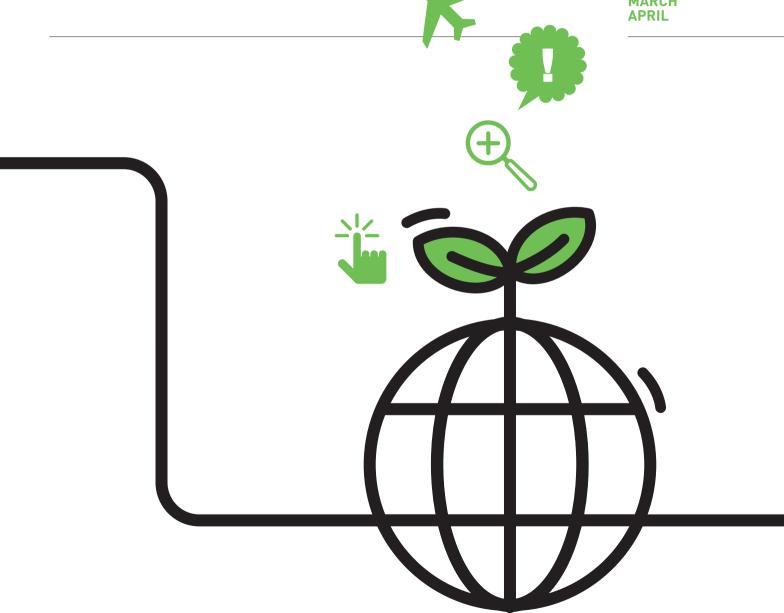
SPECIAL GLOBAL PROFESSIONALISM

COLUMN / Born Global 기업의 성공 열쇠는 '지식재산' KIPA ACTIVITY / 만화로 배우는 신개념 발명학습교재 「발명수호전」 출간

INTERVIEW / 한경희 한경희생활과학 대표

03 04

VOL.439 2013 MARCH





GLOBAL PROFESSIONALISM

21세기, 지식화·정보화 사회로 빠르게 진입하면서 글로벌 시대가 요구하는 인재상은 확실해졌다. 스스로 전문적인 역량을 갖춘 프로페셔널한 인재가 필요하게 된 것이다. 이러한 시대의 흐름에 발맞추기 위해서는 아래 세 가지를 갖춰야 한다.

첫째, 특정 직무를 성공적으로 수행하는데 필요한 능력과 자질인 '역량(Competency)', 둘째, 조직에 적합하고 함께 일하고 싶은 호감을 불러일으키는 '성격(Character)', 셋째, 회사를 위해 희생할 수 있는 마음가짐과 자세인 '헌신(Commitment)'. 이 세 가지야말로 21세기 글로벌 시대에 요구되는 필수 자질이라 한 수 있다



세상을 밝히는 발명과 특허 이야기



2013 MARCH APRIL

한국발명진흥회 지식재산 전문정보지[발명특허]는 한국도사잡지윤리위의 실천요강을 준수합니다. 본자에 게재된 기사는 본회의 견해외는 다를 수도 있습니다.

발행일 | 2013년 4월 5일

발행처 | 한국발명진흥회(서울시 강남구 테헤란로 131 한국지식재산센터)

발행인 | 김광림 **편집 · 기획 |** 한국발명진흥회 기획팀 박선민(023459*2721*) www.kipa.org

편집디자인·제작 I ㈜홍커뮤니케이션즈 www.hongcom.co.kr









contents

SPECIAL	GLOBAL PROFESSIONALISM	
COLUMN	Born Global 기업의 성공 열쇠는 '지식재산'	04
KIPA ACTIVITY	만화로 발명을 배우는 신개념 발명학습교재 「발명수호전」 출간	08
INTERVIEW	집에서 시작된 발상, 해외서도 통했다 – 한경희 한경희생활과학 대표	<u>12</u>
IP FOCUS	① 글로벌 특허전쟁 시대의 생존 전략	<u>16</u>
	② 시장창출 중심의 경제개발협력에서 특허정보 적극 활용해야	<u>20</u>
	③ 창조사회가 낳은 지식재산권 전쟁	<u>24</u>
	④ 글로벌 동향	<u>28</u>
발명家 사람들	기업을 흥하게 만드는 성공적인 특허기술 경영전략	<u>32</u>
함께 그리는 세상	연탄 한 장의 가치, 365일 사랑의 불씨를 지피다	<u>36</u>
지식 더하기, 기술 나누기	원칙과 기초로 다져진 내실, 세계일류 상품을 개발하다 – (주)롤팩	<u>40</u>
트렌드 리포트	빅 데이터(big data) 시대의 도래, 정보가 세상을 지배하다	44
생활 속 발명이야기	의료기구의 변신은 무죄 – 이영희 조선대학교병원 간호사	<u>46</u>
IDEA 공작소	공간이 사유를 압도한다! 모두가 사색가가 되는 그곳, 제니퍼소프트	<u>48</u>
IP NEWS		<u>52</u>
KIPA NEWS		<u>56</u>
특허 Q&A		<u>60</u>

Born Global 기업의 성공 열쇠는

혁신 경쟁시대의 성공 키워드

'지식재산'



불황에도 불구하고 많은 한국 기업들이 활발하게 글로벌 시장 진출을 모색하고 있다. 정체된 내 수 시장을 벗어나 지속적인 성장의 기회를 해외 시장에서 찾고 있는 것, 과거와 다른 점이 있다면 중소기업이나 벤처기업도 해외 시장에 진출하기 좋은 여건이 조성됐다는 점이다. IT 분야 등 기 술 기업이나 콘텐츠 기업들은 앱 스토어와 SNS와 같은 글로벌 플랫폼들을 해외 유통의 창구로 삼을 수 있다. 뿐만 아니라 선진국 기업들의 해외 아웃소싱과 해외 구매가 보편화되면서 부품 제 조업체들도 기술 중개업체나 이웃소싱 중개업체를 통한 해외 시장 진출이 가능해졌다. 크라우드 소싱(Crowd-sourcing)과 같이 아이디어 자체를 세계 각지에서 얻는 방법을 활용하는 다국적 기업들도 늘고 있다. 이제 남과 다른 차별화된 기술과 지식, 아이디어만 있다면 누구라도 글로벌 기업으로 발돋움할 수 있는 시대다.

'강남스타일'의 성공이 하국 무화 사업계

나아가 경영계에 세운이정표는 무엇일까





말춤 하나로… 강남 스타일, 글로벌 고객과 만나다

'강남스타일'의 성공이 한국 문화 산업계. 나아가 경영계에 세운 이정표는 무엇일까. 빌보드 차트 2위, 유튜브 최다 조회수 등의 수치도 있지만, 필자는 강남스타일이 '글로벌 세그먼트(global segment)'에 소구한 한국 최초의 대중음악이라는 점을 꼽고 싶다. 글로벌 세그먼트는 여러 나라에 걸 쳐 유사한 소비 성향을 보이는 동질적인 소비자군을 의미한다. '국제가수' 싸이는 말춤 하나로 엔터 테인먼트 산업의 중심인 미국은 물론 유럽과 아시아를 열광시켰다.

지금까지 한류를 연구한 국내외 경영학자들은 대부분 K팝의 성공은 일부 아시아 지역에 국한된 현 상이라고 봤다. 미국, 유럽, 남미에도 팬이 있긴 하지만 이들은 기존 주류 대중음악과는 다른 뭔가 독특하거나 새로운 것을 찾는 취향을 가진 사람들이라고 설명했다.

이런 분석은 경영학계에서 일반적으로 받아들여지는 국제화(해외진출) 이론과 궤도를 같이 한다. 국제경영 분야에서는 일반적으로 글로벌 시장을 선진국, 개발도상국(중진국), 저개발국(빈곤국)의 피라미드 형태로 단순하게 구분한다. 기업의 해외 진출 방법을 다루는 국제화 이론도 이러한 관점 을 수용한다. 해외 시장에 진출하고자 하는 기업은 경제발전단계나 문화적 배경이 유사한 인접 국 가로 먼저 진출해 경험을 쌓은 후 점차 지리적 · 경제적 · 문화적 거리가 먼 나라로 확대해 나가야 하며, 또 간접수출, 직접수출, 해외물류 거점 확보, 해외생산 거점 확보의 단계를 거쳐 차근차근 해 외에 진출해야 한다는 '단계적 진출 모델(Stage Model)'이 널리 받아들여져 왔다.

이와는 달리 전 세계를 하나의 시장으로 보는 글로벌 세그먼트 개념은 부유층을 대상으로 한 명품 업체 또는 강력한 브랜드를 갖춘 일부 다국적기업에만 어울리는 것으로 여겨져 왔다. 이런 기업들 은 지역 또는 국가별 욕구의 차이를 반영하는 현지화 전략을 잘 쓰지 않는다. 제품은 물론, 마케팅, 프로모션에서도 철저하게 표준화 전략을 고수한다.

넓어진 글로벌 진출 기회. 관건은 지식 경쟁력

정보통신기술과 교통의 발달, 이에 따른 국제적 교류 및 커뮤니케이션 활성화는 글로벌 세그먼트의 범위와 크기를 확대시키고 있다. 이는 중소기업이 보다 쉽게 해외 시장을 공략할 수 있는 기회가 된다. 창업 초기부터 글로벌 시장을 노리는, 즉 '본 글로벌(born global)'을 표방하는 기업들도 나오고





혁신 경쟁의 시대에는

남다른 지식과 역량, 노하우를 보유하고 있는지가 무엇보다 중요하다 있다. 몇 년 전까지만 해도 소프트웨어 등 Γ 기업들이 대부분이었다. 이제는 온라인 및 모바일 공간에서 소비될 수 있는 음악, 영상, 게임, 지식 등 문화콘텐츠 산업에서도 본 글로벌 기업들이 성공할 수 있는 여건이 마련됐다.

본 글로벌 전략이 성공하려면 어떻게 해야 할까. 거대 다국적기업들은 인수합병(M&A) 또는 직접 법인 설립(green—field)을 통해 글로벌 시장에서 필요한 역량 또는 자원을 자신의 것으로 '내부화 (internalize)'함으로써 비용을 낮추거나 차별화된 경쟁력을 갖춘다. 그러나 이러한 방법은 신생 벤처기업이나 중소기업이 시도하기에는 불가능에 가깝다. 벤자민 오비애트(Benjamin Oviatt), 패트리 샤 맥두걸(Patricia McDougall) 등 이 분야를 연구한 경영학자들은 '일부 내부화(internalization of some transactions)'를 성공 조건으로 제시했다. 신생 벤처기업들은 해외 시장에서 성공하기 위해 필요한 역량ㆍ자원을 전략적 제휴, 합작법인, 라이센싱, 네트워크와 같은 하이브리드 조직 형태로 갖춰야 한다는 것이다.

또 하나 전문가들이 무엇보다 강조하는 점은 남과 다른 고유한 기술 또는 아이디어는 자체적으로 보유해야 한다는 것이다. 이때 차별화된 기술과 아이디어는 반드시 완전히 새로운 것이 아닐 수도 있다. 기존의 것들을 쪼갠 후 다시 재조합함으로써 차별화된 가치를 제공할 수 있는 것. 피카소와 같은 당대의 화가는 물론 스마트 생태계를 창출한 스티브 잡스와 같은 기업인들은 모방 후 재조합 이 창조의 원천임을 강조한 바 있다.

또한 기술 특허, 디자인 특허, 상표권, 저작권 등 지식재산권을 보유하고 있으면 제휴 파트너로의 유출 위험(dissemination risk)과 같이 모방에 의해 경쟁력을 잃을 위험을 줄일 수 있다. 글로벌 플랫폼 생태계에 참여한 기업들 중 지식재산권을 보유한 기업의 성과가 더 높았다는 연구결과도 있다. 한편 신생기업, 중소기업일수록 핵심 기술과 콘텐츠에 있어 핵심 인력에 대한 의존도가 높게 마련이다. 이는 창업자와 그 주위의 소수 핵심인력이 글로벌 시장에서 통할만한 지식과 글로벌 마인드를 개인적으로 갖춰야 한다는 것을 의미한다. 싸이는 훌륭한 래퍼와 춤꾼일 뿐 아니라, 자신의 곡을 직접 만들 수 있는 창작 역량을 갖췄다. 또한 한국과 미국의 대중음악에 클래식까지 다양한 음악을 섭렵하며 세계인들이 공통적으로 즐길 수 있는 요소를 뽑아내는데 성공했다.

혁신 경쟁시대의 성공 키워드는 지식과 학습

제품 간 경쟁이 아닌 기업 간 경쟁의 시대다. 빠르게 변하는 경쟁 환경 속에서 특정 제품 자체의 차 별성은 일시적 경쟁우위만 보장할 뿐이다. 고객 니즈의 변화를 감지하고 새로운 기술과 아이디어 를 접목한 혁신적 상품과 서비스를 끊임없이 내놓아야 지속적으로 성장할 수 있다.

혁신 경쟁의 시대에는 남다른 지식과 역량, 노하우를 보유하고 있는지가 무엇보다 중요하다. '기업 은 지식으로 구성돼 있다'는 경영학자들의 주장이 설득력을 얻는다. 예컨대 런던 비즈니스스쿨의 게리 하멜(Gary Hamel) 교수는, 기업은 핵심역량(core competency)과 이를 둘러싼 규율(encompassing disciplines)들의 조합이라고 정의했다. 혼다(Honda)의 핵심역량은 다양한 기계장치에 적용될 수 있는 엔진기술이다. 여기에 더해 품질관리, JIT(Just in time) 생산 체계, 빠른 제품개발 방법, 서비스 체계와 같은 규율들이 작동하기 때문에 혼다는 지속적으로 양질의 제품을 만들어내 고객에게 최선의 가격에 제때 공급할 수 있다.

하멜과 같은 학자들은 결국 기업 간 경쟁은 필요한 지식과 기술의 축적 속도와 정도, 효율성에 관 한 것이라고 본다. 특히 조직 내에 내재된 암묵적 지식(tacit knowledge)이 중요하다. 암묵적 지 식은 쉽게 기업의 경계를 넘어 확산되지 않는 '특유한 자산'이다. 때문에 전략적 제휴나 합작투자 의 목적도 협력 상대방의 기술과 노하우. 특히 단순 구매나 라이선싱으로는 얻을 수 없는 암묵적 지식의 획득이라고 본다. 하멜 교수는 기업 간 제휴는 상대방의 지식과 역량을 흡수하는 과도기 적 도구라고 간주했다. 협력의 안정성이나 장기적 존속은 협력 성공의 증거가 되지 않으며 오히려 협력의 종료가 성공적인 학습의 증거라고 주장했다. 기업 간 제휴 관계에서는 파트너 간 'learning' race(학습 경쟁)'가 벌어진다. 핵심 지식과 기술, 노하우를 보유한 측은 명목상 지분율이나 이사 구 성 비율보다 더 강력한 힘을 발휘한다. 누가 상대방의 지식을 더 많이, 더 빨리 흡수했느냐에 따라 파트너 간 역학 관계도 바뀐다.

이런 관점에서 기업의 경쟁력을 강화하기 위한 활동 중에 가장 중요한 게 바로 학습(learning)이다. 지식의 습득과 유지, 강화를 위한 학습의 성과가 기업의 혁신 성과, 나아가 기업 간 경쟁의 성패를 가른다고 보기 때문이다. 경영학자들은 공통적으로 학습 의도(learning intent), 학습 역량(learning capacity), 흡수도(receptivity 또는 absorptive capacity)를 기업 차원에서 학습 성과의 주요 결정 요인으로 들고 있다.

많은 한국 기업들이 해외 시장에 적극적으로 진출하고 있다. 필요한 기술과 지식, 아이다

어를 내 것으로 만드는데 인수합병, 합작 투자, 기술 제휴, 인력 확보 등 다양한 방법 을 활용하는 건 당연하다. 이때 무엇을 언제까지 얻을지를 명확히 하고 지식을 습

득하고 흡수하는 역량을 충분히 높이는 일이 우선시돼야 한다.

하멜의 말처럼 기업 간 경쟁이 '역량을 향한 경쟁(competition for competence)' 이라면 그 승패를 가르는 키워드는 학습이다. 대담한 비전과 뛰어난 지식 역량 을 겸비해 세계 시장에서 성공하는 더 많은 본 글로벌 기업들의 등장을 기대 하다 발명특허







만화로 발명을 배우는



신개념 발명학습교재 「발명수호전」출간

발명지식과 원리가 머리에 '쏙쏙' 발명아이디어 공모전까지 한번에!

한국발명진흥회는 아이들의 창의력과 상상력을 키워주기 위해 신개념 발명학습 만화인 「발명수호전」을 출간했다. 그동안 다양한 발명진흥사업을 추진해온 한국 발명진흥회지만, 학습만화시장에 도전장을 내민 것은 이번이 처음이라 매우 고무적인 일이라 할 수 있다.

아이들이 재미있게 공부할 수 있는 방법이 없을까?

근래 들어 '재미있게 공부'하는 효과에 대한 인식이 확산되면서 과학, 한문, 역사 등을 만화로 배우는 학습만화가 아이들 사이에서 크게 인기가 있다. '미법천자문', '와이?(Why?)', '먼나라 이웃나라', '그리스로마신화' 등이 대표적인 학습만화로 초등학생 자녀를 둔 학부모라면 한번쯤 구매를 해보았을 것이다.

이에 공공기관으로서는 누구도 생각하지 못했던 참신하면서도 과감한 도전을 이번에 한국발명진흥회가 하게 되었다. 한국발명진흥회의 新 비즈니스 창출을 위해 지식정보화사업의 일환으로 발명을 테마로 한 신개념 학습만화인 「발명수호전」을 자체 제작·기획하여, '마법천자문'으로 유명한 (주)북 21과 손잡고 학습만화시장에 도전장을 내밀게 된 것이다.

발명지식과 원리를 자연스럽게 학습

'발명'은 기존에 없던 것을 새로이 생각하거나 만드는 창작 활동을 말하며, 창의력, 상상력, 과학지식, 문제해결능력, 논리력, 분석력, 순발력, 확산적 사고 등이 복합적이고 융합적으로 어우러져 나타나는 정신적 산물이다. 이러한 발명을 잘 할 수 있도록 하는 발명교육이야 말로 최근 화두가 되고 있는











용합교육(STEAM")에 가장 적합한 교육이라고 할 수 있다. 어릴 때부터 발명을 쉽고 재미있게 접할 수 있는 발명교육을 실시한다면 발명의 저변 확대와 함께, 미래 국가 신성장 산업을 주도할 수 있는 창의적 융합인재를 양성하는데 밑거름이 될 것이다. 발명학습교재인 「발명수호전」 또한 우리 아이들이 발명지식과원리를 자연스럽게 학습하면서, 발명마인드를 고취하고 미래 발명꿈나무 육성에 기여할 수 있도록 기획되었다.

「발명수호전」은 먼 우주에서 온 해적단이 지구를 정복하려는 야심을 세우지만 '발명'으로 고도화된 지구를 정복하기가 쉽지 않아 과거의 위대한 발명품을 없앤다는 설정이다. 이를 지구수호대가 재치와 슬기로 우주해적단을 물리치면서 우리의 소중한 발명품과 발명가를 지킨다는 내용을 담고 있다.

이러한 줄거리에서 위대한 발명품이 언제 어떻게 발명되었는지,

발명과정에서 재미있었던 일화는 무엇인지에 대한 발명지식을 습득할 수 있고, 발명 속에 숨어있던 발명원리가 무엇인지를 논 리적으로 학습할 수 있다.

또한 학습한 발명원리를 응용하여 한국발명진흥회에서 주관하는 '발명아이디어 공모전'에 응모할 수 있다. 이는 쌍방향적 학습기법(발명학습↔공모전 참여)으로 판매 활성화를 통한 수익 창출 증대는 물론 발명교육 정보콘텐츠산업으로의 진출을 목적으로 한다.

그리고 「발명수호전」에 등장하는 발명품과 발명원리의 핵심내용을 요약·정리한 '발명카드'가 부록으로 포함되어 있어 발명지식과 원리의 핵심내용을 간편하게 복습할 수 있게 구성했다. 특히, 공모전에 응모하여 발명왕으로 선발된 자에게는 상장과 푸짐한 선물을 제공할 예정이다.

기대한다

독특한 학습기법으로 특허출원

이러한 「발명수호전」만의 독창적이고 쌍방향적인 학습기법은 특허로도 출원되었다. 발명의 명칭은 '만화 기반의 발명학습교재 및 그를 사용한 발명학습방법'으로, 출원번호(출원일자) '특허 제2012-0150905호(2012. 12. 21)'이다.

조은영 부회장은 "최근 경제의 패러다임이 창조경제시대로 접어들면서 창의적인 융합인재 양성이 무엇보다 필요한 시기"라면서 "발명수호전이 우리 아이들을 창의인재로 만드는 새로운 발명교육 교재가 될 것으로 기대한다"고 밝혔다.

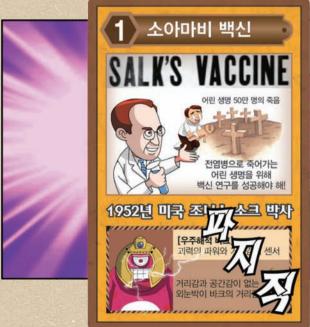
「발명수호전」을 감수한 한국발명문화교육연구소 왕연중 소장은 "책 자체가 발명품인 걸작"이라고 하면서, "지금까지 105권이 넘는 발명도서를 써 왔지만, 기존의 발명도서나 어떤 발명만화에서도 찾 아 볼 수 없는 획기적인 기획이다"고 말했다.

제작·기획에서 글·편집까지 1인 2역을 담당한 한국발명진흥회 김운선 팀장은 "약 10년전 서유기 와 한자교육을 접목한 마법천자문을 보면서 발명학습만화에 대한 아이디어를 떠올렸다"고 하면서 "이번 1권 출간을 계기로 앞으로 보다 재미있고 다양한 소재로 시리즈를 출간할 예정이다"고 계획을 밝혔다.

신개념 발명학습만화인 「발명수호전」은 전국 서점에서 구매 가능하며, 「발명수호전」과 '발명아이디어 공모전'에 대한 자세한 내용은 한국발명진흥회 「발명수호전」홈페이지(http://comic.kipa.org)를 참 고하면 된다. 발명특허



STEAM: 과학(Science), 기술(Technology), 공학(Engine – ering), 예술(Arts), 수학(Mathematics)의 각 첫 글자를 의미







주부 한경희에서 CEO 한경희로의 변신은 스 팀청소기에서 출발했다. 두 무릎을 쪼그리고 앉아 집안의 온 바닥을 걸레질하는 게 고역이 었던 그녀. 서서도 물걸레질을 할 수는 없을 까 고민하다 뜨거운 물이 분사되는 스팀청소 기를 개발했다. 이후 그녀는 쭈그려 앉아 다 림질 하는 게 싫어 스팀다리미를 만들었고, 행주나 도마를 매번 소독하는 게 귀찮아 친 환경 살균기를 출시했다. 이처럼 한경희 대표 의 아이디어는 주부들의 생활 속 작은 일상에 서 얻은 열쇠였다

집에서 시작된 발상,

해외서도 통했다

한경희 한경희생활과학 대표

여성의 삶에 초점을 두다

'한경희생활과학' 브랜드는 대한민국 남녀노소 모두가 익히 알고 있는 생활 가전제품 기업이다. 평범한 주부의 생활에 대한 솔직한 고백이 제품으로 이어진 사례. 그래서 많은 사람들은 한경희생활과학의 성공으로부터 진정한 아이디어란 무엇인지 배워간다.

앞서 언급했든 한경희 대표는 청소기와 걸레질, 다림질과 설거지 등 가사로부터 자유로울 수 없는 주부들의 마음을 읽는 데 초점을 맞췄다. 왜 걸레질과 다림질은 꼭 앉아서 해야 하는지, 잘 닦이지 않는 마룻바닥의 때를 왜 두 손으로 박박 문질러야 하는지, 행주와 도마는 꼭 뜨거운 물에 삶아야 하는 것인지 의문을 두기 시작한 것이다. 그렇게 스팀청소기를 출시한 그녀는 그야말로 '대박'을 터트렸다.

"스팀청소기의 아이디어는 스팀다리미에서 얻었어요. 우연히 스팀다리미를 보고 있는데 바닥도 이렇게 닦으면 되겠다는 생각이 들었죠. 스팀으로 바닥을 닦는다면 굳이 압력을 가해 바닥을 누르지않아도 깨끗하게 닦을 수 있고 살균까지 가능하겠다는 생각이 들었어요. 그때부터 '대걸레에서 스팀이 나오는 스팀청소기를 만들어보자'고 생각했죠. 그렇게 100℃ 뜨거운 스팀을 분사해 바닥의 때를 불린 뒤 초 극세사로 닦아내는 원리를 적용해 스팀청소기를 만들게 됐습니다."

그녀와 같은 필요를 느낀 주부들이 많았던 것일까. 한경희 대표의 스팀청소기는 출시 이후 매진 행렬을 이어가며 주부들 사이에서

Romi Haan

Founder

HAAN CORP.

Romi Haan quit a secure job at a government agency to start her own company nine years ago. The move is so rare in South Korea that one prospective lender asked if she was fronting a business for the horizont for the propertive lender asked if she was fronting a business for start-up to midsize in an industry dominated by giant conglomerates like Samsung and LG. Haan makes home-cleaning appliances and, last year, started operations in the U.S.

Ms. Haan, 44 years old, designed her company's original steam cleaner herself. "It was so tiring to wipe the floor," she says.

Her initial plan was ambitious: to devel a steam mop in six months with 50 millio 60 million won, or about \$40,000. She we up spending nearly 10 times that much be shipping her first product in 2001. It fa Nearly three years later, a steam clapriced at about \$80 became a hit produhome shopping channels in South Kore ders from retailers followed and Haan I turning profits. After five years, in Now 2004, I finally could pay salaries and bit time," Ms. Haan says. Last year, revenue he billion won, or about \$90 million. The con has since added more steam-based applia including garment irons.

"Jepersonally think Korean customers, ticularly housewives, are very picky," she "They can't stand a little inconvenience, their complaints are actually very helpful Last year, Ms. Haan established a U.S. astidary." If I succeed in the U.S. market, I thal. I can go anywhere," she says.

—SungHa Park

01. 2008년 월스트리트저널 주목할 만한 여성 기업인 50인에 선정된 한경희 대표 02. 한경희 에어프라이어 딜라이트(뜨거운 공기가 고속으로 돌며 재료를 바싹하게 튀겨주는 고속 공기 순환기술을 이용한 튀김기) 03. 그녀는 '주부의 행복이 가정의 행복'이라고 말한다.





점차 입소문이 나기 시작했다. 연이어 바로 출시된 스탠드형 스팀다리미 역시 많은 주부들로부터 인기를 얻었고, 두 제품이 출시된 후한경희 대표는 스팀가전의 상징으로 떠올랐다.

이후 본격적으로 생활가전 제품 시장에 뛰어든 한경희생활과학은 광 파오븐과 식품건조기, 스팀찜기, 기름 없이 음식을 튀겨주는 에어프 라이어 등을 내놓기에 이르렀다. 이처럼 한경희생활과학의 제품들은 모두 주부의 생활에 초점을 두었다.

"저희 기업의 제품들은 모두 여성에 초점이 맞춰져 있어요. 그렇다고 해서 반드시 여성들만 타깃으로 하는 것은 아니에요. '여성'과 '가정', '인류'의 삶의 질을 높이는데 기여할 수 있는 제품이라면 모든 가능성을 열어두고 검토하고 있죠. 이렇게 제품을 하나씩 가꿔 세계적으로 경쟁력을 갖춘 기업으로 성장해 나가는 게 목표입니다."

실제로 한경희생활과학은 최근 '한경희뷰티' 브랜드를 오픈, 주부에서 여성으로 초점의 경계를 넓혔다. 다양한 뷰티제품을 취급하는 해당 브랜드는 진동파운데이션과 마스카라, 아이크림 등 이미용 제품으로 여성들의 관심을 끌고 있다. 특히 최근에는 해외에까지 진출하며 두각을 보이고 있는데, 헐리웃 여배우들 사이에서 '잇(1) 아이템'으로 불릴 정도로 품질력을 인정받고 있다.

"헐리웃의 다양한 셀럼(celeb)들이 '한경희뷰티'의 진동파운데이션을 직접 사용하고 우수성에 대해 크게 감탄하고 있어요. 특히 진동으로 파운데이션을 바르는 제품은 이전에 없었기에 많은 호기심을 보이고 있습니다. 이처럼 진동파운데이션은 여성들의 니즈(needs)에 부합한 제품이어서 긍정적인 반응을 얻을 수 있었다고 생각해요."



핵심만 빼고 모두 현지화하라

한경희뷰티가 해외에서 이처럼 높은 브랜드 인지도를 얻을 수 있던 것은 다양한 노력이 있었기 때문이다. 한경희 대표는 다국적 기업의 유통망을 통한 현지화 전략을 시도, 다양한 인종이 모여 있는 해외시장의 특성을 고려해 파운데이션 역시 세 가지 색상으로 개발해 판매를 시작했다. 이외에도 한경희뷰티만이 제공할 수 있는 제품서비스로 해외 소비자들의 마음을 사로잡았다.

"한경희뷰티와 일반 화장품 업체의 가장 큰 차별점이자 경쟁력은 미용기기와 화장품이 결합된 스마트한 화장품을 창조해내는 기술력에 있어요. 한경희뷰티는 그 동안 모기업인 한경희생활과학이 축적해온 생활가전의 기술력을 십분 활용하고 있어요. 때문에 진동파운데이션이라는, 이전에 없던 제품을 탄생시킬 수 있었죠. 단순히 화장품만 제공하는 것을 넘어 단시간에 편리하게 사용할 수 있는 미용기기와 결합함으로써 해외 바이어들의 눈을 사로잡았어요. 참신하고 우수한 제품력을 인정받으며 해외 시장에서도 성공적으로 진출할 수 있었습니다."

그녀는 진출하려는 국가에 대한 철저한 시장조사와 전략을 수립한 후 공략에 나섰다. 해당 국가의 문화와 타깃 소비층의 성향까지 꼼꼼히 분석하며 실패율을 줄이는데 초점을 둔 것이다. 먼저 해외 바이어에게 국내 판매실적과 홍보 등 꾸준한 자료를 제공함으로써 브랜드와 제품에 대한 신뢰도를 높였다. 더불어 타사의 제품에 비해 한경희생활과학의 제품이 갖는 장점과 차별성을 부각, 제품 판 매와 시연 노하우를 전수해 현지시장의 믿음과 신뢰를 쌓는데 집중했다.

이러한 노력으로 한경희 대표는 가장 초창기 제품인 스팀청소기도 해외에 진출시켰다. "스팀청소기는 온돌문화권인 국내에서만 통할 것이라는 통념을 버리고 서양 문화를 오롯이 현지화 전략으로 발전시켜 판매를 시작한 사례에요. 카펫 문화에 익숙한 서양인의 생활 습관에 맞춰 카펫 청소에 유용한 '살균트레이'를 스팀청소기에 부착시켰죠. 섬유 손상 없이 카펫과 침구류, 소파 등 패브릭 제품을 살균 청소할 수 있도록 도외주기 때문에 반응이 좋았어요. 더불어 청소의 편의성을 중시하는 현지 소비자들의 입맛에 맞춰 스팀 대기 시간을 짧게 하고 제품을 가볍게 만들어 좋은 반응을 얻을 수 있었습니다."

이처럼 그녀는 집에서 시작한 작은 발상을 해외시장에까지 적용해 지금에 이르렀다. 돌이켜보면 지금 한경희 대표의 원대한 성공은 매우 작은 것에서부터 출발했다. 바로 우리의 생활 주변이다. "발명 아이디어를 찾아야지, 하고 노력하기보다는 평소 주변에 많은 관심을 두다보면 개선해야 할 점이 보이게 될 거예요. 거기서 부터가 발명과 아이디어의 시작이죠. 더불어 가장 중요한 것은 생각을 생각에만 머무르도록 하지 말고 구체적으로 검토하면서 발명을 실체화시켜 나가야 한다는 점입니다."

그녀는 지금도 새로운 상품을 개발하기 위해 지속적으로 연구하고 공부하는 중이다. 생활의 작은 불편한 점을 개선할 수 있는 아이디어를 내는 것이 가장 행복하다는 한경희 대표, 새로운 제품을 출 시하기 위해서는 시대의 흐름을 읽는 것이 관건인 만큼, 해외 시장 업무로 바쁜 와중에도 한 대표 는 트렌드에 뒤쳐지지 않게 틈틈이 독서를 통해 시대를 배우고 있다.

한경희 대표는 글로벌 시장을 목표로 하는 다양한 상품개발자들에게 "현재에 만족하지 않는 삶의 자세가 가장 중요하다"고 조언했다. 지금의 삶에 만족하기보다 주변에 관심을 갖고 끊임없이 스스 로에게 질문을 던지는 것이 핵심이라는 이야기다.

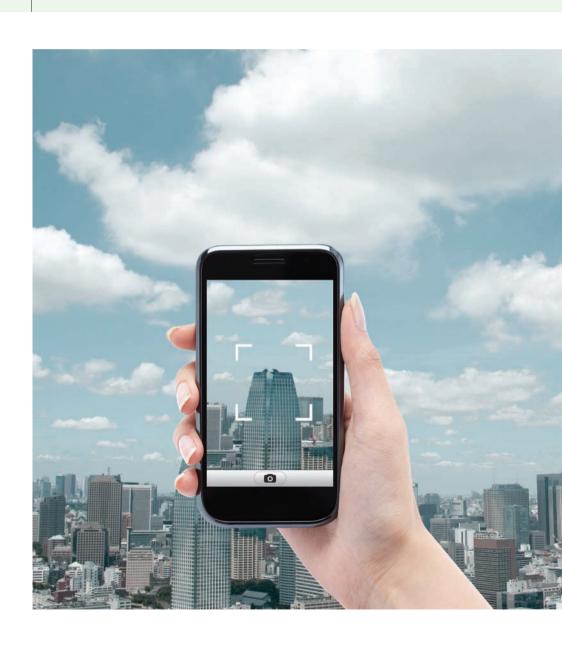
"'문제제기' 라는 점이 빠지면 발명은 정말 어려운 일이 될 수 있어요. '어디가 불편한데 어떻게 개선하면 좋겠다' 라는 평소의 생각은 발명에 큰 도움을 주죠. 특히 특허와 같은 부분에도 평소부터 관심을 갖는다면 자신의 발명을 구체화시키는 데에도 큰 도움을 줄 수 있을 것입니다.". 발명특히

04. 그녀는 지금의 삶에 만족하기보다 주변에 관심을 갖고 끊임없이 스스로에게 질문을 던져왔다. 05. 한경희 크리스탈 스팀다리미(고온 살균 스팀이분사돼 섬유 속 깊숙이 침투, 열에 약한 천 또는 패브릭 제품도 완벽하게 다려준다.) 06. 한경희 스팀청소기. 한경희생활과학은 타사의 제품에 비해 자사의 제품이 갖는 장점과 차별성을 부각시키기 위해 노력했다.





글로벌 특허전쟁 시대의 생존 전략





북한의 전쟁위협이 거세지면서 글로벌 특허전쟁에 관한 논의가 커다란 주목을 끌기 어려운 것처럼 보인다. 북한의 전쟁위협이 현실화될지 여부는 지켜봐야 알겠지만, 글로벌 특허전쟁은 지금 이 시각에도 진행되고 있고 우리가 잠들고 있는 순간에도, 지구 반대편에서도 진행되고 있는 현재 진행형이다.



글로벌 특허전쟁시대의 생존전략에 관한 논의는 잠시도 멈출 수 없다. 또한, 박근혜 정부의 창조경제가 성공할지 여부는 우리의 특허전략에 달려있기 때문에, 한편으로 는 북한과의 전쟁가능성에 대비하고 다른 한편으로는 특허전쟁에 대비하면서 생존 전략을 세워야 한다. 특히, 양극화해소 및 경제민주화 전략도 중소기업의 고유업종이라고 하는 칸막이 방식의 보호에 의해서가 아니라, 기술자와 중소기업의 특허창출 및 보호와 활용을 지원함으로써 가능한 것이다.

삼성은 한국과 미국을 비롯한 9개국에서 30건에 달하는 금세기 최대 규모의 특허소송을 진행하고 있다. 삼성을 비롯한 국내 기업과 해외 기업 간의 특허소송은 매년 빠른 속도로 증가하고 있다. 국내 기업들이 세계 1등 제품을 개발하고 시장 점유율을 늘려나가면서 경쟁업체들과 특허괴물들의 소송을 당하는 것은 어떻게 보면 피할 수 없는 숙명과도 같은 것이다. 우리 제품이 세계 1등 제품이 되어서 경쟁관계에 있는 외국 기업들에게 위협적인 존재가 되고 있는 사실을 반증해주는 것이라고 할 수 있다. 예컨대, 니치아, 후지쓰 그리고 램버스 등이 서울반도체, LG전자 그리고 하이닉스반도체를 상대로 해서 특허침해를 주장하면서 소송을 제기한 것은 모두 국내기업 제품의 전세계 시장 점유율이 급상승할 때에 이루어진 것이다. 세계 1등 제품을 만들기위한 기술혁신은 특허전쟁을 통해서 진검승부를 치루게 되는 경우가 빈번히 발생하는 것이다. 따라서 국가치원의 산업전략과 기업치원의 경영전략을 수립함에 있어서연구개발 및 기술혁신도 중요하지만, 글로벌 특허전쟁의 특징을 파악하고 그에 맞추어 생존전략을 수립하는 것이 절실히 필요한 시점이 되었다.

첫째, 글로벌 특허전쟁은 동일한 경쟁업체 간의 분쟁이 다수의 국가에서 동시다발 적으로 발생하는 특징을 가지고 있다. 여러 나라에서 소송이 진행되면 그 결과가 나 라마다 다르고 동일한 국가 내에서도 하급심과 상급심 그리고 법원과 특허청이 서 로 다른 해석론을 제시할 수 있다. 예컨대 삼성과 애플 간의 소송에서 서울중앙지방 법원은 애플도 삼성의 특허를 일부 침해했다고 판시했다. 하지만 미국 캘리포니아 연방 북부지방법원의 배심원은 애플은 아무런 책임이 없으며 삼성의 특허권 침해로 국내 기업들이 세계 1등 제품을 개발하고 시장 점유율을 늘려나가면서

경쟁업체들과 특허괴물들의 소송을 당하는 것은 어떻게 보면 피할 수 없는 숙명과도 같은 것이다





인해서 애플이 입게 된 손해액이 1조 2천억 원에 해당된다고 하는 평결을 내렸다. 미국 연방지방법원의 배심원은 삼성이 애플의 특허권을 침해했다고 평결을 내렸지만, 그후 미국연방특허청은 애플이 제기한 소송에서 문제된 특허 가운데 3건의 특허권이 무효라고 잠정결정을 내린 바 있다. 특허기술의 신규성 및 진보성뿐만 아니라 디자인의 기능성여부에 관해서도 나라마다 상이한 해석을 보여주고 있다. 국가별 기준의 차이를 줄일 수 있도록 하기 위해서, 법학자와 법조인들이 보다 활발한 교류를 할필요가 있다. 올 10월 하순에 한국과 미국의 특허법원판사, 변호사, 법학자들이 지식재산권 세미나를 개최할 예정인데, 정부와 기업도 힘을 합해서 학술 및 실무적인 교류를 활성화할 필요가 있다. 특허소송의 불확실성을 줄이기 위해서도 지식재산권법에 관한 교류와 발전이 필요한 것이다.

둘째, 삼성과 애플 간의 소송을 일반화할 수는 없지만 특허소송이 제기된 이후에 오히려 삼성 제품의 판매량이 증가하고 그 주가도 크게 오른 것을 볼 수 있다. 이러한 기현상은 휴대폰의 생산에 필요한 특허기술은 수십만 건에 달하는데, 이 가운데 특허침해로 인정된 기술은 극히일부분에 불과하고, 삼성의 나머지 특허기술과 디자인은 우수하다고 하는 판단이 반영된 결과로 보인다. 휴대폰뿐만 아니라 대부분의 정보통신

제품이나 서비스는 아주 많은 특허기술을 내포하고 있기 때문에, 특허소송에 있어서 경쟁업체의 제품이나 서비스를 공격할 수 있는 특허권을 찾아낼 수 있는 가능성도 크다. 따라서 소송전략의 차원에서 보면, 특허라고 하는 무기를 자체 기술개발로 취득할 수도 있지만, 외부에서 개발된 특허를 매입하는 방식으로 취득할 수도 있다. 애플이 특허소송 제기 전후해서 노텔 등으로부터 특허를 매입한 사실을 주목할 필요가 있다. 외국의 특허괴물만 비난할 것이 아니고, 우리 대기업들도 국내 대학과 공공연구소에서 개발한 특허기술의 매입에 보다 적극적인 관심과 노력을 기울일 필요가 있다.

셋째, 최근의 특허전쟁은 첨단기술에 관한 특허권을 둘러싼 분쟁에 그치지 않고 디자인 및 영업비밀, 그리고 공정거래 등 다양한 쟁점으로 확대되고 있어 종합적인 대응책을 마련해야 한다. 삼성과 애플의 분쟁에 서도 디자인 특허권 침해 및 디자인 모방에 의한 부정경쟁행위가 동시에 문제된 바 있다. 코오롱과 듀퐁 간의 기술혁신 전쟁에서는 듀퐁이 코오롱에 영업비밀침해금지 및 손해배상 청구 소송을 제기했다. 코오롱이 듀퐁의 전직 직원을 채용하여 아라미드 섬유 관련 기술을 빼돌렸다고 주장한 것이다. 또한 신일본제철도 최근에 포스코가 자사의 퇴직자를 통해 '방향성 전자강판' 제조기술을 부정하게 취득했다고 주장하면서





영업비밀소송을 제기한 바 있다. 특허와 영업비밀에 관한 재산권 행사는 시장에서의 경쟁에 상당한 영향을 미치게 된다. 특허전쟁은 공정거래법 위반 여부를 함께 다루게 되기 때문에, 특허출원에서부터 실시허락, 그리고 소송에 이르기까지 공정거래법 위반 여부에 관한 검토와 분석을 병행해야 한다.

넷째, 특허전쟁은 천문학적 규모의 소송비용과 특허취득비용을 필요로한다. 삼성과 애플은 이미 많은 수익을 내고 있기 때문에 수천억 원의소송비용을 감당하면서 스스로 특허전쟁에 대처해 나갈 수 있다. 그러나 중소기업과 벤처기업은 아무리 좋은 기술을 갖고 있더라도 자금부족으로 특허전문가를 활용하지 못해서 패소할 수도 있다. 중소기업과벤처기업에 대한 정부의 지원이 고유업종의 지정이나 납품단가인하의규제와 같은 구시대 방식에 의존할 수는 없다. 오히려 중소기업과벤처기업의 경쟁력을 향상시키기 위해서, 특허창출부터 보호와 활용에 이르는 특허권 전주기에 걸친 법률지원이 더욱 절실한 것이다. 로스쿨에의한 무료 법률서비스로 리걸 클리닉(legal clinic)을 활성화하는 것이좋은 방안의 하나가 될 수 있다. 의료계의 클리닉은 상당한 대가를 받고 의료서비스를 제공하지만, 로스쿨이 제공하는 리걸 클리닉은 무상으로 중소기업과 경제적 약자에 대한 법률서비스를 제공하는 것이 보통

이다. 로스쿨로서는 공학을 전공하고 로스쿨에 들어와서 법공부를 체계적으로 한 학생들이 변호사의 지도하에 생생한 사례를 가지고 실무훈련을 받을 수 있어서 좋기 때문에 훌륭한 산학협력모델이 될 것이다. 중소기업의 특허권을 보호하고 상업화하기 위한 무료클리닉지원이 바로 21세기 스타일의 경제민주화일 것이다.

다섯째, 특허전쟁은 좋은 무기를 필요로 하지만 동시에 그 무기를 잘 활용할 수 있는 뛰어난 병사들을 필요로 한다. 특허전쟁에서 효율적인 공격과 방어를 담당할 병사 즉 특허전문가들을 체계적으로 그리고 충분히 양성해야 한다. 특허전문가는 기본적으로 관련 자연과학 및 공학에 해박한 지식을 가지고 법률공부와 훈련도 받은 전문가를 뜻한다. 따라서 대학 학부에서 이공계를 전공하고 로스쿨에서 법률공부를 한 후 변호사 자격을 취득한 사람이 특허변호사로 많이 배출되어야 한다. 로스쿨에서 배출되는 법조인들이 특허전문가가 될 수 있도록 지식재산권에 관한 교육과정을 강화해야 하고, 동시에 변리사 및 변호사에 관한 현행제도를 개선해서 진정한 특허변호사가 기업들을 대리할 수 있는 환경을만들어야 한다. 또한, 우리 기업이 많이 진출한 아시아 개발도상국들의 우수한 학생을 유치해서 특허전문가로 양성하는 교육지원도 적극적으로 추진해야 한다. 발명특히



시장창출 중심의 경제개발협력에서 특허정보 적극 활용해야





우리나라의 경제개발협력 역사는 재미있는 드라마만큼이나 반전과 감동이 있다. 우리나라는 해방 이후 1990년대 후반까지 약 120억 달러의 공적개발원조(Official Development Assistance, ODA)를 받았으며, 이는 긴급구호부터 구조조정 프 로그램까지 시대적 요구에 따라 성격을 달리하면서 경제 개발에 일조했다. 한편, 우리나라는 경제발전과 함께 2010년 국제개발원조위원회의 24번째 회원국이 되어 원조 수원국에서 순수 원조 공여국으로 변모했다.



세계적으로 개발협력 방식에 새로운 바람이 불고 있다. 기존에는 개발도상국의 빈곤 문제 해결을 위하여 선진국이나 NGO가 원조나 개발중심 형태로 지원해 왔는데, 근래 에는 개발도상국 빈곤층에 유용한 제품을 개발하고 시장을 창출하여 개발도상국의 빈 곤층이 가난의 수렁에서 탈출할 수 있도록 하자는 '시장창출 중심의 개발도상국 지원' 이 주목을 받고 있다. 시장창출중심 접근법은 빈곤층에 유용하고 저렴한 제품을 공급 하는 것과 제품공급을 위한 민간사업을 창출하는 것을 목표로 한다. 즉, 시장창출중심 접근법의 핵심은 빈곤 완화에 효과적인 제품을 개발하여 시장을 창출하는 것이다.

제품개발은 새로운 시장창출의 초석이고, 그 파급효과는 대단하다. 예를 들면, 스티브 잡스(Steve Jobs)는 1976년 자신의 집 창고에서 애플 I 을 개발하고, 이후 매끄러운 플라스틱의 일체형 외장에 키보드를 갖춘 애플 II를 개발하여 개인용 컴퓨터라는 새로운 시장을 창출했다. 애플컴퓨터는 1977년 주식회사로 전환했고, 1983년 회사는 역사상 최단 시간 내에 포춘(Fortune)지 선정 미국의 500대 기업 진입이라는 놀라운 기록을 달성했다.

빈곤층을 위한 제품은 기업에 이익을 창출하는 것 외에도 빈곤층의 삶에 미치는 파급효과가 지대하다. 구체적으로, 빈곤층을 위한 제품은 빈곤층의 수익을 제고시켜서 빈곤층의 구매력을 높이고, 이는 다시 빈곤층의 생활수준을 향상시키는 선순환의 효과가 있다. 특히, 빈곤층의 구매력 창출은 시장창출중심 접근법의 중요한 일면이다. 예를 들면 19세기 초반 미국 농민은 경제적 기반이 부실하여 농민의 구매력이매우 낮았다. 이에 수확기계 발명가인 시러스 맥코믹(Cyrus McCormick)이 할부구입방법을 개발하여, 가난한 농민도 미래수입을 기반으로 수확기계를 구매할 수 있게되었다. 이러한 기계구매는 수익증대에 크게 기여했고 농민 수입이 커져 다시 농민의 구매력을 키우는 선순환 체계를 구축하게 되었다. 이 과정에서 농민의 삶도 부유해지고 풍요로워졌다.

하지만 빈곤층에 적합한 신제품 또는 신기술 개발은 일반적인 기술개발보다 더욱

빈곤층을 위한 제품은 빈곤층의 수익을 제고시켜서 빈곤층의 구매력을 높이고.

이는 다시 빈곤층의 생활수준을 향상시키는 선순화의 효과가 있다



어려운 측면이 있다. 기존기술에 비하여 효율이 10~20% 개선되는 것은 일반적으로 상당한 것이라고 말할 수 있을 것이다. 하지만, 효율이나 가 격이 10~20% 개선되었다고 하여 수백 년 동안 내려오던 전통방법을 폐 기하고 신기술을 채택하리라고는 쉽게 기대할 수 없다.

예를 들어. 스위스 기반의 한 개발단체는 인도의 한 지방여건에 맞으면 서 기존 장치보다 70%의 연료를 절감하는 나무 기화장치를 개발하였으 나 지역 기업의 투자를 이끌어내는데 실패하였다. 이 실패는 현지인들이 공짜로 얻을 수 있는 원조에 익숙해 있고, 위험을 회피하려는 태도, 변화 를 거부하는 자세에서 기인했다고 한다. 그리고 빈곤층을 위한 기술개발 은 기부자의 자금 한계와 개발도상국의 경제적 실정을 감안하면 완전히 새로운 기술의 개발보다는 현지 사정을 고려하여 기존기술을 최적화하 거나 개선하는 방향으로 연구개발이 진행되는 것이 보다 안정적이고 적 합하다고 할 것이다. 이런 연구개발은 현대기술을 현지 사정에 맞게 다 운사이즈(Down-sizing)하는 경우가 많다. 즉, 현지의 기존기술을 개선하 거나 최적화를 위하여 기존에 개발된 현대기술을 적용하는 방식의 연구 개발이 주를 이루고 있다. 이점이 기존 현대기술(특허정보)을 적극적이 고 효과적으로 활용해야 하는 이유다.

제품이 개발되더라도 새로운 시장이 유지될 정도로 제품의 수요가 발생 하지 않는다면 시장이 형성되었다고 할 수 없다. 이러한 수요창출은 일 반적으로 판촉과 마케팅에 의하여 촉진된다. 빈곤층을 대상으로 하는 새 로운 시장창출은 기존 부유층을 대상으로 할 때보다 긴 시간과 많은 투 자가 필요하다. 그 동안에 시장창출 노력은 부유층에 대부분 집중되어 왔다. 그 이유는 자동차 회사가 경차보다는 중대형 차에 판촉을 집중하 는 것처럼 부유층을 대상으로 하는 경우에 보다 큰 수익마진을 기대할

수 있기 때문이다. 물론 개발도상국은 장기간에 걸쳐 투자를 지속할 재 원이 충분하지 못한 측면도 있다. 그러나 빈곤층의 구매력이 약한 것은 사실이지만 그 규모가 크고 역동적이라는 점을 간과해서는 안 된다. 대 부분의 개발도상국에서는 비싼 집의 수요보다는 중저가 집의 수요가 매 우 크다. 시멘트 비용이 부담스러운 빈곤층은 콘크리트 블록이나 레고 형태의 건축자재를 활용하고 있다. 따라서 집의 건축비용을 낮출수록 집 의 수요는 더욱 커질 것으로 보인다. 인도의 경우 그 인구의 대부분이 빈 곤층이므로 그 수요가 얼마나 큰지 짐작할 수 있다.

제품개발은 기술의 발명 또는 디자인의 혁신을 수반하는 것으로 이들의 법적 보호수단이며 동시에 정보제공수단인 지식재산권과 밀접한 관련 성을 가지고 있다. 특히. 특허정보는 최신 기술정보의 보고로서 기술의 배경, 문제점 및 해결방법을 구체적으로 기술하고 있고, 기술을 체계적 으로 분류하고 있어 원하는 기술정보를 손쉽게 검색할 수 있는 특징이 있다. 또한, 다양한 특허정보 데이터베이스에 온라인으로 접근해서 키워 드 검색에 의하여 원하는 기술정보를 신속히 획득할 수도 있다. 이미 개 발된 기술을 참고로 하여 기술수준을 파악하거나 기술적 지식을 습득할 수 있으며, 중복연구 및 투자를 방지케 하고 기술개발의 방향과 힌트를 얻을 수 있다. 근래 다수의 선진 특허청은 공개되거나 등록된 특허정보 를 온라인상으로 검색할 수 있는 시스템을 제공하고 있다.

예를 들면, 세계지식재산권기구(WPO)는 Patentscope, 미국 특허청은 Patent Full-Text and Image Database(PatFT), 유럽특허청은 Espacenet, 일본특허청은 특허전자도서관을 통해 기구 또는 자국에 출원된 공개 또는 등록 특허정보를 온라인상으로 검색할 수 있도록 하고 있다. 우리 나라도 KIPRIS 특허정보검색서비스를 통하여 국내 출원된 공개특허나



등록특허를 온라인상으로 검색할 수 있도록 하고 있다.

개발도상국 빈곤층을 대상으로 제품개발 연구에는 기술의 우수성뿐만 아니라 각 지역의 환경. 제품의 가격. 제작 및 유지보수의 용이성 등을 감안하여 특허정보를 전략적으로 활용해야 한다. 그러한 사례로 특허청 과 한국발명진흥회가 지식재산 나눔사업으로 수행한 과테말라 조리화 덕(Cook Stove)을 들 수 있다. 이 사례를 구체적으로 살펴보면, 우선 제 품 개념을 도출하기 위하여 현지조사를 수행하고 제품 사양을 분석했 다. 생활환경 측면에서 과테말라는 또띠야(옥수수전병), 타말(삶은 콩) 등 을 주식으로 하기에. 또띠야를 만들기 위한 넓은 철판과 냄비를 놓을 수 있는 솥자리가 필요하므로, 구멍이 복수개인 다구 화덕용 철판을 활용 하였다. 그리고 현지 여건이 나무를 충분히 말려서 사용하기 어려우므 로. 나무가 연소할 때 발생하는 연기를 배기할 연통을 제품의 구성에 포 함시켰다. 비가 오면 주방 바닥에 물이 고이는 경우가 있으므로 이동 가 능한 형태와 무게로 제품을 만들었다. 제품 사양 측면에서, 기존 조리화 덕인 오닐 스토브가 127 달러에 시판되고 있다는 점을 감안하여, 저렴 한 자재를 사용하고 몰드를 이용하여 대량 생산함으로써 가격을 낮추었 다. 열효율을 높이고 연료 사용량을 최소화할 수 있도록 조리화덕의 내 부구조를 설계하였다.

다음으로 이와 같은 현지사정을 감안하여 도출된 제품의 디자인 개념에 기초하여 특허분석을 수행하는데, 그 구체적 절차는 ①키워드 검색(문제점에서 도출된 키워드를 중심으로 특허 검색), ②인용 분석 및 데이터정제(검색 결과의 인용, 피인용 특허 검토/유효데이터 정제), ③테크트리 생성(유효 데이터를 바탕으로 과제 해결수단 분류), ④구성요소별 재검색(제품 타깃을 고려, 적용 구성 위주로 검색), ⑤데이터 정제

(가격 적정성 및 지속가능성을 고려하여 유효 데이터 정제), ⑥구성별 특허분석(각 구성별 유효데이터를 바탕으로 특허 분석), ⑦TRIZ(Theory of Inventive Problem Solving) 및 회피 설계를 통한 기술적용이다. 특허분석 과정에서, 제품의, 연소열의 진입구를 ㄷ자 구조를 가진 급기 예열실 덮 개로 막아 예열실을 형성한 참고특허 정보에 기초하여, 화덕의 연소가스 진입구를 열기고리로 막아 열기 통로를 형성하였다. 그 결과, 열기가 화덕 내부 전체를 대류할 수 있도록 유동경로를 형성하여 열기를 안내함으로써, 열손실을 줄이고 효율을 상승시키는 효과를 얻었다.

우리나라의 공적개발원조는 꾸준한 증가세를 보이고 있고 향후에도 지속적 증가가 예상된다. 외교부가 발간한 '한국의 ODA 현황'에 따르면, 2000년 공적개발원조는 2억 1200만 달에 불과했으나 2009년에는 약 4배에 이르는 8억 1600만 달러를 기록하고, 앞으로 국민총소득대비 공적개발원조 비율을 2012년에 0.15%, 2015년에는 0.25%까지 증가시킬 계획을 가지고 있다. 그러나 우리나라의 공적개발원조는 그 양적 규모에서 유엔 권고치인 0.7%나 OECD산하 국제개발원조위원회(DAC)의 평균인 0.3%에 아직은 미치고 있지 못하다. 이에 제한된 공적개발원조 자원이지만 그 원조의 효과성을 제고하여 국제사회에 양질의 기여를 모색해야 한다.

그러므로 개발도상국의 빈곤층이 수익을 지속적으로 창출할 수 있도록 하는 시장창출중심의 접근법이 빈곤해소에 중요한 역할을 수행할 수 있다. 나아가 이 접근법의 핵심인 제품개발에서 특허정보를 전략적으로 활용할 수 있도록 관심을 기울여야겠다. 발명특히



창조사회가 낳은 지식재산권 전쟁





현재 우리 사회는 지식재산기반의 창조경제시대로 접어들었다. 세계 각국은 창의적 인재 개발을 통해 자국의 경쟁력 확보에 큰 노력을 기울이고 있다. 러시아, 중국, 헝가리, 폴란드처럼 개인차를 인정하지 않는 나라까지도 그들의 이념을 넘어서서, 과감하고 체계적인 영재교육을 실시하고 있다. 각 분야의 우수한 인재를 조기에 발견하고 그들의 잠재력과 역량을 강화하고자 하는 노력이다.



우리에게 다가온 창조사회에서 지식재산권 전쟁은 일어날 수밖에 없는 싸움이기에, 그만큼 중요한 사안이다. 더군다나 최근에는 '특허괴물'이라는 개념이 새롭게 등장 했다. 특허괴물을 고려한 관점에서 우리가 창조사회에 어떻게 대비하고 인재를 개 발할 것인가 논의할 필요가 있다.

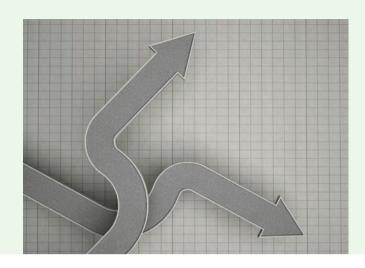
트롤(Iroll)은 북유럽의 신화와 전설에 나오는 거인이다. 괴물같이 생겼고 때때로 마술을 부리기도 하며, 햇빛에 노출되면 부풀어 터지거나 돌이 된다고 한다. 이러한 신화 속의 트롤이 현재 하나의 고유명사가 되어 인터넷 분야 등을 포함하여 여러 영역에서 좋지 않은 의미로 사용된다.

이 단어가 특허 분야에도 등장하여, '특허괴물(patent troll)"이라는 용어가 만들어졌다. 특히, 한국은 경제 각 영역의 후발자인 선진국의 네비게이터 시절 경우에는 선진국의 각 기업들은 한국의 특허권에 대하여 비교적 관대했다. 그러나 최근 창조시대를 준비하 는 한국의 기업들이 무섭게 성장하면서 주요국의 비즈니스 영역이 침해당하자. 일부 주요국에서 특허소송만을 통해 특허료를 받아내는 모델이 만들어지기 시작했다.

특허괴물이 바로 이것이다. 이들은 특허제품생산과 같은 특허실시활동을 하지 않는다. 이미 존재하는 타인의 특허를 사들인 후, 관련 특허를 무단으로 사용하는 자에게 소송을 걸거나 합의를 하여 수익을 추구하는 비제조 특허전문업체(Non Practicing Entity, NPE)를 의미한다.

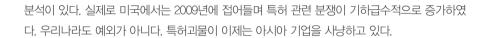
또한 특허괴물은 주요 특허권 소송의 업무를 위임받기도 하며, 헐값으로 특허권을 사들여 이를 침해한 기업에게 천문학적인 사용료를 요구한다. 이를 거부하면 소송을 걸어 공격을 가한다.

특허괴물에 의한 피해사례는 주로 미국 IT 업계에서 많이 일어난다. 그 원인은 미국 의 특허소송 구조(자본과 비실시기관에 유리)와 IT 기술의 특수성이 결합되어 있다는



창조사회에서 국가경쟁력의 원천은 '사람'이며.

그 발판이 '지식재산교육'임을 잊지 말아야 한다



인텔렉추얼벤처스(Intellectual Ventures)가 특허괴물의 대표적인 기업이다. 자금운용 구조가 5조원에 달하는데, 최근 우리나라에서도 본격적으로 활동하고 있다. 이 기업은 어떤 아이디어를 가지고 사업을 해보겠다는 사람에게 자금을 마련해주고, 실현할 수 있도록 지원하여 성공을 나눠 갖는 구조로 설립된 일종의 venture capital이다. 하지만 venture capital을 표방할 뿐, 특허를 만들어 길목을 지키고 있다가 걸려드는 회사에게서 속된 말로 '삥을 뜯는 비즈니스 모델'이라고 할 수있다. 이 기업은 삼성이나 LG전자에 수천억 원대의 특허 사용료를 요구한 바 있다. 특허괴물의 실례가 미어볼드의 이야기이다.

이 기업의 설립자는 IT의 천재 빌 게이츠가 천재로 꼽았던 '네이선 미어볼드(Myhrvold)'이다. 이 기업은 학계나 업계의 거물들을 자문으로 두어 자유토론(brainstorming)을 한다. 자유토론에 참가해 본적이 있는 빌 게이츠에 의하면, 경험해본 자문 중에서 가장 재미있는 미팅이었단다. 예측과 논의를통해 미래기술에 대한 대상을 좁혀 특허를 낸다. 복잡한 기술뿐만 아니라, 무언가 될 만한 것을 특허화 한다. 후에 이것을 상품화 할 회사를 대상으로 꼬투리를 잡으려는 것이다. 또한 한국, 중국, 인도등과 같이 상대적으로 인건비가 싼 국가의 대학교수나 연구자를 찾아가 연구비를 지원해주고 관련기술을 특허화 한다. 이렇게 수많은 지식재산권을 확보해, 기업들이 걸리기만을 기다린다. 이 기업이 우리나라에서 확보한 지식재산권만 해도 이미 200개 이상이다.

또한 다른 회사로부터 저렴한 가격에 특허를 사들인 후 타국 기업을 상대로 소송을 거는 모바일 관련 특허괴물인 '인터디지털(InterDigital, 약 20,000여 개의 특허보유)社'가 2005년에 휴대폰 제조업체 노키아를 상대로 소송을 제기했다.





전 세계적으로 특허괴물에게 소송을 당한 기업은 2011년만 해도 4,500 여 곳이 된다. 이에 각국 기업들은 특허괴물의 손아귀에서 벗어나기 위해 지식재산권 확보에 적극적으로 나서고 있다. 전 세계는 특허전쟁 (patent war)이 일어났다고 해도 과언이 아니다. 자국의 이익과 기업의이익을 보호하기 위해 이 분쟁은 끊이지 않을 것으로 예측된다.

지식기반경제를 넘어 창조경제에 대해 논의가 이루어지는 시점에서, 미래 사회에서 요구되는 직무의 변화는 정형적 직무(routine task)가 감소하고 비정형적 직무(non-routine task)로 움직일 것이라는 점이다. 비정형적 업무 수행에 필요한 역량을 가지기 위한 전제조건은, 창의성과 이를 기반한 창의적 산출물(creative products), 이를 활용할 수 있는 역량이다.

이에 고등교육 변화와 더불어 중등교육도 변화해야 특허괴물에 대응할 수 있다.

그나마 다행인 것은 2011년 대통령 소속 국가지식재산위원회 설립과 관련법 제정으로 지식재산교육 여건이 나아졌다. 그럼에도 불구하고 선행되어야 할 것을 제시하고자 한다.

첫째, 교육이라는 관점에서 지식재산인재를 양성하기 위해서는, 초·중·고교, 대학의 교육이 위계성, 계열성, 연계성을 고려한 교육목표 설정이 필요하다. 또한 지식재산 창출, 활용, 보호를 위한 인재 교육에 있어빅 데이터 기법을 활용한 적정인원 규모 추정치를 고려한 다양한 형태의교육이 필요하다.

둘째, 초·중·고교 단계에서 지식재산교육과 발명교육이 강화되어야한다. 초등학교의 실과교과목, 중학교의 기술교과목, 고등학교의 기술 및 공학기술교과목에서 발명교육이 정규교과에 포함되어 있지만, 범교과 차원에서 발명교육과 지식재산교육이 필요하다. 직업교육을 하고 있는 특성화고등학교에서는 발명과 특허에 관한 교과목을 교과과정에 편성하고 운영하여야한다.

셋째, 범부처 간의 협의를 통한 지식재산 공감대 형성이 필요하다. 지식재산교육은 하나의 영역에 국한되지 않는다. 영역에 국한되지 않은 다양한 인재 양성과 제도 개발이 지식재산 창출과 보호, 활용에 큰 밑거름이 될 것이다.

창조사회에서 국가경쟁력의 원천은 '사람'이며, 그 발판이 '지식재산교 육'임을 잊지 말아야 한다. 발명특허

각주)

1) 특허괴물(Patent Trolls) 용어는 법률적 용어는 아니지만, 2001년 미국의 TechSearch사가 Intel사를 상대로 특허침해를 이유로 제기한 손해배상청구소송에서 Intel의 변호사였던 Peter Detkin이 원고인 TechSearch를 Patent Troll에 빗대어 표현한 후, 유사한 사례가 이어지면서 널리 사용되게 됨(윤권순·윤종민(2010), 특허괴물의 현상분석과 특허제도의 본질에 대한 고찰 창작과 권리, 58.)

* Intel 특허침해 사례 : 인터내셔널메타시스템(IMS)으로부터 반도체 관련 특허를 1억 달러에 구매한 후, 인텔에게는 5억 달러를 청구





미국. 유럽연합과 자유무역협정에 관한 협상 개시 예정

출처: www.ip-watch.org

지난 2월 4일, 美 Joe Biden 부통령과 獨 외무부의 Guido Westerwelle 장관은 독일 뮌헨에서 개최된 뮌헨 안보 회의(Munich Security Conference)에 참석해 미국과 유럽연합(EU)이 범대서양자유무역협정 (Transatlantic Free Trade Agreement, TAFTA)*에 관한 협상을 조만간 개시할 것이라고 언급했다. 이와 관련해 Joe Biden 부통령은 동 협정이 미국과 유럽연합 모두에게 경제성장 및 고용 창출을 위해 도움이 될 것이라는 기대를 표명했으며, Guido Westerwelle 외무부 장관도 범대서양 공동시 장을 위한 시기가 무르익었다고 설명했다. 또한 유럽연합 의회의 Marietie Schaake 의원도 미국 과 유럽연합이 자유무역협정 협상을 개시할 모멘텀을 모색하고 있다고 공식적으로 언급하고, 미국 과 유럽의 최근 상황을 고려해 볼 때 동 협정의 체결이 양측 모두에게 경제적으로 이득이 될 것이 라고 평가했다. 그러나 Marietje Schaake 의원은 동 협정의 협상에 있어서 여러 가지 난제들이 대 두될 것이라고 전망하고 농업 및 지식재산 부문을 가장 논란이 많을 부문으로서 지목했으며, 특히 Marietje Schaake 의원은 미국과 유럽연합이 지식재산에 관해 입장이 다르다는 오해는 사실이 아 니라고 지적하면서 지식재산에 관한 입장 차이는 미국과 유럽연합 모두에서 각각 사회적으로 존 재한다고 설명했다.

한편, 美 무역대표부(United States Trade Representative, USTR)는 2012년 6월 19일 발표한 범대서 양 무역 · 투자 확대 방안에 관한 검토 보고서에서 미국과 유럽연합 모두 높은 수준의 지식재산 보 호 · 집행을 위해 노력하고 있으며 범대서양 지식재산권 작업반(Transatlantic IPR Working Group)을 통해 광범위하게 공조하고 있다고 평가한 바 있다. 美 무역대표부는 또한 동 보고서에서 미국과 유럽 연합 양측이 자유무역협정에 관해 여하한 협상을 개시하기 이전에 상호 만족스러운 방법으로 지식재 산권 문제들을 처리할 수 있는 접근방법들을 추가로 협의할 것이라고 부연한 바 있다.

* 미국과 유럽연합은 이미 약 10년 전부터 자유무역협정 체결을 검토해 왔으나 농업 부문 등에 관한 갈등으로 인해 그동안 별다 른 진전을 이루지 못함



중국 국가지식산권국, 중국 기업에 대한 美 국제무역위원회의 지식재산침해조사 실시 발표

출처: www.sipo.gov.cn



일본 특허청, 한국 및 중국 특허문서 번역 데이터베이스 구축 착수

출처: www.yomiuri.co.jp

지난 2월 18일, 중국 국가지식산권국(SPO)은 미국 국제무역위원회(이하 ITC)가 지난 2월 1일 중국 회웨이와 중상통신을 대상으로 미국 관세법 제337조*에 따른 지식재산침해조사를 개시했다고 발표했다. 이번 조사는 미국의 InterDigital이 중국 및 한국 기업들이 3G, 4G 등 이동통신 관련 특허를 침해했다고 주장하며 이들 기업들을 상대로 ITC에 수입금지조치를 청구함에 따라 개시됐다.

특히 회웨이는 지난 2012년 9월 실시된 미국 관세법 제337조 위반조사 종료 후 5개월 만에 다시 동조 위반에 관한 조사를 받게 됐다.

이번 조사와 관련하여 중남재경정법대학의 자오신밍 교수는 최근 ITC의 지식재산침해조사가 주로 첨단기술 특허상품에 집중되고 있으며, 이러한 추세는 선진국 시장에서 중국의 수출상품에 대한 지식재산권 경쟁이 심화되고 있음을 보여준다고 평가했다.

한편 자오신밍 교수는 최근 중국 기업들은 ITC의 미국 관세법 제337조 위반에 관한 조사 및 특허분쟁에 대비하여 해외시장 진출을 위한 특허창출 능력을 향상**시키고 있다고 밝혔다.

- * 미국 관세법(Tariff Act of 1930) 제337조는 특허, 상표권, 저작권 등 지식재산권 침해와 관련된 불공정 무역행위를 다루기 위한 재규정으로서 ITC는 동 조항에 의거해 불공정 무역행위의 조사, 위반 여부의 결정, 구제조치 부과 등의 권한을 행사함
- ** 예를 들어, 화웨이와 중상통신은 PCT 협약을 통해 2008년과 2011년에 각각 1,737건, 2,868건의 국제출원을 달성하였으며, Haier는 해외 기술연구개발 센터 건립을 적극적으로 추진 중이며, Lenovo는 2005년 IBM의 PC 관련 부문을 매입하는 등 특허 권을 강화하고 있음

지난 3월 3일, 일본 요미우리 신문에 따르면 일본 특허청(이하 JPO)은 2013년 내에 한국 및 중국의 특허문서들을 일본어로 번역하여 기업 관계자 등이 자유롭게 열람·검색할 수 있도록 데이터 베이스 구축을 착수할 계획이다.

이와 관련해 요미우리 신문은 많은 일본 기업들이 중국이나 한국에서 경쟁 기업이 특허를 출원한 경우 해당 국가 언어로 작성된 특허 내용을 정확하게 이해하는데 어려움을 겪고 있는 점을 배경으로 설명했다.

이에 따라 JPO는 특허문서 데이터베이스 구축을 통해 일본 기업들이 외국 경쟁 기업들의 특허 출원 및 특허 보유 여부를 신속하게 파악할 수 있도록 지원하여 지식재산 관련 분쟁을 사전에 예방할 계획이라고 밝혔다.

요리우리 신문에 따르면, JPO는 동 데이버베이스의 구축을 위해 약 20억 엔의 예산을 투자하고 향후 수년간에 걸쳐 데이터베이스 축적을 도모할 예정이며, 다음과 같이 데이터베이스 구축을 추진할 예정이다.

- 중국 특허 : 특허문서를 번역하여 데이터를 축적, 무료로 정보를 검색할 수 있는 시스템 구축 추진

- 한국 특허 : 기계(번역기 등)로 자동 번역하는 방식의 도입을 검토 중



유럽 특허청. 유럽 단일특허법원 설립 합의서 서명 환영

출처: www.epo.org

지난 2월 19일 유럽 특허청(FPO)은 유럽연합(FU) 회원국 정상들이 단일 유럽특허법원(Unified Patent Court UPC) 설립에 관한 합의서에 서명했다고 밝히고 이를 환영했다.

EU 회원국 정상들은 2월 19일 개최된 EU 이사회 경쟁력위원회 회의에서 동 합의서에 서명했으며, 동 합의서는 향후 프랑스, 독일, 영국을 포함한 13개 회원국이 이를 비준하면 발효될 예정이다.

특허무효소송 및 침해소송을 전담하게 될 단일 유럽특허법원은 뮌헨, 파리, 런던에 소재할 예정이 며 그 판결의 효력은 EU 회원국들에게 동일하게 미치게 된다. 또한 기존의 각국에서 운용되던 특허 소송제도와 병행하여 운영된다.

이와 관련해 EPO의 Benoit Battistelli 청장은 EU의 정상들이 단일 유럽특허법원 설립 합의서에 서 명함으로써 EU를 아우르는 발전된 특허제도에 한층 더 가까이 다가가게 되었다고 언급하였으며. 특허 사안만을 다루는 단일 유럽특허법원의 창설이 유럽특허제도의 완결성을 촉진할 것이라고 설 명했다.

단일 유럽특허법원은 단일특허. 특허절차상 공용 언어와 함께 유럽 단일특허제도 논의 과정에서 가 장 중요한 핵심 시안이었으며, 2012년 12월 EU 의회가 이들 3개 시안들에 대한 법안들을 각각 최종 승인함으로써 유럽 단일특허제도가 출범한 바 있다.

한편 EU 회원국인 이탈리아와 스페인은 자국의 언어가 유럽특허의 공용 언어로 지정되지 않는 것 에 반대하여 현재까지 유럽 단일특허제도에 가입하지 않고 있으며, 이로 인해 27개 EU 회원국 중에 이 두 국가를 제외한 25개 회원국에 대해서만 유럽단일특허제도가 발효될 예정이다.



유럽연합 통상담당 집행위원, 미국과의 자유무역협정 전망

출처: www.ip-watch.org

지난 2월 21일, 유럽연합의 Karel De Gucht 통상담당 집행위원(Trade Commissioner)은 유럽연합 국제무역위원회(International Trade Committee) 회의에 참석해 미국과 유럽연합 간의 범대서양 자유무역협정(Transatlantic Free Trade Agreement, TAFTA)*이 세계에서 가장 큰 자유무역지대를 창설하는 포괄적인 협정이 될 것이라고 전망했다.

그는 2013년 3월에 개최될 유럽 이사회(European Council) 회의에서 미국과의 자유무역협정 협상 권한을 유럽연합 집행위원회에 부여하도록 회원국들에게 공식 요청할 예정이라고 밝혔으며. 미국과 유럽연합 간의 범대서양자유무역협정 초안(draft proposal)에는 지식재산의 보호에 관한 문구도 포함될 것이라고 전망했다.

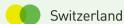
또한 유럽연합이 캐나다, 싱가포르, 콜롬비아와의 자유무역협정 협상에서 지리적 표시(geographical indications)의 보호 증진을 추진해 왔다고 설명하고, 지리적 표시 사안이 미국과의 협상에서 용 이하게 타결되지 않을 것으로 예상되지만 유럽연합은 지리적 표시 보호를 위해 계속 노력할 것 이라고 밝혔다.

한편 Karel De Gucht 집행위원은 2012년 유럽에서 ACTA 비준이 실패한 사례를 상기하면서, 온 라인 저작권 보호에 관한 유럽연합의 개별 법률이 존재하지 않는 한 ACTA 비준을 다시 검토하도 록 시도하지 않을 예정이라고 부연했다.

한편 미국의 경우에도 Barack Obama 대통령이 2013년 2월 12일 연두교서에서 범대서양의 포괄

적인 무역·투자 협력(comprehensive Transatlantic Trade and Investment Partnership)에 관해 유럽연합과 회담을 개시할 계획이라고 발표하는 등 유럽연합과의 자유무역협정 협상에 적극적 인 입장을 보이고 있다.

* 미국과 유럽연합은 이미 약 10년 전부터 자유무역협정을 체결하기 위해 검토해 왔으나 농업 부문 등에 관한 갈등으로 인 해 그동안 별다른 진전을 이루지 못함



스위스 Syngenta. 식물특허의 특성을 공유하기 위한 웹사이트 「TraitAbility」개설

출처: www.syngenta.com

지난 1월 17일, 종자 및 농약 등을 제조하는 스위스의 다국적 기업인 Syngenta는 자사가 보유하 고 있는 식물특허의 특성을 일반인 및 연구기관들과 공유할 수 있는 웹사이트인 「TraitAbility」를 개설했다

「TraitAbility」 개설은 식물형질전환(plant transformation)* 및 단백질표적회(protein targeting)** 등 의 특허기술에 대한 일반인의 접근성을 높임으로써 궁극적으로는 특허로 보호되고 있는 자사의 종자 (seeds) 및 식물 등에 대한 라이선스를 온라인에서 쉽고 빠르게 체결할 수 있도록 하기 위함이다. Syngenta의 Alexander Tokarz 이사는 향후 세계적인 인구 증가에 따른 식량 확보 필요성 측면 에서 농업의 생산성 향상은 필수이며 종자의 육종 기술은 오늘날 최첨단기술 산업에 해당한다고 언급했다.

그는 종자 사업자들은 특허로 보호되는 종자로부터 나온 품종에 대해 로열티를 주장하는 반면 농 부들은 자신들의 직접 길러서 채집된 종자들(farm saved seeds)에 대해서는 자신들에게 종자의 보존, 이용, 교환 등의 권리가 있다고 주장하고 있다고 설명했다. 또한 농업 혁신에 있어서 지식재 산의 역할에 대해 의견 충돌이 있어 왔지만, 혁신에 대한 접근성 증진을 이유로 지식재산권을 포 기하는 것은 근시안적인 대안이며, 식물과 같은 최첨단기술 제품을 개발하는데는 많은 비용, 시간, 위험이 동반되므로 반드시 지식재산으로 보호해야 한다고 주장했다.

「TraitAbility」는 온라인에서 라이선스를 체결하는 것 이외에도, 연구를 목적으로 하는 학계 및 비 영리 민간단체 등에 해당 자료를 무료로 제공한다.

Syngenta는 「TraitAbility」을 통해 자사의 자료를 개방함으로써 종자 산업의 관행에 새로운 길을 열 고 업계의 혁신도 촉진될 것으로 기대하고 있다.

- * 식물형질전환(plant transformation)은 식물조직 배양 시 외래의 유전자를 배양하는 식물의 세포내로 도입시켜 식물의 유전적
- ** 단백질표적화(protein targeting)는 식물세포분열에서 필수적 기능을 수행하는 단백질을 세포의 특정부위로 이동시키는 것 을 말함

자료제공 한국지식재산연구원(KIIP)















기업을 흥하게 만드는

성공적인 특허기술 경영전략

사업지원본부 지식재산평가거래팀



우리나라는 특허출원 건수만 따지면 IP 5에 드는 특허 강국이다. 하지만 특허를 통해 돈을 벌거나, 반대로 로열티를 내준 것을 정산한 '특허무역 수지'는 갈수록 악화되고 있다. 글로벌 특허 생태계 속에서 시장을 선도 하는 혁신기업으로 자리 잡기 위한 특허기술의 경쟁력을 확보하고, 활성 화를 위한 대책마련이 시급하다는 지적이다. 이에 사업지원본부 지식 재산평가거래팀이 발 벗고 나서고 있다.



누이 좋고 매부 좋은 Win-Win 전략

기술의 고도화. 수명주기(Life cycle) 단축 등 R&D 리스크가 급속히 증가하고 있는 기술경영환경 변화 속에서 효율적인 기술혁신을 위한 수단으로써 기술거래의 중요성이 부각되고 있는 상황이다. 또한 지식재산활용 극대화를 위한 기술평가의 필요성 및 활용영역이 증대되면서 특허기술평가 전문기관으로서 구축된 인적ㆍ물적 인프라 및 노하우 활용을 최대화함으로 한국발명진흥회의 전문성 및 대내외 인식을 제고하기 위한 기반마련이 요구되고 있다. 이에 지식재산시장 활성화 지원 사업(13명)과 특허기술가치평가/연구용역 수행사업(9명)을 담당하고 있는 지식재산평가거래 팀의 움직임도 바빠졌다.

기업이 아무리 좋은 특허를 가지고 있다하더라도, 사업화 능력은 별개의 문제이다. 때문에 지식 재산평가거래팀은 국고보조사업인 지식재산시장 활성화지원 사업 분야에서 국내외 특허기술거래 컨설팅, 특허분석 평가시스템(SMART) 운영 및 개발, 지식재산거래정보센터 운영, 특허기술이전 상담 및 중개, 기술거래 DB구축, 수요공급 특허조사, 국내외기술거래 네트워크 구축 등의 업무를 진행하고 있다.



그리고 자체수익사업으로 특허기술가치평가 사업을 수행함으로써 기술가치평가, 사업타당성 평가, 기술력 평가, 연구용역, 선별평가, 건설PQ활용실적 확인, 벤처확인평가, 기타 수익사업 등의 업무를 도맡고 있다.

지식재산평가거래팀을 이끌어 나가고 있는 조경선 팀장은 "특허를 가지고 있는 사람과 특허를 가지고 사업을 하는 사람들이 서로 Win-Win할 수 있는, 즉 정보의 비대칭을 해소할 수 있는 기회를 만들어주는 것이 팀의 가장 핵심적인 업무"라고 이야기한다.

新기술에 생명을 불어넣는 전문가들

지식재산평가거래팀은 한국발명진흥회 10개 팀 중에서도 평균연령이 가장 높다. 조경선 팀장은 그 점이 가장 큰 장점이자, 팀을 이끌어 가는데 가장 큰 어려움이기도 하다고 말한다. "대부분 경력이 많은 팀원들이기 때문에 오랜 경험과 축적된 노하우로 우리가 나아가야할 방향이나 업무적인 이해도가 높습니다. 하지만 개개인이 가지고 있는 능력들이 워낙 출중하다보니 어디로 튈지 모른다는 단점이 있죠(웃음) 저는 그런 부분들을 잘 케어하고, 개개인이 원하는 부분들을 사전에 파악하여 회사와도좋은 관계를 유지할 수 있도록 돕고 있습니다."

지식재산평가거래팀은 평가나 기술거래에 있어서 상당한 전문성을 요구받는다. 때문에 그의 말대로 팀에는 박사급 인력이 13명 정도 되며, 모두들 각자 맡은 업무에서 뛰어난 역량을 발휘하고 있다.

지난 2008년도부터 지식경제부가 주최하고 한국기술거래소가 주관하는 '기술금융 · 사업화 유공자 시상식'에서도 지금까지 총 3명의 팀원이 장관상을 수상한 바 있다. 이는 개발된 우수기술이 적극적으로 기업에 이전 · 사업화 되도록 기여하는 선도적인 기술거래 · 평가, 금융, 사업화, 지원기관의 전문기를 발굴하는 시상식으로, 기술평가 부분에서 조경선 팀장과 김경구 전문위원이, 그리고 기술거래 부분에서 김상범 상담관이 상을 받았다. 특히 조경선 팀장은 기술가치평가시스템 구축에 참여하고, 기술가치평가 49건, 기술력 평가 12건을 추진한 공로가 높이 평가되었다.

잠자고 있는 특허기술에 날개를 달아주다

최근 지식재산평가거래팀의 가장 커다란 성과를 꼽자면, 국내 특허 기술을 이전하는 것에서 벗어나서 국내에 이미 상용화된 기술들을 해외로 이전하는 사업을 추진한 것이다. 지난 2011년부터 시작한 '해외특허기술거래컨설팅 사업'의 기술수출 실적이 지난해 1000만 달러를 훌쩍 넘은 총 1025만 달러(약 111억 원)를 기록했다. 사업 시행 첫해인 2011년 200만 달러(약 22억 원)의 실적을 기록한 것에 비하면 1년 새 5배나 실적이 상승한 셈이다. 기술 대외의존도가 높은 우리나라의 현실을 생각하면 이 러한 실적의 상승세는 상당한 의미를 지니고 있다고 할 수 있다.

2013년 지식재산평가거래팀의 새로운 이슈가 한 가지 더 있다. 앞으로는 물적 담보 없이 특허권 등 지식재산권(P)을 통해 최대 20억 원까지 담보대출을 받을 수 있게 된 것이다. KDB산업은행과 '지식재산권 담보대출 시행'을 위한 업무협약을 체결함으로써 그동안 담보로 인정받지 못했던 기업의 특허권, 상표권, 디자인권 등이 유형 자산인 부동산과 동일하게 취급받게 됐다.

"개인적인 목표, 팀의 목표, 조직의 목표를 함께 달성하기 위해서는 팀원들 간의 협력을 강화시켜야 한다"







혁신형 중소기업 기술금융 지원사업을 담당하고 있는 박재원 전문위원도 이 협약에 대해 큰 기대감을 드러냈다. "한국발명진흥회는 지식재산을 전문적으로 평가하는 기관입니다. 때문에 KDB산업은행이 우리를 선택하지 않았나 생각합니다. 앞으로 지식재산기반의 금융이 활성화될 수 있도록 우리 팀에서 도 더 많은 노력을 기울일 예정입니다."

또한 기업이 특허 경쟁력을 갖추기 위해서는 강한 특허 포트폴리오를 구축하는 것과 함께, 특허를 전략적으로 관리하고 활용하는 것이 필요하다.

곽정애 전문위원은 "한국 및 미국의 등록특허를 대상으로 대량의 특허를 신속하게 평가 · 분석하여 평기등급을 제공함으로써, 특허관리 및 거래(우수특허 선별 등)를 효율적으로 지원하는 시스템인 특허분석평가시스템(SMART3)이 출시됐다"며 "미국을 첫 번째 대상으로 하고, 차차 일본, 유럽, 중국으로 넓혀나갈 예정"이라고 말했다.



가장 중요한 것은 눈에 보이지 않는다

향후 차기 정부에서 중소기업에 대한 지원정책을 강화하고 지식재산의 활용에 대해 관심을 쏟을 것으로 전망되고 있다. 그렇기에 지식재산평가거래팀의 역할과 임무도 더욱 막중해질 것으로 예상된다. 경제성장의 근간은 기업이며, 기업이 지식재산으로 경쟁력을 가질 수 있도록 발 빠르게 움직여야 하기 때문이다.

이에 지식재산평가거래팀은 개인적인 목표, 팀의 목표, 조직의 목표를 함께 달성하기 위해 팀원들 간의 협력을 더욱 강화시켜 나갈 예정이다. 더불어 서로 다른 분야에서 쌓아 올린 전문성을 하나로 합쳤을 때의 시너지효과 창출도 기대하고 있다. 국내 기업의 글로벌 경쟁력을 높이기 위해 묵묵히 전진 중인지식재산평가거래팀. 그들의 행보가 주목되는 이유가 바로 여기에 있다. 발명특이

연탄 한 장의 가치 365일 사랑의 불씨를 지피다



지난 시절 아련한 추억 속에서만 존재하는 것이 아니라, 기초생활수급자, 차상위 계층 등에게는 아직도 절대적인 생필품인 '연탄'. 지금 이 순간에도 한 장의 연탄 값조차 부담이 되어 고생 하는 이웃들을 위해 지난 3월 12일, KIPA 봉사단이 연탄과 쌀 나눔 봉사활동으로 사회에 따뜻 함을 전했다.

01. 5~6명이 한 조가 되어 수레를 끄는 팀, 그리고 지 게를 매고 가는 개인팀으로 나누어 배달을 진행했다. 02. 수레에 연탄을 싣는 손길이 바빠진다. 03. 조은영 부회장과 봉사단원들은 연탄과 함께 훈훈한 이웃사랑 을 실처 중이다





'나눔 온도 높이기' 현장 속으로

이제는 여느 곳을 가서는 찾아보기 힘든 연탄. 하지만 한 끼니 한 끼니를 걱정해야했던 어려운 시절. 연탄 하나가 뿜어주던 그 따뜻함을 우리는 아직 기억한다. 단지 연탄 한 장이지만, 가족 사이, 이웃 사이에 정이 푸근하던 그 시절의 따뜻함이 함께 기억되기 때문이다.

꽃샘추위에도 불구하고 9시 40분 집합시간이 되자, 환한 웃음으로 한국발명진흥회 임직원들 약 40명이 연탄은행 앞으로 모여들었다. 이번 연탄 나눔 봉사를 통해 서울시 노원구 중계본동 백사마을에 거주하는 취약계층 10세대에 세대별로 200장, 총 2000장의 연탄과 쌀 10kg, 2포대씩 총 20포대를 직접 배달하기로 한 것이다. 오늘 봉사에는 조은영 부회장과 이주열 경영기획본부장, 어용호인재개발연구본부장도 참석하여 그 의미를 더했다.

우리도 누군가에게 따뜻한 사람이 될 수 있다

백사마을은 산비탈도 심하고 좁은 골목으로 이어지는 미로 같은 길이 거미줄처럼 연결되어 있다. 언덕길이 시작되는 지점 27번지에 자리 잡고 있는 서울연탄은행 창고에는 오늘 배달할 연탄들이 수북이 쌓여있다. 봉사단원들은 연탄은행 간사들의 도움을 받아, 높은 곳에서부터 1가구 1가구 치근 차근 연탄 배달을 시작했다. 수레 배달이 어려운 곳이 많기 때문에 봉사자 대 여섯 명을 제외하고 는 모두 지게를 하나씩 등에 지고, 주인의 손을 기다리고 있던 사랑의 연탄들을 싣고 필요한 자리 를 찾아 일사분란하게 움직였다.

'영차! 영차!' 있는 힘을 다해 수레를 밀고 끄는 단원들의 이마에서는 땀이 주르륵 흐른다. 그렇게 각세대별로 도착한 연탄 200장은 적재 담당자들의 손에 의해 척척 벽을 타고 쌓여간다. 대책 없이 쌓다가는 쓰러지기 십상, 여기에는 나름의 기술도 필요하다.

사실 개인의 좋은 마음만으로는 실천에 옮기기가 쉽지 않으니, 이런 행사가 직원들에게는 좋은 기회가 된다. 지식재산인력팀 백인홍 팀장은 "1년에 2~3번 정도 연탄 봉사를 하고 있습니다. 연탄 봉사 외에도 몸이 불편해 밖으로 잘 나오지 못하시는 어르신들에게 반찬도 만들어 갖다 드리고요. 봉사를 할 때면 부모님 생각이 많이 납니다"라며 뿌듯함을 전했다.

이날 손에 손을 오기는 연탄에서 그 시절의 따뜻함과 정이 함께 나누어졌다. "길이 험해서 수고 많으십니다." 마을 어르신들의 응원 한마디, 한마디들이 에너지가 되어 봉사단들에게 돌아온다.

불씨를 이어가는 연탄이야기

굴뚝에 연기가 모락모락 피어오르는 작은 집들이 다닥다닥 붙어있다. 사람이 살지 않아 창고가 된 빈집들도 꽤 많이 보인다. 연탄을 배달하고 가파른 길을 내려오던 총무팀 나기성 과장은 "이 동네 에 사시는 분들은 연탄을 겨울에만 떼는 것이 아니라고 들었어요. 난방용만이 아니라 씻을 물을 데울 때도, 음식을 할 때도 모두 연탄을 쓰는 경우가 대부분이라고요. 이 연탄 한 장의 값어치가 우 리가 생각하는 것보다 훨씬 크다는 것이죠"라며, 봉사를 하면서 항상 기분이 좋은 것만은 아니라 고 얘기한다. 어렵게 지내고 있는 할머니, 할아버지들이 마음에 걸리기 때문이다.

요즘 연탄 한 장의 값은 500원, 업체마다 다르긴 하지만 가격이 오른편이다. 결코 싼값은 아니라는 얘기. 높은 곳은 운반비까지 포함해서 700~800원선이고, 그나마도 300장 이상이 아니면 배달도 잘 해주지 않는다. 때문에 몸이 불편하신 어르신들에게는 가파른 언덕길을 올라 연탄배달을 해주는 봉사단원들이 정말로 고마울 따름이라고, 손자 같고 자식 같은 봉사단원들에게 할머니들은 뭐라도 하나 쥐어주고픈 마음에 사탕이며, 초콜릿을 호주머니에 넣어주신다.

나눔 봉사가 처음인 신입 직원들도 있지만, 대부분은 몇 차례 경험이 있는 직원들이다. 모두들 나눔 이라는 경험을 통해 얻는 값어치가 크기 때문일까. 행사가 있을 때마다 적극적으로 움직인다. 지식 재산진흥팀 유동환 주임 또한 "연탄을 등에 지고 높은 언덕을 올라 할머니, 할아버지들에게 전달해 드리고 나면 등이 가벼워지잖아요. 그때마다 마음도 가벼워지는 것 같습니다. 여간 뿌듯한 게 아니 에요(하하)"라며, 헬스보다 효과가 훨씬 좋다며 너스레를 떤다.



04. 배달된 연탄과 쌀로, 몸과 마음까지 따뜻하게 지낼 수 있기를 바라면서 나눔 봉사를 마무리했다. 05. 골목 길을 오르락내리락, 지게를 지고 연탄을 배달하는 봉사단 원들







함께 나누며, 공존의 지혜를 배우다!

잠깐의 휴식시간. 연탄은행 앞으로 모인 봉사단원들이 준비해온 귤과 커피를 나눠 마시며 휴식을 취한다. 이제 연탄은행 가까운 곳까지 배달이 얼추 완료된 상황. 간사들의 수량 체크하는 손도 빨 라지고, 배달하는데도 속도가 붙는다. 이제는 연탄 한 장은 무게를 느끼지 못할 만큼 가벼워졌다. 조은영 부회장은 "어려운 이웃에게 마음을 나눌 수 있다는 건 참 행복한 일입니다. 뿐만 아니라 우리 직원들이 더욱더 서로 협동심이 생기고, 공동체 의식이 강해지는 것 같아 기분이 좋습니다" 라고 소감을 밝혔다.

어려운 경제 상황이 계속되고 있지만 직접 나눔봉사에 참여한 단원들은 오늘 희망을 보았다. 나도 넉넉하지 못하지만 나보다 더 힘든 이웃을 배려하는 마음들 덕분이다. 그리고 직접 나눔을 실천한 한 뒤에 오는 세상의 따뜻함이 크게 와 닿았기 때문이다.

땀 흘리며 작업한 후 장갑을 벗은 이들의 손에는 연탄가루가 까맣게 묻어있다. 하지만 봉사단원들의 마음만은 더 깨끗해진 하루였다. 발명특허

"전반을 등에 지고 높은 전덕을 불라 할던데, 할은아버지들에게 옷 전달 해도되고 나면 등이 가게 취지잖아요. 그때 바라다 마음도 가게 취지는 것 같습니다. 어간 백동한 게 아니에요"

원칙과 기초로 다져진 내실.

세계일류 상품을 개발하다

㈜ 로팩 김금자 대표

사업초기 지하실 월세부터 경영을 시작한 김금자 대표는 무엇보다 원칙과 기초의 충실함 을 추구한다. 그것을 통해 탄탄한 내실을 만들고, 그 힘을 바탕으로 세계를 향해 뻗어나가 는 것이다. 최근 10년 동안 어지럽게 돌아가는 세계경제 환경 속에서 ㈜롤팩은 끊임없는 내 실강화로 세계일류 상품을 내놓는 쾌거를 이루었다.



01. 2002년 도입한 국내 유일의 7겹 공압출 진공포장필름 생산설비로 탁월한 산소차단성과 투명성을 갖춘 진공포장 백용 진공필름을 생산하는 주력생산장비이다. 02. 한국발명 진흥회로부터 지원받은 IP자금을 토대로 디자인된 가정용 진공포장기의 제조라인 모습.

차별화를 통해 글로벌 회사와 경쟁하다

롤팩은 1986년부터 연포장분야에 종사하면서 폴라포포장지, 시발라면포장지 등 특수한 포장지를 개발·생산해오면서 2002년 지금의 가정용진공포장백을 만들어냈다. 1994년부터 미국에서 가정용진공포장기라는 신개념의 주방가전이 개발되어 큰 인기를 끌었는데, 그에 쓰여지는 진공백은 백 내부에 공기를 배출해주는 에어채널이라는 기술이 들어있다. 이 부분은 미국 회사가 특허로 강력하게 무장하여 전 세계독점영업을 하고 있었고, 롤팩은 독특한 방식의 에어채널을 개발하여 국산화에 성공시키고 세계일류기업에 기술제공 및 독점공급 계약을 이루어냈다.

김금자 대표는 "글로벌 회사와 경쟁하기 위해서는 우선 품질과 제품의 차별적 우수성이 중요합니다. 제품을 개발하기 위해 별도의 시험생산설비를 갖추고 외부 협력사의 설비 등도 적극 활용하였지만 한계가 있어 애를 먹었어요. 생산과 테스트, 그리고 버리기를 수십 톤 해야 했고 그에 따른 개발 지금도 상당한 압박이 되었습니다. 특히 제작된 샘플을 해외로 보내 테스트 및 거래제안을 했지만 우선 돌아온 것은 경쟁사들의 특허침해 압박이었습니다. 해외전시회를 기획하여 전시장에 들어가는데 미국경쟁사 직원들이 우리 회사 직원들의 출입을 막기도 했습니다. 특허침해 여지가 있으니 전시회를 포기하라는 것이었습니다."라며 사업 초기, 글로벌 회사와 충돌했던 기억을 회상했다.

롤팩의 주력 생산품은 7겹 에어채널 진공포장백과 진공롤제품이다. 기본적으로 진공포장백이 갖추어야할 산소차단성, 투명성, 연신성 등이 우수하고 무엇보다 진공을 위한 공기배출이 원활하도록 독자적인 기술의 EPC에어채널공법을 개발했다.





03. 한국발명진흥화 자금으로 디자인된 일본에 수주를 받은 제품-A2. 04.7겹 공압출 진공포장필름을 생산 하기 위해 전자적콘트롤판넬을 기술자가 제어하는 모습.



기존의 에어채널은 제작방식이 단순하여 진공백에 미세한 구멍이 생겨 진공이 자주 풀리는 치명적인 현상이 있었지만, 롤팩에서 개발한 EPC 에어채널공법은 이러한 단점을 극복한 완벽한 기술이다.

이러한 차별화된 기술의 우수성을 바탕으로 전 세계적으로 인정받고 있는 글로벌 회사와 어깨를 나란히 할 수 있었고, 롤팩의 시장점유율이 점점 높아지는 쾌거를 이룰 수 있었다.

2002년 코트라의 해외시장조사 결과에 따르면 그해 미국에서 판매된 가정용진공포장기는 약 150만 대이다. 소매가 100달러씩 계산해도 1억 5천만 달러 정도 되는데, 그에 따른 소모품 진공백이나 진공롤을 한 해 10개씩만 써도 소비자가가 하나에 9달러 정도이니 약 1억 3천만 달러가 된다. 즉 2002년 미국의 시장규모는 약 3억 달러 정도이다. "그런 실적을 일궈낸 회사는 미국의 FoodSaver라는 브랜드인데, 전 세계 시장의약 80%를 선점하고 있지요. 저희 롤팩은 2002년 FoodSaver와 진공 롤 및 진공백 공급계약을 체결하고 약 50억 원을 투자하여 7겹 진공필름 생산설비를 갖추고 지금까지 매년 약 150억 원 규모로 제품을 공급하고 있습니다."

FoodSaver가 사용하는 진공백 및 롤의 약 40%를 바로 롤팩이 공급하고 있다. 특히 품질의 우수성을 계속해서 인정받아 미국 및 주요 국가에서 쓰이고 있는 가정용진공백 및 진공롤은 롤팩에서 공급한 made in Korea라고 할 수 있다.

끊임없는 노력이 내놓은 결실

김금자 대표는 진공포장백과 진공롤을 세계 시장 어디에 내놓아도 세계 일류 상품과 비교했을 때 손색이 없다는 자신감이 있었다. "하지만 진공 포장기는 사정이 다른 것이 우선 해외제품과의 특허문제로 아주 예민해서 해외제품과 차별화된 특허기술이 필요하고 외부적으로 적절한 디자인이 중요했습니다. 마침 한국발명진흥회에서 이러한 특허기술이 기반이 된 디자인사업을 지원한다는 소식을 접하고 딱이다 생각하게 되었지요, 해외특허조사, 특허를 기반으로 한 경쟁성 조사, 관련 제품의 해외 IP 기술조사 등 내부적 경쟁성 조사는 물론 조사된 해외제품 시장조사 등 자료를 토대로 차별화된 디자인까지 일궈내 그야말로 안 될 이유가 없는 프로그램을 만났습니다."

중소기업 IP활용 전략지원사업을 통해 경쟁사의 가정용진공포장기 제품의 해외경쟁 수준을 파악할 수 있었고, 그에 따라 적절한 디자인을 개발하여 바이어의 호감을 얻을 수 있었다. 또한 제품의 기술적, 특허적 경쟁력을 어필하기가 어렵지 않았다. "결국 일본 제1의 대형소매체인과 공급계약을 체결하게 되었고 첫 오더로 약 30만 달러 정도를 수출하게 되었습니다."

롤팩의 가정용진공포장기와 진공기는 7년째 세계일류 상품으로 선정되어 세계적인 품질수준을 인정받고 있습니다. 특히 7겹의 에어채널진공 포장필름만큼은 세계 Top 수준이라고 보고 있으며, 세계유력회사들로

글로벌 회사와 경쟁하기 위해서는 우선 품질과 제품의 차별적 우수성이 중요합니다





부터 기술개발에 대한 요구를 접하고 있다.

롤팩은 향후 2~3년 내에 가정용진공포장기와 에어채널진공백을 통해 세계최고의 브랜드로 성장할 수 있을 것이라 예상하고 있다. 롤팩이 이렇게 세계일류 상품을 개발하고 향후 세계최고 브랜드로 성장할 수 있는 초석을 다지게 된 계기는 한국발명진흥회의 중소기업 IP활용 전략지 원사업이 만들었다고 해도 과언이 아니다.

기업의 미래경쟁력은 원칙과 기초로부터

"지난 10년간 내실경영에 치중했습니다. 무엇보다 건실하고 건강한 기업구조가 우선시 되어야만 기업이 성장할 수 있는 토대를 만들 수 있다고 생각합니다. 집도 마찬가지예요, 내 가정에 부채가 없고 건실해야 차차 집을 넓혀 갈 수 있고 보다 좋은 환경을 만들 수 있잖아요, 저희는 탄탄한 내실경영을 바탕으로 해외시장에서 이 분야 최고의 브랜드가 될 수 있도록 노력하고자 합니다."

세계시장에서 글로벌 리더가 되고자 노력하는 김금자 대표는 무엇보다 직원들과의 관계에 신경을 쓴다. 회사의 이익을 조금이라도 나눠 직원 들의 가계에 보탬이 되고, 그 힘으로 회사에 집중할 수 있도록 기대하 는 것이다. "사업 초기 지하실 월세로 시작했어요. 경제적으로 어려운 문제보다는 원칙과 기초에 충실할 수 있도록 노력했습니다. 월세에서 전세로, 전세 에서 자가로 성장하면서 늘 변함없는 것은 어떤 일을 하나씩 차근차근 해내는 것과 내 가족들을 소중히 여기는 마음이지요."

김금자 대표는 앞으로의 계획이나 목표에 대해서 '없다'고 대답했다. "매일매일 출근할 수 있는 회사가 있는 것만으로도 감사해요. 저에게는 출근길이 가장 행복합니다. 이런 감사함이 매일매일 이어지기를 기대하고 그렇게 되기 위해 직원들과 최선을 다하는 것이 계획이라고 할 수 있습니다. 앞으로 직원과 회사 모두 건강하고 건실하게 성장한다면 그곳이 제 계획이고 최종목표가 될 것입니다."

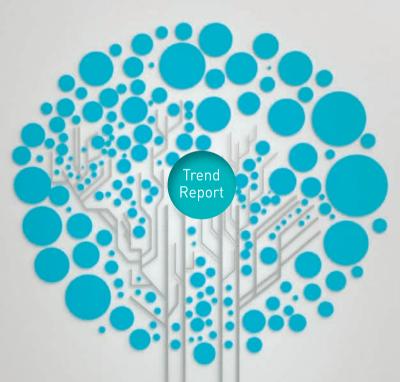
원칙과 기초를 지킨다는 것은 간단명료한 것 같으면서도 가장 지키기 힘든 일이 아닐까 한다. 하지만 김금자 대표는 개발과 혁신에 대한 초심, 원칙과 기초를 지켜나가고자 하는 초심을 잃지 않고 끊임없이 거북이 처럼 걷는다. 세계일류 상품 개발에 이어 글로벌 리더가 될 롤팩의 미래 를 기대한다. 발생특의

05. 실제로 생산되고 있는 7겹 공압출필름. 세팅과 정확하게 맞는 고품질의 진공포장필름으로 생산되고 있는지 육안으로 확인하고 있는 모습. 06. 본사를 기점으로 세계로 뻗어가는 롤팩의 위상과 목표를 상징화한 보드판 앞에서 집무하는 김금자 대표.



(° BIGDATA°)

빅 데이터(big data) 시대의 도래, 정보가 세상을 지배하다



인류문명의 역사는 수렵에서 농경, 그리고 산업으로 흘러왔다. 21세기는 지식 및 정보의 생산과 유통이 중요한 자원이다. 눈에 보이지 않는 지식과 정보는 인터넷이라는 가상공간 속에서 거리나 시간에 구애받지 않고 전 세계를 유영한다. 정보화 사회라고 칭하는 현대사회. 이제는 지식이나 정보의 생산을 넘어서서, 그 안에서 끊임없이 분석되는 수많은 데이터가 이 사회의 시스템을 움직일 정도로 성장했다.



Volume, Variety, Velocity, Value

우리는 언제. 어디서든지 지식과 정보를 만난다. 스 마트폰이 대중화된 최근에 는 장소에 구애받지 않고

걸어 다니면서도 원하는 것을 검색해 그것을 취한다. 그 뿐만 아니라 개인 공간을 쉽게 만들 수 있는 인터넷 사이트 덕에, 우 리의 삶은 쉽게 공유되기도 한다.

정보화 사회로의 진입으로 지식과 정보는 상상 이상의 가치를 생산하고 있다. 또한 최근에는 지식과 정보의 끊임없는 생산에 그치지 않고, 방대한 양의 정보를 모아 분석하는 빅 데이터 시 대를 맞게 되었다. 이것은 컴퓨터 및 처리기술이 발달함에 따라 디지털 환경에서 생성되는 데이터를 분석해 사회현상을 예측 할 수 있는 길을 열었다.

디지털 환경이 양산한 데이터를 분석할 경우, 질병이나 사회현 상의 변화에 관한 법칙을 발견할 기능성이 높아졌다. 미국 매사 추세츠공과대학 집합지능연구소장 토머스 멀론은 빅 데이터를 통해 인류가 유사 이래 처음으로 인간 행동을 미리 예측할 수 있는 세상이 열리고 있다고 주장하는 대표적인 학자다.

빅 데이터는 초대용량의 데이터 양(volume). 다양한 형태 (variety), 빠른 생성 속도(velocity)라는 뜻에서 3V라고 불리며, 여기에 가치(Value)를 더해 4V라고 정의한다.

데이터. 21세기의 미래 경쟁력

빅 데이터가 예측하는 사회 현상의 변화는 기업이나 공 공부문에서 활용하기 용이 하기 때문에 전 세계적으로

빅 데이터를 향한 관심이 아주 뜨겁다. 벌써 선진국에서는 빅 데이터를 활용한 사례가 속속 나오고 있는데, 가장 대표적인 것 이 미국 국세청이다. 미국 국세청은 글로벌 금융위기로 인한 금 융범죄를 막기 위해 빅 데이터를 이용했다. 2011년 대용량 데 이터와 IT 기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스 템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아 낸 것인데, 예측 모델링을 통해 납세자의 과거 행동정보를 분석 한 다음 사기 패턴과 유사한 행동을 검출했다. 결과적으로 이는 연간 3.450달러에 이르는 세금 누락을 막아냈다.

또한 버락 오마바의 대선 때 빅 데이터의 활용이 재선 성공의 중요한 요인으로 꼽힐 정도로 그 힘이 대단하다고 할 수 있다. 기업에서는 고객들의 데이터를 분석하여 개인의 취향을 고려 한 마케팅을 펼치는데 사용하고 있다. 빅 데이터는 교통, 세 금. 범죄 등의 사회영역과 경제의 흐름까지 주도할 수 있는 '미래 경쟁력'인 것이다.

빅 데이터 이면에 감춰진 빅 브라더(big brother)의 실체

선진국은 이미 빅 데이터 를 활발하게 이용하고 있 고, 우리의 삶은 빅 데이터 를 통해 움직일 것이 분명

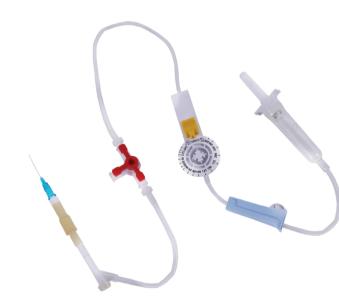
하다. 하지만 이 새로운 블루오션에도 많은 사람들이 우려하고 있는 어두운 면이 있다. 영국의 소설가 조지 오웰은 그의 소설 『1984』에서 '빅 브라더'를 통해 미래 사회를 이야기했다. 빅 브 라더는 절대 권력이다. 이는 '텔레스크린'을 통해 아주 철저히 국민을 감시한다. 정보화 사회의 진입은 우리에게 수많은 것을 안겨줬지만 그만큼 사생활 논란 문제도 상당하다.

우리나라 국가정보원은 인터넷 회선 감청(패킷 감청)을 통해 감청 허가서가 발급되면 인터넷 상의 활동을 모두 감청할 수 있는데 이는 제3자의 개인정보까지 위험하게 한다. 영국 정부 는 통화, 문자메시지, 이메일을 영장 청구 없이 조회할 수 있 는 법안을 추진하고 있다. 이렇듯 데이터의 수집과 분석, 공개 는 사회의 안전과 사생활 보호가 균형을 이뤄 성장해야 함을 보여준다

어떤 사회현상이든 일장일단이 있다. 빅 데이터 또한 미래 경 쟁력인 동시에 사생활 침해라는 이면이 존재한다. 하지만 그것 이 조화롭게 발전할 수 있도록 연구한다면, 빅 데이터는 우리 의 삶을 크게 변화시킬 수 있을 것이다. 발명특히

무엇이든 시작은 아주 사소한 것에서부터 시작한다. 이영희 간호사가 '발명가'라는 타이틀을 얻은 것도 그러했다. 환자들의 혈압을 측정하는 커프의 찍찍이가 계속 떨어질 때, 주사기 속 용액이 줄줄 새어 나올 때 불편함을 자각했던 것이 발명의 출발이었다. "불편함이 곧 새로운 출발의 시작점"이라는 이영희 간호사는 이제 동료들 사이에서도 '발명가 이영희'로 통하고 있다.

의료기구의 변신은 무죄



이영희 조선대학교병원 간호사 ●



"현장에서 느낀 것 그대로 적용했을 뿐"

조선대학교 53병원에 근무하는 이영희 간호사(49)는 올해로 경력 27년차의 베테랑 의료인이다. 환자들의 이픔을 조금이나마 덜어주고 싶어 간호사의 길을 택한 그녀는 최근 2년 전부터 동료들로 부터 새로운 별명을 얻기 시작했다. 바로 '발명가 이영희'라는 수식어다.

수식어가 의미하는 대로 그녀는 '발명하는 간호사'다. 지난 2011년 탈부착방식을 바꾼 '혈압 측정용 커프'를 새롭게 제작한데 이어 2012년에는 '3—way 스톱 콕'을 특허등록하고 올 초에는 바늘의 분 리와 결합이 자유로운 일회용 주사기를 제품화했다.

그녀의 발명품은 의료현장의 매우 작은 부분에 주목한 것들이지만 병원 종사자들은 그녀의 제품을 보며 하나같이 무릎을 쳤다. "왜 이 생각을 못했을까" 라며 탄성을 자이냈던 것이다. 그만큼 병원에서 매우 빈번하게 사용하고, 또 그렇기에 아무도 변화를 기대하지 않았던 분야에서 그녀의 발명은 이뤄졌다.

이영희 간호사가 처음 주목한 의료기기는 혈압측정용 커프였다. 일명 '혈압계'로 불리는 이것은 병원에서 가장 빈번하게 사용되는 기기 중 하나다. "간호사가 환자의 활력증후를 측정할 때 혈압이 가장 중요합니다. 하지만 이 혈압기가 제가 입사한 1980년대나 지금이나 똑같다고 하면 믿으시겠어요? 물론 자동혈압기와 전자혈압기도 나왔지만, 결합방식은 예나 지금이나 벨크로 테이프, 일명 '찍찍이'에 의존하고 있어요, 하지만 혈압기를 사용할수록 벨크로 테이프에 보풀이 발생하고 접착력이 떨어져 결국은 벨크로 테이프를 교체해야 돼죠. 그 때문에 간호사들은 그동안 혈압기의 떨어진 벨크로 테이프를 세탁실에서 박음질하는 일을 당연시 여겼어요."

그러던 어느 날, 후배 간호사가 접착력이 없는 혈압기를 붙잡고 두 번, 세 번에 걸쳐 환자의 혈압을 재려고 애쓰는 모습을 보며 탈부착방식을 바꿔야겠다고 마음을 먹었다. 자신이 개발한 새로운 혈압계를 접한 동료들 역시 '어머'라는 감탄을 자이냈다. 이런 반응에 더욱 자신감을 얻은 이영희 간호사는 다음 단계로 진도를 높였다.

의료업체 대표도 감탄한 아이디어

이후 그녀는 연결부위를 단단히 봉합할 수 있는 '스마트 3-way 스톱 콕'과 바늘의 분리와 결합이 자유로운 '일회용 주사기' 등 다양한 제품을 개발하기 시작했다. '스마트 3-way 스톱 콕'은 기존 3-way 스톱 콕의 불편을 해소한 제품으로 결합 방식을 좀 더 단단히 했다. 기존에는 확실한 결합방식이 없어 조금만 부주의해도 연결부위가 쉽게 분리되어서 수액이 흐르고, 시간이 지체될 경우 수액뿐 아니라 혈액까지 흘러 위험한 상황이 발생할 수 있었다.

"환자나 보호자가 잠든 이간이라면 많은 양의 혈액이 흘러 주변을 오염시키고 환자도 매우 놀라게 되죠. 뿐만 아니라 질병회복에도 지장을 줄 수 있기 때문에 3—way의 연결부위를 단단히 하는 것은 매우 중요해요. 그렇게 되면 간호업무도 더욱 수월하게 할 수 있고 환자도 편안하게 치료를 받을 수 있죠."

새로운 일회용 주사기 개발도 기존의 불편함을 제거하는 데서 시작했다. 주사기는 병원에서 가장 많이 사용되는 의료기기로, 현장에서는 주로 슬림 주사기와 이의 단점을 보완한 루어락(luer lock) 주사기를 사용한다. 루어락이 슬림 주사기의 단점을 보완했다고 하지만 가격이 비싸고 약액주입구가 뭉툭해 별다른 효능을 보지 못하는 상황이었다.

"슬림한 주사기는 사용 시 비늘 위에 씌워진 보호캡을 분리해야 하는데, 사실 쉽게 분리되지 않아요, 한 손으로 주사비늘 허브의 아래 부위를 잡고 빼야하는 불편함이 있었죠. 그러다 자칫하면 주사비늘에 손이 찔리기도 하고 주사기와 비늘이 임의로 분리돼 약을 쏟기도 해 매우 힘들었어요."

그녀는 주사기와 주사비늘이 볼트와 너트식으로 결합된다면 기존의 문제점이 모두 해결될 수 있을 것이라고 생각했다. 생각은 적중했고, 결합방식만 바꾸면 되기 때문에 상품화 과정도 수월해 곧장 제작에 들어갈 수 있었다.

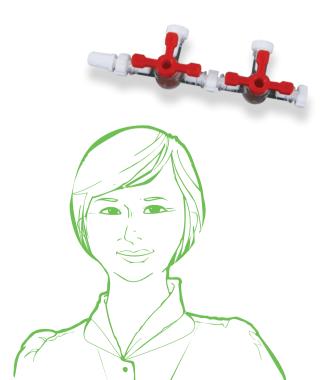
이영희 간호사가 현재까지 특허를 받은 제품은 '모서리 스티커'와 '혈압측정용 커프', '3—way 및 이에 연결되는 약액세트 연결구', '일회용 주사기' 등 총 네 가지다. 특허를 받는 과정이 결코 호락호락하진 않았지만 자신의 아이디어가 눈에 보이는 제품으로 탄생하는 것을 보면 왠지 모를 뿌듯함이 가슴 속에서 새어나왔다.

"아직은 발명가라는 호칭이 익숙하진 않아요. 하지만 내심 싫지는 않죠. (웃음) 생활속에서 겪는 불편함을 새로운 발상으로 전환할 때, 누구나 발명가라는 타이틀을얻을 수 있을 것이라고 생각해요."

현재이영희간호사는 혈액역류방지용 정맥카테터와 필터니들(filter needle) 두가지를 특허 출원 신청을 해 놓은 상태다. 그녀는 앞으로 자신의 제품이 전 세계로 판매될 수 있도록 직장에서 열심히 일하고 연구한 것 이상으로 사업에 매진할 계획이라고 포부를 전했다. 발명특히



탈부착방식을 바꾼 '혈압 측정용 커프', '3-way 스톱 콕'의 특허등록, 바늘의 분리와 결합이 자유로운 일회용 주사기의 제품화









01. 회의실겸 직원들이 강의를 들을 때 사용하는 사무공간. 02. 사색의 공간, 그 속에 담겨진 이야기를 만나보자.

모든 공간에는 이유가 있다

제니퍼소프트는 최근 TV에 비춰지며 큰 유명세를 탔다. '한국의 구글' '직원들이 일하기 좋은 회사'라는 타이틀을 얻으며 많은 사람들의 관심대상으로 떠오른 것이다. 제니퍼 소프트는 2006년에 설립된 기업이지만, 대중들의 관심 선상에 떠오른 것은 파주 헤이리 예술마을로 사옥을 짓고 이사한 2012년부터다.

이곳의 건물 구조와 시설은 마치 펜션에 온 듯한 느낌을 준다. 지하에는 수영장과 스파가 있고, 1층에는 선 베드(sun bed)가 놓여 있어 수영을 즐긴 직원들은 계단을 통해 1층으로 올라와 선베드에 누워 책을 읽고 사색할 수 있다. 수영을 한 후 목이 마르다 싶으면 1층에 있는 카페에서 직접 음료를 제조해 마시 면 된다. 모든 직원들은 바리스타 교육을 받았기 때문에 간단 한 음료 제조는 이곳 직원들에게 어려운 일이 아니다.

책을 읽고 싶을 때는 카페와 회사 내 계단 곳곳에 꽂혀있는 책 중 무엇이나 선택하면 된다. 혹은 자신이 직접 구입해 읽 어도 될 것이다. 회사와 조금이라도 관계된 물건들은 모두 지 원이 되기 때문에 직원들은 경제적 부담을 뒤로한 채 자신의 사고를 확장할 수 있는 방법만 강구하면 된다.

이처럼 이 곳의 공간을 논하기 위해서는 제니퍼소프트가 지 향하는 세계관에 대한 이해가 필수적이다. 대중들은 회사에 수영장과 스파가 있다는 사실에 놀라고, 5년 근속한 직원의 가족 모두를 해외로 여행을 보내주는 기업 방침에 감탄하지 만 이 모든 것에는 분명한 이유가 존재하고 있다.



끊임없이 '왜' 라고 질문하라

제니퍼소프트의 이원영 대표는 직원들에게 항상 '왜'라고 묻는다. 기획 안을 제출할 때에도, 프로그램을 개발할 때에도 왜 그렇게 해야 하는지 늘 생각하라고 조언하는 것이다. 때문에 이곳의 공간 역시 이러한 질문 에서 출발했다.

"우리 회사의 카페와 수영장, 테라스와 회의실은 모두 존재의 이유가 있어요, 심지어 세부적으로는 카페의 창을 폴딩 도어(folding door)로 한 이유, 사각형의 테이블을 배치한 것, 다소 하드(hard)한 느낌의 의자를 배치한 것 등 모두 나름대로의 이유가 있죠."

헤이리 예술마을에서 이곳을 방문해 본 사람들이라면 알겠지만 '카페 제 니퍼'는 네 면의 벽 중 마주보는 두 면이 폴딩 도어로 되어있다. 한 쪽은 건물의 정면에, 다른 쪽은 후면에 부착, 건물 후면에는 잔디와 지하 수영 장의 연결통로 그리고 선 베드가 놓여있어 여름철에는 마치 시원한 휴양 지의 느낌마저 준다.

마주보는 두 면을 폴딩 도어로 만드니 날씨가 쾌적할 때에는 건물을 완전히 개방해 바람길도 낼 수 있을 뿐 아니라 사람들은 건물의 앞뒤를 자유롭게 오갈 수 있다. 자연의 바람을 맞으며 카페에 앉아 책을 읽는 직원들은 전혀 다른 환경 속에서 더 깊은 사유를 하게 된다.

"'깊게 생각하기 위해 넓게 생각하라'. 이것이 저희 회사가 강조하는 이야 기죠, 프로그램 개발자들이 프로그램에만 매진한다고 해서 결코 새로운 결과물이 나오는 것은 아니에요, 오히려 방향을 전환해 다른 곳을 바라볼 때, 그 가운데 더욱 신선한 생각을 가질 수 있죠. 전문화라는 것은 한 가지만을 아는 사람을 말하는 게 아니잖아요, 오히려 한 가지만을 깊이 알면지식의 벽이 높아져 그 벽에 자신이 갇힐 수 있죠. '넓게, 그리고 깊이'. 이것을 위해 제니퍼소프트의 공간은 존재해요."







03. 계단에 마련된 거대한 서재. 지하부터 4층까지 관통한다. 04. 카페에는 호텔급 요리사가 직원들을 위해 요리를 하고, 직원들이 직접 바리스타가 되어 커피를 내린다. 05. 건물 지하에는 직원들을 위한 수영장이 있다. 06. 제니퍼소프트에서 사장은 직원이 보이지 않아도 불안해하지 않는다. 어디선가 일하고 있기 때문이다. 놀면서도 일하기 때문이다. 07. 'Think Deep' 제니퍼소프트의 슬로건이다.

업무에 따라 구조는 달라진다

집이 제1의 공간이라면 회사는 제2의 공간이라는 이원영 대표, 아침 10시부터 6시까지 회사에서 일을 하는 직원들에게 이 대표는 새로운 창작의 공간을 제공하고 싶었다. 더불어 26명의 직원으로 이루어진 작은 회사인 만큼 공간의 효율적인 사용 역시 필수였다.

이러한 취지에 맞는 설계자를 찾고 있을 때 가장 적임자라고 생각한 시람은 〈두 남자의 집짓기〉라는 책으로 '땅콩집'을 알린 이현욱 건축가였다. 제니퍼소프트가 기존 가산동 디지털밸리에서 파주 헤이리 예술마을로 사옥을 옮긴 것도 '숲 속 회사'라는 느낌을 갖기 위한 것이었던 만큼, 이원영 대표의 '노마드(nomad) 마인드'에 맞는 설계를 이현욱 건축가가 표현해 줄 수 있을 것이라는 믿음에 설계를 의뢰했다.

회사는 천장 한 가운데를 나무들이 가로지르고 있어 마치 한옥의 느낌이 난다. 2층 부터는 직원들이 업무를 보는 사무실 공간이지만 언뜻 보면 이곳이 과연 사무실인지, 아니면 휴식 공간인지 분간이 되지 않을 정도로 매우 개방돼 있다. 낮은 파티션을 가진 하얀색의 책상과 의자는 직원들의 자유로운 머릿속을 연상케 하며, 공간 한 켠에 여유 롭게 놓인 소파와 테이블은 호텔 테라스를 떠오르게 한다.

2층은 주로 마케팅과 홍보부 직원들, 그리고 이원영 대표가 업무를 보는 공간이다. 수평적 기업 문화를 강조하는 만큼 다른 회사와 달리 대표의 방이 따로 없다. 그나마 있는 이원영 대표의 자리도 직원들이 먼저 자리를 정하고 난 후 남은 책상이었다.

3층에는 개발자들이 업무를 보는 공간이다. 2층과는 달리 높은 파티션에 조용한 분위기다. 프로그래머들은 자신만의 공간을 중시 여기기 때문에 개별적으로 모두 분리된 자리를 제공하고 있다. 거의 천장 까지 닿을 듯한 파티션 때문인지 마치 방 같은 느낌도 나며 비행기의 비즈니스석 같은 느낌도 받을 수 있다. 사무실 양 옆으로 개발자들의 자리가 놓여있고, 가운데에는 긴 테이블과 의자가 아늑하게 자리잡고 있다.

단순함. 그 속에 여운이 있는

제니퍼소프트의 공간은 간결하다. 그리고 아늑하다. 하지만 분명 새로운 결과물을 창조하는 창작공간으로서의 모습을 갖추고 있다. 회사 내 모든 구조는 단순화해 복잡함을 피했다. 2층 사무실부터는 목재로 지어져 내부 공기는 쾌적하고 나무가 주는 특유의 온기를 접할 수 있다. 습도와 온도의 적정 수준을 유지하고 있어 업무의 효율도오르게 된다.

특히 이곳 회사의 남자 직원들이 우스갯소리로 '역차별 당한다'고 말할 정도로 여직원 화장실은 웬만한 휴게실을 방불케 한다. 화이트 톤으로 정갈하게 정리된 공간 안에 작은 소파와 인형, 미술작품까지 놓여있어 일명 '셀카 잘 나오는 화장실'로 통하기도 한다.

회의실 역시 모든 군더더기를 뺐다. 심플한 목재 선반과 긴 사각형의 책상, 그리고 빔프로젝트가 회의실을 이루는 전부다. 회사 내 모든 색상은 화이트 톤이며 여기에 목재의 자연스러운 색상이 조화를 이뤄 한껏 여유로움을 발하고 있다.

마치 순백의 도화지 같은 공간. 불필요한 것으로 자리를 채우기보다 가장 필요한 것만을 적재적소에 배치해 단순함 속에 여운을 남긴 이곳은 제니퍼소프트가 지향하는 기업의 모습과 매우 닮아있었다. 공간이 사람을 잠식하지 않고, 오직 사람을 위해 존재할 수 있도록 만들어진 이곳의 사옥은 오늘도 사람과의 소통을 꿈꾸고 있다. 발명특히





연예인 브랜드 가치 커져





지식재산권 출원 관련 개인정보 보호 강화된다



• 최근 K-POP 및 드라마의 한류 열풍과 함께 연예인 브랜드에 대한 관심이 높아지고 있으며, 연예인이나 연예기획사들은 연예인 브랜드를 상표로 출원하여 연예산업의 사업권을 확보하려고 노력하고 있다.

특허청에 따르면, 이경규의 꼬꼬면, 강호동의 라면 팍팍, 김병만의 달인갈매기 등과 같이 연예인들의 이름을 활용한 상표들이 다수 출원되어 있으며, 다수의 K-POP 스타가 소속된 SM, JYP, YG 엔터테인먼트의 경우 소녀시대, 슈퍼쥬니어, 원더걸스, 2PM, 2NE1 등 그룹명칭을 상표로 출원하고 있다. 연예기획사들이 상표출원하는 분야는 음반, 연예업 관련 분야뿐만 아니라, 화장품, 의류, 액세서리, 문구용품, 식품 등으로 다양해지고 있다.

연예인 브랜드의 상업적 가치가 커지면서 연예인 브랜드를 무단으로 모방하여 출원하는 사례도 발생하고 있다. 예컨대, '대장금', '시 특공대' 상표를 제3자가 출원하여 특허청이 그 등록을 거절 하기도 하였다. 이는 연예인 브랜드를 정당한 권리자가 아닌 제3자가 무단으로 사용하는 것은 해당 연예인이 힘들게 쌓아올린 신용에 무임편승함으로써 건전한 상거래질서를 해칠 우려가 크기 때문이다.

특허청 관계자는 "과거에는 연예인 명칭 등이 단순한 인격권적인 권리로만 여겨졌지만, 이제는 상품의 출처를 표시하는 브랜드로서 상당한 재산적 가치를 지닌 권리로 변모했다. 따라서 특허청은 인기 있는 연예인이나 K-POP 명칭 등을 무단으로 모방하여 상표로 출원할 경우 그 상표등록을 적극적으로 거절하도록 함으로써 연예인 브랜드를 보호하는데 앞장서 나가겠다. 연예인 브랜드는 한류 열풍과 함께 드라마, 음악 등 문회콘텐츠 수출뿐만 아니라, 우리나라 국가 브랜드 제고에도 기여하는 만큼 연예인이나 연예기획사들도 연예인 브랜드에 더욱 관심을 가지고 관련 상표권을 확보하려는 노력을 기울여야 하며, 국민들도 연예인 브랜드를 적극적으로 보호해 주려는 사회적 분위기를 형성해 나가야 한다"고 밝혔다.

• 사례 변리사 A씨는 출원인 B의 동의 없이 인감도장을 스캔한 다음 허위로 포괄위임신청서를 특허청에 제출하여 출원 관련 정보를 몰래 열람하다 적발

앞으로는 이와 같은 출원인의 동의 없는 온라인 포괄위임* 허위 신청이 원천적으로 불가능해진다. 특허청은 2013년 3월부터 온라인 포괄위임제도를 개선하여 전자포괄위임장 제출 시 출원인의 공인인증서를 통한 전자서명을 의무화했다. 기존에는 포괄위임장을 스캔하여 첨부하도록 되어 있어, 이미지의 조작을 통한 허위 신청이 가능한 허점이 있었다. 이를 막기 위해 대리인이 『특허로**』 (www.patent.go.kr)를 통하여 전자 포괄위임 신청을 할 경우에 출원인이 전자서명을 하도록 했다. 따라서 앞으로는 출원인의 명시적인 동의 없이는 온라인 포괄위임 신청을 할 수 없게 되었다. 또한 온라인 포괄위임제도의 개선을 통해 발생할 수 있는 대리인의 불편을 최소화하기 위해 서면으로 제출한 포괄위임사항을 대리인이 즉시 『특허로』를 통해 확인할 수 있도록 하였으며, 출원인이 직접 포괄위임장을 작성하여 온라인으로 대리인에게 위임할 수 있도록 했다.

변훈석 정보기획국장은 "지식재산권 출원 정보의 유출을 막기 위해 특허청은 많은 노력을 하고 있으며 앞으로도 개인정보의 암호화 시행 등을 통해 출원인들이 안심하고 지식재산권을 출원할수 있도록 지원하겠다"고 밝혔다.

- * 포괄위임 : 개별 건을 지정하지 않고 앞으로 발생할 사항에 대해 포괄적으로 위임하는 제도
- ** 특허로 : 출원, 등록 등 모든 특허 관련 행정업무를 수행할 수 있는 특허종합포털

'청소기'가 똑똑해진다! 스스로 도둑도 잡아

• 2002년 아이로봇(iRobot)사가 로봇청소기 '룸바(roomba)'를 200달러에 출시하여 로봇 청소기의 대중화 시대를 연 이후, 로봇청소기 시장은 확대되고 있으며 이에 따라 관련 기술 개발도 활발히 진행되고 있다.

특허청에 따르면, 로봇청소기 출원 건수는 2001년 이후 지속적으로 증가하다가 2005년을 기점으 로 감소 추세로 돌아서고 2011년에 들어서면서 회복세를 보인다. 전체 청소기 출원 건수도 유사 한 변화 경향을 보이는데, 이는 청소기 분야에 대한 기술 개발이 2000년대 중반을 지나며 어느 정 도 성숙기에 이르렀으며, 2000년대 후반 세계적인 경기침체의 영향이 청소기 분야 출원에 반영 된 결과로 추정된다.

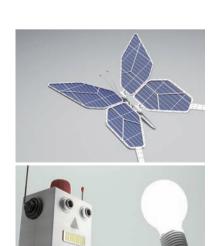
다만, 전체 청소기 출원 중에서 로봇청소기 출원이 차지하는 비중은 2000년대 중반 증감을 반복 하나 2001년 4.4%에서 2011년 23.9%로 5배 이상 증가하였다. 이는 전체 청소기 출원 건수가 증감 을 거듭하는 과정에서도, 로봇청소기에 대한 기술 개발 비중이 큰 폭으로 증가하였음을 보여주 는 것이다.

한편, 미국 및 유럽의 경우도 우리나라와 유사한 출원 건수의 변화 경향을 보인다. 세계적으로 로 봇청소기에 대한 기술 개발 비중이 전반적 증가 추세이며, 다만 그 절대 비중으로 볼 때 우리나라 에서 기술 개발이 좀 더 활발하게 이루어졌음을 알 수 있다.

또한, 주요 출원인 현황을 살펴보면, 2001년에는 전체 21건의 출원 중 19건이 특정 대기업에 치우 쳐 있었던 것이 그 이후에는 점차 로봇청소기 전문기업 및 개인 등으로 출원의 주체가 확대되고 다양해졌다

로봇청소기에 관한 흥미로운 출원들을 소개하면, i) 도둑의 범행을 장착된 카메라로 촬영하여 집 주인의 휴대폰으로 전송하고, 동시에 최루 가스를 분사하며 경보음을 발생시켜 도둑을 퇴치하는 로봇청소기, ii) 장애물을 만나면, 여러 개의 팔(am)을 뻗어 이를 넘어가는 로봇청소기, iii) 스스로 도킹스테이션에 접속하여 내부의 먼지를 비우는 로봇청소기. iv) 스스로 도킹스테이션에 접속하 여 새로운 먼지통으로 교체하는 로봇청소기 등 다양하다.

약 800억 원 규모(2012년 업계 예측)의 국내 로봇청소기 시장을 넘어 전 세계로 뻗어 나갈 기술을 선점하기 위해, 로봇청소기 출원은 여전히 계속되고 있다.



방염기술 특허출원 20년새 4배 증가



• 2008년 2월 국보 1호인 숭례문, 2012년 10월에는 정읍 내장산에 위치한 내장사의 대웅전과 같은 역사적인 문화재가 화마에 뒤덮여 사라지는 안타까움을 경험했다.

반면, 2012년 10월에는 웅장한 목조건물로 유명한 국보 제67호인 화엄사 각황전에도 방화시도가 있었으나. 화재의 초기 진압과 각황전에 방염(防炎)처리가 되어 있었다는 사실 때문에 그 피해가 미미한 수준에 그쳐. 최근 목조건물의 방염처리 기술이 새롭게 주목받고 있다.

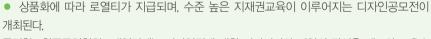
특허청이 목재의 발화(發火) 혹은 착화(着火)를 막거나 지연시키는 기능을 가지는 방염처리 관련 국내 특허출원을 분석한 결과. 1980년대 29건을 시작으로, 1990년대 57건. 2000년대 121건, 2010 년대는 2013년 1월까지 공개된 건이 21건으로 집계되어 특허출원이 증가하고 있는 것으로 나타 났다.

방염처리 관련 국내 특허출원은 초기에는 방염효과가 높은 무기염류 또는 할로겐원소를 포함한 방염제의 출원이 주류였으나. 최근에는 무기염류 방염제의 단점인 단청(丹靑)에 사용하지 못하는 점을 해결하고, 방충 효과가 있는 친환경적이고 인체에 해가 없는 다기능성 방염제의 출원이 늘고 있다.

또한, 방염제의 성분에 대한 출원뿐 아니라, 방염제를 목재에 적용하는 방법에 대한 출원도 꾸준 히 개발되고 있는 것으로 나타났다.

오는 4월에 복원되어 일반에게 공개될 예정인 숭례문은 모든 목재 건조물에 방염처리를 하여 화재에 대한 대비를 했다고 한다. 그러나 방염처리는 보조적인 대책일 뿐 우리의 생명과 문회를 지키는 최고의 방법은 우리가 지킨다는 의식을 모두가 가지는 것이다.

우수디자인에 로열티를 지급하는 디자인공모전 개최



특허청 · 한국무역협회 · 매일경제는 디자인권에 대한 디자이너와 기업의 관심을 제고하고 우수 한 디자인을 기업에 공급하는 「2013 D2B(Design-to-Business) 디자인페어(이하 공모전)」를 개최한다고 밝혔다.

이 공모전은 기업이 필요한 디자인을 젊은 디자이너의 재기 넘치는 디자인으로 제시하는 개방형 혁신(OPEN INNOVATION) 방식의 공모전이다. 제시된 디자인은 기업에서 생산 · 판매할 수 있도록 상품화하고 매출에 따라 로열티를 지급하게 된다.

실제로 2011년 대상 수상작인 (주)신지모루의 스마트폰용 파우치의 경우에는 10억의 매출을 올렸 으며, 출품자는 1,500만 원의 로열티를 지급받은 것으로 알려졌다.

공모전은 '기업출제부문'과 '자유출품부문'으로 나뉘어 진행되는데, 기업출제부문의 참여기업은 출제, 심사, 시상, 라이선스까지 이르는 모든 과정에 참여하여 상품화를 지원하게 된다. 특히, 올해 는 자유출품부문의 우수작을 중국 최대 상품박람회인 '칸톤페어'에 참여시켜 전 세계를 대상으로 라이선싱할 수 있는 기회를 가질 예정이다.

또한, D2B 썸머스쿨을 개최하여 1차 입상자 150여명에 대해 디자인권 등 지식재산권을 체계적으로 교육하여 지식재산에 강한 디자이너로 양성하게 된다. 여기에는 기업 담당자도 참여하여 각 기업 의 입상작에 대한 멘토링을 실시하여 기업 현실에 맞춘 디자인이 될 수 있도록 상품화를 도모하게 되는데 지식재산권 유통전문가의 컨설팅을 통해 수상작에 대한 라이선스 계약과정을 돕게 된다. 참가자격은 18세 이상 2명 이내의 팀 또는 개인이며, 참가 희망자는 5월 1일부터 5월 31일까지 1차 작품제출을 하면 되고, 최종 시상식은 올 11월 29일에 개최할 예정이다.



특허청. 직무발명보상 우수기업 인증제 시행

• 특허청은 직무발명보상제도를 모범적으로 운영하는 중소·중견기업에 대해서 인증서를 발급하고, 정부지원사업 등에 인센티브를 부여하기 위한 「직무발명보상 우수기업 인증제」를 4월 1일부터 시행한다.

'직무발명보상제도'란 고용계약에 의해 회사에서 근무하는 종업원이 직무수행 과정에서 개발한 직무발명(특허, 실용신안, 디자인 포함)을 회사(사용자)가 소유하도록 하고, 그 발명으로 회사가 이윤을 창출하는 경우 종업원 발명자에 대해 정당한 보상을 하는 제도를 말한다.

주요 선진기업들은 발명한 종업원에 대해서 충분한 보상을 함으로써 종업원들의 창의적 우수기술 개발을 유도하고 지식재산권을 효과적으로 확보하여 기업의 경쟁력을 갖추기 위해 직무발명보상 제도를 적극적으로 도입하여 활용하고 있다.

그러나 국내의 경우 2012년 직무발명에 해당하는 법인의 특허출원 비율이 80.2%로서 개인 발명에 비해 그 비중이 월등히 높은 상황이지만, 직무발명보상제도 도입률은 43.8%로 독일, 일본 등 다른 선진국에 비해 저조한 상황이다.

이에 따라 특허청에서는 기업에서 직무발명보상제도를 적극적으로 도입하여 우수기술개발을 통한 지식재산권을 확보함으로써 창조경제를 구현할 수 있도록 하기 위해 '직무발명보상 우수기업 인증제'를 시행한다.

우수기업 인증 신청대상은 △직무발명 보상규정을 보유하고 △최근 2년 이내에 직무발명 보상 실적이 있는 △중소·중견기업이면 가능하다. 심의위원회에서 제출된 서류를 기초로 보상규정, 보상실적 및 보상규정의 합리적 운영상황 등을 심의하여 선정된 우수기업에 대해 특허청장 명의 의 인증서를 발급한다.

우수기업으로 인증된 기업은 △특허청의 민간 IP-R&D 연계전략지원 사업, 특허기술의 전략적 사업화 지원사업, 지역지식재산 창출지원사업과 소중소기업청의 중소기업 기술혁신 개발사업, 중소 기업 상용화기술 개발사업. 중소기업 창업성장기술 개발사업 및 제품 · 공정개선기술 개발사업 대상자 선정 시 가점을 받게 된다.

또한, 특허 연차등록료를 감면하여 특허 유지비용 부담을 경감시키고, 특허 우선심사를 통해 신속한 특허를 받을 수 있도록 관련 법 개정을 추진할 예정이다.

특허청 관계자는 "이번 인증제를 통해 기업에서 직무발명보상제도의 중요성을 인식하게 되어 지발적인 직무발명 보상문화가 정착되고, 우수기술개발이 활발해져 기업의 기술 경쟁력이 강화될 것으로 본다. 앞으로도 직무발명보상제도가 확산될 수 있도록 지식재산위원회 등 관련부처와 협의를 통해 직무발명보상 우수기업에 대한 인센티브를 확대할 계획이다"라고 했다.

직무발명보상 우수기업 인증을 신청하고자 하는 기업은 2013년 4월 1일부터 신청서와 증빙서류 등 을 우편 혹은 직무발명 홈페이지(http://employeeinvention.net)를 통해 한국발명진흥회 (T. 02-3459-2793, 2845)에 제출하면 되고, 관련 서식은 홈페이지에서 다운로드 받을 수 있다.





KIPA +NEWS

특허청 - 한국산업은행. 지식재산금융 활성화 언무현약 체결식 개최

우리회와 한국산업은행 간 업무협약도 함께 체결



국제회의실에서 개최됐다. 이날 행사에는 김영민 특허청장, 강만수 한국산업은행장, 김윤태 한국 산업은행 투자금융부분 부행장, 이준석 특허청 산업재산정책국장, 조은영 우리회 부회장 등이 참석 했다.

• 지난 3월 19일 '지식재산금융 활성화를 위한 특허청-한국산업은행 업무협약식'이 우리회 19층

특허청과 한국산업은행은 본 협약에서 우수 지식재산권 보유기업의 발굴 및 육성, 지식재산권 담 보금융의 시행, 지식재산권 담보금융을 위한 회수지원펀드의 조성 등을 협력하기로 했다.

이를 통해 중소 · 중견기업이 지식재산권만을 담보로 최대 20억원까지 대출을 받을 수 있는 'KDB 산업은행 지식재산권 담보 대출' 상품이 3월 말 출시됐다.

한편, 본 업무협약 체결식에서는 우리회와 한국산업은행 간 업무협약도 함께 체결돼 앞으로 우리 회가 지식재산권 담보 대출을 위한 지식재산권 가치평기를 수행하는 것으로 합의가 이뤄졌다. 이날 행사에 참석한 우리회 조은영 부회장은 "지식재산권 담보 대출이라는 새로운 시도로 큰 의 미가 있는 업무협약이 우리회에서 이뤄졌다는 것이 매우 큰 영광"이라면서. "우리회가 담보 대출 을 위한 가치평기를 수행하게 되어 막중한 책임감을 가진다"라고 밝혔다.

제25회 정기이사회 및 제18회 회원총회 개최

• 우리회는 지난 2월 26일, 한국지식재산센터 19층 회의실에서 김광림 한국발명진흥회장 등 총 17명의 임원이 참석한 가운데 제25회 정기이사회를 개최했다.

이날 이사회는 김광림 회장의 개회 선언 후 의장인사, 감사보고, 2012년 사업실적 및 결산안, 2013년 사업계획 및 예산안 등에 대한 토론 및 의결 순으로 진행됐다.

이어 원사 대표 등 총 91명(위임 포함)이 참석한 가운데 제18회 회원총회가 19층 국제회의실에서 개최됐다.

조은영 부회장은 개회 선언 후, 그동안 우리회 운영 및 발명진흥사업에 기여해온 공로자들에게 감 사패를 증정하고, 신규 회원에게 회원증을 전달했다. 조 부회장은 "현재에 안주하지 않고 끊임없 이 새로운 사업영역을 발굴 · 개척하여 국민에게 더 가까이. 더 필요한 공공기관이 될 수 있도록 변화를 추구하겠다"고 밝혔다. 이날 총회에서는 2012년 사업실적 및 결산, 2013년 사업계획 및 예산보고가 이뤄졌다.





2013년 제1차 지식재산투자협의회 개최

• 우리회는 지난 2월 14일 '2013년 제1차 지식재산(P) 투자협의회'를 18층 회의실에서 개최했다. P투자협의회는 P기반의 투자 활성화, 우수 특허기술 보유 중소기업의 투자기회 확대 및 유관기 관 네트워크 강화를 위해 지난 2009년 10월 설립된 모태펀드 특허계정 자펀드 운용사들로 구성 된 협의체다.

이번 협의회에서는 특허계정 자펀드 운용사 이외에도 한국산업은행, 기술보증기금, 아이디어브릿 지자산운용, 아이디벤처스가 신규 구성원으로 참석했다.

이 자리에서는 P기반의 투자 활성화를 위한 특허청의 지원정책 소개, 모태펀드 특허계정 현황, 2013년 운영계획 보고, 2013년 P투자협의회 운영계획 보고 등이 이뤄졌다.

행사를 주관한 민봉기 사업화지원팀장은 "올해부터 P투자협의회를 정례화 하고 투자기관과 지원 기관 간의 상호 협조체계를 더 튼튼히 구축함으로써, P기반의 투자가 더욱 활성화 될 수 있도록 노력할 것"이라고 밝혔다.





우리회. 설명절 맞아 이웃사랑 실천

• 우리회 조은영 부회장은 지난 2월 7일 민족고유의 명절인 설을 맞아 KIPA 사회봉사단장으로서 경기도 양평 천사의 집을 방문해 후원금을 전달했다.

우리회는 서로 돕는 사회 분위기 조성을 위해 매년 명절 때마다 어려운 이웃 및 사회복지시설 등 을 방문하여 따뜻한 정을 나누고 있다.

조은영 부회장은 "앞으로 도움의 손길이 필요한 이웃들에게 조금이라도 보탬이 될 수 있도록 사랑 나누기 운동을 지속적으로 실천할 것"이라고 말했다. 2007년 4월에 발족한 'KIPA 사회봉사단'은 사랑과 나눔의 가치를 공유한다는 비전을 품고, 정기적인 봉사활동을 전개하고 있다.





창의인성교육. 발명교육과 소통하라

• 발명교육의 저변확대를 위한 발명교육 컨퍼런스가 지난 2월 27일과 28일 양일간 서울교육 문화회관에서 성황리에 개최됐다. 이번 컨퍼런스는 '창의 · 인성교육, 발명교육으로 소통하라'는 부제로 발명교육 정책에 대한 이해도를 제고하고 미래교육 해법으로서의 발명교육 모델을 모색 하기 위해 마련됐다.

컨퍼런스는 발명교육 정책 및 사례 발표, 창의적 발명교육 지도 모델 발표, 발명교육 운영요령 집중심화 교육 등 총 3개의 세션으로 구성됐으며 김호원 특허청장, 윤종용 국가지식재산위원장을 비롯하여 약 400여명의 발명교원이 참여했다.

컨퍼런스 첫날에는 동국대학교 조벽 석좌교수가 '창의인재와 발명교육'이라는 내용으로 특강을 진 행했으며, 발명교육 정책 및 사례발표와 창의적 발명교육 지도 모델 발표가 이어졌다. 특히, 이번 컨퍼런스에서는 한국뿐만 아니라 미국, 일본의 발명교육 정책 및 시례도 접할 수 있는 자리를 마 련했다. 미국의 발명·창의교육 사례는 미국 특허청의 타나가 부저 어드바이저가 발표자로 나섰 으며, 일본의 창의·지식재산 교육 사례는 일본 전국지재창조교육협의회의 카고하라 히로아키 회장이 발표자로 나와 참석자들의 큰 관심을 받았다.

컨퍼런스 부대행사로 진행된 발명교육 정책간담회와 발명교실 기관장간담회를 통해 시 : 도 교육 청 발명교육 장학사와 교장들은 '특허청과 한국발명진흥회의 노력과 발맞춰 교육청과 학교가 발명교실 시설정비 · 발명교사인센티브 마련 · 발명교육예산확보 등 스스로 발명교육 활성화를 위 한 현장의 노력을 해야한다'는 의견을 제시했다.

우리회 조은영 부회장은 "미래의 교육환경을 리드할 해법으로 제시한 발명교육을 통한 청소년 힐 링, 지역공동체 모델 연구 등이 학교현장에 적용될 수 있기를 기대"한다고 밝혔다.

한편, 현장에 참석한 교사들은 컨퍼런스에 앞서 개최된 '2012 대한민국발명교육대상 시상식'이 발명교원들에게 발명교육에 대한 역할모델을 제시하고 있다고 의견을 전하기도 했다.





KIPA + 인사동정

• 2013. 3. 16

성명	직위	발령사항	비고(현직)
. දුරුපු	괴장	경영기획본부 지식재산정보팀장에 보함.	교육기획팀장
岩재地	괴장대리	경영기획본부 지식재산정보팀 근무를 명함.	교육기획팀
0혜미	계장	경영기획본부 지식재산정보팀 근무를 명함.	교육기획팀
임지나	주임	경영기획본부 지식재산정보팀 근무를 명함.	교육기획팀
박희승	주임	경영기획본부 지식재산정보팀 근무를 명함.	교육기획팀
김운선	과장	인재개발연구본부 교육기획팀장에 보함.	지식재산정보팀장
민홍규	계장	인재개발연구본부교육기획팀 근무를 명함.	지식재산정보팀
손승욱	계장	인재개발연구본부교육기획팀 근무를 명함.	지식재산정보팀
김현승	계장	인재개발연구본부 교육기획팀 근무를 명함. 시업지원본부 지ଧ자산진흥팀 파견근무를 명함. (파견기간: 2013.316~5.31)	지식재사진흥팀
0동준	주임	인재개발연구본부교육기획팀 근무를 명함.	시업화자원팀
유정호	계장	경영기획본부 기획팀 근무를 명함. 인재개발연구본부 교육기획팀 파견근무를 명함. (파견기간: 2013.316~5.31)	교육기획팀
0성옥	괴장	시업지원본부 지식재산전흥팀 근무를 명함.	창의인재육성팀
서주현	계장	시업지원본부 지식재산전흥팀 근무를 명함.	시업화자원팀
최성훈	주임	파견근무를 면함. 사업자원본부 자식재산진흥팀 근무를 명함.	지식재산진흥팀
정정숙	괴장대리	시업지원본부 시업화지원팀 근무를 명함.	지식재산인력양성팀
백상운	괴장대리	시업지원본부 시업화지원팀 근무를 명함.	지식재산정보팀
김재권	괴장	인재개발연구본부 지식재산인력양성팀 근무를 명함.	시업화자원팀
강 호	계장	인재개발연구본부 지식재산인력양성팀 근무를 명함.	교육기획팀
서원택	계장	인재개발연구본부 창의인재육성팀 근무를 명함.	지식자산진흥팀
강오란	시원	인재개발연구본부 발명영재교육연구원 근무를 명함.	지식재산평가거래팀

특허출원을 위한 절차와 방법

쉽게 이해하기

특허란, 새로운 기술을 개발한 자가 특허출원을 함으로써 그 발명을 사회에 공개하도록 하는 한편 특허권자에게는 일정기간 동안 독점배타적인 재산권을 부여하여 보호하는 것을 말합니다. 아이디어를 제품화하거나 현실화하는 첫 단계! '특허출원'을 위한 절차와 방법에 대해 알아보겠습니다.

Q '선행기술 정보'란 무엇인가요?

4 특허출원을 하기 전, 누가 나의 아이디어를 나보다 먼저 특허 등록해 놓았는지 알아봐 야겠지요? '선행기술 정보'란 발명자, 출원인, 출원일, 공고일, 발명의 명칭, 발명의 상세한 설명, 특허청구 범위, 도면 등이 게재된 정보자료를 말합니다.

전보 요청 및 검색은 어디에서 할 수 있나요?

둘. 방문/ 전화/ 팩스/ 우편을 통한 정보 검색 및 요청입니다. 특허청 전자도서관을 직접 방문하거나 전화에 의한 지식재산권 정보자료의 검색 및 원문복사 서비스를 제공받으실 수 있습니다. 또한 서울사무소와 각 지역지식재산센터 자료열람실을 이용하시면됩니다.

그 외 국내 검색 사이트

과학기술정보통합서비스(무료) : http://www.ndsl.kr

윕스(WIPS)(유료): 국내·외 특허 검색·http://search.wips.co.kr

국내 디자인 검색·http://design.wips.co.kr

줌테크놀러지[브랜드워치](유료): http://www.brandwatch.co.kr



② 출원하는 방법에는 무엇이 있나요?

A 산업재산권을 출원하는 방법은 전자출원과 서면출원이 있습니다. 전자출원은 출원인 코드등록 신청 시에 전자문서 이용신고를 하고, 필요한 인증서(특허인증서 또는 공인 인증서)를 설치한 후 방문하여 접수하거나, 우편을 통하여 특허청으로 보내는 방법을 말합니다.

전자문서를 이용한 온라인 출원 시 장점은 무엇인가요?

안방이나 사무실에서 출원이 가능하며, 서면출원에 비해 출원료가 저렴합니다. 또한, A. 서류를 파일로 관리하므로 문서관리가 용이합니다.

출원서 작성 시 유의사항은 무엇인가요?

- ① 발명이 물품(기계, 기구, 장치)에 관한 특허, 실용신안으로 출원되는 경우에는 반드시 A. 도면을 첨부해야 합니다.
 - ② 특허 · 실용신안에서 권리로 보호받고자 하는 사항은 명세서 중 '청구범위'이므로 특히 청구범위는 유의하여 작성할 필요가 있습니다.
 - ❸ 상표등록출원 시 기재하는 지정상품은 출원하는 상표를 사용하고 있거나 사용하고 자 하는 상품을 기재해야 합니다.
 - 디자인등록출원 시 도면을 3D 모델링 파일 형식으로 작성하여 디자인등록 출원이 가능하도록 하였으며, 디자인 업계에서 많이 활용하고 있는 IGES(Initial Graphic Exchnage Specification) 파일을 추가해야합니다.
 - ⑤ 디자인등록출원 시 동적화상아이콘디자인의 움직이는 궤적을 나타내기 위하여 동 영상 파일 형식으로 참고도 제출이 가능하도록 하였으며 파일 용량이 1출원당 200MB 가 넘지 않아야 합니다.

<u>출원서 작</u>성 시 필요한 서류에는 무엇이 있나요?

산업재산권 출원 구비서류에는 크게 출원서와 명세서(상표는 출원서만으로 구성됨)로 A. 구분됩니다. 출원서는 출원인, 출원방법, 출원일, 접수자 등에 대한 각종 정보를 기재하 고, 명세서는 출원하는 내용(특허 내용, 디자인 내용 등)을 기재합니다. 출원서와 명세서 는 특허청에서 요구하는 일정한 형식이 갖추어져야 특허청에 접수할 수 있습니다.

> 출원서 등 작성요령은 특허청 고객지원실, 서울사무소, 각 지역지식재산 센터(주로 각 지역 상공회의소)에서 배부하고 있으며, 특허청 홈페이지에서도 다운로드 가능합니다.

특허청 홈페이지(www.kipo.go.kr) 자주 이용하는 서비스 민원서식 다운로드 특허 출원서 및 명세서 작성 예제는 '특허출원서'를 선택하신 후 '작성 예제 다운로드'에서 받아보실 수 있습니다.



KIPA QUIZ

2013년 03+04월호 퀴즈

- Q = ()은 법적으로 특허를 지키고 확고히 다지기 위한 기업이나 개인 간에 일어나는 다툼이다. 2000년대에는 스마트폰을 둘러싸고 일어나고 있는 ()은 무엇일까요?
- Q. 정보의 독점으로 사회를 통제하는 관리 권력, 혹은 그러한 사회체계를 일컫는 이 말은 무엇일까요?

2013년 01+02월호 퀴즈 정답

01. 직무발명

02. 포르투나

2013년 01+02월호 퀴즈 당첨자

홍건영 ghdrjsdud***@naver.com (서울특별시 송파구) 전현숙 hsuk1***@hanmail.net (경상남도 양산시) 현우열 ny***@kipa.org (서울특별시 동작구)

Readers Comments

최지호 독자 (충청북도 청원군)

2013년도 [발명특허] 개편을 축하드립니다. 작년보다 좀 더 밝은 느낌으로 보기 좋게 편집된 것 같습니다. 올해에도 특허 관련 정보들을 손쉽게 접하도록 많은 정보 및 칼럼을 부탁드립니다. 다음 호에는 직무발명보상제도에 대해 정보를 주셨으면 합니다. 예를 들면, 직무발명 보상제도의 우수 사례, 직무발명 제도 절차 등입니다. 또한, 개인적인 의견으로 독자들이 참여할 수 있는 투표란도 만들면 좋을 것 같단 생각이 듭니다. 항상 특허관련 정보를 주셔서 감사합니다.

조 석 독자 (경기도 의정부시)

정성 깃든 모든 기사들이 하나같이 좋았지만, 특히 이번호에서는 〈생활 속 발명이야기〉를 통해 발명의 기초가 무엇인가를 다시 한 번 생각할 수 있는 기회가 되었습니다. '발명은 곧 발견'이라는 이정미 대표님의 인터뷰 내용을 보고, 발명을 너무 어렵게만 생각했던 스스로를 반성해 볼 수 있었습니다. 그리고 발명이란 거창하게 새로운 무엇인가를 찾는 어려운 일이 아니라 사용자의 요구와 필요를 잘 분석 후 소소한 개선을 통하여 실생활에 유용한 제품을 만들어 내는 것이 최고의 발명이라는 사실을 잘 알 수 있었습니다.



지식재산 전문정보지 [발명특허]를 읽고 퀴즈의 정답과 독자의견을 smp@kipa.org 로 보내주세요. 채택되신 분께는 한국발명진흥회에서 준비한 소정의 선물을 보내드립니다. (마감일 5월 22일)

INVENTION & PATENT



한국발명진흥회가 발간하는 발명특허는 발명진흥사업 등 국내외 지식재산권 동향 및 정보를 다루는 전문정보지로 본회 회원사 및 국내외 유관기관, 기업, 도서관, 학교, 발명가 등에 광범위하게 제공하고 있습니다. 다음과 같이 원고 투고 및 귀사의 홍보를 위한광고 게재를 안내하오니 많은 참여 바랍니다.

● 원고모집 안내

200년도부터 사롭게 개편되는 발명특하는 국내외 지식자사단에 대한 분이별 전문 의견과 정책·출원 동향 등에 관한 유용한 정보를 널리 확산함으로써 우리나라 지식자산권 발전에 기여하기 위해 발간되는 지식자산 전문정보지입니다.

콘텐츠 중 [P Foods]에서는 우리나라 지식재산권 정보를 선도하고 정책·기술 전문지로서의 소임을 다할 수 있도록 지식재산권 관련 전문가들로부터 투고를 받고자 합니다. 단, 길고 딱딱한 글이 이닌 신문의 칼럼 형식으로 누구나 쉽고 재밌게 접할 수 있는 원고를 부탁드립니다. 게재된 원고에 대해서는 소정의 원고료를 드립니다.

• 모집 분야:지식재산권 관련 칼럼

• 원고 주제: 관련 분야별로 자유롭게 선택

• 원고 분량: 원고지 22매~24매(A4용지 10Point, 3매 이내)

• **모집시기**: 마감일 5월 15일

•보내실 곳(E-mail):smp@kipa.org



● 광고 및 원고 모집 문의: 한국발명진흥회 기획팀(Tel. 02-3459-2727, Fax. 02-3459-2729)

광고기격(2개월 기준)

광고게재면	규격	가격	ᄞᅩ
표지3	카니다	700,000	Halule
내지화보	칼리전면	500,000	부가세별도

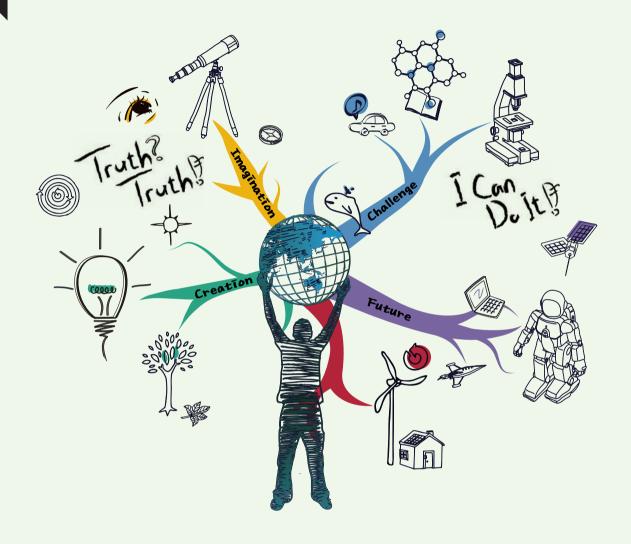
● 우리회 지회 안내

지호	지회장	사무국장	주소	연락처
부산지회	박성용	김유헌	부산시남구 문현3동 243번지	051-645-9683
광주지회	고정주	김 일	광주광역시광산구도천동621-15 중소기업종합지원센터 2층	062-954-3841
강원지회	김윤호	김현웅	강원도 춘천시 퇴계동 1076 아이 WIEI빌딩 201호	033-264-6580
전북지부	_	정승원	전라북도 군산시 오식도동 515-1	063-471-1284



2013 대한민국





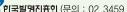
도전으로 미래를 창조하라

- 접수기간
- 2013년 3월 20일(수) ~ 2013년 4월 30일(화) 18:00 미감
- ※ 3월 20일 대회홈페이지를 통해 대회문제 및 개최요강 공지
- 접수방법
- 대회 홈페이지(www.kosoc.net)를 통해 접수
- 대회일정
- 시 · 도 예선대회: 2013년 6월 8일(토) / 예정
- ※ 예선대회는 16개 시·도별 발명인재육성협의회 주관
- 전국 본선대회: 2013년 7월 25일(목) ~ 27일(토)(서울 코엑스)
- ※ 대한민국학생발명전시회와 동시 개막













<u>2013년 특허청</u>

청소년발명 기자단 10기 모집

● 모집대상 및 인원

- 발명 지식재신에 관심이 있는 대한민국 초·중·고등학교 학생 6,000명 (학교장 추천자(인원 제한없음) 또는 정부 공공기관에서 임명된 기자단 활동자)
- ※ 발명교실 및 발명영재학급의 경우 지역교육지원청 교육장의 승인으로 추천 가능

● 활동기간 및 내용

- 신청기간: 2013년 4월 1일(월) ~ 4월 22일(월) 17:00까지
- 신청방법 : 청소년이 러닝 사이트(http://ipschool.ipacademy.net)를 통해 신청
- 선정자 발표: 2013년 4월 30일, 네이버 발명기자단 카페에 공지

● 신청기간 및 방법

- **활동기간**: 2013년 5월 1일 ~ 2014년 4월 30일(1년간)
- 활동나용: 월별 기사작성 나눔발명 활동, 발명행사 참관, 발명관련 도서 독후감 작성, 청소년이러닝 수강 등

● 혜택 및 특전시항

- 월별 취재활동, 봉사활동, 창의 발명캠프 등 다양한 창의적 체험활동 지원
- 우수기사 및 연간 최우수활동기자 시상





<u>2013 캠퍼스 특허전략</u>

유니버시아드



● 목적

• 대학의 실용적인 특허교육 확대를 통해 기업이 필요로 하는 지식재산 인재를 양성하고 대학의 창의적 이이디어를 산업계에 공급하기 위학

● 경진부문

- 선행기술 조사부문(31문제)
- •특허전략 수립부문(19문제)

● 참가자격

- •국내 대학 대학(원)생
- •선행기술 조시부문: 개인으로 참가
- 특허전략 수립부문 : 팀(3명이나,동일: IPI) 또는 개인으로 참가 지도교수 1인(복수팀 지도 가능) 필요

● 신청접수 및 문의

- 신청기한: 2013년 3월 25일 ~ 4월 30일 18:00까지
- 신청방법 : 대회 홈페이지(www.patent-universiade.or.kr)에서 신청서 및 서류 제출
- 문의: 한국발명진흥회 지식재산인력양성팀 (02-3459-2835, 2833)

● 시상내역

7	=	선행기술	특허전략수립부문	
구분		조사부문	학생	지도교수
산업통상지원부장관상		1명 (3백만 원)	1팀 (1천만 원)	1명 (5백만 원)
한국공학한	림원회장상	_	1팀 (1천만 원)	1명 (5백만 원)
특허칭	특허청장상		4팀 (문제당 8백만 원)	4명 (문제당 5백만 원)
	특별상 (WPO사무총장상)		1팀 (7백만 원)	_
사지디디오증	우수상	문제당 1명 (1백만 원)	문제당 1팀 (6백만 원)	-
후원기관장상	장려상	문제당 2명 (5십만 원)	문제당 2팀 (2백만 원)	-
최다응모대학상 (한국발명진흥회장상)		1개 대학(1천만 원)		
생태3상수1초 (상징호역명주태기도공단명)		1개 대학(1천만 원)		
 총 상금		최대 3억 6천 1백 5십만 원		

- **대회 설명회** : 4월 10일 14:00(한국발명진흥회, 서울)
- •시전교육운영:대학방문교육(수시)

집합교육

(특허청 국제자식재산연수원, 5월 6일, 7일)







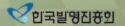
2013 군장병 발명경진대회

지식재산(IP; Intellectual Property)에 대한 인식 제고를 통하여 군 전투력을 향상하고 예비 산업인력의 지식재산 창출능력을 배양하기 위한 [2013 군장병 발명경진대회]를 개최하오니 군장병들의 많은 관심과 참여 바랍니다.

- 추진기관
- •주최:특해청.국방부
- 주관: 한국발명진흥회, 지역지식재산센터
- 후원: 국방과학연구소 국방기술품질원
- 참가자격
- 대한민국 전군부대 간부(군무원 포함) 및 병사
- ●출품내용
- •군내모든용품의활용개선및전투력향상에도움이되는아이디어
- ※ 군보급품이외의재료나소재사용가능
- ※ 발명품 제작이 가능한 아이디어에 한함
- 신청기간
- 2013년 3월 1일 ~ 6월 30일
- 접수 및 문의처
- 접수: 전국 3개 지역지식재산센터
- 지역지식재산센터 대표전화: 1661–1900
- •지역자식재산센터 대표홈페이지: http://www.ripc.org
- 문의처
- 주소 : 서울특별시 강남구 테헤란로 131 한국자식자산센터 한국발명 진흥회 지역자식자산팀
- 전화: 02-3459-2862
- · 팩스: 02-3459-2759
- E-mail: nyazz@kipa.org









지식재산 재능을 나누어요!



지식재산 재능나눔은 사회적, 경제적 약자(기초생활수급자, 장애인, 영세사업자 등)의 특허 · 브랜드 · 디자인의 컨설팅, 권리화 및 분쟁 등을 지원하고 있습니다. 수혜자, 기부자 분들의 관심과 참여를 기다립니다.



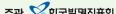
● 신청방법

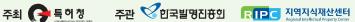
- •지역지식재산센터 홈페이지를 통한 온라인 접수 www.ripc.org
- 지원절차
- 신청서 접수 → 수혜자 선정 → 수혜자/기부자 매칭 → 사업수행
- 모집대상
- 수혜자: 자부담이 어려운 사회적 · 경제적 약자
- •기부자:특허·브랜드·디자인등지식재산관련재능기부가기능한자

● 모집분야

- 지식재산관련분야: P경영 컨설팅, 선행기술조사, 출원명세서, 지재권 소송등
- 지원범위
- •**수혜자**:복수신청기능
- ※ 추가신청이나 괴업범위를 초과한 경우에는 지부담 있음
- •기부자:복수지원기능
- ※ 신청시 지원건수 및 괴업범위 기재
- 모집지역
- 전국 17개 광역시 · 도(17개 지역지식재산센터)









2013년 [대학 교수를 위한 지식재산 프로그램(T3)]

● 목적

- 지식재산권 창출의 핵심인력인 대학 교수의 지식재산권 역량강화
- •중장기적 대학별 자립형 지식재산 강의 기반 구축
- 지식재산 교수 프로그램 연간일정

과정명(일정)			프로그램(내용)	
봄	초급	지식재산권 초급 (4,22 ~ 4,24)	창의적 연구개발 기법(Triz) 및 지식재산권(특허법, 디자인보호법, 상표법 등) 입문 ※ 직무발명제도, 영업비밀, PR&D 내용 포함	
(장소 : 경주)	중급	유망 지식재산권 창출전략 (4.24 ~ 4.26)	강한 특허 창출 전략, 회피 설계 방안 소개 (팀 프로젝트 : 청구항 비교 분석 표 작성)	
여름	중급	특허정보조사 · 분석 (8,19 ~8,21)	특허검색 DB 소개 및 활용 방법, 특허기술 검색식 작성 노하우, 특허 data 가공 방법 및 특허 분석 방법 ※ 특허맵, 디자인맵 포함(개인 프로젝트 : 선행기술조사보고서 작성)	
(장소 : 곤지암)	고급	강한 특허를 위한 청구범위 작성 (8,21 ~ 8,23)	특허요건, 명세서의 개요, 특허 청구범위 작성 및 분석, 주요 거절이유 소개 및 대응방법 (개인 프로젝트 : 특허 청구범위 작성)	
-10	초급	지식재산권 초급 (10,21 ~ 10,23)	창의적 연구개발 기법(Triz) 및 지식재산권(특허법, 디자인보호법, 상표법 등) 입문 ※ 직무발명제도, 영업비밀, IP R&D 내용 포함	
기을 (장소 : 설악)	줆	해외 특허 제도 (10,21 ~ 10,23)	미국, 일본, 유럽 등 주요국 특허제도	
	고급	특허기술 가치평가 및 라이센싱 (10,23 ~ 10,25)	특허기술 가치평가 방법 소개, 기술이전 및 사업화 (팀 프로젝트 : 특허기술 가치평가)	
줆		지식재산권 포트폴리오 구축방법 (1211 ~ 1213)	전공 분야별 지식재산 포트폴리오 구축 사례 및 구축 방법	
겨울 (장소 : 목포)	고급	지식재산 마스터 과정 (1210 ~ 1213)	지식재산 콘텐츠 개발, 교수법 소개 (개인 프로젝트 : 한 학기 분량 강의안 제작) ※ 2013년 지식재산 교육 전문 교수 인증패 증정식 (인증 기준에 부합하는 교수가 있는 경우)	
국외심화과정 (장소:미국)			교수들이 알아야할 해외 지식재산권 제도, 동향 소개 및 해외 유수 P 기관 방 문	
특별 *별도공고		학회 지원프로그램 운영 (연중, 10개 학회)	학회 맞춤형 지식재산 세션 운영 (학회, 지식재산 관련 기관과 협력하여 프로그램 설계)	
	찾아가는 교육 운영 *연중 2개 대학 내외		대학 교수, 연구원 산학협력단 직원 등 지식재산 관련자 대상 세미나 운영	

*상기 교육 일정은 다소 변경될 수 있음/참여인원, 장소 등은 각 과정 시작 1개월 전 공지예정

● 지식재산교육 전문교수 인증제도 안내

- •목적:전문적인 지식재산 강좌 및 전공의 융합교육을 담당할 교수 양성을 위하여 지식재산 교육 전문교수 인증제도 운영
- •내용:단기집중 T3 10개 과정 이상 수료, 대학에서 지식재산 관련 과목 5주 이상 직접 강의 등 소정의 지식재산 전문교수 인증 기준에 부합한 자에 대하여 특하청 인증패 수여/자식재산 교육에 강사로 등록하여, 특하청에서 주관하는 다양한 자식재산교육의 강사 활동 지 원등

● 신청방법 및 문의처

• 신청방법: 온라인 신청(iphuman.or.kr), 회원 기입 후 신청 가능

• 문의: 한국발명진흥회 지식재산인력양성팀(T. 02-3459-2808)







2013 지식재산캠퍼스 연간 교육일정 안내

PCAMPUS

(단위 : 원)

지식재산 일반교육(노동부 환급, 특허청 지원)				
번호	일자	괴정명	수강료(회원사)	
1	01.23~01.25	지식재산권 기초 1기		
2	01.30~02.01	특허정보검색 및 특허성 판단 1기	-	
3	02.20~02.22	강한 디자인 창출 및 저작권 1기	-	
4	02.25~02.27	강한 상표를 위한 브랜딩 전략 1기	-	
5	03.06~03.08	지식재산권 기초 2기		
6	03.13~03.15	특허명세서 작성 및 리뷰 SKILL UP 1기		
7	03.20~03.22	특허청구범위해석과 침해판 단 1기	-	
8	03.27~03.29	특허평가 및 라이센싱 계약 1기		
9	04.03~04.05	지식재산 분쟁대응 및 협상 1기		
10	04.10~04.12	미국특허마스터(출원~소송) 1기		
11	04.17~04.19	중국특허마스터(출원~소송)		
12	04.24~04.26	TL0를 위한 연구성과 관리		
13	05.08~05.10	강한 디자인 창출 및 저작권 2기	_, ,_,	
14	05.22~05.24	강한 상표를 위한 브랜딩 전략 2기	각 과정당 55만(48만)	
15	05.29~05.31	지식재산권 기초 3기	노동부 환급	
16	06.03~06.05	특허청구범위해석과 침해판단 2기	- 약 15% 환급 /	
17	06.19~06.21	특허평가 및 라이센싱 계약 2기	중소 · 중견기업 대상 특허청 80% 지원	
18	06.26~06.28	특허경영 우수 기업 IP전략	70180000112	
19	08.21~08.23	지식재산권 기초 4기		
20	08.28~08.30	특허정보검색 및 특허성 판단 2기		
21	09.04~09.06	강한 디자인 창출 및 저작권 3기		
22	09.11~09.13	강한 상표를 위한 브랜딩 전략 3기		
23	09.25~09.27	특허명세서 작성 및 리뷰 SKILL UP 2기		
24	10.09~10.11	특허청구범위해석과 침해판단 3기		
25	10.14~10.16	특허평가 및 라이센싱 계약 3기		
26	10.23~10.25	지식재산 분쟁대응 및 협상 2기		
27	10.30~11.01	미국특허마스터(출원~소송) 2기		
28	11.06~11.08	유럽특허마스터(출원~소송)		
29	11.13~11.15	주요국(IP5) 지식재산권 비교 실무		
30	11.20~11.22	지식재산권 기초 5기		











<u>2013 지식재산캠퍼스</u> 연간 교육일정 안내

(단위 : 원)

지식자산 특별교육(특하청 자원)				
번호	일자	괴정명	수강료(회원사)	
1	02.15	연 구원들을 위한 발명신고서 작성 1기		
2	03.12	단계별 특허비용 및 기일관리 전략 1기		
3	04.16	특허 주요심사기준(화학생명)		
4	04.23	특허 주요심사기준(전기전자)	가기자다	
5	05.02	무효심판 대응전략	각 과정당 18만(15만)	
6	05.14	영문 지재권 용어및 영문레터 작성 노하우 1기	노동부 환급 약 15%환급	
7	05.28	특허침해 감정서작성 및 손해액 산정	/	
8	06.11	특허소송시 변론능력 SKILL UP	중소 · 중견기업 대상 특허청 80% 지원	
9	08.27	변호사를 위한 상표소송 실무	/ / 비환급	
10	09.10	직무발명 보상액 산정 및 공동연구개발 계약	미된다	
11	10.01	영문 지재권 용어및 영문레터 작성 노하우 2기		
12	10.22	연구원들을 위한 발명신고서 작성 2기		
13	11.05	단계별 특허비용 및 기일관리 전략 2기		
14	11.27~28	특허소송 실무 및 최신 판례 동향 ※변리사 의무연수 인정	추후 공지	
15	09.06~10.11 (매주 금)	지식재산 미드필더 양성 *(단기해외연수 : 10.21~25)	220만	

(단위 : 원)

지식재산국제교육				
번호	일자	과정명	수강료	
1	04.20~04.26 (5박 7일)	지식재산 실크로드_이스라엘(해외연수)	440만	
2	06.26~07.05 (8박 10일)	지식재산 실크로드_유럽(해외연수)	630만	

*지식재산 미드필더 양성 : 특허부서 예비책임자(과장급) 양성 과정

- ※ 상기 과정은 상황에 따라 변경될 수 있으며, 자세한 사항은 www.ipcampus.net에서 확인 가능합니다.
- ※ 노동부(고용보험 가입대상자): 교육비의 약 15% 환급 / 특허청(중소기업 대상): 교육비의 80% 환급
- ※ 환급 중복 지원 불가, 특허청 지원 대상자 회원사 할인 제외
- ※ 특허청 교육비 지원은 2013년 예산확정 이후부터 지원 가능합니다.



과정문의 및 연락처

www.ipcampus.net Tel: 02-3459-2767,2781,2762 Fax:02-3459-2789 서울시 강남구 역삼동 647-9 한국지식재산센터 18층