

December 2009 _ VOL . 401

발명특허

INVENTION & PATENT

12

시론

올해의 50대 발명품과 여성발명

동경특허정보페어 참관기

일본의 선진 IP정보시스템을 만나다

해피 CEO 인터뷰

(주)이디리서치 서주원 대표이사

발명칼럼

실용성과 유행에 도전

 한국발명진흥회



87



91

IP Report

- 8 특허확대경
일부 화합물을 제외하기 위한 보정의 요건
- 13 지식재산권 용어사전
- 14 시론 올해의 50대 발명품과 여성발명
- 17 책과의 만남
- 18 동경특허정보페어 참관기
일본의 선진 IP정보시스템을 만나다

IP Column

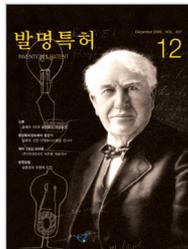
- 24 해피 CEO 인터뷰 (주)이디리서치 서주원 대표이사
- 27 특허 Q&A 무엇이든 물어보세요~!
- 28 특허기술이전·사업화 성공사례 (주)바이피엘
- 33 우표로 본 인물과 역사
- 34 발명칼럼I 실용성과 유행에 도전
- 39 발명 365
- 40 발명칼럼II
직무발명은 신상품, 신기술, 신소재 개발로 신시장 신고객을 창출하는 지름길이다
- 44 지식재산강의 특허법, 상표법, 디자인보호법

IP Information

- 64 발명만화 아무도 몰랐던 물래발명이야기
- 66 건강하게 살시다 우리아이 치아 건강하게 지켜요
- 68 문화산책

IP News

- 70 해외특허뉴스
해외특허동향, 해외특허정책, 해외특허분쟁 및 해외특허 R&D
- 78 KIPO 소식 특허청 소식
- 85 즐거운 퍼즐
- 86 KIPA 소식 한국발명진흥회 행사 및 소식
- 93 회원가입을 축하합니다!



- 본지는 한국도서집지윤리위의 실천요강을 준수합니다.
- 본지에 게재된 기사와 본회의 견해와는 다를 수도 있습니다.

한국발명진흥회 회지 월간 발명특허
2009년 12월호 제 34권 제 12호(통권401호)
발행인/편집인 허진규
인쇄인 이평원
발행처 한국발명진흥회
주 소 서울시 강남구 테헤란로 131
한국지식재산센터(우 135-980)
전 화 02)3459-2800(대)
인 쇄 2009년 12월 2일
발 행 2009년 12월 7일
인쇄처 휘문인쇄사 (02)2276-1234



Merry Christmas

나누면서 더 큰 기쁨을 누리게되는
크리스마스

작은 물건 하나라도
사는 사람, 받는 사람 모두에게
기쁨과 즐거움이 되었으면 하는 것...

바이인벤션의 바램입니다 !!

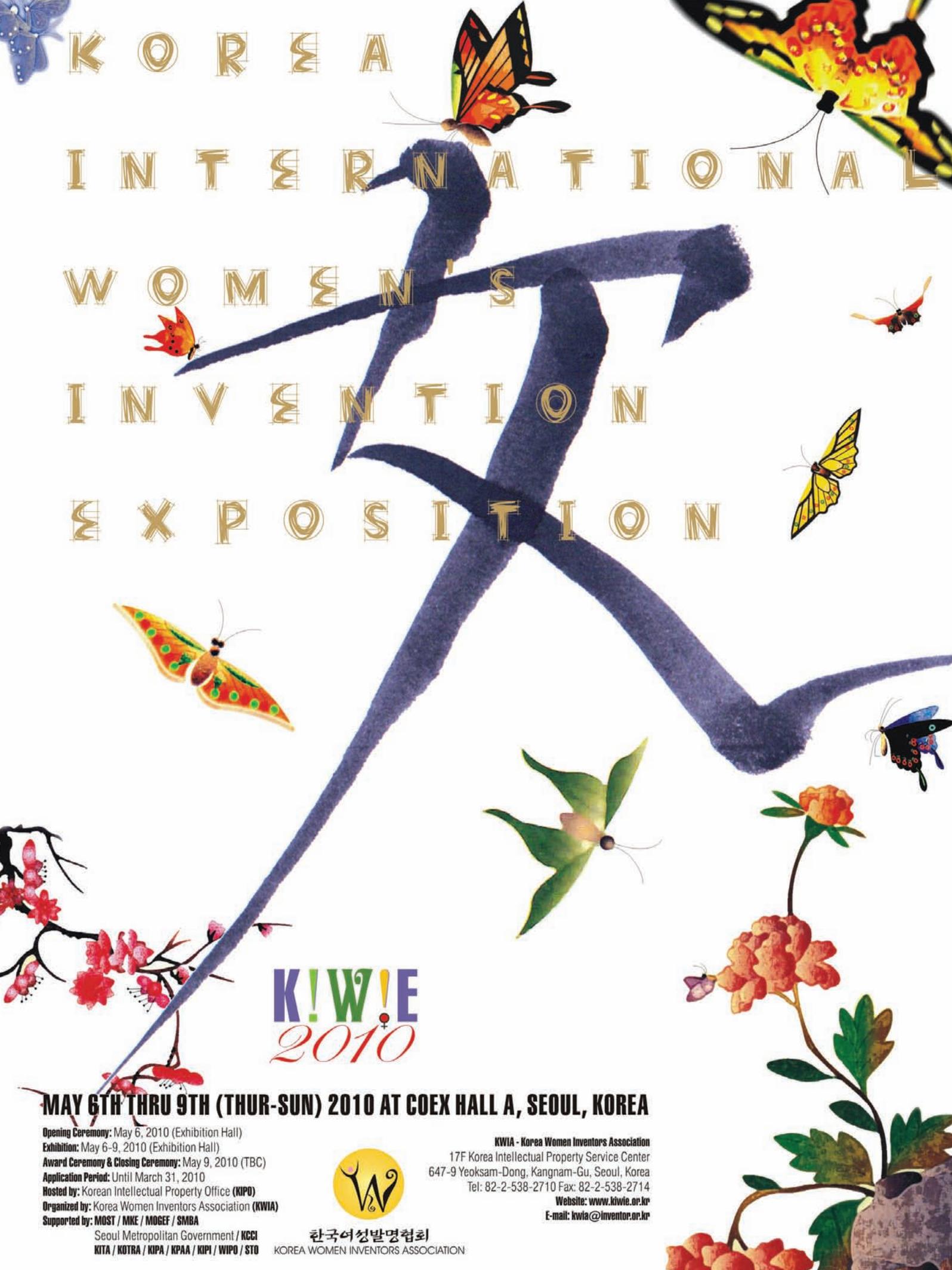


인터넷 주소창에

바이인벤션



을 쳐보세요.



K O R E A
I N T E R N A T I O N A L
W O M E N ' S
I N V E N T I O N
E X P O S I T I O N

K!W!E
2010

MAY 6TH THRU 9TH (THUR-SUN) 2010 AT COEX HALL A, SEOUL, KOREA

Opening Ceremony: May 6, 2010 (Exhibition Hall)

Exhibition: May 6-9, 2010 (Exhibition Hall)

Award Ceremony & Closing Ceremony: May 9, 2010 (TBC)

Application Period: Until March 31, 2010

Hosted by: Korean Intellectual Property Office (KIPO)

Organized by: Korea Women Inventors Association (KWIA)

Supported by: MOST / MKE / MOGEF / SMBA

Seoul Metropolitan Government / KCCI
KITA / KOTRA / KIPA / KPAA / KIP1 / WIPO / STO



한국여성발명협회

KOREA WOMEN INVENTORS ASSOCIATION

KWIA - Korea Women Inventors Association
17F Korea Intellectual Property Service Center
647-9 Yeoksam-Dong, Kangnam-Gu, Seoul, Korea
Tel: 82-2-538-2710 Fax: 82-2-538-2714

Website: www.kwia.or.kr

E-mail: kwia@inventor.or.kr

WWW.IPACADEMY.NET

국가지식재산교육포털사이트

지식재산교육의 모든것! **NEW** 이 사이트 하나면 충분합니다

연구원

연구방향설정
중복연구방지를 위한
특허정보검색, 활용
온라인교육시스템제공

중소기업

특허출원서작성
및 전자출원 등
실무교육
맞춤제공

초·중·고등학생

창의력 증진
발명기법을
익힐 수 있는
다양한 이러닝
서비스 제공

대학생

전공별 다양한
온라인 교육
시스템 제공

발명교사

발명교사의
전문성 제고를 위한
직무연수과정

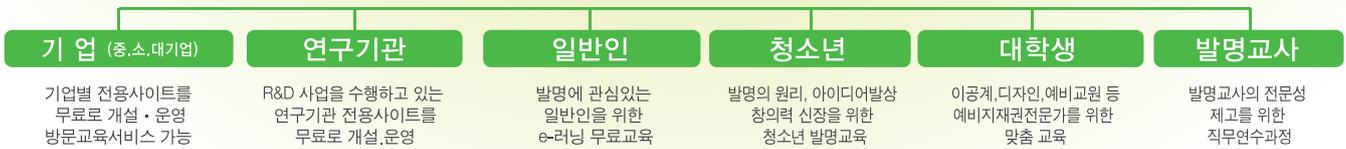
일반인

지식재산권
기초부터
전문가과정까지
온라인콘텐츠
무료제공



국가지식재산교육포털이란?

특허청 국제지식재산연수원과 한국발명진흥회가 운영하던 발명,지재권 온라인 교육사이트인 사이버국제특허아카데미, 사이버발명교육연수원, 발명교육센터 등 교육시스템을 통합하여 사용자가 원클릭으로 온라인교육, 교육정보, 커뮤니티, E토론 등이 가능하도록 교육생의 편의를 강화한 포털사이트



국가연구개발사업의 연구성과 특허출원 시 과제출처 기재의무화

특허청에서는 국가연구개발사업의 특허성과에 대한 체계적이고 효율적인 관리를 지원하기 위하여 연구개발과제를 기재할 수 있도록 '05년 특허법 시행규칙 등을 개정하였고, 07년 2월에는 교육과학기술부와 협력하여 (국가연구개발사업의 관리 등에 관한 규정 제15조 제7항 2호 (08.12.31 개정) 관련 법률을 개정하였습니다.

국가연구개발사업의 관리 등에 관한 규정 제15조제 7항 2호('08.12.31개정)
“지식재산권을 국내에 출원 또는 등록할 경우에는 연구개발과제별 고유번호, 지원하는 중앙행정기관, 연구개발과제명의 기재가 누락되지 않도록 하여야 한다.”

이에 특허청에서는 주관연구기관이 "국가연구개발사업" 에서 산출한 특허성과물임을 기재할 수 있도록 특허출원서에 서식(란)을 마련하여 향후 연구개발과제 출처 기재율 향상 및 국가연구개발사업의 특허성과를 체계적으로 관리하고자 하오니 적극적인 협조 바랍니다.

특허출원서 기재요령

전자문서 이용가능



- [별지제14호서식] <개정 2008. 9. 30> (앞쪽)
 [출원구분] 특허출원 분할출원 변경출원 정당한 권리자의 출원
 ([참조번호])
 [출원인]
 [대리인]
 [발명의 국문명칭]
 [발명의 영문명칭]
 ([원출원 (무권리자 출원)의 출원번호])
 ([우선권주장])
 ([기타사항] 심사청구 심사유예신청 조기공개신청 공지에외적용
 미생물기탁 서열목록 기술이전희망 국가연구개발사업)
 ([유예희망시점] 심사청구일 후 18개월이 지난 때부터 () 개월)



<h3>기재요령</h3> <p>[예] [기타사항] [이 발명을 지원한 국가연구개발사업] [과제고유번호] ○○○○○○○○ ※NTIS에서 부여받은 'NTIS과제고유번호' 기재 [부처명] 지식경제부</p>	<p>[연구사업명] 공통핵심기술개발 [연구과제명] 세라믹판을 이용한 연 X선식 절전기 제거장치 개발 [주관기관] (주) 한국세라믹연구소 [연구소] 2008.1.1 ~ 2008. 12.31</p>
---	---

(주)마크프로

"특허청 해외 국유 특허권 갱신 및 관리기관 지정"

업계 최초로 최고배상액 100억원 전문인 배상보험 가입

세계 최대 지식재산 관리 회사인
영국의 CPA社와의 Partnership을 통한
특허, 실용신안, 디자인 갱신 관리

"고객의 특허현황을 한 곳에서"
온라인 특허검색 서비스 "MP Direct" 제공
MP Direct Web Service 제공
권리포기예정특허 기술이전 마케팅 서비스 제공

국내 및 해외 기술조사/기술분석

선행기술조사, 무효자료조사
기술성·사업성 평가, 특허침해분석

국내 및 해외 기술거래/기술사업화

기술거래 및 기술의 사업화
<http://tms.kr>

상표 검색 DB "MarkSearch"

기존상품 DB와 차별화된 콘텐츠, 진보된 사용자 편의성 제공
국내 최고의 기업과 다수의 특허법률사무소에서 채택 사용중

상표권 갱신 DATA 관리

영국 CPA社와 업무협약체결로
효율적인 상표권 갱신 관리 서비스 제공

세계 최고의 상표조사전문회사인
Thomson CompuMark社와 업무협약체결

해외상표조사 Online Service Platform인 "SAEGIS"에
국내상표에 대한 영문변환데이터 공급
"SAEGIS"에 대한 국내 Sales Representative

영국 CPA社와 업무제휴를 통한
중국, 대만의 지적재산권 관리

중국의 Sunhope, 대만의 AIPO와의
Partnership을 통한
중국, 대만 지적재산권 공동관리

MA R KPRO

(주)마크프로

서울시 영등포구 문래동3가 에이스하이테크시티 2동 3층
TEL 02-785-3040~2 FAX 02-785-3043 E-mail markpro@markpro.com

www.markpro.com



Registered ISO 9001:2000

특허기술가치평가에 의한 사업화 자금 보증지원안내

특허청과 기술보증기금 간에 체결된 우수특허기술 사업화지원을 위한 업무협약약정에 따라 특허청과 한국발명진흥회는 기술보증기금이 수행하는 특허기술가치평가에 대하여 평가 수수료를 지원하고, 기술보증기금은 평가된 우수특허기술에 대하여 사업화 자금을 아래와 같이 지원할 계획이오니 적극 활용하시기 바랍니다.

▶ [지원자격 및 대상]

신청일 현재 등록된 특허권을 사업화하는 중소기업

▶ [지원한도]

사업화자금 보증지원한도 : 신청기업이 보유한 특허권의 기술가치평가금액 이내로서 같은 기업당 10억 원 한도
평가수수료 보조지원한도 : 건당 500만 원 한도 (자기부담금 20만 원)

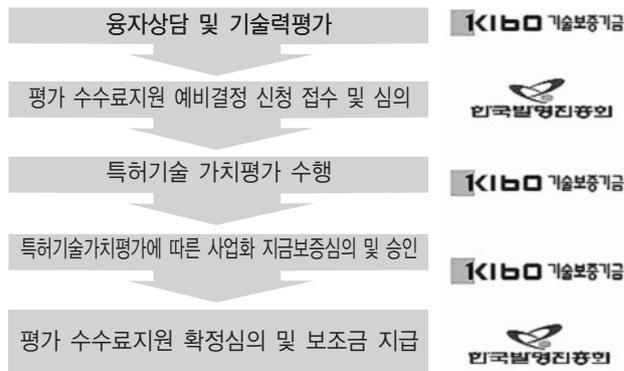
▶ [취급점 및 보증상대처]

취급점 : 기술보증기금 기술평가센터(구로, 강남, 송파, 종로, 서초, 인천, 수원, 화성, 부천, 천안, 원주, 청주, 대전, 전주, 광주, 대구, 울산, 부산, 안산, 창원)

보증 상대처 : 금융기관

▶ [신청접수]

신청 접수는 연간수시(선착순 마감)이며, 자세한 사항은 기술보증기금에 문의하시기 바랍니다.



▶ [문의처]

- 기술보증기금 기술평가센터 및 본점의 평가마케팅팀 대표전화 051-460-2466(<http://www.kibo.or.kr>)
- 한국발명진흥회 IP경영지원팀 : 02-3459-2884, 2885, 2890 (팩스 : 02-3459-2899)
- 평가수수료 지원신청을 위한 자세한 사항은 한국발명진흥회 홈페이지 (www.kipa.org 발명의 평가지원)
- 기술보증기금 홈페이지(www.kibo.or.kr) “지역별 영업점 검색” 참조

발명인의 전당 관람안내

발명인의 전당	www.kipo.go.kr
관람가능시간	평일 09:00~18:00 (국경일/공휴일 제외)
주 소	대전광역시 서구 선사로 139 정부대전청사 4동 (1층 소재)
관람연락처	전화 : (042)481-5940 담당자 : 김명희

찾아오시는 길



특허확대경	
일부 화합물을 제외하기 위한 보정의 요건	8
지식재산권 용어사전	13
시론	
올해의 50대 발명품과 여성발명	14
책과의 만남	17
동경특허정보페어 참관기	
일본의 선진 IP정보시스템을 만나다	18

IP Report

일부 화합물을 제외하기 위한 보정의 요건



공영민 변호사
한얼국제특허사무소

I. 서

화학발명에서는 신규 화합물에 대한 넓은 범위의 특허권을 확보하기 위하여 일반적으로 치환기의 다양한 정의를 포함하는 형식으로 특허청구범위를 작성하는 경우가 많다. 이러한 형식의 청구항을 통상적으로 generic claim 이라고 하는데, 이러한 청구항은 실제 제조한 화합물 보다 넓은 범위를 가지게 된다.

실제 제조한 화합물 보다 넓은 청구항으로 인하여, 예기치 않게 이에 포함되는 일부 화합물의 구조가 공지되어 청구항 전체가 특허성이 부정되는 경우가 있다. 이 경우, 청구항 전체의 특허성이 부정되는 것을 방지하기 위해서는 그 일부 화합물을 제외하는 보정이 필요하게 된다. 이러한 형식의 보정은 제외규정 또는 예외규정¹⁾이라고 불리는 방

식으로 보정하게 된다.

한편, 이러한 형식의 보정은 특허법상 규정되어 있는 보정의 요건을 만족하여야 하는데, 최초로 출원된 명세서 또는 도면에 제외규정 또는 예외규정에 대한 내용이 기재되어 있지 않은 경우에는 원칙적으로 보정은 허용될 수 없기 때문이다. 그러나 특별한 경우, 최초로 출원된 명세서 또는 도면에 제외규정 또는 예외규정에 대한 내용이 기재되어 있지 않음에도 제외규정 또는 예외규정을 허용될 필요가 있는 경우가 있다. 따라서 이러한 특별한 경우가 어떤 경우에 해당되는지에 대해, 보정 요건의 법적 의미와 함께 검토해보고자 한다.

II. 보정제도의 의의

1) 국내 특허심사실무상 이러한 형식의 기재는 제외규정 또는 예외규정이라고 하는데, 예컨대 청구항에서 "단, ... 은 제외한다"라는 형식의 기재를 의미한다. 해외의 경우 이를 negative claim 또는 disclaimer 라고도 하는데, 유럽에서는 disclaimer 라고 한다.

보정제도는 출원당시의 명세서의 내용의 내용을 수정하는 것으로, 선출원주의의 결점을 보완하여 명세서 또는 도면의 내용에 불비가 있는 경우에 그 하자를 치유하게 하는 제도이다. 그러나, 보정을 무제한 허용하게 되면 출원당시의 명세서 내용과 다르게 될 염려가 있어 선출원주의의 원칙이 무너질 수 있다. 이를 방지하고자 국내 특허법 47조 2항에서 보정의 허용범위에 대해 최초로 출원된 명세서 또는 도면의 범위내로 제한하고 있다. 이를 '신규사항 추가 금지' 라고도 하는데 유럽 특허법도 이와 거의 동일한 제한 규정을 두고 있다.²⁾

따라서, 명세서에 기재되지 않은 내용, 즉 일부 화합물을 삭제하는 제외규정 또는 예외규정이 출원당시의 명세서에 기재되어 있지 않다하더라도 이러한 보정이 허용될 수 있는 경우인지를 검토함에 있어서는, 보정제도의 의의와 그러한 보정이 허용되어야만 하는 불가피성을 함께 고려하여 판단하여야 한다.

III. 제외규정 또는 예외규정에 대한 보정이 허용되는 요건

1. 유럽 판례의 요지

제외규정 또는 예외규정에 대한 보정이 허용되는지와 관련하여, 유럽의 확대심판부에서 이에 대한 명확한 요건을 제시하였으며, 판례에서 보정의 의의와 예외적인 경우에 대한 자세한 내용이 기재되어 있어, 이를 살펴보기로 한다.

검토된 유럽판례는 Decision G 0001/03으로³⁾, 비슷한 시기에 유사한 쟁점이 논란이 되어 함께 확대심판부에서 심사되었고, 제외규정 또는 예외규정을 추가하는 보정에 대해 구체적인 조건들을 판시하였다.⁴⁾

판결의 요지를 정리하면 다음과 같다.

(1) 제외규정 또는 제외되는 기술적 사상이 최초로 출원된 명세서에 기재되어 있지 않다는 사실만으로는 유럽 특허법 123(2)조에 위배되는 것이 아니다.

(2) 하기와 같은 조건들이 최초로 출원된 명세서에 기재되어 있지 않은 제외규정을 추가하는 보정에 적용된다.

- 제외규정은 다음과 같은 경우에 허용된다.
 - 유럽 특허법 54(3)조 또는 54(4)조에 해당하는 비교대상발명에 대해 특허청구범위를 축소하여 신규성을 극복하기 위한 경우
 - 유럽 특허법 54(2)조에 해당하는 우연한 비교대상발명에 대해 특허청구범위를 축소하여 신규성을 극복하기 위한 경우; 우연한 비교대상발명이란 기술분야가 관련이 없어 당업자가 결코 고려하지 않는 경우를 말한다.
 - 유럽 특허법 52 내지 57조하에 비기술적 이유로 특허성을 배제하기 위한 경우
- 제외규정은 신규성을 극복하거나 비기술적 이유로 특허성을 배제하기 위하여 필요한 것 이상을 제외하여서는 안된다.
- 진보성 또는 명세서 기재 보충과 관련되는 제외규정은 유럽 특허법 123(2)조에 반한다.
- 제외규정은 유럽 특허법 84조하에 명확하고 간결하게 기재되어야 한다.

2. 판례분석

(1) 기본 전제 - 제외규정 또는 제외되는 기술적

2) 유럽특허법 123(2)조 : The European patent application or European patent may not be amended in such a way that it contains subject-matter which extends beyond the content of the application as filed.

3) Decision G 0001/03은 유럽의 확대심판부(the Enlarged Board of Appeal)에서 나온 판례로서, 2004년 4월 8일자로 판시되었다.

4) 유럽의 기술심판부(Technical board of Appeal)에서 두 개의 사건이 제외규정과 관련된 쟁점이 문제되었는데, 이를 확대심판부에서 종합적으로 심리하여 판시하였다. Decision G 0002/03이 다른 사건에 대한 판례인데 Decision G 0001/03과 내용이 동일하다.

사상이 최초로 출원된 명세서에 기재되어 있지 않다는 사실만으로는 유럽 특허법 123(2)조에 위배되는 것이 아니다.⁵⁾

확대심판부는, 비록 최초로 출원된 명세서에 기재되지 아니한 제외규정을 추가한다는 사실만으로 단정적으로 보정의 요건을 벗어난 것은 아니라는 전제 하에, 그 이유로 이러한 보정이 기술적 변경에 해당하지 않아 선출원주의의 원칙을 벗어나지 않는 경우가 있기 때문이라고 판시하였다. 나아가, 이러한 보정을 허용하지 않는다면 출원인에게 매우 불리한 경우도 있다 할 것인데, 이와 같은 여러 가지 상황을 고려하여 특별한 경우, 즉 최초로 출원된 명세서에 기재되지 아니한 제외규정을 추가하는 경우에도 보정이 허용되는 경우가 있다고 판시하였다.

(2) 명세서에 기재되지 아니한 제외규정을 추가하는 보정이 허용되는 경우

확대심판부는, 명세서에 기재되지 아니한 제외규정을 추가하는 보정이 허용되는 경우로 세가지를 예시하였으며, 각각에 대해 살펴보도록 한다.

1) 유럽 특허법 54(3)조 또는 54(4)조에 해당하는 비교대상 발명에 대해 신규성 극복을 위하여 특허청구범위를 축소하는 경우⁶⁾

확대심판부는, 유럽 특허법 54(3)조⁷⁾ 또는 54(4)조에 해당하는 비교대상발명에 대해 신규성 극복을 위하여 특허청구범위를 축소하는 제외규정을 추가하는 보정은 유럽 특허법 123(2)조에 위배되지 않는다고 판시하면서, 그 이유로 이러한 보정은 “법적인 문제”에 속하는 것이라고 판시하였다.

확대심판부는, 유럽 특허법 54(3)조 또는 54(4)조는 두 개의 동일한 발명이 다른 날에 출원된 경우 특허권이 선출원자에게 속하게 하기 위한 규정이며, 이를 위하여 ‘법률상’ 특허청구범위를 서로 비교하여 동일한 경우에는 선출원자에게 특허권을 부여하기 위한 규정으로 해석하였다.

동일한 발명에 대해 두 개의 출원이 있는 경우에는 선출원주의의 원칙상 먼저 출원한 자에게 특허권이 부여되며, 이를 위하여 선출원이 아직 공개되기 전에 후출원이 출원되는 경우에는 이를 규제하기 위한 별도의 규정이 필요하게 된다. 이를 위하여, 유럽 특허법은 ‘법률적’으로 선출원과 후출원의 특허청구범위를 비교하여 동일성 기준으로 후출원을 규제하기 위한 법률을 채택하였다.⁸⁾ 이는 특허제도가 어떤 방법으로 후출원을 규제할 것인가의 법률상의 문제인 것으로 선출원과 후출원의 기술적인 문제와는 상관이 없다.

따라서 확대심판부는 특허청구범위가 완전히 동일한 경우에는 선출원에 의하여 후출원이 특허를 받을 수 없으나, 전체가 아니라 일부가 겹치는 경우에는 상기 규정의 취지상 선출원에 의하여 후출원의 특허청구범위 전체가 특허를 받지 못하는 것이 아니라 그 겹치는 부분에만 선출원에 의하여 특허를 받지 못한다고 해석하여야 한다고 하였다. 결론적으로, 유럽 특허법 54(3)조에 해당하는 비교대상발명에 대하여 겹치는 부분에 대한 제외규정을 추가하는 보정은, 선출원과 후출원을 구분하여 권리가 귀속되는 것을 분명히 하기 위한 법률적인 이유이므로, 유럽 특허법 123(2)조의 규정에 반하지 않는다고 판시하였다.

2) 유럽 특허법 54(2)조에 해당하는 우연한 비교대상발명에 대해 특허청구범위를 축소하여 신규성을 극복하기 위한 경우⁹⁾

확대심판부는, ‘우연한 비교대상발명(accidental anticipation)’에 대해 신규성이 문제되는 경우에 한하여

5) An amendment to a claim by the introduction of a disclaimer may not be refused under Article 123(2) EPC for the sole reason that neither the disclaimer nor the subject-matter excluded by it from the scope of the claim have a basis in the application as filed.

6) to restore novelty by delimiting a claim against state of the art under Article 54(3) and (4) EPC

7) 유럽특허법 54(3)조 및 54(4)조 : Additionally, the content of European patent applications as filed, the dates of filing of which are prior to the date referred to in paragraph 2 and which were published on or after that date, shall be considered as comprised in the state of the art.

8) 국내의 경우도 특허청구범위간의 동일성을 판단하고 있다.

9) to restore novelty by delimiting a claim against an accidental anticipation under Article 54(2) EPC

이를 제외하기 위하여 제외규정을 추가하는 보정은 유럽 특허법 123(2)조의 규정에 반하지 않는다고 판시하였다.

우연한 비교대상발명이란 화학분야에서 주로 발생하는데, 예를 들어 넓은 범위의 특허청구범위, 즉 generic claim에 대해 이에 해당하는 일부의 화합물이 비교대상발명에 기재되어 있다고 할 때, 비교대상발명에서 이 화합물에 대한 효과가 전혀 기재되어 있지 않거나 또는 전혀 다른 효과에 대해 기재하고 있는 경우를 말한다. 이러한 경우의 대표적인 예가, 비교대상발명은 단순히 화학합성에 관한 논문에 불과하고 화합물의 효과에 대해서는 전혀 기재하고 있지 않은데, 이 비교대상발명에 기재된 특정 화합물이 generic claim에 속하게 되는 경우를 생각할 수 있다.

비교대상발명에 화합물의 구조가 동일한 화합물이 기재되어 있을 뿐 그 내용상 출원된 발명과 너무나 무관한 경우에는 근본적으로 그러한 비교대상발명은 본 발명과 기술적으로 아무런 관련이 없다고 볼 수 있으며, 이는 전적으로 우연적인 것으로 해석되어야 한다. 따라서 이는 비교대상발명으로도 볼 수 없는 것이며 이에 의하여 넓은 범위의 청구항이 모두 특허를 받을 수 없다는 것은 매우 부당한 것이다.

결론적으로, 확대심판부는 우연한 비교대상발명은 generic claim과 무관하여 당업자가 결코 고려하지 않을 것이므로, 이를 제외하는 보정은 그러한 우연한 비교대상발명과 무관하다는 것을 명확하게 하는 것이므로 기술적 구성의 변경과 무관하다고 판시하였다.

3) 유럽 특허법 52 내지 57조에 비기술적 이유로 특허성을 배제하기 위한 경우¹⁰⁾

확대심판부는, 비기술적인 이유로 특허성을 배제하기 위한 제외규정을 추가하는 것은 허용된다고 판시하였다. 확대심판부는 비기술적인 이유의 대표적인 예로 공공의 이익에 반하는 경우를 지적하였다. 예컨대 포유동물의 출산을 억제하는 발명에 대해 기재하고 있을 때, 이를 동물에게 적용하는 것은 문제가 없으나, 사람에게 적용하는 것은 공공의 이익에 반할 수 있는데, 이에 사람을 제외한다는 제외규정을 추가하는 것은 '법적인 이유'에 의한 것이므로 허용된다고 판시하였다.

(3) 명세서에 기재되지 아니한 제외규정을 추가하는 보정이 허용되지 않는 경우

확대심판부는, 명세서에 기재되지 아니한 제외규정을 추가하는 보정이 허용될 수 없는 경우로 다음 두 가지를 지적하였으며, 실제 사례에서 쟁점이 되었던 내용이다. 각각에 대해 살펴보도록 한다.

1) 유럽 특허법 54(2)조에 해당하는 우연한 비교대상발명이 아닌 비교대상발명에 대해 특허청구범위를 축소하는 경우

확대심판부는, 우연한 비교대상발명이 아닌 비교대상발명에 대해 특허청구범위를 축소하는 것, 즉 제외규정 또는 예외규정을 추가하는 보정은 부당한 결과가 초래되는 것인바 허용될 수 없다고 판시하였다.

출원시의 명세서에는 종래기술이 언급되어야 하고, 이를 회피하기 위한 특허청구범위가 작성되며 특허청구범위에는 넓은 범위의 청구항부터 이를 구체화한 범위의 청구항이 단계적으로 작성되어, 출원인이 미처 알지 못한 비교대상발명에 대해서도 대비할 수 있도록 작성되는 것이 일반적이다. 확대심판부는 이러한 사실로부터, 만일 우연한 비교대상발명이 아닌 비교대상발명에 대해서도 제한없이 제외규정이 허용된다면, 심사과정에 제시될 비교대상발명에 대해 제외규정으로 회피가 가능하므로 출원시 넓은 범위의 특허청구범위를 작성하는 것을 허용하는 결과가 되어 부당하다고 지적하였다.

우연한 비교대상발명이 아니라면, 제외규정에 의하여 제외되는 부분은 비교대상발명과 기술적으로 관련이 있다고 해석되어야 하므로, 이 부분을 제외하는 것은 원래 청구항의 기술적 내용을 변경하는 것으로 해석되고 이를 허용하는 것은 선출원주의의 의의에 반한다고 할 수 있다. 결론적으로, 확대심판부는 generic claim과 기술적인 관련이 있는 비교대상발명에 대해서는 제외규정을 추가하는 것은 허용되지 않는다고 지적하였다.

2) 실시불가능한 부분을 제외하는 경우

확대심판부는, 특허청구범위에 실시불가능한 부분이 있는 경우 이 부분을 제외하기 위한 제외규정을 추가하는

10) to disclaimer subject-matter which, under Articles 52 to 57 EPC, is excluded from patentability for non-technical reasons

것은 허용되지 않는다고 판시하였다. 그 이유로 특허청구 범위에 실시불가능한 실시예가 있다는 것은 진보성이나 명세서 기재의 보충과 관련된 것이라고 지적하였다.

특허출원은 출원시에 발명이 완성되어야 하며, 명세서에는 당업자가 그 발명을 용이하게 실시할 수 있을 정도로 기재되어야 하는데, 실시불가능한 부분이 특허청구범위에 기재되어 있다하여 이를 제외하는 것을 허용하는 것은 그 자체로 명세서에 하자가 있는 것이거나 또는 비교대상발명과 비교하기 위한 것으로, 이는 청구항에 기술적인 변경을 주기 위한 것으로 해석된다. 결론적으로, 확대심판부는 실시불가능한 부분에 대한 제외규정은 기술적 내용과 관련된 것이므로 허용될 수 없다고 지적하였다.

**(4) 제외규정을 추가하는 보정이 허용되는 경우
보정시 유의사항**

확대심판부는, 제외규정을 추가하는 보정이 허용되는 경우라 할지라도 보정이 허용되는 범위에 엄격히 국한되어야 하며 이를 벗어나는 제외규정은 허용되지 않는다고 판시하였다.¹¹⁾ 또한 제외규정이 포함된 청구항은 명확하고 간결하게 기재되어야 한다고 판시하였다.¹²⁾

제외규정 또한 특허청구범위의 일부인바, 유럽특허법 84조¹³⁾ 하에 제외규정에 의하여 어떤 부분이 제외되는지 명확하고 간결하게 기재되어야 한다고 판시하였다. 또한 이러한 보정이 이루어지는 경우에는 발명의 상세한 설명에서도 이러한 내용을 기재하여 특허의 투명성을 높여야 한다고 판시하였다.

즉, 제외규정은 특허청구범위의 기술적 기여를

하지 않는 범위에 제한되며, 이는 특별한 경우에 한하여 명세서에 기재되지 아니한 제외규정이 유럽특허법 123(2)조에 위배되지 않는 예외적인 경우이므로, 앞서 설명한 특별한 경우에 대해 제외가 필요한 범위 내에서만 제외규정이 허용된다고 판시하였다.

따라서 제외규정이 허용되는 경우에는 그 허용되는 범위 내에서만 명확하게 제외하는 보정을 하여야 한다.

IV. 결

신규 화합물에 대한 넓은 범위의 특허권을 확보하기 위하여 일반적으로 치환기의 다양한 정의를 포함하는 형식으로 특허청구범위를 작성하는 경우가 많은데, 이와 동시에 특허청구범위가 넓어질수록 비교대상발명이 많아질 수 있다는 점을 유의하여야 한다. 특히, 예기치 않게 이에 포함되는 일부 화합물의 구조가 공지되어 특허청구범위 전체가 특허성이 부정되는 경우가 있다.

앞서 살펴본 바와 같이, 이러한 경우 예외규정 또는 제외규정으로 극복할 수 있는 경우가 있으므로, 이의 요건을 검토하여 특허청구범위를 최대한으로 유지할 수 있을 것이다. 이와 함께 특허청구범위가 넓어질수록 이를 구체화한 종속항을 효과적으로 함께 기재하는 것이 필요할 것이다.

따라서, 화학발명의 특성을 이해하고 특히 다른 발명과 달리 제외규정에 대한 보정이 허용되는 예외적인 경우를 고려한다면, 이를 적절하게 활용하여 효과적인 특허권을 확보할 수 있을 것으로 판단된다.

발명특허 2009. 12

11) A disclaimer should not remove more than is necessary either to restore novelty or to disclaim subject-matter excluded from patentability for non-technical reasons.

12) A claim containing a disclaimer must meet the requirements of clarity and conciseness of Article 84 EPC.

13) The claims shall define the matter for which protection is sought. They shall be clear and concise and be supported by the description.



과제해결접근법 [특허]

발명의 진보성을 판단할 때 심판부의 실무에서 채택하고 있는 방법. 먼저 가장 근접한 선행기술을 특정한 후 해결하여야 할 기술적 과제를 특정하고 최후로 가장 근접한 선행기술과 기술적 과제로부터 청구항에 관계된 발명이 당업자에게 있어서 자명한지 아닌지를 검토하는 방법.

과제를 해결하기 위한 수단 [특허]

발명의 과제를 해결하기 위하여 채용되는 기술적 수단으로서, 복수의 수단으로 이루어져 있는 경우에는 그 연관관계를 발명의 상세한 설명 부분에 기재하여야 함.

과실 [법일반]

행위자가 부주의에 의하여 범죄사실을 인식하지 않는 것. 고의와 더불어 불법 및 책임요건의 하나.

과실의 추정 [법일반]

특허법 등 지식재산권법은 민법의 규정과는 달리 특허권을 침해할 경우에는 그 침해자의 행위에 대하여는 과실이 있는 것으로 추정하고 있음.

과다 청구항 [특허]

발명의 성질, 범위 및 종래기술의 관점에서 볼 때 부당한 수의クレ임이 기재되어 있는 경우에는 이를 이유로 거절됨. (MPEP 706.02(1)) 1개의 출원에 복수의クレ임을 기재하는 것은 허용되지만 이들이 실질적으로 상호 상이하고 또한 그 수가 부당하게 많지 아니하여야 함. 2007년 11월 1일부터 시행되는 미국 특허법은 청구항의 수를 20개 이내로 제한하고 있음.

공표/개시 [지재권일반]

발명의 내용을 공중에게 명확하게 나타내는 것으로 구체적으로는 명세서뿐만 아니라 도면, 청구범위를 포함한 모든 증거물건에 나타나 있는 발명의 기술을 말함.(특허) 수단을 불문하고 공중이 저작물을 접할 수 있도록 하는 것(저작권).

출처 특허청 홈페이지

올해의 50대 발명품과 여성발명



김경희
한국여성발명협회 홍보팀장

이제 2009년도 한 달 남았습니다. 달랑 한 장 남은 달력을 보면서 2009년 한해를 어떻게 보냈는지 뒤돌아봅니다. 다가올 2010년을 맞으며 21세기 새천년의 시작이라고 설레던 때가 벌써 9년이 지나 21세기도 십단위로 접어드는구나 생각을 하니 세월의 빠름을 실감합니다.

매년 연말이 되면 한 해를 정리하는 뉴스들이 언론매체에 자주 등장합니다. 발명분야에서도 시사주간지 타임이 매년 이맘때쯤 올해의 주목할 만한 발명을 선정해 발표합니다. 올해도 타임(Times)지는 참신한 아이디어를 현실로 구현한 ‘올해의 50대 발명품’을 소개했습니다.

2009년 발명품 중의 1위는 미 항공우주국 나사가 개발한 달 탐사 로켓 아레스(ARES)가 차지했습니다. 지난 10월말 첫 시험비행을 한 아레스는 우주탐사선 ‘오리온’과 함께 우주로 발사될 예정으로 1972년에 중단된 인간의 달 착륙 프로젝트를 재개할 수 있는 야심찬 발명품이기 때문에 당



당히 일등이 되었습니다. 아레스는 지금까지 제작된 로켓 중 가장 긴 100미터의 높이를 가졌고, 노후한 현 우주 왕복선 시스템을 대체할 수 있어 2020년까지 우주인을 달에 보내려는 나사 프로젝트에 핵심이 되는 탐사선입니다.

2위는 올해 3월 첫 양식에 성공한 참치 양식 기술로, 탕

크 안에서 참 다량어를 기를 수 있도록 고안한 방법입니다. 수산업계의 난제였던 참치 양식에 큰 진보로 이룬 점이 인정받았습니다.

3위는 필립스가 내놓은 LED 전구입니다. 백열등에 비해 90%의 효율성을 발휘하고 수명도 비교할 수 없을 만큼 길 뿐 아니라 형광등과 달리 수은을 함유하고 있지 않아 친환경적이기까지 합니다.

4위에는 자동온도조절장치 ‘서머스맷’ 이 이름을 올렸습니다. 서머스맷 기술이 정보기술과 결합하면 휴대폰으로 집과 사무실의 에너지 수요를 조절하는 등 이산화탄소 배출을 획기적으로 줄일 수 있습니다.

이외에도 8위는 에이즈 백신이 차지했습니다. 에이즈 바이러스가 세상에 알려진 지 26년 만에 개발된 첫 백신으로, 3년에 걸친 임상시험결과 31%의 예방효과를 보였다고 합니다. 아직 상용화되지는 않았으나 에이즈와의 싸움에 첫 걸음을 내디뎠다는 평가를 받았습니다.

9위는 ‘생각으로 트위팅하는 기술’ 로 미국 위스콘신 대학에서 생물의학 전공 박사과정 학생인 아담 윌슨은 전극이 달린 특수 모자를 쓰고 컴퓨터 화면의 글자에 정신을 집중하면 원하는 글자가 실제 입력되는 기술을 개발했습니다. 손발을 움직일 수 없는 장애인에게 큰 도움이 될 수 있는 획기적 발명품입니다.

10위는 MIT 연구진이 개발한 전자 눈입니다. 시각장애인들이 부분적으로 보는 것을 돕는 마이크로 칩으로 안구에 이식할 경우 시각장애인들이 완전하지는 않지만 형태나 방향을 인지할 수 있습니다.

또 페달이 없이도 원하는 방향으로 몸을 기울이기만 하면 방향이 조절되며 시속 20km로 달릴 수 있는 전기자전거인 이크바이크(Yike Bike)도 있습니다. 이 자전거는 무게가 9kg에 불과하고 20분 만에 80%나 충전할 수 있어 내년 뉴질랜드와 영국에서 판매된다고 합니다.

좁은 공간에서도 효율적으로 많은 식물을 경작할 수 있게 한 수직재배기법(Vertical Farming)과 영국의 제임스 데이슨이 개발한 ‘데이슨 에어 멀티플라이어’란 이름의 회전 날개 없는 선풍기, 후지필름의 3차원 영상을 찍을 수 있는 3D카메라, 재활용 종이로 만들어진 7.6cm 크기의 접는 스피커, 가난한 장애인을 위해 미 스탠퍼드대학이 개발한 플라스틱 부품 다섯 가지와 볼트 및 너트 2쌍으로 연결된 20

달러짜리 인공 무릎 등이었습니다.

올해의 50대 발명품 중에는 1위를 차지한 달 탐사 로켓 처럼 오랜 연구와 첨단 과학기술력이 복합적으로 결합되어야 가능한 것도 있지만 괜 없는 선풍기, 3D 카메라처럼 생활 속에서 부딪히는 궁금중이나 불편함에서 시작했거나 하는 생각이 드는 발명품도 있습니다.

2009년 올해의 50대 발명품을 보면서 문득 처음 한국어 성발명협회에 왔을 때가 생각났습니다. 제1회 세계여성발명대회를 앞두고 홍보를 도와 달라는 요청을 받았습니다. 열흘 뒤로 다가온 대회를 알려야 해서 여성발명품이 도대체 뭐냐고 물어본 적이 있습니다. 이전 직장이 과학 분야인 데다 그때까지 발명이란 ‘발’ 자도 생각해 본 적이 없는 완전 문외한인 저한테 가져온 것들은 발명품이라고 생각하기에는 너무 평범한 제품들이었습니다. 청국장짬뽀, 양과음료, 천연비누, 헤어캡 같은 제품들은 제가 그동안 알아온 소위 과학 전문기자들에게 여성발명품으로 어떻게 소개해야 할지 난감하게 만들었던 기억이 있습니다. 그 당시에는 발명이란 이름을 붙이려면 누가 봐도 신기하거나 적어도 최소나 첨단의 기술력이 포함되어 있어야 한다는 생각이 있었습니다.

지금도 기자들로부터 가장 빈번하게 듣는 질문이 여성 발명품이 뭐냐는 것과, 또 그런 것이 어떻게 발명품이냐는 것입니다.

생활 발명은 가까이 있고 누구나 할 수 있어서 오히려 그것을 발명으로 생각하지 않는 경우가 많습니다. 냄새나는 청국장을 어린이들이 좋아하는 달콤한 짬뽀로 만들어 빵에다 발라먹게 하면 얼마나 건강에 좋을까 하는 생각에서 탄생한 것이 바로 청국장짬뽀입니다. 건강에 좋은 우리의 전통 발효음식이 요즘 신세대에 맞는 퓨전음식으로 재탄생한 것만으로도 충분히 발명품으로 인정받을만합니다.

우리 사회에 발명을 진흥시키기 위해서는 독특한 창의력을 가진 발명가들만이 발명을 한다는 사회적 인식을 바꿔야 합니다. 그리고 이러한 사회적 인식을 바꾸는데 여성의 생활 발명이 크게 기여하고 있습니다.

여성의 발명은 생활을 하면서 느낀 불편함을 개선하는 것이 발명으로 이어지기 때문입니다. 그래서 시장에 출시되면 즉각적인 반응이 오는 경우가 많습니다.

저희 협회 회원 중에 환갑 넘은 나이에 반짝 아이디어 하

나로 인생을 바꾸고 사업가의 꿈을 이루신 분이 계십니다. 전업주부였던 이 분은 아이들 운동화를 세탁할 때마다 빨기가 불편해서 불만스러웠습니다. 그러다 불쑥 “내가 한번 고쳐볼까? 생각했습니다. 그 아이디어는 진짜 간단한 것이었습니다. 신발 발등에 지퍼를 달아 신발 아래 위가 떨어지게 한 분리형 운동화였습니다. 이 아이디어에 패션디자이너를 조금 더 가미하자 국내 뿐 아니라 일본, 중국에서도 판매 문의가 이어졌고 지금은 당당한 여성 사업가로 활동하고 계십니다.

발명이나 특허는 똑똑하고 잘난 사람들만 하는 것은 아닙니다. 불편한 걸 고쳐보려는 생각만 있으면 누구나 할 수 있습니다. 나이가 들어도, 배우지 못해도 자신의 일의 능력을 높이고 생활을 편리하게 바꾸고자 하는 사고의 전환만 있으면 할 수 있습니다.

저희 한국여성발명협회에서는 여성들의 창의력을 발휘할 수 있도록 기회를 제공하고 지원하고, 더 나아가 생활 속에서 찾아낸 여성의 발명아이디어를 사업화, 경제화 할 수 있도록 뒷받침하는 생활발명운동을 펼치고 있습니다. 이런 생활발명운동의 일환으로 지난 10월말에는 최고의 여성발명아이디어를 뽑아 시상하는 여성발명경진대회와 여성장애인발명아이디어대회를 개최했습니다. 올해도 친환경 튀김기, 유통기한 측정 장치, 통풍구가 있는 차량용 창문, 정맥주사용 반사기, 씽크대 커튼, 유아온수방지방치, 말하는 휴대폰 등 여성들의 생활 속 아이디어가 빛나는 작품들이 대부분 수상했습니다. 그런데 최고 대통령상을 수상한 여성발명대회 수상자들도 대부분 평범한 가정주부였습니다. 그 시작은 호기심이었지만 협회에서 추진하고 있는 창의교육과 아이디어대회, 시제품 지원, 박람회 등을 통해 발명가로서의 삶에 들어서신 분들도 있습니다.

우리 생활은 발명품으로 꽉 차 있습니다. 지금 글을 쓰고 있는 노트북과 USB, 마우스 뿐 아니라 앉아 있는 의자, 들

고 있는 라디오, 경대 위에 놓여 있는 여러 가지 화장품과 거울, 옷장 속의 오리털과카와 목욕탕에 있는 비누, 치약, 칫솔 등 어느 것 하나 발명품이 아닌 것이 없습니다. 인간의 역사는 곧 발명의 역사인 셈입니다. 우리가 매일 먹고 입고 자는데 쓰는 각종 물건들의 만들어진 과정을 살펴보면 모두 발명가들이 있었습니다.

그런데 역사를 바꾼 뛰어난 발명을 만들어 냈던 사람들이 모두 특별한 사람은 아니었습니다. 몇몇 사람을 제외하고는 대부분 우리 주변에서 흔히 보는 보통 사람이었습니다. 누구든지 할 수 있었던 일을 다만 먼저 실천했을 따름입니다. 따라서 누구나 발명가가 될 수 있습니다. 우리 모두는 발명가의 자질을 가지고 있는데 그것을 인식하지 못하고 있을 뿐입니다.

아이디어의 가치는 무한합니다. 하지만 그 아이디어를 구체화하고 실현시키지 못한다면 아무 값어치도 없습니다. 발명이란 일의 효율을 높이고 생활을 편리하게 바꾸려는 것이며 인간이 더욱 건강하고 편리하게 살기 위한 노력입니다. 그 결과로 개인은 경제력을 가질 수 있고 기업, 더 나아가 국가가 경쟁력을 가지게 됩니다. 더 많은 사람이 보다 더 안전하고 편안하며 즐겁게 인생을 살아가도록 하는 것, 그것이 발명의 목적입니다.

특히 여성들에게 발명은 자신의 능력과 잠재력을 발휘하는 새로운 기회가 될 수 있습니다. 발명을 통한 산업재산권 갖기는 여성들에게 가정을 지키면서도 자신의 능력과 노력에 합당한 경제력을 만들어 주는 훌륭한 대안이 됩니다. 더불어 여성들의 독창적이고 세심한 아이디어에서 출발한 실용성이 가미된 발명은 발명자인 여성뿐만 아니라 국가적, 산업적으로도 큰 파급효과를 줄 수 있습니다.

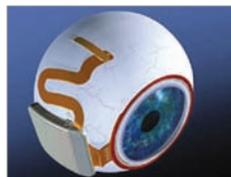
세계 50대 발명품 속에 우리나라 여성의 발명품이 당당히 끼는 그 날이 오기를 기대해 봅니다.

발명특허 2009. 12

그림 출처
타임지
<http://www.time.com/time/>



LED전구



전자눈



이크바이크

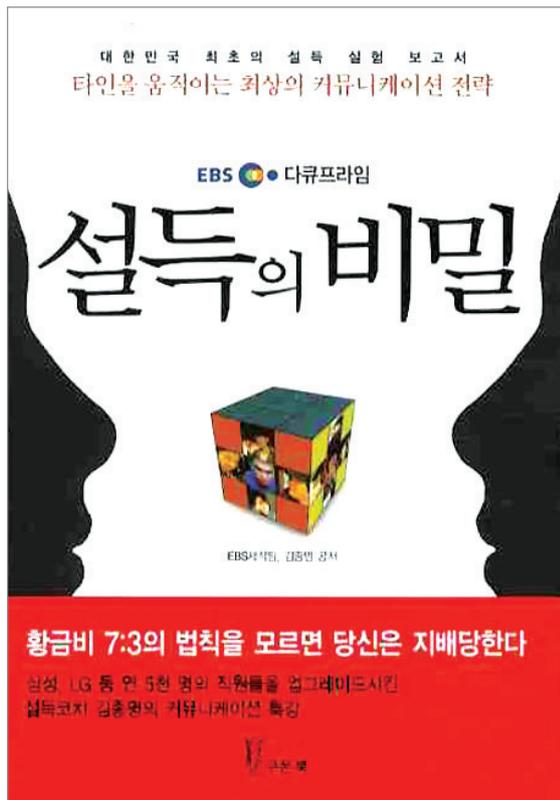


회전 날개 없는 선풍기

설득의 비밀

타인을 움직이는 최상의 커뮤니케이션 전략

저자 EBS제작팀, 김종명 | 출판사 쿠폰북



책소개

『EBS다큐프라임 설득의 비밀』은〈시추에이션 다큐〉 EBS 다큐프라임 설득의 비밀의 도서관으로, 저자 김종명 교수가 약 1천여 회의 삼성, LG, 포스코, 현대 등의 국내 대기업과 지식경제부, 국세청 등 정부기관의 5만여 명의 임직원들에게 리더십과 인간관계관리 중심의 강연을 통해 설득에 관한 부족한 모든 부분들을 모아, 누구나 ‘설득의 달인’ 이 될 수 있도록 길을 제시해 주고 있다.

일본의 선진 IP정보시스템을 만나다



이 태 원 주임

한국발명진흥회 산업인력양성팀

특허정보페어의 구성

기본적인 데이터 처리와 보고서 작성, 그리고 상당한 양의 정보 가공과 데이터 피봇 기능 등 엑셀이란 프로그램은 사무실에서는 없어서 안 될 만큼 유용한 툴이다. 이런 강력한 프로그램이 더 이상은 특허관리를 위한 툴로 활용하기에는 어려운 환경이 되고 있다. 엑셀을 특허관리 툴로 활용한다는 말은 이제는 별도의 지재부서가 없거나, 특허가 많지 않은 소규모 기업에서나 가능한 이야기가 되었다.

하지만, 이마저도 옛말이 되고 있는 이유는 특허관리란 단지 기업이 출원하고 등록하는 특허를 목록화하고, 담당자가 일일이 날짜를 확인하여 유지관련 비용을 결제하면서, 특허검색 따로, 특허맵 작성 따로, 협력업체나 변리사무소와의 업무연락 따로 식으로 분주하고 어수선한 관리를 허락할 만큼 여유롭지 않은 업무로 변화하고 있기 때문이다.

더욱이 해외출원까지 진행하는 경우라면, 웬만큼 기능 좋은 시스템을 구축해 놓지 않으면, 인력투입의 한계가 있는 기업의 특허부서에서는 업무의 부하가 급격히 커지게 된다. 또한 특허부서는 단지 특허의 출원과 관리만으로 임

무를 다했다고 할 것이 아니라, 현재도 이미 기업의 특허전략과 기술전략을 담당하고 있는 기업도 적지 않은 바, 특허부서의 현재적·미래적 역할이자 기능을 감안하지 않으면 안 된다. 이러한 차원에서 기업의 특허관리시스템의 진화를 추적할 수 있는 기회로서의 동경특허정보페어를 바라보는 참관의 의의가 있다고 본다.

특허정보시스템 개발업체의 각축장

동경특허정보페어는 단순히 특허정보관련 업체들의 세일즈를 위한 비즈니스의 장의 역할만 하고 있지는 않다. 물론, 가장 큰 자리를 차지하는 것이 정보서비스 기업들의 홍보의 장이다. 각 업체들이 부스를 마련하고, 방문자들에게 각종의 소프트웨어를 홍보하고, 상담을 진행한다.

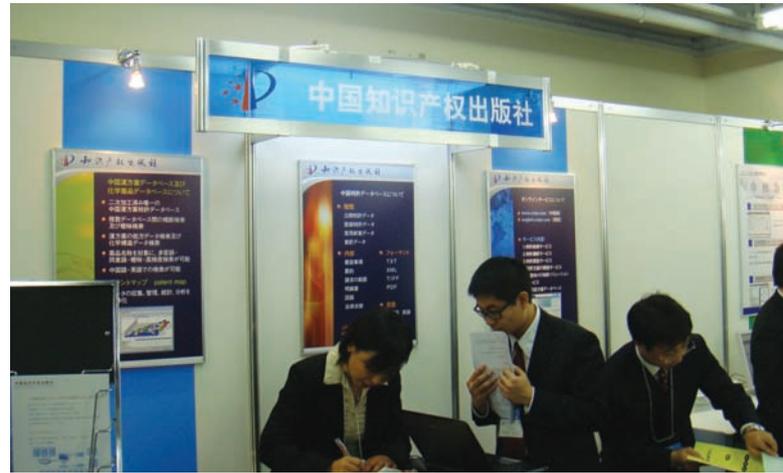
특히, 히타치와 닛산계열의 개발업체는 기업고객을 위한 전용공간과 매 30분마다 자사제품별 기능과 특징을 설명하는 영상 프리젠테이션을 상영하고 있으며, 방문자들을 위한 현장 시연도 마련해 놓고 있다. 참여기업들의 시스템에 대한 설명을 늘어놓는 것은 적합지 않겠지만, 종합정보시스템인 경우엔 검색도구에서 사내 결재시스템을 연동

하고 있으며, 아이디어 제안 단계에서 출원에서 등록 후 관리와 R&D부서와의 협업, 외부 변리사무소와의 업무연락을 위한 네트워크 시스템까지가 종합적으로 결합·연동되어 있는 제품의 시연장면을 따라가다 보면, 점차로 진화하는 시스템의 형태를 확인하게 된다.

여기에, 기술과 특허에 대한 평가시스템이 연동이 된다면, 어쩌면 특허의 유지 혹은 라이선싱 및 매각 등에 대한 판단까지도 이러한 시스템에 의지할 수 있을 것으로 보여진다. 물론, 아직까지는 기술의 가치를 판단해 줄 수 있는 수준의 평가시스템은 발견할 수가 없었다. 아마도 이는 다소 딜레마라고 할 수 있을 것 같다. 우리도 자동평가시스템이라고 하는 것을 시도하고 있기는 하지만, 어디까지나 특정 요소에 대한 평가수치만을 얻을 뿐이고, 전적으로 특허에 대한 활용과 이용은 특허부서나 경영층이 함께 고민하여 선택할 문제라고 할 것이다.

현장의 분위기에서 느껴지는 점에서 보면, 각양각색의 검색엔진에서, 특허부서 내에서 활용할 수 있는 특허료 등의 지급관리프로그램에 이르는 소소한 소프트웨어에 이르기까지, 각 업체들은 서로 경쟁관계에 있지만, 사실은 '각축장'이라고 부를 정도의 경쟁의 분위기라기보다는 참관하는 이들의 입맛에 맞는 틀을 찾아볼 수 있는 Shopping Shop의 개념이라고 보는 게 더 어울릴 것 같다. 일부는 소위 'Total Solution'을 개발할 수 있는 이 분야 대기업들의 제품도 눈에 띄지만, 역시 그런 토털 솔루션을 구매하여 커스터마이징하여 사용할 만한 규모의 특허와 R&D를 수행하는 기업이라면, 자체의 관리프로그램을 개발할 수도 있지 않을까 싶기도 하다. 우리나라의 몇몇 대기업들이 매년 이곳을 방문하는 이유의 하나는 단지 히타치나 도시바가 내놓은 프로그램들을 구입하기 위한 것만은 아닐 것이다. 일본의 앞선 기술과 개발틀을 확인하고 검증하는 차원에서 방문일 텐데, 결코 한국 손님에 대해서 이들이 반감을 갖지 않는 이유는 한국이 미래의 고객이 되리라는 기대감이나 일본인이라는 타고난 본성으로서의 친절 때문만은 아닌 것 같다.

일본도 특허서비스 분야가 어느 정도는 한계를 안고 있는 성장을 밟고 있다는 느낌이다. 이런 상황에서라면, 일본의 서비스업체들도 고객의 needs를 파악하고 이를 프로그램 개발에 반영해야 한다는 것도 상시 염두에 두고 있을 것



이다. 비록, 한국의 기업들이 당장의 소비자가 되어 문의하는 것이 아니라할지라도, 한국의 많은 기업들이, 삼성이나 LG등의 우수기업을 포함하여, 특허정보시스템에 목말라하고 있는 상황이라는 점에 관심을 두고 있는 것으로 보인다.

특허정보에 적극적인 각국의 특허청

단순히 구색을 맞추기 위한 방편으로 시작된 것으로 보이지 않는 것이, 일본 특허청(JPO)은 물론이러니와 미국 (USPTO), 유럽특허청(EPO)와 더불어 PCT를 관리운영하는 WIPO까지 각국 특허청의 특허정보의 관리와 서치에 대한 발전방향과 시스템 운영방안에 대한 이해를 돕고, 그 활용을 도모하기 위한 세미나가 동경특허정보페어의 자리를 빌려 함께 개최가 되고 있다. 지난 해에는 주로 특허심사하이웨이아가 주요 논의 대상이었다면, 올해는 특허심사하이





웨이 위를 달릴 특허출원 및 심사청구문서의 전자화가 논의의 핵심이 되고 있다. 또한 이들 특허기술들에 대한 효율적인 검색과 정보분석을 위한 툴도 진화하고 있으며, 점점 사용자 편의를 높이는 측면에서 개발되고 있는 모습을 확인할 수 있었다.

본 행사와는 별개로, 최근 일본지적재산협회(JIPA)에서는 얼마전 전 IBM 부사장이자 현 미국 특허청장인 David Kappos의 개별방문을 받고, 미국과 일본 간의 심사하이웨이와 PCT 출원에 대한 적극적인 활용과 홍보를 약속한 바 있다. JIPA의 미국측 파트너라고 할 수 있는 IPO(미국 지식재산소유권자 협회)에 몸담고 있던 David Kappos가 JIPA를 통해 일본 내 기업들의 협조를 구한 점에서 특허선진국들이 특허정보의 관리운영에 가속도를 내고 있음을 파악할 수 있다. 우리나라와 중국도 기존의 특허3국을 특허5국으로 확대하고자, 적극적인 역할을 취하고 있는 바, 향후 우리 특허청의 움직임에 관심을 갖게 된다.

물론 우리나라의 적극적인 역할을 기대하기 위해서는 정부차원의 고속도로만이 아니라 국가 차원의 네트워크가 형성이 되어, 올바르게 기능해야 하는 것이 선결과제라고 할 수 있다. 해외의 유명한 기술검색시스템들의 일본어 버전이 만들어 지고 있는 지금, 만일 일본기업이든 누구든 한글을 입고 해외의 선진 특허정보시스템이 상륙하게 될 때에, 우리나라의 정보주권은 누가 지켜야하는지를 명확히 해야 한다는 의미인 것이다.

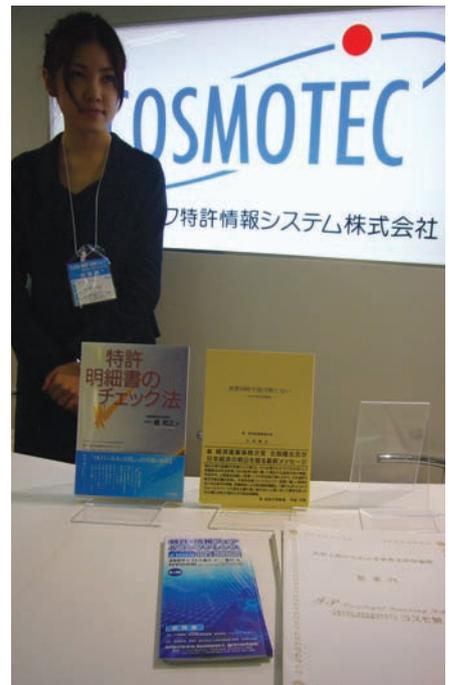
기술정보 전략세미나

소문난 잔치에 먹을 것 없다는 우리 옛말도 있지만, 페어

의 이튿날부터 이어지는 기업의 임원과 변리사를 강연자로 한 기업대상의 정보활용 컨퍼런스는 대체로 그런 느낌을 갖게 한다.

‘바이오벤처는 「지재전략」이 생명선!’ 이라든지 ‘특허정보’의 「투자활용」을 위하여, ‘유럽의 특허와 지재비즈니스 현황(왜 일본인은 미국에 비해서 유럽을 바라보지 않는가)’ 그리고 ‘중견·중소기업을 위한 글로벌 특허비즈니스’ 등의 제목으로 컨퍼런스가 개최되었는데, 제목에서 느껴지는 무언가 있을 법한 느낌은 기대감을 가지고 참석한 이들의 열기에는 다소 미흡한 내용들이 아닌가도 싶다. 물론, 각각의 주제 중 바이오벤처들이 지식재산 전략의 중요성을 인식하지 못하거나, 필요성은 느끼더라도 어떤 측면에서 지재전략을 세워나가야 하는 것인가에 대한 대강의 통찰은 얻었다고 하더라도, 기업의 실천적인 전략보다는 정부의 관련시책을 소개하거나 해외동향을 언급하거나, 지나치게 필요성을 강조하는 내용 위주 흐름은 어찌할 수 없었다.

하지만, 그럼에도 불구하고, 일본 기업들이 밟고 있는 지적재산전략의 단계는 우리보다는 훨씬 앞서 있다는 사실은 또렷이 느낄 수밖에 없었다. 일본의 경영기법이나 전략이 항상 ‘YKS 수법’ 이니, ‘분쟁대응방법’ 이니 하는 식의 개별화되고 구체화된 실천전략을 논한다는 점이 바로 그런 차이라고 할 것이다. 이는 단지 일본기업이나 일본인들이 가지는 특성이나 성격이라기 보다는 그만큼 특허 관련 업무가 구체화되고 체계화되어 있음을 반영하는 것으로 보아야 한다. 위의 ‘YKS



수법'이란 것만 해도, 특허정보를 바탕으로, 기업의 특허력 지수를 산출하고, 주가와 기업의 성장률 등을 감안하여, 특허와 경영의 상관관계를 도출하여, 경영에 기여하고자 하는 바를 목표로 하고 있다.

우리에게도 이러한 기법과 전략을 생산하고 있는 기업이나 기관이 있다고 확신을 가지고 말할 수는 없지만, 중요한 점은 일본이 이러한 연구와 조사를 바탕으로 구축한 평가시스템 등을 우리는 부러워만 할 것인지, 아니면 뒤늦게야 유사한 기능의 시스템을 만들 것인지, 아니면 구매하여 사용하는 소비자가 될 것인지는 우리가 선택하지 않아도 시간이 지나면 결정된다는 것이다. 다소 극단적으로 말하면, 이런 차이가 곧 특허정보에 대한 우리만의 주권을 주장할 수 있느냐와 없느냐를 가르게 될 것이다.

기업 프리젠테이션

전시행사장 외에 별도로 기업별로 자사의 제품과 기술을 홍보하는 프리젠테이션도 진행이 되었다. 행사가 시작된 4일부터 총 25회의 프리젠테이션이 이루어지는 가운데, 특허조사·검색 등에서 특허관리시스템에 대한 소개와 번역서비스, 중국특허법의 개정을 소개하면서 달라진 출원 절차에 대응하기 위한 서비스를 제공한다는 특허사무소의 제안 등이 이루어졌다. 히타치와 같은 대형기업이나 아스,



그리고 노무라연구소로 유명한 NRI 사이버패턴트와 같은 다양한 검색엔진과 관리시스템을 개발하는 업체들은 25회 중 2회 이상의 기회를 활용하여, 기업 프리젠테이션을 통한 홍보에 나서기도 하였다.

이들 홍보를 통해, 특허기술의 검색이 기업 내에서 얼마나 큰 비중을 차지하는 업무가 되었는지, 특허분석과 조사 분석의 결과를 비주얼화하여 보여주는 기법이 얼마나 눈길을 끄는지 하며, 특허맵이란 표현보다는 '이노그래피 (Innography)', '인용맵' 과 같은 낯선 용어들을 통해, 보다 세부적인 분석툴을 선보이고 있음을 확인할 수 있었다. 자신들이 개발한 검색 DB와 서치엔진을 도입하여 운용한 기업 사례들을 소개함으로써, 자사 제품의 안정성과 검증된 제품임을 알리는 기법도 활용하고 있다.

눈에 띄는 점은 LEXIS-NEXIS과 Thomson 등의 인터넷 법률정보서비스로 유명한 미국 기업들이 Semantic Search와 Thomson Innovation이란 이름의 국제특허검색시스템을 내세워 일본시장에 적극적으로 나서고 있다는 점과 중국특허에 대한 검색서비스를 내세운 검색시스템의 소개가 적지 않은 부스와 기업 프리젠테이션에서 등장하고 있다는 점이다.

결론

11월 4일부터 6일까지의 3일간 이어진 본 행사는 79개사 182개 부스가 설치되어, 특허정보기업들의 열띤 세일즈-기술력의 자랑이라기보다는 제품의 판매가 보다 중요한 활동이었음을 볼 때 세일즈란 표현이 더 어울릴 것 같다-가 이루어졌고, 1만 7천 명 가량의 방문객이 다녀간 이 대



회는 일본의 특허정보시스템 개발기술이 집약되어 보여주는 유일무이한 기회라는 점에 큰 의미가 있다고 할 수 있다.

앞서 소개한 정보솔루션과 소프트웨어 등의 전시와 컨퍼런스 외에도 각국 특허청과 특허관련 기관의 부스로 볼 수 있었고, 중국 특허청이 지원하는 특허검색서비스와 출판사업자도 만나볼 수 있었다. 또한 어느새 특허이슈의 중심으로 떠오른 중국 특허에 대한 관심도 주로 해외 검색 시스템을 선보인 부스에서 수시로 느껴볼 수 있었다. 텍스트 중심에서 각종 정보의 시각화에 주력하는 노력도 눈에 띄었고, 자사의 활용사례라는 식으로 예들러 자사의 시스템을 홍보하는 노련한 선전 전략의 묘미도 맛볼 수 있었다.

우리 기업들이 동경특허정보페어 현장에서 과연 어떤 정보를 얻고 무엇을 확인할 수 있는지는 명확히 알 수는 없었다. 기업의 특허부서 담당자들도 당장 시스템 구축을 위한 업무를 부여받은 경우에 시스템 내에 어떤 기능을 담고 어떤 인터페이스로 구현할 것인지 정도의 정보와 시스템의 개발과 구축을 위한 예산 규모 정도를 산출할 수 있는 정도의 정보는 얻을 수 있는 정도가 아니라면, 소위 '볼거리' 정도로 방문할 만한 곳은 아니라는 인상도 없지 않았다. 단

적으로 말해서, 한국의 기업을 위한 서비스나 제품을 만들어 보여주는 곳은 아니기 때문이다. 함께 방문했던 중견기업이상 규모의 특허부서 관계자들도 '특허정보시스템 개발을 위한 맞춤형 정보' 라든지 '기업 내 특허정보에 대한 인식제고를 위한 유용한 자료' 정도조차 얻은 것 같지 않았다.

하지만, 특허정보의 중요성을 강조하는 상황에서, 정보를 관리할 수 있는 방안과 어떤 것이 관리할 가치가 있고, 관리가 가능한 정보인지를 가늠할 수 있는 관점에서는 많은 점들을 수용할 수 있다고 본다. 기술개발과 이를 특허화하기 위한 단계에는 과거에 많이 활용했던 소위 특허맵의 개념보다는 보다 세분화된 기술검색의 결과와 주요 특허기술에 대한 인용도를 확인할 수 있는 인용맵 등의 중요성 등이 보다 부각이 되고 있는 점에서 향후 연구개발을 위한 사전조사의 비용과 조사대상을 선정하기 위한 방안을 모색하거나 특허부서의 업무를 체계화하여 구축된 관리시스템의 구성으로부터 특허업무의 방향성을 찾아볼 수도 있다. 그리고, 중국이 특허의 등록뿐만 아니라 분쟁에 있어서도 유럽보다 중요한 위치를 점하게 된 만큼, 중국특허청에 출원·등록되고 있는 기술의 흐름과 동향을 파악하는 데에도 보다 신중한 접근을 해야 한다는 등의 전략도 모색할 수 있을 것이다.

특허정보 관련 틀과 시스템들이 지속적으로 진화하는 모습을 보면서, 특허분야의 수많은 이슈들 중 과연 어떤 것이 실제 업무에 영향을 미치는지를 확인할 수 있었다. 특허이슈의 많은 것들이 그저 가십과 뉴스로 남는 경우가 적지 않은 만큼, 실제 기업의 특허전략에 유용한 정보로 활용할 만한 이슈를 파악하고 분석하는 것 역시 시스템의 구축 못지않게 동경특허정보페어에서 찾아볼 수 있는 확실한 '볼거리'가 아니었나 생각해 본다. 물론, 그보다는 미래의 우리의 모습을 점쳐 볼 수 있는 단순히 볼거리를 찾아다니는 참관이 아닌 참여를 위한 기회로 삼아야 할 것이다.

발명특허 2009. 12

해피 CEO 인터뷰	
(주)이디리서치 서주원 대표이사	24
특허기술이전 · 사업화 성공사례	
(주)바이피엘	28
특허 Q&A	
무엇이든 물어보세요~!	27
우표로 본 인물과 역사	33
발명칼럼I	
실용성과 유행에 도전	34
발명 365	39
발명칼럼II	
직무발명은 신상품, 신기술, 신소재 개발로 신시장 신고객을 창출하는 지름길이다	40
지식재산강의	
특허법, 상표법, 디자인보호법	44

3년 안에 지식재산서비스 분야에서 선도적인 역할을 하는 전문기관으로 도약하겠습니다

(주)이디리서치 서주원 대표이사

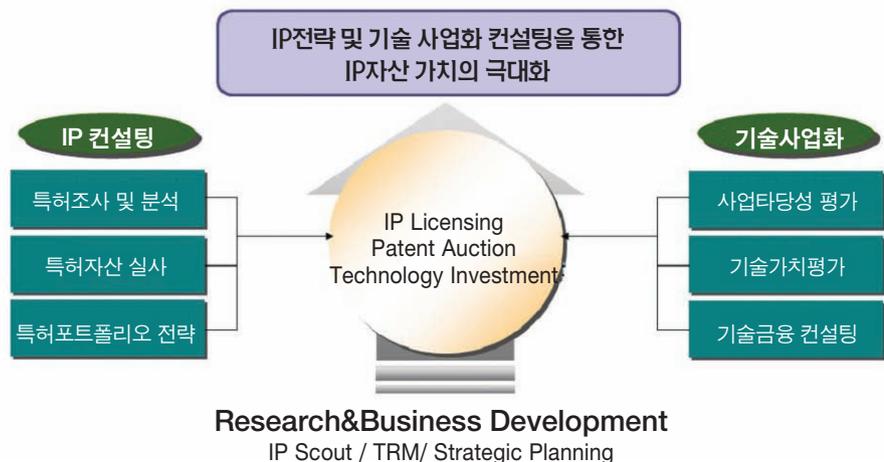
고객의 IP자산 가치의 극대화라는 기치 아래 R&D의 효율성 및 상용화의 기술 경쟁력을 제고하고, 지식기반 산업의 경쟁력 확보 및 기업의 기술혁신 역량강화를 위한 연구개발 지원사업과 전문 연구개발 사업을 수행하고 있는 (주)이디리서치의 서주원 대표이사를 만나보자



(주)이디리서치
서주원 대표이사

(주)이디리서치의 중점 사업은 무엇입니까?

이디리서치는 지식경제부 지정 기술거래기관 및 사업화 컨설팅 전문기관으로 비즈니스 관점에서 연구개발(R&D) 전략을 기획하고, 신규 사업 발굴에 필요한 특허분석 및 전략 수립에 대한 컨설팅을 수행하고 있습니다. 오픈 이노베이션을 통한 기술 혁신 역량을 강화하고자 하는 기업을 위하여 대학, 연구소의 유망 기술을 발굴하고 이전 및 사업화를 연계하고 있습니다. 또한, 미국의 OceanTomo와는 IP Auction에 대한 사업 협력을 하고 있으며, 세계 최대 기술이전 네트워크인 유럽의 EEN(Enterprise Europe Network)의 한국 컨소시엄 파트너의 역할을 수행하고 있습니다. 또한, 미국특허 평가 시스템인 Ocean Tomo PatentRatings 솔루션을 활용한 특허자산 평가, 특허 매입, 특허 포트폴리오 전략 수립 등의 업무를 수행하고 있으며, 전자신문사와 함께 그린에너지기술지수(GETI) 개발 및 평가 보고서 발행 등을 통한 녹색기술의 글로벌 특허 경쟁력 및 기술 수준을 진단하는 업무를 추진하고 있습니다. 최근에는 대학, 연구소 등이 보유하고 있는 유망 기술의 발굴 및 사업화를 위한 유망 기술 발굴(IP scout) 프로그램의 활용 및 Invention capital(창의자본)을 연계한 기술투자 및 사업화 등으로 사업 영역을 확장해 나가고 있습니다.



(주)이디리서치의 사업성과에 대해 말씀해 주십시오.

이디리서치는 짧은 연혁에도 불구하고 임직원의 70% 이상 이공계 석박사 출신으로 기술거래사, 기술가치평가사 등의 자격을 가진 기술사업화 전문 인력과 대기업, 중소기업, 정부출연(연) 등의 기관에서 특허 전략 및 기술이전 등의 업무를 수행했던 경험이 많은 인력으로 구성되어 있습니다. 최근 2년 동안 10여 건의 기술이전 실적과 30여 건의 특허분석 및 컨설팅 실적 그리고 50여건의 기술평가 실적 등을 보유하고 있습니다.

특히, 발명진흥회의 '09년 유망 특허기술 발굴 및 사업화지원 사업으로 수행한 표준특허와 연계한 컨설팅 결과가 우수 사례로 선정되어 12월에 성과 발표를 할 예정입니다. 또한, 대덕특구본부의 우수기술 발굴이전사업, 한국산업기술진흥원의 기술패키징 사업, 프론티어연구성과센터의 전문컨설팅 사업 등에서 우수한 실적 등을 도출하고 있습니다. 한국지식재산서비스협회의 임원사로서 지식재산서비스 실태조사에 관한 정책연구 및 특허청이 주최하는 지식재산서비스 포럼의 운영을 통하여 한국의 지식재산서비스업 발전 방안을 수립하는 역할을 수행하고 있습니다.

그리고, 지식경제부의 국가기술사업화 정보망 구축사업과 교과부의 산학연계망 구축사업 등에 참여하여, 효과적인 산학 협력의 기술사업화 모델을 도출하고 그 결과를 효율적으로 확산해 나갈 수 있는 정보 시스템 인프라를 구축하는데 일조하고 있습니다. 마지막으로, 벤처기업협회 및 한국전자산업진흥회의 협력기관으로 회원 기업에 대한 애로사항 파악 및 진단 컨설팅, 기술 사업화를 위한 전문 코디네이터의 역할을 수행하고 있으며, 중소 벤처기업의 기술혁신 역량을 강화하는데 기여하고 있습니다.

최근에 부각되고 있는 녹색기술 가운데 대표적인 5대 분야에 특화된 그린에너지기술지수(GETI)를 개발하신 것으로 알고 있습니다. GETI에 대해 소개해주십시오.

그린에너지기술지수 (Green Energy Technology Index, GETI®)는 사회적으로 관심이 크게 집중되고 있는 그린에너지 기술 분야에 대해서 관련 국가와 기업의 글로벌 경쟁력을 특허 관점에서 평가하고 분석하기 위해 개발한 특허 기술 평가지표입니다. 즉, GETI®는 최근 정부가 발표한 그

린에너지 15대 유망 분야 가운데 산업적으로 유의미하고 특허 기술의 비중이 높은 5개 분야(태양전지, 연료전지, 2차전지, 발광다이오드(LED), 탄소포집저장 (CCS))의 미국 등록특허를 대상으로 특허 경쟁력을 평가하여 수량화한 지수입니다.

GETI®는 미국 등록특허를 대상으로 평가한 지수로서 관련 국가와 기업들의 글로벌 경쟁력의 수준을 객관적으로 비교, 분석하는데 유효하며, 특히, 최근 5년(2004년~2008년)을 기준으로 매년 정기적인 평가 결과를 제공함으로써 해당 기술 분야의 특허 경쟁력의 수준을 파악하고 대응해 나가는데 유용합니다.

특허 경쟁력을 평가하는데 있어 IPQ가 낮은 특허들에 비해 IPQ가 높은 특허들의 비중을 더 크게 고려한 지수로, 평균 경쟁력을 가진 특허권자의 지수를 1에 근접하도록 표준화하였습니다. 즉, 특허수가 상대적으로 적어도 우수한 특허를 많이 보유한 특허권자의 GETI 점수는 커지고, IPQ가 낮은 특허를 보유한 특허권자의 GETI 점수는 상대적으로 낮아지게 "1"을 기준으로 표준화하여 해당 특허권자들 사이에 상대적인 비교가 용이하게 하였습니다.

$$GETI = \left(\frac{IPQ_i}{IPQ} \times \frac{n_i}{n} \times 0.5 \right) + \left(\frac{IPQ_{oa}}{IPQ_{oa}} \times \frac{n_{i_{oa}}}{n_{oa}} \times 0.5 \right)$$

GETI 보고서는 태양전지, 연료전지, 2차 전지, 발광다이오드(LED) 등 4권의 세부 기술별 보고서와 통합 보고서를 합쳐 총 5권으로 구성되어 있으며, 각 보고서에는 GETI 지수에 의한 국적별, 특허권자별 특허 경쟁력을 비교 분석하였습니다. GETI를 통해 측정된 특허 기술력은 그린에너지 관련 기업에게 새로운 비즈니스를 창출하는 밑바탕이 될 것으로 생각합니다.

대표이사님의 경영방침은?

제가 이디리서치를 경영하면서 가장 중요시하는 세 가지 항목에 대해서 영문 사명을 가지고 말씀을 드리겠습니다. ED Research에서 E는 Eagerness(열의), Enthusiasm(열정)을 나타내고, D는 Diligence(성실), Difference(차별성)를 나타내며, 마지막으로 R은 Respect(존중), Responsibility(책임감)를 나타내고 있습니다. 이 세 가지 중 으뜸은

열정과 열의라고 생각하는데, 모든 일에 열정과 열의를 가지고 임하는 직원은 남다른 성실함과 차별성이 자연스럽게 돋보이게 되며, 함께 일하는 동료에게도 존중하는 마음 자세로 책임감 있게 업무를 수행해 나가는 것을 경험하였습니다. 이러한 경험을 바탕으로 새로운 직원을 채용하거나 회사를 키워 나가는 핵심 인재를 선별할 때 이와 같은 성향을 가지고 있는 사람을 최우선적으로 고려합니다.

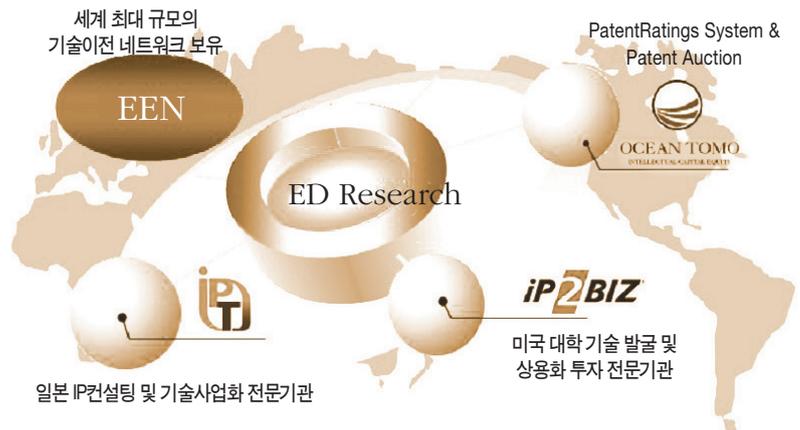
저는 이디리서치를 3년 안에 지식재산 서비스 분야에서 선도적인 역할을 하는 전문기관으로 도약시키고자 하며, 저의 이러한 신념에 동참하여 중추적인 역할을 하는 핵심 인재를 발굴, 활용하는데 있어 위와 같은 방침을 적용하는 것을 중요하게 생각하고 있습니다.

대표이사님께서 생각하시는 (주)이디리서치의 나아갈 방향은 무엇이라고 생각하십니까?

이디리서치의 나아갈 방향을 한마디로 정의한다면 “R&BD 기반의 글로벌 IP 사업화 전문기관”으로 선도적인 역할을 수행하는 강소기업을 표방하고 있습니다. 비즈니스 관점에서 R&D 기획 및 전략을 수립하고, IP 포트폴리오 전략 및 컨설팅을 통한 경쟁 우위를 확보하며, 기술투자를 통한 상용화 기술의 이전 및 사업화를 추진해 나가고자 합니다. 이러한 사업 영역을 국내 뿐 아니라 미국의 OceanTomo와 IP2Biz 그리고 유럽의 EEN 등과 협력하여 해외로 확장해 나가고 있으며, 최근에는 일본과 중국 등으로 글로벌 협력 네트워크를 더욱 확대해 나가고 있습니다.

또한, 이디리서치는 그린에너지기술지수(GETI) 외에 신성장동력 분야, 첨단융합 분야의 핵심 기술에 대한 특허평가지수의 개발을 통해 정부와 관련 기업에게 기술과 시장이 연계된 전략을 수립하고 기술 개발의 정책적 방향을 제시해 주는 씽크탱크의 역할을 제공하고자 합니다.

이디리서치는 IP 사업화를 추진하기 위해 invention capital(창의자본) 등과 연계하여 유망 기술의 발굴, 사업화 전략 수립, 투자 기획 및 회수 방안 도출 등 일련의 사업화 컨설팅 전문기관으로서 입지를 공고히 하고자 합니다. 이



러한 사업 추진을 효과적으로 수행하기 위해 관련 분야의 전문 인력을 확보해 나가고 있으며, 내부적으로도 임직원의 핵심 역량을 지속적으로 강화하고 있습니다.

마지막으로 CEO를 꿈꾸고 있는 젊은이들에게 한 말씀 해주십시오.

“자신의 꿈을 이루어 보고자 하는 열망이 너무 간절하여 한번은 스스로 직접 해보자”라는 생각이 가슴 속 깊은 곳에서 꿈틀대며 끓어오를 때 CEO를 도전해 보라고 말해 주고 싶습니다. 그러나, 이러한 도전을 하기 위해서는 상당한 기간 동안 철저한 준비가 필요하다는 것 또한 인식해야 합니다. 배수진을 치며 절절한 가슴앓이를 감내하고, 창의적인 아이디어가 마르지 않고 샘솟을 수 있게 부단히 자신을 격려해 가면서, 모든 사람이 하기 힘든 결정이라 눈치를 보고 있을 때 웃는 여유를 보이면서 결정을 내리지만 머릿속은 온통 그 결정으로 인한 파급 효과와 대응 방안을 생각하면서 빠근해지는 느낌을 즐겨야 하는 사람이 CEO임을 알아야 합니다.

젊은 시절 순수한 마음으로 사귀는 친구들을 소중하게 간직하십시오. 어려운 시기에 큰 도움이 될 뿐 아니라 외로운 CEO의 길에 마음을 위로 받을 수 있는 파트너가 될 수 있습니다.

마지막으로 “CEO를 꿈꾸는 젊은이들이여! 자신을 불태워 무한한 가능성에 도전할 수 있는 용기 있는 사람이 되기를 바랍니다.”

무엇이든 물어보세요~!

Question 부분디자인을 출원하려고 하는데 어떻게 해야 하나요?

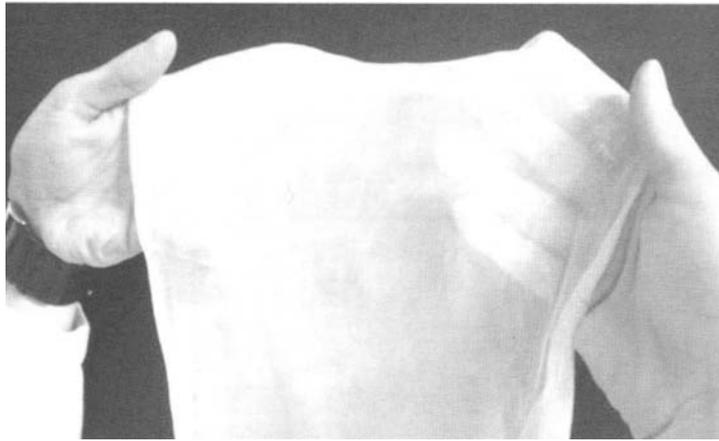
- Answer**
- 구법에는 물품 전체의 외관에 관한 디자인에 대해서만 디자인등록을 받을 수 있지만 개정법(2001.7.1)에서는 디자인의 정의 규정에 물품의 부분의 형상, 모양, 색채 또는 이들의 결합도 디자인임을 명확히 하여 물품의 부분에 관한 디자인도 출원하여 등록 받을 수 있도록 하였습니다.(디자인보호법 제2조 제1호)
 - 따라서 부분디자인으로 등록 받은 디자인을 타인이 전체디자인의 일부로 도용하는 경우에도 침해를 구성하게 됩니다.
 - 부분디자인의 예로는 커피 잔의 손잡이, 병의 주둥이, 오토바이의 본체 등이 있습니다.
 - 부분디자인 출원방법
 - 출원서 : 부분디자인출원임을 표시. 출원서의 【디자인의 대상이 되는 물품】란 위에 【부분디자인 여부】란을 만들어 다음의 예와 같이 기재하며, 부분디자인의 출원이 아닌 경우에는 【부분디자인 여부】란을 만들어서는 안 됩니다.
 - * 예: 【부분디자인 여부】부분디자인
 - 도면 : 디자인등록을 받고자 하는 부분에 대하여는 실선으로, 그 외 부분은 점선으로 표시합니다.
 - 디자인의 대상이 되는 물품 : 독립거래의 대상이 되는 물품명을 기재합니다.
 - * 예: 커피 잔의 손잡이(X), 커피 잔(O)
 - 디자인의 설명 : 물품의 부분에 관한 디자인을 디자인등록출원 하는 경우에는 디자인등록을 받고자 하는 부분을 도면·사진 또는 견본에서 특정하고 있는 방법에 대한 설명을 기재합니다.
 - 동일인 간에도 확대된 선원주의가 적용되므로, 커피 잔의 전체디자인과 커피 잔의 손잡이에 관한 부분디자인을 모두 등록 받고자 하는 경우에는 커피 잔의 손잡이에 관한 부분디자인을 먼저 출원하고 이를 포함한 전체디자인을 후출원하거나, 커피 잔의 손잡이에 관한 부분디자인과 전체디자인을 동일자로하여 출원하여야 등록받을 수 있습니다.

Question 글자체디자인은 무엇입니까?

- Answer**
- 디자인보호법상 “글자체(typefaces)”라 함은 기록이나 표시 또는 인쇄 등에 사용하기 위하여 공통적인 특징을 가진 형태로 만들어진 한 벌의 글자꼴(숫자, 문장부호 및 기호 등의 형태를 포함한다)을 말합니다.(디자인보호법 제2조 제1의2호)
 - 종전의 의장법에서는 독립하여 거래가 가능한 구체적인 유체동산을 물품으로 규정하고 이러한 물품의 형태를 ‘의장’으로 정의하였기 때문에, 물품성을 결여한 글자체디자인이 의장법상의 의장으로 보호받을 수 없었습니다.
 - 2005년 개정 디자인보호법에서는 디자인의 정의규정 자체를 개정하여 “디자인”이라 함은 “물품[물품의 부분(제12조를 제외한다) 및 글자체를 포함한다.이하 같다]의 형상·모양·색채 또는 이들을 결합한 것으로서 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것을 말한다.”고 규정하여 글자체 자체를 물품으로 의제(擬制)함으로써 글자체디자인을 보통의 디자인과 동일하게 디자인보호법에서 보호하도록 규정하였습니다.(디자인보호법 제2조 제1호)

출처 특허청 홈페이지





맥주 발효 폐효모액을 이용한 미생물 셀룰로오스의 제조방법

(주)바이피엘

I. 회사소개

과학기술이 발전하고 산업화가 진행될수록 인간은 기존에 누리지 못했던 여러 가지 혜택들을 누리게 되었습니다. 그러나 그 이면에는 자연의 파괴와 지구자원의 고갈이라는 어두운 면들이 숨어져 있는 것이 사실입니다. (주)바이피엘은 기술의 발전이 자연의 보전과 자원의 보존에 이바지할 수 있는 기술 개발과 그의 사업화를 통한 구현을 주요 이념으로 설립되었습니다.

현재 당사가 보유한 기술은 첫째, 나노기술을 이용해 미세한 양으로도 충분한 효과를 가능하도록 함으로써 자원의 효율적인 이용을 가능케 합니다.

둘째, 바이오기술을 이용해 맥주 제조 후 남은 발효액을 원료로 하여 미생물 셀룰로오스소재를 개발함으로써 자원의 효율적인 이용을 가능케 합니다.

셋째, 바이오기술을 이용해 폐기되는 자원을 원료로 청

정에너지인 바이오에탄올을 생산함으로써 자원의 재활용과 천연자원의 보존에 이바지합니다.

당사는 이러한 기술력을 바탕으로 향후 에너지 및 소재 분야의 전문 기업으로 거듭나고자 합니다. 이를 위해 연구 개발에 대한 투자를 지속적으로 확대하고 전문기술력을 갖춘 대학들과의 공조도 강화해 나갈 것입니다.

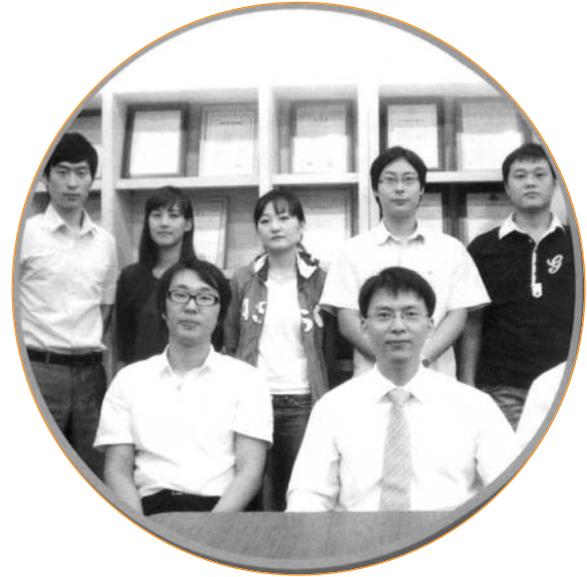
주요 연혁

- 2007. 01. 31 (주)바이피엘 설립
- 2007. 02. 05 “맥주폐효모를 이용한 미생물셀룰로오스 제조” 특허 경북대학교로부터 기술이전
- 2007. 02. 11 바이피엘 바이오/ 나노기술연구소 설립
- 2007. 02. 20 국민대학교 신소재공학과 기술자문 계약
- 2007. 02. 23 “맥주발효폐효모를 이용한 미생물 셀룰로오스 제조방법” 특허이전 완료(특허등록번호 10-0530996)

- 2007. 03. 05 충북 제천시 주관 바이오밸리 바이오벤처 센터 입주업체 선정
- 2007. 03. 07 세계최초로 산삼배양근추출액인 사포닌 이 코팅된 나노 플래티늄 물질 개발
- 2007. 03. 14 “맥주발효폐효모를 이용한 바이오에탄올 제조방법” 특허 출원
- 2007. 03. 14 “나노 플래티늄기술을 이용한 항산화 및 노화방지 성분을 함유한 화장품 제조방법” 특허 출원
- 2007. 04. 09 “활성산소종 제거능력이 뛰어난 나노플래티늄 진세노사이드 화합물 및 그의 제조방법” 국내 특허 출원
- 2007. 05. 08 중소기업청 기술혁신개발과제 지원업체 최종 선정
- 2007. 05. 15 ISO9001, ISO14001인증
- 2007. 05. 20 “맥주발효폐효모를 이용한 바이오에탄올 제조” 국내 및 국제PCT 특허출원 완료
- 2008. 02. 29 본사/공장 춘천으로 이전
- 2008. 03. 10 벤처 인증
- 2008. 03. 12 ATOCURE 제품 일본 수출
- 2008. 03. 29 “맥주폐기물을 이용한 바이오에탄올 제조방법” 중국특허출원
- 2008. 06. 26 “나노 플래티늄 진세노사이드 입자 및 그의 제조방법” 특허 등록
- 2008. 07. 01 중소기업 이전기술 개발사업 지원업체 최종 선정

II. 지식재산권 출원 및 등록 현황

	출 원			등 록		
	국내	해외	계	국내	해외	계
특허		3	3	2		2
실용신안						
디자인				3		3
합계		3	3	5		5



III. 사업화 성공기술 개요(신청과제)

권리명칭	맥주 발효 폐효모액을 이용한 미생물 셀룰로오스의 제조방법					
출원번호	2003-1159417			등록번호	제 10-0530996	
제품적용 실적	적용 제품수	7	총 매출 실적	300백만 원	국내매출	300백만 원
					해외매출	(11,000\$)
발명(고안)의 요지	<p>이 기술은 미생물 셀룰로오스(bacterial cellulose) 생성능을 가진 미생물을 맥주 발효 폐효모액에서 배양하는 것을 특징으로 하는 미생물 셀룰로오스 제조방법에 관한 것이다. 미생물 셀룰로오스를 생산하기 위해서는 정치배양보다는 교반배양이 더 경제적이다. 일반적으로 미생물 셀룰로오스 생산 균주는 진땅 또는 교반 배양을 실시할 경우 배양기 내에서 발생하는 전단응력으로 인하여 셀룰로오스를 생산하지 못하는 돌연변이주가 발생하고 이 돌연변이주는 미생물 셀룰로오스 생산균주보다 증식속도가 빠르기 때문에 연속적인 통기 교반배양에서는 생산주가 도태되어 비생산주가 배양의 주체로 되는 문제로 인하여 종래에는 생산성이 매우 낮지만 긴 배양시간과 많은 노동력을 필요로 하는 정치배양을 이용하여 미생물 셀룰로오스를 생산하였다. 따라서 교반배양 조건에서도 전술한 변이주가 발생되지 않거나 발생빈도를 감소시킬 수 있는 배양조건 의에서는 전술한 변이주가 발생되지 않거나 발생빈도를 감소시킬 수 있는 개발 및 미생물 셀룰로오스의 생산 원가를 절감시킬 수 있는 배지 대체 물질의 개발이 절실하게 필요한 실정이다. 이에 전단응력이 있는 배양 조건에서도 셀룰로오스를 생산하지 못하는 돌연변이주의 발생 없이 미생물 셀룰로오스를 경제적으로 생산하는 방법을 개발하고자 예의 노력한 결과 배양 배지로 폐 효모 발효액을 이용하여 고수율로 미생물 셀룰로오스의 제조가 가능하다는 것을 확인했다. 맥주발효 폐효모액을 사용할 경우, 셀룰로오스를 생산하지 않는 돌연변이주의 발생을 억제하고 덩이 형태의 미생물 셀룰로오스를 생산하도록 유도하여 미생물 셀룰로오스의 생산수율과 분리공정의 효율성을 극대화하는 것이 가능하고, 셀룰로오스 생산에 소요되는 원가를 절감할 수 있다. 또 생산율이 향상되고 분리공정이 용이한 미생물 셀룰로오스의 제조방법을 제공하는 효과가 있다. 또한, 맥주 폐효모액을 배지로 이용하여 미생물 셀룰로오스를 생산할 경우, 발효산업체로부터 산업 폐기물의 처리비용을 줄일 수 있으며 셀룰로오스 생산에 소요되는 원가를 절감할 수 있어 미생물 셀룰로오스의 상업적 생산이 가능하다.</p>					

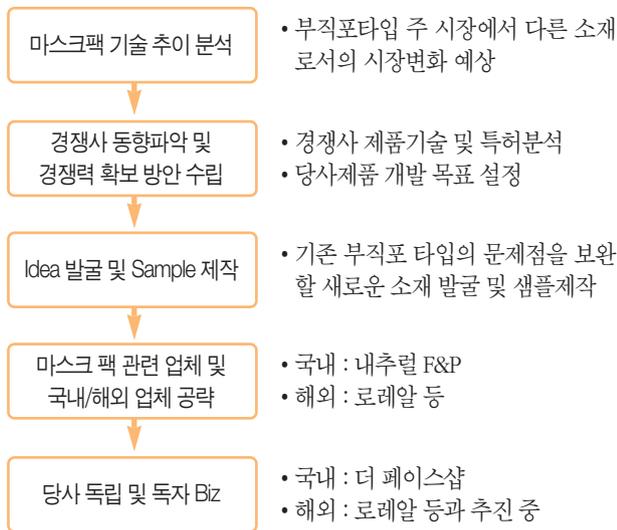
주)매출실적은 설립일자부터 2008.8월 현재까지 누적임.

IV. 기술개발 과정

1. 개발 배경

현재 국내는 물론 전 세계적으로 사용되고 있는 마스크 팩 시트는 젤 타입과 먼 타입 이 두가지 종류의 소재를 사용하고 있다. 젤 타입은 착용감이 좋고 피부안정성이 뛰어나나 장당 1,300원정도의 고가이다. 반면 먼 타입은 착용감이 나 피부안정성이 젤 타입에 비교할 수 없을 정도로 떨어지나 장당 80원 정도의 싼가격 때문에 실제로 많이 사용되고 있다. 여러 가지 커다란 장점을 가지고 있는 미생물 셀룰로오스를 대량 생산하여 저가에 공급하기 위해 자사는 미생물 셀룰로오스 배양에 힘을 기울였고, 배양에 어려움을 겪고 있던 때에, 2007년 2월 경북대학교로부터 “맥주 발효 폐효모액을 이용한 미생물 셀룰로오스의 제조 방법”에 관한 특허기술을 양도 받아 2007년 5월 중소기업 기술혁신 개발 사업에 선정되어 미생물 셀룰로오스 생산에 첫 발을 내딛게 되었다.

2. 개발 Flow



3. 기술개발 단계



4. 기존 기술과의 차이점

산업 폐기물인 맥주발효 폐효모액을 활용하여 미생물 셀룰로오스를 생산함으로써 미생물 셀룰로오스의 생산원가를 대폭 낮추어 상용화의 기술적 경제적인 토대를 마련할 수 있다. 미생물 셀룰로오스를 소재 산업에 상용화함으로써, 현재 많은 부분 수입에 의존하고 있는 소재시장의 수입을 대체할 수 있으며 주도권 또한 선점해 세계 소재시장의 경쟁력을 확보할 수 있다. 현재 국내는 물론 전 세계적으로 사용되고 있는 마스크 팩 시트는 젤 타입과 먼 타입 이 두가지 종류의 소재를 사용하고 있다. 젤 타입은 착용감이 좋고 피부안정성이 뛰어나나 장단 1,300원정도의 고가이다. 반면 먼 타입은 착용감이 나 피부 안정성이 젤 타입에 비교할 수 없을 정도로 떨어지나 장당 80원 정도의 싼가격 때문에 실제로 많이 사용되고 있다.

자사의 바이오 셀룰로오스는 국내 최초로 자체 생산을 할 수 있으며, 맥주 발효 폐효모액을 원료로 하여 미생물셀룰로오스를 저가에 대량생산할 경우, 셀룰로오스를 이용한 마스크 팩 시트는 젤 타입의 성능을 먼 타입의 가격으로 생산/공급할 수 있으므로 연간 1,300억 원에 달하는 마스크 팩 시장과 1조에 달하는 세계 마스크 팩 시트 시장의 30%이상을 점유할 수 있으리라 예상된다. 또한, 연간 1,000억 원에 달하는 세계 화상치료용 의료용 패드 시장에 대한 주도권도 확보할 수 있을 것으로 예상된다.

- 생산원료**

기존의 제품이 사과, 코코넛 같은 원료로 미생물 셀룰로오스를 생산하는 것에 반해 본 기술은 맥주 발효 폐효모액을 이용해 미생물 셀룰로오스 생산함으로써 원가가 마이너스 수준으로 절감
- 생산균주**

본 기술은 미생물 셀룰로오스 생산 효율이 우수한 *Gluconacetobactor hansenii* PJK 단일 균주를 섰은 사과로부터 분리하여 배양함으로써 기존의 균주에 비해 생산 효율이 뛰어남
- 자원의 재활용**

맥주 발효 폐효모액이라는 산업 폐기물을 고부가가치 생성물로 전환함으로써 폐기를 처리비용 절감 및 환경 오염 문제 방지

(도표-1)기술의 우수성

V. 사업화 과정

1. 기존제품과의 차별화

특성	일반 부직포 팩	바이오 셀룰로오스 팩
섬유소 직경	20~50 μ m(현미경 150배율로 섬유소관찰가능)	0.002~0.05 μ m(현미경 20,000배율로 섬유소관찰가능)
보습성	보통의 수분 보유력을 지님	간조중량의 200배 이상의 수분함유(면에 비해 10배 높음)
밀착도	피부와 부직포 사이가 뜨고 틈새가 생김	피부 모든 부위에 땀구멍까지 밀착됨
인장강도	인장강도 없음(뺨어짐)	섬세하고 조직이 치밀하여 시트의 강도가 큼
세균감염방지	세균침투 가능	나노 구조로 세균 침투 불가
살균의 용이성	살균이 용이하지 않음	증기나 감마선 조사로 쉽게 살균 가능
소재자체의 기능	기능 없음	재생성, 세균 감염방지
성형 및 가공의 용이성	없음	여러 가지 형태로 가공 용이

(도표-2) 제품의 우수성 - 바이오 셀룰로오스 팩과 일반 부직포 팩과의 비교



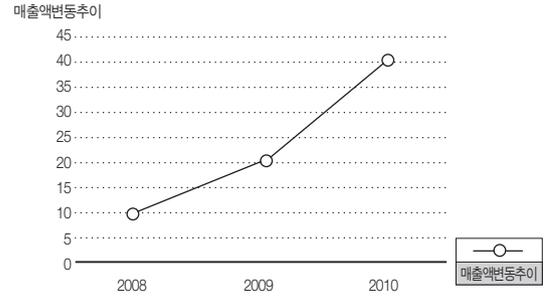
(그림-1) 일반 부직포 팩 VS 바이오 셀룰로오스 팩

2. 사업화 과정에서 중점을 두었던 것

항목	내용
자체 생산	- 수입에만 의존해 왔던 바이오 셀룰로오스의 자체 생산 가능 - 자체 생산으로 인한 원가 절감 - 산업 폐기물을 이용하여 환경 오염 감소

VI. 판매 및 유통 과정

1. 매출현황



(도표-3) 예상 매출액 변동 추이(단위: 억)

2. 유통과정

친 환경 소재라는 커다란 장점을 가지고 있는 바이오 셀룰로오스는 여러 가지 장점에도 불구하고 원가가 높아 마스크 팩 시장에서의 점유율은 저조한 실정이었다.

그러나 산업 폐기물인 맥주발효폐효모약을 활용하여 미생물 셀룰로오스를 생산함으로써 생산원가를 대폭 낮추어 국내에는 피부과 및 피부 관리샵 등에 납품하고 있으며, 더 페이스샵과 계약 상담 중에 있다. 또한 해외 전시회를 통한 마케팅으로 로레알과 계약 상담 중에 있으며, 홍콩 및 인도 등에 수출 중에 있다.

■ 홍보 및 전시회 참가 실적

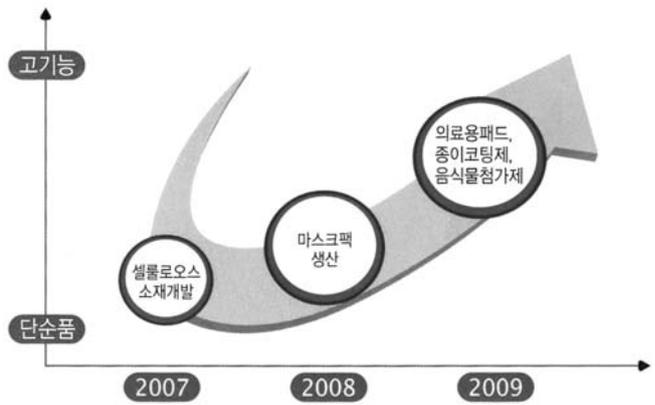
- 뉴욕 한국상품전 전시(2007년 5월)
- 홍콩 코스모프로프(2007년 11월)
- 인도 의약품원료 전시회(2007년 11월)
- 이태리 볼로냐 코스모프로프(2008년 4월)

VII. 사업화 성공 요인

항목	내용
자체생산	- 마스크팩 시장에서의 새로운 소재 개발 - 제품 경쟁력 절대 우위 요소 (밀착력, 보습성, 세균 감염 방지 등)
사업화 측면	- 산업 폐기물을 이용하여 환경 오염 감소 및 원가 절감 - 수입 의존 없이 자체 생산 가능
판매/유통측면	- 해외 박람회 참가 및 홍보 활동으로 인한 해외 진출 가능

VIII. 향후 시장 동향

바이오 셀룰로오스를 대량 생산할 경우 셀룰로오스의 생산원가를 대폭 낮추어 상용화의 기술적 경제적 토대를 마련할 수 있다. 연간 1,300억 원이라는 마스크 팩 시장과 1조에 달하는 세계 마스크 팩 시장의 30% 이상을 점유할 것으로 예상되며, 2008년 셀룰로오스 소재 사용가치를 확대시켜 기존의 합성수지 시장 점유율을 확대해 나갈 예정이다. 더 나아가 2009년에는 해외 시장 진출을 계획하고 있으며 시장 세분화와 그에 맞는 다양한 제품군을 구성하고 의료용 패드와 같은 고기능 제품을 만들어 해외 전시회 등을 통한 해외 마케팅 강화로 연간 60억 원 달성을 목표로 하고 있다. 또한 대체 에너지인 바이오 에탄올 생산의 기반을 확보할 수 있을 것으로 예상하고 있다.



(도표-2) 사업영역 다변화 계획

발명특허 2009. 12

우표로 본 인물과 역사

브란식 [Vrancic, Faust, 1551 ~ 1617. 1. 17] - 크로아티아 발명가



파우스트 브란식(Faust Vrancic)은 베니스에서 낙하산을 시험하였다. 이것은 크로아티아 최초의 기술적 발견이라고 할 수 있으며, 그 이전에 다빈치가 이와 비슷한 아이디어를 가졌으나 대중의 스케치에 그쳤을 뿐 실제 발명되어 실험되지는 않았다.

페랭 [Perrin, Jean (Baptiste), 1870. 9. 30 ~ 1942. 4. 17] - 프랑스 물리학자



프랑스의 물리화학자인 페랭은 콜로이드 용액 연구를 비롯, 브라운 운동에 관한 아인슈타인의 이론을 실험적으로 증명하여 분자(分子)가 실재하는 것을 제시하였고, 아보가드로수(數)의 측정에도 성공하였다.

1926년에는 물질의 불연속적 구조에 관한 연구와 침강평형(沈降平衡)에 관한 발견으로 노벨물리학상을 수상하였다. 제1차 인민전선 내각에서는 줄리오 퀴리 부인의 뒤를 이어 과학연구소 장관이 되었다.(1936)

자료제공 화상 아뜨리에(<http://blog.daum.net/philook>)

실용성과 유행에 도전



왕연중

영동대학교 발명특허공무원학과 교수
 한국발명문화교육연구소 소장
 한국과학저술인협회 사무총장
 한국학교발명협회 및 한국스카우트연맹 편집위원
 서울시철도공사 기술자문위원
 세계최다발명도서저술인(104권)

아이디어의 가치를 따지는 데 가장 기본이 되는 것은 실용성이다. 아무리 그럴듯한 아이디어라고 해도 상품화로 이어지지 않는다면 그것은 죽은 아이디어다. 이런 아이디어는 아무리 많아도 소용이 없다.

그러나 아쉽게도 아마추어 발명이 중에는 실용성을 간과하는 경우가 너무 많다. 자신의 아이디어가 최고라는 생각에 사로잡혀 아이디어의 가치를 객관적으로 평가하지 못한데서 오는 잘못이다.

작은 아이디어로 큰 돈을 벌수 있다는 것은 그 아이디어가 아주 실용적이기 때문이다. 하지만 아마추어는 이 점을 잊고 아이디어면 모두 돈이 되는 것으로 착각한다. 때문에 선부르게 상품화에 뛰어들어 전 재산을 날리는 경우도 적지 않게 일어나는 것이다.

한편 기업들이 신제품을 내놓을 때 가장 고려하는 것은 소비자들의 욕구 변화와 유행, 그리고 시기다. 유행에 뒤쳐진 상품은 바로 외면당하기 마련이다. 때문에 기업들은 시장조사와 제품에 대한 선호도 조사에 많은 시간과 비용을 투자한다.

변화에 민감해야 하는 또 하나가 바로 발명이다.

소비자의 입장에서 객관적으로

십여 년 전의 일이다.

한 젊은 여성이 새로운 크레용을 발명했다며 상품화 가능성을 의논하기 위해 찾아왔다. 그녀가 내민 발명품은

마치 립스틱처럼 생긴 것이었는데 안에는 학생들이 미술 시간에 사용하는 크레용이 들어 있었다.

그녀는 어린 아들의 크레용이 잘 부러지고 손에 묻어남다는 점에 착안해 크레용 케이스를 만든 것이었다. 크레용을 하나하나 립스틱 케이스에 넣어두면 부러질 염려도 없고 견고한 케이스에 담겨 있으니 손에 묻을 일도 없다는 것이 그녀의 설명이었다.

그 아마추어 발명가는 당장이라도 상품화를 하고 싶으며 크레용 제조회사와 연결해달라고 부탁했다.

그러나 그녀에게 참으로 미안한 일이지만 나의 대답은 '불가능하다' 는 것이었다.

그녀의 발명품은 쉽게 말해 '얻는 것보다 잃는 것이 더 큰 경우' 다.

그녀의 관찰은 옳았다. 크레용은 무르기 때문에 개구쟁이 어린아이들이 힘주어 그림을 그리다보면 금새 부러지기 마련이다. 일단 부러진 크레용은 여기저기 굴러다니다가 없어진다. 또 크레용의 색이 손에 잘 묻어나는 것도 걱정거리다.

엄마들은 잘 알겠지만 크레용 그림을 그린 아이들의 손이 얼룩덜룩하게 되고, 또 이 손으로 과자를 집어먹는 것이 예사다. 그러니 화학물질 덩어리인 크레용을 손으로 만진다는 사실이 꺼림칙할 수밖에 없을 것이다.

만약 그녀의 아이디어대로 립스틱 케이스와 같은 것을 크레용에 일일이 부착한다면 부러지는 경우도 많이 줄어들 것이고 무엇보다 손에 크레용이 묻어나는 일은 없어질지도 모른다. 좋은 아이디어다.

하지만 상품화는 다르다. 값을 생각하지 않을 수 없다. 간단하게 생각해도 립스틱 케이스를 만들려면 많은 비용이 들게 뻔하다. 어찌면 크레용의 가격보다 더 많은 비용이 필요할지도 모른다. 당연히 상품의 가격이 뛰어오르게 된다.

아마도 지금의 크레용 가격보다 두 세배는 죽히 비싸질 것이다. 그렇다면 과연 누가 이렇게 비싼 크레용을 살까?

당장 아이디어를 만든 주부조차도 비싼 크레용 구입을 망설일 것이다. 또 자원낭비도 이만저만이 아니다. 만들어도 팔리지 않는 상품이 될 게 뻔한 일이다.

설명을 들은 아마추어 발명가는 고개를 끄덕였다. 값이 두 세배는 났 것이라는 설명에 '미처 생각하지 못했다' 는

말만 되풀이했다. 꽤나 풀이 죽은 모습이었다.

이런 경우에는 차라리 많이 쓰는 크레용 색을 보충하는 방법으로 아이디어를 전개하는 것이 낫다. 잘 부러지는 크레용은 대부분 노란색이나 빨간색 등 학생들이 선호하는 색이 대부분이다. 많이 자주 쓰는 색이다보니 그만큼 부러질 확률도 많은 것이다. 특히 이 색이 없으면 새로운 크레용을 사야하니 그만큼 낭비다.

이런 점을 아이디어로 활용하면 여러 가지 좋은 발명품이 나올 수 있다. 예를 들어 날개로 파는 물감이나 크레용이 그것이다. 없어진 색만을 골라서 보충할 수 있으니 전체를 사는 것보다 훨씬 이익이다.

또 많이 사용하는 색을 아예 더 크게 해서 파는 방법이 있다. 24가지색의 크레용 세트라면 붉은색과 파란색 등을 다른 색보다 2~3센티 더 크게 만드는 것이다. 아니면 아예 자주 사용하는 색을 한개 더 넣어서 세트를 구성하는 방법도 있다.

이 경우에는 기존 제품에서 약간만 변형하면 되므로 생산비용도 많이 들지 않고, 제품 가격도 기존 제품과 큰 차이가 나지 않는다. 충분히 도전해 볼 가치가 있는 아이디어다.

또 무독성 크레용도 실용성 있는 발명품이다. 실제 한 문구제조 회사가 유아용 크레용을 만들어 큰 인기를 끈 일 있다. 이 크레용은 값은 비싸지만 아무 것이나 입에 넣는 아기들 때문에 고민하던 엄마들에게 좋은 반응을 받았다.

전자의 발명가가 접근한 방식과 달랐던 것이다. 주부 발명가가 고안한 방법은 크레용의 독성을 그대로 나둔 채 접근했기 때문에 아무 것이나 입에 넣는 아기들에게는 소용이 없었다.

소비자는 우리가 생각하는 것보다 훨씬 까다롭다. 조금이라도 만족스럽지 않거나 가격이 합당하지 않다고 생각하면 지갑을 열지 않는다. 때문에 아이디어를 상품화하기 위해서는 좀더 신중해야 하는 것이다.

편의성은 물론이고 상품의 가격도 저렴하거나 비싸지 않아야 히트 상품이 될 수 있다. 또 모양도 생각해야 한다. 아무리 좋은 제품이라도 모양이 혐오스러우면 쉽게 인기를 끌 수 없다. 이 모든 것을 충분히 고려해야 상품이 될 수 있는 것이다.

때문에 상품화를 추진하는 경우라면 전문가와 상의하는

것이 바람직하다.

가끔 상담을 의뢰해오는 경우를 보면 많은 아마추어 발명가들이 이 점을 잊고 있다는 사실을 느끼게 한다.

나의 연구소를 찾아온 한 중년의 남자는 자신의 생각을 기업들이 알아주지 않는다면서 대뜸 불평부터 했다.

“내 이야기를 듣더니 콧방귀를 끼는 겁니다. 내 친구들은 전부 재미있는 아이디어라고 했다고요. 그런데 이 작자들은 ‘선생님 나중에 좋은 아이디어가 생기면 다시 연락주세요.’ 하면서 나를 밀어내더라 이 말입니다.”

물론 그의 아이디어는 재미있는 것이었다. 그러나 상품으로 만들기에는 부족한 점이 많았다. 특히 우리 실정에는 그다지 어울리지 않았다. 그에게 여러 가지로 충고를 해줬으나 그는 쉽게 납득하지 않은 듯 했다. 그리고 결국은 얼마 후에 자기의 아이디어를 상품화하겠다고 기업을 차렸다.

안타까운 일이지만 이런 경우에는 거의 대부분 실패의 길을 걷는다. 자본력이 취약한 중소기업은 홍보력도 부족하고 판매망도 거의 없기 때문에 처음에 시장을 개척하기가 매우 어렵다. 많은 중소기업이 생산만 하고 판매는 대기업에 의존하는 것도 이런 이유 때문이다.

물론 좋은 상품이라면 입소문을 통해서 점점 인기를 끄는 경우도 있다. 그러나 이 경우에는 많은 시간이 필요하다. 인지도가 어느 수준까지 올라가면 폭발적인 성장세를 기록하는데 문제는 인지도를 일정수준까지 끌어올리는 게 쉽지 않다는 것이다. 때문에 빗에 허덕이다가 꽤 망신해 가족들에게조차 버림받는 안타까운 경우도 생긴다. 자기 손으로 아이디어를 상품화하겠다고 나선 아마추어 발명가도 결국은 이런 길을 걸고 말았다. 직장도 내팽개치고 빚까지 얻은 것이 화근이었다.

아이디어를 만들 때는 충분히 상상력을 발휘하고, 말도 안 되는 공상을 해야 하지만 일단 상품화의 길에 들어서면 상식과 이성을 총동원해야 한다. 이 두 가지를 혼동해서는 결코 성공할 수 없다. 충분히 생각하고 아무리 신중해도 부족하지 않다. 돌다리도 두드리는 심정으로 실용성을 다시 한번 따져보자.

또한 내가 소비자의 입장에서 객관적으로 생각하는 것도 잊지 말아야 한다.

‘잃는 것보다 얻는 것이 많은 발명을 하라’

발명가를 꿈꾸는 사람이라면 절대로 잊어서는 안 되는 경구다.

유행을 무시하고는 성공할 수 없어

자칫 발명은 시기와 관계없이 참신한 아이디어라고 생각하기 쉬운데 이는 아주 심각한 착각이다. 발명이야말로 유행과 변화에 민감한 분야다. 얼마나 변화에 잘 적응하고 유행에 적합한 아이디어를 창출하느냐가 발명을 성공으로 이끄느냐 아니냐를 결정하는 잣대인 것이다.

특히 한 발짝 앞서 유행을 내다볼 수만 있다면 성공 행거의 탑승권을 손에 쥌 것이나 다름없다.

빔 프로젝터 시장의 경우 십여 년 전만 하더라도 크고 비쌀수록 많이 팔렸다. 대부분 학교나 대강당, 관공서가 주요 구입 층이었기 때문이다. 학교는 넓은 곳에서 많은 학생들을 상대로 교육을 하기 때문에 당연히 크고 밝은 것을 필요로 할 수밖에 없었다. 관공서도 마찬가지로였다. 한자리에 고정해서 사용하는 것이니, 작은 것보다 크고 묵직한 것이 잘 팔릴 수밖에 없는 일이었다. 따라서 대부분의 빔 프로젝터 생산업체들은 모두 비싸고 밝고 큰 제품 위주로 물건을 내놓았다. 한대 당 1천만 원을 훌쩍 뛰어넘는 고가제품들이 대부분이었다.

그러나 3~4년이 지나면서 시장에도 서서히 변화의 바람이 불기 시작했다. 새로운 유행이 생겨난 것이다.

가장 큰 변화는 벤처기업의 탄생.

기술력만을 밑천으로 탄생한 기업들이 속속 생겨나면서 기업설명회라는 새로운 문화가 파생됐다. 자본력이 취약한 벤처기업들은 돈 많은 투자자나 대기업을 설득해서 기업자금을 만들어야 했는데, 이때 자신들이 가진 기술을 가능한 멋지게 설명하는 것이 필요했다. 특히 말만으로 설득하는 것보다 뭔가 확실한 제시해 믿음을 얻는 것이 중요하게 작용했다. 이때 컴퓨터와 연결해서 아무 곳에서나 작은 영화관을 만들 수 있는 빔 프로젝터야말로 안성맞춤인 상품이었던 것이다. 이 때문에 벤처기업인을 중심으로 서서히 빔 프로젝터에 대한 관심이 일기 시작했다.

또한 가정에서도 서서히 변화가 감지되기 시작했다. 그동안 일반 가정은 빔 프로젝터와 전혀 상관없는 곳이라고 치부했으나, 소득수준이 높아지면서 집에 오디오와 함께

영화관 시설을 갖추려는 고객층이 늘어나기 시작한 것이다. 이것은 빔 프로젝터 업계에 엄청난 변화의 신호탄이었다.

새로운 시장은 기존의 무겁고 비싼 제품으로는 공략이 어렵기 때문이다. 기업설명회는 장소가 정해진 것이 아니기 때문에 기회가 주어지면 이리저리 옮겨 다니면서 아무 곳에서나 홍보를 해야 했다. 당연히 무거운 제품보다 가볍고 작은 것이 유리했다. 게다가 주머니 시장이 알뜰한 벤처 기업에게 1천만 원에 육박하는 고급제품이 버거울 수밖에 없었다.

가정용도 마찬가지다. 1천만 원이 넘는 고가 제품을 살 수 있는 경제력을 지닌 사람은 그야말로 몇 손가락에 꼽을 정도다. 당연히 가정에 많이 팔기 위해서는 TV처럼 값싼 제품이 필요했다.

그동안 한국 시장에서 전혀 팔리지 않는 싸고 작은 제품들을 찾는 사람들이 늘어난 것이다. 그러나 기존에 많은 제품을 팔던 대형 업체들은 변화의 바람을 보고도 이를 대수롭지 않게 생각했다. 아직까지 빔 프로젝터를 구입하는 사람들은 대부분 학교나 관공서였고, 작고 싼 제품을 찾는 사람들은 전체 시장에 비하면 아직 미미했기 때문에 기존에 하던 방식을 고수하려 한 것이다.

비싼 상품을 파는 쪽이 오히려 이익이 더 많다고 판단한 것이다.

이런 변화를 제일 먼저 직감한 것은 S사.

‘이제 작고 가볍고 싼 제품이 시장에 많이 나오면 사람들의 인식이 달라질 거야. 관리하기 어렵고 비싸기만 한 제품을 누가 사려고 하겠어? 비슷한 품질이라면 작고 가볍고 싼 것에 손이 가기 마련이지.’

관공서나 학교는 수가 정해져 있어, 많이 팔 수 없는 반면 기업이나 가정은 시장이 무궁무진하다는 점에 눈독을 들인 것이다. S사는 과격적으로 싸고 작은 제품들을 시장에 내놓기 시작했다.

경쟁업체들이 S사의 시장 전략을 성급하다고 비웃었지만, 천만의 말씀이었다.

포화상태에 이른 학교 시장보다 벤처기업의 시장 성장세가 더욱 빨랐다. 사람들의 선호도도 크고 묵직한 것에서 가볍고 심플한 쪽으로 급격하게 옮겨갔다.

작고 싼 제품을 본 소비자들이 큰 제품을 외면하기 시작

한 것이었다. 그제 서야 심각성을 눈치 챈 업체들이 앞다 뒤 소형제품을 내놓기 시작했다. 이전에는 밝기만을 가지고 싸우던 업체들이 서로 작은 제품을 내놓았다고 자랑하기 시작했다.

그러나 한발 앞선 S사에게 당할 수 없었다. 이미 한발 앞선 S사는 새로운 기능까지 갖춘 소형제품들을 내놓으면서 두각을 나타냈다. 가장 늦게 빔 프로젝터 시장에 뛰어들던 S사였지만 유행에 민감했던 덕분에 단시간에 성공할 수 있었다.

유행을 무시하고는 성공할 수 없다.

기억하고 있는 사람들도 있겠지만 지금은 잊혀져 버린 ‘시티폰’을 보면 유행을 무시한 발명이 얼마나 허무한 것인지 쉽게 알 수 있다.

아직 핸드폰이 고가제품으로 대중에 얼마 보급되지 않았을 무렵에 최고의 인기품은 호출기였다. 모두 한 개씩은 가지고 있을 만큼 폭발적인 인기를 누렸다. 가격도 싸고 사용료도 저렴해서 핸드폰을 사용할 능력이 없는 사람들의 주요한 통신수단으로 애용됐다.

그러나 호출기의 불편한 점은 호출을 받은 쪽에서 전화를 해야 용건을 전달받을 수 있다는 것이었다. 때문에 공중전화는 늘 만원이었고, 숫자만으로 용건을 주고받을 수 있는 ‘3535(사모사모)’ ‘8282(빨리빨리)’ ‘1004(천사)’ 등 신종 숫자 암호가 신세대 사이에서 유행하기도 했다.

이 무렵에 개발된 것이 바로 시티폰이었다.

시티폰은 당시 핸드폰과 똑같은 모양이었으나 전화를 걸 수만 있고 받을 수가 없는 것이 특징이었다. 호출기로 신호를 받으면 공중전화를 찾아 전화해야 하는 불편에 착안해서 언제든지 전화를 걸 수 있도록 만들어진 아이디어 상품이었다.

이 서비스를 준비하는 통신사들은 꿈에 부풀어 있었다. 호출기와 짝을 이뤄 인기를 끌 수 있을 것이라 생각한 것이다. 그러나 이것은 유행의 흐름을 잘못 판단한 것이었다.

당시는 PCS라는 새로운 통신 서비스가 시작되기 일보직 전이었고, 이에 대항해 기존의 핸드폰 통신사들이 단말기를 염가에 공급하기 시작한 것이었다. 서서히 핸드폰의 바람이 불기 시작한 때였다.

시티폰 서비스를 준비하던 업체들은 많은 사람이 호출기를 보유하고 있는 점을 들어 성공을 장담했으나 결과는

참담했다. 이미 핸드폰의 편리함을 익숙히 알고 있던 소비자
자들이 반쪽짜리 서비스를 제공하는 시티폰에 만족할 리
없었다.

돈을 더 주더라고 핸드폰에 가입하겠다는 사람이 대부
분이었다. 당황한 시티폰 업체는 단말기를 공짜로 나눠주
며 홍보에 나섰다. 하지만 역부족이었다.

결국 시티폰은 제대로 서비스 한번 해보지 못하고 주저
앉고 말았다. 그리고 곧바로 핸드폰의 열풍이 불어 닥쳤다.
성인이면 누구나 한 개의 핸드폰을 가질 정도로 유행이 급
격히 번진 것이다. 당연히 호출기 매출도 냉랭하게 식었다.

한때 호황을 누리던 호출기 서비스 업체들도 바로 곤경
에 빠졌다. 새로운 업종을 개척한 기업은 기존에 벌어들인 돈

으로 변신에 성공했으나 그렇지 못한 업체들은 속절없이
무너졌다.

모두 유행을 감지하지 못한 탓이다.

유행을 빨리 알아차리기 위해서는 부단히 노력하는 수
밖에 없다. 신문이나 잡지를 통해서 새로운 경향을 계속 감
시하고, 부단히 새 소식에 귀 기울이는 일을 게을리해서는
안 된다.

또한 젊은이들의 생각을 진지하게 경청하는 것도 중요
하다. 요즘은 젊은이들이 유행을 만드는 세상이다. 그들이
무슨 음악을 듣고, 무슨 영화를 보며, 어떤 놀이를 즐기는
지 찬찬히 관찰하자.

발명특허 2009. 12



INVENTION 365

3

잠자는 병 치료제

독일에서 태어나 평생을 세균학 연구에 전념해온 코흐는 정부의 위촉으로 아프리카에 파견되었다. 아프리카의 풍토병인 수면병의 연구를 위해서였다. 수면병이란 잠든 상태가 오래 지속되다가 결국은 혼수상태가 되어 죽는 병이었다. 그러나 잠자는 병에 걸린 환자는 늘어만 갔지 치료약은 커녕 원인조차 알 수 없었다.

그는 어느 날 산책길에 나섰다. 한참을 걷다가 두 갈래로 갈라진 곳에서 망설이는 사이 들것에 실려나가는 환자들을 만나게 되었다. 그런데 이상한 것은 들것은 꼭 한쪽 길에서만 실려 나왔다.

이상하게 생각한 코흐는 원인을 조사하다가 악어가 있는 부락 쪽으로 환자가 많이 발생한다는 것에 힌트를 얻어 병원체를 발견하게 되었다. 이로써 잠자는 병에 대한 실마리를 얻은 그는 오랜 세월 아프리카 주민을 괴롭혀온 잠자는 병 치료제를 만들었다.

장난감

6면이 서로 다른 색으로 된 블럭을 흠어놓았다가 다시 색깔을 맞추어 나가는 정육면체의 장난감. 이름하여 '루빅의 큐브' 라는 두뇌놀이이다.

이 장난감은 한때 우리 나라에서도 붐을 일으켰던 것으로 헝가리 태생의 에르노 루빅에 의해 처음 만들어져 한동안 세계적으로 선풍적 인기를 모았다. 에르노 루빅은 기하학적인 모양을 좋아했고, 그런 모형들을 만드는 디자이너였다. 루빅은 새로운 무언가를 만들기에 열중했는데, 어느 날 몇 개의 나무블럭을 쌓아놓고 각 블럭을 고무줄로 묶어 서로 연결시킨 후, 한 면에 색을 칠했다. 그런 다음 한 층을 살짝 비틀자 색을 칠한 블럭이 끼여들었다. 그는 큐브를 수없이 반복해 비틀면서 이동순서를 알아내 1975년 지금 형태의 퍼즐용 장난감을 만들었다. 이것은 작은 큐브 9개가 3단으로 붙어 30억의 배색으로 조합된다.

6

재봉틀

5

요즘은 가정에서 바느질하는 사람이 그리 많지 않지만, 한때 재봉틀은 우리 생활의 필수품이었다. 일일이 손으로 해야 하는 일을 기계가 대신함으로써 시간과 노동력의 절감을 가져온 재봉틀은 편리한 기계인 것만은 틀림없다.

재봉틀을 발명한 사람은 미국의 하우, 그는 미국 케사추세츠에서 태어나 늘 가난에 허덕였고, 몸이 허약했는데 날 때부터 한쪽 발을 절었다. 그가 7세가 되던 1826년부터 직물공장에 나가 일하기 시작했고, 그는 케임브리지로 가서 기계공장에 취직했다.

나이가 들어 결혼을 했는데 고된 공장일을 견디지 못해 퇴근하면 쓰러지듯 누워지냈다. 대신 그의 아내가 샅바느질로 생계를 도왔는데 밤마다 아내의 기계적인 작업을 지켜보다가 하루는 재봉틀을 만들 것을 결심했다. 드디어 1844년 그의 나이 25세가 되던 해 재봉틀 발명에 성공하게 되었다.

직무발명은 신상품, 신기술, 신소재 개발로 신시장 신고객을 창출하는 지름길이다.



강 충 인
발명칼럼리스트
TQ창의력교육개발원장
직무발명 전문위원
건국대 미래지식교육원 겸임교수

명품을 개발하라

요즘은 누구나 명품에 대한 관심이 높아지고 있다. 마치 명품 하나 없으면 시대에 뒤떨어진 사람이 되는 것으로 생각하는 명품 병에 들어 있는 사람도 있다.

왜, 명품 가지는 것을 자랑으로 생각하는가?

세계 우수 기업은 명품 만들기 경쟁에 돌입했다. 명품 하나 없는 기업이나 국가는 경쟁력도 없다는 의식이 지배하기 시작했다.

소득 향상은 남에게 돋보이려는 소비자의 구매욕구로 분출되고 있기 때문이다. 생활수준이 높아지면서 남과 다른 독특한 디자인에 유명 브랜드의 명품을 소유함으로써 마치 위상이 높아지는 기분을 가진다. 이런 소비자의 욕구를 충족시키는 명품을 개발한다면 세계일류상품이 되기 때문에 한국의 전자업계에도 명품개발의 특명을 내렸다.

한국의 휴대폰생산 기업들은 고품질, 고가 제품의 이미지로 2003년 세계 7개국에서 점유율 1위 고지를 점령했고 중국에서는 한국의 명품 휴대폰을 갖는 것이 마치 부의 상징이 되었다. 명품 휴대폰은 끈질긴 집념과 승부근성을 바탕으로 기술개발에 매달린 휴대폰 개발자들의 도전정신과 실험정신에 의한 개척정신의 결과다.

하루아침에 신기술, 신소재, 신상품이 만들어 지는 것은 아니다. 최초의 기술을 원천기술이라고 말한다. 이는 아무도 생각하지 못한 기술을 처음으로 만들어 냈으로써 법적으로 보장을 해주는 기술이다. 이런 기술은 아무런 토대가 없이 만들어 지는 것이 아니라 작은 기술 하나하나가 모여서 새로운 기술을 만들어 가는 과정에서 만들어 지는 기술이다.

많은 기업 현장에서 기술문제나 생산 문제 등을 컨설팅이나 교육하면서 느끼는 공통적인 요소는 하루아침에 신 기술을 도입함으로써 모든 것을 해결하려는 안일한 발상이 하나하나의 기술을 소홀히 다루고 있다는 현실이다. K 기업은 중소기업이지만 신기술을 만들어 냈는데 이는 작은 기술을 바탕으로 세계 최초의 신기술을 개발할 수 있었던 것이다.

「발명의 시작은 모방이다」

모든 불이 꺼진 사 건물을 순찰하던 경비원이 문틈사이로 새어나오는 불빛을 보고 조심스럽게 다가갔다. 퇴근시간을 철저히 강조하던 사에서 퇴근 후 새벽시간에 불이 켜져 있다는 것은 사건이었다. 경비원이 사무실로 들어서면서 스위치를 올리자 한순간 모두가 놀라 동그랗게 눈을 떴다.

일제 카폰을 분해하는 작업이 사 무선개발실에서는 퇴근 후에도 진행되고 있었다. 일본은 기술유출을 방지하기 위해 해외 유출에 신경을 곤두세우고 있었지만 어렵게 세관을 통과하여 들어온 카폰을 분해하며 밤 세워 모방품을 만들었지만 실패했다. 40여 명의 사 무선개발팀이 해체되면서 10여 명의 팀 원은 미국 모토로라 제품 10대를 실험용으로 구입했다. 당시 대당 200만을 호가하는 카폰을 구입해 분해하고 조립하기를 반복하면서 1984년 국내에 카폰이 도입된 이후 매년 100% 이상씩 성장하는 시장에 1988년 국내 최초로 개발한 휴대폰이 출시했지만 그 제품은 디자인과 성능 어느 것 하나도 고객욕구에 만족할 수 없는 실패 제품이었다.

「실패 없는 성공은 없다」

GE사의 경쟁력은 기업 문화에서 나온다. 에디슨의 정신으로 만들어진 실패자료의 공유시스템이다. A사원의 실패 경험을 공유함으로써 다른 V사원의 실패를 최소화시키는 기업 경영전략은 모든 분야에 반드시 필요한 경쟁력 창출비결로 되어 있다.

“모토로라의 벽은 너무 견고해 보였습니다. 당시에는 어떤 기업이라 해도 전 세계를 휩쓸고 있는 모토로라 휴대폰을 앞서는 것은 불가능하다는 게 중론이었습니다. 모토로라뿐 아니라 노키아·에릭슨도 마찬가지로였습니다. 회사

내부에서 뿐 아니라 주변에서도 너무 욕심을 부리는 게 아니냐는 힐난도 받았습니다.

”당시 퇴직한 S전자 K씨의 90년대 회고담이다.

첫 번째 휴대폰의 실패를 경험으로 밤낮을 연구에 매달린 끝에 SH-200과 SH-300을 개발하였으나 시중에는 획기적인 디자인과 기능을 가진 모토로라사의 신제품이 판매되고 있었기에 시판을 포기할 수밖에 없었다. 여기서 포기할 수는 없었다. 제품에 자신이 없더라도 어떻게든 휴대폰을 팔 수 있는 마케팅 전략을 세우려는 특명이 마케팅실에 떨어졌다.

디자인과 기능이 뒤떨어진 제품을 판매하기 위한 상품 판매 전략을 수립하기 위해 마케팅팀은 기술개발팀과의 시장 분석과 새로운 제품 아이디어 회의 끝에 브랜드 공모를 추진하여 소비자가 원하는 제품을 개발하기로 결정했다.

「지역 특성을 활용하라」

상품개발에서 소비자의 문화성과 지역특성은 결정적 요소다. S사는 국내 산악지역 특성에 적합한 신상품개발로 모토로라 제압 3개년 계획에 착수했다.

어느 날 개발실에 고객으로부터 한 통의 전화가 걸려왔다.

“어제 핸드폰을 길에 떨어뜨렸는데 그때 자동차가 핸드폰을 밟고 갔는데도 전화가 터집니다. 정말 감사합니다.”

기술개발팀은 한국 지형의 70%가 산악이라는 점을 중시하고 통화품질 개선 연구에 돌입했고 공장에서는 고객전화를 거울삼아 휴대폰의 내구성, 강도테스트를 거듭하였다. 1994년 10월, 드디어 A 이름으로 SH-770을 개발하여 대대적인 마케팅 전략을 실시하였고 이듬해 7월에 마침내 국내시장에서 모토로라를 따돌리는 마케팅 전략에 성공했다.

「신상품판매를 위한 마케팅 전략을 세워라」

기술개발팀은 산악에서도 잘 터지는 핸드폰 개발을 위해 야간에 산 속에서 핸드폰 성능실험을 하다가 간첩으로 오해를 받는 경우도 발생했다. 산악지역성에 강한 핸드폰을 개발한 휴대폰은 ‘한국지형에 강하다’란 마케팅 구호로 소비자 욕구를 충족시키며 10년 이상 구축해온 모토로라의 아성을 단숨에 무너뜨렸고 A상품은 시장점유율 52%

를 차지하는데 성공했다.

1994년, 'SH-700' 을 출시하면서 시장 점유율이 15%로 경중 뛰었다. 이를 계기로 장기적 시장석권을 위해 자체 브랜드개발의 마케팅전략을 세우게 되었다. 1994년 8월에 "A" 이라는 브랜드를 내놓고 광고비도 전년보다 7배 많은 56억 원을 투입했다. 10월에는 "A" 브랜드 휴대폰 'SH-770' 를 출시했다.

고객욕구를 충족시킨 마케팅전략과 신상품개발전략은 1996년 240g대의 외산제품보다 훨씬 가벼운 170g대의 최경량 휴대폰 SCH-100 모델을 개발하였고 이때부터 S사 휴대폰은 시장 점유율 50%대를 석권하게 되었다. 반대로 모토로라는 10% 수준으로 급감했다. 'A' 브랜드로 탄생한지 불과 2년 만에 모토로라의 아성이 무너지고 'A' 폰 신화' 가 탄생되었다. 1997년 모토로라의 시장 점유율은 주저앉았다.

특명, M 폰 제작

위너브라더스사는 영화 매트릭스를 제작하면서 최첨단 휴대폰개발을 노키아를 비롯한 세계 최고의 핸드폰 제작 회사마다 의뢰를 했으나 모두가 회의적이었다. 이유는 영화 속의 상상하는 제품을 만들 수 없다는 것이었다.

2002년 S전지는 초대형 블록버스터 매트릭스2에 등장시킬 휴대폰 제작에 착수하면서 영화사가 요구한 대로 상품을 개발하여 M폰을 출시했다. 영화가 전 세계에 방영되면서 최첨단 핸드폰을 개발한 S사의 브랜드 가치가 급상승했고 세계최고의 핸드폰 회사라는 명성을 얻었다. M폰이 미국, 일본 등지에서 5,000대가 한정 판매되자, 경매가격이 2,500 달러를 호가하는 등 기대 이상으로 마케팅 전략이 성공한 것이다.

세계시장을 석권한 명품 핸드폰

S휴대폰은 국내 시장의 절반을 차지하였고 해외시장은 매출액 기준으로 2위에 올랐으며 고품질· 고품격 휴대폰으로는 세계최고의 명품이 되었다. A 상품은 S사의 대표 브랜드가 됐고, A 휴대폰은 휴대폰의 대표 브랜드가 됐다. 중국에서는 한국의 A 휴대폰을 갖는 것이 부의 상징물이 되었다.

"명품 핸드폰" 신상품 개발을 위해 무엇을 어떻게 했는

가를 분석해 보자.

첫째로, 발명은 모방에서 시작되며 모방은 지속적이고 반복적인 과정을 통한 실패경험을 바탕으로 축적된 신기술에서 신상품으로 개발된다.

둘째로, 실패는 성공을 위한 첫걸음이라는 점이다. S전자가 모방으로 습득된 기술로 개발한 SH-100, SH-200, SH-300의 연속적인 실패에도 좌절하지 않고 SH-770을 개발하기까지 수많은 실패의 경험을 바탕으로 고객의 욕구에 적합한 기술개발에 노력했기 때문에 가능했다.

셋째로, 신상품 개발과 마케팅 전략은 동시에 진행되어야 하고 서로 간의 정보가 교류되고 공유될 때 상품개발은 마케팅 전략으로 빠르게 성공한다.

넷째는, 마케팅 전략과 광고 전략 수립이다. A라는 자체 브랜드를 개발하고 영화 매트릭스의 최첨단 핸드폰을 개발하여 자연스럽게 전세계에서 영화가 방영되자 S사는 고객의 욕구에 적합한 상품을 개발하는 기업으로 인정받아 급속도로 세계 고객의 명품으로 인식되었다는 점이다.

특히, 지역특성을 이용한 마케팅 전략 "한국지형에 강하다"는 감성적인 슬로건으로 '작은 소리에 강하다' 는 기술적 슬로건보다 강한 이미지를 고객에게 주어 고객심리를 자극시켰다는 점이다.

100년 전에 컴퓨터가 나왔다면 오늘날과 같이 필수품으로 되었을까? 이 질문에는 모두가 그렇지 않다고 한다. 이유는 컴퓨터의 발전은 주변환경 기기들의 발달이 있었기 때문에 가능했다는 것이다. 미래는 유비쿼터스시대의 환경이다. IT산업은 언제 어디서나 무엇이든 쉽고 편리하게 사용하는 시대다.

한국은 세계 최고의 IT강국이다. 이유는 세계 최고의 인터넷전산망이 형성되어 있기 때문이다. 두 가지 사건에서 발명이란 시대적 생활환경에 적합해야한다는 것을 알 수 있다. 지나치게 시대를 앞서가는 발명은 당시에는 인정받지 못한 경우가 많다.

S사의 명품 핸드폰 신화창조는 우연이 아니다. 사막에서 자라는 백송이 버섯재배기술을 세계최초로 한국에서 개발하였듯이 핸드폰 불모지 시장에서 일본 카폰을 구입해서 분해하고 모토로라 제품 10대를 구입하여 분해하면서 익히 기본기술을 바탕으로 수많은 제품을 분해하는 모방에서 10여 년 만에 영화에만 등장하는 세계 최고의 매트릭스

를 개발하는 신기술은 장영실과 같은 창조적인 한국인의 인내와 끈기의 기술력이 만들어낸 직무발명가의 도전정신, 실험정신, 개척정신의 결과다.

특히 발명은 신제품개발의 방법이고 신시장 개척의 열쇠가 되고 있다. 공간과 시간을 초월하여 문화 공통체가 형성되어 가고 있는 세계시장의 변화 속에서 경영전략으로 부상되고 있는 발명특허전략은 직무발명으로 활성화시켜야 한다.

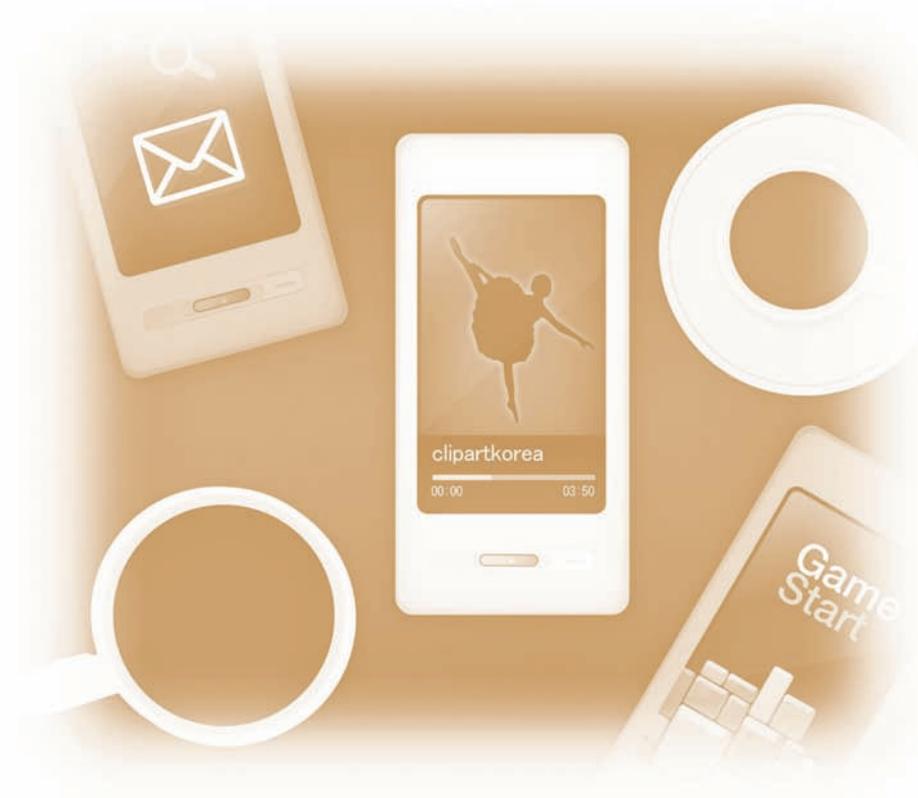
기업에서 수많은 사원들은 각기 맡은 업무에 따라 기술경험, 생산경험을 한다. 직무발명은 제안에서 시작하여 신기술이 되고 신소재개발로 이어진다. 이와 같이 직무상 발생하는 경험과 지식을 체계화시키고 특성화시키는 기업은 초일류기업이라 한다. 누구나 직무상 발생하는 작은 아이

디어를 개인과 기업의 경쟁력으로 만들어가는 기회를 직무발명제도라고 한다.

무조건 하라는 방식으로는 교육현장에서 적용되지 못한다. 어떻게 라는 방식과 왜 해야 하는가를 인식시키고 무한 경쟁시대에서 직무발명으로 자기개발과 경쟁력을 창출하는 기업문화가 어느 때보다 강조되는 시대다.

필자는 기업 강의를 하면서 10여 년 전부터는 직무발명의 중요성을 강조해 왔지만 당시는 직무발명의 중요성을 인식하지 못했다. 세계초일류기업이 직무발명제도를 통해 개인과 기업의 경쟁력을 창출하는 방향으로 확산되고 있는 시점에서 한국기업에서도 직무발명제도가 강조되고 있는 것은 개인과 기업경쟁력창출을 위해 바람직한 경향이라고 할 것이다.

발명특허 2009. 12



특허심판 일반



김현호

연세대학교 전자공학과 졸업
명지대학교 겸임교수
국제지식재산연구원 강사
기업기술가치평가사
(현) 특허법인 맥 대표 변리사

제1절 특허심판의 의의와 목적

I. 특허심판의 의의

- 1) 특허심판이란 특허출원에 관하여 심사관이 행한 처분 또는 그 처분에 의해 부여된 특허권에 관한 분쟁을 해결하기 위하여 특허심판원의 심판관합의체에 의해 행해지는 특별행정심판을 말한다.
- 2) 특허심판의 종류는 법정되어 있다. 그러므로 특허청장, 특허심판원장 등의 기간연장불허처분(특허법 15), 절차무효처분(특허법 16①), 불수리처분(특시규 11) 등에 대한 불복은 일반행정쟁송절차에 의한다.

II. 특허심판의 목적

특허출원에 대한 심사과정에 있어서 출원인에게는 의견서 제출의 기회, 제3자에게는 정보제공의 기회가 주어짐으로써 심사의 적정을 꾀하고 있으나 심사관의 최종처분인 특허거절결정 또는 특허결정에 하자가 있는 경우에는 출

원인 및 관계인뿐만 아니라 일반공중의 권리나 이익을 해치게 되고, 산업발전에 이바지하려는 특허제도의 목적에도 반하게 되기 때문에 이를 시정하려는 데에 특허심판의 목적이 있다.

제2절 특허심판의 법적 성격

I. 특별행정심판적 성격

- 1) 특허심판은 최종심인 대법원과 제1심인 특허법원의 전심으로서 특허법상의 분쟁을 심리·판정하는 특별행정심판¹⁾이다.(헌법 107③) 일반행정심판과는 달리 특허분쟁에 관하여는 반드시 특허심판을 거친 후에야 특허소송을 제기할 수 있다.(행정소송법 18 참조)
- 2) 우리 헌법은 행정청²⁾의 처분에 대한 분쟁도 일반법원의 관할로 함으로써(헌법 107②) 행정에 대한 사법적 통제제도(司法的 統制制度)를 확립하고 있으나, 특허관련사건과 같이 고도의 기술적 판단이 요구되는 분쟁에 대하여는 특허에 관한 전문지식과 경험을 갖춘 심판관에 의하여 재

판의 전심절차(前審節次)로서의 특허심판을 행정청에서 행하게 하는 것이 필요하다. 이는 행정청에게 자율적 통제기회를 부여하고 법원의 재판시 전문지식의 활용기회를 갖게 하는 이점이 있다.

II. 준사법적 행정행위

1) 특허심판은 분쟁에 대한 심판작용이면서, 동시에 그 자체가 행정행위라는 이중적 성격을 가지고 있다. 즉 특허심판은 특허법상의 분쟁에 관하여 사실을 인정하고 법을 적용하여 그 분쟁을 심리·판단한다는 점에서는 사법행위(司法行爲)의 성격을 가지고 있는 반면에 행정청의 의사 표현이라는 점에서는 행정행위의 성격을 가지고 있다. 그러므로 특허심판의 본질은 순수한 사법행위도 행정행위도 아닌 준사법적 행정행위라고 보는 것이 타당하며, 또한 통설이다.

2) 이 두 가지 성격 중 어느 쪽이 더 비중이 큰가는 결국 각국의 입법정책의 문제라고 하겠으나, 우리 헌법은 “행정심판의 절차는 법률로 정하되 사법절차가 준용되어야 한다(헌법 107③)”고 규정하고 있어 심판작용으로서의 성격을 강조하고 있다.³⁾

제3절 특허심판의 분류

I. 심판의 독립성 여부에 따른 분류

1. 독립적 심판

- 1) 독립적 심판이란 심판의 청구취지가 독립되어 있는 심판으로서 심결이라는 형식으로 판단된다.
- 2) 통상적으로 심판이라고 할 때에는 독립적 심판을 의미하는데 특허거절결정(특허법 132의3), 특허무효심판(특허

법 133), 특허권의 존속기간 연장등록의 무효심판(특허법 134), 권리범위확인심판(특허법 135), 정정심판(특허법 136), 정정의 무효심판(특허법 137), 통상실시권허여심판(특허법 138), 재심(특허법 178, 179) 등이 여기에 속한다. 독립적 심판에 대하여는 불복이 허용된다.

2. 부수적 심판

- 1) 부수적 심판이란 그 자체만으로는 독립해서 심판의 대상이 되지 못하고 독립된 본안심판의 청구사항에 부수하거나 본안심판의 청구를 전제로 하는 심판을 말한다.
- 2) 이러한 부수적 심판에는 심판관의 제척·기피심판(특허법 152①), 참가심판(특허법 156③), 증거보전심판(특허법 157), 심판비용심판(특허법 165) 등이 속한다. 부수적 심판에 대하여는 독립하여 불복이 허용되지 않는 것이 일반적이다.

II. 심판구조에 따른 분류

1. 결정계심판

- 1) 결정계심판이란 당사자로서 청구인과 피청구인이 대립구조를 취하지 아니하고 청구인만 존재하는 심판을 말한다.⁴⁾ 현행 특허법상 특허거절결정에 대한 불복심판(특허법 132의3), 정정심판(특허법 136) 등이 여기에 속한다.
- 2) 이러한 결정계심판에 대하여는 참가제도가 인정되지 않으며, 심판비용은 청구인이 부담하는 구조를 취하고 있으며, 일사부재리⁵⁾가 적용되지 않는다.

2. 당사자계심판

- 1) 당사자계심판이란 당사자로서 청구인과 피청구인이 존재하고 그 당사자가 서로 대립구조를 취하는 심판을 말

1) 일반적으로 행정심판은 널리 행정기관이 행하는 행정법상의 분쟁에 대한 심리·판정절차를 말한다. 이에 대하여 특허심판은 심판대상의 전문성·기술성을 고려하여 채택된 특별행정심판이다.

2) 널리 행정사무를 담당하는 기관을 행정기관이라고 하며, 그 중 행정주체의 의사결정 및 표시권한을 가진 행정기관을 특허 행정청이라 한다. 또한 국가의 행정청을 행정관청이라고도 한다.

3) 김동희, 행정법 I 539면.

한다. 현행 특허법상 특허무효심판(특허법 133), 특허권의 존속기간 연장등록무효심판(특허법 134), 권리범위확인심판(특허법 135), 정정무효심판(특허법 137), 통상실시권허여심판(특허법 138) 등이 이에 해당된다.

2) 당사자계심판에 대하여는 참가제도가 인정되며 심판비용 역시 통상실시권허여심판을 제외하고는 청구인부담이 아니라 패심자가 부담하는 구조를 취하고 있으며, 일사부재리가 적용된다.

제4절 준용법규

1) 특허법상의 특허심판절차는 민사소송법상의 재판절차 규정을 상당부분 준용하고 있으며 특허법에서 규정하고 있지 않은 사항에 대하여도 성질에 반하지 않는 한 민사소송법의 절차가 준용된다.(헌법 107③)

2) 특허심판은 특별행정심판이므로 특허법에서 특별히 규정하고 있지 아니한 사항에 관하여는 성질에 반하지 않는 한 행정심판법의 규정이 준용된다.(행정심판법 43②)

제5절 특허심판원

I. 법적 지위와 직무

1. 법적 지위

특허심판원은 행정관청인 특허청장의 소속기관이며 특허분쟁에 관한 특허심판사무를 담당하는 심판기관이다.

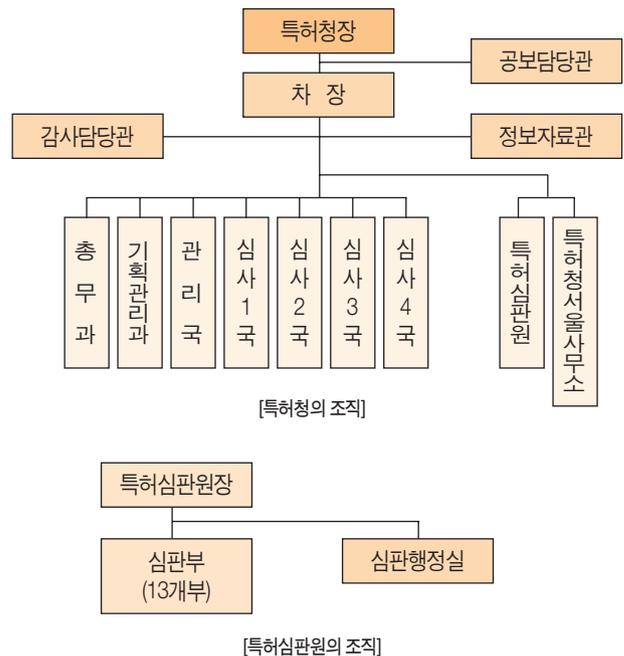
2. 직무

특허심판원은 특허·실용신안·디자인 및 상표에 관한 심판과 재심 및 이에 관한 조사·연구에 관한 사무를 관장한다.(특허법 132의2①)

II. 조직과 구성

1. 조직

특허심판원은 특허분쟁에 관한 심판기관이면서 동시에 특허청 내부의 기관인 점에 특색이 있다. 이해의 편익을 도모하기 위하여 특허청 내부에서의 특허심판원의 지위와 특허심판원 내부의 조직을 도시하면 다음과 같다.



4) 원래 결정계·당사자계심판의 구분은 특허법상의 구분이 아니고 강학상 또는 실무상의 구분이며, 그 근원은 일본의 학설과 실무에 있는 것 같다. 그런데 위와 같은 결정계심판의 정의에 대하여는 법이론상 의문이 제기된다. 왜냐하면 기본적으로 결정계 특허심판은 특허법상의 분쟁을 해결하기 위한 특별행정심판이며, 처분청인 특허청장의 처분(특허거절결정 등에 불복하는 심판이므로 특허청장이 피청구인으로서 존재해야 한다.(행정심판법 13①, 심판청구는 행정청을 피청구인으로 하여 제기하여야 한다) 특허심판원이 생기기 이전인 항고심판소 시절에는 심판청구서를 특허청장에게 제출하고 또한 주로 서면심리에 의하기 때문에 피청구인의 존재유무에 관하여 주목하지 않은 것 같다. 그러나 이제는 심판청구서도 특허심판원장에게 제출하는 등 공정한 심판기관으로서의 특허심판원의 직무상 독립성을 강화해야 하는 측면에서도 이 문제를 적극적으로 연구해야 하지 않을까 한다. 더욱이 현재 실무상 거의 활용되지는 않지만, 구술심리(특허법 154①)에 의할 경우에는 당사자 대립구조를 원칙으로 해야 할 것이다. 그러므로 법리상 결정계심판(정정심판)을 제외(한)에도 피청구인이 존재하고, 당사자 대립구조가 존재하는 심판이라고 하여야 할 것이다. 종래의 견해대로 결정계심판에는 피청구인이 존재하지 않는다는 것에 대해 근거가 될 수 있는 특허법 제140조의 2가 정정심판(결정계심판에 포함되는)에는 적용되지 않는다는 점을 유의해야 할 것이다. 일반행정심판과는 달리 특허법관계에 대하여는 심판기관이 처분청인 특허청장의 소속기관인 점에서 이론구성의 난점이 있기는 하지만, 피청구인의 존재 인정에 대하여는 적극적인 검토가 필요하다고 보여진다.

5) 다만, 정정심판의 경우에는 일사부재리가 적용됨이 타당하며 이에 대해서는 "일사부재리의 원칙"에서 후술하도록 한다.

2. 구성

(1) 특허심판원장

특허심판원에 원장 1인을 두되, 원장은 심판관의 자격이 있는 자로 한다. 원장은 특허청장의 명을 받아 심판행정사무를 통할하며, 특히 중요하다고 인정되는 사건에 대하여는 특허심판원장 스스로 특허법 제 145조의 규정에 의한 심판장이 될 수 있다.(특허청과그소속기관직제 17)

(2) 심판부

① 총원

모두 13개의 심판부가 있으며 현재 심판장 13인과 심판관 26인(총39인)을 둔다.(특허청과그소속기관직제 18①)

② 심판장

심판장이 될 수 있는 자는 특허청 또는 그 소속기관의 3급 이상의 일반직 국가공무원으로서 i) 특허심판원에서 2년 이상 심판관으로 재직한 자, ii) 심판관의 자격을 갖춘 자로서 3년 이상 특허청 또는 그 소속기관에서 심사 또는 심판사무에 종사한 자이어야 한다.(시행령 8③) 심판장은 그 심판사건에 관한 사무를 총괄한다.(특허법 145②)

③ 심판관

심판관이 될 수 있는 자는 특허청 또는 그 소속기관의 4급 이상의 일반직 국가공무원으로서 i) 특허청에서 2년 이상 심사관으로 재직한 자, ii) 특허청에서 심사관으로 재직한 기간과 5급 이상의 일반직 국가공무원으로서 특허심판원에서 심판업무에 직접 종사한 기간 및 특허법원에서 기술심리관으로 재직한 기간을 통산하여 2년 이상인 자 중 국제특허연수원에서 소정의 심판관 연수과정을 수료한 자이어야 한다.(시행령 8②)

④ 심판관합의체

특허심판원장은 심판청구가 있는 때에는 합의체를 구성할 심판관을 지정하고, 지정된 심판관 중에서 1인을 심판장으로 지정하여 구성된 3인 또는 5인의 심판관합의체로 하여금 심판하게 한다.(특허법 143①, 144①, 145①, 146①) 심판관합의체의 합의는 과반수에 의해 결정하며, 이는 공개하지 아니한다.(특허법 146②,③)

(3) 심판행정실

심판행정실은 일반행정업무, 심판관련업무 및 소송관련업무 등 심판원의 행정사무를 총괄한다.(특허청과그소속기관직제시행규칙 9②)

Ⅲ. 심판의 독립

1. 물질 독립(심판관의 직무상의 독립)

특허법은 「심판관은 직무상 독립하여 심판한다(특허법 143③)」고 규정하여 심판관의 직무상의 독립성을 보장하고 있다. 심판관은 원칙적으로 특허심판원의 소속공무원으로서 특허심판원장의 지휘감독을 받아야 하는 한계는 있으나, 특허심판원의 소속공무원으로서의 심판관이 지휘감독을 받는 것은 심판을 제외한 일반행정사무에 관한 것이고, 심판에 있어서는 비록 특허심판원장에 의하여 지정되었다고 할지라도 직무상 지휘감독을 받지 않는다. 또한 외부로부터의 부당한 압력을 배제하기 위하여 심사·심판이나 재심으로 계속중에 있는 사건의 내용 또는 특허여부결정·심결이나 결정의 내용에 관하여는 감정·증언 또는 질의에 응답할 수 없다.(특허법 217②)

2. 인적 독립(심판관의 신분상의 독립)

심판관이 될 수 있는 자는 일정한 자격을 갖춘 국가공무원에 한한다(시행령 8)고 하여 심판관의 자격요건을 강화하고 있으나, 특허법은 특별히 심판관의 인적 독립을 보장하는 규정은 두고 있지 않으며 실질적으로 법관과 같은 신분보장을 기대하기는 어렵다. 더욱이 특허법 제144조 제2항의 규정에 의한 심판관의 교체는 단순히 「심판에 관여하는데 지장이 있는 자가 있는 때」라고 하고 있으므로 특허심판원장의 재량여지가 크다고 하겠다. 따라서 특허심판원장은 특허법상 원칙적으로 심판사건에 대하여 직접적인 영향은 미치지 못한다고 할지라도 그 직위로부터 간접적인 영향을 미칠 수 있음을 부인할 수는 없을 것이다.

3. 심판의 독립의 문제점

- 1) 행정공무원은 헌법상 신분이 보장되어 있는 법원의 판사들과 달리 공무원 사회라는 유기적인 관계의 틀 속에서

존재하는 것이고 또 그 사회에서는 좋은 인간관계의 형성이나 빠른 승진 등이 어찌보면 중요한 삶의 목표라고 할 수 있다. 따라서 심판을 행함에 있어서 상부의 지휘나 관련 인사의 청탁 등을 전혀 무시한 채 독자적인 판단을 내리기 어려운 상황이 많으리라고 본다.

2) 특허법에서 특허심판원을 특허청장의 지휘범위에서 독립시켜 심판원장의 독자권한에 의하여 운영되도록 규정하고 있는 점은 진실보한 것이나 심판관의 인적·물적 독립을 보장하는 실질적인 제도가 마련되지 않는다면 심판원의 독립성은 명목적·형식적인 것으로 전락될 수밖에 없다. 그러므로 실질적인 심판의 독립성을 위한 심판관의 신분보장 및 자격요건의 강화, 직무상 독립을 강화하기 위한 제도적 개선이 요구된다고 하겠다.

IV. 심판관의 제척·기피·회피

1. 제도의 의의

심판의 공정성을 유지하기 위하여 심판관이 자기가 담당하는 구체적 사건과 인적·물적으로 특수한 관계가 있는 경우에 그를 그 사건의 직무집행으로부터 배제함으로써 심판의 중립성을 담보하려는 데에 제척·기피제도의 의의가 있다.

2. 심판관의 제척

(1) 제척의 의의

1) 심판관의 제척이라 함은 심판관이 구체적인 사건에 대하여 법률에서 정한 특수한 관계가 있는 때에 법률상 당연히 그 사건에 관한 직무집행을 할 수 없도록 배제시키는 것을 말한다.

2) 제척은 그 원인이 법정되어 있고, 제척원인에 해당되면

당사자 또는 참가인의 제척신청여부에 관계없이 법률상 당연히 그 직무에서 배제되지만, 기피는 그 원인이 제한적으로 법정되어 있지 않고 당사자 또는 참가인의 기피신청과 심판에 의한 결정으로써 비로소 그 직무에서 배제되는 점이 다르다.

(2) 제척의 원인⁷⁾

심판관은 다음 원인 중 어느 하나에 해당되는 경우에는 그 심판관여로부터 제척된다.(특허법 148) 이는 제한적 열거규정이며 유추확대해서는 안 된다.

- i) 심판관 또는 그 배우자나 배우자였던 자가 사건의 당사자 또는 참가인인 경우
여기서 배우자라 함은 현재 또는 과거의 법률상의 배우자를 가리키고 사실혼관계는 포함되지 않는다.
- ii) 심판관이 사건의 당사자 또는 참가인의 친족의 관계가 있거나 이러한 관계가 있었던 경우
여기의 친족의 범위는 민법 제777조에 의해 결정된다.
- iii) 심판관이 사건의 당사자 또는 참가인의 법정대리인 또는 이러한 관계가 있었던 경우
- iv) 심판관이 사건에 대한 증인·감정인으로 된 경우 또는 감정인이었던 경우
- v) 심판관이 사건의 당사자 또는 참가인의 대리인인 경우 또는 이러한 관계가 있었던 경우
- vi) 심판관이 사건에 대하여 심사관 또는 심판관으로서 특허여부결정 또는 심결에 관여한 경우

1) 이러한 경우를 전심관여(前審關與)라고 하는데, 제척원인으로서 실무상 가장 많이 문제되고 있다. 이는 예단(豫斷)을 배제하여 심판의 공정성을 유지하고 원래 심급제도의 실효성을 확보하기 위한 것이다.

2) 여기서 특허여부결정, 또는 심결에 「관여」한 경우란 최종처분인 특허여부결정, 심결의 합의, 심결의 작성 등 깊이 있게 관여한 경우를 말한다. 그러므로 최종처분이 되기 전 단계의 심사, 증거조사 또는 심판절차의 일부에만 관여한 경우 등은 최종결정에 관여한 것이 아니므로 제척원인이 되지 않는다.⁸⁾

6) 특허심판원의 운영방식에 관한 연구, 4면: 발명진흥회 지적재산권연구센터.

7) 특허법 제148조의 각 호에 해당하는 경우를 제척사유라고도 표현하고 있으나, 법문의 표현(특허법 151①,②)을 존중하여, 제척원인이라고 표현하는 것이 바람직하다고 본다.

8) 심판관이 심판관여로부터 제척되는 사정에 관여한 때라고 함은 심사관으로서 직접 사정을 담당하는 경우를 말하는 것이므로 거절의 예고통지를 하는데 관여하였을 뿐이라면 전심의 거절사정에 관여하였다고 할 수 없다.(大判, 80. 9. 3. 78후3)

3) 한편, 「특허여부결정 또는 심결」에 관여한 경우가므로 특허거절결정에 대한 불복심판, 특허결정에 대한 특허무효심판 등과 같이 심사관이 특허출원에 대하여 결정을 한 후 그 후에 심판관이 되어 당해 불복심판에 관여를 하는 경우를 말한다.

vii) 심판관이 사건에 관하여 직접 이해관계를 가진 경우 직접적인 법률상 이해관계가 있는 경우를 말한다. 그러므로 간접적인 이해관계 또는 경제적인 이해관계는 이에 해당되지 않는다. 예를 들면 심판관이 특허권자, 전용실시권자, 통상실시권자 또는 질권자인 경우를 말한다.

(3) 제척의 절차

① 제척신청서의 제출

제척원인이 있으면 제척신청여부에 관계없이 심판관은 법률상 당연히 그 사건에서 배제되나, 당사자나 참가인은 제척신청을 할 수도 있다.(특허법 149) 제척신청을 하고자 하는 자는 그 원인을 기재한 서면을 특허심판원장에게 제출하여야 한다. 다만, 구술심리에 있어서는 구술로 할 수 있다.(특허법 151①)

② 심판절차의 중지(제척신청의 효과)

제척신청이 있는 때에는 그 신청에 대한 결정이 있을 때까지 심판절차를 중지하여야 한다. 다만 긴급을 요하는 행위는 예외적으로 허용된다.(특허법 153) 여기서 「긴급을 요하는 행위」란 증인이 외국으로 돌아간다가나 사망의 염려가 있을 때와 같이 긴급한 때의 증거조사 또는 목적물이 변화·소멸할 염려가 있는 긴급한 경우의 검증 등을 말한다. 이때 긴급을 요하는 행위가 있은 후에 제척신청이 이유 있다는 결정이 있는 경우에 그 긴급을 요하는 행위의 효력에 대하여는 학설의 대립이 있으나 특허법 제153조의 명문규정상 당연히 유효하다고 본다.

③ 제척원인의 소명

제척신청을 한 자는 신청일로부터 3일 이내에 제척원인을 소명하여야 한다.(특허법 151②) 심판관의 확신을 요하는 증명과는 달리, 소명이란 그보다 낮은 정도의 개연성, 즉 심판관이 일응 확실할 것이라는 추측을 얻은 상태 또는 그와 같은 상태에 이르도록 증거를 제출하는 당사자의 노력을 말한다.

(4) 제척의 결정

1) 제척신청이 있는 때에는 심판에 의하여 이를 결정하여야 하며, 이 경우에 제척신청을 당한 심판관은 그 제척의 결정을 위한 심판에 관여할 수 없으나 의견을 진술할 수 있다.

2) 제척의 결정은 서면으로 하여야 하며, 그 이유를 붙여야 한다. 이 결정에 대하여는 불복할 수 없다.(특허법 152)

3) 제척의 효과는 심판 유무에 관계없이 법정 제척원인이 있을 때에 당연히 발생하므로, 제척의 심판은 확실히 성질(선언적 의미)을 갖는다.

(5) 제척의 효과

1) 제척원인이 있는 심판관은 법률상 당연히 그 사건에 대해 직무집행을 할 수 없다. 당사자가 알든 모르든, 주장하든 하지 않든 불문하고 직무를 행할 수 없다.

2) 제척원인이 있는 심판관이 관여한 심리는 심결 전이라면 다시 심리하지 않으면 안 된다. 심결이 되고 그 심결에 대하여 특허법원에 소를 제기한 후에는 특허법원에서 원심결을 취소하게 될 것이다. 또 심결이 확정된 때에는 재심사유로 된다.(특허법 178) 다만, 제척신청이 있고 이에 대한 결정이 있는 때에는 이를 이유로 하여 불복신청을 할 수 없으며(특허법 152④), 특허법원에 심결취소소송을 제기하거나 재심청구도 할 수 없다.

3. 심판관의 기피

(1) 기피의 의의

심판관의 기피라 함은 법률상 정해진 제척원인 이외의 심판의 공정성을 기대하기 어려운 사정이 있는 경우에 당사자 또는 참가인의 신청을 기다려 심판에 의하여 비로소 심판관이 직무집행에서 배제되는 것을 말한다. 이 기피제도는 제척제도를 보충하여 심판의 공정성을 보장하기 위한 것이다.

(2) 기피원인⁹⁾

1) 「심판관에게 심판의 공정성을 기대하기 어려운 사정」(특

허법 150①)을 기피원인으로 규정하고 있는데 이를 구체적으로 보면, 통상인의 판단으로서 심판관과 사건과의 관계에서 편파적이고 불공정한 심판을 하지 않을까 하는 염려를 일으킬 수 있는 객관적 사정을 가리킨다.

2) 당사자와 심판관이 약혼관계, 사실혼관계, 친밀한 우정관계, 원한관계, 또는 민법 제777조의 범위를 넘는 친척관계 등에 있을 때 기피원인에 해당된다. 객관적 사정을 말하는 것이므로, 당사자 측에서 품는 불공정한 심판을 받을지도 모른다는 주관적인 의혹만으로는 기피원인에 해당되지 않는다.

(3) 기피의 절차

- ① 기피신청서의 제출
제척신청의 경우와 같다.(특허법 151①)
- ② 심판절차의 중지(기피신청의 효과)
제척신청의 경우와 같다.(특허법 153)
- ③ 기피원인의 소명
제척신청의 경우와 같다.(특허법 151②)
- ④ 기피의 제한
당사자 또는 참가인은 사건에 대하여 심판관에게 서면 또는 구술로 진술을 한 후에는 심판관을 기피할 수 없다. 다만, 진술당시 기피원인이 있는 것을 알지 못한 때 또는 기피원인이 진술 후에 발생한 때에는 진술 후에도 기피할 수 있다.(특허법 150②)

(4) 기피의 결정

- 1) 기피신청이 있는 때에는 심판에 의하여 이를 결정하여야 하며, 기피신청을 당한 심판관은 그 기피의 결정을 위한 심판에 관여할 수 없으나 의견을 진술할 수 있다. 기피의 결정은 서면으로 하여야 하며 그 이유를 붙여야 한다. 이 결정에 대하여는 불복할 수 없다.(특허법 152)
- 2) 기피신청에 대하여 그 신청이 이유가 있다는 결정이 있는 경우에 그 원인이 제척원인(특허법 148)에 해당될 때에는 그 원인이 발생한 때 이후에 해당 심판관이 관

여한 심판절차는 무효로 된다.(심판편람 2006, 88면)

3) 기피의 심판은 제척과는 달리 형성적 성질을 갖는다. 즉 기피원인이 있다고 하여 당연히 심판에서 배제되는 것은 아니며, 기피결정에 의하여 비로소 그 심판관이 직무집행에서 배제된다.

4. 심판관의 회피

- 1) 심판관이 제148조(제척원인) 또는 제150조(기피원인)의 규정에 해당하는 경우에는 특허심판원장의 허가를 받아 당해 사건에 대한 심판을 회피할 수 있다.(특허법 153의2)
- 2) 회피라 함은 심판관이 스스로 제척 또는 기피원인이 있다고 인정하여 자발적으로 직무집행을 피하는 것을 말한다. 이 경우에는 따로 심판을 요하지 않으며, 특허심판원장의 허가를 얻으면 된다.
- 3) 신속·경제와 더불어 공정성은 심판절차의 이상(理想)이므로 당사자 등으로부터 제척 또는 기피의 신청이 있을 것을 사전에 방지하고 또한 심판의 공정을 기하는 취지에서 필요하다고 인정될 경우에는 언제든지도 심판관 스스로 회피의 신고를 하여야 할 것이다. 심결시까지 회피의 신고를 받은 특허심판원장은 그 신고가 이유있다고 인정할 경우에는 심판관의 지정을 변경한다.¹⁰⁾

5. 관련문제

- (1) 심사관의 제척
심판관의 제척·기피규정 중 제척규정은 심사단계에서의 심사관에 준용하나 전심판관(특허법 148V) 및 제척절차의 규정은 준용되지 않는다.(특허법68)
- (2) 기술심리관의 제척·기피·회피
기술심리관의 제척·기피는 특허법 및 민사소송법의 규정이 준용되며, 기술심리관은 특허법원장의 허가를 얻어 회피할 수도 있다.(특허법188의2)

9) 제척원인의 경우와 마찬가지로 법문의 표현(특허법 151①,②)을 존중하여 기피사유보다는 기피원인으로 표현하는 것이 바람직하다고 본다.

10) 심판편람 2006, 90면.

진정상품 병행수입의 허용성

손 지 원

서울대학교 공과대학 기계항공공학부 졸업
 서울대학교 공과대학 박사수로
 서울대학교 정밀기계공동연구소 연구원
 40회 변리사시험 상표법수석합격
 한국특허아카데미 상표법 전임교수
 (현) 태을특허법률사무소 변리사



(사례) 甲은 독일의 유명한 자동차 메이커로서, 甲은 독일뿐만 아니라 한국에 자동차에 대하여 “BMW”의 표장을 등록받은 상표권자이다. 甲은 국내에서 영업을 하면서, 독일에서 제조한 자신의 자동차를 국내로 들여와 판매하고 있다. 乙은 독일에서 甲이 제조한 자동차를 구입하여 이를 甲의 허락없이 한국으로 수입하여 판매하고 있다. 乙의 행위가 甲의 상표권을 침해하는 행위인가?

I. 진정상품 병행수입

진정상품 병행수입(parallel importation of genuine goods)이라 함은 국내·외에 동일한 상표권을 소유하고 있는 상표권자에 의해 어느 1국에서 적법하게 상표가 부착되어 유통된 상품(진정상품; genuine goods)을 권원 없는 제3자가 타국으로 그 국가의 상표권자 또는 전용사용권자의 허락 없이 수입하여 판매하는 행위를 말한다. 외국에서 정당하게 생산되고 지불된 상품을 상표를 사용할 권리가

없는 시장에 수입하여 판매하는 경우, 그 상품을 회색상품(gray market goods)이라고 하는데, 회색상품의 대표적인 경우가 병행수입이며, 위조상품이나 도난상품에 사용하는 흑색상품(black market goods)에 대비되는 용어이다.

최근 세계적인 물적 교류의 증가로 인해 이러한 병행수입의 중요성은 증가하고 있으며 최근에는 전자제품 및 패션 브랜드 제품의 병행수입사례가 빈번하게 발생하고 있는 상황이다. 이러한 현상은 보통 수입국의 상품가격이 타국보다 현저히 높을 때 발생한다.

상표권은 물권적인 독점배타적인 권리이지만 그 대상물을 물리적으로 사실상 지배할 수 없어 모용자에 의하여 용이하게 침해될 수 있고 한번 훼손된 당해 상표의 신용, 이미지 등 가치는 손쉽게 회복되지 아니하는바, 이러한 수입업자의 병행수입행위를 과연 상표권침해행위가 되는 것으로 보아서 규제할 것인가 아니면 전체적으로 이익이 되는 것으로 보아서 이를 허용할 것인가 여부가 문제되는 것이다.¹⁾

II. 진정상품병행수입의 허용 여부

1. 상표권의 속지주의 원칙

상표권은 다른 산업재산권과 마찬가지로 속지주의원칙에 의해 국내에서만 효력을 가진다. 따라서 다른 나라에서 동일상표에 관한 보호를 받기 위해서는 각각의 나라에 상표등록을 받아야 하고, 상표권은 서로 독립하여 병존하는 상태에 있다. 이를 1국 1상표의 원칙 및 상표권 독립의 원칙이라고 한다.

따라서 우리나라의 등록상표권은 다른 나라에서의 행위에 의하여 침해되지 아니하며 반대로 우리나라 안에서의 행위만으로는 다른 나라의 상표권을 침해하는 것이 아니다. 다만, 외국에서 제조한, 국내상표권자의 상표품과 동일한 상표품을 정당한 이유없이 국내에 수입하는 경우에는 수입된 상표품이 국내의 상표권을 침해하는 것인지의 문제가 발생한다.

2. 각국에서의 허용여부

(1) 금지론

파리조약 제6조 제3항에 의한 속지주의 원칙에 근거한다. 즉, 상표권은 각국마다 독립적이므로 진정상품인지의 여부에 관계없이 수입국의 상표권자 또는 전용사용권자의 허락없이 동일한 상표가 부착된 상품을 수입하는 것은 상표권의 침해라고 한다.

구체적으로 i) 병행수입품의 판매업자는 정당권리자의 광고 및 투자, 대고객 서비스체제에 무임승차함으로써 부당한 이득을 취하게 되며, ii) 병행수입품은 품질관리가 허술하고 A/S가 미치지 않아 정당권리자의 신용을 훼손하고 나아가 소비자에게 손해를 줄 수 있고, iii) 금지권이 각국별로 미치지 않는다면 각국별로 등록을 해야 할 이유가 없고, 나아가 사용권 제도도 무의미해진다고 한다.

또한 선택적 판매방법론을 그 이론적 근거로 들기도 하는데, 즉 상품공급업자, 특히 고급소비재의 공급자는 일반적으로 자신의 제품의 이미지 관리 등을 위하여 자신의 상품의 판매는 적어도 최소한의 기술적 지식을 가지고 일정한 판매방법과 능력을 가진 판매자로 한정하기를 원한다고 볼 수 있으므로 이러한 선택적 판매방법은 존중되어야 하며, 나아가 다른 루트를 통하여 동일제품을 입수한 제3자의 상품 배포는 라이선스에 대하여 계약위반으로 인한 불이익을 초래할 우려가 있고, 부정경쟁에 의한 이익을 얻고자 하는 의도가 엿보이는 경우가 대부분이므로 선택된 판매자를 제외한 제3자의 병행수입은 금지되어야 한다는 것이다.²⁾

(2) 허용론

상표를 일단 적법하게 사용하여 상품을 유통하였으면 국내외를 막론하고 상표권은 이미 소진된 것이므로 다시 권리주장을 할 수 없다거나(국제적 소진이론) 또는 병행수입이 상표의 출처표시기능을 해치지 않고 공중에게 오인·혼동을 생기게 할 위험성이 없는 때에는 상표의 기능이 침해당하는 것이 아니므로 상표권의 침해가 아니라고 한다.(상표기능론) 이러한 태도는 독일 및 일본 법원의 태도이며 상표권의 속지주의가 타당한 범위도 상표보호의 정신에 비추어 상표의 기능에 대한 침해의 유무를 중시하여 합리적으로 결정하지 않으면 안된다는 견해이다.

구체적으로 i) 소비자들은 다양한 종류의 상품을 저렴한 가격으로 구입할 선택권이 있으며, ii) 병행수입을 금지하면 가격차별 및 재판매가격유지를 통해 국제시장을 통제하려는 다국적 기업의 독점이윤만을 보장하는 것이 되고, iii) 상표의 출처표시기능이 약화되고 품질보증기능이 강화되는 현실에서 수요자의 신뢰이익을 해칠 염려가 크지 않다고 한다.

1) 사법연수원, 상표법, 2004년, 169면

2) 김원오, 상표보호의 국제적 규범체계와 그 동향에 관한 연구, 286면

(3) 입법례

1) 국제조약

파리협약은 상표권의 독립을 원칙으로 하지만, WTO/TRIPs는 '내국민대우의 원칙과 최혜국대우의 규정을 준수하는 한 본 협정의 어떠한 것도 지적재산권의 소진 문제를 다루는데 적용할 수 없다' 고 하여 보다 완화된 태도를 취하고 있다.

2) 미국

미국 법원은 처음에는 보편성 원칙에 따라 상표권자를 병행수입으로부터 보호하지 않았다. 예컨대, Apollinaris v. Scherer 사건에서 법원은 보편성 원칙에 따라 피고가 진정상품을 수입해서 판매하였고 수입된 미네랄 워터의 출처에 관하여 공중이 기망당한 것이 없기 때문에 원고의 상표에 대한 어떠한 침해도 없다고 판시하였다. 19 세가 말에 이르러 상표소유자가 국가적으로 나뉘어지고 상표명은 국제적인 것으로 되어 병행수입은 '공중에 대한 기망' 보다도 '상표소유자에 대한 기망' 을 일으키게 되었고 보편성의 원칙보다도 속지주의 원칙에 주목하게 되었다.³⁾

관세법 제526조를 입법하여 회색상품의 수입을 금지하고, 상표법에서 등록된 상표를 복제하거나 모방한 수입상품의 미국 영내의 진입을 금지하도록 했으나, 1980년 대부터 병행수입이 급속히 확대되어 국내외 상표권자가 동일하거나 국내외 상표권자가 모자회사관계, 공동소유 또는 지배권하에 있는 경우 및 미국 상표권자가 외국의 제조업자에게 상표사용을 허락한 경우에는 병행수입을 허용하는 것이 일반적이 되었다.

3) EU

EU는 공동체상표의 병행수입을 허용하는 명문의 규정을 두고 있으나 EU국가와 타국가의 관계에 있어서는 각국의 국내법에 따라 처리하도록 하고 있다. 일반적으로, 병행수입을 원칙적으로 허용하되 국내의 상표권자와 외국의 상표권자간에 아무 관련이 없고 각자의 상표권이 전혀 무관하게 독립적으로 취득된 경우에는 예외적으로 병행수입을 금지하고 있다.

4) 일본

일본은 상표법상 명문의 규정을 두지 않고 우리나라와 마찬가지로 대장성지침 및 공정거래위원회 고시, 판례 등을 통해 병행수입문제를 제한적으로 허용하고 있다.

3. 병행수입의 유형에 따른 상표권 침해 여부

(1) 서

병행수입이 허용되기 위해서는 수입되는 상품이 외국에서 적법하게 유통된 진정상품이어야 하며, 품질보증기능이 침해되지 않도록 병행수입품과 국내에서 유통되는 상품이 동일한 것이어야 한다. 다만, 품질, 형태 등에 다소의 차이가 있더라도 그 차이가 저명상표를 출처원으로 표시하는 상품으로써의 허용된 범위인 경우에는 병행수입이 허용된다고 보아야 한다.

(2) 병행수입의 유형⁴⁾

1) 국내외의 상표권자가 동일인이고 그 상표권자 또는 그 상표권자의 사용권자가 외국에서 유통시킨 상품을 수입하는 경우에는 병행수입이 허용된다.

2) 국내외의 상표권자가 동일인이고, 국내에서 그 상표권에 대하여 전용사용권이 설정된 경우에는 i) 국내의 전용사용권자가 상표품을 외국으로부터 수입하기만 하는 자인 경우에는 동일한 상품이므로 병행수입이 허용되나, ii) 국내의 전용사용권자가 상표품을 직접 생산하여 판매하는 경우에는 병행수입이 허용되는 경우도 있지만, 국내 라이선시가 경주한 기업노력과 투자의 보호, 상품 품질의 차이 등을 고려하여 병행수입을 불허하는 경우도 있다.

3) 국내의 상표권자가 타인이지만, 이들 간에 법률적·경제적으로 밀접한 관계가 있는 경우에는 i) 국내상표권자가 외국 상표권자의 총대리점 또는 독점적 판매업자

3) 사법연수원, 상표법, 2004년, 171면

4) 최성우, 주제별상표법, 469면

의 관계에 있는 경우에는 품질의 동일성이 유지되며, 일반수요자는 국내의 상표권자가 외국 상표권자의 지점적인 존재로 인식할 것이므로 병행수입이 허용된다. 또한, ii) 국내의 상표권자가 계열회사 관계에 있어 동일시 할 수 있는 경우에는 일반적으로 병행수입이 허용된다. 하지만, iii) 동일기업집단에 속하는 회사이지만, 자회사 각각이 그 상표에 대한 각국에서의 상표권자이고 시장공급이 분산되어 있는 경우로서 내국의 제조자는 외국의 제조자와 끈끈한 관계에 의해 결합되어 있다면 일반적으로 제조자가 상이하여 품질이 상이하므로 병행수입이 허용되지 않는다.

- 4) 상표가 동일인의 소유였으나 그 후 1국의 상표권이 양도된 경우와 같이, 당초에는 상표가 동일출처를 표시하는 것이었지만, 국내외의 상표권자가 현재에는 법률적·경제적으로 아무런 관계가 없는 경우에는 병행수입이 허용되지 않는다.
- 5) 내외국의 상표권자가 전혀 별개인 경우에는 원칙적으로 속지주의원칙이 적용되어 진정상품의 병행수입이 허용되지 않으며, 모방상표인 경우에 한하여 상표법 제7조제1항 제12호 또는 제23조 제1항 제3호의 문제로 될 뿐이다.
- 6) 국내에 수입되면서 상품의 형태가 변경되거나 포장 또는 내용물이 교체되는 경우에는 국내에서의 상표권을 침해하는 것이 된다. 병행수입품은 A/S나 보증기간이 다를 수 있으므로 병행수입품임을 표시하지 아니하여 수요자에게 품질오인을 일으킬 우려가 있는 경우에는 병행수입이 허용되지 아니한다는 견해가 있다.

III. 구체적인 사례들

1. 가짜 폴로 사건⁵⁾

국내 전용사용권자가 그 등록을 마친 후 폴로 상표가 부착된 의류를 국내에서 제조·판매하면서 많은 비용을 들

여 그 제품에 대한 선전·광고 등의 활동을 하여 왔고, 국외에서 판매되는 같은 상표가 부착된 의류 중에는 미합중국 외에 인건비가 낮은 제3국에서 주문자 상표 부착 방식으로 제조되어 판매되는 상품들도 적지 않으며, 국내 전용사용권자와 국외의 상표권자와의 사이에는 국내 전용사용권 설정에 따른 계약관계 이외에 달리 동일인이라거나 같은 계열사라는 등의 특별한 관계는 없는 경우, 국외에서 제조·판매되는 상품과 국내 전용사용권자가 제조·판매하는 상품 사이에 품질상 아무런 차이가 없다거나 그 제조·판매의 출처가 동일한 것이라고 할 수 없고, 또한 국외의 상표권자와 국내 전용사용권자가 공동의 지배통제 관계에서 상표권을 남용하여 부당하게 독점적인 이익을 꾀할 우려도 적다고 할 것이므로, 이러한 경우에는 이른바 진정상품의 병행수입이라고 하더라도 국내 전용사용권을 침해하는 것으로서 허용되지 않는다.

2. 버버리 사건⁶⁾

병행수입 그 자체는 위법성이 없는 정당한 행위로서 상표권 침해 등을 구성하지 아니하므로 병행수입업자가 상표권자의 상표가 부착된 상태에서 상품을 판매하는 행위는 당연히 허용될 것인바, 상표제도는 상표를 보호함으로써 상표 사용자의 업무상의 신용유지를 도모하여 산업발전에 이바지함과 아울러 수요자의 이익을 보호함을 목적으로 하고, 상표는 기본적으로 당해 상표가 부착된 상품의 출처가 특정한 영업주체임을 나타내는 상품출처표시기능과 이에 수반되는 품질보증기능이 주된 기능이라는 점 등에 비추어 볼 때, 병행수입업자가 위와 같이 소극적으로 상표를 사용하는 것에 그치지 아니하고 나아가 적극적으로 상표권자의 상표를 사용하여 광고·선전행위를 하더라도 그로 인하여 위와 같은 상표의 기능을 훼손할 우려가 없고 국내 일반 수요자들에게 상품의 출처나 품질에 관하여 오인·혼동을 불러일으킬 가능성도 없다면, 이러한 행위는 실질적으로 상표권 침해의 위법성이 있다고 볼 수 없을 것

5) 대법원 1997.10.10 선고 96도2191 판결

6) 대법원 2002. 9. 24. 선고 99다42322 판결

이므로, 상표권자는 상표권에 기하여 그 침해의 금지나 침해행위를 조성한 물건의 폐기 등을 청구할 수 없다고 봄이 상당하다.

다만, 병행수입업자가 적극적으로 상표권자의 상표를 사용하여 광고·선전행위를 한 것이 실질적으로 상표권 침해의 위법성이 있다고 볼 수 없어 상표권 침해가 성립하지 아니한다고 하더라도, 그 사용태양 등에 비추어 영업표지로서의 기능을 갖는 경우에는 일반 수요자들로 하여금 병행수입업자가 외국 본사의 국내 공인 대리점 등으로 오인하게 할 우려가 있으므로, 이러한 사용행위는 부정경쟁방지및영업비밀보호에관한법률 제2조 제1호 (나)목 소정의 영업주체혼동행위에 해당되어 허용될 수 없다.

병행수입업자인 피고가 문제된 선전광고물, 명함, 포장지, 쇼핑백, 내·외부 간판에 부착 또는 표시하여 사용한 이 사건 표장은 원고 버버리의 등록상표들과 동일하거나 극히 유사하여 상품 출처에 오인 혼동이 생길 염려가 없고 또 피고가 수입한 상품이 원고 버버리에 의하여 생산된 진정상품인 이상 국내 독점적인 수입·판매대리점인 원고 유로통상이 원고 버버리로부터 수입하여 판매하는 상품과 품질에 있어 차이가 있다고 보기도 어려우므로, 결국 상표제도의 목적이나 상표의 기능 등에 비추어 피고가 위 선전광고물이나 명함 및 외부 간판 등에 그러한 표장을 사용한 행위는 실질적으로 위법하다고 할 수 없어 원고 버버리의 상표권을 침해한 것으로 보기 어렵다고 할 것이다. 다만, 부정경쟁행위인지에 대한 판단에서, 매장 내부 간판, 포장지 및 쇼핑백, 선전광고물은 영업표지로 볼 수 없거나 병행수입업자의 매장이 마치 대리점인 것처럼 오인하게 할 염려가 없다고 보아 이 사건 표장의 사용이 허용되는 반면에, 사무소, 영업소, 매장의 외부 간판 및 명함은 영업표지로 사용한 것이어서 이 사건 표장의 사용이 허용될 수 없다고 하였다.

3. 스타크래프트 사건⁷⁾

국내에 등록된 상표와 동일·유사한 상표가 부착된 지

정상품과 동일·유사한 상품을 수입하는 행위가 그 등록상표권의 침해 등을 구성하지 않는다고 하기 위해서는, 외국의 상표권자 내지 정당한 사용권자가 그 수입된 상품에 상표를 부착하였어야 하고, 그 외국 상표권자와 우리나라의 등록상표권자가 법적 또는 경제적으로 밀접한 관계에 있거나 그 밖의 사정에 의하여 위와 같은 수입상품에 부착된 상표가 우리나라의 등록상표와 동일한 출처를 표시하는 것으로 볼 수 있는 경우이어야 한다. 아울러 그 수입된 상품과 우리나라의 상표권자가 등록상표를 부착한 상품 사이에 품질에 있어 실질적인 차이가 없어야 하고, 여기에서 품질의 차이란 제품 자체의 성능, 내구성 등의 차이를 의미하는 것이지 그에 부수되는 서비스로서의 고객지원, 무상수리, 부품교체 등의 유무에 따른 차이를 말하는 것이 아니다.

이 사건 수입제품은 이 사건 “STARCRAFT” 상표의 미국 내 상표권자인 블리자드사(Blizzard Entertainment, Inc.)가 적법하게 상표를 부착하여 미국에서 판매한 소위 진정상품으로서, 미국 상표권자와 국내의 등록상표권자가 위 블리자드사로 동일하고, 이 사건 “STARCRAFT” 상표와 관련하여 그 전용사용권자인 원고가 국내에서 독자적인 영업상 신용을 쌓아오으로써 국내의 일반 수요자들 사이에 국내 등록상표의 출처를 이 사건 상표권자인 블리자드사가 아닌 원고로 인식하기에 이르렀다고 볼 수 없으므로, 이 사건 수입제품에 부착된 상표가 국내의 등록상표와 동일한 출처를 표시하는 것으로 볼 수 있고, 네트워크를 통한 오락용 컴퓨터 소프트웨어 시디(CD)인 이 사건 수입제품은 디지털화된 정보를 담고 있는 매개체로서 생산자나 판매국에 따라 부수적인 정보에 있어서 다소 간의 차이가 있을지언정 그 주된 내용인 게임의 실행과정에 있어서는 동일한 내용을 담고 있을 수밖에 없다는 특성에 비추어 볼 때 국내 등록상표품인 원고의 제품과 이 사건 수입제품 사이에 품질에 있어 차이가 있다고 할 수 없고, 이는 국내 상표품이 이 사건 수입제품에 비해 시디 키(CD key)의 사후적 관리가 이루어지는 등 그 부수적 서비스에 차이가 있다고 하더

7) 대법원 2006.10.13. 선고 2006다40423 판결

라도 달라지지 않으므로, 국내 전용사용권을 침해하는 것이 아니다.

IV. 진정상품 병행수입의 허용성에 대한 소결

진정상품 병행수입의 문제는 우리나라의 현행 상표법의 의해서는 명확하게 규율될 수 없어 상표제도의 목적과 상표의 기능과의 관계에서 해석에 의해 그 허용여부가 가려질 수밖에 없고 상표소유자와 소비자 및 병행수입업자의 대립되는 이해관계의 조정이라는 상표법외적인 요소를 고려해야 한다.

그 허용여부에 대해서 상표권의 효력은 각국별로 제한된다는 속지주의 이론에서는 원칙적으로 진정상품의 병행수입은 상표권을 침해하는 것으로서 허용하지 않으나 속

지주의 이론을 취한다고 하여 반드시 이를 불허하여야 할 논리적인 필연성은 없을 뿐만 아니라 오늘날 속지주의를 근거로 하여 진정상품의 병행수입을 전면적으로 불허하는 예는 없다. 오히려 진정상품의 병행수입을 인정하되 어떤 이론하에서, 어떤 범위에서, 그것을 인정할 것인가하는 것이 문제로 되고 있다.⁸⁾

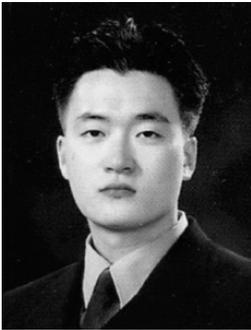
V. 사안의 해결

사안에서 乙이 국내에서 판매하고 있는 자동차는 독일에서 甲이 직접 제조한 것으로서 광의의 출처원이 동일하고 그 품질이 동일하기 때문에, 상표의 기능을 전혀 훼손하지 않고 있다. 따라서 乙이 판매하는 상품이 진정상품인 이상, 甲의 상표권을 침해하는 것이 아니다.



8) 사법연수원, 상표법, 2004년, 187면

특유디자인의 보호방안



김 응

연세대학교 생물학과 졸업
고려대학교 전자공학과 졸업
한국특허아카데미 디자인보호법 전임
(2005년부터 2007년 7월까지)
합격의법학원 디자인보호법 전임
(2007년 8월부터 현재까지)
(현) 리&목 특허법인 근무

I. 서설

디자인은 특허법의 보호객체인 기술적 사상과는 달리 모방이 매우 용이하고, 유행성이 강하여 그 수명이 짧다고 할 수 있으며, 도면, 사진 등에 의하여 시각적으로 표현되므로 그 권리범위가 상대적으로 협소하다. 따라서 디자인 보호법은 이와 같은 디자인의 거래 관념상의 특성을 고려하여 타 산업재산권법과는 다른 특유디자인의 보호를 위한 제도를 마련하고 있다. 대표적인 예는 글자체디자인, 화상디자인 및 한 벌 물품의 디자인이 있다. 이하, 이에 대해서 상세하게 검토한다.

II. 글자체디자인의 보호방안

1. 글자체디자인의 의의 및 취지

글자체라 함은 기록이나 표시 또는 인쇄 등에 사용하기 위하여 공통적인 특징을 가진 형태로 만들어진 한 벌의 글자꼴(숫자, 문장부호 및 기호 등의 형태를 포함한다)을 말

한다.(제2조제1호의2) 현행법은 디자인의 정의규정에서 글자체를 물품에 포함시켜 일반적인 디자인과 마찬가지로 보호하고 있다.(제2조제1호괄호) 종래에는 글자체 개발자는 글자체 개발시 많은 노력과 자본을 투입하고 있으나 이를 보호해줄 수 있는 제도적 장치가 없어 경쟁업체의 도용 및 모방으로부터 무방비 상태에 놓이게 되어 글자체의 개발의욕을 상실케 하는 바 이를 디자인보호법에서 보호하여 창의적인 글자체 개발을 촉진하고자 함이다.

2. 글자체디자인의 성립요건

(1) 일반적인 디자인의 성립요건을 갖출 것

디자인보호법상 디자인은 기본적으로 물품성, 형태성, 시각성 및 심미성의 요건을 갖추어야 한다. 그러나 글자체는 그 자체가 독립성이 있는 구체적인 물품으로서 유체동산에 해당하지 않고, 형상·모양·색채 중 주로 모양(또는 모양과 색채)에 해당되기 때문에 심사기준은 글자체디자인에 대하여 글자체를

물품으로 보며, 형상을 수반하지 않는 것으로 보고 있다. 한편, 글자체디자인은 일반적인 디자인의 성립요건 이외에 다음 3가지의 특유의 성립요건을 또한 구비하여야 한다.

(2) 기록이나 표시 또는 인쇄 등에 사용하기 위한 것일 것

글자체는 단순히 미적 감상의 대상이 아니라, 기록이나 표시 또는 인쇄 등에 사용하기 위한 실용적 목적으로 창작된 것이어야 한다.

(3) 공통적인 특징을 가진 형태로 만들어진 것일 것

글자체란 “한 별의 문자·서체 등에 대하여 독특한 형태의 디자인을 한 것”으로서, 글자들 간에 통일과 조화를 이루도록 만들어진 한 별의 글자들을 말한다. 여기서 공통적인 특징을 가진 형태란 개개 글자 꼴들이 지니는 모양·규모·색채·질감 등이 서로 비슷하여 시각적으로 서로 닮아 있거나 같은 그룹으로 보이는 형태를 말한다.

(4) 한 별의 한글 글자꼴, 한 별의 영문자 글자꼴, 한 별의 기타 외국문자 글자꼴, 한 별의 숫자 글자꼴, 한 별의 특수기호 글자꼴 또는 한 별의 한자 글자꼴일 것

디자인보호법상의 글자체란 글자꼴 하나하나를 가리키는 것이 아니라, 개개 글자꼴들 간에 공통적인 특징을 가지도록 만들어진 한 별의 글자꼴로서 개개의 글자꼴이 모인 그 전체로서의 조합을 의미한다. 즉, 한글이나 영문자 글자꼴 등이 각각으로 한 별의 글자꼴을 구성하므로 이는 각각 별개의 디자인권을 구성한다고 볼 것이다.

3. 출원시 법적취급

(1) 출원서

출원서는 출원서의 일반적인 기재방식을 따라야 한다. 단독디자인등록출원 또는 유사디자인등록출원인지 여부를 고려하여야 한다.(제9조) 글자체디자인

은 심사등록출원으로 하며,(제9조제6항) 디자인의 대상이 되는 물품은 시행규칙 별표4의 대분류 N1류의 물품의 구분에 따라야 한다. 글자체디자인의 경우에는 한글·영문자·기타 외국문자·숫자·특수기호·한자 글자체별로 구분하여 각각 출원하여야 한다. 따라서 한글, 영문자 등을 함께 출원하게 되면 1디자인1출원주의 위반이 될 수 있다.(제11조제1항)

(2) 도면의 작성방법

글자체디자인의 도면은 별지3호의5서식에 의하며,(시행규칙 제5조제4항) 별표6에서 정하는 지정글자, 보기문장 및 대표글자도면을 도시하여야 한다.(시행규칙 제5조제5항) 한글글자체의 경우 등록용 500자, 영문자의 경우 등록용 52자, 숫자의 경우 등록용 10자, 특수기호의 경우 등록용 120자, 한자의 경우 등록용 900자 등의 지정글자 도면과 각각의 글자체의 보기문장, 대표글자 도면을 제출한다. 디자인의 설명란에는 출원하는 당해 글자체디자인의 종류 및 사용목적 등에 관한 설명을 기재하여야 하고, 디자인 창작내용의 요점란에는 공지된 글자체 디자인과 비교하여 독창적으로 창작된 내용을 중점적으로 기재하며, 등록요건을 판단하는데 도움이 되도록 창작된 글자체 디자인의 분류를 기재할 수 있다.

4. 등록요건의 판단

(1) 공업상 이용가능성(제5조제1항본문)

지정글자, 보기문장, 대표글자도면이 시행규칙 별표6에서 정하는 대로 도시되지 아니한 경우, 지정글자, 보기문장, 대표글자도면 중 일부가 없는 경우 도면의 표현이 구체적이지 아니하여 공업상 이용가능성 위반이다.

(2) 글자체디자인의 동일 또는 유사여부 판단

시행규칙 별표4의 N1류의 글자체의 물품의 구분 중 한글 글자체, 영문자 글자체, 기타 외국문자 글자체,

숫자 글자체, 특수기호 글자체, 한자 글자체 상호간은 유사한 물품으로 보지 아니한다. 출원된 글자체 디자인이 i) 기존 글자체의 복사나 기계적 복제에 해당되는 경우, ii) 기존 글자체의 부분적 변경에 해당되는 경우, iii) 기존 글자체의 자족(패밀리 글자체)에 해당되는 경우에는 기존 글자체디자인과 동일 또는 유사하다고 판단한다. 출원된 글자체디자인의 유사여부에 대하여 심사관은 디자인심사자문위원회에 자문을 의뢰할 수 있다.

(3) 신규성(제5조제1항각호)

출원전에 국내 또는 국외에서 공지되었거나 공연히 실시된 글자체디자인 또는 반포된 간행물(CD-ROM 포함)에 게재되었거나 전기통신회선(인터넷)을 통하여 공중이 이용가능하게 된 글자체디자인 및 이에 유사한 글자체디자인은 디자인등록을 받을 수 없다. 공지 등이 된 글자체디자인과 출원된 글자체디자인 간의 신규성 위반 여부 판단은 상기 글자체디자인의 동일 또는 유사판단에 의한다. 따라서, 동일한 글자체를 전제로 양 글자체간 복사나 기계적 복제, 부분적 변경, 자족(패밀리 글자체)에 해당하는 경우에 신규성 위반이 될 수 있다.

(4) 창작성(제5조제2항)

출원전에 그 디자인이 속하는 분야에서 통상의 지식을 가진 자가 공지 등이 된 글자체디자인의 결합에 의하거나 국내주지형태에 의하여 용이하게 창작할 수 있는 글자체디자인은 창작성 위반이 될 수 있다.

(5) 1디자인1출원주의(제11조)

한글 글자체와 영문자 글자체, 한글 글자체와 특수기호 글자체, 영문자 글자체와 숫자 글자체 등은 1디자인으로 출원할 수 없는 물품에 해당한다. 따라서 각각 출원하여야 한다. 글자체디자인은 시행규칙 별표 4의 물품의 구분에서 1물품을 지정하여 기재하는 바 예컨대, 디자인의 대상이 되는 물품란에는 ‘한글 글자체’, ‘영문자 글자체’, ‘그리스문자 글자체’, ‘숫자 글자체’, ‘특수기호 글자체’ 또는 ‘한자 글자체’

등으로 기재하여야 하며, “글자체”와 같이 기재하면 정당한 물품명이 아닌 바 제11조제2항 위반이다.

5. 등록 후 법적 취급

글자체디자인권자는 업으로서 등록디자인 또는 이와 유사한 디자인을 실시할 권리를 독점한다.(제41조) 따라서, 글자체디자인의 디자인권은 동일한 글자체를 전제로 양 글자체간의 복사나 기계적 복제, 부분적 변경, 자족(패밀리 글자체)에 해당하는 범위 내에서 발생한다. 다만, i) 타자, 조판 또는 인쇄 등의 통상적인 과정에서 글자체를 사용하는 경우, ii) i)에 따른 글자체의 사용으로 생산된 결과물과 같이 일반사용자에게 미치는 영향이 큰 글자체의 사용에 대해서는 디자인권의 효력이 미치지 아니한다.(제44조제2항) 이는 글자체디자인권의 효력은 글자체의 생산 및 유통행위에만 미치도록 하여 출판, 인쇄 및 통상적인 과정에서 일반수요자가 자유롭게 글자체를 사용할 수 있도록 하기 위함이다.

III. 화상디자인의 보호방안

1. 화상디자인의 의의 및 보호취지

화상디자인이란 컴퓨터 모니터, 휴대전화기 등의 물품의 액정화면 등 표시부에 표시되는 도형 등을 말한다. 유체물의 디자인 창작에 못지 않게 화상디자인도 창작자의 노력과 자본이 소요되고, 디자인창작자의 창작영역이 무체물까지 확대되는 현실을 감안하여 이를 디자인보호법에서 보호하고자 하는 것이다.

2. 디자인을 구성하는 요소로서 인정되는 화상디자인 및 물품의 범위

디자인보호법상 디자인의 구성요소로 인정되는 화상디자인의 범위에는 대체적으로 그래픽사용자인터페이스(GUI), 아이콘(Icon) 및 그래픽 이미지(Graphic Images) 등이 포함된다. 출원가능한 물품에는 컴퓨터 모니터, 휴대전화기, 개인휴대정보단말기(PDA) 등의 표시부를 가지고 있는 모든 정보화기기가 포함된다. 그러나 화상디자인 자체만은 디자인보호법상의 보호대상이 되는 물품에 해당되지 않는다.

3. 화상디자인에 관한 심사기준의 태도

2003년 7월 1일 시행 심사기준은 “물품의 액정화면 등 표시부에 표시되는 도형 등(화상디자인)이 물품에 일시적으로 구현되는 경우에도 그 물품은 화상디자인을 표시한 상태에서 공업상 이용할 수 있는 디자인으로 취급한다”라고 규정하였다. 따라서 액정화면 등의 표시부를 가지고 있는 모든 정보화기기 등은 화상디자인을 표시한 상태에서 디자인등록을 받을 수 있는 것으로 해석하고 있다. 그러나 화상디자인 자체의 물품성을 의제한 것은 아니므로, 화상디자인은 단순히 정보화기기에 관한 디자인을 구성하는 형태의 일요소인 “모양”으로 인정될 뿐이다.

4. 출원시 법적 취급

(1) 출원서

디자인무심사등록출원서의 일반적인 기재방식을 따라야 한다. 또한, 복수디자인등록출원인지 여부, 단독디자인등록출원 또는 유사디자인등록출원인지 여부를 고려하여야 한다.(제9조) 액정화면 등 표시부에 일시적으로 도형 등이 표시되는 화상디자인에 관한 물품은 디자인무심사등록출원을 할 수 있는 물품이다.(제9조제6항 및 시행규칙 제9조 참고) 즉, 화상디자인에 관한 물품의 디자인등록출원은 디자인무심사등록출원서를 제출해야 한다. 다만, 화상디자인을 포함하는 전체디자인에 관한 출원은 당해 정보화기기 등의 물품의 종류에 따라 심사 또는 무심사등록출원으로 취급될 수 있다. 디자인의 대상이 되는 물품의 명칭은 원칙적으로 시행규칙 별표4의 물품의 구분에 기재된 독립거래의 대상이 되는 물품명을 기재하여야 하지만, 화상디자인에 관한 출원에 있어서는 예외적으로 “화상디자인이 표시된 컴퓨터 모니터”와 같이 형태에 관한 명칭으로 기재할 수 있다.

(2) 도면의 작성방법

도면에는 등록을 받고자 하는 화상디자인을 실선으로, 그 이외 부분은 파선으로 도시하여 명확히 구분하여야 하고, 경계가 불명확한 경우 경계선을 1점쇄

선으로 도시하며, 디자인의 설명란에는 등록받고자 하는 부분을 특정한 방법, 1점쇄선 등에 관한 설명을 기재한다. 한편, 정보화기기 등과 같은 입체적인 물품에 관한 부분디자인은 원칙적으로 사시도 및 6면도를 모두 제출해야 하지만 화상디자인을 특정한 부분디자인은 출원인의 편의상 정면도를 제외한 나머지 도면을 생략할 수 있다.(시행규칙 제5조제3항) 한편, 표시부에 인쇄된 도형 등이 포함된 경우 필수도면(정면도)으로는 표시된 도형 등이 화상디자인인지 인쇄된 도형인지 여부가 불명확할 때에는, ‘비통전시의 상태도’ 나 ‘인쇄된 도형 등만을 표시한 참고도’ 등에 의하여 당해 인쇄된 도형 등을 명확히 하여야 한다.

5. 등록요건의 판단

액정화면 등 표시부에 일시적으로 도형 등이 표시되는 화상디자인에 관한 물품은 디자인무심사등록출원을 할 수 있는 물품이다.(제9조제6항 및 시행규칙 제9조 참고) 즉, 화상디자인에 관한 출원은 무심사등록출원으로 취급되므로 원칙적으로는 무심사등록요건을 만족하면 등록이 가능하지만(제26조제2항) 예외적으로 제3자의 정보제공시에는 신규성, 선출원주의 등의 등록요건 위반으로 거절될 수 있다.(제26조제3항)

6. 등록 후 법적 취급

디자인권자는 업으로서 등록디자인 또는 이와 유사한 디자인을 실시할 권리를 독점한다.(제41조) 따라서 화상디자인에 관하여 전체디자인 또는 부분디자인으로 등록받은 경우 디자인권의 권리범위는 정보화기기 등의 동일 또는 유사물품을 전제로 화상디자인을 포함하는 전체 또는 부분의 동일 또는 유사범위에서 발생한다.

IV. 한 별 물품의 디자인의 보호 방안

1. 한 별 물품의 디자인의 의의 및 취지

2이상의 물품이 한 별의 물품으로 동시에 사용되는 경우 당해 한 별 물품의 디자인이 한 별 전체로서 통일성이 있는 때에는 1디자인으로 디자인등록을 받을 수 있다.(제12조)

이와 같은 디자인을 한 벌 물품의 디자인이라 한다. 원칙적으로 1디자인1출원주의 원칙상 다물품은 등록을 받을 수 없지만 본 규정에 의해 2이상의 물품을 한 벌 물품의 디자인으로 보호받을 수 있다. 이는 산업사회의 다양화에 따른 통합적 미감 또는 시스템디자인의 보호를 통해 거래사회의 실정에 호응하기 위함이다.

2. 한 벌 물품의 디자인의 성립요건

(1) 2 이상의 물품일 것.

2001년 7월 1일 시행법은 구법에서 “2종”으로 규정되었던 것과는 달리 구성물품이 동종 또는 이종과 상관없이 2이상이면 족하도록 요건을 완화하였다.

(2) 동시에 사용될 것.

2001년 7월 1일 시행법은 구법에서 관습상 한 벌의 물품으로 판매되고 사용될 것을 요구하였던 것과는 달리 동시에 사용된다는 것은 언제든지 반드시 동시에 사용되는 것이 아니라 관념적으로 하나의 사용이 다른 것의 사용을 예상케 하는 것을 의미한다고 보고 있다.

(3) 한 벌 전체로서의 통일성이 있을 것.

한 벌 전체로서의 통일성이 있는 예는 1) 각 구성물품의 형상·모양·색채 또는 이들의 결합이 동일한 표현방법으로 표현되어 한 벌 전체로서 통일성이 있다고 인정되는 것. 2) 각 구성물품이 상호집합되어 하나의 통일된 형상·모양 등을 표현함으로써 한 벌 전체로서 통일성이 있다고 인정되는 것. 3) 각 구성물품의 형상·모양·색채 또는 이들의 결합에 의하여 전설이나 관념적으로 관련이 있는 인상을 줌으로써 한 벌 전체로서 통일성이 있다고 인정되는 것 등이 있다.

(4) 한 벌의 물품의 구분에 의할 것

시행규칙 별표5에서 정하는 한 벌 물품에 해당하여야 한다. 시행규칙 별표5는 총 31종의 물품을 규정하고 있다. 한 벌 물품의 구성물품이 적합할 것. 한 벌

의 구성물품은 심사기준 별표1에서 정하는 한 벌을 구성하는 물품의 적합성 요건을 구비하여야 한다. 다만, 정하여진 구성물품 이외의 물품이 포함된 경우에는 한 벌 물품으로 정하여진 물품과 동시에 사용되는 것이 명백한 경우에 한하여 상당한 한 벌 물품으로 인정할 수 있다.

3. 출원시 법적 취급

(1) 출원서

출원서의 일반적인 기재방식을 따라야 한다. 디자인 심사등록출원 또는 무심사등록출원인지 여부, 무심사등록출원의 경우 복수디자인등록출원인지 여부, 단독디자인등록출원 또는 유사디자인등록출원인지 여부를 고려하여야 한다.(제9조) 디자인의 대상이 되는 물품은 시행규칙 별표5에서 정하는 한 벌의 물품명을 기재하여야 한다.

(2) 도면의 기재방법

한 벌 물품 디자인의 도면은 각 구성물품의 도면만으로 한 벌 물품의 디자인을 충분히 표현할 수 있는 경우에는 각 구성물품마다 1조의 도면을 제출하고, 각 구성물품이 상호집합되어 하나의 통일된 형상·모양 또는 관념을 표현하는 경우에는 구성물품이 조합된 상태의 1조의 도면과 각 구성물품에 대한 1조의 도면을 제출하여야 한다.

4. 등록요건의 판단

2001년 7월 1일 시행법 이전에는 제12조제3항의 규정에 의해 한 벌의 물품의 일부 구성물품 디자인에 대하여도 제5조, 제6조, 제16조의 요건을 구비할 것을 요구하였으나, 2001년 7월 1일 시행법 이후에는 제12조제3항이 삭제됨으로서 일반적인 등록요건 판단시 원칙적으로 한 벌 물품의 디자인 전체로서만 판단한다. 다만, 제6조제1호 내지 제3호의 판단시에는 한 벌 물품을 구성하는 일부의 구성물품에 관한 디자인만이 이에 해당하더라도 디자인등록을 받을 수 없다.

5. 등록 후 법적 취급

한 벌 물품의 디자인 전체로서 하나의 디자인권이 발생하며, 각 구성물품에 대한 디자인권이 발생하는 것은 아니다. 예를 들어, “한 벌의 텔레비전 수상기와 받침대”에 관하여 한 벌 물품의 디자인으로 디자인등록을 받은 자는 그 한 벌의 물품을 구성하는 받침대의 디자인에 대해서만 전용실시권을 설정할 수 없다.

V. 결어

현재 다양한 디자인이 많은 분야에서 응용되고 있고, 새

로운 수익 창출 모델로서 각광받고 있는 것이 현실이다. 디자인보호법은 이러한 산업 전반의 흐름에 주의를 기울일 필요가 있고, 법적안정성을 해치지 않는 범위에서 더욱 융통성 있는 개정 및 법적 해석이 요구된다. 특히, 새로운 디자인 분야의 창작물을 적시에 보호함으로써, 디자인 창작자의 창작 의욕을 고취시킴과 동시에 디자인 분야의 획기적인 발전을 도모할 필요가 있는바, 차후 예정된 디자인보호법 개정에서는 법 목적에 반하지 않는 한, 디자인 정의 규정의 제한 요건들을 일정 부분 완화시키는 것이 고려되어야 할 것이라고 본다.

발명특허 2009. 12



발명만화

아무도 몰랐던 물래발명이야기

64

건강하게 삽시다

우리아이 치아 건강하게 지켜요

66

문화산책

68

IP Information

아무도 몰랐던 **물래발명**이야기

「캔뚜껑」

글·그림
김민재

지금은 누구나 별생각없이
따서 마시는 알루미늄 캔



1959년 미국, 어느 피크닉
현장. 소풍길에 '이멜 클레온
프레이즈'씨는 목이 말라 알루미늄
캔에 들어있는 음료를 마시려
했으나.



하지만 이 별거 아닌 것 처럼 보이는
캔뚜껑이 획기적인 발명품이란
사실을 당신은 아시는가?



당시 알루미늄 캔은 반드시
별도의 캔뚜껑이 있어야지만
개봉이 가능했기에 여간
불편한 것이 아니었다.



어느날 그는 차 범퍼를
보고는 아이디어를 얻었다.

그래 잡아당겨 올리자!
쉽게 말랑해 뜯어내는거야!



프레이즈의 아이디어는 여기서
멈추지 않았다. 그는 지레의 원리를
이용해서 이번엔 캔뚜껑을 따치
않고 안쪽으로 밀어 넣어 캔을
개봉시키도록 한 것이다



그의 아이디어는 저중했다
그 복잡한 캔 따는 법이
노인분들 문고리 잡을 힘만
있어도 따지는 것이 아닌가!



이러한 그의 발명은
환경단체의 뜨거운
반응을 일으켰으며 오늘날
모든 캔 뚜껑의 통일을
이루어 냈다.





우리아이 치아 건강하게 지켜요

노희진(을지대학교 치위생학과 교수)

부모님들은 아이의 치아가 맹출 됨과 동시에 치아우식증을 걱정하게 됩니다. 과거에는 '건강한 치아는 오복 중 하나이다' 라고 이야기 했지만, 최근엔 여러가지 구강위생용품과 함께 건전한 구강건강관리법이 다양한 경로로 소개되어 후천적 관리가 활발히 이루어지고 있습니다. 더구나, 자녀의 구강건강을 지키기 위한 부모의 관심과 노력이 과거에 비해 매우 높은 편이기 때문에 앞으로 우리나라 어린이의 구강건강은 지속적으로 향상될 것이라고 생각합니다. 다음은 각 연령대별 구강병 예방법으로, 특히 자녀의 구강관리에 신경을 써야하는 시기와 그 방법에 대한 정보입니다.

1-2세 : 우유나 이유식을 섭취 한 후 물에 적신 거즈로 치아와 잇몸을 잘 닦아줍니다. 이 시기엔 특히 저항력이 약해 보호자의 구강 내 세균이 아기에게 옮겨가기 쉬우므로 아기의 입술에 입을 맞추거나, 보호자와 음식을 나누어 먹지 않도록 합니다. 보호자 자신도 우식성 식품을 삼가고 구강위생관리에 신경을 써서 구강 내 세균 수를 줄이는 노력을 계속합니다.

유아기나 초등학교 저학년 학생의 경우 손놀림이 미숙하여 자신의 구강을 깨끗이 관리하기 어렵기 때문에 어린이 혼자 이를 닦는 것으로 칫솔질을 마치는 것보다는, 부모님이 아이의 뒷편에서 거울을 보며 치아를 구석구석 닦아주고, 치실을 이용하여 치아 사이에 낀 음식물찌꺼기와 치태를 제거해 주는 것이 좋습니다.

5-7세 : 영구치 중 첫 번째 큰 어금니가 맹출하는 시기로 약 14-18개월에 걸쳐 서서히 맹출됩니다. 반면 작은

어금니는 약 1-2개월의 맹출 기간을 갖지요. 따라서 큰 어금니의 경우 맹출이 진행되는 14-18개월 동안, 치아의 일부가 잇몸에 파묻혀 있게 되므로 음식물이 치아와 잇몸 사이, 또는 치아 중 오목하게 들어가는 면에 잘 끼고 제거되지 않아 치아우식증에 노출될 가능성이 높습니다.

더구나 치아의 맹출 과정과 맹출 후 2년간은 아직 미성숙 단계이기 때문에 치아우식증에 이환되기 쉽습니다. 반면, 치아가 아직 미성숙한 단계이기 때문에 이 시기에 불소를 적절히 사용하면 강하고 단단한 치아를 만들 수도 있습니다.

따라서, 이 시기에 불소도포와 함께 구강위생관리를 적극적으로 한다면, 평생 건강한 치아를 가지게 됩니다. 이 시기에는 가정에서 불소치약을 사용하고 치실을 사용하여 치아 사이를 청결히 유지하며, 불소양치액을 매일 사용하거나, 일년에 두 번 치과에 방문하여 전문가 불소도포를 받는 것이 도움이 됩니다.

11-14세: 영구치 중 두 번째 큰 어금니가 맹출되는 시기로 주로 남학생보다는 여학생의 치아가 먼저 맹출하게 됩니다. 첫 번째 큰 어금니와 마찬가지로 16-18개월의 긴 기간 동안 맹출이 지속됩니다. 처음 나온 큰 어금니와 두 번째 어금니 사이의 높이가 다른 기간이 장기간 지속되므로, 이 시기에 두 어금니 사이에 치아우식증이 발생하기 쉽습니다.

이 시기는 대부분의 영구치가 맹출되어 있는 시기로, 대부분의 치아들이 미성숙 단계이고 아직은 건강하지만, 위험에 노출되어 있다고 볼 수 있습니다. 불소치약의 사용, 치실을 이용한 치아사이 청결과 함께, 매일 불소용액 양치 또는 6개월 간격의 치과방문을 통한 전문가 불소도포가 추천됩니다.

어린이와 청소년은 시기적으로 가지는 구강의 특징과 함께 단 음식을 좋아하는 식습관 등으로 치아우식증에 노출될 가능성이 높은 시기입니다. 그러나, 올바른 칫솔질과 치실사용, 부모님의 관심, 그리고 6개월 간격의 규칙적인 치과방문으로 건강한 구강을 지킬 수 있습니다.

제공 건강길라잡이(<http://www.hp.go.kr>)

발명특허 2009. 12

www.davincikorea.co.kr

다빈치코리아

다 빈치를 보면 미래가 보인다!
레오나르도 다 빈치展
 2009.9.15 ~ 2010.3.1
 국립과천과학관 특별전시관

과학, 예술... 만능천재 다 빈치의 모든 것을
 이탈리아에서 직접 옮겨옵니다!
 다 빈치형 인재양성을 위한
초대형 프로젝트!

• 입장료: 성인 11,000원 청소년 10,000원 어린이 9,000원(단체 1,000원 할인)
 • 예매처: ticketslink 티켓링크 1588-7890
 • 전시문의: 070-8631-5061 / 02-3418-5060

레오나르도 다 빈치展

주최: DAVINCI KOREA
 후원: 교육과학기술부 SIWON 테크놀로지 중앙일보
 협력: 재이탈리아학회 인천사연구소
 전시후원: 피렌체테크노아트 Teknoart, 레오나르도 다 빈치 박물관
 미디어후원: NAVER

해외특허뉴스

해외특허동향, 해외특허정책, 해외특허분쟁 및 해외특허 R&D 70

KIPO 소식

특허청 소식 78

즐거운 퍼즐

85

KIPA 소식

한국발명진흥회 행사 및 소식 86

회원가입을 축하합니다!

93

IPNews

청두, 지식재산권 법 집행 및 감독 업무에 대한 논의

최 근 청두시 지식재산권국은 “레이위(雷雨)”, “텐왕(天網)” 행동과 “5.26” 공정건설을 심도 있게 전개하여, 지식재산권 법 집행 지도 감독 업무를 강화하였다. 이와 관련하여 피현(郫縣)에서 지식재산권 법 집행 현장 참관 및 지도 감독 회의를 개최하였다.

청두시(成都市) 지식재산권국, 피현(郫縣) 지식재산권국은 법 집행 연합조직을 구성하여, 2개의 대형 약품 소매기업의 약 3천여 종의 약품에 대하여 표본 검사를 진행하였다. 진행된 검사는 다음과 같으며, 신더우(新都), 평저우(彭州), 원장(溫江), 다이(大邑), 더우장옌(都江堰)의 현(縣) 책임자가 참관하였다.

- ① 일부 약품의 겹포장에 표시되어 있는 특허 번호에 대하여 등록을 진행함
- ② 규범에 어긋나게 사용된 특허번호에 대하여 교정을 진행함
- ③ 상가를 대상으로 홍보 교육을 진행함

법 집행 참관과 함께 시(市)지식재산권국 조직 시편구(西片區) 지식재산권국의 법 집행 업무 책임자는 지도 감독 좌담회를 개최하였다. 이날 좌담회에서는 각 구(區), 시(市), 현(縣)의 법 집행 업무 책임자들의 지식재산권 법 집행 업무 전개 상황에 대한 보고가 진행되었고, 이 자리에서 청두시 지식재산권국은 4/4분기 법 집행 업무를 계획하였다. 또한, 회의 참석자들은 특허 법 집행 실무, 특허 보호 일상 업무 전개, 특허보호 사례 등에 관한 문제에 대해서도 심도 있게 논의하였다.

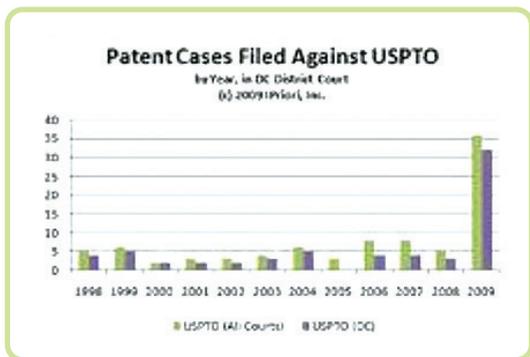
법 집행 현장 참관과 지도 감독 좌담회를 통하여, 구(區), 시(市), 현(縣)의 법 집행원들은 특허 법 집행 업무에 대한 이해를 한층 더 고취시켰다. 또한 향후 더욱더 적극적인 특허 법 집행 활동을 전개하는 한편, 청두시의 “5.26” 공정 건설의 가속화를 공동으로 추진하겠다고 발표하였다.

자료출처 : www.chengdu.gov.cn



특허소송에서 워싱턴 DC 지방법원의 역할

아래 표에 따르면 2009년 워싱턴 DC 연방지방법원에는 USPTO를 대상으로 최근 몇 년간 가장 많은 특허소송이 제기되었다. 2009년 동안 워싱턴 DC 지방법원에는 39건의 특허소송이 제기되었으며(특허상표청을 대상으로 하지 않는 것도 포함), 모두 두 가지로 분류할 수 있다.



〈표〉 USPTO를 대상으로 제기된 특허 소송 건수

가장 많이 제기된 소송은 특허상표청(USPTO)을 대상으로 한 것이다. 2009년 소송의 급증은 주로 특허권자들이 USPTO에 요구한 특허기간 조정 검토 때문이며, 이러한 결과는 연방순회항소법원의 Wyeth v. Kappos 판결로 인한 것으로 보인다. 이 소송은 특허권자가 154조(b)(1)(A)항과 154조(b)(1)(B)항의 권한을 모두 가지고 있을 때 어떻게 특허기간을 계산할 것인가에 초점을 두고 있다. 구두 변론은 지난 10월 초에 실시되었다.

다른 소송으로는 35 U.S.C. § 293에 따라 외국 특허권자를 대상으로 제기된 확인판결 명령신청(declaratory judgment actions) 등이 있다. 이 특허법 조항은 워싱턴 DC

지방법원이 특허에 관한 대물 관할권(in rem jurisdiction)을 가지고 있으며, 외국 법인이 다른 미국 관할지에 지정 대리인을 내세우지 않는 한 워싱턴 DC 지방법원을 재판지로 하도록 규정하였다.

HTC v. Luzzatto, 08-998 소송에서 대만 기업인 HTC는 “전화 인식 통화 장치”에 대한 Luzzatto 특허의 무효화 소송을 제기하였다. 이 소송은 Luzzatto가 자신의 특허권을 다른 법인에 양도하였음에도 불구하고 지방법원이 소송 기각을 거절하였다는 점에서 흥미롭다. 법원은 293조가 특허권자의 관할권을 명시하고 있으며, 100조(d)항에서는 특허권자의 정의에 특허를 발급받은 최초 특허권자뿐만 아니라 권한의 승계인도 포함하도록 규정하였다는 점을 기각 거절의 근거로 들었다.

자료출처 : www.dcd.uscourts.gov

후남 3대 첨단기술산업단지, 국가지재권 시범단지로 지정

후 남성(湖南省) 지식산권국은 국가 지식산권국이 상탄(湘潭)첨단기술 산업단지(고신구)를 국가 지식재산권 시범단지로 승인했다는 소식을 전했다. 상탄 첨단기술 산업단지(고신구)는 주저우(株洲) 첨단기술 산업단지(고신구)와 창사(長沙) 경제개발구(經開區)에 이어, 후남성에서 3번째로 국가지식산권국 시범단지로 선정된 것이다. 이로써 후남성의 창사·주저우·상탄 3대 단지가 모두 국가지식산권 시범단지로 지정되었다. 시범 기간은 향후 3년 동안이고, 시범 단지는 국가 지식산권 전략과 성부(省部)내의 협상 업무 시스템의 중대 조치를 실시할 예정이다.

상탄 첨단기술 산업단지(고신구)는 최근 몇 년 동안 여러 조치를 실시하여, 단지 내 기업 지식재산권을 대폭적으로 창출시켰다.

- 실시한 조치는 ① 지식산권 관리시스템 개선, ② 기업과 대학의 산학협력 촉진, ③ 혁신형 기업에 자금 지원을 함
- 조치 결과는 ① 특허 출원 561건, ② 150여 항목의 과학기술 성과 전환임

최근 이 단지는 첨단기술 제품 2천여 종과 독자적인 지식재산권 제품 1천여 종을 보유하며, 관련 산업의 혁신 능력을 지속적으로 향상시켜 왔다. 또한 자주 지식재산권을 보유한 기업은 상탄 첨단기술 산업단지(고신구)발전의 주요한 원동력 역할을 하였다. 상탄 첨단기술 산업단지는 국가지식산권 시범 단지로 승인된 후, 지식재산권 관리 업무를 주요 의사일정에 포함시킬 예정이다. 이를 통하여 자주 지식재산권을 보유한 상품·산업·기업을 형성하여 향후 상탄시가 신(新)공업화를 추진하는데 큰 성장 동력 역할을 할 예정이다.

자료출처 : www.hunan.gov.cn

USPTO, 특허·상표 보관 도서관 지정

미 국 특허상표청(USPTO)은 Sacred Heart 대학의 Ryan-Matura 도서관을 공식 특허상표청 보관 도서관(Patent and Trademark Depository Library, PTDL)으로 지정하였다. PTDL은 670만 건의 특허와 200만 건에 달하는 상표 등록, 다양한 인쇄 매체와 전자 매체로 기록된 관련정보를 보관하여 공공의 다양한 지식재산 요구를 지원할 것이다. Sacred Heart 대학은 미국 전역 80개 PTDL에 포함되었으며 지난 10월 26일 Ryan-Matura 도서관에서 성대한 개관식을 열었다.

임시 도서관장인 Gavin Ferriby 박사는 “PTDL은 코네티컷 주의 산업계에 큰 가치를 제공할 것이며 Ryan-Matura 도서관은 발명가들과 기업가들에게 특허와 상표에 관한 풍부한 정보를 제공하고, 정보 이용을 도울 전문 인력을 마련할 것”이라고 언급하였다.

USPTO 특허·상표 보관 도서관 프로그램은 특허와 상표 정보를 전파하고 버지니아주의 UTPTO 도서관을 직접 찾을 수 없는 발명가들과 변리사, 대리인, 연구원, 기업가, 학생, 역사학자, 일반 대중을 지원하는 공공 도서관 네트워크이다. 도서관 이용은 무료이며 특허 및 상표 문서 이용과 USPTO 데이터베이스 훈련, USPTO 웹사이트 접속, 공공 지식재산권 세미나 등을 실시하였다.

특허·상표 보관 도서관 프로그램은 1871년 공공이용을 위해 도서관에 특허인쇄물을 배포하도록 한 연방법에 따라 시작되었다. 현재 PTDL 도서관 목록은 www.uspto.gov에서 확인할 수 있다.

자료출처 : www.uspto.gov

미 대학들, 특허 개혁에 대한 우려 표명

미 국 대학 단체들은 백악관에 서한을 보내 특허개혁 논란에 대한 우려를 표명하였다. 이 편지에서 대학 단체들은 현재 상원 특허법안인 S.515가 상원 법사위원회의 협상에 묶여 있음을 지적하였다.

법사위원회는 특허개혁에 관한 대립 의견들을 절충하여 '2009 특허개혁법' 을 지난 4월 초 상원에 제출하였다. 관련자들의 전망에 따르면 상원 투표는 올 가을에 이루어질 것으로 보이나 법사위원회의 대변인은 일정은 정해진 바가 없다고 밝혔다.

대학 대표자들에 따르면 특허개혁법을 통해 새로 도입된 특허 승인 후 문제제기 절차에는 현재 논란이 이어지고 있다. 이들은 기존 특허의 검토를 시작하기 전에 문제제기에 대한 높은 기준을 마련하도록 요구하고 있다.

- 대학 단체가 상무부장관에게 보낸 서한에 따르면 현재 특허성 문제제기 기준에 따르면 재심사 요구의 90%가 승인될 것임. 악명 높은 로펌들이 뻔뻔스럽게 밝혔듯이 일부 기업들은 정당한 특허를 매도하는 문제제기를 통해 경쟁을 막고 시장을 지키고자 할 것임
- 이 서한에는 미국 대학연합(Association of American Universities), 미국 교육회의(American Council on Education), 대학 기술관리자연합(Association of University Technology Managers) 등 6개 대학 기관의 대표들이 서명하였음

대학들은 최근 특허의 획득과 라이선싱, 집행을 활발히 실시하고 있다. 이러한 활동으로 인하여 대학은 스폰서 기업들과 충돌을 빚기도 한다.

이 서한은 또한 S.515의 선발명주의에서 선출원주의로의 변경을 우려하고 있다. 현재 대학 발명가들은 학술지에 먼저 발명품을 게시한 후 특허 출원 여부를 결정하고 있으며 이들의 기본적인 발명은 상업적 이용을 평가하는데 시간이 필요하다. 이에 따라 대학 단체들은 학술지와 학회 발표를 통한 연구결과의 전파를 지원하는 유예기간을 요구하고 있다.

자료출처 : www.whitehouse.gov



EPO 청장, 업무공유와 PCT 개혁 강조

EPO 청장 Alison Brimelow는 업무공유가 특허 출원인들과 전 세계 특허청에 이익을 가져다줄 미래를 향한 길이라고 언급하였다. 또한 워싱턴 AIPLA 연례 회의의 연설에서 작년 한 해 동안 164,000명의 출원인이 특허를 제출한 PCT에 세계 업무공유를 위한 큰 잠재력이 있다는 믿음을 밝혔다.

세계적으로 많은 업무공유 계획이 실험 중이며, 이들의 공통분모는 불필요한 특허청 업무의 중복을 제거하는 견고한 조치를 마련하는 것이다. 유럽의 관점에서 볼 때 이를 위한 가장 중요한 계획은 유럽특허 네트워크(European Patent Network, EPN)와 특허심사하이웨이(Patent Prosecution Highway, PPH), 그리고 PCT이다. Alison Brimelow는 특허청 간의 높은 업무 품질과 신뢰가 성공적인 업무 공유의 핵심임을 강조하였다.

PPH 계획에 관련하여 EPO 청장은 EPO가 최근 EPO-USPTO PPH 예비 프로그램을 연장하였으며 EPO-JPO PPH 예비 프로그램 준비 중임을 밝혔다.

Brimelow 청장은 PPH 예비 프로그램이 특허청 간의 신뢰를 촉진할 수 있는 뛰어난 도구임을 인정하고 PPH를 통해 얻은 경험이 업무 이용에 관련하여 매우 귀중하다는 점을 고려하여 이러한 프로젝트들의 실질적인 적절성을 강조하였다.

현재 경제 위기와 특허처리 지연 문제에 대한 EPO의 대응은 장기적이고 지속 가능한 업무 공유를 구축하는 것이다. 이러한 면에서 EPO는 기존의 PCT 체계를 개선하기 위해 국제 PCT 기관에 해당하는 특허청 업무 신뢰도를 향상시키기 위한 투자가 이루어져야 할 것이라 생각하고 있다.

자료출처 : www.epo.org

오바마 대통령, 미국 청정기술 보호 촉구

오바마 대통령은 MIT를 방문하여 미국이 청정에너지 기술 개발을 선도해야 할 것을 강조하였다. 오바마 대통령은 세계는 현재 21세기를 이끌 기술을 결정하기 위해 평화로운 경쟁을 벌이고 있으며 모든 국가들은 에너지를 생산하고 사용하기 위한 새로운 방법을 개발하기 위해 노력하고 있음을 언급하였다. 또한 이 경쟁에서 승리한 국가가 세계 경제를 이끌어 나갈 것이며 본인은 미국이 바로 이 국가가 되기를 희망한다는 말을 덧붙였다.

청정 기술은 국가의 목표가 되어야 함이 마땅하나 미국 기업들은 리더십에 따른 보상을 확보해야 한다. 이에 따라 60명의 의원들은 서신을 통해 클린턴 국무장관에게 목요일 환경 보호 기술의 지식재산권 보호를 약화시키려는 개발도상국들에 맞설 것을 촉구하였다.

지식재산권 문제는 국제적인 온실가스 배출 문제 협상에서 중요한 현안 중 하나이다. 과거 중국과 인도 등의 국가들은 배출가스를 감소시키는 대가로 청정에너지 기술의 지식재산권 이용을 요청하였다. Financial Times에 따르면 이들은 현재 지식재산권 이용 요구를 줄이는 대신 새로운 에너지기술의 개발 협력을 요구하고 있으나 의원들은 이러한 요구에 절대 불가로 맞서고 있다. 의원들은 오바마 정부가 미국의 지식재산권 노력을 포기하지 않기를 원하고 있다.

Rick Larsen과 Marsha Blackburn 하원의원은 온실가스 배출 감소를 위해 미국의 발명과 일자리, 경쟁력을 희생시킬 수는 없으며 미국은 지식재산권을 내주는 대신 자금지원과 기반시설, 시장접근 장벽과 같은 실제 장애물을 제거하여 다른 국가들이 새로운 기술을 이용할 수 있도록 도와야 할 것이라 주장하였다.

오바마 정부와 온난화 문제를 두고 연쟁을 벌였던 미국 상무부는 의회의 서신을 지지하였다. 상무부의 세계 지식재산권 센터(Global Intellectual Property Center) 부회장인 Mark Esper는 의회와 정부의 지식재산권 옹호는 온실가스 배출을 줄이고 환경을 개선하기 위한 기술을 만드는데 매우 중요하다는 점을 지적하였다.

자료출처 : www.portfolio.com

국가지식산업국 국장, 태국 상무부 부부장과 지재권협력 논의

국가지식산업국 텐리푸(田力普) 국장이 중국정부를 대표해 “중국-동남아시아국가연합(ASEAN) 지식재산권 협력 양해각서(中国-东盟知识产权领域合作谅解备忘录)”에 서명하였고, 지난 10월 25일 태국 상무부 부부장 Alongkorn Ponlaboo과 회견하여 양국의 향후 지식재산권 협력 계획에 대해 논의하였다.

텐리푸(田力普)국장은 중국과 아세안의 ‘지식재산권 협력 양해각서’ 체결을 통하여 중·태 양국의 지식재산권 협력이 한 단계 도약할 수 있는 계기가 마련되었다고 밝혔다.

그동안 중·태 양국의 지식재산권국은 수년 동안의 협력을 통하여 법률 법규·특허 심사·중소기업 창신 능력 장려 등의 분야에서 이미 효과적인 교류를 전개하여 왔으며, 중국-아세안 협력 체제아래, 양국은 향후 협력 영역을 더욱더 확대하고, 한층 강화된 실질적 협력 체제를 구축할 예정이다

중·태 양국은 풍부한 전통 지식과 농업 자원을 보유하고 있다는 공통점이 있으므로 이 영역의 지식재산권 보호를 강화하는 방안이 향후의 협력 방향으로 제시되었다.

이 양해각서는 쌍방이 정책 측면에서의 교류 이외에 여러 지식재산권 영역에서 실질적 협력을 강화한다는 내용을 포함하고 있다. 구체적인 교류 내용은 ① 지식재산권 심사, ② 품질 관리, ③ 심사원 교육, ④ 자동화, ⑤ 데이터베이스 구축 등의 분야이다.

태국 Ponlaboot 부부장은 텐리부 국장의 의견에 대해 동의하며 “쌍방은 지식재산권 문제에 대한 인식이 같다. 이는 향후 양국이 협력을 강화하는데 있어서 중요한 기초로 작용할 것이다. 또한 현재 중·태 양국 간의 무역이 나날이 증가하고 있어, 향후 지식재산 관련 분야의 실무도 하루가 다르게 증가할 것이다. 그럼으로 양국이 무역 분야에서 지속적인 발전을 이루기 위해서는 쌍방이 지식재산권의 법 집행에 관한 협력을 강화해야한다”는 의견을 제시하였다.

양국 모두 중·태 지식산업국 직원들의 상호방문을 환영하였고, 서로 지식재산권 법률·교육 등 많은 의제에 대하여 심도 있게 논의하였다. 이날 회견에는 태국 상무부 상무비서 Yanyong Phuangrach, 태국지식산업국 대리국장 Wiboonlasana Ruamraksa이 참석하였다.

자료출처 : www.sipo.gov.cn

성공적인 기술 매각·라이선스 활동을 위한 대학의 과제

대 학 등 연구기관은 기술 이전이나 라이선스 활동에 의해서 이익을 창출하고 있다. 대학이 독립행정법인이 되면서 산학관 협력을 통해 기술 매각·라이선스를 하여 수익을 올리는 것에 사활을 걸고 있는 것이다. 기술 매각·라이선스 활동에 성공하기 위해서는 다음 3가지 과제를 극복해야 한다.

(1) 성과 기술의 성질, (2) 권리화된 기술의 품질, (3) 시장으로의 정보 확산 방법

성과 기술의 성질

1건의 특허가 극적인 권리 확보 효과나 거액의 기술 이전을 성공시키는 사례는 매우 드물다. 대상 기술 전체를 잘 커버하는 복수의 특허 다발을 구축하여 이러한 다발(포트폴리오) 단위로 취급하는 것이 성공률이 높다. 그런데 대학의 연구 개발 활동 성과는 단독 특허가 많고, 포트폴리오가 구축되어 있지 않은 경우가 대부분이다. 이것이 「성과 기술의 성질」의 문제이다.

사실 대학에 연구 개발 성과를 가져오는 소속 교수의 연구 개발 목적은, 특허 포트폴리오를 구축하는 것이 아니다. 따라서 이러한 문제는 교수 이외의 인물, 즉 대학의 「기술 이전 라이선스 매니저」에 의해 극복할 필요가 있다.

권리화된 기술의 품질

다음으로는 기술의 품질 문제를 생각할 수 있다. 대학 연구기관에 의해 만들어진 기술은 노하우로서 유지하거나, 특허권으로 권리화할 수 있다. 여기에서는 권리화 하는 경우를 상정한다.

대학 기관은 예산이 한정되어 있다는 문제로 인해 해외 특허를 취득하고 있지 않는 경우가 많다. 그런데 현재, 대학으로부터 권리를 취득하는데 적극적인 것은 해외의 기업이다. 예를 들어 미국 기업은 오히려 미국 내의 대학과 교섭을 포기하고, 일본 대학의 기술 도입을 검토하기 시작하는 상황이다. 시장은 해외에 있다.

그러나 지금은 보유하고 있는 외국 특허가 적기 때문에 그 기회를 잡지 못하는 일본 대학이 많다. 또, 외국 특허가 있어도 청구항 작성 방법이 적절하지 못하거나, 단순한 번역에 불과하여 좋은 특허로 완성되지 않기도 한다. 또한, 일본에서는 청구항을 넓게 설정하는 것이 좋다는 통설에 따라 청구항의 표현이 너무 광범위한 특허도 많다. 광범위하고 일반적인 표현은 구체적인 제품에 결합되기 어려워, 침해자에 대한 권리행사에 적절하지 않은 것이 많다. 고품질의 미국 특허를 취득하기 위해서는 영어를 모국어로 하는 미국 특허 변호사에 직접 청구항을 작성하도록 요구하는 것이 좋다.

시장으로의 정보 확산 방법

아직 기술 이전이나 라이선스 활동에서 기술 프레젠테이션을 개발자인 교수에 맡기는 경우가 많다. 그러나 교수진은 「기술이 매력적으로 보이도록」하는 마케팅 프레젠테이션 트레이닝을 받은 사람이 아니다. 기업들이 해당 기술을 가지고 싶게끔 생각하게 하는 프레젠테이션을 할 수 있는 기술 이전 라이선스 매니저가 필요하다.

결과적으로 산학 협력을 성공리에 진행하는 원칙은 다음과 같다.

- 교수진이 좋은 기술을 개발하여 강한 권리를 획득
- 기술 이전 라이선스 매니저가 특허권 리스트를 검토하여 포트폴리오로 구축할 수 있는 다발을 분류
- 그 다발 단위를 중심으로 기업들의 입장에서 매력적으로 보이도록 프레젠테이션 함

자료출처 : chizai.nikkeibp.co.jp

미국과 영국, 내년 특허 소송 올해와 같은 수준으로 예상

로펌 Fulbright & Jaworski는 최근 발표한 6차 연례 소송 동향조사를 통해 다양한 규모의 400여 개 미국 및 영국 기업들을 조사하였다. 이 보고서의 간추린 내용은 다음과 같다.

- 특허소송 원고
 - 사내 변호사들이 파산소송이나 노동, 고용 소송 등 다른 문제에 집중하고 있는 것인지, 아니면 예산의 축소로 인하여 특허분쟁을 미룬 것인지는 알 수 없으나 2008년 21%의 응답자가 특허 소송에 원고로 참여한 반면 2009년에는 17%로 감소하였음. 반면 기술과 제조업 등 특허를 중시하는 산업분야에서는 2배의 수치를 나타냈음
- 특허소송 피고
 - 특허 청구가 감소함에 따라 지난 12개월 동안 특허소송을 당하는 경우도 감소하였음
- 전망
 - 기업 변호사들은 앞으로 특허소송 건수의 큰 변화는 없을 것이라 전망함. 응답자의 92%는 특허소송 건수가 내년에도 올해와 비슷한 정도로 유지될 것이라 답변하였음. 기술 기업들의 변호사들은 앞으로 더 많은 소송을 제기하지는 않을 것이나 이들 중 15%는 자신의 기업이 피고로 소송에 참여하는 경우가 증가할 것으로 예상하고 있음

따라서 지식재산권 분야의 법률 업무는 경기침체기 전의 수준으로 되돌아갈 것으로 보이지는 않는다. 하지만 좀 더 자세히 살펴본다면 기업들은 이전보다 소송에 더 많은 비용을 지출하고 있다. 기업의 15%는 지난 12개월 동안 특허와 지식재산권에 관련된 소송 지출이 증가하였다(미국 17%, 영국 10%). 또한 9%는 앞으로 12개월 동안 소송 지출이 늘어날 것으로 전망한 반면 감소를 전망한 기업은 4%에 불과하다.

이 보고서의 특허 관련 내용을 좀 더 살펴보면 다음과 같다.

- 연 매출 \$1억 미만인 기업의 95%, \$1억 이상 \$10억 미만인 기업의 89%, \$10억 이상인 기업의 72%는 조사기간 동안 원고로 참여한 분쟁이 없는 것으로 나타났음
- 기술 기업 중 35%, 도소매 기업의 27%, 제조기업의 26%, 건강관리 기업의 18%는 지식재산권 소송에 원고로 참여한 적이 있음
- 연 매출 \$1억 미만인 기업의 96%, \$1억 이상 \$10억 미만인 기업의 83%, \$10억 이상인 기업의 59%는 조사기간 동안 피고로 참여한 분쟁이 없는 것으로 나타났음
- 소매업 부문 기업 중 37%, 기술 통신 기업 중 32%, 제조업 기업 중 30%, 건강관리 기업 중 26%는 지식재산권 소송에 피고로 참여한 바가 있음
- 응답자의 90% 이상은 앞으로 12개월 동안 지금보다 많은 소송에 원고로 참여할 것으로 예상하고 있지 않음
- 응답자의 90%는 앞으로 12개월 동안 지금보다 많은 소송에 피고로 참여할 것으로 예상하고 있지 않음

자료출처 : www.fulbright.com

제공 R&D 특허센터 홈페이지
(www.ipr-guide.org)

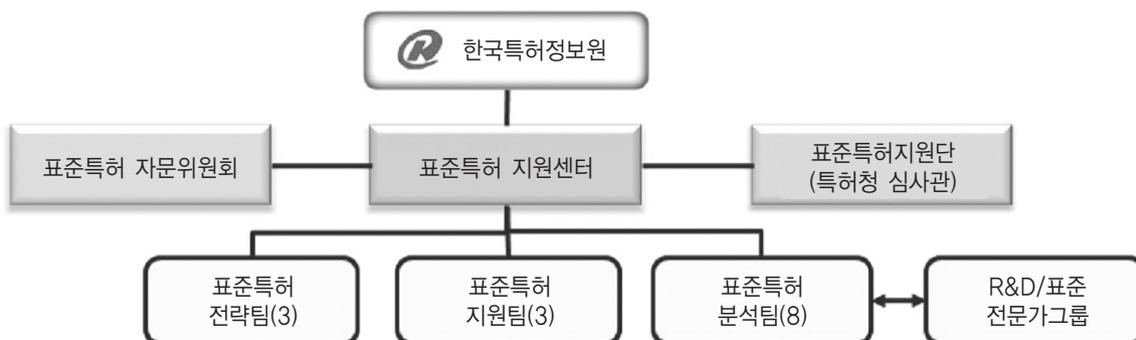
표준특허를 장악한 자가 세계시장을 지배한다

「표준특허지원센터」 설치, 운영 들어가

특허청은 표준특허의 전략적 창출지원을 위한 전담기구가 필요하다고 판단, 한국특허정보원 내에 「표준특허지원센터(이하 "센터")」를 설치하고 지난 11월 19일 개소식을 개최하였다.

고정식 특허청장은 이날 개소식에 참석하여 기술선점, 시장지배력 및 경제적 파급효과 등을 들어 표준특허 확보의 중요성을 강조하고 정부의 강력한 지원의지를 밝혔다.

〈「표준특허지원센터」 조직도〉



디자인 경영의 시작은 ‘디자인 맵’ 으로부터

국내 최대 규모의 디자인정보서비스 개시

특허청은 기업 및 디자이너를 위한 디자인맵 사이트를 새롭게 개편했다고 밝혔다. 새롭게 단장한 디자인맵 사이트(www.designmap.or.kr)는 노트북, 자전거 등 54개 물품에 대한 최신 트렌드 및 국내·외 등록 디자인 검색 기능을 갖추었음은 물론 국내 및 해외 디자인출원 가이드 등을 제공하여, 디자이너·디자인경영자에게 필요한 지식재산권 정보와 최신 디자인정보를 새롭게 갖추었다.

특히 '09년 사업에서는 기업의 요구에 따라 특화된 디자인 리서치 서비스를 제공하는 '기업 맞춤형 서비스'와 최근 화두가 되고 있는 그린디자인 관련 정보를 지식재산권 동향을 통해 파악하는 'IP+Design Report' 서비스를 제공하여 실제 기업 디자인개발의 비용 및 시간 절감에 일조할 수 있을 것으로 기대된다.

특허청, 2010년 예산에 3,500억 편성

'강한 특허'의 창출·보호·활용에 내년 예산 1,858억 원 편성

특허청은 국가 지식재산 경쟁력의 강화를 통해 경제위기를 극복하고 녹색성장을 지원하기 위하여 2010년도 예산을 3,498억 원으로 편성하였다. 이는 2009년도의 3,747억 원보다 6.6% 감액된 것이며, 이 중 심사·심판의 품질 제고, '강한 특허'의 창출, 보호, 활용에 투자되는 사업예산은 1,858억 원으로 2009년도의 1,793억 원(모태펀드 제외)보다 3.6% 증액되었다.

첫째, 선행 특허·상표·디자인에 대한 조사·분석과 출원 분류, 심사관 교육 등 심사·심판 지원 분야에 301억 원을 편성하여 심사·심판의 품질을 높여나갈 계획이다. 또한 특허법조약(PLT), 상표법조약(TLT) 등의 국제조약 가입에 필요한 3세대 특허넷 시스템 개발 사업에 58억 원을 편성하는 등 심사·심판의 인프라에 해당하는 정보화 사업에 총 433억 원을 편성하였다.

둘째, 지재권과 R&D를 연계함으로써 R&D의 경쟁력을 높이기 위하여 지재권 중심의 기술획득 전략, 첨단부품소재 분야 지재권 R&D 전략지원, 표준특허 창출지원 등에 252억 원을 편성하였다. 이를 통해 미래 시장을 주도할 핵심·원천·표준특허에 관한 포트폴리오와 전략을 갖추도록 지재권 획득전략을 개발하여 제공할 계획이다. 또한 미래의 성장잠재력 확보를 위하여 지재권 기반의 차세대 영재기업인 육성과 지식재산 전문학위과정 운영 등 지식재산 인력양성 분야에 170억 원을 편성하였다.

셋째, 한국, 미국, 일본, 유럽, 중국 등으로 지식재산 5강(IP5) 체제가 구축됨에 따라 원활한 양자·다자 협력을 지원하기 위하여 국제협력 분야에 20억 원을 편성하였으며, 우리나라의 지재권 정책과 경제성장 경험을 공유함으로써 성숙한 세계국가의 이미지를 부각시키기 위하여 최빈국을 대상으로 지재권을 활용한 소득증대 사업도 추진할 계획이다.

넷째, 해외에서 우리 기업의 지재권 피침해와 국제 특허분쟁 대응을 지원하기 위하여 해외지식재산센터(IP-Desk)를 추가설치하고 지재권 소송보험을 도입하는 등 관련 사업에 57억 원을 편성하였다. 국내에서는 위조상품의 유통을 근절하기 위하여 온·오프라인 단속을 지속적으로 강화할 계획이다.

다섯째, 우수 특허기술의 사업화와 이전을 촉진하기 위하여 사업화 촉진 분야에 116억 원을 편성하여, 특허기술 거래시장을 운영하는 한편 녹색 발명(Green Patent)의 창출과 활용을 촉진하기 위하여 지식재산의 권리화, 시작품 제작, 특허기술평가, 지식재산경영 컨설팅 등을 패키지로 지원할 계획이다.

금번 예산안이 국회의 심의를 거쳐 확정되면, 우리 특허청이 세계 지식재산 행정의 중심으로 자리 잡고, 우리나라가 제조업 강국에서 지식재산 강국으로 도약하는 한편, 지식재산을 존중하는 친(親)지식재산사회가 구현되는 전기가 마련될 것으로 기대된다. 특허청은 국가와 산업의 지식재산 경쟁력을 강화함으로써 경제위기 극복과 지식재산 강국 실현에 적극 앞장설 계획이다.

특허청 · KINPA, 올해의 ‘Best 특허엔지니어賞’ 수상자 발표

지식재산 경영 확산 등에 기여한 기업 내 IP 실무자 5명 선발

‘KINPA 컨퍼런스’ 서수어

트허청과 한국지식재산협의회(KINPA)는 올해 ‘Best 특허엔지니어賞’에 LG전자 김용천 부장, ADP엔지니어링 박우중 대리, 탑엔지니어링 방규용 차장, 한라공조 안용귀 수석연구원, 삼성전자 이정우 수석 등 5명을 선발해 시상했다고 밝혔다.

이번 ‘賞’은 특허청과 KINPA가 기업 내 지식재산 경영 확산과 지식재산 담당자들의 사기진작을 위해 올해 처음으로 마련됐다. 평소 지식재산 제도 발전과 기업 내 지식재산과 관련된 분야에 공로가 큰 기업 실무자를 대상으로 선발하였다.

특히, 올해 수상자들은 글로벌 경제체제에서 더욱 치열해지고 있는 특허경쟁에서 국내기업이 해외기업과의 경쟁에서 이기기 위해 지식재산권 발굴 · 획득과 기업 내 지식재산 경영 마인드 및 지식재산 노하우 공유 · 확산 등을 위한 다양한 활동을 평가해 선정했다.

한편, 수상자들에 대한 시상은 지난 11월 11일 JW메리어트에서 열리는 ‘KINPA 컨퍼런스’에서 진행되었다.

이번 컨퍼런스에서는 미국, 중국, 유럽 등 국내기업의 주요 수출지역에서 발생할 수 있는 특허분쟁 및 최신 특허동향이 소개되었고, 컨퍼런스의 세부 주제는 ITC 분쟁사례와 한국기업의 대응전략(美 ITC Chameski 판사), 중국의 IP 분쟁과 통상(대외경제정책연구원 조미진 박사), 유럽의 IP분쟁과 통상(리엔목특허법인 이호근 변리사), Patent Troll의 일본 내 시각과 대응(일본동경이과대 히라츠카 교수), 미국 특허법 개정과 주요 관례(가산특허 정승복 미국변호사), 중국 특허법 개정과 정책방향(중국 특허청 Bai Jianfeng 처장) 등이 발표되었다.

‘2009 Best 특허 엔지니어’ 수상자 현황

소속	성명 및 직위	공적 개요
LG전자 (특허센터)	김용천 부장	광디스크, 데이터압축, 네트워크 분야 표준특허 포트폴리오를 통해 Royalty 수익을 실현, 사내 업무혁신 Task 활동, Process 개선으로 관리 System을 구축하였고 사내 실무연구회 및 KINPA 활동으로 IP 실무 노하우 확산에 기여함
ADP엔지니어링 (연구기획팀)	박우중 대리	자사의 국내외 출원 및 등록특허 1,250여 건을 진행하였고, 반도체, 디스플레이 산업 중 외국 의존도가 가장 높은 장비산업에서 국내 최초로 국산화한 대면적 평판디스플레이 제조용 드라이 에처 장비 등의 국내 관련 장비 시장의 점유율을 향상시켰으며, 대만, 중국 등에도 장비를 수출하는데 기여함.
탑엔지니어링 (특허팀)	방규용 팀장	중소기업인 자사에 특허전담팀을 신설하고 특허관리시스템 개발, 특허소송 및 매입, 기업비밀 관리 및 M&A 실사 등 효과적인 IP 경영을 실현함으로써 회사 경영성과 극대화에 일조하였으며 KINPA 활동, IP 지원사업 평가위원 활동, 중소기업의 IP 강의 및 IP 실무노하우 공유를 위해 노력함
한라공조 (기술연구소)	안용귀 수석연구원	사내 특허관리 시스템 구축 및 고유 특허발굴 활동을 통해 자사의 독자기술 개발 기반조성에 기여하였고 R&D와 연계한 특허관리 프로세스 구축, 특허분쟁에 능동적으로 대처, 정보화를 통한 IP 기술경영 기반 구축에 기여하였으며 지재권 정부정책 지원위원으로 활동하여 IP제도 발전에 기여함
삼성전자 (지적재산팀)	이정우 수석	반도체 집적회로의 배치설계에 관한 법률 제정 및 실행시, 지원과 자문을 통하여 IP 제도개선과 확산에 기여하였고, 삼성전자 고유의 특허분류체계 확립 및 IP 교육, 특허출원 및 라이선싱을 수행하여 IP 공유 및 확산과 기업의 IP 경영에 기여하였음.

특허청의 디자인정책 획기적인 변화 기대 !

디자인전문가가 참여하는 '디자인심사정책과' 발족

특허청의 디자인산업 발전과 기업경쟁력 제고를 위한 디자인정책 추진이 보다 탄력을 받을 전망이다. 특허청은 지난 11월 2일부터 디자인심사정책과를 신설하여 공식적인 운영에 들어갔다고 발표했다.

우종균 상표디자인심사국장은 “디자인경영은 기업경쟁력의 중요한 원천으로 경기불황에도 불구하고 국내 디자인출원건수가 지속적으로 증가하고 있어 디자인관련 인적역량 강화 및 물적 기반 확보를 통해 보다 효율적인 디자인관련 정책발굴 및 추진이 필요하다는 판단에 따라 전담부서를 설치 운영하게 되었다”고 한다.

특히 눈여겨 볼 것은, 이번에 출범한 디자인심사정책과는 기업 및 디자이너의 다양한 요구를 누구보다 잘 알고 있는 디자인전문가(디자인 박사 2명, 디자인 석사 2명)를 특채하여 업무에 참여시키고 있다는 점이다. 또한 지난 26일에도 디자인 박사 3명을 더 채용하여 정부부처 가운데 가장 많은 디자인 인력을 운용하여 디자이너에 의한, 디자이너를 위한 정책추진이 가능하게 되었다는데 큰 의미가 있다.

특허청은 이렇게 디자이너에서 공무원으로 변신한 이들이 현장에서의 경험을 살려 우리나라 디자인산업 발전을 위해 중요한 역할을 할 것으로 기대하고 있다.



한-러시아 특허심사 고속도로 개통

한-러시아 특허심사하이웨이 시범실시 시작

앞으로 러시아에서도 우리 출원인들이 특허심사하이웨이를 통해 쉽고 간단한 절차로 신속하게 특허 심사를 받을 수 있게 된다.

특허청에 따르면 특허청과 러시아 특허청은 지난 11월 2일부터 양국 간 특허심사하이웨이 시범실시 프로그램을 시행했다고 밝혔다.

특허심사하이웨이(Patent Prosecution Highway)는 양국에 특허가 공통으로 출원된 경우, 먼저 특허가 출원된 국가에서 특허가 등록되면, 상대국은 간편한 절차로 해당 출원을 다른 출원에 비해 신속하게 심사하는 제도이다.

특허청은 현재, 일본(2007. 4. ~), 미국(2008. 1. ~), 덴마크(2009. 3. ~), 영국(2009. 10. ~) 및 캐나다(2009.10. ~)와 특허심사하이웨이를 시행 중이며, 러시아는 우리나라가 특허심사하이웨이를 시행하는 6번째 국가가 된다.

특히, 러시아와는 지난 6월 한-러 특허청장 회담에서 지재권 보호 강화 등 양국 간 실질적 협력 조치를 담은 한-러 특허협력 MOU를 체결하였으며, 이번 양국 간 특허심사하이웨이 시행은 러시아에서 우리 기업이 더욱 간편하고 신속하게 특허를 획득하는데 큰 도움이 될 것으로 보인다.

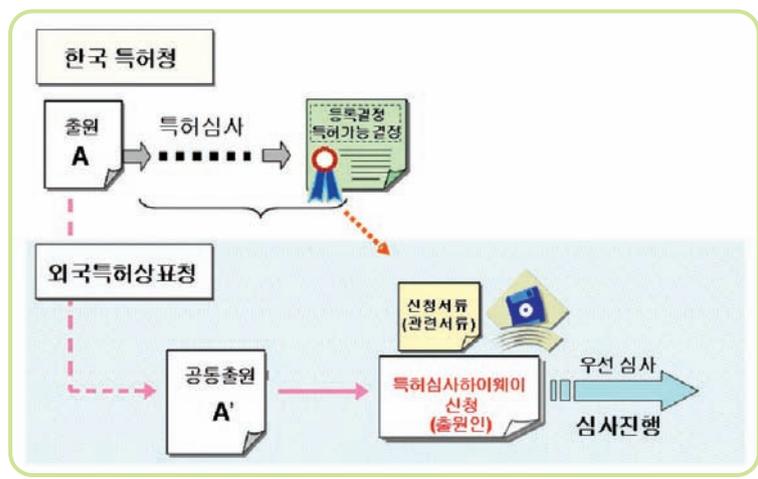
한-러시아 특허심사하이웨이는 2009년 11월 2일부터 1년간 시범 실시되며, 특허심사하이웨이에 관한 세부사항은 특허청 홈페이지(<http://www.kipo.go.kr>)에서 확인할 수 있다.

특허심사하이웨이(Patent Prosecution Highway, PPH)

A, B국가에 공통으로 특허가 출원된 경우, A국에서 특허가 가능하다는 결정이 내려지면, B국은 A국의 심사결과를 활용하여 해당 특허를 다른 출원에 비해 신속하게 심사하는 제도

이를 통해 출원인은 일반심사에 비해 신속한 심사로 조기에 특허권 획득이 가능하고, 특허청 측면에서는 심사결과를 상호 활용함으로써, 심사품질을 향상시키고 심사부담을 경감시킬 수 있는 장점이 있다.

〈특허심사하이웨이 개념 예시〉



P U Z Z L E



우 편 엽 서



보내는 사람

이름: (남·여)

주소:

전화: HP

□□□ - □□□

받는 사람

월간 **발명특허**

서울특별시 강남구 역삼동 647-9

한국발명진흥회 17F 고객지원팀

1 3 5 - 9 8 0

△이 부분을 절라서 가까운 우체통에 넣어주시거나 팩스로 보내 주십시오



월간 발명특허 낚는거인 퍼즐

월간 발명특허 2009. 12

독자카드

• 이번호 내용중에서 가장 재미있고, 유익했던 기사와 아쉬웠던 점은?

.....

• 앞으로 꼭 다루었으면 하는 기사는?

.....

• 기타 '발명특허'에 하고 싶은 말씀은?

.....

■ 12월호 퍼즐정답

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21





함께 풀어봅시다

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

가로열쇠

1. 농약에 쓰는 작은 북. 양면을 가죽으로 메웠으며, 운두가 낮고 작은 북으로 대개 자루 손잡이가 달려 있으며, 나무채로 친다.
3. 예전에 만들어진 것으로 시대를 초월하여 높이 평가되는 문학 예술작품
4. 같은 사람의 말이나 행동이 앞뒤가 서로 맞지 아니하고 모순됨
6. 나라의 정사 가운데 가장 중요한 전정(田政), 군정(軍政), 환곡(還穀)의 세 가지. 토지세와 균역의 부과 및 양곡 대여와 환수를 이른다.
9. 다른 나라 글, 특히 한문으로 된 내용을 한글로 풀어서 쓴 책
11. 보통의 산소보다 다른 물질과 작용하는 힘이 센 산소. 원자 상태의 산소나 준안정 상태의 산소 분자로서 다른 물질을 산화하게 하는 힘이 세다.
12. 뛰어난 재주. 또는 그런 사람
14. 작물을 파종하거나 이식할 두둑을 만드는 농기계
15. 크게 일어난 사건. '큰 난리'로 순화.

세로열쇠

2. 예전에 만들어진 것으로 시대를 초월하여 높이 평가되는 문학 예술작품.
4. 자식이나 전류, 변화하는 전기장 등의 주위에 자기력이 작용하는 공간으로, 자계(磁界) 또는 자장(磁場)이라고도 한다.
5. 설탕이나 벌꿀에 침적 가공 처리 후 건조한 인삼
7. 조선 인조 5년(1627)에 후금의 아민(阿敏)이 인조반정의 부당성을 내세우고 침입하여 일어난 난리. 인조가 강화(江華)로 피란하였다가 강화 조약을 맺고 두 나라는 형제의 나라가 되었다.
8. 1871년에 중국 청나라의 정관응(鄭觀應)이 펴낸 책. 서양 근대 문화 섭취의 방향을 논한 것으로, 조선 후기의 개화 사상가에게 큰 영향을 미쳤다.
10. 번영기 때의 발해를 중국에서 이르던 말
12. 구민법(舊民法)에서, 20~50년의 기간을 정하여 소작료를 지불하고 다른 사람의 토지를 경작하던 일
13. 뜻밖에 재물을 얻음
15. 천체(天體)의 표면을 둘러싸고 있는 기체

11월 호 즐거운 퍼즐 정답

황	흔		고	랑	진	미
	선	대	인		주	
성			돌		만	조
골	품	제		고		강
	의		조	레		지
구	제	도	감		중	처
	도		도	메	인	

즐거운 퍼즐 정답은 다음호에 게재하며, 정답자 중 3명을 추첨하여 월간 <발명특허>지 1년 정기구독권을 드립니다. 많은 참여바랍니다.
독자카드에 정답을 적어 매월 20일까지 보내주시시오.

2009 특허유통페스티벌 성황리 개최

특허기술이전 컨퍼런스, 수요기업 도입기술 설명회 등 열려



특허청과 우리회는 지난 11월 24일부터 25일까지 삼성동 코엑스 컨퍼런스센터에서 「2009 특허유통페스티벌」을 개최했다.

우수 특허기술의 거래 및 활성화를 위한 이번 『2009 특허유통페스티벌』행사는 크게 특허기술이전 컨퍼런스, 수요기업 도입기술 설명회, 이론헤망 우수특허기술 및 성공사례 전시홍보로 구성되었다.

『특허기술이전 컨퍼런스』는 특허기술이전과 실무교육 세미나로 첫째 날인 24일에는 “미래 기술동향, 기술료 평가방법, 기술이전 세무, 기술계약서 작성, 특허분쟁”에 관한 주제가, 둘째 날인 25일에는 “잠재시장 조사방법, 영업비밀 및 특허침해, 기술금융 전략, 투자유치를 위한 기업 IR, 녹색산업 성장전망”에 관한 주제 등 기술이전을 준비하는 실무자에게 도움이 되는 총 10개 주제가 발표되었다.

『수요기업 도입기술 설명회』는 기술도입을 희망하는 수요자(혹은 대리기관)가 해당 도입희망 기술을 설명하는 행사로, 전기·전자분야 2건, 기계소재 1건, 섬유화학 10건 등 총 13개의 도입희망 수요기술에 대한 설명이 있었고, 특히 이중 7건은 대기업인 LG생활건강이 직접 설명회를 가져서 해당 관련기술을 갖고 있는 이론헤망 기술공급자(개인발명가, 대학/연구소)에게 좋은 기회를 제공하였다.

『이론헤망 우수특허기술 및 성공사례 홍보코너』는 특허청과 우리회가 우수특허로 선발한 특허기술과 특허기술이전사업화 성공사례를 소개하는 코너로 현장에서 유통상담관을 통해 기술이전 조건 등의 상담이 이루어졌다.

김기범 특허청 산업재산진흥과장은 “최근 경기회복 기조에도 불구하고 기업의 체감경기는 여전히 열악한 것이 사실”이라고 진단하고 “하지만 질(質) 좋은 특허기술로 무장한 기업들은 오히려 위기를 기회로 살려 시장에서 경쟁력을 갖추어나가고 있다”고 말했다.

2009년 제7회 발명장학생 선발 최종결과 발표

인하대 강훈기 학생 등 창의적 잠재력이 뛰어난 학생 100명 선발



특 허청과 우리회는 창의적 잠재력이 뛰어난 초·중·고·대학생 100명을 「2009년 제7회 발명장학생」으로 선발하였다.

* 대학생 10명, 고등학생 20명, 중학생 30명, 초등학교생 40명

지난 11월 5일 특허청 서울사무소에서는 선발된 대학생, 기초생활수급자, 교사 등에 대해 장학증서 및 장학금을 수여하였고, 고등학생에게는 국내·외 체험연수(5

박6일)를, 초·중학생에게는 창의발명캠프(2박3일)를 제공할 계획이다. 대학생에게는 각 300만 원, 초·중·고등학생 중 기초생활수급자에게는 소정의 장학금을 수여했다. 또한, 초·중·고등 부문별 장학생 최다 배출 교사(김포초등학교 발명교실 백준균 등 4명) 및 시·도 교육청 발명교육 담당 장학사(경기도 교육청 장학사 강심원·송민영 공동수상)에게는 각 200만 원의 시상이 이루어졌다.

이번 「제7회 발명장학생 선발」에는 전국 227개교 약 400명이 참여하였으며, 경쟁률은 '08년 2.5대 1에 비해 다소 상승한 4대 1로 집계되었다. 선발된 학생 중 기초생활 수급자의 비율도 전년 1.5%에서 4%로 높아져, 경제적 소외 계층에 대한 수혜빈도도 증가하였다. 이는 올해 도입한 기초생활수급자에 대한 가점 확대(5점→20점)에서 기인한 것으로 보인다.

이번 발명장학생 선발에서는 '휴대용 단말기의 한글입력방법' 등을 개발하여 기술이전에 성공한 강훈기 학생(인하대 정보통신공학과) 등 자신이 지닌 창의적 잠재력을 발휘한 우수 인재들이 발굴되었다. 최원영 학생(낙생고 3학년)은 '손잡이고리' 디자인을 개발하여 본인 명의의 '낙원아이디어' 라는 기업체를 설립하고, 현대산업개발·국민은행 등에 개별 납품한 실적으로 주목받았다. 또한, 우연한 기회에 발명교실을 접하여 새로운 것을 창출해내는 목표가 생김으로써 진취적인 학생으로 발전한 설태준 학생(인봉초 6학년) 등 발명교육으로 자기주도적 학습능력을 배양하여 학업성취도를 향상시킨 사례도 발굴되었다.

심사위원인 천광호 교장(서울영상고등학교)에 따르면, 기존 서류심사로만 이루어진 선발에 면접심사를 도입함으로써 학생들의 실질적인 발명기여도 및 창의적 잠재성을 평가할 수 있어, 우수한 발명인재를 발굴하는 계기가 되었다고 한다.

특허청과 우리회는 발명장학생으로 선발된 학생이 향후 발명·지식재산권 분야의 핵심인재로 성장할 수 있도록 지속적인 관리를 병행할 예정이다.

2009년 대한민국 발명 콘텐츠 공모전 수상작 시상



특 허청 국제지식재산연수원과 우리회는 지난 11월 18일 한국지식재산센터 국제회의실에서 「2009년 대한민국 발명 콘텐츠 공모전」 시상식을 개최했다.

청소년들의 창의력을 증진시키고, 전 국민에게 발명문화를 확산시키기 위해 마련된 이번 대회에서 대상(교육과학기술부장관상)은 ‘평소 메모하는 습관으로 정리해온 발명노트’를 출품한 김은하(삼성여자고등학교) 학생과 ‘집안의 불편한 점을 찾아 개선하는 과정을 동영상’으로 출품한 김혜민, 유승빈, 최호준(태강삼육초등학교) 학생이 각각 선정되었다.

7회째를 맞는 이번 공모전에서는 초·중·고등학생과 교사들이 높은 관심을 보여 총 1,195점이 출품되었고, 1·2차의 심사를 거쳐 최종적으로 26점의 수상작이 결정되었다.

우수지도교사에게 주어지는 특별상은 이담초등학교 박준혁 교사에게 주어졌다. 박 교사는 올해 금상 1명, 입선 2명을 지도하였고, 이러닝을 통해 꾸준히 학생들을 지도한 바 있다.

한편, 공모전 시상식과 함께 개최한 청소년발명기자단 ‘올해의 기자’ 시상식에서는 인천 양지초등학교 류연웅 학생이 올해의 기자(특허청장상)에 선정되었다.

이번 수상작들은 누구나 쉽게 활용할 수 있도록 ‘사이버국제특허아카데미(www.ipacademy.net)’에 연중 전시돼 지식재산권과 발명 홍보를 위한 콘텐츠로 활용될 계획이다.

국제지식재산연수원장은 “이번 대회를 통해 사회 각 분야에서 발명과 지재권에 대한 높은 관심을 확인했고, 앞으로도 다양한 아이디어를 교육 자료로 적극 활용해서 발명 문화를 확산시켜 나갈 것”이라고 밝혔다.



2009 대학발명위크숍 개최

2010년 전국대학발명동아리연합회 회장 김양곤(인하대 3년) 학생 선출



우 리회는 지난 11월 21일 대전 국제 지식재산연수원에서 「2009 대학 발명위크숍」을 개최했다.

특허청이 주최하고 우리회가 주관한 「2009 대학발명위크숍」은 1년 간 전국발명동아리연합회의 활동사항을 점검하고 그간의 활동 우수자 및 동아리를 시상하기 위해 마련된 행사로 대학발명동아리 회원 및 대학생 약 150명이 참석한 가운데 진행됐다.

이번 행사에서는 김양곤(인하대 고분자공학과 3년) 학생이 2010년 차기 회장으로 선출되었고, 2009년 발명동아리연합회 회장 고영창(KAIST 4년) 학생이 1년간 발명동아리 사업에 대한 활동 보고 및 1년 간 임원 활동을 통한 공로를 인정받아 특허청장 표창을 받았다.

차기 회장으로 선출된 김양곤 학생은 “현재 전국 40여 개 대학을 4개 지부로 나눠 운영 중인데 앞으로 전국의 모든 대학에 발명동아리를 두고 많은 창의적 인재들의 발명 활동을 지원하여 대학생들의 발명에 대한 관심을 고취시키겠다”고 포부를 밝혔다.

그 외 올해의 발명동아리로 영동대학교 ‘APOS’, 금오공과대학교 ‘거북선신화’, 충남대학교 ‘크리에이트’가 선정돼 특허청장상을 수상했다.



또, ‘08년~’09년 대학발명경진대회에서 각각 동상, 은상을 수상하고 현재 쏘라시스템 대표이사로 청년창업에 성공한 이진철(호서대 전자공학 4년) 학생과 독일국제발명품전시회 금상 수상자인 서동식(연세대 생화학과 2년) 학생이 성공사례 발표를 했다.

한편, 「2009 대학발명위크숍」은 올해 제8회째로 발명동아리 활동발표, 특허출원교육 등 다양한 프로그램을 통해 발명대학생 간의 축제로 자리매김하고 있다.

2009 캠퍼스 특허전략 유니버시아드 시상식 개최

한국공학한림원 회장상 '충남대팀', 지식경제부 장관상 '성균관대팀'

총 34개 대학 122개 팀 수상, 최다 수상 KAIST, 최다 응모 인하대

특허전략부문 69팀 28개 대학, 선행기술부문 53명 18개 대학



우 리회는 지난 11월 26일 신라호텔에서 「2009 캠퍼스 특허전략 유니버시아드 대회 시상식」을 개최하였다.

총 상금만 2억 9천만 원이 넘는 이 대회는 36개 기업이 참여하였고, 80개 대학에서 2,720팀이 참가해 지난해보다 더욱 열띤 경쟁을 펼쳐 34개 대학에서 122팀을 선정했다.

이번 대회를 공동 주최한 특허청과 한국공학한림원은 「2009 캠퍼스 특허전략 유니버시아드」 대회의 특허전략부문에서 충남대 팀(장진건·임동현·김용관, 이하 장진건 팀)이 한국공학한림원 회장상, 성균관대 팀(현해일·서호영·손경식, 이하 현해일 팀)이 지식경제부 장관상을 수상하여 최고의 영예를 안았다고 밝혔다.

또 지난 7월 선행기술부문에서 지식경제부 장관상이 결정된 김경난 씨(경희대)는 특허전략부문에서 특허청장상까지 받아 2관왕의 영예를 안았다.

특히 한국공학한림원 회장상을 수상한 충남대 장진건 팀은 한국조선협회가 제시한 '선박건조공법의 특허분석과 고생산·고효율 유망기술 개발'이라는 주제에 대해 특허전략을 제시했으며 이번 대회에 참가하는 동안 '확장형

부유식 도크'와 '계단형 선박건조장치' 등 총 6건의 특허를 신규 출원하는 성과를 거두기도 했다.

지식경제부 장관상을 수상한 성균관대 현해일 팀은 "닌텐도 Wii와 같은 간편하면서 편리한 동작 기반의 사용자 인터페이스가 미래 차세대 사용자 인터페이스가 될 것으로 예상하고 전공분야인 모바일과 연계하는 미래 특허전략을 수립하게 되었다"고 수상소감을 밝혔다.

지도교수 상에는 충남대 이영신 교수(장진건 팀 지도, 한국공학한림원 회장상), 성균관대 전재욱 교수(현해일 팀 지도, 지식경제부 장관상), 경희대 오환섭 교수(김경난 팀 지도, 특허청장상), 서울대 김화용 교수(장성현 팀 지도, 특허청장상), 서울대 장정식 교수(최문정 팀 지도, 특허청장상), 영남대 이화조 교수(김상덕 팀 지도, 특허청장상) 등 6명이 수상했다.

특히 성균관대 전재욱 교수가 지도한 3팀은 최고상인 지식경제부장관상을 포함하여 특허청장상, 기업 CEO 우수상 등을 전원 수상해 눈길을 끌었다. 이와 함께 경희대 오환섭 교수는 16팀을 지도해 5팀(장려상 포함)이 수상하는 성과를 올려 최다 수상자 배출 지도교수로, 영남대 이화조 교수



KIPA 사회봉사단, 사랑의 연탄 나르기 봉사활동



우리 'KIPA 사회봉사단'은 지난 11월 19일 서울 노원구 중계동에 위치한 서울 연탄은행을 방문, 겨울철 난방비 마련에 어려움을 겪고 있는 불우가구 및 독거어르신들께 전달할 연탄을 기증하고, 직접 연탄을 배달하는 봉사를 실시했다.

KIPA 사회봉사단 관계자는 “앞으로 사회봉사활동에 직원들이 참

여할 수 있는 기회를 확대하고, 이웃사랑을 실천하고 나눔 문화를 확산하는 공공기관으로 거듭나기 위해 노력하겠다.”고 밝혔다.

는 무려 22개팀을 지도해 4팀이 수상하여 최다팀 지도교수로 파악되는 등 교수들도 대회에 뜨거운 열정을 보였다.

특히 최다 수상대학에는 총 17팀(선행기술부문 4팀, 특허전략부문 13팀)이 수상한 KAIST가 차지했으며, 선행기술조사부문 249명과 특허전략수립부문 12팀 등 총 261팀이 참가한 인하대가 최다 응모대학으로 선정됐다.

지난해에 이어 올해 두 번째로 개최되는 캠퍼스 특허전략 유니버시아드는 국내외 특허를 분석해 연구개발 전략 및 특허획득방향을 제시하는 특허전략 수립부문과 가상의 출원서에 대한 선행기술을 조사해 특허 가능성을 판단하는 선행기술조사부문으로 나뉘어 치러졌다.

이번 대회에 문제를 출제한 T기업 관계자는 “실제 산업 현장에서 느꼈던 애로사항을 문제로 출제하였으며, 학생

들의 답안에서 회사가 발굴하지 못한 새로운 틈새 사업분야를 알 수 있어 향후 신사업 추진 시 많은 도움이 될 것이다” 라고 하였다.

한편 올해 2회째 진행되면서 대회 수상자들이 특허에 강한 엔지니어로서 실제 산업계에 취업하는 등 가시적인 성과가 나타나고 있다. 특히, 특허전략부문에서 수상한 김요한(서울대) 씨는 ‘대회에 참가한 경험과 이를 통해 배운 점, 경쟁자들과의 차별성 등이 인정되어 면접관들에게 긍정적인 평가를 받았던 것 같다’ 고 취업합격 소감을 밝혔다.

특허청 김영민 산업재산정책국장은 ‘앞으로 이 대회가 특허 엔지니어를 배출하는 등용문으로 자리매김해 나갈 수 있도록 수상자 취업 지원에 노력을 기울이겠다’ 고 말했다.

전국 초·중 발명글짓기·만화 대상 수상자 발표

글짓기 대상에 김선희(경기 장자초 5) 원해인(서울 서일중 2) 학생이,
만화 대상에 채정범(인천 담방초 4) 허수경(전남 여도중 2) 학생 각각 수상
넘어지지 않는 꽃병, 맹인손목시계 등 이색 아이디어 넘쳐

우 리회가 주최하고 POSCO가 협찬한 「제33회 전국 초·중학생 발명글짓기·만화 현상모집」에서 글짓기 대상은 김선희(경기 장자초 5), 원해인(서울 서일중 2) 학생이, 만화 대상은 채정범(인천 담방초 4), 허수경(전남 여도중 2) 학생이 각각 수상했다.

글짓기부문은 김선희 학생(초등부)의 '넘어지지 않는 꽃병' 과 원해인 학생(중등부)의 '혼유방지 주유건' 이, 만화 부문에서는 채정범 학생(초등부)의 '안 쏟아져요! 안전압정통' 과 허수경 학생(중등부)의 '눈이 안 보이는 맹인전용 손목시계' 가 최고상인 대상을 수상했다.

또 단체상은 수상 및 응모건수가 많았던 목포대성초등학교와 광양제철중학교 등 총 6개 학교가 선정됐다.

올해로 33회를 맞는 전국 초·중학생 발명글짓기·만화 현상모집 행사는 초·중학생들의 창의적 사고를 계발하고 새로운 아이디어 창출과 발명을 생활화하여 쉽고 재미있게 발명하는 분위기를 조성하기 위한 것이다.

전체 수상자는 글짓기 부문에서 초·중등부 각각 대상 1명, 금상 5명, 은상 10명, 동상 30명이, 만화 부문은 대상 1명, 금상 5명, 은상 10명, 동상 40명 등 총 204명이 상을 받았다.

한편 대상 수상자에게는 각각 50만 원의 상금이 주어졌으며, 이들은 향후 발명장학생 선발에서도 가점을 받게 된다.



회원 가입을 축하합니다!



- 회 원 명 : (주)금성산업
- 대 표 자 : 채종술 대표이사
- 업태/종목 : 제조업
- 가입년월일 : 2009년 11월 9일
- 주 소 : 전북 남원시 용정동 75-12 (광치농공단지내)
- 전화번호 : 063)634-8686
- 홈페이지주소 : www.ks0486.com



- 회 원 명 : (주)에스아이엔씨
- 대 표 자 : 정수진 대표이사
- 업태/종목 : 제조, 도소매 / 전자파필스 관련 전자제품
- 가입년월일 : 2009년 11월 12일
- 주 소 : 서울시 강남구 개포4동 1231-11번지 풍양빌딩 4층
- 전화번호 : 02)579-8844
- 홈페이지주소 : www.yesinc.co.kr



- 회 원 명 : 삼화콘덴서공업(주)
- 대 표 자 : 황호진 대표이사
- 업태/종목 : 제조업, 축전기 제조
- 가입년월일 : 2009년 11월 16일
- 주 소 : 경기도 용인시 처인구 남사면 복리 124번지
- 전화번호 : 031)332-6441
- 홈페이지주소 : www.samwha.co.kr



월간 「발명특허」

광고 게재 안내

우리회 회지인 월간「발명특허」誌는 각 회원사 및 국내외 유관기관, 기업, 도서관, 학교, 발명가, 주부 및 학생 등에 광범위하게 제공되고 있는 발명진흥 사업의 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 고객지원팀 TEL (02)3459-2868

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
대전지회	이상복	박병영	대전광역시 대덕구 대화동 45-1 2층 (대전한일병원 근처)	042-638-4307
강원지회	차명진	송상엽	강원도 춘천시 후평1동 198-25	033-258-6580

편집 : 고객지원팀 김민국 (Tel, 02-3459-2868, Fax, 02-3459-2879)

지식재산

창출 · 관리 · 활용 · 사업화까지 필요한 사항들을 적극 지원해드립니다

“발명에서 사업화까지”
한국발명진흥회로 오시면 해결됩니다.

한국발명진흥회는 발명진흥법 제52조에 의거 설립된 특수법인으로서,
정부가 추진하는 각종 발명정책의 가교역할을 하며,
발명가를 대표하여 발명진흥사업을 체계적이고 효율적으로 추진해 나가고 있습니다.
지식기반사회를 선도하고 고객으로부터 신뢰받으며
세계 최초로 모든 국민이 한 개의 발명특허를 갖는 나라로
그 브랜드를 만들어 가는데 한국발명진흥회가 앞장서겠습니다.



 **한국발명진흥회**

황금 나비상

2005/06/07/08/09 KSA한국표준협회

소비자유행지수 5년 연속 1위

無방부제

숙취해소용 천연차 여명808

"2007,08 편의점협회 음료전체매출 2년연속 1위"

여명808은 음주전후 숙취해소에 정말 좋은 세계 11개국 발명특허품입니다.



세계 발명왕
남궁현

발명특허품
숙취해소용 천연차



제43회 발명의 날
금탑산업훈장 수훈



Korea
Master Brand AWARDS 2009
2009 대한민국 대표 브랜드 대상



한국경제신문·중앙일보 공평
조사·평가 브랜드스타
2009 대한민국 브랜드스타

자매 품



LOHAS 인증을 확인하세요

스테미나증진용 천연차 다미나909®

세계 10개국 국제발명 특허품

• 명예경영학박사, 보건학박사, 자랑스런 한국인 대상, 세계 10대 발명전 석권, 400건이 넘는 산업재산권 보유.



http://www.glami.com 소비자 상담전화 080-4073-808
가까운 지사, 약국, 편의점, 대형할인마트에서 구입하실 수 있습니다.