INVENTION & PATENT

2010 May

05

발명 특허

INVENTION & PATENT

Special Issue
[포커스]

지식재산권으로
히트상품을
만들어보자!



[Zoom In]
봄의 계절, 꽃 가꾸기!

[KINPA 활동 보고]
한국의 지식재산이
소통을 시작하다

[특허보안]
완벽한 보안 시스템은
지식재산권 제도여야 한다

한국발명진흥회

Contents



97

IP Report

10 **포커스** _ 지식재산권으로 히트상품을 만들어보자!

16 **Zoom In** _ 봄의 계절, 꽃 가꾸기!

22 **KINPA 활동 보고** _ 한국의 지식재산이 소통을 시작하다

30 **특허기술이전사업화 성공사례** _ (주)그린벨임베디드시스템

36 **특허확대경** _ 지역의 특산품을 보호하기 위한 상표법상 제도

40 **특허확대경** _ 화상디자인과 관련된 사례

46 **발명특허 기네스** _ 우리나라 최초의 발명이론 '발명의 10계명'

IP Column

48 **발명강좌** _ 발명의 성공비결은 적절한 시기

54 **발명칼럼I** _ 사랑과 인간의 본능

59 **발명 365**

60 **발명칼럼II** _ 발명교육은 미래창의성 교육이다

66 **특허보안** _ 완벽한 보안 시스템은 지식재산권 제도여야 한다

70 **지식재산강의** _ 상표법, 특허법

83 **지식재산권 용어사전**

84 **발명만화** _ 아무도 몰랐던 몰래발명이야기

86 **건강하게 삽시다** _ 똑똑한 건강검진하기

87 **우표로 본 인물과 역사**

88 **재미있는 퍼즐**

91 **책과의 만남**

92 KIPO NEWS _ 특허청 소식

96 KIPA NEWS _ 한국발명진흥회 행사 및 소식

96 **회원가입을 축하합니다**



발행일 2010년 5월호 제35권 제5호(통권406호) **발행처** 한국발명진흥회(서울시 강남구 테헤란로 131 한국지식재산센터 _ 우 135-980) 02)3459-2800(代) **발행인/편집인** 허 진 규
인쇄인 이 평 원 **인쇄처** 휘문인쇄사 (02)2276-1234 **인쇄** 2010년 5월 3일 **발행** 2010년 5월 7일 **한국발명진흥회 회지 월간 발명특허**

• 본지는 한국도서잡지윤리위의 실천요강을 준수합니다. • 본지에 게재된 기사와 본회의 견해와는 다를 수도 있습니다.

NAVER 검색창에 특허검색 를 쳐보세요

차세대 특허교육 - IP CAMPUS 지식재산캠퍼스

www.ipcampus.kr

IPcampus는 한국발명진흥회 오프라인교육의 새로운 이름입니다.

< 최적의 교육환경 >

- ▶ 위치 / 서울 강남구 역삼동 647-9
- ▶ 규모 / 연면적 48,638.66㎡, 층수 지하 8층, 지상 20층
- ▶ 수용인원 / 1일 동시 교육인원 300명
- ▶ 교육시설 / 교육장 2실, 분임토론실, 국제회의실, 휴게실 등



한국발명진흥회



지식재산캠퍼스 제1교육장



지식재산캠퍼스 제2교육장



국제회의실



분임토론실



휴 게 실

< 5~6월 교육 프로그램 >

[지재권 국제교육]

- Patent Application Drafting and Infringement Avoidance Strategies (05.13 - 07.20)
  * Franklin Pierce Law Center의 Certificate 수여

[지재권 핵심교육]

- 특허기술거래 및 계약에 대한 법령연구 (05.10)
  * 기술이전, 계약 업무에 필요한 법규 및 법률지식 함양

[지재권 일반교육]

- 특허기술가치평가 (05.24 - 05.26)
  * 특허기술 평가방법에 관한 이론 및 실습과정을 통한 특허 활용전략 습득

[지재권 일반교육]

- 의견서 및 보정서 작성실무 (06.01 - 06.04)
  * 거절이유별 고유 특징에 대한 충실한 이해 및 거절이유별 대응방안의 학습을 통한 특허권 취득 가능성 증진

[지재권 특별교육]

- 해외특허검색사이트 100% 활용하기 (06.14)
  * 특허검색에 필요한 이론 및 각국의 특허검색 방법 습득 및 실습

[지재권 특별교육]

- 기업브랜드 경영전략 (06.25)
  * 상표관련 관련 제도의 이해 및 네이밍에 대한 실제적, 절차적인 이해를 통한 실무능력 체득

< 수강신청 방법 및 문의처 >

▶ 수강신청방법
- www.ipcampus.kr 홈페이지에서 신청서 작성 (온라인 신청)
- 교육신청서 송부 (fax : 02-3459-2789)

▶ 문의처
- e-mail : yongil@kipa.org, bubbledoll@kipa.org
- 02-3459-2767, 2781



2010년 주요 국제발명품전시회 일정

참가전시회

전 시 명	전시기간	출품안내 및 접수	출품자 확정	전시단 파견
제네바 국제발명 · 신기술 및 신제품전시회	4. 21 ~ 4. 25	3월 2일(마감)	3월말	4월초
말레이시아 국제발명품전시회	5. 14 ~ 5. 16	3월초	4월말	5월 중순
피츠버그 국제발명품전시회	6. 16 ~ 6. 18	4월 중순	5월초	6월 중순
모스크바 국제발명투자전시회	8. 26 ~ 8. 29	6월초	8월초	8월말
대만 국제발명품전시회	9. 30 ~ 10. 3	7월초	8월말	9월말
영국 국제발명품전시회	10. 13 ~ 10. 16	7월말	9월말	10월 중순
독일 국제아이디어 · 발명 · 신제품전시회	10. 28 ~ 10. 31	8월초	9월말	10월말
벨기에 국제발명품전시회	11. 18 ~ 11. 20	9월초	10월말	11월 중순

2010 「피츠버그국제발명품전시회」 출품 참가자 모집

우리회는 매년 국내발명품의 우수성을 해외시장에 홍보하고, 제품 및 기술수출과 시장개척의 계기를 마련하여 국가산업 발전의 일익을 담당하고자 2010 피츠버그국제발명품전시회 출품 참가자를 아래와 같이 모집하오니 많은 참가 바랍니다.

전시회 개요

- **전시명** : 제25회 피츠버그국제발명품전시회
  (영문) : INPEX 2010 (INVENTION & NEW PRODUCT EXPOSITION)
- **기 간** : 2010. 6. 16(수) ~ 6. 18(금)
- **장 소** : The Monroeville Convention Center
- **주 최** : ISC(Invention Submission Corporation)
- **연 혁**
  - 1985년 최초 개최(22회)
  - 1999년 우리회 주관으로 참가 (11사 13건 출품)
- **규 모** : 15개국 313점 (2008년)

출품참가비

- **직접출품** : 3m × 3m(9㎡) : 860만 원
- **위탁출품** : 3m × 3m(9㎡) : 560만 원

출품자 특전

- 주최본부는 미국지역에 한하여 출품 참가자가 요청한 주소로 초청장 무료발송
- 개인 및 중소기업자의 전시회 직접경비 (부스료, 통역비, 번역료 등)에 한하여 정부보조금 연말에 정부예산 범위 내에서 안분 조정하여 출품자에게 지급
- 동 전시회에 출품하여 수상한 발명품은 우리회가 주관하는 대한민국발명특허대전 특별전시 코너에 무료 전시가능
- 동 전시회에 출품한 발명품에 한하여 우리회 인터넷 홈페이지의 사이버전시관內 전시를 통한 홍보 및 판매지원(무료)
- 발명의 날 포상 신청 시 수상자에 한하여 가산점 부여
- 기술이전 희망 시 컨설팅 제공
- 아래의 해당되는 발명품은 미국현지 회사에 프로모션 가능

번호	회 사 명	분 야
1	Bosch Tool	하드웨어공구
2	Church & Dwight	세제, 치아관리제품
3	Skymall	온라인쇼핑몰(가구, 의류, 전자제품 등)
4	Omron Healthcare	의료기기 제품
5	Tupperware	주방용품
6	The Step2 Company LLC-Infantino	유아용 장난감 제품

신청방법

- 모집기간 : 2010. 4. 15 (목) ~ 2010. 5. 18 (화)
- 신청방법 : 출품 신청서 및 구비서류를 첨부하여 직접제출 또는
  우편신청 또는 이메일 신청(단, 이메일신청 시 신청서 및 각서부분
  서명 후 스캔파일 발송요함)
- 문 의 처
  (우) 135-980 서울시 강남구 역삼동 647-9 한국지식재산센터
  한국발명진흥회 발명진흥팀 조주영, 김혜민
  Tel : (02)3459-2848, (02)3459-2845 / Fax : (02)3459-2799
  E-mail : gpalsoo@kipa.org

2010년 제2차 국제출원 비용지원사업 안 내



2010년도 국제출원비용지원사업은 특허청과 한국무역협회가 협약체결을 통하여 중소기업 등의 특허기술 해외권리화 촉진 및 기술경쟁력 확보를 위하여 특허기술의 해외권리화비용을 지원하는 협력사업입니다.

사업목적

우수특허기술의 국제출원비용을 지원하여 특허기술의 해외권리화 촉진 및 기술경쟁력 확보

지원대상

개인 또는 중소기업이 국제출원한 특허, 실용신안, 디자인(※상표는 제외)

① PCT 국제출원의 경우, 신청일 현재 국제공개일 기준 3년 이내의 국제출원건

※ PCT 국제출원: PCT만 출원한 경우/PCT를 통해서 개별국 진입한 경우

② 개별국 직접출원의 경우, 신청일 현재 개별국 출원일 기준 3년 이내의 국제출원건

※ 개별국 직접출원: PCT 없이 개별국으로 직접 출원한 경우

지원내용

국제출원비용 : 1인당 5건, 특허, 실용신안 건당 700(디자인 200)만 원 이내

① 개별국 1국을 1건으로 처리함

② 수혜자로 선정된 이후 신청시점에 지출한 PCT국제출원비용을 포함하여 5년 이내의 소요 비용 지원

지원절차

① 사업 신청 및 접수

② 선정심사회의(1단계:방식심사, 2단계:기술성평가, 3단계:최종선정심사)

③ 최종수혜자 선정

④ 지원

신청방법 및 접수기간

온라인은 신청서 접수만 진행되며, 모든 구비서류는 반드시 우편 또는 방문접수 해야함

- 온라인 신청하기(www.kipa.org) → 로그인 → 참여마당 → 사업신청 → 우수특허사업화 패키지지원사업

※ 우편은 마감일 소인분에 한함

접수기간(2차) : '2010. 4. 1. ~ '2010. 6. 30.(수혜자 선정 통보는 8월 말 예정)

※ 접수기간(3차, 예정) : '2010. 7. 1.~ 9월 초

문의처

주 소 : (135-980) 서울 강남구 역삼동 647-9 한국지식재산센터(18층)
한국발명진흥회 사업화지원팀 국제출원비용서류 제출

한국발명진흥회 사업화지원팀 : 02-3459-2940, 2933, 2932

한국무역협회 고객지원실 : 02-6000-5277, 5253



2010년 우수발명품 우선구매추천 안내 (2차)

목 적

중소기업 및 개인사업자의 우수발명품에 대한 정부 · 공공기관 납품 촉진 및 판로개척 지원

신청 자격

등록일로부터 5년 이내인 특허권, 실용신안권, 심사등록된 디자인권의 소유자 또는 전용실시권자 · 통상실시권자로서 중소기업 또는 사업자등록을 필한 개인사업자 (상기 권리가 공유인 경우 공유자의 본사업 신청 동의서 첨부 요망)

※ 1999. 7. 1 ~ 2006. 9. 30 사이에 실용신안 출원 후 등록된 기술은 기술평가를 거쳐 등록유지 결정을 받은 권리에 한함

등록된 권리로 제품 양산이 가능하여야 함

1사 1제품에 한함

우선구매추천체계

추천절차

사업 공고 및 신청안내	회지 및 인터넷 홈페이지
↓	
신청 · 접수	우수발명품 우선구매추천 신청 접수
↓	
심 사	샘플 설명 및 발표 심사
↓	
추 천	특허청장 명의로 추천서 발송
↓	
납품실적 조사	매년 2개년도 추천 건에 대한 납품실적 조사

우선구매추천대상기관

- 국가기관
- 지방자치단체
- 국가 또는 지방자치단체가 투자, 출연하는 기관 또는 단체 등

심사기준

- 기술 및 제품의 우수성 : 기술의 고도성, 파급성, 차별성, 품질의 우수성
- 구매효과성 : 대체우위성, 가격경쟁력, 시장성
- 품질보증 및 물품공급능력 : 제품보증능력, 생산 및 공급능력
- 신청권리대비 제품의 연관성 등

신청서 배포 및 접수처

신청접수기간 : 2010년 4월 ~ 5월 31일 도착분에 한함 (2차 마감)

신청방법 : 우편 또는 방문접수

주소 : (135-980) 서울 강남구 역삼동 647-9 한국지식재산센터 18층 한국발명진흥회 발명진흥팀 (우선구매추천사업 담당자)
e-mail : hjyon@kipa.org

신청 시 구비서류

- 우리회 홈페이지 www.kipa.org 內 사업공고에서 모집요강 다운로드 및 신청서 작성 후 우편 또는 방문 접수
- 신청서, 특허등록원부 등본, 공고사본, 사업자등록증 또는 법인등기부 등본 사본, 제품 카탈로그, 공장등록증 또는 OEM 생산계약서 각 6부
- 심사가점대상 및 인증현황에 대한 증명서는 반드시 첨부할 것

문의처

한국발명진흥회 발명진흥팀 (전화 : 02-3459-2798)

발명특허 기네스 모집

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

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

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

연락처 : '월간 발명특허' 편집실
02)3459-2797

디자인 정보 조사서비스

디자인정보 조사서비스



1. 디자인 조사서비스

■ 디자인 선행자료 조사서비스

– 정보원이 보유하고 있는 디자인 DB (한국 · 일본 · 미국 · WIPO · OHIM (유럽) · GE · 과거해외공보 · 실용신안 · 카탈로그)를 조사하고 분석하여 보고서를 제공함으로써 디자인 등록 가능성의 예측 및 경쟁사 디자인 동향 파악 등에 활용

■ 우선심사용 조사서비스

– 빠른 출원을 원할 경우 특허청에 우선심사를 신청한 후 디자인전문기관에 우선심사용 조사서비스를 의뢰하고 전문기관이 조사결과를 특허청에 제출함으로써 누구나 우선심사를 받을 수 있도록 함

2.디자인 무효 · 침해 조사서비스

디자인 분쟁에 관한 자료분석을 통해 권리 범위를 확인하고 무효 소송 및 침해 소송에 필요한 자료를 조사하여 제공

3.디자인정보 분석서비스

의뢰인 맞춤형 서비스로서 특정 디자인분야 연구개발테마와 관련된 출원 디자인의 배경과 관련 기술 등을 찾아 제공

4.디자인 맵 서비스

국내외 출원된 디자인 이미지 검색, 트렌드 분석, 포지셔닝 맵, 이미지 맵, 유사디자인분석, 분쟁디자인분석 등 사용자가 자유롭게 디자인 관련 지적재산권 정보를 검색할 수 있는 포탈 사이트 (http://www.designmap.or.kr/)

www.designmap.or.kr

상담 신청 안내

[디자인 조사서비스 / 디자인 무효 · 침해 조사서비스]
☎ 신청 및 상담 : 고은혜 선임 02-6915-6770

[디자인정보 분석 서비스 / 디자인 맵 서비스]
☎ 신청 및 상담 : 곽상수 선임 02-6915-6752

K!W!E 2010

재미있는 **여성발명품** 다 나와라!

2010대한민국 세계여성발명대회

KOREA INTERNATIONAL WOMEN'S INVENTION EXPOSITION

2010대한민국세계여성발명대회 / 대한민국여성발명품박람회

전세계 여성발명인들이 한자리에 모여
발명아이디어를 겨루고 톡톡 튀는 여성 생활발명품들이 전시되는
2010대한민국세계여성발명대회와 대한민국여성발명품박람회가 개최됩니다.
관심 있는 분들의 많은 참여를 바랍니다.

■일 시 : 2010년 5월 6일(목)~9일(일)
■장 소 : 코엑스 A홀(구 태평양홀)

※ 대회와 함께 「2010대한민국세계여성발명포럼」(5.7)과 「세계여성발명기업인 워크숍」(5.10~13)도 개최됩니다. 참가비는 없으며 행사와 관련된 자세한 사항은 행사홈페이지(www.kiwie.or.kr)를 참조해 주십시오.

주 최 | 특허청
주 관 | 한국여성발명협회
후 원 | 세계지식재산권기구
협 찬 | olleh kt citi 한화증권

한국여성발명협회 www.inventor.or.kr
세계여성발명대회 www.kiwie.or.kr
한국여성발명협회 사무국 02-538-2710
세계여성발명대회 사무국 02-780-0843

Report

포커스, Zoom In, KINPA 활동 보고
특허기술이전사업화 성공사례
특허확대경, 발명특허 기네스



지식재산권으로 **히트상품**을 만들어보자!

봄맞이 대청소



꽃샘추위도 물러가고 봄이 왔다. 이 맘 때면 우리는 겨우내 묵은 때를 벗겨내고 겨울 옷가지를 정리하는 등 대청소를 시작한다. 대청소는 평소 가사일보다 과중한 육체적 노동이 요구되고 겨울 동안 잘 사용하지 않던 근육과 관절을 갑자기 사용하게 되므로 몸에 무리가 생길 수도 있다. 하지만, 역시 대청소를 해야 싱그러운 봄을 제대로 느낄 수 있다는 것은 남녀노소를 불문한 주지의 사실이다.

하지만, 막상 대청소를 하려고 해도 어떻게 해야 하는지 막막한게 사실이다. 이번 호에서는 간편하게 대청소를 끝낼 수 있는 청소도우미 제품들을 지식재산권을 통해서 살펴보도록 하고, 시장에서 성공한 아이디어 청소용품들의 성공요인들을 분석하여 보다 나은 청소용 아이디어 상품을 만들어보도록 하자.

[그림 1] 봄맞이에는 대청소가 필수이다



다이슨社의 듀얼 사이클론 진공청소기

진공청소기를 사용하여 청소를 하다보면 가끔 어이없는 경우가 있다. 바로 눈앞에 있는 먼지가 청소기헤드를 외면하고 그대로 있는 경우가 그것이다. 이는 흡인력의 문제라고 할 수 있으며, 아직도 많은 진공청소기들이 이러한 기본적인 흡인력의 문제를 해결하지 못하고 있는 것이 사실이다. 영국의 발명가이자 산업 디자이너인 제임스 다이슨(James Dyson)은 이러한 흡인력의 문제를 해결한 '듀얼 사이클론 진공청소기'(그림2 참조)를 개발하여 약 20년간 진공청소기 시장에서 독보적인 지위를 차지하고 있다.

청소기를 소개하기에 앞서, 제임스 다이슨에 대해서 알아둘 필요가 있다. 제임스 다이슨은 2009년 최고의 발명품으로 손꼽히는 「날개 없는 선풍기」(그림3)를 개발한 다이슨社의 사장이다. 다이슨은 직원의 1/3 이상이 과학자이자 기술자이며, 부단한 연구와 기술혁신에 투자를 감행하여 175개 이상의 발명과 1,300개 이상의 특허를 소유하고 있는 회사이다. 그는 최근 산업계가 훌륭한 제품을 만들어내기보다는 단순히 주가부양을 위해 제품을 찍어내는 곳이 되었다고 비판하면서 다이슨의 제품들은 기술을 인간적으로 활용하는 데에서부터 시작하여 완성되어야 한다고 주장하고 있다. 발명가이자 사업가로서 기본에 가장 충실하면서 기술이 인간을 위하여 활용되어야 한다는 철학을 가진 기술자라고 할 수 있다.

청소기로 다시 돌아가 다이슨社의 진공청소기를 보자. 다이슨의 진공청소기는 두가지 큰 특징이 있는데, ①먼지봉투가 없다는 점과 ② 강력한 흡인력을 유지한다는 것이다. '다이슨 루트(ROOT12) 싸이클론 DC08'의 이름은 채용하고 있는 싸이클론 관이 12개인데 기인한다. 12개의 싸이클론 관은 200,000G의 원심력을 가지며, 큰 먼지를 분리하고 미세먼지는 기공을 통과해 싸이클론 관에 흡입된다. 그 먼지들은 다시 영구 사용 가능한 프리모터(Pre-motor) 필터에서 또 한 번 걸러진다. 필터는 6개월에 한번씩 물에 씻어주기만 하면 된다. 그리고 마지막으로 박테리아 박멸 스크린이 장착된 영구 헤파 필터에 의해 담배연기 같은 미세한 먼지입자까지 걸



[그림 2] 다이슨 진공청소기는 반세기 이상 시장을 지배해왔던 '후버' 진공청소기의 결함을 개선하는 과정에서 탄생했다

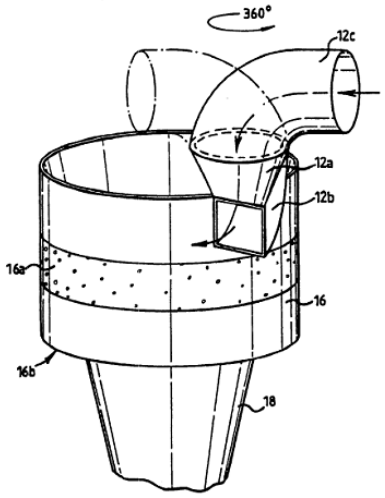


[그림 3] 다이슨이 개발한 날개 없는 선풍기

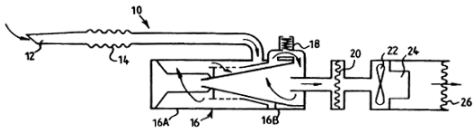


[그림 4] 발명가 제임스 다이슨

[그림 5] 등록특허 10-0362754에 개시된 '먼지분리장치'



[그림 6] 등록특허 10-0330461호의
'유체흐름으로부터 미립자를 분리시키기 위한 장치'



러내며 박테리아 물질을 제거하게 된다.

다이슨의 진공청소기는 약 70여 개의 국내특허로 보호되어지고 있다. 기존의 진공청소기들과 기술적 차별성을 가지게 하는 특징적인 부품들로 구성되기 때문에 하나의 제품에도 수십 개의 특허가 관련되어 있는 것이다. 그중 대표적인 특허는 1994년 출원된 영국특허 9426287.0 영국특허를 기초로 1995년 국제출원된 PCT/BG/03041이 있다. 본 특허는 1996년 국제공개된 후 국내등록특허 제10-0244891호로 등록되었는데, 등록된 후 국내 대기업으로부터 무효심판 및 권리범위확인심판이 제기될 정도로 중요성을 가지는 특허이다. 발명의 명칭은 「슈라우드 및 슈라우드가 내장된 사이클론 세정장치」이며, 현재는 등록료불납으로 소멸된 상태이다. 당시 국내기업이 제기한 무효심판에서는 승소하여 권리는 유지되었으나, 국내기업이 제기한 소극적 권리범위확인심판에서 패소함으로서 특허권 보유의 실익이 없다고 판단하여 권리유지를 포기한 것으로 추측된다. 하지만, 다이슨社에서는 상기 언급한 특허 외에도, 등록특허 제10-0362754, 10-0330461 등 70여 개의 특허를 보유하고 있으며, 이들 특허를 통하여 진공청소기 기술을 보호받고 있다.

양면 유리창 클리너

봄맞이 대청소에서 가장 어려운 것은 유리창 청소다. 한쪽 면만 닦아봐야 효과가 없고 양쪽 면을 다 하자니, 외부 유리창을 닦기가 너무 어렵다. 몇 년 전 신문기사에서는 유리창 청소를 하다가 한 학생이 추락하여 불상사가 생긴 것이 보도되었을 정도로, 유리창 청소는 위험하면서도 하지 않을 수 없는 일이다. 이러한 유리창 청소를 쉽게 하기 위

[그림 7] 유리창 청소는 봄맞이 대청소의 필수요소이자 마지막 산이다



1) 소극적 권리범위확인심판이란 실시자가 실시하고 있는 발명이 등록특허의 권리범위에 속하지 아니함을 확인받는 심판으로서, 실시자측에서 특허침해의 우려를 미연에 방지할 수 있는 수단이다.

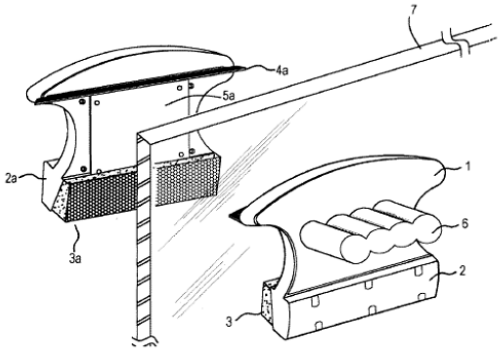
한 도구들이 최근 홈쇼핑과 인터넷 쇼핑몰을 통해 인기를 얻고 있다.

국내에서는 2000년에 최초로 출원된 등록실용신안 제20-0241290호가 최초의 양면 유리창세척구로 알려져 있다. 그러나 등록 후 등록료 미납으로 2002년 권리가 소멸하여 현재는 본 출원에서 제시한 기술이 공지기술이 된 상태이다. 본 출원에서는 청구항 1항에서 「케이스(1)에 실내용은 손잡이(6)가 장착되며 실외용은 손잡이가 없으며 물기를 제거하는 브로쉬(4,4a)와 세척액을 흡수하는 스폰지(3,3a),케이스에 내장된 자석(8)을 구비한 양면유리세척구에 있어서, 닦고자하는 유리창 두께에 따라 사용할 수 있도록 합성수지재평판의 바닥모서리 4개소를 돌출하게 하고(5a),내부는(5b) 끼울 수 있는 구조로 하여 이를 케이스에 착탈할 수 있도록 하여 유리창 두께에 따라 세척구를 사용하는데 더욱 편리하게 구성된 것을 특징으로 하는 양면유리세척구」를 기재하여 당시로서는 넓은 권리범위를 확보하고 있었으나, 관련된 권리가 소멸하여 해당 기술은 누구나 사용할 수 있게 되었다.

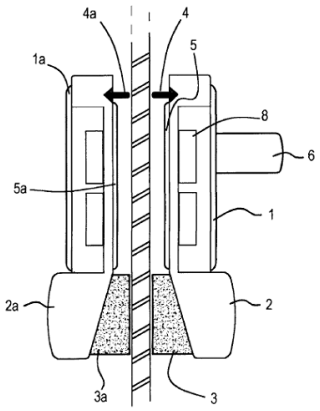
이후, 동아통상과 삼정크린마스터에서 각각 등록실용신안 제20-0209721호, 등록실용신안 20-0419331호를 출원 및 등록하였으며, 제품이 생산되고 있다.

당시에는 이러한 제품에 대한 수요가 없었기에 원권리자로서는 등록유지의 이익이 없었고 해당 권리를 포기한 것으로 보인다. 그러나 그 직후, 본 발명은 많은 사람들에 의하여 유용성을 인정받았고 시장이 형성되었다. 이러한 사례만 보더라도 발명을 권리화하여 유지하는 과정에 대한 판단이 상당히 중요함을 알 수 있다고 하겠다.

[그림 8] 등록실용신안 제20-0241290호의 도면1



[그림 9] 등록실용신안 제20-0241290호의 도면2



저렴한 로봇청소기 "로보몹과 아이모요"

최근 인공지능을 갖춘 로봇청소기가 인기를 얻으면서 관련제품의 시장이 커지고 있다. 대표적인 로봇청소기로는 경민메카트로닉스의 마미로봇, 아이로봇의 룸바, 삼성전자의 탱고, 엘지전자의 로보킹, 유진로봇의 아이클레보가 있다. 이들 로봇청소기들은 극세사 물걸레 청소기능, 스텔스청소기능, 위치인식 기능 등 화려한 기능들을 앞세워 높은 가격대를 형성하고 있다. 하지만 이들은 적게

[그림 10] 동아통상의 페어크리너



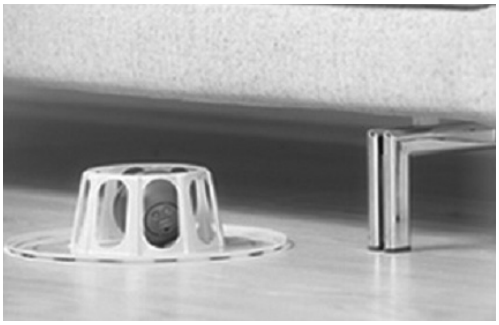
[그림 11] 삼정크린마스터의 유리청소기



[그림 12] 로보몹의 정면사진



[그림 13] 로보몹이 청소하는 모습



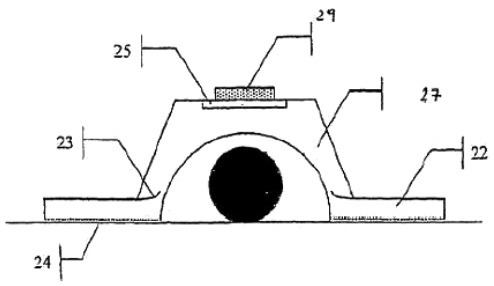
는 20만 원대 중반에서 많게는 80만 원대의 가격을 형성하고 있어서 쉽게 구매하기가 쉽지 않은 것이 사실이다. 특히 흡입력에 있어서 기존의 수동 진공청소기보다 미진한 점이 있고, 부분적으로 청소되지 않는 부분이 있는 관계로 고객들의 '신뢰'를 얻지 못하고 있다.

이러한 로봇청소기들과 그 목적을 달리하며 등장한 저가의 로봇청소기들이 있는데, 바로 로보몹과 아이모요이다. 이들은 정확한 인공지능이나 강한 흡입력에는 관심이 없으며(흡입모터도 달려있지 않다) '털' 제거에 능한 제품들이다. 이러한 로봇청소기들을 일반적으로 '정전식 로봇청소기'라고 하는데, 본체 하단에 부직포를 부착하여 바닥과 마찰로 발생하는 정전기로 작은 이물질들을 흡착하는 방식이다. 모터가 없기 때문에 먼지가 위로 떠오르지도 않으며 특히 흡입과정에서 발생하는 소음이 없다. 로보몹은 6만 원, 아이모요는 10만 원대로 상당히 저렴하다고 할 수 있다. 20여년간 강아지를 키워온 필자의 경험상 애완동물을 기르는 집에서 반드시 필요한 용품이라고 말하고 싶다.

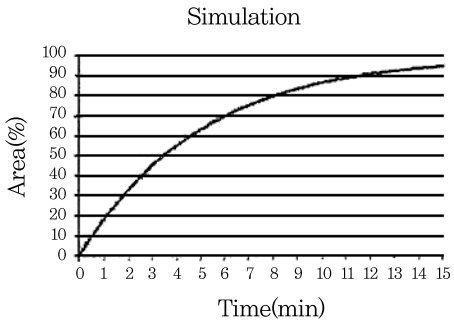
로보몹(그림12 참조)은 노르웨이의 발명가 아센 토르브죄른이 발명한 것으로서 국제특허출원 PCT/NO2001/000429에 의해서 보호되고 있다. 본 출원은 2001년 출원되어 2006년 국내에서 등록되었으며 등록번호는 10-0577753이다. 본 등록특허에서는 일반적인 로봇청소기와 달리 「복잡한 제어시스템을 구성하지 않도록 하여 로봇의 움직임을 제어하는 컴퓨터 프로세서를 이용하지 않는 것이 목적이다」라고 밝히고 있는데, 상당히 신선한 접근이라고 할 수 있겠다. 총 13개의 청구항으로 되어 있으며 경쟁사(아이모요)에서 이와 유사한 제품을 만들었다가 시장에서 철회한 것으로 보이는바, 권리의 강도도 상당히 높은 것으로 판단된다.

정전식 로봇청소기 분야에서 로보몹과 경쟁관계에 있는 아이모요의 경우, 로보몹보다는 향상된 기능과 리모콘의 이용 등을 차별화 요소로 하여 좀더 높은 가격을 받고 있다. 아이모요는 2003년 9월 특허출원

[그림 14] 등록특허 제10-0577753호에 개시된 로보몹의 도면



[그림 15] 인공지능을 사용하지 않더라도 고효율의 청소가 가능한 것이 본 기술의 핵심



된 공개특허 제2004-0027807호를 기초로 등록특허 제10-0688886호 및 등록특허 제10-0765428호 등으로 구성되어 있다.

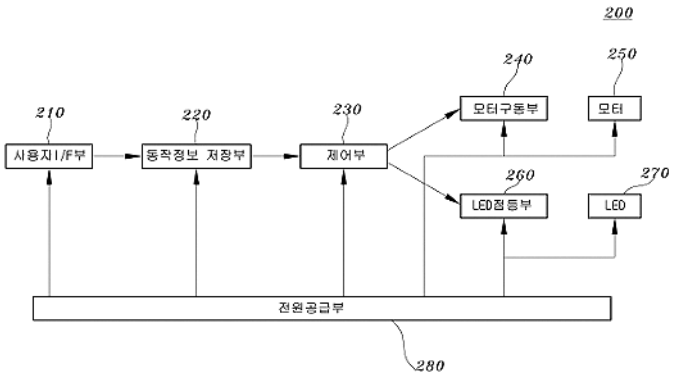
마치며...

청결한 환경에서 쾌적한 생활을 누리고 싶은 마음은 누구나 가지고 있을 것이다. 그러나 그러한 환경을 만들기 위해서는 '청소'라는 노동이 필요한 것이고, 노동은 효율적으로 이루어지는 것이 바람직하다. 인간은 '불편'을 제거하기 위해 발명품을 만들어냈고, 이러한 발명품들에 의해서 보다 편리한 생활이 가능하게 되었다. 상큼한 봄을 '편리'하게 맞이하기 위하여 언급했던 아이디어 청소용품들을 활용해보는 것은 어떨까? 한국발명진흥회

[그림 16] 아이모요의 '로보제키'는 개선된 기능과 리모콘을 갖췄다



[그림 17] 로보제키의 시스템 구성도





엄 정 한 변리사

한국발명진흥회 산업인력양성팀
서울대학교 공과대학 화학공학과 졸업
유미특허법인, 특허법인 엔트리
서울대, 공주대, 경상대, 강원대
지식재산권 특강
저서 : 특허법 에센스

봄의 계절, 꽃 가꾸기!

본 글에 들어가며

올 겨울은 유난히도 길었다. 사람들의 밝고 가벼워진 옷차림과 여기저기서 피어나는 꽃들이 봄의 시작을 알리는 것 같다. 드디어 노란 개나리와 진분홍 진달래들이 만개한 봄이 온 것이다. 봉우리 진 꽃망울을 보면서 올해는 예쁘게 꽃





봄의 계절. 만개한 꽃.

을 가꾸어보겠다는 다짐을 하게 되지만, 생각처럼 쉽지만은 않다.

발명은 좀 더 편하고 실용적이고 유용한 것들을 남들보다 먼저 착안하는 데에서 출발한다. 그 분야는 실로 다양해서 원예 · 조경 분야에 있어서도 많은 특허들이 출원되고 있고, 등록되면 무형의 기술적 사상으로 보호된다.

이번 호에서는 꽃을 좀더 편리하고 보기 좋게 가꾸는 데 유용한 특허들을 소개하고자 한다.



꽃 가꾸기의 기본 "화분 가꾸기"

사무실 책상 위, 혹은 집 베란다에서 화분 하나쯤은 키우고 있을 것이다. 화분을 가꾸면 미적 아름다움과 심리적 안정을 얻는 것 뿐 아니라 습도 조절 및 공기 정화, 산소 방출 등의 부수적인 효과를 얻을 수 있다.

전통적으로 화분은 작물을 재배하기 위한 전 단계로서 어린 모종을 육성하거나, 꽃 등의 관상식물을 편리하게 재배할 수 있도록 단순한 형태와 기능을 가진 것이 대부분이었다. 하지만 최근에는 새로 입주하는 아파트나 사무실과 같은 밀폐된 공간의 공기정화 장치를 부착한 화분, 첨단기술을 이용하여 관리가 편리한 화분, 초미니식물이나 카드를 이용한 악세사리형 화분 등 다양한 화분이 나타나고, 이들과 관련된 출원 또한 증가하고 있다.

특허청 자료에 의하면, 2001년부터 5년간 출원된(화분 관련 기술 특허 또는 실용신안) 건수는 1990년대 전반기 대비 약 520% 증가한 484건으로, 화분에 관한 출원과 관심이 급격히 증가하고 있음을 알 수 있다.

이들 중 유용하고 창의적인 몇몇 특허들을 소개하고자 한다.

구성요소	한정사항
접촉센서부	식물체를 손으로 만지면 신체의 생체전위와 식물 생체전위 간의 차이에 의해서 미약하게 발생되는 생체전류를 감지
증폭부	접촉센서부에 의해 감지된 미약한 생체전류를 증폭
A/D변환부	증폭부에서 증폭된 아날로그 신호를 디지털 신호로 변환
비교부	A/D변환부에 의해 변환된 디지털 신호의 전압이 설정된 전압과 비교
판단부	비교부를 통해 비교된 전압이 설정 전압 이상일 경우 식물체 접촉으로 판단하여 판단신호를 출력
음성저장 IC부	판단부에서 출력된 신호에 의해 음성들 중에 원하는 해당 번지의 사람의 음성을 제공할 수 있도록 여러 종류의 음성이 저장
스피커	음성저장 IC부에서 출력되는 음성신호에 따라 원하는 음성을 소비자 및 재배자와 같은 사람들이 용이하게 들을 수 있도록 반응 음성을 출력

청구항 제1항에서 제시하고 있는 접촉반응수단의 구성요소 및 한정사항

말하는 화분

등록특허 제0566583호, 대한민국(농촌진흥청) 외 1인이 공동 출원한 화분에 부착되는 음성출력장치는 IT와


뉴스홈 > TV > SBS TV

'말하는 화분' 등장

SBS 기사입력 2004-10-14 21:41 | 최종수정 2004-10-14 21:41

<8뉴스><앵커> 물이나 햇빛의 양을 맞추기 힘들어서 집에서 식물 키우는 것을 포기하시는 분들 많습니다.

그런 어려움을 해결해 줄 '말하는 화분'이 개발됐습니다.

이 강 기자입니다.

동영상 보기

<기자> "목 말라, 물 좀 줘" 농촌진흥청 원예연구소가 개발한 '말하는 화분'입니다.

물을 주면 고맙다고 인사까지 합니다.

"물 줘서 고마워." 4가지 조건에 반응하는 말하는 화분은 방이되면 내일보자는 인사를 하고 무리하게 만지면 아프다며 싫어합니다.

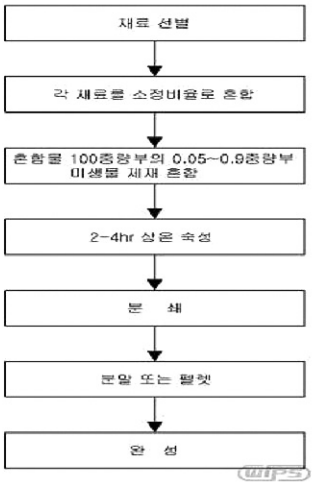
말하는 화분 개발에 대한 언론 보도

생명산업의 이상적 접목이다. 본 화분은 농촌진흥청 원예연구소가 개발한 것으로 수분이 부족한 경우 "물 좀 줘", 물을 주면 "고마워", 손으로 만지는 경우 "아프단 말이야" 등, 정해진 음성이 출력되는 것을 특징으로 한다. 사람과 식물 사이에 흐르는 미세한 전류를 활용한 기술이다. IT기술의 발달로 식물과 대화를 나누는 시대로 접어든 것이다.

본 특허를 살펴보면 화분에 음성출력장치를 장착시키는데, 이는 화분에서 재배되는 분화식물을 손으로 만지면 반응하는 접촉반응수단을 포함하여 구성된다. 청구항 제1항에서 제시하는 본 접촉반응수단의 구성요소들은 다음과 같다.

본 발명은 분화식물에 대한 관수의 시점을 음성으로 알려주게 하여 소비자로 하여금 편리하고 효율적인 물 관리를 돕는데, 관리 시 주의를 환기시켜 분화식물의 고사를 미연에 방지시키고, 분화식물의 부적합 재배온도를 음성으로 알려주어 식물을 편리하고 효율적으로 관리할 수 있게 한다.

또한 식물에 접촉할 경우, 식물이 음성으로 반응하게 하여 어린이나 소비자들에게 호기심을 유발시키고, 식물이 살아있는 생명체임을 인식시키게 하여 교육적인 의미도 부여할 것으로 기대한다.



본 등록 특허, "토양개량제의 제조방법"을 나타내는 대표도면



물구멍이 없는 냄비에 화초를 심고 있다.



물구멍 없는 고무신에서 자라고 있는 식물

물구멍 없는 화분 전용 흙

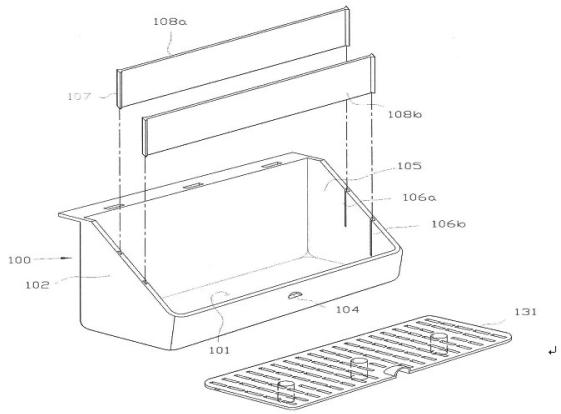
밑바닥에 물구멍이 없는 화분, 고무신 화분, 커피 잔에 심은 화분 등... 물구멍이 없으면 식물 뿌리가 썩어 죽는다고 생각되는 것이 일반적이지만, 등록 특허 제10-0835817호 및 출원 특허 제2009-0098238호의 살아있는 미생물을 포함한 화분은 그렇지 않다. 상기 등록 흙은 흙 속의 미생물이 일으키는 주기적인 파동으로 물과 뿌리를 썩지 않게 만든다.

등록 특허 제10-0835817호의 토양개량제는 고령토 20 중량%, 부식산 40 중량%, 탈지강 20~27 중량%, 제오라이트 3~8 중량%, 게르마늄 7~12 중량%, 어분 3~8 중량% 범위에서 함유시켜 제공되고, 상기 혼합물 100중량부를 기준으로 냉동보존된 미생물제재 로더박터속 아조토포르만스종(Rhodobacter azotoformans)를 자연 해동시켜 0.05~0.9 중량부를 추가혼합 후, 잘게 분쇄하여 분말 또는 펠렛 중 선택되는 방법으로 완성된다.

본 흙으로 꽃을 재배하면 물구멍이 없어 물 받침대가 필요 없으며, 이로 인해 흙 얼룩이나 물 넘침 등을 방지하여 깨끗하고 공간 활용을 쉽게 할 수 있다. 또한 물구멍으로 영양분이 흘러나가는 것이 방지되어 몇 년간 식물에 영양분을 줄 필요가 없어 경제적이다. 또한 요즘은

옥상 조경에도 물구멍을 뚫지 않아도 돼 시공이 쉬우며, 아파트 거실이나 베란다에서 채소나 과일을 심고 기를 수 있는 장점이 있다.

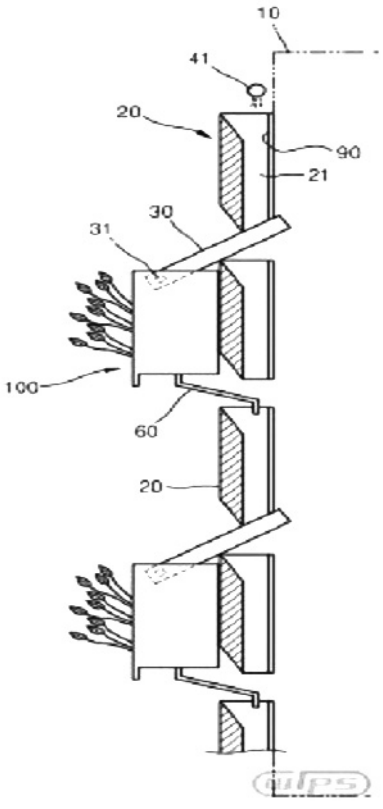
자동급수 다단화분



2010년 1월 13일에 공개된 출원번호 제2008-0064631호의 발명이다. 상기 발명은 화분 내부를 계단 형태로 형성할 수 있도록 분리벽체를 설치한 자동급수 다단화분에 관한 것으로, 화분의 측면부를 경사지게 형성하고 경사진 화분의 내측에 분리벽체를 삽입 설치하되 높이를 다르게 삽입 설치하여 형성된 식재공간부에 꽃을 계단식으로 식재할 수 있게 구성하였다.

일반적으로 꽃을 심기 위한 화분은 그 형태가 대체적으로 사각형태 및 원형형태로 구성되어 있으며, 화분 자체가 외부에 노출되어 있었다. 하지만 상기 발명을 이용하면 식재공간이 넓어져 동일한 공간에 상대적으로 많은 꽃을 식재하여 조경효과를 높일 수 있으며, 화분의 하단 부에 수로 통로를 형성하여 항상 적당한 물이 화분에 유지될 수 있게 하는 효과가 있다.

본 발명과 같은 화분으로 층층이 색이 다른 꽃들을 심어 사무실이나 집안 내부를 장식하면 좀 더 화사하고 따사롭게 봄의 기운을 만끽할 수 있을 것 같다.



벽걸이형 화분장치

본 발명은 2009년 8월 17일 공개된 출원번호 제2008-0012763호의 발명으로서, 실내 환경 변화 또는 채광 위치에 따라 간편하게 화분의 위치를 이동시킬 수 있도록 한 벽걸이형 화분장치에 관한 것이다.

기존 화분과 비교하여 벽걸이형으로서 공간 활용이 유리하고 장식적인 효과를 높일 수 있으며, 필요에 따라 이동이 용이한 장점이 있다.

(우측 도면의 번호를 편의상 괄호 속에 표시한다.)

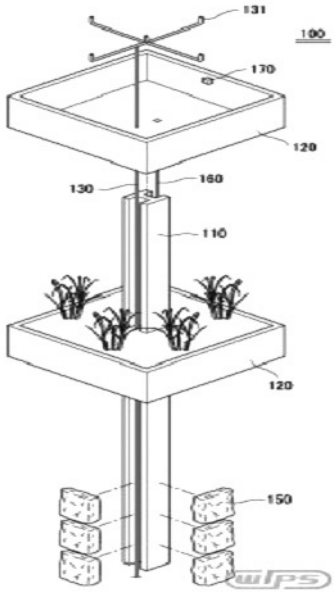
본 화분장치의 구성을 살피면 위에서 아래로 물이 지나가는 수로(21)와 연결

된 가이드(30)가 화분의 이동성을 증가시키는 것을 알 수 있다. 가이드(30)는 회동 가능하고 경사지게 지지되어 화분의 설치 및 분리를 간편하게 한다. 또한 상하로 마련되는 각 수로(21)와 배수관(60)을 통하여 상부로부터 하부로 복수의 화분에 물을 공급시킬 수 있게 한다.

종래의 단순한 화분들의 나열에서 벗어나 이동 가능한 벽걸이형 화분을 마련하여 올 봄 실내 장식에 변화를 주는 것은 어떨까?

공중정원 및 고공폭포

공중정원 및 고공폭포. 본 발명은 공개특허 제2010-0032630호로서, 기둥을 중심으로 하여 다단계의 화분이 수직으로 설치될 수 있게 한 발명이다. 일반적으로 나무, 화초 등을 심은 화분들은 바닥에 배치되거나 받침대에 진열되므로 정원의 분위기를 아름답고 그윽하게 가꾸기에 한계가 있고 일일이 수작업으로 물을 주어야 하는 불편함이 있다.



이러한 문제점을 해결하기 위하여 본 발명은 기둥 상부와 중간에 대형 화분이 다층으로 설치되어 입체적이고 공간적인 미를 추구할 수 있게 하였다. 또한 습도센서가 설치되어 물 펌프가 자동 구동되므로 수작업으로 물을 주는 불편함을 개선하였다. 또한 가장 상부에 위치한 화분에 노즐을 설치하여 분수 또는 폭포와 같은 기능을 발휘하도록 하였다.

집 뿐 아니라 음식점 등 사업장에서도 이러한 화분 하나로 고급스러운 분위기를 연출할 수 있는 인테리어 아이템으로 활용 가능할 것이다.

화분 관련 특허 출원의 증가추이

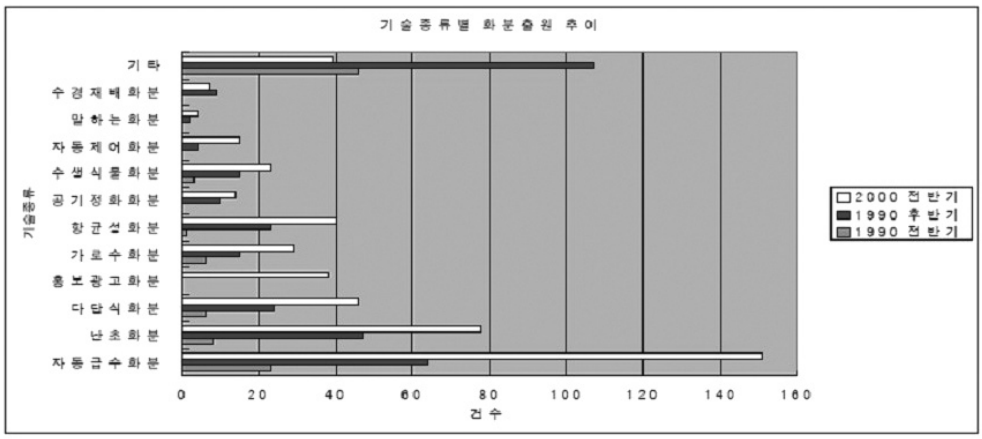
식물재배 화분의 출원동향, 특허청 자료 특허청 자료에 의하면 지난 15년간(1991년부터 2005년) 화분관련 기술의 특허 또는 실용신안 출원동향은 전체 출원건수 897건 중에서 1990년대 전반기에 93건이 출원되어 10%를 차지하였고, 1990년대 후반기에는 320건이 출원되어 36%를 차지하였으며, 2001

(단위 : 건)

구 분	자동급수화분	난초화분	다단식화분	항균성화분	가로수이용화분	수생식물화분	홍보화분	공기정화화분	자동제어화분	수경재배화분	말하는화분	기타	총계
'91 - '95	23	8	6	1	6	3	0	0	0	0	0	46	93 (10%)
'96 - '00	64	47	24	23	15	15	0	10	4	9	2	107	320 (36%)
'01 - '05	151	78	46	40	29	23	38	14	15	7	4	39	484 (54%)
총 계 (%)	238 (27%)	133 (15%)	76 (9%)	64 (7%)	50 (6%)	41 (5%)	38 (4%)	24 (3%)	19	16	6	192 (21%)	897 100.0

식물재배 화분의 출원동향, 특허청 자료

년부터 5년간 최근에 출원된 건수는 1990년대 전반기 대비 약 520% 증가한 484건으로 전체 출원대비 54%를 점하고 있어 화분에 관한 출원이 급격히 증가하고 있음을 알 수 있다.



기술종류별 화분출원 추이, 특허청 자료

시대별로 화분의 출원기술 동향을 살펴보면, 1990년대 전반기에는 자동급수화분 및 다단식 화분 등 전통적으로 기술개발이 활발한 분야의 출원이 주류를 이루었고, 1990년대 후반기는 항균성 물질을 화분에 이용하거나 공기정화, 자동제어 등의 기술을 이용하는 분야의 출원이 늘어나 기술개발 방향이 심미적 관점에서 기능적 관점으로 전환되었음을 알 수 있다.

2000년대에 들어와서도 자동 급수화분, 난초 및 다단식 화분의 기술개발과 함께 1990년대 후반부에 시작된 기술분야의 출원이 꾸준히 증가하였고, 특히 초미니식물을 이용한 악세사리나 애완형 화분, 편의성을 더욱 강화한 자동제어식 화분, 쌍방향 의사소통이 강화된 말하는 화분, 공기 정화장치가 부착된 공기정화 화분 등 휴대성 및 장식성이 한층 강화된 기발한 아이디어형 화분이 속속 개발되어 출시됨으로써 시장에서 커다란 호응을 얻고 있다.

이러한 다기능성 아이디어 화분은 기능성, 심미적 및 건강적 측면을 동시에 충족시키는 방향으로 개발되고 있으며, 출원 수도 급속히 증가하는 추세이다. 전술했던 말하는 화분에서와 같이, 향후 전자통신, 제어기술 및 식물 생명공학기술의 급속한 발전에 따라 더욱 다양한 기능과 형태를 갖춘 화분이 나타날 것으로 기대된다.

글을 마치며

좀 더 편하게 꽃을 기르고, 이를 통해 여러 가지 기능적인 장점을 얻으려는 노력은 다양한 특허를 만들어냈다. 전술한 다양한 화분을 이용하여 올 봄, 급수와 화분 갈이의 불편함과 이를 극복할 수 있는 예쁜 꽃을 좀 더 편하게 가꾸어 보도록 하자. 한국발명진흥회



김 규 연

한국과학기술원(KAIST) 화학과 학사
제45회 변리사 시험합격
전 21세기 특허법률사무소 재직
현 한국발명진흥회 특허평가거래팀 전문위원



한국의 지식재산이 소통을 시작하다

한국지식재산협의회(KINPA) 활동을 중심으로

사람들이 인적 네트워크를 형성하는 데에는 다양한 이유와 목적이 있다. 사람이 재산이라는 금언과 같은 이유에서부터 자기가 속한 분야에서의 영향력의 확보라든지, 정보의 수집과 업계의 동향파악 등등 인적교류를 유지하는 이유는 다양하다. 지식재산 분야에 있어서도 이러한 인적네트워크는 매우 중요한 화두가 되어 왔다.

특허라는 권리를 가지고 국내 기업 간에 다툼이 심하던 지난 세기 말부터 국내 기업 간의 다툼을 저어하는 근심어린 목소리들로부터 이해의 조정을 위한 채널의 필요성이 이야기 된 바 있고, 21세기에 접어든 이후부터는 이해의 조정보다는 소통을 중시하는 분위기에서 상생과 협력을 위한 구체적인 방안으로서 인적네트워크의 형성이 보다 강조되고 있다. 지난 호 발명특허에 실었던 글에서도 언급한 바와 같이, 가까운 일본의 지적재산협회(JIPA)의 회원이 1990년대 초반부터 급증을 했던 사례로부터도 이런 움직임이 얼마나 뚜렷했는지 알 수 있다.



그림1. 한국지식재산협의회 전체 워크숍에서 협의회 회장직을 수행하고 있는 LG전자 이정환 부사장의 인사말씀

그리고 이제 소개할 우리나라의 한국지식재산협의회의 활동 역시, 지식재산 민간협의체의 탄생이 시급하다는 인식에 기반하고 있다는 점도 이를 반영하는 것이다. 대화와 소통의 세기에 발맞춰 지식재산 분야도 같은 행보를 내디딘 것이다.

한국의 민간 IP 기구의 탄생

2008년 6월 4일에 창립한 한국지식재산협의회(KINPA: Korea Intellectual Property Association)는 8개의 특허업무분야별 분과를 운영하고, 분과활동을 바탕으로 하여 다양한 의견들을 공유하고 있다. 최초에는 기업의 사례를 서로 나누던 것에서 시작해서 현재는 공통의 이슈를 발굴하고 이를 각 사의 특허업무에 활용하거나 경영층을 설득하기 위한 자료로 이용하는 수준에까지 다가서고 있다. 물론, 기업 실무자들을 대상으로 진행하는 회의라는 점에서는 각 사의 여건에 따라 참여가 수월치 않은 점이 있지만, 이 역시 협의회의 활동이 전향적으로 이루어지고 그 영향력이 전파되면 이 모임의 가치에 대한 인식도 변화되리라 예상한다. 미국의 IPO(Intellectual Property Owner's Association)와 일본의 JIPA가 이미 내실과 외형을 갖춘 조직으로 세계의 특허정책을 좌우하는 영향력을 발휘하는 조직으로 성장했음으로도 이는 예측가능한 일이다.

협의회 활동의 성과 공유

이와 같은 KINPA의 활동 중에서도 특히 IPO와 JIPA에서는 추진하기 어려운 우리만의 활동 가운데 하나가 KINPA 소속 회원 모두가 모일 수 있는 전체 워크숍이다. 이 전체 워크숍의 기본적인 목표와 취지는 각 분과로 흩어져서 활동하던 KINPA 회원들을 한 자리에서 만날 수 있게 하고, 이를 통해서 face-to-face를 통해 실질적인 인적네트워크의 형성을 도모하고, 보다 중요한 것은 각 분과의 연구테마에 대한 공유를 통해서 정보와 지식을 나누는 것이다. 워크숍을 통해서는 분과별로 통상 2가지의 정보를 공유하게 된다. 먼저는 각 분과의 연간 운영계획과 일정을 소개하고, 다음으로는 각 분과가 연구했던, 혹은 앞으로 중점적으로 다루게 될 논의 주제를 소개하는 것이다.

이제 지난 4월 9일~10일에 있었던 KINPA 전체워크숍

에서 진행된, 해마다 그 논의의 범주가 세밀해지고 깊이가 더해가고 있는 KINPA의 각 분과별 논의주제에 대해서 소개하고자 한다.

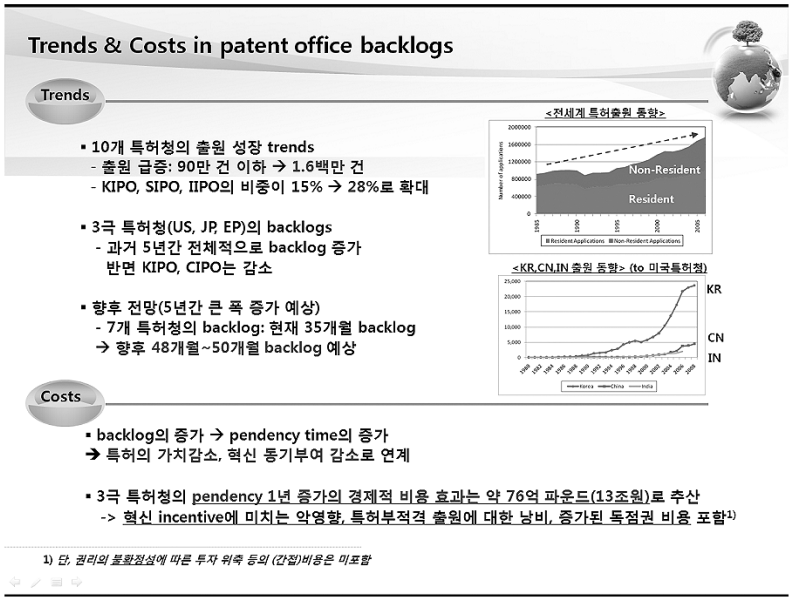
국제분과

국제분과가 제시한 논의 주제는 '특허심사적체의 경제학적 분석 및 상호인정제도에 관한 전략적 연구' 였다. 특별히 이 주제가 논의된 것은 국제분과가 미국의 IPO와의 협력을 추진하면서 세계 IP 이슈와 동향에 대한 접촉 창구역할을 하게 되었던 데에 가장 큰 이유가 있다. 특히 경제회복기에 접어들면서 각국의 특허출원이 늘어날 것이 예상되는 시점에서 세계적인 심사적체를 해결하기 위한 노력들이 각국 특허청에서 논의되고 있는 것이다.

심사적체의 영향을 각국의 특허제도와 기술개발의 동기, 경제학적 측면에서 논의해 보고, 이에 대한 대안으로 상호인정제도[1]를 제안하는 것에 대해서도 소개하였다.

특히 심사적체의 요인으로 첫째 과거

그림2. 국제분과의 특허심사적체 관련 발표 중 일부



20년간의 세계적인 출원건수 급증과 특허제도의 변화, 둘째 혁신의 증가와 기술기반사회로의 이동, 셋째 특허출원 전략의 세계화, 넷째 특허권 확보전략의 변화[2], 다섯째 출원유지 기간의 장기화 선호[3], 여섯째 실질심사의 지연을 명백하게 제어하지 않는 등의 특허청의 동기부여(인센티브) 방식 등을 들고 있다. 이러한 원인이 결국, 출원인의 비용을 증가시키고 특허품질을 저하시키는 한편, 분쟁 유발의 효과를 가져오고 특허의 등록이 늦어지는 만큼 제3자의 후속 혁신기술이 지연되며, 보다 근본적으로는 특허제도의 목적에 배치되는 기술발전의 저해를 가져온다는 것이 문제점으로 제시되고 있다.

다수의 의견으로, 우리나라 특허청의 경우에는 새로이 3-Track-Prosecution(3단계 특허심사제도) 등의 도입으로 선진화된 특허심사시스템을 구축해 가고 있다는 점에서 심사적체의 문제를 심각하게 보지 않는 것 같다. 하지만 해외에 특허를 출원하지 않으면 안 되는 우리 기업의 입장에서 우리 특허청이 발 빠르게 앞서간다는 점에만 착안할 수는 없는 일이라 본다. 향후, 국제적인 차원에서 논의가 진행된다는 점에서 지속적인 모니터링과 필요 시 적극적인 참여가 필요하다고 보여진다.

지식재산경영분과

지식재산경영분과는 그 이름과 같이 IP Management를 활동주제로 하여 운영이 되는데, 이번의 논의는 '산학연 공동연구에 대한 기술이전계약연구'

1) 상호인정제도(Mutual Recognition)는 각국의 특허독립이라는 원칙하에서, 특허의 심사 및 등록이 국가 수준으로 수행이 되는데, 자국에 등록된 특허를 타국에서도 인정해 줌으로써, 심사의 적체를 줄이자는 의도가 담겨 있다.
2) 이는 특허권이 자금확보와 라이센싱을 목표로 하는 기업의 자산의 가치를 가지게 되고, 기술복잡도가 증가하고, 바이오와 첨단분야 등 다양한 분야에서의 출원이 급증하는 등을 의미한다.
3) 특허가 없는 것보다는 출원 상태에 있는 것이 보다 유리하다는 입장인데, 이는 경쟁업체들에게 권리의 불확실성을 가중시키게 되어, 재정의 확보와 라이센스의 가능성을 높이게 된다.

로 잡았다. 공동연구에 대한 기술이전계약이라면 라이센스 관련 사항으로 볼 수 있겠지만, 최근 산학 간 공동연구와 관련하여 결과물의 권리보유와 관련하여 이해관계가 다투어지고 있다는 점에서 특허부문에서는 중요한 경영측면의 논의가 되고 있다.

공동연구는 기본적으로 자금지원을 하는 기업과 과제활동을 수행하는 대학 간의 연구활동으로 구성된다. 다만, 학계에서 자금지원만을 하는 경우는 공동연구로 보지 않는 등의 경향이 있기 때문에 용어의 통일부터가 중요한 과업이라는 데에 의견을 모으고 있다.

특히 민감한 사항인 지재권의 소유에 대해서는 공동소유를 원칙으로 하고, 공동소유의 경우는 지재권의 유지와 관리 등에 소요되는 비용에 대해서도 공동부담을 원칙으로 하는 것이 타당하다는 의견을 제시하였다. 개량기술에 대한 지재권의 소유는 연구를 수행한 자에게 있다는 것도 제안하고 있다.

지재권의 실시에 대해서는 공동연구의 실시이므로 자기실시의 범위 내에서 자유롭게 실시하되, 기업은 자기실시, 학교는 지주회사 등을 이용한 실시를 제시하고 있다. 제3자의 실시는 협의를 바탕으로 한다. 즉 제3자에게 실시허여 · 매각의 경우는 당사자의 동의를 구하고 발생한 수익에 대해서는 지분에 따라 분담하며, Cross Licensing과 Package Licensing의 경우, 기업은 통보하고 학교는 동의 후에 실시하는 것을 의미한다.

물론, 상기한 내용은 KINPA의 총의차원의 논의나 결정된 사항이 아니다. 혹여 논의 내용을 보시는 분들 중에 이해관계가 있으신 분들의 오해는 없기를 바란다.

중소기업분과

중소기업분과는 이름에서도 알 수 있듯이 중소기업 특허관계자들이 모이는 자리로서, 이번에 다룬 주제도 '강한 특허 획득전략'으로 특정기술이나 특허를 바탕으로 사업을 수행하는 중소기업의 특성상 중소기업의 본질적인 문제를 다룬 주제라고 할 수 있다.

중소기업분과에서 정의하는 강한 특허라는 것은 본질적으로는 제품의 심장부로서 필수기능을 포함한 것이어야 하고, 기본적으로는 용이하게 설계변경할 수 없다는 회피불가성을 의미하며, 침해발견이 용이해야 하고 타사로부터의 공격에 강해야 한다는 것을 의미한다.

이로써 상정할 수 있는 특허전략으로서는 발명자와 특허담당자와 대리인 간의 특허전략의 공유와 역량함양의 인적 측면과 출원에서 등록, 그리고 더 나아가 실적을 만드는 업무절차적 측면을 제시하고 있다. 이것을 출원 단계별로 출원보상금의 지급, 등록보상금의 지급, 처분 또는 실적보상금 제도를 마련하여 장려하는 전략을 채용하고 있다. 물론, 이러한 보상체계를 마련하는 것으로 곧 강한 특허를 만들기 위한 동기가 확보되는 것은 아니다. 따라서 기술에 대한 이해를 바탕으로 한 명세서 작성을 위해, 개념특허, 구조특허, 기술특허 등 특허의 기능별 작성법을 탄력적으로 제시하고, 특허담당자의 역량을 강화하는 등의 실질적인 전략도 함께 수행되어야 한다. 간단히는 시스템과 이를 운용하는 사람의 조화를 목표를 통해 강한 특허를 만들어 낸다는 아이디어를 제안하고 있는 것이다.

대기업의 경우와 같이 각각의 인력이 일정 업무에 전문화되어 있는 경우와는 달리, 중소기업은 한 사람이 다양한 업무를 수행해야 하는 만큼, 더더욱 시스템과 기준 그리고 담당자의 역량강화가 더 필요한 과제라고 할 수 있는 것이다.

특허정보분과

특허정보분과의 제안 주제는 '특허정보 인프라 추진 시 고려사항'으로서, 최근 특허정보관리시스템의 확충에 대한 필요와 인식이 커지고 있는 가운데, 이와 관련한 KINPA 회원사의 현황을 공유하는 기회가 되었다.

이 주제에 관한 발표 내용은 사전에 특허정보시스템을 이용하고 있는 KINPA 회원사들을 대상으로 하여, 시스템 사용의 만족도나 시스템 개발업체들의 특허제도에 대한 이해도 등에 관한 설문을 실시하여, 이를 분석한 것으로 진행하였다. 예측할 만한 사실이지만, 특허관리시스템을 구축할 수 있는 정도의 규모의 기업이라면 아무래도 중소기업보다는 대기업이 많았던 관계로 대기업으로부터의 응답(87%)이 압도적이었지만, 오히려 이러한 결과가 향후 후발기업들에게는 도움이 되는 점이 적지 않으리라 생각된다.



그림3. 분과별 주제발표 진행 중 진지한 토의를 하고 있는 참가회원들

시스템을 구축하고 있는 기업들이 평가한 대략적인 내용을 소개하면, 특허관리시스템의 개발에 있어서 먼저, 우리나라의 시스템 개발업체에 대한 사용자 만족도는 대체로 보통 이하의 평가점을 매겼다. 만족한다고 응답한 기업은 하나도 없었는데, 이는 업체의 품질 수준에 대한 불만족이라기보다는 개발인력의 노하우와 업무이해에 대한 불만이 컸던 것으로 보인다. 언어적인 문제 때문에 의사소통 측면에서는 국내의 개발업체들이 외국업체들보다는 높은 평가점을 받았지만, 특허DB와 개발노하우, 인력의 개발능력수준을 보면 외국업체 쪽이 강한 면모를 보이고 있다.

특허정보시스템의 구축에 따른 예상효과로는 업무시간의 단축과 비용절감을 우선순위로 들었는데, 예상한 효과가 나타나는 데에 방해가 되는 요인도 몇 가지를 제시하고 있다. 즉, 개발업체의 취약한 사후관리와 유지보수, 데이터의 부정확성, 설계의 오류를 들었다. 시스템의 기반이 되는 설계 오류가 많은 것은 비단 특허관리시스템의 문제만은 아닌 것 같다. 우리나라의 수많은 시스템 개발업체들이 우리 토양에 맞는 시스템 엔진을 갖지 못하고, 해외에서 다소 저가의 라이센스를 통해 들여온 시스템 엔진을 가지고 커스토마이징에 치중하여 시스템을 구축하는 유형의 개발형태가 일반적이라는 데에 더 큰 문제가 있다고 본다.

시스템의 구축에서 가장 1순위로 정보화가 되어야 하는 것으로는 출원분야를 들었다. 특허부문에서 가장 많은 시간과 절차의 절약을 필요로 하는 것이 출원분야임을 확인할 수 있다. 정보화 대상 분야를 출원 · 비용 · 검색 · 분석 · 보고로 볼 때, 이중 특별히 정보화가 필요하지 않은 분야로는 보고를 들었다. 그리고 효율적인 시스템의 구축 순서로는 '출원→비용→검색→분석→평가 또는 ERP'를 제시하고 있으며, 경우에 따라서는 '출원→검색→분석' 의 틀을 따르는 경우도 적지 않았다.

특허관리시스템을 구축하는 데에는 무엇보다 적지 않은 예산이 소요되는 바, 예산확보가 용이하지 않다는 응답이 압도적이었다. 그만큼 기업 내에 별도의 시스템을 구축한다는 점에 대한 설득을 위한 충분한 명분과 이점이 설명되지 않으면 안 된다는 것을 보여주었다. 또한 예상한 예산보다 실제로 투입되는 비용이 더 많은 경우가 대부분으로, 예산의 2배 이상이 소요되었다고 하는 응답도 전체 응답의 23%나 차지하였다.

경험상 가장 구축이 어려운 분야로는 분석, 검색, 비용, 출원 순으로 나타났는데, 이는 개발업체의 역량과 개발경험과도 직접관련이 있는 것 같다. 아무래도 수요가 가장 많은 출원관련 시스템은 비교적 구축이 용이한 반면, 검색과 분석은 데이터의 정확성과 데이터의 흠결이 최소화되지 않으면 안 되기 때문인 것으로 보인다. 앞서 외국 업체의 강점이 특허 DB라는 점에서 볼 때, 우리나라의 개발업체들은

검색과 분석에 취약한 개발구조를 갖고 있다는 점을 꼬집을 수 있겠다.

이상과 같이 설문의 내용을 중심으로 살펴본 바, 아직 시스템이 구축되지 않은 기업에서 우선순위를 두어야 하는 내용에 대해서는 대략적인 윤곽을 잡아볼 수 있을 것 같다.

라이센스분쟁분과

라이센스분쟁분과는 라이센스와 소송의 두 가지 업무분야를 하나로 묶어 특허의 활용과 보호 측면을 주로 다루고 있다. 일반적으로 라이센스활동은 분쟁의 예방과 대응 상의 밀접한 관계가 있기 때문에, 분쟁에서의 대응전략으로서 라이센싱이 중요해진다. 이점을 고려하여, 이번 워크숍에서는 '기업의 특허분쟁예방활동'을 주제로 현대기아차의 사례를 발표하였다.

분쟁과 관련한 특정기업의 사례인 점에서 구체적인 사항까지 소개하기는 어렵지만, 자동차 부문에서의 소송과 분쟁 동향을 소개하고, 신차 개발의 각 단계에서의 특허활동을 프로세스 차원에서 소개하였다.

자동차 업계에서의 소송과 분쟁의 특징은 먼저 특허료와 소송비용이 고액화되고 있다는 것과 특허괴물들의 전자부품에 대한 특허제소가 많아진다는 점으로 인해 소송이 증가하고 있고, 특히 일본 정부의 공격적인 지식재산 정책에 따라 도요타와 혼다 등 일본기업의 공격이 증가하고 있고, 미국과 유럽 등에서는 세관압류 등을 통하여 지재권을 보호하는 경향이 강해지고 있다는 것이다. 이는 비단 자동차 분야에만 해당하는 현실은 아니지만, 최근 자동차의 첨단장치와 편의장비가 탑재되면서, 자동차 산업이 철강에서 IT까지를 아우르는 종합 기술산업으로 확장되면서, 자동차 산업을 통해 모든 특허환경의 변화가 감지된다고 하겠다.

이러한 특허환경 하에서 특허활동 역시 보다 세분화되고 제품 개발의 초기단계에서부터 특허활동이 수행되어야 한다는 것을 시사하였다. 즉 연구단계에서 제품이 구상되기 전부터 선행기술을 조사 · 연구하는 것에서 설계 단계 전에 특허맵을 작성하는 등의 활동이 그것이다.

교육인력양성분과

KINPA 내에서의 교육인력양성분과의 역할이나 기능은 분과 회원들을 위한 것이라기보다는 소속 회원사 전체를 위한 IP 교육체계 구축이라는 점에 초점이 맞춰져 있다.

이번 주제발표는 2010년도 IP교육프로그램 추진에 앞서 지난해에 실시한 IP시범교육을 소개하는 기회로 삼았다. 작년의 IP시범교육은 중국의 출원, 특허소송, OA분석 등 3개의 주제를 가지고, 중국전문가와 중국에서의 사업운영 경험이 많은 중견 중소기업인 탑엔지니어링의 특허팀장을 강사로 초빙하여 1일 교육으로 진행이 되었다. 교육의 내용은 통상의 이론적인 교육이라기보다는 실제로 명세서를 작성하고, 통관관련 조치를 취하고, OA에 대응한 클레임의 보정 등 특허담당자들이 실무에서 부딪힐 수 있는 사항들에 대한 교육인 점에서 상당한 의미가 있었다.

또한, 교육을 통해서 우리 기업의 중국 대응의 특허업무를 진행함에 있어서 겪는 문제점이나 교육이 필요한 점들도 확인할 수 있었다. 이를 몇 가지로 정리하면, 첫째는 특정 실무주제를 심층적으로 마스터 할 수 있는 교육이 있었으면 한다는 것이다. 둘째로는 한중일과 미국, 유럽까지를 포함한 특허제도의 비교와, 보다 심화된 소송 사례의 소개를 꼽았다. 셋째는 기업 담당자가 실무상 주의할 점과 강한 특허 취득을 위한 노하우를 적었다. 넷째는 교육의 정기적인 실시를 요구했다.

상기의 내용을 감안하여, 2010년에 진행될 IP시범교육 역시 실무자들을 위한 내실 있는 교육이 될 것이라고 하였다. 비록 시범교육의 이름으로 진행되는 교육이지만, 이는 단지 KINPA가 교육사업을 자체적으로 수행할 수 있는 독립법인이 아니라는 점에서 오는 한계이지 그 내용면에서도 시범적인 것을 다루고 있는 것은 아니라는 기대감을 갖게 하는 대목이었다.

특허분과

'Guideline of US drafting'을 주제로, 실무관점에서 본 작성방향과 팁을 제안하였다. 미국의 소송 사례를 주제로 삼았다는 점에서는 특허분과 보다는 국제분과나 라이센스분쟁분과의 연구영역이라고 볼 수도 있지만, 최근에는 특허의 출원 단계 이전부터 분쟁을 예상한 특허전략의 필요성이 대두된다는 점에서 이런 분위기가 반영된 것이 아닌가 생각된다.



그림4. 기업 간 교류의 장이기도 한 협의회 워크숍

발표의 관점은 명세서를 작성하는 단계에서 소송을 예상하고 명세서에 기재되는 내용이 실제 소송에서는 어떤 효과와 결과를 낳는지를 설명하면서, 명세서의 작성방향과 팁을 제시하는 데에 있었다. 따라서 미국 특허의 특징에서 출원절차, 미국 특허명세서의 작성요건 등을 설명하였다. 특히, 명세서의 작성요건인 명칭(title), 개요(abstract), 분야(field), 배경(background), 도면(figures), 상세설명(detailed description), 청구항(claims) 등의 각각의 항목별 작성 시 주의점 및 오류수정 등에 대해서 판례와 사례를 들어 설명하는 시간이 되었다.

이 발표를 통해 제시한 시사점을 간단히 종합하면, 먼저 청구범위와 명세서에 있어서는 청구범위와 상세한 설명 간의 균형과 조화를 확인하고, 청구범위가 명세서를 초과하지 않도록 각 요건항목별로 표현에 주의하여야 한다는 것이었다. 그리고 심사에 대응하여서는, 출원 시에 다양하고 실시가능한 모든 실시 예를 포함시키고, 출원 시에 구성요소의 결합관계와 필수요소인지 여부를 숙고해야 하며, OA 대응 시에 명세서의 내용을 넘어서는 무조건적인 확장은 지양하고, OA대응 사에 필수적이 아니라고 판단되는 구성요소에 대한 효과주장은 지양해야 한다는 점이다.

상표디자인분과

KINPA의 회원사 구성으로 볼 때, 제조업이 압도적으로 많이 차지하고 있는 상황을 볼 때, 상표디자인분야의 업무

인력은 상대적으로 그 비율이 작다. 하지만, 상표디자인분야가 결코 산업계에서의 비중이 작은 것은 아니다. 그 어느 분야보다 분쟁과 예방활동이 치열한 분야인 점에서 향후 상표디자인분과의 활동이 주목된다.

상표디자인분과는 이번 워크숍을 통해서 상표에 대한 기본적인 개념과 사례를 소개함으로써 상표의 중요성을 부각시키고, 사례 중심의 논의를 진행함으로써 현실적으로 각 기업이 겪고 있는 상표 침해의 심각성을 제시하고자 하였다.

'자타상품의 식별표지로서 영업상의 신용을 확보하기 위한 목적에서 사용하는 일체의 것'이라는 상표의 개념이 기술기반으로 지식재산권을 이해하는 이들에게는 생소할지 모르겠지만, 누구라도 유명 상표와 이를 침해한 상표를 눈으로 확인해 보는 것만으로도 상표분쟁의 심각성을 이해할 수 있을 터이다. 발표자가 LG생활건강의 특허파트장이라는 점에서 주로 LG생활건강의 제품이 주로 사례로 언급이 되었는 바, 저명주지의 상표라도 얼마나 쉽게 일반인들에게 혼동을 줄 수 있는지를 이해하게 하였다.[4)]

Win-Win 전략의 폐기 이후

이상과 같이 우리 기업이 논의하고 있는 특허이슈에 대하여 간략히 살펴보았다. 이러한 활동이 한국지식재산협의회라는, 아직은 독립적인 활동에는 미흡한 조직이지만, 협의체에 의해 이루어지든 혹은 각종 정책설명회와 간담회 등 정책의견수렴의 장에서 이루어지든 혹은 국가의 지식재산전략화 사업 등에서 이루어지든, 우리나라에 새롭게 정착해야 할 풍토는 협력과 상생이라는 점을 꼽고 싶다. 과거 미국의 부시대통령 재직 시절에 국방장관이었던 딕 체니와 합참의장이었던 콜린 파웰이 제안한 소위 'Win-Win Strategy'라는 군사전략은 오늘날 기업의 경영전략으로까지 확산되어 있다. 하지만, 이 전략이 이미 2001년도에 미국의 군사전략에서 은퇴한 지금, 지식재산 전쟁에도 새로운 전략이 필요한 시기가 되었다고 보여진다.

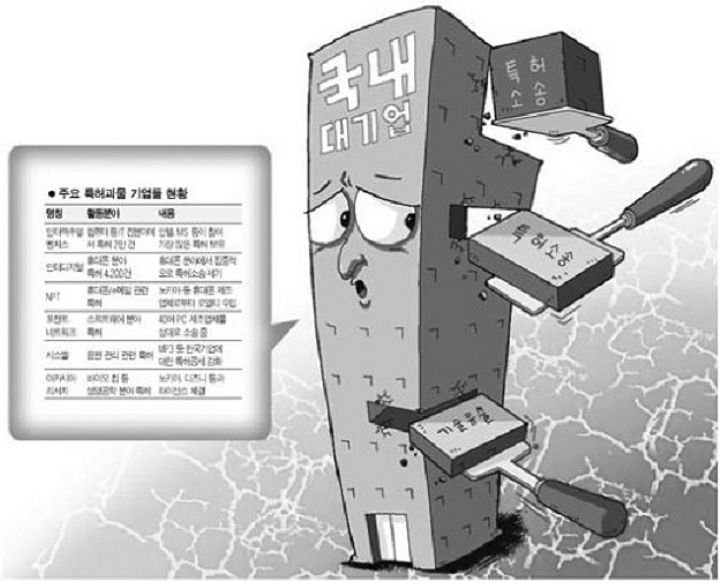


그림5. 2006년 이후로 급증한 일본의 특허공세와 특허괴물의 활동전개

출처 : 서울경제신문(인터넷)

이점에서 먼저는 과거에 피아(彼我)의 구별이 선행되었던 Win-Win 전략과는 다른 상생의 법칙이 먼저 제안되어야 하지 않을까 싶다. 특히 과거 우리 기업 간에 벌어졌던 가혹한 특허전쟁을 종식하고, 상호협력을 통한 장에서 선의의 경쟁을 치러야 할 시점이 되었다고 말하고 싶다. 일본이 국가 단위의 지적재산전략을 수립한 이후로, 일본기업의 공세가 강력해졌다. 우리에게도 내부의 역량을 결집할 기회와 시간이 마련되어야 한다. 이러한 점에서 작으나마 기업 간 노하우가 공유되고, 인적 교류가 이루어지고 있는 한국지식재산협의회의 활동은 매우 긍정적인 시발점이 아닌가 싶다. 앞으로도 본 협의회의 활동과 성과에 대해 보고하고 언급할 기회가 있겠지만, 무엇보다 보다 많은 우리 기업들의 참여가 기다려진다. **한국발명진흥회**



이 태 원 계장

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

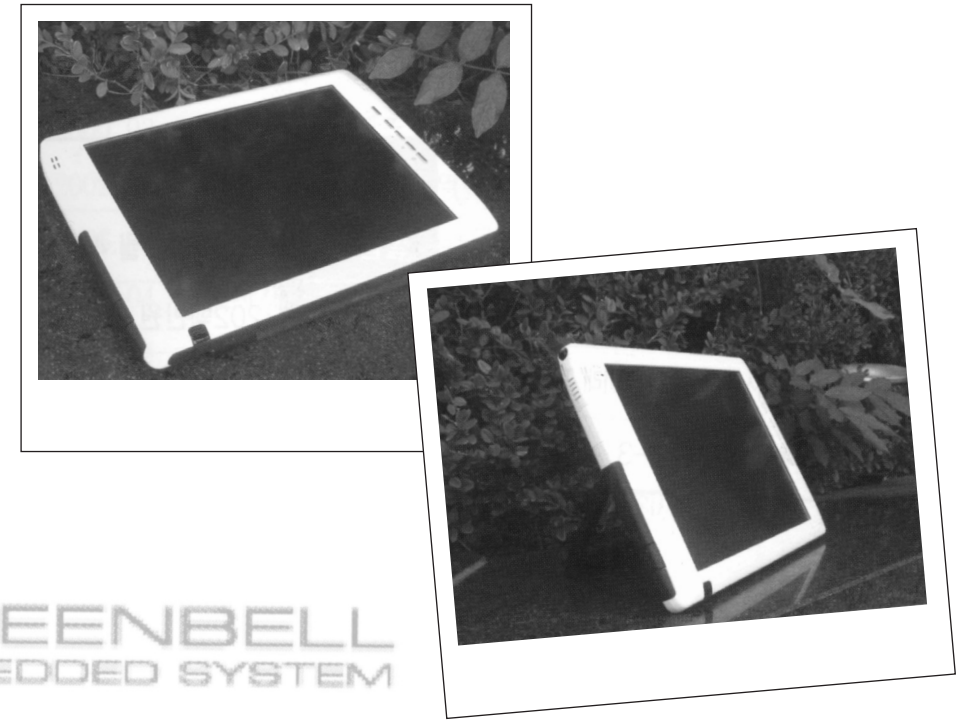
4) LG계열과 GS계열이 분리되었던 당시 'LG생활건강'이라는 기업명과의 혼동을 불러일으킬 수 있는 'GS생활건강'이라는 사명으로 저급한 상품을 만들어 낸 개인업자와의 다툼을 비롯해서, 중국의 모방품 사례를 소개하였다.

능동형 아이디 인식을 통한 직렬형 충전기 및 충전방식



GREENBELL
EMBEDDED SYSTEM





GREENBELL
EMBEDDED SYSTEM

(주)그린벨임베디드시스템은 2000년 (주)그린벨임베디드시스템즈 부설연구소에서 B2B용 휴대용정보단말기 사업을 시작한 이후, 2006년 9월 부설연구소 직원들이 분리 독립한 회사이다.

당사는 B2B 고객 요구사항에 의거 맞춤형 단말기를 개발 One Stop 서비스를 제공하고 있고, 현재 국내 및 일본, 미주지역을 중심으로 제품을 공급하고 있으며, 하드웨어 설계와 시스템 소프트웨어 개발을 기본으로 품질 및 생산 AS에 이르기까지 제조 전과정을 수행하고 있고, 각 공정의 인적자원은 10년 이상된 전문인력으로 구성되어 있다. 또한 교육, 물류, 주문형단말기, 홈오토메이션, 공장자동화 등 다양한 고객사에 제품을 공급하고 있다.

특히 제품의 자체 품질기준은 엄격하여 여타 경쟁 제품 대비 품질에 대해서는 국내외적으로 인정을 받고 있다.

2006년에는 의사소통이 어려운 중증 장애인을 위한 대체의사소통 단말기를 국내 최초 개발하여 교육인적자원부를 통해 특수교육원에 납품하여 언어장애를 겪고 있는 학생들에게 일상생활에 도움이 되는 보조기구로서 좋은 반응을 얻고 있다.

(주)그린벨임베디드시스템은 품질을 최우선으로 하여 고객 요구사항을 One Stop으로 서비스 하는 제품을 공급하는 정직한 기업정신을 이념으로 추구하는 회사이다.

휴대용 단말기 분야의 축적된 노하우 및 기술력을 바탕으로 한국뿐 아니라, 해외에서도 최고의 제품 및 서비스를 제공하여 고객과 상호 Win-Win 할 수 있도록 최선의 노력을 하고 있다.

주요연혁

2000. 03.	(주)그린벨시스템즈 B2B 무선정보단말기 사업 시작
2002. 06.	프랑스텔레콤 유럽지역대상 웹패드개발 MOU 체결
2006. 09.	(주)그린벨임베디드시스템 분사 독립 사업자 등록 및 사업개시
2007. 04.	벤처기업등록(기술신용보증기금)
2007. 04.	공장등록
2007. 05.	ISO 9001 인증
2007. 05.	ISO 14001 인증
2007. 06.	수출유망중소기업 인증(중소기업청)
2008. 11	기업부설연구소 등록(한국산업기술진흥협회)

지식재산권 출원 및 등록 현황

	출원			등록		
	국내	해외	계	국내	해외	계
특허	4		4	1		1
실용신안						
디자인				2		2
합계	4		4	3		3

사업화 성공 기술 개요

권리명칭	능동형 아이디 인식을 통한 직렬형 충전기 및 충전방식					
출원번호	10-2004-0058623				등록번호	제654388호
제품적용 실적	적용 제품수	4품목	총 매출 실적	2,500백만 원	국내매출	2,000백만 원
					해외매출	500백만 원
발명 (고안)의 요지	본 발명은 어댑터의 출력전원을 인가받아 충전하는 충전기에서, 각 충전기를 어레이 케이블로 직렬시켜 동시에 충전토록 하고, 각 충전기는 어댑터나 이전 충전기의 전원을 인가 받으며, 배터리 삽입 및 충전 상태에 따라 지신 및 다음 충전기의 충전여부를 로직 제어기에서 판단하고 능동적으로 아이디를 생성하여 충전 가능한 개수의 충전기까지 연속 충전이 가능토록 구성한 능동형 아이디 인식을 통한 직렬형 충전기 및 충전방법을 제공한다.					

권리명칭	마이컴을 이용한 배터리 충 방전기					
출원번호	10-2008-0040299				등록번호	
제품적용 실적	적용 제품수	4품목	총 매출 실적	700백만 원	국내매출	650백만 원
					해외매출	50백만 원
발명 (고안)의 요지	본 발명은 일반적으로 각종 휴대용 기기에서 배터리 사용량이 급증하면서 배터리의 충전 및 방전을 위한 기기의 사용빈도가 높아지고 있다. 그런데 이러한 충전기기는 단일의 기능만 수행하는 것이어서, 여러 충전기를 동시에 사용하여 충전하는 장소에서는 일일이 별도로 구입하여 충전하여야 하는 문제점이 있고 충전량도 일정하지 않게 되어 배터리의 충전효율이 저하되는 문제점이 있다. 이를 해결하고자 충전과 방전을 동시에 수행하는 충 · 방전기를 개발하게 되었다. 이상과 같이 충전과 방전을 동시에 수행 가능토록 하여 사용자의 편리성을 극대화 하였다. 배터리를 사용하기 위해서는 충전이 필요하지만, 보관을 위해서는 방전을 한 상태에서 보관하여야 수명이 유지되기 때문이다.					

기술이전 · 기술개발 과정

개발 배경

가. 능동형 아이디 인식을 통한 직렬형 충전기 및 충전방식

당사의 사업 영역인 B2B 업무용 무선정보 단말기의 경우는 한 장소에서 10여 대에서 100여 대에 이르는 수를 동시에 사용하거나 1대의 제품 당 1~3개의 배터리를 보유하여 업무의 연속성을 유지하는 사용처가 대다수 이어서 추가분의 배터리를 충전하기 위한 충전기의 수요가 높다. 특히 물류나 유통의 경우는 업무의 연속성이 매우 중요하여 배터리의 충전과 교체가 빈번하고 추가분의 배터리를 동시에 충전하기 위해 1개의 배터리당 1개의 충전기를 구비하여 사용하는 실정이다. 그러나 기존의 1:1(충전기:배터리)의 비율로 사용 환경을 구성할 때에는 충전기당 1개의 어댑터가 필요하며, 이렇게 사용하면 공간과 전원 단자등이 요구되기 때문에 비효율적이다. 이러한 문제점을 해결하고자 본 발명을 고안하게 되었다.

나. 마이컴을 이용한 배터리 충 방전기

최근 이슈화되고 있는 휴대기기에 사용되는 배터리의 신뢰성 문제는 결코 가벼이 여길 수 없는 문제가 되어 있다. 요즘 자주 접할 수 있는 배터리 폭발이나 발화 사고 등에서 볼 수 있듯이 제품의 품질적인 측면만이 아니라 안전의 문제로 배터리의 신뢰성은 중요해지고 있다. 이런 시점에서 대기업의 경우는 시장에서 차지하는 크기나 자금력으로 고가의 장비를 구입하여 신뢰성을 확보해 나가고 있지만, 중소업체의 경우는 수량이 적고 자금력 등의 한계로 신뢰성 확보에 어려움을 겪고 있다. 당사는 이러한 문제점을 해결하고자 본 발명을 고안하게 되었다.



개발과정

가. 개발필요성

업무용 무선단말기 사용 시 빈번한 배터리 충전문제로 인한 업무효율성 저하 발생으로 인하여 능동형 아이디 인식을 통한 직렬형 충전기 및 충전방식 발명을 고안.

나. 추가개발 필요성

현재 많은 휴대용단말기 제품들이 출시되는 상황에서 배터리의 신뢰성은 절대적이다. 여러 개의 배터리를 동시에 충방전 테스트를 할 수 있고 검증기간의 단축 및 저가의 비용으로 배터리의 신뢰성을 확보하기 위해 발명을 고안.

다. 최종 개발목표

다수의 배터리를 충전 시 효율적인 충전과 유연한 확장성을 위해 다수의 배터리를 효율적으로 충전할 수 있는 방법을 개발하여야 한다.

- 하나의 어뎁터로 여러 대의 충전이 가능해야 한다.
- 충전을 위한 충전기의 숫자가 유동적이어야 한다.
- 장착되는 위치와 순서에 따라 충전되어야 한다.

배터리의 신뢰성을 확보하기 위해 배터리의 테스트 장비를 개발하여야 한다.

- 기존의 개발된 기술을 적용하여 확장한다.
- 보관 및 사용효율을 높이기 위한 방전모드가 있어야 한다.
- 충전과 방전시간 잔량, 전압 등의 정보를 표시하여

야 한다.
- 충전과 방전의 컨트롤이 가능해야 한다.

본 개발의 목적

당사는 무선 정보단말기는 교체 가능한 배터리를 채택하여 휴대하기 편리한 장점을 지니고 있으나 휴대기기의 특성상 배터리의 사용시간이라는 한계를 가지고 있다. 이러한 제품을 사용하는 고객 중 여러 대의 제품을 동시에 사용하는 고객들은 설치환경의 간결함을 요구하였고, 2내지는 5개의 배터리를 동시에 충전하기를 원하는 등 다양한 사용요구가 있었다. 이에 설치면적이 최소화와 유연한 확장성을 위해 1개의 어뎁터로 여러 대의 충전기를 연결하여 한번에 충전 가능한 배터리 수량 만큼씩 충전할 수 있는 장비를 개발하여 고객의 요구와 회사의 목적을 달성하고자 하였다.

기술적으로 배터리로 인한 문제를 줄이기 위해서는 품질관리가 필수적이다. 휴대장치의 배터리는 신체와의 접촉이 빈번하고 매우 근거리에서 사용하고 있기 때문에 사고발생 시 큰 문제를 야기할 수 있기 때문이다.

일반적으로 대기업이 판매하는 노트북이나 기타 휴대 제품들은 B2C 고객을 상대로 하는 제품이어서 많은 물량의 배터리를 소화하고 있다. 이런 연유로 배터리를 납품하는 회사의 입장에서는 큰 고객이어서 여러 개의 셀로 구성된 배터리의 경우에는 배터리의 수명과 안전성에 중요한 영향을 미치는 셀 간의 Balancing 등을 셀 제조회사의 고가의 장비를 통하여 품질과 안전성을 확보하고 있는 실정이다. 이와는 대조적으로 당사와 같은 중소업체의 경우 대기업처럼 많은 물량을 소화하지 못하고 특화된 배터리 셀의 개발이나 신뢰성의 측면에서 신뢰성을 제공해주는 업체 선택이 매우 어렵고 셀의 신뢰성 부분에 소홀히하거나 자체적인 검증에 높은 비용을 요구하는 상황이다.

당사는 이러한 문제를 극복하기 위하여 자체적으로 셀의 신뢰성을 검증할 수 있는 장비를 개발하여 당사에서 출하되는 전 제품에 적용하여 신뢰성을 확보하고 있다.

사업화 과정

위에 언급한 발명사항은 당사의 신뢰성 공정 및 전제품에 기술이 적용되어 현재 판매 중이며, 사업화 내용은 아래와 같다.

- 교육용 e-book 단말기 분야

- 초 · 중 · 고교 대상 휴대용 단말기를 이용한 디지털 교과서 전환 추진 중(2013년 전면 실시 목표)
- 2010년 초등학교 20개 대상 시범사업 예정
- PMP 등 휴대용 기기를 이용한 u-Learning 증가
- 수능 강의 등 교육 컨텐츠와 PMP 기기와의 패키지형 판매 증가
- 향후 Robot, IPTV 시스템 등과 연계, 다양한 매체를 통한 서비스 구현 가능

- 물류/유통(적용 콘텐츠 변경)

- 대기업 물류 창고를 중심으로 한 제품 솔루션 확산에 따른 단말기 공급
- 기간 업무 솔루션(ERP) 업체와 공동으로 신규시장 영업
- 항만, 중공업, 자동차, 전자회사, 물류창고 단말기 공급

- SFA(Sales Force Automation)란 '영업촉진자동화' 효율적인 영업활동지원을 통한 영업 능력강화, 정보시스템을 통한 업무의 효율성 제고를 위한 단말기

- 와이브로, CDMA EV-DO, 등 무선인터넷을 통한 단말기 이용 보험사, 자동차, 화장품, 학습지 교사 등

- HOME NETWORK 단말기

- 주문단말기

판매 및 유통과정

시장현황(직판 및 솔루션 업체와 공조하여 판매)

분야	추진전략
U-Learning	- 교육단말기 관련 정부과제 2개 수행 및 입장초교 시범사업 단말기 공급으로 국내교육 환경에 맞는 맞춤형 단말기 공급 - 출판업계 및 사교육시장 연계 단말기 유통 - 해외 교육단말기시장 적극 진출모색
U-Health	- 해외시장(일본) 진출확대(화상원격진료단말기)
물류/유통	- 대형마트, 편의점, 백화점 및 대기업 물류창고를 중심으로한 제품솔루션 확산, 현재 외산장비 의존도 매우 높으며, 당사는 가격 품질 A/S 우위로 시장 확대추진 - 다양한 제품군 보유로 마켓별 시장공략 - 유통시장 공략 매진
HOME Network	- U-City개발 및 아파트의 대형화 · 고급화에 따른 홈넷의 활성화 - 정보단말기, 기기제어, 무선 방문자 확인, Volp, MPEG 등 다양한 기능을 요구 - 신제품(BPV-350) 전략상품으로 홈넷 영업강화, 멀티미디어기능, 텔레메틱스기능, PostPC 시장공략
레저산업	- 카지노, 골프장, 리조트 등 정보기기로 정보단말기 판매
정부기관	- 유비쿼터스 환경 하의 정보단말기 활용도 증가 - 의회 회의용 단말기, 공직자 임원정보단말기(결재단말기)
해외시장	- 일본 주문단말기, 원격화상 진료단말기(일본) - 트락스토어, GOT 단말기 등 적극 시장진출(일본)

2009년 매출현황

(단위 : 백만 원)

시장구분	매출처	확정매출	모델명
국내시장	유통	736	BPT-500
	홈 네트워크	229	BPT-350
	교육	368	BPT-350
	물류	667	BPT-500 BPT-600
국외시장	주문단말기	3,000	BPT-600
계		5,000	

사업화 성공 요인

- B2B 무선단말기 수요증대로 배터리 중요성 확대
- 시장상황에 맞춘 새로운 기술 개발
- 투명한 내부 프로세스 확립
- 무선정보 단말기분야 10년간 축적된 Know-How 및 인력 보유[초창기 제품개발의 시행착오를 통하여 현재는 아래의 사항에 대한 타사 외산제품 대비 경쟁력 우위확보]
  - 가격 경쟁력[기존 외산제품(일본, 미국) 대비 가격 경쟁력 우위]
  - 성능 및 안전성
    [철저한 신뢰성시험을 통한 제품의 품질관리, 외산 대기업 제품대비 우수한 품질신뢰성 확보]
  - 제품의 확장성 및 유지보수 체계의 신속성
    [프로토콜 확장, 프로그램 호환성, 주변장치의 활용성 용이]
  - 원스톱 고객 맞춤형 제품 공급가능[개발, 생산, A/S 제조 전 과정 프로세서 확립]

현재의 여건, 향후 진행사항 및 기대효과

현재 우선정보단말기 수요는 여러 산업분야 현장에서 업무용으로 사용 용도가 확대되고 있는 추세이다. 과거에는 외산장비가 대부분 국내 산업현장에 사용되어지고 국산 단말기는 전무한 실정이었다. 이러한 현실에서 당사의 제품이 조금씩 외산장비를 대체해 나가는 상황이다. 이는 당사의 제품이 외산장비 대비 가격 및 품질에 대한 경쟁력을 갖추었기 때문이다. 이는 경제 산업적 측면에서 효과가 클 것이다.

B2B 무선정보단말기의 수요가 큰 시장은 일본이다. 이에 당사의 올초부터 본격적으로 일본시장에 당사의 제품을 출시하여 일본 대기업 제품과 경쟁하고 있다. 이에 가시적인 성과를 거둬 올해 일본을 선두로 해외수출액이 400만 불은 무난할 것으로 보이며, 꾸준히 지속적인 매출이 기대된다.

한국발명진흥회



지역의 특산품을 보호하기 위한 상표법상 제도

Ⅰ. 지리적 표시의 개념

넓은 의미의 지리적 표시는 출처표시, 협의의 지리적 표시, 원산지명칭을 포함하는 상위개념으로 보고 있다.

출처표시란, 원산지 명칭을 포함하는 개념으로서 지역과 상품과의 관련성을 불문하며, 어떤 상품이 특정 국가나 특정지역에서 기원했음을 나타내기 위하여 사용되는 표시이다.

협의의 지리적 표시는 "상품의 품질, 명성, 그 밖의 특성이 본질적으로 지리적 근원에서 비롯되는 경우 회원국의 영토 또는 회원국의 지역이나 지방에서 생산되었다는 것을 알리는 표시"를 말한다.

원산지명칭은 상품의 특징적인 품질이 생산지의 지리적 환경에 필연적인 영향을 받는 경우 그 생산지의 지리적 명칭을 말한다.

협의의 지리적 표시와 원산지 명칭의 차이점은 지리적 표시는 "문자, 기호, 도형 등"까지도 보호됨에 비해, 원산지 명칭은 단순한 "명칭"만을 보호대상으로 한다는 점이다.

지리적 표시는 특정인의 영업출처가 아니라 특정지역의 지리적 출처를 표시하는 것이라는 점에서 상표등록을 불허하는 한편 허위의 지리적 표시의 사용은 부정경쟁방지법을 통하여 금지하였다. 그러나 지리적 표시를 재산권으로 보호하는 것이 국제적인 추세이므로 우리 상표법은 지리적 표시를 상표법상 단체표장으로 등록하게 하면서도 지리적 표시의 공익적 기능을 감안하여 많은 예외를 규정하고 있다.

Ⅱ. 상표법상 지리적 표시의 보호

1. 상표법상 지리적 표시의 의의

지리적 표시란, 상품의 특정 품질, 명성 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 특정지역에서 비롯된 경우에 그 지역에서 생산, 제조 또는 가공된 상품임을 나타내는 표시를 말한다.[1] 이것은 TRIPs 협정상의 협의의 지리적 표시의 개념을 그대로 받아드린 것이다.

2. 지리적 표시의 요건

(1) 상품임을 나타내는 표시

지리적 표시는 상품에 대해서만 인정되며 서비스업에 대해서는 인정되지 않는다. 상품은 모든 산업제품을 포함하므로 농산물 및 그 가공품에 한정되는 것은 아니다.

지리적 표시는 상표법상의 모든 표장이 그 대상이 될 수 있다.[2] 이점에서 명칭만을 대상으로 하는 원산지 명칭과 다르다.

(2) 특정 품질, 명성 또는 그 밖의 특성

지리적 표시는 상품의 품질 뿐만 아니라 명성이나 그 밖의 특성이 지리적 환경에 기인하는 경우를 포함하는 광의의 개념이다. 다만, 지리적 표시가 특정지역의 상품을 표시하는 것이라고 수요자 간에 널리 인식될 필요는 없다.

(3) 본질적으로 비롯

상품의 품질, 명성 그 밖의 특성이 특정 지역의 자연적, 인적요소를 포함하는 지리적 환경에 결정적으로 좌우되어야 한다. 사회경험칙상 자연적 요소나 인적요소 중의 어느 하나 이상의 요인이 없으면 지리적 표시 해당 상품의 품질이나 명성이나 그 밖의 특성 중 어느 하나 이상의 중요한 결과가 나타나기 어렵다고 판단되는 관계가 성립될 경우 지리적 환경과 상품의 특성 등 간에 본질적 연관성이 있다고 본다.

다만, TRIPs 협정상의 'essentially'에 대응한 표현으로, 배타적이고 유일한 요소일 것을 요하는 것은 아니다.

(4) 그 지역에서 생산 · 제조 또는 가공된 상품임을 나타낼 것

그 지역에서 생산 · 제조 · 가공의 모든 과정이 특정 지역에서 이루어 질 것을 요하는 것은 아니다. 지리적 표시의 대상지역은 해당 지리적 표시를 사용하는 상품의 원산지를 기후, 토향, 지형 등의 자연적인 요인이나 인적 요인에 따라 일정지역으로 구획하여 표시하는 것을 말하며 특정 행정구역과 반드시 일치해야 하는 것은 아니다.

3. 지리적 표시와 상표와의 관계

지리적 표시는 상품의 출처표시기능, 품질보증기능을 수행하는 점에서는 상표와 수행하는 기능이 동일하다. 다만, 상표는 '특정인'의 영업출처표시기능을 주된 기능으로 하지만, 지리적 표시는 본질적으로 '특정지역'의 지리적 출처를 표시하는 것을 주된 기능으로 한다는 점에서 차이가 있다.

따라서 상표는 '특정인'의 독점을 허용하나, 지리적 표시는 성질상 그 지역의 정당한 업자들 모두에게 사용이 개방되어야 한다는 점에서 단체표장제도를 통하여 '특정지역' 단위로의 보호가 가능하다.

따라서 상표법은 i) 지리적 표시 단체표장등록출원의 적격을 제한하고 있고, ii) 출원 전 지방자치단체와의 협의를 요구하며, iii) 해당 지역의 정당한 업자에 대하여 정관상 단체가입을 금지하거나 실질적으로 불허하는 경우에는 거절이유, 무효사유[3] 또는 취소사유[4]로 규정하고 있으며, iv) 당해지역의 다른 정당한 업자가 사용하는 경우에는 지리적 표시 단체표장권의 효력을 제한하고 있다.[5]

---

1) 상표법 제2조 제1항 제3호의2
2) 상표법상 보호 받을 수 있는 표장은 기호, 문자, 도형, 입체적 형상, 색채, 홀로그램, 동작 및 그 밖의 시각적으로 인식할 수 있는 것을 의미한다.
3) 상표법 제23조 제1항 제5호
4) 상표법 제73조 제1항 제11호
5) 상표법 제51조 제2항 제1호 및 제2호

4. 지리적 표시의 상표등록 불인정

지리적 표시는 그 특성상 식별력이 없고 특정인의 독점 배타적인 사용에 친하지 않으므로 원칙적으로 상표등록이 허용되지 아니한다.

지리적 표시가 상품의 산지표시인 경우[6], 현저한 지리적 명칭, 그 약어 또는 지도만으로 된 상표인 경우[7], 상품의 품질을 오인하게 하거나 수요자를 기만할 염려가 있는 경우[8], 세계무역기구 회원국 내의 포도주 및 증류주의 산지에 관한 지리적 표시로 구성되거나 동 표시를 포함하는 상표로서 포도주, 증류주 또는 이와 유사한 상품에 사용하고자 하는 상표인 경우[9]에는 상표등록을 받을 수 없다.

5. 지리적 표시의 단체표장에 의한 보호

2004년 개정 상표법은 지리적 표시를 보호하되 특정인에 의한 개인적 독점을 방지하기 위하여 단체표장제도를 통하여 보호하도록 하는 한편 그 특성을 감안하여 몇가지 예외를 규정하고 있다.

지리적 표시를 사용할 수 있는 상품을 생산, 제조 또는 가공하는 것을 업으로 영위하는 자만으로 구성된 법인은 그 감독하에 있는 단체원으로 하여금 그 영업에 관한 상품에 사용하게 하거나 직접 사용하기 위하여 자기의 단체표장을 등록받을 수 있다.[10]

다만, 지리적 표시 단체표장은 지리적 표시를 보호하는 것을 목적으로 하므로, ⅰ) 그 지리적 표시의 사용에 일반적으로 수반될 수 있는 공통의 문양 · 로고 · 도형 또는 출원인의 명칭을 표장의 구성부분으로 포함하는 경우, ⅱ) 지리적인 명칭이 아닌 비지리적 명칭(예를 들어, 에펠탑)이나 엠블렘(예를 들어, 에펠탑의 형상) 등으로 구성되었으나 지리적 명칭을 즉각적으로 연상시키는 경우를 제외하고는 지리적 표시만으로 구성된 표장 또는 지리적 표시와 상품명을 결합한 표장만을 지리적 표시의 정의에 합치하는 것으로 본다.

Ⅲ. 지리적 표시 단체표장의 등록적격성

1. 지리적 표시 및 지리적 표시 단체표장의 정의 규정

⑴ 앞에서 본 지리적 표시의 정의규정처럼 ⅰ) 그 지역의 기후 및 토질 등의 자연적 요인 또는 인적 요인에 의해 ⅱ) 지정상품의 품질 및 특성이 ⅲ) 본질적으로 기인하는지 여부를 판단한다.

⑵ 출원인은 법인격을 가진 생산자단체, 가공자단체 등으로서 주된 사무소 소재지가 당해 지역 내에 위치하고 있는지, 소속단체원의 경우에는 주소지 · 생활의 근거지 · 주된 사무소의 소재지 또는 생산 · 제조 또는 가공을 위한 토지나 공장등의 주요 설비가 당해 지역 내에 위치하고 있는지를 판단한다.

2. 식별력(법 제6조 제1항 및 제6조 제3항)

식별력은 그 표장으로서 기능을 수행하고 보호받을 가치가 있는지를 판단하는 것이다. 지리적 표시는 상표와 그 기능이 다르기 때문에 상표로서 식별력이 없는 표장이라 하더라도 지리적 표시로서는 식별력이 인정될 수 있다. 즉, 산지 및 현저한 지리적 명칭이라 하더라도 특정지역의 출처표시로서는 기능을 수행할 수 있으므로 등록받을 수 있다.[11]

3. 산지의 오인

상표를 보고 수요자가 인식하는 상품과 그 지정상품의 산지가 수요자에게 오인, 혼동의 염려를 제공할 수 있다면 적용될 수 있다. 다만, 반드시 현실로 사용되는 상품과의 관계에서 경업관계 또는 경제적 견련관계 여부를 판단하여 오인, 혼동의 염려가 존재하는지를 판단하여야 한다.

4. 타인의 선등록상표 및 선출원상표와의 관계

상표와 지리적 표시 상호 간에도 등록배제효는 인정된

6) 상표법 제6조 제1항 제3호
7) 상표법 제6조 제1항 제4호
8) 상표법 제7조 제1항 제11호
9) 상표법 제7조 제1항 제14호
10) 상표법 제2조 제1항 제3호의4
11) 상표법 제6조 제3항

다. 따라서 타인의 선등록상표가 존재한다면 법 제7조 제1항 제7호가, 타인의 선출원상표가 존재한다면 제8조 제1항의 문제가 발생할 여지가 있다. 다만, 상표의 기능은 타인의 상품출처표시에 대한 것이므로 지리적 표시 단체표장이 후출원된다 하더라도 선권리인 상표의 기능을 침해하지는 않으므로 상기 규정은 표장이 비유사하여 적용되지 않는다고 볼 것이다.

Ⅳ. 지리적 표시 단체표장권의 사용금지효

1. 지리적표시 단체표장권의 효력

(1) 지리적표시 단체표장이 등록되면, 그 법인 및 구성원은 지정상품에 독점하여 사용할 수 있는 적극적 효력을 갖는다.[12] 제3자와 관계에서의 사용금지효는 동일, 유사한 표장을 동일한 상품에 사용하는 경우에만 인정된다. 지리적 표시는 그 성질상 항상 동일한 상품에 대해서만 인정되기 때문이다.[13]

(2) 상표권 침해를 위해서는 상표의 본질적 기능인 특정인의 상품출처표시로서 사용일 것을 요구하나, 지리적 표시는 그 지역에서 생산 · 제조 또는 가공된 상품임을 나타내는 표시를 말하는 것이므로, 지리적표시 단체표장권의 효력은 그 특성상 산지를 표시하기 위한 표장의 사용 등의 지리적 출처표시에도 미친다고 해석된다.

2. 지리적표시 단체표장권의 효력 제한

(1) 등록상표권과의 차이점

지리적 표시 단체표장권에 대해서는 상표법 제51조 제1항이 적용되지 않고 동조 제2항이 적용되어, 상품 산지를 보통으로 사용하는 방법으로 표시한 표장 및 현저한 지리적 명칭, 지도, 약어로 된 표장에 대해서도 효력이 미친다.[14] 다만, 그 이외의 보통명칭, 관용표장 등의 사용표장에 대해서는 지리적 표시 단체표장권의 효력이 미치지 아니한다.

(2) 비구성원 등의 자유사용

그 지정상품과 동일한 상품에 사용하는 지리적 표시로서 당해 지역에서 그 상품을 생산 · 제조 또는 가공하는 것을 업으로 영위하는 자가 사용하는 지리적 표시 또는 동음이의어 지리적 표시에는 지리적 표시 단체표장권의 효력이 미치지 아니한다.[15]

(3) 선등록 상표권자의 자유사용

선출원에 의한 등록상표가 지리적표시 등록단체표장과 동일 · 유사한 지리적표시를 포함하고 있는 경우 그 상표권자 또는 사용권자가 지정상품에 사용하는 등록상표에 대해서는 지리적표시단체표장권의 효력이 미치지 아니한다.[16] 다만, 등록상표권자는 상표법 제50조에 의해 동일영역에 대한 정당한 권원이 인정되므로 양자 간의 권리관계를 명확히 하기 위한 규정에 불과하다. 한국발명진흥회

12) 상표법 제50조
13) 상표법 제66조 제2항
14) 상표법 제51조 제2항 제1호 및 제2호
15) 상표법 제51조 제2항 제3호
16) 상표법 제51조 제2항 제4호

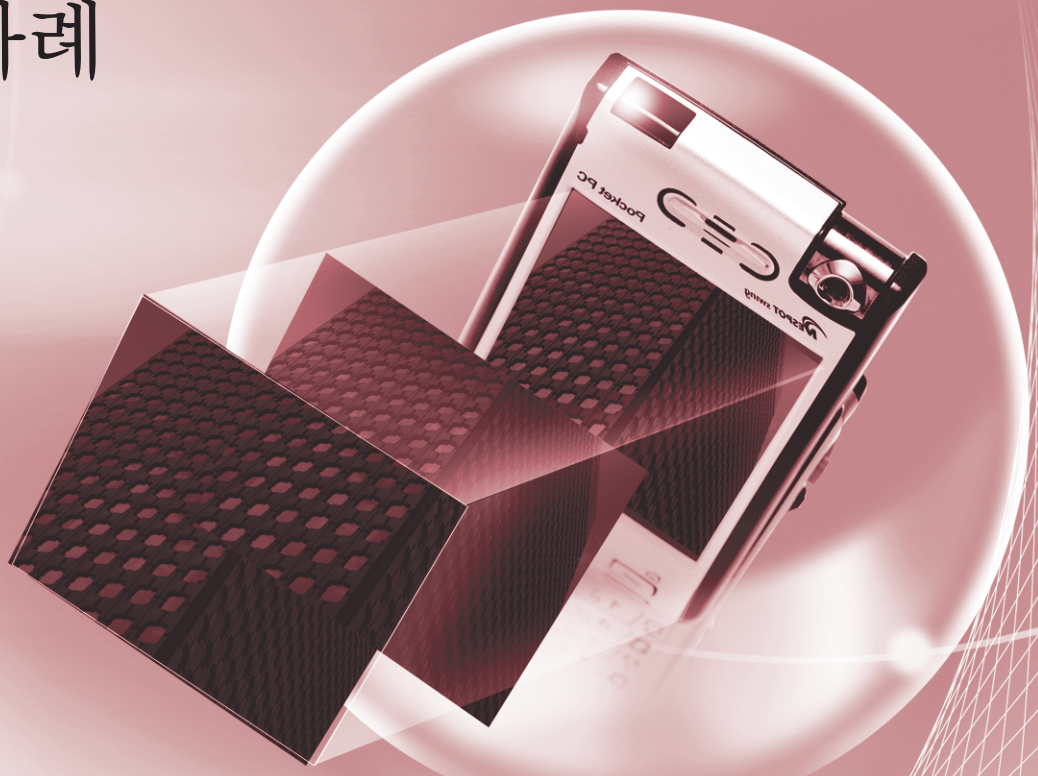


손지원

서울대학교 공과대학 기계항공공학부 졸업
서울대학교 공과대학원 기계항공공학부 박사수료
서울대학교 정밀기계공동연구소 연구원
2003년(40회) 변리사시험 상표법수석합격
한양대학교, 경희대학교 지식재산권법 강의
(현) 한국특허아카데미 상표법 전임교수
(현) H&H 국제특허법률사무소 대표변리사

사례) 갑은 휴대용 전자기기를 제조하는 자로서 휴대전화기, 개인휴대정보단말기(PDA), MP3 플레이어를 생산 · 판매하고 있다. 한편, 갑은 최근 거래실정을 고려하여 각 제품에 액정 화면 상에 제품의 상태 및 기능을 표시하는 다양한 디지털 컨텐츠를 창작하고자 많은 비용을 투자하던 중 배터리의 잔량표시를 위한 독창적이고 참신한 그래픽이미지 A를 창작하였다. 갑은 그래픽이미지 A가 모든 휴대용 전자기기에 그 활용도가 높고, 그 참신성으로 인해 수요자들이 높은 구매의욕을 갖게 될 것이라고 확신하였다. 이하 각 설문에 대해 답하시오.
(각 설문은 독립적이다.)

화상디자인과 관련된 사례





(1) 갑이 그래픽이미지 A를 디자인보호법상 권리화하기 위한 방안에 대해서 논하시오.

(2) 갑이 스스로 생산 · 판매하고 있는 상기 물품들에 대해서 그래픽이미지 A를 적법하게 등록받았다는 전제에서 제3자인 을이 전자사전의 표시부에 그래픽이미지 A 를 무단으로 사용하여 판매하고 있다면 을의 행위가 갑의 디자인권의 침해인지 여부를 현재 거래실정을 고려하여 검토하여라.

※ 현재 거래실정 : 휴대전화기는 전자사전의 기능을 갖긴 하지만, 일반수요자 기준으로 그 활용도가 극히 저조하다. PDA는 다기능 전자기기로서 전자사전의 모든 기능을 구현하고 있고, 전자사전의 수요자층은 PDA의 수요자층과 거의 일치한다. 시중의 모든 MP3 플레이어에는 전자사전 기능이 전무하다.

Ⅰ. 문제의 제기

설문 (1)과 관련하여, 화상디자인의 보호방안과 그 유의사항에 대해 검토하고, 설문 (2)와 관련하여, 그래픽이미지 A (이하 A)가 사용되고 있는 전자사전이 거래실정상 PDA와 유사물품인지 여부 및 양 디자인의 유사여부를 고려하여 침해 여부를 검토한다.

Ⅱ. A를 화상디자인으로 보호받는 방안(설문1)

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 창작 영역이 무체물까지 확대되는 현실을 감안하여 이를 디자인보호법에서 보호하고자 하는 것이다.

2. 화상디자인 및 해당 물품의 종류

1) 화상디자인은 그래픽사용자인터페이스, 아이콘 또는 그래픽 이미지 등을 포함된다.

2) 화상디자인에 관한 물품은 컴퓨터 모니터, 휴대전화기, 개인휴대정보단말기(PDA) 등과 같은 표시부(디스플레이부)를 구비하는 정보화기기를 포함한다.

3) 다만, 화상디자인 그 자체는 디자인의 성립요건을 구비하지 못하므로 보호될 수 없다.

3. 연혁 및 개정법의 태도

1) 2003년 7월 1일 시행 심사기준은 화상디자인이 물품에 표시된 상태에서 디자인을 구성하는 것으로 취급하여 보호를 시작하였다.

2) 2008년 1월 1일 시행법은 라이프사이클이 짧고 모방

이 용이하여 조기에 디자인권의 부여가 요구되는 화상디자인에 관한 물품을 무심사대상 물품에 추가하고, 화상디자인에 관한 물품은 정면도만으로 제출할 수 있도록 하여 그 보호를 강화하였다.

3) 2009년 5월 15일 시행 심사기준은 화상디자인을 포함하는 전체디자인과 화상디자인을 특정한 부분디자인의 법적 취급에 관한 오해를 방지하고자, '화상디자인에 관한 물품'은 화상디자인을 특정 물품의 부분디자인으로 출원된 것으로 본다고 규정하였다.

4. 화상디자인의 보호 여부

(1) 종래 법적 취급

1) 법 제2조제1호의 취지상 무체물인 화상디자인은 물품성이 결여되어 디자인의 성립요건을 만족할 수 없는 것으로 해석되었다.

2) 디자인으로 보호되기 위해서는 그 외관이 명확하게 특정될 수 있어야 하는데, 화상디자인은 전원에 의해 작동되는 때에만 나타나기 때문에 권리의 구체성이 결여되어 공업상 이용가능성이 없는 것으로 해석되었다.

3) 그러나, 화상디자인과 같은 신규한 디자인 창작물의 보호를 위해 법 규정 및 제도의 탄력적 해석과 운영을 통해 디자인으로 보호해야 한다는 견해도 있었다.

(2) 현행 심사기준의 태도

1) 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 취급하는 것으로 규정함으로써, 액정화면 등의 표시부를 가지고 있는 모든 정보화기기 등은 화상디자인을 표시한 상태에서 디자인등록을 받을 수 있는 것으로 해석하고 있다.

2) 따라서 화상디자인은 그 자체로서 디자인의 정의를 만족하지 못하지만, 표시부를 갖는 정보화기기 등의 물품을 전제로 그 물품에 표현된 모양으로서 보호될 수 있다.

5. 출원 시 법적 취급

(1) 출원서(제9조제1항)

1) 화상디자인에 관한 물품은 화상디자인을 특정 물품의 부분디자인으로 출원한 것으로서, 무심사대상 물품에 해당하므로, "부분디자인 여부"란에 부분디자인의 취지를 기재해야 하고, 디자인무심사등록출원서의 일반적인 기재방식을 따라야 한다. 또한, 복수디자인등록출원인지 여부, 단독디자인등록출원 또는 유사디자인등록출원인지 여부를 고려하여야 한다.

2) 디자인의 대상이 되는 물품은 원칙적으로 독립거래의 대상이 되는 물품명만으로 기재해야 한다. 다만, 화상디자인에 관한 물품의 경우 "화상디자인이 표시된 컴퓨터 모니터"와 같이 형태에 관한 명칭으로 기재할 수 있다.

(2) 도면 등의 작성방법(제9조제1항)

1) 일반적인 경우

등록을 받고자 하는 화상디자인을 실선으로, 그 이외 부분은 파선으로 표현하여 등록받고자 하는 화상디자인을 명확히 특정하고, 경계가 불명확한 경우 그 경계를 1점쇄선으로 명확히 도시하며, 디자인의 설명란에는 화상디자인을 특정하고 있는 방법 및 1점쇄선 등에 관한 설명을 기재한다. 한편, 사시도 및 정투상도법에 의한 6면도를 제출하여 출원하는 경우 출원인의 편의상 정면도를 제외한 나머지 도면을 생략할 수 있다.

2) 동적화상디자인의 경우

움직이는 화상디자인(동적화상디자인)에 대하여 그 변화 전과 변화 후 상태의 도면을 각각 도시한다. 또한, 디자인의 설명에는 그 변화의 전후에 걸친 화상디자인

에 관한 설명을 기재한다.

3) 표시부에 인쇄된 도형 등이 포함된 경우

물품에 표시된 도형 등이 화상디자인인지 인쇄된 도형인지 여부가 불명확할 때에는 '비통전시의 상태도'나 '인쇄된 도형 등만을 표시한 참고도' 등에 의하여 당해 인쇄된 도형 등을 명확히 특정해야 한다.

6. 등록요건의 판단

(1) 전제(무심사등록요건)

화상디자인에 관한 물품은 무심사대상 물품에 포함되므로(시행규칙 제9조), 화상디자인에 관한 출원은 원칙적으로 무심사등록요건을 만족하면 등록이 가능하다(제26조제2항). 다만, 제3자의 정보제공이 있는 경우에는 신규성, 선출원주의 등의 등록요건 위반으로 거절될 수 있다.(제26조제3항)

(2) 공업상 이용가능성(제5조제1항본문)

1) 화상디자인 그 자체에 관한 출원디자인은 물품성 결여에 해당하므로 디자인의 정의에 관한 제2조제1호에 저촉되어 제5조제1항본문 위반으로 등록받을 수 없다.

2) 화상디자인을 출원하는 경우 화상디자인을 특정하는 부분을 실선으로 도시하지 아니한 경우 도면의 표현이 구체적이지 아니하여 공업상 이용할 수 없는 디자인에 해당한다.

3) 한편, 사시도 및 정투상도법에 의한 6면도를 제출하는 경우 원칙적으로 사시도 및 6면도 중 일부 도면을 없는 경우 공업상 이용가능성 위반이지만, 화상디자인을 출원하는 경우에는 정면도만 제출해도 무방하다.

(3) 동일 또는 유사 여부

1) 화상디자인은 부분디자인등록출원을 전제로 하는 바, 화상디자인을 특정한 부분디자인의 동일 또는 유사 여부는 그 디자인이 속하는 분야의 통상의 지식을 기초로 디자인의 대상이 되는 물품, 당해 물품 중에서 부분디자인으로서 디자인등록을 받고자 하는 부분의 기능 · 용도 · 형태 및 차지하는 위치 · 크기 · 범위를 종합적으로 고려하여 판단한다.

2) 또한, 화상디자인은 표시부를 갖는 물품에 표현된 모양으로 취급되는 바, 화상디자인의 동일 또는 유사 여부는 모양의 동일 또는 유사 판단 기준에 따르고, 구체적으로 화상디자인에 관한 주제의 표현 방법과 배열, 무늬의 크기 및 색채 등을 종합하여 판단한다.

3) 화상디자인에 관한 신규성, 유사디자인 및 선출원주의 판단시 상기 동일 또는 유사 판단에 따른다.

(4) 창작성(제5조제2항)

화상디자인이 공지 등이 된 디자인의 결합 또는 국내주지형태를 기초로 용이하게 창작할 수 있는 경우에는 창작성 위반이다.

(5) 1디자인 1출원주의(제11조제1항)

1) 화상디자인이 하나의 물품에 분리적으로 분리되어 표현된 경우

원칙적으로 하나의 물품 중에 물리적으로 분리된 2이상의 화상디자인이 표현된 경우 제11조제1항 위반이다. 다만, 형태적 일체성(물리적으로 분리된 부분으로서 대칭이 되거나 한 쌍이 되는 등 관련성을 가지고 있는 것) 또는 기능적 일체성(가위의 손잡이부분 또는 전화기의 버튼부분 등과 같이 전체로서 하나의 기능을 수행함으로써 일체적 관련성을 가지고 있는 것)이 인정되어 전체로서 디자인창작상의 일체성이 인정되는 경우에는 예외이다.

2) 동적화상디자인의 경우

화상디자인에 관하여 표시부에 표시된 도형 그 자체가 변하거나 도형 등의 위치가 변하는 경우 형태적 관련성 및 변화의 일정성이 인정되면 동적화상디자인으로 보호될 수 있다.

(6) 정당한 물품명의 기재(제11조제2항)

원칙적으로 형태에 관한 명칭을 붙인 것은 정당하지 아니한 물품명에 해당하지만, "화상디자인이 표시된 컴퓨터모니터" 등과 같이 화상디자인을 디자인의 구성요소로 하고 있는 물품의 명칭은 정당한 물품명으로 본다.

(7) 복수디자인(제11조의2)

복수디자인등록출원은 무심사등록출원을 전제로 가능하므로, 화상디자인에 관한 복수개의 물품은 동일 분류 내에서 복수디자인등록이 가능하다.

7. 절차 및 조치

(1) 보정(제18조)

요지변경 여부는 디자인의 대상이 되는 물품, 부분디자인으로서 디자인등록을 받고자 하는 화상디자인의 기능, 용도, 형태, 및 차지하는 위치, 크기, 범위를 종합적으로 판단하여 최초 출원된 화상디자인과 보정된 화상디자인 간에 동일성이 유지되지 않는 지 여부로 판단된다.

(2) 분할출원(제19조)

1) 하나의 물품 중에 물리적으로 분리된 2 이상의 화상디자인이 디자인창작상의 일체성이 인정되지 않는 경우 1디자인 1출원주의 위반이므로 각각의 화상디자인에 대하여 분할출원이 가능하다.

2) 동적화상디자인의 형태 변화가 형태적 관련성 및 변화의 일정성을 인정받을 수 없을 뿐만 아니라 2 이상의 정적화상디자인을 포함하는 경우 1디자인 1출원주의 위반이므로 각각의 정적화상디자인에 대하여 분할출원이 가능하다.

8. 등록 후 법적 취급

(1) 디자인권의 발생 및 침해 여부(제41조)

1) 화상디자인에 관한 디자인권자는 업으로서 화상디자인에 관한 등록디자인 또는 이와 유사한 디자인을 실시할 권리를 독점하는 바(제41조), 제3자가 정당한 권원 없이 업으로서, 해당 물품을 전제로 화상디자인을 실시하는 경우 상기 동일 또는 유사 판단의 기준에 따라 침해가 성립될 수 있다.

2) 한편, 화상디자인에 관한 디자인권은 그 물품을 전제로 인정되므로, 동일한 화상디자인이라 하더라도 물품이 비유사한 경우에는 디자인권의 효력이 미치지 않는다.

(2) 이용 및 저촉 관계의 성립 여부(제45조)

국내에서 널리 알려진 저작물이 존재하는 경우 또는 저명한 표장이 존재하는 경우로서 이로부터 용이하게 창작할 수 있거나 혼동가능성이 있는 화상디자인은 창작성 위반 또는 제6조제3호에 해당하여 등록받을 수 없다. 그러나 국내에서 널리 알려지지 않은 저작물 또는 저명하지 않은 등록표장이 존재하는 경우 화상디자인은 등록받을 수 있지만, 등록 후 선 발생 또는 선출원에 의한 등록표장과 이용 또는 저촉 관계가 문제될 수 있다.

9. 사안의 경우

갑은 상기 검토한 바와 같이, A를 화상디자인으로 등록받을 수 있다. 한편, 화상디자인의 보호범위는 동일 또는 유사물품을 전제로 인정되는 바, 실시 중인 3가지 물품 이외에도 가능한 많은 휴대용 전자기기에 대해 등록받는 것이 타당하다.

Ⅲ. 을의 행위가 갑의 디자인권의 침해인지 여부(설문2)

1. 직접침해의 성립요건

디자인권의 침해가 성립하기 위해서는 ① 디자인권이 유효하게 존재, ② 정당한 실시권원의 부존재, ③ 업으로서의 실시, ④ 등록디자인의 보호범위 내의 실시 요건을 만족하여야 한다. 사안의 경우, 설문상 갑의 등록디자인은 적법하

게 등록되었고, 을에게 어떠한 실시권원이 부여되지 아니하였으며, 업으로서 생산판매하고 있음이 명백하므로 ①② ③요건은 만족한 것으로 보인다. 따라서 이하 ④요건인 등록디자인의 보호범위내의 실시인지 여부를 구체적으로 검토한다.

2. 을의 실시디자인이 갑의 등록디자인의 보호범위내의 실시인지 여부

(1) 사안의 전제

화상디자인에 관한 디자인권의 보호범위는 정보화기기 등의 물품의 동일 또는 유사를 전제로 화상디자인이 포함된 형태의 동일 또는 유사여부로 결정된다. 사안의 경우 을은 전자사전의 표시부에 A를 그대로 사용하여 이를 판매하고 있으므로 먼저 전자사전이 휴대전화기, PDA, MP3 플레이어와 동일 또는 유사 물품인지 여부가 문제되고, 갑이 A를 전체 또는 부분디자인으로 등록받았는지 여부에 따라 형태의 동일 또는 유사여부가 결정된다.

(2) 물품의 동일 또는 유사 여부

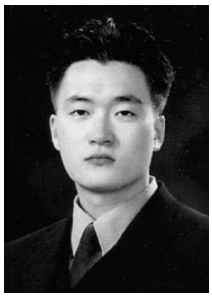
1) 물품의 동일 또는 유사 여부는 물품의 용도 및 기능 등에 비추어 거래통념에 따라 판단하여야 한다. 동일물품이란 용도와 기능이 동일한 것을 말하고, 유사물품이란 용도가 동일하고 기능이 다른 것을 말하며, 비유사물품이란 기능과 상관없이 용도가 상이한 것을 말한다. 다만, 비유사물품인 경우에 있어서도 용도상으로 혼용될 수 있는 것은 유사한 물품으로 볼 수 있다. 사안의 경우 현재 거래실정을 고려하면 휴대전화기와 MP3 플레이어는 전자사전의 용도와 동일하다고 볼 수 없어 비유사한 물품이지만, PDA의 경우 전자사전의 모든 기능을 구현하고, 그 수요자층도 거의 일치하므로 거래통념상 용도가 동일하여 유사한 물품이라고 판단된다.

(3) 형태의 동일 또는 유사 여부

갑이 A를 부분디자인으로 등록받은 경우 일부도용의 경우에도 침해가 될 수 있으므로 을의 실시행위는 갑의 PDA에 대한 디자인권에 대해 침해가 성립될 수 있다. 그러나 갑이 A를 전체디자인으로 등록받은 경우에는 PDA와 전자사전의 외관을 전체 대 전체로서 대비관찰하여 양 디자인이 유사한 경우에만 침해가 성립될 것이다.

Ⅳ. 사안의 해결

설문 (1)의 경우, 갑은 화상디자인 A를 가능한 많은 휴대용 전자기기를 대상으로 A부분을 특정하여 부분디자인으로서 등록받는 것이 타당하고, 설문 (2)의 경우, 을의 실시행위는 갑의 PDA에 관한 디자인권에 대해 침해가 성립될 여지가 있다. 한국발명진흥회



김 웅

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

우리나라 최초의 발명이론 '발명의 10계명'

특허청은 1987년 우리나라 최초의 학생발명반용 교재 '발명과 특허'를 발간, 전국 주요 초·중·고·대학에 배포했다. 또 1989년에는 '각급학교 학생발명반용 교재 발명생활'(왕연중 저, 4*6배판 150쪽) 을 발간, 배포했다.

'발명생활'에는 우리나라 최초 발명이론인 '발명의 10계명'이 왕연중 씨에 의해 창안·발표되어 당시 언론계 및 출판계의 화제를 불러 모았다. 발명교육센터 홈페이지와 전국 발명교실에는 포스터 형식으로도 제작(사진 참고)되어 소개되고 있다.

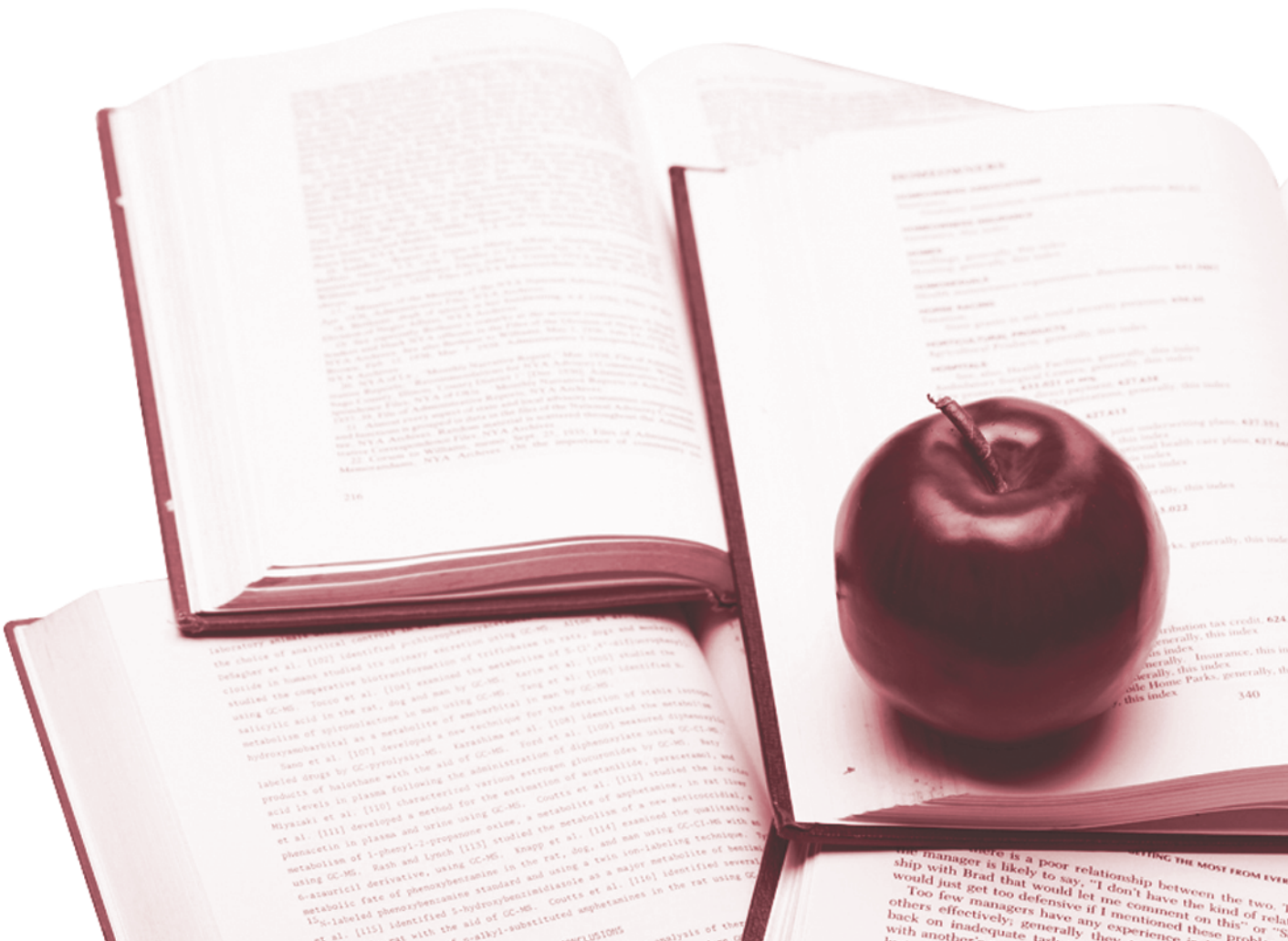


_ '발명특허 기네스'는 독자여러분의 기고 및 자료제공에 따라 언제든지 바로 잡아 실을 수 있습니다. 많은 참여바랍니다. 편집자 주

(자료제공 : 왕연중 한국발명문화교육연구소 소장, 영동대학교 발명특허공무원학과 교수)

Column

발명강좌, 발명칼럼I, 발명 365
발명칼럼II, 특허보안, 지식재산강의



발명의 성공비결은 적절한 시기



요즘 의학이 고도로 발달되면서 못 고치는 병이 거의 없을 정도로 의술은 질병으로부터 인간을 보호해주고 있다. 그런데 아직도 질병으로 죽는 사람의 수는 줄어들지 않고 있다.

그 원인을 살펴보면 '못 고쳐서' 하기보다는 '시기를 놓쳐서' 라는 경우가 거의 대부분이다. 필자가 잘 아는 암 환자, 뇌졸중, 심장마비 등의 경우 조기에 발견만 했더라면 얼마든지 완치가 가능한 것을 시기를 놓쳐 불행을 당한 사람들이 상당수에 달한다.

모든 일에는 기한이 있어서 태어날 때가 있고, 죽을 때가 있고, 슬플 때가 있고, 건강할 때가 있고, 아플 때가 있고, 승리할 때가 있고 실패할 때가 있고…. 그런 까닭에 때를 잘 만나야 출세도 하고, 영웅도 될 수 있으니 '세인요세출' 이라는 말까지 등장했다.

발명도 시기가 맞아야 성공할 수 있다. 시기가 너무 빠르거나 시기를 놓치면 성공하기 힘들다.

모든 일에는 적절한 시기가 있게 마련

요즘 복지시설이나 서비스 기관에 가보면 머리칼이 허연 어르신들이 한글, 컴퓨터 등을 배우시느라 땀 흘리는 모습을 심심치 않게 볼 수 있다.

그분들 말씀이 이구동성으로 "배우는 것도 때가 있어"라고 하신다.

진리다. 이 세상의 모든 일에는 적절한 시기가 있게 마련이다.

자신의 발명품이 대중의 지지를 받아 인기를 끄는 성공작이 되게 하고 싶다면 대중의 심리에 편승하여 발명을 해야 한다.

발명이 성공하려면 딱 한 발만 앞서라는 말이다. 뒤로 쳐지는 것은 말할 것도 없고, 너무 앞서는 것도 외면당하기 쉽다. 대중은 유행을 따르는 심리도 갖고 있지만, 습관을 깨뜨리는 것을 몹시 꺼리는 심리도 함께 갖고 있기 때문이다.

우리가 잘 아는 '유전의 법칙' 을 발견한 멘델을 살펴보자. 그는 유전학에 있어서 성전(聖典)과도 같은 법칙을 정리해냈지만 너무나 시대를 앞지른 탓에 살아생전에는 어떠한 영예도 얻지 못했다. 그의 유전법칙이 세상에서 인정을 받기 시작한 것은 그가 세상을 떠난 후 무려 30년이 흐른 뒤였다. 멘델의 유전법칙을 재발견한 사람은 네덜란드의 식물학자 드프리스였다. 그는 우연한 기회에 얻은 멘델의 팜플렛을 통해 유전의 법칙을



알게 되었고, 이것을 학계에 발표함으로써 세계적인 명성을 얻게 되었다.

결국 최초로 유전법칙을 발견한 사람은 너무나 이르다는 이유로 외면당하고, 발견자에 지나지 않는 사람이 단지 그 발견 시기가 적절했던 탓에 오히려 명성을 얻게 된 것이다.

이런 예는 그림이나, 문학 등의 예술 세계에서 얼마든지 찾아볼 수 있고, 발명사에서도 쉽게 찾아낼 수 있다.

예를 들어 라디오에는 '자동선국' 이라는 말로 설명되는 기능이 있다. 처음 보통의 라디오는 채널을 돌려가며 방송을 선택해야 하는 반면 자동선국 장치가 된 라디오는 버튼만 누르면 KBS, MBC, CBS는 물론이고 모든 방송채널이 저절로 나온다.

오래전에 이런 장치가 붙어 있는 라디오, 오디오, 카세트가 많이 나왔으며 대부분 고가품으로 인식되고 있다. 그러나 정작 이 발명품은 십수 년 전에 발명된 것이었다. 그런데 오랫동안 찬밥신세를 면치 못하다가 라디오의 소형화 추세에 맞추어 빛을 보게 된 것이다.

적절한 시기에 발명되어 세계적인 발명품이 된 예는 얼마든지 있다.

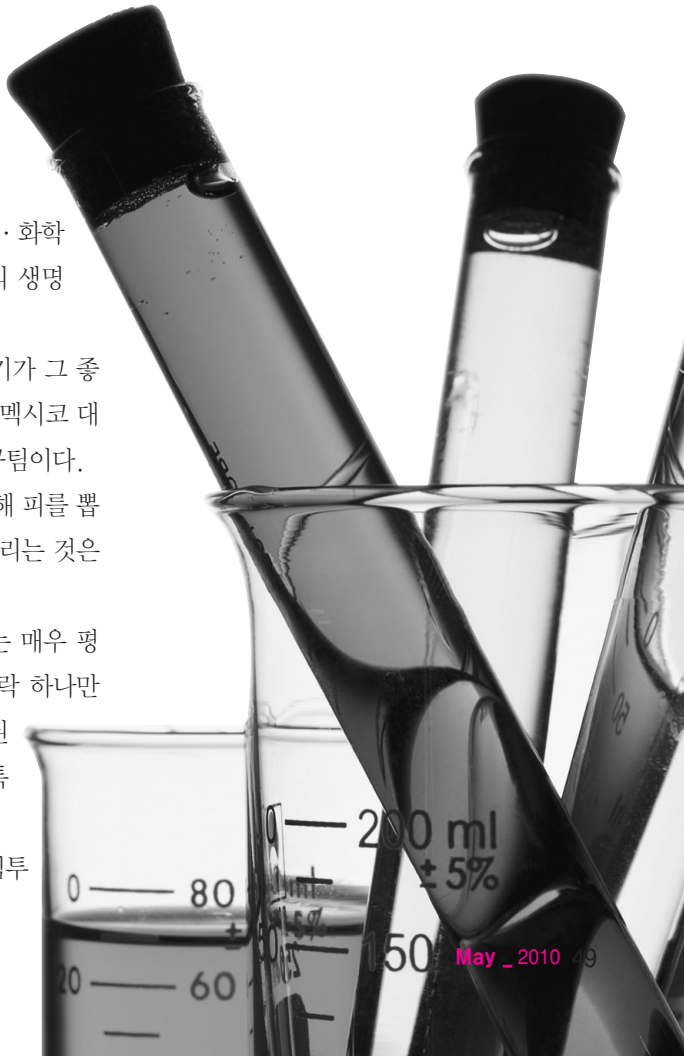
인간의 생명과 직결된 의료기기의 발명은 전기 · 전자는 물론이고, 물리 · 화학 등의 모든 기술이 뒷받침될 때 가능하다. 의학 그 한 가지만으로는 인간의 생명을 다룰 수 없는 것이다.

몇 해 전 미국에서 선보인 피를 뽑지 않고도 혈당측정이 가능한 의료기기가 그 좋은 예이다. 휴대도 가능한 이 획기적인 혈당 측정 장치를 발명한 사람은 뉴멕시코 대학 의과대학의 로빈슨 박사 팀과 미국 샌디에이고 연구소의 의료기기 연구팀이다.

"당뇨병 환자들이 겪는 여러 가지 고통 중의 하나가 매일 혈당검사를 위해 피를 뽑는 일이지요. 검사를 위해 빼는 피의 양은 소량이지만 날마다 손가락을 찔리는 것은 큰 괴로움이 아닐 수 없지요."

두 연구팀을 이끌어 성공적인 결과를 얻어낸 로빈슨 박사의 발명 동기는 매우 평범하였다. 그러나 결과는 놀라웠다. 작은 계산기 크기의 기기 속에 손가락 하나만 집어넣으면 아무 고통 없이 혈당측정이 이루어진다. 이 의료기기는 오래된 핵무기 내부의 화학적 변화를 탐지하는 데 사용되는 기술을 응용한 것이 특징이다.

"환자의 손가락이 기기 안에 들어오면 적외선 펄스가 손가락 조직으로 침투



하여 스펙트럼으로 바뀌고, 이 스펙트럼을 화학계량 분석방법으로 평가하여 혈액 속에 흡수된 포도당의 양을 측정하는 것입니다."

로빈슨 박사에 따르면 이때 분석되는 수치는 환자의 손가락 두께와 피부의 색소 등 개개인의 차이를 모두 감안한 것으로 그 오차는 제로(0)에 가깝다는 것이다.

노령화 사회가 되면서 각종 성인병이 늘고 있고, 특히 우리나라만 해도 성인 중의 60%가 당뇨병 환자라고 하니 시판도 되기 전에 전 세계의 사람들이 기다리고 있는 이런 발명품이라면 그 시기가 적절하다 못해 성공은 아예 따 놓은 당상이었던 것이다.



작지만 시대를 잘 탄 발명

현대는 늘어나는 인구와, 각종 자동차를 비롯한 탈것의 발명으로 사람들의 발이 점점 빨라지고 있다. 더불어 복잡하고 바쁜 일상 속에서 온갖 정보화의 첨단을 간다.

현대화의 물결 속에서 이에 걸맞은 여러 가지 발명품들이 있지만 그 중에서도 종이컵은 작지만 꼭 필요하고, 또 시대를 잘 탄 발명으로 꼽을 수 있을 것이다.

때와 장소에 관계없이 음료자판기 시대를 꽃피운 종이컵의 발명가는 미국인으로 휴그무어다. 캔자스 출신인 휴그무어는 1907년 하버드대학에 입학할 때까지만 해도 발명과는 무관한 학생이었다.

그가 종이컵 발명을 결심한 동기는 발명가인 형의 자동판매기 발명으로 인한 것이다. 휴그무어보다 한 살 위인 형 로렌스루엘랜은 생수를 판매하는 자동판매기를 발명하여 이미 발명가로서 그 명성을 떨치고 있었다.

그러나 형이 발명한 생수 자동판매기는 자기로 된 컵을 사용하고 있어서, 하루에도 몇 개의 컵이 깨지는 것이 가장 큰 문제점이었다.

"앗! 또 깨졌어."

이 때문에 형의 자동판매기는 날이 갈수록 그 인기가 하락했다. 그러자 휴그무어는 생각했다.

'그렇다면 깨지지 않는 종이컵을 만들면 되지 않아!'

그러나 생각처럼 쉬운 일은 아니었다. 한 마디로 종이는 물에 젖으면 힘을 쓰지 못하기 때문이다.

그런데 휴그무어는 물에 쉽게 젖지 않는 태블릿 종이를 찾아내는 데 성공했다. 휴그무어의 종이컵은 건강 컵이라는 이름으로 생산되었고, 처음에는 호기심 많은 소비자들에게만 팔려나갔다.

그러던 것이 민간보건연구소에 근무하는 사무엘 크럼빈 박사가 "인간을 바이러스로부터 구하는 길은 오직 1회용 컵을 사용하는 것뿐"이라고 강조하여 엄청난 호응을 불러일으킨 것이다.

종이컵으로 큰돈을 모은 휴그무어는 아이스크림을 담아 파는 종이용기까지 선보여 종이컵과 종이용기에 관한 한 세계적인 발명가로 떠올랐다.

다음에는 성냥의 시대를 열었던 성냥과 성냥갑에 얽힌 이야기를 살펴보자.

이미 수십 년 전에 성냥개비를 쑥 뽑아내면 불이 붙는 발명품이 등장했다.

그러나 이 발명품은 그 당시에는 외면당했다. 발명가는 수많은 자본가와 그 분야의 사업가에게 상품화를 부탁했으나 모두 거절당했다. 끝내는 권리 존속기간이 끝나버렸다. 때를 잘못 탄 탓이다.

그런데 그로부터 5년 후, 수많은 사업가들이 이 성냥을 생산하여 많은 돈을 벌었고 지금은 세계적으로 유명한 발명품이 되었다.

그런가 하면 쓰쓰이라는 발명가는 성냥갑으로 천만장자가 되었다.

동경올림픽이 준비되고 있을 무렵, 일본의 전역은 판촉물 개발에 열기가 뜨겁게 달아오르고 있었다. 값싼 물건으로 회사와 상품을 홍보하려는 기업들의 극성도 대단했다.

이름 있는 기업들은 현상금까지 내걸고 아이디어를 모집하였다. 이에 편승하여 시민들 또한 아이디어 짜내기에 고심을 하고 있었다.

'내 인생을 무위로 끝낼 수는 없지, 이번 기회에 한번 튀어보자!'

빌딩 수위였던 쓰쓰이는 새로운 판촉물 개발에 운명을 걸기로 작정했다.

'판촉물이라면 값이 싸고, 모든 사람의 필수품이어야 할 텐데….'

아이디어를 내기 위해 끙끙 앓던 쓰쓰이는 무심코 담배를 꺼냈다. 그리고 담배 한 대를 피우려는 순간 무릎을 탁 쳤다. 성냥을 발견한 것이다.

'그렇다. 바로 이거야, 성냥갑!'

쓰쓰이는 이 날부터 빳빳한 종이를 구해 성냥갑을 만들기 시작했다. 하루에도 4~5개의 각종 성냥갑을 만들었다. 당시에는 성냥갑이라면 고작 장방형과 삼각형의 것이 고작이었는데 그는 이단형, 반달형, 맥주병형, 8각형, 원통형… 등 새로운 모양의 성냥갑을 만들었다.

"아니, 쓰쓰이! 요즘 왜 그래?"

영문을 모르는 동료들이 비웃기까지 했으나 쓰쓰이는 즐겁기만 했다. 성냥갑의 모양이 완성될 때마다 그의 희망도 부풀어 올랐기 때문이다.

드디어 그는 1백여 종의 성냥갑 중 50여 개를 골라 의장출원을 마쳤다.

그런데 그 중 맥주병형의 성냥갑이 쓰쓰이의 운명을 송두리째 바꿔놓았다.

"쓰쓰이, 당신의 성냥갑을 사겠소."

일본 굴지의 맥주 회사가 올림픽을 겨냥하여 신제품을 개발하고, 홍보용 판촉물로 맥주병형의 성냥갑을 채용해 준 것이다.

"히얏, 성공이다!"

이어서 나머지 성냥갑도 꾸준히 팔려나가 쓰쓰이는 로열티만 해도 연간 1천만 엔을 넘어섰다.

뒤늦게 많은 기업들이 색다른 성냥갑을 만들려고 했지만 이미 쓰쓰이가 의장출원을 모두 마쳐 버린 탓에 빈번히 허사였다.

이처럼 작은 성냥갑이라도 시기에 맞게, 시대가 요구하는 대로 발을 맞추어 성공할 수 있었던 것이다.

시기가 뒤져 성공하지 못한 발명

이번에는 발명 시기가 너무 뒤져서 성공하지 못한 사례를 알아본다. 이 경우의 예도 수없이 많다. 그 중에서도 가장 흥미 있는 것이 연필이다.

연필을 모르는 사람은 없을 것이다. 연필에 대한 발명은 수없이 많고, 하이만 소년이 고안한 '지우개 달린 연필'이나 홍 려가 고안한 '깎지 않고 쓰는 연필' 같은 경우는 큰돈을 벌기도 했다.

그러나 연필에 관한 두 가지 고안은 성공하지 못했다. 한 가지는 '연필에 눈금을 넣어서 자로도 썼으면 좋겠다.'는 고안과, '연필이 짧아지면 못쓰니까 아예 3분의 1쯤 심을 넣지 않은 연필을 만들면 많은 흑연이 절약 된다'는 아이디어였다.

그런데 눈금 연필은 이미 30년 전에 일본에서 고안되어 등록된 발명이고, 흑연을 뺀 발명은 이미 경제성으로 상실한 발명이었기 때문에 성공할 수 없었다.



시대에 맞춘 발명, 때를 잘 잡자.

시기적절하게 개발된 것 중에 귀에 꽂는 전화기가 있다.

요즘 청소년들이나 젊은이들 사이에는 이어폰이 유행처럼 번지고 있다. 바로 시대적 요청인 것이다.

이 귀에 꽂는 전화기를 발명한 사람은 엉뚱하게도 전자 기술과는 거리가 먼 일본 대학 입시 센터 특별시험연구반에서 일하던 오노 히로시 교수다.

오노 교수는 휴대용 전화기 시장의 추세가 나날이 소형화되는 것에 착안, 어떻게 하면 좀더 작게 만들어 휴대를 편리하게 할 수 있을까? 하고 생각하게 되었다.

그러던 어느 날 학생들이 귀에 이어폰을 꽂고 공부하는 것을 보았다.

'그렇지, 귀에 꽂는 전화기를 개발하면 되겠다.'

그러나 결코 생각처럼 쉬운 일은 아니었다. 그래서 그는 관련된 자료를 수집하고 분석하기 시작했다.

"뭐가 이리 복잡하지?"

난생 처음 대하는 기술내용이 대부분이었으나 막상 수집한 자료를 분석하고 나니 자신감이 생겼고, 이때부터 연구는 순조롭게 진행되었다.



"관련되는 자료는 모조리 수집했지요. 그리고 한편의 논문을 쓰는 마음으로 정리해 나갔어요. 어려움이 있기는 했지만 이미 개발된 기술과 정립된 이론을 분석하여 결과를 정리해보니 해답은 의외로 가까운 데에 있었지요."

오노 교수의 말에 따르면 사람이 말을 할 때는 귀뼈와 귓구멍에서 진동이 일어나는데 이 전화기 없는 전화기를 귀에 꽂고 말을 하면 원통형의 진동 탐지센서가 진동을 음성으로 바꾸어 상대방에게 전달할 수 있다는 것이다.

또 상대방의 음성은 이어폰 마이크에 내장된 미니 스피커에서 울려나오기 때문에 통화에 전혀 지장을 받지 않는다.

이에 따라 전화를 하면서 다른 일을 할 수도 있고, 공사현장 같이 시끄러운 곳에서도 통화가 가능한 이점이 있다.

"이 전화기 없는 전화기는 아무리 작게 이야기해도 음성을 판별해내기 때문에 음학회 같은 곳에서 주위사람들에게 피해를 주지 않고도 마음놓고 전화통화가 가능하므로 그야말로 신의 전화라고도 말할 수 있습니다."

이미 일본의 관련회사가 이어폰 마이크를 상품화하기 위해 설비투자와 각종 준비를 마쳤다.



이 획기적인 전화기도 현대라는 시대적 요청에 부응한 발명품이다.

발명도 분야별로 나누어서 의료기, 주방기기, 의류, 생활필수품, 가구, 가전제품, 학용품, 스포츠용품, 운동기구, 각종 산업용품, 자동차, 악기류, 화약, 인쇄술, 안경, 전신, 합성섬유, 컴퓨터, 사진… 등은 물론이고, 심지어 먹는 음식이나 마시는 음료에 이르기까지 시대성을 반영해야 성공할 수 있다는 것은 우리의 주변을 둘러보면 더 확실히 알 수 있다.

식품 하나를 예로 든다면 과거에는 양이 많고, 여럿이 모여 나누어 먹는 것이면 족했다. 그러나 지금의 현실은 어떠한가? 간편하고 양보다는 질로 우세해야 하며, 단위도 소수가 먹을 수 있는 것, 그리고 모양이 좋아야 인기를 끈다.

시대는 자꾸 변하고, 사람들의 취향은 점점 더 복잡 다양해지며, 편리함을 추구한다.

'유선형' 이라는 모양 하나로 시대를 따라잡은 발명품들을 살펴보자.

몇 년 전만 해도 자동차에서부터 거의 모든 물건의 형태나 구조나 '직선형' 이었다. 그러던 것이 이제는 마치 태초부터 유선형만 있었던 것처럼 많은 물품의 형태가 유선형으로 변했다. 자동차는 물론이고, 가방, 식탁, 의자, 전화기에서부터 학생들이 즐겨 사용하는 볼펜에 이르기까지.

앞으로의 미래, 그리고 인간부합적인 지구화, 우주화의 시대는 어떻게 변하고 또 무엇을 요구할까?

발명을 하기 전에 제대로 진단해야 할 과제다.

성공하는 발명의 열쇠는 그 시대의 필요여부에 따라 결정된다는 사실을 명심하라.

앞으로의 시계는 노령화, 온난화, 그리고 국제화, 정보화시대의 발 빠른 행보에 맞추어 점점 더 복잡하게 변하고, 그에 따라 발명품은 오히려 단순하고 더욱 간편한 것을 요구할지도 모른다.

환경은 점점 오염되어 가고, 생태계도 자꾸 파괴된다.

자원은 고갈되고, 인구는 자꾸 늘어만 가고, 각종 매연과 소음으로 사람들의 감각은 예민해져만 갈 것이다.

시달리고, 부대끼는 사람들…….

그들을 위해 무엇을 만들어 내는 것이 가장 적절하고 효과적일까?

따라서 이런 모든 것을 재고해 본 뒤에 그 발명이 시기적으로 너무 앞선 것인지, 뒤진 것인지를 면밀히 검토해 보아야 성공을 보장받을 수 있을 것이다.

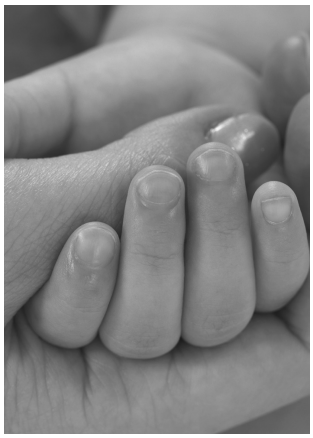
발명에도 시기가 있다. 때를 잘 잡자. 한국발명진흥회

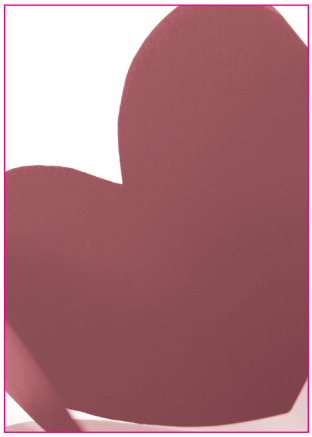


박 혁 구
(주)에리트 회장
(사)한국과학저술인협회 회장
발명의 날 금탑산업훈장 수훈(발명유공)
발명도서 '생활 속의 발명' 외 2권

사랑과 인간의 본능

사랑과 발명의 공통점, 많이 공부하고 끊임없이 관찰하는 것.
마음껏 사랑해보자. 사랑하면서 상대방의 고민거리와 불편한 점을 유심히 살펴 해결책을 만들어보자. 어느 새, 당신도 발명의 세계에 가까이 갈수 있을 것이다.
아울러 아름다움을 추구하는 인간본능을 주목하라. 아름다움에 대한 욕망은 천년 전이나 지금이나 여전한 듯하다. 클레오파트라가 벌꿀과 우유로 마사지를 하고, 양귀비가 온갖 귀한 약재를 우린 물로 목욕을 했듯이, 현대의 여성들은 값비싼 화장품에 아낌없이 돈을 투자하고, 심지어는 수술도 마다하지 않고 있다.
당연히 예나 지금이나 아름다움을 만들어내는 산업은 최고의 황금시장이다.





사랑은 대박발명의 씨앗

여성은 약하지만 엄마는 강하다고 했다. 자식에 대한 사랑이 약한 여성을 강하게 만든다는 말이다. 자동차에 깔린 어린 아기를 구하기 위해 무거운 자동차를 들어올렸다는 어머니의 '초인적인 힘' 이야기는 '모성' 즉 '사랑' 의 강인함을 다시 한번 깨우치게 한다.

우리 국가대표 축구선수들이 약체라는 평가에도 불구하고 월드컵에서 4강에 오르는 신화를 거둔 것도 온 국민의 열렬한 응원과 사랑에서 비롯된 것이 아닐까?

이처럼 사랑의 힘은 때론 불가능한 것도 가능하게 만들고, 인간을 보다 현명하고 지혜롭게, 또 강하게 만든다.

사랑의 힘은 비단 운동경기나 위험의 순간에만 빛을 발하는 것은 아니다. 사랑은 아이디어의 원천이기도 하다. 여성발명가 중에 자녀를 둔 어머니가 많았다는 것은 우연이 아니다.

누군가를 사랑한다는 것은 그의 일을 나의 일처럼 여기는 것이다.

만약 어린 아들이 피부병에 걸리면 어머니는 그야말로 피부병에 관한한 박사가 된다. 온갖 의학서적을 뒤지고 여러 사람의 경험담을 수집한다. 좋다는 방법은 모두 사용해본다. 때로는 스스로 새로운 비방을 만들어내기도 한다.

이런 노력은 새로운 아이디어를 찾는데 가장 기본적인 행동 수칙이다. 가능한 많은 자료를 모으는 것. 당연한 일이라고 여겨지면 당장 한번 시도해보자.

여간한 관심과 노력이 아니면 할 수 없는 일이란 걸 느낄 수 있을 것이다.

또 사랑은 사람을 관찰자로 만든다. 어머니는 용케 아기의 칭얼거리는 뜻을 알아낸다. 배고파 울거나 아파서 울거나 혹은 잠투정을 할

때도, 다른 사람은 똑같은 칭얼거림으로 들릴 뿐인데, 어머니는 금세 그 뜻을 알아듣고 아기의 등을 토닥인다. 이것은 단순히 엄마와 아기 사이에 통하는 교감 때문이 아니다. 어머니는 아기의 일거수일투족을 유심히 관찰하면서 그에게 부족한 것을 알아내는 것이다.

관찰 또한 아이디어 창출의 가장 기본적인 조건이다. 사랑을 하게 되면 상대방의 아주 작은 것까지 관찰하고 세심히 배려하게 된다. 이것이 바로 발명으로 이어지는 연결고리인 것이다. 때문에 사랑과 애정은 자연히 좋은 아이디어로 이어지는 것이다.

발명역사에는 발명가에 대한 자세한 기록이 남지 않은 멋진 아이디어가 많다.

대부분 전문 발명가가 아닌 주부들이 그 주인공인데, 이들은 가족에 대한 사랑의 힘으로 생활과 밀접한 아기자기한 발명품을 많이 남겼다.

가장 대표적인 것이 남성용 팬티와 관련된 아이디어들.

젊은 남성들이 즐겨 입는 삼각팬티는 사쿠라이 할머니로 알려진 여성발명가의 발명품이다. 당시만 해도 남성의 팬티는 반바지 형태가 대부분이었다. 그것도 무릎근처까지 내려오는 긴 길이가 대부분이었다.

지금이야 이해 못할 일이었지만, 당시는 오히려 짧은 팬티는 생각도 못할 일이었다. 겨울에는 상관없었지만, 더운 여름에는 긴 팬티가 거추장스러운 것은 당연한 일. 더군다나 하루 종일 활발하게 움직이고, 살이 연약한 어린아이들에게는 더욱 불편할 수밖에 없다. 게다가 일본의 여름은 덥고 습도가 높기로 악명 높은 날씨이기에 아이들은 긴 팬티 때문에 땀띠로 고생하는 일이 허다했다고 한다.

이런 점을 알아차린 것은 사쿠라이 할머니. 할머니는 어린 손자가 더운 여름날 사타구니를 긁어 발갛게 발진이 일어난 것을 보고는 아이에게 치렁치렁한 팬티가 거추장스럽다는 사실을 깨달았다.

'아이들은 부끄러울 게 없는데, 팬티가 짧은들 어때. 긴 속옷 때문에 불편한 것보다 훨씬 낫지. 중요한 부분만 살짝 가리면 될 거야' 사쿠라이 할머니는 손수 어린 손자의 팬티를 잘라서 아주 작은 삼각모양으로 만들었다. 다리는 훤히 드러내고, 사타구니만 가릴 수 있도록 한 것이다. 훨씬 가뿐해진 팬티덕분에 어린 손자가 여름을 잘 견딘 것은 두 말할 필요도 없는 일이다.



일은 여기서 끝나지 않았다. 할머니의 팬티는 단순히 손자를 위한 것이었지만 긴 속옷의 불편함은 모든 남성들의 고민거리 중의 하나였던 것. 할머니의 삼각팬티가 동네 아낙들을 통해 소문이 퍼지면서 아이들뿐 아니라 어른들도 짧고 가벼운 속옷을 입기 시작한 것이다. 평범한 할머니가 남성들을 불편함으로부터 해방시킨 것이다.

팬티에 관련된 발명이야기는 여기서 그치지 않는다.

이번 이야기의 주인공은 일본의 한 새색시. 이 여성의 관심사도 공교롭게 남편의 팬티였다. 당시 남성들의 팬티는 앞트임을 단추로 여미도록 고안되어 있었는데, 덤벙거리는 성격의 남성들에게는 여간 불편한 것이 아니었다. 급하게 화장실에서 볼일을 보곤 단추를 제대로 여미지 않아 낭패를 보는 경우도 있었다는 것.

물론 단추 팬티에 익숙해진 남성들 사이에서 실제로 이런 일이 많이 일어나지는 않았지만 여성의 입장에서 보면 참으로 아슬아슬했을 것이다. 게다가 이제 막 결혼해 남성의 세계를 접한 새색시로서는 단추가 달린 팬티가 어색하게 보인 것은 당연한 일.

'화장실에 갈 때마다 이 단추를 끄르고 잠그는 일을 반복한단 말이야? 만약에 술이라도 얼근히 취해서 제대로 손을 놀릴 수 없을 때는 실수를 할 수도 있잖아. 남자들은 여간 불편한 게 아니겠구나.'

아닌 게 아니라 그녀의 남편도 단추가 살갗을 자극해 거추장스럽다는 말을 여러 번 했었다. 게다가 직업상 인사불성이 될 정도로 술을 마실 때도 있는 터라 새색시로서는 여

간 신경 쓰이는 일이 아니었다.

모든 일의 출발은 관심에서 시작되는 법. 한번 관심을 가지기 시작하자, 모든 사물이 다르게 보이기 시작했다.

평소에는 무심코 스쳐지나가던 것들도 그 쓰임새나 모양이 새삼 눈에 들어온 것이다. 하찮은 것도 모두 힌트가 되는 것들이다.

답은 멀리 있지 않았다. 어느 날, 남편이 양복 안주머니에서 지갑 꺼내는 것을 목격한 그녀는 탄성을 내질렀다.

'맞아, 바로 그 방법이 있었구나. 이렇게 천을 엇갈리게 겹치면 단추를 달지 않아도 벌어지지 않겠다.' 그녀의 생각은 적중했다. 팬티의 앞트임을 두 개의 천으로 넉넉히 겹쳐두니 벌어지지 않았고 소변을 보기도 편했다. 남편도 그녀의 생각에 놀라워했다.

"아니 어떻게 이런 생각을 했지? 당장 만들어 내다 팔아도 될 정도로 완벽해."

그녀의 아이디어는 남편의 도움을 받아 상품화에 성공했다. 단추를 다는 공정을 생략하니 팬티의 가격도 쌌고 모양도 훨씬 좋았다. 선풍적인 인기를 끈 것은 당연한 일. 이름은 알려지지 않았지만, 그녀도 당당한 발명가로서 발명역사에 남게 된 것이다.

또 아이에 대한 사랑이 발명품으로 승화된 사례도 많다.

아기들을 위한 도넛 베개가 그것.

아기가 예쁘고 건강하게 자라길 바라는 것은 모든 엄마들의 공통된 마음일 것이다. 특히 어린 아기 때에는 모든 것이 성숙하지 않아서 엄마의 손길에 많은 영향을 받게 된다. 때문에 엄마들은 먹는 것 하나, 입는 것 하나에도 신경을 쓰기 마련.

베개 때문에 머리 모양이 납작하게 눌리지는 않을까, 업는 방법 때문에 다리가 휘지는 않을까 걱정하고 또 걱정하는 것이다.

첫 아기를 건강하게 출산한 ㅎ씨도 마찬가지 걱정을 달고 사는 엄마였다. 그녀의 고민거리는 아기의 잠버릇. 몸을 뒤척이다가 아기가 뒤집어질 경우 베개나 이불에 눌려 숨을 쉬지 못해 죽는 경우가 있다는 이야기를 들은 ㅎ씨는 고민이 많았다.

혹시나 자기 아기에게 그런 변이 생길까 걱정이 된 것. 또 납작한 베개 때문에 뒤통수가 납작해지는 것도 고민거리였다.

그녀가 도넛을 먹다가 새로운 베개를 만든 것도 우연은 아니었다. 매일 아기의 새로운 베개를 생각하다보니 자연스레 베개와 도넛을 연결하게 된 것이다.

'그래 맞아, 베개를 도넛처럼 만들면 뒤통수가 구멍으로 들어가서 납작하게 눌릴 일이 없겠다. 또 설령 뒤집어진다 해도 도넛의 구멍 때문에 입이랑 코가 바닥에 닿지 않으니 질식사 할 일도 없을 거야!'

이렇게 해서 신생아용 도넛 베개가 탄생한 것이다.

이 베개는 아직도 유아용품 점에서 날개 돋친 듯 팔리고 있다. 보통 베개보다도 가격이 비싼 것은 당연한 일. 그래도 그녀와 같은 고민을 가진 엄마들에게 대인기였다고 한다.

사랑과 발명의 공통점, 많이 공부하고 끊임없이 관찰하는 것.

마음껏 사랑해보자. 사랑하면서 상대방의 고민거리와 불편한 점을 유심히 살펴 해결책을 만들어보자. 어느 새, 당신도 발명의 세계에 가까이 갈 수 있을 것이다.

인간본능이 곧 황금발명의 소재

아름다움에 대한 욕망은 천년 전이나 지금이나 여전한 듯하다. 클레오파트라가 벌꿀과 우유로 마사지를 하고, 양귀비가 온갖 귀한 약재를 우린 물로 목욕을 했듯이, 현대의 여성들은 값비싼 화장품에 아낌없이 돈을 투자하고, 심지어는 수술도 마다하지 않고 있다.

당연히 예나 지금이나 아름다움을 만들어내는 미용 산업은 최고의 황금시장이다. 특히 현대에 미용기술이 한껏 발달하면서 아름다움을 인공적으로 만들어낼 수 있게 되자, 그 규모가 천문학적 수준으로 급팽창하고 있다.

미용시장은 유행에 민감하고 상품의 라이프 사이클이 짧아, 아이디어맨들에게는 최고의 분야이기도 하다. 게다가 화장품, 의상, 헤어디자인, 다이어트, 피부 관리, 체형관리 등등 그 범위도 광범위하다.

반짝이는 아이디어만으로도 충분히 승산이 있는 것이다.

남성들은 잘 모르는 일이겠지만 여성이 미용에 투자하는 시간과 비용은 실로 어마어마하다. 적어도 직업여성이라면 아침에 30분 이상을 화장에 투자한다. 사용하는 화장도구



도 한두 가지가 아니다. 가장 기본적인 기초 화장수부터 피부 결을 고르고 아름다운 색을 표현하는 파운데이션, 눈매와 입매를 강조해서 얼굴 윤곽을 돋보이게 하는 색조화장품까지 하루에 사용하는 화장품만도 줄잡아 10여 가지는 넘는다.

저녁에는 아침과 또 다른 화장품이 기다리고 있다. 화장을 깨끗이 지우는 크림과 전용 비누, 여기에 피부에 탄력을 주고 영양을 공급하는 기능성 화장품 등을 사용한다. 일주일에 한번은 피부를 집중 관리한다. 값비싼 엣센스를 바르고 팩을 하거나 맛사지를 하는 것은 기본에 속한다. 좀 더 미용에 관심이 있다면 전문 피부 관리 업체를 찾아가 초음파 기기를 이용해, 피부 각질을 제거하고 모공을 관리한다.

한달에 한번은 미용실에서 헤어스타일을 다듬는 게 상례다. 머리색을 바꾸기도 하고, 파머를 해서 이미지 변신을 꾀하는 것이다. 파머를 하려면 적어도 3~4시간은 꼼짝없이 잡혀있어야 하고, 적어도 5~6만 원의 비용도 감수해야 한다.

그러나 이런 노력을 마다하지 않는 것이 바로 여성들이다. 특히 최근에는 여성의 전유물이라 여겨졌던 미용시장이 남성에게도 확산되어 눈길을 끌고 있다.

실제 발명 계에는 미용시장에 눈을 돌려 성공한 사례들이 많다.

미국의 대표적인 화장품 메이커인 에스테로더도 그 중의 하나다.

에스터가 화장품에 관심을 갖게 된 것은 피부과 의사였던 아저씨의 영향이 크다고 한다. 그녀는 어릴 때부터 미용에 관심이 많아, 비누를 직접 만들어 썼는데, 이것이 아저씨 눈에 띄었다.

"오호, 좋은 생각이다. 피부는 매우 민감하거든. 비누 하나에도 크게 영향을 받지. 좋은 피부를 유지하려면, 좋은 재료로 만든 비누와 화장품으로 관리하는 게 좋단다."

아저씨의 짧은 조언은 어린 에스터의 가슴에 깊이 자리 잡았고, 그녀의 인생을 결정했다. 성인이 된 에스터는 아저씨의 조언을 받아 직접 화장품을 만들어 팔기 시작했다. 자신이 여성이었기 때문에 젊고 맑은 피부가 얼마나 중요한 것인지 잘 알고 있었기에 가장 좋은 재료로 정성들여 화장품을 만들었다. 당시 값싼 대중 화장품이 속속 등장해 시장을 장악하고 있었으나 그녀의 생각은 견고했다.

'품질만 좋다면, 값 따위는 아무도 신경 쓰지 않아. 싸구려 화장품을 쓰곤 피부가 엉망이 되는 것보다, 좀 더 돈을 지불하더라도 최고의 화장품을 쓰는 게 낫지. 여성이라면 모두 아는 사실이라고.'

그녀의 자존심 걸린 고집은 결국 여성들에게 전달되기 시작했다. 유명인사를 중심으로 그녀의 화장품을 사용하는 팬이 늘어났고, 인기는 점차 일반 대중으로까지 퍼져나갔다. 그녀가 미국 최고의 화장품 전문회사로 성장한 것은 어쩌면 당연한 일이었다.

여성의 마음을 가장 잘 알았기에 가능한 일이었다.



40세에 발명 계에 입문한 하리스도 미용 계에 잠재성에 눈을 떠 성공을 거머쥘 수 있었다. 그가 관심을 기울인 것은 퍼머넌트였다. 당시만 하더라도 파머는 무겁고 거대한 기계를 뒤집어쓰고 몇 시간씩 고통을 참아야 하는 중노동이었다. 또한 가격도 만만치 않아, 여간해서는 미용실에 갈 엄두를 내지 못할 정도였다.

'아무리 예뻐진다지만, 저렇게 힘든 것은 여자들도 싫어할 거야. 게다가 너무 값이 비싸니… 값싸게 간편하게 파머를 할 수 있는 방법이 있다면, 여성들이 좋아하지 않을까?'

그는 집에서 간단하게 파머를 할 수 있는 방법을 만들기로 하고 개발에 매달렸다. 미용전문가에게 조언을 얻고 아내와 가족을 대상으로 실험을 거듭했다. 쉽지 않은 일이었지만, 충분히 승산이 있다고 판단했기 때문에 포기하지 않았다. 그리고 계절이 바뀌고 해가 바뀔 무렵, 그는 최초의 파마기를 만들어내는데 성공했다.

웨이브액과 중화제 권모기 고무 띠 등으로 이뤄진 파머용품이 모습을 갖춘 것이 바로 이 무렵이다. 하리스는 이 파머용품을 '토니'라고 이름 붙이고, 본격적인 판매에 들어갔다.

그는 자기 제품을 알리는 데에도 수완을 발휘했다. 쌍둥이 자매에게 한명은 토니를 이용해 스스로 파머를 하도록 하고, 한 명은 유명한 미용실에서 파머를 하도록 한 뒤 둘을 구별하도록 한 것이었다. 그만큼 토니가 우수하다는 것을 알리려는 전략이었다.

이 계획은 그대로 맞아 떨어졌다. 하리스가 생각한데로 여성들은 좀더 저렴하고 간편한 파머도구를 찾고 있었다.

그런데 여기에 발맞춰, 집에서 간단하게 할 수 있는 파머용품이 나왔으니… 여성들의 열렬한 환영을 받은 것은 너무나 당연한 일이었다.

남성이었지만, 여성의 심리를 꿰뚫어 보았기에 얻은 성공이다. 이밖에도 미용의 틈새시장을 노린 아이디어 상품도 많다.

그 대표적인 것이 머리염색 약품이다.

이전에는 희게 새어버린 머리를 감추기 위해 흑발로 염색하는 것이 전부였으나, 개성을 존중하는 사회적 분위기가 확산되면서 머리염색은 젊은이가 '나'를 나타내는 중요한 수단으로 자리 잡게 됐다. 붉은색, 파란색, 심지어 하얗게 머리색을 바꾸는 일이 유행처럼 번져나갔다.

그러나 앞서 말했듯 미용실에서 전문인의 도움을 받으면 많은 대가를 지불해야 한다. 주머니가 얄팍한 학생이나 직장 초년병에게는 여간 부담이 아니다.

여기에 주목한 화장품 전문회사가 내놓은 것이 바로 집에서도 혼자 간단하게 염색을 할 수 있는 제품이다. 혼자서 염색할 수 있도록 염색약은 흐르지 않는 크림 타입이 개발됐고, 기존의 밤색 계열 외에도 붉은색, 파란색 등 다양한 제품들이 속속 선보였다. 또 미용실의 전문인처럼 여러 가지 염색기술을 발휘할 수 있도록 특수 빗 등 여러 가지 도구들도 함께 선보였다.

이런 노력에 힘입어 헤어칼라 시장은 하루가 다르게 성장해 효자 품목으로 당당히 자리 잡았다.

또 하나의 틈새시장은 남성용 화장품.

지금까지 남성용 화장품은 면도 후 피부를 정리하는 수준에 불과했으나, 미용에 대한 관심이 높아지면서 사정이 달라졌다. 피부를 관리하는 다양한 제품들을 원하는 목소리가 높아진 것이다.

이제 여성 화장품 못지않게 성장할 것이라는 예고도 서서히 나타날 정도다. 이런 욕구를 잘만 이용하면 좋은 상품을 만들 수도 있을 것이다.

다이어트 분야도 발명가가 절대로 놓쳐서는 안 되는 분야다. 각종 운동기구, 다이어트 식품, 체형관리 전문 시스템 등 무궁무진한 시장이 기다리고 있다.

유능한 사냥꾼이라면 사냥감이 풍부한 사냥터를 놓치지 않는 법이다. 알짜배기 미용 시장을 향해 실력을 발휘해보자.

한국발명진흥회



왕연중

한국발명문화교육연구소 소장
한국과학저술인협회 사무총장
영동대학교 발명특허공무원학과 겸임교수
한국스카우트연맹 편집위원
특허청 발명교육센터 발명 강사
세계최다발명도서저술인(104권)

발명 365

전화음성 변조기

TV에서 음성변조를 하듯이 이제 전화음성도 변조를 하여, 전화폭력에 대처할 수 있는 장치가 개발되었다.

전화는 여러 가지로 편리한 기계지만 전화폭력에는 속수무책이어서 전화번호를 바꾸는 등의, 다른 여러 방책을 강구하지 않으면 안 되었다. 그런데 이 장치를 이용하면 여자 음성을 남자음성으로 바꿀 수 있고, 개 짖는 소리 등의 소음을 배경으로 쓸 수도 있다.

이 전화음성 변조기를 발명한 회사는 미국 뉴욕의 포트체스터에서 보안장비를 제작하는 씨씨에스 통신 컨트롤사. 이 회사가 개발한 음성 변조기에는 목소리의 고저를 조정하는 다이얼과 배경 소음을 넣어주는 주정장치가 붙어 있다. 이 개발품은 여자 혼자 사는 집이나, 나이 어린사람들만 있는 집에서는 요긴하게 쓰일 것이다. 개가 짖고, 철근을 두드리고, 굵은 남자 음성이 유효할 터.

제빙기

1949년 겨울 미국의 스키인들은 막연히 하늘을 처다보고 있었다. 눈이 내리지 않아 스키를 탈 수 없었던 탓이다. 그러나 모하크에 있는 한 스키장만은 달랐다. 월트 숀크네흐트가 운영하는 스키장에는 사람들로 초만원을 이루었는데, 눈이 한번도 내리지 않았음에도 불구하고 스키장이 하얀 눈으로 가득 덮여 있었기 때문이다.

월트는 스키를 무척 좋아하여 스키장을 개장했다. 그러나 눈이 많이 내렸을 때는 호황을 누렸지만 눈이 내리지 않는 겨울은 개장조차 할 수 없었다. 그는 고민끝에 오래된 스키장을 찾아다니다 몇몇 사람들이 분쇄기로 얼음을 잘게 부수어 스키 점프대에 뿌리는 것을 보고 기발한 아이디어를 떠올렸다. 그리고 1950년 1월 월트의 스키장에는 거대한 얼음분쇄기가 설치되고, 수백 톤의 얼음 알갱이가 되어 쏟아졌다.

제트엔진

대기 중의 공기를 빨아들여 이것에 연료를 가해서 태운 뒤, 연소한 가스를 대기 중에 고속도로 분사시켜 비행기를 추진시키는 것이 제트엔진의 원리이다. 제트엔진은 영국의 공군소위 프랭크휘틀에 의하여 발명되었다. 이로써 세계는 더욱 가까워졌으며 '지구촌' 이라는 새로운 시대를 여는 계기가 되었다.

1929년 당시 영국 위터링의 중앙비행 학교에 다니던 휘틀은 프로펠러가 없는 비행기, 즉 제트엔진으로 나는 비행기를 구상하고 있었다. 프로펠러 추진식 비행기는 아무리 빨리 날아도 시속 700킬로 정도밖에 안 되었기 때문이다. 그는 공군성에서조차 실현 가능성이 없다고 결론지은 제트엔진에 대한 미련을 버리지 못하다가 케임브리지 대학에서 공부할 기회를 얻어 제트엔진의 연구를 계속했다. 마침내 제작이 완성되어 1937년 첫 실험을 거쳐 1941년에 성공하였다.

발명교육은 미래창의성 교육이다



발명은 남과 다른 생각과 행동으로 도전하고 실험하며 창출한다

발명은 하루아침에 만들어지지 않는다는 것은 누구나 알고 있다. 하나의 발명품을 완성하기까지는 수없이 많은 실패의 고통을 겪는다. 발명은 단순한 반짝이는 아이디어만으로 만든다는 생각은 이미 지났다. 산업 발달과정을 1차 산업, 2차 산업, 3차 산업, 4차 산업으로 구분하듯이 발명도 시대의 변화에 따라서 발명하는 방법이 변했다. 단순한 아이디어만으로 발명품을 만드는 과정을 1차 발명과정이라고 한다면 아이디어를 어떻게 상품화시키는가에 대한 과정이 2차 발명과정이라고 볼 수 있다. 3차 발명품은 자신의 생각만으로 발명하던 시대에서 고객이 무엇을 원하는가를 찾아내어 고객의 흐름에 따라서 변화되는 발명품을 만들어내는 시대다. 4차 발명 과정은 미래를 예측하고 새로운 가망고객을 창출시키는 발명품을 만들어내는 과정으로 구분할 수 있다.

3차 산업을 서비스 산업이라고 말한다. 4차 산업은 미래 산업이다. 서비스 대상은 고객이다. 고객욕구를 충족시키는 서비스를 말한다. 고객욕구는 고객의 흐름을 말하며 이러한 흐름을 이끌어가는 것이 발명이다. 서비스하면 친절을 먼저 상기시키지만 상품의 서비스는 완벽한 최상의 상품을 만들어내는 기술이고 이 기술은 발명으로 완성된다.



산업발달은 발명으로 변화되어 왔다. 산업은 고객욕구를 어떻게 충족시켜 줄 것인가를 고민하고 새로운 상품을 개발한다. 상품개발은 발명방법이나 기술 발달로 이어져 왔고 이어져 가고 있다. 시대의 흐름을 이끌어가는 것이 발명이다.

발명교육은 역사를 바꾸는 교육이다

400만 년의 인류역사를 바꾸어온 발명 역사는 항상 새로운 문화와 사회, 생활환경과 조건을 이끌어온 선봉적 역사다. 불, 화폐, 바퀴의 발명은 인류생활을 발달시키는 원동력이 되었다. 불은 의 · 식 · 주를 변화시켰고 바퀴는 산업발달을 이끌어 왔으며 산업혁명을 만들어 내는 원동력이 되어 네트워크라는 통신 발달까지 이끌어 왔고 미래를 이끌어 가는 힘이 되고 있다. 바퀴는 단순한 운송수단이 아니다. 두 개 이상의 물체나 조건을 연상시키는 수단이고 방법이다. 따라서 운송, 통신, 거래, 교환, 보관 등의 다양한 산업을 유기적인 관계로 연결시켜 생산성과 효율성을 극대화 시킨 것이 네트워크다.



바퀴의 오랜 역사는 과거와 현재, 미래를 연결시키는 고리다. 네트워크시대를 이끌어가는 새로운 문화는 새로운 바퀴발명으로 이어질 것이다. 누가 새로운 바퀴를 만들어 낼 것인가에 의하여 선진국가, 선진기업이 결정될 것이다. 발명교육을 논리과학, 논리수학 등으로 체계화시킨다면 미래를 이끌어갈 세계적인 발명인재를 발굴하고 육성할 수 있을 것이다.

인류변화를 이끌어 온 것이 발명이다

라디오만 있을 때 소니의 워크맨은 새로운 생활 문화를 만들었고, 전등불이 없을 때 에디슨의 필라멘트 발명은 전구 문화를 만들었던 것처럼 이제는 인터넷과 모바일이 새로운 문화를 이끌어가고 있다. 경쟁력을 창출하기 위해서는 인터넷을 이해하고 네트워크에 의한 정보관리로 가치를 창출할 수밖에 없다.

키보드 핸드폰은 스마트폰에 의하여 경쟁력을 상실하고 있다. 문제는 키보드를 누르는 세대는 스마트폰을 이용하기 어렵다는 것이다. 급변하는 정보에 따라가는 방법은 끝없는 변화에 따라가는 발명 교육이다. 학교에서 배운 교육만으로 경쟁력을 창출할 수 없는 시대다. 새로운 생활환경에 적합한 새로운 기술을 이끌어가는 힘이 발명이다.



발명은 이론이 아니다. 발명을 이분법적 이론으로 평가하는 학술적인 방법이 발명발달의 저해요인이다. 논리과학, 논리 수학으로 실질적인 발명을 만들어내는 과학발명, 수학발명은 평가를 위한 교육이 아니라 개발을 위한 교육으로 창출되는 교육이다. 발명은 실패를 통하여 도전하고 개척하는 교육이기 때문이다,.

발명을 이끌어가는 것은 과학이다

급변하는 새로운 발명품은 아이디어만으로 만들어지는 것이 아니다. 1차 발명, 2차 발명을 이끌어가는 방법은 과학이다. 과학적 정보가 없으면 최첨단 기술을 만들어 낼 수가 없다. 과학은 발명의 방법이고 기술이다. 생활 속의 모든 것은 과학에 의하여 발명되고 있다.

과학에는 원리가 있다. 과학원리를 이용하여 마술을 한다. 과학원리를 이용한 다양한 과학놀이 교육은 발명하는 방법을 습득시킬 수 있다. 4월 과학의 달에 배운 과학원리를 바탕으로 5월 발명의 달에 발명품을 만든다면 과학과 발명은 더욱 발달할 것이다.



해마다 4월은 과학의 달이고 5월은 발명의 달이다

과학교육이 이론위주의 교육에서 실험이나 게임방식으로 바뀌고 있다. 과학이라고 하면 어렵고 재미없다는 인식부터 바꾸기 위해 그동안 많은 노력을 해왔다. 과학교육을 즐기는 교육으로 진행할 때 많은 학생들의 호감을 얻는다. 간단하면서도 재미있게 만들어 보면서 원리를 이해하는 학생들은 과학의 꿈을 가지게 된다. 간단한 하나의 실험을 통해 자신감을 심어주고 자신감에 의해 호기심과 궁금증을 해결하려는 꿈을 키우게 된다. 과학과 발명의 달은 학생들에게 꿈을 심어주는 달이다. 4월에 배운 과학방법으로 5월에는 발명품을 만들어 가면서 꿈을 실천하는 방법을 교육해야 한다.





풍선과학은 흥미를 자극시키는 발명프로그램 중 하나다

필자는 몇 년 전 풍선협회의 요청으로 풍선을 통해 과학 원리를 교육하는 프로그램을 개발하여 보급한 적이 있다. 풍선을 단순한 놀이 문화로 생각하거나 다양한 행사의 이벤트 소품을 장식하는 것으로 취급한다. 풍선에는 다양한 과학원리가 들어 있다. 어린아이들에게 좋아하는 풍선을 만들면서 과학 원리를 재미있게 설명하면 쉽게 이해한다. 발명도 재미있는 과학원리를 이용하는 발명프로그램으로 개발한다면 학생들이 쉽게 발명교육에 참여하게 될 것이다. 미래를 이끌어가는 발명교육을 하려면 만들어가는 흥미와 재미를 통해 적극적으로 참여하게 만드는 창의성 교육프로그램이 되어야 한다.

마술사는 마술비결로 많은 과학 원리를 이용하고 있다. 과학은 복잡하고 어려운 것이라는 편견은 과학을 교육하는 방법에 문제가 있다. 과학교육만이 아니라 모든 교과과목에서 교육을 복잡하고 어렵게 가르치는 이유 중에는 시험평가를 위해 난이도를 만들기 때문이라고 한다. 발명교육은 평가 교육이 아니기 때문에 창의성 교육으로 적합하다.

국어, 과학, 수학 등은 모두가 생활환경을 만드는 요소이고 생활방법이기도 하다. 우리가 말하는 것은 국어영역이고 생활을 꾸며주고 있는 모든 생활용품은 과학을 통한 발명으로 만들어진 생활용품이다. 이러한 생활용품을 좀 더 편리하고 다양하게 만들기 위해 수학적인 계산방법을 응용하고 활용하여 하나의 상품을 다양한 상품으로 개발하는 것이 발명이다.

발명은 과학, 수학, 언어 등의 모든 교육이 바탕이 되어 하나의 상품을 만들어낸다. 발명을 단순한 공작으로 교육하면 과학과 창의성 교육을 하기 어렵다. 새로운 언어를 만드는 것도 발명이고 새로운 과학적 상품을 만드는 것도 발명이고 새로운 계산방법을 만드는 것도 발명이다. 따라서 발명교육을 모든 교과목에서 자연스럽게 실시하도록 교사교육과 교육프로그램 개발을 해야 한다.

미래교육은 발명교육이 기본교육이 될 것이다

급속하게 변화되는 생활도구, 생활용품, 가전제품, 전자제품 등은 새로운 발명품으로 만들어지고 있다. 병원의 새로운 기구들도 발명품이고 운동선수의 기록도 발명품에 의한 신소재 운동기구, 유니폼, 신발 등으로 첨단화되고 있다. 시대의 변화를 이끌어가는 모든 것이 발명품이다.

발명교육을 미래교육으로 만들려면 모든 교과과정의 기본과정으로 만들어야 한다. 과학이나 수학을 이론만으로 교육하는 것이 아니라 논리과학, 논리수학을 응용한 발명과학, 발명수학으로 학생들에게 발명적 사고를 심어주는 창조적 인재 육성 교육방법이 되어야 한다.

과학 원리와 방법을 응용하고 활용하여 새로운 원리를 적용하는 방법을 가르치는 발명교육에서 새로운 과학과 수학적 이론도 만들어 질 수 있다. 발명이 과학, 수학, 사회 등의 과목을 이끌어가는 교과 과정이 될 때 미래를 이끌어가는 첨단 교육으로 발전할 수 있다. 발명이 모든 교과목을 이끌어가야 하는 이유는 발명은 과거 자료에서 새로운 자료를 개발하는 미래교육 프로그램이기 때문이다.

과학이나 수학 성적이 좋은 학생이 발명을 하지 못하는 이유는 무엇일까?

발명은 과학과 수학이 기본이다. 그렇다면 과학이나 수학을 잘하는 학생이 발명을 잘하는 학생이 되는 것이 이론상 맞다. 과학이나 수학의 시험점수는 높지만 발명에는 전혀 관심이 없는 학생이 의외로 많다. 이론적으로 뛰어나지만 실기적으로 뛰어나지 못한 이유는 생각은 하지만 행동으로 실험하는 교육이 부족하기 때문이다.

학생들을 지도하다보면 "나는 재주가 없어" 라고 말하는 학생들이 있다. 말하고 글을 쓰는 것은 잘하는데 무엇이든지 만드는 것에는 관심이 없다는 학생이다. 이유를 물어보면 이렇게 대답한다. "난 손재주가 없어요." "꼭 만들어야 하나요?" 필자는 교육현장에서 이런 학생들을 만나면 답답하다. 어디서부터 잘못된 생각일까? 학생들의 이런 대답은 교육방법이 잘못된 결과라고 생각한다.

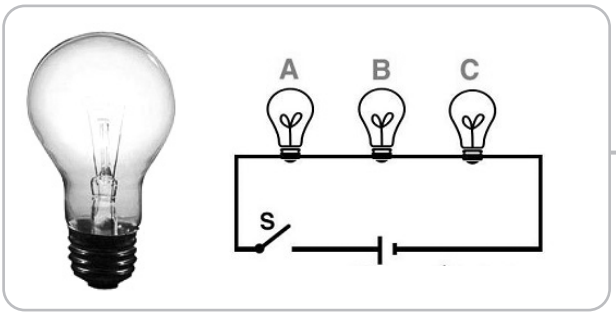
어려서부터 아이들은 만지고 만드는 것을 좋아한다, 그중에는 특별히 만들기를 잘하는 아이들도 있다. 문제는 성격상 만들기를 싫어하는 아이도 있다. 만드는 것을 싫어하는 아이들의 경향은 몸을 움직이는 것을 싫어하는 생각 때문이다. 신체적인 결함에서 나타날 수도 있지만 지나치게 주변의 부모나 교사들이 아이가 할 일을 미리 알아서 처리해 주기 때문에 발생한다. 아이의 행동을 억제시키는 교육은 창의적인 발명교육의 저해 요인이다.

발명교육은 이론을 바탕으로 하는 실기 중심의 미래 창의성 교육이다

창의성 · 영재교육을 하면서 잘못된 교육으로 아이들의 창의성이 어려서부터 잃어버리는 것을 자주 본다, 과잉보호나 과잉교육은 아이들의 행동을 잘못된 행동으로 성장시키는 결과를 만든다. 과학이나 수학 능력이 뛰어난 학생 중에서 발명에 관심이 없는 학생들의 이면에는 과잉보호 등의 잘못된 교육에서 영향을 받은 학생들이 의외로 많다. 손보다 머리만을 교육시키는 교육의 결과다. 칼 사용을 못하는 아이에게 "왜, 그러니?" 라고 질문하면 손이 다칠까봐 못하는다는 황당한 답을 하는 학생들이 있다.

손을 사용하는 것은 보이지 않는 두뇌를 사용하는 것과 같다. 머리를 발달시키는 방법은 손을 많이 사용하는 교육이다. 과학이나 수학교육을 살아있는 교육으로 실시하는 방법은 손을 사용한 과학교육, 수학교육이다. 손을 이용하는 발명교육은 학생들이 재미있게 과학 · 수학을 이해시키는 교육방법이다.

창의과학, 창의수학이라는 단어를 사용하고 있다. 창의과학은 실험교육을 바탕으로 도전하는 과학교육이다. 수많은 실패를 반복하는 교육을 통해 도전하는 습관을 배우게 된다. 에디슨이 필라멘트를 1,999번의 실패를 경험하고 2,000번에 완성했다는 정신이다. 에디슨의 실패정신은 오늘날 GE 기업의 기업정신이 되어 세계 모든 기업이 GE 기업 정신을 본받아 새로운 경영전략, 기술개발, 유통관리 등의 다양한 기업전략으로 사용하고 있다.



실패를 두려워하지 않는 창의과학, 창의수학은 발명교육이다. 발명은 수학공식처럼 정확하게 계산이 떨어지는 것이 아니다. 때로는 계산할 수 없는 수치가 존재하는 분야가 발명이다. 문제는 발명에서 수치는 절대적인 방법이다. 수치적 계산을 못하면 발명품을 만들 수가 없다. 발명가는 수학자가 아니지만 논리수학을 바탕으로 계산하여 발명한다.

이처럼 창의과학 · 창의수학을 발명과 연계시키려면 지금의 교육방법을 바꾸어야 한다. 과학과 수학을

분리시키는 교육에서 과학 · 수학을 발명교육으로 연계시키는 교육방법이 미래를 이끌어가는 창의적 인재발굴과 육성교육이다.

4월 과학의 달과 5월 발명의 달 교육의 연속성이 필요하다

과학의 달과 발명의 달을 연속시키는 교육과정이 필요하다. 발명인의 양성을 위해 4월 과학의 달과 5월 발명의 달이 연계되는 교육프로그램이 개발되어야 한다. 부처 간의 정보 교류가 필요하다. 교육을 맡고 있는 것은 교육청이고 특히 과학교육은 과학재단에서 중심적으로 진행되고 있으며 발명교육은 특허청이라는 부처 간의 인식을 바꾸어 함께 창의적 인재발굴과 육성이라는 타이틀로 협력되어야 한다. 부처 간의 이해관계를 떠나서 국가발전을 위한 창의적 인재 발굴과 육성이라는 협력관계가 어느 때보다 중요하다.

교육은 어느 것보다 전문성을 요구하는 분야다. 교육을 행정적으로 해결하려 한다면 교육의 미래는 어둡다. 학생의 심리적 파악에서 치료까지의 모든 것은 교육 전문가만이 해결할 수 있는 문제다. 발명특허는 발명교육 전문가들이 해결할 과제이고 책임이다. 행정은 교육전문가들이 전문성을 발휘하도록 환경을 만들어 주어야 한다. 국가의 발전도 국민과 공무원이 서로를 이해하고 협력할 때 가장 급속하게 발전할 수 있듯이 발명교육도 발명교육전문가와 행정 담당자 간의 밀접한 협력관계가 필요하다.

발명의 미래는 창의적인 발명인을 발굴하고 육성하여 많은 발명인들이 활발하게 활동할 때 보장 받을 수 있다. 지나친 규제와 통제는 발명인 확산을 억제시키는 결과를 초래하게 된다. 전문성을 인정하고 전문가들이 활동할 수 있는 제도를 만들어야 4월 과학의 달이 5월 발명의 달로 이어지는 다양한 교육프로그램도 개발될 수 있다.

발명은 다른 분야와 다르다. 최첨단 분야이면서 모든 규제와 규칙의 틀을 깨트리는 창조적인 사고에 의하여 발전하는 분야다. 초일류기업은 규제와 규칙을 틀을 깨고 창조적인 사고에 의해 새로운 기술, 새로운 소재, 새로운 형태 등의 첨단기술, 첨단물질, 첨단 디자인의 세계적인 상품을 만들어 기업과 국가의 경쟁력을 창출하고 있다.

한국은 세계 4위의 특허국가다. 한국의 발명이 좀 더 발전하려면 발명프로젝트와 관계되는 규제와 규칙 등을 초일류기업이 추진하는 개발전략처럼 깨트리고 능력위주의 실질적인 교육방식으로 많은 잠재적 발명교육 전문가를 양성하고 발명인을 발굴 육성해야 한다.

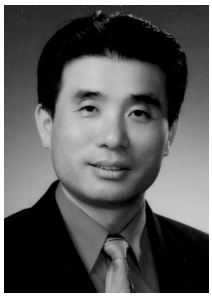
발명교육은 아직도 크게 변하지 못하고 있다. 조립을 좋아하는 아이와 만들기를 좋아하는 아이들이 원리적 이해보다는 간단한 조립 등의 공작으로 교육하는 것은 모순이다.

발명교육은 모든 교육의 근간이다. 과학을 만들어내는 것이 발명이고 수학적 방법과 이론을 이용하여 만들어내는 것도 발명이다. 의학적 실험도 발명을 통해서 신체적 구조를 이해하고 새로운 의학기술을 개발하는 것도 발명이다.

조립과 공작의 발명교육에서 창의적 발상에 의한 새로운 형태나 물질, 기구나 도구, 생활용품 등의 다양한 것을 만들어내는 기술 교육은 과학을 바탕으로 교육할 수 있다. 과학 원리는 발명하는 방법이고 기술이기 때문이다.

발명은 왜? 라는 질문으로 창의성을 키운다

과학이론을 발명하는 방법이나 기술로 적용하면서 왜? 라는 질문을 수없이 반복하게 된다. 왜 이것이 필요한가? 왜 이런 현상이 일어나는가? 왜 바꾸어야 하는가? 왜? 라는 질문은 발명가의 아이디어를 발상시키고 확산시키는 방법이다. 발명은 왜? 라는 질문을 행동으로 실험하고 실패경험을 통해 새로운 것을 창조하는 미래교육이다. 미래교육을 이끌어가는 발명교육을 하려면 모든 교과목을 통합하는 발명프로그램으로 개발되어야 할 것이다. 한국발명진흥회



강충인
발명칼럼리스트
TQ창의력교육개발원장
특허청) 직무발명연구회 전문위원
중진공)중소기업연수원 전문위원
건국대 미래지식교육원 겸임교수



완벽한 보안 시스템은 지식재산권 제도여야 한다



수천억 원대의 가치로 평가되는 첨단기술이 경쟁회사에게 유출되는 사건이 발생하여 관련자를 구속 수사하고 보안 시스템을 강화한다는 소리가 요란하다. 소 잃고 외양간 고친다는 속담의 속 뜻은 사전에 좋은 방어벽 시스템을 잘 갖추라는 뜻이다. 그러면 첨단의 기술을 잘 보호하고 문제가 발생 시 모든 것을 해결할 수 있는 방어벽 시스템은 무엇일까?

보안 방어벽 시스템은 지식재산권 제도

특허는 개발한 기술을 공개하는 대신 독점적 권리를 주는 제도이다. 그러므로 특허성 있는 첨단기술을 제3자에게 완벽하게 보호받을 수 있는 보호벽 시스템은 임직원의 보안교육 및 보안 시스템 구축에 선행하여 특허교육이 되어야 한다. 그리하여 개발된 기술이 특허 출원되고 특허등록 되어서 국가에서 이를 보호해주는 철저한 시스템 및 사회적 풍토가 조성되어야 한다. 그러나 우리나라는 그 동안의 특허 활성화 교육으로 세계적인 특허출원 국가로 성장했지만 독점권을 행사하는 시스템이나 사회적 풍토가 이를 뒷받침하지 못하여 국내기업들이 국내특허 무용론을 내세우며 특허출원 정책을 꺼리고 있다. 급기야 최근 외국회사들도 한국의 시장성이 밝지 못하다고 하여 한국의 출원율이 감소하는 경향이 나오고 있다.

특허에서뿐만 아니라 소프트웨어의 개발, 대중가요, 기타 21세기형 지식재산이 될 수 있는 다양한 분야에서 남의 것을 훔쳐야 돈을 버는 이상한 나라가 되어가고 있다. 이러한 풍조는 처음은 누구나 쉽게 모방하여 돈을 벌 수 있다는 후진국형 시기에는 가능한 일이지만 새롭게 창의성을 조성하여 일류국가로 가는데 커다란 장애요인이 될 것이다.

그러므로 지식재산권 제도를 강화하여 남의 것을 훔쳐서 돈을 벌겠다는 행위는 확실하게 처벌할 수 있도록 시스템 및 문화를 만들어야 한다. 국내 경쟁업체간 분쟁 등도 국민적인 저항감 없이 서로 간 싸울 수 있는 풍토가 되어야 지식재산권 제도가 완벽한 보안 시스템이 될 수 있다. 그렇게 함으로써 선의의 진정한 기술개발이 유도되고 뒤떨어진 소프트웨어 개발 등 창의력을 유발할 수 있는 풍토가 조성된다. 그러므로 지식재산에 관한 분쟁을 정확하게 심판하고 해결할 수 있는 시스템 및 인적 육성이 필요하다. 특허심판을 담당하는 판사, 검사, 변호사가 이공계의 지식과 지식재산권에 관한 지식이 있는 사람으로 구성되어서 지식재산의 침해여부를 정확하게 심판하고 해결할 수 있도록 사회 인프라를 구축해야 할 것이다. 그리고 향후 로스쿨 제도가 정착되면 판검사 임용은 경력있는 변호사에서 채용되듯이 특허관련 소송 판검사는 특허 실무가 있는 특허관련 변호사를 임명하는 방식이 되어야 할 것이다.

온정주의 보호벽은 궁극적으로 공동파멸

사자는 자기 새끼를 낭떠러지에 떨어뜨려 살아남는 자만 키운다는 독특한 자식교육 철학을 가지고 있는 맹수의 왕이다. 맹수의 왕다운 교육철학이다. 적당히 하면 되겠지라는 사고는 궁극적으로 최고가 될 수 없고, 적당히 보아주는 사회는 일류국가가 될 수 없다. 남의 것을 적당히 훔쳐서 부자가 되고 조용히 앉아있다 남의 것을 도용하는 사회는 궁극적으로 초일류 국가가 될 수 없다. 그러한 의식



구조는 창의력을 유발시키는 저해 요인이 되어서 발전이 없다. 그러므로 21세기 지식재산의 시대에 맞는 국가적인 시스템과 국민정서가 형성되어야 한다. 그렇게만 된다면 우리민족은 타민족보다 창의력이 왕성하기 때문에 쉽게 일류 국가가 될 수 있다. 그동안 온정주의에 입각한 국민정서는 농경사회에서 공동체의 힘을 이용한 사회구조에서는 커다란 힘을 발휘할 수 있지만 개인의 창의력이 요구되는 21세기 지식재산을 중심으로 한 경제구조에서는 사회발전의 저해 요인이 될 수 있다.

이러한 문제를 우리가 가장 쉽게 접할 수 있는 한국 축구와 프리미어 리그의 현실에서 비교하여 설명하겠다. 한국 축구하면 2002년 한일 월드컵 당시 히딩크 감독을 떠 올린다. 히딩크는 학연 · 지연 등 어떠한 요소를 감안하지 않고 개인의 능력을 우선시 했다. 그러한 과정에서 자연적으로 서로 간 경쟁을 유발, 개인의 자질이 올라가도록 하였다. 그리고 그러한 개인의 자질을 철저히 분석하여 매 게임 마법과 같은 용병술로 세계 4강의 위업을 달성했다.

그러나 국내감독들은 학연 · 지연 등 무언가에 의해서 팀이 조정되고 개인의 기량을 바탕으로 창의적인 게임을 하지 않기 때문에 한국팀의 영원한 색깔인 "골 결정력 부족과 창의적인 플레이의 부족"이 급기야 32년 만에 공한증을 날려버리는 졸전의 역사를 만들었다.

눈을 돌려서 프리미어 리그의 경기를 보자. 분명 그들은 현란한 개인기를 바탕으로 하는 짧은 패스와 돌파력 및 공간창출 능력으로 창의적인 골을 만들어낸다. 왜 그들은 그러한 현란한 개인기를 바탕으로 자기 스스로 게임을 만들어 나가는 능력을 습득하였을까? 그들은 분명 어떠한 보호막 없이 개인의 능력에 의한 생존경쟁에 따라 자라면서 자기 자신을 발전시켰기 때문에 가능한 일이다. 분명 우리나라의 지식재산권에 대한 시스템이나 국민정서도 철저한 선의의 개발경쟁을 통한 생존경쟁을 할 수 있도록 유도했을 때 모두 다 살아남는 결과를 가져올 것이다. 지식재산권에 관한 분쟁을 정확하게 심판할 수 있는 인프라의 구축과 분쟁을 통한 사례가 많이 모일 때 초창기는 어려움이 있겠지만, 일류국가로 가는 통과의례로 생각하고 아픔을 이겨내고 깨어나야만이 더 큰 세상을 볼 수 있지, 온정의 보호벽은 모두를 공멸하게 만들 것이다.

특허가 세계화되어야 로열티 흑자 국가

그동안 많은 국제적인 회사와 특허 분쟁을 하면서 느꼈던 점은 세계적으로 사용되는 특허의 필요성이었다. 특허분쟁에서 가장 필요한 특허는 분쟁상대가 정확하게 쓰고 있는 특허다. 이러한 특허를 만들려면 국제적인 표준특허를 만들거나, 가장 효율적인 방법을 개발하여 다른 경쟁자들도 그 방법을 쓸 수 밖에 없도록 하거나, 아니면 최초의 개발자가 되어서 그러한 방법을 세계적인 장비업체를 이용하여 세계적으로 쓰게 만들면 가능하게 된다.

먼저 세계적인 표준이 될만한 특허를 만들려면 모든 면에서 힘이 있어야 가능한 일이다. 기술만 좋다고 표준이 되는 것이 아니라, 그 분야의 국제적인 역량이나 대량 생산을 하여 누구나 그러한 방식으로 사용할 수 있도록 유도할 수 있는 힘이 없이 표준특허는 쉽게 만들 수 없다. 그러나 우리의 기술력이 많은 부분에서 세계적인 수준에 근접해 있거나 대량생산을 할 수 있는 글로벌 기업이 있기 때문에 향후 가능할 수 있다.

누구나 쓸 수 밖에 없는 기술개발은 원천적인 연구개발에서 쉽게 올 수 있지만, 우리나라 경우 기업이 기초분야에 투자하는 비율이 낮기 때문에 원천특허의 발굴은 힘이 든다. 보다 긴 안목을 갖고 단기간의 성과에 연연하지 않는 국책 연구소나 대학에서 이러한 원천특허들이 많이 나와야 할 것이다. 기업들은 종래의 기술을 개량하면서 최적화하는 과정에서 발생할 수 있다. 우리나라의 수많은 특허가 종래기술을 개량하면서 발생하나 공교롭게도 세계화된 기술은 별로 없다. 이러한 이유는 여러 가지가 있지만 자기 기술을 홍보하여 세계적으로 쓸 수 있도록 유도하는 마인드가 필요하다. 연구개발되는 기술 또한 생명력이 있어서 성장하고 쇠퇴하는 것이 일반적인 현상이다. 어느 시점에는 대체되는 기술이 나와서 쇠퇴의 길을 가기 때문에 혼자만 사용하여 독점하겠다는 전략도 필요하겠지만 기술을 홍보하여 세계화시켜 로열티를 받는 방법 또한 매우 필요한 정책이 될 수 있다.

마지막 가장 쉽게 할 수 있는 방법은 세계적인 장비회사를 통하여 모두 다 쓸 수 있도록 하게 하는 방법이다. 이러한 방법은 장비업체와 공동으로 프로젝트를 수행하면서 얻을 수 있지만 장비업체가 특허권 지분을 가져가는 형태가

되기 때문에 지분율에 따른 특허료를 받을 수 있다.

특허 시스템이 완벽하면 스파이를 역으로 활용

로열티를 가장 쉽게 얻는 방법은 무얼까? 전제 조건은 특허 시스템이 완벽하고 침해적발 등 고도의 능력이 있을 때만 가능한 방법이다. 방법은 너무 간단하다. 지난 신문에서 알려졌던 일처럼 세계적인 장비업체들은 선발회사들의 기술을 빼내어 후발업체에 주면서 자기의 장비를 팔려고 한다. 그러는 과정 중에서 발생한 일을 역으로 이용하면 된다. 빼낸 기술이 특허로 잘 만들어져 있다면 걱정할 필요 없다. 계속 상대의 동태를 살피고 있다가 제품이 양산되어 돈을 많이 벌 시점이 되면 등록된 특허로 공격을 하면 된다. 그러니까 기술을 빼낸 사람은 역적이 될 수 있거나 영웅이 될 수 있다. 특허 시스템이나 특허팀이 잘못하여 개발된 기술이 특허화가 안되었다면 기술을 빼낸 사람은 역적이 될 수 있지만, 특허 시스템이 잘되었고 그물망처럼 특허를 만들어 놓은 상태에 있는데 기술을 빼내어서 세계적으로 쓰게 했다면 역으로 영웅이다. 역적과 영웅이 기술을 빼내간 사람에 의해서 결정되는 것이 아니라 국가의 특허 시스템이나 각 회사의 특허팀 실력에 의해서 좌우되는 것이다.

대학시절 매우 재미있게 감상한 영화가 "나를 사랑한 스파이"였다. 로저무어와 바바라바흐가 타고 가던 차가 물속에 빠졌는데 잠수함이 되어서 추격하던 헬리콥터를 추락시키는 장면이 뇌리 속에 남아있는 007시리즈 이야기이지만, 사랑한 사람이 스파이였다는 내용을 특허 전쟁에 쓰면 멋있는 영감을 주는 이야기가 된다.

제품을 먼저 개발하여 관련된 기술을 철저히 특허 화한 다음 경쟁업체들이 탐이 나서 혈안이 되어 있는 상태에서 허허실실 작전으로 장비업체를 이용, 경쟁업체들에게 기술이 들어가게 하여 수 많은 투자를 하게 하고 양산화를 성공시킨 다음 특허 공격을 하는 것이다. 더욱 크게 성공하려면 장비업체가 세계적인 회사일 때 모든 기술이 세계적으로 퍼질 수 있어서 더욱 좋다.

신문에 떠들썩하게 장식되는 산업 스파이의 문제를 역으로 활용하면 멋있는 특허정책이 된다. 특허가 잘되었다면 산업 스파이들은 기술을 세계화시켜 엄청난 로열티를 받아낼 수 있는 기틀을 만들어준 영웅이 된다. 산업 스파이들을 확실하게 막을 수 있는 방법은 지식재산권 시스템을 완벽하게 구축하면서 국민적 의식이 지식재산을 훔쳤을 때 응징을 가해야 한다는 공감대의 형성이다. '소 잃고 외양간 고친다'는 말은 외양간을 완벽하게 만들면 도둑 잡는다는 속담이다. 하루 빨리 국가 지식재산권 시스템을 도둑 잡는 시스템으로 만들고 국민 모두가 도둑을 잡아야 한다는 정서로 바꾸어야 한다.

그렇게 하기 위해서는 이공계를 전공한 사람들이 로스쿨에 많이 들어가서 졸업 후, 특허심판 판검사가 되고 변호사 또한 이공계 기술과 법률로 무장된 인재가 배출되어서 선진국식으로 지식재산권 분쟁이 철저히 심판될 수 있도록 해야 한다. 이러한 시스템이 구성되어야만이 경쟁 기업은 선의의 기술개발 경쟁이 선행되어서 촉진되고, 특허관련 산업이 발달되며, 외국회사들에서 로열티도 받는 시대가 열릴 것이다. 우리의 외양간부터 허술한데 소를 잃는 것은 당연한 것이요, 도둑도 잡을 수 없다. 그러므로 작금의 산업 스파이 문제로 보안 시스템을 강화하는 것뿐 아니라 최적의 보안 시스템인 국가의 지식재산권 시스템을 철저히 만들어 지식재산 침해 시 철저히 심판하여 대가를 지불하게 판정했을 때 가장 완벽한 시스템이 될 것이다. 지식재산 침해판정을 정확하게 할 수 있도록 침해심판 판검사 및 변호사를 이공계 분야에서 육성시키고, 국민적인 정서 수준도 지식재산 시대에 걸맞게 훔치는 자를 처벌해야 한다는 공감대가 다수로 형성되고, 변화하는 특허 선진국 흐름에 동참하여 받는 로열티가 많은 강대국이 되어야 21세기에 살아남는 민족이 될 것이다. 한국발명진흥회



박 진 준
21세기 특허법률사무소 기업기술 가치평가사(현)
삼성전자 반도체 IP팀 수석연구원
특허법 및 창의력 개발 강사
KAIST EMDEC 신제품 개발 강사
창의력 이야기 외 다수 저술인



상표의 출원절차

Ⅰ. 들어가며

상표법은 상표의 보호대상, 요건, 상표권의 효력 등에 관한 실체법적 내용과 함께 상표등록 출원, 등록 등의 절차법적인 성격을 동시에 지니고 있다.

지난 호에서 상표의 일반적 등록요건과 부등록사유(상표법 제6조, 제7조 등)에 관해 상세하게 살펴본 바와 같이 상표법은 어떤 상표권에 대하여 특정인에게 독점적인 권리를 부여할 것인가를 정하는 실체적 내용을 담고 있다. 또한, 이와 더불어 상표등록을 출원하는 경우에 일정한 형식과 절차에 따르도록 하는 제반규정을 두고 있다.

후자를 절차적 요건이라 하고, 우리나라 상표법에서 규정하고 있는 원칙으로서는 서면주의, 양식주의, 국어주의, 선출원주의, 수수료 납부주의, 1상표 1출원주의 등이 있다.

지난 1월호에서 절차적 요건의 일반원칙에 대해 개략적으로 살펴본 바 있으므로 이번 호에서는 이 중 출원심사 시 등록여부결정의 핵심적인 요소의 하나인 1상표 1출원주의에 대하여 검토한 다음, 상표등록 출원 후에 이미 제출한 서류 등에 흠결이 발견된 경우 출원일의 소급효를 인정받기 위하여 출원인이 취할 수 있는 조치인 『출원의 보정, 분할, 변경제도』에 대하여 구체적으로 살펴보기로 한다.

Ⅱ. 1상표 1출원 원칙

1. 의의

(1) 『1상표 1출원주의』란 상표등록출원은 상표법시행규칙이 정하는 상품구분상 1류구분 이상의 상품을 지정하여 "상표마다 출원"하여야 한다는 원칙이다. 즉, 하나의 출원으로 동시에 2 이상의 상표를 출원하는 것은 허용되지 않는다는 의미이다. 그러나 상품에 대하여는 1출원서에 다류에 속하는 복수의 상품은 물론 상품과 서비스업을 동시에 지정하여 출원할 수는 있다.

(2) 1상표 1출원의 원칙은 법이론상의 필요에 의한 것이라 보다는 상표절차상의 간편함과 제도의 운영을 보다 용이하게 하기 위해 마련된 것이다.

(3) 2007년 1월 1일 시행하는 상표법시행규칙은 상품분류에 관한 국제적 규범에 부합될 수 있도록 포괄명칭을 인정하고, 도 · 소매업을 서비스업으로 출원하는 것을 허용하도록 개정된 바 있다.

2. 1상표 1출원의 내용

(1) 상표등록 출원은 "상표마다 출원"하여야 한다.

1출원서에는 하나의 상표만을 표시하여야 하고, 2 이상의 상표를 기재하여서는 거절의 대상이 된다. 2 이상의 상표에 해당하는 지의 여부는 상거래상 하나의 상표로 사용되거나 또는 하나의 상표로 인식될 수 있는가의 여부에 따라 결정된다.

실무에서는 하나의 상표에 동시에 요부가 3개가 있더라도 일체성만 있다면 하나의 상표로 취급하고 있다. 예컨대, 상표가 "우리의 영지, 김영철 추어탕, 도형"으로 구성된 경우로서 요부가 3개로 구성된 표장이더라도 1상표로 보아 다른 등록요건을 갖추었다면 등록이 가능하다.

그러나 이러한 표장을 등록받은 경우라도 이 중 일부분만을 사용한다면 불사용 내지는 부정사용에 해당되어 상표권의 취소대상이 되므로 상표출원시에는 등록 후 상표사용의 가능성을 고려하여 출원하여야 한다.

(2) 상품류 구분상 1류 이상 출원 가능

1997년 이전법에서는 동일상품류 구분 내에서 1 또는 2 이상의 상품을 지정하여 출원하도록 되어 있었으나, 상표법조약(TLT)의 발효를 계기로 우리 상표법도 하나의 출원에 다류출원이 가능하도록 하였다.

(3) 지정상품 및 서비스업의 허용범위

(가) 협의의 포괄명칭에 대한 상표등록

2007년 1월 1일 시행하는 상표법시행규칙은 "협의의 포괄명칭"에 대하여는 종전과 달리 적법한 지정상품으로 보아 등록을 허여하고 있다.

속옷의 경우, 종전에는 거들, 팬티, 브래지어 등 개별상품에 대하여만 등록을 허여하고, 속옷은 개별상품의 상위개념에 해당하므로 포괄명칭이라고 보아 등록이 인정되지 않았다. 그러나 이번 관련규정 개정으로 "협의의 포괄명칭"에 대하여도 등록이 가능하도록 됨에 따라 속옷에 대하여도 인정하게 되었다.

그러나 겉옷, 한복, 속옷 등의 "협의의 포괄명칭"에 대하여만 인정되는 것이지 "광의의 포괄명칭" 인 피복에 대하여는 등록이 허여되지는 않는다.

(나) 서비스업의 인정범위

종전 규정에서는 도 · 소매업이 인정되지 아니하고, 판매알선업, 판매대행업 등으로 현실과 동떨어지게 변

칙적으로 운영하고 있었는데, 이번에 대법원판례와 거래사회의 현실을 고려하여 도 · 소매업을 서비스업으로 출원하여 등록받을 수 있게 되었다.

서비스업 인정범위는 팬티도매업, 팬티소매업 및 속옷도매업, 속옷소매업은 허용되나, 팬티 및 가구도매업은 동종의 상품군으로 분류되지 아니하므로 허용되지 않는다.

3. 1상표 1출원의 판단시점

1상표 1출원의 판단시점은 출원시가 아니라 등록여부결정시이다. 따라서 1상표 1출원 원칙에 위배된 출원이라도 등록여부결정 시까지 흠결을 치유하면 상표등록을 받을 수 있다.

4. 1상표 1출원의 위반과 구제방법

1상표 1출원의 원칙에 위배되면 출원보정이나 분할 등을 통하여 이를 구제 받을 수 있다.

① 광의의 포괄명칭과 지정상품의 불명확

상품명을 협의의 포괄명칭 또는 개별명칭으로 특정하거나 명확하게 하고, 이해를 돕기 위하여 괄호 안에 한자 또는 외국어를 병기할 수 있다.

② 지정상품과 상품류 구분의 불일치

정당한 상품류 구분으로 보정하거나 요지변경이 되지 않는 범위 내에서 상품명을 정정할 수 있다.

③ 2이 상의 상품류 구분을 1류에 기재

해당 구분류를 선택하여 분리하거나 불필요한 상품은 삭제 보정한다.

5. 1상표 1출원원칙의 위반효과

(1) 상표권의 설정등록 전

1상표 1출원 원칙에 위반되면 거절이유와 이의신청의 사유가 된다. 다만 출원의 보정을 할 수 있는 기간 내에 보정 또는 분할 등의 조치를 취하면 거절이유가 해소될 수 있다.

그리고 2 이상의 상품 중 하나의 상품에만 거절이유가 있는 경우에도 '출원일체의 원칙' 상 당해 출원 전체가 거절되게 된다.

(2) 상표권의 설정등록 후

1상표 1출원 원칙에 위반하면 거절이유의 대상은 되나, 이에 위반하여 등록되었다 하더라도 상표등록의 무효사유는 되지 아니한다. 이는 실체적 등록요건이 아닌 행정절차상의 편의차원에서의 규정에 불과하기 때문이다.

Ⅲ. 출원의 보정

1. 의의

(1) 『출원의 보정』이란 출원절차상 또는 내용상의 흠결을 출원인이 자진하여 또는 특허청장의 명령에 의하여 법령에서 정하는 요건에 맞도록 요지변경에 해당하지 않는 범위 내에서 일정한 기간 내에 정정하는 것을 말한다.

(2) 출원서의 기재나 제출서류에 있어 당초부터 하자가 없다면 보정제도가 필요없지만, 선원주의를 취하는 관계로 출원요건을 완벽히 갖추지 못하고 출원하는 경우가 많은데, 동일 내용을 재출원하게 하면 출원일이 늦춰지거나 경제적으로도 불이익을 주게 되므로 출원인의 이익을 보호하기 위하여 보정제도를 두고 있다.

2. 출원보정의 종류

(1) 출원인에 의한 보정

(가) 출원공고결정 전의 보정

출원인은 최초의 출원요지를 변경하지 아니하는 범위 내에서 상표를 원칙적으로 상표등록결정 또는 거절결정의 통지서 송달 전에 보정하여야 한다. 다만 예외적으로

거절결정의 불복심판을 청구하는 경우에는 그 청구일로부터 30일 이내 또는 심판관이 거절이유를 통지한 경우에도 의견서 제출기간 내에 보정을 할 수 있다.

보정은 최초출원의 요지를 변경하지 아니하는 범위 안에서 보정할 수 있다.

(나) 출원공고결정 후의 보정

출원인은 출원공고결정등본의 송달 후에라도 ① 거절이유의 통지를 받은 경우 심사관 또는 심판관이 지정한 의견서 제출기간 내 ② 이의신청이 있는 경우 심사관이 지정한 답변서 제출기간 내 ③ 거절결정에 대한 불복심판을 청구한 경우에는 심판의 청구일로부터 30일 이내에 최초출원의 요지를 변경하지 아니하는 범위 내에서 지정상품 및 상표를 보정할 수 있다.

(2) 명령에 의한 보정

특허청장은 다음의 경우에 기간을 정하여 보정을 명할 수 있다.

① 절차에 있어 행위능력 또는 대리권에 관한 규정에 위반하였을 경우

즉, 행위능력이나 법정대리권이 없거나 출원절차를 밟음에 있어 특별 수권없이 위임대리인이 절차를 밟는 경우에 해당한다.

② 절차가 법령에서 정한 방식에 위반하였을 경우

상표를 표시하는 서면의 작성방법이 잘못되었거나 제출서류에 흠결이 있는 경우를 말한다.

③ 소정의 수수료를 납부하지 않았을 경우

3. 요지변경

(1) 의의

『요지변경』이란 최초의 출원내용과 보정내용을 비교한 결과 동일성을 인정할 수 없을 정도로 현저하게 변경된 경우를 말한다. 이를 무제한 인정하게 되면 후출원인이나 선의의 제3자의 이익을 침해할 우려가 있고 심사절차를 지연시킬 가능성이 있기 때문에 이를 인정하지 아니하고 있다.

(2) 요지변경이 되지 아니하는 경우

다음의 경우에는 최초의 출원서의 내용을 변경한 경우에도 요지변경에 해당되지 아니하는 것으로 보아 정정이 인정된다.

(가) 지정상품의 범위의 감축

최초 출원의 지정상품의 일부를 삭제하거나 한정하는 것을 의미한다.

즉, 다른 류의 전부나 일부의 지정상품을 삭제하거나 동일류에서 일부를 삭제하는 경우와 지정상품이 모시인 경우 잠옷(모시제품에 한함)으로 한정하는 경우가 이에 해당한다.

(나) 오기의 정정

오기임이 객관적으로 명백한 경우에 이를 정정하는 경우에 한한다. 그러나 객관적으로 명백한 오기는 정정하지 아니하더라도 실질적인 내용에 따라서 그 효력이 발생하게 된다.

(다) 불명료한 기재의 석명

지정상품의 명칭에 한자나 영문을 부기하여 당해 지정상품의 의미를 명확하게 하거나 오해를 해소할 수 있는 최소한의 설명의 경우가 이에 해당한다.

(라) 상표의 부기적인 부분의 삭제

상표의 부기적 사항으로서 이를 삭제하더라도 최초출원의 외관, 칭호, 관념 등에 중요한 영향이 없는 부분을 삭제하는 것을 말한다.

상표의 부기적 부분 중 'KS', '특허' 등의 문자나 기호 또는 산지표시 문자를 삭제하는 것 등이 이에 해당한다.

(마) 기타의 경우

상표구성 전체의 형상을 비례적으로 확대 또는 축소하는 것, 상표의 구성 중 주식회사, (주) 등 법인임을 표시하는 문자의 삭제 등은 사회통념상 허용되는 정도이고, 제3자의 이익을 해하는 정도의 것이 아니므로 요지

변경이 아니라고 본다.

(3) 요지변경이 되는 경우

(가) 상표 중 부기적부분이 아닌 보통명칭, 품질표시, 재료표시 등 문자, 도형 또는 기호를 변경하거나 추가하거나 혹은 삭제하는 것은 요지변경에 해당한다.

(나) 상표의 구성 중 외형상 부기적 사항이 아닌 경우에는 상표의 외관, 칭호, 관념 등에 중요한 영향이 없는 일부삭제도 요지변경으로 본다.

(다) 출원상표에 색채를 새로이 결합하거나 색채를 변경하는 경우에는 요지변경에 해당한다.

(라) 입체적 형상을 추가 또는 삭제하거나 입체적 형상을 평면 표장으로 변경하는 것은 원칙적으로 요지변경에 해당한다.

(마) 지정상품을 유사하거나 비유사한 상품으로 변경하는 것은 요지변경에 해당한다.

4. 출원보정의 요건

(1) 요지변경에 해당하지 아니한 보정일 경우에도 보정이 인정되기 위하여는 ① 원출원이 적법하게 계속 중이어야 하고 ② 원출원인과 보정후의 출원인이 동일해야 하고 ③ 시기 및 내용이 보정범위 내에 해당하여야 한다.

(2) 출원인은 상표법시행규칙에서 정하는 서식에 의한 보정서를 특허청장에게 제출하여야 한다.

5. 보정의 각하

(1) 출원공고 결정전의 보정의 각하

보정이 출원의 요지를 변경한 것일 때에는 심사관은 결정으로 그 보정을 각하하여야 한다. 각하결정은 서면으로 하고 그 이유를 붙여야 한다.

각하결정이 있는 경우에는 당해 결정등본의 송달이 있은 날부터 30일을 경과할 때까지 당해 상표등록출원에 대한 등록여부결정을 하여서는 아니된다.

(2) 출원공고결정 후의 보정의 각하

출원공고결정 후의 보정이 요지변경에 해당하는 때에는 심사관은 결정으로 그 보정을 각하하여야 한다. 출원공고 결정 후의 보정각하에 대하여는 독립하여 불복을 신청할 수 없으나 거절결정에 대한 불복청구시 함께 다툴 수 있다.

6. 출원보정의 효과

(1) 적법한 보정

절차 보정에 있어서 보정명령을 이행한 경우에는 출원계속의 효과가 발생한다. 그리고 실체보정에 있어 보정한 내용대로 최초의 출원으로 보아 출원일의 소급효가 인정된다.

(2) 부적법한 보정

절차적 보정에 있어서 보정명령에 불응한 경우에는 절차무효의 대상이 된다. 그리고 실체보정은 지정기간을 경과하여 제출한 보정의 경우에는 당해 보정서를 부적법한 것으로 보아 출원인에게 반려하고, 원출원만으로 심사를 진행한다.

이와 더불어 심판청구와 관련한 사항을 보면, 심판청구서의 요지를 변경하는 보정은 허용되지 아니한다. 예컨대, 등록권리자인 회사가 아닌 회사대표자를 피청구인으로 한 경우 피청구인을 회사로 변경하는 것은 단순한 당사자 표시의 정정이 아니라 요지변경에 해당하므로 부적법한 청구로서 각하된다.

Ⅳ. 출원의 분할

1. 의의

(1) 『출원의 분할』이란 출원인이 2 이상의 상품을 지

정상품으로 하여 상표등록출원을 하였을 경우에 2 이상의 상표등록출원으로 분할하는 것을 말한다.

이는 상표의 구성요소를 분할하는 것을 의미하는 것이 아니라 단순히 지정상품별로 분할하는 것을 의미한다.

(2) 당초 출원서에 지정상품이 다수 포함되어 있는 경우에 그 상품 일부에 선원상표의 지정상품과 유사한 상품이 포함되어 있는 경우 그 부분을 삭제하는 경우도 있으나, 경우에 따라서는 유사상품에 대하여도 삭제하지 아니하고 분리하여 2 이상의 출원으로 유지하는 것이 필요한 경우도 있게 된다. 이러한 경우 출원분할 제도를 이용하게 되면 출원일의 소급효를 인정받게 되므로 출원인에게 유리하게 된다.

2. 출원분할의 요건

(1) 실체적 요건

출원분할이 인정되기 위하여는 다음과 같은 일정한 요건이 충족되어야 한다.

① 2 이상의 상품을 지정상품으로 하여 출원되었어야 한다. ② 상표는 최초출원과 분할출원이 동일하여야 한다. ③ 원출원인과 분할출원인이 동일하거나 권리를 승계한 자라야 한다. ④ 분할대상이 되는 상품은 출원인이 최초의 출원서에 포함되어 있어야 한다.

(2) 절차적 요건

출원의 분할은 특허청에 출원이 계속 중에 있어야 하며, 상표법 규정에 의한 보정가능 기간 내에 있어야 한다. 그러므로 원출원이 거절결정 및 등록결정이 확정되거나 절차의 무효, 출원의 취하나 포기된 출원은 인정되지 아니한다.

3. 출원분할의 절차

분할출원을 하고자 하는 자는 별도의 상표등록 분할출원서에 일정한 서류를 첨부하여 제출하여야 한다.

그리고 분할출원과 함께 원 상표등록출원에 대하여 그 지정상품 중 분할되는 상품은 보정하여야 한다.

4. 출원분할의 효과

(1) 적법한 보정

(가) 출원일의 소급효

분할출원은 최초에 출원한 때에 출원한 것으로 보아 출원일의 소급효가 인정된다. 다만, 조약에 의한 우선권 주장과 출원시의 특례규정에 대하여는 소급효가 인정되지 아니한다.

(나) 분할출원의 독립성

분할출원은 원출원과는 별개의 독립된 출원이므로 원출원이 취하나 무효가 되어도 아무런 영향을 미치지 아니한다.

(다) 분할출원을 원출원으로 하는 분할출원의 인정여부

원출원으로부터 분할출원을 하고 분할된 출원을 다시 원출원으로 하는 분할출원의 경우에 재분할출원을 인정할 수 있는가가 문제된다.

현행법령에서는 이에 대한 금지규정이 없고 제3자의 이익을 해할 우려가 없으므로 인정하는 것이 타당하다고 본다. 실무에서도 같은 취지로 운영하고 있다.

(2) 부적법한 보정

보정은 지정기간을 경과하여 제출한 경우에는 당해 보정서를 부적법한 것으로 보아 출원인에게 반려한다.

또한 분할출원한 것이 ① 분할출원을 통해 원출원 서상에 기재된 지정상품의 범위를 실질적으로 확장한 경우 ② 출원인 또는 상표견본의 불일치, 불비한 경우에는 특허청장은 출원일이 소급되지 아니한다는 취지 및 이유를 출원인에게 통지하여야 한다.

Ⅴ. 출원의 변경

1. 의의

(1) 『출원의 변경』이란 출원의 주체나 내용은 동일하나 출원의 종류를 변경하는 것을 말한다. 출원인은 상표등록출원을 서비스표등록출원으로, 서비스표등록출원을 상표등록출원으로 변경하는 것을 의미한다.

(2) 출원인이 착오로 상표의 종류를 잘못 기재한 경우 재출원하도록 하면 출원일이 늦추어져 불이익을 받게 되므로 절차의 중복방지와 비용의 절감을 도모하는 차원에서 마련된 제도이다.

2. 출원변경의 허용범위

출원변경은 상표등록출원과 서비스표등록출원 상호간에만 인정된다. 따라서 상표와 서비스표, 단체표장, 업무표장 상호 간에는 출원변경이 허용되지 아니한다.

또한 상표, 특허, 실용신안, 디자인등록출원 상호 간에도 인정되지 아니한다.

3. 출원변경의 요건

(1) 실체적요건

출원분할이 인정되기 위하여는 다음과 같은 일정한 요건이 충족되어야 한다.

① 원출원이 존재하여야 한다. ② 출원의 목적물이 동일하여야 한다. ③ 원출원인과 변경출원인이 동일하거나 권리를 승계한 자라야 한다. ④ 분할대상이 되는 상품은 출원인이 최초의 출원서에 포함되어 있어야 한다.

(2) 절차적 요건

출원의 변경은 특허청에 출원이 계속 중에 있어야 하며, 상표법의 규정에 의한 보정가능 기간 내에 있어야 한다. 그러므로 원출원이 거절결정 및 등록결정이 확정되거나 절차의 무효, 출원의 취하나 포기된 출원은 인정되지 아니한다.

4. 출원변경의 절차

출원변경을 하고자 하는 자는 변경에 관한 출원절차를 밟아야 한다. 별도의 변경출원서에 일정한 서류를 첨부하여 제출하여야 한다. 다만, 원출원에 대하여 제출한 서류 중 변경을 요하지 아니하는 것은 이를 원용할 수 있다.

5. 출원변경의 효과

(1) 적법한 보정

(가) 출원일의 소급효

변경출원은 최초에 출원한 때에 출원한 것으로 보아 출원일의 소급효가 인정된다. 다만, 조약에 의한 우선권 주장과 출원시의 특례규정에 대하여는 소급효가 인정되지 아니한다.

(나) 원출원의 취하

최초에 한 출원은 취하된 것으로 간주된다. 그 이유는 형식적으로 동일내용의 출원이 존재하게 되는데, 최초 출원을 유지하여야 할 실익이 없기 때문이다.

(다) 출원의 변경대상의 확대문제

현행 상표법에서는 상표, 서비스표와 단체표장 상호 간의 변경은 인정하지 않고 있다. 이들 상호 간의 변경을 인정한다 하더라도 내용이 서로 배치되지 않는 이상 상호충돌의 우려가 없으므로 인정하는 것이 타당하다고 보여 진다.

(2) 부적법한 보정

보정은 지정기간을 경과하여 제출한 보정의 경우에는 당해 보정서를 부적법한 것으로 보아 출원인에게 반려한다.

Ⅵ. 나가며

위에서 살펴본 바와 같이 상표등록을 받고자 하는 자는

상표법시행규칙에서 정하고 있는 출원서식에 의거 국문으로 작성하여 특허청에 제출하여야 한다.

상표출원은 상품류 구분상 1류구분 이상의 상품을 지정하여 상표마다 출원하여야 한다. 이는 만약 상품을 출원인에게 임의 지정하도록 맡겨두면 심사 및 등록절차가 복잡해지고 권리관계가 혼선을 가져올 우려가 있으므로 이를 예방하는 행정편의차원에서 도입된 것이다. 따라서 상표등록 전에는 거절이유와 이의신청이유가 되지만, 착오로 등록된 경우에는 무효사유로는 되지 않는다.

상표등록을 받고자 하는 자가 상표등록출원을 한 후에 출원인의 원래 의도와는 달리 출원된 것을 발견한 경우, 이를 신규로 재출원하여야 한다면 출원일이 늦춰지고 출원비용도 추가되어 출원인에게 부담을 주게 된다. 따라서 변경하여야 할 대상이 흠결을 치유할 수 있는 정도라면 재출원의 절차를 밟지 아니하고 출원일의 소급효를 인정받는 제도가 필요하다.

즉, 상표법에서는 출원보정, 분할, 변경제도를 두어 형식적인 흠결과 실체적 내용이 불비한 경우 그 흠결을 시정하게 하였다. 그러나 흠결 보완 시 출원일이 소급되므로 이를 무한정 인정한다면 선원주의를 우회적으로 침범하여 선의의 제3자에게 불이익을 줄 수 있을 뿐 아니라 행절절차의 복잡화와 심사의 지연을 가져올 수 있다. 그러므로 상표법은 일정한 기간과 범위를 정하여 그 틀 안에서만 이를 허용하고 있다.

최초 상표등록 출원 시에 출원서를 완벽하게 작성하여 특허청에 제출하는 것이 좋겠지만, 최선출원 우위의 원칙에 따라 가장 먼저 출원하여 등록을 받겠다는 의도로 그 형식과 내용에 흠결이 있는지를 심도있게 검토하지 아니하고 출원하는 경우가 있다.

따라서 출원인은 출원 후에 출원 형식의 흠결이나 실체적 내용이 불비한 것이 발견된 때에는 "출원보정, 분할, 변경제도"를 이용하여 하자를 치유하는 것이 권리보호차원에서 바람직할 것이다. 한국발명진흥회



장혜롱

(현) 유유국제특허법률사무소 대표변리사
특허심판원 심판관
특허청 심사관, 법무담당관실
행정안전부 및 대법원조사관(파견)
제44회 변리사시험합격
호주 Wollongong대학 대학원 석사



특허거절결정불복심판 및 재심사 청구제도

제1절 거절결정불복심판

Ⅰ. 서설

1. 의의

특허거절결정불복심판이라 함은 특허출원에 대하여 특허거절결정(특허법 62)을 받거나 특허권의 존속기간의 연장등록거절결정(특허법 91)을 받은 자가 불복이 있는 경우에 특허심판원에 대하여 그 거절결정처분을 취소하여 줄 것을 요구하는 심판을 말한다.(특허법 132의3)

2. 제도적 취지

특허거절결정불복심판제도는 심사관으로부터 불리한 처분을 받은 자에게 그 불복을 허용함으로써 당사자의 권리구제에 충실을 기할 수 있게 하는 한편, 특허청에게 자기시정의 기회를 부여함으로써 심사관이 하는 처분의 적정성을 확보하는데 목적을 둔 제도이다.

3. 법적 성격

특허거절결정불복심판이 청구되면 심판청구인은 원결정의 부당함을 새로운 이유와 증거방법을 들어 주장할 수 있으며, 이에 대하여 심판부는 심사에서 한 절차와 심판청구인의 주장을 토대로 해서 원결정의 당부를 판단하므로 심사에 대한 속심적 성격[1]을 가진다.(특허법 172)

Ⅱ. 청구요건 및 절차

1. 청구인

특허거절결정불복심판은 특허거절결정을 받은 특허출원인(존속기간연장등록출원의 경우 특허권자)만이 청구할 수 있다. 공동출원인 경우에는 공동출원인 전원이 청구인이어야 한다. 권리능력 없는 법인이 아닌 단체(특허법 4)는 출원인이 될 수 없으므로 당연히 특허거절결정불복심판을 청구할 수 없다. 만약 특허관리인을 제외한 통상의 위임대리인이 특허거절결정불복심판을 청구하는 경우에는 특별수권이 있어야 한다.(특허법 6)

2. 청구대상

특허거절결정 또는 연장등록거절결정 그 자체에 대해서만 볼복할 수 있으며, 거절이유에 해당된 일부청구항에 대해서는 불복할 수 없다. 한편, 최후거절이유통지에 따른 보정이 부적법하여 보정각하된 경우에는 거절결정불복심판절차에서 함께 다툴 수 있다.

3. 청구기간

특허거절결정불복심판은 특허거절결정등본을 송달받은 날부터 30일 이내에 청구할 수 있다. 위 30일의 기간은 법정기간으로서 특허심판원장은 당사자의 청구에 의하여 또는 직권으로 그 기간을 1회에 한해 30일 이내에서 연장할 수 있다.(특허법 15①) 또한 특허거절결정불복심판을 청구할 수 있는 기간을 지키기 못한 것이 특허에 관한 절차를 밟는 자의 책임질 수 없는 사유로 인한 경우에는 그 사유가 소멸한 날부터 14일 이내, 그 기간의 만료일부터 1년 이내에 한하여 그 지키지 못한 절차를 추후보완할 수 있다.(특허법 17)

4. 심판청구서의 제출

1) 특허거절결정불복심판의 청구절차도 일반적인 심판청구절차와 동일하다. 다만, 결정계심판이므로 당사자로서 피청구인이 존재하지 않으며 심판청구시 피청구인에 대한 청구서 부본의 송달 및 답변서에 관한 특허법 제147조 제1항, 제2항과 참가에 관한 규정인 특허법 제155조, 제156조가 적용되지 않는다.(특허법 171②)

2) 특허심판원장은 특허거절결정불복심판청구가 있을 때에 특허청장에게 당해 심판청구서의 부본을 송부하여 관계 심사관으로 하여금 이에 대한 의견을 제출하게 할 수 있다.(특허법 시행규칙 64)

Ⅲ. 심 리

1. 심판관의 지정 등

특허거절결정에 대한 심판청구 또는 존속기간연장등록출원에 대한 거절결정에 대한 심판이 청구된 경우 특허심판원장은 거절결정불복심판청구사건을 심리할 심판부합의체를 지정하고 그 중 1인을 심판장으로 정한다.

2. 심리의 대상과 범위

(1) 거절결정의 타당여부

특허거절결정불복심판은 특허거절결정처분의 당부를 심리의 대상으로 하며, 심사절차에서의 거절이유의 적정여부 및 심판청구인의 주장의 타당성여부를 심리함은 물론 원결정의 거절이유에 한정되지 않고 당해 특허출원이 특허요건을 충족하였는지 여부 등을 전면적으로 재심리한다. 또한 심판청구인은 원결정의 부당성을 지적하는 새로운 이유나 증거방법을 추가로 제출할 수 있다.

(2) 심사단계에서의 보정각하처분

한편, 심사단계에서 최후거절이유통지에 대한 보정이 부적법함을 이유로 각하되어 거절결정불복심판에서 함께 불복한 경우에는 그 타당성 역시 심리범위에

1) 심사절차와 심판절차는 별개의 절차이며, 심급구조가 아니다. 그러므로 속심이 아니라 속심적 성격을 가질 뿐이다. 심판절차와 소송절차 역시 마찬가지이다.

포함된다. 그 결과 심사단계에서의 보정각하가 부당한 경우에는 보정을 인정하고 거절이유의 해소여부를 판단하게 된다.

(3) 심사단계에서 밟은 절차의 효력

심사에서 밟은 특허에 관한 절차는 특허거절결정에 대한 심판이나 특허권의 존속기간 연장등록출원의 거절결정에 대한 심판에서도 효력이 있다.(특허법 172)

3. 심사규정의 준용

(1) 준용 규정

거절결정에 대한 심판에서는 보정기간에 관한 규정(특허법 47①ⅠⅡ), 보정각하에 관한 규정(특허법 51), 거절이유통지에 관한 규정(특허법63) 및 특허결정에 관한 규정(특허법 66)을 준용한다.(특허법 170①)

(2) 최초 · 최후 거절이유통지 및 보정

1) 심판관은 원 거절이유에 대해서는 심판청구인에게 다시 거절이유를 통지하고 않고, 새로이 다른 거절이유를 발견한 경우에 한하여 심판청구인에게 거절이유를 통지하고 기간을 정하여 의견서 제출기회를 주어야 한다.(특허법 170①②)[2] 심판청구인은 이 기간 내에 보정할 수 있으며, 그 보정에 의해 다시 새로운 거절이유가 발생한 경우에는 심판관은 최후거절이유를 통지한다.

2) 한편, 거절이유통지와 관련하여 심판실무는 원 결정에서 인용례를 표시하고 신규성이 없다는 이유로 특허거절결정한 출원에 대한 불복심판에서, 동일한 인용례에 의하여 진보성을 부정하고자 할 때에는 원 거절결정이유와 다른 거절이유를 발견한 것이므로 심판관은 다시 거절이유를 통지하여야 한다.[3] 그러나, 원 거절에서 인용례를 표시하고 진보성이 없다는 이유로 특허거절결정한 출원에 대한 불복심판에서, 동일한 인용례에 의하여 신규성을 부정하고자 할 때에는 원 거절결정이유에서 인용례에 의한 공지사실이 있는 것을 전제로 하고 있으므로 "원거절결정이유와 다른 거절거절이유"에 해당하지 않은 것으로 해석하여 다시 거절이유를 통지하지 아니한다.[4]

3) 또한, 복수개의 청구항을 가진 특허출원에 대하여 원결정에서는 전체 청구항에 기재된 발명이 진보성이 없다고 결정하였으나, 심리결과 일부의 항은 진보성이 있는 것으로 인정될 경우에 전체 청구항 중 일부의 항이라도 거절이유를 가지게 되면 전체 출원발명이 거절결정되기 때문에 "원거절결정이유와 다른 거절거절이유"에 해당하지 않은 것으로 해석하여 다시 거절이유를 통지하지 않고 바로 원결정을 지지하는 심결을 한다.

(3) 보정각하

1) 심판관은 심판단계에서 최후 거절이유에 대한 보정이 부적법한 경우에는 보정각하결정을 하여야 한다.(특허법 170①) 한편, 보정각하를 함으로써 거절이유를 해소할 수 없게 되는 경우 심판관은 다시 거절이유를 통지할 필요는 없으며 기각심결을 한다.

2) 한편, 거절결정에 대한 심판청구 이전에 한 최후거절이유통지에 대한 부적법한 보정이 심판단계에서 밝혀진 경우 심판관은 심사관의 판단을 신뢰한 출원인을 보호하기 위해 다시 보정각하를 하지 않고 거절이유가 인정되는 경우에 거절이유를 통지한다(특허법 170①).

---

2) 구체적으로, 법조문을 달리하면 거절이유를 달리하며, 법조문을 같이하더라도 사실을 달리한다면 거절이유를 달리한다(일본최고재판소 소51. 3. 19. 자 판결). 우리 판례는 거절결정의 이유는 적어도 그 주지(主旨)에 있어서 거절이유통지서에 기재된 이유와 부합하여야 한다고 하고 있으며, 심판에서도 그 거절결정의 이유와 다른 거절이유를 발견한 경우가 아니라면 위 거절이유의 통지는 필요치 않다고 하였다. "그 거절결정의 이유와 다른 거절이유"라는 것은 원 거절결정의 거절이유와 조금이라도 다른 거절이유에 대하여 일률적으로 거절이유를 통지하지 않으면 안되다는 것을 말하는 것은 아니라 할 것이며, 구체적 사안에 있어서 실질적으로 의견진술의 기회가 부여되었는지의 여부라는 관점에서 새롭게 거절이유를 통지하는 것이 필요한지의 여부를 결정하여야 할 것이다.

3) 심판편람 2006, 778면

4) 심판편람 2006, 776면

Ⅵ. 심 결

1. 기각심결

1) 심판관이 판단한 결과 원특허거절결정이 정당하다고 인정된 때에는 "심판청구는 성립할 수 없다"는 취지로 심판청구를 배척하는 의미의 기각심결을 한다. 특허출원인이 이 심결에 대하여 불복할 경우에는 심결등본을 송달받은 날로부터 30일 이내에 특허법원에 심결취소소송을 제기할 수 있다.(특허법 186①,③)

2) 특허거절결정이 확정되는 경우 특허출원이 소급하여 소멸되므로 선출원의 지위가 없어 후출원을 등록을 배제할 수 없다.

3) 한편, 정당권리자가 무권리자에 출원에 대한 거절결정이 확정된 때로부터 30일 이내에 출원하는 경우 정당권리자의 출원은 무권리자의 출원일로 소급한다.(특허법 34)

2. 인용심결

1) 심판관은 심판청구가 이유있다고 인정한 때에는 심결로써 원 처분인 특허거절결정 또는 특허권의 존속기간의 연장등록거절결정을 취소하여야 한다. 이 경우에 심판관은 스스로 심판(自判)하거나 또는 심사에 붙일 것이라는 심결(還送)을 할 수 있다.(특허법 176①, ②) 자판(自判)을 할 것인지 환송(還送)을 할 것인지 여부는 민사소송법(민사소송법 418)과는 달리 원칙적으로 심판관의 자유재량에 맡겨져 있다.[5)]

2) 당해 사건이 심사관에게 환송된 경우에는 심결에 있어서 취소의 기본이 된 이유는 그 사건에 대하여 심사관을 기속한다.(특허법 176③) 그러나 취소의 기본이 되는 이유 외의 다른 이유가 있는 경우에는 다시 특허거절결정 또는 특허권의 존속기간의 연장등록거절결정을 할 수 있다. 다른 거절이유가 없을 때에는 특허결정을 하여야 한다.

제2절 재심사청구제도

Ⅰ. 서설

1. 의의

재심사청구제도란 특허거절결정을 받은 출원인이 소정의 기간 내에 명세서 또는 도면에 대한 보정서를 제출함과 동시에 재심사를 청구함으로써 심사관에게 다시 심사를 받을 수 있도록 하는 제도를 말한다.

2. 도입배경

구법하에서는 출원인이 특허거절결정을 받은 경우 심사관에게 다시 심사를 받기 위해서는 반드시 특허거절결정 불복심판을 청구하도록 하고 있어 출원인으로서는 불가피하게 특허거절결정 불복심판을 청구하여야 하는 불편이 있었는 바, 2009년 개정법에서는 출원인이 특허거절결정 불복심판을 청구하지 아니하더라도 명세서 또는 도면의 보

---

5) 이에 대하여 심판편람에서는 다음과 같이 분류의 기준을 제시하고 있다.(심판편람 872면)
(1) 자판을 하는 경우
원 거절결정이유에 의하여는 거절할 수 없다고 판단된 경우에, 원 결정을 취소하고 특허청 심사본부에 환송하는 것이, 심판에서 행할 수 있는 판단 및 절차를 심사에서 행하도록 하는 것이 되어, 행정경제상 바람직스럽지 않은 경우에는 환송하지 않고 스스로 심리를 진행하여 처리한다. 심판관이 自判을 하는 경우에는 특허를 허여하는 결정 또는 특허권의 존속기간연장등록을 허여하는 결정을 할 수 있다.
(2) 환송을 하는 경우
다음의 경우에는 자판하는 것이 타당하지 아니하거나 또는 자판할 수 없기 때문에 원 결정을 취소하고 특허청 심사본부에 환송한다.
가. 자판을 하면 심사-심판이라고 하는 심급을 두고 있는 실질적 의의가 상실되는 경우
① 발명에 대한 실질적 판단이 심사에서 행하여지지 아니하였거나 또는 형식적 이유로서 거절된 경우
② 인용례의 표시에 잘못이 있고 올바른 인용례가 불명인 경우
나. 자판하면 위법이 되는 경우
① 상표등록 이의신청에 대하여 상표등록 이의결정이 되지 아니한 채 의견제출통지를 통한 답변서 제출기회를 부여하지 않고 곧바로 거절결정을 한 경우(상§81①, §28)
② 의견 진술의 기회를 주지 아니하고 거절결정을 한 경우(특§170, §63, 디§72, 상§81, §23②)

정과 동시에 재심사청구를 통해 심사관에게 다시 심사를 받을 수 있도록 규정하였다.

Ⅱ. 재심사 청구의 요건

1. 주체적 요건

심사청구와는 달리 재심사청구는 명세서 또는 도면에 대한 보정을 필요적 절차로 하므로 출원인 또는 승계인만이 재심사청구를 할 수 있으며, 공동출원인 경우에는 각자가 재심사청구를 할 수 있다.(특허법 11) 한편, 위임대리인의 경우에는 특별수권이 없어도 재심사청구를 할 수 있다.(특허법 6)

2. 시기적 요건

재심사청구는 특허거절결정등본을 송달받은 날부터 30일(제15조 제1항에 따라 연장된 경우에는 연장된 기간[6])) 이내에 하여야 한다. 다만, 재심사에 따른 특허거절결정이 있거나 거절결정불복심판을 청구한 경우에는 재심사청구를 할 수 없다.(특허법 67의2①)

3. 객체적 요건

최초로 특허거절결정을 받은 출원으로써 재심사청구시 특허청에 적법하게 계속중인 출원이어야 하며, 재심사청구시에 명세서 또는 도면에 대한 보정서가 제출된 것이어야 한다.(특허법 67의2①)

Ⅲ. 재심사청구의 효과

1. 재심사청구가 적법한 경우

(1) 특허거절결정의 취소 간주

재심사청구가 있는 경우에는 특허출원에 대하여 종전에 이루어진 특허거절결정은 취소된 것으로 본다.(특허법 67의2②)

(2) 재심사의 개시

재심사청구가 있는 경우에 심사관은 우선 재심사청구시에 이루어진 명세서 또는 도면에 대한 보정의 적법여부를 판단하게 된다. 재심사청구시의 보정요건을 만족하는 경우에는 보정된 명세서에 따라 재심사를 진행하며, 보정요건을 만족하지 못하는 경우에는 보정을 각하한 후 보정전 명세서에 따라 재심사를 진행한다.

(3) 재심사청구의 취하금지

심사청구와 동일하게 재심사청구를 한 이후에는 해당 재심사청구를 취하할 수 없다.(특허법 67의2③)

(4) 보정각하결정에 대한 다툼 제한

출원인은 보정각하결정에 대하여 이후 거절결정불복심판절차에서 보정각하결정의 타당성을 함께 다툴 수 있으나(특허법 51③), 재심사청구가 있는 경우에는 재심사청구 이전에 한 보정각하결정에 대해서 거절결정불복심판에서 다툴 수 없다.

2. 재심사청구가 부적법한 경우

특허출원서에 첨부된 명세서 또는 도면의 보정없이 재심사를 청구하거나 재심사에 따른 특허거절결정 또는 거절결정불복심판청구 후에 재심사를 청구한 경우에 해당 재심사청구서는 불수리된다.(특허법 시행규칙 11) 한국발명진흥회



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

6) 아울러, 재심사청구제도의 도입에 따라 거절결정을 받은 출원인의 보정기간이 실질적으로 축소되게 된다는 점을 고려하여, 2009년 개정법에서는 구법상에서 교통이 불편한 지역에 있는 자에게만 인정하였던 거절결정불복심판청구기간의 연장을 누구든지 1회에 한하여 연장할 수 있도록 규정하였다.(특허법 15①)

지식재산권 용어사전

공업소유권정보연수관 [지재권일반]

일본특허청(JPO)과 분리된 별도의 독립행정기관으로 각종 특허공보와 특허청의 심사 또는 심판에 활용되는 도서 등 자료 열람 서비스, 공업 재산권 관련 상담 및 특허의 활용과 신규사업 창출을 위한 특허 유통시장의 정비에 대한 종합적인 업무를 취급함

공신력 [법일반]

보통 어떠한 권리관계가 존재할 때에 이에 수반하여 존재하는 외형적 사실(권리 관계의 표상)이 간혹 진실한 권리관계와 부합하지 않는 경우에 이 외형을 신뢰하고 거래를 하는 자에 대하여 진실한 권리관계가 따르고 있음과 같은 법률효과를 발생시키는 법률적 효력

공시 [지재권일반]

간행물 등에 의한 공시를 포함하는 경우에는 publish, 게시의 뉘앙스를 나타내는 경우에는 public notice, 사람들에게 주의를 환기시키는 경우에는 proclamation을 사용함. When documents cannot be transmitted because the residential or business address of the addressee is unclear, the addressee is notified by public notification.(송달받을 자의 주소나 영업소가 불분명하여 송달할 수 없는 때에는 공지를 통해 송달 받을 자에게 알려야 한다.)

공시송달 [법일반]

법원사무관 등이 송달서류를 보관하고 그 사유를 법원게시판에 게시하여 두고 일정한 기간이 지나면 송달의 효력이 발생한 것으로 보는 방법으로 당사자의 행방을 알 수가 없는 경우에 이용됨

공서양속 [법일반]

선량한 풍속 및 기타 사회질서를 총칭하는 표현. 여기에서 선량한 풍속이라 함은 일반적으로 성생활 또는 가족생활의 영역에서 준수하여야 할 도덕률을 의미. 이에 대하여 사회질서라고 함은 집회, 결사의 자유, 직업선택의 자유, 선거의 자유와 같은 공고의 질서 및 공공의 이익을 내용으로 함

공서양속에 반하는 상표 [상표]

상표의 구성 자체 또는 그 상표를 지정상품에 사용하는 경우에 일반 수요자에게 주는 의미가 사회 공공의 질서에 위반하거나 사회 일반인의 통상적인 도덕관념인 선량한 풍속에 반하는 상표를 의미

출처 특허청 홈페이지

아무도 몰랐던 몰래발명이야기

「크레용」

글 · 그림 김 민 재

어젯밤에 우리아빠가 다정하신 모습으로 한손에는 ○○○○을(을) 사가지고 오셨어요~♪
이때 ○○○○에 등장하는 물건은 '변신로봇'이거나 '양념통닭'도 아닌 '크레파스'이다.



자. 그럼 딴에 원조라고 외쳐대는 '크레용'에 관해 한번 알아보겠다.

크레용은 1900년 '비니앤스미스'라는 회사로 인해 유명해졌다.



어린시절 누구나 한번쯤 사용했던 크레용, 혹은 크레파스.
그런데 여기서 잠깐! 크레용 이후에 등장한 크레파스는 그 말 자체가 크레용과 파스텔의 합성어라고 한다.



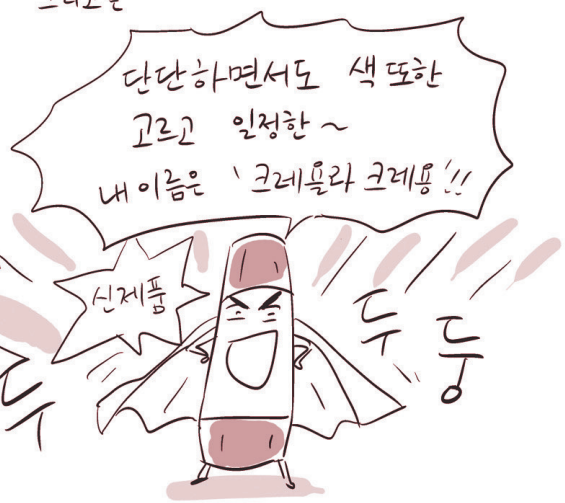
크레용은 또한 왁스크레용이라고도 불리웠다. 실제로 왁스처럼 기름기가 많은 제품으로 '크레(craie)'라는 말은 '기름기 있는'이란 뜻이며 원료에도 쇠고기의 지방부위가 사용되었다.



초창기의 크레용은 말썽이 많았다. 쉽게 부러지기도 했으며 색도 고르게 잘 입혀지지 않았다.



이때 이러한 크레용의 단점을 극복해내기 위해 비니앤스미스는 꾀를 걸어부쳤다. 그리고는



신제품이 등장하자 아이들서부터 학부모까지 그 인기는 실로 대단했다. 새로산지 얼마못가 다 망가져 다시 구입하게 되었던 기존의 크레용에 비해 '크레올라 크레용'은 말그대로 학용품계의 혁신이었다.



이렇듯 대히트를 친 비니앤스미스는 1990년 천억개째 크레올라 크레용을 생산해내는 대업을 이루었다.

현재도 형형색색의 다양하고 화려한 크레용, 혹은 크레파스가 시중에 판매되고 있는데 어쨌거나 크레용은 어른들에게 어린시절 향수를 더 하게 하는 물건중 하나가 아닐까?!



원진녹색병원 가정의학과장 박지선

똑똑한 건강검진하기



어버이날을 전후로 부모님께 건강검진을 선물로 드리려는 사람들이 많습니다. 요즘 웬만큼 큰 병원들은 다 운영하고 있는 건강검진센터에 가보면 최신 시설과 기계를 자랑하며 비싼 패키지를 내 놓기도 합니다. 그러나 대부분의 사람들은 이 검사가 무엇을 위한 것인지, 꼭 필요한 항목인지 알 수 없기 때문에 '비싸면 좋은 검사겠지' 라는 막연한 생각을 하게 됩니다. 건강검진에 대한 이런 오해 때문에 심지어 추석, 설날 연휴에 무작정 응급실로 어르신을 모시고 와서 할 수 있는 검사를 다 해달라고 하는 황당한 경우도 보게 됩니다.

건강검진은 특별한 증상이 없는 건강한 사람들이 혹시 있을지 모르는 질병을 조기에 발견하여 치료하기 위해 시행하는 검사입니다. 한두 가지 검사로 모든 병을 다 알 수는 없으므로, 세상에 많고 많은 병 중에서 어떤 병을 알아내야 할 지 결정하는 것이 첫 번째 일입니다. 그러나 보통 사람들이 이런 것을 알 수 없습니다. 또한 의료라는 한정된 자원 속에서 비용 · 효율적인 측면을 따져 이러한 결정을 하는 과정은 의사 개인도 하기 힘든 일입니다.

전 국민 건강보험을 실시 중인 우리나라는 약 30년 전부터 국가건강검진을 실시해왔습니다. 국민들의 건강을 위한다는 목적과 동시에, 질병의 조기발견을 통해 이후 들어가는 막대한 의료비를 절감함으로써 건강보험 재정의 건전화를 위하는 목적도 있습니다. 따라서 우리나라 사람들이 가장 많이 사망하는 원인을 분석하고, 이 중에서 조기 발견 시 이익이 큰 질환을 선별해내어 가장 효율적인 방법으로 수행하고 있습니다. 그러나 국가 건강검진은 '해주는 게 없다', '정확하지 않다' 라는 오해 때문에 아직도 수검률이 60%대에 머물고 있습니다. 국가 건강검진이 오랜 역사에도 불구하고 이런 오해를 받는 것은 사후관리가 제대로 되지 않고 질 관리에 소홀한 등 문제가 많았기 때문입니다. 그러나 최근 들어서는 검진 항목에 대한 근거를 마련하고 사후관리에 힘쓰는 등 변화가 일고 있습니다.

국가 건강검진이 조기 발견을 목적으로 하는 질병에는 어떤 것들이 있을까요? 바로 사망원인 1위를 차지하고 있는 암과 최근 더욱더 늘어나고 있는 심뇌혈관질환입니다. 일반 국민들이 걱정하는 것도 바로 이런 부분입니다. 내가 혹시 암이 있지 않을까, 뇌졸중이나 심근경색증이 와서 쓰러지면 어쩌나 하는 대부분 이런 걱정 때문에 건강검진을 하게 됩니다. 따라서 기초적이고 보편적인 검사는 국가건강검진을 통해 해결하고, 가족력이나 본인의 증상 등 의심가는 부분을 의사와 상담하여 추가 검사 여부를 결정하는 것이 가장 똑똑한 건강검진 방식이라고 할 수 있습니다.

한국발명진흥회

제공 건강길라잡이(http://www.hp.go.kr)

우표로 본 인물과 역사

디바이 [Debye, Peter Joseph William, 1884. 3. 24 ~ 1966. 11. 2]



미국의 물리학자인 디바이는 저온에서의 비열(比熱)이론으로 아인슈타인의 비열식을 개량한 '디바이의 비열식'(1912)을 제출함으로써, 양자론(量子論) 진보에 공헌하였고, 또 X선 회절(回折) 연구에서는 P.셰러와 함께 디바이 셰러법(法)을 고안하여, 작은 결정으로 된 물질에 대해서 결정의 구조해석에 유력한 수단을 제공하였다.(1915)

그 밖에 X선 산란(散亂)의 이론이 있고, 1923년 강전해질(强電解質) 용액 이론에서는 이온 간의 쿨롱힘을 고려하여 이상용액(理想溶液)과의 차를 설명하고, 아레니우스 이후 의문시되어온 강전해질의 특이성을 해명하였다. 유극분자(有極分子)의 연구도 유명하다. 쌍극자모멘트, X선 · 전자회절에 의한 분자구조 연구의 업적으로, 1936년 노벨화학상을 수상하였다.

졸리오 퀴리 [Joliot-Curie, (Jean) Frédéric, 1900. 3. 19 ~ 1958. 8. 14]





프랑스의 핵물리학자인 졸리오 퀴리는 방사능의 연구, 특히 원자의 인공전환으로 아내 I.졸리오퀴리(Joliot-Curie, Irène)와 함께 노벨화학상을 받았다.(1935) 고등공업물리화학학교에서 P.랑주뱅의 지도를 받고, 1925년 라듐연구소에 들어가, M.퀴리(Curie, Marie, 1867~1934)의 조수가 되어 방사능 연구를 했다. 이듬해 I.퀴리와 결혼, 성을 졸리오 퀴리로 바꾸고 아내와 협력하여 연구를 계속했다.

1932년 '보테 베커의 방사선'의 성질에 관한 연구로 중성자 발견, 이어서 γ선에 의한 음양 전자쌍생성을 보고하고, 1934년 인공방사능을 발견했으며, 그 밖의 많은 새로운 원소 창출의 가능성을 예견하였다.

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

재미있는 퍼즐

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

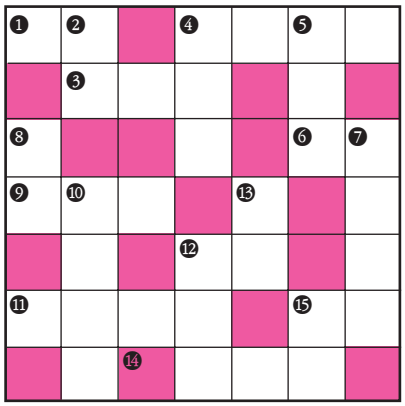
가로열쇠

1. 작은 물건을 만드는 수공
3. 민간의 습속 · 전설 등을 내용으로 하는 소인(素人) 연극
4. 벼슬자리에 나가기는 하였으나, 뜻대로 성공하지 못하여 그 곤궁함을 한탄한다는 뜻
6. 영토에 인접한 해역으로서, 그 나라의 통치권이 미치는 범위. 연안해, 내해(內海), 만(灣), 해협 따위로 이루어지는데, 해수면이 가장 낮은 썰물 때의 해안선을 기준으로 폭 3해리까지가 보통이지만 나라에 따라 6해리, 12해리를 주장하기도 한다.
9. 민물에 사는 물고기. '민물고기'로 순화
11. 공직에 나아가지 아니하고 민간에 있으면서 활동하는 사람, 제도적 정치 조직 속에 들어가지 못하는 처지에 있는 사람
12. 급수가 높은 공무원이나 지체가 높은 사람을 높여 이르는 말
14. 중앙 행정 기관의 하나. 우리나라의 기상 상태를 관측하고 예보하는 사무를 맡아본다. 1990년 12월에 '중앙 기상대'에서 승격하였다.
15. 황제가 다스리는 나라

세로열쇠

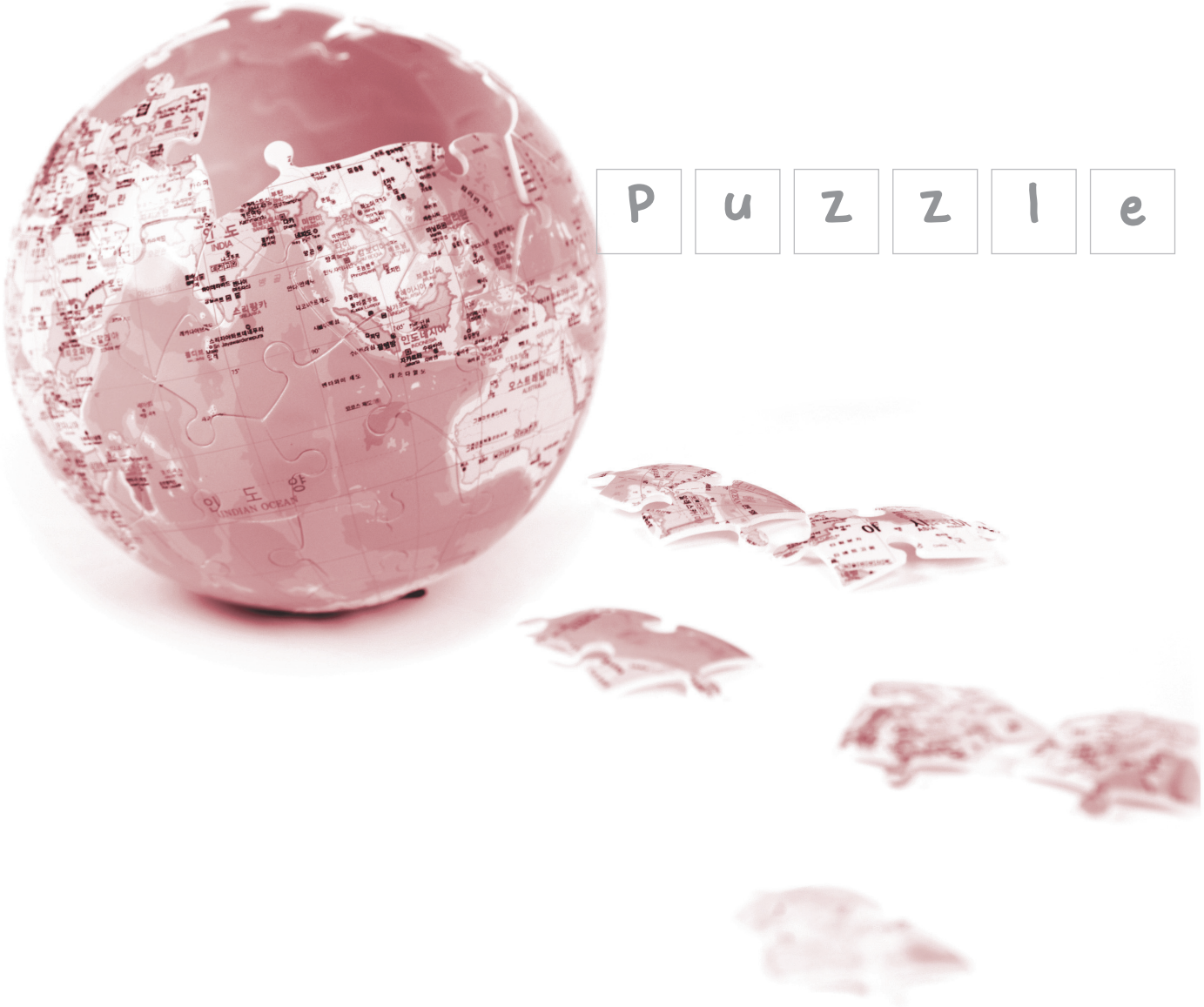
2. 나라에 딸리어 독립생활을 하는 자유민
4. 작은곰자리에서 가장 밝은 별. 천구(天球)의 북극 가까이에 있고 위치가 거의 변하지 않아, 방위나 위도의 지침이 된다.
5. 의학자 · 국어학자(1855~1935). 자는 공윤(公胤). 호는 송촌(松村). 1899년에 경성 의학교를 세웠고, 일본에서 종두 제조법을 배워서 우리나라에서 처음으로 종두를 시행하여 국민 보건에 이바지하였다.
7. 번영기 때의 발해를 중국에서 이르던 말
8. 이야기하는 과정에서 본 줄거리와 관계없이 흥미로 하는 딴 이야기
10. 비단옷을 입고 밤길을 걷는다는 뜻으로, 영광스러운 일을 남에게 알리지 않음을 이르는 말
12. 필름에 촬영된 상을 광원과 렌즈 장치를 이용하여 영사막에 확대하여 비추는 기계
13. 그림이나 사진을 모아 실물 대신 볼 수 있도록 엮은 책
15. 어떤 안건을 제시하여 결정하여 달라고 청구함

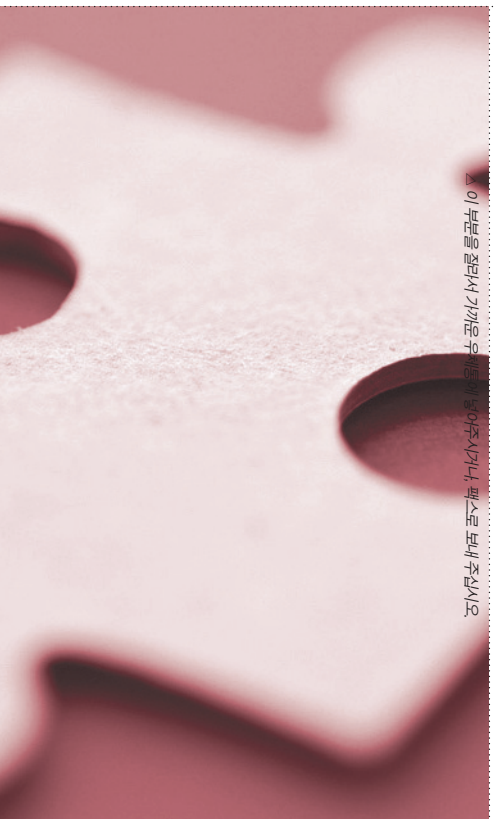
함께 풀어봅시다



4월호 정답

편	차	■	방	계	혈	족
■	양	현	고	■	액	■
위	■	■	래	■	형	법
헌	화	가	■	고	■	치
■	룡	■	구	전	■	주
매	점	매	석	■	채	의
■	정	■	기	명	도	■





이 부분을 절라서 가까운 우체통에 넣어주시거나 팩스로 보내 주십시오.

우 편 엽 서

우표

보내는 사람

이름: (남 · 여)

주소:

전화: H·P

□□□ - □□□

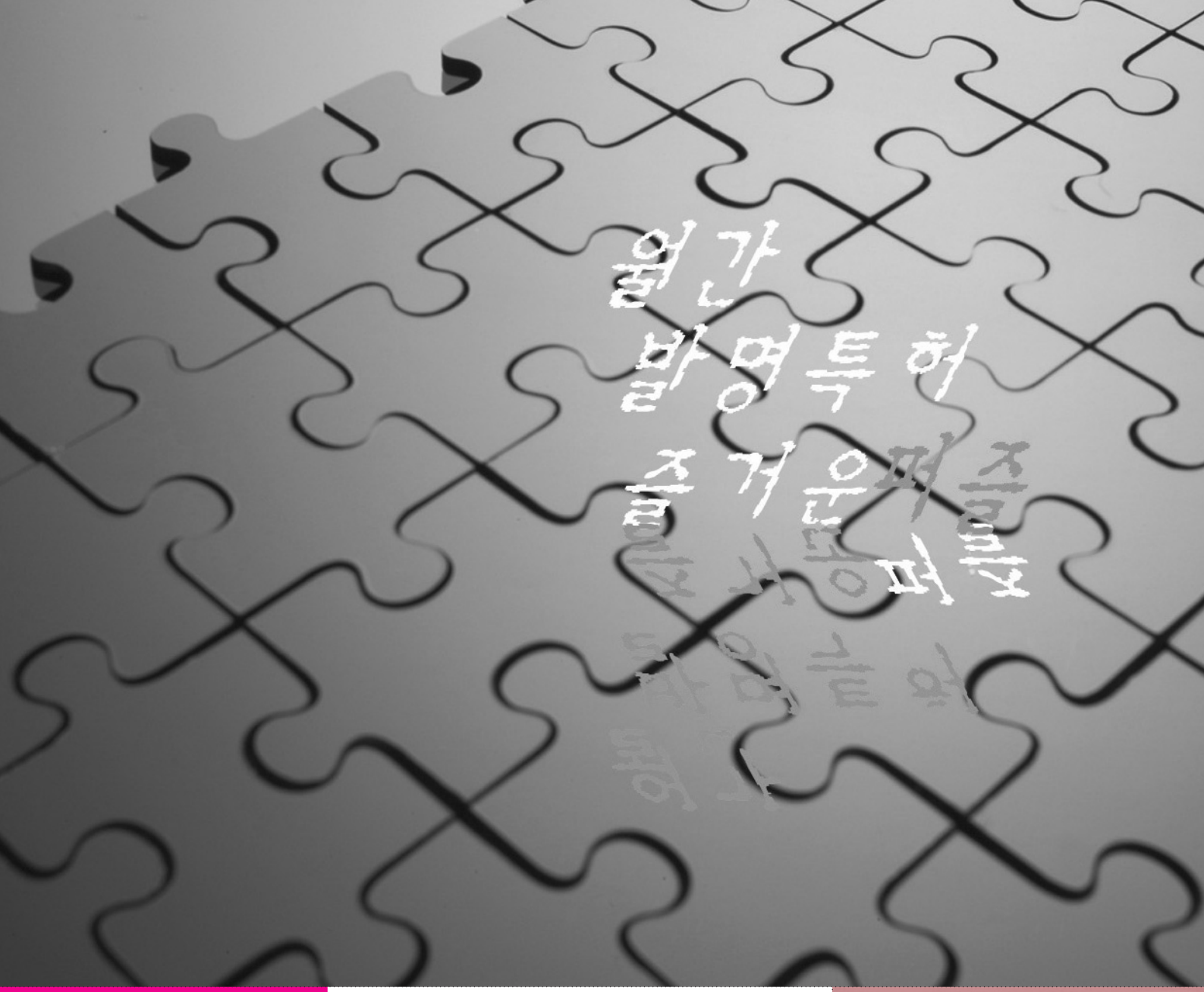
받는 사람

월간 **발명특허**

서울특별시 강남구 역삼동 647-9

한국발명진흥회 18F 발명진흥팀

1 3 5 – 9 8 0



독 자 카 드

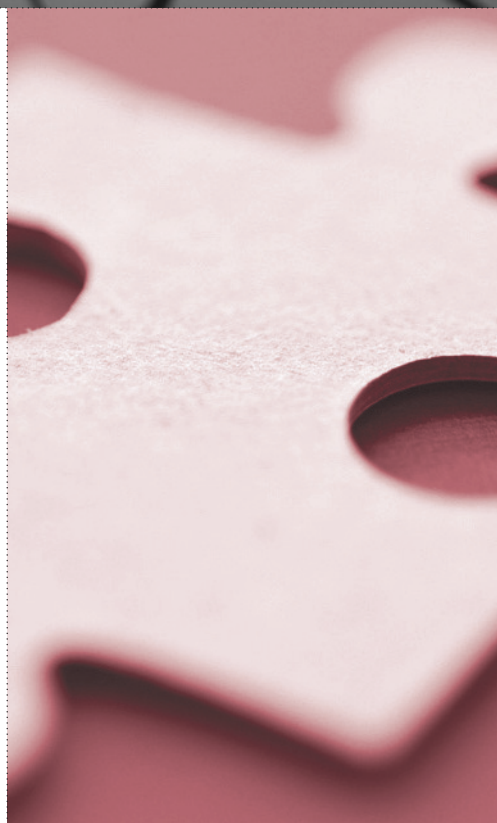
- 이번호 내용중에서 가장 재미있고, 유익했던 기사와 아쉬웠던 점은?

- 앞으로 꼭 다루었으면 하는 기사는?

- 기타 「발명특허」에 하고 싶은 말씀은?

5월호 퍼즐정답

❶	❷	■	❹		❺	
■	❸			■		■
❽	■	■		■	❻	❼
❾	❿		■	⓭	■	
■		■	⓬		■	
⓫				■	⓯	
■		■	⓮			■



IDEA

브랜드 스타를 만드는 상상엔진

저 자 _ 서용구
출판사 _ 명진출판사

책소개

4가지 핵심 키워드를 통해 시장에서 브랜드 스타로 살아남기!

브랜드 스타를 만드는 상상 엔진 『I.D.E.A』는 4가지 키워드를 통해 브랜드 스타로 시장에서 살아남을 수 있는 브랜드 마케팅 전략을 제시한다. 오랜 시간 브랜드 스타를 연구해온 마케팅 전문가인 저자는 I.D.E.A 공식을 풍부한 브랜드 마케팅 사례를 통해 쉽고 재미있게 풀어본다. 또 브랜드를 발전시키면서 자연스럽게 알아가는 브랜드 스타의 탄생 원리와 브랜드 스타가 시장에서 성공할 수 있는 마케팅 전략의 핵심에 대해 상세하게 살펴본다.



책속으로

"정체성이 분명하다." 이것은 모든 브랜드 스타의 제1원칙이자 공통된 특징이다. 정체성이 분명할수록 소비자들은 그 브랜드를 쉽게 인식한다. 어두운 밤하늘 수만 개의 별무리 속에서도 유독 빛나는 별처럼 말이다. 반대로 정체성이 불분명한 브랜드는 스스로 빛을 내지 못하고 어둠 속에 묻혀 한순간에 소멸된다.

'브랜드 정체성'은 그 브랜드가 지향하는 가치의 총합이다. 이것은 제품의 이름이나 광고 카피, 기업의 슬로건, 혹은 로고나 디자인 같은 요소들을 통해 구체화된다.

– 'Part 1. Identity 정체성 바로 세우기' 중에서(19p)

KIPO NEWS

"아이디어 특공대", 발명특허의 현장으로 달려간다

특허청 블로그 기자단 발대식, 네티즌과의 소통 강화

특허청은 발명대회 입상자, 발명 장학생 등 다양한 경력을 가진 대학생 10명으로 제1기 블로그 기자단 '아이디어 특공대'를 구성하고 지난 4월 9일 발대식을 가졌다.

기자단은 앞으로 4개월 동안 특허청 블로그 기자로 활동하며 발명특허 등 지식재산권과 관련한 다양한 주제의 기사를 작성하여 특허청 대표 블로그인 '아이디어로 여는 세상'(http://blog.daum.net/kipoworld)을 통해 알리게 된다.

선발된 대학생 기자 중에는 다양한 경력의 소유자들이 다수 포함되어 관심을 끌었다.

서기태(단국대 컴퓨터 공학과) 군은 제16회 대한민국 학생 발명대회(2003년)에서 입상하고, 제1회 특허청 발명 장학생으로 선발되었으며, 2건의 실용신안을 보유하고 있는 대학생발명가다.

또한 유형택(한세대학교 경영학부) 군은 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있는 대학생 창업가이다.

특허청은 대학생 블로그 기자단이 창의적인 기사 아이디어 발굴과 작성으로 국민의 시각에서 지식재산 정책 현장을 진솔하게 전달할 것으로 기대하고 있다.

한편, 특허청은 웹툰, 동영상 등 네티즌이 친근하게 접근할 수 있는 콘텐츠를 보강하는 등 블로그를 대대적으로 개편하고 포털사이트 네이트를 활용해 '지식재산 나눔 운동' 주제의 온라인 프로모션을 시작하는 등 네티즌과의 소통 강화에 적극 나서고 있다.

지식재산도시(IP-City)로 5개 지자체 선정

강원 원주시, 경북 안동시, 충북 제천시, 광주 남구, 대구 달서구

특허청은 지식재산 창출 · 활용을 통한 지역경제 활성화의 모델이 될 것으로 기대되는 강원도 원주시, 경상북도 안동시, 충청북도 제천시, 광주광역시 남구, 대구광역시 달서구를 지식재산도시로 선정하였다.

지식재산도시 지정사업은 도시(기초지자체) 단위의 지식재산권 창출 · 활용 촉진 정책으로, 주민의 지식재산권에 대한 인식을 제고하고 지역 내 지식재산 자원을 발굴하며 전략산업에 관한 특허정보제공 및 기술거래 등을 통해 중소기업의 경쟁력을 향상시켜 지역경제를 활성화하는 것을 궁극적인 목표로 하는 사업이다.

이번 지식재산도시로 지정된 5개 지자체는 지식재산진흥조례 제정, 전담조직 및 인력을 확보할 예정이며, 지역 특성에 맞는 지재사업발굴, 지역브랜드 개발 및 주민을 위한 지식재산교육을 추진함으로써 지역의 친 지식재산 문화, 행정, 교육, 유통, 지원 인프라를 마련하고 지식재산 경쟁력을 갖추게 될 것으로 기대된다.

지식과 기술로 전하는 따뜻한 마음

저개발국을 위한 "적정기술 나눔운동" 펼쳐

특허청이 지식과 기술을 바탕으로 공직사회에 나눔의 문화를 확산시키고 있다.

특허청은 아프리카나 아시아의 대다수 저개발국들이 최첨단기술이 아니라 물, 식량, 에너지 등 삶에 필수적인 기본 기술을 필요로 한다는 점에 착안, 이러한 기술을 보급하기 위한 적정기술 보급운동을 펼치고 있다.

'적정기술(Appropriate Technology)'이란 선진국에서 활용 가치가 높지 않지만 개도국 등에선 효용이 큰 기술을 말한다. 식수난으로 어려움을 겪고 있는 아프리카인들을 위해 개발된 휴대용 정수기인 '라이프 스트로'가 대표적이다.

특허청은 특허문헌이 기술정보의 보고(寶庫)이자 분류가 잘 되어 있어 쉽게 찾을 수 있다는 점을 활용, 개도국이 필요로 하는 적정기술을 특허문헌에서 찾아 현지에 적용할 수 있도록 개선하여 제공하고 있다.

다행히 대다수의 특허기술은 저개발국에 특허등록이 되어 있지 않아 해당국에서 이러한 기술내용을 이용하는 데에는 법률적인 문제가 없다.

현재 특허청은 민간국제구호기구인 '굿네이버스', 과학자들의 모임인 '나눔과기술'과 공동으로 아프리카 차드에 사탕수수 껍질을 이용한 숯 제조기술의 보급을 추진 중이다. 이를 통해 저렴한 가격으로 숯이 보급된다면 현지 주민들의 삶의 질 개선에 큰 도움이 될 것으로 보인다.

또한 차드에서 많이 나는 망고를 가공 · 판매해 현지 주민들이 수익원으로 활용하도록 기술지원을 하고 있으며, 굿네이버스 등이 추진하여 몽골에 보급한 휴대용 온돌기 개발에도 협조하여 이 기술의 몽골 내 특허출원을 지원하고 있다.

차세대 IP-기반 영재기업인 날개를 펴다

KAIST · POSTECH 차세대 영재기업인 교육원 연합교육 개최

특허청은 KAIST · POSTECH과 공동으로 지난 4월 10일(토)~11일(일) 양일간 대전 KT 인재개발원에서 KAIST · POSTECH 차세대 영재기업인 교육원 연합교육을 개최하였다.

차세대 IP-기반 영재기업인은 MS의 빌 게이츠, 구글(Google)을 공동창업한 세르게이 브린과 래리 페이지와 같이 지식재산을 기반으로 미래 신성장산업을 창출할 창의적인 인재를 일컫는다. 이들을 육성하기 위해 특허청은 작년 9월 KAIST와 POSTECH에 차세대 영재기업인 교육원을 설치하였으며, 작년 12월 최종적으로 181명*의 차세대 영재기업인을 선발하였다.

* KAIST 교육원 101명(중등과정 51명, 고등과정 50명)
POSTECH 교육원 80명(중등과정 40명, 고등과정 40명)

KIPO NEWS

특허수수료, 이젠 마일리지로 해결한다

2010년 4월 1일 수수료 마일리지시스템 본격 개통

특허청은 개인발명가와 중소기업의 특허수수료 부담 경감을 위해 적립된 마일리지로 특허수수료 등을 납부할 수 있도록 지난 4월 1일부터 수수료마일리지 시스템을 본격 개통했다고 밝혔다.

수수료마일리지 시스템이란 특허청에 납부한 특허료의 일정비율을 포인트로 환산하여 현금처럼 사용할 수 있도록 하는 시스템을 말한다. 그동안 민간부문에서는 항공사나 신용카드사 등에 마일리지시스템이 보편화되어 있었으나, 공공부문에 마일리지를 도입하여 이를 수수료 등으로 직접 사용하는 것은 특허청이 처음이다.

금번 수수료 마일리지 시스템 개통으로 개인은 특허출원료, 설정등록료 등 납부금액의 1%를, 중소기업, 공공연구기관 등은 0.5%를 마일리지로 적립 · 사용할 수 있으며, 이 밖에도 특허행정에 관한 제도개선 제안을 한 경우 1인당 1회 10,000 포인트를 얻을 수 있다.

개인, 중소기업 또는 대리인 등은 온라인 특허출원 전용사이트인 '특허路(www.patent.go.kr)'를 이용하여 자신이 적립한 마일리지를 확인할 수 있으며, 이를 사용하고자 할 경우에도 별도의 절차 없이 특허로 이용 시 마일리지 사용의사만 표시하면 간편하게 사용할 수 있다. 아울러 특허수수료 이외에도 해외출원비용지원, 시작품 제작지원, 특허기술평가지원 등 특허청의 특허지원사업에도 마일리지를 활용할 수 있다.

해외 전시회 참가 한국기업, 더 이상 이러면 안 된다

독일 등 해외진출기업, 특허 미비점 보완 후 진출해야

우리 중소기업들이 자사 기술과 제품을 알리고, 나아가 국내 시장을 넘어 새로운 판로를 개척할 수 있는 기회가 됐던 해외 전시회가 특허분쟁 창구로 다가오고 있다.

최근, 기업 간 특허분쟁이 심화되면서 CeBIT, IFA 등 독일의 주요 전시회에서 우리기업에 대한 해외 특허권자의 침해주장으로 전시회 부스 및 전시물품이 가처분 · 가압류되는 등 전시에 큰 차질을 빚고 있다.

- CeBIT (Center for Bureau, Information, Telecommunication)
  - 독일 하노버에서 개최되는 세계 규모의 정보통신 전시회
- IFA (Internationale Funkausstellung)
  - 독일 베를린에서 개최되는 세계 최대 규모의 가전 박람회

이는 전시회 개최가 활발한 독일 특유의 법집행에 의한 것으로, 상대방 의견청취가 없이 결정되며, 긴급히 집행되는 등 특허권자 위주로 진행되기 때문이다.

이 경우 해당 기업은 어떠한 법적대응을 못한 채 압수수색 · 가처분 등을 당하게 되므로, 홍보의 장이 되어야 할 전시회에서 오히려 기업 이미지를 실추하게 되어 기업이 큰 타격을 받게 되므로 전시회 참가 시 각별한 주의가 요망된다.

한국특허영문초록, 해외 특허분쟁 사전예방

한국특허영문초록 품질 강화로 우리 지식재산권의 국제적 보호 강화

특허청은 최근 해외에서 국내 특허기술의 침해 및 분쟁 발생 가능성이 높아짐에 따라, 한국특허영문초록(KPA : Korean Patent Abstract)의 품질 강화 및 활용도 향상에 주력하기로 했다.

한국특허영문초록은 국내 특허기술을 영문으로 요약한 것으로, 1979년부터 제작되어 미국, 일본, 중국, 유럽 등 40여 개국의 특허청 및 유관기관에 보급되고 있으며, 우리 기업의 특허와 유사한 기술이 주요국에서 등록되는 것을 방지하여 국내 지식재산권을 국제적으로 보호하는 중요한 역할을 해왔다.

영문초록은 영어권 국가는 물론 우리나라와 같이 영어를 모국어로 사용하지 않는 일본, 중국, 러시아 등도 자국의 특허기술을 보호하기 위해 적극적으로 발간 · 보급하고 있다.

특히 2007년부터는 특허협력조약(PCT : Patent Cooperation Treaty)에 따라 한국특허영문초록이 국제특허 심사 시 의무적으로 조사해야 하는 필수문헌에 포함되면서, 주요국 특허심사관들의 활용이 증가하여 품질의 중요성이 더욱 높아지고 있다.

이에 따라 특허청 관계자는, "주요국에서 국내 특허를 보호하기 위해 기술분야별 전문인력을 통한 전문성 확보, 번역 품질 향상을 위한 전문 검수, 외국인 감수 확대 및 해외 만족도 평가 등 품질 강화 마스터플랜을 추진하고 있다."며 "앞으로는 올해부터 보급처로 포함된 필리핀, 이집트와 같이 우리 기업의 특허분쟁이 증가하고 있는 인도네시아 등 신흥 개발도상국에 한국특허영문초록을 보급 · 확대하고, 온라인 검색서비스(www.kipris.or.kr)도 강화할 계획" 이라고 밝혔다.

특허심판의 오답노트 나왔다

『심판 필수체크포인트집』 발간

시험공부를 해 본 모든 사람들은 틀린 문제를 자꾸 틀리는 경험을 해보았을 것이다. 그래서 소위 공부 좀 한다는 사람들은 이런 문제점을 해결하기 위해 오답노트를 만들어 한번 틀린 문제는 다시 틀리지 않도록 노력한다.

특허심판에서도 심판관이 자주 실수하는 부분이 반복되는 문제가 있었으나, 특허청이 『심판 필수체크포인트집』을 발간함에 따라 위와 같은 문제는 더이상 찾아볼 수 없게 되었다.

『심판 필수체크포인트집』은 특허법원에서 특허심판원의 심결을 취소한 원인을 분석하여, 심판관이 심판사건을 처리하면서 실수하기 쉬운 사안들을 심판 종류 및 사례별로 정리하였다.

기존에도 심판실무지침서로서 심판편람이 있었으나, 그 내용이 방대하여 손쉬운 실무활용이 어려웠던 반면, 『심판 필수체크포인트집』은 심판관이 심판사건을 처리하면서 필수적으로 체크해야 하는 요점 위주로 제작되어 그 효용성을 높였다.

또한 『심판 필수체크포인트집』은 초임 심판관의 교육 자료로도 활용되어 선배 심판관들의 실수가 초임 심판관들에게 되풀이되지 않도록 할 예정이다.

KIPA NEWS

우리회 보안 및 소방교육 실시

우리회는 지난 4월 14일 한국지식재산센터 국제회의실에서 보안사고 예방 및 보안의식 제고, 화재예방 기법 습득 등을 위한 보안 및 소방교육을 실시하였다.

이번 교육은 전 직원이 참석한 가운데 특허청 박종배 비상계획관의 강의로 진행되었으며, 보안사고 현황 및 보안 위규 사례 등을 통해, "해마다 여러 기업들이 보안사고로 인해 많은 피해를 입고 있다며, 보안사고 예방에 대해 심혈을 기울여줄 것"을 당부하였다.

이어, 유인성 삼성에버랜드 KIPS 관리소장의 강의로 진행된 소방교육은 화재의 위험성 및 대책에 대한 이론교육, 소방안전협회 영상물, 그리고 소화기 및 소화전 사용방법 숙지훈련 실습으로 진행되었다.





회원가입을 축하합니다



- 회 원 명 : 특허법인 대아
- 대 표 자 : 정병직 대표변리사
- 업태/종목 : 서비스/변리사
- 가입년월일 : 2010년 4월 13일
- 주　　소 : 서울시 강남구 역삼동 719-21번지 메모빌딩 7층
- 전화번호 : 02-565-2500
- 홈페이지주소 : www.ipdraju.com

제네바 국제발명전 금상 10건 수상

제38회 제네바 국제발명신기술 신제품 전시회에서 금상 10건, 은상 3건
화산폭발로 유럽 항공대란 속에서도 개최, 세계 45개국 1,000여 점 출품



아이슬란드 화산폭발로 유럽 항공대란 속에 개최된 '제38회 제네바 국제발명 · 신기술 및 신제품전시회(이하 제네바국제발명전)'에서 우리나라가 금상 10건, 은상 3건을 수상했다.

우리회 제네바국제발명전 참관단은 지난 4월 29일 무릎관절 정형용 보조기구(다빈치메디텍. 조상덕), 항암성 인삼 사포닌 제조방법(진생사이언스. 김복득), 양자에너지 발생물질을 이용한 섬유재 제조방법(이종두), 대기전력 차단장치 및 제어방법(웨스콘전자. 김창호), 흑마늘 농축액 제조방법(의성흑마늘영농조합. 원용덕), 코로나 검출장치(한국전력공사. 김쌍수), 타임마크를 이용한 시각동기화 및 표준상 검출장치(한국전력/에디테크. 최상준), 착즙주스기(휴롬엘에스.김영기), 순환식 피톤치드 휘산장치(KYK김영귀환원수. 김영귀), 이중조리기구 제조방법(정광순) 등 10점과 도어개폐장치(이디엘. 김인호), 수면 중 비강호흡 유도 턱받침(김유신), 절연화한 자화 스크루드라이버(제일일렉콤. 이영만) 등 3점이 은상을 수상했다고 밝혔다.

올해로 38회째를 맞은 제네바국제발명전은 세계적인 권위의 국제발명전으로 아이슬란드 화산폭발에 따른 항공대란으로 출품자들이 지연 도착하는 등 어려움 속에서도 우리나라를 비롯해 프랑스, 루마니아, 스위스 등 세계 45개국에서 1,000여 점의 발명품이 출품돼 경쟁했다.

우리회 최종협 상근부회장은 "항공대란 등 어려움 속에서도 세계적 권위의 제네바발명전에서 우리나라 발명품이 금상 10건, 은상 3건을 수상한 것은 우리나라의 발명 위상을 세계적으로 인정받은 쾌거"라고 말했다.

우리회는 매년 국내발명품의 우수성을 해외시장에 홍보하기 위해 스위스 제네바, 독일 뉘른베르그 등 세계적인 국제발명전시회에 참가하고 있다.



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

원고모집안내

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

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

회원 동정 접수

2009년 9월부터 **【회원동정】** 코너를 개설하였습니다.
「회원동향」란에 실을 수 있는 회원사의 동정과 보도자료를 매월 15일까지
이메일로 송부해 주시기 바랍니다.

- 원고분량 : A4(1/2매, 글자크기 : 12포인트), 관련 사진자료 1매 함께 제출 (보도자료 형태도 무관함)
- 보내실곳 : eldaah7@kipa.org

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

광고가격(1개월 기준)

광고게재면	규 격	가 격	비 고
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

지 회	지회장	사무국장	주 소	연 락 처
부산지회	박명훈	김유헌	부산시 남구 문현3동 243번지	051-645-9683
광주지회	고정주	김 일	광주광역시 광산구 도천동 621-15 중소기업종합지원센터 2층	062-954-3841
강원지회	차명진	송상엽	강원도 춘천시 후평1동 198-25	033-258-6580

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

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

서울특별시 강남구 테헤란로 131(역삼동 647-9) 한국지식재산센터 (135-980) **대표전화** 02-3459-2800 **www.kipa.org**

지식재산강국, 선진 일류국가
제 45회 발명의 날 기념식

지식재산강국, 선진 일류국가

특허청
한국발명진흥회

지식재산강국, 선진 일류국가
제 45회 발명의 날 기념식

제45회 발명의 날 기념식

일 시 : 5. 19(수) 오후 2시

장 소 : COEX 오디토리움 3층

특허청
한국발명진흥회