INVENTION & PATENT

2010 July

07

발명특허

INVENTION & PATENT



Special Issue
[세계는 지금]
Bilski 판결이후

[지식재산 경영전략]

경제회복 이후의 심사적체
우리에게도 발등에 떨어진 불인가?

[발명강좌]

냄새의 상품화

한국발명진흥회

Contents

IP Report

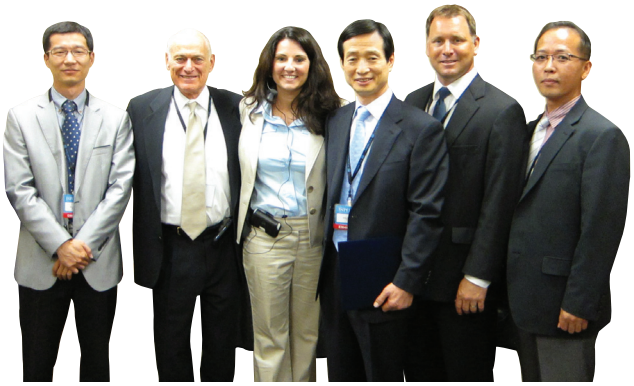
14 Invention & Creation _ 발명창의력 증진을 위한 전문블록 개발
21 **지식재산권 용어사전**
22 **세계는 지금** _ Bilski 판결이후 : 방법특허 출원 및 소송 대응전략 고찰
31 **우표로 본 인물과 역사**
32 **지식재산 경영전략** _ 경제회복 이후의 심사적체 (우리에게도 발등에 떨어진 불인가?)
38 **특허확대경** _ 유명 상표의 부정경쟁방지법을 통한 보호
43 **특허 Q&A** _ 무엇이든 물어보세요~!
44 **특허확대경** _ 디자인 도면 작성 사례



97

IP Column

52 **발명강좌** _ 냄새의 상품화
58 **발명칼럼I** _ 지금은 발명시대
64 **발명칼럼II** _ 입학사정관제도에서 발명교육은 창의성, 미래가능성을 평가하는 기준이다
69 **발명특허 기네스** _ 최초의 학생발명전시회 관련우표 및 봉투
70 **시론** _ 사회는 다양성을 바탕으로 진화 발전해야 한다
74 **지식재산강의** _ 상표법, 특허법
81 **발명 365**
87 **책과의 만남**



98

88 **지리적표시단체 표장에 등록된 우리나라 대표 특산품** _ 강원도
90 **발명만화** _ 아무도 몰랐던 몰래발명이야기
92 KIPO NEWS _ 특허청 소식
95 **회원동향**
96 KIPA NEWS _ 한국발명진흥회 행사 및 소식
101 **재미있는 퍼즐**
102 **회원가입을 축하합니다**
103 **문화산책**



발행일 2010년 7월호 제35권 제7호(통권408호) **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 7월 7일 **발행** 2010년 7월 10일 **한국발명진흥회 회지 월간 발명특허**

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

SAMWHA CAPACITOR Co., Ltd.

Green Technology with SAMWHA

PEA (MLCC for High Power Electronic Applications)



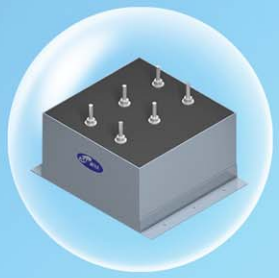
HEV (Hybrid & Electric Vehicle) DC link Capacitors



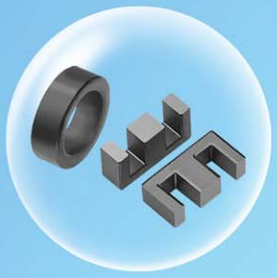
Green Cap (EDLCs)



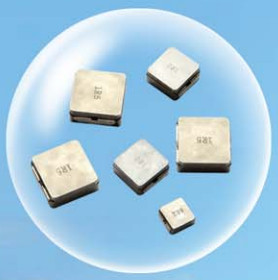
Renewable Energy Capacitors



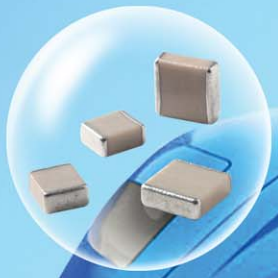
Ferrite and Magnetic Powder Cores



MPC Inductors



High Voltage MLCCs



www.samwha.com
124 buk-ri, Namsa-myeon, Chein-gu, Yongin-si, Gyenggi-do, Korea Tel. 82-31-332-5441, Fax. 82-31-332-7661



“흙 침대” 공장직판

〉〉〉 발명가족 특별우대 〈〈〈

부부용 원목가구“숭례문”



거실용 소파 소가죽



미국FDA등록 20년 역사

SM 수맥 흙 침대

명동성당앞 YWCA 5층 ☎ 777-4888

공장직판 제2롯데월드 앞 잠실역 ☎ 419-0666

skin & answer ENPRANI

엔프라니 레티노에이트x8



레티놀의 8배*

엔프라니 레티노에이트라면, 주름관리 해 볼만 하다!

보건복지부 국책과제로 신성분 개발 연구
과학기술부 주관 NET 신기술 인증
한국/미국 특허 등록, 유럽/일본 특허 출원
국내외 유수 대학기관 연구소와 기술협력

*보건복지부 기능성 제품화 연구, 이부 내 성유아 세포의 콜라겐 생합성을 Cell 테스트 결과임도 10-6%, ref.KR0503631에 근거 하였습니다.

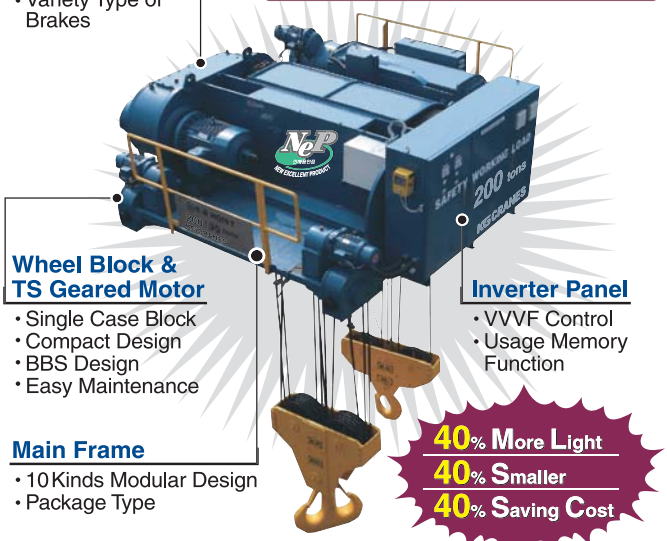
KG CRANE New PRODUCT SELECTION

한국고벨크레인스 KG CRANES
www.kgcrane.com

DB Crab (대통령 표창, NEP 인증 제품)

Gear Box & DC MG Brake
- Modular Design
- Variable Speed
- Variety Type of Brakes

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



Wheel Block & TS Geared Motor
- Single Case Block
- Compact Design
- BBS Design
- Easy Maintenance

Inverter Panel
- VVVF Control
- Usage Memory Function

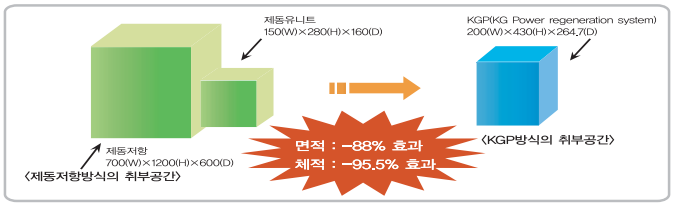
Main Frame
- 10 Kinds Modular Design
- Package Type

40% More Light
40% Smaller
40% Saving Cost

KGP (KG Power regeneration system)



KGP 도입에 의한 공간 절약



KGP 적용시 전기요금 절감액

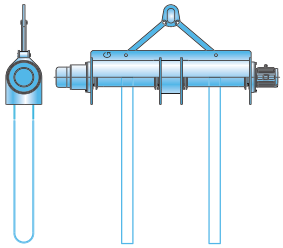
모터 용량 (KW)	고효율 호이스트 KGP적용 후 절감율(%)	절전 용량 (KW)	산업체 적용 전기요금 절감액(원)		
			3,600시간	4,800시간	5,400시간
11	11	1.21	233,917	311,890	350,876
15	11	1.65	318,978	425,304	478,467
22	17	3.74	723,017	964,022	1,084,525
37	22	8.14	1,573,625	2,098,166	2,360,437
55	21	11.55	2,232,846	2,977,128	3,349,269
90	22	19.8	3,827,736	5,103,648	5,741,604
132	22	29.04	5,614,013	7,485,350	8,421,019

- 한국고벨(주)에서 제작되는 모든 제품에 적용이 가능합니다.

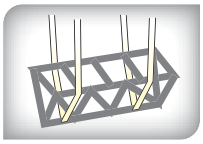
Turning Device

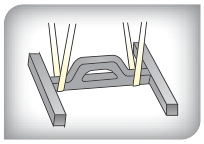


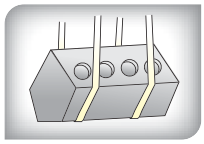
Turn it Easy



Application


Truss


Steel Structure

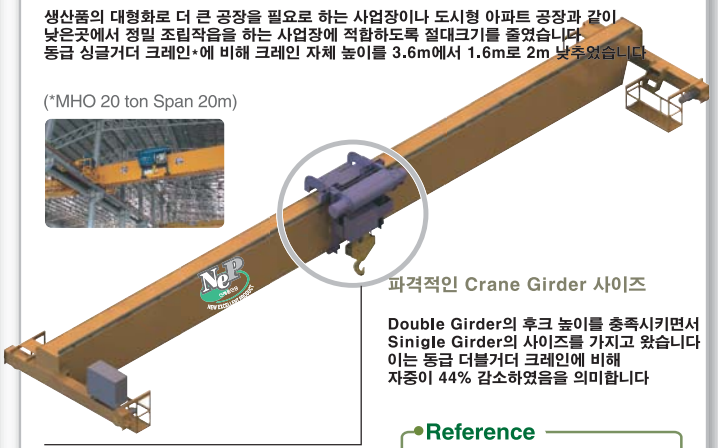

Engine Block

Low Space Crane (NEP 인증제품)

건축비를 낮추는 크레인

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

(*MHO 20 ton Span 20m)



파격적인 Crane Girder 사이즈

Double Girder의 후크 높이를 충족시키면서 Sinigle Girder의 사이즈를 가지고 왔습니다
이는 동급 더블거더 크레인에 비해 자중이 44% 감소하였음을 의미합니다

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

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

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

KG Crane is the manufacturer of hoist and crane component since 1968
From Pinion gears to 600ton Goliath cranes. Please visit www.kgcrane.com

Tel : +82-32-583-6671 Fax : +82-32-583-6674

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

< 2010 하반기 프로그램 >

[지재권 일반교육]

1	08.24 - 08.27	지식재산권기초 3차
2	09.08 - 09.10	특허IP5 소송절차 비교
3	09.13 - 09.14	트리즈 실무인력 양성
4	10.07 - 10.08	특허전략과 연구성과 관리
5	10.13 - 10.15	디자인 및 상표전략
6	10.20 - 10.22	특허명세서작성 SKILL UP
7	10.27 - 10.29	IP 정보검색 SKILL UP
8	11.03 - 11.05	특허청구범위해석과 침해판단
9	11.10 - 11.12	PM작성 실무
10	11.24 - 11.26	지식재산회계

[지재권 일반교육]

11	07.09 - 07.09	특허손해배상액 산정실무
12	11.19 - 11.19	화학생명 분야 비특허문헌 조사
13	11.30 - 11.30	특허소송서류작성실무
14	12.06 - 12.06	기업 M&A시 IP협상전략

[지재권 핵심교육]

15	07.06 - 07.06	미국명세서 대비 유럽명세서 작성 실무
16	08.19 - 08.19	특허대리인 선정과 효율적인 관리방안
17	09.03 - 09.03	중국/대만 진출 국내기업의 지적재산권 보호 전략
18	09.30 - 09.30	직무발명보상액 산정기준
19	10.25 - 10.25	영업비밀 관리 실무 및 노하우
20	11.15 - 11.15	ITC를 통한 IP 분쟁실무
21	11.22 - 11.22	원천기술 확보를 위한 IP전략 수립
22	12.10 - 12.10	해외글로벌 기업의 특허경영 전략

< 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

창의적인 생각! 창의적인 인간! 창의적인 미래!

특허청과 SAMSUNG 삼성전자가 함께하는

2010 대한민국학생 창의력올림피아드

학생들의 팀웍과 협동심으로 창의력과 상상력
그리고 모험심을 마음껏 펼칠 수 있는
'창의력올림피아드'



주 최 : 특허청 SAMSUNG 삼성전자

주 관 : 한국발명진흥회

후 원 : 교육과학기술부, 지식경제부
주한미국대사관, 한국여성발명협회

접수 방법 : www.kipa.org → 참여마당 → 사업신청 → 대회접수

접수 기간 : 2010. 6. 3(목) ~ 2010. 6. 20(일)

대회 절차

구 분	서류심사	시·도 예선대회	전국 본선대회
시 기	대회접수 (6월3일~6월20일)	7월 10일	8월6일~8일
장 소	온라인 접수	시도별 추후공고	서울 코엑스
대 회 단 위	16개 시·도별 접수 및 심사	16개 시·도별 개최	전국단위 개최
선 발	시·도예선대회 출전팀 선발	전국본선대회 출전팀 선발	-
과 제 유 형	서면 심사 (장기과제 해결 계획서)	공개 즉석과제 비공개 즉석과제	장기과제 공개활동과제 비공개 즉석과제
과 제 공 개	사전 공지(6월 3일)	대회 당일	대회 당일 / 장기과제(6월) / 공개활동과제(7월)

문 의 : 전화 02-3459-2748 / **홈페이지** www.kipa.org

※ 6월3일 공지되는 **개최요강, 대회문제, 가이드북 등을 숙지하여 대회 참가**에 차질이 없도록 하시기 바랍니다.

2010 YIP 참가 안내

[Young Inventors Program 청소년 발명가 프로그램]



목 적

기업과 연계한 청소년 발명교육프로그램을 통하여 미래 기술혁신을 주도할 수 있는 창의적 발명인재 양성

추진기관

- **주최 / 주관** : 특허청 / 한국발명진흥회
- **참여 기업** : 듀오백코리아㈜, ㈜모닝글로리, ㈜코렉스자전거, 팬택계열, ㈜KT, ㈜RYN코리아

참가방법

- 중학생 또는 고등학생 3명과 지도교사 1명이 팀을 구성하여 신청

사업추진절차

01 STEP 참여기업	02 STEP 참가팀	03 STEP 참여기업 / 변리기관	04 STEP 참가팀	05 STEP 변리기관
선발과제 출제	아이디어 제시 ⇢ 심사/선발	아이디어 발상법 교육 기술상담 / 현장방문 특허컨설팅 제공	아이디어 개선	특허출원

참여기업	자사 제품관련 선발과제를 제시하고, 상품성 등 기술상담 및 현장방문 교육 등을 통해 학생들의 아이디어 개선 유도
참 가 팀	기업이 제시한 선발과제에 대한 아이디어를 제시하고, 기업 및 변리사의 상담 · 컨설팅을 통해 지속적인 아이디어 개선
변리기관	선행기술조사 결과를 토대로 특허성을 갖춘 우수 아이디어로 개선 유도 및 해당 아이디어의 특허출원 지원

선발과제

참여기업	선발과제
듀오백코리아㈜	• 새로운 기능을 부여하여 학습편리성 또는 재미 등을 증진시킬 수 있는 기능성 책상 또는 학생용 가방
	• 신소재를 활용하거나 사용 후 재활용이 가능한 친환경 의자
㈜모닝글로리	• 능률적인 학습을 도와주는 기능성 문구용품
	• 새로운 오피스 환경에 필요한 신규 · 개선 사무용품
	※ 단, 시장성 및 실용성을 갖춘 양산 가능한 아이디어일 것
㈜코렉스자전거	• 자전거 일체형으로 적용하여 생산 가능한 자전거 도난 방지장치
	• 자전거 자체 동력을 활용하여 자전거의 기능을 향상시킬 수 있는 자전거
팬택계열	• 증강현실(AR)을 이용하여 학습을 도와 주는 방법
	• 휴대폰의 SNS(Social Network Service) 기능을 활용하여 가족간 유대관계를 강화할 수 있는 방법
㈜KT	• 스마트폰을 활용한 위치기반 서비스
	• WIBRO 모뎀 또는 휴대폰 분실을 방지할 수 있는 서비스
	• 개인 안전이나 긴급구조를 위한 이동통신 응용 서비스
㈜RYN코리아	• 생활의 편리성 또는 재미를 증진시킬 수 있는 신발
	• 신발의 구조 변경 등을 통해 착용자의 바른 보행자세 유지 및 발의 피로감을 최소화할 수 있는 기능성 신발

선발팀 지원사항

- 아이디어 발상기법 및 특허교육(기업현장방문 포함)
- 참여기업 기술상담 및 변리기관 특허컨설팅(학교방문 컨설팅 제공)
- 교육과정 이수자 특허청장 수료증 발급 및 우수팀 시상
- 선발학생 명의로 특허출원 지원
- 지도교사는 연구비 100만원 지원
- 참여기업 희망시 아이디 라이센싱 계약
  ※ 단, 선발팀 수료평가 기준 미만일 경우 상기사항 미지원

주 최 특허청 주 관 한국발명진흥회

참여 기업 DUOBACK KOREA 모닝글로리 코렉스자전거 PANTECH 팬택계열 olleh kt RYN

2010년 주요 국제발명품전시회 일정

참가전시회

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

중화권 최대의 국제발명품 전시회 (대만국제발명품전시회) 참가 신청 모집

▶ 전시회 정보

□ 전시명 : 제6회 대만국제발명품전시회
(6th Taipei International Invention Show & Technomart)

□ 기 간 : '10. 9. 30(목) ~ 10. 3(일), 09:30~17:30

- 신청기간 : 2010. 7. 7 ~ 8. 5

□ 시상제도 : 금상, 은상, 동상, 특별상 등

- '09년 15건 참가, 금상 8, 은상 5, 동상 2, 특별상 3 획득

▶ 참가 비용

□ 직접참가 (전시 및 1인 현지 참가기준)

참가형태	부스크기	비 용	비 고
직접참가	3m×3m	3,600,000원	발명품 3건까지 전시가능
위탁참가	3m×3m	2,800,000원	발명품 3건까지 전시가능

▶ 대만 국제특허발명전 특징

□ 참가자 1인 최대 3개 발명품 가능

□ 중화권 최대의 발명 및 신기술 관련 발명전시회

□ 대만 정부가 지원하는 공신력 있는 발명전시회

□ 관람객 84,959명 참관 ('09년)

▶ 문의처

□ (우)135-980 서울시 강남구 테헤란로 131
한국지식재산센터
한국발명진흥회 발명진흥팀 유주현 계장, 김혜민
Tel : (02)3459-2845
Fax : (02)3459-2799
E-mail: gpalsoo@kipa.org
Tel : (02)3459-2795
Fax : (02)3459-2799
E-mail: atom@kipa.org



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/)

상담 신청 안내

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

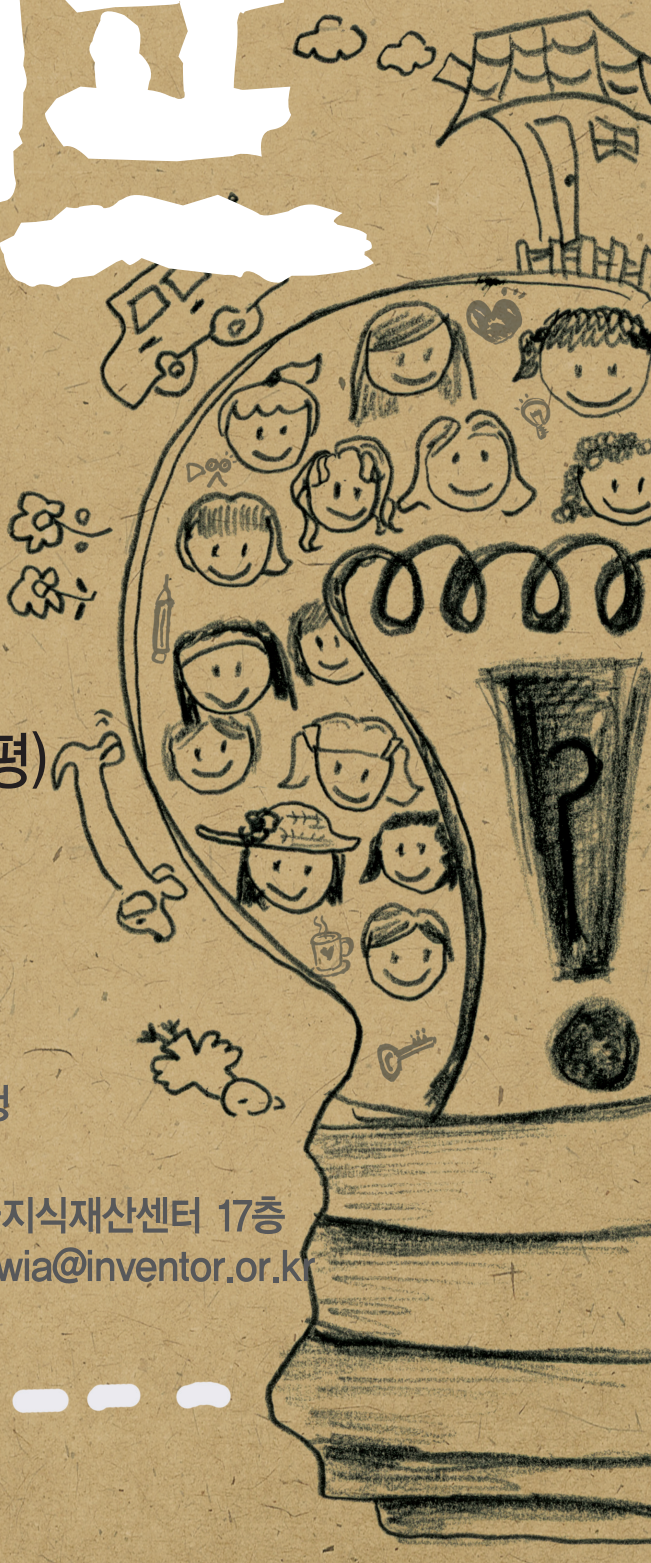
[디자인정보 분석 서비스 / 디자인 맵 서비스]
☎ 신청 및 상담 : 곽상수 선임 02-6915-6752

www.designmap.or.kr

제5회

여대생 발명캠프

2010



When :

2010. 8. 9(월)~11(수)

Where :

쉐르빌파라다이스 연수원(경기도 양평)

참가비 _20,000원

참가신청기간 2010. 7. 16까지(70명 선착순 모집)

신청방법

협회 홈페이지 (www.inventor.or.kr)에서 온라인 신청

우 편 : 135-980 서울시 강남구 역삼동 647-9 한국지식재산센터 17층

Tel. 02)538-2710 Fax. 02)538-2714 이메일. kwia@inventor.or.kr

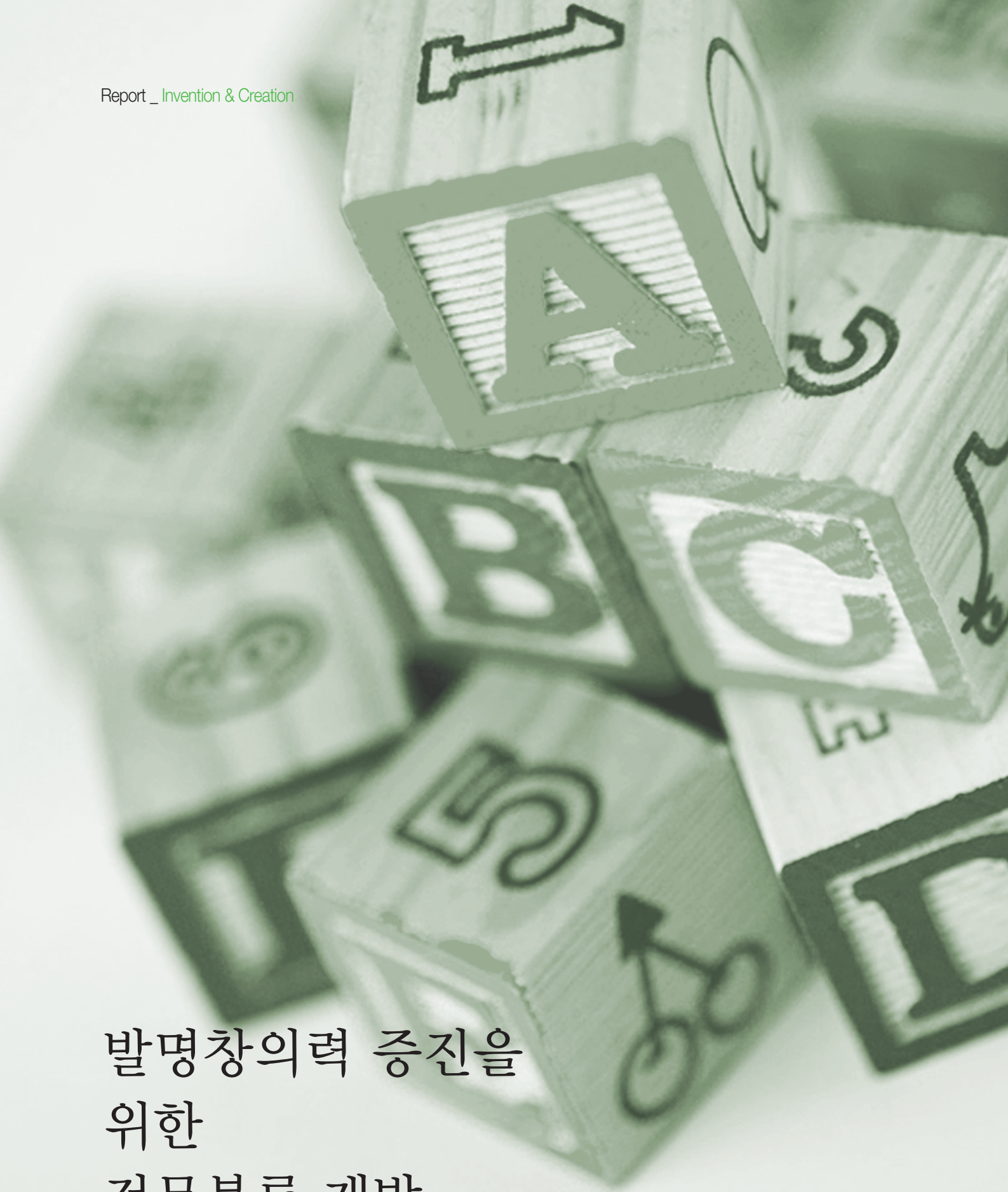
주최 : 특허청 KOREAN INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE

주관 : 한국여성발명협회 KOREA WOMEN INVENTORS ASSOCIATION

Report

Invention & Creation,
지식재산권 용어사전, 세계는 지금
우표로 본 인물과 역사, 지식재산 경영전략
특허확대경, 특허 Q&A, 특허확대경





발명창의력 증진을 위한 전문블록 개발

4) 활용분야

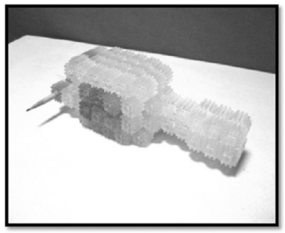
(1) 발명품 조립

평소에 생각하였던 발명아이디어를 표현할 때 활용할 수 있다. 직접 블록을 통해 조립하면 미처 생각하지 못했던 부분인 문제점이라든지 다른 발상을 할 수 있어 새로운 발명을 찾게 된다.

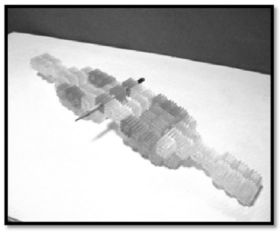
다음 〈그림 14〉는 일상에서 접하는 양면 프라이팬을 다모블록으로 조립한 것들이다. 두 개의 프라이팬을 서로 붙인 발명품이다. 연필은 두 개의 프라이팬을 겹치고 펼쳐지도록 연결하는 축으로 사용되었다.



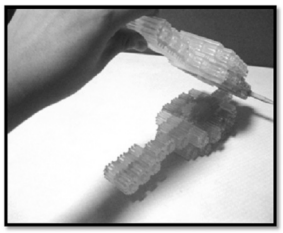
〈양면 프라이팬〉



〈실시 예 1〉



〈실시 예 2〉



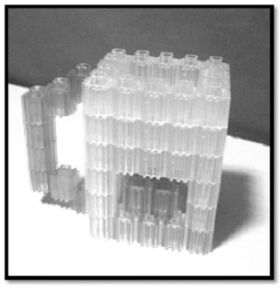
〈실시 예 3〉

〈그림 14〉 양면 프라이팬 발명품 및 블록조립

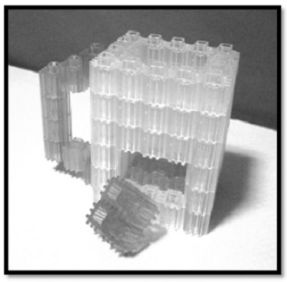
〈그림 15〉은 쿠키를 담을 수 있는 머그컵 발명품을 조립한 것이다.



〈머그컵〉



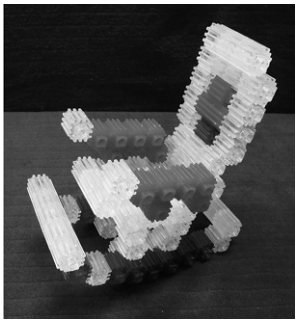
〈실시 예 1〉



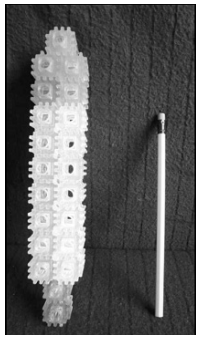
〈실시 예 2〉

〈그림 15〉 머그컵 발명품 및 블록조립

〈그림 16〉은 의자의 다리를 변형하여 발명된 흔들의자와 바퀴가 3개 달린 세발자전거, 지우개가 달린 연필의 그림이다.


〈흔들의자〉

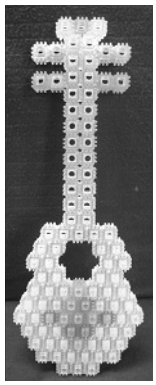

〈세발자전거〉

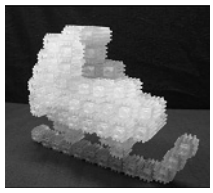

〈지우개 달린 연필〉

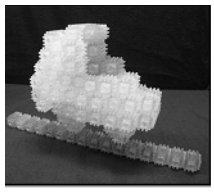
〈그림 16〉 기타 발명품 및 블록조립

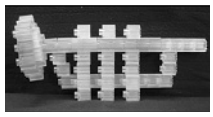
(2) 과학용품 조립

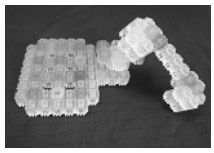
발명품뿐만 아니라 첨단 과학으로 이루어진 과학용품에 대해서도 조립이 가능하다. 다음 〈그림 17〉은 기타, 피겨스케이트, 스피드스케이트, 트럼펫, 무선전화기, 신기전, 헬리콥터, 롤러스케이트 블록조립품 이다.

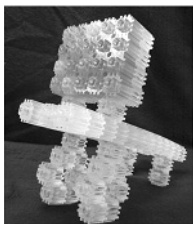

〈기타〉

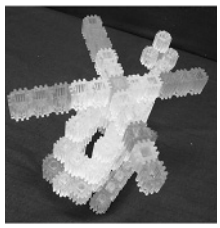

〈피겨스케이트〉

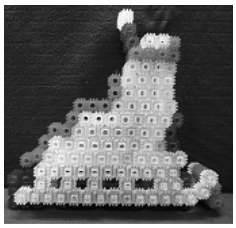

〈스피드스케이트〉


〈트럼펫〉


〈무선 전화기〉


〈신기전〉

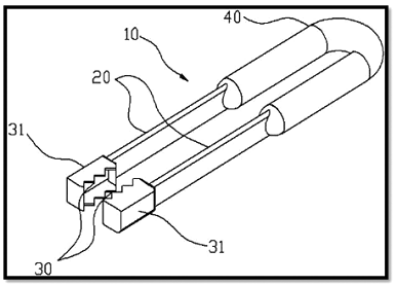

〈헬리콥터〉

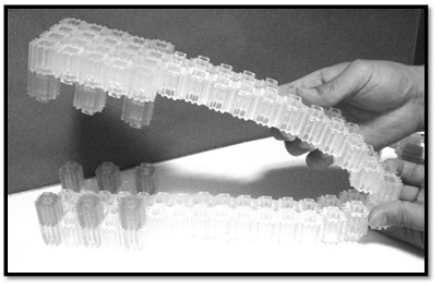

〈롤러스케이트〉

〈그림 17〉 과학용품 및 블록조립

(3) 특허명세서 도면 활용 조립

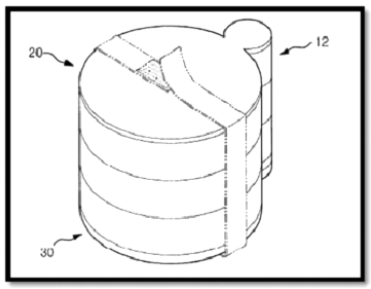
발명의 권리화에 있어, 특허명세서 및 도면이해는 아주 중요한 요소이다. 특허명세서의 도면을 참고하여 블록으로 조립할 경우, 특허명세서의 이해할 뿐만 아니라, 조립을 통해 새로운 아이디어를 구상할 수 있다. 〈그림 18〉은 요리용 집게 도면을 직접 블록조립한 것이고, 〈그림 19〉은 회전식 반찬통이 회전할 수 있도록 연필을 축으로 사용한 것이 특징이다.

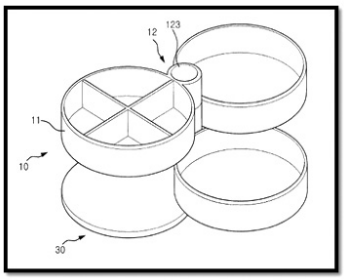


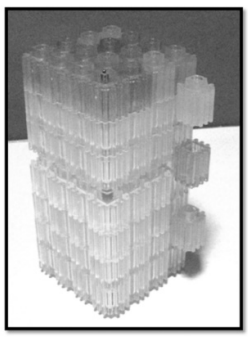


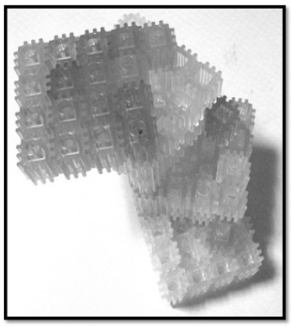
〈요리용 집게 – 특허명세서 도면〉 〈블록으로 조립한 요리용 집게〉

〈그림 18〉 요리용 집게 블록조립









〈그림 19〉 회전식 반찬통 블록조립

4. 사용성 평가

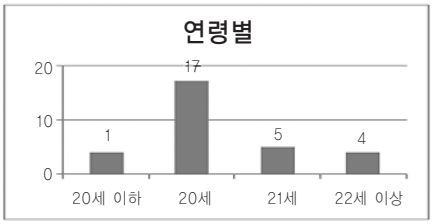
1) 평가 내용 및 방법

본 평가는 개발된 다모블럭의 사용성 실태를 조사 및 분석함으로써, 추후 개발에 반영함은 물론 교육적 활용도를 높이고자 수행되었다. 대상은 충청지역 Y대학(4년) 7개학과 30명을 대상으

로 조사하였다. 자체 개발한 총 12문항의 설문지를 사용하였다. 조사기간은 2009년 10월부터 12월까지 약 2.5개월에 걸쳐 조사되었다. 분석은 각 문항별 빈도와 백분율 위주의 통계처리를 하였다. 분석결과는 전체 학생들의 특성으로 일반화하는데 큰 제한점이 없다는 것으로 분석되었다.

2) 평가 결과분석

본 다모블록에 대하여 30명을 대상으로 한 설문의 결과로, 20세 이하 4명(13%), 20세 17명(57%), 21세 5명(17%), 22세 이상 4명(13%)가 설문에 참여하였다.(그림 20 참조)



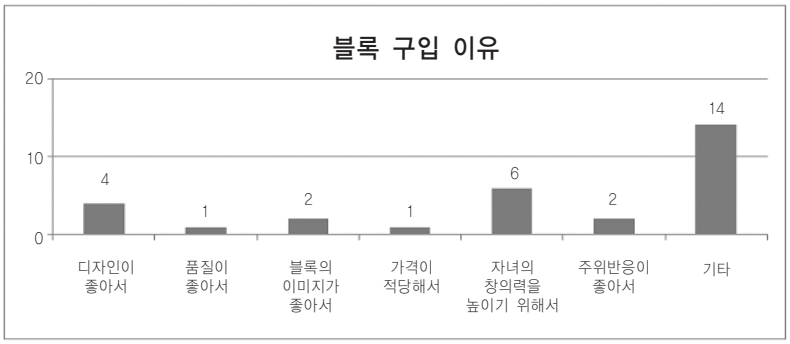
〈그림 20〉 연령별 조사 결과

먼저 '블록을 구입하게 된다면 어떤 블록을 구입하겠는가?' 에 대한 문항으로 소마큐브, 레고, 가베교구, 라큐, 포디, 사각블록, 감성블록 아이링고, 꾸러기블록, 루소블록, 자석블록, 유니트블록, 십자블록, 3Q블록, 기타 등으로 설문 한 결과 '레고' 가 23명(77%), '라큐' 가 1명(3%), '기타' 6명(20%)로 레고가 가장 많은 호응도를 보였다.(그림 21 참조)



〈그림 21〉 블록 종류별 만족도 조사 결과

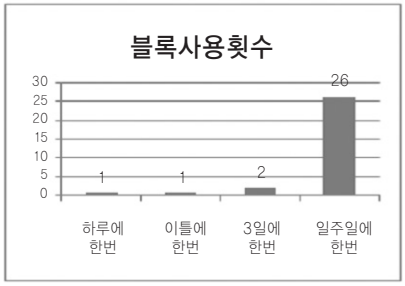
'상위 블록들을 구입한 이유는 무엇인가?' 에 대한 문항으로 디자인이 좋아서, 품질이 좋아서, 블록의 이미지가 좋아서, 가격이 적당해서, 창의력을 높이기 위해서, 주위반응이 좋아서, 기타 등으로 설문한 결과 '디자인이 좋아서' 가 4명(13%), '품질이 좋아서' 가 1명(3%), '블록의 이미지가 좋아서' 가 2명(7%), '가격이 적당해서' 가 1명(3%), '창의력을 높이기 위해서' 가 6명(20%), '주위반응이 좋아서' 가 2명(7%), '기타' 가 14명(47%)로 대부분이 정확히 타당한 이유 없이 블록을 구입하게 되는 것으로 평가되었다.(그림 22 참조)



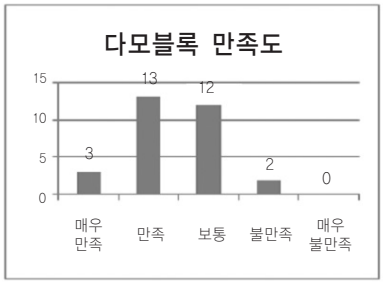
〈그림 22〉 블록의 구입 이유에 대한 조사 결과

'블록의 사용 횟수는 어느 정도인가?' 에 대한 문항으로 하루에 한번, 이틀에 한번, 3일에 한번, 일주일에 한번 등으로 설문한 결과 '하루에 한번' 이 1명(3%), '이틀에 한번' 이 1명(3%), '3일에 한번' 이 2명(7%), '일주일에 한번' 이 26명(87%)으로 많은 블록의 사용자가 일주일에 한번 정도 사용하는 것으로 평가되었다.(그림 23 참조)

'다모블록 사용 후 전반적인 만족도는 어떠한가?' 에 대한 문항으로 매우 만족, 만족, 보통, 불만족, 매우 불만족 등으로 설문한 결과 '매우 만족' 이 3명(10%), '만족' 이 13명(43%), '보통' 이 12명(40%), '불만족' 이 2명(7%)로 평가되었다.(그림 24 참조)

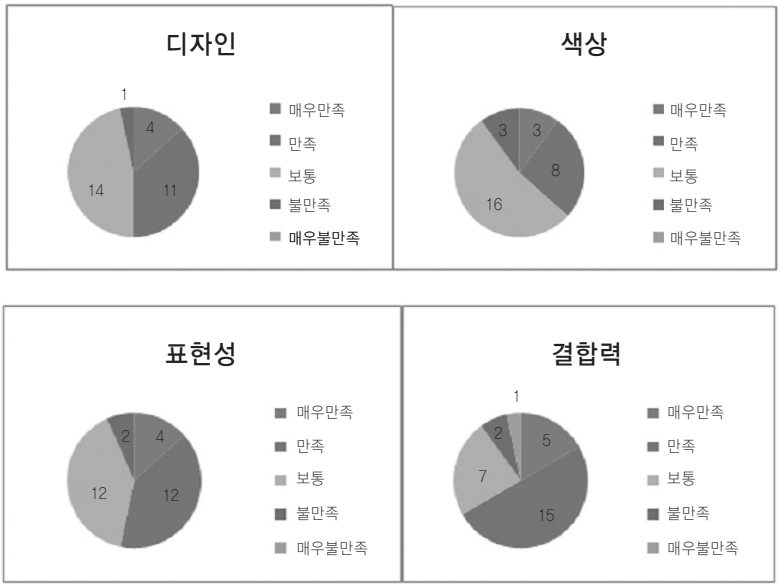


〈그림 23〉 블록의 평균 사용 횟수 조사 결과



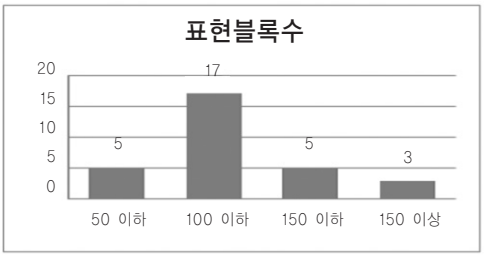
〈그림 24〉 다모블록의 만족도 조사 결과

'다모블록의 디자인, 색상, 표현성, 결합력에 대한 만족도는 어느 정도인가?' 에 대한 문항으로 디자인에 대한 설문 결과 '매우 만족' 이 4명(13%), '만족' 이 11명(37%), '보통' 이 14명(47%), '불만족' 이 1명(3%)로 평가되었고, 색상에 대한 설문 결과 '매우 만족' 이 3명(10%), '만족' 이 8명(27%), '보통' 이 16명 (53%), '불만족' 이 3명(10%)로 평가되었고, 표현성에 대한 설문 결과 '매우 만족' 이 4명(13%), '만족' 이 12명(40%), '보통' 이 12명(40%), '불만족' 이 2명(7%)로 평가되었고, 마지막으로 결합력에 대한 설문 결과 '매우 만족' 이 5명(17%), '만족' 이 15명(50%), '보통' 이 7명(23%), '불만족' 이 2명(7%), '매우 불만족' 이 1명(3%)로 평가되어 통합적인 만족도로 '매우 만족' 이 13%, '만족' 이 38%, '보통' 이 41%, '불만족' 이 7%, '매우 불만족' 이 1%로 평가되었다.(그림 25 참조)



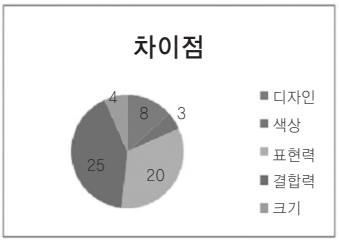
〈그림 25〉 다모블록의 디자인, 색상, 표현성, 결합력에 대한 조사 결과

'다모블록으로 원하는 발명품을 표현하는데 적당하다고 생각하는 블록개수는 몇 개 정도 입니까?' 에 대한 문항으로 100개 이하, 150개 이하, 200개 이하, 200개 이상으로 설문한 결과 '100개 이하' 가 5명(17%), '150개 이하' 가 17명(57%), '200개 이하' 가 5명(17%), '200개 이상' 이 3명(10%)로 평가되었다.(그림 26 참조)

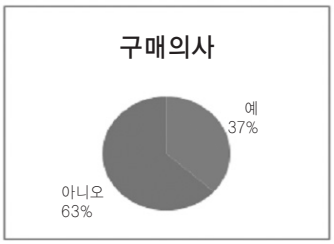


〈그림 26〉 다모블록의 적당한 개수 조사 결과

'기존블록과 다모블록의 큰 차이점은 무엇입니까?' 에 대한 설문 결과 '디자인' 이 8명(13%), '색상' 이 3명 (5%), '표현성' 이



〈그림 27〉 타사 블록과의 차이점 조사 결과



〈그림 28〉 다모블록의 구매의사 조사 결과

20명(33%), '결합력'이 25명(45%), '크기'가 4명(7%)로 평가되었다.(그림 27 참조) '다모블록의 구매의사가 있는가?'에 대한 설문 결과 '있다'가 11명(37%), '없다'가 19명(63%)로 평가되었다.(그림 28 참조)

5. 결론

창의성을 키우기 위해서 학생들은 특별활동을 통해 발명을 한다. 발명활동 가운데 머릿속 아이디어의 도출 또는 구현하는 과정은 참 어렵다. 발명을 처음 접하는 사람에게는 더욱 어려울 수밖에 없다. 이러한 까닭에 중도에 포기하는 경우가 흔하다. 발명은 흥미유발과 접근의 용이성이 성공으로 가는 지름길이다. 흥미유발을 위해 과학창의교육에 블록교구가 많이 선호되고 있다. 블록은 창의성을 키우기 위해서 사용하는 교구들 중에 대표적인 교구이다. 유아에서 성인에 이르기까지 사용연령층도 다양하다. 블록은 창의성을 키우는 것에 도움이 된다고 하지만, 현실적으로는 발명과 접목하여 사용되는 경우는 드물다. 기존 블록들이 가진 기술적, 교육적, 경제적 한계성이 그 원인이 된다. 이에 본 연구에서는 제반 문제점들을 극복한 신개념의 다모블록을 개발하였다. 발명을 접하면서 자신의 생각을 잘 표현할 수 있도록 블록을 활용하고자 개발된 블록이다. 단 하나의 블록을 이용하여 다수개의 블록들을 쉽게 조립하고 해체가 가능하다. 블록에 가해진 충격에도 해체되지 않는 차별화된 특허기술이 적극 도입되었다. 조립하는 방식도 여러 방법으로 되어 있어 난이도 있는 블록이기도 하다.

특히, 다모블록은 오목과 볼록의 반복으로 이루어진 블록이기 때문에 손바닥과 손가락을 많이 자극시켜 두뇌 개발에 아주 유용하다. 두뇌자극이라는 측면에서 노인병원이나 재활병원, 특수병원 등에서도 다양하게 활용될 소지가 많다. 결론적으로, 다모 블록은 창의성을 키우며 발명을 처음 접하는 사람에게 도움이 되는 교육 용구이자, 노인, 장애인 등에도 필요한 교구로 폭넓게 활용될 것으로 사료된다.

참고문헌
1. 박소신, "교재/교구를 활용한 유아수학 교육방법", 동의대 행정대학원, 2006.
2. 윤서연, "레고 놀이 선호도에 따른 유아의 창의성 발달에 관한 연구:4 · 5세 유아를 중심으로", 성신여대 대학원, 2003.
3. 한승희 "웹 기반 입체퍼즐학습과 학업 성취도와의 상관성에 관한 연구", 경기대 교육대학원, 2006.
4. 특허출원번호 10-2006-0104376, 조립식 교육 · 완구용 블록 세트.
5. 특허등록번호 10-0629306, 자석이 결합된 다면체 블록 완구.
6. 특허등록번호 10-0545658, 자력을 이용한 조립식 블록완구.
7. 특허등록번호 10-0819661, 유아 학습용 자석블록.
8. 실용신안등록번호 20-0435484, 유아 학습용 블록 완구.
9. 특허출원번호, 10-2009-0068273, 슬라이드블록.
10. http://www.LEGO
11. http://www.legostar.co.kr
12. http://cafe.naver.com/wiseschool)

한국발명진흥회



윤 상 원
영동대학교 발명특허공무원학과 주임교수
공학박사, 기술사
한국대학발명협회 부회장
대한노인과학발명협회 연구회 회장

지식재산권 용어사전

공동저작자의 지위 [저작권]

공동저작물의 저작자들이 상호 의존적으로 가지는 저작자의 지위. 공동저작자는 공동으로만 저작물의 사용을 허락할 수 있고, 권리보호기간은 최후까지 생존한 저작자의 사망시로부터 기간.

공동저작물 [저작권]

2인 이상이 공동으로 창작한 저작물로서 각자의 기여부분을 분리하여 이용할 수 없는 저작물.(저작권법 제2조 제13호)

공동심판 [지재권일반]

동일한 특허권에 관하여 심판을 청구할 자가 2인 이상 있을 때에는 그 전원이 공동으로 심판을 청구할 수도 있고, 각자가 개별적으로 청구할 수도 있음.

공동소유자 [법일반]

어떤 권리에 대하여 2인 이상이 광의의 공유 형태로 소유권을 가지고 있는 자를 의미함. 특허 등 지식재산권을 2인 이상이 소유하는 경우 공동소유의 주체가 되는 사람.

공동소송인 [법일반]

소송의 일방 당사자 또는 쌍방 당사자 중 동일 소송물에 대한 주체가 2인 이상인 경우 이들을 공동소송인이라 함.

공동소송 [지재권일반]

원고 또는 피고의 한쪽 또는 쌍방이 2인 이상이 소송당사자인 소송. 1인 이상의 원고가 제기하는 소송 또는 1인 이상의 피고에 대해 제기하는 소송으로 일반 공동소송과 필요적 공동소송이 있음. 특허권 또는 특허를 받을 수 있는 권리의 공유자가 그 공유인 권리에 관하여 심판을 청구하는 경우에는 공유자 전원이 공동으로 심판을 청구할 수 있음.

출처 특허청 홈페이지



Bilski 판결이후:
방법특허 출원 및 소송 대응전략 고찰

I. 서언

미국 특허법 제101조는 특허적격 발명물(SM:subject matter)의 정의와 범위를 규정하고 있다. 2008.10.30일, CAFC(미연방항소법원)는 전원합의체 Bilski 케이스[1] 판결에서 방법 발명(BM:business method)의 101조 요건(requirement)에 대한 새로운 법적 판단기준을 정립하여 내놓았다. 기존 방법 발명의 성립이 어렵도록 발명 관련 SM 요건에 대한 테스트를 강화하였다. 특허성 판단의 첫번째 관문(bar)인 101조 SM에 관한 신 기준은 특허법상 발명의 대상과 그 경계를 정하는 중요한 잣대가 되고 있어, 우리기업과 연구소 및 정책담당 공무원들이 대미 특허전략과 방법특허 정책 수립 시 유의



깊게 살펴보아야 할 대목이 되고 있다. Bilski 케이스는 현재 연방대법원에 계류되어 있으며, '09.11.6일 대법원은 제1차 심리(hearing)를 가졌다. 향후 나오게 될 대법원의 판결은 특허법상 발명의 범위에 관한 새로운 법을 쓰게 되는 역사적인 사건이 될 것으로 보이며, 미국은 물론 전세계 산업계와 지재권업계의 초미의 관심사항이 되고 있다. 방법발명에 관한 특허기준의 변화는 우리기업의 대미 특허확보와 관련 특허소송 대응에도 변화를 요구하고 있고, 우리 특허청 심사와 법원의 소송에도 상당한 영향을 초래할 것으로 예상된다. 이에 따라 본고는 먼저 아직 대법원 판결을 기다리고 있는 단계이지만 특허청 심사와 연방법원의 소송 실무에 실질적인 변화를 유발하고 있고 시간이 흐르면서 그 파급영향이 커지고 있는 Bilski 판결을 과거 판결 추세 속에서 그 위치를 평가해보고, 이어서 Bilski 이후 방법 발명, 특히 영업방법(BM:Business Method) 특허에 관한 미 특허청(USPTO)의 심사실무 대응현황과 법원의 판결 동향을 살펴보고자 한다. 마지막으로 Bilski 기준에 따른 유효한 방법 특허 확보와 효과적인 소송 대응을 위해 고려해야 할 요소들을 이용자 및 실무자 관점에서 모색해보기로 한다.

II. 방법 특허에 관한 미 특허법리의 변화와 Bilski 결정

미국 특허상표청(USPTO)으로부터 특허허여 결정을 받기 위해서는 특허출원서상의 청구항이 35 U.S.C.§101(이하 '미 특허법')의 특허적격 발명물을 포함하고 있어야 한다. 101조는 "유용한 방법, 기계, 제조, 또는 물질 합성물 등 새롭고 유용한 발명"을 특허대상이 되는 SM으로 한정하고 있다. 미 특허법은 방법, 기계, 제조, 물질 합성물 4가지의 카테고리를 발명의 범주로 획정[2]하고 있지만, 개별 카테고리상의 발명의 의미와 범위, 정도에 관한 세부적인 내용은 법원 판결에서 다루고 있다.

1. 방법 특허대상 발명물(SM)에 관한 판결 추이

80년대 이후 미 연방 대법원과 CAFC는 IT(정보기술)와 BT(생명기술)의 발전 추세에 적극 부응한 방향으로 법해석을 하여 왔다. 법원과 USPTO는 101조 상의 방법특허와 관련해 그 대상이 되는 SM의 범위를 폭넓게 용인하고, 특히 미국 정부의 친특허정책(pro patent policy)에 동조하는 입장에서 IT와 소프트웨어 분야의 아이디어나 방법 특허 인정에 관대한 자세를 취해왔다. 기술혁신과 새로운 유형의 발명 출현을 수용하는 역할을 법원의 판례법 발전을 통해 지속해 온 것이다.[3]

BT분야에서는 Diamond (v. Charkarbarty) 케이스가, IT분야는 Diamond[4], State Street Bank, AT&T 케이스 판결들이 대표적이다. 이 판결들은 특허발명에 관한 개념을 확대, 발전시키고, 사실상 시장에서 특허가 기능하는 역할을 확대 지향적으로 진화시켜나가는 기폭제 역할을 했다.

Diamond[5] 케이스에서 연방대법원은 유전적으로 변형을 가한 미생물은 특허대상 발명이 될 수 있다고 판결했다. 법원은 의회가 101조를 입법한 의도는"인간이 만든 해아래 모든 것(anything under the sun made by man)"을 특허 대상으로 하려는 데 있었다고 하면서 본 판결의 근거로 삼고 있다. 아울러 법원은 자연법칙, 추상적인 아이디어 및 자연현상은 특허대상 발명물의 예외가 됨을 분명히 했다.

---

1) 1 In re Bilski, 545 F.3d 943 (Fed. Cir. 2008). 출원인 Bilski는 Weather Wise라는 중소회사의 CEO로 계절에 관계없이 고정된 가스요금을 부과하는 계약을 방법발명으로 구성하여 출원하였다. Bilski는 고정요금부과계약을 3단계로 구성하고 1997년 USPTO에 출원하였으나 USPTO는 101조 방법특허의 발명물 성립을 부정하여 등록을 거절하였다. 본건 발명은 컴퓨터로 실행된 방법 단계를 전혀 가지고 있지 않고 모두 수작업으로 진행이 되도록 구성되어 있다. USPTO는 102조(신규성), 103조(비자명성)의 특허성 테스트 없이 101조 성립요건 흠결만으로 거절결정을 내렸다. Tony Zeuli et. al, Business Unusual: What;s needed to own a business method?, Bench and Bar of Minnesota, pp. 28-29 (2009.11).

2) 미국 특허법이 특허대상 발명을 네가지 카테고리로 구분하여 정한 것은 1793년법에서 그 효시를 찾을 수 있다. 1793년법이 "any new and useful art, machine, manufacture or composition of matter, or any new and useful improvement"로 규정하던 것을 1952년 개정 특허법은 "art"를 "process"로 바꾸었다.

3) 미국은 의회의 입법 권한이 강하고 상, 하원 입법절차를 거치더라도 이해관계 그룹의 로비에 의해 법안이 좌절된 경우가 많아 기술발전과 시장변화의 추이에 신속히 대응을 하지 못하고 있다. 법원의 판례에 의존하여 입법의도를 해석하고 이를 토대로 사실상 법개정을 의도한 효과를 기대할 수 밖에 없는 환경이다. 지난 반세기 동안 제대로 된 특허법 개정이 한번도 없었다는 것이 이를 말해준다.

4) Diamond v. Diehr, 450 U.S. 175(1981).

5) Diamond v. Charkrabarty, 447 U.S. 303(1980).



Diamond (v. Diehr)에서는 수학방정식을 고무수선을 통제하는 산업가공시스템의 통제방식에 적용하는 컴퓨터프로그램은 특허가능하다고 연방대법원은 판시했다. 법원은 소프트웨어만으로는 특허를 받을 수 없으나, 물리적인 방법 또는 기계를 통제하는 소프트웨어는 특허 적격한 발명물에 속한다고 보았다.[6)]

이어 CAFC는 1998년 State Street 케이스[7)]를 통해 BM을 특허적격한 SM의 범위 내로 확실하게 끌어 들이고 그 대상을 넓히는 중요한 판결을 내놓게 된다. 발명의 내용은 투자구조를 실행하고 관리 및 회계기능을 이행하기 위한 데이터가공시스템에 관한 것이다. 법원은 이 데이터 가공시스템은 '기계(machine)' 발명의 범주에 속하고 특허 가능한 대상물로 취급되어야 한다고 보았다. 법원은"달러금액을 수학적인 계산에 의해 지분가격으로 전환(trans-formation)하는 것은 유용하고, 구체적이며, 유형의 결과(useful, concrete, and tangible)를 산출한 것이므로 특허가능한 발명물이다"라고 판시하였다.

이 판결을 계기로 방법발명의 청구항이 순전히 아이디어에 관한 것일지라도 유용하고 구체적인 결과를 산출하기만 하면 특허대상에 포섭될 자격을 얻게 되었다. State Street는 기존 101조 테스트를 수정하여 특허법상의 SM을 사실상 확대하는 효과를 낳았다. 그러나 이 기준은 101조 방법 특허성 판단에 불확실성만 가중하고 있다는 이유로 광범위한 비판에 직면하게 된다.[8)] 연방대법원이 101조 특허성 판단에서 별개의 요건으로 인정하고 있는 유용성(utility)에 관한 요건과 SM에 관한 요건을 병합하여 판단하는 오류를 범하고 있다는 비판이 제기되었다.[9)] 아무튼 이 판결은 여전히 BM 발명을 분명하게 정의하고 있지 않지만[10)] BM이 특허적격의 발명물로 확립되어 BM이 특허분류로 자리잡고[11)] BM 특허가 폭증하는 계기를 마련하였다.[12)]

---

6) 연방대법원은 이 판결에 앞서 Gottschalk v. Benson, 409 U.S.63(1972))에서 프로그램에 구현된 수학알고리즘은 특허성이 없다고 판단하였다. 그러나 Diamond에서는 수학방정식 자체도 기본원리(fundamental principle)으로 특허성이 부인되어야 하나 특허실시범위가 고무수선에 한정되고 타인에 의한 동 방정식의 모든 미래 사용을 제약하지 않기 때문에 특허부등록사유인 기본원리의 개별적인 작용을 청구한 본 건은 특허등록이 가능하다는 결정을 내렸다. 하지만 클레임내용이 어디까지 특허등록성이 부인되는 기본원리 자체를 구성하고 있고, 어디까지가 특허등록성이 인정되는 기본원리의 적용이라고 해석될 수 있는지를 명확히 하고 있지 않아 법원의 판단에 의존에 할 수 밖에 없다. William Michael Schuster, Predictability and Patentable Process:The Federal Circuit's in re Bilski Decision and Its Effect on the Incentive to Invent, 11 Colum. Sci.&Tech. L. Rev. 1(2009.11.3).

7) State Street Bank & Trust v. Signature Financial Group, Inc., 149 F.3d 1368, 47 USPQ2d 1596 (Fed. Cir. 1998), cert. Denied, __U.S.__, 119 S. Ct. 851 (1999)(CAFC는 하급심이 쟁점특허가 101조의 두가지 예외사유 즉, Walter-Abele 테스트에 따른 수학알고리즘 예외와 영업방법특허의 예외에 해당된다고 판결한 것을 번복하였다; 청구된 발명은 'useful, concrete, tangible 결과'를 만들어 내고 있으므로, 청구된 발명이 일련의 수학계산을 통한 기계이용에 의해 데이터를 전환한것은 수학적 알고리즘, 공식, 또는 계산의 실질적인 적용에 해당된다고 판시하고 있다).

8) Christopher A. Harkins, Throwing Judge Bryso's Curveball: A Pro Patent View of Process Claims as Patent-Eligible Subject Matter, 17 J. Marshall Rev.Intell. Prop. L.701, 728(2008)(useful, concrete, tangible의 각각의 단어들은 주관적인 판단의 결과에 의존할 수 밖에 없는 형용어구적인 요소들이기 때문에 불확실성이 늘 수 밖에 없다고 보고 있다).

9) Aristocrat Techs. Austl. PTY Ltd. v. Int'l. Game Tech., 543 F.3d 657, 661 n.3.

10) 법원은 영업을 하는 어떤 방법에 관한 청구항은 BM 청구항으로 분류해서는 안되고, 다른 방법 발명으로 취급해야 한다고 규정하고 있을 뿐이다.

BM 특허 발명물은 AT&T 케이스[13]에서 더욱 확고하게 자리매김한다. 1999년 Excel communication사와의 CAFC 소송에서 법원은 복수의 서비스제공자가 관여된 장거리전화요금계산방법을 포함하고 있는 BM특허에 관해 해당 청구항이 기본적인 수학공식의 다른 용도를 배제하지 않는 한 그 알고리즘은 방법발명으로 특허될 수 있다고 판시하였다. 법원은 수학적 알고리즘이 작동하고 있는지 여부보다는 수학적 알고리즘을 포함한 발명이 'useful, concrete, tangible' 결과를 도출하고 있는 지' 에 대한 판단에 초점을 두어야 한다고 강조하였다.

2. Bilski 판결과 101조 판단의 신 기준 정립

2008.10.30, CAFC는 USPTO 거절결정에 불복해 항소한 Bilski 케이스 전원합의체(en banc) 판결[14]을 통해, 영업방법(Business Methods) 발명에 관한 101조의 방법발명(process) 단어의 의미를 재정의[15]함으로써 특허적격성 판단기준을 재정립하였다. 지난 10년간 101조 방법발명의 중요한 판단 준거가 되었던 State Street 기준을 대체하는 새로운 판례법이 만들어진 것이다.

가. Bilski 항소사건 쟁점

쟁점 발명은 상품제공업자인 중개인이 상품 날씨의 변화에 민감한 에너지 소비량의 변동에 따른 위험을 관리하는 방법에 관한 것으로, 에너지소비의 가변성을 관리하기 위한 방법이 발명의 주요 특징을 구성하고 있다.[16] 명세서는 석탄거래중개인이 소비자인 전력회사 및 채광회사와 각각 일정한 수준의 고정된 가격을 설정하여 거래를 구축함으로써, 소비변동으로 인한 가격변동의 위험을 회피하기 위한 영업방법을 청구항의 실시례로 들고 있다. 특허법과 관련한 핵심쟁점은 청구항 1-11의 발명내용이 미 특허법 101조상의 SM의 하나인 방법(process)[17]에 해당하는 지 여부와 이를 판단하기 위한 테스트에 관한 것이다.

나. USPTO, BPAI 및 법원의 주요 결정내용

(1) 심사관 결정 및 심결 요지

심사관은 쟁점 발명이 컴퓨터와 같은 "특정장치

11) 미국특허분류에 의하면 BM 특허와 가장 연관이 많은 기술분류는 U.S. class 750이다. 대부분의 BM 관련 특허출원은 재정데이타에 관련된 방법에 관한 것이고, 1990년대 후반 인터넷과 전자상거래 기술이 급속히 발전하면서 BM 특허에 대한 일반대중과 금융, IT 업계의 관심이 높아지고 BM 특허출원이 크게 증가하였다. BM 관련 특허는 다른 기술분류에서도 가능하며, 출원, 등록되고 있다. 예컨대, 교육방법은 class 434(교육 및 시연), 게임방법은 class 273(오락장치, 게임), 농작물수확을 개선하기 위한 방법은 class 47에서 특허가능하다. BM 특허로 명칭될 수 있는 방법특허는 class 750외 다른 기술분류에서도 얼마든지 가능하다. Wynn W. Coggins & John J. Love, Successfully Preparing and Prosecuting a Business Method Patent Application, presented at AIPLA(Spring 201).

12) CAFC Senior Judge, Jay Plager, 죠지메이슨대 심포지움 연설(2008.7.21)(State Street와 AT&T 판결은 SM의 폭을 넓혀 결국 소프트웨어와 비즈니스 모델 특허의 범람을 가져왔다고 지적하였다).

13) AT&T Corp. v. Excel Comms., Inc., no. 98-1338 (1999.4.14).

14) 9:3의 다수의견으로 특허청의 등록거절결정을 유지하기로 결정하였다. 대표적인 반대의견을 보면, 다수의견이 채택하고 있는 M-T 테스트는 지나치게 협소한 해석이고, 기존 및 미래의 특허에 대한 불확실성을 더해줄 것이라는 주장을 한다(Newman 판사).

15) 예컨대, Dyk, Linn CAFC 판사는 이번 판결은 의회의 법률적인 작업을 반영한 것이 아니고, 오히려 의회의 입법 목적의 해석에 근거하여 내린 결론임을 반대의견에 대한 반론의견서에서 밝히고 있다.

16) U.S. 특허출원 08/833,892 (1997. 4.10 출원) 청구항 1: "A method for managing the consumption risk costs of a commodity sold by a commodity provider at a fixed comprising the steps of: (a) initiating a series of transactions between said commodity provider and consumers of said commodity wherein said said consumers purchase said commodity at a fixed rate based upon historical averages, said fixed rate corresponding to a risk position of said consumer; (b) identifying market participants for said commodity having a counterrisk position to said consumers; and (c) initiating a series of transactions between said commodity provider and said market participants at a second fixed rate such that said series of market participants transactions balance the risk position of said series of consumer transactions.

17) 법원은 일반적으로 101조 "process"의 의미를 보통의 정의에 비해 협소하게 해석하고 있다. Process의 사전적 의미는 "절차....일련의 행위, 동작 또는 작동"이지만, 중력법칙, 상대성이론, 자연현상, 추상적인 아이디어 등은 특허자격이 있는 process가 아님을 판례로 확립하고 있다. Parker v. Flook, 437 U.S. 584, 593 참조.

(specific apparatus)"에 의해 구현된 것이 아니라 단순히 추상적인 아이디어를 조작한 것이며, 실제 적용을 위한 어떠한 기술적인 조건도 설정함이 없이 순수하게 수학적인 문제 해결방안을 제시한 것에 불과하므로 "기술(technolocal arts)"에 관한 것이 아니라는 근거로 특허출원의 등록을 거절하였다.

이에 출원인은 심사관의 거절결정에 불복하여 USPTO 항소저촉부(BPAI)에 항소하였고, BPAI는 심사관의 거절결정을 지지하는 결정을 내렸다. 다만, 발명의 특허성은 부인하고 있으나 그 법리적 이유에 대해서는 다른 견해를 보였다. 심사관이 거절 이유로 삼은 "technological art" 테스트는 판례의 지지를 받을 수 없다고 보았다. 심사관의 "specific apparatus" 테스트 또한 특정 장치에 의한 구현이 아니더라도 물리적인 대상의 전환(transformation of physical subject matter from one state to another)이 있다면 특허성이 인정될 수 있으므로 심사에 오류가 있음을 지적했다. 이러한 법리를 적용하더라도 쟁점 발명에서 상품 제공자, 소비자, 시장 참가자의 금전적인 위험과 법적 책임은 무형의 것으로 그 전환은 특허성이 인정될 수 없다는 점을 분명히 하고 있고, State Street 기준을 적용하면 쟁점 발명이 청구하고 있는 영업방법(steps)은 "유용하면서, 구체적인 그리고 유형의 결과(useful, concrete, and tangible result)"를 도출하고 있지도 않다는 결론을 내렸다.

(2) CAFC 판결 요지 및 주요 논거

CAFC는 Bikski 결정문에서 특허법 제101조상의 방법(process)에 해당되는지 여부를 판단하데 있어서는 기계(machine) 테스트와 변환(transformation) 테스트(이하, 통칭해서 'M-T 테스트'라 함)[18] 만을 기준으로 삼아야 한다고 다수의견을 내놓았다.[19] State Street 케이스에서 기준으로 삼은 "useful, concrete, and tangible result"요건은 특허성 여부를 판단하는 기준으로는 불충분하다는 것이다. "technological arts"테스트는 기술적 의미가 불분명하고 계속적으로 변하며, 대법원이나 CAFC에 의해 명시적으로 지지 받은 적이 없다는 의견이다. 기본원리나 자연법칙과 같은 것을 특허대상에서 제외하는 방식의 판단기준(예, BM의 예외 발명의 특허적격성 배제)도 헌법과 특허법에 합치되지 않는다고 보았다.

CAFC는 M-T 테스트 적용을 위해서는 두가지 지도원칙을 검토해야 함을 강조하였다. 우선 특정 기계(machine)의 사용 또는 어떤 대상(article)의 변환(transformation)이 특허성을 부여할 만한 청구범위의 의미있는 제한을 가져와야 하고, 나아가서 발명의 청구대상이 되는 방법과 관련된 기계 또는 변환이 중요하지 않으면서 부수적인 해결방안(extra solution)이어서는 안된다는 것이다.[20] 법원은 본 사건의 쟁점 발명은 청구항이 특정 장치나 기계를 언급하고 있지 않으므로 기계 테스트는 적용하지 않고 변환 테스트만을 적용하였다.

본건 발명에서 특허를 청구하고 있는 영업방법은 법적 의무, 조직적인 관계, 영업리스크와 같은 추상적인 요소를 대상으로 하고 있다. 따라서 법원은 핵심된 쟁점이슈로서 101조 방법발명의 대상에 포함되는 지 여부를 결정하기 위해서 이와 같은 발명요소들이 전환(transformation)된 성질의 것인지를 살펴보았다. 본건 발명을 보면 영업방법이 의도하고 있는 상품제공업자, 소비자, 시장 참가자간의 관계 전환은 추상적인 것에 불과하고, 변환의 대상이 유형의 물체나 물질 또는 전자적인 시그널과 같은 대표물들에 속하지도 않는다고 보았다. 이에 따라 법원은 본건 발명은 M-T 테스트 적용 결과 101조에 따른 방법발명이 갖추어야 할 SM의 적격성을 흠결하고 있다고 결론을 내렸다.

18) 이 두가지 테스트는 Gottschalk v. Benson, 409 U.S. 63, 70(1972) 연방대법원 판결문에 처음으로 설시된다.
19) Rader, Newman 판사 두사람은 다수의견에 반대의견을 제시하였다. In re Bernard L. Bilski and Rand A. Warsa, 2007-1130(Serial No. 08/833,892).
20) Flook, 437 U.S. 584, 590(1978) 참조.

(3) CAFC 판결 의의 및 평가

이 판결은 1998년 State Street 이후 처음으로 영업방법의 특허성 판단기준을 검토한 것으로 영업방법의 특허범위와 관련해 특허업계와 금융업, 산업계의 지대한 관심을 끌고 있다. 2008년말 금융위기의 단초가 되었던 각종 파생상품과 컴퓨터 구현의 각종 금융기법의 개발은 금융상품분야의 BM 특허출원이 크게 늘어나는 요인이 되었다. 높은 등록거절률에도 불구하고 BM 특허의 발명 카테고리 또한 지속적으로 분화, 확대되어왔다.[21]

그러나 Bilski 기준은 BM의 특허성 판단에서 101조의 문턱(threshold)을 높게 함으로서 확장기조에 있는 BM 발명물의 성립성 인정을 까다롭게 하고 있다. CAFC는 그간 USPTO와 BPAI에서 사용한 기계 테스트, 기술 테스트, "useful, concrete and tangible result test" 등의 영업방법의 특허성 판단방법에 오류가 있음을 지적하고, 기계 테스트 또는 변환 테스트만이 방법 발명의 특허성 판단을 위해 유일하게 적용가능한 테스트(only two applicable test)임을 명확히 선언하고 있다.

State Street 이후 크게 늘어난 BM 특허출원의 101조 SM 성립요건에 대한 판단에서 USPTO, BPAI, 법원은 심사관, 판사에 따라 일관성 없는 테스트 적용이 있었고 테스트 자체에 대해서도 논란이 많았다. 이번 판결은 방법발명의 특허적격한 SM의 성립범위에 대해 구체적인 판단기준을 명확히 설정하였다는 점에서 의의를 찾을 수 있다. 다만, 항소법원은 이번 케이스에서 기계 테스트를 적용하고 있지 않아 영업방법을 구현하는 수단이 되는 기계의 정확한 의미와 적용방법에 대한 해석을 하급심과 USPTO 판단기능에 맡기고 있어, 논란의 불씨는 여전히 남아 있다.

CAFC는 M-T 테스트에서 기계의 개념은 정의하고 있지 않으나, 변환의 의미에 대해서는 과거의 판례를 인용하여 보충적인 설명을 해주고 있다. 변환은 Diamond (v. Diehr) 케이스의 물리적인 현상이나 물리적인 실체를 대표하는 데이터의 경우에서처럼 전자적인 현상이 그 사례가 될 수 있을 것이라고 해석한다. 다만, 별로 중요하지 않은 제약(restriction) 즉, 데이터 수집과 같이 잘 알려져 있거나 명백한 무언가를 청구항에 추가하는 정도 가지고는 근본적으로 특허를 받을 수 없는 청구항이 특허를 받을 수 있는 상태로 전환될 수 있는 것은 아니다라고 설명한다. Bilski 판결은 영업 발명에 대해서 State Street와 AT&T 케이스에 적용된 'useful, 'useful, concrete, tangible' 테스트를 포함한 이전까지의 모든 테스트를 폐기하고 M-T 테스트만을 적용할 것을 요구하고 있다.

원고는 CAFC 판결에 불복하여 연방대법원에 상고를 신청하였다. 이에 대법원은 2009.6월 본건 방법발명의 특허법상 해석이 중요한 점을 고려하여 상고를 허가[22]하였다. 향후 이루어지게 될 본건에 대한 대법원의 결정은 컴퓨터와 인터넷 등을 이용한 영업방법 특허 뿐만 아니라 방법(process)특허 전반과 신기술 혁신 보호에 필요한 특허자체의 근본적인 역할에 지대한 여파를 미칠 것으로 보이며, 결정에 따라서는 미국과 전세계 특허법의 패러다임을 새롭게 만드는 전환점을 제공할 것으로 보인다.

(4) 대법원 상고사건 심리

미 연방대법원은 11.9일 영업방법의 특허성 기준

---

21) USPTO Technology Center 3600, Director Wynn W. Coggins는 필자와의 인터뷰(2008.9.26)에서 BM 관련 기술분류는 705 Main class(Data Processing: Financial, Business Practice, management, or Cost/Price Determination)와 subclasses 1-45, 50-80, 400-418, 500이나 새로운 유형의 BM 발명물에 대한 기술분류는 계속 추가되고 있다고 전한다.

22) 대법원의 상고 결정에 대해 특허권의 강화에 적극적 입장인 Bio 업계와 일부 금융업계는 반기고 있으나, 특허권 남용으로 인한 폐해를 줄여야 한다는 IT 업계는 BM 특허 요건을 강화하는 방향으로 101조 특허성 표준을 재정립해줄 것을 기대하고 있다.

23) 특허심사, 라이센싱, 소송에 막대한 영향을 줄 Bilski 케이스에 대해 특허업계와 산업계에서 폭넓게 연구되고 있으며, 대법원 케이스는 2010.6월에 판결이 나올 예정이다. Gene Quinn, "When will the Supreme Court decide the Bilski?" http://www.ipwatchdog.com/2010/04/07/when-will-the-supreme-court-decide-bilski/id=10024/(2010.6.1).

이 쟁점이 되고 있는 Bilski 상고 사건에 대해 1차 심리를 가졌다. 대법원 판사들은 영업방법 발명에 대한 광범위한 특허성 인정에 대해 대체로 회의적인 시각을 보였다. 비즈니스맨의 성공을 이끄는 모든 것이 특허될 수 있다면 진보의 수레바퀴는 멈추고 말 것이고 (Bayer 판사), 특정문제에 대한 접근방법은 특허를 받기에는 충분하지 않으며 일정한 변환(transformation)이 있어야 함(Sotomayor)을 강조하였다. 또한 추상적인 특정 아이디어들은 특허대상이 되어서는 안된다(Robert, Kennedy)는 의견이 제시되었고, 발명은 과학 또는 기술에 연결되어 있어야 한다는 주장과 함께 유럽의 특허성 기준에 동조하는 시각을 표시했다.(Ginsburg)[24]

III. Bilski 이후: 미 USPTO와 연방법원의 BM 특허실무의 변화

1. Bilski CAFC 판결의 영향

Bilski 이후 USPTO 특허항소·저촉심판부(BPAI)는 CAFC의 M-T 테스트를 일관되게 적용하고 있다. 2008.11월 이후 현재까지 BPAI는 최소 20여건의 BM 특허에 대한 심판결정을 내린 바 있으며, M-T테스트를 방법 청구항에 적용하여 새로운 거절결정들을 내놓고 있다. CAFC 결정이 나온 후 BM 특허에 대해 특허출원 명세서 작성, 특허심사, 라이센싱, 등록특허의 운명, 침해소송에 미친 영향 등에 대해 미 특허청, 학계, 비즈니스 업계, 특허업계의 분석과 평가가 활발히 진행되고 있다. 연방대법원에 계류 중인 Bilski 판결에 대해 amicus brief(법정친구의견)만도 협회, 회사 또는 기관으로부터 80여 건이 제출되었다.[24] Bilski 케이스가 가진 법적,경제적 의미가 심대하다는 것을 방증하고 있는 것이다.

연방대법원이 M-T 테스트를 수용하여 BM 특허대상 판단기준을 강화할 경우, 영업방법을 특허로 확보하여 종이특허만을 앞세워 제조업체를 대상으로 무더기 소송을 하여 현금수입을 노리는 특허괴물(비제조특허관리전문업체) 활동의 폭과 기반도 제약을 받을 것이 불가피하다.[25] 101조 판단요건의 강화로 특허자격이 있는 방법발명으로 인정받기가 어려워지며, 침해 소송에서 피고의 101조에 의한 무효주장 방어력이 커지기 때문이다.

2. USPTO 심사 실무의 변화

Biski 판결이 있기 전에도 101조 특허적격 발명성을 판단할 때 심사관들로 하여금 M-T 테스트를 적용할 것을 권장하는 USPTO 내부 회람용 메모랜덤이 있었다. 동 메모랜덤이 나온 이후 Bilski 판결 이전까지 방법특허를 M-T 테스트에 의해 거절하는 케이스는 많지 않았다. 심사관들이 아직 M-T 테스트를 엄격하게 적용하는 방법에 익숙해 있지 않은 것이 큰 이유였다. 예를 들어 대다수 심사관들은 방법발명에 관한 청구항이 변환 테스트를 통과하지 못했어도 최소한 특정기계에 암시적(implicitly)으로 연관되어 있을 수만 있다면 101조 요건을 충족한 것으로 해석을 하였

24) http://origin.www.supremecourtus.gov/docket/08-964.htm. 예) AIPLA, Borland Software Corporation, Accenture and Piteney Bowes Inc., IPO, Georgia biomedical Partnership, Yahoo!inc., Business Software Allowance, Novartis Corporation, Microsoft Corporation, Software&Information Industry Association, Bank of America, American Insurance Association, Bloomberg L.P., Knowledge Econology International 등(대부분의 Brief는 Bilski를 지지하는 입장이며, 지식서비스 산업의 혁신을 위해 BM 특허대상 발명의 범위를 축소해석해서는 안된다는 의견을 담고 있다).

25) 특허괴물을 명확하게 정의한 것은 어려우나 특허괴물이 가지는 공통된 속성은 다음과 같이 간추릴 수 있다: 특허괴물은 주로 특허를 소유하고 라이센싱을 업으로 하는 주체다; 승소시 배상금분배(contingency fee basis)를 하는 방식으로 주로 변호사를 선임한다; 특허괴물들은 BM 특허를 소유하고 주로 라이센스를 강요하는 형태로 권리를 행사한다. 또한 가능하면 특허와 관련된 제품을 취급하는 기업이면 모두 소송을 걸어놓고 협상을 개시하는 방식을 취한다; 많게는 50-60개, 해당기술관련 산업에 속한 모든 기업을 대상으로 소송을 하는 경우도 생기고 있다; 그리고 가급적 많은 피고인을 지정하여 일부 회사와의 라이센싱 협상을 성공시킨 뒤, 특허의 유효성을 추인받는 효과를 얻고 협상력을 키우고 이를 통해 다른 회사와의 협상에 모멘텀을 확보해 나간다. 특허괴물의 영업모델을 보면 단순한 구조다. 특허괴물이 주장하는 특허는 대부분이 BM 특허의 부류에 속한 발명이고 특허라이센스를 시도하다가 다음 단계 또는 사전, 동시에 특허침해소송을 제기함으로써 협상력을 끌어올리고 권리행사의 의지를 강하게 전달함으로써 원하는 협상 진행 또는 협상결과의 성사를 시도한다. Paul B. Hunt, THE IMPORTANCE OF RECENT PATENT LAW DECISIONS: BILSKI AND BEYOND, Aspatore, at 5-6, September 2009.

다. 다시 말해 방법발명이 기계에 의해서만 실행될 수 있는 것으로 해당 발명의 특성상 내포된 것이고 인간의 정신적인 작용에 의해서는 실행될 수 없는 것이라면 기계 테스트를 통과한 것으로 보았다. 구체적인 적용에서 일관성이 없었다. 그러나 Bilski 이후에는 비록 방법발명이 내재적으로 또는 암시적으로 기계와의 연결을 내포하고 있더라도 명시적으로 기계와 연결을 표시하고 있지 않으면 M-T 테스트를 통과하지 못한 것으로 해석을 하고 있다. Bilski 이후 USPTO 심사관은 방법 특허에 대해서 M-T 테스트를 보다 엄격하게 적용해가고 있는 추세에 있다. Bilski 이후 심사관은 방법특허출원에 대한 거절의견서에서 Parker, Bilski 등의 판례를 인용[26]하여 101조 심사를 강화하고 있다.

실제로 BM 관련 특허출원건의 등록률은 2002년 최고 44%를 고점으로 하여 2003, 2004년을 지나면서 대폭 낮아지고 2006년 16%, 2007년 22%로 약간 반등하다가, 2008년에는 16%로 감소하고, Bilski 판결이후 2009년도에는 14%로 등록률의 하향화 현상이 뚜렷해지고 있다.[27] 연방지방법원도 Bilski에 따른 기계 또는 변환 테스트를 적용하여 BM관련 특허의 유효성 인정에 소극적인 입장을 취하고 있다. USPTO도 09.8.24일 방법발명의 특허적격에 관한 임시 심사지침[28]을 시행하고 M-T 테스트를 일관되게 적용하고 있다.

3. 연방지방법원의 판결 경향

Bilski 이후 CAFC는 BM 특허에 대해 M-T 테스트 적용을 옹호하는 입장을 견지하고 있다.[29] 연방지법의 반응은 두가지다. BM 관련 특허에 대해 Bilski 테스트를 적용하고 있는 법원이 있는 가하면, 일부 법원은 연방대법원의 판결이 나올 때까지 사건을 보류하고 있다. 아래에서는 Bilski 이후 BM 관련 특허에 대한 연방지법의 판결 동향을 살펴본다.

Cybersource 케이스는[30] Bilski 이후 M-T 테스트를 적용한 대표적인 첫 사례다. 쟁점 청구항은 인터넷을 이용한 신용카드결재 승인 방법에 관한 것으로 (i) 인터넷을 이용한 거래정보수집, (ii) 신용카드 맵핑, (iii) 맵핑을 활용하여 거래의 유효여부를 결정하는 3단계로 구성된 방법발명을 특징으로 하고 있다.[31] 법원은 Cybersource 약식판결신청건에서 신용카드번호의 조작에 관한 방법 청구항은 IP 주소를 조작하거나 변환하지 못하고, 청구항에서 "인터넷을 통한(over the internet)"과 "하나이상의 프로세서"도 Bilski가 요구한 특정기계의 요건을 충족하지 못하여 101조 방법발명의 적격성을 흠결하고 있다는 이유로 해당 청구항을 무효 결정하였다.

Bilski를 적용한 또 다른 케이스는 캘리포니아 중앙지법의 DealerTrack 건이다.[32] 쟁점 특허(U.S. Patent 7,181,427)는 제목이 "자동화된 신용적용시스템(automated credit application system)"으로 컴퓨터의 지원으로 신용 적용을 관리하는 방법을 발명의 특징으로 하고 있다.[33] 이 케이스에서 법원은 컴퓨터 하드웨어와 데

---

26) MPEP 2106 IV.B.: (1) Process must be tied to another statutory class(such as a particular apparatus)(Diamond v. Dieher, 450 US.175, 184(1981); Parker v. Flook, 437 U.S. 584 n.9(1978);(Gottschalk v. Benson, 409 US.63,70(1972) ;Cochrane v.Deener, 94 U.S. 780,787-88(1876);or (2) Tranformation underlying subject matter (such as an article or materials) to a different state or thing.(Gottschalk v. Benson, 409 U.S. 63,71(1972); and In re Bilski, Appeal No. 2007-1130)

27) USPTO Office of Intellectual Property Policy & Enforcement 제공 자료(필자 보관).

28) New Interim Patent Subject Matter Eligibility Examination Instructions (http://www.uspto.gov/web/offices/com/speeches/20090827_interim_el.htm). MPEP 2106(IV), 2106.01, 2106.02 등 BM 특허심사에 관한 이전 지침과 일치하지 않는 부분은 동 임시지침이 우선 적용된다.

29) 예) In re Ferguson (Fed. Cir. 2009)(M-T 테스트는 101조 process 청구항 판단에 있어서 "유일하고, 분명하며, 적용가능하고, 지배적인("sole", "definitive", "applicable", "governing") 테스트임을 재확인하고 있다.)

30) Cybersource Corp. v. Retail Decisions, Inc., No. 04-03268, 2009 U.S. Dist. LEXIS 26056 (N.D. Cal. Mar. 27, 2009).

31) 쟁점 청구항은 독립한 2항과 3항으로 2항은 3항을 반복하고 있다. 청구항 3의 원문: "A method for verifying the validity of a credit card transaction over the Internet comprising the steps of: a) obtaining information about other transactions that have utilized an Internet address that is identified with the credit card transaction;b) constructing a map of credit card numbers based upon the other transactions and; c) utilizing the map of credit card numbers to determine if the credit card transaction is valid."

32) DealerTrack, Inc. v. Huber, No. 06-2335, 2009 U.S. Dist. LEXIS 58125, at *8-9 (C.D. Cal. July 7, 2009)

이터베이스는 '특별히 프로그램' 화 되어 있지 않고, 특허가 청구된 중앙프로세서는 특정되지 않는 방식으로 프로그래밍된 일반적인 목적의 컴퓨터에 지나지 않아 특정기계 또는 장치에 연결된(tied)것으로 볼 수 없어 무효라고 판결하였다. 동 판결은 한발 나아가 CAFC가 판단을 보류하였던 '특정기계와 연결된(machine tied)"의 개념에 대해 구체적인 적용 실례를 제시하고 있어[34] 향후 M-T 테스트 적용 시 일정한 가이드라인 역할을 할 것으로 기대된다.

Bilski는 소송 계류중인 케이스에서 피고가 101조 방어 항변(pleadings)을 수정하기 위한 신청에도 영향을 미치고 있다.[35]

4. BPAI 심결

BPAI는 Bilski 이후 기계 또는 변환 테스트를 적극적으로 적용하고 있고, 방법특허의 101조 테스트 통과에 대해 엄격한 입장을 취하고 있다. 최근 Wilson 케이스[36]에서 데이터 수집단계와 점수를 분석하고 승자를 결정하는 방법 등을 청구항에 추가하는 정도로는 M-T 요건 충족이 미흡하고, 특허적격한 방법으로 인정하기에는 불충분하다는 의견을 제시하고 있다.[37] 본건 쟁점 청구항[38]은 야구경기를 기초로 도박게임을 하는 단계로 구성되어 있는 방법발명을 특징으로 하고 있으며, 기계의 직접적인 언급이나 기계에 대한 인용 언급을 포함하고 있지 않다.

또한 데이터베이스 질의의 최적화를 위한 방법에 관한 컴퓨터프로그램 및 시스템 특허출원에 관한 Shahabi케이스[39]에서는 웨이브릿 변환을 이용하여 질의 처리와 데이터베이스의 영역-합 질의(range-sum query)수행의 단계로 구성된 방법 출원에 대해 심사관의 특허등록 거절의견을 지지하였다. BPAI는 쟁점 청구항은 물리적인 물질을 다른 상태나 존재로 변환하는 용어가 청구항에 없어 비록 청구항이 데이터를 변환한다는 사실을 언급하고 있음에도 불구하고 Bilski의 변환요건은 충족하지 못하고 있는 것으로 보고 있다. 이외에도 BPAI는 방법특허에 관한 많은 케이스를 통해 M-T 잣대만을 가지고, 101조상의 방법발명의 해당여부를 엄격히 체크하고 있는 추세에 있다. 한국발명진흥회

다음호에 계속

권규우
주미한국대사관 특허관
특허청 상표심사관, 디자인심사과장, 국제협력과장, 창의혁심담당관, 기획재정과장 역임
WIPO Consultant, 한남대 겸임교수로 활동 경력
미국 워싱턴법대(St.Louis) 법학석사(LL.M),
박사학위(JSD) 취득

33) 쟁점이 된 청구항은 1,3 및 4항이며 대표되는 청구항 1항은 다음 단계로 구성되어 있다: "A computer aided method of managing a credit application, the method comprising the steps of: receiving credit application data from a remote application entry and display device; selectively forwarding the credit application data to remote funding source terminal devices; forwarding funding decision data from at least one of theremote funding source terminal devices to the remote application entry and display device;wherein the selectively forwarding the credit application data step further comprises: sending at least a portion of a credit application to more than one of said remote funding sources substantially at the same time; sending at least a portion of a credit application to more than one of said remote funding sources sequentially until a finding [sic] source returns a positive funding decision;sending... a credit application... after a predetermined time... ; or; sending the credit application from a first remote funding source to a second remote finding [sic] source...."

34) 소프트웨어의 지시에 따라 특정기능 수행을 위해 프로그래밍된다면 일반목적의 컴퓨터는 특정목적의 컴퓨가 된다는 점을 설시하면서, 본건 쟁점 청구항은 컴퓨터 하드웨어와 D/B가 구체적으로 어떤 특별목적을 위해 프로그래밍된 것으로 설명하고 있지 않아 일반목적의 컴퓨터와 다름 아닌 것으로 지적하고 있다.

35) 예)법원은 Bilski 케이스 판결에 근거한 101조 방어(defense)주장을 허락하였다. Research Corp. Techs., Inc. v. Microsoft Corp., No. 01-658, at 11(D. Ariz. June 5, 2009)

36) Ex Parte Lee H. Wilson, 2009-006217(2010.1.19)

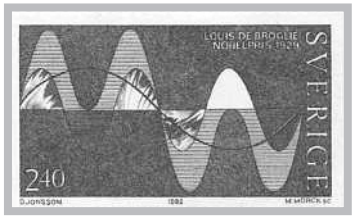
37) 항고인(appellant)은 쟁점 청구항은 "자연현상 또는 자연법칙이 아니며, 추상적인 아이디어 이상"이라고 주장하면서 단순히 101조의 예외사유에 해당되지 않음을 항변하고 있으며, M-T 요건 충족을 주장하는 적극적인 항변은 하지 않았다.

38) Claim 6: "A method of wagering on conventional basketball games that requires pretenting that the official time of a game is divided into.....; and declaring the team that scores the most points in each such round. to be the winner of that round, and basing various wagers on the outcomes of said rounds."

39) Ex Parte Shahabi, No. 2008-2472 (April 20, 2009)

우표로 본 인물과 역사

드 브로이 [de Broglie, Louis Victor (Pierre Raymond), 1892. 8. 15 ~ 1987. 3. 19]





프랑스의 이론물리학자인 드 브로이는 명문 귀족 브로이가(家) 출신으로, 제1차 세계대전 중에 육군의 무선부에 들어가 에펠탑에서 근무하며 물리학의 기술적 문제를 연구하였다. 대전 후에 실험물리학자인 형 모리스의 연구에 자극을 받아 양자(量子)에 관한 이론적 연구를 시작하여 1924년 〈양자론의 연구〉라는 논문에 물질파(物質波:드브로이파라고도 불린다)에 관한 견해를 제시하였다.

전자파(電子波)의 실재에 대해서는 1927년 C.J.데이비슨과 L.H.저머가 니켈의 결정을 사용해 전자파의 회절(回折)을 실증함으로써, 물리학은 새로운 전환기를 맞아 파동역학(波動力學)의 연구가 시작되었다.

그 후 소르본대학 강사, 푸앵카레연구소 교수, 1932년 파리대학 교수가 되어, 파동역학 연구에 전념하였다. P.디랙의 전자론, 빛의 이론, 스핀을 가진 입자의 일반론, 핵물리의 응용 등을 논하였고, 양자론에서 인과율(因果律)의 문제를 다시 제기하여 주목을 끌었다. 1929년 파동역학 연구의 업적으로 노벨물리학상을 수상했으며, 프랑스 최고의 훈장인 레지옹 도뇌르 훈장을 수상했다.

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

경제회복 이후의 심사적체

우리에게도 발등에 떨어진 불인가?



그림1. AIPLA Alan Kasper 회장의 격의 없는 인사말

들어가며

아직은 세계 경제가 활황에 접어들었다고 하기는 어려운 상황이다. 대개 깊은 경제위기의 늪에서 벗어나면 곧 기회의 시간이 다가온다는 기대감을 갖게 되지만, 세계 경제는 아직도 어디서 터질지 모르는 경제위기의 여파에 근심하고 있다. 그리스와 스페인을 비롯한 유럽 경제가 들썩이기 시작하면서, 경제회복에 대한 기대감과 자신감이 다소 주춤하고 있다. 그래서인지 아이슬란드의 화산폭발의 여파로 화산재피해에 대해서도 심각한 시각들이 던져지기도 했다. 유럽의 주요 공항에 항공기가 이착륙하지 않아 발생할 물류흐름의 차단과 여행객들의 주춤한 발걸음을 수많은 언론사들이 곧바로 '항공대란'이란 제목으로 전 세계로 퍼뜨린 것만으로도 가히 짐작할 수 있다.

하지만 그럼에도 불구하고, 최근의 경제상황을 지구단위의 위기로 보기보다는 경제권역단위의 위기로 보는 견해가 일반적이다. 그만큼 유럽 일부 국가의 경제위기상황이 주는 여파는 세계경제가 어느 정도는 탄력적으로 수용할 수도 있다는 자신감이 공유되고 있다고 할 수 있다. 끝까지 비관론을 고수한다면, 이런 지역적인 경제위기가 확대될 위험이라든지, 최대한 위기감의 고조를 억제하려는 의지가 실제 규모의 경제적 충격을 왜곡하여 전하고 있다고 할 수도 있을 것이다.

하지만, 소비재 제품에서 기간산업 위주의 기술개발로 기수를 돌렸던 일본의 유수기업들이 다시금 소비재 분야에서의 신제품을 출시하고, 다시금 전 세계 자동차 시장이 기술경쟁력으로 우위를 점하고자 하는 분위기가 조성되고 있으며, 애플과 삼성이 각각 4



그림 2. 우리 기업의 심사적체 관련 의견을 발표한 삼성코닝정밀소재의 이용관 부장

세대 아이폰과 고사양의 안드로이드폰을 출시하여 기술경쟁을 부채질 하고 있는 점에서도 경기회복의 분위기를 발견할 수 있다.

이와 궤를 같이 하여, 기술경쟁은 곧 특허경쟁으로 이어지게 된다. 기술의 가장 효율적인 보호책으로 마련된 것이 특허제도인 만큼, 기업의 지식재산 전략은 더욱 강화되고 세련되어질 뿐만 아니라, 양적인 증가도 예측할 수 있다. 그런 점에서 우리 특허청을 비롯해서, 각국 특허청에는 세계적인 경제위기 상황에서와는 다른 특허의 양적 증가와 더불어 질적 향상에도 대비해야 할 필요가 생겼다.

과거만큼의 양적인 증가는 없다고 하더라도, 기업마다, 특히 기술우위를 점하기 위한 치열한 전쟁에 참가한 기업들에게서, 특허의 질적 향상을 위한 노력이 지속적으로 경주된 결과, 출원기술에 대한 심사 역시 질적인 제고 노력이 필요하게 되었다고 할 수 있다.

그런 점에서 비록 우리 내부의 논의는 아니지만, 전 세계 IP 트렌드의 한 흐름을 만들고 있는 AIPLA라는 민간 기관이 주체가 되어 진행된 콜로키움의 내용을 간략하게나마 소개하는 자리를 가졌으면 한다.

콜로키움의 개요

AIPLA는 미국의 IPO, 일본의 JIPA, 유럽의 Business Europe이 참여하는 민간 차원의 3극 IP 유저회의에 참가하고 있는 기관으로서, 지식재산관련 입법에 상당한 입김을 불어넣고 있는 조직이다. 미국에 근거를 두고 있지만, 미국 이외에 유럽지역을 순회하면서 해마다의 IP 관련 주요 논의 주제를 정하고, 각국 특허청과 관련 IP 기관들을 초청하여 각계의 의견을 듣고 토론을 하는 자리를 열고 있다.

지난 6월 16일에 웰컴 리셉션을 시작으로 18일까지 3일간 계속된 이번 콜로키움은 FICPI 라는 유럽기반의 협력단체와 함께 유럽지역을 순회하면서 갖는 세미나로서, 올해는 'Patent Backlog'를 주제로 하여, 미국 특허청(USPTO), 유럽 특허청(EPO), 영국 특허청(UKIPO), 중국 특허청(SIPO), 한국 특허청(KIPO)를 비롯해서, 덴마크나 네덜란드 등의 유럽 내 주요 국가 특허청 관계자를 초빙했으며, 민간 단위에서는 한국지식재산협의회(KINPA)를 비롯해서, 미국의 IPO, 일본의 JIPA, 유럽의 Business Europe은 물론 영국의 소규모 IP 조직까지도 초청되었다.

참가자들을 나라별로 보면, 호주, 브라질, 캐나다, 중국, 대만, 덴마크, 프랑스, 독일, 이탈리아, 일본, 멕시코, 스페인, 스웨덴, 스위스, 영국, 미국으로 우리나라를 포함해서 17개국에서 80여 명의 IP관계자들이 참여한 전문가들의 모임이었다. 이전의 미국 IPO의 Anuual Meeting과 비교해서 드러나는 차이점으로, IPO의 경우는 대체로 inhouse IP counsel의 참여가 많은 반면, 이번 콜로키움에서는 외부 변리사나 Law firm 등에서 종사하는 전문가들의 참여가 많았다는 점을 꼽을 수 있었다. 해외의 다양한 성격의 국제적 행사들을 통해서 한 가지의 이슈에 대해서도 얼마나 다른 의견들이 쏟아져 나오는지 확인해야 할 필요를 느끼게 된다.

이번 행사가 개최된 영국 스코틀랜드의 에든버러를 비롯해서, 프랑스 남부 휴양도시인 니스 등과 같은 풍광이 뛰어난 원격지에서 회의를 개최함으로써, 보다 집중되면서도 허심탄회한 회의 분위기를 조성하고 있다.

논의 주제

이번 콜로키움을 통해서 심사적체 문제에 대한 기본적인 해결방안은 크게 특허청 간 상호협력을 통한 work-sharing 및 recognition, 그리고 PPH(특허심사하이웨이) 및 PCT 등 기존 제도의 적극적인 활용으로 제시되었다.

심사적체가 문제가 되는 것은 한마디로 특허출원에 대한 심사가 지연됨으로써 발생하게 되는 적지 않은 금전적 손해에 있다고 할 수 있다. 기업의 활동이 금전적으로 평가되지 않는 것은 없기에, 이 손해의 발생요인을 살펴보면, 첫째로 지식재산권의 시간적인 불명확성으로 인한 손해가 발생할 수 있다는 점이다. 다시 말해, 권리의 발생 여부가 불확실함으로써 특허를 통한 제품화 등의 사업적 판단의 불명확성이 발생할 수 있으며, 권리보호를 통한 제품의 보호기능이 약화된다는 점이다. 이는 경우에 따라서는 동종기업 간의 치열한 경쟁 구도에서 자칫 열세에 처하게 될 수 있는 요인이 된다. 이러한 점에서 경쟁기업을 자사의 기술경쟁력으로 앞지르기 위한 노력을 약화시키는 결과를 가져올 수 있으며, 적극적인 권리주장의 근거를 불확실하게 할 위험이 있다.

둘째로, 고도의 기술을 가진 기업을 매입하거나 이들 기업이 가진 우수한 지식재산을 매입하기 위한 전략에도 불확실성을 주게 되고, 특허가 장기간의 미등록됨으로 인한 관련 예산의 증가도 심사적체의 문제점으로 꼽을 수 있다. 기업이 예측한 권리획득의 시기가 짧게는 수 주에서 길게는 수년에 걸쳐 지연이 되는 상황이 전개된다면, 과연 특허라는 권리를 획득하는 것에 경제적 가치가 있을지 하는 의구심을 갖게 될 것이다.



그림3. USPTO 대표에게 유난히 많은 질문이 쏟아졌다.

해결방안의 모색

2010년 3월 10일 미국 특허상표청(USPTO)의 언론보도에 따르면, USPTO와 영국 지식재산청(UKIPO) 양 기관은 특허출원과 심사적체를 해소하기 위한 공동계획안을 추진해 나가기로 상호 합의하였다. 특히 USPTO의 David Kappos 청장은 심사적체의 해소를 최상위의 정책과제로 삼아 이를 추진하되, 기본적인 해결방안의 틀은 양 청간의 work-sharing을 기본 토대로 하겠다고 언급하였다. 간단히 말해서, 출원과 출원에 따른 심사의 결과물을 미국과 영국 특허청 간에 공동 사용함으로써, 이중 출원에 의한 심사적체를 우선적으로 피하겠다는 의도인 것이다.

이는 현재 양국 간의 합의만 나온 상황이지만, 현재 유럽 특허청을 비롯한 3극 특허청 간에는 이미 심도 깊은 논의와 합의가 이루어진 상황이다. 이러한 움직임에 대해서, 문화와 언어와 법체계가 유사한 두 개의 나라가 이런 논의를 시작했다는 점에 대해서는 시기적으로 매우 늦은 감이 있지만 심사적체 해소를 위해서는 시급히 선행되어야 할 사항이라는 의견이 대체적이다.

결국 대체적인 각국 특허청의 의견은 심사적체 해소를 위해 개별국의 특허청에서 특허심사에 활용했던 판단자료들을 서로 공유하고, 상대국의 특허등록결정을 신뢰하여 자국 출원이 개시되었을 때에, 상대국의 판단자료와 등록결정을 기초로 특허를 조속히 내준다는 것으로 귀결하고 있다. 물론 이러한 절차를 위해 향후 보다 세분화된 논의가 진행되어야겠지만, 어쨌든 협의의 방향은 확고히 세운 상황이라고 할 수 있겠다.

일부 발제자 가운데에는 PCT 활용에 대한 열렬한 지지자도 없지 않았다. 우리나라는 물론이고 많은 개발도상국들의 PCT이용률이 증가하고 있고, WIPO에서도 앞으로 발표할 PCT Ⅱ를 통해 심사적체의 문제에 중점적으로 대응할 방침이라고 하여, 이에 대한 기대감을 높여주었다. 또한 이미 PCT를 활용하여 출원업무를 전개하고 있는 patent lawyer나 attorney 들의 지지를 받고 있는 것을 확인할 수 있었다.



그림4. 각국 특허청에서의 의견발표 중 특허청 김창룡 차장이 패널로 참석(왼쪽에서부터 일본, 한국, 중국, 프랑스 대표 순)



그림5. 패널과 청중이 따로 없는 열띤 토의 분위기

추가로 연구가 되었으면 하는 사례의 하나는, 유럽 내 국가 간의 협력활동이다. 유럽 특허청 EPO는 유럽이라는 광대한 지역에서의 효율적인 특허정보의 활용과 국가 간 상호협력을 위한 다채로운 활동을 전개하고 있다. PCT나 EPC, 유럽 내 국가 간 1:1 공조협약, Paris Criteria와 같은 협약차원의 노력이나, Euro-first, National first, PCT SA, Euro-second 등과 같은 출원심사시스템의 운영 노력 등에도 주목해 볼 필요가 있을 것 같다. 다자간 혹은 양자 간 협력과 노력의 결과를 벤치마킹하고 평가해 보는 것으로도 보다 효율 높은 특허시스템을 구축하기 위한 노하우가 되리라 기대해 본다.

그 외에 특허청별로 심사인력의 증원이라든지 예산의 증액 등을 추가적인 대안으로 제안하는 등 일련의 후속대응 논의가 있었다. 대체로의 논의는 특허청 간의 특허상호인정과 정보공유에 초점이 있었지만, 소수이기는 하지만, 기업 수준에서는 일부 파격적인 의견도 없지 않았다. 특허 확보 노력과 비용에 대한 의심으로 볼 수도 있는데, 특허권 획득 이외의 방법으로 사업을 추진할 수 있다는 내용이었다. 특정한 기술 분야의 기업인 경우, 기술의 공개 없이 일정한 컨소시엄이나 표준화단체를 설립하여 대응해 나가겠다는 것이다. 특허출원으로 인해서 발생할 분쟁의 위험을 배제하고, 기술 공개를 제한하여 특허를 통한 기술보호가 아니라, 특정기업 간 기술라이센스 계약을 체결하거나, 공정거래나 영업비밀 보호 등의 경제관련 법률을 통한 보호전략을 활용하겠다는 취지인 것이다.

기업은 기술의 보호와 활용을 위해서 가장 효율적인 방법을 선택할 수밖에 없다. 그것이 특허를 통해 확보할 수 있다면, 특허를 획득하기 위한 노력에 경주를 하겠지만, 만일 특허를 통한 권리의 확보와 보호가 예상을 넘어서는 정도의 기간과 비용이 소요된다면, 또 다른 방안을 모색할 수밖에 없다. 특허제도가 국가의 심사권을 통해서 창설되는 권리라는 점에서 다분히 정책적이고 행정적인 요소가 스며들게 되지만, 그러한 요소들이 권리의 발생 자체를 방해하는 역기능을 할 때엔 권리획득과 보호를 위한 제도로서 의심을 받을 수밖에 없는 것이다.

특허제도가 앞으로도 유효하게 기능하리라는 점에 대해선 별다른 의심은 없지만, 기업들이 취하는 다양한 기술전략 가운데서 가장 효율적인 방안이 특허권의 활용이라는 점은 인식이 되도록 해야할 것이다. 보다 적극적으로 국제적인 기술동향과 기술전략에 민감해지지 않으면 안 되는 이유인 것이다.



그림6. 콜로키움 이후 일정으로 이루어진 Business Europe 본부 방문 (좌로부터 벨기에 김희태 주재관, 필자, BE 사무국의 IP담당 어드바이저 Ilias Konteas, 삼성코닝정밀소재 이용관 부장, LG화학 이혜라 과장)

결론

심사적체의 문제가 가시화되고 있는 상황에서, 우리 특허청이 실시하고 있는 3 Track Prosecution System을 미국 특허청에서도 도입하겠다는 계획도 들을 수 있었다. 물론, 한국 특허청의 선도적인 정책을 도입하겠다는 표현은 없었고, 미국 특허청이 새로이 도입을 계획하고 있는 계획이라는 소개를 들을 수 있었다.

비록 이런 점 때문만이 아니라도, 세계적인 IP 이슈를 논의하는 자리에 우리의 활동이 매우 저조했다는 점에서는 반성하지 않을 수 없다. 우리 정부뿐만 아니라, 기업과 변리사 단체는 물론이려니와 한국발명진흥회와 같은 공공기관에서의 역할이 충분치 않았음을 애석하게 느낄 수밖에 없었다.

너무 단출한 리뷰였지만, 전 세계적인 이슈에 대해, 안타깝게도 논의의 핵심은 주요 특허 3극의 관계자들에 집중이 되었음을 다시 한번 확인하는 자리였다. 앞서 언급한 참여국들의 면면을 보면, 경제개발과 기술개발의 도상에 있는 나라들의 특허제도에 대한 관심이 점점 고조되어 가는 것도 확인할 수 있었다. 우리가 해외에 출원하는 비중이 해외 기업이 우리 특허청에 특허를 출원하는 것보다 높다는 점에서도 드러나는 사실이지만, 이들이 특허라는 측면에서 한국을 대하고 평가하는 것은 경제규모에 비해 다량의 특허를 생산해 내는 나라이고, WIPO를 비롯한 각국 특허청의 다양한 출원시스템을 적극적으로 이용하고 있는 나라라는 인식에 시발점이 있는 것 같다는 인상도 지울 수 없었다.

소위 우리가 출원서비스를 이용하는 최대 고객의 하나라는 점에서 대우받는다기보다는, 가장 효율적인 출원 · 심사시스템과 고품질의 특허가 출원되는 나라라는 인식으로 인정받는 시기가 보다 앞당겨지기를 기대해 본다. 특히 국제무대에서 능숙하게 논의를 진행하고, 논리를 펼치는 힘과 지혜를 더욱 기르지 않으면, 저들의 눈에 한국은 단지 특허서비스의 소비자로 비칠 뿐이다. 한국발명진흥회



그림7. 콜로키움이 있던 영국 에든버러의 에든버러성 앞에서



이 태 원 계장

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

유명 상표의 부정경쟁방지법을 통한 보호

(1) 甲은 국내에서 A 상표를 신발류에 대해 등록을 받은 상표권자이며, 갑의 A 상표는 신발류에 대해 매우 저명하다. 최근 乙은 A 와 동일한 상표를 신발과 비유사한 의류에 대해 상표등록출원을 하였다. 갑이 을의 상표등록을 저지할 수 있는가?

(2) 乙이 출원한 상표가 등록을 받지 못하였다고 가정한다. 乙이 A 와 동일한 상표를 의류에 대해 사용하고 있는 경우, 甲이 상표권에 기해 乙의 사용을 금지시킬 수 있는가?

(3) 甲이 乙의 의류에 대한 A 상표의 사용을 부정경쟁방지법을 통해 금지시킬 수 있는가?

(4) 만일, 乙의 A 상표가 상표권 설정등록이 되어 있는 경우, 甲이 乙에게 부정경쟁방지법을 통해 금지시킬 수 있는가?



Ⅰ. 상표권의 효력 범위

상표법은 상표사용자의 업무상의 신용유지를 도모함과 아울러 기만적이거나 오인을 불러일으키는 상표의 사용으로부터 일반수요자의 이익을 보호함을 목적으로 한다. 이를 위하여 상표법은 상표권자에게 지정상품에 관하여 등록상표를 독점 사용할 권리를 인정하는 한편(§50), 법률상 정당한 권원없는 타인에게는 등록상표와 혼동가능성이 있는 상표를 사용하지 못하게 하고 있다. 이러한 상표권의 금지적 효력은 상표권의 기본적인 효력인 사용권을 보다 실질적으로 보장하기 위하여 인정된 권리이다.

즉, 상표권은 설정등록에 의하여 발생하며(§41①), 상표권자가 지정상품에 관하여 등록상표를 독점적으로 사용할 수 있는 전용권(專用權)으로서의 적극적 효력과 권원없는 타인의 무단사용을 금지할 수 있는 금지권(禁止權)으로서의 소극적 효력으로 구성된다. 즉, 상표권의 본래적인 효력은 등록상표를 지정상품에 사용하는 것을 말하지만, 상표법은 상표권의 전용권을 실효적으로 보호하고 상품출처에 대한 수요자의 오인·혼동을 방지하기 위하여 상표권의 배타적인 효력이 미치는 범위를 등록상표 및 지정상품과 유사한 범위에까지 확장하고 있는 것이다.(§50, §66①ⅰ)

Ⅱ. 甲은 乙에게 등록배제효를 행사할 수 있는가? (설문 1의 해결)

1. 비유사 상품에 대한 등록배제효 인정 여부

상표법은 등록주의를 채택하여 등록에 의해 독점 배타권을 부여하고 타인의 등록상표와 동일, 유사한 상표를 등록받거나 사용하는 것을 일률적, 정형적으로 금지하는 규정이다. 하지만 비유사 상품에 대해서도 상품출처의 혼동이 발생할 수 있고, 인용상표가 주지, 저명하다면 이러한 혼동은 더욱 발생할 염려가 있다. 따라서 일부 규정에서는 타인의 출원을 배제하는 등록배제효의 범위를 비유사한 상품에 대해서까지 확장하고 있다.

또한, 상표법은 등록 전 상표심사의 완전성을 확보하기 위해 제3자로부터 정보제공이나 이의신청을 받고 있고, 등록의 완전, 공정성을 사후적으로 보장하기 위한 제도로서, 하자 있는 부실 권리를 소급적으로 정리하기 위해 상표등록무효심판이라는 제도를 두고 있다. 甲은 이러한 제도를 통해 乙의 상표의 등록을 저지할 수 있다.

2. 법 제7조 제1항 제10호

(1) 의의 및 취지

수요자 간에 현저하게 인식되어 있는 타인의 상품이나 영업과 혼동을 일으키게 할 염려가 있는 상표는 등록을 받지 못한다. 동일·유사한 상품뿐만 아니라 이종상품 및 이종영업에 이르기까지 특정인의 상표로 일반소비자에게 현저하게 인식되어 있는 상표를 소위 저명상표라 하며, 저명상표는 그 상품의 우수성 때문에 대중의 심리에 양질감 내지 저명감정을 획득하고 있어 그 자체가 상품과 영업의 출처를 표시하는 경우가 대부분이다.

따라서 상표법은 저명한 상품 또는 영업과의 혼동으로 인한 부정경쟁을 방지하고 수요자의 이익을 보호하기 위해 형식적 유사의 개념을 벗어나 저명상표와 혼동의 염려가 있는 상표를 부등록사유로 규정하고 있는 것이다.

(2) 비유사 상품에 대한 적용

저명한 상품이나 영업에 있어서의 혼동은 상표 또는 상품의 면에서 비유사의 영역에까지 미친다. 저명한 타인의 상표 등과 동일·유사한 상표가 이들이 사용되는 상품 및 영업과 비유사한 영역에 사용될 경우에도 혼동이 발생할 수 있다. 다만 비유사상품 사이에 혼동이 일어난다고 하기 위하여는 저명한 타인의 영업상의 신용에 편승하여 고객을 부당하게 유인할 정도의 경업관계 내지 양 상품 사이에 저명한 상품 및 영업에 화체된 양질감이 이전될 수 있을 정도로 경제적인 유연관계가 존재할 것이 요구된다.

사실관계에서 오늘날 기업경영의 다각화 경향 및 패션업체의 토털패션화의 경향 등에 비추어 볼 때, 수요자는 乙의 의류 역시 甲 혹은 甲의 관련업체에서 만들어 그 품질이 보장될 것으로 혼동할 우려가 있

다. 따라서 본 규정에 의하여 乙의 등록상표는 무효가 가능할 것이다.

3. 법 제7조 제1항 제11호

(1) 의의 및 취지

상품의 품질을 오인하게 하거나 수요자를 기만할 염려가 있는 상표는 식별력이 있는 경우에도 등록을 받을 수 없다. 상품의 품질보증기능 및 출처표시기능을 보호함으로써 상품의 품질오인 또는 출처의 혼동으로부터 생길 수 있는 일반수요자의 불이익을 방지하고 상거래질서를 유지하기 위한 공익규정이다.

(2) 수요자기만의 요건

판례는 '상품출처의 오인을 초래하여 일반수요자나 거래자를 기만할 염려가 있는 상표의 등록을 거절함으로써 일반수요자나 거래자를 보호'하기 위한 규정이라 하여 본 호의 후단을 제9호 및 제10호 이외에 상품출처의 혼동을 방지하기 위한 또 다른 규정으로 보고 있다.

본 호의 규정이 적용되기 위해서는 ⅰ) 인용상표나 그 사용상품이 반드시 주지, 저명하여야 하는 것은 아니지만 적어도 국내의 일반거래에 있어서 수요자나 거래자에게 그 상표나 상품이라고 인식될 수 있을 정도로 알려져 있어야 하며, ⅱ) 출원상표의 지정상품이 인용상표의 사용상품과 동일 · 유사해야 함이 원칙이다.

다만, 인용상표의 구체적인 사용실태나 두 상표가 사용되는 상품사이에 경제적인 견련의 정도 기타 일반적인 거래의 실정 등에 비추어 그 상표가 인용상표의 사용상품과 동일 또는 유사한 지정상품에 사용된 경우에 못지않을 정도로 인용상표권자에 의하여 사용되는 것이라고 오인될 만한 특별한 사정이 있다고 보이는 경우라면, 비록 인용상표의 사용상품과 동일 또는 유사한 지정상품에 사용된 경우가 아니라고 할지라도 본 호가 적용될 수 있다.

사실관계에서 토털패션화의 경향 상 신발류를 만드는 업체에서 의류까지 제조하는 것이 일반적이고, 甲의 상표가 저명하여 수요자도 乙의 의류를 甲이 만들었을 것으로 혼동할 가능성이 존재하므로 수요자 기만이 있다고 판단된다. 따라서 본 규정에 의하여 乙의 등록상표는 무효가 가능할 것이다.

4. 법 제7조 제1항 제12호

(1) 의의 및 취지

국내 또는 외국의 수요자 간에 특정인의 상품을 표시하는 것이라고 인식되어 있는 상표와 동일 또는 유사한 상표로서 부당한 이익을 얻으려 하거나 그 특정인에게 손해를 가하려고 하는 등 부정한 목적을 가지고 사용하는 상표는 등록을 받지 못한다.

제3자가 출처혼동의 우려가 없는 비유사한 상품에 출원하거나, 외국에서만 현저하게 인식되어 있는 상표와 동일, 유사한 상표를 출원한 경우에 상표등록을 허용함은 상표법의 목적에 반함에도 불구하고 적절한 거절의 근거가 없어 1998년 3월 1일부터 시행되었으며, 최근에는 모방상표로부터 효과적인 보호를 하기 위해 주지도를 제9호에서 제11호의 정도로 낮추었다.

상표제도가 국제화되고 파리협약상의 속지주의 원칙이 수정되고 있음에도 불구하고, 국제적으로 널리 알려진 외국상표들이 선원주의와 등록주의가 갖는 한계 때문에 적절히 보호를 받지 못해 통상마찰을 야기시키는 한편 국내 기업 간에도 특정인의 상품표지로 상당히 알려진 상표들이 이종상품에 대해서는 제3자에게 선점당하여 거래질서의 혼란을 초래해왔다. 이러한 문제점을 해소하고 상표권의 희석화를 방지하기 위한 규정으로 실익이 있다.

(2) 상표 및 상품의 범위

본 호는 국내외의 특정인의 상품출처로서 인식된 상표와 동일 또는 유사한 상표에 한하여 적용된다. 그러나 상품에 대해서는 아무런 제한이 없으므로 상표법 제7조 제1항 제9호 내지 제11호가 적용되기

어려운 경우에도 본 호의 규정이 적용될 여지가 존재한다.

(3) 부정한 목적

법문상의 부당한 이익을 얻으려 하거나 특정인에게 손해를 가하려고 하는 것은 부정한 목적의 예시이며, 원 상표권자가 국내 시장에 진입하는 것을 저지하거나 또는 대리점계약 체결을 강제할 목적으로 상표권자가 미처 등록하지 않은 상표와 동일 또는 유사한 상표를 출원한 경우 등을 의미한다. 나아가 저명상표와 동일 또는 유사한 상표로서 타인의 상품이나 영업과 혼동을 일으킬 염려는 없다하더라도 저명상표의 출처표시기능을 희석화하기 위한 목적으로 출원한 경우에도 부정한 목적에 의한 것으로 취급된다.

乙이 상표출원을 하는 시점에 이미 甲의 상표는 저명성을 인정받고 있었다는 점, 乙의 사용상품을 수요자들은 甲과 관련이 있는 것으로 오인을 할 수 있다는 점에서 乙에게 부정한 목적은 인정될 것이다.

III. 甲은 乙에게 상표법상 사용금지효를 행사할 수 있는가? (설문 2의 해결)

저명상표는 이종상품 간에도 오인, 혼동의 염려가 발생할 수 있다는 점에서 사용금지권의 범위가 비유사 상품에까지 확장된다는 적극설이 있으나, 상표법 제50조 및 제66조의 규정상 상표권 침해 행위는 동일, 유사범위로 한정하고 있으므로 소극설이 타당하며, 판례도 같은 취지이다.

따라서 乙은 비록 甲과 동일한 상표를 사용하고 있다고 하여도 비유사한 상품에 대하여 사용하고 있으므로 상표법상 사용금지효는 인정될 수 없다.

IV. 甲이 乙에게 부정경쟁방지법을 통해 사용금지를 할 수 있는가? (설문 3의 해결)

1. 상표법과 부정경쟁방지법과의 관계

상표법은 정형적인 보호를 목적으로 하는 것으로서 그 사용금지효를 유사범위까지 한정하고 있으나, 구체적인 혼동을 방지하기 위해 비유사상품을 사용하는 경우에도 혼동의 우려가 존재한다면 부정경쟁방지법을 통하여 사용금지효를 인정한다.

부정경쟁방지법과 상표법은 모두 영업상의 혼동초래행위를 금지시켜 공정한 경쟁을 보장하기 위한 경쟁법의 일부를 구성한다. 그러나 상표법은 상표등록이라고 하는 절차를 통하여 독점배타권을 창설, 부여함으로써 등록권리자의 사익보호를 꾀하는 점에서, 부정경쟁방지법이 등록의 유무를 불문하고 거래계에서 공시된 주지표지 일반의 모용행위를 금지함으로써 부정한 경쟁행위를 억제하고자 하는 것과 근본적인 차이를 보인다.

사실관계에서 乙의 행위가 부정경쟁행위로 판단받는다면 甲은 乙의 사용행위에 대해 부정경쟁방지법에 근거하여 사용금지를 요구할 수 있게 된다.

2. 乙의 행위가 부정경쟁행위인가?

부정경쟁행위를 유형화하여 보면, ⅰ) 특정한 동종업자의 이익을 침해하는 행위로서 상품주체혼동행위, 영업주체혼동행위 및 저명상표의 희석화 행위가 있고, ⅱ) 동종업자 전체의 이익을 침해하는 행위로서 원산지허위표시행위와 출처지오인야기행위가 있으며, ⅲ) 동종업자의 개인적인 이익은 물론 소비자의 이익 내지 공정한 국제거래를 저해하는 행위로서 상품질량오인야기행위 및 대리인 등에 의한 불법적인 상표사용행위가 있다.

乙의 행위는 이중에서 상품주체혼동행위에 해당할 가능성이 매우 높다. 상품주체혼동행위란 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 상표, 상품의 용기, 포장 기타 타인의 상품임을 표시한 표지와 동일 또는 유사한 것을 사용하거나 이러한 것을 사용한 상품을 판매, 반포 또는 수입, 수출하여 타인의 상품과 혼동을 일으키게 하는 행위, 즉 주지상표 등 모용에 의한 혼동초래행위를 말한다. 여기에서 혼동이란 함은 상품과 상품 사이의 혼동뿐만 아니라 상품주체간의 광의의 혼동까지 포함하는 넓은 개념으로 봄이 지배적인 견해이다. 또한 혼동은 반드시 현실의 혼동을 초래함을 요하지 아니하며 혼동의 구체적 위험으로 족하다.

甲의 A 상표는 "신발류"에 대해서 국내에서 저명한 상표로 알려져 있고, "신발류"와 "의류"는 최근의 토털패션화

경향에 비추어 볼 때 "신발류"의 제조업자가 "의류"의 제조를 하는 경우도 존재한다고 볼 수 있으므로 혼동의 가능성이 있다. 따라서 乙의 A 상표의 사용행위는 甲의 저명상표에 화체된 신용에 편승하고, 수요자에게 출처의 혼동을 유발하여 부당한 이익을 얻는 것을 목적으로 하는 상품주체 혼동행위에 해당한다 할 수 있다.

V. 갑이 을의 등록상표의 사용을 금지시킬 수 있는가? (설문 4의 해결)

1. 등록상표권의 적극적 효력

우리의 판례는 '어느 상표가 등록되면 비록 등록무효 사유가 있다 하더라도 심판에 의하여 그 등록이 무효로 선언되어 확정되기까지는 등록상표로서의 권리를 그대로 보유한다'는 심판전치주의의 입장에 있다. 결국, 타인의 선등록상표와 동일, 유사한 범위의 후출원상표권이 설정등록이 되는 경우에 선 등록상표권자는 후출원등록상표권자의 사용에 대해 그 무효 전까지 사용금지효를 행사하지 못하게 된다.

그렇다면 乙의 등록상표권이 소멸된 후라면 갑은 을의 A 상표의 사용을 금지시킬 수 있겠으나, 乙의 등록상표권이 소멸되기 전에도 사용을 금지시킬 수 있는지 문제가 된다.

2. 부정경쟁방지법 제15조와 권리남용

상표법은 부정경쟁방지법의 특별법의 성격을 가지고 있다. 이를 반영하여 부정경쟁방지법 제15조는 상표법등 다른 법률에 부정경쟁방지법과 다른 규정이 있는 경우에는 다른 법률의 규정을 적용하도록 하고 있어 상표법의 우선적용을 인정하고 있다.

이를 그대로 적용하게 되면, 乙의 A 의 사용행위에 대해 부정경쟁방지법은 동법 제4조를 근거로 사용금지를 요구하지만, 상표법은 동법 제50조를 근거로 사용가능을 보장하게 되어 두 법률이 충돌하는 문제가 발생하고, 상기 부정경쟁방지법 제15조를 근거로 상표법이 우선 적용되어 乙은 자유사용이 보장된다.

다만, 이런 결과를 인정할 경우 상표법의 등록주의를 악용하는 결과가 빈번히 발생하게 될 것이고, 수요자의 이익보호라는 상표법의 목적을 달성할 수 없게 된다. 따라서 판례는 상표법과 부정경쟁방지법은 상호 보완적인 것이어서, 상표법에 의하여 보호되는 권리일지라도 그 법에 저촉되지 아니하는 범위 안에서는 부정경쟁방지법이 적용될 수 있다고 해석한다. 예컨대 판례는 상표권의 등록이 자기의 상품을 타인의 상품과 식별시킬 목적으로 한 것이 아니고, 저명상표와 혼동을 목적으로 형식상 상표권을 취득하는 것이라면 그 상표의 등록자체가 부정경쟁행위를 목적으로 하는 것으로서, 가사 권리행사의 외형을 갖추었다 하더라도 이는 상표법을 악용하거나 남용하는 것이 되어 상표법에 의한 적법한 권리의 행사라고 인정할 수 없으므로 이러한 경우에는 본 15조의 규정이 배제된다고 본다.

따라서, 甲의 표지는 국내에서 저명하고, 양 상품 간 출처의 혼동이 존재하며, 乙의 상표등록 및 사용의 목적이 상품의 출처표시보다는 부정경쟁행위를 목적으로 하는 것으로서 상기 판례와 같이 부정경쟁방지법에 기한 사용금지 및 손해배상청구를 할 수 있다. 한국발명진흥회



손 지 원

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

무엇이든 물어보세요~!

출원인코드부여 신청은 어떻게 합니까?

• 출원인코드부여신청은 특허청 홈페이지 '특허로 홈페이지(http://www.patent.go.kr) → 출원신청 → 국내출원 → 출원신청사전절차 → 출원인코드부여신청'의 신청서를 작성하여 온라인으로 제출하실 수 있습니다. 또는 특허청 홈페이지(http://www.kipo.go.kr) 하단의 민원서식다운로드 → 민원서식 코너에서 출원인코드부여신청서를 다운로드해서 작성한 후 직접방문 접수하거나 우편으로 신청하시면 됩니다.

• 출원인코드부여신청은 수수료가 없으며, 한번만 부여받으면 향후 모든 특허절차 수행 시 계속 사용하실 수 있습니다.

• 출원인코드부여 신청서 작성 시 주의사항

- 인적사항기재 : 내국자연인인 경우에는 주민등록번호, 내국법인인 경우에는 법인등록번호를 반드시 기재하여야 하며, 외국법인 및 외국자연인인 경우에는 주민등록번호, 전화번호, 우편번호, 인감란은 기재하지 않아도 됩니다.
- 인적정보가 올바르지 않은 경우 : 만약 이 경우 출원인코드부여통지서를 부여받고 그 즉시 발견한 경우에는 접수담당자에게 가서 수정을 요구하고, 그렇지 않은 경우에는 "출원인코드 정보변경(경정)정정신고서"를 제출하여 인적정보를 수정하여야 합니다.
- 출원인코드부여신청 시의 인감에 대하여는 출원인의 아무 도장이나 사용 가능합니다. 다만, 추후 특허청에 제출하는 모든 서류에는 등록된(출원인코드부여신청시 날인한) 인감만을 사용하셔야 합니다.
- 출원과 동시에 출원인등록을 서면으로 신청하는 경우(직권등록을 이용하는 경우)에는 [출원인]란에 출원인의 [성명(명칭)의 국문표기], [성명(명칭)의 영문표기],[주민(법인)등록번호], [전화번호], [우편번호], [주소]란을 만들어 기재하셔야 합니다. 또한[취지]란 다음의 기명 · 날인과는 별도로 반드시 [첨부서류]란이 있는 면의 다음 면에 [출원인 000의 인감]란을 만들고 인감을 날인할 수 있는 4cm*4cm의 격자를 만들어 출원인의 인감을 날인하여야 합니다.

출처 특허청 홈페이지



디자인 도면 작성 사례

사례) X사는 "볼펜"의 디자인 A를 창작하여 디자인등록을 받고자 한다. 그런데 디자인 A는 뚜껑과 본체로 구성되어 있고, 뚜껑부분은 전부가 투명하다. X사로부터 상기 디자인 A에 관한 디자인등록출원절차를 위임받은 변리사 甲이 디자인 A를 출원하기 위하여 출원서에 첨부하여야 하는 도면의 역할과 그 역할을 다하기 위하여 어떻게 작성되어야 하는가에 대하여 기술하시오.

Ⅰ. 문제의 제기

X사가 창작한 볼펜디자인 A는 뚜껑과 본체로 구성되어 있고, 뚜껑부분은 전부가 투명한 것이므로 먼저, 이에 대한 디자인보호법상 법적 의미를 검토하고, X사로부터 상기 디자인 A에 관한 디자인등록출원절차를 수행하기 위하여 작성되어야 할 도면의 역할과 그 역할을 다하기 위한 작성 방법에 대하여 검토한다.

Ⅱ. 볼펜디자인 A의 법적 의미

X사가 창작한 볼펜디자인 A는 뚜껑과 본체로 구성되어 있고, 뚜껑부분은 전부가 투명한 것으로서, 먼저 디자인의 대상이 되는 물품은 볼펜으로 특정될 수 있다. 볼펜은 시행규칙 별표 4의 물품의 구분에 기재된 물품명으로 상기 디자인 A의 보호범위 해석에 전제가 된다. 또한, 볼펜디자인 A는 뚜껑과 본체로 구성되어 있으므로, 뚜껑과 본체가 결합한 상태뿐만 아니라, 뚜껑과 본체가 분리된 상태로도 특정이 가능하다. 즉, 상기 볼펜디자인 A의 실시 태양에 있어서, 뚜껑과 본체가 결합된 상태 또는 분리된 상태로 존재할 수 있는 바, 출원 시 도면에 상기 두 가지 실시 태양을 고려하여 표현해야 할 것이다. 한편, 상기 볼펜디자인 A는 뚜껑부분 전부가 투명한 물품으로서 투명색은 디자인보호법상 인정되는 색채의 일 종류이고, 뚜껑과 본체가 결합된 상태뿐만 아니라 분리된 상태에서의 외관이 유사하다는 특징이 있다. 따라서, 이와 같은 법적 의미를 갖는 볼펜디자인 A의 적절한 보호를 위하여 도면의 역할 및 도면의 작성방법을 이하 검토한다.

Ⅲ. 디자인보호법상 도면의 역할

1. 의의 및 취지

1) 도면은 출원디자인의 외관을 명확하게 도시하는 필수첨부서류를 말한다.(제9조제2항)

2) 디자인은 청구범위 기재에 의해 특정되는 기술적 사상인 발명과는 달리, 도면에 의해 적절하게 특정될 수 있는 바, 디자인보호법은 출원시 물품의 미적

외관을 특정한 도면을 반드시 첨부하도록 하고 있다.

3) 따라서, 도면은 ① 디자인보호법상 권리서, ② 디자인권의 보호범위 판단 기준, ③ 출원 · 심사, 심판 및 소송에서의 판단 대상, ④ 제3자의 디자인 창작 자료가 될 수 있다.

2. 구별 개념

도면에 갈음하여 사진 또는 견본을 제출할 수 있다.(제9조제3항) 사진 또는 견본의 제출 시 도면보다 그 디자인을 명확하게 표현할 수 있다는 장점은 있지만, 도면에 비해 권리범위가 더욱 협소해지고, 아이디어 착상 단계에서는 출원이 불가능하다는 단점이 있다.

3. 연혁 및 개정법의 태도

1) 2008년 1월 1일 시행법은 종래 도면 생략 사유를 매우 한정적으로 열거했던 것을 출원인의 편의를 위해 같은 도면이 여러 개 있는 경우에는 같은 도면 중 1개를 제외한 나머지 도면의 생략이 가능하고, 화상디자인에 대한 출원의 경우 정면도를 제외한 도면을 생략할 수 있도록 하였다.(시행규칙 제5조제3항)

2) 2009년 7월 1일 시행법은 종래 평면도와 저면도가 동일 또는 대칭인 경우 저면도만을 생략할 수 있었던 것을 출원인의 편의를 위해 평면도와 저면도 중 임의로 하나를 생략할 수 있도록 하였다.(시행규칙 제5조제3항)

3) 2010년 1월 1일 시행규칙은 종래 2차원 이미지 파일로 작성된 도면만을 제출하고, 도면의 형식에 있어서 제한이 많았던 것을 출원인의 편의를 위해 3차원 모델링 형태로 작성된 도면(3D 도면)도 제출할 수 있도록 하고, 도면의 개수와 작성방법을 임의로 선택할 수 있도록 하였다.

4. 도면의 종류 및 생략

(1) 필수 도면(기본 도면)

1) 입체 또는 평면디자인을 등록받고자 하는 경우, 디자인의 창작내용과 전체적인 형태를 명확히 파악할 수 있도록 1개 이상의 도면을 작성해야 한다. 또는 종래 사시도 및 정투상도법에 의한 6면도, 또는 표면도 및 이면도로 제출하는 경우 동일한 축척으로 도시해야 한다. 이 경우 2D 또는 3D 도면('3D 도면' 이란 디자인의 전체적인 형태와 특징을 파악하기 위하여 각 축과 각도를 달리하여 돌려 보기가 가능한 컴퓨터 3차원 영상 그래픽으로 표현된 도면을 말한다. 이 경우 디자인의 창작내용을 가장 잘 표현하는 화면을 정지화면으로 하여 제출함)을 제출할 수 있다.

2) 글자체디자인을 등록받고자 하는 경우, 시행규칙 별표6에서 정하는 지정글자도면, 보기문장도면, 대표글자도면을 도시하여야 한다.(시행규칙 제5조제2항)

(2) 참고 도면(부가 도면)

필수 도면(기본 도면)만으로는 물품의 디자인을 파악하기 어려운 경우 또는 그 디자인을 충분히 표현할 수 없는 경우 사용상태도 또는 전개도 · 단면도 · 절단부단면도 · 확대도 및 그 밖에 필요한 도면을 제출할 수 있다.

(3) 도면의 생략

(입체 또는 평면디자인을 등록받고자 하는 경우로서 종래 사시도 및 정투상도법에 의한 6면도, 또는 표면도 및 이면도로 제출하는 경우) 정투상도법에 의한 6면도의 경우 정면도와 배면도가 같거나 대칭인 경우에는 "배면도", 좌측면도와 우측면도가 같거나 대칭인 경우에는 "일방의 측면도", 평면도와 저면도가 같거나 대칭인 경우에는 "평면도" 또는 "저면도", 이외에 같은 도면이 여러 개 있는 경우에는 그 같은 도면 중 1개를 제외한 "나머지 도면", 항상 설치 또는 고정되어 있어 저면을 볼 수 없는 경우에는 "저면도", 액정화면 등의 표시부에 일시적으로 도형 등이 표시되는 화상디자인의 경우에는 "정면도를 제외한 도면", 표면도와 이면도가 같거나 대칭인 경우 또는 이면도에 모양이 없는 평면디자인의 경우에는 "이면도"를 생략할 수 있다.(시행규칙 제5조제3항)

5. 도면의 기재사항

(1) 디자인의 대상이 되는 물품

물품명 기재 시에는 시행규칙 별표4의 물품의 구분 중 특허청장이 고시한 물품의 명칭에서 1물품을 지정하여 기재하여야 하고, 명시되지 않은 물품에 대하여는 그 물품의 디자인을 인식하는데 적합한 명칭을 기재하되 그 물품의 용도가 명확히 이해되고 보통 사용하는 물품의 명칭이어야 한다. 다만 물품의 일반화된 명칭이 없고 그 명칭이 물품의 용도를 최소단위로 표현한 것이라면 "○○○용 부재"등의 명칭은 사용할 수 있다.

(2) 디자인의 설명

1) 도면 · 사진 또는 견본만으로는 그 물품의 사용목적 · 사용방법 · 재질 또는 크기 등을 이해하기 어려울 경우에는 그의 관한 설명

2) 물품이 가지는 기능에 의하여 변화하는 디자인(동적 디자인)에 있어서 그 변화의 전후에 걸친 물품의 형상 · 모양 · 색채 또는 이들의 결합에 관하여 등록을 받고자 하는 경우에는 그의 관한 설명

3) 출원서에 첨부된 도면 또는 사진에 색채를 가하는 경우에 백색 · 회색 또는 흑색 중의 어느 하나를 생략할 수 있으며, 이러한 경우에는 그의 관한 설명

4) 디자인의 대상이 되는 물품의 전부 또는 일부가 투명한 경우에는 그에 관한 설명

5) 도면에서 길이가 생략된 경우에는 생략한 길이가 도면상의 몇 cm 생략되었음을 표시

6) 부분디자인을 디자인등록출원하는 경우에는 디자인등록을 받고자 하는 부분을 도면 · 사진 또는 견본에서 특정하고 있는 방법에 대한 설명

7) 도면(사진 또는 견본을 포함)에 대한 설명이 필요한 경우에 각 도면별 설명을 기재하여야 한다.

(3) 창작내용의 요점

1) 디자인권의 보호범위 판단 시 창작내용의 요점은 제외되기 때문에(제43조) 형식에 구애됨없이 디자인을 간결하고 명확하게 하게 기재할 수 있다.

2) 디자인등록출원하는 자는 디자인 창작내용의 요점을 쉽고 간결하며 명확하게 기재한다. 가능한 공지된 디자인과 비교하여 독창적이고 창작된 내용을 중심적으로 기재한다. 국내 널리 알려진 형상 · 모양, 자연물, 유명한 저작물 및 건조물 등을 모티브로 하여 창작한 경우에는 가능한 이들 형태로부터 독창적으로 창작한 내용을 중점적으로 기재한다. 문자수는 가능한 300자 이내로 작성한다.

6. 특유디자인의 요건

(1) 부분디자인의 경우

도면을 제출하는 경우, 등록을 받고자 하는 부분을 실선으로, 그 이외 부분은 파선으로 표현하여 등록받고자 하는 부분을 명확히 특정하고, 경계가 불명확한 경우 그 경계를 1점쇄선으로 명확히 도시한다.

(2) 글자체디자인의 경우

1) 글자체디자인의 도면은 별지 제6호 서식에 의하며, 시행규칙 별표6에서 정하는 지정글자, 보기문장 및 대표글자도면을 도시하여야 한다.(시행규칙 제5조제5항)

2) 디자인의 설명란에는 출원하는 당해 글자체디자인의 종류 및 사용목적 등에 관한 설명을 기재할 수 있다.

3) 창작내용의 요점란에는 공지된 글자체 디자인과 비교하여 독창적으로 창작된 내용을 중점적으로 기재하며, 등록요건을 판단하는데 도움이 되도록 창작된 글자체 디자인의 분류를 기재할 수 있다.

(3) 완성품과 부품의 경우

1) 디자인의 대상이 되는 물품란에는 독립 거래의 대상이 되는 물품명을 기재하고, 부품의 경우에는 그 용도가 명확하게 기재되어야 한다.

2) 다만, 부품의 용도가 명확하게 기재되지 아니한 경우(제11조제2항 위반)라도 이는 무효사유는 아니다.(제68조제1항) 따라서, 부품디자인에 대한 권리범위가 어디까지 미치는가가 문제되는데 이 경우 도면 등을 고려하여 권리범위를 한정적으로 인정해야 할 것이다.

(4) 캐릭터디자인의 경우

원칙적으로 도면 등을 통해 등록받으려는 캐릭터디자인의 창작내용과 전체적인 형태를 명확하게 파악할 수 있도록 1개 이상의 도면을 작성해야 한다. 다만, 특유디자인제도를 활용할 경우 각 특유디자인이 명확하게 특정될 수 있도록 도면 등을 작성해야 한다.

(5) 형상만의 디자인의 경우

형상만의 디자인에 대한 내부 여백에 대해서는 별도의 채색이 요구되지 아니하며, 디자인의 설명란에 이에 대한 설명을 별도로 기재할 필요가 없다.

(6) 문자디자인의 경우

1) 종래에는 문자는 디자인을 구성하지 않는 것으로 해석되었기 때문에 도시할 수 없었고, 물품의 사용상 불가결한 것, 물품의 일부분에 표시되어 있는 상표나 상호 또는 문자, 기타 정보 전달만을 위한 문자, 표지로서 디자인의 미감에 영향이 없는 것은 그대로 도시하되, 이 경우 디자인의 설명에 디자인등록의 대상에서 제외됨을 기재하여야 했다.

2) 그러나 현행법상 문자는 디자인을 구성하는 것으로 해석되는 바, 해당 물품의 외관에 문자를 적절히 표현할 수 있고, 오로지 정보 전달만을 위해 사용되고 있는 문자는 디자인의 설명란에 디자인등록의 대상에서 제외됨을 기재하지 않아도 무방하다.

(7) 동적디자인의 경우

1) 움직이는 것, 열리는 것 등의 디자인으로서의 움직임 또는 열림에 따라 디자인이 변화하는 것은 변화 전과 변화 후 상태의 도면을 각각 도시해야 한다. 예를 들어, 변화 전 · 후의 상태를 각각 영문자 대문자(A, B…순)를 적어서 구분하여 도시한다.

2) 디자인의 설명에는 그 변화의 전후에 걸친 물품의 형태에 관한 설명을 기재한다. 예를 들어, "변화 전 상태의 도면은 도면A 1.1부터 도면A 1.7까지, 변화 후 상태의 도면은 도면B 1.1부터 도면B 1.7까지"라고 설명하는 방식으로 그 구분 기준을 명시한다.

(8) 화상디자인의 경우

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 화상디자인에 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.

(9) 색채디자인의 경우

1) 도면에 색채디자인을 표현하고자 하는 경우 그 색채를 명확하게 도시해야 한다.

2) 도면 또는 사진에 색채를 가하는 경우에 백색 · 회색 또는 흑색(무채색) 중의 어느 하나를 생략할 수 있으며, 이 경우 그의 관한 설명을 디자인의 설명란에 기재해야 한다.

3) 물품의 전부 또는 일부가 투명한 디자인(투명색 포함)의 경우 겉에서 보이는 대로 도시하고, 그에 관한 설명은 디자인의 설명란에 기재해야 한다.

(10) 뚜껑과 본체가 분리되는 물품의 경우

조립된 상태의 도면 이외에 개개의 구성부분을 알 수 있도록 필요한 도면 및 단면 등을 첨가하여야 한다.

(11) 투명디자인의 경우

투명디자인은 겉에서 보이는 대로 도시한다. 또한 그에 대한 설명을 디자인의 설명란에 기재하여야 한다.

(12) 복수디자인의 경우

1) 1디자인마다 분리하여 표현하여야 한다.(제11조의2제1항단서) 또한, 도면의 식별항목명에 해당디자인의 일련번호를 부기하여야 한다.

2) 또한, 각각의 1디자인은 2D 도면이나 3D 도면으로 표현할 수 있다. 다만, 1디자인을 2D 도면과 3D 도면을 혼합하여 표현해서는 안되며, 2D 도면 또는 3D 도면 중 한가지로 통일되게 표현하여야 한다.

(13) 한 벌 물품의 디자인의 경우

1) 도면은 각 구성물품의 도면만으로 충분히 표현할 수 있는 경우에는 각 구성물품마다 1조의 도면을 제출하고, 구성물품이 상호집합되어 하나의 통일된 형태를 표현하는 경우에는 조합된 상태의 1조의 도면을 추가하여 제출하여야 한다.

2) 또한, 각 구성물품의 1디자인은 2D 도면이나 3D 도면으로 표현할 수 있다. 다만, 1디자인을 2D 도면과 3D 도면을 혼합하여 표현해서는 안되며 도면 또는 3D 도면 중 한가지로 통일되게 표현하여야 한다.

7. 도면과 관련된 흠결 시 효과

(1) 반려

1) 도면이 첨부되지 아니한 경우(복수디자인등록출원의 경우에는 도면이 디자인의 수에 부족한 경우) 또는 디자인의 대상이 되는 물품이 기재되지 아니한 경우에는 부적법한 서류로서 반려된다.(시행규칙 제2조)

2) 다만, 심사기준에 따르면, 복수디자인등록출원의 출원서에 기재된 디자인의 수와 첨부한 도면상의 디자인의 수가 일치하지 않은 경우 도면을 추가로 제출하는 보정의 경우는 요지변경에 해당하지만, 출원서에 기재된 디자인의 수를 첨부된 도면상의 디자인의 수에 따라 보정하는 것은 요지변경으로 보지 아니한다.

(2) 절차무효

창작내용의 요점 기재가 누락된 경우 방식 위반으로 취급되어 특허청장의 보정명령의 대상이 되고(제17조), 보정 불응시 출원 절차가 무효된다.(제4조의15)

(3) 공업상 이용가능성 위반(제5조제1항본문)

도면만으로 전체적인 형태를 파악할 수 없거나, 디자인의 설명과 디자인의 일련번호가 불명확한 경우 등에는 도면의 표현이 미비하여 구체성 결여로 공업상 이용가능성 위반이다.

(4) 1디자인 1출원주의 위반(제11조제1항)

2 이상의 물품을 도면에 표시하거나 2 이상의 물품명을 디자인의 대상이 되는 물품란에 병렬하여 기재한 경우 제11조2항 위반이다.

(5) 정당한 물품명의 기재(제11조제2항)

디자인의 대상이 되는 물품란에 기재된 물품명이 독립 거래의 대상이 되는 물품명이 아닌 경우에는 제11조제2항 위반이다.

8. 극복 방안

(1) 보정(제17조 및 제18조)

1) 반려 및 절차무효의 경우

반려사유에 해당하는 경우 도면을 첨부하거나 디자인의 대상이 되는 물품란에 적절한 물품명을 기재하여 이를 극복할 수 있다. 절차무효에 해당하는 경우 예를 들어, 창작내용의 요점란에 적절하게 기재하여 이를 극복할 수 있다.

2) 공업상 이용가능성 위반의 경우

요지변경이 되지 아니하는 범위, 즉 도면의 기재사항을 종합적으로 판단하여 최초 출원디자인과 보정된 디자인 간에 동일성이 유지되도록 도면을 보정하여 이를 극복할 수 있다.

3) 1디자인 1출원주의 위반의 경우

2 이상의 물품을 도면에 표시한 경우 하나의 물품을 제외한 나머지 물품에 관한 디자인을 삭제 보정함으로써 이를 극복할 수 있다. 2 이상의 물품명을 디자인의 대상이 되는 물품란에 병렬하여 기재한 경우 하나의 물품명을 제외한 나머지 물품명을 삭제 보정함으로써 이를 극복할 수 있다.

4) 정당한 물품명의 기재 위반의 경우

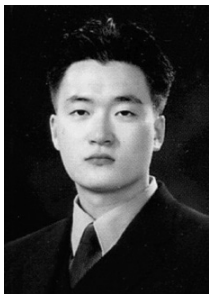
디자인의 대상이 되는 물품란에 기재된 물품명이 독립 거래의 대상이 되는 물품명이 아닌 경우 도면에 기재된 물품을 고려하여 요지변경이 되지 아니하는 범위 내에서 적절한 물품명으로 보정함으로써 이를 극복할 수 있다.

(2) 분할출원(제19조)

1디자인 1출원주의 위반의 경우로서, 1) 2 이상의 물품을 도면에 표시한 경우 하나의 물품을 제외한 나머지 물품에 관한 디자인을 삭제 보정하고, 이를 각각 분할출원하여 극복할 수 있다. 2) 2 이상의 물품명을 디자인의 대상이 되는 물품란에 병렬하여 기재한 경우 하나의 물품명을 제외한 나머지 물품명을 삭제 보정하고, 도면에 도시된 해당 물품을 각각 분할출원하여 극복할 수 있다.

Ⅳ. 사안의 해결

X사로부터 당해 출원에 대한 대리권을 위임받은 변리사는 권리서에 해당하는 도면을 반드시 출원서에 첨부해야 한다. 출원서 및 도면의 물품란에 볼펜이라고 기재해야 하고, 볼펜은 입체적인 물품으로서 예외적인 생략의 경우를 제외하고는 사시도 및 정투상도법에 의한 6면도를 모두 제출하거나 디자인의 창작내용과 전체 형태가 명확하게 파악될 수 있도록 1개 이상의 도면을 제출할 수 있다. 볼펜디자인 A는 뚜껑과 본체로 구성되어 있어 뚜껑과 몸체가 조립된 상태의 도면 이외에 개개의 구성부분, 즉 뚜껑과 몸체를 알 수 있도록 필요한 도면 및 단면 등을 표현하는 참고도면을 첨가하여야 하고, 뚜껑 부분의 전부가 투명하므로 겉에서 보이는 대로 도시하되, 이에 관한 디자인의 설명란에 그 취지를 기재해야 한다. 또한, 필요하다면 디자인의 설명란에 당해 물품의 사용목적, 방법, 재질 또는 크기 등에 대해서도 기재할 수 있다. 만약 볼펜디자인 A이 명확하게 특정된 도면을 제출하지 않을 경우 도면의 표현이 미비하다는 이유로 공업상 이용가능성 위반에 해당될 수 있다. 향후 디자인보호법은 신 헤이그 협정 가입의 선 조치로서 도면 기재 요건을 더욱 완화할 예정이다. 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

Column

발명강좌, 발명칼럼I, 발명칼럼II
발명특허 기네스, 시론, 지식재산강의
발명 365, 책과의 만남



냄새의 상품화

기업이란 무엇인가?

이 세상에는 참 여러 종류의 냄새가 있다. 맛있는 냄새, 역겨운 냄새, 구린 냄새, 향기로운 냄새…….

그런데 이상한 것은 불고기를 굽는 등 맛있는 냄새를 맡게 되면 식욕이 느껴지면서 저절로 배가 고파지고, 역겨운 냄새에는 고개가 돌아가며, 향기로운 냄새를 맡으면 무의식적으로 몸이 따라가려 한다는 것이다.

"그거야, 당연한 것 아니겠느냐?"

이렇게 말할 사람이 있을지도 모르겠다. 바로 그것이다.

지극히 당연하지만 인간의 심리나 본능을 세밀히 연구하여 이용할 수 있는 것은 최대한으로 다 이용하는 것이 기업의 원리다.

기업이란 무엇인가?

어떠한 사업을 계획함에 있어 영리를 목적으로 생산, 판매, 서비스 등의 경제활동을 계속하는 것이다.

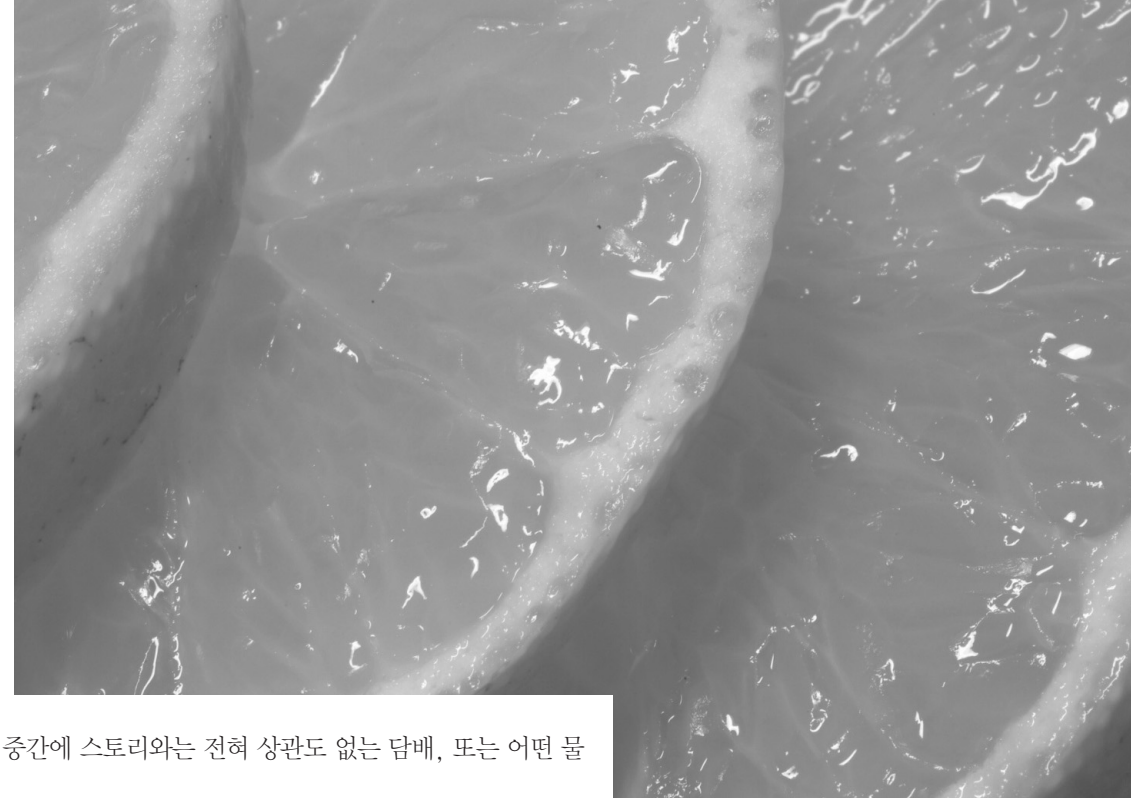


기업체를 운영하는 사람에게 있어서는 과감한 투자나 기업의 확장도 필요하지만, 주어진 환경에서 최대한의 효과를 얻어내는 것이 가장 확실한 성공의 비결이 아니겠는가.

그러므로 주위를 둘러보면 인간에게는 모든 것이 상품이고, 자원이라는 것을 알 수 있을 것이다. 어느 한 순간도 호흡하지 않으면 살 수 없는 공기, 주기적으로 마셔야 하는 물, 흙…….

그런데 정작 인간에게 꼭 필요한 것은 신선한 공기, 오염되지 않은 물, 식물이 생명을 유지할 수 있는 흙, 그리고 무의식적으로라도 따라가고 싶어하는 좋은 냄새 같은 것들이다. '견물생심'(見物生心)이라는 말이 있듯이 인간의 속성이란, 보면 갖고 싶고, 생각하면 행동으로 옮기고 싶어진다.

그래서 무의식의 속성을 이용하여 심지어 영화 등의 영



상매체에서는 영화를 상영하는 중간에 스토리와는 전혀 상관도 없는 담배, 또는 어떤 물건을 끼워 넣는다는 것이다.

이 사실은 영화를 보는 사람들은 전혀 눈치 채지 못하고, 눈에 보이지도 않지만 그 장면이 살짝 스치고 지나간 후에는 갑자기 담배가 피우고 싶거나, 그 물건을 사고 싶은 충동을 느끼기도 한다는 것이다.

물론 이런 점을 악용해서는 안 되겠지만, 어쨌든 인간의 무의식 속에 지닌 속성까지도 광고에 이용되고 있다는 사실은 우리를 놀라게 한다.

냄새를 이용한 발명품에는 고약한 냄새로 바퀴벌레나 기타 해충의 접근을 막는 바퀴벌레 향, 바르는 모기향, 뿌리면 접근을 못하는 향 등이 그것이다.

귤 향기의 상품화

미국의 캘리포니아 주에는 귤 향기를 팔고 있다. 물론 향기를 캔에 담아서 파는 것이 아니고, 향기를 뿌려주는 서비스를 하고 있다는 것이다.

켈리포니아 주를 달리는 고속버스는 중유에 귤의 향료를 넣어 사용하고, 또 차내에다 귤 향기를 뿌려준다.

이러한 서비스는 귤의 생산지로 유명한 지역의 특성을 살린 것이기도 하고, 과일 전문 생산업체인 한 회사의 광고 전략이기도 하다.

"흐음, 이거 귤이 먹고 싶어지는데……."

거리에 넘쳐흐르는 귤의 향기에 사람들은 과일 전문 생산회사의 과일을 생각하게 된다고 한다. 이 덕분에 그 회사는 판매량이 급증하였다.

요즘 첨단 경보시스템에 대한 사람들의 관심이 부쩍 늘어나고 있다. 그만큼 도둑들의 기술이 늘어나고, 흉폭해져 가고 있다는 말일 것이다.

그런데 냄새로 사람을 알아보는 장치가 개발되어 관심을 끌고 있다.

특히 그간 출입문에서의 안전시스템은 사람의 지문이나 또는 망막을 분석해서 등록된 사람이 아니면 출입을 거부하는 정도로 최첨단으로 여겼다.

그랬던 것이 사람의 후각보다 월등히 발달한 컴퓨터 센서의 개발로 기존의 첨단제품과 성능을 놓고, 자웅을 겨루게 된 것이다.



미국 보스턴에 있는 터프츠대학의 화학과장인 데이비드왈트와 신경과학의 존 카우어 교수에 의해 개발된 이 '예민한 코'는 섬유광학 센서와 신경 네트워크 소프트웨어를 결합해서 여러 종류의 냄새를 분간해 낼 수 있게 되었다.

이 발명품은 10개의 센서가 독특한 배열을 이루어 여러 가지 다른 화학물질이 결합된 반응을 분석해서 1백만 개 이상의 물질을 분간해낸다.

특허로 등록된 이 시스템은 사냥개보다 더 민감하다고 한다. 또한 출입문에서의 안전시스템에만 적용하는 것이 아니라 의료분야에도 무궁무진하게 적용할 수 있기 때문에 인류에 많은 혜택을 줄 것으로 보인다.

우선 환자의 숨이나 땀에서 일어나는 신진대사의 변화에 의해서 질병을 진찰할 수 있기 때문에 다른 어떤 의료기기보다 간단하다는 장점이 있다.

이뿐만 아니라 기름유출을 탐지하거나 각종 유해물질의 누출을 조기에 발견할 수 있어서 대규모의 사고를 방지할 수 있게 되었다.

이 발명품에 의한다면 앞으로 이런 시대가 올지도 모르겠다.

'앗, 이상한 물질이 나타났다. 코순이 1번, 물질의 정체를 파악하라!'

'응급환자다. 코돌이 2번은 환자의 상태를 진단하라!'

'코돌이 3번, 수상한 사람이 떴다. 대기하라.' (웃음)

솔잎향기의 상품화

미국 버몬트 주에 벌리판이라는 사람이 있었다. 그는 작업상 여러 사람을 상대하며 분주하게 살았다.

그 결과로 병을 얻은 그는 의사의 권유에 따라 요양을 하게 되었다.

"벌리판 씨, 더 이상은 안 됩니다. 조용한 곳을 찾아서 당분간 요양을 하셔야 나을 병입니다."

하는 수 없이 벌리판은 시골로 내려갔다. 그 곳은 소나무가 우거진 아름다운 곳이었다.



"음, 정말 좋은 냄새군. 머리까지 맑아지고 병이 다 낫는 것 같아."

벌리판은 특히 그 곳의 맑고 청량감이 넘치는 소나무 향기를 좋아했다.

'이 좋은 향기를 나 혼자서만 맡는 것이 아깝군. 도시에 사는 많은 사람들에게 이 향기를 전할 방법이 없을까?'

그는 건강이 회복되자 이런 생각을 하게 되었다.

그리고 오랜 궁리 끝에 솔잎 향기가 나는 비누를 개발했다. 이 비누는 아주 크게 인기를 누렸다.

'오, 정말 냄새 좋다!'

'오리지널 컨트리 소나무 향이다.'

요즘 시중에는 솔잎 향은 물론이고, 인삼 냄새, 살구향, 창포 향, 알로에 냄새

그 밖에도 여러 가지 향기를 내는 비누들이 나와 있다.

이젠 각자가 좋아하는 취향에 따라 아카시아, 재스민 등 향기 나는 비누를 마음껏 골라 쓸 수 있게 된 것이다.

냄새에 대한 사람들의 관심은 점점 더 높아져 가고 있다.

끝없는 향기의 가치

요즘 향기 나는 신사복도 개발되어 화제다.

'패션가의 왕 발명가. 히트상품 제조기."

이것은 코오롱상사 남성복 사업부에 근무하는 권대리에게 따라붙는 수식이다. 그도 그럴 것이 입사한 지 4년 밖에 안 된 권대리는 그 동안 개발한 제품들이 모두 '최초'라는 고리를 달았기 때문이다.

그는 재스민, 라벤더, 박하 향이 흘러 나와 머리를 맑게 해주는 향기 나는 양복을 개발했는데 세계 최초라고 한다.

그런가 하면 향기 나는 양말, 향기 나는 어린이 옷 등도 있다.

그것뿐만이 아니다. 향기가 나는 인쇄잉크가 개발되기도 하고, 냄새를 종이에 입히는 방법도 나왔다.

이른 아침, 새벽에 배달된 일간지를 펼쳐들면 제일 먼저 확 달려드는 것이 역한 기름 냄새이다. 그 냄새 대신 박하향이나 솔잎 향, 그리고 재스민 향이 솔솔 흘러나온다면 하루를 시작하는 사람들의 마음이 훨씬 여유가 있고, 또 기분이 상쾌해질 것이다.

어린이들은 대체적으로 공부하는 것을 싫어한다. 그런데 이런 방법은 어떨까?

"애야, 공부해라!"

대개의 경우 아이들에게 이렇게 말하면 이런 대답이 나온다.

"싫어요."

그런데 책이나, 노트에 이런저런 향을 입혀 아이들의 관심을 끄는 방법은 어떨는지.

"어머, 아무개야, 엄마랑 수수께끼 하자. 이 페이지에서 나는 냄새는 무슨 향기일까?"

"아, 그거요? 국화꽃 냄새요."

"그럼, 이 다음 페이지는?"

"그건 치즈 냄새인데요."

"그렇구나, 단원마다 식물, 동물 등의 냄새로 가득해."

"엄마, 이 필통과 연필에서는 장미꽃 그리고 아카시아 향이 나요."

이런 대화가 오고 간다면 아무리 공부를 싫어하는 아이라도 자연스럽게 책상 앞에 앉힐 수 있을 것이다.

그런데 요즘 어린이용 치약이 너무 맛있는 과일 향을 넣어 문제라고 한다. 치약의 향 때문에 칫솔질을 빨리 끝내게 된다는 것이다. 이런 것은 재고하는 것이 어떨지.

주부들이 냄새 때문에 골머리를 앓는 경우가 있다. 김칫독이나 냉장고를 열었을 때 등이다. 물론 냄새 먹는 하마를 넣거나, 탈취제 등을 이용하지만 근본적으로 해결은 곤란하다. 그러니 아예 냉장고 자체에 청량감을 맛보게 하는 향이 개발된다면 어떨까?

"여보, 냉장고 좀 그만 열어요."

"왜 그래, 냉장고 문을 열면 마치 숲 속에 앉아 있는 것 같은데. 말리지 말라고."

"전기 요금 올라가요!"(웃음)

이런 현상이 나타날까?

향기 관련 에피소드

그런데 향기에 관한 재미있는 에피소드가 있다.

"축전입니다."

어느 날, 집안에 앉아 잇는 한 중년 남성에게 전보카드가 배달되었다. 발신인을 보니 낯선 이름이었다고 한다. 남성은 중얼거리며 카드를 꺼냈다.

"누구지? 모르는 이름인데……."

그런데 카드를 여는 순간, 아주 상큼한 향기와 함께 아름다운 멜로디가 흘러나왔다.

"사랑해, 당신을……."

그때, 마침 옆에 있던 남성의 행동을 지켜보던 아내가 소리쳤다.

"사랑이 뭐 말라죽은 거여. 대체 어떤 여편네여?"

그러자, 중년 남성 왈,

"뭔 소리여? 이건 당신한테 온 거란 말이여, 어떤 놈팡이여?"(웃음)

아무튼 요즘 축하전보를 열면 향기가 나오고, 아름다운 멜로디도 나오는 세상이다.

그리고 어른들끼리 이야기지만, 어떤 조사보고에 의하면



여인들이 남성에게서 사랑을 강하게 느끼는 원인으로 남성이 얼굴이나 몸에 바르는 진한 향수냄새라고 지적했다. 그러니까 남성들이 사용하는 향수는 여인들에게 일종의 자극제요, 마취제 역할을 한다는 것이다.

남성들이여! 요즘 아내들이 좀 시큰둥하다고 생각되면 향수를 사보라. 그것도 아주 진한 향수로…….(웃음)

귤 향기로 사람을 유인하는 방법과 같은 맥락이라고 할 수는 없겠지만, 냄새로 코를 자극하여 매출을 올리기 위해 일부로 환풍기 출구를 도로로 빼놓는 음식점도 더러 있다. 그리고는 하루 종일 갈비 굽는 냄새, 혹은 생선 매운탕 끓이는 냄새를 흘러 보낸다.

속담에 '참새가 방앗간을 그냥 지나칠 수 없다' 고 했듯이 냄새 때문에 음식점 문을 미는 사람들도 많이 있으니까.

어쨌든 냄새도 잘만 이용하면 돈이 될 수 있다. 주부들이 사용하는 빨래비누에 향을 첨가한 것이 있는데, 이 때문에 보통 비누보다 훨씬 잘 팔리는 것을 볼 수 있다. 빨래비누 특유의 냄새 때문에 과거의 여인들은 사실 매우 곤욕을 치렀다. 그런데 단지 향을 첨가하여, '향 비누' 라는 이유만으로 여인들은 선호한다.

주위를 둘러보라. 향기를 이용하면 훨씬 좋아질 것들이 사실 많이 있다.

요즘 백화점에 가보면 조화를 만들어 내는 기술에 놀라지 않을 수 없다. 언뜻 보면 꼭 생화처럼 보여서, 만져 보고 냄새를 맡아 보아야만 생화와 조화를 구분할 수 있을 정도이다.

"어머, 꼭 진짜 같아!"

여인들은 이렇게 꼭 한마디씩 하는 것을 심심치 않게 들을 수 있다.

그런데 만일 이런 조화에서 진짜 향기가 난다고 가정해보라. 생명력이야 만들어낼 수 없겠지만 향기 나는 조화라면 생화에 비하여 손색없는 꽃이 될 것이다. 물론 개발 중에 있고, 더 흉내도 내고 있지만 아직 대중화되지는 못한 것 같다.

또 한 가지, 요즘 여성들에게 인기를 끌고 있는 것이 향기 나는 나무를 깎아 만든 방향목과 말린 꽃잎을 모아 만든 포프리(POT POURRI)이다.

방향 목은 있는 그대로, 포프리는 목욕탕, 거실, 방안 등 실내에 장식용으로 놓아두었다고 1~2개월에 한 번씩 물을 뿌려주면 다시 향기를 내뿜는데 반영구적이다. 그러면서도 천연의 향이어서 전혀 거부감이 없다는 것이 특징이다.

도전가치 충분

이런 천연 향을 좀더 다양하게 이용한다면 한결 향기로운 생활을 할 수 있지 않을까. 앞으로의 연구과제이다.

지하철역이나 사람들이 많이 다니는 곳에 등장한 것이 500원만 넣으면 구두를 닦아주는 구두 닦는 기계다.

아무리 집에서 깨끗하게 닦아 신고 나와도 바쁘게 다니다보면 먼지가 쌓이고, 따라서 귀중한 약

속이나 중요한 손님을 만날 때는 임시방편으로 손쉽게 구두를 닦을 수 있어 경제적이다. 그런데 이 방법을 이용하여 향기를 팔면 어떨까?

예를 들어서 맞선을 보기로 한 날, 혹은 점잖은 자리에서 사람을 만나기로 한 날 같은 경우이다.

이때는 물론 아침부터 이발소나 미장원에 가서 머리를 매만지고, 구두도 닦아 신고 옷이나 귀 뒤에 향수도 살짝 뿌렸을 것이다. 그런데 하루 종일 부산하게 움직이다 보면 향수냄새는 사라지고, 대신 땀 냄새나 담배 냄새로 온몸이 후줄근하게 절여지기 십상이다.

드디어 퇴근 후 밖에서 만나기로 한 레스토랑.

"어서 오십시오."

문 입구에서 종업원이 허리를 굽혀 인사를 한다.

안내를 받아 자리에 앉기 전에 '향 자판기'를 통해 온몸을 천연향으로 감싼 다음 손님과 만나게 된다고 가정해 보라.

틀림없이 좋은 결과를 얻을 수 있을 것이다. 세상은 자꾸 오염되고, 인구는 늘어나고, 환경은 점점 더 파괴되어 향기 대신 악취가 조금씩 세상을 지배하는 것을 볼 수 있다.

악취의 주범은 화장실, 하수구가 아니라 이젠 자동차가 내뿜는 매연, 휘발유 냄새, 그리고 거리의 쓰레기 냄새라는데 이의가 없을 것이다.

숨이 턱턱 막히는 여름에는 더욱 짜증나게 하는 것들이다.

이 때 맑은 공기, 향기로운 숲 속의 풀 냄새가 더욱 간절해진다. 이것을 통째로 도심에 옮겨놓을 좋은 방법은 없을까? 모든 사람들이 꿈꾸는 바일 것이다. 연구해 볼 문제다.

또 한 가지, 요즘 거식증이 만연할 정도로 살 빼기 작전이 성행한다. 아예 살과의 전쟁을 선포하는 사람도 있다.

생활이 나아지면서 비만은 또 다는 사회문제를 야기할 정도로 고민거리 중 하나로 등장한 것이다. 이런 때 냄새를 이용하는 방법을 개발하면 어떨까?

그러니까, 옛날 우리 어머니들은 갓난아기가 태어나면 젖꼭지를 물리다가 어느 정도 시간이 지나면 젖떼기를 한다. 아기들은 계속해서 젖을 찾고, 어머니들은 어떻게든 젖을 떼려고 신경전을 벌일 때. 대체적으로 빨간 머큐롬이나 반창고, 혹은 고약한 냄새를 이용했었다.

특히 나무나 식물에서 채취한 냄새로 아기들을 항복시키기도 했다.

어머니의 냄새는 향수 같은 것이지만 어머니의 냄새를 감추어버리는 타인의 냄새는 아기들의 접근을 막았던 것이다. 이런 방법을 비만, 혹은 흡연 등으로 고통당하는 사람에게 간접적인 영향력을 끼치게 할 방법은 없을까?

사랑이 고갈되어 가고, 인정이 점점 메말라 가는 세상에 우리의 아이들에게 고향의 포근함을 심어줄 수 있는 아름다운 정서를 향기로 대신할 방법은 없을까?

어차피 발명이 인간을 이롭게 하기 위한 것이라면 냄새에 대한 연구 개발을 다각적으로 진행하여 향기로운 인간의 냄새로 세상을 채우자. 좀 추상적이긴 하지만 혹시 모를 일이다.

한국발명진흥회



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

지금은 발명시대



아이디어란 무엇인가?

'아이디어란 무엇인가?' 라는 질문을 받으면 대부분 사람들은 바로 딱 부러지게 대답하지 못하고 머뭇거리게 된다. 그리곤 한참을 생각한 후에야 '좀 색다른 생각' 이라든가 '새로운 생각' 또는 '쓸모 있는 생각' 등 비슷비슷한 대답을 한다.

이처럼 대답이 비슷비슷한 것은 갑작스런 질문을 한 경우도 있겠지만 '아이디어' 에 대해 대부분의 사람들이 진지하게 생각하지 않는 것이 더 큰 이유일 것이다. 또 아이디어의 중요성을 강조하면서도 아이디어의 의미를 심각하게 생각하지는 않았다는 것을 의미하기도 한다.

그렇다면 정말 '아이디어' 란 무엇인가?

아이디어가 무엇인지 알기 위해서는 먼저 그 근원부터 살펴보는 것이 좋다. 아이디어는 인간의 사고 영역 중 상상력의 지배를 가장 강하게 받는 분야이다. 물론 판단력이나 추리력, 분석력 등 상상력을 제외한 인간의 사고 능력의 영향을 함께 받기도 하지만 가장 중요하게 기여하는 것은 뭐니 뭐니 해도 상상력이다.

물론 상상의 재료들은 대부분 과거나 현재에 경험한 것을 토대로 하게 마련이다. 그러나 상상력은 과거의 경험을 그대로 활용하는 판단력 등과 달리 머리 속에서 자르고 붙이면서 가공을 하는 것이다.

한번도 가보지 못한 남극이나 아마존을 머리 속으로 그리고, 존재 여부도 확실치 않은 외계인의 모습을 만들어 내기도 하는 것이다. 실제로는 불가능한 연금술도, 영구동력도, 불노의 명약도 상상 속에서는 가능한 것이다. 한마디로 그 어떤 불가능도 존재하지 않는 세계가 상상력의 세계인 것이다.

결국 이와 같이 다양한 특징을 가진 상상력에 근원을 두고 있으므로 아이디어의 의미를 따지는 것은 결코 쉬운 일이 아닌 것이다. 다만 한 가지 유추할 수 있는 것은 아이디어도 상상력만큼이나 자유롭고 색다른 세계일 것이라는 것이다.



아이디어가 가지는 사전적 의미는 '생각 · 관념' 또는 '인식 · 이해 · 견해' 등과 함께 '단순히 떠오르는 생각' 또는 '상상' 으로 정리되어 있다. 또 관용적으로 '착상' 이라는 뜻도 포함하고 있다.

이를 분석하면, 아이디어는 계획적이고 논리적으로 정리된 생각이라기보다는 순간적으로 번뜩이는 '재치' 쪽에 더 가까운 것 같다. 아이디어라는 단어와 '반짝이는 전구' 를 결부시키는 것도 바로 이런 이유 때문으로 풀이된다.

이를 바탕으로 발명의 세계에서 아이디어가 가지는 의미를 정리해 보자.

'모든 문제의 해결 방안' 과 '행복의 세계로 가는 만능열쇠' 등 수 많은 의미를 달 수 있겠지만 '인간이 문제에 부딪쳤을 때, 상상력을 동원해 만든 해답' 이라고 축약할 수 있을 것이다. 즉, 아이디어란 인간이 문제 해결의 도구로 사용한 '정신 활동의 산물' 이라는 것이다. 이 모두를 종합할 때, 우리는 인간이 과거와 현재에 이르기까지 문제 해결책으로 아이디어를 활용해 왔고, 이것은 인간만이 가진 상상력에 의해 만들어진 것이란 것을 알 수 있으며, 이러한 진리는 앞으로 다가올 미래에도 변함이 없을 것이다.

아이디어에는 진취성과 창의성, 그리고 미래가 함께 담겨 있는 것임을 다시 한번 명심해야겠다. 아이디어의 의미가 다양하다는 것은 문제될 것이 없다.

발명이란 무엇인가?

발명이란 무엇인가?

국어사전에서는 '전에 없던 것을 새로 생각해 내거나 만들어 내는 것' 으로 정의하고 있다. 그러나 산업 현장에서는 '보다 아름답게, 보다 편리하게' 로의 정의하고 있다. 실제로 보다 아름답게 하면 디자인 출원이 가능하고, 보다 편리하게 하면 특허 및 실용실안 출원이 가능하기 때문이다.

그러면, 사람들이 온갖 고난을 겪으면서도 발명을 하려 하는 이유는 무엇일까? 문제가 있기 때문이다. 우리 인간은 매일같이 크고, 작은 문제에 부딪치며 살고 있다.

문제도 크게 구분하자면 두 가지 종류가 있다. 하나는 생활 속에서 벌어지는 일이나 과정 등에 의해 그 날 그 시간에 해결해야 할 문제이고, 다른 하나는 굳이 문제를 만들어 풀어내는 문제이다. 작게는 나 개인을 시작으로, 가족과 이웃 그리고 사회 문제나 정치 · 경제문제처럼 당면한 과제가 있고, 무언가를 찾아내 더욱 편리하거나, 아름다움의 추구를 위한 본능의 욕구를 채우기 위해 발전적으로 나아가는 문제이다.

인류의 역사는 발명의 역사라고 해도 좋을 것이다.

좀더 편해지고 싶고, 좀더 아름다운 것을 갖고 싶은 자연스런 발상과 욕망이 오늘날의 문명사회를 이루어 낸 것이 이를 입증한다.

미국 듀퐁사의 가로자스 박사는 지금까지의 분자보다도 더 큰 분자를 찾아내고 싶다는 생각에서, 폴리에스텔과 폴리아미드를 발명해 낼 수 있었다. 외부로부터의 요구나 자극이 없고, 내적 욕망이나 욕구가 없는 사람에게서는

아이디어가 나올 수 없다.

발명은 만들어진 문제 속에서 해결의 실마리를 찾아가는 과정에서만 이루어질 수 있는 결과이기 때문이다. 지구전체를 보더라도 문화는 주로 북반구에서 발달하였다. 남반구는 북반구에 비해 뒤떨어지고 있다. 그것은 남반구는 북반구에 비하여, 문제에 부딪치는 기회가 적었기 때문이다.

인간은 태어나면서부터 편안한 것을 좋아한다. 그렇기 때문에 문제가 없고, '생각할 필요가 없다면 복잡하게 생각하지 않고 적당히 넘어가려 한다. 그런 가운데서는 아무런 진보도 기대할 수 없을 것이다.

발명이란 무언가 '하고 싶은 마음' 이 없이는 할 수 없다. 무엇이든 하고자 하는 마음이 없다면 설령 문제가 다가와도 보이지 않으며, 문제점이 주어져도 생각해 보기도 전에 불가능한 일이라고 단정 지어 버린다. 전형적인 샐러리맨 토마스 캐리한은 어느 날, 같은 사무실에서 근무하는 타이피스트가 내용이 똑같은 것을 두 번씩이나 치는 것을 보고, 문제를 발견했다.



'똑같은 내용을 두 번씩이나 타이핑하는 것은 비생산적인 일이야.'

타이피스트는 편지의 내용물에 수신인의 주소와 이름을 타이핑하고, 또 봉투에도 똑같은 내용을 되풀이하고 있었지만 일을 시키는 상관도, 지시를 받는 타이피스트도 당연한 것처럼 생각하고 있었던 것이다. 그런데 오직 캐라한 만이 '개선해야한다' 고 생각했다. 뾰족한 방법이 없어, 반복되는 일을 바라보며 답답해하던 캐리한이 어느 날, 손수건을 사러 갔다가 해결점을 찾아냈다. 봉투 안에 셀로판을 붙여 내용물이 훤히 보이도록 한, '창 봉투' 는 이렇게 해서 태어난 것이다. 그의 발명품은 불과 한 시간 만에 태어났지만, 세계적인 특허품이 되어 상업용으로 이용되고 있다.

아직도 대부분의 사람들이 곳곳에서 문제를 안고 있지만, 창의성은 가둬 놓고 신이 주신 기막힌 두뇌 세포의 몇 십만 분의 일도 쓰지 못하고 생을 마감한다는 것이 실로 안타까운 일이 아닐 수 없다.

진정 값지고, 보람 있는 인생설계를 위해, 나 자신과, 가족과, 사회에 유익을 주는 발명으로 두뇌의 녹을 닦아내자.

지금은 발명시대이다

현대를 살아가는 우리에게 있어, 개인의 일상생활이나 사회생활을 살펴보면 발명의 혜택을 받지 않은 분야가 거의 없고, 발명의 힘을 빌리지 않고 움직이는 분야도 거의 없다.

특히 세계화, 정보화를 맞고 있는 우리에게 국제경쟁력을 높이고, 다가올 미래사회에 대비하기 위해서는 지금까지의 지식 위주의 전통적인 교육방법만으로는 안된다는 사실을 누구나 동감할 것이다.

경쟁력 있는 사회를 만들어 국력을 신장시키고, 나아가서 국제 사회와 어깨를 나란히 하려면 어떻게 해야 할까? 끊임없이 새로운 아이디어를 창출하고, 창의력을 통한 발명 문화 창달에 전력투구해야할 것이다.

인간은 태어나면서부터 발명으로 시작되어졌고, 발명에 힘입어 살다가 발명에 묻혀 죽는다고 해도 과언이 아닐 것이기 때문이다.

우리의 생활주변을 살펴보면, 온 우주가 발명으로 꽉 차 있음을 깨닫게 될 것이다.

깊은 잠에서 깨어난 뒤에 자신의 주의를 한 번 둘러보라. 우선 자신이 누워있는 침대, 베개, 이불, 그리고 머리맡에 놓여있는 전등, 전화, 화병, 시계, 메모지, 볼펜, 리모콘 등의 발명품들이 놓여있을 것이다.

자리에서 일어나면 제일 먼저 볼 수 있는 것이 거울이나, 옷장 혹은 커튼이 드리워진 창문과 창틀, 그리고 책상, 컴퓨터, 오디오세트, TV, 액자들일 수도 있을 것이다. 방문을 나서서 욕실로 가면 치약, 칫솔, 세면대, 면도기, 비누, 수건, 세탁기 등이 있고, 세면을 한 뒤에 옷을 갈아입고 주방으로 가면 식탁, 밥솥, 냉장고를 비롯하여 어느 것 하나 발명품이 아닌 것이 없다.

학교에 가기 위해 거리를 나서보자. 책가방 속에든 필통, 공책, 자, 지우개, 연필 심지어 입고 있는 신발, 옷들에 이르기까지 발명천국이라는 사실에 새삼 놀라게 될 것이다.

이처럼 발명은 우리의 생활 사회 그리고 세계와 우주에 깊고 밀접하게 관련되어 있으며, 커다란 영향을 미치고 있다. 인간에 역사는 곧 발명의 역사인 셈이다. 한 장의 종이나 활자 한 개에 이르기까지 그것이 만들어진 과정을 살펴보면 발명가들이 일구어낸 공헌에 그저 감사와 감격이 따를 뿐이다.

그런데 역사에 빛을 남긴 유용한 발명을 했던 사람들이라고 해서 모두 특별한 사람은 아니었다. 특수한 몇몇 경우를 제외하고는 대부분 보통 사람들이다. 누구든지 할 수 있었던 일을 다만 먼저 했을 따름인 것이다. 따라서 누구나 발명가가 될 수 있다. 아니, 사실 우리 인간은 모두 발명가인 셈인데, 그것을 인식하지 못하고 있을 뿐이다.

실을 여러 겹 묶어 노끈으로 사용해 보고, 종이를 접어 부채나 모자를 만들어 본 경험이 있다면, 그리고 못쓰는 타이어를 유원지의 모래시설 경계선으로 사용했거나, 빈 깡통에 예쁜 그림을 넣어 연필꽂이로 사용해 보았다면 이미 그는 발명가인 셈이다.

발명은 생활을 편리하게 하고, 돈과 명예와 지위, 그리고 행복을 안겨주는 행운의 전령사이기도 하다. 아이디어는 시간과 때와 장소를 가리지 않고 우리들 주변에서 주인을 기다리고 있다.

눈을 크게 뜨고 주위를 관찰하고, 조금만 생각해 보면 발명이라는 보물을 누구나 쉽게 발견할 수 있을 것이다.

발명시대의 주역이 되자

발명의 시대인 21세기를 이끌 원동력은 과연 무엇일까? 정치인의 뛰어난 정책? 아니면 세계적 석학의 경제논리? 물론 이들도 중요한 요소이긴 하나 진정한 미래를 이끌 원동력은 창조적 정신에 의해 창출된 아이디어와 발명, 바로 그것이다.

현대 사회에 있어 발명의 힘은 한 국가의 힘을 상징하는 지표이다. 전문가들은 원자 폭탄 투하로 잿더미로 변했던 일본이 지금과 같은 경제대국으로 성장하게 된 것은 모두 들불처럼 일어난 발명의 힘 덕분이라고 분석한다.

어린아이부터 노인에 이르기까지 남여노소 셀 수 없을 정도로 쏟아낸 아이디어들은 남과 다른 상품을 만드는 데 기여했고, 이것을 무기로 일본이 세계시장을 파고들 수 있었으며, 급기야 경제대국으로 부상할 수 있었던 것이다.

지구촌의 최대강국으로 세계질서를 좌지우지하는 미국 또한 실용주의를 바탕으로 한 국민정신에 에디슨과 같은 발명가들의 힘을 더해, 오늘과 같은 경쟁력과 힘을 얻을 수 있었던 것이다. 오늘의 미국을 이끄는 원동력도 아이디어와 발명이다.

오죽했으면 한 국가의 경쟁력을 알려면 그 국가가 가진 특허권의 건수와 발명에 대한 국민의 인식을 살피라고 했을까. 특허권의 건수는 국가의 기술력을 그대로 증명하는 가장 정확한 수치이고, 발명에 대한 국민의 인식은 발전 가능성을 예견할 수 있는 무엇보다 값진 자산이기 때문일 것이다.

실제로 선 · 후진국의 구분을 특허권의 건수를 기준으로 한 것은 이미 오래전의 일이다.

현대 사회에서 하나의 아이디어가 벌어들일 수 있는 돈은 일반의 상식을 뛰어넘을 정도로 큰 것이다. 이젠 제품의 크기나 규모는 그리 문제가 되지 않는다. 인터페론 1그램의 가치가 5천 달러를 넘어 선지가 벌써 몇 년 전의 일이

고, 손톱크기만한 반도체 한 개가 자동차 한 대분의 몫을 충분히 하고도 남는 시대이다. 아이디어와 발명 자체가 힘이 되고, 돈이 되는 세상인 것이다.

얼마 전부터 그 중요성이 새삼 강조되고 있는 소프트웨어 산업만을 보더라도, 이 사실을 보다 명확히 알 수 있다. 소프트웨어 산업은 누가 먼저 새로운 아이디어를 내느냐에 승부가 갈린다. 적은 자본과 번뜩이는 아이디어가 결합된, 그야말로 황금 알을 낳는 거위인 것이다.

아이디어 폭풍이 영향을 미치는 영역은 소프트웨어나 컴퓨터 같은 첨단 산업뿐이 아니다. 가전제품은 하루가 다르게 새로운 기능을 장착한, 보다 편하고, 보다 아름답고, 보다 튼튼한 상품들이 쏟아져 나온다.

급기야 가장 변화가 더딘 1차 산업에도 어김없이 아이디어 경쟁은 이어진다. 농장주는 자신의 이름과 연락처를 표기해 소비자에게 믿음을 주는 전략상의 아이디어를 이용하기도 하고, 유통 과정에서 보다 신선하게 보일 수 있도록 색다른 포장 법을 개발하기도 한다. 또 생산성을 향상시키기 위해 첨단 농업기술을 동원하기도 한다. 아이디어 없이는 도태되고 마는 시대이기 때문이다.

이제 남과 같아서는 무한경쟁에서 이길 수 없다. 좀더 다른 것, 좀더 새로운 것을 위해 아이디어를 개발하자. 그 속에 보장된 우리의 내일이 있다.

발명가가 되는 방법도 있다

발명가가 되는 데에도 방법이 있다. 크게는 발명의 지름길, 발명가의 자세, 발명의 10계명, 창조와 아이디어의 단계, 발명의 사고방법 등으로 분류하고 있다.

이들 이론은 발명가들의 성공사례를 분석하여 정리한 것으로, 필자도 30여 년 동안 이것들과 관련된 104권의 저서를 집필한 바 있다.

이 칼럼에서는 지면관계상 모두 소개할 수는 없고 가장 필수적이라 할 수 있는 발명가의 자세 중 그 일부를 간단히 소개하고자 한다. 그리고 필자에게 이메일(wangyj39@dreamwiz.com)로 자료를 요청하면 모든 분에게 필자가 저술한 "아이디어 착상 및 발명기법"이란 저서를 역시 이메일로 보내드릴 것을 약속한다.

1. 나도 할 수 있다는 자신감부터 가져라.

발명가가 되려면 먼저 '나도 발명가가 될 수 있다.' 는 자신부터 가져야 한다. 선진국의 경우 많은 사람들이 '나도 발명가' 라고 생각하며 살아가며, 발명처럼 보람 있고 유익한 것은 없다고 생각한다고 한다.

2. 관찰하는 습관을 가져라.

우리 주변에는 거울, 비누, 치약, 칫솔, 주전자, 쟁반, 이쑤시개 등 수 많은 생활필수품이 있다. 이것들은 생활을 편리하게 해주고, 즐겁게 해주는 발명품이다. 처음에는 없었던 것을 자꾸자꾸 관찰해서 만들고, 개선한 것들이다.

뉴턴은 사과가 떨어지는 광경을 보면서 만유인력의 법칙을 발견했다.

3. 아이디어가 떠오르면 즉시 기록하자.

링컨은 모자 속에 종이와 연필을 넣어두고 언제든지 기록할 수 있게 했다. 링컨의 모자는 '움직이는 사무실' 이었다.

슈베르트는 머릿속에 항상 아름다운 악상이 흐르고 있었다. 그는 그것을 손닿는 곳이라면 어디에나 기록하였다. 어느 때는 식단표에, 어느 때는 자신이 입고 있는 옷에까지 기록하였다.

세계의 뛰어난 발명가들은 모두 기록 광이었다.

4. 아이디어가 잘 떠오르는 장소를 찾아라.

연구실 말고도 세 곳이 있다. 북송시대의 문장가 구양명은 이를 '발명 장소의 삼상(三上)'이라 했다. 첫 번째는 침대 위이다. 침대 위처럼 편안한 곳은 없다. 따라서 금쪽같은 아이디어가 떠오른다. 두 번째는 변기위이다. 선조들은 배설 시 머릿속에서는 새로운 생각이 나온다고 믿었다. 세 번째의 말의 안장위이다. 리듬이 있어 아이디어가 잘 떠오른다는 것이었다.

최근 일본 비즈니스맨 1,000명을 대상으로 조사한 결과는 침대 위를 52%가 아이디어가 가장 잘 떠오르는 장소라고 답했고, 다음은 보행 중, 기차나 버스 등 차안이라고 답했다.

5. 선행기술은 개선하라.

선행기술을 살펴 개선하라. 이는 결코 모방이 아니다. 개선은 창작에 비해 연구비도 적게 든다. 개선비용은 창작 비용의 65% 밖에 되지 않는다는 연구결과도 있다. 모방과 개선의 참뜻을 알자.

6. 고정관념을 버려라.

의식적으로든 무의식적으로든 우리 인간은 수많은 고정관념 속에서 살아간다. 발명가가 되려면 우선 이 고정관념을 깨는 것이 급선무다.

'종이는 물에 젖는다. 따라서 물 컵을 만들 수는 없다' 는 고정관념을 깬 휴그무어는 종이컵을 발명하여 세계적인 발명가의 명예와 부를 동시에 거머쥐었다.

7. 끈기와 인내로 노력하라.

역사적으로 위대한 발명가들의 공통적 특성은 끈기와 인내였다. 그들은 연구가 쉽게 이루어지지 않아도 결코 실망하거나 포기하지 않았다. 오히려 실패를 달게 받고, 성공의 기회가 올 때까지 최선을 다했다.

8. 작은 아이디어도 소중히 여겨라.

대개의 사람들은 신속한 성공과 커다란 아이디어만을 꿈꾼다. 그리고 단번에 무언가를 잡는 일확천금을 바랜다. 그러나 실상 큰 성공도 실로 간단한 착상이나 아이디어에서 출발하는 사례가 많다. 간단하지만 그냥 쉽게 지나치지 않고, 작은 일이지만 무심코 지나버리지 않는다면 어느 곳에서든 발명의 기회는 있다.

9. 실용적인 발명에 도전하라.

발명은 누구나 할 수 있는 일이지만 그렇다고 어떤 발명이나 성공을 가져다주는 것은 아니다. 실용적이어야 좋은 발명인 것이다. 발명가에게 있어서 이것은 절대적인 원칙이다. 발명품은 실용성을 중심으로 하여 가치가 매겨지는 것이다.

한국발명진흥회



왕연중

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

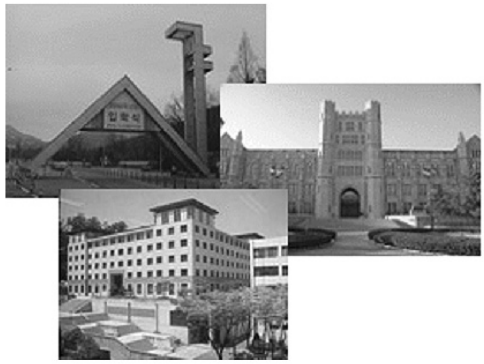
입학사정관제도에서 발명교육은 창의성, 미래가능성을 평가하는 기준이다



요즈음 입학사정관제도로 교육시장이 급격하게 변하고 있고 많은 교사, 학생, 학부모들이 방황하고 있다. 수년전부터 미국의 명문대학 입학담당자 들은 한국을 방문하여 자기 대학에 필요한 인재를 뽑아가고 있다. 왜, 이제 한국이 시작하고 있는 입학사정관제도가 세계적인 학생선발 기준이 되어 있는 것인가?



입학사정관제도에서 발명교육은 어떻게 해야 하는가?
그동안 수시입학제도와 입학사정관제도의 차이점은 무엇인가?
입학사정관제도 평가 기준이 되는 창의성, 미래가능성은 어떤 것인가?
발명교육과 창의성교육, 미래가능성 교육은 어떤 관계가 있는가?



고려대는 2011학년도 입학사정관제 전형으로 신입생 정원의 65%까지 선발키로 하고 입학사정관제의 안정적 정착과 경험 및 자료를 공유하기 위해 '고려대학교 2010 입학사정관전형 백서'를 발간했다고 밝혔다.

고려대는 입학사정관전형을 지난해까지 수시 1차에 주로 활용했지만 2011학년도부터는 국제학부 · 체육특기자 전형을 제외한 수시 1,2차에 적용한다. 따라서 이 제도로 선발되는 인원은 2010학년도 전체 정원(4,058명)의 27%(1,085명)에서 2011학년도에는 65%(2,656명)를 선발한다고 발표했다.

서울대는 지난해까지 기회균형선발특별전형, 외국인특별전형 등 정원 외 전형에서만 입학사정관제로 학생을 선발했지만 2011학년도부터는 정원 내 전형인 지역균형선발전형(선발인원 753명)에까지 사정관제를 확대해 시행한다. 이에 따라 이 제도로 선발되는 인원은 2010학년도 전체 정원(3159명)의 10.4%(331명)에서 2011학년도에는 35% 정도인 1,100여 명을 선발한다.

입학사정관제도의 장점은 창의적이고 도전적이고 미래지향적인 학생선발방법이라는 점이다. 글로벌 대학 경쟁시대, 대학특성에 적합한 학생을 선발 방법이 되고 있다. 한국의 입학사정관제도는 사교육시장으로 인한 공교육의 가치관을 세우기 위한 정책적 방안으로 실시되었지만 대학의 입장에서는 다양한 학생선발을 통한 대학특성화를 추진하는 기회가 되고 있다.

올바른 발명교육은 입학사정관의 평가 기준이다

입학사정관제도의 기준에는 창의성, 도전성을 통한 미래적 인재 평가와 사회성 발달을 통한 협동성, 리더십 등이 중요한 평가기준이 되고 있다. 이러한 평가기준을 통합적으로 지도하고 육성하는 교육방법으로 발명교육은 중요하다. 발명이란 새로운 것을 만들어내는 모든 행위를 말하지만 이러한 것을 만들어내는 과정에서 창의성, 도전성, 사회성, 협동성, 리더십 등을 교육하게 되고 올바른 발명교육을 위해 관찰하는 방법, 관찰을 통한 대화하는 방법, 대화를 통해 토론하는 방법, 토론을 통한 발표 방법 등을 논리적으로 학습하게 되기 때문에 입학사정관제도에서 발명교육은 평가의 기준이 된다.

올바른 발명교육방법을 정의한다면 과학이나 수학을 통한 관찰력과 분석력을 키우는 관찰교육과 문제해결을 위한 정보 수집과 분석, 이러한 자료를 자기 것으로 만들기 위한 대화 교육으로 커뮤니케이션기법을 교육한다. 다수 학생들이 발명의 문제해결을 토론으로 해결해야 하기 때문에 브레인스토밍기법을 훈련하게 되고 이러한 자료와 발명의 결과를 설명하는 프레젠테이션기법을 훈련하기 때문에 창의적 학습에 필요한 다양한 교육방법이 발명교육과정에서 총체적으로 실시된다.

발명교육은 과학실험 하듯이 실험교육이 아니라 다양한 지식과 정보, 경험을 가진 레오나드로 다빈치, 아인슈타인, 에디슨 등의 발명적 사고를 키우는 창의성 교육이다. 하나의 답을 암기시키는 것이 아니라 다양한 해답을 키우는 교육이다.

입학사정관제도에서 창의성, 사회성, 미래성은 평가 기준이다. 발명교육은 사회현실에서 발생하는 문제점을 해결하기 위해 사회적응력이 뛰어나야하고 창의적 사고를 키워서 미래에 도전하기 때문에 입학사정관제도에서 중요한 평가과정이다.

발명교육은 물건을 만드는 교육만이 아니라 창의성 체험교육이다

창작이란 손재주만으로 만들어내는 것이 아니라 레오나드로 다빈치처럼 다양한 과학, 수학, 언어, 사회, 미술, 공예, 인체공학 등의 지식정보를 자기 것으로 만들어내는 창의적 능력개발이다.

기업의 경쟁력은 창의적 사원을 얼마나 확보하고 창의적 사원이 기업의 경쟁력을 어떻게 창출시키는가에 달려 있다. 기업에 필요한 인재를 양성하는 것은 학교이고 학교는 기업이나 사회에 필요한 창의적 인재를 발굴하고 육성함으로 대학의 경쟁력을 창출하게 된다. 디지털경쟁시대에서 국제적 대학으로 경쟁력을 창출하기 위해 대학특성을 만들게 되고 이에 필요한 인재를 뽑기 위해 다양한 입시기준을 제시하게 되어 입학사정관 제도가 창의적 학생을 선발하기 위한 대안이 되고 있다.

국가의 경쟁력은 기업이나 사회가 만들고 교육이 기업의 경쟁력을 만든다

국가 경쟁력은 세계적 경쟁력을 가진 기업을 만들어내는 제도를 만들고 정책을 만들어 기업을 지원하는데 있다. 따라서 대통령도 기업의 경쟁력 창출을 위해서는 필요한 인재를 선발하거나 영업이 필요하면 때와 장소, 대상을 구별하지 않고 국제영업을 하고 있다. 이처럼 문제를 해결하는 능력은 지식정보 교육보다 경험적 교육이 필요하며 발명교육은 경험을 교육시키는 창의적 사고 교육으로 기업의 경쟁력을 창출시키게 된다.

UAE 원전 수주에서 한국에 고배를 마신 프랑스의 유력 일간지 '르 피가로'가 경제면에 "한국, 원자력 분야의 새로운 호랑이로 떠올라"라는 제목의 특집 기사를 통해 한국의 원전 산업을 지적했다. GE사의 협력으로 60년 전 원전기술이 들어왔다. 한국이 순수 원전기술을 개발한지 30여 년 만에 원전 기술을 지원했던 GE와 경쟁에서 당당하게 승리할 수 있었던 비결은 한국인의 창의적 발명사고다.

세계는 유기적인 관계로 독립적 국가보다는 통합적인 국제관계로 형성되어 있다. 하나의 국가가 모든 기술을 보유하기보다는 서로 유기적인 관계로 기술이 발달되고 있는 것이 국제관계다. 이러한 국제관계의 수많은 문제점을 해결하는 방법에서 중요한 것이 창의적 사고다. 발명교육은 한사람의 아이디어를 다수의 아이디어로 재창출해가는 과정이 중요하다. 하나의 상품을 만들기 위해 다양한 실패를 경험한다. 한 번에 상품이 완성되는 경우는 없다. 예상하지 못하는 실패 경험을 바탕으로 하나의 상품을 완성되어 가는 과정에서 창의적 사고가 창출된다.

대학정원의 대부분을 수능에 의한 정시방법에서 입학사정관시스템에 의한 학생선발로 대학의 차별화에 적합한 학생을 뽑는 방향으로 전환되고 있다. 대학의 차별화 전략은 대학의 경쟁력을 높이기 위한 전략으로 구분하고 있다. 똑같은 조건의 대학이미지로 경쟁한다면 위치나 지역적 환경, 전통적 조건에 유리한 대학으로 학생들이 몰리기 때문에 지방대학은 학생을 모집하기 어렵게 된다. 조건에 의하여 특정학교로 몰리는 현상은 대학의 정체성을 만들어 대학의 경쟁력을 키우지 못함으로 국제적 경쟁력을 창출하지 못한다. 대학의 차별성 전략은 모든 대학의 생존과 직결된다.

입학사정관제도를 통해 대학의 차별화에 적합한 창의적 인재를 뽑는 것이 대학특성을 키워 경쟁력을 창출하는 경영전략이다. 경쟁력창출은 남과 다른 생각과 남과 다른 행동을 가진 창의적인 학생의 선발과 육성을 위한 창의성 교육프로그램이다.

창의성 교육프로그램에서 높은 비중을 차지하는 것은 발명적 사고를 키우는 교육이다. 발명교육은 발명가를 키우는 교육에서 발명적 사고를 키워야 다양한 창의력을 가진 능력과 기술, 가치를 인정받게 된다. 60,000여 가지 직업 종류에서 경쟁력을 창출하려면 남과 다른 경쟁력을 키워야 한다.

발명교육을 발명적 사고를 키우는 교육으로 바꿔야 한다

일반적으로 발명교육은 발명가를 키우는 교육으로 알고 있다. 발명은 모든 분야에 경쟁력이 되고 있다. 의료기술이 발명에 의한 기술력으로 평가받고 있으며 신상품개발도 발명기술에 의하여 경쟁력을 인정받는다. 생활용품을 비롯하여 생활환경의 모든 것이 발명에 의하여 경쟁력을 창출하는 시대이지만 발명은 발명가만이 하는 특정분야라고 잘못 생각하고 있다.

발명교육을 발명가를 키우는 교육으로 제한한다면 발명가 교육이 되기 때문에 발명에 관심이 없으면 발명교육은 특정인을 위한 교육으로 제한받게 된다. 발명적 사고를 키우는 교육으로 확대한다면 다양한 교육에서 발명적 사고를 키우는 교육으로 확산된다. 발명적 사고를 다른 표현으로 한다면 창의적 사고로 표현할 수 있다. 창의적 사고는 모든 교과과목에서 강조되는 단어다. 창의과학, 창의수학, 창의언어, 창의사회, 창의예술 등으로 모든 교과목은 창의적 사고를 요구하고 있으며 어떻게 창의적 사고를 키우는 교육을 할 것인가에 대하여 고민하고 있다.

창의적 사고를 키우는 교육방법으로 발명적 사고를 키우면 교육 효과가 나타난다. 30여 년간 학생들의 창의성 교육을 하는 동안 20여 년간은 기업체 사원교육과 공무원교육을 했다. 교육과정에서 공통적으로 느끼는 것은 교육이 재미있으면 교육생은 흥미를 가지고 관심이 집중되어 교육의 효과가 높아진다는 경험이다.

재미있는 교육은 웃다가 끝나는 교육이 아니다. 웃다가 끝나는 교육이라면 코미디 한편을 보는 것이 효과가 높을 것이다. 모든 교육을 웃다가 끝난다면 교육의 결과는 희미하다.

요즈음 학교나 기업체, 공무원 교육현장에서는 재미있는 교육을 위해 문제해결방법으로 적극적인 관심을 유발시키는 재미있고 흥미로운 창의성 교육프로그램을 개발하고 있다.

발명교육은 창의적 사고를 키우기 위한 재미와 흥미를 눈으로 보고 만들어가는 창의성 교육프로그램이기 때문에 교육생들의 호기심과 의문점을 자극시켜 재미있게 풀어가도록 유도하는 교육이다. 대학이 찾고 있는 창의적 사고를 가진 대학특성에 적합한 학생을 선발하는 기준으로 발명교육이 중요한 이유다.

발명교육은 이론 중심교육이 아니라 이론 바탕 체험교육이다

발명은 이론만을 가르치는 교육이 아니라 이론을 바탕으로 실험을 통해 깨닫게 만드는 교육이다. 따라서 암기와 주입식교육이 아니라 체험과 경험을 통한 깨달음의 교육이다. 하나의 실패를 통하여 무엇 때문에 실패를 하였는가를 분석하고 이를 바탕으로 다시 도전하는 반복학습과정이 창의적 사고를 만드는 발명교육의 핵심이다.

보고 들은 정보를 바탕으로 무엇을 새롭게 만들 것인가?

암기와 주입방식으로 발명교육을 할 수 없다. 실패 경험은 발명교육의 핵심과정이다. 암기와 주입에서 실패는 탈락으로 결정되지만 발명에서 실패는 또 다른 경험으로 새로운 지식이고 정보가 된다. 입학사정관제도에서 공교육의 중요성을 강조하는 것은 발명교육이 통합교과형 교육과정으로 중요하다는 것을 의미한다.

과학, 수학, 언어, 사회, 예능 등을 암기와 주입교육방식에서 학생들이 스스로 체험하는 발명교육방식으로 바꾸면 입학사정관제도가 추구하는 창의적 인재교육으로 공교육을 활성화시킬 수가 있다. 이것이 입학사정관제도의 발명적 사고교육이다.

발명은 이론을 바탕으로 새로운 것을 만든다. 발명으로 만들어지는 것은 일상생활에 필요한 것들이다. 즉, 학교에

서 학습받은 발명교육은 취업 이후에도 직장에서 업무를 개선하고 혁신하는 창의적 사고로 발달한다. 일반적 교과목은 시험을 대비하는 교육이지만 발명교육은 대학을 졸업하고 취업할 때 기업이 요구하는 창의적 사고력으로 평가받기 때문에 입학사정관제도에서 추구하는 창의적 인재 육성전략에 가장 적합한 선발 기준이 된다.

발명교육은 창의성을 키우고 미래가능성을 키우는 교육이다



발명교실은 실험도구보다는 공작도구가 많다. 재료는 패트병, 유리병, 우유 곽 등의 다양한 폐품들이 사용된다. 발명교실에서는 로봇을 비롯한 다양한 발명품을 조립하거나 새로운 형태로 만든다. 서로의 생각을 나누고 모르는 문제는 선생님과 대화를 통해서 해결한다. 단순한 대화가 아니라 하나의 목표를 해결하기 위한 대화다.

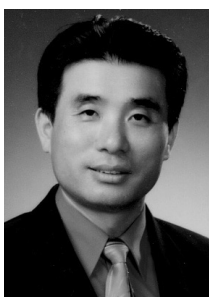
작은 작품을 만들면 좀더 큰 작품을 만들기 위해 도전한다. 처음부터 발명품을 만드는 것이 아니라 과학 조립품 등을 비롯한 작은 작품을 만드는 과정에서 시작하여 자신이 원하는 발명품을 만들어가는 과정교육이 발명교실 교육방식이다.

현재보다는 미래를 위해 도전하는 교실, 존재하지 않는 것을 찾아내어 새로운 형태, 기능, 기술을 발견하고 새롭게 만들어가는 산교육이 발명교실이다. 과학이나 수학처럼 시험을 보지는 않지만 과학이나 수학의 원리와 방식을 이용하여 문제점을 해결하는 산교육장이 발명교실이다.

입학사정관제도의 선발기준은 완성된 인재보다는 미래가능성을 가진 인재를 선발한다. 대학특성에 적합한 인재를 선발하여 대학 전문과정을 통하여 전문가로 육성하기 위한 창의적 인재 선발방식이다.

최소한의 대학수학능력을 인정받으면 창의적 미래가능성을 가진 발명적 학생이 전문가가 되는 확률이 높다. 암기력이 뛰어나도 창의성과 미래가능성이 없다면 전문가로 성장할 확률이 작기 때문에 발명적 사고를 가진 학생을 먼저 선발한다.

발명은 스스로 선택하여 창의적으로 도전하기 때문에 창의성과 미래가능성을 창출시키고 있다. 입학사정관제도에서 발명적 사고를 가진 학생을 선발하는 이유다. 입학사정관제도가 확대될수록 올바른 발명적 사고교육의 비중이 확산되고 있기 때문에 한국 발명계가 발전하려면 발명적 사고교육 프로그램이 개발로 다양한 대학학과에서 발명적 사고를 가진 인재를 육성해야 한다. **한국발명진흥회**



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

최초의 학생발명전시회 관련 우표 및 봉투

1993년에 발간된 '93대한민국학생발명전시회 기념우표(왼쪽) 및 봉투.

당시 특허청은 체신부에 협조요청을 했고, 한국발명특허협회(현 한국발명진흥회)는 관련 자료를 수집, 제공했다. 불과 17년 전이지만 당시만 해도 변변한 발명특허 관련 캐릭터 하나 없던 시절이었다.

당시 자료제공을 담당했던 왕연중 씨(2006년 12월 31일 한국발명진흥회 명예퇴직, 현 영동대학교 발명특허공무원학과 교수)에 따르면 당시 발명특허 관련 캐릭터는 대한민국학생발명전시회 작품모집 포스터용과 전국 초 · 중학생발명글짓기 · 만화현상모집 작품모집 포스터용이 고작이었다는 것.

몇 년 전부터 발명의 날 기념행사 등에 동영상까지 제작하고 있지만 당시에는 단상의 현수막이 전부였다고.

이에 왕씨는 위 두 포스터 캐릭터를 합성하여 10여 개의 엉성하기 짝이 없는 캐릭터를 제공했고, 그것들이 참고가 되어 디자이너 이근문 씨에 의해 당시 최고의 발명특허 캐릭터로 재탄생되었으며, 기념우표와 봉투가 만들어졌다고 한다. 제조는 한국조폐공사에서 맡았다.

당시 왕씨가 합성용으로 활용했던 캐릭터 2개는 1990년대 초 대한민국학생발명전시회 작품모집 포스터와 전국 초 · 중학생발명글짓기 · 만화현상모집 작품모집 포스터에서 지금도 다시 볼 수 있다.

한편, 1957년 제1회 발명의 날 기념우표도 발간되었다는 기록이 있어, 1993년 당시 체신부에 문의했으나 확인할 수 없다는 회신을 받은 바 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

사회는 다양성을 바탕으로 진화 발전해야 한다



모든 동식물들이 다양하게 변화되고 진화하게 만드는 것은 보이지 않는 힘인 자연의 선택이라고 찰스 다윈은 말했다. 어떤 사회나 제도 및 조직 또한 살아남거나 발전하지 않고서는 경쟁자들을 이길 수 없음으로 부단한 노력과 변신의 진화를 하지 않고는 살아남을 수 없다. 그러면 우리의 발명이나 사회발전의 틀들은 어떤 변화로 진화해 나아갈 것인지 모색해 보겠다.

정형화는 우리의 적

기업은 특성상 커다란 자본에 의해 합병을 해서 성장하지 않으면 자체적으로 성장 발전해야 하는데 하나의 순수한 아이템이나 기술가지고는 성장속도가 느리고 자칫하다가는 생명을 다하여 시장에서 사라질 수 있다. 어떤 법칙이나 이론도 영원 불멸한 것은 없고 항시 다양하게 변화되고 있는 현실에 맞추어 변화되거나 변화의 속성을 모두 포함하는 이론을 만들어야 할 것이다. 그런데 작금의 우리 사회의 흐름이, 다양성이 실종되고 정형화 또는 이분화되는 시대의 흐름에 맞지 않는 현상이 발생하고 있다. 여기에 천안함 사건으로 발생한 이념분쟁은 남과 북의 충돌에서 남한 내의 보수와 진보로 확대되어 21세기가 시작된 지 10년이 넘었는데 다시 20세기 이념분쟁 시대로 회귀한 느낌이다.

또한 급속한 노령화 시대가 오면서 기존 틀을 고수하는 노인층의 증가는 수십 년 동안 간직해온 자기의 문화를 고수하고 싶은 정신적인 관성(고정관념) 때문에 쉽사리 바뀌지 않고, 시대의 중심축에서 역동적인 모습을 보여야 할 청년층은 시간이 갈수록 수적으로 줄어들 뿐 아니라 청년 실업 등 경제적인 측면에서 자리를 잡지 못하여 자기 목소리를 키울 수 없어서 자칫 사회 전체가 획일화 보수화의 길로 가지 않을까 의심스럽다.

이러한 사회현상은 선진국에서 이미 나타났던 사례였고 우리나라는 급속한 결혼 연령증가 및 노령화 등으로 다른 나라에 비해서 급속한 속도로 발전하고 있다. 이러한 현상을 막기 위해서는 다양한 방법이 필요하지만 지금 당장 다출산을 장려 시행한다고 하더라도 청년층의 증가는 20년 이후 나타날 현상이고 늘어나고 있는 노령층의 증가는 인위적으로 막을 수 없어서 백약이 무효가 될 수 있다.

그러면 가장 효율적인 방법은 무엇일까? 생각하는 순간 모든 것이 해결되는 방법이 있다. 모두 자기 자신만을 강조하지 말고 다양성을 인정해주는 주는 것이다. 다양성을 인정해주는 것이야 말로 우리 모두가 함께 공멸하지 않고 살아남을 수 있는 진화의 방법이다. 이러한 다양성을 인정해주는 바탕 아래서 다양한 사고가 토양을 찾아 발아를 하여 성장하여 다양한 문화가 형성되고 또한 다양한 발명을 하여야 사회가 성장하고 발전 할 수 있을 것이다.

샌프란시스코는 다양성의 상징

샌프란시스코는 빼어난 경치, 온화한 기후, 음악, 예술 등 다양한 민족이 함께하면서 미국에서 가장 살기 좋고 살고 싶어하는 곳으로 항시 선두 그룹에 있는 도시다. Semicon West 행사 참여나 산호세 방문 등 미국 서부를 갈 때면 항시 들렸던 도시였고 동부의 웨싱턴 DC 다음으로 오랫동안 머물렀던 곳이기에 미국을 이해하기 위해서 모든 곳을 여행했던 곳이다. 그러면서 그렇게 다양한 민족과 서로 다른 문화를 가지고 있는 사람들이 아무런 충돌 없이 미국 전체에 가장 큰 영향을 끼친 샌프란시스코의 문화를 형성할 수 있었던 원인을 찾으려 며칠을 구석구석 뒤졌다.

평화와 사랑을 주창했던 히피족들의 근거지가 샌프란시스코가 될 수 있었던 요인은 서로의 다양성을 인정해주는 거리 풍경에서 찾을 수 있었다. 거리 곳곳에 다양하게 악기를 가지고 음악을 연주하고 현란한 몸놀림으로 춤을 추어도 아무런 저항감 없이 응원의 박수와 달러 지폐를 내놓고 가는 행인들의 모습에서 다양한 문화와 인종이 있지만 서로 함께 공존하는 방법이 무언가를 알았다.

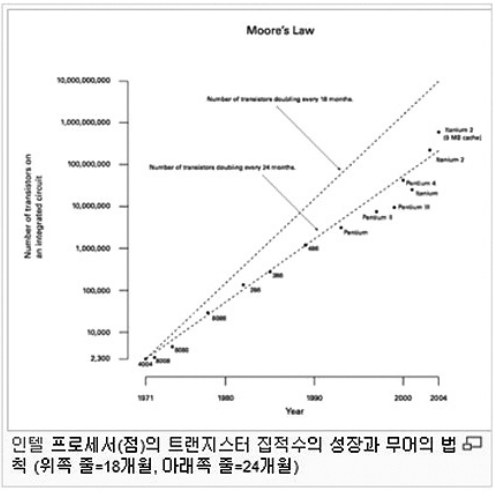
차이나타운의 기름기 많은 중국풍 음식냄새와 중앙 아메리카 히스패닉계의 초원이나 사막에서 쉽게 먹을 수 있는 멕시칸 음식과 여유와 낭만 그리고 고급스러운 바다생선을 주 메뉴로 하는 유럽식 이탈리안 식당이 모두 공존하면서 번창하고 있는 모습에서 평화와 사랑을 갈망했던 샌프란시스코 문화가 미국에 가장

많은 영향을 주었을 것이라는 것을 조금은 느낄 수 있었다.

단일 민족에서 다 민족 사상으로

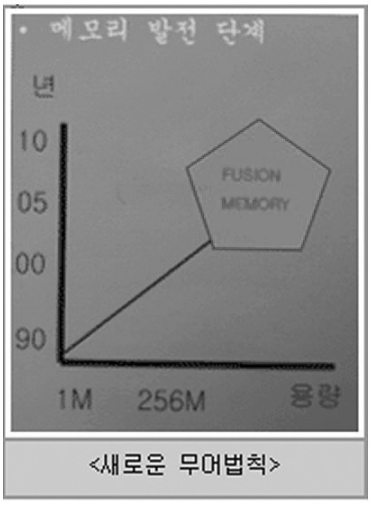
우리는 5천년을 살아온 백의 단일 민족이라고 어린 시절부터 교육받아서 그렇게 알고 있다. 그러나 최근 밝혀지고 있는 요동지역에서의 요하문명을 보면 기원전 6천년 이전에 이미 농경사회를 표방한 집단 거주지가 발굴되면서 우리가 알고 있는 역사가 많은 부분에서 수정되어야 하고, 우리가 신화라고 알고 있는 고조선 사회가 역사로 존재했던 역사적 사실이라는 것이 힘을 얻고 있다.

그리고 DNA 검사를 통한 민족의 유래를 연구해 보면 북방계 DNA와 남방계 DNA가 공존하는 형태로 단일민족으로 구성되었다는 것은 많은 반박 증거자료에 의해서 수용할 수 없는 이론이 되어 버린다. 또한 두개골의 형상을 비교 연구해보면 남방계 DNA를 가지고 있는 집단이 거주했던 주거지역의 무덤에서 발굴된 두개골은 얼굴 정면이 좁고 옆면이 넓은 형태의 유럽이나 인도인 계통의 두개골 형태가 나오고, 북방계 DNA를 가지고 있는 집단이 거주했던 주거지역의 무덤에서 발굴된 두개골은 앞면이 넓고 옆면이 좁은 둥글넓적한 형태의 두개골이 나오는 등 DNA뿐만 아니라 두개골 형태 등 모든 것이 한반도에 남아있는 우리 민족이 단일민족에 근원을 두어서 발전했다는 것은 과학적으로 뒷받침이 되지 않는다. 그러므로 우리 민족은 다양한 민족이 수만 년 전에 여러 계통으로 한반도에 흘러 들어와 정착하면서 자연환경에 변화 진화 적응되면서 오늘날에 이르고 있다는 것을 알 수 있다.



인텔 프로세서(점)의 트랜지스터 집적수의 성장과 무어의 법칙 (위쪽 줄=18개월, 아래쪽 줄=24개월)

〈무어가 발표한 논문 주요도면〉



〈필자가 예측한 반도체 발전단계〉

과학 기술 및 사회발전 다양성을 인정해야

과학 또는 사회발전을 연구 분석해 보면 시대에 따라서 나름대로 당시의 환경에 맞는 이론이나 법칙이 나와서 시대를 풍미하다가 사라지곤 했다. 우리나라가 세계 최고수준이라고 자랑하는 반도체 기술은 1965년 인텔의 공동 창업자인 무어가 발표한 논문에서 18개월 마다 CPU 칩에서 4배의 트랜지스터 집적수가 변화되는 형태로 발전할거라고 하여 한동안 큰 각광을 받았다.

2002년 우리나라의 황찬규 삼성전자 사장이 샌프란시스코 매리어트 호텔에서 있은 국제반도체회로학술대회(ISSCC)에서 황의 법칙을 발표했다. 18개월에서 6개월을 앞당겨 12개월만에 4배의 메모리 용량이 증가하는 "신 메모리 성장론"을 발표, 몇 년 동안 정설이 된 듯하다가 잠잠해졌다. 황의 법칙이 발표되는 시점에 필자가 예측한 새로운 무어의 법칙은 다양한 발전의 축을 갖다 보니 5각형 형태의 모양이 형성되는 "퓨전메모리 법칙"을 발명칼럼에 기고한적이 있다. 당시 영향력이 미진하여 잊혀진 새로운 무어의 법칙이 되었다. 지금은 황의 법칙이 영향력이 없어지고 새로운 퓨전메모리의 법칙이 빛을 발해서, 기능성 특징과 메모리 용량성 특징이 함께 하나의 디바이스

에서 발전하려면 메모리 용량은 시간에 따라 증가 또는, 감소할 수 있는 다양한 성장의 축으로 반도체가 발전해야만 21세기 계속해서 세계에서 반도체의 영향력을 유지하지 않을까 예측해 본다.

앞에서 언급했듯이 역사나 사회의 발전은 다양성을 인정하는 바탕에서 발전되어짐을 보았다. 새로운 사상이나 사회운동이 초창기에는 이단아로 낙인 찍혀 빛을 보지 못하다가 세월이 흘러서 가치를 인정받는 사례는 역사 속에서 수없이 찾을 수 있다. 인상주의 화풍을 만들었던 모네의 그림을 보고 그동안의 전통적인 주제나 기교에 얽매이지 않아 참 인상적이다(impressive) 라는 비평가 루이 르로이가 쓴 비판 기고문에서 유래되어서 인상파가 세계에 알려졌다는 이야기는 전통의 가치관을 깨고 새로운 사상이 잉태하기란 얼마나 어렵다는 것을 단적으로 보여준다.

사회문제가 되고 있는 공교육을 정상화하고 사회를 이끌어 나갈 새로운 인재의 육성이나 발굴을 하기 위해서 참신한 아이디를 창출할 수 있는 창의력 교육을 늘리고 창의적 인재를 찾겠다는 소리가 요란하다. 창의력의 근간은 다양성을 바탕으로 발전되는 속성을 가지고 있다. 날로 심화되고 있는 사회의 경직성은 창의성을 말살하는 우리들의 공공의 적이 될 수 있다. 말은 창의적 인재를 발굴한다고 하면서 사회는 이분법적 이념화가 된다면 모순이다. 날로 커가고 있는 국가의 부채 및 청년 실업과 노령화 문제를 슬기롭게 해결할 수 있는 방법은 창의력을 바탕으로 새로운 기술을 개발, 세계적인 제품을 세상에 내 놓아서 돈을 벌어오고 직업을 창출해야만 해결된다.



〈변상벽의 묘작도〉

흑 고양이다 백 고양이다 싸움할 필요 없이 하나의 화폭에 커다란 나무 가지에 참새가 여섯 마리가 평화롭게 놀고 있고 색이 다른 두 고양이가 서로를 마주보면서 사랑과 평화를 보여주는 우리의 변상벽의 "묘작도" 같은 세상을 만들어야 한다. 서울광장의 파란 잔디 위에서 참새 집단과 고양이 집단이 서로 엉키어 싸우는 세상이 되는 것이 아니라, 파란 잔디에 백 고양이 집단 팀과 흑 고양이 집단 팀이 운동장을 공유하면서 서로를 인정해주고 즐겁게 시간을 보낼 때 황 고양이가 그런 모습이 너무나 아름다워 기념 사진을 찍겠다고 파란 잔디 위에서 사진을 찍으며 전광석화 같은 깨우침을 얻었던 먼 옛날 샌프란시스코 공원에서의 추억이 요사이 경직되어가고 있는 우리나라 현실에서 모든 사람이 느끼는 공감대가 되어서 다양성을 서로 인정해주면서 공존하는 국가가 되어서 21세기 찬란히 피워나는 우리 민족이 되었으면 하는 간절한 바램뿐이다. 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



상표권의 효력과 제한

Ⅰ. 들어가며

상표권은 등록상표를 지정상품에 독점배타적으로 사용할 수 있는 권리라는 점에서 특허권 등과 마찬가지로 물권에 준하는 절대권이다. 따라서 제3자가 정당한 권원없이 등록상표와 동일, 유사한 상표를 등록상표의 지정상품과 동일, 유사한 상품에 대해 사용하는 것은 상표권의 침해를 구성하며, 상표권자는 이에 대하여 금지청구권, 손해배상청구권 등을 행사할 수 있다.

등록된 상표, 상품과 동일한 상표와 상품에 대해 사용하는 경우만을 상표권의 침해로 인정한다면, 이를 모방하여 유사하게 사용하는 경우가 허다한 현 거래사회의 실정을 고려할 때, 상표권의 사회 경제적 기능을 보호함에 충분하지 못하게 된다.

그러므로 상표법은 등록상표, 상품과 동일하지 아니하더라도 등록상표, 상품과 유사한 상표, 상품에 대하여도



침해행위로 규정하고 있다. 즉, 상표법은 금지권의 범위를 유사범위까지 확장함과 동시에 침해의 예비적인 행위도 침해행위로 간주하는 간접침해의 규정을 두고 있다.

이와 더불어 상표법은 공익적 입장에서 특정인에게 상표권을 독점시키는 것이 부적당한 경우에는 금지적 효력이 미치지 아니하는 한계를 법정화하여 운용하고 있다.

이번 호에서는 먼저 상표권의 적극적 효력과 소극적 효력에 대해 살펴본 다음 상표권의 효력의 제한 사유에 대해 구체적으로 살펴보기로 한다.

II. 상표권의 효력

1. 의의

상표권은 설정등록에 의하여 발생하며, 상표권자는 지정상품에 관하여 그 등록상표를 사용할 권리를 독점한다. 적극적 사용권은 지정상품에 동일상표를 사용함에 그치지만, 금지권 내지 배타권은 유사범위에까지 미치는 점에서 금지권의 범위가 사용권보다 더 넓다고 할 수 있다.

2. 상표권의 효력이 미치는 범위

(1) 시간적 범위

상표권의 존속기간은 상표권의 설정등록이 있는 날부터 10년이다. 그러나 상표권의 존속기간은 존속기간갱신등록에 의하여 10년씩 연장할 수 있기 때문에 반영구적이라 할 수 있다.

(2) 물적 범위

상표권의 물적 보호범위는 상표등록 출원서에 기재된 상표와 그 출원서에 기재된 지정상품에 의하여 정해진다.

현 거래 실정상 타인의 명성에 무임승차하여 경제적 이득을 얻으려는 자가 등록상표를 모방하여 사용하는 경우, 상표권의 물적 보호범위를 어느 범위에까지 미치게 할 것인가가 대두된다.

즉, 등록상표와 동일한 상표에 대하여만 효력을 인정할 것인지, 나아가 동일하지는 아니하더라도 유사하여 혼동의 염려가 있는 범위까지 효력범위를 확장할 것인지가 핵심이 된다.

결론적으로 말하면, 사용권은 등록상표와 동일한 상표를 그 지정상품에 사용하여야 하지만, 제3자의 사용행위를 제한하는 금지권 내지 배타권은 동일범위를 넘어 등록상표와 동일하거나 유사한 경우까지도 효력이 미치게 하여 상표권자의 권리를 두텁게 보호하고 있다. 물론 이 경우에도 지정상품과 비유사한 상품에 사용하는 경우에는 효력이 미치지 아니한다.

이와 더불어 등록상표와 유사한 상표라 할지라도 거래업계에서 출처표시에 오인, 혼동의 우려가 적은 경우라면 유사상표라 하여 획일적, 형식적인 틀에서 거절결정할 것이 아니라 사회적 타당성 문제를 검토해 볼 필요가 있다.

즉, 상표의 사용여부, 사용실태, 표지의 크기, 사용의 결과 획득한 주지 · 저명도 등과 함께 상표에 표시된 각각의 특성과 표지의 구성 등을 종합적으로 고려하여 등록여부를 판단하는 것이 법 취지에도 부합하기 때문이다.

(3) 지역적 범위

상표권은 속지주의 원칙에 따라 우리나라 영토에서만 그 효력이 미친다. 따라서 다른 나라에서 동일상표에 대해 보호를 받기 위해서는 그 나라 법률이 정하는 바에 따라 권리를 취득하여야 한다. 그리고 상표권의 성립, 소멸도 또한 그 나라의 법률에 따르게 되며, 상표권은 독립하여 병존하게 된다.

요즈음 상거래 행위가 외국에서 상품을 수입하여 국내에서 판매하는 경우가 많은 사실을 감안하여 이하에서는 이와 관련한 문제를 보다 구체적으로 알아보는 것도 바람직 할 것이다.

요즈음 가장 많은 사례는 "진정상품 병행수입"과 관련된 문제일 것이다.

복수 국(예 : 일본과 우리나라)에서 동일상표를 등록한 상표권자가 일본에서 당해 상표 · 상품을 제조, 판매하고 제3자(예 : 우리나라 수입업자)가 정당한 상표 · 상품("진정상품"이라 함)을 상표권자의 의사에

반하여 우리나라에 수입하는 경우 상표권자는 자기의 국내 상표권을 가지고 그 수입을 저지할 수 있는가에 대한 문제가 제기될 수 있다. 이른바 "진정상품 병행수입"에 관련한 것으로서 골프채, 가방 등과 같이 국내 · 외 가격차가 큰 경우 이러한 현상이 발생하게 된다.

진정상품 병행수입은 첫째, 그 상품이 진정상품이어야 하고 위조 상품이어서는 아니되고, 상품형태의 변경 또는 품질의 변화가 있거나 재포장되어서는 아니 된다.

둘째, 병행수입품에 대하여 광고가 행해지는 경우에는 상표가 부착된 병행수입품의 단순한 수입판매가 아닌 적극적 행위를 포함하므로 상표권의 침해가 성립된다는 견해가 있으나, 통설은 출처, 식별기능을 해치는 것이 아니므로 상표권의 침해가 되지 아니한다고 한다.

속지주의 원칙을 관철하면 진정상품 병행수입은 이론상 상표권의 침해를 구성하지만, 침해성립 여부는 유형별로 달리 적용되고 있다.

① 동일상표가 여러 나라에서 각각 다른 권리자에 의하여 취득되고 이들 사이에 아무런 관계가 없는 경우에는 속지주의 원칙이 그대로 적용된다. 즉, 자기의 상표권을 가지고 다른 나라에서 상표, 상품이 수입되는 것을 금지시킬 수 있다.

② 동일상표가 동일권리자에게 속하는 경우에는 병행수입을 허용하는 것이 일반적이다.

그 이론적 근거로는 상표를 일단 적법하게 사용하여 상표, 상품을 유통하였을 경우에는 국내, 외를 막론하고 상표권은 이미 소모되어 버렸으므로 진정상품의 병행수입은 상표침해를 구성하지 아니한다는 '소모설'과 상표권은 원래 그 기능보호를 통하여 상표권자의 신용과 경업질서를 보호하려는 제도이지 상표권자에게 국제적 시장의 자의적 분할 지배를 인정하려는 제도가 아니므로 진정수입의 병행수입과 같이 상표의 출처표시 기능을 해하지 아니하고 공중에게 오인, 혼동을 생기게 할 우려가 없을 경우에는 이를 금지할 이유가 없다는 상표기능론 또는 공중오인설 등이 있다.

③ 동일 상표권자가 일국에서 스스로 권리를 행사하면서 다른 나라에서 제3자에게 실시 허락하여 그로 하여금 전용권을 행사하도록 한 경우에도 병행수입은 허락된다.

사용자의 권리는 원래 상표권에서 파생된 것이므로 상표권자의 권리보다 클 수 없고, 그 결과 상표권자가 자기 수입상품을 금지시킬 수 없다면 사용권자도 그러한 권한을 가질 수 없기 때문이다.

3. 상표권의 효력범위의 확대

상표에 화체된 영업적 가치를 올리기까지는 오랜 시간이 필요하지만, 그 명성을 훼손하거나 손상하는 것은 순식간이 될 수 있고, 이를 회복하기에는 영업적 가치를 올리기만큼 어렵다.

상표권의 침해 판단은 유사범위까지 확대되나, 실제 유사범위를 판정하는 것이 용이하지 아니하고 유사범위를 확정하기까지 많은 시간이 소요되므로 신속한 권리구제를 받기 위하여는 유사범위까지 상표등록을 받아두면 권리범위를 확대하는 효과를 가져온다.

(1) 시간적 효력범위 확대

상표권의 존속기간은 그 설정등록일로부터 10년이면 만료되어 소멸한다. 그러나 상표권 존속기간갱신등록절차에 의하여 그 존속기간을 10년간씩 계속 갱신등록함으로써 그 효력을 시간적으로 확장할 수 있다.

(2) 장소적 효력범위의 확대

외국에서 상표등록을 받으려면, 보호를 받고자 하는 개별 국가에 대한 상표를 출원하거나 마드리드 의정서를 통한 국제출원이나 유럽공동체회원국에 대한 상표등록을 출원할 수 있다. 즉 해외출원과 등록으로 상표권의 효력범위를 확장시킬 수 있게 된다.

(3) 내용적 효력범위의 확대

① 지정상품의 추가등록

상표권자는 등록상표에 대하여 지정상품의 추가등록 출원을 통하여 지정상품 추가등록을 함으로써 상표권의 효력범위를 확장할 수 있다.

② 저명상표에 대한 희석화 방지

상표를 오랫동안 사용하여 유명한 표장이 되면, 명성과 신용을 얻게 됨에 따라 당해 상표는 고객흡인력과 구매력이 증진된다. 그러나 제3자가 이러한 유명상표와 유사한 상표를 상표권자의 허락없이 계속 사용하게 되면 당해 상표, 상품은 그 타인의 상품에 흡수되어 점차 희석되는데 이를 "상표의 희석화"라 한다.

상표가 희석화되면, 상표 간의 혼동가능성이 높아지게 됨으로 상표의 효력이 약화됨과 동시에 판매력이 점차 떨어지게 된다. 따라서 상표권자는 제3자가 당해 상표와 유사한 상표를 지정상품과 동일 또는 유사한 상품에 사용하는 경우에는 방치하지 말고 즉시 경고 등을 통하여 사용을 제지시켜야 한다.

4. 상표권의 적극적 효력(전용권)

(1) 의의

상표권이 설정 등록될 경우 상표권자는 지정상품에 대하여 그 등록상표를 사용할 권리를 독점하게 된다. 이러한 독점적 사용권(전용권)은 자신이 향유할 수도 있지만 상표권도 재산권의 일종이므로 상표권자는 타인에게 사용권이나 질권을 설정하거나 이전함으로써 그 경제적 가치를 실현할 수도 있다.

(2) 등록상표의 독점적 사용권의 구체적 내용

"등록상표의 독점적 사용권"이란 등록상표를 지정상품에 독점적으로 사용하는 권리이므로 구성요소의 개념을 간단히 살펴본다.

① 등록상표

"등록상표"란 상표등록을 받은 상표를 의미하며, 등록상표의 보호범위는 상표등록 출원서에 기재된 상표에 의해 정하여진다. 따라서 상표권자는 등록상표를 전용권 범위 내에서 사용하여야 하며, 유사범위 내에서의 사용은 수요자 보호차원에서 불사용이나 부정사용으로 간주되어 그 등록이 취소될 수 있다.

② 지정상품

"지정상품"이란 상표권자가 출원 시 출원서에 상표법시행규칙에서 정하는 상품류 구분 내의 상품 세목 중 등록받고자 하는 상표를 사용할 상품으로 지정한 상품을 의미하며, 지정상품의 보호범위는 상표등록 출원서에 기재된 상품에 의하여 정하여진다.

지정상품은 1개만 선택하여야 하는 것은 아니며, 여러 류를 동시에 또는 상품류가 동일한 범위 내에서 그 수에 제한없이 지정할 수 있다. 또한 원출원 시 지정상품에 포함하지 못한 상품이라 하더라도 등록 후에도 지정상품추가등록을 받을 수도 있다.

③ 사용

상표권자는 등록상표를 "사용"할 권리를 독점하게 된다. 따라서 제3자가 상표권자의 허락을 받지 아니하고 당해 상표를 사용하게 되면 상표권의 침해를 구성하게 된다. 이러한 경우 어떠한 행위가 상표사용행위에 해당되는지가 문제될 수 있다. 일반적으로 상표의 사용행위는 '상표를 상품에 사용하여 그것을 상업적인 거래에 유통시키는 것'을 의미하고, 상표법에서는 다음과 같은 정의 규정을 두고 있다.(상표법 제2조 제1항 제6호)

㉠ 상품 또는 상품의 포장에 상표를 표시하는 행위

'상품 등에 표시하는 행위'란 인쇄, 각인, 날염 기타의 방법에 의하여 표장을 상품 자체 또는 상품의 포장, 용기, 라벨 등에 표시하는 행위를 말한다. 그렇지 아니한 경우에는 간접침해가 되는 수는 있지만 상표로서의 사용은 아니다.

㉡ 상품 또는 상품의 포장에 상표를 표시한 것을 양도 또는 인도하거나 그 목적으로 전시, 수출 또는 수입하는 경우

상표를 표시한 상품을 시장에서 판매하는 것이 전형적인 경우이나 이밖에 전시 등 상품을 유통하는 모든 경우를 포함한다. 상품이 권리자에 의하여 적법하게 유통된 후에는 그 후의 전전 유통행위는 상표권 침해를 구성할 여지가 없게 된다.

㉢ 상품에 관한 광고, 정가표, 거래서류, 간판 또는 표찰에 상표를 표시하고 전시 또는 반포하는 행위

상표사용의 본래적 모습은 상표를 상품에 표시하여 시장에 유통시키는 것이다. 유통만을 상표의 사용이라 하면 상거래 사회에서의 사용의 범위를 축소하는 경우가 발생한다. 따라서 간판, 네온사인, 텔레비전 등의 광고를 사용이라고 보

며, 또한 인터넷과 홈페이지를 이용한 광고도 역시 상표의 사용으로 본다.

여기에서 광고 등에 상표를 '표시한다'고 하는 것은 목적론적으로 해석하여야 하고, 단순한 물리적 의미에서의 부착만을 의미하는 것은 아니라고 본다.

㉣ 상품자체, 상품의 포장이나 간판 등을 표장의 형상으로 하는 경우

상품, 상품의 포장, 광고에 상표를 표시하는 행위에는 상품, 광고, 간판을 표장의 형상으로 하는 것을 포함한다.

그렇다면 상표를 어떠한 방식 또는 형태로든지 사용하기만 하면 상표의 사용으로 볼 수 있는지 의문이 든다.

상표의 사용은 상표로서의 기능이 발휘되어 자타상품식별표지로서 사용되어야 하고, 그 사용이 불사용을 이유로 하는 상표등록취소를 회피하기 위하여 형식적으로 이루어진 것이 아니어야 한다.

대법원판례는 '비록 상품의 판매업자가 거래명세표 또는 간판 등에 상표 또는 이와 동일하게 볼 수 있는 표시를 하였다 하더라도 그것이 상표사용에 해당하려면 지정상품과의 구체적인 관계에 있어서는 그 표시로서 자기의 상품을 다른 업자의 상품과 식별시키기 위하여 특정하는 방법으로 사용되어야 하는데 상호 그자체로서만 사용한 것은 상표사용이 아니다' 라고 판시한바 있다.

5. 상표권의 소극적 효력(금지권)

(1) 의의

원래 상표권의 본래적 효력은 당해 등록상표를 지정상품에 사용하는 것에 그치지만 상품의 품질이나 출처에 대한 수요자의 오인 · 혼동을 방지하기 위하여 상표권의 배타적효력이 미치는 범위를 등록상표의 동일범위를 넘어 '유사범위' 까지 확장시키고 있다.

따라서 상표권자 이외의 제3자가 법률상 정당한 권한이나 이유없이 타인의 등록상표와 동일, 유사한 상표를 지정상품과 동일, 유사한 상품에 사용할 경우 상표권의 침해를 구성하도록 규정하고 있다. 이와 같이 정당한 권원없이 등록상표와 동일, 유사한 상표를 그 지정상품과 동일, 유사한 상품에 사용하는 것을 금지할 수 있는 권리를 "소극적 권리"라 한다.

(2) 내용과 범위

상표권자는 타인의 고의, 과실 여부를 불문하고 타인의 침해행위에 대하여 민사상 금지청구권을 행사할 수 있다. 타인의 고의, 과실이 인정되는 경우에는 손해배상청구권, 신용회복청구권이 인정된다. 그리고 상표권을 침해한 자는 형사상 제재를 받을 수 있다. 또한 상표법에서는 고의 추정, 손해액의 추정 등과 같은 규정을 두어 권리구제의 실효성을 담보하고 있다.

상표권의 소극적 효력은 '유사' 개념을 어떠한 기준으로 하여 판단하는지에 따라 그 폭이 정해지는 상대적 개념으로서 획일적으로 정하기 곤란하여 구체적 사건에 따라 상표법의 목적이나 이념을 고려하여 개별적으로 해석하여야 한다.

III. 상표권의 효력 제한

1. 의의

상표권자는 등록상표에 대해 지정상품 범위 내에서 사용할 수 있는 독점력이 발생하고 이를 제3자가 침해하면 침해금지 청구권 등을 행사할 수 있다. 그러나 이러한 독점적 사용권도 일정한 경우 제한을 받게 된다.

즉, ① 사용권의 설정으로 인한 제한 ② 공익상 이유로 금지권 행사의 제한 ③ 타인의 디자인권 · 특허권 등과의 저촉관계에서 오는 제한 ④ 또한 재심에 의하여 회복한 상표권의 효력이 제한되는 경우가 있다. 이하에서는 상표권의 효력이 제한되는 사유 중 중요한 부분인 ②와 ③에 대해 검토하고자 한다.

2. 공익적 견지에서의 제한

(1) 의의

상표권의 효력은 ㉠ 자기의 성명, 상호 등을 부정경쟁의 목적없이 상표를 사용하거나 ㉡ 상품의 보통명칭, 산지, 판매지 등을 보통의 방법으로 표시하는 상표 ㉢ 관용표장, 현저한 지리적 명칭 ㉣ 상품의 포장의 기능 확보에 불가결한 입체적 형상으로 된 상표는 효력이 미치지 아니한다.

(2) 취지

상표권의 효력제한 규정을 둔 제51조 각호는 상표등록 부등록사유를 규정하고 있는 상표법 제6조 제1호 내지 제4호, 제7조 제1항 제6호 · 제13호 내용과 관련성이 깊다.

이들 표지는 일반 거래업계에서 누구나가 사용하는 것이 보장되어야 하나, 잘못 상표등록이 된 경우로서 이를 무효심판으로 해결하기 위하여는 시간과 경비가 많이 들어가므로 무효심판청구 없이 그 금지권을 배제할 수 있도록 법정화한 것이다.

또한 등록상표에 무효사유가 없더라도 본조에 해당하면 금지권을 배제할 수 있고, 등록상표가 후발적으로 보통명칭 또는 관용표장이 된 경우에도 상표권의 금지적 효력범위 내에서 벗어날 수 있게 된다.

(3) 상표권의 효력이 제한되는 범위

① 자기의 성명, 상호 등을 부정경쟁의 목적없이 보통으로 사용하는 방법으로 표시한 상표를 사용하는 경우

"보통으로 사용하는 방법으로 표시하는 상표"라 함은 상표의 외관상의 구성뿐만 아니라 상품에 사용되는 그 사용방법이 통례에 비추어 품질, 산지 등의 표시로서 보통으로 사용되는 것임을 요한다.

그리고 상표권의 설정등록이 있은 후에 부정경쟁의 목적으로 이들의 상표를 사용하는 경우에는 상표권의 효력은 제한되지 아니한다. 여기서 "부정경쟁이 목적"이란 등록된 상표권자의 신용을 이용하여 부당한 이익을 얻을 목적을 말하고 단지 등록된 상표라는 것을 알고 있었다는 사실만으로 그와 같은 목적이 있다 보기에는 부족하고, 상표권 침해자 측의 상표 선정의 동기, 영업목적의 유사성, 영업활동의 지역적 인접성 등을 종합적으로 고려하여 판단하여야 한다.

② 등록상표의 지정상품과 동일, 유사한 상품의 보통명칭, 산지, 품질, 효능 등을 보통으로 사용하는 방법으로 표시하는 상표

보통명칭은 일반적으로 사용되는 것으로 본질적으로 자타상품의 식별력이 없어 특정인에게 이를 독점케 하는 것은 부적당하고, 상품의 품질, 산지 등의 표시와 같은 기술적 표장은 누구라도 자유롭게 사용할 수 있는 것이므로 자유사용의 필요가 공익상 요청되기 때문이다. 따라서 이러한 표장에 대하여는 특정인이 비록 상표등록을 받았다 하더라도 상표권의 효력이 미치지 아니한다.

③ 등록상표의 지정상품과 동일, 유사한 상품에 관용하는 표장, 현저한 지리적 명칭으로 된 상표

관용표장, 현저한 지리적 명칭으로 된 상표는 절대적 부등록사유에 해당하므로 적법하게 등록되었다 하더라도 누구나가 자유사용의 필요가 있으므로 상표권의 효력이 미치지 아니한다.

④ 상품의 포장의 기능 확보에 불가결한 입체적 형상으로 된 상표

상품의 기술적, 기능적 효과는 상표법의 보호대상이 아니므로 적법하게 등록된 경우에도 상표권의 효력이 미치지 아니한다.

3. 타인의 권리와의 저촉관계

(1) 의의

상표법 제53조에서는 '상표권자 · 전용사용권자 또는 통상사용권자는 그 등록상표를 사용할 경우에 그 사용 상태에 따라 그 상표등록출원일전에 출원된 타인의 특허권 · 실용신안권 · 디자인권 또는 그 상표등록출원일 전에 발생한 타인의 저작권과 저촉되는 경우에는 지정상품 중 저촉되는 지정상품에 대한 상표의 사용은 특허권자 · 실용신안권자 · 디자인권자

또는 저작권자의 동의를 얻지 아니하고는 그 등록상표를 사용할 수 없다.' 라고 규정하고 있다. 특허권 등과 상표권이 서로 충돌하는 경우 지적재산권의 법적 효력은 먼저 출원하여 등록 받은 권리를 우선으로 하고, 상호 간의 조화가 필요하다.

(2) 특허권 · 실용신안권과의 저촉

상표는 상품의 식별표지이므로 특허권 등과 저촉의 우려는 없으나, 입체상표의 도입으로 이론상 상호 저촉하는 문제가 발생할 수 있으므로 그 조정규정을 둔 것이다.

(3) 디자인권과의 저촉

디자인의 물품형태가 장기간의 사용으로 인해 특별현저성을 취득함으로써 상표화된 경우 상표등록을 받을 수 있다. 그 경우에도 기능적 특징은 상표로 인정받을 수 없으나, 장식적인 특징은 상표화가 인정될 수 있다. 따라서 디자인권과 상표권은 실제로 이용 · 저촉관계가 발생할 수 있다.

따라서 먼저 취득한 자에게 우선권을 주어 선원인 디자인권이 존재하면 상표권자는 디자인권자의 동의를 얻도록 한 것이다.

(4) 저작권과의 저촉

상표의 도형, 색채, 입체적 형상은 미술저작물과 저촉관계가 발생할 수 있다.

따라서 타인의 저작권보호대상이 상표에 포함된 경우 선행의 저작권자의 동의를 받아야 한다.

Ⅳ. 나가며

위에서 살펴본 바와 같이 상표권은 설정등록에 의하여 발생하며, 상표권자는 지정상품에 관하여 그 등록상표를 사용할 권리를 독점한다. 이와 같이 상표권의 본래적 효력은 상표를 지정상품에 사용하는 것을 의미하고 있다.

이러한 경우 제3자가 당해 상표와 유사한 상표를 사용하는 경우 상표권의 효력범위가 협소하여 침해에 대한 제재수단이 없게 된다면 상표권의 존재 가치가 무의미하게 된다.

따라서 상표법은 상표권의 효력을 보다 확대하여 실효성을 확보하기 위해 등록상표와 동일한 상표뿐 아니라 유사범위에 속하는 타인의 사용에 대하여도 이를 상표권의 침해로 보아 그 사용을 금지할 수 있는 권리를 상표권자에게 부여하고 있다.

그렇다 하더라도 상표권의 효력을 무제한적으로 인정하게 되면 거래업계에서 누구나가 사용하여야 하는 표장에 대하여도 특정인에게 독점권을 주는 결과가 된다.

따라서 이는 상표법의 목적과 배치될 뿐 아니라 공익을 해치는 결과를 초래하게 되므로 일정한 경우 이를 제한할 필요가 있는 것이다. 아울러 특허권, 실용신안권, 디자인권과 상표권이 상호 충돌하는 경우 역시 이를 조정할 관련 규정도 요청된다.

그러므로 상표법에서는 보통명칭, 기술적 표장 등에 대하여 상표권의 효력이 미치지 아니하는 범위를 규정하고 있고, 또한 특허권 등 지적재산권 상호 간에 선후원으로 발생할 수 있는 저촉문제를 해결할 수 있도록 제도적 장치를 두고 있다. **한국발명진흥회**



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



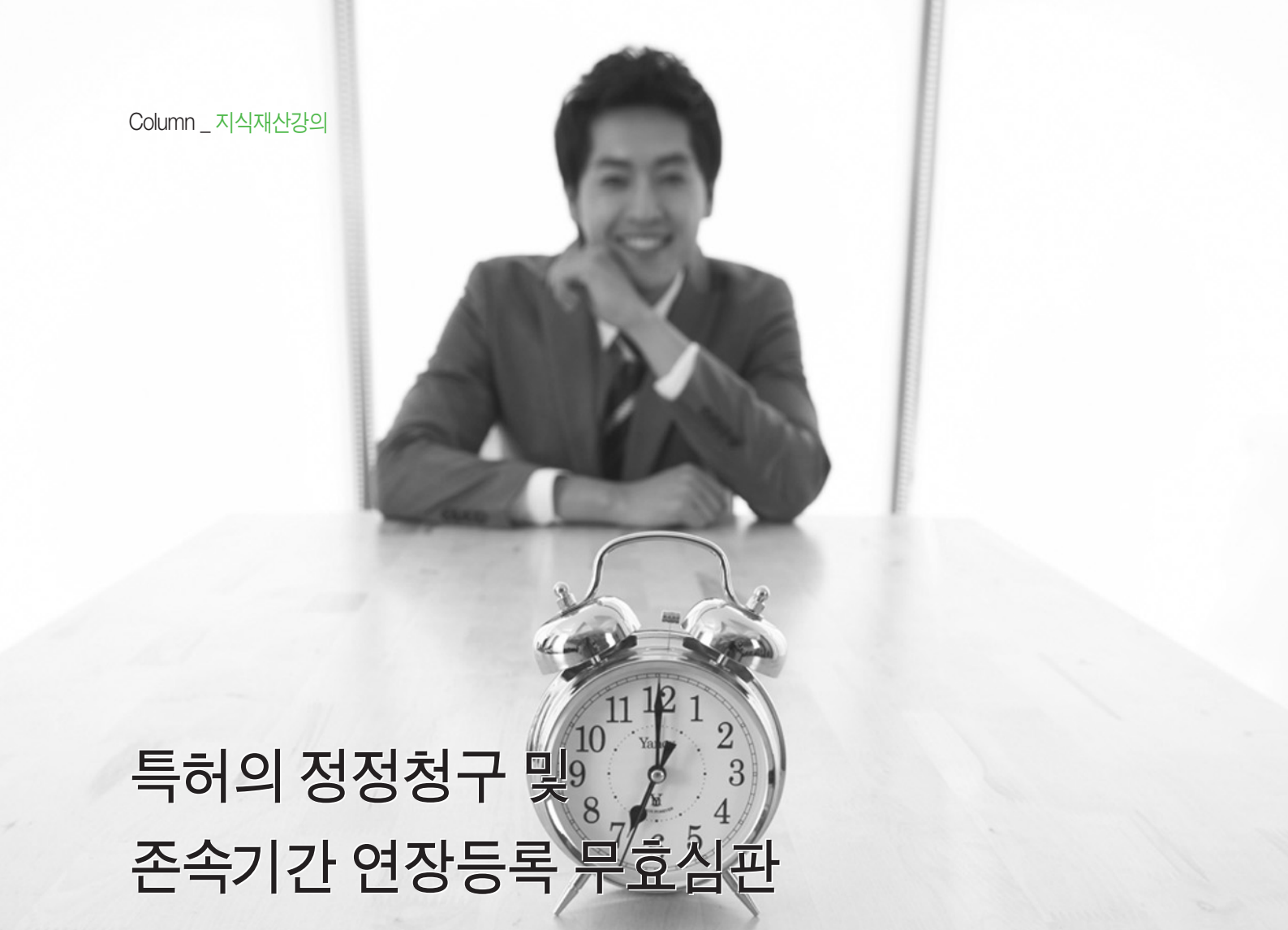
발명 365

종이 꼬리표

운송용 화물마다 어김없이 붙어 있는 종이 꼬리표도 어엿한 발명품으로 전세계 화물에 사용되고 있다. 발명가는 일본의 우에조 히로지.

우에조는 나가노라는 작은 마을에 살고 있었다. 그런데 처음으로 수도에 출장을 가게 되었다. 도쿄에 도착한 그는 설레는 마음으로 주위를 돌아보았다. 그의 눈에 가장 먼저 띈 것은 산더미처럼 쌓여 있는 화물이었다. 지방에서 수도로 부쳐오는 짐은 종류도 다양했고, 양도 많았다. 그런데 화물에는 모두 나무판자를 잘라 만든 꼬리표가 붙어 있었다. 순간 우에조는 고개를 갸웃거리며 '저 많은 화물에 나무판자 꼬리표라니. 종이로 만들어 붙이면 훨씬 편할 텐데……' 라고 생각했다.

고향으로 돌아온 그는 곧 종이 꼬리표를 만들어 실용신안으로 등록한 후 화물회사를 찾아갔다. 처음엔 비웃음을 면치 못했으나 2년 후, 성공했다.



특허의 정정청구 및 존속기간 연장등록 무효심판

I. 특허의 정정청구

1. 의의

특허무효심판절차에서의 특허의 정정청구라 함은 특허권의 설정등록후 특허무효심판이 청구되어 당해 특허권이 무효로 될 우려가 있는 경우에, 무효심판의 피청구인인 특허권자가 무효심결을 회피하기 위하여 특허발명의 명세서 또는 도면에 대하여 정정을 청구하는 제도를 말한다.(특허법 133의2)

2. 취지

특허무효심판이 특허심판원에 계속되어 있는 경우에는 독립하여 정정심판을 청구할 수 없도록 하고(특허법 136①단서), 대신 당해 무효심판절차에서 특허의 정정을 청구하게 하여 심판절차의 신속을 기하도록 하였다. 다만, 특허권의 대세적 효력에 비추어 그 내용에 변동이 생기는 경우에는 제3자에게 불측의 피해를 줄 수 있으므로 정정이 허용되는 범위를 엄격히 제한하고 있다.

3. 요건

(1) 정정청구를 할 수 있는 자

정정청구를 할 수 있는 자는 특허권자이다. 특허권이 공유인 경우에는 공유자 전원이 공동으로 청구하여

야 한다.(특허법 133의2④ 준용 특허법 139③) 특허권자는 특허권에 대해 전용실시권자, 허락에 의한 통상실시권자, 직무발명에 의한 통상실시권자 또는 질권자가 있는 경우에는 특허권자는 이들의 동의를 얻어야 정정청구를 할 수 있다.(특허법 133의2 준용 특허법 136⑦)

(2) 특허의 정정의 대상[1]

명세서 또는 도면의 정정은 특허발명의 명세서 또는 도면에 기재된 사항의 범위 내에서 할 수 있다. 다만, 잘못된 기재를 정정하는 경우에는 출원서에 최초로 첨부된 명세서 또는 도면에 기재된 사항의 범위 내에서 가능하다.

(3) 특허의 정정의 범위

① 특허청구범위의 감축

특허청구범위의 감축여부는 각 청구항별로 판단하여야 하며, 특허청구범위의 감축에 해당하는 구체적인 예를 들면, ⅰ) 택일적으로 기재된 선택요소의 삭제, ⅱ) 상위개념의 기재로부터 하위개념의 기재로의 변경, ⅲ) 구성요소의 직렬적 부가, ⅳ) 청구항의 삭제, ⅴ) 다수항을 인용하는 종속항에서 인용항수의 감소, ⅵ) n항 인용형식 종속항을 n-1이하의 종속항으로 변경 등이 있다.

② 잘못된 기재의 정정

잘못된 기재의 정정은 특허발명의 명세서 또는 도면 중 오기를 명확한 내용의 자구(字句)나 어구(語句)로 고치는 것을 말한다.

③ 분명하지 아니한 기재의 명확화

분명하지 아니한 기재의 명확화란 ⅰ) 문리(文理)상 의미가 명확하지 않은 기재를 바로잡는 경우, ⅱ) 그 자체의 기재내용이 다른 부분의 기재와 관련하여 불합리한 관계를 바로 잡는 경우, ⅲ) 발명의 신규성, 진보성을 명확히 하기에 불충분한 기재를 정정하여 특허결정 시의 명세서 또는 도면에 기재된 사항의 범위 내에서 명확히 하는 경우 등을 말한다.

④ 특허청구범위의 실질적 확장·변경의 불가[2]

특허권이 설정등록된 이후에 특허청구범위가 확장되거나 변경된다면 권리가 불안정해지고 제3자에게 불측의 손해를 줄 염려가 있기 때문이다. 특허청구범위를 실질적으로 확장하거나 변경하는 정정으로는 ⅰ) 청구항에 기재된 구성요건의 삭제, ⅱ) 청구항에 택일적으로 기재된 요소의 부가, ⅲ) 청구항에 기재된 구성요건을 상위개념으로 변경, ⅳ) 청구항에 기재된 구성요건의 대치, ⅴ) 청구항에 기재된 수치범위가 넓어지거나 또는 변경되는 경우, ⅵ) 정정에 의하여 특허청구범위가 감축되는 경우에도 정정전의 청구항에 기재된 사항에 의하여 구성되는 발명의 구체적인 목적의 범위를 일탈하여 그 기술적사항을 변경하는 경우, ⅶ) 청구항의 카테고리의 변경, ⅷ) 청구항의 카테고리는 변경되지 않으나 발명의 대상이 변경되는 경우, ⅸ) 청구항의 기재를 정정하지 않은 경우에도 발명의 상세한 설명 또는 도면을 정정한 결과 상기 ⅰ) ~ ⅷ)에 해당되게 되는 경우 등이 있다.

⑤ 출원 시를 기준으로 특허를 받을 수 있을 것

특허청구범위의 감축 또는 잘못된 기재의 정정에 해당하는 정정은 정정 후의 특허청구범위에 기재된 사항이 특허출원을 한 때에 특허를 받을 수 있을 것이어야 한다.(특허법 136④) 단, 특허무효심판상의 정정청구에서는 무효심판이 청구된 청구항을 정정하는 경우에는 이와 같은 독립특허요건은 요구되지 않는다.(특허법 133의2⑤) 이는 무효심판절차 내의 정정청구에서의 절차의 신속을 도모하기 위한 것이다.

(4) 정정청구의 시기

특허권자는 무효심판청구서의 부본송달후 답변서를 제출할 수 있는 기간 내에(특허법 147①), 당사

1) 정정사항은 무효사유나 직권심리에 의한 의견제출통지서에서 지적된 사항에 한해서만 정정청구를 하여야 하는 것은 아니다.

2) 특허청구범위의 정정이 특허청구범위의 변경에 해당하는지 여부를 판단함에 있어서는 특허청구범위 기재만을 가지고 대비할 것이 아니라 명세서 전체 내용과 관련하여 실질적으로 대비 판단하여야 한다는 것이 판례의 입장이다. 즉, 판례는 정정 전의 특허청구범위 제8항 및 발명의 상세한 설명 등을 참작하지 아니한 채 정정 전후의 특허청구범위 제1항만을 그 비교대상으로 하여 그 특허청구범위가 실질적으로 변경되었다고 판단한 원심 판결은 위법하다고 판시하였다.(2002후413)

자 또는 참가인이 신청하지 아니한 이유에 대한 직권심리 후 의견서를 제출할 수 있는 기간 내(특허법 159①후단)에 정정청구를 할 수 있다. 아울러, 청구인의 증거서류의 제출로 인하여 정정의 청구를 허용할 필요가 있다고 인정하는 경우에는 심판장은 기간을 정하여 특허권자에게 정정청구를 하게할 수 있다.(특허법 133의2①)[3]

4. 절차

(1) 정정청구서의 제출

특허권자는 다음의 법정사항을 기재한 정정청구서를 제출하여야 한다. i) 당사자의 성명 및 주소(법인인 경우 그 명칭 및 영업소의 소재지) ii) 대리인이 있는 경우 그 대리인의 성명 및 주소(대리인이 특허법인인 경우 그 명칭, 사무소의 소재지와 지정변리사의 성명) iii) 청구사건의 표시 iv) 청구의 취지 및 이유

또한, 정정청구가 있는 때에는 해당 무효심판절차에서 그 정정청구 전에 수행한 정정청구는 취하된 것으로 본다.(특허법 133의2②) 이는 하나의 무효심판 절차 내에서 복수의 정정청구가 있는 경우, 절차의 중복 및 복수개의 정정청구에 의해 상호모순되는 정정결정이 가능하므로, 개정법에서는 새로운 정정청구가 있는 경우에는 이전의 절차에서의 정정청구는 취하되는 것으로 규정한 것이다.

(2) 정정한 명세서 또는 도면의 첨부

특허발명의 명세서 또는 도면의 정정을 청구하는 때에는 정정청구서에 정정한 명세서 또는 도면을 첨부하여야 한다.(특허법 133의2④ 준용 특허법 140⑤) 명세서 정정 시에는 명세서 전문을 첨부하여야 한다.

(3) 부본의 송부

심판장은 정정청구가 있는 때에는 그 청구서의 부본을 심판청구인에게 송부하여야 한다.(특허법 133의2②)

5. 심리 및 결정

(1) 부적법한 정정청구의 경우

① 정정불인정이유의 통지 및 의견서 제출기회의 부여

1) 심판관은 정정청구가 그 요건에 위반된다고 인정하는 경우에는 심판청구인에게 그 이유를 통지하고 기간을 정하여 의견서를 제출할 수 있는 기회를 주어야 한다.(특허법 133의2④ 준용 특허법 136⑤)

2) 한편, 기간을 경과하여 정정청구서를 제출한 경우 특허심판원장은 소명기회를 주고 소명하지 않거나 소명이 적법하지 않은 경우 불수리한다.(특허법 시행규칙 11)

② 특허권자의 의견서 제출 및 보정서 제출

1) 특허권자는 정정불인정이유의 통지에 대한 의견서 제출기간 내에 의견서를 제출하는 외에 정정청구서에 첨부된 정정한 명세서 또는 도면에 대하여 보정할 수 있다.(특허법 133의2④ 준용 특허법 136⑨)[4]

---

3) 무효심판 청구인은 요지변경 여부에 관계없이 청구이유를 자유롭게 보정할 수 있으므로 무효심판 청구 시 제출하지 않았던 새로운 무효의 증거를 제출할 수 있으나, 피청구인은 답변서 제출기간 및 직권심리에 의한 의견서 제출기간 내에만 정정청구를 하도록 규정되어 있었는 바, 개정법은 청구인으로부터 새로운 무효의 증거가 제출되는 경우에 심판장이 정정청구가 필요하다고 인정하는 경우라면 특허권자에게 기간을 정하여 정정청구를 할 수 있게 한 것이다. 이는 특허권자에게도 정정청구를 통한 방어기회를 평등하게 부여하기 위한 것으로 해석된다.

4) 정정청구서의 보정은 정정청구의 동일성을 유지하는 한도 내에서 보정을 인정한다는 것을 말한다. 정정청구하지 아니한 사항을 정정하는 경우에는 청구의 취지가 변경된 것에 해당되며, 종래의 정정사항에서 정정의 내용을 변경하여 동일성을 훼손하는 경우에는 원칙적으로 정정청구의 취지가 변경된 것으로 본다. 따라서, 정정청구하지 아니한 청구항의 삭제는 새로이 정정사항을 추가하는 것으로 보정을 인정할 수 없다. 한편, 청구항의 정정된 구성요소를 상위개념에서 하위개념으로 변경하거나 정정된 수치범위를 더욱 축소하거나 선택적 구성요소를 삭제하는 보정이나, 정정청구된 청구항을 보정에 의해 청구항 자체를 삭제하는 경우와 정정사항을 삭제하여 등록명세서의 내용대로 유지하는 보정은 청구의 취지를 변경한 것으로 보지 아니한다.

2) 한편, 기간을 경과하여 정정청구명세서 등의 보정신청서를 제출한 경우 특허심판원장은 소명기회를 주고 소명하지 않거나 소명이 적법하지 않은 경우 불수리한다.(특허법 시행규칙 11)

③ 정정청구의 불채택

1) 특허권자가 제출한 의견서 또는 보정에 의해서도 정정청구를 인정할 수 없는 경우에는 별도의 각하결정은 하지 않고 무효심결의 이유란에 정정청구를 채택할 수 없는 이유를 기재하고 정정청구를 채택하지 않는다.[5)]

2) 따라서, 정정청구에 대해서는 불복의 대상이 없기 때문에 독립하여 불복할 수 없다.

(2) 적법한 정정청구의 경우

① 정정의 소급효

정정청구가 그 요건에 적합한 경우에는 정정한 명세서 또는 도면에 의하여 무효심판의 심리를 진행한다. 특허발명의 명세서 또는 도면에 대하여 행한 정정이 확정된 때에는, 그 정정 후의 명세서 또는 도면에 의하여 특허출원 · 출원공개 · 특허결정 또는 심결 및 특허권의 설정등록이 된 것으로 본다.(특허법 133의2④ 준용 특허법 136⑧)

② 특허청장에게 통보

특허발명의 명세서 또는 도면에 대한 정정이 확정된 경우에 특허심판원장은 그 내용을 특허청장에게 통보하여야 한다.(특허법 133의2④ 준용 특허법 136⑩)

③ 특허공보에 게재

특허청장은 특허심판원장으로부터 상기의 통보를 받은 때에는 이를 특허공보에 게재하여야 한다.(특허법 133의2④ 준용 특허법 136⑪)

6. 정정심판과의 관계

(1) 특허무효심판이 특허심판원에 계속되고 있는 경우에는 독립하여 정정심판을 청구할 수 없고(특허법 136①단서), 무효심판절차에서 정정청구를 하여야 한다.(특허법 133의2)

(2) 그러나 소송단계(특허법원 또는 대법원)에서는 독립하여 정정심판을 청구할 수 있으므로, 소송단계에서 이해관계인이 새로운 무효사유를 제출할 경우 특허권자도 이에 대응하여 정정심판을 청구함으로써 특허권자의 이익을 보호할 수 있다.

II. 특허권의 존속기간 연장등록의 무효심판

1. 서설

(1) 의의

1) 특허권의 존속기간 연장등록의 무효심판이란 연장등록무효사유(특허법 134① 각 호)에 해당함을 이유로 연장된 존속기간의 무효를 청구하는 심판을 말한다.

2) 특허무효심판은 특허권 자체의 무효를 청구하는 심판이지만, 특허권의 존속기간 연장등록의 무효심판은 원래의 존속기간 중의 특허권은 인정하되 연장된 존속기간만을 무효시키는 점에서 차이가 있다.

(2) 제도적 취지

특허권의 존속기간 연장등록의 무효심판제도는 존속기간 연장등록 출원심사의 완전 · 공정성에 대한 사후적 보장제도로서, 선의의 제3자 보호와 산업발전이라는 특허제도의 목적에 따라 부당한 연장등록을 규제 및 정리하기 위한 것이다.

---

5) 특허발명은 하나의 기술사상에 기초한 것인 만큼 비록 복수항에 걸친 정정을 구하였다고 하더라도 이는 일체로서 정정을 구하는 취지라고 해석되므로, 그 일부항에 정정불허사유가 존재하는 한 이 사건 특허발명의 정정은 진보성이 있는 것인지 여부에 대하여 나아가 볼 필요도 없이 전체로서 허용될 수 없는 것이라고 할 것이다.(99허2174)

2. 연장등록 무효사유

특허권의 존속기간 연장등록의 무효사유(특허법 134①)는 연장등록출원의 거절이유(특허법 91①)와 실질적으로 동일하며, 다음에 열거된 사항에 한한다.

ⅰ) 그 특허발명을 실시하기 위하여 제89조의 허가 등을 받을 필요가 없는 출원에 대하여 연장등록이 된 경우

ⅱ) 그 특허권자 또는 그 특허권의 전용실시권 또는 등록된 통상실시권을 가진 자가 제89조의 허가 등을 받지 아니한 출원에 대하여 연장등록이 된 경우

ⅲ) 연장등록에 의하여 연장된 기간이 그 특허발명을 실시할 수 없었던 기간을 초과하는 경우

ⅳ) 당해 특허권자가 아닌 자의 출원에 대하여 연장등록이 된 경우

ⅴ) 제90조 제3항(공유인 경우)의 규정에 위반한 출원에 대하여 연장등록이 된 경우

3. 청구요건 및 절차

(1) 청구인

특허권의 존속기간 연장등록의 무효심판을 청구할 수 있는 자는 이해관계인 또는 심사관이다. 구체적인 내용은 특허무효심판의 경우와 같다.

(2) 피청구인

특허권의 존속기간 연장등록의 무효심판에 있어서 피청구인은 특허권자이다. 특허권자는 현재 특허등록원부에 특허권자로 등록되어 있는 자이어야 한다. 특허권자가 공유인 경우 전원을 피청구인으로 하여야 한다.

(3) 심판청구의 대상

특허권의 존속기간 연장등록출원이 연장등록된 경우에 그것이 특허법 제134조 제1항의 무효사유에 해당되면 연장등록의 무효심판을 청구할 수 있다. 특허권의 존속기간 연장등록의 무효심판의 청구대상은 「연장등록」자체이다.

(4) 심판청구절차

특허무효심판의 청구절차에 관한 규정이 준용되므로 ⅰ) 특허권의 존속기간 중은 물론 특허권이 소멸된 후에도 특허권의 존속기간 연장등록의 무효심판을 청구할 수 있고, ⅱ) 연장등록 무효심판이 청구되면 심판장은 그 취지를 당해 특허권의 전용실시권자 기타 특허에 관하여 등록을 한 권리를 가지는 자에게 통지하여야 한다.(특허법 134②)

4. 심리

특허권의 존속기간 연장등록의 무효심판에 대한 심리는 구술심리 또는 서면심리로 한다. 다만, 당사자가 구술심리를 신청한 때에는 서면심리만으로 결정할 수 있다고 인정되는 경우 외에는 구술심리를 하여야 한다.(특허법 154①) 구체적인 내용은 특허무효심판의 경우와 동일하다.

5. 연장등록 무효심결의 효력

1) 연장등록을 무효로 한다는 심결이 확정된 때에는 그 연장등록에 의한 존속기간의 연장은 처음부터 없었던 것으로 본다.(소급효 인정) 그러므로 특허권의 존속기간은 원래의 존속기간만료시에 소멸하게 된다.(특허법 134③본문)

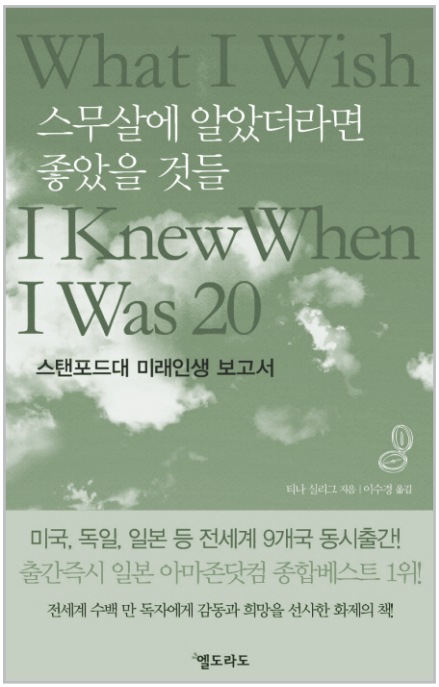
2) 다만, 연장된 기간이 실제 그 특허발명을 실시할 수 없었던 기간을 초과하였다는 이유(특허법 134①Ⅲ)로 연장등록을 무효로 하는 심결이 확정된 때에는, 그 「초과하여 연장된 기간에 대해서만」 연장이 없었던 것으로 본다.(특허법 134③단서) 한국발명진흥회



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

스무살에 알았더라면 좋았을 것들

– 스탠포드대 미래인생 보고서



저 자 _ 티나 실리그
역 자 _ 이수경
출판사 _ 엘도라도

책소개

불확실한 세상으로의 행복한 초대

진부하고 평범한 아이디어를 송두리째 뒤집어, 자신과 세상을 완전히 새로운 시각으로 바라보도록 돕는 『스무살에 알았더라면 좋았을 것들』. 스탠퍼드대 티나 실리그 교수의 '기업가정신과 혁신' 강의를 정리한 것으로, 혁신적이고 창의적인 방식으로 여러 과제들을 풀어나가는 스탠퍼드 학생들의 흥미로운 실례와 자신만의 방식으로 당당하게 행복을 찾고 나름의 성공을 일군 많은 이들의 사례를 생생하게 보여준다. 미국을 필두로 독일, 일본, 대만, 중국 등 9개국에서 베스트셀러에 오르며 수많은 사람들에게 감동과 희망을 선사하였다.

지리적표시단체 표장에 등록된
우리나라 대표 특산품

강원도 _ 삼척

삼척마늘

삼척은 태백산맥과 청정바다가 어우러져 맑은 공기와 깨끗한 물, 기름진 토질 등 천혜의 자연환경을 갖추고 있으며, 그 자연 환경을 기반으로 하여 생산되는 삼척마늘은 크기가 크고 무거우며 알린과 프럭탄의 함량이 높아 마늘의 고유 특징인 매운맛과 향이 강합니다.

_ 상표명
삼척마늘

_ 권리자
삼척마늘생산자 영농조합법인

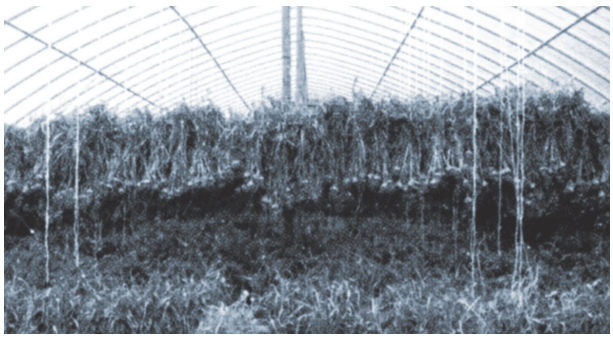
_ 등록번호
제49호

_ 상품분류
제31류 마늘(신선한 것)

_ 연락처
삼척마늘생산자 영농조합법인
033-573-2737







1. 지리적 환경

해발 1,500m 이상의 태백산과 함백산의 서북쪽에 위치, 특히 해양성 기후로 봄이 일찍 오고 초여름이 시원하여 구비대에 알맞은 조건을 갖춘 삼척지역은 토질 대부분이 석회암 지대로서 점토가 많은 토양으로 형성되어 있기 때문에 마늘재배의 알맞은 지역입니다.

2. 특성

지리적으로 해양성기후, 석회암 지대에서 재배되며, 육질이 단단하여 껍질이 잘 벗겨지고 즙액이 많아 맛과 향이 진하며 저장성이 좋습니다. 국내 한지형 마늘의 지하부의 특성은 삼척마늘의 구중이 36.6g으로 가장 무거웠고, 의성마늘이 29.7g으로 가장 가벼웠으며, 구경은 48.2mm으로 한지형 마늘 주산지 중 삼척마늘이 가장 컸으며, 구고는 단양과 삼척이 42.8mm와 38.3mm으로 크게 나타났습니다.

강원도 _ 양양

양양송이

천년의 향이라 불릴 만큼 짙은 향을 간직한 양양송이는 수분함량이 87.3%로 일본산 송이보다 수분함량이 낮고, 기타 버섯류보다 수분 함량이 낮아서 몸이 단단하여 장기간 보관이 가능하며 품질변화가 적습니다.

_ 상표명
양양송이

_ 권리자
양양송이 영농조합법인

_ 등록번호
제3호

_ 상품분류
제29류 송이(냉동한 것)
제31류 송이(신선한 것)

_ 연락처
양양군 산림농지과
033-670-2713

1. 유래

'삼국사기' 에 신라시대 성덕왕 3년(서거 709년)에 송이를 왕에게 진상했다는 기록이 있고(한국식품개발연구원 2002) 고려시대 이인로의 '파한집' (1260년)에서 송이는 소나무와 함께하고 복령의 향기를 가진 송지(松芝)라고 기술했고, 목은 이색(1328~1396)의 '목은집' 에는 추석을 앞두고 송이버섯을 보내준 친구에게 고맙다는 편지를 남겼다는 기록이 있습니다.

2. 특성

송이는 100% 자연채취물로 현재까지 인공적으로 재배된 사실이 없을 정도로 생육에 적합한 자연환경조성이 무척이나 까다로우며, 현재 한국의 송이 자생지는 태백산맥과 소백산맥을 연결하는 강원도와 경상북도를 중심으로 채취되고 있으며, 이러한 희소성 때문에 그 가치를 높이 인정받고 있습니다.





아무도 몰랐던 몰래발명이야기 「순간접착제」

글·그림 김 민 재

접착제에도 격이 있다. 접착제를 들입다 부어대도 불기는 커녕 끈적거리고 지저분해지는 하급 접착제가 있는가 반면 단 몇방울로 완전무결하게 끝내버리는 A급이 있으니 이를 '초강력 순간 접착제'라고 한다.



순간접착제는 1942년 화학자인 '해리쿠버'에 의해 발명되었는데 시작은 깨끗한 플라스틱을 만들기 위한 실험으로 부터 였다



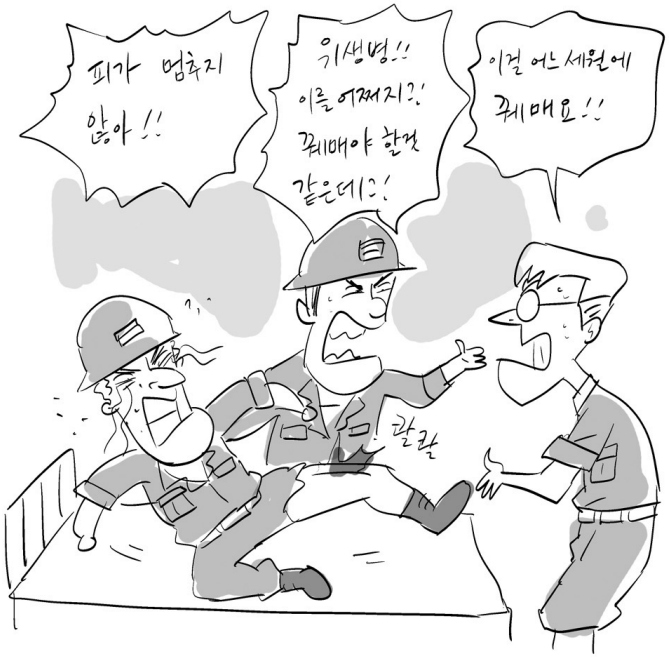
그로부터 수년후, 쿠버는 다른 실험에 시아노아크릴레이트를 재차 연구하던중 특별한 성질을 발견하였다.



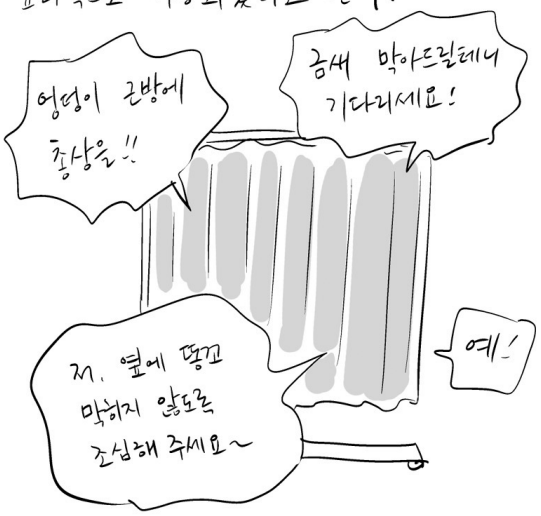
그리하여 1958년 '이스트먼910'이라는 이름을 들고 시장에 등장하였으니 초강력 슈퍼스타의 탄생이 였다.



순간적으로 강력하게 접착시키는 특수성으로 인해 이 제품의 활용 범위는 상상을 뛰어 넘었다 예를 들어 베트남 전쟁 당시...



이 일로 인해 당시 순간접착제는 비상응급처치에 효과적으로 사용되었다고 한다.



마침 이때 위생병의 뇌리를 스쳐가는 한 생각이 있었으니...



그는 환자의 찢어진 상처부위에 순간 접착제를 발라 주었다.



현재까지도 사랑받고 있는 순간접착제! 단 약간의 주의만 기울인다면 접착제중 이시대 최고가 아닐까?



KIPO NEWS

한 · 독일 간 특허심사하이웨이 시행

특허청은 지난 7월 1일부터 독일과 특허심사하이웨이를 시범 실시하였다.

특허심사하이웨이(Patent Prosecution Highway)는 동일한 특허가 양국에 신청된 경우, 어느 한 국가에서 특허가 등록되면 상대국은 간편한 절차를 적용하여 당해 특허를 다른 특허에 비하여 우선적으로 신속히 심사처리하는 제도이다.

특허청은 현재 일본, 미국, 덴마크, 영국, 캐나다, 러시아, 핀란드와 특허심사하이웨이 제도를 시행 중인데, 이번에 독일과 특허심사하이웨이를 추가로 시행하게 되어, 특허심사하이웨이 시행국은 총 8개국으로 늘어나게 되었다.

이로써 미국, 중국, 일본 다음으로 우리 기업의 해외 출원이 많은 독일과 특허심사하이웨이를 시행함으로써, 우리 기업이 더욱 쉽고 간단한 절차로 신속하게 특허 심사를 받을 수 있게 되었다.

독일과 특허심사하이웨이는 2010년 7월 1일부터 2년간 시범 실시되며, 특허심사하이웨이에 관한 세부사항은 특허청 홈페이지(http://www.kipo.go.kr)에서 확인할 수 있다.

대학 · 공공(연) 특허역량 무료 진단 서비스 실시

특허청은 금년 7월부터 11월까지 대학 · 공공(연)의 특허역량을 높이기 위해 '특허관리역량 진단 및 컨설팅 서비스'를 실시한다고 밝혔다.

대학 · 공공(연)은 전체 연구개발비의 24.6%를 사용하고, 박사급 연구인력의 82.3%를 보유('08년 기준)하여 혁신 잠재역량은 매우 높은데 반해, 특허 생산성 · 기술이전 등의 성과가 미흡하다는 문제점이 지적되어 왔다.

이러한 문제점을 해결하기 위해서는 연구개발로부터 우수 특허를 창출하고, 창출된 특허를 보호 · 활용하기 위한 체계적인 특허관리가 무엇보다 중요하며, 이를 위해 기관의 특허관리역량에 대한 정확한 진단이 필요하다.

특허청은 2009년부터 대학과 공공(연)을 대상으로 특허관리역량 진단모형*을 통해 지식재산의 창출, 보호, 활용 분야별로 역량을 진단 · 평가하고, 그 결과에 따라 기관별로 맞춤형 컨설팅을 제공하고 있다.

* 특허관리역량 진단모형 : R&D로부터 특허의 창출, 창출된 특허의 권리화 및 보호, 그리고 특허의 활용 등을 종합적으로 진단하기 위한 평가모형. 총 30여 개의 지표로 구성

2011년부터는 특허관리역량을 단순히 진단 · 평가하는 것에 그치지 않고, 평가결과를 교육과학기술부가 시행하는 '연구관리 인증제 (연구성과 인증제)'에 반영하여 기관의 연구간접비 비율 및 기관 평가와 연계할 계획이어서, 특허관리역량에 대한 정확한 진단은 더욱 중요해질 전망이다.

* 연구관리 인증제 : 대학 · 출연(연)의 연구비 관리 투명성 및 연구성과관리 능력 제고를 위해 기존의 연구비 관리 인증제에 지식재산(연구성과)관리 인증까지 포함하여 연구관리 인증제로 확대 실시('11년). 대학 · 공공(연)이 연구관리 인증을 받을 경우 연구간접비 상향 조정, 기관평가시 가점 부여 등의 인센티브를 받게 됨

올 상반기 입법추진실적 및 향후 계획 발표

한 · EU FTA 이행법안 등 개정절차 본격 착수

글로벌화가 한창인 지식재산관련 국제환경과 국내외 고객들의 다양한 요구에 부응하기 위한 법제 정비가 순조롭게 진행 중이다.

특허청에 따르면 올 초 국회를 통과한 '상표법'과 '발명진흥법'이 두 달여 뒤인 7월 28일에 시행될 예정이다.

개정 상표법은 상표권 존속기간 연장을 위해 따로 출원을 요하던 것을 신청서만 내도록 간소화하고, 일시에 납부하던 10년치 상표등록료를 2회에 나누어 낼 수 있게 하는 등 출원인의 부담을 대폭 줄였다.

발명진흥법은 국내외에서 지재권 침해로 피해를 입고 있는 중소기업과 특허정보조사 등과 같은 지식재산서비스 업계에 대한 정책적 지원근거를 명확히 했다. 현재 양 법의 시행을 위한 7개 하위법령 개정이 추진 중이다.

작년 10월 가서명된 한 · EU FTA 이행을 위한 법 개정 작업도 조만간 착수될 전망이다. 협정에 따라 보호되는 EU의 지리적 표시와 동일 유사한 상표가 출원될 경우 등록을 거절하거나 해당 지리적 표시의 사용을 금지하는 것을 주된 내용으로 하여 '상표법'과 '부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률'이 개정된다.

수출기업이 꼭 확인해야 될 사이트, IP-first!

수출 중소기업을 위한 맞춤형 특허분쟁정보 제공 사이트 오픈

최근, 기업 간 특허분쟁이 심화되면서 CeBIT('Center for Office and Information Technology'의 독일어 약자), IFA ('Internationale Funkausstellung Berlin'의 독일어 약자) 등 독일의 주요 전시회에서 우리기업에 대한 해외특허권자의 침해주장으로 전시회부스 및 전시물품이 가처분 · 가압류되는 등 전시에 차질을 빚고 있다.

이 경우, 해당 기업은 수개월에 걸쳐 야심차게 준비했던 전시회 준비 노력이 허사가 될 뿐만 아니라 대상 국가에서의 이미지만 오히려 하락되는 등 예측하지 못한 불이익을 입게 되어 큰 낭패를 보게 된다.

이처럼 진출국가의 지재권 제도 특성에 대한 정보 부족으로 어려움을 겪는 우리 기업들을 위해 특허청은 기업들이 해외 진출과정에서 꼭 챙겨봐야 할 국제특허분쟁 관련 핵심정보(지재권 보호 제도, 주요 분쟁사례, 기업 주의사항 등)를 한 눈에 살펴볼 수 있는 해외 지식재산 분쟁 포털 사이트(http://www.ipfirst.or.kr)를 오픈한다고 발표하였다.

이번에 오픈하는 해외 지식재산 분쟁 포털 사이트에서는 중소기업의 취약한 해외 지재권 분쟁정보기반을 고려하여 국가별 · 주제별 맞춤형 지재권 제도 정보 및 타사분쟁에 대한 선행 학습 자료를 중심으로 무료로 정보서비스할 예정이다.

KIPO NEWS

지역의 전략산업, 특허 분석으로 통(通)한다!

지재권 분석을 통해 맞춤형 지역산업발전 방안 마련

특허청은 지역의 핵심 전략산업에 대한 지식재산권(이하 '지재권') 분석을 통해 지역 전략산업이 강력한 글로벌 경쟁력을 가질 수 있도록 지원하는 '맞춤형 지역산업발전 지원 사업'을 추진한다.

올해는 전국 16개 시 · 도 중 경기, 부산, 강원, 충북 4개 지자체와 특허청이 공동 예산을 확보하여 해당 지역의 지식재산센터를 통해 사업이 수행된다.

그동안의 지역산업발전 전략은 시장과 지역 산업 여건을 중심으로 기획 · 추진되었고, 특허 분석은 통계 제공의 차원 또는 지역연구개발의 성과를 판단하는 자료로 활용돼 왔다.

하지만, 이번 사업은 특허, 논문, 시장성 등을 고려한 지재권 분석을 통해 지역의 유망 · 특화산업을 발굴하고 지역연구개발 과제의 합리적인 선정 및 수행전략을 제시한다.

또한 지역전략산업의 효율적이고 심층적인 육성 방안을 마련하고, 지역의 전략산업 종사자들이 미래시장을 주도할 핵심 · 원천 특허를 확보할 수 있는 지재권 포트폴리오와 이를 구현할 전략도 제공한다.

"아주대 의대 민병현 교수, 특허기술상 세종대왕상 수상 영예"

2010년 상반기 특허기술상 수상자 선정발표

아주대 의대 민병현 교수 외 2명(리젠프라임(주) 출원)이 2010년 상반기 특허기술상에서 특허부문 최고의 영예인 세종대왕상 수상자로 선정됐다.

특허청(청장 이수원)은 새로운 생체소재 생산기술인 '세포 유래 세포외기질막의 제조방법'을 발명한 아주대 의대 민병현 교수 등 총 19명의 발명가를 특허기술상 수상자로 선정했다고 지난 6월 28일 밝혔다.

특허기술상은 특허청과 중앙일보가 공동으로 주관하는 상으로 특허와 디자인 2개 부문에 걸쳐 총 4개의 상으로 이뤄져 있다.

특허부문인 세종대왕상에는 상금 1,000만 원, 충무공상 상금 500만 원, 지석영상(2개) 상금 300만 원이 수여되고, 디자인 부문인 정약용상에는 500만 원의 상금이 주어진다.

세종대왕상을 수상한 '세포 유래 세포외기질막의 제조방법'은 동물의 조직 그대로 동결, 건조하는 다른 생체소재들과는 달리, 동물의 연골에서 분리한 연골세포를 고농도로 체외에서 배양 및 건조하여 생체적합성을 획기적으로 개선한 생체소재인 세포 유래 세포외기질막(ECM membrane)에 관한 것이다.

이 생체소재는 낮은 면역 반응성과 인체 이식에 적합한 인장강도를 가지고 있어서 주요 적용 질환인 연골 손상은 물론 골막 손상, 피부 결손, 세포이식치료를 위한 기본소재, 성장인자 치료 등의 약물 전달체로도 사용될 수 있어, 향후 질병의 치료에 다양하고 유용하게 사용될 전망이다.

충무공상은 모터와 솔레노이드형 코일을 이용해서 주 제동기능을 구현한 '솔레노이드를 이용한 부가 기능 구현 타입 단일 모터 전자 웨지 브레이크 시스템'을 발명한 현대모비스(주)의 김종성 발명자가 차지했다.

지석영상은 '다중 주파수채널 시스템에서 효율적인 스펙트럼 센싱을 이용한 채널 할당 방법'를 발명한 한국전자통신연구원의 김창주 대표발명자와 '칩스케일 패키징 발광소자 및 그의 제조방법'을 발명한 부경대학교의 유영문 대표발명자(한국광기술원 출원)가 수상했다.

디자인부문인 정약용상은 ' 공기청정기 '를 창작한 웅진코웨이(주)의 최헌정 창작자가 수상하였다.

제공 특허청

2010 월드 IT쇼
와이에스장 특허법률사무소 참가

서울 삼성동 코엑스 전시장에서 개최된 「2010 월드IT쇼(WORLD IT SHOW 2010)」(이하 WIS) 에 '와이에스장 특허법률사무소' 가 출전기업 및 단체, 개인발명가 그리고 일반관람객들을 상대로 지식재산권 무료상담 부스를 설치 · 참가하였다. 상담부스에는 4일간 기계 · 전자분야의 소속변리사들도 참여하였으며, 쉴 틈 없이 이어지는 상담에 특허권의 관심이 높아지고 있음을 알 수 있었다.

지식경제부, 방송통신위원회, 문화관광체육부 등이 주최하여, 매년 이 시기에 개최되는 국내 최대 규모의 정보기술(IT) 전시회인 WIS는 올해 18개국 554개 업체가 참여하였으며, 18만 명의 국내외 관람객이 전시장을 찾은 것으로 집계되어, 전시규모와 성과 면에서 역대 최고 수준을 기록한 것으로 나타났다.

고객만족 서비스 함양교육 실시

우리회는 지난 6월 18일, 한국지식재산센터 19층 국제회의실에서 고객만족을 위한 전화응대 서비스교육을 실시하였다.

이번 교육은 생활 속의 고객만족을 조직문화로 정착화하기 위한 것으로, (주)위캔컨설팅 양승진 실장의 강의로 전 임직원이 참석한 가운데 진행되었다.

2007년 1·2차에 걸쳐 고객만족 서비스 교육을 실시한 우리회는, 올해에도 고객 대응능력·관계능력·신뢰확보·친절성 등 효과적인 실습을 통해 지속적으로 고객만족 서비스를 실현하는 업무 분위기를 조성할 방침이다.



2010 전 직원 워크숍 "화합 한마당"

우리회는 지난 6월 4일부터 5일까지 양일간 충남 예산군에 위치한 리솜스파캐슬 덕산에서 「2010 전 직원 워크숍」을 개최하였다.

첫째 날에는 민들레영토 지승룡 대표의 「휴먼터치 재미있는 심리이야기」 강의로 진행되었다. '창의적이며 포기하지 않는 불굴의 정신', '리더가 어떤 변화를 만들어 낼 수 있는가', '독특한 마케팅을 통해 불황을 이기는 경영 모범 사례' 등을 제시하였다.



이어, 이희성 트레이너의 '식이요법', '자세교정', '명상' 등 몸과 마음이 지쳐있는 직장인들을 위한 강의가 이어졌다.

둘째 날에는 임직원 모두 덕숭산을 산행하며, 직원들의 화합과 공동체 의식을 강화하였다.

직원 화합을 통한 협조적 관계구축, 그리고 긍정적 에너지 창출을 위해 개최된 이번 워크숍은 전 직원의 마음이 열리고, 관계가 형성된 "화합 한마당" 행사였다.

청렴한 조직문화 조성을 위한 캐치프레이즈 공모전 당선작 시상

청렴한 조직문화 조성을 위해 지난 5월 10일부터 25일까지 전 임직원을 대상으로 캐치프레이즈 공모를 한 결과, 사업화지원팀 임응수 계장이 「작은실천 윤리경영, 큰감동 고객만족」으로 최우수상을 받았다.

올바른 윤리경영 추진방향 및 추진구호 등 청렴 · 투명경영에 관한 내용으로 총 95건이 응모되었으며, 이 중 6작품이 선정되어 지난 7월 2일, 한국지식재산센터 19층 국제회의실에서 당선작에 대한 시상을 하였다.



당선작은 다음과 같다.

구분	당 선 작	응모자	소속팀
최우수상 (1명)	“작은실천 윤리경영, 큰감동 고객만족”	임응수	사업화지원팀
우수상 (2명)	“양심앞에 당당하게, 고객에게 친절하게”	이무청	산업인력양성팀
	“내가가진 청렴의식, 나눠갖는 고객신뢰”	이보람	전략기획팀
장려상 (3명)	“실천하는 클린경영, 실현되는 고객감동”	정정숙	사업화지원팀
	“지켜가는 윤리경영, 커져가는 고객만족”	강은구	전략기획팀
	“내가지킨 바른원칙, 신뢰받는 KIPA"	한진환	운영지원팀

2010 미국 피츠버그국제발명품전시회 금상 4개 수상





지난 6월 18일 폐막된 「2010 미국 피츠버그국제발명품전시회」에서 우리나라는 금상 4개, 은상 2개, 동상 1개, 특별상 3개, 장려금상 4개 등 총 14건을 수상하는 쾌거를 이루었다.

미국 피츠버그발명전은 스위스 제네바발명전, 독일 뉘른베르그발명전과 함께 세계적인 발명전시회로 올해 25회째이며, 미국, 대만, 말레이시아, 독일 등 16개국 278점의 발명품이 출품됐다.

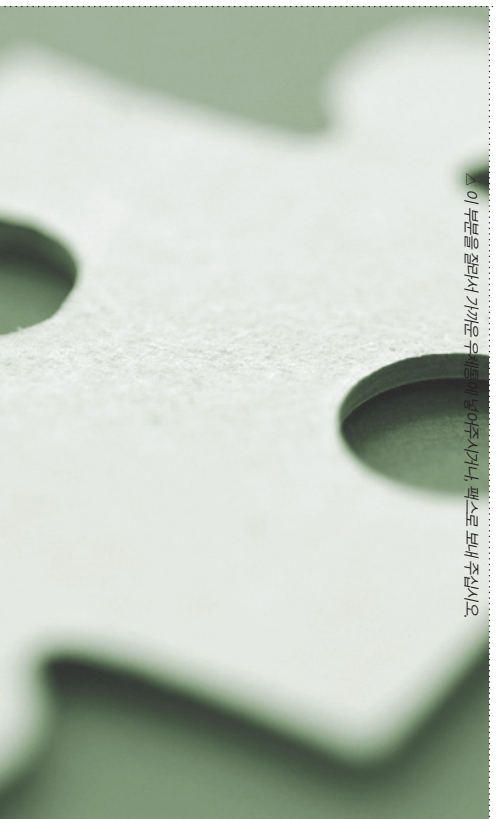
이어, 우리회는 크로아티아 발명가협회와 발명진흥사업의 상호 협력 추진을 약속하고, INPEX 주최기관인 ISC와 양국의 발명품 기술이전을 위한 공동노력실시, 서울국제발명전과 INPEX 참여 시, 최고의 혜택 제공 등을 위한 MOU를 체결하였다.

수상자 명단은 다음과 같다.

권리자명	권리번호	발명(고안)의 명칭	수상내용
㈜A4	등록특허 10-0919418	등받이가 이동되는 좌석기구	금상2, 은상
박성용	등록특허 10-0715430	발광다이오드를 이용한 비상등	금상
	등록특허 10-0775051	비상조명등용 연기감시장치	대만 특별상
휴롬 엘에스㈜	등록특허 10-0755440	휴롬 슬로우 주서	금상
㈜진생 사이언스	등록특허 10-0316567	선삼(항암활성이 탁월한 특이사포닌을 주성분으로 하는 항암제조성물)	은상 크로아티아 특별상
명진 케미칼㈜	등록특허 10-0952689	명진 슈퍼 방수시트- 친환경 자착식 방수시트	은상
이정민	특허출원 2009-0033394	이종물질 수용장치	동상
다빈치 메디텍㈜	등록특허 10-0834074	무릎관절 정형용 보조기구	장려금상, 대만 특별상
제일일렉콤㈜	등록특허 10-0529961	절연화한 자화 스크류 드라이버	장려금상
장인석	특허출원 2010-0005954	리필 전용 용기	장려금상
이영복	특허출원 2008-0058252	풍력, 수력, 조력 발전장치	장려금상
	특허출원 2009-0103403	유압에 의한 제동장치	-



Puzzle



이 부분을 절라서 가까운 우체통에 넣어주시거나 팩스로 보내 주십시오.

우 편 엽 서

우표

보내는 사람

이름: (남 · 여)

주소:

전화: H·P

□□□ - □□□

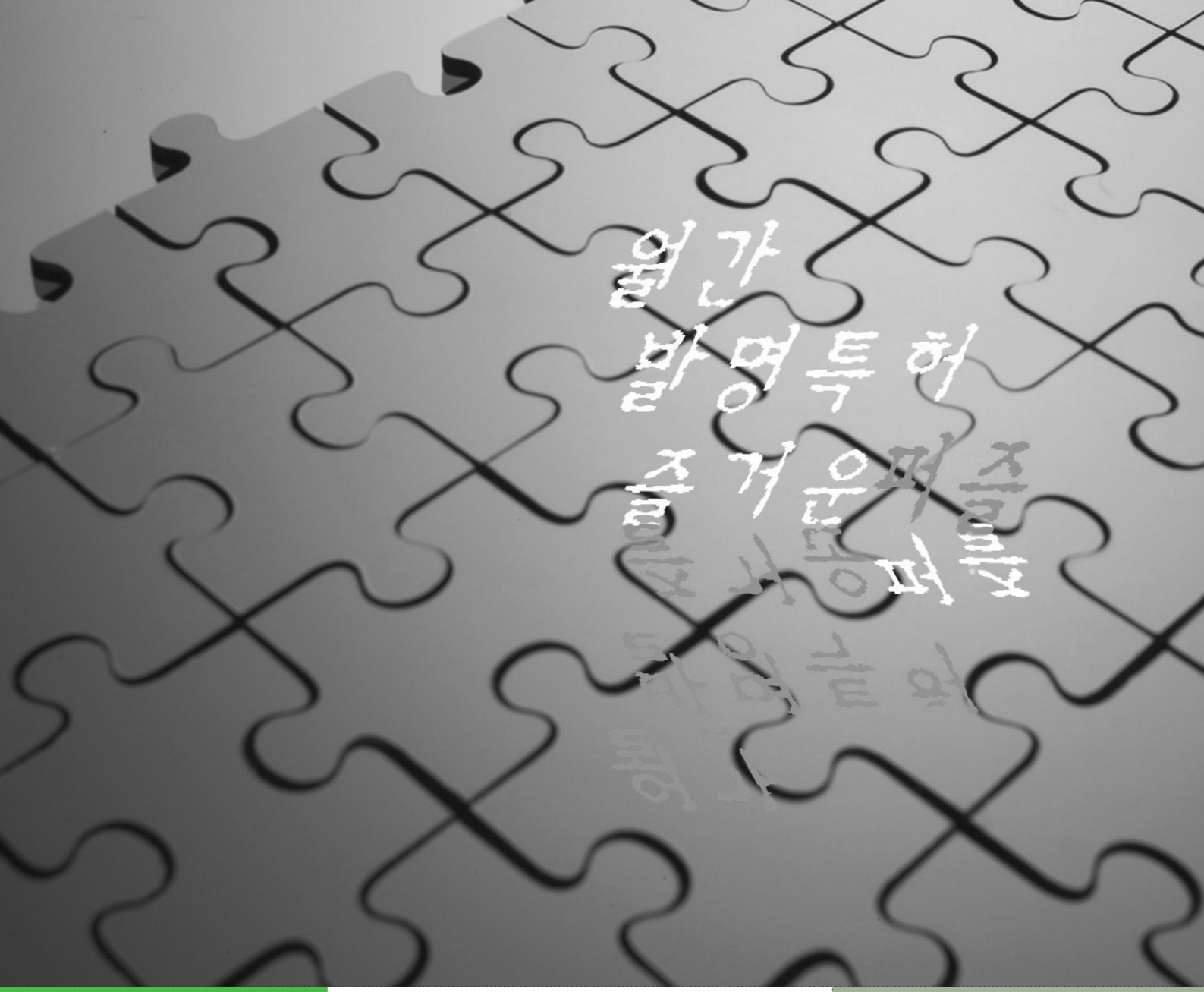
받는 사람

월간 **발명특허**

서울특별시 강남구 역삼동 647-9

한국발명진흥회 18F 발명진흥팀

135 – 980



독 자 카 드

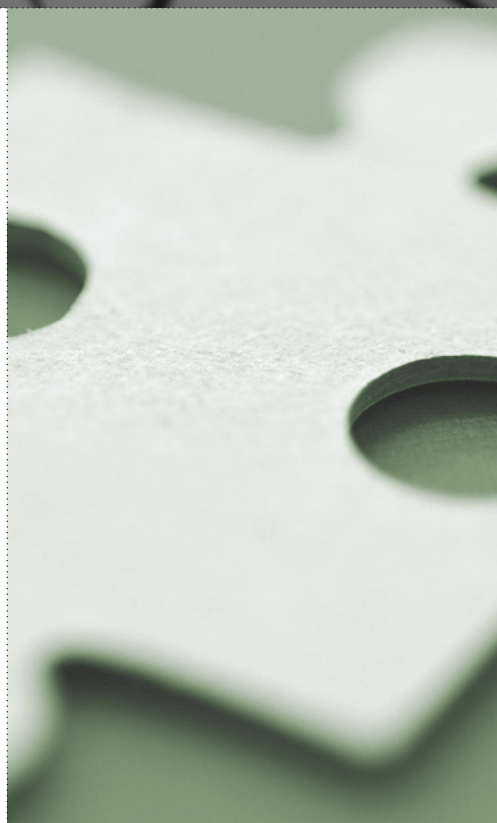
- 이번호 내용중에서 가장 재미있고, 유익했던 기사와 아쉬웠던 점은?

- 앞으로 꼭 다루었으면 하는 기사는?

- 기타 「발명특허」에 하고 싶은 말씀은?

7월호 퍼즐정답

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



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.

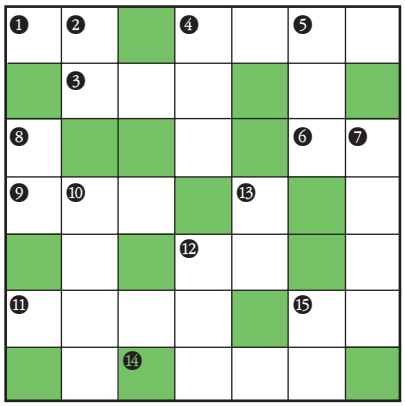
가로열쇠

1. 임금의 명령을 이르던 말. ≒ 군령(君令) · 군명(君命) · 대명(大命) · 상명(上命) · 선명(宣命) · 어령(御令) · 조지(詔旨) · 주명(主命) · 하명(賀命).
3. 화음을 기초로 하여 선율을 조직하는 방법.
4. 하는 일 없이 놀고먹음.
6. 말과의 포유동물. 암말과 수나귀 사이에서 난 잡종으로 크기는 말만 하나, 머리 모양과 귀 · 꼬리 · 울음소리는 나귀를 닮았다. 몸이 튼튼하고 힘이 세어 무거운 짐을 나를 수 있고 생식력이 없다.
9. 조선 시대에, 서울의 행정 · 사법을 맡아보던 관아. 태조 5년(1396)에 한양부를 고친 것으로 삼법사의 하나이다.
11. 우리나라 전체의 강산을 이르는 말.
12. 남의 환심을 사거나 잘 보이려고 알랑거리는 것.
14. 고대 로마 제국에서 로마 시민은 물론 시민권이 없는 외래인에게까지 적용한 법률. 주로 거래법 따위를 내용으로 하고 있으며, 무방식주의를 따르고 있다.
15. 병사(兵士)와 군마(軍馬)를 아울러 이르는 말.

세로열쇠

2. 아주 잘 그린 그림. 또는 유명한 그림.
4. 법을 무시하고 함부로 거칠고 험한 행동을 하는 사람.
5. ○○○ 팻말이 연이어 넘어지듯이 어떤 현상이 인접 지역으로 파급되는 일.
7. 인생의 길흉화복은 변화가 많아서 예측하기가 어렵다는 말.
8. 공무를 띠고 한국에 주재함.
10. 지도 투영법의 하나. 극을 중심으로 별 모양의 윤곽을 그리고, 중심에 세계 전도를 그려 넣는다.
12. 경기도 서남쪽 끝과 충청남도 서북쪽 끝 사이에 있는 좁고 긴 만. 조석 간만의 차가 심하며, 굴 · 조개 따위의 양식업이 발달하였다.
13.. 소나무의 가지로 이은 처마.
15. 군사를 지휘하여 전쟁하는 방법.

함께 풀어봅시다



6월호 정답

수	맥		반	신	반	의
	박	목	월		려	
수			성		암	초
구	한	말		채		해
	대		식	도		문
구	기	종	목		추	자
	후		일	조	시	

6월 회원가입을 축하합니다

■회 원 명 : KIP국제특허법률사무소
■대 표 자 : 김홍균
■업태/종목 : 변리사 / 서비스
■주　　소 : 서울시 강남구 역삼동 637-20 우영빌딩 4층
■전화번호 : 02-556-7104
■홈페이지주소 : www.kippat.com

■회 원 명 : (주)성남화학
■대 표 자 : 박형우
■업태/종목 : 제조업 / 바닥재, 인조 피혁
■주　　소 : 경기도 포천시 가산면 금현리 321
■전화번호 : 031-544-1888
■홈페이지주소 :www.isa409.com

■회 원 명 : 이종홍
■대 표 자 : 서울시 강남구 청담동 진흥아파트 5동 308호







전시소개

FANTASTIC! 환상의 입체 그림

그림 속 주인공과 떠나는 환상의 3D 미술관 속으로!
사야와 대뇌반구의 기능차를 활용한 환상의 입체미술 체험 공간!

'트릭아트(TRICK ART)'는 극사실주의 작품 위에 얇은 피막을 형성하여 빛의 굴절과 반사, 원근과 음영에 따라 보는 사람으로 하여금 착각을 일으키게 하는 새로운 미술 장르이다. 트릭아트 특별전은 극명한 묘사와 특수 도료를 통해 2차원의 평면회화를 3차원의 입체로, 3D처럼 감상할 수 있는 최초의 체험형 전시이다.

EXPERIENCE! 그림과 일체되는 체험

보는 것만으로 끝나는 것이 아닌 보고, 만지고, 사진도 찍을 수 있는 체험형 미술관!

트릭아트 특별전에서는 모든 관람객이 연출자이자 회화속의 주인공이 된다. 상상력을 발휘하여 작품 앞에서 다양하고 재미있는 포즈를 연출함으로써 작품에 참여할 수 있고, 이렇게 찍은 사진은 잊지 못할 특별한 추억이 될 것이다.

SURPRISE! 그림 변형의 놀라움

평면의 그림이 살아나 움직이는 마술과 같은 일이! 상상 속에 신비로운 세계가 눈앞에 펼쳐진다!

투명도가 높은 특수 도료를 사용하여 형성한 얇은 피막 층을 통해 특정부분이 관람객의 시선이나 각도에 따라 변형되는 마술 같은 작품으로 2차원의 틀을 벗어나 3차원의 살아 움직이는 것 같은 작품들로 탄생한다.

EDUCATION! 예술 · 과학적 교육

기존의 회화에 대한 고정관념을 벗어나 트릭아트 작품 속에서 과학적이고 심리학적인 트릭을 발견할 수 있는 학습 공간!

입체로 감상하고 체험하는 회화를 통해 창의적 사고와 무한 상상력을 개발하고 미술작품과 쉽게 친숙해질 수 있는 예술 교육의 장으로 활용될 것이다. 또한 원작과의 비교를 통해 거장들의 작품과 친숙해질 수 있는 교육적 효과도 기대된다.

미디어아트 특별관

테크놀로지와의 소통을 통한 트릭 공간

〈미디어아트 특별관〉은 첨단 테크놀로지를 이용하여 관람객의 오감을 자극하고 이를 통해 기계와 인간의 인터랙티브를 창출하는 새로운 방식의 소통 공간이다. 20여점의 미디어 작품을 통해 관람객은 직접 작품에 참여하고 소통하게 된다. 또한 작품과의 인터페이스에서 발생하는 과학적인 트릭들을 발견할 수 있을 것이다.

착시조형 특별관

살아 움직이는 듯한 착시조형물

〈착시조형 특별관〉은 과학적 착시효과를 활용하여 살아 움직이는 듯한 3차원의 새로운 오브제를 만나볼 수 있는 공간이다. 20여점으로 구성된 착시조형 작품들을 통해 관람객은 새롭고 놀라운 트릭들을 경험하게 된다.

아마존의 눈물 체험관

3D로 만나는 "아마존의 눈물"

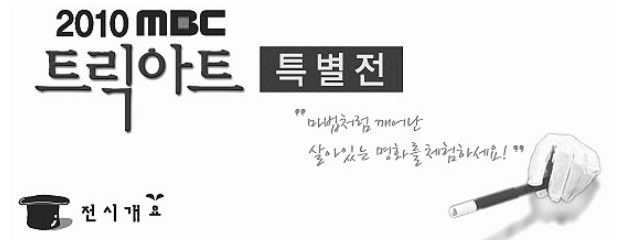
MBC 명품 다큐멘터리 '아마존의 눈물' 의 살아숨쉬는 듯한 아마존의 원시와 야생을 3D감각으로 체험할 수 있는 작품들로 구성되어 있다.



전시구성

〈2010 MBC 트릭아트 특별전〉은 테마별로 7개의 전시실의 회화작품과 특별관으로 꾸며질 아마존의 눈물 체험관, 미디어작품 및 착시조형 특별관으로 구성되었다.

- 제 1전시실 : 명화 패러디관 (Parody Zone)
- 제 2전시실 : 애니멀관 (Animal Zone)
- 제 3전시실 : 아쿠아리움관 (Aquarium Zone)
- 제 4전시실 : 리빙관 (Living Zone)
- 제 5전시실 : 쥬라기관 (Jurassic Zone)
- 제 6전시실 : 옵티컬관 (Optical Zone)
- 제 7전시실 : 일루젼관 (Illusion Zone)
- 아마존의 눈물 체험관
- 미디어 아트 (Media Art) 특별관
- 착시조형물 특별관



전시개요

전 시 명	〈2010 MBC 트릭아트 특별전〉
전시장소	일산 킨텍스 제 3전시관
전시기간	2010년 6월 30일 ~ 8월 20일 (52일간)
관람시간	10시 ~ 7시 (관람 종료시간 1시간전까지 입장가능)
관람요금	개인 12,000원 / 단체 8,000원 특별할인(50%할인) - 장애인 (보호자 1인동반), 65세 이상 어르신, 국가유공자 무료입장 - 36개월 미만 유아
주 최	MBC, 트릭아트 뮤지엄 코리아
주 관	트릭아트 뮤지엄 코리아
작 품	트릭아트 회화 120점, 미디어아트 20여점 및 착시조형물 20여점 등 총 160여점
후 원	고양시, 한국일보, 한국박물관협회
전시문의	02) 789-1009
홈페이지	www.mbctrickart.com



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	김현웅	강원도 춘천시 후평1동 198-25	033-258-6580

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

KOSIE 2010

23rd Korea Student Invention Exhibition

제23회 대한민국학생발명전시회

23rd Korea Student Invention Exhibition

IDEA

제23회 대한민국학생발명전시회

제12회 전국교원발명품경진대회



신청기간 2010. 3. 15(월) ~ 4. 15(목) (18:00까지)

전시기간 2010. 8. 13(금) ~ 8. 22(일)

전시장소 국립과천과학관

후 원 교육과학기술부, 지식경제부, 국립과천과학관, 대한상공회의소, 중소기업중앙회, 전국경제인연합회, 한국무역협회, 한국특허정보원, 대한변리사회, 한국여성발명협회

접 수 처 www.kipa.org (한국발명진흥회) 온라인 신청

문 의 처 02)3459-2752

주 최 특허청

주 관 한국발명진흥회

읽기도! 쓰기도!
삼성 e북 하나로 다된다

세상의 많은 책들이 이 한 권에!
실제 노트에 필기하듯 자유롭게!



책보다 편한 책, 삼성 e 북

SNE-60/60K

- 실제 종이의 느낌을 그대로 살린 **전자종이 디스플레이** • 전용펜을 사용하여 **자유로운 필기 기능** • WiFi로 PC연결 없이 컨텐츠 다운로드
- **다양한 포맷 및 파일** 지원 (ePub, PDF, txt) • **전자사전** (영한, 한영, 영영) 기본 탑재 • **MP3플레이어** 기능

삼성 e북 컨텐츠 구매처
교보문고, 텍스토어

"종이책과 e북 동시 출간 기념 작가와의 만남 이벤트" 교보문고의 삼성 e북 출간 기념 이벤트에 참여하세요.
(자세한 내용은 교보문고 홈페이지 참조 www.kyobobook.co.kr) – 5월 김진명 작가



Samsung eBook

삼성전자 SAMSUNG