

# 발명특허

## INVENTION & PATENT

세상을 밝히는  
발명과 특허 이야기

www.kipa.org

### SPECIAL ENTREPRENEURSHIP

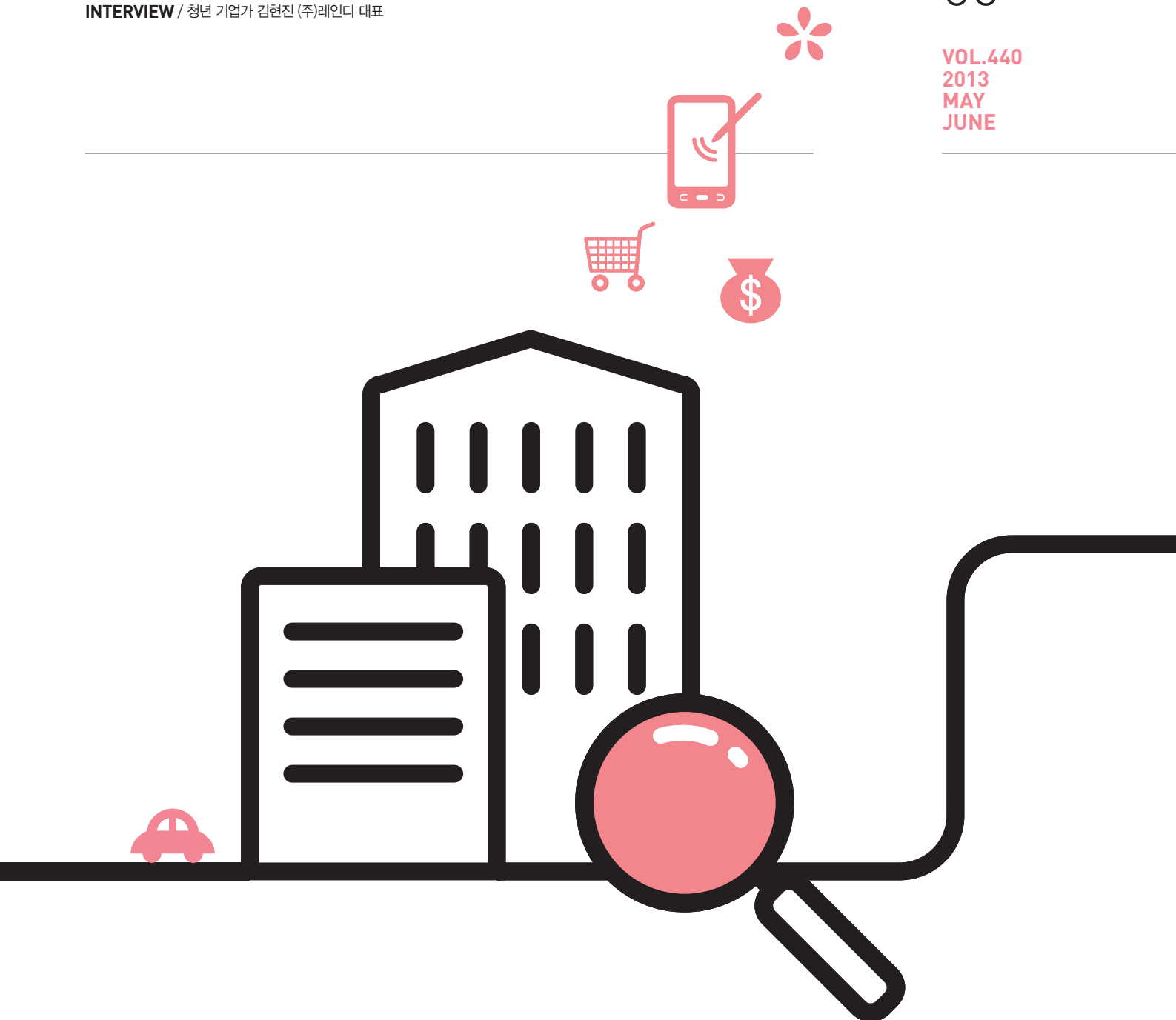
**KIPA ACTIVITY** / 창의 대한민국, 그 초석의 현장 '제48회 발명의 날'

**COLUMN** / 기업가 정신의 부활 없인 한국 경제 미래 없다

**INTERVIEW** / 청년 기업가 김현진 (주)레인디 대표

05  
06

VOL.440  
2013  
MAY  
JUNE



# 기업가 정신



## ENTREPRENEURSHIP

21세기 가장 각광받는 경제학자 ‘슘페터’는 이렇게 말했다.  
“시장은 새로운 것이 나타나면 옛 것을 몰아내는 순환과정입니다.  
그것이 바로 ‘창조적 파괴’이며,  
창조적 파괴를 통한 혁신이야말로 진정한 자본주의의 본질입니다.  
그리고 그것을 주도하는 사람이 바로 ‘기업가’입니다.”

그의 이론에 의하면,  
새로운 것을 생각해 내는 ‘창의성’  
변화를 두려워하지 않는 ‘적극성’  
성공을 위해 위험을 감수하는 ‘도전정신’을 통해  
기업가는 기존 시장을 깨고 새로운 질서를 만든다.

그 과정에서 기술 혁신이 일어나고  
기술 혁신은 노동자의 노동의 질을 향상시키고  
또한 새로운 일자리를 제공한다.

기업가 집단이 가지고 있는 이러한 특성을  
우리는 ‘기업가 정신’이라고 부른다.

세상을 밝히는 발명과 특허 이야기

# 발명특허

2013  
MAY  
JUNE

한국발명진흥회 지식재산 전문정보지 [발명특허]는 한국도서잡지윤리위의 실천요강을 준수합니다.  
본지에 게재된 기사는 본회의 견해와는 다를 수도 있습니다.

발행일 | 2013년 6월 5일

발행처 | 한국발명진흥회(서울시 강남구 테헤란로 131 한국지식재산센터)

발행인 | 김광림 편집·기획 | 한국발명진흥회 기획팀 박선민(02.3459.2727) www.kipa.org

편집디자인·제작 | (주)홍커뮤니케이션즈 www.hongcom.co.kr



## contents

<b>SPECIAL</b>	<b>ENTREPRENEURSHIP</b>	
KIPA ACTIVITY	창의 대한민국, 그 초석의 현장 '제48회 발명의 날'	04
COLUMN	기업가 정신의 부활 없인 한국 경제 미래 없다	10
INTERVIEW	젊음이 있기에 실패는 곧 기회다 - 김현진 (주)레인디 대표	14
<b>IP FOCUS</b>	① 지식재산(IP)으로 창조경제하자	18
	② 당신은 자동차 디자인을 구별할 때 주로 어디를 보시나요?	22
	③ 소모적인 특허 전쟁은 이제 그만	26
	④ 체크무늬는 누구의 소유인가?	30
	⑤ 글로벌 동향	34
발명가 사람들	창조경제 활성화의 핵심 '발명의 꽃'을 피우다	38
지식 더하기, 기술 나누기	끊임없는 연구개발 노력으로 혁신형 제약기업 인증 - (주)대원제약	42
트렌드 리포트	멘붕의 감성시대, 난센스에 열광하다	46
생활 속 발명이야기	고혈압 어머니 걱정에 발명가 된 남자	48
IDEA 공작소	말랑말랑, 뭉으로 느끼는 과학의 세계	50
IP NEWS		54
KIPA NEWS		58
특허 Q&A		62

# 창의 대한민국, 그 초석의 현장

## 제48회 '발명의 날' 기념식... 국내 발명의 미래를 보다

매년 5월 19일은 정부가 주관하는 '발명의 날'이다. 세종 24년인 1442년 5월 19일에 세계최초로 만들어진 측우기(測雨器) 발명의 역사를 기리며 제정된 '발명의 날'은 해를 거듭할수록 그 의미가 강조되고 있다. 세계 유수의 기업들이 창의적인 아이디어로 혁신을 일으키는 만큼, 국내에서도 미래 경쟁력의 해답을 창조에서 찾고 있기 때문이다. 올해로 제48회를 맞이한 발명의 날에는 발명유공자 총 79명이 포상을 받는 등 매우 뜻 깊은 시간이 마련됐다.

### 박 대통령, "아이디어·상상력이 國·企 경쟁력 좌우"

지난 5월 15일 63시티 그랜드볼룸에서는 <제48회 발명의 날>을 맞아 기념식이 진행됐다. 박근혜 대통령, 윤상직 산업통상자원부장관, 김영민 특허청장, 김광림 한국발명진흥회 회장 등 600여 명의 내빈이 참석한 가운데 거행된 이번 기념식에는 국가와 기업 경쟁력 향상에 기여한 발명유공자들의 시상 등이 이뤄졌다.

특히 이날 기념식을 찾은 박근혜 대통령은 곳곳에서 발명과 연구에 노력을 다한 발명인들의 성과를 치하했다. 박 대통령은 "자원도, 자본도 없던 우리나라가 세계적인 과학기술 강국이 될 수 있었던 것은 실패를 두려워하지 않고 도전을 계속해 온 발명인과 연구자의 헌신이 있었기에 가능했다"고 발명 유공자들을 격려했다.

이어 박 대통령은 "21세기는 과학기술의 시대다. 지금 세계적으로 주목받고 있는 마이크로소프트, 구글, 페이스북 같은 기업들은 창의적인 아이디어와 기술로 세계적인 글로벌 기업이 되었다는 공통점이 있다"며 "창의적인 아이디어와 상상력이 국가와 기업의 경쟁력을 좌우하는 시대에 발명가들의 역할과 책무가 중요하다"고 강조했다. 대통령은 앞으로의 기업 규제 완화와 지원에 대한 방침도 기념식을 통해 언급했다. "기술과





# 창조경제를 향한 새로운 도전 발명인이 앞장서겠습니다!



아이디어의 융·복합, 혁신을 가로막는 각종 규제부터 과감하게 걷어내겠다”며 지난 미국 방문 당시의 일화를 예로 든 것이다.

박 대통령은 “미국에서 가진 창조경제 리더들과의 만남에서 규제 때문에 창의적인 아이디어가 사장(死藏)되고 있다는 지적이 많았다. 앞으로 규제 방식을 포지티브(positive)에서 네거티브(negative) 방식으로 전환해 자유와 자율을 최대한 보장할 것”이라며 “창업과 투자가 선순환하고 실패해도 패자부활이 가능한 벤처생태계를 만들어가는데 정책 역량을 집중할 것”이라고 덧붙였다.

박근혜 정부는 앞으로 우리 경제가 나아가야 할 새로운 패러다임으로 ‘창조경제’를 제시하고 있다. 박 대통령은 “창조경제가 성공하려면 좋은 아이디어가 손쉽게 창업으로 이어질 수 있어야 하고, 성공한 기업은 초기에 수익을 실현해 다른 창업기업으로 자금이 흘러갈 수 있어야 한다”며 “세제와 관련된 법령을 정비해 벤처 1세대의 재투자자와 해외자금의 국내 벤처투자를 촉진시키고, 기술형 M&A 활성화와 코넥스 시장 신설을 통해 투자자금의 활발한 순환 구조를 만들어 가겠다”고 약속했다.

## 김광림 회장, “발명과 특허, 일자리 창출의 해법”

이번 제48회 발명의 날 기념식에는 많은 내빈들이 참석해 그 중요성을 기렸다. 발명의 날을 맞아 김영민 특허청장은 “지식재산은 미래사회에서 기업과 국가의 가치를 결정하는 핵심요소 중 하나”라며 “앞으로도 발명인의 사기진작과 발명의욕 고취를 위해 최선을 다하겠다”고 언급했다.



기념식에 참석한 김광림 한국발명진흥회장은 기념사를 통해 “오늘은 새 정부가 들어 처음 맞는 발명의 날”이라고 운을 떼며 “6·25 전쟁으로 폐허가 된 우리나라가 9년 만인 1962년 경제개발 5개년 계획과 기술진흥 5개년 계획을 수립해 불과 반세기만에 세계가 괄목할 만한 성과를 이뤄냈다”며 세계 경제 속의 대한민국의 저력을 언급했다.

이어 김광림 회장은 “1962년 당시 세계 100위권 밖이었던 우리 경제는 현재 GDP(국내총생산) 15위, 수출 7위, 과학경쟁력 5위 그리고 특허는 4대 강국이 됐다. 이제 우리는 지식재산시대에 살고 있으며, 우리나라의 스마트폰과 자동차가 세계 시장에서 안정적으로 판매되고 있다. 이처럼 안정적인 판매가 가능한 것은 스마트폰 한 대에 7만 개의 특허가, 자동차 한 대에 25만 개의 특허가 제품의 권리를 보호하고 있기 때문”이라고 덧붙였다.

김 회장은 미국 버클리 연구소의 연구결과를 인용, “특허 한 개가 최대 5개의 일자리를 창출한다는 연구결과가 있다. KD(한국개발연구원)는 특허 건수가 10% 늘어나면 경제성장률이 연 1%가 성장한다고 한다”며 일자리에 대한 해답이 발명과 특허에 있음을 강조했다.

현재 한국발명진흥회는 국민들의 아이디어를 기술적으로 적용해 특허를 받을 수 있도록 장려하고 있다. 또한 특허를 사업화해 새로운 일자리가 창출되도록 노력, 많은 국민들이 양질(良質)의 일자리를 통해 보다 나은 삶의 질을 얻도록 기여하고 있다. 만일 발명자가 직접 사업화에 어려움을 겪는 경우, 전문가를 통해 특허 가치를 평가내린 후 창업과 일자리를 만들고 있어 다양한 변수에 대응방안을 마련한 상태다.

**디지털 이동통신, 발명상 주역에 '우뚱'**

이날 기념식에는 지난해에 이어 발명유공자 총 79명에게 포상이 돌아갔다. 1등급 훈장인 금탑 산업훈장에는 스마트폰 개발로 글로벌 모바일 트렌드를 주도한 신종균 삼성전자(주) IM부문장(사장)이, 은탑산업훈장에는 소방 방재분야에서 독보적인 원천기술로 국가경쟁력 제고에 일조한

창의적인  
아이디어와  
상상력이  
국가와 기업의  
경쟁력을  
좌우하는 시대에

발명가들의  
역할과 책무가  
중요하다

여. 김영민 특허청장(오른쪽)과 김광림 한국발명진흥회장(왼쪽)이 행사 중간에 '2012 대한민국학생발명 전시회'에서 장려상을 수상한 권보경(13, 삼육초6) 학생과 핸드프린팅을 하고 있다.



“이러한 자리가  
더욱 많이 생겨

우리 기술자들이  
서로 독려할 수 있는  
계기가  
마련됐으면 한다”

(주)창성에이스산업의 이의용 대표이사와 무료특허상담과 무료출원제도 시행 등으로 발명인구의 저변을 확대한 명신평법률사무소의 김명신 대표변리사가 각각 수상했다.

동탑산업훈장에는 현대중공업(주) 윤종근 상무와 한국여성발명협회 한미영 전(前) 회장이 선정됐으며, 철탑산업훈장에는 (주)카라신 김성권 대표이사와 현대자동차(주) 김윤석 책임연구원이, 석탑산업훈장에는 LG디스플레이(주) 강인병 전무와 (주)코리아나화장품의 이광식 수석연구원이 각각 영예를 안았다.

산업포장에는 한국발명진흥회 홍성일 부장과 (주)인트론바이오테크놀로지 윤성준 대표이사, (주)대진코스탈 강성공 대표이사, (주)씨크릿우먼 김영휴 대표이사, (주)후상 이상열 대표이사가 수상했다.

혁신적인 기술개발과 발명활동으로 과학기술계에 귀감이 되는 발명인에게 수여하는 ‘올해의 발명왕’ 상에는 국제 디지털 이동통신 표준화를 주도한 LG전자(주)의 안준기 수석연구원이 차지했다. 안 연구원은 디지털 이동통신 분야의 국제표준 특허 확보를 통한 기술무역수지 개선에 기여한 공로를 인정받아 올 2013 발명왕에 선정됐다.

대통령 표창에는 한국생산기술연구원 김세광 수석연구원, (주)포스코 박종수 상무보, (주)YTN 김진두 부장, 에스케이하이닉스(주) 한국전자통신연구원이, 또한 국무총리 표창에는 (주)퀀텀에너지 이종두 대표이사, 에스케이하이닉스(주) 김용주 수석, 현대중공업(주) 윤호원 대리, 조선대학교 김수관 교수, 울산마이스터 고등학교 최경식 교사, (주)한글과컴퓨터가 각각 수상했다.

금탑산업훈장을 받은 신준균 사장은 “기술제품의 경쟁력을 갖추기 위해서는 혁신적인 기술을 보호할 수 있는 지식재산권의 확보가 핵심요소라고 생각한다”며 “이에 따라 우리 기업은 스마트폰 기술과 관련한 상용과 표준을 아우르는 유효특허를 선제적으로 확보하고자 노력했다. 그 결과 세계 시장에서 이동통신 장비와 단말기술 분야의 지식재산권을 선점할 수 있었다”고 수상소감을 밝혔다.

은탑산업훈장을 받은 김명신 변리사는 “그동안 지식재산 기본법 제정 운동을 주도해왔으며 현재 대통령 소속 국가지식재산위원회 위원으로 활동하면서 보호분과위원장의 역할을 맡고 있다. 현재 ‘보호’ 분야는 어느 정도 성과가 이뤄져 가지만 ‘활용’과 ‘금융’ 분야가 아직 미흡한 듯하다. 앞으로는 지식재산권을 활용한 금융 분야가 활성화되기를 기대한다”고 언급했다.

이어 또 한 명의 은탑훈장 수상자인 이의용 대표이사는 “최근 5년간 획득한 49건의 지식재산권을 기반으로 국내뿐 아니라 해외시장 확대를 위해 노력할 것”이라며 “이번 상은 30년 이상 한 분야에 임한 사람에게 국가에서 주는 귀중한 선물이라고 생각한다”고 덧붙였다.

동탑산업훈장의 윤종근 현대중공업 상무는 “산업체에서 활동을 하며 느끼는 것은, 기술개발과 더불어 지식재산권 보호가 전략적으로 이뤄질 필요가 있다는 점”이라며 “앞으로 지식재산권에서 활동하는 분들이 많은 포상을 받을 바라며, 앞으로 좀 더 전략적인 지식재산권 관리에 힘쓰도록 하겠다”고 다짐을 전했다.

이날 발명왕 상을 수상한 안준기 수석연구원은 “혼자 한 일이 아닌, 많은 동료들과 이룬 성과인 만큼 그들과 영광을 나누고 싶다”며 “이러한 자리가 더욱 많이 생겨 우리 기술자들이 서로 독려할 수 있는 계기가 마련됐으면 한다”고 소감을 밝혔다.

기념식 이후에는 우수발명품을 관람하는 시간이 마련됐다. 내빈과 연구자들은 다양한 발명품을 관람하며 획기적인 아이디어에 탄성을 쏟아내기도 했다. 전시관에는 한국 최초의 공중시계인 앙부일구, 국내 남은 유일의 진품 축우기 등이 진열됐으며, 금탑산업훈장을 받은 삼성의 스마트폰과 석탑산업훈장을 받은 ‘84인치 UHD TV’, 대통령 표창의 ‘인터랙티브 동자인식 가상 수족관’ 등이 전시됐다. **발명특어**





Entrepreneurship



# 기업가 정신의 부활 없인

# 한국 경제 미래 없다

위험을 감수하고 사업을 벌이려는 기업가 정신은 발전의 원동력

세상일은 한 치 앞도 모르는 경우가 비일비재하다. 확실한 건 별로 없다. 기업을 경영하는 기업가(Entrepreneur)는 이런 불확실성의 세계에서 불확실성을 떠맡는(uncertainty-bearing), 다시 말하면 리스크를 감수하는 사람(Risk-taker)이다. 기업을 흔히 '살아있는 생물'이라고 부르는 것도 이 때문이다. 도처에 위험 요소가 있는 여건에서 이를 잘 이겨내면 살아남을 수 있지만 그렇지 못하면 도태된다는 뜻이다.

기업가 정신은  
경제를 발전시키고  
삶의 질을 높이며

나아가 사람들의  
의식 수준도  
향상시키는  
역할을 한다

### 기업은 살아있는 생물

기업의 수명은 갈수록 짧아지는 경향을 보이고 있다. 기술발전 속도가 빠르고 시장, 즉 소비자의 기호도 하루가 달리 변화하고 있기 때문이다. 경영 컨설팅업체인 맥킨지의 조사에 따르면 1935년 만 해도 기업의 평균 수명은 90년이였다. 그런데 1975년엔 30년으로 줄더니 2005년엔 15년으로 다시 단축됐다. 1935년에 활동하던 기업이라면 평균 90년은 존속했지만, 2005년엔 15년 밖에 살 아남지 못했다는 얘기가. 그래서 어떻게 하면 이처럼 치열한 경쟁환경 속에서 장기간 생존하고 성장할 수 있는 능력인 지속가능 경영(Sustainable Management)을 할 수 있을까가 경영의 화두로 부상한지 오래다.

3M, IBM, GE, 바스프, P&G, 삼성전자 등 역사가 오래되고 세계적인 기업들이 지속적으로 성장해 온 힘은 어디에 있을까? 여러 요인을 꼽을 수 있겠지만 핵심은 '혁신(Innovation)'에 있다. 경제에 새로운 방법을 도입하는데 성공해 획기적인 새로운 국면이 나타나는 것을 혁신이라고 부른다. 혁신은 생산기술뿐만 아니라 새로운 시장이나 제품의 개발, 신 자원의 획득, 생산조직의 개선 또는 신 제도의 도입 등이 모두 포함된다.

혁신이 사라진 기업은 아무리 덩치가 크고 오래된 역사를 가졌더라도 결국엔 시장에서 퇴출될 운명에 처한다. 1980년대 휴대용 오디오인 '워크맨' 이후 별다른 획기적 제품을 내놓지 못한 일본 소니가 그랬고, 스마트폰의 잠재력을 무시하고 피쳐폰에 매달린 핀란드의 노키아가 그랬다. 경영 학자인 짐 콜린스는 '위대한 기업은 다 어디로 갔을까'에서 성공으로부터 생겨난 자만이 혁신의 노력을 방해하고, 결국엔 시장에서 도태되는 결과를 낳는다고 지적하고 있다.

이에 비해 삼성전자와 애플, 3M, P&G 등은 꾸준한 혁신으로 세계 정상 자리에 올라서거나 정상을 유지하고 있는 기업들이다. 이들의 성공 스토리 속에는 기업가 정신이 담겨져 있다.

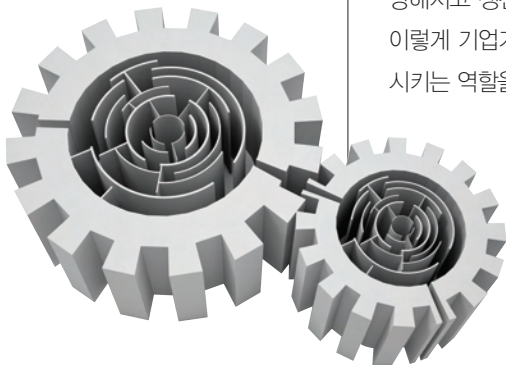
### 혁신의 원동력은 기업가 정신

혁신을 일으키는 원동력은 기업가 정신이다. 기업가 정신은 '기업을 경영하려는, 다시 말하면 사업을 해보려는 정신(Mind)'이다. 엄청난 불확실성과 위험요소라는 짙은 안개 뒤에 존재하는 사업 기회를 포착해내는 직관과 예지능력, 이를 결행해내는 실천력이 바로 기업가 정신이다. 미국의 경제학자인 조지프 슈메터는 미래의 불확실성 속에서도 장래를 정확하게 예측하고 변화를 모색하는 것이 기업가의 주요 임무이며, 이를 기업가 정신이라고 했다. 기업인들은 왜 이런 '위험'을 기꺼이 감수하려는 것일까? 그건 바로 성공할 경우 주어지는 막대한 보상에 대한 기대 때문이다. 새로운 시장을 개척하고 새로운 생산방식을 도입하며, 새로운 제품을 개발해 소비자들을 사로잡으면 막대한 이윤을 낼 수 있다는 기대가 기업가 정신을 이끄는 힘인 것이다.

이윤을 목적으로 혁신에 성공한 기업가들이 생겨나면 다른 경쟁 기업과 기업인들도 곧바로 비슷한 새 제품을 내놓거나 새로운 생산방식을 도입해 생산성을 높인다. 사회 전체적으로 재화가 다양해지고 생산비용은 싸진다. 소비자들은 새롭고 다양한 제품을 보다 싼 값에 살 수 있게 된다. 이렇게 기업가 정신은 경제를 발전시키고 삶의 질을 높이며 나아가 사람들의 의식 수준도 향상시키는 역할을 한다.

### 기업가 정신의 방해물

하지만 이런 발전은 거저 얻어지는 게 아니다. 수많은 기업인들의 피와 땀이 숨겨져 있다. 새로운 제품과 새로운 생산방법을 개발했다고 해서 꼭 성공하는 건 아니다. 까다로운 소비자(시장)의 마음을 사로잡기가 어렵기 때문이다. 그래서 가진 재산을 모두 걸어 사업을 벌였지만 실패한 사례를 심심찮게 찾아볼 수 있다. 새로운





아이디어가 있어도 이를 사업화할 수 있는 자금이 없어 좌절하는 사람도 적지 않다. 게다가 기업이 정신에 따른 혁신이 기존 질서를 파괴하는 경우도 있다. 이때 새로운 제품이나 생산방식과, 오래된 제품이나 생산방식 간 격렬한 갈등이 일어나기도 한다. 19세기 초 영국에서 자본주의가 처음 출현했을 때 일어났던 러다이트 운동이 그랬고, 1962년 미국에서 월마트가 처음 생겼을 때도 그랬다. 임금 노동자가 된 사람들은 기계가 삶의 질을 낮춘 주범이라며 기계파괴 운동을 벌였고, 미국의 수많은 구멍가게들은 월마트라는 공룡이 자신들의 생계와 일자리를 위협한다고 소리쳤다. 슈페터는 그래서 일찍이 이 같은 현상을 '창조적 파괴'라는 이율배반적인 용어로 표현했다. 혁신(창조)에는 기존 질서를 부정하는 파괴가 뒤따른다는 것이다. 그 과정에서 혁신을 추구하는 기업인들과 기업이 정신은 '이윤만을 추구하는 탐욕스런 괴물들' 쫓므로 비난받기도 한다. 하지만 '창조적 파괴'는 모든 것을 잿더미로 만드는 게 아니라 보다 새롭고 근사한 것을 만들어내는 일이기도 하다. 월마트의 출현으로 일부 생산자(구멍가게)들은 피해를 입었지만 수많은 소비자들은 보다 다양한 제품을 싸고 편리하게 쇼핑할 수 있는 이익을 얻었다.

### 기업가 정신을 복돋우려면

박근혜 정부는 국정 모토로 '창조경제'를 내걸었다. 창조경제가 도대체 무엇이나를 둘러싸고 논란이 적지 않지만 그 핵심은 우리 경제가 끊임없이 혁신해 발전할 수 있도록 시스템을 갖추는 것일 게다. 따라서 창조경제를 만들려면 무엇보다 사회적으로 기업가 정신을 복돋는 게 시급하다. 사람들이 위험을 무릅쓰고 기꺼이 기업을 할 수 있는 기반과 분위기를 조성해야 하는 것이다. 이렇게 하기 위해선 벤처기업이 클 수 있는 토양과 제도 마련, 대기업과 중소기업 간 동반 성장 체제 구축, 새로운 기술과 제품에 대한 연구·개발(R&D) 강화 등 여러 가지가 필요할 것이다. 또 선진국 수준으로 지식재산권 보호 장치를 마련하는 것도 중요하다. 많은 돈과 시간을 들여 고생해 이룬 혁신, 즉 지식재산권에 대한 보상 시스템이 갖춰지지 않은 사회라면 사람들이 고생하면서 굳이 '창조'하지 않으려 할 것이기 때문이다.

이런 하드웨어적인 요소 못지않게 소프트웨어의 개혁도 필요하다. 특히나 2008년 미국발 금융위기 이후 살림살이가 팍팍해지면서 우리 사회에 만연하고 있는 반(反)기업정서를 줄이는 게 급선무다. 기업이 정신을 복돋우려면 대기업 인이든 중소기업인이든, 벤처를 경영하든, 자영업을 하든 기업인들에 대한 사회적인 격려가 필요하다. 하지만 현재 우리 사회에선 기업을 규모에 따라 나누고 '대기업=악, 중소기업=선'이라는 흑백논리에 따라 편 가르기를 하는 경향이 적지 않다. 정부와 정치 지도자들 가운데 상당수는 이런 이분법에 사로잡혀 있다.

이런 철학에 근거해 납품가 규제 등 대기업에 대한 규제가 줄줄이 이어진다. 심지어 서울시는 "콩나물, 오징어, 대구포 등 51개 품목의 판매제한을 대형마트와 기업형슈퍼마켓(SSM)에 권고하겠다"는 사회주의 국가에서나 찾아볼 수 있는 웃기는 정책을 추진하다가 비판이 거세지자 철회하는 촌극도 벌였다. 모두 대기업은 약자를 괴롭히는 존재라는 생각이 근거에 깔려있다. 민간 기업들 간 자유로운 협상에서 결정돼야 할 납품가를 정부가 나서서 어떻게 하자는 걸까? 적정가격을 정부가 정할 수 있을까? 콩나물이나 오징어를 대형마트에서 팔지 못하게 하면 과연 재래시장이 살아날까? 그럼 소비자들의 불편은 누가 보상할까? 결국은 '정부의 천국'이 될 것이고, 기업인들은 소비자들에게 신경 쓰기보다는 규제를 만들어내는 정부 관리에 연줄을 대는 데 더 노력할 것이다.

한국 경제는 그동안 중국 경제는 부상하고 일본 경제는 가라앉는 사이에 성장을 지속해왔다.

Entrepreneurship





우리 사회에 만연한  
반기업 정서의 불식,

선진국 수준의  
지재권 보호 시급

하지만 중국은 벌써 한국산이 차지했던 첨단제품 시장을 넘보는 수준까지 치고 올라왔으며, 일본은 엔저를 무기로 부활의 조짐이 완연하다. 그야말로 샌드위치 신세로 전락할 가능성이 농후하다. 실제로 전국경제인연합회가 최근 경제전문가 46명을 대상으로 실시한 설문조사에서 “(20년 가까이 지속된) 일본식 장기 불황에 빠질 가능성이 높다”는 경고(응답률 56.6%)가 많았다.

한국 경제에 시급한 건 기업가들이 본연의 ‘기업하려는 정신’을 가질 수 있도록 사회적 분위기를 조성해주는 것이다. 미국이나 유럽, 일본 등 선진국은 물론 심지어 중국에서도 우리처럼 기업 규모가 크다고 이중삼중의 규제를 가하는 사례는 찾아보기 힘들다. 중국이나 일본은 오히려 삼성이나 포스코, 현대중공업과 경쟁하기 위해 기업들을 합쳐 덩치를 키우도록 유도하는 정책을 펼치고 있다. 대기업 정책도 불공정거래는 엄하게 규제하는 한편으로 투자를 확대하고 새로운 성장동력을 찾으며, 세계 1등이 되도록 도와줘야 한다. 그래야 대기업들도 마음 놓고 투자하고 해외로 향하려는 발길을 한국으로 되돌릴 수 있다. 앞서 나가는 기업(대기업)은 끌어내리는 게 아니라 더 발전할 수 있도록 하고, 중소기업은 더 경쟁력을 갖추도록 돕는 게 정부가 해야 할 일이다. 이게 일자리를 늘리고, 복지를 확대하는 정답이다. 발명특허

# 젊음이 있기에

요즘 패션 좀 안다는 사람들만 입는다는 봄맞이 컬러바지와 산뜻한 반팔, 여기에 경쾌함을 더하는 베스트와 백팩(back-pack)으로 '패션의 완성'을 이룬 김현진 대표는 영락없는 '젊은 피'였다. 출근길 취재진과 만난 자리에서 유쾌하게 인사를 건넨 그는 시종일관 재치 있는 입담으로 자신과 자신의 '구단', 레인디를 소개했다. 스스로 자신의 회사를 'B급 외국인구단'이라고 언급한 그, 자유로운 DNA가 레인디의 가장 큰 무기라는 그에게서 젊은 CEO의 패기를 느낄 수 있었다.

## 실패는 곧 기회다

김현진 (주)레인디 대표





### 노랑머리의 유학생

한국에서 멀리 떨어진 이국땅 호주. 지금으로부터 17년 전, 당시 17살이었던 김현진 대표는 중학교를 졸업하자마자 아버지의 권유로 유학을 떠났다. 어린 나이에 어머니를 여읜 후 새로운 삶을 위해 아심차게 밟은 이국땅이었지만, 집안의 재정문제가 악화되며 3개월 만에 유학 자금줄이 끊겼다.

“유학을 떠난 지 3개월 만에 아버지께서 학비를 보내줄 수 없다고 하시지 뭐예요. 정말 당황스러웠죠. 하지만 제 머릿속에는 돈을 벌며 호주에 계속 있어야겠다는 다짐이 맴돌았어요. 무슨 용기인지 몰라도 학비를 벌기 위해 파트타임을 시작했죠. 클럽 DJ, 햄버거 서빙 등 돈이 될 만한 것들은 모두 했어요. 그러던 어느 날, 문득 이렇게 계속 지낼 수는 없다는 생각이 들더라고요. ‘난 분명 공부를 하러 이곳에 왔는데 왜 매일 일만 하고 있는가’ 싶었던 거죠. 그때 한 시간에 만원이 아닌 백만 원을 버는 일이 하고 싶다고 생각했어요.”

고등학생 김현진은 친구들 사이에서 인기가 좋았다. 특유의 서글서글한 성격도 한 몫을 했거나와 순발력 있는 입담이 먼 해외 땅의 또래 친구들에게도 인정을 받은 것이다. 그러던 어느 날 한 친구와의 대화는 그의 첫 비즈니스 포문(?)을 열게 했다. 당시 김현진 대표의 친구는 공부보다 음악에 더 소질을 보이던 학생이었다. 적성에 맞지 않아 학교생활에 적응하지 못하는 친구를 위해 그는 친구의 아버지와 통화를 시도했다.

“친구 부모님과 국제전화로 장장 한 시간에 걸쳐 통화를 했죠. ‘이 아이는 음악학교를 가야합니다’라고요.(웃음) 결국 친구를 인문계 고등학교에서 뮤직스쿨로 옮겨줬어요. 그런데 뮤직스쿨에서 저에게 사업자등록증이란 게좌번호를 알려달라고 하더라고요. 당시에는 사업자등록증이 없으니 계좌번호만 보냈는데 한 시간 뒤 통장에 1,500 달러가 입금 돼 있는 거예요. 제가 유학원인 줄 알았던 거죠.”

### 사업의 시작, 그리고 실패

친구를 도와주며 우연히 교육사업 아이템을 알게 된 김현진 대표는 본격적으로 사업에 뛰어들지 2년 만에 통장 잔고 5억 원을 찍었다. 8년의 유학기간 동안 단 한 번도 고향 땅에 오지 않을 만큼 호주 사회에 완전히 정착했던 그는 우연한 계기로 한국에 돌아가야겠다고 마음을 먹었다.

“제가 22살 때 당시 김대중 대통령께서 호주를 방문하셨어요. 한 파티 장소였는데 우리나라 대통령과 호주 수상 사이에 오묘한 기류가 흐르는 걸 느꼈죠. 선진국 대열에 들어서지 못한 나라의 설움을 느꼈다고나 할까요, 그때 왠지 모를 애국심이 솟아올라 한국에 가야겠다고 생각했어요. 호주 경험을 살려 벤처회사를 설립해 한국을 대표하는 기업을 만들어야겠다고 마음먹었죠.” 8년 만에 한국 땅을 밟은 그는 게임회사 벅슨을 다니며 자신의 사업동료를 하나 둘 모으기 시작했다. “벤처

01. 청년 기업가 김현진 대표는 유학 에이전트로서의 첫 사업 성공은 '지금 내가 할 수 있는 일 + 주변 사람과 함께 할 수 있는 일 + 시장의 존재' 이 3가지 요소가 잘 맞아 떨어진 경우라고 말했다.

1등급 스펙을 가진  
회사는 아니어도,  
세상이 미처  
생각지 못한

전혀 다른  
차원의 기업을  
선보이겠습니다

기업은 급여로 보상해줄 수 없기 때문에 비전으로 그것을 대신해 줘야 한다는 걸 알았어요. 그렇게 1년 동안 다닌 회사에서 9명의 동료들을 모아 2002년 모바일 게임 회사를 만들었죠. 호기롭게 시작해 시간이 지나면서 직원이 50명까지 늘어났지만, 5년 만에 회사는 망했습니다.”

당시 그가 설립한 (주)이모빅스가 5년 만에 문을 닫게 된 이유에 대해, 김현진 대표는 자신의 의사결정에 문제를 돌렸다. “게임 회사를 만들었으면 우리 자신만의 브랜드를 만들어야 했는데, 만든 게임을 대기업에 파는 데만 급급했어요. 소위 ‘팅키(turn key)’라고 하죠. 기획자, 개발자, 디자이너 세 명에서 3주 만 고생하면 게임을 만들 수 있었거든요. 물건 짝듯 게임을 만든 후 대기업에 판매하면 당장은 돈 벌기가 쉬웠어요. 그런데 재미있는 건, 우리가 창업할 때만 해도 게임회사가 100여 개에 불과했지만 5년 뒤 회사가 문을 닫을 때는 2800여 개나 있었다는 점이에요. 우리에게 쉬운 일은 다른 사람에게도 쉬운 건데, 멀리 보지 못했던 거죠.”

이때부터 김현진 대표는 지식재산권에 대한 중요성을 깨닫기 시작했다. 브랜드가 곧 ‘재산’임을 생각 못한 자신을 발견한 것이다. 상황을 파악한 후 기업의 체질을 바꾸려고 했지만 이미 기업문화는 ‘제작-판매’의 관습에 정착돼 있었다. 김현진 대표는 회사 통장 잔고에 0이 찍히자 모든 것을 정리했다. “자신만의 지식재산이 없으면 결국 장기전에서 패할 수밖에 없다는 큰 교훈을 얻었죠.”

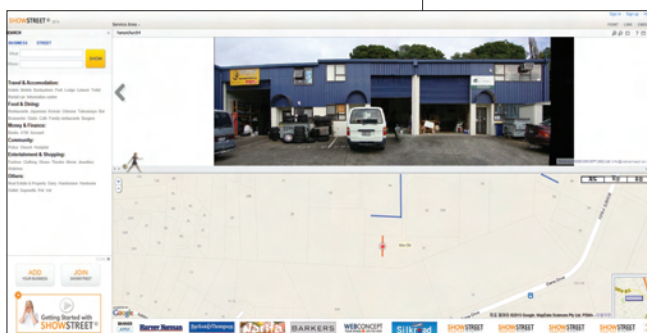
**세상에 비를 뿌리는 기업, 레인디(rain D)**

“이모빅스가 문을 닫은 후 정말 힘들었어요. 텅 빈 사무실에 앉아 있는데 특별한 생각이 다 들더라고요. 그래도 1년 만에 다시 털고 새로운 회사를 만들었죠. 그게 바로 지금의 기업, 레인디입니다.” 타 기업인에 비해 실패의 횟수는 많지 않았다. 하지만 실패의 규모는 매우 컸다. 그럼에도 불구하고 그는 다시 일어서 새로운 기업을 만들었다. 과연 그가 실패를 딛고 새 출발을 할 수 있던 원동력은 어디에 있을까. 김현진 대표는 이에 한 마디로 대답했다. 본 투 CEO(born to CEO). 이미 경영자의 자질을 갖고 태어났다는 것이었다.

“저는 그렇게 믿어요. CEO는 태(胎) 중에서부터 경영자의 기질을 갖고 태어난다고요. CEO DNA가 있기 때문에 실패에서 새 출발로 리셋(reset) 되는 데 오래 걸리지 않았다고 생각하죠.”

현재 레인디는 길거리 사진을 보여주는 ‘플레이스트리트’ 서비스를 선보이고 있다. 지금은 호주와 뉴질랜드, 덴마크에 진출해 해외 직원이 약 70명으로 늘어났을 만큼 크게 성장했지만, 창업당시에는 무일푼 기업에 불과했다. 친구로부터 500만원을 빌려 학부 휴학생 9명과 홍대 앞 반지하 사무실에서 출발, 창업 후 3년 동안은 수익이 전무(全無)했다. 이익이 나오기 전 3년 동안 기술보증기금

02



02. 레인디는 현재 길거리 사진을 보여주는 서비스 '플레이스트리트'로 수익을 내고 있다. 03. 김현진 대표는 아이템을 성공시키고 싶다면 기존에 아예 없던 새로운 것이 아니라 기존의 것에서 약간의 변화를 준 아이টে으로 진행하라고 말한다.

으로부터 받은 5억의 빚을 소모해 갔을 뿐이었다.

김 대표는 3년 만에 성과를 이루기까지, 그 과정이 결코 호락호락하지 않았다고 언급했다. 특히 가장 큰 걸림돌이 된 것은 지식재산권에 대한 이해부족이었다.

“플레이스트리트 특허를 출원 중일 때 뉴질랜드로 진출했습니다. 해외 진출을 위해 해당 국가에도 특허를 시도했죠. 그런데 현지의 타 기업이 우리와 비슷한 아이টে을 갖고 있더라고요. 이를 모른 채 특허를 출원한 우리 기업과 현지 기업 사이에 특허분쟁이 일어났죠. 당시 분쟁을 겪으며 ‘누가 미리 알려줬더라면’이라는 생각이 간절했어요. 지식재산권과 특허에 대해 알고 있었다면 불필요한 소모전은 치르지 않아도 됐을 테니까요. 당시 분쟁을 겪으며 지식재산권의 중요성을 한 번 더 깨달았죠. 한국에서 뿐만 아니라 글로벌 경영에서도 필수라는 것을 알았어요.”

지식재산권에 대한 경험을 좌충우돌 겪은 김현진 대표. 그는 현재 벤처계에서 잔뼈가 굵은 베테랑 CEO로 거듭나고 있었다.

“지식재산권을 글로벌하게 인정받을 수 있는 문화가 필요하다고 생각해요. 이러한 인식들이 선순환적 구조를 이뤄야 벤처의 기업이 정신도 보다 크게 붐 업(boom-up) 할 수 있다고 보거든요. 레인디 역시 보다 큰 스펙트럼을 가진 기업이 되도록 노력할 것이고요.”

자신의 재능과 열정으로, 지금보다 세상을 좀 더 낮게 변화시키는 기업가가 되겠다는 김현진 대표. 그는 기업가의 역할이 세상을 긍정적으로 변화시키는 데 일조하고 있다고 강조했다. 세상을 변화시키고자 하는 그는 자신의 회사를 외인구단이라고 소개했다. 1등급 스펙을 가진 회사는 아니어도, 세상이 미처 생각지 못한 전혀 다른 차원의 기업을 선보이겠다는 의미였다. CEO가 되는 것은 100m 달리기를 연속적으로 하는 것과 같다는 그는, 오늘도 끝없는 달리기를 이어가고 있다. 발명특허

IP Focus  
01

# 지식재산(IP)으로 창조경제하자





권동준  
전자신문 기자

새 정부가 국가 운영 핵심 철학으로 '창조경제'를 내세웠다. 그런데 이 창조경제가 한마디로 정의하기 쉽지 않아 보인다. '창조'라는 모호한 단어 때문이다. '전에 없던 것을 처음으로 만들', '신이 우주 만물을 처음으로 만들'과 같은 사전적 정의가 없는 것은 아니지만 무엇을 만드는 것 인지에 대한 방향이 불분명하다. 거기에다 '경제'가 붙었다. 국민은 아직까지 가우뚱하다. 무엇을 만드는 경제란 말인가.

### 아이디어가 돈이 되는 경제

2001년 영국 존 호킨스가 쓴 '창조경제'란 저서에서는 이 개념을 "아이디어로 돈을 버는 것"이라고 못 박았다. 12년 뒤 '창조경제'라는 커다란 배를 이끌려는 청와대는 창조경제 개념을 설명하기 위해 이제는 글로벌 스타가 된 '싸이'를 조타수로 삼았다. 박근혜 대통령은 가수 싸이가 창조경제의 대표 사례라고 칭찬했다. 브라운아이드걸스의 대표 안무로 손꼽히는 '시간방 춤'에 대해 저작권료를 지불했다는 이유다. 싸이가 안무가에게 돈을 주기 전까지 우리나라에서 안무는 저작권으로 인정되지 않았다. 물론 논란이 있었다. 인터넷에서는 선정성을 규제할 생각은 하지 않고, 유명 가수를 데려와 창조경제를 설명하느냐 반발하는 의견도 많았다. 그렇다면 싸이 사례를 존 호킨스에게 물어 "창조경제가 맞느냐"라고 묻는다면 어떨까. 아마 그는 'YES'라고 답할 것이다.

시간방 춤이 창조경제 사례가 되려면 춤의 선정성 논란은 잠시 배제해야 한다. 한 안무가가 전에 없던 생각(아이디어)으로 춤을 만들었다. 브라운아이드걸스가 춤을 추고 뮤직비디오가 만들어졌으며 음원이 판매되고 수익을 창출했다. 첫 번째 '아이디어=돈'이라는 공식이 성립됐다. 싸이는 여기서 대가를 주지 않아도 될 안무에 저작권을 지불하고 아이디어를 사용했다. 춤을 만든 안무가의 아이디어가 다시 한 번 돈으로 환원됐다. 싸이는 시간방 춤으로 공연을 하고 다시 뮤직비디오를 찍었다. 유명세를 탄 덕도 있겠지만 어쨌든 싸이의 수익 활동을 혼자 할 수 있을지 만무하다. 싸이는 돈을 지불하고 공연 관련 인력을 일시적으로나마 고용해야 한다. 안무가의 아이디어가 공연 스태프의 주머니를 채워주는 일련의 과정이 형성된 것이다. 경제가 발생했다는 거창한 명분이 아니라도 안무가가 자신의 아이디어를 보상받은 것은 분명하다.

이번에는 루이스 이그나로 미국 UCLA 교수 사례를 보자. 사람들에게 잘 알려진 별칭은 '비아그라의 아버지'다. 1980년 이그나로 교수는 다이어마이트에 쓰이는 니트로글리세린을 혈압을 낮춰주는 원리를 발견했다. 오늘날 심장 통증을 치료하는 물질로 쓰이는 니트로글리세린은 심혈관에서 산화질소(NO)로 변화돼 통증을 치료한다. 1990년에는 산화질소가 성기능 조절에 영향을 미친다는 사실도 밝혀냈다. 발기부전 치료 연구 기반을 다진 그의 아이디어로 세계적 제약회사 화이자가 치료제를 만들었다. 바로 비아그라다. 20여 년간 노력한 연구 성과를 칭송해 사람들은 우스갯소리로 그를 '비아그라의 아버지'라 불렀다.

이런 그가 지난해 우리나라를 방문했다. 한국과학기술한림원에서 주최한 세미나 강연을 맡았다. 기자는 이그나로 교수를 만나 물었다. "당신이 낸 아이디어로 화이자가 많은 돈을 번 것으로 압니다. 화이자로부터 어떤 금전적 보상을 받은 것이 있습니까?" 들려오는 대답은 짧았다. 'No'다.

물론 이그나로 교수는 돈이 많다. 그의 이름을 딴 심혈관 치료제와 저서들로 얻은 수익이다. 2011년에는 건국대발전기금본부(SKARF) 출범식에 장학금도 기부했다. 그러나 비아그라는 이그나로 교수의 20년 연구 성과에 대해 단 한 푼도 금전적 보상을 해주지 않았다. 세계 1억5000만 명으로 추정되는 발기부전환자가 지불한 돈이 이그나로 교수 주머니에는 들어오지 않았다. 이그나로 교수라는 사람의 아이디어가 비아그라로 전환돼 수익을 창출하는 과정에 연결고리가 끊어진 셈이다. 이것은 창조경제가 아니다.

창조경제인 것과 창조경제가 아닌 것. 이는 존 호킨스의 저서처럼 '아이디어=돈'이란 공식이 성립하느냐 성립하지 않느냐로 구분될 수 있다. 결국은 금전적 보상이 문제다. '창조'란 거룩한 단어가 돈으로 환산되는 과정에서 속물주의와 황금만능주의를 읽을 수 있다. 그러나 경제가 발생하기 위해서 '가격'이 붙어야 한다. 실제 생활에서 값을 떠난 경제는 경제로 평가받지 못한다.

### 지식재산권을 사수하라

새 정부는 창조경제를 '창의적인 아이디어가 사업화돼 일자리를 창출하는 것'으로 규정한다. 독특한 아이디어 하나가 돈을 벌고 이를 통해 누군가에게 월급을 주는 상황까지 이어진다. 표현은 쉽지만 아이디어·사업화·일자리 창출이란 과정을 연결시키는 것은 쉬운 일이 아니다. 특히 놓치기 쉬운 부분이 아이디어에서 사업화로 넘어가는 단계다.

창조경제의 첫 계단을 쉽게 올라가기 위해 가까운 예시를 찾아보자. 지난해 스마트폰을 사용하는 국민 대부분이 쉬는 시간마다 손을 떼지 않았던 모바일 게임이 있다. 바로 애니팡이다. 모바일 게임 애니팡을 기점으로 소셜네트워크서비스인 '카카오톡'은 단순 메신저에서 게임 플랫폼으로 진화했다. 동물이 터지면서 점수를 얻는 단순하면서도 사람을 중독시키는 게임은 플랫폼을 타고 전국적으로 퍼져나갔다. 모바일 게임 애니팡은 '동물이 팡팡 터진다'는 느낌으로 '애니멀(Animal)'과 '팡팡'을 결합해 '애니팡'이란 이름으로 태어났다. 모바일 게임 애니팡을 제작한 선데이토즈는 당시 월 매출 100억 원 돌파라는 기염을 토했다. 선데이토즈는 모바일 게임 애니팡 속 동물을 이용해 인형 등 캐릭터 사업도 진출하려고 한다. 선데이토즈의 아이디어가 수백억 원의 돈으로 환산되면서 '아이디어-사업화' 첫 계단을 올라갔다.

기자가 선데이토즈 애니팡 앞에 모바일 게임이라 붙이는 이유가 있다. 애니메이션 애니팡과 구분하기 위해서다. '애니팡(영문명 Ani-Pang)'이란 이름은 상표권 상 원래 주인이 따로 있다.





애니메이션 제작업체 군앤조이가 2004년 만화영화·서적·완구·컴퓨터소프트웨어(SW) 등 4개 분야에 상표 등록을 마쳤다. 현재 애니팡 상표를 둘러싸고 선데이토즈와 군앤조이가 분쟁 중이다. 만약 군앤조이의 상표권이 인정된다면 모바일 게임 제작사 선데이토즈는 애니팡 캐릭터 사업에 법적으로 진출할 수 없다.

애니팡 분쟁 사례는 아이디어에서 사업화로 넘어가기 전 반드시 해결해야 할 과제가 있다는 것을 말해준다. 바로 지식재산(IP)권이다. 아이디어가 사업화 단계에서 법적으로 보호받기 위해 권리화 시키는 과정이다. '내가 이 아이디어를 발명했다'라는 사실을 법적으로 공표하는 행위다. 대표적 예가 특허 출원·등록이다. 상표 출원·등록도 마찬가지다.

아이디어를 특허·상표·디자인·실용신안 등 산업재산이나 저작권 등 저작재산으로 만드는 과정이다. 업계 전문가들은 "선데이토즈가 고의로 애니팡 상표권을 침해하진 않았을 것"으로 판단했다. 다만 사업화 단계에서 아이디어를 권리화하는 과정(이 경우에는 상표 선행조사가 된다)을 고려치 못했을 것이란 평가다.

지식재산(IP)권화가 창조경제에서 중요한 이유는 이 과정이 배제되면 '아이디어=돈'이란 공식이 법적으로 인정받지 못하기 때문이다. 결국 아이디어·사업화·일자리 창출이란 흐름이 끊어져버린다. 창의적인 아이디어는 꽃을 피우지도 못하고 죽어버리는 셈이다.

이런 상황에서 창조경제를 위해 참 고마운 기업이 있다. 바로 아이폰 제작사 애플이다. 지난 1년 세계를 떠들썩하게 했던 사건이 바로 삼성·애플의 '특허전쟁'이다. 창조경제에서 애플에 감사해야 할 것은 비슷한 모양으로 디자인 침해 소송을 걸었던 것도, 화면을 끝까지 스크롤 했을 때 살짝 튕기는 기술로 특허 침해 소송을 걸었던 것도 아니다. 바로 IP의 중요성을 수면 위로 끌어 올렸다는 사실이다. IP는 물론 특허에 대한 국민의 이해가 부족했던 전쟁 이전과 이후를 비교하면 짧은 시간에 놀라운 성장을 이룬 셈이다. 그러나 삼성·애플 특허 전쟁은 우리가 창조경제를 실현하기

위해 아직 넘어야 할 산이 많다는 것도 방증한다.

'6500억 원 VS 4000만 원' 6500억 원은 미국 캘리포니아 북부연방 지방법원이 삼성이 애플에게 지불해야 한다고 판결한 손해배상액이다. 4000만 원은 우리나라 서울중앙지방법원이 애플이 삼성에게 배상해야 한다는 금액이다. 기술 차이는 있지만 스마트폰을 만드는 아이디어에 1억 배 이상 차이의 값이 매겨졌다.

#### 창조산업 경쟁력 높이는 생태계 조성 필요

IP 중요성이 세계적으로 부각되고 있다. 모두가 '아이디어=돈'이란 공식을 인정하고 있다. 그러나 창조경제를 외치는 우리나라는 문화적으로나 제도적으로나 남들과 다른 셈법을 이 공식에 적용했다. 'x=y'라는 공식에서 우리나라와 미국 둘 다 x에 '아이디어'를 집어넣었는데, 한쪽에서는 y값이 6500억 원이 나왔고, 다른 한쪽은 4000만 원이 나왔다.

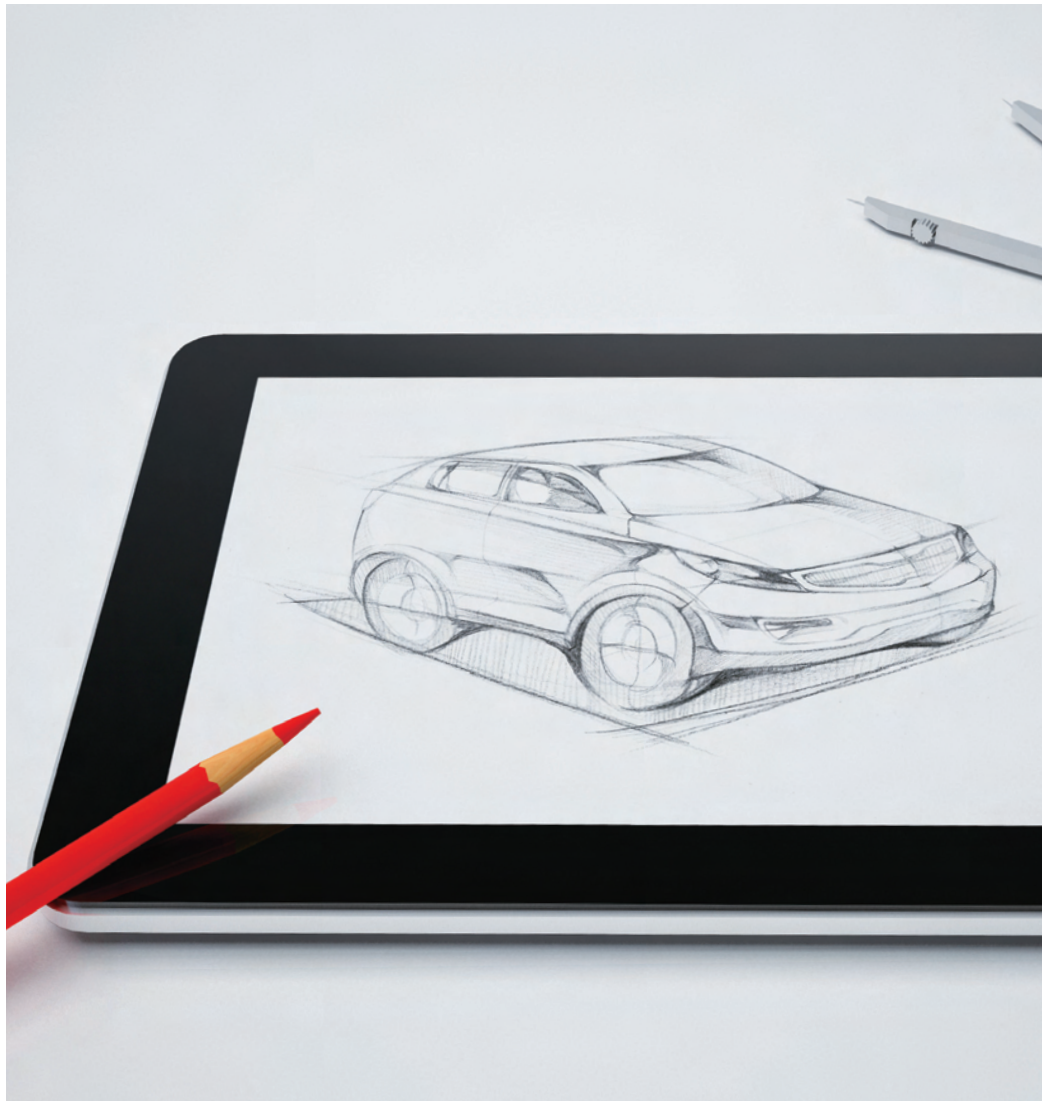
아이디어를 돈으로 환산하는 작업은 매우 어렵다. 누가 아이디어를 가지느냐, 어떻게 사업화느냐, 이것을 고용으로 창출하는 선순환 구조를 어떻게 구축할 것이냐 이견이 팽배할 수 있다. 아이디어 자체를 수치로 객관화하는 작업은 결국 창조성에 등급을 매기는 것이다. 이런 분위기에서 시장은 위험을 회피하기 위해 대상에 가격을 낮게 책정한다. 잃어도 비용을 최소화하겠다는 것이다. 4000만 원 손해배상액은 이렇게 탄생했다.

'아이디어=돈'이란 공식을 적용하는 창조경제에서는 공식을 인식하는 것도 중요하지만 이 돈을 통용되는 수준으로 맞춰야 한다. 내 아이디어가 우리나라에서는 4000만 원인데, 미국 시장에서는 6500억 원 한다면 어린 아이라도 '한반도에서 창조경제 하기 쉽지 않군'하며 혀를 찰 것이다. 창의적인 아이디어가 사업화돼 일자리를 창출하는 것. 이 창조경제 프로세스는 비난할 수 없이 거룩하고 아름다운 경제론이다. 그러나 진짜 창조경제를 하기 위해서는 각 단계를 이어주는 튼튼한 연결고리가 있어야 한다는 것을 잊지 말아야 한다. 당연 그 연결고리는 IP다. 발명특허

IP Focus  
02

# 당신은 자동차 디자인을 구별할 때 주로 어디를 보시나요?

중국 최고인민법원 혼다 CR-V 케이스를 통해 본  
자동차 디자인의 유사 판단 기준





유성원  
지심특허법률사무소  
변리사

누구나 멋진 자동차를 소유하고 싶어 한다. 성능, 브랜드, 디자인, 실용성, 가격, 세금, 사회적 지위 등등 자동차 브랜드마다 각자의 장점과 특징을 자랑하며 소비자의 마음을 자극한다. 자동차를 선택하는 기준은 사람마다 다르겠지만, 가장 중요한 요소 중 하나를 꼽으라고 하면 단연 '디자인' 이 아닐까 싶다. 아무리 가격 대비 성능비가 좋고, 뛰어난 주행 능력을 가지고 있다 하더라도 디자인이 멋지지 않으면 사고 싶은 마음이 들지 않을 것이다. 실용성을 위주로 자동차를 구입 하는 사람이라고 할지라도 이왕이면 디자인이 멋지고 예쁜 차를 선호할 것이다.



자동차 디자인에 있어서 가장 중요한 부분은 어디일까? 즉, 사람들에게 A라는 자동차와 B라는 자동차의 디자인을 구별하게 하는 가장 특징적인 부분은 어디일까? 세단, SUV, 쿠페, 로드스터 등 각각의 자동차의 장르를 구별하게 하는 외관상의 공통된 특징도 있겠지만, 하나의 자동차 장르 안에서도 각각의 자동차를 구별하게 하는 디자인상의 가장 중요한 부분이 있을 것이다.

이와 관련하여 본고에서는 2010년 중국의 최고인민법원의 판결을 중심으로 자동차 디자인의 유사 여부를 판단하는 기준을 살펴보고자 한다. 본 사례는 일본의 3대 자동차 메이커인 혼다 사의 대표적인 베스트셀러 SUV 모델 CR-V의 중국 디자인 특허 분쟁에 관한 사례이다.

중국의 로컬 자동차 회사 중 하나인 석가장 쌍환자동차는 혼다 CR-V 모델과 거의 유사한 SUV 모델인 SR-V를 시장에 내놓았다. 누가 보기에다 외관상 상당히 유사한 모습을 가지고 있는데다가 이름조차도 SR-V로 비슷했다. 이에 대해 혼다는 쌍환 자동차를 상대로 디자인 특허 침해 소송을 중국의 인민법원에 제기했고, 쌍환 자동차는 혼다의 CR-V 디자인 특허가 무효라는 무효심판을 중국 국가 지식산업국 복심위원회에 제출했다.

중국의 복심위원회에서는 혼다의 CR-V 디자인 특허가 CR-V의 이전 버전 모델에 비하여 신규성과 창작성이 없어서 무효라고 판단했다. 중국 복심위원회의 판단을 간단하게 살펴보면 다음과 같다.

#### 복심위원회의 판단

본 디자인 특허를 선행디자인과 비교해보면 양자의 자동차 각 구성부분의 형상 및 서로 간의 비율 관계는 거의 동일하고, 전체적인 시각 형상과 디자인 스타일이 거의 동일하다는 것을 알 수 있다. 물론 본 디자인 특허와 선행디자인 제품이 외관상 약간의 미세한 차이점이 있는 것은 사실이다. 예를 들면, 본 디자인 특허의 헤드라이트는 3각형과 비슷한 불규칙 4각형이지만, 선행디자인의 헤드라이트는 사다리꼴과 흡사하다. 또한, 본 디자인 특허의 앞 범퍼 아래 양측에는 보조등이 배치되어 있지만, 선행디자인에서는 이에 상응한 배치를 찾아볼 수 없다. 그리고 본 디자인 특허와 선행디자인의 보호판은 모두 뒤집어진 U형인데, 본 디자인 특허의 보호판 내부에는 수평 스페이스가 설치되어 있고 그 밑 부분에는 머물러 보호장치가 있지만, 선행디자인의 보호판 내부에는 여러 개의 빈칸이 있다. 본 디자인 특허의 중간 창문 유리는 한쪽은 직각으로, 한쪽은 꺾은 선 모양으로 불규칙 사다리꼴을 이루지만, 선행디자인의 중간 창문 유리는 직각 사다리꼴이다. 본 디자인 특허의 후방 조합등(리어 컨베네이션 램프)은 차 지붕 근처에서부터 후 범퍼 들린 부분까지 쪽 뻗었지만, 선행디자인의 후방



혼다 CR-V



쌍환 LAIBAO SR-V



## HONDA

조합등은 차체 윗부분에 설치해 있다. 본 디자인 특허와 선행디자인의 자동차 뒷부분 라인으로부터 보면, 본 디자인 특허는 라인이 약간 매끄럽고, 양자의 뒷 범퍼의 모양도 조금 다르다.

하지만 본 디자인 특허와 선행디자인의 제품 외관상의 상술한 차이점은 모두 부분적인 차이에 속한다. 전체적인 관찰, 종합적인 판단 원칙에 따르면, 상술한 차이는 자동차의 전체적인 시각형상과 스타일에 있어서는 비교적 미세한 차이에 속하므로, 소비자들은 뚜렷이 다른 시각적 효과로 인한 다른 스타일의 제품으로 인식할 가능성이 충분치 않다. 그러나 양자의 주체부분의 같은 점은 일반 소비자를 쉽게 혼동시킬 수 있다. 혼다에서 강조한 “본 디자인 특허는 차체가 비교적 높고, 무게중심이 높으며 가늘고 긴 조형인 반면에 선행디자인은 무게중심이 낮아서 차체가 비교적 넓은 조형에 속한다”에 대해서는 양자를 전체적인 관찰로부터 봤을 때, 혼다에서 진술한 뚜렷이 다른 시각적 효과가 발생하지 않았기 때문에 혼다의 견해를 지지할 수 없다.

이상에서 보는 것처럼, 중국 복심위원회는 앞부분 헤드라이트, 범퍼, 보호등, 유리창의 모양, 테일램프의 형상 등에서 혼다의 디자인 특허와 선행디자인은 분명한 차이가 있지만, 자동차의 모양을 전체적으로 관찰했을 때는 시각적으로 뚜렷한 차이가 없어서 유사한 제품으로 인식한다는 것이다.

혼다는 이러한 중국 복심위원회의 판단에 대하여 북경시 중급인민법원과 고급인민법원에 차례로 불복했지만, 각 심급의 법원들은 복심위원회의 판단을 지지했다. 그렇다면, 자동차를 실제로 선택하고 소비하는 수요자들은 자동차의 어느 부분 디자인을 가장 중점적으로 보고 모델을 구별하고 있을까? 특히, SUV 자동차 소비자들은 어느 부분의 디자인을 가장 중요하게 보는 것일까?

중국 법원들은 SUV 자동차에 있어서 전체적인 외형 윤곽이 일반 소비자들의 시각적 감각에 대한 영향이 가장 뚜렷하다고 하면서, 혼다의 CR-V 디자인 특허와 혼다의 구형모델 디자인은 자동차 각 구성부분의 형상, 서로 간의 길이, 넓이, 높이의 비율관계, 차체 전체적인 형상 및 디자인 스타일 면에서 ‘대체로 같다’라고 판단했다. 사실 이러한 중국 복심위원회와 법원들의 판단은 조금 수긍하기 어려운 점이 있다. 왜냐하면 이러한 논리라면 SUV의 외관형상은 어느 정도 정형화되어 있기 때문에 아주 특이한 외관 실루엣을 가지지 않고서는 신형 SUV 디자인은 등록받을 수 없다는 결론에 이르기 때문이다. 이에 대하여 혼다는 굴복하지 않고 최종적으로 최고인민법원까지 불복을 제기했고, 중국 최고인민법원에서는 다음과 같이 판결했다.

**최고인민법원의 판결**

본 안이 쟁소하는 자동차 유형을 보면, 이런 종류의 자동차(SUV) 외형 윤곽은 모두 비교적 흡사하기 때문에 공통적인 디자인의 특징이 자동차에 대한 일반 소비자의 시각적 효과에 대한 영향은 비교적 제한적이다. 반대로 자동차의 앞면, 측면, 뒷면 등 부위의 디자인 특징의 변화는 더욱더 이런 자동차에 대한 일반 소비자들의 주목을 끌 수 있다. 본 안에서 본 디자인 특허가 보여준 자동차의 디자인과 선행디자인이 보여준 자동차의 디자인을 비교해보면, 헤드라이트, 안개등, 앞 보호판, 그릴, 측면 차창, 후방 조합등, 후 범퍼, 차지붕 윤곽 등 장식성이 강한 부위는 모두 차이가 존재한다. 특히, 본 특허의 자동차 헤드라이트는 3각형과 비슷한 불규칙 4각형 디자인을 취해 머물러 보호장치가 있는 뒤집어진 U형 앞 보호판과 중간에 가로 줄을 띤 그릴과 맞춰져 있고 자동차 측면의 뒷 차창은 불규칙 4각형 디자인을 취하고 뒷 창 유리와 후방 조합 등 사이는 창틀로 분리하여 차체의 윗부분과 아랫부분의 매끄러운 움직임에 맞춰준다. 자동차 뒷면은 후방 조합등이 차 지붕 근처에서부터 후 범퍼 들린 부분까지 뾰은 '위는 좁고 아래는 넓은' 기동형 램프를 취하여 머물러 보호장치가 있는 U형 후 범퍼를 맞추는데, 모두 두드러지고 눈에 띄어 비교적 강한 시각적 충격력을 갖추고 있다.

즉, 중국의 최고인민법원의 판단에 따르면, SUV 자동차의 경우 외형 윤곽이 모두 비교적 흡사하기 때문에 이러한 외형 윤곽이 소비자에게 미치는 디자인적 시각효과는 제한적이며, 반대로 자동차의 앞면, 측면, 뒷면 등 부분의 디자인 특징은 일반 소비자들의 주목을 끌 수 있어서 전체적으로 자동차 간 디자인의 시각적 효과를 구별하는데 더 많은 영향을 미치는 요소로 작용한다는 것이다.

실제로, 자동차의 구형 모델과 신형 모델은 기본적인 외형 형상은 어느 정도 유지하되 헤드램프, 테일램프, 범퍼 등의 형상을 변경하여 출시되는

것이 일반적이다. 그리고 소비자들은 이러한 앞면, 뒷면, 측면 등의 장식적 요소들의 차이점을 가지고 신형모델과 구형모델을 구분하며, 또한 A사와 B사의 디자인을 구별하게 되는 것이 일반적이라고 할 수 있다. 이러한 관점에서 중국 최고인민법원의 판단은 실제 소비자들의 디자인 판단 기준을 하급심의 판단보다 훨씬 더 정확하고 현실적으로 반영하였다고 보여진다. 그리고 좀 더 공평한 판단이기도 했다.

여담이지만, 이 판결은 중국의 지식재산권 보호시스템의 공정성에 대한 우려와 신뢰를 동시에 나타냈던 판결이기도 했다. 혼다가 복심위원회와 중급인민법원, 고급인민법원에서 패소했을 때는 중국법원들의 자국기업 보호주의에 대한 비판과 불신이 크게 일어났었지만, 최종적으로 최고인민법원에서 승소했을 때는 안도감과 어느 정도의 신뢰가 형성될 수 있었던 계기가 되었다.

어찌됐든 우리가 디자인의 유사판단, 특히 자동차 디자인의 유사판단을 할 때 중요한 요소가 무엇인가라고 했을 때 본 판결은 기본적인 판단 원칙을 보여준 사례라고 할 수 있다. 두 개의 자동차의 디자인을 비교할 때 가장 중요한 것은 자동차의 형상으로부터 전해지는 전체적인 심미감의 차이겠지만, 그 전체적인 심미감이라는 것이 자동차의 종류에 따라 전체 외관형상으로부터 형성될 수도 있고 자동차의 헤드램프, 테일램프, 범퍼 등 장식적 요소가 강한 부분으로부터 전체적인 심미감이 형성될 수도 있다는 것이다. 발명특허



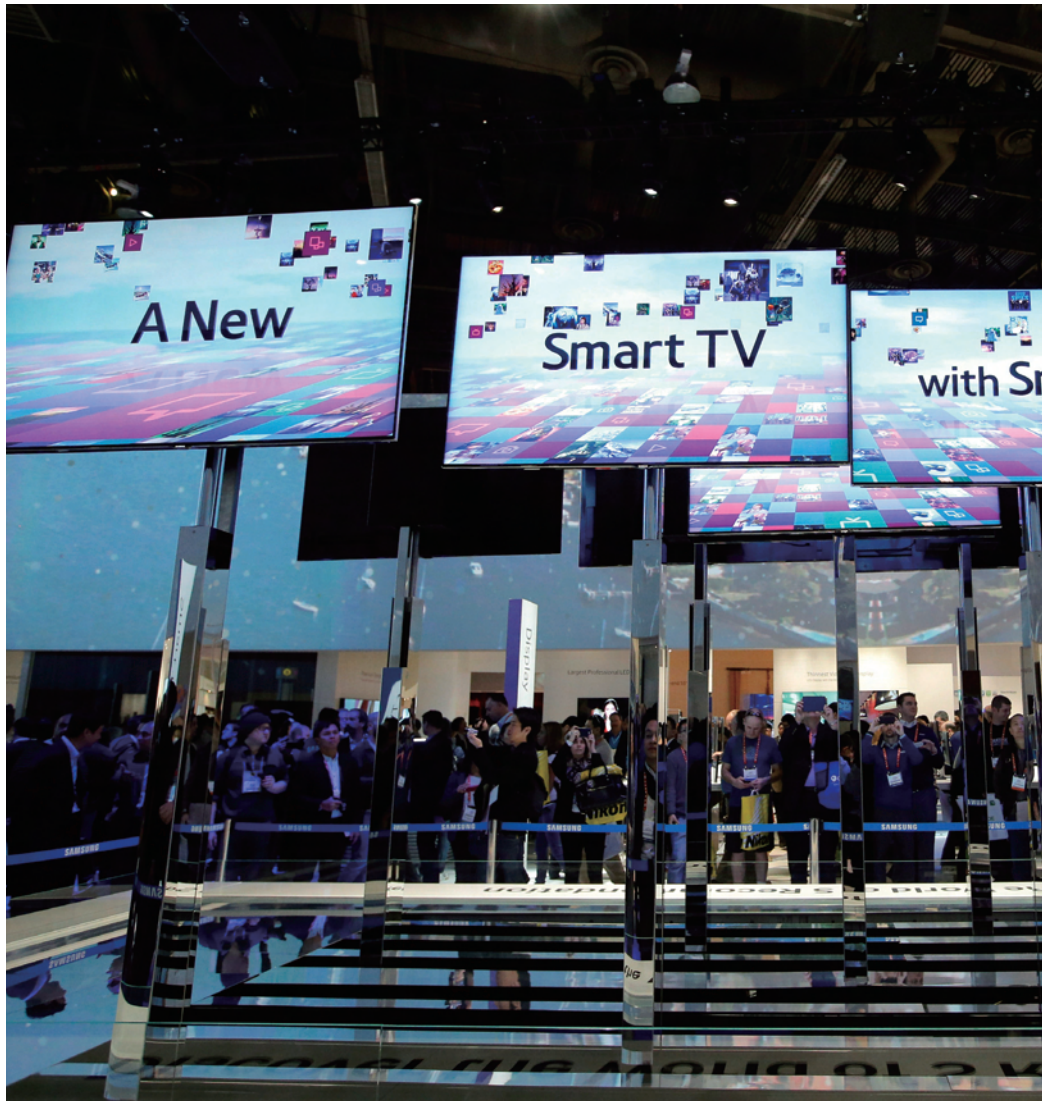
혼다 CR-V 구형 모델



혼다 CR-V 신형 모델(2004) 디자인 특허

IP Focus  
03

# 소모적인 특허 전쟁은 이제 그만





벌써 2년이 넘었다. 삼성전자와 애플의 특허전쟁 얘기다. 양 사 모두 상대에게 큰 타격을 입히지 못한 채 시간만 흐르고 있다. 더 이상 소모적인 특허전쟁은 이제 지양해야한다는 목소리가 커지고 있는 이유다.



### 삼성·애플, 명분 없는 특허전

미국 월스트리트저널(WSJ)은 지난 5월 8일(현지시간) 삼성과 애플의 특허전이 별 의미가 없다고 보도했다. 두 회사의 공방이 2년 이상 지속되면서 한쪽의 승리가 상대방에 별다른 영향을 줄 수 없다는 얘기다. WSJ는 이날 '삼성-애플, 특허전 가치 있다' 제하의 기사에서 이같이 전하고 특허 사활을 건 경쟁이 벌어지고 있는 스마트폰 업계에서 '기술'과 '소송'은 어울리지 않는 한 쌍이라고 지적했다. 주요 소송은 5년 이상 지속되는데, 그 사이 문제의 제품은 사라지고 새로운 모델이 시장을 지배한다는 것이다. 게다가 미국 특허·상표청(USPTO)이나 다른 특허 인증기관이 지나치게 많은 특허를 인정하고 있어 이 가운데 상당수가 특허로서의 가치를 지니지 못한다는 점도 문제라고 설명했다.

삼성과 애플이 전 세계에서 치열한 전쟁을 벌이고 있는 것은 모바일 스마트 기기를 둘러싼 '글로벌 패권'을 잡기 위해서다. 애플이 삼성전자의 스마트폰과 태블릿PC 등 모바일 기기가 자사의 특허를 침해했다며 소송을 제기한 것도 강력한 경쟁 상대로 떠오른 삼성전자를 견제해야겠다고 판단했기 때문이다. 특히 휴대폰과 컴퓨터가 융합되면서 삼성전자, 노키아와 같은 휴대폰 생산 업체와 애플이나 구글 등의 IT업체가 경쟁 관계에 놓인 탓이다.

미국에서 진행되고 있는 삼성과 애플의 특허 소송에서는 지난해 8월 배심원단이 삼성에 10억5000만 달러(약 1조1400억 원)를 배상해야 한다고 판결했으나, 법원은 배상액을 5억9950억 달러(약 6500억 원) 수준으로 낮췄다.

그 사이 미국 특허청은 두 손가락을 오므리거나 펴는 동작으로 화면을 축소·확대하는 애플의 '핀치 투 줌' 특허와 손으로 화면을 터치해 스크롤하다가 가장자리 부분에서 반대로 튕기는 애플의 '바운스백' 특허에 무효 판정을 내렸다.

### 국내 대표기업인 삼성·LG 간 특허전도 눈살

삼성과 애플의 특허전만 있는 것은 아니다. 국내 전자업계 라이벌인 삼성과 LG도 최근 서로를 잡아먹을 듯이 다투고 있다. 광고로 조롱을 하고, 법정 소송으로까지 이어졌다. 두 회사의 대표 제품에 대한 판매 금지도 요청했다. 정부까지 나서서 화해 분위기를 조성했지만 양 사 실무자간 협상이 진행되는 동시에 또 다시 한판 감정싸움을 벌이는 등 화해는 요원한 분위기다.

지난달 경찰이 LG디스플레이의 OLED(유기발광다이오드) 패널 기술을 빼낸 혐의로 삼성디스플레이 본사 등을 압수수색하자, 기다렸다는 듯이 LG디스플레이의 공세가 이어졌다. LG디스플레이는 "경찰의

압수수색은 삼성디스플레이가 대형 올레드 패널 기술을 빼냈다는 상당한 증거를 확보했기 때문으로 이해된다"고 강조했다.

뿐만 아니었다. LG디스플레이는 "이와 같은 혐의가 사실이라면, 업계의 자연스러운 인력 이동을 문제 삼아 자사를 조직적인 범죄집단으로 호도해 온 경쟁사의 행태는 '뭉툰 개가 거 뭉툰 개를 나무랐던' 꼴이 될 것"이라고 직격탄을 날렸다. 이에 대해 삼성디스플레이 측은 '뭉툰 개...'라는 표현까지 쓴 LG측에 대해 '경악스럽다'는 속내를 털어냈다.

지난해부터 이어진 양사의 디스플레이 특허 공방전은 지나친 감정대응으로 점점 진흙탕 싸움이 돼가고 있다. '어이없는 행태', '악의적 횡방', '적반하장', '터무니없는 억지주장' 등 양사의 공식 입장 자료에는 감정 섞인 문구들이 가득하다.

선언의 경쟁은 두 기업을 모두 성장시키지만 소모적인 싸움은 발전을 더디게 만든다. 턱밑까지 추격해 온 중국에게 언제 추월당할지 모르는 일이다.

실제로 중국의 기세는 무섭다. 한국무역협회 조사에 따르면 한국이 세계 수출시장에서 점유율 1위를 뺏긴 26개 품목 중 12개는 중국에게 밀렸다. 지난 1월 열린 세계 최대 가전쇼 CES 2013에서도 중국은 더 이상 기술 후진국이 아니란 걸 보여줬다. 전시장 입구부터 TCL을 비롯한 중국 업체 광고가 크게 걸렸고, 전시장 규모도 지난해와 비교해 2배 이상 커졌다. 마이크로소프트(MS)의 빈자리는 중국 하이센스가 채웠고, 삼성전자의 세계 최대 110인치 UHD TV는 중국 TCL과 하이센스 등이 같은 크기의 제품을 들고 나온 바람에 빛을 잃었다.

최근 시장조사기관 디스플레이서치의 집계를 보면 지난해 BOE, 인포비전, 차이나스타 등 중국 LCD 업체들의 대형패널 세계시장 점유율 합계는 10.7%에 이른다. 2010년 점유율 4.4%에 불과했던 중국 업계는 2011년 6%로 성장한 뒤 불과 1년 만에 이 같은 성과를 달성했다. 특히 중국 업체들의 급성장 뒤엔 막강한 내수 시장과 정부 지원이 있다. 현재 중국은 세계 LCD TV 시장의 25%를 차지하고 있다. 특히 중국 정부는 LCD를 국가 차원의 육성 산업으로 보고 있다. 최근 BOE에 200억 위안(약 3조4000억 원)의 투자금을 융자해주는 등 지원을 아끼지 않는다.





엔저에 일본 기업들은 부활하고 있고 중국에서는 '타도 한국'을 외치며 빠르게 성장하고 있다. 지금은 우리 기업들이 안방에서 감정싸움에 시간을 허비할 때가 아니다. 품질과 서비스로 승부하고 성숙하게 결과를 기다리는 자세가 요구된다.

#### 무분별한 특허전은 기업 혁신에 발목

이 같은 무분별한 특허전의 함정은 기업 혁신의 발목을 잡을 수 있다는 사실이다. 글로벌 특허전쟁이 가속화되면서 큰 값어치가 없는 특허의 경우도 몇 년에 걸쳐 소송전이 이어지고 있다. 특허소송의 특성상 잘못된 판단이 내려질 가능성도 있고, 옳은 판결이 내려져도 시간이 너무 오래 걸리면 당사자는 전략을 세우기 어렵다.

"만약에 정부가 세금을 올린다고 하면 기업은 전략을 세우면 되는데, 특허의 경우는 그렇지 않습니다. 권리기간도 한정돼 있기 때문에 오래 끌다보면 결국 특허권리도 반토막 나죠. 소송을 하는 입장이든 당하는 입장이든 피해가 큼니다." 김성기 한국국제지적재산보호협회장의 얘기다. 궁극적으로 기술 개발을 장려하기 위해 만들어진 특허 제도가 거꾸로 기업의 기술개발과 혁신을 가로막고 있다는 설명이다.

특히 빠른 혁신이 중요한 IT업계는 난무하는 특허 소송전으로 인한 폐해가 더욱 심각하다. '구글노믹스'의 저자인 제프 자비스는 지난 2011년 자신의 블로그를 통해 "올해 180억 달러에 달하는 비용이 기업 성장이나 혁신이 아닌 특허 공방전에 사용됐다"고 지적한 바 있다.

보스턴대의 제임스 베슨, 제니퍼 포드, 마이크 뮤어 교수는 지난해 '특허괴물에 의한 개인적, 사회적 비용'이란 제목의 보고서를 통해 특허괴물이 남발하는 소송 때문에 발생한 사회적 비용이 1990년 이후 총 5000억 달러에 달했다고 밝혔다.

특히 최근 소송이 급증하면서 4년간 연평균 소송 관련 비용은 830억 달러에 달했다고 덧붙였다. 이는 미국의 연간 연구·개발비 총액의 75%가 넘는다. 보고서는 "기업들이 특허괴물에 의한 소송 때문에 이익이 감소하는 등 상당한 연구·개발 기회를 박탈당하고 있다"고 강조했다. 발명특허

IP Focus  
04체크무늬는  
누구의  
소유인가?

## 패션업계 상표디자인 분쟁

필자는 2013년 3월 27일 국내 굴지의 패션 업계 회사의 법률 및 마케팅 담당자들을 대상으로 한국의류산업협회에서 '섬유·패션업계 실무자들이 알아야 할 상표·디자인 분쟁 대응 방안'에 대한 강의를 진행했다. 본 지에서는 강의한 내용을 바탕으로 최근 섬유·패션업계에서 이슈가 되었던 국내 분쟁 사례들을 다루어 보고, 이러한 분쟁에 대응하기 위한 전략적 대응 방안을 논해보고자 한다.

## 섬유·패션업계 분쟁의 특징

패션업계에서는 그 업종의 특성상 대부분의 디자인이 상표로서의 역할도 함께 하고 있다는 점을 고려할 때, 자신들의 디자인을 '도형상표'로 등록해 놓는 경우가 많고, 권리행사 역시 이 도형상표에서 확보한 '상표권'에 기해 행사하는 경우를 적지 않게 볼 수 있다. 예를 들어, 하기 분쟁 CASE에 나오는 버버리의 경우 고유의 체크무늬를 도형상표로 등록해 놓았으며, 아가타 디퓨전이나 루이비통의 경우도 마찬가지로 그 고유의 '강아지 형상' 또는 '규칙적 배열의 패턴'을 도형상표로 등록해 놓은 것을 확인할 수 있다.

따라서 다른 업계에서의 분쟁과 달리 패션업계에서 상표 및 디자인 분쟁이 생길 경우, 특색 있는 쟁점들을 찾아볼 수 있는데, 그 중 가장 큰 문제가 되는 쟁점은 '상표적 사용 여부'이다.

상기에서 언급한대로 패션업계에서는 그 기업의 고유한 패턴이나 디자인을 도형상표로 등록하여 보호하는 경우가 많은 반면, 디자인권 확보는 잘 되어 있지 않은 경우가 많다. 이는 디자인권은 물품에 화체되어 보호되기 때문에 그 권리의 범위가 좁고, 짧은 기간 내에 많은 종류가 다양하게 출시되는데 매번 새롭게 나오는 디자인을 일일이 디자인으로 등록하기 어렵기 때문이다.

또한, 디자인권의 존속기간은 15년으로서 그 이후는 존속기간이 만료되어 더 이상의 독점권을 향유할 수 없는 반면, 상표권은 10년마다 간단한 갱신등록을 통해 거의 영구적으로 상표권을 향유할 수 있다는 강력한 장점이 있다. 따라서 패션업계에서는 각 브랜드의 고유 디자인을 도형상표로 등록하여 이를 기초로 권리행사를 하는 경우를 적지 않게 볼 수 있다. 그렇다면, 패션업계 분쟁에서 가장 문제가 된다고 하는 '상표적 사용 여부'라는 것은 무슨 이야기일까?

상표권의 침해가 성립하기 위해서는 반드시 표장을 '상표적으로 사용할 것'을 요구하고 있다. 즉, '상표적 사용'이라는 것은 도형, 무늬, 로고 등과 같은 디자인적 요소를 '상품의 출처 표시'로서 사용하는 것을 말한다. 이에 대해 대법원 판례는 다음과 같이 설명하고 있다.

『타인의 등록상표와 동일 또는 유사한 표장을 그 등록상표의 지정상품과 동일 또는 유사한 상품에 상표로서 사용하면 타인의 상표권을 침해하는 행위가 되고, 한편 타인의 등록상표와 동일



또는 유사한 표장을 이용하더라도 그것이 상품의 출처표시를 위한 것이 아니어서 상표의 사용으로 인식될 수 없는 경우에는 타인의 상표권을 침해한 것으로 볼 수 없다. 이때 그 표장이 상표로서 사용되었는지는 표장과 상품의 관계, 상품 등에 표시된 위치나 크기 등 당해 표장의 사용태양, 등록상표의 주지저명성 및 사용자의 의도와 사용경위 등을 종합하여 실제 거래계에서 그 표시된 표장이 상품의 식별표지로서 사용되고 있는지를 기준으로 판단하여야 한다.(대법원 2003. 4. 11. 선고 2002도 3445 판결 등 참조)

또한 디자인과 상표는 배타적·선택적 관계에 있지 아니하므로, 디자인이 될 수 있는 형상이나 모양이라고 하더라도 그것이 상표의 본질적 기능인 자타상품의 출처표시로서 기능하는 경우에는 상표로서 사용된 것으로 보아야 한다.(대법원 2000. 12. 26. 선고 98도2743 판결 등 참조)

상기와 같은 대법원 판례 및 상표법 제도에 따르면, 자신의 고유한 디자인을 도형상표로 등록해 놓은 경우라 하더라도 분쟁의 상대방이 상표적으로 사용하지 않고, 디자인적으로만 사용했다고 인정받는 경우에는 상표권을 침해하지 않았다고 결론이 날 수 있다는 것이다.

따라서 패션업계에 종사하거나 도형상표로 자신의 상표를 등록해 놓은 사람이라면 상기의 대법원 판례가 패션업계 분쟁에서는 자주 인용될 수 있음을 인지하고 있어야 한다. 이와 관련하여 최근 일어나는 패션업계 분쟁 CASE들을 함께 살펴보도록 하겠다.

#### 섬유 · 패션업계의 최신 분쟁 CASE

올해 2월 서울지방법원에 영국의 저명한 의류 회사인 버버리가 LG 패션을

상대로 상표권 침해 금지 및 손해배상을 청구했다. 버버리 측이 상표 등록한 '버버리 체크(상기 DAKS를 기준으로 DAKS 하단의 체크무늬 중 좌측)'를 모방하여 사용했다는 이유였다.

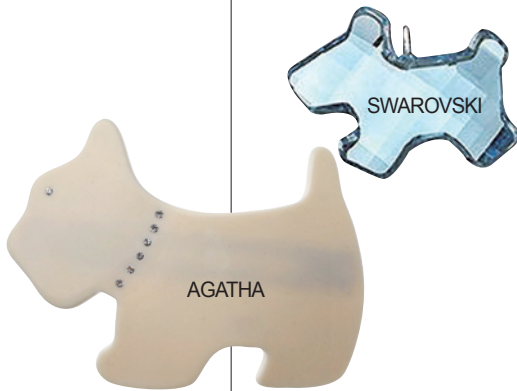
문제가 된 제품은 '하우스 체크' 무늬 남성용 남방셔츠로서<sup>1)</sup>, 버버리 측의 주장은 자신들의 고유 '체크무늬'와 DAKS에서 사용하고 있는 체크무늬가 유사한 것으로서 이는 버버리의 '체크무늬' 상표권을 침해하였다는 것이다. 반면, LG 패션 측은 보도자료를 통해 버버리 측의 주장대로라면 현재 거래계에서 빈번하게 사용되고 있는 모든 체크무늬 제품이 버버리의 상표권 범위에 들어간다는 것과 같다고 하며 이는 매우 부당하며 불합리하다고 맞서고 있다.

본 사안이 현재 결론이 나지 않은 상태라 조심스러운 부분이 있으나 최근 대법원에서 검사가 형사 기소하여 '체크무늬' 남방셔츠에 대한 상표권 침해를 인정한 사례가 있어 이를 소개하고자 한다.

『피해자 영국의 버버리 리미티드(이하 '피해자 회사'라고 한다)의 이 사건 등록상표(등록번호 생략)는 캐주얼셔츠, 넥타이, 원피스, 스카프와 같은 의류 등의 상품에 관하여 피해자회사의 출처표시로서 널리 알려져 있는 점, 이 사건 등록상표는 격자무늬를 형성하는 선들의 색상 및 개수·배열순서 등에 의하여 수요자의 감각에 강하게 호소하는 독특한 디자인적 특징을 가지고 있고 주로 의류 등 상품의 표면 또는 이면의 상당 부분에 표시되는 형태로 사용되어 그 상품을 장식함과 동시에 피해자회사의 출처도 함께 표시하는 기능을 수행하여 오고

각주)

1) 아직 진행 중인 사건으로서 정확히 어떤 체크무늬 남방이 문제가 된 것인지는 공개되지 않았음.



있는 점, 피고인 1이 대표이사로 있는 피고인 2 주식회사가 중국에서 수입한 원심 판시 이 사건 남방셔츠는 이 사건 등록상표의 지정상품과 동일한 상품으로서, 이 사건 남방셔츠의 격자 무늬는 이 사건 등록상표에 비하여 세로선의 폭이 가로선의 폭보다 약간 좁고 바탕색도 약간 열지만 격자무늬를 형성하는 선들의 색상 및 개수·배열순서가 동일하여 전체적으로 보아 이 사건 등록상표와 매우 유사하고, 그 사용형태도 위에서 본 이 사건 등록상표의 주된 사용 형태와 별로 다르지 아니한 점, 피고인 1은 이 사건 등록상표가 피해자 회사의 상품 출처표시로 사용되고 있음을 알면서도 위와 같이 이 사건 등록상표와 매우 유사한 격자무늬가 사용된 이 사건 남방셔츠를 판매 목적으로 수입한 점 등을 알 수 있다.

이러한 사정을 앞서 본 법리에 비추어 보면 이 사건 남방셔츠의 격자무늬는 상품의 출처를 표시하기 위하여 상표로서 사용되었다고 보아야 할 것이다… (후략)

앞서 언급한 '상표적 사용 여부'에 대한 쟁점이 본 사건에서도 문제가 되었는데, 본 사안에서는 버버리의 '체크무늬'는 이미 수요자들에게 버버리의 출처표시로 널리 알려져 있는 점, 이 체크무늬는 디자인적 목적뿐만 아니라 회사의 출처도 함께 표시하는 기능을 수행하여 오고 있는 점, 피고인의 사용형태가 버버리의 사용형태와 그다지 다르지 않은 점 등을 종합하여 피고인의 '체크무늬' 사용은 상표적 사용으로서 상표권 침해를 구성한다고 판단하였다.

이와 같은 대법원 판결 선례로 볼 때 버버리와 LG 패션의 소송에 있어서도 버버리의 '체크무늬'는 출처 표시로서의 역할을 충분히 수행하고 있다는 점이 인정될 가능성이 높아 보인다. 다만, LG 패션이 사용한 '체크무늬'가 버버리의 것과 어느 정도 유사한 지에 따라 상표권의 유사 범위에 속할 것인지 아닌지가 오히려 더 중요한 쟁점이 될 것으로 보인다.

두 번째 CASE는 프랑스 기업인 '아가타 디퓨전(이하, 아가타)'이 자신들이 등록한 강아지 모양의 상표와 비슷한 형태의 펜던트를 '스와로브스키코리아(이하, 스와로브스키)'가 판매함으로써 상표권을 침해했다며 소송을 냈다. 이에 1심 재판부는 아가타의 주장을 받아들여 스와로브스키에게

강아지 모양의 펜던트 완제품을 모두 폐기하고 아가타에게 손해배상금 5000만 원을 지급하라고 판결했다. 그러나 2심 재판부와 대법원에서는 두 회사의 상표가 일부 유사하긴 하나 외관 등에서 일반 소비자들이 혼동할 정도로 유사한 것은 아니라고 판단해 아가타의 청구를 기각하여 아가타의 패소 판결이 확정되었다.

본 사안의 쟁점은 2가지로 볼 수 있다. 첫 번째 쟁점은 스와로브스키가 아가타의 대표적인 디자인이자 상표인 강아지 도형과 일견 유사해 보이는 강아지 모양의 펜던트를 제작, 판매한 행위가 '상표적 사용'으로 볼 것인지 여부이며, 두 번째 쟁점은 강아지 도형의 유사여부에 대한 점이었다. 이에 대한 대법원의 판결을 보면 다음과 같다.

**1. 상표의 유사 판단에 관한 범리오해의 점 등에 관하여**

(중략) ...원고 등록상표는 2차원의 평면 형태인 반면 피고 제품의 형상은 크리스털을 커팅하여 제작된 제품의 특성으로 인하여 3차원의 입체감을 주는 형태인 점, 원고 등록상표의 강아지 양발은 지면에 부착되어 가만히 서있는 모습인 반면 피고 제품 형상의 강아지 양발은 서로 벌어져 뛰고 있는 모습인 점, 원고 등록상표의 강아지에는 목줄이 있고 그 목줄의 색상이 몸통의 색상과 구별되는 반면 피고 제품 형상의 강아지에는 목줄이 없는 점에서 차이가 있고, 그 밖에 강아지의 꼬리, 눈썹(이마), 귀, 엉덩이 부위의 형태도 세부적인 점에서 차이가 있어, 원고의 등록상표와 피고 제품의 형상은 그 외관에 있어서 유사하다고 할 수 없다... (중략)

**2. 상표적 사용에 관한 범리오해의 점 등에 관하여**

(중략) ...위와 같은 사실관계에 나타난 목걸이용 펜던트의 특성 및 위 상품을 둘러싼 거래실정, 원고 등록상표와 피고 등록상표의 주지저명 의 정도, 피고의 의도와 피고 제품의 제조·판매 형태 및 경위 등을 종합하여 살펴보면, 피고 제품의 형상은 디자인으로만 사용된 것일 뿐 상품의 식별표지로 사용된 것이라고는 볼 수 없다할 것이다.』

상기 사안에서는 버버리의 사안과 반대의 결론이 났다. 즉, 버버리의 경우에는 상표 등록한 '체크무늬'가 상품 출처 표시로 사용되어 왔으며, 상대방이 사용한 '체크무늬'의 사용도 '상표적으로 사용'한 것으로서 상표권의 침해를 구성한다고 했으나, 본 사안에서는 스와로브스키가 사용한 '강아지 도형'과 아가타가 상표 등록한 '강아지 도형'은 외관이 비유사하며(호칭, 관념이 동일하다고 하더라도), 상표적으로 사용한 것이 아니라 '디자인으로만 사용'된 것이어서 상표권의 침해가 성립하지 않는다는 것이다.

이에 대해서는 여러 가지 점이 종합적으로 고려되었겠지만, 사건으로는 스와로브스키와 아가타는 국내 수요자에게 각각의 고유한 특성을 가진 제품으로 모두 널리 알려져 있어서 출처를 분명히 구분할 수 있다는 점이 강하게 어필된 것으로 추측해 볼 수 있다.



**결론 - 패션업계 상표·디자인 분쟁 대응 방안**

패션업계에 종사하는 사람에게 다른 업무 분야보다 더 치밀하게 브랜드, 디자인에 대한 법적 보호 전략이 필요한 것이 당연한 사실이다. 그럼에도 불구하고 실무를 하면서 만나는 대부분의 패션업계 종사자들이 상표권이나 디자인권에 대한 인식이 부족하여, 초기에 상표권이나 디자인권 확보에 실패, 나중에 큰 손해를 보게 되는 경우를 종종 만나게 된다. 최근 들어 굵직한 상표권, 디자인권 분쟁 케이스가 패션업계에 집중되어 있는 현실을 고려해 볼 때, 더 이상 상표권이나 디자인권에 대한 법적 보호를 게을리해서는 안 될 것이다. 따라서 패션업계 종사자들은 자사의 브랜드나 디자인에 대한 사업계획 및 모방제품, 경쟁기업의 유사제품에 대한 지속적이고 정기적인 모니터링을 실시할 필요가 있으며, 신규브랜드 및 디자인출시에 앞서 반드시 상표권, 디자인권을 확보하여 추후 일어날 수 있는 분쟁에서 절대적인 우위를 차지하여야 한다는 점을 명심 또 명심해야 할 것이다. 또한, 분쟁이 실제로 일어난 경우에도 상기와 같은 자사상표 및 상대방 상표의 '상표적 사용 여부' 및 '상표의 유사 여부'에 대한 최근 대법원의 판례들의 태도에 주목하여 자사에 유리한 결론이 나올 수 있는 대응책을 마련해 놓는 것도 좋은 방법이 될 것이다. 발명특허



### 미국 세계지식재산센터, 2013년 세계지식재산의 날 기념 성명 발표

출처 : [www.theglobalipcenter.com](http://www.theglobalipcenter.com)

지난 4월 25일, 미국 세계지식재산센터(Global Intellectual Property Center, GIPEC)\*의 Mark Elliot 부회장(Executive Vice President)은 세계지식재산권기구(WIPO)의 2013년 제13회 세계지식재산의 날(World Intellectual Property Day)을 기념하여 「지식재산의 상황(State of IP)」이라는 제목으로 국내외 지식재산 동향에 관한 성명을 발표했다.

동 성명에서 Mark Elliot 부회장은 「創造力 : 次世代(Creativity : The Next Generation)」라는 올해 세계지식재산의 날의 주제가 창조력과 혁신이 향후 다음 세대를 어떻게 이끌어 나갈 것인지를 조망하고 있다고 설명하고, 동 성명이 지식재산에 있어서 이루어진 지난 성과 및 지식재산의 현재 상황에 대해 검토하는데 의의가 있다고 밝혔다.

또한 Mark Elliot 부회장은 지난 몇 년 동안 많은 국가들이 혁신을 장려하고 창의적인 산업들에 대해 투자해 왔으나 일부 국가들의 경우에는 잘못된 조치들을 취하기도 했다고 지적하고, 전 세계적으로 지식재산권의 보호 · 집행 등에 있어서 걸림돌이 된 다음과 같은 사건 및 관련 현황들을 소개했다.

- ① 온라인에서 위조 의약품(counterfeit drugs)이 계속 급증하고 있으며, 온라인 약국 중에서 합법적으로 운영되고 있는 곳은 겨우 3%에 불과한 것으로 나타났다.
- ② 중국은 일부 긍정적인 조치들을 취했음에도 불구하고, 온라인 위조 · 해적행위 만연, 영업비밀 침해 증가 등 여전히 지식재산침해 문제가 심각한 상태이다.
- ③ 러시아, 우크라이나 등과 같은 국가의 경우에는 만연해 있는 지식재산침해 행위를 척결하기 위한 조치의 실사가 미흡한 실정이다.



China

## 중국 국가지식산업권국, 2013년 특허분석정보 보급사업 실시 계획 발표

출처 : www.ipr.gov.cn

한편, Mark Elliot 부회장은 국내외에서 지식재산보호를 위하여 많은 노력들이 이루어졌다고 설명했다. 특히 美 지식재산집행조정관(Intellectual Property Enforcement Coordinator, IPEC)은 국내 지식재산집행, 지식재산보호를 위한 기업들 간의 자발적 협정, 영업비밀 침해 방지 전략 등에 중점을 두고 계속해서 업무를 추진해 왔으며, 美 무역대표부(United States Trade Representative, USTR)는 「Special 301 Report」 등을 통해 각국이 지식재산보호를 강화하도록 계속 독려해 왔다고 말했다.

\*美 세계지식재산센터(GIPC)는 1912년 4월 설립된 미국의 로비 단체(lobbying group)인 美 상공회의소(United States Chamber of Commerce) 산하의 연구기관으로서 2007년 설립되었으며, 지식재산권을 강력하게 확립하고 관련 규범의 수립을 촉진시켜 미국의 혁신과 창의성을 세계적으로 보호하려는 목적으로 지식재산에 관한 대중 홍보 및 교육 캠페인 실시, 지식재산 보호를 위한 입법 제안 및 국내여론 형성 등의 업무를 수행함

지난 4월 8일, 중국 국가지식산업권국(SIPO)은 「기업 특허업무 실무 및 특허분석방법 설명회」에서 2013년 내에 「특허분석정보 보급사업」을 시행할 예정이라고 발표했다.

SIPO는 동 보급사업을 통하여 제조업 10개, 전자정보기업 17개, 화학기업 11개를 대상으로 로봇, LED, 위성항법장치, 기초 의약품 등에 대한 특허정보들을 분석하여 기업들이 이를 공유할 수 있도록 할 예정이다.

이와 관련해 SIPO는 동 보급사업이 중국 기업들에게 특허업무를 수행하는데 필요한 유용한 정보를 제공하여 기업 발전에 도움을 줄 것이라고 설명하고, 기업들이 이러한 SIPO의 특허전략 수행을 위하여 적극 협조해야 한다고 당부했다.

또한 기술 연구개발의 성과가 특허로 이어질 수 있도록 기업들의 특허업무가 질적으로 향상되어야 한다고 강조하고, 특허분석 및 특허침해 조기경보 등 기업들의 특허 위험관리체계 구축이 시급하다고 밝혔다.

한편 SIPO는 동 설명회에서 2012년 발간된 「기업 특허업무실무 안내서」\*, 「특허분석실무 안내서」\*\*, 「산업특허분석 보고 7-16편」\*\*\*을 소개하여 주요 기술들의 특허동향을 파악할 수 있는 자료를 제공했다.

\* 「기업 특허업무실무 안내서」는 2011년 수립된 「특허심사업무 12차 5개년 계획」에 의거하여 SIPO가 2012년에 작성·발표한 안내서임

\*\* 「특허분석실무 안내서」는 2010년부터 2011년까지 실시된 특허분석업무를 바탕으로 SIPO가 2012년 11월에 작성·발표한 것으로서 일반적으로 활용되는 특허분석방법에 대해 설명한 안내서임

\*\*\* 「산업특허분석 보고서」는 특허정보 분석에 이용된 데이터를 공개하여 유관기관들이 이를 연구에 활용할 수 있도록 SIPO가 2012년 4월에 작성·발표한 보고서임



Japan

## 일본 대법원, 히타치 前職 사원의 직무발명 보상에 관한 상고 기각

출처 : news.braina.com

지난 4월 25일, 일본 대법원은 일본 히타치(日立)의 前職 사원 오카모토 요시히코(岡本好彦)가 히타치를 상대로 재직 당시의 직무발명에 대한 보상을 추가로 지급해 줄 것을 요구한 소송에서 원고인 요시히코의 상고를 기각하는 판결을 내렸다.

동 사건에서 원고인 요시히코는 히타치에 재직할 당시 반도체 기판에 미세한 집적회로 패턴을 새길 수 있는 위상 전환 마스크(位相シフトマスク) 기술을 개발하였고, 이러한 요시히코의 기술 개발에 대하여 피고인 히타치는 약 2,200만 엔의 발명 대가를 지급했다. 그러나 요시히코는 히타치가 동 기술을 통해 약 80억 엔의 기술료 수입을 얻었으며, 이런 기술료 수입 중 3억 5천만 엔을 발명 대가로

# 창조경제 활성화의 핵심

## ‘발명의 꽃’을 피우다

사업지원본부  
지식재산진흥팀



20세기가 자본과 노동이 생산의 핵심이었던 산업사회였다면, 21세기는 지식과 정보가 세계경제를 이끌어가는 지식기반사회이다. 지식재산 하나하나가 고부가가치를 창출하고 수많은 고용과 창업의 기회를 만들어내는 경제의 심장이 되고 있는 것이다. 지식재산 강국 대한민국을 꿈꾸며, 지식재산의 창출·보호·활용 등의 체계적인 뒷받침을 통해 지식재산 바람을 일으키고 있는 한국발명진흥회 지식재산진흥팀을 지금 만나보자.



### 새로운 변화에 즐거움으로 동참하다

창의적인 아이디어와 상상력이 국가와 기업의 경쟁력을 좌우하는 시대. 지식재산진흥팀은 올해 '발명진흥팀'에서 '지식재산진흥팀'으로 그 명칭이 새롭게 바뀌면서, 팀의 분위기며 업무 역량 또한 한층 업그레이드된 모습을 보여주고 있다.

이들의 주요사업은 발명의 날 기념식, 발명특허대전, 국제발명전시회 등 발명장려행사와 직무발명활성화 사업, 국제협력사업, 회원관리 등의 사업으로 크게 나눌 수 있다. 작년부터는 국제협력사업의 비중이 커지면서 지식재산 나눔사업을 비롯하여 지식재산 관련 국제 컨퍼런스 등의 사업도

추진 중이다.

발명진흥업무를 총괄하고 있는 유태수 팀장은 대부분의 사업들이 창조 경제시대 흐름에 부합한다고 말한다.

“특히 매년 개최되는 발명특허대전 기간 중에 실시하는 ‘구매상담회’가 대표적입니다. 보여주는 전시로 끝나는 게 아니라, 전시회 참가자의 성과를 높이는 방안으로 바이어와의 만남을 추진하는 것이지요. 이 구매상담회에서는 롯데마트 등 유통업체와 대기업 구매팀, 해외 온라인 마켓 등의 담당자 또는 임원, 벤처캐피탈의 심사역들을 바이어로 참여시켜 전시회 참가자들에게 구매는 물론 투자유치 등을 알선해줍니다. 참가자들의



만족도가 대단히 높았던터라, 올해는 더욱 확대된 구매상담회를 추진하려고 준비 중에 있습니다.”

이와 함께 직무발명제도의 활성화를 위한 사업을 적극 추진하고 있다. 종업원의 발명에 대해 정당한 보상을 해줌으로써 기업이 발전하고 종업원은 보상을 통해 새로운 발명의욕을 갖도록 하는 등 창조경제 시대에 걸맞은 사업으로 확대·발전시켜 나가고 있다.

#### 지식재산으로 경제부흥 이끈다

제48회 발명의 날 기념식이 지난 5월 15일 서울 63시티에서 개최됐다. 특허청이 주최하고 한국발명진흥회가 주관하는 이 행사는 발명계의 숨은 공로자들을 발굴하여 금탑산업훈장을 비롯한 정부 포상하는 행사이다. 한국발명진흥회에서 주관하는 행사 중에서 가장 비중이 높은 행사라 할 수 있는데, 이를 지식재산진흥팀에서 총괄 지휘했다.

“발명의 날 기념식은 1957년부터 시작된 발명계의 축제입니다. 특히 올해 발명의 날에는 대통령님께서 참석하셔서 발명 공로자들을 격려하는 등 그 비중이 어느 때보다 높아졌다고 할 수 있습니다.”

행사의 달인이라고 불리는 김동환 과장은 발명장려행사의 핵심역할을 하고 있다. 하지만 그런 그도 발명의 날 기념식은 하루아침에 똑딱 이뤄진

것이 아니라고 말한다. 팀원들 모두 고충이 컸기 때문이다. “우리 팀원들은 준비기간인 보름 정도를 거의 잠을 자지 않고 일했습니다. 행사 규모가 크다보니 발생하는 문제들에 대해서도 해결방법 모색에 모두가 적극적으로 나섰습니다. 결과는 성공적이었습니다.”

지식재산진흥팀은 발명의 날 기념식 외에도 각종 행사가 많다. 행사의 성패여부는 기획, 준비, 실행 등의 단계에서 팀원들의 유기적인 협업에 달려 있다고 할 수 있는데, 모든 팀원들이 책임감을 가지고 임해주기 때문에 한국발명진흥회 내부에서도 좋은 평가를 받고 있다.

“대표적인 성과 한 가지를 말씀드리자면, 지난 2012년에 개최되었던 서울국제발명전시회를 빼놓을 수 없습니다. 총 32개국이 참가하였는데 이는 제네바 전시회, 뉘른베르크 전시회, 피츠버그 전시회 등 세계적인 전시회와 견주어도 손색이 없는 규모의 국제전시회로 자리 잡았음을 보여 주었습니다.”

#### 대화는 감성적으로, 토론은 지성적으로

지식재산진흥팀은 토론을 중요시하는 팀이다. 매주 월요일에 실시하는 팀 회의에서는 기본적인 전달사항 외에 하고 싶은 이야기를 자유롭게 할 수 있도록 하고 있다. 또한 사업을 진행할 때, 담당자들의 의견을 적극

수렴해서 책임감 있게 일을 진행할 수 있는 환경을 만들어 주고 있다. “사실 이러한 민주적 운영이 독재적 운영보다 훨씬 무서운 추진력을 만들어 낸다는 것은 겪어본 사람들은 잘 압니다. 그리고 행사가 임박해서는 적절한 긴장감을 주기도 하죠. 담당자가 밤을 새워야 할 일이 있다면, 다른 팀원들도 최소한 일찍 퇴근하는 일이 없도록 하고 있습니다. 그것이 담당자에게는 힘이 되고 담당하지 않는 직원 또한 함께 한다는 일체감을 형성시킬 수 있어서 팀워크에 많은 도움이 되고 있습니다.” 유태수 팀장은 또한 “동료의 허물이 보이면 충고는 하더라도 펼치지 말고, 잘한 일 앞에서는 입이 가벼운 사람이 되기를 바란다.”며 팀원들이 무슨 일이든 같이 생각하고, 고민하고, 함께 해결하는 팀이 되었으면 좋겠다고 얘기했다.

지식재산진흥팀은 기존 사업을 정상적으로 수행하면서도 새로운 사업을 지속적으로 펼쳐나가고 있다. 재작년에는 직무발명활성화사업을 새롭게 수주하여 직무발명운영 우수기업에 대한 인증을 해주고 있다. 앞으로 이 사업을 토대로 직무발명이 활성화되고 이에 따라 양질의 발명이 쏟아질 것으로 기대하고 있다. 또한 작년에는 지식재산 나눔사업의 첫발을 내딛었다. 우리나라가 개발도상국에서 선진국대열에 들어감으로써 작년부터 최빈국, 개도국을 지원하기 위한 사업으로, 작년에는 네팔과 캄보디아에 각각 단열재와 스토브를 지원했다.

올해에는 외교부에서 발주하는 한·아세안사업을 신규로 수주하여

시작하려고 한다. 특히 한·아세안 사업은 작년에 도전했다가 실패했던 사업으로 올해 담당자들의 피나는 노력으로 얻어낸 성과물이기도 하다. 이밖에도 12월에는 서울에서 개최되는 상표관련 국제회의를 주관하여 한국의 위상을 전 세계에 알릴 예정이다.

“지식재산진흥팀은 그동안 오래된 사업 위주로 움직였기 때문에 새롭게 만들어진 팀보다 시의성이 부족할지도 모릅니다. 하지만 오래된 사업도 다듬고 윤이 나도록 만든다면 새로운 사업들 보다 빛이 날 수 있습니다. 이런 점에서 발명장려를 위한 전통적인 사업들은 대폭 개선하거나, 궤도를 수정하여 제대로 된 Out Put을 만들어 낼 수 있도록 할 것입니다. 이와 함께 사업의 영역을 지속적으로 확대시켜 최소한 1년에 한 건의 신규사업을 수주하거나 자체 사업을 개발할 예정입니다.”

신·구가 조화된 새로운 사업영역, 함께 만들어 나가는 기분 좋은 직장 생활, 대내외적으로 인정받는 지식재산진흥팀의 내일을 응원한다.

발명특허

동료의 허물이 보이면  
충고는 하더라도  
펼치지 말고,  
잘한 일 앞에서는  
입이 가벼운 사람이  
되기를 바란다





01

끊임없는  
연구개발  
노력으로

혁신형  
제약기업  
인증

+ 대원제약(주)

지난 1958년, '인류건강의 실현'이라는 창업이념을 바탕으로 설립된 대원제약은 창업초기부터 현재까지 전문치료제만을 생산·공급함으로써 인류의 건강과 행복을 위해 최선을 다해온 기업이다. 창업 당시에 생산되던 제품은 영양제나 보건제로 불리는 일반의약품이 대부분이었지만, 설립 초기부터 위험 부담을 감수하고 남들이 외면하는 주사제와 같은 치료제 생산에 도전했다. 이는 '당장의 이익보다는 반드시 필요한 제품을 생산한다'는 창업주故백부헌 회장의 평소 지론에 따른 것이다. 이러한 창업주의 정신을 계승하여 대원제약은 55년이 지난 지금까지도 의료기관에서 반드시 필요한 치료제 생산을 계속하고 있다.



### 우수한 생산시설과 엄격한 품질관리

대원제약은 지난 반세기 동안 신제품 개발에 앞장서왔다. 1989년에 설립된 중앙연구소는 그동안 다양한 치료영역의 전문의약품 을 개발해 왔으며, 현재는 광교R&D센터, 군자R&D센터 2곳의 연구센터를 중심으로 제품파이프라인을 강화해나가고 있다. 2007년에는 마침내 국내 12호 신약 소염진통제 ‘펠루비’를 개발함으로써 신약개발력을 보유한 첨단제약기업으로 성장하였으며, 지난해 정부로부터 연구개발 역량을 인정받아 혁신형 제약기업에 선정되기도 했다. 또한 1998년에 준공된 향남공장의 첨단생산시설, 철저한 공정관리, 완벽한 위생시스템을 기반으로 누구나 믿고 사용할 수 있는 안전한 의약품을 생산하고 있다.

대원제약 신규사업부 박신영 팀장은 기업의 궁극적인 목표에 대해 ‘인류건강의 동반자라고 설명했다. “창업 50주년이었던 지난 2008년, ‘고객의 믿음과 신뢰를 기반으로 인류의 건강한 삶을 지켜주는 동반자가 되자’라는 기업사명(Mission)이 선포 되었습니다. 고객이 믿고 신뢰할 수 있도록 하기 위해서는 무엇보다도 품질에 있어 최고의 의약품을 생산하는 것이 우선임을 강조한 것입니다.”

대원제약은 현재 순환기계, 호흡기계, 항생물질 및 화학요법제, 정신신경계 등 모든 치료영역에 사용할 수 있는 전문치료제와 건강증진을 위한 비타민제를 생산하고 있다. 주요제품으로는 고지혈증치료제 ‘리파원’, 암환자용 식욕촉진제 ‘메게스트롤’, 항생제 ‘클래신’, 기침약 ‘프리비투스’, 소염진통제 ‘펠루비’, 수출용 비타민 ‘오라민’ 등이 있다.

01. 대원제약은 세계적인 수준의 생산시설과 우수한 R&D 역량을 기반으로 순환기계, 호흡기계, 항생물질 및 화학요법제, 정신신경계 등 모든 치료영역에 사용할 수 있는 전문치료제와 건강증진을 위한 비타민제를 생산하고 있다.

02. 대원제약은 국내 12호 신약 소염진통제 펠루비정을 개발하였으며, 현재 천연물을 이용한 새로운 기전의 구내염치료제(DW-800), 위염치료제(DW-3101), 대사성질환치료제(DW-3102) 등 후속신약을 개발하고 있다.

맞춤형보청기  
(Customized CIC)



표준형보청기  
(Standardized CIC)



03

03. 대원제약의 계열사 딜라이트는 '돈이 없어 듣지 못하는 사람이 없는 세상을 만들자는 목표 아래 품질은 유지하면서 합리적 가격혁신을 이룬 딜라이트 보청기를 제공하고 있다.

04. 대원제약은 향후 변화하는 제약환경에 대응하여 의약품, 의료기기, 헬스케어 서비스 등 다양한 영역에서 새로운 가치를 창출하기 위해 끊임없이 고민하고 노력하고 있다.

05. 대원제약 전임직원은 차별화된 사업전략 및 제품의 혁신, 글로벌화를 통해 '2018년 매출 5,000억 달성'이라는 'BIG DAEWON 5000!' 비전을 목표로 연구개발, 수출 및 신규사업 등 전 부문에서 혁신과 성장을 이루어 나가고 있다.

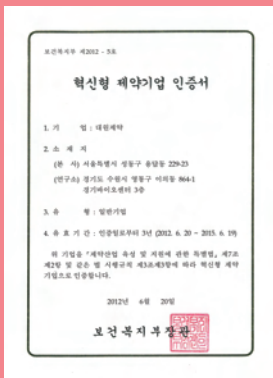
06. 대원제약은 '고객의 믿음과 신뢰를 기반으로 인류의 건강한 삶을 지켜주는 동반자가 되자'라는 기업 사명을 바탕으로 반세기 치료제 전문기업의 명성을 이어 새로운 100년의 역사를 창조하고 있다.

**경쟁력 있는 우수한 치료제 품목 보유**

대원제약의 주력분야인 치료제 시장은 고령인구의 증가와 지속적인 치료를 요하는 만성질환 발병이 크게 증가하고 있는 추세와 맞물려 관련제품의 수요가 크게 늘어나고 있다. 대원제약은 치료제 전문기업으로 이같이 성장하고 있는 치료제 시장에서 경쟁력을 갖춘 다양한 품목들을 보유하고 있다. 특히 고지혈증치료제(리피원 등)는 최근 5년간 매년 52%, 고혈압치료제(디오르탄 등)는 18%의 놀라운 성장세를 보였으며, 이외에도 호흡기, 항생제, 진통소염제 등 기존 주력 제품들의 꾸준한 성장으로 고객의 다양한 요구를 충족시키고 있다.

박신영 팀장은 "대원제약은 지난 55년간 신약, 개량신약, 제네릭 의약품을 국내 병의원에 공급하며, 이를 기반으로 안정적인 매출성장을 계속하고 있는 건실한 기업입니다. 최근 5년간 연평균 13.4%에 달하는 고성장을 통해 지속적으로 외형을 확장해 왔습니다. 매출성장뿐만 아니라 영업이익도 직전 5개년 평균 11.4%의 증가율을 보이고 있고요, 국내뿐 아니라 해외수출을 통해서도 매년 괄목할만한 수출성장을 이룩하고 있습니다"라며, 현재 대원제약은 전세계 35개국에 완제의약품을 수출하고 있고, 새로운 시장의 개척 등을 통해 그 비중을 점차 확대하고 있다고 전했다.

50여 년간  
많은 선배들이 구축한  
노하우와 신뢰를 바탕으로  
헬스케어산업으로의  
확장을 위해  
매진할 계획이다



실제로 대원제약은 'R&D가 미래성장의 원동력'이라는 판단아래, 종래 단순한 신제품 개발의 차원을 넘어 신약과 개량신약의 독자적 개발에 초점을 맞추고 역량강화에 힘을 기울이고 있다. 단기적으로는 차별화된 퍼스트제네릭과 개량신약의 개발을 통해 매출성장에 기여하고, 장기적으로는 합성신약과 바이오신약을 통해 'Global 경쟁력이 있는 R&D 능력을 확보한 연구소'라는 비전을 실현할 계획을 가지고 있다.

**기업 경쟁력 강화를 위한 컨설팅 지원**

대원제약은 예전부터 많은 신규사업을 시도해왔다. 건강기능식품, 탈모제, 화장품 등에 대한 시도는 도전적이었다. 발모제 모리가나는 2000년도에 2개월 만에 10억 매출을 돌파했고, 지금은 흔해진 기능성화장품 역시 2002년도에 '시세이도'로 진출했다. 박신영 팀장은 이러한 많은 시도들이 현재의 신규사업부를 운영하게 된 초석이 되었다고 말한다.

대원제약 신규사업부와 한국발명진흥회의 인연은 지난 2011년도 말 MOU를 맺는 것으로 시작됐다. 'Invention Workshop'이란 행사를 개최하여, 아이디어 공모와 토론을 통한 기술개발 특허 만들기를 진행하기도 했다. 해외에서는 'Invention Workshop'과 같은 사례가 많지만, 국내에서는 처음 시도해보는 것이었고, 이를 통해 개발이 가능한 아이디어를 모집해 볼 수 있는 기회를 가질 수 있게 됐다. Invention Workshop 이후에도, 한국발명진흥회에서는 대원제약의 자회사 R&D 부분에 대한 정부과제 탐색과 맞춤형 컨설팅 제공, 신규사업 리서치 시에 많은 컨설팅을 지원해주고 있다.

박 팀장은 "한국발명진흥회 지식재산평가거래팀 김상범 기술중개상담관님을 통해 신규사업 탐색 시 기술에 대한 컨설팅과 가치평가에 대한 조언을 받고 있습니다. 주로 기술에 대한 객관적인 평가를 한국발명진흥회를 통해 받는 형식이죠. 이러한 기술지원이 저희가 자체적으로만 조사하는 것보다 다양한 시각에서의 다양한 기업과 기술의 정보를 받아 볼 수 있습니다"라며 만족감을 표했다. 실제로 한국발명진흥회의 지원을 받아 시장을 조사해왔던 이력들이 쌓이면서, 타사에서 협업 및 방문을 요청하는 사례가 늘어나기도 했다.

**사업다각화를 통한 미래 성장동력 창출**

대원제약은 1994년 베트남에 처음 항생제를 수출한 것으로, 현재는 중국 등 아시아 주요 국가와 중남미, 중동, CIS, 아프리카 등 약 35개국에 의약품을 수출하고 있다. 기존 동남아, 중남미 지역을 중심으로 하던 수출이 2008년부터 중국에 제품을 수출하기 시작하면서 비약적인 매출신장을 이루었다. 특히 급성장하고 있는 중국시장 진출을 강화하여 지난해부터 중국지

사를 설치하여 운영하고 있으며, 프리비투스(오리지널), 펠루비(신약) 등 단순제네릭이 아닌 고부가가치 제품을 중심으로 수출 품목을 다각화하고 있다. 또한 향후 변화하는 제약환경에 대응하여 미래 성장동력을 창출하기 위해 지속적인 노력을 기울이고 있다. "우리는 의약품뿐만 아니라 의료기기 사업으로 영역을 확대하여 국민들의 건강증진과 삶의 질 향상에 기여하는 새로운 제품개발과 시장개척에 최선을 다하고 있습니다. 지난 2011년 보청기회사 '달라이트'와 피부진단기회사 '큐비츠'를 인수함으로써 의료기기 사업 분야로의 고객접점을 확대하고 다각화하여, 장기적으로 실버사업에 특화된 헬스케어기업으로의 도약을 계획하고 있습니다."

제약산업의 환경은 많은 변화를 맞이하고 있다. 때문에 박신영 팀장은 지금이 위기이자 기회라고 말한다. 그는 "50여년간 대원제약의 많은 선배들이 구축한 노하우와 신뢰를 바탕으로 헬스케어산업으로의 확장을 위해 매진할 계획"이라고 전했다. R&D에 강한 제약전문기업으로서 대원제약이 국내시장뿐만 아니라 거대한 세계시장을 적극적으로 개척하고, 이를 바탕으로 글로벌 제약기업으로 성장해 나가길 기대한다. 발명특허



Trend Report

# NUNSENSE

## 멘봉의 감성시대 난센스에 열광하다



난센스의 시대다. 브라아니무니다 등 개그 유 기발한 상상력과 톡톡 튀는 온다. 마케팅의 경향도 일반을 타파하는 역발상 마케팅으로 고 의미가 모호해지고 있는 현대사 린 정체성과 의미를 찾기 위해 끊임 하며, 수집할 것이다.

우니 신드롬, “사람이 행어가 인기를 누리고, 감성이 각광받는 시대가 적인 상식을 깨고 고정관념 흐를 것이다. 모든 것이 해체되 회. 그 속에서 소비자들은 잃어버 없이 무엇인가를 기록하고, 소비



“나는 느낀다. 고로 존재한다”

● ‘멘탈(mental) 붕괴’의 준말인 ‘멘붕’을 한 문장으로 정의하자면, 어떤 말로 설명하기 불가능한 상황에 마주친 누군가가 일종의 공황 상태가 됨을 의미한다. 즉, 이성적이고 합리적인 기능과 사고를 벗어나 감성적이며 비이성적인 상태로 바뀌는 것을 일컫는 말이다.

KBS <개그콘서트>의 ‘멘붕스쿨’ 코너는 지금 우리 사회의 어떤 증상을 고스란히 담고 있다. 이 코너에 등장하는 인물들과 장면들에서 우리는 멘탈이 붕괴된 무질서한 감성을 경험할 수 있다. 각 캐릭터들은 정상과 비정상의 경계를 구분하지 않는다. 무엇이 정상이고 무엇이 비정상인지 알 수 없는 상황을 보여주는 것이다. 특히 “사람이 아니르니다”를 외치는 가루상은 이러한 경계의 모호성을 대표하는 캐릭터다.

‘언어유희(言語遊戱)’를 이용해 아이러니한 상황을 표현한 개그도 인기를 끌고 있다. ‘~하심’, ‘~사 주세효우’ 등으로 끝나는 채팅 용어를 반복적으로 강조하는가 하면, ‘좋다’, ‘싫다’를 변형한 ‘조오다’, ‘시르다’ 역시 유행어가 됐고, 광고 문구에도 언어 유희적인 유머코드가 넘쳐난다.

난센스 유머와 역발상 경영

● 장기화된 불황 타개를 위해 유통업계는 ‘편 마케팅(Fun Marketing)’을 히트카드로 꺼내들었다. 일상에 활력을 불어넣는 ‘편(Fun)’한 소재를 활용한 편 마케팅이 소비자의 마음과 함께 지갑까지 열게 만든다는 효과가 입증된 것이다.

한 백화점에서 싸이의 강남 스타일 말춤 경연 대회를 여는가 하면, 어느 홈쇼핑에서는 개그맨들이 실제 게스트로 출연해 쇼핑콘서트 형식의 코미디로 소비자들의 시선을 끌었다. LG전자는 QR코드만 등장하는 광고를 내보내기도 했다. 코드 아래에는 ‘요즘 웃을 일이 없다면 지금 여기를 스캔해보라’는 메시지가 적혀 있다. 스마트폰으로 QR코드를 찍으면, 유머 동영상도 재생된다. 이 모든 것들의 목적은 한 가지다. 바로 딱딱한 세상살이에 웃음을 잃은 소비자들에게 재미와 즐거움을 주겠다는 것이다.

편 마케팅에 이어 ‘역발상 마케팅’ 사례를 지켜보는 건 또 다른 재미다. 이전에 없던 새로운 제품을 선보이거나 통념을 뒤집는 신선한 마케팅. 심지어 자신의 약점까지 솔직히 고백하는 사례까지 점점 다양하게 진화하고 있다. 예를 들면 회사가 노동자의 권리를 강조하는 광고를 내는 식이다. 패스트푸드 회사 맥도널드가 신상품을 출시하면서 선보인 광고 문구는 ‘일하면서 먹는 점심 관행에서 벗어나자’였다. 일본에선 생산성 저하를 초래하는 주범으로 여겨져 온 고령 인구

에서 성장동력을 찾자는 움직임도 한창이라고 한다.

그러나 역발상은 단순히 생각을 뒤집는 데 있지 않다. 진부함을 깨부수는 통찰과 현실인식이 바탕이 되어야 한다. 때문에 생각을 뒤집으려면 더 많은 준비가 필요하다.

무의미의 시대에 의미 찾기

● 이러한 ‘무의미의 시대’에는 구성원마다 각자 의미를 찾기 위해 노력하게 된다. 그 대표적인 노력의 하나가 ‘기록에 대한 집착’이다. 삶이 복잡해지고 의미가 줄어들수록 자신의 모든 것을 기록하고 싶어 하는 사람들이 점점 늘어난다. 라이프로그킹(life logging) 시대가 도래한 것이다.

그렇다면 라이프 로그킹이 중요해지는 이유는 무엇일까. 바로 소비자들이 스스로의 존재에 대한 의미를 찾고 자신의 정체성을 구축할 수 있는 소비에 더욱 집착하게 될 것이기 때문이다. 이러한 성향을 잘 대변하는 것이 수집적 소비자들이다. 이들은 특정 품목이나 카테고리에서 집중적으로 소진하는 형태의 소비 행태를 보이는데, 대표적인 예로 키덜트족을 들 수 있다. 스타워즈 시리즈, 베어 프릭, 소니엔젤 등 특정 분야의 피규어를 집중적으로 구매함으로써 자신의 의미와 정체성을 되찾고 재구축한다.

시사점

● 우리가 사는 사회가 완전하게 결정되고 질서가 잡힌 것으로 착각하기 쉽다. 하지만 실상은 비결정적이고 모순되며 역설적인 측면이 다양하게 내포돼 있다. 그러므로 무엇이든 뚜렷하게 구분되던 기존의 이성적 질서를 깨뜨리고 새로운 질서로 재편되는 지금의 시대를 제대로 이해하기 위해서는 ‘난센스’라는 키워드가 더욱 중요하다. 하나의 의미 없는 집단 축제를 통해 기존의 의미가 해체되는 과정을 겪고 나서야 우리는 또 다시 새로운 의미를 찾게 될 것이다. 긴장의 해체와 질서의 전복 없이는 새로운 진보도 혁명의 역사도 있을 수 없다. 따라서 축제 속에 벌어지는 일탈과 또 그 속에서 일어나는 유희적 요소들이, 결국 사회 안에 있던 긴장과 부조리적 요소를 극복하고 새로운 시대로 나아가는 기틀을 마련할 것이다. 발명특허

트렌드 코리아 2013

(서울대 소비트렌드 분석센터의 2013 전망)  
김난도, 이준영, 전미영, 이향은, 김서영 저



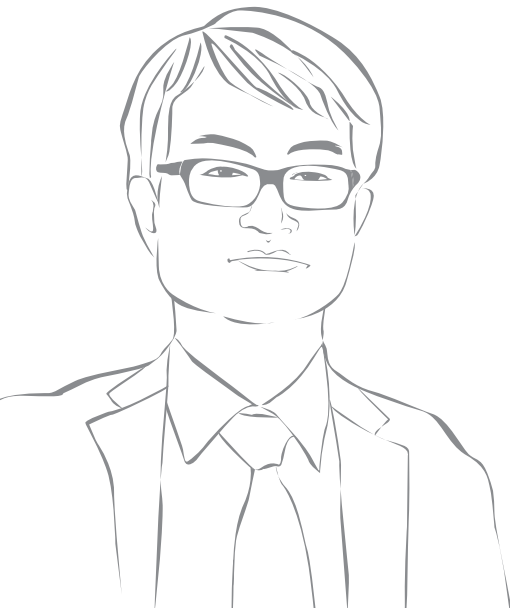


휴대용 약복용 알람기

# 고혈압 어머니 걱정에, 발명가 된 남자

**박두환**  
부산 동의공업고등학교 교사

'2013년 스위스 국제발명전' 금상, '2008년 독일 뉘른베르크 국제발명전' 은상, 부산광역시 상, 부산광역시 교육감상 수상. 이력이 화려하다. 한 고등학교의 평범한 교사였던 박두환 씨는 국내외 다양한 발명상을 받으며 '발명왕'이라는 타이틀을 얻었다. 고혈압을 앓던 모친에 대한 걱정으로 '자동 약 공급 및 투약시간 알림장치'를 제작하며 본격적으로 들어선 발명의 길. 박두환 교사로부터 그의 발명 여정을 직접 들어봤다.



### “노령의 모친, 약 복용 걸러 응급실행 몇 번 있었죠”

박두환 교사는 현재 부산 동의공업고등학교 전기조선과에서 학생들을 지도하고 있는 특성화고교 선생님이다. 선생님인 동시에 올 2013년 스위스 국제발명전에서 금상을 수상하며 새로운 이력을 더하고 있는 그는, 주위 사람들로부터 발명왕으로 불리곤 한다.

“처음 발명을 해야겠다고 생각한 건, 2007년 9월쯤이에요. 나이든 어머니가 응급실로 실려 가시던 날이죠. 평소 고혈압으로 약을 복용하고 계셨는데, 시력이 나쁘고 기억력이 감퇴되다 보니 약 먹는 시간을 잊거나 제 때 복용하지 못하는 경우가 잦았어요. 약 복용을 계속 잊다보니 어느 날 갑자기 쓰러지셨는데, 병원 응급실에 누워있는 어머니를 보며 뭔가를 만들어야겠다고 생각했습니다.”

당시 박 교사가 개발한 제품은 ‘자동 약 공급 및 투약시간 알림장치’로 노인이나 중증환자가 정해진 시간에 약을 복용할 수 있도록 가족의 친근한 음성으로 약 복용 시간을 안내하는 기기였다. 최근 독거노인 인구의 증가로 고독함과 우울증을 앓는 사례가 늘어나면서, 손자 혹은 아들, 딸이 직접 약 복용 안내멘트를 녹음해 재생하는 것은 많은 도움이 됐다.

“정해진 시간이 되면 ‘할머니 손자 철수입니다. 지금 나오는 약은 고혈압 약입니다. 잊지 말고 드세요. 사랑해요 할머니’ 와 같은 음성이 나오게 돼요. 독거노인들의 고독감을 덜어주는 데 큰 역할을 하고 약물 오남용을 예방할 수 있다는 확신이 들었죠. 처음 제품을 개발한다고 했을 때 주위에서 부정적으로 내다보는 분들도 많았지만, 언젠가 이를 필요로 하는 사람으로부터 인정받을 것이라는 희망으로 밤낮을 가리지 않고 연구개발에 몰두했어요.” 그렇게 모든 공휴일까지 반납하며 만든 발명품은 국내보다 노령화 비율이 높은 유럽에서 먼저 인정을 받았다. 2008년 11월, 해당 제품으로 한국발명진흥회에서 참가자를 모집하는 독일국제발명전에서 은상을 수상했던 것이다. 같은 해 12월에는 발명품으로 특허 등록을 받기도 했다.

### 애완견 사료, 더 똑똑하게 줄 순 없을까

‘자동 약 공급장치’, ‘휴대용 약복용 알림장치’ 등으로 노인들을 위한 제품을 주로 개발하던 그는 점차 반려동물의 사료공급장치로 눈길을 돌리기 시작했다. “저희 집에 닥스훈트 종 강아지 ‘엘프’가 있어요. 평소에는 괜찮지만 외출이나 여행으로 집을 장시간 비울 때 사료를 어떻게 줘야 하는지 문제가 발생하더군요. 그릇에 많이 담아두고 가면 한 번에 다 먹어서 과식을 하게 되거든요. 기존 사료 자동급식기는 개껌이나 육포 등 다양한 간식을 공급하지 못했어요. 또 강아지 식욕에 관계없이 시간마다 무조건 사료가 배출됐기 때문에 사료가 눅눅해지거나 냄새가 나는 불편함이 있었고요. 때문에 직접 제품을 개발하기 시작했죠.”

이렇게 제작한 ‘애완동물용 사료 및 간식 자동급식장치’는 한국발명진흥회를 통해 출품작을 접수했으며, 지난 4월 10일부터 15일까지 스위스 제네바 Palexpo 홀에서 개최된 (제41회 스위스 제네바 국제발명전)에서



“언젠가 이를 필요로 하는  
사람들로부터 인정받을 것이라는 희망으로  
밤낮을 가리지 않고 연구개발에 몰두했어요.”

금상을 수상했다. 박 교사의 발명품은 많은 양의 사료를 한꺼번에 저장할 수 있을 뿐 아니라 사료 공급량을 정할 수 있어 반려동물의 비만을 예방할 수 있었다. 더불어 약물도 공급할 수 있는 시스템이었으므로 애완동물 사랑이 지극한 유럽에서 먼저 인정을 받았다.

미래 생활상의 흐름을 읽으며 개발한 발명품으로 국내외 대회에서 크고 작은 수상의 쾌거를 이룬 그는 현재 총 8개의 특허를 보유하고 있다. 박두환 교사의 이러한 행보는 그가 재직하는 학교의 학생들에게도 좋은 귀감이 되고 있다. “발명가로 인정을 받을수록 학생과 동료선생님들의 반응이 뜨겁습니다. 발명에 대해 질문하는 학생들도 많아지고 전국규모의 발명대회에 참가하려는 학생들도 늘어났죠. 특성화고등학교 학생들이 발명창업과 연계한 정부지원 등의 혜택을 받는 기회가 많아진다면 취업률 향상과 발명인의 저변확대에 도움이 될 것이라고 생각해요.”

박두환 교사는 앞으로 반려동물의 사료공급장치에서 더 나아가 축산농가에서 사용할 수 있는 사료자동급식 시스템을 개발할 예정에 있다. “조류독감과 광우병, 구제역 등 가축전염병을 예방하고 인건비를 절감할 수 있는 ‘가축용 사료 자동급식 시스템’을 개발할 계획입니다. 축산농가는 가축의 전염병 발병에 민감하기 때문에 외부인들과의 접촉을 최소화하려고 하거든요. 사육하는 가축의 숫자에 따라 다르겠지만 1톤 이상의 사료를 저장해두고 정해진 시간에 사료를 1개월 이상 공급할 수 있는 시스템을 준비하고 있어요.”

일상생활에서 출발하는 발명이 좋은 제품으로 이어질 수 있다는 박두환 교사. 그는 좋은 발명을 위해서는 항상 아이디어를 메모하는 습관을 갖는 게 중요하다고 말했다. “특성화고 학생들이 발명에 관심을 가질 수 있도록 경험담을 전달하고, 발명의 중요성과 지식재산의 가치를 명확히 알려주고 싶어요. 학생들이 새로운 시각을 가질 수 있도록 도움을 주는 교사가 되고 싶습니다.” 발명특허



# 밀랑밀랑

## 몸으로 느끼는 과학의 세계

### 국립과천과학관

'과학'이라고 하면 뭔가 딱딱하고 지겹다. 좁은 연구실에서 세계의 천재들만 하는 학문처럼 느껴진다. 그런 탓에 일반인들에게 너무 논리적이고 까다롭게 다가온다. 하지만 이러한 과학을 통해서 우리에게 새로운 세상이야기를 들려주는 공간이 있다. 황당하고 기발한 상상력이 밑그림이 되어 입체적인 미래를 완성해가는 곳. 신기하고 놀라운 현재와 미래가 공존하는 그곳으로 지금 떠나보자.



01

**잠든 뇌를 깨우는 창의력발전소**

대한민국 과학의 요람이요, 대표적 과학전시관인 국립과천과학관(이하, 과학관)은 많은 관람객들로 연일 북적인다. 청소년들에게는 호기심과 상상력을 자극하여 창의력을 키워주고, 어른들에게는 생활 속에 숨겨진 과학원리의 이해를 도와주며, 볼거리와 즐길 거리를 제공하기 때문이다.

2008년 개관한 과학관은 24만3970㎡ 부지에 5만2488㎡의 건축 연면적 규모로 건립됐다. 기초과학관 등 6개 상설전시장을 비롯해 스페이스월드, 천체투영관, 천체관측소, 옥외전시장, 과학캠프장 등으로 구성되어 있다. 과거 과학관이 박물관 식의 전시물을 주로 보여주는 곳이었다면 현재의 과학관 전시물은 재미있고 교육적이며 휴식이 있는 체험형 전시물로 진화하고 있다. 단순히 과거처럼 지식 전달만을 목적으로 하고 있지 않다.

지하철 4호선 대공원역에서 내리면 도보로 5분 거리. 이곳을 방문하는 관람객들은 과학관 건물 입구에서부터 호기심 천국으로 빠져드는 느낌을 받는다. 그도 그럴 것이 과학관은 건물 정면에서 보면 날렵한 비행기의 형상으로 관객을 태우고 금방이라도 창공으로 떠오를 형상을 하고 있다.

01. 국립과천과학관은 좌우로 자리 잡은 녹색 산들과 잘 어우러진 조경이 눈길을 끌고, 넓은 광장이 전면에서 자리잡아 시원스럽다. 02. '태양을 찾아서' 태양과 행성 주위를 날아가는 인간의 모습으로 이뤄졌는데, 인간이 우주로 뻗어나가는 것을 상징한다.



02

### 만지고 체험하니 상상력도 '쑹'

가장 먼저 둘러본 곳은 과학의 원리를 눈으로 보며 파악할 수 있는 기초 과학관이다. 초등학교가 이해할 수 있는 수준으로 전시되어 있으며, 미취학 아동은 보호자가 있을 때만 입장이 가능하다.

이곳을 자세히 살펴보면 수학, 물리, 화학, 생물, 지구과학 분야별로 배치되어 있다. '타코마브릿지 붕괴사건'은 공명 현상에 관한 이야기이다. 특정 주파수로 흔들리기 시작한 막대가 점점 크게 흔들리는 실험을 보여준다. 더불어 미국의 다리가 공명 현상에 의해 붕괴하는 과정도 영상으로 제공된다. '달리는 기차 안에서 공 던지기'는 관성과 관련된 내용으로 던져진 공이 달리는 기차 안으로 안전하게 들어간다. '플라즈마의 세계'는 양전하, 음전하의 움직임을 보여주고, 손으로 따뜻하게 해주거나 두드릴 때마다 그 움직임이 달라지는 것을 볼 수 있다. 또 '시각과 뇌의 혼란'에서는 탁자에 놓인 특수 안경을 통해 보면 왼쪽과 오른쪽의 시각이 바뀌어 보인다. 그 상태에서 제공되는 동그란 링에 막대를 끼워 넣는 건데, 쉬워 보이지만 좌우 시각이 바뀌니 생각보다 쉽지 않다. 7살 정도로 보이는 남자가 이가 체험하기 하나하나 놓치지 않고 과학관 탐구에 열을 올린다.

기초과학관에서 인기리에 운영돼 왔던 지진체험실은 4D 효과를 느낄 수 있는 새로운 형태로 대폭 개선했다. '서울에서 발생한 지진'이라는 독특한 상상을 바탕으로 한 "2030 서울 대지진"이라는 입체영상을 제작한 것. 자연재해의 심각성을 몸소 체험할 수 있는 생생한 스토리의 고품질 영상으로 재해발생 시 대처요령 등의 교육적 효과를 동시에 얻을 수 있다.

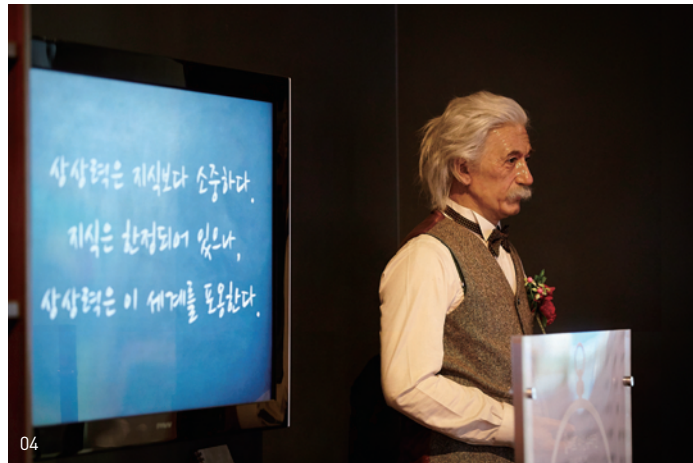
### 교과서 밖으로 나온 과학이야기

첨단기술관 1층에는 우리나라 청소년들이 발명·특허 및 지식재산권의 중요성을 올바르게 이해하고 경험해 볼 수 있는 체험코너가 마련되어 있다. 어렵게만 느껴졌던 '발명과 특허'에 대해 관람객들은 '발명은 어렵지 않다'는 생각과 더불어 '특허 및 지식재산권의 확보를 통해 개인과 국가 모두 부자가 될 수 있다'는 개념을 배울 수 있다.

특히 체험코너의 80% 이상을 남녀노소 누구나 쉽고 재미있게 이해할 수 있도록 만화 및 동영상 콘텐츠로 구성하는 한편 호기심과 궁금증을 유발할 수 있는 작동형 전시품으로 꾸민 것이 큰 특징이다.

첨단기술관 2층에서는 항공우주와 관련된 내용이 상세히 다뤄진다. 우주에 대한 소개와 우주비행사복, 우주 헬멧 등에 관한 내용도 있고, 무인항공기가 어떻게 동작하는지 작동도 직접 해볼 수 있다. 또 항공관제시스템에서는 관제탑에서 항공기가 이륙, 착륙하는 내용을 배워볼 수 있다.

로봇체험관에서는 공상영화에서나 볼 법한 로봇들이 현실로 다가온다. 우리 실생활에서 다양한 기능을 하는 로봇친구들과 만나게 된다. 또 뇌파로 자동차가 움직이는 '뇌파로 달리는 레이싱카' 체험도 해볼 수 있다. 집중도가 높을수록 자동차가 빨리 달리게 되는데, 부모님, 친구와 함께



자동차 경주로 집중력 게임을 즐길 수 있다. 이밖에도 하얀 실험복을 입고 생명과학자가 되어보는 '조직배양 체험관', 우리 주변에서 수확할 수 있는 에너지를 찾아보는 '에너지 수확기술' 등이 관람객들을 기다리고 있다.

**우리 별자리 여행 떠나요!**

자연사관 입구에서 제일 먼저 만나는 것은 '탄생의 장'이다. 우주의 탄생과 관련된 이야기이다. 우주에 관심이 많은 아이들이 영상자료를 유심히 들여다본다. 한쪽에서는 운석을 직접 만져보고 관찰한다. '진화의 장'에서는 인류의 진화를 볼 수 있다. 어류, 파충류, 양서류 등의 진화를 보여준다. '생명의 장'은 한반도의 생태계에 관한 내용이다. 땅속 동물, 숲 속의 동물, 물 속의 동물들을 가까이서 살펴볼 수 있도록 잘 꾸며져 있다. 우주과학을 온 몸으로 체험하며 배울 수 있는 우주체험관도 지난 6월 1일 문을 열었다. '스페이스월드'는 야외전시장 내에 지름 30미터(m), 높이 24m의 원통형 외관을 가진 지하 1층~지상 2층 규모의 건물에 마련됐다. 지하 1층에 위치한 갤럭시 아카데미는 우주에 대한 기초교육이 이뤄지며, 지상 1~2층의 갤럭시스테이션에서는 디지털 특수효과를 이용해 상상속의 우주를 체험할 수 있다. 입체화면·진동·바람 등을 느낄 수 있는 4D 상영관 '스타십'도 마련돼 있다. 이를 통해 어린이와 청소년들이 천문학과

우주과학에 더 관심을 가질 수 있을 것으로 기대한다. 이외에도 명예의 전당, 전통과학관, 어린이 탐구체험관, 옥외전시, 기획특별전 등이 있다.

**과학을 알면 미래가 보인다**

과학관은 올해 상설 전시장의 첨단 비중을 더욱 강화해나갈 계획이다. 우주개발에 대한 꿈과 희망을 심어주는 '스페이스월드'를 시작으로, 3D 기술을 활용한 첨단 영상전시와 우주과학에 대한 기초지식을 습득할 수 있는 교육 콘텐츠가 운영된다. 스마트기기를 활용한 오감 체험형 '스마트 과학관'도 구축된다. 동작인식을 비롯해 증강현실 요소 등을 도입하고 전시물을 활용한 쌍방향형 교육 콘텐츠의 개발·운영도 강화된다. 스티브 잡스를 비롯해 빌 게이츠, 마크 저커버그 등 세계가 인정하는 글로벌 창의 인재들의 공통된 특징은 어려서부터 동네 과학관에서 호기심과 상상력을 키워왔다는 점이다. 이는 커서 자연스럽게 창의적 사고능력을 갖게 하는 자양이다. 오늘날 세계를 움직이는 창조경제의 씨앗은 바로 과학관에서 싹튼 셈이다. 자라나는 아이들에게 과학은 어렵고 골치 아픈 '과목'이 아닌, 재미있고 신나는 '친구'가 되어야 한다. 이것이 바로 과학관의 역할이 중요한 이유이다. 발명특허



03. 2002년에 발사된 KSR-3로켓 모형과 달 착륙선 모형, 그리고 그 옆에 Boeing X-37모형 04. 타임머신을 타고 아인슈타인과 만나다. 05. '스트레스를 날리자' 프로그램. 첨단 IT기술이 접목된 전시품들을 통해 스포츠에 숨어있는 각종 과학 원리들을 체험해 볼 수 있다. 06. 첨단과학관 '스페이스 캠프'에서는 직접 우주복을 입어볼 수 있고, 우주유영장비, 우주평형감각 훈련 장비들을 직접 탑승해 체험해 볼 수 있다.

# IP + NEWS

## 특허청장, 청바지 입고 청년들과 현장 소통



● 김영민 특허청장이 청바지를 입고 지식재산에 관심이 있는 젊은 층과 현장 소통에 나섰다. 김 청장은 지난 5월 21일, 서울 강남구 역삼동 소재 큐브 아고라 강남점에서 열린 지식재산 Talk 콘서트 [청바지(청년들이 바라보는 지식재산)]에 참석해 '창조경제와 지식재산'을 주제로 강연을 하고, 참석자들과 묻고 대답하는 대화의 시간을 가졌다.

청바지는 특허청의 지식재산 Talk 콘서트 브랜드로 '청년들이 바라보는 지식재산'의 앞 글자를 따서 지은 이름이다.

이날 Talk 콘서트 '청바지'는 1부와 2부로 나누어 진행됐다.

1부는 ▲김영민 특허청장 '창조경제와 지식재산' ▲이원재 요즈마그룹 한국지사장 '이스라엘 벤처 창업 붐을 이끈 후츠파 정신' ▲이영 (주)테르텐 대표 '지식재산을 통한 단단한 창업가 되기'를 주제로 강연했다.

김 청장은 이날 강연에서 지식재산에 기반한 창조경제 선순환 생태계 구축에 대해 설명하였으며, 이원재 대표는 이스라엘 벤처 창업붐을 이끈 후츠파(Hutzpa) 정신, 이스라엘 사람들의 근성과 문화, 요즈마그룹의 핵심인 요즈마 펀드 등을 소개했다. 모바일 보안기술 분야의 여성 CEO인 이영 (주)테르텐 대표는 선배 창업가로서 본인의 지식재산 경험을 후배 창업가와 공유했다.

2부에서는 4인4색 지식 Talk를 통해 참석자와 질의응답 시간을 가졌다. 3명의 강연자와 배성렬 변리사(특허법인 정안)가 함께 '지식재산 멘토'로 나서 현장에서 지식재산과 창조경제에 대한 질의응답시간을 가졌다.

## 창조경제의 핵심은 지식재산권 보호



● 지난 5월 6일, 특허청은 정부대전청사 대회의실에서 300여명의 대전청사 공무원 및 직원이 참석한 가운데 김광두 국가미래연구원장을 초청해 '창조경제와 경제민주화'라는 주제로 국정철학 특강을 개최했다.

특히 이번 특강에는 김영민 특허청장을 비롯해 통계청장, 조달청장, 병무청장, 산림청장이 참석하여 국정철학을 공유하는 자리를 가졌다.

김광두 원장은 이날 강연에서 창조경제가 세계경제의 변화 속에서 우리나라의 입지를 확보하여 '미래 세대의 먹거리'를 마련하기 위한 필수 선택이라고 밝히면서, 창조경제를 위해서는 창조혁신형 생태계 조성이 필요하며 이는 경제주체 간의 조화를 추구하는 '경제민주화' 속에서 가능한 것으로 '벤처기업의 창조력'과 '대기업의 시장창출력'이 상호보완하고 상생하는 것이 무엇보다 중요하다고 강조했다.

아울러 창조적 인력의 확보, 지식재산권 보호 등 창조경제 성공을 위한 7가지 조건을 제시하고, 창조적 활동에 대한 보상·지식재산에 대한 존중·대기업의 지식탈취 방지·지식재산 거래 활성화 등을 통해 기술이나 아이디어를 개발 할 수 있는 유인을 제공해야 한다고 주장했다.

마지막으로 김광두 원장은 창조경제란 "실물자산, 금융자산 보다 지식자산의 중요성이 더 커지게 되는 경제"라며 강연을 마쳤다.

## 근육도 인식 차세대 컨트롤러

- 영화 '마이내리티 리포트'를 본 사람들은 톰 크루즈가 손동작만으로 컴퓨터를 조작했던 장면이 인상 깊었을 것이다. 이러한 동작인식은 최근 청소년들 사이에 인기가 높은 게임 컨트롤러인 키넥트(Kinect)를 통해 대중화가 되고 있다. 최근에는 이런 특정 동작의 인식을 넘어, 우리 인체의 다양한 정보를 인식하는 기술이 활발히 연구되고 있다.

최근 실리콘밸리의 신생회사인 탈믹 랩스(Thalmic Labs)는 신개념 모션인식 입력 장치인 'MYO'를 선보였다. 'MYO'는 사용자의 근육에서 발생하는 전기신호를 분석하여 손가락 및 팔의 동작을 읽어낸다. 이렇게 읽어낸 움직임으로 게임 및 여러 장치의 조종이 가능하다.

근육인식은 의료기기 분야에서도 활발히 연구되고 있다. 재활 의료기기 제조회사인 Saebo사는 미국 특허청에 근육인식 관련 기술을 출원하였다. 이 장치는 사용자 근육의 움직임을 인식하고, 이를 통해 보조 장치가 사용자가 원하는 방향으로 움직인다.

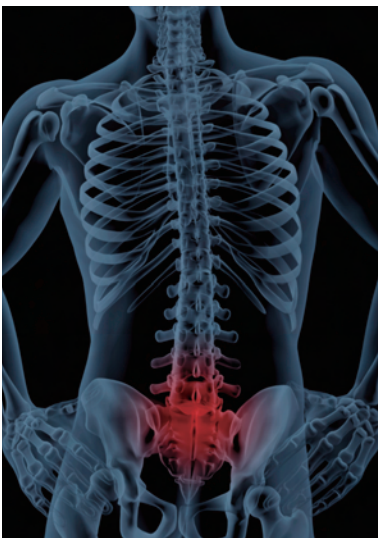
특허청에 따르면, 국내에서도 생체인식 컨트롤러 관련 특허출원이 크게 증가하고 있는 것으로 나타났다. 연도별로는 2008년까지 매년 10여건 정도에 불과했으나, 2009년 41건을 기점으로 꾸준히 증가하여 2012년에는 63건에 이르고 있으며, 출원인은 대기업 및 외국이 각각 31%로 다수를 차지하며, 그 외 개인이 6%, 중소기업 14%, 그리고 학교 및 연구소가 18%로 전반적으로 고른 분포를 보인다.

생체인식과 관련하여 국내 출원된 발명을 살펴보면, 국내 통신사에서 출원 중인 시선 추적에 이용한 사용자 인터페이스가 있다. 이 발명은 사용자의 눈을 촬영하여, 시선의 추적 및 시선 집중을 감지한다. 이렇게 시선을 입력으로 이용함으로써, 휴대 단말을 들고 있어 손으로 조작하기 어려운 경우의 입력을 돕는다.

다른 기술로는 에이오엘(AOL)사가 2010년 국내에서 특허를 받은 근육 감지 가상 키보드가 있다. 이 기술은 손가락의 움직임을 파악하여 표준 키보드와 맵핑시킨 후, 이 정보를 스마트폰 등으로 전송한다. 따라서 스마트폰에서 키보드를 휴대하지 않고도 타이핑을 할 수 있도록 한다. 1968년 엔젤 바트가 마우스의 개념을 처음 소개한 이후, 지난 반세기 동안 마우스는 인간과 컴퓨터의 실시간 소통을 가능하게 한 혁명적 발명품이었다. 그러나 스마트폰의 대중화로 인해 마우스로 대표되는 기존의 입력장치는 생체인식 컨트롤러와 같은 새로운 입력장치로 점점 더 대체될 것이다.

또한 생체인식 컨트롤러는 현재 대중화된 동작인식을 넘어서, 근육 및 시선 등 신체의 각종 정보에 연동하는 기능을 제공하며, 활용 분야 역시 보안, 게임 및 의료 등 다양한 분야에서 활용될 것으로 예상된다.

이는 편리한 휴대 및 직관적이고 자극적인 정보입력에 익숙한 현대인의 욕구에 부합하는 것으로서 관련 특허출원도 큰 폭으로 늘어날 것으로 전망된다.



## 스마트폰 무선충전, Zone 시대 온다



## 한국이 만든 지식재산권 e-러닝 콘텐츠 러시아 간다



● 스마트폰의 사용량이 급증함에 따라 항상 부족한 배터리의 충전을 언제 어디서든지 쉽게 하는 무선충전기술과 관련된 특허출원이 증가하고 있다.

특허청에 따르면 스마트폰 무선충전기술에 관한 특허는 '08년 41건에 불과하던 것이, '09년 98건, '10년 173건, '11년 180건으로 지속적인 증가세를 보이고 있다.

시중에 판매하고 있는 무선충전기기는 기기에 자기장을 걸어주어 전류를 만드는 자기유도방식을 이용하고 있다. 하지만 충전기와 배터리가 맞닿아야만 충전이 되기 때문에, 충전 중에는 통화를 못하는 등 사용상 제약이 있다.

그래서 무선랜 지역에 가면 와이파이(Wifi)를 사용할 수 있는 것처럼, 특정 지역에 가면 충전이 가능한 자기공명방식이 조명을 받고 있다. 2009년 이후 관련 특허도 자기유도방식에 비해 1.6배('09), 2.3배('10), 1.5배('11) 더 많이 출원되고 있다.

2008년 이후 자기공명방식 특허출원 비중은 국내 대기업 49%, 외국기업 26%, 국내 개인 포함한 중소기업 5%, 학교 및 연구기관이 2%로 나타났다.

출원의 절반을 차지하는 대기업의 자기공명방식의 특징을 보면, 장치와 보정 및 제어 관련 기술이 74%를 차지했다. 특히 충전효율 및 충전 중 문제점을 해결하기 위한 보정 및 제어기술이 다수를 차지했다.

특허청 관계자는 “자기공명방식이 상용화되면 와이파이존과 같은 무선충전존이 생겨 새로운 패러다임을 만들 것”이라며, “자기공명방식의 상용화를 위한 특허 출원이 계속될 것”이라고 전망했다.

● 특허청은 지난 4월 24일, 러시아 특허청(ROSPATENT), 세계지식재산기구(WIPO, World Intellectual Property Organization)와 공동으로 모스크바에서 ‘러시아어판 IP 파노라마(IP Panorama)’ 출시 행사를 가졌다.

IP 파노라마는 한국 특허청과 WIPO, 한국발명진흥회가 공동으로 개발한 지적재산(Intellectual Property) e-러닝 콘텐츠다.

다양한 애니메이션 캐릭터와 스토리텔링(storytelling)\* 형식으로 이루어져 실제 비즈니스 현장에서서의 지적재산 활용전략을 쉽고 재미있게 학습할 수 있다.

총 13개 주제로 구성된 IP 파노라마는 ▲중소기업에서의 지식재산 중요성 ▲상표와 디자인 ▲발명과 특허와 같은 익숙한 주제부터 ▲영업비밀 ▲기술 라이선싱 ▲지식재산 가치평가 ▲지적재산 프랜차이즈 등 보다 전문적이고 심도 있는 주제까지 다루고 있다.

2007년 영문판 IP 파노라마를 개발하여 전 세계의 호평을 받은 특허청은 2009년 아랍어판, 2011년 불어판 및 스페인어판, 2012년 중국어판에 이어 이번에 러시아어판을 출시하게 되었다. 이러한 UN 공용어를 포함해 폴란드어, 베트남어 등 총 20개의 언어로도 만들어져, 이제 IP 파노라마는 지식재산분야 명품 콘텐츠로 자리매김하였다는 평가를 받고 있다.

현재도 개도국을 중심으로 끊임없이 자국어판 개발 요청이 쇄도하고 있음에 따라, 특허청은 다양한 국가의 국민들이 자국 언어로 IP 파노라마를 학습할 수 있도록 지원할 계획이다.

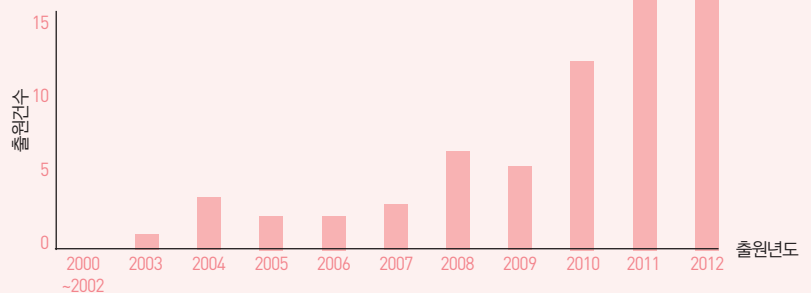
\* 스토리텔링 : 음성(voice)과 행위(gesture)를 통해 청자에게 이야기를 전달하는 것. IP 파노라마는 일정한 줄거리가 있는 스토리를 통해 학습자들에게 자연스러운 학습 참여 및 흥미를 유도한다.

## 블랙박스의 진화

### 통신기술 접목된 블랙박스 출원급증

● 최근 TV 방송이나 인터넷페이지를 통해 차량용 블랙박스 영상을 심심치 않게 접할 수 있다. 이렇듯 차량용 블랙박스가 우리 생활 속으로 빠르게 들어오고 있는 가운데, 블랙박스 기술에서 새로운 바람이 감지되고 있다.

특허청에 따르면, 통신기술이 접목된 블랙박스 관련 출원이 2000년대 초에는 매년 2~3건에 불과하였지만, 10년 사이 크게 증가하여 2010년 이후 매년 10~16건이 출원되고 있다. 그만큼 차량용 블랙박스에 대한 관심이 높아졌고, 더 좋은 블랙박스를 개발하기 위해 다양한 시도가 있다는 것이다.



블랙박스가 통신기술과 결합하면 새로운 기능을 구현할 수 있다. 예를 들어 사고가 발생하면 블랙박스가 스스로 사고차량과 주변차량의 정보를 수집하여 신고하고, 경찰, 병원, 보험회사가 이 정보를 분석하여 활용하는 것 등이다.

2000년 이후로 기술분야별 출원현황을 살펴보면, 사고정보 전송 분야가 26건으로 가장 많았으며, 차량 관리정보 전송 분야가 23건, 기타 9건, 차량·블랙박스 제어 분야가 7건으로 그 뒤를 이었다.



출원이 급격히 증가한 2010년을 기준으로 기술 변화를 살펴보면, 사고정보 전송 분야의 출원은 큰 변화가 없었으나, 블랙박스의 정보를 다양하게 활용할 수 있는 관리정보 전송 분야 등의 출원이 크게 증가하였다. 이는 블랙박스의 정보를 적극적으로 다양하게 활용하는 방향으로 기술 개발이 이루어지는 것으로 해석된다.

한편 2000년 이후의 출원인 현황을 살펴보면, 개인이 24건(34.3%), 법인이 46건(65.7%)을 출원한 것으로 나타났다. 우리나라 전체 특허출원에서는 개인 출원이 18.4%를 차지하는 것에 비해 이 분야에서의 개인 출원 비중 큰 것이 특징이었다. 법인에 의한 출원 중 10건(14.3%)만이 대기업이 출원한 것으로 조사되어, 이 분야에서는 중소기업의 활약이 특히 크다는 것을 알 수 있다.

특허청 관계자는 "통신기술이 급속히 발전하고 있는 만큼 이를 이용한 블랙박스의 출원이 앞으로도 늘어날 전망이다"라고 하며, "이 분야에서 우리 중소기업들의 지속적인 선전이 기대된다"고 했다.

# KIPA + NEWS

## 우리회, 특허청·코트라와 함께 '글로벌 브랜드전략 컨퍼런스' 개최



## 캠퍼스 특허전략 유니버시아드 대회 '인기'

총 106개 대학 3,844팀 참가,  
참가자 매년 증가 추세



● 우리회는 지난 4월 25일, 서울 영곡동 코트라 사옥에서 특허청과 코트라와 공동으로 '2013년 글로벌 브랜드전략 컨퍼런스'를 개최했다.

2일간 일정으로 진행된 이번 행사에서는 WIPO(세계지식재산권기구)와 특허청이 차드, 캄보디아 등의 최빈·개발도상국을 대상으로 함께 추진한 브랜드 개발 보급 사업에 대한 경험들이 공개됐다. 또한 국내외 전문가들이 지적하는 브랜드, 지식재산권에 대한 중요성과 전략이 심도 있게 소개됐다.

제프리 오네아마 WIPO 사무차장을 포함, 총 16개국에서 지재권 및 브랜드 전문가들이 참석했으며, 브랜드와 지재권에 관심을 지닌 국내 중소기업과 유관기관 관계자들도 다수 참석했다. 그동안 각 국가에서 진행했던 브랜드 개발 경험을 매뉴얼화해서 관련 기업들과 해당 유관 단체들에게 제공됐다.

김영민 특허청장은 "이번 컨퍼런스를 통해 지재권이 결부된 다양한 브랜드 전략을 한눈에 조망하고, 국내·외 주요 브랜드 경영 성공 사례를 공유할 수 있는 장을 마련함으로써, 지식기반사회에서 강력한 브랜드의 구축 및 보호의 중요성에 대한 인식을 제고하는 데에 크게 도움이 될 것"이라고 말했다.

우리회 조은영 부회장은 "국내외 전문가들의 강연을 통해 중소기업의 브랜딩 개발 및 지식재산권 관리방안에 관한 이해도를 제고함으로써 향후 우리나라 중소기업의 성공적인 해외시장 진출에 많은 도움이 될 것으로 기대한다"고 밝혔다.

● 특허청과 한국공학한림원이 공동주최하고, 우리회가 주관하는 '2013 캠퍼스 특허전략 유니버시아드대회'에 총 106개 대학 3,844팀이 참가신청을 한 것으로 집계됐다.

이 대회는 국내 주요기업들이 문제를 직접 출제하고, 대학생들이 해결책을 제시하는 대표적인 개방형 산학협력 프로그램으로 참가 신청이 지난해 101개 대학 3,423팀 대비 12.3% 증가했다. 수상자에게는 현대자동차, LG전자 등 18개 기업 취업우대 혜택과 차세대 지식재산 리더로 활동하는 기회가 제공돼, 지식재산 관련 분야의 스펙을 쌓으려는 대학생들의 관심이 높아진 것으로 보인다. 이번 대회 최다 신청 대학은 548팀을 신청한 인하대였고, 공주대, 전남대, 연세대가 그 뒤를 이었으며, 전공별로는 공학계열이 3,320명(86.4%)으로 가장 많았고, 자연계열, 사회계열, 의약계열 순이었다.

부문별로는 선행기술 조사 후 특허가능성 판단 및 출원서를 보장하는 '선행기술 조사부문'에 95개 대학 3,232명이 신청하였고, 국내외 특허를 분석하고, 연구개발 전략 및 특허획득 방향을 수립하는 '특허전략 수립부문'에 75개 대학 612팀이 신청한 것으로 나타났다.

한편, 우리회는 특허청과 함께 참가 학생들의 특허 역량을 강화하고 답안 작성에 도움을 주기 위하여 대학별, 지역별 온·오프라인 사전교육을 실시하고, 답안 제출 후 각 부문별 엄격한 심사를 거쳐 오는 11월 25일 시상식을 개최할 예정이다.

**우리회, 해외연수  
‘지식재산 실�크로드 이스라엘’  
운영**

● 우리회는 자체 교육사업인 IP Campus 프로그램의 일환으로, 지난 4월 20일부터 26일까지 5박 7일간 ‘지식재산 실�크로드 이스라엘’ 해외연수 과정을 운영했다.

이는 특허와 창업에 강한 기업방문을 통해 국제적 감각을 습득함으로써 국내기업의 경쟁력 강화를 위해 마련됐다.

정부, 기업, 학계 등 40명의 연수단이 참가한 이번 연수에서는 와이즈만연구소, 히브리대학, 이슬과 예다 등 특허기술과 창업에 강한 기관 10곳의 현장방문, 요즈마 펀드 회장 등과 함께하는 지식재산 포럼, 이스라엘 현지 창업기업들과의 교류회 등 다양한 프로그램이 진행됐다.

우리회 조은영 부회장은 “신정부의 국정기조인 ‘창조경제’에서 지식재산 인재가 국가경쟁력의 핵심요소로 부각되고 있는 가운데, 창의인재육성과 IP 교육의 선조기관으로서의 역할을 다하기 위해 본 연수 프로그램을 마련” 했다고 하며, “이번 연수가 벤처창업기업의 지식재산 기반의 창업모델을 연구하고 특허와 창업에 강한 기업의 IP 관리 방안 등 기관의 IP정책 수립을 강화할 수 있는 좋은 기회가 되기를 바란다”고 밝혔다.



## SMART한 특허 평가 '클릭 한번으로'

● 우리회는 다수의 특허에 대해 자동으로 등급평가결과를 제공하는 특허분석평가시스템 SMART3의 개발을 완료하고 지난 3월 27일 오후 5시 서울 르네상스 호텔에서 출시발표회를 개최했다.

이번에 출시된 SMART3는 지난 2010년 4월 서비스 개시된 국내 등록특허 분석·평가시스템 (SMART)을 개선하고, 이에 더해 신규개발된 미국특허 분석·평가서비스까지 함께 제공하는 시스템이다.

국내 등록특허 분석평가시스템은 2010년 개발된 이후 현재까지 국내 유수의 대학, 공공기관, 연구소, 대기업 등 총 95개 기관이 연간회원 계약을 맺고 10만 건 이상의 평가서비스를 이용해 왔다. 주로 연차료 관리를 위한 보유특허의 유지·포기 결정, 특허 거래 및 라이선싱을 위한 특허 평가, M&A 상대 기업의 특허 평가 등에 유용하게 쓰이고 있다는 평이다.

이번에 신규 개발된 미국특허 분석·평가시스템은 특허청과 우리회가 그동안 국내특허평가분석 시스템 개발에서 획득한 기술 및 축적된 노하우를 미국특허에 적용한 시스템이다. 세계 최대의 기술시장인 미국에 진출한 우리 기업들의 전략적 특허관리를 돕고 실질적인 비용 및 인력 절감을 지원하기 위함이다. 애플과 삼성의 특허분쟁에서 보는 바와 같이 선진국 기업들의 전략적 특허활용은 갈수록 고도화되고 있어, 세계 시장에 진출한 우리 기업의 특허활동을 지원하기 위한 인프라 구축의 중요성은 점차 부각되고 있다.

조경선 지식재산평가거래팀장은 “우리 기업들이 해외 시장에서 특허 경쟁력을 갖추고 강한 특허 포트폴리오를 구축하는데 이번 SMART3가 실질적인 도움이 될 것”이라며 “앞으로도 이용자들의 피드백을 받아 국내 기업들의 해외 특허 경쟁력을 더욱 제고할 수 있도록 다양한 부가서비스 개발을 추진할 것”이라고 밝혔다.

미국특허 분석평가시스템은 특허평가지표 선정 및 검증, 특허평가 모형의 평가 신뢰도 검증 등 개발의 전 과정에 미국특허 전문번호사, 변리사, 기업 및 학계 특허 전문가로 구성된 자문위원단이 적극 참여하여 신뢰성을 높였다. 또한 대상 특허의 명세서정보, 서지정보, 등록전·후 경과정보, 인용/피인용 정보, 패밀리 정보 등 정량적이고 객관적으로 추출 가능한 정보만이 평가에 활용되며, 특히 자연어처리 기술을 활용한 특허 키워드 데이터베이스를 구축하여 평가를 위한 특허정보 추출 및 유사특허 추출의 정확성을 제고했다. 특허평가는 권리성, 기술성, 활용성 측면에서 이루어진다.



### 미국특허 분석평가시스템 주요 제공 서비스

평가서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 등록특허의 점수·등급평가</li> <li>· 특허평가보고서 (요약, 상세)</li> </ul>
분석서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 개별특허맵(패밀리, 인용, 소송/심판정보 등)</li> <li>· 특허포트폴리오 분석(개별기업, 기업 간, 기술 분류별)</li> <li>· 기업 별, 기업 간 중점기술 분야에 대한 우수특허 보유 현황</li> </ul>

이용자들은 이 시스템으로 자사와 경쟁업체의 특허 경쟁력을 분석·평가하여 특허분쟁 대응, 사업 전략에 부합하는 특허 포트폴리오 구축 및 R&D 특허전략 수립에 활용할 수 있다.

· 특허분석평가시스템 홈페이지(<http://smart.kipa.org>)

# KIPA

## + 인사동정 2013. 5. 1

● 부장(1급) 승진

경영기획본부 기획팀장	김용규
경영기획본부 총무팀장	이두성

● 차장(2급) 승진

사업지원본부 지식재산진흥팀장	유태수
-----------------	-----

● 계장(5급) 승진

사업지원본부 지역지식재산팀	임달문
사업지원본부 지역지식재산팀	박경환



# 특허 · 상표의 국제출원



특허는 ‘속지주의’ 원칙이 적용됩니다. 각국의 특허는 서로 독립적으로 반드시 특허권 등을 획득하고자 하는 나라에 출원을 하여 그 나라의 특허권 등을 취득하여야만 해당국에서 독점 배타적 권리를 확보할 수 있습니다. 이러한 1국 1특허의 원칙 때문에 해외출원이 필요하며, 해외출원을 하는 방법에는 전통적인 출원방법과 PCT 국제출원방법으로 대별됩니다.

## Q. 해외 특허출원의 두 가지 방법

**A.** ① 전통적인 방법  
특허획득을 원하는 모든 나라에 각각 개별적으로 특허출원하는 방법으로 파리루트를 통한 출원이라고도 한다.

② PCT 국제출원

PCT(특허협력조약 : Patent Cooperation Treaty) 국제출원제도란, 국적국 또는 거주국의 특허청(수리관청)에 PCT 국제출원서를 제출하고, 그로부터 정해진 기간 이내에 특허 획득을 원하는 국가로의 국내단계에 진입할 수 있는 제도로 PCT 국제출원의 출원일이 지정국가에서 출원일로 인정받을 수 있다.

**특허, 실용신안에 한정**

발명만이 PCT를 통하여 특허, 실용신안권 등으로 보호 가능하며, 디자인 및 상표는 각각 별도의 협약에 따라 처리됨

## Q. 특허심사하이웨이 (Patent Prosecution Highway, PPH)란?

**A.** A, B국가에 공통으로 특허가 출원된 경우, A국에서 특허가 가능하다는 결정이 내려지면, B국은 A국의 심사결과를 활용하여 해당 특허를 다른 출원에 비해 신속하게 심사하는 제도를 말한다. 우리나라는 11개국(일본, 미국, 덴마크, 영국, 캐나다, 러시아, 핀란드, 독일, 스페인, 중국, 멕시코)과 시행 중이다.

## Q. 외국에서 상표를 보호받으려면?

**A.** 우리나라에서 상표를 보호받으려면 우리나라 상표법에서 규정하는 절차에 따라 상표 등록을 받아야 하는 것처럼, 해당 국가에서 상표를 보호받으려면 각 국가의 법과 절차에 따라 상표등록을 받아야 하는데, 해외 상표출원 방법도 해외 특허출원 방법과 유사하다.

## Q. 전자문서를 이용한 온라인 출원 시 장점은 무엇인가요?

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

## Q. 해외 상표출원의 두 가지 방법

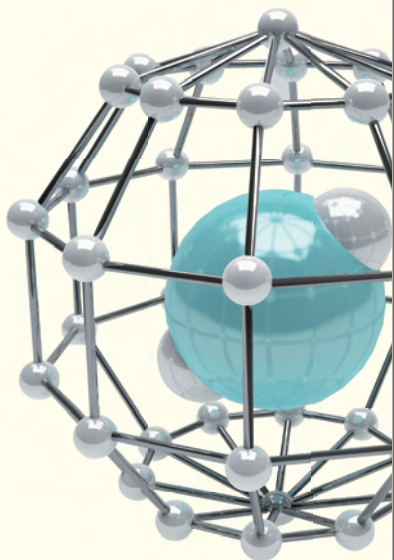
- A.
- ① 전통적인 방법  
출원인이 등록받고자 하는 국가에 각각의 출원서를 제출하여 등록받는 방법으로, 파리 루트(route)를 통한 출원이라고 한다.
  - ② 마드리드 국제상표출원  
마드리드 협정과 마드리드 의정서를 포함하는 마드리드 시스템을 이용하여 하나의 출원서에 여러 국가를 지정하여 동시에 상표를 출원하는 방법이다.

## Q. 마드리드 국제상표출원의 장점

- A.
- ① 해외상표출원 절차의 간편  
본국관청에 하나의 출원서를 제출하는 것에 의해 여러 나라에 동시에 출원한 효과를 갖게 된다.
  - ② 상표권 관리의 간편  
각 나라마다 존속기간 갱신, 소유권 이전, 명칭변경 신청 등의 절차를 따로 할 필요 없이 국제사무국에만 신청하면 모든 지정국에서 동일한 효과를 갖게 된다.
  - ③ 사후지정에 의한 보호 확장의 가능  
사후지정 절차에 의해 최초 출원 시에 지정하지 않았던 국가는 물론 국제출원 시에 특정 국가에 대하여 상품(서비스업)을 한정하여 지정한 경우에도 국제등록의 범위 이내 라면 지정하지 않았던 상품(서비스업)을 사후에 추가 지정할 수 있다.

### 출원 관련 문의

- 특허고객상담센터(전국 어디서나) 1544-8080
- 특허청 출원과(국내출원) 042)481-5414
- 특허청 국제출원과(PCT·마드리드) 042)481-5208, 5279



# KIPA QUIZ

## Readers Comments



### 2013년 05+06월호 퀴즈

- Q.** 생산자 또는 상인이 상표를 특허청에 출원해 등록함으로써 등록상표를 지정상품에 독점적으로 사용할 수 있는 이 권리는 무엇일까요?
- Q.** 20세기 천재 경제학자 조셉 슘페터는 이윤이 기업가의 혁신에서 발생하는 것이라고 하였다. 다시말해 '기술혁신'으로서 낡은 것을 파괴, 도태시키고 새로운 것을 창조하고 변혁을 일으키는 ( ) 과정이 기업경제의 원동력이라는 것이다. 괄호 안에 들어갈 알맞은 말은 무엇일까요?

### 2013년 03+04월호 퀴즈 정답

01. 특허분쟁
02. 빅 브라더

### 2013년 03+04월호 퀴즈 당첨자

이춘임 nulbo\*\*\*@nate.com (경기도 포천시)  
서은영 eunyoun\*\*\*\*@consultant.volvo.com (경상남도 창원시)  
신기철 bp\*\*\*@korea.kr (대전시 대덕구)

#### 이준한 독자 (경기도 용인시)

일을 하다가 '잠깐 머리를 쉬게 하고 싶다'라는 생각이 들면 [발명특허]를 보곤 합니다. 전체적으로 밝은 디자인과 많은 정보를 편안하게 전달해주는 책이라 심심할 때마다 읽고 있습니다. 특히 이번호에서는 '글로벌 특허전쟁 시대의 생존 전략'과 '창조사회가 낳은 지식재산권 전쟁'을 흥미롭게 읽었습니다. 특허전쟁과 대응전략, 지식재산권 전쟁에 대해 심도 있게 다룬 것이 좋았고, 평소에 특허의 작은 부분만을 볼 때가 많았는데, 큰 숲을 볼 수 있는 좋은 기회였습니다. 지금처럼 늘 편안하고 즐거움을 주는 [발명특허]가 되길 기원합니다.

#### 유재범 독자 (서울시 관악구)

기업을 흥하게 만드는 성공기술 특허전략 관심 있게 보았습니다. 특허를 빼놓고 기업경영을 논하기는 어려운 시대가 도래 하지 않았나 생각합니다. 하지만 아직도 기업들의 특허 관련 조직에 대한 업무분장이나 인력배치는 많이 부족하다는 생각이 듭니다. 직원들의 창의성 발굴과 많은 아이디어 창출을 위해서라도 각 기업들이 특허에 대해 보다 많은 관심과 인재 풀의 가동이 필요하다는 생각이 들게 된 기사였던 것 같습니다.



지식재산 전문정보지 [발명특허]를 읽고 퀴즈의 정답과 독자의견을 [smp@kipa.org](mailto:smp@kipa.org)로 보내주세요. 채택되신 분께는 한국발명진흥회에서 준비한 소정의 선물을 보내드립니다. (마감일 7월 15일)



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

## ● 원고 모집 안내

2013년도부터 새롭게 개편되는 「발명특허」는 국내외 지식재산권에 대한 분야별 전문 의견과 정책·출원 동향 등에 관한 유용한 정보를 널리 확산함으로써 우리나라 지식재산권 발전에 기여하기 위해 발간되는 지식재산 전문정보지입니다.

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

- 모집 분야 : 지식재산권 관련 칼럼
- 원고 주제 : 관련 분야별로 자유롭게 선택
- 원고 분량 : 원고지 22매~24매(A4용지 10Point, 3매 이내)
- 모집 시기 : 상시 모집
- 보내실 곳(E-mail) : smp@kipa.org



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

광고가격(2개월 기준)

광고게재면	규격	가격	비고
표지 3	칼라전면	700,000	부가세 별도
내지 화보		500,000	

## ● 우리회 지회 안내

지회	지회장	사무국장	주소	연락처
부산지회	박성용	김유현	부산시 남구 문현3동 243번지	051-645-9683
광주지회	고정주	김 일	광주광역시 광산구 도천동 621-15 중소기업종합지원센터 2층	062-954-3841
강원지회	김윤호	김현웅	강원도 춘천시 퇴계동 1076 아이씨티빌딩 201호	033-264-6580
전북지부	-	정승원	전라북도 군산시 오식도동 515-1	063-471-1284



# 「직무발명보상 우수기업 인증제」

## 신청안내

직무발명제도 홈페이지  
<http://employeeinvention.net>

특허청과 한국발명진흥회는 직무발명보상제도의 도입촉진과 발명자에 대한 정당한 보상을 통해 창조적인 기술개발 유도 및 기업 경쟁력을 강화하기 위해 직무발명보상을 모범적으로 실시하는 중소·중견기업을 대상으로 「직무발명보상 우수기업 인증제」를 아래와 같이 시행하고자 하오니 많은 참여 바랍니다.

### ● 인증제 개요

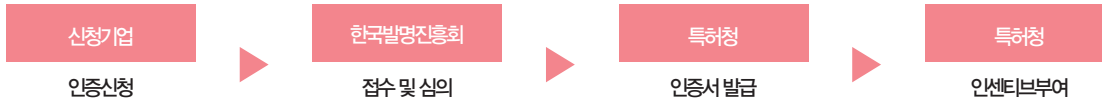
- 직무발명보상을 모범적으로 실시하는 중소·중견기업을 '직무발명보상 우수기업'으로 인증하고, 인증을 받은 기업에게 정부 지원 사업 참여시 인센티브를 제공하는 제도 (특허청고시 제 2013-7호)
  - 직무발명이란 고용계약에 의해 회사에서 근무하는 종업원이 현재 또는 과거의 직무수행 과정에서 개발한 발명 [발명진흥법 제2조 제2호]

### ● 신청 자격

- 직무발명제도 보상규정을 보유하고, 최근 2년 이내에 직무발명 보상사실이 있는 중소·중견기업
  - 중소기업 : 중소기업기본법 제2조에 따른 중소기업
  - 중견기업 : 산업발전법 제10조의2에 따른 중견기업
  - \* 신청시 중소기업 또는 중견기업에 해당하는 기업임을 증명하는 서면 1부를 제출해야 함

### ● 인증 절차

#### • 인증서 발급 절차



- 인증여부의 통지 : 신청일로부터 60일 이내
- \* 자료의 보완이 요구된 경우에는 그 보완이 완료된 날부터 60일 이내
- 인증여부에 이의가 있는 경우, 통지를 받은 날 15일 이내에 재심의 신청 가능

### ● 인증 심의 기준

- 평가 기준 : 직무발명보상규정(20점), 보상실적(40점), 운용의 합리성(40점)
- 인증 기준 : 인증심의위원회를 구성, 심의 결과 평가점수가 70점 이상인 경우 인증적합 의결

### ● 인센티브

- 정부지원사업 대상자 선정시 가점부여
  - (특허청) 민간 IP-R&D 연계전략 지원사업, 특허기술의 전략적 사업화지원사업, 지역지식재산창출 지원사업 등
  - (중소기업청) 중소기업기술혁신 개발사업, 융복합기술 개발사업, 상용화기술 개발사업, 창업성장기술 개발사업, 제품공정개선기술 개발사업 등
- 소득세법 제 12조에 따른 보상금에 대한 비과세 등
  - 향후 법개정 완료 후 특허 우선심사, 연차등록료 감면 예정 (2013년 하반기 이후)

### ● 신청접수

- 접수 기간 : 2013년 4월 1일부터 연중수시 접수 (발급수수료 : 무료)
- 신청 방법 : 온라인 또는 우편, 방문접수
  - 온라인신청 : 한국발명진흥회 홈페이지([www.kipa.org](http://www.kipa.org)) → 참여마당 → 사업신청
- 신청 문의 : 한국발명진흥회 지식재산진흥팀 (02-3459-2845, 2793)



# 지식재산 취업포털

[www.ipin.or.kr](http://www.ipin.or.kr)

ipin



지식재산 취업포털

지식재산분야 취업을 위한 정보, 인맥, 기회를 한번에!

## 지식재산 인재의 경쟁력이 미래를 좌우한다!



### ipin

- 지식재산 분야 취업정보
- 지식재산 구직을 희망하는 인재정보
- 지식재산 관련 교육/행사정보
- SNS를 통한 지식재산 정보공유

ipin은 특허청과  
한국발명진흥회가 제공하는  
SNS기반의 종합취업포털 서비스입니다.

[www.ipin.or.kr](http://www.ipin.or.kr)





# 2013년 중소기업 및 연구소 대상 IP리더 3기 교육생 모집 안내문

## ● 교육과정 개요

- 교육대상 : 기업 · 연구소 R&D분야 연구원 및 기술실무자
- 교육인원 : 총 220명(선착순)  
\*모집인원에 따라 분반배정(A, B, C, D, E반)  
- A반(기계 · 금속), B반(화학 · 생명), C반(전기 · 전자), D반(정보 · 통신), E반(기타)
- 교육형태 : 온 · 오프라인 진행
- 신청기간 : '13년 5월 20일(월) ~ 6월 14일(금) / 선착순마감
- 교육기간 : '13년 6월 17일(월) ~ 8월 18일(일)
- 교육비 : 전액 무료 (오프라인 교육시 증식제공)

## ● 교육과정 세부내용

- 온라인교육 : <http://leaders.ipacademy.net>  
(IP 리더과정 전용 사이트)
- 온 · 오프라인 교육  
- 총 2개월의 교육과정 : 기초 1개월 (온라인 31시간 + 오프라인 5시간 + 인터넷방송 2시간) + 심화 1개월 (온라인 30시간 + 인터넷방송 2시간)

구분	기초과정 (6월17일~7월19일)	심화과정 (7월20일~8월18일)
교육 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지식재산권 입문</li> <li>· 연구개발과 지식재산권</li> <li>· 발명신고서 작성과 명세서</li> <li>· 선행기술검색 노하우</li> <li>· 실전 특허명세서 작성</li> <li>· 특허 침해 판단과 청구범위 해석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 분야별 특허 명세서 작성 실전 의견서보정서 작성</li> <li>· 특허침해 대응방안</li> <li>· 연구자를 위한 특허 권리</li> <li>· 기술이전 및 사업화 전략</li> </ul>

## ● 오프라인 교육 실시(분반별 진행(5개분반))

- 교육장소 : 국제지식재산연수원(대전) (5시간)

날짜	7월11일(목) (10:00 ~ 16:30)	7월12일(금) (10:00 ~ 16:30)
구분	<ul style="list-style-type: none"> <li>· A반 기계금속</li> <li>· B반 화학생명</li> <li>· C반 전기전자</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· D반 정보통신</li> <li>· E반 기타</li> </ul>

- 인터넷방송 일정(예정) : 방송시간 (19:30 ~ 21:30)

구분	기초과정 (인터넷방송 2시간)	심화과정 (인터넷방송 2시간)
A,B,C,D,E반	2013. 7. 16(화)	2013. 8. 13(화)

- \* 세부 커리큘럼, 교육일정 · 장소, 분반은 사정에 따라 변경될 수 있습니다.

## ● 교육과정 수료기준

- 기초과정 및 심화과정 온라인 교육 진도율 각 70% 이상 수강 (필수)
- 오프라인 교육 1회 참석(필수)
- 온라인 및 오프라인 교육 통합평가점수 70점(100점 만점) 이상
- \* 통합평가점수

구분	기초과정 (70점)			심화과정 (30점)	
	온라인 평가문제	실습과제	인터넷방송	온라인 평가문제	인터넷방송
100점	20점 만점	40점 만점	10점 만점	20점 만점	10점 만점

- \* 수료기준 상세내용은 교육과정개시 후 공지예정이며, 상기 조건을 모두 만족해야만 수료

## ● 교육과정 신청안내

### ● 신청접수 및 문의처

- 신청서 양식 및 첨부서류를 팩스 또는 담당자 이메일로 접수
- 전화 : 02-3459-2765/2770, 팩스 : 02-3459-2789
- 이메일 : [leaders@kipa.org](mailto:leaders@kipa.org)

### ● 신청서 다운로드 : <http://general.ipacademy.net> 공지사항 (참조)





# 직무발명 역량을 갖춘 예비 기술전문가 양성 프로그램 참여 안내

## IP-Meister Program

- **신청기간** 공요일~2013.6.16(일) 24:00, 우편접수는 신청마감일 소인분 까지
- **참가자격** 특성화고, 마이스터고 재학생 2~3명으로 팀을 구성
  - 동일한 학교 아니어도 무방하며, 1인으로 구성된 팀은 신청 불가
  - 지도교원 1인 반드시 참여(산학협력교사도 가능)
- **신청방법** 제안서 제출양식을 작성하여, 우편 또는 이메일 접수
  - 주소 : 135-980 서울시 강남구 역삼동 647-9 한국지식재산센터 17층 창의인재육성팀 IP-Meister 담당자 앞
  - 이메일 : ipmp@kipa.org
- **공모과제** 자유과제(기술개선, 용도변경, 디자인개선) 부분  
현장연계과제(기술개선, 용도변경, 디자인개선) 부분
  - 현장연계과제 아이디어에 대해서는 1차 심사시 가점 부여
- **결과발표** 2013.7.5(금), 선정팀 학교공문 발송 및 온라인 공지(www.kipa.org)
- **특전**
  - 교육 프로그램 종료 후 인증서(수료증) 수여(교육부장관)
  - 선정아이디어의 지식재산권(특허, 실용신안, 디자인) 출원 지원
  - 예비기술자 직무발명 경진대회 참여 기회 부여
  - 직무발명경진대회를 통하여 상장수여(교육부장관) 및 선진 국외연수 실시
- **세부사항** 세부사항은 홈페이지에서 확인해주세요.
  - 한국발명진흥회 홈페이지(www.kipa.org)
  - 발명교육 교수학습지원센터(www.ip-edu.net)

● **주최** **교육부**  **특허청** ● **주관**  **한국발명진흥회** (문의: 02-3459-2753/2749)

### ● IP-Meister Program이란?

특성화고, 마이스터고 학생들이 팀을 구성하여 기술개선, 용도변경, 디자인개선 등을 이룬 아이디어를 제안하고, 심사를 통하여 선정된 아이디어에 대해 변리·기술전문가 멘토와 함께 학생 아이디어가 제품화, 사업화, 지식재산 권리화 가치로 연결될 수 있도록 교육을 지원하는 프로그램



# 한국발명진흥회 지식재산캠퍼스

## 2013년 교육일정표



(단위: 원)

지식재산 일반교육				
번호	일자	과정명	환급/지원	수강료(회원사)
<b>지식재산 일반교육</b>				
1	01.23~01.25	지식재산권 기초 1기	노동부 환급 약 15%환급	각 과정당 55만(48만)
2	01.30~02.01	특허정보검색 및 특허성 판단 1기		
3	02.20~02.22	강한 디자인 창출 및 저작권 1기		
4	02.25~02.27	강한 상표를 위한 브랜딩 전략 1기		
5	03.06~03.08	지식재산권 기초 2기		
6	03.13~03.15	특허명세서 작성 및 리뷰 SKILL UP 1기		
7	03.20~03.22	특허청구범위해석과 침해판단 1기		
8	03.27~03.29	특허평가 및 라이선싱 계약 1기		
9	04.03~04.05	지식재산 분쟁대응 및 협상 1기	노동부 환급 약 15%환급 / 중소·중견기업 대상 특허청 80% 지원	
10	04.10~04.12	미국특허마스터(출원~소송) 1기		
11	05.08~05.10	강한 디자인 창출 및 저작권 2기		
12	05.22~05.24	강한 상표를 위한 브랜딩 전략 2기		
13	05.29~05.31	지식재산권 기초 3기		
14	06.03~06.05	특허청구범위해석과 침해판단 2기		
15	06.12~06.14	TLO를 위한 연구성과 관리	노동부 환급	
16	06.19~06.21	특허평가 및 라이선싱 계약 2기	노동부 환급 약 15%환급 / 중소·중견기업 대상 특허청 80% 지원	
17	06.26~06.28	특허경영 우수기업 IP전략		
18	08.21~08.23	지식재산권 기초 4기		
19	08.28~08.30	특허정보검색 및 특허성 판단 2기		
20	09.04~09.06	중국특허마스터 (출원~소송)		
21	09.11~09.13	강한 디자인·상표 실무		
22	09.25~09.27	특허명세서 작성 및 리뷰 SKILL UP 2기		
23	10.09~10.11	특허청구범위해석과 침해판단 3기		
24	10.14~10.16	특허평가 및 라이선싱 계약 3기		
25	10.23~10.25	지식재산 분쟁대응 및 협상 2기		
26	10.30~11.01	미국특허마스터 (출원~소송) 2기		
27	11.06~11.08	유럽특허마스터 (출원~소송)		
28	11.13~11.15	주요국(IP5) 지식재산권 비교 실무		
29	11.20~11.22	지식재산권 기초 5기		
소계		29회		



한국지식재산센터



제1교육장



제2교육장



교육생 휴게실



# 한국발명진흥회 지식재산캠퍼스

## 2013년 교육일정표

(단위: 원)

지식재산 특별교육(특허청 지원)				
번호	일자	과정명	환급/지원	수강료(회원사)
1	02.15	연구원들을 위한 발명신고서 작성 1기	-	각 과정당 18만(15만)
2	03.12	단계별 특허비용 및 기일관리 전략 1기		
3	04.16	특허 주요심사기준(화학생명)	중소·중견기업 대상 특허청 교육비 80% 지원	
4	04.23	특허 주요심사기준(전기전자)		
5	05.02	무효심판 대응전략		
6	05.14	영문 지재권 용어 및 영문레터 작성 노하우 1기		
7	06.11	특허소송시 변론능력 SKILL UP * 변리사 의무연수 인정	-	
8	07.01	특허침해 감정서 작성 및 손해액 산정	중소·중견기업 대상 특허청 교육비 80% 지원	
9	08.27	변호사를 위한 상표소송 실무		
10	09.10	직무발명 보상액 산정 및 공동연구개발 계약		
11	10.01	영문 지재권 용어 및 영문레터 작성 노하우 2기		
12	10.22	연구원들을 위한 발명신고서 작성 2기	중소·중견기업 대상 특허청 교육비 80% 지원	
13	11.05	단계별 특허비용 및 기일관리 전략 2기		
14	11.27~28	특허소송 실무 및 최신 판례 동향 * 변리사 의무연수 인정		
소계		14회		-

(단위: 원)

지식재산 국제교육			
번호	일자	과정명	수강료
1	04.20~04.26 (5박 7일)	지식재산 실크로드_이스라엘(해외연수)	440만
2	9월 중 (8박 10일)	지식재산 실크로드_유럽(해외연수)	630만
소계		2회	-
합계		47회	

- 상기 과정은 상황에 따라 변경될 수 있으며, 자세한 사항은 <http://www.ipcampus.net> 에서 확인가능합니다.
- 노동부(고용보험 가입대상자): 교육비의 약 15% 환급 / 특허청(상호출자제한기업 외 대상): 교육비의 80% 환급
- 환급 중복 지원 불가, 특허청 지원 대상자 회원사 할인 제외

### 기업 맞춤형 방문 위탁교육



과정문의 및 연락처

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

# 불량식품 식별 요령법

부정, 불량식품 식별 요령법 #1



잠깐!!

포장지에 중요사항이 표시되어 있지 않은 경우, 무허가 식품을 의심해 봐야 합니다.

부정, 불량식품 식별 요령법 #2



잠깐!!

유통기한 표시가 스티커로 부착되어 있거나 표기가 조작한 경우 위조를 의심!

부정, 불량식품 식별 요령법 #3



잠깐!!

스티커 등을 이용하여 원래의 표시 사항을 가렸을 경우, 불법 수입 식품을 의심!

부정, 불량식품 식별 요령법 #4



잠깐!!

'최고', '가장', '주문해도' 등의 극단적 문구가 기재된 제품은 허위, 과다광고를 의심!





# 2013 충주세계조정선수권대회

2013. 8. 25 ~ 9. 1 충주탄금호국제조정경기장

World Rowing Championships, Chungju, Korea



## 입장권 예매 안내

예매기간 2013. 5. 7 ~ 8. 14

예매처 신한은행 인터파크 [sports.interpark.com](http://sports.interpark.com)

## 단 한번의 기회!!!

극한의 스포츠 조정!  
세계 정상 조정선수들이 벌이는  
뜨거운 레이스를 눈 앞에서 볼 수 있는  
절호의 기회!!



### 입장권구입문의처

2013 충주세계조정선수권대회조직위원회 기획본부(사업부)

TEL 043)850-6690~2FAX 043)851-0767

신한은행☎: 043-857-8950 / 인터파크 ARS 1544-1555 (스포츠3번)

[www.2013chungju.org](http://www.2013chungju.org)

후원 HYUNDAI 신한은행 충주기업도시 KTC KTC 충청북도 충주의료원 FURSYS

# 남녀가 함께 일하는 행복한 일터

## ■ 일·가정 양립 지원

### ● 근로자에 대한 지원

- ▶ 출산전후휴가급여
- ▶ 육아휴직급여
- ▶ 육아기 근로시간 단축급여

### ● 사용자에 대한 지원

- ▶ 출산육아기 고용지원금  
(비정규직 재고용시 및 육아휴직 등 부여시)
- ▶ 출산육아기 대체인력지원금(대체인력 채용시)
- ▶ 직장어린이집 운영 및 설치 지원

## ■ 고용상 차별개선

- ▶ 모집·채용 및 임금 등 근로조건 차별개선
- ▶ 직장내 성희롱 예방
- ▶ 적극적 고용개선조치

문의 ☎ 1350








# 복지가 주민과 가까워집니다!



## 우리동네 주민센터가 복지허브로!

2014년 2월부터 단계적 시행

	복지정보 종합안내	심층상담, 복지급여서비스 정보 패키지 안내
	복지서비스 신청 접수 확대	현재 143개 급여에서 단계적 확대
	개인별 맞춤 서비스	다양한 욕구파악 - 서비스 제공 등 맞춤 서비스 고용 - 복지 연계 강화
	방문서비스 활성화	방문간호사, 영양보호사, 독거노인 돌보미 등 방문형 종사자간 협업
	층층한 지역사회 보호	공공, 민간 협력 통한 사각지대 발굴

# 농산물 직거래 활성화 추진계획

## 직거래 유형별 맞춤형 지원

직매장			
	소포장·라벨 작업 공동작업장 설치 지원	직매장 운영에 필요한 판매대·냉장 장비 지원	재고, 생산 관리 등을 위한 경영정보관리시스템 구축
	직거래 장터		<p>대형 직거래 장터 추가 개설</p> <p>1개소 → 10개소</p> <p>2013년 → 2016년</p> <p>· 과천 경마공원 바로마켓 규모의 직거래장터</p>
직거래 장터 개설 장소 및 장터 시설 지원			
꾸러미			
	도농교류 행사 지원	택배 박스비 인하 추진	꾸러미박스 재활용 체계 구축
	· 공동작업장 및 ERP도 지원		

## 새로운 유형의 직거래 발굴 및 확산

직거래 페스티벌 개최			자금 지원대상 확대 등 자금 지원체계 개편
대형 유통업체의 직거래 참여 유도			직거래 시스템 구축

## 제도적 기반 조성

	(가칭)농산물 직거래 활성화 법을 제정		직거래 지원센터 설치 운영
	적극적인 홍보 전개		지자체·공공기관의 직거래 참여 활성화 유도
	결제비용 부담완화 검토		



# All

차량·좌석

## 전차량·전좌석 안전띠 이젠 필수입니다!

안전띠 미착용 시에는 **치사율 3배, 상해 가능성 10배** 증가되며,  
특히 차 밖으로 튕겨나갈 확률이 높아  
이 경우 24배나 높은 사망률을 나타냅니다.

떠 나 세 요  
대한민국 구석구석  
행 복 속 으 로  
당 신 만 의  
여름특집이 있습니다

하나, 둘 영차! 영차!  
힘든 것도 잊은 채 벌써 세 바퀴째입니다  
시원한 물살을 가르며 더위 식히기  
춘천 물레길에는 우리 가족의  
특별한 여름이 있습니다

| 춘천 물레길 |

**대한민국 구석구석 나만의 여름특집 이벤트**

대한민국에는 참 다양한 여행지가 있습니다. 당신만의 특별한 여름을 만들어 보세요

**이벤트1, 내가 추천하는 여름 여행지 이벤트2, 대한민국 구석구석 여름을 찍어라**

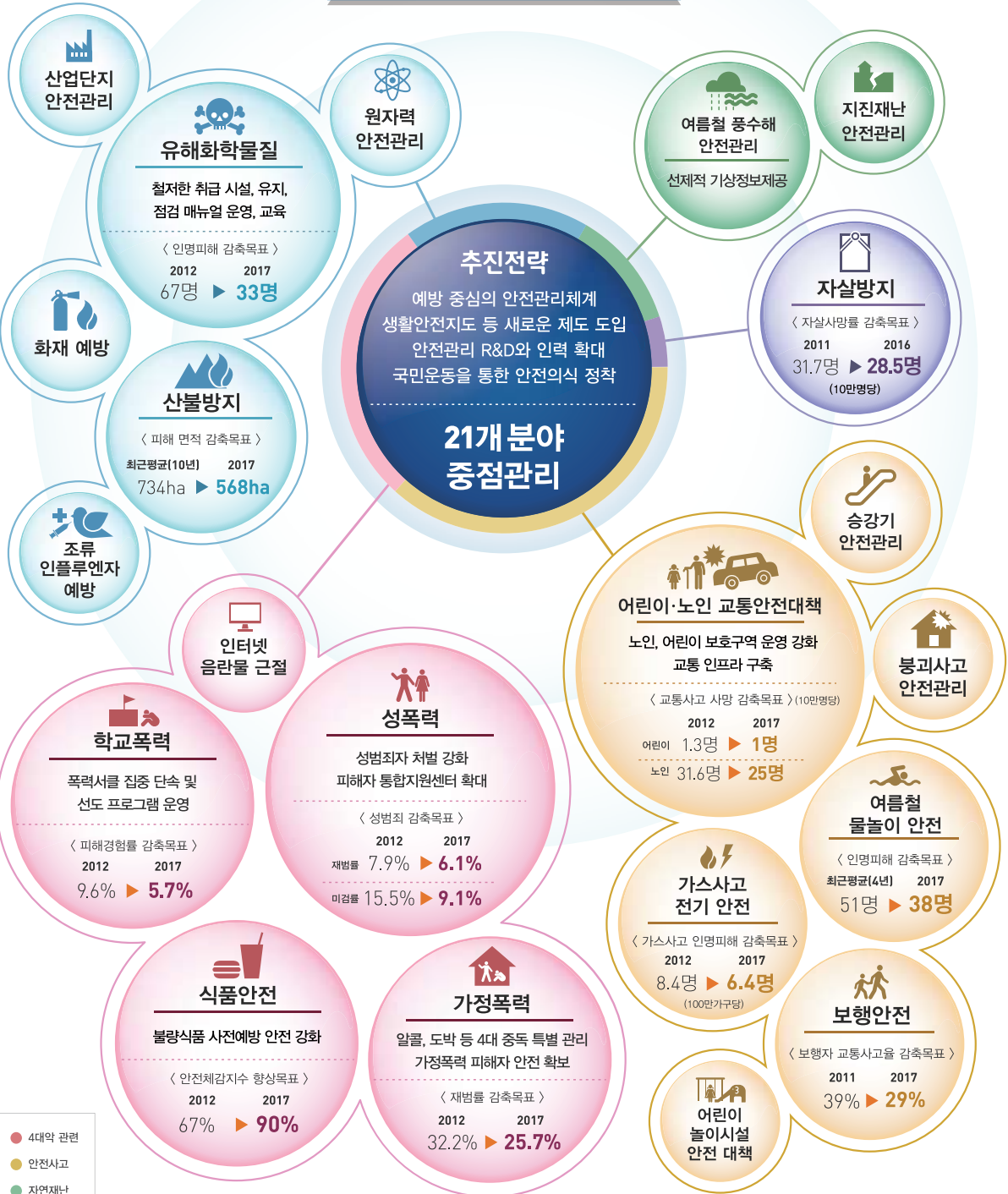
홈페이지에서 참여하시면 푸짐한 선물을 드립니다. 지금 대한민국 구석구석을 검색해 보세요. (2013.6.20.~8.31.)  
[summer.visitkorea.or.kr](http://summer.visitkorea.or.kr)

주최/주관 : 문화체육관광부, 한국관광공사

참여 기관 : 안전행정부, 농림축산식품부, 환경부, 해양수산부,  
문화재청, 산림청, 한국농어촌공사, 한국철도공사, 국립공원관리공단,  
시장경영진흥원, 한국지역정보개발원, 지리산권관광개발조합,  
한국어촌어항협회, 한국관광협회중앙회, 한국여행업협회

# 함께 만들어요! 4대악 없는 안전한 세상!

## 국민안전 종합대책



- 4대악 관련
- 안전사고
- 자연재난
- 사회재난
- 기타

**일**자리가 **생**겨나고, **일**터에서 **대**우받는  
**행복한 대한민국**을 **고용노동부**가  
만들어 가겠습니다.



**“달라집니다! 모두가 일하고 모든 일터가 즐거워지는 대한민국으로-”**



- 육아휴직제도가 확대됩니다.  
- 분할 사용 확대 (1회 → 3회),  
아동연령 상향 (만6세 → 만9세)
- 어린이집 이용이 수월해 집니다.  
- 국공립 · 공공형 · 직장어린이집 확충



- 공공 일자리가 늘어납니다.  
- 공공기관 정원 3% 이상 청년 의무고용
- 스펙보다 능력 중심의 채용 시스템이 정착됩니다.



- 정년이 60세로 연장됩니다.  
(‘17년 300인 미만 사업장)
- 근로시간 단축청구권이 도입됩니다.
- 재취업 및 창업안배를 위한 일자리 희망센터가 확대됩니다.



- 공무원 고용 비율과 장애유형별 특화훈련이 확대 됩니다.
- 중증장애인에 대한 친화직종이 매년 5종 이상 개발됩니다.





아이디어는 반짝! 미래경제는 활짝! —————

## 창조경제를 꽃피울 당신의 상상력을 응원합니다

국민 누구나 창의적인 상상력과 아이디어를 내고,  
과학기술과 정보통신기술을 융합하여 부가가치를 만들어내는 창조경제!  
아이디어만 있으면 실패해도 끊임없이 도전하여 성공하는 문화를 정착시켜,  
좋은 일자리는 나누고, 성장의 열매는 공유하는 희망의 새시대를 만들겠습니다

### 국민행복과 희망의 새시대를 여는 창조경제 실현 6대전략

- 창의성이 정당하게 보상받고, 창업이 쉽게 되는 생태계 조성
- 꿈과 끼, 도전정신을 갖춘 글로벌 창의인재 양성
- 벤처·중소기업의 창조경제 주역화 및 글로벌 진출 강화
- 창조경제의 기반이 되는 과학기술과 ICT 혁신역량 강화
- 신산업·신시장 개척을 위한 성장동력 창출
- 국민과 정부가 함께하는 창조경제문화 조성



미래창조과학부



문화체육관광부

한국언론진흥재단



# 공약가계부

## 재원대책

세입확충 <b>50.7조원</b>	세출절감 <b>84.1조원</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 국세 48.0                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 비과세·감면 정비 18.0</li> <li>· 지하경제 양성화 27.2</li> <li>· 금융소득 과세강화 2.9</li> </ul> </li> <li>✓ 세외수입 2.7</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 의무지출 조정 3.0</li> <li>✓ 재량지출 조정 34.8</li> <li>✓ 이차보전 전환 5.5</li> <li>✓ 국정과제 재투자 40.8</li> </ul>

**총 134.8조원**

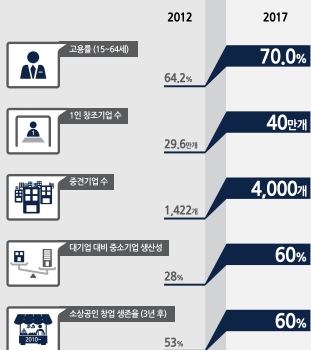
단위:조원

국민이 행복한 변화가 시작됩니다!

### 경제 부흥

**33.9조원**

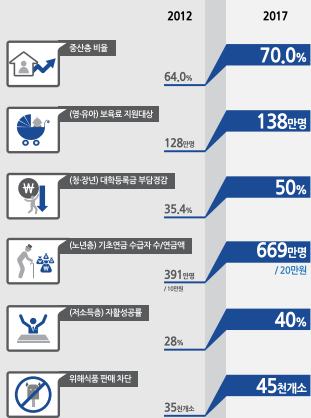
- 창업·중소기업 지원
- 과학기술 역량 강화
- 주거안정대책 강화
- 교육비 부담 경감



### 국민 행복

**79.3조원**

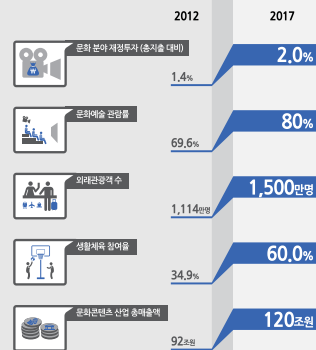
- 저소득층 맞춤형급여
- 노후생활 보장
- 행복한 임신과 출산
- 무상보육·무상교육 확대
- 민생치안 역량강화
- 국가재난관리체계 강화



### 문화 육성

**6.7조원**

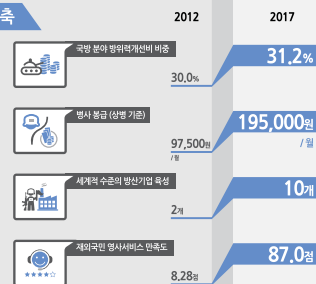
- 문화재정 2%
- 문화격차 해소
- 콘텐츠 산업 육성



### 평화통일 기반 구축

**17.6조원**

- 방위역량 강화
- 보람있는 군복무
- ODA 지속확대





# “한 사람 100W 줄이기 꼭 함께 해요!”

모두가 힘을 모으면 올 여름 전력위기도 이길 수 있습니다



**문 닫고 냉방으로 더 시원하게!**  
절전하는 시원한 가게에서 쇼핑해요



**여름철 건강온도 26°C!**  
시원한 옷차림에 건강온도 지켜주세요



**오후 2시~5시에는 절전 실천!**  
하루 중 전기가 가장 부족한 시간은 오후 2시~5시입니다



**안 쓰는 플러그 뽑기는 기본!**  
플러그 뽑기(대기전력 차단)만으로 6%의 전기요금을 아낄 수 있어요



‘한 사람 100W 줄이기 캠페인’에 동참하는 방법

- ① TV 1대 끄기
- ② LED등 2개 갖기
- ③ 에어컨 30분 쉬기

※문열고 냉방, 26°C 온도제한 등의 점검시간은 평일 오후 2시~5시입니다.(주말·공휴일 제외)