

INVENTION & PATENT

2010 April

04

발명
특허



INVENTION & PATENT

Special Issue

[포커스]

지식재산권으로
히트상품을
만들어보자!

[Zoom In]

'COFFEE' 와 '지식재산권'

[JIPA 심포지엄]

위기를 넘어서
2010년 제9회 JIPA 심포지엄
참관 방문기

[발명칼럼]

잠자는 발명과 자연의 정복

CONTENTS

IP Report

10 포커스 _ 지식재산권으로 히트상품을 만들어보자!

18 Zoom In _ 'COFFEE' 와 '지식재산권'

22 JIPA 심포지엄 _ 위기를 넘어서
2010년 제9회 JIPA 심포지엄 참관 방문기

29 발명특허 기네스 _ 우리나라 최초 학생발명반응 교재

30 특허기술이전사업화 성공사례 _ (주)푸드사이언스

35 지식재산권 용어사전

36 특허확대경 _ 상표의 보호 대상

41 특허 Q&A _ 무엇이든 물어보세요~!

42 특허확대경 _ 글자체디자인과 관련된 사례

IP Column

48 발명강좌 _ 자기 분수에 맞는 삶

53 우표로 본 인물과 역사

54 발명칼럼I _ 잠자는 발명과 자연의 정복

59 발명 365

60 발명칼럼II _ 특허강국을 유지하려면 특허교육의 활성화가 필요하다

65 발명에세이 _ 인생의 중추역에 이른 선배 발명인들을 보면서

68 지식재산강의 _ 상표법, 특허법

75 책과의 만남

82 안내

IP Information

84 발명만화 _ 아무도 몰랐던 물래발명이야기

86 건강하게 삽시다 _ 운동권장량이란?

88 재미있는 퍼즐

IP News

92 KIPO 소식 _ 특허청 소식

98 KIPA 소식 _ 한국발명진흥회 행사 및 소식

100 회원가입을 축하합니다



98



98



99

Invention & Patent April 2010 Vol. 405

발행일 2010년 4월호 제35권 제4호(통권405호) 발행처 한국발명진흥회(서울시 강남구 테헤란로 131 한국지식재산센터 _ 우 135-980) 02)3459-2800(대) 발행인/편집인 허진규
 인쇄인 이평원 인쇄처 휘문인쇄사 (02)2276-1234 인쇄 2010년 4월 5일 발행 2010년 4월 9일 한국발명진흥회 회지 월간 발명특허
 • 본지는 한국도서잡지윤리위의 실천요강을 준수합니다. • 본지에 게재된 기사와 본회의 견해와는 다를 수도 있습니다.



K!W!E
2010

K O R E A

재미있는 여성발명품 다 나와라!

I N T E R N A T I O N A L

2010대한민국

W O M E N ' S

세계여성발명대회

I N V E N T I O N

E X P O S I T I O N



2010대한민국세계여성발명대회 / 대한민국여성발명품박람회

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

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

※ 대회와 함께 「2010대한민국세계여성발명포럼」(5,7)과 「세계여성발명기업인 워크숍」(5.10~13)도 개최됩니다. 참가비는 없으며 행사와 관련된 자세한 사항은 행사홈페이지(www.kiwie.or.kr)를 참조해 주십시오.

주 최 | 특허청
 주 관 | 한국여성발명협회
 후 원 | 세계지식재산권기구
 협 찬 |

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





2010년 주요 국제발명품전시회 일정

참가전시회

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

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

의뢰된 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 포털 사이트 (<http://www.designmap.or.kr/>)



지식재산권
이러닝
무료교육
사이트
사이버국제특허아카데미
- learning

사이버국제특허아카데미 신규 콘텐츠 오픈

www.ipacademy.net

new

산재권 절차 및 IP 경영과 관련한 정보를 필요한 내용만 쏙~ 알 수 있는 과정

FAQ로 알아보는 산재권 절차 및 IP 경영

학습 대상

기업 연구소 재직자, R&D 분야 종사자

학습대상

학습목표

- 산재권 절차 및 IP 경영과 관련한 정보를 특허청이나 사이버국제특허아카데미 사이트를 통해서 효과적으로 제공받을 수 있다.
- 기존의 FAQ가 가지고 있던 텍스트 위주의 어렵고 딱딱한 방식에서 탈피해서 다양한 멀티미디어 요소를 이용해서 내용에 대한 이해를 쉽게 할 수 있다.

학습 분량

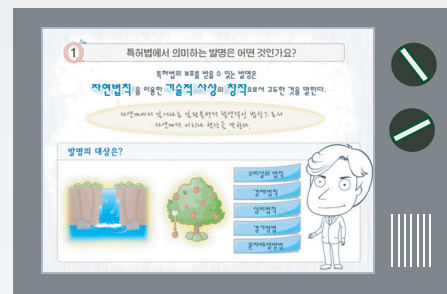
FAQ 69문항

강사

함수영 대표 (㈜원니스)

주요학습내용

- 기존의 웹 FAQ의 역할에 e-learning의 개념을 접목시켜서 효과적인 정보전달이 가능하도록 한다.
- 어렵고 딱딱한 내용을 플래쉬 애니메이션, 동영상, 이미지등의 효과를 이용해서 마치 눈앞에서 설명해 주듯이 구성되어 있다.
- 웹에서 일방적인 정보전달의 역할을 음성 및 영상을 사용한 직접 설명 방식으로 흥미를 유발한다.



수강신청

지금 신청하세요!

모든 과정이 무료

접호의 찬스

놓치지 마세요!

FAQ



수강신청방법

1. <http://general.ipacademy.net> ->
2. 로그인(회원가입) ->
3. 사이트 메인 메뉴 "강의보기"->"전체과정" 선택
4. 원하는 강좌 수강신청 ->
5. '나의 강의실' 수강

2010년 기술금융(보증)연계 평가비용 지원사업 공고

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

▶ 지원자격 및 대상

신청일 현재 등록된 특허권을 사업화하는 중소기업

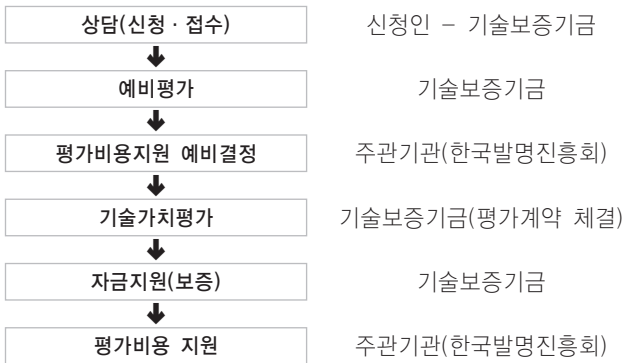
▶ 지원한도

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

▶ 신청접수

예비결정 및 지원확정 신청 접수는 수시('10. 3. 15 ~ 선착순 마감)이며, 자세한 사항은 기술보증기금에 문의하시기 바랍니다.

▶ 지원절차



▶ 취급점 및 보증상대처

- 취급점 : 기술보증기금 각 지역 기술평가센터
- 보증 상대처 : 금융기관

▶ 문의처

- 기술보증기금 서울중앙기술평가원 : 문의전화 02-567-6800(870)(<http://www.kibo.or.kr>)
- 한국발명진흥회 사업화지원팀 : 문의전화 02-3459-2941,2934(www.kipa.org)
- 기술보증기금 홈페이지(www.kibo.or.kr) "지역별 영업점 검색" 참조

지역 기술평가센터	연락처	지역 기술평가센터	연락처	지역 기술평가센터	연락처	지역 기술평가센터	연락처
가산	02)2028-5566	수원	031)212-1331	강남	02)563-4020	안산	031)401-0260
광주	062)361-1134	안양	031)459-2071	구로	02)859-4321	울산	052)268-8721
대구	053)424-8751	원주	033)748-2292	대구서	053)652-1861	인천	032)429-5813
대전	042)483-7451	전주	063)251-9890	부산	051)466-1920	종로	02)738-7980
부천	032)327-1451	창원	055)289-8401	서울	02)785-2040	천안	041)552-2811
서초	02)3476-7265	청주	043)296-4700	성남	031)781-1011	화성	031)366-4411
송파	02)3432-8031						

2010 말레이시아국제발명품전시회

출품참가자 모집

우리회는 매년 국내발명품의 우수성을 해외시장에 홍보하고, 제품 및 기술 수출과 시장개척의 계기를 마련하여 국가산업발전의 일익을 담당하고자 2010 말레이시아국제발명품전시회의 출품 참가자를 아래와 같이 모집하오니 많은 참가 바랍니다.

▶ 전시회 개요

- 전시명 : 2010 말레이시아국제발명품전시회
(영문) : 21st International Inventions, Innovation & Technology Exhibition
- 기 간 : 2010. 5. 14(금) ~ 5. 16(일) [3일간]
- 장 소 : Kuala Lumpur Convention Centre(KLCC)
- 주 최 : Malaysian Invention & Design Society(MINDS)
- 규 모 : 12개국 600여 점(2009년)

▶ 출품료

- 직접출품 : 4,500,000원(개인) / 6,500,000원(기업)
- 위탁출품 : 3,300,000원(개인) / 5,300,000원(기업)

▶ 출품자 특전

- 개인 및 중소기업자의 전시회 직접경비(부스료, 통역비 등)에 한하여 정부보조금을 연말에 예산범위 내에서 안분조정하여 출품자에게 지급
- 동 전시회에 출품한 발명품에 한하여 우리회 인터넷 홈페이지 사이버전시관에 홍보지원
- 발명의 날 포상 신청 시 수상자에게 한하여 가산점 부여

▶ 신청기간 : 2010. 3. 15 ~ 4. 14

▶ 신청서

- 우리회 홈페이지(www.kipa.org) 내 전시행사사업공고에서 모집요강 다운로드 및 신청서 작성후 우편 및 전자우편(skh@kipa.org)으로 접수

▶ 문의처 : 한국발명진흥회 발명진흥팀(전화 : 02-3459-2796)

제23회 대한민국학생발명전시회

(제12회 전국교원발명품경진대회)

개 최 안 내

▶ 목 적

- 학생들의 발명아이디어를 발굴·시상하여 창의적인 발명인재 육성에 기여
- 우수학생 발명품을 전시하여 학생들의 발명의식 고취 및 발명문화 확산

▶ 전시기간 : 2010. 8. 13(금) ~ 8. 22(일) 10일간

- 개 막 식 : 2010. 8. 13(금) 10:30
- 시 상 식 : 2010. 8. 13(금) 11:00
- 전시장소 : 국립과천과학관

▶ 행사 추진기관

- 주최/주관 : 특허청/한국발명진흥회
- 후 원 : 교육과학기술부, 지식경제부, 국립과천과학관, 대한상공회의소, 중소기업중앙회, 전국경제인연합회, 한국무역협회, 대한변리사회, 한국특허정보원, 한국여성발명협회

▶ 출품신청

- 접수기간 : 2010. 3. 15(월) ~ 4. 15(목)
- 신청방법 : 온라인신청 (우편접수 불가)
※ 온라인 신청 절차 및 각종 전시회 안내 매뉴얼은 홈페이지에서 확인
- 문 의 처 : 02)3459-2752 (창의인재육성팀)

▶ 시상

- 대통령상(1), 국무총리상(1) 등 개인시상 총 202(장려상 이상) 작품 시상
- 단체상 및 교원전(교육과학기술부 장관상 등) 시상

▶ 특전

- 해외연수 참가(예정)
 - 학생 : 금상 이상 수상학생
 - 교사 : 금상 이상 지도교사 및 교원전 은상 이상 수상자
- 발명캠프 참가
 - 대상 : 학생전 장려상 이상 수상학생
- 모형제작 및 상설전시
 - 금상 이상 작품에 대하여 전시 종료 후 1년간 상설 전시를 통한 홍보기회 부여
- 수상작의 출원 자문 지원
 - 은상 이상 수상작에 대하여 공익변리 상담센터를 통한 특허, 실용신안 출원 자문 및 명세서 작성 지원

2010년 제2차 국제출원비용지원사업 안내

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

▶ 사업목적

- 우수특허기술의 국제출원비용을 지원하여 특허기술의 해외권리화 촉진 및 기술경쟁력 확보

▶ 지원대상

- 개인 또는 중소기업이 국제출원한 특허, 실용신안, 디자인(※상표는 제외)
 - ① PCT 국제출원의 경우, 신청일 현재 국제공개일 기준 3년 이내의 국제출원건
 - ※ PCT 국제출원: PCT만 출원 한 경우/PCT를 통해서 개별국 진입한 경우
 - ② 개별국 직접출원의 경우, 신청일 현재 개별국 출원일 기준 3년 이내의 국제출원건
 - ※ 개별국 직접출원: PCT없이 개별국으로 직접 출원한 경우

▶ 지원내용

- 국제출원비용 : 1인당 5건, 특허, 실용신안 건당 700(디자인 200)만 원 이내
 - ① 개별국 1국을 1건으로 처리함
 - ② 수혜자로 선정된 이후 신청시점에 지출한 PCT국제출원비용을 포함하여 5년 이내의 소요 비용 지원

▶ 지원절차

- ① 사업 신청 및 접수
- ② 선정심사회의(1단계:방식심사, 2단계:기술성평가, 3단계:최종선정심사)
- ③ 최종수혜자 선정
- ④ 지원

▶ 신청방법 및 접수기간

- 온라인은 신청서 접수만 진행되며, 모든구비서류는 반드시 우편 또는 방문접수 해야함
 - 온라인 신청하기(www.kipa.org) → 로그인 → 참여마당 → 사업신청 → 우수특허사업화 패키지지원사업
 - ※ 우편은 마감일 소인분에 한함
- 접수기간(2차) : '2010. 4. 1. ~ '2010. 6. 30.(수혜자선정 통보는 8월 말 예정)
 - ※ 접수기간(3차, 예정) : '2010. 7. 1.~ 9월 초

▶ 문의처

- 주 소 : (135-980) 서울 강남구 역삼동 647-9 한국지식재산센터(18층) 한국발명진흥회 사업화지원팀 국제출원비용서류 제출
- 한국발명진흥회 사업화지원팀 : 02-3459-2940, 2933, 2932
- 한국무역협회 고객지원실 : 02-6000-5277, 5253

R eport

포커스, Zoom In, JIPA 심포지엄, 발명특허 기네스,
특허기술이전사업화 성공사례, 지식재산권 용어사전,
특허확대경, 특허 Q&A, 특허확대경

ASSIGNMENT OF REAL ESTATE CONTRACT

received, which is acknowledged,
all interest and benefit

(assignor name)

(the "Assignor")

In an agreement of purchase and sale of

(the "Vendor")

(the "Assignor")

10 포커스 18 Zoom In 22 JIPA 심포지엄 29 발명특허 기네스 30 특허기술이전사업화 성공사례
35 지식재산권 용어사전 36 특허확대경 41 특허 Q&A 42 특허확대경

지식재산권으로 히트상품을 만들어보자!

골프 퍼터 編

봄을 시작하며…….

이 글을 쓰고 있는 3월 22일 현재도 매서웠던 겨울을 안타까워하는 눈이 휘날리고는 있지만, 조만간 노랗고 명랑한 개나리와 수줍은 듯 하늘하늘한 연분홍 벚꽃이 우리를 반기며 달려올 것을 우리는 알고 있다. 그러기에 ‘봄’은 많은 이들을 희망에 부풀게 한다.

특히나, 지난 긴 겨울을 지하의 어두운 스크린 골프방에서 보내야 했던 골퍼들에게, 봄은 특별한 싱송생송함을 불러일으킨다고 할 수 있다. 필자는 필드는 커녕 스크린골프도 아직 경험한 적은 없으나, 지인들의 축구에 의해 2010년에는 반드시 배워보겠다는 마음을 가지고 있다. 하여, 공부도 할 겸, (왕초보이긴 하지만) ‘변리사’라는 직업의 이점을 활용하여, “특히로 손쉽게 배워보는 골프장비 - 퍼터 編”을 시작해보고자 한다.

드라이버는 쇼, 퍼팅은 돈

골퍼가 18홀을 돌면서 가장 많이 사용하는 클럽은 무엇일까? 당연히 퍼트이다. 퍼팅은 18홀 중 특별한 경우를 제외하고 핸디캡 5-30정도의 골퍼는 약 35-45번을 시도하게 된다. 시원한 드라이버를 날리고도 그린에서 두 세번의 퍼팅으로 홀아웃을 한다면, 라운드가 끝난 뒤 눈덩이처럼 불어난 스코어에 깜짝 놀라게 되는 것이 골프다. 아무리 드라이버로 볼을 멀리 좋은 곳에 보낸들 3퍼트를 한다면 스코어는 당연히 나쁠 수밖에 없다. 18홀에서 홀당 2퍼팅 한다면 36타. 72타 이븐파의 절반이다. 그만큼 골프에서 중요한 것이 퍼팅이며, 스코어를 줄이기 위한 골프애호가들의 관심은 퍼터에 집중되어있다고 해도 과언이 아니다.

드라이버나 아이언에 비해 짧은 거리에 사용되는 클럽이라는 점에서 대부분의 골퍼들은 퍼터선정에 신중하지 못하

다고 한다. 하지만 프로는 그와 반대로 퍼터선정에 신중을 기한다. ‘골프황제’ 타이거 우즈는 특히 퍼터에 대한 애착이 강하기로 유명하다. 우즈는 프로 입문 이후 타이틀리스트에서 나이키골프로 클럽을 교체하였고, 드라이버부터 아이언, 페어웨이우드 에 이르기까지 모두 새로운 스폰서인 나이키골프의 클럽으로 교체했다. 하지만 한가지, 퍼터만큼은 타이틀리스트의 스코티 카메론을 고집하고 있다. 섬세한 플레이를 결정짓는 클럽인 퍼터이기에, 손에 익숙하고 자기 스타일에 부합하는 퍼터를 유지하는 것이다.

퍼터는 길이·헤드무게·헤드디자인으로 분류되는데, 길이는 보통 33~34인치이며 무게는 골퍼 개인에 따라서 다르다. 결국, 수백가지의 퍼터들은 주로 헤드디자인에 의해서 좌우된다고 해도 과언이 아니다. 헤드의 모양과 헤드-샤프트의 연결방식에 따라서 일반적으로 말렛형, L자형, T자형으로 구분된다. 이중 T자형은 너무 민감하고 실수의 보완성이 좋지 않아 잘 사용되지 않고 있고, L자형과 말렛형이 주로 사용되고 있다. L자형 퍼터는 말그대로 L자를 닮은 전통적인 모양의 퍼터이고, 말렛형은 헤드의 뒤쪽을 길게 뻗은 형태를 갖고 있다. 참고로, USGA 규정에 의하면 퍼터의 앞뒤 길이는 퍼터면의 길이보다 길게 하지 못하도록 되어 있다고 한다. 몇 년 전까지는 말렛형 또는 독특한 헤드를 가지는 퍼터들이 상당한 인기를 얻었으나, 최근에는 클래식한 L자형이 다시 인기를 얻고 있다.

‘잘 되면 실력 탓, 안 되면 퍼터 탓’ 이라고 퍼팅이 잘 되지 않는다고 애꿎은 퍼터에 화풀이 하는 골퍼들이 많다고 한다. 퍼터의 정확한 기능을 꼼꼼히 따져 보고 나에게 맞는 퍼터를 선택한다면 퍼팅의 성공률을 훨씬 높일 수 있을 것이다.

Nike Golf IC 20-15

IC 퍼터의 IC는 영어로 ‘보인다’ 는 의미인 ‘I See’ 에서 따온 것으로 퍼팅 시 집중력을 향상시켜 준다는 뜻을 담고 있다. 나이키골프는 퍼팅 시 불필요한 요소들을 제거하기 위해 클럽의 색채·모양·명암 등에 관한 여러 가지 테스트를 실시해 반사 제거 등을 실현시켰다. 이로 인해 퍼팅 시 가장 중요한 부분만 시야에 들어올 수 있도록 만들어 좀더 집중할 수 있도록 고안했다. 말렛 퍼터의 장점인 넓고 긴 스코어 라인과 페이스 면

[그림 1] 볼을 가장 여유 있게 즐길 수 있는 운동은 골프가 아닐까?



[그림 2] 퍼팅에 신중을 기하는 타이거우즈



[그림 3] 힐·토의 무게배분이 가능하도록 설계된 Titleist 社의 Scotty Cameron 퍼터



〔그림 4〕 글리프스社에서 만든 1억 원짜리 퍼터. 장인 5명과 3년간 연구 끝에 완성한 것으로, 60여 개의 다이아몬드와 5천만 원 상당의 금으로 이루어진 제품(?)이다. 손잡이는 철갑상어 가죽에 7차례 옷칠을 했다. 물론, 국산이다.



〔그림 5〕 나이키 IC퍼터 평면사진



〔그림 6〕 나이키 IC의 전면사진



부터 헤드 후방으로 이어진 독특한 삼각형 모양의 디자인이 특징이다.

나이키 IC퍼터의 국내 특허번호는 공개특허 10-2101-0029840으로서, “조준 시각화가 향상된 퍼터”라는 명칭으로 국내에서 심사가 진행 중이다. 발명자는 스티테스 존 토마스 외 4인으로서, 명세서의 발명의 상세한 설명의 배경기술 [0004] ~ [0005] Part를 참조하면 『퍼트는 골퍼가 특정한 방향의 타격에 대해 퍼트의 속도를 적당하게 조절한다면 여러 방향의 범위 내에서 타격될 수 있다. 그린의 경사도를 읽고, 라인과 속도를 결정한 후에, 퍼터를 이용하여 원하는 방향 및 원하는 속도로 볼을 타격해야 한다. 이를 판단 또는 실행 중 편차로 인해 잘못된 퍼트가 될 수 있음』을 지적하고 있다.

특히나 [0005]에서 『골퍼는 자신의 몸을 퍼트 판독 위치로부터 퍼트 어드레스 위치로 옮기기 때문에, 원래 라인의 트랙을 잃어버리거나 무심코 오조준할 수 있음』을 언급하고 있다.

이러한 문제들은 클럽 헤드 자체의 반짝이는 표면, 예리한 코너 또는 에지 등의 시작 전 주의산만요소로 인해 발생하고 있으며 이러한 방해요소들을 해결하기 위하여 본 기술을 개발하였음을 공개특허 10-2101-0029840를 통하여 주장하고 있다.

나이키 社는 이러한 문제점을 해결하기 위하여 『㉔볼 타격면 및 볼 어드레스 쪽에서 보았을때 클럽의 윗면의 대부분이 ㉔그린의 색상과 실질적으로 섞여 어우러지는 녹색, 흑색, 갈색 등으로 채색된 클럽 헤드 본체와 ㉕클럽의 윗면 일부가 밝은 색상으로 형성되는 조준 보조부와 ㉖그린의 색상과 어우러지는 무광의 어두운 색을 가지는 샤프트 및 ㉗그립』으로 이루어진 퍼터를 제시한다.

대표청구항인 청구항 1항은 『볼 타격면 및 볼 어드레스 배향으로부터 보았을 때의 상부면을 갖고 있고, 이 상부면의 대부분은 비반사 무광 마감부를 갖고 있고, 이 무광 마감부의 색상은 골프 그린의 잔디의 색상과 실질적으로 섞여 어우러지거나 실질적으로 일치하도록 선택되는 클럽 헤드 본체; 및 상기 상부면 상에 제공되거나 상부면의 일부로서 일체로 형성되고, 하나 이상의 고대비 색상으로 이루어져 상기 클럽 헤드 본체의 상부면의 대부분보다 적게 그 상부면을 덮는 조준 보조부를 포함하는 퍼터 헤드』로 되어 있으며, [그림9]에 도시된 바와 같이 그 시각적인 효과로 인하여 타격면에 대한 집중도가 증가한다.

이러한 나이키 社의 발명에 의하여, 골퍼가 보다 양호하게 조준한 상태를 유지할 수 있으며, 퍼팅 중에 시각적 주의산만을 피할 수 있게 할 수 있다. 실제로, 골퍼들 사이에서 나이키 社의 새로운 IC퍼터는 조준 보조부 이외의 part가

모두 어두운 색으로 구성되어 퍼팅 시 시각적 집중력을 유지시키는데 많은 효과가 있는 것으로 증명되고 있어, 판매량이 급속히 증가하고 있다.

Cleveland VP Putter Mallet

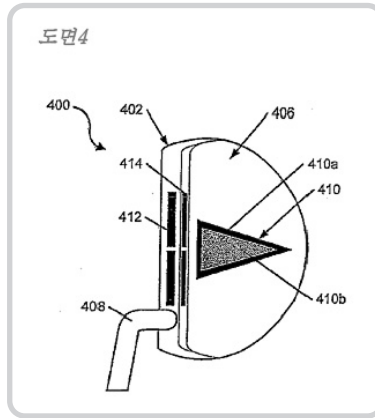
VP 퍼터 라인인 액세스 얼라인먼트 기술을 도입하여 퍼팅 라인이 곧게 나가는 것에 방해가 받거나 퍼팅 자세가 일정하지 않은 골퍼들에게 큰 도움을 주도록 디자인되었다. 듀얼 액세스 얼라인먼트 기술은 골퍼들로 하여금 손이 제자리에 놓여있지 않거나, 시선이 정확하게 위치하고 있지 않다는 것을 직시하고 이를 수정할 수 있도록 해주며, 골퍼의 시선과 퍼팅 타겟 라인이 일치하지 않으면 말렛형과 블레이드형 모두 골퍼들이 이해하기 쉬운 방법으로 라이가 플래인지 업라이트인지 지적해 준다.

클리블랜드社は 샌드웨지로 더욱 유명한 회사이긴 하지만, VP퍼터의 정확성에 힘입어 퍼터 분야에서도 상당한 도약을 이룰 수 있었다. 이러한 VP퍼터의 과학적 원리는 미국특허 7,083,525호에 의하여 보호되고 있으며, 클리블랜드社の 퍼터기술 중 정렬기술은 미국특허 6,692,378호에 의해서 보호되고 있다.

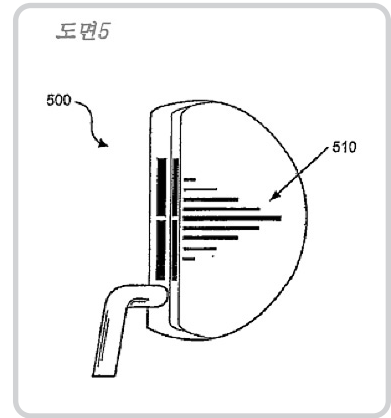
오네스트의 '가늌자 퍼터'

정확한 퍼팅을 하기 위하여 많은 사람들은 골프공에 새겨져 있는 골프공의 브랜드 이름을 흘킴 방향으로 맞춰놓고, 수직이 되도록 퍼터를 조준하게 된다. 골프장에서 각도기를 사용하고 싶은 마음은 굴뚝같지만, 실제로 각도기를 쓸 수도 없으려니와, 그러한 행동은 '모양새'가 좋지 않은 것이 사실이다. "모양새"도 살면서, 빠르고 정확한 퍼팅을 할 수 있게 해주는 오네스트의 '가늌자 퍼터'야말로, (상당히

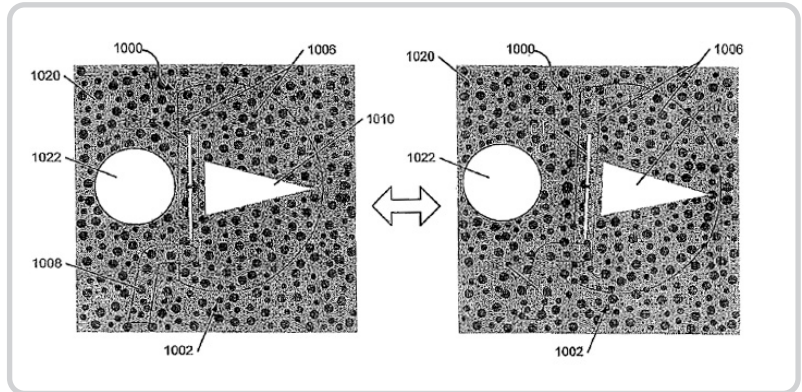
[그림 7] IC퍼터의 평면도 1



[그림 8] IC퍼터의 평면도 2



[그림 9] 나이키의 IC퍼터를 사용할 경우, 골프공과 조준 보조부 이외에는 전부 어두운 색상이기 때문에, 집중력 있는 퍼팅을 할 수 있게 된다.



[그림 10] 클리블랜드社の VP퍼터 시리즈



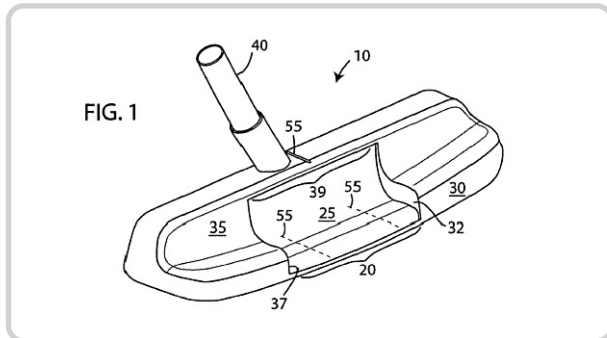
[그림 11] 블레이드형 VP퍼터



[그림 12] 클리블랜드사의 퍼터는 눈의 위치를 기준으로 퍼터를 정렬시켜주는 원리로 퍼팅의 정확성을 높인다.



[그림 13] 미국특허 7,083,525에 기재되어 있는 클리블랜드 사의 퍼터



[그림 14] 오네스트 사의 '가늀자 퍼터'. 25만 원이라는 낮은 가격에도 불구하고, 그 정확성은 칭찬을 아끼지 않을 만큼 높다.

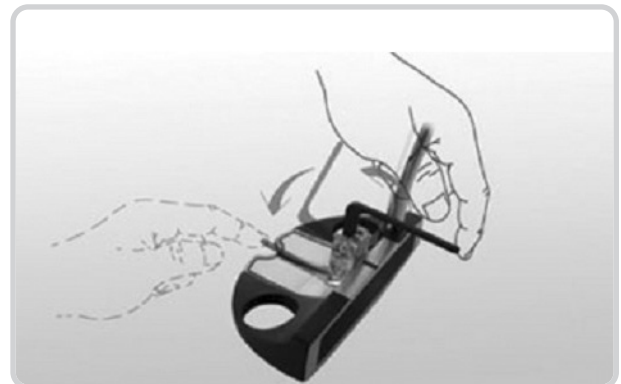


간단한 아이디어이긴 하지만 퍼터의 일대 혁신이라고 하지 않을 수 없다. 물론, ‘가늀자’ 이외의 부분에 대한 신뢰도가 높지 않은 상황이긴 하지만, 빛나는 ‘아이디어’로 멋진 국산 퍼터를 완성시켰고, 이 퍼터에 대한 시장의 반응도 좋다는 사실에 뿌듯함을 느끼며, 본 지면을 빌려 소개하고 싶어졌다.

이러한 퍼터의 사용이 KPGA 규정에 위배되는지 여부는 초보자인 필자로서는 알 수 없으나, 특허등록은 가능할 것이다. 발명자인 장중현씨는 위와 같은 ‘가늀자 퍼터’를 2008년 6월 3일 출원하면서 ‘골프용 퍼터의 조준장치’라는 명칭을 부여하였고, 초기공개신청이 되어 2008년 6월 23일 공개되었다.

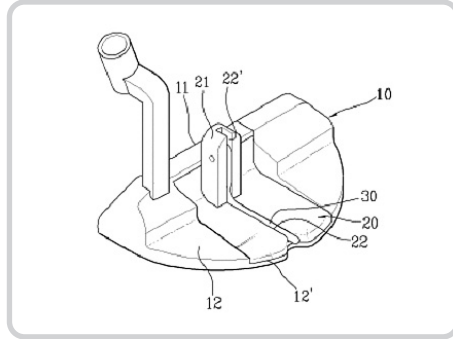
발명자는 청구항 1에서 『퍼터의 헤드에 공이 접촉되는 페이스와 이의 후방으로 연장되게 플레이트가 구비된 것에 있어서, 상기 플레이트(12)의 상면 중앙부에 안착부(12')가 형성되어 페이스(11)의 후면 중앙에서 돌출되게 수직으로 위치하는 지지구(21)를 갖춘 인서트부재(20)가 부착되고, 상기 페이스(11)의 중앙부에 일치되는 라인의 인서트부재(20)와 지지구(21)에는 자리홈(22)(22')이 형성되어 이에 지지구(21)의 상부에 고정된 핀축(31)을 기점으로 페이스(11)의 상부에서 직교되게 전개되는 가늀자(30)가 설치되며, 상기 지지구(21)의 자리홈(22')에는 가늀자가 전개되고 안착될 때 자력에 의해 부착력을 발휘하는 자석(40)이 구비된 구성을 특징으로 하는 골프용 퍼터의 조준장치』를 기재하여 출원하였다.

[그림 15] “L”자형 가늀자의 끝부분을 펴서 사용한 후, 원위치시켜 휴대 및 보관한다.

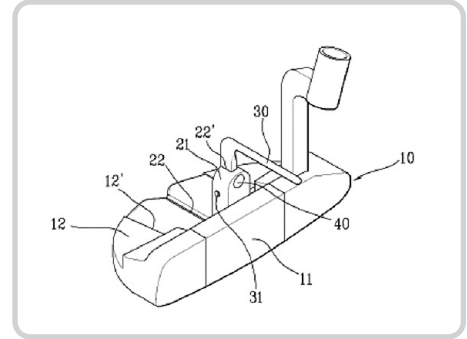


독립항을 이루는 구성요소를 좀 더 상위개념의 용어들로 포괄적으로 기재하고, 종속항을 다양하게 설정하여 권리범위를 넓게 설정하는 것이 바람직할 것으로 판단되기는 하나, 발명을 정확히 묘사하고 있으므로 개발 완료된 결과물을 보호하기에는 문제가 없다고 판단된다.

[그림 16] 보관상태로 놓인 가늘자



[그림 17] 사용상태로 놓인 가늘자



아라리 퍼터

옷이 몸에 맞지 않을 경우, 어떻게 해야 할까?

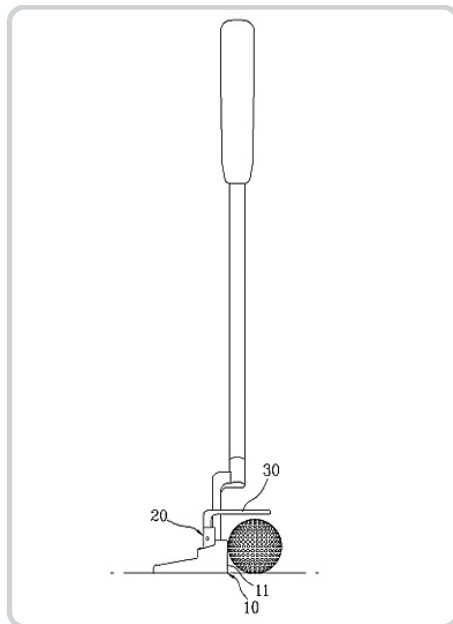
첫 번째 방법으로, 몸에 맞는 옷을 골라서 사입으면 된다. 우리가 백화점에서 기성복을 입을 때 보통 이러한 방법으로 한다. 골프 퍼터도 역시, 몸에 맞는 퍼터를 고르는 것이 일반적이다. 하지만, 이러한 방법은 적합한 퍼터를 찾는 데 시간도 오래 걸리고, 잘못 선택할 경우 비용이 추가적으로 들어간다는 경제적 문제가 발생한다.

그렇다면, 두 번째 방법인 “옷을 몸에 맞추는” 방법을 사용해야 한다. 물론, 비싸다. 맞춤옷은 대개 기성복보다 몸에 잘 맞지만, 비싸고 튜닝에 많은 시간이 소요된다. 골프클럽 역시 마찬가지인데, 커스텀 샵에서 자기 몸에 맞는 클럽을 맞춰서 사용하는 방법이 이에 해당한다고 하겠다.

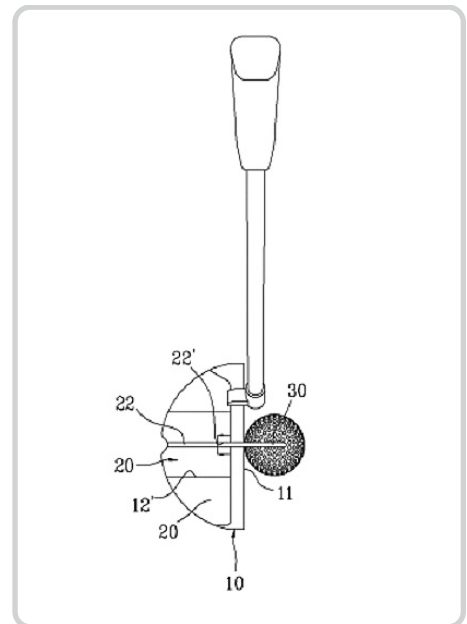
마지막 방법은 “기성복을 그때그때 수정해서 입는 방법”이라고 할 수 있다. 가격도 적당하고, 그때그때 상황에 따라 변형해 입을으로써 만족도를 높일 수 있다. 국내 토종 퍼터 제작회사인 아라리골프(www.ararigolf.com)의 ‘아라리 퍼터’도 역시, 위와 같은 “즉성튜닝이 가능한 기성복”과 같다고 하겠다.

이 제품의 가장 큰 특징은 컨벡스 페이스라는 독특한 기술을 갖춘 ‘스위트스팟’을 보통 퍼터의 1.5 배 이상으로 크게 만든 것이다. 직해성과 타구감이 아주 좋고, 헤드는 원근감의 원리와 착시현상을 응용하여 특수 고안 제작되

[그림 18] 사용상태에서의 전면



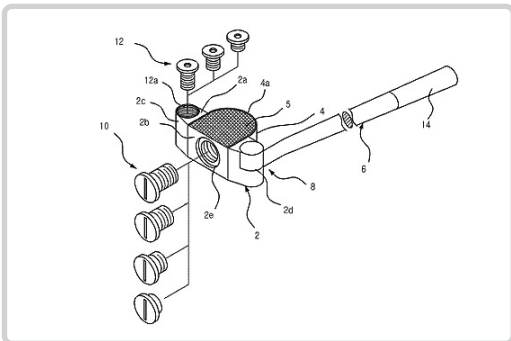
[그림 19] 사용상태에서 평면도



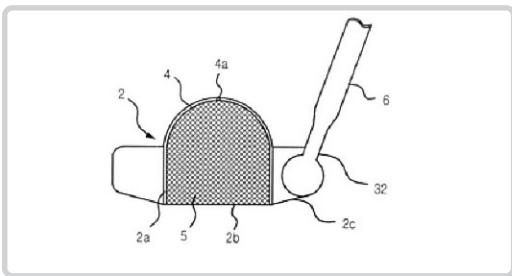
[그림 20] 퍼터의 모든 part를 즉석 튜닝할 수 있는 국산 '아라리 퍼터'



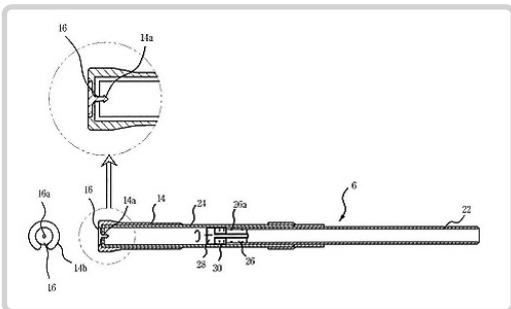
[그림 21] 아라리 퍼터의 도면. 중심무게조절용 추(10)로 퍼터의 중심 무게를 조절할 수 있다.



[그림 22] 일반 퍼터에 비해 1.5배의 스위트스팟을 가지는 아라리 퍼터. 샤프트(6)의 각도도 튜닝 가능하다.



[그림 23] 샤프트의 길이도 조절이 가능하다.



어 골퍼들의 가장 큰 어려움인 집중력의 분산을 해결하였다고 한다. 라이각은 물론 샤프트 길이 및 로프트각까지 골퍼가 직접 튜닝할 수 있도록 설계해 놓았다. 또한 헤드 밸런스가 유저의 체형에 맞도록 제작이 되어 무게조절이 가능하고, 퍼터의 샤프트의 길이도 인위적으로 자신의 체형에 맞도록 변형이 가능한 맞춤형 퍼터로 PCT를 이용한 국제특허출원을 진행하고 있는 아이디어 제품이다.

아라리 퍼터는 '다기능 골퍼퍼터' 라는 명칭으로 출원된 국제출원으로서 국제공개번호 WO/2009/096744번으로 2009년

9월 29일 공개되었고, 국내에서는 2009년 9월 16일 한국등록특허 제10-0918579호로 등록되었다.

한국등록특허 제10-0918579호의 독립항인 청구항 제1항은 『일측에 결합홈이 형성된 페이스부와 중앙부에 제1수납홈을 갖는 소울부로 구성된 헤드 ; 상기 헤드의 페이스부 상측에 구비되며, 홀킵으로 정조준하기 위하여 진자운동방향으로 평행한 가늀자가 형성되어 있는 반구체 ; 헤드의 일측부로부터 연장되며 길이를 조절할 수 있는 다단 샤프트 ; 상기 헤드의 결합홈에 설치되며 상기 다단 샤프트의 라이각을 조절할 수 있는 각도조절수단 ; 및 상기 소울부의 제1수납홈에 삽입되어 퍼터의 스윙밸런스를 유지하기 위한 제1무게조절부재를 포함하는 다기능 골퍼퍼터』으로 기재되어 있다.

물론, 디자인이나 브랜드파워 육성의 측면에서는 수백 년의 역사를 가진 유럽이나 미국의 골프클럽에 뒤지는 것이 사실이나, 기발한 아이디어와 기능성으로 소비자들을 만족시키고 있다.

리임코리아 SSBR2020퍼터

미국 실리콘밸리에 있는 퍼터 전문회사 RHIM, Inc에서 개발 생산되어 (주)리임코리아를 통해 수입·판매되고 있는 SSBR2020퍼터는 반도체를 전공한 공학박사 임형진씨가 개발한 기능성 퍼터이다. 골프가 너무 좋아서 골프장 옆에 땅을 사 집을 짓고 살기도 했다는 임씨는 현대전자 미주 본부장으로 일하던 중 외환위기가 터지면서 30년 남짓한 미국 생활을 접고 2002년 한국에 돌아와 본격적인 골프채 사업을 시작했다고 한다.

SSBR2020D뿐만 아니라, 모든 RHIM 제품들은 일반 퍼터와는

달리 지면과 샤프트가 이루는 각(라이각)을 조정할 수 있는 장치가 설계되어 있는 것이 특징이다. 라이각을 골퍼의 키와 체형에 꼭 맞출 수 있기 때문에 기성품에서 나타날 수 있는 오조준의 편차를 완벽하게 제거할 수 있다고 한다. RHIM퍼터의 성능은 평균 5타를 줄여준다는 사용자들의 입소문을 타고 널리 알려지고 있으며, 이러한 소비자들의 반응에 힘입어 2007년 서울경제 베스트 히트상품에 선정되기도 하였다.

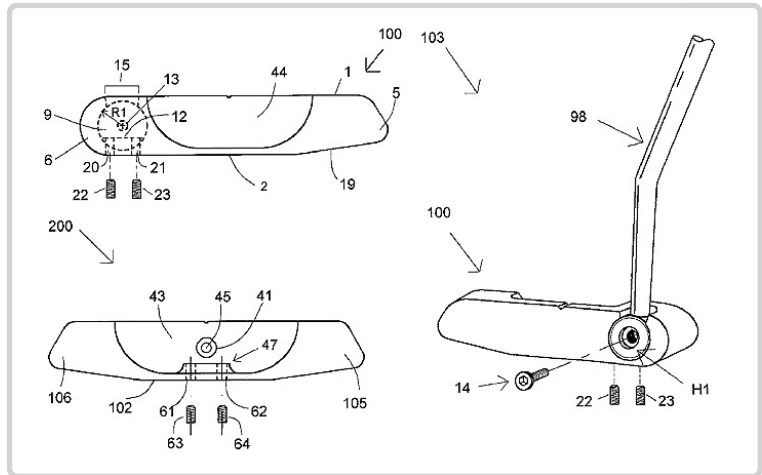
RHIM社의 제품들은 미국특허 6,142,884의 Adjustable golf putter로 보호되고 있으며, 국내에서는 상기 미국특허 6,142,884를 기초로 우선권 주장한 PCT국제특허로 국내에 진입하여 등록특허 제10-0584815호로 보호되고 있다.

등록특허 제10-0584815호의 독립항인 청구항 1항에는 『a) 공을 때리는 부분, 윗면, 밑면, 그리고 뒷면을 가지는 머리부분과, b) 머리부분에 연결된 샤프트와, c) 머리부분의 뒷면 파인부분 안쪽벽으로부터 솟아나게 형성된 원통형의 돌출부분과, d) 안쪽면에 원통형의 돌출부를 받아들일 수 있는 구멍과 바깥면에 나사를 끼우는 구멍이 형성된 원통형의 몸체와 원통형의 몸체를 원통형의 돌출부에 결합시키는 나사로 구성된 각도조절장치와, e) 각도조절장치의 회전을 제어하기 위한 회전고정장치로 구성된 것을 특징으로 하는 골프퍼터』가 기재되어, 발명의 요점을 명확하게 묘사하고 있다. 또한 발명의 상세한 설명에서는 발명자의 물리학적 지식을 풍부하게 담고 있으며, 10여 개가 넘는 과학적이며 상세한 도면을 첨부하여 등록특허의 기술적 우월성을 잘 뒷받침하고 있다.

마치며...

사실, 골프 초보인 필자가 이러한 퍼터에 대한 분석을 한다는 것이 무리일 수 있다. 그러나 특허문헌을 통해, 발명자가 어떠한 ‘불편’을 느껴서 이러한 신선한 아이디어를 얻었는지를 쉽게 알 수 있었고, 작지만 신선한 아이디어를 골프체에 적용시켜 멋진 제품을 시장에 출시하고 있는 회사들이 대견스러웠다. 남들이 다들 사용하고 싶어 하는 유명회사의 고가 퍼터와 골프용품들을 사용하는 것은 분명 뿌듯하기는 할 것이다. 하지만, 남들이 알지 못했던 ‘신기한’ 골프클럽을 들고 상대방의 의표를 찌러보는 것도 ‘인생’과 비견되는 ‘골프’에서 나름 재미있는 일이 될 것이다. 과학적이고 자신감 넘치는 제품들을 생산해내는 국내 골프관련 중소기업들이 미래에는 名品을 만들어내는 골프 名家가 되기를 희망하면서 이번 호를 마치고자 한다. **한국발명진흥회**

[그림 24] 미국특허 6,142,884의 Adjustable golf putter



엄정한 변호사

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



‘COFFEE’ 와 ‘지식재산권’

지식재산권은 눈에 보이지 않는 무형적 자산인 지식을 보호하는 권리라는 특징 때문에 그 가치를 실감하기 어렵지만, 우리 사회가 지식사회로 나아가면서 지식재산권은 그 중요성이 더욱 강조되고 있다. 이는 우리에게 친숙한 커피 산업분야에서도 예외가 아니다.

10여년 전 스타벅스가 최초로 즉석 커피 제조 전문점으로 국내 입점한 후, 우리나라에서도 커피를 즉석에서 제조, 판매하는 점포들이 다수 생겨났다. 2009년 4월 말을 기준으로, 국내 커피 시장은 이디야 커피(314개), 스타벅스 커피(292개), 로즈버드(274개), 할리스 커피(196개), 커피빈(166개) 등 다수 업체가 분할 점유하고 있다. 이렇게 커피 문화가 널리 보급됨에 따라, 점심시간 회사원들이 테이크 아웃 커피를 마시면서 거리를 걷는 모습은 이제 너무 익숙한 광경이 되어버렸다.

그렇다면, 일상생활의 일부가 되어버린 커피와 지식재산권은 어떠한 관계에 있을까? 지식재산권이란, 지적 창작물에 부여된 무체 재산권으로서 특허권, 상표권, 디자인권, 저작권이 이에 해당한다. 이제부터, 커피 산업에 있어서 이러한 지식재산권을 어떻게 활용할 수 있는지 구체적으로 설명해보고자 한다.

1. 커피 산업과 상표권.. 커피 산업은 브랜드다!

스타벅스의 브랜드 가치는 얼마나 될까? 2009년 Starbucks 사는 세계 100대 브랜드 순위 중 90위에 랭크되고, 그 가치는 3,263(\$m)

길거리 마다 자리 잡은 커피점들



연령 불문, 생활 속에 자리 잡은 테이크아웃 Coffee



에 달한다. 그렇다면, 과연 스타벅스의 브랜드는 왜 이렇게 높은 가치를 가질 수 있는 것일까?

우리는 ‘스타벅스’의 커피가 고가이지만, 커피의 맛과 향이 뛰어나고 신선하며, 고급스럽다는 이미지를 갖고 있다. 이러한 브랜드 이미지는 소비자들의 구매 의향을 불러 일으켜 매출액의 상승으로 이어진다. 이런 브랜드의 가치가 누적될 수 있는 것은 상표 제도 덕분이다.

상표제이란 진정한 상표 사용자의 영업상 신용 및 그 상품의 거래자와 수요자를 보호하기 위하여, 상품의 출처 품질 등의 기능을 가진 표장을 보호하는 제도이다.




상표권은 특정인이 특정 상표를 반복적이고 독점적으로 사용 가능하게 함으로써, 자타상품 식별기능, 출처표시 기능, 광고기능, 품질보증 기능 등을 수행한다. 만일 누구나 타인의 상표, 예를 들어 ‘스타벅스’의 이름과 도형을 모방·사용할 수 있다면, 그 상표는 특정인의 출처임을 표시할 수 없게 되고, 품질이 보장되지 않으며, 이를 광고하더라도 누구의 제품인지 알 수 없다.

이와 같이 타인이 동일하거나 유사한 상품에 대하여 동일 유사한 상표를 사용하는 경우, 소비자는 상표를 혼동하는 피해를 입게 되고, 원래 상표를 사용하던 자도 매출 감소, 이미지 타격 등의 손해를 입게 된다.

따라서, 특정인은 자신이 사용하는 상표를 보호하기 위하여 상표 제도를 이용하여 상표 출원하여 상표 등록을 받으면 타인의 사용을 배제할 수도 있고, 해당 수요자들의 신뢰도 보호할 수 있다는 이점을 가지게 된다.

흔히 이미지를 소비한다고 하는 고급화 및 문화화 전략을 구사하는 커피 산업에 있어서, 상표는 특히 중요한 역할을 하며 상표 사용자들도 자신의 상표 가치를 보호하기 위하여 이미 상표 제도를 널리 이용하고 있다. 앞서 본 ‘스타벅스’의 예를 보면, 이미 스타벅스의 로고는 다각도로 상표 출원되어 출원 심사 중이거나, 이미 등록되어 보호받고 있어 타인이 스타벅스의 상표 모방은 실질적으로 어렵다. (현재까지 출원 또는 등록된 건만 200여 건에 달한다). 따라서 이를 실질적으로 사용하는 것은 상표권자의 허락 없이는 불법행위에 해당되어 손해배상청구를 당할 수 있다.

예를 들어, 아래 표는 ‘스타벅스’사의 출원 또는 등록 상표의 일부와 그 출원 번호(출원일자)를 나타낸 것이다.

	5620070020096 (2007.11.08)	스타벅스	5620050016787 (2005.12.07)
	5620070023150 (2007.12.18)		4120070016480 (2007.06.15)
	4520070001643 (2007.04.24)	STARBUCKS	5620070023149 (2007.12.18)
	4520070001642 (2007.04.24)		5620050016786 (2005.12.07)
	4520070000279 (2007.01.22)	STARBUCKS COFFEE	4120060019558 (2006.08.02)

지식재산권의 출원 및 등록은 일부 대형 다국적 기업만이 하는 것은 아니다. 자신의 브랜드 가치를 보호하고, 보호된 브랜드 하에 사업을 확장하고자 하는 개인 및 법인, 즉 신생기업이나 중소기업에서도 할 수 있다.

요즘 국내커피업계에서 매장을 급속도로 확장하며 세력을 넓히고 있는 ‘카페베네’도 다각도로 상표를 출원 등록하여 브랜드의 모방에 대비하고 그 가치를 보호하고 있다. 아래 표는 ‘카페베네’의 출원 및 등록 상표의 일부와 그 출원 번호(출원일자)를 나타내었다.

	4120090027968 (2009.10.27)	Grain Benesto	4020090022871 (2009.05.18)
	4120090002261 (2009.02.06)	요곡 베네스토	4120090001838 (2009.02.02)
	4120100000107 (2010.01.04)	CAFFEBENE	4120090019710 (2009.08.25)
	4120090003206 (2009.02.18)	caffebene	4120090019709 (2009.08.25)
		카페베네	

상술한 스타벅스나 카페베네의 예처럼, 사용 브랜드를 상표 출원하여 등록 받아 상표권을 갖게 되면 상표권자는 타인의 무단 상표 사용에 대하여 지식재산법에 의해 보호받을 수 있다.

몇 년 전, 중국에서는 스타벅스의 상표를 도용한 상하이

중국의 스타벅스와 상하이 싱바커의 로고



중국의 스타벅스의 한자명칭은 '싱바커' 다



싱바커가 상표권 도용으로 약 6,200만 원의 벌금 및 상표 변경 판결을 받았다. 자국의 산업을 보호한다는 명분으로 다국적 기업의 지식재산권을 보호하지 않는 경향을 갖던 중국에서의 판결이라 더 의미 있는 판결이었다.

아래는, 중국에서의 '스타벅스'의 모방상표이다. '백'을 '퍽'으로 변경한 것에 불과하여, 상표 모방에 해당된다. 또한 스타벅스의 고급스러운 이미지를 손상시킬 수 있으므로 가계의 주인, 즉 모방상표 사용자는 손해배상 소송을 당

중국에 있는 스타벅스의 모방 표장



할 염려가 있다.

이처럼 상표권은 이미지나 브랜드가 특히 중요한 의미를 갖는 산업에서 중요한 역할을 하며, 따라서 커피 산업에 있어서도 큰 의미가 있다. 지식재산권의 중요성을 인식하고 브랜드를 보호하기 위해 상표권 등의 제도적 장치를 활용한다면, 타인의 모방에 대처하고 수요자를 더욱 보호할 수 있을 것이다.

2. 커피 산업과 특허권

흔히들 “발명”이라고 하면 첨단 테크놀로지, 9시 뉴스에서 자료 화면으로 흔히 사용되는 반도체 공정과 같은 것을 떠올리게 된다. 그러나 이러한 대중적 생각과는 달리, 특허법에서 말하는 특허권의 대상인 “발명”은 ‘자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로 고도한 것’ (특허법 제2조)으로 정의하고 있으며, 비즈니스 모델, 식물(예, 새로운 품종의 사과), 인간을 제외한 동물(예, 복제 소) 등도 그 대상이 될 수 있다.

커피 산업에서는 식음료, 또는 식음료의 제조 방법도 특허의 대상이 될 수 있다. 실제로 스타벅스, 카페베네 등의 커피 전문 업체의 특허권들이 출원 및 등록되어 있고 이에 대한 독점 배타권을 소유한다.

다음은 특허 전문점의 권리 출원 및 등록 현황이다. 실제로 커피 추출 및 제조 장치 및 방법에 대한 특허 및 실용신안 출원/등록 건은 국내에서만 1,000여 건에 달한다.

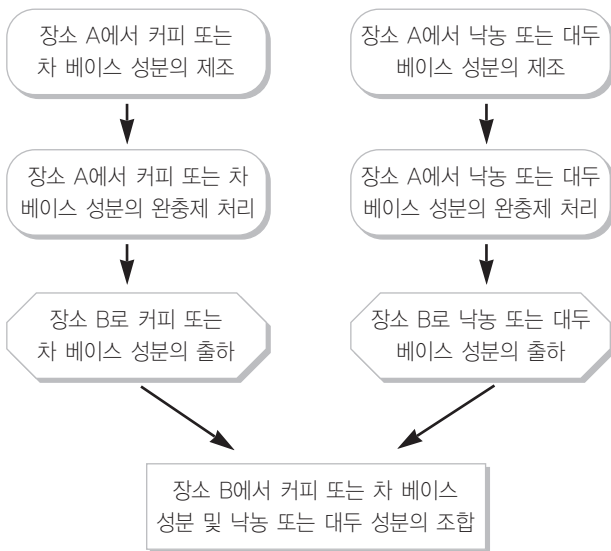
상기 권리화 결과 (상기 특허 청구항에 기재된 방법에 의하는 경우) 오크 베네스토 음료는 이제 카페베네 외의 타 커피 전문점에서는 제조 및 판매할 수 없게 된 것이다.

상기 특허 중 스타벅스 코퍼레이션(Starbucks)의 ‘음료 및 그의 제조 방법’을 명칭으로 한 출원은 청구항이 38개 항에 달하고 그 권리범위가 넓어 등록되는 경우, 청구항으로 주장된 부분에 대한 독점 배타권을 취득하여 산업상 유리한 고지에 설 것으로 예상된다.

그림은 상기 공개 특허의 제2009-7026473호의 대표도면으로 권리화의 범위를 flow chart로 나타낸 것이다.

상기 특허가 등록된다면 타 업체에서는 현재 판매되는 일부 커피 및 차음료에 대한 제조 및 판매가 불가능해 질 수도 있는 결과가 된다. 다시 말해, 할리스 커피나 커피빈

No.	국가	문헌 번호	명칭	대표 출원인	패밀리
1	KR	공개특허 제2009-7026473호	음료 및 그의 제조 방법	스타벅스 코포레이션	미국출원을 기초로 한 우선권 주장의 국제출원 으로 137개국 지정 출원
2	KR	공개특허 제2008-0037392호	기능성 소재가 포함된 와플 및 이의 제조방법	(주)카페베네	-
3	KR	등록특허 제10-0935794호	오코베네스또 음료 및 이의 제조 방법	(주)카페베네	-
4	KR	등록특허 제10-0831026호	고객 충성도 생성 시스템	스타벅스 코포레이션	국제출원으로서 8여 개 국가 출원 또는 등록됨
5	KR	출원특허 제2009-7023727호	듀얼카드	스타벅스 코포레이션	국제출원으로서 8여 개 국가 출원 또는 등록됨



등 타 커피전문점에서 달콤한 ‘티라떼’의 일부를 맛볼 수 없게 될 수도 있다. 다만, 본 특허의 권리범위는 커피 전문점에서 판매하는 음료가 아닌 병 음료나 캔 음료의 권리 범위에 좀 더 부합한다고 보인다.


이 외에도, 커피 산업과 관련하여는 커피원두의 냉각장치나 커피 원두 볶음기(등록특허 제10-0446053호 및 제10-0135197호) 등 다수의 특허가 등록되어 있다.

특허 발명은 생활 속에서 발견될 수 있고, 반드시 하이테크일 필요는 없다. 커피 산업에 있어서도 좀 더 맛있고 신선한 커피를 만들 수 있는 독창적인 제조 방법이나 장치는 특허 출원의 대상이 될 수 있다.

권리화된 후에는, 특허권자는 이를 독점 실시할 수 있는 권리를 갖고 타인의 실시를 배제할 수 있는 배타권 또한 갖게 된다. 타인에게 실시권을 허용하여 로열티를 받기도 한다.

이와 같이 지식재산권은 우리 생활 가까이에 있다. 상기 검토한 바와 같이 대다수의 대중이 좋아하는 커피 관련 산업에서도 이는 유용하게 이용될 수 있다. 상표권이나 특허권은 자신의 ‘독점’과 타인의 사용 ‘배제’를 목적으로 하는 권리로서, 브랜드의 가치를 보호하고 자신의 독창적인 발명에 대한 독점권을 법적으로 보장해준다.

21세기 지식사회가 도래될수록 지식재산권은 점점 중요한 역할을 할 것이다. 눈에 보이지 않는 무체재산권의 특성상, 소홀해지기 쉽지만 지식재산권의 등록은 타인의 모방 배제를 통한 브랜드의 이미지를 보호하고 이를 통하여 가치창출 효과를 만든다. 기업이나 사업의 크기와 관계없이 지식재산권의 중요성을 인식하고 이를 이용하는 적극성이 필요한 때이다. **한국발명진흥회**



김 규연

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



그림1. JIPA 심포지엄의 기조대담 진행모습

위기를 넘어서

2010년 제9회 JIPA 심포지엄 참관 방문기

일본의 소비재 업계는 3월이 되면 몹시 분주해진다. 우에노 공원에는 아직 꽃잎을 떨어뜨리는 벚꽃도 없지만, 서비스업계는 벚꽃시즌을 앞두고 다양한 여행상품을 쏟아내고, 식음료업계가 벚꽃을 재료로 한 음료를 내놓는다. 다국적기업인 일본의 스타벅스만 해도 벚꽃을 연상시키는 연분홍의 색상과 벚꽃잎을 도안하여 새긴 사쿠라 텀블러와 같은 다양한 다기류와 사쿠라 스티머 등과 같은 이름의 음료를 한정판매 하곤 한다.

한 시즌을 앞서 상품을 진열하는 패션업계의 모습이나 일본이 소비시장을 예상하며 분위기를 주도하는 관행처럼

9회째를 맞은 일본지적재산협회의 심포지엄에서도 비슷하게 앞으로 예측되는 지식재산분야의 변화를 주도하는 모습이 엿보였다.

위기를 넘어서...

JIPA는 2010년도 주제를 '위기를 넘어서, 위기 이후에 있을 새로운 경쟁환경을 어떻게 볼 것인가? 어떻게 대처할 것인가?'로 정하고, 3월 2일 하루 동안의 제9회 심포지엄 일정을 진행하였다. 오전 일찍부터 열린 주제발표가 이어지고 저녁에는 별도의 리셉션까지 열리는 등 빡빡한 일정

으로 채워졌던 과거의 심포지엄 때와는 달리, 오후 동안의 기초대담과 패널디스커션으로만 이루어진 단출하지만 집약된 분위기에서 진행이 되었다. 애초에 참가신청을 받을 때부터 참석자를 800명으로 제한하였던 바, 총 930명 가량이 참석한 것으로 집계되었다.

심포지엄의 분위기는 올해도 그 어느 때 못지않게 진중하고, 열띤 분위기를 띄웠는데, 이는 단지 참가인원의 제한이 있었기 때문에 집중된 분위기를 이끌어냈다고 하기 보다는, 일본의 성숙한 community 문화와 깊은 관계가 있다고 보여진다. 무엇보다 자신이 속한 커뮤니티의 멤버들을 위해 성의껏 자료를 준비하는 태도에 대해 동료 또는 동류 의식으로 함께 참여한다는 정신이 지식재산분야라고 다르지 않게 깊이 배어 있음을 확인할 수 있었다. 더욱이 지식재산부문은 그 존재가치에 비해 기업 내에서는 작은 규모를 차지하고 있어서, 일본에서도 지식재산분야에서 일하는 이들의 결속은 다른 어떤 분야보다 강하다고 할 수 있다.

JIPA가 선택한 주제에 대한 논의는 기초대담과 패널 디스커션으로 나누어져 진행되었다. 기초대담에서는 '경제위기 후의 경영환경 변화와 새로운 비즈니스모델'을 주제로 주제와 관련된 기본대강을 논의하였고, 패널 디스커션에서는 개별 기업의 대응전략을 차원에서 보다 세부적인 주제들을 중심으로 한 의견교환이 이루어졌다.

기초대담의 주요내용

기초대담에서 제시한 환경의 변화요인들로는 리만쇼크가 가져온 경제환경 요소들, 즉 미국소비시장의 급속한 냉각이 일본 경제에 미친 영향이라든지 G20에서의 일본의 입지, 중국을 비롯한 BRICS 등의 신흥국의 성장, 이들 신흥국이 세계경제에 미치는 영향으로 인해 발생하는 환경변화 등을 들고 있으며, 이에 더하여 새로운 정권이 등장하면서 내건 신성장전략 6개 분야에 대한 논의 등 일본을 둘러싼 경제환경에 대한 분석이 시도되었다. 특히, 일본 정부의

지식재산전략 차원에서 결정되었다고 할 수 있는 신성장전략분야 6개는 환경/에너지, 건강, 아시아, 관광/지역활성화, 과학기술입국, 고용/인재의 광범위한 영역들로, 각각의 영역에서의 세부적인 전략을 듣는 것만으로도 일본정부의 정책적 고민을 이해할 수 있었다.

■ 일본의 신성장전략 분야

환경·에너지분야에서는 기본적으로 시장의 확대를 목표로 하여, 50조 엔의 시장규모를 구축하고, 여기에 140만의 고용을 창출하겠다고 한다. 소위 그린

그림2. 심포지엄의 포스터세션을 준비하는 JIPA 회원들



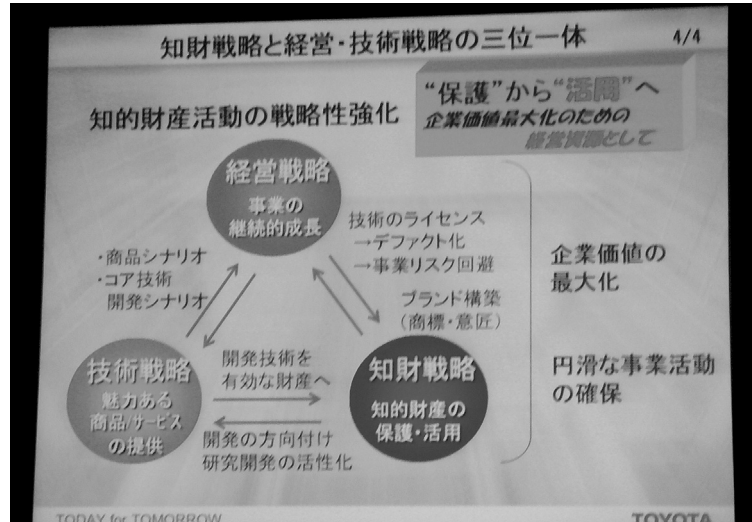
테크놀로지 이름붙은 다양한 기술의 개발로, CO₂ 등 배출가스 13억 톤을 줄이겠다는 등의 목표를 설정하고 있다. 히타치, 미쯔비시, 도시바를 비롯한 일본의 대기업들은 지난해 이미 원자력, 가스, 철도 등의 기간산업에 재투자하는 방향으로 사업의 운영기조를 전환한 바 있다. 이로써, 일본 정부의 정책이 기업의 경영기조를 뒷받침하는 형태로 수립되어진 듯한 인상을 받았다.

건강분야라고 하면, 의료부문을 포함하는 것으로, 이 분야에서는 신규고용을 280만으로 하여, 환경·에너지 부문의 2배에 이르는 성장목표를 수립하고 있는 만큼, 산업육성에 정책의 초점이 모아질 것으로 보인다.

아시아분야에서는 APEC자유무역권을 구축하는 것과 아시아권의 소득증대를 목표로 하고 있다. 일본의 속사정을 속속들이 알 수는 없지만, 이는 단지 대외적인 형식외교 차원에서 아시아의 소득증대를 꾀했다고 하기 보다는, 중국을 포함해서 신흥국들이 대거 포진한 아시아권과의 경제협력이 어느 때보다 중요해졌다는 인식에 바탕을 둔 것이 아닌가 생각된다.

관광·지역활성화와 관련해서는 외국인 관광객 유치라는 목표 외에도 정적 수준의 식량자급률 확보와 농수산물의

그림3. TOYOTA가 추진하고 있는 삼위일체 경영전략 사례



특화정책에 초점을 두고 있다.

과학기술분야는 민관 협동의 연구개발에 GDP 대비 4% 이상의 투자를 목표로 하고 있으며, 정보통신 부문을 집중 육성하겠다는 의지를 읽을 수 있었다. 한때 정보통신 부문의 핵심부문인 모바일 디바이스 시장은 소니를 주축으로 하여 일본 기업들이 세계시장을 주도한 바 있다. 그러나 최근에 이 시장이 확대되면서, 미국의 Apple이 석권하고 있는 가운데, 삼성이나 LG 등 한국 기업이 약진하고 있는 구도를 보이고 있다. 소위 일본향의 제품들이 세계의 중심에서 밀려나는 분위기가 형성되고 있음을 감지하고, 기술력을 바탕으로 한 재기와 도약을 목표로 하는 정책기조를 재정립했다고 할 수 있다.

인재분야에서는 일본의 고용문화의 변종이라고 할 수 있는 소위 후리타¹⁾를 절반 이하로 줄이고, 여성고용의 다양성을 확보하고 여성인력이 기업과 사회에 보다 핵심적인 위치로 진출할 수 있는 바탕을 마련하겠다는 정책을 펼치겠다고 하였다. 다소 복지적인 측면에서는 여성의 출산 후에도 복직이나 취업이 가능한 노동환경을 조성하겠다는 의지라고 할 수 있다.

한 국가의 경제정책이 어떻게 그리고 얼마나 달성이 되는지는 결국 시간이 지나야 알 수 있는 것이고, 예측하지 못한 변수들로 인해 목표가 수정되기도 하지만, 향후 일본의 경제정책을 분석하기 위한 기본 틀로서 상기한 6개 분야에서의 목표와 비교 평가하는 것도 의미가 있을 것 같다. 위에 열거한 일본의 경제목표들은 분명 우리나라의 경제정책에도 있어야 할 목표와 계획이라는 점에서

1) 정규직으로 일하지 않고, 아르바이트 등 비정규적인 직업활동으로 생계를 꾸려 나가는 이들을 일컫는 'free(영어, 프리) + Arbeiter(독일어, 아르바이터)'의 조어로, 국내외에서는 한 때 일본 젊은이들의 새로운 노동문화로 주목받기도 했지만, 프리타가 발생하게 된 가장 큰 원인은 1990년대 일본의 급성장 이후의 경제침체라는 점에서 일본경제의 문제점으로 꼽을 수 있는 현상이다.

는 큰 이견이 없으리라 본다. 우리도 항상 낙관적인 경제성장률을 제시하면서 장밋빛 미래의 경제환경을 제시하기 보다는 경제현실을 냉엄히 파악하고, 이에 대안을 제시하는 정책이 수립되어야 할 것이다.

■ 미래를 설계하는 토요타

기조대담에서 토요타의 대응에 대한 발표를 보면, 소위 뜬구름 잡는 식의 이야기는 없었다. 흔히 세미나, 심포지엄, 컨퍼런스에서의 논의들을 아직은 형식적인 활동 혹은 일반론을 이야기하는 자리로 인식하는 우리의 환경과는 달리, 토요타는 배기가스 저감기술, 에너지 다양화 등의 전략을 어떻게 적용할 것인지와 미래의 사업구도에 적용하는데에까지 제시하고 있었다.²⁾ 예를 들면, 배기가스를 저감한다는 목표 아래, 전기를 에너지로 사용하는 이륜차량, 근거리 이

동차량, 소형택배차량의 EV영역과 가솔린·경유·바이오 연료 등 기존의 화석연료와 합성연료를 활용할 수 있는 하이브리드 승용차 계열인 HV·PHV영역과 주로 수소를 연료로 하는 노선버스, 대형트럭, 택배트럭 등의 FCHV영역을 구분하여, 각각의 분야에 적용하는 모델을 개발해 놓고 있음을 보여주었다.

이어서 이와 같은 기술적용의 경영기조 아래에서 지재부문은 무엇을 할 것인가에 대한 이야기를 토요탄소³⁾를 통해서 들을 수 있었다. 무엇보다 일본 내에서 제조를 바탕으로 한 탄탄한 중견기업이라는 점에서 우리에게 적용할 바가 많은 시사점을 주었다.

먼저 지재부문의 역할을 ‘발명에 관련한 사항에 머무르지 않고, 경영의 일부로서 기업경영의 추진력이 되어야 한다.’고 제안하였다. 이를 나무와 숲이라는 비유적인 표현을 사용하여 설명하였는데, 발명자의 눈을 ‘나무를 바라보는 눈’이라고 한다면, 경영자의 관점이라는 ‘숲을 보는 눈’을 더하여 갖지 않으면 안 된다는 것이 지재부문에 기대하는 바라는 것이다.

그림4. Fuel Cell을 장착한 혼다자동차



■ 본질은 보이지 않는 곳에

지재부문의 역할은 볼 수 없는 자산을 쌓아올려 활용케 한다는 것이다. 그런 점에서 보더라도 결코 쉽지 않은 역할을 담당하는 자리라는 점에서 그만큼 전사적으로 지식재산의 중요성을 인식시켜야 하는 책무도 강조하고 있다. 지재부문의 활동이 기술성으로 이어지고 있음을 결과물로서 충분히 어필할 것을 강조한다. 또한 눈에 보이는 현장과 현물을 바라보며 눈에 보이지 않는 본질을 바라보는 시각을 갖춰야 함을 제안한다.

지재부서가 어떤 시스템을 갖추고, 어떤 활동을 해야 한다는 구체적인 이야기가 아니기 때문에 추상적

2) 제9회 JIPA 심포지엄 관련 자료는 JIPA 홈페이지에 공개되어 있다. http://www.jipa.or.jp/jyohou_hasin/sympo/sympo_jipa09.htm

3) 東洋炭素는 1947년에 설립된 전기·전자분야의 탄소기공 제품뿐만 아니라, 차량용 복합소재 등을 생산하는 제조부문의 중견기업이다.

인 개념차원의 이야기라고 느껴질 수도 있지만, 이러한 인식을 바탕으로 하여 새로운 의식으로 전환시켜야 한다는 것을 말하고 있다. 그 새로운 의식이란, “지금까지 눈에 보이는 기술들보다도, 아직도 개발해야 할미지의 기술이 많다”는 것이다. 바로 이러한 생각과 자세가 토요탄소의 저력이 되고 있다는 점에서 많은 것을 생각해 한다. 기초기술에 대한 해명과 확충이 곧 이노베이션의 기반이 되며, 그 역할을 지재부에서 담당해야 한다는 것이다. 기초기술에 대한 충분한 이해와 분석이 응용기술을 만들고, 제품이라는 꽃과 과실을 맺는다는 개념은 기술개발을 하는 기업이면 어디에서나 볼 수 있는 것이겠지만, 그 역할이 지재부문에 있다고 주장하는 기업은 그리 많지 않을 것이다.

패널디스커션의 주요내용

패널디스커션에서는 혼다기술연구소, DIC, NHK, 파나소닉 등의 기업이 참여하여, 자사의 IP경영전략과 노하우를 설명하였다. 이들 각 사의 지식재산경영의 세부적인 사항들은 기업의 생산제품과 문화에 따라 다를 수밖에 없지만, 이들의 발표 가운데서 두 가지 공통적인 점을 찾을 수 있었다.

무엇보다 일본 내에서 지속적으로 대두되던 지식재산경영의 화두인 ‘삼위일체 경영’이 여전히 건재하다는 사실이다. 건재할 뿐만 아니라 성장하고 있다는 사실이다. 그리고 또 하나는 지재부문의 인재양성체계가 패널디스커션에 참여한 모든 기업에서 각자의 특색에 맞게 잘 갖추어져 있다는 사실이다.

■ 심없이 발전하는 삼위일체 경영전략

먼저, 삼위일체 경영은 기본적으로 지재부문과 R&D부문 그리고 경영부문의 3위가 상호 시너지를 발휘할 수 있는 경영조직을 구축해야 한다는 IP경영 전략으로서, 미쯔비시, 도시바 등에서는 이에 대한 다양한 전략을 추진하고 있음을 우리 기업들도 익히 알고 있는 바다. 이러한 삼위일체 경영이 단지 일부 대기업만의 IP경영전략이 아니라, 지재부서를 갖추

고 있는 많은 기업들이 수행하고 있는 경영전략임을 확인하는 계기가 되었다.

뿐만 아니라, 이 삼위일체전략이 진화를 거듭하고 있었다. 과거의 삼위일체 전략과의 차이점이라면, 기존의 삼위일체 전략이 기술과 특허의 융합전략에 중점을 두었던 데에 반해, 이제는 최종 소비자를 고려한 상품과 기술의 창출에 모아지고 있다는 점이다. 그래서 일반인을 최종 소비자라고 갖고 있는 기업이라면, 보다 빠른 시점부터 삼위일체 전략을 도입해 나가고 있는 것이다. 즉, ‘특허전략은 기술개발전략’이었던 데에서 ‘특허전략은 상품전략’이라는 형태로 특허부분과의 조기협력이 논의되고 있다. 그래서 과거 지재영역에서의 활동으로 끝났던 선행기술조사연구에서 실험데이터의 수집과 해석 등이 연구개발단위 및 사업단위에서 논의되고 있다. 그리고 너무나 당연한 일이지만, 경쟁사 분석에 있어서는 기술력 분석과 지재력 분석이 필수적인 항목이 되고 있다.

■ 인재가 힘이다!

경제위기를 경험한 이후의 영향이겠지만, 인재육성이라는 측면에서도 전통적인 관리자 교육보다는 창의력을 갖춘 인재를 우수인재로 인식하는 분위기가 형성되고 있음을 알 수 있었다. 삼위일체의 경영전략이 상호협동에서 사업단위와 연구개발단위와 지재부문간의 경계를 넘나드는 경영전략으로 발전하고 있는 점에서, 특허업무가 관리직무라는 인식에서 벗어나 지재풍토를 조성할 수 있는 인간관계가 뛰어난 인재를 더욱 요구하고 있는 것이다. 이로써, 3개 부문의 협동을 위한 지재인재를 육성한다는 것은 결국 지재풍토를 만들어 내는 것과 같은 일이라고 할 수 있다.

그리고 지재인재는 기술의 탄생에서 성장과 활용에 이르는 기술의 일생을 책임지는 전문인력으로 재정의 되고 있다. DIC(주)의 경우, 이를 사업담당제 혹은 지재원스톱서비스라고 명명하고 있다. 특정 분야 기술에 대한 지식이 있는 지재부서원이 담당분야와 관련된 일체의 지재업무를 총괄하는 체제로 운영하면서 지재스페셜리스트를 육성하고 있다. 기술개발 부문

의 인력들 역시 지식재산에 관한 세세한 지식과 능력을 갖추는 필요는 없지만, 삼위일체 체제 내에서 협력할 수 있는 수준의 지식재산 정보의 습득능력과 기술의 가치를 높일 수 있는 방법을 이해하는 정도의 지식재산체계를 교육할 필요성이 있다. 간단히 말하면, 기술자와 연구자가 지재업무를 이해하는 것은 자사 기술의 독창성을 담보하는 기반이 된다는 것이다.

상기한 내용들을 종합해서 말하면, 기획·경리·법무·인사·관계회사와의 교류활성화를 제안하는 것으로 이해할 수 있다. 발표내용 중에서 재미있었던 내용 중 하나는 개인의 업무의 실행성과(performance)와 관련된 두 가지 연구 결과였다. 그 중 하나가 실행성과와 지재부서원이 가진 전문분야의 수와의 관계이고, 또 다른 하나가 실행성과와 지재부서원이 교류하는 사람의 수와의 관계였다.

먼저, 전문분야 숫자와의 관계에서, 특별한 전문분야가 하나도 없는 사람의 성과치를 50으로 봤을 때, 전문분야가 하나인 사람은 오히려 전문분야가 없는 이보다도 더 낮은 성과를 기록했고, 전문분야가 2개 이상인 사람부터 성과가 점점 높아진다는 점이었다. 전문분야를 한 가지만 고수하는 사람은 그만큼 유연성이 떨어지게 되고, 특히 경영층의 시각을 갖고 R&D인력의 시점에서 기술을 바라볼 수 있어야 하는 지재부서원에게는 더욱더 하나의 시각을 갖는 것은 바람직하지 않다는 것이다. 현실적이라기보다는 이상적인 요구라고 할지 모르지만, 지재인재에게 기술을 이해할 수 있는 지식과 기술을 특허화하는 데에, 그리고

그림5. JIPA 사무국 방문



권리로서의 특허를 경쟁기업으로부터 지키는 데에 필요한 법률적 지식에다가 국제무대에서의 활동을 위한 어학실력까지를 요구하는 것은 바로 이러한 점에서 필요성이 있기 때문인 것이다.

업무성과를 높이는 또 하나의 요인으로는 사람이 있다. 업무과정이나 기타 인간관계에서 관계를 맺고 대화를 나누는 사람의 수가 많으면 많을수록 업무성과가 높아지는 양상을 보인다는 점이다. 5명 내외의 접촉점을 갖는 사람은 50%수준의 성과도 내지 못한다. 이는 앞서 전문분야가 없는 사람이 전문분야를 하나만 가진 사람보다 오히려 높은 성과를 낸다는 사실과도 상통하는 결과라고 볼 수 있다. 전문분야가 없는 사람은 오히려 다양한 시각과 의견을 포용하는 데에 더 적극적일 수가 있고, 자신의 전문분야가 없는 사람일수록 많은 이들을 접촉하면서 문제해결을 도모할 가능성이 높다. 이에 반해, 자신이 확실한 전문분야가 있다고 생각하는 사람은 그 이상을 벗어나기가 힘든 것이 사실이다. 그런 점에서 스스로의 전공을 잘 알고 닦은 사람이라면, 새로운 또 하나의 전문분야를 개척해야 하며, 조직 내에만 머물지 않고, 대내외적으로 대화의 파트너를 넓혀가는 노력이 지재부서원들에게는 필수적이라고 정리할 수 있겠다.

소통 속의 경쟁

지금까지 살펴본 바, 2010년도의 JIPA 심포지엄은 예산 등의 문제로 인해, 비록 예년보다 짧은 시간으로 치러진 행사였지만, 내용만큼은 결코 삭감되지 않고 알차게 짜여졌다고 평가하고 싶다. 무엇보다, 진지

그림6. Big Sight에서 열린 2차 전지 기술전에서의 현대홍보관



하게 임하는 이들의 자세에 부러움을 넘어 두려움을 느끼게 된다. 저력과 경쟁력이란 이런 데에서도 드러난다는 사실을 배우고 왔다.

이후 일정으로 일본 특허청을 방문하여 디자인심사와 관련하여 일본 특허청의 심사관들이 자료의 모집에 얼마나 진력하는지를 확인했고, 일본 특허청의 특허정보전산화에 참여했던 (주)발명통신사를 들러서는 특허정보검색·관리 시스템의 발전 속도를 경험했다. 동경의 오다이바 지역에 위치한 Big Sight를 들러, 태양전지나 연료전지 등의 2차 전지와 관련된 기술전시회를 연이어 둘러보았다. 짧은 시간이나마 민간 단위의 지식재산 활동뿐만 아니라, 일본의 실제적인 특허정책을 수립하는 특허청과 특허서비스기업, 미래기술을 선점하기 위해 뜨겁게 경쟁하는 기술전(技術展)이라기보다는 기술전(技術戰)을 방불케 하는 현장까지를 경험하였다. 일본 '기술-특허-경영-정책'의 짜임새 안에서 일관하는 바는 역시 '지속적인 소통속의 경쟁'이라는 점이었다.

상대의 기술을 앞서기 위해 경쟁하는 가운데서도 JIPA라

는 조직을 통한 소통이 있고, 경영에서도 '삼위일체'라고 하는 모든 조직을 관통하는 공통의 전략이 있고, 국제수준의 심사기준에 도달하기 위해 타 특허청과 경쟁하면서도 여전히 '우리 특허장관은 한국의 특허청장과 각별한 친분을 갖고 있다'고 말하며 소통을 강조하는 정책가가 바로 거기 일본에 있었다. 강 건너 불구경이 아니라, 이제는 바다 건너의 불구경조차 녹록하지 않음을 경험한 일정이었다.

한국발명진흥회



이 태 원 주임
한국발명진흥회 산업인력양성팀

우리나라 최초의 학생발명반용 교재

특허청은 1987년 우리나라 최초의 학생발명반용 교재 ‘발명과 특허’를 발간, 전국 주요 초·중·고·대학에 배포했다. 이어 1989년에는 ‘발명생활’을 발간하는 등 계속하여 발간, 배포하였다.



1987년에 발간된 ‘국민학교·중학교 학생발명반용 발명과 특허’(왕연중·김연수·강신묵 공저) 국판 148쪽(왼쪽)과 ‘고등학교·대학교 학생발명반용 발명과 특허’(왕연중·김연수·강신묵 공저) 국판 164쪽(중앙) 그리고 1989년에 발간한 ‘각급학교 학생발명반용 교재 발명생활’(왕연중 저) 4*6배판 150쪽(오른쪽).

‘발명생활’에는 우리나라 최초 발명이론인 ‘발명의 10계명’이 왕연중 씨에 의해 창안·발표되어 당시 언론계 및 출판계의 화제를 불러 모았다. ‘발명의 10계명’은 요즘 국내의 거의 모든 발명도서에 소개되고 있다. 왕씨는 ‘발명의 10계명’으로 유명세를 타고 104권의 발명도서를 집필, 세계최다발명도서저술인이 되기도 했다.

‘발명의 10계명’은 미국과 일본에 소개되기도 했다.

특허청도 이를 공인하여 지금까지 각종 교육용으로 활용하고 있다. 발명교육센터 홈페이지와 전국 발명교실에는 포스터 형식으로도 제작되어 소개되고 있다.

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

고지혈증 예방 또는 치료용 조성물



(주) 푸드사이언스는 21세기 인류의 건강을 증진하기 위하여 천연물 원료로부터 신규스크리닝(Screening)을 통한 식약(Nutraceutical)제품 및 신약후보물질 발굴과 개발을 통하여 글로벌 마케팅을 펼치고자 끊임없이 노력하는 바이오 벤처회사이다.

(주)푸드사이언스는 KOSDAQ 상장기업인 금강철강(주)의 계열사이며 한국산업은행으로부터 초기기술사업화 투자기업으로 선정되어 투자유치에 성공하여 연구개발에 매진할 수 있는 기반을 마련하였다.



Global Morning Power

대한민국을 넘어 몽골과 러시아로 대한민국 대표 숙취음료 모닝파워!



이제 몽골과 러시아에서도 모닝파워!!

대한민국 특허등록 상품! 대한민국 대표 숙취음료 모닝파워가 몽골과 러시아에 진출을 하게되었습니다. 대한민국을 넘어 세계가 인정하는 모닝파워에 앞으로도 많은 관심과 성원을 부탁드립니다.

“ 대한민국을 넘어
몽골과 러시아로!!
대한민국 대표
숙취음료 모닝파워!! ”



현재, 복어를 주성분으로 하는 천연 추출물이 숙취해소 뿐만 아니라 고지혈증, 간기능 개선에 뛰어난 효과를 나타내고 있는 기술(대한민국특허 제579689호, 특허명 : 고지혈증 예방 및 치료용 조성물)을 포항공대와 공동연구개발하고 이 기술을 포항공대로부터 이전받아 숙취해소에 탁월한 복어성분 함유 모닝파워를 국내외에 판매하고 있으며 추후 천연물신약을 개발하여 글로벌 제약회사로 도약하고자 한다.

주요 연혁

- 2003. 06. 25 (주)푸드사이언스 설립(자본금 50백만 원)
- 2003. 12 중소기업은행 주관 기술개발시범기업 지정
- 2004. 06. 12 벤처기업인증(기술보증기금)
- 2004. 06. 22 ISO9001 인증
- 2004. 12. 17 (주)푸드사이언스 유상증자(자본금 2억 원)
- 2005. 09. 15 특허 제516912호 등록 - DNA chip 관련
- 2005. 12. 06 특허 제536163호 등록 - 항암제 관련
- 2006. 06. 08 KOSDAQ 상장기업 금강철강(주) 투자 유치
- 2006. 07. 24 (주)피앤아이 합병(자본금 422백만 원)
- 2006. 07. 24 (주)푸드사이언스 유상증자
(자본금 717백만 원)

- 2006. 09. 27 특허 제631890호 등록 - 항암제 관련
- 2007. 01. 16 기술혁신형 중소기업(INNOBIZ) 선정
- 2007. 05. 22 숙취해소음료 “모닝파워” 출시
- 2007. 06. 28 한국산업은행 초기기술사업화투자기업선정 및 투자 유치(9억 9천만 원)
- 2008. 09. 09 이마트 “모닝파워” 입점 판매
- 2008. 12. 11 대한민국 발명특허대전 특허청장상 수상
- 2008. 12. 11 롯데슈퍼 “모닝파워” 입점 판매
- 2009. 04. 23 패밀리마트 “모닝파워” 입점 판매
- 2009. 04. 30 “모닝파워” 몽골 및 러시아 수출계약 및 1차 선적

지식재산권 출원 및 등록 현황(이전받은 기술 포함)

	출원			등록		
	국내	해외	계	국내	해외	계
특허	7	4	11	7		7
실용실안						
디자인						
합계	7	4	11	7		7

행복채험단 후기 SK텔레콤 정보통신 고령자의 행복한 체험

품명	***
디자인	***
사용자 편의	***

제목	등록자	등록일	조회수
- 모닝파워 후기 -	9980512	2009/04/04	2

드레싱 및 향배 대체서 작성해 주세요
 향배가 있어 조금 나쁘게 생각하실지 모르겠으나 목 넘길때 시원한 느낌
 많이 부담스럽지 않고 맛있게 먹을수 있습니다

드레싱 보셨던 타 제품과 비교하여 작성해 주세요
 여름엔과 비슷하고 유려도 비슷함
 기름진 품 저칼로리인 이 제품이 좋을거 같아요
 사실 이거 말고 유령보다 많이 마시려고...ㅎㅎ
 그래도 맛도 간 있고 속도 먹어서 좋은듯..

드레싱과 제품의 향과 맛에 대해 작성해 주세요
 본인 경험대로만 쓰시면 효과가 있을거
 근데 이거 말고 다른 요리가 있어달라는거..

사업화 과정

많은 바이오 벤처기업과 마찬가지로 기술이전을 받고 이를 상용화하고 새로운 기술을 개발하기 위하여 많은 연구 개발 및 운전자금이 필요하여 2006년 6월에 KOSDAQ 상장사인 금강철강(주)로부터 투자를 유치하여 현재 금강철강(주)의 자회사로 편입되어 있으며 2007년 한국산업은행으로부터 초기사업화기업으로 선정되어 투자를 유치하여 자금의 어려움을 극복할 수 있었다.

판매 및 유통 과정

기술이전 받은 기술 “고지혈증 예방 및 치료용 조성물”을 기반으로 하여 당사의 기술력을 더하여 소비자의 기호도에 맞추어 개발되어진 숙취해소에 참 좋은 복어 성분 함유 모닝파워를 2006년 6월 첫 시제품을 생산하여 판매를 하였으나 유통에 대하여 초보기업인 당사는 많은 어려움을 가지고 있었다.

기존의 유통망에는 워낙 많은 숙취해소음료들이 치열한 경쟁을 벌이고 있었으며 새로운 제품에 대한 브랜드 인지도의 열세로 인하여 시장에 진입하기조차 힘들었다.

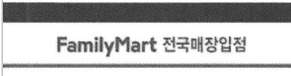
이를 위하여 당사는 새로운 영업 인력을 확충하여 지역 자체 유통망(현재 거래처 : 200곳)을 구축하였으며 타 지역은 대리점 및 총판체제로 유통에 진입하여 판매를 진행하고 있다.

하지만 지역적인 한계를 가지고 하나의 제품만 판매를

하니 판매되어진 매출액보다 유통비용 및 마케팅비용이 초과하여 과다한 판매관리비의 어려움을 가져왔다.

이를 극복하기 위하여 대형유통망을 끊임없이 접촉하고 많은 전시회에 참여하여 모닝파워의 우수성을 알렸으며 드디어 2008년 9월 이마트에 입점 판매하고 있으며 2008년 12월 롯데슈퍼에 입점 판매하게 되었다.

그러나 할인점은 유통점포수가 100~200개 정도로 판매장소가 부족할 뿐만 아니라 구매를 하는 소비자의 접근성이 떨어져서 모닝파워를 구매하였던 고객들이 구매에 대하여 많은 어려움을 토로하였다. 이를 극복하기 위하여 계속적인 접촉을 취하였던 패밀리마트(점포수 : 4,300개)에 2009년 4월 4주차에 신제품으로 입점하여 현재 판매중이며 2009년 하반기까지 유명편의점에 입점판매하기 위하여 지속적인 마케팅을 펼치고 있다.



사업화 성공 요인

당사의 대표이사인 박진현 박사는 포항공대 화학공학대에서 2000년도에 박사학위를 받고 복어 유전자의 인간의 유전자와 91% 유사하는데 착안하여 항암제 개발을 위하여 포항공대에서 바이오벤처기업을 창업하여 포항공대 창업교육센터에 입주하였다. 포항공대에는 BT분야의 우수한 연구 인력과 POSCO에서 지원한 생명공학센터가 설립되어 최신의 연구 장비가 있어 이를 기반으로 하여 항암제 개발에 매진할 수 있었다.

그러나 초기의 바이오벤처기업이 그러하듯이 매출은 미비하고 많은 연구개발비에 힘들어 하듯이 당사도 자금부분에 많은 애로사항을 겪었다. 이를 극복하기 위한 방안으로 KOSDAQ 상장기업인 금강철강(주)(POSCO 냉연강관 대리점)의 투자를 유치하였으며 한국산업은행으로부터 초기 기술사업화 투자기업으로 선정되어 자금을 유치하였다.

주지하는 바와 같이 하나의 신약후보물질을 발굴하고 이를 사업화하기 위해서는 많은 연구개발비 및 시간이 소요되는 바, 한정된 자금으로 연구개발에만 매진할 수 없는 상황에 봉착하게 되었다. 이러한 어려움을 극복하기 위하여

항암제 후보물질을 개발하고 있던 복어에 착안하여 숙취해소용 음료를 개발·판매하여 이익을 창출하고 이를 연구개발비로 재투자하고자 포항공대와 공동으로 연구개발하여 “고지혈증 예방 및 치료용 조성물” 특허를 등록하였으며 이를 이전받아 당사의 기술력을 접목하여 숙취해소에 참 좋은 복어 성분함유를 시장에 진입하게 되었다.

또한 포항공대는 당사의 모닝파워제품의 마케팅에 도움을 주고자 기술이전인증 마크를 부여하여 소비자의 신뢰도를 높이는 계기가 되었다.



하지만, 기존의 유통망에는 많은 숙취해소 음료들이 치열한 경쟁을 벌이고 있었으며 새로운 제품에 대한 브랜드 인지도의 열세로 인하여 시장에 진입하기조차 힘들었으며 마케팅에 대한 전문지식이 부족하여 체계적인 모닝파워 시장진입을 마케팅 전략기획서가 시급히 필요한 상황이었다.

이를 극복하기 위하여 중소기업청에서 주관한 중소기업 마케팅역량강화사업에 선정되어 2008년도 하반기 주말을 이용하여 약 3개월간 교육을 받고 시장진입을 위한 마케팅 전략기획서를 작성하여 이를 기반으로 하여 모닝파워를 시장에 성공적으로 진입할 수 있는 기반을 구축하였다.

포항공대로부터 이전받은 기술과 더불어 소비자 시장을 정확하게 진단한 시장보고서, 그리고 모닝파워마케팅 전략 기획서를 기반으로 하여 현재 이마트(전국 1위 할인점), 롯데슈퍼마켓, 패밀리마트(전국 1위 편의점)에 입점하여 판매하고 있으며 올 하반기에는 전국의 편의점 및 약국으로 판매 매장수를 확장할 계획에 있다.

현재의 여건, 향후 진행사항 및 기대효과

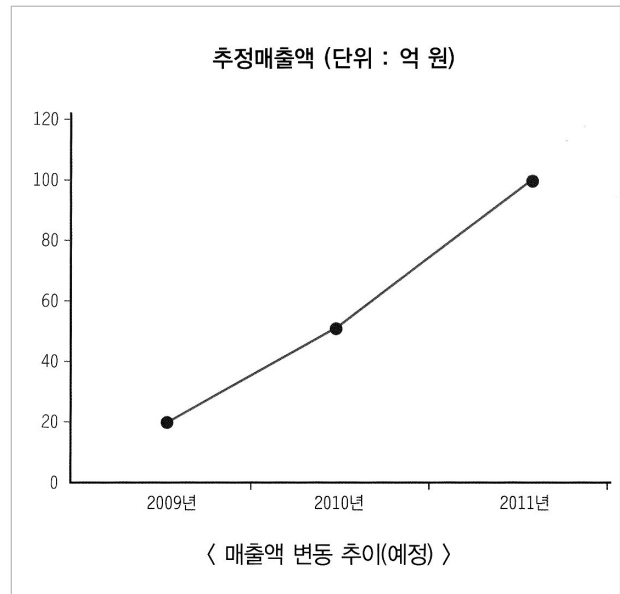
현재 국내 최대 편의점인 패밀리마트(점포수 : 4,300개)에 모닝파워가 입점하여 판매를 하고 있으며 2009년 하반기까지 유명편의점(GS25, buy the way, MINI STOP, 7Eleven)에 입점판매하기 위하여 지속적인 마케팅을 펼치고 있다.

또한 숙취해소음료의 유통망인 약국에 유통하기위하여 약국전용쇼핑몰인 팜스넷에 입점하여 전국적으로 유통망



을 확대하고 있다.

이와 더불어 2009년 4월 30일 몽골로 첫 수출물량을 선적하여 수출하였으며 러시아, 동남아 및 미주시장과 유럽으로 수출을 계획하고 있다. 한국발명진흥원



지식재산권 용어사전

공연히 실시된 발명 [특허]	특허출원 전에 국내에서 불특정인이 알 수 있는 상태에서 그 발명이 공공연하게 실시된 경우를 의미함. 즉 당해 기술분야에서 통상의 지식을 가진 자에게 그 발명내용이 알려질 수 있는 상태로 실시된 경우를 말함. an invention publicly known or worked in the Republic of Korea before the filing of the patent application.(특허출원 전에 국내에서 공지되었거나 공연히 실시된 발명)
공연히 실시된 디자인 [디자인]	디자인이 불특정 다수인이 알 수 있는 상태에서 실시된 것을 말함.
공연한 판매 [특허]	공연히 알려진 상태 또는 공연히 알려질 수 있는 상태에서 판매되는 경우를 말함.
공연한 실시의 증거조사 신청 절차 [특허]	당해 기술분야에서 통상의 지식을 가진 자에게 그 발명내용이 알려질 수 있는 상태에 있음을 석명하기 위한 증거조사의 신청 절차.
공연한 실시 [특허]	당해 기술분야에서 통상의 지식을 가진 자에게 그 발명내용이 알려질 수 있는 상태로 실시된 경우.
공연한 사용 [특허]	발명이 공연히 알려진 상태 또는 공연히 알려질 수 있는 상태에서 사용된 경우를 말함.
공연실시 [지재권일반]	특허사유를 판단하는 한 요소로 공연 사용된 날로부터 1년이 초과된 경우 미 특허법 제102(b) 위반으로 특허 받을 수 없음. 공연 사용이 되기 위해서는 적어도 하나의 특허제품이 공공연하게 사용되어야 함.



상표의 보호 대상

I. 서설

상표법상 상표라 함은 상품을 생산, 가공, 증명 또는 판매하는 것을 업으로 영위하는 자가 자기의 업무에 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 기호, 문자, 도형, 입체적 형상, 색채, 홀로그램, 동작 또는 이들을 결합한 것이나 그 밖에 시각적으로 인식할 수 있는 것을 말한다.(상표법 제2조 제1항 제1호) 상표법은 이와 같은 상표를 권리로서 보호함으로써 수요자에게 상품의 출처를 명확히 하여 상품 선택의 길잡이를 제공하고, 상표를 사용하는 자에 대해서는 자신의 상표의 지속적인 사용으로 업무상 신용을 얻어 상품 및 상표의 재산적 가치를 높일 수 있도록 상표권의 설정, 보호 및 규제에 관하여 규정한 법률이다.¹⁾

즉 연혁적으로 상표라 함은 출처의 동일성을 나타내기 위하여 상품에 사용되는 모든 표현수단을 말하나, 사회적 사실로서의 모든 상품표지를 상표법의 체계 내에서 일률적으로 보호하는 것은 법기술상 곤란하므로 상표법은 소정의 요건을 구비한 것만을 상표로 보호하고 있다.

II. 상표의 구성요소

1. 상품

상품이란 상품학상의 개념에 의하여 결정될 것이 아니고

상표법에 규정된 상표제도의 목적에 비추어 사회경제상의 통념에 따라 결정되어야 하는 상대적 개념이다. 일반적으로 상표법상의 상품이란 그 자체가 교환가치를 가지고 독립된 상거래의 목적물이 되는 물품을 의미한다.²⁾

부동산과 같이 운반할 수 없는 물품이나 열·향기와 같은 무체물, 유통성이 없는 골동품이나 금제품(禁制品), 광고매체가 되는 경품이나 무상으로 제공되는 견본품 및 유가증권 등은 상표법상 상품이라 할 수 없다. 판례는 A라는 등록 상표를 맥주를 제조, 판매하는 자가 맥주 판촉행사에서 A가 표시된 티셔츠를 무상으로 배포한 경우에 같은 A를 타인의 지정상품인 티셔츠의 출처표시로 사용한 것이 아니라 자기의 상품인 맥주에 관하여 사용한 것이라고 한 바 있다.

다만, 무체물이라 하더라도 용기에 담아 독립거래의 대상이 되는 것이나 인터넷을 통하여 다운로드 가능한 컴퓨터프로그램³⁾의 경우에는 상표법상의 상품으로 인정받고 있다.

일반적으로 전자정보재에 대한 상품과 서비스의 구별이 문제가 되는데, 다운로드 가능하다면 상품, 보존할 수 없는 형태로 전자정보재를 제공하는 경우에는 서비스로 구분하고 있다. 즉, 전자정보재가 다운로드되어 수요자가 그 '자체'를 계속적으로 관리·유통(전송)·지배할 수 있는 경우에는 상품이고 ASP(Application Service Provider)나 스트리밍 형태로 전자정보재의 '기능'을 제공하는 경우 또는 온라인 네트워크게임과 같이 전자정보재의 '이용환경'



질문 1. 국내의 이동통신서비스 사업자인 甲은 3년 전부터 TV광고를 하면서 독특한 멜로디를 사용하여 왔다. 국내에서는 상기 멜로디를 듣는 경우, 甲과 관련된 서비스임을 인식하게 되었다. 甲이 상기의 멜로디를 국내에서 이동통신서비스업에 대하여 서비스표등록출원하여 등록을 받을 수 있는가?

질문 2. 대학생인 乙은 아이폰에 사용될 수 있는 게임을 제작하여 앱스토어에 업로드한 후 판매하고 있다. 乙은 이외에도 여러 가지 소프트웨어를 제작하여 많은 다운로드 수를 기록한 바 있다. 乙은 자기가 개발한 게임 등에 대하여 출처표시로서 A의 문자를 사용하고 싶어한다. 乙이 A에 대하여 상표등록출원하여 등록을 받을 수 있는가? ”

을 제공하는 경우(예: 온라인 전자출판물 제공업<읽기전용>)에는 서비스업으로 취급된다.⁴⁾

2. 상표의 주체

상표란 상품을 생산·가공·증명·판매하는 것을 업으로 영위하는 자가 사용하는 것을 의미한다. 그리고 여기서 상품의 생산, 가공, 판매를 ‘업으로’ 한다는 것은 계속, 반복할 의사를 가지고 일정한 사업을 영위하는 것을 말하지 반드시 영리를 목적으로 하는 것을 의미하지는 않는다. 따라서 개인적인 범위 내에서 상품을 교환하거나 수리하는 것은 상표법상 상표의 사용이라 할 수 없다.

‘가공’의 경우에는 원재료를 구매하여 완제품을 만들어 내는 가공업자의 경우에는 당해 완제품을 상품으로 지정하여 등록받을 수 있을 것이므로 상표의 대상적격에 포함될 수 있을 것이나, 완제품에 대하여 후처리 등의 단순 가공행위에 대해서는 거래사회 실정상 서비스업에 속한다고 할 것이다.⁵⁾

법문의 규정상 ‘증명, 판매’를 업으로 영위하는 자의 경우도 상표로서 등록받아야 하는 문제가 있었으나, ‘증명, 판매’가 거래사회 실정상 서비스업에 속한다는 측면에서 법과 거래실정상의 괴리가 존재하였다.

‘증명’의 경우에는 상품의 품질검사를 행하는 자가 자가 취급한 상품의 품질·성분을 보증하기 위하여 사용되는 증명표를 의미한다고 할 수 있으나, 이는 거래사회 실정상 서비스업에 속한다고 할 수 있다. 상표는 자타상품식별기능과 출처표시기능을 주된 기능을 하는 것임에 반하여, 이러한 증명표는 상품이나 서비스업의 산지, 품질, 제공방법 기타의 특징을 증명, 보증하기 위하여 사용되는 것이라는 점에서 품질보증적인 기능을 1차적인 기능으로 하는 차이점이 있다.⁶⁾

‘판매’의 경우에도 그동안 도소매업과 같이 상품 ‘판매’와 관련된 경우에는 취급하는 상품을 지정상품으로 하여 상표등록출원을 하거나, ‘○○판매대행업’ 및 ‘○○판매알선업’ 등의 형태로 서비스표등록출원을 해 왔으나, 불사용취소심판 등의 여러 문제가 야기되어 왔다. 그러나 니스분류 9판에 소매점업, 도매점업, TV쇼핑 등 전자적 수단에 의한 판매업 등이 추가되었고 국제적으로도 도소매업을 독자 서비스업으로 인정하는 경향이 있어 우리나라도 2007. 1. 1.부터 시행되는 서비스업류구분 제35류에 도매점업과 소매점업을 추가하였다.

3. 자타상품식별력

상표는 자기의 업무에 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 것이므로 주관적으로는 영업자가 자신의 상품을 타인의 상품과 식별하기 위하여 사용하는 표장이어야 하며 객관적으로는 상품거래사회에서 자타상품을 구별할 수 있는 힘인 식별력을 지니고 있어야 한다. 따라서 심미감을 불러일으키기 위한 순전한 디자인적인 사용, 상품의 품질, 가격 등의 정보를 전달하기 위한 사용, 상인이 법률관계의 귀속주체를 표시하기 위하여 사용하는 상호로서만의 사용, 상품의 기능을 향상시키기 위한 특수한

1) 사법연수원, 상표법, 2004년, 3면

2) 대법원 1999. 6. 25. 선고 98후58 판결

3) 국제적으로는 2002. 1. 1.부터 발효된 니스분류 8판에 ‘다운로드 가능한 전자출판물’, ‘다운로드 가능한 프로그램’이 제9류에 포함되는 상품으로 예시되었고, 우리나라도 동일자 시행된 상품류 구분에서 ‘내려받기 가능한 컴퓨터 프로그램·전자음악·전자서적·전자신문·전자학습지’를 제9류에 추가하여 무체물이라도 상거래의 대상이 되는 경우에는 상품으로 취급될 수 있음을 명확히 하였다.

4) 최성우, OVA상표법, 24면

5) 박종태, 이지상표법, 28면

고안 등은 상표로서 사용되는 것이라 할 수 없다. 판례도 타인의 등록상표와 유사한 표장을 이용한 경우라고 하더라도 그것이 상표의 본질적인 기능이라고 할 수 있는 출처 표시를 위한 것이 아니라 순전히 디자인적으로만 사용되는 등으로 상표의 사용으로 인식될 수 없는 경우에는 등록상표의 상표권을 침해한 행위로 볼 수 없다는 태도이다.⁷⁾

다만, 판례는 디자인과 상표는 배타적, 선택적인 관계에 있는 것이 아니므로 디자인이 될 수 있는 형상이나 모양이라고 하더라도 그것이 상표의 본질적인 기능이라고 할 수 있는 자타상품의 출처표시를 위하여 사용되는 것으로 볼 수 있는 경우에는 상표로서의 사용이라고 보아야 한다고 판시한 바 있다.⁸⁾ 즉, 형식적으로는 상표라고 불리지 않는 것이라고 하더라도 일반수요자에게 특정인의 상품 출처표시로서 인식이 가능한 것은 상표와 같은 기능을 수행하므로 상표법상 같은 취급을 해야 한다는 태도이다. 판례는 이는 디자인과 상표의 관계에 국한되는 것이 아니라, 도메인 네임, 서적의 제호 및 상호 등에 대해서도 동일한 태도이다.⁹⁾

최근에는 음반의 제명은 특별한 사정이 없는 한 그 음반에 수록된 해당 저작물의 저작물로서의 명칭 내지는 그 내용을 함축적으로 나타내는 것이어서 상품의 출처를 표시하는 기능을 하기 어려운 경우가 대부분이나, 음반은 일반 유품체물과 마찬가지로 독립된 거래의 대상이 되는 '상품'이므로, 음반의 종류 및 성격, 음반의 제명이 저작물의 내용 등을 직접적으로 표시하는지 여부 및 실제 사용 태양, 동일 제명이 사용된 후속 시리즈 음반의 출시 여부, 광고·판매 실적 및 기간 등 구체적·구별적 사정 여하에 따라 음반의 제명이 일반 수요자에게 상품의 출처를 표시하고 자기의 업무에 관계된 상품과 타인의 업무에 관계된 상품을 구별하는 표지로서 인식되는 때에는, 그 음반의 제명은 단순히

창작물의 내용을 표시하는 명칭에 머무르지 않고 자타상품의 식별표지로서 기능한다고 판시한 바 있다.¹⁰⁾

또한, 상표는 특정한 영업주체의 상품을 표창하는 것으로서 그 출처의 동일성을 식별하게 함으로써 그 상품의 품위 및 성질을 보증하는 작용을 하며, 상표법은 이와 같은 상표의 출처 식별 및 품질 보증의 기능을 보호함으로써 당해 상표의 사용에 의하여 축조된 상표권자의 기업신뢰이익을 보호하고 유통질서를 유지하며 수요자의 이익도 보호하는 것이므로, 공산품인 상품의 내부에 조립되어 기능하는 부품에 표시된 표장으로서 그 상품의 유통이나 통상적인 사용 혹은 유지행위에 있어서는 그 존재조차 알 수 없고, 오로지 그 상품을 분해하여야만 거래자나 일반 수요자들이 인식할 수 있는 표장은 그 상품에 있어서 상표로서의 기능을 다할 수 없을 것이므로 이를 가리켜 상표법에서 말하는 상표라고 할 수 없다. 판례도 제3자가 판매한 리모콘의 내부에 조립되어 기능하는 부품의 일종으로서 리모콘의 유통이나 통상적인 사용 혹은 유지행위에 있어서는 그 존재조차 알 수 없고, 오로지 위 리모콘을 분해하여야만 거래자나 일반 수요자들이 인식할 수 있는 내부회로기판 위에 표기된 표장을 가리켜 이를 상표로서 사용된 상표라고 할 수 없다고 판시한 바 있다.¹⁾

상표로서 사용되고 있는지의 여부는 상품과의 관계, 당해 표장의 사용 태양(즉, 상품 등에 표시된 위치, 크기 등), 등록 상표의 주지저명성 그리고 사용자의 의도와 사용경위 등을 종합하여 실제 거래계에서 그 표시된 표장이 상품의 식별표지로서 사용되고 있는지 여부를 종합하여 판단하여야 한다.

4. 사용

상표는 상품에 관하여 사용되는 것이다. 여기에서 사용이란 상품을 표창하고 상품의 동일성을 나타내기 위한 모든 이용을 말하며, 상표법은 제2조 제1항 제6호 및 제2항에서 일정한 표시행위, 유통행위, 광고행위를 사용의 한 유형으로 열거하고 있다.

우리나라의 상표법은 상표의 사용을 등록의 요건으로 하지 않고 등록된 이상 실제 사용하고 있지 않더라도 상표권의 취득을 인정하는 등록주의를 취하고 있으므로 상표의 사용은 상표권 취득에 있어서 큰 의미는 없으나 상표로서

6) 2008년 개정상표법에서는 상표의 정의규정에서 '증명'을 삭제하는 대신, 표장의 소유자 또는 그로부터 사용허락을 받은 자가 그 표장이 사용되는 상품이나 서비스업의 산지, 원재료, 제조방법 또는 제공방법, 수량, 정밀도 기타 특성 등을 증명하기 위하여 사용하는 표장으로 증명표장을 별도로 신설하는 것을 주요 내용으로 하고 있다.

7) 대법원 2003. 2. 14. 선고 2002후1324 판결

8) 대법원 2000. 12. 26. 선고 98도2743 판결

9) 대법원 2005. 8. 25. 선고 2005다22770 판결

10) 대법원 2007.1.25. 선고 2005다67223 판결

등록하기 위해서는 적어도 사용할 의사는 있어야 하며 일정 기간 사용하지 않으면 등록취소사유가 될 수 있으므로 등록 주의하에서 상표의 사용이 전혀 무의미한 것이라고 할 수는 없다.¹²⁾ 우리 상표법도 제3조 본문에서 '국내에서 상표를 사용하는 자 또는 사용하고자 하는 자는 자기의 상표를 등록받을 수 있다.'라고 규정하여 상표등록을 받기 위해서는 최소한 사용의사는 있어야 하는 것으로 규정하고 있다.

그러나 제3조 본문은 거절이유 또는 무효사유에 해당하지 않으므로 단순한 선언적 규정으로 이해되어야 하고, 상표법 제55조 및 제57조에서 사용권자의 상표의 사용을 인정한 점, 심사단계에서 출원인의 사용의사의 존부, 특히 사용하고자 하는 장래사실에 관한 의사를 판단하는 것은 거의 불가능에 가깝다는 점에서 사용의사는 등록요건이 아니라고 할 것이다.¹³⁾ 다만, 일부 특허법원 판례에서는 상표/서비스표에 대한 사용의사 유무는 상표/서비스표 출원인의 주관적, 내면적인 의지에 의하여만 결정할 것이 아니라 외형적으로 드러나는 사정에 의하여 객관적으로 결정하여야 하므로, 변리사의 자격 외에 다른 자격을 갖추지 못한 등록 서비스표권자는 지정서비스업 중 '변호사업, 공인노무사업, 행정사업, 법무사업'에 관하여 객관적인 사용의사가 없어 등록받을 수 없다고 판시한 적은 있다.¹⁴⁾

5. 표장

상표는 상품의 표장(sign, mark)이며 표장이란 특정의 물건 또는 사항을 나타내기 위하여 이용되는 일체의 감각적 표현 수단을 의미하므로¹⁵⁾, 이론적으로는 문자, 기호, 도형과 같이 평면적, 시각적인 것 뿐 아니라 맛, 향기, 색채, 입체적 형상 등과 같은 것도 그것이 자타상품을 식별하기 위한 표지로 사용된다면 상표라고 할 수 있다. 그러나 현실적으로 이러한 표지를 전부 보호하는 것은 어려운 일이므로 상표법은 이 중 일정유형의 표지만을 보호대상으로 정의하고 있다.

상표법은 현재 기호, 문자, 도형, 입체적 형상, 색채, 홀로그램, 동작 또는 이들을 결합한 것이나 그 밖에 시각적으로 인식할 수 있는 것만을 상표의 구성요소로 하고 있다. 과거에는 입체적 형상까지의 전형적인 상표만을 보호하였으나, 2007년 개정법은 과학기술의 발달 및 각종 마케팅

수단이 발전함에 따라 상표의 기능을 할 수 있는 수단이 다양화되어 기호·문자 등 기존의 전형적 상표 외에 홀로그램, 동작, 색채 등 비전형적인 상표도 보호하게 되었다.¹⁶⁾

(1) 문자상표

문자상표라 함은 한글, 한자, 로마자, 외국어, 숫자 등 문자로 구성된 상표를 말한다. 문자상표의 경우에는 구체적인 의미를 포함할 수 있는데, 상품의 품질, 성분, 재료, 용도, 효능 등을 묘사함에 그치는 경우 (descriptive mark)에는 자타상품식별력이 부족할 뿐 아니라 특정인에게 독점하도록 하는 것이 부당하므로 등록을 받을 수 없다. 또한 어떤 상품을 지칭하는 것으로 사용되고 인식되는 이른바 보통명칭을 상표로 등록받는 것도 허용되지 않는다.

(2) 입체상표

입체상표는 3차원적인 입체적 형상을 상표의 구성요소로 포함하는 상표를 말한다. 코카콜라의 병, 패스트푸드점의 마스코트인형, 건물의 외관, 양주나 향수의 병 모양 등이 대표적이다. 그러나 상품의 모양이나 물리적 구조가 특별하다고 하여 언제나 상표로서 보호될 수 있는 것은 아니며 주된 목적이 자타상품의 식별에 있는 경우에만 상표로서 등록될 수 있고, 주된 목적이 기능적인 것인 경우에는 상표로서의 등록적격이 없다.

(3) 색채상표

색채상표라 함은 색채를 상표의 구성요소로 하는 상표를 말한다. 경우에 따라서는 단일의 색채만으로 또는 색채의 조합만으로 구성된 상표를 칭하는 경우가 있다. 과거에는 색채고갈론, 색채혼동이론 등의 이유

11) 대법원 2005. 6. 10. 선고 2005도1637 판결

12) 사법연수원, 앞의 책, 7면

13) 특허법원 2005. 10. 28. 선고 2005허6191 판결 同趣

14) 특허법원 2003. 12. 12. 선고 2003허4221 판결

15) 사법연수원, 앞의 책, 7면

“ 설문 1에서, 甲의 멜로디는 시각적으로 인식할 수 없는 소리상표로서 현행 상표법상 보호대상이 상표의 정의에 만족하지 못하여 등록받을 수 없다.
 설문 2에서, 乙의 표장은 상표의 정의를 만족하고 있으며, 그 지정상품은 비록 유체물이 아니라고 하더라도 유통성과 독자적인 교환가치를 가지고 있는 바, 상표법상 등록 대상이 될 수 있다. ”

로 인해 색채만으로 또는 색채의 조합만으로 구성된 상표를 인정하지 않았다. 그러나 색채상표의 보호가 국제적으로 일반화되었고, 거래사회의 추이에 따라 색채를 부가 또는 변경하여 사용할 필요가 높아졌으며, 법 기술상으로도 색채를 정확하게 표현하는 것이 가능해졌음을 고려하여 2007년 개정법에서 독자의 구성요소로 인정하게 되었다.

다만, 색채만으로 또는 색채의 조합만으로 된 상표는 상품의 일반적 색채를 직감시키거나 간단하고 흔한 경우가 대부분이어서 자타상품식별력이 부족할 뿐 아니라 특정인에게 독점하도록 하는 것이 부당하므로 등록을 받을 수 없다. 또한, 색채가 기능을 갖는 경우도 존재하는데, 사물을 작아 보이게 하는 검정색, 눈에 잘 띄게 하는 옐로우 및 심리적 안정감을 주는 분홍색 등이 그 예이다. 이러한 경우에도 역시 입체상표와 마찬가지로 주된 목적이 기능적이므로 상표등록적격성이 없다. 따라서 색채만으로 또는 색채의 조합만으로 된 상표가 등록을 받기 위해서는 색채가 사용의 결과 2차적인 의미(secondary meaning)를 취득하여 식별력을 갖추어야 하고, 그 자체로 기능을 가지지 않아야 한다.

(4) 홀로그램상표 및 동작상표

홀로그램상표란 레이저광이 만나 일으키는 빛의 간섭효과를 이용하여 사진용 필름과 유사한 표면에 3차원 이미지를 기록한 상표를 말한다. 동작상표란 시간의 흐름에 따라서 변화하는 일련의 그림이나 동적

이미지로 구성된 상표를 말한다. 홀로그램상표와 동작상표의 보호적격은 주로 표장의 단일성 및 사실적 표현가능성의 요건에 따라 결정된다.

Ⅲ. 결어

상표법 제2조 제1항 제1호의 규정에 의한 표장의 정의에 합치하지 아니하는 경우에는 동 규정에 해당함을 이유로 상표등록을 받지 못한다. 또한, 타인의 등록상표를 사용하는 경우라고 하더라도 그것이 상표로서의 사용이 아닌 경우에는 상표권의 침해를 구성하지 않으며, 자신의 등록상표를 사용하는 경우라도 그것이 상표로서의 사용이 아닌 경우에는 불사용취소심판의 대상이 될 수 있다. 즉, 상표의 정의의 규정은 등록요건에만 국한되는 문제가 아니라 침해문제 및 취소심판에서도 중요한 판단 기준이 된다.

상표로서의 보호 범위를 어디까지 인정할 것인가 하는 문제는 논리필연적인 법이론의 문제가 아니라 그 나라의 경제사회의 발전정도에 따라 결정될 입법 정책의 문제에 속한다. 현행 상표법은 색채나 입체적 형상, 홀로그램, 동작을 상표의 구성요소로 받아 들여 적용대상을 확대하였다. 그러나 여전히 시각을 통하여 인식할 수 없는 소리나 냄새에 대해서는 상표법상의 보호가 인정되지 아니하는 바, 경제사회의 추이와 거래실정을 고려하여 보호대상의 확대 여부를 탄력적으로 검토하여야 할 것이다.

한국발명진흥회

16) 2008년 개정법에서는 한·미 자유무역협정(FTA)에 따라 소리·냄새 등 시각적으로 인식할 수 없는 것 중 기호·그림·문자 등으로 표현할 수 있는 것까지도 상표의 정의 규정에 포함하는 내용을 담고 있다.



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

무엇이든 물어보세요~!

Q 디자인을 구성하는 요소로서 인정되는 화상디자인의 범위는 무엇입니까?

A • 디자인보호법상 디자인의 구성요소로서 인정되는 화상디자인의 범위는 대체적으로 그래픽사용자인터페이스(GUI), 아이콘 및 그래픽 이미지 등이 포함될 수 있으며, 그 예로는 다음과 같은 것들을 들 수 있습니다.

- 가. 그래픽사용자인터페이스(GUI)
 - 특허청 홈페이지, 인천공항 홈페이지 등의 Web Site GUI
 - 한글 프로그램, Windows Media Player 등 응용프로그램의 S/W GUI
 - 휴대전화기, PDA, Web Pad 등에 구현되는 Mobile GUI
 - Navigator, 냉장고, MP3, CDP, 디지털 TV 등에 구현되는 정보가전 GUI
- 나. 아이콘(Icon)
 - 한글 아이콘, 인터넷 익스플로러 아이콘 등의 Application Icon
 - 단품이나 Set로서의 도구 Icon
 - 그래픽사용자인터페이스의 구성요소로서의 GUI Icon
- 다. 그래픽 이미지 (Graphic Images)
 - Contents로서의 그래픽
 - 컴퓨터 모니터의 화면보호기
 - 캐릭터
 - 아바타를 구성하는 아이템 set
 - 이모티콘
 - 3D 애니메이션
 - 각종 기능의 상태를 표시하기 위한 것
(배터리의 잔량표시, 수신 상태표시, 각종 레벨게이지 표시) 등

Q 화상디자인 보호를 위해 출원할 수 있는 물품은 무엇입니까?

A • 화상디자인에 관한 디자인등록출원을 하는 경우에는, 그 디자인이 적용된 물품이 디자인보호법상의 보호대상으로 인정되는 물품이어야 합니다.

• 따라서 출원 가능한 물품에는 컴퓨터 모니터, 휴대전화기, 개인휴대정보단말기(PDA), 자동차용자동항법장치(Navigator), 냉장고, 세탁기, 전자레인지, 복사기, 정수기, MP3 플레이어, CD 플레이어, MD 플레이어, 워크맨, 디지털 카메라, 디지털 TV, 자동예금인출예입장치(ATM), POS(Point of Sale) 단말기 등 액정화면 등의 표시부를 가지고 있는 모든 정보화 기기가 포함됩니다. 그러나 화상디자인 자체만은 디자인보호법상의 보호대상이 되는 물품에 해당되지 않습니다.

- 가. 디자인보호법규상 인정되는 물품의 명칭
 - 화상디자인이 표시된 컴퓨터 모니터
 - 화상디자인이 표시된 휴대전화기
 - 화상디자인이 표시된 개인휴대정보단말기(PDA) 등
- 나. 디자인보호법규상 인정되지 않는 물품의 명칭
 - 아이콘, 컴퓨터 아이콘
 - 그래픽사용자인터페이스(GUI) 등

출처 특허청 홈페이지

글자체디자인과 관련된 사례

사례) 甲은 컴퓨터소프트웨어 개발업자로서 얼음 또는 수정(crystal)과 같이 날카롭고 예리하면서도 광채가 나는 특이한 형태를 특징으로 하는 글자체(A)를 개발하였다. 이후 甲은 A글자체의 특이한 형태를 권리화하기 위해 디자인등록출원(X)을 하고자 한다. 다음 설문에 답하시오.

- (1) 甲은 글자체디자인A에 관한 한글글자체를 등록받고자 한다. 글자체디자인에 관한 출원 시 유의사항에 관하여 간략히 논하라.
- (2) 甲이 글자체디자인A에 대하여 한글 글자체, 영문자 글자체, 특수기호 글자체를 함께 1디자인등록출원하였다. 당해 출원의 등록가능성에 대하여 간략히 논하라.
- (3) 심사관은 甲의 출원 전 이미 당해 업계에서 수정(crystal)체라는 한글글자체가 존재하고, 이 서체와 甲이 출원한 글자체디자인A는 상호 간 구성요소의 모양을 변경하거나 곡선 또는 기울기를 변경하는 처리 등에 의한 부분적 변경이라고 판단하였을 경우 X출원의 등록가능성에 대하여 논하라.
- (4) 甲의 출원이 적법하게 등록된 이후 인쇄업자 乙이 글자체디자인A와 동일한 글자체를 사용하여 동화책을 인쇄하고 있다면 乙의 이와 같은 행위는 甲의 디자인권을 침해하는 것인지 논하라. 아울러 乙이 생산한 동화책을 대형서점인 丙이 판매하는 경우 甲의 디자인권을 침해하는 것인지 논하라.

I. 문제의 제기

글자체디자인과 관련하여 2005년 7월 1일 시행법에 의한 법적 취급을 검토한다. 설문 (1)의 경우 글자체디자인의 출원서 및 도면의 기재사항 및 이와 관련된 공업상 이용 가능성 위반 여부에 관하여 검토하고, 설문 (2)의 경우 글자체디자인출원이 1디자인 1출원주의를 만족하기 위한 요건을 검토하고, 설문 (3)의 경우 글자체디자인의 동일유사 판단의 기준을 검토하여 신규성 위반 여부를 검토하며, 설문 (4)의 경우 글자체디자인권의 효력 제한과 관련하여 법 제44조제2항을 검토한다.

II. 글자체디자인의 법적 취급

1. 글자체디자인의 의의 및 취지

- 1) 글자체라 함은 기록이나 표시 또는 인쇄 등에 사용하기 위하여 공통적인 특징을 가진 형태로 만들어진 한벌의 글자꼴(숫자, 문장부호 및 기호 등의 형태를 포함한다)을 말한다.(제2조제1호의2) 현행법은 디자인의 정의규정에서 글자체를 물품에 포함시켜 일반적인 디자인과 마찬가지로 보호하고 있다.(제2조제1호괄호)
- 2) 종래에는 글자체 개발자는 글자체 개발 시 많은 노력과 자본을 투입하였으나, 이를 보호해줄 수 있는 제도적 장치가 없어 경쟁업체의 도용 및 모방으로부터 무방비 상태에 놓이게 되어 글자체의 개발의욕을 상실하게 하였기 때문에 이를 디자인보호법에서 보호하여 창의적인 글자체 개발을 촉진하기 위함이다.

2. 연혁 및 개정법의 태도

(1) 2005년 7월 1일 시행법 이전

- 1) 구의장법의 경우 독립하여 거래가 가능한 구체적인 유체동산을 물품으로 해석하고 이러한 물품의 형태를 '의장'으로 정의하였기 때문에 물품성을 결여한 글자

체가 의장법상의 의장으로서 보호받을 수 없었다.

- 2) 저작권법의 경우 인쇄용 서체도안은 미적인 요소가 가미되어 있다 하더라도 실용적인 기능과는 별도로 독립적인 예술적 가치를 갖는 창작물에 해당하는 경우에만 저작물로서 보호된다는 것이 판례의 태도였고, 개정 저작권법에 의하여도 물품과 구분되는 독자성이 있어야만 저작물성이 인정될 수 있으므로 글자체의 독특한 미적 외관의 보호 면에서는 한계가 있었다.
- 3) 컴퓨터프로그램보호법의 경우 글자체가 컴퓨터상에서 구현되는 경우 그 프로그램을 보호할 수는 있지만, 글자체의 독특한 미적 외관을 보호받는 것이 아니라서 글자체디자인의 충분한 보호라고 할 수 없었다.

(2) 2005년 7월 1일 시행법 이후

제2조제1호에서 디자인의 정의규정에 글자체를 포함시켜 물품으로 의제하고, 제2조제1호의2호에서 글자체에 관한 정의규정을 신설하여, 글자체디자인이 디자인보호법상 독자적인 보호객체가 되었다.

3. 글자체디자인의 성립요건

(1) 일반적인 디자인의 성립요건을 갖출 것

- 1) 글자체디자인은 물품성, 형태성, 시각성 및 심미성을 갖추어야 한다. 다만, 글자체는 물품으로 보며, 형상을 수반하지 않는다.
- 2) 한편, 글자체디자인은 일반적인 디자인의 성립요건 이외에 이하 특유의 성립요건을 또한 구비하여야 한다.

(2) 기록이나 표시 또는 인쇄 등에 사용하기 위한 것일 것

- 1) 글자체는 기록이나 표시 또는 인쇄 등에 사용하는 정보전달을 위한 실용적 목적으로 창작된 것이어야 한다.

- 2) 다만, ① 미적 감상의 대상으로 하는 서예, 또는 ② 회사 또는 상품의 이름 등을 표상하기 위한 조립문자인 로고타입과 같은 단순히 미적 감상을 위한 목적으로 창작된 것은 해당하지 않는다.

(3) 공통적인 특징을 가진 형태로 만들어진 것일 것

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

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

- 1) 글자체는 각각의 글자꼴들 간에 공통적인 특징을 가지도록 만들어진 한 벌의 글자꼴로서 개개의 글자꼴이 모인 그 전체로서의 조합을 의미한다.
- 2) 다만, 글자꼴 또는 글자체 하나하나를 의미하는 것은 아니다.

(5) 글자체디자인의 성립요건 흠결의 효과

상기 요건을 구비하지 못한 경우 제2조제1호의 규정에 의한 정의에 저촉되는 것으로 보아 제5조제1항 본문에 위반하여 거절이유, 정보제공사유 또는 무효사유에 해당한다.

Ⅲ. 글자체디자인에 관한 출원 시 법적 취급 (설문 1)

1. 출원서(제9조제1항)

- 1) 일반적인 기재방식을 따라야 하고, 단독디자인등록출원 또는 유사디자인등록출원 출원인지 여부를 고려하여야 한다.
- 2) 심사등록출원으로 출원해야 하며, 디자인의 대상이 되는 물품은 시행규칙 별표4의 물품의 범위 중 N1류의 물품의 구분에 따라야 한다.
- 3) 1디자인 1출원주의를 고려하여 한글·영문자·기타 외국문자·숫자·특수기호·한자 글자체별로 구분하여 각각 출원하여야 한다.

2. 도면의 작성방법(제9조제2항)

- 1) 글자체디자인의 도면은 별지 제6호서식에 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.

2. 공업상 이용가능성 위반여부(5조1항본문)

- 1) 지정글자 도면, 보기문장 도면, 대표글자 도면이 시행규칙 별표6에서 정하는 대로 도시되지 아니한 경우.
- 2) 지정글자 도면, 보기문장 도면, 대표글자 도면 중 일부가 없는 경우 디자인의 표현이 구체적이지 아니하여 공업상 이용가능성 위반이다.

3. 사안의 경우

某甲은 디자인심사등록출원서에 N1류에 속하는 각 글자체를 지정하여 디자인의 대상이 되는 물품란에 기재하고, 필



수도면인 지정글자도면, 보기문장 도면 및 대표글자 도면을 시행규칙 별표6에서 정하는 바대로 기재한 후 제출해야 하며, 이를 위반 시 또는 상기 필수도면 중 일부도면이 없는 경우에는 공업상 이용가능성 위반이 될 수 있다.

IV. 1디자인 1출원주의 위반여부(설문 2)

1. 의의 및 흠결 시 효과

1디자인마다 1디자인등록출원하는 것이 원칙이다.(11조1항) 한편, 한글 글자체와 영문자 글자체, 한글 글자체와 특수기호 글자체, 영문자 글자체와 숫자 글자체 등은 함께 1디자인으로 출원할 수 없는 물품에 해당한다. 그러나, 이를 각각 분할출원할 수 있다.(제19조제1항제1호) 1디자인1출원주의 위반 시에는 11조1항 위반으로 거절이유, 정보제공사유에 해당하나, 절차적 요건이므로 착오등록 시에는 하자가 치유되고 무심사이의신청이유, 무효사유에는 해당되지 않는다.

2. 사안의 경우

甲은 한글, 영문자 및 특수기호 글자체를 함께 1디자인 등록출원하였으므로, 1디자인1출원주의 위반에 해당한다. 따라서 일부 글자체에 대한 삭제 보정 또는 각 글자체에 대한 분할출원을 하지 아니하면 11조1항 위반으로 등록받을 수 없다.

V. 신규성 위반여부(설문 3)

1. 신규성의 의의 및 판단방법

디자인등록출원 전에 국내 또는 국외에서 공지되었거나 공연히 실시된 글자체디자인 또는 반포된 간행물에 게재되었거나 전기통신회선을 통하여 공중이 이용가능하게 된 글자체디자인 및 이에 유사한 글자체디자인은 디자인등록을 받을 수 없다.(5조1항각호) 한편, 글자체디자인의 동일 유사여부와 관련하여, 시행규칙 별표4의 N1류의 글자체의 물품의 구분 중 한글 글자체, 영문자 글자체, 기타 외국문자 글자체, 숫자 글자체, 특수기호 글자체, 한자 글자체 상

호 간은 유사한 물품으로 보지 아니하며, 출원된 글자체디자인이 i) 기존 글자체의 복사나 기계적 복제에 해당되는 경우, ii) 기존 글자체의 부분적 변경에 해당되는 경우, iii) 기존 글자체의 자족(패밀리 글자체)에 해당되는 경우에는 기존 글자체디자인과 동일유사하다고 판단한다.

2. 신규성 위반의 효과

심사등록출원의 경우 거절이유, 정보제공사유, 무효사유에 해당하나, 무심사등록출원의 경우 거절이유에는 해당하지 않으나(26조2항) 정보제공사유, 이의신청이유, 무효사유에 해당한다. 무심사등록출원의 경우 정보제공이 있는 때에는 신규성 여부를 심사할 수 있다.(26조3항)

3. 사안의 경우

甲이 한글글자체에 관한 글자체디자인(A)을 출원한 경우 甲의 출원 전 이미 수정체라는 한글글자체가 존재하고, 이와 甲의 글자체디자인A는 상호 간 구성요소의 모양을 변경하거나 곡선 또는 기울기를 변경하는 처리 등에 의한 부분적 변경이라고 판단되므로 심사기준에 의하면 상호 유사한 글자체디자인이라고 판단되는 바 甲의 출원은 신규성 위반으로 등록받을 수 없다.

Ⅶ. 글자체디자인권의 효력 제한 여부(설문 4)

1. 글자체디자인권의 효력 및 제한

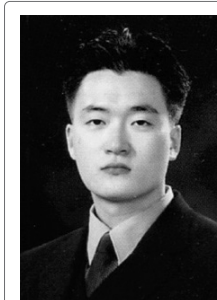
- 1) 글자체 디자인권자는 업으로서 등록된 글자체디자인 또는 이와 유사한 글자체디자인을 실시할 권리를 독점한다. 따라서, 원칙적으로 등록된 글자체디자인과 동일 또는 유사한 글자체디자인을 실시하는 행위는 침해를 구성한다.
- 2) 다만, ① 타자, 조판 또는 인쇄 등의 통상적인 과정에서 글자체를 사용하는 경우, ② 상기 글자체의 사용으로 생산된 결과물과 같이 일반사용자에게 미치는 영향이 큰 글자체의 사용에 대해서는 디자인권의 효력이 미치지 아니한다.(제44조제2항)

2. 사안의 경우

乙이 글자체디자인A와 동일한 글자체를 사용하는 것은 甲의 디자인권에 관한 등록디자인을 동일하게 실시하는 것이지만, 글자체디자인A와 동일한 글자체를 사용하여 동화책을 인쇄하는 행위는 44조2항1호에 의하면 등록된 글자체디자인A를 통상적인 과정에서 사용하는 것이므로 디자인권의 효력이 미치지 아니하여 甲의 디자인권을 침해하는 것이 아니다. 한편, 乙이 생산한 동화책을 대형서점인 丙이 판매하는 경우 통상의 사용에 의한 결과물인 동화책에 대해서는 44조2항2호에 의하여 디자인권의 효력이 미치지 아니하는 바, 甲의 글자체디자인A에 관한 디자인권을 침해하는 것이 아니다.

Ⅷ. 사안의 해결

글자체디자인의 출원에 있어서 심사등록출원서를 제출하고, 시행규칙 별표6에서 정하는 바대로 도면을 작성하여야 하고, 설문1의 경우 甲은 각 글자체를 분할 또는 일부삭제보정하지 아니하면 등록받을 수 없고, 설문2의 경우 甲의 출원은 종래 공지된 글자체와 유사하다고 판단되므로 신규성 위반으로 등록받을 수 없고, 설문3의 경우 인쇄업자 乙과 대형서점 丙의 실시행위는 44조2항에 의거 甲의 디자인권에 대한 침해가 성립되지 않는다. **민국발명진흥원**



김 옹

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

C olumn

발명강좌, 우표로 본 인물과 역사, 발명칼럼, 발명 365,
발명칼럼II, 발명에세이, 지식재산강의, 책과의 만남, 안내

48 발명강좌 53 우표로 본 인물과 역사 54 발명칼럼 59 발명 365 60 발명칼럼II 65 발명에세이
68 지식재산강의 75 책과의 만남 82 안내



자기 분수에 맞는 삶

자기 분수를 알아야 존경받아

아인슈타인은 그의 조국 이스라엘로부터 대통령 직을 제의받았다.

“국회는 만장일치로 당신을 이스라엘의 초대 대통령으로 선임했습니다. 조국을 위해 봉사해 주십시오.”

이 소식을 접한 아인슈타인은 정중하게 이 제안을 거절했다.

“대통령을 하겠다는 사람은 많습니다. 그러나 물리학을 가르칠 사람은 그리 많지 않아요. 이것이 제가 대통령 직을 맡을 수 없는 이유입니다.”

이스라엘의 수상 벤구리온도 어느 날, 갑자기 수상 직을 사임했다. 기자들이 물려들어 그 이유를 물었을 때 그는 이렇게 대답했다.

“키부츠 농장에서 일할 일꾼이 부족해서 나는 땅콩 밭으로 갑니다. 수상은 누구나 할 수 있지만 땅콩 농사는 아무나 지을 수 있는 것이 아닙니다.”

세상을 살면서도 자기 분수를 알면 존경을 받는다. 이스라엘이 부강한 것은 묵묵히 제갈 길을 가는 사람들이 많기 때문이다.

미국의 지미 카터도 대통령 직에서 물러난 후 교회학교 교사로 봉사하며 이렇게 말했다.

“내가 대통령이 된 것은 하나님의 일을 더 잘하기 위함이었습니다. 대통령은 임시직이지만 교사직은 평생직입니다.”

미국의 제6대 대통령 존 애덤스는 대통령 직에서 물러난 후, 아주 초라한 집에서 노년을 보내고 있었다.

한 친구가 오랜만에 그의 집을 방문했다. 집의 벽은 허물어지고, 지붕은 누더기처럼 낡은 것을 보고 친구는 깜짝 놀랐다.

‘아니, 이럴 수가!’

바람이 불면 사방에서 뼈저덕거리는 소리가 들려왔다. 친구는 애덤스에게 말했다.

“미국의 대통령까지 지내신 분이 어떻게 이런 초라한 집에서 지낼 수 있습니까? 이 집은 위험해요.”

그러자 애덤스는 빙긋이 웃으면서 대답했다.

“바람에 뼈저덕거리는 소리가 가끔은 관현악단의 연주로 들릴 때도 있습니다. 그러나 이제는 집이 위험해서 다른 곳으로 이사를 갈 생각입니다.”

이 말에 친구는 반가운 얼굴로 다시 물었다.

“어디로 이사를 가십니까?”

그러나 애덤스는 손가락으로 하늘을 가리켰다.

“저곳으로…….”

인간들이 요즘 자기 분수를 모르고 평생 살 것처럼 온갖 악행을 저지르는 데 수단과 방법을 가리지 않는 것을 보면 참 한심하다는 생각이 든다.

어느 해, 1억 원짜리 복권에 당첨된 한 남자가 있었다.

6년 전 결혼한 뒤 전셋집을 전전하며 내 집 마련을 꿈꾸던 50세의 이 남자는 그 해 주택복권을 구입하기 전까지는 성실한 가장이었다.

그런데 어느 날, 부인이 ‘간밤에 돼지꿈을 꾸었다’며 복권을 사라고 권유했다. 그 남자는 행여나 하는 마음으로 복권을 샀는데 그것이 1등에 당첨되었다.

“이야, 당첨이다!”

세금을 제외한 8천4백만 원을 받은 이들 부부는 이 돈으로 서울 강북지역에 조그만 건물을 구입했다. 내 집 마련의 꿈을 이루는 순간이었다.

“내 집이라니! 이게 꿈이야, 생시야?”

그러나 금은 세공공장에서 물건을 받아다가 행상을 하던 남자에게 건물임대 수입이 생기면서 불행은 싹트기 시작했다. 성실하기만 하던 남편은 씹씹이가 헤퍼진데다 다른 여자에게 눈을 돌리기 시작한 것이다. 그러면서 아내와 자녀들에게 손찌검도 했다.

재테크에 눈을 뜬 남자는 부동산을 사고팔고를 반복하며

재산은 불어났지만, 가정은 금이 가고, 아내를 때린 혐의로 형을 선고받기도 하다가 결국 이혼당하고 말았다. 자기 분수를 모르고 남의 장단에 박자를 맞추려는 인생의 종국은 이와 같다.

발명도 자기 분수에 맞아야 성공

발명의 세계에서 이 진리는 변함이 없다.

속담에 “손도 대지 않고 코를 풀려고 한다.”는 말이 있지만, 누구나 발명을 할 수 있다니까 환상에만 사로잡혀 함부로 덤비는 사람들도 있다.

“이번에 제가 새로이 발명 목표를 정했습니다. 화학조미료를 근본적으로 개선해 보려고 작정했어요.”

푹내기 발명가가 제법 심각하게 말을 꺼냈다. 그의 얼굴 표정은 사뭇 진지하기까지 했다.

“아하! 그렇습니까? 그러면 조미료의 화학방정식에 대해서는 아주 훤히 보이겠네요?”

당연한 질문에 그는 갑자기 얼굴을 붉혔다. 아마도 이 질문이 그에게는 꽤 거북스러웠던 것 같았다.

이런 경우는 심심치 않게 볼 수 있다. 기계에 대해서 아무것도 모르는 사람이 자동차를 만들겠다고 덤비고, 알코올의 화학식도 모르면서 취하지 않는 술을 만들겠다고 큰 소리를 친다. 참으로 안타까운 일이다.

스코틀랜드의 한 가난한 가정에서 사내아이가 태어났다.

소년은 한때 고집이 세고, 논쟁을 일삼는 문제아로 불렸다. 그는 열두 살 때 부모를 따라 미국으로 이민을 가서 일주일에 1달러 20센트를 받는 직물공장에 취직했다.

열네 살 때는 주급 2달러를 받기 위해 석탄가루를 뒤집어쓰고 증기기관차의 화부로 일했다. 그는 우편배달부가 된 뒤부터 노동자 도서관에서 경영과 기술을 공부했다. 그리고 보조 전신사를 거쳐 철도회사에 근무했다. 그러다가 그는 친구와 함께 철강회사를 설립했고, 기업은 일약 세계적인 회사로 도약했다.

그의 이름은 앤드루 카네기로 국제평화기금과 카네기재단을 설립한 세계적인 대부호다. 그는 책을 통한 노력으로 학교에서 배우지 못한 정보와 지혜를 얻어 성공할 수 있었던 것이다.

그는 ‘실패한 사람들의 10가지 공통점’을 제시했는데,

그중에는 독창력이 없이 남의 흉내를 내기에 전전공공하며 계획 없이 생활한다는 것이 들어 있다.

페니실린을 발견한 알렉산더 플레밍의 연구실은 매우 협소하고 열악했다. 창문의 유리창은 거의 깨져서 바람과 먼지 등이 마구 들어왔다. 그는 이 연구실에서 곰팡이에 대한 연구에 몰입했다.

어느 날, 그는 깨진 창문을 통해 날아온 곰팡이의 포자를 현미경으로 관찰한 후 중요한 사실을 발견했다. 그 곰팡이에 페니실린의 원료가 숨어 있었던 것이다. 그는 이것을 토대로 페니실린을 만들었다.

몇 년 후, 한 친구가 플레밍의 연구실을 방문하고 깜짝 놀랐다.

“이렇게 형편없는 연구실에서 페니실린을 만들다니……, 만약 자네에게 좋은 환경이 주어졌다면 엄청난 발견들을 했을 텐데…….”

그러자 플레밍은 빙그레 웃으면서 대답했다.

“이 열악한 연구실이 페니실린을 발견하게 해주었다네. 창틈으로 날아온 먼지가 바로 페니실린의 재료가 되었다네. 중요한 것은 환경이 아니라 자신의 강인한 의지라네.”

남이 입어서 아무리 멋지게 보이는 옷이나 신발이라 할지라도 그것이 꼭 나에게 맞다는 보장은 없다. 문제는 나에게 알맞은 옷이라야 아름답게 보이듯, 발명에 있어서도 자신에게 알맞은 목표를 세워야 성공할 수 있는 것이다.

덩치가 큰 발명이라고 해서 반드시 위대한 발명이 되는 것은 아니다.

병조림의 발명은 인류의 식생활 개선에 일대 전기를 가져왔다. 그러나 병조림에도 단점이 있었다. 이 단점을 개선한 것이 바로 통조림이다. 통조림은 그 쓰임새가 너무나 다양해서 요즘 백화점에 가보면 참치나 콘, 과일류를 저장하는 것은 물론이고 땅콩, 사탕 심지어 커피, 음료수에 이르기까지 사용하지 않는 곳이 거의 없다. 병조림의 단점을 개선하여 통조림을 고안한 사람은 영국의 듀란드.

병조림이 처음으로 세상에 나온 지 10년 후인 1819년의 일이다.

주석기술자인 듀란드는 워낙 병조림을 즐겨 먹는 사람이었다.

‘병마개도 안전하고, 병 속으로 들어가지 않으며 가볍

고, 병도 잘 깨지지 않는다면 정말 좋을 텐데…….’

듀란드는 병조림을 먹을 때마다, 병조림의 단점을 발견하고 이런 생각을 했다. 그러다가 어느 추운 겨울 날, 아침부터 주문받은 주석 깡통을 만들던 듀란드는 점심시간이 되자 병조림을 꺼냈다.

“어휴, 배고파!”

그런데 병조림이 너무나 차가워서 도저히 먹을 수가 없었다.

그는 궁리 끝에 자기 주변에 널려 있는 깡통에 병조림을 쏟아 붓고 난로에 끓여 보았다. 참 편리했다.

“맛있게 잘 먹었다. 오랜만에 따뜻한 점심을 먹었네.”

식사를 마치고 병과 깡통을 치우던 듀란드의 머릿속으로 한 아이디어가 떠올랐다.

‘그래, 병 대신 깡통을 쓰면 깨질 염려도 없고 특히 추운 겨울에는 데워 먹을 수도 있겠어!’

확신을 얻은 그는 즉시 특허출원을 한 뒤 깡통을 이용하여 통조림을 만들어 보았다. 대단한 인기였다. 단순하게 깡통을 주무르던 이전의 수입보다 10배가 넘는 돈이 주머니로 속속 들어왔다.

일본 우라와시의 작은 제빙공장 사장에게는 마치다라는 아들이 하나 있었다. 그런데 마치다는 너무 귀엽게만 자라 나머지 허영심 많은 청년으로 변해 있었다.

매일 밤낮으로 카바레, 술집 등으로 전전하며 돈을 몰 쓰듯 하였다. 그로 인해 마치다의 아버지는 골머리를 앓았다.

“어휴, 또 야? 분수도 모르고……. 철없는 녀석!”

아들이 친구들을 불러내 한턱내고 가면 그 지분은 언제나 아버지인 얼음공장 사장의 몫이었던 것이다.

그러는 중에 마치다의 나이 어느덧 28살이 되었다.

‘이전 아녜데.’

자신이 쓸모없는 사람으로 변해 가고 있다는 사실을 알아차린 마치다는 아버지의 친구를 찾아갔다.

발명학회 회장인 아버지의 친구는 그에게 이렇게 충고했다.

“진정 자네가 새 사람이 되고 싶다면 아버지의 얼음공장에 개선할 것이 없는 가부터 찾아보게나.”

그래서 마치다는 아버지의 얼음공장에서 열심히 일했다. 여름이 되자 얼음공장은 눈코 뜰 새가 없을 정도로 바쁘



게 돌아갔다. 마치다는 이른 새벽부터 젊은 인부들과 함께 얼음을 잘랐다. 커다란 얼음덩이를 알맞은 크기로 자르는 작업은 워낙 힘이 들고 피곤했다.

‘아무리 얼음이지만 손으로 자르는 것은 너무 비생산적이야! 무슨 좋은 방법이 없을까?’

마치다는 마침내 얼음 자르는 방법을 개선하기로 했다. 그는 매일 제재소로 가서 관찰하며 얼음을 자르는 둥근 톱을 연구하기 시작했다.

그러기를 1년, 드디어 그는 나무를 자르는 제재소 톱의 원리를 응용한 얼음 톱을 발명해냈다.

원리는 제재소 톱과 비슷하고 톱날은 녹이 슬지 않는 특수강철로 바꾸었다. 이 톱을 이용하면서 마치다는 5~6명의 일을 혼자서도 거뜰히 해낼 수 있었다. 또한 작업복이 아닌 평상복 차림으로도 힘들이지 않고 손쉽게 얼음을 자를 수 있을 정도로 편리했다.

마치다의 얼음공장은 날이 갈수록 번창하여 우라와시 최대의 얼음공장이 되었다.

별로 대수롭지 않게 생각되는 십(+)자 나사못과, 십(+)자 드라이버도 세계적인 발명품이다. 발명가는 라디오 수리공이었던 미국의 필립이라는 소년이다.

필립은 아버지가 병환으로 세상을 떠나자 중학교를 중퇴하고, 견습공으로 1년을 고생한 결과 라디오 수리공이 되었다. 하루 12시간씩 일에 매달리는 고된 작업이었지만 그는 일에 대한 긍지와 보람을 느끼고 있었다.

“야, 됐다! 됐다.”

고장 난 라디오를 자신의 기술로 고쳐서 아름다운 소리가 날 때마다 필립은 환호성을 질렀다.

그런데 어느 날, 큰 문제가 발생했다. 고장 난 라디오의 일(-)자 나사못을 빼야 수리를 할 수 있는데 일(-)자 홈이 완전히 닳아져 드라이버의 날을 들이댈 수도 없었던 것이다.

“이거 큰일 났네.”

필립은 할 수 없이 망가진 -자 홈을 무시하고, 그 자리에 +자홈을 파기로 했다. 그는 무심코 한 이 행위가 세계적인 발명인 줄은 전혀 몰랐다.

단순하게 한쪽(-)이 망가지면 다른 한쪽(+)을 사용한다는 생각뿐이었다.

얼마 후, 그는 +자로 파놓은 나사못의 홈이 -자보다 쉽게 망가지지 않는다는 사실을 발견했다. 또 드라이버도 +자로 만들면 홈에 미치는 드라이버의 힘이 -자에서 +자로 분산되어 힘을 배가시킬 수 있고, 잘 망가지지 않는다는 것도 알아냈다.

“그렇군, +자가 훨씬 편리해.”

그 후, 필립은 자신이 사용하는 나사못과 드라이버를 모두 -자에서 +자로 바꾸어 사용했다. 여간 편리한 것이 아니었다.

그는 서둘러서 미국과 세계 각국에 특허를 출원했다. 당시 그의 나이는 16세에 불과했다. 특허로 등록되자마자 전 산업계가 발각 뒤집혔다.

+자 나사못은 라디오는 물론 세상의 온갖 기구와 기계에

사용되면서 그 힘을 유감없이 발휘했다.

-자 나사못의 힘이 쉽게 망가져 고통을 겪던 모든 수리 공들에게는 더없이 큰 선물이었다. 필립이 가내공업으로 세운 필립사는 1년 사이에 1천여 명의 종업원을 거느리는 대기업으로 성장했다. 이처럼 작은 발명이 인류에게 큰 이익을 가져다 줄 수도 있다.

자신에게 알맞은 목표를 세워라

공연히 분수에 맞지도 않은 일에 시간과 노력을 낭비하지 말자.

예나 지금이나 자기 분수를 모르고 함부로 덤벼대다 보면 성공은커녕 공든 탑이 무너지는 경우를 흔히 볼 수 있다.

물론 큰 꿈을 가지거나, 비전을 갖지 말라는 뜻이 아니다. 무리한 욕심을 내지 말고, 자신에게 알맞은 목표를 세우라는 것이다.

막연하고 환상적인 목표보다는 차라리 작은 우유병이나 톱 등을 개량하는 일에 관심을 쏟는 것이 결과를 좀더 빨리 볼 수 있을 것이다.

미국의 4백대 부자 중 3위인 버크셔 헤더 웨이그룹 워런 버핏 회장은 한 고등학교에서 연사로 초청받아 다음과 같은 연설을 했다.

“부자가 되고 싶으면 제일 먼저 해야 할 일이 있습니다. 그것은 신용카드를 버리는 것이지요.”

버핏은 열한 살 때부터 주식투자를 시작하여 ‘투자의 현인’으로 불렸다.

그는 최근 미국이 갈수록 빈부격차가 심해져 심각한 사회문제가 되는 것을 보고, ‘부자가 되는 네 가지 비결’을 밝혀 관심을 모았다.

첫째, 금리가 높은 카드를 상습적으로 이용하면 부를 축적할 수 없다.

둘째, 직장이나 결혼생활의 출발을 ‘빚’ 보다는 ‘작은 저축’으로 시작하라.

셋째, 보수가 적더라도 적성에 맞는 직업을 선택하라.

넷째, 아이디어에는 세금이 부과되지 않는다. 창의력을 발휘하면 돈이 보인다.

돈이 없을 때 카드에 현혹되는 사람은 평생 빚을 지게 되

어 빈곤에서 벗어날 수 없다.

마찬가지로 작은 발명도 못하면서 큰 것만을 발명하겠다고 고집한다면 평생 동안 발명은 할 수 없을지도 모른다.

무엇이든 분에 넘치면 언젠가는 무너지듯이 자기 분수를 모르면 기다리고 있는 것은 실패일 뿐이다.

발의 크기가 260cm인 사람이라면 마땅히 260cm의 구두를 신어야 한다. 그런데도 250cm의 작은 구두를 신었다면 뒤꿈치에 상처를 입어 제대로 걷지 못하게 될 것이다.

또한 270cm의 큰 구두를 신었다고 가정해 보라. 신을 수는 있겠지만 걸을 때마다 털거덕거리는 소리가 나거나, 제대로 뒀 수 없어 불편할 것이다.

즉, 발의 크기가 260cm인 사람이라면 크기가 260cm로 발에 꼭 맞는 구두를 신어야 가장 편안하게 걷거나, 마음 놓고 뒀 수 있을 것이다.

자신에게 알맞은 구두, 가장 어울리는 옷, 적절한 발명…….

욕심을 버리고, 자신에게 무엇이 가장 적절한지 알맞은 대상을 찾는 것이 급선무다. 그러면 발명의 성공이 그리 먼 곳에 있는 것만은 아니라는 사실을 깨닫게 될 것이다.

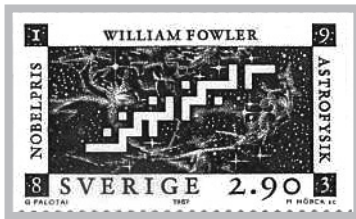
한국발명진흥원



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

우표로 본 인물과 역사

파울러 [Fowler, William Alfred, 1911. 8. 9 ~ 1995. 3. 14]



미국의 물리학자인 파울러는 별의 진화과정에서 생기는 에너지 변환과 화학원소의 생성 등의 현상을 원자핵의 입장에서 실험·이론 양면으로 연구, 그 이론적 토대를 구축하였으며, 핵력·핵분광학·항성(恒星)에너지 등의 연구에도 전념하여 지구물리학과 우주학에 큰 영향을 미쳤다. 1969년 NASA의 공로장을 받았고, ‘항성 내부원소합성론’으로 시카고대학 교수이며 천체물리학자인 찬드라세카르와 함께 1983년 노벨물리학상을 받았다.

페르미 [Fermi, Enrico, 1901. 9. 29 ~ 1954. 11. 28]



이탈리아의 물리학자인 페르미는 처음에 상대성이론(相對性理論)을 연구하였으나 로마대학교로 옮길 무렵부터 원자의 양자론(量子論)을 연구, 1926년 P.A.M. 디랙과는 별도로 ‘페르미통계(페르미-디랙통계)’를 제안하였고, 분광학을 연구하였다. 원자핵 연구로 옮겨 1934년 β 붕괴이론을 제출, 복사이론(輻射理論)과 W. 파울러의 중성미자가설을 결합시켰다. 이것은 일본의 유카와 히데키[湯川秀樹]의 핵력(核力) 연구의 선구적 업적으로 볼 수 있다. 줄리오 퀴리 등에 의해 인공방사능이 발견되자(1934), 중성자에 의한 거의 모든 원소의 핵변환(核變換) 가능성을 시사, 느린중성자[緩中性子]에 의한 핵변환을 행하여 많은 방사성동위원소를 만들어 초(超)우라늄원소 및 핵분열 연구의 길을 열었다. 1938년 중성자에 의한 인공방사능 연구의 업적으로 노벨물리학상을 수상하였다.

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



잠자는 발명과 자연의 정복

숲 속 어두운 곳, 작은 나뭇가지 아래를 유심히 보면 어김없이 고동색의 나비 번데기를 볼 수 있다. 불품없는 모양새에 칙칙한 색깔까지, 결코 아름답다고 할 수 없다. 그러나 시간이 흐르고 생명의 힘이 무르익으면 번데기의 두꺼운 껍질이 서서히 찢기면서 여리고 아름다운 자태가 드러난다.

화려한 색과 무늬에 비칠 듯이 얇은 날개는 눈을 현혹하기에 안성맞춤이다.

도저히 불품없는 번데기에서 나왔다고는 믿을 수 없는 아름다운 자태다. 어둡고 칙칙한 번데기의 두꺼운 껍질 안에, 실은 아름답고 가냘픈 새로운 모습의 생명체가 숨어 있었던 것이다.

아이디어도 마찬가지다. 우리 곁에는 번데기의 상태로 남아있는 아이디어들이 널려 있다. 그러나 아이디어는 나비처럼 스스로 번데기 껍질을 찢고 나올 수 없는 법. 초라하고 묵은 아이디어의 허물을 벗기고 세상으로 끄집어내는 역할을 하는 것이 바로 발명가의 몫이다.

한편 인간은 자연 앞에서 한없이 무력한 존재로만 인식되기 쉽다. 그래서 아예 숙명이거나 생각하며 자연에 맞서 싸울 생각조차 하지 않고 피해를 당하거나, 속수무책인 경우가 많다. 그러므로 자연에서 발생하는 재해나 이변에 대한 새로운 인식과 재조명이 있어야 할 것이다.

이런 맥락에서 본다면 자연과 싸워 이길 수 있는 아이디어의 개발은 필수적이며, 재해 예방에 관한 아이템이야말로 필연적인 것이다.

잠자는 발명의 새로운 용도

잠자는 아이디어의 새로운 용도를 찾고 상품으로 만들어 세상에 선보이는 것. 그것이 바로 아이디어의 허물을 벗기고 날개를 다는 작업이다.

허물을 벗은 아이디어는 번데기에서 나온 나비처럼 완전히 새롭고 한층 더 귀한 것으로 변신한다. 쓸모없이 잠자던 발명품과 아이디어도 이 ‘허물벗기’, 새로운 용도를 찾는 과정에서 놀라운 발명품이 되는 것이다.

고개 숙인 남성들에게 용기를 불어넣으면서 돌풍을 일으킨 비아그라가 그 좋은 예다. 비아그라의 원료는 원래 영국의 화이자 샌드위치 연구소가 협심증 치료제로 개발하던 실데나필에서 비롯했다.

혈관 확장 효능이 있는 물질을 사용하는 경우 병으로 좁아진 심장혈관을 넓히고, 피가 잘 흐르도록 해서 돌연사를 막을 수 있다는 게 연구진의 생각이었다. 그러나 연구 과정에 뜻밖의 사실이 발견됐다.

임상실험 결과 실데나필은 협심증 치료제로는 부족하다는 결과를 얻은 것이다. 그동안의 연구와 노력이 수포로 돌아가게 된 것이다. 그러나 연구를 주도해오던 이안 오스텔로 박사는 포기하지 않았다. 오히려 그는 새로운 용도를 찾는데 주력했다.

그가 눈길을 돌린 것은 남성들의 숨겨진 고민 중의 하나인 발기부전. 겉으로 드러나지는 않지만, 발기부전은 많은 남성들의 자신감을 앗아가고, 정신적 스트레스를 주는 중요한 질환 중의 하나다.

오스텔로 박사는 발기부전이 혈액의 충분한 공급이 이루어지지 않는 데서 비롯된다는 사실에 착안해 실데나필을 발기부전에 적용해보기로 했다. 결과는 대성공.

이렇게 재탄생한 실데나필은 ‘비아그라’라는 이름으로 전 세계에 공개됐다.

전 세계 남성으로부터 열렬한 환영을 받은 것은 새삼 말할 필요도 없다. 연일 TV와 신문에서 비아그라에 대한 뉴스가 쏟아져 나왔고, 최고의 인기 밀수품에 비아그라가 선정되는가하면 전국에 가짜 비아그라가 나돌 정도였다. 오죽하면 신이 내린 20세기 마지막 선물이라는 찬사를 받았을까. 가히 비아그라 신드롬으로 불릴 만했다.

실데나필의 새로운 용도를 찾아냈기 때문에 일궈낸 성공

이다. 실데나필을 번데기에 비유한다면 비아그라는 호랑나비 정도라고 할 수 있지 않을까?

3M사에게 쓸쓸한 수입을 안겨주고 있는 포스트잇도 새로운 용도 찾기를 통해 얻은 성과물이다.

사실 포스트잇은 3M사의 전혀 예기치 못한 발명품이었다. 3M사는 원래 강력한 접착력을 가지면서도 잘 떼어지는 새로운 접착제를 개발 중에 있었다.

그러나 연구 끝에 탄생한 것은 돌이킬 수 없는 결함을 가지고 있었다. 깨끗하게 떨어지기는 하나 접착력이 너무 약해서 쉽게 떨어지는 것이 문제였다.

도저히 접착제로 사용할 수 없는 상태였다. 한마디로 실패작이었던 것.

그러나 새로운 용도를 찾아 세계적인 히트상품이 될 수 있었다. 힌트는 아주 가까운 곳에서 발견됐다. 찬송가에 꽃아둔 메모지가 자꾸 떨어지는 통에 불편을 느꼈던 한 직원이 잘 붙고 쉽게 떨어지는 메모지를 만들자고 제안한 것이다.

회의시간에 급히 적은 메모쪽지가 사라져 애를 먹은 경험이 있었던 사람들은 그 아이디어를 채용했고, 지금의 포스트잇이 탄생했다.

사실 포스트잇을 처음 시장에 내놓을 때까지도 3M은 지금과 같은 성공은 상상도 못했다고 한다. 그러나 교회 성가대원의 메모지로 사용되기 시작한 이 상품은 전 세계로 팔려나가면서 베스트셀러의 자리를 굳건히 지켰다. 물론 성공의 뒤에는 3M의 노력이 있었다.

단순한 메모지에서 그치지 않고 노트필기나 장부의 내용을 쉽게 찾아볼 수 있도록 표시하는 포스트잇 플래그 등 포스트잇을 이용한 다양한 응용상품을 내놓은 것이다. 여러 가지 용도로 변신한 포스트잇은 하루하루 인지도를 높여나갔고, 3M의 대표상품으로 자리를 굳혔다.

포스트잇과 비아그라가 잠자던 발명 속에서 일궈낸 성공이라면 아스피린은 기존의 발명품을 낡은 ‘허물’을 벗겨서 새롭게 부활시킨 경우다.

80년대까지만 하더라도 아스피린은 해열 진통제로 부동의 자리를 차지하고 있었다. 그러나 의학의 발달은 아스피린의 독주를 보고만 있지 않았다. 부작용은 적고 약효는 뛰어난 새로운 약품들이 속속 발표되면서 아스피린의 위치도



흔들리게 된 것이다.

급기야는 새로운 약품들에게 자리를 내주고 아스피린은 역사의 뒷장으로 밀려날 위기에 처했다. 이것은 아스피린으로 명성을 얻은 바이엘사의 위기를 뜻하는 것이었다.

바이엘사의 수뇌부는 부랴부랴 대책 마련에 나섰다. 오랫동안 아스피린을 믿고 홍보를 게을리 한데 대한 자책의 목소리도 나왔고, 아스피린을 포기하고 새로운 약품을 개발해 빈 자리를 메워야 한다는 지적도 제기됐다.

그러나 바이엘사가 택한 방법은 아스피린의 새로운 용도를 발굴하는 것이었다. 당시 의학계에서는 아스피린이 혈관 장애의 주요 요인 중의 하나인 혈전(혈액의 일부가 굳어서 생긴 덩어리)을 녹여 없앤다는 보고가 간간히 발표되고 있을 때였다.

바이엘 사는 과학자들에게 연구비로 지원하며, 아스피린의 새로운 가능성을 찾기에 이르렀고 예상대로 좋은 결과를 얻었다. 아스피린이라는 이름은 이미 많은 사람에게 널리 알려진 상태였기 때문에 바이엘 사는 쉽게 새로운 제품으로 시장공략에 나설 수 있었다.

해열제 아스피린이 혈관 치료제로 새롭게 태어난 것이다.

이밖에도 새로운 용도 찾기를 통해 태어난 상품은 무수히 많다.

건어물 가게에서 천대받던 다시마를 숙면제거 다이어트 식품으로 재탄생시킨 것이나, 어묵 조림에서 곁다리모만 겨우 소비되던 곤약을 국수로 만든 상품, 램프의 파장을 바꿔 살균 기능을 덧붙인 살균 램프 등등 이루 헤아릴 수 없을 정도다.

특히 놀라운 것은 이들 제품들은 모두 용도 바꾸기를 통해 엄청난 가치를 갖게 됐다는 것이다.

육수국물 만들 때 몇 조각 들어가는 것이 고작이었던 다시마는 다이어트 상품으로 돌변하면서 값이 수십 배에 달하는 고급 상품으로 둔갑했다. 고가에도 없어서 못 팔 정도라니 다시마 팔자 상팔자가 된 셈이다.

곤약도 국수처럼 모양을 바꿨을 뿐인데 날씬한 아가씨들이 즐겨 찾는 인기 제품으로 변했다.

자연을 정복할 아이디어

한편 인간은 자연 앞에서 한없이 무력한 존재로만 인식되기 쉽다. 그래서 아예 숙명이거나 생각하며 자연에 맞서 싸울 생각조차 하지 않고 피해를 당하거나, 속수무책인 경우가 많다. 그러나 세상을 창조하신 하나님의 뜻은 이와는 정반대이다.

성경의 창세기 1장을 보면 이런 구절이 나온다.

‘하나님이 자기의 형상 곧 하나님의 형상대로 사람을 창조하시되 남자와 여자를 창조하시고, 하나님이 그들에게 복을 주시며 그들에게 이르시되 생육하고 번성하여 땅에 충만하라. 땅을 정복하라. 바다의 고기와 공중의 새와 땅에 움직이는 모든 생물을 다스리라 하시니라.’

물론 땅을 정복하라고 했다 하여 정복자로서 자연을 함부로 다루거나 파괴하라는 뜻은 아니지만, 대자연은 결국 인간의 행복을 위해 만들어진 것이다.

그럼에도 불구하고 우리 인간들은 자연에 대하여 너무나 순응하려는 수동적인 태도로 살고 있다는데 문제가 있다.

자연은 인간의 삶의 질을 높이기 위하여 동원된 하나의 여건과 환경에 불과한 것이다. 그러므로 자연에서 발생하는 재해나 이변에 대한 새로운 인식과 재조명이 있어야 할 것이다.

이런 맥락에서 본다면 자연과 싸워 이길 수 있는 아이디어의 개발은 필수적이며, 재해 예방에 관한 아이디어야말로 필연적인 것이다.

따지고 보면 우리나라에서 해마다 겪고 있는 수해나 물난리도 대부분 사전에 얼마든지 예방할 수 있는 인재라는 것을 부정할 사람은 아무도 없을 것이다. 물론 경우에 따라서는 화산 폭발이나 지진 가뭄 등과 같이 예기치 못한 재해로 피해를 입는 때도 있기는 하다.

그러나 집중호우나 우박 해일 등 심지어 화산폭발과 지진, 가뭄까지도 사전에 대비할 아이디어만 충분하다면 인간이 속수무책으로 당할 수밖에 없는 것만은 결코 아니다.

내진 설계라는 것으로 지진에 대비하고, 댐 등의 관계시설을 이용하는 지혜, 화재에 대한 사전 점검 등을 우리는 알고 있다.

그러면서도 재해를 피할 수 없는 것이 우리의 한계라면 어쩔 도리 없이 여기에 대한 대비책을 생각하지 않을 수 없는 노릇이겠지만 아무튼 자연 속에서 생육하고, 번성하며 땅을 다스릴 방법을 찾는 것이 선행되어야 할 과제이다.

그 방법과 아이디어를 찾아보자.

농작물을 주로 봄에 싹을 틔워서 여름이나 가을에 열매를 맺는 데 이 과정이 끝나면 거의 모두가 죽게 된다. 만약 죽지 않는 농작물이 있어서 사람들에게 열매를 제공한 뒤에도 다시 살아나는 과정을 되풀이한다면 정말 신나는 일이 아닐 수 없다. 어떤 사람은 이렇게 말하기도 할 것이다.

“농작물이 죽지 않는다면 그야말로 낙원이게? 에덴동산 같을 거야”

농작물이 죽는 현상, 즉 잎이 죽어가는 생리학적 변화는 노화현상으로 알려져 있으며, 이것은 잎이 노랗게 변해가는 과정으로 나타난다.

이런 노화현상을 영국 아이저 연구소에서 연구한 결과 잎사귀 노화의 독특한 외적 특징을 바탕으로 한 생화학적 진행과정과 이에 따른 유전학적 조정 방법을 밝혀냈다.

지금까지 유전자 돌연변이를 이용하는 방법으로 여러 가

지 품종개량이 이루어졌지만 수확량을 많게 하거나 병충해에 강한 품종을 개발하는 정도에 그쳐왔고 근본적으로 잎이 말라 가는 노화현상을 억제하는 기술은 없었다.

하지만 이제 죽지 않는 벼, 죽지 않는 고추 등 한번만 심어 놓으면 매년 열매를 거둬들일 수 있는 획기적인 농작물이 쏟아질지도 모른다.

이런 방법은 인간이 자연적 환경을 넘어 생육하고 번성하며 땅을 정복하는 보다 획기적인 아이디어가 될 것이다.

그렇다면 이번에는 재해의 예방을 위한 방법 몇 가지를 생각해 본다.

재해란 따지고 보면 인간이 환경을 오염시키거나 파괴하여 이상기온을 만드는 데서부터 시작된다. 그러므로 재해 예방 또한 재해를 막는 방법 중의 하나인 것이다. 이에 걸맞게 스스로 오염가스를 제거하는 석탄이 나왔고, 수질 오염을 막는 자석, 프레온 가스를 먹는 미생물, 고래를 이용한 해양 오염정화방법도 나왔다.

석탄이 탈 때 내뿜는 이산화황 가스는 인체에 유독하며 산성비를 뿌리는 원인이 되기도 한다. 그러나 이제 스스로 유독가스를 먹으며 타는 석탄이 개발되어 화력발전소나 석탄을 원료로 쓰는 업체에 희소식이 되고 있다.

미국 제너시스 연구소가 개발한 이 석탄은 가스의 배출량을 80%까지 줄일 수 있고, 다 쓰고 남은 석탄재는 비료나 시멘트용 재료로도 쓰일 수 있다고 한다.

또 우리나라는 물론이고 세계 어느 나라든 폐수로 생기는 수질 오염 때문에 골치를 앓고 있다. 그동안 폐수의 정화방법은 많은 사람들에 의해 연구되고 일부 성공하기도 했지만 폐수 속에 들어 있는 인이라는 물질은 제거되지 않았다. 그러던 것이 자석을 이용해서 인을 제거하고 수질오염을 해결하는 색다른 방법이 개발되어 관심을 끈 바도 있다.

네덜란드의 엔지니어링 회사인 스미트니메간사에 의해 만들어진 이 방법은 보통의 폐수처리 과정에 거대한 자석만 추가하면 된다고 한다.

이 방법은 박테리아로 폐기물을 처리한 바로 그 다음 단계에서 석회나 특수 철을 섞어 주고 난 후 거대한 자석으로 남아있는 인을 걸러내는 것이다.

인과 결합한 이 덩어리에 다시 자철광으로 만든 가루와

폴리머를 섞어주고, 도넛 모양의 자석이 있는 방으로 들어 보내면 오염 물질이 제거된다고 하니, 이 방법을 쓰면 수질 오염 때문에 물고기가 떼죽음을 당하는 일은 없어질 것이다.

프레온 가스의 사용으로 오존층이 깨지면서 지구에 사는 모든 사람과 동식물에게 미치는 재해는 누구나 잘 알 것이다. 그런데 프레온 가스를 먹는 미생물, 즉 세균이 발견되어 다소 안도감을 주고 있다.

미국 국립 지질조사소의 미생물학자인 테릭 러블 리가 발견한 이 세균의 이름은 클로스트리듐파스티로이눔 박테리아이다.

이 세균은 대기 중에 이미 퍼진 프레온 가스는 제거하지 못하지만 못쓰게 된 에어컨이나 냉장고를 처리할 때 쉽고 간편하게 프레온 가스를 처리할 수 있다고 하니 아무튼 다행스러운 일이 아닐 수 없다.

바다에서 배가 침몰하거나 사고가 나서 기름이 유출될 경우 바다의 오염으로 인한 막대한 피해 또한 가히 위협적이다. 그런데 고래를 이용한 해양 오염정화방법이 개발되었다.

고래는 오염된 바다에서도 잘 건디는데 그 이유가 미국 오레곤 주립대학의 수의학 교수인 모리 크리에그 박사에 의해 밝혀졌다.

모리 크레이그 박사는 기름과 산성물질로 오염된 크릴새우를 고래의 먹이로 계속 공급해 주었는데 고래는 아무 탈 없이 정상적인 생활을 했으며, 그 이유는 독특한 소화기능

때문이라고 한다.

고래를 보호하는 것이 곧 바다의 오염을 줄이는 최선의 방법이라니 이런 아이디어들이야말로 재해예방의 최선책이 될 것이다.

그렇다면 이번에는 재해에 대처하는 발명품들을 살펴보자.

독일에서 개발된 ‘캡슐 슈터’ 라는 제품이 있다. 간이 피난용구로 원래는 핵전쟁에 대비하여 만들어진 것이었다. 하지만 조금만 응용을 한다면 갖가지 재해에 노출되어 있는 현대인의 필수품이 될 수 있을 것이다.

그런가 하면 일본을 비롯하여 지진이 자주 발생하는 나라에서는 뭇 듯이 반가워할 제품이 나왔다.

휘는 고강도 콘크리트가 그것인데, 미국 노스웨스트대학의 10여 명의 연구진이 개발하였다.

휘는 콘크리트는 기존의 콘크리트가 단단하지만 유연성이 없다는 특성에 비해 1백배 정도의 유연성을 지니고 있고, 4배나 강해서 웬만한 충격에도 전혀 손상이 가지 않는다고 하니 지진과 강풍에 견디는 미래의 건축 재료로서 생명의 위협으로부터 보호해 줄 뛰어난 발명품이다.

이밖에도 인공강우의 개발 등 자연 혹은 불의의 재해로부터 인간의 생명을 지키려는 노력은 부단히 진행되고 있다.

생육하고 번성하며 행복한 삶을 누릴 권리가 있는 인간의 생명을 지켜주는 것이 발명가와 과학자의 사명이다.

땅을 정복하고 다스릴 새로운 아이디어들을 찾아보라.

한국발명진흥원



왕연중

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

발명 365

365

전지 넣은 완구

발명에 대한 필자의 법칙으로 '발명의 십계명' 이란 것이 있다.

그 가운데 하나는 시간의 문제이다. 만약 시간을 좀더 늘린다면?

이러한 시간의 문제를 푸는데 주력하여 성공한 대표적인 발명가는 일본의 마부치이다. 1950년 일본에는 비행기 완구가 한창 유행하고 있었다. 단순한 비행기 모양이 아니라 태엽을 돌리면 프로펠러가 돌면서 움직이는 비행기였다. 마부치도 이 비행기에 흥미를 갖게 되었다. 그러나 이 비행기는 1, 2분도 채 못 되어 멈추는 것이 단점이었다.

'이 프로펠러를 좀더 오래 돌릴 수 있는 방법은 없을까?' 하는 생각에 그는 태엽 대신 전지를 넣어 실험해 보았다. 그 결과 전지 하나로 열 시간 동안 움직이는 것이었다. 마부치는 즉시 전지식 모터로 된 완구 비행기를 특허 출원했다.

전차

전차가 발명된 것은 제1차 세계대전 중의 일이었다. 전쟁이 시작되자 기관총이 널리 쓰여졌는데, 보병이 무심코 전진하다가 순식간에 총에 맞아 쓰러지고 말았다. 그러자 기관총을 되쏘면서 철조망을 짓밟고 나갈 신무기가 필요해졌다. 이때 영국의 스윈튼대위가 쇠로 만든 무거운 수레를 무기로 쓰려고 실험을 했으나 부드러운 땅에 빠져서 쓸모가 없었다. 그 무렵 미국에서는 농장에서 쓰는 트랙터나 목재의 벌채에 쓰는 차에 캐터필러를 쓰고 있었는데 스윈튼 대위는 이것을 전차에 이용하려고 생각했다.

영국군은 즉시 전차를 전쟁터에 보냈으나 비밀을 지키기 위해 '음료수 운반 탱크' 로 부르기로 했다. 그래서 전차를 탱크로 부르게 된 것이다. 제2차 세계대전은 탱크전 중심이 되었다.

전화

사람들의 일상생활을 바꾸어 놓은 통신 수단 중 가장 획기적인 것이 전화이다. 전화는 소리를 여러 가지 주파수의 전기 신호로 바꾸었다가 다시 원래의 소리처럼 들리도록 재생한 것이다. 1831년 영국의 마이클 페러데이는 금속의 진동을 전기신호로 바꿀 수 있다는 것을 증명했다. 이것이 전화의 이론적 기초지만 1861년까지는 아무도 이 원리를 이용하여 소리를 전송하지 못했다. 독일의 요한 필립 리스는 소리를 전기 신호로 바꾸었다가 다시 소리로 전환하는 기계를 만들었다.

실용적인 전화는 미국의 엘리샤 그레이와 스코틀랜드 태생의 그레험 벨이 개발했다. 두 사람은 같은 날 동시에 특허 출원을 냈는데, 벨이 그레이보다 두 시간 빨라서 애석하게도 그레이는 특허를 얻지 못했다. 최초의 전화 통화는 1876년 3월 6일에 있었다.

특허강국을 유지하려면
특허교육의 활성화가 필요하다

국가의 미래를 이끌어 가는 원동력은 교육에서 나온다

6.25 전쟁으로 폐허된 학교들은 피난 속에서도 교육에 혼신을 다했다. 천막을 치고 폭탄이 떨어지는 가운데에서도 아이들은 몰려들었고 부모들은 교육받는 것에 열성적이었다. 빗발치는 총성에서도 가르침은 조금도 쉬지 않고 진행되었던 것이 전쟁 속의 한국사회모습이었다. 무엇이 그토록 열정적으로 가르치려는 교사와 배우려는 학생들을 동원하게 만들었을까?

굶주림을 해결하는 길은 오로지 배워야 한다는 신념이었다. 급변하는 세계경제 속에서 빈민국의 공통점이 있다면 배움의 열정이 부족하다는 점이다. 배우지 않는다면 새로운 역사를 만들지 못한다. 공산주의자들이 인민을 통솔하기 위해 가장 먼저 통치하는 것이 교육이다. 한국의 역사 속에서 가장 암울했던 시절은 통치자들이 문자를 없애고 양반을 제외하고는 일반 평민들에게는 지식을 가르치지 않았던 학문적 억압 통치이었다.

글을 알면 반항을 하고 사방에서 불만이 터져 나온다고 글자를 알지 못하게 했고, 사람들이 모여서 이야기하는 것조차 철저히 감시하고 통제했던 시절은 한국의 역사 속에서 가장 가난했고 비참했던 시기들이었다. 양식 있는 학자들이 정치 회오리바람에 추방되어 지방으로 쫓겨나면 그들이 가장 많이 만들었던 것이 학당이었다. 한국 역사의 문맥을 이어온 것 중에서는 학당문화가 있었다. 서당을 통해 학자들은 사상을 전달했고 사상을 전달하기 위해 글자를 가르쳤다.

공산주의가 발전하지 못하는 가장 큰 원인은 정보통제에 의한 개발능력의 부재였다. 세계는 지속적으로 변화되어 가는데 변화에 대한 정보가 없어 국가의 경쟁력을 창출하지 못하는 것이 공산주의 국가가 폐쇄적으로 가난과 굶주림으로 발전하지 못한 이유다. 소련과 중국을 시장개방으로 전환할 수 있도록 국제적 환경을 만들었던 것이 교육개방이다.

미국보다 먼저 인공위성을 쏘아 올렸던 과학적 문명을 자랑했던 소련이 시장 개방을 하지 않으면 안 되는 결정적인 요소가 시장 개방을 통한 변화되는 정보수집 때문이었다. 국제 경제의 급속한 변화에 대비하기 위해서는 다양한 정보가 필요했고 다양한 정보를 수집하여 분석하는 사람들

이 필요했다. 이를 위해 교육시장의 개방이 소련의 잠재적 능력을 시장경제에 대비하는 능력으로 만들어 내기 시작했던 것이다.

가장 폐쇄적이고 권위적이면서 독선적인 사상이 교육을 지배하고 교육을 멸시하는 관료적 사상이다. 공무원교육을 다년간 하면서 항상 느낀 것이 원리원칙에 의한 폐쇄적이고 독선적인 사고방식을 어떻게 변화시킬 것인가에 대한 고민이었다. 공무원의 변화관리 개선, 혁신은 모두가 이러한 문제점을 해결하기 위한 공무원교육프로그램이다. 그럼에도 고정화된 틀을 깨트린다는 것은 아직도 어려운 과제 중의 하나다.

사례로 지방 환경부 산하기관이 저수지 개량사업으로 개인재산이 수몰되었을 때 보상하는 제도에 대한 사건이다. 일정기간 동안 적지만 보상금을 지급하다가 갑자기 보상을 할 수 없다는 통보서를 새로 온 담당 공무원이 발송했다. 보상금지급이 중단되는 원인을 질의하자 담당공무원은 공무원상의 글자 하나가 다른 것을 원인으로 지급을 정지시키는 일방적이고 독선적이며 권위적인 행정 처리를 했던 것이다. 법원을 통해 지급하라는 통보를 받고도 담당공무원은 지급을 거절하다가 여론에서 공개적으로 보도하자 한순간 지급정지라는 태도를 바꾸어 지급하겠다는 통보를 일방적으로 했다.

안일하고 편협적인 사고방식을 가진 한사람으로 인하여 국민은 고통을 받는다는 사실을 인정하지 않는 풍토는 어디서 만들어졌을까? 공무원은 국민을 위해 봉사하고 국민을 위해 무엇을 할 것인가를 스스로 판단하고 행동하는 위치라는 것을 망각하고 어려운 시험을 통해 부임을 받았기 때문에 국민에 대한 봉사가 아니라 일정한 법규에 의하여 통제함으로 자신의 위치를 나타내려는 안일한 발상이 원인이 아닌가 생각한다. 교육을 잘못 받았기 때문에 그런 생각을 하게 된 것이라 볼 수 있다.

이처럼 교육은 한 개인에서 시작하여 국가 전체의 운명이나 경쟁력을 창출시키는 무한의 힘이다. 교육은 통제가 아니다. 교육은 스스로 깨달아 자신의 꿈을 키우고 성공을 위해 무엇을 어떻게 할 것인가의 방법을 가르치는 무한의 힘이다. 교육은 어느 특정 부분만을 가르치는 것이 아니라 생활 속의 모든 것을 교육으로 가르치고 교육을 통해 학습

되는 것이다.

특허등록 4위의 위상을 유지하기 위해 특허청은 발명교육을 전담하는 산하기관을 양성했다. 특허청 내에는 특허교육을 담당하는 특허센터가 미래 특허강국의 위상을 이끌어가는 막중한 일을 담당하고 있다. 국제특허연수원에는 외국에서도 한국의 특허를 배우기 위해 많은 사람들이 교육을 받았다. 교육은 단순한 학습의 목적만이 아니다. 교육은 지속적인 발전을 위해 인재를 발굴하고 육성하는 미래의 희망이고 꿈을 현실로 만들어 가는 힘이다.

세계적으로 발전한 초일류기업의 비결은 사원교육에서 찾아볼 수 있다. 한국에서는 가장 유명하고 세계 초일류기업으로 명성을 가지고 있는 기업의 비결이 사원교육으로 만들어졌다. 교육 없이 기업도 국가도 미래 경쟁력을 창출하지 못한다. 교육을 통제하면 국가의 미래도 없다. 유럽의 통치자들이 가장 두려워했던 것이 교육부분이다. 학자들을 억압하고 통치하는 국가는 발전하지 못했다.

상품은 누구나 만들 수 있지만 교육은 아무나 가르칠 수 있는 것이 아니다

교육전문가는 수많은 시간을 교육에 투자하고 다양한 경험을 통해서 교육프로그램을 통해 학생들을 선발하고 육성하는 전문가다. 한국역사상 가장 발달했던 시절의 통치자들은 교육전문기관을 활성화시키는데 노력했던 인물들이다. 그중에 세종대왕은 대표적인 인물이다. 세계적인 문자가 된 한글은 세종대왕이 집현전이라는 교육집단들을 활성화 시키면서 수많은 학자들을 양성해 냈고 그들을 통해 수많은 지식인을 육성함으로써 가능했던 일들이다.

교육을 단순한 정부부처 중의 하나로 판단한다면 위험한 발상이다. 행정은 누구나 일정기간 훈련하면 할 수 있지만 교육은 단순한 기간 내에 완성되는 일이 아니다. 6.25 이후 교육기관은 문교부에서 교육부로 교육부에 교육과학기술부 등으로 명칭이 바뀌어져 왔지만 교육을 담당하는 공무원은 크게 변하지 않았다. 교육은 교육을 알아야 할 수 있는 특수한 분야이기 때문이다. 행정적인 방식으로 교육을 바꾸는 것은 여러 가지 문제점을 만들어 낼 수 있기 때문이기도 하다.

교육은 국가의 모든 것과 연계되어 존재한다

특허는 국가의 경쟁력, 기업의 경쟁력, 개인의 경쟁력을 보장하는 유일한 국제적 보상제도이다. 따라서 특허교육은 어느 교육보다도 전문성이 필요하고 적극적인 발명교사들의 참여가 필요한 분야이다. 국가의 미래는 10년, 15년 후에 사회의 주인공이 될 학생들의 교육에서 결정된다. 초등학교 중고등학교 발명교사, 대학의 발명교수들의 역할이 한국을 특허강국으로 만들어 가는데 얼마나 중요하고 그들에게 특허청이 어떤 역할을 해야 하는가를 파악하게 되는 원인이다.

아직 한국의 발명교육은 활성화되지 못했다. 세계4위를 지속적으로 지켜내고 발전시키기 위해 발명인재를 발굴하고 육성하는 특허교육전략이 없다면 한순간 지금의 위상을 지속하기 어렵게 될 것이라는 것은 누구나 알 수 있다. 1인 1발명시대를 만들기 위해 가장 먼저 해야 할 것은 1인 1발명을 위한 발명교육프로그램의 개발이고 이러한 교육프로그램을 가르칠 발명교사의 질적 확보이다.

정책적으로 행정적으로 교사를 통제할 수 없다. 공무원으로 진행되는 것은 공무원의 행정적 처리에만 적용되는 것이다. 교사들을 행정적으로 통제하거나 협조를 요구한다는 발상은 권위적인 공무원의 발상으로 볼 수 있다. 앞의 사례와 같은 글자 하나로 국민의 권리를 통제하려는 공무원의 생각이다.

특허강국을 만들려면 특허교육에 대한 핵심을 파악해야 한다

발명이란 문제점을 찾아내어 해결하는 것이고 특허는 이러한 과정을 통해 제안된 것을 법적으로 보호해 주는 제도일 뿐이다. 문제점을 찾아내는 발명인이 없다면 특허는 존재할 가치를 상실하게 된다. 사회 조직은 다양한 문제점을 가지고 있다. 개인적 문제가 있고 조직적 문제가 있으며 사회적 문제가 있다. 개인의 문제가 조직의 문제가 될 수도 있고 개인의 문제가 사회적 문제가 될 수도 있다. 문제는 이러한 문제적 요소와 요인을 어떻게 해결하는가의 해결방법과 방식에 달렸다.

더구나 교육과 연계된 발명교육에 문제점이 발생했다면 국가적 차원에서 미래지향적인 방법을 찾아 해결해 가야한

다. 한국의 발명교육은 발전과정에 있다. 과정상 발생한 문제점은 가능한 공개적으로 해결하는 방식이 발명교사들의 적극적인 동참과 이해를 얻을 수 있다.

문제점을 찾아내어 무엇이 불편한가, 편리하게 하려면 무엇이 필요한가, 무엇을 바꾸면 될 것인가? 사용성, 기능성, 생산성에 대한 세부적인 내용을 파악하고 이를 해결하기 위한 방법과 형태를 디자인하는 것이 발명이고 이것을 가르치는 것이 발명교사, 교수, 발명전문가들의 역할이며, 이러한 과정으로 양성된 발명인재들을 기업은 사원으로 선발하여 새로운 발명품을 개발함으로써 개인과 기업, 국가의 경쟁력을 창출하는 것이다. 따라서 특허 발명교육전략은 이러한 발명교육 사이클에 의한 발명교육전략을 수립해야만 한다.

정책적 발명교육전략에서 실질적인 발명교육전략으로 바뀌어야 한다

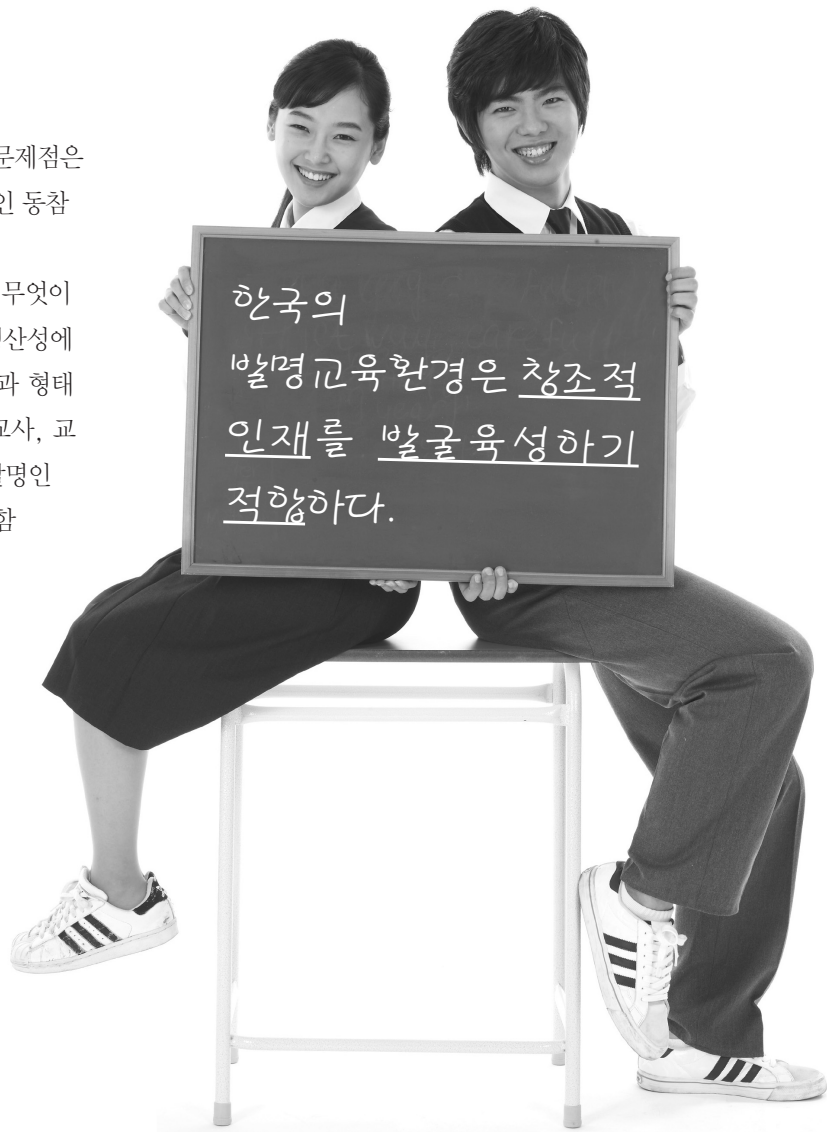
국제특허연수원의 역할은 한국 발명계에 큰 역할을 하였고 지금도 발명센터의 역할은 막중한 역할을 담당하고 있다. 문제는 발명교육을 위해 발명전문가가 필요하고 전국의 발명교사와 교수들의 협조와 동참이 필요하다. 초창기 발명교육에 참여했던 교사들은 사명감을 가지고 발명교육프로그램개발과 발명교육확산에 혼신을 다했다. 시대의 흐름에 따라서 발명교육도 행정적인 방향으로 흐르고 있는 것이 아닌가 하는 아쉬움을 필자는 가지고 있다.

발명교육이 대학의 수시입학을 위한 방법이 되어서는 안 된다

입학사정관제도에서 발명교육은 입학사정관의 평가기준이 되고 있다. 문제는 극성스런 학부모나 왜곡된 일부교사들로 인하여 발명교육이 대입을 위한 수단으로 이용될 수 있다는 우려다. 발명교육만이 아니라 수많은 대회들이 대입을 위한 방법으로, 그리고 편향적으로 이용되고 있다. 그럼에도 발명교육은 다른 교육과목과 다른 점이 있다. 발명교육은 발명품을 특허로 인정받는 제도를 가지고 있음이다. 객관적인 판단에 의해 학생의 발명품을 심사하고 판단하여 특허등록으로 인정하고 있기 때문에 객관성이 가장 높은 것이 발명분야다.

한국의 발명교육환경은 창조적 인재를 발굴육성하기 적합하다

한국 특허청의 시스템은 기업과 국가의 경쟁력을 창출시키는 특허관리시스템으로 세계적인 수준이다. 이제 특허청의 역할은 미래적인 발명인재를 발굴하고 육성함으로써 지속적인 발명 강국을 유지하는 발명교육전략이 필요하다. 전국의 발명교사와 교수, 발명전문가들의 적극적인 참여와 발명 강국을 만드는데



헌신적인 참여를 유도해야 할 시점이다.

한국의 발명교육은 15여 년의 발명교육 프로그램개발 역사를 가지고 있다. 발명전문 교육프로그램을 개발했고 발명학과까지 만들어 발명인재를 발굴하고 육성하는 교육 전략을 적극적으로 추진하고 있다. 지금부터는 새로운 발명교육전략으로 발명 강국을 만들기 위한 발명교육을 추진할 때다.

기업은 발명인재 양성에 투자해야 한다

기업에서 발명교육을 실시하는 기업은 손을 꼽을 정도이다. 기업의 경쟁력이 상품의 발명특허전력에 달려 있음에도 발명인재를 양성하는데는 소홀함이 높다. 무엇 때문일까?

발명교육의 가치를 인정하기에 발명교육환경이 미흡하기 때문이다. 발명인재가 사회와 기업에 얼마나 소중한가에 대한 홍보부족과 발명은 특정인만이 하는 전문분야라는 착각 아닌 방관이 만들어 놓은 사회 풍토 때문이다.

발명교육전략은 학교에서 기업으로 연계시켜야 한다

기업은 학교에서 육성된 인재를 뽑아서 기업의 특성에 적합한 인재로 기업의 경쟁력을 창출하는 연계성을 가지고 있다. 따라서 발명인재도 학교의 발명교육을 통해서 육성하여 기업에 필요한 발명인재로 연계시키는 프로젝트가 필요하다.

발명은 하루아침에 만들어지는 것이 아니다. 수많은 실험과 경험의 학습과정을 통해 발명적 사고를 만들어 발명인으로 육성하게 된다. 따라서 기업이 요구하는 발명인은 초·중·고등학교, 대학교 과정을 통해서 발명인으로 성장되는 것이다. 발명교육은 특허청만으로 노력을 하는 데에 한계성이 있다. 발명교육은 교육이기 때문에 교육과학기술부와와의 협력이 필요하고 더 나가 기업의 적극적이고 체계적이며 지속적인 협조가 필요한 분야다.

문제해결 방식이 복잡하면 해결과정에서 포기하게 된다. 발명교육의 활성화를 위해서는 특허청과 교육과학기술부의 행정적인 협조가 유지되어 기업의 경쟁력을 창출하는 창조적인 발명인재육성을 위한 기업의 적극적인 참여를 이끌어내는 발명교육전략이 필요하다.

발명교육전략은 장기적인 국가 교육특성화 전략이어야 한다

교육은 백년대계를 위한 교육이라고 한다. 특히 발명교육은 미래를 위한 교육프로그램이다. 따라서 체계적이고 단계적이며 지속적인 일관성을 가진 교육으로 진행되어야 한다. 발명교육은 과거의 지식 정보에 의한 교육이 아니라 미래적 정보에 의한 교육이라는 특수성을 가지고 있다.

교육은 정치적 판단이나 개인적 판단에 의한 결정된 부분이 아니다. 백년을 내다보고 장기적인 전략에 의하여 일관성 있게 추진되어야 하며 교육이 정치에 이용된다면 그 국가의 미래는 보장받기 어렵다. 앞서 지적하듯이 발명교육은 다른 교육과 다르게 미래적 교육이기 때문에 기업과 연계하여 급변한 기업환경에 필요한 창조적인 발명인재로 육성할 때 지속적인 발명강국을 유지할 수 있다.

한국발명진흥원



강충인
 발명칼럼리스트
 TQ창의력교육개발원장
 특허청 직무발명연구회 전문위원
 중소기업연수원 전문위원
 건국대 미래지식교육원 겸임교수

인생의 종착역에 이른 선배 발명인들을 보면서

연초에 이공계분야 사람들이라면 누구나 한번쯤 가고 싶었던 코스를 잘 달리던 사람이 스스로 인생을 도중 하차하는 사건이 발생했다. 우리사회의 가장 엘리트 코스를 걸어왔고 모두다 부러워하는 직장과 돈과 명예를 가지고 있던 사람이었기에 많은 논란의 뉴스거리를 만들었다. 또 몇 달 있다가는 한국에서 초전도체 분야에서 가장 권위자이며 노벨상에 근접해 있는 교수가 같은 길을 택했다는 기사가 나왔다. 직업의식인지 몰라도 이공계 사람이 잘나간다거나 운명을 달리하는 경우 가장 먼저 하는 일이 그 사람이 특허를 몇 건이나 가지고 있고, 어떤 유명한 논문이나 저서가 있는 지를 먼저 찾는다. 그리고 그 특허와 논문이 얼마나 많은 피인용된 경력이 있는 지를 보면서 그런 특허나 저서가 관련업계에서 얼마나 많은 시장을 창출 매출을 올렸는 지를 본다.

사람은 누구나 잘나가는 쪽 줄에 서고 싶고, 화려하고 편안한 곳에서 안주하고 싶은 습성이 있다. 그리고 그런 환경

을 떠나 황무지를 개간하고 신천지를 만들라는 임무가 주어지면 주저하고 난감해 한다. 그러나 세계역사 속에서 가장 넓은 영토를 가졌고 세계역사를 바꾸었던 징기스칸은 한번도 화려한 궁궐에서 안주하지 않았고, “화려한 궁궐에서 태평성대를 노래할 때 그 때부터 역사는 패망의 길을 간다”고 자기 자식들에게 훈계를 했다. 세계를 주름잡으며 가장 넓은 영토를 보유했던 영웅 같은 행동이다.

내가 반도체 신입사원 때 일이다. 한 달의 기초 그룹 입문교육을 마치고 삼성 반도체 정보통신 주식회사를 선택, 반도체 기초교육이 끝난 시점에 기흥으로 인사사령장을 받았다. 사령장을 받는 순간 면담을 고려하지 않았다며 인사명령서를 찍어버렸다. 사령장 수령식은 갑자기 초긴장 상태가 되어 어렵게 끝났고 교육담당 선배와 사건을 수습하기 위해 휴게실에 같이 앉았다. 신입사원의 패기는 좋은데 영업을 하던 수출부서를 가던 반도체를 알아야 이 다음 더 육 큰 일을 할 수 있으니 3년간만 기흥에 내려가서 있다가



自家브랜드 마스크 롤 첫 출하
 器興工場은 1988년 12월 美國 NCR 社와 마스크 롤 自家브랜드 라이선스契約를 체결, 본격 생산에 들어가 1989년 1월 25일 自家브랜드의 마스크 롤을 첫 출하하였다.

다음 어떤 일이 있어도 들어줄 것이니 내려가라며 서로간 약속을 철저히 지키기로 하며 사건이 수습이 되었다.

기흥에서 제품기술부에 배정을 받고 부서원 앞에서 첫 인사를 하는데 “삼성의 아오지에 왜왔느냐?” 첫 질문이 나왔다. 난 준비했다는 듯이 질문이 떨어지기가 무섭게 “북한의 아오지는 갈탄만 나지만 삼성의 아오지는 황금이 날거라 생각해서 왔다”고 자신있게 말했다. 모두다 신입사원다운 소리지만 한 달만 있으면 생각이 확 바뀌어 오늘의 말을 반복할 거라고 응수했다.

딱 한 달이 지났었다. 첫 월례조회를 참석했는데 첫 1억 원의 흑자를 냈다는 사장님의 발표에 식장 안은 흥분의 도가니가 되었다. 식장을 나오면서 부서 선배들께 “황금이 나왔잖아요” 하니까 “어쩌다 한번 나온 거야” 또 응수했다. 그 후 계속 흑자를 기록하여 1년 안에 4년간 적자를 메우고 흑자로 돌아서 지금의 반도체 위용을 갖추 수 있었다.

제품기술부에 들어가니 모두 잘나가는 DRAM에 있고 싶어하고 NVM팀에는 아무도 오지 않아서 신입사원이 없으니 가라고 했다. 매우 기쁜 마음으로 수락했다. 잘나가는 디바이스는 많은 선배들이 있어서 자기 뜻대로 할 수 없지만 선배들이 없다면 내 마음대로 실험도 할 수 있어 좋을 것이라고 생각했다. 6개월이 지나서 양산라인에 새로 도입한 기술 MASKROM 디바이스를 이전하는 프로젝트가 떨어졌다. 선배들은 각광받지 않는 디바이스는 하지 않겠다고 지원하지 않았고 새롭고 모험을 좋아하는 난 지원했다. 기초적인 준비와 양산부서 간 호흡을 맞추기 위해서 2개월

넘게 모든 단위 공정 조건들을 Set-Up 하고 웨이퍼를 투입 하려고 했다. Set-Up Run 스케줄이 나왔다. 웨이퍼 투입 후 2개월 기간 안으로 진행하라는 지시가 내려왔다. 이런 스케줄로 진행하니 항시 DRAM에 밀린다며 15일짜리 스케줄로 하겠다고 하니 당시 NVM 담당인 임형규 담당이 “누구 죽일 일 있느냐”고 2개월로 하라고 했다. 이유인 즉 15일로는 도저히 완성할 수 없고 만일 15일로 발표 후 나오지 못하면 망신이니 2개월로 발표할 것이니 알아서 하라고 했다. 그래서 45일짜리 발표용 스케줄 1 RUN을 흘리고, 내 실험용 15일짜리 스케줄로 1 RUN을 흘리기로 했다. 모두 신입사원의 15일 스케줄은 성공하지 못하고 수율이 나오지 않을 것이라고 보았다. 내가 15일을 확신한 것은 12번의 사진 공정이 필요하나 앞 사진공정은 열처리 시간들이 하루 이상이 되는 2회의 공정을 지나면 하루에도 2번의 사진공정을 진행 할 수 있어서 충분했었다. 문제는 각 광을 받고 있는 양산 DRAM에 밀려서 장비를 어랜지 (arrange) 할 수 없는 문제가 있었다. 그러나 그 문제는 담당 엔지니어와 작업자를 설득, 항시 Set-Up RUN이 달릴 수 있도록 사전 조치를 했다. 15일만에 웨이퍼가 나와서 EDS 테스트 룸에 갔다. 모두 다 0 수율을 기대했으나 첫 칩에서부터 GOOD으로 표시되었다. 이후 최단시간에 양산 및 시장 개척을 하여 삼성전자 20년사에 사진이 실리는 영광을 안았다. 그리고 MASKROM의 성공으로 NVM팀이 명맥을 유지할 수 있었고 몇 년 후 지금의 디지털시대를 열고 있는 플래시 디바이스를 만들 수 있었다.

연구원 생활 3년이 지나서 옛날 신입사원 약속을 인사부장을 만나서 이야기하니 특허팀에서 사람을 모집한다고 하는데 지원자가 없으니 빨리 올라가라고 했다. 본사 건물에 도착하니 갑자기 여름 한낮에 소낙비가 30분 정도 힘차게 내렸다. 특허팀에 도착하니 첫인사를 하라고 했다. 그래서 소낙비 이야기를 했다. 내가 특허팀에 오는 날 아스팔트는 한 여름의 열기를 품고 있어 소낙비를 간절히 바라고 있는데 시원한 소낙비가 내렸다. 특허의 한여름의 아스팔트 위에 소낙비 같은 사람 되겠노라고 이야기하니 힘찬 박수를 받았다. 그 후 소낙비 같은 사람이 되겠다고 열심히 노력했다.

3년간의 특허전쟁을 무사히 마치고 강한 우리 특허를 만들어 향후 특허전쟁에 대비해야 하는 프로젝트가 떨어졌다. 모두 단시간에 업적을 낼 수 있는 라이선스에서 있지 특허를 만드는 출원 쪽에 가지 않겠다고 했다. 출원 쪽으로 업무를 옮기고 한 해에 5,000건을 출원하고 앞으로 10년 안에 미국 특허 등록 5,000건을 달성하라는 “MAKE 5,000”이란 특명이 떨어졌다. 모두 다 할 수 없는 미션이라며 소극적이었다. 할 수 있다는 신념을 가지고 커다란 그림을 그렸다. 그동안 연구소에서 몇백 건의 특허는 나왔으나 연구원 수는 양산라인의 엔지니어 숫자보다 세배 이상이 작았다. 연구소의 연구원 가지고는 5,000천 건을 도저히 만들 수 없었다. 생각을 바꾸어 지금까지 연구소는 특허가 나오는 금광이라 생각, 금은 캔 금맥이지만 이제 양이 작아졌고 제조 양산 쪽은 황무지라고 생각, 누구도 금을 캐지 않은 금맥이 있는 금광이라는 영감을 얻었다. “쉬운 특허”라는 교육책자를 만들어 모든 엔지니어를 교육시켜 단숨에 5,000건의 특허를 출원하게 되었다. 그 후 삼성 무결점 잉고트 제법이라는 특허를 양산부서에 만들어 1,000억 원이 넘는 로열티를 받았고 지금은 그런 기술로 싱가포르에 독일과 합작으로 잉고트 연구소와 양산공장을 만들어 삼성이 반도체 기초 물질까지 진출할 수 있는 교두보를 만들었다. 그리고 10년 이내에 미국 특허 등록 5,000건을 달성하고 급기야 세계 2위 특허 출원 회사의 위상을 만들었다.

지금까지 쓴 이야기는 그동안 있었던 이야기지 없는 것을 창작하지는 않았다. 결과는 화려하게 포장되어 있지만

마지막 영광이 있기까지 황무지를 걸어가는 고행의 길이었다. 선택한 길들은 아무도 가지 않겠다는 길이었고 심약한 사람에게 그 길을 가라고 하면 좌천을 했다고 생각하거나 우울증에 걸리기 딱 좋은 코스였다. 분명 부활의 영광은 있는 것이요, 단지 형극의 가시밭길 같아서 주저하는 길일 뿐이다.

다시 처음으로 돌아가 죽음을 선택해 잘 나가던 이공계 선배들을 생각해 본다. 고인이 된 선배들의 선택에 단지 명복을 빌 뿐 개인적으로 아무런 할 말은 없다. 단지 이야기하고 싶은 것은 모든 사람들이 성공하지 못한 황무지에서 금광을 일구어내거나, 변화된 환경에 적응하여 많은 사람들이 꿈과 희망을 가지고 가는 터전을 만들었을 때 진정한 영웅이라고 말하고 싶다.

한국의 반도체 기술은 메모리 분야에서 20년 가깝게 세계 1위를 독주하고 있기 때문에 누구든지 쉽게 영광을 달성할 수 있다. 그러나 다양한 기능을 달성하는 디바이스를 만들어야 하는 시스템 LSI 또는 파운드리 사업은 많은 사람들이 도전했으나 찬란한 꽃을 피우지 못했다. 방사광 가속기 등 시스템이 갖추어진 곳과 그렇지 않는 곳은 혼자 힘으로 단 시간에 초전도 분야에서 성과를 내어서 빛을 내기 힘들다. 국가적으로 장시간에 창의력이 풍부한 사람들을 육성, 미지의 황무지에서 황금을 캐어 올 분야이다. 대한민국 제3의 반도체 신화를 창조할 부분이 시스템 LSI 또는 파운드리 사업이다. 초전도분야 또한 미래의 먹거리 분야다. 용기 있고 창의력이 왕성한 미래를 이끌어갈 진정한 영웅이 나와주었으면 하는 간절한 바람뿐이다. **한국발명진흥회**





상표의 사용권제도

I. 들어가며

상표권은 등록상표를 당해 지정상품에 대하여 독점배타적으로 사용·수익·처분할 수 있는 私法上의 財産權이다. 따라서 상표권자는 자신이 직접 당해 등록상표를 지정상품에 사용할 수 있으며 또한 상표를 사용하지 아니하고서 또는 일부 지역에서만 사용하면서 제3자에게 계약의 범위 안에서 등록상표를 그 지정상품에 사용하게 할 수 있는데 이를 상표법에서는 “사용권”이라 한다.

상표는 과거 상표의 출처표시기능이 중시되던 시절에는 상표의 출처표시 이론에 따라 상표의 사용허락은 이론상 불가능한 것처럼 보였다. 그러나 산업혁명이후 대량생산과 산업구조의 변화에 따라 상표의 기능과 역할에 대해서 새

로운 해석이 시도되었다. 즉, 상표란 출처표시기능도 하지만, 품질표시기능도 동시에 수행하는 것으로 인식되게 된 것이다. 소비자는 동일상표가 동일한 품질을 보증하기만 한다면 사실상의 출처나 제조자가 누구인지 개의치 아니한다는 점에 착안한 것이다. 이러한 품질보증이론은 상표의 사용허락을 이론상 지지하는 근거가 된다.

현재 우리나라에서 자주 접할 수 있는 상표 사용권의 형태는 대리점, 체인점, 위탁판매 등의 프랜차이즈로서 이러한 방식은 일반적인 상거래 사회에서 통용되고 있다.

이번 호에서는 상표의 사용권인 “전용사용권”과 “통상사용권”에 대해 먼저 구체적으로 살펴본 후, 통상사용권의 일종이라 할 수 있는 “특허권 등의 존속기간만료 후에 상표를 사용하는 권리”와 통상사용권 형태의 하나인 “프랜차이즈

스”에 대해 검토하기로 한다.

II. 전용사용권

1. 의의

- (1) 『전용사용권』이란 등록상표를 그 지정상품에 대하여 일정범위 내에서 독점적으로 사용할 수 있는 권리를 말한다.(상표법 제55조 제3항)

전용사용권은 독점적인 권리이므로 상표권자라 하더라도 전용사용권의 범위 내에서는 전용사용권자의 허락 없이 등록상표의 사용·수익행위를 할 수 없으며, 동일범위 내에서 전용사용권의 허락을 할 수도 없다.

즉, 전용사용권자는 상표권자의 사용을 배척할 수 있는 독점적 권리를 가지게 된다.

이러한 점에서 통상사용권자와 구별되는 특이한 제도이다.

- (2) 전용사용권이 설정되면 그 사용자가 등록상표를 독점적으로 사용할 수 있으므로 ‘물권적인 성질’을 갖는다고 볼 수 있다. 그러나 이러한 전용사용권도 상표권이 소멸하면 동시에 소멸하게 되는데, 그 이유는 전용사용권이란 상표권의 존재를 전제로 하기 때문이다.

2. 권리의 발생

- (1) 상표권자는 그 상표권에 대하여 전용사용권을 설정할 수 있다.

전용사용권의 설정은 상표권자와 전용사용권 설정을 받고자 하는 자와의 계약에 의하여 성립되는 것이 일반적이다.

그러나 상표권이 공유일 때에는 각 공유자는 다른 공유자의 동의를 얻어야만 가능하다.

- (2) 전용사용권을 설정받은 전용사용권자는 그 설정행위로 정한 범위 내에서 지정상품에 대하여 등

록상표를 사용할 권리를 독점한다. 다만, 전용사용권은 금지권의 범위인 유사범위에는 미치지 아니한다.

따라서 동일한 상표라 하더라도 설정행위로 정한 범위 외의 지정상품에 대하여는 사용권을 행사할 수 없다. 그러므로 설정 계약 시 사용하고자 하는 상품을 구체적으로 명확히 정하는 것이 필요하다.

3. 권리의 내용

- (1) 전용사용권은 물권적 권리이므로 배타성이 있는 권리이다. 따라서 상표권자라고 하더라도 설정계약의 범위 내에서는 그 상표권을 사용할 수 없다. 그러나 특약을 하면 상표권자도 일정한 범위 내에서 그 상표를 사용할 수는 있다.

전용사용권의 계약내용은 상품, 기간, 지역 등을 명시하는 것이 일반적이나, 그 이외에 수량, 상품의 거래처도 한정하여 제한할 수 있다.

그리고 전용사용권자는 소비자에게 출처의 혼동을 방지하기 위하여 상품에 자기의 성명 또는 명칭을 표시하여야 한다.

- (2) 전용사용권의 침해에 대해서는 상표침해와 마찬가지로 금지청구권, 손해배상청구권 등을 행사할 수 있다. 이는 상표권자와 동일한 권리를 행사할 수 있도록 하여 실질적인 전용사용권을 확보하기 위한 수단으로 마련된 것이다.

또한 전용사용권자는 상표권자의 동의를 얻어 그 전용사용권을 목적으로 하는 질권을 설정하거나 통상사용권을 설정할 수 있다.

4. 권리의 변동

- (1) 전용사용권의 상표원부예의 등록은 효력발생요건이다. 통상사용권은 채권적 성질을 가지므로 상표원부예의 등록하지 아니하더라도 효력이 발

생하지만, 전용사용권은 물권적 성질을 가지므로 일반 수요자에게 공시하는 것이 필요하기 때문이다.

전용사용권의 설정등록은 전용사용권자와 상표권자가 등록원인을 증명하는 서류와 함께 공동으로 신청하여야 한다.

- (2) 전용사용권의 내용이 변경된 때에는 그 변경된 내용에 대하여 등록하여야 효력이 발생한다. 변경된 사항에 대하여도 이해당사자에게 공시되는 것이 마땅하기 때문이다.

전용사용권은 상표권자의 동의를 얻어야 이전이 가능하나, 상속 기타 일반승계의 경우에는 상표권자의 동의없이도 그 이전이 허용된다.

전용사용권이 공유인 경우 다른 공유자의 동의를 얻어야 통상사용권의 설정을 할 수 있다. 전용사용권의 권리자가 누구인가의 여부에 따라 불사용 내지는 부당사용문제가 대립될 경우 중요한 문제요인으로 부각될 수 있기 때문이다.

- (3) 전용사용권은 설정기간의 만료, 설정계약의 해제·해지, 권리의 포기, 상속인의 부존재, 취소심판 등에 의한 소멸 등에 의해 소멸한다. 또한 전용사용권에 질권이나 통상사용권이 설정되어 있는 경우에는 이 권리자에게 불측의 손해를 주지 않기 위해 이들의 동의를 얻어야만 포기가 가능하도록 하고 있다.

5. 상표권자의 비협조 시 전용사용권자의 조치사항

- (1) 상표권자가 상표등록료를 납부하지 아니하여 상표권이 소멸될 우려가 있을 때에는 상표권자의 납부의사 유무를 떠나서 전용사용권자는 상표등록료를 납부할 수 있다.

상표등록료를 납부하지 아니하여 소멸될 경우 전용사용권자에게는 막대한 피해를 입을 우려가 있으므로 이의 방지책으로 대납제도를 두고 있다.

- (2) 전용사용권의 설정등록은 전용사용권자와 상표권자가 공동으로 신청하여야 한다. 만약 전용사용권의 설정계약 후 상표권자가 전용사용권 설정등록에 협조하지 아니하면 등록이 되지 않는 관계로 효력이 발생하지 아니하게 된다.

이러한 경우를 대비하여 설정등록에 협조하지 아니하는 상표권자를 상대로 등록할 것을 청구하는 권리가 있어야 하는데 현행법상 관련규정이 없다. 따라서 상표권자의 비협조로 서명이 없는 경우에도 공증을 받은 계약서를 근거로 등록신청을 수리하는 것이 합당할 것이다.

6. 전용사용권과 관련한 상표권자 및 전용사용권자의 의무

(1) 상표권자의 의무

- ① 상표권자는 전용사용권자의 사용에 대한 관리·감독의 의무가 따른다. 전용사용권자가 상표를 사용할 시 출처표시의 오인혼동이나 품질의 오인을 일으킬 경우 상표권자가 상당한 주의 의무를 다하지 아니하는 경우 상표가 취소될 수 있다.
- ② 상표권자는 전용사용권자의 동의를 얻지 아니하면 상표권을 포기할 수 없다. 상표권이 포기되면 부수적 권리인 전용사용권도 당연히 소멸되므로 당연한 이치다.

(2) 전용사용권자의 의무

- ① 전용사용권자는 그 상품에 대하여 자기의 성명 또는 명칭을 표시하여야 한다. 이는 출처표시를 명확히 하여 상품 품질의 동일성을 보증하기 위함이다.
- ② 전용사용권자는 품질오인 또는 출처혼동이 일어나지 아니하도록 정당하게 상표를 사용하여야 하며, 이를 위반한 경우에는 심판에 의하여 전용사용권 등록이 취소될 수 있다.

- ③ 전용사용권자는 통상사용권자의 동의를 얻지 아니하면 전용사용권을 포기할 수 없다. 전용사용권이 포기되면 부수적 권리인 통상사용권도 당연히 소멸되므로 통상사용권자를 보호하기 위함이다.

Ⅲ. 통상사용권

1. 의의

- (1) 『통상사용권』이란 상표권자 이외의 제3자가 상표권자 또는 전용사용권자와 설정행위에서 정한 범위 내에서 등록상표를 그 지정상품에 대하여 사용할 수 있는 권리를 말한다.(상표법 제57조 제2항)

통상사용권은 채권적 성질을 가지므로 상표권자는 통상사용권의 허락 후에도 등록상표를 그 지정상품에 사용할 수 있을 뿐 아니라 다른 사람에게 중복하여 통상사용권을 허여할 수도 있다. 이 점에 있어서 전용사용권과 구별되게 된다.

- (2) 통상사용권은 전용사용권과 달리 당사자 간의 계약에 의하여 등록유무에 관계없이 효력이 발생하는 채권적 권리이다. 이러한 통상사용권은 상표권이 소멸하면 동시에 소멸하게 되는데, 이는 통상사용권은 상표권의 존재를 근거로 하기 때문이다.

2. 권리의 발생

- (1) 상표권자는 그 상표권에 대하여 통상사용권을 설정할 수 있다. 통상사용권의 설정은 상표권자와 통상사용권 설정을 받고자 하는 자와의 계약에 의하여 성립되는 것이 일반적이다.
- (2) 통상사용권은 채권적 권리이므로 동일내용의 사용권이 다수 병존하더라도 채무불이행의 문제는 발생하지 아니하므로 상표권자는 동일 내용의

통상사용권을 다수인에게 설정하는 것도 가능하다.

3. 권리의 내용

- (1) 통상사용권을 설정을 받은 통상사용권자는 그 설정행위로 정한 범위 내에서 지정상품에 대하여 등록상표를 사용할 권리를 가진다. 통상사용권은 금지권의 범위인 유사범위에는 미치지 아니한다.

동일한 상표라 하더라도 설정행위로 정한 범위의 외의 지정상품에 대하여는 사용권을 행사할 수 없다. 그러므로 설정 계약 시 사용하고자 하는 상품을 구체적으로 명확히 하는 것이 필요하다.

- (2) 통상사용권은 채권적 권리이므로 제3자의 상표권침해행위에 대하여 금지청구권이나 손해배상청구권을 인정할 수 없다. 그 이유는 그 지정상품에 대하여 등록상표를 사용할 권리를 가지지만, 상표권에 부수한다는 성질을 갖고 있기 때문이다.

그러나 통상사용권자는 상표권자 또는 전용사용권자의 동의를 얻어 그 통상사용권을 목적으로 하는 질권을 설정할 수 있다.

4. 권리의 변동

- (1) 통상사용권은 전용사용권과는 달리 등록원부에 등재여부와 관계없이 허락과 동시에 효력이 발생한다.
- (2) 통상사용권은 상표권자의 동의를 얻어야 이전이 가능하나, 상속 기타 일반승계의 경우에는 상표권자의 동의 없이도 그 이전이 허용된다.

통상사용권이 공유인 경우 다른 공유자의 동의를 얻어야 통상사용권의 지분을 양도할 수 있다.

(3) 통상사용권은 설정기간의 만료, 설정계약의 해제·해지, 권리의 포기, 상속인의 부존재, 취소 심판 등에 의한 소멸 등에 의해 소멸한다. 그러나 통상사용권도 질권이 설정되어 있는 경우에는 이 권리자에게 불측의 손해를 주지 않기 위해 이들의 동의를 얻어야만 포기가 가능하다.

5. 통상사용권과 관련한 상표권자 및 통상사용권자의 의무

(1) 상표권자의 의무

- ① 상표권자는 통상사용권자의 사용에 대한 관리·감독의 의무가 따른다. 통상사용권자가 상표를 사용할 시 출처표시의 오인혼동이나 품질의 오인을 일으킬 경우 상표권자가 상당한 주의의무를 다하지 아니하는 경우 상표가 취소될 수 있다.
- ② 상표권자는 통상사용권자의 동의를 얻지 아니하면 상표권을 포기할 수 없다. 상표권이 포기되면 부수적 권리인 통상사용권도 당연히 소멸되기 때문이다.

(2) 통상사용권자의 의무

- ① 통상사용권자는 그 상품에 대하여 자기의 성명 또는 명칭을 표시하여야 한다. 이는 출처표시를 명확히 하여 상품의 품질을 보증하기 위함이다.
- ② 통상사용권자는 품질오인 또는 출처혼동이 일어나지 아니하도록 정당하게 상표를 사용하여야 하며, 이를 위반한 경우에는 심판에 의하여 통상사용권 등록이 취소될 수 있다.

IV. 특허권 등의 존속기간 만료 후에 상표를 사용하는 권리

1. 의의

(1) 상표등록출원일 전 또는 그와 동일한 날에 출원되어 등록된 특허권, 실용신안권 또는 디자인권(이하 '특허권 등'이라 한다)이 상표권과 저촉되는 경우에 그 특허권 등의 존속기간이 만료되는 때에는 원특허권자 등은 원 특허권 등의 범위 안에서 그 등록상표의 지정상품과 동일하거나 이와 유사한 상품에 대하여 그 등록상표와 동일하거나 이와 유사한 상표를 사용할 권리를 인정하고 있다.(상표법 제57조의2)

이를 『특허권 등의 존속기간만료 후에 상표를 사용하는 권리』라 한다. 그러나 부정경쟁의 목적으로 상표를 사용하는 경우에는 인정되지 아니한다.

(2) 상표법에서 이러한 제도를 두고 있는 이유는 특허권 등이 존속기간 만료로 소멸하여 상표권과 특허권 등이 저촉되는 경우, 원특허권자 등은 상표권의 침해에 해당하게 될 수 있다. 따라서 '선출원우선의 원칙'을 존중하여 원특허권자 등에게 존속기간의 소멸 후에도 계속적인 특허발명의 실시를 보장하기 위하여 마련되었다.

이는 제3자의 상표사용을 배제하는 배타적인 권리가 아니므로 상표권자 또는 전용사용권자에 대해서만 유효한 권리로서의 채권적 권리의 성격을 갖는다.

2. 적용 요건

(1) 특허 등의 출원일이 상표등록출원일과 동일하거나 그 이전이어야 한다.

따라서 상표등록출원일 이후에 출원된 특허권 등의 권리자는 본 권리를 향유할 수 없다.

(2) 특허권 등과 상표권이 저촉관계에 있어야 한다.

특허권 등과 상표권이 동일, 유사한 경우에만 해당되므로 표장이 서로 다른 경우에는 본조의 규정을 적용받지 아니한다.

- (3) 특허권 등이 존속기간만으로 소멸되어야 한다.
특허권 등이 존속기간만으로 소멸된 경우에 한하므로 특허권 등의 포기, 특허료 불납 등으로 인한 권리소멸은 인정되지 아니한다.

- (4) 부정경쟁의 목적이 없어야 한다.
위의 요건들을 구비한 경우라도 특허권자 등이 부정경쟁 목적으로 그 상표를 사용하는 경우에는 본조의 규정이 적용되지 않는다. 상표의 출처 표시의 오인, 혼동을 일으키는 표장에까지 인정되는 것은 시장질서유지 차원에서 용납되지 않기 때문이다.

3. 법적 내용

- (1) 특허권자 등의 존속기간 만료 후에 상표를 사용할 권리는 특허권자 등과 전용실시권자(특허권, 실용신안권, 디자인권은 사용권이 아니라 '실시권'이라 한다), 통상실시권이다. 다만, 실시권자의 사용은 상표권자 또는 전용사용권자에게 상당한 대가를 지급하여야 한다.
- (2) 특허권자 등의 존속기간 만료 후에 상표를 사용할 권리는 "원특허권 등의 범위"내에서이다. 소멸된 특허권 등에 관한 특허발명 등을 실시하는데 필요한 한도 내이다. 그렇다고 실시 또는 준비를 하고 있는 특허발명 및 사업목적의 범위로 한정되는 것은 아니다.

4. 사용권의 이전

특허권자 등의 존속기간 만료 후에 상표를 사용할 권리를 이전하고자 하는 경우에는 상속 기타 일반승계에 의한 경우를 제외하고는 상표권자 또는 전용사용권자의 동의를 얻어야 한다.

이는 전형적인 전용사용권과 통상사용권에서와 마찬가지로 상표 사용자의 권리와 의무를 보다 명확히 하여 출처 표시 오인혼동을 방지하기 위하여 이전 시 상표권자 또는

전용사용권자의 동의를 얻도록 한 것과도 같은 맥락이다.

V. 프랜차이즈

1. 의의

『프랜차이즈』란 가맹본부가 지역단위의 가맹점을 모집하여 가맹본부가 소유하고 있는 상표나 상호 등을 사용하게 하고 또한, 물품의 공급이나, 판매 사업경영의 노하우 등을 제공하거나 관리하는 일반 거래사회에서의 사업형태를 말한다.

프랜차이즈업은 체인점, 대리점, 위탁판매 등의 형태를 띠고 있으나, 우리나라의 경우는 체인점 방식이 대다수를 차지하고 있다.

2. 프랜차이즈의 운영

- (1) 프랜차이즈계약은 라이선스계약이고, 상표·서비스표·상호 등의 사용권을 동종 사업을 운영하고자 하는 이용자에게 설정하는 것으로서 상표의 통상사용권의 일종이다.
프랜차이즈 제공자와 이용자의 행위는 상법 제46조 제20호에서의 '상호·상표 등의 사용허락에 의한 영업에 관한 행위'로서 상거래 사회에서 일반적으로 행해지고 있다.
- (2) 프랜차이즈의 제공자는 자기의 자본을 투자하지 아니하고 소매점 역할을 하는 다수의 지점망을 형성할 수 있고, 이용자는 프랜차이즈 제공자의 상호·상표·영업노하우를 활용하여 안정적인 수입을 확보할 수 있는 이점이 있다.

3. 프랜차이즈의 태양

(1) 제조형 프랜차이즈

프랜차이즈 제공자와 프랜차이즈 이용자에게 제공자가 제공한 원료와 제조기법에 따라 제조한 물품을 판매하도록 허용하는 형태의 프랜차이즈이다.

(2) 배급형 프랜차이즈

프랜차이즈 이용자가 기본적으로 프랜차이즈 제공자가 만든 물품의 판매점으로서의 역할을 하는 경우이다.

(3) 영업형 프랜차이즈

프랜차이즈 제공자가 공급하는 물건을 판매하기 보다는 기본적으로 프랜차이즈 제공자와 동일 시 될 수 있는 영업형태나 노하우를 프랜차이즈 이용자가 사용할 수 있도록 허용하는 경우이다. 가장 전형적인 예가 ‘패스트 푸드’ 프랜차이즈이다. 프랜차이즈 이용자는 제공자의 잘 알려진 상표를 사용함과 동시에 제공자로부터 노하우를 전수받아 운영하는 경우이다.

4. 프랜차이즈계약의 효력

제공자와 이용자 사이의 법률관계는 당해 프랜차이즈 계약에서 상표·상호의 기간, 사용방법 등에 관한 사항을 정하는 것이며, 이에 따라 상표권자(사용허락한 자)와 통상사용권자(이용자) 사이의 권리 의무관계가 성립된다. 여기에는 상표사용은 물론 품질보증문제가 핵심적인 사항이 될 것이다.

(* 프랜차이즈 부분은 지적소유권법 송영식 외 2인 공저를 참조하였음)

전용사용권은 독점배타성이 인정되는 물권적 권리이고, 설정행위로 정한 범위 내에서 지정상품에 관하여 등록상표를 사용할 권리를 독점하며, 침해금지청구권을 직접 행사할 수도 있다. 반면에 통상사용권은 채권적 권리에 불과하므로 설정행위로 정한 범위 내에서 그 지정상품에 대하여 사용할 수 있을 뿐이고 또한 침해금지청구권 등의 소권도 행사할 수 없다는 점에서 양자는 구별된다.

사용권은 상표권자와 사용권자가 설정행위로 정한 범위 내에서 효력이 발생한다.

전용사용권은 통상사용권에 비해 사용대가가 높을 것이므로 사용권자가 전용사용권과 통상사용권 중 어느 사용권을 이용할 것인가는 사용권을 사용하고자 하는 사업의 성격, 기간, 사업형태, 지역 등을 종합적으로 고려하여 선택하는 것이 좋다.

사업전망이 좋은 아이템이라 예상되어 동종업종을 영위하는 타인의 접근을 원천적으로 배제하여 상표를 독점적으로 사용하고자 하거나 또는 상표권자의 협조없이 제3자의 상표 사용에 대해 직접적인 금지권을 행사할 필요성이 있을 때에는 통상사용권보다 전용사용권을 택하는 것이 유리할 것이다. **한국발명진흥회**

VI. 나가며

이상에서 살펴본 바와 같이 허락에 의한 사용권은 상표권자로부터 사용권을 설정받은 자가 설정행위로 정한 범위 안에서 그 지정상품에 대하여 등록상표를 사용할 수 있는 상표법상의 제도이다.

과거에는 상표의 출처표시기능을 중시하여 상표권자 아닌 자로 하여금 상표를 사용하게 하는 것은 인정될 수 없었다. 그러나 오늘날 상표의 출처는 ‘익명의 존재로서의 추상적인 출처’에 불과하므로 수요자들은 상표가 기대하는 수준의 품질을 보증하기만 하면 구체적인 출처는 묻지 아니하는 것이 거래사회의 현실이므로 사용권제도 태생이 가능하게 된 것이다.



장혜통

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

우리아이 내면의 힘을 키우는 몰입독서

저 자 _ 최희수

출판사 _ 푸른육아

책소개

독서를 통한 영재 교육

아이를 영재로 키우는 방법을 알려주는 책. 「몰입독서」는 푸름이 아빠 최희수가 책임기를 통해 자녀들을 키운 노하우와 경험을 정리해 알려준다. 아이들의 생각하는 힘을 키우기 위해 꼭 필요한 책 읽기를 어떻게 하는 것이 잘하는 방법인지 소개한다.

《몰입독서》는 아이들에게 독서 교육을 시킬 때 어떻게 해야하는 지에서부터 몰입독서 실천법과 아이 발달에 맞는 맞춤형 독서방법, 저자의 몰입독서 노하우와 저자가 추천하는 영역별, 단계별 도서와 부모교육서 등으로 구성했다.

어릴때부터 책을 장난감 대하듯이 지내다보면 어느 순간 책에 몰입하는 자녀를 보게 될 것이고, 아이가 책을 제대로 읽지 못한다고 해서 억박지르듯 독서를 권유하는 일은 좋은 방법이 아니라고 설명한다. 또한 책뒤편에는 저자의 몰입독서 강연이 들어있는 오디오 CD를 함께 수록했다.



일사부재리의 원칙 및 심판의 비용

I. 일사부재리의 원칙

1. 서설

(1) 의의

특허심판의 심결이 확정된 때에는 그 사건에 대하여 누구든지 동일사실 및 동일증거에 의하여 다시 심판을 청구할 수 없다. 다만 확정된 심결이 각하심결인 경우에는 그러하지 아니하다.(특허법 163) 이것을 일사부재리의 원칙이라고 하며, 심결의 효력인 실질적 확정력의 특허법상의 표현이다.

(2) 제도적 취지

특허심판의 확정심결에 대하여 일사부재리의 효력을 인정하는 취지는 첫째, 일정한 쟁송절차를 밟아 심결이 확정된 이상 동일한 절차를 반복함으로써 야

기될 번거로움과 심판상의 불경제를 방지하려는 데 있고, 둘째, 동일한 사건에 대해 반복하여 심리함으로써 발생할 수 있는 상호 모순·저촉되는 심결의 발생을 방지하여 심결의 법적 안정성을 담보하려는 데 있다.

(3) 대세적 효력의 인정근거

일사부재리의 원칙의 적용요건에 해당되는 때에는 「누구든지... 그 심판을 청구할 수 없다」고 규정하고 있으므로 반대해석을 하면 동일사실 또는 동일증거가 아닌 경우에는 누구든지 동일심판을 청구할 수 있는 것이며 이것은 당사자뿐 아니라 일반공중 모두에게 특허심결의 효력이 미친다는 것을 전제로 하는 것이다. 즉, 일사부재리의 원칙을 규정한 특허법 제 163조는 특허심결의 대세적 효력이 인정되는 실정법상의 근거규정이 된다.

2. 요건

(1) 특허심판의 본안심결이 확정되었을 것¹⁾

① 본안심결의 「확정」

일사부재리의 원칙은 심판청구인이 제출한 일정한 사실 및 증거를 참작하여 심판청구의 실체에 관하여 심리를 한 후 심판된 것을 전제로 하여 적용되어야 하는 것이므로, 본안심결이 확정된 경우에만 적용되며 각하심결이 확정된 경우에는 적용되지 않는다.(특허법 163단서) 또한 제척·기피에 대한 결정, 참가허부에 관한 결정 등도 심결의 형식이 아니므로 일사부재리의 대상이 되지 않는다.

② 본안심결의 「확정」

심결에 대하여 통상의 불복방법으로는 더 이상 다룰 수 없게 된 상태, 즉 형식적으로 확정되어야 한다. 심결의 등본을 송달받은 날로부터 일정한 법정기간 내에 소를 제기하지 않거나 제기하더라도 종국적으로 그 심결이 지지되어 통상의 불복신청방법으로는 취소할 수 없는 상태로 된 때에 확정된다.

(2) 동일사실에 의한 심판청구일 것

동일사실이란 청구원인사실의 동일성을 말한다.²⁾ 그러므로 동일사실이란 청구취지를 이유있게 하는 구체적 사실, 즉 구체적인 무효사유 등(신규성·진보성·선출원의 지위)이 동일한 것을 말한다. 예컨대 출원 전 간행물 A에 게재된 것을 이유(특허법 29①)로 하여 청구항 특허무효심판의 기각심결이 확정된 경우에 같은 이유로는 특허무효심판을 청구할 수 없다.

(3) 동일증거에 의한 심판청구일 것

1) 동일증거의 의미에 대하여 형식증거설³⁾, 중요증거설⁴⁾, 쟁점증거설⁵⁾, 동일법규 내 증거설⁶⁾ 등 학설이 나뉘어 있다.

2) 일사부재리의 원칙의 취지가 심결의 모순·저촉 방지 및 심판경제임을 고려할 때 확정심결을 반복할만

한 증거가치를 판단기준으로 하는 중요증거설이 타당하다고 본다. 따라서 전에 확정된 심결에 영향을 미치지 아니할 새로운 증거들을 전에 확정심결에 부가한 경우 역시 동일증거로 인정된다.⁷⁾ 즉, 비록 증거의 표시가 다르더라도 그 내용이 실질적으로 동일하면 동일증거이다.

(4) 동일사실 「및」 동일증거일 것

동일사실 및 동일증거에 의한 심판청구의 경우에만 일사부재리의 원칙이 적용된다. 따라서 동일사실에 의한 심판청구라도 다른 증거에 의한 경우나, 반대로 동일한 증거에 의한 것이라도 다른 사실에 관하여 새로운 심판청구를 하는 것은 허용된다.

1) 구법에서는 「심결이 확정등록…된 때에는…심판을 청구할 수 없다」고 규정하고 있었으나, 2001년 개정법에서는 「등록」이란 용어를 삭제하였다. 확정심결의 등록은 특허청장의 직권등록사항이고 또한 등록기간이 법정되어 있는 것이 아니므로, 일사부재리의 원칙의 적용시점이 등록시점에 따라 달라지게 되는 불합리를 방지할 수 있다는 점에서 타당한 입법이라고 보여진다.

2) 대판 1987. 7. 7. 86후107.

3) 이 견해는 동일증거의 개념을 매우 좁게 보는 견해이다. 이에 의하면 동일증거란 동일사실을 증명하기 위한 증거가 형식적으로 완전히 동일한 것만을 의미하므로, 증거가치가 동일하더라도 구체적으로 증거자체가 다른 것이면 동일 증거에 해당되지 않는다고 본다.

4) 이 견해는 동일증거의 개념을 비교적 넓게 해석하는 견해이다. 즉, 동일증거란 전 확정심결을 반복할 수 있을 정도로 중요한 증거가 아닌 증거라고 보는 견해이다. 이에 의하면 동일증거란 단지 증거 자체가 동일한 경우만을 의미하는 것이 아니라, 심결에 미치는 영향이 동일한 경우의 증거도 포함한다고 보는 것이다. 우리 대법원과 일본의 대심원이 취하였던 견해이다.

5) 이 견해는 위 두 견해의 중간에 위치하는 설로서, 전심에서 이미 인정한 쟁점에 관한 증거는 새로운 증거라도 동일증거에 해당하여 심판은 허용되지 않지만, 전심에서 배척된 쟁점을 인정할 수 있는 성질의 증거라면, 그 증거가치의 경중을 묻지 않고 동일증거에 해당하지 않고 심판을 허용하여야 한다는 견해이다.

6) 위에 설명한 세 견해는 어느 것이나 동일사실과 동일증거를 분리하여 논하고 있음에 반하여, 이 견해는 동일사실과 동일증거를 서로 관련시켜서 보는 견해이다. 즉, 동일법규내의 구성요건 사실을 증명하기 위하여 사용되는 증거인 한 증거의 내용만이 다르다고 하여도 동일증거에 해당한다고 본다. 이 견해는 동일증거의 의미를 넓게 해석한다는 점에서 위 중요증거설과 공통성을 가지고 있다. 이 견해에 의하면, 출원 전 공지를 주장하는 증거로서 전 심판에서는 간행물 A를 인용하고 후 심판에서는 간행물 B를 인용하더라도, 이들은 동일 증거가 되어, 후 심판청구는 허용되지 아니한다.

7) 「여기서 동일증거라 함은, 전에 확정된 심결의 증거와 동일한 증거뿐만 아니라 그 확정된 심결을 반복할 수 있을 정도로 유력하지 아니한 증거가 부가되는 것도 포함하는 것이므로 확정된 심결의 결론을 반복할 만한 유력한 증거를 새로이 제출한 경우에는 일사부재리의 원칙에 저촉된다고 할 수 없다.」(대판 1991. 11. 26. 96후1840)

(5) 동일한 심판청구일 것

동일한 심판청구이어야 한다. 동일심판이란 청구취지의 대상으로 되어 있는 권리가 같고 그 종류가 동일한 심판을 말한다. 예컨대 (가)호 발명이 동일한 권리범위확인심판의 경우에 적극적 권리범위확인심판과 소극적 권리범위확인심판은 동일심판이다.⁸⁾ 또한 무효심판에 대한 심결 시 일부인용 및 일부기각이 가능하므로 일부무효심판과 전부무효심판은 동일심판이다.

3. 판단

(1) 적용대상

- 1) 특허거절결정에 대한 불복심판은 그 결정등본을 송달받은 날부터 30일 내에 청구하여야 하므로(특허법 132의 3), 동 심판에 대한 심결이 확정된 후에는 다시 동일한 심판을 청구할 수 없다. 따라서 일사부재리의 원칙이 적용될 여지가 없다.
- 2) 특허법상 일사부재리의 원칙이 적용되는 특허심판은 특허무효심판(특허법 133), 특허권존속기간의 연장 등록무효심판(특허법 134), 권리범위확인심판(특허법 135), 정정심판(특허법 136), 정정무효심판(특허법 137), 통상실시권허여심판(특허법 138)에 한한다. 그리고 나아가 위 심판청구에 대한 기각심결이 확정된 경우의 재심판청구시에만 일사부재리의 원칙이 문제된다고 할 것이다.

3) 다만 통상실시권허여심판청구에 대한 기각심결이 확정된 경우에 다른 이해관계인이 동일한 사실에 기하여 심판청구를 하는 예는 상정하기 힘들고, 또한 정정심판은 특허권자만이 청구할 수 있으므로 이에 관한 심결에 대하여 특허권자가 동일한 사실로 다시 심결청구하는 일도 없을 것이라는 이유로 통상실시권허여심판과 정정심판의 경우 일사부재리의 효력에 의문을 제기하는 견해⁹⁾도 있으나 통상실시권허여심판은 이용·저촉관계를 전제로 하고 있는 바, 선출원인 동일한 사실(권리)에 대한 후출원인 이용·저촉관계는 다수 존재할 수 있으며, 정정심판 역시 비록 동일한 사실(특허권)이라도 정정사유에 해당되는 한 언제든지 정정심판을 청구할 수 있기 때문에 일사부재리의 효력을 부정하는 것은 타당하지 않다고 본다.

(2) 적용시점

1) 일반적으로 심판청구요건의 판단은 심판청구 시를 기준으로 하지만, 일사부재리의 원칙에 해당하는가 여부는 심판청구 시가 아니고 심결 시를 기준으로 하여 판단하여야 할 것이다.¹⁰⁾ 따라서, 심판청구 시에는 일사부재리의 원칙에 해당되지 않는 경우라도 심결 시에 이에 해당되면 일사부재리의 원칙에 위반되어 당해 심판청구는 각하된다. 또 두 개의 심판청구가 동시에 계속되어 있다가 후에 제기된 심판청구에 관하여 심결이 먼저 확정된 경우에도, 먼저 제기된 다른 심판청구는 각하되며, 나아가 심판청구 기각 심결이 소송에서 취소되어 다시 심판단계에 계속 중에 다른 동일한 심판청구에 대한 심결이 기각되어 확정된 경우 역시 앞의 심판청구는 일사부재리의 원칙을 적용받아 각하된다.

2) 다만, 2건의 동일한 심판청구가 있고 그 어떤 사건에 대하여도 심결이 행해지지 아니한 때에는 양 사건의 심리 또는 심결의 병합도 가능하다.

8) 본건의 심판청구는 소극적 권리범위확인심판이고 전의 사건은 적극적 권리범위확인심판이기는 하나 양자는 본건 고안에 대한 동일한 (가)호 도면과의 확인심판사건이므로 양자는 동일사건과 동일증거에 의한 청구로 귀결되는 것이다.(대판 75후18)
 9) 정동운, 일사부재리의 원칙, 변시연구 제2권 제12호, 26면
 10) 특허법 제163조에 정한 일사부재리의 원칙에 해당하는지 여부는 심판의 청구시가 아니라 그 심결시를 기준으로 판단되어야 하는 것이므로, 일사부재리의 원칙은 어느 심결의 확정등록이 있거나 판결이 확정된 후에 청구되는 심판에 대하여만 적용되는 것은 아니고, 심결시를 기준으로 하여 동일사실 및 동일증거에 의한 심결의 확정등록이 있거나 판결이 확정된 경우에는 그 심판의 청구시가 확정된 심결의 확정등록이나 판결의 확정 전이었는지 여부를 묻지 않고 적용되는 것이다.(대판 97후3661)

4. 효력

(1) 동일사실 및 동일증거에 의한 재심판 청구 금지
 특허심결이 확정된 경우에는 누구든지 동일사실 및

동일증거에 의해서는 다시 동일한 심판을 청구할 수 없다. 따라서 동일사실 및 동일증거에 의하여 재차 심판청구를 하는 경우에는 심판청구요건의 흠결로 인한 부적법한 심판청구로서 심결각하의 대상이 된다.

(2) 대세효

일사부재리의 효력은 특허심결이 지니는 행정처분적 성질 및 공익적 성질을 고려하여 법문 그대로 심판의 당사자뿐만 아니라 제3자에 대하여도 인정된다. 따라서 누구든지 동일사실 및 동일증거에 의하여 다시 동일한 심판을 청구할 수 없다.¹¹⁾

5. 구별개념

(1) 민사판결의 기판력

- 1) 민사소송에서 기판력이라 함은 판결이 형식적으로 확정되면 특정한 소송물에 관한 법적 판단은 당사자 및 법원을 구속하므로, 당사자나 법원은 이에 반하는 주장이나 판단을 할 수 없다는 판결의 효력을 말한다.
- 2) 특허심결에 인정되는 일사부재리의 효력과 민사판결의 기판력은 공통된 기반 위에서 있다고 볼 수 있지만 양자 사이에는 다음과 같은 차이가 있다. 첫째, 특허심결의 일사부재리의 효력은 대세적 효력이 있지만 민사판결의 기판력은 당사자 사이에만 미치는 것이 원칙이며, 둘째, 특허심결의 일사부재리의 효력은 동일사실 및 동일증거에 기하여 다시 심판청구를 하는 것을 금하므로 동일사실이더라도 다른 증거이면 재차 심판청구가 가능한데 반해 민사판결의 기판력은 소송물이 같은 한 다른 증거에 기한 재차의 청구에도 미치므로 비록 새로운 다른 증거에 의하더라도 재차 소송을 제기할 수 없다.

(2) 중복된 심판청구의 금지의 원칙

- 1) 중복된 심판청구의 금지의 원칙이란 이미 심판이 계속 중인 사건에 대하여는 다시 동일한 심판을 청구할 수 없다는 원칙이다.(특허법 154④ 준용 민사소송법

259) 중복된 심판청구가 성립되기 위해서는 전심판이 계속 중에 있어야 하며 후심판의 당사자 및 심판의 대상이 동일한 것이어야 한다.

2) 따라서 중복된 심판청구의 금지의 원칙은 전심판이 계속중인 것을 전제로 하는데 반해, 일사부재리의 원칙은 확정심결을 전제로 한다는 점에서 구분된다.

3) 한편, 2006년 개정 특허법에서는 제154조 제8항에서 민사소송법 제259조를 준용함으로써 특허법에서도 중복된 심판청구의 금지규정을 두게 되었다.

(3) 재소금지의 원칙

- 1) 재소금지원칙이란 종국판결이 있은 후에 소를 취하한 자는 다시 동일한 소를 제기할 수 없다는 민사소송법상의 원칙이다.(민사소송법 267②)
- 2) 앞에서 언급한 중복된 심판청구의 금지의 원칙은 동일한 사건을 두 번 심리할 필요가 없다는 심판경제상의 낭비와 동일한 사건에 대한 상호 모순·저촉되는 심결을 방지하기 위한 목적, 즉 공익적 요소가 강함에도 반해 재소금지의 원칙은 이런 목적 외에 이미 어떤 결론이 내려졌는데도 원고가 스스로 소를 취하한 경우에는 당사자에게 더 이상 심판받을 기회를 줄 필요가 없다는 일종의 제재적 의미가 있는 점에서 차이가 있다.
- 3) 이런 점에서 공익성이 강조되며, 직권심리주의의 채택을 하고 있는 특허심판의 경우에는 당사자 제재의 의미가 강한 재소금지의 원칙을 채택하는 것은 바람직하지 못하다.

II. 심판 비용

1. 의의

심판비용이라 함은 심판관, 당사자 또는 참가인 등이 심

11) 대판 1990. 7. 10. 89후1509 판결 참조

판결차에서 지출한 비용을 말한다. 심판비용에 관하여는 원칙적으로 민사소송법의 소송비용에 관한 규정이 준용되지만, 특정 사항에 관하여는 따로 특허법에 규정이 있다.(특허법 165) 특허심판원에서는 심판비용을 정하고, 특허법원 및 대법원에서는 소송비용¹²⁾의 부담을 별도로 정한다.

III. 심판비용의 부담, 범위 및 예납

1. 부담

(1) 당사자계심판

1) 당사자계심판 중 특허무효심판(특허법 133), 특허권의 존속기간연장등록무효심판(특허법 134), 권리범위 확인심판(특허법 135), 정정무효심판(특허법 137)에 관한 심판비용의 부담은 심판에 의하여 정한다. 심판이 심결에 의하여 종결할 때에는 그 심결로써, 심판이 심결에 의하지 아니하고 종결할 때에는 결정으로써 비용부담자를 결정하여야 한다.(특허법 165①) 심결에 의하여 정할 때에는 심판관이 직권으로 主文에서

판단한다.

2) 당사자계심판의 경우에 심판비용은 패심한 당사자가 부담하는 것이 원칙이다.(단, 통상실시권허여심판은 예외) 당사자계심판의 청구를 취하한 자도 패심자에 준한다. 다만, 일부패심의 경우, 예컨대 특허권의 무효심판을 청구했는데 그 중 일부항에 대해서만 무효 심결이 된 경우에는 각 당사자가 부담할 심판비용은 심판부가 정하여야 한다.(특허법 165②, 민사소송법 101) 공동심판의 경우에는 균등하게 부담한다.(특허법 165④, 민사소송법 102) 패심자부담의 원칙을 관찰하는 것이 공평하지 아니한 경우에는 승심자에게 일부부담을 시킬 수 있다.(특허법 165②, 민사소송법 99, 100)¹³⁾ 심판비용의 부담을 명령받은 당사자는 자기의 지출비용뿐 아니라 상대방의 지출비용도 법정범위내에서 변상하여야 한다. 심판비용을 패심자가 아닌 제3자에게 부담시키는 경우도 예외적으로 있다.(특허법 165②, 민사소송법 107, 99)

3) 당사자계심판 중 통상실시권허여심판의 경우에는 언제나 청구인이 심판비용을 부담한다.(특허법 165③) 이러한 심판은 언제나 청구인의 이익에 관계되는 것이기 때문이다.

(2) 결정계심판

특허거절결정불복심판, 정정심판의 경우에 심판비용은 청구인이 부담으로 한다.(특허법 165③) 역시 언제나 청구인의 이익을 위한 심판이기 때문이다. 공동심판의 경우에는 균등하게 부담한다.(특허법 165④, 민사소송법 102)

2. 범위

1) 당사자가 심판수행을 위하여 지출한 모든 비용이 법률상의 심판비용인 것은 아니다. 특허심판에 관한 비용의 범위·금액·납부 및 심판에서 절차상의 행위를 하기 위하여 필요한 비용의 지급에 관하여는 그 성질에 반하지 아니하는 한 민사소송비용법 중 해당 규정의 예에 의한다.(특허법 165⑥)

12) 특허소송에서 변리사가 소송대리를 한 경우에 승소자가 지급하였거나 지급할 변리사 보수는 대법원 규칙이 정하는 범위내에서 소송비용으로 인정한다.(특허법 191의2) 본 규정은 2006년 3월 3일후 변리사가 소송 대리한 것부터 적용한다.(부칙 제5조)

13) ① 소극적 권리범위확인심판
소극적 권리범위확인심판에 있어서 피청구인이 경고 등 권리행사가 없고 방어도 하지 아니한 때에는 청구인이 승소한 경우에도 승소자가 부담한다.
② 정정심판에 의하여 무효를 면하게 된 경우
특허무효심판 청구후 특허발명의 명세서가 정정심판에 의하여 정정된 것과 무효사유가 소멸된 경우 피청구인이 승소자인 경우에도 비용의 일부나 전부를 부담시킬 수 있다.
③ 권리이전 등에 의한 심결각하
심판청구가 권리이전, 실시권설정을 이유로 심결로써 각하된 경우 심판비용은 각자부담으로 할 수 있다. 나머지 이유로 심결각하된 경우는 패심자부담의 원칙을 따른다.
④ 증인이 입증사항과 관계없는 경우
신청에 의한 증인신문 결과 증인 또는 증언이 입증사항과 관계가 없는 자 또는 사항인 것이 판명된 경우 그 증인신문에 소요된 비용은 신청한 당사자가 승소자인 경우에도 그 자에게 일부나 전부를 부담시킬 수 있다.(심판편람 2006, 881면)

2) 심판(재심)의 청구료, 변리사 보수, 심판서류 작성료, 증인·감정인·통역인 등의 숙박료 또는 여비, 현지 검증에 소요되는 일당 및 숙박료 또는 여비 등이 심판비용에 해당된다. 다만, 심판의 대리를 한 변리사에게 지급한 또는 지급할 보수는 특허심판원장이 정하는 금액의 범위 안에서 이를 심판비용으로 본다. 이 경우에 수인의 변리사가 심판의 대리를 한 경우라도 1인의 변리사가 심판대리를 한 것으로 본다.(특허법 165⑦)

3. 예납

- 1) 심판 등에 있어서는 비용을 요하는 행위, 예컨대 증거조사, 증거보전, 감정 등에 필요한 비용을 당사자에게 예납하게 할 수 있다. 만약 비용의 예납을 명하였음에도 불구하고 비용을 예납하지 아니한 때에는 심판 등에서 그 비용을 요하는 행위를 하지 아니할 수 있다.(특허법 165②, 민사소송법 116) 예납한 비용에 과부족이 있으면 반환 또는 추납 등의 조치를 취하여야 한다.
- 2) 예납금대상 비용은 증인·감정인·통역인·번역인에 대한 여비, 감정인·통역인에 대한 감정료·통역료 및 감정, 통역에 필요한 비용, 감정의 촉탁을 한 경우 그에 필요한 비용, 현장검증 등 행위를 수행하기 위하여 심판관 및 참여 공무원 등에게 지급되는 여비 기타 증거보전에 소요되는 비용이다.

IV. 심판비용액의 결정 및 집행명의

1. 결정

1) 심판비용액은 심결 또는 결정이 확정된 후 당사자의 청구에 의하여 특허심판원장이 이를 결정한다.(특허법 165⑤) 심결이나 결정이 확정됨으로써 심결 이후의 송달비용 등 그때까지 지출한 비용이 특정되기 때문이다. 이때 상대방에게 비용액 결정에 대한 참여절차를 허용하고(특허법 165②, 민사소송법 111), 부담비용이 상계되는 것으로 보는 경우도 있다.(특허법 165②, 민사소송법 112)

2) 심판비용액청구서가 방식에 위반된 경우에 특허심판원장은 기간을 정하여 보정을 명하고, 청구서의 흠결이 없거나 치유된 경우에는 피청구인에게 비용계산서 부분을 첨부한 최고서를 송달하고 기간을 정하여 의견서 제출기회를 준다. 특허심판원장은 의견서 등을 참작하여 구체적인 비용액을 결정하고 그 등본을 당사자에게 송달하여야 한다.

2. 집행명의

1) 특허심판원장이 정한 심판비용액에 관하여 확정된 결정은 집행력있는 집행명의와 동일한 효력을 가진다. 이 경우 집행력 있는 정보는 특허심판원 공무원이 이를 부여한다.(특허법 166) 이 규정의 취지는 심판비용액의 결정에 대하여 다시 집행을 위한 법원의 확인을 거치지 않고 신속·간결하게 강제집행을 실현할 수 있게 하기 위해서이다.

2「집행명의」란 강제집행에 의해 실현되어야 할 급부청구권의 존재와 범위를 명확히 하여 집행기관에 의한 강제집행의 기본이 되는 문서를 지칭하는데, 이러한 집행명의가 정말로 강제집행의 기본으로서 역할하기 위해서는 그 존재만으로는 충분치 않고 그것이 사용되는 현 시점에 있어서 과연 집행력을 가지고 있는가를 조사하여 승계나 조건성취의 사실을 확인하는 것이 필요하다. 집행에 앞서서 행해지는 이러한 집행명의의 형식적·실질적 확인보충작용을 집행기관과 별개의 기관에서 할 수 있도록 집행문부여제도가 있는데, 심판행정실장은 청구인의 신청에 따라 강제집행문을 부여하여야 한다. 집행은 이러한 집행문이 부여된 집행명의의 정보에 기해서 행해진다. 이를 집행력있는 집행명의의 정보이라고 한다. **민국발명진흥원**



발명특허 기네스 모집

한국발명진흥회에서 발간하는 ‘월간 발명특허’는 새로운 연속기획특집으로 ‘발명특허 기네스’ 코너를 마련하였습니다. 역사 뒷장으로 사라지거나 소멸되어 가는 발명특허 관련 자료 제1호를 찾아 소개함으로써 우리나라 발명특허 역사를 정확하게 기록하기 위해 마련한 이 연속기획특집에 독자여러분의 적극적인 참여 바랍니다.

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

I nformation

발명만화, 건강하게 삽시다, 재미있는 퍼즐



아무도 몰랐던 몰래발명이야기

「현금자동입출기」

글·그림 김민재

바쁘시간 은행을 찾기위해 이리저리 헤매지 않도록 거리 곳곳에 설치된 '현금자동입출금기(ATM)'



당시의 기기가 지금과 다른 부분이 있었다면 플라스틱 카드 대신 방사능 물질인 '탄소-14'가 주입된 수표를 사용했었다는 점이였다.



'세계인의 지갑'이라고도 불리는 이 기기는 1939년 뉴욕에서 첫 등장이 있었지만 현재와 같은 모습의 ATM이 출현한 것은 1967년 영국 바클레이즈 은행의 런던 북부 교외 엔필드 지점 밖이었다. 발명가는 '존 세퍼드 배런'이라는 한 남자였다.



또한 기기를 통해 인출할수 있는 돈은 최고 10파운드였다.



한편 오늘날의 비밀번호와 관련해 재미있는 일화가 숨겨져 있다.

발명이 '존세퍼드배런'



흠~ 아무래도 돈을 뽑는 기계이니 만큼 비밀번호는 좀 길게 입력시켜야 하겠지!!

내 권번이 6 자리니까...
그대 6자리 정도면 적당하겠어!

아내의 험악한 공으로 인해 4자리 숫자의 비밀번호는 세계 표준이 되었다.

폭화하하~!!
4자리 간편하고 좋잖아~!!
세계적으로 영향력 있는 레이디가 된 느낌이다!!



하지만 그와 관련해 그의 아내는...

번호가 너무 길어!!
6자리 어떻게 기억해!!
내 생일 기억하기도 벅차구만!!
급하게 돈 찾다가 비번 생각안나면 어쩔건데?!!



또한 오늘날 현금 인출기가 얼마나 우리 생활과 밀접해졌는지 배런은 이렇게 회상했다.

태국 치앙마이 방문당시



운동권장량이란?

요사이 운동열풍이라는 말이 있을 정도로 사람들이 걷기나 자전거에 많은 관심을 가지고 실천하고 있다. 그렇다면 이런 걷기나 자전거는 얼마나 타야 건강에 유익한 걸까?

우리가 흔히 말하는 운동이라는 것은 시간을 내어 계획적으로 하는 활동을 의미한다. 그리고 신체활동은 운동을 포함하여 우리가 일상생활에서 하는 활동까지 포함하고 있다. 이러한 신체활동의 개념으로 우리나라는 1회 30분 이상, 주 5일 이상을 운동할 것을 권장하고 있다. 그러나 2007년 국민건강영양조사에 따르면 걷기 실천율은 75.6%에서 45.7%로, 신체활동은 18.7%에서 9.9%로 감소하였다.

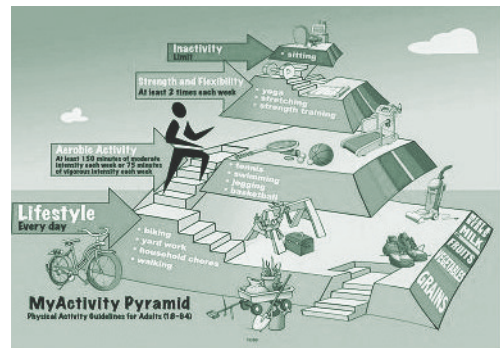
각 나라에서는 이와 관련하여 신체활동과 건강증진 연관성의 중요성을 인지하여 건강한 생활을 위한 신체활동 지침을 두고 사람들에게 건강하고 활동적인 생활을 할 것을 권장하고 있다. 다른 나라들은 어떤 정책을 펼치고 있고 차이점이 있는지 알아보려고 한다.

○ 미국

미국 보건부에서는 2008년에 미국인 신체활동 지침(2008 Physical Activity Guideline for American)을 발표하였다. 운동에 대한 중요성 및 연령별 권장운동 및 운동량을 설정하였으며, 규칙적인 신체활동의 중요성과 유익성에 관하여 강조하고 있다. 또한 농진청에서 운영하는 마이피라미드(<http://www.mypyramid.gov>)에서는 미국

신체활동 지침에 근거한 마이 액티비티 피라미드가 나타나는데 그림과 같다.

[그림 1] 마이 액티비티 피라미드



마이 액티비티를 기본으로 운동에 관하여 자세히 살펴보면 맨 윗단의 컴퓨터나 티비를 보는 저활동을 줄이고, 요가, 스트레칭과 같은 근력과 유연성 운동을 주에 2회 이상 할 것을 권장하고 있다. 또한 테니스, 수영, 조깅, 농구와 같은 유산소 운동은 한주에 중강도 운동으로는 150분 이상, 고강도 운동으로는 75분 이상 할 것을 권장하고 있다. 또한 일상생활에서 매일 움직이는 습관을 들일 것을 강조

하며 자전거, 걷기, 집안일 등을 하면서 같이 신체활동을 할 것을 강조하고 있다.

○ 캐나다

캐나다 보건국에서도 2006년 신체활동 지침을 발표하였으며, 대상별로 운동의 권장량과 운동량을 발표하였다. 성인을 대상으로 한 지침을 살펴보면 하루에 저강도 운동(가벼운 걷기, 발리볼, 스트레칭)을 60분 이상하거나, 중강도 운동을 30분 이상(빠른 걷기, 자전거타기, 수영, 댄스, 아쿠아로빅 등), 고강도 운동(에어로빅, 조깅, 하키, 야구, 빠른 수영 등)을 권장하고 있다. 대부분 일상생활이 포함된 저강도 활동을 운동범위로 표현한 것은 미국과 다른 점이라고 할 수 있겠다. 이에 대한 이해를 돕기 위하여 캐나다 역시 무지개로 신체활동 권장량과 종류를 표현하였다.

[그림 2] 캐나다의 신체활동



캐나다 역시 앉아있는 활동을 줄이고, 근력강화운동을 늘리고, 유연성 운동을 늘리며, 외부활동을 늘릴 것을 권장하고 있다. 무지개 순서대로 노란색이 저강도인 일상생활, 초록색인 중강도 신체활동 파란색인 고강도 운동을 나타내고 있다.

○ 일본

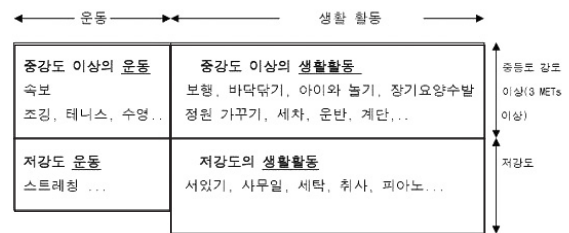
일본 후생성에서는 2006년에 건강증진을 위한 운동기준을 발표하였다. 이 지침은 Mets값을 기본개념으로 사용하여 23Mets를 기준으로 삼고 있다. 즉 하루에 약 3.3Mets만큼 하여 한주에 23Mets만큼 운동할 것을 권장하고 있다.

Mets란?

운동 강도가 안정 시 대사량의 몇 배인지 알려주는 수치로 3Mets 미만은 저강도, 3Mets 이상 6Mets 이하가 중강도, 6Mets 이상이 고강도로 구분된다.

신체활동의 개념(그림 3)에서 보면 업무, 집안일, 출퇴근이나 통학, 취미활동 등의 '생활 활동'과 체력의 유지 및 향상을 위한 계획적으로 실시하는 것을 '운동'으로 구분하여 이 두 가지를 포함한 것을 신체활동이라 정의하였다.

[그림 3] 신체활동의 개념



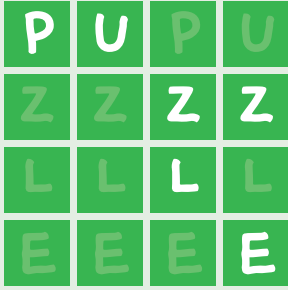
신체활동을 통해 건강증진을 하는 사람은 매일 8,000~10,000보의 보행을 기준으로 운동을 주체로 건강증진을 하는 사람은 조깅이나 테니스를 매주 약 35분, 속보로는 1시간 실시하는 것을 기준으로 하고 있다.

하루의 권장량은 운동과 생활활동에 따라 다음과 같이 권장하고 있다. **한국발명진흥회**

[그림 4] 1일 신체활동 권장량



제공 건강길라잡이(<http://www.hp.go.kr>)



재미있는 퍼즐

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

가로열쇠

1. 수치 · 위치 · 방향 등이 일정한 기준에서 빛나감
3. 고려 · 조선 왕조 때 유생에게 주는 식량의 일을 맡아보던 관아
4. 자기와 같은 시조로부터 갈려 나간 혈족(백숙 부모 · 생질 · 형제 자매 등)
6. 범죄와 형벌에 관한 법률 체계. 어떤 행위가 처벌되고 그 처벌은 어느 정도이며 어떤 종류의 것인가를 규정한다.
9. 신라 성덕왕 때의 향가. 소를 몰고 지나가던 노인이 수로 부인에게 꽃을 꺾어 바칠 때 부른 노래로, 4구체이며 <삼국유사>에 실려 있다.
11. 물건 값이 오를 것으로 예상하여(돈보다 물건을 가지고 있고자 하여), 물건을 사잦(매집)과 아울러 팔기를 아까워 함
12. 입으로 전함
14. 진귀한 옛날 그릇을 그린 그림
15. 여러 가지 빛깔과 무늬가 있는 옷.

세로열쇠

2. 벌을 가리기 위해 또는 비를 막기 위해 처마 끝에 덧붙이는 작은 지붕
4. 방의 구들장 밑으로 나 있는, 불길과 연기가 통하여 나가는 길
5. 적혈구와 혈청과의 응집 반응을 기초로 한 혈액의 분류형
7. 개인의 독재를 부정하고 법률에 준거한 정치를 주장하는 주의
8. 법률 또는 명령, 규칙, 처분 따위가 헌법의 조항이나 정신에 위배되는 일
10. 가장 긴한 부분을 완성시킴
12. 인류가 만들어 쓴 펜서기. 주먹 도끼, 찌꺼, 찌르개 따위의 사냥 도구와 굵개, 밀개 따위의 조리 도구가 있다.
13. 오랫동안 많은 사람에게 널리 읽히고 모범이 될 만한 문학이나 예술 작품.
15. 색의 선명한 정도. 색의 삼 요소의 하나로, 유채색에만 있으며, 회색을 섞을수록 낮아진다.

함께 풀어봅시다

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

3월호 정답

조	석		광	세	지	재
	담	홍	색		질	
도			소		학	설
필	사	체		대		화
	지		양	민		문
고	식	지	계		고	학
	물		장	두	전	



P u z z l e



우 편 엽 서

우표

보내는 사람

이름: (남·여)

주소:

전화: HP

□ □ □ - □ □ □

받는 사람

월간 **발명특허**

서울특별시 강남구 역삼동 647-9

한국발명진흥회 18F 발명진흥팀

1 3 5 - 9 8 0

이 부분을 잘라서 기가공 우체통에 넣어 주시기 바랍니다. (발명특허)



월간
발명특허
지식경제부
특허청

월간 발명특허
2010. 4

독자카드

• 이번호 내용중에서 가장 재미있고, 유익했던 기사와 아쉬웠던 점은?

.....
.....

• 앞으로 꼭 다루었으면 하는 기사는?

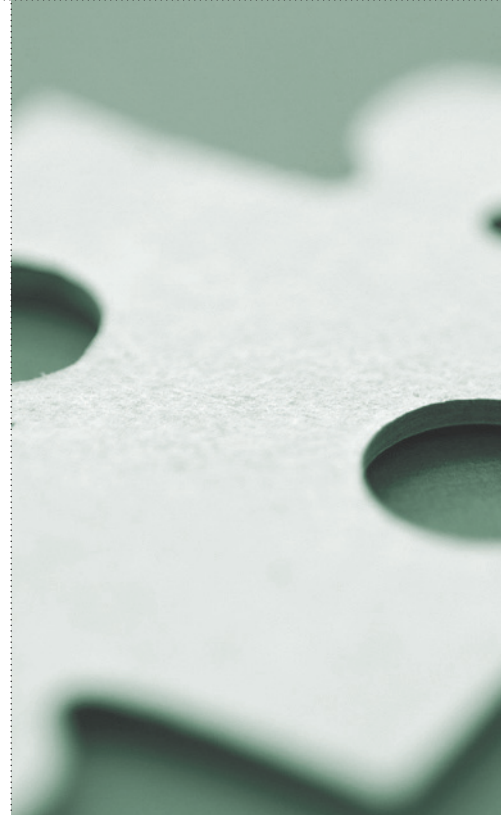
.....
.....

• 기타 「발명특허」에 하고 싶은 말씀은?

.....
.....

4월호 퍼즐정답

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



N ews

KIPO 소식, KIPA 소식, 회원가입을 축하합니다



01 APEC 지식재산 교육 허브로 발돋움

APEC 지식재산전문가회의에서 포괄적 교육협력 구상 발표

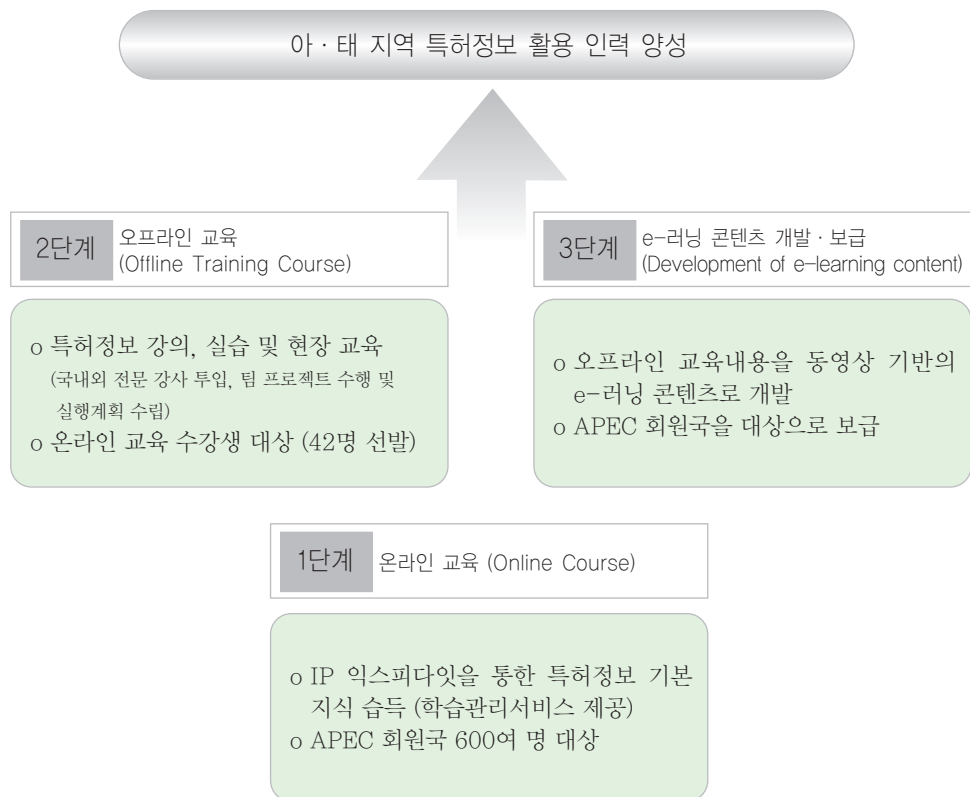
“APEC 역내에서 이렇게 좋은 지재권 교육 프로그램이 있다는 것이 자랑스럽습니다. 앞으로도 더 많은 사람이 참여할 수 있도록 이 과정이 계속되어야 한다고 생각합니다.”

2009년 8월 특허청과 APEC이 공동개최한 ‘특허정보 활용인력 양성교육’에 참가한 러시아 수강생의 소감이다.

특허청은 지난 3월 5일 일본 히로시마에서 개최된 제30차 APEC IPEG(지재권전문가그룹) 회의에서 APEC 역내 최대 규모로 추진된 「APEC 특허정보 활용인력 양성사업」의 성공적 결과를 발표하여 국제사회에서 큰 호평을 받았다.

「APEC 특허정보 활용인력 양성사업」은 특허정보에 대한 인식을 높이고 전문가를 키워내기 위한 교육사업으로, 교육내용 전부가 이러닝 콘텐츠로 개발되어 인터넷(global.ipcademy.net)에 무료 공개되어 있어 관심 있는 사람이라면 누구나 이용할 수 있다.

특허청은 APEC 회원국 대표들로부터의 뜨거운 호평에 힘입어, 대한민국이 강점을 갖는 우수한 IT 인프라와 이러닝 교육콘텐츠를 바탕으로 역내 포괄적 교육협력 선도를 위한 미래 구상을 제안하여 회원국들의 전폭적 지지를 확보했다. 특히, APEC 회원국들의 이러닝 교육 콘텐츠의 맞춤형 제작지원, 지식재산 교육 컨설팅 서비스 제공, 온라인/오프라인 혼합형 교육 서비스 제공 등을 통하여 지식재산 이러닝 교육시장을 대한민국이 선도해 나갈 계획임을 밝혔다.



02 한 번의 민원신청으로 모든 궁금증 해결!

「One-Stop 민원 도우미 제도」 실시

특허청은 온라인 민원접수 창구인 국민신문고를 통해 제기되는 민원신청의 불편함을 획기적으로 줄이기 위해 정부 부처 최초로 「One-Stop 민원 도우미 제도」를 본격 시행한다고 밝혔다.

이 제도는 민원인이 국민신문고에 특허청 관련 민원을 제기할 경우 민원 답변 이전에 특허청 민원업무 직원(엔젤도우미)의 전화상담(엔젤콜)을 받을 수 있으며, 이때 정확한 민원내용 설명과 함께 추가로 질문을 전달할 수 있다. 그뿐 아니라 민원답변 후 불만이 있거나 추가 문의사항이 있다면 해당 업무 담당자(행복도우미)가 제공하는 전화상담(해피콜)을 통해 미흡한 부분에 대해서도 보충답변을 들을 수 있도록 하였다.

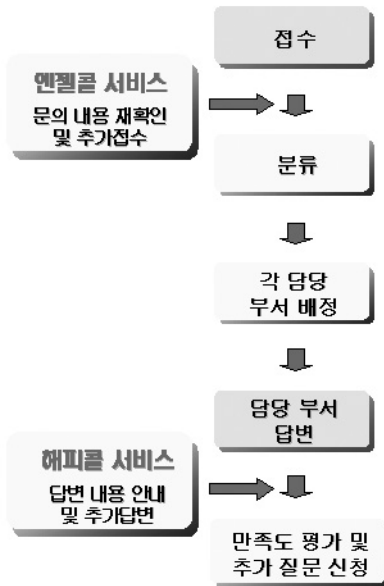
앞으로, 민원인들은 이 제도를 통해 국민신문고로 신청하는 매년 1천여 건 이상의 민원에 대해 사전 전화상담은 물론, 답변사항에 대해 불만이 있는 경우에는 추가적인 답변을 들을 수 있어 불만이 크게 해소될 것으로 예측된다.

「ONE STOP」 민원 도우미 제도 절차 흐름도

1. 기존 민원 처리흐름도



2. 「ONE-STOP」 민원 처리흐름도



03 원천특허 확보 가능한 기술을 찾아 드립니다

「IP Wisemen Committee」 발족

우리 기업의 원천특허 확보를 지원하기 위하여 미래 시장에 대한 통찰력을 갖춘 산업계 前, 現職 CTO 15 명이 발 벗고 나섰다.

특허청은 이들로 구성된 「IP Wisemen Committee」를 발족하여 5~10년 뒤 미래 시장을 주도할 미래 핵심기술을 발굴하여 기업에 제공할 예정이다. 동 위원회는 지난 3월 9일 1차 포럼을 개최하고, 위원회 세부 운영방안 등 구체적인 Action Plan을 마련했다.

우리나라의 R&D 투자액은 '08년 34조 원으로 GDP 대비 세계 4위, 특허출원 세계 4위 등 양적인 면에서 큰 성장을 이루었으나, 질적 성장이 가능한 '강한 지재권' 창출 및 확보는 미흡하였다.

※ 기술무역 적자폭 지속적 확대 : ('02) 21억 달러 → ('08) 31억 달러

이는 기업들이 이미 시장이 형성되고, R&D가 활발하게 이루어지는 기술분야 위주로 R&D 투자를 했기 때문이다.

따라서, 원천특허 획득이 가능한 기술분야에 기업의 전략적 투자를 유도하기 위하여 금번에 「IP Wisemen Committee」를 발족하게 되었다.

동 위원회에는 여중기 前 LG화학 사장, 임형규 삼성전자 사장, 이민화 前 메디슨 회장 등 前, 現職 CTO 15명이 위원으로 참여하고 있으며,

위원회 지원조직으로, 특허청 심사관과 'R&D 특허센터'의 전담인력으로 구성된 「연구회」를 두고, 위원회에서 도출된 과제에 대한 보장자료를 마련하는 등 위원회 활동을 지원할 예정이다.

04 위조상품단속반 영남권 지역사무소 확장 · 이전

‘본격적인 위조상품(“짜퐁”) 단속활동 기대’

특허청장은 ‘위조상품단속반 영남권 지역사무소’를 부산시 수영구 남천동 지하철 남천역 1번 출구에 인접한 정암빌딩 11층으로 옮기고 지난 3월 16일 개소식을 가졌다.

작년 2월말 남구 문현동의 한국발명진흥회 부산지회 내에 설치한 사무실을 확장 · 이전한 것이다.

이번 사무실 이전은 현재 문화체육관광부의 ‘불법 소프트웨어’ 단속, 관세청의 ‘관세법’ 단속 등 18개 부처 28개 분야에서 인정되고 있는 ‘특별사법경찰권’을 위조상품 단속분야에도 도입하고자 우선 위조상품 관련 피의자에 대한 조사를 위한 ‘조사실’ 과 압수된 위조상품을 보관하기 위한 ‘창고’ 등 관련 시설을 확충하는 것이고, 향후 수사관련 ‘전문인력’도 충원할 예정이다.

05 특허청 정보화 사업, 관리체계가 달라진다

정보화 사업 관리시스템 구축

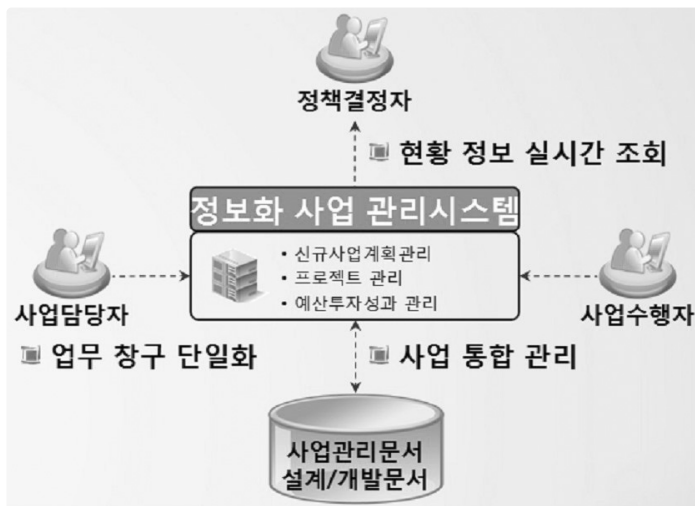
특허청은 정보화 사업의 체계적 수행 및 관리를 위한 정보화 사업 관리시스템 구축을 완료하고, 지난 3월 1일부터 운영을 개시했다고 밝혔다.

정보화 사업 관리시스템은 정보화사업 기획 단계부터 검수·종료까지의 전 과정에 걸쳐 발주기관 담당자와 사업자가 지켜야 할 내용 및 절차를 표준화하고, 이를 시스템화한 것이다.

특허청의 정보화 사업은 그 동안 사업관리가 개별적으로 이루어져 신규 사업자의 경우 사업 절차나 지침 등을 파악하는데 어려움이 있었고, 각종 사업 현황정보도 담당자에게 의존해야만 알 수 있는 상황이었다.

이에 특허청은 정보화 사업 수행 시 준수해야 할 각종 절차와 지침에 대한 안내, 기존 산출물에 대한 정보 획득, 각종 사업현황의 실시간 파악 등이 가능하도록 정보화 사업 관리시스템을 구축한 것이다.

이로 인해, 향후 특허청 정보화 사업에 참여한 업체는 보다 쉽게 사업 수행을 할 수 있을 것으로 보인다. 또한, 정보화 사업에 대한 단일화된 업무창구를 통해 사업 진척도, 예산집행 현황, 투자성과 등의 실시간 관리가 가능해져 보다 체계적인 사업관리를 할 수 있을 것으로 기대된다.



06 한국, 국제 특허정보 표준 리더로 급부상!

3국 특허청 표준회의, 대한민국에 리브콜

한국이 특허정보 표준경쟁의 국제역학 질서를 새롭게 재편하고 있다. 특허청은 3국 선진 특허청(미국, 일본, 유럽)의 초청으로 지난 3월 8일부터 11일까지 미국 워싱턴에서 개최된 3국 표준회의(TDSA)에 공식 참여하여 대한민국의 특허정보시스템을 기반으로 한 국제특허정보표준을 제시, 명실상부한 국제특허표준 선진국으로서의 위상을 확보하게 되었다고 밝혔다.

07 아랍지역과 신지식재산협력시대 열어

아랍지역과 지식재산협력을 위한 카이로 공동선언

특허청은 이집트 등 22개 회원국으로 구성되어 있는 아랍국가연맹(LAS)과 지식재산협력을 위한 카이로 공동선언을 채택했다.

특허청은 지난 3월 17일부터 18일까지 이집트 카이로에서 고정식 특허청장, 세계지식재산권기구(WIPO) 사무차장, 아랍지역 14개국 특허청 및 기업인 등이 참석한 가운데 ‘국제 심포지엄’을 열어 ‘지식재산 협력 강화를 위한 카이로 선언’을 선포하고, 특허청의 글로벌 지식재산 이터닝 콘텐츠인 ‘아랍어판 IP 파노라마’를 공식 출시하였다.

이번 행사는 특허청이 아랍지역과 최초로 시작하는 협력사업으로서 최근 UAE 원전 수주 등 한-아랍 간 경제협력 분위기 증대와 더불어 지식재산분야 협력에 물꼬를 튼 것이다.

고정식 특허청장과 시마 바부스(Sima Babous) LAS 사회분야 사무차장, 제프리 오네야마(Geoffrey Onyeama) WIPO 사무차장이 대표로 서명한 카이로 선언에서 “대한민국은 아랍지역 발명인과 중소기업인이 지식재산 경영경험을 공유하고 효과적으로 활용함으로써 경제성장에 기여할 수 있도록 노력할 것”이라고 합의했다.

카이로 선언은 우리의 지식재산을 통한 경제발전경험을 아랍권국가에 전파함으로써 성숙한 세계국가 구현에 일조하는 계기가 될 것이다.

08 “발명특허활동을 통해 창의적 인재를 육성하자”

한국과학창의재단과 업무협약(MOU) 체결

특허청과 한국과학창의재단은 지난 3월 10일, 발명과 특허활동을 위해 창의적인 인재를 조기에 발굴·육성하고 창의적 노력의 성과인 지식재산이 존중받는 사회 문화를 만들어 나가기 위해 업무협력약정을 체결했다.

이를 위하여 양 기관은 발명과 특허교육 등을 통한 창의적인 인재육성, 지식재산과 과학기술관련 홍보 및 문화 활동 전개, 우수 발명인력의 발굴과 지식재산 보호를 지원하기 위한 대회의 공동 개최, 창의적 발명인력의 국제교류 활동 등 6개 중점 분야에서 상호협력해 나갈 예정이다.

09 중소 수출기업의 지식재산권 경쟁력 강화, 특허청-한국무역협회가 책임진다!

해외 특허권 창출을 위해 '10년도에 총 41억 원 지원

특허청과 한국무역협회는 국내 수출기업의 특허 경쟁력 강화 및 수출지원을 위해 지난 3월 23일, 무역센터에서 업무협약(MOU)을 체결했다고 밝혔다. 또한, 양 기관은 중소기업이 유망기술을 해외 특허권으로 권리화하고 활용할 수 있도록 '10년도에 총 41억 원을 지원한다.

양 기관은 중소기업의 국제특허 출원비용지원 외에 수출기업 직원 대상으로 특허 교육 실시, 특허출원·분쟁 상담 및 설명회 개최, 특허권 인식제고를 위한 홍보 등 다양한 분야에서 협력할 계획이다.

10 국유특허! 잘만 사용하면 돈이 보인다

'돈' 되는 알짜배기 국유특허 3년간 무상 이용 가능

특허청은 기술성이 우수한 국유특허 활용을 촉진하기 위하여 등록 이후 3년 이상 사용되지 않고 있는 국유특허를 누구나 3년간 무상으로 사용할 수 있도록 「국유특허 무상실시제도」를 개정하였다.

지금까지는 1년간만 무상으로 국유특허를 이용하도록 하였으나, 국유특허 사용자가 기술을 이전받아 상품화 하는데 시간이 많이 소요되므로 무상사용 기간이 부족하여 실질적으로 큰 도움이 되지 못한다는 애로사항이 있었다.

특허청에서는 이러한 애로사항을 반영하여 1년간 사용하는 무상실시 기간을 3년으로 연장하였으며 이로 인해 국유특허 사용자는 장기간 동안 초기 비용부담 없이 안정적으로 제품을 생산하며 시장형성에 전념할 수 있게 된다.

국유특허를 사용하기 위해서는 누구든지 특허청 홈페이지에서 직접 신청서를 작성하거나, 특허청 산업재산진흥과 국유특허 담당자에게 우편으로 접수할 수 있고, 자세한 국유특허 목록과 신청방법은 인터넷 기술장터(www.ipmart.or.kr) 내의 국유특허코너와 특허청 홈페이지 내(www.kipo.go.kr)의 특허로(국유특허사용신청)에서 확인할 수 있으며, 기타 상담은 특허청 산업재산진흥과(042-481-5172)로 문의할 수 있다.

01 2010 대학창의발명대회 출범식 개최

대학생의 창의적인 발명을 특허로 연계



왼쪽 앞줄 - 대한전자공학회장 전홍태, 대한금속재료학회 부회장 권훈, 한국과학창의재단 이사장 정윤, 과총회장 이기준, 특허청장 고정식, 대한기계학회장 황재석, 생화학분자생물학회장 강청원, 한국화학공학회 부회장 김성현, 한국발명진흥회 부회장 최종협
 왼쪽 뒷줄 - 연세대 박승복 학생, 전국대학발명동아리연합회 회장 김양곤, KAIST 황성재 학생, 대한전기학회 이사 이주, 대한화학회장 도춘호, 특허청 국장 김영민, 과총 본부장 김종윤, 한국과학창의재단 실장 최연구

우리회는 지난 3월 24일, 르네상스서울호텔 JADE홀에서 고정식 특허청장과 한국과학기술단체총연합회 이기준 회장, 한국과학창의재단 정윤 이사장, 한국발명진흥회 최종협 상근부회장 등 각 기관장 및 학회장 30여 명이 참석한 가운데 「2010 대학창의발명대회 출범식」을 개최하였다.

대학창의발명대회는 올해 처음 개최되는 대회로 특허청·한국과학기술단체총연합회·한국과학창의재단이 공동 주최, 우리회가 주관하고, 대한기계학회 등 7개 학회가 후원하며, 대학(원)생들에게 발명과 특허에 대한 관심이 높이고, 창의력 있는 우수 발명인재를 발굴 육성하기 위해 개최된다.

02 WIPO 마드리드 사무차장 방문



WIPO 마드리드 사무차장(Ms. Wang Binying)이 지난 3월 23일, 우리회를 방문하였다.

양 기관은 발명진흥·사업화 및 지식재산권 교육 등 전반적인 사업에 관한 정보를 교환하였다.

이번 회의를 통해 우리회와 WIPO 간의 협력 관계가 더욱 긴밀하게 유지될 전망이다.

03 우리회, 일본발명협회와 MOU 체결

산·학·관 지재권 활용증진 국제세미나 함께 개최



왼쪽은 한국발명진흥회 최종협 부회장, 오른쪽은 가와타 유키 일본발명협회 이사장

(AIST)의 AIST의 IP 관련 실적 및 활동현황(AIST 카츠라 마사노리 지적재산부장), 대학발전을 위한 산학관 협력과 지재권 활용방안(연세대 이재용 공대학장), 게이오 대학의 사례별 IP 활용 및 IP센터 운영(게이오 대학 지식재산센터 하토리 켄이치 이사), 산학협력에 의한 지식재산권 창출 및 보호사례(LG디스플레이 IP센터 김주섭 센터장) 등이 발표되었다.

우리회는 지난 3월 5일, 한국지식재산 센터에서 일본발명협회(이사장 가와타 유키)와 발명 관련 공동프로젝트 진행, 정보 교환 및 인적교류 등을 위한 양해각서를 체결했다.

또한 학생발명전시회의 상호교류 및 해외 연수단 파견, 정기 세미나 개최 등도 협의했다.

우리회 최종협 상근부회장은 “한·일 발명진흥기관의 상호 협력협정은 세계 속에 아시아권의 지식재산권에 대한 입지를 더욱 높이는 계기가 될 것”이라고 말했다.

이어, 산·학·관 IPR 활용 증진을 위한 국제지식재산권 세미나를 개최했다.

우리회와 일본발명협회가 주최한 이번 세미나에서는 일본산업기술총합연구소



회원가입을 축하합니다



- 회 원 명 : 박교신(개인)
- 가입년월일 : 2010년 2월 22일
- 주 소 : 충남 공주시 유구읍 석남리 유구상수도
- 전화번호 : 041)841-5004



- 회 원 명 : 세크론(주)
- 대 표 자 : 박희균 대표이사
- 업태/종목 : 제조업/반도체제조용기기설비
- 가입년월일 : 2010년 3월 9일
- 주 소 : 충남 천안시 서북구 차암동 4-4
- 전화번호 : 041)620-5000
- 홈페이지주소 : www.secron.co.kr



- 회 원 명 : 특허법인 남촌
- 대 표 자 : 이지명 대표변리사
- 업태/종목 : 서비스/변리사
- 가입년월일 : 2010년 3월 10일
- 주 소 : 서울시 종로구 도림동 60번지 도림빌딩 406호
- 전화번호 : 02)725-1995
- 홈페이지주소 : www.namchon.net

- 회 원 명 : 대상(주)
- 대 표 자 : 박성철 대표이사
- 업태/종목 : 음식료품제조업
- 가입년월일 : 2010년 3월 23일
- 주 소 : 서울시 동대문구 신설동 96-48 대상빌딩
- 전화번호 : 02)2220-9500
- 홈페이지주소 : www.daesang.co.kr

- 회 원 명 : 최은석 연구조교수(개인)
- 가입년월일 : 2010년 3월 30일
- 주 소 : 서울시 종로구 삼청동 28-42
경남대학교 극동문제연구소
- 전화번호 : 02)3700-0772

월간 「발명특허」 광고 게재 안내

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



원고모집안내

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

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

회원 동정 접수

2009년 9월부터 【회원동정】 코너를 개설하였습니다.

「회원동향」란에 실을 수 있는 회원사의 동정과 보도자료를 매월 15일까지 이메일로 송부해 주시기 바랍니다.

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

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

광고가격(1개월 기준)

광고게재면	규격	가격	비고
표지 4	칼라 전면	900,000	부가세 별도
표지 3	"	700,000	
표지 2	"	700,000	
내지 화보	"	500,000	
내지 흑백	흑백 전면	300,000	

우리회 지회 안내

지회	지회장	사무국장	주소	연락처
부산지회	박명훈	김유현	부산시 남구 문현3동 243번지	051-645-9683
광주지회	고정주	김 일	광주광역시 광산구 도천동 621-15 중소기업종합지원센터 2층	062-954-3841
강원지회	차명진	송상엽	강원도 춘천시 후평1동 198-25	033-258-6580

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



한국개발연구원

지식재산 창출 · 관리 · 활용 · 사업화까지 필요한 사항들을 적극 지원해드립니다

“발명에서 사업화까지”
한국발명진흥회로 오시면 해결됩니다.

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



 **한국발명진흥회**

상상을 현실로 아이디어를 특허로 2010대학창의발명대회

참가자격

국내 대학(교)의 대학생 또는 대학원생

구분	참가방법	지도교수	기타
발명연구 부문	팀(2~3명)	필수	Post Doc 제외
발명특허 부문	팀(2~3명) 또는 개인	필수	Post Doc 참가 가능

대회일정

발명연구 부문 (신청기간 : 2010. 3. 26 ~ 4. 30)
대학생이 발명 아이디어를 발명제안서로 제출한 후, 교육과 연구를 거쳐 발명으로 완성하고 발명내용을 특허출원서 형식의 서면과 시작품으로 작성 제출 (우수발명제안팀 60팀에 발명연구비 150만원 지급)

발명특허 부문 (신청기간 : 2010. 8. 12 ~ 9. 10 예정, 별도공지)
출업작품이나 논문 등 연구성과를 특허출원서 형식의 서면과 시작품으로 작성 제출 (테마분야와 자유발명분야로 구분하며, 최종심사 진출작 40개팀 시작품 제작비 80만원 내외 지급)

시상식 : 2010. 12. 22(예정)

* 상기일정은 대회를운영기관 여건에 따라 변경될 수 있음

신청서 등 접수방법

온라인 신청접수

대회 홈페이지(www.inventkorea.or.kr)에서
신청서 작성 및 제출서류(hwp, pdf, jpg파일) 등록
한국발명진흥회 홈페이지(www.kipa.org)의 "전자민원신청" 에서
신청서 작성 및 제출서류(hwp, pdf, jpg파일) 등록

제출서류

발명연구 부문 : 신청서, 발명제안서, 지도교수 확인서, 재학증명서, 소속 동아리확인서(선택)

발명특허 부문 : 신청서, 발명신고서, 지도교수 확인서, 재학증명서, 소속 동아리확인서(선택)

문의 : 한국발명진흥회 발명진흥팀(02-3459-2794, 2793) 및
대회 홈페이지(www.inventkorea.or.kr)

시상내역

구분		발명연구부문	발명특허부문(테마, 자유)
팀 또는 개인	대상(국무총리)	1팀 (700만원)	
	최우수상 (지경부장관, 교과부장관, 과총회장)	6팀 (각 500만원) 지경부장관 2 / 교과부장관 2 / 과총회장 2	
	우수상(특허청장)	4팀(각 300만원)	4팀(각 300만원)
	장려상(학회장)	6팀(각 100만원)	6팀(각 100만원)
	소 계	27팀 (총 7,300만원)	
지도교수	지도교수상(특허청장)	7명 (각 200만원)	
단체	최우수발명동아리상(한국과학창의재단이사장)	1개 (300만원)	
	우수발명동아리상(한국과학창의재단이사장)	2개 (각 200만원)	
	발명동아리 장려상(한국발명진흥회장)	7개 (각 100만원)	
	소 계	10개 (총 1,400만원)	
합 계		44개 (총 10,100만원)	

수상자 특전

기업에 수상자 정보제공 등 취업지원
우수상 이상 수상작품 중 특허출원이 필요하다고 인정되는 발명은 심사·선정하여
국내출원비 지원
대상수상 발명은 국제발명전 출품 참여를 지원(지도교수 포함)하고, 필요시
해외출원비 일부 지원

대회 운영기관

주최 : 한국과학기술단체총연합회, 특허청, 한국과학창의재단
주관 : 한국발명진흥회
후원 : 지식경제부, 교육과학기술부, 대한금속재료학회, 대한기계학회, 대한전기학회,
대한전자공학회, 대한화학회, 생화학분자생물학회, 한국화학공학회

* 본 대회는 **대학발명경진대회**와 **대학PO선공모전**이 합쳐져서 2010년 새롭게 개최되는 대회입니다

피어라! 상상구름
펼쳐라! 아이디어

