

INVENTION & PATENT

2010 June

06

‘제45회 발명의 날’

Special Issue

[포커스]

지식재산권으로
히트상품을
만들어보자!

발명 특허



INVENTION & PATENT



작은 믿음이 따뜻한 세상을 만듭니다

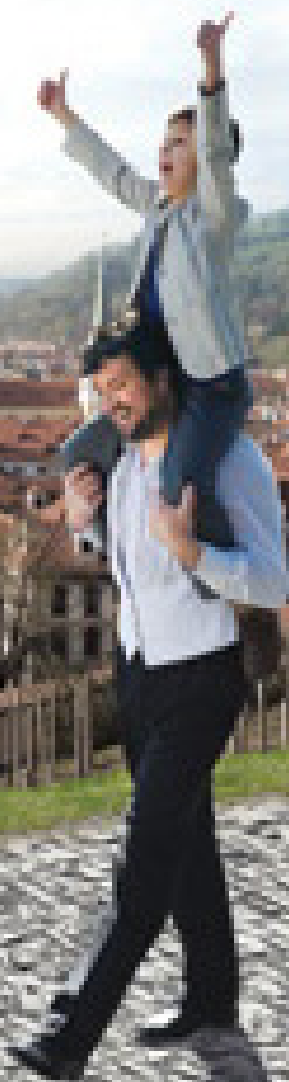
첫 무대라 긴장한 신인가수,
열심히 노래를 불렀지만
주인공 대신 나와서인지
다들 관심을 보이지 않았습니다.

그 때, 어디선가 들리는
아이의 목소리...
“아빠~ 최고였어요~”
잠시 침묵이 흐르더니 관객들도
하나, 둘 자리에서 일어나
격려의 박수를 보내주네요.



작은 믿음이 따뜻한 세상을 만든 이야기-
포스코가 들려주고 싶은 이야기입니다.

posco
소리없이 세상을 움직입니다
www.posco.com

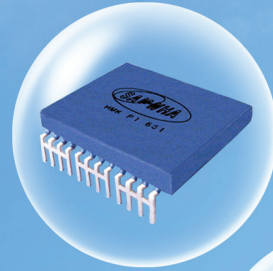




SAMWHA CAPACITOR Co., Ltd.

Green Technology with SAMWHA

PEA (MLCC for High Power
Electronic Applications)



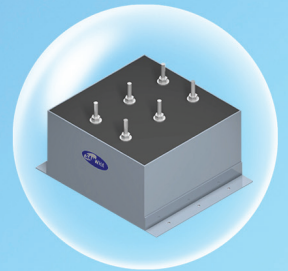
HEV (Hybrid & Electric Vehicle)
DC link Capacitors



Green Cap (EDLCs)



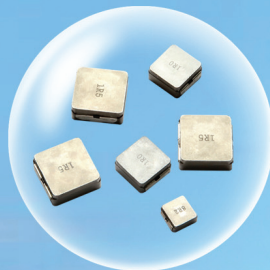
Renewable Energy Capacitors



Ferrite and
Magnetic Powder Cores



MPC Inductors



High Voltage MLCCs



www.samwha.com

124 buk-ri, Namsa-myeon, Chein-gu, Yongin-si, Gyeonggi-do, Korea

Tel. 82-31-332-5441, Fax. 82-31-332-7661



“흙 침대” 공장직판

>>> 발명가족 특별우대 <<<

부부용 원목가구 “송례문”



거실용 소파 소가죽



미국 FDA 등록 20년 역사

SM 수맥 흙 침대

명동성당앞 YWCA 5층 ☎ 777-4888

공장직판 제2롯데월드 앞 잠실역 ☎ 419-0666

엔프라니 레티노에이트 X8



레티놀의 8배*

엔프라니 레티노에이트라면,
주름관리 해 볼만 하다!

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

*보건복지부 기능성 제품화 연구, 피부 내 함유아 세포의 콜라겐 생합성을 Cell 테스트 결과(농도 10⁻⁶%, ref.KR0503631)에 근거하였습니다.

PRODUCT SELECTION

DB Crab

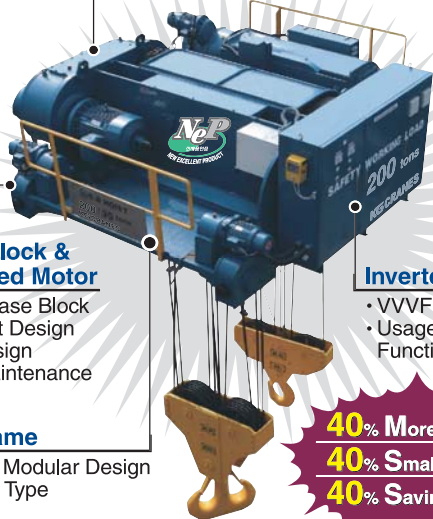
(대통령 표창, NEP 인증 제품)

Gear Box & DC MG Brake

- Modular Design
- Variable Speed
- Variety Type of Brakes

Reference

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



Wheel Block & TS Geared Motor

- Single Case Block
- Compact Design
- BBS Design
- Easy Maintenance

Inverter Panel

- VVVF Control
- Usage Memory Function

Main Frame

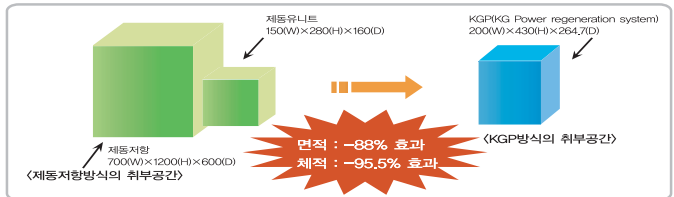
- 10Kinds Modular Design
- Package Type

40% More Light
40% Smaller
40% Saving Cost

KGP (KG Power regeneration system)



I KGP 도입에 의한 공간 절약



II KGP 적용시 전기요금 절감액

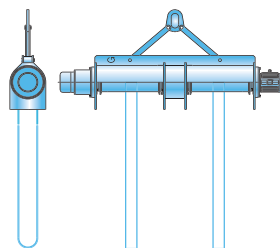
모터 용량 (kW)	효율율 초이스트 KGP적용 후 절감율(%)	절전 용량 (kW)	산업체 적용 전기요금 절감액(원)		
			3,600시간	4,800시간	5,400시간
11	11	1,21	233,917	311,890	350,876
15	11	1,65	318,978	425,304	478,467
22	17	3,74	723,017	964,022	1,084,525
37	22	8,14	1,573,625	2,098,166	2,360,437
55	21	11,55	2,232,846	2,977,128	3,349,269
90	22	19,8	3,827,736	5,103,648	5,741,604
132	22	29,04	5,614,013	7,485,350	8,421,019

• 한국고벨(주)에서 제작되는 모든 제품에 적용이 가능합니다.

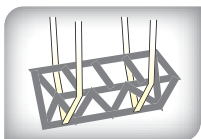
Turning Device



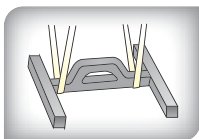
Turn it Easy



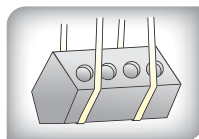
Application



Truss



Steel Structure



Engine Block

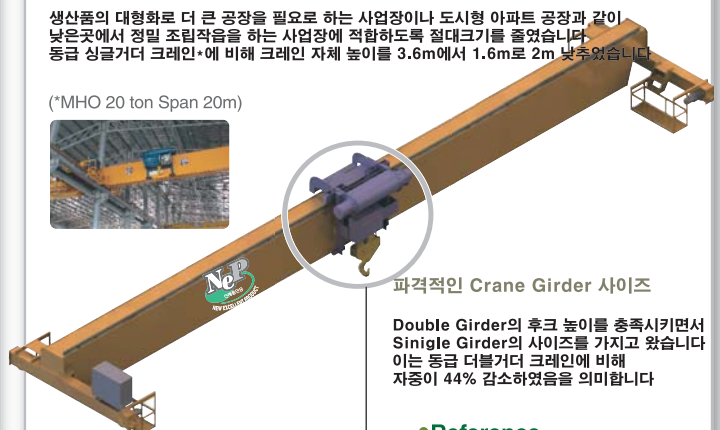
Low Space Crane

(NEP 인증제품)

건축비를 낮추는 크레인

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

(*MHO 20 ton Span 20m)



파격적인 Crane Girder 사이즈

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

Reference

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

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

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

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

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

Contents

IP Report

- 18 발명의날 기념식 _ 수상내역 · 수상자 인터뷰
- 26 Invention & Creation _ 발명창의력 증진을 위한 전문블록 개발
- 34 포커스 _ 지식재산권으로 히트상품을 만들어보자! “애플과 구글”編
- 41 책과의 만남
- 42 지식재산 경영전략 _ 한국 기업의 대표적인 지식재산전략은 무엇입니까?
- 47 지식재산권 용어사전
- 48 특허확대경 _ 캐릭터와 상표와의 관계
- 52 특허확대경 _ 디자인등록출원 전 판매된 디자인은 등록될 수 있는가?

IP Column

- 56 발명강좌 _ 발명 옆의 또 다른 발명
- 64 발명칼럼I _ 지금은 지식재산권 시대
- 69 발명 365
- 70 발명칼럼II _ 발명교육은 21세기 미래를 이끌어가는 창의적 산교육이다
- 76 시론 _ 스티브잡스 시대, 그리고 88만 원 세대
- 80 지식재산강의 _ 상표법, 특허법
- 87 발명특허 기네스 _ 우리나라 최초 ‘발명의 노래’ 현상모집 응모 작품집
- 95 특허 Q&A _ 무엇이든 물어보세요~!

- 96 발명만화 _ 아무도 몰랐던 몰래발명이야기
- 98 건강하게 삽시다 _ 자전거로 환경과 건강 모두 지켜요
- 103 재미있는 퍼즐
- 104 KIPO NEWS _ 특허청 소식
- 108 KIPA NEWS _ 한국발명진흥회 행사 및 소식
- 113 회원가입을 축하합니다



제45회 발명의 날 기념식

2010 대학창의발명대회 Invention to Innovation 워크숍



발행일 2010년 6월호 제35권 제6호(통권407호) 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 6월 3일 발행 2010년 6월 7일 한국발명진흥회 회지 월간 발명특허
 • 본지는 한국도서접지윤리위의 실천요강을 준수합니다. • 본지에 게재된 기사와 본회의 견해와는 다를 수도 있습니다.



제45회 「발명의 날」기념식 발명유공자 총 79명 포상

금탑산업훈장에 삼성전자(주) 김기남 사장

5월 19일 오후 2시30분 코엑스 3층 오디토리움에서 시상식 개최

특허청과 한국발명진흥회는 지난 5월 19일 삼성동 코엑스 오디토리움에서 제45회 발명의 날 기념식을 갖고, 총 79명의 발명 유공자에게 훈·포장 등을 수여했다.

이날 행사에는 정운찬 국무총리, 이수원 특허청장을 비롯해 포상자와 가족 등 1천여 명이 참석하였다.

시상식에서는 삼성전자(주) 김기남 사장이 금탑산업훈장 수상의 영예를 안았고, SK에너지(주) 박상훈 사장과 삼화콘덴서공업(주) 황호진 대표이사가 은탑산업훈장을, 하이닉스반도체(주) 박성욱 부사장과 (주)포스코 이정식 상무이



정운찬 국무총리와 이수원 특허청장 등 주요내빈들이 수상자들의 발명품을 관람하고 있다.



정운찬 국무총리가 삼성전자(주) 김기남 사장에 금탑산업훈장을 수여하고 있다.



하진규 한국발명진흥회장이 수상자들에게 한국발명진흥회장 표창을 수여하고 있다.



이수원 특허청장이 수상자들에게 한국전자통신연구원 이형호 책임연구원에 대해 대통령 표창을 수여하고 있다.



이수원 특허청장이 올해의 발명대왕인 LG전자 이동통신기술연구소 이승준 수석연구원에 대해 월계관을 씌워주고 있다.

사가 동탑산업훈장을 각각 수상했다.

올해의 발명대왕에는 LG전자 이동통신기술연구소 이승준 수석 연구원이 선정되어 특허청장으로부터 증서와 월계관, 그리고 상금 3,000만 원을 받았다.

정운찬 국무총리는 기념식 치사에서 “지금의 경제위기를 극복 하고 희망찬 선진 대한민국 실현을 위해서는 새로운 것에 과감히 도전하는 혁신적이고 창의적인 발명가 정신이 필요하다”면서 “앞 으로 21세기 지식재산 선진 일류국가 실현을 위해 세계 일류수준 의 지재권 보유기업이 다수 배출될 수 있도록 지식산업을 집중 육 성할 것”이라고 말했다.

한편, 기념식에서는 ‘지식재산 강국 실현을 위한 특허행정의 발

전전략’을 소개하는 영상물 상영과 삼화콘덴서공업(주) 황호진 대 표이사의 우수발명 사례발표 등으로 발명에 대한 국민적 관심을 제고시켰다.

이밖에, 부대행사로 (주)삼성전자의 ‘풀 HD 3D LED TV’ 등 총 ‘10점의 우수발명품’이 전시되었으며, 다양한 복의 올림으로 웅장 하고 역동적인 연주를 하는 수목대북 공연 등의 축하행사가 펼쳐 졌다.

발명의 날 기념식은 세계 최초로 축우기를 발명한 5월 19일을 「발명의 날」로 지정, 해마다 기념식을 개최하여 우수발명가 및 발 명유공자를 포상하는 발명가들의 축제의 장이다.

※ 수상자 명단과 인터뷰 기사 18 ~ 24페이지 참조



우리의 미래는 발명인 여러분의 창의와 혁신에 달려 있습니다

정운찬
국무총리



존경하는 발명인 여러분, 그리고 내외귀빈 여러분

‘제45회 발명의 날’을 진심으로 축하하며, 전국의 발명인 여러분께 깊은 감사와 격려의 말씀을 드립니다.

영예로운 상을 받으신 수상자와 가족 여러분, 축하합니다. 그동안 노고 많으셨습니다.

인류 문명의 진보는 위대한 발명의 역사이며, 발명인 여러분의 상상력이 바로 세상을 바꾸는 원천입니다.

더욱이 지금은 발상의 전환과 창의적인 사고가 무엇보다 중요한 지식기반 경제시대입니다.

요즘 세계 정보통신 시장만 하더라도 이런 현상을 실증하고 있습니다.

누구도 상상하지 못했던 다양한 콘텐츠와 신제품들이 세계인들의 생활양식을 바꾸고 있습니다. 기발한 아이디어와 다양한 특허기술, 그리고 브랜드와 디자인 같은 지식재산이 기업과 국가의 경쟁력을 좌우하고 경제성장을 주도하는 시대가 도래한 것입니다.

세계 각국은 지금 새로운 특허의 확보와 시장개척을 위해 국경 없는 무한경쟁을 벌이고 있습니다.

특히 선진국들과 글로벌 기업들은 급성장하고 있는 콘텐츠와 미디어 산업을 비롯하여 고부가가치의 지식재산 창출에 전력을 다하고 있습니다.

발명인 여러분, 오늘의 하루는 더이상 어제의 하루가 아닙니다. 발명과 발견, 기술개발의 속도가 그만큼 빨라졌기 때문입니다.

우리 모두 긴장의 끈을 더욱 졸라매야 합니다.

그동안 우리나라는 지식기반 경쟁력 확보에 많은 노력을 기울여 GDP 대비 R&D 비중 세계 5위, 특허출원 세계 4위 등 양적으로는 세계적인 수준에 도달했습니다.

그러나 질적인 측면에서는 아직도 미흡하다는 것이 부인할 수 없는 현실입니다. 고부가가치 특허가 부족하고 불법복제물 등이 유통되어 많은 어려움을 겪고 있는 것 또한 사실입니다.

이러한 애로를 타개하고 지식재산 선진국으로 도약하기 위해 우리는 지금 범정부 차원의 대책을 세우고 있습니다.

세계 일류상품을 육성하고 지식재산으로 풍요로운 미래를 열어가기 위해 제도적 기반을 확충함과 동시에 국가적 로드맵을 마련하고 있습니다. 발명영재를 발굴하고 잠재력 있는 중견·중소기업을 육성하는 데에도 배전의 노력을 기울이겠습니다.

아울러 국가와 민간의 R&D 연구를 강화하여 지식재산권 세계 일류국가가 되도록 하겠습니다.

일전에 국책연구기관을 방문한 자리에서 일부 과학자와 엔지니어에게는 R&D가 리스크와 위험이라는 Risk and

Danger로 들린다는 말을 듣고 가슴이 아팠습니다.

Research와 Development를 뜻하는 R&D가 그야말로 보상과 기쁨을 의미하는 Reward와 Delight가 되도록 제가 앞장서겠습니다.

존경하는 발명인 여러분, 여러분의 부단한 노력이 있었기에 우리는 세계 10위권의 경제대국으로 우뚝 설 수 있었습니다.

앞으로 우리의 미래도 발명인 여러분의 창의와 혁신에 달려 있습니다.

더이상 모방으로 세계와 경쟁할 수는 없습니다. 여러분의 열정과 도전정신으로 대한민국 발명의 역사를 다시 써주시기 바랍니다.

불모지에서 지금의 특허강국을 이룬 것처럼 우리 모두가 한마음 한뜻이 된다면 세계 최고의 지식강국이 될 수 있다고 확신합니다.

발명인 여러분의 건승과 무궁한 발전을 기원합니다.

감사합니다





발명인 여러분의 창의와 열정이 그 어느 때보다 절실히 필요한 때입니다

허진규 회장
한국발명진흥회



존경하는 정운찬 국무총리님!
그리고 내외 귀빈 여러분!

오늘 발명인들의 가장 큰 축제인 발명의 날 기념행사에 참석하여 주신데 대하여 진심으로 감사의 말씀을 드립니다.

그리고, 열정적인 발명활동을 통해 대한민국 산업발전에 기여하신 공로로, 수상의 영예를 안으신 발명인 여러분과 가족, 친지, 그리고 회사 동료 여러분에게도 축하의 말씀을 드립니다.

존경하는 내외 귀빈 여러분!
그리고 사랑하는 발명가족 여러분!

오늘날 세계경제는 과거 그 어느 때보다 변화와 혁신을 요구하는 지식산업 중심의 경제로 매우 빠르게 변천하고 있으며, 이러한 급변하는 환경에 대응하기 위하여 새로운 기술개발과 특허기술의 확보를 위해 국경 없는 무한경쟁을 벌이고 있습니다.



올해 제45회 발명의 날을 맞이하여 “지식재산 강국, 선진 일류국가”의 비전을 선포하게 된 것도 대한민국이 꿈꾸는 선진일류국가의 달성 여부가 바로 지식재산 강국의 실현에 달려있다는 점을 널리 알리기 위해서입니다.

우리나라는 2005년 이후 산업재산권 출원 건수 세계 4위의 자리를 유지하고 있고, PCT 국제출원 또한 미국, 일본, 독일에 이어 세계 4위를 지키고 있습니다.

그러나 급변하는 시대 흐름은 우리를 세계 4위의 지식재산 강국에 안주하도록 내버려두지 않고 있습니다.

선진국은 첨단기술을 선점하고 특허를 무기로 특허전쟁을 벌이고 있으며, 중국, 인도 등 후발국들은 빠른 속도로 우리를 추격해 오고 있습니다.

이제 지식재산강국을 바탕으로 선진일류국가로 가기 위해 발명인 여러분의 창의와 열정이 그 어느 때보다 절실히 필요한 때입니다.

존경하는 내외 귀빈여러분!

그리고 사랑하는 발명가족 여러분!

우리 국민은 특유의 뛰어난 창의력과 도전정신을 바탕으로 반도체, 디스플레이 등 첨단기술 분야에서 세계를 선도하고 있다는 사실에서 보듯이 발명은 대한민국이 추구해야 할 가장 소중한 재산이며, 정신이라고 생각합니다.

오늘 발명의 날을 기념하는 이 자리가 발명인이 우대받는 사회를 만드는 데 도움이 되고, 발명인 여러분의 창의적이고 혁신적인 아이디어와 발명이 선진일류국가를 건설하는 데 훌륭한 밑거름이 될 수 있도록 정부와 국민이 힘을 모아 힘차게 전진하는 계기가 되기를 바랍니다.

다시 한 번 수상자 여러분께 축하의 말씀을 드리며, 오늘의 성과를 바탕으로 더 큰 발전이 있기를 기원합니다.

감사합니다



차세대 특허교육 - IP CAMPUS 지식재산캠퍼스

www.ipcampus.kr

IPcampus는 한국발명진흥회 오프라인교육의 새로운 이름입니다.

< 최적의 교육환경 >

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



한국발명진흥회



지식재산캠퍼스 제1교육장



지식재산캠퍼스 제2교육장



국제회의실



분임토론실



휴게실

< 6월 교육 프로그램 >

[지재권 특별교육]

- IP담당자를 위한 저작권 실무 (06.09)
* 저작권법의 이해와 기업실무상의 저작권관련 문제 대응전략 습득

[지재권 특별교육]

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

[지재권 일반교육]

- 전략적인 특허침해 회피전략 (06.21 - 06.23)
* 특허침해 및 특허분쟁 등에 적극적인 대응을 위한 특허침해 회피 방안 습득

[지재권 특별교육]

- 기업브랜드 경영전략 (6.25)
* 상표관련 관련 제도의 이해 및 네이밍에 대한 실제적, 철저적인 이해를 통한 실무능력 체득

[지재권 일반교육]

- 기술이전 계약서 검토 실무 (06.28 - 06.30)
* 실제 계약서 심층검토를 통한 IP 담당자의 계약업무 능력 스킬업

< 수강신청 방법 및 문의처 >

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

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



2010년 주요 국제발명품전시회 일정

참가전시회

전 시 명	전시기간	출품안내 및 접수	출품자 확정	전시단 파견
제네바 국제발명·신기술 및 신제품전시회	4. 21 ~ 4. 25	3월 2일(마감)	3월말	4월초
말레이시아 국제발명품전시회	5. 14 ~ 5. 16	3월초	4월말	5월 중순
피츠버그 국제발명품전시회	6. 16 ~ 6. 18	4월 중순	5월초	6월 중순
모스크바 국제발명투자전시회	9. 8 ~ 9. 10	6월 하순	8월말	9월초
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



2010년 제2차 국제출원 비용지원사업 안 내

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

사업목적

우수특허기술의 국제출원비용을 지원하여 특허기술의 해외권리화 촉진 및 기술경쟁력 확보

지원대상

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

- ① PCT 국제출원의 경우, 신청일 현재 국제공개일 기준 3년 이내의 국제출원건
※ PCT 국제출원: PCT만 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



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/>)

안내

발명특허 기네스 모집

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

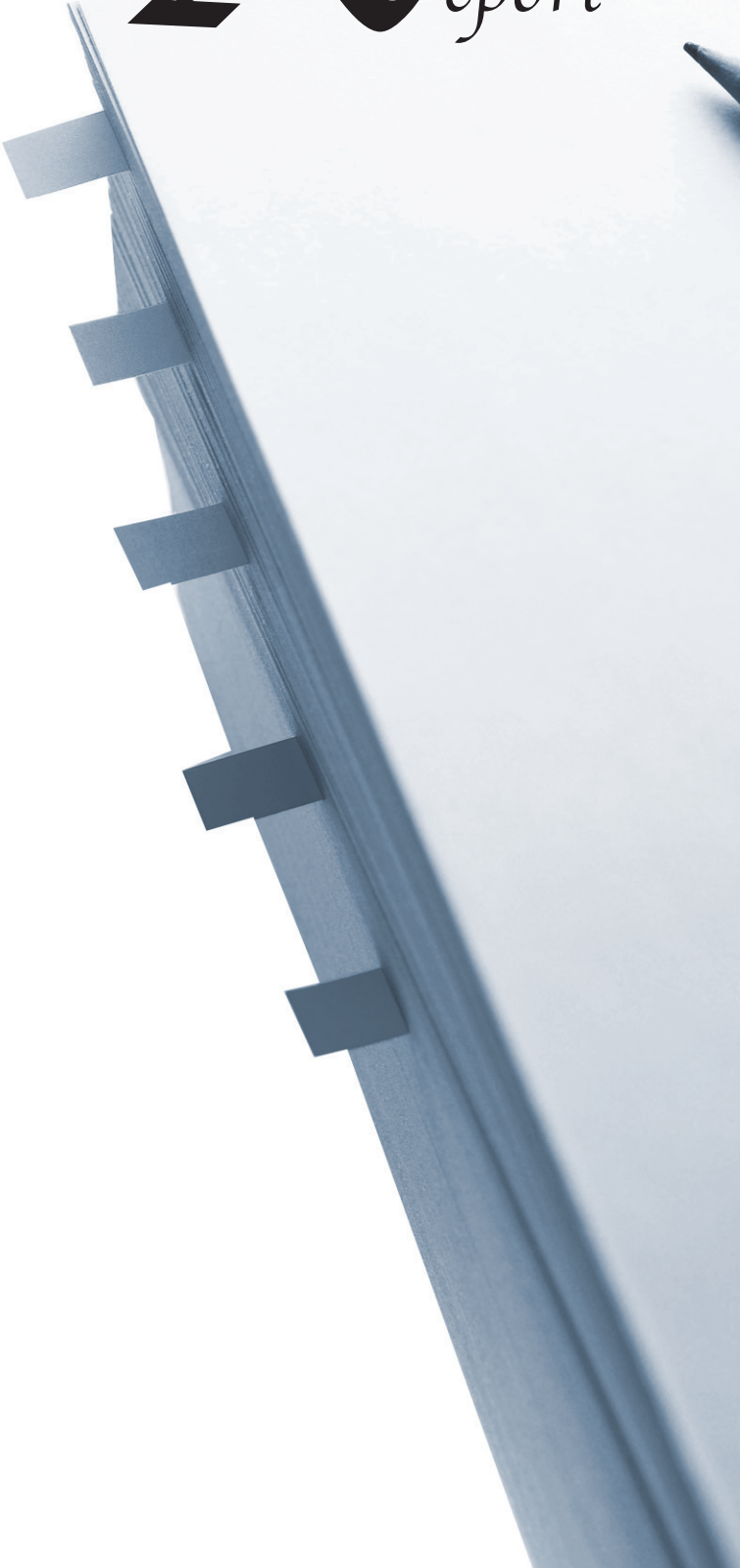
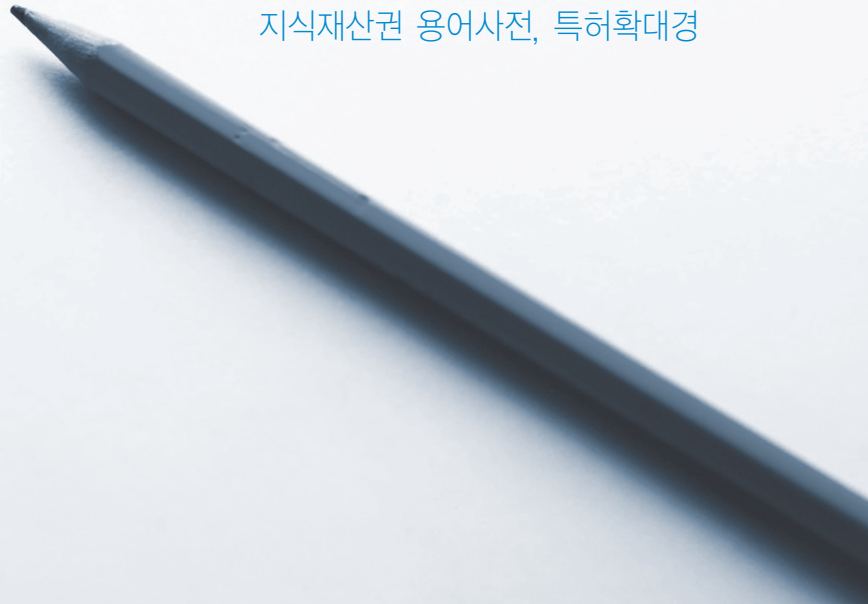
제1호 또는 최대 등 '기네스' 라고 생각하시는 것이라면 무엇이든 환영합니다. 사진과 함께 그 내용을 제공해주시면 전문가의 감정을 거쳐 소개해 드리겠습니다. 아울러 소개된 자료보다 앞선 자료를 제공해주시면 언제든지 바로잡아 소개하겠습니다. 기네스로 소개되는 순간 소장하신 자료는 값진 보물이 될 것입니다. 특히 개인의 기록은 후손에게 자랑스럽게 전해질 것입니다.

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

R *eport*

발명의날 기념식 수상내역 및 인터뷰,
Invention & Creation, 포커스
책과의 만남, 지식재산 경영전략
지식재산권 용어사전, 특허확대경



영광의 수상자들

훈 격	분 야	포상대상자			비고	
		소속	직위	성명		
훈 장	금탑	발명유공자(대기업)	삼성전자(주)	사장	김기남	
	은탑	발명유공자(대기업)	SK에너지(주)	사장	박상훈	
		발명유공자(중소기업)	삼화콘덴서공업(주)	대표이사	황호진	
	동탑	발명유공자(대기업)	(주)하이닉스반도체	부사장	박성욱	
		발명유공자(대기업)	(주)포스코	상무	이정식	
	철탑	발명가(개인)	(주)금성산업	대표이사	채종술	
	녹조	직무발명가(사립대 교수)	한양대학교	교수	박재근	녹조근정훈장
석탑	발명가(개인)	명품을 만드는 수맥돌침대	대표	이경복		
	직무발명가(중소기업)	한국고벨(주)	사장	조덕래		
포 장	산업포장	발명가(개인)	도형정밀	대표	김문식	
		직무발명가(대기업)	금호석유화학(주)	수석연구원	박주현	
		직무발명가(대기업)	현대하이스코(주)	수석연구원	전유택	
		직무발명가(연구기관)	전자부품연구원	책임연구원	원광호	
		발명장려유공자(발명단체종사자)	한국발명진흥회	부장	오승택	
대통령 표창	발명유공자(중소기업)	엔프라니(주)	연구소장	이주동		
	발명가(개인)	삼화디에스피(주)	연구소장	정명환		
	직무발명가(연구기관)	한국전자통신연구원	책임연구원	이형호		
	발명장려유공자(공무원)	광주광역시 남구	지방행정주사	박광만		
	발명장려유공단체(대기업)	한국전력공사			단체	
	발명장려유공단체(대학교)	고려대학교 산학협력단			단체	
국무총리 표창	직무발명가(연구기관)	한국화학연구원	책임연구원	조선행		
	직무발명가(중소기업)	(주)세미시스코	연구소장	우봉주		
	발명장려유공자(기타)	한전KPS(주)	과장	박정민		
	발명지도유공자(발명반 지도교사)	성남초등학교	교사	김준희		
	발명장려유공단체(연구기관)	포항산업과학연구원			단체	
	발명장려유공단체(중소기업)	(주)탑엔지니어링			단체	
지식경제부장관 표창	발명유공자(중소기업)	맥섬석지.엠(주)	이사	곽치훈		
	발명유공자(중소기업)	(주)일성종합기계	대표이사	지영배		
	발명가(개인)	(주)에스아이엔씨	대표이사	정수진		
	직무발명가(대기업)	(주)하이닉스반도체	차장	남기원		
	직무발명가(대기업)	삼성전자(주)	책임연구원	김성훈		
	직무발명가(연구기관)	전자부품연구원	센터장	이석필		
	직무발명가(연구기관)	한국과학기술연구원	책임연구원	석현광		
	학생발명가(초중고)	서울고등학교	3	임서환		
	학생발명가(대학생)	영동대학교	3	김시용		
	발명장려유공자(기타)	강릉원주대학교	교수	성락준		
	발명장려유공자(발명단체종사자)	전북대학교	교수	임재규		
	발명장려유공자(기타)	삼성전자(주)	책임연구원	박순영		

훈 격	분 야	포상대상자			비고	
		소속	직위	성명		
지식경제부장관 표창	발명지도유공자(교수)	경희대학교	교수	오환섭		
	발명지도유공자(발명교실및발명반지도교사)	아현중학교	교사	이재수		
	발명장려유공단체(대기업)	엘에스엠트론(주)			단체	
	발명장려유공단체(대학교)	한국과학기술원			단체	
특허청장 표창	발명유공자(중소기업)	AP시스템(주)	대표이사	정기로		
	발명유공자(중소기업)	(주)삼창에스씨	대표이사	정창호		
	발명유공자(중소기업)	(주)티아이스퀘어	대표이사	이길수		
	발명가(개인)	(주)코리아빌딩금속디자인&컨설팅	대표이사	이혜경		
	발명가(개인)	삼조인더스	대표	홍두호		
	발명가(개인)	닥터킴	대표	김기천		
	발명가(개인)	대한의사협회	고문	이병훈		
	직무발명가(대기업)	덕양산업(주)	선임연구원	박진완		
	직무발명가(대기업)	서울메트로	대리	최상춘		
	직무발명가(대기업)	한국전력공사	대리	이동문		
	직무발명가(중소기업)	(주)탐엔지니어링	팀장	김준영		
	직무발명가(중소기업)	한국과학기술정보연구원	경인지원장	장태종		
	직무발명가(연구기관)	(주)이그잭스	연구소장	허순영		
	학생발명가(초중고)	도곡중학교	1	정해담		
	학생발명가(초중고)	상당초등학교	6	김규호		
	학생발명가(대학생)	한양대학교	3	정태웅		
	발명장려유공자(발명단체중사자)	한국발명진흥회	광주지회장	고정주		
	발명지도유공자(발명반지도교사)	일산은행초등학교	교사	강기룡		
	발명지도유공자(발명반지도교사)	효양고등학교	교사	서창득		
	발명장려유공단체(중소기업)	(주)케이디파워			단체	
	발명장려유공단체(발명교실운영학교)	산청초등학교			단체	
	한국발명진흥회장 표창	발명유공자(중소기업)	삼성인터내셔널	대표	정진구	
		발명유공자(중소기업)	(주)피앤피시큐어	대표이사	박천오	
		발명가(개인)	(주)태청하이테크	대표이사	신재학	
		발명가(개인)	개인발명가	-	김학선	
		발명가(개인)	성동구보건소	의무팀장	이수동	
직무발명가(대기업)		매그나칩반도체	수석연구원	표성규		
직무발명가(대기업)		경신공업(주)	차장	박경석		
직무발명가(중소기업)		(주)파인테크윈	대표이사	백정용		
직무발명가(중소기업)		(주)케이투엘	부사장	김주희		
직무발명가(연구기관)		한국과학기술원	박사과정	이준영		
학생발명가(초중고)		정신여자중학교	3	홍채영		
학생발명가(초중고)		인헌고등학교	1	윤혜영		
학생발명가(대학생)		영동대학교	4	권은선		
발명지도유공자(발명교실지도교사)		제주중앙중학교	교사	김창건		
발명지도유공자(발명교실지도교사)		전주인봉초등학교	교사	이금선		
발명장려유공단체(중소기업)		(주)미코티엔			단체	

메모리 제품, 세계 최초의 기술 선도



[산업훈장-금탑] (주)삼성전자 종합기술원 김기남 사장



3D LED TV



3D LED TV 신제품 발표회

27년간 주요 메모리 제품에서 세계 최초의 기술을 선도해온 삼성전자 김기남사장이 국가 기술 및 산업 경쟁력 강화에 기여한 공로를 인정받아 '제45회 발명의 날' 금탑 산업훈장을 수상했다.

김 사장은 1982년 삼성전자에 입사 후, 1992년 64Mb DRAM 개발을 시작으로 1998년 4Gb DRAM 기술 개발까지 4세대 연속 세계 최초 기술 개발을 통해 DRAM 시장 세계 1위를 석권하는데 크게 기여했다.

특히, 신개념 메모리 PRAM을 독자 개발하여 세계 최초로 90nm 512Mb PRAM 기술 개발에 성공한 결실은 미래 메모리 시장의 주도권 확보에 기여한 것으로 평가된다.

이러한 기술개발 성과를 통해 김기남 사장은 삼성전자가 '93년부터 현재까지 17년째 메모리분야 세계 1위를 고수하고 최근 5년간 약 67조에 달하는 매출 실적을 거두는데 기여하였으며, 이를 통해 국내 산업 및 경제 발전에 큰 기여를 했다.

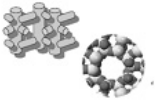
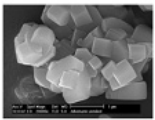
한편 기술개발 과정에서 해외특허를 236건 출원하는 등 핵심특허를 다수 확보하여 수출 경쟁력을 제고했으며, 국제 반도체 학계에 440여 편의 논문을 발표해 한국 반도체 기술의 국제 위상을 높이는데도 중추적인 역할을 수행했다.

김기남 사장은 "지금보다 앞으로 할 일이 더 많다"며 "지금은 기술 패러다임이 급격히 변화하는 기회의 때인 만큼 우리나라가 새로운 기회를 선점할 수 있도록 최선의 노력을 다하겠다"는 다짐으로 수상소감을 대신했다.

차세대 올레핀 제조기술 'ACO' 개발



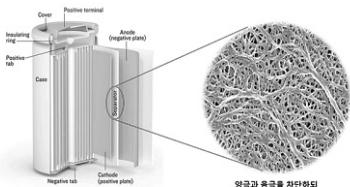
[산업훈장-은탑] SK에너지(주) 박상훈 사장



ACO촉매



ACO반응기



LIBS 용도

양극과 음극을 차단하여 리튬이온만 통과할 수 있는 막 (가공의 크기 수십 나노미터)



LIBS 제품

한 국가의 화학산업 경쟁력을 좌우할 만큼 그 중요성이 큰 차세대 올레핀 제조기술 'ACO(Advanced Catalytic Olefins)' 개발로 SK에너지(주) 박상훈 사장이 '제45회 발명의 날'에 은탑산업훈장을 수상했다.

올레핀은 플라스틱 등 화학제품을 만드는 가장 중요한 원료로서, 화학산업 규모를 결정할 때 에틸렌 생산량을 척도로 사용할 만큼 중요성이 크다고 알려져 있다.

SK에너지가 개발한 'ACO'는 기존 고온 열분해 공정인 에틸렌 공장을 저온, 연속 재생식 유동층 촉매반응 공정으로 대체할 수 있다는 것이 특징이다. 즉, 올레핀 수율은 25% 증가시키고 기존의 올레핀 생산에 들어가는 연료와 CO₂ 발생률을 약 20% 낮출 수 있다. 또한 원치 않는 성분이 생성되는 등의 부작용을 막을 수 있는 등의 장점이 있다.

우리나라는 그동안 에틸렌 생산량이 세계 5위까지 갔었지만 변변한 기술 하나 없이 외국의 기술을 도입만하여 공장을 세우고 생산해왔다.

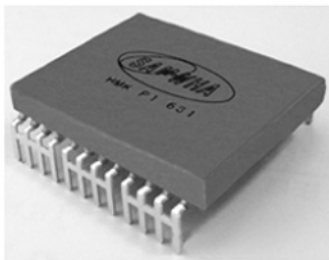
SK에너지 박상훈 사장은 "현재 울산에 상용공장을 건설하고 있다. 이 기술이 완성되면 올레핀 생산원가를 획기적으로 낮출 수 있어 제품의 Global 경쟁력을 확보할 수 있다"며 "이는 석유화학 Plant 신 증설이 활발한 중동이나 중국, 동남아 등에 기술 수출을 가능하게 해 로열티 수입은 물론 해외진출의 기반을 확보할 수 있을 것"이라고 말했다.

이 외에도 SK에너지는 국가에서 10대 성장동력 산업의 하나로 확정되어 있는 2차전지 분야에서, 현재 전량 수입에 의존하는 리튬이온전지의 핵심 소재인 세퍼레이터(LIBS)를 세계 3번째, 국내 최초로 개발하여 2005년 상업화에 성공한 바 있다.

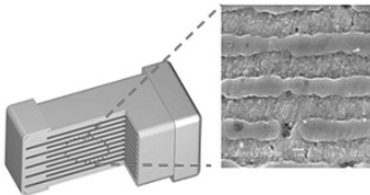
전자 핵심부품 국산화한 삼화콘덴서공업



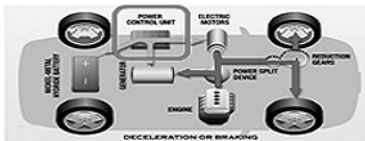
[산업훈장-은탑] 삼화콘덴서공업(주) 황호진 대표이사



POWER ELECTRONIC CAPACITOR



[Appearance of MLCC



DC-Link Film Capacitor



제품 적용 회로도

다 년 간의 기술개발과 특허 경영으로 원천 기술 및 66건의 특허를 출원한 삼화콘덴서공업(주)의 황호진 대표이사가 '제45회 발명의 날'에 은탑산업훈장을 수상했다.

삼화콘덴서공업이 개발한 'SMD형 세라믹 디스크 커패시터'는 높은 전압이 사용되는 많은 산업용 제품들에 대해 안정된 동작 실행을 가능하게 하는 전자 부품으로 우리나라는 전량 수입에 의존해야 했다. 따라서 일본의 독과점 제품을 국산화하여 부족한 제품 공급을 안정화했다는 공로다.

'SMD형 세라믹 디스크 커패시터'는 고열 온도, 고 전압 등에 뛰어난 성능을 발휘하면서도 금속 전극재를 단순화하고 개선된 유전체 재료를 적용하여 보다 높은 고열에서도 안정적 장수명성을 구현했다.

가혹한 고열 부하 장기 시험에서 일본 경쟁사와 동등 이상의 특성을 발휘하였으며, 증가된 고열 시험에서는 경쟁사 대비 우월한 제품 신뢰성이 확인되었다는 것이 업체측의 설명이다.

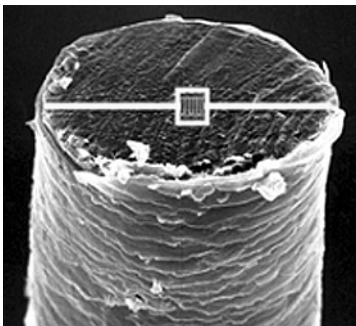
삼화콘덴서공업 황호진 대표이사는 “앞으로는 산업 및 생활용의 각종 고전압 부하 인가 응용 제품들에 적용되어 장비의 소형화, 저 전력화, 국산화 대체로 고가 외국산 제품 가격을 인하하고 신뢰성에 의한 응용제품의 품질을 향상시킬 것”이라며, “향후 더 높은 고부가가치 제품 생산에 기여하는 것이 목표”라고 말했다.

한편 삼화콘덴서공업은 1978년 품질 관리 대상을 시작으로 1982년 산업포장, 1993년 최우수 경영자 표창, 2000년 대통령 표창을 받은 바 있다.

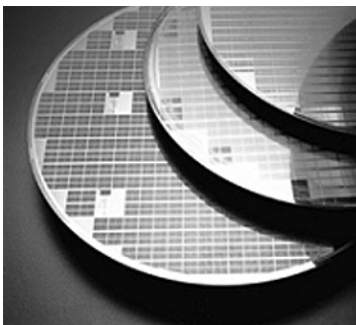
특허 경영을 통한 국가 경쟁력 강화



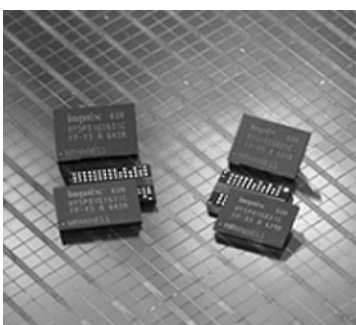
[산업훈장 - 동탑] (주)하이닉스반도체 박성욱 부사장



[40nm : 머리카락 단면 지름(100um)의 1/2500



30nm급 DDRM



20nm급 Nand

“현대는 지식기반 경제 사회로서 그 중 특허는 핵심적인 키워드라고 할 수 있다. 기업이 자사특허 기술을 확보하지 못할 경우에는 특허로 열티를 과다하게 지출할 가능성이 크고 타사특허에 종속화 됨으로써 경영실적에도 악영향을 미치게 될 것이다. 따라서 반도체와 같은 기술 산업에 있어서는 특허 기술 확보가 연구개발 및 사업추진의 핵심적인 키워드라고 생각한다.”

이번 ‘제45회 발명의 날’에 동탑 산업훈장을 수상한 하이닉스반도체 박성욱 부사장은 수상소감에서 특허기술 확보를 강조했다.

박성욱 부사장은 입사 때부터 약 25년 동안 반도체기억소자(Memory) 연구 및 개발 분야에 종사하며 특히 반도체 분야 중 DRAM(Dynamic Random Access Memory)과 NAND Flash 제품 연구개발 분야에서 신제품개발을 주도해왔다.

현재는 연구소장으로서 특허 발굴 위원회 등을 설립해 최고의 원가경쟁력을 갖춘 기술개발을 통해 회사의 경쟁력을 크게 강화시켰다. 이를 통해 국가 기간산업인 반도체 분야의 경쟁력과 반도체 강국으로서의 국가 위상을 높이는데 기여했다.

박 부사장은 “글로벌 경제위기 속에서도 우리나라 경제가 타국에 비해 빠른 속도로 회복되고 있는 이유는 국내기업의 높은 기술경쟁력 때문”이라며 “이러한 기술경쟁력은 강한 특허 확보를 통해 이룰 수 있는 것”이라 말했다.

또한 “특허화 단계에서는 부문별 특허개발 커뮤니티 활동과 우수특허창출회의를 통해 회사 특허자산이 질적으로 향상되도록 특허팀과 협업하고 있다”며 “하이닉스반도체는 앞으로도 세계 최고 수준의 반도체 기술력 확보를 통해 국가와 지역 사회에 공헌하는 기업이 되겠다.”고 포부를 밝혔다.

특허 발굴 · 관리를 통한 세계 최고의 기술경쟁력 확보에 주력



[산업훈장 - 동탑] 포스코 이정식 상무

“이렇게 훈장을 받을 수 있도록 도와주신 정부관계자와 포스코에서 기술개발을 위해 불철주야 고생하고 계시는 동료 및 선, 후배 모든 분들께 감사드립니다. 이 상은 국가산업발전과 포스코의 기술개발에 더욱더 정진하라는 메시지로 알고 열심히 노력하겠습니다.”

이번 ‘제45회 발명의 날’에 동탑 산업훈장을 수상한 포스코 이정식 상무는 수상소감을 포스코 임직원의 몫으로 돌렸다.

포스코 이정식 상무는 입사 때부터 국내에서 생소하다 할 수 있는 특허 담당자로 시작해 지식재산권 분야에서만 30여 년간 근무했다.

이 상무는 포스코 내부의 특허 역량을 높이기 위해 국내 최초로 공정 및 기술별 전담변리사 제도를 운영하여 특허의 질적 향상은 물론이고 특허에 구속되지 않고 제품의 생산 및 판매를 할 수 있도록 신규개발 제품의 특허지도를 사전에 만들고 있다. 또한 공백기술을 찾아 개발함으로써 특허분쟁으로부터 자유롭고 막대한 로열티 유출도 예방할 수 있는 프로세스를 운영하고 있다.

이와 함께 세계 최고의 기술경쟁력 확보를 뒷받침할 수 있는 특허의 발굴, 관리, 분쟁 대응의 총괄자로서 특허를 통해 경영이익에 기여하는 것은 물론이고 철강기술 발전에도 기여하고 있다.

이 상무는 “앞으로는 연구개발 결과가 지적재산권의 보호아래 있지 않으면 시장에서 살아남지 못할 것이라고 생각한다.”며 “연구 착수 전에 원천 핵심특허 등으로 구성된 특허 포트폴리오 구축전략을 수립하여 시행하는 프로세스 확보에 앞장설 것”이라고 포부를 밝혔다.



공항지붕모형도

“우리 농촌 지식재산권 갖기” 제1기 교육생 모집

한국여성발명협회는 농촌 산업의 경쟁력과 경영 역량을 강화하고 농산물 관련 지식재산권 취득을 높이기 위해, 농촌 주민의 눈높이에 맞는 특화된 지식재산권 교육을 농업인재개발원의 지원을 받아 새롭게 실시합니다. 농촌분야 지식재산권 창출과 농촌 산업의 세계화에 관심 있는 분들의 많은 참여를 바랍니다.

교육대상 : 농업인, 농업CEO(창업예정 농업인), 농업관련기관 종사자

교육기간 : 2010. 7. 7(수) ~ 7. 9(금), 2박 3일

교육장소 : 국제지식재산연수원(대전시 유성구 소재)

신청기간 : 2010. 6. 1(화) ~ 6. 30(수)

교육인원 : 30명 선착순 마감

※ 2-3기 교육은 8-9월 중, 전라북도, 경상북도에서 개최 예정임(추후 공지 예정)

교육내용

- 지식재산권과 생활발명의 중요성, 발명과 창의적 농업 경영
- 지식재산권 제도와 출원 절차, 특허 정보 검색 및 명세서 작성 실습
- 농식품 가공 창업 및 경영 사례
- 농산물 재료를 이용한 발명품 만들기
- 지리적 표시와 상표제도
- 브랜드 경쟁력을 높이는 디자인
- 농업발명 아이디어 대회

교육비 : 1인 80,000원(2박 3일 숙식제공, 교육과정 이수 시 수료증 발급)

- 교육신청서 제출 후 교육비 입금 국민은행 349401-04-189328, 예금주 : (사)한국여성발명협회

※ 입금자명을 교육신청서의 성명과 동일하게 기재 요망

※ 입금하신 교육비는 반환되지 않음

신청방법 : 한국여성발명협회 홈페이지(www.inventor.or.kr)에서 교육신청서를 내려 받아, 팩스(02-538-2714),

이메일(pjh@inventor.or.kr), 우편, 방문 제출

- 접수처 : (135-080) 서울시 강남구 역삼동 647-9 한국지식재산센터 17층

(사)한국여성발명협회 농업교육담당자

문의 : (사)한국여성발명협회 사무국 박준현 대리, Tel 02-538-2710

발명창의력 증진을 위한 전문블록 개발

본 연구에서는, 발명창의력 증진을 위한 전문 블록(다모블록)개발을 시도하고, 대학생들의 사용성 평가를 통해 통계적 검증이 이루어졌다. 개발된 다모블록은 각 면을 오목과 볼록 구조로 형성하여, 4면을 자유롭게 결합하는 슬라이드 방식의 특허기술이 적용된다. 결론적으로 개발된 다모블록은 발명교구로 사용될 수 있음은 물론, 발명원리를 발견하고 학생들의 다양한 발명사고 능력개발에 유용한 블록으로 평가된다.



1. 연구의 필요성 및 목적

발명을 하기 위해서는 막연히 생각만으로 아이디어를 착상하는데 한계가 있다. 일단, 아이디어가 생각나면 스케치를 하여 추상적인 생각을 구체적으로 정리를 한다. 다음으로 아이디어에 대한 필요성, 효과, 구체적인 구성 등을 글로 표현한다. 그리고 아이디어를 모형으로 구현해봄으로써, 글로 표현하고 생각하지 못했던 문제점을 찾아낼 수 있다. 그 문제점을 해결하기 위해 또 다른 구상을 하고, 최종적으로 모형을 만들어낸다. 모형을 만들면서 아이디어 재탄생은 물론, 더 좋은 아이디어를 얻어낼 수 있다. 이에 대한 대안으로서 블록이 좋은 발명교구가 될 수 있다.

블록은 손가락의 운동으로 두뇌의 발달은 물론이거니와, 집중력을 향상할 수 있는 교육용구로 두뇌가 발달하는 시기인 유아기에 많이 이용한다. 태어난 지 약 3세부터는 신체, 정서, 사회인지, 언어 등의 본격적인 발달과 함께, 놀이다운 놀이를 할 수 있게 되고, 또 이 시기부터 놀이감(장난감)은 단순한 유희용으로서 뿐만 아니라, 균형적인 두뇌 개발에 큰 영향을 주게 되므로, 부모들로서는 놀이감 선택에 여간 신중하지 않을 수 없다.

이에, 업계에서는 소비자들의 욕구를 충족시켜 주기 위하여 창의력을 키우는데 효과적인 것으로 알려진, 여러 종류의 블록세트를 고안하여 시판하고 있다.

판매되는 대부분 블록들을 살펴보면, 단순히 쌓기 놀이에만 치중된 것으로서 응용할 수 있는 요소가 불충분하므로, 놀이의 종류를 다양화하기 위해서는 블록의 종류를 그만큼 더 늘려줄 수밖에 없어 제조경비가 많이 소요된다. 연령이나 지능발달 수준에 따른 놀이를 즐길 수 있게 하기 위해, 복잡성이 추가된 여러 세트의 블록으로 구분 제작해줄 수밖에 없다. 또한 소비자는 수준에 따른 별도의 구입으로 불이익은 물론, 흥미롭고 자극적인 요소의 부족으로 쉽게 실증을 느낄 수밖에 없고, 단순한 블록 쌓기는 성장 및 지능 발달에 큰 도움을 주지 못하고 있는 등 많은 문제점들이 지적되고 있는 실정이다.

특히 기술적 관점에서 기존의 조립식 완구블록은 그 조립에 위한 결합수단이 종횡으로만 구비되어 있어, 각 블록의 연결 상태가 수직 또는 수평으로의 직각상태로만 이루어지게 되어 있다. 이 같은 구조는 다양한 모형을 조립하는

데 한계가 있어 어린이들이 싫증을 빨리 느끼는 문제점이 있다. 또한, 모형의 구체화가 일정하고 단순한 형태로 된 블록을 종횡으로만 조립하여 모형의 종류가 제한되고, 이로 인하여 어린이들이 상상할 수 있는 모형의 폭이 제한되고, 제작한 모형의 형태 또한 실질감이 떨어져 흥미를 반감시킨다. 제작된 모형은 전체적인 기본 형태를 유지하면서 모형의 일부분만의 연결 각도를 자유롭게 변경할 수 있는 구조가 없어, 모형의 형태가 고정적이고 경직되어 창의성과 흥미감의 유발이 어렵고, 사용효과가 저하되는 폐단이 노출되는 것이다.

이에 본 연구에서는, 블록 간 4면을 자유롭게 연결하는 조립방식의 발명창의력 증진용 전문블록을 개발하였다. 조립방법으로 앞, 뒤, 좌, 우, 오목, 볼록 상하층 및 거꾸로 슬라이드 방식이 적용된 특허기술이다.[9] 블록 간의 축 형성을 위해 연필결합 방식이 채택되었고, 개발(특허 출원)된 전문블록은 다양한 모양의 발명품 및 과학용품 조립이 가능하다. 특히, 특허 명세서 도면을 실제모형화가 가능해 새로운 아이디어 창출의 효과를 갖는다. 마지막으로 대학생을 대상으로 사용성평가를 실시하여 통계적 검증을 실시하였다.

2. 발명교구 특허기술 및 개발활용 현황

1) 레고블록

(1) 개요

레고는 1932년 Denmark의 Billund라는 마을의 목수인 Ole Kirk Christansen에 의해서 만들어졌다. 1934년부터 공식 회사명으로 사용된 "LEGO"는 덴마크어인 "LEG GODT"에서 따온 것으로 "재미있게 논다(play well)"라는 의미이다.[2]

1949년부터 레고사는 200여 개의 나무로 된 장난감과 플라스틱으로 된 200개의 서로 다른 바이딩 브릭(binding brick)을 생산하게 됨으로써 레고의 시초가 되었다. 1958년에는 브릭의 위쪽에 요철을 만들고 아래 쪽에는 튜브모양의 홈을 파서 그 위에 끼울 수 있게 플라스틱 브릭을 만들었는데 이것이 레고 시스템(LEGO SYSTEM) 브릭이다. 1967년에는 레고 브릭이 어린 유아들에게 사용하기에는 크기가 너무 작다는 것을 인식

하고 기존의 레고보다 2배가 큰 듀플로(THE DUPLO : 현재명- 레고 익스플로어)를 생산하게 되었다. 1974년에는 가족, 가게의 소품 등을 생산한 것을 시작으로 창문, 문, 팔과 다리를 움직일 수 있는 구체형 사람, 동물 모형 등 현재까지 여러 종류의 소품이 개발되었다. 1983년에는 듀플로보다 큰 듀플로 베이비(DUPLO BABY : 현재명- 레고 프리모)를 개발하였으며, 1980년대 초반부터 교육용 제품부에서 학교 교육을 목적으로 하는 제품을 개발하였다. 1990년대부터 컴퓨터와 결합시킨 레고 컴퓨터 게임과 CD-ROM, 컴퓨터와 결합하여 구성하는 프로그램 등이 개발되었다. 1997년에는 여아들을 위한 레고 스칼라(LEGO SCALA)가 생산되었고, 전문가를 위한 레고 마인드스톰(LEGO MINDSTOM)이 개발되었다. 2002년에는 특히 영·유아들을 대상으로 개발에 초점을 두었고, 레고사의 표어도 “PLAY ON”에서 “JUST IMAGINE...”로 바뀌었다.[10]

이렇듯 레고는 세월이 지나면서 레고의 종류는 여전히 많아지고 있어 현재 약 600여 종의 품목에 이르고 있다. 취학 전 아동과 학생들을 위한 30가지의 레고 프리모, 98가지의 레고 익스플로어, 244가지의 레고 시스템, 19가지의 레고 스칼라, 46가지의 레고 테크닉, 163가지의 레고 닥터가 있다.

(2) 교육적 특징

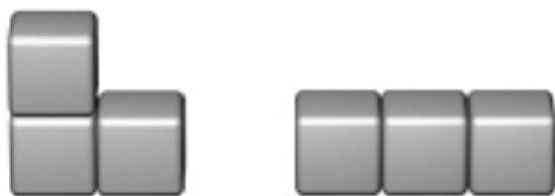
레고는 어떠한 학설에 의해 개발되어진 것은 아니지만 구성주의 이론과 그 맥을 같이 할 수 있다. 레고의 교육원리는 보다 나은 학습은 학습자 스스로 지식을 보다 잘 구성할 수 있는 기회를 제공하는 데 있다는 Piaget의 교육이론(Constructivism)에 근거하여 M.I.T의 Peper 교수에 의해 정립된 구성주의(Constructivism)이다.[11] 또한 레고의 교육과정은 학습의 평가에 있어서도 성취도 한 가지 측면만을 기준으로 하기보다는 과제의 수행과정, 즉 사고과정의 평가가 지속적으로 이루어져야 한다는데 있다.

레고 블록의 조각은 요철과 홈을 가지고 있어 끼우고 뺄 수 있는 정사각형, 직사각형, 그 밖의 여러 종류로 노랑, 빨강, 초록, 파랑, 흰색 등 6가지의 색상으로 구성되어 있다. 블록 조각들을 조합하여 여러 가지의 구성물을 만들 수 있다. 실제로 동일한 색상의 블록조각 3개로 조합할 수 있는 방법은 1,060가지이며 3개의 레고 조각들이 서로 다른 색상이라면 훨씬 많은 조합방법이 나올 수 있다. Winencek(1987)은 이러한 블록 조각의 힘을 마술의 힘이라고 하였고 유아의 무한한 상상은 레고 조각을 통하여 창의적으로 구성할 수 있다고 언급하였다. 작은 크기, 요철, 홈, 다양한 색상을 가진 레고는 유아가 손쉽게 구성물을 만들거나 수정하고 재구성할 수 있도록 도울 것이다. Gordon과 Anderson(1986)은 놀이자료의 복잡성에 대하여 조사하였는데 공, 레고세트, 타이어, 판자, 소품을 제외한 블록, 한 권의 책, 크레용, 소품이 없는 찰흙, 극놀이 영역, 페그와 페그보드, 기니피그 또는 토끼인형 등의 14가지 자료를 취학 전 유아를 담당하는 교사들로 하여금 단순자료, 복잡한 자료, 아주 복잡한 자료로 분류하도록 하였다. 그 결과 레고는 1-2가지 형태의 단순한 놀이를 유도하는 놀이자료가 아닌 보다 다양한 방법으로 놀이를 가능하게 하는 복잡한 놀이자료로 평가되었다.

2) 소마큐브

(1) 개요

소마큐브는 트리미노(정육각형 3개로 만들어지는 블록) 1개와 테트로미노(정육각형 4개를 연결해 만들어지는 블록) 6개를 합친 7개의 조각으로 구성된 퍼즐로 그 구성을 자세히 살펴보면 아래 그림과 같다. 트리미노 블록은 정육면체 3개로 만들어지는 블록의 경우의 수는 모두 2가지가 있다.(그림1 참조)



〈그림 1〉 트리미노 블록

테트로미노 블록은 정육면체 4개로 만들어지는 블록의 경우의 수는 평면 5가지(그림 2 참조), 입체 3가지(그림 3 참조) 총 8가지가 있다.[3]



〈그림 2〉 평면 테트로미노

(2) 교육적 특징

소마큐브는 공간지각력 향상, 집중력 개발, 두뇌개발 향상, 수학, 기하학적 사고, 다양한 모형 만들기를 통한 상상력, 창의력개발, 문제해결력 등 다양한 두뇌개발 학습이다. 크기와 모양이 다양한 도형으로 놀이를 하면서 관찰, 예측, 해석, 탐구능력이 발달하게 되어 구체적 사고에서 추상적인 사고로의 전이가 쉬워진다.[3][12]



〈그림 3〉 입체 테트로미노

여러 가지 다양한 형태의 모양 맞추기를 하면서 입체적인 사고를 형성하게 되며 수많은 시행착오의 과정을 통해 문제해결력이 보다 효과적으로 발달되어 독창적인 생각을 할 수 있는 창의력이 길러진다. 퍼즐을 맞추고 푸는 과정 속에서 자신의 감정이나 생각을 자연스럽게 표현하게 되어, 분할과 통합의 구성 원리로 이루어진 퍼즐조각 하나하나를 모아 창의적인 모양으로 변신시키면서, 대칭과 균형의 아름다움을 직각하게 되며 조형능력이 발달한다. 소마 큐브를 하는 동안 우리는 무의식적으로 공간적인 입체개념을 깨우칠 수가 있다.

3) 가베 교구

(1) 개요

교재, 교구의 중요성과 활용에 대해 구체적인 방안을 제시한 사람은 프뢰벨(F. Frobel, 1782-1852)이다. 그는 “유아의 정신 능력이 개발되려면 놀이자료의 활용이 필요하다. 유아는 놀이자료를 통하여 자기표현을 할 수 있으며, 자료를 조작해 봄으로써 정신적으로 발전할 수 있다”고 하였다. 프뢰벨은 체계적이고 조직적인 면에서 최초의 교육적 놀잇감인 ‘은물(Gifts) - 신이 내리신 은혜로운 선물’을 1838년에 고안하였다.[1]

독일어로는 가베(gabe), 영어로 기프트(gift)라고 한다. 즉, 아이들 스스로 자발적으로 창의적으로 답을 찾아낼 수 있도록 도와줄 놀이 도구를 고안해 낸 결과가 바로 은물인 것이다.

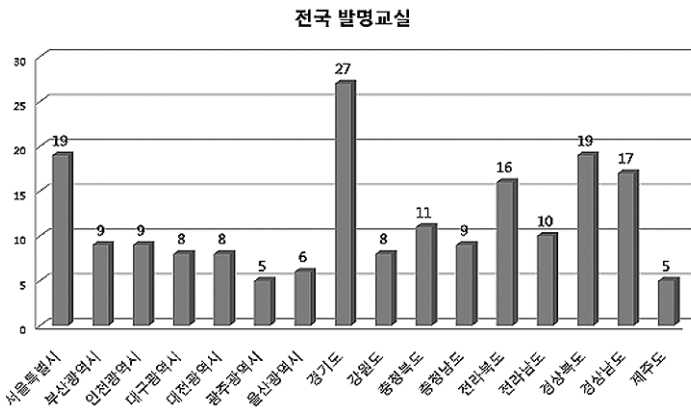
(2) 교육적 특징

가베는 모든 사물의 기본적인 조건인 면, 선, 점으로 구성되어 있다. 가베는 이미 특정 모양으로 완성되어 있는 놀잇감이나 교구가 아니라, 사물의 가장 기본적인 성격을 지닌 물체이다. 그래서 아이들은 은물을 이용해 자기가 만들려고 생각한 것을 얼마든지 만들 수 있다. 늘어놓거나 쌓거나 무너뜨리면서 높고 낮음, 넓고 좁음, 많고 적음, 크고 작음(크기, 공간, 수) 등의 수학적 개념을 자극한다. 또한 늘어놓고 쌓고 무너뜨리는 과정을 통해 끊임없이 변화하고 움직이는 사물의 기본 속성을 깨닫게 되고, 이를 통해 사물을 유추하는 능력도 기를 수 있다. 가베를 통해 자유로운 창조 과정에서 대칭, 조화, 중심, 패턴 등을 생각하고, 이를 표현하려 노력하게 되므로 수 이전의 기초적인 개념을 배울 수 있다.

4) 발명교구 활용현황

(1) 전국발명교실 현황

전국발명교실은 정부(특허청 외)의 지원금으로 전국에 200여 개의 교실이 운영되고 있다.(표 1 참조) 그 외에 수 십 여개의 발명반이 방과 후 활동으로 운영되고 있다. 일반적으로 발명교실에서는 레고, 소마큐브, 가베, 과학상자, 로봇, 포디 프레임 등을 이용하여 간접적으로 발명품을 만들어보는 교육이 진행되고 있다.



〈표 1〉 전국발명교실

또한 활용하고 있는 이들 발명관련 교구들은 발명 아이디어를 표현하기에 어려움이 많아 점차 그 활용도가 점차 떨어지는 추세이다. 발명 교구를 이용한 실습교육도 일부교실에서만 진행되고 있으며, 강의 형태가 PPT를 이용한 교육이 주류를 이루고 있다. 이론중심 발명교육은 학생의 입장에서 아이디어를 표현하는데 한계가 있을 뿐만 아니라, 발명에 대한 흥미상실 및 쉽게 포기하는 결과로 나타난다. 특히 사용되는 발명교구들 중에는 부품을 잃어버리면 재구성상의 문제점과 표현상의 한계점을 내포하고 있다.

(2) 발명교구 개발방향

우선적으로 블록의 목적은 표현이 용이하여야 한다. 특히나 발명교실에서 사용하는 블록은 학생의 창의로운 생각을 표현하도록 하여 자신의 발명품을 가상이 아닌 실물로 최

대한 표현할 수 있어야 한다.

그리고 블록을 조립하는데 있어서 변경도 자유로워야 한다. 발명품을 조립하면서 하나의 생각만으로 조립하는 것이 아니기 때문이다. 하나를 생각하고 블록을 조립하지만 조립을 하다보면 다른 생각으로 바뀌어 쉽게 전환도 할 수 있어야 하고, 조립하였던 부분을 용이하게 변경을 할 수 있어야 한다.

또한 발명품을 만들면서 외부 충격에 부서지지 않고, 그 모양 그대로를 유지할 수 있을 정도의 견고성이 필요하다. 대부분의 블록들은 주위의 충격에 쉽게 부서져 새로 만들어야 하는 문제점이 있었다. 또한, 견고하지 못하여 수정하고자 하는 부분을 해체하면 다른 부분도 해체되면서 모두 부서지는 문제점들이 있어 부서지는 것을 보완할 수 있는 견고성이 필요하다. 발명품을 잘 표현할 수 있도록 조립과 변경이 자유로우며, 견고성도 겸비된 교구가 요구되며, 학생들에게는 자신의 생각을 쉽게 표현하고 만들어 볼 수 있는 신도회의 블록 개발이 시급한 실정이다.

5) 유사특허 기술현황

(1) 자석이 결합된 다면체 블록 완구

본 발명은 다면체의 각 면에 자석이 유동 가능하게 결합된 다면체 블록 완구에 관한 것이다. 자석이 결합된 다면체 블록 완구는, 다면체의 각 면을 가로질러 형성되며, 그 내부가 격벽(W)에 의해 다수의 유동소공간(RS)으로 구획되고, 차단부재에 의해 각각의 개방단부가 외부와 차단되는 직선형 홈형상의 유동공간(R)이 구비된 다면체 블록과 블록의 유동소공간(RS) 중 양 단부측 유동소공간(RS)에 각각 유동 가능하게 넣어진 자석으로 구성된다. 본 다면체 블록 완구는, 단위 블록 간 다면체의 접촉면적 및 결합 위치를 자유롭게 변화시킬 수 있기 때문에 일반 블록 완구에 비하여 더욱 다양한 형상의

입체물을 결합시킬 수 있고, 그에 따라 어린이의 도형 및 입체물과 관련된 교육에 상당한 도움이 될 것으로 기대된다.[5]

(2) 유아 학습용 자석블록

본 발명은 유아 학습용 자석블록에 관한 것으로, 더욱 상세하게는 영구자석 및 이에 자착(磁着)되는 금속구슬이 별도의 고정수단 없이 나무재로 된 블록체에 결합될 수 있도록 발명된 것이다. 발명의 구성은, 나무재로 조립구멍이 뚫어지는 블록체와, 이 블록체에 조립되며 금속볼과 영구자석을 포함하는 자착부재로 구성된 것이어서, 상기 자착부재는 그 직경이 조립구멍의 내경 보다 큰 외경 치수로 성형되며 조립구멍과 접촉되는 외부 형상이 호형상으로 성형되어 조립구멍에 강제 압입되어서 조립됨을 특징으로 한다.[7]

(3) 조립식 교육·완구용 블록 세트

본 발명은 조립식 교육·완구용 블록 세트에 관한 것으로, 정사각형 판재의 네 변에서 외향으로 사다리꼴 모양처럼 일정한 길이만큼 연장되어 형성된 수끼움맞춤부 및 암끼움맞춤부와, 상기 정사각형의 네 변의 경계에는 접합선이 형성된 상태에서, 상기 수끼움맞춤부의 내측으로 형성된 체결돌기와, 상기 수끼움맞춤부의 체결돌기가 끼워질 수 있도록 대응하게 체결 홈이 형성된 암끼움맞춤부로 구성되어 수끼움맞춤부의 체결돌기와 암끼움맞춤부의 체결홈의 숫자를 달리한 5종류의 정사각형 판재로 구성된다. 본 발명은 다양한 형태의 입체 구조물을 만드는 놀이 과정에서 아동의 두뇌개발 및 성취감을 느낄 수 있도록 도와준다. 또한, 완성된 구조물의 외면에 다양한 그림을 그릴 수 있도록 하여 만들기와 그리기 놀이를 동시에 할 수 있으며, 정사각형 판재의 전면에 다양한 문양과 색채를 인쇄하여 시각적인 효과를 느낄 수 있을 뿐만 아니라 숫자, 사물의 명칭 등을 쉽게 익힐 수 있도록 문자나 그림을 함께 인쇄하여 아동 학습능력 및 창의력을 향상시킬 수 있는 유용한 발명이다.[4]

(4) 유아 학습용 블록 완구

본 고안 유아 학습용 블록완구는 전개된 상태에서 블록으로 절첩하는 골판지의 외주면에 입체감을 부여할 수 있도록 인쇄된 벽돌 문양을 돌출되도록 형성하여 적층된 벽돌을 시각 및 촉각으로 느낄 수 있는 것이다. 또

한, 골판지에서 인쇄되어 돌출된 벽돌 문양은 유아들의 지적 호기심을 유발시키면서 동시에 사물의 형상에 대한 이해력, 창의력, 응용력 등을 개발하고 향상할 수 있도록 다양한 그림이나 숫자 또는 문자를 표면에 인쇄한 것을 특징으로 한다. 본 학습용 블록 완구는 전개된 골판지에 인쇄된 벽돌문양이 적층된 것처럼 시각적으로는 물론 감촉으로도 느낄 수 있도록 하고, 사물에 이름, 숫자 등을 쉽게 익힐 수 있도록 문자나 그림을 함께 인쇄하여 학습능력 및 창의성과 여러 지능 및 감각을 향상시킬 수 있는 효과가 있다.[8]

(5) 자력을 이용한 조립식 블록완구

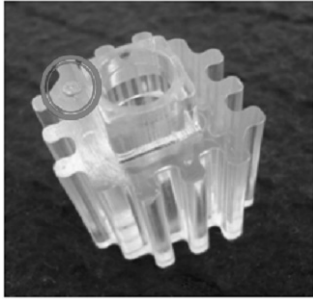
본 발명은 자력을 이용한 조립식 블록완구에 관한 것으로서, 더욱 상세하게는 블록의 내부 공간부에 자석이 삽입되어 블록들을 서로 마주하면 공간부의 자석들이 각각 회전되면서 N, S극의 결합을 이루어 자연스럽게 부착되어 자석의 극성이나 블록의 방향에 구애됨이 없이 블록들을 간편하게 입체적으로 쌓아올려 결합시킬 수 있고 조립된 블록들은 자력(磁力)에 의하여 견고하게 결합되어 흐트러지거나 무너지는 등의 폐단을 효과적으로 방지할 수 있도록 한 발명에 관한 것이다. 본 발명은 다면체, 원기둥, 원추, 삼각뿔과 같이 다양한 형상의 입방체로 형성되어 쌓아올리도록 구성된 블록에 있어서, 상기 블록의 몸체 내부에는 공간부가 형성되어 자석이 여유공간을 두고 삽입되고, 공간부의 입구는 마개가 결합되어 고정되며, 서로 다른 블록들을 마주하면 공간부의 자석들이 각각 회전되면서 N, S극의 결합을 이루어 자력의 힘에 의하여 블록들이 서로 부착되도록 한 것을 특징으로 하는 자력을 이용한 조립식블록완구에 의하여 달성될 수 있는 것이다.[6]

3. 전문블록(다모블록) 개발

1) 구성원리

다모블록의 특허발명 기술[9]를 살펴보면, 오목과 볼록을 이용하여 사방으로 슬라이드 방식으로 조립되고, 상하로 적층 조립 가능한 블록이다.

<그림 4>에서 보는 바와 같이 4면은 3개의 볼록 구조와 2개의 오목구조로 형성되어 있다. 두 개의 볼록을 오목과 볼록을 서로 교차시켜 슬라이드 방식으로



〈그림 4〉 다모블록 형상

조립하는 원리이다. 원안에 있는 볼록한 점은 블록 간의 방향을 나타내어 블록 간의 조립 시 방향 설정을 하고, 블록 간의 견고성을 높이기 위한 방법으로 동일 방향으로 조립하면, 조립할 때 원활히 조립이 되고, 다른 방향의 위치에 조립하면 뻑뻑하여 고정 및 견고성을 높일 수 있는 양면성을 갖는다.

블록의 상측은 볼록하게 튀어 나와 있고, 하측은 상측의 볼록한 부분이 결합되도록 오목하게 내입되어 있다. 블록을 관통하는 연필크기의 구멍이 있어 조립축을 형성시켜 블록 간의 조립이 가능하고, 전구를 끼우고 전선을 연결할 수 있는 통로로 활용된다.

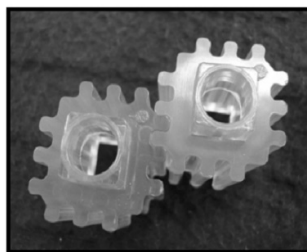
2) 조립방법

블록 간의 조립은 블록의 육면 조립을 통해 다수개의 조립 방법이 있다. 블록 간 4면을 연결하는 조립방법이다. 〈그림 5〉과 같이 2개의 오목과 3개의 볼록한 부분을 다른 블록의 오목, 볼록과 서로 맞추어 조립하는 방식이다. 〈그림 6〉 같이 블록의 오목, 볼록의 위치를 변경하며 조립할 수 있으며, 〈그림 7〉은 블록 간의 오목, 볼록을 서로 조립하고, 블록의 사이를 연결하는 방식으로 견고성을 높일 수 있다. 높낮이를 조절하는 조립방법으로서, 〈그림 8〉와 같이 다양하게 표현가능하다.

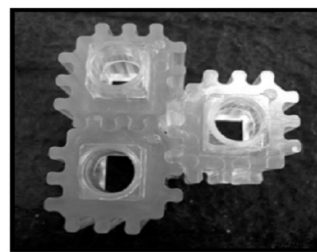
〈그림 9〉는 서로 적층할 수 있는 방식으로서, 블록 간의 4면 조립과 적층할 때 〈그림 10〉과 같이 블록의 상부 표면에 볼록하게 표시된 점을, 같은 방향에 맞추어 조립을 해야하는 주의점이 있다. 블록적층 시, 점의 방향이 일치되어야 〈그림 11〉과 같이 또 다른 블록을 적층으로 연결된 블



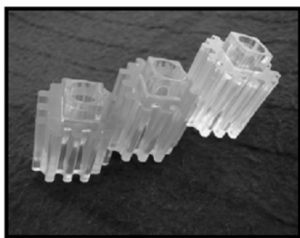
〈그림 5〉 조립방식 1



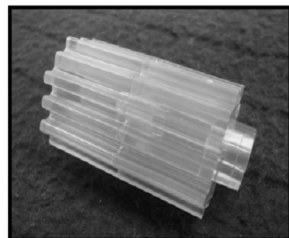
〈그림 6〉 조립방식 2



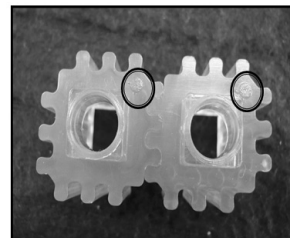
〈그림 7〉 조립방식 3



〈그림 8〉 조립방식 4



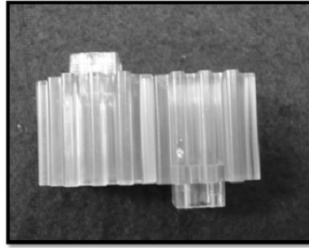
〈그림 9〉 조립방식 5



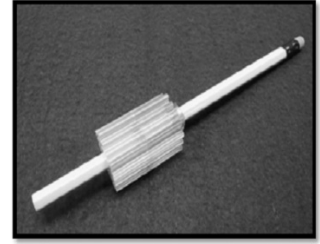
〈그림 10〉 조립방식 6



〈그림 11〉 조립방식 7



〈그림 12〉 조립방식 8



〈그림 13〉 조립방식 9

록 사이를 연결할 수 있으며, 블록들을 고정할 수도 있다.

블록 간 서로 반대로 연결하는 조립방법이 있다. 〈그림 12〉와 같이 블록 간 서로 반대로 연결하여 블록의 방향을 바꿀 수 있는 조립방법으로서, 블록 간 점을 일치시키는 요령이 필요하다. 다음으로 블록의 관통된 구멍에 연결핀(예 : 연필, 줄, 전구 등)을 연결하는 조립방법이다. 연결핀에는 연필, 줄, 전구 등이 될 수 있고, 〈그림 13〉와 같이 연필을 연결한 모습이다. 연필로 블록을 연결하면 블록이 회전을 할 수 있어 발명품을 만들 때 구동축으로 활용할 수 있는 장점이 있다.

3) 교육적 특징

개발한 블록(이하 다모 블록)은 한 종류의 블록으로 다양한 형태의 발명품 조립이 가능해, 블록이 분실하여도 조립을 원활히 할 수 있는 특징이 있다. 오목과 볼록으로 이루어진 블록은 사용자의 손가락과 손바닥을 자극시켜 뇌를 자극하는데 효과적이다. 다모 블록은 한 손에 하나 이상의 블록을 쥌 수 있는 크기로 이루어져 두 개의 블록을 서로 조립할 때, 블록의 4면, 상측, 하측은 오목과 볼록이 연속적인 모양으로 손가락과 손바닥을 자극하는 특징을 갖는다. 한 방향 조립을 유도할 때 유연성을 높이고, 4면을 미세한 오차를 두어 다른 방향 조립 시, 견고성과 난이도에 차별화를 두었다. 블록의 6면은 모두 오목과 볼록으로 이루어져 6면 모두 조립가능 하지만, 4면의 위치를 변동하거나 조립되는 높낮이를 조절하여 다양한 모습을 용이하게 표현할 수 있다. 머릿속으로 구상한 것을 그림으로 표현하듯 블록을 통해 모형화시키는 과정은 창의력을 발휘할 뿐만 아니라, 생각하지 못했던 아이디어 도출이 가능해져 교육적 활용도가 대단히 높다. **민국발명진흥원**

다음호에 계속



윤상원
 영동대학교 발명특허공무원학과 주임교수
 공학박사, 기술사
 한국대학발명협회 부회장
 대한노인과학발명협회 연구회 회장

지식재산권으로 히트상품을 만들어보자!

애플과 구글 編 <1부>

20 10년 최대의 히트상품은 무엇이 될 것인가? 아직 2010년이 절반도 흐르지 않은 지금 시점에서 이러한 화두를 던지는 것은 상당히 무모하며, 그것에 대한 답을 제시하는 것도 역시 많은 부담이 따르는 것이다. 하지만 '지식재산권으로 히트상품을 만들어 보자!' 면서 칼럼을 연재하기 시작한지 4달이 지난 시점에서, 과연 최대의 '히트상품'의 분석에 도전하지 않는 것은 독자들에게 말뱃을 지고 사는 기고가의 태도가 아니라고 생각되어 이번 연재를 시작하게 되었다. 필자의 소견으로는 2010년 최대의 히트상품은 '애플'사의 휴대용 태블릿 미디어 기기(PC가 아니다.)인 'iPad'가 될 것이며, 만약 iPad가 2010년 최대의 히트상품이 되지 못한다면 그 자리는 Google의 전망위적 운영체제인 Android가 될 것이다. 그렇다면, 구글과 애플의 '지식재산권'을 분석함으로써 이러한 히트상품의 매력포인트가 무엇인지 확인해보자. 언제까지 '소비자(또는 Fan)'의 입장에 있을 수는 없지 않은가?



그림 1) 진정한 히트상품이란 플랫폼(즉, 생활) 자체에 막대한 영향을 주는 상품이다. 휴대기기의 개념을 뒤바꾼 '애플'과 커뮤니케이션의 진보를 이룬 '구글'은 시대를 이끌어가는 리더임에 틀림없다. 리더들의 '특허'를 분석하고 이를 <나의 아이디어>에 접목시킴으로써 사람들의 생활을 바꾸는 리더가 되자.

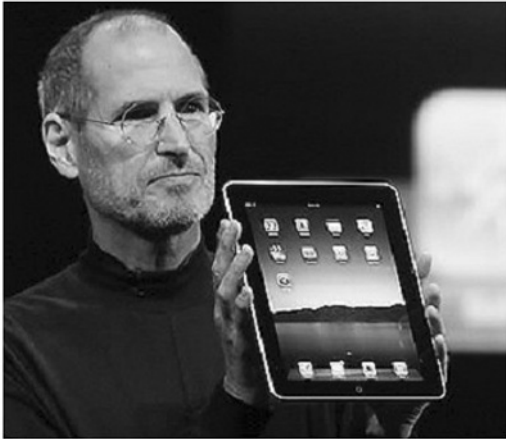


그림 2 | 히트메이커 스티브잡스가 Apple사의 신제품 iPad를 선보이고 있다.



그림 3 | 구글의 안드로이드 운영체제는 사람의 손바닥(스마트폰)을 넘어서 거실(TV)로 향하고 있다.

구글과 애플의 영향력

IT신문(전자신문, 디지털타임즈, ZDnet)이 아닌 3대 일간지에서도 매일같이 회자되고 있는 Google과 Apple은 21세기 초반 최고의 이슈메이커이며 머니메이커이다. 애플의 경우, 스티브잡스가 1976년에 차고에서 '매킨토시', '애플2' 등의 컴퓨터 제작을 시작한 회사로서, 엄청난 성공과 실패의 우여곡절을 겪다가 독선적인 창업자인 스티브잡스가 퇴출되는 상황을 맞기도 했다. 이후 애플은 1998년 스티브잡스를 복귀시켰고, 그는 복귀와 함께 아이맥, 아이팟, 아이튠즈를 연속으로 성공시켰다. 이후, 애플은 휴대용 모바일 기

기인 '아이폰'을 출시하였고 3년간 8,500만 대가 판매되었다.

애플사의 차세대 제품인 아이패드에는 6월 현재 북미에서만 200만 대 가까이 판매되었으며, 5월 말부터 개시되는 해외판매에 의하여 6월 말까지 약 300만 대가 팔릴 것으로 예상되고 있다. 미국의 투자전문 컨설팅 업체 RBC캐피털마켓은 대당 가격이 60만 ~ 90만 원에 이르는 아이패드가 2010년에만 800만 대 판매될 것이라고 예상하고 있다. 만약 예상치를 달성하게 된다면, 아이패드는 우리 '생활'에 영향을 미치는 새로운 '매체'로서의 지위를 확보하게 될 것이다.

한편, '검색엔진' 회사였던 구글은 검색시장에서 80%의 점유율을 보이고 있으며, 온라인광고 시장점유율은 70%에 이른다. 구글은 이러한 성공에 힘입어 몇 년 전부터 종합적인 인터넷 소프트웨어 개발회사로 회사의 체계를 바꾸더니, 인터넷 브라우저인 '크롬'을 내놓았고, 위성사진을 컴퓨터로 쉽게 확인할 수 있는 '구글어스', GPS와 연동하여 세계 구석구석을 탐지할 수 있는 '구글맵' 등을 차례로 출시하여 성공시켰다. 수요자들의 니즈를 최고의 기술력으로 절묘하게 승화시킨 구글은 차세대 성장동력으로 차세대 플랫폼에 욕심을 내기 시작하였고, 그 결과물은 ANDROID라는 전방위적 운영체제로 발현되었다. 구글의 안드로이드 운영체제는 첫 기획부터 모바일기기만을 위한 운영체제가 아니라 냉장고, TV, 심지어는 청소기까지 염두에 두고 만들어졌고, 이제 그 운영체제가 탑재된 휴대폰, 태블릿, TV 가전제품들이 나타나기 시작하였다.

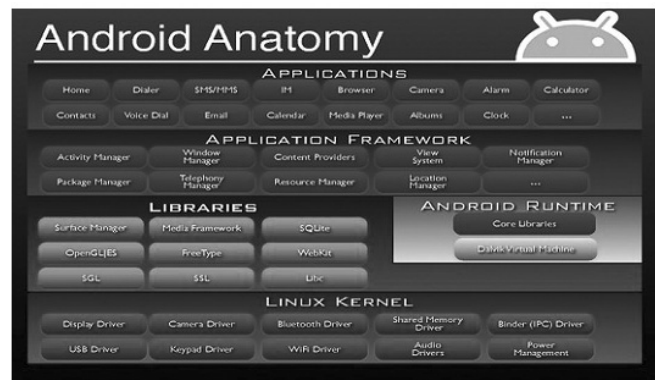


그림 4 | 안드로이드 시스템 스택. 시스템의 구성을 분석해보면 휴대폰만을 위한 운영체제는 아님을 알 수 있다.

그럼, 국내에 공개된 애플과 구글의 특허를 기초로 이들의 히트 포인트를 살펴보도록 하자.(구글의 지식재산권은 지면관계상 다음 호에서 분석하도록 하겠다.)

애플의 브랜드 - 집안에 쌓여가는 사과들

필자도 마찬가지이지만, 집에 '사과'가 여러 개 있는 사람들을 쉽게 찾아볼 수 있다. 한입 베어물은 자국이 있는 사과는 애플사의 심볼로 각 인되었으며, 이러한 일괄적인 브랜드 관리전략에 의하여 사과마크가 붙어있는 모든 제품에 '무조건적인 사랑'을 가진 사람들이 증가하는 추세다. 필자도 3대의 아이팟(ipod) mp3플레이어를 가지고 있으며, 최근에는 아이팟터치를 선물하기도 했을 만큼 '사과'는 매력적이며 '품질이 보증된 제품'으로 인식되어 있다.



그림 5] 45-2002-0001102

APPLE

그림 6] 제45-2008-0001400호

상표는 특허만큼이나 중요하며, 시간이 갈수록 그 가치는 기하급수적으로 증가하는 지식재산권이다. 애플은 역시 앞서가는 회사답게 다량의 상표를 보유하고 있으며, 대표적인 상표로는 상표출원 45-2002-0001102, 45-2007-0003594, 45-2008-0001400가 있다. 따라서 IT 계열 업종뿐만 아니라, 이와 유사한 업종에서는 사과 냄새가 풍기는 상표를 사용하기 힘든 상황이다.

공극의 수익모델 - iTunes

아이폰을 등장시키기 한참 전에도 애플은 'ipod'라는 훌륭한 미디어 플레이어로 많은 이들의 음악적 욕구를 해소시켜주었다. 그러나 당시(2003년 무렵) mp3의 유통은 넵스터를 위시한 저작권 침해소지가 다분한 웹서비스를 통해 공급되고 있었고, 이러한 유통구조에 의하여 많은 민형사소송이 제기되어 피해자들이 발생하게 되었다. 애플은 이러한 구조적 문제점에 착안하여 iTunes라는 어플리케이션을 개발하였고, 이를 국제출원인 PCT/US2004/012928로 출원하여 국내특허 10-0688414로 등록받았다.

발명의 명칭은 미디어의 네트워크를 통한 구매 및 분배용 방법 및 시스템 (METHOD AND SYSTEM FOR NETWORK-BASED PURCHASE AND DISTRIBUTION OF MEDIA)이며, 독립항인 청구항 22항에는 [네트워크를 이용한 미디어 구매 시스템으로서, 각각이 각기 다른 클라이언트 머신에 있는 다수의 클라이언트 미디어 플레이



그림 7] 아이튠즈, 애플의 모든 미디어기기를 컨트롤하는 메인 시스템이다.

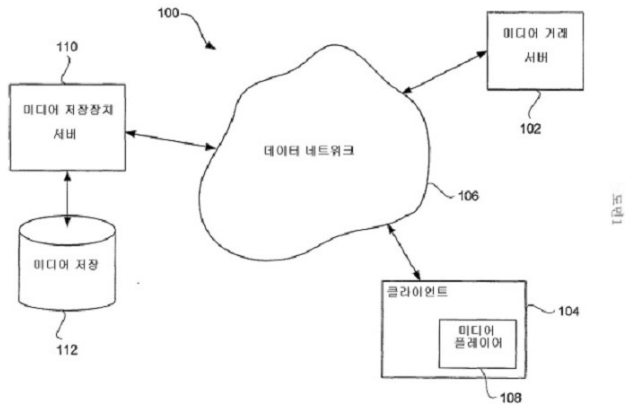


그림 8 iTunes를 관리화한 국내특허 제10-0688414호의 도1에 도시된 미디어 구매시스템의 블록도. 미디어 상거래 서버(102)를 포함하는 것을 특징으로 한다.

어 프로그램; 암호화된 포맷으로 미디어 아이템을 저장하는 미디어 저장 서버; 그리고 미디어 거래 서버를 포함하며, 상기 미디어 거래 서버는 상기 클라이언트 미디어 플레이어 프로그램이 지불을 개시하고, 구매된 미디어 아이템을 다운로드하며, 상기 미디어 아이템에 부과된 암호화를 수정하고, 상기 미디어 아이템을 상기 클라이언트 머신으로 저장하며, 그리고 뒤이어 상기 저장된 미디어 아이템을 사용하도록 상기 클라이언트 미디어 플레이어 프로그램을 가능하게 함으로써, 클라이언트 미디어 플레이어 프로그램 각각이 미디어 아이템을 구매할 수 있도록 하는 네트워크를 이용한 미디어 구매 시스템이 기재되어 iTunes와 같은 온라인 미디어 구매 시스템에 대한 권리를 폭넓게 확보하고 있다.

인터넷이 활성화되기 시작한 2000년 초반에도 많은 사람들이 시도한 온라인 미디어 유료화 프로그램이지만, 구체적인 기술, 막강한 협상력, 우월한 마케팅으로 인하여, iTunes는 유료 미디어 공급프로그램으로서의 독보적인 영역을 공고히 구축할 수 있게 되었다. 특히, 본 특허에 포함된 ‘미디어의 네트워크를 통한 구매 및 분배용 방법’은 BM(비즈니스 모델) 발명에 해당하는 것으로써, 상당한 권리범위를 보유하고 있다고 하겠다.

작은 화면을 크게 하다 - 멀티터치 기술

아이폰, 아이패드, 아이팟터치 등 일련의 메가히트 상품들의 공통점은 ‘단순함’이 가져오는 매력을 공유하고 있다는 점이다. 이러한 ‘단순함’은 윈버튼 시스템과 ‘터치스크린’에 의하여 비로서 가능하게 되었음을 부인할 수 없다. 특히, 인체에 흐르는 전기적 신호를 감지하여 기기의 작동을 제어하는 정전식 터치스크린은 종래의 터치스크린을 이용한 기기(감압식)들의 둔탁한 터치감을 월등히 밀어내고 애플사의 트레이드마크가 될 정도로 호응을 얻게 되었다. 그러나, 이러한 정전식 터치방식의 문제점 중에 하나가 ‘작은 화면’의 미세한 텍스트들을 접촉하였을 때 부정확한 터치가 이루어질 수 있다는 점이었고, 애플은 ‘작은 화면’을 크게 만드는 방법으로서 손가락 두 개를 사용하는 ‘멀티터치’를 고안해내게 되었다. 현재 멀티터치 기술은 전 세계적인 특허분쟁의 중심에 있는 기술이지만, 일반뉴스통신에서 애플의 기술로 많이 소개되고 있기에 애플의 특허를 기준으로 분석해보도록 한다.



그림 9 애플의 멀티터치기술은 인터페이스의 혁명을 가져왔다. 자유도의 혁신적인 증대라는 점에서 멀티터치와 단일터치는 극명한 효과의 차이가 있다.

애플의 멀티터치에 대한 특허는 상당히 여러 가지가 있는데, 그중 하나인 국내등록특허 10-0958491호는 국제출원인 PCT/US 2005/025641을 기초로 국내에 진입하여 성공적으로 등록된 특허이다. 본 특허에서 개시하고 있는 발명의 명칭은 '터치 감지 입력 장치용 모드 기반 그래픽 사용자 인터페이스'이다. 총 24개의 청구항으로 구성된 본 특허의 경우, 청구항 32항에서 구체적인 멀티터치 제어방법이 기재되어 있다.

청구항 32항에서는 [디스플레이 및 터치 스크린을 갖는 전자 장치 상에서 수행되는 방법으로서, 일련의 항목들을 디스플레이하는 단계; 제1 터치가 상기 일련의 항목들 위에서 검출되는지를 판정하고, 상기 제1 터치에 대응하는 제1 중심(centroid)을 판정하는 단계; 제1 터치에 대한 응답으로 가상 스크롤 휠을 활성화시키는 단계; 상기 터치 스크린과의 지속적인 접촉을 유지하면서 상기 제1 터치를 계속시키는 상기 제1 터치에 후속하는 빙빙 돌리는 동작 터치 이벤트가 상기 가상 스크롤 휠 위에서 검출되는지 판정하는 단계; 상기 빙빙 돌리는 동작 터치 이벤트가 검출될 때 상기 일련의 항목들을 통해 스크롤하는 단계; 상기 제1 터치와 적어도 부분적으로 동시에 존재하는(contemporaneous) 제2 터치를 검출하고, 상기 제2 터치에 대응하는 제2 중심을 판정하는 단계; 및 상기 제2 터치에 대한 응답으로 GUI 요소를 활성화시키는 단계를 포함하는, 디스플레이 및 터치 스크린을 갖는 전자 장치 상에서 수행되는 방법]이 개시되어 있다. 상기와 같은 단계로 멀티터치를 구현하는 애플사의 독자적인 방법이 구체적이면서도 넓은 권리를 확보할 수 있도록 기재되어 있다.

도면10

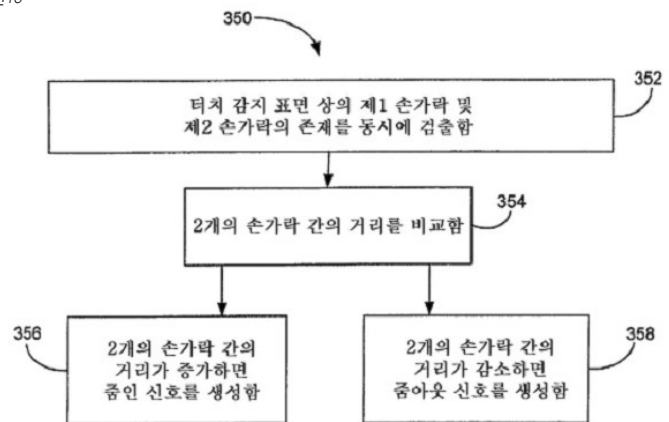
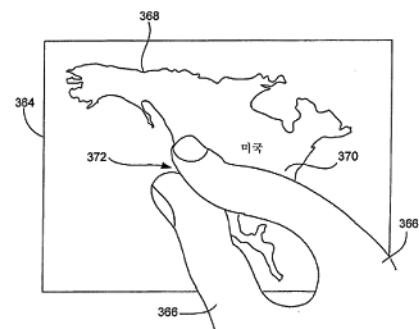


그림 10] 멀티터치 기술의 구현방법에 대한 도면

도면11b



도면11c

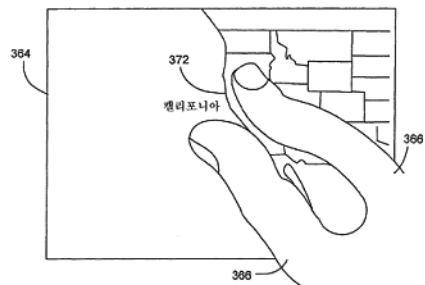


그림 11] 멀티터치의 실시 예(도면 11)

압도적인 디자인 – 메인화면과 외부디자인

애플의 많은 장점 중에 하나는 단연 '압도적인 디자인' 이라고 할 수 있다. 특히, 원하는 디자인의 제품이 나오도록 최적의 기술을 찾아 제품을 구성하는 능력은 가히 세계최고라고 판단된다. 성공적인 디자인경영을 위해서는 시장의 니즈를 선도하는 디자인 채택도 중요하지만, 채택한 디자인을 어떠한 기술로 실현하느냐가 더욱 중요하다고 하겠다. 앞서 살핀 멀티터치 기술과 정전식 터치디스플레이도 결국 소비자가 원하는 디자인을 가진 제품을 완성시키기 위해 창출된 것임을 잊지 말아야 한다. 이하에서는 애플의 대표적인 디자인권들을 살펴보도록 하자.

디자인의 대상이 되는 물품

이동통신기기

디자인의 설명

1. 재질은 합성수지 또는 금속 등임.
2. 본 디자인의 흰색부분은 철, 알루미늄, 아노라이징 알루미늄, 크롬, 니켈 등과 같은 금속으로 표현될 수 있는 것임.
3. 실선으로 표현된 부분이 부분디자인으로서 디자인 등록을 받고자 하는 부분임.
4. 단면은 생략하였음.

디자인 창작 내용의 요점

“이동통신기기”의 형상과 모양의 결합을 디자인창작 내용의 요점으로 함.

사 시 도

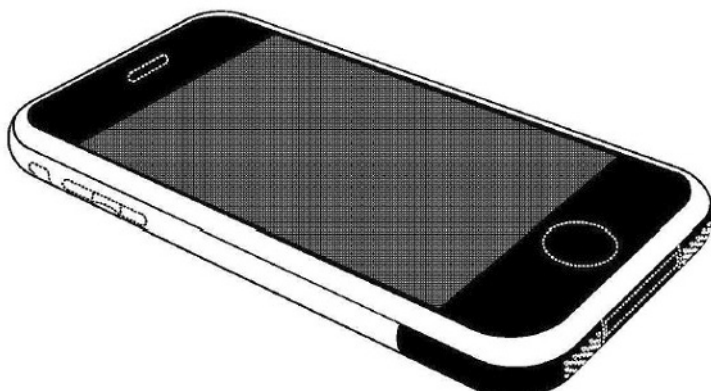


그림 12] 등록디자인 제30-0469567호로 보호되고 있는 iPhone의 외장 디자인

애플의 디자인을 한마디로 요약하자면 ‘절제’를 통한 ‘세련미’ 일 것이다. 애플사는 수많은 명품 디자인을 완성시켰으며, 이를 제품화시켰다. 또한 애플의 모든상품을 제3자가 쉽게 Copy할 수 없게, 각 제품의 모든 부분을 디자인권으로 보호하였다. 지금도 시장에 상품을 출시하여 히트시켰지만, 순식간에 카피제품이 등장하여 쇠락의 길을 걷는 많은 중소기업 경영자들이 있다. 어떤 이는 특허나 디자인권을 등록받아봐야 Copy제품이 발생하면 실효를 거둘 수 없다고 한다. 과연 그럴까?

이른다. 애플은 시장을 선도하는 업체로서, 아무리 사소한 디자인이라고 하더라도 비싼 비용을 지불해야 하는 국제출원(미국출원을 기초로 한국에 진입하는 출원)을 한다. 이정도로 철저하게 디자인을 관리하기 때문에 시장에서 1위를 고수할 수 있게 된 것이다. 혁신적인 아이디어와 신속한 제품화, 그리고 철저한 관리를 통한 강력한 대응으로 (적어도)국내에는 ‘짜퉁’ 아이폰은 물론, 비슷하게 생긴 미디어 플레이어조차 없다. 진정한 1위가 되고자하는 발명인이라면, 그리고 그들이 이끌고 있는 기업이라면, 애플과 같이 종합적인 지식재산권 회사가 되어야 할 것이다! **한국발명진흥회**

정면도



그림 13] 등록디자인 제30-0538666호의 화상디자인. 출원문헌에는 iPhone의 모든 기본프로그램의 인터페이스가 권리화되어 있다.

제품디자인에서 세계적인 회사라고 할 수 있는 애플의 경우, 단일제품인 iPhone에 관한 국내 디자인출원만 해도 50여 건에 이른다. 권리가 약한것으로 알려진 화상디자인만해도 20여 건에

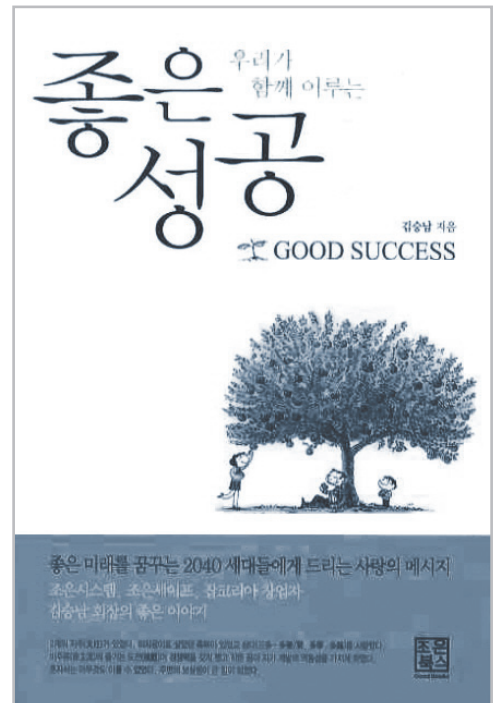


엄정한 변리사

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

좋은 성공

우리가 함께 이루는



저 자 _ 김승남
출판사 _ 조은북스

책소개

우리가 함께 이루는 『좋은 성공』. 이 책은 잡코리아 창업자인 김승남 회장이 좋은 미래를 꿈꾸는 2040세대들에게 전하는 메시지를 담고 있다. 50대 중반의 나이에 직업군인 출신의 기업 경영인이 IT기업인 조은시스템, 잡코리아, 조은세이프를 포함한 몇 개의 기업들을 창업하며 체득한 값진 결과물을 전한다. 이를 통해 우리 시대의 많은 젊은이들이 뜻 소년처럼 미래를 꿈꿀 수 있도록 한다.

한국 기업의 대표적인 지식재산전략은 무엇입니까?

일본 기업의 삼위일체 지재경영전략

제품의 불량률단위를 퍼센트에서 PPM(백만개당 한층 엄격하게 관리하는 기업은 미국이나 일본 등 선진국 기업들에서 많이 볼 수 있다. 특히 미국의 모토로라와 IBM 그리고 일본 도요타 등의 혁신적인 PPM관리가 성공사례로 세계 각국에 널리 알려져 있다. 이들 기업들의 성공사례를 요약 정리한다.

<편집자주>

6시그마 전개 - 불량률 40PPM 모토로라

BPQM 84년부터 실시 큰성과 IBM

JIT기법 바탕 在庫관리 개선 도요타

모토로라

미국의 세계적인 통신 및 전자기기 메이커인 모토로라는 6시그마라는 독특한 품질관리기법을 전개하고 있는 기업으로도 유명하다.

모토로라는 6시그마 품질목표를 달성하기 위해 통계적 공정관리(SPC)체제를 확립하고 고객지향의 품질지수를 개발해 운영하고 있다.

그결과 대부분의 분야에 걸쳐 지난 89년까지 불량률

을 10배정도 개선하는 효과를 거두며 이어 91년에는 불량률 1백배 개선목표를 달성하기도 했다.

모토로라의 최근 불량률 수준은 40PPM(5·4시그마) 수준에 이르고 있다. 앞으로 매 2년마다 불량률을 10배씩 낮춘다는 야심찬 계획을 추진하고 있다. 제품 1백만개당 불량품 1백개 수준의 PPM관리를 넘어 제품 10억개당 불량품

전개 수준에서 2백PPM 즉, 제품 1백만개당 20백개 수준까지 낮추는 데 성공했다.

도요타

일본의 자동차 메이커인 도요타는 필요한 물품을 필요한 때에 필요한 양만 만든다는 JIT(Just In Time)기법을 바탕으로 한 고품질 전략으로 큰 성과를 거두고 있다.

이 회사는 JIT 실현조건으로 생산의 표준화 소인화 자동화 전자적 개선활동 등으로 정하고 이를 실천함으로써 재고관리를 획기적으로 개선시켰다. 또 자동차 판매업자와 분사, 그리고 부품공급업체 사이에서 최종고객과 주문정보가 어떻게 흐르는가를 분석해 이를 최적의 정보네트워크(전략적 정보시스템)로 연결시켰고 생산에서부터 라인관리에 이르는 대부분의 공정을 컴퓨터로 총괄하는 컴퓨터 통합생산시스템(CIM)을 구축했다.

그림1. 모토로라의 6시그마 전개를 소개하던 1995년의 기사, 모토로라의 6시그마는 1986년에 정립된 불량률 최소화를 위한 공정관리기법이었다. (1995. 5. 11일자 매일경제)

애초에 모토로라에서 고안된 6-시그마¹⁾는 제조단계에서의 불량률을 줄여 완벽에 가까운 제품을 만들어내기 위한 기법이지만, 많은 기업들이 이를 경영기법의 하나로 인식·발전시킴으로써, 강력한 경영 툴의 하나로 각광을 받은 바 있다. 이제 기업 간의 치열한 지식재산 전쟁이 전개되면서, 지식재산의 운영전략이 경영 전략화하는 단계를 밟아 나가고 있다. 이러한 와중에 우리 기업들도 저마다의 지식재산경영전략을 세워나가고 있지만, 아직 우리 기업들에게 적합한 확립된 경영전략의 대표적인 것을 말하기는 이르다고 말할 수밖에 없다.

이에 우선은 지식재산 부문의 확립된 경영전략으로서 '삼위일체 경영전략'을 내세우고 있는 일본의 사례를 통해, 우리에게 맞는 경영전략의 수립을 기대해 보는 기회를 가졌으면 한다.

경영원칙으로서의 삼위일체

삼위일체 경영전략이란 간단히 말하면, 사업전략, 연구개발전략, 지재전략이 하나의 경영전략으로 맞물려 기획되고 추진되어야 한다는 지식재산의 위치에서 본 경영원칙이라고 할 수 있다.

1) 1986년 모토로라의 엔지니어인 빌 스미스가 정립하였다. 이전에 많이 쓰이던 불량률 제로 운동, 총체적 품질경영기법 등의 다양한 품질관리 기법에서 많은 영향을 받아 만들어졌다. 6시그마는 1995년 잭 웰치가 제너럴 일렉트릭에 도입하면서 한층 더 알려지고 발전하였다.

물론 기타의 분야에서 바라보는 경영전략은 그 분야의 수만큼 많다고 할 수 있다. 재정측면에서, 기업의 핵심이 되는 기술의 측면에서의 기업전체의 경영 전략을 논해 왔다는 것은 익히 아는 사실이다. 그리고 이런 각 경영부문의 중요성을 인식하여, 분야별 최고책임자를 두고 있다. 그런데 아직까지 지식재산에 대한 경영적인 마인드가 확산되어 있지 않은 탓에 기술중심의 대기업에서도 기술최고책임자(CTO)는 있어도 지식재산최고책임자(CIPO)는 없는 경우가 많이 있다.

특히 소니의 경우, 뛰어난 경쟁기술을 가진 기업임에도 불구하고, 기술로열티의 후자라든지, 특허출원과 관리에 대한 인식은 여타의 경쟁기업만큼 강하지 않다. 매출수준에 따른 특허출원의 상관관계에 관한 일본지적재산협회의 조사에서 보면, 일본을 대표하는 전기분야 11개 대기업 중 소니는 가장 높은 매출지수를 보이고 있지만, 특허출원에서는 최하위로 나타나고 있다.

성급한 결론인지 모르지만, 지식재산에 대한 각별한 투자와 조직체계를 가지고 있는 캐논이 1990년대 후반부터 급부상한 데 비해, 소니는 1990년대 후반부터 삼성이나 애플을 비롯한 후발주자들에게 선두자리를 내주고 있는 사정에서 지식재산부문에 대한 투자와 집중이 얼마나 중요한지 알 수 있다.

결국, 삼위일체 경영전략이란 지식재산부문에 바라보는 기업의 경영원칙이라고 볼 수 있다. 지식재산이 기술개발과 마케팅 등과 별개로 이루어질 수는 없다는 것은 너무나 자명하기 때문이다. 핵심기술을 만들어내는 것으로 기술을 보호하고 활용할 수 없는 시대가 되었기 때문이다. 조금이라도 유사한 기술을 선보이는 기업이 있으면, 특허소송으로 몰아가는 것이 지식재산분야의 대외환경이다.

자사의 기술을 효율적으로 보호하고 활용할 수 있도록 만들기 위해서도, 이를 경영의 핵심전력으로 삼아 운용하기 위해서도 사업전략과 기술개발전략 그리고 지재전략은 하나로 움직여야 하는 것이다.

관리에서 경영으로의 전환

앞서 소니의 예를 들었지만, 그렇다고 해서 소니가 결코 지식재산 교육에 관심이 없다거나 조직체계를 갖추고 있지 않다는 의미는 아니다. 소니는 삼성이나 LG보다 체계적인 지재조직을 갖추고 있고, 지재부원들에 대한 교육도 신입부터 관리자까지의 체계적인 과정을 진행하고 있다.

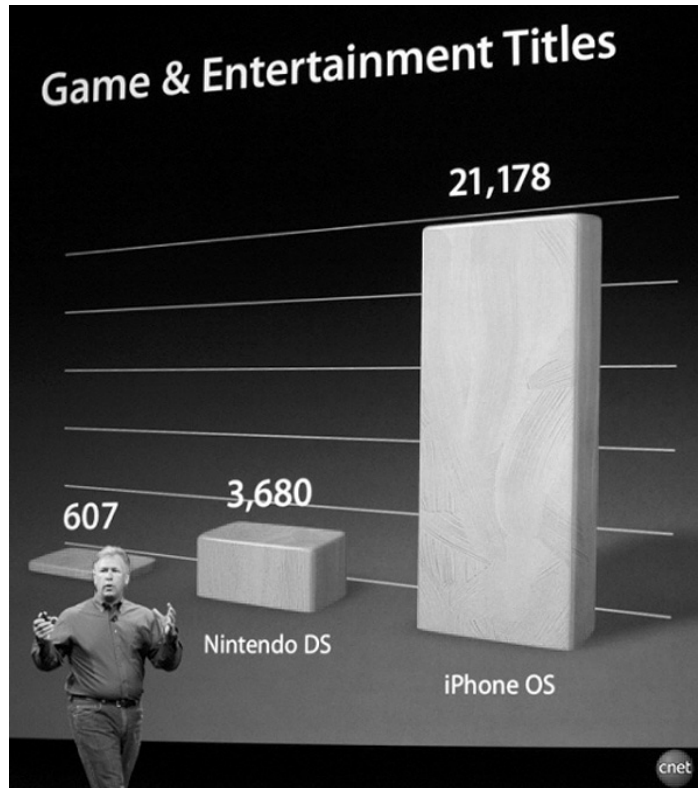


그림 2. 애플의 아이패드 발표 현장에서 소니, 닌텐도, 애플의 게임 타이틀 판매량을 비교하는 도표를 설명하고 있는 필립 쉐러 부사장

다만, 소니의 지식재산 조직은 경영의 관점에 보다는 관리적인 측면에 보다 근접해 있다는 사실이다. 그리고 수많은 영상컨텐츠를 확보하여, 세계 영화 저작물의 2/3를 보유하고 있다고 할 정도의 규모를 자랑하고 있지만, 우리는 아직 소니가 이러한 방대한 컨텐츠를 네트워크화하거나 애플의 앱스토어와 같은 전자적인 형태의 영상공급망을 갖추고 있다는 소식을 접하고 있지 않다. 소니는 아직까지도 자체기술을 표준화한 블루레이용 영상을 만들어내는 데에 더 주력하고 있을 뿐이다.

앞서 언급한 대로, 소니는 '기술로열티 수치 흑자는 별로 중요하지 않다. 소비자가 원하는 제품을 만드는 것이 기업 경영의 목표' 라고 말하는 측면이 더 강하다.

거대한 기업 소니를 다소 함부로 폄하하는 표현이 되었는지 모르겠다. 다소 거시적인 예를 들어, 지식재산의 관리에서 경영으로의 전환이 필요하다는 점을 강조한 것이므로, 어찌 보면 결과론에 입각한 이야기일 수도 있다는 점은 경계의 말로 남겨둔다.



그림3. 모바일 디바이스 관련 특허소송 현황 (세계 IT업계 특허전쟁중, 서울신문, 2010. 5. 18자)

그렇다면, 지재부서관리적인 측면의 지재에서 경영으로의 지재를 위한 보다 세부적이고 실천적인 방안은 어떤 것이 있을까? 삼위일체 지재경영이 무리여 가는 일본에서는, 그들의 문화에 어울리게도, 지식재산이 전사경영에 미치는 영향력이나 가치를 지수 혹은 금전적인 척도로 환산하여 설명할 수 있어야 한다고 말한다. 우리나라에서도 IP지수의 개발을 논하기도 하지만, 이를 기업의 주가와 연계하는 방안이나 특허에 대한 평가시스템의 구축 정도로 집약되어 있는 느낌이다.

단순화해서 말하며, 경영은 결국 금전으로 표현되고 숫자로 평가된다. 더욱이 아직 지재부문이 경영전략의 일부로 인식되고 있지 않은 상황에서는 타부문의 협력을 도출하기 위한 공통의 언어로서 어려운 지재용어보다는 경영의 언어가 더 중요하다는 것이다.

예를 들어, 특허사용료의 수입과 지불은 순수입, 순지출 성격의 금전으로 이는 사업부문의 영업이익에 해당한다. 영업이익률에는 혈안이 되어 조금의 감소에도 민감해하는 사업부문의 인력들에게 특허사용료를 같은 시각으로 보게 하는 것도 지재경영으로 가는 길의 하나인 셈이다.

일본 역시도 제조분야 기업의 특허부서는 코스트센터라는 위치에서 벗어나지는 못하고 있다. 이런 점에서 사업부서와 같은 profit centre와는 달리, 숫자로 표현되는 경영의 언어에는 생소할 수밖에 없다. 연구개발 부문에서 만들어진 발명을 권리화하고, 사업부문에서 고안한 상표와 의장을 권리화하는 지재부서의 기본활동은 결국 관리업무라고 할 수밖에 없다. 이러한 관리측면의 지재활동에서 벗어나서 전사경영이라는 역할을 감당하기 위한 노력이 삼위일체 경영전략에 담겨 있는 것이다.

눈에 보이는 지재

결국 지재부문의 경영전략화는 지재를 눈에 보이게 만드는 데에 초점이 있다고 본다. 이는 재무제표와 지재활동을 연결시킬 수 있는 지표화와 지식재산정보의 구축으로 집약해 볼 수 있을 것 같다.

특허의 지표와라는 것은 개발된 기술을 어떻게 권리화할 것인가와 연관이 있다고 볼 수 있다. 방어를 위한 기술인지, 제품화를 위한 기술인지, 라이선싱을 위한 기술인지 등을 판단할 수 있어야 한다. 기업의 재무제표 즉 손익계산서(PL), 대차대조표(BS), 캐쉬플로우계산서(CF) 등을 활용하여, 시장점유율이 높은 제품과 관련된 기술인지, 시장점유율과 시장성장률이 높지 않은 기술인지, 시장성장률은 높지만 자사의 시장점유율은 낮은 제품인지, 또는 시장점유율이 높는데 시장성장률은 낮은 제품인지 등으로의 구분 또는 지표화도 생각해 볼 수 있을 것이다.

그리고 경영정보로서의 지재정보를 구축하는 것도 매우 중요하다. 특허의 경우, 출원부터 권리화에 이르기까지 time log, 기술의 진부화, 기술의 트렌드 변화에 따른 자산가치의 변화가 크다는 점으로 인해 종래의 경영 수법으로는 한계가 있다. 지재 창출의 사이클을 지식재산의 창조로부터 권리화를 거쳐 바로 활용에 이르도록 하여, 지재의 활용을 통해 생긴 자금을 다시 연구개발에 투자하여, 지식자산을 창조하는 사이클을 그려야 한다. 그런데 통상 이러한 사이클은 기술분야에 따라 다르겠지만, 한 사이클이 도는데에는 대략 10년여의 시간이 걸리는 것으로 보고 있다. 그래서 과거에는 긴 시간의 축을 중심으로 자산상황을 투영해보는 방식이 운영되었지만, 이제는 시간의 흐름에 따라 동적인 흐름을 직감적으로 읽어낼 수 있는 경영정보의 구축이 필요하다는 것이다.

수익성, 사업성, 사업규모를 황축으로 하고, 시장의 성장률 등의 잠재성을 종축으로 하는 그림을 그려냄으로써, 특허관련 데이터가 사업성과 잠재성을 나타내는 지표로 확장할 수 있는 특허가치의 궤적을 추적해야 한다. 그래서 이러한 변화는 일본의 지재전문대학원에서 다루는 과목을 통해서도 파악해 볼 수 있다. 소위 지재를 아는 경영자, 경영을 아는 지재책임자를 육성한다는 목표를 가지고, 지적재산경영전략특론과 같은 과목을 통해서, 회사경영에서의 지

재 역할론, 또는 타부문에서 지재를 바라보는 방법을 논하고 있다. 재무제표와 지재활동과의 관계를 논하는 경영과 지재의 연결뿐만 아니라, 연구기획부문의 인력을 위한 과목을 설치하고 있는 등 다양한 응용전략을 제안하고 있는 것이다.

기술에서 경영까지를 관통하는 눈

리버스엔지니어링의 문제가 특히 심각한 반도체집적회로의 배치설계 분야에서는 어떤 분야보다 균등론을 보완할 요소가 필요하다. 기존의 집적회로와는 다른 새로운 기능을 구현하는 배치설계라고 하더라도, 사무실 하나를 차지할 만큼의 큼직한 배치설계 도면은 누가봐도 차이점이 없어 보인다. 그래서 소위 반도체 집적회로의 핵심기능을 구현하는 코어 셀에서 특이점이 있으면, 이를 리버스엔지니어링의 결과가 아니라고 판단하게 된다. 하지만 이도 수월

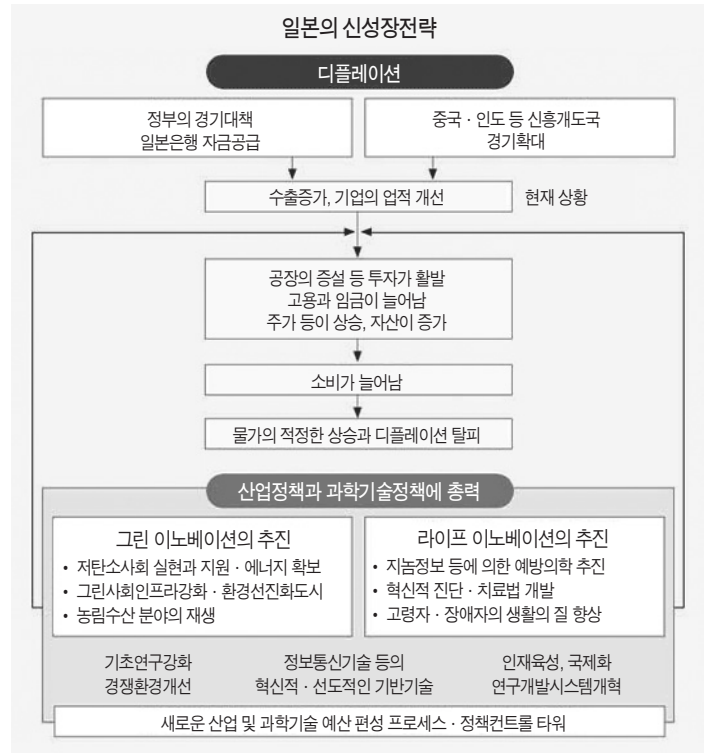


그림4. 일본의 지식재산정책을 포함한 신성장 전략의 토대 (하토야마, IT·과학기술·지적재산 정책 통합...신성장 전략에 '올인', 중앙일보 2010. 5.20일자)

치 않아서, 법원에서는 코어 셀에 대한 연구개발이 리버스 엔지니어링이 아닌 자체의 기술력을 통한 개발임을 입증할 자료로 연구노트(paper trail)의 제출을 명령하기도 한다.

이처럼 연구개발 단계 이전부터 분쟁을 보는 눈을 갖추지 않으면, 지식재산 업무는 파편화되어 일관성과 체계를 잃을 가능성이 높다. 더욱이 이는 손쉽게 경영의 탐에 인식 시키기도 쉽지 않은 사항이어서, 어떤 분야보다 더 치밀한 설득의 논리와 작업이 필요하다고 할 수 있다. 아직까지 특허의 출원은 지재부서가 특허와 관련된 분쟁이나 소송의 수행은 법무팀이 맡게 되는 이원화된 지재활동을 운영하는 기업이 적지 않다. 설령, 한 팀이 되어 특허의 출원부터 활용과 분쟁을 담당하더라도 담당업무별로 나뉜 특허부서의 힘을 시너지를 발휘하는 쪽으로 모으는 것도 역시 쉬운 일은 아니다.

미국과 구미의 많은 기업들이 출원부터 소송까지를 경험한 통찰의 눈을 가진 IP Counsel을 구하는 데 혈안이 되어 있는 것도 이에 다르지 않다. 우리의 환경이 그들과 다르다는 것만으로 우리는 그렇게 할 수 없다고 하는 것도 납득할 만한 이유가 되지 못한다. 결국 우리에게 칼을 들이대는 이들은 지식재산에 관한 통찰의 눈을 가진 이들이기 때문이다.

마치며

매우 진지하고 중요한 주제를 구체적인 사례가 미흡한 가운데 몇 가지의 예를 들어 이야기했다는 점에는 많은 부

담이 생긴다. 충분한 화두가 될 수 있는 이야기임에도 실현이나 실천에 이르기까지는 막연한 과정들이 놓여 있는 것 같은 느낌도 든다.

그럼에도 일본을 놓고 볼 때, 삼위일체 경영전략이란 어느 정도 무르익은 경영전략으로 다듬어져 가고 있다. 일본의 치밀하고 정치한 경영전략의 매뉴얼화가 어찌 보면 경영과 어울리지 않는 방법인지도 모른다. 일본이 미국과 벌인 미드웨이 해전도 결국 치밀한 전략에 오히려 패인이 있었다고 보는 견해도 없지 않다.

하지만 이들이 지식자산을 경영전략화 해 나가는 일련의 과정은 매우 합리적이라는 생각을 갖게 한다. 그 중 가장 눈에 띄는 것은 '지재의 언어를 경영의 언어로 표현하라'는 점이다. 물리학 서적에 공식이 하나 들어갈 때마다 독자가 절반씩 줄어든다는 출판업계의 불문공식이 있다. 그래서 스티븐 호킹의 시간의 역사라는 책에서는 그가 천재적인 이론물리학자임에도 E = MC² 이상의 어려운 물리공식을 담지 않았다. 물리학을 일반인의 눈에 맞춰 설명함으로써, 물리학의 이론을 경영학이나 사회이론을 해석하는 데에까지 적용할 수 있게 만든 것이다.

지재부서의 역할이 여기에 또 하나 있다고 본다. 그럴 틈이 어디 있느냐, 그럴 만한 틈이 마련은 되어 있느냐 한다면 확답을 줄 수 있는 여지는 많지 않다. 하지만 지재의 언어를 다른 분야의 언어로 바꾸어 표현할 수 있을 때에, 특히 경영의 언어로 표현할 수 있을 때에 지식재산은 그제야 경영에 입문하는 것이다. **한국발명진흥회**



이 태 원 회장

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

지식재산권 용어사전

공보 [지재권일반]

특허와 상표 관련 공식 통지를 포함하는 미국 특허청 공보. 매주 발행되며, 특허편과 상표편 두 가지로 발행됨.

공문서 [법일반]

사문서에 대응하는 개념으로 공무원이 적성하거나 공무소에서 직무상 작성된 문서.

공무원 직무발명 [지재권일반]

공무원이 그 직무에 관하여 발명한 것이 성질상 국가의 업무범위에 속하고 그 발명을 하게 된 행위가 공무원의 현재 또는 과거의 직무에 속하는 발명.

공동출원 [특허]

2인 이상의 발명인이나 2인 이상의 출원인이 1개의 지식재산권을 출원하는 것.

공동출원인 [지재권 일반]

2인 이상이 하나의 지식재산권을 출원하는 경우 이를 공동출원인이라 함.

공동체특허협약 [특허]

일명 룩셈부르크 협약이라고도 하며 유럽특허협약과는 달리 유럽특허청(EPO)에의 출원 및 심사를 통해 유럽공동체 전역에 유효한 단일 특허권(지역 1특허)이 설정됨. 현재는 미발효 중. 프랑스, 독일, 그리스, 덴마크 등 4개국이 비준하였으나, 영국, 네덜란드 등 기타 국가들의 비준 실패로 발효하지 못하고 있음. 최근 단일한 공동체 특허제도의 설립을 위해 유럽특허기구(European Patent Organization)와 EU의 다각적인 노력이 진행중 임.

출처 특허청 홈페이지






캐릭터와 상표와의 관계


(질문)

甲은 해외의 유명한 애니메이션 제작업체이다. 甲은 “Mickey Mouse”의 이름을 가진




“”와 같은 캐릭터를 창작한 저작권자이기도 하다. 甲의 상기 캐릭터는 국내는 물론 전세계적으로 매우 유명한 상태이고, 현재까지도 국내에서 저작권이 존재한다고 가정한다.



(1) 정당한 권원이 없는 乙이 “”의 상표를 지정상품 문구류에 대해 한국특허청에 상표등록출원을 하였다. 甲이 乙의 등록을 저지할 수 있는가?

(2) 설문 1에서 甲이 乙의 등록을 저지하기 위하여 필요한 조건이 무엇인가?



(3) 乙이 “”의 상표를 지정상품 문구류에 대해 등록을 받았다면, 甲의 허락없이 자신의 등록상표를 문구류에 대해 사용할 수 있는가?

(4) 정당한 권원이 없는 乙이 “Mickey Mouse”의 상표를 지정상품 문구류에 대해 한국특허청에 상표등록출원을 하였다. 甲이 乙의 등록을 저지할 수 있는가?

I. 캐릭터와 저작권

캐릭터(character)란 일반적으로 “만화, TV, 영화, 신문, 잡지, 소설, 연극 등 대중이 접하는 매체를 통하여 등장하는 인물, 동물, 물건의 특징, 성격, 생김새, 명칭, 도안, 특이한 동작 그리고 더 나아가서 작가나 배우가 특수한 성격을 부여하여 묘사한 인물을 포함하는 것으로서, 그것

이 상품이나 서비스, 영업에 수반하여 고객흡인력(good will) 또는 광고효과라는 경제적 가치를 가지는 것”이라고 정의된다.¹⁾

캐릭터는 그 자체의 고객흡인력으로 인해 캐릭터를 사용하는 상품 및 서비스에 경쟁력 우위를 주기 때문에 많은 기업 및 개인은 캐릭터의 개발과 대중매체를 통한 대중성 확보에 많은 비용을 들이고 있다. 캐릭터의 창작자가 직접적으

로 상품 및 서비스를 제공하는 경우도 있으나, 대부분의 경우에는 기존의 상품 및 서비스를 제공하는 업체에서 캐릭터를 활용하는 경우가 많다. 일반적으로 캐릭터의 이용은 캐릭터의 소유자(창작자 등)에게 사용허락을 받고 이에 대한 대가로서 사용료를 지급하거나, 캐릭터 소유권자가 외국인 또는 외국법인일 경우 그 캐릭터를 국내에서 관리하는 대리인과의 상품화권 사용계약을 체결함으로써 이루어진다.

캐릭터를 문구류, 의류, 신발, 우산 장식품 등의 모양 또는 도안으로 사용하거나, 과자, 식품 그 밖의 포장용품의 모양이나 도안으로 사용할 때 그 캐릭터를 '상품화(merchandising)' 한다고 하고, 이렇게 상품의 판매나 서비스의 제공 등에 이용되는 캐릭터를 소유하는 권리 내지는 그 캐릭터를 상품이나 서비스에 이용하려는 자에게 이용을 허락할 수 있는 권리를 '상품화권(merchandising right)' 이라고 한다.²⁾

상품화권이라는 것은 실정법에서 인정하고 있는 권리는 아니므로 권리의 내용, 범위 등의 확정되어 있지는 않다. 즉, 상품화권은 상표권, 저작권 등과 같이 독자적인 권리는 아니며 고객흡인력을 갖는 캐릭터가 영업적으로 이용되는 경우 당해 캐릭터에 대하여 권리를 갖는 자를 보호하기 위하여 안출된 개념으로서 현행법상은 각 캐릭터 등이 갖는 특성에 따라 저작권법, 상표법, 디자인보호법 등 각종 법률에 의하여 보호될 수 있다고 해석된다.³⁾

캐릭터가 본격적으로 쟁점화되기 시작한 것은 캐릭터의 상품화와 큰 관련이 있고, 이런 연유로 캐릭터의 보호는 상품화권과 관련하여 상표법 내지는 부정경쟁방지법에서 주로 이루어져 왔다. 즉, 캐릭터의 소유자가 특정상품을 지정상품으로 하여 캐릭터를 상표등록을 받음으로써 상표법의 테두리에서 보호를 받거나, 미등록의 캐릭터라고 하더라도 그 캐릭터가 국내에 널리 알려져 주지성을 획득하고 상품화 사업이 이루어지는 등의 사정이 있는 경우에는 부정경쟁방지법에 의한 보호를 받을 수 있다.⁴⁾

II. 설문 1의 해결

1. 법 제7조 제1항 제4호

상표 그 자체 또는 상표가 상품에 사용되는 경우 수요자

에게 주는 의미와 내용 등이 일반인의 통상적인 도덕관념인 선량한 풍속에 어긋나거나 공공의 질서를 해칠 우려가 있는 상표는 등록받을 수 없다.

2007년 이전 시행법에서는 본 호의 조문에 '공공의 질서'와 '선량한 풍속'을 제한하는 요건이 없어, 상표의 구성 자체가 공서양속에 반하는 것이라고 할 수는 없지만 그 상표가 타인의 독특하고 창작적인 상표를 모방한 것이어서 상표선택의 과정과 행위의 내용이 사회적 타당성에 위반되는 경우에도 본 호를 적용할 것인지에 대해서 다툼이 있었다. 그러나 2007년 개정법에서 상표의 구성 자체가 공서양속에 반하는 것만을 의미하는 것으로 명확히 제한하여 모방상표에 대하여 적용이 없음을 분명히 하였다.

특히, 2007년 개정법 이전에 타인의 저명한 저작권을 침해하는 상표에 대해 본 규정을 적용할 수 있는지에 대해서는 논란이 있었다. 대법원 판례는 "TOM & JERRY" 사건에서 타인의 저명한 캐릭터를 모방하여 출원한 상표에 대해 이미 "TOM & JERRY"의 저작권이 소멸하였다는 이유로 저작권 침해가 아니라고 하여 본 규정을 적용하지 않았다.⁵⁾

2. 미등록 유명 상표의 보호 규정

(1) 상표법 제7조 제1항 제9호 내지 제12호

상표법은 등록주의를 취하고 있으므로 원칙대로 말한다면 아무리 유명상표라고 하더라도 등록되어 있지 아니한 이상은 그 상표의 사용자는 상표권을 취득할 수 없고 따라서 제3자의 상표사용이나 등록을 금지할 수 없는 것이 원칙이다. 그러나 상표법은 본 호에서 유명상표를 선등록상표와 마찬가지로 취급하여 유명상표와 동일, 유사한 상표를 동일, 유사한 상품에

1) 최연희, "캐릭터 보호에 관한 연구," 이화여대 석사학위 논문(1990), 1, 4면.
 2) 최연희, 전제논문, 7면.
 3) 오세빈, "캐릭터의 부정사용과 부정경쟁방지법 위반죄의 성부," 형사재판의 제문제(제1권), 박영사(1997), 246면.
 4) 오승중, "저작권법," 박영사(2007), 204면.
 5) 대법원 2000. 5. 30. 선고 98후843 판결.

사용하는 상표의 등록을 금하고 있다. 즉, 유명상표의 경우에 사용주의를 가미하여 등록주의의 예외를 인정하고 있는 것이다.

미등록의 유명상표 사용자는 본 호에 의하여 제3자의 출원행위를 배제하고 등록출원권을 독점하게 되고 착오로 유명상표에 저촉되는 상표가 먼저 출원되어 등록된다 하더라도 제척기간 내에는 본 호 위반을 이유로 무효심판을 청구하여 선등록 상표를 무효로 하고 스스로 상표권을 획득할 수 있다.

이처럼 우리 상표법이 등록주의의 예외에 해당하는 본 규정을 둔 취지는 유명상표의 사용자가 상품에 관한 출처 및 품질을 나타내기 위한 상표를 거래계에 유명케 한 경우 거기에 축적된 사실상의 이익을 법적으로 보호할 필요가 있으므로 본호는 사용의 사실상태를 보호하기 위한 것이라고 해석된다.⁶⁾

(2) 캐릭터와의 관계

다만, 본 규정은 익명의 존재로서의 추상적인 출처를 보호하기 위한 규정이다. 구체적으로 그 사용자가 누구인지를 인식할 필요는 없지만, 적어도 그 상표가 특정인의 상품에 사용되는 것으로 인식되어야 한다. 따라서 단순한 캐릭터나 영화제명으로 널리 알려져 있다고 하더라도 상품의 식별표지로 현저하게 인식되었다고 볼 수 없는 경우에는 본 규정이 적용될 수 없다.

판례도 인용상표가 캐릭터를 주제로 한 상표인 경우, 캐릭터는 그것이 가지고 있는 고객흡인력 때문에 상품화가 이루어지게 되는 것이고 상표처럼 상품의 출처를 표시하는 것을 그 본질적인 기능으로 하는 것은 아니므로, 그 캐릭터가 널리 알려져 있다 하더라도 그러한 사정만으로는 곧바로 인용상표가 일반 수

요자나 거래자들에게 특정인의 상표로서 널리 인식되어 있다고 보기는 어렵다고 하였다.⁷⁾

3. 사안의 적용

비록 정당한 권원이 없는 乙이 甲의 저작권을 침해하는 저명한 캐릭터를 모방하여 출원하였다고 하더라도 단지 그러한 이유만으로 乙의 상표등록이 거절되는 것은 아니다. 乙의 상표등록출원은 등록받을 수 있다.

Ⅲ. 설문 2의 해결

1. 캐릭터와 상표의 관계

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 상호로서의 사용, 상품의 기능을 향상시키기 위한 특수한 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 상표법상 상표라고 볼 수 없다는 태도이다.⁸⁾

따라서 캐릭터가 단순히 캐릭터로서만 유명한 경우에는 상표법상 보호 대상인 상표가 될 수 없다. 판례도 캐릭터가 그 캐릭터에 대한 상품화 사업이 이루어지고 이에 대한 지속적인 선전, 광고 및 품질관리 등으로 그 캐릭터가 이를 상품화할 수 있는 권리를 가진 자의 상품표지이거나 위 상품화권자와 그로부터 상품화 계약에 따라 캐릭터 사용허락을 받은 사용권자 및 재사용권자 등 그 캐릭터에 관한 상품화 사업을 영위하는 집단의 상품표지로서 수요자들에게 인식되었다는 사정이 없다면 타인의 상품임을 표시한 표지로 되지 못한다고 하였다.⁹⁾

6) 사법연수원, 상표법, 2004년, 64면.

7) 대법원 2000. 5. 30. 선고 98후843 판결.

8) 대법원 2003. 2. 14. 선고 2002후1324 판결.

9) 대법원 2005. 4. 29. 선고 2005도70 판결.

2. 사안의 적용

甲은 乙의 출원 시¹⁰⁾ 또는 등록여부결정 시¹¹⁾까지 자신의 미키마우스 캐릭터를 문구류에 대한 상표표지로서 사용하고 수요자들에게 자신의 상표로서 널리 인식시킨다면 乙의 상표등록을 저지할 수 있다.

IV. 설문 3의 해결

1. 상표법과 타법과의 저촉

상표권자는 지정상품에 관하여 그 등록상표를 사용할 권리를 독점한다.¹²⁾ 그러나 상표권자, 전용사용권자 또는 통상사용권자 등이 등록상표를 사용하는 경우라도 그 사용상태에 따라 그 출원일 전에 출원된 타인의 특허권·실용신안권, 디자인권이나 그 출원일 전에 발생한 타인의 저작권과 저촉되는 경우에는 그 권리자들의 동의를 얻지 아니하고는 지정상품 중 저촉되는 지정상품에 대하여 등록상표를 사용하지 못하게 하고 있다.¹³⁾

본 규정은 상표권의 적극적 효력 즉, 전용권의 제한에 관한 것으로서, 보호객체의 구성요소가 공통되어 권리 간에 저촉이 발생할 경우에는 선출원 우위의 원칙(저작권의 경우에는 권리발생일 기준)에 의하여 선행 권리자들의 동의를 얻지 아니하고는 등록상표를 사용하지 못하게 한 것이다.¹⁴⁾

다만, 판례는 본 규정은 등록상표가 그 등록출원 전에 발생한 저작권과 저촉되는 경우에 저작권자의 동의없이 그 등록상표를 사용할 수 없다고 한 것은 저작권자에 대한 관계에서 등록상표의 사용이 제한됨을 의미하는 것이고, 저작권자와 관계없는 제3자가 등록된 상표를 무단으로 사용하는 경우에 그 금지를 구할 수 없다는 의미는 아니라고 하였다.¹⁵⁾

또한, 상표법은 상표권자가 상표권설정등록일로부터 국

내에서 3년간 계속하여 그 등록상표를 당해 지정상품에 대해 사용하지 않는 경우에는 불사용 취소사유로 규정하고 있다. 이와 관련하여 판례는, 저작권자의 동의를 받지 아니하고 등록상표를 사용한 경우 저작권 침해가 되어 민사상 손해배상책임을 부담하게 되는 것은 별론으로 하고, 등록상표를 동일성 범주 내에서 상표적으로 사용한 이상 그 사용 자체가 정당한 사용이 아니게 되지는 아니하므로 불사용 취소의 대상은 아니라고 하였다.

2. 사안의 적용

乙이 등록상표를 사용한다고 하더라도 저작권자인 甲의 동의를 얻지 않고 사용하는 경우에는 甲의 저작권 침해에 해당하므로 甲에게 손해배상의 의무가 발생하게 된다.

V. 설문 4의 해결

1. 캐릭터의 이름의 상표법상 취급

캐릭터의 이름 또는 저작물의 제호는 독자적인 저작물로 보지 않는 것이 통설이다. 판례는 오래 전부터 “제호는 사상이나 감정의 표현이라고 볼 수 없어 저작물로서 보호받을 수 없다”고 하여 제호 자체의 저작물성을 인정하지 않고 있다. 대법원은 만화 제명 ‘도복이’가 빵 상품에 사용된 사례에서 저작물성을 부인하였다.¹⁶⁾

2. 사안의 적용

따라서 설문 2에서 살펴본 바와 같이, “Mickey Mouse”의 표장이 문구류와 관련된 상품에 대하여 甲의 상품출처 표지로서 인식되지 않는 한, 乙의 상표등록은 가능할 것이다. **민국발명진흥원**

10) 상표법 제7조 제1항 제9호 및 제10호.

11) 상표법 제7조 제1항 제11호.

12) 상표법 제50조.

13) 상표법 제53조.

14) 최성우, “OVA 상표법,” 한국특허아카데미(2009), 331면.

15) 대법원 2006. 9. 11. 자 2006마232 결정.

16) 대법원 1977. 7. 12. 선고 77다90판결



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

디자인등록출원 전 판매된 디자인은 등록될 수 있는가?



사례) 운동기구 업자인 甲은 인라인 스케이트에 관한 디자인(A)을 창작한 후 2008. 3. 2부터 백화점 등 시중에 판매하여 왔다. 2008. 8. 10. 현재 甲이 상기 디자인(A)에 대하여 독점배타권을 얻고자 디자인 등록을 고려하고 있다. 상기 디자인(A)가 등록될 수 있는지 여부를 검토하시오.



I. 문제의 제기

甲이 디자인 A에 대하여 디자인등록받기 위한 요건 및 절차와 관련하여 먼저 1) 甲의 출원을 전제로 신규성 상실여부를 검토하고, 2) 신규성을 상실한 경우에 신규성의제주장(8조)의 요건 및 절차에 관해 검토한다.

II. 甲의 출원의 신규성 상실여부

1. 신규성의 의의 및 취지

출원 전 국내 또는 국외에서 공지 또는 공연실시된 디자인, 반포된 간행물에 게재되거나 전기통신회선을 통하여 공중이 이용가능하게 된 디자인과 동일 또는 유사한 디자인은 디자인등록을 받을 수 없다.(제5조제1항각호) 이는 공지 등이 되어 더이상 신규하지 아니한 디자인에 대해 특정인에게 독점배타권을 부여하는 것은 법목적에 반하기 때문이다.

2. 요건

(1) 주체적 요건

공지 등이 된 디자인의 공지 주체는 디자인 창작자, 출원인, 제3자 등을 불문한다. 공지 등이 된 디자인과 출원디자인의 동일 또는 유사 여부는 일반수요자 기준으로 판단한다.

(2) 객체적 요건

- 1) 신규성 여부는 출원서의 기재사항 및 도면 등으로 특정된 출원디자인과 상기 신규성 상실사유에 해당하는 공지 등이 된 디자인 간에 판단한다. 이 경우 출원디자인과 공지 등이 된 디자인 간의 동일 또는 유사한 물품을 전제로 형태의 동일 또는 유사 여부로 판단한다.

2) 공지디자인은 불특정인에게 알려졌거나 알려질 수 있는 상태에 놓인 디자인을 말하고, 공연실시디자인은 불특정인에게 알려질 수 있는 상태로 실시된 디자인을 말한다. 반포된 간행물에 게재된 디자인에 있어서, 반포란 불특정인이 열람할 수 있는 상태에 놓여진 경우를 말한다. 간행물이란 일반 공중에게 반포에 의해 공개할 목적으로 복제된 문서 도면 기타 이와 유사한 정보전달매체를 의미하고, 간행물의 게재 정도는 인용디자인이 이해 가능한 정도를 의미한다. 디자인의 신규성 판단이나 선행디자인과의 유사여부 판단의 대상인 디자인은 반드시 형태 전체를 모두 명확히 한 디자인뿐만 아니라 그 자료의 표현부족을 경험칙에 의하여 보충하여 그 디자인의 요지파악이 가능한 한 그 대비판단의 대상이 될 수 있다 할 것이나, 인용된 디자인만으로는 디자인의 요지 파악이 불가능한 경우에는 그 대비 판단을 할 수 없다 할 것이다.(93후114) 전기통신회선을 통하여 공중이 이용가능한 디자인은 인터넷 발달에 따라 디자인이 인터넷 상에서 공지되는 경우가 많아 2005년 7월 1일 시행법에서 새로이 추가된 신규성 상실사유이다.

(3) 시기적 요건

출원 시(時)를 기준으로 한다. 공지일과 출원일이 같고 시분초의 선후가 불명확한 경우에는 신규성 위반으로 보지 않는다. 분할출원의 경우에는 원출원시, 조약우선권주장출원의 경우에는 제1국 출원시, 무권리자출원에 대한 정당권리자출원의 경우에는 무권리자출원 시가 기준이 된다. 실체보정이 요지변경으로 디자인권의 설정등록 후에 인정된 때에는 그 보정서를 제출한 때를 기준으로 한다.(제18조제6항)

3. 흡결 시 효과

심사등록출원의 경우 거절이유, 정보제공사유, 무효사유에 해당하나, 무심사등록출원의 경우 거절이유에는 해당하지 않으나(제26조제2항) 정보제공사유, 이의신청이유, 무효사유에 해당한다. 무심사등록출원에 대하여 정보제공이 있는 때에는 그 제공된 정보 및 증거에 근거하여 신규성 여부를 심사할 수 있다.(제26조제3항)

4. 사안의 경우

甲은 인라인스케이트에 관한 디자인 A를 창작한 후 2008년 3월 2일부터 백화점 등 시중에 판매하였는 바, 2008년 8월 10일에 디자인 A에 대하여 디자인등록출원을 하는 경우 2008년 3월 2일의 자신의 공연실시행위에 의하여 디자인 A는 신규성을 상실하게 된다. 따라서 별도의 사실관계가 없는 한, 신규성 위반으로 등록받을 수 없다. 이하 신규성의제주장절차를 통해서 이를 극복할 수 있으므로 이하 이를 검토한다.

Ⅲ. 신규성 위반을 극복하기 위한 조치 (신규성의제주장)

1. 신규성의제주장의 의의 및 취지

디자인등록을 받을 수 있는 권리를 가진 자의 디자인이 제5조제1항제1호 또는 제2호에 해당하게 된 경우 그 디자인은 그날부터 6월 이내에 그자가 디자인등록출원한 디자인에 대하여 신규성 및 창작성 규정을 적용함에 있어서는 동조제1항제1호 또는 제2호에 해당하지 아니한 것으로 본다.(제8조제1항) 이 경우 디자인등록을 받을 수 있는 권리를 가진 자는 이와 같은 주장을 하여야 하는데(제8조제2항) 이를 신규성의제주장이라고 한다. 이는 디자인등록을 받을 수 있는 자가 신규성 상실사유에 해당하여 신규성 위반으로 등록이 불허된다면 가혹한 경우가 있기 때문이다.

2. 요건

(1) 주체적 요건

공지 등이 된 디자인에 대한 디자인등록을 받을 수 있는 권리자(창작자 또는 정당승계인)의 출원이어야 한다.(제8조제1항) 이 경우 공지 주체와는 무관하므로, 타인에 의한 공지인 경우라도 디자인등록을 받을 수 있는 권리자는 신규성의제주장이 가능하다.

(2) 객체적 요건

제5조제1항제1호 및 제2호에 해당하는 모든 공지 등이 된 디자인에 대하여 신규성의제주장이 가능하다

다.(제8조제1항) 다만, 디자인등록을 받을 수 있는 권리자가 디자인을 구성하는 모양만을 공개한 경우에는 그 모양만에 대하여 신규성의제주장을 할 수 없다.

(3) 시기적 요건

신규성이 상실된 날부터 6월 이내에 출원하여야 한다.(제8조제1항) 복수의 공지가 있는 경우에는 6월의 기산일은 최초의 공개일이다.

3. 절차

(1) 자기의 의사에 의한 공지인 경우(제8조제2항본문)

하나의 공지행위가 있는 경우 출원서에 그 취지, 신규성을 상실하게 된 일자, 신규성을 상실하게 된 장소 또는 간행물명을 기재하고, 공지행위 등에 관한 증명서류를 출원일로부터 30일 이내 제출하여야 한다. 신규성상실의 예외규정을 적용받기 위한 증명서류에는 디자인의 도면 또는 사진 등이 첨부되어야 하며, 그 사실이 객관적으로 입증되어야 한다. 복수의 공지행위가 있는 경우 출원인이 복수의 공지 등이 된 디자인들 중 최초에 공지된 디자인에 대해서만 신규성의제주장을 하면 그 나머지 공지된 디자인들에 대해서도 신규성 상실의 예외가 적용된다고 본다.(2008허3407)

(2) 자기의 의사에 반한 공지인 경우(제8조제2항단서)

디자인등록을 받을 수 있는 자의 의사에 반한 공지의 경우에는 출원인이 공지사실을 인식하기 곤란한바, 제8조제2항본문이 적용되지 아니하고, 의견서제출통지 등에 의해 신규성 상실이 문제된 때에 자기의 의사에 반하여 공지된 것임을 개별적으로 증명하면 된다. 예를 들어, 협박, 사기, 스파이, 무단모방 등에 의하는 경우가 의사에 반한 공지의 대표적인 예라 할 수 있다.(제8조제2항단서 적용) 그러나, 디자인등록출원 전에 디자인을 공지시킨 때에는 디자인등록을 받을 수 없다고 규정한 디자인보호법의 취지를 알지

못한 법의 무지에 의한 출원 전의 공지, 대리인에게 출원을 의뢰하였지만 아직 출원되지 않는 상태에서 출원의뢰인은 이미 출원된 것으로 믿고 디자인의 실시 등을 함으로서 출원 전 공지된 경우에는 본인의 의사에 반한 공지로 볼 수 없다.(제8조제2항본문 적용)

(3) 분할출원의 경우(제19조제2항단서)

최초 출원에 대하여 신규성의제주장을 하지 않았다면 분할출원에 대하여 신규성의제주장을 할 수 없다. 분할출원은 별개의 출원이므로 원출원과 동일한 절차를 밟아야 함에도 불구하고 기간 도과로 인해 절차를 밟을 수 없는 문제가 생길 수 있으므로 신규성의제주장을 위한 절차에 관해서는 분할출원일의 출원일이 원출원일로 소급되지 않는다.

(4) 유사디자인을 단독디자인으로 보정하는 경우(제18조제3항)

유사디자인등록출원을 단독디자인등록출원으로 보정하는 경우 8조1항을 적용받으려는 자(이 경우 신규성 상실일로부터 6월 이내에 최초의 유사디자인이 출원된 경우를 전제)는 8조2항에 불구하고 그 보정을 하는 때에 보정서에 그 취지를 적어 특허청장에게 제출하고 이를 증명할 수 있는 서류를 보정서 제출일부터 30일 이내에 특허청장에게 제출하여야 한다.

4. 효과

(1) 요건을 만족한 경우

출원전 공지 등이 된 디자인은 출원디자인의 신규성 및 창작성 판단시 공지 등이 되지 아니한 것으로 본다. 그러나, 그 효과는 자기와의 관계에서만 발생하므로 제3자 출원에 대해서는 여전히 신규성 또는 창작성 판단의 인용디자인이 될 수 있다.

(2) 요건을 흠결한 경우

심사등록출원의 경우 공지 등이 된 디자인은 출원디자인의 신규성 또는 창작성 판단의 인용자료로 활용

되어 자기의 공지 등이 된 디자인에 의해 등록받을 수 없는 경우가 생긴다. 무심사등록출원의 경우 원칙적으로 신규성 및 창작성 중 공지 등이 된 디자인의 결합으로부터 용이창작한 지 여부는 심사하지 아니하므로(제26조제2항) 신규성의제주장과는 무관하게 등록될 수 있다. 다만, 제3자의 정보제공이 있는 경우 신규성 또는 창작성 위반으로 거절될 수 있고(제26조제3항), 등록 후 그 하자가 치유되는 것은 아니므로 이의신청이유, 무효사유에 해당하여 소급적으로 소멸될 수 있다.

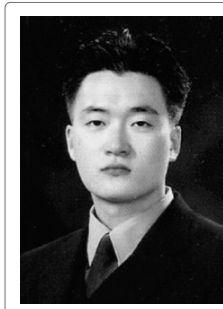
5. 사안의 경우

甲은 디자인 A를 창작한 후 2008년 3월 2일부터 백화점 등 시중에 판매하였는 바, 이는 5조1항1호의 공연실시사유이고 2008년 8월 10일에 甲이 디자인A에 대하여 디자인등록출원을 하는 경우 甲은 디자인A에 대한 창작자로서 디자인등록을 받을 권리를 가지고, 설문상 출원시기는 공지일로부터 6월 이내이며, 상기 공지행위는 의사에 의한

공지임이 명백하므로 출원 시 신규성의제의 취지를 주장하고 판매 등에 관한 증명서류를 출원일로부터 30일 이내에 제출하면 신규성 여부의 판단 시 당해 공연실시행위가 신규성 판단의 인용디자인이 되지 아니하므로 신규성 위반의 거절이유를 해소하게 되어 다른 거절이유가 없는 한 등록이 가능하다.

IV. 사안의 해결

원칙적으로 甲의 출원은 출원 시 어떠한 조치도 취하지 않을 경우 甲 자신의 공연실시행위로 인해 신규성 위반으로 등록받을 수 없으나, 신규성의제주장의 요건 및 절차를 만족하게 되면 甲 자신의 공연실시행위는 신규성 판단의 인용디자인이 되지 아니하여 다른 거절이유가 없는 한 등록받을 수 있다. 따라서 디자인등록출원 전에 해당 디자인을 공지시킨 경우에는 반드시 그 공지일로부터 6월 이내에 신규성의제주장과 동시에 디자인등록출원을 해야 등록받을 수 있다는 점을 고려해야 할 것이다. **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, 발명칼럼, 발명 365,
발명칼럼II, 시론, 지식재산강의,
발명특허 기네스, 특허 Q&A



발명 옆의 또 다른 발명

끝없는 발명의 세계

“이제 발명되어야 할 것은 모두 발명되었다. 더 이상은 발명할 것이 아무것도 없다.”
지금으로부터 약 백여 년 전, 미국의 특허국장은 사임과 함께 발명시대의 끝을 예고했다. 지금 생각하면 정말 우습기 짝이 없는 일이다. 백여 년 전이라면 지금과 비교할 때, 기술적으로 매우 많이 뒤떨어졌을 때인데 어떻게 그런 예언을 했을까?

그렇지만 그때에 비한다면 현대야말로 발명될 것은 다 발명되었다고, 이제야말로 끝이라고 할 사람이 있을지도 모르겠다. 하늘, 바다, 도로에서 어떤 동물보다도 더 빠르게 달리고, 날고, 심지어 우주를 마음대로 왕복하는 시대가 되었으니 그럴 만도 하다. 어디 그뿐인가? 컴퓨터 인터넷을 통한 프로그램과 메뉴들을 보면, 그리고 각종 발명품들의 기능을 보면 저절로 입이 딱 벌어지는 것들이 얼마나 많은가. 그런 것들을 보며 이제 더 이상 발명될 것이 있을까? 하는 의구심을 갖는 사람들도 있을 것이다.

과연 그럴까?

그렇다면 우리가 항상 몸에 걸치고, 우리 몸과 뗄 수가 없는 옷을 예로 들어보자. 옷이란 원래 몸을 보호하고, 부끄러운 곳을 가리는 데 그 기능이 있다. 요즘처럼 패션이 다양한 적도 드물 것이다.

길이에 따라 미니, 미디, 롱 등으로 나뉘고, 모양에 따라 바지, 핫팬츠, 스커트, 그리고 기능에 따라 겹옷, 속옷으로부터 원피스, 투피스, 스리피스 등이 있다.

그뿐인가? 천의 종류에 따라서 혹은 두께에 따라서 바바리, 코트, 오버, 재질에 따라 면, 마, 모직, 나일론, 테트론, 실크 등으로 구분된다. 게다가 한복, 양복 등 나라별로 나이별로 남녀별로 모양새나 크기도 다 다르





다. 게다가 덧붙이면 예복인가, 정장인가, 혹은 평상복인가로 분류할 수도 있다.

이런 다양한 기능에 따라 수백여 종의 옷이 만들어졌다. 그렇다고 이제 패션계의 발명은 끝났다고 해야 할까?

아니다. 칼라의 모양, 단추의 수, 여밈의 방향, 자크의 사용 여부, 주머니가 있고 없고의 차이에 따라 모양은 또 달라진다.

그렇다면 이제 정말 더 이상은 만들어낼 수 없을까? 그럼, 다음의 예를 보자.

요즘 의류업계에 새로 개발되어 눈길을 끄는 발명품들이 있다. 전자파 차단 휴대 주머니가 달린 양복, 원적외선 신사복, 향기 나는 옷 등이 그것이다. 바야흐로 옷의 과학 화시대에 접어든 것이다. 앞으로 패션계에 어떤 바람이 불지, 아직은 아무도 짐작 못할 것이다. 발명이 끝났다고 생각되는 그 시점에 또 다른 발명이 시작될 수 있다. 발명이 또 다른 발명을 낳는 것이다. 그것은 진리이다.

왜냐하면 모든 발명의 역사를 되짚어 봤을 때 한 사람만의 힘으로 발명이 완성된 적은 단 한 번도 없었기 때문이다. 어떤 연구이든 간에 새로운 발명은 이전 사람들이 이미 발견하고 발명해 놓았던 것을 토대로 이루어진다.

혹시 이 말에 이의를 제기하는 사람이 있을지도 모르겠다.

“에디슨의 전구는 완벽한 그의 발명품이 아니던가? 그 이전에 누가 그런 생각을 했는가?”

어떤 사람은 이렇게 열을 내며 반박할 사람도 있을 것이다.

과연 그러할까? 그렇다면 에디슨의 전구는 과연 에디슨 혼자 만들어 낸 것인지 따져 보자. 첫째, 연구에 쓰인 유리는 누가 만들었을까? 에디슨일까?

둘째, 빛에 대한 연구, 전기에 대한 연구는 누가 했을까? 에디슨이 스스로 한 것일까?

결코 그렇지 않다는 것을 우리 모두 잘 알고 있을 것이다.

수많은 발명의 기법

모든 발명품이 이와 같다. 여러 기본적인 사실들이 재료가 되어 하나의 발명품으로 다시 만들어지는 것이다. 요즘은 자동차의 홍수시대니까 자동차를 예로 들어보자.

산업혁명 이후에 제작된 거의 모든 기계에는 인류의 발명 중 가장 중요한 원리가 사용



되었다. 바퀴, 또는 축을 중심으로 회전하는 대칭적인 부품이 들어가지 않는 기계는 상상하기 어려울 정도였다. 시계 속의 작은 기어에서부터 자동차, 제트엔진, 컴퓨터 디스크 드라이브에 이르기까지 모두가 같은 원리로 작동한다.

이 모든 발명품의 기초가 되는 바퀴는 메소포타미아의 유적에서 발굴된 전차용 바퀴로 기원 전 3,500년경의 것으로 추정되고 있다. 인간이 발견해낸 것 중 가장 오래된 바퀴다. 이것은 통나무를 둥글게 자른 원판바퀴이다.

이때로부터 약 100년이 지난 후, 유명한 고대 우르 왕국의 왕릉 등에서는 영구차로 사용된 2륜 차나 4륜 차를 볼 수 있다. 이 무렵의 바퀴는 바퀴살이 없는 합판바퀴인데 보통 3장의 널빤지를 잘라 맞추어 가장자리를 둥글게 다듬고 여기에 2개의 가로막대를 박은 것이었다. 바퀴 테둘레에는 가죽으로 만든 타이어를 못으로 고정시킨 흔적을 볼 수 있다.

기원전 2천 년경의 전차 바퀴에서는 구리로 만든 테두리 쇠도 볼 수 있다.

기원전 2천 년 이후에 비로소 바퀴살이 있는 바퀴가 발명되었다. 합판 바퀴는 무겁고 조종하기가 힘들기 때문에 속력과 기동성을 고려해서 바퀴살이 있는 바퀴가 고안된 것이다.

바퀴살이 있는 바퀴가 맨 처음 나타난 것은 기원전 2천 년경 북메소포타미아, 페르시아, 히타이트 등지이다. 그리고 기원전 1,600년경에 히소스인에 의해서 이집트로 전래되고, 기원전 1,500년경에는 크레타와 미케네 등지에도 전래되었다.

바퀴의 원리는 간단하므로, 어느 문명에서나 어느 정도 수준에 이르러면 바퀴가 발명된다고 가정할 수도 있을 것이다.

그러나 꼭 그런 것만은 아니다. 앞서 말했듯이 잉카, 아즈텍, 마야문명은 고도의 발전을 이루었음에도 불구하고 바퀴를 발명하지는 못했다. 뿐만 아니라 서반구를 통틀어 유럽 사람과 접촉하기 전에 원주민들이 바퀴를 사용했던 흔적은 찾을 수가 없다.

바퀴는 유럽에서조차 17세기까지 그리 많은 발전을 하지 못했다.

그러던 것이 산업혁명이 일어나자, 바퀴는 기술적인 발전을 거듭하여 핵심적인 부품이 되었고, 헤아릴 수 없이 많은 기계에서 수천 가지 방법으로 사용되기 시작한 것이다.

끝없이 발전하는 기술

사람의 평균 수명을 고려해 볼 때 자동차의 발명이 바퀴의 발명 이래 교통수단의 역사상 가장 혁명적인 발명이라는 것은 의심의 여지가 없을 것이다.

사실, 자동차의 기본 원리는 간단하다. 소나 말이 끄는 탈것에 모터를 달아 스스로 달릴 수 있는 수레를 만드는 것이었다.

1771년 프랑스의 전쟁성 장관 니콜라스 조셉 커그넛(1725~1804)은 파르디에(Fardier)라고 하는 증기 동력의 삼륜차를 발명했다. 그러나



이 삼륜차는 말이 끄는 것보다 느리고, 운전하기도 힘들었기 때문에 본격적으로 생산되지는 않았다.

그러다가 1873년, 프랑스인 앙드 볼르(Amedee Bollee)는 12인승 증기 자동차를 발명했다. 그러나 이것도 마차와 속도경쟁을 위해 만든 자동차에는 못 미쳤다. 좀더 실용적인 자동차의 발명이 있기까지는 실용적인 내연기관의 발명을 기다려야 했다.

그러던 것이 1889년 독일에서 고트리프 다임러(Gottlieb Daimler:1834~1900)와 빌헬름 마이바흐(Wilhelm Maybach:1846~1929)에 의해서 기념비적인 교통수단이 발명되었다. 이 자동차는 1,5마력의 4단 변속과 2기통 휘발유 엔진으로 시속 16Km로 달렸다.

그런데 또다른 독일인 카를 벤츠(Karl Benz :1844~1929)가 자동차와 엔진 발명에 눈독을 들이고 있었다.

‘흐음, 작고 가벼운 자동차를 만들 수 없을까? 성능 좋은 엔진을 발명하는 것이 성능 좋은 자동차를 만드는 지름길인데…….’

그러나 벤츠는 자신보다 앞서 오토와 랑겐이 발명하여 특허를 받은 엔진 때문에 달리 손쓸 틈이 없었다.

오토와 랑겐이 발명한 엔진과 다른 원리로서 성능 또한 뛰어난 엔진을 발명해야만 특허를 받아 상품으로 생산할 수 있는데 그것이 생각처럼 쉬운 일이 아니었기 때문이다.

그렇다고 물러설 벤츠는 아니었다.

“두 사람의 특허기술을 피하고 여기에 또 다른 기능을 추가하자.”

벤츠의 첫 작업은 오토와 랑겐이 발명한 엔진을 분해하여 그 구조와 역할을 분석하는 것이었다.

오랫동안 엔진을 주물러온 벤츠는 교묘하게 엔진의 구조를 바꾸고, 전기점화장치를 붙여 보았다.

“와, 됐다. 됐다!”

그런데 오토와 랑겐의 특허기술을 그럴싸하게 피할 수는 있었으나 이 엔진으로 만든 자동차는 허약하고 힘이 모자랐다.

“안되겠어, 다른 방법이 없을까?”

그래서 생각해낸 것이 삼륜차였다.

“그래, 이 엔진을 좀더 개량하여 삼륜차를 만드는 거다.”

벤츠의 생각은 적중했다.

1887년 마차가 달리는 거리에 등장한 벤츠의 삼륜차는 구경꾼들을 열광시켰다.

“이야, 정말 신기하다.”

삼륜차가 모습을 드러내면 거리는 눈 깜짝할 사이에 구경꾼들로 가득찼다. 1888년 프랑스에도 조립공장이 세워지고, 그 인기는 하늘 높은 줄 모르고 치솟았다. 이때 조립된 ‘프랑스 벤츠’는 지금도 런던 과학박물관에 전시되어 있다.

그렇다면 이제 자동차의 발명은 끝났을까?

아니다. 19세기의 휘발유 자동차는 유럽과 미국에서 생산된 진기한 물건으로 단지 호기심의 대상이었을 뿐이었다.

1901년 미국의 랜섬 올즈(Ransom E. Olds : 1864 ~ 1950)가 또 다른 자동차 ‘커브드 대시 올즈모빌’ (Curved Dash Oldsmobile)을 발명했다. 이것은 세계 최초로 대량 생산되었다.

그러다가 1896년 미시건 주 디트로이트의 헨리 포드(Henry Ford: 1863~1947)가 휘발유 자동차를 만들었다. 그리고 1908년부터 모델 T자동차를 대량생산하기 시작했다.

현대적인 자동차의 대량생산과, 또한 현대적인 일관 조립으로 포드 자동차는 1927년 생산을 중단할 때까지 1,800만대가 넘는 자동차가 라인을 빠져나왔던 것이다.

휴대용 자동차도 등장

그 후로 오늘날에 이르기까지 발명된 또 다른 자동차의 종류와 모양, 기능 등은 생략하겠다.

다만 한 가지, 요즘 헤아릴 수 없이 많은 종류와 다양성을 지닌 자동차의 발명에도 불구하고 좀 색다른 발명품이 있어서 소개한다. 휴대용 자동차와 자동 주차 장치를 갖춘 자동차이다.

손으로 들고 다니는 휴대용 자동차가 있다면 믿을 수 있을까? 차를 접어서 휴대하다가 필요할 때만 펼쳐서 타고 다닌다면 얼마나 편할까? 이 두 물음에 대한 해답이 지금 일본에서는 현실로 나타나고 있다.

일본의 마쓰시타 자동차 회사의 한 사원이 개발한 ‘접는 자동차’가 바로 그것이다. 이 자동차는 여행용 가방처럼 되



어 있어서 평상시에는 가방으로 쓸 수 있고, 가방을 열어 30초 정도 작업을 하면 시속 30Km를 달릴 수 있는 자동차로 변신하도록 설계되어 있다. 이 자동차의 엔진은 오토바이에 쓰는 엔진이며 차체로 쓰이는 가방은 아무 백화점에서나 손쉽게 구할 수 있는 여행용 가방이다.

물론 요즘 거리를 달리는 자동차의 모양이 아니고, 가방을 펼쳐서 그대로 자동차로 쓰는 것이기 때문에 미적인 품위는 없고, 탈 수 있는 사람도 운전자 한 명밖에 되지 않아서 불편한 점도 있겠지만 그래도 이 가방 자동차의 효용가치는 대단할 것으로 전망한다.

이제 가방을 펼쳐서 버튼만 누르면 바퀴가 튀어나오고, 자가용으로 변신하는 휴대용 자동차가 있기 때문에 무거운 짐을 들고 택시를 타기 위해 고생할 필요가 없어졌다.

자가용이 늘어나면서 심각한 문제로 떠오른 것이 주차문제이다.

차를 세울 때는 앞차와 뒤차가 빠져나갈 공간을 주는 것이 주차 예절.

그렇지만 프랑스 같은 나라에서는 앞 뒤차 사이에 일부러 공간을 많이 두지 않기 때문에 빠져나갈 때는 앞차와 뒤차를 살짝 부딪치면서 공간을 마련하여 빠져나간다고 한다. 그러나 이 방법은 차를 상하게 하기 때문에 별로 좋은 방법은 아니다.

이런 문제점들이 새로운 첨단주차장치의 개발을 가져오게 했다. 독일 폴크스 바겐사가 개발한 장치가 바로 그것이다.

이 주차장치는 전기모터를 사용하여 4개의 바퀴가 독자적으로 움직이도록 만들어 전진과 후진, 직행과 평행 등 전후좌우로 흔들면서 차 한 대 간신히 세울 수 있는 자리라도 자유자재로 출입할 수 있다.

이 자동차에는 또한 앞차와 뒤차 사이의 거리를 측정하는 적외선 레이저 감지장치가 장착되어 있어서, 주차할 공간의 넓이를 평가하여 그 넓이에 따라 주차방법을 결정해준다.

운전자는 주차 공간 옆에 차를 세우고 버튼만 눌러주면 나머지 일은 자동차 스스로가 해결한다는 것이다.

“자, 자동주차 동작 실시!”

이렇듯 좁은 공간에서의 주차문제를 해결해 주는 폴크스바겐의 자동차주차 시스템은 3천 달러라는 다소 비싼 가격이 흠이다. 하지만 주변장치가 개발되고, 이에 대한 인식이 확산되면 값싸고 좋은 자동주차 시스템이 선보일 것이다.

이렇듯 꼬리에 꼬리를 무는 발명의 역사는 그 움직임에 끝이 없다.

하나의 재료와 바탕이 되었던 것이 다른 발명품의 재료가 되고, 또 다시 새로운 발명품의 바탕이 되는 것이다.

모든 상상이 곧 발명

1869년 독일의 크스마울은 금속으로 만든 막대 모양의 내시경을 발명했다. 그런데 이것을 앞에

놓고 감탄사를 연발하는 한 남자가 있었다.

“세상에 이런 것이 있다니……, 이것을 입 속으로 집어넣어 사람의 뱃속을 들여다본단 말이지? 정말 놀라워!”

미국의 허쇼위츠는 이 가늘고 기다란 쇠막대를 보며 눈을 빛냈다.

그러나 이 막대가 실제로는 그다지 쓰이지 않았다. 그것을 뱃속에 집어넣으면 환자들이 무척 고통스러워했기 때문이다.

허쇼위츠는 이 발명품을 앞에 놓고 또 다른 발명을 결심했다.

“사람의 배를 가르지 않고도 위장 안을 들여다볼 수 있다니! 몇 가지 결점만 개선한다면 정말 멋진 의료기구가 되겠는걸!”

그는 신념을 갖고 목표를 세웠다. 조만간에 좋은 결과가 나타날 것 같았다. 그러나 쉬운 일은 아니었다. 그는 많은 것을 잃었고, 그럼에도 불구하고 여전히 연구는 지지부진했다.

‘아, 정녕 내 목적을 이룰 좋은 방법이 없단 말인가?’

어느 날, 그는 창을 등지고 앉아 두 팔에 얼굴을 묻었다. 오랫동안 손대지 않아 제멋대로 자란 머리카락들이 그의 양손 안으로 엉켜들었다.

아주 가늘고, 부드러운 머리카락이었다. 그는 무심코 몇 올의 머리카락을 모아 힘을 주었다.

“엥? 끊어지지 않잖아!”

그는 다시 한번 힘있게 머리카락을 잡아당겼다. 그제야 머리카락은 굴복하며 끊어졌다. 당연한 결과였지만 그의 가슴은 뛰기 시작했다.

“바로 이거야, 이제야 내 문제가 해결되었어!”

허쇼위치는 미친 듯이 소리를 내질렀다.

“화상을 전할 수 있는 유리섬유를 사용하는 거야. 가느다란 수만 개의 유리섬유를 한데 묶는다면 유연하고도 강한 수신관이 탄생하겠지!”

그는 이 실마리를 잡은 뒤로 연구를 매우 활발하게 진행시켰다.

그리하여 1958년 파이버스코프라고 불리는 내기경을 완성하였다. 이것이 지금 널리 쓰이는 내시경의 형태이다.

그것은 직경 10~20미크론의 유리섬유 10만 개의 이상을 한데 묶은 것으로 이 섬유의 끝에 연결된 카메라를 통해 인체 내부의 상태를 화상으로 전달할 수 있게 되어 있다.

이 밖에도 위의 관찰을 손쉽게 하도록 내장 벽을 확장시키는 송기공, 기구의 끝을 씻어 내리는 송기공 등이 부착되어 있다. 이것은 위 등의 소화기관뿐만 아니라 식도, 소장, 기관지, 방광까지 관찰할 수 있도록 개발되어 있고, 크기도 2미터에 달하는 것까지 세분화되어 있었다. 이 파이버스코프의 발명으로 현대의학은 사후치료의 단계에서 조기 발견, 예방의학의 단계로 발전하였고, 좀더 정확한 진단이 가능하게 된 것이다.

발명 옆에 발명이 있다. 백 년 전에 그러했듯이 지금도 세상은 알 수 없는 것으로 가득 차 있다. 모든 것이 발명의 가능성인 것이다. **한국발명진흥회**



박희구

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

지금은 지식재산권 시대

21 세기는 지식재산권 시대로 인류는 총성 없는 제3차 세계대전을 벌이고 있다. 지식재산권 전쟁이 바로 그것이다.

선진국이니 개발도상국이니 하며 풍부한 인력과 자원을 앞세우던 때가 바로 이십여 년 전일 뿐인데 그게 마치 옛날이야기처럼 들리는 시대가 되어 버렸다.

기업과 기업 사이의 경쟁도 지식재산권으로 판가름 나고 있다. 자본보다는 지식재산권이 기업 성장의 근간이 되어가고 있는 것이다.

드디어 지식재산권 시대

지식재산권이란 무엇인가? 한마디로 인간의 정신적 창작물에 관한 권리의 총칭이라고 말할 수 있다. 즉, 인간의 지식활동으로 얻어진 정신적, 무형적 결과물에 대하여 재산권으로서 보호받는 권리다.

따라서 지식재산권은 동산과 부동산 등의 유체물에 대한 유체재산권과는 반대되는 인간의 지적·정식적 산물 즉, 외형적인 형태가 없는 무체물에 대한 재산권으로 일종의 무체재산권에 속한다.

지식재산권제도는 발명가 및 예술가 등 창작자에게 창작물에 대한 독점 배타적인 권리를 일정기간 부여함으로써 창작의욕을 고취시키고 창작활동을 장려하여 국가의 산업 및 문화발전을 도모하는데 그 목적이 있다.

지식기반사회에서는 기술과 아이디어 등 지식재산이 국가경쟁력을 좌우하므로 선진국들은 지식재산의 보호를 강화하는 등 지식재산권 중시정책을 강력하게 추진하고 있다.

드디어 한명의 발명가 또는 저작권자가 1백만 명을 먹여 살리는 믿기 어려운 세상이 열렸기 때문이다.

우리는 지금 지식이 기반이 되는 세계경제(Global Economy) 시대에 살고 있다. 한마디로 지식과 기술이 개인과 기업의 이익은 물론 국가 경제의 성장을 보장하게 된 것이다.

과거에는 성공의 자원이 토지·금·석유와 같은 천연자원이었다면 이제는 지식이 가장 고부가가치의 재산권으로 등장한 것이다.

석유왕 록펠러, 철강왕 카네기와 달리 이 시대 최고 갑부인 빌게이츠와 제프베조스는 무형의 자산인 '지식'을 기반으로 하고 있다는 사실이 그 단적인 예다.

미국 MIT 대학의 써로우(Lester Thurow) 교수는 세계경제 시대의 개인과 기업과 국가의 가장 중요한 생존 전략은 지식의 장악에 있다고 하면서, 지식재산권이 경제의 변두리에서 핵심으로 옮겨왔다고 강조한 바 있다.

실제로 미국의 500대 기업은 전 자산의 80%가 지식재산권으로 형성되어 있다.



미국의 평범한 바이오 벤처에 불과했던 암젠사가 세계 최대의 바이오 기업으로 성장한 비결은 '에리스로포이에틴(EPO)이라는 빈혈치료제를 만드는 유전자 특허권을 선점했기 때문이었다.

에리스로포이에틴은 1g에 70만 달러를 호가하는 지상에서 가장 비싼 발명품이다. 이것이 바로 지식재산권의 위력인 것이다.

지식이 부(富)의 원천이 되는 21세기 지식기반경제에서의 부의 창출에 대한 새로운 패러다임은 지식재산권제도를 통하여 비로소 가능하게 된 것이다. 이러한 시대적인 상황 속에서 세계 각국은 새로운 지식과 기술 개발에 국가의 운명을 걸고 모든 역량을 경주하고 있다.

우리나라 역시 세계 일류의 선진국으로 도약하기 위해서는 기존의 지식 및 산업분야는 물론 정보통신과 생명공학 등 이른바 신산업 분야에서 끊임없이 최첨단의 고부가가치 기술을 개발해 나가야할 것이다. 그리고 이러한 국가적 과제를 해결하는 출발점은 자라나는 어린이들에게 창의력과 탐구정신을 키워주고 도전과 개척정신에 충만한 발명풍토를 조성하는 데서 시작되어야 한다. 그리고 이 발명풍토는 우리 사회 모든 분야로 확산되어야 한다.

이제 21세기 지식혁명의 시대에는 획일화된 생각을 가지고 현실에 안주하는 사람은 더 이상 경쟁에서 살아남을 수 없다.

이를 반증하듯이, 미국을 비롯한 선진국에서는 '100명의 박사보다 1명의 발명가' 라는 새로운 구호를 내걸고 우수 발명 인재의 양성에 국가적 운명을 걸고 있다.

우리 모두 발명가가 되자. 지금은 지식재산권 시대이다.

산업재산권은 산업발전의 핵

산업재산권이란 무엇인가? 한마디로 특허권, 실용신안권, 디자인권 및 상표권의 총칭이며, 산업 활동과 관련된 인간의 정신적 창작물(연구결과)이나 창작된 방법에 대해 인정하는 독점적 권리인 무체재산권이다.

즉, 산업재산권은 인간의 머리에서 생겨난 발명과 고안이 권리화된 것이므로, 그 명칭을 산업재산권이라고 하지만 동산이나 부동산처럼 손으로 잡을 수 없는 무체의 재산이기 때문에 무체재산권이라고도 한다.

한편, 산업재산권은 다른 어떠한 분야보다도 국제성이 강한 제도로서 다른 제도에 비해 국가 간에 제도상의 차이점이 아주 적다. 즉, 각국의 국익에 따라 약간의 차이점이 있을 뿐이다.

산업재산권의 목적은 새로운 발명 등에 대하여 그 발명자 및 승계인에게 일정기간 동안 독점배타적인 권리를 부여하는 대신 이를 일반에게 공개하여야 하며, 일정 존속기간이 지나면 누구나 이용·실시하도록 함으로써 기술진보와 산업발전을 도모하는데 있다.

21세기 지식기반사회에서 산업재산권은 산업발전의 핵이라 할 수 있다. 연일 보도되는 눈부신 경제성장과 개인과 기업의 성공 비화는 모두 산업재산권에서 비롯되고 있는 것이다.

일본 니치아 화학 나카무라 연구원은 청색발광다이오드(LED)를 발명, 회사로부터 200억 엔을 받았다.

반면 1990년 플라로이드사 즉석카메라 특허침해 판결로 코닥사는 30억 달러의 손



실(손해배상금 873백만 달러포함)과 더불어 700명의 근로자 해고, 공장폐쇄 등의 막대한 피해를 감수해 야 했다.

한편, 산업재산권은 출원과 등록에 의해 여러 나라에서 보호를 받을 수 있을 뿐 아니라 국가적 이익을 가져오는 기술의 수출에 있어서 그것이 산업재산권에 의해 뒷받침이 되지 않는 한 단순한 용역수출의 범 주를 벗어나지 못하게 된다.

우리나라는 아직도 기술의 도입을 위해 해마다 천문학적인 외화를 지불하고 있다. 기술의 도입을 위해 그 대가로서 지불하는 로열티(특허권 또는 상표권 사용료)만 보더라도 산업재산권이 얼마나 중요한 것 이라는 것을 쉽게 알 수 있다.

대표적인 예로 다중접속방식(CDMA) 원천기술 휴대폰의 경우 미국 켈컴사에 판매가의 5.25%(내수용) ~ 5.75%(수출용)를 로열티로 지급(동영상 상영)하 고 있다. 내수용의 경우 30만 원 기준 15,750원 이 로열티로 나가고 있는 것이다.

최근 들어서는 공공보다 무서운 특허괴물까지 등 장, 대한민국을 공격해오고 있다. 대표적인 예로 지 난해 미국의 대표적인 특허전문 업체인 '인텔렉추얼 베저스'는 자사가 보유한 휴대폰 특허 10건을 우리 나라 S전자와 L전자가 침해했다며 두 회사에 수천 억 원대의 로열티를 요구해 오기도 했다. 특단의 대책이 시급히 요청되고 있다.

기업경영을 좌우하는 디자인

디자인이란 무엇인가?

디자인보호법에는 '디자인이라 함은 물품의 형상, 모양이나 색채 또는 이들을 결합한 것으로서 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것을 말한다.'고 규정하고 있다.

따라서 디자인보호법상의 디자인은 독립거래의 대상이 되는 유체 동산인 물품의 외관에 관한 디자인이 라고 할 수 있다.

보기 좋은 떡이 먹기 좋은 법이고, 같은 값이면 다홍치마라는 속담은 인간이 미(美)를 추구한 것이 어제 오늘이 아님을 알 수 있다. 요즘 사람들은 좀더 예뻐지기 위해 성형수술까지 한다.

때문에 기업들도 앞 다투어 새로운 디자인, 좀더 예쁘고 다양한 모양의 제품개발에 심혈을 기울이고 있 는 것이다.

특허와 실용신안 못지않게 디자인이 중요시되는 시대가 열린 것이다.

이에 따라 디자인제도의 목적도 디자인의 보호 및 이용을 도모함으로써 디자인의 창작을 장려하여 산업 발전에 이바지함에 있다.

궁극적으로 산업발전에 이바지한다는 점에서는 특허 및 실용신안법과 그 목적이 동일하나, 특허 및 실 용신안법은 기술의 발전·촉진에 그 핵심이 있는데 비하여, 디자인제도는 소비자의 구매의욕을 촉진시키 는데 핵심이 있다는 점에서 서로 차이가 있다.

요즘 소비자들이 물건을 살 때 고려하는 요소는 디자인이 52%로 가장 높다고 한다. 이는 소비행태가

朝鮮日報

2009년 07월 17일 금요일 A03면 중*

‘특허 괴물’ 대한민국 공격

특허 사들이 사용료로 먹고사는 외국기업들, 수천억 요구

미국의 대표적인 특허전문 업체 '인텔렉추얼베저스'(이하 IV)는 최근 'TV가 보유한 휴대폰 특허 10건을 삼성전자와 LG전자가 침해했다'며 두 회사에 수천억원대의 연간 특허 사용료를 요구했다. LG전자 관계자는 "다른 제조 경쟁사와의 특허 분쟁 때는 우리도 상대방 제품에 대해 맞제소를 하는 방식의 대응이 가능하지만 이들에게는 통하지 않는다"고 말했다.

우리나라도 미국과 유럽에 근거지를 두고 제조업체 등을 상대로 무차별적인 특허 공세를 펼치는 '특허 괴물'들의 공

휴대폰 특허 10건에 대한 사용료를 요구했다. 업계 관계자들은 "삼성전자와 LG전자가 IV에 특허 사용료를 내면, 국내의 다른 전자업체들도 다시 특허 사용료를 요구하는 방식으로 확산될 가능성이 크다"고 말한다.

◆ '딜레마'에 빠진 국내 대학 주목되는 것은 IV가 대학 연구소

미(美) 대표적 특허기업 IV "휴대폰 특허 10건 침해" 삼성·LG에 사용료 요구

50%씩 나눠 갖는다. 한 대학 관계자는 "국내 대학에서는 매년 4만건 정도의 연구 개발 과제가 수행되지만, 비용 문제로 대부분 해외 특허 출원을 포기한다"며 "IV가 대학 특허 경쟁력 향상에 기여하는 면도 있지만 결과적으로 우리 두뇌로 얻은 고급 지식의



IV와 대학의 협력세금 현황

* 이는 2008년 4월말 기준이며 2008년 10월 31일 기준이다

* 서울 시가 2008년 1월 - 2008년 3월

지역	건수	금액(백만원)
서울	10	180
대전	21	100
충청남도	14	100
경기도	7	100
충청북도	5	100
강원도	5	100
전라북도	3	100
합계	65	20821

자료: 특허청 제공

세계 특허 출원국 점유율 2008년 기준

미국 24.1%

일본 17.1%

중국 10.1%

한국 7.1%

독일 6.1%

프랑스 5.1%

영국 4.1%

기타 25.8%

가능성이나 가격 면에서의 만족보다는 감성적으로 만족하는 것으로 바뀌었다는 것을 말해준다.

특히 디자인은 기업경영을 좌우하기도 한다. 미국의 컴퓨터 제조업체인 애플사는 판매부진으로 도산 직전까지 몰렸으나 부드러운 형태와 화려한 색체에 속이 훤히 보이는 누드컴퓨터 '아이 맥'을 출시해 소비자들의 폭발적인 인기를 끌게 되었고, 결국 부도위기에서 벗어났다고 한다.

벤처기업인 디지털웨어가 독특하고 세련된 디자인으로 무장된 휴대용 MP3 플레이어 '엠펜오(MPIO)'를 내세워 까다롭기로 소문난 일본시장에서 소니를 제치고 시장점유율 1위를 차지한 것도 좋은 예이다.

2006년 TV사업 후 34년 만에 처음으로 LCD TV 판매 세계 1위에 등극한 삼성전자의 보르도 TV는 연구원이 '잔에 남아있는 붉은 와인과 조명을 받고 있는 와인 잔'에서 영감이 떠올라 디자인했다고 해서 화제가 되기도 했다.

또 중소기업 출자전문 업체인 코메론은 출자는 무채색이라는 고정관념을 깨고 출자를 보다 산뜻하게 디자인하고 고운 색을 입혀 일약 세계 출자시장 점유율 3위로 급성장, 화제가 되기도 했다.



미국 비즈니스 위크는 'Made in 000' 시대는 가고, 'Designed in 000' 시대가 왔다고 강조했다, 스티브 잡스 애플 CEO는 '디자인은 인간이 만든 창조물의 중심에 있는 영혼'이라고 말했다.

또 로버트 헤이스 하버드 경영대 교수는 '미래의 가장 핵심적인 경쟁요소는 디자인'이라고 강조하고 있다.

영국의 디자인연구기관인 디자인 카운슬(Design Council)에 의하면 디자인 개발은 첨단기술(특히) 개발에 비해 투자비용은 10분의 1 수준이면서 회수기간이 3분의 1로 빠르고, 종래 제품위주의 디자인에서 웹·게임·애니메이션으로 디지털 디자인이 커지게 된다고 한다.

'같은 값이면 다홍치마' 시대에서 '값이 비싸도 다홍치마'를 찾는 시대가 열린 것이다.

적극적인 브랜드 전략의 당위성

상표란 무엇인가? 사람들의 이름도 상표인가?

상표법상의 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 또는 이들을 결합한 것 또는 이들 각각에 색채를 결합한 것을 말한다.

상표를 보호함으로써 상표사용자의 업무상의 신용유지를 도모하여 산업발전에 이바지함과 아울러 수요자의 이익을 보호함을 목적으로 한다.

상표의 중요성은 새삼 강조할 여지가 없다. 얼굴 없는 사람이 없듯이 상표 없는 상품 또한 없기 때문이다. 상호 또한 마찬가지다.

상표는 아침에 눈을 떠서 잠자리에 들 때까지 한시도 우리 곁을 떠나지 않을 만큼 우리의 생활 깊숙이 파고 들어와 있다. 오히려 그렇기 때문에 무관심하게 지나쳐 버리는 경우가 많은 것도 사실이지만 흔히 산



업재산권하면 특허와 실용신안 및 디자인을 강조하고 상표에 대해서는 무시하는 경향도 있다. 크게 잘못 생각하고 있는 것이다.

요즘 사람들은 자신의 좋은 이름을 갖기 위해 개명까지 한다.

세계적인 브랜드자산 평가회사인 인터브랜드에서 지난해 발표한 순위를 보면 1위는 '코카콜라' 로 그 가치가 무려 687억 달러에 달한다.

코카콜라에 이어 IBM, 마이크로 소프트(MS), 맥도널드, 노키아, 구글, 도요다 등이 뒤를 따르고 있는데, 10위권 내에는 대부분 미국기업이고, 핀란드의 노키아가 5위, 일본의 도요다가 7위를 차지했다. 국내에서는 유일하게 삼성이 19위(175억 달러)로 20위권에 진입했으며, 현대자동차가 69위(46억 달러)로 뒤를 잇고 있다.

건전지로 유명한 우리나라 '로켓트 전지'의 경우 1998년 9월에 질레트에 상표권과 영업권을 임대하면서 브랜드 대가 660억 원을 포함

해 850억 원을 받은 바 있다.

한편, 손톱 깎기를 주력상품으로 생산하는 대성금속은 '777'이라는 탄탄한 브랜드를 구축, 미국 거대기업인 보잉사와의 상표분쟁에서 승리하였으며, 문구 전문 업체인 양지사는 'Window' 상표를 등록한 후 마이크로 소프트(MS)와의 상표분쟁을 승리로 이끌어 세계 상표계의 화제가 되기도 했다.

그러나 우리나라의 기업브랜드와 국가 브랜드는 아직도 허약한 편이다. 우리나라에서 생산되는 제품들이 가격과 품질에서 우수한 경쟁력을 가지고 있음에도 불구하고 미국, 유럽, 일본 등 선진국 시장에서 제값을 받지 못하는 이유는 우리의 기업브랜드와 국가 브랜드에 프리미엄 가치를 지닌 명품 브랜드가 없기 때문이다.

우리나라의 제품이 이들 국가에서 제대로 평가받기 위해서는 한국을 대표하는 독특하고 차별화된 제품 개발과 함께 이들이 경쟁력 있는 글로벌 브랜드로 성장할 수 있도록 브랜드 네임, 상표권 획득과 관리, 브랜드 마케팅 전략, 브랜드 세계화 등 브랜드 중심 경영 패러다임으로 발상의 전환이 이루어져야 한다.

또한, 국가적 차원에서도 세계 속에서 우리나라에 대한 긍정적이고 우호적인 이미지를 심어줄 수 있는 'Korea Premium' 정책으로 국가 브랜드 자체를 개선 강화하고, 이를 통해 우리나라의 기업브랜드가 세계 시장에서 보다 쉽게 경쟁력을 확보할 수 있도록 하는 체계적인 국가브랜드 전략이 필요하다.

브랜드 가치를 높이는 일은 중소기업에게는 더욱 더 중요하다. 최근, 삼성경제연구소의 한 설문조사에 의하면 중소기업 CEO들은 취약한 브랜드력 때문에 제품 가격을 제값 대비 64%밖에 받지 못한다고 생각하고 있으며, 중소기업 CEO의 87%가 브랜드 파워가 약해 손해를 본 경험이 있는 것으로 나타났다.

지난해 4월에 특허청 등록상표가 100만 건을 돌파했다. 가치 브랜드 홍수의 시대라고 할 수 있다. 넘쳐나는 브랜드 홍수 시대에 단순히 방어나 보호수단으로서의 브랜드 관리를 넘어 가치를 높이기 위한 적극적인 브랜드 전략이 너무나도 필요한 시점이다.

한국발명진흥회



왕연중

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

발명 365

종이

요즘 우리는 종이의 홍수 속에서 살고 있다. 종이처럼 인류의 문화 발전에 크게 기여한 것도 흔치 않을 것인데 이것은 누가 발명 했을까?

지금으로부터 3, 4천년 전 이집트의 나일 강변에 파피루스라는 수초가 자라고 있었다. 물에 불린 수초를 가지런히 펴 무거운 것으로 눌러 붙여 만든 것이 원시의 종이였다. 그러던 것이 오늘날에 와서는 용도에 따라 다양한 종류의 종이가 만들어지고 있다.

지금 우리가 쓰고 있는 종이는 1,800여 년 전에 중국의 채륜이 처음 발명한 데서부터 비롯되었다. 채륜의 종이는 삼 따위의 식물섬유를 원료로 하여 만들었다. 그 후 이것은 세계적으로 널리 퍼졌고, 더 좋은 종이를 연구했다. 그 결과 1843년 독일 태생의 직물기술자 켈러가 나무를 잘게 부수는 쇠목펄프 방법으로 종이를 만드는 데 성공했다.



발명교육은 21세기 미래를 이끌어가는 창의적 산교육이다



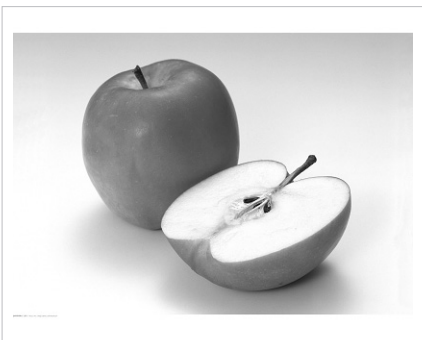
속 까지 빨간 사과 보신 적 있습니까?
 겉껍질은 물론이고 씨를 싸고 있는 속살까지 붉게 물든 새로운 사과다. 네덜란드와 스위스에 본사를 둔 N 회사가 개발한 신품종이다.

이론상으로 존재할 수 없는 다양한 품종이 개량되고 새로운 품종 개발 시대로 구분되는 미래교육 환경은 창조하는 발명교육으로 만들어간다. 수없는 실패의 반복과정으로 만들어지는 새로운 품종은 발명적 사고에 의한 도전의 결과다.



발명교육은 21세기 미래를 이끌어가는 산교육이다

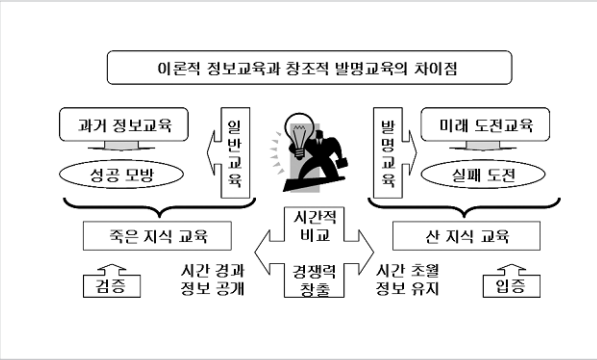
교육은 과거정보를 가르치는 교육과 미래 도전을 가르치는 교육으로 구분된다. 과거정보교육은 보편적인 학교교육이다. 지금까지 증명되고 검증된 자료에 의하여 검증된 방법을 가르치는 교육이 과거정보교육이고 지금까지 존재하지 않는 것을 스스로 찾아내고 분석하여 실험하고 도전하는 교육은 미래도전교육이다.



증명되고 검증된 자료를 가르치는 교육을 죽은 교육이라 구분한다면 지금까지 존재하지 않는 미래에 도전하는 교육을 살아 있는 교육, 산교육이라 구분한다.

발명가와 과학자가 다른 점이 있다면 발명가는 존재할 것을 만들어 간다면 대부분의 과학자는 존재해 왔던 자료를 바탕으로 새로운 것을 찾는다. 발명가는 지금까지 존재하였던 것을 새로운 관점에서 관찰하고 분석하는 창의적 사고가 중요하다. 과학자도 발명가와 같지만 이론적 근거를 바탕으로 존재하였던 것을 부정하거나 재정립하는 이론적 연구가 발명의 창조적 도전과 다르다.

존재하지 않는 것을 존재하게 하는 것, 아무도 인정하지 않는 것을 인정하게 만드는 것, 학교교육과 같은 일반 교육은 이미 검증된 자료와 확실성이 파악된 정보이거나 확정된 자료만을 바탕으로 교육한다. 검증이 되었다는 것은 공개되어 누구나 정확하게 자료를 파악하고 있기 때문에 새로운 것이 없어 경쟁력도 없다. 학교교육은 검증된 자료가 아니면 교육 자료로 활용하지 못한다.



발명교육은 검증된 자료만이 아니라 검증되지 않은 모든 자료가 교육 자료로 활용된다. 실패를 했다면 무엇 때문에 실패를 했는가에 대한 철저한 분석을 함으로 실패를 예방하거나 철저한 분석을 통해서 지금까지 확인되지 않는 사실을 찾아내기 때문이다.

발명교육에서 공개된 자료와 정보는 기본 과정이고 공개되지 않는 미공개 자료와 정보를 찾아내어 새로운 자료로 만들어 가는 교육이다. 학교교육 자료는 최소한 5년의 시간이 흐른 과거 정보다. 검증된 자료가 교육 자료로 채택되는데 5년이 소모되기 때문이다. 급변하는 시대에서 5년 이상이 지나간 정보와 자료는 죽은 자료이고 정보이다.

모바일문화의 특성은 지금까지 존재하지 않는 새로운 콘텐츠 개발에서 경쟁력이 결정된다. 이미 남들이 사용하고 있는 애플리케이션은 상품성이 없기 때문에 콘텐츠로 적용하거나 사용하지 않는 이유가 과거의 죽은 정보이고 지식이기 때문이다. 발명은 급변하는 시대에 적합한 아이디어로 경쟁력을 창출한다. 아직은 전문가에 의하여 검증되지 않

있지만 개발자가 소비자에게 입증할 수 있는 자료와 정보가 경쟁력을 창출한다.

21세기 정보화시대를 이끌어가는 교육은 발명교육이다

정보와 지식은 다르다. 지식은 교육적 가치를 객관적 검증방법으로 입증된 과거의 정보다. 정보시대를 이끌어가는 정보는 검증이나 입증되지 않는 것도 포함되는 것으로 정보와 지식은 다르다. 미래를 정보시대라고 지칭하는 것은 검증은 되지 않았지만 상품성을 지니고 있는 정보를 포괄적으로 포함하는 발명적 교육을 의미한다. 발명교육은 과정을 중심으로 하는 교육이기 때문에 발명과정에 필요하면, 검증되지 않은 정보까지 포함한다.

레오나르도 다빈치 자료는 이론보다 실기를 중심으로 제시된 정보다.



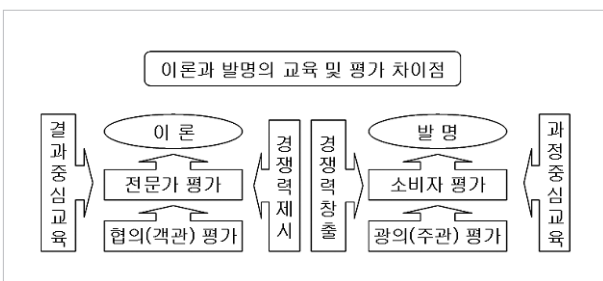
그림 자료의 기구들은 레오나르도 다빈치가 당시 이론적으로 설명하기 어려운 다양한 기구를 사실적으로 제시하였다. 200년 이후에 실질적인 제품으로 개발되었고 일부는 첨단기술이 발달한 21세기에 와서 개발되

었던 이유가 이론중심이 아니라 과정중심의 실험을 통한 개발을 하였기 때문이다. 발명은 미래를 제시하는 이론이면서 살아있는 교육자료를 제시하는 교육이다.

검증과 입증은 무엇이 다른가?

검증은 상대적이고 입증은 주관적이다. 상대적이란 상대에 의하여 증명되는 것이지만 주관적이란 스스로 증명하는 것으로 검증은 검증과정을 통하여 비판되고 평가되어 나타나기 때문에 많은 시간이 소요되므로 시간 싸움에서 이미 시기를 놓치므로 경쟁력을 창출하지 못한다. 입증은 주관적이기 때문에 상대적인 증명을 대중한테서 받는다. 대중의 평가는 음과 양에 의하여 평가하기 때문에 시간적 싸움에 경쟁력을 창출함으로 검증에 대한 경쟁력을 창출하게 된다.

학교교육이 창의성교육에서 경쟁력이 없다는 평가를 받는 이유는 무엇인가?



시간적 평가 차이로 경쟁력을 창출하지 못하기 때문이다. 이론 중심의 평가를 하기 때문에 이론에 부합되지 않거나 평가자들의 이론적 사고에 의하여 평가됨으로 대중적인 평가를 받지 못하고 있다.

모든 사물은 음과 양의 양면성을 가지고 있다. 이는 사용자에 의하여 상품가치가 달라진다는 것을 의미한다. 모든 상품은 상품을 사용하는 사람의 계층에 따라서 수요가 창출되기 때문에

상품의 질이나 가격 등에 의하여 소비자층이 형성된다. 따라서 모든 상품에는 저마다 다른 소비자층을 가지고 있다.

이론적 구분은 찬성과 반대로 이원화된다. 이론적으로 적합한 것이 실질적인 상품성을 반드시 창출하는 것은 아니다. 이론적으로 완벽한 것이 오히려 상품적 가치를 창출하지 못하는 경우도 많다. 중요한 것은 상품적 가치다. 상품적 가치는 발명가의 발명적 사고에 의하여 만들어진다. 발명가는 소비자의 욕구 충족을 위한 문제해결에 의하여 아이디어를 창출하기 때문에 상품적 가치를 소비자층에서 찾아내고 이를 상품의 생명으로 만들어낸다.

이론이 상품적 가치를 만들지 못하는 경우는 이론은 상품성보다 학술적 이론으로 연구되고 발달하기 때문이다. 따라서 발명은 존재하는 상품을 근거로 새로운 상품개발을 목적으로 함으로 이론보다는 실기에 치중하게 된다.

이론은 발명교육 자료이다

많은 발명교사들이 이론에 대한 궁금증을 가지고 있다. 과학이나 수학처럼 이론을 바탕으로 설명해야 학생들이 쉽게 알아듣는다고 생각한다. 실제는 이론적 설명보다 만지고 만들어가는 과정에서 쉽게 이해하는 것을 볼 수 있다. 그럼에도 근본적인 이론은 반드시 설명해줄 필요성이 있다.

발명 가치를 평가하는 것은 소비자이고 이론 가치를 평가하는 것은 이론가이기 때문에 발명과 이론은 과정과 결과가 다르다. 이론은 전문가에 의한 전문적 평가이지만 발명은 다양한 소비자에 의하여 평가되기 때문에 다양한 소비층의 대중적 평가를 받는다. 이론이 전문적 학술이라면 발명은 대중적 상품이기 때문에 이론보다 발명은 계층이 다양하고 광의적 의미를 지니고 있다. 결과중심의 일반 교육과 과정중심의 발명교육은 죽은 지식과 산지식의 차이로 구분할 수 있다.

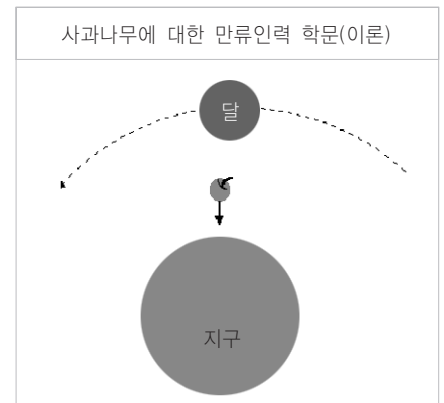
사과는 나무에서 아래로 떨어진다는 것은 학술적 이론이지만 떨어지는 사과를 보존하는 것은 기술개발의 발명이다. 발명은 이론을 활용하고 적용함으로 새로운 조건과 환경을 만들어내는 도전이다. 도전은 수없이 반복되는 실패 과정을 통하여 만들어진다.

발명교육이 살아있는 산교육이라고 하는 것은 이론을 근거로 새로운 것을 만들어내는 실패를 통한 과정에서 결과를 만들기 때문이다. 이론은 “맞다. 틀리다.” 는 이원적 결과로 평가하지만 21세기 정보화시대에서는 틀리는 것도 맞는 것으로 재창출시키는 살아있는 지식을 요구한다.

사과가 익어서 땅에 떨어지면 상품성이 떨어지기 때문에 땅에 떨어지지 않도록 성숙기간을 조절하고 튼튼한 사과나무로 품종과 품질을 개량하는 것은 땅에 떨어진다는 이론을 바탕으로 땅에 떨어지지 않게 예방하고 관리하는 기술을 개발하는 것으로 이처럼 죽은 지식을 살아 있는 지식으로 만들어내는 교육이 발명교육이다.

살아 있는 발명교육과 이론관계

발명은 이론으로 만들어지는 것이 아니다. 오히려 이론이 발명의 방해요인이 될 수도 있다. 문제는 이론은 발명의 귀중한 자료라는 점이다. 이론자료는 발명가의 고민이나



문제해결을 풀어나가는 수단이다. 이론만을 주장하면 발명은 발전하지 못하지만 이론을 바탕으로 발명하면 다양한 발상을 할 수 있는 상관관계를 가지고 있다.

발명적 이론은 방법이다.

발명교육에서 이론은 방법적 설명을 위한 자료다. 만지고 만들면서 느꼈던 것들을 정리하는 과정에서 이론은 중요하다. 문제는 이론만을 강조하면 만지고 만들면서 이론에 국한되어 제한적 행동을 함으로 발명적 사고를 창의적으로 창출하는데 제약을 받게 된다.

트리즈는 발명적 이론의 하나다

트리즈는 세계적 발명품 비결을 분석한 이론이면서 방법적 이론이다. A 발명품은 어떤 원리에 의하여 만들어졌는가에 대한 분석적 자료에 의하여 좀 더 빠르고 정확하게 발명적 사고를 창출하는 방법으로 트리즈는 발명방법으로 활용되고 응용되며 적용되고 있다.

50만 여건의 발명품을 분석하여 어떤 발명품은 어떤 방법에 의하여 만들어졌는가에 대한 정보를 사전에 파악하고 이를 바탕으로 다양한 발명적 사고를 창출시키는 방법은 트리즈가 발명적 방법을 제시하는 하나의 이론으로 충분하다. 문제는 문화에 의한 사고적 차이이다. 트리즈를 만든 러시아 문화와 한국문화의 차이가 발명적 사고의 차이이다. 따라서 트리즈 이론은 발명적 사고를 창출시키는 이론적 가치로 응용하고 활용하면서 때로는 적용한다면 이론 없이 생각하는 것보다 빠르고 정확하게 발명 문제를 해결할 수 있을 것이다. 이론을 어떻게 적용하고 활용할 것인가에 대한 선택은 경험에서 나온다. 발명이 경험에 의하여 아이디어를 창출하는 것과 같다.

발명교육은 과거의 죽은 지식보다 미래의 산지식을 가르친다

이론은 실패를 예방하고 정해진 하나의 답을 만들어내는 객관적 검증에 의한 과거의 죽은 지식이지만 발명은 실패를 전제조건으로 다양한 해답을 이끌어내는 산교육이다.

무수한 실패를 바탕으로 성공을 하는 것과 성공을 모방하여 성공하는 것과는 다르다. 발명은 실패를 바탕으로 성공에 도전한다. 과학도 많은 실패를 바탕으로 도전하지만 이미 증명된 이론에 바탕으로 모방 도전을 하기 때문에 발명도전과 차이가 있다.

과학자 중에서 아인슈타인과 같이 새로운 이론을 제시하는 과학자는 처음에 많은 난관에 부딪치게 된다. 찬성이나 동조보다는 비판적 세력에 심각한 고통을 받는 경우가 많다. 기존 이론에 반대되는 이론일 경우는 엄청난 저항과 비판에 부딪친다. 문제는 아인슈타인처럼 이런 경험을 가진 과학자들이 미래를 이끌어 온 과학자들이라는 것이다.

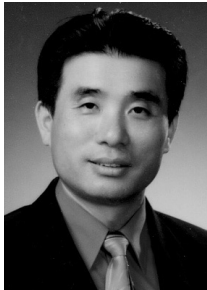
기존의 틀을 깬다.
새로운 것을 제시한다.
미래를 창조한다.

과학자와 발명가의 관심사나 목적은 같지만, 앞서 지적하듯이 과학자는 철저한 이론을 바탕으로 과거의 정보와 지식을 근거로 도전하지만 발명가는 지금까지의 모든 것을 부정하는 경우도 있고 심지어는 전혀 존재하지 않는 것을 입증하여 새로운 것을 만들어내는 도전을 함으로써 무모한 도전이라고 말하기도 한다.

기존의 조건을 뒤집거나, 비트는 생각을 엉뚱한 생각이라고 말하지만 사실은 엉뚱한 생각이 아니라 철저히 관찰되고 분석된 과정에 의한 새로운 발상이다. 엉뚱한 발상은 앞뒤가 맞지 않아 결과를 만들지 못하지만 발명적 발상은 엉뚱하게 보이는 발상으로 앞뒤가 연결되어 결과를 만들어내는 발상이다. 즉, 엉뚱한 발상과 엉뚱하게 보이는 발상은 전혀 다르다.

발명적 사고는 엉뚱하게 보이는 발상으로 문제를 해결하는 경우가 종종 발생한다. 전혀 이론에 적합하지 않고 검증되지도 않았지만 스스로 입증하는 과정에서 미래를 제시하는 창의적 능력을 창출한다. 얼마나 많은 실패경험을 교육하는가에 따라서 죽은 지식 교육과 살아있는 산지식교육으로 구분된다.

미래 도전에 두려워하지 않도록 만드는 것은 실패를 또 하나의 과정이고 경험으로 교육하는 자신감을 키우는 교육이다. 안산의 K공고 2학년 학생이 학문적 지식으로 평가한다면 낙오자로 분리되었지만, 이론적 학문으로 평가받는 학생들도 생각하지 못하고 도전하지 못하는 모바일 폰의 애플리케이션을 개발한 것은 발명적 사고에 의한 실패를 통한 산교육, 발명교육에 의한 결과다. 이처럼 발명교육은 생활 속에 모든 것이고 스스로 경험하도록 자신감을 심어주는 창조적 교육으로 21세기 미래사회를 이끌어 갈 것이다. **민국발명진흥원**



강 충 인
발명칼럼리스트
TQ창의력교육개발원장
특허청) 직무발명연구회 전문위원
중진공)중소기업연수원 전문위원
건국대 미래지식교육원 겸임교수

스티브잡스 시대, 그리고 88만 원 세대

지난 달 서울의 북쪽 대학에서 한국의 젊은 대학생이 “나는 대학을 거부한다, 이제 대학과 자본의 거대한 탑에서 내 뿔의 돌맹이 하나가 빠진다. 탑은 끄떡 없을 것이다. 그러나 작지만 균열은 시작되었다.” 라는 대자보를 붙이고 자발적 퇴교를 결정했다. 도미노 현상일까? 다시 이번엔 서울의 남쪽 대학에서 제 2의 대학 거부사건이 터졌다. 그러면 이다음 남쪽 대학에서 떠질까? 스티브잡스와 우리의 대학생들을 같은 비교선상에서 논하기는 어렵지만 두 사람 모두 대학을 부정하면서 창의성 없는 대학 교육을 질타했는데 이러한 흐름의 태동을 보면서 곧 한국의 스티브잡스가 나올 것만 같은 느낌을 받는다.

대학은 자격증 장사 브로커가 못 된다

스티브잡스를 연구해보면 양부모에 의해서 길러지게 되고, 오리건주 포틀랜드에 위치한 리드 대학교에 입학등록은 하였으나 1학기만 수강하고 중퇴한다. 학교는 중퇴했지만 대학교에 머물면서 다양한 강좌를 청강했다고 자신이 밝혔다. 그러한 대학 시절 다양한 청강 경험이 컴퓨터 관련 박사도 아니지만 컴퓨터 회사를 창업하게 하고, <토이 스토리> 등 컴퓨터 애니메이션을 만들게 하고 아이팟 아이패드 등을 세상에 내놓아 21세기 IT 산업의 창의적 리더로 IT 정보화 세기의 아이콘이 되었다.

스티브잡스의 대학시절을 보면 미국에서 유명 대학도 아니고 관련 학문의 박사 학위도 없고 그저 평범한 미국 시민의 한 사람이지만 어떻게 그렇게 세계가 깜짝 놀라게 하는 그런 발상을 할까라는 많은 의구심을 갖는다. 분명 한국과 미국이라는 사회적 환경이나 풍토가 다르지만 유명 대학 졸업장이나 박사 등의 학위가 기업이나 사회가 필요로 하는 창의적인 인재와 직접 매치가 된다고는 볼 수 없다.

이러한 것을 연구 실험하기 위해서 우리나라 기업 중 가장 우수한 인재가 있을 것이라고 많은 사람들이 생각하는 팀을 3년 동안 특허 관리를 하면서 연구원들의 창의적인 아이디어를 관리 평가해보았다. 그런데 이상하게도 우리가 말하는 소위 SKY라든가 박사학위 등 꼭 연관될 거라는 선입관과는 다르게 결과가 나왔다. 잘못된 결과를 도출했을까? 의문이 되어서 서울대학교 자체에서 서울대학교 학생의 자질을 연구 발표한 결과를 보니 평가항목 많은 부분에서 우수한 높은 점수가 나왔는데, 본인들이 창의적인가? 라는 항목에서는 상대적으로 매우 낮은 점수를 내놓은 결과를 보았다. 그래서 직접 서울대 졸업생을 만나 설문한 결과 정말 창의적이라고 말한 사람이 별로 없었다. 삼성전자의 임원 비율에 있어서 우리가 알고 있는 상위 학교들 출신이 50% 미만이라는 신문기사가 나왔다. 연구했던 결과와 묘하게 일치하는 모습을 보았다. 엇그제 급기야 국내 대학이 1년에 배출하는 박사 인원이 1만 명을 넘었다는 기사가 나왔다. 이제 대학은 자격증 장사 브로커가 못 된다. 박사 학위는 옛날 대학 졸업장보다 못한 희소가치로 전락했다.

이제 대학이 다시 깨어나야

미국 가치투자의 대가 워런 버핏, 컬럼비아대 리 볼린저 총장, 노벨상 수상자 해럴드 바머스, 선마이크로시스템 창업자인 스킷 맥닐니 등 각 분야의 쟁쟁한 명성을 떨치는 사람들의 공통분모가 하버드를 노크했다가 떨어진 사람이다. 리 볼린저 총장은 하버드대 진학 실패를 통해 스스로의 잠재력을 발휘하는 것은 자신에게 달려있다는 점을 깨달았다고 말했다. 또한 그는 “실패가 인생을 좌지우지하

한국의 IT 산업을 걱정하는 목소리가 커지면서 스티브잡스가 가지고 나왔던 아이팟·아이폰·아이패드 등 애플의 향방에 많은 관심과 이목이 집중되어 있다. 그러면서 스티브잡스의 지난 행보를 많은 사람들이 연구하고 우리나라도 스티브잡스 같은 사람이 나와야 한다는 목소리가 높아지고 있다.

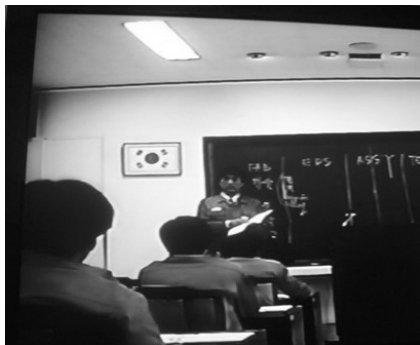


게 두지 말라”며 “다른 사람의 평가대로 스스로를 평가하는 것은 매우 큰 실수라고” 말했다. 만일 앞에서 열거한 사람들이 하버드의 학사모를 썼다면 그렇게 좋은 업적을 만들었을까? 그동안 연구한 결과로 보면 창의력이란 유명대학의 학사모가 만들어주는 것이 아니라 유명 대학의 학사모가 주는 영광스럽고 안위한 고정관념을 던져 버리고 자기 스스로가 무언가를 해야겠다는 내적 동기부여가 더 많은 기여를 한다는 것이었다.

대학은 이제 자격증 브로커가 아니라 좋은 인재를 모셔와 장학금을 주면서 창의적인 인재를 만들어 바로 세상에 나가서 멋있는 아이디어로 세상을 이끌어 나가게 하는 인재의 산실이 되어야지 해가 다르게 오르는 등록금 인상으로 수많은 젊은이를 허탈하게 해서 안 된다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 많은 정책이 있겠지만 경험한 사례를 가지고 이야기를 하겠다.

외국대학에서 특허출원 등록한 많은 기술들을 평가하여 실시할 수 있으면 매입을 하겠다는 프로젝트를 많이 진행했었다. 그런데 모두가 사업성이 있어서 또는 산학과의 관계 개선을 위해서 많은 특허들을 매입·결정을 해주었다. 그러면서 그들 대학이 이러한 돈을 어디에 쓰는지 물어보니 우수한 인재를 끌어오는데 장학금으로 쓴다는 사실이었다. 대학이 기업이나 국가에서 어떤 프로젝트를 가지고 와서 성공하려면 우수한 인재가 있어야 하기 때문에 장학금으로 쓴다는 것이다. 외국 대학은 좋은 인재를 장학금을 주면서 유지하는데 우리는 좋은 인재를 뽑아서 바보를 만든다거나 대학을 거부한다는 대자보를 붙이게 한다.

그동안 15년 동안 연구원 또는 엔지니어 3만 명 넘게 창의력 및 특허관련 교육을 직접 강의했다. 자라는 아니지만 한국에서 가장 많은 우수한 인재를 현장에서 직접교육 시킨 사람이 누구일까라는 질문에 국내에서 다섯 손가락 안에 든 사람이라고 자신 있게 이야기하고 싶다. 모든 신입사원 또는 연구원은 특허교육이나 창의력 교육을 필수 과정으로 만들어 교육을 진행했기 때문에 그동안 경력을 보면 지나친 말은 아닐 것이다. 그러는 과정 속에서 가장 절실하게 느낀 점이 우리의 대학을 졸업한 신입사원들이 창의력이 풍부하지 못했다는 것이었다. 아마도 그것은 나만이 느꼈던 것이 아니라 많은 사람들이 공감하는 부분이다. 그래서 많은 사람들이 한국의 스티브잡스, 한국의 빌게이츠 등 창의적 산물로 세계를 이끌어가는 시대의 아이콘 같은 사람을 기다리고 있다. 이제 대학이 그런 인재를 만들어내는 산실로 탈바꿈해야 한다.



〈신입사원 강의〉



〈MBC 초청강의〉

창의력은 다양성이 필요하다

세계적으로 히트한 상품이나, 스티브잡스가 가지고 나온 아이패드 등 세계를 주름잡는 신상품들의 공통점은 제품을 구성하고 있는 기술이나 아이템들이 모두 새로운 것이 아니라는 것이다. 기존에 존재하는 다양한 기술이나 아이디어들을 적절히 조합하여 소비자의 욕구를 충족시켰다는 것은 시제품 발표 후 그 구성 요소들을 면밀히 분석해 보면 확연히 알 수 있다.

창의력이란 기존의 다양한 기술을 잘 분해 결합시켜 새로운 대안(제품, 또는 문제점 해결)을 창출해내는 능력이다. 한 분야의 깊은 지식을 가지고 있는 사람은 오히려 자기

의 전문분야의 웅덩이에 빠져서 허우적거리다 묘안을 창출해내지 못하고 익사할 수 있다.

이러한 논리가 사실인지를 실험하기 위해서 신입사원 중 박사학위를 가지고 있는 사람들이 좋은 특허를 어떻게 내는지 관찰했다. 아무리 박사학위를 가지고 있다고는 하지만 3년 안에는 그럴싸한 특허를 못 내고 있었다. 그래서 왜 박사가 좋은 특허를 못 내느냐고 질문을 하니 “학위 받은 분야는 매우 좁은 분야로 전체를 아우르며 문제점을 찾고 대안을 창출하기는 단시간에 어렵다”고 실토했다.

여기서 스티브잡스의 학창생활을 다시 한번 보자. 대학은 1학기만 등록을 하고 나머지는 학교에 남아서 많은 청강수업을 받았다는 본인의 고백에서 알 수 있듯이 스티브잡스는 분명 한 분야의 학문에 몰두한 것이 아니라 여러 강좌를 청강하면서 공부했다. 그 중 캘리그래피(calligraphy)의 청강은 그래픽 유저 인터페이스를 개발하는데 영감을 주었다고 했다. 스티브잡스의 짙막한 대학생활이 자신의 인생 모든 영감을 얻을 수 있었다고는 할 수 없지만 다양한 학문과의 접촉은 그가 만들어내고 있는 다양한 영역의 능력과 아무런 관련이 없다고 부정은 할 수 없을 것 같다. 스티브잡스는 대학 졸업장을 위해서 대학에서 공부하지 않았고, 좋은 학점을 따는 기계가 되려고도 하지 않았다. 단지 다양한 학문을 접하기 위해서 여러 강좌를 청강하면서 캠퍼스 밖에서 펄 꿈들을 꾸고 있었다.

대학은 창의력의 산실이 되어야

다시 우리 88만 원 세대의 대학을 보자. 대학 스스로가 88만 원 세대를 만들었다고 본다. 기계적으로 외우거나 기타 온전하지 않은 방법으로 학점을 관리하지 않았다면 그렇게 좋은 스펙을 가지고 있는 사람들이 기업에 들어오면 왜 바보가 되고 적응도 못하여 대학원 또는 유학을 가겠다고 아우성이며 좋은 창의적인 아이디어를 내어 보라면 머뭇거리고 있는지! 대학생 모두 다 스티브잡스 빌게이츠가 될 수 없겠지만 이제는 서서히 나와야지 않을까?

이제 세상이 바뀌어지고 있고 더욱 바뀌어야 한다. 우리나라 산업발전 초창기는 단순 노동에 의한 산업이 주류를 이루었기 때문에 경기고 서울대라는 간판은 커다란 보이지 않는 카리스마가 되어서 유능한 경영인이 될 수 있었다. 그

러나 산업이 고도화되고 첨단화되고 창의력이 풍부해야 하는 스티브잡스 시대에는 그런 간판은 창의력을 발휘하지 못하면 우스개 소리밖에 내놓지 못한다. 731부대가 독립군 부대였다는 응답에 많은 사람들은 국민을 대표하는 사람을 희극배우 같은 코미디언이라고 질타했다. 우리가 전통적인 가치관으로 인재를 뽑으면 이런 일들이 앞으로 비일비재 할 수 있다. 왜냐면 우리가 알고 있는 공부 잘한다는 사람은 시험에 나온 것만 잘 알지 나머지는 잘 모르기 때문이다. 암기하여 시험친지 2주일 지나면 교육내용 70% 이상이 뇌에서 사라진다는 뇌 과학의 보고서를 보면 학점이나 간판으로 인재를 뽑았다면 21세기 창의력이 필요한 시대에서는 문제가 있다는 것을 보여준다.

창의력이란 단순한 임기응변식 암기로 만들어지는 것이 아니라 인간의 무의식 속에 숨어있는 그동안의 교육 또는 경험 등 살아있는 지식으로 큰 시야를 가지고 각색했을 때 감동을 주는 작품이 나온다. 쉽게 이해를 시키기 위해서 이야기를 만들면 자기 출세만을 위해서 부당한 방법으로 군복무를 하지 않았던 사람이 서해교전 현장에서 해병대 복장을 하고 사진 찍으며 군복무 열심히 하라고 당부하는 사진을 찍었다고 했을 때 그러한 사진이 감동을 줄까? 이순신 같은 그 동안의 경험과 경륜의 이미지가 있는 사람이 “세계 최초로 철갑선을 만들고 열두 척의 배로 적선 333척과 마주쳐 이겼다. 나를 따르라!” 한다면 이런 장면은 명장면이 되어서 국민 모두를 결속시키고 남을 것이다.

이제 대학이 다시 태어나야 한다. 세계 최초의 창의적 철갑선으로 백척간두 누란의 경지의 민족을 구했던 성웅 이순신 같은 창의적 인재를 많이 만들어 낼 수 있는, 인재의 부화장으로 탈바꿈 해야 할 것이다. **민국발명진흥원**



출원공고와 손실보상 청구권제도

I. 들어가며

우리나라 상표법은 특허법과 실용신안법과는 달리 심사관이 출원내용에 대하여 심사한 결과 거절이유가 없다고 판단할 때에는 등록 전에 일반 공중에 공개하여 부실권리의 등록을 방지하기 위해 일반 공중의 협력을 구하는 『출원공고제도』를 두고 있다. 이와 더불어 심사의 공정성과 완전성을 확보하고, 제3자의 이익을 보호하려는 취지에서 상표등록 『이의신청제도』를 운영하고 있다.

또한 상표등록출원과 동일, 유사한 상표·상품을 사용하는 제3자에게 서면으로 경고하고, 업무상 손실이 발생한 경우 그 보전을 위한 『손실보상청구권제도』가 마련되어 있다. 이 제도를 두는 근본적인 이유는 상표등록출원부터 상표권의 설정등록에 이르는 사이에 당해 상표에 화체된 업무상의 신용을 보호하고, 그 사용으로

부터 발생하는 손실을 보전하기 위하여 그 상표를 사용한 자에 대하여 금전적인 지불청구권을 인정한 것이다.

상표업무를 직접 담당하는 전문가들은 손실보상청구권 제도가 존재한다는 사실을 숙지하고 이 제도를 유효적절하게 활용함으로써 상표권 보호에 만전을 기하고 있으나, 통상적인 거래업계의 일반 수요자들은 출원 후 등록 전에 당해 상표를 제3자가 침해하는 경우에도 이 제도가 존재한다는 사실을 인지하지 못하는 관계로 적극적으로 대응하지 못하는 사례가 많다. 이번 기회에 본 제도의 요건과 내용에 대해 알아두면 상표권리보호에 도움이 될 것이다.

이번 호에서는 상표등록 전의 절차로서의 심사관에 의한 출원공고제도와 공고내용 중에 거절이유가 있음을 이유로 누구든지 잘못된 출원공고라는 이유를 들어 특허청에 이의를 제기할 수 있는 상표등록 이의신청제도를 검토한다. 그리고 상표등록 출원 후의 업무상 손실에 대한 보전방식의 로의 손실보상청구권제도에 대하여도 살펴보기로 한다.

II. 출원공고 제도

1. 의의

- (1) 『출원공고』란 상표출원에 대하여 심사관이 실제 심사를 한 결과 거절이유를 발견할 수 없거나, 거절이유가 해소된 경우에 출원내용을 일반 공중에 공개함으로써 심사의 협력을 구하는 제도를 말한다.
- (2) 출원공고제도는 상표등록 전 출원내용을 공중에 공개토록하여 심사관의 독단을 배제하는데 그 목적이 있다. 또한 이로 인해 심사의 공정성과 안전성을 담보하여 부실권리의 발생을 예방하고, 등록 후 발생할 수 있는 분쟁을 미연에 방지하기 위하여 채택된 제도이다.
- (3) 출원공고의 법적성질에 대하여는 공시최고설, 공중심사설 및 객관성 담보설이 대립하고 있으나, 출원공고제도는 일반 공중에 심사협력을 구

하기 위해 마련한 제도라는 점에서 공중심사설이 타당하다고 보여진다.

2. 출원공고의 절차

(1) 출원공고의 결정

심사관은 상표등록출원에 대하여 거절이유를 발견할 수 없는 때에는 출원공고결정을 하여야 한다. 그러나, 출원공고결정등본 송달 전의 보정에 대하여 각 하결정이 있는 때에는 당해 결정등본이 송달이 있는 날부터 30일이 경과할 때까지는 출원공고결정을 보류하여야 한다.

(2) 결정등본 송달

특허청장은 출원공고결정이 있을 때에는 그 결정의 등본을 출원인에게 송달하고 그 상표등록출원에 관하여 상표공보에 게재하여 출원공고를 하여야 한다. 상표출원의 공고일은 심사관이 공고결정한 날을 기준으로 할 수도 있으나, 일반 수요자들이 이를 인지해야 되므로 당해 상표출원이 공고된 취지를 게재한 상표등록공고용 '상표공보가 발행된 날'을 공고일로 보고 있다.

(3) 열람에의 제공

특허청장은 출원공고가 있는 날로부터 2개월간 상표등록출원서류 및 그 부속서류를 특허청에서 공중의 열람에 제공하여야 한다.

(4) 정정공고

출원공고를 하였으나 상표 또는 지정된 상품의 전부가 누락되거나, 인쇄된 상표가 출원서에 첨부된 상표와 상이하여 심사의 본질에 영향을 미칠 염려가 있는 경우에는 정정공고를 하여야 한다. 정정공고가 있는 때에는 그 때에 출원공고된 것으로 본다.

3. 출원공고의 법적효과

(1) 출원공고결정등본 송달의 효과

출원공고결정등본의 송달 후에는 보정의 시기와 범위가 제한되고(상표법 제15조), 출원공고결정등본 송달 후의 보정이 제15조의 규정에 위반된 것으로 상표권 설정등록 후 인정될 때에는 보정을 하지 아니하였던 출원에 관하여 상표권이 설정된 것으로 본다. 그리고 출원공고결정등본 송달 후의 보정에 대한 각 하결정에 대해서는 보정각하불복심판을 청구할 수 있다.

(2) 출원공고의 효과

① 이의신청의 대상

출원공고가 있는 때에는 누구든지 출원공고일로부터 2개월 이내에 당해 출원에 거절이유가 있다는 것을 이유로 특허청장에게 상표등록이의신청을 할 수 있다. 따라서 당해 상표와 이해관계가 없는 자라도 상표법 제규정에 위반되어 출원공고 되었다는 이유로 이의를 제기할 수 있다.

② 손실보상청구를 위한 서면경고 가능

출원인은 출원공고가 있는 후 당해 상표출원에 관한 지정상품과 동일, 유사한 상품에 대하여 당해 상표등록출원에 관한 상표와 동일, 유사한 상표를 사용하는 자에게 서면으로 경고할 수 있다. 경고를 한 출원인은 경고 후 상표권을 설정등록할 때까지의 기간에 발생한 당해 상표의 사용에 관한 업무상 손실에 상당하는 보상금의 지급을 청구할 수 있다.

이하에서는 출원공고 효과에 해당하는 이의신청과 손실보상 청구권에 대하여 구체적으로 살펴본다.

Ⅲ. 상표등록 이의신청제도

1. 의의

(1) 『상표등록 이의신청』이란 출원공고된 상표에 대하여 법정기간내에 등록을 받을 수 없는 이유와 증거자료를 첨부하여 특허청장에게 그 등록을 거절할 것을 요청하는 것을 말한다.

(2) 심사관의 주관적이고 자의적인 판단을 방지하여 심사의 공정성과 객관성을 확보하기 위해 상표등록결정 전에 상표법상 저촉여부를 제3자의 의견과 증거자료를 참고하여 재심사하여 등록 후 상표의 부실권리의 등록을 방지하는데 그 취지를 두고 있다.

2. 이의신청의 요건

(1) 이의신청인

출원공고가 있는 때에는 이해관계가 없는 자라도 누구든지 이의신청인이 될 수 있다. 또한 이의신청인은 법률행위의 주체가 되는 것이 아니고 단지 심사관을 보조하는데 불과하므로 권리능력이 없는 비법인 단체라도 대표자나 관리인이 정하여져 있으면 이의신청인이 될 수 있다.

(2) 이의신청 이유

출원공고가 있는 때에는 상표법 제23조 제1항 각호의 1에 해당된다는 것을 이유로 이의신청을 할 수 있다.

(3) 이의신청기간

출원공고가 있는 때에는 출원공고일로부터 2개월 이내에 이의신청을 할 수 있다. 이는 연장할 수 없는 불변기간이다.

2007년 7월 1일 이전 법에서는 이의신청기간을 30일로 규정하였으나, 지나치게 기간이 짧다는 의견이 많아 개정하게 되었다.

3. 이의신청의 절차

(1) 이의신청서의 제출

상표등록 이의신청을 하고자 하는 자는 상표법 제25조 제2항 각호의 사항을 기재한 이의신청서에 증거자료를 첨부하여 특허청장에게 제출하여야 한다.

(2) 이의신청의 이유 및 증거의 보정

이의신청인은 이의신청기간 경과 후 30일 이내에 상표등록 이의신청서에 기재한 이유 및 증거를 보정할 수 있다.

예컨대 상표법 제6조 제3호에 위반된다는 이유를 들어 이의 신청하였으나, 이의신청 후 제7조 제1항 제7호에 해당한다는 것을 발견한 경우와 이와 관련 증거자료를 이의신청기간 경과 후 30일 이내에 다시 제출할 수 있다.

(3) 부분송달 및 답변서 제출기회의 부여

심사관은 상표등록 이의신청이 있는 때에는 상표등록 이의신청서 부분을 출원인에게 송달하고 기간을 정하여 답변서를 제출할 수 있는 기회를 주어야 한다.

출원인은 답변서 제출기간 내에 그 이의신청이유에 나타난 사항에 관하여 최초의 상표등록출원의 요지를 변경하지 아니하는 범위안에서 지정상품 및 상표를 보정할 수 있다.

4. 이의신청에 대한 심사 및 결정

(1) 심사

특허청장은 심사관으로 하여금 상표등록 이의신청을 심사하게 하여야 한다. 심사관은 2 이상의 상표등록이의신청에 대하여 심사 또는 결정을 병합하거나 분리할 수 있다.

그러나 이의신청기간이 경과한 후에 제출한 이의신청이유 및 증거자료 등에 대하여 어떻게 처리하여야 하는지가 문제될 수 있는데, 상표심사기준에서는 이들의 자료는 불인정하되, 직권조사자료로서 참고할 수 있도록 하였다. 그러나 중요한 판단의 자료로서 가치가 있을 경우에는 심사관이 직권조사라는 명분으로 채택될 수 있게 된다.

(2) 결정

① 상표등록 이의신청에 대한 결정은 서면으로 하여야 하며, 그 이유를 붙여야 한다. 그리고 2 이상의 지정상품에 대한 결정이유가 다른 경우에는 상품마다 결정이유를 붙여야 한다.

② 심사관은 이의신청이유 제출기간 및 보정기간과 출원인의 답변서 제출기간의 경과 후에 이의신청에 관한 결정을 하여야 된다.

③ 부적법한 이의신청으로서 그 흠결을 보정할 수 없는 경우에는 출원인에게 답변서 제출의 기회를 주지 아니하고 해당 이의신청을 결정으로 각하할 수 있다. 또한 이의신청인이 이의신청의 이유 및 증거를 제출하지 아니한 경우에는 결정으로 이의신청을 각하할 수 있다.

5. 이의결정의 예외

(1) 심사관이 상표등록 출원공고 후 거절이유를 발견하여 직권으로 거절결정하는 경우에는 이의신청에 대한 결정을 하지 아니한다. 그 이유로는 당해 상표가 거절결정 된다면 굳이 이의신청에 대하여 거절여부를 다시 판단할 실익이 없기 때문이다. 그러나 이 경우에도 이의신청인에게 거절결정등본을 송달하여야 한다.

(2) 심사관은 2 이상의 이의신청이 있는 경우에는 그 중 어느 하나의 이의신청에 대하여 심사한 결과 그 이의신청의 이유가 있다고 판단될 때에는 다른 이의신청에 대하여는 결정을 하지 않을 수 있다.

이러한 이유는 위에서 언급한 바와 같이 동일 안건에 대하여 재결정의 실익이 없기 때문이다. 그러나 이 경우에도 이의신청에 대한 결정을 하지 아니한 이의신청인에게 거절결정등본을 송달하여야 한다.

6. 이의결정의 효과

(1) 불복가능 여부

상표등록 이의신청에 대한 결정에 대하여는 불복할 수 없다. 불복을 인정하지 아니하는 이유는 불복을 인정하면 그 진행과정이 지연되고, 불복이 인정되지 아니 하더라도 거절결정불복심판이나 무효심판에 의해 다시 다툴 수 있는 길이 열려 있기 때문이다.

(2) 이의신청 성립여부

이의신청이 이유없다고 인정되면 출원상표는 등록되며, 이해관계 있는 이의신청인은 당해 상표등록에 대하여 무효심판이나 취소심판을 청구할 수 있다.

그러나, 이의신청의 이유가 있는 경우에는 당해 상표출원은 거절되며, 출원인은 거절결정불복심판을 청구할 수 있다.

IV. 손실보상청구권

1. 의의

(1) 『손실보상청구권』이란 출원인은 상표등록출원에 대한 지정상품과 동일, 유사한 상품에 대하여 당해 상표등록출원에 관한 상표와 동일, 유사한 상표를 사용하는 자에게 서면으로 경고를 할 수 있는데, 이러한 경고를 한 출원인은 경고 후 상표권을 설정등록할 때까지의 기간 동안에 발생한 당해 상표의 사용에 관한 업무상 손실에 상당하는 보상을 청구할 수 있는 것을 말한다.

(2) 상표등록출원으로부터 상표권의 설정등록에 이르는 사이에 있어서 당해 상표에 화체된 업무상의 신용을 보호하게 하고 당해 상표를 제3자가 지정상품에 대하여 사용함으로써 발생하는 출원인의 업무상의 손실을 보전하기 위하여 마련한 제도이다.

2. 법적 성질

손실보상청구권은 상표권과는 달리 단지 출원된 상표에 대하여 제3자가 무단으로 사용하는 경우 출원인에게 재산

상의 손실을 가져오게 되므로 그 이익을 보호하기 위한 ‘채권적 권리’이다. 그러므로 당해 상표등록출원이 거절결정이 확정되거나 취하되는 경우 처음부터 소멸하는 ‘해제조건부 권리’이기도 하다.

3. 특허법상 ‘보상금청구권제도’와의 비교

(1) 유사한 점

① 해제조건부적 채권적 권리

상표권과 특허권을 설정등록 후에야 행사가 가능하다는 점과 출원의 무효·취하 또는 포기, 거절결정의 확정, 무효심결의 확정 등에 의하여 권리가 소멸한다는 점에서 해제조건부적 채권적 권리를 가진 것으로 법적성질면에서 볼 때 유사하다.

② 소멸시효

소멸시효는 권리의 설정등록일로부터 3년 또는 불법행위를 한 날로부터 10년으로 동일하다.

(2) 차이점

① 인정 취지측면

손실보상청구권은 상표권의 설정등록 전에 당해 상표에 화체된 신용에 대한 손실을 보상하는 제도인데 반해, 보상금청구권제도는 특허공개에 의하여 제3자의 실시에 대한 특허출원인을 임시적으로 보호조치라는 점에서 다르다.

② 경고의 필요성

손실보상청구권은 반드시 경고가 선행되어야 권리가 발생하지만, 보상금청구권은 당해 출원공개된 발명임을 알고 업으로서 실시하는 경우에는 경고가 없이도 발생한다.

③ 경고의 방식과 시기

손실보상청구권은 출원공고 전과 후에 모두 가능하고 출원공고 전에는 출원서의 사본과 서면에 의한 경고를 하여야 하며, 출원공고 후에는 서면에 의한 경고만 하면 되지만, 보상금청구권은 출원공개 후에 서면에 의하여

경고하여야 한다는 점에서 차이가 있다.

④ 청구내용 측면

손실보상청구권은 '업무상 손실에 상당하는 보상금'을 청구할 수 있지만, 보상금청구권은 '실시료 상당액'을 청구할 수 있다는 점에서 차이가 있다.

⑤ 재경고의 필요성

손실보상청구권은 상표등록출원을 보정에 의하여 지정상품을 추가, 확대하는 것이 불가능하므로 재경고의 필요성이 없으나, 보상금청구권은 경고 후에 보정을 하여 특허청구범위가 확장되거나 변경되는 경우에는 재경고를 하여야 한다.

4. 성립요건

(1) 제3자의 상표사용

손실보상청구권은 권원없는 제3자가 당해 상표등록출원에 관한 지정상품과 동일, 유사한 상품에 대하여 당해 상표등록출원에 관한 상표와 동일, 유사한 상표를 사용하여야 한다.

(2) 출원인의 서면에 의한 경고

출원인이 아닌 제3자가 출원상표를 사용하는 경우 출원인이 서면으로 경고하여야 한다.

출원공고 후에는 서면에 의한 경고만으로 가능하지만 출원공고 전에 경고하는 때에는 출원서 사본과 함께 서면으로 경고할 수 있다.

출원공고 전에도 서면에 의한 경고를 인정하는 이유는 심사관에 의한 공고행위만 이루어지지 않았지 출원서가 제출된 사실은 동일하므로 굳이 출원공고 후에만 가능하도록 할 필요성이 적기 때문이며, 또한 양자 모두 당해 상표등록출원이 설정등록이 되지 아니하다면 경고에 대한 권리가 소급적으로 소멸하게 된다는 점에서 차이를 두지 않고 있기 때문이다.

(3) 경고 후 제3자의 계속적 사용

제3자가 경고를 받은 후에도 계속하여 사용하여야

한다. 따라서 제3자가 경고를 받고 상표를 사용하지 아니하는 경우에는 손실보상금을 청구할 수 없다.

당해 상표등록 출원이 있다는 사실을 모르고 사용하다가 출원인으로부터 상표사용에 대하여 경고를 받아 비로소 출원사실을 인지하고 상표사용을 중지한 선의의 사용자에게 까지 보상청구권을 행사하는 것은 지나치기 때문이다.

(4) 출원인에 대한 업무상 손실발생

제3자의 사용에 의하여 출원인에게 업무상의 손실이 발생하여야 한다. 이 경우 '업무상의 손실'이란 출원인이 당해 상표를 사용하여야만 발생하게 된다.

따라서 출원인이 당해 출원한 상표를 사용하지 않은 경우에는 업무상의 손실이 발생할 수 없으므로 아무리 경고를 하였다 하더라도 손실보상청구권의 행사를 상표권의 설정등록 후에라도 할 수 없게 된다.

또한 손실보상청구권에 있어 손해배상액의 추정은 준용되지 아니하므로 손실보상액과 관련해서는 출원인이 이를 적극적으로 주장하고 입증해야 한다.

5. 손실보상청구권의 행사 및 소멸

(1) 행사

출원인은 경고 후 상표권을 설정등록할 때까지의 기간에 발생한 당해 상표의 사용에 관한 업무상의 손실에 상당하는 보상금의 지급을 청구할 수 있다.

그러나 손실보상청구권의 행사는 당해 상표등록출원에 대한 상표권의 설정등록이 있는 후에만 이를 행사할 수 있다.

(2) 소멸

① 소급적 소멸

손실보상청구권은 상표등록출원의 포기·취하 또는 무효, 거절결정의 확정, 무효가 확정된 때에는 처음부터 효력이 발생하지 아니한다.

② 시효에 의한 소멸

손실보상청구권과 관련하여 민법 제766조의 규정을 준용하고 있으나, 손실보상청구권의 행사를 상표권의 설정등록 이후로 제한하고 있으므로 이를 그대로 적용하게 될 경우 소멸시효에 걸리게 되므로 소멸시효의 기산점을 '피해자나 그 법정대리인이 그 손해 및 가해자를 안 날'을 '당해 상표권의 설정등록일'로 조정하고 있다.

즉, 손실보상청구권은 당해 상표권의 설정등록일로부터 3년간 이를 행사하지 아니하거나 불법행위일로부터 10년을 경과한 때에는 시효로 인하여 소멸하도록 규정하고 있다.

6. 결어

손실보상청구권제도가 존재하지 않는다면 출원 중인 상표에 대하여 제3자가 임의적으로 사용한다 하더라도 설정등록 때까지는 이를 제어하는 수단이 없으므로 출원인에게 막대한 재산상의 손실을 끼치게 될 수 있다.

이러한 폐단을 없애기 위해 출원 중에 있는 상표라도 업무상의 손실이 발생한다면 그 손실에 대하여 보상을 받을 수 있도록 하는 손실보상청구권제도를 두게 된 것이다. 이로써 상표등록출원 후 경고시부터 상표권의 설정등록시까지의 상표에 화체된 신용을 보호받을 수 있게 되었다는 점에서 중요한 의미를 갖게 된다.

V. 나가며

위에서 살펴본 바와 같이 출원인이 상표등록출원을 하고 일정기간이 경과하면 심사관은 상표등록출원에 대하여 심사를 진행하게 된다. 심사결과 거절이유를 발견하지 못한 경우에는 출원공고를 하게 된다.

출원공고제도는 상표등록 전에 출원내용을 공중에 공개하여 일반수요자에게 심사의 협력을 구하는 제도이다. 이는 심사관의 독단 배제와 심사의 공정성과 안전성을 담보하고, 등록 후 발생할 수 있는 분쟁을 미연에 방지할 수 있기 때문이다.

일반 수요자가 출원공고에 대하여 그 내용을 검토해 본 결과 상표법에서 정한 거절이유가 있다고 판단될 때에는 특허청장에게 이의신청을 할 수 있다. 출원공고가 있는 때에는 이해관계가 없는 자라도 누구든지 이의신청인이 될

수 있다.

이의신청을 심사한 결과 이의신청에 이유가 없다고 인정되면 출원상표는 등록되나, 등록 후 이해관계 있는 이의신청인은 당해 상표등록에 대하여 무효심판이나 취소심판을 청구할 수 있다. 그러나, 이의신청의 이유가 있는 경우에는 당해 상표출원은 거절되며, 출원인은 거절결정불복심판을 청구할 수 있다.

이와 같이 이의신청은 심사의 공정성과 객관성을 확보하기 위해 상표등록결정 전에 상표법상 저촉여부를 제3자의 의견과 증거자료를 참고하여 재심사하여 등록 후 상표의 부실권리의 등록을 방지하는데 그 취지를 두고 있다.

그 반면에 출원인의 대응방법은 답변서를 제출하여 이의신청이 이유없음을 주장할 수 있다. 또한 이의신청이유에 대하여 출원의 보정, 분할 등을 통해 이의신청을 극복할 수도 있다.

그리고 출원에 관한 권리를 보호하는 차원에서 상표등록출원에 대하여 제3자가 동일, 유사한 상표를 동일, 유사한 상품에 사용하는 경우에는 경고를 할 수 있고, 나아가 당해 상표등록출원이 등록된 때에는 경고 후 상표권을 설정 등록할 때까지의 기간 동안에 발생한 당해 상표의 사용에 관한 업무상 손실에 상당하는 보상금을 청구할 수 있다.

따라서 출원인은 출원 후에 제3자가 무단으로 출원상표를 사용하면 경고 등을 통해 출원사실을 알리고 사용을 하지 못하도록 사전 조치를 취하여 나중에 분쟁으로 번져 시간과 비용을 낭비하는 일이 없도록 권리보호에 만전을 기하여야 할 것이다. **민국발명진흥원**



장혜룡

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

우리나라 최초 ‘발명의 노래’

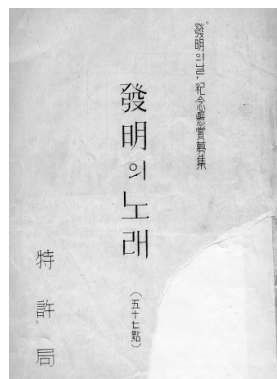
현상모집 응모 작품집

정부는 1957년 2월 국무회의에서 조선시대 세종대왕 때 세계 최초로 측우기를 발명한 날을 기념하여 5월 19일을 발명의 날로 제정하였다. 제1회 행사는 중앙청 광장에서 성대하게 개최하기로 했다.

그런데 당시 모든 기념행사에는 그 기념일을 상징하는 노래가 있었다. 3·1절엔 3·1절 노래, 광복절엔 광복절 노래 등등. 따라서 발명의 날 행사를 위해서는 ‘발명의 노래’가 필요했다. 정부는 특허국(현 특허청)에 전 국민을 대상으로 ‘발명의 노래’를 현상모집하도록 했다. 그 결과 모두 57점의 ‘발명의 노래’가 응모되었다. 주옥같은 작품들이었다. 서둘러 심사에 들어갔다. 그러나 당선작이 나오지 못했다. 정부 행사의 노래 가사로 활용하기에는 약간 부족했기 때문이었다.

행사는 눈앞으로 다가오는데 큰일이었다. 당시 이승만 대통령까지 큰 관심을 가지고 지켜보는 행사인데 기념 노래도 없이 행사를 개최한다는 것은 상상도 할 수 없는 일이었다. 이에 정부는 조지훈 시인에게 작사를, 김동진 작곡가에게 작곡을 부탁했고, 이들은 지금의 ‘발명의 노래’를 탄생시켰다.

당시 특허국은 응모작 57점을 인쇄하여 상공부 등 고위층에 보고했다. 당시 인쇄된 ‘발명의 노래’ 응모 작품집이 최근 한국발명문화교육연구소 왕연중 소장(영동대학교 발명특허공무원학과 교수)에 의해 발굴, 공개되었다.



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

(자료제공 : 왕연중 한국발명문화교육연구소 소장, 영동대학교 발명특허공무원학과 교수)

특허무효심판

I. 서설

1. 의의

1) 특허무효심판은 일정한 법정무효사유에 해당하는 경우에 심결에 의하여 일단 유효하게 발생한 특허권의 효력을 소급적으로 또는 장래에 향하여 상실시키는 심판절차이다.(특허법 133) 무효사유가 존재하더라도 그 자체로서 특허가 당연히 무효로 되는 것은 아니며, 특허무효의 심결이 확정되지 않는 한 유효한 것으로 존재한다.

2) 대법원은 특허의 무효심결이 확정되기 이전이라고 하더라도 특허권침해소송을 심리하는 법원은 특허에 무효사유가 있는 것이 명백한지 여부에 대하여 판단할 수 있다고 판시하였으나¹⁾, 당해 특허권의 무효처분은 오직 특허무효심판에 의해서만 가능하다고 할 것이다.

2. 제도적 취지

무효심판제도는 심사를 거친 이후에도 출원의 하자를 발견하지 못하거나 특허권설정 후에 발생한 새로운 사유로 인하여 부실특허가 존재하는 경우 부실특허권을 무효시킴으로써 공중의 피해방지와 산업발전을 기하려는데 그 취지가 있다.



3. 법적 성격

특허무효심판의 법적 성격에 대하여는 확인행위설(確認行爲說)과 형성행위설(形成行爲說)이 대립하는데, 특허무효심결 중 기각심결은 단지 유효임을 확인하는 확인적 행정행위이지만 인용심결은 새로운 법률관계를 형성시키는 형성적 행정행위라고 할 것이다. 왜냐하면 특허에 무효사유가 존재하더라도 그 자체로서 특허가 당연히 무효로 되는 것은 아니며 특허가 무효라는 인용심결에 의하여 비로소 특허권이 소급적으로 소멸되기 때문이다.

II. 무효사유

1. 제한적 열거사유

특허법은 특허의 무효사유를 제한적으로 열거하고 있다.(특허법 133①) 그러므로 열거된 사유 이외의 경우에는 무효의 원인이 될 수 없다. 무효사유는 다음과 같다.

(1) 주체적 사유

- ① 외국인으로서 특허에 관한 권리를 향유할 수 없는 자에게 특허가 부여된 경우(특허법 25)
- ② 무권리자(특허법 33①본문) 또는 무권리자는 아니지만 특허를 받을 수 없는 자(특허법 33①단서)에 대하여 특허된 경우
- ③ 특허받을 수 있는 권리가 공유인 경우에는 공유자 전원이 공동으로 출원하여야 함에도 이를 위반하여 한 출원이 특허된 경우(특허법 44)

(2) 실체적 사유

- ① 특허요건(산업상 이용가능성, 신규성, 진보성, 소위 확대된 선출원의 지위)에 위반된 경우(특허법 29)
- ② 불특허대상발명의 출원에 특허를 부여한 경우(특허법 32)

③ 선출원 규정(특허법 36① 내지 ③)을 위반한 경우

④ 명세서의 상세한 설명의 기재불비의 경우(특허법 42③)

⑤ 특허청구범위 기재불비의 경우(특허법 42④)

⑥ 보정의 범위(특허법 47②)를 벗어난 보정인 경우(특허법 133①Ⅳ의2)

⑦ 분할출원의 범위를 벗어난 경우(특허법 52①)

⑧ 변경출원의 범위를 벗어난 경우(특허법 53①)

(3) 조약에 위반된 경우(특허법 133①Ⅲ)

특허제도의 국제화 경향에 따라 조약, 협정, 약정 등은 특허실체법의 중요한 부분을 구성하고 있으므로 우리 특허법도 조약우선의 원칙(특허법 26)을 천명하는 한편 조약 등에 위배되는 경우를 특허무효사유로 하고 있다.

(4) 국제특허출원의 특례

특허협력조약(PCT)에 의한 국제특허출원의 특허에 대하여 i) 국제출원일에 제출한 국제특허출원의 명세서, 청구의 범위 또는 도면(도면 중 설명부분에 한한다)과 그 출원번역문에 다같이 기재되어 있는 발명 또는 ii) 국제출원일에 제출한 국제특허출원의 도면(도면 중 설명부분을 제외한다)에 기재되어 있는 발

1) 대법원 2000다69194

2) 국제특허출원 고유의 이유에 의하여 특허의 무효심판의 청구가 있을 경우(특§213)에 있어서 당해 무효심판에 관한 심리종결통지서를 발송하기 전에 권리자가 심판의 대상이 된 특허의 하자를 삭제하기 위하여 특허청구범위의 감축을 목적으로 하는 정정심판을 청구하였을 때는 무효심판에 의하여 당해특허를 무효로 하는 심결을 하기 전에 정정심판에 의한 심결을 먼저 한다. 다만, 당해 무효심판의 심결이 당해 특허를 무효로 하는 것이 아닐 경우에는 무효심판의 심결을 먼저 하여도 상관이 없다. 국제특허출원에 관한 정정심판에 있어서 국제특허출원 고유의 이유에 의하여 당해 특허가 무효가 된 후에는 국제특허출원에 관한 정정심판은 청구할 수 없다.(심판판례 2006, 1061면)

명이 아닌 경우 국제특허출원 고유의 무효사유이다.(특허법 213) 실무상 이 사유에 의한 무효심판은 권리의 실질적 범위를 확정하기 위한 기초적인 문제에 관한 것이므로 조기에 신속히 처리할 필요가 있어 다른 무효심판과는 분리하여 처리한다.²⁾

(5) 소위 후발적 무효사유에 해당되는 경우

특허권 설정등록 시에는 무효사유가 존재하지 않았으나 특허된 후에 특허권자가 제25조(외국인의 권리 능력)의 규정에 의하여 특허권을 향유할 수 없는 자가 되거나 그 특허가 조약에 위반된 경우, 즉 특허권자 자신이 국적을 변경한 경우 또는 특허권자가 속한 국가가 산업재산권의 보호에 관한 파리조약을 탈퇴하거나 상호 조약을 폐지한 경우 등이다.

2. 무효사유의 판단시기

무효사유의 존부판단의 기준시기는 일률적으로 정할 수 없다. 특허요건(특허법 29) 및 선후출원관계(특허법 36)에 관하여는 출원일 또는 출원 시, 후발적 무효사유에 대하여는 그 사유가 발생한 때를 기준으로 해야 한다. 그 외의 무효사유는 특허결정 시를 기준으로 하여 판단해야 할 것이다.

Ⅲ. 청구요건 및 절차

1. 청구인

무효심판은 이해관계인 또는 심사관에 한하여 청구할 수 있다.(특허법 133) 다만, 특허권의 설정등록이 있는 날부터 등록공고일 후 3월 이내³⁾에는 이해관계를 묻지 아니하고 누구든지 무효심판을 청구할 수 있다. 그러나, 무권리자 출원(특허법 33①본문) 또는 공동출원 규정의 위반(특허법 44)의 경우에는 상기의 기간 이내라 하더라도 이해관계인 또는 심사관만이 무효심판을 청구할 수 있다.

(1) 이해관계인

① 의의 및 범위

이해관계인이라 함은 특허권의 존부에 의하여 법률상 이득을 보거나 손해를 볼 염려가 있는 자⁴⁾를 말하며, 당해 특허권을 실시하여 물품을 제조·판매함을 업으로 하는 자뿐만 아니라 그 업무의 성질상 당해 특허권을 사용하리라고 추측이 갈 수 있는 관계에 있는 자⁵⁾, 그 특허권과 관련있는 발명을 한다든가 또는 그에 관련있는 사업을 하는 자⁶⁾ 등으로 그 특허가 유효하게 존속함으로써 불이익을 받을 염려가 있는 경우는 모두 이해관계가 있다고 할 수 있다.⁷⁾ 또한, 법인이 아닌 사단 또는 재단도 이해관계가 있다면 대표자 또는 관리인이 정하여져 있는 경우에는 사단 또는 재단의 이름으로 심판청구인이 될 수 있다.(특허법 4)

② 이해관계 존부의 판단

1) 이해관계가 없는 자에 의한 심판청구는 부적법한 것이 되기 때문에 직권으로 조사하여 심리판단하여야 하며⁸⁾, 심판청구인이 이해관계가 없으면 참가인이 이해관계가 있더라도 부적법한 것은 마찬가지이다.⁹⁾ 따라서 이해관계없는 자에 의한 심판청구는 보정불능한 것이므로 부적법하기에 심결로써 각하하여야 한다.(특허법 142) 이해관계의 유무를 판단하는 기준시점은 심결 시이므로 심판청구 시에 이해관계가 없더라도 심결 시에 이해관계를 갖게 되면 청구인격적이 인정된다.

2) 일반적으로 심판청구에 이해관계를 필요로 하는 것은 심판이 준사법적인 쟁소절차의 성격을 가지

3) 2006년 개정법은 이의신청제도를 폐지하는 대신 종전의 이의신청 기간과 동일한 기간동안은 이해관계여부를 불문하고 무효심판을 청구할 수 있도록 함으로써, 공중에 의한 심사의 담보라는 이의신청의 기능을 무효심판이 수용하도록 하였다. 본 규정은 2006년 10월 1일후에 특허권의 설정등록이 된 것부터 적용한다.(부칙 제4조)

4) 대법원 1976. 6. 8, 76후25 ; 대법원 1963. 2. 28, 62후14 등.

5) 대법원 1967. 8. 29, 67후9.

6) 대법원 1968. 4. 23, 66후115, 116.

7) 이병균, 심판에 있어서의 이해관계, 特許와 商標, 제215호, 1985. 6. 30, 6면.

8) 대법원 1971. 4. 28, 70후68 ; 대법원 1970. 3. 24, 70후3.

9) 대법원 1970. 8. 31, 69후13.

10) 이병균, 6면.

11) 대법원 1970. 9. 17, 68후28.

므로 민사소송에 있어서 “이익(利益) 없으면 소권(訴權) 없다”는 원칙에 따르도록 함이 적당하기 때문이다. 그러나 우리나라의 경우 무효심판의 청구인적격을 이해관계인에 한정시키고 있는 이유는 불필요하고 무모한 심판의 청구를 억제함으로써 권리의 안정과 국가심판기능의 효율화를 도모하고자 하는데 있으므로¹⁰⁾ 이해관계유무의 심리 때문에 실제심리가 방해받는다면 오히려 본래의 취지에도 반하므로 심판관은 피청구인 쪽에서 이해관계 없음을 주장하여 다투는 경우¹¹⁾, 또는 이해관계 없음이 현저한 경우 등 특별한 경우에만 이해관계의 유무에 관하여 심리한다.

③ 실시권자의 무효심판청구가부

특허무효심판의 청구인적격과 관련하여 실시권자는 명시적 특약이 없더라도 당해 실시권의 대상인 특허권의 효력을 다투지 않을 의무, 소위 부쟁의무(不爭義務)를 부담하는가에 대하여는 학설이 나뉘어 있음은 이미 설명한 바 있다.(이해관계인 참조) 외국에서는 주로 실시권자의 무효주장이 신의칙에 반하는 것이 아니냐, 혹은 금반언(禁反言 ; estoppel)의 법리에 반하는 것이 아니냐의 관점에서 문제되고 있지만 우리의 경우는 이해관계인에 포함되는지의 여부를 두고 논의가 이루어지고 있다.

i) 대법원 판례의 주류는 특별한 사정이 없는 한 실시권자는 특허를 무효로 할 구체적 이익이 없다¹³⁾거나 실시권자는 그 허여기간 내에는 그 권리의 대항을 받을 염려가 없으므로 업무상 손해를 받거나 받을 염려가 없어 이해관계인이 아니라고 하여¹⁴⁾ 소극설의 입장을 취하고 있지만, 실시계약 후 무효사유를 발견한 경우에 통상실시권에 대가의 지급조건이 붙어 있어 그 의무의 이행을 해야 한다면 특허를 무효로 함으로써 실시료의 지급의무가 면제되는 이익을 가지므로 이해관계가 소멸되지 아니한 것이라고 판시한 취지의 것¹⁵⁾도 있다.

ii) 심판실무의 입장도 특별한 사정이 없는 한 실시권자는 이해관계가 없다고 보나 실시권등록말소청구소송이 계속되어 있는 경우에 선사용권 등의 법정실시권자는 이해관계를 인정하고 있는 것으로 보인다.

(2) 심사관

1) 특허법이 심사관에게 청구인적격을 인정하는 것은 무효사유가 있는 특허권이 존재함으로 말미암아 공공의 이익을 해할 염려가 있음에도 불구하고 이해관계인이 심판을 청구하지 않고 있거나 이해관계인의 심판청구에만 방치할 수 없는 경우에 공익의 대표자로서의 심사관으로 하여금 무효심판을 청구할 수 있도록 하자는 취지이다. 이 때 심사관은 반드시 무효심판의 대상이 되는 특허의 특허결정을 한 심사관일 필요는 없다.¹⁶⁾

2) 심사관이 청구한 무효심판은 우선심판의 대상이 되며, 심판청구비용이 면제된다.

2. 피청구인

1) 무효심판의 피청구인은 특허권자이다. 특허권자는 현재 특허등록원부에 특허권자로 등록되어 있는 자이어야 한다. 전권리자(前權利者)를 피청구인으로 하는 심판청구는 부적법하고 청구 후에 현권리자(現權利者)로 변경하는 것은 허락되지 아니한다.(특허법 140②) 이러한 심판청구는 심결각하의 대상이 된다. 한편, 특

12) 이러한 배경에서 일본 특허법도 구법(大正 10년법)을 개정하면서 무효심판의 청구인적격으로서 이해관계인 규정을 삭제하였다. 이는 심리의 상당부분이 이해관계의 유무문제로 소비되어 심리의 촉진을 저해하는 폐해를 배제하기 위한 것이었다. 그리하여 이해관계에 대해서 피청구인이 다투지 않을 경우에는 심판관은 특별한 사정이 없는 한 구태여 이해관계에 관해서 적극적으로 심리할 필요가 없다는 것이 일본의 실무관행으로 되고 있다. 독일 특허법도 무효에 관한 쟁송을 민중소송으로 보아 누구나 제소할 수 있도록 하고 있다.

13) 대법원 1979. 4. 10. 77후49.

14) 대법원 1981. 7. 28. 80후77.

15) 대법원 1984. 5. 29. 82후30.

16) 구 실용신안법 제25조 제2항이 심사관으로 하여금 실용신안등록의 무효심판을 청구할 수 있도록 규정한 것은 심사관 개인을 이해관계인으로 보아서가 아니라 실용신안 제도의 원활한 목적달성을 위한 공익적 견지에서 나온 것이므로 그 심사관은 심판제기 당시 실용신안의 등록출원에 심사를 담당하고 있는 자이면 되고 반드시 당시 실용신안등록을 심사하여 실용신안등록결정한 심사관에 한하거나 심결 당시에 그 심사관의 지위에 있어야만 하는 것은 아니다.(대법원 1989. 3. 14. 선고 86후171판결)

허권이 공유인 경우 전원을 피청구인으로 하여야 한다.(특허법 139③)

2) 심판계속 중에 특허권의 이전이 있는 경우에는 피심판청구인의 당사자로서의 지위에는 아무런 영향이 없고, 당초의 피청구인이 그 사건의 종국에 이르기까지 당사자로서 자기 또는 승계인을 위하여 제반의 행위를 할 적격을 가진다. 심판장은 이 경우에 승계인에 대하여 그 절차를 속행하게 할 수도 있다.(특허법 19)

3) 피청구인을 보정(추가 또는 변경)하는 것이 허용되느냐 여부는 심판실무상 문제로 된다. 民事訴訟法이 소송경제를 이유로 피고의 경정을 허용하고 있는 취지에 비추어 허용하여야 한다는 견해가 있으나¹⁷⁾, 피청구인의 보정은 청구의 요지변경에 해당되므로 허용될 수 없다.(통설) 심판 실무의 입장도 마찬가지이다.

3. 청구대상

특허청구범위의 청구항이 2 이상인 경우에 청구항 전체에 대하여 무효심판을 청구할 수도 있고, 그 중 어느 청구항에 대하여만 무효심판을 청구할 수도 있다. 즉 일부무효심판의 청구를 인정하고 있다.(특허법 133①단서)

4. 청구기간

1) 무효심판을 청구할 수 있는 기간은 청구의 이익이 있는 한 언제라도 할 수 있다. 즉 특허권의 존속기간중은 물론 권리가 소멸된 이후에도 무효사유가 존재하는 한 가능하다.(특허법 133②) 특허권 소멸 후에도 청구의 이익이 있는 경우란 특허권 존속기간내에 특허권침해로 인한 손해배상청구소송으로 손해배상금을 지불하였으나 그 근거가 된 특허권이 법정무효사유에 해당될 경우 등을 의미한다. 무효심결에 의해 소

급적으로 권리가 소멸되면 특허권자에게 이미 지급한 손해배상액은 부당이득반환청구의 대상이 되며, 그 확정판결에 대하여는 재심사유가 인정된다.

2) 한편, 무효심판에 의해 무효심결이 확정된 경우에는 청구의 이익이 없으므로 무효심판의 청구가 허용되지 않는다. 다만, 후발적 사유에 의하여 무효가 된 경우에는 그 이전의 것에 대해서는 무효심판을 청구할 수 있다.

5. 심판청구절차

(1) 심판청구서 제출

심판청구인은 수수료를 납부하고 법정사항을 기재한 심판청구서를 특허심판원장에게 제출한다.(특허법 140①)

(2) 부분송달 및 청구사실의 통지

1) 심판장은 심판청구가 있는 때에는 청구서 부분을 피청구인에게 송달하고 기간을 정하여 답변서 제출기회를 주어야 한다.(특허법 147①)

2) 한편, 심판장은 그 취지를 당해 특허권의 전용실시권자 기타 특허에 관하여 등록을 한 권리를 가지는 자에게 통지하여야 한다.(특허법 133④) 이것은 이러한 자들에게 미리 알려 참가의 기회를 주는 등 등록권리자를 보호하기 위한 규정이다.

IV. 심리

1. 심리방식

특허무효심판에 대한 심리는 구술심리 또는 서면심리로 한다. 다만, 당사자가 구술심리를 신청한 때에는 서면심리만으로 결정할 수 있다고 인정되는 경우외에는 구술심리를 하여야 한다. 따라서 서면심리만으로 결정할 수 있다고 인정되는 경우는 서면심리에 의한다.(특허법 154①) 구술심리는 공개가 원칙이며, 공공질서 및 선량한 풍속을 위반한 사건의 경우에만 비공개로 진행된다.(특허법 154③)

17) 황경남, 特許無效審判 法官研修資料 527~528면; 이종일, 905면.

2. 심리대상과 범위

직권주의가 적용된다. 따라서 청구취지의 범위 내에서는 당사자 또는 참가인이 신청하지 아니한 이유에 대하여도 이를 심리할 수 있다. 당사자 또는 참가인이 신청하지 아니한 이유에 대하여 심리하는 경우에는 당사자 및 참가인에게 기간을 정하여 그 이유에 대하여 의견을 진술할 수 있는 기회를 주어야 한다.(특허법 159①) 또한 필요한 경우에 직권으로 사실조사나 증거조사 및 증거보전을 할 수 있다. 다만, 직권주의는 청구인이 신청한 청구취지의 범위내에서 제한된다. 즉 청구인이 신청하지 아니한 청구취지에 대해서는 직권으로 심리하지 못한다.(특허법 159②)

V. 특허무효심결의 효력

1. 소급효

(1) 특허권 및 부수적인 권리의 소멸

특허무효심판청구에 대하여 기각심결이 있으면 특허권은 유효하게 존속하며 이에 불복하는 자는 특허법원에 소를 제기할 수 있다. 그러나 특허를 무효로 한다는 심결이 확정된 때에는 특허권은 처음부터 없었던 것으로 본다.(특허법 133③) 따라서 보상금청구권도 처음부터 발생하지 아니한 것으로 본다.(특허법 65③) 일부무효심판청구의 경우에, 심판이 청구된 청구항이 무효로 확정되면 해당 청구항에 대해서만 무효의 효과가 발생한다.

(2) 소급효의 예외

예외적으로 후발적 무효사유, 즉 특허된 후 그 특허권자가 제25조의 규정에 의하여 특허권을 향유할 수 없는 자로 되거나 또는 그 특허가 조약에 위반하게 되어 무효로 된 때에는 소급효가 인정되지 않고, 특허권은 그 특허가 무효사유에 해당하게 된 때부터 존재하지 아니한 것으로 본다.(특허법 133③단서)

2. 정당권리자의 출원

무권리자의 특허가 무효심결이 확정된 경우 그 날로부터

30일 및 등록공고일로부터 2년 이내 정당권리자의 출원이 있는 경우 정당권리자의 출원일은 무권리자의 출원일로 소급한다.(특허법 35)

3. 무효심판청구등록 전의 실시에 의한 통상실시권(중용권)의 발생

특허에 대한 무효심판청구의 등록전에 자기의 특허발명이 무효사유에 해당하는 것을 알지 못하고 국내에서 그 발명의 실시사업을 하거나 그 사업의 준비를 하고 있는 자는 그 실시 또는 준비를 하고 있는 발명 및 사업의 목적의 범위안에서 유상의 통상실시권(소위 中用權)을 갖는다.(특허법 104)

4. 실시료 반환여부

- 1) 실시계약을 체결함에 있어서 특허가 무효로 되어도 이미 지급한 실시료의 반환을 청구할 수 없다고 약정하는 경우가 대부분이며, 이 경우에는 별다른 문제가 없다.
- 2) 그러나 이러한 약정이 없는 경우에는 특허가 무효로 되기 이전에 특허발명의 실시권 설정계약에 의하여 지급한 실시료의 반환여부가 문제된다. 이에 대해 원래 실시권자는 자유롭게 당해 발명을 실시할 수 있고, 그로 인해 얻을 수 있는 정당한 이득에 대하여 지급할 필요없는 대가를 지급한 것이므로 법률상 원인 없이 재산상의 손실을 입은 것이므로 이미 지급한 실시료는 부당이득의 법리에 의하여 반환해야 한다는 견해가 있으나¹⁸⁾, 부당이득 반환 청구는 반환 청구를 하는 자의 손해를 한도로 청구를 할 수 있는 바, 설사 특허권자에게 부당이득의 존재를 인정한다고 하더라도 실시권자는 특허권이 유효한 것으로 추정받은 기간동안 실시권에 의해 일반 제3자에 대해서 상대적인 독점적 지위를 취득하였던 것이고, 따라서 실시권자에게는 손해가 없었던 것으로 인정할 수 있을 것이

18) 이종일, 907면.

다. 그러므로 특허권자는 그 실시료를 반환할 필요가 없다.

5. 특허료 반환

무효심결이 확정되면 특허청장은 이를 특허료를 납부한 자에게 통지하여야 하고(특허법 84②), 무효심결이 확정된 연도의 다음 연도부터의 특허료 해당분을 납부한 자의 청구에 의해 반환한다.(특허법 84①) 다만, 통지를 받은 날부터 1년이 경과한 때에는 청구할 수 없다.(특허법 84③)

6. 손해배상의 문제

자기의 특허권을 침해하였다고 주장하여 타인에게 손해를 준 경우에 타인에게 손해를 준 것이 고의 또는 과실에 의할 때는 특허권자가 그 타인에게 손해를 배상할 책임이 있으며, 고의 또는 과실에 의하지 아니한 경우에도 부당이득은 반환하여야 한다.

7. 재심사유

무효심결이 확정된 경우 특허권이 소급하여 소멸하므로 권리침해소송 등의 민사소송의 확정판결 혹은 침해죄의 확정판결에 대하여 재심의 소를 제기할 수 있다.(民事訴訟法

451①, 刑事訴訟法 420⑥)

8. 무효심결확정후 재심이 있는 경우의 법률관계

(1) 재심에 의하여 회복한 특허권의 효력의 제한

특허무효심결이 확정된 특허권이 재심에 의하여 회복된 경우에 당해 심결확정 후 재심청구등록 전에 선의로 수입 또는 국내에서 생산하거나 취득한 물건, 당해 발명의 선의의 실시, 선의의 간접침해행위에 대하여는 특허권의 효력이 미치지 아니한다.(특허법 181)

(2) 재심에 의해 회복한 선사용자의 통상실시권(후용권)의 발생

특허무효심결이 확정된 특허권이 재심에 의하여 회복된 경우에 당해 심결확정 후 재심청구등록 전에 선의로 국내에서 그 발명의 실시사업을 하고 있는 자 또는 그 사업의 준비를 하고 있는 자는 그 실시 또는 준비를 하고 있는 발명 및 사업의 목적의 범위안에서 그 특허권에 관하여 무상의 통상실시권(소위 후용권)을 갖는다.(특허법 182) **민국발명진흥회**



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

무엇이든 물어보세요~!

글자체디자인의 성립요건은 무엇입니까?

- 디자인보호법상 등록을 받을 수 있는 디자인은 기본적으로 물품성, 형상, 모양, 색채성, 시각성, 심미성의 요건을 갖추어야 합니다. 그러나 글자체는 그 자체가 독립성이 있는 구체적인 물품으로서의 유체동산에 해당되지 않기 때문에 디자인보호법은 글자체를 물품으로 의제하고 있고, 또 형상, 모양, 색채 중 모양에는 해당되고 형상을 수반하지 아니하는 예외를 인정하고 있으며, 디자인권의 일반적인 효력범위 중 출판·인쇄 등 일반사용자에게 미치는 영향이 큰 글자체의 '사용'에 대하여는 디자인권의 효력이 미치지 아니하도록 하였습니다.
- 이 밖에도 글자체가 디자인보호법상의 디자인으로 성립되기 위해서는 다음의 요건을 충족하여야 합니다.

- 기록이나 표시 또는 인쇄 등에 사용하기 위한 것일 것
- 공통적인 특징을 가진 형태로 만들어진 것일 것
- 한 별의 한글 글자꼴, 한 별의 영문자 글자꼴, 한 별의 기타 외국문자 글자꼴, 한 별의 숫자 글자꼴, 한 별의 특수기호 글자꼴 또는 한 별의 한자 글자꼴일 것

디자인설정등록은 어떻게 해야 하나요?

- 디자인을 등록하려면 다음과 같은 절차를 거치게 됩니다.

- 가. 선등록여부 조사 자신의 창작물과 동일 또는 유사한 디자인이 먼저 출원 및 등록되었는지 여부를 확인하여야 합니다. 한국 특허정보원(<http://www.kipris.or.kr>)에서 인터넷으로 확인할 수 있습니다.
- 나. 출원서 작성 및 제출 디자인등록출원서를 작성하여 도면과 함께 특허청에 제출하시면 됩니다.(디자인보호법 제9조) 처음 출원하는 경우에는 출원인코드부여신청서를 작성해서 함께 제출해야 합니다.
- 다. 수수료 납부 우편접수 시에는 수수료를 통상환으로 교환하여 출원서류에 첨부하여 납부하시고, 방문접수 시나 온라인 출원 시에는 접수증의 접수번호(납부자번호)를 특허청 영수증 용지에 기재하여 접수한 다음날까지 납부하시면 됩니다.
 - ※ 우편접수처 : 대전광역시 서구 선사로 139 정부대전청사 특허청장 (우. 302-701)
 - ※ 온라인 수수료납부 방법 온라인으로 출원수수료를 납부하고자 하는 경우에는 특허로 홈페이지(<http://www.patent.go.kr>) → 수수료관리 → 수수료납부 → 특허수수료(제증명 포함)납부 → 신용카드, 휴대폰, ARS, 계좌이체, 가상계좌 중 선택하여 납부하거나 지로 홈페이지(www.giro.or.kr)에서 납부하실 수 있습니다.
- 라. 출원번호통지 출원서를 방문접수인 경우 접수와 동시에 접수증 및 출원번호 통지서 수령이 가능하며 우편접수 시에는 접수 일로부터 약 10일~15일 이내에 출원인의 주소로 우편 발송되며, 온라인 출원 시 특허로 홈페이지(<http://www.patent.go.kr>) → 출원신청 → 제출결과조회에서 확인 가능합니다.
- 마. 심사 심사관은 출원순서에 따라 등록여부를 결정하며, 기절이유 발견 시 출원인에게 의견제출통지서를 보내드립니다.
- 바. 등록료 납부시기 및 납부방법 출원인은 등록결정서를 받은면 3개월(납부기간 경과 후 6개월(1개월 이내에는 120%, 2~3개월 이내에는 130%, 4~6개월 이내에는 150%의 금액))이내에 최초 1~3년분을 일시에 납부하여야 합니다. 동 추가납부기간 까지 등록료를 납부하지 아니하면 당해 디자인출원은 포기한 것으로 간주됩니다. 등록료 및 등록세 납부방법은 감면·면제 대상자 또는 일부디자인을 포기하는 경우가 아닌 경우라면 등록결정서와 함께 송부받은 「납입고지서 및 영수증」으로 납부기간 내에 은행, 우체국 등 국고수납기관 또는 인터넷지로서이트(<http://www.giro.or.kr>)에서 등록료 납부할 수 있습니다. 이 경우에는 납부서를 별도로 제출할 필요 없습니다.(납부서[설정등록료]를 제출 후 납부도 가능한) 감면·면제대상자 또는 일부디자인을 포기하는 경우에는 납부서 1부와 감면·면제를 증명하는 서류 또는 포기서[일부디자인포기]를 특허청에 접수한 다음날까지 디자인등록료납부서의 접수번호를 납부자번호로 은행, 우체국 등 국고수납기관 또는 인터넷지로서이트(<http://www.giro.or.kr>)에서 등록료 납부할 수 있습니다. 납부서를 우편(등기)으로 제출하는 경우에는 납부하여야 할 등록료를 우체국에서 통상환 증서로 바꾸어 디자인등록료납부서와 함께 특허청에 제출하여야 합니다.

아무도 몰랐던 **볼링** 발명이야기

「볼링」

글·그림 김민재

10개의 핀을 세워놓고 힘껏 공을
굴러 쓰러뜨리는 '볼링' 과연
볼링은 어떻게 탄생하였을까?

볼링의 유래는 서기 300년경 독일의
수도승들이 행하던 종교의식에서 왔다고
한다 일명 '게겔 쓰러뜨리기'



게겔이란 '곤뵙'이란 뜻인데 당시 수도승들은
이를 악마의 상징으로 보았고 둥근 공을 굴려
게겔을 쓰러뜨리면 신앙심이 깊은 것으로
여겨졌다.

하지만 차츰 시간이 흐르자...



이렇듯 게임 쓰러뜨리는 점차
흥미 위주로 변해가면서 수도권에서는
곰기시 되는 행위가 되었다. 하지만
이 놀이가 점차 세상에 알려지면서
프랑스, 영국, 네덜란드 등에서 크게 유행하게
되었다.



시간은 흘러 흘러 이 놀이는 미국에서
스포츠로서의 모습을 갖추게 되었다.

1952년 자동식 핀세터가 발명되어
대중들에게 인기있는 스포츠로 사랑
받게 된 것이었다.



한편 우리나라에서 볼링이 스포츠로 자리잡게
된 것은 20년대 선교사들이 사택에서 즐기던 것이
시초가 되었다.



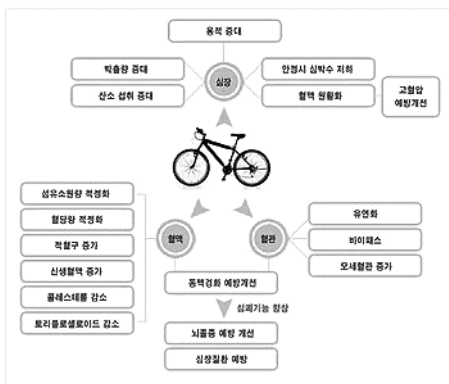
이후 6.25 전쟁 후 미군부대에
볼링장이 생겨났고 61년 워커히에
4레인의 볼링장이 생겨나면서
국내에 점차적으로 볼링붐이 일기
시작했던 것이었다.



자전거로 환경과 건강 모두 지켜요

정 부의 녹색성장과 맞물려 자전거 인구가 급속도로 증가되고 있다. 자전거는 환경도 생각하고, 건강도 챙길 수 있는 수단이 된다. 하지만 무작정 아무 준비 없이 자전거를 탄다면 타지 않느니만 못하게 된다. 내 몸과 내 체형에 맞는 자전거 운동법을 익혀 환경도 보호하고, 건강도 지키는 두 마리 토끼를 동시에 잡아보자.

자전거 운동의 이점



자전거는 안장이 체중을 지탱해주 관절에 무리를 주지 않기 때문에 장시간 운동하기 어려운 비만인에게 특히 좋다.

걷거나 달리기는 관절에 충격이 가서 관절염으로 발전하기 쉽고 이미 관절염이 있는 사람도 하기 힘들다.

다이어트 효과를 얻으려면 한번에 1시간 이상 최고수준

의 60%로 주 5일 기준 3개월 이상 꾸준히 해야 한다.

출발 전 점검하기

의류는 옷과 신발을 갖추고, 그 외에 보호장비는 헬멧, 장갑, 보안경, 수통 등을 준비하고 자전거는 자전거 본체와 안장 핸들까지 꼼꼼하게 신경 써야 한다.

의류	옷	자동차나 다른 자전거 운전자의 눈에 잘 띄는 화려한 옷이 좋다. 피부찰과상을 피하기 위해 팔과 다리를 가급적 노출시키지 않으면서 열 손실을 방지하고 땀을 잘 흡수하는 옷이 좋다.
	신발	신발은 바닥이 딱딱한 운동화가 좋다. 겨울엔 보온성이 좋은 등산화도 좋다.
보호 장비	헬멧	머리에 잘 맞고 턱 끈이 부드러워 착용했을 때 편해야 한다. 통풍구가 뚫린 것이 땀 배출에 좋다.
	장갑	손을 보호하고 핸들에서 미끄러지는 것도 방지한다. 손목에 쿠션이 있는 장갑은 장시간 탈 때 손목의 충격을 완화해준다.
	보안경 (선글라스)	선글라스는 UV코팅과 편광처리된 것이 햇빛 차단에 유리하다. 눈 주위를 광범위하게 보호할 수 있는 스포츠 고글을 선택하는 것도 좋다.
	자전거	야광테이프로 화려하게 꾸미는 것이 좋다. 어두울 때 눈에 잘 띄어 안전사고를 예방할 수 있다.
자전거 장비	안장	쿠션이 좋은 안장은 장시간 자전거를 탈 때 전립선을 보호해줄 수 있다.
	핸들	적절한 높이여야 한다. 손으로 잡는 부분은 폭신한 것부터 딱딱한 것까지 다양하게 교체할 수 있다. 좌우에 거울을 달면 시야확보에 유리하다.



자전거 달리는 자세 익히기

자전거 타기의 바른 자세는 경사를 오르거나 내려올 때 그리고 정지할 때 등의 여러 경우에서 항상 안정된 자세로 자신의 힘을 마음껏 발휘할 수 있는 자세를 말한다. 페달은 가운데를 밟으며, 몸을 너무 세우면 충격이 엉덩이와 허리로 전해져 좋지 않다. 적당히 몸을 구부려 팔과 엉덩이, 다리로 충격이 분산되도록 한다.

1) 안장

안장에 앉아서 페달 위에 발을 올려놓고 무릎과 수직선이 되도록 하며, 페달에 발을 얹고 무릎이 약간 구부러질 정도로 위 아래로 조절하며 높이를 정한다.

2) 핸들

높이는 안장과 거의 수평으로 조정하되 조금 높게 하는 것이 좋으며 핸들 손잡이 위치는 승차인이 안장에 앉아서 상체를 앞으로 기울이고 팔꿈치가 약간 구부러지는 자세로 조정한다.

3) 시야

시야는 5m앞을 보고 핸들에 힘을 주지 말며 허리와 히프는 움직이지 말아야 한다. 넘어질 때는 자전거를 꼭 붙들어야 하며 쓰러지는 쪽으로 몸과 핸들을 같이 돌린다.

4)페달

일반적으로 탈 때는 좌측에서 우측으로 승차하고 우측 페달로 페달을 밟아서 출발하며 내릴 때는 완전히 정지한 다음 좌측으로 내린다.

5) 브레이크

브레이크를 걸 때는 뒤(왼쪽)의 브레이크를 먼저 잡는다. 급 제동 시는 뒤(왼쪽)에서 앞(오른쪽)의 순으로 한다. 브레이크는 가급적 급 조작을 삼가고 뒤, 앞 브레이크의 사용은 7:3의 비율로 하는 것이 좋다. 급제동시 앞 브레이크만을 사용할 때는 사고가 날 우려가 있다.

자전거 타기의 기술

1) 자신에게 맞는 페달링(Pedaling)

- 자전거타기에서 가장 중요한 것은 속도를 별로 바꾸지 않고 달리는 것이다. 이유는 그래야만 피로가 적기 때문이다. 시속 20km에서는 1시간 달리고 10분 쉬고, 시속 15km에서는 30분 달리고 5분 정도 쉬도록 한다.
- 페달링이란 ‘페달에 발을 얹고 크랭크를 돌리는 동작’을 말하는데 이것은 자전거타기를 하는데 있어 가장 기본 동작이다. 페달의 발을 얹는 위치는 신발바닥의 앞 1/3 정도의 지점이 페달 중심에 오도록 한다. 이 때 안장의 높이가 올바르게 조정되어 있지 않으면 발바닥의 중심이나 발뒤꿈치를 페달에 얹게 되어 피로가 빨라진다. 신발의 방향도 자전거와 평행이 되도록 한다. 발목의 스냅을 잘 활용해 본다. 처음 내리 밟을 때는 조금 발 뒤꿈치를 내리도록 하고, 아래로 오면 발뒤꿈치를 올리도록 하면 다리의 힘이 체인에 잘 전달된다. 특히 피로할 때나 오르막일 때에는 효과적이다.

2) 도로의 상태에 맞는 주행 방법

- 평탄한 땅의 주행법
반드시 안정된 속도를 유지하며 달려야 한다. 어깨에 힘을 넣지 말고, 전체적으로 느슨한 느낌으로 팔이 땅기 지 않도록 주의하면서 달려본다. 그룹으로 달릴 때는 서로 몸의 폭과 자전거 1대분 정도의 길이를 전후좌우로 움직이면서 지그재그가 되는 것 같은 일렬상태를 유지하며 달린다. 이렇게 하면 앞이 잘 보여서 앞 자전거가 핸들을 꺾거나 브레이크를 걸거나 해도 충돌을 막을 수 있고 거리간격을 유지함으로써 안전주행을 할 수 있게 된다. 맞바람이 불거나 길이 울퉁불퉁한 상태에서 주행해야 할 경우 몸을 낮추어 바람의 저항을 적게 하고 진동에 따른 안정성을 유지해야 한다. 비가 내리고 있을 때는 전방이 잘 안보이고 브레이크는 물에 의해 제동이 약해지므로 앞 자전거와의 차간 거리를 평소 보다 많이 잡는다.

• 언덕길 주행방법

- ① 오르막길 : 긴 언덕이나 짧은 언덕이나 자신의 페달링 페이스를 바꾸지 않고 자신에게 맞는 기어 비를 택하여 오르도록 한다. 허리를 안장에서 떼어 페달에만 힘을 주고 오르는 것은 쉽게 지쳐서 오래 계속하지 못하므로 이러한 방법으로 주행해서는 안된다. 기어 비를 낮게 해도 힘이 들고 지칠 때는 무리를 하지 말고 자전거에서 내려 허리 힘으로 밀듯 올라간다.
- ② 내리막길 : 속도가 너무 빨라지면 가속의 힘이 붙어 커브를 완전히 돌 수 없게 되고 자갈에 핸들을 빼앗길 수 있어 넘어질 수 있다. 앞이 잘 보이지 않는 커브 길에서는 자전거에서 내려 여유를 갖는 습관을 갖도록 한다.

3) 효과적인 주행기술

- 손의 위치를 자주 변화시킨다. 상체의 불쾌감과 손에서 일어나는 스트레스를 풀어줄 수 있어 좋다.
- 몸을 이완시키고 팔꿈치를 고정시키지 않는다. 긴장은 피로를 빠르게 유발시킨다.
- 머리를 숙인다. 목은 헬멧 무게를 지탱할 때 흔들거리지만 시야는 똑바로 전방을

한국발명진흥원

제공 건강길라잡이(<http://www.hp.go.kr>)



P u z z l e



우 편 엽 서



보내는 사람
 이름: (남·여)
 주소:
 전화: HP
 □□□ - □□□

받는 사람
 월간 **발명특허**
 서울특별시 강남구 역삼동 647-9
 한국발명진흥회 18F 발명진흥팀
 1 3 5 - 9 8 0

정신문화사업공익목적사업으로 운영되는 공공기관인 한국발명진흥회



• 이번호 내용중에서 가장 재미있고, 유익했던 기사와 아쉬웠던 점은?

.....
.....

• 앞으로 꼭 다루었으면 하는 기사는?

.....
.....

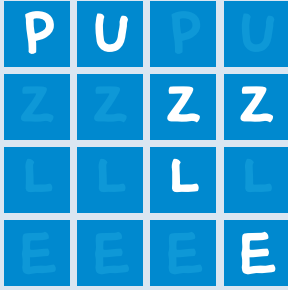
• 기타 「발명특허」에 하고 싶은 말씀은?

.....
.....

6월호 퍼즐정답

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





재미있는 퍼즐

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

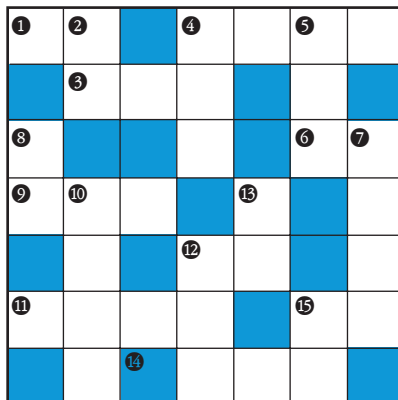
가로열쇠

1. 땅속을 흐르는 지하수의 줄기. '땅속 물길', '땅속 물줄기', '물길' 로 순화.
3. 시인(1917~1978). 본명은 영종(泳鍾). 1939년에 《문장(文章)》을 통하여 문단에 데뷔하였으며, 1946년에 조지훈, 박두진 과 함께 《청록집》을 발간하여 청록파로 불리었다.
4. 얼마쯤 믿으면서도 한편으로는 의심함.
6. 물속에 잠겨 보이지 아니하는 바위나 산호.
9. 조선 말기에서 대한 제국까지의 시기.
11. 스포츠의 한 분야로 볼을 사용하는 종목의 총칭.
12. 인두와 위의 사이에 있는 소화관의 일부. 기관의 뒤쪽을 통하여 목을 거쳐 위의 분문(噴門)에 이르며, 점막·근막(筋膜)·외막(外膜)으로 이루어져 있다.
14. 구름이나 안개 따위에 가려지지 아니하고 햇볕이 실제로 내리쬐는 시간.
15. '호두' 를 일컫는 경상도 사투리.

세로열쇠

2. 심장의 박동으로 심장에서 나오는 피가 얇은 피부에 분포되어 있는 동맥의 벽에 닿아서 생기는 주기적인 파동.
4. 반달 모양으로 된 옛 성. 경상북도 경주와 충청남도 부여에 있다.
5. 현무암과 거의 같은 성분을 가진, 염기성의 심성암. 주로 휘석과 사장석 따위로 이루어진 알갱이 모양의 조직을 가지고 있는데, 색이 약간 푸르기도 하고 얼룩얼룩하기도 하다.
7. 글자나 겨우 볼 정도로 무식을 면함.
8. 옛 제도나 풍습을 그대로 지키고 따름.
10. 툰드라 지역과 영구 동토 지역에 나타나는 기후. 가장 따뜻한 달의 평균 기온이 10℃ 이하이며, 수목은 자라지 않는다. 툰드라 기후와 빙설 기후로 나눈다.
12. 나무를 많이 심고 아껴 가꾸도록 권장하기 위하여 국가에서 정한 날.
13. 색의 선명한 정도. 색의 삼 요소의 하나로, 유채색에만 있으며, 회색을 섞을수록 낮아진다.
15. 남이 실험한 결과를 그대로 해 보고 확인함.

함께 풀어봅시다



5월호 정답

세	공	북	문	지	탄
민	속	극	석		
여		성	영	해	
담	수	어	도	등	
의		영	감	성	
재	야	인	사	제	국
행		기	상	청	



신임 특허청장에 이수원 전 청와대 비상경제상황실장

신임 특허청장에 이수원 전 청와대 비상경제상황실장이 임명됐다. 강화도 화천 출신인 신임 이수원 특허청장은 춘천고와 고려대 경영학과를 졸업한 뒤, 행정고시(23회)를 거쳐 기획예산처 기획총괄과장과 재정운용기획관, 기획재정부 재정업무관리관 등을 역임했다.

이수원 신임 청장은 지난해 1월부터 비상경제상황실장을 맡아오며 경제 회복에 일조했다는 평을 받고 있다.



춘천고
고려대 경영학과
일본 사이타마대 정책과학대학원
행시 23회
기획예산처 기획총괄과장, 산업재정기획단장, 재정운용기획관
기획재정부 재정업무관리관
대통령 비상경제상황실장 겸 총괄거시팀장

아랍에미리트연합(UAE)과 지식재산권 분야 협력 본격 추진

제2차 한-UAE 경제 공동위 열려

특허청은 지난 5월 12일, 서울 신라호텔에서 열린 제2차 한-UAE 경제 공동위에서 UAE 지식재산국과 지식재산권 분야 협력을 위한 양해각서(MOU)를 체결하고 양국 간 협력을 본격 추진하기로 합의하였다.

이번 공동위에서 특허청과 UAE 지식재산국은 국제사회에서 지식재산권 보호를 위한 국가 간 협력이 강화되고 있는 상황에서 한국 특허청의 지식재산권 보호 정책 수립과 운영 경험을 공유하는 등 지식재산권 보호를 위한 협력을 강화하기로 하였다.

또한, 특허청은 한국형 특허행정정보화시스템(특허넷) 구축 경험, 특허선진 5개국(IP5 Offices)의 일원으로서 활동 경험 및 선진화된 심사관 교육 시스템을 UAE측에 소개하였고, UAE 지식재산국은 이러한 특허청의 경험 공유를 희망하면서 특허행정정보화 및 교육 분야의 협력 추진에 동의하였다.



지식재산 강소기업 육성으로 대일무역역조 잡는다!

첨단부품·소재 중소기업에 특허전략전문가 맞춤형 지원 추진

특허청은 부품·소재 분야 중소·중견기업의 R&D현장에 특허전략전문가를 파견하여 맞춤형 특허전략을 제시하는 '2010년 첨단 부품·소재산업 IP-R&D 연계전략 지원사업'을 추진 중이다.

최근 천억 원 이상 매출규모의 국내 우량 중소·중견기업이 특허괴물(Patent Troll) 등 외국 선진기업으로부터 특허공세를 받는 사례가 증가하고 있다. 그 결과 지재권 역량이 부족한 기업들은 '특허권' 소송에 휘말려 해외 진출의 꿈이 좌절되는 등 막대한 피해를 입고 있다.

이 사업은 해당 기업이 연구개발시 특허 침해 소송 문제가 최소화 될 수 있도록 특허전략을 수립해주고, 이러한 전략을 통해 특허 관련 문제로부터 자유롭게 사업을 진행할 수 있도록 도와주며, 나아가 선점한 원천·핵심특허를 통해 수익을 창출할 수 있도록 지원해 주는 사업이다.

이를 통해, 일본 등 선진국이 특허망을 촘촘히 구축해 세계시장을 지배하고 있는 부품·소재 분야에서 지식재산(IP) 강소 기업을 육성하여 만성적인 대일무역역조를 개선하고 기업의 R&D 효율성 및 국가 경쟁력을 제고할 방침이다.

올해는 총 사업비 70억 원 규모로 중소·중견기업이 미래시장을 선점할 수 있는 핵심·원천특허를 확보할 수 있도록 R&D 단계별(기획/수행/완료) 맞춤형 지재권 획득전략 수립을 지원한다.

선정된 기업에는 R&D·IP 경력을 보유한 특허전략전문가¹⁾와 IP 경력 5년 이상의 연구원들로 구성된 IP-R&D 전략지원팀이 최장 4.5개월간 기업에 파견되어 기업 맞춤형 지재권 획득전략을 수립할 예정이다. 구체적으로는 기업현황, 사업환경 및 지재권동향의 진단·분석, 분석결과에 기초한 R&D단계별 지재권획득전략 수립, 수립된 전략에 따라 핵심·원천특허 등 해당 기업에 필요한 지재권 획득 업무를 수행한다.

'09년도에 시작된 이 사업은 작년 64개 중소·중견기업 지원을 통해, 신규 IP획득전략(591건), 문제특허대응전략(595건), R&D 방향제시(247건) 등의 성과를 도출하였으며, 해당기업의 특허생산성을 높이는 동시에 기술이전 등 성과확산에 크게 기여하여 지원 기업들로부터 큰 호응을 받은 바 있다.

1) 대기업·연구기관 등에서 R&D와 IP전략·관리 15년 이상 경험을 가진 전문가(공학박사, 변리사 등)

“특허, 브랜드, 디자인 모두 도와드립니다.”

지역 중소기업 브랜드·디자인 가치제고 사업 개시

특허청에서 지역 중소기업의 브랜드·디자인 권리화 및 경영 지원을 위해 지역 밀착형 브랜드·디자인 가치제고 사업을 시작한다.

지역 브랜드 가치제고 사업은 브랜드경영관련 교육, 상담 및 출원비용지원, 컨설팅, 브랜드 개발 및 권리화 지원 등 브랜드경영 전반에 걸쳐 다양한 맞춤형 지원서비스를 제공하며, 지역 디자인 가치제고 사업은 디자인경영관련 교육, 컨퍼런스 개최, 출원비용지원, 맞춤형 디자인맵, 디자인 개발 및 권리화 지원 등 디자인경영 전반에 걸쳐 수준별 진단과 함께 맞춤형 지원서비스를 제공하게 된다.

이를 위해 서울, 인천, 부산, 대구, 광주, 제주, 대전, 충북(청주), 전북(전주), 전남(목포), 강원(원주)(이상 11개소)에 위치한 광역 지식재산센터에 실무경력 5년 이상의 브랜드(11명) 및 디자인(9명, 서울·제주 제외) 컨설턴트를 채용했다.

채용된 브랜드·디자인 컨설턴트들은 지역 중소기업 현장을 직접 방문하여 권리화 상담과 더불어 브랜드·디자인경영 실태를 진단하고, 각 기업에 알맞은 맞춤형 정보를 제공하는 멘토 역할을 하게 된다.

한국 특허청 지식재산권 보호노력 국제사회에서 인정받아

미국 무역대표부 발표 ‘지재권 감시대상국’ 2년 연속 제외

특허청은 지난 4월 30일 미국 무역대표부(USTR)가 자국의 지재권 보호를 위해 발표한 ‘지식재산권 감시대상국’에서 한국이 지난해에 이어 올해도 제외되었다고 밝혔다. 이에 대해 특허청은 한국이 2년 연속 지재권 감시대상국에서 제외된 것은 지식재산권 보호를 위한 정부, 시민단체, 기업의 노력이 국제적으로 인정받은 것으로 평가했다.

※ 미국 무역대표부(USTR)는 매년 ‘스페셜301조 보고서’에 지식재산권 침해국가에 대해 ‘우선감시대상국(PWL)’과 ‘감시대상국(WL)’을 발표

※ 체코, 헝가리, 폴란드 등 3개국이 지재권 감시대상국에서 새로 제외

발명인의 소중한 특허, 철통보안으로 지킨다

내부정보 유출방지 대폭 강화

특허청은 올해 미공개 특허 등 내부정보에 대한 보안관리를 더욱 강화하기 위해 “외주업체 보안관리 강화를 골자로 하는 내부정보 유출방지 대책을 추진할 계획이다”라고 밝혔다.

이를 위해 특허청은 한 해 200여 명에 달하는 외주 위탁업체 직원들의 인터넷을 통한 정보유출을 원천 차단하기 위해 인터넷망과 업무망을 나누는 네트워크 분리를 확대하고, 더불어 자료유출 방지시스템을 추가 구축할 계획이다.

또한 올해부터는 특허청의 모든 정보화 운영위탁 및 개발사업에 대해서 최초 제안요청단계부터 보안의무사항을 명시하고 위배 시에는 위약금을 부과하는 조항을 포함시킬 계획이다.

한·일 「지식재산 인재육성 협력각서」 체결

한·일 지식재산연수원 간 업무협력에 합의

특허청 국제지식재산연수원은 지식재산에 관한 인재 육성 사업을 보다 효율적으로 추진하기 위하여 지난 5월 13일 일본 특허청에서 일본 지식재산 전문 교육기관인 “공업소유권정보·연수관”과 업무협력 조인식을 체결하였다.

양국 간 업무협력 조인식은 지난 2009년 12월 18일 한국 특허청에서 개최된 제21차 한·일 특허청장 회담에서 양국 특허청장이 지식재산 교육기관 간 업무협력 필요성에 공감하고 이를 구체화하기로 합의했던 내용의 후속 조치의 일환으로서 이루어진 것이다.

이번 업무협약 내용은 민간·교육기관·정부 직원을 대상으로 한 각종 지식재산 인재육성 프로그램, e-러닝 콘텐츠 및 교육 커리큘럼 등에 대한 정보 및 의견교환 뿐만 아니라 양국 연수원 간 연계 교육과정 운영 추진 등의 내용을 담고 있다.

국제지식재산연수원 안재현 원장은 “금번 업무협약을 통해 외국 연수기관과의 교류를 확대하고 선진 교육 기법에 대한 벤치마킹을 통해 글로벌 감각을 갖춘 지재권 전문가를 육성할 수 있는 계기를 마련하였고 양국 간 지재권 교육 분야의 시너지 효과를 창출할 수 있을 것으로 전망된다”고 말했다.

제공 특허청



폴란드 특허청장 및 특별보좌관 등 방문

폴란드 특허청장(Alicja Adamczak) 및 특별보좌관(Marcin Gedlek) 등 2명이 지난 5월 7일, 우리회를 방문하였다.

양 기관은 품질 높은 폴란드어판 IP 파노라마 개발 및 폴란드의 효과적인 지식재산권 교육을 위한 운영 컨설팅 협조에 관한 협의를 하였다.

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



“밥 퍼” 무료급식 봉사활동 천안함 희생자 유족돕기 성금 전달 사랑과 나눔의 현장 몸소 체험



우리회 사회봉사단(단장 최종협)은 소외된 이웃과의 ‘사랑 나누기’ 일환으로 지난 5월 26일 다일복지재단(대표 최일도)을 방문, 무료급식 봉사활동을 하였다.

우리회 사회봉사단 20여 명은 노숙자와 몸이 불편한 어르신께 점심을 대접하고, 식사 후에는 식당 환경정리 등 마무리 봉사활동을 펼쳤으며, 현장에서 사랑의 성금을 전달하였다.

또한, 지난 5월 10일에는 천안함 침몰 사태와 관련해 유가족 돕기 차원에서 임직원 모두가 정성스럽게 모금을 하여 사회복지공동모금회에 성금을 전달하였다.

2007년 4월에 발족한 ‘KIPA 사회봉사단’은 사랑과 나눔의 가치를 공유한다는 비전을 품고, 정기적인 봉사활동을 전개하고 있다.

우리가 만든 이러닝 콘텐츠로 국제 지재권 전문가 양성

특허청 · 한국발명진흥회 · 한국과학기술원 · 세계지식재산권기구 간 IP 파노라마 활용 공동교육과정 양해각서 체결

우리회는 지난 5월 14일, 특허청과 세계 지식재산권기구(WIPO), 카이스트(KAIST)와 함께 국제경영전략 교육과정에 대한 양해각서를 체결했다.

이번 양해각서에 따라 네 기관은 IP 파노라마를 활용하여 국제 경영측면에서의 지식재산권 인식제고 및 활용전략에 대한 온·오프라인 교육과정을 184개의 WIPO 회원국에게 제공하게 된다.

IP 파노라마 (Intellectual Property PANORAMA)는 2005년부터 한국 특허청, WIPO 및 KIPA가 공동으로 개발한 영문 이러닝 콘텐츠로 실제 비즈니스 현장에서의 지식재산권 활용전략을 다루고 있다.

이 콘텐츠는 다양한 애니메이션 캐릭터와 이야기 형식으로 이루어져 쉽고 재미있게 학습할 수 있다는 장점 때문에 2007년 출시 이후 세계 각국으로부터 자국어판 개발에 대한 요청이 들어왔다.

이에 따라 우리회와 특허청 · WIPO는 2009년부터 UN 공용어판 공동개발을 추진 중이며, 현재 아랍어판 개발이 완료되었고 올해 중으로 스페인어판, 프랑스어판이 출시될 예정이다.





2010 대학창의발명대회 Invention to Innovation 워크숍 개최

전국 대학생 280여 명 참석 성황 이뤄...
분야별 특강 및 도전 발명골든벨 등 다양한 프로그램 진행



우리회는 지난 5월 28일부터 30일까지 경기도 화성 라비돌 리조트에서 「2010 대학창의발명대회 Invention to Innovation 워크숍」을 개최하였다.

76개 대학 180팀(발명연구부문 1차 심사를 통과)이 참가한 가운데 개최된 이번 워크숍은 참가자에 대한 지적권 인식 함양과 본인의 발명제안서 수정 기회를 제공하기 위해 진행되었다.

워크숍 첫째 날에는 카네기연구소 송정희본부장의 「프레젠테이션 스킬」, 트리즈코리아 서승희 전문위원의 「내 아이디어 Up-Grade하기(Triz 이론 소개)」 특강이 있었고, 이어 전국대학발명동아리연합회 소개 및 우수 동아리 활동사례 발표가 있었다.

둘째 날에는 내 아이디어 UP-Grade하기 일환으로, 분야별(기계금속·전기전자·화학생명) 특강(김동명 변리사·김현오 변리사·진병욱 변리사의 「지식재산의 보호방법」, 「특허정보조사 방법 및 활용」, 「특허명세서 작성」)이 있었고, 도전과 혁신 따라 하기 일환으로, LB 인베스트먼트 구중회 이사의 「벤처캐피탈 회사가 보는 좋은 발명과 기업」·연세대 백윤수 교수의 「도전과 창의, 발명으



로 열어나가는 미래」 특강이 있었다.

이어, 지난 대회에서 수상한 선배들과의 만남의 시간에서는 2007년 전국대학발명경진대회에서 대상(국무총리)을 수상한 박승복 학생(연세대 3)과 SK텔레콤에 입사한 구정화 씨, GS건설에 입사한 김두용 씨가 참석해 발명대회 준비요령 및 동아리 활동, 그리고 대회참가를 통한 취업 성공기를 전했다.

마지막 날인 30일에는 모든 학생들이 참석한 가운데 “도전 발명골든벨”을 진행하였는데, 이날 영광의 골든벨은 최재우 학생(가톨릭대 3)이 올렸다. 2등에는 강유정 학생(국민대 4)이, 그리고 3등에는 강우람 학생(고려대 4)이 차지하여 넷북, 외장하드, 그릴 등 다양한 상품을 각각 전달받았다. 또한 1등이 속한 15조에는 20만원 문화상품권이 지급되었다.

이번 워크숍은 전국의 대학생 280여 명이 참석한 가운데 성황을 이루었다.

“대박나는 발명, 대학생이 한다”

2010 대학창의발명대회에 97개 대학에서 대학생들 대거 몰려
서울대, 부산대 등에 대학발명동아리도 47개 새로 만들어져

대학(원)생을 대상으로 하는 발명대회에 학생들이 대거 몰렸다. 지난 3월 26일 접수를 시작하여 4월 30일 마감한 2010년 대학창의발명대회 발명연구부문에 97개 대학에서 1,187팀이 신청하였다.

대학창의발명대회의 발명연구부문은 대학생이 자신의 창의적인 아이디어를 제출한 후 이를 발명품으로 완성하고, 그 결과를 특허출원서 형태로 작성하는 대회이다.

대학별로는 영동대학교(137팀), 인하대(105팀), 숙명여대(88팀) 순으로 신청이 많았고, 기술분야별로는 기계금속분야가 50%, 화학생명 분야 12%, 전기전자분야 38%이다.

특기할 만한 사항은 대회 참가를 위하여 새로운 발명동아리가 47개나 새로 만들어져 기존의 46개에 더하여 전국 대학에 93개의 발명동아리가 활동하게 되었다는 점이다. 이 대회에 참여함에 있어 발명동아리 가입이 필수는 아니지만 발명노하우의 공유라든지 발명활동에 있어 많은 이로운 점이 있어 이를 촉진한 것으로 보인다.

향후 절차는 아이디어에 대한 심사를 거쳐 180팀을 선발하여 선행특허조사방법, 창업 등에 대한 교육을 실시한 다음, 다시 60팀을 선발하여 각 팀별로 150만 원의 발명연구비를 지급하여 발명시작품으로 완성하게 할 예정이다. 이후 완성된 발명을 심사하여 연말에 시상식과 전시회를 개최한다.

아울러 이미 완성된 발명품을 제출하는 이 대회의 ‘발명특허부문’은 8월 12일부터 신청접수를 시작할 예정이다.

시상식은 올 12월 하순에 열릴 예정이며 수상부문은 대상(국무총리상) 1점, 최우수상 6점(교육과학기술부 장관상 2점, 지식경제부 장관상 2점, 한국과학기술단체총연합회장상 2점), 우수상 8점(특허청장상), 장려상 12점 등(학회장상) 등 총 27팀을 선발하여 시상할 예정이다. 또한, 발명의 수준을 높이고 대학의 적극적인 관심을 유도하기 위해 지도교수(특허청장상)와 단체부문으로 우수발명 동아리(한국과학창의재단이사장상)도 시상할 계획이다.



회원가입을 축하합니다



- 회원명 : (주)세중알앤디
- 대표자 : 이영춘 대표이사
- 업태/종목 : 건설업 / 실내건축
- 주소 : 서울시 금천구 독산동 1030-2 삼전빌딩 301호
- 전화번호 : 02)857-0497



- 회원명 : 삼화디에스피(주)
- 대표자 : 정명환 대표이사
- 업태/종목 : 제조업
- 주소 : 서울 구로구 구로동 235-2 에이스하이엔드타워 1110호
- 전화번호 : 02)6220-3551
- 홈페이지주소 : www.samwhadsp.com

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

원고모집안내

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

- 모집분야: 지식재산권 관련 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

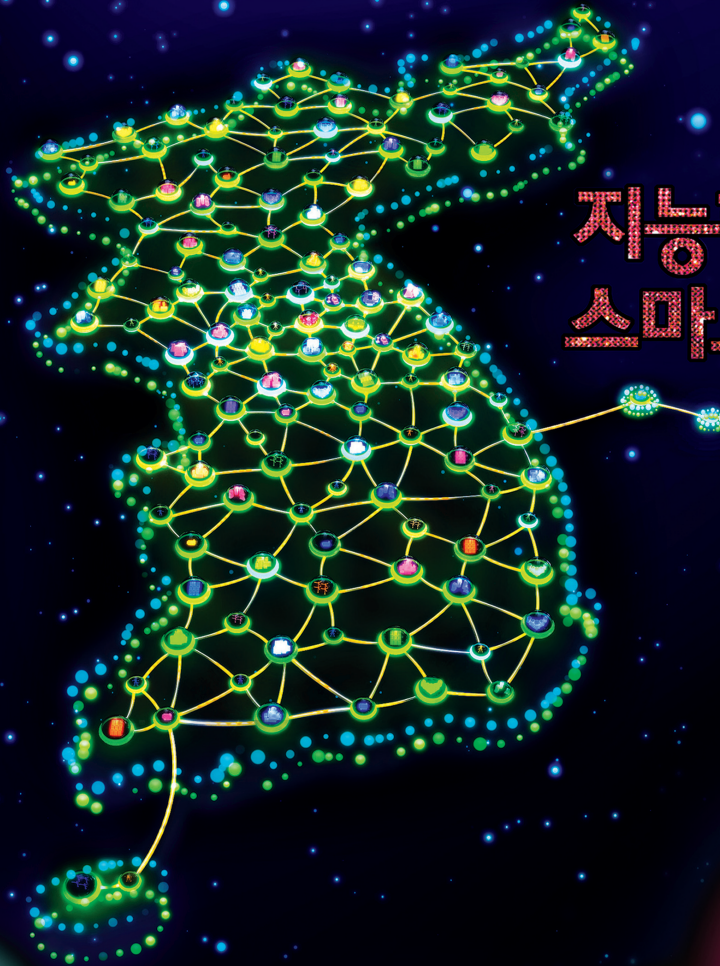
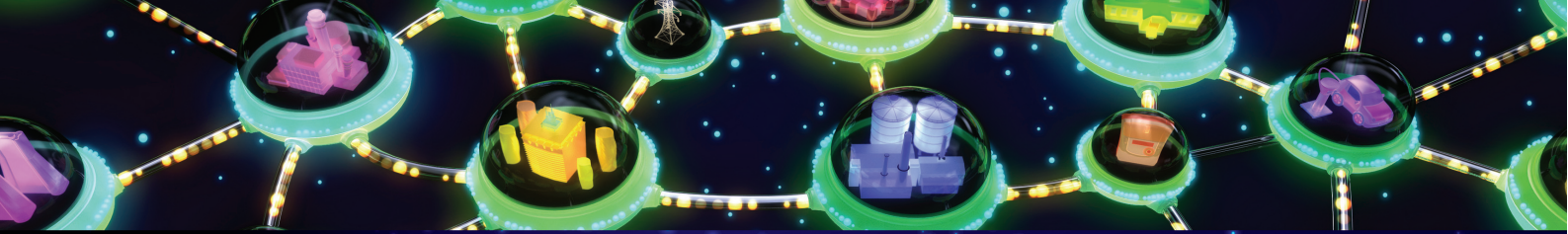
광고가격(1개월 기준)

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)



지능형 전력망 스마트그리드



차세대 전력망 스마트그리드 한국전력이 만들어 갑니다

전력망에 IT기술이 결합된 차세대 지능형 전력망, 스마트그리드 -
세계 최고 수준의 전력 기술과 노하우로 대한민국의 신성장 동력 에너지를 키워가겠습니다

스마트그리드 (Smart Grid) : 전력망에 정보통신기술(IT)을 접목해 원자력, 태양광, 풍력 등 청정에너지를 쉽게 사용하도록 하고, 전력 공급자와 소비자가 양방향으로 실시간 정보를 교환함으로써 에너지 효율을 최적화하는 차세대 지능형 전력망입니다

읽기도! 쓰기도! 삼성 e북 하나로 다된다

세상의 많은 책들이 이 한 권에!
실제 노트에 필기하듯 자유롭게!



책보다 편한 책, 삼성 e북

SNE-60/60K

- 실제 종이의 느낌을 그대로 실린 전자종이 디스플레이 • 전용펜을 사용하여 자유롭게 필기 가능 • WIFI로 PC연결 없이 콘텐츠 다운로드
- 다양한 포맷 및 파일 지원 (ePub, PDF, txt) • 전자사전 (영문, 한영, 영영) 기본 탑재 • MP3플레이어 기능

삼성 e북 콘텐츠 구매처
고노모고, 텍스도어

* "종이책과 e북 동시 출간 기념 작가와의 만남 이벤트" 고노모고의 삼성 e북 출간 기념 이벤트에 참여하세요.
(자세한 내용은 고노모고 홈페이지 참조 www.kyobobook.co.kr) - 5월 김연경 작가



Samsung **eBook**

삼성전자 SAMSUNG