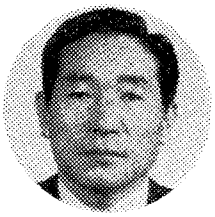
意匠出願의 動向分析



河 文 洙
〈特許廳 意匠審査擔當官〉

序 論

現代企業이 成長하는 길은 國內外를 莫論하고 市場競爭에서 勝利하는 길이요 市場競爭에서 이기는 길은 同一한 機能과 效果를 갖는 商品이라면 消費者의 視覺을 通한 選好를 喚起시킴과 同時에 低廉한 價格으로 供給하는 길일 것이다.

따라서 意匠이 그 物品의 外觀에 對한 視覺을 通하여 美感을 喚起하는 것이므로 熾烈한 市場競爭社會에서 이기기 위해서는 商品生産에 있어서 意匠의 重要性은 크다 아니할 수 없는 것이며 더욱이 景氣가 不況期일 때에는 意匠의 役割이 企業의 成敗를 左右한다는 것은 企業社會에 있어서는 一般化된 常識이다.

意匠은 政治 經濟 秩序의 浮沈과 함께 그 出願의 動向이 變한 것을 보면 그 出願趨勢로서도 經濟成長의 尺度로 삼을 수 있고 또 經濟成長과는 函數關係에 있음을 알 수 있다. 여기에 解放과 더불어 意匠出願의 成長 발자취를 簡略히 더듬어 보고 最近의 意匠出願動向을 分析하여 企業의 意匠開發에 도움이 되었으면 한다.

意匠出願과 經濟成長과의 關係

1945年 解放과 더불어 美軍政下에서 政府樹立까지의 混亂期인 47年에 23件 出願되었던 것이 48年에 38件, 49年에 46件, 50年 6月까지 30件으로 그 出願件數가 增加한 것은 48年 政府樹立으로 政治經濟秩序의 形成에 따른 安定成長의 展望에 基因된 것으로 보여진다. 그러나 6.25動亂이 勃發해 政府가 釜山으로 遷都한 51年의 出願件數는 3件에 不過하였음은 出願이 政治經濟秩序의 混亂과 密接한 關係에 있음을 알 수 있고 또 經濟秩序의 破壞로 出願의 (一)成長을 意味하기도 한다.

終戰 이듬해인 54年(76件)부터 增加趨勢를 보이기 始作한 出願은 自由黨 末期인 60年에 329件으로 增加하였고 60年代와 70年代의 經濟成長과 輸出伸長에 따라 急上昇하여 80年度에 10,000件을 突破하고 83年末 現在 13,947件의 出願增加를 보였다.

〔表 1〕 意匠出願件數累年表

연도별	우리나라	일 본	비 고
1946	—	339	
47	23	1,907	
48	38	2,553	
49	46	4,789	
50	30	6,507	6.25동란발발
51	3	6,329	
⋮			
53	62	10,123	휴전
54	76	12,412	
⋮			
60	329	24,536	자유당말기
⋮			
80	10,075	55,631	
81	10,394	59,301	
82	11,902	59,390	
83	13,947	57,618	

自由黨 末期인 60年 329件의 出願에 比하여 20年後인 80年度 10,075件의 出願은 무려 2,962%가 增加하고 83年度 3,947件의 出願은 4,139% 增加한 셈이니 우리나라의 經濟成長과 함께 意匠出願의 增加는 可恐할만한 것이라 아니할 수 없고 이러한 出願의 增加趨勢는 世界 어느 나라의 再建에도 찾아보기 힘들 것이다.

이와같은 現象을 보면 意匠出願과 經濟成長은 密接한 關係에 있다고 아니할 수 없다.

이웃 日本이 2次大戰의 패배로 沒落했던 이듬해인 46年에 339件의 出願이 있었으나 戰後 復興政策에 힘입어 우리나라가 戰禍에 휩쓸려 있을때인 53年에 이미 10,123件 出願을 突破함으로써 우리나라가 80年에 突破한 10,000件 出願을 27年이나 앞섰으니 우리나라 經濟成長의 出發이 얼마나 뒤졌는가를 알 수 있다.

그러나 60年代를 고비로 우리나라 出願趨勢는 急上昇하여 60年 基準으로 80年에는 2,962%가 增加한 反面 日本은 같은 期間에 127%의 增加밖에 示現하지 못한 것은 우리나라의 經濟成長에 따른 出願趨勢가 急上昇하였음을 알수 있다.

最近 3年間의 出願增加趨勢를 보아도 우리나라가 80年 基準 83年末까지 38.4%의 出願增加를 보였으나 日本은 같은 期間에 3.57%밖에 增加하지 못한 點으로 보아 日本보다 우리나라는 아직 經濟發展 途上에서 繼續成長速度를 加速化하고 있으므로 出願增加도 繼續上昇勢를 타고있는 것으로 分析된다. 그러나 83年末 現在 日本이 57,618件 出願임에 비해 우리나라는 13,947件 出願임을 감안하면 出願의 規模面에서는 아직도 未洽하다 아니할 수 없으나 經濟發展과 더불어 앞으로도 繼續出願이 增加되어 갈 것으로 보인다.

産業分野別 出願動向

最近 3年間의 出願을 産業分野別로 몇가지 分野에 對한 增加趨勢를 살펴보면 81年을 基準하여 食品, 藥品分野가 114%, 電氣, 通信分野가 86%, 産業用 機械器具 分野가 65%順으로 出願의 增加趨勢를 보이고 있고 玩具, 運動具 分野는 不過 10%로서 가장 낮은 伸長率을 보이고 있다.

1. 意匠出願이 第一 急成長한 食品, 藥品中 藥品分野가 45%임에 比하여 食品分野가 185%까지 伸長한 것은 主로 菓子類의 固體食品으로서 從來맛에 依한 需要創出時代에서 맛의 平準化에 접어들자 이제는 外觀에 對한 購買欲을 喚起시키는 意匠開發時代에 접어들고 있음을 보여주는 것이라 하겠다.

2. 두번째로 出願이 急上昇한 分野는 電氣, 通信分野로서 3年間 86%의 增加趨勢를 보이고 있다. 이中 100%가 넘는額만 3個類인데 31類(保安 또는 信號用 機械器具)가 107%, 33類(電珠 및 照明器具)가 108%, 35類(通信機械器具 및 音響周波機械器具)가 105%로서 他分野에 比하여 比較的 고른 出願增加勢를 보이고 있다. 31類(保安, 信號用機械器具)의 出願이 急增한 것은 經濟規模의 成長과 輸出産業規模가 擴大됨

〔表 2〕 産業分野別出願表

産業分野別	'81	'82	'83	'81기준 '83증가율(%)
1. 食品, 藥品	43	75	92	114
①化學藥品	22	40	32	45
②食品	21	35	60	185
2. 電氣, 通信	755	1,080	1,405	86
①保安信號用機械器具	39	53	81	107
②電球照明器具	211	371	439	108
③通信音響周波機械器具	283	373	582	105
④其他	222	283	303	36.5
3. 産業用機械器具	754	968	1,246	65
①事務用機械器具	32	84	114	256
②纖維機械	86	154	141	64
③農業用機械器具	144	200	378	62.5
④車輛, 船舶	311	301	347	11.6
⑤其他	181	229	266	46.9
4. 織物, 裝身具	1,617	2,013	2,033	25
5. 주방用品, 家具	1,738	1,854	2,155	24
6. 包裝, 容器	975	1,028	1,210	24
7. 醫療理化學機械器具	304	302	377	24
8. 土木, 建築	803	957	1,297	61.5
9. 玩具, 運動具	780	824	861	10
①玩具	445	359	483	8
②유희구, 오락구	176	218	201	14
③運動用具	159	211	177	11
10. 雜貨	2,625	2,801	3,271	24.6
計	10,394	11,902	13,947	34.2

에 따라 生産業種에 從事하는 社員의 衛生을 위한 防毒面의 需要가 늘어나고 人口增加 및 觀光붐에 힘입어 救命浮具等의 需要가 늘어남과 아울러 盜難防止器具等의 需要急增이 要因으로 되고있다.

33類(電球 및 照明器具)의 出願增加要因은 一般國民의 經濟生活의 安定으로 生活環境의 改善에 對한 認識이 高潮되고 住宅建設의 붐에 따른 電燈器具等에 對한 裝飾的趣味感에 需要가 集中하는 傾向때문인 것으로 풀이된다.

35類(電氣, 通信器具 및 音響周波機械器具)의 增加要因은 半導體 開發에 따라 TV受像器, 電話器, 스트레오等 電子製品의 需要가 急增함에 힘입은 것으로 풀이된다.

3. 세번째로 많은 出願增加를 나타내고 있는 分野는 産業用 機械器具分野로서 65%의 增加를 보이고 있다. 産業用 機械器具 分野에서도 30類인 事務用 機械器具分野가 265%로 急激히 增加하였는바 이는 事務自動化機器發達에 따른 컴퓨터 分野出願이 急激히 增加하는데 起因하고 있다.

그리고 繊維機械나 農業用 機械器具도 各各 64%, 62.5%로 增加한 理由도 生産手段의 自動化에 迫車를 加하고 있음을 證明하는 것이라 하겠고, 特히 在來用 農業生産器具는 거의 意匠出願이 사라져가는 趨勢에 있다. 다만 車輛·船舶의 경우는 3年間 11.6%밖에 增加하지 못한 것은 그 方面의 産業發達이 不振하다기보다 生産業體가 局限되어 있고 各社의 特徵的인 意匠을 模倣하는 傾向이 적어 디자인 競爭이 熾烈하지 않는 것으로 풀이된다.

4. 産業分野別 出願의 增加趨勢가 가장 微進한 分野는 玩具, 運動具 分野로서 3年間 10%의 出願增加勢를 보이고 있는바, 이中 16類(玩具)는 不過 8%, 17類(유희구 및 娛樂具)는 14%, 18類(運動用具)는 11%의 增加勢를 나타내고 있다. 玩具의 出願增加가 鈍化된 것은 玩具가 元來 어린이用이 大部分으로서 流行性이 强한데다가 디자인의 變化에 따른 原價上昇으로 市場競爭에 不利하므로 디자인開發을 꺼리는 傾向인 것으로 보이며 또 零細 家內手工業을 通한 生産이 많은 比重을 차지하므로 디자인開發을 疎忽히 하는 傾向으로 解釋된다. 그러나 增加比率은 적으나 出願件數로 보아 單一品目으로서는 많은 出願을 하고 있음을 엿볼수 있다.

17類(유희구 및 娛樂用具), 18類(運動用具)는 그分野의 活性化風土가 造成되어감에 比해 그에 所要되는 品目이 制限되어 있고 디자인開發보다 機能中心의 用品開發에 置重하는 傾向인 것으로 풀이된다.

〔表 3〕에서 볼수 있는 바와 같이 意匠에 對한 外國人의 出願은 極히 적은 것으로 나타나 있다. 83年度의 경우 權利別로 全體 出願에 對한 外國人의 出願比率은 特許가 75%, 實用新案이 9.9%, 商標가 34.9% 意匠이 5.5%로서 他工業所有權에 比해 意匠에 對한 外國人의 出願은 極히 微微한 것이다.

特許는 自然法則을 利用한 高度의 技術思想의 創作이기 때문에 우리나라 技術開發水準이 先進國水準에 미치지 못하므로 相對的으로 出願件數가 적어 外國人 出願比率이 높은 것으로 보이며 商標의 경우는 우리나라가 아직 開發途上國으로서 國內製品의 品質이나 機能效果面에서 先進國商品에 미치지 못하므로 우리나라 國民이 外國商品을 選好하게 되자 外國人이 우리나라 市場에 進出하는데는 디자인쪽보다 商標쪽을 擇하는 傾向이 많았던 것으로 풀이된다.

意匠出願이 工業所有權 4個分野에서 外國人 出願件數가 內國人 出願件數에 比해 아주 적은

內外國人의 出願動向

〔表 3〕 內外國人出願比較表

權利別	年度別	出願件數				
		內國人	%	外國人	%	計
意匠	72이전	32,170	99.5	176	0.5	32,346
	⋮ 77	5,404	97.9	116	2.1	5,520
	⋮ 80	9,736	96.6	339	3.4	10,075
	81	9,946	95.7	448	3.4	10,394
	82	11,231	94.4	671	5.6	11,902
	83	13,173	94.5	774	5.5	13,947
特許	83	1,599	25.0	4,795	75.0	6,394
實用新案	83	10,345	90.1	1,140	9.9	11,485
商標	83	15,617	65.1	8,365	34.9	23,982

것은 外國人의 認識으로는 우리나라 國民의 商品選好 傾向이 아직까지도 디자인쪽보다 商品의 品質과 機能效果面에 있다고 보는 것으로 判斷된다. 그러나 〈表 3〉에서 나타나듯이 意匠出願에 있어서도 해마다 外國人의 出願率이 上昇하고 있는바, 우리나라도 經濟成長 等으로 因한 經濟規模와 人口等을 감안한다면 國際市場에서 차지하는 比重도 無視할 수 없는 位置까지 와있으므로 國際市場에서 우리國民의 國際的 眼目을 認識하였는지 이제는 外國人들도 디자인쪽으로 눈을 돌리는 傾向이 있는 것으로 보인다.

〔表 4〕 外國人出願動向

區 分	'81	'82	'83	'81기준 '83증가율(%)	출원점유율(%)
日 本	238	411	391	64.3	50.5
美 國	91	133	218	139.6	28.2
西 獨	13	31	25	92.3	3.2
네덜랜드	21	15	24	14.3	3.1
덴 마 크	2	19	23	10.5	3.0
기 타	83	62	93	12.0	12
계	448	671	774	72.8	100

外國人중에서도 우리나라에 가장 많이 出願하는 나라는 日本으로서 83年에 外國人 出願全體의 50.5%를 차지하고 있고 그다음이 美國으로서 28.2%를 차지하고 있어 外國人 出願으로서는 이 두나라가 大宗을 이루고 있다. 그外 유럽國家중 西獨이 3.2%, 네덜랜드가 3.1%, 덴마크가 3%를 차지하고 있을뿐 나머지 國家는 거의 出願이 微微함을 알 수 있다.

外國人중에서도 美國이나 日本이 우리나라에 出願을 많이하는 것은 다른 나라에 比하여 우리나라 市場에 對한 認識이 깊은 것으로 보아지며 그外 나라들은 우리나라 市場開拓에 눈을 돌리지 못한 탓이라 보아진다. 그리고 最近 3年間 外國人 出願의 增加趨勢를 보면 72.8%가 增加함으로써 우리나라 全體 出願增加率 38.4%보다 훨씬 上回함을 알 수 있는바, 이는 外國人이 우리나라 市場開拓에 對한 눈독을 들이고 있다는 證據라 볼 수 있다.

都農間의 出願動向

서울을 비롯한 4大都市의 出願動向을 보면 83年度 內國人 全體出願의 占有面에서 서울 60.3% 부산 11%, 大邱 7.4%, 仁川 3.8%順으로 나타나있다. 이들 4個都市에서 全體出願의 82.5%를 차지하고 있는바 이는 行政, 交通, 通信手段의 便宜때문에 生産業體의 本山이 大都市에 集中되어 있음을 나타낸 現象이라 할 수 있다.

特히 서울의 경우 生産施設이 地方에 많이 分散되어 있음에도 全體出願의 60%以上을 占하고 있는 것은 生産業體의 本山이 서울에 集中되어 있는 現象을 말해주는 것이라 하겠다.

道別 出願動向을 보면 83年의 경우 京畿 8.4% 慶南 2.7%, 忠南 1.8%, 其他 4.6%로 나타나 있는바 地方의 出願이 不振한 것은 生産業體의 零細性으로 開發投資의 不振을 말해주는 것이라 하겠다. 따라서 우리나라의 意匠出願의 大宗은 大都市를 中心으로한 零細性을 脫皮한 中小企業들과 大企業들임을 알 수 있다.

〔表 5〕 都農間의 出願動向

區 分	'81	'82	'83	'83출원점유율(%)	備考
서 울	5,909	6,682	7,939	60.6	
부 산	1,410	1,383	1,436	10.90	
대 구	—	—	975	7.40	
인 천	—	—	495	3.76	
경 기	1,064	1,228	1,111	8.43	
충 남	211	228	238	1.81	
충 북	53	78	113	0.86	
전 남	108	125	148	1.12	
전 북	62	84	99	0.75	
경 남	223	312	367	2.79	
경 북	850	1,047	166	1.26	
강 원	31	47	47	0.36	
제 주	12	7	25	0.19	
교 포	13	10	13	0.1	
기 타	—	—	1	0.01	
계	9,946	11,231	13,173	100	

出願人別 出願動向

〔表 6〕에서 보는 바와 같이 우리나라 出願의 約 74%가 個人出願이고 法人出願은 約 26%로 나타나 있다. 84年初 우리나라 經濟構造分析에 의하면 몇10大財閥이 GNP의 76%를 차지한다는 것을 감안하면 法人出願이 壓到的이어야 함에도 個人出願의 約 3/1線에 머므른다는 것은 一般的

〔表 6〕 出願人別比較表

年度別	總出願	個人出願		法人出願		備考
		件 數	比率	件 數	比率	
81	10,394	7,812	75.2	2,582	24.8	
82	11,902	8,501	71.4	3,401	28.6	
83	13,947	10,672	76.5	3,275	23.5	
			(平均 74.4)		(平均 25.6)	

으로 理解하기 어려우나 大企業은 生産製品이 制限된 위에 量産體制를 갖추어 大量生産에 依存하기 때문에 生産量에 比해 出願件數는 相對的으로 적은 것으로 풀이되며 個人出願의 比率이 높은 것은 中小企業의 경우 大部分 自己資本에 依存한 企業運營形態이기 때문에 法人의 名義보다 個人名義로 出願하는 傾向이 많아 出願比率이 높은 것으로 풀이된다.

이와같은 現象으로 보면 中小企業은 大量生産業種을 大企業이 하고 있으므로 大企業이 하지 않는 少量生産으로서 品種이 多樣한 分野를 開拓하고 보니 出願의 種類와 出願件數가 많아진 反面 生産原價가 相對的으로 높아져 市場競爭에서 어려움을 겪고있는 것으로 풀이된다.

따라서 中小企業育成을 위한 支援策은 더 積極化함이 바람직할 것 같다.

出願에 있어서의 代理人活用

〔表 7〕 代理人有無比較表

年度別	出願件數	代理人(有)		代理人(無)		備考
		件 數	比率	件 數	比率	
81	10,394	7,643	73.5	2,751	26.5	
82	11,902	8,680	73	3,222	27	
83	13,947	10,382	74	3,565	26	

〔表 7〕에서 나타난 바와같이 意匠出願에 있어서도 代理人을 通하지 않고 個人出願의 比率이 約 26%를 차지하고 있는 것은 個人出願의 大部分이 意匠圖面作成이 쉬워서가 아니라 意匠出願의 경우는 實物 또는 寫眞出願이 可能하므로 審査過程에서 이러한 現象이 明白히 들어나고 있다. 그러나 年度別로 比較하여 보아도 個人出願의 增加趨勢가 鈍化된 것을 보면 實物 또는 寫眞出願의 品目도 制限되어 있기 때문인 것으로 풀이된다.

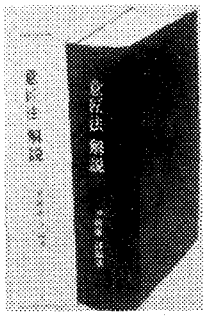
結 言

우리나라는 다른 開發途上國이나 先進國에 比해 오늘도 經濟成長의 고삐를 느추지 않고 輸出市場의 開拓에 迫車를 加하고 있다. 이에 따라 意匠出願도 다른 나라에 比해 높은 增加趨勢를 보이고 있으므로 市場開拓方法의 하나로 디자인 開發에 더욱 迫車를 加해 海外市場에서 디자인의 優秀性을 誇示하는 길이 販路擴張의 지름길임을 强調하고 싶다.

이젠 우리나라 市場에도 外國人들이 눈을 돌려오는 傾向이 많아짐에 따라 外國人의 出願比率이 해마다 全體出願比率을 上回해가고 있으므로 우리의 市場을 잠식 당하지 않기 위해서도 意匠開發을 疎忽히 해서는 안될 것이다.

그리고 우리나라는 工業生産施設이 地方으로 分散되어 있음에도 本社의 서울集中은 經營合理化의 障碍要因이 되는 것이므로 本社가 서울에 集中하지 않더라도 地方에서 處理할 수 있는 行政的 뒷받침이 뒤따라야 할 것 같다. ㅎ

◎ 新刊案內 ◎



1984年度 新刊版

意 匠 法 解 說

辨理士·計量技士
(現·特許廳審判官) 尹 鍾 廉 著

菊版·模造 883面 값 15,000원