

우리나라 意匠法 制度의 나아갈 意匠法 制度는 디자인의 開發과 水準維持

2. 商工部, 特許廳의 役割

디자인정책을 입안하고 끌어나가는 곳은 商工部이다. 따라서 우리나라 디자인의 장래는 현재 우리 商工部가 디자인 부흥을 위하여 어떤 계획을 세우고 노력을 기울일 것인가에 달려 있다고 해도 과언이 아니다. 그러나 筆者가 아는 바로는 商工部 내에 디자인 문제를 전담하는 부서는 전혀 없고 다만 디자인포장센터가 외부직속기관으로 설립되어 있는 줄 안다. 원래 디자인 포장센터는 디자인에 관한 자료와 정보를 수집하고 기업과 학계에 그것을 제공하는데 설립 목적을 둔 것이므로 디자인 정책을 스스로 입안하고 수행해 나가는 행정부처의 역할을 기대하기는 어렵다.

최근들어 物質特許다, 商標의 國際保護다 해서 工業所有權에 관한 社會의 인식이 매우 높아지고 있다. 그러나 特許, 實用新案, 意匠, 商標中에서 과연 우리 經濟와 輸出進興에 가장 많은 영향을 미치는 것은 무엇일까? 우리나라가 보유한 技術力이 대단해서 世界를 상대로 特許權을 行使할 단계는 아직 되어있지 않다. 또한 우리의 商標가 世界市場을 주름잡고 커다란 영향력을 행사하는 것도 아직은 별로 없다.

物質特許나 著名外國商標의 보호나 하는 문제는 따져보면 우리 경제의 死活이 걸린 그렇게 대단한 문제도 아니요, 다만 여태까지는 별일없다가 갑자기 외국의 압력으로 우리 경제에 마이너스(Minus) 효과를 미치는 결과를 초래하는 사태가 생겨났기 때문에 신경이 쓰이는 것일 뿐이다.

정작 문제는 오히려 디자인 즉 意匠에 있다.

長期的이고 巨視的인 디자인政策의 부재와 우리나라 産業事情을 전혀 고려하지 않은 현행 意匠法의 無感覺한 法條文은 우리에게 絶望感을 안겨줄 뿐이다.

당장 눈에 띄지 않는 문제라고해서 그것이 중요하지 않은 문제라는 논리는 성립할 수가 없다.

디자인 문제는 우리 經濟와 輸出振興에 플러스(Plus) 효과를 미치는 중요한 것임에도 우리는 그것이 당장 눈에 쉽게 뜨이는 성질의 것이 아니기 때문에 등한히 하고 있는 것이 아닐까.

가까운 日本의 경우만 하더라도 디자인에 대한 효과적인 정책과 지원으로 결국 엄청난 경제적 성공을 거두게 되기까지 通産省의 전폭적인 지원이 있었다.

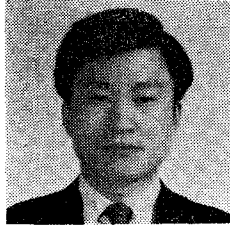
프랑스, 이태리, 스웨덴, 노르웨이, 덴마크 등 디자인 강국을 따라 잡으려면 우선 그들의 놀라운 디자인정보 수집능력 및 정책수행능력부터 알아내야 한다. 또한 美國 및 EC 제국의 世界主要輸出市場을 석권하려면 강력하고도 통일적인 디자인정책이 수립되고 실행되어 나가지 않으면 안된다.

이러한 능동적인 역할을 상공부 외부산하기관인 디자인포장센터가 수행하기는 어려운 일이다.

따라서 筆者의 소견으로는 商工部내에 적어도 課단위 이상의 부서(예컨대 '디자인 振興課' 또는 '디자인課'라고 하면 어떨까)가 있어야 한다고 생각된다.

물론 상공부 산하에는 特許廳이라는 관련기관이 있다. 그러나 特許廳은 어디까지나 工業所有權의 出願 및 登錄절차를 우선으로 하는 곳이기 때문에 性格上 디자인 정책의 수립과 施行까지 떠맡을 수는 없는 일이다.

方向(下) 의 根幹



金 延 洙
〈辨 理 士〉

商工部내에 디자인課가 만들어진다면 이는 비로소 우리나라의 디자인 분야가 開花하기 위한 기본적인 體制를 갖추게 되는 것이다.

즉 디자인포장센터는 디자인情報의 수집과 취사선택 및 學界와의 관련분야를, 디자인課는 디자인 포장센터가 제공한 정보를 기초로 한 디자인정책의 산업분야별 振興을 위한 강력한 實施 및 支援을, 그리고 特許廳은 이러한 디자인정책을 기업들이 효율적으로 遂行할 수 있도록 法律的인 出願·登錄의 절차적인 측면을 맡게됨으로써 명실공히 立法·行政·司法의 三位一體를 갖추게 된다.

3. 意匠法, 디자인 包裝振興法の 改正 및 活性化

1986. 7. 31 자에 발행된 特許廳 年報에 따르면 1984년 기준으로 볼 때 우리나라 특허청에 출원된 意匠出願件數는 총 15,870件으로서 그중 919件은 外國人에 의한 것이고 나머지 14,951건은 내국인에 의한 것이다. 따라서 外國人出願이 全體出願에서 차지하는 비율은 약 5.8%에 불과하다. 이와는 대조적으로 세계적인 디자인 強國인 덴마크, 프랑스, 노르웨이, 이탈리아 등은 外國人 出願比率이 최저 20%에서 최고 66%에 까지 달한다.

내체적으로 外國人의 디자인(意匠) 出願件이 많고 그 比率이 높다는 것은 그 해당 국가가 國際디자인업계에서 그만큼 높은 수준의 디자인을 創出해내는 國家라는 것을 의미하기 때문에 外國人 意匠의 出願比率이 5.8%에 불과하다는 것은 그만큼 우리나라의 디자인 수준이 국제적인

時 論

이달의 目次

- IV. 우리나라 意匠法制度의 나아갈 方向
2. 商工部, 特許廳의 役割
3. 意匠法, 디자인 包裝振興法の 改正 및 活性化
4. 企業, 디자이너와 學界의 努力
(이번號로 完載)

수준에서 도외시된 상태로 멀리 뒤떨어져 있다는 사실을 나타내는 것이다.

注目할만한 것은 세계시장에 개성적인 디자인 선물을 일으키고 있는 日本의 경우인데, 日本은 이미 일부 분야에서 세계 頂단의 디자인 수준을 유지하고 있음에도 불구하고 外國人의 對日本 出願比率이 3%에 불과하다는 사실이다.

이것이 示唆하는 바는 매우 크다. 과거 십여 년전만해도 外國人의 對日本 出願 比率은 10%를 훨씬 上廻하는 수준에까지 올라갔었지만 해가 거듭될수록 점차 감소하여 현재의 水準에 머무르고 있다.

그럼에도 불구하고 日本은 어떻게해서 디자인 最強國의 水準을 유지하면서도 그에 匹敵적인 外國人의 自國內 出願을 효율적으로 牽制할 수 있었는가.

筆者는 그 理由를 첫째 日本通産省의 탁월한 디자인 정책의 立案과 遂行, 둘째로 디자인관련 기관과 各 企業 및 學界의 努力, 그리고 셋째로 日本 意匠法の 日本 經濟適合성과 日本特許廳의 效果의인 意匠法令施行에 있다고 생각한다.

앞서도 언급한 바와 같이 意匠法 및 디자인 包裝振興法과 같은 産業育成의 目的을 지닌 目的法들은 항상 부단히 현재의 狀況을 살피 그에 대응해 나가는 注意를 기울이지 않으면 안된다.

그럼에도 불구하고 우리나라 意匠法은 우리의 産業디자인업계가 처한 狀況을 제대로 반영하지

못하고 있다(이 점은 商標制度 역시 마찬가지이다).

흔히들 우리나라와 日本이 경제구조나 상황이 유사하므로 日本의 뒤만 쫓아가면 安全하다는 얘기를 하는데 적어도 디자인문제에 있어서는 日本은 디자인 輸出國이고 우리는 디자인 輸入國이므로 상황은 전혀 반대라는 점을 명심해야 한다고 생각한다.

그러므로 우리나라의 意匠制度가 나아갈 방향은 意匠法, 著作權法上으로는 외국의 첨단 디자인이 우리나라에 쉽게 진출할 수 있도록 보장해 주되 실질적인 牽制는 商工部의 디자인 정책과 各 企業의 開發努力 및 國民의 協力으로 이룩해 나가감으로서 저들이 웃으면서 들어와 울면서 나가게끔 해야 하는데 있다.

그런데 현재의 우리 意匠法은 오히려 반대다.

우리 意匠法을 살펴보면 세계적으로 그 유래가 없을만큼(筆者의 생각으로는 自由中國에 이어 두번째라고 여겨진다) 外國企業의 디자인 진출에 폐쇄적이고 배타적이다.

그 이유로는 지극히 짧은 意匠權의 보호기간과 創作性(同法 第5條 2項) 인정의 까다로움 및 권리보호에 관한 法條文의 애매모호성(第19條, 第31條) 등의 예를 들 수가 있다.

원래 意匠權의 性質은 著作權的인 것이어서 프랑스와 같은 나라는 50年이란 기간으로 보호해 주고도 있거니와 세계 대다수 국가(미국, 영국, 일본, 스위스, 서독, 이태리, 스웨덴, 네덜란드, 오스트레일리아, 스페인, 덴마크, 인도, 노르웨이, 뉴우질랜드) 역시 15년 내지 20년이란 보호기간을 주고 있는데 비해 우리나라는 단지 8년이란 짧은 기간만을 주고 있다.

더우기 세계 어느 나라에도 선례가 없는 創作性 인정에 있어서 國際公知意匠에 類似한 意匠 역시 創作性이 없다는 지나친 엄격성이 權利自體의 安全性과 實效性을 해치고 있어 웬만한 자오가 아니고서는 대한민국에 디자인을 출원할 생각을 포기하게끔 한다.

이것은 결국 우리 국내 기업들이 국제 디자인 업계에서의 고립화됨을 자초하는 원인이 되며

수준이 低下될 수밖에 없는 커다란 이유가 된다.

당장은 외국의 좋은 디자인을 적당히 Copy 해서 통용될 수 있을지는 몰라도 근본적인 해결책은 되지 못하며 장기적으로 볼때는 당장의 통증을 가라앉히기 위해 아편을 먹는 환자와 같은 것이다.

10년, 20년 장기적인 안목으로 우리의 디자인 수준을 끌어올리고 企業과 相關業界에 意匠權에 대한 주의를 지금부터라도 환기시키는 意味에서 조속히 意匠法을 다음과 같이 개정해야 한다고 생각한다.

첫째, 의장권의 보호기간을 총 15년으로 하되 기본적인 기간을 5년으로 하고 權利者가 원할 경우 추가요금의 납부로 5년을 더 연장해 주는 방법으로 한다. 다시 또 5년을 연장해 주는 것은 우리 產業育成에 도움이 크게 되는 분야에 대해서만 관계부처장관의 추천이나 수출실적등의 조건을 붙여 限定的으로 인정해준다.

둘째, 意匠法 第5條 第2項에서 第1項 1, 2號를 인용하는 文句를 削除한다. 이의 改正으로 인하여 創作性의 條件은 비교적 많이 완화될 것이다.

셋째, 意匠法 第19條와 第31條에 표현된 '登錄意匠'을 '登錄意匠 및 그에 類似한 意匠'으로 고친다. 이 文句의 삽입없이는 명확한 권리보호의 근거가 없으므로 Red copy가 아닌한 模倣해도 무방하다는 논리가 성립할 수 있다.

네째, 意匠法 施行規則 第5條 第1項의 意匠의 '物品의 區分表'를 보다 합리적인 物品基準을 세워 細分化한다. 日本의 物品區分表를 보면 意匠의 類否判斷을 보다 잘하기 위하여 그 판단의 기초가 되는 物品의 分類를 우리나라의 物品區分表와는 비교도 안될 정도로 매우 상세하게 세분화하였음을 볼 수 있다.

디자인 先進國인 日本이 이와 같이 하여 보다 많은 사람과 企業의 出願을 장려하고 폭넓게 意匠制度를 운영하려 하는데 비해 디자인 後進國인 우리나라가 오히려 영성한 物品區分表로서 보다 많은 사람과 企業의 意匠出願을 저해하고 의장제도를 통한 산업발전에 역행하는 결과를 초래한다면 이는 너무나 안타까운 일이 아닐 수 없다.

다섯째, 意匠出願 階層을 多樣化, 多邊化하기 위한 弘報活動을 적극적으로 시행해야 한다.

현재의 出願形態를 보면 出願을 많이 하는 기업이나 개인만 再次 出願하고 新參하는 比率이 적기 때문에 意匠制度가 活性化되지 못하는 감이 있다. 出願을 많이 하는 사람들끼리만 하는 풍토내에서 등록사정률이 70%~80% 된다는 것은 오히려 당연한 일이다.

산업경제를 발전시키기 위한 意匠制度의 活用이란 모든 산업분야에서 다양한 계층이 고루 참가하는 풍토에서 이루어지는 것이므로 앞으로는 디자이너, 중소기업, 學界, 디자인 포장센터, 基礎 디자인 분야에 종사하는 사람들의 出願이 크게 늘어날 수 있도록 意匠制度를 적극 弘報해야 할 것이다.

여섯째, 著作權分野에서도 意匠으로 보호받을 수 있는 客體들은 意匠登錄을 통하여 적극적으로 보호해줄 수 있는 現代의 必要에 부응하는 時代感覺의인 意匠法의 運用이 필요하다.

日本에서는 有名한 博多人形事件 이래 著作權과 意匠權의 重複保護를 사실상 인정하고 있다.

또한 Typeface의 保護, 商品化權의 保護 등도 意匠法制度를 改善하여 다룰 수 있는 문제가 아닌가 한다(예컨대 特別立法을 하되 意匠法에서 登錄出願 節次에 관한 法條項을 원용하는 방법이 있을 수 있겠다.)

우리나라 디자인 包裝振興法은 그 目的에서 "디자인과 포장의 연구개발 및 진흥을 위한 사업과 활동을 지원·육성함"을 제창하면서도 실

제法의 內容은 마치 디자인 包裝센터設置法과 같은 인상을 주고 있다.

생각컨대 우리나라의 디자인 발전이 오로지 디자인포장센터 하나만의 힘으로서 이루어지는 것도 아니고 또 현실적으로 디자인 포장센터의 역할과 행동반경이 그렇게 큰 힘을 가질 수도 없게 되어 있으므로, 筆者의 생각으로는 디자인 포장진흥법에 디자인분야 진흥을 위한 보다 현실적이고도 구체적인 方案을 마련하여 法文化해야 한다고 본다.

예컨대 현재의 디자인포장센터 기구를 大幅增強하여 전국의 주요 도시에 支部所를 설치하고 정보수집 및 提供기능을 확대함과 동시에 學界와 產業界를 직접 연결시켜 주는 架橋역할을 기할 수 있게끔 하는 것도 하나의 방법이 될 것이다.

4. 企業, 디자이너와 學界의 努力

意匠制度가 발전하여 진정 우리의 産業經濟에 도움이 될 수 있게끔 하기 위해서는 制度의 合理化도 중요하지만 무엇보다도 먼저 企業의 디자인개발에 대한 강력한 意志와 디자이너들의 끊임없는 努力이 先行條件이 아닐 수 없다.

한국의 아이덴티티가 우리의 모든 제품에서 저절로 느껴지게 될 때, 그리하여 우리의 참 모습을 사랑하는 보다 많은 세계인을 가족으로 맞이하게 될 때 비로소 우리는 디자인 強國의 대열에 들어서게 될 것이다. <※>

<※ 37 P에서 계속>

應用美術은 美術의 著作物에 包含시키지 않는다고 制限의으로 해석하는 것이 좋을 것이다. 가령 陶磁器의 花瓶이라도 量產으로서의 花瓶은 意匠의 對象이 되지만 著名한 陶藝家의 作品인 花瓶은 一品製作의 美術品으로서 著作權者의 對象으로 보아야 할 것이다. 그리고 意匠權은 意匠登錄에 의하여 權利가 發生하지만 著作權은 登錄을 要件으로 하지 않고 創作이라는 事實에 의하여 發生한다. 意匠과 美術의 著作物과는 前述한

바와 같이 主로 순수한 사상이나 감정의 표시인가 아닌가 또는 一品製作을 目的으로 하고 있는가 多量生産을 目的으로 하고 있는가에 따라 일단 區別되지만 運用의 實際에 있어서는 그 識別이 困難한 경우가 많다.

例로서 花瓶·보석함·벽걸이·병풍 등에서 더욱 그렇다. 따라서 意匠과 著作物과의 사이에 利用抵觸關係가 發生할 수 있으며 이 경우에는 意匠法 第19條의 規定에서 調整할 수 있도록 規定되어 있다. <※>