



'쉬리' 상표출원 급증

- 타인의 성공에 편승한 상표출원은 자제되어야 -

- 금년들어 영화 '쉬리'의 성공에 편승하여 '쉬리' 명칭의 상표출원이 급증하고 있다.
- 특허청에 따르면, 1999년 1월 이전에 1건의 출원에 불과하던 '쉬리' 상표가 99년 2월부터 6월말까지 총 36건이 출원되었다고 한다.
- 이 중 의류 및 신발류(제25류)에 9건, 화장품·세제(제3류), 가방·우산류(제18류), 음료수(제32류) 및 주류(제33류)에 각각 3건이 출원되었고, 서비스업에 있어서도 광고업(제35류) 및 숙박·식당업(42류)에 각 3건이 출원되었음.
- 이러한 현상은 아무런 노력없이 타인의 성공에 편

승하여 무임승차하려는 대표적 사례로서 기업의 무형자산으로써의 상표의 기능인 신용창출(Goodwill)에도 결코 바람직하지 않은 것으로 판단된다.

- 특허청의 관계자는 이와관련 "타인의 성공에 편승한 상표출원은 공정한 상거래질서를 저해할 우려가 있을 뿐 아니라 사회정의에도 부적합하고 상표의 생명력 또한 짧다"고 지적하고 출원인들이 보다 독창적이고 참신한 상표개발에 힘써 줄 것을 강조하였다.

쉬리상표 출원현황('99. 2월~6월)

번호	상표명(한글)	상표명(영문)	류	출원번호	출원인	출원일자	비고
1	쉬리		25	40-1999-0005187	안윤근	1999. 2. 22	
2	쉬리	SWURI	25	40-1999-0005772	이경희	1999. 2. 25	
3	쉬리	SHEERHEE	25	40-1999-0006366	(주)티 에스	1999. 2. 25	
4	쉬리		25	40-1999-0006598	손문종	1999. 3. 4	
5	쉬리		03	40-1999-0006688	(주)푸른화장품	1999. 3. 5	
6	쉬리		14	40-1999-0006983	(주)황해	1999. 3. 8	
7	쉬리		14	40-1999-0007131	(재)삼성문화재단	1999. 3. 9	
8	쉬리		16	40-1999-0007132	(재)삼성문화재단	1999. 3. 9	
9	쉬리		24	40-1999-0007133	(재)삼성문화재단	1999. 3. 9	
10	쉬리		25	40-1999-0007134	(재)삼성문화재단	1999. 3. 9	
11	쉬리	SHELEE	25	40-1999-0007217	방효범	1999. 3. 9	
12	쉬리		다류	40-1999-0007759	김오영	1999. 3. 10	03, 18, 25, 26, 28, 34
13	쉬리	SHUILEE	18	40-1999-0007759	안동욱	1999. 3. 15	
14	쉬리		30	40-1999-0008073	롯데제과(주)	1999. 3. 15	
15	쉬리	SHYRI	18	40-1999-0008206	전명길	1999. 3. 16	
16	쉬리		다류	40-1999-0008469	보령제약(주)	1999. 3. 18	29, 30, 32
17	쉬리		16	40-1999-0008514	부영진	1999. 3. 18	



18	쉬리		다류	40-1999-0008609	보해양조(주)	1999. 3. 19	32, 33
19	쉬리	SHIRI	03	40-1999-0009090	(주)고려화장품	1999. 3. 23	
20	쉬리	SHIRY SR	25	40-1999-0009138	최경병	1999. 3. 19	
21	쉬리	SWIRI	25	40-1999-0009934	신국근	1999. 3. 29	
22	쉬리	SWIRI	01	40-1999-0011508	오안배	1999. 4. 6	
23	쉬리	SWIRI	11	40-1999-0011509	오안배	1999. 4. 6	
24	쉬리	SHERY	05	40-1999-0011941	삼성제약공업(주)	1999. 4. 13	
25	쉬리	SHERY	32	40-1999-0011942	삼성제약공업(주)	1999. 4. 13	
26	쉬리폰		09	40-1999-0013262	(주)티멘티	1999. 4. 22	
27	쉬리	SWIRI	34	40-1999-0014646	(주)팀오주	1999. 5. 3	
28	쉬리		30	40-1999-0016564	한보제과(주)	1999. 5. 17	
29	쉬리		11	40-1999-0016604	임재규	1999. 5. 17	
30	선양쉬리		33	40-1999-0018845	선양주조(주)	1999. 6. 2	
31	쉬리		33	40-1999-0018846	선양주조(주)	1999. 6. 2	
32	쉬리	SHYRY	42	41-1999-0004325	임형진	1999. 3. 29	
33	쉬리		다류	41-1999-0004414	황보창호	1999. 4. 7	35, 36, 42
34	쉬리식품주식회사		다류	41-1999-0004415	황보창호	1999. 4. 7	35, 36, 42
35	주식회사 쉬리		41	41-1999-0004416	황보창호	1999. 4. 7	
36	쉬리넷	SHIRINET	다류	41-1999-0007891	(주)쉬리넷	1999. 6. 10	35, 38

쉬리상표 출원현황('99. 2월~6월)

<상품·서비스업 분류별>

류 구분	주요 분류	출원건수	출원건수(다류감인)	비고
합계		36	49	
1류	화장용품	1	1	
3류	세제, 화장품	2	3	
5류	약제, 위생제	1	1	
9류	과학기기, 자기정보매체, 자동판매기	1	1	
11류	조명·가열·조리·환기·위생용 장치	2	2	
14류	귀금속제품	2	2	
16류	종이, 인쇄물, 문방구	2	2	
18류	피혁제품, 가방, 우산	2	3	
24류	직물 및 직물제품	1	1	
25류	의류, 신발, 모자	1	1	
26류	레이스, 자수포, 리본, 단추	-	1	
28류	오락용품, 운동용품	-	1	
29류	육류, 어류, 과일	-	1	
30류	커피, 차, 설탕, 빵, 과자	2	3	
32류	맥주, 광천수 등 음료수	1	3	
33류	알콜음류(주류)	2	3	
34류	담배용품	1	2	
35류	광고업, 기업관리·경영업, 사무처리업	-	3	
38류	보험업, 금융업, 부동산업	-	2	
41류	교육업, 연예업			
42류	음식제공업, 임시숙박업, 의료위생업	1	3	
다류		6		

세계유명상표의 자산가치는?

세계적인 상표관련 자문회사인 Interbrand社는 최근 세계 60대 상표 유명상표의 자산가치를 조사하여 이에 대한 평가 결과를 발표한 바, 이는 세계 유명기업들이 상표를 단지 서비스나 상품의 식별 도구로서의 기능을 넘어 무형의 자산으로 간주하고 장기적으로 관리·성장시켜 나가는 체계적·전략적 상표관리 정책 노력을 엿볼 수 있는 부분이다.

상기 Interbrand社의 상표 자산가치의 주요 조사 결과 및 평가방법은 아래와 같다.

조사결과

- 자산가치가 가장 높은 상표는 미국의 Coca-Cola로 약 838억불에 이르고, 2위는 Microsoft로 566억불, 3위는 IBM으로 437억불에 이룸.
- 자산가치가 높은 상표에 미국상표들이 주류를 이루고 있는 바(세계 10대 상표를 전부 미국 상표가 차지), 이는 세계적인 회사에게는 미국의 거대시장이 향후 도약의 발판역할을 하고 있으며, 미국은 다른나라보다 오랫동안 상표관리 사업을 계속 해왔기 때문이라고 함.
- 금융 서비스부문이 많은 광고를 하면서도 상위 서열에 낮게 나타나는 이유는(Amex:19위, 125억불, Citybank:25위, 91억불) 적절한 차별화 전략을 구사하지 못했기 때문이라고 함.
- 비교적 최근 상표중 상위서열에 진입한 상표(Intel, Nokia, Erisson, Yahoo! 등)는 그들

- 이 경쟁하고 있는 제품 및 서비스의 종류가 새로운 분야(컴퓨터, 통신, 소프트웨어 등)이기 때문에 상위서열 진입에 가능했던 것으로 평가되고 있으며, 일반적으로는 이미 기반이 형성된 시장에서 신규상표가 진입하여 큰 자산가치를 얻어 낸다는 것은 매우 어려운 것으로 여겨지고 있음.
- 일부 유명상표이면서도 서열에 누락된 상표는 재무자료의 제공이 불충분했거나(Levi's, Mars, Lego), 기업이 이익을 내지 못한 경우(Visa, Master-card, BBC) 혹은 모회사로부터 분리되지 못한 경우(CNN, Time)로 분석되고 있음.

조사 및 평가 방법

- 상표를 수년간에 걸쳐 이익을 창출할 수 있는 무형자산으로 간주하고 미래의 이익을 순 현재가치(Net Present value)로 표시함.
- 회사의 가용한 재무자료를 이용하여 장래 5년간 해당상표를 사용한 제품에 의해 창출될 수 있는 영업이익을 추정하고, 영업이익에서 자본비용과 세금을 제공한 실제이익을 산출함.
- 그 다음 상표가 회사이익에 기여한 정도를 평가함. 이때 상표가 사용된 제품별 시장과 지역별 시장에서의 상표의 역할에 대한 분석결과를 근거로 상표의 역할지수(role of branding index)를 적용하며, 상표에 내포된 위험요소를 반영하여 평가함. (위험요소 평가에는 넓은 지역



적 범위에서 강력한 시장지위를 갖추고, 오래된 상표일수록 발전속도가 급속히 증가하는 중소기업상표보다 위험 요소가 낮게 반영됨.)

○ 이러한 상표의 자산가치 평가조사는 최근 벨기에와 불란서의 코카콜라 제품 관련 사고 발생 이전에 실시된 것으로, 평가기관인 Interbrand사의 관계자에 의하면 최근의 사고로 인해 Coca-Cola 상표의 자산가치에 미치는 부정적 영향이 상당 정도 되겠지만, 그 자산가치는 아직도 2위의 Microsoft 보다는 앞설 것이라고 보고 있음.

평가 의의 및 시사점

유명상표에 대한 자산가치의 조사는 그간 약 12년간 계속되어온 것으로 조사평가과정에 주관적인 요소가 많이 포함되어 있고, 인터넷 등 일부 급속히 팽창하는 산업분야의 상표 가치에 대한 적절한 평가의 부족등 아쉬운 점이 있지만, 유명상표의 자산가치를 금액으로 환산·계량화 했다는 점에서 큰 의의가 있는 것으로 우리나라 업계나 관련 단체에 시사하는 바 크다고 할 수 있다.

Top 60 global brands by value

Brand name	Country of origin	Industry	Brand value(\$m)
1. Coca-cola	US	Beverages	83,845
2. Microsoft	US	Software	56,654
3. IBM	US	Computers	43,781
4. General Electric	US	Diversified	33,502
5. Ford	US	Automobiles	33,197
6. Disney	US	Entertainment	32,275
7. Intel	US	Computers	30,021
8. Mcdonald's	US	Food	26,231
9. AT&T	US	Telecoms	24,181
10. Marlboro	US	Tobacco	21,048
11. Nokia	Fin	Telecoms	20,694
12. Mercededes	Ger	Automobiles	17,781
13. Nescafe	Swit	Beverages	17,595

14. Hewlett-Packard	US	Computers	17,132
15. Gillette	US	Pers.care	15,894
16. Kodak	US	Irraging	14,830
17. Ericsson	Swe	Telecoms	14,766
18. Sony	Jap	Electronics	14,231
19. Amex	US	Fin.services	12,550
20. Toyota	Jap	Automobiles	12,310
21. Hernz	US	Food	11,806
22. BMW	Ger	Automobiles	11,281
23. Xerox	US	Office equipmt	11,225
24. Honda	Jap	Automobiles	11,101
25. Citibank	US	Fin.services	9,147
26. Dell	US	Computers	9,043
27. Budweiser	US	Alcohol	8,510
28. nike	US	Sports Good	8,155
29. Gap	US	Apparel	7,909
30. Kellogg's	US	Food	7,052
31. Volkswagen	Ger	Automobiles	6,603
32. Pepsi-Cola	US	Beverages	5,932
33. Kleenex	US	Pers.care	4,602
34. Wrigley's	US	Food	4,404
35. AOL	US	Software	4,329
36. Apple	US	Computers	4,283
37. Louis Vuitton	Fra	Fashion	4,076
38. Barbie	US	Toys	3,792
39. Motorola	US	Telecoms	3,643
40. Adidas	Ger	Sports Good	3,596
41. Colgate	US	Pers.care	3,568
42. Hertz	US	Car hire	3,527
43. Ikea	Swe	Housewares	3,464
44. Chanel	Fra	Fashion	3,143
45. BP	UK	Oil	2,985
46. Bacardi	Cuba	Alcohol	2,895
47. Burger King	US	Food	2,806
48. Moet & Chandon	Fra	Alcohol	2,804
49. Shell	UK	Oil	2,681
50. Rolex	Switz	Luxury	2,423
51. Smirnoff	Russ	Alcohol	2,313
52. Heineken	Neth	Alcohol	2,184
53. Yahoo!	US	Software	1,761
54. Ralph Lauren	US	Fashion	1,648
55. Johnnie Walker	UK	Alcohol	1,634
56. Pampers	US	Pers.care	1,422
57. Amazon.com	US	Books	1,361
58. Hilton	US	Leisure	1,319
59. Guinness	Ire	Alcohol	1,262
60. Marrott	US	Leisure	1,193



특허출원의 92%가 온라인으로 출원

- 한국 「특허넷」을 배우기 위해 세계 각국 특허청에서 몰려들고 있다 -

- 특허, 실용신안, 상표, 의장 등 산업재산권을 특허청에 온라인으로 출원하는 「특허넷(KIPO-NET)」이 지난 1월 2일 개통후 성공적으로 운영되어 개통 10개월만에 온라인출원율이 75.1%에 달하고 있다. 이는 특허넷을 이용하여 온라인출원하는 것이 훨씬 편리하고, 경제적이며, 신속하다는 것을 출원인들이 인식한 결과라 할 수 있다. 특히 국제특허출원(PCT)과 특허출원의 경우는 10월 현재 각각 99%, 92%로 온라인출원이 완전히 정착되었다고 볼 수 있다.
- 한편 우리 특허넷은 특허·실용신안·의장·상표 및 PCT까지 모두 온라인출원이 가능하며, 통신망 선택에서 전용선 ISDN 및 일반전화선으로도 연결이 가능하고, 통지서 발송도 모두 온라인으로 처리할 수 있는 특징을 가지고 있다. 반면에 우리보다 앞서 90년 12월에 개통한 일본 전자출원시스템(Paperless-System)은 2000년부터 의장·상표·PCT부분에 온라인출원을 계획하고 있으며, 지금까지 통지서의 약 60%를 서면 발송하고 있으며, 통신망도 전용선 ISDN만 가능할 뿐 일반전화선의 이용은 장기 검토과제로 분류하고 있는 형편이다. 이런 면을 고려할 때 우리 특허넷이 일본 전자출원시스템 보다 한발 앞선 것이라 볼 수 있다.
- 앞으로 특허청은 종이없는 특허시대를 열기위해 아직 서류로 출원하고 있는 25%의 출원인들을 직접 출원현장으로 찾아가서, 온라인으로 출원할 수 있는 환경설정(H/W, S/W, N/W)과 온라인출원에 필요한 사전 절차를 현장에서 즉시 처리해주는 「특허넷 현장출동 도우미」를 11월 1일부터 본격 가동키로 하였으며 또한 출원인들의 불편사항 해결하고 지속적으로 관리하는 「Happy Call」서비스도 동시에 시행할 계획이다.

온라인 출원의 정착-사이버특허청 도래 예고

- 특허청은 제1차 특허 행정전산화 7개년 계획('92~'98)의 핵심사업으로 추진해온 특허넷(일명 전자출원) 시스템을 '99년 1월 2일 개통하여 우리나라 누구나 안방에서 특허·실용신안·의장·상표 출원은 물론이고 각종 민원을 온라인으로 편리하게 처리할 수 있는 안방출원 시대를 열었다.
- 특허넷의 개통 초기에는 느린 접속속도, 어려운 특허넷 사용법, 특허넷의 이용을 위한 준비의 미비 등으로 인한 불편이 출원인/대리인들로부터 많이 제기되었다. 이에 따라 특허청에서는 온라인 출원망의 교체(E1→T3), 출원서류 작성시스템(일명:KEAPS)의 개선, 「특허넷 100문 100답」, 「프로그램설치안내서」 등 각종 안내서의 배포 등을 통하여 10만 명에 달하는 출원인/대리인들이 손쉽게 특허넷을 사용할 수 있도록 다각적인 노력을 경주하였다. 이와 같은 특허청의 노력에 따라 온라인출원율이 개통 초기부터 꾸준히 상승하여 10월 현재 75.1%에 도달하게 되어 종이 없는 특허시대의 개막을 예고하고 있다.
- 특허청은 여기에 만족하지 않고, 아직도 특허넷 시스템의 사용에 어려움을 느끼는 출원인/대리인들을 위하여 직접 특허출원 현장에 출동하여 온라인 출원을 도와주는 「특허넷 현장출동 도우미」 운영, 특허넷을 이용하는 출원인/대리인의 불편사항·요구사항·건의사항을 알아내어 지속적인 관리를 하는 「Happy Call」 시행, 온라인 출원 교육용 비디오·CD-ROM 제작 배포를 통하여 누구나 쉽게 온라인 출원할 수 있도록 다각적으로 노력하고 있다.



실질적인 세계최초 전자출원시스템-특허넷

- 일본이 세계최초로 전자출원을 시작했으나 (PAPER-LESS시스템)
 - PAPERLESS시스템은 특허·실용신안출원만 가능하고, 고가의 전용단말기로 전용선을 통해서만 이용할 수 있으며, 문서표준을 국제규격이 아닌 X포맷을 이용하고 있으나,
 - 특허넷은 특허·실용·의장·상표·PCT출원 모두를 가능하고, 일반적인 PC로 전용선, ISDN, 전화선(인터넷)을 통해 접근할 수 있으며, 특허문서교환 국제표준인 SGML기술을 이용하고 있어 일본의 전자출원제도보다 훨씬 더 편리하고, 고객 지향적인 전자출원 시스템이라 할 수 있다.
 - 또한 통지서 발송방법에서도 PAPERLESS시스템은 온라인율이 40%이지만 특허넷은 모든 통지서를 온라인으로 발송하고 있다.

구분	일본	한국	비고
전자출원 가능 권리	특허, 실용	특허, 실용 의장, 상표, PCT	일본은 2000년부터 의장, 상표, PCT 서비스에정
온라인 출원방법	ISDN만 이용 폐쇄형 개방형	ISDN, 전용선 일반전화선, 전용단말기만 가능	일본은 '98년 4월까지는 전용선 및
온라인 출원율	60%달성 75%달성	4년 경과 5년 경과	4개월경과 10개월 경과
			일본은 FD 출원제도 없음

세계 각국 특허청이 특허넷을 배우려고 몰려든다

- 특허넷(KIPO-NET)의 우수성이 알려지자 특허선진국(특허3국)인 일본, 유럽, 미국과 국제기구 등지에서 특허넷을 벤치마킹하기 위해 시찰을 나오고 있다.
- 특히 일본특허청 관계자 및 관련협회는 특허넷 개통 7개월만에 온라인 출원율이 70%에 도달하고 모든 업무 처리(출원, 심사, 등록, 공보발간 등)를 100% 온라인출원시스템으로 처리하고 있는 것에 대해 놀라움을 표시하며 자국의 시스템과 비교하는데 여념이 없었다. 또한 유럽 특허청 상표 청장, 과장 등의 고위급 관계자는 자국과의 협력체제 구축에 깊은 관심을 표명하고 조속한 시일 내에 양국간 교류체제 구축을 제의하였다. 한편 세계지적재산권기구(WIPO)에서도 세계특허망(WIPONET) 구축

에 필요한 Know-How를 습득하기 위해 관련자들이 잇달아 방문하고 있다.

- 또한 WIPO 아시아지역 심포지엄(WIPO Asian Regional Symposium On Intellectual Property And Information Technology, 99. 3)에서 WIPO아시아·태평양 지역 협력국장 Narendra K. Sabharwal은 우리 특허넷과 연관된 정보화사업을 모범사례로 제시하며 높이 평가하였다.
- 이는 2000년 이후 세계지적재산권기구(WIPO)에서 세계특허망(WIPONET)을 구축할 때, 일본의 전자출원시스템보다 특허넷이 표준이 될 수 있는 가능성의 발판을 마련했다는데 의의가 크다하겠다.

「특허넷 현장 출동 도우미」 운영

- 10월 현재 온라인 출원율이 75.1%에 달하고 있으나, 특허청에서는 아직도 정보화 마인드가 부족하여 서류출원을 하고있는 변리사, 기업, 개인을 직접 방문하여, 현장에서 전자문서 이용신청서 등을 접수·처리하고 출원인/대리인의 온라인 출원에 대한 어려움을 해결해주는 「특허넷 현장출동 도우미」를 운영하기로 하였다.
- 도우미인력-운영 인원:4명(2인 1조, 2개팀을 구성)
 - 온라인 출원 교육 담당:1명 (특허넷 길라잡이 상영 및 출원서·명세서 작성 및 온라인 출원교육)
 - H/W, S/W, N/W 환경설정 담당:1명 (PC 및 주변기기, 전자출원 관련 S/W설치 및 테스트)
- 도우미 신청 및 출동절차
 - 도우미 신청자가 직접 신청서(E-mail)를 작성하여 특허청에 제출
 - 도우미 신청자를 취합 정리하여 방문일정 통보 (신청서 접수 후 약 2~3주 후 유선으로 통보)
 - 도우미팀 현장 방문
- 도우미 서비스 내용 및 소요시간
 - 특허넷 길라잡이 비디오 혹은 CD-ROM 상영:약 1시간
 - 전자출원 절차 교육 및 실습:약 2~3시간
 - 환경구성(H/W, S/W, N/W설치 및 테스트):약 2~3시간