



“음성도메인 되찾자” 대응바쁜 기업들

음성도메인을 둘러싼 기업들의 대응이 다양각색이다. 회사명과 자사 상품명은 물론 안티도메인까지 선점한 기업들이 있는가 하면 음성도메인 등록 우선권을 줬음에도 불구하고 등록하지 않아 뒤늦게 논쟁을 벌이는 기업도 많다.

마이크로소프트(MS)를 비롯 엘지텔레콤,웅진닷컴,서울증권,코엑스 등이 음성도메인에 별다른 관심을 보이지 않았던 기업들로 이들 회사는 개인 등록 이전에 이들(11월21~22일)동안 선등록할 수 있는 기간을 주었음에도 불구하고 자사의 음성도메인을 등록하지 않아 개인들이 음성도메인을 등록해버렸다.

서울방송(SBS)의 경우도 마찬가지이다. 선등록 기간동안 음성도메인을 등록하지 못한 서울방송은 그 다음날인 23일 한 개인에 의해 '에스비에스.co.kr'의 음성도메인이 등록된 사실을 확인하고 부랴부랴 도메인의 소유권을 이전받기 위해 협의하는 과정에서 곤욕을 치렀다. 이 개인 등록자가 받아들이기 힘든 요구를 하는 등 합의를 이루지 못하자 음성도메인 센터에 중재를 요청, 겨우 음성도메인을 찾을 수 있었다.

음성도메인 등록을 받고 있는 (주)한국음성도메인센터(www.voicenic.co.kr)는 이와 관련, 사업자등록번호를 도용해 등록하는 등 '스퀴팅(도메인을 선점해 이득을 취하려는 행위)' 목적이 뚜렷한 경우와 자사의 등록규정에 맞지 않는 도메인 7000여개를 삭제 조치했다고 밝혔다. 이 중에는 '스퀴팅' 목적의 도메인 외에 '원조교제.com', '섹스포르노.com', '섹스방.com' 등 미풍양속을 해치는 내용이라고 판단한 도메인도 상당수 포함됐다.

음성도메인센터 관계자는 “회사로서는 수익이 감소하지만 음성도메인 시장만큼은 깨끗하게 형성하겠다는 의지”라며 “삭제된 도메인 7000여개 중 실제 사

업자의 상표권에 해당하는 도메인은 해당 기업에만 등록권을 줄 방침”이라고 말했다.

출처 국민일보

e비즈 신기술 “짬” .. 전자기술 출원등록...온-오프라인 연계 붐

“e비즈니스 이젠 특허시대다”

삼성전자와 LG전자가 e비즈니스 관련 기술과 방식에 대한 특허 확보에 사활을 걸고 나섰다.

인터넷 환경에서 뉴 비즈니스의 기술 등을 창안, 새 사업기회로 활용하고 e비즈니스의 세계적 표준화 동향도 리드한다는 구상이다.

LG전자 관계자는 “오프라인에서 축적된 기술이 온라인과 결합됐을 때 엄청난 시너지효과가 난다는 점이 e비즈니스 특허기술 확보에서 증명되고 있다”고 설명했다.

이 관계자는 90년대말부터 e비즈니스와 관련해 출원한 특허가 3백50건에 달할 정도로 급속도로 늘어나고 있다”고 밝혔다.

삼성전자 관계자도 인터넷 비즈니스의 활성화와 함께 이 분야를 선점하기 위해 대대위 특허 출원과 등록이 이뤄지고 있다며 현재 3백여건에 이른다고 말했다.

전자업체들은 사내 일반 사무업무 분야에서 인터넷 기반의 시스템을 비즈니스 모델화해 특허출원하고 있다.

또 온라인과 오프라인을 결합한 시스템 기술로 특허를 얻고 있다.

특히 전자업체들은 인터넷 냉장고 인터넷 세탁기 인터넷 전자레인지 등 네트워크 가전제품을 이용한 홈쇼핑 등 전자상거래 분야에서 새로운 기술을 비즈니스로 연결하는 특허도 강화하는 추세다.

LG전자는 차세대 홈네트워킹의 바탕인 인터넷망

장고 인터넷세탁기등 네트워크 가전제품을 활용한 전자상거래 분야의 특허확보에 중점을 두고 있다.

이 분야에서만 2백건의 특허를 출원하고 있다.

“인터넷 냉장고 식품 구매 시스템”은 냉장고에 저장된 식료품이 떨어지면 자동으로 부족한 물품을 쇼핑몰에서 구매를 하고 가정으로 배달되도록 하는 전자 상거래 비즈니스 모델이다.

국내 식료품 바코드 체계가 확립되고 인터넷 쇼핑이 더욱 활성화되면 시장선점할 수 있는 기술이다.

“디지털TV를 이용한 쌍방향 광고” “홈네트워크 가전을 이용한 구매조언 쇼핑몰” 등은 기존 가전제품과 인터넷을 결합시킨 전자 상거래에 시스템기술이다.

LG전자는 이와함께 일반 업무를 사내외에서 인터넷을 통해 온라인처리를 할 수 있도록 한 비즈니스 모델인 “사무업무 통합 서비스 시스템(DIS)”을 개발, 특허 출원했다.

이 시스템은 기업 내부에서 반복적으로 발생하는 출장관리, 의전관리, 사내교육 지원관리 등 총 7건의 관련 시스템 및 프로세스에 대한 기술이다.

이 시스템은 패키지화해 상품화함으로써 사무업무 부문의 특허 시대를 연 것으로 업계는 평가하고 있다.

LG전자 디지털디스플레이사업본부는 DIS 시스템도입으로 일반 사무업무 과정에서 소요되던 시간을 연간 2만8천시간에서 8천시간으로 72% 줄이고 문서 발생량도 연간 1만5천장에서 7백20장으로 95%를 감축하는 효과를 얻고 있다.

LG전자는 앞으로 가전제품 인터넷 포털사이트인 드림엘지(www.dreamlg.com)를 활용, 홈쇼핑, 유리정보, 생활정보, 오락교육및 원격제어 모니터링 보안 에너지관리 등과 관련한 홈네트워킹 e비즈니스 모델개발에 박차를 가할 계획이다.

삼성전자는 지난 99년 구축해 운영중인 온-오프라인을 결합한 쇼핑몰(go samsung) 분야에서 다양한 비즈니스 모델을 특허로 출원한 상태다.

이 회사는 특히 온라인 상거래와 기존 오프라인 대리점들간의 갈등을 최소화할 수 있는 최상 솔루션을 개발, 특허로 등록한 것이 특징이다.

삼성전자 관계자는 “가전제품의 판매가 오프라인(대리점)에서 급속도로 온라인으로 이전될때 생길 수 있는 부작용을 막으면서도 고객들이 원하는 인터넷 판매를 강화하는 방식을 적극 개발중”이라고 설명했다.

“다수의 사이버 대리점들을 통합한 인터넷 쇼핑몰 운영시스템 및 그 방법”이 대표적인 사례이다.

이는 일반 고객을 대상으로 한 B2C 전자 상거래를 기존 대리점 유통망을 이용한 간접 판매방식을 적용해 운영토록 하고 있다.

고객이 인터넷 쇼핑몰에 접속해 주문하면 콜센터를 거쳐 대리점 배송이 이뤄지도록 하고 있다.

삼성은 또 기존 유통대리점을 본사 쇼핑몰에 입점시켜 회원관리, 제품정보, 결제시스템을 공유하면서 자체 판촉활동을 통해 매출을 올리도록 하는 신개념 쇼핑몰 운영방식도 비즈니스 모델로 특허 등록한 상태다.

삼성전자측은 “온-오프라인을 결합한 특허 모델은 미국 GM 월풀사등도 현재 초기 단계로 특허로 등록된 것은 상당히 의미있는 일”이라고 설명했다.

업계관계자들은 “인터넷 비즈니스가 비교적 활성화된 국내 개발 모델이 앞으로 국제적인 특허로 이어진다면 세계 표준도 적극 리드할 수 있을 것”이라고 분석했다.

Human Genome Project의 산물에 대한 특허심사기준 마련, 2001년 1월 시행

○ 특허청은 Human Genome Project (HGP)의 1차 결과가 발표되는 등 생명공학분야의 급속한 발전에 따라 HGP의 결과를 및 대용량 유전정보에 대



한 출원이 급증할 것에 대비, 1998년 3월부터 시행 중인 생명공학분야 특허심사기준 중 유전공학 발명에 대한 심사기준을 개정하였음.

- HGP의 산물인 DNA 단편 및 SNP 등에 대한 명세서 기재요건, 산업상이용 가능성 및 진보성 판단기준 정립
- 컴퓨터를 이용하여 기능을 규명한 유전자 등에 대한 유용성 및 진보성 판단기준 제시
- 대용량 유전정보의 출원에 대응하기 위한 출원의 단일성 판단기준 정비
- 유전자, 단백질, 모노클로날항체, 안티센스 등 생명공학 발명에 관한 최근의 판례 및 사례 반영

○ 동 심사기준은 특허청 심사3국 유전공학과에서 초안을 작성하고, 청내·외 의견 수렴과 관련 산·학·연, 변리사 등으로 구성된 생명공학 자문회의 검토를 거쳐 2000년 12월 최종 확정되었으며, 올 1월부터 심사에 적용할 계획임.

□ 생명공학분야 특허심사기준 개정의 필요성

- HGP의 1차 결과 발표에 따라 DNA 단편, 유전자 등의 기능규명을 통한 특허출원이 급증할 것으로 예상됨.
- HGP의 산물인 DNA 단편 (EST 등), SNP (개체간 단일 염기변이) 및 컴퓨터를 이용하여 기능을 추정된 유전자 등에 대한 심사기준 마련이 필요함.
- ※ EST : expressed sequence tag; SNP : single nucleotide polymorphism
- 또한, 대용량의 유전정보에 대한 출원이 본격화되고 있어, 출원의 단일성 판단기준에 대한 정비가 필요함.

□ 유전자 관련 국내 특허출원 현황

- 99년 한해 동안 국내에 출원된 유전자 관련 특허는 총401건이었으며, 이중 내국인 출원은 151건으로 전체의 37%, 외국인 출원은 250건으로 전체의 63%이었음.
- 2000년 11월까지 유전자 관련 국내출원은 전년 동기 대비 57% 증가한 598건으로, 이중 내국인 출원이 247건 (41%)이고, 외국인 출원이 351건 (59%)이었음.
- 특히, 최근 26MB 이르는 유전정보 (A4 용지 12,000 페이지 분량)가 1건의 특허로 출원되는 등 대용량의 유전정보에 대한 출원이 본격화

□ HGP 산물의 특허보호에 관한 국제동향

- 미국, 일본, 유럽 특허청을 중심으로 HGP의 산물인 DNA 단편 등에 대한 특허 인정여부에 대한 논의가 있어 왔으며, 기능이 규명되지 않은 DNA 서열정보 자체는 특허성이 없고, 특정질병의 진단용 등 구체적인 기능이 밝혀진 경우에만 특허가 가능하다는 것이 국제적인 추세임.

□ 심사기준 개정경과

- 2000.01.~05. : 각종 자료 조사·분석, 외국 심사기준 및 사례 분석
- 2000.06.~08. : 초안작성, 청내 의견수렴 및 특허청안 확정
- 2000.09~10. : 청외 의견수렴 및 의견 분석
- 2000.11. : 생명공학 자문위원 구성 및 자문회의 개최
- ※ 생명공학자문위원 (15명)
 - 학계 및 연구소 : 4명, 산업계 : 4명, 변리사

- : 5명, 기타 : 2명
- 2000.12. : 개정안 확정, 발간 및 배포
- 2001.01. : 시행

□ 개정 심사기준의 주요골자

- HGP의 산물 (DNA 단편 및 SNP 등)에 대한 특허성 판단기준 정립
 - 산업상 이용 가능성
 - 전장 DNA를 취득하기 위한 probe로서의 용도는 유용성이 없는 것으로 판단
 - 단순히 법의학적 감정에만 사용할 수 있다는 것만이 기재된 경우에는 유용성이 없는 것으로 판단
 - 특정질병과의 관계를 규명하여 특정질병의 진단에 이용할 수 있다는 것 등이 실험적으로 입증된 경우에만 유용성이 있음
 - 진보성
 - 상동성 검색결과만을 이용하여 특정 단백질의 유전자임을 규명한 경우에는 진보성이 없음
- 대용량 출원에 대응하기 위한 출원의 단일성 판단기준 정비
 - 판단기준을 심사지침서와 일치시켰음
 - 출원의 단일성은 특별한 기술적 특징의 존재 여부로 판단
 - 특별한 기술적 특징은 선행기술과 구별되는 개량부분
 - 동일한 기원은 특별한 기술적 특징으로 인정하지 않음
 - 생명체의 genome 분석 결과, 기원만 동일

하고 기능이 다른 복수개의 유전자를 하나의 출원으로 하는 경우는 단일성에 위배

- 최근 생명공학 발명에 관한 판례 및 사례 반영
 - 유전자
 - 발명의 상세한 설명에 변이체에 대한 예시가 있는 경우에는 당해 유전자의 기능과 변이체의 범위를 한정된 청구범위 기재를 인정
 - 단백질
 - 발명의 상세한 설명에 변이체에 대한 예시가 있는 경우에는 당해 단백질의 기능과 변이체의 범위를 한정된 청구범위 기재를 인정
 - 서열로 특정할 수 없는 경우 단백질의 기능, 이화학적 성질, 기원 및 제법을 모두 기재하여 특정하는 경우만을 인정
 - 모노클로날 항체
 - 항원이 특허요건을 만족하는 경우, 그 항원으로 특정한 모노클로날 항체를 인정
 - 안티센스 (antisense)에 대한 심사기준 정립
 - 특허청구범위 및 명세서 기재요건을 추가하였음
 - 신규성 판단 사례 추가
 - DNA 단편에 대한 신규성 판단기준을 추가하였음
 - 제조방법으로 한정된 공지 물질에 대한 판례를 반영하였음

□ 파급효과

- 본 심사기준은 향후 더욱 가속화 될 DNA 단



편, SNP 및 인간 유전자 등의 특허출원에 대한 심사의 일관성 확보에 기여할 것으로 기대됨.

- 생명체의 genome 분석 결과, 기원만 동일하고 기능이 다른 복수개의 유전자가 하나로 출원되는 대용량 출원에 대한 대응이 가능할 것임.
- 유전자, 단백질 등 생명공학분야 발명에 대한 특허보호가 강화되어 동 분야의 연구개발 및 산업화가 촉진될 것임.

값싸고 편리한 상표이의신청제도 적극 활용 필요

패션·기호업종, 브랜드관리 열기 높아

- 특허청의 상표 출원공고에 대한 최근 4년간(96 ~ 99) 이의신청 현황분석 자료에 따르면, 패션 또는 기호상품업종인 “의류 및 장신용품”, “의류, 주류등의 상품의 알선·중개업 판매대행업”, “화장품”, “가방류”, “신발류”등 5개 업종에 전체 이의신청 (9,479건)의 약 48%인 4510건이 집중적으로 청구되어 이들 업종에서 브랜드관리의 열기가 높은 것으로 나타났다.
- 이들 상품류에서도 이의신청을 통한 브랜드관리 경쟁이 가장 치열한 분야는 “의류 및 장신용품”으로서 전체 이의신청건의 약19%규모인 1765건이나 되며, “의류, 주류 상품의 판매대행, 알선, 중개업”의 서비스업종이 그 뒤를 잇고 있으며, “화장품류”도 3위를 차지한 것으로 나타났다.
- 이의신청 열기가 높은 업종은 유행에 민감하고 브랜드 이미지 선호도가 높은 여성과 청소년취향의 품목들이고, 이들 업종에서는 품질의 차이보 다는 브랜드파워가 시장점유율경쟁을 좌우하

는 것이 특색이다.

외국의 유명브랜드가 “이의신청”주도

- 이의신청이 가장 많은 “의류 및 장신용품”에서 1, 2위 이의신청자는 외국 브랜드인 “폴로”와 “샤넬”이고, 화장품을 제외한 이의신청 상위 업종에서도 구찌, “필라”등 외국브랜드가 이의신청을 선도 하고 있다. 이들은 세계적 브랜드건설팅사인 “인터브랜드사”가 “2000년의 톱 브랜드”로 선정한 세계적인 파워브랜드들이다.

효과적 브랜드관리위해 상표이의신청제도 적극활용할 필요

- 상표이의신청은 자사브랜드와 동일·유사한 경쟁업체 브랜드의 상표등록 배제를 특허청에 청구하는 제도이고, 그 비용도 11,000원으로 저렴하여 가장 효과적인 브랜드관리 방안이라고 할 수 있다.
- 등록된 경쟁사의 상표를 심판(심판청구료 150,000원)이나 소송을 통하여 취소 또는 무효화할 경우 많은 비용과 시간이 소요되고, 일단 취소 또는 무효가 되더라도 민사, 형사적인 사후절차가 여전히 남게 되어 실질적 손해가 완전히 치유되기는 어려운 반면, 이의신청 단계에서 경쟁사의 상표등록이 배제되면 이러한 절차가 필요 없으므로 대단히 경제적인 브랜드관리방안 이라 할 수 있다.

1. 이의신청 현황(96 ~ 99)

- 이의신청제도는 심사관의 심사내용을 “상표공

고공보”에 공고하고 경쟁브랜드 소유자등 이해관계자에게 출원상표의 등록배제청구의 기회를 부여함으로써 상표분쟁을 미연에 방지하고 권리를 조기에 안정화 시키는 제도이다. “상표공고공보”는 매월 “CD-ROM”으로 발간되어 전국 주요지역의 상공회의소,

주요대학도서관, 주요연구소, 특허정보센터(KIPRIS:서울소재) 등에 배포되므로 자기의 상표를 지키고자 하는 사업자들은 면밀히 CD-ROM 공보를 살펴봐야 하며 누구나 언제든지 가까운 이들 기관들에서 무료로 열람이 가능하다.

(이의신청현황 (96 ~ 99))

순 위	업종별	이의신청 건수계 (비중, %)	주요이의신청인(건수)
1	의류,장신용품	1,765(18.6)	더 폴로/로렌 캄파니(59) 샤넬(26)
2	의류 및 주류 등 판매대행·중개업	927(9.8)	(주)두산(11), (주)이랜드(11) 밀러·브루밍 컴퍼니(10),
3	화장품	760(8.0)	(주)태평양(80) 애경산업(주)(38)
4	가방류	536(5.7)	샤넬(24), 구치오구치 쏘시에떼퍼아 씨오니(12)
5	신발류	522(5.5)	필라스포츠(15), 금강제화(주)(11) 발렌티노 글로베 비. 브이(11)
	상위 5개업종	4,510(47.6)	
6	약품류	509(5.4)	(주)종근당 (24) 옥시덴탈 케미칼 코포(19)
7	가전제품,전기제품	457(4.8)	(주)두산 (23), 삼성전자(주) (20)
8	제과류	354(3.7)	롯데제과(주) (100) 마아즈, 인코 (20)
9	인쇄물,사진류	331(3.5)	사단 법인 세계해동검도 연맹(16) 에듀케이션쇼날 테스트링 서어비스(14)
10	비누, 세제류	287(3.0)	(주)태평양 (33) 애경산업(주) (32)
	상위10개 업종	6,448(68.0)	
총 계	65개 업종	9,479(100.0)	