

● 『발명하는 사람들』에게 말한다

특허! 뱃속에서 2년, 바깥세상에서 20년



김 병 오

한산중학교 교사
(ajukbo@hanmail.net)

『발명하는 사람들』이 창간 2주년을 맞이했다. 창간 2주년에 즈음하여 한국여성발명협회 한미영 회장님과 관계자, 그리고 그동안 지도편달을 아끼지 않으신 특허청 관계자들에게도 감사와 축하인사를 드리고 싶다. 또 발명을 사랑하는 모든 사람들과 이 기쁨을 함께 하고 싶다.

돌이켜 보건대 『발명하는 사람들』은 발명인들의 정체성을 확립하는데 중요한 역할을 하

였고 특허청과 발명유관단체들의 크고 작은 일들을 상세하게 보도함으로써 발명인들로 하여금 우리가 어디에서 무슨 일들을 하고 있는지에 대한 소속감과 분명한 의식을 심어주었다.

물론 충격과 감동은 이제부터 시작되어야 한다. 『발명하는 사람들』은 지금의 자리에 머무르면 안 될 것이다. 힘들었던 걸음마 2년을 돌아보면서 더 깊고 넓은 세상으로 발명인들을 안내해야 하고, 수없이 쏟아져 나오는 발명관련 정보를 예리하게 분석하고 조언하여야 하며, 이 세상에 빛과 소금처럼 살아가는 발명인들을 발굴하고 소개하여 자칫 나태하여지기 쉬운 이들에게 신선한 충격과 감동을 주며 더욱더 바쁘게 나아가야 할 것이다.

특허! 2년이면 나오고, 20년이면 소멸된다

『발명하는 사람들』 창간 2주년의 의미는 매우 크다. 특허도 2년이면 세상의 빛을 보기 때문이다. 물론 심사에 소요되는 기간은 특허, 실용신안, 의장, 상표 및 출원된 내용에 따라서 차이가 있다. 그러나 개략적으로 정리하면 특허는 출원한 날로부터 대략 2년 정도면 심사관의 첫번째 통지가 나온다.

첫 통지가 특허사정인 경우에는 바로 등록을 하면 된다. 그리고 의견제출통지(거절이유통지)의 경우는 3개월 이내에 의견서를 제출하여 다시 심사를 받을 수 있다. 그 후 대략 6개월 정도 소요된다. 따라서 평균적으로 2년에서 3년 정도 소요된다고 볼 수 있다. 그러나 실용신안은 무심사 등록이므로 통상 4개월 후에 등록되고 기술평가를 청구하면 다시 6개월에서 15개월 정도가 소요되며, 의장 또는 상표를 출원한 경우에는 대략 12개월에서 18개월 정도 소요되나 이같은 처리기간은 평균적인 수치이므로 다소 가감이 있을 수 있다.

특허권의 효력은 심사결과 법에서 정한 요건을 만족한 발명에 대하여 특허권이 발생하며 특허권자는 업으로서 특허 발명을 독점배타적으로 실시할 수 있는 권리를 가진다. 이러한 권리는 특허권의 설정등록이 있는 날부터 특허출원일 후 20년이 되는 날까지 존속한다. 반면 특허료 불납, 존속기간의 만료, 특허권의 포기, 특허권의 취소, 특허권의 무효, 상속인의 부존재 등의 사유로 특허권은 소멸한다.

특허권도 일반 재산권과 마찬가지로 권리자가 권리내용인 발명을 독점배타적으로 직접 사용함으로써, 경제적 이익을 얻을 수 있고, 다른 사람이 이용하게 하여(실시권 설정) 그 대가로써 경제적 이익을 얻을 수 있다.

특허권의 내용은 정당한 권리자가 특허된 발명을 독점배타적으로 사용하는 것이므로 정당한 권한이 없는 사람이 이를 실시하게 되면 타인의 재산권을 침해하는 것으로 민사적·형사적 규제를 받을 수 있다.

이제 우리 『발명하는 사람들』도 특허 받은 기분으로 더욱 더 힘차게 지식재산의 세계로 나아가야 하고, 우리 발명인들도 더 나은 특허를 얻기 위해 노력해야 할 것이다.

아파트 브랜드가 '짜통 시대'인 이유는 무엇일까?

아파트 브랜드도 유행을 탄다. 일명 짜통 브랜드가 뜨고 있다.

한때는 '타운, 맨션' 같은 영어식 표현이 주를 이루었고 언젠가부터 마을을 뜻하는 빌리지(Village)의 줄임말로 고급 빌라를 연상시킨 '빌'이나 '힐'이 붙은 이름이 흔하게 사용되었다. 예를 들어 '레스빌, 아너스빌, 첼시빌, 상떼빌, 파크빌, 에머빌' 등이 좋은 사례이다. 그 후에 i-park(아이파크), 스위트홈, 센트레빌, 푸르지오, SK 뷰(view:조망) 등과 같이 환경과 조망을 강조하고 편의를 최우선으로 고려한다는 이미지의 브랜드가 등장하였고, 최근에는 아파트 구입연령층이 중장년층이라는 점에 착안하여 한자를 조합한 브랜드를 사용하는 업체가 늘었다.

최근 전주의 한 중소건설업체가 분양하는 아파트에 '라미안'이라는 짜통 브랜드를 내걸었다. 한자어를 합친 말인 라미안(來美安)은 미래지향적이고 아름다우며 편안한 집이라는 뜻이고, 라미안은 특별한 뜻보다는 라미안 브랜드와 비슷한 어감을 갖게 하여 아파트 인지도를 높이려는 취지가 담겨 있는 듯하다.

중국 선양시 훈남특구라는 곳에 '라미안'과 똑같은 브랜드를 쓴 아파트가 있다. 이것은 라미안의 브랜드를 소유한 회사가 중국에 브랜드 특허 출원을 하지 않은 것을 알고 재빠르게 도용한 것이다. 그래서일까? 이 아파트는 미분양이 많기로 소문난 선양시에서 모두 팔려 기록을 세웠다.

또 '미소지움'과 흡사한 '미소드림', '푸르지오'와 유사한 '푸르미야' 등 시장에서 이미 알려진 유명 브랜드를 본뜬, 이른바 '짜통 브랜드'가 유행이다. 특히 일부 인기 브랜드에 대한 소비자들의 선호도는 맹신에 가깝다. 그 이유로 외환위기를 겪으면서 소비자들은 투자의 안전성에 눈을 뜨기 시작했고, 부도의 위험성이 덜하다고 판단한 유명 브랜드를 추종할 수 밖에 없다는 것이다.

주택시장이 가라앉았을수록 미래가치가 높은 아파트에 수요가 몰리며, 소비자의 입맛이 까다로워지고 투자 환경이 어려워질수록 브랜드 가치는 빛을 발한다. 이제 아파트의 가치는 브랜드가 결정하는 시대가 온 것이다.

이제 '장롱 특허'를 줄이자

우리나라는 신기술 개발과 직접 연관되는 특허·실용신안 부문 산업재산권 출원 건수에서 세계 4위이다. 하지만 특허출원 규모에 비해 특허권 거래시장 형성이 미진하고 돈이 될만한 원천기술이나 핵심기술에 대한 특허확보는 매우 부진한 편이다. 즉 반도체 등 일부 분야를 제외하고는 특허 경쟁력에서는 아직도 선진국에 크게 뒤떨어지는 기술수입국(2002년 로얄티 27억불 지급, 6억불 받음)에서 벗어나지 못하고 있는 것이 현실이다. 따라서 아직도 특허출원의 약 73% 정도를 차지하고 있는 '장롱 특허'를 줄여야 다음과 같은 일들을 당하지 않을 것이다.

최근 일본의 후지쯔가 삼성 SDI를 '대형 벽걸이 TV에 쓰이는 PDP 기본특허를 침해했다'는 이유로 미국과 일본 법원에 제소했었다(현재 서로 합의한 상태). 이는 '플라스마 디스플레이 패널(PDP) 특허의 한·일 대결'이 시작되었음을 알 수 있는 사실이다.

또 2002년 한국 농수산물통공사와 독일 화훼업자 코르데스사 간에 벌어진 '장미전쟁'도 같은 경우이다. 이때는 대법원에서 '로젠슬렌사가 97년 3월 국내 특허청에 출원, 상표로 등록한 '레드 산드라'는 87년 한국에 도입돼 현재 절화 장미 시장의 절반을 차지할 정도로 널리 보급된 품종'이라며 '장미 시장에서 이미 장미의 한 품종을 뜻하는 일반적 명칭으로 사용돼 온 만큼 특정 상표로 보기 어렵다'고 밝혀 그나마 우리 것을 지킬 수 있었다.

어느 기업이나 특허 분쟁에서 자유로울 수 없다. 물론 한국의 쓰리세븐(당시 대성금속)이 미국 보잉사를 상대로 손톱깎기 상표 '777'의 특허분쟁에서 승소, '한국의 다투이 미국의 골리앗을 쓰러뜨렸다'라는 기사로 우리를 흥분하게 했던 사례는 매우 보기 드문 상황인 것이다. 일단 특허 분쟁이 발생하면 패할 경우에는 엄청난 로열티를 지불해야 하며, 이기거나 타협이 이뤄진다 해도 이미 막대한 인력과 비용이 들어간 이후인 경우가 대부분이다.

이제 발명하는 사람들이 나서야 한다. 20년의 시한부 생명력을 가진 특허를 장롱 속에 묻어두는 일이 없도록...

■ DIY 코너 ■

'걸고리가 부착된 국자' 만들기

국자! 긴자루가 달린, 국물을 뜨는 주방기구인데 혹시 이런 기억은 없는지... 옛날에 뽕기란 이름으로 초등학교 앞에서 쪼그리고 앉아 손가락을 짹짹 빨며 맛있게 먹었던 그 추억을 사람들은 잊지 못하고 있다. 그 불량식품 같은 '추억의 과자', 한동안 잊혀져 사라질 것만 같았던 추억을 생각하면 지금도 잊혀지지 않는 물건이 바로 연탄과 국자이다.

국자는 우리 실생활에도 흔히 쓰이고 있는데 지금 우리가 가정이나 음식점에서 사용하는 국자는 사용 후 다른 사람이 사용할 수 있도록 기대어 놓으면 냄비 안으로 자루가 흘러들어가 음식물이 묻는 일이 허다하게 발생하게 된다. 그래서 이번에는 발명착상기법인 '모양 바꾸기'를 응용하여 '냄비 안에 흘러내리지 않게 걸고리가 부착된 국자'를 만들어 보자.

물론 가정에서 사용하는 국자 중에서 플라스틱으로 된 국자를 사용해 이번 만들기 과정에 직접 참여할 수 있고, 금속(스테인리스 등)으로 된 국자는 이번 실습을 하고 난 뒤 모양을 잘 디자인하여 동네 철공소에 부탁하면 간단하게 만들 수 있을 것이다.

■ 준비물

플라스틱 국자, 순간접착제, 플라스틱 티스푼, 칼이나 플라스틱 절단기구, 면장갑, 약간의 사포, 신문지 등

■ 만드는 과정

- ① 가정에서 손쉽게 사용하는 국자를 선택하여 준비한다.
- ② 국자 자루의 뒤쪽 아래 부분에 걸고리를 덧붙일 자리를 표시한다.
- ③ 티스푼 자루 부분을 이용하여

국자 뒷부분에 붙일 걸고리를 직접 디자인 한다.

④ 티스푼을 칼이나 플라스틱 절단기를 사용하여 자르고 사포로 마무리 한다.

⑤ 순간접착제를 이용하여 걸고리 모양으로 만든다.

⑥ 큰 그릇의 모서리 부분에 직접 걸었을 때 각도를 생각한 뒤 국자 자루 뒤쪽에 걸고리를 붙인다.

▶ 직접 만든 걸고리가 부착되어 흘러내리지 않는 국자



자료제공: 한산중학교 김병오 교사