

일본의 선진 IP정보시스템을 만나다



이 태 원 주임

한국발명진흥회 산업인력양성팀

특허정보페어의 구성

기본적인 데이터 처리와 보고서 작성, 그리고 상당한 양의 정보 가공과 데이터 피봇 기능 등 엑셀이란 프로그램은 사무실에서는 없어서 안 될 만큼 유용한 툴이다. 이런 강력한 프로그램이 더 이상은 특허관리를 위한 툴로 활용하기에는 어려운 환경이 되고 있다. 엑셀을 특허관리 툴로 활용한다는 말은 이제는 별도의 지재부서가 없거나, 특허가 많지 않은 소규모 기업에서나 가능한 이야기가 되었다.

하지만, 이마저도 옛말이 되고 있는 이유는 특허관리란 단지 기업이 출원하고 등록하는 특허를 목록화하고, 담당자가 일일이 날짜를 확인하여 유지관련 비용을 결제하면서, 특허검색 따로, 특허맵 작성 따로, 협력업체나 변리사 무소와의 업무연락 따로 식으로 분주하고 어수선한 관리를 허락할 만큼 여유롭지 않은 업무로 변화하고 있기 때문이다.

더욱이 해외출원까지 진행하는 경우라면, 웬만큼 기능 좋은 시스템을 구축해 놓지 않으면, 인력투입의 한계가 있는 기업의 특허부서에서는 업무의 부하가 급격히 커지게 된다. 또한 특허부서는 단지 특허의 출원과 관리만으로 임

무를 다했다고 할 것이 아니라, 현재도 이미 기업의 특허전략과 기술전략을 담당하고 있는 기업도 적지 않은 바, 특허부서의 현재적·미래적 역할이자 기능을 감안하지 않으면 안 된다. 이러한 차원에서 기업의 특허관리시스템의 진화를 추적할 수 있는 기회로서의 동경특허정보페어를 바라보는 참관의 의의가 있다고 본다.

특허정보시스템 개발업체의 각축장

동경특허정보페어는 단순히 특허정보관련 업체들의 세일즈를 위한 비즈니스의 장의 역할만 하고 있지는 않다. 물론, 가장 큰 자리를 차지하는 것이 정보서비스 기업들의 홍보의 장이다. 각 업체들이 부스를 마련하고, 방문자들에게 각종의 소프트웨어를 홍보하고, 상담을 진행한다.

특히, 히타치와 닛산계열의 개발업체는 기업고객을 위한 전용공간과 매 30분마다 자사제품별 기능과 특징을 설명하는 영상 프리젠테이션을 상영하고 있으며, 방문자들을 위한 현장 시연도 마련해 놓고 있다. 참여기업들의 시스템에 대한 설명을 늘어놓는 것은 적합치 않겠지만, 종합정보시스템인 경우엔 검색도구에서 사내 결제시스템을 연동

하고 있으며, 아이디어 제안 단계에서 출원에서 등록 후 관리와 R&D부서와의 협업, 외부 변리사무소와의 업무연락을 위한 네트워크 시스템까지가 종합적으로 결합·연동되어 있는 제품의 시연장면을 따라가다 보면, 점차로 진화하는 시스템의 형태를 확인하게 된다.

여기에, 기술과 특허에 대한 평가시스템이 연동이 된다면, 어쩌면 특허의 유지 혹은 라이선싱 및 매각 등에 대한 판단까지도 이러한 시스템에 의지할 수 있을 것으로 보여진다. 물론, 아직까지는 기술의 가치를 판단해 줄 수 있는 수준의 평가시스템은 발견할 수가 없었다. 아마도 이는 다소 텔레마라고 할 수 있을 것 같다. 우리도 자동평가시스템이라고 하는 것을 시도하고 있기는 하지만, 어디까지나 특정 요소에 대한 평가수치만을 얻을 뿐이고, 전적으로 특허에 대한 활용과 이용은 특허부서나 경영층이 함께 고민하여 선택할 문제라고 할 것이다.

현장의 분위기에서 느껴지는 점에서 보면, 각양각색의 검색엔진에서, 특허부서 내에서 활용할 수 있는 특허료 등의 지급관리프로그램에 이르는 소소한 소프트웨어에 이르기까지, 각 업체들은 서로 경쟁관계에 있지만, 사실은 '각축장'이라고 부를 정도의 경쟁의 분위기가기보다는 참관하는 이들의 입맛에 맞는 틀을 찾아볼 수 있는 Shopping Shop의 개념이라고 보는 게 더 어울릴 것 같다. 일부는 소위 'Total Solution'을 개발할 수 있는 이 분야 대기업들의 제품도 눈에 띄지만, 역시 그런 토탈 솔루션을 구매하여 커스토마이즈하여 사용할 만한 규모의 특허와 R&D를 수행하는 기업이라면, 자체의 관리프로그램을 개발할 수도 있지 않을까 싶기도 하다. 우리나라의 몇몇 대기업들이 매년 이곳을 방문하는 이유의 하나는 단지 히타치나 도시바가 내놓은 프로그램들을 구입하기 위한 것만은 아닐 것이다. 일본의 앞선 기술과 개발물을 확인하고 검증하는 차원에서 방문일 텐데, 결코 한국 손님에 대해서 이들이 반감을 갖지 않는 이유는 한국이 미래의 고객이 되리라는 기대감이나 일본인이라는 타고난 본성으로서의 친절 때문만은 아닌 것 같다.

일본도 특허서비스 분야가 어느 정도는 한계를 안고 있는 성장을 밟고 있다는 느낌이다. 이런 상황에서라면, 일본의 서비스업체들도 고객의 needs를 파악하고 이를 프로그램 개발에 반영해야 한다는 것도 상시 염두에 두고 있을 것



이다. 비록, 한국의 기업들이 당장의 소비자가 되어 문의하는 것이 아니라할지라도, 한국의 많은 기업들이, 삼성이나 LG 등의 우수기업을 포함하여, 특허정보시스템에 목말라하고 있는 상황이라는 점에 관심을 두고 있는 것으로 보인다.

특허정보에 적극적인 각 국의 특허청

단순히 구색을 맞추기 위한 방편으로 시작된 것으로 보이지 않는 것이, 일본 특허청(JPO)은 물론이려니와 미국(USPTO), 유럽특허청(EPO)와 더불어 PCT를 관리운영하는 WIPO까지 각국 특허청의 특허정보의 관리와 서치에 대한 발전방향과 시스템 운영방안에 대한 이해를 돕고, 그 활용을 도모하기 위한 세미나가 동경특허정보페어의 자리를 빌려 함께 개최가 되고 있다. 지난 해에는 주로 특허심사하이웨이이가 주요 논의 대상이었다면, 올해는 특허심사하이





웨이 위를 달릴 특허출원 및 심사청구문서의 전자화가 논의의 핵심이 되고 있다. 또한 이들 특허기술들에 대한 효율적인 검색과 정보분석을 위한 툴도 진화하고 있으며, 점점 사용자 편의를 높이는 측면에서 개발되고 있는 모습을 확인할 수 있었다.

본 행사와는 별개로, 최근 일본지적재산협회(JIPA)에서는 얼마전 전 IBM 부사장이자 현 미국 특허청장인 David Kappos의 개별방문을 받고, 미국과 일본 간의 심사하이웨이와 PCT 출원에 대한 적극적인 활용과 홍보를 약속한 바 있다. JIPA의 미국측 파트너라고 할 수 있는 IPO(미국 지식재산소유권자 협회)에 몸담고 있던 David Kappos가 JIPA를 통해 일본 내 기업들의 협조를 구한 점에서 특허선진국들이 특허정보의 관리운영에 가속도를 내고 있음을 파악할 수 있다. 우리나라와 중국도 기존의 특허3국을 특허5국으로 확대하고자, 적극적인 역할을 취하고 있는 바, 향후 우리 특허청의 움직임에 관심을 갖게 된다.

물론 우리나라의 적극적인 역할을 기대하기 위해서는 정부차원의 고속도로만이 아니라 국가 차원의 네트워크가 형성이 되어, 올바르게 기능해야 하는 것이 선결과제라고 할 수 있다. 해외의 유명한 기술검색시스템들의 일본어 버전이 만들어 지고 있는 지금, 만일 일본기업이든 누구든 한글을 읽고 해외의 선진 특허정보시스템이 상륙하게 될 때에, 우리나라의 정보주권은 누가 지켜야하는지를 명확히 해야 한다는 의미인 것이다.

기술정보 전략세미나

소문난 잔치에 먹을 것 없다는 우리 옛말도 있지만, 폐어

의 이튿날부터 이어지는 기업의 임원과 변리사를 강연자로 한 기업대상의 정보활용 컨퍼런스는 대체로 그런 느낌을 갖게 한다.

‘바이오벤처는 「지재전략」이 생명선!’ 이라든지 ‘특허정보」의 「투자활용」을 위하여’, ‘유럽의 특허와 지재비즈니스 현황(왜 일본인은 미국에 비해서 유럽을 바라보지 않는가)’ 그리고 ‘중견·중소기업을 위한 글로벌 특허비즈니스’ 등의 제목으로 컨퍼런스가 개최되었는데, 제목에서 느껴지는 무언가 있을 법한 느낌은 기대감을 가지고 참석한 이들의 열기에는 다소 미흡한 내용들이 아닌가도 싶다. 물론, 각각의 주제 중 바이오벤처들이 지식재산 전략의 중요성을 인식하지 못하거나, 필요성은 느끼더라도 어떤 측면에서 지재전략을 세워나가야 하는 것인가에 대한 대강의 통찰은 얻었다고 하더라도, 기업의 실천적인 전략보다는 정부의 관련시책을 소개하거나 해외동향을 언급하거나, 지나치게 필요성을 강조하는 내용 위주 흐름은 어찌할 수 없었다.

하지만, 그럼에도 불구하고, 일본 기업들이 밟고 있는 지적재산전략의 단계는 우리보다는 훨씬 앞서 있다는 사실은 또렷이 느낄 수밖에 없었다. 일본의 경영기법이나 전략이 항상 ‘YKS 수법’ 이니, ‘분쟁대응방법’ 이니 하는 식의 개별화되고 구체화된 실천전략을 논한다는 점이 바로 그런 차이라고 할 것이다. 이는 단지 일본기업이나 일본인들이 가지는 특성이거나 성격이라기 보다는 그만큼 특허 관련 업무가 구체화되고 체계화되어 있음을 반영하는 것으로 보아야 한다. 위의 ‘YKS

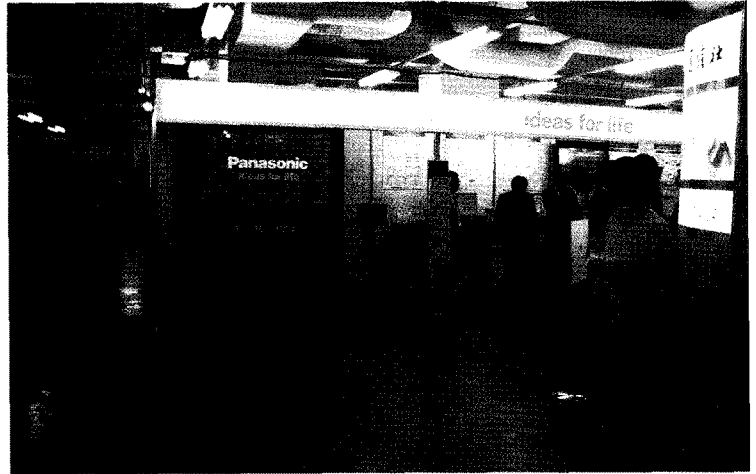
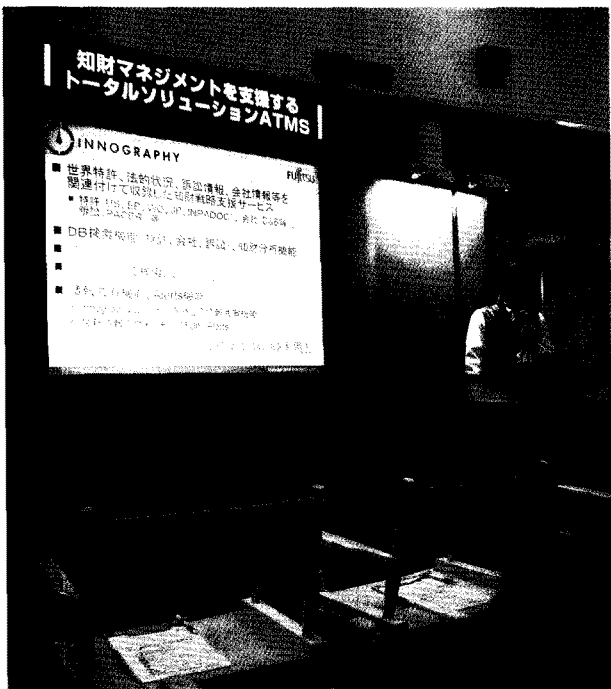


수법'이란 것만 해도, 특허정보를 바탕으로, 기업의 특허력 지수를 산출하고, 주가와 기업의 성장률 등을 감안하여, 특허와 경영의 상관관계를 도출하여, 경영에 기여하고자 하는 바를 목표로 하고 있다.

우리에게도 이러한 기법과 전략을 생산하고 있는 기업이나 기관이 있다고 확신을 가지고 말할 수는 없지만, 중요한 점은 일본이 이러한 연구와 조사를 바탕으로 구축한 평가시스템 등을 우리는 부러워만 할 것인지, 아니면 뒤늦게야 유사한 기능의 시스템을 만들 것인지, 아니면 구매하여 사용하는 소비자가 될 것인지는 우리가 선택하지 않아도 시간이 지나면 결정된다는 것이다. 다소 극단적으로 말하면, 이런 차이가 곧 특허정보에 대한 우리만의 주권을 주장할 수 있느냐와 없느냐를 가르게 될 것이다.

기업 프리젠테이션

전시행사장 외에 별도로 기업별로 자사의 제품과 기술을 홍보하는 프리젠테이션도 진행이 되었다. 행사가 시작된 4일부터 총 25회의 프리젠테이션이 이루어지는 가운데, 특허조사·검색틀에서 특허관리시스템에 대한 소개와 번역서비스, 중국특허법의 개정을 소개하면서 달라진 출원 절차에 대응하기 위한 서비스를 제공한다는 특허사무소의 제안 등이 이루어졌다. 히타치와 같은 대형기업이나 아스,



그리고 노무라연구소로 유명한 NRI 사이버패턴트와 같은 다양한 검색엔진과 관리시스템을 개발하는 업체들은 25회 중 2회 이상의 기회를 활용하여, 기업 프리젠테이션을 통한 홍보에 나서기도 하였다.

이들 홍보를 통해, 특허기술의 검색이 기업 내에서 얼마나 큰 비중을 차지하는 업무가 되었는지, 특허분석과 조사 분석의 결과를 비주얼화하여 보여주는 기법이 얼마나 눈길을 끄는지 하며, 특허맵이란 표현보다는 '이노그래피(Innography)', '인용맵'과 같은 낯선 용어들을 통해, 보다 세부적인 분석틀을 선보이고 있음을 확인할 수 있었다. 자신들이 개발한 검색 DB와 서치엔진을 도입하여 운용한 기업 사례들을 소개함으로써, 자사 제품의 안정성과 검증된 제품임을 알리는 기법도 활용하고 있다.

눈에 띄는 점은 LEXIS-NEXIS과 Thomson 등의 인터넷 법률정보서비스로 유명한 미국 기업들이 Semantic Search와 Thomson Innovation이란 이름의 국제특허검색시스템을 내세워 일본시장에 적극적으로 나서고 있다는 점과 중국특허에 대한 검색서비스를 내세운 검색시스템의 소개가 적지 않은 부스와 기업 프리젠테이션에서 등장하고 있다는 점이다.

결론

11월 4일부터 6일까지의 3일간 이어진 본 행사는 79개사 182개 부스가 설치되어, 특허정보기업들의 열띤 세일즈-기술력의 자랑이라기보다는 제품의 판매가 보다 중요한 활동이었음을 볼 때 세일즈란 표현이 더 어울릴 것 같다. 가 이루어졌고, 1만 7천 명 가량의 방문객이 다녀간 이대



회는 일본의 특허정보시스템 개발기술이 집약되어 보여주는 유일무이한 기회라는 점에 큰 의미가 있다고 할 수 있다.

앞서 소개한 정보솔루션과 소프트웨어 등의 전시와 컨퍼런스 외에도 각국 특허청과 특허관련 기관의 부스로 볼 수 있었고, 중국 특허청이 지원하는 특허검색서비스와 출판사업자도 만나볼 수 있었다. 또한 어느새 특허이슈의 중심으로 떠오른 중국 특허에 대한 관심도 주로 해외 검색 시스템을 선보인 부스에서 수시로 느껴볼 수 있었다. 텍스트 중심에서 각종 정보의 시각화에 주력하는 노력도 눈에 띄었고, 자사의 활용사례라는 식으로 에둘러 자사의 시스템을 홍보하는 노련한 선전 전략의 묘미도 맛볼 수 있었다.

우리 기업들이 동경특허정보페어 현장에서 과연 어떤 정보를 얻고 무엇을 확인할 수 있는지는 명확히 알 수는 없었다. 기업의 특허부서 담당자들도 당장 시스템 구축을 위한 업무를 부여받은 경우에 시스템 내에 어떤 기능을 담고 어떤 인터페이스로 구현할 것인지 정도의 정보와 시스템의 개발과 구축을 위한 예산 규모 정도를 산출할 수 있는 정도의 정보는 얻을 수 있는 정도가 아니라면, 소위 '볼거리' 정도로 방문할 만한 곳은 아니라는 인상도 없지 않았다. 단

적으로 말해서, 한국의 기업을 위한 서비스나 제품을 만들어 보여주는 곳은 아니기 때문이다. 함께 방문했던 중견기업 이상 규모의 특허부서 관계자들도 '특허정보시스템 개발을 위한 맞춤형 정보' 라든지 '기업 내 특허정보에 대한 인식제고를 위한 유용한 자료' 정도조차 얻은 것 같지 않았다.

하지만, 특허정보의 중요성을 강조하는 상황에서, 정보를 관리할 수 있는 방안과 어떤 것이 관리할 가치가 있고, 관리가 가능한 정보인지를 기능할 수 있는 관점에서는 많은 점들을 수용할 수 있다고 본다. 기술개발과 이를 특허화하기 위한 단계에는 과거에 많이 활용했던 소위 특허맵의 개념보다는 보다 세분화된 기술검색의 결과와 주요 특허 기술에 대한 인용도를 확인할 수 있는 인용맵 등의 중요성 등이 보다 부각이 되고 있는 점에서 향후 연구개발을 위한 사전조사의 비용과 조사대상을 선정하기 위한 방안을 모색하거나 특허부서의 업무를 체계화하여 구축된 관리시스템의 구성으로부터 특허업무의 방향성을 찾아볼 수도 있다. 그리고, 중국이 특허의 등록뿐만 아니라 분쟁에 있어서도 유럽보다 중요한 위치를 점하게 된 만큼, 중국특허청에 출원·등록되고 있는 기술의 흐름과 동향을 파악하는 데에도 보다 신중한 접근을 해야 한다는 등의 전략도 모색할 수 있을 것이다.

특허정보 관련 툴과 시스템들이 지속적으로 진화하는 모습을 보면서, 특허분야의 수많은 이슈들 중 과연 어떤 것이 실제 업무에 영향을 미치는지를 확인할 수 있었다. 특허 이슈의 많은 것들이 그저 가십과 뉴스로 남는 경우가 적지 않은 만큼, 실제 기업의 특허전략에 유용한 정보로 활용할 만한 이슈를 파악하고 분석하는 것 역시 시스템의 구축 못지않게 동경특허정보페어에서 찾아볼 수 있는 확실한 '볼거리'가 아니었나 생각해 본다. 물론, 그보다는 미래의 우리의 모습을 점쳐 볼 수 있는 단순히 볼거리를 찾아다니는 참관이 아닌 참여를 위한 기회로 삼아야 할 것이다.

| 발명특허 2009. 12