

디자인 開發과 意匠(2)

現代的 經營活動에 必須不可缺



洪 載 日
〈辨 理 士〉

目 次

- I. 머릿 말
- II. 디자인開發과 意匠
 - 1. 企業의 經營活動으로서의 디자인開發
 - 2. 生活, 環境의 變化와 디자인
 - 3. 社會의 니이에 對應하는 디자인
 - 4. 技術의 進步와 디자인
- III. 意匠制度의 概要
 - 1. 意匠制度의 目的과 必要性
 - 2. 意匠의 定義와 本質
 - 3. 다른 工業所有權과 意匠
 - 4. 意匠만의 特殊한 制度
- IV. 意匠의 開發과 意匠管理
 - 1. 意匠의 役割과 重要性
 - 2. 技術開發과 意匠物品開發
 - 3. 意匠物品開發과 權利保護
 - 4. 企業의 意匠權管理와 活用

〈고딕은 이번號, 명조는 지난號〉

III. 意匠制度의 概要

1. 意匠制度의 目的과 必要性

가. 意匠制度의 目的

意匠制度는 意匠考案의 保護 및 利用을 도모

함으로써 意匠의 創作을 장려하여 國家産業의 發展에 寄與하게 함을 목적으로 한다(意匠法 第1條).

意匠은 技術의 발전과 直接的인 관계가 있는 것이 아니다. 그러나 意匠의 발전은 商品의 需要를 자극하고, 그 결과가 國家의 産業發展에 기여한다는 前提에 그 의의가 있다.

意匠은 物品의 形狀, 模樣이나 色彩 또는 이들을 結合한 外觀的·裝飾的인 면에서 성립하고 그 外觀의 審美性 내지는 特異性에 의하여 商品 需要者의 注目을 야기하여 購買意慾을 촉진하는 機能을 가지는데, 그것이 國家의 産業發展에 기여하는 과정을 보면,

- ① 意匠의 保護 및 利用을 도모함으로써
- ② 意匠의 創作을 장려시키고
- ③ 商品需要를 자극하여 商品販賣를 촉진함으로써
- ④ 商品에 관한 産業을 發達시킨다.

그러나, 優秀한 意匠은 同時에 技術의 優秀하므로 경우에 따라서는 意匠 그 자체가 技術의 進步와 産業發展에 직접적으로 寄與한다고 말할 수도 있다.

나. 意匠制度의 必要性

意匠은 物品의 外觀에 관한 考案으로서 消費

者와 직접 肉眼으로 接觸할 수 있기 때문에 消費者에게로의 接近이 용이하며, 需要者の 기호와 選好를 만족시킬 수 있는 製品을 開發하는데 있어서 필수불가결한 존재이다.

여기서 意匠制度의 利點을 살펴보면,

- 1) 意匠은 그 着想이 용이하다.
- 2) 類似意匠에 의해서 자유로운 變化가 보장되고 권리를 더욱 強力하게 할 수 있다.
- 3) 秘密 意匠制度를 活用할 수 있다.
- 4) 技術開發의 한계점에 이른 物品의 外樣을 變換시켜, 變형된 外樣의 保護로써 새로운 顧客을 확보할 수 있다.
- 5) 意匠開發費가 다른 기술개발비보다 비교적 저렴하다.
- 6) 出願이 용이하다(절차가 비교적 간단하고 소액의 비용으로 권리설정이 가능하다).
- 7) 다른 公業소유권보다 비교적 빨리(8개월 내지 9개월) 권리를 설정할 수 있다.
- 8) 標章의인 기능이 있는 意匠은 존속기간 만료後(또는 권리 존속중에) 별도로 商標로서 保護될 수 있어 의장의 수명을 연장받을 수 있다.
- 9) 계절적인 변화와 수요자의 반응에 민감하게 대처할 수 있다.
- 10) 個人이나 中小企業人이 용이하게 시장에 서 발판을 굳힐 수도 있으며, 大企業도 群小 경쟁자로부터 도전을 받지 않고 소신껏 市場을 開拓해 나갈 수 있다는 것 등을 꼽을 수 있다.

2. 意匠의 定義와 本質

가. 意匠의 定義

意匠이라 함은 物品의 形狀, 模樣이나 色彩 또는 이들을 結合한 것으로서 視覺을 통하여 美感을 일으키게 하는 것을 말한다(意匠法 第4條).

나. 意匠의 構成要件

(1) 物品性(物品에 관한 考案이다)

① 意匠과 物品의 不可分性; 物品에 의해서만 表現된다.

② 物品의 異同과 意匠의 異同; 物品이 相異

하면 意匠도 相異한 것으로 된다. 物品의 用途와 機能이 같으면 同一物品으로, 用途만 同一한 것은 類似物品으로, 또 機能만 같은 것은 非類似物品으로 본다.

③ 意匠의 表現可能한 物品; 有體物品과 動産에 限한다.

④ 物品의 特定性; 視覺을 통하여 意匠을 認識할 수 있는 一定한 形狀을 가진 구체적인 物品을 特定하여야 한다.

(2) 物品의 形狀, 模樣, 色彩性(物品의 형상, 모양이나 색채 또는 이들의 結合된 考案이다)

① 物品의 形狀; 物品의 外面의 形態를 말한다.

② 物品의 模樣; 裝飾用의 形상을 말한다. 物品을 平面的으로 파악하고 그 위에 表現되는 點, 線 등의 繪畫的 要素의 集合을 말한다.

③ 物品의 色彩; 物品에 表現된 색깔을 말한다.

(3) 視覺性(視覺을 통해서 볼 수 있는 考案이다)

意匠은 視覺을 통하여서만 感得할 수 있는 것이다.

(4) 美感性(審美感이 있는 考案이다)

다. 意匠의 本質

意匠의 物品性은 意匠이 表現하는 具體的인 物品의 特定을 要求하고 있으나 이는 特定物品을 그 表現의 媒介體로 할 뿐이고, 그 保護의 對象은 어디까지나 具體的인 物品을 超越하여 抽象的인 精神的인 思考에 의하여 案出된 抽象的인 創作을 말한다.

3. 다른 工業所有權과 意匠

가. 工業所有權 概要

公業소유권은 産業的 無體財產權을 말하는데 特許·實用新案·意匠 및 商標로 구성되어 있으며, 이를 그 특성별로 구분하여 보면,

(1) 創作여부에 따라

① 創作에 의한 것

特許와 實用新案 및 意匠

② 創作에 의하지 아니한 것

商標(상표는 創作에 의한다기 보다는 상표사용자에 의해서 선정된다)

(2) 創作中 技術的이나 美的이나에 따라 구분하면,

① 技術的 創作인 것

特許와 實用新案

② 美的 創作인 것

意匠

나. 實用新案과 意匠

모두 特許보다 수준이 낮은 단계에서 보호되는 物品에 관한 考案이다.

(1) 實用新案

物件의 형상, 구조, 조합에 의한 실용성이 있는 考案으로서 物件의 使用價値를 따지는 것이 그 構成이나 機能이 중요시 된다.

(2) 意匠

物品의 外觀이 肉眼으로 보아 美的 感覺을 일으킬 수 있는 審美性이 있는 考案으로서 그 기능이나 사용가치등은 문제되지 않고 다만 「外觀의 美感」만이 중요시 된다.

(3) 實用新案과 意匠의 중복보호

실용신안과 의장은 모두 物品에 관한 考案으로서 그 구조나 기능적인 면은 실용신안으로 의관은 의장으로 함께 출원하면 그 物品자체를 두 단계 보호 받을 수 있다.

(4) 實用新案과 意匠의 다른 點

① 출원공고제도가 意匠에는 없다. 그래서 意匠의 公報는 등록 후에 발간된다.

② 존속기간에 있어서 實用新案은 10年인데 비해 意匠은 8年이다.

③ 유사의장, 한벌물품의 의장, 비밀의장제도 등은 의장에만 있는 特殊한 것들이다.

다. 意匠과 商標

意匠과 商標는 모두 물품을 구매하는 消費者의 注意를 끄는 면에서 같은 구실을 하고 있으나 意匠이 物品 자체에 표현된 考案인데 반해 商標는 자기의 商品을 타인의 것과 識別시키기

위해 사용하는 표장이다.

(1) 意匠

物品自體(의장은 물품과 분리하여서는 성립될 수 없다)에 表現된 意匠考案은 그 物品의 外觀의 형상, 모양, 색채 또는 이들의 결합이 消費者의 눈길을 끌어 需要를 유발시키거나 他物품에서의 그것보다 더 주의가 집중되게 하여 購買意慾을 일으키게 하는데 그 의의가 있다.

(2) 商標

商標는 商品自體에 표현된 考案이 아니기 때문에 商品과 분리하여 존재할 수 있으며, 自己의 商品을 他人의 그것과 識別시킴으로써

① 商品의 出處를 表示하고

② 商品의 品質을 保證하며

나아가서 商品을 선전하는 廣告宣傳의 매개체의 역할도 한다. 이렇게 商標가 갖는 여러 機能에 입각하여 消費者는 商品을 직접 보지 않고도 商標로써 그 品質을 대충 짐작할 수 있어, 商標에 의한 一次的인 情報만으로도 거의 확정적인 상품구입 의사결정을 할 수 있다.

意匠에 있어서는 消費者가 의장물품을 直接보고서 商品情報를 얻는데 반하여 商標에서는 商品과 분리되어 전혀 별개의 商標에 의하여 間接的으로 商品에 관한 情報를 대강 얻을 수 있는 점이 다르다.

좋은 商標는 고객을 끄는 힘을 가지는데 이는 消費者가 보통 商標만 보고도 직접·간접經驗에 의하여 品質을 評價하여 구입 결정을 하는 경우가 많기 때문이고 이것이 누적된 商標의 信用은 商標保護의 本質의 客體이다.

좋은 商標의 고객에 대한 흡인력은 企業競爭에 있어서 「마케팅」戰略의 기본요소가 된다.

라. 意匠과 著作權

(1) 意匠은 産業的 無體財産權임에 반하여 著作權은 人文科學的·藝術的 財産權이다.

(2) 意匠은 반드시 反復 再生産이 가능하여야 하고 産業上 利用可能性이 있어야 하나 著作權은 그렇지 않다.

(3) 意匠은 존속기간이 8年이나 著作權은 지

작자의 死亡後 30년까지이다(다만, 사진저작권은 저작권 발생일로부터 10년)

(4) 어떤 경우에는 하나의 「디자인」이 意匠考案으로도 보호되고, 응용미술에 관한 저작권으로도 보호되어 중복 보호되는 경우가 있다.

4. 意匠만의 特殊한 制度

가. 類似意匠

意匠은 물품의 外觀에 표시된 美感을 보호의 대상으로 하는 것이므로 그 外觀의 變化가 너무 容易하여 他人의 모방으로부터 보호하기가 어렵기 때문에 이를 미연에 방지하는 수단으로서 意匠權者(또는 의장등록출원인)은 他人이 모방해 올만한 變형을 미리 착안하여 이것까지도 권리로써 확보할 수 있는데 이를 유사의장제도라 하며 권리보호의 범위를 넓고 두텁게 한다.

즉, 自己의 意匠에만 유사한 의장은 유사의장으로 등록될 수 있으므로 이로 인해서 권리보호를 확실히 할 수 있고 의장의 유사범위도 확인된다.

그러나 基本意匠에는 유사하지 않고 그의 類似意匠에만 유사한 경우에는 이를 유사의장으로 등록할 수 없다. 이런 類似意匠의 類似를 許容하게 되면 의장권의 권리범위가 무한정 넓어질 수 있기 때문이다.

나. 秘密 意匠制度

意匠은 물품의 外觀에 관한 考案으로서 他人의 모방에 약하므로 일반공중에게 公開보다는 出願人の 利益保護를 위해 出願公告제도를 채택하지 않고 있으며 출원인이 원할 경우에는 3年以內의 범위내에서 그 의장을 公開하지 아니할 수 있으며 이를 비밀의장제도라고 한다.

이 秘密기간동안 의장권자는 自己의 의장고안을 타인에게 노출시키지 않은채로 事業준비, 生産 및 販賣와 廣告戰略을 할 수 있는 利點을 얻을 수 있다.

意匠權者는 當初에 지정한 秘密期間內라 할지라도 公開가 유리하다고 인정될 때에는 公開할 수도 있는데 그러면 그때서야 비로서 意匠公報

등에도 게재되어 公開된다.

다. 한벌 物品의 意匠

의장권의 권리에 있어서 1物品 1意匠主義의 例外로서 2以上の 物品이 慣習上 「한벌」로 사용될 때에는 1意匠에 2以上の 物品을 포함할 수 있도록 하여 意匠管理를 能率的으로 할 수 있도록 되어 있다.

「커피셋트」나 「끼연용구」 등이 慣習上 한벌로 판매되고 사용될 때에는 「한벌물품의 의장」으로 인정되어 한件的 출원으로 취급하고 있으나 出願人の 의사에 의해서 한 벌을 구성하는 물품을 각각 분리하여 別個의 意匠으로 分割出願하여도 상관없다.

Ⅳ. 意匠의 開發과 意匠管理

1. 意匠의 役割과 重要性

意匠이 해야 할 主要한 役割은 다음과 같으며 이들 役割은 時代의 흐름에 따라 조금씩 變해가고 있다. 意匠의 重要性에 대한 認識은 創作하는 側과 使用·消費하는 側의 兩側에서 점점 높아져 감에 따라 變革되어 가는 것이라 할 수 있다.

가. 生活의 道具로서의 役割

人間이 生活하기 위하여 創造해 온 여러가지 물건중 工業的으로 量産되는 道具의 모든 것이 디자인의 대상에 포함되며 最近 들어서는 그 種類와 量이 현저하게 擴大되어 왔다.

個人 및 社會에 있어서의 生活을 여러가지 면에서 뒷받침해 온 有用한 道具로서의 意匠은 生活을 유지·발전시키고 동시에 人間의 生活에 대한 意識도 變革시켜가고 있다.

나. 附加價値의 生産

既存의 意匠을 더욱 좋은 것으로 만들기 위하여 그 形態의 改良·修正을 加하고 또 機能面에 어떤 變化를 주는 것도 最近의 意匠의 한 役割이다. 따라서 製品價格의 引上을 主目的으로 그

때 그때의 취향을 바꾸기만 하는 모델체인징에서 생겨난 意匠은 디자인 本來의 役割을 다했다고 할 수 없으며, 意匠은 創造性이 풍부하고 使用에 편리하면서 또한 아름다운 것을 새로 創造하는 行爲에 의하여 새로운 價値를 附加할 수 있는 디자인이므로, 그 適正化가 추진되지 않으면 안된다.

다. 未來의 모델 提示

技術開發에 先行하여 未來의 모델을 創造하고 提示하는 것도 意匠의 중요한 役割중의 하나이다. 일정한 技術動向과 그 豫測을 전제로 하여 未來의 모델을 남보다 먼저 찾아내어 表現하는 것은 디자인이 해야 할 重要한 機能이며, 특히 未來志向型의 산업분야에 있어서는 앞으로 상당히 活性化되어 갈 것으로 보여진다. 그러나 현재의 意匠登錄制度의 활용측면에서 보면 아직 이러한 種類의 出願이 많지 않은 실정이므로 이 役割에 대하여 새로운 次元에서 많은 검토가 必

要할 것이다.

라. 商品선택의 要素

意匠이 가지고 있는 機能 또는 形態는 商品의 구입이나 선택의 중요한 判斷 要素이다.

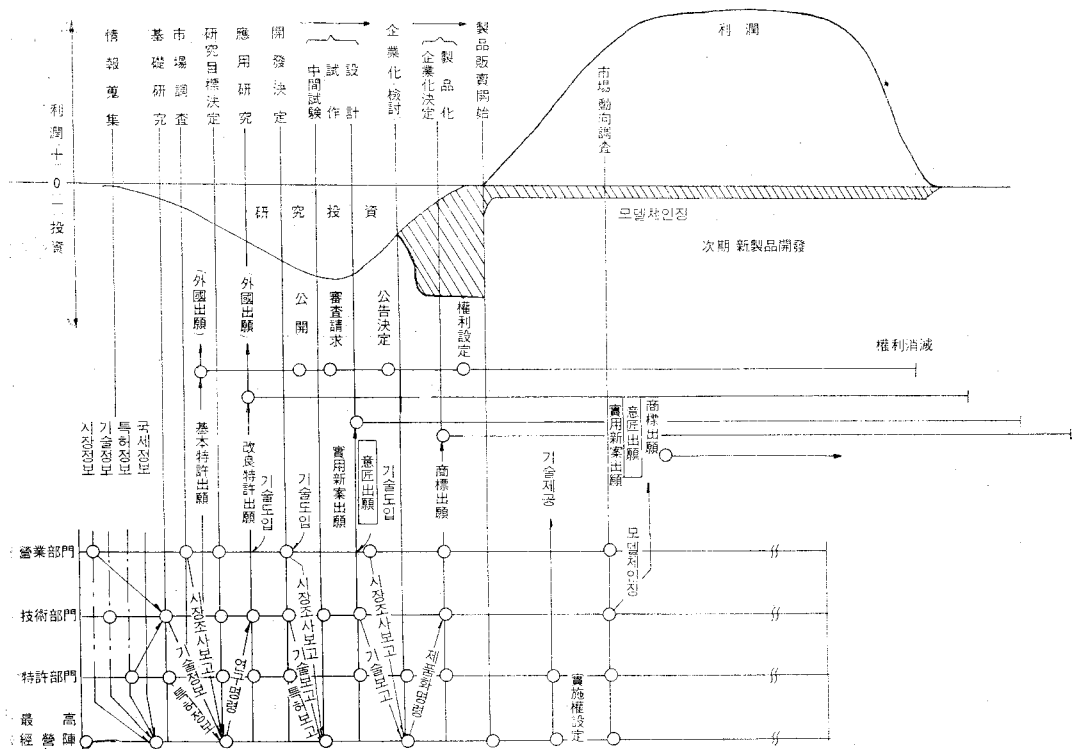
요즈음 過剩한 裝飾 등으로 인해 수요자로 하여금 오히려 눈살을 찌프리게 하는 意匠이 더러 出現하기도 하는데, 수요자는 從來의 經驗과 商品情報의 분석을 통해 意匠의 良否에 대한 認識이 상당히 높아져가고 있음을 留意하여야 할 것이다.

2. 技術開發과 意匠物品開發

가. 技術開發의 프로세스와 特許管理

特許管理가 技術開發의 進行과 함께 연계적으로 어떠한 機能을 해가는가를 도표 “技術開發의 프로세스와 特許管理”를 보면서 살펴본다.

技術開發의 프로세스와 特許管理



이 圖表에서 가로축의 축은 時間의 경과를 나타내고 있는 것이며, 상단에서는 技術開發의 進行過程을 보고 하단에서는 技術開發의 進行에 따라서 特許管理가 어떻게 機能을 수행하는가를 본 것이다.

이 圖表의 내용을 처음부터 설명하면 技術開發은 情報수집으로 부터 시작하여 基礎研究, 應用研究, 開發研究의 順으로 進行하여 드디어 企業化가 결정되고 製品化하게 되고 동시에 設備投資가 이루어진다.

일단 製品이 販賣되기 시작하면, 그 利潤이 들어오게 되고 이는 어느 일정한 期間까지는 유지되다가 그 이상이 되면 다시 이 利潤을 유지할 목적으로 모델체인징이 이루어진다.

이러한 一連의 關係와 過程을 技術開發의 패턴이라고 본다. 그리고 이러한 進行에 따라서 營業部門, 技術部門, 特許部門 및 企業의 톱클라스(經營陣)가 서로 連結되고 有機적으로 關係를 유지하면서 그 機能을 해 나간다. 결국 여기서 特許管理란 技術開發의 각 단계마다의 그때그때 가장 중요한 役割을 담당하는 것이며 技術開發部門과 最高 經營者層과의 사이에서 中추적으로 기능하는 것임을 알 수 있다.

以上の 技術開發과 特許管理는 어디까지나 基本的 패턴을 中心으로 생각한 것이며 따라서 이것을 企業에서 實施하는 경우에는 그 企業의 規模, 技術水準, 업계의 競爭狀態 및 商品의 성격 등에 의하여 여러가지 形想로 變形하여 적용하면 될 것이다.

나. 意匠物品開發

위의 圖表에 의하여 意匠物品開發에 關聯된 面을 考慮해 보면

(1) 開發 프로세스로 보아서는 開發단계에서 새 意匠의 開發과 모델체인징 때의 改良意匠이 이루어진다는 것을 알 수 있다.

(2) 開發프로세스에 대한 意匠管理部署에 있어서는 特許部門을 디자인 開發部門이나 디자인 室로 대치하여 생각할 수 있다.

(3) 意匠物品開發의 아이디어 創出 및 同아이

디어의 具體化의 단계까지는 上記 圖表의 情報 수집→應用研究단계까지로 생각하고, 그 다음의 意匠物品開發 착수단계는 상기 圖表의 製品開發 단계로 보면 될 것이다.

3. 意匠物品開發과 權利保護

가. 새 意匠의 必要性

의장은 다음과 같은 이유로 필요한 것이다.

- (1) 기존 物品에 대한 製品上의 문제점을 補充한다.
- (2) 去來先으로 부터의 要求를 充足시킨다.
- (3) 消費者, 使用者의 欲求, 需要를 흡수한다.
- (4) 市場調査 결과에서 수요를 發見한다.
- (5) 製品의 外觀上 多樣性을 追求한다.
- (6) 製品生産 또는 販賣관리상 自動化에 부응한다.
- (7) 意匠物品開發의 自體經驗을 活用한다.

나. 上記의 각종 새로운 意匠

開發要因에 의한 새 意匠이나 改良意匠 아이디어를 創出하고 同 아이디어의 具體化를 進行시킨다.

다. 具體化된 아이디어를 土臺로 意匠物品開發에 着手한다. 그 方法論은,

- (1) 스캐치나 圖面을 많이 作成하여 디자인의 價値를 비교 평가하고
- (2) 見本品이나 試作品을 제작한다.

라. 意匠 權利保護를 위한 意匠登錄出願時에는 다음 사항을 고려해야 한다.

- (1) 意匠法상의 제문제에 관하여 專門家와 협의를 거쳐서
- (2) 의장등록出願을 하고
- (3) 이용자측관계에 있는 他 權利의 침해예방 조치 等 事前對策을 마련해야 하며
- (4) 外國出願도 고려해 본다.

마. 製品生産, 販賣 및 廣告宣傳의 단계에서는

- (1) 대량 생산화를 추진하고
- (2) 판매組織 및 판매戰略을 세우며
- (3) 廣告기획, 商標宣傳에 힘쓴다.

바. 意匠物品의 改良을 위해서는,

- (1) 디자인의 變形을 試圖하고
- (2) 類似意匠의 確保에 힘쓰며
- (3) 기타 規格, 色彩, 材質 등 설계의 變更을 고려해 보는 것도 중요하다.

사. 意匠權利의 行使 節次는

- (1) 意匠權 行使에 관한 방침을 결정한다. 消費者, 意匠權, 實施權者, 同業者 등으로부터 자문을 구하고 조언을 받아 이를 參考로 하여 方針을 決定한다.
- (2) 意匠權을 보호·감시한다.
- (3) 意匠權 침해사실의 발견에 노력한다.
- (4) 침해사실 발견시 먼저 경고를 하고
- (5) 타협·화해로 문제를 해결하거나, 權利行使를 위한 民·刑事上의 措置를 마련한다.

4. 企業의 意匠權 管理와 活用

가. 意匠管理組織의 예

의장의 효율적 관리를 위해서는 企業의 규모나 조직에 따라서 (1) 특허전담부서 (2) 디자인개발부서 (3) 디자인실 등의 부서에서 의장관리업무를 전담토록하는 것이 효과적이다.

나. 意匠管理要員의 임무

- 의장관리요원의 임무를 요약하면 다음과 같다.
- (1) 새 아이디어의 創出을 위한 기존디자인의 문제점 파악, 相關情報 수집 (2) 새로운 디자인에 관한 아이디어 수집·評價 및 分析 (3) 수집된 많은 아이디어의 着想중 最適·最善의 것을 선정 (4) 스케치 및 圖面작성 (5) 試製品 제작 (생산부, 판매부 등 相關부서 협조가 必要하다)
 - (6) 意匠登錄出願
 - (7) 相關 意匠情報(의장公報등)의 수집, 분류 및 관리
 - (8) 意匠權利行使의 방침을 결정하기 위한 기

초자료의 작성

- (9) 意匠權 侵害여부의 조사
- (10) 意匠權 등록료납부等 사후管理業務

다. 意匠權 事後管理

의장권은 다음과 같이 지속적으로 사후관리를 하여야 한다.

- (1) 登錄標識 : 등록되었음을 표시하는 것인데 강제적인 의무조항은 아니지만 意匠物品에 登錄標識를 표시한 경우에는 손해배상청구등 事件對策강구시 편리하다.
- (2) 등록된 意匠과 관련하여 유사한 意匠의 개발활동을 계속한다.
- (3) 권리존속기간(8년) 후의 마케팅 대책을 미리 강구한다.
- (4) 相關商標문제도 검토한다.
- (5) 意匠物品과 디자인 自體에 대한 審價를 實施한다.

라. 意匠에 관한 研修教育 實施

연수교육은 全社의으로 실시하여야 교육의 효과를 올릴 수 있다

- (1) 意匠教育의 必要性을 認識하고
- (2) 會社內·外研修 및 專門機關의 特敎育, 外敎育 등을 실시하여야 한다.
- (3) 最高經營者 및 中間管理層에 대한 研修도 정기·수시로 행한다.
- (4) 研究開發者, 生産部署 및 營業部署의 要員에 대한 研修도 절대 필요하다.

마. 意匠權의 活用

意匠權을 活用함에 있어서는 다음 사항에 유의하여야 한다.

- (1) 權利양도시의 주의사항
 - (가) 양도시 類似意匠도함께 양도되지만 (나) 국내·외에 신규로 출원한 意匠登錄出願權은 별개의 것으로 취급한다.
- (2) 實施權(전용, 통상) 설정시 注意사항
 - (가) 實施權者의 제품에 대한 品質監督條項을 설정할 필요가 있다. (나) 實施期間과 實施營業地域을 한정하여야 한다. (다) 專用實施權 설정시에는 意匠權者 자신의 通常實施權 留保條項에도 유의해야한다. (㉞)