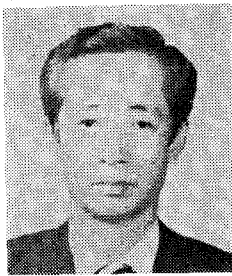


우리도 PATENTMAP를 만들자 (2)



南 啓 榮
〈辨 理 士〉

〈前號에서 계속〉

意匠·商標

Trademark Data Bank	英	美國商標	RTC(S)
Trademark scan	"	"	Thomson & Thomson
Compu Mark	"	" TESCO(株)특점	Compu-Mark U.S.
BRANDY	日	日本商標 TESCO(株)특점	東洋精報시스템
内外商標檢索 Data	"	商標·日本 9, 國際 10類	日本機械테리 인센터
日本商標 File	"	日本商標	JAPIO
日本意匠 File	"	日本意匠	"
PATLAW	英	美國判決등	BNA
日本審判 File	日	審判(日本)	JAPIO
HANIK	"	無體財産判例	(株)레오머신共同
GCS	캐나다	캐나다商標	GCS

— Patent map는 蒐集된 情報를 綜合·整理·解析함으로써 2次情報와 새로운 戰略을 創出하게 된다. —

■ 이달의 目次 ■

- Ⅱ. 情報源과 蒐集方法
- Ⅲ. Patent Map로부터 무엇을 알 수 있는가?
- Ⅳ. Patent Map란 무엇인가?

〈계 속〉

※ 이 글은 日本 데스코 社長의 著書「特許情報와 商品開發」中에서 採用한 것임.

Ⅲ. Patent Map(特許情報圖式)로부터 무엇을 알 수 있는가?

한마디로 말해서 特許情報圖式에 依해서 새로운 商品의 開發과 會社의 經營戰略을 導出할수가 있다. 즉

- ① 商品開發이나 經營戰略의 基本이 무엇인가를 把握하고
- ② 自社의 適性を 알며
- ③ 特許情報란 무엇인가를 알면



다음은 當然히

- ① 特許情報의 蒐集方法을 찾게 되고
- ② 그 管理와 檢索方法을 강구하게 되며



一般情報

JOA-1	日	海洋環境	海洋環境調査
AP·DJ 텔레레-토	//	國際金融	共同通信
SCI	//	全國 益者世帶의 實態	社會調查(研)
JACS	//	News 數值 Data	時事通信社
EID	//	經濟·産業豫測	Century Research
NRI	//	經濟·産業時年別 Data	通電國際情報(S)
TSR-BIG S	//	20萬社의 企業情報	東京商工리서치
NIPS	//	出版物 30萬點	日本出版販賣
NRI	//	日本經濟의 Makro Data	野村總研
TECNO SRC	//	工業技術 Busseness News	(株)平和情報(C)
The Information Bank	英	新聞 News 社說·雜誌記事	The New York Times
Invention Management	//	時事通信	Comminication Pabfishing Group Inc
LC/LINE	//	Mono Graph·문헌·地圖	SDC Information
Ship Abstracts	//	經營·船舶	Norsk Skipstorsking Sinstitut
LEXIS	//	U S 聯邦州	Mead Date Central
CNI	//	캐나다 News	Micromedia Ltd
IGDS/IP 샤프	日	經濟·金融·航空 등	Indeck

其 外

- TESCO POLY CARD : 24個國 特許情報 抄錄誌
- MICRO FILM 販賣 : 美國特許·日本特許

다음으로는

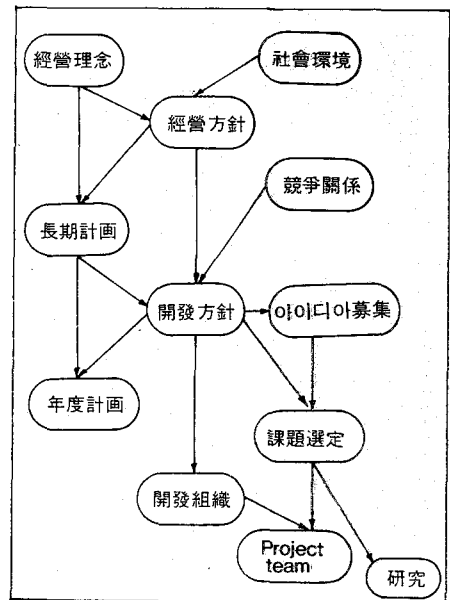
特許情報の 利用方法, 即 Patent map를 作成할 必要性을 느끼게 될 것임.

이런 脈絡에서 商品開發(經營)方針의 系統圖<그림 2>를 보기로 하자.

이中에서 4角(□)으로 表示한 部分은 特許情報를 蒐集하여 解析하는 것만으로서도 充分히 第2의 情報로서 얻을수가 있다. 이 圖式에 表示한 外에 國家政策, 顧客으로 부터의 不滿(改善注文), 下請 또는 母會社 其他 流通系統으로부터의 情報等 重要한 것들이 있기는 하나 적어도 競爭會社의 狀況, Idea의 蒐集, 課題의 選定, 研究資料 등 商品開發(經營)方針의 決定을 위한 情報로서는 充分할 것이며 기타 社會環境, 長期 또는 年度計劃 등도 經營方針을 定하기 위한 情報로서 큰 比重을 갖는 情報가 될수있을 것이다.

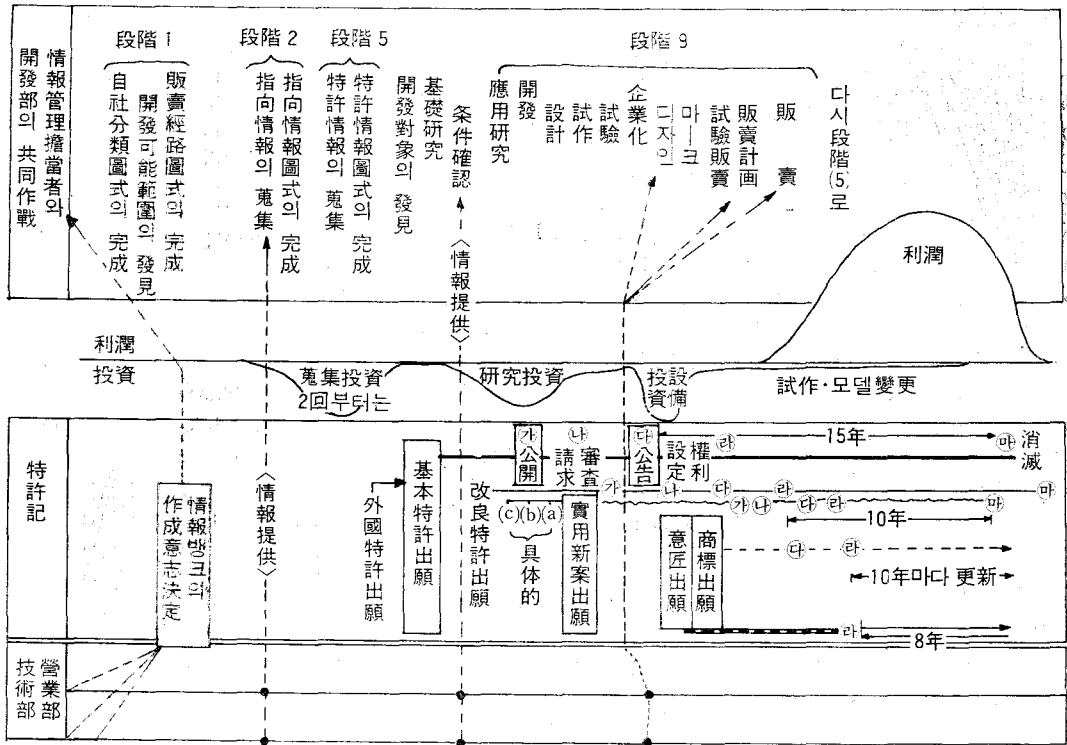
다음은 <그림3>을 보자 여기에는 開發決定으로 부터 實際로 商品이 出荷되기까지의 過程과 特許情報와의 關係를 表示한 것이다. 即 그 企業에 있어서 새로운 商品의 開發이 決定되고 그 商品이 實際로 出荷되기까지는 最低3年, 普通 5年은 걸린다.

一般的으로 開發對象(Item)이 特許情報의 解析作業 등으로 發見되면 基礎的인 研究가 始作되고 實施段階까지 具體化되지 않았더라도 發明思想으로서 特許出願



<그림 2> 商品開發方針의 系統圖

대개의 條件은 特許情報의 分析으로 거의 充分하다



〈그림 3〉

이 이루어진다. 그 뒤에 市場調査·社內組織·社內設備·그에 隨伴되는 資金調達 등 모든 條件을 確認하여 應用研究開發하는 方向으로 進展되어가는 것인데 이러한 過程의 中間에 特許出願한 것은 公開되어 그 技術內容은 아무나 알 수 있는 狀態로 된다. 더구나 그 內容이 重要하면 할수록 外國出願도 될 것이기 때문에 日本이나 韓國(1年半)보다 더 빠른 早期公開制度를 採用하고 있는 나라의 特許情報를 蒐集하면 더욱 빨리 그 情報를 알 수가 있다. 따라서 이들 第3者인 企業에서 본다면 이 技術의 公開公報를 入手할 때에는 이미 最初의 開發→出願한 會社는 그 應用研究의 段階에 들어가 있을 것으로 豫測할 수 있을 것이나, 이는 業界의 發展에 거이 뒤지지 않도록 自己會社의 開發陣에게 눈을 뜨게 하는 貴重한 情報가 되는 것이다.

이어서 先行 特許出願技術은 그 技術에 關聯하여 改良特許出願·實用新案登錄出願도 하게 될 것이며, 그 時點에서는 「곧 商品이 販賣 될 것임」을 豫測 할 수 있게 될 것이다.

이는 特許情報를 蒐集한 效果의 極一部에 지나지 않으나 具體的인 說明을 하기 전에 結果的인 效能에 關하여 略述하고자 한다. 즉 特許情報를 蒐集하면

(1) 現在의 技術水準을 알 수 있다.

이것은 自己企業에 있어서의 業務範圍와 業界技術의 最高水準을 알 수 있으며(더구나 그 技術은 自己會社의 技術者도 充分히 實施할 수 있는 程度로 記載된 技術情報를 入手할 수 있기 때문에), 그 前段階의 研究를 할 必要가 없어 費用의 節減이 되며, 그 技術의 바탕 위에 새로운 研究를 할 수가 있다.

(2) (이 最新技術情報로써) 新技術開發·新商品의 出現을 알 수 있다.

이것에 의하여 他社에 뒤지지 않고, 이 新商品에 손낼 수가 있는 등 經營方針에 도움이 된다.

(3) (이들 新情報를 繼續하여 모으면) 業界全體의 技術動向과 自己會社의 立場을 알 수 있다.

따라서 將來 自己會社의 開發은 어떻게 할 것인가 등 年次 또는 長期計劃을 樹立할 수 있다.

(4) 市場狀況·商品의 變革과 그 흐름을 알 수 있다. 따라서 다음에 나올 商品의 豫測이 容易하며, 업체 및 需要者 指向의 對處에 뒤지지 않는다.

(5) (모아진 特許情報를 分析하면) 競爭會社의 技術·商品의 變換豫測·開發狀況을 알 수 있으며 同時에 새롭게 自己會社의 分野에 끼어든 企業도 알 수 있다.

따라서 그 後의 經營方針등에 도움이 될 뿐만 아니라 競爭企業의 適正·단골 分野를 알아내서 共同開發

을 생각하는 등의 情報로도 알 수 있다.

(6) 아무도 하고 있지 않은 分野·部分의 開發을 손
들 수 있다.

소위 「구멍 뚫린 技術」「구멍 뚫린 商品」으로 불리우
는 것으로서 特許情報을 展開하여 調査하면 이와 같은
아무도 손대지 않은 技術·用途를 알 수 있으며, 그것
은 特異하고, 업필度(Appeal度)가 높은 商品을 만들
수가 있다.

(7) (오래된 情報·잡자고 있는 情報의 活用으로)생
각도 못한 재미를 볼 수도 있다. 特許情報에는 모처럼
좋은 發明을 했으나 企業事情으로 實施 안 하는 것이
 많다. 이와 같은 技術을 發見하여 讓受하는 것도 하나
의 方法이며, 研究開發費없이 自己會社에는 切實한 商
品을 發見 할 수가 있다.

(8) (權利情報로서) 他社의 權利를 侵害하는 일이
없다.

企業이미지를 損傷시키는 工業所有權上의 紛爭發生
을 未然에 防止할 수 있다. 도리어 他社와의 技術·商
品上의 差異點을 誇示할 수도 있다.

(9) (其他) 技術賣買時의 交涉資料가 된다.

技術導入 또 販賣時等 그 技術의 價値判斷資料가 되
며, 適正價格으로 導入할 수 있다.

(10) 情報提供·異議申請·無効審判의 請求등에 있
어서의 證據를 容易하게 모을 수 있다.

따라서 自己會社의 技術과 製品을 擁護할 수가 있다.

(11) 이들 特許情報을 基礎로 10%의 技術附加를 容
易하게 할 수 있다.

이들 特許情報을 利用하면 發明·考案도 比較의 容
易하며, 特許·實用新案權의 取得도 할 수 있고 特
히 從來商品보다 優秀한 것이되어 業필度(Appeal度)도 높
게 된다는 등의 特許情報의 效能을 들 수 있다.

그러나 이들은 極히 一部이며 以下 Patent-Map(特許
情報圖式)作成의 項에서 順次的으로 說明하기로 한다.

이와 같이 技術資料로서 重要도가 높은 情報源은 特
許情報보다 더한 것이 없다고 할 것이다.

특히 「自己會社에 있어서 다음 時代에 무엇을 開發
할 것인가? 經營戰略은 어디에다 焦點을 맞출 것인
가?」의 물음에 대하여 그 商品을 가르쳐주고 『그 開
發의 아이템(Item)을 具體的으로 指示하여 주는것』이
것이 重要한 特許情報의 效能인 것이다.

Ⅳ. Patent Map(特許情報圖式)란

무엇인가?

한마디로 說明하면 特許情報을 解(分)析한 報告

書(Report)이다. 最近 大企業의 特許部署에서는 Patent
Map에 對한 關心이 일고 있으나 上部 經營陣에서는
얼마만큼 귀를 기울여 주는 것인지 더구나 中小企業
의 經營主들 중에는 이 用語自體를 처음 듣는다는 분
도 많지 않을까?

한국의 企業經營은 特許情報을 活用해서 經營戰略을
짚는다는 例는 적어도 過去에는 거의 없었다. 이는 特許
情報蒐集活動을 게을리할 뿐만 아니라 擔當者들이 特
許情報에 對한 認識不足과 함께 利用方法·分析·解析
方法을 모르기 때문에 Top 經營陣에게 알기 쉽고 適
切한 報告와 提案을 못하고 있기 때문이라고도 보여진
다. 그 結果 新商品開發이 늦어지고 나아가서는 販賣
戰爭에도 敗하게 된다고해서 지나친 말은 아닐 것이다.

그런 일들이 累積되거나 되풀이 될 때 會社의 앞날
은 說明할 必要가 없을 것이다. 그러면 Patent Map은
어떤것을 어떻게 만들어야 할 것인가?

앞에서 定義한 바와같이 「特許(情報)圖式」이란 蒐集
된 情報를 綜合·整理하고 解析하기 위해서 동원되는
圖形·Graph·統計의 總合作品이기는 하나 이는 業種,
處에 있는 會社의 立場, 蒐集되어 있는 情報의 形態,
그 使用目的等에 依해서 自然히 다를 수 밖에 없고, 또
달라져야 할 것이다. 다만 흔히 쓰이는 類形을 列擧한
으로서 作成上 參考가 되게 하고자 한다.

즉, 어떤 경우에 어떤 Patent Map을 作成할 것인
가? <계속>

新 刊 案 內

國際工業所有權法

<韓·美·日·英·獨·佛·
파리條約·PCT·EPC 制度 총망라>

■ 辨理士 金 永 吉 編著

■ 4·6倍版 : 1,664面(부록포함)

■ 價 格 : 74,000원

발 명 특 허 창 업

金寬衡·朴春基·朴春燁 著

■ 규 격 : 국판 386면

■ 가 격 : 9,500원

■ 판매처 : 韓國發明特許協會 資料販賣센터