

# “지적재산권은 어떤 자산보다 소중하다”

저작권 분쟁 본격화 ... 특허출원 등 발빠른 대응 '필수'

## 연재순서

1. 모바일 콘텐츠를 아시나요?
2. 휴대폰과 모바일 콘텐츠의 환상 공합 맞추기
3. 모바일 콘텐츠의 글로벌 생존 전략
4. 지적재산권은 어떤 자산보다 소중하다 (이번호)
5. 이제 모바일 콘텐츠다

양수현 에이치인포메이션 대표  
lusia@lusia.com



‘테트리스’라는 게임을 모르는 사람이 있을까?

1980년대 후반 전자오락실을 평정했던 자타가 공인하는 최고의 킬링 타임용 게임이다. 테트리스의 게임 방식은 여러 가지 모형이 무작위로 나타나 위에서 아래로 떨어지고, 버튼을 누르면 회전해 모양이 바뀌고, 모형의 조합이 맞아떨어지면 소멸되는 기본 원칙은 신선한 충격이었다.

이 게임은 상당히 많은 아류작을 낳았고, 게임 방식에 있어서도 조금씩 차이 나는 작품들이 여럿 선보였다. 3차원 테트리스가 나왔고, 모자를 쌓는 해트리스(Hatris), 2명이 대전을 할 수 있는 배틀 테트리스, 온라인 게임 사이트에서 주로 제공했던 아이템 배틀 테트리스 등 종류도 수십 가지에 이른다. 그리고 테트리스와는 조금 다르지만 비슷한 작동법으로 가로·세로 및 대각선 도형 모양을 맞추는 ‘헥사(Hexa)’라는 게임이 나왔고, 깜찍한 캐릭터를 등장하면서 색깔 조합을 강조했던 ‘뿌요뿌요’라는 게임도 큰 히트를 쳤다.

그런 대부분의 후속 작품들을 뭉뚱그려 ‘테트리스 스타일’이라고 흔히 일컫는 것을 보면, 게임에 있어서도 ‘첫 인상, 첫 개념’이라는 것이 얼마나 중요한지 대변해준다. 하지만 이 테트리스라는 게임은 예전에는 상당히 많은 업체에서 제작하고 서비스했던 것으로 기억되는데, 지금은 도대체 모두 어디로 사라진 걸까?

“게임 ‘테트리스’의 원저작권자인 미국의 더테트리스컴퍼니가 국내 게임업체 2곳을 판권계약 우선협상 상대로 통보한 것으로 알려져 ‘테트리스’ 사용을 둘러싼 저작권 분쟁이 본격화될 전망이다.”

지난해 신문을 조사해보면 ‘테트리스’라는 게임의 저작권에 대한 기사들을 찾을 수 있다.

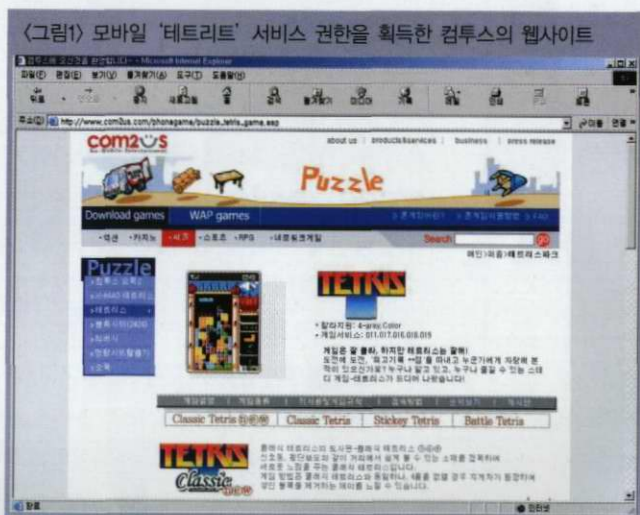
국내에서 온라인 모바일 등으로 ‘테트리스 스타일’의 게임을 서비스하고 있던 곳은 대략 30여 개 정도로 추산됐다. 그들은 테트리스의 게임 방식과 원칙을 이용해 게임을 제작해 서비스했지만, 원저작권을 갖고 있다는 미국의 ‘더테트리스컴퍼니(The Tetris Company)’가 나타나기 전까지는 아무런 권리 근거가 없는 상태였다. 테트리스 게임을 만드는 코드는 프로그래밍 책 부록이나 예제로 제공되고 있었고, 상용 프로그램(예전 아래한글 등)에서조차 테트리스 게임을 번들로 무상 제공하기도 했다.

하지만 저작권 업체의 출현으로 저작권 분쟁이 시작됐고, 이 부분은 결국 온라인 게임업체에서는 한게임과 넷마블, 모바일 게임업체에서는 컴투스가 테트리스 게임 저작권 이용계약을 체결



결하면서 정리됐다.

공식적인 로열티를 제공하면서 서비스 독점권을 받는 것으로 일단락된 사례라 할 수 있다. 물론 다른 업체에서 온라인과 모바일 게임 용도로 테트리스를 서비스하는 것은 이제 허용되지 않는다.



참고로 테트리스의原作者는 러시아의 '바딤 게라시모프'라고 한다. 열여섯살에 이 게임을 개발했지만 세상 물정을 모르는 그는, 누구에게나 권리 포기각서에 사인하고 테트리스에 대한 권리를 주장하지 못하고 있는 것으로 유명하다. 이렇듯原作者 혹은 개념 및 기술 창시자에게 해당 권리를 주는 것이 바로 '지적재산권'이라는 법적인 제도라 할 수 있다.

### 무형의 큰 자산, 지적재산권

이번 연재에서 주로 다루게 될 부분은 '지적재산권'에 대한 부분이다. 결론부터 미리 말한다면 '지적재산권은 어떤 자산보다 소중하며 강하다'는 것이다.

흔히 돈을 잃는 것은 조금 잃는 것이고, 명예를 잃는 것은 많이 잃는 것이고, 건강을 잃는 것은 전부를 잃는 것이라고 한다.

사업자의 한 사람으로서 회사 경영 시각에서 본다면 이렇게 바꾸어 말할 수 있다. '금전적 손실을 보는 것은 조금 잃는 것이고, 유능한 사원을 잃는 것은 많이 잃는 것이고, 회사가 보유한 지적재산권을 잃게 되는 것은 상당한 부분을 잃게 되는 것'이라고.

과장된 이야기로 들릴 수 있을지 모르지만, 특히 모바일 사업과 같은 IT 산업에 있어서는 지적재산권은 상당히 중요하게 작용한다.

예를 들면, SK텔레콤에 마법사 게임을 납품하기 위해서는 GVM 혹은 SK-VM이라는 개발 툴을 이용해야 한다. 이를 통해 제작한 콘텐츠를 서비스할 경우에 CP 매출액의 5%를 개발 툴을 개발한 신지소프트나 XCE에 '개발 툴 이용료'로 내야한다. 또 SIS(Simple Image Service)라는 핸드폰용 이미지 저작 툴을 이용해서 WAP용 게임을 만들거나 캐릭터 이미지 서비스 등을 한다면, 여기에 대한 수익의 일부를 네오엔텔에 납부해야 한다.

우리나라 전체 시장으로 보았을 때, 국내 이동통신 방식인 '코드분할다중접속(CDMA)' 원천 기술을 보유한 미국의 켈컴사에 2002년 1년 동안 지불한 로열티만 해도 무려 3억2,900만 달러(약 3,980억원)인 것으로 발표됐다.

SK텔레콤을 통해 '컬러링'이라는 통화연결음 개념을 선보였던 위트컴의 경우에도 역시 서비스 선점을 통한 ASP 운영권을 획득해 상당한 수익을 거두고 있는 것으로 알려져 있다.

### 지적재산권은 이제 필수 도구이자 수단

"태양 아래 모든 것은 발명될 수 있다(Everything under the sun can be invented)"

미국 연방법원 판사가 했다는 이 말은 발명이나 특허의 범위를 이야기할 때 종종 인용되는 말 중 하나다. 모든 것은 보는 시각과 사고 방법과 구현 원리에 따라서 모두 발명이나 특허의 항목으로 설정될 수도 있다는 의미다.

지적재산권은 '재산권'이라는 단어가 의미하듯이 부동산 등 기나 현금 통장과 마찬가지로 일종의 재산이라 볼 수 있다. 현금이나 부동산과 차이가 있다면 무형의 '지식'에 대한 권리로서, 사업을 추진하기 위한 독자적인 아이템과 제반 기술력임과 동시에 다른 업체의 권리 침해를 막기 위한 방패막이 역할을 한다. 지적재산권을 보이지 않는 '무기'로 생각하는 것도, 앞으로 나아가기 위한 '탈 것'으로 여기는 것도 모두 이런 잠재된 힘에 기초한다.

지적재산권, 혹은 지식재산권이라 부르는 것들 가운데 모바일 콘텐츠에 해당하는 것을 보면, 크게 <표1>과 같이 나눌 수 있다. 특허나 실용신안을 다루는 산업재산권에서부터 저작권 및 프로그램, 캐릭터 등까지 다양한 부분에서 지적재산권을 설정해 권리를 보호받고, 권리를 행사할 수 있도록 지원한다.

모바일 콘텐츠에서 주로 언급되는 지적재산권을 간단히 설명하면 다음과 같다.

#### ●특허/실용신안권



<표1> 지적재산권의 관리 현황

권리명	담당부처 및 근거법률	주요업무 및 특징
산업재산권	특허청 「산업재산권 4법」	<ul style="list-style-type: none"> <li>출원, 심사, 등록, 심판</li> <li>권리분쟁의 준사법적 해결</li> <li>발명장려 정책수행</li> </ul>
저작권 및 데이터베이스	문화관광부 「저작권법」	<ul style="list-style-type: none"> <li>권리무심사 등록</li> <li>권리분쟁조정기능(조정위원회)</li> <li>창작활동 별도 지원시책 없음</li> </ul>
컴퓨터프로그램	정통부 「컴퓨터프로그램보호법」	<ul style="list-style-type: none"> <li>방식심사 후 등록</li> <li>권리분쟁조정기능(조정위원회)</li> <li>정보통신산업육성시행</li> </ul>
Trade Dress, 인공지능, 프랜차이즈, 원산지표시, 멀티미디어, 캐릭터 등	관련부처가 불명확	<ul style="list-style-type: none"> <li>별도 입법 없이 현행 산업재산권 4법, 저작권법 등으로 보호 중</li> </ul>

하다. 저작권접몰로는 실연, 음반, 방송 등을 들 수 있다. 저작권접몰은 직접적인 저작은 아니지만 그것을 이용해 별도의 구현과 제작을 더한 것에 대해 가치를 인정하는 것이라 할 수 있다.

저작권접권 중에 가장 초점이 맞추어졌던 것이 '벨소리' 나 '통화연결음' 등의 목적으로 주로 사용되던 '음원' 부분으로, 벨소리 서비스 회사들이 월 매출의 일부를 저작권료로 한국음악저작권협회(KOMCA)에 지불하는 방식이다. 하지만 실연자단체 등과의 잡음이 상당히 많았다. 이 부분에 대해서는 콘텐츠 사업자 단체인 한국콘텐츠산업연합회(KIBA)와 한국예술실연자단체연합회 간에 저작권

특허란 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로서 고안한 것을 말하며, 쉽게 말해 아직까지 없었던 물건, 물질 또는 방법을 최초로 창작한 핵심기술, 즉 대발명이라고도 한다. 특허권은 출원일로부터 20년 동안 권리가 존속된다.

이에 비해 '실용신안'이란 이미 사용하고 있는 물품을 개량해서 보다 편리하고 유용하게 쓸 수 있도록 한 물품에 대한 고안을 주로 말한다. 일반적으로 실용신안은 특허에 비해 제품의 라이프 사이클이 짧은 경우가 많다. 실용신안권은 출원일로부터 10년 동안 권리를 유지할 수 있다.

여기서 하나 덧붙인다면 BM특허라는 게 있다. 'Business Method'를 특허로 등록할 수 있도록 2000년도부터 만든 것인데, 이를 통해서 상당히 많은 아이디어가 특허로 등재된 바 있다. 하지만 현실적인 실현 방안이 없는 특허의 의미가 없다는 쪽으로 논의되면서 '아이디어에 과학 기술을 더한' 형태의 지적재산권들로 등록되고 있는 추세다.

●저작권

인간의 문화 생활 향상에 이바지할 수 있는 창작물을 객체로 하는 권리를 '저작권'이라 한다고 규정하고 있다. 출판, 음악, 미술, 영상 등도 모두 이에 해당하는데 모바일 콘텐츠 쪽에서는 프로그램에 대한 부분을 염두해 둘 수 있다. 저작권 기준으로 볼 때 권리 행사 기간은 50년으로 설정된다.

이와 함께 모바일 콘텐츠에서는 저작권접권 부분도 함께 고려해 두어야 한다. 항간에 논란이 많았던 부분으로, 저작권 내에 포함되는 내용이기도 하지만 별도로 강조되는 부분이기도

하다. 저작권접몰로는 실연, 음반, 방송 등을 들 수 있다. 저작권접몰은 직접적인 저작은 아니지만 그것을 이용해 별도의 구현과 제작을 더한 것에 대해 가치를 인정하는 것이라 할 수 있다.

●상표권

서비스 명칭이나 개발 상품의 명칭을 설정한다. 소규모의 모바일 콘텐츠 개발업체에서 쉽게 빠뜨릴 수 있는 부분으로, 실질적인 서비스를 진행하고 있다고 해도 상표 등록절차를 밟지 않을 경우에는 보호받지 못할 확률이 높다.

모바일 게임의 경우 영화 제목이나 드라마 제목을 따와서 서

<그림2> 모바일 반지의 제왕 스크린샷





비스하는 콘텐츠도 상당수 많이 있다. 모바일 특성상 인터넷과는 달리 제목을 보고 콘텐츠를 선택하는 소비자가 많은 편인데, 이러한 상표나 제목 등의 개발도 매출에 대해 일정 부분 영향을 미친다.

모바일 게임업체인 일렉트리아일랜드가 J&S엔터테인먼트와 공동으로 영화 '반지의 제왕'을 모바일 게임으로 개발해 서비스한 것 등 영화나 드라마 등의 제목을 따온 사례를 쉽게 접할 수 있다.

### 특하는 먼저, 잘 꾸며서 서비스해야

지적재산권은 '선점'이라는 단어에 상당히 많은 무게를 실어주는 제도다. 기본적으로 최초의 고안자나 발명자가 가장 막강한 힘을 소유한다고 말할 수 있다(이를 '선원주의'라 하며, 특허 원리 중 가장 기초적인 조항 중 하나다).

사업 아이디어나 독특한 솔루션, 상품 컨셉 등을 지적재산권으로 보호받고 싶다면, 가장 첫 번째로 할 부분이 유사 특허나 실용신안 등 타 지적재산권이 없는지를 살펴보는 것이다. 이를 통해 자사의 특허 출원 가능 여부를 타진하고, 유사 특허가 있을 경우에는 이를 피해 갈 수 있는 방법을 찾게 된다.

특허 출원 내용 등을 검색할 수 있는 사이트로는 한국특허정보원(www.kipris.or.kr)이 대표적이다. 특허 내용을 검색해 보고 간단한 초록 및 등록 사항 등을 체크할 수 있다. 무료 회원 등록으로도 검색 등의 기능이 가능하며, 유료 회원으로 가입하면 다운로드 서비스까지 할 수 있어서 전문적인 검토도 가능하다.

특허를 출원하기 위해서는 특허청 서식의 출원서 정보 1부, 부분 2부, 명세서, 요약서 및 도면(도면이 필요한 경우에만) 각

3부, 위임장(대리인이 있는 경우)을 갖추는 게 기본적인 서류 묶음이다. 이중 '명세서'는 심사관의 특허 판단 대상서이고, 발명을 공개하는 기술문헌이며, 특허권 발생 후 권리내용을 명백히 해 주는 권리서이므로 상당히 전문적인 기술을 요한다.

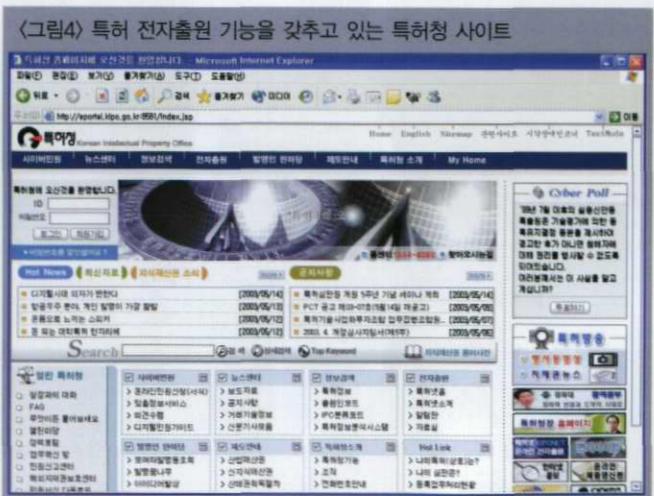
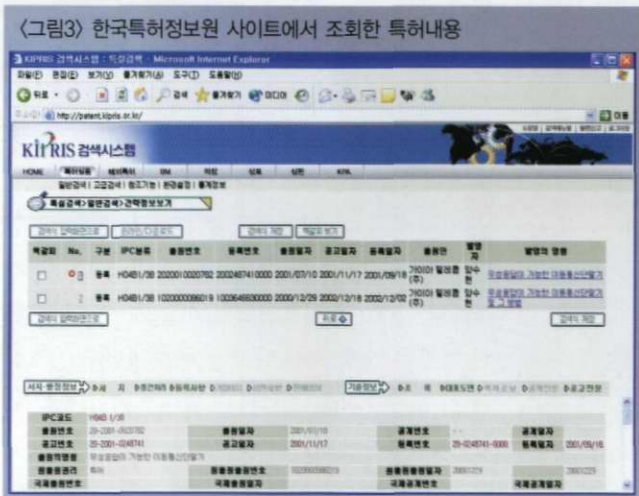
명세서의 작성 내용에 따라서 차후 권리 보호 영역이 좌우되는데, 명세서에는 발명의 명칭, 도면의 간단한 설명, 발명의 상세한 설명, 특허 청구범위가 기재돼야 하며, 특허에 관한 법률적인 경험이 있는 해당 기술전문가인 변리사에 의하여 작성돼야 폭넓은 범위의 진입 장벽이 높은 특허를 가질 수 있다.

특허청 사이트(www.kipo.go.kr)에서도 온라인 전자출원 기능을 열어 두고 있어 일정한 자격 요건이 되는 사용자는 누구든지 이용할 수 있긴 하지만, 주로 특허법률사무소에서 대행하는 경우가 일반적이다.

IT 분야 지적재산권을 주로 취급하는 웰쳐특허법률사무소의 김민한 변리사의 말에 따르면, "특허는 이제 명예로서의 위치를 나타냄과 동시에 생존을 위한 무기로 존재한다"며 "현재 빠르게 바뀌는 정보통신 분야에 있어서의 지적재산권은 사업의 생명과도 같은 부분으로서 누가 빨리 새로운 개념의 특허를 선점하고, 이를 보호하면서 사업화 해낼 수 있는지가 사업의 관건"이라고 현재의 특허 추세를 설명하고 있다.

예를 들면, 필자가 운영하는 회사의 경우 최근 '통화중 효과음' 개념을 이용해 이동통신사들과 협의를 진행 중이다. 교환기 등을 이용하는 것이 아니라 직접 사용자 휴대폰에서의 발성 원리를 이용해 통화 중에 다양한 멘트와 효과음 등을 보낼 수 있도록 하는 서비스로, 올 하반기부터는 본격적인 단말기 보급이 이루어지면서 새로운 시장을 형성할 것으로 본다.

이런 사업의 배경이 되는 지적재산권으로는 2000년 특허 출





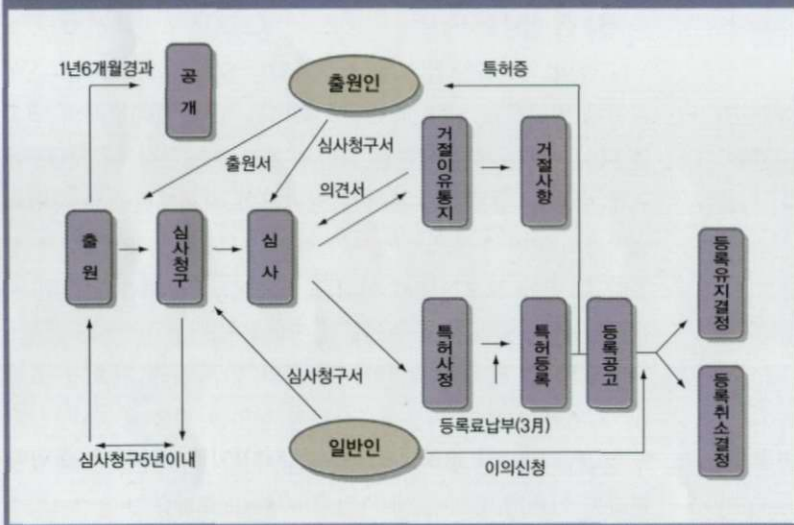
원해 정식 등록을 마친 '무성응답이 가능한 이동통신 단말기' 특허에서 시작해, 2001년 실용신안 출원해 등록된 '키톤 갱신 및 출력 시스템'과 그 이후 기등록된 특허를 보호하기 위해 좀더 세부적인 항목까지 언급한 '통화 중 효과음/배경음' 관련 실용신안과 특허에 이르기까지 최대한의 노력을 기울여 지적재산권 침입을 막고 있는 상태다.

회의 중이거나 공연장 같은 곳에서 아무리 '매너(진동) 모드'로 해둔다고 해도 전화를 받아 '딸'로 통화하게 되면 오히려 소곤거리는 소리가 방해되기 십상이다. 이 경우, '딸'이 아니라 '버튼'을 눌러서 대답을 하고 의사 전달을 할 수 있다면 상당히

편하지 않을까 하는 아이디어가 바로 '무성응답이 가능한 이동통신단말기' 특허였다. 여기에 덧붙였던 개념이 휴대폰 키 버튼을 눌렀을 때 다양한 소리를 낼 수 있도록 하는 '키톤 갱신 및 출력 시스템'이었다. 그리고 이제 이 두 가지 모델을 융합해 이동통신사와 공동으로 '통화 중 효과음'의 개념으로 본격적인 연구 개발에 들어가고 있는 단계이다.

우선 떠오르는 아이디어가 있다면 바로 그 자리에서 메모를 하고, 웹사이트를 검색하고, 변리사의 자문을 구하고, 지적재산권 등록을 추진하는 것이 남들보다 한 발 앞서 갈 수 있는 방안이라 하겠다.

(그림5) 특허출원 및 등록과정



**휴대폰 속에서의 특허 전쟁**

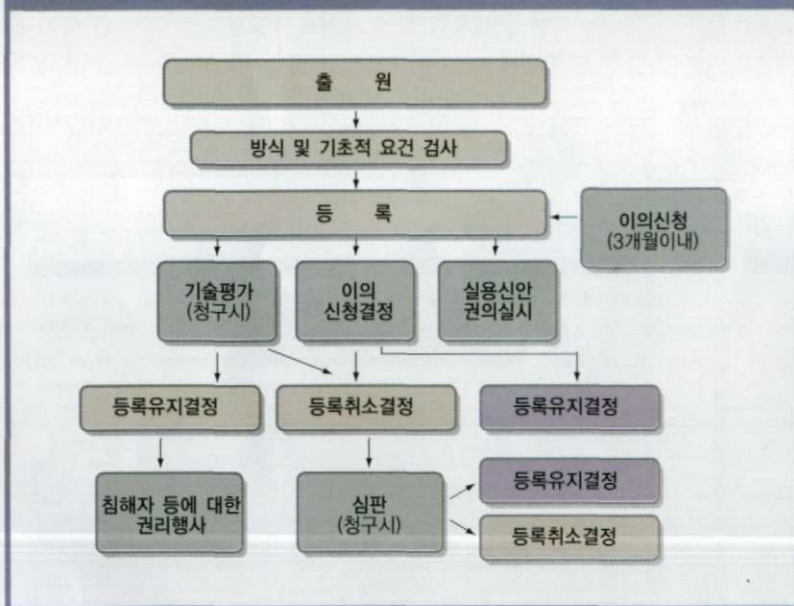
모바일이라는 서비스가 첫 선을 보였던 것이 불과 10년 안팎이며, 모바일 콘텐츠라 할 수 있는 부분이 형성된 것은 기껏해야 5년 정도로 상당히 짧은 기간이다. 이미 1990년대 초반에는 PC 열풍을 통해 디지털 콘텐츠 지적재산권 선점의 중요성을 느꼈고, 1990년대 후반에는 인터넷의 물결 속에서 온라인 콘텐츠에 대한 저작권 등의 필요성을 느꼈던 사업자들로서는, 2000년 들어 실질적인 콘텐츠 수익 시장을 보이는 모바일 분야에 있어서의 특허 선점이 화두가 되다시피 했다. 지금까지 디지털콘텐츠로 구현되었던 많은 부분을 '모바일'이라는 환경으로 옮겨담을 수만 있으면, 하나의 비즈니스 모델이 되고 권리를 인정받으며 수익까지 창출되는 구조가 발생 하는 것이다.

짧은 기간 동안의 폭발적인 성장은 비슷한 개념에 대한 특허 분쟁을 불러일으켰다. 지적재산권의 이해를 돕기 위해 몇 가지 사례를 뽑아 보면 다음과 같다.

● '휴대폰 결제 솔루션' 분쟁

이 분쟁은 대표적인 국내 휴대폰 결제업체인 인포허브와 다날 및 모빌리언스 간에 발생했던 사례다. 2001년 인포허브와 다날 사이에 발생했던 분쟁은 상호 특허 내용을 존중하면서 상호간에 특허 수수료를 지급하는 방식으로 소송을 취하한 바 있지만, 그 후 양사는 서로 각각 다른 휴대폰 결제업체인 모빌리언스와 특허 분쟁이 야

(그림6) 실용신안 출원 및 등록 과정





기된다.

인포허브는 모빌리언스의 휴대폰 결제 방식에 대해 특허권 침해금지 가처분 소송을 신청하고, 모빌리언스가 다날을 상대로 특허침해 가처분 소송을 신청하는 양상을 보였다.

전자에 대한 판결은 양사의 전자화폐 결제 방식과 과정이 달라서 “모빌리언스의 결제방식은 인포허브의 특허권을 침해하지 않는다”고 판정되면서 기각되고, 양사는 상호 통상실시권을 허용하는 방식으로 절충하게 되었다.

후자는 모빌리언스의 결제 서비스와 다날의 결제 서비스가 유사하다는 내용으로 소송되었는데, 1차적인 판결은 ‘다날의 영업권을 침해해 회사 존립을 위협할 가능성이 커’ 가처분 소송을 기각한 바 있다. 또한, 금년 5월에는 또 다시 다날이 모빌리언스를 상대로 ‘전화번호를 이용한 사용자 인증시스템에 관한 특허’를 침해했다는 이유로 10억원 손해배상 소송을 청구했다는 발표가 나올 정도이니 아직 분쟁의 불씨는 잡히지 않고 있는 상태라 할 수 있다.

●대표적인 ‘벨소리’ 분쟁

야호커뮤니케이션은 ‘SMS 상에서 음원을 압축하는 데이터 포맷’을 다날에 제공해 멜로디 다운로드 사업을 양해하면서 매출액의 일부를 받기로 했으나, 이행하지 않아 약정금 청구 소송을 제기하면서 시작됐다. 이는 다시 벨소리 서비스에 대한 특허권 침해 손해배상 소송으로 이어지면서, 코스닥 등록을 앞두고 있던 다날로서는 상당히 곤란한 분쟁으로 발전하게 되었다.

이 분쟁은 거의 만 1년의 기간 끝에 다날측에서 야호커뮤니케이션측에 합의금과 로열티를 지급하고, 보유중인 실용신안과 출원 중인 특허권을 무상 양도하는 조건으로 합의가 이루어졌다.

●상호 발전적인 분쟁 해결을 보인 넥슨과 허드슨사

이런 분쟁 사례와는 달리 상호 협력을 통해 지적재산권을 충분히 플러스 요인으로 활용하는 사례도 적지 않다.

단적인 예로, 초등학교 및 청소년 사이에서 폭발적인 인기를 누리고 있는 온라인 게임 BnB를 서비스 중인 넥슨은 일본의 허드슨사와 저작권 분쟁이 발생했었다.

허드슨사가 1980년대에 서비스했던 ‘봄버맨’이 가지고 있는 게임 진행 유형을 넥슨의 ‘BnB’ 게임에서 채택해서 저작권 분쟁으로 불거졌던 경우로, ‘봄버맨’의 국내 저작권을 가지고 있던 엠게임의 중재를 통해서 해결되는 좋은 선례를 남겼다. 넥슨은 허드슨사에 일정 금액의 로열티를 지불하고, 온라인

게임뿐만 아니라 모바일 게임과 콘솔 게임, 콘솔용 네트워크 게임 등 다양한 플랫폼의 신규 게임에 대해서 공동 개발을 진행하기로 협의했으며, 이를 통해 해외 시장 개척 등을 동시 추진하기로 결정한 바 있다.

이는 지적재산권에 대한 부분과 기획 제작력에 대한 부분을 상호 존중해 시너지 효과를 일으킬 수 있도록 협의된 것이라 하겠다.

현실에 발을 디딘 특허로 승부한다

지적재산권은 출원만으로도 의미가 있을 수 있지만, 실질적인 사업을 하는 입장에서 볼 때 현실에 발을 디딜 수 있는 ‘특허’가 가장 좋은 지적재산권이 아닐까 생각한다.

특히 모바일 콘텐츠라는 것은 어느 디지털콘텐츠처럼 눈에 보이지 않는 무형의 자산이기 때문에 아무리 특허로 보호한다고 해도 그 범위를 피해서 유사한 특허로 등록해 분쟁이 발생하는 사례가 적지 않다.

이제는 ‘아이디어’라는 일종의 개념 차원의 BM 특허에 머무는 것이 아니라, 아이디어를 현실에서 구현할 수 있는 과학 기술이 접목되고, 단말기 등의 하드웨어 기술까지도 충분히 고려해서 실질적으로 구현 가능한 특허를 등록해 빠른 시간 내에 상품화까지 이루는 게 현명하다는 게 필자의 생각이다.

현실적으로 하드웨어와 소프트웨어의 벽이 어느 정도 허물어지면서, 이들이 융화된 퓨전 컨셉의 아이템들이 속속 출현하고 있다. 소프트웨어는 하드웨어의 뒷받침을 원하고, 하드웨어의 기능은 소프트웨어의 처리를 필요로 한다. 이를 통해 더 큰 시장을 이루어나가는 게 현재의 진행 모습이다.

여기에 하나 덧붙인다면, 이제는 기술 차원에서만 머무는 게 아니라 ‘문화’라는 차원까지 고려한 지적재산권이 되어야 할 것으로 본다. 가령, 노인들이 사용하는 일명 ‘실버폰(Silver Phone)’을 떠올리면, 흔히들 핸드폰 버튼이 크고 액정의 숫자 디스플레이가 큼지막하고 선명하게 나오는 게 1순위라 생각하겠지만, 사실 부모님들에게 가장 필요한 휴대폰은 매일 혹은 매주 자식들로부터 전화가 자동으로 걸려오는 장치일 것이라는 게 아이디어라 할 수 있다. 이것은 어찌 보면 특허라기보다는 문화에 가까울 수 있는 컨셉이다.

상대방의 특허를 알고 존중하며, 시장의 흐름에 맞추어 소비자의 니즈를 읽고, 그 속에서 얻어낸 아이디어를 정리해 실질적인 기술 구현까지 염두하고 진행하는 지적재산권이야말로 진정한 사업 파트너 역할을 수행해 줄 것이다. 