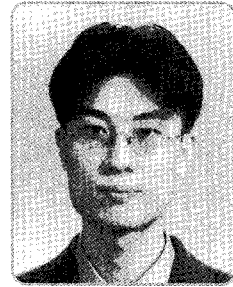
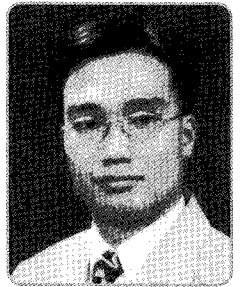


일본기업의 지재권 컨설팅 사례 소개



정 지 운
국가R&D전략기획팀



안 현 수
IP-R&D전략지원팀

최근 글로벌 특허공세가 전방위로 확산되면서 지식재산권 보호 및 지재권 강화를 위한 전략의 필요성이 대두되고 있다.

지식재산강국인 일본의 경우, 2000년대 초 높은 과학기술력에도 불구하고 낮은 국가경쟁력의 원인 중 하나로 높은 과학기술력이 국가경쟁력 향상에 충분히 활용되지 못한다고 판단, 특허 등 지식재산의 보호, 강화 및 활용의 필요성을 느껴 '04년부터 일본 경제산업성의 주관 하에 중소기업의 지재권 컨설팅 사업을 진행하고 있다.

이에 본 자료에서는 일본기업의 지재권 컨설팅 사례의 일례를 보고자 한다. (편집자註)

소켄화학주식회사(綜研化學株式會社)

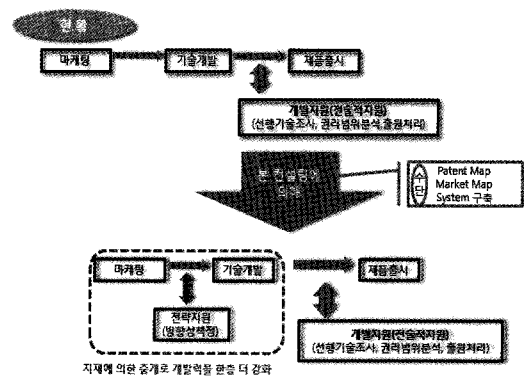
1. 프롤로그

소켄화학주식회사(이하 「동사」라고 한다)에서는 지재권 전략실을 마련해 제품을 출시할 때, 특허출원의 필요성 판단이나, 출시하고자 하는 제품의 타사 특허에 대한 저촉성 판단을 실시하고 있으나, 주요한 기술에 관한 특허 출원에 대해 타사의 기술에 뒤져, 제품의 출시를 보류하는 케이스도 있었다.

이러한 사태의 원인에 대해 분석한 결과, 「현재 상태에

서는 제품마다 개별적인 지재권 관리에 머물고 있는 것이 요인이다」라고 하는 것이라 판단, 이러한 개별의 지재권 관리로부터 탈각하기 위해서 특허 맵의 작성으로부터 자사의 강점, 약점의 분석을 시도하였지만 명확한 해답을 얻지 못하고, 시행착오를 반복하는 상황에서, 지재권 전략 지원 사업을 받게 되었다.

이러한 현황에서 이번 컨설팅에서는, 현재의 동사(소켄화학(주))에 있어서의 최대 중요 사업 분야인 점착제사업에 있어서, 개별적 지재권 관리가 아닌 「마케팅(영업)~연구 개발(상품개발)~지재권」을 유기적으로 묶은 전략적인 지재권 관리를 실현함으로써, 모든 사업 분야에 있어 개별적인 지재권 관리로부터의 탈각을 도모할 수 있는 체제 구축을 목표로 컨설팅을 실시하였다(도표1).



[도표 1] 지원내용 개요

2. 기업의 개요와 특징

기업명	소켄화학(주)		
대표자명	대표이사 사장 오오오카실		
소재지	본 사 : 〒171-8531 도쿄도 토시마구 타카다3-29-5 사이اما 사업소 : 〒350-1320 사이타마현 사이마시 히로세히가시 1-13-1		
URL	http://www.soken-ce.co.jp		
설립년	1948년		
종업원수	200명	자본금	3,361,560천엔
매상	21,315,684천엔 (2007년도)	매출대비 연구개발비율	6.1%(2007년)
업종	제조업		
주요제품 사업내용	아크릴계 점착제, 아크릴계 미분체, 아크릴계 기능재, 가공제품의 제조·판매		

동사는 점착제「SK다인」시리즈를 시작으로, 뛰어난 기술력으로 고객의 요구에 맞춰, 용도에 따른 범용점착제의 개발, 판매를 실시하고 있으며, 또 코어가 되는 기술을 응용해 각종 기능성 화학 재료, 미분체(微粉體) 등의 화학제품을 제공하고 있다.

또한 동사는 아래와 같은 경영이념 아래, 이하의 중기 경영계획「SOKEN Up the Value Stage II」을 내걸어 사업을 전개하고 있다.

경영이념

1. 우리는 항상 성실함과 동시에, 창조와 공리에 정열과 책임을 가져 계속 도전한다.
2. 지구 환경의 보전을 지향하면서, 사회에 도움이 되는 혁신적 제품을 제공한다.
3. 고객에게는 진심으로의 만족을, 주주의 분들에게는 공감을, 그리고 우리는 일하는 기쁨을 실현해 가는 것에 최선을 다한다.



「SOKEN UP the Value Stage II」 7항목의 중요방침

1. 목표의 매상고 경상이익률을 유지해, 사업의 확대를 목표로 한다.
2. 전자·정보와 그 관련 분야에 집중한 사업 전개를 실시한다.
3. 일본·아시아에 있어서의「중연브랜드」을 높인다.
4. 새로운 기둥이 되는 사업을 육성한다.
5. 「연구 개발력」과「생산기술력」로, 국제 경쟁에 이긴다.
6. 지구 온난화 방지와 자원 순환에 적극적으로 임한다.
7. 「경영관리력」의 강화를 도모해, 그룹 경영의 질을 강화한다.

3. 지재권전략 컨설팅의 전제상

가. 컨설팅의 컨셉

마케팅으로부터 제품 개발까지의 단계에서 지재권 정보를 정리·활용하기 위한 지침을 책정하는 것과 동시에, 획득한 정보를 효과적으로 사업 전개에 반영시키기 위한 지재권 경영 업무 시스템(업무 플로우)을 제안하고 있다.

이번 지원에서는 test case로서 특정 사업 부문으로 한정하여 지원을 실시하는 것으로 하며, 지원 종료 후의 성과를 다른 사업 분야에서도 전개가 가능한 체제의 구축을 목표로 한다.

나. 컨설팅의 범위

이번 지원에서 컨설팅을 실시하는 사업 분야는, 동사의 주력 사업 분야인 점착제 사업 분야에 한정되어 저렴해진 비용의 IT구조와 강화된 처리 능력 덕에 이제 모든 상용 특허정보 운영자들은 데이터의 오류와 결함을 모니터링할 수 있게 되었다. EPO는 이러한 도전에 대해 인식하고 데이터를 질적으로 향상시켜야 한다. 동시에, 알려진 오류에 대하여 기록하고 가능한 신속히 정정함으로써 특허정보 이용자와 신뢰의 관계를 구축해야 한다.

<p>지원책</p>	<p>기본 아이템의 정비 (지재 전략의 방향) 아래와 같이 관점에서 패턴트 맵 작성 지원 ① 특허의 군관리 체제의 구축 ② 특허(자사 및 타사)에 대한 과제와 기술적 수단과의 관계의 명확화</p>	<p>장래 기술 동향의 예측을 가능하게 리에종(liaison)체제의 구축 ③ 제품에 대한 과제(요구)와 기술적 수단과의 관계의 명확화 · 정보의 정리 (과거의 영업 정보의 집약) ④ 상기 ③로 얻을 수 있던 제품 맵과 상기 ②로 얻을 수 있던 특허 맵과의 중첩</p>
<p>성과 이미지</p>	<p>1. 지재 정보 뿐만 아니라 기술개발 정보 및 영업 정보도 지재부분에 집약된다. 2. 연구 개발의 방향 결정과 성과 보호에 관한 위사결정이 지원을 받기 전보다도 신속히 행해진다.</p>	

4. 컨설팅 팀에 의한 과제분석

가. 동사에 있어서의 현상분석

제품을 개발~출시할 때에 특허 출원의 필요성을 판단하는 시스템은 이미 구축되고 있으며, 개별적 출원전략에 근거해 출원. 향후, 제품군으로서 그 출원위치를 검토해, 제품군 혹은 사업별 출원 전략을 확립할 필요성이 있다.

각 출원은 개별 관리가 되고 있어 제품군으로서의 위치 설정을 명확하게 하는 관리가 요구되며, 개별의 특허권과 제품과의 간략 대조표는 되어 있지만, 특허권의 상세 검토까지 범위를 넓힐 필요성 및 지재권 전략실 독자로 특허 맵을 작성한 경험은 있지만, 연구자 · 개발자의 요구에 미치지 못했으므로 특허 맵을 연구 개발에 유효한 틀로서 활용할 필요성이 있다.

한편, 동 사업 분야에 관련된 타사특허에 대해서는 SDI를 활용해 매월 체크를 실시하고, 특히 개발 중의 제품과 관련된 공개 특허에 대해서는 타사 권리와 저촉성 판단을 실시, 향후에는 타사의 특허 출원 동향에 대해 충분히 분석해 갈 필요성이 있다.

나. 컨설팅 팀의 분석

컨설팅 팀의 분석 결과는, 가설의 구축 및 검증을 반복함으로써, 컨설팅 개시 때와 여러 차례의 hearing 실시 후와는 차이가 있어, 컨설팅 개시 당시와 종반으로 나누어 기술하고 있다.

1) 컨설팅 개시 당초의 분석 결과

동사에서 분석하고 있는 것과 같이 개별적으로 출원 관리되는 되어 있는 것으로 생각되며, 구체적으로, 출시 예정의 제품에 있어서 타사 특허 저촉의 유무, 출시 예정의 제품에 대해 중요한 안전이라고 생각할 수 있는 것에 대한 특허 출원 검토(특허성 판단을 포함) 등은 행해지고 있다.

그렇지만, 과거에는 개별 제품별로 출원 전술이 대응되었으며, 이러한 사태는, 마케팅 부문(영업 부문)과 제품 개발 부문과의 사이에 지재권전략실이 유기적으로 제휴하지 않은 것도 하나의 요인이라고 판단된다.

2) 종반에 있어서의 분석 결과

마케팅 부문이나 제품 개발 부문과의 제휴를 맺지 않았을 뿐 아니라, 타부문과의 회의는 복수로 늘어나 있었다. 그러나 이들 회의에 대해 타 부문에 대해서 지재권면으로부터의 제안이 충분히 이루어지지 않았으며, 또한 유효한 수법을 가지고 있다고는 말할 수 없어서, 이 점을 개선하는 것이 가장 중요하다는 인식이 대두됐다.

또, 신기술 개발에 대해 타사보다 뒤지는 경우가 있음을 인식하고, 이러한 사태가 일어나지 않도록 기술의 선취가 가능하도록 지재권 정보 · 제품 정보의 정리 · 분석 수법의 확립도 필요하다는 인식을 가졌으며, 게다가 현재 상태로서는 상장기업으로서 주주 등에게 자사의 지재권에 대한 대처를 제시하기에는 충분치 않으므로, 이것도 타 부문에 대해서 적극적인 정보 제공을 하기에 부족한 하나의 원인이 아닐까라는 인식을 가지게 된다.

5. 지재권전략 컨설팅의 지원내용과 성과

가. 지원 내용

1) SWOT 분석

점착제 사업 분야에 있어서의 강점·약점 등을 확인해, 향후의 사업 전략의 전망을 세우고, 해당 사업 전략에 대응하는 지재권 전략을 고안 할 수 있도록 SWOT 분석을 실시

2) 특허 맵, 제품 맵의 작성(아이템의 정비)

상술의 분석 결과에 근거하고, 마케팅 부문과 제품 개발 부문과의 사이에서 지재권 전략실이 적극적인 정보 제공을 할 수 있도록 아이템을 정비. 구체적으로는, 자사 및 타사의 특허를 과제와 수단의 2차원으로 관리할 수 있는 특허 맵의 제작과 같은 축으로 제품을 매핑 한 제품 맵을 작성하여 이들을 대비시킴으로써 정보를 추출할 수 있도록 함과 동시에, 이러한 맵을 한층 더 전개시키고, 기술의 선취가 가능한 아이템의 작성을 실시하기로 한다.

점착제사업 SHOW 분석		내부환경	
		강 점	약 점
외부환경	기 회	대 책 I	대 책 II
	위 험	대 책 III	대 책 IV

[도표 2] 점착제사업부문의 SWOT 분석

점착제사업부문에 있어서 지재권활동의 SHOW 분석		내부환경	
		강 점	약 점
외부환경	기 회	대 책 I	대 책 II ① 군관리가 가능한 특허 맵의 작성
	위 험	대 책 III ② 장래 기술 예측 수법의 개발	대 책 IV

[도표 3] 점착제사업부문의 SWOT 분석

이상의 결과로부터, 동사는 점착제 개발에 대해 타사 우위인 기술력(강점)을 가지지만, 지재권의 군관리가 충분하지 않다고 하는 약점을 인식하고, 그 대책으로서 ① 군관리가 가능한 특허 맵의 작성을 실시해야 하고, 또 같은 규모로 비교하면 지재권 자원은 충실(강점)하지만, 유

저로부터의 성능 요구 있어 귀로 말하는「니즈 추종형」의 연구 개발 체제로부터 말단 시장동향이 파악하기 어렵고(위험), 그 대책으로서 ② 장래 기술 예측 수법의 개발을 실시해야 하는 것으로 판단

2) 점착제 분야에 있어서의 동업 타사의 특허 출원 분석(①군관리 가능한 특허 맵)

점착제 사업 분야 전체에 있어서 동사가 놓여 있는 위치를 확인할 수 있도록, 경쟁사 및 동사의 출원 동향 분석을 시도, 점착제에 관해 동사 및 각 경쟁사를 총괄해, 어떠한 기술 과제를, 어떠한 기술 수단을 이용해 해결하고 있는지가 명확히 되는 독자적인 특허 맵을 하도록 가설을 세워 이하의 특허 맵의 작성을 실시

3) 특허 맵 작성

상기 가설을 통해 점착제 사업에 대해 동사가 중요하다고 판단한 특허 약 100건(동사 출원 약 40건을 포함)을 과제(세로축)와 해결 수단(가로축)으로 분류한 맵(도표4, 이하 P1맵)을 작성

[도표 4] 특허맵 모식도

(■ : 특허의 분포, ■ : 동사 출원특허가 집중된 셀)

특허	수단 A	수단 B	수단 C	수단 D	수단 E
과 제 a			■		■
과 제 b	■	■		■	
과 제 c			■	■	
과 제 d		■		■	
과 제 e		■	■	■	
과 제 f	■	■		■	■
과 제 g		■			
과 제 h				■	

이 P1맵 작성에 의해,

(가) 맵 작성상의 문제점 1: 출원 분포에 편향을 볼 수 있다. 경우에 따라서는 항목을 보다 세분화할 필요성

(나) 맵 작성상의 문제점 2: 각 항목 축으로는, 특허가 존재하지 않는 항목이 포함되어 있으며, 그 원인으로서 과거에 중요했지만 현재는 진부화된 기술 항목이 포함되어 있는 것 등을 들 수 있다. 상기(가)와 함께 축항목을 재

검토할 필요성이 있다.

(다)지재권 전략상의 문제점 : 자사의 권리 범위가 미치지 않은 「권리의 구멍」을 파악하였다.

이 P1맵에 의해서, 동사의 지금까지의 출원·권리화 현상 및 타사와의 대비에 있어서의 강한 기술 분야·약한 기술 분야등을 파악. 또 특허끼리의 관계도 P1맵으로 파악할 수 있게 됨으로써, P1맵이 향후 동사의 점착제 분야에 있어서의 특허의 군관리 맵의 기본형으로서 최적이라고 생각된다.













그렇지만, 특허간의 군관리만으로는 어느 특허가 시장에 있어 정말로 강점을 발휘하고 있는지가 여전히 불명확이며, 향후의 지재권 전략 책정에 있어서의 과제를 추출하기에는 부족하여 다음과 같이 제품 맵을 작성하였다.

4) 제품 맵의 작성

상기 P1맵 작성에서 사용한 것과 같은 과제·해결 수단을 축으로 해, 자사 제품을 뺀 제품 맵(도표5, 이하 M1 맵)을 작성하였다.

[도표 5] 제품맵 모식도

( : 제품의 분포,  : 동사 제품이 집중된 셀)

특허	수단 A	수단 B	수단 C	수단 D	수단 E
과제 a					
과제 b					
과제 c					
과제 d					
과제 e					
과제 f					
과제 g					
과제 h					

그 결과,

(가)맵 작성상의 문제점: 분포가 특허 맵(P1)보다 한층 더 치우쳐 있어 특정의 교점에 집중. 경우에 따라서는 P1 맵과 아울러 축의 재검토가 필요하며,

(나)지재권 전략상의 문제점: 특허와 제품과의 커버 범위가 미묘하게 다름. 양자를 겹쳐 맞춘 보다 상세한 검토가 필요가 있다.

M1맵을 작성함으로써, 동사측은 특허와 제품과의 대응

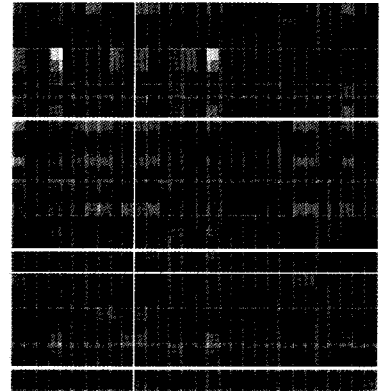
을 마케팅상의 시점으로부터 효율적으로 정성적, 망라적으로 파악할 수 있게 된다.

5) 특허 맵과 제품 맵의 중첩

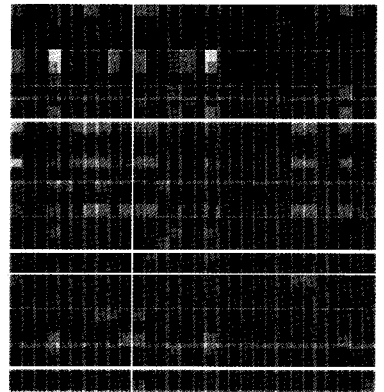
상기 고찰을 받아 특허 맵과 제품 맵과의 상관관계를 보다 파악하기 쉽게 히트 맵화해, 양맵의 차이분(도표 6)으로부터 동사에 있어서의 지금까지의 지재권 전략상의 문제점의 추출을 시도하였다.

[도표 6] 특허맵과 제품맵의 차분분석결과

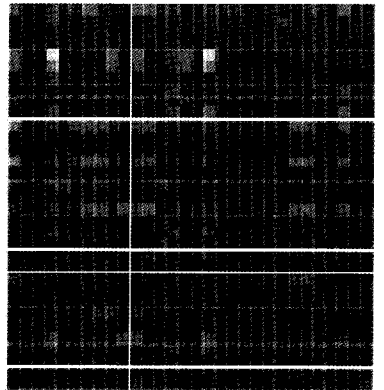
특허맵 (P1)



M1 - P1



제품맵 (M1)



교점의 색은 각각 출원수(P1), 제품수(M1)를 나타내고 있어 흑<청<록<황<등<적의 순서로 건수가 많아지도록 표시하였다.

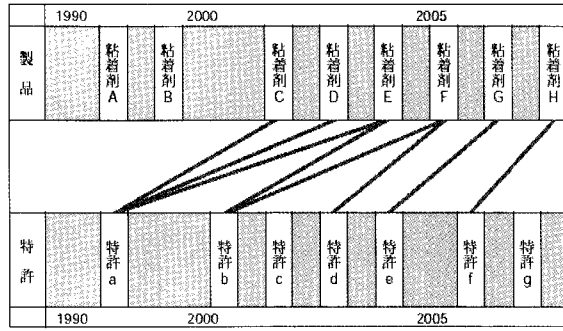
이상적으로는 양자의 분포 상태가 대체로 일치해, 건수의 차분(M1-P1)을 취했을 때에는 흑(黑)(출원하고 있지만 제품이 없는 경우를 의미)과 극단적인 농적(濃赤)(출원이 지극히 적거나, 출원이 없는데도 불구하고 제품이 많다. 충분한 출원 전략이 수반하지 않은 경우는 계쟁(係爭)리스크의 가능성이 큼)의 교점이 없는 것이 바람직하다.

그러나 (M1-P1)에 나타나듯이, 특허 분포와 제품 분포가 겹치지 않는 교점이 많은 것을 알 수 있으며, 특히 붉은 교점에서는, 특허로 보호되어 있지 않은 제품이 존재하고 있을 가능성이 있다. 출원·권리화상의 테크닉에 의해 특허 출원을 하고 있지 않는 것이면 좋겠으나, 누락이 발생하면 계쟁 리스크가 높게 되어 문제이다.

이 점에서, 동사에서는 지재권 전략실에 의한 권리범위 조사와 GO/NO GO판단을 제품 출시 프로세스에 편성시켜 하는 운용상의 궁리로 계쟁 리스크를 회피하고 있지만, 향후 계속적으로 맵을 갱신시키고 누락을 없앴으로 한층 더 리스크를 저감 시킬 수 있다고 생각하며, 향후 예를 들면 매상고(賣上高)를 맵에 추가한 리스크 평가, 코스트 관리라고 하는 포트폴리오의 관점으로 부터 해석을 실시함으로써, 한층 더 지재권 관리상의 과제 추출이 가능하다.

6) 특허·제품연결 맵 해석

이상의 해석으로 특허와 제품의 대범한 관계를 파악할 수 있어 지금까지의 지재권 전략상의 과제를 어느 정도는 추출 가능하며, 거기서 지원 내용이 되는 「장래 기술 예측」을 위한 기초 자료로서 기술적 과제를 「과제 f」로 한정된 특허 맵(이하, P2맵)과 제품 맵(이하 M2맵)을 시계열에 늘어놓은 것을 작성, 해석을 실시하는 과정에서 특허와 제품과의 대응 관계를 보다 명확하게 할 필요가 생겼기 때문에, 동사의 모든 특허와 제품의 연결(군관리 데이터의 작성)을 시계열순서의 상관 관계로 나타난 시계열 맵(도표7)을 작성하였다.



[도표 7] 특허와 제품의 연결 시계열 맵

그림 중, 상단은 제품, 하단은 특허가 리스트업 되고 있어 시계열로 양자의 관계를 선으로 연결하였다.

이러한 해석의 결과는 아래와 같다.

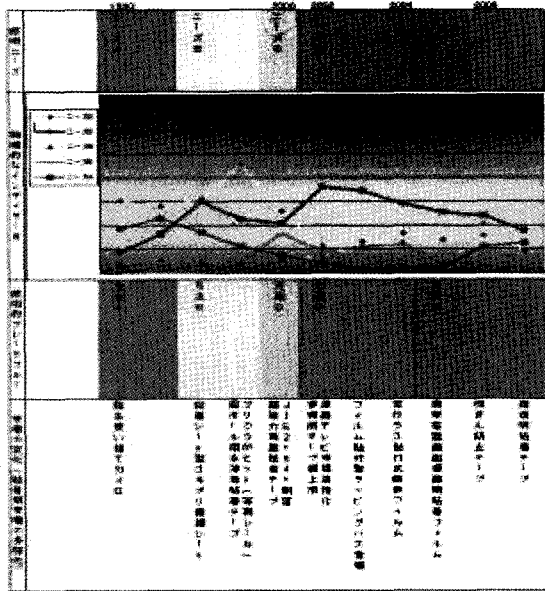
- (가) 출시보다 출원이 늦는 예는 없음
- (나) 복수의 특허로 커버되고 있는 제품이 명확하게 확인
- (다) 반대로 복수 제품을 커버하는 특허(코어 특허)가 확인
- (라) 2000년경을 경계로 출원~제품화까지의 타임 러그가 단번에 단축

해석 결과 중, (나)에 대해서는 이번 맵 작성에 의해 처음으로 동사를 파악할 수 있던 사실이었고, 또 (라)에 관해서는 1990년대 후반부터 지재권 전략실의 조사 업무 강화나 지재권에 대한 전사적인 계몽 활동의 결과가 반영된 것이라고 판단되며, (나), (다)에 관해서는 향후 지재권 전략에 근거하는 사업 전개를 실시하는데 있어서 지극히 중요한 포인트가 되었고, 특허와 제품과의 대응 관계를 향후 계속적으로 관리해 나갈 필요성을 인식하였다.

한편, 현실적으로는 타사 특허와 타사 제품과의 연결이 매우 어렵기 때문에, 다른 수법으로 장래 기술 예측을 시도해 보기로 하였다.

7) 기술 로드맵 분석

점착제 용도와 점착제의 기술 동향을 거둬온 기술 로드맵(도표8)을 작성해, 가까운 미래의 동향을 예측함과 동시에 점착제에 요구되는 기술 과제의 예측과 해당 기술 과제를 해결하기 위한 기술 수단의 분석을 실시하였고, 일반적인 점착제 전반에 대해 특정분야와 겹치는 것을 작성하고, 특히 특정분야에 해당하는 것에 대해 분석을 실시하였다.



[도표 8] 기술로드맵

여기에서는 일반적인 점착제 전반에 대해 작성한 것이다. 상기 기술 로드맵은, 과거부터 현재까지의 기술 동향을 제품이 이용되는 최종 제품, 과제 및 과제를 해결하는 수단을 계시적으로 나타내 보이는 것으로, 기술의 변천을 확인해, 장래의 기술 동향을 예측하기 위한 것이다.

상기의 기술 로드맵에 의해, 최종 제품 형태의 변화에 수반해 점착제에 요구되는 기술 요구(과제)가 다양화하고 있는 것을 알 수 있다. 이와 같이 기술 로드맵으로는, 향후 동향을 명확하게 예측할 수 없지만, 특정 분야에 좁힌 기술 로드맵에서는, 가까운 미래의 최종 제품의 동향에 대해 상세한 해석을 실시할 수 있고 점착제에 요구되는 장래의 기술 동향의 예측이 가능하다.

8) 맵 해석의 정리

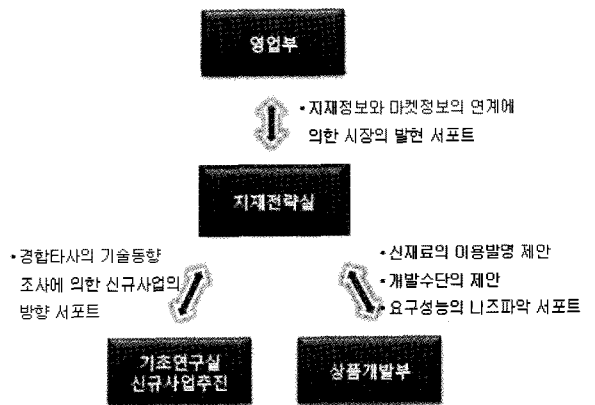
특허 맵, 제품 맵, 특허·제품연결 시계열 맵, 기술 로드맵의 작성과 해석을 통해, 동사의 지금까지의 지재권 전략의 흐름과 향후의 과제 추출을 실시할 수 있었으며, 향후는 이러한 맵을 개량(예를 들면 축 항목의 재검토)하면서, 목적에 따라 대상 정보나 유저 정보, 경쟁 정보 등을 추가한 지재권 전략, 나아가서는 사업 전략 책정의 방향성 선정에 도움이 된다.

9) 지재권 경영 업무 구축안

상기 맵의 작성을 통해서 추출된 과제에 근거해, 다음의 단계로서 해결책의 책정(전략 입안)을 실시하고, 현상의 업무 플로우의 청취를 통해, 향후의 「실시해야 할 업무 플로우」를 제안하였다.

컨셉은 당초의 지원 계획과 마찬가지로, 「영업 부문을 시작으로 하는 타 부품과의 liaison 체계 구축」으로, 구체적으로는, 신속하고 헛됨이 없는 연구·개발 체제를 구축하기 위해, 지재권 전략실이 코어가 되어(도표9) 특허 정보 및 영업부로 부터의 마켓 정보를 축적·활용함으로써, 영업, 연구·개발 조직에 대해서 제안·지원을 실시할 수 있는 체제의 구축 필요성으로 제안을 실시하였다.

지재권 전략 리에즌체제의 구축

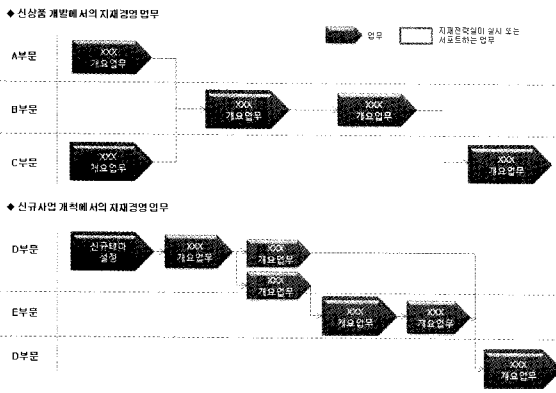


리에즌체제 구축에 필요한 액션

- ▶ 지재정보, 마켓정보의 축적
 - 자사 및 경쟁타사의 특허맵에 의한 관리
 - 특허정보의 업데이트
 - 마켓정보의 업데이트
 - PCT 정보 및 특허정보의 취득에 의한 이용발명 가능한 신제품 조사
- ▶ 지재정보, 마켓정보의 활용
 - [특 영업기능] 지재정보와 마켓정보의 연계에 의한 시장의 발현 서포트
 - [특 연구기능] 경쟁타사의 기술동향 조사에 의한 신규사업의 방향성 서포트
 - [특 개발기능] 신재료의 이용발명 제안
 - 개발수단의 제안
 - 요구성능의 니즈피악 서포트

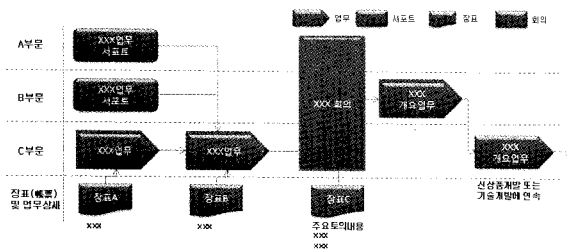
[도표 9] 지재권경영업무의 컨셉

한편, 지재권 경영전략실이 관여할 수 있는 신규 사업 개척 전략과 신상품 개발 전략의 현상의 업무가 어떻게 행해져 있을까 조사를 실시해, 이러한 개요에 대해 업무 프로세스를 책정하였다. (도표10)



[도표 10] 개요업무 프로세스

다음에 개요 업무에 있어서의 각 업무에 대해 아래와 같이 상세화해, 실시자, 업무, 회의체, 장표를 이용한 업무에 대해서, 「본연의 모습」(도표 11)의 책정을 실시해 제안한다.



[도표 11] 향후 사업 프로세스

이번 제안한 업무 플로우를 실행하는 것에 의해서 지재권 전략실을 코어로 한 liaison 체제가 구축되면, 보다 효율적인 연구 개발이 가능함과 동시에, 타사 동향, 기술 동향에 관한 효율적, 망라적인 정보 수집이 가능해져, 동사의 시장경쟁력이 한층 더 향상될 것으로 판단된다.

10) 지적 재산 보고서

동사의 지재권 활동을 사내 및 대외적으로 개시하는 톨로서 「지적 재산 보고서」의 작성. 해당 보고서는 거래처, 거래 금융기관 등에서의 설명 자료로서 또 장기적으로는 주주를 위한 IR자료로서 이용하는 것이 가능하고, 향후 연도마다 업데이트를 실시해, 적극적으로 활용하는 것을 기대한다.

11) 컨설팅 팀과 모델 지원기업 팀과의 역할분담

컨설팅 테마	컨설팅 팀의 역할	모델지원기업팀의 역할
SWOT분석	분석	작성
특허맵	작성, 분석	작성, 분석
제품맵	분석, 특허맵과의 통합	작성
기술로드맵	작성, 분석	수정
업무플로우	작성	-
지적재산보고서	작성	-

6. 결론 및 시사점

앞에서 살펴 본 소겐화학의 지재권 컨설팅 사례에서는 개별적인 지재권 관리가 아닌 「마케팅(영업)~연구 개발(상품개발)~지재권」을 유기적으로 묶은 전략적인 지재권 관리를 실현하는 것을 목표로 하여,

- ① SWOT 분석을 통해 자사를 진단
- ② 특허 맵 및 제품 맵을 작성하여 특허 분포 및 제품 분포를 파악함으로써 특허권리의 공백 및 제품출시의 GO/NO GO의 판단
- ③ 시계열 맵 및 기술로드 맵을 통해 가까운 미래의 동향을 예측

이러한 전략을 통해 자사의 기술개발의 방향 등 사업 전략 책정의 방향성 선정에 도움이 되도록 하는 지재권경영을 보인다.

최근 글로벌 경제 환경에서 기업은 무형의 자산인 지식 재산권을 활용하여 유형 자산을 창출하는 지재권경영의 중요성이 대두되고 있다. 즉, 제품 개발에 따른 로열티의 비용을 줄이고, 특허괴물(Patent troll) 또는 경쟁사로부터 기업을 보호하며, 특허 등 지재권활동을 통해 수익을 창출하는 지재권전략으로 지식재산권을 바라보는 시각이 변화하고 있다.

이와 같이 변화하는 경제 환경에 대처하기 위해서는 각 기업은 업계 및 기업의 여건에 맞는 지재권전략을 수립, 지재권 창출 및 연구개발 방향 설정에 중요한 도구로서 활용하며, 지속적인 관리를 통한 지재권경영으로 나아가는 것이 바람직할 것으로 보인다.㉠

출처 : <http://www.jpo.go.jp/>