



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

최 민 영 교수 지도  
석사학위 청구논문

스타트업 기업의 디자인 경쟁력 강화를  
위한 지식재산권 활용에 대한 연구

2016

성신여자대학교 융합디자인예술대학원  
융합디자인예술학과 융합디자인전공

김 슬 기

스타트업 기업의 디자인 경쟁력 강화를  
위한 지식재산권 활용에 대한 연구

최 민 영 교수 지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2015년 11월

성신여자대학교 융합디자인예술대학원

융합디자인예술학과 융합디자인전공

김 슬 기

# 인 준 서

김슬기의 석사학위 논문으로 인준함.

2015년 11월

심사위원장 장 혜 진 (인)

심사위원 최 인 환 (인)

심사위원 최 민 영 (인)

성신여자대학교 융합디자인예술대학원

## 논문개요

우리나라를 비롯한 전 세계는 지식기반사회로 진입하고 있다. 우리나라의 경우 대기업은 점차 지식재산권의 중요성을 느끼며 지식재산권 확보와 보호를 위하여 노력하고 있는 추세이지만 스타트업 기업들의 경우 지식재산권에 대한 이해와 중요성에 대한 인식이 부족하며 지식재산권 출원률이 낮은 편이다. 그 이유로는 우리나라 지식재산권 등록 과정의 복잡함과 그 과정에 소모되는 비용과 시간 문제가 있으며, 의뢰받은 디자인의 경우 권리가 의뢰 기업에게 귀속되는 문제가 있다. 또한 지식재산권을 보유하고 있다 하더라도 출원 시기가 늦은 편이기 때문에 보호에 어려움을 겪고 있다. 따라서 본 연구는 스타트업 기업이 디자인 경쟁력 강화를 위하여 지식재산권 활용도를 높일 수 있는 방안을 제안하는 것이 목적이다.

이에 본 연구는 스타트업 기업의 지식재산권 활용 실태를 알아보고 그 문제점을 찾아 앞으로 스타트업 기업이 지식재산권 활용도를 높이기 위한 인식 및 제도적 개선의 방향성을 살펴보고자 하였다. 연구된 내용의 흐름을 정리하자면 다음과 같다. 먼저 우리나라의 지식재산권과 산업재산권, 상표권, 디자인권이란 무엇인지 개념을 정립하였으며, 스타트업 기업과 스타트업의 지식재산권에 대해 알아보았다. 또한 해외의 특허 선진국들의 디자인 보호 제도와 국내의 디자인 보호 제도를 조사하고 분석하였으며 스타트업 기업의 지식재산권 활용을 높일 수 있는 제도들을 추출하였다. 그리고 스타트업의 디자인 침해 및 분쟁 사례와 상표 침해 및 분쟁 사례를 조사하여 현재 스타트업 기업들이 겪고 있는 특허 분쟁에서의 문제점을 도출하였는데, 지식재산권에 대한 지식과 중요성에 대한 인식이 낮아 지식재산권 보유율이 낮은 점, 물적·인적 자원이 부족하다는 점 등이 문제로 나타났다. 마지막

으로 지식재산권 활용 실태를 알아보고 현 상황의 문제점과 앞으로의 개선 방향성을 살펴보기 위하여 현업에서 디자인을 활용하는 스타트업 종사자와 일반 기업 종사자들을 대상으로 설문조사를 진행하였다. 분석의 결과로 스타트업 기업이 일반 기업이 비하여 지식재산권에 대한 이해도와 중요성에 대한 인식이 낮음을 알 수 있었으며 출원률이 낮으며 출원 시기 또한 늦은 편임을 알 수 있었다. 지식재산권 활용도가 낮은 이유로는 비용과 시간 문제, 그리고 의뢰기업의 창작물 권리 독점 등이 있었다.

이에 대해 본 연구에서는 스타트업의 지식재산권 활용도를 높이기 위해 정부 차원의 홍보, 세제 혜택, 출원 시기 개선, 제도적 개선 방안을 제시하였다. 정부 차원에서 스타트업 기업을 대상으로 한 지식재산권 교육 프로그램을 확대하고 홍보하여야 하며, 특히 선진국에서 활용 중인 특허 박스 제도를 우리나라 제도에 맞게 변형시켜 적용하여야 한다. 또한 지식재산권 출원 시기를 앞당겨야 하며, 유럽의 미등록디자인권을 우리나라 제도인 디자인무심사등록제도에 맞게 변형시켜 적용하여 제도를 개선하여야 하고, 부정경쟁 방지법으로 보호받을 수 있는 범위와 기간을 확대하여야 할 것이다. 창작자에게도 일정한 권리를 부여하여 창작물을 디자인권자 임의대로 수정하거나 배포할 수 없도록 해야 하며 일정한 수익금이 돌아갈 수 있도록 개선하여야 하며, 사용하지 않는 상표권을 경쟁방지의 목적으로 출원·등록을 한 경우라면 이를 방지하기 위한 제도를 만들어야 한다.

본 연구는 기존에 없던 스타트업 기업의 디자인 경쟁력 강화를 위한 지식재산권 활용도를 높이기 위한 방안을 제안했다는 데 그 의의가 있으며, 추후 연구에서 제안된 방안들의 실효성을 평가하여 보완한다면 스타트업 기업의 지식재산권 활용도를 높이는 데 적극 기여할 수 있을 것으로 사려된다.

주제어: 스타트업, 지식재산권, 디자인권, 상표권

# 목 차

## 논문개요

I. 서론	1
1. 연구의 배경 및 목적	1
2. 연구의 범위 및 방법	3
II. 이론적 고찰	5
1. 지식재산권에 관한 이론적 고찰	5
1) 지식재산권	5
2) 산업재산권	7
3) 상표권	9
4) 디자인권	13
2. 스타트업 기업과 지식재산권	18
1) 스타트업 기업의 특성 및 현황	18
2) 지식재산권 출원 및 등록 동향	21
3) 스타트업 지식재산권 보호 정책	24
4) 스타트업의 지식재산권 침해 및 피해 현황	28
III. 디자인 보호 제도	32
1. 해외 디자인 보호 제도	32
1) 영국	33
2) 프랑스	34
3) 유럽연합(EU)	35
4) 미국	36
5) 일본	37

6) 중국 .....	39
2. 국내 디자인 보호 제도 .....	40
3. 국내외 디자인 보호 제도 분석 .....	44
IV. 스타트업의 디자인 중심 지식재산권 침해 및 분쟁 사례 분석 .....	47
1. 스타트업의 디자인 중심 지식재산권 침해 및 분쟁 사례 .....	48
1) 디자인 침해 및 분쟁 사례 .....	48
2) 상표 침해 및 분쟁 사례 .....	58
2. 사례 분석의 결과 및 시사점 .....	64
V. 스타트업의 지식재산권 활용 전략 실태 .....	68
1. 설문 목적 및 설계 .....	68
2. 설문 대상 및 방법 .....	70
3. 설문 조사의 결과 및 분석 .....	71
1) 설문 조사의 결과 .....	71
2) 연구 결과 종합 분석 .....	83
VI. 결론 및 금후 연구과제 .....	88

참고문헌

ABSTRACT

## 표 목 차

[표-1] 지식재산권(무체재산권) 종류 .....	6
[표-2] 산업재산권 권리별 비교 .....	8
[표-3] 디자인권의 요건 .....	14
[표-4] 연도별 출원건수 .....	21
[표-5] 연도별 등록건수 .....	21
[표-6] 출원관련 수수료(2015.01.01기준) .....	23
[표-7] 특허(등록)료(2015.01.01기준) .....	23
[표-8] 2015년 특허청의 스타트업 지식재산권 보호 정책 .....	28
[표-9] 한국의 디자인 보호법과 디자인 보호제도의 유형과 특성 .....	43
[표-10] 국내외 디자인 보호 제도 .....	44
[표-11] 디자인 침해 및 분쟁 사례 시사점 .....	64
[표-12] 상표 침해 및 분쟁 사례 시사점 .....	66
[표-13] 설문조사 정보 .....	70
[표-14] 응답자의 업무 형태 .....	71
[표-15] 응답자의 인구 통계학적 특성 .....	71
[표-16] 기업의 지식재산권에 대한 인식 .....	73
[표-17] 기업의 디자인권 및 상표권 출원 경험과 애로사항 .....	75
[표-18] 기업의 창작물에 대한 도용 및 모방으로 인한 피해 경험 .....	80
[표-19] 기업의 외부와의 프로젝트 경험 및 권리의 주체 .....	81

## 그림 목 차

[그림1] 연구 체계도 .....	4
[그림2] 디자인을 보호해주는 다양한 법 .....	9
[그림3] 상표권 등록사례 .....	12
[그림4] 디자인권 등록사례 .....	15
[그림5] 세계 디자인 보호법제의 유형 .....	17
[그림6] 연도별 국내 벤처기업 수 .....	19
[그림7] 벤처기업의 경제 기여도 .....	19
[그림8] 회사 형태별 스타트업 인력 구성 .....	20
[그림9] 디자인 출원 주체 동향 .....	22
[그림10] 특허청의 2014년 업무 추진 방향 .....	25
[그림11] 기업 유형별 지식재산권 침해 피해 비율 .....	29
[그림12] 권리유형별 피해현황 .....	30
[그림13] 지식재산권 침해 대응 비율 .....	30
[그림14] 주요 특허청의 디자인 출원 동향(1983~2010) .....	32
[그림15] 디자인을 보호해주는 다양한 법 .....	42
[그림16] C사(좌측)와 E사(우측)의 제품 비교 .....	49
[그림17] L디자이너(우측)와 E사(좌측)의 제품 비교 .....	50
[그림18] S사(좌측)와 MI사(우측)의 인테리어 디자인 비교 .....	52
[그림19] S사의 김치냉장고 디자인 .....	53
[그림20] Y사(우측)와 S사(좌측)의 양말 디자인 비교 .....	54
[그림21] C사(좌측)와 U사(우측)의 양말 디자인 비교 .....	55
[그림22] R사(좌측)와 D사(우측)의 가방 디자인 비교 .....	56
[그림23] K씨(좌측)와 M사(우측)의 디자인 비교 .....	57

[그림24] O사와 A사의 상표권 등록 .....	59
[그림25] D사 CI .....	60
[그림26] J사 CI .....	60
[그림27] Z사 CI(상)와 D사 CI(하) .....	61
[그림28] 애니팡 .....	62
[그림29] K사 CI(좌측)와 G사 CI(우측) .....	63

# I. 서론

## 1. 연구의 배경 및 목적

우리나라를 비롯한 전 세계가 지식기반사회(knowledge based economy)로 진입하고 있다. 노동력이나 자본력 등의 유형자산을 중심으로 돌아가던 산업사회에 반해, 지식재산사회에서는 특허나 디자인 등의 무형자산이 경쟁력의 원천으로 부각되고 있다. 특히 미국, 중국, 일본, 유럽연합(EU) 등 특허 선진국들은 기업의 경쟁력을 강화하는 데 있어서 기술과 디자인이 중요한 무기임을 깨달아 자국 기업의 기술과 디자인을 보호하기 위하여 지식재산에 대한 특허 전략을 자국에 유리하게 강화하는 추세이다.

그러나 우리나라의 경우 대기업은 점차 지식재산권의 중요성을 느끼며 지식재산권 보호를 위하여 노력하고 있는 추세이지만, 스타트업 기업들의 지식재산권 활용도가 낮은 실정이다. 특히, 스타트업 기업들 중에서도 1인 기업이거나 소규모 기업의 경우 지식재산 활용도가 더욱 낮다. 이러한 현상의 큰 원인들을 살펴보면 복잡한 등록 절차와 규정을 명확히 이해하지 못하거나 이를 어려워하고 있으며, 전문 변리사를 고용 및 특허 전문 관리 인력을 유지하기 위한 물적 자원과 특허 출원·등록·유지에 드는 비용 및 시간이 부담되기 때문이다. 또한 의뢰받은 디자인을 완성했을 경우 디자인 개발자는 제외된 채 오로지 의뢰자에게만 지식재산권이 귀속되는 현상 때문이다. 최근 복잡한 등록 절차와 규정을 간소화하는 정책들도 발표가 되었지만 전문 변리사나 특허 관리인 등의 인적, 물적 자원이 부족한 스타트업 기업들, 특히 1인 혹은 소규모의 스타트업 기업들은 매년 어려운 법적 과제를 수행하여야 한다.

최근 국내외에서 자주 발생하는 특허소송들은 기업으로 하여금 지식재산권에 대한 중요성을 일깨워주고 있지만 그럼에도 불구하고 아직까지 우리나라의 기업이나 디자인 관련 종사자들은 지식재산권에 대한 관심과 지식이 부족하여 특허소송과 같은 법적문제가 발생할 때에 적합한 대책을 세우지 못하고 있다.

본 연구의 목적은 지식기반사회로 변화하는 과정에서 있는 우리나라 기업들이 지식재산권의 중요성을 인지하고 지식재산권의 활용도를 높일 수 있는 방안을 모색할 수 있도록 첫째, 우리나라의 지식재산권과 스타트업 기업에 대해 알아보고 스타트업 기업들의 지식재산권 활용도를 높이기 위하여 활용할 수 있는 국내와 해외의 디자인 보호 제도를 분석하는 데 있다. 둘째, 스타트업 기업들의 지식재산권 침해 및 분쟁 사례를 알아보고 분석하는 데 있다. 셋째, 스타트업 기업과 일반 기업의 지식재산권 활용도에 관한 현황을 조사 분석하는 데 있다. 넷째, 국내외의 디자인 보호 제도 및 정책, 스타트업 기업들의 지식재산권 침해 및 분쟁 사례, 그리고 스타트업 기업들의 지식재산권 활용도에 관한 설문조사 분석한 내용을 토대로 해결방안을 추출해 내는 데 있다. 스타트업 기업들에 도움이 될 수 있는 해결방안을 추출함으로써 기업들은 디자인을 보호하는 지식재산권을 확보함으로써 기업 내 디자인의 위상을 정립하고 특허분쟁이 발생할 시 대응하는 것이 더욱 용이해질 것이다.

## 2. 연구의 범위 및 방법

본 연구는 스타트업 기업들이 기술과 디자인의 중요성을 깨달아 국내외 특허분쟁에서 경쟁력을 높일 수 있도록 지식재산권 활용도를 높이는 데 도움이 될 수 있는 해결방안을 추출하고 이를 제안하는 것을 목표로 한다.

위의 목표를 달성하기 위하여, 먼저 국내의 지식재산권에 관한 이론적 고찰을 하고 스타트업 기업의 특성 및 현황, 지식재산권 출원 및 등록 동향에 대해 조사하기 위하여 특허청 자료, 창조경제연구회 자료, 벤처인 사이트, 벤처스퀘어 사이트 등을 참고하였다. 국내외의 디자인 보호 제도 및 정책을 조사하고 분석하기 위하여 문헌자료, 학위논문, 특허청 자료 등을 참고하였다. 그리고 스타트업 기업들의 디자인 중심 지식재산권 침해 및 분쟁 사례를 조사하고 분석하기 위하여 문헌자료 등을 참고하였다. 스타트업 기업들의 지식재산권 활용도를 높일 수 있는 해결방안을 추출하기 위하여 현업에서 디자인을 활용하는 스타트업 종사자와 일반 기업 종사자를 대상으로 설문조사를 실시하였다.

이러한 연구의 방법을 진행하기 위하여 구성한 프로세스의 내용은 다음과 같다.

제 1장에서는 연구의 배경 및 목적과 연구의 범위 및 방법에 관하여 정리하였다.

제 2장에서는 우리나라의 지식재산권과 산업재산권, 상표권, 디자인권이란 무엇인지 개념을 정립하고 스타트업 기업의 특성 및 현황과 지식재산권 출원 및 등록 동향, 스타트업 지식재산권 보호 정책 및 침해 현황에 대해 조사하였다.

제 3장에서는 해외의 특허 선진국들의 디자인 보호 제도와 국내의 디자인

보호 제도 및 정책을 조사하고 분석하였다.

제 4장에서는 스타트업의 디자인 침해 및 분쟁 사례와 상표 침해 및 분쟁 사례를 조사하여 현재 스타트업 기업들이 겪고 있는 특히 분쟁에서의 문제점을 도출하였다.

제 5장에서는 지식재산권 활용 실태를 알아보고 현 상황의 문제점과 앞으로의 개선 방향성을 살펴보기 위하여 현업에서 디자인을 활용하는 스타트업 종사자와 일반 기업 종사자들을 대상으로 설문조사를 진행하였다.

제 6장에서는 위의 모든 자료를 분석하여 스타트업 기업들이 지식재산권 활용도를 높일 수 있는 방안을 제시하며 연구를 마친다.



[그림 1] 연구 체계도

## Ⅱ. 이론적 고찰

### 1. 지식재산권에 관한 이론적 고찰

#### 1) 지식재산권

지적재산권, 지적소유권이라고도 한다. 지적소유권에 관한 문제를 담당하는 국제연합의 전문기구인 세계지적재산권기구(WIPO)는 이를 구체적으로 '문학·예술 및 과학작품, 연출, 예술가의 공연·음반 및 방송, 발명, 과학적 발견, 공업의장·등록상표·상호 등에 대한 보호권리와 공업·과학·문학 또는 예술분야의 지적 활동에서 발생하는 기타 모든 권리를 포함한다'고 정의하고 있다. 이것은 인간의 지적 창작물을 보호하는 무체의 재산권으로서 산업재산권과 저작권으로 크게 분류된다. 산업재산권은 특허청의 심사를 거쳐 등록을 하여야만 보호되고, 저작권은 출판과 동시에 보호되며 그 보호기간은 산업재산권이 10~20년 정도이고, 저작권은 저작자의 사후 50~70년까지이다. 지적소유권의 문제는 특히 국가와 국가 간에 그 보호장치가 되어 있는냐의 여부와 국가간의 제도상의 차이 때문에 분쟁의 대상이 되고 있다. 오늘날과 같이 정보의 유통이 급속하게 이루어지고 있는 시대에는 어떤 국가가 상당한 시간과 인력 및 비용을 투입하여 얻은 각종 정보와 기술문화가 쉽게 타국으로 흘러들어가기 마련이어서 선진국들은 이를 보호하기 위한 조치를 강화하고 있다.

최근에는 새로운 기술의 산물인 컴퓨터 소프트웨어와 유전공학 기술 등의 보호방법과 보호범위가 지적 소유권보호제도의 한 과제가 되고 있는데, 컴퓨터 소프트웨어는 대부분의 선진국들이 저작권으로 보호하는 추세에 있어

서 한국도 1986년 12월 '컴퓨터프로그램보호법'을 제정하여 1987년 7월부터 시행하여 오다 2009년에 저작권법에 편입하여 함께 보호하고 있으며, 유전공학 기술은 그 제조방법을 한국 등 대다수의 국가가 특허로 인정하고 있다. 1973년 이래 세계지적재산권기구에 정회원이 아닌 옵서버 자격으로 참여하여 온 한국은 1979년 여기에 정식으로 가입하여 정회원국이 되었고, 물질특허권(공업소유권)제도도 도입하여 운영하고 있다. 또 국제저작권조약에는 법규해석에 있어, 비교적 융통성이 많고 소급효과를 인정하지 않는 국제저작권협약(UCC)에 1987년 10월 정식으로 가입하였다.

지식재산권과 관련된 한국의 법률로는 특허법·저작권법·실용신안법·디자인법·상표법·발명보호법 등이 있으며, 이들에 관한 권리를 보호하기 위하여 국제적으로 협약한 조약으로는 '공업소유권의 보호를 위한 파리협약'·'한·일 상표권 상호보호에 관한 협정' 등이 있다.

최근에는 첨단기술과 문화의 발달로 지식재산권도 점차 다양해져서 영업비밀보호권이나 반도체칩배치설계보호권과 같은 새로운 지식재산권이 늘어날 전망이다. 현재 한국에서는 산업재산권은 특허청에서, 저작권은 문화체육관광부에서 관장하고 있다.<sup>1)</sup>

[표-1] 지식재산권(무체재산권) 종류

구분	권리명	보호대상
산업재산권	특허	자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작인 원천·핵심기술(대발명)
	실용신안	라이프사이클이 짧고 실용적인 주변·개량기술(소발명)
	상표	심미감 있는 물품의 형상·모양·색채
	디자인	기호, 문자, 도형으로 구성된 표장 등 신용의 보호
저작권	협약의 재산권	문학, 예술분야 창작물
	저작인접권	실연가, 음반제작가, 방송사업자 권리

1)두산백과(<http://www.doopedia.co.kr>), 지식재산권, 검색일자: 2015. 10. 5

신지식재산권	첨단산업저작권	반도체직접회로배치설계, 생명공학, 식물신품종
	산업저작권	컴퓨터프로그램, 소프트웨어, 인공지능, 데이터베이스
	정보재산권	영업비밀, 멀티미디어, 뉴미디어 등

출처 : 특허청블로그, <http://blog.daum.net/kipoworld/4251>

## 2) 산업재산권

산업재산권은 산업영역에의 기여에 대한 보호를 본질로 하며, 문화영역에 대한 보호를 본질로 하는 저작권과 더불어 무체재산권을 이룬다. 산업재산권은 좁은 의미에서는 특허권, 실용신안권, 디자인권, 상표권 및 서비스표권을 말하며, 넓은 의미에서는 노하우(know-how)권, 미등록주지상표권 등 산업상 보호 가치가 있는 권리를 모두 포함하여 말한다. 보통은 좁은 의미로 사용된다.

산업재산권은 특허청에 등록을 함으로써 취득된다. 등록에는 선출원주의가 적용된다(특허법 제38조, 실용신안법 제8조, 디자인법 제16조, 상표법 제9조). 그리고 등록을 한 나라에 한하여 보호되므로 각국에 따로 출원하여 권리화하여야 한다. 산업재산권은 창작자에게 일정 기간 독점적·배타적 권리를 부여하는 대신 그 기간이 지나면 누구나 이용할 수 있도록 하여 기술진보와 산업발전을 추구하려는 데에 그 의의가 있다. 각각의 산업재산권을 규율하기 위하여 특허법, 실용신안법, 디자인법, 상표법이 제정·시행되고 있다.

특허권은 고도의 발명을 대상으로 한다. 제조방법, 생산방법 등의 방법적인 것은 특허로만 출원할 수 있다. 특허권의 존속기간은 특허출원일로부터 20년이다.

실용신안권은 특허권보다는 기술수준이 다소 낮은 것을 대상으로 한다. 기존제품의 형상·구조 등을 개선하여 실용성을 높인 경우에는 실용신안으로

출원할 수 있다. 실용신안권의 존속기간은 실용신안등록출원일로부터 10년이다.

디자인권은 물품의 형상·모양·색채 등에 의한 외형의 디자인을 대상으로 한다. 기존제품과 다르게 외관에 미적 감각을 살린 것은 디자인으로 출원할 수 있다. 디자인권의 존속기간은 디자인권설정등록일로부터 15년이다.

상표권은 기호, 문자, 도형, 색채에 의하여 상품을 표시하는 상표를 대상으로 한다. 상호도 상표로 등록할 수 있다.

서비스표권은 학원, 식당 등 서비스업종을 나타내는 표시를 대상으로 한다. 홈페이지의 도메인은 서비스표로 등록할 수 있다. 만약 등록된 상표 또는 서비스표와 등록된 도메인이 동일 또는 유사하여 충돌할 경우에는 상표 또는 서비스표가 우선한다. 상표권과 서비스표권은 경신등록에 의하여 사실상 영구적으로 사용할 수 있으며, 경신등록은 등록일로부터 10년마다 하여야 한다.<sup>2)</sup>

[표-2] 산업재산권 권리별 비교

구분	특허권	실용신안권	디자인권	상표권
보호대상	발명 (자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로서 고도한 것)	고안 (자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작)	디자인 (물품의 형상, 모양, 색채 또는 이들을 결합한 것으로서 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것)	상표 (타인의 상품과 식별하기 위하여 사용되는 기호, 문자, 도형, 입체적 형상 또는 이들을 결합한 것/이들 각각에 색채를 결합한 것)
등록요건	-산업상 이용가능성 -신규성 -진보성 (높은 수준) -선출원일 것	-산업상 이용가능성 -신규성 -진보성 (낮은 수준) -선출원일 것	-공업상 이용가능성 -신규성 -창작성 -선출원일 것	-자타상품식별력 -선출원일 것

2)두산백과(<http://www.doopedia.co.kr>), 산업재산권, 검색일자: 2015. 10. 5

심사 소요 기간	12~24개월 우선심사 3~6개월 신청시	10~18개월 우선심사 3~6개월 신청시	심사:8~10개월 일부심사:3~6개월 우선심사 2~3개월 신청시	8~10개월 우선심사 2~3개월 신청시
존속 기간	설정등록일 이후 출 원일로부터 20년	설정등록일 이후 출 원일로부터 10년	설정등록일 이후 출 원일로부터 20년 (2014. 7. 1 출원부 티)	설정등록일 이후 출 원일로부터 10년 (10년마다 갱신가능)

출처 : 소중한특허법률사무소, [http://www.sjhpat.com/page/sub\\_07](http://www.sjhpat.com/page/sub_07)



[그림 2] 디자인을 보호해주는 다양한 법

출처 : 김웅(2015), 디자인보호법의 이론과 실제, 특허청 국제지식재산연수원

### 3) 상표권

#### 3-1) 상표권

‘상표권’은 상표를 보호함으로써 상표사용자의 업무상의 신용유지를 도모하여 산업발전에 이바지함과 아울러 수요자의 이익을 보호함을 목적으로 하는 법률이다.

‘상표권’은 상표의 사용여부와 관계없이 등록에 의하여 상표권 취득을 인정하는 ‘등록주의’를 취하고 있다. 다만 영업상 성실한 사용을 전제로 하지 않는 상표에 대한 독점 배타적인 권리의 창설은 상표보호제도의 이념에 반하게 됨으로 등록된 상표권이라 하더라도 일정기간 동안 불사용되거나 오인·혼동적으로 사용되어 거래질서를 문란하게 하는 경우 등은 상표등록을 취소하는 제도가 있다.

‘상표권’은 동일·유사한 상표가 중복 출원된 경우 우선 출원된 상표에 등록을 허용하는 ‘선출원주의’, 국가가 출원상표의 등록요건을 심사한 후 등록여부를 결정하는 ‘심사주의’, 상표를 자타 상품식별표지로서 사용하고자 하는 자는 누구라도 국가(특허청)에 등록을 요구할 수 있고 법정요건을 갖추고 있는 한 국가는 상표등록을 거절할 수 없도록 하는 ‘권리주의’를 취한다.

‘상표권’은 ‘상표’를 ‘상품을 생산·가공·증명 또는 판매하는 것으로 영위하는 자가 자기의 업무에 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 기호·문자·도형·입체적 형상·색채·홀로그램·동작 또는 이들을 결합한 것 및 그밖에 시각적으로 인식할 수 있는 것’으로 정의한다.

상표는 자기의 업무와 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 표장이므로, 상표는 자기의 상품과 타인의 상품을 구별할 수 있게 해주는 힘인 식별력을 갖추고 있어야 한다. ‘상표권’ 제6조 제1항은 보통명칭, 관용표장, 기술적 표장, 현저한 지리적 명칭, 흔히 있는 성 또는 명칭, 간단하고 흔한 표장, 기타 식별력이 없는 상표에 해당하는 상표를 제외하고는 상표등록을 받을 수 있다고 규정한다. 다만 식별력이 없거나 미약한 상표라도 특징인이 상당한 기간에 걸쳐 독점적·계속적으로 그 상표를 사용한 결과 일반 수요자나 거래자에게 그 상표가 누구의 업무에 관련된 상

품을 표시하는가가 현저하게 인식되어 식별력을 취득하였다면 상표등록을 받을 수 있다.

출원된 상표가 ‘상표권’ 상 상표개념에 해당하고 식별력을 갖추었다더라도 하더라도 ‘상표권’ 제7조는 등록을 받을 수 없는 상표를 규정한다. 부등록 이유는 공익적 이유로 국가의 존엄을 해치는 것, 국제관계의 신의를 위한 것, 공서양속 위반, 공중기만 상표 등이며, 사익적 이유로 타인의 성명·상호 등과 동일·유사한 경우, 선행의 상표와 상표(서비스 표) 및 상품(서비스)이 동일한 경우, 선행의 상표와 상표(서비스 표) 및 상품(서비스)의 면에서 동일·유사하여 혼동의 우려(관련성의 우려 포함)가 있는 경우, 저명상표의 부정이용(희석화) 등이 열거되고 있다.

‘상표권’은 자타 상품의 식별력이 있는 상표에 대해서 등록을 할 수 있게 하고 등록된 상표에 대해서만 상표권을 인정하고 있다. 상표권은 등록상표를 지정상품에 독점배타적으로 사용할 수 있는 권리로, 설정등록일로부터 10년간 존속하나, 다만 존속기간을 갱신할 수 있으므로 반영구성을 띠고 있다. 상표권의 침해에 대하여는 민사상의 금지청구, 손해배상청구, 신용회복청구 등이 있고, 형사처벌 등이 규정되어 있다.<sup>3)</sup>

---

3)한국민족문화대백과사전(<http://encykorea.aks.ac.kr>), 상표권, 검색일자: 2015. 11. 2

### 3-2) 상표권 등록사례



[그림 3] 상표권 등록사례

출처 : [http://blog.daum.net/\\_blog/BlogTypeView.do?blogid=0gehT&articleno=206](http://blog.daum.net/_blog/BlogTypeView.do?blogid=0gehT&articleno=206)

## 4) 디자인권

### 4-1) 디자인권

‘디자인보호법’ 상 디자인은 ‘물품(물품의 부분 및 글자체 포함)의 형상·모양·색채 또는 이들을 결합한 것으로서 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것’을 말한다. 우리나라 ‘디자인보호법’ 상의 디자인은 특허나 실용신안과 같은 기술적인 것도 아니고 예술저작물도 아닌 상품에 관한 심미적 창작을 지칭하는 것으로 이른바 산업디자인(Industrial Design)과 같은 개념이다. 디자인의 창작자에게 일정기간동안 독점배타적인 권리를 부여함으로써 창작의욕을 자극하고 상품거래질서를 세워 산업발전에 기여하는 목적을 갖는다.

디자인은 공산품의 장식적인 미에 관한 것이나 기능적인 것(발명, 실용신안의 영역), 개성미적인 것(미술저작물의 영역)이 내포한다. 디자인은 물품을 전제로 하며, 형상을 지닌 것으로 시각을 통하여, 즉 육안으로 식별할 수 있으며, 미감을 일으키게 하는 것이어야 한다. 다만 디자인 제도의 목적은 산업발전에 기여하는데 있는 것이므로 미의 유지 또는 보호에 있는 것이 아니다.

‘디자인보호법’은 다른 산업재산권제도와 마찬가지로 선원주의·심사주의·등록주의를 채용하고 있다. 디자인으로 등록받기 위해서는 공업상 이용가능성, 신규성 및 창작성을 가져야 한다. 창작성의 경우는 새롭게 형성된 관념이나 기존 관념의 결합에 의하여 전혀 새로운 것으로 구성된 관념으로 모방이어서는 안 되고 독창성이 있어야 한다. 다만 국기·국장 등과 동일 또는 유사한 디자인, 공공의 질서를 문란하게 하는 디자인, 타인의 업무에 관계되는 물품의 혼동을 가져올 염려가 있는 디자인, 물품의 기능을 확보하는데 불가결한 형상만으로 된 디자인(조형적 임의성이 없는 물품의 형태)

등 네 가지 경우는 디자인을 공익적 이유에서 등록받을 수 없도록 하고 있다.

[표-3] 디자인권의 요건

요건	내용
물품성	물품과 불가분으로 물품을 반드시 전제로 성립하는 개념이어야 한다. (글자체는 제외)
형태성	형상, 모양, 색채 또는 이들을 결합한 것이어야 한다.
시각성	눈으로 인식할 수 있는 것이어야 한다.
심미성	미감을 일으킬 수 있는 것이어야 한다.
신규성	반드시 새로운 것이어야 한다.
그 외	공장 생산이 가능한 것이어야 한다. 수작업일 경우, 디자인 결과물이 같은 형상으로 반복되어 만들어지는 경우라면 등록이 가능하다.

출처 :김종균(2014), 디자인 전쟁, 홍시커뮤니케이션

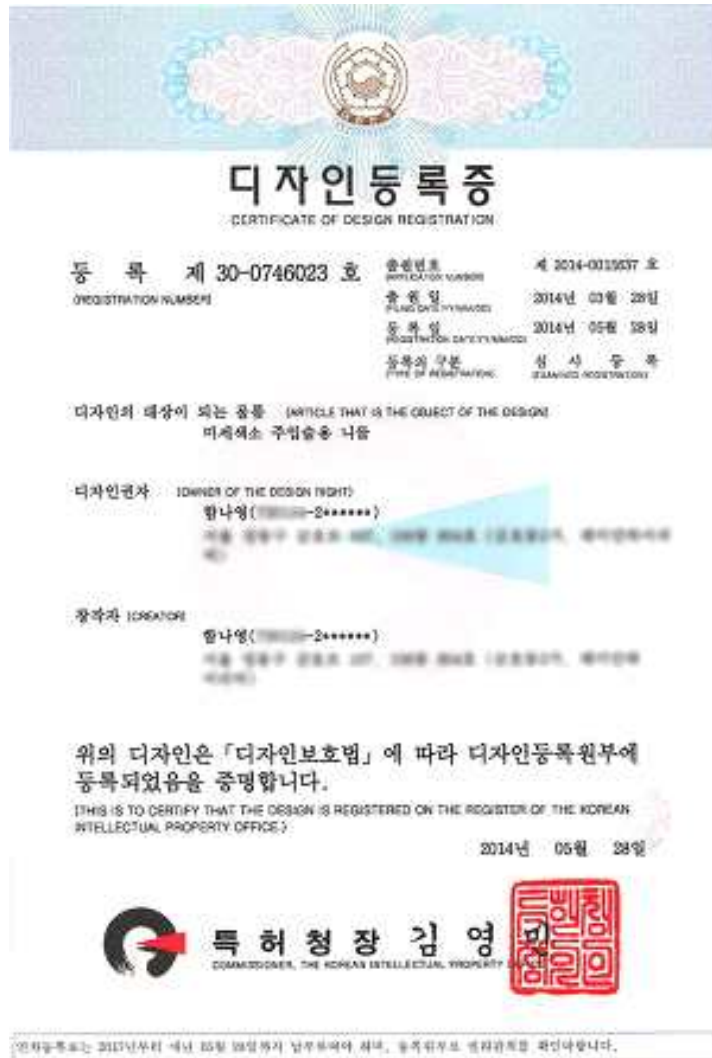
디자인권은 설정등록에 의하여 발생한다(‘디자인보호법’ 제90조). 디자인권의 존속기간은 디자인의 설정등록이 있는 날부터 20년으로 한다(‘디자인 보호법’ 제91조). 디자인권자는 업으로서 등록디자인 또는 이와 유사한 디자인을 실시할 권리를 독점한다(‘디자인보호법’ 제92조).

디자인권은 단순히 모방금지권에 그치는 저작권과 다르고, 특허권과 같이 차단효 있는 독점권이다. 디자인권자는 민사적 구제로서 금지청구권과 같은 손해배상청구권을 가지며, 법은 침해에 대한 형사처벌을 규정한다.

디자인보호의 중요성이 점차 커짐에 따라 디자인도 ‘저작권법’에 의한 보호, ‘부정경쟁방지법’에 의한 보호 등과 같이 보호되고 있다.<sup>4)</sup>

4)한국민족문화대백과사전(<http://encykorea.aks.ac.kr>), 디자인권, 검색일자: 2015. 10. 5

## 4-2) 디자인권 등록사례



[그림 4] 디자인권 등록사례

출처 : [http://blog.daum.net/\\_blog/BlogTypeView.do?blogid=0gehT&artcleno=206](http://blog.daum.net/_blog/BlogTypeView.do?blogid=0gehT&artcleno=206)

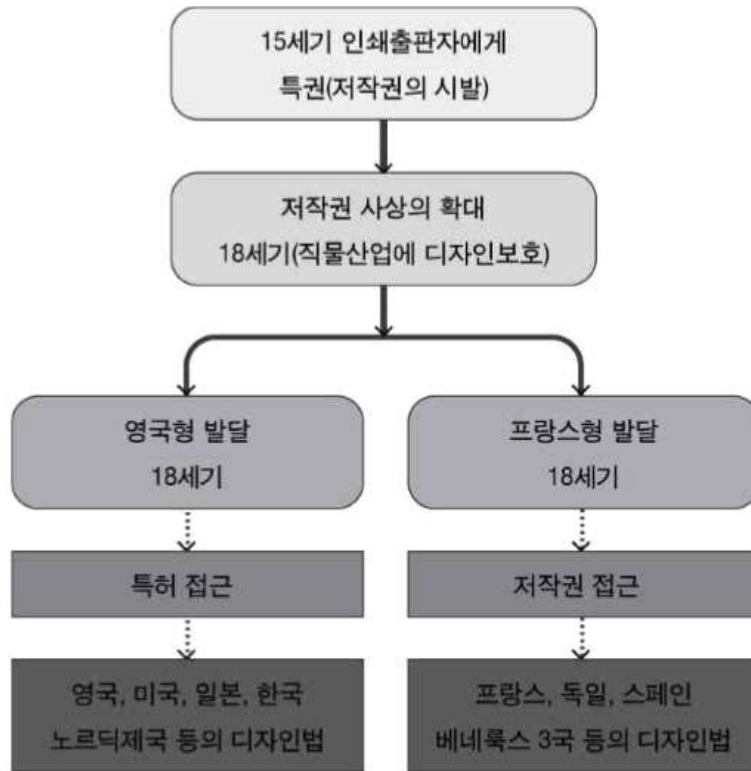
### 4-3) 디자인권 발전 과정

디자인 보호의 초기에는 보호 대상이 평면에 한정되어 있었으며 이는 저작권적 보호형식을 띠었다. 이후에는 평면과 입체를 보호하기 위한 디자인 보호제도가 제정되었으며, 등록을 통해 보호하는 특허권적 방식으로 변화하였다.

디자인 보호하는 디자인 보호법과 관련제도는 유럽대륙을 시작으로 도입되었다. 산업혁명을 이룩한 영국은 가장 먼저 디자인의 보호에 관심을 보였다. 산업혁명 이후, 영국은 산업의 급격한 기계화를 이루었다. 기계공업의 진보는 곧 방직기계를 발명하게 하였고, 이에 따라 섬유산업은 혁신적인 진보를 이루게 되었다. 방직기계를 통해, 면직물에는 무늬가 인쇄되어 대량생산되기 시작하였다. 무늬디자인은 상품의 판매와 수출을 늘이는데 결정적인 역할을 하는 요인으로 인식되어, 그 가치를 인정받기 시작하였다. 이러한 상황에서 영국에서는 1839년에 제조상품의 디자인에 대한 소유권을 보호하기 위한 법안을 통과시켰으며, 1843년에는 평면적인 무늬 디자인뿐만 아니라 제조 산업의 모든 제품에까지 확대하였다. 미국에서도 1841년 동일한 법안을 국회에 제출하였고 그 결과 1842년에 실용미술의 진보를 진흥하기 위한 법안을 통과시켰다. 이러한 모든 것은 디자인 특허에 관한 것으로서 디자인 발전에 크게 기여하였다. 디자인으로 매출이 좌우되는 다양한 제품 분야에서 국제적 디자인 도용 문제가 대두됨에 따라, 다른 여러 나라에서도 디자인보호관련 등록 법안을 제정하기 시작하였다. 위와 같이 변화해온 디자인 보호제도의 유형은 다음과 같다.<sup>5)</sup>

---

5)안선우(2010), 한국 디자인보호법의 구조와 적용에 관한 연구, 연세대학교 대학원, pp.17-18



[그림 5] 세계 디자인 보호법제의 유형  
출처 : 노태정·김병진(2005), 디자인보호법, 세창출판사, p.19

## 2. 스타트업 기업과 지식재산권

### 1) 스타트업 기업의 특성 및 현황

스타트업 컴퍼니(startup company) 또는 스타트업(startup)은 설립한 지 오래되지 않은 신생 벤처기업을 뜻하며 미국 실리콘밸리에서 생겨난 용어다. 혁신적 기술과 아이디어를 보유한 설립된 지 얼마되지 않은 창업기업으로, 대규모 자금을 조달하기 이전 단계라는 점에서 벤처와 차이가 있다. 1990년대 후반 닷컴버블로 창업붐이 일어났을 때 생겨난 말로, 보통 고위험·고성장·고수익 가능성을 지닌 기술·인터넷 기반의 회사를 지칭한다.<sup>6)</sup> 『린 스타트업』 저자인 에릭 리스는 스타트업을 ‘창업한 지 얼마 되지 않은 기업으로서 아이디어와 기술을 통해 급격한 성장을 기대할 수 있는 기업’ 이라고 정의하였다.

스타트업 기업들은 소규모이고, 새로운 아이디어를 가지고 시작하기 때문에 투자를 받기 어렵다. 투자는 벤처 캐피털 회사와 엔젤 투자자들이 지원하는 것이 일반적이다. 많은 스타트업들은 초기에 창업자의 자본을 사용한다. 현재는 추가적인 자금 조달 방식이 등장하였는데, 일반 개인들이 투자하는 방식인 크라우드 펀딩이 그것이다.<sup>7)</sup> 그러나 스타트업 회사가 새로운 기술을 성공적으로 사업 궤도에 올려놓는 경우, 이것은 커다란 보상이 되어 창업자와 투자자에게 돌아간다. 대표적인 예가 구글로, 창업자인 래리 페이지(구글의 CEO)는 막대한 부를 거머쥘과 동시에 대주주가 됐다. 그러나 성공에 대한 막대한 보상만큼이나 스타트업 회사의 실패율 또한 매우 높다.<sup>8)</sup>

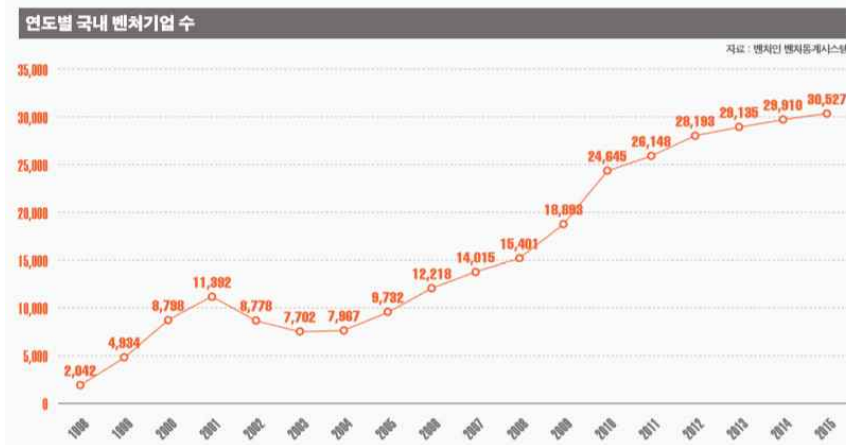
연도별 국내 벤처기업 수를 보면, 2005년도에는 9,732개, 2010년도에는

6)한경닷컴사전(<http://dic.hankyung.com>), 스타트업, 검색일자: 2015. 10. 6

7)BBC News(<http://www.bbc.com/news/10100885>), 검색일자: 2015. 10. 6

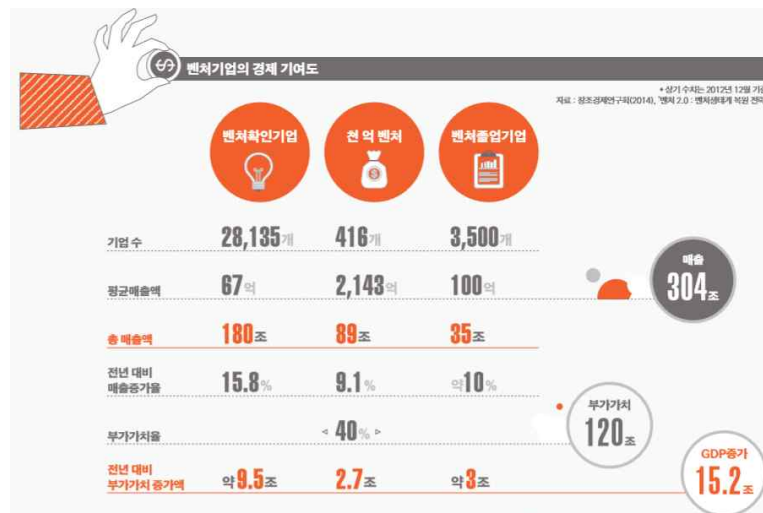
8)John L. Nesheim(2000), High Tech Start Up, Simon & Schuster

24,645개, 2015년도에는 30,527개로 신생 벤처기업이 꾸준히 증가하고 있음을 알 수 있다.



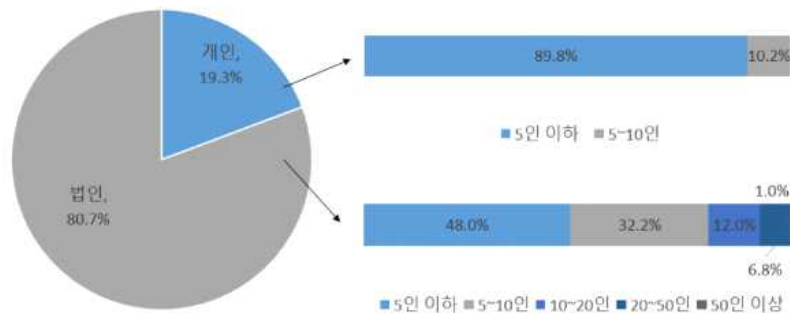
[그림 6] 연도별 국내 벤처기업 수  
출처 : 벤처인 벤처통계시스템

2012년 12월 기준 벤처기업의 경제 기여도를 보면 평균 매출액 304조, 부가가치 120조인데, 전년 대비 부가가치 증가액이 15.2조로 벤처기업의 경제 기여도가 증가하는 추세를 알 수 있다.



[그림 7] 벤처기업의 경제 기여도  
출처 : 창조경제연구회(2014), '벤처2.0:벤처생태계 복원 전략'

2010~2013년에 설립된 기업들의 회사 형태별 스타트업 인력 구성을 살펴보면, 개인 사업자보다 법인 사업자가 압도적으로 많은 것을 알 수 있었는데, 이는 개인 사업자 형태보다 법인 사업자 형태가 사업을 진행하기에 좀더 유리한 형태라고 판단한 결과이다. 또한 스타트업의 인력 구조는 대부분 5인 미만인 것을 알 수 있었고 10인 이하의 기업들이 전체의 약 80%를 차지하는 등 스타트업이라는 이름에 걸맞게 적은 인력으로 최대의 성과를 내기 위해 노력하고 있었다.<sup>9)</sup>



Source: Internal, 2010 - 2013

[그림 8] 회사 형태별 스타트업 인력 구성  
출처 : 벤처스퀘어, <http://www.venturesquare.net/527982>

9) 벤처스퀘어([www.venturesquare.net/527982](http://www.venturesquare.net/527982)), 검색일자: 2015. 10. 6

## 2) 지식재산권 출원 및 등록 동향

최근 국내외에서는 지식재산권 전쟁이라고 해도 과언이 아닐 정도로 특허 소송이 자주 발생하고 있으며 이러한 소송들은 기업으로 하여금 지식재산권에 대한 중요성을 일깨워주고 있다.

이를 반영하듯 우리나라에 출원된 특허, 실용신안, 디자인, 상표 역시 전체적으로 꾸준히 성장세를 보이고 있다. 디자인의 경우 2010년도에 등록된 건수는 33,697건, 2012년에 등록된 건수는 46,146건, 2014년에 등록된 건수는 54,010건으로 가파른 증가세를 보이고 있다. 상표 또한 2010년도에 등록된 수는 53,136건, 2012년에 등록된 건수는 77,903건, 2014년에 등록된 건수는 99,791건으로 가파른 증가세를 보이고 있다.

[표-4] 연도별 출원건수

구분	특허	실용신안	디자인	상표
2010	170,101	13,661	57,187	121,125
2011	178,924	11,854	56,524	123,814
2012	188,915	12,424	63,135	132,522
2013	204,589	10,968	66,940	147,667
2014	210,292	9,184	64,345	150,226

출처 : KIPO, <http://www.kipo.go.kr>

[표-5] 연도별 등록건수

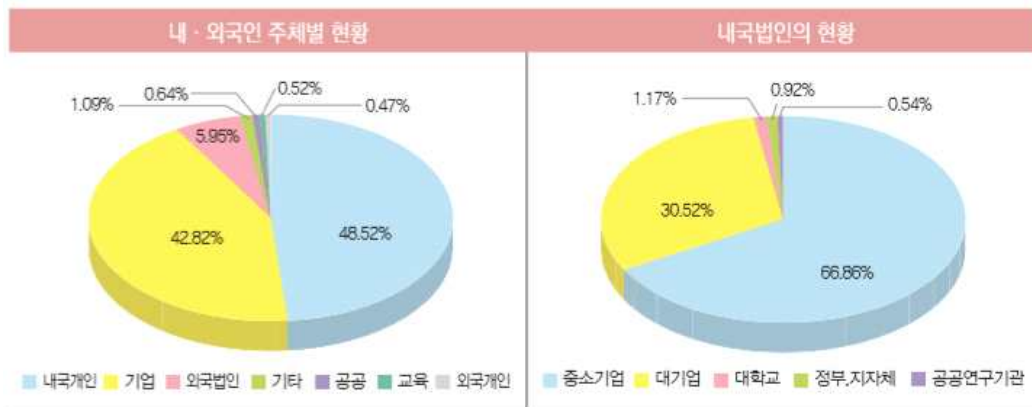
구분	특허	실용신안	디자인	상표
2010	68,843	4,301	33,697	53,136
2011	94,720	5,853	42,185	71,255

2012	113,467	6,353	46,146	77,903
2013	127,330	5,959	47,308	100,094
2014	129,786	4,955	54,010	99,791

출처 :KIPO, <http://www.kipo.go.kr>

2002년부터 2013년까지를 기준으로 디자인 출원 주체 동향을 살펴보면, 출원 대부분이 내국개인과 기업이 각각 48.52%와 42.82%의 점유율을 기록하고 있으며 이외에 외국법인이 5.95%를 점유하고 있어 내국개인의 강세가 두드러진 것으로 나타났다.

내국법인의 경우는 중소기업이 66.86%로 출원 활동을 주도하고 있으며, 다음으로 대기업이 30.52%를 차지하고 있어 특허와 달리 중소기업이 대기업에 비해 점유율이 높은 것으로 분석되었다.



[그림 9] 디자인 출원 주체 동향  
출처 : 특허청(2014), 한국의 특허동향, p.192

다음의 [표-6]과 [표-7]은 지식재산권 출원 및 등록 수수료에 대한 정보이다.

[표-6] 출원관련 수수료(2015.01.01기준)

구분/권리		특허	실용신안	디자인		상표
				심사	일부심사	
전자출원 (온라인)	기본료	국어 46,000원 외국어 73,000원	국어 20,000원 외국어 32,000원	1디자인 마다 94,000원	1디자인 마다 45,000원	1상품류구분마다 62,000원 + 지정상품 가산금
	기본료	국어 66,000원 외국어 93,000원	국어 30,000원 외국어 42,000원	1디자인 마다 104,000 원	1디자인 마다 55,000원	1상품류구분마다 72,000원 + 지정상품 가산금
서면출원	가산료	명세서·도면· 요약서의 합이 20면을 초과하는 1면마다 1,000원 가산	명세서·도면· 요약서의 합이 20면을 초과하는 1면마다 1,000원 가산	없음	없음	없음

출처 :KIPO, <http://www.kipo.go.kr>

[표-7] 특허(등록)료(2015.01.01기준)

권리		설정등록료 (1~3년분)	연차등록료				
			4~6년	7~9년	10~12년	13~15 년	16~25년
특허	기본료	매년 15,000원씩 45,000원	매년 40,000원	매년 100,000 원	매년 240,000 원	매년 360,000원	
	가산료 (청구범 위의1항 마다)	매년 13,000원씩 39,000원	매년 22,000원	매년 38,000원	매년 55,000원	매년 55,000원	
실용신안	기본료	매년 12,000원씩 36,000원	매년 25,000원	매년 60,000원	매년 160,000 원	매년 240,00 0원	
	가산료 (청구범 위의1항 마다)	매년 4,000원씩 12,000원	매년 9,000원	매년 14,000원	매년 20,000원	매년 20,000 원	

디자인	심사	매년 1디자인마다 25,000원씩 75,000원	매년 35,000원	매년 70,000원	매년 140,000 원	매년 210,00 0원	(16~20년) 매년 210,000원	
	일부심사	매년 1디자인마다 25,000원씩 75,000원	매년 34,000원	매년 34,000원	매년 34,000원	매년 34,000 원	(16~20년) 매년 34,000원	
상표	설정등록	1상품류구분마다 211,000원	* 2012.4.1 이후 출원하여 설정등록 또는 지정상품 추가등록하거나, 2012.4.1 이후 존속기간갱신신청하는 것부터 1상품류 구분의 지정상품이 20개 초과시 왼쪽 금액에 초과하는 지정상품마다 2,000원 * 등록료 이외 부과되는 지방세 : 9,120원 - 부과대상 : 상표권설정시, 존속기간 갱신등록시					
	지정상품 추가등록	1상품류구분마다 211,000원						
	존속기간 갱신등록	1상품류구분마다 310,000원						

출처 :KIPO, <http://www.kipo.go.kr>

### 3) 스타트업 지식재산권 보호 정책

지금 세계는 신기술, 디자인, 브랜드와 같은 지식재산이 국가와 기업의 경쟁력을 좌우하고 있음에 따라, 이러한 지식재산의 선점을 위한 국가간·기업간 경쟁이 치열해 지고 있으며, 이에 따라 미국·일본·유럽·중국 등 주요 국가들은 핵심·원천·표준특허 확보에 국가적 역량을 집중하는 한편 범정부적으로 강력한 지식재산 보호 정책을 추진 중이다.

특허청은 이러한 국내외 환경변화와 다양한 정책고객의 요구 등을 반영하여 지식재산 기반의 창조경제 구현이라는 비전과 이를 실현하기 위한 정책 방향을 설정하였다.<sup>10)</sup>



[그림 10] 특허청의 2014년 업무 추진 방향  
출처 : 특허청(2015), 2014 지식재산백서

### IP Start-Up기업 지원사업

○ 사업 개요

지식재산 교육, 선행기술조사, 국내출원 등 기업 지식재산경영 입문을 위한 지원 강화

○ 지원 대상

중소기업 또는 사회적 기업 (최근 3년간 지식재산권 출원 3건 미만기업 우선지원), 일부 개인발명가 포함

○ 지원 내용

선행기술조사, 국내출원비용 지원

### 지식재산(IP) 활용전략 지원

○ 사업개요

10)특허청(2015), 2014 지식재산백서

기업경쟁력 강화를 위해 지식재산(IP) 관점에서 기업의 특허·제품·사업화 관련 전략을 제시하는 컨설팅 지원

○ 지원대상

신청자격 : 등록된 특허·실용신안을 보유한 중소기업

\* 전용실시권을 보유한 중소기업 포함

○ 지원내용

지원규모 : 연간 40개 과제 내외

지원방식 : 최대 5개월 이내의 심층 IP활용전략 컨설팅 지원

- IP제품혁신(50백만원 이내/4개월 이내), IP사업화 지원(50백만원 이내/5개월 이내)

**사업화연계 특허기술평가 비용 지원**

○ 사업 개요

등록된 특허·실용신안에 대한 성능분석 및 비교분석, 사업타당성, 가치평가 등을 수행하는데 소요되는 평가비용을 지원하여, 특허 기술의 사업화 및 활용 촉진을 위해 객관적인 평가결과를 제공

○ 지원 대상

신청자격 : 개인 또는 중소기업으로서, 등록된 특허·실용신안 권리자 및 전용실시권자

○ 지원 내용

지원한도 : 특허기술평가 1건당 평가비용의 70%이내, 최대 5천만원 한도 (VAT는 신청인 부담)

**금융연계 특허기술평가 비용 지원**

○ 사업 개요

기업이 보유한 지식재산권의 가치평가를 통하여 지식재산권을 담보, 보증, 투자의 형태로 자금을 조달할 수 있도록 평가비용 지원

○ 지원 대상

신청일 현재 등록된 산업재산권을 사업화에 활용하고 있는 중소기업

○ 지원 내용

발명의 평가기관이 수행하는 특허기술평가에 대하여 평가비용을 지원하고, 금융기관은 가치평가 금액 이내에서 대출, 보증, 투자시행

**특허기술거래 컨설팅 지원**

○ 사업개요 (사업목적)

특허, 실용신안 등 지식재산권의 거래를 활성화하고, 기술거래기관의 역량을 제고

○ 지원대상

- 특허·실용신안 등을 도입하고자 하는 중소기업
- 보유하고 있는 특허 등을 활용하여 라이선싱, 거래 등을 추진하고자 하는 개인 및 중소기업 등

○ 지원내용

- 특허 등 도입을 희망하는 기업을 대상으로 한 특허 기술거래 통합 컨설팅 지원
- 컨설팅을 통해 도입 희망기술을 구체화하여 기업의 사업방향에 부합하도록 스펙, 세부 내용 등 결정
- 수요자 Needs에 맞는 특허 등을 보유하고 있는 권리자를 탐색하여 지식재산권 거래 추진

[표-8] 2015년 특허청의 스타트업 지식재산권 보호 정책

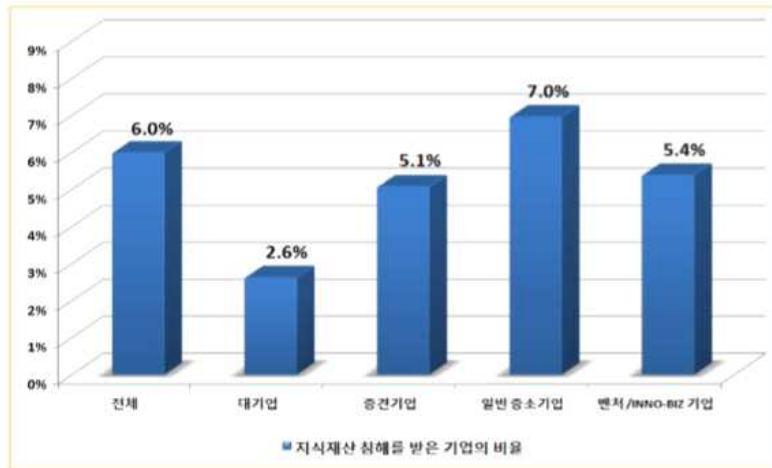
정책	지원내용
IP Start-Up기업 지원사업	-선행기술조사, 국내출원비용 지원
지식재산(IP) 활용전략 지원	-연간 40개 과제 내외 / 최대 5개월 이내의 심층 IP활용전략 컨설팅 지원 -IP제품혁신(50백만원 이내/4개월 이내) / IP사업화 지원(50백만원 이내/5개월 이내)
사업화연계 특허기술평가 비용 지원	-특허기술평가 1건당 평가비용의 70%이내, 최대 5천만원 한도 (VAT는 신청인 부담)
금융연계 특허기술평가 비용 지원	-발명의 평가기관이 수행하는 특허기술평가에 대하여 평가비용을 지원 -금융기관은 가치평가 금액 이내에서 대출, 보증, 투자시행
특허기술거래 컨설팅 지원	-특허 등 도입을 희망하는 기업을 대상으로 한 특허 기술거래 통합 컨설팅 지원 -컨설팅을 통해 도입 희망기술을 구체화하여 기업의 사업방향에 부합하도록 스펙, 세부 내용 등 결정 -수요자 Needs에 맞는 특허 등을 보유하고 있는 권리자를 탐색하여 지식재산권 거래 추진

2012년, 2013년 특허청의 ‘지식재산활동 실태조사’ 결과에서 중소기업의 가장 큰 사업화 애로사항이 전문인력 및 자금부족이었는데, 그 때문에 2015년 특허청의 스타트업 지식재산권 보호 정책을 모아서 살펴보면 출원 비용 지원, 지식재산활용전략 비용지원, 특허기술평가 비용 지원 등 비용지원이 많음을 알 수 있다.

#### 4) 스타트업의 지식재산권 침해 및 피해 현황

2013년에 1건 이상의 지식재산권 침해를 받은 기업은 전체의 6.0%를 차지하는 것으로 나타났다. 기업 유형별로는 일반중소기업이 7.0%, 벤처기업이

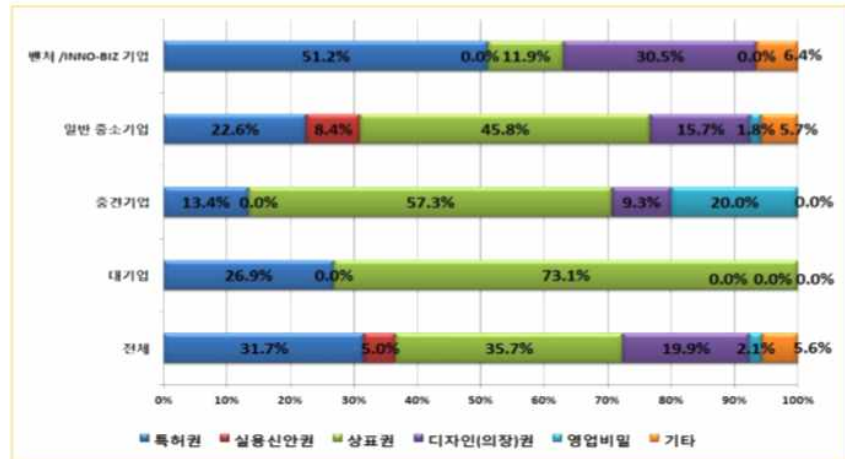
5.4%, 중견기업 5.1%, 대기업의 2.6%가 지식재산권 침해를 받은 것으로 조사되었다.<sup>11)</sup> 벤처기업이 일반중소기업 다음으로 지식재산권 침해를 많이 받은 것이다.



[그림 11] 기업 유형별 지식재산권 침해 피해 비율  
출처 : 특허청(2014), 지식재산활동 실태조사 보고서

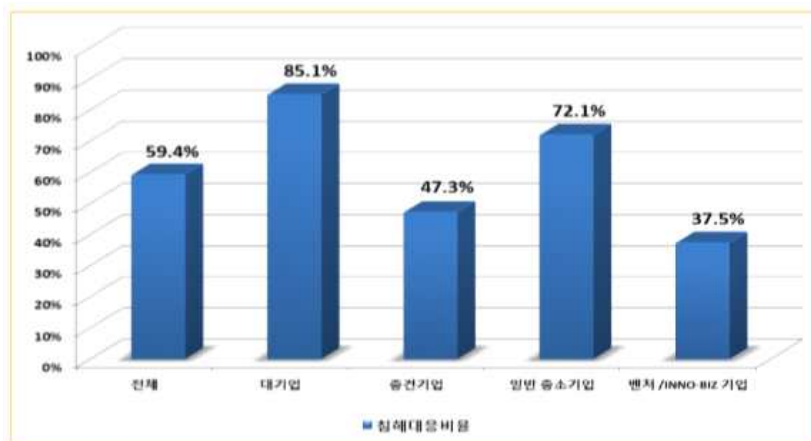
지식재산권 침해피해의 권리유형의 분포를 살펴보면 벤처기업의 경우 특허권을 침해받은 비율이 51.2%, 상표권 11.9%, 디자인권 30.5%, 기타6.4%임을 알 수 있다. 디자인권과 상표권을 침해당한 비율이 42.4%나 차지함을 알 수 있다.

11)특허청(2014), 지식재산활동 실태조사 보고서



[그림 12] 권리유형별 피해현황  
출처 : 특허청(2014), 지식재산활동 실태조사 보고서

지식재산권의 침해 피해 경험이 있는 기업이 침해 피해에 대해 대응을 진행한 경우는 59.4%로 나타났다. 대기업의 경우가 85.1%로 가장 높게 나타났으며 일반 중소기업의 경우 72.1%, 중견기업이 47.3%, 벤처기업이 37.5%로 나타났다.<sup>12)</sup> 벤처기업이 지식재산권 침해 대응 비율이 가장 낮은 것이다.



[그림 13] 지식재산권 침해 대응 비율  
출처 : 특허청(2014), 지식재산활동 실태조사 보고서

12) 특허청(2014), 지식재산활동 실태조사 보고서

Ⅱ-2 내용을 종합하여 살펴보면 Ⅱ-2-1, Ⅱ-2-2 내용을 보았을 때 우리나라의 특허, 실용신안, 디자인, 상표 출원이 꾸준히 성장하는 것으로 보아 점차 지식재산권에 대한 관심이 높아진다는 것을 알 수 있었다. 또한 2015년도 신생 벤처기업 수는 30,527개로 꾸준히 증가하고 있으며, 전년 대비 부가가치 증가액이 15.2조로 벤처기업의 경제 기여도 또한 증가하는 추세를 알 수 있었다. 또한 Ⅱ-2-3을 보면 특허청에서 스타트업을 위한 지식재산권 정책도 시행되고 있음을 알 수 있다.

이와 같이 우리나라의 지식재산권에 대한 관심도 높아지고 벤처기업 수와 그 경제 기여도 또한 증가하고 있으며 스타트업을 위한 정책도 시행되고 있지만 Ⅱ-2-4 내용을 보면 알 수 있듯이 벤처기업의 경우 지식재산권 침해 비율이 대기업과 중견기업에 비해 높은 편이며 그 중 디자인권과 상표권에 대한 침해가 42.4%나 차지함을 알 수 있었다. 그에 반해 침해 피해에 대한 대응은 벤처기업이 37.5%로 가장 낮았다. 대기업이 85.1%임을 생각한다면 절반도 안 되는 비율임을 알 수 있었다.

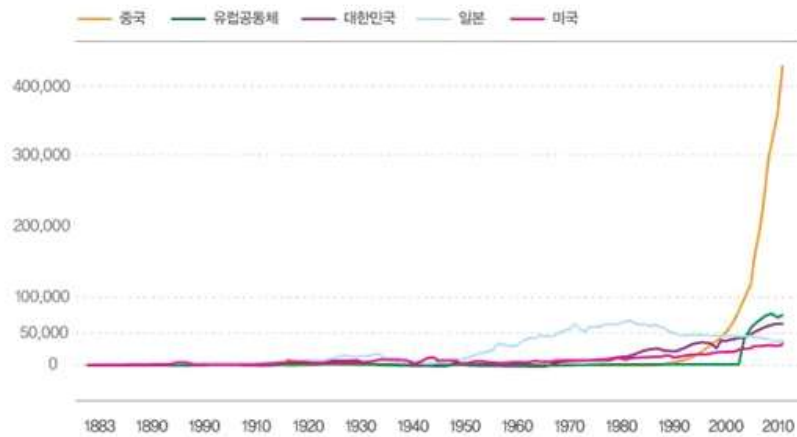
위와 같이 스타트업은 지식재산권 침해 비율은 높은 반면 대응 비율은 가장 낮은 것으로 보아 스타트업의 지식재산권 보호가 제대로 이루어지지 않고 있음 알 수 있다.

그 이유가 무엇인지 살펴보기 위하여 본 연구를 통하여 국내외의 디자인 보호 제도 현황을 알아볼 것이며, 스타트업의 디자인 중심 지식재산권 침해 및 분쟁 사례를 살펴볼 것이다. 또한 스타트업의 지식재산권 활용 및 침해에 대해 실증조사가 이루어진 논문이 없으므로 실증조사를 통해 문제점 및 이유를 알아볼 것이다.

### Ⅲ. 디자인 보호 제도

#### 1. 해외 디자인 보호 제도

해외 디자인 보호 제도에 관한 내용에서 해외 국가 선정 기준은 1883년부터 2010년까지 수집된 통계자료에 의해 세계에서 가장 디자인 출원을 많이 하는 상위 5개의 특허청에 포함된 중국 특허청, 유럽 공동체 상표-디자인 청(OHIM), 일본 특허청, 미국 특허청으로 선정하였다. 유럽의 경우, 유럽연합(EU)의 디자인 보호 제도와 함께 세계 디자인 보호법의 발전과정에서 큰 두 가지의 흐름인 특허 접근 방식으로 발달한 영국과 저작권 접근 방식의 프랑스의 디자인 보호 제도에 대해 조사하였다.



[그림 14] 주요 특허청의 디자인 출원 동향(1983~2010)  
출처 : WIPO(2011), WIPO 통계자료

## 1) 영국

영국의 디자인은 ①저작권, ②(미등록)디자인권, ③등록디자인에 의해 보호가 인정되고 있다. 이것은 1988년 개정된 영국 디자인 보호법인 CDPA(the Copyright, Design and Patent Act 1988)와 등록디자인법(Registered Design Act 1949)에 의한 것이다.<sup>13)</sup>

CDPA는 저작물 및 창작물을 저작권으로 보호해주는 법률인데, CDPA에서의 ‘디자인’이란 물품의 표면장식 이외에 전체 또는 부분의 형상 또는 형태(내부·외부를 불문한다)의 양상에 관한 디자인을 의미한다(CDPA 제51조). 이때 물품의 표면장식을 저작권에 의한 보호에서 제외한 것은 그것이 등록디자인의 보호대상이 되기 때문이다.<sup>14)</sup> 권리 보호 기간은 저작물에 따라 다르게 적용되는데 문학, 음악, 희곡, 영화의 경우 사후 70년간이고, TV, 라디오 프로그램, 음반은 사후 50년간, 책 또는 신문과 같은 출판 편집에서의 타이포 그래픽 레이아웃은 만든 날로부터 25년간 보호된다.<sup>15)</sup>

(미등록)디자인권은 타인에 의한 디자인 무단복제에 대한 배타적인 권리로, 디자인 등록을 하지 않더라도 자동으로 부여되는 권리다. 그러나 미등록 디자인권은 3D 형상에 한해서만 보호가 되며, 카펫 디자인 또는 벽지와 같은 2D 패턴 또는 제품의 표면 장식은 보호가 되지 않는 불완전한 권리라 할 수 있다. 또한 ‘독점적인 상업적 이용’의 확대 및 보호 기간 연장을 위해서는 등록디자인으로 출원하여 등록을 받는 것이 중요하다. 영국의 미등록 디자인권은 디자인을 만든 날로부터 15년간 보호를 받을 수 있다.<sup>16)</sup>

13)안선우(2010), 한국 디자인보호법의 구조와 적용에 관한 연구, 연세대학교 대학원, p.27

14)한양대학교(2002), 무심사주의 도입의 성과 및 발전방향, p.74

15)한국전자정보통신산업진흥회(2008), 해외지식재산권 보호 가이드북(영국)에 관한 연구, p.22

등록디자인법(RDA)은 하나의 법안에 디자인보호에 등록디자인과 미등록디자인을 함께 두어 서로의 영역에 제한을 두고자 하였다. 이는 저작권의 범위를 제한하는 반면, 상업상 독점적으로 사용하기에 유리한 위치를 차지하는 방식으로 등록디자인을 강화하였다. 등록디자인권은 기존에 존재하던 디자인권과 마찬가지로 차단효(遮斷效, sperrwirkung)가 있는 배타적(exclusive right) 권리이다.<sup>17)</sup> 권리 보호 기간은 25년이다.

## 2) 프랑스

프랑스의 디자인은 ①저작권법, ②디자인보호법, ③상표법, ④부정경쟁방지법에 의해 보호가 인정되고 있다.

프랑스의 디자인 보호법의 가장 큰 특징은 무심사주의라는 것인데, 방식심사만 심사하고 실체 심사는 등록 후 무효 판단 시 법원에서 신규성 및 독창성에 대하여 판단한다.<sup>18)</sup> 프랑스 디자인 등록의 보호대상은 물품의 전체 또는 부분의 모양으로서, 특히 물품의 선, 윤곽, 색채, 모양, 질감 또는 재질의 특징에 유래하는 것은 디자인 또는 모델로 보호 자격이 있다. 공업 제품 또는 수공예품 어느 쪽도 물품으로 간주되며, 특히 복합 물품에 포함되는 부품, 포장, 외장, 도형 기호 및 인쇄 글꼴도 디자인의 보호대상이다.<sup>19)</sup> 프랑스의 디자인 보호법은 저작권법과 중복 보호가 가능하다. 권리 보호 기간은 출원일로부터 5년인데, 이후 5년마다 최대 4회까지 갱신이 가능하다.

---

16)한국전자정보통신산업진흥회(2008), 해외지식재산권 보호 가이드북(영국)에 관한 연구, pp.90-91

17)안선우(2010), 한국 디자인보호법의 구조와 적용에 관한 연구, 연세대학교 대학원, p.28

18)특허청(2013), 해외지식재산권 보호가이드북(프랑스), p.78

19)특허청(2013), 해외지식재산권 보호가이드북(프랑스), p.79

저작권법은 장신구나 의류등과 같이 유행성이 강한 품목에 대해서 보호가 가능하다. 때문에 프랑스의 디자인 보호법은 독점권이나 배타적 권리를 인정하지 않는 저작권적인 방식에 속한다. 권리 보호 기간은 사후 50년이다.

상표법은 물품의 형상이나 외관을 상표로서 등록할 수 있다.

부정경쟁방지법은 물품의 형상이나 외관을 노예적으로 모방(slavish imitation)한 행위에 대해서는 민법 제1382조에 기초한 부정경쟁방지법리에 의하여 이를 금지하고 있다.<sup>20)</sup>

### 3) 유럽연합(EU)

유럽연합(EU)의 디자인은 ①유럽공동체 등록디자인 (RCD: Registered Community Design), ②유럽공동체 미등록디자인 (Unregistered Community Design)에 의해 보호가 인정되고 있다. EU는 ‘디자인의 법적 보호에 관한 1998년 10월 13일의 유럽공동체 지침’ 및 ‘디자인에 관한 2001년 12월 12일의 유럽공동체 규정’을 발효시켜 회원국의 입법을 통일화하고 공동체디자인등록 시스템을 마련하였다. 이에 따라 유럽 공동체 전역을 커버하는 디자인제도는 유럽 공동체 디자인 규정에 따라, 무방식으로 권리가 발생하는 미등록 공동체 디자인권에 대해서는 2002년 3월 6일에 시행되고 있다.<sup>21)</sup>

---

20)안선우(2010), 한국 디자인보호법의 구조와 적용에 관한 연구, 연세대학교 대학원, p.31

21)한국발명진흥회 지식재산권연구센터(2004), 한국디자인보호법제의 발전방향연구, p.10

유럽공동체 등록디자인은 출원·등록이 필요한데, 2003년 초부터 상표와 마찬가지로 OHIM<sup>22)</sup>에서 공동체디자인등록을 받을 수 있는 것으로 되어있다. 등록을 하기 위해서는 신규성, 개성(individual character), 창작자 자유도, 기술적 기능만에 의한 디자인이 아니어야 한다. 권리 보호 기간은 5년인데, 이후 5년마다 최대 4회까지 갱신이 가능하다.

유럽공동체 미등록디자인은 창작자가 제 3자의 무단복제를 예방할 수 있도록 한다. 보호 요건은 신규성이고, 권리 보호 기간은 공중에게 이용가능하게 된 날로부터 3년이다.

#### 4) 미국

미국의 디자인은 ①저작권법, ②특허법(디자인특허), ③상표법의 접근방법을 적용한 트레이드 드레스(Trade Dress)에 의해 보호가 인정되고 있다.

미국의 저작권법은 회화, 그래픽 및 조각 작품의 디자인 보호를 위해 저작권이 존재하지만, 삼차원적 디자인은 실용적 요소와 관념적 또는 물리적으로 분리가능한가 여부에 의해 저작권 보호여부가 결정된다. 따라서 삼차원적 디자인이 저작권으로 보호 받기 위해, 이 같은 판단 여부는 어려운 일이기 때문에 논란의 소지가 있다.<sup>23)</sup> 권리 보호 기간은 사후 50년이다.

미국의 디자인특허는 일반 특허법 안에 속해져 디자인을 보호하는 제도이

---

22)유럽공동체상표청

23)안선우(2010), 한국 디자인보호법의 구조와 적용에 관한 연구, 연세대학교 대학원, p.38

며, 등록을 통해 디자인의 권리를 소유할 수 있게 된다. 디자인 등록 요건으로는 신규성, 비자명성, 장식성이 있다. 여기에서 장식성은 ‘비기능적(non-functional)’이라는 의미를 가진다. 미국 특허법에 있어서 디자인 제도의 특징은 ‘선발명주의’인데, 이것은 창작한 자가 특허권을 소유할 수 있는 것으로, 우리나라를 포함하여 세계 대다수의 국가가 채택하고 있는 ‘선출원주의’, 즉 먼저 출원을 한 자가 특허권을 소유할 수 있는 것과는 다르다. 권리 보호 기간은 14년이다.

트레이드 드레스(Trade Dress)는 상표법의 접근방법을 적용하였는데, 디자인을 상표법에 적용시켜 보호하기 위하여 만들어진 미국 판례상의 법이다. 트레이드 드레스란 상품의 사이즈나 모양, 색채, 무늬, 심지어 독특한 판매기법 등의 특징을 포함하는 상품의 전체적인 이미지를 말한다. 트레이드 드레스는 기능적이지 않아야 하며 고유의 식별력을 가지고 있거나 2차적 의미를 가지고 있을 때 보호된다.<sup>24)</sup> 예를 들면, 코카콜라 병의 모양만 봐도 코카콜라 병이라는 것을 인지할 수 있을 때의 독특한 특징이 바로 트레이드 드레스이다. 기능보다는 제품, 상품의 장식의 개념을 중시한다. 권리 보호 기간은 20년이다.

## 5) 일본

일본의 디자인은 ①저작권법, ②디자인보호법, ③상표법, ④부정경쟁방지법, ⑤디자인기탁제도에 의해 보호가 인정되고 있다.

---

24)특허청(2013), 해외지식재산권 보호가이드북(미국), p.94

일본의 저작권법의 미술저작물의 보호는 원칙적으로 순수 미술품에 한정되며, 응용 미술의 경우에는 제외시키되 다만 예외적으로 응용미술 창작물 중 일품 제작의 미술품인 미술 공예품만 저작권법으로 보호가 가능하다. 즉, 일품 제작의 창작물이 아니더라도 저작권에 의해 보호될 수는 있으나 보호되기 위해서는 미술적 감상의 대상으로 되는 창작물이어야 한다. 결국 어느 정도는 일본 현행법 하에서도 저작권에 의한 산업 디자인의 보호가 가능하나 매우 한정된 범위에 그치고 있는 실정이다. 권리 보호 기간은 사후 50년 까지이다.<sup>25)</sup>

일본의 디자인보호법은 우리나라 법과 비교하여 많은 부분이 유사하지만, 창작비 용이성의 판단기준에 있어 일본은 국내 및 외국에서 공연히 알려진 형상·모양·색채 또는 이들의 결합에 의한 것을 인용대상으로 한다는 점에서 차이가 있으며, 모든 출원디자인에 대해 심사등록주의를 채용하고, 종전의 유사디자인제도가 폐지되어 자기의 등록디자인(기본디자인)에만 유사한 디자인에 대하여는 기본디자인과 동등한 가치를 갖는 것으로 보호하는 관련디자인제도가 새로이 신설되었다는 점에서 우리나라와 큰 차이가 있다. 이밖에 포기된 출원, 디자인등록거절결정이 확정된 출원에 대하여는 선출원의 지위를 인정하지 않고, 등록디자인의 보호범위확인을 위한 판정제도가 있다는 점, 그리고 디자인권의 침해죄가 비친고죄가 되어 있다는 점도 우리나라 디자인법과 다르다.<sup>26)</sup> 디자인보호법의 보호 기간은 15년이다.

일본의 상표법은 우리나라와 마찬가지로 등록주의, 심사주의를 채택하고 있으며 보호 기간은 10년이다.

---

25)한양대학교(2002), 무심사주의 도입의 성과 및 발전방향, p.90

26)한양대학교(2002), 무심사주의 도입의 성과 및 발전방향, p.89

일본의 부정경쟁 방지법은 1993년 부정경쟁방지법을 개정하여 상품형태를 등록과 관계없이 3년간 보호하는 것으로, 원칙적으로 특허법적 접근방식을 취하는 일본 디자인법하에서 소위 “미등록디자인의 보호문제”를 부정경쟁 방지법을 통하여 해결하고 있다.<sup>27)</sup>

일본의 디자인기탁제도는 심사없이 디자인의 권리가 부여되는 제도를 의미하는데, 미등록디자인을 보호하기 위하여 디자인과 디자인등록출원까지 이루어지지 않은 디자인의 기탁을 받아 보관한다. 기탁된 디자인은 비밀상태로 보관하지만, 기탁자로부터 공개의 신청이 있을 때는 인터넷상으로 공개하고 있다. 일본의 디자인 보호제도는 보호요건의 까다로움, 심사 지연, 절차상 복잡성 등이 문제로 지적되고 있다.<sup>28)</sup>

## 6) 중국

중국의 디자인은 ①특허법(외관설계(디자인)보호), 즉 전리권에 의해 보호가 인정되고 있다.

중국은 미국과 마찬가지로 디자인 보호법이 따로 존재하지 않으며, 특허법에 의해 디자인을 보호한다. 보호 대상은 제품의 형상, 도안, 색채 등 미적 감각을 주며 공업에 응용될 수 있는 새로운 디자인이다. 이것은 물건에만 해당되며 외관 설계에만 적용된다. 전리권을 수여받은 디자인은 종래 디자인에 속하지 말아야 하며, 동일한 디자인이 어떤 단위 또는 개인에 의해 출원일 전에 국무원전리행정부문에 전리출원을 하고 출원일 이후에 공고된 전

27)한양대학교(2002), 무심사주의 도입의 성과 및 발전방향, p.90

28)안선우(2010), 한국 디자인보호법의 구조와 적용에 관한 연구, 연세대학교 대학원, pp.41-42

리서류에 기재되지 않은 것이어야 한다. 전리권을 수여받은 디자인은 종래 디자인 또는 종래 디자인의 특징의 조합과 비교하여 명확한 구별 특징을 가져야 한다. 전리권을 수여받은 디자인은 타인이 출원일 전에 이미 취득한 합법적인 권리와 충돌해서는 안 된다. 이 법이 가리키는 종래 디자인이란, 출원일 전에 국내외에서 공중에게 알려진 디자인을 가리킨다.<sup>29)</sup> 권리 보호 기간은 10년이다.

## 2. 국내 디자인 보호 제도

우리나라의 디자인을 보호해주는 법으로는 크게 ①저작권법, ②디자인보호법, ③상표법, ④특허/실용신안법, ⑤부정경쟁방지법 등이 있다. 디자인권과 상표권 관련된 내용은 위의 II-1-3, II-1-4에 있으므로 나머지 법에 대해서만 살펴본다.

우리나라의 저작권은 저작자의 권리와 이에 인접하는 권리를 보호하고 저작물의 공정한 이용을 도모함으로써 문화 및 관련산업의 향상발전에 이바지함을 목적으로 제정되었다. 저작물로는 어문저작물·음악저작물·연극저작물·미술저작물·건축저작물·사진저작물·영상저작물·도형저작물·컴퓨터프로그램저작물 등이 있다.<sup>30)</sup> 저작권법은 디자인보호법과 달리 등록을 하지 않고도 권리가 발생한다. 저작권법은 특허권과는 다르게 독점적 배타적 권리를 지닌 것이 아니라 상대적 권리에 해당한다. 또한 저작권은 디자이너보다는 예술가를 보호해주는 법이므로 산업디자인을 보호하기 쉽지 않다. 보

29)특허청(2014), 해외지식재산권 보호가이드북(중국), p.71

30)두산백과(<http://www.doopedia.co.kr>), 저작권법, 검색일자: 2015. 10. 20

호 기간은 사후 50년이다.

우리나라의 특허법은 발명을 보호·장려하고 그 이용을 도모함으로써 기술의 발전을 촉진하여 산업발전에 이바지함을 목적으로 한다(특허법 제1조).<sup>31)</sup> 실용신안법은 실용적인 고안을 보호·장려하고 그 이용을 도모함으로써 기술의 발전을 촉진하여 산업발전에 기여하기 위하여 제정한 법이다(1961. 12. 31, 법률 제952호).<sup>32)</sup> 특허법의 ‘발명’은 자연법칙을 이용한 사상의 창작으로 고도한 것을 말하며, 실용신안법의 ‘고안’은 자연법칙을 이용한 사상의 창작을 말한다. 실용신안은 소발명(petty invention)이라고도 불리며, 특허에 비해 상대적으로 작은 발명에 대해 주어진다. 특허법의 보호대상인 발명은 기술적 사상의 창작이므로 반드시 물품과 결합되어야 하는 것은 아니다. 반면 디자인은 물품과 결합되어 드러나며, 이와 불가분의 관계라는 점에서 특허와 차이를 보인다. 실용신안법은 산업발전에 기여할 수 있는 물품으로서 일정한 형태성을 가지는 물품이면 족하며 물품의 구성 부분으로서 독립 물품으로 취급되지 않는 물품을 배제하지 않는다. 물품의 구조적 및 기능적 특성에 대한 창작은 디자인 보호 대상이 되지 못하며, 반대로 물품의 모양·색채 등에 대하여 실용신안의 보호 대상이 되지 못한다. 하지만 물품의 형상을 보호한다는 점에서는 공통점이 있으므로, 물품의 형상에 관해서는 실용신안으로 등록하여 보호받는 것이 가능하다.<sup>33)</sup> 특허권의 보호 기간은 20년이고, 실용신안권의 보호기간은 10년이다.

우리나라의 부정경쟁방지법은 국내에 널리 알려진 타인의 상표·상호 등을 부정하게 사용하는 등의 부정경쟁행위와 타인의 영업비밀을 침해하는 행위를 방지하여 건전한 거래질서를 유지함을 목적으로 한다.<sup>34)</sup> 부정경쟁방지법

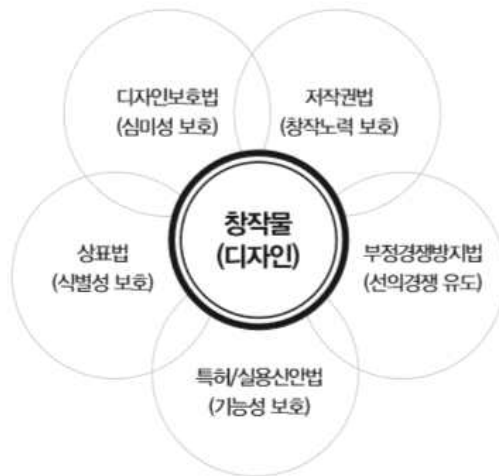
31)두산백과(<http://www.doopedia.co.kr>), 특허법, 검색일자: 2015. 10. 20

32)두산백과(<http://www.doopedia.co.kr>), 실용신안법, 검색일자: 2015. 10. 20

33)안선우(2010), 한국 디자인보호법의 구조와 적용에 관한 연구, 연세대학교 대학원, pp.54-55

34)두산백과(<http://www.doopedia.co.kr>), 부정경쟁방지법, 검색일자: 2015. 10. 20

에서 언급하고 있는 부정행위란 기업과 소비자를 기만할 가능성이 있는 모든 행위이다. 국내에 유명한 상표, 성명, 상호, 상품의 용기나 포장 등과 유사한 것을 사용, 판매, 수입, 수출 등을 하여서 소비자를 혼동하게 하거나, 타 기업의 식별력이나 명성을 손상하는 행위, 거짓 원산지나 생산지를 표기하거나, 타인 상품을 사칭하거나 상품의 품질, 내용, 제조방법, 용도 또는 수량을 오인하게 하는 행위 등이 포함된다.<sup>35)</sup> 디자인 등록이 되어있지 않아도 디자인이 출시된지 3년까지 보호해주는 법이다.



[그림 15] 디자인을 보호해주는 다양한 법  
출처 : 김웅(2015), 디자인보호법의 이론과 실제, 특허청  
국제지식재산연수원

그 외 디자인을 보호하는 제도는 다음의 [표-9]와 같다.

35)김종균(2014), 디자인 전쟁, 흥시커뮤니케이션, pp.267-268

[표-9] 한국의 디자인 보호법과 디자인 보호제도의 유형과 특성

디자인 제도	제도별 특징
유사 디자인 제도	자기의 등록디자인이나 디자인 등록 출원한 디자인(기본디자인)에 물품의 형 상, 모양, 색채 등을 변경한 디자인을 등록함으로써 출원시 디자인권의 모방, 도용을 사전에 방지할 수 있는 제도
한 번 물품 디자인 제도	상관습상 한 별로 판매되고 한 별로 사용되는 물품으로서 전체적인 통일성이 있는 경우에는 하나의 출원으로 등록할 수 있도록 한 제도
비밀 디자인 제도	출원인의 신청이 있는 경우에는 디자인권 설정 등록일로부터 3년 이내의 기 간 동안 디자인 공보 등에 공고하지 아니하고 비밀 상태로 둘 수 있도록 한 제도
조기 공개 제도	출원인이 희망하는 경우 출원 사실을 등록 전에 공개함으로써 제3자의 중복 투자, 중복 연구, 등의 예방을 도모하기 위한 제도
우선 심사 제도	일정한 요건을 갖춘 디자인 출원에 대해 심사를 2개월 안에 착수하여 우선적 으로 심사해주는 제도
무심사 등록 제도	직물지, 벽지, 합성수지 및 등록률이 높은 일부 품목에 대하여는 기본 요건 만을 심사하여 등록함으로써 현행의 신규성, 창작성 등 실체적 요건 심사에 소요되는 기간을 대폭 줄일 수 있는 효과가 있는 제도
복수 디자인 등록 출원 제도	디자인 무심사 등록 출원에 한하여 20개 이내의 디자인을 하나의 출원서로 출원할 수 있게 하여 출원 절차를 대폭 간소화함으로써 출원료 등 비용 부담 을 경감하여 주는 제도
부분 디자인 제도	물품의 부분(예:커피잔의 손잡이부, 안경테의 귀걸이부 등)에 관한 디자인도 등록 을 받을 수 있도록 한 제도

출처 : 안선우(2010), 한국 디자인보호법의 구조와 적용에 관한 연구

### 3. 국내외 디자인 보호 제도 분석

[표-10] 국내외 디자인 보호 제도

국가	권리 종류	특징	기간	보호 방식
영국	저작권법	-표면장식 이외에 전체 또는 부분의 형태의 양상에 관한 디자인을 보호	사후 70년, 사후 50년	특허권적 보호
	(미등록)디자인권	-3D 형상에 한해 디자인 등록을 하지 않더라도 자동으로 부여되는 권리	15년	
	등록디자인	-차단호가 있는 배타적 권리	25년	
프랑스	저작권법	-장신구나 의류등과 같이 유행성이 강한 품목 보호	사후 50년	저작권적 보호
	디자인보호법	-실제 심사는 등록 후 무효 판단 시 법원에서 신규성 및 독창성에 대하여 판단하는 무심사주의 -독점권, 배타적 권리 인정하지 않는 저작권적 방식 -저작권법과 중복 보호 가능	5년, 이후 5년마다 최대 4회 갱신 가능	
	상표법	-물품의 형상이나 외관을 등록		
	부정경쟁방지법	-물품의 형상이나 외관을 노예적으로 모방하는 행위 금지		
유럽연합 (EU)	유럽공동체 등록 디자인	-출원과 등록이 필요	5년, 이후 5년마다 최대 4회 갱신 가능	특허권적 보호
	유럽공동체 미등록 디자인	-창작자가 제 3자의 무단복제를 예방할 수 있도록 함	3년	
미국	저작권법	-회화, 그래픽 및 조각 작품의 디자인 보호 -삼차원적인 디자인은 실용적 요소와 관념적 또는 물리적으로 분리 가능시 보호	사후 50년	특허권적 보호
	특허법 (디자인특허)	-창작한 자가 특허권을 소유할 수 있는 '선발명주의'	14년	
	트레이드 드레스	-디자인을 상표법에 적용시켜 보호하기 위하여 만들어진 미국 판례상의 법 -트레이드 드레스란 상품의 사이즈, 모양, 색채, 무늬, 심지어 독특한 판매 기법등의 특징을 포함하는 상품의 전체적인 이미지를 말함 -기능적X, 고유의 식별력O 또는 2차적 의미O인 경우 보호	20년	

일본	저작권법	-원칙적으로 순수 미술품에 한정되어 보호 -미술 공예품, 미술적 감상의 대상이 되는 창작물 보호	사후 50년	특허권적 보호
	디자인보호법	-우리나라 법과 많은 부분이 유사 -모든 출원디자인에 대해 심사등록주의 채용 -침해죄가 비친고죄로 되어 있음	15년	
	상표법	-등록주의, 심사주의	10년	
	부정경쟁방지법	-미등록디자인의 보호문제를 부정경쟁방지법을 통해 해결하고 있음	3년	
	디자인기탁제도	-심사없이 디자인의 권리가 부여되는 제도 -미등록디자인을 보호하기 위하여 디자인과 디자인등록출원까지 이루어지지 않은 디자인의 기탁을 받아 보관하는 제도		
중국	특허법(외관설계(디자인)보호) =전리권	-제품의 형상, 도안, 색채 등 미적 감각을 주며 공업에 응용될수 있는 새로운 디자인 보호 -출원일 전에 국내외에서 공중에게 알려진 디자인은 보호X	10년	특허권적 보호
한국	저작권법	-상대적 권리에 해당 -디자이너보다는 예술가를 보호해주는 제도	사후 50년	특허권적 보호
	디자인보호법	-독점배타적 권리 -선원주의, 심사주의, 등록주의	20년	
	상표법	-설정등록의 의하여 발생	10년, 이후 10년 마다 평생 갱신 가능	
	특허/실용신안법	-특허법의 발명은 자연법칙을 이용한 사상의 창작으로 고도한 것을 말함 -실용신안법의 고안은 자연법칙을 이용한 사상의 창작을 말함 -발명은 기술적 사상의 창작이므로 반드시 물품과 결합되어야 하는 것은 아님	20년/10년	
	부정경쟁방지법	-국내에 널리 알려진 타인의 상표, 상호 등의 부정 사용을 방지	3년	

위에서 영국, 프랑스, 유럽연합(EU), 미국, 일본, 중국과 우리나라의 디자인 제도 사례에 대해 알아보았다.

영국, 프랑스, 유럽연합(EU), 미국, 일본, 중국 등의 디자인 제도 사례를 살펴보면, 디자인을 보호하기 위하여 지식재산에 대한 특허 전략을 자국에 유리하게 강화하고 있음을 알 수 있다.

영국은 저작권법, (미등록)디자인권, 등록디자인권에 의해 디자인을 보호하고 있고, 프랑스는 무심사주의 방식을 활용하고 디자인을 저작권과 디자인권으로 중복 보호한다. 유럽연합은 유럽공동체 등록디자인과 유럽공동체 미등록디자인에 의해 디자인을 보호하고 있다. 미국은 트레이드 드레스와 특허법으로 디자인을 보호하는데 ‘선발명주의’를 채택하여 활용한다. 일본의 경우 몇 가지를 제외하고 우리나라의 디자인 보호법과 유사하며, 중국은 특허법에 의해 디자인을 보호하는데 아직까지 디자인 보호에 적극적이지 않다.

우리나라 디자인 보호 제도의 경우 디자인을 보호받을 수 있도록 법이 잘 구축되어 있다. 하지만 보호를 받기 위해서는 등록을 해야만 하며 그 등록 과정이 쉽지 않다는 문제점이 존재한다. 점차적으로 복잡한 과정을 단순화하려는 추세이지만 아직까지는 복잡하며 어렵다는 단점이 있다.

그러므로 우리나라 스타트업 기업의 디자인권 활용도를 높이기 위해서 우리나라는 해외 디자인 보호 제도 중에서 무심사주의, 미등록디자인권, 선발명주의와 같은 제도를 참고하여 우리나라의 디자인 보호제도에 맞게 변형할 수 있을 것이다.

## IV. 스타트업의 디자인 중심 지식재산권 침해 및 분쟁 사례 분석

제 2장에서 살펴보았듯이 우리나라의 지식재산권에 대한 관심이 높아지고 있으며 벤처기업 수와 그 경제 기여도 또한 증가하고 있다. 또한 스타트업을 위한 정책도 시행되고 있지만, 벤처기업의 경우 지식재산권 침해 비율이 대기업과 중견기업에 비해 높은 편이며 그에 반해 침해 피해에 대한 대응은 벤처기업이 가장 낮았음을 알 수 있었다. 또한 제 3장에서 살펴보았듯이 우리나라 디자인 보호 제도의 경우 디자인을 보호받을 수 있도록 법이 잘 구축되어 있었지만 보호를 받기 위해서는 등록을 해야만 하며 그 등록 과정이 쉽지 않다는 문제점이 존재한다는 것을 알 수 있었다.

그렇기 때문에 제 4장에서는 스타트업의 지식재산권 보호가 제대로 이루어지지 않고 있는 이유가 무엇인지를 스타트업 기업의 디자인 및 상표에 대한 침해 및 분쟁사례를 통하여 도출해낼 것이다. 또한 스타트업 기업의 디자인 및 상표에 대한 침해 및 분쟁사례를 통하여 지식재산권의 활용도가 낮은 이유가 우리나라 디자인 보호 제도 출원 과정의 어려움 때문인지, 또 다른 어떠한 이유가 존재하는지에 대해 알아볼 것이다.

## 1. 스타트업의 디자인 중심 지식재산권 침해 및 분쟁 사례

스타트업 기업의 디자인 침해 및 분쟁 사례로는 C사, L디자이너, S사, L씨, Y사, C사, R사, K씨 사례를 선정하여 조사를 실시하였고, 스타트업 기업의 상표 침해 및 분쟁 사례로는 O사, D사, D사, S사, K사 사례를 선정하여 조사를 실시하였다. 사례들을 자세히 살펴보면 다음과 같다.

### 1) 디자인 침해 및 분쟁 사례

#### 1-1) ‘C사’ - ‘E사’

C사는 집에서의 삶과 관련된 소품을 디자인하는 스튜디오로, 한국에서 시작한지 이제 1년이 된 디자인 스튜디오이다. C사의 대표 상품 중 COOL ENOUGH VACATION 라인이 있는데, 그 라인 중에 세안밴드인 THE BAND가 있다. C사는 더 밴드에 대한 제품디자인(디자인 리서치, 디자인 모델 스케치)을 2015년 1월에 진행하였고, 디자인연구(소재테스트, 제품모델링)를 2015년 2월에 진행하였다. 그리고 2015년 3월에 제품개발(샘플테스트, 사용테스트)을 끝마치고 더 밴드를 출시하였다. 디자인 출원을 한 날짜를 보면 2015년 3월 10일에 디자인출원을 했고, 7월 17일에 디자인등록이 되었다. 최근 MBC 드라마 주인공이 착용하여 폭발적인 반응을 얻고 있는 THE BAND는 카피제품이 O사를 통해 유통되고 있는 D사 상품 중 일부 제품에 사은품으로 이벤트 증정되고 있다는 점을 확인하였다. C사는 공식메일로 해당내용에 대해 확인을 요청했으나, 2015년 7월에 E사, D사에서 디자인등록증의 무효사유를 검토한다는 통보를 받았고, 현재 소송 진행 중이

다.

C사는 소송비용을 크라우드 펀딩인 와디즈를 통해 모금하고 있다.



[그림 16] C사(좌측)와 E사(우측)의 제품 비교  
출처 : 와디즈, <http://www.wadiz.kr/web/campaign/detail/3178>

## 1-2) ‘L디자이너’ - E사의 ‘B샵’

E사가 지난 2013년에 론칭한 리빙&팬시 SPA브랜드 B샵이 젊은 층 사이에서 인기를 얻고 있는 가운데 이곳에서 판매 중인 상품 중 일부가 국내 디자이너 L씨의 제품을 그대로 베낀 것으로 확인됐다. E사는 본사 브랜드 ‘B샵’ 를 통해 총 13개의 도용의심 품목을 판매했다. 해당 제품들은 이미 국내 디자이너가 출시한 것들이었지만 E사는 중국공장에서 다시 생산해 자사 이름으로 둔갑시켜 판매했다. 특히 ‘POTATO CHIPS MEMO’ 라는 메모지 상품은 디자이너 L씨가 1년 반 만에 내놓은 디자인이었음에도 하루아

침에 E사에 아이디어를 도용당한 것이다. E사 ‘B샵’에서는 제품명과 포장지뿐 아니라 메모지에서 감자향이 나도록 하는 핵심 아이디어까지 그대로 가져와 이것을 반값에 판매해왔다.

이 같은 언론 보도에 대해 E사 측은 모조품이 자사 제품 속 우연히 포함됐을 뿐이라며 아이디어 도용을 부인했다가 지난 2015년 6월 3일 뒤늦게 공식 사과문을 통해 관련자 징계를 비롯해 모조품들을 전량 폐기, 피해 디자이너들의 디자인권을 구입하는 등의 후속 조치를 이미 마쳤다고 공식 입장을 내놨다.<sup>36)</sup>



[그림 17] L디자이너(우측)와 E사(좌측)의 제품 비교  
출처 : 시사포커스, <http://www.sisafocus.co.kr/news/articleView.html?idxno=123292>

36)일요주간(<http://www.ilyoweekly.co.kr/news/articleView.html?idxno=11991>), 2015.06.10

### 1-3) N사의 'S사' - M사의 'MI사'

2014년 4월, S사는 유사한 제품과 디자인, 인테리어 등을 내세워 디저트 점을 개점한 MI가맹본사 및 가맹점을 대상으로 '침해된 디자인을 이용한 제품에 대한 제조, 사용, 양도 등을 금지하는 내용'의 가치분 신청을 서울중앙지방법원에 제기했다. M사가 MI사라는 상호의 디저트 매장을 열어 운영하면서, 'S사 허니칩'을 모방한 제품을 생산·판매하는 한편, 그 모방 제품을 이용해 프랜차이즈 가맹점 사업을 진행해 당사에 심각한 경제적 이익이 침해되고 있다는 게 N사의 주장이다. N사측은 "S사와 가맹계약을 희망하는 사람들이 MI사와 혼동하거나 MI사와 가맹계약을 체결하는 현상까지 발생됨으로써, 당사의 사업상 중대한 차질을 빚고 있어 이를 위해 디자인권 침해에 대한 가치분을 신청하게 됐다"고 설명했다. 회사 측은 또 MI사 가맹본사인 M사에 대해 S사와 유사한 제품을 제조, 판매하는 등 부정경쟁행위를 하고 있다며 부정경쟁행위의 금지 본안소송도 제기했다.<sup>37)</sup>

그 결과, S사는 M사를 상대로 낸 부정경쟁행위 금지소송에서 원고 일부 승소했다. M사는 외부 간판, 메뉴판, 젓소모양 로고 등을 사용할 수 없게 되었다.

---

37)MNB(<http://mnb.moneyweek.co.kr/mnbview.php?no=2014052317328019153>),  
2014.05.25

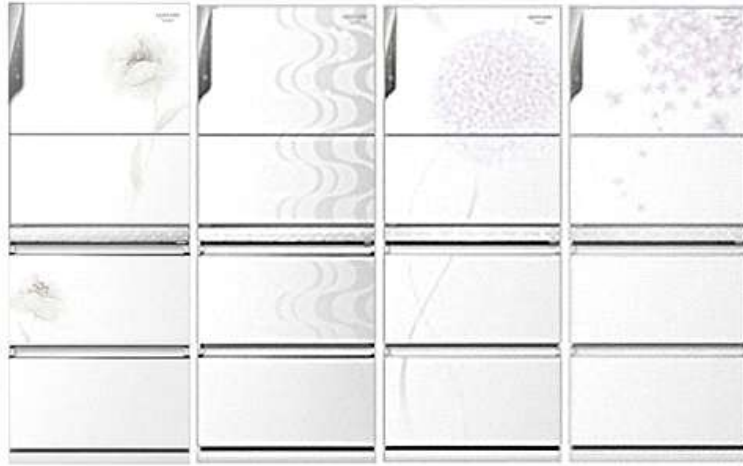


[그림 18] S사(좌측)와 M사(우측)의 인테리어 디자인 비교  
출처 : 뉴데일리경제, <http://biz.newdaily.co.kr/news/article.html?no=10054710>

#### 1-4) L씨 - S사

S사가 L씨에게서 받은 디자인을 해외 유명 디자이너의 것처럼 홍보한 것은 성명표시권 침해라는 판결이 나왔다. L씨는 S사와 2009년 12월 가전제품에 쓰는 패턴 디자인을 제공하는 협력업체 계약을 체결한 뒤 자신의 ‘바람꽃’ 디자인 등을 S사측에 넘겼다. 하지만 S사가 지난해 8월 이 패턴을 이용한 ‘지펠 아삭 김치냉장고’ 제품을 발표하면서 L씨가 아닌 해외 유명 디자이너의 이름을 딴 카탈로그를 제작해 배포하자 손해 소송을 제기했다. 서울서부지법 민사합의13부는 홍익대 산업미술대학원생 L씨가 ‘저작권을 침해당했다’며 S사를 상대로 낸 손해배상 청구 소송에서 3천만 원을 배상하라며 원고 승소 판결했다고 29일 밝혔다.<sup>38)</sup>

38)헤럴드경제([http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20111029000018&md=20120317060747\\_BL](http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20111029000018&md=20120317060747_BL)), 2011.10.29



[그림 19] S사의 김치냉장고 디자인  
출처 : 다나와, <http://m.danawa.com/community/article/article.html?code=1785516>

### 1-5) Y사 - E사의 'S사'

E사가 운영하는 SPA 브랜드 'S사'가 1인 디자이너 브랜드 Y사의 양말 디자인을 표절했다는 논란에 휩싸였다. 2012년 4월 2일 Y사 대표는 자신의 블로그를 통해 S사가 자사의 양말 디자인을 도용했다는 글을 올렸다. Y사 대표에 따르면 S사는 Y사가 2010년 초부터 약 1년간의 준비 기간을 거쳐 지난해 4월 모 유통업체 입점을 통해 런칭한 'Works#2' 제품 디자인과 똑같은 모양의 양말을 올해 초부터 판매하기 시작했다. 실제 Y사 대표가 블로그에 올린 S사와 Y사 양말 비교사진을 보면, 두 제품은 미세한 차이가 있을 뿐 거의 똑같은 디자인을 보이고 있다.<sup>39)</sup>

Y사 대표는 E사 측에 항의했지만 오히려 디자인에 관한 권리를 증명하라는 답변만 돌아왔다. 하지만 Y사와 같은 소규모 업체들은 디자인 등록을 하

<sup>39)</sup>매일일보(<http://www.m-i.kr/news/quickViewArticleView.html?idxno=55640>), 2012.05.17

지 않는 경우가 대부분이어서 디자인을 도용당해도 법적으로 보호받을 길이 마땅치 않다. 대리인을 통한 경우 디자인 한점당 드는 비용도 부담이며, 디자인 출원에서 등록까지 최소 3개월이 걸리는데 등록 전까지는 효력이 없기 때문에 디자인 등록의 실효성을 크게 느끼지 않고 있는 실정이다.<sup>40)</sup>



[그림 20] Y사(우측)와 S사(좌측)의 양말 디자인 비교  
출처 : 매일일보, <http://www.m-i.kr/news/articleView.html?idxno=55640>

### 1-6) C사 - U사

패션잡화업체 C사는 이미 디자인해 판매하고 있는 양말 무늬를 의류(SPA) 브랜드 U사가 무단 사용했다고 주장했다. C사는 20대 신인 남성 디자이너

<sup>40)</sup>머니투데이([http://m.mtn.co.kr/news/news\\_view.php?id=2012050813595767545](http://m.mtn.co.kr/news/news_view.php?id=2012050813595767545)), 2012.05.08

2명이 세운 회사 ‘서울 올드핸드 유니온’ 에서 2011년 4월 출시한 패션잡화 브랜드다.

2013년 2월 8일 ‘C사’ 는 자사 블로그를 통해 “2011년 4월부터 판매한 C삭스의 패턴을 U사가 컬러와 직조만 변경해 무단 사용, U사가 C사의 지적재산권을 침해했다” 고 주장했다. C사 측의 양말 무늬는 기존 인디언 전통 나비호문양 요소들을 독창적으로 재디자인한 패턴으로 U사의 양말 역시 이 같은 구체적인 디테일과 크기, 위치 등이 동일해 ‘베끼기’ 로 볼 수밖에 없다는 게 C사 측의 주장이다. 이 같은 사실이 알려지자 U사 측은 해당 제품을 전격 판매 중단했고, 사과글을 공지했다.<sup>41)</sup>



[그림 21] C사(좌측)와 U사(우측)의 양말 디자인 비교  
출처 : <http://jjycokr.egloos.com/v/3016524>

---

41)이데일리([http://www.edaily.co.kr/news/realtime/realtime\\_NewsRead.asp?newsid=02407526602710848](http://www.edaily.co.kr/news/realtime/realtime_NewsRead.asp?newsid=02407526602710848)), 2013.02.15

### 1-7) R사 - D사

D사가 복제 수준으로 R사의 디자인을 도용한 사례가 있다. R사에 등록된 R BAG 1(디자인등록 제 30-0667454호)이 D사 매장에서 같은 색, 같은 디자인으로 팔린 것이다. 지퍼의 위치, 가방의 손잡이 등 위치마저 같아 같은 회사의 제품이라 생각될 정도였다. R BAG 1은 R사의 주력상품이고, R사의 시그니처 아이템이다. 당시 R사는 1인 회사에 가까웠으며 유통과정조차 없이 프리마켓에서 파는 등, 매장 하나로 시작해 서서히 커나갔다. 가방 제품들의 독창성이 인정되어 방송, 패션지 등에 실렸다. 그런데 올 해 3월 대기업인 D사에서 R사와 똑같은 제품을 들고 나왔다. D사는 도용을 인정하였고, 자신들의 페이스북에 해당 상품의 판매중단과 회수지시를 내렸다는 글을 올렸다. 42)



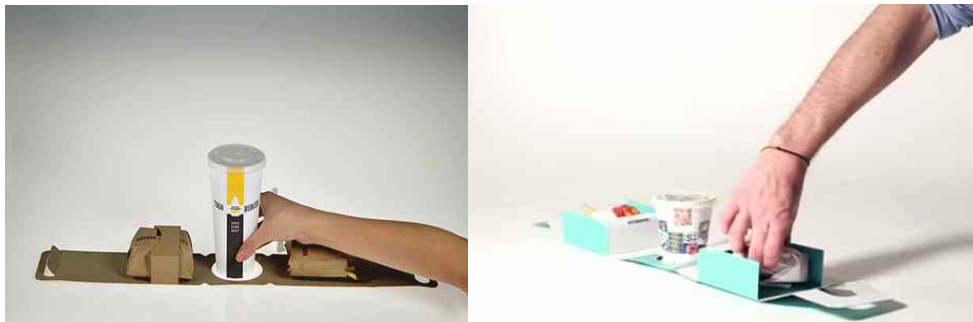
[그림 22] R사(좌측)와 D사(우측)의 가방 디자인 비교  
출처 : 파이낸셜투데이, <http://www.ftoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=15697>

42)파이낸셜투데이(<http://www.ftoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=15697>), 2013.04.29

## 1-8) K씨 - M사

M사의 ‘M바이크 팩’은 특수포장 위에 구멍이 있어서 자전거 핸들에 걸고 달릴 수 있게 디자인 되어 있다. 이 패키지는 덴마크의 코펜하겐과 콜롬비아 메델린에서 큰 호응을 얻고 있으며 네덜란드 암스텔담과 일본 도쿄에서도 판매될 예정이다.

하지만 ‘M바이크 팩’이라고 불리는 이 패키지는 2년 전 한인 학생의 작품을 무단도용한 것으로 알려졌다. 2013년 로드아일랜드 디자인 스쿨에서 박사 과정을 밟던 한인 K씨의 작품을 그대로 카피한 것이라는 평이다. K씨가 효과적으로 패스트푸드를 운반하고, 포장지 사용을 반으로 줄이기 위하여 낸 아이디어였다. K씨는 ‘디자인과 관련해 M사 측으로부터 아무런 연락도 받지 못했다. 내 디자인이 실제로 시장에서 활용된다는 것은 기쁘지만 허락 없이 카피판다는 것은 불쾌하다.’라고 말했다. USA 투데이지에 따르면 M사는 아직까지 디자인 도용 논란과 관련해 공식 입장을 밝히지 않고 있다.<sup>43)</sup>



[그림 23] K씨(좌측)와 M사(우측)의 디자인 비교  
출처 : <http://blog.chosun.com/blog.log.view.screen?logId=7814617&userId=silhouette>

43) <http://blog.chosun.com/blog.log.view.screen?logId=7814617&userId=silhouette>,  
2015.06.30

## 2) 상표 침해 및 분쟁 사례

### 2-1) O사 - A사의 'OS사'

한방차 전문점 'O사'와 대기업 A사가 운영하는 녹차 전문점 'OS사' 사이에 상표권 분쟁이 일어났다. O사는 2009년 7월에 제1호 스토어를 오픈했으나 당시 처음 창업을 하다 보니 상표권에 대한 지식이 없어 전통차에 대한 상표권 1개만 등록을 했다. 그런데 A사가 2011년 말에 특허청에 O사 이름으로 다양한 상표권을 출원 신청했다. 한방차류를 제외한 인삼류, 과일류 및 대추, 건강기능식품 등에 대해 O사라는 상표를 쓰지 못하도록 한 것이다.

사업이 커지자 O사는 대추절편, 유자청, 전통차 티백 등 상품을 다양화 해 출시하려고 했다. 2013년 11월에 상표권을 출원하려고 했을 때, O사라는 상표권 수십여개를 A사가 특허청에 출원했다는 사실을 알게 된 것이다. 2014년 3월 4일 특허심판원은 최근 “출원상표(A사)와 선등록서비스(O사) 칭호가 동일한 것이 우연의 일치로 볼 수 없고 선등록서비스가 갖는 이미지나 고객 흡인력에 편승해 부당이익을 얻으려고 출원한 것으로 봄이 상당하다”며 상표권 분쟁서 O사의 손을 들어줬다.<sup>44)</sup>

---

44)조선비즈([http://biz.chosun.com/site/data/html\\_dir/2014/03/04/2014030402735.html?query=%EC%95%84%EB%AA%A8%EB%A0%88+%EC%98%A4%EC%84%A4%EB%A1%9D+%EC%B2%AD%EB%85%84%EA%B8%B0%EC%97%85+%EC%98%A4%EA%B0%80%EB%8B%A4+%E2%80%98%EC%83%81%ED%91%9C%EA%B6%8C+%EB%B6%84%EC%9F%81&.x=22&.y=9](http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2014/03/04/2014030402735.html?query=%EC%95%84%EB%AA%A8%EB%A0%88+%EC%98%A4%EC%84%A4%EB%A1%9D+%EC%B2%AD%EB%85%84%EA%B8%B0%EC%97%85+%EC%98%A4%EA%B0%80%EB%8B%A4+%E2%80%98%EC%83%81%ED%91%9C%EA%B6%8C+%EB%B6%84%EC%9F%81&.x=22&.y=9)), 2014.03.04

<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <span>종류 [8] 오가다 Oga.da</span> </div>		
	상품분류 : 29 출원(국제등록)번호 : 4020130074338 등록번호 : 공고번호 : 도형코드 : 241702 260118 270526	출원인 : 주식회사 오가다 출원(국제등록)일자 : 2013.11.08 등록일자 : 공고일자 : 대리인 : 특허법인필앤온지
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <span>기타 [9] 오가다</span> </div>		
	상품분류 : 30 출원(국제등록)번호 : 4020110062317 등록번호 : 공고번호 : 4020130010367 도형코드 :	출원인 : (주)아모레퍼시픽 출원(국제등록)일자 : 2011.11.09 등록일자 : 공고일자 : 2013.02.05 대리인 : 김영철
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <span>기타 [10] 오가다</span> </div>		
	상품분류 : 29 출원(국제등록)번호 : 4020110062316 등록번호 : 공고번호 : 4020130010366 도형코드 :	출원인 : (주)아모레퍼시픽 출원(국제등록)일자 : 2011.11.09 등록일자 : 공고일자 : 2013.02.05 대리인 : 김영철

[그림 24] O사와 A사의 상표권 등록

출처 :

[http://biz.chosun.com/site/data/html\\_dir/2014/03/04/2014030402735.html?query=%EC%95%84%EB%AA%A8%EB%A0%88+%EC%98%A4%EC%84%A4%EB%A1%9D+%EC%B2%AD%EB%85%84%EA%B8%B0%EC%97%85+%EC%98%A4%EA%B0%80%EB%8B%A4+%E2%80%98%EC%83%81%ED%91%9C%EA%B6%8C+%EB%B6%84%EC%9F%81&.x=22&.y=9](http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2014/03/04/2014030402735.html?query=%EC%95%84%EB%AA%A8%EB%A0%88+%EC%98%A4%EC%84%A4%EB%A1%9D+%EC%B2%AD%EB%85%84%EA%B8%B0%EC%97%85+%EC%98%A4%EA%B0%80%EB%8B%A4+%E2%80%98%EC%83%81%ED%91%9C%EA%B6%8C+%EB%B6%84%EC%9F%81&.x=22&.y=9)

## 2-2) D사 - J사

부동산 직거래 서비스를 제공하는 D사의 유광연 대표는 상표권 등록을 추진하다 뜻밖의 난관에 부딪혔다. 대기업인 J사가 두꺼비를 주요 산업분야에서 사용하지 못하도록 미리 등록을 해뒀기 때문이다. 유 대표는 소송비용이 약 1,000만원에 달해 신생 기업으로서 적잖이 부담은 뒀지만 '헌집 줄테니 새 집 준다'는 콘셉트로 이끌어온 회사를 이제 와서 포기할 수 없다는 판단 아래 특허심판원에 불사용 취소 심판 소송을 제기했다. J사가 부동산 분야에서 사용하지 않는 상표권을 못 쓰도록 하는 것은 지나친 처사라는 이유에서였다. 그 결과 유 대표는 지난달 소송에서 최근 승리하며 상표권을 획득하게 됐다.<sup>45)</sup>



[그림 25] D사 CI

출처 :

<http://www.se-sang.com/network/seinto/sedb/view/607?jsessionid=431BC87F61362C32B736B47853FC0FFA>



[그림 26] J사 CI

출처 : 머니투데이, <http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2006061309495607770>

### 2-3) D사 - Z사

부동산 중개업을 운영하는 'Z사'와 'D사'는 동종 업계 간에 분쟁이 일어난 대표적인 사례다. 발단은 Z사가 D사 등 주요 경쟁업체들의 상표권 등록을 추진하면서 시작됐다. 특히 D사의 경우에는 상품분류코드 중 대분류에 해당하는 금융업, 부동산업, 무역업이 포함된 '상품 제 36류'와 전자통신이 관련된 '상품 제 9류'에서 각각 하나의 중분류에만 상표권 등록을 해놓은 상태

---

45)서울경제(<http://economy.hankooki.com/lpage/industry/201503/e20150308171833120180.htm>), 2015.03.08

였다. 이를 알아챈 Z사가 나머지 중분류 항목에서 'D사' 이름으로 상표권 출원을 먼저 시도했던 것. 이에 D사가 이의를 제기한 결과 Z사는 36류에서는 출원이 무산된 반면 9류에서는 출원에 성공하고 상표권 등록을 눈앞에 두고 있다.<sup>46)</sup>



[그림 27] Z사 CI(상)와 D사 CI(하)  
출처 : 위클리 오늘, <http://www.weeklytoday.com/news/articleView.html?idxno=35864>

#### 2-4) S사 - G사

2012년 12월 23일 애니팡 개발사 S사는 “애니팡 상표권을 둘러싸고 D사와 분쟁 중”이라며 D사가 등록한 애니팡 상표의 불사용 취소심판을 청구해 놓은 상태라고 밝혔다. D사는 애니메이션 교육 책자를 제작해 판매하는 회사로 지난 2004년 애니팡 상표 등록을 마무리했다. S사는 애니팡 게임 캐릭터 관련해 상표 출원을 준비하던 중, D사에 만화영화, 서적, 완구, 컴퓨터소프트웨어의 4개 분야에 애니팡 상표권이 등록된 것을 알았다. S사는 D사가 상표 등록 후 5년 동안 상표를 사용하지 않았다는 주장을 앞세워 상표 불사용 취소심판을 청구했다. D사는 청구 사실을 통보받은 후 이에 맞

46)서울경제(<http://economy.hankooki.com/lpage/industry/201503/e20150308171833120180.htm>), 2015.03.08

대응해 상표권 침해 경고장을 S사에 발송했다.<sup>47)</sup>

2013년 10월 15일 S사는 D사를 상대로 특허법원에 제출한 애니팡 상표권 불사용 취소심판에서, 9류(만화영화·다운로드 가능한 컴퓨터 소프트웨어·프로그램), 28류(봉제완구) 등 2개 부분에 이어 16류(서적류·만화류)를 포함한 전 부문에서 승소했다.<sup>48)</sup>



[그림 28] 애니팡

출처 :

<http://besuccess.com/2012/12/%EA%B5%AD%EB%AF%BC%EA%B2%8C%EC%9E%84-%EC%95%A0%EB%8B%88%ED%8C%A1-%EC%83%81%ED%91%9C%EA%B6%8C-%EB%B6%84%EC%9F%81-%ED%9C%98%EB%A7%90%EB%A0%A4/>

47)<http://besuccess.com/2012/12/%EA%B5%AD%EB%AF%BC%EA%B2%8C%EC%9E%84-%EC%95%A0%EB%8B%88%ED%8C%A1-%EC%83%81%ED%91%9C%EA%B6%8C-%EB%B6%84%EC%9F%81-%ED%9C%98%EB%A7%90%EB%A0%A4/>, 2012.12.24

48)지디넷코리아([http://www.zdnet.co.kr/news/news\\_view.asp?artice\\_id=20131015170201&type=det&re=](http://www.zdnet.co.kr/news/news_view.asp?artice_id=20131015170201&type=det&re=)), 2013.10.15

## 2-5) K사 - G사

새로운 소셜 벤처로 주목받는 K사가 최근 이름을 둘러싸고 한 다국적 기업과 치열한 다툼을 벌이고 있다. ‘K사는 최근 두 건의 상표 출원을 했다. 이를 두고 미국의 대형 의류업체 ‘G사’에서는 이의신청 대리인인 법무법인 김앤장을 통해 K사가 출원한 상표권 두 건 모두에 대해 ‘2002년과 2004년에 선출원한 자사의 상표권을 침해하고 있다’며 이의 신청서를 제출했다.

K사는 아직 G사 측과 소송 진행을 시작한 것은 아니지만, 글로벌 기업과 상표권 분쟁을 할 경우 수년간의 법정 싸움이 예상돼 그동안 어렵게 세운 스타트업 기업을 운영할 수 없어 경영에 큰 차질이 있을 수 있다.<sup>49)</sup>



[그림 29] K사 CI(좌측)와 G사 CI(우측)  
출처 : <http://platum.kr/archives/19505>

49)한국경제매거진([http://magazine.hankyung.com/jobnjoy/apps/news?popup=0&nid=05&c1=5001&nkey=2014050700055056105&mode=sub\\_view](http://magazine.hankyung.com/jobnjoy/apps/news?popup=0&nid=05&c1=5001&nkey=2014050700055056105&mode=sub_view)), 2014.05.19

## 2. 사례 분석의 결과 및 시사점

[표-11] 디자인 침해 및 분쟁 사례 시사점

업체	시사점	지식 재산권	무단 도용
C사와 E사	-C사는 7월에 디자인 등록이 되었는데, E사는 디자인등록증을 무효화하는 소송을 같은 7월에 진행한 것으로 보아 디자인권이 있다는 사실을 모르고 도용했을 가능성이 크므로, 제품 공개 전 디자인 등록이 요구된다. -대기업과 특허소송을 하게 된 C사는 크라우드 펀딩을 통해 비용을 모금중인 것으로 보아 비용 문제가 큰 문제임을 알 수 있다.	○	○
L디자이너와 E사의 'B샵'	-B샵 측은 L디자이너의 제품을 그대로 도용했지만, 모조품 전량 폐기와 피해 디자이너의 디자인권을 구입하는 등의 후속 조치로 사건을 마무리했다. 스타트업의 경우 분쟁 비용을 감당하기 어려워 이와 같이 합의로 끝내는 경우가 많기 때문에 대기업이 근본적으로 모방의 빈도를 줄이도록 하는 제도가 필요하다.	○	○
N사의 'S사' 와 M사의 'M사'	-S사는 디자인을 등록하지 않았지만 부정경쟁방지법을 이용하여 소송에서 승소했으나, 잘 알려지지 않은 기업이라면 부정경쟁방지법으로 보호를 받지 못할 수 있으므로 부정경쟁방지법의 보호 범위가 넓어져야 한다. 또한 디자인을 일부 변형하여 사용했을 경우 원창작자에게 피해가 가지 않도록 제도를 개선하여야 한다.	X	○
L씨와 S사	-디자인 용역 후 기업에 디자인권이 이전되어 S사에서 원창작자의 협의 없이 해외 유명 디자이너가 디자인한 제품이라고 판매했는데, L씨는 저작권으로 인해 손해배상청구에서 승소하였다. L씨가 저작권으로 보호를 받은 것처럼 디자인권의 권리가 원창작자에게도 일정하게 부여되어 피해를 줄여야 한다.	X	X
Y사와 E사의 'S사'	-제품 라이프 사이클이 짧은 의류업계의 경우 디자인무심사등록제도를 활용할 수 있지만, 그마저도 등록까지 최소 3개월이 걸려 Y사와 같이 소규모 업체들은 디자인 등록을 하지 않는 경우가 대부분이다. 이러한 문제점을 해결할 수 있도록 무심사제도를 개선하여야 한다.	X	○
C사와 U사	-U사는 C사의 양말디자인을 거의 유사하게 모방했지만, 해당 제품의 판매를 중지하고 사과 글을 공지했다. 쉽게 모방하는 관습을 없앨 수 있는 제도가 필요한 것으로 보이며, 디자인을 일부 변형하여 사용했을 경우 원창작자에게 피해가 가지 않도록 제도를 개선하여야 한다.	X	○

R사와 D사	-D사 측은 R사의 디자인을 그대로 도용했지만, 제품의 판매증단과 회수를 하며 사건을 마무리했다. 스타트업의 경우 디자인권이 있어도 분쟁 비용을 감당하기 어려워 이와 같이 합의로 끝내는 경우가 많기 때문에 대기업이 근본적으로 모방의 빈도를 줄이도록 하는 제도가 필요하다.	○	○
K씨와 M사	-본인의 공개된 디자인에 대하여 2년이 지나도록 디자인권을 출원하지 않았으며, 그 디자인을 M사에서 사용하였다. 제품 공개 전 디자인 등록이 요구되며, 디자인권 출원하지 않았다 하더라도 도용한 디자인에 대하여 일정권리를 행사할 수 있도록 제도 개선이 필요하다.	X	○

디자인 침해 및 분쟁 사례의 경우 대부분 대기업이 소규모의 기업의 디자인을 도용하여 발생한 경우임을 알 수 있다. 그러나 지식재산권을 가지고 있지 않았던 기업이 총 8개 사례 중 5개나 되므로 스타트업은 침해 및 분쟁이 발생했을 경우 디자인에 대한 권리를 지키기 위하여 지식재산권에 대한 이해도를 높이고 창작물에 대한 지식재산권을 습득해야 할 것이다. 또한 스타트업은 특히 분쟁이 발생했을 경우 분쟁 비용이나 분쟁에 소요되는 시간이 부담되어 제대로 소송을 하지 못하는 경우가 대부분이므로 이를 해결하기 위한 방안이 요구된다. 또한 디자인을 도용하였을 때 그에 대한 처벌을 강화하여 쉽게 디자인 도용을 하지 못하도록 해야 할 것이다. 그리고 삼성의 사례에서 볼 수 있었듯이 의뢰받은 디자인의 경우 권리가 대부분 의뢰기업에 귀속되므로, 디자인권자와 창작자를 분리시켜 디자인권자만이 모든 권리를 행사할 수 있는 현재의 제도를 보완하여 창작자에게도 일정한 권리를 부여하도록 제도를 개선하여야 할 것이다.

[표-12] 상표 침해 및 분쟁 사례 시사점

업체	시사점	지식 재산권	무단 도용
O사와 A사의 'OS사'	-O사는 맨 처음 창업을 할 때 상표권에 대한 지식이 없어 전통 차에 대한 상표권 1개만 등록하였는데, A사가 유사 다른 분야의 상표권을 부당이익을 얻기 위해 등록하여 소송을 하게 됐다. 지식재산권에 대한 이해도를 높여야 할 것이며, 부당한 목적으로 상표권을 낸 경우, 이를 방지하기 위한 제도 개선이 필요하다.	X	O
D사와 J사	-대기업인 J사는 '두꺼비'를 주요 사업분야에서 사용하지 못하도록 미리 상표권을 등록하여 D사가 상표권을 등록하려고 할 때 문제가 발생했다. 사용하지 않는 상표권을 경쟁방지의 목적으로 상표권을 출원한 경우, 이를 방지하기 위한 제도 개선이 필요하다.	X	X
D사와 Z사	-D사는 상대기업인 Z사를 견제하기 위한 목적으로 'Z사'이라는 상표권을 미리 다른 분류에 등록하려고 시도했다. 사용하지 않는 상표권을 상대기업을 견제하기 위한 목적으로 출원했을 경우, 이를 방지하기 위한 제도 개선이 필요하다.	X	O
S사와 G사	-G사는 자사의 사업과 관련된 분류에 '애니팡' 상표권을 미리 등록해 두었다. 사용하지 않는 상표권을 경쟁방지의 목적으로 상표권을 출원한 경우, 이를 방지하기 위한 제도 개선이 필요하다.	X	X
K사와 G사	-G사는 자사의 상표와 조금이라도 유사한 상표는 상표권으로 등록하지 못하도록 K사의 상표권 출원에 이의 신청서를 제출했다. 스타트업의 경우 특허 분쟁 기간 동안 경영에 큰 차질이 생길 수도 있으므로 과도한 방어 목적의 소송을 방지하는 제도가 필요하다.	X	X

상표 침해 및 분쟁 사례의 경우 대부분이 상대기업을 견제하기 위하여 상대기업의 상표권을 미리 출원하거나 혹은 자신의 상표권과 유사한 상표권을 다른 분야에까지 미리 출원하여 경쟁을 방지하려고 하는 경우임을 알 수 있다. 주지저명한 기업의 경우 부정경쟁방지법을 통하여 상표권을 되찾을 수 있지만, 그렇지 않은 경우 상표권을 구입하거나 상표를 바꾸어야 하는 경우가 발생한다. 스타트업의 경우 특허 분쟁 기간 동안 경영에 큰 차질이 생길 수 있으므로, 사용하지 않는 상표권을 경쟁방지의 목적으로 출원, 등록을 한 경우라면 이를 방지하기 위한 제도가 필요하다. 또한, 상표권에 대한 지식이 부족하여 특허 소송을 경험하게 되는 경우도 있으므로 지식재산권에 대한 이해도를 높이고 지식재산권 출원에 힘써 권리를 지켜야 할 것이다.

스타트업의 디자인과 상표의 침해 및 분쟁 사례를 종합하여 보면, 스타트업의 지식재산권 보호가 제대로 이루어지지 않는 이유는 일단 지식재산권에 대한 이해와 중요성에 대한 인식이 부족하며 지식재산권을 소유하고 있는 기업이 적기 때문이었다. 지식재산권 보유율이 낮은 이유는 지식재산권을 출원하고 등록하는 과정이 복잡하며, 소모되는 비용과 시간이 스타트업 기업에는 부담이 되기 때문이다. 마찬가지로 특허 소송이 진행될 때 소모되는 비용과 시간 때문에 특허 소송을 진행하는 것을 피하려고 하는 모습을 볼 수 있었다. 또 지식재산권 보유율이 낮은 다른 이유로는 디자인권은 디자인권자와 창작자를 분리시켜 디자인권자만이 모든 권리를 행사할 수 있게 하는데, 스타트업에서 의뢰를 받아 디자인을 창작한 경우 권리가 대부분 의뢰 기업에 귀속되기 때문임을 알 수 있었다.

## V. 스타트업의 지식재산권 활용 전략 실태

### 1. 설문 목적 및 설계

제 3장과 제 4장에서 살펴보았듯이 스타트업 기업은 지식재산권에 대한 이해와 중요성에 대한 인식이 부족하였고, 지식재산권을 출원하고 등록하는 과정의 복잡함과 그 과정에 소모되는 비용과 시간이 부담되어 지식재산권을 소유하고 있는 기업이 적음을 알 수 있었다. 또한 스타트업에서 의뢰를 받아 디자인을 창작한 경우 권리가 대부분 의뢰기업에 귀속되기 때문에 지식재산권을 소유하고 있지 못하는 경우도 볼 수 있었다. 또한 특허 소송이 진행될 때 소모되는 비용과 시간 때문에 특허 소송을 피하려고 하는 모습을 볼 수 있었다.

따라서 현업에서 디자인을 활용하는 스타트업 종사자와 일반 기업 종사자들을 대상으로 한 설문을 통해 지식재산권 활용 실태를 알아보고 현 상황의 문제점과 앞으로 스타트업의 지식재산권 활용도를 높이기 위해 어떻게 지식재산권을 활용해야 하는지와 제도적 개선의 방향성을 살펴보는 데 의의가 있다. 설문조사의 목적은 다음과 같다.

- 1) 기업의 지식재산권에 대한 이해도와 중요성에 대한 인식에 대해 알아본다.
- 2) 기업의 디자인권 및 상표권의 출원 경험과 그에 따른 애로사항에 대해 알아본다.

3) 기업의 창작물에 대한 도용 및 모방으로 인한 피해 경험에 대해 알아본다.

4) 기업의 외부와의 프로젝트 경험과 그 결과물에 대한 권리의 주체에 대해 알아본다.

1), 2), 3), 4)에 관련된 문항은 총 21문항이며, 인구통계학적 기본 질문 5문항을 포함한 총 질문은 26문항이다.

## 2. 설문 대상 및 방법

본 연구는 스타트업 기업의 지식재산권 활용에 대한 현 상황과 문제점, 그리고 앞으로 스타트업의 지식재산권 활용도를 높이기 위해 어떻게 지식재산권을 활용해야 하는지와 제도적 개선의 방향성을 살펴보기 위하여 설문조사 방법을 활용하였다. 설문조사는 시간과 거리에 구애 받지 않는 온라인 설문조사를 통하여 진행하였다.

설문 대상은 현업에서 디자인을 활용하는 스타트업 종사자와 일반 기업 종사자들을 대상으로 진행하였다. 설문조사는 총 65명에게 보냈으며 설문조사에 참여한 응답자는 31명이다. 일반 기업과 스타트업 기업과의 지식재산권에 대한 인식의 차이를 알아보기 위하여 설문 대상에 일반 기업 종사자들이 포함되도록 설문을 진행하였다.

[표-13] 설문조사 정보

기업의 디자인 경쟁력 강화를 위한 지식재산권 활용에 대한 설문조사	
조사대상	현업에서 디자인을 활용하는 스타트업 종사자와 일반 기업 종사자 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 스타트업 종사자 14명</li> <li>• 일반 기업 종사자 17명</li> </ul>
조사방법	온라인 설문조사
조사기간	2015년 11월 9일 ~ 11월 16일

### 3. 설문 조사의 결과 및 분석

#### 1) 설문 조사의 결과

##### 1-1) 응답자의 인구 통계적 특성

피험자의 인구 통계학적 특징을 파악하기 위하여 산출된 결과는 [표-14], [표-15]와 같다.

[표-14] 응답자의 업무 형태

내용	응답내용	비율(%)
1. 귀하는 업무 형태는 다음 중 무엇입니까?	스타트업 기업	45%
	일반 기업	55%

[표-15] 응답자의 인구 통계학적 특성

내용	업무 형태	응답내용	비율(%)
2. 귀하의 직위는 다음 중 무엇입니까?	스타트업 기업	사원	50%
		주임	14%
		대리	0%
		팀장	22%
		과장	0%
		임원	7%
		대표	7%
	일반 기업	사원	53%
		주임	17%
		대리	18%
		팀장	12%
		과장	0%
		임원	0%
		대표	0%

3. 귀사에 종사하는 직원의 수는 몇 명입니까?	스타트업 기업	1명	7%
		2-4명	29%
		5-9명	21%
		10-19명	29%
		20-29명	0%
		30-49명	14%
		50-299명	0%
		300명 이상	0%
	일반 기업	1명	0%
		2-4명	6%
		5-9명	6%
		10-19명	12%
		20-29명	12%
		30-49명	18%
50-299명		23%	
300명 이상		23%	
4. 귀사에 종사하는 디자이너의 수는 몇 명입니까?	스타트업 기업	0명	22%
		1명	57%
		2명	7%
		3명	0%
		4명	7%
		5-9명	7%
		10명 이상	0%
		일반 기업	0명
	1명		23%
	2명		18%
	3명		6%
	4명		12%
	5-9명		6%
	10명 이상		29%
5. 귀사는 창업한지 얼마나 된 기업입니까?	스타트업 기업		1년 미만
		1년 이상-3년 미만	43%
		3년 이상-5년 미만	14%
		5년 이상-7년 미만	7%
		7년 이상-10년 미만	0%
		10년 이상-20년 미만	0%
		20년 이상	0%
		일반 기업	1년 미만
	1년 이상-3년 미만		12%
	3년 이상-5년 미만		0%
	5년 이상-7년 미만		18%
	7년 이상-10년 미만		6%
	10년 이상-20년 미만		29%
	20년 이상		35%

[표-14]에서 스타트업 종사자의 비율이 45%이며 일반 기업 종사자의 비율은 55%이다. [표-15]에서 두 집단별로 직위에서는 큰 편중현상이 없었는데, 직원수의 경우 스타트업은 1명에서 10-19명 사이에 거의 90% 가까운 응답률을 보였으며 일반 기업은 10-19명에서 300명 이상 사이에 거의 90% 가까운 응답률을 보였다. 디자이너의 수도 스타트업에 비해 일반 기업이 높았다. 스타트업의 경우 창업한지 5년 미만의 회사가 90%가 넘었으며, 일반 기업의 경우 창업한지 10년 이상인 회사가 60%가 넘었다.

이와 같은 결과는 연구자가 의도한 일반 기업과 스타트업 기업과의 지식재산권에 대한 인식의 차이를 조사하려는 의도에서 벗어나지 않은 것으로 사료된다.

### 1-2) 기업의 지식재산권에 대한 인식

기업의 지식재산권에 대한 이해도와 중요성에 대한 인식에 대해 알아보기 위한 설문내용과 응답결과는 아래 [표-16]과 같다.

[표-16] 기업의 지식재산권에 대한 인식

내용	업무 형태	응답내용	비율(%)
6. 지식재산권에 대해 얼마나 알고 있다고 생각합니까?	스타트업 기업	전혀 모른다	14%
		모른다	50%
		보통	7%
		알고있다	22%
		잘 알고있다	7%
	일반 기업	전혀 모른다	0%
		모른다	23%
		보통	41%
		알고있다	18%
		잘 알고있다	18%

7. 디자인권에 대해 얼마나 알고 있다고 생각합니까?	스타트업 기업	전혀 모른다	22%
		모른다	43%
		보통	7%
		알고있다	21%
		잘 알고있다	7%
	일반 기업	전혀 모른다	12%
		모른다	17%
		보통	41%
		알고있다	12%
		잘 알고있다	18%
9. 상표권에 대해 얼마나 알고 있다고 생각합니까?	스타트업 기업	전혀 모른다	14%
		모른다	36%
		보통	43%
		알고있다	0%
		잘 알고있다	7%
	일반 기업	전혀 모른다	6%
		모른다	18%
		보통	41%
		알고있다	29%
		잘 알고있다	6%
11. 지식재산권(디자인권, 상표권 등) 출원 과정에 대해 어느 정도 이해하고 있다고 생각합니까?	스타트업 기업	전혀 모른다	14%
		모른다	36%
		보통	29%
		알고있다	14%
		잘 알고있다	7%
	일반 기업	전혀 모른다	12%
		모른다	17%
		보통	41%
		알고있다	18%
		잘 알고있다	12%
14. 지식재산권(디자인권, 상표권 등) 을 소유하는 것이 특허 분쟁이 일어났을 때 중요한 방어 수단이 될 수 있다고 생각하십니까?	스타트업 기업	예	86%
		아니요	14%
	일반 기업	예	100%
		아니요	0%
16. 향후 귀사의 이익을 위해서 지식재산권(디자인권, 상표권 등) 출원이 얼마나 중요하다고 생각하십니까?	스타트업 기업	전혀 중요하지 않다	0%
		중요하지 않다	7%
		보통	21%
		중요하다	29%
		매우 중요하다	43%
	일반 기업	전혀 중요하지 않다	0%
		중요하지 않다	6%
		보통	12%
		중요하다	35%
		매우 중요하다	47%

[표-16]에서 스타트업 종사자의 경우 지식재산권과 디자인권에 대해 모르는 사람의 비율이 60%가 넘는다는 것을 알 수 있으며, 상표권 또한 50%가 넘었다. 또한 지식재산권 출원 과정에 대해 모르는 사람의 비율이 50%가량을 알 수 있다. 반면 일반 기업 종사자는 전체적으로 스타트업 종사자보다 지식재산권에 대한 이해도가 높았다.

지식재산권이 특허 분쟁의 중요한 방어 수단이 될 수 있다고 생각하는 비율과 향후 귀사의 이익에 지식재산권 출원이 중요하다고 답변한 비율은 스타트업과 일반 기업 모두 대체로 높았으나, 전체적으로 일반 기업이 더 높음을 알 수 있다.

### 1-3) 기업의 지식재산권 출원 경험 및 애로사항

기업의 디자인권 및 상표권의 출원 경험과 그에 따른 애로사항에 대해 알아보기 위한 설문내용과 응답결과는 아래 [표-17]과 같다.

[표-17] 기업의 디자인권 및 상표권 출원 경험과 애로사항

내용	업무 형태	응답내용	비율(%)
8. 디자인권을 출원해본 적이 있으십니까?	스타트업 기업	0회	72%
		1회	21%
		2회	0%
		3회	0%
		4회	0%
	일반 기업	5회	7%
		0회	65%
		1회	17%
		2회	6%
		3회	0%
		4회	0%
		5회	12%

8-1. 디자인권을 출원해본 적이 있다면, 출원 시기는 언제입니까? (중복체크가능)	스타트업 기업	디자인 개발(아이디어) 단계에서 미리 출원	17%
		디자인 완성(제품화 전) 단계에서 미리 출원	17%
		디자인이 공개된 직후(제품 판매 시점) 출원	33%
		디자인이 공개된 후 시간이 어느 정도 흐른 후	33%
		기타	0%
	일반 기업	디자인 개발(아이디어) 단계에서 미리 출원	25%
		디자인 완성(제품화 전) 단계에서 미리 출원	37%
		디자인이 공개된 직후(제품 판매 시점) 출원	25%
		디자인이 공개된 후 시간이 어느 정도 흐른 후	13%
		기타	0%
8-1-1. '8-1번 문항'의 선택 이유를 적어주세요.	스타트업 기업	디자인 개발(아이디어) 단계에서 미리 출원	도용방지 때문에
		디자인 완성(제품화 전) 단계에서 미리 출원	판매 전에 출원해야 유리하기 때문에
		디자인이 공개된 직후(제품 판매 시점) 출원	도용방지를 위해서
		디자인이 공개된 후 시간이 어느 정도 흐른 후	회사에서 디자인권 지원을 이 시점에 해줘서
		기타	
	일반 기업	디자인 개발(아이디어) 단계에서 미리 출원	늦게 출원할 이유가 없고 미리 해야 도용방지에 도움이 되기 때문에 / 도용방지
		디자인 완성(제품화 전) 단계에서 미리 출원	업무상 단계가 그 때여서 / 도용방지
		디자인이 공개된 직후(제품 판매 시점) 출원	도용방지
		디자인이 공개된 후 시간이 어느 정도 흐른 후	회사에서 이 시기에 출원해서
		기타	

8-2. 디자인권을 출원해본 적이 있다면, 출원할 때 가장 큰 애로사항은 무엇이었습니까? (중복체크가능)	스타트업 기업	출원 과정의 복잡함과 어려움	17%
		변리사 선임 비용	33%
		출원, 등록, 연차료 등의 비용	25%
		출원에서 등록까지 걸리는 시간	25%
		기타	0%
	일반 기업	출원 과정의 복잡함과 어려움	50%
		변리사 선임 비용	12%
		출원, 등록, 연차료 등의 비용	25%
		출원에서 등록까지 걸리는 시간	13%
		기타	0%
8-3. 디자인권을 출원한 적이 없다면, 그 이유는 무엇입니까? (중복체크가능)	스타트업 기업	디자인권에 대해 잘 알지 못해서	41%
		중요성을 느끼지 못해서	18%
		변리사 선임 비용이 부담돼서	12%
		출원, 등록, 연차료가 부담돼서	23%
		출원에서 등록까지 시간이 오래 걸려서	6%
		기타	0%
		기타	0%
	일반 기업	디자인권에 대해 잘 알지 못해서	44%
		중요성을 느끼지 못해서	0%
		변리사 선임 비용이 부담돼서	6%
		출원, 등록, 연차료가 부담돼서	19%
		출원에서 등록까지 시간이 오래 걸려서	31%
		기타	0%
		기타	0%
10. 상표권을 출원해본 적이 있으십니까?	스타트업 기업	0회	72%
		1회	21%
		2회	0%
		3회	7%
		4회	0%
		5회	0%
	일반 기업	0회	65%
		1회	23%
		2회	0%
		3회	0%
		4회	0%
		5회	0%
		5회	12%
		5회	12%

10-1. 상표권을 출원해본 적이 있다면, 출원 시기는 언제입니까? (중복체크가능)	스타트업 기업	상표 개발(아이디어) 단계에서 미리 출원	25%
		상표 완성(사용 전) 단계에서 미리 출원	0%
		상표를 공개한 직후 출원	50%
		상표를 사용한 후 시간이 어느 정도 흐른 후(기업의 인지도가 올라갔을 때) 출원	25%
		기타	0%
	일반 기업	상표 개발(아이디어) 단계에서 미리 출원	33%
		상표 완성(사용 전) 단계에서 미리 출원	33%
		상표를 공개한 직후 출원	17%
		상표를 사용한 후 시간이 어느 정도 흐른 후(기업의 인지도가 올라갔을 때) 출원	17%
		기타	0%
10-1-1. '10-1번 문항'의 선택 이유를 적어주세요.	스타트업 기업	상표 개발(아이디어) 단계에서 미리 출원	도용방지
		상표 완성(사용 전) 단계에서 미리 출원	개발단계에서 미리 출원하면 상표가 바뀔 수도 있는 부분이며 상표 공개한 후 나중에 출원하면 선출원자가 나올 수도 있으므로 이 시기에 출원함
		상표를 공개한 직후 출원	도용방지를 위해
		상표를 사용한 후 시간이 어느 정도 흐른 후(기업의 인지도가 올라갔을 때) 출원	상표 보호를 위해 / 출원비용지원이 늦어져서 시기가 늦춰짐
		기타	
	일반 기업	상표 개발(아이디어) 단계에서 미리 출원	도용방지를 위해서 / 타사가 혹시 상표권을 갖고 있는지 미리 확인하고 출원준비를 함
		상표 완성(사용 전) 단계에서 미리 출원	도용방지 때문에
		상표를 공개한 직후 출원	도용방지
		상표를 사용한 후 시간이 어느 정도 흐른 후(기업의 인지도가 올라갔을 때) 출원	회사 업무 진행 상 이 때 출원함
		기타	

10-2. 상표권을 출원해본 적이 있다면, 출원할 때 가장 큰 애로사항은 무엇이었습니까? (중복체크가능)	스타트업 기업	출원 과정의 복잡함과 어려움	7%
		변리사 선임 비용	21%
		출원, 등록, 연차료 등의 비용	36%
		출원에서 등록까지 걸리는 시간	36%
	일반 기업	기타	0%
		출원 과정의 복잡함과 어려움	43%
		변리사 선임 비용	14%
		출원, 등록, 연차료 등의 비용	29%
10-3. 상표권을 출원한 적이 없다면, 그 이유는 무엇입니까? (중복체크가능)	스타트업 기업	출원에서 등록까지 걸리는 시간	14%
		기타	0%
		상표권에 대해 잘 알지 못해서	41%
		중요성을 느끼지 못해서	22%
	일반 기업	변리사 선임 비용이 부담돼서	14%
		출원, 등록, 연차료가 부담돼서	23%
		출원에서 등록까지 시간이 오래 걸려서	0%
		기타	0%
스타트업 기업	상표권에 대해 잘 알지 못해서	47%	
	중요성을 느끼지 못해서	13%	
	변리사 선임 비용이 부담돼서	7%	
	출원, 등록, 연차료가 부담돼서	7%	
	출원에서 등록까지 시간이 오래 걸려서	13%	
	기타	13%	

[표-17]에서 디자인권과 상표권 출원 경험에 관한 문항을 보면 전체적으로 디자인권 및 상표권 출원 경험 비율이 적지만, 그 중에서도 스타트업 종사자가 일반 기업 종사자보다 조금 더 적음을 알 수 있다. 디자인권 및 상표권 출원 시기는 일반 기업 종사자가 스타트업 종사자보다 빠른 편임을 알 수 있다. 스타트업 종사자와 일반 기업 종사자 모두 디자인 및 상표 개발 단계, 디자인 및 상표 완성 단계, 디자인 및 상표 공개 직후에 출원한 경우

그 선택 이유로 대부분이 도용방지라고 답변했으며 디자인 및 상표 공개 후 시간이 흐른 후에 출원한 경우는 회사 프로세스 상 그 시기에 출원했다고 답변했다. 출원할 때의 애로사항은 스타트업 종사자가 일반 기업 종사자에 비해 출원할 때 비용이나 시간이 문제였다고 답변한 비율이 높았다. 디자인 권 및 상표권을 출원하지 않는 이유로는 스타트업 종사자가 일반 기업 종사자에 비해 비용 문제에 답변한 비율이 높았다.

#### 1-4) 기업의 창작물 도용 및 모방 피해 경험

기업의 창작물에 대한 도용 및 모방으로 인한 피해 경험에 대해 알아보기 위한 설문내용과 응답결과는 아래 [표-18]과 같다.

[표-18] 기업의 창작물에 대한 도용 및 모방으로 인한 피해 경험

내용	업무 형태	응답내용	비율(%)
12. 귀사의 창작물에 대하여 도용 혹은 유사하게 모방 당한 피해 경험이 있습니까?	스타트업 기업	예	29%
		아니요	71%
		기타	0%
	일반 기업	예	12%
		아니요	88%
		기타	0%
13. 도용으로 인한 특허 소송을 경험한 적이 있습니까?	스타트업 기업	0회	100%
		1회	0%
		2회	0%
		3회 이상	0%
	일반 기업	0회	100%
		1회	0%
		2회	0%
		3회 이상	0%

[표-18]을 보면 창작물을 도용당한 피해 경험이 일반 기업은 12%, 스타트업 기업은 29%로 스타트업 기업이 일반 기업보다 2배 이상 높으며 피해 경험 비율이 높은 편임을 알 수 있다. 하지만 그에 반해 도용으로 인한 특허 소송을 경험한 적이 있냐는 질문에 응답한 비율은 0%이다. 도용은 빈번하게 일어나고 있는 추세이지만 소송으로 진행하지 않다는 것을 알 수 있다.

### 1-5) 기업의 외부와의 프로젝트 경험 및 권리의 주체

기업의 외부와의 프로젝트 경험과 그 결과물에 대한 권리의 주체에 대해 알아보기 위한 설문내용과 응답결과는 아래 [표-19]와 같다.

[표-19] 기업의 외부와의 프로젝트 경험 및 권리의 주체

내용	업무 형태	응답내용	비율(%)
15. 디자인이나 기술 등을 외부로부터 의뢰받아 프로젝트를 수행한 경험이 있습니까?	스타트업 기업	예	50%
		아니요	50%
	일반 기업	예	53%
		아니요	47%
15-1. 디자인이나 기술 등을 의뢰받아 프로젝트를 수행한 경험이 있다면, 결과물에 대한 권리는 어느 쪽에 귀속되었습니까?	스타트업 기업	의뢰기업	86%
		귀사	14%
		창작자	0%
		기타	0%
	일반 기업	의뢰기업	89%
		귀사	11%
		창작자	0%
		기타	0%

15-2. 결과물에 대한 권리를 의뢰기업에서 소유할 경우, 귀사 혹은 결과물의 창작자는 결과물에 대하여 어떠한 권리(ex. 수정 및 배포, 수익금 등)도 행사할 수 있습니까?	스타트업 기업	예	57%
		아니요	43%
	일반 기업	예	67%
		아니요	33%

[표-19]를 보면 스타트업 종사자와 일반 기업 종사자 모두 절반 정도의 비율로 외부로부터 의뢰받은 프로젝트를 수행한 경험이 있음을 알 수 있다. 하지만 스타트업 종사자와 일반 기업 종사자 모두 약 90%가 의뢰받은 프로젝트의 결과물에 대한 권리가 의뢰기업에 귀속됨을 알 수 있다. 또한 스타트업 종사자와 일반 기업 종사자 모두 의뢰받은 프로젝트 결과물에 대한 권리를 의뢰기업에서 소유했을 경우, 그 결과물에 대하여 어떤 결과도 행사할 수 없는 비율이 약 60%에서 70%임을 알 수 있다.

## 2) 연구 결과 종합 분석

설문결과를 분석해보면 스타트업 종사자의 경우 지식재산권 출원과 등록에 대한 이해도가 부족했으며 출원 비율도 낮음을 알 수 있었다. 그 이유로 디자인 보호 제도의 등록 과정에 복잡하며 비용과 시간적 문제가 존재함을 알 수 있었다. 또한 스타트업의 경우 일반 기업에 비해 지식재산권 출원 시기가 늦은 편임을 알 수 있었는데, 대부분 디자인이나 상표 등이 공개되고 나서도 어느 정도 시간이 흐른 후에 출원한 경우는 회사의 프로세스 상 그 시기에 출원한 경우가 많았음을 알 수 있었다. 창작물을 도용 혹은 모방 당하는 비율은 높지만 소송으로 진행되는 비율은 낮았으며, 의뢰받아 진행된 프로젝트에 대한 권리는 대부분 의뢰기업이 가져가고 있었다.

위 내용에 더하여 제 Ⅱ, Ⅲ, Ⅳ, Ⅴ장 내용을 종합적으로 분석해보면 다음과 같다.

스타트업 기업들의 창작물 보호가 제대로 되고 있지 않음을 알 수 있었는데 그 이유는 지식재산권 보유율이 낮기 때문임을 알 수 있었다. 또한 지식재산권을 보유하고 있다 하더라도 출원 시기가 늦기 때문에 보호에 어려움을 겪고 있음을 알 수 있었다.

지식재산권 출원 시기가 늦은 이유로는 회사 프로세스상 그 시기에 출원하기 때문임을 알 수 있었다. 지식재산권 보유율이 낮은 이유로는 스타트업 기업들이 지식재산권에 대해 잘 모르고 있으며 중요성을 잘 모르기 때문이며, 지식재산권 출원 및 등록 과정에 비용 및 시간이 많이 소요되기 때문, 디자인 용역 후 나온 창작물에 대한 권리를 의뢰기업이 모두 가져가기 때문, 경쟁방지의 목적으로 사용하지 않는 지식재산권을 미리 출원해놓는 기업 때문임을 알 수 있었다.

이를 해결하기 위해서는 정부차원의 홍보, 세제 혜택, 출원 시기 개선, 제도적 개선이 필요한 것으로 보인다. 상세한 개선 내용은 아래와 같다.

### **정부차원의 홍보**

#### ○ 현재

스타트업을 위한 지식재산권 정책으로는 교육에 대한 내용은 거의 없고 대부분 비용 지원이다.

#### ○ 개선안

아직 스타트업 기업은 전사적으로 지식재산권에 대한 중요성을 교육하기에는 자원이 많이 미흡한 실정이므로 정부 차원에서 스타트업 기업을 대상으로 한 지식재산권 교육 프로그램을 확대하며 그 교육을 홍보해야 한다.

#### ○ 기대효과

비용 지원을 받는 것도 지식재산권에 대해 알아야 가능한 것이므로 정책 활용도가 높아질 것이다. 또한 스타트업의 지식재산권에 대한 관심과 이해도가 높아져 출원 비율이 높아질 것이다. 출원 비율이 높아지면 특허 분쟁이 일어났을 때 창작물 보호가 용이해져 디자인 경쟁력이 강화될 것이다.

### **세제 혜택**

#### ○ 현재

스타트업을 위한 비용 지원 정책이 시행되고 있지만 장기적으로 도움을 줄 수 있는 정책은 많지 않은 실정이다.

#### ○ 개선안

특히 선진국에서 도입하여 활용 중인 기업의 전체 순이익 가운데 지식재산권에 의해 창출된 부분에 대해서는 일반 법인세보다 낮은 세율을 적용하는 특허박스 제도를 우리나라 제도에 맞게 변형시켜 적용하여야 한다.

- 기대효과

장기적으로 스타트업 기업에게 금전적 도움을 줄 수 있으므로 스타트업 기업들은 비용 측면에서의 부담을 덜 수 있으며 지식재산권 보유율이 높아져서 창작물 보호가 용이해질 것이다.

### **출원 시기 개선**

- 현재

스타트업의 경우 출원을 제품 공개 직후나 제품이 공개되고 나서 시간이 어느 정도 흐른 후에 하는 경향이 있다.

- 개선안

기술이나 디자인을 공개하기 전이나 아이디어 개발 단계에서 특히 출원을 할 수 있도록 출원 시기를 앞당겨야 한다.

- 기대효과

특히 출원 시기가 앞당겨지면 특히 분쟁에 휘말릴 가능성이 낮아지며 특히 분쟁이 진행될 때도 유리한 위치에 있을 수 있을 것이다.

### **제도적 개선**

- 현재

지식재산권을 출원하는 데에 출원·심사·등록·연차료와 변리사 선임 비용 등의 비용 문제가 있으며, 최소 3개월에서 평균 6개월 - 1년이라는 시간을 거쳐야 한다는 시간 문제가 존재한다.

- 개선안

유럽의 미등록디자인권을 우리나라 제도인 디자인무심사등록제도에 맞게 변형시켜 적용하여 제도를 개선하여야 한다.

○ 기대효과

스타트업 기업은 출원·심사·등록·연차료 등의 비용 문제에서 자유로울 수 있으며, 최소 3개월에서 평균 6개월 - 1년이라는 시간을 거치지 않아도 일정 권리를 행사할 수 있으므로 지식재산권 보유율이 높아지고 창작물 보호가 용이해질 것이다.

**제도적 개선**

○ 현재

주지저명한 기업의 경우 제품이 공개된 후 3년 동안 그 제품에 대하여 부정 경쟁방지법으로 보호를 받을 수 있다.

○ 개선안

지식재산권을 보유하고 있지 않으며 주지저명하지 않더라도 최소한의 법적 보호를 받을 수 있도록, 부정경쟁방지법으로 보호받을 수 있는 범위와 기간을 확대하여야 한다.

○ 기대효과

지식재산권을 보유하고 있지 않은 스타트업 기업이라 하더라도 특히 분쟁이 일어났을 경우 법적 보호를 받을 수 있게 되어 디자인 경쟁력이 강화될 것이다.

**제도적 개선**

○ 현재

디자인권은 디자인권자와 창작자를 분리시켜 디자인권자에게 모든 권리가 있다.

○ 개선안

창작자에게도 일정한 권리를 부여하여 창작물을 디자인권자 임의대로 수정

하거나 배포할 수 없도록 해야 하며 일정한 수익금이 돌아갈 수 있도록 개선하여야 한다.

- 기대효과

창작자에게 일정한 권리와 수익금이 돌아간다면 업무 환경이 개선될 것이고 더 활발한 창작활동을 할 수 있을 것이다.

### 제도적 개선

- 현재

상대기업을 견제하기 위하여 상대기업의 상표권을 미리 출원하거나 혹은 자신의 상표권과 유사한 상표권을 다른 분야에까지 미리 출원하는 경우 이를 제재할 수 있는 제도가 없다.

- 개선안

사용하지 않는 상표권을 경쟁방지의 목적으로 출원, 등록을 한 경우라면 이를 방지하기 위한 제도가 필요하다.

- 기대효과

특히 분쟁을 줄일 수 있으므로 스타트업 기업이 특히 분쟁에 소모되는 비용 및 시간에 대한 부담을 갖지 않아도 되며 창작물 보호가 용이해질 것이다.

## Ⅵ. 결론 및 금후 연구과제

우리나라를 비롯한 전 세계는 지식기반사회로 진입하고 있다. 우리나라의 경우 대기업은 점차 지식재산권의 중요성을 느끼며 지식재산권 확보와 보호를 위하여 노력하고 있는 추세이지만 스타트업 기업들의 경우 지식재산권에 대한 이해와 중요성에 대한 인식이 부족하며 지식재산권 출원률이 낮은 편이다. 그 이유로는 우리나라 지식재산권 등록 과정의 복잡함과 그 과정에 소모되는 비용과 시간 문제가 있었으며, 의뢰받은 디자인의 경우 권리가 의뢰기업에게 귀속되는 문제가 있었다. 지식재산권을 보유하고 있다 하더라도 출원 시기가 늦은 편이기 때문에 보호에 어려움을 겪고 있었다. 따라서 본 연구에서는 스타트업 기업이 디자인 경쟁력을 강화할 수 있도록 지식재산권 활용도를 높이기 위한 해결 방안을 제안하고자 하였다.

본 연구의 목적을 위해서 국내와 해외의 디자인 제도를 조사하고 분석하였으며, 스타트업 기업의 디자인 중심 지식재산권 침해 및 분쟁 사례를 살펴보고 분석하였다. 또한 스타트업 기업의 지식재산권 활용 전략 실태를 알아보기 위하여 설문조사를 진행하였고 결과를 분석하였다.

이 연구 과정을 통해 도출된 스타트업 기업의 지식재산권 활용도를 높이기 위하여 정부 차원의 홍보, 세제 혜택, 출원 시기 개선, 제도적 개선 방안을 도출하였다. 정부 차원에서 스타트업 기업을 대상으로 한 지식재산권 교육 프로그램을 확대하고 홍보하여야 하며, 특히 선진국에서 활용 중인 특허 박스 제도를 우리나라 제도에 맞게 변형시켜 적용하여야 한다. 또한 지식재산권 출원 시기를 앞당겨야 하며, 유럽의 미등록디자인권을 우리나라 제도인 디자인무심사등록제도에 맞게 변형시켜 적용하여 제도를 개선하여야 하고, 부정경쟁방지법으로 보호받을 수 있는 범위와 기간을 확대하여야 할 것이

다. 창작자에게도 일정한 권리를 부여하여 창작물을 디자인권자 임의대로 수정하거나 배포할 수 없도록 해야 하며 일정한 수익금이 돌아갈 수 있도록 개선하여야 하며, 사용하지 않는 상표권을 경쟁방지의 목적으로 출원, 등록을 한 경우라면 이를 방지하기 위한 제도를 만들어야 한다.

본 연구는 기존에 없던 스타트업 기업의 디자인 경쟁력 강화를 위한 지식재산권 활용도를 높이기 위한 방안을 제안했는데 그 의의가 있으며, 추후 연구에서 제안된 방안들의 실효성을 평가하여 보완한다면 스타트업 기업의 지식재산권 활용도를 높이는 데 적극 기여할 수 있을 것으로 사려된다.

## 참 고 문 헌

### ■ 국내 문헌

[서적]

- 김종균 저/ 『디자인 전쟁』 /홍시커뮤니케이션/2014  
노태정 · 김병진 저/ 『디자인보호법』 /세창출판사/2005  
노태정 저/ 『디자인보호법 개설』 /세창출판사/2014  
김용 저/ 『디자인보호법의 이론과 실제』 /특허청 국제지식재산연수원/2015  
정경원 저/ 『디자인경영(design management)』 /안그래픽스/1999  
권인희 저/ 『지적재산권법 입문』 /화산미디어/2014  
한국특허기술연구원 저/ 『해외지식 재산권 (특허)법 편람』 /진한엠앤비  
/2011  
이상정 저/ 『산업디자인과 지적소유권법』 /세창출판사/1995

[보고서]

- 한국전자정보통신산업진흥회, 해외지식재산권 보호 가이드북(영국)에 관한  
연구, 2008  
한양대학교, 무심사주의 도입의 성과 및 발전방향, 2002  
한국발명진흥회 지식재산권연구센터, 한국디자인보호법제의 발전방향연구,  
2004  
특허청, 해외지식재산권 보호가이드북(프랑스), 2013  
특허청, 해외지식재산권 보호가이드북(일본), 2009  
특허청, 해외지식재산권 보호가이드북(미국), 2013

특허청, 해외지식재산권 보호가이드북(중국), 2014

특허청, 한국의 특허동향, 2014

삼성경제연구소, 글로벌 특허전쟁의 확산과 산업의 경쟁구도 변화,  
2011.9.28

특허청, 2014 지식재산백서, 2015

특허청, 지식재산활동 실태조사 보고서, 2014

[기사]

-Claire Prentice, <http://www.bbc.com/news/10100885>, BBC News,  
2010.05.12

-박희송 기자,

<http://m.ewestoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=423591>, 이뉴  
스투데이, 2015.09.29

-김슬기 기자,

<http://www.ilyoweekly.co.kr/news/articleView.html?idxno=11991>, 일요  
주간, 2015.06.10

-진민경 기자,

<http://www.sisafocus.co.kr/news/articleView.html?idxno=123292>, 시사  
포커스, 2015.05.29

-해럴드생생뉴스,

[http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20111029000018&md=201203  
17060747\\_BL](http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20111029000018&md=20120317060747_BL), 해럴드경제, 2011.10.29

-이한듬 기자,

<http://www.m-i.kr/news/quickViewArticleView.html?idxno=55640>, 매

일일보, 2012.05.17

-이나미 기자,

[http://m.mtn.co.kr/news/news\\_view.php?id=2012050813595767545](http://m.mtn.co.kr/news/news_view.php?id=2012050813595767545), 머  
니투데이, 2012.05.08

-김수연 기자,

<http://mnb.moneyweek.co.kr/mnbview.php?no=2014052317328019153>,  
MNB, 2014.05.25

-권지예 기자,

<http://biz.newdaily.co.kr/news/article.html?no=10054710>, 뉴데일리경  
제, 2015.11.01

-박단비 기자,

<http://www.ftoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=15697>, 파이낸셜  
투데이, 2013.04.29

-김미경 기자,

[http://www.edaily.co.kr/news/realtime/realtime\\_NewsRead.asp?newsid=02407526602710848](http://www.edaily.co.kr/news/realtime/realtime_NewsRead.asp?newsid=02407526602710848), 이데일리, 2013.02.15

-유윤정 기자,

[http://biz.chosun.com/site/data/html\\_dir/2014/03/04/2014030402735.html?query=%EC%95%84%EB%AA%A8%EB%A0%88+%EC%98%A4%EC%84%A4%EB%A1%9D+%EC%B2%AD%EB%85%84%EA%B8%B0%EC%97%85+%EC%98%A4%EA%B0%80%EB%8B%A4+%E2%80%98%EC%83%81%ED%91%9C%EA%B6%8C+%EB%B6%84%EC%9F%81&.x=22&.y=9](http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2014/03/04/2014030402735.html?query=%EC%95%84%EB%AA%A8%EB%A0%88+%EC%98%A4%EC%84%A4%EB%A1%9D+%EC%B2%AD%EB%85%84%EA%B8%B0%EC%97%85+%EC%98%A4%EA%B0%80%EB%8B%A4+%E2%80%98%EC%83%81%ED%91%9C%EA%B6%8C+%EB%B6%84%EC%9F%81&.x=22&.y=9),

조선비즈, 2014.03.04

-박진용 기자,

<http://economy.hankooki.com/lpage/industry/201503/e20150308171833>

120180.htm, 서울경제, 2015.03.08

-김지산 기자,

<http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2006061309495607770>, 머니투데이, 2006.06.13

-진용준 기자,

<http://www.weeklytoday.com/news/articleView.html?idxno=35864>, 위클리오늘, 2015.07.02

-백봉삼 기자,

[http://www.zdnet.co.kr/news/news\\_view.asp?artice\\_id=20131015170201&type=det&re=](http://www.zdnet.co.kr/news/news_view.asp?artice_id=20131015170201&type=det&re=), 지디넷코리아, 2013.10.15

-박해나 기자,

[http://magazine.hankyung.com/jobnjoy/apps/news?popup=0&nid=05&c1=5001&nkey=2014050700055056105&mode=sub\\_view](http://magazine.hankyung.com/jobnjoy/apps/news?popup=0&nid=05&c1=5001&nkey=2014050700055056105&mode=sub_view), 한국경제매거진, 2014.05.19.

## ■ 국내 학위논문

황철호, 기업의경영 측면에서 본 디자인권 활용 방안에 관한 연구 : 업체간 특허분쟁을 중심으로, 중앙대학교 대학원, 2012

안선우, 한국 디자인보호법의 구조와 적용에 관한 연구, 연세대학교 대학원, 2010

하승철, 우리나라의 지식재산권 보호 대책 방안에 관한 연구, 한국산업기술대학교 산업기술경영대학원, 2014

손석진, 기업의 지적재산권 보호에 대한 고찰, 경희대학교 국제법무대학원, 2008

## ■ 국내 학술논문

황철호 외, 디자인경영 측면에서 본 디자인권 방어 전략에 관한 연구 : 업체간 특허분쟁을 중심으로, 디지털디자인학연구, Vol.33, 2012

안선우 외, 디자인전문회사의 디자인 보호법 활용 전략 수립에 관한 연구, 디자인학연구, Vol.23, 2010

이경은, 디자인에서의 지식재산권 실태에 관한 연구, 브랜드디자인학연구, Vol.13, 2015

장영범, 디자인 경영과 디자인 지식재산권 보호 방안에 관한 연구 : 디자인 권리보호를 위한 통합법 제정 및 위원회 설치를 중심으로, 한국디자인문화학회지, Vol.14, 2008

## ■ 국외 문헌

John L. Nesheim, High Tech Start Up, Revised and Updated: The Complete Handbook For Creating Successful New High Tech Companies, Simon & Schuster, 2000

## ■ 웹 사이트

-두산백과 <http://www.doopedia.co.kr/>

-특허청블로그 <http://blog.daum.net/kipoworld/4251>

-소중한특허법률사무소 [http://www.sjhpat.com/page/sub\\_07](http://www.sjhpat.com/page/sub_07)

-한국민족문화대백과사전 <http://encykorea.aks.ac.kr/>

-한경닷컴사전 <http://dic.hankyung.com/>

-벤처스퀘어 <http://www.venturesquare.net/527982>

-특허청 <http://www.kipo.go.kr>  
-디자인맵 <http://www.designmap.or.kr>  
-키프리스 <http://www.kipris.or.kr>  
-디자인맵블로그 [http://blog.naver.com/designmap\\_/](http://blog.naver.com/designmap_/)  
-퀄키코리아 [http://quirkykorea.com/?gr\\_id=process#.ViPuS7uheUk](http://quirkykorea.com/?gr_id=process#.ViPuS7uheUk)  
-킵스타터 <https://www.kickstarter.com/>  
-[http://kin.naver.com/open100/detail.nhn?d1id=6&dirId=60205&docId=694405&qb=7KSR6rWtIOuU1OyekOyduCDrs7TtmLgg64yA7IOB&enc=utf8&section=kin&rank=2&search\\_sort=0&spq=0&pid=SASvwwORR0CcssblhR6ossssstw-501014&sid=/HbpwSgh228EWnZ3sTbgLA%3D%3D](http://kin.naver.com/open100/detail.nhn?d1id=6&dirId=60205&docId=694405&qb=7KSR6rWtIOuU1OyekOyduCDrs7TtmLgg64yA7IOB&enc=utf8&section=kin&rank=2&search_sort=0&spq=0&pid=SASvwwORR0CcssblhR6ossssstw-501014&sid=/HbpwSgh228EWnZ3sTbgLA%3D%3D)  
-와디즈 <http://www.wadiz.kr/web/campaign/detail/3178>  
-쿨이너프스튜디오 <http://www.coolenoughstudio.kr>  
-[https://www.facebook.com/coolenoughstudio?\\_rdr=p](https://www.facebook.com/coolenoughstudio?_rdr=p)  
-<http://m.danawa.com/community/article/article.html?code=1785516>  
-<http://www.se-sang.com/network/seinfo/sedb/view/607;jsessionid=431BC87F61362C32B736B47853FC0FFA>  
-<http://besuccess.com/2012/12/%EA%B5%AD%EB%AF%BC%EA%B2%8C%EC%9E%84-%EC%95%A0%EB%8B%88%ED%8C%A1-%EC%83%81%ED%91%9C%EA%B6%8C-%EB%B6%84%EC%9F%81-%ED%9C%98%EB%A7%90%EB%A0%A4/>  
-<http://platum.kr/archives/19505>  
-[http://blog.daum.net/\\_blog/BlogTypeView.do?blogid=0gehT&articleno=206](http://blog.daum.net/_blog/BlogTypeView.do?blogid=0gehT&articleno=206)  
-<http://blog.chosun.com/blog.log.view.screen?logId=7814617&userId=silhouette>

# ABSTRACT

## A Study on Utilization of Intellectual Property Rights to Strengthen Design Competitiveness of Startup Companies

Kim, Seul-ki

Dept. of Convergence Design

Graduated school of Convergence Design and Arts

Sungshin University

All the countries in the world including Korea are now entering knowledge-based societies. In Korea, while large corporations are recognizing the importance of intellectual property rights and are making efforts to protect and secure them, startup companies have low rate of filing application for intellectual property rights due to lack of understanding and recognition on their importance. Major reasons for this phenomenon are complex procedure for registering intellectual property rights, high cost and long time spent during the process and the fact that the rights for commissioned designs belong to the commissioning companies. In addition, even when companies own intellectual property rights, they experience difficulty protecting them as they are slow in filing applications for registering them. Therefore, the purpose of this study is to suggest ways to enhance utilization of intellectual property rights by startup companies to

boost their competitiveness in design.

Hence, this study aims to seek out the direction to improve recognition and system to enhance startup companies' utilization of intellectual property rights by investigating the realities of their utilization of them and finding out solutions for them. Flow of the study is summarized as follows; first, study defined the concepts of intellectual property rights, industrial property rights, trademark rights and design rights and looked into startup companies and their intellectual property rights. Then, study researched and analyzed design protection systems of countries abroad advanced in patents and of Korea and drew out systems which can boost utilization of intellectual property rights by startup companies. After that, by investigating cases of infringement on designs and trademarks and related disputes of startup companies, study drew out problems in patent disputes experienced by startup companies, which were low retention rate of intellectual property rights due to lack of knowledge and low recognition on the importance of them and lack of material and human resources. Lastly, in order to investigate reality of utilization of intellectual property rights and current problems and seek out direction for improvement, study conducted a questionnaire survey on employees of startup companies and general companies. As the result of analysis, it turned out that startup companies have low level of understanding and recognition and are slower in filing applications for registering intellectual property rights than general companies. Major reasons for low utilization of intellectual property

rights were the problem of high cost and long time and monopoly of rights on creations by commissioning companies.

As solutions for these problems, this study suggested government-level promotion, tax benefits, improvement on the time of application and registration and institutional improvement plans to enhance utilization of intellectual property rights by startup companies. Government should expand and promote education programs on intellectual property rights for startup companies and modify and apply patent box system used by countries with advanced patent systems to fit the situation in Korea. In addition, time to file application should be put forward and government should modify and apply unregistered design rights in Europe to fit Non-Substantive Examination of Design Registration system practiced in Korea and expand range and period of protection with Unfair Competition Prevention Law. By granting certain rights to creators, government should keep holders of design rights from randomly modify and distribute creations and return part of the profits from the designs to the original creators and establish a system to prohibit filing and registration of unused trademarks to prevent competition.

This study has its meaning in that it suggested plans to boost utilization of intellectual property rights to strengthen design competitiveness of startup companies which have not existed before, and it is supposed that it will contribute to enhancing utilization of intellectual property rights of startup companies if suggested plans are complemented in an effectively way by follow-up studies.

Key words : Startup, Intellectual property right, Design right,  
Trademark rights

---

## 부록-기업의 지식재산권 활용에 대한 설문조사

---

안녕하십니까? 바쁘신 가운데 귀중한 시간을 내어 본 설문에 참여해주셔서 감사드립니다.

저는 성신여자대학교 융합디자인대학원에서 연구를 하고 있는 대학원생 김슬기입니다. 본 설문은 졸업논문의 연구 분석을 수행하기 위한 설문조사로, 기업이 디자인 경쟁력 강화를 위하여 지식재산권을 어떻게 이해하고 활용하고 있는지를 알아보기 위한 연구를 위하여 준비한 것입니다.

귀하가 답변해주신 설문지는 본 연구에 소중한 자료로 활용될 것이며, 모든 결과는 익명으로 처리되고, 연구목적외에는 절대 사용되지 않을 것임을 약속드립니다.

귀하의 소중한 성실한 답변을 부탁드립니다.  
감사합니다.

### 성신여자대학교 융합디자인예술대학원

조사책임자 : 김슬기 (성신여자대학교 융합디자인예술대학원 융합디자인전공 석사과정)  
연락처 (k\_sk@naver.com)

지도 교수 : 최민영

1. 귀하는 업무 형태는 다음 중 무엇입니까?

디자인 관련

- 스타트업 기업
- 일반 기업

2. 귀하의 직위는 다음 중 무엇입니까?

가장 유사한 직위에 답변해주세요.

- 사원
- 주임
- 대리
- 팀장
- 과장
- 임원
- 대표

3. 귀사에 종사하는 직원의 수는 몇 명입니까?

본인포함

- 1명
- 2-4명
- 5-9명
- 10-19명
- 20-29명
- 30-49명
- 50-299명
- 300명 이상

4. 귀사에 종사하는 디자이너의 수는 몇 명입니까?

본인포함

- 0명
- 1명
- 2명
- 3명
- 4명
- 5-9명
- 10명 이상

5. 귀사는 창업한지 얼마나 된 기업입니까?

- 1년 미만
- 1년 이상-3년 미만
- 3년 이상-5년 미만
- 5년 이상-7년 미만
- 7년 이상-10년 미만
- 10년 이상-20년 미만
- 20년 이상

6. 지식재산권에 대해 얼마나 알고 있다고 생각합니까?

- ①전혀 모른다
- ②모른다
- ③보통
- ④알고있다
- ⑤잘 알고있다

7. 디자인권에 대해 얼마나 알고 있다고 생각합니까?

- ①전혀 모른다
- ②모른다
- ③보통
- ④알고있다
- ⑤잘 알고있다

8. 디자인권을 출원해본 적이 있으십니까?

- 0회 [8-3번 문항으로]
- 1회 [8-1번, 8-2번 문항으로]
- 2회 [8-1번, 8-2번 문항으로]
- 3회 [8-1번, 8-2번 문항으로]
- 4회 [8-1번, 8-2번 문항으로]
- 5회 이상 [8-1번, 8-2번 문항으로]

8-1. 디자인권을 출원해본 적이 있다면, 출원 시기는 언제입니까?

중복체크가능

- 디자인 개발(아이디어) 단계에서 미리 출원 [8-1-1번 문항으로]
- 디자인 완성(제품화 전) 단계에서 미리 출원 [8-1-1번 문항으로]
- 디자인이 공개된 직후(제품 판매 시점) 출원 [8-1-1번 문항으로]
- 디자인이 공개된 후 시간이 어느 정도 흐른 후(제품 판매가 안정됐을 때) 출원 [8-1-1번 문항으로]
- 기타

8-1-1. '8-1번 문항'의 선택 이유를 적어주세요.

'8-1번 문항'에서 중복체크를 한 경우 각 번호와 함께 이유를 적어주세요.

8-2. 디자인권을 출원해본 적이 있다면, 출원할 때 가장 큰 애로사항은 무엇이었습니까?

중복체크가능

- 출원 과정의 복잡함과 어려움
- 변리사 선임 비용
- 출원, 등록, 연차료 등의 비용
- 출원에서 등록까지 걸리는 시간
- 기타

8-3. 디자인권을 출원한 적이 없다면, 그 이유는 무엇입니까?

중복체크가능

- 디자인권에 대해 잘 알지 못해서
- 중요성을 느끼지 못해서
- 변리사 선임 비용이 부담돼서
- 출원, 등록, 연차료가 부담돼서
- 출원에서 등록까지 시간이 오래 걸려서
- 기타

9. 상표권에 대해 얼마나 알고 있다고 생각합니까?

- ①전혀 모른다    ②모른다    ③보통    ④알고있다    ⑤잘 알고있다

10. 상표권을 출원해본 적이 있으십니까?

- 0회 [10-3번 문항으로]
- 1회 [10-1번, 10-2번 문항으로]
- 2회 [10-1번, 10-2번 문항으로]
- 3회 [10-1번, 10-2번 문항으로]
- 4회 [10-1번, 10-2번 문항으로]
- 5회 이상 [10-1번, 10-2번 문항으로]

10-1. 상표권을 출원해본 적이 있다면, 출원 시기는 언제입니까?

중복체크가능

- 상표 개발(아이디어) 단계에서 미리 출원 [10-1-1번 문항으로]
- 상표 완성(사용 전) 단계에서 미리 출원 [10-1-1번 문항으로]
- 상표를 공개한 직후 출원 [10-1-1번 문항으로]
- 상표를 사용한 후 시간이 어느 정도 흐른 후(기업의 인지도가 올라갔을 때) 출원 [10-1-1번 문항으로]
- 기타

10-1-1. '10-1번 문항'의 선택 이유를 적어주세요.

'10-1번 문항'에서 중복체크를 한 경우 각 번호와 함께 이유를 적어주세요.

10-2. 상표권을 출원해본 적이 있다면, 출원할 때 가장 큰 애로사항은 무엇이었습니까?

중복체크가능

- 출원 과정의 복잡함과 어려움
- 변리사 선임 비용
- 출원, 등록, 연차료 등의 비용
- 출원에서 등록까지 걸리는 시간
- 기타

10-3. 상표권을 출원한 적이 없다면, 그 이유는 무엇입니까?

중복체크가능

- 상표권에 대해 잘 알지 못해서
- 중요성을 느끼지 못해서
- 변리사 선임 비용이 부담돼서
- 출원, 등록, 연차료가 부담돼서
- 출원에서 등록까지 시간이 오래 걸려서
- 기타

11. 지식재산권(디자인권, 상표권 등) 출원 과정에 대해 어느 정도 이해하고 있다고 생각합니까?

- ①전혀 모른다    ②모른다    ③보통    ④알고있다    ⑤잘 알고있다

12. 귀사의 창작물에 대하여 도용 혹은 유사하게 모방 당한 피해 경험이 있습니까?

- 예
- 아니요
- 기타

13. 도용으로 인한 특허 소송을 경험한 적이 있습니까?

- 0회
- 1회 [13-1번, 13-2번 문항으로]
- 2회 [13-1번, 13-2번 문항으로]
- 3회 이상 [13-1번, 13-2번 문항으로]

13-1. 특허 소송에서 어떠한 결론이 나왔습니까?

중복체크가능

- 승소 [13-1-1번 문항으로]
- 패소 [13-1-1번 문항으로]
- 합의 [13-1-1번 문항으로]
- 진행중 [13-1-1번 문항으로]
- 기타

13-1-1. '13-1번 문항'의 선택 이유를 적어주세요.

'13-1번 문항'에서 중복체크를 한 경우 각 번호와 함께 이유를 적어주세요.

13-2. 특허 소송에서 가장 큰 애로사항은 무엇이였습니까?

중복체크가능

- 지식재산권의 부재(디자인권이나 상표권 등을 등록하지 않음)
- 소송 비용 문제
- 소송 진행 중 지연·무산되는 다른 업무 처리(소송 시간 문제)
- 기업 이미지 실추
- 쉽게 도용하고 쉽게 해결하려 하는 상대기업의 태도
- 기타

14. 지식재산권(디자인권, 상표권 등) 을 소유하는 것이 특허 분쟁이 일어났을 때 중요한 방어 수단이 될 수 있다고 생각하십니까?

- 예
- 아니요

15. 디자인이나 기술 등을 외부로부터 의뢰받아 프로젝트를 수행한 경험이 있습니까?

- 예 [16-1번 문항으로]
- 아니요

15-1. 디자인이나 기술 등을 의뢰받아 프로젝트를 수행한 경험이 있다면, 결과물에 대한 권리는 어느 쪽에 귀속되었습니까?

- 의뢰기업 [15-2번 문항으로]
- 귀사
- 창작자
- 기타

15-2. 결과물에 대한 권리를 의뢰기업에서 소유할 경우, 귀사 혹은 결과물의 창작자는 결과물에 대하여 어떠한 권리(ex.수정 및 배포, 수익금 등)도 행사할 수 없습니까?

- 예
- 아니요

16. 향후 귀사의 이익을 위해서 지식재산권(디자인권, 상표권 등) 출원이 얼마나 중요하다고 생각하십니까?

- ①전혀 중요하지 않다    ②중요하지 않다    ③보통    ④중요하다    ⑤매우 중요하다

설문이 모두 끝났습니다.

설문에 응해주셔서 감사드립니다. 수고하셨습니다.