

## 특허청, 제2·제3의 덮죽 사태 막는다

- ‘소상공인 지식재산(IP) 역량강화 사업’ 내년 예산 25% 증액해 지원 확대 -
- 올해 소상공인의 상표·디자인·특허 총 4,290건 권리화 지원 성과 -

특허청(청장 이인실)은 소상공인의 지식재산 권리화를 지원하는 ‘소상공인 지식재산(IP) 역량 강화 사업’이 올해 높은 성과를 기록했다고 밝혔다. 또한 내년 예산을 25% 증액해 지원을 더욱 확대할 예정이다.

### <’22년 ‘포항 덮죽’ 등 사건 계기로 지원 시작...올해 총 4,290건 권리화 지원>

특허청은 ‘포항 덮죽\*’, ‘춘천 감자빵\*\*’ 사건을 계기로, ’22년부터 소상공인의 지식재산 피해를 막고 상표·디자인·특허를 보호하기 위한 소상공인 지식재산(IP) 역량 강화 사업을 지속해 왔다.

\* 에스비에스((SBS) ‘백종원의 골목식당’에 방송되어 시청자에게 인지도가 확보된 ‘포항 덮죽집’과 유사한 상표를 프랜차이즈 업체 등이 선상표 출원

\*\* ‘춘천 감자빵’에 대해 대기업이 유사상품을 판매하여 논란 발생

올해는 ①소상공인 보유 상호 등의 출원을 지원하는 ‘지식재산(IP) 출원 지원사업’을 통해 3,887건 ②전통시장·골목상권의 특색을 반영한 ‘전통시장 공동상표(브랜드)·디자인 개발 지원사업’을 통해 전통시장 22곳에서 223건 ③시장·제품·특성이 반영된 상표(브랜드)와 디자인 등 융합개발을 지원하는 ‘지식재산(IP) 창출 종합꾸러미 지원사업’을 통해 89개사를 대상으로 180건, 총 4,290건의 권리화를 지원했다.

### <의왕도깨비시장: 특색 없는 전통시장 상표(브랜드)·디자인에 개성 부여해 호평>

‘의왕도깨비시장’은 ‘부곡도깨비시장’을 시장명칭으로 사용해 왔으나, 특색 없는 상표(브랜드)와 타 도깨비시장과 유사한 도깨비 캐릭터를 사용해 적극 활용되지 않았다. 이에 ‘의왕도깨비시장’으로 명칭을 변경하고, 다른 도깨비시장들과의 차별성을 강조하기 위해 ‘여기뚝딱’(지금, 바로, 여기서 고객이 원하는 모든 것을 충족시켜주는 시장) 상표(브랜드) 이름을 추가했다. 또한 도깨비 뿔을 강조점으로 활용한 상표(브랜드) 디자인과 도깨비 탈을 쓴 이웃의 이미지인 캐릭터를 개발했다. 이러한 상표와 디자인을 장바구니, 접이식꾸러미, 온라인 판매 포장 등에 도입해 지역주민의 호평을 받아 시장상인들의 높은 만족도를 이끌어냈다.

**<진미양념통닭: 신규 상표(브랜드) 개발 및 꾸러미디자인 재구성으로 상표분쟁 방지>**

‘진미양념통닭’은 30년간 양념통닭을 판매한 업체로 ‘백종원의 3대천왕’ 출연 및 ‘백년가게 강원도 1호점’으로 선정됐으나, 선등록된 타 업체의 유사 상표가 존재해 사업 확장 시 분쟁의 소지가 존재했다. 이를 해소하기 위해 새로운 기업상표(브랜드)인 ‘참진미락’ 개발을 지원하고, 소비자 인식 및 상표분쟁 대비 방안으로 ‘진미양념통닭’과 ‘참진미락’을 병행적용한 꾸러미 디자인 재구성을 지원했다. 이러한 지원을 바탕으로 전국 이마트에 납품하는 등 신규로 확보된 상표 및 디자인을 활용한 마케팅으로 매출액 증대가 기대된다.

**[’23년 소상공인 지식재산(IP) 역량강화 사업 주요 성과 사례]**



특허청은 내년에는 전년 대비 25% 예산을 증액\*해 소상공인에 대한 지원을 더욱 확대할 예정이다. 특히 지식재산(IP) 창출 종합꾸러미 지원사업의 경우 내년부터는 올해 대비 2배 증가한 시·도별 10개 업체를 선발해 지원할 예정이다.

\* '23년 3,442백만원 → '24년 4,292백만원(+850백만원)

특허청 윤종석 지역산업재산과장은 “지식재산 권리화의 사각지대에 있는 소상공인들이 힘들어 일궈낸 성과가 타인의 부당한 상표선점으로 인해 물거품이 되지 않도록, 소상공인의 지식재산 권리화 지원사업을 지속적으로 추진하겠으며, 이를 통해 소상공인의 지식재산 가치를 높여 나가고, 매출 증대에 실질적인 도움을 줄 수 있도록 적극적인 지원에 나서겠다”고 밝혔다.

**※ 붙임: 소상공인 IP 역량강화 사업 주요 성과**

담당 부서	산업재산정책국 지역산업재산과	책임자	과 장	윤종석 (042-481-8621)
		담당자	사무관	김동석 (042-481-8622)

- ① 소상공인 등 대상 총 4,290건의 IP 권리화 지원 및 109건의 집체 교육을 통해 소상공인 IP 피해예방과 인식 제고
- ② (IP 권리화 지원) 3,887건\*의 소상공인 보유 상호 등의 출원을 지원하고, IP 컨설팅(89개社)을 통해 180건\*\*의 IP 권리화 지원



\* IP 출원 지원 3,887건 : 상표 3,800건, 특허 51건, 디자인 36건

\*\* IP 창출 종합패키지 지원 : 상표 94건, 디자인 86건

- ③ (전통시장 공동브랜드 개발 지원) 전통시장 특성에 맞추어 22개 시장의 공동브랜드·디자인 개발 및 IP 권리화 223건 지원

\* 총 223건의 IP출원 지원 : 공동 상표(197건), 공동 디자인(26건)

**<소상공인 IP 역량강화 주요 성과 사례 >**

<p><b>참진미락</b>                  &lt;상표출원&gt;                  &lt;디자인출원&gt;</p> 	<p><b>진미양념통닭</b></p>	<p>치킨 소상공인 신규 BI 및 패키지디자인 개발 지원</p> <p>원주의 3대 통닭 중 하나로, 30년간 양념통닭 아이덴티티를 구축한 통닭 전문 기업으로 '백종원의 3대천왕', 백년가게 강원도 1호점 등 선정, 이마트브랜드 '피코크'를 통해 전국 이마트에 납품 중. 수원의 진미통닭이 '진미통닭' 관련 상표를 선 출원·등록하여 사업 확장 시 분쟁의 소지가 존재함. 이를 해소하기 위해 새로운 기업브랜드인 '참진미락'을 개발을 지원하고 기존 진미양념통닭의 아이덴티티를 유지하고 시각적 응집력을 높인 패키지디자인을 리뉴얼을 지원함. 소비자 인식 및 상표분쟁 대비 방안으로 '진미양념통닭'과 '참진미락'을 병행적용</p>
<p>&lt;공동상표출원&gt;</p> <p><b>여기뚝딱</b>  <b>의왕도깨비시장</b></p> <p>&lt;캐릭터 상표출원&gt;</p> 	<p><b>의왕도깨비시장</b></p>	<p>공동브랜드 리뉴얼 및 캐릭터 디자인 등 개발</p> <p>1970년대부터 형성된 의왕시 유일의 전통시장으로 도깨비처럼 나타났다가 사라진다고 붙여진 '부곡도깨비시장'을 사용, 의왕시와 협의를 통해 '의왕도깨비시장'으로 명칭 변경 추진, 기본적인 고딕 서체 및 상징성 없는 색상의 기존 브랜드 및 타 도깨비시장과 유사한 옛스러운 도깨비 캐릭터의 경우 상인들의 의견수렴 없이 개발되어 시장 내 공감대 형성 부족으로 적극 활용되지 않음.</p> <p>전국의 다른 도깨비시장들과의 차별성을 강조하며 시장의 모든 구성원이 모두 공감할 수 있는 '여기뚝딱' 브랜드(지금, 바로, 여기서 고객이 원하는 모든 것을 충족시켜주는 시장)를 네이밍하고, 도깨비 뿔을 포인트 그래픽으로 활용한 브랜드디자인 개발하고 도깨비 탈을 쓴 이웃의 이미지인 캐릭터를 개발</p> <p>신규브랜드와 캐릭터 등이 적용된 앞치마 등의 굿즈를 개발·배포하고 시장입구의 지주사인물 등의 교체와 '24년도 캐릭터 조형물 신규 설치 예정으로 의왕역철도박물관, 왕송호수 등과 연계된 관광시장 홍보효과 및 매출증대 등 기대</p>