



튼튼한 지식재산 생태계,
기업성장 견인



보도자료

www.kipo.go.kr

KOREAN INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE

문 의	상표디자인심사국 국제상표출원심사팀	과 장 김영수 사무관 김탁영	042-481-5349
	2015년 10월 8일(목) 조간부터 보도해 주시기 바랍니다. 인터넷매체는 10월 7일(수) 낮 12시 이후 게재 바랍니다.		

한글상표에 대한 관심 높아지다

- 한글상표 출원 꾸준한 증가세 -

특허청(청장 최동규)이 한글날을 앞두고 조사한 바에 따르면, 최근 6년 동안 국내에 출원된 문자상표 중 한글상표가 차지하는 비중이 점차 증가하고 있는 것으로 나타났다.

문자상표(문자로만 구성된 상표) 중 한글상표의 비중은 2010년 29.0%에서 2011년 30.0%, 2012년 30.5%, 2013년 31.4%, 2014년 34.1%, 2015년(상반기) 34.2%로 지속적인 증가세를 보이고 있다.

이처럼 한글상표의 비중이 증가세를 보이는 것은 그간 사회전반에 걸쳐 외국어가 범람하고 무분별하게 사용되는 분위기 속에서도 상표분야에서 점차적으로 한글에 대한 관심이 높아지고 중요성이 부각되고 있음을 시사하는 긍정적인 현상으로 볼 수 있다.

그러나 최근 10년간 출원된 문자상표 전체로 보면, 한글상표의 비중이 30.5%(294,156건)로서 영문 등 로마자로 표기된 상표(이하 '로마자상표'라 함)의 50.3%(484,990건)보다 적은 것으로 나타나, 아직은 표장으로서 한글상표보다 로마자상표를 더 선호하는 경향을 보였다.

이는 영어를 비롯한 외국어의 보급이 우리나라에 확대됨에 따라 거래사회에서 수요자에게 미치는 로마자상표의 영향력이 강하기 때문인 것으로 파악된다.

최근 10년간 출원된 한글상표를 상품·서비스업별로 살펴보면, 요식업/숙박업이 33,166건(11.3%)로 가장 많았고, 광고업/기업관리업/도·소매업이 29,191건(9.9%), 커피/차/쌀/곡물가공품이 20,981건(7.1%)으로 그 뒤를 잇고 있는 것으로 나타나, 주로 식당, 음식, 광고업, 유통업 분야에서 한글을 표장에 활용하는 추세가 눈에 띄었다.

출원인별로 살펴보면, 개인출원의 경우는 한글상표가 144,425건(41.7%)으로 로마자상표 117,694건(34.0%)보다 더 많은 반면, 법인출원의 경우는 한글상표 149,648건(30.2%), 로마자상표 252,754건(50.9%)으로 로마자상표가 더 많은 것으로 나타나, 개인출원인은 한글상표를 선호하고 법인출원인은 로마자상표를 선호하는 경향을 보였다.

특히 법인출원에서 로마자상표의 비중이 높은 것은 글로벌 시대에 기업들의 해외진출이 증가함에 따라 해외진출 우리기업 브랜드에 대한 외국 수요자의 인식력을 높이기 위한 전략으로 보인다.

내국인출원은 한글상표가 283,749건(38.7%), 로마자상표가 281,945건(38.5%)으로서 한글상표와 로마자상표의 비중이 거의 비슷하게 나타났는데, 이는 내국인이라 하더라도 우리나라의 거래사회에서 로마자상표가 가진 영향력을 무시할 수 없기 때문인 것으로 파악된다.

외국인출원 중 한글상표는 4.5%로서 매우 적은 비중을 차지하고 있으나, 최근 6년간을 보면 조금씩 증가하고 있다. 2010년 4.4%이던 외국인출원 중 한글상표출원 비중은 2011년 4.6%, 2012년 4.9%, 2013년 4.7%, 2014년 4.7%, 2015년(상반기) 4.9%로 나타났다.

이는 외국인도 우리나라에서 사업하는데 있어서 국내 소비자들에 대한 브랜드 인지도를 높이기 위한 것으로서, 한글상표의 필요성을 점차 인식해가고 있기 때문인 것으로 보인다.

금년에 출원된 한글상표의 예를 들면, 식품류에 ‘꽃다인’, ‘산초롱’, ‘꿈여울’, ‘초록마루’, 요식업에 ‘마시쑹’, ‘해달자락’, ‘꿀까닭’, ‘하누애뜰’, 화장품류에 ‘미소지기’, ‘우아누리’, ‘여움’, ‘꿈의 끝자락’ 등이 있다.

최규완 특허청 상표디자인심사국장은 “한글의 우수성에도 불구하고 국내 상표출원에서 한글상표가 차지하는 비중이 그다지 크지 않은 실정”이라며, “부르기 쉽고 친근감이 가면서도 세련된 한글상표를 지속적으로 개발하고 사용하는 등 꾸준한 상표 관리를 통하여 제품의 인지도와 상표 가치를 높이고, 우리 조상의 유산인 한글을 보존하고 활용하는 노력이 필요하다.”고 말했다.

붙임 : 최근 10년간 문자상표 출원동향

최근 10년간 문자상표 출원동향

【연도별 문자상표 출원현황(2006~2015. 6)】

(단위 : 건)

연도	로마자상표* (구성비)	한글상표 (구성비)	복합문자** (구성비)	한자상표 (구성비)	일어상표 (구성비)	계 (구성비)
2015	31,609 (46.7%)	23,164 (34.2%)	12,149 (18.0%)	660 (1.0%)	61 (0.1%)	67,643 (100.0%)
2014	59,045 (47.7%)	42,298 (34.1%)	21,241 (17.1%)	1,227 (1.0%)	63 (0.1%)	123,874 (100.0%)
2013	62,437 (51.7%)	38,015 (31.4%)	18,968 (15.7%)	1,313 (1.1%)	151 (0.1%)	120,884 (100.0%)
2012	54,312 (50.9%)	32,515 (30.5%)	18,476 (17.3%)	1,352 (1.3%)	116 (0.1%)	106,771 (100.0%)
2011	53,580 (51.2%)	31,444 (30.0%)	18,383 (17.6%)	1,099 (1.1%)	140 (0.1%)	104,646 (100.0%)
2010	47,068 (51.5%)	26,516 (29.0%)	16,503 (18.1%)	1,121 (1.2%)	125 (0.1%)	91,333 (100.0%)
2009	41,817 (50.0%)	25,042 (30.0%)	15,564 (18.6%)	1,045 (1.3%)	123 (0.1%)	83,591 (100.0%)
2008	44,704 (52.4%)	23,906 (28.0%)	15,373 (18.0%)	1,194 (1.4%)	169 (0.2%)	85,346 (100.0%)
2007	45,328 (50.4%)	25,169 (28.0%)	18,073 (20.1%)	1,158 (1.3%)	182 (0.2%)	89,910 (100.0%)
2006	45,090 (50.5%)	26,087 (29.2%)	16,626 (18.6%)	1,310 (1.5%)	139 (0.2%)	89,252 (100.0%)
계	484,990 (50.3%)	294,156 (30.5%)	171,356 (17.8%)	11,479 (1.2%)	1,269 (0.1%)	963,250 (100.0%)

* 로마자상표는 영문 등 로마자로 표기된 상표

** 복합문자상표는 한글과 영어 등 외국어가 모두 표기된 상표

【상위 20개 상품·서비스업 류별 한글상표 출원현황(2006~2015. 6)】

(단위 : 건)

순위	류	주요 상품 및 서비스	한글상표	점유율
1	43류	요식업, 숙박업	33,166	11.3%
2	35류	광고업, 기업관리업, 도소매업	29,191	9.9%
3	30류	커피, 차, 쌀, 곡물가공품	20,981	7.1%
4	41류	교육업, 연예업, 스포츠 및 문화활동업	19,425	6.6%
5	3류	화장품, 세제	18,733	6.4%
6	29류	축산품, 해산품	17,918	6.1%
7	5류	약제, 의료용품	15,844	5.4%
8	9류	전기, 전자, 소프트웨어, 통신기계기구	13,552	4.6%
9	16류	종이, 종이제품, 사무용품	12,134	4.1%
10	44류	의료업, 미용, 위생, 농업, 어업, 임업	10,131	3.4%
11	32류	맥주, 광천수, 무주정음료, 과실음료	7,677	2.6%
12	25류	의류, 신발 등 패션용품	7,479	2.5%
13	36류	보험, 재무, 금융, 부동산업	6,826	2.3%
14	42류	디자인, 설계, 연구, IT	6,469	2.2%
15	31류	농업, 원예, 임업품	6,014	2.0%
16	11류	조명, 가열, 냉각, 조리, 환기장치	5,189	1.8%
17	1류	화학제품, 인조수지	4,972	1.7%
18	37류	건설, 조선, 수리업, 설치업	4,908	1.7%
19	38류	통신, 방송업	4,173	1.4%
20	28류	오락/게임장치, 운동용품, 낚시용구	4,046	1.4%

※ 국제상품분류는 상품 35개류, 서비스업 11개류로 분류되어 있음

【출원인(개인/법인)별 문자상표 출원현황(2006~2015. 6)】

(단위 : 건)

연도	출원인	로마자상표	한글상표	복합문자	한자상표	일어상표	계
2015	개인	9,280	12,551	5,858	196	10	27,895
	법인	15,295	10,613	6,043	421	44	32,416
	계	24,575	23,164	11,901	617	54	60,311
2014	개인	17,280	23,135	10,517	380	9	51,321
	법인	28,697	19,159	10,203	753	50	58,862
	계	45,977	42,294	20,720	1,133	59	110,183
2013	개인	16,715	19,794	8,931	344	18	45,802
	법인	31,539	18,220	9,470	819	105	60,153
	계	48,254	38,014	18,401	1,163	123	105,955
2012	개인	13,262	15,353	8,481	256	10	37,362
	법인	29,257	17,162	9,489	934	74	56,916
	계	42,519	32,515	17,970	1,190	84	94,278
2011	개인	13,126	15,215	9,844	312	14	38,511
	법인	27,313	16,217	7,903	681	109	52,223
	계	40,439	31,432	17,747	993	123	90,734
2010	개인	10,985	12,598	8,029	286	15	31,913
	법인	26,143	13,906	8,011	716	82	48,858
	계	37,128	26,504	16,040	1,002	97	80,771
2009	개인	9,265	11,662	7,121	314	6	28,368
	법인	22,674	13,368	8,006	636	100	44,784
	계	31,939	25,030	15,127	950	106	73,152
2008	개인	8,786	10,742	6,739	314	21	26,602
	법인	23,059	13,137	8,147	711	134	45,188
	계	31,845	23,879	14,886	1,025	155	71,790
2007	개인	9368	11,606	7,949	380	31	29,334
	법인	24,229	13,558	9,423	614	93	47,917
	계	33,597	25,164	17,372	994	124	77,251
2006	개인	9627	11,769	7,068	430	13	28,907
	법인	24,548	14,308	9,203	775	125	48,959
	계	34175	26,077	16,271	1205	138	77,866
합계	개인 (구성비)	117,694 (34.0%)	144,425 (41.7%)	80,537 (23.3%)	3,212 (0.9%)	147 (0.0%)	346,015 (100.0%)
	법인 (구성비)	252,754 (50.9%)	149,648 (30.2%)	85,898 (17.3%)	7,060 (1.4%)	916 (0.2%)	496,276 (100.0%)
	계	370,448	294,073	166,435	10,272	1063	842,291

※ 마드리드 루트를 통한 출원(중국에서의 상표출원 또는 등록을 기초로 국제사무국에 제출된 “국제상표등록출원” 중 한국을 등록대상국으로 지정하여 한국 특허청에 통지된 국제출원)은 개인, 법인의 구분이 불가하여 제외함

【출원인(내국인/외국인)별 문자상표 출원현황(2006~2015. 6)】

(단위 : 건)

연도	출원인	영문상표	한글상표	복합문자	한자상표	일어상표	계
2015	내국인 (구성비)	19,982 (36.7%)	22,512 (41.4%)	11,443 (21.0%)	463 (0.9%)	14 (0.0%)	54,414 (100.0%)
	외국인 (구성비)	11,627 (87.9%)	652 (4.9%)	706 (5.3%)	197 (1.5%)	47 (0.4%)	13,229 (100.0%)
	계	31,609	23,164	12,149	660	61	67,643
2014	내국인 (구성비)	36,296 (37.0%)	41,081 (41.9%)	19,927 (20.3%)	744 (0.8%)	17 (0.0%)	98,065 (100.0%)
	외국인 (구성비)	22,749 (88.1%)	1,217 (4.7%)	1,314 (5.1%)	483 (1.9%)	46 (0.2%)	25,809 (100.0%)
	계	59,045	42,298	21,241	1,227	63	123,874
2013	내국인 (구성비)	38,165 (40.9%)	36,714 (39.3%)	17,614 (18.9%)	833 (0.9%)	42 (0.0%)	93,368 (100.0%)
	외국인 (구성비)	24,272 (88.2%)	1,301 (4.7%)	1,354 (4.9%)	480 (1.7%)	109 (0.4%)	27,516 (100.0%)
	계	62,437	38,015	18,968	1,313	151	120,884
2012	내국인 (구성비)	32,351 (39.6%)	31,279 (38.3%)	17,164 (21.0%)	866 (1.1%)	27 (0.0%)	81,677 (100.0%)
	외국인 (구성비)	21,961 (87.6%)	1,236 (4.9%)	1,312 (5.2%)	486 (1.9%)	89 (0.4%)	25,094 (100.0%)
	계	54,312	32,515	18,476	1,352	116	106,771
2011	내국인 (구성비)	30,638 (38.9%)	30,248 (38.5%)	17,010 (21.6%)	739 (0.9%)	26 (0.0%)	78,661 (100.0%)
	외국인 (구성비)	22,942 (88.3%)	1,196 (4.6%)	1,373 (5.3%)	360 (1.4%)	114 (0.4%)	25,985 (100.0%)
	계	53,580	31,444	18,383	1,099	140	104,646
2010	내국인 (구성비)	28,205 (40.4%)	25,580 (36.6%)	15,346 (22.0%)	681 (1.0%)	24 (0.0%)	69,836 (100.0%)
	외국인 (구성비)	18,863 (87.7%)	936 (4.4%)	1,157 (5.4%)	440 (2.0%)	101 (0.5%)	21,497 (100.0%)
	계	47,068	26,516	16,503	1,121	125	91,333
2009	내국인 (구성비)	24,302 (38.3%)	24,109 (38.0%)	14,464 (22.8%)	622 (1.0%)	23 (0.0%)	63,520 (100.0%)
	외국인 (구성비)	17,515 (87.3%)	933 (4.6%)	1,100 (5.5%)	423 (2.1%)	100 (0.5%)	20,071 (100.0%)
	계	41,817	25,042	15,564	1,045	123	83,591
2008	내국인 (구성비)	22,871 (37.6%)	23,001 (37.8%)	14,240 (23.4%)	700 (1.2%)	12 (0.0%)	60,824 (100.0%)
	외국인 (구성비)	21,833 (89.0%)	905 (3.7%)	1,133 (4.6%)	494 (2.0%)	157 (0.6%)	24,522 (100.0%)
	계	44,704	23,906	15,373	1,194	169	85,346
2007	내국인 (구성비)	24,093 (36.7%)	24,141 (36.8%)	16,610 (25.3%)	755 (1.2%)	45 (0.1%)	65,644 (100.0%)
	외국인 (구성비)	21,235 (87.5%)	1,028 (4.2%)	1,463 (6.0%)	403 (1.7%)	137 (0.6%)	24,266 (100.0%)
	계	45,328	25,169	18,073	1,158	182	89,910
2006	내국인 (구성비)	250,42 (37.5%)	25,084 (37.6%)	15,639 (23.4%)	958 (1.4%)	40 (0.1%)	66,763 (100.0%)
	외국인 (구성비)	20,048 (89.1%)	1,003 (4.5%)	987 (4.4%)	352 (1.6%)	99 (0.4%)	22,489 (100.0%)
	계	45,090	26,087	16,626	1,310	139	89,252
계	내국인 (구성비)	281,945 (38.5%)	283,749 (38.7%)	159,457 (21.8%)	7,361 (1.0%)	270 (0.0%)	732,772 (100.0%)
	외국인 (구성비)	203,045 (88.1%)	10,407 (4.5%)	11,899 (5.2%)	4,118 (1.8%)	999 (0.4%)	230,478 (100.0%)
	계	484,990	294,156	171,356	11,479	1,269	963,250

2015년 출원 한글상표[예시]

구분	상표	지정상품/서비스업
식품류		【30류】 과일차, 꽃차(화차), 녹차, 백차, 인삼차, 차(茶), 차류, 차를 주성분으로 하는 음료, 차음료, 차의 잎, 커피, 커피원두, 커피음료, 코코아, 한방차, 허브차, 홍차, 흑차(보이차 등)
		【30류】 가공한 곡물, 간장, 고추장, 고춧가루, 과당, 된장, 메주, 밀가루, 식용소금, 식초, 식품용 이스트, 양념용수프, 조미용 소스, 천연조미료, 화학조미료, 효모, 효소로 발효한 곡물가공식품, 효소식품, 발효식품, 효소로 발효한 과채가공식품
		【29류】 건강식품용 오미자즙, 건강식품용 도라지즙, 건강식품용 양파즙, 건강식품용 채소즙, 과실가공식품, 도라지가공식품, 도라지를 주원료로 한 건강식품, 양파가공식품, 양파를 주원료로 한 건강식품, 양파를 주원료로 한 건강식품 환, 오미자가공식품, 오미자를 주원료로 한 건강식품, 채소가공식품, 채소를 주원료로 한 건강식품 등
		【29류】 가공된 씨앗, 과실가공식품, 난(卵)가공식품, 냉동된 채소[냉동채소], 냉동한 과실, 두류가공식품{두부와 두부가공식품은 제외}, 두부가공식품, 발효채소식품[김치], 벌레가공식품, 생선가공식품, 식육, 어패류가공식품, 요리용 채소주스 등

구분	상표	지정상품/서비스업
요식업	마시송	【43류】 간이식당업, 간이음식점업, 레스토랑업, 뷔페식당업, 샐러드바업, 서양음식점업, 셀프서비스식당업, 스낵바업, 식당 및 음식물 조달 서비스업, 식당체인업, 식음료 준비업, 식음료제공서비스업, 음식조달 서비스업, 음식조리대행업, 음식준비업, 주점업, 패스트푸드식당업, 포장판매식당업, 한식점업
	해달자락	【43류】 간이식당업, 게스트하우스 서비스 제공업, 과일 및 채소주스 전문점업, 노인복지시설운영업, 도시락 전문 식당체인업, 떡전문식당업, 주점업, 카페업, 커피전문점체인업, 키즈카페체인업, 포장판매식당업 등
	꿀까닭	【43류】 간이식당업, 간이음식점업, 과일빙수전문식당업, 과일카페업, 관광음식점업, 도시락전문 뷔페식당업, 도시락전문 셀프서비스식당업, 도시락전문 식당체인업, 도시락전문 체인점업, 셀프서비스식당업, 스낵바업, 식당체인업, 식음료제공서비스업, 실외 음식준비조달업, 이동식레스토랑업, 카페업, 패스트푸드식당업, 포장판매식당업 등
		【43류】 간이식당업, 간이음식점업, 과일 및 채소주스 전문점업, 과일빙수전문식당업, 관광음식점업, 도시락전문 식당체인업, 도시락전문 체인점업, 음식조리대행업, 음식준비업, 일반유흥주점업, 패스트푸드식당업, 포장판매식당업, 한국식 유흥주점업

구분	상표	지정상품/서비스업
화장품류	미소지기	【03류】 마사지 젤, 마사지용 로션, 마사지용 크림, 마사지팩, 머드팩, 목욕용 염, 바디 스크럽
	우아누리	【03류】 면도용 제제, 모발염색제, 모발염착제, 모발용 웨이브제, 모발탈색제, 애완동물용 화장품, 치아세정제, 치약, 헤나(화장용 염료), 헤어나리셔, 헤어래커, 헤어마스카라, 헤어발삼, 헤어컨디셔닝 오일, 헤어케어로션, 헤어케어크림, 화장비누, 화장용 마스크, 화장품, 화장품 키트
	여옴	【03류】 루스페이스파우더, 메이크업 파운데이션, 메이크업 화장품, 바디로션, 바디오일, 바디크림, 스킨로션, 스킨케어용 화장품, 스킨케어용 화장크림, 스킨크림, 스킨클렌저, 아이로션, 아이크림, 자외선차단용 화장품, 피부미백크림, 화장용 마스크, 화장용 마스크팩, 화장용 스킨프레시너, 화장품, 화장품 키트(화장품 세트)
	꿈의 끝자락	【03류】 가정용 방향제, 가정용 정전기방지제, 메이크업 화장품, 비인체용 비누, 샴푸, 세면용품, 세제, 세탁용 섬유유연제, 세탁용 제제, 세탁용 표백제, 애완동물용 화장품, 에센셜 오일, 인체용 비누, 제조 공정용 및 의료용을 제외한 세정제, 치아미백제, 치아세정제, 치약, 화장용 로션처리티슈, 화장용 마스크, 화장품