

문 의	상표디자인심사국 상표심사3과	과 장 엄기훈 사무관 김종기	042-481-5334 042-481-8313
		2018년 12월 12일(수) 배포 즉시 보도 바랍니다.	

‘행복’ 관련 브랜드가 몰려오고 있다

올로, 소확행, 위라벨, 라곰, 오캄 등

성취 지향적이었던 과거 사회 분위기와 달리 요즘은 일상 속 작은 행복을 중시하고, 일과 삶의 균형을 중요시하는 방향으로 사회적 분위기가 변해가고 있다. 이에 따라 새로운 신조어가 탄생하고 유행하면서 행복관련 용어들이 다양한 상품의 상표로 출원되고 있다. 이와 같은 분위기를 반영하는 대표적인 예로 한번뿐인 인생을 의미하는 ‘올로(YOLO), 소소하지만 확실한 행복을 의미하는 ‘소확행(小確幸)’, 일과 삶의 균형을 추구하는 ‘위라벨’, 소박하고 균형 잡힌 생활과 공동체와의 조화를 중시하는 ‘라곰(LAGOM)’, 여유롭고 편안한 삶을 의미하는 ‘오캄(OKLM)’ 등 행복 관련 브랜드가 증가하는 추세이다.

특허청(청장 박원주)의 출원 현황에 따르면, ‘행복’ 관련 브랜드의 출원 건수는 2013년 이전에는 14건에 불과했으나, 2014년 17건, 2015년 31건, 2016년 39건, 2017년 181건에 이어 2018년 9월 현재 130건으로 급속한 증가세를 보이고 있다.

이처럼 ‘행복’ 관련 브랜드의 상표 출원이 급격한 증가세를 보이고 있는 것은 소비자들의 변화하는 관심사에 따라 행복 관련 브랜드에 대한 권리를 사전에 확보하고 이를 사업화하려는 개인사업자 및 기업이 지속적으로 증가하고 있기 때문이며, 이러한 추세는 앞으로도 더욱 다양한 형태로 증가 할 것으로 예상된다.

하지만 거래사회에서 일반적으로 사용되고 있거나 상품의 성질을 직접적으로 표시하는 것으로 볼 수 있는 ‘올로, 소확행, 워라벨’과 같이 대중이 일반적으로 사용하는 단어들은 독창적으로는 상품의 출처표시 기능이 미약하기 때문에 상품의 상표로 사용하는데 주의를 요한다.

특허청 이재우 상표디자인심사국장은 “일반인들이 유행어처럼 사용하게 된 용어들은 출처표시로 기능을 할 수 없기 때문에 식별력 있는 문자나 도형을 결합하여 출원하여야만 상표로서 등록 가능성이 높아진다”고 조언했다.

※ 붙임 : ‘행복관련 브랜드’ 출원현황. 1부. 끝.



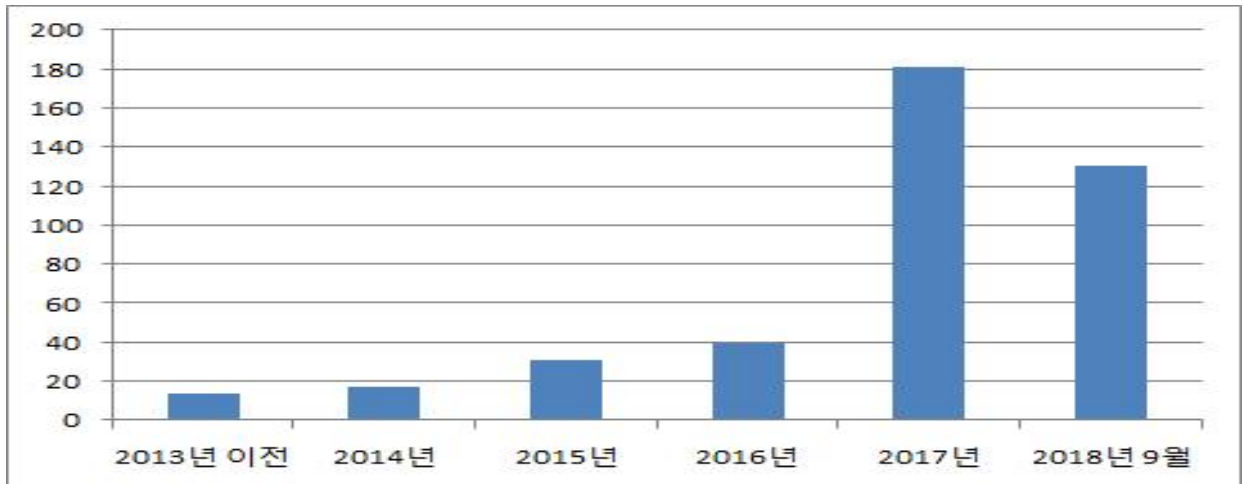
보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용을 원하시면 상표디자인심사국
상표심사3과 김종기 사무관(☎ 042-481-8313)에게 연락주시기 바랍니다.

<붙임>

행복관련 브랜드 출원현황

〈행복관련 표장 연도별 출원건수〉

출원년도	2013년 이전	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년 9월	합 계
개 수	14	17	31	39	181	130	412



〈행복관련 표장 연도별 개인/법인별 출원건수〉

출원년도	2013년 이전	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년 9월	합 계
내국인	10	15	31	38	180	128	402
외국인	4	2		1	1	2	10
합계	14	17	31	39	181	130	412

〈행복관련 표장 연도별 내외국인별 출원건수〉

출원년도	2013년 이전	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년 9월	합 계
개인	3	10	12	25	110	59	219
법인	11	7	19	14	71	71	193
합계	14	17	31	39	181	130	412

