발간등록번호
11-1430000-001784-01

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

아이디어 플랫폼과 연계한

공모전 아이디어 활용방안 연구

2020. 10.

특허청 Korean Intellectual Property Office

한국지식재산연구원 Korea Institute of Intellectual Property

제 출 문

특허청장 귀하

이 보고서를 “아이디어 플랫폼과 연계한 공모전 아이디어 활용방안 연구”의 최종보고서로 제출합니다.

2020 년 10 월 20 일

주관연구기관명 : 한국지식재산연구원

주관연구책임자 : 김 혁 준

연 구 원 : 장 태 미

연 구 보 조 원 : 염 은 숙

요 약 문

1. 아이디어 플랫폼 활성화 방안

□ 아웃소싱 기반의 아이디어 플랫폼 수익모델

○ (의뢰자) 아이디어(솔루션)를 활용한 제품 판매수익 획득

○ (플랫폼) 의뢰자의 아이디어 의뢰 및 보상금 설정의 적절성을 검토하고 플랫폼이 보유한 전문가 풀을 활용하여 전문가 매칭을 함으로써 의뢰자가 제기한 보상금의 10% 정도의 수익 창출

○ (전문가) 의뢰자가 설정한 보상금의 90%를 획득하고, 참여 전문가가 다수일 경우 기여도에 따라 분배

□ 크라우드소싱 기반의 아이디어 플랫폼 수익모델

○ (제안자) 플랫폼이 아이디어 선정에만 관여한 경우 아이디어 라이선싱 로얄티의 90%를 획득하고, 플랫폼이 아이디어의 선정과 가공에 관여한 경우 아이디어 라이선싱 로열티의 10% 획득

○ (플랫폼) 아이디어 선정에만 관여한 경우 아이디어 라이선싱 로얄티의 10%를 획득하고, 가공까지 관여한 경우 아이디어 라이선싱 로얄티의 90%를 획득하되, 가공자의 기여도에 따라 배분

○ (수요기업) 플랫폼에 로얄티를 지급하고 아이디어를 획득한 후 해당 아이디어를 활용한 제품의 판매수익 획득

□ 아이디어 플랫폼 이용규약(안) 주요 내용

○ 플랫폼과 관련한 지식재산권 등은 전담기관이 소유하고, 이를 소유권자의 허락 없이 무단 사용하는 등의 침해행위 금지를 명시

○ 전담기관, 플랫폼 회원이 준수해야할 의무를 명시하고 아이디어 거래시 발생할 수 있는 쟁점에 대해 기술

○ 비밀유지협약(NDA)을 통해 거래 당사자 간의 신뢰관계를 강화

2. 나눔형 아이디어 플랫폼 타당성 조사

□ 조사 내용 및 방법

○ 조사기간 : 2020. 6. 26. ~ 2020. 7. 15.

○ 조사대상 : 800여개의 사회적기업

○ 조사내용 : 지식재산 취득·활용 여부, 지식재산 제도에 대한 인식, 지식재산 지원 정책에 대한 필요성 등에 대한 설문 실시

○ 조사방법 : 사회적기업진흥원을 통한 이메일 설문

□ 조사 결과

○ 응답기업 : 50개 (사회적기업 46개, 협동조합 1개, 기타 3개)

* 마을기업 및 자활기업의 응답은 없었음

○ 주요 조사 결과

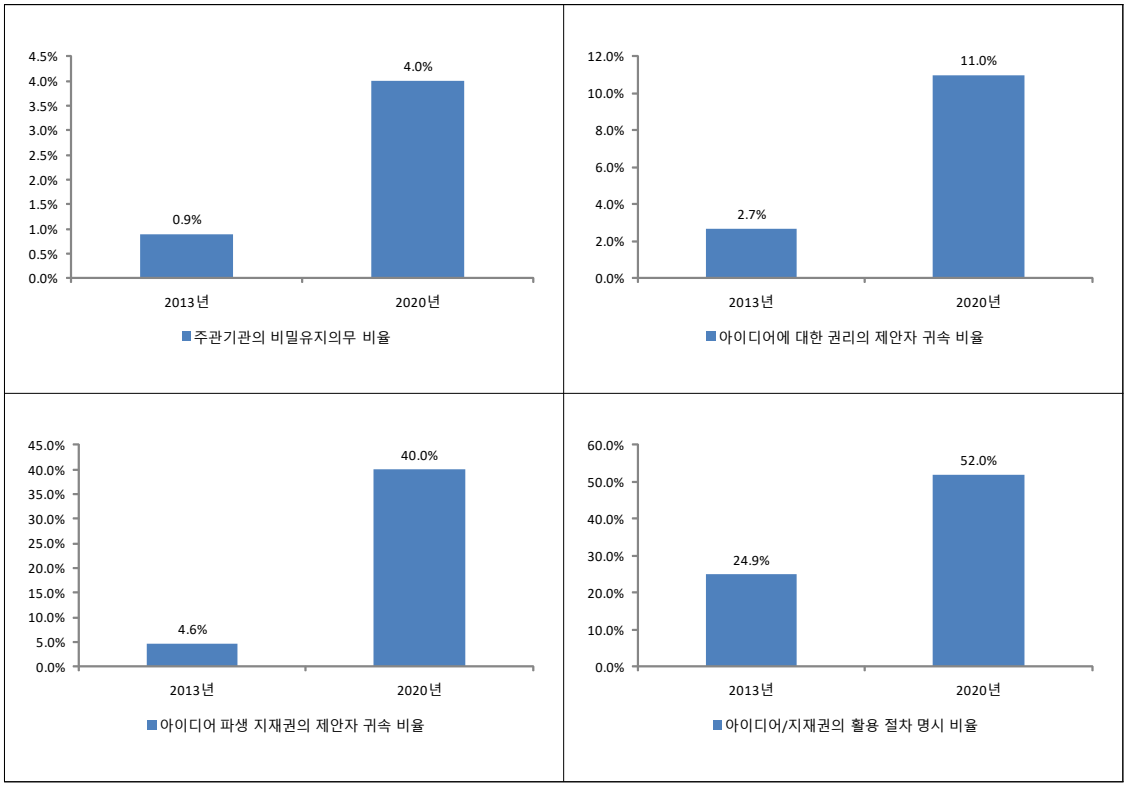
- 제품·서비스의 개발 및 개선을 위한 R&D 수행 비율 : 78%(39개)
- 출원 및 등록 지식재산 보유기업의 비율: 60%(30개)
- 지식재산 기반 수익 창출 영위 비율 : 48%(24개)
- 사회적기업 대상(46개) 지식재산 지원 만족도 : **만족 34%**, 보통 40%, 불만족 24%, 무응답 2%

< 사회적기업에 대한 정부 지원 필요 분야 >

정부지원 수요		응답 (%)	현재 특허청 관련 사업
순위	내용		
1	IP 활용 지원(제품개발 기획, 사업화 등)	70	지식재산 활용전략 지원
2	IP 창출 지원(출원서류 작성, 선행특허조사 및 특허정보 활용 지원 등 권리취득 지원)	48	**사회적 약자의 지재권 보호지원** **IP 나래 프로그램**
3	IP 평가지원(등록된 특허, 실용신안에 대한 성능 분석 및 비교분석, 사업타당성 및 가치평가 등을 수행하는데 소요되는 평가 비용 지원)	38	IP 사업화 연계 평가지원
4	IP 거래 지원(거래 컨설팅 및 중개 등 : 수요·공급처 발굴, 기술료 산정 등 포함)	36	지식재산 거래 지원
5	IP의 필요성, 중요도 및 IP 전반에 대한 인식제고	24	지식재산권 보호 존중문화 조성
6	IP 보호 지원(IP소송보험 가입 지원, IP 침해 컨설팅, 심판·소송 지원 등)	14	**사회적 약자의 지재권 보호지원**

3. 공모전 아이디어 보호 가이드라인 개정안

□ 가이드라인 제정 당시(2013년)에 비해 제안자의 권리가 강화



□ 부경법 개정 내용을 반영하여 가이드라인 개정안 마련

개정 전	개정 후
<응모 아이디어에 대한 권리 귀속> (2) 공모전이 주최측의 책임하에 다수가 참여하여 응모된 아이디어를 개선·발전시키는 유형인 경우, 해당 아이디어에 대한 권리는 아이디어 제안자, 주최측 및 기타 참여자의 협의에 의하여 공동 소유 등 소유권자를 결정할 수 있다. - 이 경우, 주최측은 주최측과 아이디어 제안자 및 기타 참여자 사이의 수익 배분을 결정하는 기준을 마련하여, 아이디어 접수 전에 아이디어 제안자 및 기타 참여자의 동의를 얻어야 한다.	**<응모 아이디어에 대한 권리 귀속>** (2) 공모전이 주최측의 책임하에 다수가 참여하여 응모된 아이디어를 개선·발전시키는 유형인 경우, 해당 아이디어에 대한 권리는 아이디어 제안자, 주최측 및 기타 참여자의 협의에 의하여 공동 소유 등 소유권자를 결정할 수 있다. - 다만, '단순 보조자·관리자·후원자 등'은 공동소유자가 될 수 없고, 발명의 완성을 위하여 실질적으로 상호 협력하는 관계가 있을 시 공동소유자가 될 수 있다. - 이 경우, 주최측은 주최측과 아이디어

- 다만, 아이디어 제안자의 원래 아이디어에 대한 권리에는 영향을 미치지 아니한다.	제안자 및 기타 참여자 사이의 수익 배분을 결정하는 기준*을 마련하여, 아이디어 접수 전에 아이디어 제안자 및 기타 참여자의 동의를 얻어야 한다. * 수익배분의 경우, 주최 측 등이 아이디어를 개선·발전시키는 정도에 따라 비율이 다름 - 다만, 아이디어 제안자의 원래 아이디어에 대한 권리에는 영향을 미치지 아니한다. - 아이디어 접수 전 공동소유 가능성, 수익배분 등에 대한 공지 및 이에 대한 아이디어 제안자 및 기타 참여자의 동의가 필요하다.
<주최측 및 제안자의 수상 아이디어에 대한 권리> (1)~(3)	**<주최측 및 제안자의 수상 아이디어에 대한 권리>** (1)~(3) (4) 주최측이 공모전 제안자의 아이디어를 부당하게 탈취하는 경우, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목의 '부정경쟁행위'에 해당되고(행정조사 및 시정권고의 대상이 됨), 아이디어 제안자는 이를 특허청 산업재산조사과 또는 한국지식재산보호원 부정경쟁조사팀으로 신고하면 구제받을 수 있다.
(신설)	**<응모 아이디어의 부정사용 금지 서약>** 주최측은 공모전을 통해 응모된 아이디어가 포함된 정보를 그 제공목적에 위반하여 자신 또는 제3자의 영업상 이익을 위하여 부정하게 사용하지 않겠다는 내용의 '부정사용 금지 서약'을 해야 한다. 다만, 주최측이 아이디어를 제공받을 당시 이미 그 아이디어를 알고 있었거나 그 아이디어가 동종 업계에 널리 알려진 경우에는 관련 분쟁 발생시 해당 아이디어를 제공 받은 주관기관이 이를 입증하여야 한다.

4. 특허권 보유와 개방형혁신과의 관계

□ 특허보유기업의 개방형혁신 참여비율이 특허비보유기업에 비해 큰 것으로 나타남

○ 특허보유기업은 특허비보유기업 대비 연평균 7.81%* 개방형혁신에 더 참여

* 연평균 개방형혁신 참여율 : 특허보유기업 10.29%, 특허비보유기업 2.48%

○ 특허보유기업의 개방형혁신 참여율 변화도 특허비보유기업에 대비 더 큼

* '06~'18년 개방형혁신 참여율 변화 : 특허보유기업 △0.83%, 특허비보유기업 △0.20%

해석 : 특허권 보유 기업이 개방형혁신 참여율이 높은 이유

▷ **(지식의 축적)** 기업이 특허권 보유과정을 통해 축적한 지식으로 외부 지식 탐색 범위가 확장되었기 때문에 개방형혁신에 적극적

▷ **(부수역량 조달)** 특허권으로 보호할 수 있는 핵심 기술역량을 토대로 신규 사업을 개척하기 위해 수반되는 부수적 역량에 대한 외부조달 필요성 증가

□ 실증분석 결과 특허권 보유와 개방형혁신이 정(+)의 매출액 증대효과를 가짐

○ 특허권 보유건수 1% 증가시 기업의 매출액 0.041% 증가

☞ 특허 1건당 매출액 3.65억원 증가

○ 개방형혁신(외부R&D지출) 1% 증가시 기업의 매출액 0.002% 증가

☞ 외부R&D지출 1억원당 매출액 3.28억원 증가

해석 : 특허권 보유가 매출액 증대 효과를 갖는 이유

▷ **(시장에서의 독점권 확보)** 보유한 특허권만큼 시장에서 독점적 권리를 누릴 수 있음

▷ **(제품·서비스 이미지 제고)** 소비자에게 특허받은 제품·서비스라는 긍정적 인식을 줌

○ 대기업과 중소기업의 특허권 보유가 유사한 정도의 매출증대효과*를 가지는 것으로 나타났고, 개방형혁신 활동의 매출증대효과는 대기업은 정(+)의 효과를 가졌지만 중소기업은 통계적으로 유의한 효과가 확인되지 않음

해석 : 중소기업의 개방형혁신이 매출액 증가에 효율적이지 못한 이유

▷ **(제품화·서비스화 취약)** 중소기업은 혁신의 결과를 매출로 연결시키는데 필요한 제품화·서비스화 과정에서 경영역량을 효율적으로 결집시킬 수 있는 관리 역량이 대기업에 비해 상대적으로 취약

▷ **(유통망 취약)** 중소기업은 광고선전비가 적고, 유통망이 취약하여 개방형혁신의 결과를 매출액 증대로 연결시키는 것이 대기업에 비해 상대적으로 취약

목 차

제 1 장 서론 ····· 1
1. 연구배경 ····· 1
2. 현황 및 문제점 ····· 3
3. 연구목적 ····· 4
제 2 장 아이디어 플랫폼 활성화 방안 ····· 5
1. 아이디어 플랫폼 사례 및 수익모델 ····· 5
2. 아이디어 플랫폼 이용규약 ····· 18
제 3 장 나눔형 아이디어 플랫폼 타당성 조사 ····· 25
1. 지식재산 기반 사회적경제의 개념과 현황 ····· 25
2. 사회적기업 대상 지식재산 정책 수요조사 ····· 29
3. 사회적기업 지식재산권의 경제적 효과 ····· 31
제 4 장 공모전 아이디어 보호 가이드라인 개정안 ····· 33
1. 공모전 아이디어 보호 가이드라인 적용 실태조사 ····· 33
2. 공모전 아이디어 보호 가이드라인 개정안 ····· 40
제 5 장 특허권 보유와 개방형혁신과의 관계 ····· 43
1. 분석개요 ····· 43
2. 특허권 보유에 따른 개방형혁신 현황 ····· 44
3. 특허권 보유와 개방형혁신이 매출액 증가에 미치는 영향 ····· 46
4. 정리 및 제언 ····· 51
제 6 장 결론 ····· 52
1. 연구 결과 및 의의 ····· 52
2. 향후 연구 ····· 52
부록 1. 아이디어 플랫폼 이용규약 ····· 53
부록 2. 사회적기업 대상 지식재산 정책수요 설문조사 ····· 66
부록 3. ‘공모전 아이디어 보호 가이드라인’ 적용 실태조사 대상 공모전 ····· 69
부록 4. 공모전 아이디어 보호 가이드라인 ····· 72
부록 5. 추가 분석 결과 ····· 81

표 목 차

[표 1] 아이디어 플랫폼 사례조사 결과 ····· 7
[표 2] 쿼키의 아이디어 상품 사례 ····· 11
[표 3] 아이디어 플랫폼의 용어 및 내용 ····· 18
[표 4] 아이디어 공급자 회원 비밀유지서약서(안) ····· 22
[표 5] 아이디어 수요자 회원 비밀유지서약서(안) ····· 23
[표 6] 미성년자 회원가입(안) ····· 24
[표 7] 미성년자 거래 동의서(안) ····· 24
[표 8] 지재권 보유/미보유 사회적기업의 경영현황 비교 ····· 27
[표 9] IP 사회혁신기업의 유형 ····· 28
[표 10] 사회적기업에 대한 정부 지원 필요 분야 ····· 30
[표 11] 회귀분석 결과 ····· 31
[표 12] 공모전 개최 현황 (출처: 씽굿) ····· 33
[표 13] 공모전 조사내용 ····· 35
[표 14] 공모전 보상 관련 현황 ····· 36
[표 15] 2020 년 조사와 2013 년 조사의 비교 ····· 39
[표 16] 공모전 아이디어 보호 가이드라인 개정안 ····· 41
[표 17] 특허권 보유와 개방형혁신이 매출액에 미치는 영향 ····· 48
[표 18] 특허권 보유기업의 특허권보유와 개방형혁신이 매출액에 미치는 영향 ····· 49
[표 19] 시기를 구분한 특허권 보유와 개방형혁신이 매출액에 미치는 영향 ····· 50
[표 20] 조사대상 공모전 목록 ····· 69

그 림 목 차

[그림 1] 전통적인 개방형 혁신 ····· 2
[그림 2] 아이디어 플랫폼 기반 개방형 혁신 ····· 2
[그림 3] 기업의 개방형 혁신 도입 목적(美, '16) ····· 2
[그림 4] 기업규모별 개방형 혁신 도입 비율(美, '16) ····· 2
[그림 5] 제안내용에 따른 플랫폼의 역할 ····· 5
[그림 6] 아이디어 플랫폼별 아이디어 개발 프로세스 분석 ····· 6
[그림 7] 쿼키의 2017년 비즈니스모델 변화 (변경 전) ····· 10
[그림 8] 쿼키의 2017년 비즈니스모델 변화 (변경 후) ····· 10
[그림 9] 쿼키의 수익배분 구조 ····· 11
[그림 10] 아이디어마루의 사업화 프로세스 ····· 12
[그림 11] 아이디어 LG의 수익배분 구조 ····· 13
[그림 12] 아이디어 플랫폼 EAST 개념도 ····· 14
[그림 13] 정부의 아이디어 거래모델 유형 ····· 15
[그림 14] 아이디어 플랫폼의 주요 기능 ····· 16
[그림 15] 아웃소싱 모델의 아이디어 거래 ····· 16
[그림 16] 아웃소싱모델의 거래추체별 수익모델 ····· 16
[그림 17] 크라우드소싱 모델의 아이디어 거래 ····· 17
[그림 18] 크라우드소싱 모델의 거래주체별 수익모델 ····· 17
[그림 19] 지식재산 기반 사회적경제의 범주 ····· 25
[그림 20] IP 사회혁신기업의 범주 ····· 27
[그림 21] 주관기관의 비밀유지의무 비율 ····· 37
[그림 22] 아이디어 대한 권리의 제안자 귀속 비율 ····· 37
[그림 23] 아이디어 파생 지재권의 제안자 귀속 비율 ····· 38
[그림 24] 아이디어/지재권의 활용 절차 명시 비율 ····· 38
[그림 25] 전체기업의 개방형혁신 참여율 변화 ····· 44
[그림 26] 기업 규모에 따른 개방형혁신 참여율 변화 ····· 45
[그림 27] 기업당 평균 매출액 변화 (단위 : 백만원) ····· 46

제1장 서론

1. 연구배경

□ 아이디어란, 사전적으로 어떤 일에 대한 구상 또는 생각을 의미하며, 넓은 뜻으로는 의견, 신념, 설계, 도식, 암시, 사고를 포함

* 최근에는 상업 경영 용어로서, 활동을 발전시키고 충실하게 하는 창의와 착상 전반을 의미하는 용어로 사용(자료 : 두산백과)

○ 즉, 경제적 또는 사회적으로 가치 있는 새로운 생각을 의미

* 지재권으로서 법적지위를 인정받는 특허, 저작권뿐만 아니라, 부정경쟁방지법으로 보호하는 아이디어를 포함하는 개념

□ 정보화 시대를 지나 4차 산업혁명 시대로 접어들면서 고부가가치를 창출하는 혁신적 아이디어의 중요성이 더욱 부각

* 세계 석학들은 4차 산업혁명 시대의 필수역량으로 '창의성'을 꼽고 있으며, 미국 미래학자 마틴포드는 '창의력은 로봇이 대체할 수 없는 역량'임을 강조

○ IT 기술 발달 및 공유 경제의 등장으로 혁신적 아이디어만으로도 고부가가치를 창출하는 새로운 제품, 새로운 비즈니스 개척이 가능*

* 인터넷을 통해 동영상을 공유하려는 아이디어 → 세계 최대 동영상 사이트 '유투브'
** 친구들의 근황 및 일정을 공유하려는 아이디어 → 소셜네트워크 플랫폼 '페이스북'

□ 한편, 빠르게 변하는 시장에 대응하고자, 기업은 외부의 혁신역량까지 적극 활용하여 변화하려는 개방형 혁신*(Open Innovation)을 지속 추구

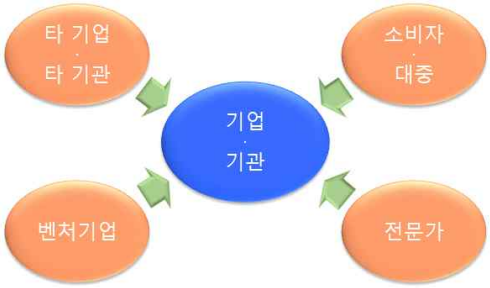
* 기업에게 필요한 기술과 아이디어를 외부에서 조달하는 한편, 내·외부 자원의 공유를 통해 제품 및 서비스의 혁신을 창출하는 전략(美 버클리大, 헨리 체스브로 교수, '03년)

○ (개념) 기업이 연구·개발·상업화 과정에서 기업이 가진 내부 자원을 외부에 공개·공유하면서 혁신을 위해 필요로 하는 기술과 아이디어를 기업 외부의 대학·연구소 혹은 다른 기업에서 끌어오는 방법을 의미

○ (변화방향) 기업이 외부자원 보유자와 직접적인 거래 관계를 맺고 자원을 확보하는 단방향 오픈이노베이션 방식에서,

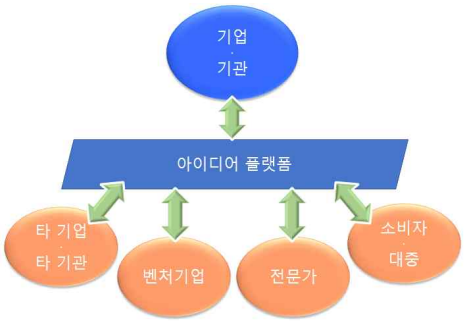
- 다양한 아이디어가 유입·유통되는 아이디어 플랫폼에 참여함으로써 주체간 쌍방향으로 아이디어를 교류하는 방식으로 변화·발전

[그림 2] 전통적인 개방형 혁신



· 아이디어·기술이 단방향으로 이동
· 주관적 가치평가
· 내부로부터의 문제 제기

[그림 3] 아이디어 플랫폼 기반 개방형 혁신

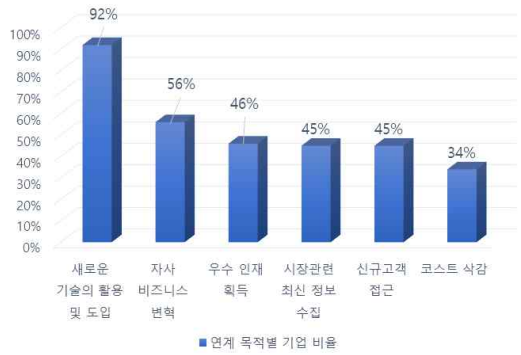


· 아이디어·기술이 쌍방향으로 이동
· 객관적인 가치평가
· 내·외부로부터 문제 제기

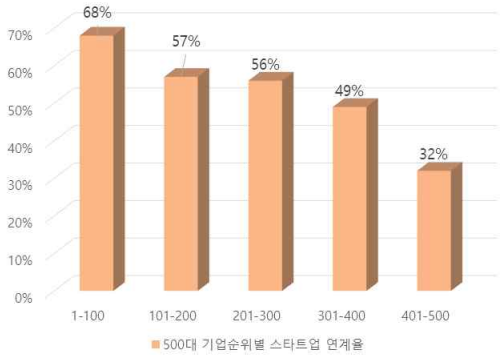
* 출처 : 삼성경제연구소(2013) '혁신의 요람, 아이디어 플랫폼'

□ 소비자의 니즈가 다양해지고 제품 수명주기가 짧아지면서 제품 개발의 위험과 비용을 감소시키기 위해 외부 아이디어를 활용한 혁신이 필수

[그림 4] 기업의 개방형 혁신 도입 목적(美, '16)



[그림 5] 기업규모별 개방형 혁신 도입 비율(美, '16)



▸개방형 혁신을 도입하는 가장 큰 이유는 제품 개발시 외부의 최신기술이 필요하기 때문임(98%)
▸포브스500社 중 상위 100社의 개방형 혁신 도입 비율(68%)이 하위 100社(32%)의 약2배

(자료)「스타트업과의 연계에 의한 이노베이션의 실현」, 美startups와 日노무라종합연구소 공동 연구('17년)

☞ 외부의 혁신적 아이디어가 기업의 혁신으로 이어지는 아이디어 유통 환경으로서 아이디어 플랫폼을 구축하고 그것을 활성화시키는 것이 필요

2. 현황 및 문제점

[시대환경 변화 관련]

□ 최근 개인들이 혁신의 주체로 부상 중이나, 이를 활용하기 위한 수단 부족

○ 디지털 기술의 발달 및 시장의 빠른 변화 등으로 개인들의 혁신적 아이디어가 전문가들의 의견보다 높게 평가*될 가능성 高

* 유아용품의 신제품 개발 사례에서 전문가의 아이디어보다 사용자의 아이디어가 높게 평가됨(美경제저널 JPIM, '12)

○ 그러나, 개인의 혁신적 아이디어를 활용할 수 있는 여건은 미흡

□ 또한, 외부자원을 활용하여 변화와 혁신을 도모하는 기업이 아직도 소수

○ 삼성 등 일부 자본력을 갖춘 기업의 경우 팝업 스토어* 구축 및 서포터즈 운영 등을 통해 제한적으로 개방형 혁신을 추진

* 브랜드 및 신제품 홍보 등을 위해 제품을 경험하고 체험하는 임시 상점

○ 반면, 자본력 등이 상대적으로 취약한 중소기업은 외부 아이디어 등을 받아들여 변화를 추구하는 개방형 혁신 역량이 부족

* 국내기업의 개방형 혁신 도입 비율('14년) : 중견기업(18.9%), 중소기업(15.4%)

□ 한편, 정부는 아이디어를 바탕으로 한 창업 지원에 정책역량을 집중

○ 정부는 개인의 혁신적 아이디어가 활용되는 방안으로 창업 및 사업화 지원*에 집중하여 정책을 추진

* 주로 중소벤처기업부에서 아이디어 창업을 지원(아이디어 멘토링 플랫폼 마루 운영 등)

○ 그러나, 아이디어 고갈로 신제품 개발에 곤란을 겪는 기업과 아이디어 창업에 대해 의지가 없는 사람을 위한 지원정책은 부재

☞ ① 개인의 혁신적 아이디어가 기존 기업에게 연계되어 적극 활용될 수 있으면서, ② 기업 역시 외부의 혁신자원을 보다 쉽게 활용할 수 있는 방안 마련 필요

[아이디어 거래 환경 관련]

□ 아이디어 거래가 저조한 이유로 아이디어의 속성에 대한 선입견도 한 몫

○ 외부 아이디어를 활용한 다양한 성공한 사례*에도 불구하고, '불완전한 권리'라는

이유로 외부 아이디어 활용에 대해 부정적

* 소비자 아이디어를 활용한 성공사례 : 3M 수세미, 꼬꼬면, 레고 아이디어 등

○ 개방형 혁신을 추진하는 과정에서 기업 비밀이 유출될 수 있다는 우려가 아이디어 등 외부 자원 활용에 걸림돌로 작용

* 국내 제조업 380개社 대상 여론조사결과 응답기업의 22.7%가 개방형 혁신의 애로사항으로 내부정보·기술 유출의 부담 선택(대한상공회의소, '16년)

□ 또한, 수요자와 제안자 사이에 아이디어의 수준에 대한 시각 차이 大

○ 수요자 경우 구체적인 해결방안을 포함하는 아이디어를 기대하는 반면, 제안자는 추상적인 개념의 아이디어를 제안하는게 일반적

* 기술성숙도(TRL : Technology Readiness Level)가 높은 기술일수록 기술이전·사업화 가능성이 높으며, 아이디어와 특허는 TRL 9단계 중 2단계로 낮은 수준

○ 일부 수요자 경우, 스스로 문제인식을 제대로 하지도 못한 채, 외부로부터 참신한 아이디어만을 기대

□ 아울러, 아이디어 거래가 활성화되기 위한 아이디어 보호 기반이 취약

○ 아이디어를 보호하기 위한 노력의 결과, 부정경쟁행위 유형에 '아이디어 탈취'가 포함되어 탈취시 행정조사와 시정권고 가능*

* 개정 부정경쟁방지법 시행('19.8.)으로 아이디어 탈취시 행정조사와 시정권고 가능

○ 하지만, 행정조사와 시정권고는 강제성이 없는 수단이어서 아이디어 보호에 한계

☞ ① 외부 아이디어 활용에 대한 부정적 인식을 개선하고, ② 추상적 아이디어의 구체화 및 수요자와 제안자 간 기대수준 차이를 최소화하는 방안과, ③ 아이디어를 강하게 보호하는 제도 마련 필요

3. 연구목적

□ 본 연구는 개방형 혁신 기반으로서 활용될 아이디어 거래 플랫폼과 연계된 현안을 선별하고 각 현안별 정책방안을 도출하는 것을 목표로 함

○ (현안 1) 아이디어 플랫폼 활성화 방안 **[제2장]**

○ (현안 2) 나눔형 아이디어 플랫폼 타당성 조사 **[제3장]**

○ (현안 3) 공모전 아이디어 보호 가이드라인 개정안 **[제4장]**

○ (현안 4) 특허권 보유와 개방형혁신과의 관계에 관한 실증분석 **[제5장]**

제2장 아이디어 플랫폼 활성화 방안

1. 아이디어 플랫폼 사례 및 수익모델

(1) 기존의 아이디어 플랫폼 사례 분석

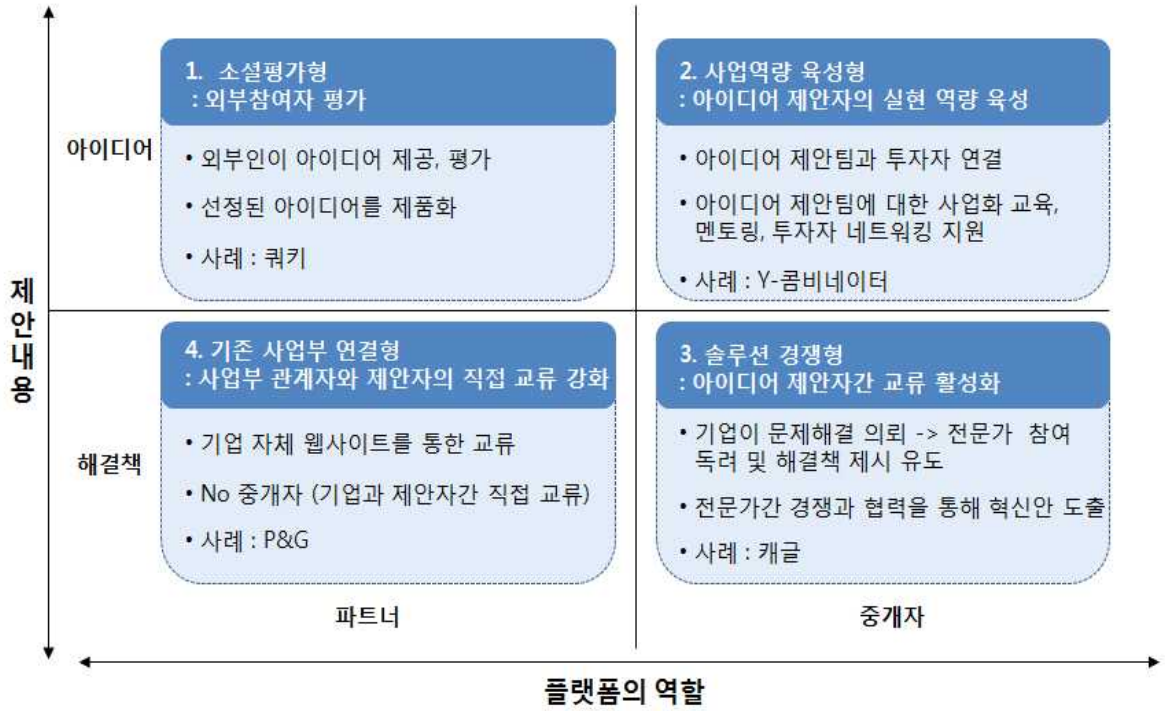
□ 삼성경제연구소(2013)는 아이디어 플랫폼을 아이디어를 활용하려는 기업, 기관 등이 다수의 아이디어 제안자와 상시적으로 연결되는 장으로 정의

○ 아이디어 플랫폼에서는 참여 주체간 아이디어 교류가 발생하고, 아이디어 제안과 평가 과정을 개방함으로써 아이디어에 대한 객관적 가치 평가가 가능함을 강조

○ 일반 제안자의 아이디어가 신제품 개발, 신사업 창출, 창업으로 발전하는 사례가 늘면서 아이디어 플랫폼 활용이 활성화되고 있음을 강조

○ 제안자와의 관계에서 플랫폼의 역할(파트너, 중개자)과 제안내용(해결책, 아이디어)에 따라 4가지 유형이 존재

[그림 6] 제안내용에 따른 플랫폼의 역할



출처 : 삼성경제연구소(2013) “혁신의 요람, 아이디어 플랫폼”

□ 최승연·박재완(2016)은 국내 아이디어 플랫폼들을 아이디어 개발 프로세스*에 따라 세분화하여 유형화하여 아이디어 플랫폼의 개발방향을 제안함

* 아이디어 도출 단계, 평가 및 멘토링 단계, 사업화 단계

○ 아이디어 도출 집중형 : 삼성 투모로우 솔루션, 오픈아이데오

=> 사용자들이 쉽게 따라할 수 있는 방법론 등을 제공하여 양질의 아이디어 도출을 지원하지만 비영리 목적으로 사회문제를 대상으로 하고 있어 사업화 단계까지 지원하는 경우가 적음

○ 평가 및 멘토링 집중형 : 퀄키, 킥스타터, 아이디어 오디션, 메이크코리아

=> 다수의 사용자 평가 환경을 제공하고, 사용자 맞춤형 멘토링 및 네트워킹을 제공하지만, 평가를 통한 아이디어 개선 과정의 보완이 필요하고 장시간 소요되는 멘토링 과정을 원치 않는 사용자에 대한 대책 필요

○ 사업화 집중형 : 서울시 천만상상 오아시스, 창조경제타운

=> 내외적 자원을 활용하여 제품 및 서비스의 개발과정과 유통과정을 관리하지만, 초기 아이디어 도출이 오로지 사용자의 능력에만 의존하는 경우가 많아 양질의 아이디어 확보를 위한 보완이 필요

[그림 7] 아이디어 플랫폼별 아이디어 개발 프로세스 분석

<table>
<tr><td>아이디어 플랫폼</td><td colspan="12">사례별 개발 프로세스
□ : 아이디어 도출 단계 ▒ : 평가 및 멘토링 단계 ■ : 사업화 단계</td></tr>
<tr><td>삼성 투모로우 솔루션</td><td>문제정의</td><td>상황관찰</td><td>방향설정</td><td>솔루션 구상</td><td>테스트</td><td>공모제출</td><td>심사</td><td>전문가 멘토 지원</td><td>사업화</td></tr>
<tr><td>오픈 아이데오</td><td>Research</td><td>Ideas</td><td>Refinement</td><td>Feedback</td><td>Top Ideas</td><td>Impact</td></tr>
<tr><td>퀄키</td><td>아이디어 제출</td><td>네티즌 의견</td><td>제품 평가</td><td>연구, 디자인, 브랜딩</td><td>제품개발 최종승인</td><td>시장조사</td><td>생산허가</td><td>제품생산</td><td>관매</td><td>이익분배</td></tr>
<tr><td>킥스타터</td><td>Build your project</td><td>Get feedback</td><td>Launch it to the world</td><td>Track funding progress</td><td>Funded</td><td>Keep backers in the loop</td><td>Send rewards</td><td>You did it</td></tr>
<tr><td>아이디어 오디션</td><td>아이디어 등록</td><td>운영자 리뷰</td><td>네티즌 리뷰</td><td>전문가 리뷰</td><td>오프라인 미팅</td><td>디자인 개발</td><td>IP 보호</td><td>리서치</td><td>3D 출력물 제작</td><td>크라우드 펀딩</td><td>판로 확정</td><td>양산</td><td>관매</td><td>이익분배</td></tr>
<tr><td>메이크 코리아</td><td>아이디어 등록</td><td>온라인 평가</td><td>특허 검색</td><td>전문가 평가</td><td>시장 분석</td><td>디자인</td><td>시제품 제작</td><td>자금 투자</td><td>대량 생산</td><td>유통</td></tr>
<tr><td>서울시 '천만상상 오아시스'</td><td>제안등록</td><td>시민투표</td><td>제안검토</td><td>발표제안 선정회의</td><td>서울상상마당 (정책반영여부 결정)</td></tr>
<tr><td>창조 경제타운</td><td>아이디어 제안</td><td>멘토링 협약</td><td>교육 추천</td><td>유사 아이디어 검색</td><td>아이디어 평가</td><td>인큐베이팅 아이디어 선정</td><td>집중멘토링</td><td>사업화 연계</td></tr>
</table>

출처: 최승연, 박재완(2016), 사용자참여형 아이디어 플랫폼의 유형별 특성 분석

(2) 현존 아이디어 플랫폼 사례 조사

[표 1] 아이디어 플랫폼 사례조사 결과

플랫폼명	주요 사업내용	성과/실적
쿼키	▸2009년 설립 ▸크라우드소싱 아이디어 상품 개발 플랫폼 ▸소셜 상품 개발[Social Product Development] 플랫폼이라는 독특한 방식의 사업 모델로 아이디어 상품 제작/판매 ▸2017년부터 제품 제작은 포기하고 라이선스 위주로 비즈니스 모델 변경	▸2014년 매출 1억 달러를 달성하는 등 '꿈의 공장'으로 불림 ▸2015년 수익성 악화로 파산하였으나 2017년 비즈니스 모델 변경 후 부활
아이디어마루	▸2013년 아이디어의 사업화 지원을 위해 시작 ▸제안 아이디어에 대해 3천여명의 전문가들이 멘토링을 통해 사업화 연계를 무료 지원 ▸2017년부터 창조경제타운 사업(舊미래부)이 멘토링 플랫폼 사업(중기부)으로 이관되어 수행되었으나 2020년부터 4차 산업혁명 분야 멘토단 지원 집중을 위해 온라인 플랫폼 운영 종료	▸2013년 9월 서비스 개시 이후 48,449건의 아이디어가 제안되었고 그 중 19,661건에 대해 사업화 연계되어 매출 1,163억원, 투자유치 268억원의 성과 창출(2018년 기준)
이노센티브	▸2001년 다국적 제약기업 일라이릴리(Eli Lilly)가 세계 정상급 과학자를 온라인으로 연결해 R&D비용과 제품개발 기간 단축을 위해 설립한 크라우드소싱 R&D플랫폼 ▸기업이 이노센티브와 의뢰인 계약을 맺고 과제를 제시하면 해결자로 등록된 과학기술자가 주어진 문제를 풀고 상금을 받는 방식	▸설립 이후 2000개 이상의 난제에 대해 16.2만건의 솔루션을 산출 ▸1989년 '엑손 벨디즈호' 기름유출 사건에 대한 해결책 제시 ▸2013년 '생분해 가능한 친수성 고분자' 개발
아이디어 커넥션	▸2007년 과학기술 분야의 난제를 해결하는데 초점을 맞춘 온라인 개방형 혁신 플랫폼 ▸보안 과제, 공공 과제, 아이디어 공모 등으로 구분하여 사업을 진행	▸100개 분야 2만명 이상의 전문가가 참여하여 80% 이상의 성공률로 1000개의 과제를 해결 ▸모든 성공사례는 비밀
K-Tech Navi	▸2019년부터 중소·중견기업의 기술 애로사항 해결을 지원하기 위해 산업부와 중견기업연합회가 운영 중인 한국형 온라인 기술문제 해결 시스템 ▸기술문제 해결을 원하는 기업이 보상금을 걸고 시스템에 등록하면 출연연, 대학 전문가들이 해결책을 제시하고 보상금을 받는 방식	▸2020년 3월 최초 해결사례(방수구조로 차폐된 공간의 열해석 방열방법)도출 - ('20.1.6) 인쇄회로기판 제조기업이 LED부품의 방수방열 문제 게재

		- ('20.3.26) 플랫폼에 등록된 공공연구소 전문가의 해결책을 채택
수요자 중심의 기술찾기 플랫폼	▸연구개발특구진흥재단이 기술수요를 발굴하여 공공기술을 매칭해 주는 기술사업화 프로그램 ▸공공기술 수요가 있는 기술기반기업에 대해 컨설팅, R&BD, 해외진출, 투융자 연계 지원	▸발굴기업 205개, 기술이전 13건, 투자유치 11건, BM 작성 90건 등
이노브랜치	▸한국무역협회가 2020년부터 운영 ▸글로벌 기업과 국내 스타트업, 국내 대·중견기업과 국내외 스타트업 간 양방향 협력 수요를 매칭해주는 온라인 플랫폼	▸BMW, 샤넬, 동원그룹 등 국내외 대기업과 스타트업 간 오픈 이노베이션을 지원
기술은행	▸기술사업화 전 과정에서 참여 주체들이 활발하게 국가기술자산을 활용할 수 있는 지원체계로 KIAT가 운영 ▸『기술발굴 • 수집→우수기술선별→DB화→이전 • 사업화』의 전 과정에서 통합적 • 종합적인 국가의 기술사업화 정보관리 체계로 기능 ▸기술이전설명회(상담회) 개최 및 관련 지원	▸2020년 기준 20만건의 기술정보를 온라인으로 제공
Agorize	▸2011년 파리에 설립하고, 현재 파리, 샌프란시스코, 슈트트가르트, 홍콩, 몬드리올, 도쿄 지사 운영 중 ▸아이디어나 기술을 원하는 해외기업을 공모전을 통해 연결해 주는 공모전 기획 운영 ▸해외에서의 상품개발이나 테스트 마케팅 등 모든 경영과제의 해결을 지원	▸2014년 2.6백만불 투자유치 ▸2018년 14.5백만불 투자 유치 ▸2019년 5백만명의 혁신가로 구성된 커뮤니티와 함께 200개 고객사 대상 1000개 프로젝트 진행
Wemake	▸아이디어 플랫폼 Wemake(일본의 벤처기업 A Inc.가 운영)는 기획력 있는 기업과 기술을 가진 개인을 연결하여 신상품 또는 신규비즈니스를 창출할 수 지원하는 오픈이노베이션 플랫폼 ▸프로젝트 경험이 풍부한 담당자가 모집 주제를 게시하고 외부로부터 기획안을 수렴한 후 그 중 코멘트와 투표를 통해 최종 기획안(1~3개) 채택	▸후지레록스의 '근미래 커뮤니케이션 컨셉' : 코워킹 공간에서 일하는 사람과 기업에서의 공동창조 지원서비스 ▸NEC의 '사내기술을 활용한 신상품 • 서비스' : 중규모 음식점의 저렴한 식재료 • 조미료의 정보관리서비스
NINE SIGMA	▸2000년 설립된 나인시그마는 혁신 아이디어 공모전, 기술 발굴, 스타트업과의 연계, 컨설팅을 제공 ▸진행 절차	▸2016-2018년 총 1,200건 프로젝트 수행, 매치 성공률 85%

	① 나인시그마가 컨설팅을 원하는 고객사의 기술적 문제를 검토하고, 오픈 이노베이션 중개모델 적용이 가능한지를 판단 ② 고객사의 '기술 제안요구서(REP)' 작성 보조 ③ 나인시그마의 글로벌 네트워크를 통해 기술 공급자 후보의 '해결대안'을 접수 ④ 고객사에게 최적의 해결방안 연결	
S-Matching	▸새로운 비즈니스 아이디어나 신사업 구상을 가진 개인·벤처기업을 포함한 '우주비즈니스 기업가'와 우주 분야에 투자·융자 의욕이 있는 '우주 비즈니스 투자가'를 매칭해주기 위해 2018년 일본 내각부가 운영하는 매칭 플랫폼	▸기업가 375건 등록, 투자가 59건 등록, 아이디어 168건 투고

① 쿼키

□ 쿼키는 크라우드소싱 아이디어 상품 개발 플랫폼

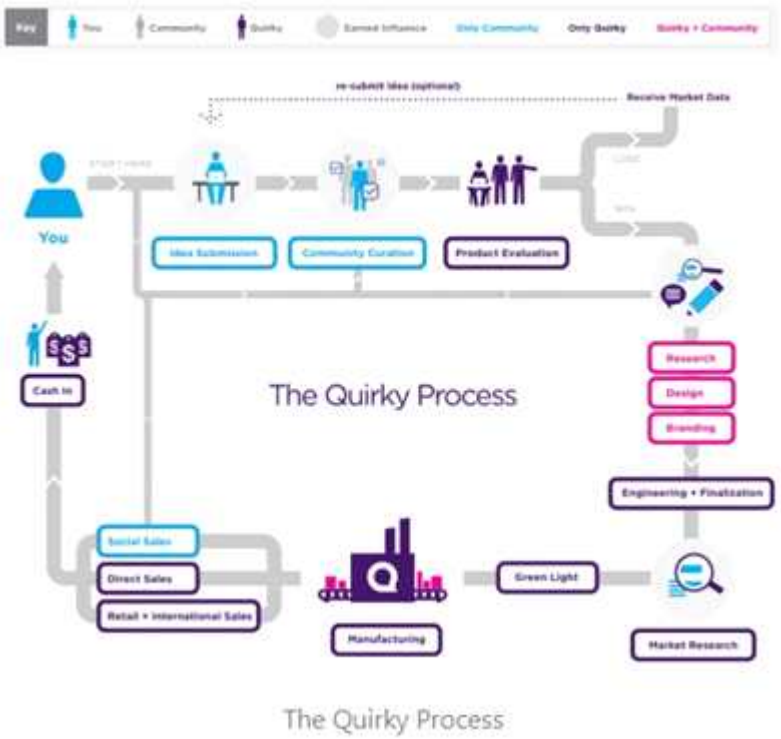
○ 주요 연혁

- 2009년 Ben Kaufman에 의해 설립
- 2014년 매출 1억 달러 달성하는 등 '꿈의 공장'으로 불림
- 2015년 수익성 악화로 파산
- 2017년 비즈니스 모델 변경 후 운영 재개

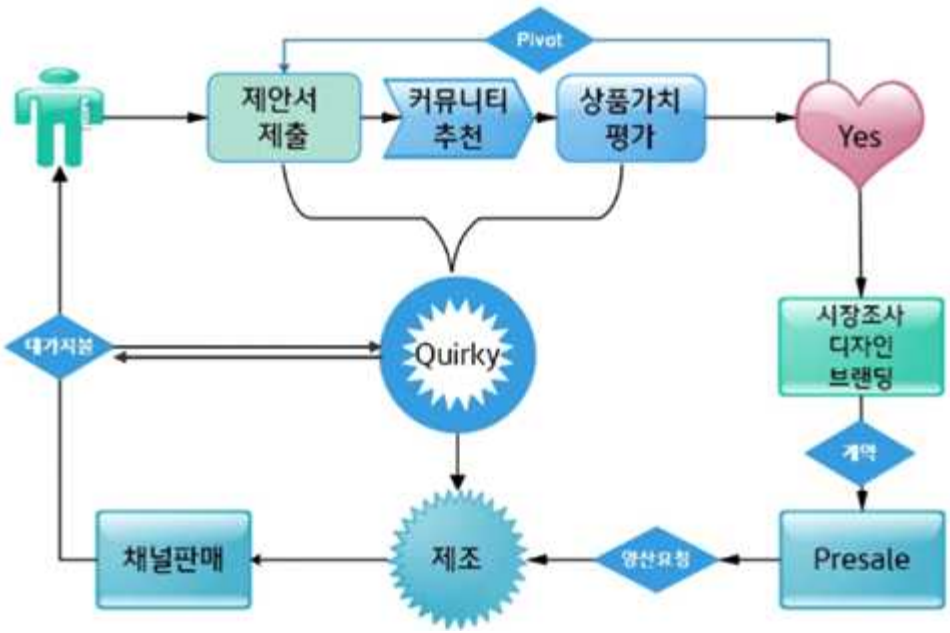
○ 주요 특징

- 누구나 상품에 대한 아이디어 제안 가능(간단한 설명만 넣어도 되고, 그림으로도 가능)
- 괜찮은 아이디어에 투표하는 'Community Curation'에 의해 아이디어 채택
- 2015년까지 쿼키가 제품을 '제작/판매'했으나 2017년부터 라이선스 위주로 비즈니스모델 변경
- 제품 카테고리별로 제조/판매 관련 독점 라이선스 계약 체결

[그림 8] 쿼키의 2017년 비즈니스모델 변화 (변경 전)



[그림 9] 쿼키의 2017년 비즈니스모델 변화 (변경 후)



□ 쿼키의 수익 배분 방식

○ 아이디어 등록비 : $10 (→ 무료)

○ 아이디어 투표권 : 1인당 하루 15건

○ 영향(Influence) 점수에 따라 수익 분배

[그림 10] 쿼키의 수익배분 구조

[표 2] 쿼키의 아이디어 상품 사례

제품	발명가 및 수익	제품 이미지	
스페이스 바(Space Bar) : 아이맥 받침 액세서리	마이클 커바다 외 727명 마이클 영향도 44% 소매가: $80 판매 수 : 1.3만대 배당수익 :$39,256		
피벗 파워(Pivot Power) : 두꺼운 전원을 끼우기 어려운 파워 탭이 자유자재로 굴곡이 되게 하여 쉽게 끼울 수 있게 만든 제품	제이크 진(Jake Zien) 외 885명 제이크 영향도 : 38% 소매가 : $30 판매 수 : 24만대 배당수익 : $276,500		
프랍스(Props) : 이어폰을 잠시 빼고 있을 때,이어폰을 목에 걸어 두는 제품 (출시 전)	킴 럼버거(Kim Rumberger)의 '버디즈(Budeez)'를 개선	 버디즈	 프랍스

② 아이디어마루

□ 아이디어마루 사업화 프로세스

[그림 11] 아이디어마루의 사업화 프로세스

○ 아이디어 제안 : 제안된 아이디어에 대해 아이디어 원본증명서비스를 제공(본인이 직접 신청)

○ 발상 멘토링 : 멘토 매칭 후 2주 동안 진행

○ 사업화 멘토링 : 1개월 동안 진행, 멘토와의 협의에 따라 2회 연장 가능

○ 집중 멘토링 : 1개월 동안 3회의 오프라인 멘토링 진행

- 아이디어의 기술성과 사업화 가능성에 대해 기술전문가, 시장전문가, 특허전문가로 구성된 선발위원회 검토를 거쳐 '인큐베이팅 아이디어'를 선발

- 인큐베이팅 아이디어로 선발되면 특허권리화 지원(특허명세서 작성까지만 지원하고 특허등록비용은 제안자 부담)

□ 주요 서비스

○ 참여마루 : 자유롭게 아이디어를 제안하고 가공

○ 온라인 멘토링 : 아이디어와 창업에 대한 궁금증을 전문가가 상담

○ 사업화 지원 : 시제품 제작, 연구개발, 자금마련 및 판로개척 지원

○ 매거진 : 최신 과학, 사업화전략, 비즈니스 동향 등 최신 창업정보 제공

○ 청소년 마루 : 청소년의 기업가정신을 함양하기 위한 콘텐츠 제공

③ 이노센티브

□ 이노센티브는 아웃소싱 R&D 플랫폼임

○ 주요 연혁

- 2001년 다국적 제약기업 Eli Lilly가 설립
- 2007년 '엑손 벨디즈호' 기름유출 사건(1989년 발생, 17년의 난제)의 해결책 제시
- 2013년 생분해 가능한 친수성 고분자 개발

○ 주요 특징

- 기업이 이노센티브와 계약을 맺고 과제를 의뢰하면 전세계 20만명의 해결자(Solver)들이 과제를 해결하고 보상금(평균 2만불, 최고 10만불)을 수령
- 설립 이후 2000개 이상의 과제에 대해 16.2만건의 솔루션을 산출, 2천만불 이상의 상금 수여

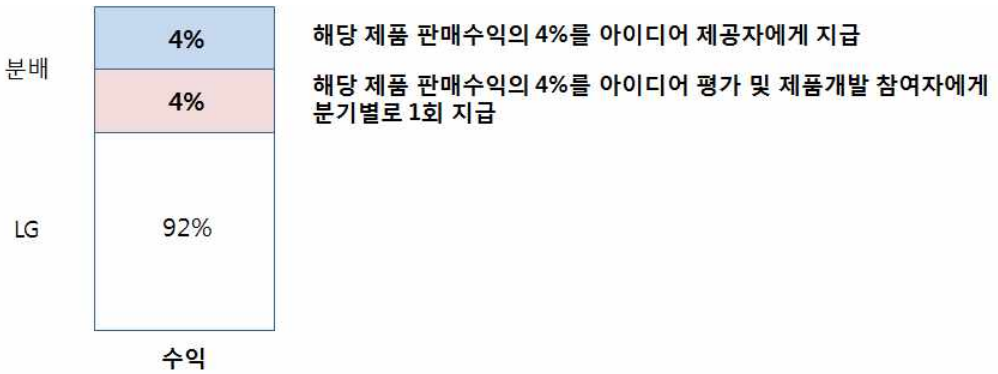
④ 아이디어 LG

□ LG전자가 소비자의 아이디어를 모아 제품개발에 활용

○ 아이디어 제안 횟수 : 하루 3개

○ 제안된 아이디어에 대해 LG전자 전문가들의 사업성 검토를 거쳐 제품 생산후 LG베스트샵에서 판매

[그림 12] 아이디어 LG의 수익배분 구조



(3) 아이디어 플랫폼 수익모델

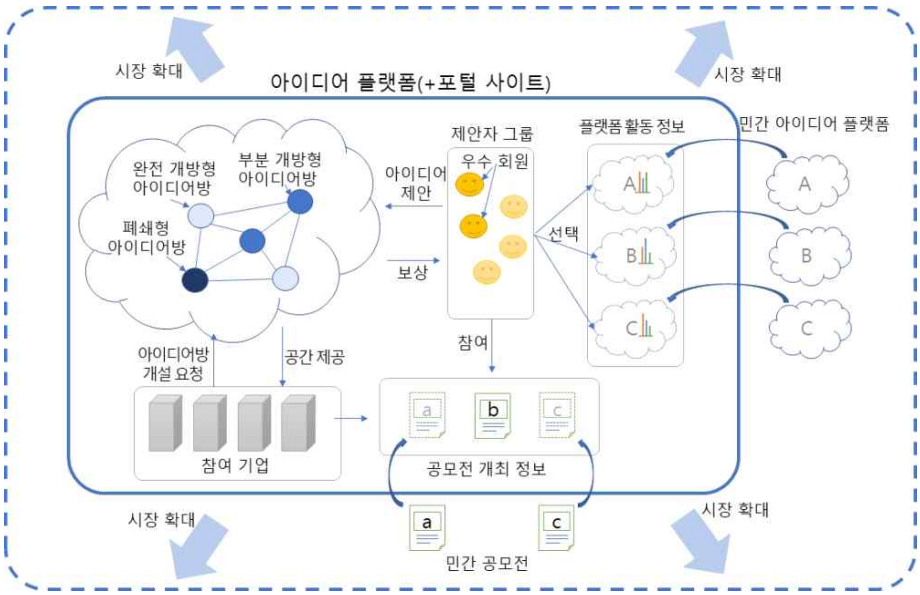
□ 정부는 2020년 아이디어 플랫폼 'EAST'를 개발하여 운영할 예정

○ 플랫폼의 성격 및 특징

- 혁신과 변화에 대한 수요와 公衆의 혁신 공급 역량을 연계시켜 '혁신(아이디어, IP 등)' 자체가 거래대상물이 되는 플랫폼
- 단순 정보 제공에서 벗어나 실질적으로 온라인에서 아이디어, IP 등 혁신이 거래되는 환경을 구현하도록 플랫폼
- 공공플랫폼으로서 기능을 구현하면서도 민간플랫폼과 경쟁에서 이길 수 있을 정도의 경쟁력을 갖춘 플랫폼

○ 플랫폼 개념도

[그림 13] 아이디어 플랫폼 EAST 개념도



○ 플랫폼 개발일정

- (1단계) 플랫폼 필수항목 중심으로 개발 : ~'20. 8.
- (2단계) 플랫폼 완성 : ~'20. 11.
- (3단계) 플랫폼 기능개선 및 보수 : ~'21. 12.

□ 정부는 개인, 기업, 사회단체 등 다양한 주체가 참여할 수 있고, 다양한 수요를 충족시킬 수 있는 아이디어 거래 모델 발굴하여 아이디어 플랫폼에서 구현할 예정

○ 아이디어 거래를 통해 경제적 가치를 실현하는 '수익형 모델'과 사회적 가치를 실현하는 '나눔형 모델'로 구분

* 수익형 모델은 아이디어 거래시 거래대가를 지불해야 하나, 나눔형 모델은 대가 없이 아이디어를 기부하는 형태로 거래

○ 수요기업의 사전 발굴 여부에 따라 '수요자 중심형 모델(사전발굴)'과 '제안자 중심형 모델(사후매칭)'로 구분

* 수요자 중심형은 수요자가 발제한 과제에 대해 제안자가 아이디어를 제공하는 방식이고, 제안자 중심형은 제안자의 아이디어를 구매할 수요자를 매칭하는 방식

○ 그 외, 국민의 불편사항을 발굴하여 과제화 하는 '청원형 모델'과 사업화까지 연계하는 '사업화 연계형 모델*'도 고려

* 청원형 모델은 '청와대 국민청원'과 유사하게, 국민들이 기술적으로 불편하거나 개선이 필요하다고 느끼는 문제를 청원을 통해 발굴·해결하는 모델

- 사업화 모델은 제안자의 창업을 지원하는 '제안자 육성 모델'과 플랫폼을 통해 아이디어를 구체화하는 '크라우드 소싱 모델' 및 전문가를 통해 구체화하는 '아이디어 크루 모델'로 구분

* 수익형 모델의 일종인 사업화 연계형 모델은 나눔형 모델로도 확장 가능

[그림 14] 정부의 아이디어 거래모델 유형

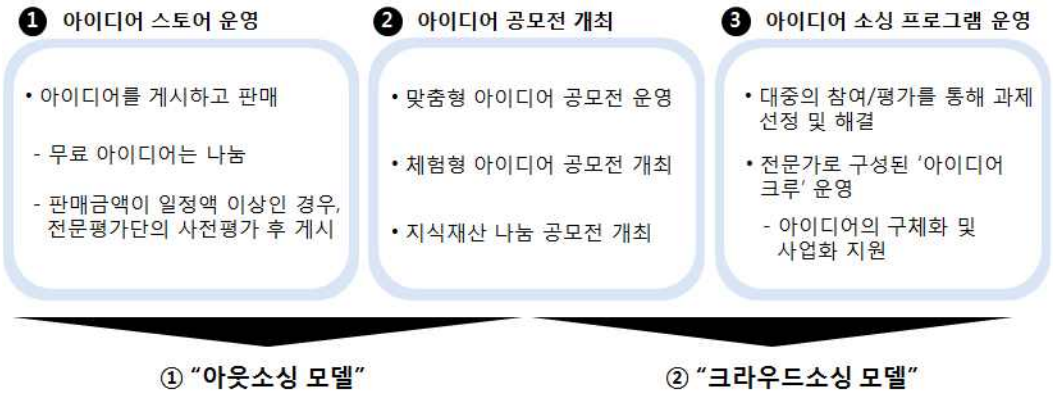
구분	청원형 (과제 발굴형)	수익형 (경제가치 실현형)	나눔형 (사회가치 실현형)
수요자 중심형	-	과제 해결 모델	과제 해결 모델
제안자 중심형	청원 모델	아이디어 스토어 모델	아이디어 스토어 모델
사업화 연계형	제안자 육성 모델	크라우드 소싱 모델	아이디어 크루 모델

출처: 특허청(2020), 아이디어 거래 활성화 기본계획

□ 플랫폼 구축 전까지는 공모전 방식을 활용하여 아이디어 거래 모델 운영하고, 플랫폼 구축 후에는 플랫폼 기반의 아이디어 거래 모델 운영 예정

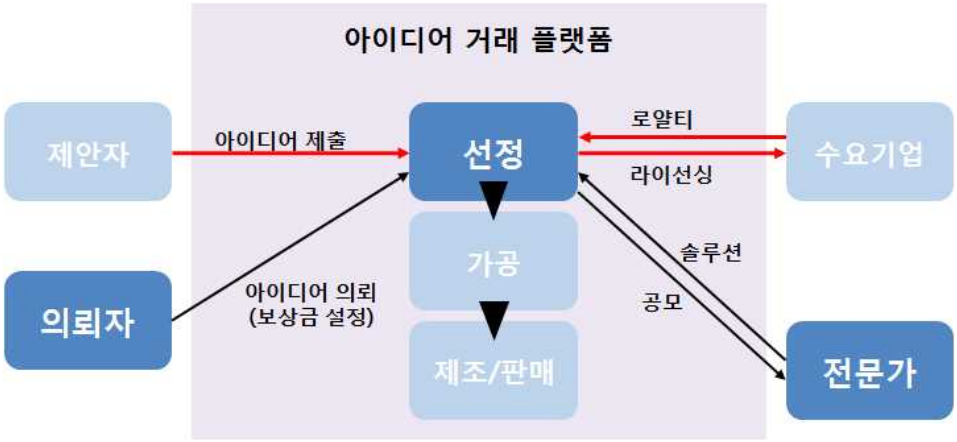
○ 정부의 계획을 재유형화 하면 다음과 같이 ① 아이디어 스토어 운영, ② 아이디어 공모전 개최, ③ 아이디어 소싱 프로그램 운영으로 나눌 수 있고 이는 다시 ① 아웃소싱 모델과 ② 크라우드소싱 모델로 구분할 수 있음

[그림 15] 아이디어 플랫폼의 주요 기능



□ 향후 구축될 아이디어 거래 플랫폼이 전문가 매칭 및 솔루션 공모 형태의 아웃소싱 모델로 운영될 경우 '의뢰자 → 플랫폼(선정) → 전문가'로 연결되는 거래 가능

[그림 16] 아웃소싱 모델의 아이디어 거래

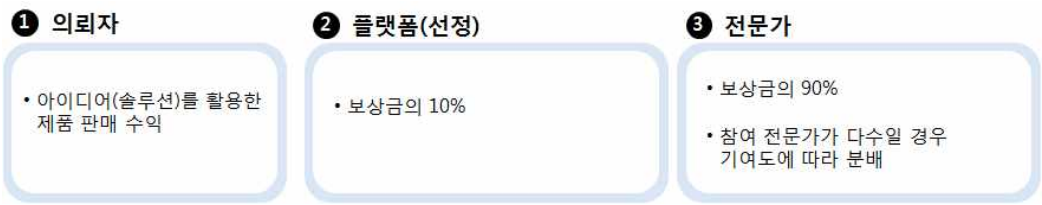


○ (의뢰자) 아이디어(솔루션)를 활용한 제품 판매수익 획득

○ (플랫폼) 의뢰자의 아이디어 의뢰 및 보상금 설정의 적절성을 검토하고 플랫폼이 보유한 전문가 풀을 활용하여 전문가 매칭을 함으로써 의뢰자가 제기한 보상금의 10% 정도의 수익 창출

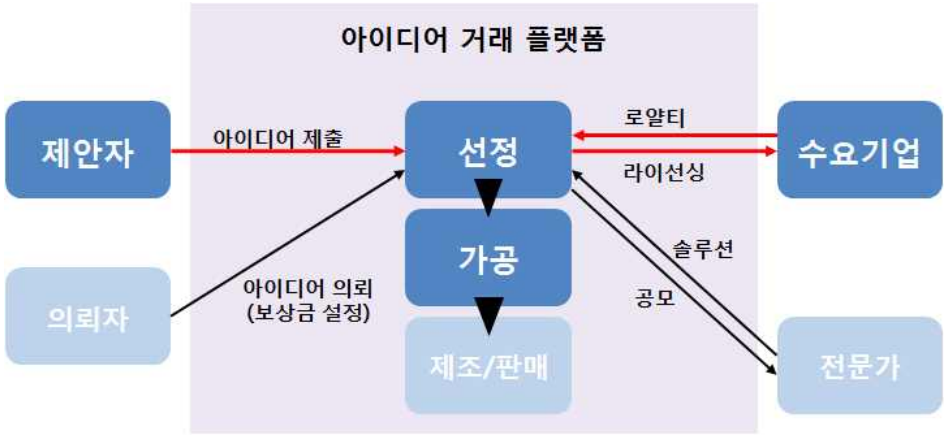
○ (전문가) 의뢰자가 설정한 보상금의 90%를 획득하고, 참여 전문가가 다수일 경우 기여도에 따라 분배

[그림 17] 아웃소싱모델의 거래추체별 수익모델



□ 향후 구축될 아이디어 거래 플랫폼이 아이디어의 가공 중심의 크라우드소싱 모델로 운영될 경우 '제안자 → 플랫폼(선정, 가공) → 수요기업'으로 연결되는 거래 가능

[그림 18] 크라우드소싱 모델의 아이디어 거래

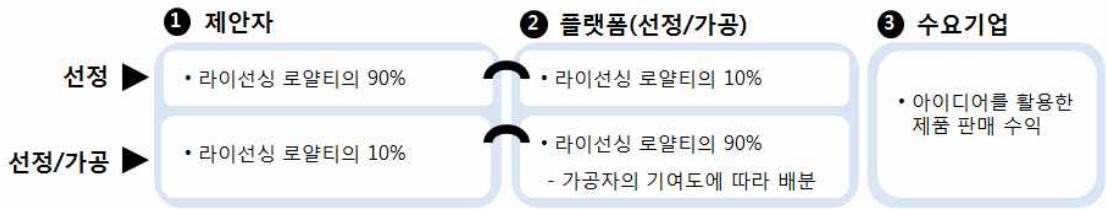


○ (제안자) 플랫폼이 아이디어 선정에만 관여한 경우 아이디어 라이선싱 로얄티의 90%를 획득하고, 플랫폼이 아이디어의 선정과 가공에 관여한 경우 아이디어 라이선싱 로열티의 10% 획득

○ (플랫폼) 아이디어 선정에만 관여한 경우 아이디어 라이선싱 로얄티의 10%를 획득하고, 가공까지 관여한 경우 아이디어 라이선싱 로얄티의 90%를 획득하되, 가공자의 기여도에 따라 배분

○ (수요기업) 플랫폼에 로얄티를 지급하고 아이디어를 획득한 후 해당 아이디어를 활용한 제품의 판매수익 획득

[그림 19] 크라우드소싱 모델의 거래주체별 수익모델



2. 아이디어 플랫폼 이용규약

(1) 용어의 정의

[표 3] 아이디어 플랫폼의 용어 및 내용

용어		내용
회원	개인회원	일반인으로 아이디어를 판매하는 역할을 수행
	사업자회원	사업자 또는 법인으로서 아이디어를 구매하는 역할을 수행
	회원사	사업자회원 중 연회비를 납부한 회원
전문가		개인회원 중 특정분야에 전문적인 지식이나 경험을 가진 회원으로, 별도의 증빙절차를 통해 관리자가 승인
전담기관	플랫폼 관리자	아이디어 플랫폼을 운영, 유지보수, VOC 대응, 전문가 인증 등의 역할 수행 * 아이디어 플랫폼 운영기관의 소속 직원
	거래 전문관	(역할 1) 오늘의 도전과제, 아이디어 소싱의 아이디어 방 개설 요청시 과제검토, 과제진단, 신청서 점검 등의 업무 수행 (역할 2) 오늘의 도전과제, 아이디어스토어에서 수요자(사업자회원, 회원사)와 공급자(개인회원, 전문가)가 거래할 때 가격협상, 조건협상, 계약서 작성 업무 수행 (역할 3) 아이디어 소싱의 계약체결 단계에서 최종 구매할 아이디어를 완성할 때 기여한 공급자(개인회원, 전문가)의 지분배분, 계약서 작성, 이의신청 조사 및 반영 등의 업무 수행 * 아이디어 플랫폼 운영기관의 소속 직원
운영자		(역할 1) 수요자(사업자회원 또는 회원사) 소속 직원으로서 오늘의 도전과제, 아이디어 소싱의 방법으로 아이디어를 구매할 때, 공급자(개인회원, 전문가)가 제안한 아이디어를 검토, 질의, 협상, 계약체결의 일련의 과정을 수요자에게 위임받아 수행 (역할 2) 수요자(사업자회원 또는 회원사) 소속 직원으로서 아이디어스토어에 게시된 아이디어를 열람, 검토, 질의, 협상, 계약체결의 일련의 과정을 수요자에게 위임받아 수행
주운영자		오늘의 도전과제, 아이디어소싱 운영 시 공급자(개인회원, 전문가)가 제안한 아이디어를 대표로 평가
대리인		(역할 1) 수요자(사업자회원 또는 회원사)의 소속지원이 아닌 자로, 오늘의 도전과제, 아이디어소싱의 방법으로 아이디어를 구매할 대, 공급자(개인회원, 전문가)가 제안한 아이디어를 검토, 질의, 협상, 계약체결의 일련의 과정을 수요자에게 위임받아 수행 (역할 2) 수요자(사업자회원 또는 회원사)의 소속직원이 아닌 자로, 아이디어스토어에 게시된 아이디어를 열람, 검토, 질의, 협상, 계약체결의 일련의 과정을 수요자에게 위임받아 수행
중개인		기술거래사 자격증 소유자로서 공급자(개인회원, 전문가)의 아이디어를 특정 기업에 판매할 수 있도록 중개하는 업무를 수행하며, 특정 기업과 협상하고 아이디어 거래 계약 체결 등의 업

	무 수행
멘토	공급자(개인회원, 전문가)의 아이디어를 발전시키는 역할
아이디어방	오늘의 도전과제 및 아이디어소싱의 과제를 발제하고 아이디어를 제안, 거래할 수 있는 공간을 통칭
상호평가	오늘의 도전과제 및 아이디어소싱에서 공급자(개인회원, 전문가) 서로의 아이디어를 평가 * 상호평가 시 본인의 아이디어를 제외한 타인의 아이디어 평가
경매	아이디어스토어에서 일정기간 동안 회원사 간 공개된 상태에서 희망거래금액을 투찰하여 가장 높은 가격 또는 좋은 조건에 공급자(개인회원, 전문가)가 아이디어를 판매하는 방법
입찰	아이디어스토어에서 일정기간 동안 회원사(운영자, 대리인 포함)가 비공개로 거래희망 금액을 투찰하고 입찰기간이 종료된 시점에 가장 높은 가격 또는 좋은 조건에 공급자(개인회원, 전문가)가 아이디어를 판매하는 방법

(2) 이용규약(안)

□ **(목적)** 아이디어 플랫폼을 통해 제공하는 모든 서비스의 이용 조건 및 절차, 전담기관 및 이용자의 권리, 의무, 책임사항과 기타 필요한 사항을 규약으로 정함

□ **(플랫폼의 소유권)** 플랫폼과 관련한 지식재산권 등은 **전담기관**이 **소유하고**, 이를 소유권자의 허락 없이 무단 사용하는 등의 침해행위 금지를 명시

< 관련 규정 >

○ 전담기관이 운영하는 플랫폼 및 제공하는 서비스, 그에 필요한 소프트웨어, 마크, 로고, 디자인, 상표, 계약서 등 모든 내용에 대한 지식재산권 및 기타 권리는 플랫폼 전담기관에게 소유권이 있다.

○ 회원은 전담기관이 서면에 의해 명시적으로 승인한 경우를 제외하고, 플랫폼의 각 재산에 대한 전부 또는 일부의 수정, 대여, 판매, 배포, 양도, 담보권 설정행위, 상업적 이용 행위 등을 할 수 없다.

□ **(개인정보의 보호)** 전담기관은 수집된 회원의 개인정보를 개인정보보호법 등을 준수하여 **개인정보를 보호**하여야 하고, 개인정보보호원칙에 의거, **해당 목적 외**에 회원의 개인정보 **사용 금지**

< 관련 규정 >

○ 전담기관은 서비스 제공과 관련하여 취득한 회원의 신상정보를 본인의 승낙 없이 제3자에게 누설 또는 배포 할 수 없으며, 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

○ 전담기관은 이용 신청 시 회원이 제공하는 정보, 커뮤니티 활동, 각종 이벤트 참가를 위하여 회원이 제공하는 정보, 기타 서비스이용 과정에서 수집되는 정보 등을 통하여 회원에 관한 정보를 수집하며, 회원의 개인정보는 본 이용 계약의 이행과 본 이용계약상의 서비스 제공을 위한 목적으로만 사용됩니다.

□ **(전담기관의 의무)** 전담기관은 **계속적·안정적 서비스 제공할 의무** 있음

< 관련 규정 >

○ 전담기관은 다음 각 호의 사유가 발생한 경우를 제외하고 계속적, 안정적으로 서비스를 제공할 의무가 있습니다.

(1) 서비스용 설비의 보수, 정기 점검 또는 공사로 인하여 부득이 한 경우

(2) 전기통신사업법에 규정된 기간통신사업자가 전기통신 서비스를 중지한 경우

(3) 전시, 사변, 천재지변 또는 이에 준하는 국가비상사태가 발생하거나 발생할 우려가 있는 경우

(4) 설비장애 또는 이용폭주 등으로 인하여 서비스 이용에 지장이 있는 경우

○ 전담기관은 회원으로부터 소정의 절차에 의해 제기되는 의견에 대해서는 적절한 절차를 거쳐 처리하여야 하며, 처리 시 일정기간이 소요될 경우 회원에게 그 사유와 처리일정을 알려주어야 합니다.

○ 전담기관은 컴퓨터 등 정보통신설비의 보수점검, 교체, 고장 및 통신의 두절 등의 사유가 발생한 경우에는 서비스의 제공을 일시적으로 중단할 수 있습니다.

□ **(회원의 의무)** 회원은 동 플랫폼 이용시 관계 법령, 본 약관의 규정, 플랫폼 사용안내 및 서비스 상에 공지한 주의사항, 전담기관이 통지하는 사항을 준수하여야 하며, 전담기관의 사전 동의 없이 서비스를 이용하여 어떠한 영리행위도 할 수 없음

< 관련 규정 >

○ 회원은 관계 법령, 본 약관의 규정, 플랫폼 사용안내 및 서비스 상에 공지한 주의사항, 전담기관이 통지하는 사항을 준수하여야 하며, 기타 전담기관의 업무에 방해되는 행위를 하여서는 안 됩니다.

○ 회원은 전담기관의 사전 동의 없이 서비스를 이용한 어떠한 영리행위도 할 수 없으며, 법에 저촉되는 자료를 배포 또는 게재할 수 없습니다.

○ 회원은 서비스와 관련하여 타인의 명예를 훼손하거나 모욕하는 행위, 타인의 지식재산권 등의 권리를 침해하는 행위 등을 하여서는 안 됩니다.

□ **(아이디어 거래)** 아이디어 거래당사자*는 **아이디어 거래**시 **정당한 절차를** 거쳐 타인의 아이디어를 구매, 판매, 사용하여야 함

* 수요자회원, 공급자회원, 거래전문관

< 관련 규정 >

○ 수요자 회원*은 공급자(개인회원, 전문가) 회원이 제안한 해결책에 대하여는 보상금을, 아이디어를 발전시키는데 기여한 수요자에 대하여는 거래대금을 지급하지 않고서는 일절 이를 사용할 수 없으며, 본 내용을 준수하지 않아 발생되는 모든 문제에 대한 책임은 본인에게 귀속됩니다.

* 수요자 회원(사업자 회원, 회원사)이란, 본인이 당면한 문제를 해결하기 위해 보상을 걸고 도전 과제를 신청/등록하거나, 본인의 아이디어를 발전시키기 위해 대중의 아이디어를 수집하고 여러 단계를 통해 발전시키고자 하는 회원을 말함

○ 공급자 회원*은 수요자 회원이 등록한 과제에 대한 아이디어를 등록하고, 평가 등을 통해

선정되면 거래전문관의 중개를 통해 아이디어에 대한 거래 계약을 작성하여야 합니다.

* 공급자 회원(개인회원, 전문가)이란, 수요자 회원이 등록한 과제에 대한 아이디어를 제공하는 회원을 말함

○ 거래전문관*은 신청내용, 과제 등을 검토하여 과제를 진단하고 수요자와 공급자 간 거래금액, 거래범위, 거래조건 등을 중개하여 계약서를 작성함

* 거래전문관은 과제를 진단하고 수요자와 공급자를 중개하여 계약서를 작성하고, 아이디어 소싱의 경우 아이디어를 발전시키는 데 기여자에 대한 기여율을 계산한 후 이의 신청을 받아 이를 검토하여 최종 기여율을 결정함

□ **(손해배상)** 서비스와 관련하여 **전담기관**의 **고의 또는 중과실**에 의하여 회원이 입게 되는 손해에 대한 전담기관의 **배상책임** 규정 필요

< 관련 규정 >

○ 회원은 관계 법령, 본 약관의 규정, 플랫폼 사용안내 및 서비스 상에 공지한 주의사항, 전담기관이 통지하는 사항을 준수하여야 하며, 기타 전담기관의 업무에 방해되는 행위를 하여서는 안 됩니다.

○ 회원은 전담기관의 사전 동의 없이 서비스를 이용한 어떠한 영리행위도 할 수 없으며, 법에 저촉되는 자료를 배포 또는 게재할 수 없습니다.

○ 회원은 서비스와 관련하여 타인의 명예를 훼손하거나 모욕하는 행위, 타인의 지식재산권 등의 권리를 침해하는 행위 등을 하여서는 안 됩니다.

□ **(게시물의 저작권)** 홈페이지에 게시한 게시물의 저작권은 저작권법에 의해 게시물을 작성한 **게시자**에게 **귀속**되며, **저작물의 공정한 이용** 도모를 위해 전담기관은 게시자의 동의 없이 이를 영리적 목적으로 사용 불가

< 관련 규정 >

○ 서비스에 게시한 게시물의 저작권은 이를 게시한 이용자에게 귀속됩니다. 전담기관은 게시자의 동의 없이 이를 서비스 내 게재 이외의 영리적 목적으로 사용 할 수 없습니다.

○ 게시물이 타인의 저작권을 침해함으로써 발생하는 민, 형사상의 책임은 전적으로 게시물의 게시자가 부담하여야 합니다.

(3) 기타 고려사항

□ 플랫폼을 이용하여 아이디어의 공급자/수요자 회원의 경우, 비밀유지협약(NDA)을 통해 **거래 당사자 간의 신뢰관계**를 **강화**하여 **보안 유지 강화**

○ NDA는 협약에 따라서 보호되는 정보를 공개하지 않는데 상호가 동의하는 법률계약을 의미함

○ 이러한 계약을 통해 당사자들은 계약의 대상으로 지정한 아이디어를 보호하면서

상호 신뢰관계를 형성·유지·발전시켜 나갈 수 있음

< 비밀유지서약의 주요 내용 >

- ㅇ 간결하고 명료하게 아이디어에 대한 확약과 책임소재 기재
- ㅇ 비밀의 범위 및 유지기간 설정
- ㅇ 아이디어 내용 또는 기타 중요한 정보를 제3자에게 비공개
- ㅇ 수요자 회원이 제안 받은 아이디어를 권한 없이 해당 정보를 사용하는 행위 금지
- ㅇ 비밀유지 의무 위반 시, 책임에 대한 동의

[표 4] 아이디어 공급자 회원 비밀유지서약서(안)

상기 본인은 본건의 아이디어를 제공함에 있어 다음 사항을 준수할 것을 서약합니다.

제1조 (비밀유지의 대상 및 범위)

① 비밀유지의 대상은 본인이 제안하는 본건 아이디어의 내용 및 용도에 한정합니다.

② 상기 제1항에도 불구하고, 다음 각호의 하나에 해당함이 객관적인 증거에 의하여 입증되는 경우에는 아이디어의 대상에서 제외합니다.

1. 공지의 사실로 된 아이디어
2. 제3자의 아이디어를 도용한 아이디어
3. 아이디어를 제안받는 자(이하 '아이디어 수요자'라 함)가 본건의 아이디어를 제공받기 이전부터 이미 알고 있었거나 보유하고 있던 아이디어

제2조 (비밀유지의무 부과 및 공개금지)

① 본인은 본건의 아이디어를 제안함에 있어, 거래 계약 완료 전에 다른 유사 사이트, 공모전 또는 제3자 등에게 제안 또는 공개를 하지 않겠습니다.

② 본인은 본건의 아이디어가 외부로의 누설 또는 대내외적 오사용 등 침해 사실이 발견된 경우 즉시 아이디어 수요자에게 그 사실을 통보할 것입니다.

제3조 (비밀유지 위반에 따른 책임)

본인은 비밀유지서약을 위반함으로써 아이디어 수요자에게 손해 및 기타 문제가 발생한 경우, 이에 대한 책임이 본인에게 있음을 확인합니다.

제4조 (반환 요청)

본인은 본건 아이디어의 제안을 철회하고자하는 경우, 아이디어 수요자에게 그 사유를 언급하고 본건 아이디어의 반환을 요청할 수 있다.

제5조 (비밀유지서약의 효력)

① 본 비밀유지서약은 아이디어 수요자가 본건의 아이디어를 채택할 경우, 계약체결 후 2년간 유효합니다.

② 아이디어 수요자가 본건의 아이디어를 채택하였으나 계약체결에 실패한 경우에는 최종적으로 계약 체결을 실패한 날까지 본 비밀유지서약은 유효합니다.

③ 제안된 본건의 아이디어가 미채택될 경우에는 미채택 사유를 통지 받는 날까지 본 비밀유지서약은 유효합니다.

년 월 일

서약인 _____ (인)

[표 5] 아이디어 수요자 회원 비밀유지서약서(안)

상기 본인은 본건의 아이디어를 제공받음에 있어 다음 사항을 준수할 것을 서약합니다.

제1조 (비밀유지의 대상 및 범위)

① 비밀유지의 대상은 아이디어 제안자로부터 제안 받은 본건 아이디어의 내용 및 용도에 한정합니다.

② 상기 제1항에도 불구하고, 다음 각호의 하나에 해당함이 객관적인 증거에 의하여 입증되는 경우에는 아이디어의 대상에서 제외합니다.

1. 공지의 사실로 된 아이디어
2. 제3자의 아이디어를 도용한 아이디어
3. 본인이 본건의 아이디어를 제공받기 이전부터 이미 알고 있었거나 보유하고 있던 아이디어

제2조 (비밀유지의무 부과 및 공개금지)

본인은 제안 받은 본건의 아이디어를 검토 및 활용함에 있어 비밀을 유지할 것이며 제3자에게 공개하지 않겠습니다.

제3조 (사용용도 제한 및 용도이외 사용금지)

① 본인은 아이디어 제안자의 사전 승인이 없는 한 본건의 아이디어를 내용 및 용도 외의 다른 목적이나 용도로 사용하지 않을 것입니다.

② 본인은 본건의 아이디어에 접근할 필요가 있는 자신의 관련 제한된 임직원 외에는 아이디어 제안자의 사전 승인 없이는 어떠한 제3자에게도 본건의 아이디어를 제공하지 않을 것입니다.

③ 본인은 자신의 아이디어를 취급하는 정도의 주의를 기울여 본건의 아이디어를 보호하고 관리할 것이며, 그 주의의 정도는 동종 업계의 합리적인 주의의 정도를 최소합니다.

④ 본인은 본건의 아이디어가 외부로의 누설 또는 대내외적 오사용 등 침해 사실이 발견된 경우 즉시 아이디어 제안자에게 그 사실을 통보할 것입니다.

제4조 (반환 및 폐기)

아이디어 제안자로부터 본건의 아이디어를 반환 요청을 받은 경우, 본인은 본건의 아이디어대한 자료 모두 아이디어 제안자에게 돌려줄 것이며, 이를 돌려줄 수 없는 경우에는 폐기할 것입니다.

제5조 (비밀유지 위반에 따른 책임)

본인은 비밀유지서약을 위반함으로써 아이디어 제안자에게 손해를 끼친 경우에는 이로 인한 책임이 본인에게 있음을 확인합니다.

제6조 (비밀유지서약의 효력)

① 본 비밀유지서약은 본인이 본건의 아이디어를 채택할 경우, 계약체결 후 2년간 유효합니다.

② 본건의 아이디어를 채택하였으나 계약체결에 실패한 경우에는 최종적으로 계약 체결을 실패한 날로부터 2년간 본 비밀유지서약은 유효합니다.

③ 본건의 아이디어를 미채택할 경우에는 미채택 사유를 통지하며, 통지한 날부터 2년간 본 비밀유지서약은 유효합니다.

년 월 일

서약인 _____ (인)

□ 아이디어 플랫폼을 운영함에 있어 이용규약 외에도 미성년자 거래 시 **거래안정성 확보**를 위한 장치 마련 및 거래 당사자 간의 **보안 유지 강화책** 마련 필요

○ **(미성년자 거래 시 거래안정성 확보)** 미성년자가 회원가입을 신청할 경우, 법정대리인의 동의가 있어야 하며, 미성년자가 아이디어 거래에 참여하는 경우, 사전에 법정대리인의 동의를 받아야 함

[표 6] 미성년자 회원가입(안)

○ 미성년자(민법에 근거한 만 19세 미만)의 경우 법정 대리인의 동의확인절차가 필요합니다. ○ 본인 명의의 휴대폰이 없는 만 19세 미만 미성년 회원의 경우에는 아이핀 가입을 통한 홈페이지 회원 가입이 가능하며, 아이핀 가입은 미성년 회원님의 정보를 기입하신 후, 법정대리인 중 한 분의 본인 인증을 거쳐 진행하실 수 있습니다. ⇒ 법정대리인의 동의를 받고 회원가입을 진행 하시겠습니까?

[표 7] 미성년자 거래 동의서(안)

○ 미성년자가 법정대리인의 동의·확인절차가 없이 아이디어를 제안 및 거래를 할 경우 거래가 취소될 수 있는 바, 아이디어는 한번 제안되어 상대방에게 전달되면 거래 계약을 최소하더라도 아이디어 자체는 유출되어버리는 특성이 있어 거래 안정성을 위해 미성년자의 법정대리인 동의가 필요합니다. ○ 아이디어를 제안하려는 미성년자의 법정대리인은 본 아이디어의 제안 및 거래와 관련된 일체의 행위에 대해 동의하며 본 행위에 따른 모든 책임은 법정대리인에게 있음을 확인합니다. 만약, 법정대리인의 동의를 얻지 못한 경우, 미성년자가 본 행위의 주체임을 확인할 수 없으므로 아이디어의 거래 제안 및 참여가 어려울 수 있습니다. ○ 이에 동의 하실 경우, 법정대리인 동의서를 작성 후 스캔하여 당 사이트로 보내주시거나 법정대리인의 본인 인증을 통해 동의 절차를 진행하실 수 있습니다. ⇒ 동의하시겠습니까?

제3장 나눔형 아이디어 플랫폼 타당성 조사

1. 지식재산 기반 사회적경제의 개념과 현황

(1) 사회적경제의 개념과 현황

□ 사회적경제*가 빈부격차, 고용불안, 고령화 등 시장경제의 구조적 문제를 해결하기 위한 대안으로 부각

* (UN) 포용성, 보편성 등 사회적 가치를 포함하는 '지속가능개발목표('16~'30) 수립
(EU) 사회가 직면한 경제·사회문제 해결의 대안으로 '사회적경제 결의문' 발표

□ 우리 정부도 사회적경제기업* 육성을 중심으로 한 사회적경제 활성화 방안**을 수립하여 추진 중

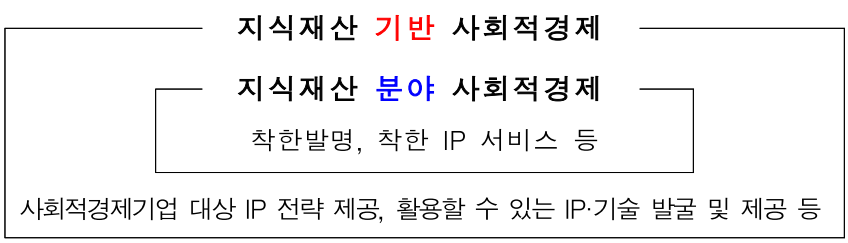
* (유형) ① 사회적기업 ② 협동조합 ③ 마을기업 ④ 자활기업
** '사회적경제 활성화 방안', 관계부처 합동, 2017. 10.

○ 각 부처별로 고용창출, 양극화해소, 사회안전망, 공동체복원 등을 통해 협력성장, 포용성장을 추진하기 위한 방안을 마련하여 추진 중

○ 하지만 사회적경제기업의 지속가능한 성장을 위해 필수적인 지식재산(IP)에 관한 정부 정책은 부재

(2) 지식재산 기반 사회적경제의 개념

[그림 20] 지식재산 기반 사회적경제의 범주



□ 지식재산 기반 사회적경제는 사회적경제 활성화 및 지속가능한 성장을 위해, 지식재산으로 사회적경제의 혁신성장·경쟁력 제고 등 지원

○ 사회적경제기업들의 지식재산 역량 강화, 사회적경제기업들이 독점 또는 공유하여 활용할 수 있는 IP 발굴 및 활용 지원, 사회적경제기업들이 활용할 수 있는 기존 기술 발굴(검색) 등 IP를 활용한 솔루션 지원 등

○ ‘지식재산 분야 사회적경제’를 포함하여, 기존 IP의 역할을 사회적 경제 생태계에 적용

□ 범위를 더 좁혀 사회적 가치 창출 및 사회적 경제를 목적으로 하는 지식재산 활동 일체를 ‘지식재산 분야 사회적 경제’라 정의할 수 있음

○ 이는 사회적 가치 창출을 목적으로 만들어진 지식재산*, 취약계층·지역사회 대상 지식재산 서비스를 통한 사회적 가치 창출 등을 의미

* 사회문제 해결과 직접적으로 관련된 특허 등의 착한발명

(3) 지식재산 기반 사회적기업 현황 및 문제점

□ 사회적기업 창업은 ‘창의적인 아이디어’가 중심*이 되나, 아이디어의 권리화, 창업과정에서의 IP 전략(IP 회피설계, IP거래 등)은 배제되어 있는 상황

* 사회적기업가 육성사업(고용부·사회적기업진흥원), 환경분야 사회적기업 창업 아이디어 공모전(환경부·신나는조합), 문화예술 사회적경제 창업 아이디어 발굴(문체부·예술경영지원센터) 등

□ 사회적기업은 R&D를 활발하게 하고 있으나, R&D의 결과물인 지식재산은 성공적으로 도출되고 있지 않음

* **사회적기업의 매출액 대비 R&D 투자비율**(10.3%)은 일반기업(3.16%)보다 **약 세배정도 높으나**, 대부분(86%)의 **사회적기업은 특허를 미보유** (2017 사회적기업실태조사, 민간기업 연구개발활동 현황 등)

○ 사회적기업들의 경험을 지식재산 창출/기술습득으로 연결할 수 있는 시스템이 없고, 이에 따라 지속적인 성장기반이 만들어지지 않고 있음

□ 기업들의 IP 경험 축적에는 시행착오 및 일정 시간이 소요*되나, 사회적기업 대상의 IP 지원 사업은 없음

* 특허 FA 기간 및 종결까지 약 2년 이상 소요. 출원을 하는데도 시간이 걸리고, 1건만 출원·등록하는 것도 아니며, 적합한 권리(특/실/디) 및 청구범위 등 명세서에 대한 이해도 필요

○ 사회적기업의 지원은 일정기간(5년*)동안 집중되므로, 다른 사업과 함께 지원해야 정책적 시너지 발생 가능

* 예비사회적기업 지정 3년 + 사회적기업 인증 이후 2년 / 사회적기업 인증 이후 5년

□ 실제 IP 역량이 우수한 사회적기업의 경우, 영업이익·순이익 등이 그렇지 않은 기업보다 우수하여 **지속가능성이 높고**, 평균임금 또한 높아 **좋은 일자리 창출 가능**

[표 8] **지재권 보유/미보유 사회적기업의 경영현황 비교**

구분	매출액 평균	영업이익 평균	당기순이익 평균	평균임금 평균
미보유	2,923,163(천원)	21,758(천원)	46,878(천원)	1,723(천원)
1건 이상 보유	2,977,100(천원)	159,766(천원)	165,977(천원)	1,931(천원)
미보유 기업 대비	**1.02배**	**7.34배**	**3.54배**	**1.12배**
10건 이상 보유	10,256,822(천원)	1,016,282(천원)	832,842(천원)	2,439(천원)
미보유 기업 대비	**3.5배**	**46.7배**	**17배**	**1.41배**

(내부통계, 자율공시 사회적기업(800개社)기준, '18)

(4) IP 사회혁신기업의 정의 및 육성 필요성

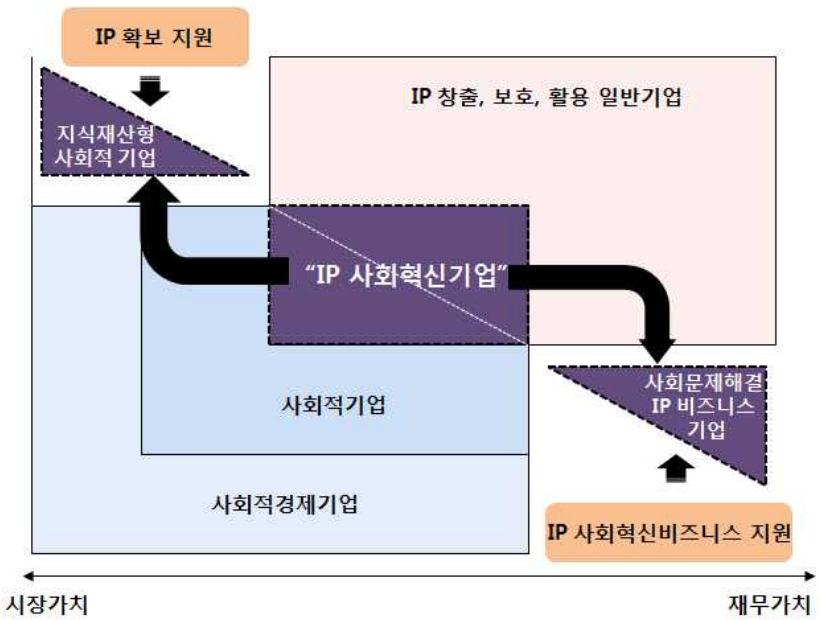
□ IP 사회혁신기업은 ① 사회적기업 중 IP를 보유했거나 보유하고자 하는 기업 또는 ② IP의 창출, 보호, 활용 활동을 하는 일반기업 중 사회문제 해결을 위한 비즈니스를 하고 있거나 하고자 하는 기업으로 정의

○ ①의 기업을 '지식재산형 사회적기업'이라 하고, ②의 기업을 '사회문제해결 IP 비즈니스 기업'이라 명명

○ IP 사회혁신기업 육성을 위한 정부 정책 방향은 크게 'IP확보지원'과 'IP 사회혁신 비즈니스 지원'으로 설정

- 이 때, IP 사회혁신비즈니스는 사회문제 해결을 주된 목적으로 지식재산을 보유 또는 활용하는 비즈니스, 취약계층의 삶의 질 개선 및 지역사회의 발전을 위한 비즈니스 등

[그림 21] IP 사회혁신기업의 범주



□ IP 사회혁신기업의 유형으로는 지식재산 예비사회적기업형, 지식재산 사회적기업, 사회적기업 IP역량강화형, 소셜벤처형 등 4가지를 생각해 볼 수 있음

[표 9] IP사회혁신기업의 유형

유형	정의
지식재산 예비사회적기업형	**창업 또는 일반기업의 전환**을 통해, 특허청으로부터 예비사회적기업 지정을 받은 기업 (3년 집중 지원)
지식재산 사회적기업	지식재산 예비사회적기업으로부터 성장하여 성공적으로 고용노동부 인증을 받은 사회적기업 (인증 시 2년 추가 지원)
사회적기업 IP역량강화형	기존 사회적기업의 IP 역량강화 ① IP소셜 비즈니스 모델 발굴 ② IP 역량 자체를 강화
소셜벤처형	IP 소셜 비즈니스를 영위하고 있으나, 사회적기업 지정/인증은 원하지 않는 일반기업

□ 지식재산형 사회적기업 육성의 IP확보지원 필요성

○ (인식부족) IP의 필요성을 인식하지 못하거나 인식하고 있다 하더라도 정부의 IP 관련 지원사업을 파악하지 못하는 실정

○ (인력부족) 기업 내부에 IP 확보를 담당하는 인력이 부재

○ (기준 미달) 현재 정부의 IP 관련 사업은 IP에 대한 CEO의 인식, IP전담인력이나 조직 보유여부, 재무적 성과 등을 기준으로 수혜기업을 선정하고 있어 해당 기준을 충족하기 어려움

○ (자생력 미흡) 통상적으로 사회적기업은 정부 지원 5년 경과 후에 수익성이 악화되는 경향이 존재

☞ IP 확보 과정을 통해 지식축적을 거쳐 자생력을 키우고, IP 확보 이후 매출증대, 고용창출을 통해 비즈니스 안정화 및 활성화

□ 사회문제해결형 IP비즈니스 기업의 IP사회혁신비즈니스 지원 필요성

○ IP 비즈니스 기업이 사회문제 해결에 참여시 수익성에 대한 의구심과 그에 따

른 자본 투자의 부담이 우려됨

○ 더구나 사회문제 관련 IP비즈니스 모델도 전무한 실정

☞ 사회문제해결형 IP비즈니스 기업의 금융접근성을 제고하고, 사회문제 해결이 가능한 지식재산을 창출한 기업에게 제품화/사업화 자금 지원, 판로개척 및 확보, 유통채널 확대 지원 필요

* (예시) 문화재 재난관리 시스템, 시각장애인 전자 점자문서 생성 솔루션 등의 '착한 발명'

2. 사회적기업 대상 지식재산 정책 수요조사

□ 조사 배경 및 필요성

○ 정부는 좋은 일자리 창출, 사회서비스 혁신, 도시재생 등의 사회문제를 해결하고자 '사회적경제 생태계 구축'을 100대 국정과제로 지정하여 다양한 정책을 추진 중

○ 그 일환으로 특허청은 '지식재산 기반 사회적경제 활성화 사업'을 '21년부터 새롭게 추진하고자 하며, 동 과제를 통해 관련 정책수요를 발굴하고자 함

□ 조사 내용 및 방법

○ 조사기간 : 2020. 6. 26. ~ 2020. 7. 15.

○ 조사대상 : 800여개의 사회적기업

○ 조사내용 : 지식재산 취득·활용 여부, 지식재산 제도에 대한 인식, 지식재산 지원 정책에 대한 필요성 등에 대한 설문 실시

○ 조사방법 : 사회적기업진흥원을 통한 이메일 설문

□ 조사 결과

○ 응답기업 : 50개 (사회적기업 46개, 협동조합 1개, 기타 3개)

* 마을기업 및 자활기업의 응답은 없었음

○ 주요 조사 결과

- 제품·서비스의 개발 및 개선을 위한 R&D 수행 비율 : 78%(39개)

- 출원 및 등록 지식재산 보유기업의 비율: 60%(30개)

- 지식재산 기반 수익 창출 영위 비율 : 48%(24개)

- 사회적기업 대상(46개) 지식재산 지원 만족도 : **만족 34%**, 보통 40%, 불만족 24%, 무응답 2%

[표 10] 사회적기업에 대한 정부 지원 필요 분야

정부지원 수요		응답 (%)	현재 특허청 관련 사업
순위	내용		
1	IP 활용 지원(제품개발 기획, 사업화 등)	70	지식재산 활용전략 지원
2	IP 창출 지원(출원서류 작성, 선행특허조사 및 특허정보 활용 지원 등 권리취득 지원)	48	**사회적 약자의 지재권 보호지원** **IP 나래 프로그램**
3	IP 평가지원(등록된 특허, 실용신안에 대한 성능 분석 및 비교분석, 사업타당성 및 가치평가 등을 수행하는데 소요되는 평가 비용 지원)	38	IP 사업화 연계 평가지원
4	IP 거래 지원(거래 컨설팅 및 중개 등 : 수요·공급처 발굴, 기술료 산정 등 포함)	36	지식재산 거래 지원
5	IP의 필요성, 중요도 및 IP 전반에 대한 인식제고	24	지식재산권 보호 존중문화 조성
6	IP 보호 지원(IP소송보험 가입 지원, IP 침해 컨설팅, 심판·소송 지원 등)	14	**사회적 약자의 지재권 보호지원**

□ IP 창출 지원, IP 보호 지원 분야를 제외하고 IP 활용 및 사업화, IP 인식제고 분야의 사회적기업 지원을 위한 특허청 사업이 빈약

○ 공익변리사 특허상담센터를 통한 '사회적 약자의 지재권 보호지원'사업과 창업기업 IP역량강화 지원을 위한 'IP나래 프로그램' 사업만 사회적 기업에 대한 지원을 명시

○ 대다수의 사업이 수요기업의 자발적 참여와 역량을 전제로 운영되고 있어 상대적으로 지식재산 인식과 역량이 미흡한 사회적기업의 특허청 사업 참여가 현실적으로 어려운* 상황

* 수혜기업 선정 기준 : 지식재산 역량, 사업화 계획, 경영진의 의지

○ 사회적기업에 특화된 IP 활용 및 사업화, IP 인식제고 사업 추진 필요

3. 사회적기업 지식재산권의 경제적 효과

(1) 데이터

□ 사회적기업 정보(사회적기업진흥원)와 지식재산권 정보(특허청)를 연계

○ 사회적기업 정보 : 통합정보시스템(SIES) 800개 인증기업 정보 중 매출액, 정부 및 민간지원금, 종원원 수, 사업개발비

○ 지식재산권 정보 : 사회적기업의 특허, 실용신안, 디자인의 등록 정보 (대상기간 : 2007.10.29. ~ 2020. 5. 7)

(2) 분석모형 및 결과

□ 콥-더글러스 생산함수를 활용한 회귀방정식 도출

○ 모형 1 : 지식재산권이 매출액에 미치는 영향 분석

$$\ln(\text{매출액}) = \beta_0 + \beta_1 \ln(\text{종업원수}) + \beta_2 \ln(\text{보조금}) + \beta_3 \ln(\text{연구개발비}) + \beta_4 \ln(IP)$$

○ 모형 2: 지식재산권이 일자리 창출에 미치는 영향 분석

$$\ln(\text{종업원수}) = \beta_0 + \beta_1 \ln(\text{임금}) + \beta_2 \ln(\text{매출액}) + \beta_3 \ln(\text{보조금}) + \beta_4 \ln(\text{연구개발비}) + \beta_5 \ln(IP)$$

[표 11] 회귀분석 결과

변수	모형 Ⅰ (종속변수 : ln(매출액))	모형 Ⅱ (종속변수 : ln(종업원수))
ln(종업원수)	0.721** (0.032)	-
ln(임금)	-	-0.694** (0.097)
ln(매출액)	-	0.587** (0.024)
ln(보조금)	0.083** (0.016)	0.060** (0.013)
ln(연구개발비)	-0.024** (0.006)	0.011* (0.005)
ln(IP등록건수)	0.414** (0.050)	-0.154** (0.043)
상수항	10.873** (0.141)	-0.821 (0.696)
R^2 (Adj R^2)	0.523 (0.521)	0.512 (0.508)

주 : 괄호안은 표준오차, * p < 0.05, ** p < 0.01

(3) 해석 및 결론

□ 사회적기업의 매출액의 지재권보유 탄력성은 0.414로 나타남(모형 Ⅰ)

○ 이는 사회적기업이 지식재산권 보유를 1%늘리면 매출액이 0.414% 증가함을 의미하는 것

- '18년을 기준으로 할 경우, 사회적 기업이 지식재산권 보유 1건 증가시 매출액이 16.1억원이 증가할 것으로 예측됨

- 분석대상 사회적기업이 비록 소기업*이지만 지식재산권 확보를 통해 매출 증대가 가능한 것은

① 지식재산권 확보 과정에서 사내에 축적된 지식,

② 지식재산권 확보 이후 제품 및 서비스의 대외 이미지 제고,

③ 지식재산 분쟁 예방에 따른 안정적 비즈니스 영위 등에 기인

* 평균 종업원수 23명, 평균 매출액 29억원

○ 일반 제조기업의 매출액의 지재권보유 탄력성이 0.1~0.2 내외인 것을 감안하면 사회적기업의 탄력성은 매우 큼

* 출처 : 제조기업 매출액의 특허권보유 탄력성 0.14 (한국지식재산연구원, 2019)

□ 사회적기업에서 지식재산권 보유의 일자리 창출효과는 음(-)의 값(-0.514)을 갖는 것으로 나타남(모형 Ⅱ)

○ 사회적기업은 취약계층의 일자리창출에 초점을 두고 있어, 고부가가치 창출을 통한 양질의 일자리창출에 특화된 지식재산권 확보 활동은 상당한 정도의 비용부담으로 작용하고 있는 것으로 해석됨

- 사회적기업의 지식재산권 확보 부담을 완화시킬 경우 매출증대는 물론 일자리창출의 경제효과를 거둘 수 있을 것으로 보임

○ 본 분석은 특정시점('18년)에 초점을 둔 횡단면 분석으로서 '지식재산권 확보 → 매출증대 → 일자리 창출'로 이어지는 시간상의 변화에서 지식재산권 확보가 일자리 창출에 미치는 영향까지 포착하는 것에 한계

제4장 공모전 아이디어 보호 가이드라인 개정안

1. 공모전 아이디어 보호 가이드라인 적용 실태조사

(1) 조사 배경

□ 공공기관이나 기업들은 공모전을 통해 연구개발(R&D) 활동이나 사업 추진방향을 설정하는데 필요한 외부로부터 참신한 아이디어를 획득하는 경향이 꾸준히 증대

[표 12] 공모전 개최 현황 (출처: 씽굿)

구분	'16년	'17년	'18년	'19년
합계(건)	2,659	2,826	3,341	3,435

○ 하지만 우수 아이디어인 공모전 수상작들을 당초 공모전 개최 목적에 부합하여 활용하는 사례가 그리 많지 않은 상황

- 구체성·사업성 등 수준이 우수한 공모전 수상작에 대해 고도화·권리화 사업을 일부 지원하고 있으나, 실질적인 사업으로 연계되기에는 한계가 존재

○ 더구나 공모전 아이디어를 둘러싼 분쟁 사례도 지속적으로 발생

□ 정부는 공모전에서의 아이디어 무단 유용을 방지하고자 2013년 12월 '공모전 아이디어 보호 가이드라인'(이하 '가이드라인'이라 함)을 제정

○ (제정 배경) 공모전 주최측에 지나치게 유리한 권리 귀속 관행 존재

- '13년 1월~11월 개최된 아이디어·기술 관련 공모전 217건을 분석한 결과, 주최측이 응모된 아이디어에 대한 권리를 소유하는 경우가 전체의 절반(95건)에 이르고 아이디어 제안자가 아이디어에 대한 권리를 갖도록 명시한 경우는 36건에 불과한 것으로 파악

○ (주요 내용) 공모전 주최기관에게 △응모된 아이디어에 대한 권리의 제안자 귀속, △아이디어 도용 및 유출 방지를 위한 비밀유지, △수상 아이디어에 대한 주최측과 제안자의 권리 균형, △아이디어 제안자에게 조정·중재·소송 등 다양한 분쟁해결수단 선택 기회 제공을 명시

○ (제정 방식) 아이디어 공모전 참가자, 소비자, 기업의 의견 수렴을 거쳐, 지식재산 전문가 및 공정위 등 관계부처와 협의하여 제정

□ 제정 이후 상당한 시일이 흘렀지만 한 번의 개정도 없었고, 최근 공모전의 아이디어 보호 강화를 위한 부정경쟁방지법이 개정되는 등 가이드라인 개정 필요성이 제기되고 있어 가이드라인의 아이디어 공모전 적용 실태를 파악하는 것이 필요

○ (부경법 개정 내용 반영) 부당한 아이디어 탈취의 경우, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목의 '부정경쟁행위'에 해당하며, 이에 대한 구제 방법 명시

※ 주최측이 공모전 제안자의 아이디어를 부당하게 탈취하는 경우, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목의 '부정경쟁행위'에 해당되고(행정조사 및 시정권고의 대상이 됨), 아이디어 제안자는 이를 특허청 산업재산조사과 또는 한국지식재산보호원 부정경쟁조사팀으로 신고하면 구제받을 수 있음을 명시

○ (법률 실효성 제고 논의) 국회 산업위 김정호 의원이 2020년 9월 14일 공모전 아이디어 탈취행위 처벌 강화를 위한 부경법 개정안 발의

- (취지) 부경법은 공모전에서의 아이디어 탈취행위를 '부정경쟁행위'로 규정하고 있지만, 특허청 및 지자체의 조사·시정권고 외에는 별다른 처벌 규정이 없어 개발자 등의 아이디어가 제대로 보호받지 못하는 상황

* 2018년 해당 행위가 부정경쟁행위로 규정된 이후, 특허청에 접수된 신고는 총 59건인데, 조사 중인 10건을 제외하고 시정권고 조치를 내린 건수는 5건이며 5건 중 3건이 시정권고를 미이행하거나 일부이행했지만 별다른 조치를 내릴 수 없는 실정

- (법안내용) 공모전에서의 아이디어 탈취행위도 다른 부정경쟁행위와 동일하게 3년 이하의 징역 또는 3000만원 이하의 벌금에 처할 수 있게 함

(2) 조사 방법

□ 2020년 현재 공모·운영 중인 아이디어 공모전을 대상으로 아이디어 권리귀속, 지식재산권 귀속, 아이디어 활용 보상에 대한 현황 조사 실시

○ (조사 표본) 씽굿社(www.thinkcontest.com)가 제공하고 있는 2020년 진행 중인 민간 및 공공 공모전 정보 중, 지식재산과 관련성이 높은 '기획·아이디어', '과학·공학', '네이밍슬로건', '디자인' 등의 분야 공모전 100개를 선정

* 2020년 공모 진행 중인 6,140건(2020.10.12. 기준)의 공모전 중 기획·아이디어(69건/567건), 네이밍·슬로건(10건/123건), 디자인(6건/285건), 과학·공학(4건/28건), 영상·사진·UCC(10건/504건), 캐릭터/만화(1건/60건)를 대상으로 공고 사항이 비교적 상세한 공모전 100개를 뽑아 조사

○ (조사 항목) 아이디어 제안, 아이디어에 대한 권리 발생, 아이디어의 활용, 아이

디어 관련 분쟁발생으로 이어지는 과정에서 구비되어야 할 내용

[표 13] 공모전 조사내용

단계	필요 규정	조사 항목
아이디어 제안	비밀 유지 및 도용 방지	① 주관기관의 비밀유지 의무
아이디어에 대한 권리 발생	권리관계	② 아이디어에 대한 권리 귀속
		③ 아이디어에서 파생된 지식재산권 귀속
아이디어의 활용	활용 및 보상	④ 아이디어·지식재산권의 주관기관 귀속 및 그 활용에 따른 보상
		⑤ 아이디어·지식재산권의 활용 절차 및 방법
아이디어 관련 분쟁발생	분쟁해결	⑥ 분쟁해결 방법

(3) 조사 결과

① **(주관기관의 비밀유지 의무)** 100개 공모전 중 단 4개*만이 주관기관의 비밀유지 의무를 명시화

* 강원도 관광콘텐츠 스타트업 공모전, 제2회 대학생 동아리 인공지능(AI) 아이디어 경진대회, 2020 제3회 핀테크 아이디어 공모전, 코로나19 예방 극복을 위한 생활혁신 아이디어 공모

- 주관기관의 의무보다는 타인의 아이디어를 모방해 제안하는 것을 금지하는 등 제안자의 책임(86개) 위주로 규정

② **(아이디어에 대한 권리 귀속)** **71**개(공공 46 + 민간 25)의 공모전은 아이디어의 권리귀속에 관한 규정이 없고, 29개만 규정 존재

- 관련 규정이 있는 29개의 공모전 중 17개(공공 15 + 민간 2)는 주관기관이 권리를 갖는 것으로 명시하고 있으며,

- 제안자가 갖는 경우는 11개 (공공 6 + 민간 5)로 나타남

- 그 외에 주관기관과 제안자가 공동 소유하는 경우가 1개*,

* TP 디지털혁신, 공공데이터 국민 아이디어 공모전,

③ **(아이디어에서 파생된 지식재산권 귀속)** **29**개(공공 23 + 민간 6)의 공모전은 아이디어에서 파생된 지식재산권 귀속에 관한 규정이 부재하고, 71개 공모전이 지식재산권 귀속 관련 규정 보유

- 관련 규정이 있는 71개의 공모전 중 22개(공공 16 + 민간 6)는 주관기관이, 40개(공공 24 + 민간 16)는 제안자가 파생 지식재산권을 소유하는 것으로 명시

- 수상작에 대해서만 주관기관 소유를 명시한 경우 5개*

* 제주혁신성장센터 네이밍 공모전, 부안군 축산물 공동브랜드 네이밍 공모전, 제1회 비영리단체 사단법인 코코넛 대표 심볼 디자인 공모전, 캘러웨이 트루비스 콜라볼 디자인 공모전, 현대모비스 주니어 공학교실 과학차 디자인 공모전

- 그 외에 공동소유 3개*, 권리별 선별 소유 1개**

* ICT융·복합 기반 치의학산업 사업화 아이디어 경진대회, 어서와~전북인 인구 영상 콘텐츠 공모전, 디지털 역량센터 네이밍&슬로건 공모전

** 제5회 무인항공기(드론) 아이디어 공모전 : 저작권- 주관기관, 특허권 - 제안자

④ **(아이디어·지식재산권의 주관기관 귀속 및 그 활용에 따른 보상)** 94개의 공모전은 수상작에 대해 평균 **387만원** 상당의 상금이나 상품으로 보상

- 아이디어나 지식재산권을 제안자가 소유하는 공모전(43개)은 평균 487만원을 보상하는데 반해 주관기관이 소유하는 공모전(36개)은 오히려 전체 평균 이하인 217만원을 보상

[표 14] 공모전 보상 관련 현황

귀속자		아이디어 귀속 (A)		아이디어로부터 파생된 지식재산권 귀속 (B)		A 또는 B	
		공모전 수	보상금 (만원)	공모전 수	보상금 (만원)	공모전 수	보상금 (만원)
규정 부재		71	391	29	348	80	359
규정있음	주관기관	17	144	27	241	36	217
	제안자	11	673	40	511	43	487
	기타	1	50	4	300	5	250

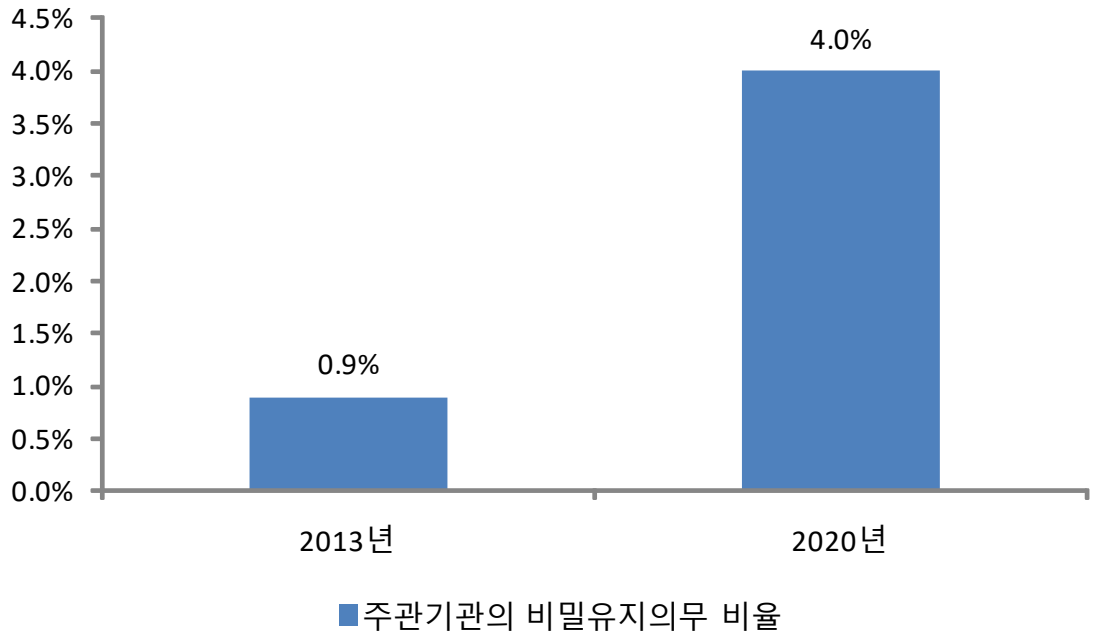
⑤ **(아이디어·지식재산권의 활용 절차 및 방법)** 48개의 공모전은 공고문상에 아이디어 활용 협의절차나 활용 방법에 관한 내용이 부재

- 특히, 아이디어나 지식재산권을 주관기관이 소유하는 공모전(36개) 중 20개*의 공모전은 활용 절차 및 방법 관련 규정이 부재하여 아이디어 활용을 둘러싼 주관기관과 제안자간 분쟁가능성이 상존

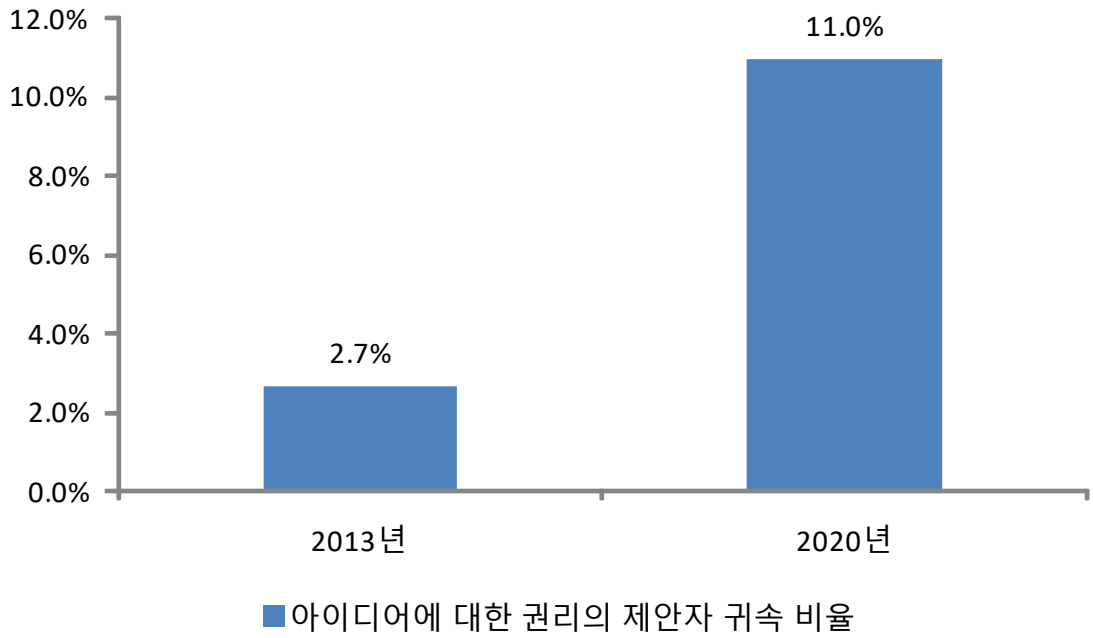
⑥ **(분쟁해결 방법)** 6개의 공모전을 제외한 94개의 공모전은 분쟁발생시 대응방법에 대한규정이 부재한 것으로 파악됨

(4) 2013년 조사결과와의 비교

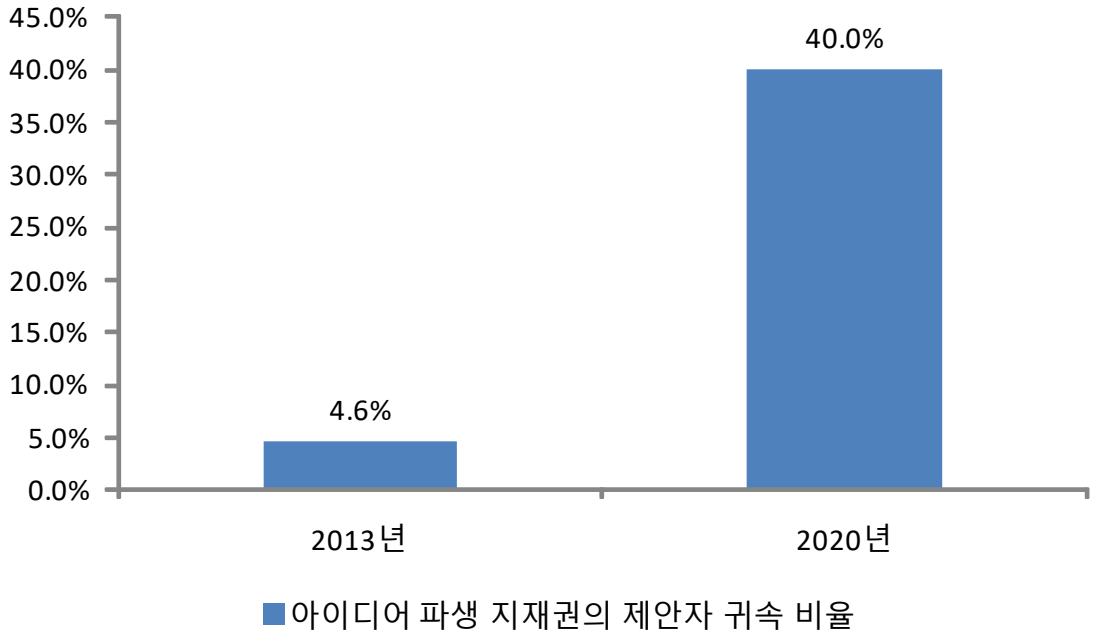
[그림 22] 주관기관의 비밀유지의무 비율



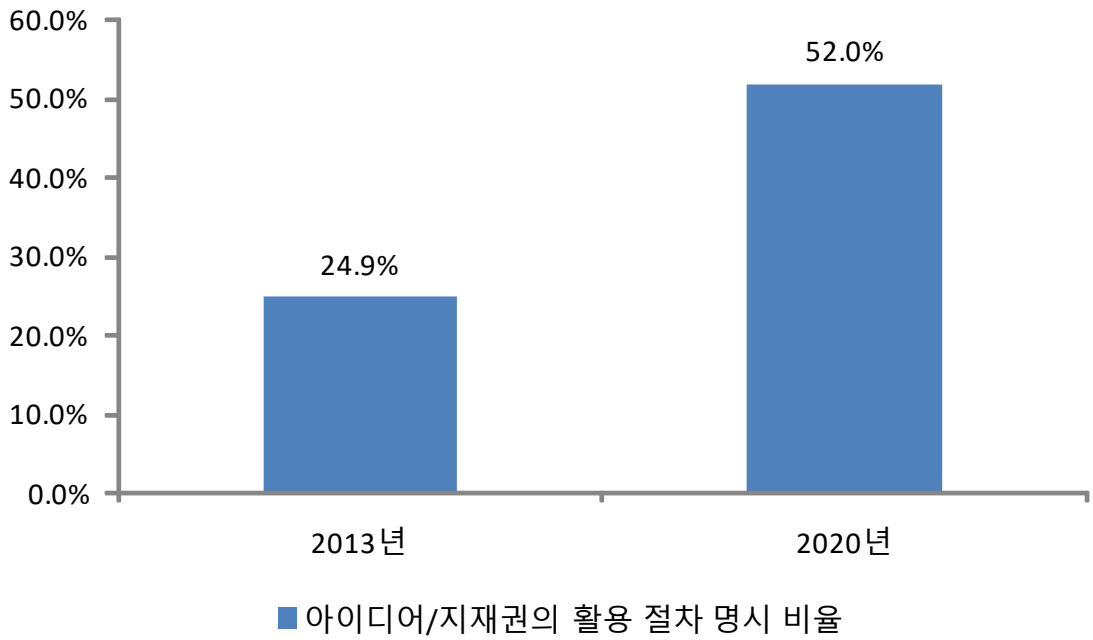
[그림 23] 아이디어 대한 권리의 제안자 귀속 비율



[그림 24] 아이디어 파생 지재권의 제안자 귀속 비율



[그림 25] 아이디어/지재권의 활용 절차 명시 비율



[표 15] 2020년 조사와 2013년 조사의 비교

조사 항목	조사 결과
① 주관기관의 비밀유지 의무	('20) 규정 없음(96), **규정 있음(4, 4.0%)**
	('13) 규정 없음(215), **규정 있음(2, 0.9%)**
② 아이디어에 대한 권리 귀속	('20) 규정 없음(71), 주관기관(17), **제안자(11, 11.0%)**, 기타(1)
	('13) 규정 없음(131), 주관기관(77), **제안자(6, 2.7%),** 기타(3)
③ 아이디어에서 파생된 지식재산권 귀속	('20) 규정 없음(29), 주관기관(27), **제안자(40, 40.0%)**, 기타(4)
	('13) 규정 없음(58), 주관기관(144), **제안자(10, 4.6%)**, 기타(5)
④ 아이디어·지식재산권의 주관기관 귀속 및 그 활용에 따른 보상	('20) 아이디어·지식재산권 귀속 규정 부재 : **359만원** 아이디어·지식재산권 귀속(주관기관) : **217만원** 아이디어·지식재산권 귀속(제안자) : **487만원**
	('13) 아이디어·지식재산권 귀속 규정 부재 : **341만원** 아이디어·지식재산권 귀속(주관기관) : **399만원** 아이디어·지식재산권 귀속(제안자) : **558만원**
⑤ 아이디어·지식재산권의 활용 절차 및 방법	('20) 규정 없음(48), **규정 있음(52, 52.0%)**
	('13) 규정 없음(163), **규정 있음(54, 24.9%)**
⑥ 분쟁해결 방법	('20) 규정 없음(94), **규정 있음(6, 6.0%)**
	('13) 규정 없음(217), **규정 있음(0, 0.0%)**

2. 공모전 아이디어 보호 가이드라인 개정안

(1) 부정경쟁방지법 개정 등 정책환경 변화를 고려한 개정방향

□ 부당한 아이디어 탈취의 경우, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목의 '부정경쟁행위'에 해당하며, 이에 대한 구제 방법 명시

○ 주최측이 공모전 제안자의 아이디어를 부당하게 탈취하는 경우, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목의 '부정경쟁행위'에 해당되고(행정조사 및 시정권고의 대상이 됨), 아이디어 제안자는 이를 특허청 산업재산조사과 또는 한국지식재산보호원 부정경쟁조사팀으로 신고하면 구제받을 수 있음을 명시

□ 아이디어 활용에 대한 보상 기준, 아이디어 공동소유에 대한 기준 등에 대해 세부적인 내용 추가

○ (활용보상 기준) 주최측 등이 아이디어를 개선·발전시키는 정도에 따른 수익배분 비율의 기준 추가

○ (공동소유 기준) 공동소유자가 될 수 없는 '단순 보조자·관리자·후원자 등'에 대한 언급, 아이디어 접수 전 공동소유 가능성, 수익배분 등에 대한 공지 및 이에 대한 아이디어 제안자 및 기타 참여자의 동의 추가

□ 주관기관은 응모된 아이디어에 관한 자료를 공모전 결과 발표일로부터 1년* 이내에 폐기하도록 유도하되, 공모전에서 수상한 아이디어에 대해서는 제안자의 동의를 얻어 (일정 기간 동안) 폐기하지 아니할 수 있도록 함

○ 폐기 기간은 공모전 수상 결과에 대한 소송 등 분쟁 발생 시 대응하기 위해 자료를 보관할 수 있는 최소한의 기간임

※ 주최는 입상하지 않은 응모작을 공모전 종료일로부터 3개월 이내에 모두 폐기하여야 한다. 다만, 폐기 전에 저작자가 저작물의 반환을 요구 할 시 저작자에게 반환하되, 반환과 관련하여 추가 비용이 발생하는 경 우 응모자에게 부담할 수 있다(창작물 공모전 가이드라인 中).

○ 다수의 참여하여 응모된 아이디어를 개선·발전시키는 공모전의 경우, 제안자의 동의를 얻어 응모된 아이디어에 대한 폐기 기한을 별도로 설정할 수 있음

□ 주관기관은 공모전을 통해 응모된 아이디어 또는 철회된 아이디어가 포함된 정보를 그 제공목적에 위반하여 자신 또는 제3자의 영업상 이익을 위하여 부정하게 사용하지 않겠다는 내용의 '부정사용 금지 서약'을 하도록 함

○ 다만, 주최 측이 공모전을 통해 제공받은 해당 아이디어를 이미 알고 있었거나 적법하게 제3자로부터 제공 받은 경우에는 관련 분쟁 발생 시 해당 아이디어를 제공받은 주관기관이 이를 입증하여야 함

[표 16] 공모전 아이디어 보호 가이드라인 개정안

개정 전	개정 후
<응모 아이디어에 대한 권리 귀속> ⑵ 공모전이 주최측의 책임하에 다수가 참여하여 응모된 아이디어를 개선·발전시키는 유형인 경우, 해당 아이디어에 대한 권리는 아이디어 제안자, 주최측 및 기타 참여자의 협의에 의하여 공동 소유 등 소유권자를 결정할 수 있다. - 이 경우, 주최측은 주최측과 아이디어 제안자 및 기타 참여자 사이의 수익 배분을 결정하는 기준을 마련하여, 아이디어 접수 전에 아이디어 제안자 및 기타 참여자의 동의를 얻어야 한다. - 다만, 아이디어 제안자의 원래 아이디어에 대한 권리에는 영향을 미치지 아니한다.	**<응모 아이디어에 대한 권리 귀속>** ⑵ 공모전이 주최측의 책임하에 다수가 참여하여 응모된 아이디어를 개선·발전시키는 유형인 경우, 해당 아이디어에 대한 권리는 아이디어 제안자, 주최측 및 기타 참여자의 협의에 의하여 공동 소유 등 소유권자를 결정할 수 있다. - 다만, '단순 보조자·관리자·후원자 등'은 공동소유자가 될 수 없고, 발명의 완성을 위하여 실질적으로 상호 협력하는 관계가 있을 시 공동소유자가 될 수 있다. - 이 경우, 주최측은 주최측과 아이디어 제안자 및 기타 참여자 사이의 수익 배분을 결정하는 기준*을 마련하여, 아이디어 접수 전에 아이디어 제안자 및 기타 참여자의 동의를 얻어야 한다. * 수익배분의 경우, 주최 측 등이 아이디어를 개선·발전시키는 정도에 따라 비율이 다름 - 다만, 아이디어 제안자의 원래 아이디어에 대한 권리에는 영향을 미치지 아니한다. - 아이디어 접수 전 공동소유 가능성, 수익배분 등에 대한 공지 및 이에 대한 아이디어 제안자 및 기타 참여자의 동의가 필요하다.

<주최측 및 제안자의 수상 아이디어에 대한 권리> (1)~(3)	**<주최측 및 제안자의 수상 아이디어에 대한 권리>** (1)~(3) (4) 주최측이 공모전 제안자의 아이디어를 부당하게 탈취하는 경우, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 차목의 '부정경쟁행위'에 해당되고(행정조사 및 시정권고의 대상이 됨), 아이디어 제안자는 이를 특허청 산업재산조사과 또는 한국지식재산보호원 부정경쟁조사팀으로 신고하면 구제받을 수 있다.
(신설)	**<응모 아이디어의 부정사용 금지 서약>** 주최측은 공모전을 통해 응모된 아이디어가 포함된 정보를 그 제공목적에 위반하여 자신 또는 제3자의 영업상 이익을 위하여 부정하게 사용하지 않겠다는 내용의 '부정사용 금지 서약'을 해야 한다. 다만, 주최측이 아이디어를 제공받을 당시 이미 그 아이디어를 알고 있었거나 그 아이디어가 동종 업계에 널리 알려진 경우에는 관련 분쟁 발생시 해당 아이디어를 제공 받은 주관기관이 이를 입증하여야 한다.

제5장 특허권 보유와 개방형혁신과의 관계

1. 분석개요

□ 소비자의 니즈가 다양해지고 제품 수명주기가 짧아지면서 **제품 개발의 위험과 비용을 감소**시키기 위해 **외부 아이디어를 활용한 혁신이 부각 중**

○ **빠르게 변하는 시장에 대응**하고자, 다수 기업은 외부의 혁신역량까지 적극 활용하여 변화하려는 **개방형 혁신***(Open Innovation)을 추구

* 기업에게 필요한 기술과 아이디어를 외부에서 조달하는 한편, 내·외부 자원의 공유를 통해 제품 및 서비스의 혁신을 창출하는 전략(체스브로 교수, '03년)

글로벌 기업의 개방형 혁신 사례

▹ 전기자동차 분야의 테슬라는 14년 자사가 보유한 핵심 특허기술을 세계에 공개하여 연관 산업의 기업 간 제휴 확대 및 전기차 시장의 국제표준을 추구

▹ P&G는 전동칫솔 개발을 위해 일본의 외부업체로부터 기술을 적극 수렴하여 신제품 출시를 5년에서 1년으로 앞당김

○ 국내 기업에서도 최근 **제약·바이오 분야를 중심**으로 개방형 혁신 생태계 구축의 필요성에 대한 인식이 확산 중

□ 본 연구는 우리 기업의 개방형혁신 현황을 특허권 보유 관점에서 살펴보고, 특허권 보유와 개방형혁신이 기업의 **매출액 증가에 미치는 영향을** 회귀분석(regression)을 통해 파악하고자 함

○ (현황분석) **특허권 보유에 따른 개방형혁신 현황**

○ (회귀분석) **특허권 보유와 개방형혁신이 매출액에 미치는 영향**

□ 분석에는 통계청이 제공하는 **기업활동조사***('06년~'18년)를 활용

* (조사대상) 국내 회사법인 중 상용근로자 50인 이상이면서 자본금 3억원 이상인 법인 12,789개(18년 기준) 대상
(조사내용) 매출액, 자본총액, 종업원수, 지재권 보유건수, 연구개발비 등

○ **외부 R&D 지출액이 0보다 큰 경우 개방형혁신에 참여**한 것으로 간주

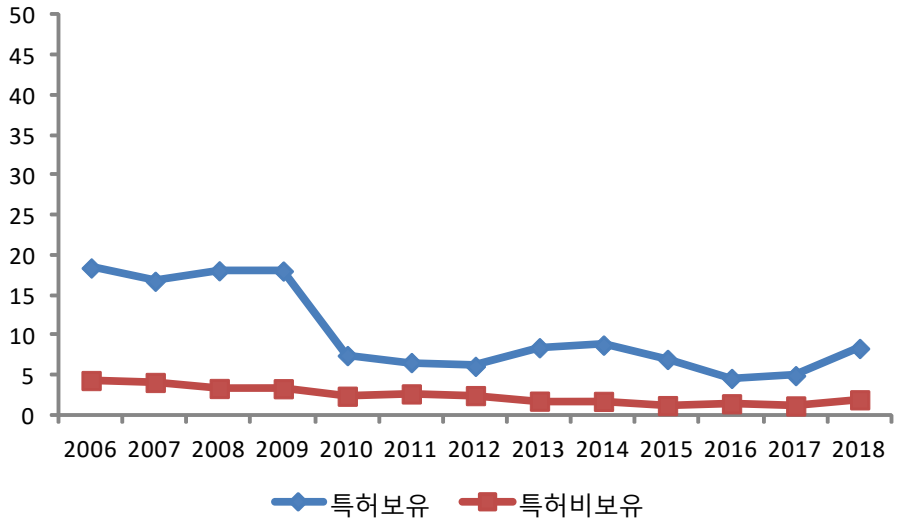
2. 특허권 보유에 따른 개방형혁신 현황

□ **2009년 글로벌 금융위기의 여파로 특허보유기업들의 개방형 혁신 비율이 급격히 축소**되었으나,

○ 기술간 융합을 주요 특징으로 하는 **4차 산업혁명이 처음 주창***되었던 **2016년을 기점으로 개방형혁신 비율이 증가** 추세

* 2016년 세계 경제 포럼(World Economic Forum, WEF)에서 클라우스 슈바프(Klaus Schwab)가 의장이 4차 산업혁명을 처음으로 주창

[그림 26] 전체기업의 개방형혁신 참여율 변화



○ 연도별 개방형혁신 참여 비율을 살펴보면 **특허보유기업**의 개방형혁신 참여비율이 특허비보유기업에 비해 **큰 것으로 나타남**

- 특허보유기업은 특허비보유기업 대비 연평균 **7.81%* 개방형혁신에 더 참여**

* 연평균 개방형혁신 참여율 : 특허보유기업 10.29%, 특허비보유기업 2.48%

- 특허보유기업의 **개방형혁신 참여율 변화**도 특허비보유기업에 대비 더 큼

* '06~'18년 개방형혁신 참여율 변화 : 특허보유기업 △0.83%, 특허비보유기업 △0.20%

해석 : 특허권 보유 기업이 개방형혁신 참여율이 높은 이유

▷**(지식의 축적)** 기업이 특허권 보유과정을 통해 축적한 지식으로 외부 지식 탐색 범위가 확장되었기 때문에 개방형혁신에 적극적

▷**(부수역량 조달)** 특허권으로 보호할 수 있는 핵심 기술역량을 토대로 신규 사업을 개척하기 위해 수반되는 부수적 역량에 대한 외부조달 필요성 증가

□ **기업 규모가 클수록**(대기업이 중소기업에 비해) **개방형혁신 참여율***이 크고, **참여 비율의 변동폭****도 큰** 것으로 나타남

* 연평균 개방형혁신 참여율 : 대기업 13.40%, 중소기업 5.11%

** '06~'18년 개방형혁신 참여율 변화 : 대기업 △0.70%, 중소기업 △0.35%

○ 대기업이 개방형혁신 **참여여건***이 좋고, **성공가능성****도 크기 때문

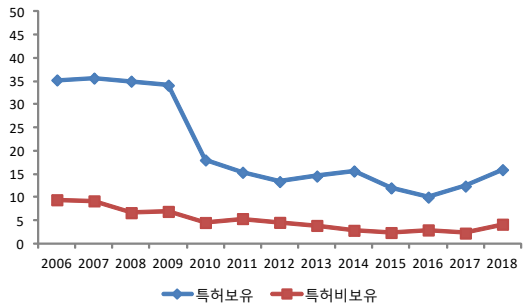
* (내부) 자체적으로 R&D 관리 및 수행 역량이 우수
(외부) 대기업으로서 가지는 네임밸류, 기술이전 기대감

** P&G, Dupont, Intel, Google 등의 글로벌 대기업과 현대차, LG생활건강, 포스코 등 국내 대기업 들을 중심으로 성공사례가 나타남

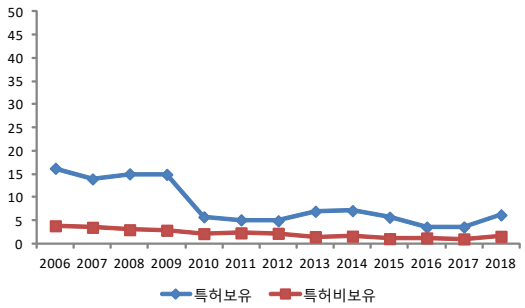
○ 하지만, **특허보유기업이 특허비보유기업에 비해 개방형혁신 참여에 관해외부 환경변화*에 더 민감하게 대응**하는 것은 대기업과 중소기업 모두에게서 **공통적**으로 나타남

* 글로벌 금융위기, 4차 산업혁명 기술의 부각 등

[그림 27] 기업 규모에 따른 개방형혁신 참여율 변화



[대기업]



[중소기업]

해석 : 특허권 보유 기업이 개방형혁신 참여에 민감한 이유

▷ **(중소기업)** 특허권을 보유했다 하더라도 특허분쟁 대비, 제품·서비스의 고도화를 위해 기업 내부적으로 부족한 자원 확충을 위한 개방형혁신 필요

▷ **(대기업)** 특허권 보유를 통해 현재의 시장지배력과 사업의 안정성을 유지할 수 있지만 신시장 개척을 통한 더 높은 성장을 위해 개방형혁신 필요

3. 특허권 보유와 개방형혁신이 매출액 증가에 미치는 영향

□ 통계청 기업활동조사 응답기업('18년 12,789개, '06~'18년 평균 11,477개)을 대상으로 **특허권 보유, 개방형혁신에 따른 매출액**을 파악한 결과,

○ **전체기업**의 기업당 연평균 매출액은 **2,145억원**, **특허보유기업의 연평균 매출액은 3,253억원**으로 나타남

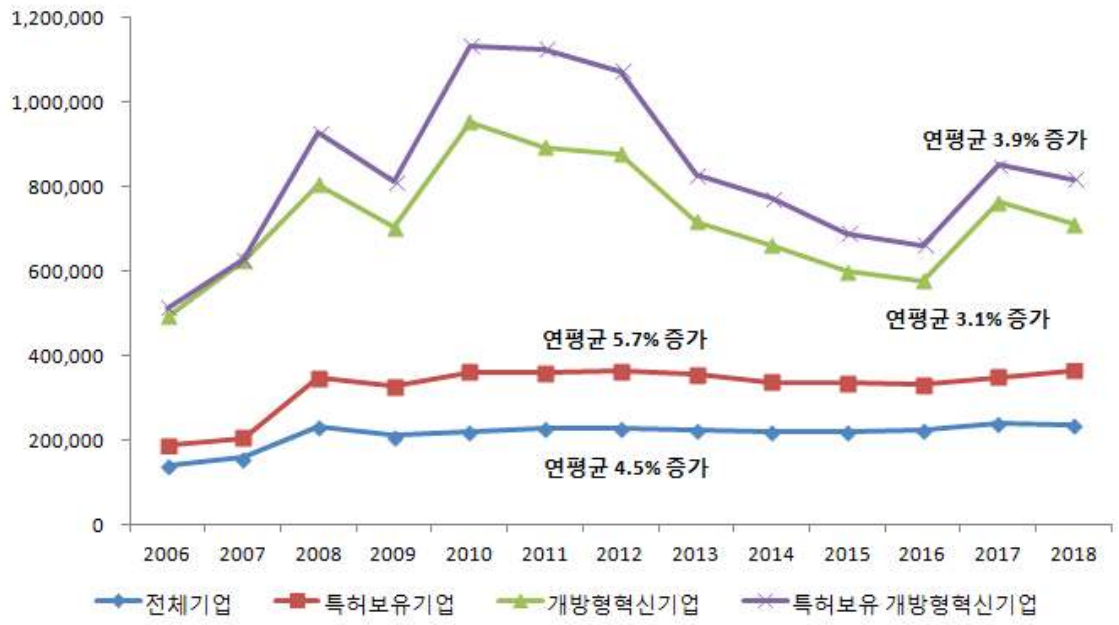
○ 한편, **개방형혁신기업**의 연평균 매출액은 **7,219억원**, **특허보유 개방형혁신기업의 연평균 매출액은 8,335억원**으로 나타남

□ **특허권을 보유한 기업의 매출액증가율**이 통상적인 기업의 매출액증가율보다 **크고**, 개방형혁신을 하더라도 특허권을 보유한 기업의 매출액증가율이 더 큰 것으로 나타남

○ 전체기업의 연평균 매출액증가율은 4.5%, **특허보유기업의 연평균 매출액 증가율은 5.7%**로 나타남

○ 개방형혁신기업의 연평균 매출액증가율은 3.1%, **특허보유 개방형혁신기업의 연평균 매출액 증가율은 3.9%**로 나타남

[그림 28] 기업당 평균 매출액 변화 (단위 : 백만원)



□ 생산액(Y)이 자본(K), 노동(L), 무형자산(R)의 지수함수라 가정하는 **콥-더글라스 생산함수**($Y = AK^{\alpha}L^{\beta}R^{\gamma}$)에 로그를 취해 패널회귀방정식을 도출

$$\ln Y = \ln A + \alpha \ln K + \beta \ln L + \gamma \ln R \quad (1)$$

○ 식 (1)을 활용하여 **기업활동조사 데이터에 적용가능한 형태로 변형**하면

$$\ln(SALE_{it}) = \beta_0 + \beta_1 \ln(CAP_{it}) + \beta_2 \ln(LAB_{it}) + \beta_3 \ln(PAT_{it}) + \beta_4 \ln(ER\&D_{it-1}) + u_i + e_{it} \quad (2)$$

$SALE_{it}$: i기업의 t년도 매출액

CAP_{it} : i기업의 t년도 자본총액

LAB_{it} : i기업의 t년도 상시 근로자 수

PAT_{it} : i기업의 t년도 특허권 보유건수

$ER\&D_{it-1}$: i기업의 (t-1)년도 외부연구개발지출액(=개방형혁신활동 참여정도)

○ 식 (2)에서 **(t-1)년의 개방형혁신 결과가 t년의 매출액에 반영**된다고 가정

※ 실제 분석결과 t년의 개방형혁신 보다는 (t-1)년의 개방형혁신이 통계적 유의성이 더 큰 것으로 나타남

□ 전체기업에 대한 **분석 1**에 따르면, **특허권 보유와 개방형혁신이 정(+)의 매출액 증대 효과**를 갖는 것으로 나타남

○ **특허권 보유건수 1% 증가시 기업의 매출액 0.041% 증가**

☞ **특허 1건당 매출액 3.65억원 증가**

○ **개방형혁신(외부R&D지출) 1% 증가시 기업의 매출액 0.002% 증가**

☞ **외부R&D지출 1억원당 매출액 3.28억원 증가**

해석 : 특허권 보유가 매출액 증대 효과를 갖는 이유

▷ **(시장에서의 독점권 확보)** 보유한 특허권만큼 시장에서 독점적 권리를 누릴 수 있음

▷ **(제품·서비스 이미지 제고)** 소비자에게 특허받은 제품·서비스라는 긍정적 인식을 줌

[표 17] 특허권 보유와 개방형혁신이 매출액에 미치는 영향

종속변수 : ln(매출액)	분석 1 (전체기업, '06~'18)		분석 2 (대기업, '06~'18)		분석 3 (중소기업, '06~'18)	
ln(자본)	0.232***	(0.002)	0.225***	(0.007)	0.226***	(0.002)
ln(노동)	0.560***	(0.003)	0.632***	(0.008)	0.514***	(0.003)
ln(특허)	**0.041*** **	(0.001)	**0.038*** **	(0.003)	**0.036*** **	(0.002)
ln(외부R&D(-1))	**0.002*** **	(0.008)	**0.005*** **	(0.001)	**0.000**	(0.005)
상수항	5.498***	(0.023)	6.070***	(0.092)	5.605***	(0.023)
관측 수	121,191		19,412		101,779	
기업 수	17,353		2,863		15,839	
R-squared	0.662		0.582		0.447	

주 : 괄호안은 표준오차, * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

□ **분석 2와 분석 3**에 따르면 **대기업과 중소기업의 특허권 보유가 유사한 정도의 매출 증대효과***를 가지는 것으로 나타남

* 매출액의 특허탄력성 : 대기업 0.038, 중소기업 0.036

☞ **특허 1건당 매출액 증가액 : 대기업 3.50억원, 중소기업 2.72억원**

○ **개방형혁신** 활동의 매출증대효과는 **대기업은 정(+)의 효과(0.005)**를 가졌지만 **중소기업은 통계적으로 유의한 효과가 확인되지 않음**

☞ **외부 R&D지출 1억원당 매출액 증가액 : 대기업 8.20억원 증가**

※ 중소기업의 외부 R&D지출에 의한 매출증대효과는 확인되지 않음

해석 : 중소기업의 개방형혁신이 매출액 증가에 효율적이지 못한 이유

▹ **(제품화·서비스화 취약)** 중소기업은 혁신의 결과를 매출로 연결시키는데 필요한 제품화·서비스화 과정에서 경영역량을 효율적으로 결집시킬 수 있는 관리 역량이 대기업에 비해 상대적으로 취약

▹ **(유통망 취약)** 중소기업은 광고선전비가 적고, 유통망이 취약하여 개방형혁신의 결과를 매출액 증대로 연결시키는 것이 대기업에 비해 상대적으로 취약

□ **분석 4~6은 특허권 보유기업만을 대상으로** 특허권보유와 개방형혁신이 매출액에 미치는 영향을 분석한 결과임

○ 앞선 특허비보유 기업까지 포함한 분석결과와 비교하면, 특허보유기업이 **특허권 보유가 매출액증가에 미치는 영향은 다소 크고,**

※ (전체기업) 특허보유기업 0.045 > 특허보유 및 비보유기업 0.041
(대기업) 특허보유기업 0.038 = 특허보유 및 비보유기업 0.038
(중소기업) 특허보유기업 0.044 > 특허보유 및 비보유기업 0.036

○ **개방형혁신의 매출액증가에 미치는 영향은 거의 유사**

※ (전체기업) 특허보유기업 0.002 = 특허보유 및 비보유기업 0.002
(대기업) 특허보유기업 0.004 < 특허보유 및 비보유기업 0.005
(중소기업) 특허보유기업 0.000 = 특허보유 및 비보유기업 0.000 [통계적 유의성 없음]

☞ 특허권 보유기업이라 하더라도 개방형혁신의 매출증대효과가 일반 기업과 다르지 않는 것으로 나타나, **개방형혁신 환경의 개선 필요**

[표 18] 특허권 보유기업의 특허권보유와 개방형혁신이 매출액에 미치는 영향

종속변수 : ln(매출액)	분석 4 (특허보유 전체기업, '06~'18)		분석 5 (특허보유 대기업, '06~'18)		분석 6 (특허보유 중소기업, '06~'18)	
ln(자본)	0.227***	(0.002)	0.209***	(0.007)	0.216***	(0.003)
ln(노동)	0.606***	(0.005)	0.637***	(0.009)	0.570***	(0.006)
ln(특허)	0.045***	(0.002)	0.038***	(0.004)	0.044***	(0.003)
ln(외부R&D(-1))	0.002***	(0.000)	0.004***	(0.001)	0.000	(0.001)
상수항	5.369***	(0.032)	6.151***	(0.101)	5.458***	(0.034)
관측 수	55,670		11,048		44,622	
기업 수	8,872		1,800		7,826	
R-squared	0.779		0.713		0.514	

주 : 괄호안은 표준오차, * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

□ **분석 7~9는** 개방형혁신의 매출증대효과가 정상 작동하지 않은 시점과 원인을 파악하기 위해 **연도를 세분화하여 분석한 결과임**

○ 분석 결과 **2011~2012년 전후로 개방형혁신(외부R&D)의 매출증대효과가 감소**되는 것을 확인

○ **대기업은 '06~'11년** 사이에는 개방형혁신의 **매출증대효과(0.008)가 발견**되지만 **'12~'18년에는 그 효과가 사라졌고, 중소기업**은 '06~'11년, '12~'18년 **모두 개방형혁신의 매출증대효과가 확인되지 않음**

☞ 보다 정확한 원인 파악을 위해 **'11~'12년 사이 개방형혁신 환경 변화에 대한 후속 연구 필요**

[표 19] 시기를 구분한 특허권 보유와 개방형혁신이 매출액에 미치는 영향

종속변수 : ln(매출액)	분석 7 (전체기업)		분석 8 (대기업)		분석 9 (중소기업)	
	('06~'11)	('12~'18)	('06~'11)	('12~'18)	('06~'11)	('12~'18)
ln(자본)	0.228*** (0.003)	0.200*** (0.003)	0.257*** (0.013)	0.197*** (0.011)	0.219*** (0.003)	0.196*** (0.003)
ln(노동)	0.420*** (0.005)	0.471*** (0.005)	0.487*** (0.014)	0.503*** (0.012)	0.382*** (0.006)	0.446*** (0.005)
ln(특허)	**0.042*** (0.002)	**0.025*** (0.003)	**0.036*** (0.006)	**0.038*** (0.007)	**0.039*** (0.003)	**0.017*** (0.004)
ln(외부R&D(-1))	**0.002** (0.001)	**0.001** (0.001)	**0.008*** (0.002)	**0.002** (0.002)	**0.000** (0.001)	**0.001** (0.001)
상수항	6.193*** (0.040)	6.295*** (0.037)	6.647*** (0.175)	7.149*** (0.145)	6.260*** (0.040)	6.247*** (0.037)
관측 수	45,969	75,222	6,525	12,887	39,444	62,335
기업 수	12,412	14,255	1,800	2,579	11,204	12,463
R-squared	0.699	0.655	0.588	0.590	0.497	0.434

주 : 괄호안은 표준오차, * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

4. 정리 및 제언

□ 본 연구는 특허권 보유에 따른 개방형혁신 참여율 현황을 살펴보았고, 특허권 보유와 개방형혁신이 매출액 증가에 미치는 영향을 파악함

○ **특허권 보유기업의 개방형혁신 참여율이 높음** (대기업, 중소기업)

○ **특허권 보유증가는 매출액 증대에 정(+)의 영향을 미침** (대기업, 중소기업)

○ 대기업의 개방형혁신은 매출액 증대에 정(+)의 영향을 미치지만, **중소기업의 개방형혁신은 매출액 증대에 취약**

□ 따라서, 기업의 혁신성장 촉진을 위해 **“특허권 보유 확대” 및 “중소기업 대상 개방형혁신 지원”**을 정책 방향으로 설정하는 것이 필요

○ **특허권 보유 확대**

- (단기) 세액공제 지원, 수수료 및 연차등록료 부담 완화

- (장기) 심사기간 단축 및 징벌적 손해배상제도 안정화 추진

○ **중소기업 대상 개방형혁신 지원**

- 중소기업이 손쉽게 개방형혁신에 참여할 수 있는 플랫폼* 개발

* 중소기업이 공모나 멘토링을 통해 필요한 아이디어를 조달할 수 있고, 자체 보유하고 있는 우수한 역량이나 아이디어를 타사(인)에게 제공하여 수익 창출

※ 추가 사항 분석 자료는 부록에 수록

제6장 결론

1. 연구 결과 및 의의

□ 본 연구는 향후 구축·운영될 아이디어 거래 플랫폼의 운영 및 활성화에 필요한 중요 정책방안을 발굴하여 제시함

○ 아이디어 플랫폼 활성화 방안으로서 기존 아이디어 플랫폼에 대한 사례조사를 통해 현재 구축 중인 아이디어 플랫폼에 적합한 수익모델을 제시하였고, 그에 적합한 아이디어 플랫폼 이용규약도 마련함

○ 그동안 논의가 미진하였던 나눔형 아이디어 플랫폼의 타당성 조사 차원에서 아이디어 플랫폼을 통한 사회적기업 지원의 효과성을 검증함

○ 2013년 제정하여 활용 중인 '공모전 아이디어 보호 가이드라인'의 적용 현황을 100개 공모전을 대상으로 점검하고 가이드라인인 개정안을 마련함

○ 특허권 보유, 개방형혁신, 매출액 증가로 이어지는 인과관계에 관한 실증분석 실시

□ 결과적으로 본 연구를 통하여 아이디어 플랫폼을 둘러싼 규정부터 법률까지 검토하여 필요한 사항을 구비함과 동시에 아이디어 플랫폼의 운영 타당성까지 확인함

○ 본 연구를 통해 마련된 아이디어 플랫폼 활성화 방안을 통하여 아이디어 플랫폼이 쉽고 안전한 아이디어 거래 창구이면서 아이디어 거래 관련 종합 정보를 제공하는 통합 플랫폼으로 기능할 것으로 기대됨

2. 향후 연구

□ 아이디어 플랫폼이 안착화 될 수 있도록 추가적인 정책방안을 지속적으로 개발하는 것이 필요

○ (아이디어 보호 강화 및 국민 인식제고) 안전한 아이디어 거래를 위한 절차적 요건*을 마련하고, 지재권 제도를 활용한 아이디어 보호 유도**

* 당사자(수요기업 및 제안자) 간 아이디어 거래 계약 체결에 필요한 표준계약서를 제공하고, 비밀유지계약(NDA) 체결을 의무화

** 공지예외주장 제도 및 프리타입 출원 제도를 안내하여 아이디어의 특허출원 유도

○ (아이디어 보호의 실효성 제고) 아이디어 탈취 사건의 신속한 해결 지원 방안

부록 1. 아이디어 플랫폼 이용규약

제 1 장　총칙

제 1 조 (목적)
본 약관은 아이디어플랫폼을 통해 제공하는 모든 서비스의 이용 조건 및 절차, 전담기관 및 이용자의 권리, 의무, 책임사항과 기타 필요한 사항을 규정함을 목적으로 합니다.

제 2 조 (용어의 정의)

제 3 조 (약관의 효력 및 변경)
1. 본 이용약관(플랫폼 사용안내, 운영규정을 포함함)은 전담기관이 플랫폼과 온라인 서비스 및 기타의 방법을 통하여 공지함으로써 효력이 발생됩니다.
2. 전담기관은 합리적인 사유가 발생될 경우에는 회원들에게 사전 고지 없이 이 약관의 내용을 변경할 수 있으며, 변경된 약관은 위 제1항과 같은 방법으로 공지함으로써 효력이 발생됩니다. 회원이 변경된 약관사항에 동의하지 않으면, 언제든지 서비스 이용을 중단하고 이용계약을 해지할 수 있습니다. 약관의 효력발생일 이후에 회원이 계속적으로 서비스를 이용하는 경우에는 그 약관의 변경사항에 대하여 그 회원이 동의한 것으로 간주됩니다.
3. 전담기관이 약관의 내용을 변경한 경우 그 변경된 약관은 그 적용일자 이후에 체결되는 계약에만 적용되고, 그 이전에 이미 체결된 계약에 대해서는 개정 전의 약관조항이 그대로 적용됩니다.
4. 회원은 변경된 약관에 동의하지 않을 경우 회원 탈퇴를 요청할 수 있으며, 변경된 약관의 효력 발생일 이후에도 서비스를 계속 사용할 경우 약관의 변경 사항에 동의한 것으로 간주됩니다.
5. 회원이 본 약관 내용에 동의하는 것을 조건으로 서비스를 제공하며, 회원이 본 약관의 내용에 동의하는 경우, 본 서비스 제공 행위 및 서비스 사용 행위에는 본 약관이 우선적으로 적용됩니다.
6. 회원이 본 약관에 동의하는 것은, 회원의 자격이 적용되는 기간 동안 본 약관에 따라 신청서에 기재된 회원정보에 대하여 전담기관이 수집, 이용하는 것에 동의하는 것으로 간주됩니다.

제 4 조 (약관 외 준칙)
본 약관에 명시되지 아니한 사항에 대해서는 「전기통신기본법」, 「전기통신사업법」, 「전자문서 및 전자거래기본법」, 「전자금융거래법」, 「전자서명법」, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」, 「정보통신망 이용촉진 등에 관

한 법률」 및 기타 관련 법령의 규정을 우선 적용하고, 그 다음에는 상관례에 따릅니다.

제 5 조 (서비스의 제공 및 변경)

1. 전담기관은 다음과 같은 업무를 수행합니다.
 (1) 본 플랫폼을 이용하여 문제제안자가 제시한 기술문제의 등록
 (2) 기술문제를 전문가에 전달 및 전문가의 해결책 제안 관련 업무
 (3) 해결책을 제안한 전문가가 동의할 시, 전문가와 오프라인 자문 협력
 (4) 플랫폼 운영 활성화를 위한 정부 출연연구기관을 포함 관련 기관간 협력 및 홍보
 (5) 아이디어 플랫폼 운영위원회 구성 및 운영
 (6) 기타 "전담기관"이 정하는 업무
2. 전담기관이 인터넷사이트(http:// www.)를 통하여 회원에게 온라인으로 제공하는 서비스의 제공
3. 전담기관은 플랫폼의 실제적인 운영 및 유지 보수에 대해 운영기관을 선정하여 위 업무의 일부를 수행하도록 할 수 있습니다.

제 6 조 (플랫폼의 소유권)

전담기관이 운영하는 플랫폼 및 제공하는 서비스, 그에 필요한 소프트웨어, 이미지, 마크, 로고, 디자인, 서비스명칭, 정보 및 상표, 양식, 규정, 계약서 등과 관련된 모든 내용에 대한 지식재산권 및 기타 권리는 플랫폼 전담기관에게 그 소유권이 있습니다. 회원은 전담기관이 서면에 의해 명시적으로 승인한 경우를 제외하고는 플랫폼의 각 재산에 대한 전부 또는 일부의 수정, 대여, 대출, 판매, 배포, 제작, 양도, 재라이선스(re-license), 담보권 설정 행위, 상업적 이용 행위를 할 수 없으며, 제3자로 하여금 이와 같은 행위를 하도록 허락할 수 없습니다.

제 2 장 서비스 이용 계약

제 7 조 (사용 계약의 성립)

1. 회원이 회원가입 시 "동의합니다"를 선택하면, 본 약관에 동의하고, 아울러 전담기관과 계약을 체결하는 것으로 간주됩니다. 약관 변경 시에는 변경된 약관 내용을 공지하며, 공지일 이후에 회원이 플랫폼을 이용하는 경우 그 변경된 약관에 동의한 것으로 간주 되며, 만일 그 회원이 변경된 약관에 동의하지 않을 경우 회원 등록 취소가 가능합니다.
2. 또한 회원이 회원가입 시 "동의합니다"를 선택하면, 전담기관이 제정한 "플랫폼 사용안내" 등 각종 정책 및 절차, 규정 등의 내용에 대해 동의한 것으로 간주됩니다("플랫폼 사용안내" 에 관한 자세한 내용은 본 플랫폼에서 확인하시기 바랍니

다.
3. 회원으로 가입하여 서비스를 이용하고자 하는 희망자는 전담기관에서 요청하는 개인정보를 제공해야 하며, 전담기관은 회원의 개인정보를 플랫폼의 운영을 위해 사용할 수 있습니다.

제 8 조 (이용 신청)
회원으로 가입하여 서비스를 이용하기를 희망하는 자는 전담기관이 요청하는 소정의 가입신청 양식에서 요구하는 사항을 기록하여 이용을 신청합니다.

제 9 조 (이용 계약의 승낙 유보)
1. 다음 각 호에 해당하는 경우 전담기관은 이용신청에 대한 승낙을 제한할 수 있고, 그 사유가 해소될 때까지 이용신청에 대한 승낙을 유보할 수 있습니다.
(1) 기술상 장애가 있는 경우
(2) 기타 전담기관의 사정상 필요하다고 인정되는 경우
2. 전담기관은 다음 각 호에 해당하는 사항을 인지하는 경우, 이용신청을 승낙하지 아니할 수 있습니다. 등록된 회원의 경우, 전담기관은 다음 각 호에 해당하는 사항을 인지하는 경우 해당 회원에게 언제든지 탈퇴를 요청할 수 있으며, 그 회원이 탈퇴 요청에 따르지 않으면 즉시 회원 탈퇴로 처리 할 수 있습니다.
(1) 다른 사람의 명의를 사용하는 등 본인의 실명으로 신청하지 않은 경우
(2) 이용시 필요 사항이나 내용을 허위로 기재한 경우
(3) 플랫폼의 이용을 방해하거나 사회의 안녕 또는 전자상거래 질서를 위협하거나 미풍양속을 저해하는 경우
(4) 가입신청 시에 허위 내용을 등록한 경우
(5) 본 약관을 위반하거나 반하는 행위를 하는 경우
(6) 기타 전담기관이 정한 이용신청 요건이 미비된 경우
3. 위 1항 또는 위 2항에 의하여 전담기관이 이용신청에 대한 승낙을 유보하거나 승낙을 하지 아니하는 경우, 전담기관은 이를 이용 신청자에게 알려야합니다. 다만, 전담기관의 귀책사유 없이 이용자에게 이를 통지할 수 없는 경우에는 예외로 합니다.

제 10 조 (개인정보의 보호)
1. 전담기관은 회원의 개인정보를 보호하고 존중합니다.
2. 전담기관은 회원이 서비스를 이용함에 있어서 온라인상에서 전담기관에게 제공한 개인정보가 보호받을 수 있도록 최선을 다하고 있습니다. 이에 통신비밀보호법, 전기통신사업법, 정보통신망 이용촉진 등에 관한 법률 등 서비스 제공자가 준수하여야 할 관련 법규를 바탕으로 개인정보 보호정책을 만들어 이를 준수하고 있습니

다. 자세한 사항은 전담기관의 개인정보 보호방침을 참고하시기 바랍니다.
3. 전담기관은 이용 신청 시 회원이 제공하는 정보, 커뮤니티 활동, 각종 이벤트 참가를 위하여 회원이 제공하는 정보, 기타 서비스이용 과정에서 수집되는 정보 등을 통하여 회원에 관한 정보를 수집하며, 회원의 개인정보는 본 이용 계약의 이행과 본 이용계약상의 서비스 제공을 위한 목적으로만 사용됩니다.
4. 전담기관은 서비스 제공과 관련하여 취득한 회원의 신상정보를 본인의 승낙 없이 제3자에게 누설 또는 배포 할 수 없으며, 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다. 다만, 다음의 각 호에 해당하는 경우에는 그러하지 아니합니다. (1) 정보통신서비스의 제공에 따른 요금 정산을 위하여 필요한 경우
(2) 통계작성, 학술연구 또는 시장조사를 위하여 필요한 경우로서 특정 개인을 식별할 수 없는 형태로 가공하여 제공하는 경우
(3) 관계 법령에 의하여 수사상 목적으로 정해진 절차와 방법에 따라 관계기관의 요구가 있는 경우
(4) 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우
(5) 정보통신윤리위원회의 요청이 있는 경우
(6) 플랫폼에 명기된 사업의 진행을 위해 필요한 경우

제 11 조 (계약 사항의 변경)
1. 회원은 개인정보 관리를 통해 언제든지 본인의 개인정보를 열람하고 수정할 수 있습니다.
2. 회원은 이용 신청 시 기재한 사항이 변경되었을 경우 온라인으로 수정을 해야 하며, 회원정보를 변경하지 아니하여 발생되는 문제의 책임은 그 회원에게 있습니다.

제 3 장 전담기관과 회원의 권리 및 의무

제 12 조 (전담기관의 의무)
1. 전담기관은 다음 각 호의 사유가 발생한 경우를 제외하고 계속적, 안정적으로 서비스를 제공할 의무가 있습니다.
(1) 서비스용 설비의 보수, 정기 점검 또는 공사로 인하여 부득이 한 경우
(2) 전기통신사업법에 규정된 기간통신사업자가 전기통신 서비스를 중지한 경우
(3) 전시, 사변, 천재지변 또는 이에 준하는 국가비상사태가 발생하거나 발생할 우려가 있는 경우
(4) 설비장애 또는 이용폭주 등으로 인하여 서비스 이용에 지장이 있는 경우
2. 전담기관은 회원으로부터 소정의 절차에 의해 제기되는 의견에 대해서는 적절한 절차를 거쳐 처리하여야 하며, 처리 시 일정기간이 소요될 경우 회원에게 그 사유와 처리 일정을 알려주어야 합니다.

3. 전담기관은 컴퓨터 등 정보통신설비의 보수점검, 교체, 고장 및 통신의 두절 등의 사유가 발생한 경우에는 서비스의 제공을 일시적으로 중단할 수 있습니다.

제 13 조 (회원의 의무)

1. 회원은 관계 법령, 본 약관의 규정, 플랫폼 사용안내 및 서비스 상에 공지한 주의사항, 전담기관이 통지하는 사항을 준수하여야 하며, 기타 전담기관의 업무에 방해되는 행위를 하여서는 안 됩니다.
2. 회원은 전담기관의 사전 동의 없이 서비스를 이용한 어떠한 영리행위도 할 수 없으며, 법에 저촉되는 자료를 배포 또는 게재할 수 없습니다.
3. 회원은 자신의 ID와 비밀번호를 유지·관리할 책임이 있으며, 자신의 ID와 비밀번호를 사용하여 발생하는 모든 결과에 대해 전적인 책임이 있습니다. 또한 자신의 ID와 비밀번호가 자신의 승낙 없이 사용되었을 경우 즉시 전담기관에 통보하여야 하며, 통보를 하지 않음으로 인해 발생하는 모든 책임은 회원 본인에게 있습니다.
4. 회원은 서비스와 관련하여 다음 각 호에 해당하는 행위를 하여서는 안 됩니다.
   (1) 서비스를 이용하여 얻은 정보를 전담기관의 사전 승낙 없이 복사, 복제, 변경, 번역, 출판, 방송, 기타의 방법으로 사용하거나 이를 타인에게 제공하는 행위
   (2) 음란물을 게재 또는 음란사이트를 링크하거나 유포하는 등 사회질서를 해치는 행위
   (3) 타인의 명예를 훼손하거나 모욕하는 행위, 타인의 지식재산권 등의 권리를 침해하는 행위
   (4) 해킹 또는 컴퓨터 바이러스를 유포하는 일, 타인의 의사에 반하여 광고성 정보 등 일정한 내용을 지속적으로 전송하는 행위
   (5) 다른 회원의 ID를 부정 사용하는 행위
   (6) 다른 회원의 개인 정보를 수집, 저장하는 행위
   (7) 전담기관 직원, 관리자 등을 포함한 타인을 사칭하는 행위
   (8) 서비스를 통해 전송된 컨텐츠의 발신인을 위조하는 행위
   (9) 제3자의 저작권 등 지식재산권에 대한 침해(제3자 소유의 지식재산권은 반드시 기술도입계약을 체결하고 이용하여야 합니다.)
   (10) 제3자의 명예를 손상시키거나 업무를 방해하는 행위
   (11) 선량한 풍속, 기타 사회질서를 해하는 행위
   (12) 제3자의 특허, 상표, 영업비밀, 저작권, 기타 지식재산권을 침해하는 내용을 게시, 게재, 전자우편 또는 기타의 방법으로 전송하는 행위
   (13) 서비스의 안정적인 운영에 지장을 주거나 줄 우려가 있는 일체의 행위
   (14) 기타 전기통신사업법 제53조와 전기통신사업법 시행령 제16조(불온통신), 전기통신사업법 제53조제3항에 위배되는 행위
   (15) 전담기관의 승인을 받지 아니한 광고, 판촉물, 스팸메일, 행운의 편지, 피라미드 조직, 기타 다른 형태의 상거래 등에 대한 권유를 게시, 게재, 전자우

편 또는 기타의 방법으로 전송하는 행위

(16) 전담기관으로부터 특별한 권리를 부여받지 않고 전담기관의 클라이언트 프로그램을 변경하거나, 서버 해킹 및 컴퓨터바이러스 유포, 웹사이트 또는 게시된 정보의 일부분 또는 전체를 임의로 변경하는 행위

(17) 법률, 계약에 의해 이용할 수 없는 내용을 게시, 게재, 전자우편 또는 기타의 방법으로 전송하는 행위

5. 회원의 정보는 회원의 ID와 비밀번호에 의해 관리되고 있습니다. 따라서 타인에게 본인의 ID와 비밀번호를 알려주어서는 아니 되며, 작업 종료시에는 반드시 로그아웃 해주시고, 웹 브라우저의 창을 닫아주시기 바랍니다(이는 타인과 컴퓨터를 공유하는 인터넷 카페나 도서관 같은 공공장소에서 컴퓨터를 사용하는 경우에 귀하의 정보를 보호하기 위하여 필요한 사항입니다.

6. 회원이 본 서비스를 통하여 게시, 전송, 입수하였거나 전자메일 기타 다른 수단에 의하여 게시, 전송 또는 입수한 모든 형태의 정보에 대하여는 그 회원이 모든 책임을 부담하며, 전담기관은 어떠한 책임도 부담하지 아니합니다.

7. 회원은 본서비스의 사용 종료 시마다 정확히 로그아웃(Log-out)해야 하며, 로그아웃하지 아니하여 제3자가 회원에 관한 정보를 도용하는 등의 결과로 인해 발생하는 모든 손해 및 손실에 대하여 전담기관은 책임을 부담하지 아니합니다.

8. 회원정보가 변경되었음에도 해당 사항을 수정하지 않음으로써 발생한 각종 손해와 잘못된 수정으로 인하여 발생한 손해는 당해 회원이 부담하여야 하며, 전담기관은 이에 대하여 아무런 책임을 지지 않습니다. 회원이 아이디(ID), 비밀번호를 도난당하거나 제3자가 이를 사용하고 있음을 인지한 경우, 즉시 전담기관에게 통보하여야 하고, 전담기관의 안내가 있는 경우에는 그에 따라야 합니다.

9. 본 서비스의 정보, 서비스를 사용하는 다른 회원이나 방문객의 의견을 받아들이는 것은 전적으로 회원의 판단에 따르는 것입니다. 따라서 전담기관은 회원이 다른 회원이 게재한 정보, 자료, 사실의 정확성 등을 신뢰함으로써 입은 손해에 대하여 책임을 지지 않습니다.

10. 회원은 플랫폼에 표시된 내용이나 게시물을 자신의 블로그나 개인 홈페이지 등에 퍼가기(repost) 할 수 없습니다. 전담기관 또는 저작권자가 요구하는 경우 회원은 퍼가기 한 게시물을 즉시 삭제하여야 합니다.

11. 회원은 서비스를 통하여 얻은 정보를 전담기관의 사전승낙 없이 이용자 본인의 이용 외의 목적으로 출판, 방송 등에 사용하거나 제3자에게 제공하는 행위를 할 수 없습니다.

12. 이용자가 설치하는 단말기 등은 전기통신설비의 기술기준에 관한 규칙이 정하는 기준에 적합하여야 하며, 서비스에 장애를 주지 않아야 합니다.

13. 회원은 기타 관계 법령에 위한되는 행위를 하여서는 아니됩니다.

제 14 조 (수요자 회원의 의무)

수요자(사업자회원, 회원사) 회원은 운영규정이나 플랫폼 문제등록 계약 내용을 준수하여야 합니다. 특히 수요자는 공급자(개인회원, 전문가) 회원이 제안한 해결책에 대하여는 보상금을 지급하지 않고서는 일절 이를 사용할 수 없습니다. 만일 본 내용을 준수하지 않아 발생되는 모든 문제에 대한 책임은 수요자 회원에게 귀속됩니다.

제 15 조 (공급자 회원의 의무)

공급자 회원(개인회원, 전문가)은 운영규정이나 플랫폼 문제등록 계약 내용을 준수하여야 합니다. 아이디어방 참여 신청을 하여 선정된 경우, 비밀유지서약서를 작성하고 과제에 대한 아이디어를 등록합니다. 단, 공급자 자격 제한이 있는 경우, 자격에 부합하지 않는 공급자는 아이디어방에 참여할 수 없습니다. 만일 본 내용을 준수하지 않아 발생되는 모든 문제에 대한 책임은 공급자 회원에게 귀속됩니다.

제 16 조 (거래전문관의 의무)

거래전문관은 플랫폼 운영정책이나 계약 내용을 준수하여야 합니다. 신청내용, 과제 등을 검토하여 과제를 진단하고, 협상요청 건에 대하여 수요자와 공급자 간 거래금액, 거래범위, 거래조건 등을 중개하여 계약서를 작성합니다. 단, 아이디어소싱의 경우, 거래전문관은 해단 단계 종료시 아이디어를 발전시키는 데 기여한 수요자에 대한 기여율을 계산한 후 일정기간 동안 이의신청을 받아 이를 검토 후 최종 기여율을 결정합니다. 산출된 기여율을 바탕으로 아이디어 거래 계약서를 작성하여 당사자 회원에게 검토 요청 후, 계약서를 완성합니다.

제 17 조 (정보보안)

1. 가입 신청자가 당 사이트 서비스 가입 절차를 완료하는 순간부터 그 가입신청자는 입력한 정보의 비밀을 유지할 책임이 있으며, 회원의 ID와 비밀번호를 사용하여 발생하는 모든 결과에 대한 책임은 회원본인에게 있습니다. 또한, 회원 ID에 대한 제3자에 의한 부정사용 및 이용자의 과실에 대한 책임도 회원 본인에게 있습니다.
2. 전담기관은 회원이 안전하게 본 서비스를 이용할 수 있도록 회원의 개인정보보호를 위한 최소한의 보안시스템을 갖추어야 합니다.

제 18 조 (면책 조항)

1. 전담기관은 회원이 서비스를 통해 게재 또는 전송한 정보, 자료, 사실에 관하여는 그 정확성, 신뢰성 등 내용에 대한 어떠한 보증도 하지 아니하며, 회원의 서비스 자료에 대한 취사선택 또는 이용으로 발생하는 손해 등에 대해 책임을 지지 아니합니다.
2. 전담기관은 회원이 서비스를 이용하여 기대하는 손익이나 서비스를 통하여 얻은 자료로 인한 손해에 관하여 책임을 지지 아니합니다.

3. 전담기관은 회원 상호간 또는 회원과 제3자 상호간에 서비스를 매개로 하여 발생한 분쟁에 대해서는 개입할 의무가 없으며, 이로 인한 손해를 배상할 책임이 없습니다. 단 상호 합의에 의해 전담기관에 요청하는 경우 운영위원회를 통해 협력할 수 있습니다.
4. 회원의 서비스 이용에 있어 회원의 귀책사유로 인하여 발생한 장애에 대해서는 전담기관의 책임이 면제됩니다.
5. 회원이 본 약관의 규정을 위반함으로 인하여 전담기관에 손해가 발생하는 경우, 이 약관을 위반한 회원은 전담기관에 발생하는 모든 손해를 배상하여야 합니다.
6. 전담기관은 천재지변 또는 이에 준하는 불가항력, 정보통신설비의 보수점검, 교체 또는 고장, 통신의 두절 등으로 인하여 일시적 또는 종국적으로 서비스를 제공할 수 없는 경우, 서비스 제공에 관한 책임이 면제됩니다. 이 경우 전담기관은 전담기관이 제공하는 인터넷사이트 화면에 게시하거나 기타의 방법으로 회원들에게 통지합니다. 전담기관은 인터넷 이용자 또는 회원의 귀책사유로 인한 서비스 이용의 장애에 대하여 책임을 지지 않습니다.
7. 피 연결업체(전담기관의 서비스 화면과 링크 등으로 연결된 사이트를 운영하는 회사를 말합니다)는 독자적으로 운영되며, 전담기관은 피 연결업체와 회원간에 이루어진 거래에 대하여는 책임을 지지 않습니다.

제 19 조 (손해배상)
1. 전담기관은 천재지변, 전쟁 및 기타 이에 준하는 불가항력으로 인하여 서비스를 제공할 수 없는 경우에는 서비스 제공에 대한 책임이 면제됩니다.
2. 전담기관은 기간통신 사업자가 전기통신 서비스를 중지하거나 정상적으로 제공하지 아니하여 손해가 발생한 경우 책임이 면제됩니다.
3. 전담기관은 서비스용 설비의 보수, 교체, 정기점검, 공사 등 부득이한 사유로 인하여 발생한 손해에 대한 책임이 면제됩니다.
4. 이용자의 컴퓨터 오류에 의해 그 이용자에게 손해가 발생한 경우, 또는 회원이 신상정보 및 전자우편 주소를 부실하게 기재하여 그 회원에게 손해가 발생한 경우, 전담기관은 책임을 지지 않습니다.
5. 전담기관은 본 서비스에 표출된 어떠한 의견이나 정보에 대해 진실확인의무나 그 표출자를 대표할 의무가 없으며, 이용자나 제3자에 의해 표출된 의견을 승인하거나 반대하거나 수정하지 않습니다.
6. 전담기관은 이용자 또는 기타 유관기관이 서비스에 게재한 정보에 대해 정확성, 신뢰도에 대하여 보장하지 않습니다. 따라서 이용자가 위 정보내용을 이용함으로 인해 입게 된 모든 종류의 손실이나 손해에 대하여 전담기관은 책임을 부담하지 아니합니다.
7. 이용자가 서비스를 이용하는 것으로 인하거나 타 이용자로 인하여 각각 입게 되는 재산적, 정신적 피해에 대하여 전담기관은 보상·배상할 책임을 지지 않습니다.

8. 전담기관이 제공하는 서비스와 관련하여 회원에게 어떠한 손해가 발생하더라도, 전담기관의 고의 또는 중대한 과실에 의한 경우를 제외하고는 전담기관은 이에 대하여 어떠한 책임도 부담하지 않으며, 그에 대하여 이용자는 이의신청 및 민원을 제기할 수 없습니다.

제 20 조 (양도금지)

회원은 서비스의 이용권한, 기타 이용계약상의 지위를 타인에게 양도, 증여할 수 없으며 또한 이를 담보로 제공할 수 없습니다.

제 21 조 (법률준수)

회원은 전담기관이 제공하는 서비스를 이용함에 있어서 정보통신망이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 등 관련 법령을 준수하여야 하며, 이 약관의 규정을 들어 관련 법령 위반에 대한 면책을 주장할 수 없습니다.

제 4 장 서비스 이용

제 22 조 (이용자 ID 부여 및 변경)

1. 회원은 회원 가입 시 발급된 ID로 전담기관 사이트 내에서 제공하는 서비스를 이용할 수 있습니다. 단, 1인의 회원이 수요자, 공급자, 전문가, 거래전문관으로 각 회원가입을 신청할 경우에는, 각각 ID는 달라야 합니다.
2. 이용자ID는 원칙적으로 변경이 불가하며, 부득이한 사유로 인하여 변경 하고자 하는 경우에는 해당 ID를 해지하고 재가입해야 합니다. 단, 다음 각 호에 해당하는 경우에는 정보주체 또는 전담기관의 요청으로 변경할 수 있습니다.
   (1) 이용자 ID가 이용자의 전화번호 등으로 등록되어 사생활침해가 우려되는 경우
   (2) 타인에게 혐오감을 주거나 미풍양속에 저해할 목적으로 신청한 경우
   (3) 기타 합리적인 사유가 있는 경우

제 23 조 (정보의 제공 및 홍보물 게재)

1. 전담기관은 회원이 서비스 이용 중 '필요가 있다고 인정되는 다양한 정보'를 공지사항이나 전자우편 등의 방법으로 회원에게 제공할 수 있습니다.
2. 전담기관은 서비스에 적절하다고 판단되거나 공익성이 있는 홍보물을 게재할 수 있습니다.

제 24 조 (컨텐츠 이용 요금)

전담기관이 제공하는 서비스는 기본적으로 무료 및 유료로 운영됩니다. 유료 서비스 및 유료 정보에 대해서는 해당 정보에 명시된 요금을 지불하여야 사용 가능합니

다.

제 25 조 (회원의 게시물)

1. 전담기관은 회원이 게시하거나 등록하는 서비스 내의 내용물이 다음 각 호에 해당한다고 판단되는 경우에 사전통지 없이 삭제할 수 있습니다.

(1) 다른 회원 및 제3자를 비방하거나 중상모략으로 명예를 훼손시키는 내용인 경우

(2) 공공질서 및 미풍양속에 위반되는 내용인 경우

(3) 범죄적 행위에 결부된다고 인정되는 내용일 경우

(4) 전담기관의 저작권, 제3자의 저작권 등 기타 권리를 침해하는 내용인 경우

(5) 전담기관에서 규정한 게시기간이나 용량을 초과한 경우

(6) 음란물을 게재하거나 음란사이트를 링크하는 경우

(7) 불법복제 또는 해킹을 조장하는 내용인 경우

(8) 영리를 목적으로 하는 광고일 경우

(9) 전담기관이 규정한 게시물 원칙에 어긋나거나, 게시판 성격에 부합하지 않는 경우

(10) 서비스를 이용하여 얻은 정보를 전담기관의 사전승낙 없이 복사, 복제, 변경, 번역, 출판, 방송. 기타의 방법으로 사용하거나 이를 타인에게 제공하는 경우

(11) 기타 관계법령에 위배된다고 판단되는 경우

2. 회원이 서비스를 이용함으로써 기대하는 이익이나, 서비스를 통하여 얻은 자료로 인하여 입은 손해에 관하여는, 전담기관이 책임을 지지 않으며, 회원이 본 서비스에 게재한 정보, 자료, 사실의 신뢰도, 정확성 등 내용에 관하여는 전담기관이 책임을 지지 않습니다.

3. 전담기관은 서비스 이용과 관련하여 회원에게 발생한 손해 중 회원의 고의, 과실에 의한 손해에 대하여 책임을 부담하지 아니합니다.3.

4. 전담기관은 서비스에 적절하다고 판단되거나 활용 가능성 있는 홍보물을 게재할 수 있으며, 회원에게 제공할 수 있습니다.

5. 전담기관이 아닌 회원 또는 기타 유관기관이 제공하는 서비스의 내용상의 정확성, 완전성 및 품질에 대하여 전담기관은 보장하지 않습니다. 따라서 전담기관은 회원이 본 내용을 이용함으로 인하여 입게 된 모든 종류의 손실이나 손해에 대하여 책임을 부담하지 아니합니다.

6. 게시물로 인해 발생하는 저작권 침해를 비롯한 민,형사상의 모든 책임은 당해 게시물의 게시자에게 있으며, 전담기관은 이에 대해 책임지지 않습니다.

7. 전담기관은 회원이 등록한 게시물을 검색노출, 판촉, 홍보 및 기타의 자료로 무상 사용할 수 있습니다. 다만, 전담기관은 해당 게시물을 등록한 회원이 게시물의 삭제와 함께 사용중지를 요청한 경우에는 즉시 사용을 중지합니다.

8. 회원이 인터넷사이트에 게재 또는 등록한 정보의 내용이 사생활 침해, 명예훼손 등 타인의 권리를 침해하는 정보(이하 "침해정보"라고 합니다)에 해당하여 그 침해를 받은 자가 전담기관에 침해사실을 소명하여 침해정보의 삭제를 요청하거나 반박내용의 게재를 요청하는 경우, 전담기관은 지체 없이 침해정보의 삭제, 30일 범위 내에서 임시적 접근차단조치(이하 "임시조치"라고 합니다)등 필요한 조치를 취해야 합니다. 전담기관이 스스로 침해정보로 판단한 경우에도 동일합니다. 전담기관이 침해정보에 대하여 필요한 조치를 취한 경우 전담기관은 즉시 요청자 및 침해정보 게재자에게 통지합니다. 게재 또는 등록한 정보를 삭제당한 회원이 분쟁당사자 간의 합의문, 확정력 있는 판결, 조서 또는 기타 삭제 또는 임시조치 된 정보가 침해정보가 아니라는 충분한 증빙 등을 제시하여 전담기관에 삭제 정보의 복구, 임시조치의 중단 등을 요구하는 경우, 전담기관은 그 요구에 응할 수 있습니다.

제 26 조 (게시물의 저작권)

1. 서비스에 게재된 자료에 대한 권리는 다음 각 호와 같습니다.
 (1) 게시한 게시물의 저작권은 이를 게시한 이용자에게 귀속됩니다. 전담기관은 게시자의 동의 없이 이를 서비스 내 게재 이외의 영리적 목적으로 사용 할 수 없습니다. 단, 비영리적 목적으로 이용하는 경우에는 그러하지 아니하며 또한 전담기관이 서비스 내의 게재권을 갖습니다.
 (2) 회원은 서비스를 이용하여 얻은 정보를 가공, 판매하는 행위 등 서비스에 게재된 자료를 상업적으로 사용할 수 없습니다.
 (3) 게시물이 타인의 저작권을 침해함으로써 발생하는 민, 형사상의 책임은 전적으로 게시물의 게시자가 부담하여야 합니다.
2. 자세한 사항은 전담기관의 저작권 정책을 참고하시기 바랍니다.

제 27 조 (서비스의 이용시간)

1. 전담기관은 회원의 이용신청을 승낙한 때부터 즉시 서비스를 개시합니다. 단, 전담기관의 업무상 또는 기술상의 장애로 인하여 서비스를 개시하지 못하는 경우, 사이트에 공지하거나 회원에게 즉시 이를 통지합니다.
2. 서비스의 이용은 사이트의 업무상 또는 기술상 특별한 지장이 없는 한 연중무휴(1일 24시간)를 원칙으로 합니다. 하나, 회원의 문의에 대한 답변 등 전담기관 등의 인력이 투입되어야 하는 서비스는 영업일에만 제공됩니다. 다만 전담기관의 정기점검, 업무상 또는 기술상의 이유로 인하여 서비스의 전부 또는 일부가 일시 중지될 수 있으며, 운영상의 목적으로 전담기관이 정한 기간에 서비스의 전부 또는 일부가 일시 중지 될 수도 있습니다. 이러한 경우에는 전담기관이 사전 또는 사후에 이를 공지합니다.
3. 전담기관은 서비스 별로 이용 가능한 시간을 별도로 정할 수 있으며 이 경우 그 내용을 사전에 공지합니다.

4. 전담기관이 통제할 수 없는 사유로 인한 서비스중단의 경우(시스템 관리자의 고의나 과실에 의하지 아니한 디스크장애나 시스템다운, pc통신회사, 기간통신사업자 등의 고의 또는 과실로 인한 시스템 중단 등)에는 전담기관은 사전통지를 할 의무가 없습니다.

제 28 조 (서비스의 중지 및 정보의 저장과 사용)

1. 사이트에 보관되거나 전송된 메시지 및 기타 통신 메시지 등의 내용이 국가의 비상사태, 정전, 당 사이트의 관리 범위 외의 서비스 설비 장애 및 기타 불가항력에 의하여 보관되지 못하였거나 삭제된 경우, 전송되지 못한 경우 및 기타 통신 데이터의 손실이 있을 경우에 전담기관은 관련 책임을 지지 아니합니다.
2. 전담기관이 정상적인 서비스 제공의 어려움으로 인하여 일시적으로 서비스를 중지하여야 할 경우에는 서비스 중지 1주일 전의 고지 후 서비스를 중지할 수 있으며, 이 기간 동안 회원이 고지내용을 인지하지 못한 데 대하여 전담기관은 책임을 부담하지 아니합니다. 부득이한 사정이 있을 경우 위 사전 고지기간은 단축되거나 생략될 수 있습니다. 또한 위 서비스 중지에 의하여 본 서비스에 보관되거나 전송된 메시지 및 기타 통신 메시지 등의 내용이 보관되지 못하였거나 삭제된 경우, 전송되지 못한 경우 및 기타 통신 데이터의 손실이 있을 경우에 대하여도 전담기관은 책임을 부담하지 아니합니다.
3. 전담기관의 사정으로 서비스를 영구적으로 중단하여야 할 경우 제2항에 의거합니다. 다만, 이 경우 사전 고지기간은 1개월로 합니다.
4. 전담기관은 회원이 본 약관의 내용에 위배되는 행동을 한 경우, 임의로 서비스 사용을 제한 및 중지하거나 회원의 동의 없이 이용계약을 해지할 수 있습니다. 이 경우 전담기관은 위 이용자의 접속을 금지할 수 있습니다.

제 5 장　계약 해지 및 서비스 이용 제한

제 29 조 (회원 탈퇴 및 이용 제한)

1. 회원이 이용 계약을 해지하고자 하는 때에는 회원 본인이 직접 전담기관 사이트 내의 회원정보관리를 이용하여 전담기관에 대하여 회원탈퇴를 요청해야 합니다.
2. 전담기관은 회원이 다음 사항에 해당하는 행위를 하였을 경우, 사전통지 없이 이용계약해지 또는 기간을 정하여 해당 회원의 서비스 이용을 차단할 수 있습니다.
   (1) 공공질서 및 미풍양속에 반하는 행위를 한 경우
   (2) 범죄적 행위에 관련되는 행위를 한 경우
   (3) 국익 또는 사회적 공익을 저해할 목적으로 서비스 이용을 계획 또는 실행한 경우
   (4) 타인의 ID 및 비밀번호를 도용한 경우
   (5) 가입한 이름이 실명이 아닌 경우

(6) 타인의 명예를 손상시키거나 타인에게 불이익을 주는 경우
(7) 서비스에 위해를 가하는 등 건전한 이용을 저해하는 행위를 한 경우
(8) 정보통신설비의 오작동이나 정보 등의 파괴를 유발시키는 컴퓨터 바이러스 프로그램 등을 유포하는 경우
(9) 기타 관련 법령이나 전담기관이 정한 이용조건에 위배되는 행위를 한 경우

3. 서비스 이용의 탈퇴와 관련하여 발생한 손해는 탈퇴한 해당 회원이 책임을 부담하여야 하고, 그에 대하여 전담기관은 일체 책임을 지지 않습니다.

제 6 장 분쟁 해결 및 준거법

제 30 조 (분쟁해결)

본 플랫폼의 이용에 관하여 발생되는 모든 분쟁에 대하여는, 해당 당사자들은 제1차적으로 운영위원회에서 심의절차를 반드시 거쳐야하며, 그 심의절차에서 당사자간에 합의가 성립되지 않는 경우에는 제2차적으로 대한상사중재원에서 국내 중재규칙에 따라 중재로 해결하기로 합니다.

제 7 장 기타

제 31 조 (관련 법령과의 관계)

이 약관 또는 개별 약관에서 정하지 않은 사항은 전기통신사업법, 전자거래기본법, 정보통신망이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 등 관련 법령의 규정과 일반적인 상관례에 의합니다.

부칙

제 1 조 (시행일)
이 약관은 2021년 00월 00일부터 시행합니다.

부록 2. 사회적기업 대상 지식재산 정책수요 설문조사

사회적기업 대상 지식재산 정책수요 설문조사

안녕하십니까?

설문조사를 위해 응답자님의 귀한 시간을 내주셔서 감사합니다.

정부는 좋은 일자리 창출, 사회서비스 혁신, 도시재생 등의 사회문제를 해결하고자 '사회적경제 생태계 구축'을 100대 국정과제로 지정하여 다양한 정책을 추진하고 있습니다. 그 일환으로 특허청은 '지식재산 기반 사회적경제 활성화 사업'을 2021년부터 새롭게 추진하기 위해 관련 정책수요를 발굴하고 있습니다. 사회적기업들이 정말로 원하는 실효성 있는 정책이 발굴될 수 있도록 성의있는 답변 부탁드립니다.

※ 지식재산이란? 인간의 창조적 활동 또는 경험 등에 의하여 창출되거나 발견된 지식·정보·기술, 사상이나 감정의 표현, 영업이나 물건의 표시, 생물의 품종이나 유전자원, 그 밖에 무형적인 것으로서 재산적 가치가 실현될 수 있는 것을 말합니다. 권리로 보호되는 지식재산으로, 특허·실용신안·디자인권, 저작권, 품종보호권 등이 있습니다.

본 설문조사 결과는 특허청의 조사 목적 외에는 다른 용도로 사용되지 않으며 통계적으로 처리됨을 약속드립니다.

◆ 문의 및 회신처

- 한국지식재산연구원 : 장태미 선임연구원(02-2189-2677, jtm0319@kiip.re.kr)

< 응답기업 개요 >

(1) 기 업 명 : _____

(2) 사업자등록번호 : _____

(3) 기 업 유 형 :

(1) 사회적기업( ) (2) 마을기업( )

(3) 자활기업( ) (4) 협동조합( ) (5) 기타( )

(3) 응답자 이메일 : _____

1. 귀사는 제품·서비스의 개발·개선을 위한 연구개발을 수행하고 있습니까?

(1) 예 (2) 아니오

2. 귀사는 현재 출원 또는 등록 중인 지식재산이 있습니까? 있다면, 그 종류와 수량을 기재하여 주시기 바랍니다(복수응답 가능).

(1) 예					(2) 아니오
구분	특허 (실용신안 포함)	상표	디자인	기타(저작권 등) (종류 :)	
출원	건	건	건	건	
등록	건	건	건	건	

3. 귀사는 현재 지식재산 취득을 준비 중에 있습니까? 있다면, 그 종류를 선택하여 주시기 바랍니다(복수응답 가능).

(1) 특허(실용신안 포함) (2) 상표 (3) 디자인 (4) 기타(저작권 등) (5) 없음

4. 귀사는 지식재산을 기반으로 수익을 창출하는 지식재산 비즈니스*를 사업모델로 가지고 있거나, 준비 중에 있습니까?

* 지식재산의 창출, 권리화, 활용 및 이에 수반하는 서비스를 통해 경제적 가치를 창출하는 활동

(1) 예 (2) 아니오 (3) 준비 중

5. 귀사는 정부의 지식재산 관련 지원사업을 알거나 참여해 본 경험이 있습니까?

(1) 예 (사업명 :) (2) 아니오

6. 귀사는 정부가 사회적기업에게 주는 지식재산 관련 지원에 대해 만족하십니까?

(1) 매우 그렇다 (2) 대체로 그렇다 (3) 보통이다
(4) 별로 그렇지 않다 (5) 전혀 그렇지 않다

7. 지식재산 관련 사회적기업 대상 정부의 지원이 필요한 분야를 선택주세요 (복수응답 가능).

(1) 지식재산의 필요성, 중요도 및 지식재산 전반에 대한 인식제고(교육 등)

(2) 지식재산 창출 지원(출원서류 작성, 선행특허조사 및 특허정보 활용 지원 등 권리취득 지원)

(3) 지식재산 활용 지원(제품 개발기획, 사업화 등)

(4) 지식재산 거래 지원(거래 컨설팅 및 중개 등 : 수요·공급처 발굴, 기술료 산정 등 포함)

(5) 지식재산 평가 지원(등록된 특허, 실용신안에 대한 성능 분석 및 비교 분석, 사업 타당성 및 가치 평가 등을 수행하는데 소요되는 평가비용을 지원하여 지식재산의 사업화 및 활용촉진 도모)

(6) 지식재산 보호 지원(지식재산 소송보험 가입 지원, 지식재산 침해에 대한 컨설팅, 심판·소송지원 등)

8. 위의 문항의 선택지 외, 지식재산 관련 사회적기업 대상 정부의 지원이 필요한 분야가 있으면 자유롭게 서술해주십시오.

( )

9. 귀사는 지식재산 관련 정부의 사회적기업 대상 신규사업이 필요하다고 생각하십니까?

(1) 매우 필요하다 (2) 대체로 필요하다 (3) 보통이다
(4) 별로 필요없다 (5) 전혀 필요없다

10. 특허청은 금년 내에 「아이디어 나눔 공모전」을 개최하려고 합니다. 귀사는 이에 대해 참여하실 의사가 있습니까?

< 아이디어 나눔 공모전 >

▸**(개요)** 사회적기업의 관심 주제(지정과제)에 대해 전국민 대상 아이디어 공모
▸**(나눔절차)** 참여기업 선정 → 지정과제 구체화 → 아이디어 공모 → 아이디어 적용
▸**(시상)** 특허청이 5건 내외의 우수아이디어에 대해 상장과 상금을 제공하고, 사회적기업은 이를 검토 후 사업화 등 사회문제 해결에 적용

(1) 예 (2) 아니오

설문에 끝까지 응답해주셔서 대단히 감사합니다.

부록 3. ‘공모전 아이디어 보호 가이드라인’ 적용 실태조사 대상 공모전

[표 20] 조사대상 공모전 목록

번호	분야	공모전명	주관기관	구분
1	기획/아이디어	2020년 4.16재단 브랜드 이모티콘 공모전	4.16재단	민간
2	기획/아이디어	강원도 관광콘텐츠 스타트업 공모전	강원대학교 강원창업보육센터	공공
3	기획/아이디어	2020 해양콘텐츠 공모전	(사)한국해양산업협회	민간
4	기획/아이디어	2020 한경 앱 아이디어 챌린지	한경닷컴	민간
5	기획/아이디어	제5회 무인항공기(드론) 아이디어 공모전	한국항공우주산업진흥협회	공공
6	과학/공학	2020 제17회 화학탐구프런티어페스티벌	국내 대표 유화사 (금호,LG,한화,롯데,SK)	민간
7	기획/아이디어	20년 농식품 공공데이터(팜맵,빅데이터) 활용 창업경진대회	농림축산식품부	공공
8	영상/사진/UCC	2020 경상남도 양성평등 콘텐츠 공모전	경상남도	공공
9	영상/사진/UCC	2020 우리 강 자연성 회복 UCC 공모전	환경부	공공
10	기획/아이디어	제19회 국제 지구사랑 작품공모전	(사)환경실천연합회	민간
11	네이밍/슬로건	2020년 연구실 안전 콘텐츠 공모전	과학기술정보통신부	공공
12	영상/사진/UCC	내가 만든 콘텐츠가 TV에 나온다! 당신을 플레이하라	KTV국민방송	공공
13	기획/아이디어	강남구 일자리 창출 아이디어 공모전	강남구청	공공
14	기획/아이디어	디지털 정부혁신을 위한 서비스 아이디어 공모	행정안전부	공공
15	영상/사진/UCC	2020 제19회 동강국제사진제 국제공모전	강원도 영월군	공공
16	영상/사진/UCC	어서와~전북인 인구 영상 콘텐츠 공모	전북도청 대도약기획단	공공
17	기획/아이디어	제10회 관광벤처사업 공모전	문화체육관광부	공공
18	디자인	제6회 장애인식개선 공모전	부산광역시장애인종합복지관	공공
19	영상/사진/UCC	제4회 국립백두대간수목원 사진 콘테스트	국립백두대간수목원	공공
20	기획/아이디어	제17회 청소년 통일문화 경연대회	통일부	공공
21	기획/아이디어	2020년 한국전력기술 지역경제활성화 혁신 아이디어 공모전	한국전력기술	공공
22	기획/아이디어	2020년 전국Y톤아이디어경진대회	대한민국인재연합회	민간
23	기획/아이디어	2020년 국립공원 탐방서비스 아이디어 공모전	국립공원공단	공공
24	기획/아이디어	제5회 지방자치·분권 실현 정책제안 공모전	지방분권 부산시민연대, 부산일보	민간
25	기획/아이디어	제9회 교통데이터 활용 공모전	국토교통부	공공
26	영상/사진/UCC	I SEOUL U와 함께하는 코로나19 극복·응원 콘텐츠 글로벌 공모전	서울특별시	공공
27	영상/사진/UCC	6.25전쟁 70주년 70초 ucc, 7컷 웹툰 공모전	국방부	공공
28	영상/사진/UCC	코로나19 극복 공유행복 공모전	수원시	공공

29	캐릭터/만화	제4회 등대해양문화 웹툰 공모전	해양수산부	공공
30	영상/사진/UCC	2020년 제1회 '5.18 3분 영화제'	5.18 3분영화제 조직위원회	민간
31	기획/아이디어	2020년 혁신 아이디어 공모전	예금보험공사	공공
32	기획/아이디어	ICT융·복합 기반 치의학산업 사업화 아이디어 경진대회	부산광역시/부산대학교	공공
33	기획/아이디어	도로교통공단 대학생 일자리 창출 아이디어 공모전	도로교통공단	공공
34	기획/아이디어	미래에셋대우, 2020 디지털 아이디어 챌린지 공모전	미래에셋대우	민간
35	기획/아이디어	2020년 소셜임팩트 · 디지털뉴딜 창업 아이디어 경진대회	대전창조경제혁신센터	민간
36	기획/아이디어	제2회 대학생 동아리 인공지능(AI) 아이디어 경진대회	(재)부산인재평생교육진흥원	민간
37	기획/아이디어	2020 광주광역시 국민정책 아이디어 공모	광주광역시	공공
38	기획/아이디어	2020년 전남개발공사 국민참여 혁신아이디어 공모전	전남개발공사	공공
39	기획/아이디어	제22회 인천과학대제전 작품 공모전 (과수다(고등학생의 과학수다))	인천광역시교육청	공공
40	기획/아이디어	경상남도 그린(Green) 공유경제 도민 아이디어 공모	경상남도청	공공
41	기획/아이디어	2020 ICT융합 아이디어공모전	대전정보문화산업진흥원	공공
42	기획/아이디어	서울시 규제개혁 아이디어 공모전	서울특별시	공공
43	기획/아이디어	중소•중견기업 혁신 서비스 발굴을 위한 빅데이터 활용 경진대회	더존비즈온	민간
44	기획/아이디어	2020 전라남도 공유경제 아이디어 공모전	전라남도	공공
45	기획/아이디어	2020년 도서관 빅데이터 우수 활용사례 및 아이디어 공모전	국립중앙도서관	공공
46	기획/아이디어	2020 블록체인 아이디어 공모전	한국인터넷진흥원	공공
47	기획/아이디어	강동구 사회적경제 의제 발굴 아이디어 공모전	강동구 사회적경제지원센터	공공
48	기획/아이디어	2020 제3회 핀테크 아이디어 공모전	금융위원회	공공
49	기획/아이디어	2020년도 K-SURE 혁신아이디어 공모전	한국무역보험공사	공공
50	기획/아이디어	TP 디지털혁신, 공공데이터 국민 아이디어 공모전	사학연금공단	공공
51	기획/아이디어	제4회 벤처창업아이템 경진대회	한국폴리텍대학	민간
52	기획/아이디어	2020 고양 스타트업 아이디어 공모전	다래전략사업화센터	민간
53	기획/아이디어	코로나19 예방 극복을 위한 생활혁신 아이디어 공모전	특허청/한국발명진흥회	공공
54	기획/아이디어	보험산업 발전을 위한-2020 대학생 아이디어 공모전	한국보험신문	민간
55	기획/아이디어	2020 부산지역 특허전략 경진대회 공고	특허청, 부산광역시, 한국발명진흥회	공공
56	기획/아이디어	제5회 2020 ICT 스마트 섬유제품 아이디어 공모전	한국섬유수출입협회	민간
57	기획/아이디어	제1회 포스코ICT AI 창의 아이디어 경진대회	포스코ICT	민간
58	기획/아이디어	제12회 강릉관광 기념품 공모전	강릉관광개발공사	공공
59	기획/아이디어	포스트 코로나(Post-Corona19) 시대 적극행정을 위한 식의약 아이디어 공모전	식품의약품안전처	공공
60	기획/아이디어	LX 혁신 & 사회적 가치, 톡톡한 아이디어 공모	LX 한국국토정보공사	공공
61	기획/아이디어	VR·AR 콘텐츠 아이디어 공모전	정보통신산업진흥원	공공
62	기획/아이디어	대전시 사회문제해결을 위한 아이디어 챌린지	연구개발특구진흥재단	공공
63	네이밍/슬로건	KAERI 과학문화소통 캐릭터 명칭 공모전	한국원자력연구원	공공
64	네이밍/슬로건	2020년 치매인식개선 슬로건 공모전	봉화군립노인전문요양병원	민간

65	네이밍/슬로건	'청소년활동 브랜드'슬로건 공모전	충청남도청소년진흥원	공공
66	네이밍/슬로건	경기도 공공배달앱 네이밍 공모전	경기도주식회사	민간
67	네이밍/슬로건	디지털 역량센터 네이밍&슬로건 공모전	과학기술정보통신부/한국정보화진흥원	공공
68	네이밍/슬로건	한국노인인력개발원 비전 및 핵심가치(안전) 슬로건 공모전	한국노인인력개발원	공공
69	네이밍/슬로건	제주혁신성장센터 네이밍 공모전	제주혁신성장센터	공공
70	네이밍/슬로건	부안군 축산물 공동브랜드 네이밍 공모전	지디스커뮤니케이션	민간
71	네이밍/슬로건	근로복지공단 한 줄 카피 공모전	근로복지공단	공공
72	디자인	49회 우주 디자인 공모전	끄라몽	민간
73	디자인	제1회 비영리단체 사단법인 코코넛 대표 심볼 디자인 공모전	사단법인 코코넛	민간
74	디자인	2020년 우수 상표·디자인권 공모전	특허청	공공
75	디자인	캘러웨이 트루비스 콜라볼 디자인 공모전	캘러웨이골프	민간
76	디자인	현대모비스 주니어 공학교실 과학차 디자인 공모전(~08/31)	현대모비스	민간
77	과학/공학	2020 인공지능 데이터셋 경진대회	셀렉트스타	민간
78	과학/공학	넥슨컴퓨터박물관, SKT와 VR·AR 콘텐츠 공모전	넥슨컴퓨터박물관	민간
79	과학/공학	제1회 ICT 장애인 보조공학기기 공모전	한국장애인고용공단, SK텔레콤	민간
80	기획/아이디어	2020년 천안시 스포츠산업 육성 아이디어 공모전	천안시	공공
81	기획/아이디어	KERIS 가치 플러스+ 공모전	한국교육학술정보원	공공
82	기획/아이디어	제주에너지공사 2020년 도민참여 아이디어 공모전	제주에너지공사	공공
83	기획/아이디어	(경진대회) 세종 스마트시티 시범도시 아이디어 경진대회	스마트도시협회	민간
84	기획/아이디어	2020년 안산시 규제합리화 아이디어 공모전	안산시	공공
85	기획/아이디어	Jump 와푸! 아이디어를 부탁해 공모	완주군/와일드푸드축제추진위원회	공공
86	기획/아이디어	(경진대회) 제6회 부산 국제창업 아이디어 경진대회	부산시	공공
87	기획/아이디어	2020년 행복증평 혁신 아이디어 제안 공모전	증평군	공공
88	기획/아이디어	생활규제 개선 아이디어 공모전	당진시청	공공
89	기획/아이디어	'날씨알리미 앱' 개선방안 제안대회	기상청	공공
90	기획/아이디어	2020 청춘나들목 대전광역시 테마여행 아이디어 공모전	대전광역시	공공
91	기획/아이디어	포스트 코로나, 더 + 행복한 ♡ 안양 '2020 안양시 정책공모전' 개최	안양시	공공
92	기획/아이디어	빈 공간 찾기 프로젝트 '빈 공간 채우기' 아이디어 공모전	제천시	공공
93	기획/아이디어	2020 뉴스빅데이터 해커톤	한국언론진흥재단	민간
94	기획/아이디어	경기도 지역사회서비스투자사업 신규서비스 아이디어 공모	경기복지재단	민간
95	기획/아이디어	장애인기업 육성을 위한 아이디어 및 조사보고서 공모전	장애인기업종합지원센터	민간
96	기획/아이디어	광주형 공유정책 아이디어 공모전	광주공유센터	공공
97	기획/아이디어	(경진대회) 국토발전을 위한 신진학자 정책아이디어 경진대회	국토연구원	공공
98	기획/아이디어	서울관광 활성화를 위한 대학생 아이디어 공모전	서울관광재단	민간
99	기획/아이디어	포스트 코라아 정책 아이디어 공모전	관악구청	공공
100	기획/아이디어	제28회 중소벤처기업지원 혁신아이디어 공모전	중소벤처기업진흥공단, 헤럴드경제	공공

부록 4. 공모전 아이디어 보호 가이드라인

Ⅰ. 목적

이 가이드라인은 아이디어 공모전*(이하 “공모전”이라 한다)을 주최·주관하는 기관(이하 “주최측”이라 한다)이 공모전을 운영하는 과정에서 타인의 아이디어를 무단으로 유용하는 것을 미연에 방지하고 정당한 보상 문화를 확산하는 등 공정하고 건전한 공모전 운영 관행을 확립하는 것을 목적으로 한다.

* (예시) 창업아이템·신제품·앱·디자인 공모전, 발명대회 등 지식재산[1]을 창출할 수 있는 우수 아이디어를 발굴·활용하기 위한 각종 대회·행사·프로그램

※ 제정 근거 : 정부는 지식재산을 창출한 개인이 정당한 보상을 받을 수 있는 사회적 환경과 기반을 마련하고 필요한 시책을 수립하여야 한다.
[「지식재산 기본법」 제19조(지식재산 창출자에 대한 보상)]

Ⅱ. 적용 및 활용

(1) 이 가이드라인은 국내에 주소나 영업소를 둔 자연인 또는 법인을 대상으로 하는 아이디어 공모전에 모두 적용된다.

(2) 이 가이드라인은 공모전에 응모된 아이디어의 보호 및 보상과 관련하여 적용될 공모전 약관(공모전 요강을 포함한다. 이하 같다)의 기본적인 사항을 제시한다. 따라서 주최측은 이 가이드라인이 제시하는 내용보다 아이디어 제안자에게 불리하지 아니한 범위 내에서 더 상세한 사항을 약관에 규정하거나 특약으로 약정할 수 있다.

(3) 이 가이드라인에서 제시하는 “약관 규정 예시” 보다 아이디어 제안자에게 부당하게 불리한 내용을 포함하는 공모전 약관 조항은 「약관의 규제에 관한 법률」에 의한 신의성실의 원칙에 위반하여 공정성을 잃은 불공정약관 조항으로 결정될 수 있다.

Ⅲ. 주최측의 준수 및 약관 반영 사항

1) **지식재산**(「지식재산 기본법」 제3조(정의)제1호) : 인간의 창조적 활동 또는 경험 등에 의하여 창출되거나 발견된 지식·정보·기술, 사상이나 감정의 표현, 영업이나 물건의 표시, 생물의 품종이나 유전자원(遺傳資源), 그 밖에 무형적인 것으로서 재산적 가치가 실현될 수 있는 것

1. 응모 아이디어에 대한 권리 귀속

(1) 응모된 아이디어에 대한 권리는 원칙적으로 아이디어 제안자에게 귀속된다.

* (참고사례) 「특허법」 제33조제1항에서 발명을 한 자 또는 그 승계인이 특허를 받을 수 있는 권리를 가진다고 규정

약관 규정 예시

√ 응모된 아이디어에 대한 권리는 아이디어 제안자에게 있다.

약관 규정 부적절 사례

√ 제출된 아이디어 모든 권리는 주최/주관/후원기관에 있다

√ 응모작의 모든 권리는 주최/주관/후원기관에 있다

√ 제출된 결과물의 모든 권한은 주최/주관/후원기관에 있다

√ 출품작의 지식재산권 및 일체의 권리는 주최/주관/후원기관에 있다

(2) 공모전이 주최측의 책임하에 다수가 참여하여 응모된 아이디어를 개선·발전시키는 유형인 경우, 해당 아이디어에 대한 권리는 아이디어 제안자, 주최측 및 기타 참여자의 협의에 의하여 공동 소유 등 소유권자를 결정할 수 있다.

- 이 경우, 주최측은 주최측과 아이디어 제안자 및 기타 참여자 사이의 수익 배분을 결정하는 기준을 마련하여, 아이디어 접수 전에 아이디어 제안자 및 기타 참여자의 동의를 얻어야 한다.

- 다만, 아이디어 제안자의 원래 아이디어에 대한 권리에는 영향을 미치지 아니한다.

* (참고사례) 「특허법」 제33조제2항에서 2인 이상이 공동으로 발명[2]한 때에는 특허를 받을 수 있는 권리를 공유로 한다고 규정

2) 공동 발명자가 되기 위해서는 "발명의 완성을 위하여 실질적으로 상호 협력하는 관계가 있을 것"을 요구하며, 단순 보조자.관리자.후원자 등은 공동 발명자가 될 수 없음(대법원 2009다75178 판결)

약관 규정 예시

√ 주최측의 책임하에 다수의 평가단이 응모된 아이디어를 바탕으로 개선·발전시킨 경우, 그 변경된 아이디어에 대한 권리는 제안자, 주최측 및 평가단의 협의에 의하여 공동 소유 등 소유권자를 결정할 수 있다.

이 경우 그 변경된 아이디어 및 그에 대한 지식재산권으로부터 발생한 순이익(또는 매출액의 OO%)을 주최측, 제안자, 평가단이 다음과 같은 비율로 분배한다.

- 주최·주관기관 : OO%, 아이디어 제안자 : OO%, 평가단 : OO%

다만, 아이디어 제안자의 원래 아이디어 및 이에 대한 지식재산권에는 영향을 미치지 아니한다.

(3) 주최측은 아이디어 제안자가 응모된 아이디어를 보호할 수 있도록 특허 등 지식재산권 획득에 관한 사항을 공지하여야 한다.

공지 내용 예시

√ 아이디어에 대한 설명·시연·발표, 안내책자·리플렛·작품집 배포, 박람회·전시회 전시 등을 통해 공중에 알려지거나 알려질 수 있는 상태에 놓여 있는 아이디어는 특허법상 '공지된 발명'에 해당됩니다.

아이디어가 '공지된 발명'에 해당하게 된 날로부터 12개월* 이내에 특허출원을 하지 않으면 그 아이디어는 공공의 소유가 되어 아이디어 제안자(발명자)라 할지라도 그 아이디어에 대한 특허를 받을 수 없고 아이디어에 대한 권리를 주장할 수도 없습니다.

이 점을 유념하여 추후 아이디어를 사업화하거나 특허를 받고자 하는 아이디어 제안자(발명자)는 가급적 빠른 시일 내에(공개된 날로부터 12개월* 이내) 특허출원을 하시기 바랍니다.

* 특허·실용신안 : 12개월, 디자인 : 6개월

2. 응모 아이디어의 도용 및 유출 방지를 위한 비밀유지

(1) 주최측은 공모전에 응모된 아이디어에 관한 내용을 타인에게 누설하여서는 아니하며, 보안장치·보안규정·비밀유지약정 등 응모된 아이디어의 비밀유지를 위한 적절한 조치를 취해야 한다. 다만, 본 공모전에서 수상한 아이디어에 대해서는 제안자의 동의[3]를 얻어 제3자에게 공개하거나 공유할 수 있다.

약관 규정 예시

√ 주최측은 공모전에 응모된 아이디어에 관한 내용을 타인에게 누설하지 아니하며, 보안장치·보안규정·비밀유지약정 등 응모된 아이디어의 비밀유지를 위한 적절한 조치를 취한다. 다만, 본 공모전에서 수상한 아이디어에 대해서는 제안자의 동의를 얻어 제3자에게 공개하거나 공유할 수 있다

(2) 주최측은 다음 각 호에 해당하는 목적을 위하여 공모전에 응모된 아이디어에 관한 내용을 제안자의 동의를 얻어 제3자에게 공개하거나 공유할 수 있다. 이 경우 주최측은 그 제3자와 비밀유지약정을 체결하여야 한다.

① 응모된 아이디어에 대한 평가 및 우수 아이디어 선정

② 응모된 아이디어의 개선 및 발전

③ 기타 공모전의 관리 및 운영에 관련된 업무 수행

약관 규정 예시

√ 주최측은 다음 각 호에 해당하는 목적을 위하여 공모전에 응모된 아이디어에 관한 내용을 제안자의 동의를 얻어 제3자에게 공개하거나 공유할 수 있다. 이 경우 주최측은 그 제3자와 비밀유지약정을 체결한다

① 응모된 아이디어에 대한 평가 및 우수 아이디어 선정
② 응모된 아이디어의 개선 및 발전
③ 기타 공모전의 관리 및 운영에 관련된 업무 수행

3) 공모전 응모 시 '참가신청서', 수상 아이디어 결정 전후 '개별 협상' 등을 통해 제안자의 동의 획득

(3) 아이디어 제안자는 아이디어를 응모한 날부터 공모전 결과 발표일 이후 1년 이내에 응모된 아이디어의 응모 철회 또는 응모된 아이디어 자료의 반환을 주최측에 요청할 수 있으며, 이 경우 주최측은 제출된 자료를 반환하여야 한다. 다만, 응모된 아이디어가 물리적 형체를 지니지 아니한 경우, 주최측은 제출된 자료를 폐기하는 것으로 자료의 반환을 갈음할 수 있다.

약관 규정 예시

√ 아이디어 제안자는 공모전의 결과 발표일 이전에 아이디어의 응모 철회를 주최측에 요청할 수 있으며, 주최측은 철회 신청된 아이디어에 대하여는 응모된 적이 없는 것과 동일하게 취급한다. 이 경우 주최측은 철회 신청된 아이디어와 관련된 자료 일체를 폐기한다

√ 아이디어 제안자는 아이디어를 응모한 날부터 공모전의 결과 발표일 이후 1년 이내에 응모된 아이디어에 관한 자료의 반환을 주최측에 요청할 수 있으며, 이 경우 주최측은 제출된 자료를 반환하여야 한다. 다만, 응모된 아이디어가 물리적 형체를 지니지 아니한 경우, 주최측은 제출된 자료를 폐기하는 것으로 자료의 반환을 갈음할 수 있다

(4) 주최측은 응모된 아이디어에 관한 자료를 공모전 결과 발표일로부터 1년* 이내에 폐기하여야 한다. 다만, 공모전에서 수상한 아이디어에 대해서는 제안자의 동의를 얻어 폐기하지 아니할 수 있다.

* 공모전 수상 결과에 대한 소송 등 분쟁 발생 시 대응하기 위해 자료를 보관할 필요가 있는 최소한의 기간

* 주최측의 책임하에 다수가 참여하여 응모된 아이디어를 개선·발전시키는 공모전 유형(예: 창조경제타운, 아이디어 오디션 등)인 경우에는 제안자의 동의를 얻어 응모된 아이디어에 대한 폐기 기한을 별도로 설정할 수 있음

약관 규정 예시

√ 주최측은 응모된 아이디어에 관한 자료를 공모전의 결과 발표일로부터 1년 이내에 폐기한다. 다만, 본 공모전에서 수상한 아이디어에 대해서는 제안자의 동의를 얻어 폐기하지 아니할 수 있다

3. 주최측 및 제안자의 수상 아이디어에 대한 권리

(1) 아이디어 제안자가 수상 아이디어에 대한 권리 및 이 아이디어에 대한 지식재산권을 단독으로 갖고 주최측이 수상 아이디어에 대해 상장과 상금을 지급하는 경우, 주최측은 수상 아이디어에 대하여 「통상실시권」 및/또는 「지식재산권 양도 등에 대해 결과 발표일로부터 4개월* 동안 우선적으로 협상할 수 있는 권리(이하 "우선협상권**"이라 한다)」를 가질 수 있다.

다만, 주최측이 통상실시권을 가지는 경우, 통상실시권의 사용대가, 실시범위, 사용기간 등 자세한 내용은 상호 협의하여 결정한다.

* (참고사례) 「발명진흥법」 제13조 및 동법 시행령 제7조에서 기업의 직무발명 승계여부 통지기간을 종업원의 직무발명 신고일로부터 4개월로 규정

** (참고사례) 「Philips Innovation Fellows Competition」 사례 : 주최측에 아이디어에 대한 권리 등을 부여하지 아니하고, 그 아이디어에 대한 권리 등을 대상으로 한 제3자의 선의의 계약 제안과 관련하여 주최측에 그 아이디어에 대한 우선협상권을 부여하는 것으로 규정

약관 규정 예시

√ (예시 1) 아이디어 제안자가 수상 아이디어에 대한 권리 및 이 아이디어에 대한 지식재산권을 단독으로 갖고 주최측이 수상 아이디어에 대해 상장과 상금을 지급하는 경우, 주최측은 수상 아이디어에 대한 「통상실시권」을 가질 수 있다. 다만, 주최측이 통상실시권을 가지는 경우, 통상실시권의 사용대가, 실시범위, 사용기간 등 자세한 내용은 상호 협의하여 결정한다.

√ (예시 2) 아이디어 제안자가 수상 아이디어에 대한 권리 및 이 아이디어에 대한 지식재산권을 단독으로 갖고 주최측이 수상 아이디어에 대해 상장과 상금을 지급하는 경우, 주최측은 수상 아이디어에 대하여 「지식재산권 양도 등에 대해 결과 발표일로부터 4개월 동안 우선적으로 협상할 수 있는 권리(이하 "우선협상권"이라 한다)」를 가질 수 있다.

√ (예시 3) 아이디어 제안자가 수상 아이디어에 대한 권리 및 이 아이디어에 대한 지식재산권을 단독으로 갖고 주최측이 수상 아이디어에 대해 상장과 상금을 지급하는 경우, 주최측은 수상 아이디어에 대한 「통상실시권」 및 「지식재산권 양도 등에 대해 결과 발표일로부터 4개월 동안 우선적으로 협상할 수 있는 권리(이하 "우선협상권"이라 한다)」를 가질 수 있다. 다만, 주최측이 통상실시권을 가지는 경우, 통상실시권의 사용대가, 실시범위, 사용기간 등 자세한 내용은 상호 협의하여 결정한다.

약관 규정 부적절 사례

√ 주최/주관/후원기관은 수상작(선정작)을 추가계약 없이 이용할 수 있다

(2) 주최측은 우선협상권을 행사할 때 합리적인 대가를 지불하여야 하며, 이 경우 아이디어 제안자가 주최측에 수상 아이디어에 대한 권리 양도 등을 승낙하도록 규정할 수 있다. 다만, 주최측이 제시한 대가가 불합리하거나 이보다 유리한 조건을 제3자가 선의로 제시하거나 또는 아이디어 제안자가 수상 아이디어를 직접 실시하고자 할 경우, 아이디어 제안자는 이를 승낙하지 아니할 수 있다.

* (참고사례) 「민사집행법」 제140조에서 공유자는 타인의 공유지분 매각 시 최고매수신고가격과 같은 가격으로 그 공유지분에 대한 우선매수권을 규정

약관 규정 예시

√ 주최측은 우선협상권을 행사할 때 합리적인 대가를 지불하여야 하며, 이 경우 아이디어 제안자는 주최측에 수상 아이디어에 대한 권리 양도 등을 승낙한다. 다만, 주최측이 제시한 대가가 불합리하거나 이보다 유리한 조건을 타인이 선의로 제시하거나 또는 아이디어 제안자가 수상 아이디어를 직접 실시하고자 할 경우, 아이디어 제안자는 이를 승낙하지 아니할 수 있다.

(3) 주최측의 우선협상권 행사에 관한 합리적인 대가는 주최측과 아이디어 제안자가 협의하여 정한다. 다만, 주최측과 아이디어 제안자 사이에 합의가 이루어지지 아니한 경우, 주최측과 아이디어 제안자가 합의하여 선정한 기관이 평가한 가치를 합리적인 대가로 정한다.

약관 규정 예시

√ 주최측의 우선협상권 행사에 관한 합리적인 대가는 주최측과 아이디어 제안자가 협의에 의하여 정한다. 다만, 주최측과 아이디어 제안자 사이에 합의가 이루어지지 아니한 경우, 주최측과 아이디어 제안자가 합의하여 선정한 기관이 평가한 가치로 정한다.

약관 규정 부적절 사례

√ 수상작(선정작)에 대한 지식재산권은 주최/주관/후원기관에 있다

√ 입상작(당선작)에 대한 모든 권한(권리)은 주최/주관/후원기관에 있다

√ 입상작(당선작)에 대한 모든 권한(권리)은 주최/주관/후원기관에 양도한다

√ 수상작(당선작)의 저작권을 포함한 일체의 권리는 주최/주관/후원기관에 귀속된다

4. 분쟁해결 및 손해배상 관련

(1) 공모전에 응모된 아이디어와 관련하여 주최측과 아이디어 제안자 사이에 분쟁이 발생하는 경우, 주최측과 아이디어 제안자는 우선적으로 대화와 협상을 통하여 분쟁을 해결하도록 최선을 다한다.

약관 규정 예시

√ 공모전에 응모된 아이디어와 관련하여 주최측과 아이디어 제안자 사이에 분쟁이 발생할 경우, 주최측과 아이디어 제안자는 우선적으로 대화와 협상을 통하여 분쟁을 해결하도록 최선을 다한다.

(2) 주최측과 아이디어 제안자 사이의 대화와 협상을 통하여도 분쟁이 해결되지 아니한 경우, 주최측은 아이디어 제안자에게 조정기관, 중재기관, 법원 등의 기관 중 어느 하나를 선택하여 분쟁을 해결할 수 있는 기회를 주어야 한다.

약관 규정 예시

√ 주최측과 아이디어 제안자 사이의 대화와 협상을 통하여도 분쟁이 해결되지 아니한 경우, 주최측은 아이디어 제안자에게 조정기관, 중재기관, 법원 등의 기관 중 어느 하나를 선택하여 분쟁을 해결할 수 있는 기회를 준다.

(3) 주최측은 공모전 약관에서 정한 사항을 위반하여 아이디어 제안자에게 손해를 입힌 경우, 그 손해를 배상할 책임이 있다.

약관 규정 예시

√ 주최측은 본 약관에서 정한 사항을 위반하여 아이디어 제안자에게 손해를 입힌 경우, 그 손해를 배상한다.

부록 5. 추가 분석 결과

1. 디자인권을 포함한 분석

종속변수 : ln(매출액)	분석 1 (전체기업, '06~'18)		분석 2 (대기업, '06~'18)		분석 3 (중소기업, '06~'18)	
ln(자본)	0.232***	(0.002)	0.223***	(0.007)	0.226***	(0.002)
ln(노동)	0.559***	(0.003)	0.630***	(0.008)	0.513***	(0.003)
ln(특허)	0.036***	(0.002)	0.031***	(0.004)	0.033***	(0.002)
ln(디자인)	0.017***	(0.002)	0.021***	(0.005)	0.013***	(0.002)
ln(외부R&D(-1))	0.002***	(0.003)	0.005***	(0.001)	0.000	(0.001)
상수항	5.507***	(0.023)	6.092***	(0.092)	5.610***	(0.023)
관측 수	121,191		19,412		101,779	
기업 수	17,353		2,863		15,839	
R-squared	0.662		0.581		0.448	

종속변수 : ln(매출액)	분석 4 (전체기업)		분석 5 (대기업)		분석 6 (중소기업)	
	('06~'11)	('12~'18)	('06~'11)	('12~'18)	('06~'11)	('12~'18)
ln(자본)	0.228***	0.200***	0.256***	0.197***	0.219***	0.195***
	(0.003)	(0.003)	(0.013)	(0.011)	(0.003)	(0.003)
ln(노동)	0.420***	0.470***	0.487***	0.502***	0.382***	0.446***
	(0.005)	(0.005)	(0.014)	(0.012)	(0.006)	(0.005)
ln(특허)	0.041***	0.022***	0.035***	0.038***	0.039***	0.015***
	(0.003)	(0.003)	(0.006)	(0.007)	(0.003)	(0.004)
ln(디자인)	0.003	0.013***	0.003	0.011	0.001	0.011**
	(0.003)	(0.004)	(0.008)	(0.008)	(0.003)	(0.004)
ln(외부R&D(-1))	0.002**	0.001	0.007***	0.002	0.000	0.000
	(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.002)	(0.001)	(0.001)
상수항	6.193***	6.298***	6.647***	7.153***	6.260***	6.249***
	(0.040)	(0.037)	(0.175)	(0.145)	(0.040)	(0.037)
관측 수	45,969	75,222	6,525	12,887	39,444	62,335
기업 수	12,412	14,255	1,800	2,579	11,204	12,463
R-squared	0.699	0.656	0.588	0.589	0.497	0.435

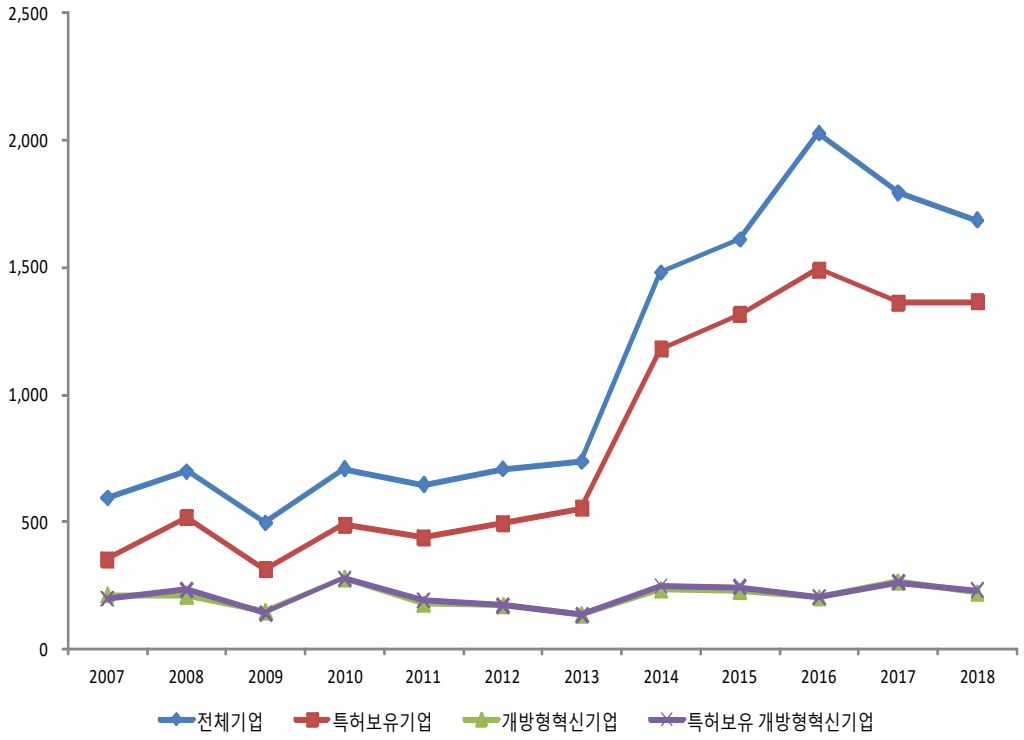
☞ 특허권만을 넣어 분석한 결과와 비교했을 때, 특허권 보유의 매출증대효과와 개방형혁신의 매출증대효과가 큰 차이 없음

☞ 디자인권의 매출증대효과도 검증됨(특허권의 효과보다 다소 작음)

2. 외부 R&D 지출액의 효율성 분석

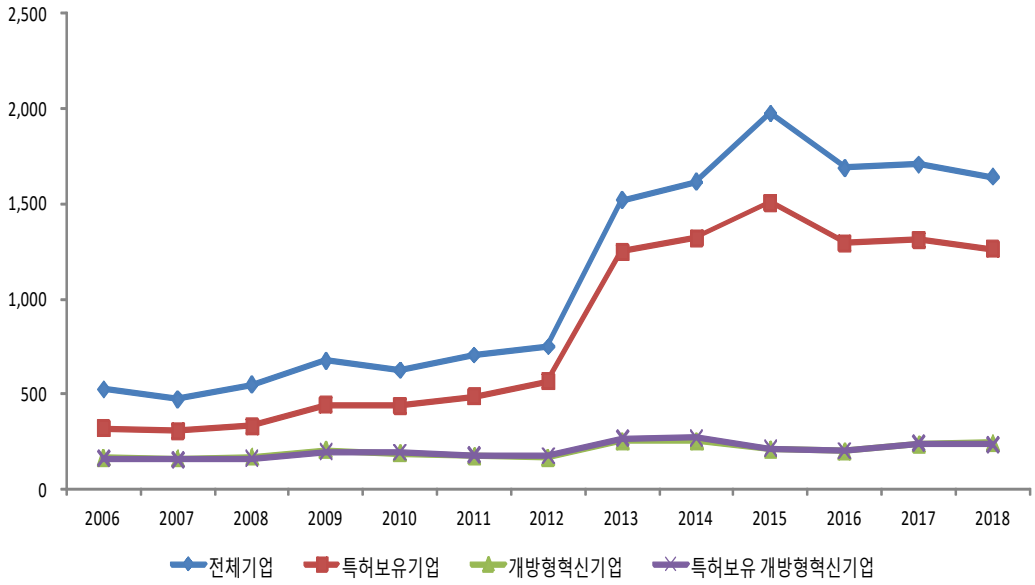
[외부R&D 지출이 당해년도 매출액 발생 가정]

< 외부R&D 지출 1백만원당 매출액 변화(단위 : 백만원) >



[외부R&D 지출이 차년도 매출액 발생 가정]

< 외부R&D 지출이 1백만원당 차년도 매출액 변화(단위: 백만원) >



3. 그래프에 사용된 데이터

< 연도별 개방형혁신 참여율(단위 : %) >

연도	전체기업		대기업		중소기업	
	특허보유	특허비보유	특허보유	특허비보유	특허보유	특허비보유
2006	18.42	4.37	35.25	9.46	16.24	3.86
2007	16.76	4.12	35.66	9.21	13.94	3.54
2008	18.07	3.38	34.99	6.69	15.04	3.01
2009	18.04	3.35	34.12	6.95	14.92	2.91
2010	7.48	2.41	18.02	4.56	5.79	2.17
2011	6.61	2.69	15.38	5.41	5.15	2.33
2012	6.14	2.49	13.37	4.60	4.95	2.24
2013	8.46	1.79	14.57	3.93	6.98	1.52
2014	8.79	1.76	15.65	2.90	7.12	1.63
2015	7.00	1.24	12.02	2.41	5.71	1.09
2016	4.63	1.46	10.03	2.97	3.57	1.24
2017	4.98	1.20	12.41	2.29	3.61	1.02

< 연도별 기업유형별 평균매출액 변화(단위 : 백만원) >

연도	전체기업	특허보유기업	개방형혁신기업	특허보유 개방형혁신기업
2006	139,897	187,419	493,768	513,674
2007	158,502	205,651	625,302	628,394
2008	233,443	346,744	805,502	927,493
2009	210,758	327,400	703,529	811,988
2010	221,111	360,784	953,250	1,133,905
2011	228,668	360,482	893,698	1,126,482
2012	229,749	364,475	877,769	1,074,067
2013	226,094	356,064	718,698	827,674
2014	220,125	336,717	661,404	771,786
2015	219,491	335,844	599,727	689,513
2016	225,338	332,382	578,062	662,178
2017	239,427	350,254	763,371	852,637
2018	236,510	364,712	710,700	817,004
연평균증가율(CAGR*)	4.5%	5.7%	3.1%	3.9%

* Compound Annual Growth Rate : 연평균 일정한 비율로 성장한다는 가정하에 산출한 증가율

< 연도별 기업유형별 평균 외부R&D지출액 변화(단위 : 백만원) >

연도	전체기업	특허보유기업	개방형혁신기업	특허보유 개방형혁신기업
2006	266	585	2,961	3,156
2007	334	671	3,874	3,992
2008	425	1,048	4,769	5,775
2009	312	739	3,421	4,100
2010	353	825	5,042	5,838
2011	324	739	5,115	6,242
2012	307	645	5,269	6,109
2013	149	285	2,838	3,104
2014	136	255	2,633	2,837
2015	111	223	2,831	3,228
2016	133	257	2,885	3,245
2017	140	267	3,210	3,525
2018	144	289	2,919	3,449

아이디어 플랫폼과 연계한

공모전 아이디어 활용방안 연구

특허청
Korean Intellectual Property Office
대전광역시 서구 청사로 189 정부대전청사4동
TEL (042)481-5225 | http://www.kipo.go.kr

한국지식재산연구원
Korea Institute of Intellectual Property
(06133) 서울시 강남구 테헤란로 131
TEL (02)2189-2600 | www.kiip.re.kr

ISBN : 979-11-91116-47-2 13500
DOI : 10.8080/P9791191116472