

제7차 노동·고용 ②

프리랜서·중소기업의 문화콘텐츠

불공정행위 폐해 위기 극복 방안

2023년 4월 19일 수요일 오후 2시

국회의원회관 제1간담회의실



주최 |  민주연구원
The Institute for Democracy

 더불어민주당 을지키는민생실천위원회

주관 |  국회의원 김승원 · 소병훈 · 유정주 · 홍익표



‘민생회복 프로젝트’ 연속토론회 소개

■ 목적

- 이재명 당대표가 신년 기자회견에서 제안한 ‘민생회복 프로젝트’ 일환으로 ‘민생위기 극복’ 의제에 대해 토론하고 ‘정책입법과제’를 제안하는 연속토론회 추진
- 더불어민주당 국회의원과 시민사회단체, 직능단체 전문가 중심으로 고금리, 고물가, 고환율의 3중고로 인한 경제와 민생 위기를 진단하고, ‘민생회복’ 방향과 해법 모색
- ✓ 연속토론회(8회), 매회 세미나 결과 언론브리핑, 원내 정책·입법과제 제안 등

■ 행사 개요

- 시 기 : 2023년 3월 08일(수)~4월 26일(수), 14:00~16:00
- 장 소 : 국회의원회관 제1간담회의실(※ 코로나 확산 시 온라인 화상회의만 진행)
- 행사명 : ‘민생회복 프로젝트’ 연속토론회
- 주 최 : 민주연구원 X 더불어민주당 을지키는민생실천위원회
- 주 관 : 매회 과제별(분과별) 책임의원(# 명단 아래 참조)
- 참 석 : 더불어민주당 국회의원 및 보좌진, 시민사회단체 대표 및 전문가 등

■ 운영 방향

- 국회의원(책임의원) 좌장·토론자로, 시민사회단체·직능단체 전문가를 발제·토론자로 섭외
- 사전에 관련 민생의제에서 제기되고 있는 주요 현안 리스트 정리
- 연속토론회 진행 후 제안된 입법과 정책에 대한 추진 등 실사구시적 운영
- 참여 의원이 많을 경우 금융, 노동, 주거, 공정경제 등 분야별 분과 구성 및 운영

■ 진행 방식

- 진행 방식
- 매회 각 분야별 좌장을 맡은 국회의원이 정책 및 입법 과제를 전담하고 추진하는 ‘과제별 책임의원제’를 도입해 토론회의 책임성 확보

- 분과별(과제별) 책임의원 사전 모집(총 39명)

- (총 론) 박주민(좌장), 김영배(간사/토론), 민병덕, 우원식, 정태호, 홍기원 국회의원
- (금 융) 박주민(좌장), 민병덕(간사/토론), 김성주, 신동근, 양경숙, 오기형, 이동주 국회의원
- (주거·부동산) 전해숙(좌장), 조오섭(간사/토론), 박상혁, 서동용, 윤준병, 이수진(지), 홍기원 국회의원
- (중소기업) 정태호(좌장), 김경만(간사/토론), 김교홍, 김한정, 이용빈, 이용선, 이원욱, 이장섭 국회의원
- (소상공인) 서영교(좌장), 이동주(간사/토론), 김경만, 김주영, 민병덕, 박주민, 윤영덕 국회의원
- (노동·고용1) 이학영(좌장), 이수진(비)(간사/토론), 어기구, 최인호 국회의원
- (노동·고용2) 홍익표(좌장), 유정주(간사/토론), 김승원, 소병훈 국회의원
- (노동·고용3) 남인순(좌장), 최혜영(간사/토론), 권인숙, 서영석 국회의원

- 토론회 진행 프로세스

토론회 전		토론회		토론회 후		최종
국회의원, 시민단체, 직능단체 등 과제 논의 및 방향 설정 간담회	⇒	간담회에서 논의된 내용을 바탕으로 발제 및 토론	⇒	매회 토론회 결과 언론브리핑	⇒	토론회 결과 정책위 등 전달 및 과제 수행

○ 진 행 : 3.8.(수) ~ 4.26.(수), 주 1회(수요일), 14:00~16:00(120분), 총 8회

- (1~4차) 매회 주제발표 50분(2인), 지정토론 45분(3인), 청중토론 20분(자유토론)
- (5~8차) 매회 주제발표 30분(1인), 지정토론 60분(4인), 청중토론 25분(자유토론)
- 매회 국회의원, 시민사회단체 관계자 등이 '질의응답'과 '자유토론' 과정에 참여
- 유튜브 동시 생중계 : 텔레민주 TV 등

○ 결과물 활용 방안

- 매회 토론회 결과에 대한 언론브리핑 : 토론회 직후(16:40), 국회 소통관 2층 기자회견장
 - 언론브리핑 현장에 각 분과 책임의원 전원 + 박주민, 정태호 국회의원 참석
 - 언론브리핑 내용 정리한 보고서 발간 : '민생회복 00대 과제' (5월 초)
- 원내대표 및 정책위의장에게 정책 제안(5월 중순)을 통해 입법 추진
 - 제21대 마지막 정기국회 민생·공정경제 정책 및 입법과제 제언
 - 2024년 제22대 총선 민생·공정경제 관련 공약 제언



‘민생회복 프로젝트’ 연속토론회 전체 프로그램

○ 기간 : 2023. 3월 ~ 4월(총8회)

○ 주최 : 민주연구원 x 더불어민주당 을지키는민생실천위원회

분야	일시 및 장소	주요 내용
제1회 (총론)	2023.3.08.(수) 14:00 ~ 국회입법조사처 대회의실 (국회도서관 421호)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 주 제: 민생경제 위기 주요 원인, 전망과 대응 모색 ◦ 내 용: 고금리, 고물가, 고환율의 3중고로 인한 거시경제 위기와 영향 진단, 국제경제 질서 속 대한민국의 지정학적 상황 진단, 거시경제 안정과 민생회복으로 경제 위기 극복 방향 모색 ◦ 좌 장: 박주민 국회의원(책임의원) ◦ 발제1: 하준경 한양대 경제학부 교수 ◦ 발제2: 최지은 민주연구원 부원장 ◦ 토론1: 김남근 참여연대 정책자문위원장 / 변호사 ◦ 토론2: 이성원 한국중소상인자영업자총연합회 사무총장 ◦ 토론3: 김영배 국회의원(책임의원)
제2회 (금융)	2023.3.15.(수) 14:00 ~ 국회의원회관 제1간담회의실	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 주 제: 과중(한계)채무자와 자영업자의 가계부채 위기 극복 방안 ◦ 내 용: 자영업자, 영끌세대, 서민에 대한 채무상당과 재기 지원을 결합한 원스톱 채무자 지원행정, 채무자의 채무조정 상담 및 재기지원(업종·직업전환, 재창업 등) ◦ 좌 장: 박주민 국회의원(책임의원) ◦ 발제1: 남국현 민주연구원 연구위원 ◦ 발제2: 김남주 민변 민생경제위원회 위원 / 변호사 ◦ 토론1: 박정만 경기도 서민금융복지지원센터 센터장 / 변호사 ◦ 토론2: 차남수 소상공인연합회 정책홍보본부장 ◦ 토론3: 민병덕 국회의원(책임의원)
제3회 (주거·부동산)	2023.3.22.(수) 14:00 ~ 국회의원회관 제1간담회의실	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 주 제: 무주택자의 주거 불안정과 부동산 혼란 위기 극복 방안 ◦ 내 용: 무주택 세입자 피해구제(전세사기 피해, 경매단계 전세보증금 우선변제, 경락대금 세입자 우선매수권 행사 등), 무주택 실수요자 내집마련 대책 (매입임대 확대 등 임대지원 강화) ◦ 좌 장: 전해숙 국회의원(책임의원) ◦ 발제1: 채은동 민주연구원 연구위원 ◦ 발제2: 이강훈 민변 민생경제위원회 위원장 / 변호사 ◦ 토론1: 최은영 한국도시연구소 소장 ◦ 토론2: 김대진 세입자114 사무처장 / 변호사 ◦ 토론3: 권지웅 前 민달팽이주택협동조합 이사장 ◦ 토론4: 조오섭 국회의원(책임의원)

분야	일시 및 장소	주요 내용
제4회 (중소기업)	2023.3.29.(수) 14:00 ~ 국회의원회관 제1간담회의실	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 주 제: 중소기업의 3고와 디지털·에너지 전환에 따른 산업구조 재편 위기 극복 방안 ◦ 내 용: 디지털 전환, 기술혁신 등 기술변화에 따른 위기와 대안 모색, 기후·에너지 위기, 탄소중립 등 산업구조 재편에 따른 위기와 대안 모색, 중소기업 납품단가 연동제, 중소기업협회의 단체교섭권, 원재료 공급가격 사전예고제, 정의로운 업종·직업전환 지원 등 ◦ 좌 장: 정태호 국회의원(책임의원) ◦ 발제1: 권승문 민주연구원 연구위원 ◦ 발제2: 서치원 참여연대 경제금융센터 실행위원 / 변호사 ◦ 토론1: 양찬희 중소기업중앙회 혁신성장본부장 ◦ 토론2: 정수정 중소벤처기업연구원 연구위원 ◦ 토론3: 정종열 전국가맹점주협의회 자문위원장 ◦ 토론4: 김경만 국회의원(책임의원)
제5회 (소상공인)	2023.4.05.(수) 14:00 ~ 국회의원회관 제1간담회의실	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 주 제: 소상공인의 플랫폼 독과점 폐해 위기 극복 방안 ◦ 내 용: 플랫폼 경제로의 전환과 독과점 폐해로 인한 위기와 대안 모색, 소상공인·자영업자의 수수료 및 임대료 부담완화, 지역화폐 정책 지원 등 ◦ 좌 장: 서영교 국회의원(책임의원) ◦ 발 제: 김남근 온라인플랫폼공정화를위한전국네트워크(온플넷) 정책위원장 / 변호사 ◦ 토론1: 정종열 전국가맹점주협의회 자문위원장 ◦ 토론2: 김성한 전국민주택시노동조합 사무처장 ◦ 토론3: 김현성 前 민주연구원 부원장(前 중소기업유통센터 소상공인디지털본부장) ◦ 토론4: 이동주 국회의원(책임의원)
제6회 (노동·고용) ①	2023.4.12.(수) 14:00 ~ 국회의원회관 제1간담회의실	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 주 제: 특수고용노동자의 고용불안 위기 극복 방안 ◦ 내 용: 기후위기, 기술변화에 따른 미래의 노동과 고용, 특수고용노동자(플랫폼 노동자) 등 노동자 개념의 확대 및 단체교섭권 부여, 화물차 안전운임제, 택배기사 과로사 방지 사회적 협약 등 모색 ◦ 좌 장: 이학영 국회의원(책임의원) ◦ 발 제: 정홍준 서울과학기술대 경영학과 교수 ◦ 토론1: 황선자 한국노총중앙연구원 부원장 ◦ 토론2: 한선범 전국택배노동조합 정책국장 ◦ 토론3: 남국현 민주연구원 연구위원 ◦ 토론4: 이수진 국회의원(비례)(책임의원)
제7회 (노동·고용) ②	2023.4.19.(수) 14:00 ~ 국회의원회관 제1간담회의실	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 주 제: 프리랜서·중소기업의 문화콘텐츠 불공정행위 폐해 위기 극복 방안 ◦ 내 용: 문화콘텐츠 분야의 불공정행위에 따른 폐해 진단, 문화콘텐츠 산업의 불공정 행위 근절 및 상생협력환경 조성을 위한 입법 모색 ◦ 좌 장: 홍익표 국회의원(책임의원) ◦ 발 제: 김중휘 변호사 / 前 서울시 문화예술불공정피해상담센터 법률상담관 ◦ 토론1: 김민규 아주대 문화콘텐츠학과 교수 ◦ 토론2: 범유경 민변 문화예술스포츠위원회 위원 / 변호사 ◦ 토론3: 김영훈 더불어민주당 정책위원회 문화체육관광 수석전문위원 ◦ 토론4: 유정주 국회의원(책임의원)

분야	일시 및 장소	주요 내용
제8회 (노동·고용) ③	2023.4.26.(수) 14:00 ~ 국회의원회관 제4간담회의실	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 주 제: 돌봄노동자의 고용불안 위기와 극복 방안 ◦ 내 용: 돌봄노동자의 실태와 처우개선 등 법적 보호 방안 모색, 돌봄노동 민영화 위기의 문제점과 공공성 강화 방안 모색 ◦ 좌 장: 남인순 국회의원(책임의원) ◦ 발 제: 박지아 민주노총 법률원 변호사 ◦ 토론1: 남우근 보건복지자원연구원 정책위원 ◦ 토론2: 김진석 참여연대 사회복지위원회 위원장 ◦ 토론3: 윤지영 공익인권법재단 공감 변호사 ◦ 토론4: 강병익 민주연구원 연구위원 ◦ 토론5: 최혜영 국회의원(책임의원)

Program



■ 개요

- 일 시 : 2023.4.19.(수) 14:00 ~
- 장 소 : 국회의원회관 제1간담회의실
- 주 제 : 프리랜서·중소기업의 문화콘텐츠 불공정행위 피해 위기 극복 방안
- 주 최 : 민주연구원 × 더불어민주당 을지키는민생실천위원회

■ 진행순서

시간		순서		주요 내용
~14:00		사전등록		
※ 진행사회: 박정식 실장(민주연구원 정책네트워크실)				
14:00~14:10	10분	사전행사		◦ 개회선언 / 국민의례 / 내·외빈 소개
14:10~14:25	15분	발제 및 토론	장내정리 인사말	◦ 좌장: 홍익표 국회의원(책임의원)
14:25~14:50	25분		발 제	◦ 주제: 프리랜서, 중소기업의 문화콘텐츠 불공정행위 피해 위기 극복 방안 -발표: 김종휘 변호사 / 前 서울시 문화예술불공정피해상담센터 법률상담관
14:50~15:30	40분		지정토론	◦ 주제: 문화산업의 불공정행위 정책 흐름과 불공정행위 실태 -발표: 김민규 아주대 문화콘텐츠학과 교수
				◦ 주제: 문화콘텐츠 불공정행위 개선을 위한 법제 강화 -발표: 범유경 민변 문화예술스포츠위원회 위원 / 변호사
				◦ 주제: 문화콘텐츠 불공정행위 극복 방안 -발표: 김영훈 더불어민주당 정책위원회 문화체육관광 수석전문위원
◦ 주제: 문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률 제정 필요성과 경과 -발표: 유정주 국회의원				
15:30~16:00	30분	종합토론		◦ 질의 응답 및 자유토론

Contents



◦ 민생회복 프로젝트 연속토론회 소개	i
◦ 민생회복 프로젝트 연속토론회 전체 프로그램	iii
◦ 민생회복 프로젝트 연속토론회 제7회 프로그램	vi
◦ 목차	vii

■ 발제문

1. 프리랜서, 중소기업의 문화콘텐츠 불공정행위 피해 위기 극복 방안	1
김종휘 변호사 / 前 서울시 문화예술불공정피해상담센터 법률상담관	

■ 토론문

1. 문화산업의 불공정행위 정책 흐름과 불공정행위 실태	19
김민규 아주대 문화콘텐츠학과 교수	
2. 문화콘텐츠 불공정행위 개선을 위한 법제 강화	37
범유경 민변 문화예술스포츠위원회 위원 / 변호사	
3. 문화콘텐츠 불공정행위 극복 방안	49
김영훈 더불어민주당 정책위원회 문화체육관광 수석전문위원	
4. 문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률 제정 필요성과 경과	59
유정주 국회의원	

발제

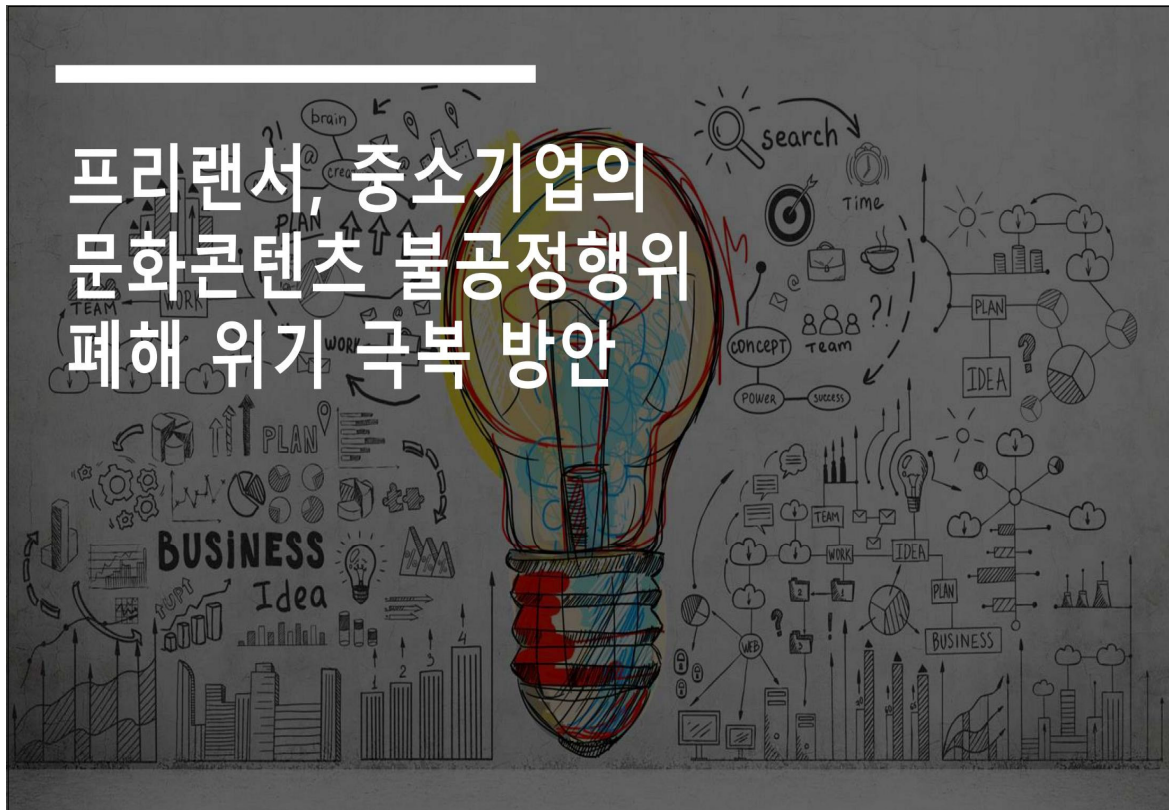
프리랜서, 중소기업의 문화콘텐츠 불공정행위 피해 위기 극복 방안

김종휘 변호사

前 서울시 문화예술불공정피해상담센터 법률상담관

프리랜서, 중소기업의 문화콘텐츠 불공정행위 폐해 위기 극복 방안

김종휘 변호사 / 前 서울시 문화예술불공정피해상담센터 법률상담관



목차

1. 들어가며
2. 문화콘텐츠 산업 현황
3. 문화콘텐츠 불공정행위의 유형 및 실태
4. 불공정행위 개선 방안
5. 상생협력을 위한 방안

1. 들어가며

문화콘텐츠 산업의 중요성과 위기

- 디지털 콘텐츠 시대의 도래는 예술작품의 창작, 유통, 재원조성에 있어 큰 변화를 가져옴
- 문화·예술생태계에 있어 창작인이 겪는 구조적인 불공정행위는 일반적인 사회에서 생길 수 있는 불공정행위보다 광범위하게 발생
- K-콘텐츠는 2020년 기준 직간접 수출효과 105억 달러, 생산유발효과 21조 원, 부가가치유발효과 10조 원 등 엄청난 성공을 거뒀고, 국가적 차원에서도 콘텐츠 진흥은 매우 중요한 과제
- 콘텐츠 산업 시장의 규모가 지속적으로 커지는 상황에서 문화콘텐츠의 유통 독점은 자본의 영향력을 키우고 창작자의 권리를 위축시켜 프리랜서, 중소기업이 거대 플랫폼에 콘텐츠를 공급하는 하청기지로 전락할 우려
- 문화콘텐츠의 질적 저하 -> 문화콘텐츠 산업의 위기

2. 문화콘텐츠 산업 현황

가. 국내 콘텐츠산업 현황

콘텐츠산업 사업체 수 현황

- 2021년 기준 콘텐츠산업 사업체 수는 10만 8,628개로 전년 대비 9.1% 증가했으며, 2017년부터 2021년까지 연평균 0.7% 증가하였음

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
출판	25,829	24,995	25,220	25,244	34,011	31.3	34.7	7.1
만화	7,172	6,628	6,607	6,144	4,919	4.5	△19.9	△9.0
음악	36,066	35,670	34,145	33,138	34,001	31.3	2.6	△1.5
영화	1,409	1,369	1,223	916	1,034	1.0	12.9	△7.4
게임	12,937	13,357	13,387	11,541	10,991	10.1	△4.8	△4.0
애니메이션	492	509	480	490	647	0.6	32.0	7.1
방송	1,054	1,148	1,062	1,070	1,133	1.0	5.9	1.8
광고	7,234	7,256	7,323	6,337	6,627	6.1	4.6	△2.2
캐릭터	2,261	2,534	2,754	2,700	2,901	2.7	7.4	6.4
지식정보	9,149	9,724	9,859	9,949	10,108	9.3	1.6	2.5
콘텐츠솔루션	1,872	2,120	2,076	2,022	2,256	2.1	11.6	4.8
합계	105,475	105,310	104,136	99,551	108,628	100.0	9.1	0.7

*2021 기준 콘텐츠 산업조사_문화체육관광부

2. 문화콘텐츠 산업 현황

가. 국내 콘텐츠산업 현황

콘텐츠산업 매출액 규모별 사업체 수 현황

- 2021년 콘텐츠산업 사업체 수를 매출액 규모별로 살펴보면 10억 원 미만 사업체는 9만 5,878개로 88.3%를 차지했고, 10억 원 이상 사업체는 1만 2,717개로 11.7%를 차지함

산업	매출액 규모	10억 원 미만	10억 원 이상	합계
출판		30,270	3,741	34,011
만화		4,533	386	4,919
음악		32,863	1,138	34,001
영화		803	231	1,034
게임		10,483	508	10,991
애니메이션		502	145	647
방송		473	627	1,100
광고		4,362	2,265	6,627
캐릭터		2,199	702	2,901
지식정보		8,415	1,693	10,108
콘텐츠솔루션		974	1,282	2,256
합계		95,878	12,717	108,595
비중(%)		88.3	11.7	100.0

*2021 기준 콘텐츠 산업조사_문화체육관광부

2. 문화콘텐츠 산업 현황

가. 국내 콘텐츠산업 현황

콘텐츠산업 매출액 현황

- 2021년 콘텐츠산업 매출액은 전년 대비 7.2% 증가, 2017년부터 2021년까지 연평균 5.0% 증가한 137조 5,080억 원

(단위: 백만 원)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
출판	20,755,334	20,953,772	21,341,176	21,648,849	24,697,753	18.0	14.1	4.4
영화	1,082,228	1,178,613	1,337,248	1,534,444	2,132,149	1.6	39.0	18.5
음악	5,804,307	6,097,913	6,811,818	6,064,748	9,371,728	6.8	54.5	12.7
영화	5,494,670	5,889,832	6,432,393	2,987,075	3,246,109	2.4	8.7	△12.3
게임	13,142,272	14,290,224	15,575,034	18,885,484	20,991,342	15.3	11.2	12.4
애니메이션	665,462	629,257	640,580	553,290	755,520	0.5	36.6	3.2
방송	18,043,595	19,762,210	20,843,012	21,964,722	23,970,709	17.4	9.1	7.4
광고	16,413,340	17,211,863	18,133,845	17,421,750	18,921,883	13.8	8.6	3.6
캐릭터	11,922,329	12,207,043	12,566,885	12,218,076	5,003,908	3.6	△59.0	△19.5
지식정보	15,041,370	16,290,992	17,669,282	19,373,367	19,946,243	14.5	3.0	7.3
콘텐츠솔루션	4,851,561	5,094,916	5,360,990	5,635,230	8,470,614	6.2	50.3	14.9
합계	113,216,468	119,606,635	126,712,264	128,287,034	137,507,958	100.0	7.2	5.0

*2021 기준 콘텐츠 산업조사_문화체육관광부

2. 문화콘텐츠 산업 현황

나. 국내 콘텐츠산업 수출입액 현황

콘텐츠산업 수출액 현황

- 2021년 콘텐츠산업 수출액은 전년 대비 4.4% 증가하여 124억 5,290만 달러, 2017년부터 2021년까지 연평균 9.0% 증가

(단위: 천 달러)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
출판	220,951	248,991	214,732	345,960	428,379	3.4	23.8	18.0
영화	35,262	40,501	46,010	62,715	81,980	0.7	30.7	23.5
음악	512,580	564,236	756,198	679,633	775,274	6.2	14.1	10.9
영화	40,726	41,607	37,877	54,157	43,033	0.3	△20.5	1.4
게임	5,922,998	6,411,491	6,657,777	8,193,562	8,672,865	69.6	5.8	10.0
애니메이션	144,870	174,517	194,148	134,532	156,835	1.3	16.6	2.0
방송 ¹⁾	362,403	478,447	539,214	692,790	717,997	5.8	3.6	18.6
광고	93,230	61,293	139,083	119,935	258,167	2.1	115.3	29.0
캐릭터	663,853	745,142	791,338	715,816	412,990	3.3	△42.3	△11.2
지식정보	616,061	633,878	649,623	691,987	660,850	5.3	△4.5	1.8
콘텐츠솔루션	201,508	214,933	227,881	233,196	244,527	2.0	4.9	5.0
합계	8,814,442	9,615,036	10,253,881	11,924,284	12,452,897	100.0	4.4	9.0

*2021 기준 콘텐츠 산업조사_문화체육관광부

2. 문화콘텐츠 산업 현황

나. 국내 콘텐츠산업 수출입액 현황

콘텐츠산업 수입액 현황

- 2021년 콘텐츠산업 수입액은 12억 470만 달러로 전년 대비 30.8% 증가
- 2021년 콘텐츠산업 수출입 차액을 살펴보면, 광고산업을 제외한 10개 산업에서 모두 수출액이 수입액 보다 많음

(단위: 천 달러)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
출판	264,110	268,114	275,426	254,371	317,939	26.4	25.0	4.7
만화	6,570	6,588	6,578	6,493	7,584	0.6	16.8	3.7
음악	13,831	13,878	13,766	12,146	14,031	1.2	15.5	0.4
영화	43,162	36,274	38,432	28,330	37,897	3.1	33.8	△3.2
게임	262,911	305,781	298,129	270,794	312,331	25.9	15.3	4.4
애니메이션	7,604	7,878	8,778	7,791	8,524	0.7	9.4	2.9
방송 ⁷⁾	110,196	106,004	97,366	60,969	60,761	5.0	△0.3	△13.8
광고	322,178	285,229	276,034	98,672	341,654	28.4	246.3	1.5
캐릭터	172,489	167,631	166,945	158,420	81,226	6.7	△48.7	△17.2
지식정보	736	8,852	8,909	9,467	9,314	0.8	△1.6	88.6
콘텐츠솔루션	569	13,540	13,414	13,369	13,443	1.1	0.6	120.5
합계	1,204,356	1,219,769	1,203,777	920,822	1,204,704	100.0	30.8	0.0

*2021 기준 콘텐츠 산업조사_문화체육관광부

2. 문화콘텐츠 산업 현황

다. 국가별 콘텐츠 시장 규모 및 전망

국가별 콘텐츠 시장 규모 및 전망

- 2020년 기준 전 세계 최대 콘텐츠 시장은 미국으로 8,445억 7,300만 달러 규모로 집계
- 한국의 경우 2020년 기준 598억 달러를 기록하며 7위

(단위: 억 달러)

순위	국가명	2016	2017	2018	2019	2020p	2021	2022	2023	2024	2025	2020-25 CAGR*
1	미국	7,634	7,947	8,377	8,840	8,446	8,925	9,519	9,885	10,230	10,543	4.54
2	중국	2,582	3,001	3,266	3,450	3,449	3,699	3,939	4,153	4,339	4,505	5.49
3	일본	1,844	1,907	1,968	2,018	1,943	2,034	2,109	2,156	2,201	2,243	2.91
4	독일	989	1,017	1,044	1,074	999	1,058	1,128	1,169	1,206	1,237	4.36
5	영국	896	933	986	1,026	971	1,058	1,136	1,194	1,250	1,305	6.10
6	프랑스	677	693	713	733	680	728	782	816	849	878	5.25
7	한국	516	548	563	588	598	641	679	709	735	759	4.87
8	캐나다	500	522	541	567	544	574	610	636	660	681	4.62
9	이탈리아	400	417	417	419	382	417	454	472	488	500	5.54
10	인도	291	300	311	344	352	401	448	494	540	586	10.75
11	브라질	280	306	332	357	334	350	374	393	408	420	4.70
12	호주	315	323	338	337	315	336	359	374	387	401	4.99
13	스페인	297	311	325	335	308	326	350	367	383	398	5.28

*2021 콘텐츠 산업백서_문화체육관광부/한국콘텐츠진흥원

3. 문화콘텐츠 불공정행위의 유형 및 실태

가. 문화콘텐츠 불공정행위의 유형

문화콘텐츠산업 10대 불공정행위 유형(문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률 제정안을 중심으로)

- 선행연구 및 문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률 제정안을 바탕으로 한 콘텐츠 산업 10대 불공정행위와 각 행위별 세부 유형

<10대 불공정행위 유형>

구분	금지행위	관련사례
1	제작방향의 변경, 제작인력의 지정, 교체 등 제작활동 방해 행위(부당한 제작활동 개입)	투자배급사, 방송사 등이 공동제작이 아닌 경우에도 영화나 드라마 제작사의 감독 권한 등을 침해하여 제작에 개입하는 경우
2	문화상품의 수령을 거부 또는 반품하거나 수령한 문화상품의 판매를 거부하는 행위	연재하던 웹툰 작가에게 매출이 나오지 않는다는 이유로 강제 연재 종료를 요구하는 경우
3	문화상품 납품 후 수정·보완을 요구하면서 이에 소요되는 비용을 보상하지 않는 행위	유통업자가 주문하여 제작한 일러스트 등에 대하여 무리하게 수정을 요구하고, 대금을 지급하지 않는 경우
4	문화상품 관련 기술자료 및 정보의 제공을 강요하거나 유용하는 행위	온라인 게임 공급업체가 게임제공을 위한 소스코드 및 운영매뉴얼 일체를 무상양도 하도록 계약서에 명시하는 경우
5	판매촉진 비용 및 가격할인 비용을 제작업자에게 부담시키는 행위 (판촉 및 유통비용 전가행위)	영화관, 공연장 등의 유통업체에서 무료 초대권 배포, 반값할인행사와 같은 판촉 활동에 소요되는 비용을 제작업자에게 과도하게 부담시키는 경우

*2021 콘텐츠산업 10대 불공정행위 실태조사_한국콘텐츠진흥원

3. 문화콘텐츠 불공정행위의 유형 및 실태

가. 문화콘텐츠 불공정행위의 유형

문화콘텐츠산업 10대 불공정행위 유형(문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률 제정안을 중심으로)

<10대 불공정행위 유형>

구분	금지행위	관련사례
6	계열회사가 제작한 문화상품을 다른 제작업자가 제작한 상품과 차별하여 취급하는 행위(부당한 유통차별 행위)	방송사가 자사 투자작품에 한해 프라임 타임에 재방하여 다른 작품의 방송진입을 제한하는 경우
7	판매대금 결제방법, 가격, 조건 등을 부당하게 지정·제한 하거나 강요하는 행위(배타적 거래강요 행위)	뮤지컬, 공연 등의 티켓판매사가 공연기획사에게 해당 플랫폼에만 공연을 올리도록 강요하는 경우
8	판매순위를 왜곡시킬 목적으로 스스로 제작 또는 유통하는 문화상품을 직접 구매하거나 제3자로 하여금 구매하게 하는 행위(사재기 및 구매강요)	대량구매 방식으로 음악차트순위, 게임 인기순위를 조작하는 관행
9	실제 소요되는 비용보다 낮은 수준으로 대가를 정하는 행위(가격후려치기)	방송사의 애니메이션 편성 시 견적서만 받은 후, 일이 완료되면 견적서보다 낮은 금액의 계약서를 작성하는 경우
10	지식재산권의 양도를 강제하거나 현저히 낮은 수준으로 지식재산권의 사용으로 인한 수익을 분배하는 행위	엔터테인먼트에서 소속 작곡가의 저작권과 저작인격권을 회사가 영구히 행사한다는 계약을 강요하는 경우

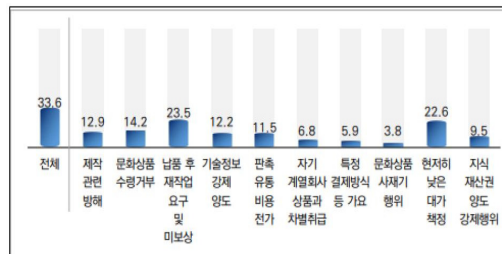
*2021 콘텐츠산업 10대 불공정행위 실태조사_한국콘텐츠진흥원

3. 문화콘텐츠 불공정행위의 유형 및 실태

나. 문화콘텐츠 불공정행위의 실태

콘텐츠산업 기획/제작/유통배급 사업체의 10대 불공정행위 경험비율

- 9개 콘텐츠산업(출판/애니메이션/캐릭터/만화, 웹툰/게임/방송/영화/음악/공연/광고) 내 기업 중 기획, 제작, 유통, 배급관련 기업의 33.6%가 콘텐츠산업 10대 불공정행위에 해당하는 행위로 인한 피해를 경험
- 납품 후 재작업 요구 및 미보상(23.5%), 현저히 낮은 대가 책정(22.6%)을 경험



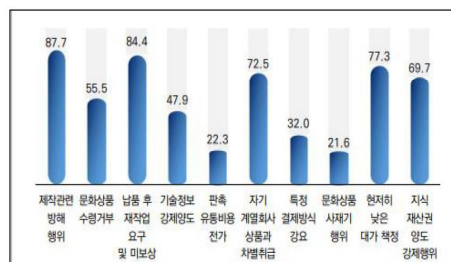
*2021 콘텐츠산업 10대 불공정행위 실태조사_한국콘텐츠진흥원

3. 문화콘텐츠 불공정행위의 유형 및 실태

나. 문화콘텐츠 불공정행위의 실태

프리랜서의 10대 불공정행위 경험비율

- 프리랜서의 경우 제작 관련 방해행위, 제품 납품 이후 수정/보완 또는 재작업을 요구하는 경우는 중견/대기업과 거래하는 프리랜서의 90% 이상이 경험(중소기업과 거래하는 프리랜서들의 경험 비율은 80% 내외)
- 문화상품 수령거부/제작비 미지급, 지식재산권 양도 강제 및 불공정한 수익배분 경험



*2021 콘텐츠산업 10대 불공정행위 실태조사_한국콘텐츠진흥원

4. 불공정행위 개선 방안

가. 공정거래위원회의 문화콘텐츠 불공정행위에 대한 전문성 강화

공정거래위원회의 문화콘텐츠 불공정행위 관련 담당 직제

- ◆ 소비자 정책국(약관심사과)
 - 표준약관 배포(2014, 대중문화예술인 표준전속계약서)
 - 불공정 약관 시정(오디션 방송 프로그램 계약서, 웹툰 연재계약서, 공연장 계약서 등)
- ◆ 시장감시국(서비스업감시과)
 - 웹툰 생태계 상생 환경 조성을 위한 협약 체결
- ◆ 시장감시국(시장감시총괄과)
 - (주)한국대중문화예술산업총연합회 시정명령 부과

4. 불공정행위 개선 방안

가. 공정거래위원회의 문화콘텐츠 불공정행위에 대한 전문성 강화

문화콘텐츠 불공정행위에 대한 공정거래위원회 조치 관련 법률(안)

- ◆ 예술인의 지위와 권리의 보장에 관한 법률
 - 예술인의 지위와 권리의 보장에 관한 법률 제34조 제2항에 따르면 문화체육관광부장관은 예술지원기관 또는 예술사업자에 의한 예술인권리침해행위가 제13조 제1항 제1호(우월한 지위를 이용하여 예술인에게 불공정한 계약 조건을 강요하거나 계약 조건과 다른 활동을 강요하는 행위)에 해당하는 경우 공정거래위원회에 그 사실을 통보하여야 한다고 규정
 - 2018년 기준 예술인 복지법에 따른 문체부의 공정거래위원회 통보 한 건에 불과
- ◆ 문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률(대안)

4. 불공정행위 개선 방안

가. 공정거래위원회의 문화콘텐츠 불공정행위에 대한 전문성 강화

공정거래위원회의 문화콘텐츠 불공정행위 관련 담당 직제 신설

◆ 필요성

- 전문화된 인력의 부재로 인한 신속한 조치의 어려움
- 불공정거래행위에 대한 축적된 노하우 활용
- 공정위 제재의 실효성

◆ 가맹거래조사팀 사례의 참조

- 2019년 공정거래위원회와 그 소속기관 직제 시행규칙 일부개정령은 총액인건비제를 활용하여 가맹사업거래 분야의 불공정 거래행위에 대한 감시·조사 및 제재 등을 담당할 가맹거래조사팀을 유통정책관 소속으로 신설하며 인력 증원이 이루어짐

4. 불공정행위 개선 방안

나. 권한의 위임 위탁을 통한 지자체의 활용

지역별 콘텐츠 종사자 수 현황

지역	합계	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션
전체	51,683	745	4,833	7,073	2,850	1,660	2,452	5,440	13,015	13,614
부산	4,904	27	266	890	126	79	206	777	1,674	859
대구	3,116	7	266	671	80	16	176	316	844	740
인천	2,724	54	153	374	118	53	126	709	629	509
광주	2,267	70	164	176	71	240	106	343	767	330
대전	3,066	12	102	383	11	31	83	291	1,044	1,109
울산	850	6	57	42	-	21	37	145	374	168
경기	22,676	431	1,974	3,009	2,182	924	981	1,498	3,787	7,899
강원	1,577	8	204	25	44	65	228	303	415	285
충북	1,164	-	121	54	33	16	39	135	356	410
충남	1,580	-	303	283	40	41	46	168	506	194
전북	2,073	-	316	445	59	3	216	280	591	162
전남	936	-	56	155	32	56	76	60	313	188
경북	1,915	11	200	304	10	17	39	138	904	293
경남	1,708	-	474	32	33	25	47	142	607	348
제주	1,127	120	178	229	11	73	47	134	204	131

4. 불공정행위 개선 방안

나. 권한의 위임 위탁을 통한 지자체의 활용

지역별 콘텐츠 종사자 수 현황 및 매출액 현황

◆ 지역별 콘텐츠 종사자 수 현황

- 2022년 기준 서울을 제외한 지역의 콘텐츠 종사자 수는 총 51,346명, 지역별로는 '경기' 지역의 콘텐츠 종사자 수가 22,676명(43.9%)으로 가장 많고, 다음으로는 '부산' (9.5%), '대구' 3,116명(6.0%), '대전' 3,066명(5.9%) 등의 순으로 조사되었음

◆ 지역별 콘텐츠 매출액 현황

- 서울을 제외한 지역의 콘텐츠 사업체의 매출은 약 6조 6,314억 원으로 나타났고, 지역별로는 '경기' 지역의 총 매출액이 3조 2,927억 원(49.7%)으로 가장 높은 비중을 차지하였고, 다음으로는 '부산' 6,063억 원 (9.1%), '인천' 4,306억 원(6.5%), '대전' 4,112억 원(6.2%) 등의 순으로 조사되었음

* 2022 지역 콘텐츠 기업 현황 및 창작자 실태조사_한국콘텐츠진흥원

4. 불공정행위 개선 방안

나. 권한의 위임 위탁을 통한 지자체의 활용

서울시 문화예술·프리랜서 공정거래지원센터, 경기도 콘텐츠 공정거래 상담센터

◆ 서울시 문화예술·프리랜서 공정거래지원센터

- 서울시는 서울시 예술인 복지 증진에 관한 조례, 서울시 프리랜서 권익 보호 및 지원을 위한 조례를 통해 저작권 침해, 대금 체불 및 미지급, 부당한(일방적) 계약해지, 불공정 계약조건 가용 등의 불법행위에 취약한 문화예술인과 프리랜서를 보호 및 지원하고자 문화예술·프리랜서 공정거래지원센터를 운영하고 있음

◆ 경기도 콘텐츠 공정거래 상담센터

- 경기도는 경기도 불공정거래 상담센터 설치 및 운영 등에 관한 조례를 통해 콘텐츠산업 종사자 대상 불공정행위 피해 등 상담 및 법률 컨설팅을 제공하고 있고, 동서남북 4개소에 상담센터를 설치하여 운영하고 있음

4. 불공정행위 개선 방안

나. 권한의 위임 위탁을 통한 지자체의 활용

광역자치단체의 분쟁조정 권한 위임

◆ 필요성

- 접근성: 세계적으로 지역 예술가, 지역 주민, 행정 등의 협력을 통한 지역 고유의 문화·예술 활성화의 사례가 증가. 지역문화 예술 발전의 주체는 지역임을 고려할 필요성
- 편의성: 분쟁조정제도의 성질(국가의 행정시스템적인 서비스)을 고려할 경우 중복이 되더라도 일반 시민의 분쟁 해결의 편의성을 높이고 시스템 간의 경쟁을 유도
- 한계성: 예술인 권리보장위원회, 콘텐츠분쟁조정위원회를 통한 조정의 한계

◆ 분쟁조정 권한의 범위

- 대금체불 등 금전 지급 청구에 한정하여 조정 권한을 부여함으로써 효율성 도모

4. 불공정행위 개선 방안

다. 플랫폼 독점과 불공정 감시 전문 감독행정 기구의 설치

네이버웹툰 및 카카오펀터테인먼트의 종속기업 및 관계기업 현황

(단위: 천원)							
구분	종목	주요영업활동	소재국가	발간월	지분율(%)	발간월	권개월
종속기업	스튜디오리얼(주, 리코)	컨텐츠 제작 및 유통	대한민국	12월	100.0	10,931,723	5,931,723
	스튜디오몽	컨텐츠 제작 및 유통	대한민국	12월	100.0	31,735,460	10,635,460
	바도우	영상물의 유통의 개발	대한민국	12월	100.0	312,410	10,287
	VLAB Japan	컨텐츠 제작 및 유통	일본	12월	100.0	1,34,558	253,621
	문피아(+1)X(+2)	웹소설 플랫폼	대한민국	12월	57.6	197,600,558	-
관계기업	로커스	애니메이션 및 시각특수효과 제작	대한민국	12월	53.6	23,514,000	-
	작가클럽리(+3)	컨텐츠 제작	대한민국	12월	51.3	10,000,001	-
	LINE Digital Frontier Corporation	서비스 개발 및 운영	일본	12월	30.0	161,940,514	116,976,954
	더그림퍼테인먼트(+3)	웹툰 제작업	대한민국	12월	35.0	1,049,415	1,049,415
	플레이어리스트	웹툰 콘텐츠 제작 및 유통	대한민국	12월	29.0	7,922,000	7,922,000
	빅픽셀픽스	웹툰 제작업	대한민국	12월	26.0	700,033	700,033
	스튜디오몽탈	웹툰 제작업	대한민국	12월	41.5	529,481	529,481
	제이윙크픽스	웹툰 제작업	대한민국	12월	35.1	350,325	350,325
	수모픽스	웹툰 제작업	대한민국	12월	40.0	345,394	345,394
	스튜디오제이메이저메스(+2)	웹툰 제작업	대한민국	12월	-	-	700,033
	시나몬(+4)	배우발탁 및 개발 및 서비스	대한민국	12월	16.4	1,346,952	1,346,952
	제트케이스튜디오	웹툰 제작업	대한민국	12월	40.0	265,554	265,554
	스튜디오몽	컨텐츠제작	대한민국	12월	35.0	3,000,140	3,000,140
	세이클론스튜디오	영상 콘텐츠 제작 및 배급	대한민국	12월	21.9	1,503,538	1,503,538
	메이투키	컨텐츠 유통	대한민국	12월	26.7	40,000,000	40,000,000
관련기업	강스튜디오	컨텐츠 제작	대한민국	12월	35.0	700,033	700,033
	문리퍼테인먼트	컨텐츠 유통	대한민국	12월	35.0	250,012	250,012
	스튜디오로코아	컨텐츠 유통	대한민국	12월	33.0	400,000	400,000
	스튜디오369	컨텐츠 유통	대한민국	12월	30.0	100,000	100,000
	광남뉴스이커본	컨텐츠 유통	대한민국	12월	22.2	200,000	200,000
	문피아(+1)	웹소설 플랫폼	대한민국	12월	-	60,516,947	-
	제이클리어(+3)	컨텐츠 유통	대한민국	12월	25.0	13,695,000	13,695,000
	유니스트디오	컨텐츠 유통	대한민국	12월	35.0	1,000,005	1,000,005
	메이투키-이더리얼 엔터테인먼트	유통	대한민국	12월	20.0	1,897,000	3,300,000
	Shine Partners(+3)(+4)	웹툰 제작업	일본	3월	15.0	645,514	645,514
	바이프루스트(+3)	웹툰 및 웹소설 제작업	대한민국	12월	25.0	1,451,143	1,999,620
	스튜디오투리	애니메이션 제작 및 유통	대한민국	12월	20.0	2,750,000	-
	디스튜디오파랑	유통	대한민국	12월	35.1	700,000	-
	바이프루스트(+4)	컨텐츠 유통	대한민국	12월	1.6	2,999,671	-
	스튜디오알구알	애니메이션 제작 및 유통	대한민국	12월	30.1	149,954	-
관련기업	스튜디오로	애니메이션 제작 및 유통	대한민국	12월	35.0	107,700	-
	와이랩(+4)	컨텐츠 제작 및 유통	대한민국	12월	12.0	5,412,246	-
관련기업	스튜디오몽	애니메이션 제작 및 유통	대한민국	12월	49.0	4,998,000	-
	합계					530,943,384	285,844,929

*2023 네이버웹툰 감사보고서

4. 불공정행위 개선 방안

다.플랫폼 독점과 불공정 감시 전문 감독행정 기구의 설치

네이버웹툰 및 카카오펀터테인먼트의 종속기업 및 관계기업 현황

구분	소재지	자본금 (천원)	투자주식 (주)	지분율 (%)	결산월	업종
(주)강남씨앤씨	대한민국	500,000	500,000	100.0	12월	연간채권채무
(주)디즈니코리아티비	대한민국	285,000	417,310	73.7	12월	연간채권채무
PT Free Indonesia (+3)	인도네시아	12,907,959	5,690,521	62.9	12월	연간채권채무
(주)사운드스튜디오	대한민국	3,000,010	287,219	60.0	12월	연간채권채무
(주)알레고리아	대한민국	451,915	64,909	71.0	12월	연간채권채무
(주)알앤비지앤지	대한민국	23,005	3,447	72.7	12월	연간채권채무
(주)알앤비지앤지	대한민국	4,000	632	79.0	12월	연간채권채무
(주)레전드스튜디오	대한민국	240,420	32,000	66.7	12월	연간채권채무
(주)레전드스튜디오	대한민국	200,000	28,000	70.0	12월	연간채권채무
(주)레이더블루	대한민국	101,000	10,200	50.5	12월	연간채권채무
(주)레이더블루	대한민국	1,250,000	240,000	99.9	12월	연간채권채무
Radish Entertainment, Inc. (+3)	미국	34	265,154,848	97.4	12월	연간채권채무
Radish Media (+3)	대한민국	500,000	101,245	100.0	12월	연간채권채무
WJWorld Limited	홍콩	1,950	10,000	100.0	12월	연간채권채무
WJWorld Publishing USA Ltd.	미국	11,717	10,000	100.0	12월	연간채권채무
(주)카카오	대한민국	123,571	100,000	80.9	12월	연간채권채무
카카오스튜디오	대한민국	408,490	90,000	100.0	12월	연간채권채무
(주)카카오스튜디오	대한민국	465,470	190,494	100.0	12월	연간채권채무
KROSS Comics India Private Limited	인도	116,535	700,109	100.0	12월	연간채권채무
KROSS Television India Private Limited	인도	1,100,223	6,999,999	100.0	12월	연간채권채무
KROSS Pictures India Private Limited	인도	64,000	400,000	100.0	12월	연간채권채무
KRAC Entertainment (Thailand) LTD.	태국	1,082,400	290,007	100.0	12월	연간채권채무
(주)카카오스튜디오	대한민국	50,000	500,000	100.0	12월	연간채권채무
(주)스타일엔터테인먼트	대한민국	62,480	7,404	59.7	12월	연간채권채무
(주)스타일엔터테인먼트	대한민국	304,430	69,093	100.0	12월	연간채권채무
메가박스	대한민국	265,665	481,729	94.1	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	52,942	100,000	100.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	450,000	90,000	100.0	12월	연간채권채무
상해서적문화산업유한공사	중국	293,917	100,000	100.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	574,075	114,815	100.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	1,372,145	274,429	100.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	647,400	100,000	100.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	1,000	1,000	81.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	2,000	1,000	81.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	60,000	10,000	100.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	152,410	30,402	100.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	100,000	20,000	100.0	12월	연간채권채무
메가박스	대한민국	60,000	10,000	100.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	1,500	1,300	100.0	12월	연간채권채무
KRAC ENTERTAINMENT ASIA CO., LTD. (+2)	태국	2,032,306	276,690	49.0	12월	연간채권채무
STUDIO PICTURES CO., LTD. (+2)	태국	1,079,100	148,900	49.0	12월	연간채권채무
STUDIO PICTURES CO., LTD. (+2)	태국	1,079,100	148,900	49.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	66,100	13,000	100.0	12월	연간채권채무
메가박스	대한민국	10,205	10,410	81.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	63,960	16,790	100.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	20,000	20,000	70.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	30,000	300,000	100.0	12월	연간채권채무
(주)메가박스	대한민국	100	100	100.0	12월	연간채권채무

*2023 카카오펀터테인먼트 연결감사보고서

4. 불공정행위 개선 방안

다.플랫폼 독점과 불공정 감시 전문 감독행정 기구의 설치

네이버웹툰 및 카카오펀터테인먼트의 종속기업 및 관계기업 현황

기업명	설립국가	영기업		연기업	
		지분율(%)	장부금액	지분율(%)	장부금액
관계기업					
(주)디앤씨미디어	대한민국	23.3	42,425,725	23.3	41,494,603
Kakao Piccoma Corp. (+1)	일본	18.2	137,236,675	18.2	141,520,805
(주)드림스타드문화산업진흥회사	대한민국	49.0	-	49.0	-
(주)빅픽처문화산업진흥회사(+1)	대한민국	10.0	1,000	10.0	-
(주)메가박스(+1)	대한민국	14.1	-	25.6	-
(주)대원씨아이(+1)	대한민국	19.8	10,302,812	19.8	9,779,560
(주)학산문화사(+1)	대한민국	19.8	11,631,963	19.8	10,594,566
(주)서울미디어코믹스	대한민국	22.2	7,373,563	22.2	6,763,649
(주)메가박스문화산업진흥회사	대한민국	20.0	-	20.0	-
(주)유니코믹스튜디오	대한민국	20.0	1,391,954	20.0	1,707,926
HongKong TXKP Limited	홍콩	49.0	23,580,653	49.0	22,887,916
LOVO Inc. (+1)	미국	10.2	2,467,301	10.8	2,422,614
(주)남방크루	대한민국	20.0	-	20.0	40,000
(주)이엔터테인먼트(+2)	대한민국	-	-	40.0	12,097,679
(주)하이엔터테인먼트	대한민국	40.0	3,509,875	40.0	3,480,187
(주)325이엔씨	대한민국	40.0	1,819,375	40.0	2,005,522
유니콘K-문화콘텐츠투자조합	대한민국	33.3	7,865,432	33.3	6,973,147
블리호스-KDBC 영상디지털콘텐츠 제1호 신기술사업투자조합	대한민국	29.8	4,269,214	29.8	2,169,833
Water Capital Partners I, LP	미국	34.5	1,752,674	26.6	709,424
메가박스엔터테인먼트(주)	대한민국	39.2	9,151,677	40.0	11,679,611
(주)메가박스문화산업진흥회사	대한민국	30.0	9,716	-	-
(주)모어비전	대한민국	20.0	1,675,710	-	-
(주)그레고(+3)	대한민국	34.1	71,005,487	-	-
(주)캐처스문화산업진흥회사	대한민국	30.0	1,257	-	-
(주)소녀비바문화산업진흥회사	대한민국	30.0	1,441	-	-
합계			337,473,505		276,327,042

*2023 카카오펀터테인먼트 연결감사보고서

4. 불공정행위 개선 방안

다. 플랫폼 독점과 불공정감시 전문 감독행정기관의 설치

플랫폼의 문화콘텐츠 독점 현상

- 디지털 미디어 플랫폼 서비스는 코로나19 사태 이후 더욱 두드러지게 우리 일상을 지배하고 있음
- 콘텐츠 접근을 용이하게 하는 등 문화산업에 기여한 점이 있으나, 거대플랫폼 독점체제로 인한 문화콘텐츠 산업의 종속, 플랫폼에 사유화 되는 콘텐츠, 소비자의 플랫폼 종속 등은 큰 문제
- 애플, 구글, 페이스북 등 글로벌 기업들이 영향력을 발휘하면서 본인들의 플랫폼을 기반으로 사업 영역을 끊임없이 확장하고 있고, 국내도 문화콘텐츠 사업의 대부분이 거대 기업을 중심으로 돌아가고 있음
- 콘텐츠 산업시장의 규모가 커지는 상황에서 특히 문화콘텐츠 유통의 독점은 자본의 영향력을 키우게 되는데, 창작자가 독점적 플랫폼에 콘텐츠를 공급하지 않으면 제대로 된 매출을 기대하기 어려운 것이 현실임

4. 불공정행위 개선 방안

다. 플랫폼 독점과 불공정 감시 전문 감독행정 기구의 설치

플랫폼 독점과 불공정 감시 전문 감독행정 기구의 필요성

◆ 문제점

- 플랫폼의 독과점으로 인한 과도한 유통 수수료
- 독점 플랫폼의 문화콘텐츠 제작·유통의 수직계열화로 자사 콘텐츠에 대한 우대 등 노골적인 불공정행위의 증가 우려

◆ 필요성

- 플랫폼은 거래행위 감시 외에 알고리즘의 조작, 프로그램 자체의 불공정성 분석도 필요
- 미국은 공정거래위원회 내에 기술전문가도 참여하는 전자시장감시국 설치 입법
- 유럽은 통신감독기구에서 플랫폼 독과점과 불공정행위 감사업무도 추진
- 우리는 공정위 시장감시국 내 4~5명의 TF에서 감독행정

5. 상생협력을 위한 방안

상생협력을 통한 대체적 분쟁해결제도(ADR)도입

문화콘텐츠 관련 국내 행정ADR의 해결방식과 설치 근거법률

위원회명	해결방식	설치 근거법률
한국저작권위원회	알선, 조정	저작권법
콘텐츠분쟁조정위원회	조정	콘텐츠사업법

5. 상생협력을 위한 방안

상생협력을 통한 대체적 분쟁해결제도(ADR)도입

사단법인 영화인신문고 사례

◆ 영화인신문고의 연혁

- 2001년 스태프들의 자발적 결사체로 시작
- 2005년 전국영화산업노동조합의 설립
- 2011년 영화산업협력위원회 산하 분쟁중재기구로 신문고 사업이 전환
- 2013년 제2차 한국영화산업 노사정이행협약에서 영화인 신문고의 '임금체불 중 사업장 확인' 권한이 부여
- 영화산업 노사정 주체들의 사회적 합의에 해당하는 제2차 및 제3차 노사정이행 협약서에서 영화인신문고가 체불임금을 변제하지 않는 제작사에 대해 '임금체불 중 사업장'으로 확인될 경우 동 협약에 참가한 영화진흥위원회, 투자사, 배급사, 상영사 등이 해당 제작사에 대한 투자, 배급, 상영을 금지하기로 합의

5. 상생협력을 위한 방안

상생협력을 통한 대체적 분쟁해결제도(ADR)도입

사단법인 영화인신문고 사례

◆ 영화인신문고 특성

- 영화인 신문고는 기업 수준이 아닌 업종 수준의 고충처리기구이며, 법률에 의해 정부 부문이 운영하는 기관이 아니라 노사정 대표들로 구성 및 운영된다는 점에서 정부 부문이 운영하는 법원과 행정기관, 또 법령에 의해 기업 수준에 설치되는 고충위원 제도와 큰 차이를 보임(영화산업 분쟁 중재제도 영화인신문고의 개선방안 연구_전국영화산업노동조합)

5. 상생협력을 위한 방안

상생협력을 통한 대체적 분쟁해결제도(ADR)도입

사단법인 영화인신문고 사례

◆ 영화인신문고 특성

구분	영화인 신문고
수준(활동영역)	영화산업, 다만 영화스태프가 작품 제작에 참여한 경우 인접 업종으로 확장
참여주체	산별노조, 사용자단체, 정부(영진위)
조사대상	영화스태프가 참여한 작품(영화, 영상 등)의 가해자(사업주, 관리자, 스태프 등)
주요 사건 유형	임금체불, 근로조건 명시위반, 표준계약서 사용위반, 저작권 침해, 괴롭힘 등
일반적 권한	조사권, 조정 및 화해권고, 분쟁중 이자 결정 등
가해자에 대한 제재 근거	2014년 노사정이행협약, 영화비디오법 제3조의9

5. 상생협력을 위한 방안

상생협력을 통한 대체적 분쟁해결제도(ADR)도입

영화인 신문고 모델의 확산

- 영화인 신문고의 특성을 고려할 경우, 유사 업종 또는 특수고용종사자들이 다수 종사하는 업종에 신문고 모델을 확산하려면, 해당 업종에서 2014년 영화산업 노사정이행협약과 유사한 사회적 합의의 발생이 필요함. 사회적 합의의 도출은 참여주체로서 노사단체의 존재, 업종수준 단체교섭 등 노사관계 형성, 정부부문의 적극적 역할과 참여 등을 필요로 하게 됨
- 해당 문화콘텐츠 분야에서 집단적 노사관계가 형성되어 있지 않더라도 불공정행위가 만연하고 있고, 대금 체불 등 분쟁과 고충이 다수 발생한다면 단계별 발전을 통한 방법을 고려할 수 있음

5. 상생협력을 위한 방안

상생협력을 통한 대체적 분쟁해결제도(ADR)도입

신문고 모델의 단계별 발전

1단계	2단계	3단계
독자적 신문고 <ul style="list-style-type: none">• 주체: 노동단체 중심• 수단: 항의시위, 고발 등• 조직: 없거나 비공식적• 재정: 회비 수입	노사공동 신문고 <ul style="list-style-type: none">• 주체: 노동조합/사용자단체• 수단: 조사권• 조직: 사무국 등 조직체계• 재정: 노사단체 부담금, 예산지원	노사정 공동 신문고 <ul style="list-style-type: none">• 주체: 노사정• 수단: 조사권, 제재권• 조직: 사무국, 운영위원회, 중재위원회 등 분화• 재정: 예산지원

* 영화산업 분쟁 중재제도 영화인신문고의 개선방안 연구, 전국영화산업노동조합

토론 1

문화산업의 불공정행위 정책 흐름과 불공정행위 실태

김민규 아주대 문화콘텐츠학과 교수

문화산업의 불공정행위 정책 흐름과 불공정행위 실태

김민규 아주대 문화콘텐츠학과 교수

문화산업의 불공정행위 정책 흐름과 불공정행위 실태

김민규 (아주대 문화콘텐츠학과)

1. 불공정행위 발생 구조적 환경

- 문화콘텐츠산업은 중소영세사업자(제작업자)의 비중이 매우 높고, 완성된 콘텐츠는 소수의 플랫폼을 통해서 소비자에게 제공되는 생태계임
- 즉, 소수의 유통(플랫폼)과 다수의 제작, 원청 제작과 하청 제작 영역에서의 거래 행위임
- 완성된 콘텐츠가 소비되기 위해서는 유통(플랫폼)이 결정적이라는 것은 소수의 유통이 다수의 제작에 비해 우월적 지위를 갖기 쉬운 구조임
- 불공정행위는 이러한 우월적 지위가 형성되고, 우월적 지위가 힘의 불균형을 초래함에 따른 결과적 행위라고 할 수 있음

- ▶ 거부하기 어려운 상황, 즉 부당하지만 “어쩔 수 없이” 수용하게 되는 상황을 발생시킴
(여기에서 관행이 만들어짐)
- ▶ 실질적 효과 측면에서 서면계약서의 취지와 의미를 무력화하게 됨
(이는 표준계약서의 필요성 제기)
- ▶ 결과적으로 올(제작)이 손실을 감수함. 또한 올도 손실 보존 위해 인건비, 노동환경 개입 하는 악순환을 초래하게 됨
- ▶ 한편 문화콘텐츠 분야에서는 경력(커리어)이 해당 분야에서 지위를 획득하는데 매우 중요한 자산임
그렇기에 신입 콘텐츠 생산자가 시장 진입과 성장과정에서 “경력 ” 쌓기가 중요하기에 불공정한 거래를 거부하기 어려움

● 불공정행위에 의한 훼손 가치와 침해되는 속성

(침해되는 속성)		
(훼손되는 가치)	경제적 측면	문화적 측면
행위 결과 가치 (과거~현재)	보상성	창작성
미래 창출 가치 (미래)	재정성	기획성

- K-콘텐츠의 성장과 글로벌 확산의 동력은 제작 역량이고, 콘텐츠 제작 역량은 곧 "인력 "
- 불공정행위의 결과는 제작영역에서의 손실로 이어지고,
제작영역에서의 지속적인 손실은 제작 인력 이탈을 가져오게 됨
경(쟁)력 있는 제작 인력의 이탈은 결과적으로 문화산업의 제작 기반의 붕괴를 가져 옴
- 국내 제작 기반의 붕괴되어도 유통과 소비 영역에 유지 가능할 수 있음
국내 문화상품이 아니라 해외 문화상품의 유통과 소비에 의해 문화상품시장을 구성할 수 있음
- 불공정행위의 결과는 장기적으로 문화콘텐츠 시장의 외양 보다는
국내 제작 기반의 붕괴를 가져와 더 이상의 "K-콘텐츠" 가 지속가능하지 않을 수 있게 된다는 것

2. 불공정행위 이슈의 정책화 과정

- 문화산업에서의 불공정행위 이슈는 최근의 문제는 아님
최근년 사회적 가치로서 공정에 대한 관심과 기대가 높아지고 있는 과정에서 문화산업 정책의 핵심 이슈로 부각된 것임
- 1990년대 후반에도 이미 문화산업(방송 분야)에서의 불공정행위 문제가 언급되기도 했고, 그 이후에도 연구논문들을 통해 지속적으로 제기되어 왔었음
- 지속적으로 제기되었지만 그동안 문화산업 불공정 이슈는 개별 사업자의 문제 제기로 치부되는 측면이 있었음

- 정책적으로 불공정 문제를 명시적으로 접근하기 시작한 것은
<한국경제의 업그레이드를 위한 콘텐츠산업 발전 전략>(콘텐츠산업 선진화 TF, 2009년)에서 첫 번째 과제가 '콘텐츠 공정거래 환경 조성'
(콘텐츠 공정거래환경 조성위원회 설립, 불공정 실태 연차보고서 발간, 관련 법률 제정 등 제안)
- 문화콘텐츠산업 전반에 대한 불공정행위 실태에 대한 자료가 부재했는데,
2017년 1개(예술인복지재단), 2019년 2개(한국콘텐츠진흥원)의 관련 보고서 발간
 - ① 2017년 5월 <문화예술분야 불공정행위 금지제도 운영체계 연구>
예술인신문고 신고된 불공정행위 현황(2014~2017) 있음
 - ② 2019년 1월 <콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구>
불공정의 범위를 저작권, 인권을 포괄하는 등 매우 폭넓게 정의하고 있음
 - ③ 2019년 12월 <문화산업 장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구>
불공정행위 사례를 바탕으로 불공정행위 유형화 및 법령 제정 방향과 내용을 정리

● 이후 관련 내용의 보고서 매년 발간됨(한국콘텐츠진흥원)

<콘텐츠 창작기반 보호를 위한 공정유통협약 운영방안 연구>(2020)

<2021 콘텐츠산업 10대 불공정 행위 실태조사>(2021)

<2022 대중문화예술산업 불공정 계약 실태조사>(2022)

<웹툰산업 불공정 계약 실태조사>(2022)

이외 업종별 실태조사 등 있음

● 또한 매년 발간되는 <콘텐츠분쟁사례집>(한국콘텐츠진흥원)이 있음

본 사례집은 이용자 분쟁과 일부 불공정행위 관련 사례를 포함하고 있음

● 개별 법률에서 공정 환경과 관련한 내용을 포함함

2014년 <예술인복지법>에 금지행위(4개 영역 11개 행위) 포함

2015년 <영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률>에 공정 환경 조성 내용 포함

2016년 <음악산업진흥에 관한 법률>에 유통질서 확립 관련 내용 포함

제6조의2(금지행위 등) ① 예술 창작·실연·기술지원 등의 용역에 관한 기획·제작·유통업에 종사하는 자로서 예술인과 계약을 체결하는 자(이하 이 조에서 "문화예술기획업자등"이라 한다)는 예술인의 자유로운 예술창작활동 또는 정당한 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 이 조에서 "금지행위"라 한다)를 하거나 제3자로 하여금 이를 하게 하여서는 아니 된다.

1. 우월적인 지위를 이용하여 예술인에게 불공정한 계약 조건을 강요하는 행위
2. 예술인에게 적절한 수익배분을 거부·지연·제한하는 행위
3. 부당하게 예술인의 예술창작활동을 방해하거나 지시·간섭하는 행위
4. 계약과정에서 알게 된 예술인의 정보를 부당하게 이용하거나 제3자에게 제공하는 행위
- ② 문화체육관광부장관은 문화예술기획업자등이 금지행위를 한 경우 금지행위의 중지, 계약조항의 삭제 또는 변경, 금지행위로 인하여 시정조치를 명령받은 사실의 공표, 그 밖에 시정을 위하여 필요한 조치를 명할 수 있다.
- ③ 문화체육관광부장관은 문화예술기획업자등의 행위가 제1항제1호에 해당할 경우 공정거래위원회에 그 사실을 통보하여야 한다.
- ④ 문화체육관광부장관은 금지행위의 위반 여부에 관한 사실관계의 조사를 위하여 필요한 경우 대통령령으로 정하는 바에 따라 문화예술기획업자등에게 관련된 자료의 제출을 요구할 수 있다. 이 경우 자료의 제출을 요구받은 자는 특별한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.
- ⑤ 금지행위의 세부적인 유형 및 기준에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제3조의2(영화노사정협의회)
제3조의4(근로조건의 명시)
제3조의6(안전사고로부터의 보호)
제3조의8(임금체불 등에 관한 제재)

제3조의3(표준보수에 관한 지침)
제3조의5(표준계약서의 사용 및 확산)
제3조의7(직업훈련의 실시)

제26조(음반등의 유통질서 확립 및 지원) ① 제2조제8호부터 제11호까지의 규정에 따른 업무를 영위하는 자 또는 음반등의 「저작권법」에 따른 저작자 및 저작인접권자(이하 "음반·음악영상물관련업자등"이라 한다)는 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 음반·음악영상물관련업자등이 제작·수입 또는 유통하는 음반등의 판매량을 올릴 목적으로 해당 음반등을 부당하게 구입하거나 관련 자료 하여금 부당하게 구입하게 하는 행위
2. 음반·음악영상물관련업자등이 제1호의 행위를 하는 사실을 알면서도 해당 음반등의 판매량을 공개적으로 발표하는 행위
3. 그 밖에 음반등의 건전한 유통질서를 방해하는 행위로 문화체육관광부령으로 정하는 사항

● 2022년 제정 <예술인의 지위와 권리의 보장에 관한 법률 (약칭:예술인권리보장법)> 내용 포함

제13조(불공정행위의 금지) ① 국가기관등, 예술지원기관 및 예술사업자는 예술인의 자유로운 예술 활동 또는 정당한 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 “불공정행위”라 한다)를 하거나 제3자로 하여금 이를 하게 하여서는 아니 된다.

1. 우월한 지위를 이용하여 예술인에게 불공정한 계약 조건을 강요하거나 계약 조건과 다른 활동을 강요하는 행위
 2. 예술인에게 적절한 수익배분을 거부·지연·제한하는 행위
 3. 부당하게 예술인의 예술 활동을 방해하거나 지시·간섭하는 행위
 4. 계약과정에서 알게 된 예술인의 정보를 부당하게 이용하거나 제3자에게 제공하는 행위
 5. 그 밖의 부정한 방법으로 예술인에게 불이익이 되도록 부당하게 거래조건을 설정 또는 변경하거나 그 이행과정에서 불이익을 주는 행위
- ② 국가기관등, 예술지원기관 및 예술사업자에 의한 불공정행위의 세부적인 유형 및 기준 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

3. 문화산업 불공정행위 사례 : 시기별 리뷰

<콘텐츠 업계의 불공정 거래 실태 유형>(2009)

유형 산업	거래상 지위의 남용	부당한 차별 등 기타 불공정거래행위	부당한 공동행위
영화산업	상영관의 조기종영 거래 거절 부율 변경 부금 조기정산	계열사 투자·배급영화에 대한 유리한 상영 기회 제공 혹은 독점방영권 제공	영화 관람료 인상합의 공동으로 요금인하 중단
게임산업	불합리한 수익배분 과도한 결제수수료 요구	NA	PC방 전용선 요금 담합
방송 산업	지상파방송사의 시장지배력을 통한 군소독립제작사와의 불공정계약(지상파방송사와 독립제작사 간의 저작권분배 불균형) 애로 설비(Bottleneck facilities)를 가진 S.O.나 위성사업자에 비해 P.P.는 약자의 입자에서 수익배분이 낮아지게 됨 수직/수평 결합된 사업자의 우월적 지위를 이용한 불공정 거래	NA	NA
드라마	불공정한 계약의 강제	NA	NA
모바일 콘텐츠	NA	접속경로 차단 이통사 관련 CP에 특혜부여 플랫폼 연동정보 차별 자사 포털에 유리한 단말기 출시	특정 요금상품에 대한 담합
유선인터넷콘텐츠	불합리한 수익배분	NA	NA

※<한국경제의 업그레이드를 위한 콘텐츠산업 발전 전략>(2009) 중

<예술인 신문고 불공정행위 접수 현황>(2014~2017)

	2014	2015	2016	2017	계	미지급
문학	2	-	1	-	3	2
미술	2	7	14	3	26	15
사진	-	-	-	-	-	-
음악	2	8	8	-	18	17
국악	-	-	1	-	1	0
무용	-	-	1	-	1	1
연극	44	47	48	8	147	146
영화	1	3	3	1	8	7
연예	32	20	36	2	90	83
만화	-	2	1	-	3	3
계	83	87	113	14	297	274
	불공정계약(계)		불공정 수익배분(수)		부당 개입(예)	정보 남용(정)
갯수	15		274		6	2
비중	5.1%		92.3%		2.0%	0.6%

<예술인 신문고 불공정행위 접수 된 내용>(2014~2017)

유형	내용
불공정 계약	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 원작과 각본에 대한 크레딧 명기 조항 위반 ▶ 서면 계약 없이 1차 진행 이후 불공정 계약 요구 ▶ 축제 기획서 작성 업무 담당(팀장) 기획서 제출 다음날 구두 해고 ▶ 작품 전시 계약 이후 정상적인 계약 내용 불이행 ▶ 일방적 공연계약 파기 및 그로 인한 경제적 손실 ▶ 초상권의 과도한 계약기간 ▶ 계약 기간 만료 후 무단 재사용 (광고 모델) ▶ 불공정 계약 강요 행위
불공정 수익배분	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 인세 미지급 및 저작권 침해 ▶ 작품료, 디자인료, 외주작업비 등 미지급 ▶ 공연료, 연주료, 상금, 작곡료 등 미지급 ▶ 출연료, 제작비, 연출료, 임금 등 미지급
부당 개입	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 전시 준비 중 작품 훼손에 따른 피해보상 ▶ 전시실 대여 문의에 대한 차별적 응대(언어장애가 있는 화가) ▶ 작품 반환 요청 ▶ 잘못된 도록으로 인한 피해보상(작품이 잘린 사진으로 도록이 제작되어 배포됨) ▶ 앨범 제작 계약을 하고 제작 회피 ▶ 드라마 대본 집필 이후 계약 해지에 대한 불공정한 내용의 합의서 강요
정보 남용	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 작품 무단 도용(쇼핑몰에서 서명있는 작품 티셔츠 판매) ▶ 공동 극작한 대본의 저작권자로 신고인을 배제하고 다른 사람으로 등록 (저작권 허위등록)

<콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구(2019)> 불공정행위 사례

유형	세부 분류	분야(다수 사례)
부적절한 대금지급	비현실적 제작비	방송(다큐), 애니, 방송(시사), 캐릭터
	지급지연	방송(다큐), 애니, 캐릭터
	일방적 취소	애니(상영약속시기 미준수 : 방송(다큐), 애니)
	정산내역 불투명	(수익비용 관리 불투명 : 애니, 출판) (판매실적 증빙자료 비교부 : 캐릭터)
지식재산권 침해	저작권, 인접권 침해	방송(다큐), 캐릭터
	일방적 양도 요구	방송(다큐), 애니
	모방제작 피해	캐릭터
계약체결 및 이행상 불공정	제작, 경영 권한 침해	애니, 캐릭터, 방송(다큐, 시사)
	일방적 계약 변경	애니, 방송(다큐), 캐릭터
독점/담합	차별적 거래 조건계약	애니
	지나친 경쟁환경 조성	애니, 방송(다큐, 시사)
열악한 제작환경	안전사고 미보호	방송(다큐)
	무리한 제작 일정	웹툰/만화, 애니, 방송(시사, 다큐)
인권침해	인권 침해	방송(다큐)
	보복 조치/예고	방송(다큐), 캐릭터, 애니

<불공정행위 실태에 대한 장르별 검토>(2019)

	사재기/구매 강요	제작활동 방해	서면계약 미체결	판촉유통비용 전가	유통 차별
영화	X (상호 합의)	▲ (인력 지정)	X	▲ (마일리지)	●
음악(공연)	●	X	● (출연계약서)	● (제작비)	● (확인 가능?)
	X	X	X	X	X
드라마	X	●	▲ (불투명, 불평등)	▲ (유통채널 수수료)	● (자회사 편성)
PP	X	●	▲ (유통 내용 X)	X	X
게임	▲ (별점 대행, 환불 대행)	X	X	▲ (스티커 강매)	●
애니메이션	▲ (별점 대행)	● (성우 지정)	X	▲ (광고 요구)	● (완구 유통)
만화/웹툰	X	●	표준계약	▲ (선물권)	X
캐릭터	X	●	▲ (내용 속이기)	▲ (매대 비용)	●
광고	X	●	X	X	X
패션	X	▲ (홈쇼핑)	▲ (불투명, 불평등)	●	● (상품권 강매)
뮤지컬	X (암표)	X (출연료)	▲	●	●
대중문화예술기획업	X (아이돌 순위)	X (출연료)	X	X	X

	가격 후려치기	수령 유통 거부	재작업이용 미보상	과도하게 낮은 수익배분	부당 정보 제공 강요 보복 조치
영화	X	X	▲ (범위 모호)	●	● (기획안)
음악(공연)	X	X	X	X	X
	X	X	X	▲ (단가 맞춤, 내역 없음)	X
드라마	●	X (해외 유통 X)	X	● (기준 없음)	● (아이디어)
PP	X	X	▲ (범위 모호)	▲ (저작권)	● (아이디어)
게임	●	●	▲ (범위 모호)	● (유통 수수료)	● (개념 없음)
애니메이션	● (제작비 삭감)	X	▲ (범위 모호)	●	● (아이디어)
만화/웹툰	X	● (에이전시)	X	X	X
캐릭터	X	● (마트)	▲ (범위 모호)	● (비율 낮음)	● (아이디어)
광고	● (사후 계약)	● (데모 방영, 제작비 X)	▲ (범위 모호)	▲ (저작권)	● (아이디어)
패션	X	X	X	X	X
뮤지컬	X	X (대관료)	X	● (저작권)	● (아이디어)
대중문화예술기획업	X	X	X	▲ (범위 모호)	X

<2021 콘텐츠산업 10대 불공정 행위 실태조사>(2021)

<표 3-5> 10대 불공정행위 발생자

	10대 불공정행위 발생자
출판	작은 출판사 혹은 1인 출판사 등이 발주자가 되는 경우가 해당되며, 편집 디자이너, 표지 디자이너, 인쇄업자 등이 추가
애니메이션	주로 지상파, 중편 케이블 채널
캐릭터	외주제작사 발주회사, 캐릭터 상품 유통처인 대형마트와 온라인 대형사이트, 투자, 방영권 구매자인 방송사가 제작자
게임	- 불공정 거래행위가 발생하는 거래처는 대부분의 게임콘텐츠를 유통하는 퍼블리셔와 외주개발을 의뢰하는 발주처에서 발생하는 경우가 대부분 - 또한 짧은 기간 보다 긴 기간의 계약관계에서 불공정 거래행위가 발생하는 경우가 많음
방송	불공정 거래행위가 발생하는 거래처 또는 주체는 방송사, 플랫폼과 거래 관련자, 지상파, 중편, 케이블/위성 PP, OTT 및 IPTV플랫폼, 정부 및 기관의 광고 협찬 수수료 문제는 언론진흥재단에서 발생
영화	- 대기업과 직접 거래하는 경우는 많지 않고, 납품처가 중소기업인 경우 주로 발생 - 소스코드, 도면등을 제공하지 않기로 계약을 하였음에도 납품 시에 추가로 요청하는 경우들이 있음
음악/공연	음반(음원) 제작/유통 부분의 거래관계 유형, 공연(방송포함) 부분의 거래관계 유형
광고	미디어 플래닝 기획사, 광고모델 에이전시, PPL/간접광고 전문 대행사들이 불공정행위 발생처에 추가되어야 함

- 불공정행위에 대한 실태조사와 연구가 진행되면서 불공정행위 유형들이 현재와 같이 정리됨
- 기존 법률에서 일부 불공정행위 금지와 관련한 내용이 포함되기도 했으나,
그동안 불공정행위가 감소했다는 현황은 아직 없음
또한 불공정행위를 강요한 사업자가 처벌받는 등의 사례는 거의 없음
- 표준계약서 현황(한국예술인복지재단)
 - 예술 22개(미술, 공예, 공연예술) / 콘텐츠 42개(만화, 애니메이션, 대중문화, 방송, 영화, 출판)
저작권 4개 / 표준근로계약서 7개 로 총 75개중 콘텐츠분야가 56%
 - 표준계약서는 의무사항이 아니라 권고사항

4. 불공정행위 사례

<불공정행위 유형과 침해되는 속성>

불공정 행위 유형	침해되는 속성
사재기/구매강요 행위	기획성
제작활동 방해 행위	창작성 / 보상성
낮은 가격, 감액 행위	보상성
수령 거부, 유통 거부 행위	보상성 / 재정성
무상 재작업 요구 행위	보상성
저작권 일반 양도 강요/낮은 수익 분배 행위	재정성
기술, 정보 제공 강요 행위	재정성 / 기획성
판촉 및 유통비용 전가 행위	보상성
비계열사 차별 행위	보상성
특별한 결제방식 등을 강제하는 행위	재정성

<문화산업 장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구>(2019) 중 발췌

① 제작활동 방해 행위

“제작사 컨셉에 방송사 PD가 창작 개입이 가능해요. 저희는 부당하다고 느끼지만 창작자 입장에서는 개입이라고 느낄 수 있죠” “소속 성우를 무조건 쓰라고 하죠. 이 문제는 저희가 이걸 강하게 어필 못하는 이유가 투자 비용이 줄어들까봐.” (애니메이션)

“스텝을 지정한다는 것은 스텝가격을 정하는 거고 그러면 단가가 정해져요. 지정하는 가격이 합당하다면 괜찮은데 그게 역량과 상관없이 정해졌고.... 그럼 제작비는 굳이 쓰지 않아도 될 돈을 쓰는 거니까 제작비가 늘어나는 거죠.” (드라마)

“두 가지로 보면 캐릭터 디자인 쪽으로 봤을 때, 용역 일을 받았을 때 제작하는 과정에서 바꾼다든지, 새로 한다든지, 계약서 상에는 어디까지만 개발하도록 되어있는데 그 이상을 요구하는 경우도 있거든요. 그런 것은 뭐 일을 준 데가 더 힘이 세니까. 그냥 받아들일 수밖에 없는 상황이 ” (캐릭터)

드라마, 음악, 애니메이션, 게임, 웹툰, 광고 분야에서 빈번히 발생

② 문화상품 수령 또는 판매 거부 행위

“가격 후려치고 제작 후 수령했는데 게임이 괜찮을 거 같은데 개발사가 돈을 많이 요구하면 마케팅 안 하겠다고 유통을 거부하고, 게임 시스템들을 큰 회사들이 다시 해오라고 하면 인건비를 회사들이 해주지 않죠, 마케팅 비용도 자기네들이 내니까 조금만 먹으라고 하고 MG도 갚아야 하니까 수익도 못 가져가고, 뭐 이렇게 지재권이나 법인 지분도 넘겨서 그냥 싹 다 털리는 구조가 그런 것들을 자행하고 있어요.” (모바일게임)

“어차피 광고를 넣고 안넣고는 광고주님이 관리를 하는 거니까요. 예를 들면 우리 일주일 있다가 온 에어 잡힐 거라고 하고 만들어요. 근데 갑자기 틀어졌어 그러면 저희는 “어 납품 다 했는데?”온에어 안 되면 제작비 어떻게? 안 주는 경우 많습니다. ” (광고)

“아예 유통을 받아주지 않는 경우도 상당히 많아요, 왜냐면 지금 현재로도 너무 많은 거래처들이 있으니까 이게 오히려 본인들 입장에서 선별을 해서, 아예 작은 회사들이나 신생회사를 아예 유통 계약을 체결 안 해주고 있더라고요.” (음악)

게임제작사로부터 게임을 수령한 퍼블리셔가 별다른 이유없이 게임출시를 보류하거나, 제작된 광고물의 방영이 취소된 경우 광고물 수령 거부 및 제작비 미지급 등

③ 납품 후 수정 보완 또는 재작업 요구 행위

“추가 제작비는 이걸 제작비에 산입하는 경우랑 초과된 부분은 제작사가 부담하는 경우가 있어요. 제작비 초과하는 경우 초과비용을 투자와 제작이 합의해서 영화의 질을 위해 인정되면 제작비 안으로 들어오고, 설득이 안 되면 안에서 만들던가 하죠. 안 그러면 제작자가 욕심을 내죠. 10억이 초과가 됐다고 하면 제작자가 부담을 하죠. 이럴 때 여력이 없으면 지분을 파는 거죠.” (영화)

“시즌제라서 제작하면서 방영하거든요. 방송사가 수정을 요구하고 비용은 안 줘요. 저희가 알아서 우리 비용 써가면서 사람을 많이 투입해서 고치죠.” (애니메이션)

“재작업은 방송에서는 아주 술하게 이뤄지는 작업이라서요. 애매한 경우가 뭐냐면 너무 형편없이 아예 퀄리티가 너무 떨어지는 거예요. 그래서 전면 재수정을 해야한다. 심지어 촬영도 더 해야하고 이런 경우들이 가끔 있어요. 그럴 경우에는 이게 제작사의 귀책인지 아니면 방송국의 갑질인지에 대해서는 명확하게 뭐가 없어요.” (PP)

주문하여 제작한 일러스트, 스토리 등에 대하여 무리하게 수정을 요구하거나, 수신회가 넘는 수정작업에 대한 대금을 지급하지 않는 행위

④ 기술자료 및 정보 제공 강요 행위

“저희는 프레젠테이션 자료를 어쨌든 낼 거 아닙니까. 그런데 내가 낸 게 떨어졌다고 해서 돌려주지 않거든요. 담당자의 책상 서랍에 있는 거죠. 한 프로덕션에 있는 시나리오대로 작품이 완성되기 때문에 하다보면 내가 낸 것도 여기 이만큼 들어있고. 그렇게 되기 때문에 비용 없이 오랫동안 노력한 수고대가로 제안서를 냈는데 제안서는 낄되고 내 아이디어는 그쪽에서 쓰이고 있는 그런 것들이 저희 쪽에서는 굉장히 많이 일어나고 있는 일들이죠.” (광고)

“예전에는 비밀비재했죠 이런 일들은. 저작권개념이 거의 없을 때는 기획서 받아놓으면 그중에는 기획사 제작사들한테 안주고 그걸 섞어서 제작하는 경우들이 있었죠.” (PP)

게임 제공을 위한 소스코드 및 운영매뉴얼 일체를 무상 양도하도록 콘텐츠 제공 계약서에 명시 강요 경쟁입찰 과정에서 문화상품제작업자의 기획서상 기술자료 및 정보를 자기 또는 다른 사업자를 위해 유용 등 (드라마, 웹툰, 광고 분야 등 지속 발생)

⑤ 판촉비용 등 비용 전가 행위

“경쟁이 치열해서 사전제작비용을 방송사가 요구하는 경우가 많아요. 가수가 컴백할 때 세트비용 부담 해라 컨셉에 맞춰서. 그러면 저희는 한다고 하거든요. 근데 문제는 중소기업이 대형사를 따라해요. 그래서 제작비용을 떠넘기거든요. 과하게 억단위로 넘기는 경우도 있어요. 예를 들어 해외공연 때문에 연말시상식을 사전 녹화하는데 방송사가 방송 안할라고 하냐고 협박하면 기획사 비용으로 사전녹화를 내 비용으로 할 수 밖에 없어요.” (음악)

“통신사나 극장 마일리지 같은 걸로 보면, 예로 제가 CGV에서 충성도 높은 고객이었어서 한 달에 한 번 공짜로 영화를 본다고 쳐요. 그러면 매출이 제로로 잡힌단 말이죠. 극장 마일리지이고 이건 부채니까 자기네 부채를 까는거죠. 근데 자기네 영화가 아니면 이럴 경우 영화제작자는 희생자가 되요. 만원이면 받은 배급사이고 받은 극장꺼예요. 오천원은 극장 마일리지니까 괜찮는데 배급사 오천원은 어떻게 되는 거예요.” (영화)

영화관, 공연장, IPTV 등의 유통업체에서 무료초대권 배포, 반값 할인행사과 같은 판촉 활동에 소요되는 비용을 제작업자에게 과도하게 부담시키는 경우 등
- 영화, 음악, 광고, 뮤지컬에서 지속 발생. 비용 크기와 관계없이 제작 손실

⑥ 자기 또는 자기계열회사 문화상품과 차별취급 행위

“공연 티켓 사이트들에 메인 배너로 올라오는 작품들은 다 이유가 있어요. (돈을 더 주거나 한 것 인가요?) 아니요 투자했거나 관련이 있는. 극장이라는 곳도 다 똑같아요. 대로에 보면 현수막 걸려있잖아요. 그거 다 극장 기획공연이에요. 대관공연은 아예 거기 들어갈 수가 없어요. 아예 거기 꿈도 못 꾀요. 현수막도 아예 메인은 대관된 공연은 아예 들어갈 수가 없습니다. 로비에다가 배너 세우는 것도 대관공연은 힘들어요.” (뮤지컬)

“아주 많습디다. 방송사들이 투자를 많이 하거든요. 자기 지분을 갖고 있기 때문에. 그런 것들은 시간 편성을 좋은 때에 해주거든요. 애니메이션을 아무리 잘 만들었어도 새벽 2시에 틀어주면 누가 보겠습니까. 시청률 안 나오는 게 당연하거든요. 그런데 자기네들이 만든 것은 제일 황금시간대에. ... 케이블 TV같은 경우도 자기네가 제작하는 지분을 참여한 것들은 좋은 시간에 많이 틀고 그래요.” (애니메이션)

“OOO는 드라마제작사를 만들었어요. 그런데 다른 회사들이 제작비를 50%받으면 이 회사는 70%받더라고요. (공식적으로 알 수는 없지만, 지인을 통해서 알기로는) 편성된 걸 보면 다 자회사가 안 걸린 경우가 거의 없거든요. 자연스럽게 독과점 형성되는 거죠. 드라마하우스와 공동제작 안하면 편성이 어렵고 다른 곳도 마찬가지죠. ...” (드라마)

“(사놓고 오픈 안 하는 경우?) 엄청 많죠. 국내에서도 그런 케이스가 되게 많죠.” (모바일게임)

영화, 드라마, 음악, 애니메이션, 뮤지컬에서 주로 발생하고 있음

⑦ 문화상품 사재기 행위

“음악순위조작문제 사재기문제가 공론화되었음에도 불구하고 대형사들은 매출에 영향이 있는 거라서 공개하기 상당히 꺼려해요. 사재기 문제 파악을 할 수 있는 원안 자체가 없어요. 기본적으로 매크로를 돌리고 사재기를 하고 서버를 해외에 두는 경우도 있기 때문에 유형이 다양해요.... 대형사들도 사재기에 자유로울 수 없어요. 조금만 붙여주면 1위를 할 수 있는데 신인들은 조금만 도드라져도 뭉가 올라가는 것처럼 보여서 사재기를 꿈꿀 수가 없는 구조인 거예요. 이게 매출에 증대되는 건 결국 투자수익이 돌아와요. 그런 현혹에 빠질 수밖에 없어요. 매출수익이 많지는 않지만 마케팅 수익을 충분히 수지타산이 맞을 수 있거든요.” (음악)

“사실 또 어떤 다른 불공정행위가 있다면, 게임을 출시하면 악플이나 별점 테러를 해요. 지금은 일부러 멘탈을 떨리게 해서 중소기업이 살아남을 수 없게 하는 거죠. 이게 보통 플레이스토어에서 기본 별점 4개를 받아야 하는데 그걸 못 받도록 하는 거고 그런 일을 하는 조직이 있다고 얘기만 들었어요.” (모바일게임)

“이게 오픈마켓에서 있는 거거든요. 평점으로 순위를 올리는 거라. ... 실제로 (대행해주는) 러시아 업체도 많기 때문에 플랫폼에서 스스로 자정할 수 있는 방법을 만들어야 할 거예요.” (애니메이션)

대량구매로 순위에 영향을 미치거나, 제3자가 대량구매토록하여 경제적 이익 제공하는 행위, 문화상품 선호에 관한 정보에 영향을 미치는 행위 등으로 음악과 게임에서 주로 발생

⑧ 부당한 대가결정 및 감액 행위

“스텝 인건비문제도 있고, 단가 조정 같은 경우에는 예를 들어 제작비 보면 회당 5억이 나와 있음에도 불구하고 예산수입구조를 차감해서 시작부터 단가조정에 들어가거든요. 또 단가조정 상황이 많지는 않지만 정부지원 받으면 100% 차감합니다. 심각한 점은 심의에 걸렸을 때, 제작비 삭감사유는 없지만 명예훼손을 이유로 회당 5천이나 1억을 차감하는 경우가 있어요. 실제 심의에 걸리면 계약서 내용보다 0 하나가 더 붙어서 갑자기 금액을 올려서 차감하는 경우가 많아요.” (드라마)

“애시당초 깎고 들어가요. 어린이 프로그램이 시대변화도 있고 다변화 채널상황에서 시청률이 아예 안 나온다고 전제를 두는 거죠. 들고 있는 것도 감사하게 생각하라 이거죠.” (애니메이션)

“지금 저희가 평균적으로 광고 같은 경우에는 계약서 작성이라는 게 사실 시작할 때 쓰는 경우도 최근에 많이 늘었지만, 나중에는 소재를 납품한 다음에 날짜를 거꾸로 해서 계약서를 쓰곤 해요. 그러면 제작비가 1억 들었다고 하면은, 온에어 되고 나서 거꾸로 해서 소급계약서를 작성을 하죠. 소급계약서를 작성할 때, 온에어 된 작품에 대해서 보통 삭감률이 30프로 정도 돼요.” (광고)

계약서를 작성하지 않고 건적서만 받은 뒤, 일이 끝나자 건적서보다 낮은 금액의 계약서를 작성하는 단가 후려치기 행위, 문화상품 대가를 현금 지급 또는 지급기일 전에 지급하는 것을 이유로 대가 감액, 정산 비용 미인정 감액 및 티켓판매 부진 사유로 감액 등
- 드라마, 애니메이션, 웹툰, 광고, 뮤지컬 분야에서 주로 발생

⑨ 지적재산권 양도 강제 및 불공정한 사용 수익 배분

“방송사랑 프로젝트를 했는데 방송사에서 방영하고 방송사가 판권을 가져가요. 계약서에 명기는 안됐는데 관행적으로 그렇게 해요.” (애니메이션)

“(매절계약) 많이 하죠. 기본적으로 미니멈 개런티를 주고 그 다음에 로열티를 가는데 초기에 힘없는 캐릭터들은 그거를 다 요구할 수가 없거든요. 물건을 만들어 주는 것만으로도 고맙게 생각해야하기 때문에 그쪽 요구사항을 다 들어줄 수밖에 없거든요.” (캐릭터)

“게임은 출시하면 ... 라이브 개발이 시작돼요. 자본의 논리 때문에 게임개발을 잘 하는 중견개발사가 사라졌어요. 못 벌어서 못 만들어서 사라지면 인정하겠지만 대형 상장사들에게 편입돼요. 어떻게 됐냐면 라이선스 피(fee)는 받아다 쓰면 되는데 MG는 인건비를 쓰고 나서 런칭할 때 10억을 벌었다고 치면 4억을 개발사에 줘야 하는데 MG를 20억을 미리 주면 MG를 다 채울 때까지 돈을 못 벌어서 굶어 죽어야 되는 거예요. 이렇게 힘들 때 누가 돈을 빌려주고 지분을 가져가는 경우가 생겨요. 그런 가운데 지분을 다 날려서 편입되는 거거든요. 좋은 게임을 개발할 수 있는 회사들이 이런 결과가 되는 거예요. 획일화되고 나쁜 생태계를 만드는 건데 예전엔 이런 불공정은 없었거든요.” (모바일게임)

유통사가 2차 저작권(부가판권) 관련 수익 및 권리에 있어 우월적, 독점적 지위를 요구

토론 2

문화콘텐츠 불공정행위 개선을 위한 법제 강화

범유경 민변 문화예술스포츠위원회 위원 / 변호사

문화콘텐츠 불공정행위 개선을 위한 법제 강화

범유경 민변 문화예술스포츠위원회 위원 / 변호사

문화콘텐츠 불공정행위 개선을 위한 법제 강화

변호사 범유경

민주사회를 위한 변호사모임 문화예술스포츠위원

발제 요약

발제-문화콘텐츠 불공정행위 유형 및 실태

- 부당한 제작활동 개입
- 문화상품의 수령 거부/반품/판매 거부
- 납품 후 수정/보완 요구하면서 비용 보상X
- 기술자료 및 정보제공 강요, 유용
- 판매촉진 비용 및 가격할인 비용의 전가
- 계열사에 대한 우대
- 판매대금 등 거래조건에 대해 부당하게 지정/제한/강요
- 사재기 및 구매강요
- 실제 소요 비용보다 낮은 수준으로 대가를 정하는 가격후려치기
- 저작권재산권 양도 강제 또는 현저히 낮은 수준의 수익 분배

발제-불공정행위 개선 및 상생협력 방안 요약

1. 공정거래위원회에 문화콘텐츠 불공정행위 담당 직제 신설
 - 현행: 약관심사과(표준약관 배포, 불공정 약관 시정), 시장감시국(웹툰 생태계 상생 환경 조성을 위한 협약 체결 참여), 시장감시국(시정명령)
 - 전문화된 인력을 보강하고 기존의 노하우를 활용하는 취지
2. 광역자치단체에 금전지급 청구에 한정해 조정 권한 위임
 - 현행: 서울시 문화예술/프리랜서 공정거래지원센터와 경기도 콘텐츠 공정거래 상담센터
3. 플랫폼 독점 및 불공정 행위 감시 전문 감독행정 기구 설치
 - 플랫폼 독과점에 기초한 과도한 유통수수료, 차별 대우 등 시정 필요성
 - 현행: 미국(공정거래위원회 내 전자시장감시국), 유럽(통신감독기구), 우리(공정위 시장감시국 내 TF)
 - 플랫폼의 거래행위 감시, 알고리즘 조작 및 프로그램 자체 불공정성 분석 필요
4. 영화인 신문고를 참고하여 ADR(대체적 분쟁해결제도) 도입

토론 - 해결 방안 검토

검토1. 공정거래위원회 담당 직제 신설

- 유정주 의원안
 - 문체부 시정명령 권한(제15조 제1항) + 공정거래위원회 및 관계부처 장에 대한 통보 의무(제15조 제3항)
- 김승수 의원안
 - 문체부 시정명령 권한(제15조 제1항) but 하도급법, 대규모유통거래공정화법, 독점규제법 해당시 시정명령 권한에서 제외 + 공정위 및 관계부처 장에 대한 통보 의무(제15조 제5항)
 - 하도급법 등에 관해서는 공정위에 필요조치 요구할 의무(제15조 제3항)
 - 공정위는 6개월 내 필요조치를 하고 문체부장관에게 통보할 의무(제15조 제4항)
- 문체부 vs. 공정거래위원회
 - 어느 부처에서 우선적으로 시정조치를 할 수 있는지가 선결문제

검토1. 공정거래위원회 담당 직제 신설

- 선례 1. 웹툰 상생협약체(2022)
 - 문체부 주도 + 공정거래위원회 동석
- 선례 2. 웹툰 분야 불공정약관 시정(2018)
 - 레진코믹스규탄연대 운동
 - 공정거래위원회 약관심사과에서 불공정약관 검토, 자율적 시정
- 2023. 1. 31. 공청회 자료집
 - 불공정 관행 유형 가운데 공정거래법 또는 하도급법에 유사한 불공정거래와 유사한 행위에 대해서는 공정위, 문화산업에 특유한 행위에 대해서는 문체부에 우선권
 - 예: 낮은 수준 대가 책정, 수령 거부 또는 반품, 수정/보완 비용 미보상, 정보제공 강요, 차별, 제작활동 방해, 배타적 거래 등은 공정위 vs. 사재기, 지재권 양도 강제, 비용 전가, 수익배분 관련 정보 제공 거부 등은 문체부

검토2. 광역자치단체에 대한 조정권한 위임

- 지자체를 통해 지방 문화산업 발전/공정화를 꾀하는 것에 대해서 필요성 동감
- 다만 전국적으로 통일된 기준이 적용되어야 할 필요가 있는 영역이라는 점에서 국가 전체 단위에서의 가이드라인 설정이 우선될 필요가 있다는 생각
- 조정권한 부여 외에 광역/기초단치자체에 창작자 지원을 촉구할 필요가 있고, 특히 계약서에 대한 포괄적 검토 등 법률 자문을 적극적으로 제공하고 이를 홍보할 필요도 있다고 보임
 - 참고: 경기도의 경우 포괄적 상담 가능한 것으로 보이거나, 서울의 경우 '창작물 권리관계, 손해배상, 계약해지 등 주요 검토사항' 위주로 진행
- 무엇보다 비수도권 지역에 인프라 확충할 필요 절실

검토3. 플랫폼 감시 전문 기구의 설치

- 디지털 플랫폼 속 수익구조: 중개수수료, 플랫폼 사용료, 광고료 등 지대(rent)
 - 지대는 네트워크 효과에 기반
 - 네트워크 효과: 어떤 상품에 대한 수요 형성이 다른 사람의 상품 선택에 큰 영향을 미치는 현상
- 특히 문화예술계 플랫폼은 프로모션(자리배치)에 대해 전권 지님
 - 이 프로모션 권한으로 인해 작품 노출이 매우 달라지고, 그 결과 수익 역시 큰 차이 발생
 - 문화예술계 플랫폼에서의 창작노동을 큐레이션형 플랫폼 노동이라고 일컫기도 함
 - 이때문에 노동자는 플랫폼과의 우호적 관계 유지를 위해 노력하게 되고, 결국 협상력이 떨어지는 결과 발생

검토3. 플랫폼 감시 전문 기구의 설치

- 근로계약을 체결하지 않는 프리랜서 일러스트레이터, 연재계약 체결한 작가 등은 독립사업자성과 플랫폼에 대한 종속성 동시에 지니게 됨
- 독립사업자성
 - 보조작가(제3자) 고용
 - 생산수단의 직접 소유
 - 자기 일감 기획
- 종속성
 - 과노동(마감과 많은 분량)으로 인해 사실상 개인적인 자유 시간 없음
 - 주요 계약조건이 플랫폼에 의해 일방적으로 정해짐
 - 일감 불안정성

검토3. 플랫폼 감시 전문 기구의 설치

- [예시] 근래 웹툰산업의 구조
 - 하도급화: 플랫폼-제작사(에이전시 등 CP사)-작가
 - 수직계열화: 플랫폼이 제작사를 자회사 형태로 만들거나, 혹은 기존 제작사의 지분을 흡수 → 프로모션 등에서 자사 우대 정책
- [예시] 실제 피해사례
 - 레진코믹스의 블랙리스트 사례
 - 사상검증에 잇따른 작가와의 계약 해지 사례
 - 케이툰의 일방적 연재 중단 통보 사례
- 공정거래위원회의 적극적 개입으로도 방지 가능했던 사례들이 있을 것으로 보인다는 점에서 아쉬운 측면

검토3. 플랫폼 감시 전문 기구의 설치

- 정보 불투명의 문제
 - 알고리즘, AI를 활용한 사례 증가
 - ‘영업상 비밀’이라거나 ‘직접 계약 상대방이 아님’을 이유로 정보 제공 거부
 - 수익 배분 관련해서 중요한 정보를 취득하지 못하는 경우 다수 발생
 - 이런 문제는 문화/예술 분야 외의 플랫폼 전반에 걸쳐 발생

검토3. 플랫폼 감시 전문 기구의 설치

- 약관법 제19조에 따른 약관 심사청구
 - 공정거래위원회는 불공정약관으로 판단할 강력한 권한
 - But 조항 관련 법률상 이익이 있는 자, 소비자단체, 한국소비자원, 사업자단체만 약관심사 청구 가능. 그리고 모든 계약이 약관 형태인 것은 아님
- 예술인권리보장법 제28조에 따른 예술인권리침해행위 신고
 - 예술인, 예술단체, 예술인조합은 예술인권리침해행위가 발생한 경우 문체부장관에 신고 가능(제28조 제1항). 문체부장관은 신고를 운영할 수 있고(제28조 제3항) 보호관에게 조사하게 해야 함(제29조 제1항)
 - 문체부장관은 관계 국가기관에 시정권고를 할 수 있고(제33조 제1항) 시정명령도 가능하다(제34조 제1항) 공정거래위원회에 사실 통보 의무 있음(제34조 제2항)
- 약관법, 예술인권리보장법만으로는 보호 미비 영역 발생
- 더욱이 문화산업에 종사하는 사람은 예술인에 국한되지 않음(중간 단계 업체, 제작사 등도 특히 플랫폼을 상대로는 불리한 지위에 놓임)

검토3. 플랫폼 감시 전문 기구의 설치

- 참고할 만한 해외 사례(경쟁법 중심으로)
 - 유럽연합
 - 온라인 중개서비스 비즈니스 사용자를 위한 공정성과 투명성 증진에 관한 규정 제 2019/1150호(EU P2B 규정)
 - 플랫폼-중소기업 사이 관계에 대한 규제로서, 디지털 플랫폼이 불공정한 약관을 중개사업자에게 요구하거나 불공정한 거래관행을 강제할 수 없도록 하기 위한 목적을 띠
 - 디지털 플랫폼(온라인 중개서비스 회사 및 온라인 검색엔진서비스 제공회사)에 대해 투명성 향상, 이용약관 변경시 통지, 순위 매개변수(ranking parameters)에 대한 설명, 효과적 구제방법 등에 관한 의무를 부여함(*단, 벌칙규정 없음)(최창수, 2020; 김진우, 2021)

검토3. 플랫폼 감시 전문 기구의 설치

- 참고할 만한 해외 사례(경쟁법 중심으로)
 - 일본
 - 거래투명화법
 - 거래조건 등의 정보 공개, 변경 시 사전 통지, 운영상의 공정성 확보, 운영상황의 경제산업대신에 대한 보고와 경제산업대신의 평가·평가 결과의 공표 등 필요한 조치 규정(김진우, 2021)
 - 독일
 - 경쟁제한방지법 개정(2017)
 - 제18조 제3a항 신설: 디지털 플랫폼 사업장의 시장에서의 지위 평가시 고려해야 할 기준 마련(직·간접적 네트워크 효과, 복수 서비스의 동시 이용과 이용자의 교체경비, 네트워크 효과의 측면에서 규모의 경제, 경쟁에 중요한 데이터에 대한 접근 기회, 혁신에 따른 경쟁 압력 등)(최창수, 2020)

4. 영화인 신문고 참고한 ADR의 도입

- 예술인권리보장법
 - 제28조 제3항: 문체부장관의 신문고 운영 권한
 - 시행령 제15조: 전담 부서 지정 의무, 예술인권리침해행위/성희롱 성폭력행위 내용에 따라 분류해 관리할 의무, 신고 내용 및 처리결과를 분석하고 관련 정책에 반영할 의무
- 현행
 - 방송실연, 대중음악, 연극, 뮤지컬, 영화에 대해서 별도 신고 기관 운영(한국예술복지재단의 사실조사 및 소송지원, 영화는 영화인 신문고 자체 지원)
 - 그외 장르에 대해서는 세분화 x
 - 모든 장르에 대해서는 한국예술인복지재단에서 예술인 신문고 운영

4. 영화인 신문고 참고한 ADR의 도입

- 법원 외 ADR의 고질적 문제: 종국적 판단 권한의 부재, 전문성 확보의 어려움
- 사회적 합의 도출의 어려움
 - 문체부, 공정위 등 관계 부처의 적극성+우위를 가진 사측의 책임 있는 태도와 협조+당사자 단체의 상호협력의 조건이 모두 충족되어야 가능함
 - 당사자 테이블 마련 자체가 곤란: 웹툰 상생협의체 운영 당시 향후 상생협의체에 준하는 기구 운영 약속되었으나 현재까지 새로운 기구 발족 X
 - 마련하더라도 누가 '당사자' 지위를 가지고 참여할 것인가 기준 설정이 난항
- 독자적 신문고(1단계)의 '노동단체' 자체가 해당 업계에 부재할 가능성도 있음(ex 웹소설 작가)

참고문헌

- 국회 문화체육관광위원회 (2023), 「문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률안」, 「문화산업 공정유통 및 상생협력에 관한 법률안」, 「국가유산기본법안」에 대한 공청회 자료집.
- 김진우 (2021), 유럽연합 및 일본의 온라인 플랫폼 규율과 국내 추진법안의 비교 및 시사점 - 온라인 플랫폼과 영업적 이용자 간의 법률관계를 중심으로 -. 소비자법연구, 7(1), 197-262.
- 남재욱·김봄이·크리스티나 히슬 (2020). 플랫폼 노동자의 사회적 권리 보장 연구. 한국직업능력개발원.
- 노동자권리연구소 (2021). 플랫폼노동자 권리보장을 위한 법·제도 개선방향. 전국민주노동조합총연맹.
- 윤상우 (2021). 플랫폼 노동의 법제도적 쟁점과 대응방안에 대한 비판적 검토. 한국사회, 22(1), 97-138.
- 이정식·김동영·최자연 (2020). 온라인플랫폼 중개 거래의 공정화를 위한 입법과제. 국회입법조사처.
- 정찬영·이승길 (2020). 플랫폼노동 종사자의 노동법적 쟁점과 보호방안. 아주법학, 14(1), 120-151.
- 최창수 (2020). 디지털 플랫폼에 대한 주요국 규제체계의 비교법 연구 - 독점규제법을 중심으로 -. 저스티스, (177), 325-354.
- 한국노동사회연구소 (2019). 플랫폼노동 논의와 실태, 정책과제 모색. 제144차 노동포럼.
- EESC (2020). Opinion of the European Economic and Social Committee on 'Fair work in the platform economy' (Exploratory opinion at the request of the German Presidency). Document 52020AE1859.
- ILO (2020). Promoting Employment and Decent Work in a Changing Landscape, Report of the Committee of Experts on the Application of Conventions and Recommendations. ILC109/III(B).
- Rosemarie Lally, J.D (2019). France's Mobility Bill Offers Additional Rights to Gig Workers. SHRM. <https://www.shrm.org/resourcesandtools/legal-and-compliance/employment-law/pages/global-france-gig-workers-bill.aspx>.

토론 3

문화콘텐츠 불공정행위 극복 방안

김영훈 더불어민주당 정책위원회 문화체육관광 수석전문위원

문화콘텐츠 불공정행위 극복 방안

김영훈 더불어민주당 정책위원회 문화체육관광 수석전문위원

문화콘텐츠 불공정행위 극복 방안

더불어민주당 문화체육관광 수석전문위원 김영훈

1. 문화콘텐츠 불공정의 문제의식

(창작자-제작사-유통사-이용자)

01

콘텐츠 지식재산권의 배분은 합리적인가?

창작자의 저작권 양도는 합리적으로 이루어지고 있는가?

02

콘텐츠의 수익배분은 합리적인가?

콘텐츠 수익관련 정보제공 및 관리는 적정한가?

03

종사자와 제작자의 고용계약은 고정적 합리적인가?

종사자(프리랜서)는 제작사 등과 근로조건, 수익배분, 지식재산권 등의 계약에 있어 합리적인가?



2. 콘텐츠산업 환경 이슈

사업자-종사자 간 인력수급 불균형

- 콘텐츠 인력 과잉공급. 수요측면에서 적임자 부족
- “콘텐츠산업 고용구조 변화 연구(한국콘텐츠진흥원, 2019)” 신규채용 될 수 있는 고등교육기관 졸업생 중 콘텐츠산업 관련 취업 대상자는 13,362명인데 신규 구인 인원은 3,912명으로 9,450명이 과잉공급
- “2018년 콘텐츠산업 창의인력 실태조사(한국콘텐츠진흥원, 2019)” 중소콘텐츠기업, 임금 근무환경 낮은 수준/노동시장 정보 부족

제작사-종사자 불공정 고용계약

- 창작자는 대부분 프리랜서 영세사업자로 대기업, 플랫폼업체에 비해 불리한 위치에 있어 권리행사 취약
- 제작기업-종사자(창작자) 간 저임금, 임금체불, 열악한 노동환경 문제 대두
- 분야별, 거래유형별 표준계약서 사용 미흡
[콘텐츠분야 근로환경 분석, 이종관(2016)]

콘텐츠 인력육성 정책 부족

- 콘텐츠분야 인적자원에 대한 체계적 교육 계획 미흡
- 계약직, 프리랜서 등은 교육훈련 관련 정보에서 소외되면서 접근성이 낮음
- 교육훈련 프로그램은 단기간 종료로 지속적 효과에는 한계

제작사-유통사 간 불공정 수익배분

- 유통업체의 우월적 지위는 수익배분 시, 제작사가 불리한 조건을 받아드리는 원인으로 작용
- 제작사가 외부투자(유통사)를 받는 경우 수익금을 투자자에게 우선적 배분, 제작사 수익지분도 확보하지 못하는 경우 존재
- 유통사에 집중되는 콘텐츠 제작 수익은 제작사의 자산축적을 저해해 차기 프로젝트 추진시에도 악영향

저작권 행사 불공정

- 콘텐츠 유통이 플랫폼 중심으로 재편, 대형 유통사가 창작자에 투자하고 IP(지식재산권)에 대한 권리 확보
- 창작자-제작사 간 저작권 일괄 양도의 불공정계약으로 향후 2차 저작물, 캐릭터 저작권의 보호를 받지 못함
- 제작사가 유통사의 투자를 받는 경우 유통사는 수익금 배분 외에 IP권리 배분을 요구

저작권 신탁단체의 투명성 논란

- 문체부-저작권신탁단체-이용자 간 저작물의 이용정보가 공유되지 못하면서 정산,분배의 타당성 문제 제기

3. 콘텐츠산업 10대 불공정 행위

(한국콘텐츠진흥원 2019.9.)

제작활동 방해

정당한 이유 없이 제작방향변경, 제작인력의 지정교체 등 문화상품제작업자의 제작활동을 방해하는 행위
(사례)공동제작이 아닌 투자배급사, 방송사 등의 제작사, 감독권한 침해

문화상품 수령, 유통거부

정당한 이유 없이 문화상품의 수령 거부 또는 반품하거나 수령한 문화상품의 판매 거부
(사례)연재 작가의 이유 없는 연재 강제 종료
제작된 게임을 퍼블리셔가 이유 없이 출시 보류

납품 후 재작업 요구 및 미보상

문화상품 납품 후 소요비용의 보상 없이 상품의 수정,보완,재작업 요구
(사례)유통업자가 주문하여 제작한 문화상품을 무리하게 수정 요구하거나 수정작업의 대금을 미지급

기술정보 강제양도

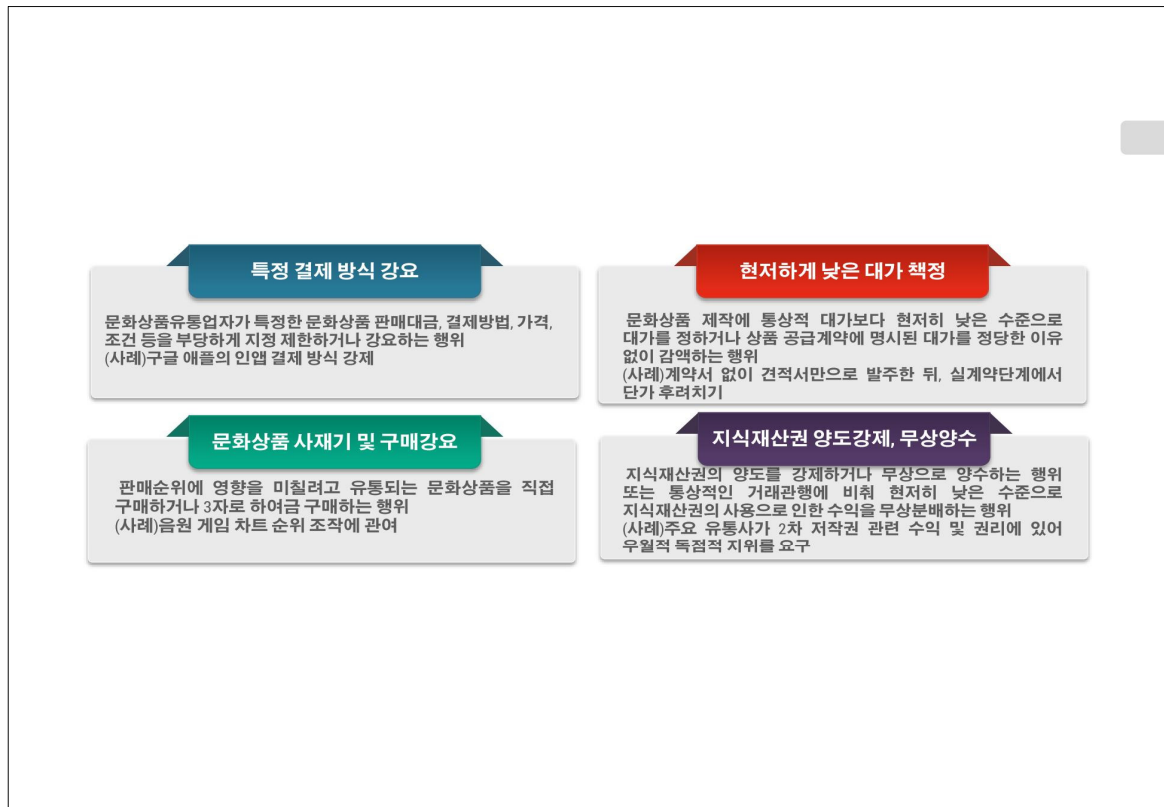
기술자료 및 정보의 제공을 강요,유통하는 행위
(사례)게임 공급업체가 게임 제공을 위한 소스코드 및 운영메뉴얼 일체를 무상 양도하도록 콘텐츠 제공 계약서에 명시

판촉 유통비용 전가

판매촉진에 소요되는 비용 또는 합의되지 않은 가격할인으로 인한 비용을 문화상품제작업자에게 부담
(사례)유통업체가 무료초대권, 반값할인행사와 같은 판촉활동 비용을 제작업자에게 과도하게 부담시킴

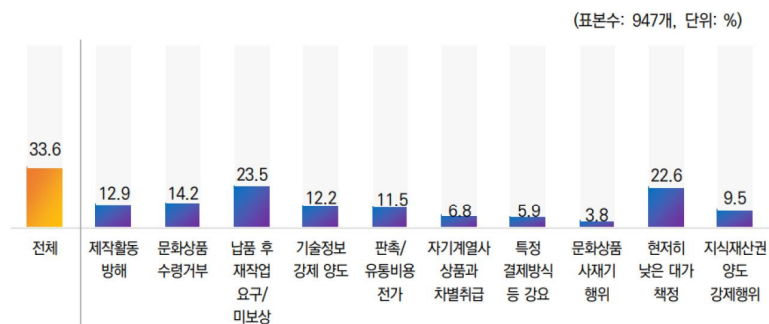
자기계열사 상품과의 차별 취급

자기 또는 자기 계열회사가 제작한 상품을 다른 상품제작업자가 제작 공급하는 상품과 차별하여 취급
(사례)방송사가 자사 투자작품에 한해 프라임 타임에 재방하여 타 제작사의 방송 진입을 제한



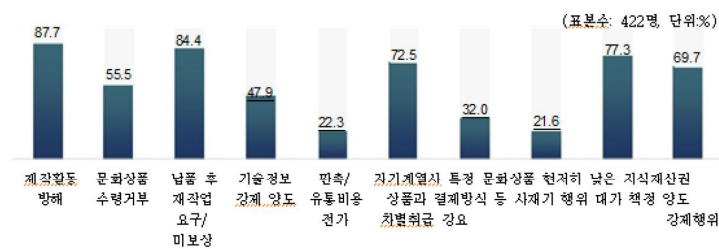
4. 2021년 콘텐츠산업 10대 불공정행위 실태조사(콘진원)

콘텐츠산업 중 출판, 만화/웹툰, 애니메이션, 게임, 음악/공연, 방송, 광고, 캐릭터 관련 기획/제작/유통/배급 산업 기업의 33.6%가 10대 불공정행위를 경험



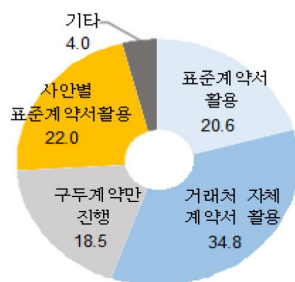
<콘텐츠산업 10대 불공정행위 경험비율(복수응답)>

프리랜서 중 54.4%가 중소기업과만 거래. 70% 이상이 불공정행위를 경험



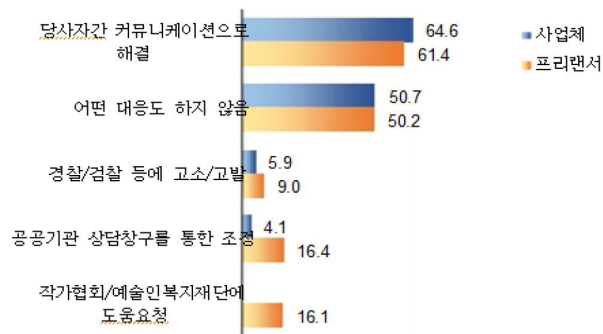
<콘텐츠산업 프리랜서의 10대 불공정행위 경험비율(복수응답)>

프리랜서들의 문체부 고시 표준계약서 활용 20.6%, 거래처 자체 계약서 활용 34.8%
프로젝트 성격에 따라 계약서를 표준계약서로 작성 22%, 구두 진행 18.5%



<프리랜서의 표준계약서 활용여부(%)>

불공정행위 발생 시 기업과 프리랜서 모두 50% 이상 어떤 대응도 없어. 사유는 거래 중단
공공기관 상담, 사정기관 고소 고발 등 적극적 대응 상당히 저조



<불공정행위 발생 시 대처형태(복수응답)(%)>

5. 고려 가능한 개선방안

콘텐츠 분쟁조정위원회 기능 확대 및 독립기관화



기능확대

- 현재 분쟁조정위원회는 위원장 1명 포함 위원 29명
위원은 업계 대표 11명(음악, 캐릭터, 게임, 영화, 방송, 패션, 엔터, 출판), 법조인 17명
- 현재 업계 위원 다수는 사용자측 대표로 구성. 피고용, 창작자의 목소리를 반영하기엔 한계 존재
- 콘텐츠의 분업화 특성 상 법조분야만 아닌 현장의 특수성을 조정할 수 있는 업계 종사자 위원 확대 필요



기관독립

- 유사기관 사례 : 스포츠윤리위원회, 언론중재위원회, 한국무선인터넷산업연합회의 DC상생협력지원센터 등
- 공정거래위원회의 콘텐츠 분쟁 처리 한계
- '공정거래위원회의 최근 5년간 출판 및 콘텐츠 제작업체 불공정행위 현황'(국회 정무위)
불공정행위의혹18건조사 중징계에해당하는형사고발,과징금,과태료처분은전무/경고12건,심사불개시4건,무협의2건
- 공정위 부산사무소의 경우 2021년 1건당 평균 사건처리 기간 150일(국회 정무위)
- 독립기관화 추진시 공정위가 반대할 가능성이 높음(부처 이기주의)
- 공공기관으로 설립이 어려울 시, 민간단체에 분쟁조정위 권한 위임 및 지원

권리자 분야별 조합결성 유도 및 활성화



권리자별 조합결성 활성화 필요성

정부 정책 및 각종 분쟁조정기구 권고와 조정의 임의성 - 사업자 강제 수단 부재
조정 불성립 시, 공정위 등 불공정거래에 관한 심의, 제재기관과의 연계 부족으로 불공정 문제 시장 내 잔존
산업별 장르별 특성 반영이 부족한 표준계약서
계약자 협상력의 우위가 존재
정부 산하 조직의 인력 및 예산 한계



미국의 조합 활성화

제작자, 연기자, 실연자, 스태프 등 산업, 직종, 이해관계자별 종사자 조합 결성, 조합원 권리 보호를 위해 타 집단과의 견제와 조화
(사례)미국 연기자조합(SAG-AFTRA)
- 16,000명 이상의 연기자, 아나운서, 방송기자, 스타트연기자, 댄서 등 회원 보유
- 일정 입회비 및 회비 납부(조합 대출 가능)
- 회원의무: 개인 소득에 비례한 연회비 납부, 조합의 파업 등 단체행동 시 일체의 연기활동 금지
회원들은 단체교섭협약이 이루어진 제작사와만 계약, 제작사도 조합원 연예인들만을 통해 제작
- 회의해택: 최소임금, 노동 및 휴식시간, 적정노동환경, 중재를 통한 분쟁해결조항 등에 대한 단체교섭
영화, 방송, 송신 및 재송신으로 인한 재사용수입에 대해 제작사들과 계약을 통해 보장
그외 조합자체의 연금 및 건강 서비스, 캐스팅 추천, 회원 교육 등

6. 콘텐츠 공정거래 개선 추가



01

관행의 문제 해결

원청업체의 인건비 직접 지급
- 공정거래법 상 하도급법의 구상권 준용
- 에스프로 계좌제도 도입

02

계약의 실행

표준계약서 양식 세분화 및 유인책 강화
- 정부지원사업, 모태펀드에 사용 실적 심사
- 불공정계약, 표준계약서 미사용에 대한 정부
및 공공유사기관 납품 금지

03

사업자간 신뢰도 및 거래투명성 제고

총리실 산하 콘텐츠산업진흥위원회 구성
'콘텐츠공정거래지수' 도입
(사례 동반성장위원회의 동반성장지수)

04

미흡한 법 개정 추진

예술인 지위 및 권리보장에 관한 법률
- 벌칙강화
문화산업진흥기본법
- 공정거래 구축을 위한 문체부장관의
의무부과(현, 선택)
저작권법
- 창작자 권리보장 강화

토론 4

**문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한
법률 제정 필요성과 경과**

유정주 국회의원



문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률 제정 필요성과 경과

유정주 국회의원

<민생회복 프로젝트 연속토론회>

**문화산업의 공정한 유통환경
조성에 관한 법률 제정 필요성과 경과**

문화예술 햇살가득☀

국회의원 유정주



1. 문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률 제정 필요성

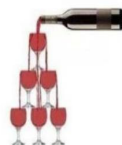
1. 문화산업 불공정행위 발생의 구조적 환경

- 문화산업은 소수의 유통(플랫폼)과 다수의 제작, 원청 제작과 하청 제작 영역에서의 거래 행위임.
- 완성된 콘텐츠가 판매되기 위해서는 유통(플랫폼)이 필수적이라는 점에서 소수의 유통(플랫폼)이 우월적 지위를 가짐.
- 우월적 지위가 힘의 불균형, 정보의 불균형을 초래함.
- 힘의 불균형, 정보의 불균형은 거부하기 어려운 상황, 즉 “어쩔 수 없이” 수용하게 되는 상황을 발생시킴.
- 문화산업 불공정행위의 결과는 제작 영역의 지속적인 손실 → 제작인력의 이탈 → 문화산업 제작 기반 붕괴로 이어짐.

1. 문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률 제정 필요성

낙수효과

<낙수효과의 이론>



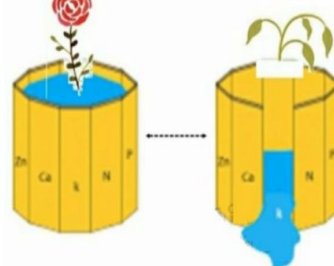
<불공정행위에 따른 낙수효과 현상>



문화산업 불공정행위로 인해 매출의 성과가 플랫폼 기업에서 제작사, 창작자에게 내려가지 못하는 결과를 나타낸다.

리비히의 법칙

<최소량의 법칙>



문화상품은 여러 지역이 역량을 모아
완성 · 판매되는 특성을 보인다

이런 특성으로 어느 한 지역의 역량이 떨어질 때
최소량의 법칙에 근접하는 결과를 나타낸다.

1. 문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률 제정 필요성

2. 법 제정의 취지

- 법 제정을 통해 지속 가능한 문화산업 발전의 토대를 마련하고, 공정한 유통환경을 조성하기 위함.
- 현재 문화산업 분야 개별 법령의 불공정행위 금지 조항은 강제력이 없는 선언적 조항으로 실효성을 담보할 수 없는 측면이 있음.
- 개별 법령에 분산되어있는 내용을 통합하여 불공정행위의 유형과 상생협력 환경 조성을 위한 지원 등을 체계적으로 규정하고자 함.

2. 문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률의 주요 내용

1. 10개 유형의 불공정행위 금지

- 문화산업 분야에서 빈번하게 발생하는 대표적 불공정행위 10개 유형
① 제작 방해행위 ② 수령 거부 ③ 납품 후 재작업 요구 ④ 정보제공 강요 ⑤ 비용 전가
⑥ 차별 취급 ⑦ 특정 결제방식 강요 ⑧ 현저히 낮은 대가 책정 ⑨ 문화상품 사재기
⑩ 지식재산권 양도 강제행위를 법률에 명시하고 금지행위로 규정함.

2. 문화산업 상생환경 조성 및 협력사업 지원

- 문화산업 상생환경 조성 및 협력사업 지원을 위해 둔 조항
① 문화산업상생협의체의 구성·운영 지원 ② 상생협약 체결 ③ 상생협력 우수기업의 선정·지원
④ 문화상품사업자 지원 조치 ⑤ 실태조사 ⑥ 전담기관 지정의 조항을 둠.

2. 문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률의 주요 내용

● 문화산업 분야에서 빈번하게 발생하는 대표적 불공정행위 10개 유형

- ① 제작방향의 변경, 제작인력의 지정·교체 등 문화상품제작업자의 제작활동 방해
- ② 문화상품의 수령 거부·반품 또는 수령한 문화상품의 판매 거부
- ③ 문화상품 납품 후 해당 문화상품의 수정·보완 또는 재작업을 요구하면서 이에 소요되는 비용을 보상하지 아니하는 행위
- ④ 문화상품 관련 기술자료 및 정보의 제공 강요 또는 유용
- ⑤ 판매촉진에 소요되는 비용 또는 합의하지 아니한 가격할인에 따른 비용 등을 문화상품제작업자에게 부담시키는 행위
- ⑥ 자기 또는 자기의 계열회사가 제작한 문화상품을 다른 문화상품사업자가 제작·공급하는 문화상품과 차별하여 취급하는 행위
- ⑦ 문화상품유통업자가 특정한 문화상품 판매대금 결제방법, 가격, 조건 등을 부당하게 지정·제한하거나 강요
- ⑧ 판매순위에 관한 정보를 왜곡·시킬 목적으로 스스로 제작 또는 유통하는 문화상품을 직접 구매하거나 제3자로 하여금 구매하게 하는 행위
- ⑨ 지식재산권의 양도를 강제하거나 무상으로 양수하는 행위 또는 통상적인 거래관행에 비추어 현저히 낮은 수준으로 수익을 분배하는 행위
- ⑩ 문화상품사업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 이유로 다른 문화상품사업자에게 수주의 기회를 제한하거나 거래 중지 또는 그 밖의 불이익을 주는 행위

2. 문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률의 주요 내용

3. 시정명령, 이행강제금 및 벌칙

- 금지행위를 위반한 사업자에 대한 문화체육관광부 장관의 중지, 지급명령, 계약조항 수정·삭제, 재발 방지 조치 등 시정명령 권한을 규정
- 시정명령을 받은 후 그 정해진 기간까지 시정명령을 이행하지 아니한 자에게는 5천만원 이하의 이행강제금을 부과함.
- 시정명령 미 이행자에 대해 2년 이하의 징역 또는 1.5억원 이하의 벌금을 부과함.
- 시정명령 미이행, 자료 미제출 또는 거짓 제출, 계약서 미보존, 미출석자 등에 대해 과태료를 부과함.

3. 문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률 경과

문화산업 공정유통법

발 의 2020년 12월 30일 유정주의원 대표발의

법안제명 문화산업의 공정한 유통환경 조정에 관한 법률

**부처 간
이견조정** 법안 발의 후 공정거래위원회, 중소기업부, 방송통신위원회와 협의진행.
상기 부처의 소관법률에 특별법적 지위를 부여하는 조항을 신설하여
공정위, 중기부 이견 해소.

3. 문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률 경과

문화산업 공정유통법

문화체육관광 상임위 통과 · 법사위 회부 2023년 3월 29일

- 이례적으로 방송통신위원회가 문화체육관광상임위에 출석해 방송법, IPTV법, 전기통신사업법의 소관사업자를 대상에서 제외하는 의견 제출 및 법안 추가논의 요구.
- **방통위 의견에 대한 상임위 입장**: 방통위 소관법률 사업자의 경우 문화산업 플랫폼 사업자로 제외 할 경우 ‘문화산업 공정유통법’의 실효가 없음.
방통위 소관법률 사업자에게 ‘문화산업 공정유통법’에서 금지하는 불공정행위를 예외로 하는 것은 법률적용의 공평성에 어긋남.

3. 문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률 경과

문화산업 공정유통법

과기정통부 의견제출

2023년 4월 11일

방송통신위원회 의견제출

2023년 4월 12일

- 방송통신사업자 간의 관계에 있어서는 계약, 금지행위 등 문화상품사업자 간의 관계를 규율하는 조항의 적용을 제외 (제4조)
- 방송사와 외주제작사의 관계와 같이 여러 부처의 소관 업무에 걸쳐있는 부분에 대해서는, 각 분야에 대한 전문성을 바탕으로 관계부처가 공동소관부처로서 상호협력할 수 있도록 보완 (제9조·제11조·제12조·제22조)
- 제정안 제4조(다른법률과의 관계)에서 전기통신, 방송, IPTV 분야는 전기통신사업법, 방송법, IPTV법을 따르도록 규정.
- 문체부장관이 통신분야 불공정행위를 접수하거나 인지하면 방통위에게 조사조치를 요구하도록 수정.

4. 문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률 쟁점 현황

- 문화산업 내 다수의 제작사, 창작자, 종사자는 시급한 법제정을 요구하고 있음.
- 문화산업 내 플랫폼 사업자의 경우 법제정 시 규제강화에 대한 우려를 가지고 있으나 공개적으로 반대입장을 표하지는 않음.
- 문체부는 2023년 1월 '정부 업무보고'에 연내 문화산업 공정유통법의 제정을 공식화함.
- 공정위, 중기부는 협의를 통해 이견을 해소함.
- 과기부, 방통위는 이중규제를 이유로 소관 법률(방송법, IPTV법, 전기통신사업법)의 사업자를 제외를 요구함.
- 과기부, 방통위의 의견은 플랫폼 사업자의 이해를 반영한 것으로 대부분의 플랫폼 사업자가 과기부, 방통위 소관 법률의 사업자로 등록되어 있음. 따라서 과기부, 방통위의 의견이 법사위에서 수용될 경우 법제정의 실효성이 없음.
- 법 제4조(다른 법률과의 관계)에 대 · 중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률, 전기통신사업법, 방송법, 인터넷 멀티미디어 방송사업법 등에 특별법적 지위를 부여하여 해당 법률에 동일 규정이 있거나 신설될 경우 우선 적용토록 하여 이중규제 문제를 해결하였음.

5. 맺음말

- 문화산업 내 불공정거래 문제는 창작·제작 분야의 피해에 국한되는 것이 아님.
- 문화산업내 불공정거래가 지속·심화될 경우 창작·제작 직군의 종사자 이탈 및 신규진입까지 제한되어 결국 산업의 붕괴에 이를 수 있는 차원의 문제임.
- 문화산업의 공정한 거래환경 확립과 상생환경 조성은 문화산업의 지속 가능성을 확보하는 중요한 문제로 인식해야 함.
- 겉보기에 화려한 문화산업이 청년세대에게 선망받는 직군이지만 문화산업의 신규인력 채우는 청년세대가 견디기에는 매우 열악한 상태임.
- 제작사 및 소규모 CP사들도 거대 플랫폼사와의 불공정한 계약관계를 강요받고 있어 소규모 제작사와 계약하는 창작자가 제대로 된 처우를 받지 못하는 악순환의 고리를 끊어야함.
- 문화산업 공정유통법이 모든 문제를 해결할 수 없지만 창작자와 소규모 제작사가 겪는 불행한 사건의 재발을 방지할 수 있는 최소한의 발판은 제공할 수 있을 것으로 기대함.
- 현재 법사위에 제출된 방통위, 과기부의 이견이 문화산업 공정유통법의 제정을 막을 수도 있다는 우려가 있음. 방통위, 과기부의 의견은 플랫폼 사업자를 문화산업 공정유통법의 대상에서 제외를 목적으로 하고 있음. 법안의 법사위 통과를 위해 모든 노력을 기울여야 함.

memo

[illegible]

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

memo

[illegible]

제7차 노동·고용 ②

프리랜서·중소기업의 문화콘텐츠

불공정행위 폐해 위기 극복 방안

주최 |  **민주연구원**
The Institute for Democracy

 **더불어민주당** 을지키는민생실천위원회

주관 |  국회의원 김승원 · 소병훈 · 유정주 · 홍익표