

발 간 등 록 번 호

11-1371000-001113-01

# FTA의 문화서비스분야 활용 가이드

Free·Trade·Agreement



문화체육관광부

Ministry of Culture, Sports and Tourism

## 일러두기

## 1 문화서비스산업 이해를 위한 기초

<b>1 문화서비스의 의의</b>	22
- 문화상품과의 차이는 무엇인가?	22
- 문화콘텐츠와의 차이는 무엇인가?	23
<b>2 문화서비스의 분류</b>	24
(1) WTO GATS 서비스분류체계에 따른 문화서비스 분류 및 한계	24
- 한국표준산업분류와는 어떻게 다른가?	26
(2) 전자적 전송에 의한 디지털 콘텐츠의 분류 이슈	27
(3) 온라인 플랫폼 서비스의 분류 이슈 문제	29
- OTT 서비스란 무엇이며, 왜 주목해야 하는가?	30
(4) 2020년 세계 콘텐츠시장 분류체계 및 시장별 정의	30
<b>3 문화산업 분야별 시장 및 교역 현황</b>	33
(1) 세계 콘텐츠시장 및 분야별 시장규모와 성장률 추이 및 전망	33
(2) 국가별 콘텐츠시장 규모 및 성장률 전망	36
(3) 우리나라 콘텐츠산업의 분야별 산업 및 교역 현황	37
(4) 세계 디지털 콘텐츠시장 현황	40

## 2 문화분야의 FTA 활용을 위해 알아야 할 국제통상규범

<b>1 자유무역협정(FTA)이란?</b>	46
(1) FTA의 의의	46
- WTO협정과 어떠한 차이가 있는가?	46
(2) FTA의 기대 효과	47



<b>2 서비스 FTA의 형태</b>	49
(1) 서비스무역의 4가지 공급방식	49
1) 국경 간 공급	49
2) 해외소비	49
3) 상업적 주재에 의한 공급	50
4) 자연인의 이동에 의한 공급	50
(2) 서비스 FTA의 유형: GATS형 v. 미국형	50
<b>3 서비스 FTA에서의 일반원칙 및 의무와 예외</b>	52
(1) 시장접근	52
(2) 내국민대우(NT)	52
(3) 최혜국대우(MFN)	53
(4) 국내규제	53
(5) 미국형 서비스 FTA에서의 부과 금지 의무	54
1) 현지 주재(LP) 요건	54
2) 고위경영진 및 이사회(SMBD) 국적 요건	54
3) 이행요건(PR)	55
(3) 일반원칙에 대한 예외	55
<b>4 국제통상규범에서 문화적 예외의 인정 배경 및 현황</b>	56
(1) 다자간 무역규범에서의 문화적 예외 허용 배경 및 현황	56
1) GATT 1947에 있어 “스크린쿼터” 허용 배경	56
2) WTO/GATT상 문화적 예외규정	57
- GATT 제4조 및 제3조 10항: 영화필름에 대한 스크린쿼터	57
3) WTO/GATS상 문화적 예외 규율	58
(2) FTA에서의 문화적 예외 인정 현황	59
<b>5 디지털 통상규범에서의 문화콘텐츠의 국경간 공급과 데이터의 국경간 이전 보장</b>	61
(1) 미디어·엔터테인먼트산업에서의 데이터의 잠재력 및 미디어산업의 성장 가능성	61
(2) 미디어·엔터테인먼트산업에서의 데이터의 국경간 이전 보장의 의의 및 중요성	61

## 3

서비스 FTA에서의 시장개방 방식 및 주요국의  
문화시장개방 기초

<b>1 서비스 FTA에서의 서비스·투자 개방 방식</b>	66
(1) 구체적 약속 양허표를 이용하는 GATS형 혼합방식	66
(2) 유보목록을 이용하는 미국형 네거티브 방식	67
- 현재유보와 미래유보란 무엇인가?	68
- “ratchet mechanism”(자유화조치 후퇴금지) 조항이란?	69
<b>2 우리의 기타결 FTA에서의 서비스 시장개방 방식</b>	70
(1) 우리의 FTA 추진 현황	70
(2) 우리의 기타결 서비스 FTA에서의 시장개방 방식	73
<b>3 주요 국가들의 문화산업 분야 시장개방 기초</b>	75
(1) 문화의 특수성을 주장하는 그룹: EU 및 캐나다 등	75
- 문화적 다양성 주장의 논거는 무엇인가?	76
(2) 문화의 특수성을 불인정하는 국가: 미국	76

## 4

기타결 FTA 체결국별  
문화서비스시장 개방 현황 안내

<b>1 FTA 타결에 따른 시장개방 현황 이해를 위해 알아야 할 공통 사항</b>	80
- 구체적 약속 양허표 방식 관련 안내	80
- 유보목록 이용 네거티브 방식 관련 안내	80
- FTA를 포함한 서비스무역협정에 따른 시장개방 약속과 체결국의 국내(투자)법에 따른 시장개방 간의 차이는 무엇인가?	81
- 웹툰이나 OTT 서비스 등과 같이 FTA 시장개방 약속시 이용되는 Provisional CPC 분류체계에 없는 업종에 대한 시장개방 약속은 어떻게 되는가?	82
- 우리의 기타결 FTA 타방 당사국의 문화서비스 시장개방 지도	82



## 제1장 아시아지역/86

<b>1 한-아세안 FTA 체결국</b>	87
<b>1.1. 인도네시아</b>	87
(1) 인도네시아의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	87
<b>1.2. 말레이시아</b>	93
(1) 말레이시아의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	93
(2) 말레이시아측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	99
<b>1.3. 태국</b>	100
(1) 태국의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	100
<b>1.4. 필리핀</b>	105
(1) 필리핀의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	105
<b>1.5. 미얀마</b>	109
(1) 미얀마의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	109
(2) 미얀마측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	113
<b>1.6. 캄보디아</b>	114
(1) 캄보디아의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	114
<b>1.7. 라오스</b>	118
(1) 라오스의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	118
<b>1.8 브루나이</b>	122
(1) 브루나이의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	122
<b>2 베트남</b>	126
(1) 베트남의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	126
(2) 베트남측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	130
(3) 문화협력	130
(4) 베트남 문화시장 진출 기회요인 및 향후 대응 과제	131
<b>3 싱가포르</b>	132
(1) 싱가포르의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가	132

(2) 싱가포르측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	135
(3) 영화제작 협력	135

#### 4 중국 136

(1) 중국의 문화서비스분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	136
(2) 한중 공동제작 영화에 대한 국내제작 영화로의 인정과 혜택 부여	140
(3) 관광협력	141
(4) 중국의 콘텐츠시장 규모 추이 및 현황과 전망	141
(5) 중국측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례 및 최근 진출 사례	142
(6) 중국 문화시장 진출 기회 요인 및 대응 과제	143

#### 5 인도 144

(1) 인도의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	144
(2) 인도측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	148
(3) 시청각공동제작 협력 및 협정 타결	149
(4) 인도 문화시장에의 진출 기회 기대	149

### 제2장 북미지역/150

#### 1 미국 151

(1) 미국의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가	151
(2) 미국의 콘텐츠 시장 규모 추이 및 현황과 전망	154
(3) 한국 콘텐츠의 미국 콘텐츠 시장 분야별 진출 현황 및 기회	155

#### 2 캐나다 157

(1) 캐나다의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가	157
(2) 캐나다측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	159
(3) 문화산업 예외 조항	159
(4) 캐나다와의 문화산업 분야에서의 협력 강화 기대	160



### 제3장 유럽지역/162

#### 1 유럽연합(EU) 163

(1) EU의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	163
- 영국의 EU 탈퇴에 따른 영국 문화서비스 시장개방은 어떻게 되는가?	164
(2) EU측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	169
(3) 한-EU 문화협력의정서 채택	170
■ 시청각물 공동제작	170
(4) EU와의 문화산업 분야에서의 협력 강화 및 EU 시장 진출 기회 기대	172

#### 2 유럽자유무역연합(EFTA) 173

##### 2.1. 스위스 173

(1) 스위스의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	173
(2) 스위스 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	177

##### 2.2. 아이슬란드 178

(1) 아이슬란드의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	178
(2) 아이슬란드 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	181

##### 2.3. 노르웨이 182

(1) 노르웨이의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	182
--------------------------------------	-----

##### 2.4. 리히텐슈타인 186

(1) 리히텐슈타인의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	186
■ 한-EFTA간 방송프로그램 공동제작 부속서 채택	189

#### 3 터키 190

(1) 터키의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가	190
(2) 터키 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	195

### 제4장 오세아니아지역/196

#### 1 호주 197

(1) 호주의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가	197
------------------------------------	-----



(2) 호주 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	202
(3) 시청각물 공동제작	202

## 2 뉴질랜드 204

(1) 뉴질랜드의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가	204
(2) 뉴질랜드 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	208
(3) 시청각물 공동제작	208

## 제5장 중남미지역/210

### 1 칠레 211

(1) 칠레의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가	211
(2) 칠레 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	215

### 2 페루 216

(1) 페루의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가	216
(2) 페루 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	222

### 3 콜롬비아 223

(1) 콜롬비아의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가	223
(2) 콜롬비아 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	229

### 4 중미 5개국 230

#### 4.1. 니카라과 230

(1) 니카라과의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가	230
(2) 니카라과 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	234

#### 4.2. 온두라스 235

(1) 온두라스의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가	235
(2) 온두라스 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	238



### 4.3. 코스타리카 239

(1) 코스타리카의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가	239
(2) 코스타리카 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	243

### 4.4. 엘살바도르 245

(1) 엘살바도르의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가	245
(2) 엘살바도르 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	248

### 4.5. 파나마 249

(1) 파나마의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가	249
(2) 파나마 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례	252

## 표 목차

<표 I-1>	WTO/GATS서비스분류체계상 광의의 문화서비스 해당 분야	25
<표 I-2>	한국표준산업분류(KSIC)상 광의의 문화서비스 해당 분야	26
<표 I-3>	2020년 콘텐츠 분야별 시장분류 및 그 정의	31
<표 I-4>	세계 콘텐츠시장 분야별 규모 추이 및 전망(2015년-24년간)	34
<표 I-5>	국가별 콘텐츠시장의 규모 및 성장률 추이와 전망	36
<표 I-6>	우리나라 콘텐츠산업의 분야별 현황(2018년 기준)	37
<표 I-7>	우리나라의 콘텐츠산업 분야별 수출액 규모와 증가율 추이 (2016-2018년간)	39
<표 I-8>	우리나라 콘텐츠산업의 지역별 분야별 수출액 현황(2018년)	39
<표 I-9>	세계 디지털 콘텐츠시장의 주요 분야별 규모 및 증가율 현황과 추이	41
<표 I-10>	세계 디지털 콘텐츠시장에서 한국의 위치	42
<표 II-1>	GATS형 서비스 FTA와 미국형 서비스 FTA간 규율체계 및 실체적 규율 사항의 비교	51
<표 III-1>	A국과 B국간 서비스 FTA에 있어 A국의 구체적 약속양허표 일부	67
<표 III-2>	한-페루 FTA의 페루의 현재유보 예시(상업 광고 서비스 분야)	68
<표 III-3>	한-중미 FTA의 온두라스의 미래유보 예시(도박 및 베팅서비스 분야)	69
<표 III-4>	우리나라의 발효 FTA 현황 (2021.1 발효 기준)	70
<표 III-5>	우리나라의 서명 및 타결 FTA 현황 (2021년 1월 기준)	72
<표 III-6>	우리나라의 협상 진행 및 준비 중인 FTA 현황 (2021년 1월 기준)	72
<표 III-7>	우리나라 기타결 서비스 FTA에서의 시장개방 양허 방식	73
<표 IV-1>	인도네시아의 문화서비스분야 양허 현황 및 개방수준 평가	87
<표 IV-2>	인도네시아측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	91

<표 IV-3>	인도네시아측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	92
<표 IV-4>	말레이시아의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	93
<표 IV-5>	말레이시아측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	98
<표 IV-6>	말레이시아측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	99
<표 IV-7>	우리 기업의 한-아세안 FTA의 말레이시아측 문화서비스 개방 약속 활용 사례	99
<표 IV-8>	태국의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	100
<표 IV-9>	태국측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	104
<표 IV-10>	태국측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	104
<표 IV-11>	필리핀의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	105
<표 IV-12>	필리핀측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	108
<표 IV-13>	필리핀측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	108
<표 IV-14>	미얀마의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	109
<표 IV-15>	미얀마측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	112
<표 IV-16>	미얀마측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	112
<표 IV-17>	우리 기업의 한-아세안 FTA의 미얀마측 문화서비스 개방 약속 활용 사례	113
<표 IV-18>	캄보디아의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	114
<표 IV-19>	캄보디아측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	117
<표 IV-20>	캄보디아측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	117

<표 IV-21>	라오스의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	118
<표 IV-22>	라오스측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	120
<표 IV-23>	라오스측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	121
<표 IV-24>	브루나이의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	122
<표 IV-25>	브루나이측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	124
<표 IV-26>	브루나이측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	125
<표 IV-27>	베트남의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	126
<표 IV-28>	베트남측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	129
<표 IV-29>	베트남측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	130
<표 IV-30>	우리 기업의 한-베트남 FTA의 베트남측 문화서비스 개방 약속 활용 사례	130
<표 IV-31>	싱가포르의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가 (한-싱가포르 FTA 싱가포르 측 유보 기준)	132
<표 IV-32>	싱가포르 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황	134
<표 IV-33>	우리 기업의 한-싱가포르 FTA의 싱가포르측 문화서비스 개방 약속 활용 사례	135
<표 IV-34>	중국의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	136
<표 IV-35>	중국측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	139
<표 IV-36>	중국측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	140
<표 IV-37>	중국 콘텐츠시장의 규모 추이 및 현황과 전망(2015-2024년간)	142
<표 IV-37a>	우리 기업의 한-중FTA의 중국측 문화서비스 개방 약속 활용 사례	142
<표 IV-38>	인도의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	144
<표 IV-39>	인도측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	148

<표 IV-40>	인도측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	148
<표 IV-41>	우리 기업의 한-인도 FTA의 인도측 문화서비스 개방 약속 활용 사례	148
<표 IV-42>	미국의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가 (한-미 FTA 미국 측 유보 및 부속서한 기준)	151
<표 IV-43>	미국측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황	153
<표 IV-43a>	미국의 콘텐츠 시장 규모 추이 및 현황과 전망(2014-2024년간)	154
<표 IV-44>	캐나다의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가 (한-캐나다 FTA 캐나다 측 유보 기준)	157
<표 IV-45>	캐나다 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황	159
<표 IV-46>	우리 기업의 한-캐나다 FTA의 캐나다측 문화서비스 개방 약속 활용 사례	159
<표 IV-47>	EU의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	164
<표 IV-48>	우리 기업의 한-EU FTA의 EU 회원국들의 문화서비스 개방 약속 활용 사례	170
<표 IV-49>	한-EU간 문화협력의정서에 따른 시청각 공동제작물의 혜택 수혜 요건	171
<표 IV-50>	스위스의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	173
<표 IV-51>	스위스측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	176
<표 IV-52>	스위스측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	177
<표 IV-53>	우리 기업의 한-EFTA FTA의 스위스측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례	177
<표 IV-54>	아이슬란드의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	178
<표 IV-55>	아이슬란드측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	181
<표 IV-56>	아이슬란드측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	181
<표 IV-57>	우리 기업의 한-EFTA FTA의 아이슬란드 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례	181
<표 IV-58>	노르웨이의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	182



<표 IV-59>	노르웨이측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	184
<표 IV-60>	노르웨이측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	185
<표 IV-61>	리히텐슈타인의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	186
<표 IV-62>	리히텐슈타인측의 문화서비스분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	188
<표 IV-63>	리히텐슈타인측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	189
<표 IV-64>	터키의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가	190
<표 IV-65>	터키 측의 문화서비스 분야의 Mode 3 (상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	193
<표 IV-66>	터키측의 문화서비스분야의 Mode 1 (국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	194
<표 IV-67>	우리 기업의 한-터키 FTA의 터키 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례	195
<표 IV-68>	호주의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가 (한-호주 FTA 호주 측 유보 기준)	197
<표 IV-69>	호주 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황	202
<표 IV-70>	우리 기업의 한-호주 FTA의 호주 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례	202
<표 IV-71>	뉴질랜드의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가 (한-뉴질랜드 FTA 뉴질랜드 측 유보 기준)	204
<표 IV-72>	뉴질랜드 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황	208
<표 IV-73>	우리 기업의 한-뉴질랜드 FTA의 뉴질랜드 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례	208
<표 IV-74>	칠레의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가 (한-칠레 FTA 칠레 측 유보 기준)	211
<표 IV-75>	칠레 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황	214
<표 IV-76>	우리 기업의 한-칠레 FTA의 칠레 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례	215
<표 IV-77>	페루의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가 (한-페루 FTA 페루 측 유보 기준)	216

<표 IV-78>	페루 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황	221
<표 IV-79>	우리 기업의 한-페루 FTA의 페루 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례	222
<표 IV-80>	콜롬비아의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가 (한-콜롬비아 FTA 콜롬비아 측 유보 기준)	223
<표 IV-81>	콜롬비아 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황	228
<표 IV-82>	우리 기업의 한-콜롬비아 FTA의 콜롬비아 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례	229
<표 IV-83>	니카라과의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가 (한-중미 FTA 니카라과 측 유보 기준)	230
<표 IV-84>	니카라과 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황	234
<표 IV-85>	우리 기업의 한-중미 FTA의 니카라과 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례	234
<표 IV-86>	온두라스의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가 (한-온두라스 FTA 온두라스 측 유보 기준)	235
<표 IV-87>	온두라스 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황	237
<표 IV-88>	우리 기업의 한-중미 FTA의 온두라스 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례	238
<표 IV-89>	코스타리카의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가 (한-코스타리카 FTA 코스타리카 측 유보 기준)	239
<표 IV-90>	코스타리카 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황	243
<표 IV-91>	우리 기업의 한-중미 FTA의 코스타리카 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례	244
<표 IV-92>	엘살바도르의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가 (한-엘살바도르 FTA 엘살바도르 측 유보 기준)	245
<표 IV-93>	엘살바도르 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황	248
<표 IV-94>	우리 기업의 한-중미 FTA의 엘살바도르 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례	248
<표 IV-95>	파나마의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가 (한-파나마 FTA 파나마 측 유보 기준)	249
<표 IV-96>	파나마 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황	251
<표 IV-97>	우리 기업의 한-중미 FTA의 파나마 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례	252

## CONTENTS

## 그림 목차

<그림 1-1>	세계 콘텐츠시장 규모 및 성장률 추이와 전망 (2015년-2024년)	33
<그림 1-2>	세계 콘텐츠시장의 세부 분야별 시장점유율 현황 및 추이	35
<그림 1-3>	세계 콘텐츠시장의 세부 분야별 코로나19 전후 성장률 비교 (2015-2019년간 평균 v. 2019-2024년간 추정치)	35
<그림 1-4>	한국 콘텐츠산업의 수출입 규모 및 추이(2014년-2018년)	38
<그림 1-5>	전 세계 디지털 콘텐츠시장의 규모 및 전체 콘텐츠시장에서의 비중 추이 (2013년-2022년)	40

\*  
\*  
일러두기

◆◆ 본 가이드는 우리의 문화서비스산업 기업들이 자유무역협정 (Free Trade Agreement: 이하 'FTA')에서의 서비스무역(투자 포함) 자유화 약속을 활용하여 이들 타방 계약국 문화서비스시장에 진출함에 있어 필요한 정보를 제공하기 위해 발간한다.

◆◆ 다만, 문화서비스는 다른 상업적 서비스와 달리 문화적 정체성 내지 문화적 다양성이라는 특수성을 갖고 있어 국가별로 시장개방에 대한 입장에 상당한 차이가 있고, 따라서 문화적 예외가 인정됨을 유념할 필요가 있다.

◆◆ 본 가이드 제4부에서 제공하는 우리의 기타결 계약국별 문화서비스 개방 현황 안내를 이용하는 독자들은 제4부 “1. FTA 타결에 따른 시장개방 현황 이해를 위해 알아야 할 공통 사항”을 먼저 읽어 둘 것을 권장한다. 또한 계약국별 시장개방 현황 및 개방수준 평가를 참조하는 독자들은 <표> 하단에 제시한 약어, 개방수준 평가 및 양허 또는 유보 특기 사항을 반드시 읽어두기 바란다. 시장개방과 관련한 서비스무역의 공급방식, 계약국의 의무와 예외에 대해 보다 구체적인 설명을 원하는 독자는 제2부를 참조하기 바란다.

◆◆ 한편, 인터넷의 보급과 더불어 문화콘텐츠 가운데 디지털 콘텐츠의 교역이 꾸준히 증가하여 왔고, 최근에는 디지털 기술 및 인프라의 급속한 발전으로 Netflix와 같이 온라인 플랫폼을 통해 국경을 넘어 동영상서비스 등을 제공하는 온라인 플랫폼 서비스의 비중이 급속히 증가하고 있어 문화콘텐츠 관련 디지털무역 규범의 최근 동향에 대해서도 간단하나마 설명을 추가하였다.

◆◆ 참고로 본 가이드는 2019년 12월 말 기준 발효된 16개의 FTA를 대상으로 한다. 협정문은 FTA 공식 홈페이지(FTA 강국, KOREA: <https://www.fta.go.kr/main/>)에 게재된 정보(국문본과 영문본)를 인용하였다.

## [ 우리의 기타결 FTA 타방 당사국의 문화서비스 시장 개방 지도 ]

○: 완전개방, △: 제한개방, X:비개방, ◇: 향후 제한 또는 비개방 가능성, ●: 부분 완전개방  
 유보목록을 이용한 계약당사자의 경우 투자(M3) 및 국경간서비스무역 중 M1만을 기준. 즉, 자연인의 이동 공급(M4)은 제외

분야		기타 사업서비스				시청각서비스					관광서비스			레크리에이션·문화·스포츠 서비스					
		광고서비스	사진서비스	인쇄·출판	간접회계(900)	영화·비디오 제작·배급	영화·영상 서비스	라디오·TV 전송 서비스	라디오·TV 프로그램 제작	애니메이션	호텔·레스토랑	여행업	관광업	엔터테인먼트	뉴스·정보	도서관·박물관	스포츠 서비스 등	도박	게임
국가																			
인도네시아	M1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	○	○	X	X	X	X	X	X	X
	M3	X	X	X	X	X	X	X	X	X	△	△	X	X	X	X	X	X	X
말레이시아	M1	X	X	X	○	X	X	X	X	X	○	○	X	X	X	X	X	X	X
	M3	△ (8711, 8712, 8719)	X	X	△	△	X	X	X	X	△	△	X	X	X	X	X	X	X
태국	M1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	M3	▲	X	▲	X	▲	X	X	▲	X	△	△	X	X	X	X	▲	X	X
필리핀	M1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	○	○	X	X	X	X	X	X	X
	M3	X	X	X	X	X	X	X	X	X	△	△	X	X	X	X	X	X	X
미얀마	M1	○	X	○	X	제작○ 배급X	○	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	M3	X	X	X	X	제작△ 배급X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
캄보디아	M1	○	X	X	X	X	○	X	X	X	호텔○ 레스토랑X	○	○	○	X	X	X	X	X
	M3	○	X	X	X	X	○	X	X	X	△	△	○	○	X	X	X	X	X
라오스	M1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	○	X	X	X	X	X	X	X	X
	M3	△	X	X	X	X	X	X	X	X	△	X	X	X	X	X	X	X	X
브루나이	M1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	M3	X	X	X	X	X	X	X	X	X	△	X	X	X	X	X	X	X	X
베트남	M1	●	X	X	X	X	X	X	X	X	○	○	X	X	X	X	X	X	X
	M3	▲	X	X	X	△	△	X	X	X	○	△	X	△	X	X	X	X	△
싱가포르		○	○	○	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	X	○
중국	M1	△	○	X	○	제작X (비디오) 배급○	●	X	X	X	○	○	X	X	X	X	X	X	X
	M3	△	△	▲	△	제작X (비디오) 배급△	▲	X	X	X	△	△	X	△	X	X	X	X	X
인도	M1	▲	●	X	○	제작X 배급X	X	X	X	X	○	○	X	X	X	X	○	X	X
	M3	▲	●	X	○	제작X 배급△	X	X	X	X	○	○	△	○	X	X	○	X	X

국가	분야	기타 사업서비스				시청각서비스				관광서비스			레크리에이션·문화·스포츠 서비스					
		광고서비스	사진서비스	인쇄·출판	간접회계업자	영화·비디오제작·배급	영화상영서비스	라디오·TV전송서비스	라디오·TV프로그램제작	애니메이션	호텔·레스토랑	여행업(단체여행)	관광업(내국인)	엔터테인먼트	뉴스제공업자	도서관·박물관(내국인)	스포츠서비스등	도박
미국		○	○	○	○	○	○	◇	○	○	△	△	○	○	○	◇	X	◇
캐나다		◇	◇	X	◇	X	X	X	X	△	△	◇	◇	◇	◇	◇	X	◇
EU	M1	○	●	○	○	X	X	X	X	●	X/○	X/○	X/○	X/○	X/○	X/○/○	X	X
	M3	○	○	△	○	X	X	X	X	△/○	△/○	○	●/○	X/△/○	X/△	X/○/○	X	X
스위스	M1	●	○	○	○	X	X	X	X	X	○	X	X	○	X	○	X	X
	M3	●	○	○	○	X	X	X	X	○	○	△	X	○	X	○	X	X
아이슬란드	M1	○	○	○	○	X	X	X	X	○	○	○	○	△	○	○	X	X
	M3	○	○	△	○	X	X	X	X	△	△	○	○	△	△	△	X	X
노르웨이	M1	○	○	○	○	X	X	X	X	○	○	○	X	○	X	X	X	X
	M3	○	○	○	○	X	X	X	X	○	○	○	X	○	X	X	X	X
리히텐슈타인	M1	●	○	○	X	X	X	X	X	X (케이 터링: ○)	○	X	X	○	X	○	X	X
	M3	●	○	○	X	X	X	X	X	○	○	○	X	○	X	○	X	X
터키	M1	○	X	X	X	△	X	△	●	○	X	△	X	X	X	X	X	X
	M3	○	X	인쇄:○ 출판:● (신문 잡지 제외)	○	○	●	○	●	○	○	○	X	○	X	X	X	X
호주		○	○	◇	○	◇	◇	◇	◇	○	△	○	◇	○	◇	◇	X	◇
뉴질랜드		○		◇	○	◇	○	△ (라디오)/ ◇(TV)	◇	○	○	○	◇	◇	◇	◇	X	◇
칠레		○	○	△	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
페루		△ (CS/ ○/)	△	△ (CS/ ○/)	◇	◇	△/◇	◇	◇	○	○	○	△	◇	◇	●	X	◇
콜롬비아		△	○	인쇄:○ 출판:△	○	△	라디오:○ TV:△	라디오:○ TV:△	○	○	△	○	◇	○	◇	◇	X	◇
니카라과		○	○	○	○	△	○	△	○	△	△	△	○	○	○	○	△	○
온두라스		○	○	○	○	△	○	△	○	○	○	○	○/△ (음악)	○	○	△	△ (카지노)/ ◇	◇
코스타리카		△	○	○	○	◇	◇	△	△	◇	△	△	○	△	○	○	◇	◇
엘살바도르		△	◇	○	○	◇	◇	○	○	◇	○	○	△	○	○	○	○	◇
파나마		△	○	△	○	○	○	△	○	○/△ (술집)	○	△	○/△ (연주자, 예술가)	○	○	○	X	○



FTA의  
문화서비스분야  
활용 가이드

Free  
Trade  
Agreement

# 제 1 부

## 문화서비스산업 이해를 위한 기초

1. 문화서비스의 의미
2. 문화서비스의 분류
3. 문화산업 분야별 시장 및 교역 현황



## 1

## 문화서비스의 의의

“문화서비스”(cultural services)라 함은 문화적 관심이나 필요를 충족시켜 줄 목적으로 행해지는 그러한 활동을 의미한다. 그러한 활동은 본질적으로 물질적인 상품과는 구별된다. 문화서비스는 상업적 기초에서나 무료로도 제공될 수 있음이 특징이다. 일반적으로 문화서비스에는 (i) 연극, 오케스트라 및 서커스 등과 같은 공연서비스(performing services), (ii) 출판, 뉴스, 커뮤니케이션 서비스, (iii) 영화, TV 및 라디오 프로그램과 홈비디오의 제작 및 배급, 영화의 상영, 케이블-위성 및 방송시설이나 영화관의 운영 등을 포함하는 시청각서비스(audiovisual services), (iv) 도서관, 자료보관소 및 박물관 등의 서비스 그리고 이밖에 (v) 스포츠 및 레크리에이션 서비스 등이 포함된다. 보다 넓은 의미로서 숙박 및 음식점과 여행 관련 서비스업을 포함시키기도 한다. 이와 같이 다양한 서비스를 포괄하는 문화서비스에 대한 단일의 공통된 정의는 없다.<sup>1)</sup>

한편, 문화서비스를 포함하는 최광의의 개념으로서 “문화상품(cultural products)”이란 표현이 사용되기도 한다. 이는 앞서 설명한 무형의 재화로서의 문화서비스와 유형의 재화에 해당하는 “문화상품(cultural goods)” 양자를 모두 포함한다.

일반적으로 문화산업 분야의 시장개방 내지 무역자유화를 다루는 국제(문화)통상규범 협상에서 제기되는 문화적 예외라 할 때 달리 명시하지 않는 한 그 대상에는 문화서비스와 문화상품이 모두 포함된다.

## ◆◆ 문화상품과의 차이는 무엇인가?

문화서비스와 구별되는 개념으로서 “문화상품”이라 함은 일반적으로 생각, 상징 및 삶의 방식을 전달하는 소비재상품을 가리킨다. 개인이나 집단의 창의성의 결과인 문화상품은 생산과정을 거쳐 복제되고, 배급망을 통해 보급된다. 문화상품의 예로서 도서, 잡지, 멀티미디어 제품, 소프트웨어, 레코드, 영화, 비디오, 시청각 프로그램, 공예 및 패션디자인 등이 있다.<sup>2)</sup>

1) UNESCO, Culture, trade and globalisation, 2. What do we understand by cultural goods and services?(이하 ‘UNESCO 2’), <http://www.unesco.org>를 기초로 저자가 수정 보완하였다.

2) 위와 같음

그런데, 문화산업에는 영화나 인쇄출판 등과 같이 서비스와 상품을 분리하는 것이 어려운 업종이 존재한다. 가령, 영화 제작 자체는 시청각서비스의 일부<sup>3)</sup>로서 서비스협상의 대상이 되지만, 제작된 영화가 필름의 형태로 다른 국가에 수출되는 경우 상품분류체계인 HS-3706 하위 품목으로 분류되어 해당 관세율을 적용받게 되고, 동 필름이 수입국 내에서 배급되거나 영화관에서 상영되는 경우 다시 시청각서비스의 일부가 되어 당해 서비스에 대한 시장개방 약속을 적용받게 된다.<sup>4)</sup>

## ◆◆ 문화콘텐츠와의 차이는 무엇인가?

정보기술의 진전과 인터넷 등 네트워크가 확산됨에 따라 문화적 요소를 포함한 일체의 콘텐츠를 지칭하는 “문화콘텐츠”라는 개념이 점차 널리 사용되고 있다. 여기에는 비디오테이프나 CD 등에 담긴 영화나 음악, 만화, 애니메이션, 게임소프트웨어 등은 물론 인터넷이나 PC통신 등을 통해 제공되는 각종 프로그램이나 정보 내용물 등이 포함된다. 특히, 기술의 진전에 따라 새로이 등장하는 콘텐츠 역시 이에 포함된다. 따라서 문화콘텐츠는 아날로그 콘텐츠와 디지털 콘텐츠를 포함하고, 오프라인에서 활용되는 콘텐츠는 물론 기본적으로 유무선 네트워크를 통해 전달되는 디지털화된 콘텐츠를 가리키는 온라인 디지털 콘텐츠를 모두 포함하는데<sup>5)</sup> 디지털 기술 및 인프라의 급속한 발전으로 온라인 디지털 콘텐츠의 비중이 빠르게 증가하고 있음이 주목된다.

3) W/120 기준 “2.D.a. 영화 및 비디오테이프 제작 및 배급 서비스(CPC 9611)”로 분류된다.

4) 필름의 배급에 대해서는 “2.D.a. 영화 및 비디오테이프 제작 및 배급 서비스(CPC 9611)”으로 분류되어 동 서비스에 대한 양허를 적용받고, 필름의 영화관에서의 상영은 “2.D.b. 영화 상영 서비스(CPC 9612)”로 분류된다.

5) 박정수, 문화콘텐츠산업 기초분석, 2007, p.1.

## 2

## 문화서비스의 분류

## (1) WTO GATS 서비스분류체계에 따른 문화서비스 분류 및 한계

다자간 서비스협상을 통해 각 회원국이 시장개방에 관한 약속을 협상하고, 이행하기 위해서는 서비스산업에 대한 통일적이고 체계적인 분류(classification)가 전제되어야 할 것이다. 상품의 경우 'HS(Harmonized System) Code'<sup>6)</sup>로 알려진 국제적으로 통일된 품목분류체계가 확립되어 있다. 이에 반해 서비스산업에 대해서는 아직까지 국제적으로 확립된 통일된 분류체계가 없다. 이에 따라 지난 GATT 시기의 우루과이라운드(Uruguay Round: UR) 서비스협상시 참가국들은 자국의 서비스시장 개방에 관한 약속을 담은 양허표를 작성함에 있어 1991년 공표된 UN “잠정 중심상품분류체계”(Provisional Central Product Classification: CPC prov)<sup>7)</sup>상의 서비스업종에 관한 분류체계를 이용하였다.<sup>8)</sup>

따라서 UR 협상 결과 채택된 WTO “서비스무역에관한일반협정(General Agreement on Trade in Services: GATS)”의 적용 대상인 문화서비스의 범위를 알기 위해서는 WTO(World Trade Organization)의 회원국들이 각기 제출하는 서비스시장 개방에 관한 “구체적 약속 양허표(Schedule on Specific Commitments)” 작성시 이용하는 “서비스분야별 분류표(service sectoral classification list: W/120)”<sup>9)</sup>를 참조해야 한다. 이에 따라 광의의 문화서비스로 분류되는 분야를 소개하면 아래의 <표 I-1>과 같다.

6) 이는 지난 1983년 6월 14일 채택된 “통일 물품품목기호체계에 관한 국제협약”(International Convention on Harmonized Commodity Description and Coding System)을 가리킨다. 동 협약이 1988년 1월 1일 발효하였고, 이에 따라 GATT 및 WTO 회원은 관세양허 등에 있어 HS Code를 의무적으로 사용해야 한다.

7) PROVISIONAL CENTRAL PRODUCT CLASSIFICATION, ST/ESA/STAT/SER.M/77, United Nations, 1991. Provisional CPC는 이후 수차례 개정되어, 현재는 “Central Product Classification Version 2.1(CPC Version 2.1)”이 사용되고 있다. ST/ESA/STAT/SER.M/77/VER.2.1, 2015. <https://unstats.un.org/unsd/classifications/Family/Detail/1074>

8) L. Altinger & A. Enders, The Scope and Depth of GATS Commitments, The World Economy, Vol.19 (1996), No.3, p.313.

9) 이는 CPC prov에 기초해 작성되었다.

&lt;표 I-1&gt; WTO/GATS서비스분류체계상 광의의 문화서비스 해당 분야

대분류	중분류	소분류(CPC Provisional Code 기준)
1. 사업서비스	F. 기타 사업서비스 <sup>1)</sup>	a. 광고서비스(CPC 871)
		p. 사진서비스(CPC 875)
		r. 인쇄 및 출판(CPC 88442)
		s. 국제회의 용역서비스(Convention services, CPC 87909 일부)
		t. 기타 사업서비스의 기타 중 일부 - 복제서비스(CPC 87904) - 통번역 서비스(CPC 87905) - 전문디자인서비스(CPC 87907) - 개인연주가 대리 에이전시 서비스(CPC 87909 일부)
2. 커뮤니케이션 서비스	D. 시청각 서비스	a. 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(CPC 9611)
		b. 영화 상영 서비스(CPC 9612)
		c. 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스(CPC 9613)
		d. 라디오 및 텔레비전 전송서비스(CPC 7524)
		e. 음반 녹음(CPC n.a.)
		f. 기타
9. 관광서비스 <sup>2)</sup>		A. 호텔 및 레스토랑(CPC 641~643)
		B. 여행 알선 대행 서비스(CPC 7471)
		C. 관광 안내 서비스(CPC 7472)
		D. 기타
10. 레크리에이션, 문화, 스포츠서비스 <sup>2)</sup>		A. 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함)(CPC 9619)
		B. 뉴스제공업(CPC 962)
		C. 도서관, 박물관 및 기타 문화 서비스(CPC 963)
		D. 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스(CPC 964)
		스포츠서비스(CPC 9641) 기타 레크리에이션서비스(CPC 9649) - 도박 및 내기 서비스(CPC 96492)
		E. 기타

자료: WTO. 1991. “Services Sectoral Classification List”. MTN.GNS/W/120.

1) 특정 RTA, 예를 들어 한-EU FTA의 경우 기타사업서비스의 소분류 분류가 W/120과 다소 다른 코드를 적용하고 있음. 상기의 표에서는 W/120 기준으로 문화서비스 분야 해당 업종을 제시

2) 중분류만을 포함하고 있는 분야임.

여기서 라디오 및 텔레비전 전송서비스는 통신서비스와 시청각서비스가 혼재되어 양자 간에 경계가 어려운 분야인바, 프로그램 제작과 관련된 서비스는 시청각서비스로 분류하고, 순전히 정보의 전송과 관련된 서비스는 통신서비스로 분류하는 것이 일반적이다.<sup>10)</sup>

한편, WTO/GATS 서비스분류체계인 W/120은 1991년 공표된 것이어서 이후 서비스산업 및 기술의 빠른

10) KIEP, WTO 서비스협상 분야별 주요국의 시장개방 현황 분석 및 양허요청안 작성에 대한 시사점(용역보고서), 2002, p.62.

발전과 더불어 기존에 없던 새로운 서비스가 등장하거나 둘 이상의 업종이 융합하여 생성된 서비스 등을 반영하지 못한 한계가 있다. 가령, 온라인 게임의 경우 CPC prov에는 분류가 되어있지 않아 W/120상 155개 서비스업종 중 어느 업종에 포함되는지가 불명확한바, 이후 공표된 CPC Version 2(2008년)에서는 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보 공급 서비스; Telecommunications, broadcasting and information supply services)~843(온라인 콘텐츠; On-line content)~8439(기타 온라인 콘텐츠; Other on-line content)~84391(온라인 게임; On-line games)로 분류하였다. 따라서 새로운 서비스를 반영하는 분류체계를 도입해야 할 필요성은 인정되지만 이 경우 기존의 WTO/GATS 서비스분류체계에 기초하여 제출된 서비스 양허를 수정해야 하는 문제 등이 있어 그 도입이 쉽지 않다.

#### ◆◆ 한국표준산업분류와는 어떻게 다른가?

일반적으로 서비스산업통계 작성시 이용되는 제9차 한국표준산업분류(KSIC)에 따라 광의의 문화서비스로 분류될 수 있는 분야를 소개하면 <표 1-2>와 같다. 이에 따르면 정보서비스업 안에서 “포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업”이나 “데이터베이스 및 온라인정보 제공업” 등과 같이 최근에 급성장하는 디지털 서비스를 반영하고 있음이 주목된다.

<표 1-2> 한국표준산업분류(KSIC)상 광의의 문화서비스 해당 분야

대분류코드	산업(중분류(2 digit) 코드)	영문 산업명
I	숙박 및 음식점업(55~56)	Accommodation and food service activities
55	숙박업	Accommodation
56	음식점 및 주점업	Food and beverage service activities
J	출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58~63)	Information and communications
58	출판업	Publishing activities
59	영상·오디오 기록물 제작 및 배급업	Motion picture, video and television programme production, sound recording and music publishing activities
60	방송업	Broadcasting
63	정보서비스업	Information service activities
	정보서비스업 중 아래의 3개 업종 포함 63120(포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업), 63910(뉴스제공업), 63991(데이터베이스 및 온라인정보제공업)	-
	정보서비스업 중 아래의 3개 업종은 불포함 63111(자료 처리업), 63112(호스팅 및 관련 서비스업), 63999(그 외 기타 정보 서비스업(기타 컴퓨터운영 관련업, 기타정보서비스))	-
M	전문, 과학 및 기술 서비스업(70~73)	Professional, scientific and technical activities

대분류코드	산업(중분류(2 digit) 코드)	영문 산업명
732 733 73901 73902	전문, 과학 및 기술 서비스업 중 아래의 8개 업종 포함 73201(인테리어 디자인업), 73202(제품 디자인업), 73203(시각 디자인업), 73209(기타 전문 디자인업), 73301(인물사진 및 행사용비디오 촬영업), 73302(상업용 사진 촬영업), 73303(사진 처리업), 73901(매니저업) 73902(번역 및 통역서비스업)	
N	사업시설관리 및 사업지원 서비스업 (74~75)	Business facilities management and business support services
752	752 하의 3개 업종 포함 75211(일반 및 국외 여행사업), 75212(국내 여행사업), 75290(기타 여행보조 및 예약 서비스업)	-
75992	아래 1개 업종 포함 75992(전시 및 행사 대행업)	-
R	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업(90~91)	Arts, sports and recreation related services
90	창작, 예술 및 여가관련 서비스업	Creative, Arts and Recreation Related Services
91	스포츠 및 오락관련 서비스업	Sports activities and amusement activities

자료: 통계청(2008), 『한국표준산업분류』; 통계청(2008), 「제9차 한국표준산업분류 연계표」; 통계청 웹사이트(<http://kostat.go.kr/kssc>)

## (2) 전자적 전송에 의한 디지털 콘텐츠의 분류 이슈

문화콘텐츠(cultural contents)는 그 정의에 따라 제작 방법(디지털로 인코딩될 것)을 기준으로 기존의 아날로그 콘텐츠(analog contents)는 물론 유무선 네트워크에서 사용하기 위해 부호, 문자, 음성, 음향, 이미지, 영상 등을 디지털 방식으로 제작, 처리하여, 배급되는 자료 및 정보를 의미하는 디지털 콘텐츠(digital contents)도 포함한다. 또한 전달 방법(전달 매체 또는 전자적으로 전송될 것)을 기준으로 오프라인에서 활용되는 콘텐츠는 물론 기본적으로 유무선 네트워크를 통해 전자적으로 전송[다운로드]받을 수 있는 온라인 디지털 콘텐츠 역시 포함된다.<sup>11)</sup>

오프라인을 통해 국경을 넘어 거래되는 아날로그 콘텐츠는 기본적으로 상품으로 간주되어 국제 상품무역 규범의 규율을 받고 따라서 관세를 부과받는다. 반면에 전자상거래 등 온라인을 통해 국경 간에 거래되는 디지털 콘텐츠는 이를 상품으로 간주해야 하는지 아니면 서비스로 간주해야 하는지에 대해서는 EU와 미국의 입장이

11) 박정수, 상계서, p.1.

상이고 현재까지도 입장이 좁혀지고 있지 않은 상황이다.

먼저 EU는 디지털 콘텐츠는 자체는 무형재이어서 그 자체가 상품이 아니지만 유형재인 물리적 매개체에 내장된 관계에서는 상품으로 취급될 수 있다는 입장이다. 이러한 관점에서 최근 인터넷을 통해 거래되는 디지털 콘텐츠는 더 이상 유형재에 내장되지 않고 당초의 무형재 형태를 유지하면서 통신서비스인 인터넷 전송과 결합하여 국경간 거래되고 있기 때문에 서비스 무역의 일부라는 입장이다. 따라서 디지털 콘텐츠는 더 이상 “상품무역에관한일반협정(General Agreement on Trade in Goods: GATT)”의 적용 대상이 될 수 없다는 입장이다.

이에 대해 미국은 (i) 실제로 국경간 무역에서 디지털로 전송되는 콘텐츠는 그에 상응하는 물리적 ‘상품’이 존재하는 관계이기 때문에, 이러한 디지털 콘텐츠가 전자적 전송이라는 방법으로 교역되는 경우에도 이를 상품으로 간주해야 하고, (ii) GATT나 GATS 안에는 그 전달방식이 물리적인 것인지 아니면 전자적인 것인지에 따라 상품과 서비스를 구별하는 어떠한 규정도 없다는 점에서 ‘기술 중립적’(technologically neutral)이라는 WTO에서의 일관된 관행을 강조하면서 인터넷을 통한 디지털 콘텐츠의 국경간 무역은 GATT의 규율 대상이 되어야 한다는 입장이다.

이와 같이 전자적으로 전송되는 디지털 콘텐츠의 분류 문제가 어려운 것은 전자적 전송물에 대한 개념 정의가 확립되어 있지 않기 때문이다. 이러한 상황에서 이를 상품으로 간주할 경우 GATT가 적용되지만, 서비스로 간주할 경우 GATS가 적용되는데, GATT와 달리 GATS에서는 회원국이 자국의 양허표를 통해 특정 서비스에 대한 시장접근이나 내국민대우에 대해 제한을 부과할 수 있다. 이 점에서 EU나 캐나다 등과 같이 자국 문화산업을 보호하는 정책을 가진 국가들은 디지털 콘텐츠 역시 서비스로 간주하여 GATS의 적용 대상이 되는 것을 선호하기 마련이고, 문화산업에서 세계적인 경쟁력을 가진 미국은 반대 입장을 견지한다.

이와 관련 1998년 5월 WTO 제2차 각료회의에서 채택된 1998년 전자상거래 선언에서는 다음 회의까지 “전자적 전송(electronic transmissions)”에 대해 관세를 부과하지 않는 기존의 관행을 한시적으로 유지한다는 일종의 모라토리움에 합의하였고, 이후 동 관행이 한시적으로 갱신, 유지되고 있는 상황일 뿐 다자간 차원에서의 이 문제에 관한 법적 규율에 있어 진전은 없다.

이러한 상황에서 최근 타결되는 일부 FTA에서 디지털 제품(digital products)에 대한 정의와 무관세 대우 등에 대해 규정하고 있지만, 이의 분류 문제를 직접적으로 언급하지 않고 있어 이에 대해서는 여전히 향후 국제적 논의에 맡겨둔 것으로 이해된다.

### (3) 온라인 플랫폼 서비스의 분류 이슈 문제

5G 네트워크의 보급과 디지털 기술의 발전으로 온라인 플랫폼 서비스(on-line platform services)가 급속히 확산되고 있는 상황에서 해외의 온라인 플랫폼을 통해 다양한 분야의 서비스-가령, 영화 및 드라마 상영, 교육, 의료 등-를 제공하는 경우 그러한 거래가 국경간 서비스무역에 해당되어 GATS와 같은 서비스무역규범의 적용을 받게 될 것임은 이론의 여지가 없다. 그런데 이러한 온라인 서비스 플랫폼을 통해 제공하는 다양한 분야의 서비스들이 어떠한 서비스분야 및 업종으로 분류해야 할 것인지에 대해서는 아직 확립된 기준이 없다. 가령, 한국의 소비자가 Netflix와 같은 해외의 온라인 서비스 플랫폼에 가입하여 동영상을 시청하는 서비스를 제공하는 경우 동 거래가 국경간 서비스무역에 해당함은 명백하지만, 이렇게 온라인 플랫폼을 통해 제공하는 동영상 서비스가 어떠한 서비스분야(업종)로 분류해야 할 것인지의 문제이다.

이에 대해 미국, EU 및 중국 등 주요 디지털 교역국들은 각기 자신들의 이해관계를 반영한 입장을 견지하고 있어 온라인 플랫폼 서비스의 분류 문제는 그 해결이 쉽지 않다. 이러한 상황에서 급부상 중인 온라인 플랫폼 기반 서비스의 분류 이슈를 둘러싸고 크게 다음의 3가지 방안이 각기 미국, EU 및 중국 등에 의해 제시되고 있다.

첫째, 온라인 플랫폼 서비스를 “컴퓨터 관련 서비스” 또는 “통신서비스”로 분류하자는 입장으로 미국이 이를 지지한다. 이는 온라인 플랫폼 서비스 제공자가 플랫폼 기반 서비스를 제공하기 위해서는 자신의 플랫폼을 통해 제공되는 본래의(original) 서비스 분야가 무엇인지와는 관계없이 “컴퓨터 및 관련 서비스”의 일부인 “데이터 프로세싱”(CPC 1.B.c)과 데이터베이스 서비스(CPC 1.B.d) 또는 “통신서비스”의 일부인 “packet-전환 데이터 전송 서비스”(CPC 2.C.b)와 같은 서비스가 반드시 요구되기 때문이라는 주장이다. 참고로 EU를 포함하여 상당수 WTO 회원들은 자신의 GATS에 따른 서비스 양허에서 “컴퓨터 및 관련 서비스”는 완전 개방을 약속하였다. 이는 온라인 플랫폼 서비스에 있어 세계적인 경쟁력을 갖고 있는 미국이 상기 분류 방법을 선호하는 이유 중 하나로 보여진다.

둘째, EU 등이 지지하는 기능적 접근방법은 온라인 플랫폼을 통해 실제 제공되는 오리지널 서비스를 기준으로 분류하자는 입장이다. 이에 따르면, 가령, Uber는 최종 용도가 운수업에 해당되므로 “승객운송서비스”(CPC 11.F.a)로 분류되고, Airbnb는 “호텔 및 레스토랑업”(CPC 9.A)으로 분류된다. 문화서비스와 관련하여 넷플릭스, Disney+, 왓챠 및 카카오 TV 등이 제공하는 OTT 플랫폼 서비스는 “시청각 서비스”로 대분류되고, 세부 업종으로는 영화 및 비디오 제작·배급서비스나 영화상영서비스 또는 라디오·TV 전송서비스(제작된 프로그램 전송) 등으로 소분류될 수 있다.

참고로 EU가 이 방법을 지지하는 이유로는 그러한 오리지널 서비스의 산업 및 고용 비중이 적지 않고, 특히 문화콘텐츠의 국경간 공급의 경우 문화산업과 직접 연관된 것이어서 문화다양성 및 문화정체성을 중시하는 EU로서는 역내 문화서비스산업의 보호가 매우 중요한데 EU는 기타결 무역협정에서 시청각서비스에 대해서는 시장개방을 하지 않았고, 온라인 플랫폼 환경에서도 이를 개방할 의사가 없기 때문이다.

셋째, 뉴 서비스 또는 온라인 중개 서비스로 분류하자는 입장이 있다. 전자는 온라인 플랫폼 서비스가 디지털 기술의 발전으로 출현한 새로운 서비스이어서 기존의 분류체계에 해당 서비스를 확인할 수 없으며, 따라서 ‘뉴



서비스'(new services)로 신설하여 분류해야 한다는 주장이다. 후자는 온라인 플랫폼 서비스는 특정 서비스의 수요 및 공급에 관한 정보를 탐색하여 이를 인터넷이나 모바일 등을 이용하여 당해 정보의 전달을 실현시켜 주는 서비스라는 점에서 이를 “온라인 중개(intermediation) 서비스”로 새롭게 분류하자는 입장이다.

이러한 입장을 따르면 사실상 온라인 플랫폼 서비스에 대해서는 시장개방 여부 및 개방 범위 등에 대한 약속을 제출하기 위한 양허 협상을 별도로 해야만 한다. 이 점에서 중국을 비롯하여 온라인 플랫폼 서비스 시장의 개방에 소극적인 국가들이 이 방안을 지지한다.

현재로서는 이들 세가지 방안을 둘러싼 주요 국가들의 이해관계가 너무 달라 이에 관한 합의 도출이 어려워 보이고, 따라서 현재로서는 국경간 교역을 통해 그러한 온라인 플랫폼 서비스를 공급받는 수입국의 법·정책을 따를 수밖에 없다.

#### ◆◆ OTT 서비스란 무엇이며, 왜 주목해야 하는가?

“Over the Top”의 약어인 OTT의 Top은 TV에 연결되는 셋톱박스를 의미하는데, 시장 초기에는 TV 셋톱박스과 같은 단말기를 통한 인터넷 기반의 동영상 서비스를 의미하였다. 현재는 셋톱박스와 상관없이 PC, 스마트폰 등의 단말기뿐만 아니라 통신사나 방송사 또는 제3의 사업자들이 별도로 인터넷을 통해 영화, 드라마, 애니메이션, 다큐 등 다양한 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스 즉, 인터넷 기반의 동영상 서비스를 포괄하는 의미로 사용된다.

OTT 서비스를 주목해야 하는 이유 중 하나는 산업적 측면에서 OTT 시장의 규모 및 성장세가 크게 확대되고 있기 때문이다. 전 세계 OTT 시장 규모는 2014~2018년 동안 연평균 32.1%로 크게 성장하여 2018년 381억 7,300만 달러를 기록하였고, 신규 OTT 사업자 참여 및 신규 서비스 출시로 2018~2023년 동안 연평균 9.7%의 높은 성장세를 보이면서 2023년에는 시장 규모가 727억 5,400만 달러에 달할 것으로 전망되고 있다. 한편 서비스통상 협상 관점에서 OTT 서비스의 분류 문제가 국가 간 주요 쟁점이 되고 있다. OTT 서비스의 분류는 각국의 산업적, 문화적 배경과 맞물려 있기 때문에 국제적 합의 도달이 쉽지 않은 상황이다. OTT가 통상적으로 주목을 받는 또 다른 이유로는 최근 미국 주도로 타결된 USMCA 협정의 디지털무역 챕터나 미-일 디지털 무역협정 협상에서 핵심 규정이었던 ‘데이터의 국경간 이전(cross-border flow of data) 보장’과 관련이 있다. 데이터의 국경간 이전보장 조항은 고객맞춤형 서비스를 가르키는 큐레이션 서비스(curation service)의 법적 기반이 되기 때문에, OTT 서비스의 핵심적 기반으로 기능한다.

#### (4) 2020년 세계 콘텐츠시장 분류체계 및 시장별 정의

국내 콘텐츠산업 통계와 현황은 매년 문화체육관광부에서 발간하는 ‘콘텐츠산업조사’에 의존하고 있으나 해외 콘텐츠시장의 경우 개별 국가마다 콘텐츠시장에 대한 정의가 다르며 개별 장르의 시장규모 집계를 위한

기준도 서로 상이하다.<sup>12)</sup> 이 점에서 (주)마켓링크가 국내의 콘텐츠산업 특수분류체계와 글로벌 컨설팅 기관 PwC(PricewaterhouseCoopers)의 분류기준을 참고하여 최근 시장 변화를 반영하여 구성한 세계 콘텐츠시장 분류체계 및 시장별 정의를 소개하면 다음과 같다. 동 분류체계는 콘텐츠시장을 반영한 것이어서 콘텐츠산업 및 교역 현황은 물론 FTA에서의 문화서비스 시장개방 약속을 이해하는데 매우 유익하다.

〈표 1-3〉 2020년 콘텐츠 분야별 시장분류 및 그 정의

분야	시장분류		정의
출판	도서		도서 단행본 * 웹소설은 PwC 데이터 중 소비자 도서의 디지털 부문에 포함
	신문		신문 구독료·광고(디지털 포함)
	잡지		신문 구독료·광고(디지털 포함)
만화	인쇄 만화		오프라인·온라인을 통해 유통·판매되는 인쇄출판만화 단행본/잡지
	디지털 만화		온라인·모바일을 통해 유통·판매되는 디지털 만화, 웹툰 포함 * 웹툰은 PwC 데이터 중 소비자 잡지 디지털 부문에 포함, 인쇄 만화의 디지털 버전은 PwC 데이터 중 소비자 도서 디지털 부문에 포함
음악	레코드 음악	음반 (유형)	CD, DVD 등 음악 콘텐츠가 담긴 유형(Physical) 상품
		디지털	온라인·모바일을 통해 다운로드·스트리밍 방식으로 유통·판매되는 음원
		공연권	방송사와 공공장소 등에서 사용된 음원에 대한 수익
		싱크로나이제이션	광고, 영화, 게임, TV 프로그램 등에 사용된 음원 수익
영화	음악공연		콘서트와 음악 페스티벌에 대한 스폰서십과 티켓 수익
	박스오피스		극장 개봉을 통한 입장료 수익
애니메이션	극장광고		영화 상영 전 광고 등 극장에서 제공되는 광고
	박스오피스		극장 개봉을 통한 입장료 수익
게임	비디오 게임	소셜/캐주얼게임	태블릿과 스마트폰을 이용하는 애플리케이션 및 브라우저 기반 게임
		콘솔 게임	콘솔 게임기 및 게임 소프트웨어(다운로드, 부가서비스 결제 포함)
		PC 게임	PC게임 소프트웨어(다운로드, 부가서비스 결제 포함)
		게임 광고	게임 플랫폼 또는 게임 자체에 포함되어 있는 모든 종류의 광고
	e스포츠		티켓판매 수익, 스폰서십, 부가/이벤트 상품 수익, 스트리밍 광고 수익
	가상현실 게임		VR 게임 소액결제, 가입형 서비스, 디지털 결제, 오프라인 구매 등

12) (주)마켓링크, 2020 해외 콘텐츠시장 분석, 한국콘텐츠진흥원, 2020, pp.3~4.

분야	시장분류		정의
방송	TV 수신료	공영 방송	지상파를 이용하여 영상, 음성, 음향 등을 송출하는 방송서비스
		유료 방송	케이블, 위성, IPTV, 온라인 등 지상파와 다른 방식으로 송출·제공되는 방송서비스
	TV 광고		TV를 매체로 방송되는 광고
	실물 홈비디오		DVD, 블루레이 등 영상콘텐츠가 담긴 상품의 판매/대여
	OTT 비디오		OTT/스트리밍, TV가입형서비스를 통해 제공되는 영상콘텐츠 유통
	가상현실 비디오		가입형 서비스, 스트리밍, VOD, 오프라인 구매 등
	라디오	수신료	지상파, 위성 등을 통해 전송되는 오디오 방송 수신료
		광고	라디오를 통해 방송되는 광고
	팟캐스트 광고		팟캐스트 내에서 발생하는 모든 광고 수익
	TV 광고		TV를 매체로 방송되는 광고(방송분야 TV 광고와 중복)
광고	라디오 광고		라디오를 통해 방송되는 광고(방송분야 라디오 광고와 중복)
	팟캐스트 광고		팟캐스트 내에서 발생하는 모든 광고 수익(방송분야 팟캐스트 광고와 중복)
	극장 광고		극장상영관을 통해 방영되는 광고(영화분야 극장 광고와 중복)
	게임 광고		비디오 게임 및 e스포츠 스트리밍 광고(게임분야 광고와 중복)
	신문광고		신문에 게재되는 광고(출판분야 신문 광고와 중복)
	소비자잡지 광고		일반 소비자 잡지 등 출판물을 통해 게재되는 광고(잡지분야 잡지 광고와 중복)
	산업잡지 광고		산업잡지에 포함되어 있는 광고(지식정보분야 산업잡지 광고와 중복)
	옥외 광고		광고판, 대중교통, 스포츠시설, 키오스크 등 옥외에 게시되는 광고
	인터넷 광고		온라인·모바일을 통해 유통되는 광고
	디렉토리 광고		디렉토리에 포함되어 있는 광고(지식정보분야 디렉토리 광고와 중복)
캐릭터/라이선스	캐릭터·라이선스		엔터테인먼트, 패션, 스포츠, 기업·브랜드 등에 대한 라이선싱을 통해 파생되는 상품시장을 포함한 캐릭터·라이선스 시장
지식정보	비즈니스 정보		금융정보, 마케팅정보, 산업정보 등의 비즈니스 정보
	디렉토리		업종별로 분류하여 상호명, 전화번호 등을 제공하는 서비스
	전문서적		특정 분야에 전문정보를 제공하기 위한 서적
	산업잡지		업계의 최신 동향, 각종 비즈니스 정보를 제공하는 잡지
	전시회		각종 전시회에 참가하기 위해 기업들이 지불하는 비용
	인터넷접근		유·무선 인터넷에 접속하기 위해 소비자들이 지불하는 접속료
	가상현실 앱		VR 게임과 VR 영상 외에 VR HMD를 위해 제작된 앱

출처: ㈜마켓링크, 2020 해외 콘텐츠시장 분석, 한국콘텐츠진흥원, 2020(이하 ㈜마켓링크), pp.3~4.

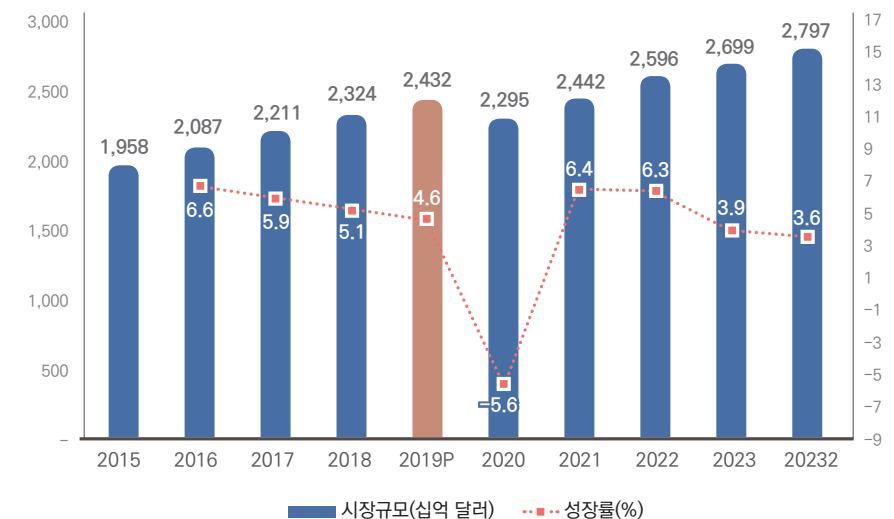
## 3

## 문화산업 분야별 시장 및 교역 현황

## (1) 세계 콘텐츠시장 및 분야별 시장규모와 성장을 추이 및 전망

세계 콘텐츠시장은 2015년 이후 꾸준히 그 규모가 증가하여 왔고, 2019년 기준 전년 대비 4.63% 증가한 2조 4,320억 달러를 기록하였다. 그런데, 그간 지속적인 하락세를 보여왔던 인쇄출판을 제외한 모든 분야에서 성장 일로를 걸어왔던 세계 콘텐츠시장은 2020년 코로나19로 인해 대면 서비스가 급감하면서 5.6%의 큰 폭 하락하여 시장규모가 2조 2,950억 달러로 감소될 것으로 추정된다. 다만, 2021년 이후 코로나19에 따른 사회적 거리두기가 완화되면서 콘텐츠시장은 다시 원래의 성장세를 회복할 것으로 전망된다.

〈그림 1-1〉 세계 콘텐츠시장 규모 및 성장을 추이와 전망 (2015년~2024년)



출처: PwC(2020), ICv2(2020), SNE(2020), 公益社団法人全国出版協会, 『出版月報』(2020), BoxOffice Mojo(2020), LIMA(2020); ㈜마켓링크, p.9에서 재인용.

〈표 1-4〉 세계 콘텐츠시장 분야별 규모 추이 및 전망(2015년~24년간)

(단위: 억 달러, %)

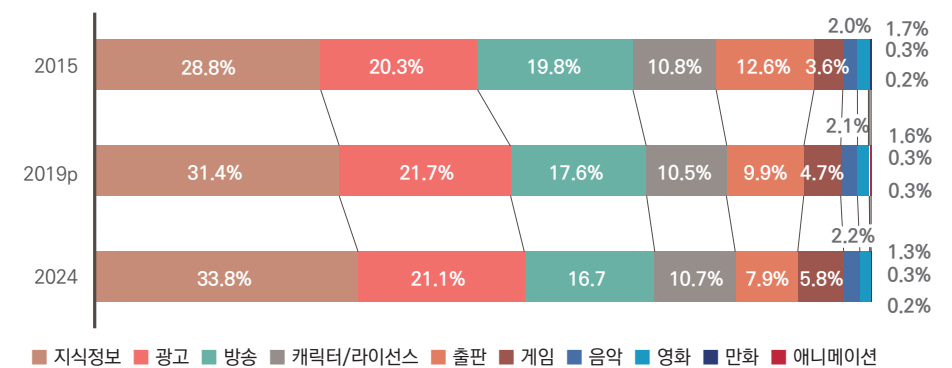
구분	2015	2016	2017	2018	2019p	2020	2021	2022	2023	2024	2019-24 CAGR
출판	2,918	2,893	2,839	2,798	2,764	2,482	2,530	2,531	2,512	2,494	-2.04
만화	72	78	76	80	90	86	89	89	90	90	-0.02
음악	463	486	514	543	580	408	519	648	671	689	3.51
게임	827	956	1,087	1,201	1,317	1,429	1,548	1,638	1,726	1,815	6.63
영화	387	401	419	435	451	155	276	373	387	399	-2.40
애니메이션	50	68	53	50	83	28	51	69	71	73	-2.50
방송	4,609	4,765	4,826	4,895	4,906	4,622	4,848	5,024	5,124	5,263	1.42
광고	4,708	5,006	5,281	5,696	6,054	5,434	5,802	6,199	6,422	6,635	1.85
지식정보	6,680	7,282	7,910	8,360	8,778	8,646	9,112	9,727	10,201	10,651	3.94
캐릭터/라이선스	2,517	2,629	2,716	2,803	2,928	2,763	2,940	3,126	3,249	3,367	2.83
산출 합계	23,232	24,562	25,724	26,861	27,951	26,055	27,715	29,425	30,454	31,476	-
합계	19,575	20,872	22,109	23,244	24,320	22,949	24,420	25,964	26,987	27,966	2.83

출처: PwC(2020), ICv2(2020), SNE(2020), 公益社団法人全国出版協会, 『出版月報』(2020), BoxOffice Mojo(2020), LIMA(2020); (주)마켓링크, p.11에서 재인용.

세계 콘텐츠시장의 세부 분야별 시장점유율을 살펴보면, 2019년 기준 인터넷 접속·화상회의·가상현실 앱·비즈니스 정보·디렉토리 등을 제공하는 지식정보서비스가 31.4%로 가장 큰 비중을 차지하고, 광고가 21.7%, 방송 17.6%, 캐릭터·라이선스 10.5%, 출판 9.9%, 게임 4.7% 순으로 나타났다. 분야별 성장률 추이를 보면 지식정보서비스와 게임은 지속적인 성장세를 기록하였고, 광고와 캐릭터·라이선스는 시장점유율을 유지하고 있음에 비해 방송과 특히 출판은 지속적인 하락 추세를 보이고 있음이 주목된다. 지식정보 서비스가 최대 비중을 차지하게 된 것은 5G 네트워크 등 초고속 통신장비 생산 및 네트워크망 구축의 확산과 디지털 기술의 발전으로 화상 회의 도입, 스트리밍 서비스 이용자 확대, 클라우드 서비스 등장 그리고 코로나19로 인한 비대면 환경에서의 콘텐츠 이용 및 생활 습관 변화의 가속화에 따라 유무선 인터넷을 위한 장비와 서비스에 대한 수요가 증가한 것에 기인한다.

〈그림 1-2〉 세계 콘텐츠시장의 세부 분야별 시장점유율 현황 및 추이

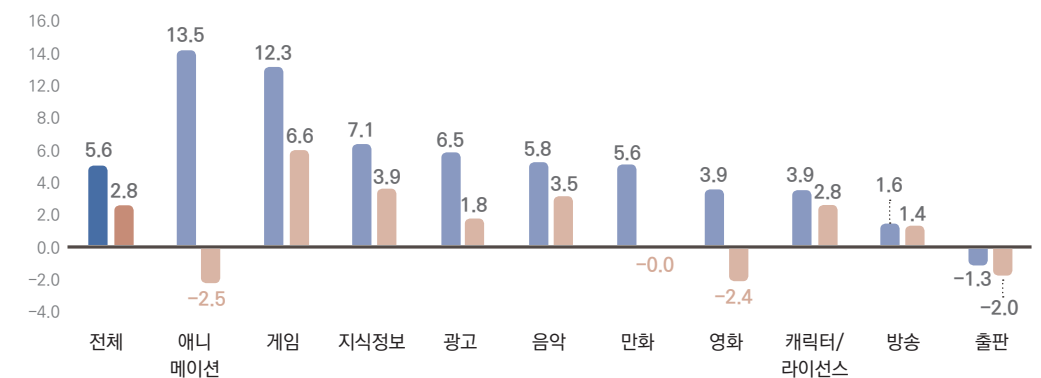
(단위 : %)



출처: (주)마켓링크, 2020 해외 콘텐츠시장 분석, 한국콘텐츠진흥원, 2020, p.11에서 재인용.

한편, 세계 콘텐츠시장의 세부 분야별 2015년부터 2019년간 연평균 성장률과 2019년~2024년간 예상 연평균 성장률을 비교해 보면, 게임, 지식정보, 음악 분야가 지속적인 성장세를 보여주고 있는바, 이는 코로나19로 인한 비대면 환경에서도 이용할 수 있는 놀이와 소통의 도구를 찾는 소비자들에게 어필한 것과 모바일 게임과 클라우드 게임 서비스의 보급 그리고 스트리밍을 중심으로 한 새로운 시장 구조가 중요한 요인으로 분석된다. 이에 비해 영화 시장은 코로나19로 인한 영화관 폐쇄, 영화 촬영 및 제작 중단의 여파인데 코로나19 이후에도 그 회복에 상당한 시간이 소요될 것으로 분석된다. 다만, 음악시장은 공연음악의 감소로 인해 2020년 하락이 예상되지만 스트리밍 시장의 성장에 힘입어 빠른 회복이 예상된다.<sup>13)</sup>

〈그림 1-3〉 세계 콘텐츠시장의 세부 분야별 코로나19 전후 성장률 비교(2015~2019년간 평균 v. 2019~2024년간 추정치)



출처: PwC(2020), ICv2(2020), SNE(2020), 公益社団法人全国出版協会, 『出版月報』(2020), BoxOffice Mojo(2020), LIMA(2020); (주)마켓링크, p.12에서 재인용.

13) (주)마켓링크, 2020 해외 콘텐츠시장 분석, pp.10-12.



## (2) 국가별 콘텐츠시장 규모 및 성장률 전망

2019년 기준 국가별 콘텐츠시장 규모 측면에서 1위는 미국으로 8,739억 달러 규모이며, 다음으로 중국이 3,507억 달러로 2위를 차지하였고, 일본, 독일, 영국, 프랑스 등의 순으로 나타났으며 한국의 경우 613억 달러를 기록 7위를 유지하였다.

2020년 코로나19로 인해 성장 감소를 측면에서 가장 큰 타격을 입을 것으로 예상되는 국가는 이탈리아, 스웨덴, 프랑스 순으로 2020년 전년 대비 각각 9.5%, 8.7%, 8.5% 하락할 것으로 예상된다. 시장규모 감소 측면에서 미국(642억 달러)과 일본(112억 달러), 중국(98억 달러)순으로 하락할 것으로 예상된다. 한국의 경우 감소율 2.3%, 감소 규모는 14억 달러로 추정된다.

2019-2024년간 향후 최근 5년 사이 가장 빠른 콘텐츠 시장 성장세를 기록할 국가로는 이집트(17.2%), 인도(10.1%), 사우디아라비아(7.9%), 아랍에미리트(6.7%), 인도네시아(5.29%), 러시아(5.22%), 터키(5%)가 5%를 넘는 높은 성장세를 보일 것으로 예측되었다. 참고로 이들 국가중 인도, 인도네시아, 터키는 우리와 서비스 FTA를 체결한 상황이어서 이를 활용한 적극적인 진출을 모색할 필요가 있다.

〈표 I-5〉 국가별 콘텐츠시장의 규모 및 성장률 추이와 전망

(단위: 억 달러, %)

순위	국가명	2015	2016	2017	2018	2019p	2020	2021	2022	2023	2024	2019-24 CAGR
1	미국	7,277	7,627	7,931	8,352	8,740	8,098	8,620	9,191	9,514	9,814	2.35
2	중국	2,223	2,625	3,050	3,314	3,508	3,409	3,601	3,825	4,006	4,177	3.56
3	일본	1,694	1,768	1,829	1,886	1,937	1,825	1,913	1,979	2,012	2,045	1.09
4	독일	961	994	1,022	1,046	1,079	991	1,058	1,119	1,157	1,189	1.96
5	영국	864	899	936	987	1,030	961	1,026	1,091	1,140	1,184	2.83
6	프랑스	670	687	703	722	744	681	722	759	776	793	1.29
7	한국	491	513	557	585	613	599	636	668	694	719	3.26
8	캐나다	486	508	529	548	569	537	568	599	619	638	2.30
9	브라질	332	352	384	416	440	411	437	463	482	497	2.47
10	이탈리아	387	401	418	418	420	380	422	458	474	487	3.01
11	호주	310	326	338	352	370	348	374	395	409	422	2.69
12	인도	270	307	317	324	362	367	407	462	517	587	10.14
13	스페인	278	297	312	327	345	327	345	368	384	399	2.91
14	멕시코	203	221	237	256	272	254	271	287	296	304	2.27
15	러시아	188	204	224	241	256	243	270	297	314	330	5.22
16	인도네시아	122	138	156	180	199	200	216	233	245	257	5.29
17	태국	130	139	152	164	175	171	182	193	200	206	3.38

순위	국가명	2015	2016	2017	2018	2019p	2020	2021	2022	2023	2024	2019-24 CAGR
18	대만	144	151	157	157	158	153	158	164	168	173	1.76
19	스웨덴	127	131	137	139	137	125	131	138	142	146	1.32
20	사우디아라비아	102	110	115	114	120	127	139	153	165	176	7.96
21	폴란드	103	106	111	112	118	111	119	128	135	143	3.95
22	터키	61	71	84	93	102	101	109	117	124	131	5.07
23	남아프리카공화국	74	81	87	93	100	94	100	107	112	116	3.06
24	필리핀	66	77	83	90	99	94	102	112	117	124	4.49
25	말레이시아	73	80	85	89	93	89	93	98	101	104	2.37
26	아랍에미리트	72	77	80	81	86	85	93	104	111	119	6.70
27	베트남	45	52	58	64	71	71	75	78	81	83	3.18
28	칠레	54	61	63	68	67	65	69	72	75	77	2.81
29	싱가포르	62	65	67	66	66	63	66	70	72	75	2.53
30	이스라엘	58	60	60	61	63	60	63	66	68	69	1.81
31	뉴질랜드	53	54	56	58	59	56	59	61	63	64	1.51
32	페루	46	54	58	58	59	57	60	65	68	71	3.80
33	아르헨티나	30	36	46	54	57	57	62	66	69	73	4.90
34	이집트	12	14	17	21	24	27	32	39	46	53	17.27

출처: (주)마켓링크, p.13.

## (3) 우리나라 콘텐츠산업의 분야별 산업 및 교역 현황

2018년 기준 우리나라 콘텐츠산업은 사업체 수 10만 5,310개, 종사자 수는 총 66만 7,437명, 매출액은 119조 6,066억 원으로 나타났고, 부가가치액은 47조 4,507억 원, 부가가치율은 39.7%로 나타났다. 분야별 매출액을 살펴보면, 출판이 약 20.9조원으로 가장 많고, 광고 17.2조원, 지식정보가 16.3조원, 게임 14.3조원 순이다.

〈표 I-6〉 우리나라 콘텐츠산업의 분야별 현황(2018년 기준)

구분	사업체 수 (개)	종사자 수 (명)	매출액 (백만 원)	부가가치액 (백만 원)	부가 가치율(%)
출판	24,995	184,554	20,953,772	8,879,278	42.4
만화	6,628	10,761	1,178,613	427,238	36.2
음악	35,670	76,954	6,097,913	2,102,219	34.5
게임	13,357	85,492	14,290,224	6,179,093	43.2
영화	1,369	30,878	5,889,832	2,676,595	45.4
애니메이션	509	5,380	629,257	223,004	35.4

구분	사업체 수 (개)	종사자 수 (명)	매출액 (백만 원)	부가가치액 (백만 원)	부가 가치율(%)
방송	1,148	50,286	19,762,210	6,505,207	33.2
광고	7,256	70,827	17,211,863	5,347,726	31.1
캐릭터	2,534	36,306	12,207,043	4,967,732	40.7
지식정보	9,724	86,490	16,290,992	7,859,527	48.2
콘텐츠솔루션	2,120	29,509	5,094,916	2,283,056	44.8
합계	105,310	667,437	119,606,635	47,450,675	39.7

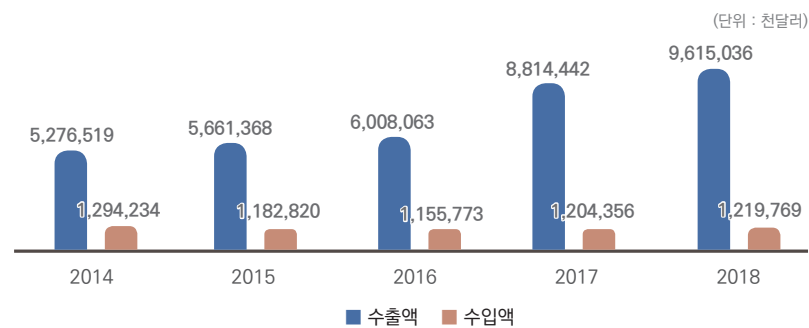
출처: 문화체육관광부, 2019 콘텐츠산업 통계조사 보고서, 2020, p.3.

한편, 2018년 기준 한국 콘텐츠산업의 수출액은 96억 1,503만 달러이며, 콘텐츠 수입액은 12억 1,976만 달러로 나타나, 83억 9,527만 달러의 무역 흑자를 기록하였다. 이는 우리나라 콘텐츠산업의 수출액이 2014~2018년 동안 연평균 16.2% 증가하였음에 비해 수입액은 동기간 연평균 1.5% 감소한 추이가 반영된 결과이다. 더불어 우리나라 콘텐츠가 문화적 할인<sup>14)</sup>과 언어장벽에도 불구하고 해외 시장에서 상당한 경쟁력을 가지고 있음을 보여준 것이라 할 수 있다.

세부 업종별 수출 현황을 살펴보면, 게임산업이 64억 1,149만 달러로 전체 수출액에서 66.7%를 차지하여 수출을 주도하였고, 캐릭터가 7.4억 달러, 지식정보가 6.3억 달러, 음악이 5.6억 달러 순의 수출액을 기록하였다. 성장을 측면에서 보면, 방송, 애니메이션, 만화가 각각 전년 대비 32.0%, 20.5%, 14.9% 순으로 나타났다. 이는 해외에서 한국 방송프로그램에 대한 꾸준한 인기와 웹툰의 인지도 향상에 기인한 것으로 보여진다.

참고로 2019년 9월 기준 네이버 웹툰은 한국, 미국, 일본 등 100여 개 국가에서 앱 마켓 분야 1위를 차지하였고, 글로벌 월간 순 방문자 수가 6천만 명을 기록하는 등 가파른 성장세를 기록하였다.<sup>15)</sup>

〈그림 1-4〉 한국 콘텐츠산업의 수출입 규모 및 추이(2014년~2018년)



출처: 한국콘텐츠진흥원(2019), 「2019 콘텐츠산업 통계조사 보고서」

14) 문화적 할인이라 함은 한 문화권의 문화상품이 다른 문화권으로 진입하였을 때 문화적 차이로 인하여 어느 정도 가치가 떨어지는 현상을 가리킨다.

15) 중앙일보(2019.12.06), '어느새 100개국 만화앱 1위...월 1억 가법계 버는 K웹툰 작가', (검색일 2019.12.06)

〈표 1-7〉 우리나라의 콘텐츠산업 분야별 수출액 규모와 증가율 추이(2016~2018년간)

(단위: 조원, 백만 달러)

구분	2016		2017		2018	
	수출액		수출액		수출액	
	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
출판	187	-15.9	221	17.9	249	12.7
만화	32	10.7	35	8.6	41	14.9
음악	443	16.2	513	15.8	564	10.1
게임*	3,277	2.0	5,92	80.7	6,411	8.2
영화	44	49.6	41	-7.2	42	2.2
애니메이션	136	7.2	145	6.8	175	20.5
방송 (영상)	411	28.3	362	-11.9	478	32.0
광고	110	16.2	93	-15.1	61	-34.3
캐릭터	613	11.1	664	8.3	745	12.2
지식정보	566	9.8	616	8.8	634	2.9
콘텐츠 솔루션	188	7.4	202	6.9	215	6.7
계	6,008	6.1	8,81	46.7	9,615	9.1

출처: 문화체육관광부, 콘텐츠산업 통계조사

\*: 게임산업 수출액은 국내기업의 해외 매출액 포함

한편, 우리 콘텐츠산업의 지역별 수출액을 살펴보면, 중화권이 34.4억 달러로 36.8%의 최대 비중을 차지하였고, 일본이 18.4억 달러로 19.7%, 북미가 14.9억 달러로 16.9%의 비중을 차지하였다.

지역별 콘텐츠 분야별 수출액을 살펴보면, 중화권에 대한 분야별 수출액은 게임 29.8억 달러, 캐릭터 1.6억 달러, 음악 1.1억 달러 순이었고, 일본에 대한 분야별 수출액은 게임 9.1억 달러, 음악 3.7억 달러, 지식정보 2.4억 달러 순이었으며, 북미시장에 대한 분야별 수출액은 게임 10.2억 달러, 캐릭터 1.7억 달러, 애니메이션 0.9억 달러 순이다.

〈표 1-8〉 우리나라 콘텐츠산업의 지역별 분야별 수출액 현황(2018년)

(단위: 천 달러, %)

구분	중화권***	일본	동남아	북미	유럽	기타	합계
출판*	17,765	39,911	52,034	72,818	11,351	55,107	248,991
만화	2,461	11,601	8,244	5,295	11,948	952	40,501
음악	111,962	367,335	69,386	7,151	7,038	1,364	564,236
게임	2,981,534	907,991	661,550	1,020,542	418,469	421,405	6,411,491
영화	17,164	4,591	4,664	3,320	1,783	10,086	41,607

구분	중화권***	일본	동남아	북미	유럽	기타	합계
애니메이션	7,629	32,681	3,650	91,784	33,031	5,743	174,517
방송** (영상)	60,540	95,783	24,715	56,916	1,568	37,625	277,146
캐릭터	158,423	68,245	109,025	176,528	153,849	79,072	745,142
지식 정보	56,505	244,087	281,154	29,036	11,663	11,432	633,878
콘텐츠 솔루션	27,783	70,390	40,278	24,720	27,362	24,401	214,933
합계	3,441,766	1,842,614	1,254,700	1,488,111	678,061	647,186	9,352,441
비중	36.8	19.7	13.4	16.9	7.3	6.9	100.0

출처: 문화체육관광부, 콘텐츠산업 통계조사

\*: 관세청의 지역별·품목별 자료를 인용, 지역별 수출액은 단위 절사로 인해 합계값과 일치하지 않을 수 있음

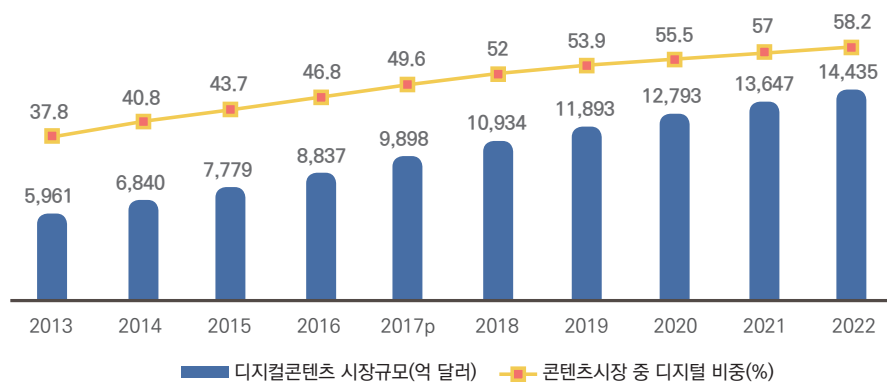
\*\*: 방송산업의 경우 방송프로그램(완성품) 수출액이며, 방송영상 독립제작사는 제외, 광고산업 수출액도 제외

\*\*\*: 중화권은 중국, 홍콩, 대만의 3개 국가를 통칭

#### (4) 세계 디지털 콘텐츠시장 현황

2017년 기준 전 세계 디지털 콘텐츠시장 규모는 1조 5,780억 달러를 기록하였고, 전체 콘텐츠시장에서 차지하는 디지털 콘텐츠시장의 비중은 49.6%인 것으로 나타났다. 디지털 콘텐츠시장의 규모는 지속적으로 확대되어 2017~2022년 동안 연평균 11.7% 증가할 것으로 전망되며 콘텐츠시장에서 디지털 콘텐츠의 비중이 2018년을 기준으로 50%를 상회하고 이후에도 그 비중이 더욱 증가할 것으로 전망된다.

〈그림 1-5〉 전 세계 디지털 콘텐츠시장의 규모 및 전체 콘텐츠시장에서의 비중 추이 (2013년~2022년)



자료: PwC(2018), 「Global Entertainment &amp; Media outlook 2018~2022」, NIPA(2018), 「2018 국외디지털 콘텐츠시장조사」, p.15를 기초로 재구성

2017년 기준 세부 분야별 성과를 살펴보면, 디지털 광고(3,480억 달러), 디지털 방송(3,120억 달러), 디지털 배급플랫폼(1,950억 달러), 디지털 게임(1,050억 달러) 등의 순으로 나타났다.

성장률 측면에서 보면, 2013~2017년 동안 e-Book이 14.8% 성장하였으며, 디지털 게임(14.5%), 디지털 광고(14.1%), 디지털 음악(12.9%), 디지털 영화(10.7%) 등의 순으로 나타났다.

이는 콘텐츠 공급환경이 온라인과 플랫폼 중심으로 변화하였고, 이용자들도 대부분 모바일 및 스마트기기를 활용하여 콘텐츠를 소비하고 있음을 반증하며 향후 이러한 추세가 가속화될 것으로 전망된다.

〈표 1-9〉 세계 디지털 콘텐츠시장의 주요 분야별 규모 및 증가율 현황과 추이

	2013	2017p	2022	2013~2017 연평균 증가율	2017~2022 연평균 증가율
e-Book	23	40	56	14.8	7.0
디지털만화	1	1	1	0.0	0.0
디지털음악	8	13	24	12.9	13.0
디지털방송	243	312	368	6.4	3.4
디지털영화	28	42	53	10.7	4.8
디지털광고	205	348	493	14.1	7.2
디지털게임	61	105	149	14.5	7.3
디지털애니메이션	6	5	7	-4.5	7.0
디지털정보콘텐츠	184	249	346	7.9	6.8
디지털유통플랫폼	-	195	476	-	19.5
실감형콘텐츠	-	8	107	-	68.0

자료: NIPA(2018), 「2018 국외디지털 콘텐츠시장조사」, p.12를 기초로 재구성

한편, 우리나라 디지털 콘텐츠시장은 2017년 기준 전 세계에서 미국, 중국, 일본, 영국에 이어 5위를 차지하였고 2022년에도 같은 순위를 유지할 것으로 전망되었다. 이는 우리나라 콘텐츠시장이 전 세계 시장에서 7위를 차지한 것과 비교하여 우리의 디지털 콘텐츠시장이 그만큼 경쟁력이 높음을 시사하며, 디지털 콘텐츠시장에서는 독일, 프랑스보다 우위에 있는 것으로 나타났다.

성장률 측면에서 보면, 2013~2017년 동안 중국(22.9%)이 가장 높았으며, 미국(13.2%), 영국(12.2%), 한국(8.5%)의 순으로 나타났다. 중국이 세계 최대의 디지털 시장을 가진 미국에 이어 시장 규모는 2위를 기록하였지만 성장률은 높아 양국간의 격차가 줄어들 것으로 전망된다.

한국의 디지털 콘텐츠시장은 2017~2022년간 연평균 8.3% 증가하여 중국(9.4%)과 브라질(9.1%) 다음으로 높은 성장률을 기록할 것으로 전망된다.

〈표 I-10〉 세계 디지털 콘텐츠시장에서 한국의 위치

(단위: 억 달러, %)

순위	국가	2013	2017p	2022	2013~2017 연평균 증가율	2017~2022 연평균 증가율
1	미국	1,979	3,247	4,571	13.2	7.1
2	중국	625	1,428	2,237	22.9	9.4
3	일본	719	953	1,209	7.3	4.9
4	영국	269	427	598	12.2	7.0
5	한국	279	386	576	8.5	8.3
6	독일	251	360	472	9.4	5.6
7	프랑스	220	314	413	9.3	5.6
8	캐나다	152	246	343	12.8	6.9
9	호주	139	207	288	10.5	6.8
10	브라질	101	199	307	18.5	9.1

자료: PwC(2018), 「Global Entertainment & Media outlook 2018-2022」



FTA의  
문화서비스분야  
활용 가이드

Free  
Trade  
Agreement

## 제 2 부

# 문화분야의 FTA 활용을 위해 알아야 할 국제통상규범

1. 자유무역협정(FTA)이란?
2. 서비스 FTA의 형태
3. 서비스 FTA에서의 일반원칙 및 의무와 예외
4. 국제통상규범에서 문화적 예외의 인정 배경 및 현황
5. 디지털 통상규범에서의 문화콘텐츠의 국경간 공급과 데이터의 국경간 이전 보장

## 1

## 자유무역협정(FTA)이란?

## (1) FTA의 의의

자유무역협정(FTA: Free Trade Agreement)이라 함은 둘 이상의 국가들(EU 등 지역공동체 포함) 간에 상품무역에 있어 관세나 비관세장벽을 철폐 또는 완화하기로 하는 무역협정을 가리키거나 서비스무역에 있어 시장진입이나 내국민대우 등에 있어 차별적 조치를 철폐하기로 약속하는 무역협정을 가리킨다. 전자는 상품 FTA이며, 후자가 서비스 FTA로서 양자는 법적으로 별개이지만 대체로 함께 협상하는 관계로 단일의 문건으로 채택될 뿐이다. 참고로 협정에 따라 서비스무역을 국경간 서비스무역과 (서비스)투자로 구분하여 규율하기도 한다.

상품 FTA와 서비스 FTA의 본문에서는 체약국들이 준수해야 할 무역규범에 대해 규정한다. 이에 대해 협정 부속서에서는 각 체약국의 무역자유화 내지 시장개방 약속을 담은 체약국별 부속서가 첨부된다. 상품무역과 관련하여 각 체약국은 자신의 양허 상품 품목별 양허 관세 및 철폐 일정이 기재된 관세양허표가 첨부되고, 서비스무역과 관련하여 시장개방 대상 분야 및 개방 약속을 기재한 구체적 약속 양허표 또는 유보목록이 첨부된다.

그런데 무역협정인 FTA 안에는 지식재산권, 전자상거래 또는 디지털 무역, 정부조달, 경쟁, 노동, 환경 등과 같은 비무역 의제들이 포함되어 있고, 점차 그 규율 범위가 확장되고 있음이 최근의 추세이다. 온라인 플랫폼 서비스의 급속한 성장과 더불어 디지털 무역 챕터에는 OTT 서비스 등 문화서비스 분야에서의 FTA 활용과 직접 관련된 규정이 포함되어 있음을 유념해야 한다.

## ◆◆ WTO협정과 어떠한 차이가 있는가?

WTO는 2020년 말 기준 회원국이 164개인 다자간 무역체제이며 회원국들은 WTO설립협정 및 제반 부속협정과 이에 따라 각 회원국이 WTO에 제출한 상품무역에 관한 “관세양허표”와 서비스무역에 관한 “구체적 약속 양허표”(Schedule of Specific Commitments)에서 제시한 약속을 준수할 의무를 가진다. 그런데 WTO 회원들이 약속한 무역자유화 내지 시장개방 약속은 미국과 같은 자유무역 국가일지라도 상대적으로 높은 수준을 제시할 뿐 완전 개방을 약속하지는 않는다. 이에 비해 FTA는 원칙적으로 관세나 차별적 조치와 같은 무역장벽의

철폐를 목표로 한다. 따라서 FTA의 경우 협정에 따라 차이가 있기는 하지만 그 시장개방 수준이 WTO와 비교하여 상당히 높은 점이 차이가 있다. 가령, 우리나라의 경우 영화상영 서비스(9612)와 관련하여 WTO GATS 양허에서는 시장개방을 약속하지 않았음에 비해 우리의 기타결 FTA 일부(한-싱가포르, 한-페루, 한-미, 한-호주, 한-뉴질랜드, 한-콜롬비아 FTA 등)에서는 일정 일수 한국 영화 상영을 조건부로 영화상영 서비스를 개방하였다.

다음으로 WTO에서 각 회원국은 자신의 개방 약속을 다른 모든 WTO회원국들 간에 동등하게 적용해야만 하는 최혜국대우(most-favored-nation treatment: MFN) 의무를 가진다. 이에 비해 FTA는 협정 체약국에 대해서만 보다 유리한 시장개방 약속을 부여하는 것이 허용된다.<sup>1)</sup> 실제로 기타결 FTA에서의 우리의 서비스 시장개방 약속을 보면, 협정에 따라 개방 수준이 차이가 있다. 이와 같이 WTO체제에서 제1의 원칙인 MFN대우 의무에 대한 예외를 허용하는 것이 바로 FTA라는 점이 중요한 차이점이다. 또한 이 점이 WTO체제 출범 이후 회원국들이 적극적으로 FTA 네트워크를 추진하는 이유이기도 하다.

## (2) FTA의 기대 효과

먼저 FTA의 내부적 효과로서 첫째, FTA가 추구하는 높은 수준에서의 시장개방이다. 시장개방을 통해 타방 체약국의 경쟁력을 갖춘 상품이나 서비스가 국내시장에 진입할 수 있다. 이는 국내산업 경쟁의 증진을 의미하고, 국내업체들은 수입경쟁자와의 경쟁에서 살아남기 위해 경쟁력을 제고하기 위해 노력해야함을 의미한다. 환언하면, 국내산업의 체질을 개선하고 선진화할 수 있는 계기가 마련될 수 있다. 결과적으로 국내산업의 경쟁력 제고를 통해 국내산업의 발전을 기대할 수 있다.

둘째, 소비자 입장에서 수입 경쟁자의 시장 참여를 통해 선택의 기회가 늘어나고, 경쟁의 증가를 통해 가격에서의 거품이 제거되는 효과를 기대할 수 있다. 즉, 소비자 후생의 증가를 기대할 수 있다.

다음으로, FTA의 외부적 효과로서 국내산업이 타방 당사국 시장에 진출할 수 있는 보다 유리한 기회를 제공받을 수 있다. WTO하에서의 MFN대우를 넘어 개별 FTA에 따른 특혜 대우를 받을 수 있기 때문이다. 또한 FTA를 통해 투자 자유화 및 보호가 강화되면, 타방 당사국 시장에 진출하는 우리 기업들이 보다 높은 법적 안정성을 제공받을 수 있다. 특히 FTA를 통해 타방 당사국 서비스시장에 진출하는 우리 서비스 및 서비스 공급자는 시장개방 약속을 통해 진출국에서의 국내규제에 따른 불확실성\*을 줄일 수 있다. 결과적으로 FTA를 통해 타방 체약국 시장의 진출 기회가 새롭게 열리거나 교역을 증진할 수 있게 됨으로써 국내산업이 글로벌 경쟁력을 강화하고 규모의 경제를 실현할 수 있는 발판 마련을 기대할 수 있다.

\* 국가들은 무역협정을 통한 개방 약속(양허) 없이 자국의 국내법 및 정책에 따라 서비스 시장을 개방하거나 서비스산업 관련 규제를 완화 또는 철폐할 수 있다. 이 경우에는 당해 국가가 처한 상황에 따라 개방의 철회나 각종 제한의 부활을 자유롭게 결정할 수 있기 때문에 당해 국가에 서비스를 공급하는 외국의 공급자가 리스크에 직면할 수 있다. 그런데 FTA에 따른 시장개방을 약속한 경우 약속수준보다 개방수준을

1) WTO GATS 제5조 1항.

후퇴하거나 약속을 이행하지 않을 경우 당해 국가에 책임이 발생하기 때문에 외국 서비스 공급자가 그러한 리스크에서 벗어날 수 있다.

끝으로 무엇보다 FTA는 체약국간 무역장벽이나 차별적 조치의 철폐를 약속하는데 이를 통해 체약국간 교역의 확대를 추구하고, 이러한 교역의 확대를 통해 새로운 수요의 창출과 시장의 확대를 꾀할 수 있다. 이는 결과적으로 국내경제의 성장과 일자리 창출을 기대할 수 있다.

## 2

## 서비스 FTA의 형태

## (1) 서비스무역의 4가지 공급방식

서비스 FTA를 이해하기 위해서는 먼저 그 규율 대상이 되는 서비스 무역(trade in services)이 무엇인지를 알아야 한다. GATS에서는 서비스무역을 그 공급방식(mode of supply)을 기준으로 (i) 국경 간 공급(Cross-border supply), (ii) 해외소비(Consumption Abroad), (iii) 상업적 주재(Commercial Presence)에 의한 공급, (iv) 자연인의 주재(Presence of Natural Persons)에 의한 공급 등 4가지 유형으로 정의하며, 이를 각각 Mode 1, 2, 3, 4로 칭한다. 이는 국가들이 FTA에서 서비스 시장개방 약속을 하는데 이용된다.

## 1) 국경 간 공급

이는 한 국가(A국)의 영토 내에 있는 서비스 공급자가 다른 국가(B국)의 영토 내로 이동하지 않고 서비스만을 직접 공급하는 것을 가리킨다. 이는 서비스 공급자가 서비스를 수출만 하는 것으로 서비스 공급자와 소비자의 해외 이동은 발생하지 않는다. 이러한 서비스의 공급은 전화, 팩스 또는 인터넷과 같은 통신매체를 통한 데이터 전송을 통해 이루어지거나 우편이나 배달 등을 통해 전달될 수 있다. 최근에는 5G와 같은 초고속 통신 인프라 확산과 디지털 기술의 발전으로 온라인 플랫폼 서비스가 급증하면서 그 이용이 급속히 증가하고 있는 공급방식이다.

가령, 국내의 온라인 게임 기업 A사가 한국에 서버를 둔 상태에서 인터넷망을 통해 베트남의 게임 이용자들에게 게임 서비스를 공급하고 카드 결제 등으로 이용료를 받는 경우(수출)가 있다. 또는 국내의 소비자가 인터넷을 통해 미국 Netflix로부터 동영상 서비스를 구독하고, 비용을 지불하는 경우(수입)도 있다. 문화서비스의 주된 수출형태인 라이선스 계약에 의한 해외 공급도 Mode 1으로 간주된다.

## 2) 해외소비

한 국가의 영토 내에서 그 국가에 온 다른 국가의 소비자에게 서비스가 공급되는 것을 가리킨다. 이 경우 소비자가 자신의 거주국 밖에서 서비스를 공급받게 된다. 해외소비는 서비스 소비자만 이동하는 방식으로 관광객이 해외 관광지로 이동하여 관광서비스를 소비하는 형태가 대표적이다. 해외 유학(교육서비스)이나



외국인이 한국을 방문하여 국내 영화관에서 영화를 관람하는 경우(문화서비스)도 이에 해당된다.

### 3) 상업적 주재에 의한 공급

이는 어느 국가의 서비스 공급업자가 다른 국가의 영토 내에 해외 현지법인, 자회사, 합작투자회사, 지사 등 상업적 주재<sup>2)</sup>를 통해 서비스를 지속적으로 공급하는 형태를 가리키며, 서비스 공급자와 자본의 해외 이동이 수반된다. 이는 엄밀히 무역이 아니며 해외투자에 해당되지만, 지난 UR 서비스협상을 통해 서비스 투자 시장의 개방을 받아 내고자 하였던 미국의 입장이 반영된 결과이다. 가령, 국내 영화사가 외국에 현지법인이나 합작회사를 설립하여 영화를 배급 및 상영하는 경우가 그러하다.

### 4) 자연인의 이동에 의한 공급

이는 어느 회원국의 서비스를 공급하는 자연인(개인)이 다른 회원국의 영토로 이동하여 현지에서 직접 서비스를 공급하는 방식으로 노동의 국가간 이동이 수반된다. 이와 관련 GATS에 포함된 “자연인의 이동에 관한 부속서”(Annex on Movement of Natural Persons Supplying Services under the Agreement) 제2항에서는 “이 협정은 회원국의 고용시장에 접근하고자 하는 자연인에게 영향을 미치는 조치에 대해서는 적용되지 아니하며 또한 영구적인 차원에서의 시민권, 거주 또는 고용에 관한 조치에도 적용되지 아니한다”라고 명시한다. 즉, GATS상 자연인의 이동 대상에는 다른 회원국의 고용시장에 접근하는 것을 배제한 제한된 경우로 한정된다. 이는 자연인(노동)의 일시적 이동 및 이주라는 형태를 취하고 영구적 이주는 거주국의 변경을 수반하는 것이어서 서비스무역에 해당되지 않는다.

자연인의 이동 대상은 크게 2가지 부류인바, 하나는 Mode 3(상업적 주재)과 밀접하게 연계되어 현지국에 설립된 자회사 및 지사에 파견된 임원, 관리자 및 전문가 등 기업 내 전근자(intra-corporate transferees: ICT)와 기업설립을 위해서 방문하는 상용 방문자가 있다. 다른 하나는 Mode 3과 연계되지 않은 Mode 4로서 서비스판매를 위해 방문하는 상용 방문자, 본국의 법인에 소속된 계약서비스공급자(Contractual Service Supplier: CSS), 독립적으로 활동하는 서비스 공급자, 즉 독립전문가(Independent Professional: IP) 등이 있다.

## (2) 서비스 FTA의 유형: GATS형 v. 미국형

서비스 FTA는 크게 두 가지 유형으로 대별된다. 하나는 WTO GATS 규범 및 양허 약속 틀을 기본으로 체결된 협정(이하 ‘GATS형 서비스 FTA’)이고, 다른 하나는 NAFTA를 비롯하여 미국이 체결한 FTA에서의 틀을 따르는 협정(‘미국형 서비스 FTA’)이다. 이 둘은 협정문의 구성과 체약국의 의무의 범위 그리고 시장개방 양허 방식에

있어 차이가 있다. 우리의 기타결 FTA는 이 두가지 유형이 혼재하여 이들 유형의 차이에 대한 이해가 필요하다.

첫째, 규범체계와 관련하여 GATS형 서비스 FTA는 협정문 안에 “서비스 무역(Trade in Services)”이라는 단일의 장에서 서비스의 4가지 공급 형태 모두에 대해 체약국이 준수해야 할 의무와 약속을 규정한다. 이에 비해 미국형 서비스 FTA는 협정문의 “국경간 서비스 무역(Cross-Border Trade in Services)” 장에서 4가지 공급형태 중 Mode 1, 2 및 4에 대해 규율하고, 이와 별도로 “투자(Investment)” 장을 두어 Mode 3(서비스 투자)와 제조업을 포함한 비서비스 투자를 함께 규율한다.

둘째, 시장개방 약속 방식과 관련하여 GATS형 FTA의 경우 4개의 공급 형태별로 개방 분야 및 업종의 범위에 대해 협상하여 포지티브 방식에 기초해 개방 분야에 대한 시장접근 및 내국민대우에 대한 제한과 함께 그 결과를 서비스 양허표나 서비스 유보목록에 기재한다. 이에 비해 미국형 FTA의 경우 현재 유보와 미래 유보로 구성된 유보목록에 네거티브 방식에 기초해 개방을 제외하거나 제한하는 분야 및 내용을 기재한다.

셋째, 미국형 FTA는 Mode 3를 무역이 아닌 ‘투자’로서 규율하는 관계로 체약국에게 고위경영진 및 이사회 국적 요건이나 이행요건의 부과를 금지하는 추가적인 의무사항을 요구하는 점이 다르다. 나아가 투자 챕터에는 투자(자)의 보호(대우의 최소기준 등)와 투자자와 국가간 분쟁해결 규정이 포함되어 있음도 큰 차이이다.

참고로 GATS형과 미국형 서비스 FTA를 대표하는 한-베트남FTA와 한미FTA의 실체적 규율 사항을 비교하면 아래와 같다.

〈표 II-1〉 GATS형 서비스 FTA와 미국형 서비스 FTA간 규율체계 및 실체적 규율 사항의 비교

GATS형 서비스 FTA (한-베트남FTA 사례)		미국형 서비스 FTA (한미FTA 사례)			
서비스 무역 (8장) M1~ M4 대상	내국민대우*	국경간 서비스무역 (12장) M 1,2,4 대상	내국민대우	투자 (11장) M3 대상	내국민대우
	최혜국대우		최혜국대우		최혜국대우
	시장접근		시장접근		대우의 최소기준
	추가적 약속		현지주재**		고위경영진·이사회
	투명성		투명성		특별형식·정보요건
	국내규제		국내규제		이행요건
	인정		인정		대위변제
	지급 및 송금		지급·송금		송금
	영업관행		비합치조치		비합치조치
	독점 및 배타적 서비스공급자		-		수용 및 보상
		-		-	

출처: 저자 작성

\* 고득체는 GATS형에 따른 양허표 기재 대상 의무와 미국형에 따른 유보 기재 대상 의무를 가리킴.

\*\* 이탤릭체는 미국형 서비스 FTA에서만 볼 수 있는 의무 규정을 가리킴.

2) 상업적 주재란 어느 국가의 영토 내에서 법인의 설립, 인수 또는 유지와 지사나 대표사무소의 창설 또는 유지와 등을 통한 사업 형태를 의미한다.

## 3

## 서비스 FTA에서의 일반원칙 및 의무와 예외

### (1) 시장접근

시장접근(market access: MA)이란 다른 회원국의 서비스 및 서비스 공급자들에게 자국의 서비스 양허표 및 유보목록에 기재된 분야에 있어 기재한 제한 하에 당해 서비스 분야를 개방함을 의미한다.

GATS형 FTA에서는 시장접근에 대한 제한을 ① 서비스 공급자의 수 제한, ② 서비스 거래 또는 자산의 총액 제한, ③ 서비스 영업의 총수(영업 일수, 영업시간 등) 또는 서비스 총산출량의 제한, ④ 고용인의 총수 제한, ⑤ 사업자의 법적 형태(법인, 합작투자 등) 제한, ⑥ 외국자본 참여(외국인지분율, 개인 또는 외국인 투자합계 총액 등) 제한으로 열거하면서 양허표상 달리 명시하지 않는 한 이상 6가지 제한을 둘 수 없다는 GATS 제16조를 수용 규정한다. 이상의 시장접근 제한은 주로 '양적'인 제한 조치를 다루고 있음이 주목된다.

NAFTA형 FTA의 대표적 협정인 한미 FTA를 살펴보면 국경간 서비스무역(제12장)의 시장접근에서 GATS 제16조의 1~5항목을 원용 규정<sup>3)</sup>할 뿐 6항목(외국자본 참여)은 포함되어 있지 아니한데 동 항목은 Mode 30이 해당하는 투자(제11장)와만 관련되어 있기 때문이다.

### (2) 내국민대우(NT)

GATS형 서비스 FTA에서는 자국의 동종 서비스 및 서비스 공급자에게 부여하는 대우보다 불리하지 않은 대우를 다른 국가의 서비스 및 서비스 공급자에게 부여해야 한다는 내국민대우(national treatment: NT)를 규정한다. 다만, 협정 체결국이 자국의 양허표에서 NT 의무에 대해 기재한 조건이나 제한을 적용받는다. 또한 한-EU FTA 등 일부 협정에서는 형식적으로 동일 또는 상이한 대우가 다른 쪽 당사자의 동종 서비스 또는 서비스 공급자와 비교하여 당사자의 서비스 또는 서비스 공급자에게 유리하도록 경쟁 조건을 변경하는 경우에는 불리한 대우로

3) 한미FTA 제12.4조.

간주된다<sup>4)</sup>는 '사실상의'(de facto) 동등 대우 의무를 규정하기도 한다.

미국형에서도 국경간 서비스무역과 투자 챕터에서 같은 취지의 NT규정을 두고 있다.

### (3) 최혜국대우(MFN)

최혜국(most-favoured-nation: MFN)대우란 어느 국가(A국)가 다른 국가(B국)의 서비스 및 서비스 공급자를 그 밖의 다른 국가(C국)의 서비스 및 서비스 공급자보다 불리하게 대우해서는 아니 된다는 원칙을 말한다. 즉, MFN 대우는 협정 체결 상대국 서비스 공급자에게 제3국의 서비스 공급자에 비해 불리하지 않은 대우를 부여하는 것을 의미한다.

기타결 서비스 FTA의 MFN 대우 조항에서는 과거에 체결된 협정상 유리한 대우를 동 협정 당사국에게도 부여할 것인지(과거 MFN) 또는 향후 체결될 협정에서 다른 협정 당사국에게 유리한 대우를 할 경우에만 동 협정의 당사국에게도 그와 같은 동등한 대우를 부여할 것인지(미래 MFN)가 관건이 되고 있는바, 한-베트남 FTA에서와 같이 미래 MFN만을 명시하는 것<sup>5)</sup>이 일반적이다.

한편, 중국, ASEAN, 인도 및 칠레 등 개도권 국가들이 체결한 협정에서는 MFN 대우 조항 자체를 포함하고 있지 아니한 경우도 적지 않다.

### (4) 국내규제

일반적으로 국내 규제는 그 도입 배경 및 근거가 있을 뿐만 아니라 GATS 전문에서도 국가정책목표(national policy objectives)를 달성하기 위하여 자국 영토 내에서 서비스 공급을 규제하거나, 신규 규제를 도입할 회원국의 권리를 인정한다. 더욱이 그러한 국내 규제는 내외국인에게 차별적으로 적용되는 것도 아니어서 GATS상 내국민대우와의 충돌이 발생하지도 않는다. 그럼에도 GATS에서 국내 규제를 통제하는 것은 이러한 국내규제가 서비스무역과 관련하여 실제로 있어 심각한 무역장벽으로 작용할 수 있기 때문이다.

가령, 우리 방송법 제73조 2항에 따르면 방송광고의 허용범위·시간·횟수 또는 방법 등에 관하여 필요한 사항을 대통령령으로 정하여 규제하도록 하고 있는데 이는 방송광고 사업자의 활동에 있어 상당한 제약으로 작용할 수 있다.

4) 한-EU FTA 제7.6조 3항.

5) 한-베트남 FTA 제8.3조.

이러한 배경에서 서비스 FTA에서는 그 유형과 관계없이 국내규제 조항을 통해 협정에 따라 차이가 있기는 하지만 자격요건 및 절차, 기술표준, 그리고 면허요건과 관련된 조치가 서비스무역에 대한 불필요한 장벽을 구성하지 아니하도록 보장하기 위하여 그러한 규율이 서비스를 공급할 수 있는 자격 및 능력과 같은 객관적이고 투명한 기준에 기초할 것 그리고 면허절차의 경우, 그 자체가 서비스 공급에 대한 제한이 아닐 것 등을 규정함으로써<sup>6)</sup> 계약국의 국내규제에 대한 일정한 통제를 부과한다.

## (5) 미국형 서비스 FTA에서의 부과 금지 의무

미국형 서비스 FTA는 국경간 서비스무역과 서비스 투자를 규율하는 별도의 투자챕터를 두고 있는바, 이 유형의 협정에는 GATS형 서비스 FTA에서는 발견할 수 없는 아래의 추가 의무를 규정한다. 따라서 미국형 서비스 FTA에 따른 의무를 면제받기 위해 제출되는 유보목록상 적용 의무에 이들 의무가 포함될 수 있다.

### 1) 현지 주재(LP) 요건

현지 주재(local presence: LP) 요건이라 함은 FTA 당사자가 서비스시장 개방을 약속한 분야 및 업종에 있어 서비스의 국경 간 공급을 허용하는 사전 조건으로서 다른 당사자의 서비스 공급자에게 자국 영토 내에 대표사무소나 그 밖의 다른 형태의 법인을 설립하거나 운영하도록 또는 거주하도록 요구하는 요건을 의미한다.

미국형 서비스 FTA의 국경간 서비스무역 챕터에서 그러한 현지 주재 요건 부과 금지를 규정<sup>7)</sup>하는 이유는 오늘날과 같이 인터넷 기반 온라인 플랫폼을 통한 서비스의 국경간 공급이 활성화된 상황에서 현지 주재 요건은 서비스의 국경간 공급(Mode 1)에 중대한 장벽으로 작용할 수 있기 때문이다.

### 2) 고위경영진 및 이사회(SMBD) 국적 요건

고위경영진 및 이사회(Senior Management and Board of Directors: SMBD) 국적 요건 부과 금지 조항이라 함은 고위경영자에게 국적 요건을 부과하거나 이사회 등의 인력에 대해 국적 요건 또는 거주요건을 부과할 수 없도록 하는 의무조항을 가리킨다. 미국형 서비스 FTA 투자챕터는 동 조항을 포함한다.<sup>8)</sup>

## 3) 이행요건(PR)

이행요건(Performance Requirement: PR) 부과 금지라 함은 협정에서 열거된 요건(일정 수준 또는 비율의 상품 또는 서비스를 수출할 것, 일정 수준 또는 비율의 국산 부품을 사용할 것 등)을 투자자의 자국 영역 내의 투자의 설립, 인수 및 경영 등과 관련하여 의무로서 부과하여서는 아니됨을 의미한다. 미국형 서비스 FTA 투자챕터는 동 조항을 포함한다.<sup>9)</sup>

## (6) 일반원칙에 대한 예외

FTA에서는 상품무역과 서비스무역 구별없이 또한 서비스 FTA의 유형과 관계없이 일반적 예외와 안보 예외 조항을 포함한다.

먼저 일반적 예외와 관련하여 가령, 한미 FTA에서는 GATS 제14조상 일반적 예외 규정이 국경간 서비스무역 챕터에 준용된다고 규정하는바, 이에 따르면 당사국은 국가들 간에 자의적이거나 정당화될 수 없는 차별의 수단이 되거나 서비스무역에 대한 위장된 제한을 구성하는 방식으로 적용하지 아니할 것이라는 조건하에 (i) 공중도덕의 보호나 공공질서의 유지를 위해 필요한 조치, (ii) 인간, 동식물의 생명 또는 건강의 보호를 위해 필요한 조치, (iii) 협정과 일치하는 법률이나 규정의 준수를 확보하기 위한 조치 또는 (iv) 다른 회원국의 서비스 및 서비스공급자에 대한 공평하고 효과적인 직접세의 부과 또는 징수를 보장하기 위하여 협정상 제반 일반 의무 및 원칙을 일탈할 수 있다고 규정한다.<sup>10)</sup>

이에 따르면, 가령 사행성 게임을 포함한 도박 서비스의 경우 당해 서비스 FTA나 부속서에서 이의 적용배제를 명시하지 않았더라도 내외국인 간에 차별하지 않는 한 협정의 일반적 예외 사유의 하나인 (i) 공중도덕의 보호나 공공질서의 유지를 위해 필요한 조치에 근거하여 이의 영업을 금지하거나 제한할 수 있다.

다음으로 안보 예외와 관련하여 가령, 한미 FTA에서는 자국의 필수적 안보 이익을 위하여 필요하다고 판단하는 경우 정보의 공개 또는 접근 거부 그리고 필요한 조치의 행사에 대해 협정상 일반 의무를 포함한 제반 규정의 적용을 받지 아니한다고 규정한다.<sup>11)</sup>

6) 한-베트남 FTA 제8.8조 4항, 한미 FTA 제12.7조 2항.

7) 한미 FTA 제12.5조(현지 주재).

8) 한미 FTA 제11.9조(고위 경영진 및 이사회).

9) 한미 FTA 제11.8조(이행요건).

10) GATS 제14조 및 한미 FTA 제23.1조 2항.

11) 한미 FTA 제23.2조.

## 4

## 국제통상규범에서 문화적 예외의 인정 배경 및 현황

### (1) 다자간 무역규범에서의 문화적 예외 허용 배경 및 현황

#### 1) GATT 1947에 있어 “스크린쿼터” 허용 배경

GATT 제4조와 제3조 10항에서는 영화필름(exposed cinematograph films)에 대해 흔히 “스크린쿼터”(screen quotas)로 불리는 내국민대우 원칙에 대한 예외를 인정하는데 이것이 바로 GATT상 대표적인 문화적 예외(cultural exception)의 사례이다.

즉, GATT 제4조(a)호에서는 국내제작 영화필름에 대해 총 상영시간 중 규정된 최저 비율 동안 이의 상영을 요구할 수 있는 스크린쿼터를 허용한다. 이러한 스크린쿼터는 국내제작 영화필름과 해외제작 영화필름 간의 차별에 해당되는 것이어서 GATT상 일반원칙 중 하나인 내국민대우에 위반된다. 그러나 GATT 입안 당시 국내제작필름에 대한 쿼터를 시행하고 있었던 국가들은 영화필름 제품의 규제는 경제나 무역 논리보다는 국내문화정책(domestic cultural policies)과 보다 많은 관련이 있다는 이유로 영화필름 제품을 내국민대우 의무의 적용 대상에서 제외시켜 줄 것을 주장하였고, 마침내 GATT 입안자들이 이를 수용하기에 이르렀다.<sup>12)</sup>

한편, 지난 UR 협상에서도 일부 국가들은 문화상품 및 문화서비스에 대해 단지 통상논리만으로 GATT상 일반원칙인 NT나 MFN 대우를 적용하는 것은 자신들의 문화적 정체성(cultural identity)을 해칠 수 있다는 우려를 표명하였다. 실제로 문화산업 특히, 필름과 시청각산업(film and audiovisual industries)은 국가의 수입 규제와 문화산업 보존을 위한 다양한 지원제도를 통해 살아남게 된 경우가 많다. 즉, 상업적 논리만을 따를 경우 거대 자본과 독점적 지위를 가진 다국적 문화기업들에 의해 다수의 토종문화 기업들이 퇴출될 수 있다는 주장이다. 이 점에서 UR 협상 참가자들 역시 토착문화(local culture)를 보존하고 문화의 획일화를 방지하기 위해서는 국내 문화산업의 생산 기반을 생존 가능한 수준에서 유지·발전시키기 위한 메커니즘이 필요하다는 것에 공감하였다<sup>13)</sup> 그 결과 GATT를 대체하여 새로이 1995년 출범한 WTO 체제에서도 스크린쿼터의 예외

규정은 GATT 1994를 통해 그대로 존속되었다.

요컨대, GATT에서 스크린쿼터와 같은 “문화적 예외”에 해당되는 규정이 도입된 것은 문화상품은 한 국가의 복수의 정체성(plural identities)과 그 국민의 창조적인 다양성(creative diversity)을 반영하는 생각, 가치 및 삶의 방식을 전달하는 것이어서 문화는 상업적 목적 이상을 포함한다.<sup>14)</sup> 따라서 문화상품이나 문화서비스는 그 밖의 다른 상품과 동일하게 취급해서는 아니 된다는 일종의 독트린(a doctrine)으로 이해한다.<sup>15)</sup>

다만, GATT 및 WTO협정에서는 스크린쿼터와 같은 단편적인 예외 규정을 포함하거나 GATS에 따른 국별 서비스양허를 통해 문화서비스 분야에 대한 내국민대우의 제한 등을 허용할 뿐 안보 예외와 같이 포괄적인 적용 예외 규정을 포함하고 있지는 아니함을 유의해야 한다.

#### 2) WTO/GATT상 문화적 예외 규정

먼저 WTO협정이 발효되기 이전까지의 국제무역을 규율하였던 GATT 1947은 상품무역만을 대상으로 하였고, 따라서 동 협정에는 문화상품의 교역에 대한 GATT상 일반원칙의 적용을 배제하여 주는 단편적인 여러 근거 규정이 포함되었다. 이러한 GATT상 문화적 예외 규정으로서 (i) 영화필름에 관한 스크린쿼터를 규정한 GATT 제4조 및 제3조 10항, (ii) 예술적 가치가 있는 국보(national treasures)의 보호를 위한 조치에 관한 GATT 제20조(f)호, (iii) 특정 제품의 수입에 대한 긴급조치에 관한 GATT 제19조 등이 그것이다.

#### ◆◆ GATT 제4조 및 제3조 10항: 영화필름에 대한 스크린쿼터

먼저 GATT 제4조에서는 영화필름(cinematograph films)에 대해 다음과 같은 특별규정을 두고 있다.

“체약당사자가 노출영화필름에 관한 내국의 수량적 규제를 설정하거나 유지하는 경우 그러한 규제는 다음의 요건에 합치되는 스크린쿼터의 형식을 취하여야 한다.

(a) 스크린쿼터는 원산지를 불문한 모든 필름의 상업적 상영에 있어 1년 이상의 일정 기간 동안 실제로 사용된 총 영사시간 중 특정한 최저 비율 동안 국산 영화필름을 상영하도록 요구할 수 있으며, 이는 극장당 연간 영사시간 또는 이에 상응하는 기준에 기초하여 산정한다.

다음으로 GATT 제3조 10항에서는 내국민대우에 관한 제3조의 규정은 체약당사국이 노출영화필름에 관한 것으로서 제4조상 요건을 충족하는 내국의 수량적 규제를 설정하거나 유지하는 것을 방해하지 아니한다고 규정한다.

이들 GATT 규정에 따르면 체약당사국은 다양한 문화상품중 하나인 노출영화필름(exposed cinematograph

12) J.H. Jackson, World Trade and the Law of GATT(1969), p.293.

13) UNESCO, Culture, trade and globalisation, 16. What do we generally understand by “Cultural Exception”? (이하 ‘UNESCO 16’), <http://www.unesco.org>.

14) 1999년 UNESCO 주관 심포지움 발제: “Culture: A Form of Merchandise Like No Other?” 동 발제에서 “문화란 단지 경제나 경제 논리의 대상만이 아니다”고 주장한다.

15) UNESCO 16.



films) 즉, 영화에 대해서만 스크린쿼터(screen quota)의 형태로써 체결국이 내국의 수량규제를 도입 또는 유지하는 것을 허용한다. 즉, 체결국의 국내에서 제작된 영화에 대해서만 연간 영사시간 중 일정 비율의 시간 동안 상영하도록 요구하는 스크린쿼터는 국내제작 영화필름과 외국제작 영화필름 간에 차별을 하는 조치로서 GATT 제3조상 내국민대우에 위반되지만, 문화적 이유로 스크린쿼터에 대해서는 제3조(내국민대우)의 적용을 배제하고, 이를 예외적으로 허용한 것이다.

### 3) WTO/GATS상 문화적 예외 규율

지난 UR 문화서비스협상에서 EU는 시청각서비스에 대한 예외 인정을 관철시키기 위한 다양한 협상안을 마련하여 추진하였다. 반면에 미국은 문화적 목적에서 GATS상 일반원칙에 대한 적용배제나 예외는 없다는 입장을 견지하였다. 이에 따라 UR 문화서비스협상에 있어 EU와 미국 양측은 시청각서비스 분야에 대한 어떠한 실체적 합의도 도출하지 못하였고,<sup>16)</sup> 그 결과 UR 문화서비스협상에서는 어떠한 문화적 예외 규정도 도입하지 못하였다.

그렇다면, 아무런 명시적인 문화적 예외 규정을 두고 있지 아니한 GATS상 문화서비스의 지위는 구체적으로 무엇인가? 한마디로 UR 서비스협상 결과 채택된 GATS상 일반원칙-즉, 최혜국대우, 내국민대우 및 시장접근 등-이 여타 서비스 분야에서와 마찬가지로 시청각서비스에도 예외 없이 그대로 적용됨을 의미한다.

먼저, 최혜국대우와 관련하여 GATS는 회원국이 최혜국(MFN)대우 적용면제 리스트의 작성을 통해 자국의 최혜국대우 의무로부터의 일탈을 허용하는 바, EU는 시청각서비스를 자신의 최혜국대우 면제리스트에 포함시킴으로써<sup>17)</sup> EU 회원국은 다른 EU 회원국이나 EU와 문화협력협정을 체결한 역외국가들에 대해서만 특혜 대우를 부여하는 것을 허용받게 되었다.<sup>18)</sup>

다음으로 내국민대우와 관련하여 GATS는 회원국이 자국의 양허약속표를 통해 시장을 개방한 서비스 분야에 대해 서비스 공급방식별로 기재한 내국민대우에 대한 제한을 제외한 다른 추가적인 제한을 부과하지 못하도록 한다. 그런데 EU는 UR 서비스협상에서 시청각서비스는 물론 도서관·문서보관·박물관 및 그 밖의 문화서비스에 대해서는 일절 양허하지 않음으로써 그러한 내국민대우의 제한에 따른 규제를 받지 않고 있다. 따라서 EU는 자신의 1989년 이사회 지침 제89/552호에 따라 역내 TV 방송을 통해 방영되는 모든 시청각 작품의 최소 50%는 반드시 역내에서 제작된 것이어야만 한다<sup>19)</sup>는 쿼터 요건을 그대로 유지할 수 있게 되었다. 환언하면, EU는 자신의 양허협상을 통해 시청각서비스 분야에 대해 GATS상 일반원칙인 내국민대우 의무로부터의 적용 면제를 획득한 것이나 마찬가지의 결과를 갖게 되었다.

이밖에, 시장접근과 관련하여서도 EU는 UR 문화서비스 협상에서 시청각 부문 및 그 밖의 문화서비스 부문에 대해 어떠한 시장개방 양허도 약속하지 아니하였다. 따라서 현재 EU는 역내에서 미국의 시청각서비스 제공자의 활동을 제한할 수 있다. 다만, 이는 현행 EU의 양허약속이 유지되는 동안에 국한된 것이며, 추후 WTO하에서의 (문화)서비스 협상을 통해 시장개방을 양허할 경우 그러한 규제 권한은 양허약속의 내용만큼 제약을 받게 될 것이다. 이는 문화서비스 역시 GATS 제19조 1항에 따른 점진적인 자유화의 대상에서 예외일 수 없기 때문이다.

이와 같이 지난 UR 서비스협상에서 EU는 비록 상품무역에 관한 GATT 제4조 스크린쿼터와 같은 명시적인 적용 예외를 도출해 내지는 못하였지만, 시청각서비스를 최혜국대우 면제리스트에 포함시켰고, 서비스양허 협상에서도 동 분야를 개방약속에 포함하지 않음으로써 결과적으로 시청각서비스에 대해서는 GATS상 최혜국대우 및 내국민대우의 적용면제를 받아냈는바, 이는 사실상 시청각서비스라는 문화적 가치에 대한 묵시적 승인을 이끌어 낸 것이라는 평가가 있다.<sup>20)</sup>

## (2) FTA에서의 문화적 예외 인정 현황

그간 체결된 FTA에 있어 문화적 예외 규정의 사례로서 가장 주목되는 것은 캐나다가 체결한 FTA에 있어 문화산업(cultural industries)에 대한 예외규정이다. 캐나다는 그간 모든 통상협상의 포럼에서 일관되게 문화적 정체성의 보호를 이유로 문화산업에 대해서는 무역자유화의 대상에서 제외하여야 한다는 입장을 견지하여 왔고, 실제로 그간 자신이 체결한 FTA에서 예외 없이 이를 관철하여 왔다. 가령, 1988년 캐나다-미국 간 자유무역협정(Canada-United States Free Trade Agreement: CUSFTA) 제2005조 1항에서는 문화산업은 동 협정 제401조(관세철폐), 제1607조 4항(간접인수의 철수<sup>21)</sup> 제2006조(재송출권) 및 제2007조(캐나다 내 인쇄요건)에서 명시적으로 규정한 경우를 제외하고는 동 협정상 제반 규정의 적용에서 제외된다는 문화산업에 대한 예외 규정을 포함시킴으로써 양국 간의 상품무역과 서비스무역 및 투자에 있어 문화산업에 속한 부문은 상술한 특정 조항에 해당되는 조치가 아닌 한 협정의 적용을 받지 않도록 하였다. 또한 CUSFTA에서는 그러한 협정상 적용 제외의 대상이 되는 문화산업에 관한 정의(definition) 규정<sup>22)</sup>도 별도로 두었다.<sup>23)</sup>

그 후 캐나다가 체결한 NAFTA(1994년)에서도 상술한 CUSFTA 문화산업 규정을 따라 캐나다와 미국 그리고

20) S. Cahn & D. Schimmel, The Cultural EXception: Dose it exist in GATT and GATS frameworks? How does it affect or is it affected by the Agreement on TRIPS?, Cardozo Arts & Entertainment Law Journal, Vol.15 No.2(1997), p.301.

21) 참고로 CUSFTA 제1607조에서는 캐나다는 미국 투자자의 캐나다 내 문화산업 종사 기업의 간접인수(indirect acquisition)에 대한 심사 결과 당해 기업의 철수(divestiture)를 요구하는 경우 캐나다는 독립적이고 객관적인 평가에 의해 결정된 공정 시장가격으로 당해 미국 투자자로부터 당해 기업을 구매할 것을 제안하여야 한다고 규정한다.

22) CUSFTA 제2012조.

23) 참고로 캐나다가 체결한 FTA상 문화산업 규정의 법적 의미 및 문제점에 대해서는 본 보고서 제4부 III. 2. (3) 가. (가) negative list 방식의 단점을 참조하기 바란다.

16) 즉, EU와 미국은 “합의하지 못하였다 것에만 합의하였다”(We merely agreed to disagree)고 M. Kantor와 Leon Brittan경 양측 협상 대표는 밝혔다. L. Elliott & E. Luce, U.S. and Europe Clear Obstacles to GATT Deal, Guardian, Dec. 15, 1993, p.1.

17) List of MFN eXemptions for audiovisual services by the EC and its Member States, GATS/EL/31, April 1994.

18) 참고로 시청각서비스부문에서의 최혜국대우 면제를 부여받은 WTO 회원국은 모두 33개국이다.

19) EU 1989년 이사회 지침 제4조.

캐나다와 멕시코간의 관계에 있어 동 협정에서 정의된 문화산업<sup>24)</sup>에 대해서는 동 협정상 규정된 제반 의무의 적용을 제외시키는 명시적인 문화적 적용제외(an explicit cultural exclusion) 규정을 포함시켰다<sup>25)</sup>.

이후 캐나다가 체결한 이스라엘(1997년), 칠레(1997년), 코스타리카(2002년) 등은 물론 한-캐나다 FTA(2015년)<sup>26)</sup>에서도 상술한 문화산업에 대한 적용 제외 규정을 예외 없이 포함하여 규정하여 오고 있다.

24) NAFTA 제2107조.

25) NAFTA Annex 2106.

26) 한-캐나다 FTA 제22.6조(문화산업). 상세 설명은 본 가이드 제4부 제2장 2. 캐나다를 참고.

## 5

## 디지털 통상규범에서의 문화콘텐츠의 국경간 공급과 데이터의 국경간 이전 보장

### (1) 미디어·엔터테인먼트산업에서의 데이터의 잠재력 및 미디어산업의 성장 가능성<sup>27)</sup>

통신인프라 및 디지털 기술의 발전으로 데이터 규모가 급증하는 가운데 IDC(International Data Corporation)가 수행한 분석 결과에 따르면, 미디어·엔터테인먼트 산업은 데이터 군(datasphere)의 성장률이 25%로 높아, 데이터에 영향을 많이 받는 분야 중 하나이다. 특히, 코로나19로 인해 인터넷 기반의 미디어 콘텐츠 소비가 특히 급속히 증가하면서 향후 미디어·엔터테인먼트 산업의 성장이 가속화될 것으로 전망된다. 실제로 New York Times가 코로나19 발발하기 전후의 1분기 미국의 인터넷 이용을 분석한 그래프를 보면 Netflix(16%), 유튜브(15.3%), 페이스북(27%)의 트래픽이 급증하였다.

### (2) 미디어·엔터테인먼트산업에서의 데이터의 국경간 이전 보장의 의의 및 중요성

문화콘텐츠 서비스의 국경간 공급과 관련하여 데이터의 국경간 이전(cross-border flow of data) 보장이 매우 중요하다. 그 이유는 국경간 이전 대상 데이터에는 디지털 형식으로 제작되어 온라인 플랫폼을 통해 공급되는 데이터(가령 영상, 음성, 디지털 게임 등)를 가리키는 디지털 콘텐츠 이외에 그러한 디지털 콘텐츠를 사용하는 이용자의 개인정보(personal information)가 포함되는데 온라인 플랫폼 미디어·엔터테인먼트 산업 입장에서는 그러한 개인정보가 매우 중요하기 때문이다.

이는 소비자가 자신의 디지털 단말기로 자신의 취향에 맞는 콘텐츠를 시간과 공간의 제약을 받지 않고 소비하는 것이 하나의 추세가 됨에 따라 사업자들은 고객의 소비 패턴과 같은 데이터를 활용하여 개별 소비자의 선호를 반영한 콘텐츠를 만들어 소비자 전체가 아닌 각각의 개별 고객에게 접근해야 하는 ‘개인화’의 필요가 증대할 것을 의미한다. 즉, 온라인 플랫폼 사업자들은 AI 알고리즘에 의한 자동 추천, 개인화된 마케팅 기법을 활용해 매출 증대를 꾀할 수 있었고, 그러한 급속한 성장은 미디어·엔터테인먼트 산업 내 ‘디지털화’의 진전과 이로 인해

27) 본 항의 설명은 조대근, 데이터 경제시대 미디어 비즈니스 전략, Media Issue & Tredn, Vol.36(2020.9)를 참조하여 작성된 것임.

수집이 가능해진 데이터로 인해 가능해진 것이기 때문이다.

실제로 최근 Netflix에서 대여되는 영화의 75%는 머신러닝에 의한 추천으로부터 발생하였고, 개인화된 비디오 추천은 신규 비디오 또는 전체 평점이 높은 비디오 추천보다 2~3배의 높은 시청 효과가 있는 것으로 나타났다.<sup>28)</sup>

이와같이 이용자에게 디지털 콘텐츠를 제공, 중개함으로써 수익을 창출하는 미디어·엔터테인먼트 사업자들의 입장에서 이용자들로부터 수집한 데이터의 전략적 활용은 선택이 아닌 필수가 되었다. 즉, 문화콘텐츠를 기반으로 한 온라인 플랫폼 사업자에게 있어 데이터라 함은 넷플릭스와 같은 온라인 플랫폼 서비스를 이용하는 국내 소비자의 개인정보는 물론 당해 소비자의 당해 서비스 이용 행태(선호 장르 등)에 관한 데이터를 가리키며, 이러한 데이터의 국경간 이전이 당해 사업자 입장에서는 이용자의 '개인화'에 대응하는 서비스를 제공하기 위해 필수적으로 요구되기 마련이다. 이 점에서 미국은 자국이 탈퇴 이전 주도했었던 TPP협정, USMCA협정 및 미-일 디지털 무역협정에서 데이터의 국경간 이전 보장 등에 관한 규정을 도입하였고, 향후 디지털 통상협상에서 이를 보다 확산하고자 시도할 것이다.

## FTA의 문화서비스분야 활용 가이드

28) 삼성KPMG 경제연구원, 2018





FTA의  
문화서비스분야  
활용 가이드

Free  
Trade  
Agreement

# 제 3 부

## 서비스 FTA에서의 시장개방 방식 및 주요국의 문화시장 개방 기초

1. 서비스 FTA에서의 서비스·투자 개방 방식
2. 우리의 기타결 FTA에서의 서비스 시장개방 방식
3. 주요 국가들의 문화산업 분야 시장개방 기초

## 1

## 서비스 FTA에서의 서비스·투자 개방 방식

일반적으로 서비스 FTA에서의 체약국의 서비스시장 개방 약속의 방식은 GATS형 혼합방식과 미국형 네거티브 방식 중 하나가 이용된다.

## (1) 구체적 약속 양허표를 이용하는 GATS형 혼합방식

이는 GATS형 서비스 FTA에서 이용되는 방식으로 FTA 서비스 무역 자유화 협상 결과 각 당사국이 개방하기로 약속한 서비스 분야 및 업종만을 협정의 부속서에 첨부된 자국의 구체적 약속 양허표<sup>1)</sup>(이하 ‘서비스 양허표’)의 “양허 분야 또는 업종(Sector or Sub-sector)”란에 기재하고, 이렇게 기재된 서비스 분야 및 업종에 대해서만 시장개방의 의무를 부담한다. 따라서 자국의 양허표에 기재되지 않은 그 밖의 모든 서비스 분야 및 업종은 개방 대상에서 제외되는 점에서 개방 범위에 대해서는 일단 포지티브 방식(positive approach)이 적용되고, 서비스 분야 및 업종의 기재는 원칙적으로 UR 서비스협상에서 이용되었던 Provisional CPC 기준(1991년)이 이용된다.<sup>2)</sup> 가령, 태국은 한-아세안 FTA에서 기타 사업서비스 분야를 기재하면서 하위 분야인 사진서비스(CPC 875)는 기재하지 않음으로써 사진서비스를 비개방하였다. 또한 특정 서비스 분야를 세부적으로 기재하면서 일정한 업종을 제외할 수 있는데 이는 해당 양허 서비스 분야의 ‘부분 개방’에 해당된다. 가령, 태국이 한-아세안 FTA에서 인쇄 및 출판서비스(CPC 888442) 분야를 기재하여 개방하면서 “신문출판은 제외”라는 단서를 부가한 경우가 그러하다.

이와 같이 포지티브 방식에 기초해 자국의 양허표 상에서 시장을 개방하겠다고 적시한 서비스 분야에 대해 시장접근(MA)과 내국민대우(NT) 및 추가적 약속으로 구분하여 서비스의 4가지 공급형태별로 다시 개방 및 제한 여부를 작성한다. (i) 기재된 서비스 분야의 공급형태별로 MA 또는 NT에 대해 “Unbound”로 기재한 경우 제한에 대한 약속 자체를 하지 않은 것(약속 안함)이어서 어떠한 제한도 부과할 수 있음을 의미하며, 따라서 이는 사실상 당해 서비스의 특정 공급형태를 비개방한 것과 같다. (ii) 기재된 서비스 분야의 공급형태별로 MA 또는 NT에

1) 이는 기본적으로 WTO GATS에서 회원국들이 이용한 양식을 사용하지만, 한-EU FTA에서 EU와 같이 변형된 양식을 사용하기도 한다.

2) Provisional CPC 사용은 의무사항이 아니어서 미안하는 서비스분야 및 업종 분류를 CPC prov. 버전이 아닌 CPC Version 1.1을 기초로 작성하였다.

대해 “None”으로 기재한 경우 어떠한 제한도 없는 것 즉, 개방을 의미한다. 개방을 약속한 분야의 공급형태별 제한사항에 대해서는 기재된 제한사항 이외에는 제한을 부과할 수 없는 네거티브 방식(negative approach)이 적용된다.

이러한 GATS 양허 방식은 시장개방 분야는 포지티브 시스템을 적용하고, 개방된 분야에 있어 제한사항에 대해서는 네거티브 시스템이 적용되는 점에서 “혼합방식”(hybrid approach)이라 부른다.

한편, 자격, 표준 또는 면허사항에 관한 조치를 포함하여 시장접근 또는 내국민대우에 따른 양허표 기재사항은 아니나 서비스의 무역에 영향을 미치는 조치와 관련한 약속은 양허표의 “추가적 약속”에 기재할 수 있다.

## 〈표 III-1〉 A국과 B국간 서비스 FTA에 있어 A국의 구체적 약속양허표 일부

분야 또는 하위 분야	시장접근(MA)에 대한 제한	내국민대우(NT)에 대한 제한	추가적 약속
사업서비스 F. 기타 사업서비스			
인쇄 및 출판서비스 (CPC 888442) 단, 신문출판은 제외	(1) 약속안함(unbound)	(1) 약속안함(unbound)	
	(2) 제한 없음(None)	(2) 제한 없음(None)	
	(3) 외국인투자는 49%를 초과할 수 없음	(3)	
	(4) 수평적 양허에 기재한 사항 외에는 약속 안함	(4) 수평적 양허에 기재한 사항 외에는 약속 안함	

## (2) 유보목록을 이용하는 미국형 네거티브 방식

NAFTA 등 미국이 주도하여 체결한 (서비스) FTA에서는 유보목록을 사용하여 서비스시장 개방에 대해 약속한다. 협정 체약국들은 각기 부속서에 첨부하는 유보목록(Reservation List)에는 적용 대상이 되는 서비스 분야 및 업종을 기재하고, 당해 분야에서 유지하거나 채택하는 비합치조치(non-conforming measures)의 협정상 의무와 동 조치의 근거 국내 법령 및 유보내용을 기재한다. 이와 같이 유보목록에 기재된 협정상 의무와 합치하지 아니하는 조치들은 협정상 의무 적용을 면제받는다. 따라서 유보목록에 기재된 서비스 분야 및 업종은 비합치조치에 따른 제한을 받는다. 특히, 시장접근을 허가 대상으로 하거나 당해 분야 전반에 대해 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보하는 포괄 미래유보를 한 경우 사실상 비개방으로 보아야 한다.

이 방식에 따르면, 유보목록에 기재하지 않은 서비스 분야에 대해서는 협정상 일정한 의무에 대한 제한이 없는 것으로 간주되어, 당해 의무와 상치되는 조치를 유지하거나 도입할 수 없다. 또한 기재된 유보내용 이외의 비합치조치를 채택하거나 유지하는 것 역시 허용되지 아니하는 점에서 네거티브 방식(negative approach)에 해당된다.



이러한 미국형 네거티브 방식에서는 유보의 적용 대상을 국경간 서비스무역과 투자로 구분한다. 국경간 서비스무역은 4가지 서비스 공급형태 중 Mode 1, 2 및 4가 해당되고, Mode 3[산업적 주재(설립)에 의한 서비스 공급]는 투자로 간주된다. 따라서 각 유보에서는 이 가운데 어느 하나 또는 양자 중 선택하여 기재한다. 유보가 국경간 서비스무역에 적용되는 경우 내국민대우, 최혜국대우, 시장접근 및 현지주재 조항 중 비적용 의무를 기재해야 하며, (서비스) 투자에 적용되는 경우 내국민대우, 최혜국대우, 고위경영진 및 이사회, 이행요건 조항 중 비적용 의무를 기재해야 한다.<sup>3)</sup>

다만, 상술한 의무와 관련이 없는 비차별적인 규제 가령, 면허·허가·인가 요건 등은 국내규제 조항에 의거, 국내정책 결정에 따라 자유로이 유지·신설·개정할 수 있다.

#### ◆◆ 현재유보와 미래유보란 무엇인가?

유보목록과 관련하여 미국형 네거티브 방식에서는 기존의 조치에 대한 유보(현재 유보)와 새로운 조치에 대한 유보(미래 유보)를 구별하여 별도의 유보목록을 통해 작성하도록 한다.

일반적으로 부속서 I에 첨부되는 현재유보는 협정상 의무에 합치하지 않는 현행 조치를 기재하게 되는데, 현재유보안은 현행 규제를 보다 자유화하는 방향으로의 개정될 수 있으나, 후퇴하는 방향으로의 개정은 허용되지 아니한다.

〈표 III-2〉 한-페루 FTA의 페루의 현재유보 예시(상업 광고 서비스 분야)

구분	한-페루 FTA 부속서 I - 페루
분야(Sector)	상업 광고 서비스
관련의무 (Obligations Concerned)	내국민 대우(제10.2조)
조치(measures)	법 제 28131 호(관보 “엘 페루아노” 2003. 12. 18.) 예술가 및 공연자 법(Ley del Artista, Intérprete y Ejecutante) 제 25 조 및 제 27.2 조
유보내용(Description)	국경간 서비스무역 페루에서 제작된 상업 광고는 최소한 80 퍼센트의 내국인 예술가로 구성되어야 한다. 내국인 예술가는 예술가에게 지급되는 임금 및 급여 지불 총액의 60퍼센트 이상을 수령한다. 전 항들에서 설정된 동일한 비율이 상업 광고에 관련된 기술인력의 작업에 대해서 적용된다.

부속서 II에 첨부되는 미래유보는 향후 규제 강화의 가능성이 있는 현행 비합치 조치 혹은 완전히 새로운 제한 조치가 채택될 수 있는 분야를 기재하게 되는데, 현행보다 규제적인 조치를 도입하는 것이 가능하다.

3) 일반적으로 미국형 네거티브 방식 서비스 FTA에서는 유보목록 작성시 국경간 서비스무역과 서비스 투자를 포함하는 투자에 대한 비합치조치를 단일의 유보에서 함께 기재하도록 한다. 다만, 금융서비스에 대한 유보와 관련 한미 FTA에서는 양자를 구별하여 작성하도록 한다. 한미FTA 부속서 III.

〈표 III-3〉 한-중미 FTA의 온두라스의 미래유보 예시(도박 및 베팅서비스 분야)

구분	한-중미 FTA 부속서 II - 온두라스
분야(Sector)	도박 및 베팅 서비스
관련의무(Obligations Concerned)	내국민 대우(제9.3조 및 제10.2조) 최혜국 대우(제9.4조 및 제10.3조) 이행요건(제9.9조) 고위경영진 및 이사회(제9.10조) 시장접근(제10.4조) 현지주재(제10.5조)
유보내용(Description)	국경간 서비스무역 및 투자 온두라스는 도박 및 베팅 서비스와 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 보다 명확히 하기 위하여, “도박 및 베팅”은 전자적 전송을 통하여 공급되는 서비스를 포함한다.

#### ◆◆ “ratchet mechanism”(자유화조치 후퇴금지) 조항이란?

무역·투자협정에서 도입되는 “ratchet mechanism”이라 함은 체약국에 의해 채택된 어떠한 자유화조치가 보다 제한적인 새로운 조치에 의해 대체될 수 없도록 하는 메커니즘을 의미한다.<sup>4)</sup> 즉, FTA 안에 ratchet mechanism 조항이 포함된 경우 당해 협정 당사국이 서비스무역 및 투자에 관한 규정과 관련하여 협정의 발효 이후 추가적인 자유화조치를 자발적으로 취하는 경우 그러한 추가 자유화조치는 당해 당사국의 개방 약속에 자동적으로 반영되어,<sup>5)</sup> 당해 당사국은 당해 조치의 도입 이후 어떠한 상황 변화를 이유로 그러한 추가 자유화조치를 제한하거나 철회하는 조치를 취하는 것이 허용되지 않게 된다. 이에 따르면 가령, FTA 당사국이 자국의 현재유보를 통해 영화상영 서비스에 대한 외국인투자를 최대 49% 이하로 제한한다고 유보한 경우 협정 발효 이후 자발적으로 이를 60% 이하로 상향 조정했다면 이후로는 이를 60% 미만으로 하향 조정하는 것이 허용되지 않음을 의미한다.

이 점에서 ratchet mechanism은 “자유화조치의 후퇴금지 메커니즘”이라고 부를 수 있다. 또한 ratchet mechanism 조항은 그 법리상 기존의 비합치조치에 대한 현재유보에만 적용이 가능하고, 미래유보에는 적용이 없다.

4) Inter-American Development Bank, Dictionary of Trade Terms, <http://www.iadb.org/research/Tradedictionary>. 이러한 ratchet mechanism 조항의 모델은 NAFTA 1206조 1항 (c)호로 알려져 있다.

5) P. Sauve & R.M. Stern, GATS 2000: New Directions in Services Trade Liberalization, 2000, p.36.

## 2

## 우리의 기타결 FTA에서의 서비스 시장개방 방식

### (1) 우리의 FTA 추진 현황

우리나라는 WTO 출범 이후 지역주의의 확산 추세에 대응하고, 국내기업의 해외 진출 기회를 확대하며 우리 경제의 경쟁력을 강화하기 위한 새로운 대외경제정책 수단으로서 IMF 외환위기 이후 FTA를 추진하기로 방향을 정하였다. 그 첫 성과로서 2004년 4월 한-칠레 FTA가 발효되면서 뒤늦게 FTA 시대에 진입하였지만, 이후 동시다발적인 FTA 협상을 추진한 결과 2021년 1월 기준 17건의 FTA가 발효되고, 2건이 서명되었으며, 1건이 타결되는 큰 성과를 거두었다. 또한 현재 10여건의 FTA 신규, 업그레이드 또는 후속 협상을 진행 중에 있다. 이밖에 중남미 및 러시아 등 여타 신흥국가와의 FTA 추진을 위한 여건 조성 등 대다수 교역국들과의 광범위한 FTA 네트워크 구축을 목표로 하고 있다.

〈표 III-4〉 우리나라의 발효 FTA 현황 (2021.1 발효 기준)

상대국	추진 현황			의의
	개시	서명	발효	
칠레	1999.12	2003.02	2004.04	최초의 FTA 중남미 시장 교두보
싱가포르	2004.01	2005.08	2006.03	ASEAN 시장 교두보
EFTA <sup>6)</sup>	2005.01	2005.12	2006.09	유럽 시장 교두보
ASEAN <sup>7)</sup>	2005.02	2006.08 (상품무역협정)	2007.06 (상품무역협정)	거대경제권과 체결한 최초의 FTA
		2007.11 (서비스협정)	2009.05 (서비스협정)	
		2009.06 (투자협정)	2009.09 (투자협정)	
인도	2006.03	2009.08	2010.01	BRICs국가, 거대시장

6) EFTA(유럽자유무역연합)(4개국): 스위스, 노르웨이, 아이슬란드, 리히텐슈타인

7) ASEAN(10개국): 브루나이, 캄보디아, 인도네시아, 라오스, 말레이시아, 미얀마, 필리핀, 싱가포르, 베트남, 태국

상대국	추진 현황			의의
	개시	서명	발효	
EU <sup>8)</sup>	2007.05	2010.10.26	2011.07.01. (잠정) 2015.12.13. (전체) * 2011.07.01. 이래 만 4년 5개월 간 잠정적용	거대 선진경제권
페루	2009.03	2011.03.21	2011.08.01	자원 부국 중남미 진출 교두보
미국	2006.06	2007.06	2012.03.15	세계 최대경제권 (GDP 기준)
	2018.01 (개정협상)	2018.09.24. (개정협상)	2019.01.01. (개정의정서)	
터키	2010.04	2012.08.01. (기본협정/상품무역협정)	2013.05.01. (기본협정/상품무역협정)	유럽/중동아 진출 교두보
		2015.02.26. (서비스투자협정)	2018.08.01. (서비스투자협정)	
호주	2009.05	2014.04.08	2014.12.12	자원 부국, 오세아니아 주요 시장
캐나다	2005.07	2014.09.23	2015.01.01	북미 선진시장
중국	2012.05	2015.06.01	2015.12.20	우리의 제1위 교역대상국 (19년 기준)
뉴질랜드	2009.06	2015.03.23	2015.12.20	오세아니아 주요 시장
베트남	2012.08	2015.05.05	2015.12.20	우리의 제5위 투자대상국 (19년 기준)
콜롬비아	2009.12	2013.02.21	2016.07.15	자원 부국, 중남미 신흥시장
중미 5개국 <sup>9)</sup>	2015.06	2018.02.21	2019.10.01.부분 발효 *(10.1)니카라과, 온두라스 (11.1)코스타리카 (20.1.1)엘살바도르	중남미 신시장 창출
영국	2017.02	2019.08.22	2021.01.01	브렉시트 이후 한영 통상관계 지속

출처: FTA 강국, <https://www.fta.go.kr/main/situation/kfta/ov/>

8) EU(27개국): 오스트리아, 벨기에, 체코, 키프로스, 덴마크, 에스토니아, 핀란드, 프랑스, 독일, 그리스, 헝가리, 아일랜드, 이탈리아, 라트비아, 리투아니아, 룩셈부르크, 몰타, 네덜란드, 폴란드, 포르투갈, 슬로바키아, 슬로베니아, 스페인, 스웨덴, 불가리아, 루마니아, 크로아티아

9) 중미(5개국): 파나마, 코스타리카, 온두라스, 엘살바도르, 니카라과

〈표 III-5〉우리나라의 서명 및 타결 FTA 현황 (2021년 1월 기준)

구분	상대국	추진현황	의의
서명	RCEP <sup>10)</sup>	2012.11.20 협상개시 선언 2013.05~2020.07 31차례 공식협상 개최 2019.11.04. 15개국 협정문 타결 2020.11.15. RCEP 서명	동아시아 경제통합 기여
	인도네시아 CEPA	2019.02.19. 협상재개선언 2012.07~2019.10 총 10차례 협상 개최 2019.11.25. 협상타결선언 2020.12.18. 정식서명	동남아 시장 진출 확대 기여
타결	이스라엘	2016.05 협상개시 2016.06~2018.03 총 6차례 공식협상 개최 2019.08.21. 한-이스라엘 FTA 타결공동선언	창업국가 성장모델

출처: FTA 강국, <https://www.fta.go.kr/main/situation/kfta/ov/>

〈표 III-6〉우리나라의 협상 진행 및 준비 중인 FTA 현황 (2021년 1월 기준)

구분	상대국	추진현황	의의
협상진행	한중일	2012.11.20. 협상개시선언 2013.03~2019.11 16차례 공식협상 개최	동북아 경제통합 기반 마련
	MERCOSUR	2018.05 협상개시 공식선언 2018.09~2020.02 5차례 공식협상 개최 *회원국 자격 정지 상태인 베네수엘라 제외, 4개국(아르헨티나, 브라질, 파라과이, 우루과이)과 진행	남미 최대 시장
	필리핀	2019.06 협상개시 2019.06~2020.01 5차례 협상 개최	동남아 시장 진출 확대 기여
	러시아	2019.06 한-러시아 서비스·투자 FTA 협상개시 선언 2019.06~2020.07 5차례 협상 개최	신북방 정책추진, 거대신흥시장
	말레이시아	2019.06 협상개시 선언 2019.07~2019.09 3차례 협상 개최	동남아 시장 진출 확대 기여
	캄보디아	2020.07 협상 개시 선언 2020.07~2020.11 4차례 공식협상 개최	동남아 시장 진출 확대 기여
	한-아세안 개선	2010.10~2019.02 17차례 이행위원회 개최	교역확대, 통상환경 변화 반영
	한-인도 CEPA 개선	2016.10~2019.06 8차례 개선협상 개최	주력 수출품목양하· 원산지기준 개선
	한-칠레 FTA 개선	2018.11~2020.11 4차례 개선협상개최	통상환경 변화 반영

10) RCEP(역내포괄적경제동반자협정)(한국제외 14개국) : 한국, 아세안10개국, 중국, 일본, 호주, 뉴질랜드

구분	상대국	추진현황	의의
협상진행	한중 FTA 서비스·투자 후속협상	2018.03~2020.10 9차례 서비스·투자 후속협상 개최	우리의 제1위 서비스수출국
	한-에콰도르 SECA	2015.08 협상개시선언 2016.01~2016.11 5차례 협상 개최	자원부국, 중남미 시장 진출 교두보
재개, 개시, 여건 조성	PA	2018.05 국회보고 2019.09 PA와 ToR 협의 개시	중남미 신흥 시장
	EAEU	2016.10~2017.04 3차례 한·EAEU 정부간 협의회 개최 2017.09 한-러 정상회담 계기, FTA 협의를 위한 공동 실무 작업반 설치 합의 (*EAEU: 러시아, 카자흐스탄, 벨라루스, 아르메니아, 키르기즈스탄)	신북방정책 교두보 확보

출처: FTA 강국, <https://www.fta.go.kr/main/situation/kfta/ov/>**(2) 우리의 기타결 서비스 FTA에서의 시장개방 방식**

2020년 말 기준 우리의 기타결 발효 16건의 서비스 FTA 가운데 우리의 체약상대국에서 작성한 시장개방 약속을 유형별로 구분해 보면, 미국 등이 9건의 협정에서 유보목록을 이용한 미국형 네거티브 방식을 통해 서비스 시장개방을 약속하였고, 아세안 등이 7건의 협정에서 양허표를 이용한 GATS형 혼합방식을 통해 시장개방을 약속하였다.

다만, 중국, 베트남 및 터키는 향후 네거티브 방식으로 서비스 시장개방 약속을 전환하기 위한 후속 협상 가능성을 규정하였고, 실제 중국과는 유보목록을 통한 서비스·투자 후속 협상이 진행 중에 있다.

〈표 III-7〉우리나라 기타결 서비스 FTA에서의 시장개방 양허 방식

대상국	서비스 시장 개방 방식	비고
칠레	네거티브 방식	유보목록 이용
싱가포르	네거티브 방식	유보목록 이용
EFTA (4개국)	GATS형 혼합방식(양허표 이용)	비서비스분야(제조업, 농업 등) 투자에 대해서는 네거티브방식 (유보목록 이용)
ASEAN (10개국)	GATS형 혼합방식(양허표 이용)	비서비스분야(제조업, 농업 등) 투자에 대해서는 네거티브방식 (유보목록 이용)
인도	GATS형 혼합방식(양허표 이용)	비서비스분야(제조업, 농업 등) 투자에 대해서는 네거티브방식 (유보목록 이용)
미국	네거티브 방식	유보목록 이용



대상국	서비스 시장 개방 방식	비고	
EU (28개국)	국경간 서비스공급(Mode 1 및 Mode 2): - 포지티브방식(개방분야 업종) - 협정 불일치 제한 사항에 대해 Mode 1 및 2에 대해 각기 유보사항 기재)	서비스분야에 대해서만 적용	한국은 전분야에 대해 포지티브방식(양허표 이용) 적용
	설립(서비스무역 Mode 3 포함): - 포지티브방식(개방분야 업종) - 협정 불일치 제한 사항에 대해 유보사항 기재	서비스분야 및 비서비스 분야(제조업, 농업 등) 모두 적용	
	Mode 4(핵심인력, 대졸연수생, 상용서비스판매자): - 포지티브방식(개방분야 업종) - 협정 불일치 제한 사항에 대해 유보사항 기재	서비스분야 및 비서비스 분야(제조업, 농업 등) 모두 적용	
페루	네거티브 방식	유보목록 이용	
터키	GATS형 혼합방식(양허표 이용)	- 터키가 비당사국과 네거티브 방식을 채택하는 서비스무역에 관한 협정을 체결할 경우, 한국은 터키에 네거티브 방식에 기반한 통합 유보목록으로 전환하는 협상을 개시할 것을 요청할 수 있음(상업적 주재는 제외)	
호주	네거티브 방식	유보목록 이용	
캐나다	네거티브 방식	유보목록 이용	
중국	GATS형 혼합방식(양허표 이용)* *2단계 자유화 방식 채택	- (1단계) GATS형 혼합방식 채택(양허표 이용) - (2단계) 후속 협상 통해 네거티브 방식으로 전환(유보목록 이용). 2020년 12월 후속 협상 진행 중	
뉴질랜드	네거티브 방식	유보목록 이용	
베트남	GATS형 혼합방식(양허표 이용)	- 한-베트남 FTA 발효 이후 베트남이 Negative 자유화 방식의 서비스 협정을 비준할 경우, 우리측 요청에 따라 네거티브 방식에 기반한 재협상을 개시할 것을 규정	
콜롬비아	네거티브 방식	유보목록 이용	
중미 (5개국)	네거티브 방식	유보목록 이용	

## 3

## 주요 국가들의 문화산업 분야 시장개방 기초

## (1) 문화의 특수성을 주장하는 그룹: EU 및 캐나다 등

문화상품 및 문화서비스 등 문화산업의 무역자유화에 대한 논의에 있어 문화적 예외를 주장하는 국가들로는 선진국 그룹의 EU 및 캐나다 그리고 개도국 그룹에서 영화산업의 기반이 강한 인도와 이집트 등이 있다. 이들은 한 국가의 가치는 당해 국가의 문화 작품(cultural works) 안에 구현되어 있는 경우가 많기 때문에 문화는 정체성 및 주권에 대한 인식과 관련이 있다고 주장한다. 가령, 미국의 영화 및 TV의 수출은 미국인의 생활양식을 수출하는 것과 같다는 주장이다.<sup>11)</sup> 또한 고유의 언어, 역사 및 유산의 보호나 육성은 자국 시청각산업의 생산에 크게 의존한다고 주장한다.<sup>12)</sup>

요컨대, 이들은 미국이 시청각산업 분야에서 가지는 절대적인 비교 우위와 시장지배력을 고려할 때 미국 시청각산업은 미국적 가치를 전 세계에 확산시키는 수단이라고 인식할 뿐만 아니라 나아가 자국의 고유한 가치에 대한 위협으로서 인식한다. 따라서 이들은 문화산업 특히 시청각산업(audiovisual industry)은 여타 산업과 동일하게 취급하여서는 아니 된다고 주장한다.

특히, 캐나다와 대다수 유럽 국가들은 무역협정을 통한 무역자유화로 인해 자신들의 문화적 주권(cultural sovereignty)이 상실되거나 자신들의 문화적 정체성(cultural identity)이 훼손되는 것을 원하지 아니한다. 나아가 다자간무역협정 안에 문화를 포함시키는 것은 미국에 의한 “유럽의 정신적 식민지화와 유럽인의 상상력의 점진적인 파괴”를 초래할 것이라고까지 주장하였다.<sup>13)</sup>

이러한 배경에서 EU와 캐나다는, 자국 문화산업이 현재의 생산을 안정적으로 유지하기 위해서는 문화상품 및 문화서비스에 대해 무역협정의 적용을 배제시키는 문화적 적용 배제(cultural exclusion; cultural exemption)

11) F.L. Friedman, Parlez-Vous U.S.A.? N.Y. Times, Feb. 26, 1997, p.A23.

12) Services-Audio-Visual Sector Working Group, GATT Focus, Oct. 1990, p.10.

13) W. Drozdiak, With Deadline Looming Before Trade Talks, U.S., France Trade Blame, Washington Post, Oct. 16, 1993, p.A14.

내지 문화적 예외(cultural exception)가 필요하다고 주장한다.<sup>14)</sup>

#### ◆◆ 문화적 다양성 주장의 논거는 무엇인가?<sup>15)</sup>

문화적 다양성은 문화적 획일성(cultural uniformity)에 대한 반의어로서 제시된다. 문화적 다양성을 지지하는 논거는 우선(i) 문화적 소수자(cultural minorities)의 보존이 위협해질 수 있다는 우려가 있기 때문이다. 즉, 영어로 제작된 Hollywood 문화의 확산은 불어 등 타 언어는 물론 다양한 지역 방언 및 토착 전통이 사라지게 만들 수 있다는 우려이다. 또다른 이유는 (ii) 미국 제작 영화, 드라마, 음악 등의 압도적인 경쟁력으로 인해 다른 국가들의 시청각서비스 제작 및 보급이 위축된다는 우려 때문이다. 즉, 문화적 다양성 요구는 미국 주도 문화로의 획일화에 대한 옹호의 논거라 할 수 있다.

나아가 미국 주도 문화가 초래할 수 있는 문화의 상업화(commercialization)에 맞서 문화의 사회적 측면을 보호하기 위한 필요 역시 제기되면서 문화적 예외 및 문화 보호를 옹호하고 있다. 특히, EU는 “문화적 다양성 선언”을 통해 문화 상품 및 서비스의 정체성(specificity)을 강조하면서 정부 지원을 통한 문화 정체성의 발전을 지지하고, 더불어 문화가 상품화(commodification)되는 것을 방지하기 위해 무역협정 등에서의 문화 예외의 인정을 주장한다.

## (2) 문화의 특수성을 불인정하는 국가: 미국

미국이 문화교역을 바라보는 시각은 여타 국가들과 크게 다르다. 즉, 미국은 EU나 캐나다가 주장하는 문화 분야의 무역 자유화에 따른 문화적 정체성의 상실 주장은 허구이며 이는 단지 문화교역 분야에 있어 미국의 문화상품 및 문화서비스에 대한 무역장벽을 쌓기 위한 구실에 불과하다고 반박한다.<sup>16)</sup> 따라서 미국은 문화상품 및 문화서비스의 무역협정에서의 적용 배제 즉, 문화적 예외에 반대한다.

이러한 미국 주장의 배경에는 무엇보다 자국의 문화교역과 관련된 이해관계가 절대적으로 작용한 것으로 볼 수 있다. 주지하다시피 미국은 상품무역에서 만성적인 대규모 무역적자에 시달리고 있지만, 서비스무역 전반 특히 시청각서비스 분야에서는 절대적인 무역 흑자를 기록하여 오고 있기 때문이다.

14) 지난 UR 문화서비스협상에서 EU측은 유럽의 TV방송을 통해 방영되는 모든 시청각작품의 최소 50%는 유럽에서 제작된 것이어야만 한다는 주장을 한 것이 구체적인 사례이다.

15) 이는 Wikipedia, Cultural diversity, [https://en.wikipedia.org/wiki/Cultural\\_diversity](https://en.wikipedia.org/wiki/Cultural_diversity) 등 참조.

16) S.I. Strong, Banning the Cultural Exclusion; Free Trade and Copyrighted Goods, 4 Duke Journal of Comparative & International Law 93 (1993).



제 부

## 기타결 FTA 체약국별 문화서비스시장 개방 현황 안내

1. FTA 타결에 따른 시장개방 현황 이해를 위해  
알아야 할 공통 사항

제1장 아시아지역

제2장 북미지역

제3장 유럽지역

제4장 오세아니아지역

제5장 중남미지역



## 1

## FTA 타결에 따른 시장개방 현황 이해를 위해 알아야 할 공통 사항

### ◆◆ 구체적 약속 양허표 방식 관련 안내

첫째, 양허표에 특정 서비스 자체를 기재하지 않은 경우 이는 포지티브방식이 적용되기 때문에 당해 서비스를 “전면 비개방”한 것이 된다. 가령, A국의 양허표에 사진서비스가 없다면 사진서비스는 전면 비개방함을 의미한다.

둘째, 양허표의 양허 분야 또는 업종에 해당 문화서비스를 기재하는 경우 당해 서비스는 개방 대상이 된다. 다만, 해당 서비스의 업종 중 일부만을 기재한 경우 이는 “부분개방”에 해당된다. 가령, 인쇄 및 출판서비스(88442)에 대해 양허표에서 인쇄만을 기재하였다면 인쇄서비스는 개방하였지만, 출판서비스는 비개방한 것이기 때문이다.

셋째, 양허표에 특정 서비스를 기재하였더라도 시장접근(MA)이나 내국민대우(NT)에 대해 제한을 기재한 경우 이는 “제한개방”으로 표시하였다.

넷째, 양허표에 특정 서비스를 기재하고, 특정 Mode에 대해 아무런 제한도 없다(None)고 기재한 경우 당해 Mode는 “완전개방”을 의미한다.

다섯째, 양허표에 특정 서비스를 기재하고, 특정 Mode에 대해 약속안함(unbound)이라고 기재한 경우 이는 당해 Mode에 대해 어떠한 제한도 부과할 수 있음을 의미하는 것이어서 당해 Mode는 “비개방”을 의미한다.

여섯째, Mode 4(자연인에 의한 서비스 공급)와 관련하여 수평적 양허 외에는 약속안함(unbound except as indicated in the horizontal commitments)이라 함은 Mode 3과 연계되지 않은 Mode 4로서 서비스판매를 위해 방문하는 상용 방문자, 본국의 법인에 소속된 계약서비스공급자(CSS), 독립전문가(IP) 등에 대해 모든 서비스분야에 적용되는 양허만을 약속함을 의미한다.

### ◆◆ 유보목록 이용 네거티브 방식 관련 안내

유보목록에 의한 시장개방 약속은 첫째, 유보목록에 포함된 서비스분야 및 업종만이 협정에 따른 제반 의무<sup>1)</sup>를 준수하지 않는 것이 허용된다. 즉, 시장개방을 불허하거나 유보의 내용에 따른 제한을 부과할 수 있다. 따라서

유보목록에 기재되어 있지 아니한 서비스분야 및 업종은 원칙적으로 “완전개방”을 의미한다.

둘째, 유보의 적용은 (i) Mode 1, 2 및 4를 포함하는 국경간 서비스무역(cross-border trade in services)과 (ii) Mode 3에 해당하는 투자(investment)를 구분하여 어느 하나 또는 양자에 대해 유보할 수 있다.

셋째, 유보는 기존의 즉, 현행의 불합치조치에 대한 유보 즉, 현재 유보와 협정 발효 이후 당해 서비스 분야 및 업종에 대한 불합치조치에 대한 유보 즉, 미래유보로 구분하여 이뤄진다.

넷째, 유보목록에 포함된 서비스분야 및 업종은 유보의 내용에 따라 제한개방이나 비개방 또는 향후 제한개방이나 비개방이 될 가능성 등에 직면한다. 가령, (i) 영화상영에 대해 일정 비율(%)의 체약국 영화를 상영하도록 하는 경우 “제한개방”에 해당된다. 이에 비해 (ii) 유보 내용에서 당해 서비스(산업)에 대해 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다고 기재한 경우는 향후 당해 서비스에 대해 제한이 부과되거나 시장개방 자체를 불허하는 “제한 개방 또는 비개방 가능성”에 해당된다.

다섯째, 유보국이 “모든” 서비스 분야에 대해 자국의 GATS상 구체적 약속 양허표에 따른 의무와 불합치하지 아니하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다는 미래유보\* <sup>2)</sup>를 한 경우, 그리고 (i) 당해 유보국이 자국의 GATS 양허표상의 양허 분야 또는 업종에 특정 서비스를 기재하지 아니한 경우 당해 특정 서비스는 당해 유보국이 국내 조치를 통해 언제라도 동 서비스 시장의 개방을 제한하거나 비개방할 수 있음을 의미하므로 동 서비스분야는 향후 언제라도 비개방하거나 제한을 부과할 수 있게 됨에 비해 (ii) 당해 유보국이 특정 서비스를 양허표에 기재하였더라도 시장접근이나 내국민대우에 대한 제한을 부과한 경우 당해 유보국은 그러한 제한을 부과할 수 있게 된다.

\* 우리가 체결한 서비스 FTA에서 유보목록을 이용한 네거티브 방식으로 시장개방을 약속한 국가들 가운데 미국, 캐나다, 호주, 뉴질랜드가 그러한 미래유보를 하였다. 이에 비해 싱가포르 및 칠레를 비롯하여 페루, 콜롬비아 및 중미 5개국은 그러한 미래 유보를 하지 아니하였다.

### ◆◆ FTA를 포함한 서비스무역협정에 따른 시장개방 약속과 체약국의 국내(투자)법에 따른 시장개방 간의 차이는 무엇인가?

우리와의 서비스 FTA를 타결한 체약국들은 각기 자국의 양허표 또는 유보목록을 통해 양허한 서비스시장 개방 약속을 준수해야 할 국제(통상)법상의 의무를 가진다. 가령, 중국은 한중 FTA에서 영화관서비스의 Mode 3(설립)에 대해 지분 49%를 초과하지 않는 한국의 영화상영서비스 공급자의 중국 법인 설립을 약속하였다. 그런데 협정 발효 이후 한국 영화상영 기업이 지분 49% 미만의 중국 법인 설립을 불허하였다면 이는 협정 위반에 해당된다. 환언하면, 중국에서 지분 49% 미만의 현지 법인 설립이 보장됨을 의미한다. 이에 대해 중국 정부가 오직 국내법인 외상투자법을 통해서만 영화관서비스에 대한 외국인투자(자)에 대해 50% 이상의 다수 지분 소유를 허용하는 조치를 취하고 한중FTA나 양국이 가입한 다른 무역협정에서 달리 그러한 개방조치를

2) 가령, 한미FTA에서의 미국의 모든 분야에 대한 아래의 미래유보가 그러하다.

“(국경간 서비스) 미합중국은 GATS상 미합중국의 구체적 약속 양허표(GATS/SC/90, GATS/SC/90/Suppl.1, GATS/SC/90/Suppl.2 및 GATS/SC/90/Suppl.3)에 규정되어 있는 GATS 제16조에 따른 미합중국의 의무와 불합치하지 아니하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 이 유보항목의 목적으로만, 미합중국의 구체적 약속 양허표는 부록 II-가에 표시된 대로 수정된다.” 상기 유보는 국경간 서비스에 적용된다고 기재하였으나 GATS 양허표는 Mode 3(설립)에 대해서도 적용되는 관계로 투자에 대해서도 적용되는 것으로 볼 수 있다.

1) 제반 의무에 관한 상세한 내용은 본 가이드 제2부 3. 서비스 FTA에서의 일반원칙 및 의무와 예외를 참조



약속하지 않은 경우 우리 영화상영 기업이 중국 외상투자법에 따라 중국 내에서 다수 지분의 투자를 할 수 있겠지만, 중국 당국이 어떠한 이유로 외상투자법을 변경하여 영화상영에 대한 외국인의 다수 지분 투자를 불허하는 경우에는 투자 철회 또는 축소(disinvestment)해야만 하는 사태에 직면할 수 있다. 이 경우 중국의 투자법·정책에 대한 신뢰는 크게 훼손되겠지만, 이로 인해 중국 정부가 국제(통상)법상의 책임을 부담하지는 않는다. 바로 이 점이 FTA와 같은 무역협정을 통한 시장개방 약속과 어느 국가의 국내(투자)법에 따른 시장개방 조치 간에 있어 국제(통상)법적 책임에 있어 큰 차이가 있다. 이 점에서 법의 지배에 대한 신뢰가 약한 저개발국에의 외국인투자(자)의 법적 안전성을 확보하기 위해서는 국제통상·투자법상의 약속이 선제적으로 필요한 이유이기도 하다.

#### ◆ 웹툰이나 OTT 서비스 등과 같이 FTA 시장개방 약속시 이용되는 Provisional CPC 분류체계에 없는 업종에 대한 시장개방 약속은 어떻게 되는가?

WTO GATS를 비롯하여 서비스 FTA에서의 시장개방을 약속할 때 이용되는 서비스 분류체계인 Provisional CPC는 1991년에 공표된 것이어서 웹툰이나 온라인 게임 그리고 최근에 출현한 OTT 서비스 등과 같은 새로운 문화서비스는 포함되어 있지 아니하다.

따라서 (i) 양허표를 이용하는 포지티브 방식에 기초한 경우 체약국이 별도로 이러한 서비스업종을 자국의 양허표에 기재하고 개방 조건을 기재하는 경우에는 그러한 양허 약속에 따른 시장개방이 이뤄질 수 있다. 이에 비해 웹툰 등을 양허표의 분야 또는 업종에 기재하지 않을 경우 비개방이 되고, 따라서 전적으로 체약국의 국내법 및 정책에 따르게 된다.

이에 비해 (ii) 유보목록을 이용하는 경우 체약국이 이러한 신서비스를 개방하지 않고자 하는 경우에는 웹툰 등 특정 신서비스(산업)를 명기하여 유보를 하거나 또는 협정 체결 이후 등장하는 새로운 서비스에 대해 어떠한 조치도 취할 수 있다는 포괄적인 미래 유보를 해야 한다. 만일 이러한 유보를 하지 않을 경우 네거티브 방식에 따라 시장이 개방된 것으로 간주되며, 당해 신서비스에 대한 국내규제만을 적용받게 된다.

#### ◆ 우리의 기타결 FTA 타방 당사국의 문화서비스 시장개방 지도

아래에서는 우리의 기타결 FTA 체약국별 문화서비스 시장개방 현황을 소개하기에 앞서 우리의 기타결 타방 당사국의 문화서비스 시장 개방 현황 전체를 개괄할 수 있는 일종의 시장개방 지도를 다음과 같이 제시하였다.

#### [ 우리의 기타결 FTA 타방 당사국의 문화서비스 시장 개방 지도 ]

○: 완전개방, △: 제한개방, X: 비개방, ◇: 향후 제한 또는 비개방 가능성, ⊙: 부분 완전개방  
유보목록을 이용한 체약당사자의 경우 투자(M3) 및 국경간서비스무역 중 M1만을 기준. 즉, 자연인의 이동 공급(M4)은 제외

국가	분야	기타 사업서비스				시청각서비스				관광서비스			레크리에이션·문화·스포츠 서비스					
		광고서비스	사진서비스	인쇄·출판	무선전화업	영화·비디오제작·배급	영화·비디오서비스	라디오·TV 전송서비스	라디오·TV 프로그램 제작	이벤트	호텔·레스토랑	여행업	엔터테인먼트	뉴스·정보	도서관·박물관	스포츠 서비스	도박	게임
인도네시아	M1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	○	○	X	X	X	X	X	X
	M3	X	X	X	X	X	X	X	X	X	△	△	X	X	X	X	X	X
말레이시아	M1	X	X	X	○	X	X	X	X	X	○	○	X	X	X	X	X	X
	M3	△ (8711, 8712, 8719)	X	X	△	△	X	X	X	X	△	△	X	X	X	X	X	X
태국	M1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	M3	▲	X	▲	X	▲	X	X	▲	X	△	△	X	X	X	▲	X	X
필리핀	M1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	○	○	X	X	X	X	X	X
	M3	X	X	X	X	X	X	X	X	X	△	△	X	X	X	X	X	X
미얀마	M1	○	X	○	X	제작:○ 배급:X	○	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	M3	X	X	X	X	제작:△ 배급:X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
캄보디아	M1	○	X	X	X	X	○	X	X	X	호텔:○ 레스토랑:X	○	○	○	X	X	X	X
	M3	○	X	X	X	X	○	X	X	X	△	△	○	○	X	X	X	X
라오스	M1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	○	X	X	X	X	X	X	X
	M3	△	X	X	X	X	X	X	X	X	△	X	X	X	X	X	X	X
브루나이	M1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	M3	X	X	X	X	X	X	X	X	X	△	X	X	X	X	X	X	X
베트남	M1	⊙	X	X	X	X	X	X	X	X	○	○	X	X	X	X	X	X
	M3	▲	X	X	X	△	△	X	X	X	○	△	X	△	X	X	X	△
싱가포르		○	○	○	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	X	○
중국	M1	△	○	X	○	제작:X (비디오) 배급:○	○	X	X	X	○	○	X	X	X	X	X	X
	M3	△	△	▲	△	제작:X (비디오) 배급:△	▲	X	X	X	△	△	X	△	X	X	X	X
인도	M1	▲	⊙	X	○	제작:X 배급:X	X	X	X	X	○	○	X	X	X	○	X	X
	M3	▲	⊙	X	○	제작:X 배급:△	X	X	X	X	○	○	△	○	X	X	○	X

분야 국가	기타 사업서비스				시청각서비스				관광서비스				레크리에이션·문화·스포츠 서비스					
	광고서비스	사진서비스	인쇄·출판	간접제외예외	영화·비디어 제작·배급	영화상영서비스	라디오·TV전송서비스	라디오·TV프로그램제작	공연·연예	호텔·레스토랑	여행업권대행	관광안내	엔터테인먼트	뉴스·정보	도서관·박물관	스포츠서비스등	도박	게임
미국	○	○	○	○	○	○	◇	○	○	○	△	△	○	○	○	◇	X	◇
캐나다	◇	◇	X	◇	X	X	X	X	X	△	△	◇	◇	◇	◇	◇	X	◇
EU	M1	○	●	○	○	X	X	X	X	●	X/O	X/O	X/O	X/O	X/O	X/O	X	X
	M3	○	○	△	○	X	X	X	X	△/○	△/○	○	●/○	X/△/○	X/△	X/O	X	X
스위스	M1	●	○	○	○	X	X	X	X	X	○	X	X	○	X	○	X	X
	M3	●	○	○	○	X	X	X	X	○	○	△	X	○	X	○	X	X
아이슬란드	M1	○	○	○	○	X	X	X	X	○	○	○	○	△	○	○	X	X
	M3	○	○	△	○	X	X	X	X	△	△	○	○	△	△	△	X	X
노르웨이	M1	○	○	○	○	X	X	X	X	○	○	○	X	○	X	X	X	X
	M3	○	○	○	○	X	X	X	X	○	○	○	X	○	X	X	X	X
리히텐슈타인	M1	●	○	○	X	X	X	X	X	X (케이타랑: ○)	○	X	X	○	X	○	X	X
	M3	●	○	○	X	X	X	X	X	○	○	○	X	○	X	○	X	X
터키	M1	○	X	X	X	△	X	△	●	○	X	△	X	X	X	X	X	X
	M3	○	X	인쇄:○ 출판:● (신문 잡지 제외)	○	○	○	○	○	○	○	X	○	X	X	X	X	X
호주	○	○	◇	○	◇	◇	◇	◇	◇	○	△	○	◇	○	◇	◇	X	◇
뉴질랜드	○		◇	○	◇	○	△	○ (라디오/ TV)	◇	○	○	○	◇	◇	◇	◇	X	◇
칠레	○	○	△	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
페루	△	◇ (CS)/ ○(I)	△	◇ (CS)/ ○(I)	◇	◇	△/◇	◇	◇	○	○	○	△	◇	◇	●	X	◇
콜롬비아	△	○	인쇄:○ 출판:△	○	△	△	라디오: ○ TV: △	라디오: ○ TV: △	○	○	△	○	◇	○	◇	◇	X	◇
니카라과	○	○	○	○	△	○	△	○	○	△	△	△	○	○	○	○	△	○
온두라스	○	○	○	○	△	○	△	○	○	○	○	○	○/△ (음악)	○	○	△	△ (카지노)/ ◇	◇
코스타리카	△	○	○	○	◇	◇	△	△	◇	○	△	△	○	△	○	○	◇	◇
엘살바도르	△	◇	○	○	◇	◇	○	○	◇	○	○	○	△	○	○	○	○	◇
파나마	△	○	△	○	○	○	△	○	○	○/△ (술집)	○	△	○/△ (연주자, 예술가)	○	○	○	X	○

## FTA의 문화서비스분야 활용 가이드

## 제4부 기타결 FTA 체결국별 문화서비스시장 개방 현황 안내

# 제 1 장

## 아시아지역



Free  
Trade  
Agreement

1

## 한-아세안 FTA 체결국

우리는 아세안 10개국과 서비스 FTA를 타결하여 2009년 발효하였다. 양측은 GATS 구체적 약속 양허표 방식을 통해 시장개방 협상을 추진하였고, 아세안은 10개 회원국이 각기 시장개방 약속을 제출하였다. 따라서 한-아세안 FTA의 문화서비스 분야 개방 수준은 회원국별로 차이가 있다. 다만, 우리와 별도로 양자간 FTA를 타결한 싱가포르와 베트남은 한-아세안 FTA 대신에 이들 국가와 우리나라 간의 양자 FTA에서의 서비스시장에 관한 약속을 기초로 항을 바꾸어 설명한다.

### 1.1. 인도네시아

#### (1) 인도네시아의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

인도네시아는 한-아세안 FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 한-아세안 FTA에서의 인도네시아 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표 IV-1>와 같다

<표 IV-1> 인도네시아의 문화서비스분야 양허 현황 및 개방수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4: 자연인의 주재에 의한 공급
- MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가적 약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 양허 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -: 양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 [추가적 약속]	개방수준 평가
기타 사업서비스	광고서비스(871)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	사진서비스(875)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	인쇄 및 출판 (88442)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	국제회의용역서비 스(87909 일부)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
시청각 서비스	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(9611)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	영화상영서비스 (9612)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 (9613)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	라디오 및 텔레비전 전송서비스(7524)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	음반 녹음(n.a.)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 [추가적 약속]	개방수준 평가
관광 서비스	호텔 및 레스토랑 (641~643) - 호텔 (64110)	M1	○	○	없음	완전개방
		M2	○	○	없음	완전개방
		M3	△	△	MA: 뱅클루, 잠비, 솔라웨시와 같은 인도네시아 동부지방에서는 외국인 지분 100%를 소유할 수 있음 NT: b) 3/4/5성 호텔에 한해 허용	제한개방
		M4	△	△	MA: 다음을 제외하고 약속 안함 a) 호텔업의 최고 경영자층은 총 지배인, 식음료 관리자, 부총지배인, 회계 관리자, 마케팅 이사로 구성 b) 고도 기술 전문가는 총주방장, 부주방장 및 특별조리장으로 구성 NT: 수평적 양허에 기재됨	제한개방
	- 레스토랑 모든 서비스와 함께 식사 제공 서비스 (64210)	M1	○	○	없음	완전개방
		M2	○	○	없음	완전개방
		M3	△	△	MA: 인도네시아 동부 일부 지역(솔라웨시, 파푸아, 몰루카스, 누사 텡가라)에서는 외국인 지분 참여가 49%까지 허용된다는 것을 제외하고 약속 안함 NT: GATS의 XVI(a)조항에 의하여 도덕 및 공중 질서의 문제와 관련해서는 인도네시아 정부에서 시행중인 법률을 따름	제한개방
		M4	△	△	MA: 다음을 제외하고 약속 안함: 최고 경영자층, 고도 기술 전문가 NT: 수평적 양허에 기재됨	제한개방
	여행 알선 대행 서비스(74710)	M1	○	○	없음	완전개방
		M2	○	○	없음	완전개방
		M3	△	△	MA: 서비스공급자는 최대 30인의 여행대리인과 관광운영자를 둘 수 있음 NT: 관광 운영자는 자카르타와 발리에 있는 여행 대리인이어야 함	제한개방
		M4	△	△	MA: 기술 자문인 외에 양허 안함 NT: 수평적 양허에 기재됨	제한개방
	관광안내 서비스 (7472)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방



양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 [추가적 약속]	개방수준 평가
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 서비스 (극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함)(9619)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	뉴스제공업(962)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화서비스 (963)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	스포츠서비스 (9641)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	- 관광 리조트 (96413) (호텔(3/4/5성), 해상리조트, 골프장 및 기타 운동시설을 포함)	M1	○	○	없음	완전개방
		M2	○	○	없음	완전개방
		M3	△	△	MA: 인도네시아 동부 지역(벵쿨라, 잠비)에서는 외국인이 지분의 100%를 소유할 수 있음. NT: 3/4/5성 호텔에 한하여 허용됨	제한개방
		M4	△	△	MA: 리조트 관리자 외에는 약속 안함 NT: 수평적 양허에 기재됨	제한개방
	관광 자문 서비스 (91136)	M1	○	○	없음	완전개방
		M2	○	○	없음	완전개방
		M3	△	X	MA: 인도네시아 법무부에 인도네시아 회사로 등록되어야 함 인도네시아 회사와 협력하는 경우, 합작 회사, 공동 운영 및 계약 경영을 통하여 인도네시아 회사와 협력해야 함	제한개방
		M4	X	△	NT: 수평적 양허에 기재됨	비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 [추가적 약속]	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	국제 호텔 운영 (91135)	M1	○	○	없음	완전개방
		M2	○	○	없음	완전개방
		M3	△	X	MA: 인도네시아 법무부에 인도네시아 회사로 등록되어야 함. 인도네시아 회사와 협력하는 경우, 합작 회사, 공동 운영 및 계약 경영을 통하여 인도네시아 회사와 협력해야 함	제한개방
		M4	△	△	MA: 다음을 제외하고 약속 안함 a) 호텔업의 최고 경영자층은 총 지배인, 식음료 관리자, 부총지배인, 회계 관리자, 마케팅 이사로 구성됨 b) 고도 기술 전문가는 총주방장, 부주방장 및 특별조리장으로 구성됨	제한개방
	기타 레크리에이션서비스 (9649)– 도박·내기서비스 (96492)	M1	–	–	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	–	–	당해 서비스 양허표 비기재	
		M3	–	–	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	–	–	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	게임 – 온라인 게임*	M1	–	–	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	–	–	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
M3		–	–	당해 서비스 양허표 비기재	비개방	
M4		–	–	당해 서비스 양허표 비기재	비개방	

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보  
공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함.

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한  
서비스 공급)과 관련한 인도네시아 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-2>와 같다.

〈표 IV-2〉인도네시아측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	없음
제한개방	호텔, 레스토랑 모든 서비스와 함께 식사 제공 서비스, 여행 알선 대행 서비스, 관광 리조트, 관광 자문 서비스, 국제 호텔 운영
비개방	광고서비스, 사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 관광안내, 음반 녹음, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 인도네시아 측의 시장개방 수준에 대한 평가를 요약하면 다음의 <표 IV-3>와 같다.

〈표 IV-3〉 인도네시아측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	호텔, 레스토랑 모든 서비스와 함께 식사 제공 서비스, 여행 알선 대행 서비스, 관광 리조트, 관광 자문 서비스, 국제 호텔 운영
제한개방	없음
비개방	광고서비스, 사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영상상영서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 음반 녹음, 관광안내, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

## 1.2. 말레이시아

### (1) 말레이시아의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

말레이시아는 한-아세안 FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 한-아세안 FTA에서의 말레이시아 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표 IV-4>와 같다

〈표 IV-4〉 말레이시아의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4: 자연인의 주재에 의한 공급
- MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가적 약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 약속 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -: 양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
기타 사업 서비스	M1	△	X	MA: 상업적 주재가 요구됨	비개방
	M2	○	○		완전개방
	M3	△	○	MA: 말레이시아인 또는 말레이시아인이 통제하는 회사와의 합작회사로서 말레이시아에 등록된 회사 또는 양 요건을 모두 갖춘 회사와의 합작 회사로서 말레이시아에 등록된 회사를 통해서만 가능하며 합작 회사에서의 총 외국인 지분은 30%를 초과할 수 없음. 전자 매체를 통한 광고물의 경우 최소한 80% 이상이 말레이시아 현지에서 제작된 말레이시아 콘텐츠여야 함	제한개방
	M4	xHC	△	NT: 시장접근관에 기재된 자연인 범주 외에는 약속 안함	제한개방
	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
기타 사업 서비스	인쇄 및 출판 (88442)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	컨벤션센터 (87909)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: a. 말레이시아법에 따라 설립된, 말레이시아인 또는 말레이시아인이 통제하는 회사와 합작회사를 통해서만 가능하며, 합작회사에서 총 외국인 지분은 30%를 초과할 수 없음 b. 3,000좌석 이상의 컨벤션 센터의 경우 말레이시아인 또는 말레이시아인이 통제하는 회사와 합작회사를 통해서만 가능하며, 합작회사에서 총 외국인 지분은 35%를 초과할 수 없음	제한개방
		M4	△	△	MA: 수평적 양허 분야의 1 a)와 b), 그리고 2 a)와 c)외에는 약속 안함 NT: 시장접근란에 기재된 자연인 범주 외에는 약속 안함	제한개방
	통번역서비스 (87905)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: 자연인에 의하여 제공됨	제한개방
		M4	△	△	MA: 말레이시아 규정에 따라 아무런 제한 없음. NT: 말레이시아 규정에 따라 아무런 제한 없음.	제한개방
시청각 서비스	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(9611)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	영화, 비디오 테이프 및 오디오 레코딩 배급 서비스 (96113)	M1	△	X	MA: 상업적 주제가 요구됨.	비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: 말레이시아인 또는 말레이시아인이 통제하는 회사와의 합작회사로서 말레이시아에 등록된 회사 또는 양 요건을 모두 갖춘 회사와의 합작회사로서 말레이시아에 등록된 회사를 통해서만 가능하며 합작 회사에서의 총 외국인 지분은 30%를 초과할 수 없음	제한개방
		M4	△	△	MA: 수평적 양허 분야의 1 a)와 b), 그리고 2 a)와 c) 외에는 약속 안함 NT: 시장접근란에 기재된 자연인 범주 외에는 약속 안함	제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
시청각 서비스	영화상영서비스 (9612)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 (9613)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	라디오 및 텔레비전 전송서비스 (7524)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	음반 녹음(n.a.)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
관광 서비스	호텔 및 레스토랑 (641~643) - 상점을 포함한 호텔 또는 리조트 의 운영 및 관리를 포함하며, 반드시 그려한 자산의 소유권을 포함 하는 것은 아님	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: a. CPC 641, 642, 643 하의 서비스업 진입은 말레이시아법에 따라 설립된, 말레이시아인 또는 말레이시아인이 통제하는 회사와 합작회사를 통해서만 가능하며, 합작회사에서의 총 외국인 지분은 30%를 초과할 수 없음 b. 4성 및 5성 호텔에 적용되는 CPC 64110의 경우 말레이시아인 또는 말레이시아인이 통제하는 회사와의 합작회사를 통해서만 가능하며, 합작회사에서 총 외국인 지분은 35%를 초과할 수 없음	제한개방
		M4	△*	△*	MA: 수평적 양허 1 (a)에 기재된 바를 제외하고, 약속 안함 NT: 시장접근 분야에 표시된 자연인의 범위를 제외하고 약속 안함	제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
관광 서비스	여행 알선 대행 서비스(7471)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	△	△	제한개방
				MA: a. 말레이시아법에 따라 설립된, 말레이시아인 또는 말레이시아인이 통제하는 회사와 합작회사를 통해서만 가능하며, 합작회사에서 총 외국인 지분은 30%를 초과할 수 없음. 그리고 각 사무소의 설립을 위해서는 추가적인 면허가 필요함. b. 말레이시아 내로의 여행의 경우 말레이시아인 또는 말레이시아인이 통제하는 회사와 합작회사를 통해서만 가능하며, 합작회사에서 총 외국인 지분은 35%를 초과할 수 없음 NT: a. 제한 없음 b. 말레이시아 내로의 여행을 위해서는 말레이시아인 또는 말레이시아인이 통제하는 회사와 합작회사를 통해서만 가능하며, 합작회사에서 총 외국인 지분은 35%를 초과할 수 없음	
		M4	△*	△*	제한개방
				MA: 수평적 양허 1 (a)에 기재된 바를 제외하고, 약속 안함 NT: 시장접근 분야에 표시된 자연인의 범위를 제외하고 약속 안함	
관광 서비스	관광 안내 서비스 (7472)	M1	-	-	비개방
		M2	-	-	비개방
		M3	-	-	비개방
		M4	-	-	비개방
	기타	M1	-	-	비개방
		M2	-	-	비개방
		M3	-	-	비개방
		M4	-	-	비개방
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함)(9619)	M1	-	-	비개방
		M2	-	-	비개방
		M3	-	-	비개방
		M4	-	-	비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	기타 엔터테인먼트 서비스 (96191,96192, 96194) - 놀이공원 (96194의 일부) <sup>3)</sup>	M1	X*	X*	*기술적 실행가능성 부족 이유	비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: a. 오락 서비스는 자연인에 의해서만 제공될 수 있음. b. 놀이 공원(CPC 96194의 일부)의 경우 말레이시아인 또는 말레이시아인이 통제하는 회사와 합작회사를 통해서만 가능하며, 합작회사에서 총 외국인 지분은 35%를 초과할 수 없음	제한개방
		M4	△	△	MA: 수평적 양허 분야의 2 a) 외에는 약속 안함. NT: 시장접근권에 기재된 자연인 범주 외에는 약속 안함. 관련 정부 부처의 지침에 따라 말레이시아인 엔터테이너/예술가의 참여가 요구될 수 있음	제한개방
	뉴스제공업(962)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화 서비스 (963)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	스포츠서비스 (9641)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	- 스포츠 행사 관리 서비스 (96411,96412)	M1	X*	X*	*기술적 실행가능성 부족 이유	비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: 현지 스폰서 역할을 하는, 말레이시아인이 지배권을 행사하는 회사를 통해서만 가능.	제한개방
		M4	△	△	MA: 수평적 양허 분야의 2 a) 외에는 약속 안함. NT: 시장접근권에 기재된 자연인 범주 외에는 약속 안함	제한개방

3) 하나 또는 여러 테마에 기반하여 지어진 각종 놀이시설과 놀이기구, 기계적 또는 하이테크 시뮬레이션 장비로 구성된 가족용 레크리에이션지역 및 놀이 센터. 제공되는 활동은 엔터테인먼트와 어드벤처로 구성됨. 공원의 개념은 야외, 실외, 또는 둘의 조합이 될 수 있음.



양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	스포츠서비스 (9641)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	- 스포츠 행사 관리 서비스 (96411,96412)	M1	X*	X*	*기술적 실행가능성 부족 이유	비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: 현지 스폰서 역할을 하는, 말레이시아인이 지배권을 행사하는 회사를 통해서만 가능	제한개방
		M4	△	△	MA: 수평적 양허 분야의 2 a) 외에는 약속 안함 NT: 시장접근관에 기재된 자연인 범주 외에는 약속 안함	제한개방
	기타 레크리에이션 서비스(9649)- 도박·내기 (96492)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
게임 - 온라인 게임*		M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보 공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)과 관련한 말레이시아 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-5>와 같다.

<표 IV-5> 말레이시아측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	없음
제한개방	광고서비스(8711,8712,8719), 컨벤션 센터, 통번역서비스, 영화, 비디오테이프 및 오디오 레코딩 배급서비스, 호텔 및 레스토랑, 여행 알선 대행 서비스, 기타 엔터테인먼트 서비스(놀이공원 포함), 스포츠 행사 관리 서비스
비개방	광고서비스, 사진서비스, 인쇄 및 출판, 영화상영서비스, 라디오·텔레비전 전송서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 관광 안내 서비스, 기타 관광서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠서비스, 기타 레크리에이션서비스(도박·내기서비스), 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 말레이시아 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-6>와 같다.

<표 IV-6> 말레이시아측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	컨벤션 센터, 통번역서비스, 호텔 및 레스토랑, 여행 알선 대행 서비스
제한개방	없음
비개방	광고서비스(8711,8712,8719), 사진서비스, 인쇄 및 출판, 영화, 비디오테이프 및 오디오 레코딩 배급서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 기타 엔터테인먼트 서비스, 스포츠 행사 관리 서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 관광 안내 서비스, 기타 관광서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠서비스, 기타 레크리에이션서비스(도박·내기서비스), 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

## (2) 말레이시아측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

말레이시아가 한-아세안 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

<표 IV-7> 우리 기업의 한-아세안 FTA의 말레이시아측 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
영화 배급서비스	C사는 영화 배급을 위해 말레이시아에 별도의 법인을 설립하고 현지 상영관에 국산 영화를 배급하고 있음
음반 유통서비스	자체 프로듀서와 작곡가 등을 보유한 엔터테인먼트 업체 Y사는 말레이시아 현지 업체와 합작으로 유통법인을 설립하고, 국내에서 제작한 음반을 현지에서 유통함
여행알선 대행서비스	여행업체 C사는 말레이시아 현지 업체와 합작으로 여행사를 설립하여 현지 업체나 제3국 업체와 비교하여 동등한 법적 지위를 가지고 현지인을 대상으로 여행상품 판매함

## 1.3. 태국

## (1) 태국의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

태국은 한-아세안 FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 한-아세안 FTA에서의 태국 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표 IV-8>와 같다

<표 IV-8> 태국의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4: 자연인의 주재에 의한 공급
  - MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가적 약속
  - 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 약속 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -: 양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
  - 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
  - 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방하는 경우 부분개방을 추가
- \* **제한 관련 특기 사항:** 태국은 이례적으로 모든 분야에 적용되는 수평적 양허를 통해 구체적 양허에서 달리 명기된 경우를 제외하고, 상업적 주재는 (i) 외국인의 자본 참여가 50%를 초과할 수 없고, (ii) 외국인 주주 수가 회사 전체 주주 수의 절반 미만이어야 할 것이라는 제한을 부과함. 따라서 M3에 대한 구체적 양허에서 달리 제한 없음(None)이라 기재하였더라도 이는 상기 2가지 제한이 적용되는 관계로 “제한개방\*”으로 분류함.

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고서비스 (87110+ 87120+ 87190)	M1	X	X	비개방
		M2	●	●	부분 완전개방
		M3	▲	●	부분 제한개방*
		M4	▲	xHC	부분 제한개방
	사진서비스(875)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
기타 사업 서비스	인쇄 및 출판 (88442) - 신문출판 제외	M1	X	X	비개방
		M2	●	●	부분 완전개방
		M3	▲	●	부분 제한개방*
		M4	X	X	비개방
	국제회의 용역 서비스 (87909 일부)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	통번역서비스 (87905)	M1	X	X	비개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	△	○	제한개방*
		M4	△	xHC	MA: 수평적 양허에 기재됨. 제한개방
시청각 서비스	영화,비디오 제작 및 유통서비스 (96112+ 96113) (판촉,광고 서비스 제외)	M1	X	X	비개방
		M2	●	●	부분 완전개방
		M3	▲	●	부분 제한개방*
		M4	▲	xHC	MA: 수평적 양허에 기재됨 부분 제한개방
	영화상영서비스 (9612)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	라디오, 텔레비전 프로그램 제작 서비스 (96131+96132)	M1	X	X	비개방
		M2	●	●	부분 완전개방
		M3	▲	●	부분 제한개방*
		M4	▲	xHC	MA: 수평적 양허에 기재됨 부분 제한개방
	라디오, 텔레비전 전송 서비스	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	음반 녹음(n.a.)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
관광 서비스	호텔 및 레스토랑(641~643)				
	- 호텔 숙박 서비스(64110)	M1	X	X	비개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	△	○	제한개방*
		M4	△	xHC	MA: 수평적 양허에 기재됨
	- 캠핑 및 야영지 서비스(64195)	M1	X	X	비개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	△	△	NT: ) 외국인 사업법(불기 2542년)의 '외국인'의 정의를 개정하는 제안의 결과에 따라서 시장 접근권에 기재되어 있으며 외국인이 소유 또는 지배권을 행사하는 상업적 주체는 외국인 투자 관련 법률에 규정된 특정 요건을 따름* *태국의 입법심의 결과를 고려하여 추가협상의 대상이 됨
		M4	△	xHC	MA: 수평적 양허에 기재됨
	- 레스토랑 서비스(64210)	M1	X	X	비개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	△	○	제한개방*
		M4	△	xHC	MA: 수평적 양허에 기재됨
	- 케이터링 서비스(64230)	M1	X	X	비개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	△	○	제한개방*
		M4	△	xHC	MA: 수평적 양허에 기재됨
	여행 알선 대행 서비스(7471)	M1	X	X	비개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	△	○	MA: 수평적 양허에서 기재된 사항에 더불어, 전체 이사 중 과반수 이상이 태국 국민이어야 함
		M4	△	xHC	MA: 수평적 양허에 기재됨
	관광 안내 서비스 (7472)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	기타 - 호텔 경영 서비스	M1	X	X	비개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	△	○	제한개방*
		M4	△	xHC	MA: 수평적 양허에 기재됨

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함) (9619)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	뉴스제공업(962)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	도서관, 박물관 및 기타 문화 서비스 (963)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스(964)				
	-스포츠서비스 (96411+96412 +96413)	M1	X	X	비개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	▲	○	부분 제한개방*
		M4	△	xHC	MA: 수평적 양허에 기재됨
	-기타 스포츠 서비스(96419)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	-휴양 공원 및 해변 서비스 (96491)	M1	X	X	비개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	△	○	제한개방*
		M4	△	xHC	MA: 수평적 양허에 기재됨.
	기타 레크리에이션 서비스(9649)- 도박· 내기(96492)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	게임 - 온라인 게임*	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보 공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)과 관련한 태국 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-9>와 같다.

〈표 IV-9〉 태국측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	없음
제한개방	인쇄 및 출판(신문출판 제외), 광고서비스, 통번역 서비스 판촉/광고 서비스를 제외한 영화/비디오 제작 및 유통서비스, 라디오/텔레비전 프로그램 제작 서비스, 캠핑 및 야영지 서비스, 여행 알선 대행 서비스, 호텔 숙박 서비스, 레스토랑 서비스, 케이터링 서비스, 호텔 경영 서비스, 스포츠 서비스, 휴양 공원 및 해변 서비스
비개방	사진서비스, 국제회의용역서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 도박 및 내기, 기타 스포츠 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 태국 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-10>와 같다.

〈표 IV-10〉 태국측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	없음
제한개방	없음
비개방	광고서비스, 사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 통번역 서비스, 판촉/광고 서비스를 제외한 필름/비디오 제작 및 유통서비스, 영화상영서비스, 라디오/텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 호텔 숙박 서비스, 캠핑 및 야영지 서비스, 레스토랑 서비스, 케이터링 서비스, 여행 알선 대행 서비스, 관광 안내 서비스, 호텔 경영 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 서비스, 기타 스포츠 서비스, 휴양 공원 및 해변 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

## 1.4. 필리핀

### (1) 필리핀의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

필리핀은 한-아세안 FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 한-아세안 FTA에서의 필리핀 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표 IV-11>와 같다

〈표 IV-11〉 필리핀의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4: 자연인의 주재에 의한 공급
- MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC:추 가적 약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 양허 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -:양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
기타 사업서비스	광고서비스(871)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	사진서비스(875)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	인쇄 및 출판(88442)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	국제회의용역서비스 (87909 일부)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방



양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
시청각 서비스	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(9611)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	영화상영서비스(9612)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	라디오 및 텔레비전 프로그램 제작(9613)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	음반 녹음(n.a.)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
관광 서비스	호텔 및 레스토랑(641~643)					
	호텔, 리조트, 펜션하우스, 관광여관, 아파트 숙박 (64110)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	xHC	xHC		제한개방
		M4	xHC	○		제한개방
	레스토랑 (6421~64310)	M1	X	X		비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	△	MA: 최소 납입 자본이 미화 250만 달러 이상이고 해당 정부 기관에 따른 사전 자격 요건을 충족하는 경우, 외국인은 레스토랑을 100% 운영할 수 있음. 개별 레스토랑 별로 최소 납입 자본이 미화 83만 달러를 초과하는 경우, 외국인은 지사를 설립할 수 있음. 수평적 양허 분야에 기재된 제한 요건이 적용됨. NT: 최소 납입 자본이 미화 250만 달러 이상인 경우, 외국인은 레스토랑을 100% 운영할 수 있음. 영업 중단시 사전 고지. 개별 레스토랑 별로 최소 납입 자본이 미화 83만 달러를 초과하는 경우, 외국인은 지사를 설립할 수 있음 <sup>4)</sup>	제한개방
		M4	xHC	○		제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
관광 서비스	여행 알선 대행 서비스 (7471) -여행사(74710)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	xHC	MA: 전문직 서비스 수평적 양허 분야에 기재된 사항 외에는 제한 없음	제한개방
		M4	xHC	○		제한개방
	관광 안내 서비스(7472)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	전문 회의 기획	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: 외국인 지분은 최대 60%까지 허용됨	제한개방
		M4	△	○	MA: 수평적 양허 분야에 기재됨	제한개방
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함) (9619)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	뉴스제공업(962)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화서비스 (963)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	스포츠 및 기타 레크리 에이션 서비스 (964)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
게임 - 온라인 게임*	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방	
	M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방	
	M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방	
	M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방	

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보 공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함

4) 추가 유보 내역: 지사/영업점의 개점/폐점시 사전 고지. 특정 레스토랑 활동 종사와 관련된 특정 조건 및 금지 사항을 준수하고 30% 현지 재고 요건

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)과 관련한 필리핀 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-12>와 같다.

〈표 IV-12〉 필리핀측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	없음
제한개방	호텔(리조트, 펜션하우스, 관광여관, 아파텔 숙박 포함), 레스토랑, 여행 알선 대행 서비스(여행사 포함), 전문 회의 기획
비개방	광고서비스, 사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 필리핀 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-13>와 같다.

〈표 IV-13〉 필리핀측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	호텔(리조트, 펜션하우스, 관광여관, 아파텔 숙박 포함), 여행 알선 대행 서비스(여행사 포함), 전문 회의 기획
제한개방	없음
비개방	광고서비스, 사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 레스토랑, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 게임(온라인 게임)

및 공모 발행 요건을 준수.

모든 등록된 외국 레스토랑은 무역 산업부에 다음 보고서를 제출해야 함:

- 회사의 허가된 영업점과 회사의 영업 상태 등이 나타난 지정 양식을 활용한 서면 정보서;
- 감사를 거친 재무 제표 및 소득세 신고서;
- 외국인 투자자가 증권 거래 위원회 및 무역 산업부에 자금을 본국에 상환하고 필리핀 내 영업을 중지하겠다는 의사를 통보한 경우를 제외하고, 해당 회사의 담당자는 필수 최소 자본이 유지되고 있다는 증명서를 제출. 자격을 갖춘 외국 레스토랑은 허가받은 지점 이외에 이동식/차량 영업점이나 카트, 판매사원, 방문판매, 소규모가게(sari-sari store) 및 기타 유사한 소매 활동 등의 특정 소매 활동에 종사할 수 없음. 수평적 양허 분야에 기재된 제한 요건이 적용됨.

## 1.5. 미얀마

### (1) 미얀마의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

미얀마은 한-아세안 FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 한-아세안 FTA에서의 미얀마 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표 IV-15>와 같다

〈표 IV-14〉 미얀마의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4: 자연인의 주재에 의한 공급
- MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가적 약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 양허 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -: 양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)*		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고서비스(871)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	X	X		비개방
		M4	X	X		비개방
	사진서비스(875)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	인쇄 및 출판 (88442)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	X	X		비개방
		M4	X	X		비개방
	국제회의용역 서비스 (87909 일부)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	기타 - 통번역 서비스(87905)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	X	X		비개방
		M4	X	X		비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)*	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
시청각 서비스	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(9611) -영화, 비디오 제작 서비스(96121*)	M1	●	●	부분 완전개방
		M2	●	●	부분 완전개방
	M3	▲	X	MA: 외국 서비스 제공자는 국내 제작자와의 협력을 통해서만 영화를 제작할 수 있음. 투자 계약 또는 주식 지분 투자를 통해 설립되었으며 미얀마 국민이 과반수 주식을 보유한 영화 제작 합작 회사는 현대적인 제작 스튜디오 및 제작 파크를 설립할 수 있음 - 미얀마 외국인 투자법(1988년)에 따라 외국 서비스 제공자 및 공급자의 상업적 주체가 허용됨. 동 법에서 미얀마 국민 또는 최소 35%의 지분을 소유한 기업과의 합작회사 설립이 허용됨. 유한 책임 회사는 미얀마회사법(1914년) 등 현행법과 규정에 따라 설립되어야 함 - 외국인 및 외국 기관은 미얀마에서 토지를 소유할 수 없음. 그러나 정부로부터 토지를 장기 임대하는 것은 가능함 - 공기업법 제3장에 기재된 서비스 활동은 제약됨. 그러나 그러한 활동은 동 법 제4장에 따른 내각의 통보가 있을 경우 허용됨	부분 제한개방
				MA: 미얀마 외국인 투자법, 노동법, 이민법 등 현행법과 규정에 따름. (국내법에 따르면) 외국인 중 관리자, 임원, 전문가 및 숙련 기술자에 한하여 1년의 체류 허가가 부여됨. 외국인이 초기 체류 허용 기간 이후까지 체류하고자 할 경우 관련 규칙 및 규정에 따라 1년을 초과하지 않는 범위 내에서 체류 연장 신청을 할 수 있음 NT: 시장 접근권에 기재된 자연인 범주에 속하는 자연인은 국내 규칙 및 규정을 따름. 소득세의 표준 세율은 파트와 소득의 경우 순이익의 30%, 외국인 소득의 경우 순이익의 2%에 해당함	부분 제한개방
	- 영화, 비디오 배급 서비스	M1	-	-	비개방
		M2	-	-	비개방
		M3	-	-	비개방
		M4	-	-	비개방
	영화관 서비스 및 영화 상영서비스 (CPC 9615)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	X	X	비개방
		M4	X	X	비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)*		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
시청각 서비스	라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 (9613)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	음반 녹음(n.a.)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
관광 서비스	호텔 및 레스토랑 (641~643)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	여행 알선 대행 서비스(7471)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	관광 안내 서비스 (7472)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함)(9619)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	뉴스제공업(962)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화 서비스 (963)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스 (9641)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)*	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
게임 - 온라인 게임**	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

출처: 저자 작성

\* 미얀마는 서비스분야 및 업종 분류를 상품분류(CPC) prov. 버전이 아닌 CPC Version 1.1을 기초로 작성하였음.

\*\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보 공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함.

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)과 관련한 미얀마 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-15>와 같다.

<표 IV-15> 미얀마측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	없음
제한개방	영화 및 비디오 제작 서비스
비개방	광고서비스, 사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 통번역 서비스, 영화 및 비디오 배급 서비스, 영화관 서비스 및 영화 상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 호텔 및 레스토랑, 여행 알선 대행 서비스, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 미얀마 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-16>와 같다.

<표 IV-16> 미얀마측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고서비스, 인쇄 및 출판, 통번역 서비스, 영화 및 비디오 제작 서비스, 영화관 서비스 및 영화 상영서비스
제한개방	없음
비개방	사진서비스, 국제회의용역서비스, 영화 및 비디오 배급 서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 호텔 및 레스토랑, 여행 알선 대행 서비스, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

## (2) 미얀마측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

미얀마이 한-아세안 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

<표 IV-17> 우리 기업의 한-아세안 FTA의 미얀마측 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
출판서비스	국내 중견 출판업체 D사는 문체부의 글로벌 성장전략 컨설팅 지원을 바탕으로, 미얀마 현지 소비자를 대상으로 온라인 e-book을 공급하는 방식으로 출판시장에 진출



## 1.6. 캄보디아

## (1) 캄보디아의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

캄보디아은 한-아세안 FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 한-아세안 FTA에서의 캄보디아 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표 IV-18>와 같다

&lt;표 IV-18&gt; 캄보디아의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4: 자연인의 주재에 의한 공급
- MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가적 약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 양허 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -: 양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급방 식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
기타 사업서비스	광고서비스(871)	M1	○*	○*	캄보디아는 늦어도 2009.1. 1부터 약속을 준수할 것임	완전개방
		M2	○*	○*	상동	완전개방
		M3	○*	○*	상동	완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	사진서비스(875)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	인쇄 및 출판(88442)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	국제회의 용역서비스 (87909 일부)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급방 식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
시청각 서비스	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(9611)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	기타 엔터테인먼트 서비스 (CPC 96199) - 영화 상영을 포함한 영화관 서비스	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	라디오 및 텔레비전 프로그램 제작(9613)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	음반 녹음(n.a.)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
관광 서비스	호텔 및 레스토랑(641~643)					
	- 호텔 (64110)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: 3성 이상 호텔* 제한 없음. * 3성 호텔에 대한 정의는 2003년 12월부터 시행될 호텔 등급 분류 제5 초안에 기준함	제한개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	- 레스토랑 (642+643)	M1	X	X		비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	X	MA: 지역 특성*을 고려하여 허가함 *주요 기준: 기존 레스토랑의 숫자 및 기존 레스토랑에 미치는 영향, 레스토랑 장소의 역사적, 예술적 가치, 지리적 위치 평가, 교통 영향 평가 및 고용 창출 효과	제한개방
		M4	xHC	X		제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
관광 서비스	여행 알선 대행 서비스 (7471)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: 여행사에 적용되는 51% 외국인 지분 참여제한을 제외하고 제한 없음	제한개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	관광 안내 서비스 (7472)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	△	xHC	MA: 수평적 양허분야에 기재된 사항 외에는 약속안함. 투어가이드는 캄보디아 국적자에 한함	제한개방
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함)(9619)					
	- 기타 엔터테인먼트 서비스 (96199)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	뉴스제공업(962)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화서비스 (963)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	스포츠 및 기타 레크리 에이션 서비스 (9641)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	게임 - 온라인 게임*	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보  
공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함.

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)과 관련한 캄보디아 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-19>와 같다.

&lt;표 IV-19&gt; 캄보디아측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고서비스, 영화 상영을 포함한 영화관 서비스, 기타 엔터테인먼트 서비스, 관광 안내 서비스
제한개방	호텔, 레스토랑, 여행 알선 대행 서비스
비개방	사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 캄보디아 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-20>와 같다.

&lt;표 IV-20&gt; 캄보디아측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고서비스, 영화 상영을 포함한 영화관 서비스, 기타 엔터테인먼트 서비스, 호텔, 여행 알선 대행 서비스, 관광 안내 서비스
제한개방	없음
비개방	사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 레스토랑, 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

## 1.7. 라오스

## (1) 라오스의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

라오스는 한-아세안 FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 한-아세안 FTA에서의 라오스 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표 IV-21>와 같다.

&lt;표 IV-21&gt; 라오스의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4: 자연인의 주재에 의한 공급
- MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가적 약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 양허 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -: 양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
기타 사업서비스	광고서비스(871)	M1	X	X	비개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	△	△	제한개방
		M4	xHC	xHC	제한개방
	사진서비스(875)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	인쇄 및 출판 (88442)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	국제회의용역서비스 (87909 일부)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
기타 사업서비스	기타(8790)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
시청각 서비스	영화 및 비디오 제 작 및 배급 서비스 (9611)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	영화상영서비스 (9612)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	라디오 및 텔레비 전 프로그램 제작 (9613)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	음반 녹음(n.a.)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
관광 서비스	호텔 및 레스토랑 (641~643) - 오락을 동반하지 않은 음료 제공 서비스(64310)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	△	X	제한개방
		M4	xHC	xHC	제한개방
	- 모든 레스토랑 서비스를 공급하는 식사 제공 서비스 (64210)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	xHC	X	비개방
		M4	xHC	X	제한개방
	여행 알선 대행 서비스(7471)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	관광 안내 서비스 (7472)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트서비스 (극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함) (9619)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	뉴스제공업(962)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화서비스 (963)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스 (9641)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
게임 - 온라인 게임*		M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보 공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함.

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)과 관련한 라오스 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-22>와 같다.

<표 IV-22> 라오스측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	없음
제한개방	광고서비스, 호텔 및 레스토랑(오락을 동반하지 않은 음료 제공 서비스)
비개방	사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 기타, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 모든 레스토랑 서비스를 공급하는 식사 제공 서비스, 여행 알선 대행 서비스, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 라오스 측의 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-23>와 같다.

<표 IV-23> 라오스측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	호텔 및 레스토랑(오락을 동반하지 않은 음료 제공 서비스), 모든 레스토랑 서비스를 공급하는 식사 제공 서비스
제한개방	없음
비개방	광고서비스, 사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 기타, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 여행 알선 대행 서비스, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성



## 1.8. 브루나이

## (1) 브루나이의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

브루나이는 한-아세안 FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 한-아세안 FTA에서의 브루나이 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표 IV-24>와 같다.

&lt;표 IV-24&gt; 브루나이의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4: 자연인의 주재에 의한 공급
- MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가적 약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 양허 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -: 양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
기타 사업서비스	광고서비스(871)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	사진서비스(875)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	인쇄 및 출판(88442)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	국제회의용역서비스 (87909 일부)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
시청각 서비스	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(9611)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	영화상영서비스(9612)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	라디오 및 텔레비전 프로그램 제작(9613)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	음반 녹음(n.a.)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
관광 서비스	관광숙박시설 - 중저가 호텔 (64110) - 리조트 호텔/ 별장식 호텔 (64110)	M1	X	○		비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	X	MA: 외국인 투자자가 합작투자 계약을 체결할 때는 해당기업에서 브루나이인 총 소유 지분이 30%를 초과해야 함	제한개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	여행 알선 대행 서비스 (7471)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	관광 안내 서비스(7472)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트서비스 (극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함) (9619)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	뉴스제공업(962)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화서비스 (963)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스 (9641)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
게임 - 온라인 게임*	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방	
	M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방	
	M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방	
	M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방	

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보 공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함.

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)과 관련한 브루나이 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-25>와 같다.

<표 IV-25> 브루나이측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	
제한개방	관광숙박시설(중저가 호텔, 리조트 호텔, 별장식 호텔)
비개방	광고서비스, 사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 여행 알선 대행 서비스, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 브루나이 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-26>와 같다.

<표 IV-26> 브루나이측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	없음
제한개방	없음
비개방	광고서비스, 사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 관광숙박시설(중저가 호텔, 리조트 호텔, 별장식 호텔), 여행 알선 대행 서비스, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

## 2

## 베트남

## (1) 베트남의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

베트남은 한-베트남 FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속과 한-아세안 FTA에서의 베트남의 약속에 비해 보다 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 이에 본 항에서는 한-베트남 FTA에서의 베트남 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표 IV-27>와 같다

&lt;표 IV-27&gt; 베트남의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4: 자연인의 주재에 의한 공급
- MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가적 약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 양허 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -: 양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
기타 사업서비스	광고서비스(871) - 담배광고 제외	M1	●	●	완전개방
		M2	●	●	완전개방
		M3	▲	●	MA: 외국 서비스 공급자는 광고 서비스를 하도록 법적으로 허가받은 베트남 파트너와 합작투자 또는 사업협력 계약을 설립하도록 허용됨
		M4	xHC	xHC	제한개방
		M1-M4	(추가적 약속)	AC: 포도주 및 증류주 광고는 비차별적으로 적용되는 국가 규정을 따름	

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
시청각 서비스	사진서비스(875)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	인쇄 및 출판 (88442)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	국제회의용역 서비스 (87909 일부)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	영화 제작(비디오 테이프 제외)	M1	X	X		비개방
		M2	X	X		비개방
		M3	△	○	MA: 베트남에서 이러한 서비스를 제공하도록 허가받은 베트남 파트너와의 사업 협력 계약 또는 합작 회사 형태에 한해 가능. 외국 자본 출자는 합작 회사 법정 자본금의 51%를 초과할 수 없음	제한개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	영화 배급(비디오 테이프 제외)	M1	X	X		비개방
		M2	●	X		부분 제한개방
		M3	▲	●	MA: 베트남에서 이러한 서비스를 제공하도록 허가받은 베트남 파트너와의 사업 협력 계약 또는 합작 회사의 형태에 한해 가능. 외국 자본 출자는 합작 회사 법정 자본금의 51%를 초과할 수 없음	부분 제한개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	영화상영서비스 (9612)	M1	X	X		비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: 베트남에서 이러한 서비스를 제공하도록 허가받은 베트남 파트너와의 사업 협력 계약 또는 합작 회사의 형태에 한해 가능. 외국 자본 출자는 합작 회사 법정 자본금의 51%를 초과할 수 없음. 베트남의 문화회관, 영화상영관, 공공 영화 클럽·협회, 이동 상영팀은 외국 서비스 제공자와의 사업 협력 계약 또는 합작 회사 설립에 참여할 수 없음	제한개방
		M4	xHC	xHC		제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
시청각 서비스	라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 (9613)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	음반 녹음(n.a.)	M1	X	X		비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	X	X		비개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
관광 서비스	호텔 숙박 서비스, 구내 소비를 위한 음식 제공 서비스 및 음료 제공자	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	여행 알선 대행 서비스(7471)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	▲	▲	MA: 외국 서비스 공급자는 외국인 출자에 대한 제한 없이 베트남 파트너와의 합작투자 형태로 서비스를 제공하는 것이 허용됨 NT: 외국인투자기업의 관광안내원은 베트남 시민이어야 한다는 점 외에는 제한 없음. 외국 서비스 공급회사는 인바운드 서비스 및 인바운드 서비스의 불가결한 일부로 입국 관광객을 위한 국내 여행 서비스만을 할 수 있음	부분 제한개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	관광 안내 서비스 (7472)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함)(9619)	M1	X	X		비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: WTO 가입일로부터 5년 후, 외국인 출자 자본이 49%를 초과하지 않는 범위 내에서 합작회사 설립이 허용되는 것을 제외하고 약속 안함	제한개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	뉴스제공업(962)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	도서관, 박물관 및 기타 문화 서비스 (963)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스 (964**)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
기타 - 전자게임업 (CPC 964)*		M1	X	X		비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: 이러한 서비스를 제공할 수 있도록 구체적인 허가를 받은 베트남 파트너와의 합작회사 설립 또는 사업 협력계약 체결을 통해서만 가능. 외국인 출자 자본은 합작 회사 법정 자본의 49%를 초과할 수 없음	제한개방
		M4	xHC	xHC		제한개방

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보  
공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함. 이와 관련 베트남은 전자게임업을 10. 레크리에이션, 문화 및 스포츠 서비스 D. 기타의  
일부로서 분류하여 양허함.

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한  
서비스 공급)과 관련한 베트남 측의 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-28>와 같다.

〈표 IV-28〉 베트남측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	호텔 숙박 서비스(구내소비를 위한 음식 제공 서비스 및 음료 제공자 서비스 포함)
제한개방	광고서비스(담배광고 제외), 영화 제작(비디오테이프 제외), 영화 배급(비디오테이프 제외), 영화상영서비스, 여행 알선 대행 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 전자게임업
비개방	사진서비스, 인쇄 및 출판, 음반 녹음, 국제회의용역서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 관광 안내 서비스, 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한  
관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 베트남 측의 시장개방 수준별  
업종 현황을 요약하면 다음의 <표>와 같다.



〈표 IV-29〉 베트남측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고서비스(담배광고 제외), 호텔 숙박 서비스(구내소비를 위한 음식 제공 서비스 및 음료 제공자 서비스 포함), 여행 알선 대행 서비스
제한개방	없음
비개방	사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 영화 제작, 영화 배급, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 전자게임업

출처: 저자 작성

## (2) 베트남측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

베트남이 한-베트남 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

〈표 IV-30〉 우리 기업의 한-베트남 FTA의 베트남측 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
영화 제작서비스	영화제작업체 C사는 현지 제작사에 대한 합작투자 형태로 진출하여 영화의 기획과 제작에 직접 참여하고 있음
영화 배급서비스	C사는 베트남의 영화 배급업체와 계약하여 제작한 영화를 배급하고 있음
여행알선 대행서비스	여행업체 C사는 베트남 현지에 합작투자 여행사를 설립하여 현지 업체나 제3국 업체와 비교하여 동등한 법적 지위를 가지고 현지인을 대상으로 여행상품을 판매함.
공연서비스	공연 제작업체 F사는 베트남에 공연제작사를 별도로 설립하지 않고, 베트남 제작사와 합작투자로 제작한 공연을 현지에서 초연하였음
게임서비스	게임 제작업체 F사는 베트남 업체와 사업협력계약을 체결하고, 자체 제작한 온라인 게임을 베트남 소비자에게 공급하고, 이용료는 신용카드나 온라인 결제 방법으로 징수하고 있음

## (3) 문화협력

양측은 한-베 FTA 제13장(경제협력) “부속서 13-가: 문화 관련 서비스 협력”을 통해 양 당사국은 상호 이익을 위하여 시청각, 관광, 엔터테인먼트(극장, 라이브 밴드 및 서커스 서비스를 포함한다), 문화유산,

박물관 및 도서관 서비스와 같은 서비스 분야에서 협력하기 위하여 노력할 것 등을 규정하여 향후 시청각, 관광, 엔터테인먼트 등 다양한 분야에서 양국간 문화산업 분야에서의 협력 강화 및 문화교류 활성화의 계기를 마련하였다.

## (4) 베트남 문화시장 진출 기회요인 및 향후 대응 과제

첫째, 베트남은 30대 이하 젊은 층이 전체 인구의 60%를 차지하고 있어 소비 시장의 성장 잠재력이 높고, 한류에 대한 인지도 및 호감도가 높아 한-베트남 FTA가 우리 문화산업의 베트남 문화서비스 시장에서의 진출 기회 및 시장 확대에 기여할 것으로 기대된다.

둘째, 문화서비스와 관련하여 한-베트남 FTA 제12장(지식재산권)에서는 음반 사용 관련 실연자 및 음반 제작자에게 보상청구권 부여, 권리자에게 콘텐츠 복제에 대한 배타적 권리 부여를 규정하는 등 현행 WTO 무역관련 지식재산권 협정(TRIPs) 보다 높은 수준의 저작권 조항이 채택되어 베트남 내 한류 콘텐츠를 보호할 수 있는 제도적 기반이 마련되었다.

셋째, 협정 제8장(서비스무역)에서는 이 협정의 발효 후, 한쪽 당사국이 비당사국과 네거티브 목록 방식을 채택하여 서비스무역에 관한 협정을 비준할 경우, 다른 쪽 당사국은 그 당사국에 네거티브 목록 방식에 기반하여 서비스무역 및 투자와 관련된 장과 부속서들을 재협상하도록 요청할 수 있다고 규정한다.<sup>5)</sup> 이후 베트남은 CPTPP협정에 가입하여, 2019년 1월 4일부 발효되었는바, 동 협정에서 베트남은 네거티브 목록 방식에 따른 서비스시장 개방을 약속하였다. 따라서 향후 한국은 베트남과 유보목록에 기반한 후속협상을 개시할 기회를 갖게 되었다. 네거티브 목록방식이 보다 시장개방적인 방식일 뿐만 아니라 베트남이 CPTPP협정에서 보다 높은 수준의 시장개방을 약속하였음에 비추어 후속협상을 통해 기존 한-베트남 FTA에서의 베트남측의 서비스시장 개방 약속 보다 높은 개방 약속이 기대된다.

5) 한-베 FTA 제8.19조

## 3

## 싱가포르

## (1) 싱가포르의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가

싱가포르는 한-싱가포르 FTA에서 유보목록 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였는데, 한-싱가포르 FTA에서의 싱가포르 측의 문화서비스 분야에서의 유보 목록을 통한 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 <표 IV-31>를 통해 제시하면 아래와 같다.

싱가포르는 도박·내기 서비스와 관련하여 한-싱가포르 FTA 도박서비스 Side Letter에서 동 서비스는 협정의 적용에서 배제된다고 명시하였음에도, 다시 자국의 서비스 미래 유보목록에서 동 서비스에 대해 포괄 유보를 하여 이를 재확인하였다.

## &lt;표 IV-31&gt; 싱가포르의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가(한-싱가포르 FTA 싱가포르 측 유보 기준)

- 적용영역: CS: 국경간 서비스 무역, I:투자
- 대상의무: NT: 내국민대우, MFN: 최혜국대우, MA: 시장접근, LP: 현지주재, PR: 이행요건, SMBD: 고위 경영진 및 이사회
- 서비스의 공급형태: 가(M1): 국경간서비스공급, 나(M2): 해외소비, 다(M3): 투자에 의한 서비스공급, 라(M4): 국민에 의한 서비스공급
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲ 로 표시, -: 유보 안함(완전 개방 의미)
- 유보 관련 특기 사항: 싱가포르는 자국 미래유보에서 모든 분야의 국경간 서비스무역에 대해 자연인의 주재(Mode 4)나 이동(투자(Mode 3)과 연관된 기업내 전근자에 의한 서비스 공급에 대해 포괄 유보를 하였는 바, 이는 '자연인(의 이동)에 의한 서비스 공급 제한\*'을 의미함. 다만, 이러한 제한은 협정 제13장(기업인의 일시 입국)에 규정된 범위 안에서 행해야만 하는 제약을 받음.
- 현재유보 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만 개방한 경우 부분개방을 추가
- 미래유보 개방수준 평가: 향후 제한 가능성 또는 비개방 가능성(포괄 유보)으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만 개방한 경우 부분개방을 추가

\* 싱가포르 개방 약속 관련 특기사항: FTA에서 유보방식에 의해 국경간 서비스무역과 (서비스) 투자를 구분하여 규율하는 경우 협정의 “국경간 서비스무역 챕터”의 적용범위 조항에서 “동 챕터상 시장접근 조항이 적용대상 투자에 의한 당사국 영역내 서비스 공급에 영향을 주는 것으로 자국이 채택하거나 유지하는 조치에도 적용된다”는 규정을 포함하게 되는데, 그 이유는 동 협정의 투자 챕터에서는 시장접근을 규율하고 있지 않기 때문임. 그런데 한-싱가포르 FTA 국경간서비스무역(9장)에는 그러한 규정이 포함되어 있지 않아, 문리적 해석에 따르면 서비스투자에 대한 시장접근 의무가 없게 됨. 다만, 이 경우 협정 체결에 따른 서비스 투자(Mode 3 해당)는 전적으로 체약당사국의

국내법상의 조치에 따르게 되어 협정 체결의 존 의의가 상실되어, 상기 근거 조항의 흠결이 교섭자의 의도라기 보기 어려우며 따라서 향후 개선협상을 통해 제9장 적용범위의 개정을 통해 상기 근거조항을 포함시켜야 할 것임. 이러한 배경에서 본 가이드에서는 서비스 투자를 개방으로 평가하였음.

유보 분야	유보 유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고	현재	-	유보안함	개방(단, 자연인에 의한 서비스 공급 제한*)
		미래	-	유보안함	
	사진	현재	-	유보안함	개방(단, 자연인에 의한 서비스 공급 제한*)
		미래	-	유보안함	
	인쇄·출판	현재	-	유보안함	개방(단, 자연인에 의한 서비스 공급 제한*)
		미래	-	유보안함	
	국제회의용역	현재	-	유보안함	개방(단, 자연인에 의한 서비스 공급 제한*)
		미래	-	유보안함	
시청각 서비스	영화·비디오 제작·배급	현재	-	유보안함	개방(단, 자연인에 의한 서비스 공급 제한*)
		미래	-	유보안함	
	영화상영	현재	-	유보안함	개방(단, 자연인에 의한 서비스 공급 제한*)
		미래	-	유보안함	
	방송서비스 *방송서비스는 해당 편성에 대하여 선택할 권한이 없는 제작물 소비자를 위하여 시청각 수신을 목적으로 한 제작물 공급자에 의하여 공급되는 일련의 문예, 예술 작품 편성을 의미	미래	CS, I	NT, MA, LP, PR, SMBD 싱가포르는 방송서비스와 관련된 연속성 있는 전파 배분과 싱가포르로부터 이루어지는 국제방송서비스 및 싱가포르 국내 시청자들에 의하여 수신되는 방송서비스에 관련된 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 동 유보는 최종 소비자에게 인가 방송서비스를 전송하는 활동에만 한정되어 적용되지 아니한다.	부분 제한개방/향후 제한 또는 비개방 가능성
	라디오·텔레비전 프로그램 제작	현재	-	유보안함	개방(단, 자연인에 의한 서비스 공급 제한*)
		미래	-	유보안함	
관광 서비스 관광	음반녹음	현재	-	유보안함	개방(단, 자연인에 의한 서비스 공급 제한*)
		미래	-	유보안함	
	호텔·레스토랑	현재	-	유보안함	개방(단, 자연인에 의한 서비스 공급 제한*)
		미래	-	유보안함	
	여행알선대행	현재	-	유보안함	개방(단, 자연인에 의한 서비스 공급 제한*)
		미래	-	유보안함	
	관광안내	현재	-	유보안함	개방(단, 자연인에 의한 서비스 공급 제한*)
		미래	-	유보안함	

유보 분야	유보 유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트(극장·라이브밴드·서커스 포함)	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	뉴스제공업	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	도서관·박물관·기타 문화서비스	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	스포츠서비스	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	도박·내기*	현재	-	-	유보안함
게임(온라인 게임 포함)	*협정 도박서비스 Side Letter에서도 적용배제 명시	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함

싱가포르의 유보목록에 따른 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속에 따른 개방 수준별 해당 업종 현황을 <표 IV-32>로 요약하면 다음과 같다.

<표 IV-32> 싱가포르 측의 문화서비스 분야의 시장 개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
개방	광고, 사진, 인쇄·출판, 국제회의용역, 영화·비디오 제작·배급, 영화상영, 라디오·텔레비전 프로그램 제작, 음반녹음, 호텔·레스토랑, 여행알선대행, 관광안내, 엔터테인먼트(극장·라이브밴드·서커스포함), 뉴스제공업, 도서관·박물관·기타문화서비스, 스포츠서비스, 게임(온라인 게임 포함)
제한개방	라디오·텔레비전 방송서비스(방송서비스는 해당 편성에 대하여 선택할 권한이 없는 제작물 소비자를 위하여 시청각 수신을 목적으로 한 제작물 공급자에 의하여 공급되는 일련의 문예, 예술 작품 편성을 의미)
향후 제한 또는 비개방 가능성	라디오·텔레비전 방송서비스(방송서비스는 해당 편성에 대하여 선택할 권한이 없는 제작물 소비자를 위하여 시청각 수신을 목적으로 한 제작물 공급자에 의하여 공급되는 일련의 문예, 예술 작품 편성을 의미)
비개방	도박·내기(협정 도박서비스 Side Letter에서도 적용배제 명시)

출처: 저자 작성

## (2) 싱가포르측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

싱가포르가 한-싱가포르 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

<표 IV-33> 우리 기업의 한-싱가포르 FTA의 싱가포르측 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
출판서비스	국내 중견 출판업체 D사는 문제부의 글로벌 성장전략 컨설팅 지원을 바탕으로, 현지 소비자를 대상으로 하여 온라인 e-book 방식으로 싱가포르 출판시장에 진출하고 있음
영화 제작서비스	영화제작업체 C사는 완제품 또는 리메이크 판매, OTT를 통한 온라인 유통, 현지 제작사 투자방식이 아닌 영화의 공동제작자 및 프로듀서로 직접 제작에 참여하고 있음
영화 배급서비스	C사는 싱가포르의 영화 배급업체와 손잡고 영화를 배급하고 있으며, 성공시 부가가치가 크고 핵심역량을 내부에 축적할 수 있음
음반 기획 및 제작서비스	자체 프로듀서와 작곡가 등을 보유한 엔터테인먼트 업체 Y사는 국내에서 제작한 음원을 스트리밍 서비스를 통해 싱가포르 소비자에게 공급하고, 아티스트들의 음반을 현지에서 판매함.
공연 제작서비스	뮤지컬 제작업체 M사는 현지에 공연 기획사를 별도로 설립하지 않고 싱가포르 업체와 함께 뮤지컬을 제작하고, 현지 업체를 통해 뮤지컬을 배급함.
여행업 및 여행가이드	여행업체 C사는 싱가포르 현지에 여행사를 설립하여 현지인을 대상으로 여행상품을 판매함
게임서비스	게임 제작업체 F사는 자체 제작한 게임을 온라인을 통해 현지 소비자에게 공급하고, 이용료는 신용카드나 온라인 결제 방법으로 징수하고 있음

## (3) 영화제작 협력

한국과 싱가포르 양측은 영화제작 촉진을 위해 협정 제18장(협력)에서 양국 간 영화제작 분야에서의 협력을 규정하고,<sup>6)</sup> 동 부속서 18A협력 제4절(영화제작 협력)에서는 한국영화진흥위원회(“KOIEC”)와 미디어개발처(“MDA”) 간의 체결 예정인 약정에 따라 각 당사국은 영화산업 제작사의 영화공동제작을 장려 및 촉진하고, 각 당사국은 영역 내에서 공동제작된 영화의 배급을 지원할 것 등에 대해 규정한다. 향후 우리 시청각 제작물의 싱가포르 진출에 긍정적 효과가 기대된다.

6) 한-싱 FTA 제18.13조.

## 4

## 중국

## (1) 중국의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

중국은 한-중 FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 한-중 FTA에서의 중국 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표 IV-34>와 같다

<표 IV-34> 중국의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4: 자연인의 주재에 의한 공급
- MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 양허 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -: 양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲ 로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 [추가적 약속]	개방수준평가
기타 사업 서비스	광고서비스(871)	M1	△	○	외국 광고서비스의 공급 권리를 가진 중국에 등록된 광고 대행업자를 통하여서만 가능	제한개방
		M2	△	○	외국 광고서비스의 공급 권리를 가진 중국에 등록된 광고 대행업자를 통하여서만 가능	제한개방
		M3	△	○	한국 서비스 공급자는 중국 내 광고기업 설립이 허용됨, 완전 외국인 소유 자회사가 허용됨	제한개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	사진서비스(875)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	합작 투자 기업형태만 허용되며 외국인 다수 지분 소유 허용됨.	제한개방
		M4	xHC	xHC		비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 [추가적 약속]	개방수준평가	
기타 사업 서비스	인쇄 및 출판 (88442) - 수수료나 계약 기초의 포장 재료 인쇄(포장재료의 인쇄에만 한정됨)	M1	×	×		비개방	
		M2	×	×		비개방	
		M3	▲	×	완전 외국인 소유 기업이 허용됨. 경제적 수요 심사가 요구됨	부분 제한개방	
		M4	xHC	xHC		제한개방	
	국제회의용역 서비스 (87909 일부)	M1	○	○		완전개방	
		M2	○	○		완전개방	
		M3	△	○	합작 투자 기업형태만 허용되며 외국인 다수 지분 소유 허용됨	제한개방	
		M4	xHC	xHC		비개방	
	기타(8790) - 번역 및 통역 서비스(87905) 기타(8790)	M1	○	○		완전개방	
		M2	○	○		완전개방	
		M3	△	○	완전 외국인 소유 기업 허용됨	완전개방	
		M4	xHC	△	자격은 다음과 같음- 번역 또는 통역의 실무 경험 3년과 실무 언어의 뛰어난 구사 능력	조건부 제한개방	
	시청각 서비스	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(9611) - 엔터테인먼트 소프트웨어 및 CPC 83202를 포함하는 비디오 배급 서비스 - 녹음물 배급 서비스	M1	○	○		완전개방
			M2	○	○		완전개방
			M3	△	○	시청각물의 내용을 조사하기 위한 중국의 권리를 저해함이 없이 한국 서비스 공급자는 영화를 제외한 시청각물 배급에 종사하기 위하여 중국 파트너와 계약 합작 투자 기업 설립이 허용됨 (영화의 행정에 관한 중국의 규정의 준수를 저해함이 없이, 중국은 수익분배에 기초한 극장 상영 영화의 수입을 허용하며, 그러한 수입 편수는 연간 20편이어야 함)	제한개방
			M4	xHC	xHC		제한개방
영화상영서비스 (9612) -영화관서비스		M1	○	○		완전개방	
		M2	○	○		완전개방	
		M3	△	○	한국 서비스 공급자는 영화관 건축 및/또는 개축이 허용되며 외국인 투자는 49%를 초과하지 아니함 (영화의 행정에 관한 중국의 규정의 준수를 저해함이 없이, 중국은 수익분배에 기초한 극장 상영 영화의 수입을 허용하며, 그러한 수입 편수는 연간 20편이어야 함)	제한개방	
		M4	xHC	xHC		제한개방	
라디오 및 텔레 비전 프로그램 제작(9613)		M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방	
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방	
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방	
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방	



양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 [추가적 약속]	개방수준평가
시청각 서비스	라디오 및 텔레 비전 전송서비스 (7524)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	음반 녹음(n.a.)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
관광 서비스	호텔(아파트 포함) 및 레스 토랑(641~643)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	한국 서비스 공급자는 중국에 호텔 및 레스토랑 설립체를 건축, 개축 및 운영할 수 있음. 완전 외국인 소유 자회사가 허용됨	완전개방
		M4	△	xHC	중국 내의 합작 투자 호텔 및 레스토랑과의 계약에 서명한 한국 매니저, 요리사를 포함한 전문가 및 고위 임원은 중국에서 서비스를 공급하는 것이 허용됨	조건부 제한개방
	여행 알선 대행 서비스(7471)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○ (단서)	NT 단서: 다만 합작 투자 또는 완전 지분 소유 여행 알선 대행 업체는 중국인의 해외 여행 및 홍콩, 마카오 및 대만으로의 여행 활동에 종사하는 것이 허용되지 아니함	제한개방
		M4	xHC	xHC		비개방
	관광 안내 서비스(7472)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 서비스(9619) - (CPC 96191*, 96192**에 한정됨) *연극제작, 가수 그룹, 오케스트라 **작가, 작곡가, 조각가, 엔터테이너 및 기타 개인 예술가 제공 서비스	M1	x	x		비개방
		M2	x	x		비개방
		M3	△	x	한국 서비스공급자는 중국 파트너와 함께 합작 투자 기업 또는 계약 합작투자 기업의 형태로 공연 중개 기관 또는 공연장 사업체 설립하는 것이 허용될 것임 합작 투자 기업의 한국 투자는 49% 이하일 것. 계약 합작 투자 기업의 중국 당사자는 의사 결정권을 가짐 공연 중개 기관은 중개, 위탁 대행 및 대행의 형태로 상업적 공연업에 종사할 수 있음. 공연장 사업체는 자신의 장소에서 상업적 공연 개최할 수 있음	부분 제한개방
		M4	xHC	xHC		제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 [추가적 약속]	개방수준평가
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	뉴스제공업(962)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화 서비스 (963)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	스포츠서비스 (9641)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	기타 레크리 에이션서비스 (9649)- 도박·내기서비스 (96492)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
게임 - 온라인 게임		M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보  
공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함.

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한  
서비스 공급)과 관련한 중국 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-35>와 같다.

<표 IV-35> 중국측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	번역 및 통역서비스, 호텔(아파트 포함) 및 레스토랑, 도박·내기서비스
제한개방	광고서비스, 사진서비스, 수수료나 계약 기초의 포장 재료 인쇄(포장재료의 인쇄에만 한정됨), 국제회의용역서비스, 엔터테인먼트 소프트웨어 및 CPC 83202를 포함하는 비디오 배급 서비스, 녹음물 배급서비스, 영화관서비스, 여행 알선 대행 서비스, 엔터테인먼트 서비스(9619) 중 CPC 96191(연극제작, 가수그룹, 오케스트라) 및 96192(작가, 작곡가, 조각가, 엔터테이너 및 기타 개인 예술가 제공 서비스)
비개방	라디오 및 텔레비전 전송 서비스, 라디오·텔레비전 프로그램 제작 서비스, 음반 녹음, 관광 안내 서비스, 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠서비스, 온라인 게임

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 중국 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-36>와 같다.

<표 IV-36> 중국측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	사진서비스, 국제회의용역서비스, 번역 및 통역서비스, 엔터테인먼트 소프트웨어 및 CPC 83202를 포함하는 비디오 배급 서비스, 녹음물 배급서비스, 영화관서비스, 호텔(아파트 포함) 및 레스토랑, 여행 알선 대행 서비스
제한개방	광고서비스
비개방	수수료나 계약 기초의 포장 재료 인쇄(포장재료의 인쇄에만 한정됨), 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 라디오·텔레비전 프로그램 제작, 음반 녹음, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(9619) 중 CPC 96191 및 96192, 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠서비스, 도박·내기서비스, 온라인 게임

출처: 저자 작성

## (2) 한중 공동제작 영화에 대한 국내제작 영화로의 인정과 혜택 부여

“한-중FTA 부속서 8-나: 영화 공동제작”에 따른 한중 공동제작영화에 대해서는 국내제작 영화로 인정하여 각국이 자국 영화에 부여하거나 부여할 수 있는 모든 혜택을 완전히 받을 자격을 준다.<sup>7)</sup> 또한 공동제작자의 입국 및 공동제작에 필요한 기술 장비, 영화 물자의 일시적 반입에 대한 편의 등이 제공된다.<sup>8)</sup>

동 부속서에 따르면 “공동제작영화”란 양 당사국의 권한있는 당국에 의하여 공동으로 승인된 사업에 따라 한쪽 당사국의 하나 이상의 국민이 다른 쪽 당사국의 하나 이상의 국민과 협력하여 제작한 영화를 가리키며, 그러한 승인을 받기 위해서는 공동제작 영화의 양국 공동제작자의 재정적(현물 기여 포함) 및 창의적 기여도가 각기 20% 이상일 것 등이 요구된다.<sup>9)</sup>

한편, 한-중FTA에서는 텔레비전 드라마, 다큐멘터리 및 방송용 애니메이션에 대한 양 당사국간 공동제작을 장려하고, 향후 공동제작한 텔레비전 드라마·방송용 애니메이션에 대해 국내제작물에 부여하는 혜택을 부여하기 위한 공동제작협정 체결을 위한 협상을 개시하는데 합의하였다.<sup>10)</sup>

7) 한중FTA 부속서 8-나 제2조.

8) 동 제7조 및 제8조.

9) 동 제4조 및 제5조.

10) 한-중FTA 부속서 8-다: 텔레비전 드라마, 다큐멘터리 및 방송용 애니메이션 공동제작

## (3) 관광협력

한중FTA 제17장(협력)에서는 양 당사국 영역에서의 관광의 지속 가능한 발전을 증진하기 위해 협력하고, 관광 및 관련 분야에서의 관련 통계, 홍보자료, 정책 및 법과 규정에 대한 정보교환 등에 대한 협력에 대해 규정한다.<sup>11)</sup> 특히, 아웃바운드 관광협력과 관련하여 중국은 한국 관광회사가, 중국의 관련 법 및 규정에 따라, 현 시범 사업 계획 하에서 아웃바운드 관광 운영 사업에 지원하는 것을 장려한다.<sup>12)</sup> 또한 한국 관광회사의 지원과 관련하여, 중국은 지원한 한국 회사가 중국 관련 법 및 규정에 규정된 모든 조건을 충족한 경우, 한국 관광 회사의 아웃바운드 관광 사업 운영 승인을 우선적으로 긍정 검토한다고 규정한다.<sup>13)</sup>

## (4) 중국의 콘텐츠시장 규모 추이 및 현황과 전망<sup>14)</sup>

중국 콘텐츠시장 규모는 2019년 기준 3,507억 7,600만 달러를 기록해 전년 대비 5.8% 증가한 것으로 집계되었다. 지식정보가 가장 높은 비중을 차지하고 있었으며 광고와 방송, 그리고 출판이 그 뒤를 이었다. 중국은 성장 일로를 걷고 있는 콘텐츠 시장으로 모든 분야에서 전년 대비 성장했으며 특히 광고, 음악, 게임, 지식정보 분야에서의 성장세가 높았다. 이와 같이 상승장구하던 중국 콘텐츠시장 또한 2020년 코로나19 영향에서 자유롭지 못할 것으로 전망된다. 2020년 출판, 영화, 방송, 광고 부문에서 감소세를 보일 것으로 전망되며 특히 영화 부문은 영화관 폐쇄로 인해 약 80% 하락할 것으로 예상된다. 이에 비해 코로나19의 영향을 상대적으로 덜 받는 게임과 지식정보, 음악 분야는 증가할 것으로 예상된다. 중국 문화산업은 인력 집약적 산업특성을 지니고 있으며 리스크 제어 능력이 취약한 중소기업 비중이 전체의 80% 이상을 차지한다. 전문가들은 이런 중소기업들을 위해 정부 차원에서 콘텐츠 기업의 조세 부담을 줄여주고 콘텐츠 시장진입에 대한 규제와 콘텐츠 내용 등 제작 관련 규제를 완화해야 한다고 강조한다. 업체 차원에서는 코로나19의 영향 하에 콘텐츠산업의 변화추이를 정확하게 읽어야 한다는 주장도 제기되고 있다. 최근 중국 기업들은 VR 콘텐츠, 클라우드 게임, 인터랙티브 콘텐츠 등 미래 콘텐츠 먹거리 분야에 선제적으로 대응하고, 온라인 비대면 공연·전시회 및 빅데이터 기반 문화콘텐츠 플랫폼 등 전통적 문화 산업에 ICT 기술을 도입하고 있으며 인수합병과 IP 통합 관리 등을 통한 규모의 경제 실현과 시너지 효과 발생을 추구하고 있다. 국가통계국의 1/4분기 데이터에 따르면 이러한 노력에 따라 중국 디지털 콘텐츠 관련 산업은 작년 대비 15.5% 증가한 5,363억 위안(약 91조 1,440억 원)의 매출 규모를 보이는 것으로 나타났다. 이처럼 중국 정부와 업계의 노력에 의해 향후 중국 콘텐츠 시장은 2021년부터 코로나19의 악영향에서 벗어나 2024년까지 연평균 3.56%의 성장률을 기록하며 4,177억 3,000만 달러 규모를 기록할 것으로 전망된다.

11) 한중FTA 제17.21조

12) 현 시범 사업 계획이란 중국 상무부 및 국가여유국에 의하여 공표된 법령 제33호에 따라 2010년부터 중국 국가여유국에 의하여 운영되는 계획을 말하며, 이 계획에 따라 외국인 투자 관광회사 네 곳이 아웃바운드 관광 사업 운영 허가를 받았다.

13) 한중FTA 제17.22조.

14) 본항의 설명은 (주)마켓링크, pp.99-100에서 발췌 정리한 것임을 밝혀둔다.

〈표 IV-37〉 중국 콘텐츠시장의 규모 추이 및 현황과 전망(2015년~2024년)

(단위: 백만달러, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019p	2020	2021	2022	2023	2024	2019-24 연평균 성장률
출판	35,072	35,649	35,371	35,359	35,360	32,042	33,639	33,812	33,703	33,560	-1.04
만화	814	877	828	886	977	880	938	935	932	927	-1.04
음악	429	536	685	1,014	1,273	1,438	1,745	1,832	1,949	2,023	9.70
게임	15,161	19,159	23,638	25,887	28,938	31,801	34,394	36,301	38,074	39,768	6.56
영화	6,907	7,309	8,908	9,707	10,316	2,263	5,485	7,540	7,797	8,061	-4.81
애니메이션	715	1,200	815	679	1,910	419	1,016	1,396	1,444	1,492	-4.81
방송	32,344	35,239	38,665	40,578	41,182	39,840	42,160	45,664	48,805	51,708	4.66
광고	57,131	64,801	72,455	83,519	93,215	87,798	92,800	102,693	109,794	116,383	4.54
지식정보	94,489	117,808	141,905	151,562	155,451	157,352	162,384	168,434	173,764	179,193	2.88
캐릭터/ 라이선스	7,605	8,072	8,910	9,514	10,432	10,138	10,710	11,376	11,913	12,423	3.56
산출합계	250,668	290,649	332,181	358,706	379,053	363,971	385,272	409,984	428,174	445,538	3.28
합계*	222,265	262,508	305,005	331,409	350,776	340,900	360,127	382,517	400,565	417,730	3.56

\* 중복시장을 제외한 시장규모임

출처: PwC(2020), ICv2(2020), SNE(2020), 公益社団法人全国出版協会, 『出版月報』(2020), BoxOffice Mojo(2020), LIMA(2020); (주)마켓링크, p.100에서 재인용.

## (5) 중국측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례 및 최근 진출 사례

먼저 중국이 한-중FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

〈표 IV-37a〉 우리 기업의 한-중FTA의 중국측 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
영화관 서비스	C사는 중국에 별도의 상영관을 설립하고 영화를 상영하고 있음
영화 배급서비스	C사는 중국에 별도의 배급업체를 설립하지 않고, 현지 배급업체와 계약을 통해 국산 영화를 배급하고 있음
음반 배급서비스	K사는 중국 내 음반 배급을 위해 현지에 합작투자 법인을 설립하여, 음반을 배급하고 있음
여행알선 대행서비스	H사는 중국 현지에 여행사를 설립하여 현지 업체나 제3국 업체와 비교하여 동등한 법적 지위를 가지고 한국민을 대상으로 여행상품을 판매함

다음으로 ‘한한령(限韩令)’ 등으로 중국 수출 길이 막힌 상황에서도 게임, 음악, 애니메이션, 광고, 예능 등 일부 분야에서는 여전히 한국 콘텐츠들이 다양한 방식으로 중국시장에 진출하고 있는바, 2020년 중 중국 콘텐츠 시장에 진출한 대표적인 사례들을 소개하면 다음과 같다. (i) 한국 게임 〈던전앤파이터〉의 IP를 활용해 제작한 애니메이션 〈Reversal of Fire(地下城與勇士 逆轉之輪)〉가 텐센트 비디오에서 독점 방송되었다. (ii) K-Pop 그룹 마마무의 멤버 솔라의 첫 싱글앨범 〈SPIT IT OUT〉 발매 기념 온라인 팬 사인회가 중국에서 개최되었다. (iii) 한국 아이돌그룹 GOT7이 신규 미니앨범 〈DYE〉의 중국 홍보를 위해 QQ뮤직의 ‘스타의 코멘트(大牌空降评论区)’에 참여하였다. (iv) 한국 가수 지드래곤(权志龙)이 모델로 출연한 중국 농부산천(农夫山泉)의 유명음료 브랜드 차파이(茶π) 홍보 이미지가 충칭(重慶), 항저우(杭州), 광저우(廣州) 등 현지 여러 지역에서 옥외 LED 광고를 진행 중이다. (v) 중국판 〈프로듀스 101〉인 〈창조영2020(創造營2020)〉이 텐센트 비디오에서 독점 방영하기 시작하였다. (vi) 네오플의 PC 액션 게임 〈던전앤파이터(地下城與勇士)〉는 한국에서의 인기를 바탕으로 중국 미디어 공룡 텐센트를 통해 서비스된 후 중국에서 꾸준한 인기를 끌며 게임업계의 수출 효과 상품으로 자리잡았다. (vii) 그간 판호 발급 제한으로 신규 한국 게임의 중국시장 진출이 사실상 중단된 가운데, 컴투스의 〈서머너즈 워〉가 한국 게임으로는 2017년 이후 처음으로 한국산 게임으로 판호를 발급받았다. 이 사례가 향후 한국 게임에 대한 제재 완화 또는 문호 개방의 신호로 해석될 수 있을지 주목된다.

## (6) 중국 문화시장 진출 기회 요인 및 대응 과제

먼저 중국 문화시장에의 진출 기회 요인을 살펴보면 첫째, 2019년 기준 중국 콘텐츠 시장 규모가 3,507억 7,600만 달러를 기록해 전년 대비 5.8% 증가한 것으로 집계되었고, 2024년까지 연평균 3.56%의 성장률을 기록하며 4,177억 3,000만 달러 규모를 기록할 것으로 전망되는 등 중국의 콘텐츠 시장은 그 규모 및 성장성에서 매우 매력적인 시장이다.

둘째, 한-중FTA 체결을 통해 폭발적으로 성장하는 중국 문화서비스 시장을 경쟁국들에 비해 유리한 조건으로 진출할 수 있는 기회를 가지게 되었다. 참고로 중국의 기타결 FTA와 비교하여 한-중FTA에서의 중국측의 문화서비스 분야 개방 수준은 중국의 대만 및 홍콩과의 무역협정을 제외하고 가장 높은 수준으로 평가된다.

셋째, 우리가 경쟁력을 갖고 있는 텔레비전 드라마 및 영화 제작과 관련하여 협정의 한중 영화공동제작 부속서에 따라 한중 공동제작 영화로서 승인받게 될 경우 중국 제작영화로서 간주되어 동등한 혜택을 부여받을 수 있어 우리 영화업계에 매우 큰 호재로서 작용할 것이다. 또한 향후 양국간 텔레비전 드라마, 다큐멘터리 및 방송용 애니메이션 공동제작협정이 타결될 경우 이 역시 우리 관련 업계에 기회요인이 될 것이다.

넷째, 한-중FTA 제15장(지식재산권)에서는 저작권 및 저작권접권 규정을 강화하였는바, 이를 통해 중국 내에서 한류 콘텐츠를 보호할 수 있는 기반이 마련되었다.

한편, 2020년 말 현재 한중간에는 서비스·투자 후속 협상이 진행 중이다. 이를 통해 중국 측의 현행 개방 약속보다 보다 진전된 개방 약속이 기대된다. 특히, 한국 관광회사의 아웃바운드 관광 사업 운영 승인과 높은 경쟁력을 가진 우리 온라인 게임업계의 중국 시장 진출을 위해 온라인 게임에 대한 중국측의 시장개방 약속과 중국 당국으로부터의 우리나라 게임에 대한 외자판호 발급 확대에 대한 약속이 포함될 것인지가 주목된다.

## 5

## 인도

## (1) 인도의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

인도는 한-인도 FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 한-인도 FTA에서의 인도 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표 IV-38>와 같다

<표 IV-38> 인도의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4: 자연인의 주재에 의한 공급
- MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 양허 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -: 양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고서비스(871) 시간별 광고 면적을 대여하는 서비스의 판매(87120) 광고 관련 서비스의 기획, 제작 및 배치 (87120)	M1	▲	▲	MA: 해외 채널은 국내업체를 통해서 위성방송에 광고해야 하고 (down link beam), 해외 출판언론은 국내 업체를 통해서 광고해야 한다는 조건을 충족하면 제한 없음 NT: 내용의 대부분이 국내에서 인도 국민들로부터 만들어진다는 요건이 충족되면 제한 없음
		M2	●	●	
		M3	▲	●	MA: 법인 설립 및 외국인 자본 제한 규정을 49% 지키면 제한 없음. 경영 관리는 인도에서 이루어져야 함
		M4	xHC	xHC	제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	사진서비스(875) 항공사진, 위성사진, 위성 가능한 사진	M1	●	●	부분 완전개방
		M2	●	●	부분 완전개방
		M3	●	●	부분 완전개방
		M4	xHC	xHC	부분 제한개방
	인쇄 및 출판(88442)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	국제회의용역서비스 (87909 일부)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방
	전문디자인 서비스 (87907)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	△	○	MA: 건축설계사에 의해 설립된 합작회사의 형태로만 회사를 설립할 수 있다는 점을 제외하고는 제한 없음
		M4	xHC	xHC	제한개방
시청각 서비스	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(9611) 영화, 비디오 배급 (96113)	M1	X	X	비개방
		M2	X*	X*	*기술적 제약으로 약속안함
		M3	▲*	●	MA: (i) 인도 외부에서 설립된 회사의 지점 기능으로 허가받은 대표 사무소를 통해서만 가능 (ii) 한-인도 CEPA로 인한 작품수입의 수량 상한선은 WTO 서비스무역에 관한 일반협정 2005.8.24 일자 인도수정양허안 TN/S/O/IND Rev.11에 따름. 현행 제한은 연간 100편임 * 인도의 양허는 한국에만 별도로 적용 면제됨없이 GATS양허표를 따름
		M4	xHC	xHC	제한개방
	영화상영서비스(9612)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재



양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
시청각 서비스	라디오 및 텔레비전 프로그램 제작(9613)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	음반 녹음(n.a.)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
관광 서비스	호텔 및 레스토랑 (641~643)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	호텔 및 기타 숙박 서비스(641)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	여행 알선 대행 서비스 (7471)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	관광 안내 서비스 (7472)	M1	X*	X*	*기술적 제약으로 약속안함	비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: 한-인도 CEPA로 인한 관광안내자 수의 상한선은 WTO 서비스무역에 관한 일반협정 2005.8.24일자 인도 수정양허안 TN/S/O/IND Rev. 1*에 따를 것임. 현행 제한은 500명임. * 인도의 양허는 대한민국에만 별도로 적용 면제됨없이 GATS양허표를 따름	조건부 제한개방
		M4	△	xHC	MA: 한-인도 CEPA로 인한 관광안내자의 수의 총 상한선은 WTO 서비스무역에 관한 일반협정 2005.8.24.일자 인도 수정양허안 TN/S/O/IND Rev.1*에 따를 것임. 현행 제한은 500명임. * 인도의 양허는 대한민국에만 별도로 적용 면제됨없이 GATS양허표를 따름	조건부 제한개방
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트서비스 (극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함) (9619)	M1	X	X		비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	뉴스제공업(962)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화서비스 (963)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스 (964)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC*	xHC	*상호호혜주의에 따름	조건부 제한개방
	복권·도박·내기 서비스(96492) 제외 기재	M1	X	X		비개방
		M2	X	X		비개방
		M3	X	X		비개방
		M4	X	X		비개방
게임 - 온라인 게임*		M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보 공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함.

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)과 관련한 인도 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-39>와 같다.

〈표 IV-39〉 인도측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	사진서비스(항공사진, 위성 사진, 위성 가능한 사진), 국제회의용역서비스, 호텔 및 레스토랑, 여행 알선 대행 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스
제한개방	광고서비스(시간별 광고 면적을 대여하는 서비스의 판매, 광고관련 서비스의 기획, 제작 및 배치), 전문디자인 서비스, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(영화, 비디오 배급), 관광 안내 서비스
비개방	인쇄 및 출판, 영화상영 서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 기타 레크리에이션서비스(복권·도박·내기 서비스 제외)

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 인도 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 〈표 IV-40〉와 같다.

〈표 IV-40〉 인도측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	사진서비스(항공사진, 위성 사진, 위성 가능한 사진), 국제회의용역서비스, 전문디자인 서비스, 호텔 및 레스토랑, 여행 알선 대행 서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스
제한개방	광고서비스(시간별 광고 면적을 대여하는 서비스의 판매, 광고관련 서비스의 기획, 제작 및 배치)
비개방	인쇄 및 출판, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영 서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 기타 레크리에이션서비스(복권·도박·내기 서비스 제외)

출처: 저자 작성

## (2) 인도측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

인도가 한-인도 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

〈표 IV-41〉 우리 기업의 한-인도 FTA의 인도측 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
영화 배급서비스	C사는 인도의 영화 배급업체를 설립하고 현지에 영화를 배급하고 있으며, 성공시 부가가치가 크고 핵심역량을 내부에 축적할 수 있음

활용 분야	활용 사례 요지
공연 제작서비스	뮤지컬 제작업체 L사는 인도에 공연기획사를 별도로 설립하지 않고, 인도 업체와 협력하여 뮤지컬을 현지에서 초연하였음.
여행업	여행업체 C사는 인도 현지에 여행사를 설립하여 현지 업체나 인도 내 제3국 업체와 비교하여 동등한 법적 지위를 가지고 현지인을 대상으로 여행상품을 판매함.

## (3) 시청각공동제작 협력 및 협정 타결

시청각 공동제작이라 함은 서로 다른 국가의 제작사들이 제작비와 제작업무를 분담하여 시청각물을 제작하여 그 권리를 공동제작자가 나누어 가지는 방식을 가리킨다. 한-인도 CEPA 제9장(시청각 공동제작)에서 양국은 시청각 공동제작 협정 체결을 위한 협상에 동의한다.<sup>15)</sup>

이러한 Built-in 조항에 따라 후속 협상을 개시하여 양국은 2015년 5월 한-인도 시청각공동제작협정에 공식 서명하였다. 이에 따른 공동제작협정에서는 양국의 공동제작자가 제작한 시청각 공동제작물(영화, 방송프로그램 등)이 일정 조건 충족시 양국의 국내제작물로 인정하고 이에 상응하는 혜택 제공 등을 규정한다. 양국 공동제작자의 재정적 기여도가 일정 수준 이상인 경우 공동제작물로 인정되며 창의적 기여도는 재정적 기여와 합리적으로 비례하여야 하는데, 공동제작물은 투자 규모에 따라 인정되며, 영화는 총 제작비의 20% 이상을 투자해야 하고, 방송프로그램은 총 제작비의 30% 이상을 투자해야 한다. 시청각 공동제작물은 당사국의 법과 규정에 따라 당사국이 자국 시청각물에 부여하는 모든 혜택을 향유한다. 양 당사국은 각 당사국의 법과 규정에 따라 시청각 공동제작 관련 인력의 일시 입국과 장비 등의 일시 수입 등에 편의를 제공하도록 노력할 것을 규정한다.

## (4) 인도 문화시장에의 진출 기회 기대

먼저 한-인도 CEPA를 통한 문화서비스 시장개방은 양국 간의 역사적·문화적 유대를 바탕으로 인적 교류를 활성화하고, 문화 및 관광분야 협력을 확대해 나가는 계기가 될 것으로 기대된다. 특히, 시청각 공동제작협정 타결로 한국 영화 및 드라마가 세계 6위권의 인도 영상물 시장의 진출 기회가 확대될 것으로 기대된다.

또한 차세대 한류 핵심시장으로 성장하고 있는 인도 내 한류와 연관 소비가 심화·확대돼 우리 문화산업의 수출시장 다변화를 견인할 수 있는 좋은 계기를 마련한 것으로 평가된다.

15) 한-인도 CEPA 제9.1조

## 제4부 기타결 FTA 체결국별 문화서비스시장 개방 현황 안내

제2장  
북미지역Free  
Trade  
Agreement

1

미국

## (1) 미국의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가

미국은 한-미FTA에서 유보목록 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속<sup>16)</sup>을 우리 측에 제시하였는데, 한-미FTA에서의 미국 측의 문화서비스 분야에서의 유보 및 부속서한 등을 통한 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 <표 IV-42>를 통해 제시하면 아래와 같다.

다만, 한미 양국은 국경간 내기 및 도박 서비스에 대해서는 국경간 서비스무역과 투자 모두를 협정의 적용 대상에서 제외하기로 합의하고, 여기에는 전자적 전송을 통해 공급되는 내기 및 도박서비스와 사행성 게임물을 사용하는 서비스가 포함된다고 명시함으로써 도박 및 내기서비스는 시장개방 대상에서 배제하였는데, 이는 양국의 유보목록이 아닌 부속서한을 통해 밝히고 있음이 주목된다.<sup>17)</sup>

## &lt;표 IV-42&gt; 미국의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가(한-미 FTA 미국 측 유보 및 부속서한 기준)

- 적용영역: CS: 국경간 서비스 무역, I: 투자
- 대상의무: NT: 내국민대우, MFN: 최혜국대우, MA: 시장접근, LP: 현지주재, PR: 이행요건, SMBD: 고위 경영진 및 이사회
- 개방 수준 평가: (i) 해당 서비스에 대해 유보를 하지 않은 경우 이는 “완전개방”에 해당되고, (ii) 유보를 기재한 경우는 “제한개방”에 해당되며, (iii) 당해 서비스의 일부에 대해서만 제한을 부과하는 경우 “부분 제한개방”으로 평가함. 다만, (iv) 현재유보와 관련하여 허가를 조건으로 하는 경우도 예외적으로 허가를 받을 수 있는 가능성이 존재하므로 “제한개방”으로 평가하기로 함.
- \* 유보 특기 사항: 미국은 미래유보에서 “모든” 서비스 분야에 대해 자국의 GATS상 구체적 약속 양허표에 따른 의무와 불합치하지 아니하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다는 포괄 유보를 하였는데, 이는 (i) 자국의 GATS 양허표상의 양허 분야 또는 업종에 기재되지 아니한 서비스의 경우 당해 특정 서비스는 당해 유보국이 국내 조치를 통해 언제라도 동 서비스 시장의 개방을 제한하거나 비개방할 수 있음을 의미하므로 이는 “항후 제한 또는 비개방 가능성”으로 평가하였고, (ii) 양허표에 기재되었더라도 시장접근이나 내국민대우에 대한 제한이 부과된 경우에는 “제한개방”으로 평가하여 구분하였음.

16) 가령, 미국은 문화서비스의 경우 영화·비디오테이프·홈비디오 엔터테인먼트 제작 및 배급과 관련 서비스 공급 형태 1, 2 및 3에 대해 제한을 두지 아니하는 완전 개방을 약속한 것이 그러하다. 한미FTA 부속서 II(서비스/투자) 미합중국의 유보목록 부록 II-가: 미국

17) 한미FTA 부속서한(도박): 한국 및 미국 및 동 각주

유보 분야		유보 유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	
	사진	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	
	인쇄·출판	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	CS,I	MA	M3 관련, 단독 회사가 동일 지역의 신문, 라디오, TV 방송국 동시 소유 불가(GATS 양허) ⇒ “제한없음”으로 개선 (협정 부록 II-가)	
	국제회의용역	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	
	기타 사업서비스 (통번역서비스 제외)	현재	-	-	유보안함	부분 완전 개방
		미래	-	-	GATS 양허표에 기타 사업서비스 비기재 ⇒ “제한없음”으로 개선( 협정 부록 II-가)	
시청각 서비스	영화·비디오 제작·배급	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	
	영화상영	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	
	라디오·텔레비전 전송	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
		미래	CS,I	MFN	텔레비전서비스, 디지털오디오서비스 등과 관련 상호주의 적용	
	라디오·텔레비전 프로그램제작	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	
	음반녹음	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	
관광 서비스	호텔·레스토랑	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	
	여행알선대행	현재	-	-	유보안함	제한개방
		미래	CS,I	MA	M3 관련, 외교·공적 목적의 여행사는 상업적 활동을 못함(GATS 양허)	
	관광안내	현재	-	-	유보안함	제한개방
		미래	CS,I	MA	M3 관련, 정부 관련 기구에서 상업 활동할 수 있는 업체 수는 제한됨(GATS 양허)	
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트(극장·라이브밴드·서커스 포함)	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	
	뉴스제공업	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	
	도서관·박물관·기타 문화서비스	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	

유보 분야		유보 유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	기타 레크리에이션 서비스(스포츠링 제외)	현재	-	-	유보안함	제한 개방
		미래	CS,I	MA	시장접근 제한 가능(GATS 양허)	
	도박·내기* *전자적 전송을 통해 공급되는 내기 및 도박서비스와 사행성게임물 사용 서비스 포함	부속 서한	CS,I	모든 의무	부속서한(도박)을 통해 협정의 적용 대상에서 제외	비개방
게임 (온라인 게임 포함)		현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
		미래	CS,I	MA	GATS 양허표에 기타 사업서비스 비기재	

출처: 저자 작성

미국의 유보목록에 따른 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속에 따른 개방 수준별 해당 업종 현황을 표로 요약하면 다음과 같다.

〈표 IV-43〉 미국측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고, 사진, 인쇄·출판, 영화·비디오 제작·배급, 영화상영, 라디오·텔레비전전송, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작, 음반녹음, 호텔·레스토랑, 엔터테인먼트(극장·라이브밴드·서커스포함), 뉴스제공업, 도서관·박물관·기타문화서비스
제한개방	국제회의용역, 여행알선대행, 관광안내, 기타 레크리에이션 서비스(스포츠링 제외)
향후 제한 또는 비개방 가능성	라디오·텔레비전, 게임(온라인 게임 포함)
비개방	도박·내기(전자적 전송을 통해 공급되는 내기 및 도박서비스와 사행성게임물 사용 서비스 포함)

출처: 저자 작성

한편, 연방제인 미국의 경우 지역 수준에서 협정상 의무와 합치하지 아니하는 기존의 비합치조치가 인정될 수 있는바, 문화서비스와 관련하여 예시목록에 광고서비스, 사진서비스, 인쇄 및 출판, 컨벤션 서비스, 시청각서비스, 오락서비스(영화관, 라이브밴드 및 서커스 포함), 뉴스제공 서비스, 도서관·기록보관소·박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스를 기재<sup>18)</sup>하였다. 따라서 상기 분야에서는 한미FTA상 미국측 유보목록에 기재되어 있지 아니한 미국의 주 정부 차원에서 협정상 의무와 불합치하는 조치가 존재할 수 있음을 유의해야 한다.

18) 한미FTA 부록 I-가: 미합중국의 지역 비합치조치 예시 목록.



## (2) 미국의 콘텐츠 시장 규모 추이 및 현황과 전망

미국 콘텐츠시장은 2019년 기준 8,739억 7,700만 달러로 전년 대비 4.65% 증가한 것으로 집계되었다. 방송과 광고, 지식정보가 여전히 높은 비중을 차지하고 있었으며 성장률 면에서는 디즈니(Dsiney) 등 주요 스튜디오의 신작 개봉에 힘입은 애니메이션 시장의 성장이 괄목할 만하다. 그러나 2020년 코로나19 발발로 인해 대면 시장 수요가 급감하면서 게임과 지식정보 등 온라인 플랫폼에 기반한 비대면(untact) 서비스는 성장할 것으로 전망된 반면에 출판, 음악, 영화, 광고 등 오프라인 소비 성향이 크고 전체 경제 시장의 영향을 크게 받는 분야의 성장률이 크게 저하될 것으로 예상되어 전체적으로는 상당한 하락을 피하기 어려울 것으로 전망된다. 그러나 코로나19 관련 백신이 개발 보급되고 비대면 환경에 맞는 디지털 기반의 새로운 콘텐츠 소비문화가 정착됨에 따라 2021년 음악과 영화, 방송, 지식정보 등의 상승에 힘입어 다시 예년과 같은 수준으로 회복될 수 있을 것으로 기대된다. 2024년까지 미국의 콘텐츠시장 규모는 연 평균 2.35%의 성장세를 기록하며 9,814억 4,900만 달러 규모가 될 것으로 전망된다.<sup>19)</sup>

〈표 IV-43a〉 미국의 콘텐츠 시장 규모 추이 및 현황과 전망(2014-204년간)

(단위: 백만달러, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019p	2020	2021	2022	2023	2024	2019-24 (연평균 성장률)
출판	85,361	85,255	83,894	83,040	81,980	75,210	75,723	75,877	75,585	75,272	-1.69
만화	982	1,036	971	1,049	1,160	1,124	1,180	1,189	1,206	1,221	1.03
음악	16,394	17,504	19,006	20,292	21,997	15,950	20,358	52,303	26,302	27,163	4.31
게임	18,897	20,842	22,938	25,314	27,581	29,547	31,954	34,074	35,891	37,939	6.58
영화	11,171	11,423	11,221	11,762	11,360	3,895	6,996	9,678	9,858	10,041	-2.44
애니메이션	1,592	2,354	1,643	1,763	2,355	807	1,450	2,006	2,043	2,081	-2.44
방송	208,784	212,890	210,079	208,588	205,918	190,017	199,170	204,195	205,390	209,579	0.35
광고	186,003	198,940	209,302	227,055	242,044	217,664	232,730	246,934	253,878	260,832	1.51
지식정보	214,634	224,581	236,498	253,958	269,624	257,410	272,513	295,157	310,016	322,692	3.66
캐릭터/라이선스	137,974	144,516	149,633	154,272	161,038	149,205	158,830	169,343	175,310	180,841	2.35
산출합계	881,793	919,341	945,185	987,093	1,025,057	940,831	1,000,905	1,063,755	1,095,480	1,127,661	1.93
합계	727,688	762,745	793,087	835,170	873,977	890,760	861,996	919,051	951,434	981,449	2.35

출처: PwC(2020), ICv2(2020), SNE(2020), 公益社団法人全国出版協会, 『出版月報』(2020), BoxOffice Mojo(2020), LIMA(2020);  
(주)마켓링크, p.17에서 재인용.

19) (주)마켓링크, 상계서, p.17을 참조.

## (3) 한국 콘텐츠의 미국 콘텐츠 시장 분야별 진출 현황 및 기회<sup>20)</sup>

코로나19 사태로 인해 2020년 한국 아티스트들의 라이브 공연 및 방송 노출은 전년도에 비해 크게 줄어들었으나, 디지털 플랫폼을 통한 K-Pop 아이돌을 위시한 한국 음악의 미국 진출은 빠른 속도로 진행되고 있다. 특히 BTS는 2019년을 지나 2020년에도 미국에서 아시아 최초 기록을 세우고 있다.<sup>21)</sup>

한국 영화의 경우 아직까지 미국 내 한인들이 주요 소비자로서, 한인들이 밀집해 있는 일부 지역 영화관에 개봉하는 경우가 많은 편이나 2020년 아카데미 작품상을 수상한 '기생충'이 화제를 모으며 5,337만 달러의 박스오피스 수익으로 역대 북미시장 개봉 한국영화 최고의 수익을 갱신하였다.

한국 방송 콘텐츠의 경우 글로벌 스트리밍 플랫폼을 통한 드라마 콘텐츠 판매, 예능 프로그램 포맷 수출 등으로 미국 시장을 두드리고 있다. 2019년 '복면가왕' 포맷으로 제작된 '마스크드 싱어'(The Masked Singer)는 미국 FOX 채널에서 방영되면서 뜨거운 관심을 받았다.

게임의 경우 미국 시장에 진출한 대부분의 게임이 구글의 플레이스토어, 애플의 앱스토어, 밸브의 스팀(Steam) 등 글로벌 디지털 플랫폼을 통해 시장에 선보였기 때문에 정확한 수익 규모를 확인하기는 어렵다. 그러나 지난 3년간 판호 발급 문제 등으로 최대시장이었던 중국 게임 시장진출에 제동이 걸리면서 대형 게임사를 중심으로 미국을 포함한 북미시장을 겨냥한 움직임을 보이는 사례가 증가하였다. 대형 게임사 중 가장 적극적으로 북미시장을 두드리고 있는 넷마블의 경우 북미시장에서의 매출이 2020년 3분기 기준 전체 매출의 38%로 매 분기마다 증가하고 있으며, 한국 시장 매출 비중 25%보다 높은 것으로 분석된다. 넥슨은 '메이플스토리 M', '카트라이더 M' 등 국내와 아시아 시장에서 성과를 거둔 모바일 게임을 북미시장에도 선보였으며, 콘솔과 PC 게임 개발에도 박차를 가하고 있다.

만화 부문에서는 네이버의 웹툰과 타파스 등 웹툰 플랫폼을 중심으로 한국 만화의 대미 진출이 진행되고 있다. 특히 웹툰은 2019년 기준 미국 내 월간 이용자 수 1,000만 명을 돌파했으며, 이러한 성과를 바탕으로 LA에 설립한 자회사 웹툰 엔터테인먼트를 중심으로 웹툰 사업을 통합해 서구권 웹툰 시장 진출을 위한 발판을 마련하고 있다.

방송의 경우 OTT 중심주의 미국 방송 시장 구조 변화가 일차적으로는 미국 시장의 주요 플랫폼의 대부분이 미국의 플랫폼이기에 자국 헤게모니의 강화로 분석할 수 있다. 그러나 국내 콘텐츠 기업들의 미국 시장 진출 기회가 오히려 확대될 수 있을 것으로 기대하는 분석도 있다. 기존 TV 방송 채널을 통해 방송 콘텐츠 또는 포맷 수출 진행 시 복잡하고 번거로운 계약 절차를 거쳐야 했으나, 비교적 규제와 계약 조건이 까다롭지 않은 글로벌 플랫폼을 통해 경쟁력을 가진 국내 콘텐츠들이 해외에 진출할 수 있는 기회가 늘어날 수 있기 때문이다. 한국 콘텐츠는 아시아 문화권 내에서는 이미 그 인기가 어느 정도 검증되었다는 평가를 받고 있으며, 미국의 글로벌

20) 본 항의 내용은 (주)마켓링크, 제3장 주요국 콘텐츠시장 심층분석 1. 미국에서 발췌, 정리한 것임을 밝혀둔다.

21) BTS의 신곡 '다이너마이트(Dynamite)'는 미국에서 발매 첫 주에 음원 판매 30만, 스트리밍 3,390만, 라디오 재생 횟수 1,160만 회를 기록했다.

스트리밍 플랫폼 또한 아시아 시장진출과 미국 내 아시아 문화권 시청자들을 겨냥해 적극적으로 한국 콘텐츠에 대한 투자를 확장하고 있다. BTS 등 K-Pop을 통해 미국 내에서 한국 콘텐츠에 대한 인지도가 높아진 상황에서 이처럼 미국 내 아시아 문화권 시청자들을 중심으로 한국의 우수한 방송 콘텐츠를 선보일 수 있는 기회가 늘어났다는 점은 분명 긍정적인 신호로 분석된다.

## 2

## 캐나다

## (1) 캐나다의 문화서비스 분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가

캐나다는 한-캐나다 FTA에서 유보목록 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였는데, 한-캐나다 FTA에서의 캐나다 측의 문화서비스 분야에서의 유보목록을 통한 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 <표>를 통해 제시하면 아래와 같다.

**<표 IV-44> 캐나다의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가(한-캐나다 FTA 캐나다 측 유보 기준)**

- 적용영역: CS: 국경간 서비스 무역, I: 투자
- 대상의무: NT: 내국민대우, MFN: 최혜국대우, MA: 시장접근, LP: 현지주재, PR: 이행요건, SMBD: 고위 경영진 및 이사회
- 서비스의 공급형태: 가(M1): 국경간서비스공급, 나(M2): 해외소비, 다(M3): 투자에 의한 서비스공급, 라(M4): 국민에 의한 서비스공급
- 개방 수준 평가: (i) 해당 서비스에 대해 유보를 하지 않은 경우 이는 “완전개방”에 해당되고, (ii) 유보를 기재한 경우는 “제한개방”에 해당되며, (iii) 당해 서비스의 일부에 대해서만 제한을 부과하는 경우 “부분 제한개방”으로 평가함. 다만, (iv) 현재유보와 관련하여 허가를 조건으로 하는 경우도 예외적으로 허가를 받을 수 있는 가능성이 존재하므로 “제한개방”으로 평가하기로 함.
- \* 유보 특기 사항: 캐나다는 미래유보에서 “모든” 서비스 분야에 대해 자국의 GATS상 구체적 약속 양허표에 따른 의무와 불합치하지 아니하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다는 포괄 유보를 하였는바, 이는 (i) 자국의 GATS 양허표상의 양허 분야 또는 업종에 기재되지 아니한 서비스의 경우 당해 특정 서비스는 당해 유보국이 국내 조치를 통해 언제라도 동 서비스 시장의 개방을 제한하거나 비개방할 수 있음을 의미하므로 이는 “향후 제한 또는 비개방 가능성”으로 평가하였고, (ii) 양허표에 기재되었더라도 시장접근이나 내국민대우에 대한 제한이 부과된 경우에는 “제한개방”으로 평가하여 구분하였음.

유보 분야		유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
		미래	CS,I	MA	비개방(GATS양허 비기재)	
	사진	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
		미래	CS,I	MA	비개방(GATS양허 비기재)	
	인쇄·출판	문화산업 제외(협정 제22.8조)				

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	국제회의용역	현재	-	-	향후 제한/ 비개방 가능성
		미래	CS, I	MA	비개방(GATS양허 비기재)
시청각 서비스	영화·비디오 제작· 배급	문화산업 제외(협정 제22.8조)			비개방
	영화상영	문화산업 제외(협정 제22.8조)			비개방
	라디오·텔레비전 전송	문화산업 제외(협정 제22.8조)			비개방
	라디오·텔레비전 프로그램 제작	문화산업 제외(협정 제22.8조)			비개방
	음반녹음	문화산업 제외(협정 제22.8조)			비개방
관광 서비스	호텔·레스토랑	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	MA	M3 관련, 노바스코샤주, 서스캐처원주, 퀘벡주에서 주류판매 제한 있음(GATS 양허)
	여행알선대행	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	MA	M1 관련, 온타리오, 퀘벡주에서는 상업적주재 필요(GATS 양허)
	관광안내	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	MA	비개방(GATS양허 비기재)
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 (극장·라이브밴드· 서커스포함)	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	MA	비개방(GATS양허 비기재)
	뉴스제공업	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	MA	비개방(GATS양허 비기재)
	도서관, 기록보관소, 박물관 및 그 밖의 문화 서비스	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	MA	비개방(GATS양허 비기재)
	스포츠서비스	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	MA	비개방(GATS양허 비기재)
	도박·내기	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	NT, MA, PR, SMBD	캐나다는 도박, 베팅 및 매춘 서비스와 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. <sup>22)</sup>
게임(온라인 게임 포함)	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
	미래	CS, I	MA	비개방(GATS양허 비기재)	

출처: 저자 작성

캐나다의 유보목록에 따른 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속에 따른 개방 수준별 해당 업종 현황을 <표>로 요약하면 다음과 같다.

&lt;표 IV-45&gt; 캐나다 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
제한개방	호텔·레스토랑, 여행알선대행
향후 제한 또는 비개방 가능성	광고, 사진, 국제회의용역, 관광안내, 엔터테인먼트(극장·라이브밴드·서커스포함), 뉴스제공업, 도서관, 기록보관소, 박물관 및 그 밖의 문화 서비스, 스포츠서비스, 게임(온라인 게임 포함)
비개방	인쇄·출판, 영화·비디오 제작·배급, 영화상영, 라디오·텔레비전 전송, 라디오·텔레비전 프로그램 제작, 음반녹음, 도박·내기

출처: 저자 작성

## (2) 캐나다측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

캐나다가 한-캐나다 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

&lt;표 IV-46&gt; 우리 기업의 한-캐나다 FTA의 캐나다측 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
공연 서비스	뮤지컬 제작업체 L사는 캐나다에 공연기획사를 별도로 설립하지 않고, 캐나다 기획사와 함께 제작한 뮤지컬을 현지에서 초연하였음
여행업	여행업체 C사는 캐나다 퀘벡주에 여행사를 설립하고 직원을 파견하여 현지 업체나 제3국 업체와 비교하여 동등한 법적 지위를 가지고 현지인을 대상으로 여행상품을 판매함.
게임서비스	게임제작업체 K사는 자체 제작한 게임을 국경간 온라인으로 캐나다 소비자에게 공급하고, 이용요금은 온라인 결제 등으로 수취하고 있음.

## (3) 문화산업 예외 조항

캐나다는 문화다양성에 기반한 자국 문화산업의 보호정책을 갖고 있다. 따라서 캐나다는 FTA를 비롯한 무역협정 협상에서도 그러한 기초를 유지하여 한-캐나다 FTA 제22장(예외) 제22.6조(문화산업)에서 동 협정은

22) 기존의 조치: 2003년 도박법 및 규정, 2003년 매춘개혁법, 2003년 경주법, 2004년 경주(피해 예방 및 최소화) 규정, 2009년 경주(캐나다 그레이하운드 경주 협회) 규율

제1.6조(문화협력) 및 제2.3조(관세철폐) 상에 특별히 규정된 경우를 제외하고, 문화산업과 관련하여 어느 한쪽 당사국이 채택하거나 유지하는 조치에 적용되는 것으로 해석되지 아니한다는 문화산업 예외 조항을 포함하였다. 이에 따라 문화산업 전체가 협정의 적용대상에서 제외된다. 문화산업에 해당하는 유보는 포함하지 않되, 협정에서 규정한 문화산업 정의로 포괄할 수 없는 유보는 유지한다. 협정에 따르면 문화산업이란 다음의 분야 또는 활동으로 정의한다.

- ① 서적·잡지·정기간행물·신문의 출판·배포·판매,
- ② 영화·비디오의 제작·배포·판매·상영,
- ③ 오디오·비디오 음악의 제작·배포·판매·상영,
- ④ 음악의 발행·배포·판매,
- ⑤ 라디오 통신,
- ⑥ 라디오·텔레비전·케이블 방송사업,
- ⑦ 위성 프로그램 및 방송 네트워크 서비스<sup>23)</sup>

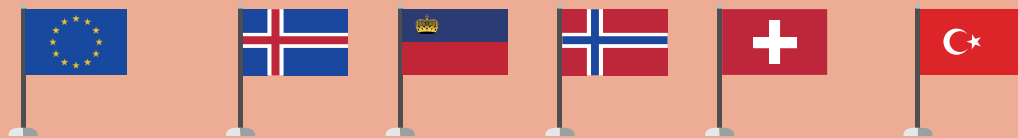
#### (4) 캐나다와의 문화산업 분야에서의 협력 강화 기대

한-캐나다 FTA에는 문화산업 예외 조항이 포함되어 협정 체결에도 불구하고 문화산업 특히 시청각서비스 분야에서의 시장개방이 제한적이라는 한계를 갖고 있다. 그럼에도 캐나다는 문화서비스 분야에 있어 상당한 경쟁력을 갖고 있어 문화산업 분야에서의 양국간 협력을 기대해볼 수 있다. 또한 캐나다 정부는 적극적으로 미디어 제작 분야에 세제 혜택을 제공하고 있으며, NAFTA 이후 미국으로부터 자유롭게 우수인력을 영입할 수 있으며, 미국보다 제작 환경도 저렴해 미국 영화 제작사들은 비용 절감을 위해 캐나다 서비스 업체에 외주를 맡기거나 진출하고 있다. 따라서 양국 간 우수한 문화인력 교류의 확대를 통해 글로벌 시장을 겨냥한 합작 콘텐츠 제작 가능성 등이 기대된다.

23) 한-캐나다 FTA 제22.8조.



## 제4부 기타결 FTA 체결국별 문화서비스시장 개방 현황 안내

제3장  
유럽지역Free  
Trade  
Agreement

1

## 유럽연합(EU)

## (1) EU의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

유럽연합(European Union: EU)은 한-EU FTA에서 개방 범위에 대해서는 GATS상의 구체적 약속 양허표 방식을 이용하면서도 개방 약속을 한 각 서비스분야 및 업종별 제한 내용은 유보를 통해 기재하는 매우 독특한 개방약속을 사용하여, 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 다만, EU 회원국들은 상품무역에 대한 관세양허에 있어서는 공동체가 단일의 실체로서 단일의 관세양허를 하였음에 비해 서비스시장에 대한 개방 약속은 구성 회원국들이 각기 서비스분야 및 업종별로 유보 여부 및 유보 내용에 대해 국별로 유보를 제시하였고, 따라서 EU의 경우 그 회원국들간에 있어 서비스시장 개방 수준이 다를 수 있음을 유의해야 한다.

또한 한-EU FTA에서 우리나라는 GATS방식을 따라 4가지 서비스공급 형태에 대해 단일의 구체적 약속 양허표를 통해 개방 약속을 제시하였다. 이에 비해 EU는 (i) 서비스 공급형태 1(M1) 및 2(M2)에 대해서는 “EU 당사자 제7.7조에 합치하는 약속목록(국경간 공급)”<sup>24)</sup>을 통해 개방 약속을 하고, (ii) 서비스 투자에 해당하는 서비스 공급형태 3(M3)에 대해서는 “EU 당사자 제7.13조와 합치하는 약속목록(설립)”<sup>25)</sup>을 통해 약속하였으며, (iii) 서비스 공급형태 4(M4)에 대해서는 “EU 당사자 제7.18조 및 제7.19조에 합치하는 약속목록(핵심인력과 대졸연수생 및 상용서비스판매자)”<sup>26)</sup>을 통해 약속을 제출하였다. 따라서 특정 서비스에 대한 EU의 시장개방 약속을 확인하기 위해서는 상기 3건의 유보목록에서 일일이 확인해야만 하는 불편과 애로가 있다. 이에 본 가이드에서는 특정 서비스분야 및 업종별로 4가지 공급형태에 대한 EU 각 회원국의 유보 내용을 통합하여 확인할 수 있도록 제시하였는바, 이는 아래의 <표>를 통해 확인할 수 있다.

참고로 2020년 말 기준 EU 회원국은 28개국인데 한-EU FTA가 정식 서명된 2010년 10월 6일에는 27개

24) 한-EU FTA 부속서 7-가-1.

25) 한-EU FTA 부속서 7-가-2.

26) 한-EU FTA 부속서 7-가-3.

회원국이었고, 이후 크로아티아가 2013년 추가 가입하였다. 본 가이드에서는 서명일 기준 27개 회원국의 서비스 양허 약속을 기초로 EU 각 회원국의 문화서비스분야 개방 약속을 소개하였음을 알려준다.

한-EU FTA에서의 EU 각 회원국의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표 IV-47>와 같다. 아래의 현황 <표 IV-47>에서는 협정 서명일 기준으로 적용한 관계로 크로아티아가 빠져 있고, 영국이 포함되어 있다. 참고로 EU 각 회원국은 다음의 약어로 표시하였다.

오 : 오스트리아	벨 : 벨기에
불 : 불가리아	사 : 사이프러스
체 : 체코공화국	독 : 독일
덴 : 덴마크	유 : 회원국 전부를 포함하여 유럽연합
서 : 스페인	에 : 에스토니아
핀 : 핀란드	프 : 프랑스
그 : 그리스	형 : 헝가리
아 : 아일랜드	이 : 이탈리아
라 : 라트비아	리 : 리투아니아
룩 : 룩셈부르크	몰 : 몰타
네 : 네덜란드	폴 : 폴란드
포 : 포르투갈	루 : 루마니아
슬 : 슬로바키아	베 : 슬로베니아
스 : 스웨덴	영 : 영국

#### ◆◆ 영국의 EU 탈퇴에 따른 영국 문화서비스 시장개방은 어떻게 되는가?

한편, 영국은 2021년 1월 1일 Brexit의 발효와 함께 EU에서 탈퇴하게 되고, 한-영 FTA가 대체 적용되는데 동 협정에 따른 영국의 서비스 시장개방 약속은 한-EU FTA에서의 영국의 약속과 동일하다. 따라서 본 가이드에서는 한-EU FTA 부속서에 기재된 영국의 개방 약속을 소개하였다. 다만, 한국과 영국은 한-영 FTA 발효 후 2년 이내에 추가적인 자유화를 추구하기 위한 후속 협상을 개시한다고 규정하여 그 결과에 따라 본항에서 소개한 영국의 서비스시장 개방 약속이 추후 변경될 수 있다.

<표 IV-47> EU의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 설립, M4: 핵심인력과 대졸연수생 및 상용서비스 판매자
- 유보수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 약속 안함(비개방), -: 약속목록에 당해 업종 자체를 기재 안함, 즉 약속 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	유보 수준	유보 형태별 해당 회원국	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업서비스	광고 서비스 (871)	M1	○	전 회원국	제한없음	완전개방
		M2	○	전 회원국	제한없음	완전개방
		M3	○	전 회원국	제한없음	완전개방
		M4	X	전 회원국	약속 안함	비개방
	사진 서비스 (875)	M1	●	불, 예, 몰, 폴 : 항공사진서비스의 공급에 대하여 약속 안함 라 : 전문사진서비스(CPC 87504)에 대하여 약속 안함		부분 완전개방
			○	기타 회원국	제한없음	완전개방
		M2	○	전 회원국	제한없음	완전개방
		M3	○	전 회원국	제한없음	완전개방
		M4	△	라: 전문사진서비스에 대하여 국적조건이 있음 폴: 항공사진서비스의 공급에 대하여 국적조건이 있음		제한개방
			○	기타 회원국	제한없음	완전개방
	인쇄 및 출판 (88442)	M1	○	전 회원국	제한없음	완전개방
		M2	○	전 회원국	제한없음	완전개방
		M3	△	리, 라 : 출판 분야의 설립권은 국가에 등록된 법인에만 부여됨(지점은 불가) 폴 : 신문 및 잡지의 편집장에 대해서 국적요건이 있음 스 : 출판 및 인쇄 회사의 출판자 및 소유자에 대해서 거주요건이 있음		제한개방
			○	기타 회원국	제한없음	완전개방
		M4	△	스: 출판업자 및 출판 및 인쇄 회사의 소유자에 대하여 거주요건이 있음		제한개방
			○	기타 회원국	제한없음	완전개방
	국제회의 용역서비스 (87909 일부)	M1	○	전 회원국	제한없음	완전개방
		M2	○	전 회원국	제한없음	완전개방
		M3	○	전 회원국	제한없음	완전개방
		M4	△	베: 국적조건이 있음		제한개방
			○	기타 회원국	제한없음	완전개방
시청각 서비스	영화 및 비디오 제작· 배급 서비스 (9611)	M1	X	전 회원국	약속 안함	비개방
		M2	X	전 회원국	약속 안함	비개방
		M3	X	전 회원국	약속 안함	비개방
		M4	X	전 회원국	약속 안함	비개방
	영화 상영 서비스 (9612)	M1	X	전 회원국	약속 안함	비개방
		M2	X	전 회원국	약속 안함	비개방
		M3	X	전 회원국	약속 안함	비개방
		M4	X	전 회원국	약속 안함	비개방
	라디오·TV 프로그램 제작 서비스 (9613)	M1	X	전 회원국	약속 안함	비개방
		M2	X	전 회원국	약속 안함	비개방
		M3	X	전 회원국	약속 안함	비개방
		M4	X	전 회원국	약속 안함	비개방

분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	유보 수준	유보 형태별 해당 회원국	유보 내용	개방수준 평가	
시청각 서비스	음반 녹음 (n.a.)	M1	X	전 회원국	약속 안함	비개방	
		M2	X	전 회원국	약속 안함	비개방	
		M3	X	전 회원국	약속 안함	비개방	
		M4	X	전 회원국	약속 안함	비개방	
관광 서비스	호텔 및 레스토랑 (케이터링 포함*) (641~ 643) *항공운송 서비스 중 케이터링은 제외	M1	●	오, 벨, 볼, 사, 체, 독, 덴, 서, 프, 그, 아, 이, 라, 리, 룩, 몰, 네, 폴, 포, 루, 슬, 베, 스, 영 : 케이터링을 제외하고 약속 안함		부분 완전개방	
			○	기타 회원국	제한없음	완전개방	
		M2	○	전 회원국		제한없음	완전개방
			M3	△	불 : 법인화가 요구됨(지점은 불가) 이 : 경제적 수요 심사가 바, 카페 및 레스토랑에 적용됨. 주요 기준 : 인구 및 기존 설립의 밀도		제한개방
		○		기타 회원국	제한 없음	완전개방	
		M4	△	불: 불가리아 회사의 자본 중 공공(국가 및/또는 지방자치단체)의 지분이 50%를 초과하는 경우 외국인 관리자의 수는 불가리아 시민권자인 관리자의 수를 초과하지 아니함		제한개방	
			○	기타 회원국	제한 없음	완전개방	
		여행 알선 대행 서비스 (7471)* *(여행매니저 포함)	M1	X	불, 헝		약속 안함
	○			기타 회원국	제한 없음	완전개방	
	M2		○	전 회원국		제한 없음	완전개방
			M3	△	불 : 법인화가 요구됨(지점은 불가) 이 : 경제적 수요 심사가 바, 카페 및 레스토랑에 적용됨 주요기준: 인구 및 기존 설립의 밀도		제한개방
	○			기타 회원국	제한 없음	완전개방	
	M4		△	불: 불가리아 회사의 자본 중 공공(국가 및/또는 지방자치단체)의 지분이 50%를 초과하는 경우 외국인 관리자의 수는 불가리아 시민권자인 관리자의 수를 초과하지 아니함		제한개방	
			○	기타 회원국	제한 없음	완전개방	
	관광 안내 서비스 (7472)		M1	X	불, 사, 체, 헝, 이, 리, 몰, 폴, 슬, 베		약속 안함
		○		기타 회원국	제한 없음	완전개방	
		M2	○	전 회원국		제한 없음	완전개방
		M3	○	전 회원국		제한 없음	완전개방
		M4	△	불, 사, 서, 프, 그, 헝, 이, 리, 몰, 폴, 포, 슬		국적조건이 있음.	제한개방
			○	기타 회원국	제한 없음	완전개방	

분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	유보 수준	유보 형태별 해당 회원국	유보 내용	개방수준 평가	
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인 먼트서비스 (극장, 라이브 밴드, 서커스, 디스코텍 포함 (9619)	M1	X	벨, 볼, 사, 체, 독, 덴, 서, 에, 핀, 프, 그, 헝, 아, 이, 라, 리, 룩, 몰, 네, 폴, 포, 루, 슬, 베, 영	약속 안함	비개방
			○	기타 회원국	제한 없음	완전개방
		M2	X	사, 체, 핀, 몰, 폴, 루, 슬, 베	약속 안함	비개방
			●	불 : 극장 공연물 제작자, 가수 그룹, 밴드 및 오케스트라 엔터테인먼트 서비스(CPC 96191), 작가, 작곡가, 조각가, 엔터테이너 및 그 밖의 개인 예술가에 의해 제공되는 서비스(CPC 96192), 그리고 극장 부수 서비스(CPC 96193)를 제외하고 약속 안함 예 : 영화관서비스를 제외하고 그 밖의 엔터테인먼트서비스(CPC 96199)에 대하여 약속 안함 리, 라 : 영화관운영서비스(CPC 96199의 일부)를 제외하고 약속 안함		부분 완전개방
			○	기타 회원국	제한 없음	완전개방
			M3	X	사, 체, 핀, 몰, 폴, 루, 베, 슬	약속 안함
		●		불 : 극장 공연물 제작자, 가수 그룹, 밴드 및 오케스트라 엔터테인먼트 서비스(CPC 96191), 작가, 작곡가, 조각가, 엔터테이너 및 그 밖의 개인 예술가에 의해 제공되는 서비스(CPC 96192) 및 극장 부수 서비스(CPC 96193)를 제외하고 약속 안함 예 : 영화관서비스를 제외하고 그 밖의 엔터테인먼트서비스(CPC 96199)에 대하여 약속 안함 라 : 영화관운영서비스(CPC 96199의 일부)를 제외하고 약속 안함		부분 완전개방
		○		기타 회원국	제한 없음	완전개방
		M4		△	프: 관리 기능에 대한 접근을 위해 인가가 필요함. 2년을 초과하는 인가가 요구되는 경우, 인가는 국적조건을 조건으로 함	
			○	기타 회원국	제한 없음	완전개방

분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	유보 수준	유보 형태별 해당 회원국	유보 내용	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	뉴스 제공업 (962)	M1	X	불, 사, 체, 에, 헝, 리, 몰, 루, 폴, 베, 슬	약속 안함	비개방
			○	기타 회원국	제한 없음	완전개방
		M2	X	불, 사, 체, 헝, 리, 몰, 폴, 루, 베, 슬	약속 안함	비개방
			○	기타 회원국	제한 없음	완전개방
		M3	X	불, 사, 체, 에, 헝, 리, 몰, 루, 폴, 베, 슬	약속 안함	비개방
			△	프 : 프랑스어로 출판하는 회사에 대한 외국인의 지분 보유는 그 회사 자본금 또는 의결권의 20%를 초과할 수 없음 뉴스통신사 : 약속 안함. 단, 대한민국 뉴스통신사는 취재만을 목적으로 프랑스에서 지사 또는 지국을 설립할 수 있음. 더 명확히 하기 위하여, 그러한 지사 또는 지국은 뉴스를 배포할 수 없음 또 : “Sociedade Anonima”의 법적 형태로 포르투갈에서 법인화된 뉴스회사는 명목주식의 형태로 사회자본을 보유하여야 함	제한개방	
			○	기타 회원국	제한 없음	완전개방
		M4	X	전 회원국	약속 안함	비개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화 서비스 (963)	M1	X	벨, 불, 사, 체, 독, 덴, 서, 에, 핀, 프, 그, 헝, 아, 이, 리, 라, 룩, 몰, 네, 폴, 포, 루, 슬, 베, 스, 영	약속 안함	비개방
			○	기타 회원국	제한 없음	완전개방
		M2	X	벨, 불, 사, 체, 독, 덴, 서, 핀, 프, 그, 헝, 아, 이, 리, 라, 룩, 몰, 네, 폴, 포, 루, 슬, 베, 스, 영	약속 안함	비개방
			○	기타 회원국	제한 없음	완전개방
		M3	△	오, 리 : 사적 운영자의 도서관, 기록보관소, 박물관 및 그 밖의 문화서비스 네트워크에 대한 지분 보유는 허가 또는 면허를 조건으로 함.	제한개방	
			X	벨, 불, 사, 체, 독, 덴, 서, 에, 핀 프, 그, 헝, 아, 이, 라, 룩, 몰, 네, 폴, 포, 루, 슬, 베, 스, 영	약속 안함	비개방
		M4	X	전 회원국	약속 안함	비개방
		스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스 (964)				

분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	유보 수준	유보 형태별 해당 회원국	유보 내용	개방수준 평가
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	스포츠 서비스 (9641)	M1	X	사, 에	약속 안함	비개방
			●	오	스키학교서비스 및 산악가이드서비스에 대하여 약속 안함	부분 완전개방
			○	기타 회원국	제한 없음	완전개방
		M2	●	오	스키학교서비스 및 산악가이드서비스에 대하여 약속 안함	부분 완전개방
			○	기타 회원국	제한 없음	완전개방
		M3	X	불, 사, 체, 에, 라, 몰, 폴, 루, 슬	약속 안함	비개방
			●	오, 베 : 스키학교서비스 및 산악가이드서비스에 대하여 약속 안함.		부분 완전개방
			○	기타 회원국	제한 없음	완전개방
		M4	X	전 회원국	약속 안함	비개방
	레크리 에이션 파크 및 해변 서비스 (96491)	M1	○	전 회원국	제한없음	완전개방
		M2	○	전 회원국	제한없음	완전개방
		M3	○	전 회원국	제한없음	완전개방
		M4	X	전 회원국	약속 안함	비개방
	도박·내기서 비스(96492)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	게임 - 온라인 게임*	M1	X	전 회원국	약속 안함	비개방
		M2	X	전 회원국	약속 안함	비개방
		M3	X	전 회원국	약속 안함	비개방
		M4	X	전 회원국	약속 안함	비개방

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보  
공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함.

## (2) EU측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

EU 회원국들이 한-EU FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스  
기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.



〈표 IV-48〉 우리 기업의 한-EU FTA의 EU 회원국들의 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
출판서비스	국내 중견 출판업체 D사는 문체부의 글로벌 성장전략 컨설팅 지원을 바탕으로, 독일에 별도의 법인을 설립하지 않고, 현지 업체와 동등한 지위에서 출판시장에 진출하고 있음
공연 서비스	공연업체 C사는 오스트리아 현지에 법인을 별도의 설립하지 않고, 현지인을 대상으로 뮤지컬을 공연하고 있음
여행업	여행업체 C사는 프랑스 현지에 여행사를 설립하여 현지 업체나 제3국 업체와 비교하여 동등한 법적 지위를 가지고 현지인을 대상으로 여행상품을 판매함

### (3) 한-EU 문화협력의정서 채택

EU는 문화다양성을 중시하는 문화정책을 갖고 있어 한-EU FTA에서도 시청각서비스 분야를 협정의 적용 대상에서 제외한다고 규정한다.<sup>27)</sup> 그렇지만, 양측은 한-EU FTA 협정 부속문서의 하나로서 “문화협력 의정서”를 채택하여 협정의 일부로 포함시켰다. 동 의정서는 모든 분야에 동일하게 적용되는 ‘수평적 규정’과 분야에 따라 달리 적용되는 ‘분야별 규정’으로 구성되어 있는바, 수평적 규정은 동 의정서의 적용 주체와 의사결정 주체, 분쟁해결방법 등을 규정하고 분야별 규정은 시청각 분야와 시청각 외 문화 분야로 나누어 규정한다.

문화협력 의정서에서는 먼저 문화 및 시청각 분야 이해 증진과 정보교환, 지식재산권 보호를 위한 대화 채널을 설치할 것, 예술가, 배우, 기술자, 문화전문가 및 공연자 등에 대한 입국 및 체류를 원활화할 것, 문화협력의정서의 이행 관련 사항을 감독·협약하는 문화협력위원회를 설치할 것 그리고 이들의 훈련과 지속적인 접촉을 위해 노력할 것 등 문화영역 전반의 협력에 대해 규정한다.<sup>28)</sup>

#### ■ 시청각물 공동제작

문화협력 의정서에는 시청각물 공동제작에 대해 규정한 바,<sup>29)</sup> “공동제작”이란 의정서 상의 조건에 따라 우리나라와 EU 제작자들에 의해 공동으로 투자·제작된 시청각물을 가리킨다. 즉, 영화, 애니메이션을 포함한 시청각물이 의정서에서 규정한 일정 기준을 충족하는 경우 한-EU 회원국 간의 공동제작물로 인정되고, 이러한 공동제작물은 우리나라와 EU 회원국에서 자국물로 인정되어, 각 당사자 영역에서 쿼터제도의 우회가 가능하며, 우리나라와 EU 회원국 간의 새로운 공동제작협정 협상 및 기존의 공동제작협정 이행을 장려하고, 공동제작 시청각물에 대한 재정지원의 근거를 마련하는 등 공동제작물에 대해서는 각 당사자의 시장접근 관련 제도상

혜택을 부여한다. 이밖에 양국의 영토 내에서 시청각물 촬영 지원에 대해서도 규정한 바, 가령 영화 및 TV 프로그램 촬영을 위해서 필요한 기술 자재 및 장비의 일시반입(무관세)이 허용된다.

의정서에 따른 공동제작물의 인정기준으로서 애니메이션의 경우 EU 회원국 3개국 이상이 참여하고 양측 재정·기술·예술적 기여도가 각각 35% 이상일 것 그리고 영화 등 기타 시청각물의 경우 EU 회원국 2개국 이상이 참여하고 양측 재정·기술·예술적 기여도가 각각 30% 이상일 것과 EU 회원국 국적별 재정적 기여도가 각 10% 이상이어야 할 것이 요구된다.

공동제작물에 대한 혜택 부여는 의정서 발효 후 3년 동안 인정되며, 일방이 3개월 전 종료를 서면 통보하지 않는 한 혜택 기간은 자동적으로 갱신된다.

한편, 문화협력 의정서의 발효 요건으로서 우리나라의 UNESCO “문화다양성협약(Convention on Cultural Diversity)”<sup>30)</sup> 비준이 요구되나, 문화다양성협약의 가입 여부 및 시점은 우리나라가 결정하는 시점에 따르도록 하였다. 2010년 4월 1일 우리나라가 문화다양성협약에 정식 가입함으로써 문화협력의정서도 한-EU FTA 발효 시점과 함께 발효되었다.

〈표 IV-49〉 한-EU간 문화협력의정서에 따른 시청각 공동제작물의 혜택 수혜 요건

구분	충족 요건
인정기준	<b>애니메이션</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 참여국 수 : 한국과 3개국 이상의 EU 회원국</li> <li>- 재정적 기여도 : 한국(총합) 및 EU 측(총합)이 각각 최소 35% 이상</li> <li>- 국별(EU는 개별회원국) 재정기여도는 최소 10% 이상</li> <li>- 기술적 및 예술적 기여도 : 각 당사국의 재정적 기여 대비 10%p 이내 예: 한국의 재정기여도가 40%인 경우, 기술 및 예술적 기여도는 30~50% 범위 이내이어야 함.</li> <li>- 한국 또는 EU 중 한 당사국의 총 기여도는 65% 이하이어야 함</li> </ul>
	<b>애니메이션 외</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 참여국 수 : 한국과 2개국 이상의 EU 회원국</li> <li>- 재정적 기여도 : 한국(총합) 및 EU 측(총합)이 각각 최소 30% 이상</li> <li>- 국별(EU는 개별 회원국) 재정기여도는 최소 10% 이상</li> <li>- 기술적 및 예술적 기여도 : 각 당사국의 재정적 기여 대비 20%p 이내 (예) 한국의 재정기여도가 40%인 경우, 기술 및 예술적 기여도는 20~60% 범위 이내이어야 함.</li> <li>- 한국 또는 EU 중 한 당사국의 총 기여도는 70% 이하이어야 함.</li> </ul>
제3국 참여	유네스코 문화다양성협약 비준국만이 총 제작비의 20% 범위 내에서 참여 가능
자격부여 요건	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동 의정서 적용 후 3년</li> <li>- 일방이 3개월 전에 서면 통보하지 않는 한 기간 자동 연장</li> </ul>

27) 한-EU FTA 제7.4조(적용범위 및 정의) 1항.

28) 한-EU FTA 문화협력의정서 제2조-제4조.

29) 한-EU FTA 문화협력의정서 제5조.

30) UNESCO 문화다양성 협약은 당사국의 문화다양성 보호 및 증진 권리 인정, 시청각 공동제작 등 국제협력 및 정보공유, 분쟁해결절차 등을 규정하고 있으며, 2007년 3월 발효하였다.

#### (4) EU와의 문화산업 분야에서의 협력 강화 및 EU 시장 진출 기회 기대

한-EU FTA 및 문화협력 의정서는 영화, 드라마, 케이팝(K-pop) 등 한류 콘텐츠를 통해 문화산업 강국으로 우뚝 선 한국과 문화창조산업 분야에서 높은 수준의 경쟁력과 시장규모를 갖고 있는 EU 간에 문화산업 분야에서의 교류와 교역을 통해 문화예술, 문화산업 및 저작권 분야 등에서 예술가, 문화전문가, 실무자 간의 교류 촉진과 협력 강화가 기대된다. 또한 시청각 분야를 포함한 문화활동, 문화상품 및 서비스에 관한 교역 촉진에도 기여할 것으로 기대된다. 특히 한-EU 간 시청각 분야 국제협력을 바탕으로 시청각 공동제작이 활성화될 수 있는 계기를 마련한 것으로 평가된다.

한편, 한-EU 문화협력 의정서 상 시청각물 공동제작 규정은 EU 전체 차원에서 시청각물에 대해 경쟁력을 가진 역외국과 체결한 최초의 공동제작협정의 성격을 갖는 것이어서 우리나라가 경쟁력을 가진 애니메이션 분야에서 EU의 시청각시장을 선점할 수 있는 기회를 제공할 것으로 기대된다.

## 2

## 유럽자유무역연합(EFTA)

유럽자유무역연합(European Free Trade Association: EFTA)은 한-EFTA FTA에서 GATS방식의 구체적 약속 양허표를 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 다만, EFTA의 4개 회원국들은 각기 구체적 약속 양허표를 제출하였고, 따라서 EFTA의 경우 그 회원국들간에 있어 서비스시장 개방 수준이 다르고, 각 회원국별 양허표를 통해 개방 약속을 확인해야 한다.

### 2.1. 스위스

#### (1) 스위스의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

스위스는 한-EFTA FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 한-EFTA FTA에서의 스위스 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표>와 같다

〈표 IV-50〉 스위스의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4: 자연인의 주재에 의한 공급
- MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 양허 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -: 양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
기타 사업서비스	- 광고서비스(871)* *수입허가가 필요한 제품 및 의약품 알코올음료, 담배 중독성물질, 폭발물 무기와 탄약을 제외한 광고 서비스(CPC 8711의 일부 및 8712)	M1	●	●		부분 완전개방
		M2	●	●		부분 완전개방
		M3	●	●		부분 완전개방
		M4	xHC*	xHC	* “제1부[수평적 분야 양허]에 기재된 사항 외에는 약속 안함”으로 기재한바, 이는 수평적 약속 이외 기재 안함을 의미하며, 이하 모두 동일	부분 제한개방
	옥외광고 서비스* * 수입허가가 필요한 제품 및 의약품 알코올음료, 담배 중독성물질, 폭발물 무기와 탄약을 제외한 옥외 광고(CPC 8719)	M1	X	X		비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	○	MA: 공공장소에서의 야외광고 서비스는 주나 자치제와의 독점적 장기공급 계약의 경우에만 허용되는 것을 제외하고 제한 없음.	제한개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	사진서비스(875)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	인쇄 및 출판(88442)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	국제회의용역서비스 (87909 일부)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
시청각 서비스	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(9611)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	영화상영서비스(9612)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
시청각 서비스	프로그램 제작(9613) 라디오 및 텔레비전	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	음반 녹음(n.a.)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
관광 서비스	호텔 및 레스토랑 (케이타링 포함) (641~643)	M1	X*	X*	*케이타링 외에는 기술적 실현 가능성의 부족으로 약속 안함	비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	△	NT: 동일 주내에서의 시험 통과가 요구될 수 있다는 것 외에는 없음 Jura주에서는 면허 보유자가 같은 주에 거주하여야 함	제한개방
		M4	△	△	MA: 제 1 부에 기재된 사항 외에는 약속 안함. 스위스에서의 상업적 주체가 요구됨 NT: 제 1 부에 기재된 사항 외에는 약속안함. 스위스에서의 상업적 주체가 요구됨. Jura주에서는 면허보유자가 같은 주에 거주하여야 함	제한개방
	여행 알선 대행 서비스 (7471)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	관광 안내 서비스(7472)	M1	X	X		비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	△	NT: 제한 없음. 다만 산악가이드로 일하기 위하여 시험합격이 필수이며 일부 주에서는 외국인에 대한 수험자격이 제한적으로 부여될 수 있음 어떤 주에서는 외국인 산악가이드에게 독자적인 영업만을 허용할 수 있음	제한개방
		M4	xHC	△	NT: 제 1 부에 기재된 사항 외에는 약속 안함 단, 산악가이드로 일하기 위하여 시험합격이 필수이며 일부 주에서는 외국인에 대한 수험자격이 제한적으로 부여될 수 있음 어떤 주에서는 외국인 산악가이드에게 독자적인 영업만을 허용할 수 있음	제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트서비스 (극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함) (9619)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	뉴스제공업(962)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화서비스 (963)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스 (9641)					
	스포츠 서비스(9641)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
게임 - 온라인 게임*		M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보 공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함.

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)과 관련한 스위스 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표 IV-51>와 같다.

<표 IV-51> 스위스측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고서비스(수입허가가 필요한 제품 및 의약품 알코올음료, 담배 중독성물질, 폭발물 무기와 탄약을 제외한 광고 서비스(CPC 8711의 일부 및 8712), 사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 호텔 및 레스토랑(케이터링 포함), 여행 알선 대행 서비스, 뉴스제공업, 스포츠 서비스
제한개방	옥외광고 서비스(수입허가가 필요한 제품 및 의약품 알코올음료, 담배 중독성물질, 폭발물 무기와 탄약을 제외), 관광 안내 서비스
비개방	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 스위스 측의 시장개방 수준에 대한 평가를 요약하면 다음의 <표>와 같다.

<표 IV-52> 스위스측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고서비스(수입허가가 필요한 제품 및 의약품 알코올음료, 담배 중독성물질, 폭발물 무기와 탄약을 제외), 사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 여행 알선 대행 서비스, 뉴스제공업, 스포츠 서비스
제한개방	없음
비개방	옥외광고 서비스(수입허가가 필요한 제품 및 의약품 알코올음료, 담배 중독성물질, 폭발물 무기와 탄약을 제외), 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 호텔 및 레스토랑(케이터링 포함), 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

## (2) 스위스 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

스위스가 한-EFTA FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

<표 IV-53> 우리 기업의 한-EFTA FTA의 스위스측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
출판서비스	국내 중견 출판업체 D사는 문체부의 글로벌 성장전략 컨설팅 지원을 바탕으로 스위스 현지에 법인을 설립하고 현지 업체와 동등한 지위에서 스위스 출판시장에 진출하고 있음
여행알선 대행서비스	여행업체 C사는 스위스 현지에 여행사를 설립하여 상대국 현지 업체나 상대국 내 제3국 업체와 비교하여 동등한 법적 지위를 가지고 현지인을 대상으로 여행상품을 판매함

## 2.2. 아이슬란드

## (1) 아이슬란드의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

아이슬란드는 한-EFTA FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 한-EFTA FTA에서의 아이슬란드 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표>와 같다

〈표 IV-54〉 아이슬란드의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4: 자연인의 주재에 의한 공급
- MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 양허 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -:양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가 약속)	개방수준 평가
기타 사업서비스	광고서비스(871)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	○	제한개방
	사진서비스(875)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	○	제한개방
	인쇄 및 출판(88442)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	△	○	제한개방
		M4	xHC	○	제한개방
	국제회의용역서비스 (87909)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	○	제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가 약속)	개방수준 평가
시청각 서비스	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(9611)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	영화상영서비스(9612)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	라디오 및 텔레비전 프로그램 제작(9613)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	음반 녹음(n.a.)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
관광 서비스	호텔 및 레스토랑 (케이터링 포함) (641~643)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	△	NT: 허가 조건으로 사전 일년간 거주가 요구됨.	제한개방
		M4	xHC	△	NT: 허가 조건으로 사전 일년간 거주가 요구됨.	제한개방
	여행 알선 대행 서비스(7471)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	△	MA: 파산에 의해 고객에게 입힌 손해를 배상하기 위한 예치금 또는 책임보험이 요구됨 NT: 허가 조건으로 관리자의 사전 일년간 거주 요구	제한개방
		M4	xHC	△	NT: 허가 조건으로 관리자의 사전 일년간 거주 요구	제한개방
	관광 안내 서비스(7472)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	△	NT: 동 직업에 대한 권리는 현지 거주 관광 가이드에게만 부여됨. 비거주 관광가이드에게는 필요에 따라 임시 취업허가 부여될 수 있음	제한개방



양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가 약속)	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함)(9619)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	△	NT: 특정의 지역적 또는 국가적 활동에 따른 재정적 지원	완전개방
		M4	xHC	○		제한개방
	뉴스제공업(962)	M1	△	○	MA: 관리직에 대한 접근은 권한있는 당국의 임의승인을 조건으로 한다는 것 외에는 제한 없음	제한개방
		M2	△	○	MA: 상동	제한개방
		M3	△	○	MA: 상동	제한개방
		M4	△	○	MA: 신문 또는 잡지의 편집자에 대해 거주 요건이 부과됨. 수평적 양허분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함	제한개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화서비스 (963)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	△	NT: 특정의 지역적 또는 국가적 활동을 대상으로 한 재정적 지원	완전개방
		M4	xHC	○		제한개방
	스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스 (9641)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	△	△	MA: 도박, 슬롯머신 및 이와 유사한 활동은 자격이 요구됨. 프로 복싱은 불법이나 아마추어 복싱은 허용됨 NT: 특정의 지역적 또는 국가적 활동에 대한 재정적 지원	제한개방
		M4	xHC	○		제한개방
게임 - 온라인 게임*		M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보 공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함.

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)과 관련한 아이슬란드 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표>와 같다.

&lt;표 IV-55&gt; 아이슬란드측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고서비스, 사진서비스, 국제회의용역서비스, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함)
제한개방	인쇄 및 출판, 호텔 및 레스토랑(케이터링 포함), 여행 알선 대행 서비스, 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스
비개방	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 아이슬란드 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표>와 같다.

&lt;표 IV-56&gt; 아이슬란드측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고서비스, 사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 호텔 및 레스토랑(케이터링 포함), 여행 알선 대행 서비스, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스
제한개방	뉴스제공업
비개방	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

## (2) 아이슬란드 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

아이슬란드가 한-EFTA FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

&lt;표 IV-57&gt; 우리 기업의 한-EFTA FTA의 아이슬란드 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
공연서비스	뮤지컬 제작업체 L사는 아이슬란드에 공연기획사를 별도로 설립하지 않고, 현지에서 뮤지컬을 초연하였음. 이 과정에서 L사의 주요 출연진이 현지에 합류함

## 2.3. 노르웨이

## (1) 노르웨이의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

노르웨이는 한-EFTA FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 한-EFTA FTA에서의 노르웨이 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표>와 같다

&lt;표 IV-58&gt; 노르웨이의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4 :자연인의 주재에 의한 공급
- MA:시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 양허 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -: 양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시\
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
기타 사업서비스	광고서비스(871)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방
	사진서비스(875)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방
	인쇄 및 출판(88442)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방
	국제회의음역서비스 (87909)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
기타 사업서비스	기타(8790)				
	전시경영 서비스 (870909)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방
	실내 디자인 (87907)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방
	통번역서비스 (정부 인가를 받은 번역사 제외)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방
시청각 서비스	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(9611)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	영화상영서비스(9612)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	라디오 및 텔레비전 프로그램 제작(9613)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
	음반 녹음(n.a.)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재
관광 서비스	호텔 및 레스토랑 (케이타링 포함) (641~643)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방
	여행 알선 대행 서비스 (7471)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
관광 서비스	관광 안내 서비스(7472)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트서비스 (극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함) (9619)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	뉴스제공업(962)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화서비스 (963)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	스포츠 및 기타 레크리에 이션 서비스 (9641)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	게임 - 온라인 게임*	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보 공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함.

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)과 관련한 노르웨이 측의 시장개방 수준에 대한 평가를 요약하면 다음의 <표>와 같다.

<표 IV-59> 노르웨이측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고서비스, 사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 전시경영 서비스, 실내 디자인, 통번역서비스(정부 인가를 받은 번역사 제외), 호텔 및 레스토랑(케이터링 및 호텔,캠핑지,기타 상업적 숙소,레스토랑,카페,주점,바 포함), 여행 알선 대행 서비스, 관광 안내 서비스, 뉴스제공업
제한개방	없음
비개방	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 노르웨이 측의 시장개방 수준에 대한 평가를 요약하면 다음의 <표>와 같다.

<표 IV-60> 노르웨이측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고서비스, 사진서비스, 인쇄 및 출판, 국제회의용역서비스, 전시경영 서비스, 실내 디자인, 통번역서비스(정부 인가를 받은 번역사 제외), 호텔 및 레스토랑(케이터링 및 호텔,캠핑지,기타 상업적 숙소,레스토랑,카페,주점,바 포함), 여행 알선 대행 서비스, 관광 안내 서비스, 뉴스제공업
제한개방	없음
비개방	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

## 2.4. 리히텐슈타인

## (1) 리히텐슈타인의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

리히텐슈타인은 한-EFTA FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였다. 한-EFTA FTA에서의 리히텐슈타인 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표>와 같다

&lt;표 IV-61&gt; 리히텐슈타인의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4: 자연인의 주재에 의한 공급
- MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 양허 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -: 양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
기타 사업서비스	광고서비스(871) - 광고서비스(다이렉트 메일 광고 포함), 옥외광고 제외, 수입허가가 필요한 의약품·알코올·담배·중독 성물질·폭발물·무기와 탄약에 대한 광고 제외 (CPC 8711의 일부 +8712의 일부)	M1	●	●	부분 완전개방
		M2	●	●	부분 완전개방
		M3	●	●	부분 완전개방
		M4	xHC*	xHC	* 제 I 부에 기재된 사항 외에는 약속 안함으로 기재한 바 이는 수평적 약속 외에는 약속 안함을 가리킴. 이하 동일
	사진서비스(875)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방
	인쇄 및 출판(88442)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)	공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
기타 사업서비스	국제회의·용역서비스 (87909 일부)	M1	-	-	비개방
		M2	-	-	비개방
		M3	-	-	비개방
		M4	-	-	비개방
시청각 서비스	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(9611)	M1	-	-	비개방
		M2	-	-	비개방
		M3	-	-	비개방
		M4	-	-	비개방
	영화상영서비스(9612)	M1	-	-	비개방
		M2	-	-	비개방
		M3	-	-	비개방
		M4	-	-	비개방
	라디오 및 텔레비전 프로그램 제작(9613)	M1	-	-	비개방
		M2	-	-	비개방
		M3	-	-	비개방
		M4	-	-	비개방
	음반 녹음(n.a.)	M1	-	-	비개방
		M2	-	-	비개방
		M3	-	-	비개방
		M4	-	-	비개방
관광 서비스	호텔 및 레스토랑 (케이터링 포함) (641~643) <sup>3</sup>	M1	●*	●*	* 기술적 실현가능성 부족으로 약속 안함. 단, 케이터링(6423)에 대해서는 제한없음
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방
	여행 알선 대행 서비스 (7471)	M1	○	○	완전개방
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방
	관광 안내 서비스(7472)	M1	X*	X*	* 기술적 실현가능성 부족으로 약속 안함
		M2	○	○	완전개방
		M3	○	○	완전개방
		M4	xHC	xHC	제한개방
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트서비스(극 장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함)(9619)	M1	-	-	비개방
		M2	-	-	비개방
		M3	-	-	비개방
		M4	-	-	비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	뉴스제공업(962)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화서비스 (963)	M1	-	-		비개방
		M2	-	-		비개방
		M3	-	-		비개방
		M4	-	-		비개방
	스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스 (964)					
	스포츠 서비스(9641)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
게임 - 온라인 게임*		M1	-	-		비개방
		M2	-	-		비개방
		M3	-	-		비개방
		M4	-	-		비개방

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보 공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)과 관련한 리히텐슈타인 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표>와 같다.

〈표 IV-62〉 리히텐슈타인측의 문화서비스분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	
개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고서비스(다이렉트 메일 광고 포함. 수입허가가 필요한 의약품·알코올·담배·중독성물질·폭발물·무기와 탄약에 대한 광고 제외), 사진서비스, 인쇄 및 출판, 호텔 및 레스토랑(케이터링 포함), 여행 알선 대행 서비스, 관광 안내 서비스, 뉴스제공업, 스포츠 서비스
제한개방	없음
비개방	옥외광고, 국제회의용역서비스, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 리히텐슈타인 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표>와 같다.

〈표 IV-63〉 리히텐슈타인측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황	
개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고 서비스(다이렉트 메일 광고 포함. 단, 수입허가가 필요한 의약품·알코올·담배·중독성 물질·폭발물·무기와 탄약에 대한 광고 제외), 사진서비스, 인쇄 및 출판, 케이터링 서비스, 여행 알선 대행 서비스, 뉴스제공업, 스포츠 서비스
제한개방	없음
비개방	옥외광고, 국제회의용역서비스, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스, 라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스, 라디오 및 텔레비전 전송서비스, 음반 녹음, 호텔 및 레스토랑(단, 케이터링에 대해서는 제한 없음), 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트 서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

■ 한-EFTA간 방송프로그램 공동제작 부속서 채택

한편, 한-EFTA FTA 부속서 XI(제3.16조 제4항에 규정된 방송프로그램 공동제작)에서는 뉴미디어를 포함한 방송용으로 제작된 애니메이션 및 다큐멘터리 제작을 포함한 기획물을 가리키는 “공동제작물”에 대해 공동제작에 참여한 각 당사국의 방송과 관련하여 국내 생산으로 간주하여 당사국들은 공동제작을 목적으로 공동제작자가 고용한 창의적이고 기술적인 인력과 출연자에 대하여 각 영역으로의 일시 입국을 용이하게 하고, 공동제작을 위하여 필요한 장비의 일시 반입 및 재반출을 허용 등이 규정되어 있다.<sup>31)</sup>

공동제작물로서 인정받기 위해서는 각 공동제작자의 기여 비율이 각 공동제작에 대한 예산의 20% 이상이어야 하고, 공동제작자는 각각의 투자에 비례하여 실질적인 기술적 및 창의적인 기여를 할 것이 요구된다.<sup>32)</sup>

양측간 TV 방송프로그램의 공동제작을 위한 근거를 마련함에 따라, 최근 해외시장에서 부상하고 있는 우리 방송프로그램의 EFTA 회원국 시장에서의 진출 확대에 유용할 것으로 기대된다.

31) 한-EFTA FTA 부속서 XI(제3.16조제4항에 규정된 방송프로그램 공동제작) 제2조, 제4조.

32) 한-EFTA FTA 부속서 XI(제3.16조제4항에 규정된 방송프로그램 공동제작) 제5조.



## 3

## 터키

## (1) 터키의 문화서비스분야 양허 등 현황 및 개방 수준 평가

터키는 한-터키 FTA에서 구체적 약속 양허표 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속\*을 우리 측에 제시하였다. 한-터키 FTA에서의 터키 측의 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 제시하면 아래의 <표>와 같다

\* 영화나 비디오 배급, 제작, 공연 서비스 등이 그러하다.

서비스무역 및 투자 개방에 소극적인 정책을 견지해 왔던 터키는 한국과의 FTA에서 처음으로 한-터키간 서비스무역 FTA 및 투자협정을 추가 타결함으로써 우리나라 문화서비스 공급자 및 투자자들의 현지 진출 기회가 보다 넓게 안정적으로 확보될 수 있는 계기가 마련되었다.

<표 IV-64> 터키의 문화서비스 분야 양허 현황 및 개방 수준 평가

- 서비스의 공급방식: M1: 국경간 공급, M2: 해외소비, M3: 상업적 주재에 의한 공급, M4 :자연인의 주재에 의한 공급
- MA: 시장접근, NT: 내국민대우, AC: 추가적 약속
- 제한수준: ○: 제한 없음(개방), △: 제한 있는 개방, x: 양허 안함(비개방), xHC: 모든 분야에 적용되는 수평적 양허(Horizontal Commitments:HC)를 제외하고는 양허 안함(사실상 비개방), -: 양허표에 당해 업종 자체를 기재 안함(전면 비개방)
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ● 또는 ▲로 표시
- 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만을 개방한 경우 부분개방을 추가

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
기타 사업서비스	광고서비스(871)	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
기타 사업서비스	사진서비스(875)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
기타 사업서비스	인쇄 서비스 (88442)	M1	X	X		비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	출판 서비스 (88442) *신문, 잡지 및 뉴스통신사의 출판물 또는 출판 서비스는 제외	M1	X	X		비개방
		M2	●	●		부분 완전개방
		M3	●	●		부분 완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	국제회의용역서비스 (87909 일부)	M1	X	X		비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
시청각 서비스	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스(9611)	M1	△	○	MA: 물리적 매체(CD, 비디오테이프 등)로 영화를 배급하기 위해서는 상업적 주재의 설립이 요구되는 것외에는 제한 없음	제한개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	영화상영서비스(9612) *영화관 소유주에 의한 상영으로 한정	M1	X	X		비개방
		M2	●	●		부분 완전개방
		M3	●	●		부분 완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	라디오 및 텔레비전 프로그램 제작 서비스 (96131, 96132)	M1	●	●		부분 완전개방
		M2	●	●		부분 완전개방
		M3	●	●		부분 완전개방
		M4	xHC	xHC		부분 제한개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
시청각 서비스	전송을 제외한 라디오 및 텔레비전 프로그램 유통 서비스 <sup>33)</sup>	M1	△	○	MA: 물리적 매체(CD, 비디오테이프 등)로 라디오 및 텔레비전 프로그램을 배급하기 위해서는 상업적 주재의 설립이 요구되는 것외에는 제한 없음	제한개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	라디오 TV 전송서비스 (7524)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	녹음 서비스 <sup>34)</sup>	M1	○	○		완전개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
관광 서비스	호텔 및 레스토랑 (케이타링 포함) (641~643)	M1	X	○		비개방
		M2	○*	○	* 터키 시민권자는 제한없이 해외 여행을 할 수 있음. 단, 매 출국 시 수수료 납부 요구	완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	△	xHC	MA: 내무부와 문화관광부의 긍정적 의견을 바탕으로 노동사회보장부의 허가를 취득한 후, 관광장려 인증서를 가진 호텔과 레스토랑은 외국인력을 고용할 수 있음. 그러나, 회사에 고용되는 외국 인력의 비율은 전체 인력의 10%를 초과해서는 안 됨. 이 비율은 문화관광부의 결정에 의하여 20%까지 인상될 수 있음	제한개방
	여행 알선 대행 서비스 (7471)	M1	△	△	MA: 상업적 주재가 요구됨. NT: 외국 여행사는 해외여행을 조직할 수 없음	제한개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	관광 안내 서비스 (7472)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

양허 분야 또는 업종 (CPC prov. 기준)		공급 방식	MA 제한	NT 제한	제한 내용 (추가적 약속)	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트서비스 (극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함) (9619)	M1	X	X		비개방
		M2	○	○		완전개방
		M3	○	○		완전개방
		M4	xHC	xHC		제한개방
	뉴스제공업 (962)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	도서관, 박물관 및 기타 문화서비스 (963)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
	스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스 (9641)	M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
게임 - 온라인 게임*		M1	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M2	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M3	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방
		M4	-	-	당해 서비스 양허표 비기재	비개방

출처: 저자 작성

\* 게임(온라인 게임 포함)은 CPC prov.에는 포함되어 있지 아니하고, 이후 2008년 공표된 CPC Version 2에서 온라인 게임을 84(통신·방송 및 정보 공급 서비스) 아래 84391(On-line games)로 분류함.

한편, 서비스의 4가지 공급 형태 가운데 일반적으로 그 시장 진출 효과가 가장 큰 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)과 관련한 터키 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표>와 같다.

〈표 IV-65〉 터키 측의 문화서비스 분야의 Mode 3(상업적 주재에 의한 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고서비스, 인쇄 서비스, 국제회의용역서비스, 영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 영화상영서비스(영화관 소유주에 의한 상영으로 한정), 라디오 및 텔레비전 (프로그램 제작) 서비스, 전송을 제외한 라디오 및 텔레비전 프로그램 유통 서비스, 녹음 서비스, 호텔 및 레스토랑(케이타링 포함), 여행 알선 대행 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함)

33) 보다 명확히 하기 위하여, 여기에서 유통 서비스는 전시, 방송 또는 전송, 대여, 판매 또는 사용을 위하여 그 밖의 서비스 공급자에 대한 라디오 및 텔레비전 프로그램의 면허를 포함할 수 있음. 라디오 및 텔레비전 프로그램의 전송 서비스는 이 양허표에 포함되지 아니함.

34) 이 양허표의 목적상, 녹음 서비스 활동은 일련의 음악, 음성 또는 그 밖의 소리를 스튜디오에서 고정하는 것으로 정의되나, 영화, 라디오 또는 텔레비전 프로그램 또는 그밖의 시청각작품을 동반하는 소리는 포함하지 아니함.

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
제한개방	없음
비개방	사진서비스, 출판 서비스(신문, 잡지 및 뉴스통신사의 출판물 또는 출판 서비스는 제외), 라디오 TV 전송서비스, 관광 안내 서비스, 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

다른 한편, 디지털 기술 및 인프라의 발전과 더불어 급속히 성장하는 온라인 플랫폼 서비스 공급과 밀접한 관계를 가진 서비스의 4가지 공급 형태 중 Mode 1(국경간 서비스공급)과 관련한 터키 측의 시장개방 수준별 업종 현황을 요약하면 다음의 <표>와 같다.

&lt;표 IV-66&gt; 터키측의 문화서비스분야의 Mode 1(국경간 서비스 공급)의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고서비스, 라디오 및 텔레비전 (프로그램 제작) 서비스, 녹음 서비스
제한개방	영화 및 비디오 제작 및 배급 서비스, 전송을 제외한 라디오 및 텔레비전 프로그램 유통 서비스, 여행 알선 대행 서비스
비개방	사진서비스, 인쇄 서비스, 출판 서비스, 국제회의용역서비스, 영화상영서비스, 호텔 및 레스토랑(케이터링 포함), 라디오 TV 전송서비스, 관광 안내 서비스, 엔터테인먼트서비스(극장, 라이브밴드, 서커스 서비스 포함), 뉴스제공업, 도서관, 박물관 및 기타 문화서비스, 스포츠 및 기타 레크리에이션 서비스, 게임(온라인 게임)

출처: 저자 작성

## (2) 터키 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

터키가 한-터키 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

&lt;표 IV-67&gt; 우리 기업의 한-터키 FTA의 터키 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
출판서비스	국내 중견 출판업체 D사는 문체부의 글로벌 성장전략 컨설팅 지원을 바탕으로, 터키에 출판업체를 설립하고 현지 출판시장에 진출하고 있음
도서 및 출판물 유통서비스	D사는 도서 및 출판물 유통의 안정적인 기반을 마련하기 위해 현지 유통업체와 손잡고 도서 및 출판물을 유통하고 있음
영화 제작 및 배급서비스	영화제작업체 C사는 단순 리메이크 판권 판매나 현지 제작사 투자방식이 아닌 터키에 법인을 설립하여 영화의 기획과 개발을 주도하고 제작사 또는 프로듀서로 직접 참여하여 현지 터키 업체와 동등한 위치에서 영화시장에 진출하고 있음
영화 제작 및 배급서비스	방송(영상) 제작업체 D사는 별도의 현지 법인을 설립하지 않고, 터키 케이블 방송국과 공동으로 제작한 온라인 영상 콘텐츠를 배급하고 있음
영화상영서비스	C사는 터키의 주요 도시에 별도의 상영관을 설립하여 영화를 상영하고 있음
음반 기획 및 제작서비스	자체 프로듀서와 작곡가 등을 보유한 엔터테인먼트 업체 Y사는 터키에 법인을 설립하지 않고, 터키의 프로듀서와 공동으로 음반을 기획하고 제작함
공연서비스	뮤지컬 제작업체 L사는 터키에 공연기획사를 별도로 설립하지 않고, 터키 기획사와 공동으로 뮤지컬을 현지에서 초연하였음
여행알선대행 서비스	여행업체 C사는 터키 현지에 여행사를 설립하여 터키 현지 업체나 제3국 업체와 비교하여 동등한 법적 지위를 가지고 현지인을 대상으로 여행상품을 판매함

## 제4부 기타결 FTA 체결국별 문화서비스시장 개방 현황 안내

# 제 4 장

## 오세아니아지역



Free  
Trade  
Agreement

1

호주

## (1) 호주의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가

호주는 한-호주 FTA에서 유보목록 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였는데, 한-호주 FTA에서의 호주 측의 문화서비스 분야에서의 유보 목록을 통한 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 <표>를 통해 제시하면 아래와 같다.

다만, 양국은 한-호주 도박서비스 Side Letter를 통해 국경간 내기 및 도박 서비스에 대해서는 국경간 서비스무역과 투자 모두를 협정의 적용 대상에서 제외하기로 합의하고, 여기에는 전자적 전송을 통해 공급되는 내기 및 도박서비스와 사행성 게임물을 사용하는 서비스가 포함된다고 명시함으로써 도박 및 내기서비스는 시장개방 대상에서 배제하였다. 더불어 호주는 자국의 서비스 미래유보에서도 도박 및 내기에 대해 포괄유보를 하였다.

### <표 IV-68> 호주의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가(한-호주 FTA 호주 측 유보 기준)

- 적용영역: CS: 국경간 서비스 무역, I: 투자
- 대상의무: NT: 내국민대우, MFN: 최혜국대우, MA: 시장접근, LP: 현지주재, PR: 이행요건, SMBD: 고위 경영진 및 이사회
- 개방 수준 평가: (i) 해당 서비스에 대해 유보를 하지 않은 경우 이는 “완전개방”에 해당되고, (ii) 유보를 기재한 경우는 “제한개방”에 해당되며, (iii) 당해 서비스의 일부에 대해서만 제한을 부과하는 경우 “부분 제한개방”으로 평가함. 다만, (iv) 현재유보와 관련하여 허가를 조건으로 하는 경우도 예외적으로 허가를 받을 수 있는 가능성이 존재하므로 “제한개방”으로 평가하기로 함.

\* 유보 특기 사항: 호주는 미래유보에서 “모든” 서비스 분야에 대해 자국의 GATS상 구체적 약속 양허표에 따른 의무와 불합치하지 아니하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다는 포괄 유보를 하였는데, 이는 (i) 자국의 GATS 양허표상의 양허 분야 또는 업종에 기재되지 아니한 서비스의 경우 당해 특정 서비스는 당해 유보국이 국내 조치를 통해 언제라도 동 서비스 시장의 개방을 제한하거나 비개방할 수 있음을 의미하므로 이는 “향후 제한 또는 비개방 가능성”으로 평가하였고, (ii) 양허표에 기재되었더라도 시장접근이나 내국민대우에 대한 제한이 부과된 경우에는 “제한개방”으로 평가하여 구분하였음.

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	MA, NT, MFN, MA, LP, PR - 호주는 다음에 대한 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 가. 공중파 상업 텔레비전 방송 서비스에 대한 지역 콘텐츠 전송 쿼터 나. 유료 텔레비전 방송 서비스에 대하여 호주 제작물에 적용되는 비차별적 지출 요건 다. 공중파 라디오 방송 서비스에 대한 지역 콘텐츠 전송 쿼터 라. 호주의 시청각 콘텐츠를 호주 소비자들이 합리적으로 이용할 수 있도록 전자적으로 전송되는 그 밖의 시청각 서비스 마. 방송서비스의 스펙트럼 운영 및 허가, 그리고 바. 호주 문화 활동 투자에 대한 보조금 또는 지원금 이 유보항목은 방송 및 시청각 서비스 분야에서 외국인 투자 제한사항에 적용되지 아니한다.	향후 제한/ 비개방 가능성
	사진	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	인쇄·출판	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	MA	(GATS양허 비기재)
	국제회의구역	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	영화·비디오 제작·배급	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	MA, NT, MFN, MA, LP, PR (GATS양허 비기재) - 호주는 다음에 대한 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 바. 호주 문화 활동 투자에 대한 보조금 또는 지원금 이 유보항목은 방송 및 시청각 서비스 분야에서 외국인 투자 제한사항에 적용되지 아니한다.	향후 제한/ 비개방 가능성

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
시청각 서비스	영화·비디오 제작·배급	미래	CS, I	MA, MFN, PR (GATS양허 비기재) - 호주는 국제공동제작프로그램에 따라 시청각 제작물을 위한 공동제작특혜약정을 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 이러한 공동제작 약정에 따라 제작된 공동제작물에 부여될 수 있는 공식 공동제작물 지위는 그러한 약정의 적용대상이 되는 작품에 대하여 내국민대우를 부여한다.	
		현재	-	-	유보안함
	영화상영	미래	CS, I	MA	(GATS양허 비기재)
		현재	-	-	유보안함
	라디오·텔레비전 전송 서비스	미래	CS, I	MA, NT, MFN, MA, LP, PR (GATS양허 비기재) - 호주는 다음에 대한 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 가. 공중파 상업 텔레비전 방송 서비스에 대한 지역 콘텐츠 전송 쿼터 나. 유료 텔레비전 방송 서비스에 대하여 호주 제작물에 적용되는 비차별적 지출 요건 다. 공중파 라디오 방송 서비스에 대한 지역 콘텐츠 전송 쿼터 라. 호주의 시청각 콘텐츠를 호주 소비자들이 합리적으로 이용할 수 있도록 전자적으로 전송되는 그 밖의 시청각 서비스 마. 방송서비스의 스펙트럼 운영 및 허가, 그리고 바. 호주 문화 활동 투자에 대한 보조금 또는 지원금 이 유보항목은 방송 및 시청각 서비스 분야에서 외국인 투자 제한사항에 적용되지 아니한다.	향후 제한/ 비개방 가능성
		현재	-	-	유보안함



유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가	
시청각 서비스	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성	
	미래	CS, I	MA, NT, MFN, MA, LP, PR	- (GATS양허 비기재) - 호주는 다음에 대한 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 가. 공중파 상업 텔레비전 방송 서비스에 대한 지역 콘텐츠 전송 쿼터 나. 유료 텔레비전 방송 서비스에 대하여 호주 제작물에 적용되는 비차별적 지출 요건 다. 공중파 라디오 방송 서비스에 대한 지역 콘텐츠 전송 쿼터 라. 호주의 시청각 콘텐츠를 호주 소비자들이 합리적으로 이용할 수 있도록 전자적으로 전송되는 그 밖의 시청각 서비스 마. 방송서비스의 스펙트럼 운영 및 허가, 그리고 바. 호주 문화 활동 투자에 대한 보조금 또는 지원금 이 유보항목은 방송 및 시청각 서비스 분야에서 외국인 투자 제한사항에 적용되지 아니한다.		
	현재	-	-	유보안함		향후 제한/ 비개방 가능성
	미래	CS, I	MA	(GATS양허 비기재)		
관광 서비스	호텔·레스토랑	현재	-	-	완전개방	
	미래	-	-	유보안함		
	여행알선대행	현재	CS	LP	퀵랜드: 여행사로 영업하기 위한 허가를 취득하려는 인은 퀵랜드에 사업주소를 가지고 있어야 한다.  웨스턴 오스트레일리아: 웨스턴 오스트레일리아에서 여행사로 사업을 수행하려는 인은 주 내에 주사업장을 가지고 있어야 한다.	부분 완전개방
		미래	-	-	유보안함	
	관광안내	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	

유보 분야		유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 (극장· 라이브밴드· 서커스포함)	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
		미래	CS, I	NT, MFN, MA, LP, PR, SMBD	호주는 창조적 예술품, 문화재 및 도서관·아카이브·박물관 및 기타 문화서비스를 포함하는 그 밖의 문화산업에 대한 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.	
	뉴스제공업	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
	도서관·박물관· 기타문화서비스	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
		미래	CS, I	NT, MFN, MA, LP, PR, SMBD	호주는 창조적 예술품, 문화재 및 도서관·아카이브·박물관 및 기타 문화서비스를 포함하는 그 밖의 문화산업에 대한 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.	
	스포츠서비스	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
		미래	CS, I	NT, MFN, MA, LP, PR, SMBD	호주는 창조적 예술품, 문화재 및 도서관·아카이브·박물관 및 기타 문화서비스를 포함하는 그 밖의 문화산업에 대한 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.	
	기타 레크리에 이션 서비스 (96491) - 레크리에이션 파크 및 비치 서비 스 포함	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	완전개방
	도박·내기* *협정 도박 서비스 Side Letter에서도 적용배제 명시	현재	-	-	유보안함	비개방
		미래	CS, I	NT, MA, LP, PR, SMBD	호주는 도박 및 베팅에 대한 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.	
게임(온라인 게임 포함)		현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
		미래	CS, I	MA	(GATS양허 비기재)	

출처: 저자 작성

여기서 호주의 유보목록에 따른 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속에 따른 개방 수준별 해당 업종 현황을 <표>로 요약하면 다음과 같다.

〈표 IV-69〉 호주 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고, 사진, 국제회의용역, 호텔·레스토랑, 여행알선대행(퀵랜드, 웨스턴 오스트레일리아 제외), 관광안내, 뉴스제공업, 기타 레크리에이션 서비스(96491) - 레크리에이션 파크 및 비치 서비스 포함
제한개방	없음
향후 제한 또는 비개방 가능성	인쇄·출판, 영화·비디오 제작·배급, 영화상영, 라디오·텔레비전 전송서비스, 라디오·텔레비전 프로그램 제작, 음반녹음, 엔터테인먼트(극장·라이브밴드·서커스포함), 도서관·박물관·기타문화서비스, 스포츠서비스,, 게임(온라인 게임 포함)
비개방	도박·내기(협정 도박서비스 Side Letter에서도 적용배제 명시)

출처: 저자 작성

## (2) 호주 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

호주가 한-호주 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

〈표 IV-70〉 우리 기업의 한-호주 FTA의 호주 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
여행알선 대행서비스	여행업체 C사는 호주 시드니에 여행사를 설립하여 현지 업체나 제3국 업체와 비교하여 동등한 법적 지위를 가지고 현지인을 대상으로 여행상품을 판매함.

## (3) 시청각물 공동제작

한국과 호주 양측은 한-호주 FTA 부속 7-나(시청각 공동제작물)를 채택하였다. 동 부속서에 따르면, 권한있는 당국으로부터 승인받은 시청각 공동제작물은 어느 한쪽 당사국의 국내 시청각물에 부여되는 모든 혜택의 완전한 향유와 어느 한쪽 당사국의 국내 시청각물에 부여될 수 있는 모든 혜택 등을 부여받는다.<sup>35)</sup> 시청각 공동제작물 제작을 위한 영화 및 기술 장비의 일시적 반입에 대해서는 수입관세 및 세금을 부과하지 아니하고 허용한다.<sup>36)</sup> 또한 시청각 공동제작물을 제작하거나 이용할 목적으로 자국 영역으로 이동, 입국 및 체류를

허용한다.<sup>37)</sup> 공동제작물로서 승인받기 위해 각 공동제작자는 방송용으로 의도된 애니메이션 제작물을 제외한 시청각 공동제작물을 위하여 총 재정적 기여의 20% 이상의 재정적 기여를 해야 하고, 시청각 공동제작물의 각 공동제작자의 연기, 기술 및 기능적 참여 비율(“창의적” 기여도)은 각 공동제작자의 재정적 기여에 합리적으로 비례할 것이 요구된다.<sup>38)</sup>

동 부속서의 적용 대상인 시청각물에는 영화, 애니메이션, 방송프로그램 및 디지털 형식의 제작물이 포함되는데, 이를 통해 양국의 TV 및 영화산업에 새로운 상업적 기회가 기대된다.

35) 한-호주 FTA 부속 7-나(시청각 공동제작물) 제5조.

36) 동 제6조.

37) 동 제7조.

38) 동 제8조.

## 2

## 뉴질랜드

## (1) 뉴질랜드의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가

뉴질랜드는 한-뉴질랜드 FTA에서 유보목록 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였는데, 한-뉴질랜드 FTA에서의 뉴질랜드 측의 문화서비스 분야에서의 유보 목록을 통한 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 <표>를 통해 제시하면 아래와 같다.

<표 IV-71> 뉴질랜드의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가(한-뉴질랜드 FTA 뉴질랜드 측 유보 기준)

- 적용영역: CS: 국경간 서비스 무역, I: 투자

- 대상의무: NT: 내국민대우, MFN: 최혜국대우, MA: 시장접근, LP: 현지주재, PR: 이행요건, SMBD: 고위 경영진 및 이사회

- 개방 수준 평가: (i) 해당 서비스에 대해 유보를 하지 않은 경우 이는 “완전개방”에 해당되고, (ii) 유보를 기재한 경우는 “제한개방”에 해당되며, (iii) 당해 서비스의 일부에 대해서만 제한을 부과하는 경우 “부분 제한개방”으로 평가함. 다만, (iv) 현재유보와 관련하여 허가를 조건으로 하는 경우도 예외적으로 허가를 받을 수 있는 가능성이 존재하므로 “제한개방”으로 평가하기로 함.

\* 유보 특기 사항: 뉴질랜드는 미래유보에서 “모든” 서비스 분야에 대해 자국의 GATS상 구체적 약속 양허표에 따른 의무와 불합치하지 아니하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다는 포괄 유보를 하였는바, 이는 (i) 자국의 GATS 양허표상의 양허 분야 또는 업종에 기재되지 아니한 서비스의 경우 당해 특정 서비스는 당해 유보국이 국내 조치를 통해 언제라도 동 서비스 시장의 개방을 제한하거나 비개방할 수 있음을 의미하므로 이는 “향후 제한 또는 비개방 가능성”으로 평가하였고, (ii) 양허표에 기재되었더라도 시장접근이나 내국민대우에 대한 제한이 부과된 경우에는 “제한개방”으로 평가하여 구분하였음.

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고	현재	-	-	완전개방
		미래	-	-	
	사진	현재	-	-	CS: 향후 제한/ 비개방 가능성 I: 완전개방
		미래	CS, I	MA - (GATS 양허 비기재) ⇒ 부록 II-가 뉴질랜드: 모드 3 제한없음	

유보 분야		유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가	
기타 사업 서비스	인쇄·출판	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성	
		미래	CS, I	MA	- (GATS 양허 비기재)		
	국제회의용역	현재	-	-	유보안함	완전개방	
		미래	-	-	- (GATS 양허 비기재) ⇒ 부록 II-가 뉴질랜드: 모드 1, 2 및 3 제한없음		
	복제서비스 (87904)	현재	-	-	유보안함	완전개방	
		미래	-	-	- (GATS 양허 비기재) ⇒ 부록 II-가 뉴질랜드: 모드 1, 2 및 3 제한없음		
시청각 서비스	영화·비디오 제작·배급	현재	-	-	유보안함	영화제작:제한 개방/ 영화배급, 비디오 제작· 배급: 완전개방	
		미래	CS, I	NT, MFN, MA, PR, SMBD	뉴질랜드는 뉴질랜드 내 영화 및 텔레비전 제작의 진흥 그리고 공중 라디오 및 텔레비전 그리고 영화에서의 지역 콘텐츠 진흥과 관련한 법률에 의하여 또는 법률 하에 취하여진 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.		
		미래	CS, I	NT, MFN, MA, PR	뉴질랜드는 영화 및 텔레비전 프로그램 제작에 대한 특혜를 주는 공동제작 약정을 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 특별적 공동제작 약정에 따라 제작된 공동제작물에 부여될 수 있는 공식 공동제작물 지위는 그러한 약정의 적용대상이 되는 작품에 대하여 내국민 대우를 부여한다. <sup>39)</sup>		
	영화상영	미래	CS, I	NT, MFN, MA, PR, SMBD	뉴질랜드는 뉴질랜드 내 영화 및 텔레비전 제작의 진흥그리고 공중 라디오 및 텔레비전 그리고 영화에서의 지역 콘텐츠 진흥과 관련한 법률에 의하여 또는 법률 하에 취하여진 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.	완전개방	
		영화상영	현재	-	-		유보안함
			미래	-	-		유보안함

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
시청각 서비스	라디오·텔레비전 프로그램제작	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	NT, MFN, MA, PR, SMBD 뉴질랜드는 뉴질랜드 내 영화 및 텔레비전 제작의 진흥 그리고 공중 라디오 및 텔레비전 그리고 영화에서의 지역 콘텐츠 진흥과 관련한 법률에 의하여 또는 법률 하에 취하여진 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.	라디오 프로그램 제작: 개방/ 텔레비전 프로그램제작: 향후 제한 또는 비개방 가능성
		미래	CS, I	NT, MFN, MA, PR 뉴질랜드는 영화 및 텔레비전 프로그램 제작에 대한 특혜를 주는 공동제작 약정을 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 특혜적 공동제작 약정에 따라 제작된 공동제작물에 부여될 수 있는 공식 공동제작물 지위는 그러한 약정의 적용대상이 되는 작품에 대하여 내국민 대우를 부여한다. <sup>40)</sup>	
		미래	CS, I	NT, MFN, MA, PR, SMBD 뉴질랜드는 뉴질랜드 내 영화 및 텔레비전 제작의 진흥 그리고 공중 라디오 및 텔레비전 그리고 영화에서의 지역 콘텐츠 진흥과 관련한 법률에 의하여 또는 법률 하에 취하여진 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.	
	시청각서비스 (라디오·텔레비전 전송)	현재	CS, I	NT, MA, LP, PR 1989년 무선통신법상 외국 정부나 외국 정부를 위한 대리인의 무선 주파수 스펙트럼 사용을 위한 인가나 관리권의 취득, 또는 그러한 인가나 관리권에 대한 이해관계는 기업혁신고용부의 최고 행정관의 서면 승인을 조건으로 한다	제한개방
		미래	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	음반녹음	현재	-	-	향후 제한/ 비개방 가능성
		미래	CS, I	MA (GATS 양허 비기재)	
관광 서비스	호텔·레스토랑	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	여행알선대행	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	관광안내	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 (극장·라이브 밴드·서커스포함)	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	MA (GATS 양허 비기재)	향후 제한/ 비개방 가능성
	뉴스제공업	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	MA (GATS 양허 비기재)	향후 제한/ 비개방 가능성
	도서관, 기록보관소, 박물관 및 그 밖의 문화 서비스	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	NT, MFN, MA, LP, PR 뉴질랜드는 다음과 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 가. 국가적 가치를 지닌 문화재: 민족학적, 고고학적, 역사적, 문학적, 예술적, 과학적 또는 기술적 문화재 그리고 박물관, 미술관, 도서관, 기록보관소 및 그 밖의 문화유산수집기관이 문서화하고 보존하고 전시하는 수집품을 포함한다. 나. 공공 기록보관소 다. 도서관 및 박물관 서비스, 또는 라. 역사 또는 종교 유적지, 또는 역사적 건축물의 보존에 관한 서비스	향후 제한 또는 비개방 가능성.
	스포츠서비스	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	MA (GATS 양허 비기재)	향후 제한/ 비개방 가능성
	도박·내기	현재	-	-	유보안함
		미래	CS, I	NT, MA, PR, SMBD 뉴질랜드는 도박, 베팅 및 매춘 서비스와 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. <sup>41)</sup>	비개방
게임(온라인 게임 포함)	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
	미래	CS, I	MA (GATS 양허 비기재)		

출처: 저자 작성

여기서 뉴질랜드의 유보목록에 따른 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속에 따른 개방 수준별 해당 업종 현황을 <표>로 요약하면 다음과 같다.

39) 추가 유보 내역: 기존의 조치 보다 투명하게 하기 위하여, 1978년 「뉴질랜드 영화위원회법」S.18은 뉴질랜드 영화위원회의 자금지원을, 뉴질랜드 내용이 상당히 포함된 영화로 한정한다. 이 기준은 해당 상대국과의 공동제작 협정 또는 약정에 따라 제작된 경우에는 충족된 것으로 간주된다.

40) 상동.

41) 기존의 조치: 2003년 도박법 및 규정, 2003년 매춘개혁법, 2003년 경주법, 2004년 경주(피해 예방 및 최소화) 규정, 2009년 경주(뉴질랜드 그레이하운드 경주 협회) 규율

〈표 IV-72〉 뉴질랜드 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
개방	사진(투자), 광고, 국제회의용역, 복제서비스, 영화배급, 비디오 제작·배급, 영화상영, 라디오 프로그램 제작, 음반녹음, 호텔·레스토랑, 여행알선대행, 관광안내
제한개방	영화제작, 라디오 및 텔레비전 전송
향후 제한 또는 비개방 가능성	사진(국경간서비스), 인쇄·출판, 영화·비디오 제작·배급·상영, 텔레비전 프로그램 제작, 엔터테인먼트(극장·라이브밴드·서커스포함), 도서관, 기록보관소, 박물관 및 그 밖의 문화 서비스, 뉴스제공업, 스포츠서비스, 게임(온라인 게임 포함)
비개방	도박·내기

출처: 저자 작성

## (2) 뉴질랜드 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

뉴질랜드가 한-뉴질랜드 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

〈표 IV-73〉 우리 기업의 한-뉴질랜드 FTA의 뉴질랜드 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
영화 제작서비스	영화제작업체 C사는 완제품 또는 리메이크 판매, OTT를 통한 온라인 배급, 현지 제작사 투자방식이 아닌 영화의 공동제작자 및 프로듀서로 직접 제작에 참여하고 있음.
영화 배급서비스	C사는 별도의 법인 설립없이 뉴질랜드 영화 배급업체와 계약하여 영화를 배급하고 있음.
방송(영상) 제작 및 공급서비스	방송(영상) 제작업체 B사는 별도의 현지 법인을 설립하지 않고, 뉴질랜드 지역방송국과 공동으로 영상 콘텐츠를 제작하여 공급함.
여행알선 대행서비스	여행업체 S사는 뉴질랜드 현지에 여행사를 별도로 설립하지 않고, 현지 업체와 동등한 법적 지위를 가지고 현지인을 대상으로 여행상품을 판매함.

## (3) 시청각물 공동제작

한국과 뉴질랜드 양측은 한-뉴질랜드 FTA 부속서 III(한-뉴질랜드 간 시청각 공동제작 협정)을 채택하였다. 동 부속서에 따르면, 권한있는 당국으로부터 공동 승인을 받은 시청각 공동제작물은 어느 한쪽 당사국의 국내

시청각물에 부여되거나 부여될 수 있는 모든 혜택을 부여받을 완전한 자격을 가진다.<sup>42)</sup> 시청각 공동제작물 제작을 위한 영화 및 기술 장비의 일시적 반입에 대해서는 수입관세 및 세금을 부과하지 아니하고 허용한다.<sup>43)</sup> 또한 시청각 공동제작물을 제작하거나 홍보할 목적으로 한국 또는 뉴질랜드로 입국 및 체류를 허용한다.<sup>44)</sup> 공동제작물로서 승인받기 위해 시청각물 공동제작자 각각의 재정적 기여 비율은 공동제작자 간의 약정으로 결정되는바, 방송프로그램(방송용 애니메이션 포함) 외의 공동제작에 있어서 동 기여도는 시청각물의 최종 제작비용의 20~80% 사이이어야 하고, 방송 프로그램의 경우 동 기여도는 각 당사국의 관련 국내 규제 또는 정책 체계에 따라 요구되는 비율 이상이 되어야 한다.<sup>45)</sup>

동 부속서의 적용 대상인 시청각물에는 영화, 텔레비전 및 비디오 녹화물, 애니메이션 및 디지털 형식의 제작물이 포함<sup>46)</sup>되는데, 시청각 공동제작 협정에 관한 부속서가 한-뉴질랜드 FTA의 불가분의 일부임을 명시<sup>47)</sup>하여 양국 공동제작물에 대해 국내 제작물과 동일한 혜택을 부여함으로써 향후 우리 콘텐츠 제작 기업들의 뉴질랜드 진출에 긍정적 효과가 기대된다.

42) 한-뉴질랜드 FTA 부속서 III(시청각 공동제작 협정) 제2조.

43) 동 제12조.

44) 동 제11조.

45) 동 제4조.

46) 동 제1조.

47) 동 제17조 1항.



제4부 기타결 FTA 체결국별 문화서비스시장 개방 현황 안내

제 5 장  
중남미지역



Free  
Trade  
Agreement

1

칠레

(1) 칠레의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가

칠레는 한-칠레 FTA에서 유보목록 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였는데, 한-칠레 FTA에서의 칠레 측의 문화서비스 분야에서의 유보 목록을 통한 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 <표>를 통해 제시하면 아래와 같다.

<표 IV-74> 칠레의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가(한-칠레 FTA 칠레 측 유보 기준)

- 적용영역: CS: 국경간 서비스 무역, I: 투자
- 대상의무: NT: 내국민대우, MFN: 최혜국대우, MA: 시장접근, LP: 현지주재, PR: 이행요건, SMBD: 고위 경영진 및 이사회
- 개방 수준 평가: (i) 해당 서비스에 대해 유보를 하지 않은 경우 이는 “완전개방”에 해당되고, (ii) 유보를 기재한 경우는 “제한개방”에 해당되며, (iii) 당해 서비스의 일부에 대해서만 제한을 부과하는 경우 “부분 제한개방”으로 평가함. 다만, (iv) 현재유보와 관련하여 허가를 조건으로 하는 경우도 예외적으로 허가를 받을 수 있는 가능성이 존재하므로 “제한개방”으로 평가하기로 함.
- \* 유보 특기 사항: 칠레는 모든 분야의 국경간 서비스무역에 대해 동일 사용자의 근로자의 최소 85%는 칠레인일 것을 요구하는 현재유보를 함. 또한 모든 분야의 국경간 서비스무역 및 투자에 대해 원주민에 대한 권리와 특혜에 대해 NT, LP, PR, SMBD 의무를 거부할 권리를 미래 유보함. 또한 모든 분야의 투자에 대해 해안지역 토지 취득 또는 투자에 대해서도 포괄적인 미래유보를 함.
- \* 칠레의 개방 약속 관련 특기 사항: FTA에서 유보방식에 의해 국경간 서비스무역과 (서비스) 투자를 구분하여 규율하는 경우 협정의 “국경간 서비스무역 챗터”의 적용범위 조항에서 “동 챗터상 시장접근 조항이 적용대상 투자에 의한 당사국 영역내 서비스 공급에 영향을 주는 것으로 자국이 채택하거나 유지하는 조치에도 적용된다”는 규정을 포함하게 되는데, 그 이유는 동 협정의 투자 챗터에서는 시장접근을 규율하고 있지 않기 때문임. 그런데 한-칠레 FTA 국경간서비스무역(11장)에는 그러한 규정이 포함되어 있지 않아, 문리적 해석에 따르면 서비스투자에 대한 시장접근 의무가 없게 됨. 다만, 이 경우 협정 체결에 따른 서비스 투자(Mode 3 해당)는 전적으로 체약당사국의 국내법상의 조치에 따르게 되어 협정 체결의 의의가 상실되어, 상기 근거 조항의 흠결이 교섭자의 의도라기 보기 어려우며 따라서 향후 개선협상을 통해 제11장 적용범위의 개정을 통해 상기 근거조항을 포함시켜야 할 것임. 이러한 배경에서 본 가이드에서는 서비스 투자를 개방으로 평가하였음.

유보 분야		유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	
	사진	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	
	인쇄·출판	현재	CS, I	NT, LP, SMBD	발행주소가 칠레내인 신문, 잡지 또는 정기간행물과 같은 사회 보도 매체나 국가통신사의 소유자는 자연인인 경우에는 칠레내에 적절히 확립된 주소를 가지고 있어야 하고, 법인인 경우에는 칠레내에 주소를 가지고 설립되거나 국내 운영권 한을 보유한 대리인을 두어야 한다. 칠레인만이 상기 법인의 사장, 관리자, 법적 대표가 될 수 있다. 법적 책임이 있는 이사 또는 대리인은 칠레내에 거주하는 칠레인이어야 한다.	제한개방
		미래	-	-	유보안함	
	국제회의용역	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	
시청각 서비스	영화·비디오 제작·배급	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	
	영화상영	현재	-	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함	

유보 분야		유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가		
시청각 서비스	라디오·텔레비전 전송 서비스* *네트워크; 직접적 인 가정용 텔레비 전 방송, 직접적인 텔레비전이나 라 디오 프로그램 방 송을 포함한 디지 털 전기통신 서비 스의 일방향 위성 방송	현재	CS, I	NT, LP, SMBD, PR	영상전송매체와 같은 사회보도매체와 국가통신사의 소유자는 자연인의 경우에는 칠레내에 거주하여야 하고, 법인의 경우에는 칠레내에 주소를 가지고 설립되거나 국내 운영 권한을 가진 대리인을 두어야 한다. 오직 칠레인만이 상기 법인의 사장, 관리자 및 법적 대표가 될 수 있다.  공영라디오방송 서비스의 경우 외국인이 과반수를 차지하지 않는 한 이사회에 외국인이 포함될 수 있다. 이사회 법적 책임이 있는 이사 또는 그를 대리하는 사람은 칠레에 거주하는 칠레인이어야 한다. 외국인 지분이 전체의 10%를 넘는 법인이 공영라디오방송사업 허가 신청을 하는 경우, 해당 외국인이 속한 국가가 칠레인에 대하여 동일한 권리와 의무를 부과하는 경우 허용된다.  국립텔레비전 위원회는 공영텔레비전 채널의 40%까지 칠레제작물이어야 한다는 편성 의무를 부과할 수 있다.  칠레에서 정식으로 설립되고 칠레 내에 사무소가 있는 법인에 한하여 라디오방송통신사업자로서의 명칭을 사용하거나 허가될 수 있으며, 칠레인만이 당해 법인의 사장, 관리자 또는 법적 대표가 될 수 있다.  칠레에서 정식으로 설립되고 칠레 내에 사무소가 있는 법인에 한하여 유선방송 또는 마이크로웨이브 방송사업자의 명칭을 사용하거나 허가될 수 있으며, 칠레인만이 당해 법인의 사장, 관리자 또는 법적 대표가 될 수 있다.	제한개방		
		미래	CS	NT, LP	칠레는 다음 서비스의 국경간 무역과 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 기본 시내 전기통신 서비스와 네트워크; 직접적인 가정용 텔레비전 방송, 직접적인 텔레비전 및 라디오 프로그램 방송을 포함한 디지털 전기 통신서비스의 일방향 위성방송			
		미래	I	NT, PR, SMBD	칠레는 다음 서비스에 대한 타방 당사국 투자자 또는 그 투자와 관련해 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 기본 시내 전기통신 서비스와 네트워크; 직접적인 가정용 텔레비전 방송, 직접적인 텔레비전 및 라디오 프로그램 방송을 포함한 디지털 전기통신 서비스의 일방향 위성방송			
		라디오·텔레비전 프로그램제작	현재	-	-		유보안함	완전 개방
		미래	-	-	유보안함			
		음반녹음	현재	-	-		유보안함	완전 개방
	미래		-	-	유보안함			

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
관광 서비스	호텔·레스토랑	현재	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	유보안함	
	여행알선대행	현재	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	유보안함	
	관광안내	현재	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	유보안함	
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 (극장·라이브밴드·서커스포함)	현재	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	유보안함	
	뉴스제공업	현재	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	유보안함	
	도서관·박물관· 기타문화서비스	현재	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	유보안함	
	스포츠서비스	현재	-	총포·폭발물 등 등록 필요, 불꽃놀이 허가 필요	제한개방
		미래	-	유보안함	
	도박·내기	현재	-	유보안함	완전 개방
		미래	-	유보안함	
게임 (온라인 게임 포함)	현재	-	-	유보안함	완전 개방
	미래	-	-	유보안함	

출처: 저자 작성

여기서 칠레의 유보목록에 따른 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속에 따른 개방 수준별 해당 업종 현황을 <표>로 요약하면 다음과 같다.

〈표 IV-75〉칠레 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
개방	광고, 사진, 인쇄·출판, 국제회의용역, 영화·비디오 제작·배급, 영화상영, 라디오·텔레비전(프로그램 제작), 음반녹음, 호텔·레스토랑, 여행알선대행, 관광안내, 엔터테인먼트(극장·라이브밴드·서커스포함), 뉴스제공업, 도서관·박물관·기타문화서비스, 도박·내기, 게임(온라인 게임 포함)
제한개방	라디오·텔레비전 전송서비스(네트워크: 직접적인 가정용 텔레비전 방송, 직접적인 텔레비전이나 라디오 프로그램 방송을 포함한 디지털 전기통신 서비스의 일방향 위성방송), 스포츠서비스,

출처: 저자 작성

## (2) 칠레 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

칠레가 한-EFTA FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

〈표 IV-76〉우리 기업의 한-칠레 FTA의 칠레 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
출판서비스	국내 중견 출판업체 D사는 문체부의 글로벌 성장전략 컨설팅 지원을 바탕으로 온라인 e-book 형태로 칠레 출판시장에 진출하고 있음
영화 제작서비스	영화제작업체 C사는 별도의 법인 설립없이 완제품 또는 리메이크 판매, OTT를 통한 온라인 배급, 현지 제작사 투자방식이 아닌 영화의 공동제작자 및 프로듀서로 직접 영화제작에 참여하고 있음
영화 배급서비스	C사는 별도의 배급업체를 설립하지 않고 현지 배급업체와 계약하여 영화를 배급하고 있음
영상콘텐츠 제작 및 배급서비스	방송(영상) 콘텐츠 제작업체 D사는 현지 케이블 방송국 채널의 일정 시간을 구매해서 자체 제작한 E-스포츠 콘텐츠를 국경간 서비스 공급의 형태로 현지 시청자들에게 제공하고 있음
음반 기획 및 제작서비스	자체 프로듀서와 작곡가 등을 보유한 엔터테인먼트 업체 Y사는 국내에서 제작한 음원을 스트리밍 서비스를 통해 칠레 소비자에게 공급하고 있음
공연 제작 및 배급서비스	뮤지컬 제작업체 L사는 현지에 공연기획사를 별도로 설립하지 않고 칠레 업체와 함께 뮤지컬을 제작하고, 현지 배급업체를 통해 뮤지컬을 배급함
여행업체 운영서비스	여행업체 C사는 칠레에 여행사를 별도로 설립하지 않고, 현지 업체와 동등한 위치에서 여행상품을 판매하고 여행가이드 서비스를 제공함
게임서비스	게임 제작업체 F사는 자체 제작한 온라인 게임을 국경간 공급으로 현지 소비자에게 제공하고, 이용료는 신용카드나 온라인 결제 방법으로 징수하고 있음

## 2

## 페루

## (1) 페루의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가

페루는 한-페루 FTA에서 유보목록 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였는데, 한-페루 FTA에서의 페루 측의 문화서비스 분야에서의 유보 목록을 통한 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 <표>를 통해 제시하면 아래와 같다.

다만, 양국은 부속서<sup>48)</sup>를 통해 국경간 내기 및 도박 서비스에 대해서는 국경간 서비스무역과 투자 모두를 협정의 적용 대상에서 제외하기로 합의하고, 여기에는 전자적 전송을 통해 공급되는 내기 및 도박서비스와 사행성 게임물을 사용하는 서비스가 포함된다고 명시함으로써 도박 및 내기서비스는 시장개방 대상에서 배제하였다.

〈표 IV-77〉 페루의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가(한-페루 FTA 페루 측 유보 기준)

– 적용영역: CS: 국경간 서비스 무역, I: 투자

– 대상의무: NT: 내국민대우, MFN: 최혜국대우, MA: 시장접근, LP: 현지주재, PR: 이행요건, SMBD: 고위 경영진 및 이사회

– 개방 수준 평가: (i) 해당 서비스에 대해 유보를 하지 않은 경우 이는 “완전개방”에 해당되고, (ii) 유보를 기재한 경우는 “제한개방”에 해당되며, (iii) 해당 서비스의 일부에 대해서만 제한을 부과하는 경우 “부분 제한개방”으로 평가함. 다만, (iv) 현재유보와 관련하여 허가를 조건으로 하는 경우도 예외적으로 허가를 받을 수 있는 가능성이 존재하므로 “제한개방”으로 평가하기로 함.

\* 유보 특기 사항: 페루는 (i) 미래유보에서 모든 분야의 국경간 서비스무역에 대한 시장접근과 관련하여 미래유보에서 기재한 분야 및 하위분야를 제외하고는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보함. 또한 (ii) “모든” 서비스 분야의 투자 및 국경간 서비스무역에 대해 시행 중에 있거나 이 협정 발효일 전에 서명된 양자간 또는 다자간 국제협정에 따라 국가들에 대하여 차등 대우를 부여하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보함

48) 한-페루 FTA 부속서 II 주해 5항.

유보 분야	유보 유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가	
기타 사업 서비스	광고 상업서비스	현재	CS	NT	페루에서 제작된 상업 광고는 최소한 80 %의 내국인 예술가로 구성되어야 한다. 내국인 예술가는 예술가에게 지급되는 임금 및 급여 지불총액의 60% 이상을 수령한다. 전 항들에서 설정된 동일한 비율이 상업 광고에 관여된 기술인력의 작업에 대해서 적용된다.	제한개방
		미래	CS	MA	가나 및 다에 대해, 제한 없음. 다만, 다음은 제외한다. 페루에서 제작된 상업 광고는 최소한 80%의 페루 예술가를 고용해야 한다. 페루 예술가는 예술가에게 지불되는 임금 및 급여 지불총액의 60% 보다 적지 않은 금액을 수령한다. 상기에서 설정된 것과 동일한 비율이 상업 광고와 관련된 기술인력의 작업에도 적용된다. 라에 대해, 양허하지 않음. 다만, 외국인 노동자 고용법에 명시된 것은 제외	
	사진	현재	-	-	유보안함	CS: 향후 제한, 비개방 가능성/I:완전 개방
		미래	CS	MA	어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보	
	인쇄·출판	현재	-	-	유보안함	제한개방
		미래	I,CS	NT, MFN	페루는 시청각, 출판 그리고 음악 분야에서 다른 쪽 당사국이 페루인에게 부여하는 대우를 그 당사국의 인에게 부여하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 수 있다.	
			CS	MA	가나 및 다에 대해, 제한 없음. 라에 대해, 양허하지 않음. 다만, 외국인 노동자 고용법에 명시된 것은 제외	
	국제회의용역 기타	현재	-	-	유보안함	CS: 향후 제한, 비개방 가능성/I:완전 개방
미래		CS	MA	CS: 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보		
시청각 서비스	영화·비디오 제작·배급	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
		미래	I, CS	MA, MFN	- 페루는 시청각 협력 협정을 포함하여 문화 산업에 관한 기존의 또는 미래의 양자간 또는 다자간 국제 협정에 따라 다른 국가의 인에게 특혜 대우를 제공하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. <sup>49)</sup> - 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보	

유보 분야	유보 유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가	
시청각 서비스	영화상영	현재	-	-	유보안함	제한개방: 향후 추가 제한/ 비개방 가능성
		미래	I, CS	MA, MFN	- 페루는 시청각 협력 협정을 포함하여 문화 산업에 관한 기존의 또는 미래의 양자간 또는 다자간 국제 협정에 따라 다른 국가의 인에게 특혜 대우를 제공하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. <sup>50)</sup> - 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보	
		미래	I, CS	MA, NT, PR	- 페루는 연간 기준으로 페루 내에 있는 영화상영관 또는 전시관에서 상영되는 모든 영화의 특정 비율(20%까지)이 페루 영화로 구성되도록 하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 그러한 비율을 설정할 때 페루는 국내 영화 제작, 페루 내에 현존하는 전시 기반시설 및 관객수 등을 포함하는 요소를 고려한다.	
	라디오 및 텔레비전 방송서비스	현재	I, CS	NT, LP	페루 국민 또는 페루 법에 따라 설립되고 페루에 주소지가 있는 법인만이 라디오 또는 텔레비전 방송 서비스 제공을 위한 승인이나 면허를 받을 수 있다. 외국 국민은 직접 또는 단독소유기업을 통해 승인 또는 면허를 보유할 수 없다.	제한 개방; 향후 추가 제한/ 비개방 가능성
		현재	I, CS	NT, PR	지상파 텔레비전 방송사에 의한 전체 주간 프로그램의 평균적으로 최소 30%는 페루 내에서 제작되고 5:00에서 24:00의 시간대에 방영되어야 한다.	제한 개방; 향후 추가 제한/ 비개방 가능성
		현재	I, CS	NT, PR	지상파 라디오와 텔레비전 방송 회사는 그들의 일일 프로그램 편성에서 최소한 10%를 다음의 비율로 예술가를 고용하여 전통문화와 국내음악 그리고 페루의 역사, 문학, 문화 또는 최근 이슈에 대해 페루에서 제작한 연속물이나 프로그램을 방영해야 한다. 가. 최소한 80%의 내국인 예술가 나. 내국인 예술가는 예술가에게 지급되는 임금과 급여의 지불총액에서 60% 이상을 수령한다, 그리고 다. 전 항들에서 설정된 동일한 비율이 예술 활동에 관련된 기술인력의 작업에 대해서도 적용된다.	

유보 분야	유보 유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가	
시청각 서비스	라디오 및 텔레비전 방송서비스	현재	I, CS	NT, MFN	라디오 방송서비스: 외국 국민이 직접적 또는 간접적으로 법인의 주주, 동업자, 또는 제후자일 경우, 그 법인은 각료 이사회가 승인한 공적 필요성에 의한 경우를 제외하고, 외국 국민의 출신국과 국경을 접하는 지역에서 방송 허가를 보유할 수 없다. 이 제한은 둘 이상의 현행 허가를 가지고 있는 외국 자본이 포함된 법인에 대해서는, 그 허가가 동일 주파수대인 한, 적용되지 않는다.	제한 개방; 향후 추가 제한/ 비개방 가능성
		미래	I, CS	MA, MFN	페루는 시청각 협력 협정을 포함하여 문화 산업에 관한 기존의 또는 미래의 양자간 또는 다자간 국제 협정에 따라 다른 국가의 인에게 특혜 대우를 제공하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. <sup>51)</sup> - 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보	
	라디오·텔레비전 프로그램 제작	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
		미래	I, CS	MA, MFN	- 페루는 시청각 협력 협정을 포함하여 문화 산업에 관한 기존의 또는 미래의 양자간 또는 다자간 국제 협정에 따라 다른 국가의 인에게 특혜 대우를 제공하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. <sup>52)</sup> - 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보	
	음반녹음	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
		미래	I, CS	MA, MFN	- 페루는 시청각 협력 협정을 포함하여 문화 산업에 관한 기존의 또는 미래의 양자간 또는 다자간 국제 협정에 따라 다른 국가의 인에게 특혜 대우를 제공하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. <sup>53)</sup> - 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보	
관광 서비스	호텔·레스토랑 (케이터링 포함)	현재	-	-	유보안함	완전개방 (M4제외)
		미래	CS	MA	가·나 및 다에 대해, 제한 없음. 라에 대해, 양허하지 않음. 다만, 외국인 노동자 고용법에 명시된 것은 제외	
	여행알선대행	현재	-	-	유보안함	완전개방 (M4제외)
		미래	CS	MA	가·나 및 다에 대해, 제한 없음. 라에 대해, 양허하지 않음. 다만, 외국인 노동자 고용법에 명시된 것은 제외	



유보 분야		유보 유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가	
관광 서비스	관광(객)안내	현재	-	-	유보안함	완전개방 (M4제외)	
		미래	CS	MA	가 나 및 다에 대해, 제한 없음. 라에 대해, 양허하지 않음. 다만, 외국인 노동자 고용법에 명시된 것은 제외		
레크리에이션, 문화, 스포츠	국가 예술 시청각 제작 서비스	현재	CS	NT	모든 국내 예술 시청각 제작은 최소한 80%의 내국인 예술가로 구성되어야 한다. 모든 국내 예술 실황 공연은 최소한 80%의 내국인 예술가로 구성되어야 한다. 페루 예술가는 예술가에게 지불되는 임금 및 급여 지불총액의 60% 이상을 수령한다. 전 항들에서 설정된 동일한 비율이 예술 활동에 관여된 기술인력의 작업에 대해서도 적용된다. <sup>54)</sup>	제한개방	
		미래	-	-	유보안함		
	서커스서비스	현재	CS	NT	외국 서커스단은 최대 90일 동안 원래의 출연진으로 페루에 체류할 수 있다. 이 기간은 동일한 기간만큼 연장될 수 있다. 연장되는 경우, 외국 서커스단은 최소한 예술가 중 30%, 기술자 중 15%의 페루 국민을 포함할 것이다. 동일한 비율이 임금과 급여의 지불 액에 적용된다.	제한개방	
		미래	-	-	유보안함		
	투우	현재	-	-	최소 한명 이상의 페루국적이 행사에 참여해야 한다. 어린 투우일 경우 최소 한명 이상의 견습 투우사가 참여해야한다.	제한개방	
		미래	-	-	유보안함		
	뉴스제공업	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성	
		미래	CS, I	MA	어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보		
	도서관·박물관·기타 문화서비스	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성	
		미래	CS, I	MA	어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보		
	스포츠서비스, 레크리에이션·문화·스포츠 서비스						
	레크리에이션파크 서비스	현재	-	-	유보안함	완전개방 (M4제외)	
		미래	CS	MA	가 나 및 다에 대해, 제한 없음. 라에 대해, 양허하지 않음. 다만, 외국인 노동자 고용법에 명시된 것은 제외		
	경기 및 레크레이션 스포츠 시설 개발	현재	-	-	유보안함	완전개방 (M4제외)	
		미래	CS	MA	가 나 및 다에 대해, 제한 없음. 라에 대해, 양허하지 않음. 다만, 외국인 노동자 고용법에 명시된 것은 제외		

유보 분야		유보 유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	도박·내기* *전자적 전송을 통해 공급되는 내기 및 도박 서비스와 사행성게임 물 사용 서비스 포함	부속서 II 주해	CS	모든 의무	부속서 II 주해를 통해 협정의 적용 대상에서 제외됨을 명시. 덧붙여, 각 당사국은 자국의 법 또는 규정에 따라 베팅 및 도박서비스와 관련한 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 수 있는 권리를 보유한다.	비개방
게임 (온라인 게임 포함)		현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
		미래	CS, I	MA	어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보	

출처: 저자 작성

여기서 페루의 유보목록에 따른 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속에 따른 개방 수준별 해당 업종 현황을 <표>로 요약하면 다음과 같다.

&lt;표 IV-78&gt; 페루 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	사진(·투자)호텔·레스토랑(케이터링 포함(M4 제외)), 여행알선대행(M4 제외), 관광(객)안내(M4 제외), 레크리에이션파크 서비스(M4 제외), 경기 및 레크레이션 스포츠 시설 개발(M4 제외), 게임(온라인 게임 포함)
제한개방	광고상업서비스, 인쇄·출판, 국가 예술 시청각 제작 서비스, 서커스서비스
향후 제한 또는 비개방 가능성	사진(CS: 국경간 서비스무역), 국제회의용역기타, 영화·비디오 제작·배급, 영화상영, 라디오 및 텔레비전 방송서비스, 라디오·텔레비전 프로그램 제작, 음반녹음, 뉴스제공업(M4 제외), 도서관·박물관·기타문화서비스(M4 제외),
비개방	도박·내기(전자적 전송을 통해 공급되는 내기 및 도박서비스와 사행성게임물 사용 서비스 포함)

출처: 저자 작성

49) 추가 유보 내역: 더 명확히 하기 위해, 제9.3조(내국민대우), 제9.4조(최혜국대우),그리고 제10장(국경 간 서비스무역)은 문화산업 증진을 위한 정부 지원에 적용해서는 아니 된다.

50) 상동.

51) 상동.

52) 상동.

53) 상동.

54) 추가 유보 내역: 이러한 비율은 페루 밖에서 고용된 외국 출연진에 의해 제공되고, 그들의 공연이 작품 또는 엔터테인먼트의 전체를 구성하며, 적절하게 문화 공연으로 인정되는 국내 예술 실황 공연의 경우에는 적용되지 않는다.

**(2) 페루 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례**

페루가 한-페루 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

〈표 IV-79〉 우리 기업의 한-페루 FTA의 페루 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
출판서비스	국내 중견 출판업체 D사는 문체부의 글로벌 성장전략 컨설팅 지원을 바탕으로 페루에 법인을 설립하지 않고, 온라인 e-book을 판매하는 방식으로 현지 업체와 동등한 지위에서 출판시장에 진출하고 있음
공연서비스	뮤지컬 제작업체 L사는 페루에 공연기획사를 별도로 설립하고, 현지 제작사와 함께 공동으로 제작한 뮤지컬을 초연하였음. 이 과정에서 L사의 주요 출연진이 현지에 합류하여 공연함
여행업체 운영서비스	여행업체 A사는 페루 현지에 여행사를 설립하여 페루 현지 업체나 페루 내 제3국 업체와 비교하여 동등한 법적 지위를 가지고 현지인을 대상으로 여행상품을 판매함

## 3

## 콜롬비아

**(1) 콜롬비아의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가**

콜롬비아는 한-콜롬비아 FTA에서 유보목록 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였는데, 한-콜롬비아 FTA에서의 콜롬비아 측의 문화서비스 분야에서의 유보 목록을 통한 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 〈표〉를 통해 제시하면 아래와 같다.

다만, 양국은 협정 제9장(국경간 서비스무역) 서한 1<sup>55)</sup>을 통해 국경간 내기 및 도박 서비스에 대해서는 국경간 서비스무역과 투자 모두를 협정의 적용 대상에서 제외하기로 합의하고, 여기에는 전자적 전송을 통해 공급되는 내기 및 도박서비스와 사행성 게임물을 사용하는 서비스가 포함된다고 명시함으로써 도박 및 내기서비스는 시장개방 대상에서 배제하였다.

〈표 IV-80〉 콜롬비아의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가(한-콜롬비아 FTA 콜롬비아 측 유보 기준)

- 적용영역: CS: 국경간 서비스 무역, I: 투자
  - 대상의무: NT: 내국민대우, MFN: 최혜국대우, MA: 시장접근, LP: 현지주재, PR: 이행요건, SMBD: 고위 경영진 및 이사회
  - 개방 수준 평가: (i) 해당 서비스에 대해 유보를 하지 않은 경우 이는 “완전개방”에 해당되고, (ii) 유보를 기재한 경우는 “제한개방”에 해당되며, (iii) 당해 서비스의 일부에 대해서만 제한을 부과하는 경우 “부분 제한개방”으로 평가함. 다만, (iv) 현재유보와 관련하여 허가를 조건으로 하는 경우도 예외적으로 허가를 받을 수 있는 가능성이 존재하므로 “제한개방”으로 평가하기로 함.
- \* 유보 특기 사항: 콜롬비아는 (i) 미래유보에서 특정 분야의 국경간 서비스무역에 대한 시장접근과 관련하여 미래유보에서 기재한 분야 및 하위분야에서 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보함. 또한 (ii) “모든” 서비스 분야의 투자 및 국경간 서비스무역에 대해 시행 중에 있거나 이 협정 발효일 전에 서명된 양자간 또는 다자간 국제협정에 따라 국가들에 대하여 차등 대우를 부여하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보함

55) 한-콜롬비아 FTA 제9장 서한1.

유보 분야	유보 유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고	현재	-	-	제한개방
		미래	I, CS	PR, NT	
	사진	현재	-	-	완전개방
		미래	-	-	
	인쇄·출판	현재	-	-	인쇄: 완전개방/ 출판: 제한개방
		미래	I, CS	PR, NT	
	국제회의용역	현재	-	-	완전개방
		미래	-	-	
시청각 서비스	영화·비디오 제작·배급	미래	I, CS	PR, NT	제한개방
		미래	I, CS	NT, MFN	제한개방

유보 분야		유보 유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
시청각 서비스	영화상영	현재	CS, I	PR, NT	외국 영화의 상영 및 배급은 그러한 상영 및 배급으로부터 파생되는 월 순수익의 8.5%로 정해진 영화 발전 수수료의 적용을 받는다. 상영자에 적용되는 수수료는 외국 영화가 콜롬비아 단편 영화와 함께 상영되는 경우에는 2.25%로 감면된다.	제한개방
		미래	I, CS	PR, NT	영상저작물 가. 콜롬비아는 연간 기준으로 콜롬비아 내에 있는 영화상영관 또는 상영실에서 상영되는 총영상저작물의 특정 비율(15%를 초과하지 아니한다)이 콜롬비아산 영상저작물로 구성되도록 요구하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 그러한 비율을 설정할 때, 콜롬비아는 국내 영상저작물 제작 여건, 국내의 기존 상영 시설 여건 및 평균 관객 수를 고려한다.	
	양방향 오디오 및 비디오 서비스	현재	-	-	유보안함	향후 제한 또는 비개방 가능성
		미래	I, CS	PR, NT	콜롬비아 시청각 콘텐츠가 콜롬비아 소비자에게 쉽게 이용 가능하지 아니하다고 콜롬비아 정부가 판단할 때, 콜롬비아는 콜롬비아 소비자들이 양방향 오디오 및/또는 비디오 서비스를 통해 콜롬비아 시청각 프로그램에 접근하는 것이 불합리하게 거부되지 아니하도록 보장하기 위한 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 위 문단에 의거하여 채택되는 모든 조치는 제18장(투명성)의 규정과, 적용가능한 경우 제9.8조(규정의 개발 및 적용에서의 투명성)에 따라 시행되고, 객관적인 기준에 기초하며, 필요 이상으로 교역 제한적이거나 부담을 지우지 아니하여야 한다.	

유보 분야	유보 유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가	
시청각 서비스	라디오·텔레비전 방송 서비스	현재	I, CS	NT, PR, MA, LP	<p><b>전국 텔레비전 방송</b></p> <p>공중파 전국 텔레비전 방송 서비스의 공급자(운영자 및/또는 프로그램 편성을 사용할 권리를 부여받은 인)는 각 채널에 국내에서 제작된 프로그램을 다음과 같이 방송해야 한다.</p> <p>가. 19:00시부터 22:30시까지 최소한 70% 나. 22:30시부터 24:00시까지 최소한 50% 다. 10:00시부터 19:00시까지 최소한 50%, 그리고 라. 토요일, 일요일 및 공휴일에는 가호, 나호 및 다호에 기술된 시간 동안 최소한 50%</p> <p><b>지역 및 지방 텔레비전 방송</b></p> <p>지역 텔레비전 방송은 국가 소유 기관만이 공급할 수 있다. 지역 및 지방 공중파 텔레비전 방송 서비스 공급자는 각 채널에 최소한 50%를 국내에서 제작된 프로그램을 방송해야 한다.</p>	라디오 방송: 완전개방/텔레비전방송: 제한개방
		현재	I, CS	PR, MA, LP	<p><b>위성을 제외한 유료 텔레비전 방송</b></p> <p>원래의 것과 다른 광고를 전송하는 유료 텔레비전 방송 영업허가 보유자는 이 부속서의 22페이지 및 23페이지의 공중파 텔레비전 방송 및 시청각 제작 서비스에 대한 유보항목에 기술된, 공중파 전국 텔레비전 방송 서비스 공급자에게 요구되는 국내에서 제작된 프로그램의 최소 비율을 준수해야 한다. 광고가 콜롬비아의 영역 외부에서 프로그램에 삽입되는 경우, 콜롬비아는 1997년 Acuerdo 014 제16조를 유료 텔레비전 방송 공급자에게 국내에서 제작된 프로그램의 최소 비율을 준수하도록 요구하지 아니하는 것으로 해석한다. 콜롬비아는 제9.6조제1항다호(비합치조치)에 따라, 이 해석을 계속하여 적용할 것이다. 구역, 읍 및 지구 단위의 현재 영업허가가 일단 만료되면 이러한 단위의 유료 텔레비전 방송 영업허가의 수에는 제한이 없을 것이며, 2011년 10월 31일 이후에는 어떠한 경우에도 제한이 없을 것이다.</p> <p>케이블 텔레비전 방송 서비스 공급자는 콜롬비아에서 프로그램을 제작하고 매일 18:00시부터 24:00시까지 최소한 한 시간 방송하여야 한다.</p>	

유보 분야	유보 유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가	
시청각 서비스	라디오·텔레비전 프로그램제작	미래	I, CS	PR, NT	공중파 텔레비전 방송상의 영상저작물 나. 콜롬비아는 연간 기준으로 공중파 텔레비전 방송 채널에서 상영되는 총영상저작물의 특정 비율(10%를 초과하지 아니한다)이 콜롬비아산 영상저작물로 구성되도록 요구하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. 그러한 비율을 설정할 때, 콜롬비아는 공중파 텔레비전 방송을 위한 국내 영상저작물이 확보가능한지를 고려한다. 그러한 작품은 부속서의 22 및 23 페이지상 5번째 문단의 공중파 텔레비전 방송 및 시청각 제작 서비스에 관한 유보항목에 기술된 대로 채널에 적용되는 국산 콘텐츠 요건의 계산에 포함될 것이다.	라디오 프로그램제작: 완전개방/텔레비전 프로그램 제작 제한개방
		음반녹음	현재	-	-	유보안함
	미래		-	-	유보안함	
관광 서비스	호텔·레스토랑	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
	여행 및 관광 서비스	현재	CS	NT, LP	외국 국민이 콜롬비아의 영역 내에서 여행 및 관광 대행서비스를 제공하기 위해서는 콜롬비아 내에 주소를 두어야 한다. 보다 명확히 하기 위하여, 이 유보항목은 관광 가이드 서비스에 적용되지 아니하며, 제9.13조에 정의된 국경 간 서비스 공급에도 영향을 미치지 아니한다.	제한개방
		미래	-	-	유보안함	
	관광안내	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 (극장·라이브 밴드·서커스 포함)	현재	-	-	유보안함	향후 제한 또는 비개방 가능성
		미래	I, CS	PR, NT	콜롬비아는 보석 디자인, 공연 예술, 음악, 시각 예술, 시청각 및 출판의 발전 및 제작을 위한 정부 지원(해당 유보안의 각주 참조)의 수령 또는 지속적인 수령에 대해, 수령인이 국내 창작 콘텐츠의 일정 수준 또는 비율을 달성할 것을 조건으로 하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. <sup>59)</sup>	
	뉴스제공업	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
	도서관·박물관·기타문화서비스	현재	-	-	유보안함	I: 완전개방/CS: 향후 제한/비개방 가능성
		미래	CS	MA	어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.	

유보 분야	유보 유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	현재	-	-	유보안함	I: 완전개방/ CS: 향후 제한/ 비개방 가능성
	미래	CS	MA	어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.	
	서한	CS, I	모든 의무	협정 제9장 첨부 서한 1을 통해 협정의 적용 대상에서 제외됨을 명시하고, 덧붙여, 각 당사국은 자국의 법 또는 규정에 따라 베팅 및 도박서비스와 관련한 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 수 있는 권리를 보유함도 함께 명시	비개방
게임 (온라인 게임 포함)	현재	-	-	유보안함	향후 제한/ 비개방 가능성
	미래	CS, I	MA	GATS 양허 비기재	

출처: 저자 작성

여기서 콜롬비아의 유보목록에 따른 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속에 따른 개방 수준별 해당 업종 현황을 <표>로 요약하면 다음과 같다.

〈표 IV-81〉콜롬비아 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
개방	사진, 인쇄, 국제회의용역, 라디오방송, 라디오 프로그램 제작, 음반녹음, 호텔-레스토랑, 관광안내, 도서관·박물관·기타문화서비스(I: 투자), 스포츠서비스(I: 투자), 뉴스제공업,
제한개방	광고, 출판, 영화·비디오 제작·배급, 영화상영, 텔레비전 방송, 텔레비전 프로그램 제작, 여행 및 관광서비스
향후 제한 또는 비개방 가능성	양방향 오디오 및 비디오 서비스, 엔터테인먼트(극장·라이브밴드·서커스 포함), 도서관·박물관·기타문화서비스(CS: 국경간 서비스무역), 스포츠서비스(CS: 국경간 서비스무역), 게임(온라인 게임 포함)
비개방	도박·내기(전자적 전송을 통해 공급되는 내기 및 도박서비스와 사행성게임을 사용 서비스 포함)

출처: 저자 작성

56) 추가 유보 내역: 그러한 조치는 (1)개봉 예정인 영화에 대한 영화상영권 및 상영실에서의 광고, 그리고 (2)프로그램이나 콘텐츠가 콜롬비아 외부에서 유통하는 모든 미디어 또는 콜롬비아 내에서 그러한 프로그램의 재방송 또는 재전송에는 적용되지 아니한다.

57) 보다 명확히 하기 위하여, 이 유보항목은 광고에 적용되지 아니하며, 이행요건은 어떠한 경우에도 세계무역기구 무역관련 투자 조치에 관한 협정과 합치한다.

58) 상동.

59) 상동.

## (2) 콜롬비아 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

콜롬비아가 한-콜롬비아 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

〈표 IV-82〉우리 기업의 한-콜롬비아 FTA의 콜롬비아 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
출판서비스	국내 중견 출판업체 D사는 문체부의 글로벌 성장전략 컨설팅 지원을 바탕으로 콜롬비아에 법인을 설립하고 현지 업체와 동등한 지위에서 출판시장에 진출하고 있음.
음반 제작 및 배급서비스	자체 프로듀서와 작곡가 등을 보유한 엔터테인먼트 업체 Y사는 국내에서 제작한 음원을 스트리밍 서비스를 통해 콜롬비아 소비자에게 공급하고, 현지에 배급법인을 설립하고 아티스트들의 음반을 현지에서 판매함.
공연서비스	뮤지컬 제작업체 L사는 콜롬비아에 공연기획사를 별도로 설립하고, 현지 제작사와 함께 제작한 뮤지컬을 초연하였음. 이 과정에서 L사의 주요 출연진이 현지에 합류하여 공연함.
여행업체 운영서비스	여행업체 K사는 콜롬비아 현지에 여행사를 설립(주소지)하여 현지 업체나 제3국 업체와 비교하여 동등한 법적 지위를 가지고 현지인을 대상으로 여행상품을 판매함.



## 4

## 중미 5개국

우리는 중미 5개국과 FTA를 타결하였는바, 동 협정은 동시 발효가 아니어서 2019.10.1. 니카라과와 온두라스, 2019.11.1. 코스타리카 그리고 2020.1.1. 엘살바도르에게 각기 단계적으로 발효되었다. 양측은 유보목록을 서비스시장 개방 협상을 추진하였고, 중미 5개국은 각기 유보목록을 제출하였다. 따라서 중미 5개국에서의 협정에 따른 서비스시장 개방 현황은 각 체약국의 유보목록을 확인해야 한다.

## 4.1. 니카라과

## (1) 니카라과의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가

니카라과는 한-중미 FTA에서 유보목록 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였는데, 한-중미 FTA에서의 니카라과 측의 문화서비스 분야에서의 유보 목록을 통한 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 <표>를 통해 제시하면 아래와 같다.

**〈표 IV-83〉 니카라과의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가(한-중미 FTA 니카라과 측 유보 기준)**

- 적용영역: CS: 국경간 서비스 무역, I: 투자

- 대상의무: NT: 내국민대우, MFN: 최혜국대우, MA: 시장접근, LP: 현지주재, PR: 이행요건, SMBD: 고위 경영진 및 이사회

- 개방 수준 평가: (i) 해당 서비스에 대해 유보를 하지 않은 경우 이는 “완전개방”에 해당되고, (ii) 유보를 기재한 경우는 “제한개방”에 해당되며, (iii) 당해 서비스의 일부에 대해서만 제한을 부과하는 경우 “부분 제한개방”으로 평가함. 다만, (iv) 현재유보와 관련하여 허가를 조건으로 하는 경우도 예외적으로 허가를 받을 수 있는 가능성이 존재하므로 “제한개방”으로 평가하기로 함.

\* 유보 특기 사항: 니카라과는 미래유보에서 “모든” 서비스 분야의 투자 및 국경간 서비스무역에 대해 시행 중에 있거나 이 협정 발효일 전에 서명된 양자간 또는 다자간 국제협정에 따라 국가들에 대하여 차등 대우를 부여하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보함

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고	현재	-	유보안함	완전개방
		미래	-	유보안함	
	사진	현재	-	유보안함	완전개방
		미래	-	유보안함	
	인쇄·출판	현재	-	유보안함	완전개방
		미래	-	유보안함	
	국제회의용역	현재	-	유보안함	완전개방
		미래	-	유보안함	
시청각 서비스	영화 또는 비디오 녹화물의 제작, 배포, 판매 또는 상영	현재	CS	PR, NT, MFN, MA 니카라과 영화제작자와의 공동 제작은 최소 30%의 예술적, 기술적 및 창의적인 니카라과 국민을 포함하여야 한다. 또한 제작은 10% 이상의 니카라과의 경제적 참여를 보유하여야 한다. 니카라과에서 제작된 외국 영화제작은 영화 생산을 위하여 최소 20%의 기술적, 창의적 및 예술적 니카라과인 인력을 고용하여야 한다. <sup>60)</sup>	제한개방
		미래	-	유보안함	
	영화상영	현재	-	유보안함	완전개방
		미래	-	유보안함	
	라디오·텔레비전 방송	현재	CS	NT, MFN 니카라과에서 라디오 및 텔레비전 방송서비스를 공급하는 기업은 스포츠나 이와 유사한 상업적 프로그램의 진행·해설·생중계 또는 재전송과 관련하여 니카라과인 아나운서의 전문적 서비스만을 사용한다. 상기 내용에도 불구하고, 자국의 법이 니카라과 국민에게 그러한 서비스의 공급을 허용하는 경우, 외국 국민은 아나운서로 활동할 수 있도록 허용될 것이다. <sup>61)</sup>	제한개방
		미래	CS, I	MFN 니카라과는 편방향위성전송(DTH) 및 직접방송위성(DBS) 텔레비전 서비스 및 디지털 오디오 서비스와 관련, 상호주의 조치의 적용을 이유로 또는 라디오 전자 스펙트럼의 공유, 시장접근 보장 또는 내국민 대우와 관련한 국제협정을 통하여 다른 국가의 인에게 차등 대우를 부여하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.	
	라디오·텔레비전 프로그램 제작	현재	-	유보안함	완전개방
		미래	-	유보안함	
	음반녹음	현재	-	유보안함	완전개방
		미래	-	유보안함	

유보 분야		유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
관광 서비스	호텔·레스토랑	현재	CS	NT, LP	니카라과에서 관광 서비스를 공급하기 위하여, 회사는 니카라과 법에 따라 조직되어야 하며 외국 국민은 니카라과에 거주하거나 니카라과에 있는 법률대리인을 임명하여야 한다. <sup>62)</sup>	제한개방
		미래	-	-	유보안함	
	여행알선대행	현재	CS	NT, LP	니카라과에서 관광 서비스를 공급하기 위하여, 회사는 니카라과 법에 따라 조직되어야 하며 외국 국민은 니카라과에 거주하거나 니카라과에 있는 법률대리인을 임명하여야 한다. 이 조항은 유람선 여행 중 관광 서비스의 제공에는 적용되지 아니한다. <sup>63)</sup>	제한개방
		미래	-	-	유보안함	
	관광안내	현재	CS	NT, LP	니카라과에서 관광 서비스를 공급하기 위하여, 회사는 니카라과 법에 따라 조직되어야 하며 외국 국민은 니카라과에 거주하거나 니카라과에 있는 법률대리인을 임명하여야 한다. 이 조항은 유람선 여행 중 관광 서비스의 제공에는 적용되지 아니한다. <sup>64)</sup>	제한개방
		미래	-	-	유보안함	
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 (극장·라이브밴드· 서커스포함)	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
	뉴스통신사서비스	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
	도서관·박물관· 기타문화서비스	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
	스포츠서비스	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
	도박·내기	현재	CS	NT, LP	카지노 및 도박장은 법에 따라 수립된 범주 내에 있는 경우 허가될 것이다. <sup>65)</sup>	제한개방
		미래	-	-	유보안함	
	복권관리	현재	CS	MA	국가만이 직접 자선 목적으로 복권 게임 및 사행성 게임을 운영할 수 있다. 국영회사인 국립복권만 복권 관리 및 유통 업무를 수행할 수 있다.	비개방
					미래	
현재		-	-	유보안함	완전개방	
미래	-	-	유보안함			

출처: 저자 작성

여기서 니카라과의 유보목록에 따른 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속에 따른 개방 수준별 해당 업종 현황을 <표>로 요약하면 다음과 같다.

- 60) 추가 유보 내역: 제작자가 니카라과인 인력의 참여를 포함시키기를 원하지 아니하는 경우, 그 제작자는 그 국가에서 시행될 예산 비용의 5%를 현금으로 국립영화진흥기금에 귀속되도록 지급할 것이다. 영화 제작의 목적으로 그 나라에 일시적으로 입국하는 외국 제작자는 국립영화진흥기금에 귀속될 영화제작 관세를 지불하여야 한다.
- 어떠한 형식으론 모든 형태의 시청각 또는 영화 제작을 수행하는 외국의 자연인 또는 법인은 니카라과 국립영화관에 등록되어야 한다. 제작이 완료되면, 해당 작품의 사본은 니카라과 국립영화관의 영상자료원에 보관되어야 한다. 니카라과 밖에서 전부 또는 일부가 수행된 시청각 광고작업은 니카라과 영역 내의 상영을 위하여 니카라과 국립영화관에 관련 허가를 신청하여야 한다. 영화관, 텔레비전 또는 케이블 텔레비전에서 상영 또는 전송되는 시청각 광고물의 20%는 니카라과의 제작물이어야 한다.
- 모든 외국의 예술가 또는 음악밴드는 사전 계약 또는 정부 협정을 통해서만 니카라과에서 공연할 수 있다. 니카라과에서 상업적 성격의 프로그램, 공연 또는 리뷰에 출연하는 외국 예술가는 유사한 공연을 하는 니카라과인 예술가 또는 단체를 자신의 프로그램에 포함시켜야 하며, 이에 대한 보수가 지급되어야 한다. 외국 예술가 또는 예술 단체가 자신의 프로그램에 니카라과인 예술가의 참여를 포함시키기를 희망하지 아니하는 경우, 그 공연으로부터 그들이 얻은 순수입의 1%를 니카라과 문화연구소에 현금으로 지불하여야 한다. 다만, 외국 예술가 또는 단체의 출신 국가가 니카라과인 예술가 또는 단체에게 유사한 세금을 부과하지 아니하는 경우는 제외한다. 니카라과에 세워지는 공공, 회화 및 조각 기념물의 설계 및 건축은 경쟁을 통하여 니카라과인 예술가에게 낙찰될 것이고, 필요한 경우 니카라과인 예술가와 연계된 외국인에게 낙찰될 것이다. 니카라과에 세워지는 공공, 회화 및 조각 기념물의 설계 및 건축을 위하여 선정된 외국인은 니카라과인 예술가와와의 연계를 통하여 작업한다. 니카라과인 전문가 또는 라틴 아메리카 영화 공동제작협정 회원국의 거주자와 공동으로 제작하는 영상물의 경우, 그러한 공동 제작물의 감독은 해당 협정 회원국의 국민 또는 거주자이거나, 라틴 아메리카, 카리브해 지역, 또는 그 밖에 스페인어나 포르투갈어 사용국가 출신의 공동 제작자가 담당한다.
- 61) 추가 유보 내역: 다른 국가에 독점적으로 전송되는 외국인 아나운서 프로그램의 경우, 이 조치의 규정은 그러한 프로그램의 방송에 적용되지 아니한다.
- 62) 추가 유보 내역: 관광산업 장려법을 활용하는 모든 인은 니카라과인 인력을 고용하도록 요구될 것이다. 다만, 노동부의 사전 허가를 받은 전문가 및 전문기술자의 경우는 예외로 한다. 또한 그러한 인은 관광업계의 요구에 따라 니카라과 시민에게 전문적이고 지속적인 훈련을 제공하도록 요구될 것이다.
- 63) 추가 유보 내역: 관광산업 장려법을 활용하는 모든 인은 니카라과인 인력을 고용하도록 요구될 것이다. 다만, 노동부의 사전 허가를 받은 전문가 및 전문기술자의 경우는 예외로 한다. 또한 그러한 인은 관광업계의 요구에 따라 니카라과 시민에게 전문적이고 지속적인 훈련을 제공하도록 요구될 것이다.
- 64) 추가 유보 내역: 관광산업 장려법을 활용하는 모든 인은 니카라과인 인력을 고용하도록 요구될 것이다. 다만, 노동부의 사전 허가를 받은 전문가 및 전문기술자의 경우는 예외로 한다. 또한 그러한 인은 관광업계의 요구에 따라 니카라과 시민에게 전문적이고 지속적인 훈련을 제공하도록 요구될 것이다. 니카라과인만이 관광 가이드가 될 수 있다.
- 65) 추가 유보 내역: 니카라과에서 운용되는 모든 베팅 게임은 카지노 및/또는 게임장 내에서 진행되어야 할 것이다. 다만, 법에 의하여 그 밖의 특정 법적 제도에 따라 명백하게 규율되는 경우는 제외한다. 도박 게임에 적용되어야 하는 법적 제도가 명확하지 아니한 경우, 이 법에 명시된 권한 있는 당국은 그 게임이 이 법의 범위상 게임의 자격이 있는지를 결정한다.
- 카지노 및 도박장의 운영은 허용된 행위이지만 국가가 장려하는 행위는 아니기 때문에, 국가가 카지노 및 게임장의 부당한 확산 또는 그에 대한 부적절한 감독을 방지하거나 억제하기 위한 조치를 수립하여, 공공 질서, 공공 보안 및 취약계층의 보호를 보장하기 위하여 이 분야에서 기업의 자유 행사를 규율하는 객관적이고 합리적인 조치를 수립하도록 하는 것은 정당하다고 간주된다.
- 영업 허가를 취득하기 위하여, 신청인은 우선 권한 있는 당국으로부터 카지노 또는 도박장의 운영에 대한 면허(Title-License)를 취득하여야 한다. 신청인이 법인인 경우, 필요에 따라 개정사항을 포함하고 있으며, 공증인이 증인으로서 적절하게 공증하고, 공공 상업 등록소에 적절하게 등록된 정관 사본을 제출한다.
- 카지노 및 도박장 운영을 위한 면허 신청 요건이 충족되면 그러한 면허의 발급 이전에, 신청인은 권한 있는 당국에 은행금융기관감독원(Superintendencia de Bancos y otras Instituciones Financieras)의 규제를 받는 금융기관이 발급한 보증채권을 제출하여야 한다.
- 카지노 및/또는 도박장의 면허 또는 영업 허가증의 일부 또는 전부가 폐지되거나 취소되는 제재를 받은 회사의 주주, 파트너, 이사 또는 관리자로 활동하였던 인은 카지노 및/또는 도박장 운영에 관한 면허를 보유한 자연인 또는 법인의 주주, 파트너, 이사, 관리자, 대표자 또는 직원으로서 참여할 수 없게 될 것이다.
- 카지노 또는 도박장을 소유한 기업 또는 회사의 주주, 파트너, 이사, 관리자, 대리인 또는 직원인 인이 카지노 및 도박장에서 일어나는 어떠한 형태의 도박에 플레이어 또는 베팅로서 직접적 또는 간접적으로 참여하는 것은 명백히 금지된다.
- 금지된 게임을 수입 또는 운영하거나 그러한 게임으로 어떠한 상업적 활동을 개발하는 것은 니카라과 전 영역에서 엄격히 금지된다. 이러한 게임은 어떠한 상황에서도 어떠한 형태로든 수입, 제조, 판매 또는 운영될 수 없다. 권한 있는 당국은 합당한 결정에 따라 금지된 게임의 유형을 결정할

〈표 IV-84〉 니카라과 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고, 사진, 인쇄·출판, 국제회의용역, 영화상영, 라디오·텔레비전 프로그램 제작, 음반녹음, 엔터테인먼트(극장·라이브밴드·서커스포함), 뉴스통신서비스, 도서관·박물관·기타문화서비스, 스포츠서비스, 게임(온라인 게임 포함)
제한개방	영화 또는 비디오 녹화물의 제작·배포·판매·상영, 라디오·텔레비전 방송, 호텔·레스토랑, 여행알선대행, 관광안내, 도박·내기
향후 제한 또는 비개방 가능성	없음
비개방	복권관리

출처: 저자 작성

## (2) 니카라과 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

니카라과가 한-중미 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

〈표 IV-85〉 우리 기업의 한-중미 FTA의 니카라과 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
출판서비스	국내 중견 출판업체 D사는 문체부의 글로벌 성장전략 컨설팅 지원을 바탕으로 니카라과에 별도의 법인을 설립하지 않고, 현지 업체와 동등한 지위에서 출판시장에 진출하고 있음.

것이다. 운영자가 상응하는 면허를 보유하지 아니하고 카지노 또는 도박장 운영 시설이 해당 영업 허가증을 보유하지 아니한 경우, 게임 카탈로그에 열거된 도박으로 어떠한 상업적 행위를 운영 또는 개발하는 것 또한 금지된다. 학교, 교회, 병원, 관청, 막사, 공동묘지, 로드 캠프(road camp), 극장, 시장 및 스포츠센터로부터 4백 미터 내에서는 카지노 및 도박장의 설치 및 운영이 금지된다.

## 4.2. 온두라스

### (1) 온두라스의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가

온두라스는 한-중미 FTA에서 유보목록 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였는데, 한-중미 FTA에서의 온두라스 측의 문화서비스 분야에서의 유보 목록을 통한 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 〈표〉를 통해 제시하면 아래와 같다.

〈표 IV-86〉 온두라스의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가(한-온두라스 FTA 온두라스 측 유보 기준)

- 적용영역: CS: 국경간 서비스 무역, I: 투자
- 대상의무: NT: 내국민대우, MFN: 최혜국대우, MA: 시장접근, LP: 현지주재, PR: 이행요건, SMBD: 고위 경영진 및 이사회
- 개방 수준 평가: (i) 해당 서비스에 대해 유보를 하지 않은 경우 이는 “완전개방”에 해당되고, (ii) 유보를 기재한 경우는 “제한개방”에 해당되며, (iii) 당해 서비스의 일부에 대해서만 제한을 부과하는 경우 “부분 제한개방”으로 평가함. 다만, (iv) 현재유보와 관련하여 허가를 조건으로 하는 경우도 예외적으로 허가를 받을 수 있는 가능성이 존재하므로 “제한개방”으로 평가하기로 함.
- \* 유보 특기 사항: 온두라스는 미래유보에서 “모든” 서비스 분야의 투자 및 국경간 서비스무역에 대해 시행 중에 있거나 이 협정 발효일 전에 서명된 양자간 또는 다자간 국제협정에 따라 국가들에 대하여 차등 대우를 부여하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보함

유보 분야		유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
	사진	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
	인쇄·출판	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
시청각 서비스	국제회의용역	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
	시청각서비스-영화·비디오 제작·배급	현재	-	-	유보안함	제한개방
		미래	CS	NT, MFN, PR, SMBD, MA, LP	온두라스는 애니메이션, 비디오 게임, 영화 및 비디오테이프와 관련한 시청각서비스 분야에서 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.	
	영화상영	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
시청각 서비스	라디오, 텔레비전 방송 및 신문 서비스	현재	I	NT, SMBD 오직 출생에 의한 온두라스 국민만이 인쇄 신문, 라디오 또는 텔레비전 및 이들의 지적, 정치적 및 행정적 지휘를 하는 관리직을 수행하여야 할 것이다.	제한개방
		미래	-	-	유보안함
	라디오·텔레비전 프로그램제작	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	음반녹음	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
관광 서비스	호텔·레스토랑	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	여행알선대행	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	관광안내	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 (극장·라이브 밴드·서커스포함)	현재	CS	NT 음악 엔터테이너: 상기 조치에도 불구하고, 온두라스는 온두라스에서 단독으로 또는 단체로 공연을 하고자 하는 외국인 음악가가 그들의 수수료의 5%를 온두라스 예술가연합에 지급하여야 하며 가능한 경우 매니저 또는 임차인이 동일한 공연에 국내 음악가를 고용하는 것에 동의한다. <sup>66)</sup>	부분 완전개방/음악엔터테이너: 제한개방
		미래	-	-	유보안함
	뉴스통신사 서비스	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	도서관·박물관·기타문화서비스	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	스포츠서비스	현재	CS	NT, LP 외국인 선수 등록의 경우, 내무정의부가 발행하여 그 선수들의 거주 신청서가 처리되고 있다는 사실을 명시한 증명서가 요구된다. 축구연맹에 소속된 각 구단은 최대 4명의 외국인 선수를 등록할 수 있다.	제한개방
		미래	-	-	유보안함
	도박·내기	현재	I, CS	NT, LP 출생에 의한 온두라스 국민 및 온두라스법에 따라 조직된 기업만이 카지노를 운영할 수 있다.	카지노:제한개방/향후 제한 또는 비개방 가능성
		미래	I, CS	NT, MFN, PR, SMBD, MA, LP 온두라스는 도박 및 베팅 서비스와 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. <sup>67)</sup>	

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	복권	현재	CS	MA 국립아동복지기금은 국가가 발행하는 복권을 배타적으로 운영한다.	비개방
		미래	-	-	
게임 (온라인 게임 포함)	미래	현재	-	-	유보안함
		미래	CS	NT, MFN, PR, SMBD, MA, LP, 온두라스는 애니메이션, 비디오 게임, 영화 및 비디오테이프와 관련한 시청각서비스 분야에서 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.	향후 제한 또는 비개방 가능성

출처: 저자 작성

여기서 온두라스의 유보목록에 따른 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속에 따른 개방 수준별 해당 업종 현황을 <표>로 요약하면 다음과 같다.

&lt;표 IV-87&gt; 온두라스 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	광고, 사진, 인쇄 출판, 국제회의용역, 영화상영, 라디오·텔레비전 프로그램 제작, 음반녹음, 호텔·레스토랑, 여행알선대행, 관광안내, 엔터테인먼트(극장·라이브밴드·서커스 포함 단, 음악 엔터테이너 제외), 뉴스통신사서비스, 도서관·박물관·기타문화서비스
제한개방	시청각서비스(영화·비디오 제작·배급), 라디오, 텔레비전 방송 및 신문 서비스, 엔터테인먼트 중 음악 엔터테이너, 스포츠서비스, 도박·내기 중 카지노
향후 제한 또는 비개방 가능성	도박·내기(카지노 제외), 게임(온라인 게임 포함)
비개방	복권

출처: 저자 작성

66) 추가 유보 내역: 보다 명확히 하기 위하여, 외국인 음악가는 온두라스에서 하는 각 공연에 대하여 온두라스 예술가연합에 등록하여야 한다.

67) 추가 유보 내역: 보다 명확히 하기 위하여, “도박 및 베팅”은 전자적 전송을 통하여 공급되는 서비스를 포함한다.

## (2) 온두라스 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

온두라스가 한-중미 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

〈표 IV-88〉 우리 기업의 한-중미 FTA의 온두라스 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
음반 제작 및 배급서비스	자체 프로듀서와 작곡가 등을 보유한 엔터테인먼트 업체 Y사는 국내에서 제작한 음원을 스트리밍 서비스를 통해 온두라스 소비자에게 공급하고, 현지 배급법인과 손잡고 아티스트들의 음반을 배급함

## 4.3. 코스타리카

### (1) 코스타리카의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가

코스타리카는 한-중미 FTA에서 유보목록 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였는데, 한-중미 FTA에서의 코스타리카 측의 문화서비스 분야에서의 유보 목록을 통한 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 〈표〉를 통해 제시하면 아래와 같다.

〈표 IV-89〉 코스타리카의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가(한-코스타리카 FTA 코스타리카 측 유보 기준)

- 적용영역: CS: 국경간 서비스 무역, I: 투자
- 대상의무: NT: 내국민대우, MFN: 최혜국대우, MA: 시장접근, LP: 현지주재, PR: 이행요건, SMBD: 고위 경영진 및 이사회
- 개방 수준 평가: (i) 해당 서비스에 대해 유보를 하지 않은 경우 이는 “완전개방”에 해당되고, (ii) 유보를 기재한 경우는 “제한개방”에 해당되며, (iii) 당해 서비스의 일부에 대해서만 제한을 부과하는 경우 “부분 제한개방”으로 평가함. 다만, (iv) 현재유보와 관련하여 허가를 조건으로 하는 경우도 예외적으로 허가를 받을 수 있는 가능성이 존재하므로 “제한개방”으로 평가하기로 함.
- \* 유보 특기 사항: 코스타리카는 미래유보에서 “모든” 서비스 분야의 투자 및 국경간 서비스무역에 대해 시행 중에 있거나 이 협정 발효일 전에 서명된 양자간 또는 다자간 국제협정에 따라 국가들에 대하여 차등 대우를 부여하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보함

유보 분야		유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고	현재	I, CS	NT, MFN, PR, MA, LP	단독소유기업·개인기업의 형태인 자연인이나 법인 또는 기명 주식을 자본으로 소유한 기업만이 대중매체 및 광고대행사를 이용할 수 있다. 그러한 기업은 상업등기소에 등록되어야 한다. 무기명 주식을 소유한 주식회사나 외국 자연인 또는 법인에게 유리하도록 하기 위하여 매체 또는 광고대행사를 소유한 회사의 주식 및 지분에 피해를 입히는 행위는 엄격히 금지된다. <sup>68)</sup>	제한개방
					국가 자율 기관 또는 준자율 기관, 코스타리카 공화국 정부 및 국가의 지원을 받는 모든 기관으로부터 후원을 받은 프로그램에 사용된 중간 광고, 스포츠 광고 및 촬영 광고는 코스타리카 국민에 의해 제작되어야 한다. 코스타리카에서 제작 및 편집된 경우 중간 광고는 코스타리카의 것으로 간주된다. 라디오, 텔레비전 및 영화 프로그램은 다음 규정을 준수하여야 한다	



유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스				가. 해외에서 녹음된 시음송으로 구성된 광고의 경우, 그 광고가 방송될 때마다 일괄 지불하여야 한다. 나. 각 텔레비전 방송국 또는 영화관에서 방송되는 하루 광고의 30퍼센트만을 코스타리카 외 지역에서 제작할 수 있다. 다. 중미 외의 지역에서 수입한 광고의 경우, 광고 가치의 100퍼센트에 해당하는 세금을 납부해야 한다.	
	미래	-	-	유보안함	
	사진	현재	-	유보안함	완전개방
		미래	-	유보안함	
	인쇄·출판	현재	-	유보안함	완전개방
		미래	-	유보안함	
	국제회의용역	현재	-	유보안함	완전개방
		미래	-	유보안함	
시청각 서비스	영화 또는 비디오 녹화물의 제작, 배포, 판매, 또는 상영	현재	-	유보안함	향후 제한 또는 비개방 가능성
		미래	CS	MFN, PR - 코스타리카는 시청각 협력 협정 등 문화 산업에 대하여 시행 중에 있거나 향후 서명될 양자 간 또는 다자 간 국제협정에 따라 국가들에 대하여 차등 대우를 부여하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. <sup>69)</sup> - 영화의 진흥, 광고 또는 후반제작 서비스 관련 모든 조치 가능	
	영화상영	현재	-	유보안함	향후 제한 또는 비개방 가능성
		미래	CS	MFN, PR 코스타리카는 시청각 협력 협정 등 문화 산업에 대하여 시행 중에 있거나 향후 서명될 양자 간 또는 다자 간 국제협정에 따라 국가들에 대하여 차등 대우를 부여하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. <sup>70)</sup> - 영화의 진흥, 광고 또는 후반제작 서비스 관련 모든 조치 가능	

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
시청각 서비스	라디오·텔레비전 방송	현재	I, CS NT, MFN, PR, MA, LP	라디오, 텔레비전 및 영화 프로그램은 다음 규정을 준수하여야 한다. 가. 해외에서 녹음된 시음송으로 구성된 광고의 경우, 그 광고가 방송될 때마다 일괄 지불하여야 한다. 나. 각 텔레비전 방송국 또는 영화관에서 방송되는 하루 광고의 30%만을 코스타리카 외 지역에서 제작할 수 있다. 다. 중미 외의 지역에서 수입한 광고의 경우, 광고 가치의 100%에 해당하는 세금을 납부하여야 한다. 라. 해외에서 녹음된 라디오 프로그램 및 라디오 드라마의 수는 각 라디오 방송국에서 하루에 방송되는 총 프로그램 및 드라마 수의 50%를 초과할 수 없다. 마. 해외에서 촬영 또는 녹화된 프로그램의 수는 하루에 방송되는 총 방송 프로그램 수의 60%를 초과할 수 없다.  다수의 예술가를 대표하는 노동조합에서 고용 가능한 코스타리카 예술가가 충분하지 아니하다고 명시하지 아니하는 한, 외국 예술가를 고용 또는 채용한 인은 동일한 공연을 위해 동일한 수의 코스타리카 예술가를 고용하여야 한다.	제한개방
		미래	I, CS NT, MFN, SMBD PR, MA, LP	코스타리카는 라디오 및 텔레비전 서비스(방송)와 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.	
	라디오·텔레비전 프로그램 제작	현재	I, CS NT, MFN, PR, MA, LP	라디오, 텔레비전 및 영화 프로그램은 다음 규정을 준수하여야 한다. 나. 각 텔레비전 방송국 또는 영화관에서 방송되는 하루 광고의 30%만을 코스타리카 외 지역에서 제작할 수 있다	제한
		미래	-	유보안함	
	오디오 또는 비디오 형식의 음악 녹음물의 제작, 배포, 판매, 또는 상영	현재	-	유보안함	향후 제한 또는 비개방 가능성
		미래	CS MFN, PR	코스타리카는 시청각 협력 협정 등 문화 산업에 대하여 시행 중에 있거나 향후 서명될 양자 간 또는 다자 간 국제협정에 따라 국가들에 대하여 차등 대우를 부여하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다. <sup>71)</sup>	

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
관광 서비스	호텔·레스토랑	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	여행알선대행	현재	CS	NT, PR, MA, 코스타리카는 해당 서비스에 대한 수요에 기초하여 코스타리카 내 영업허가를 받은 여행사 수를 제한할 권리를 유보함.	제한개방
		미래	-	-	-
	관광안내	현재	CS	NT 코스타리카 국민 또는 거주자만이 관광 가이드 자격증을 신청할 수 있음.	제한개방
		미래	-	-	유보안함
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 (극장·라이브 밴드·서커스포함)	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	뉴스통신사 서비스	현재	CS	NT, LP 승인 받은 경우를 제외하고, 외국 국적의 기자는 코스타리카 거주자인 경우에만 코스타리카 내의 사건을 취재할 수 있다. 기자 전문가협회 이사회는 비거주 외국 국민에게 최대 1년간 코스타리카 내 사건을 취재할 수 있도록 특별 허가를 부여할 수 있으며, 허가 기간을 연장할 수 있다. 단, 이는 기자 전문가협회의 이익을 저해하거나 상충하지 아니하는 경우로 한정한다. 기자 전문가협회가 코스타리카에서 국제적으로 중요한 사건이 발생할 예정이거나 발생하였다고 판단한 경우, 협회는 적합한 전문 자격을 보유한 비거주 외국 국민에게 기자가 대표하는 외국 매체를 위해 사건을 취재할 수 있도록 한시적 허가를 부여할 수 있다. 그러한 허가는 사건 발생 이후 최대 1개월 동안 유효하다.	제한개방
		미래	-	-	유보안함
	도서관·박물관·기타문화서비스	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	스포츠서비스	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	도박·내기	현재	-	-	유보안함
		미래	I, CS	NT, MFN, PR, SMBD, MA, LP 코스타리카는 복권, 베팅 및 도박과 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.	향후 제한 또는 비개방 가능성

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
게임 (온라인 게임 포함)	현재	-	-	유보안함	향후 제한 또는 비개방 가능성
	미래	CS	MA	코스타리카는 게임서비스의 국경 간 무역과 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보함.	

출처: 저자 작성

여기서 코스타리카의 유보목록에 따른 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속에 따른 개방 수준별 해당 업종 현황을 <표>로 요약하면 다음과 같다.

&lt;표 IV-90&gt; 코스타리카 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	사진, 인쇄·출판, 국제회의용역, 호텔·레스토랑, 엔터테인먼트(극장·라이브밴드·서커스 포함), 도서관·박물관·기타문화서비스, 스포츠서비스
제한개방	광고, 라디오·텔레비전 방송, 라디오·텔레비전 프로그램 제작, 여행알선대행, 관광안내, 뉴스통신사서비스
향후 제한 또는 비개방 가능성	영화 또는 비디오 녹화물의 제작·배포·판매·상영, 영화상영, 오디오 또는 비디오 형식의 음악 녹음물의 제작·배포·판매·상영, 도박·내기, 게임(온라인 게임 포함)
비개방	없음

출처: 저자 작성

## (2) 코스타리카 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

코스타리카가 한-중미 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

68) 추가 유보 내역: 국가 자율 기관 또는 준자율 기관, 코스타리카 공화국 정부 및 국가의 지원을 받는 모든 기관으로부터 후원을 받은 프로그램에 사용된 중간 광고, 스포츠 광고 및 촬영 광고는 코스타리카 국민에 의해 제작되어야 한다. 영화, 라디오 및 텔레비전에서 방송되는 중간 광고에 출연하는 방송인은 과학기술통신부 라디오국에 등록되어야 한다. 라디오국에 등록하고자 하는 외국 방송인은 코스타리카에 거주하여야 한다. 그러한 방송인이 통신일반법에 관한 규정에 따라 등록되지 아니한 경우, 해당 중간 광고의 방송이 승인되지 아니한다. 코스타리카에서 제작 및 편집된 경우 중간 광고는 코스타리카의 것으로 간주된다. 상호주의가 적용되는 중미 국가들에서 제작된 중간 광고 역시 코스타리카의 것으로 간주된다.

69) 추가 유보 내역: 보다 명확히 하기 위하여, 정부의 지원을 받는 문화 활동 진흥을 위한 보조 프로그램은 이 협정의 제한 또는 의무의 대상이 되지 아니한다. 문화 산업은 다음의 활동에 종사하고 있는 인을 의미한다. - 나. 영화 또는 비디오 녹화물의 제작, 배포, 판매, 또는 상영

70) 상동.

71) 추가 유보 내역: 보다 명확히 하기 위하여, 정부의 지원을 받는 문화 활동 진흥을 위한 보조 프로그램은 이 협정의 제한 또는 의무의 대상이 되지 아니한다. 문화 산업은 다음의 활동에 종사하고 있는 인을 의미한다. - 다. 오디오 또는 비디오 형식의 음악 녹음물의 제작, 배포, 판매, 또는 상영

〈표 IV-91〉 우리 기업의 한-중미 FTA의 코스타리카 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
공연서비스	뮤지컬 제작업체 L사는 코스타리카에 공연기획사를 별도로 설립하지 않고, 현지 제작사와 공동으로 제작한 뮤지컬을 초연하였음

4.4. 엘살바도르

(1) 엘살바도르의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가

엘살바도르는 한-중미 FTA에서 유보목록 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였는데, 한-중미 FTA에서의 엘살바도르 측의 문화서비스 분야에서의 유보 목록을 통한 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 〈표〉를 통해 제시하면 아래와 같다.

〈표 IV-92〉 엘살바도르의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가(한-엘살바도르 FTA 엘살바도르 측 유보 기준)

- 적용영역: CS: 국경간 서비스 무역, I: 투자
- 대상의무: NT: 내국민대우, MFN: 최혜국대우, MA: 시장접근, LP: 현지주재, PR: 이행요건, SMBD: 고위 경영진 및 이사회
- 개방 수준 평가: (i) 해당 서비스에 대해 유보를 하지 않은 경우 이는 “완전개방”에 해당되고, (ii) 유보를 기재한 경우는 “제한개방”에 해당되며, (iii) 당해 서비스의 일부에 대해서만 제한을 부과하는 경우 “부분 제한개방”으로 평가함. 다만, (iv) 현재유보와 관련하여 허가를 조건으로 하는 경우도 예외적으로 허가를 받을 수 있는 가능성이 존재하므로 “제한개방”으로 평가하기로 함.
- \* 유보 특기 사항: 엘살바도르는 미래유보에서 “모든” 서비스 분야의 투자 및 국경간 서비스무역에 대해 시행 중에 있거나 이 협정 발효일 전에 서명된 양자간 또는 다자간 국제협정에 따라 국가들에 대하여 차등 대우를 부여하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보함

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고	현재	CS	NT, MFN 엘살바도르에서 제작되는 공중파 텔레비전, 라디오 방송 및 인쇄물을 의미하는 엘살바도르 공공 통신 매체에서 사용되는 모든 상업광고의 제작 및 녹음의 최소 90%는 엘살바도르 법률에 따라 설립된 기업이 수행하여야 한다. <sup>72)</sup>	제한개방
		미래	-	-	
	사진	현재	-	-	향후 제한 또는 비개방 가능성
		미래	I, CS	NT, MFN, MA, LP 엘살바도르는 다음과 같은 창조적 콘텐츠의 생산을 의미하는 창조 산업과 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다: --- 사진, 애니메이션 ---	
	인쇄·출판	현재	-	-	완전개방
		미래	-	-	
	국제회의·용역	현재	-	-	완전개방
		미래	-	-	

유보 분야		유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가	
시청각 서비스	영화·비디오 제작·배급·상영	현재	-	-	유보안함	향후 제한 또는 비개방 가능성	
		미래	CS	NT, MFN, MA, LP	엘살바도르는 다음과 같은 시청각서비스와 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다: 영화 및 비디오테이프 제작 및 배급 서비스, 영화 상영 서비스 및 음향 녹음		
		미래	I, CS	NT, MFN, MA, LP	엘살바도르는 다음과 같은 창조적 콘텐츠의 생산을 의미하는 창조 산업과 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다: 애니메이션, 비디오 --		
	영화상영	현재	-	-	유보안함	향후 제한 또는 비개방 가능성	
		미래	-	-	엘살바도르는 다음과 같은 시청각서비스와 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다: 영화 및 비디오테이프 제작 및 배급 서비스, 영화 상영 서비스 및 음향 녹음		
	라디오, 텔레비전 전송	현재	-	-	유보안함	완전개방	
		미래	-	-	유보안함		
	라디오·텔레비전 프로그램 제작	현재	-	-	유보안함	완전개방	
		미래	-	-	유보안함		
	음반녹음	현재	-	-	유보안함	향후 제한 또는 비개방 가능성 향후	
		미래	CS	NT, MFN, MA, LP	엘살바도르는 다음과 같은 시청각서비스와 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다: 영화 및 비디오테이프 제작 및 배급 서비스, 영화 상영 서비스 및 음향 녹음		
	관광 서비스	호텔·레스토랑 서비스	현재	-	-	유보안함	완전개방
			미래	-	-	유보안함	
여행알선대행		현재	-	-	유보안함	완전개방	
		미래	-	-	유보안함		
관광안내		현재	-	-	유보안함	완전개방	
		미래	-	-	유보안함		
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 (극장·라이브 밴드·서커스포함) - 공연예술, 서커스	현재	CS	NT	외국 예술가는 국토개발부의 명시적인 사전 승인 없이 어떠한 종류의 유료 공연도 할 수 없으며, 먼저 그 예술가가 속한 적법하게 설립된 예술분야 직업별 노동조합의 자문 의견을 15일 이내에 구한다. 외국 예술가는 엘살바도르에서 예상되는 총 수입의 10%에 해당하는 공연수수료 예치금을 해당 조합에 지급한다. <sup>73)</sup>	제한개방	

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
레크리에이션, 문화, 스포츠 서비스				외국 서커스 또는 그 밖의 유사한 공연은 티켓 판매로 예상되는 1일 총 수입의 2.5%와 동일한 공연 수수료를 관련 서커스 조합에 지급하여야 한다. 수수료는 원천징수제도를 통하여 전액 지급되어야 한다. 모든 외국 서커스는 적절한 부처의 승인을 받아야 한다. <sup>74)</sup> 종류를 불문하고 예술가가 라이브로 참여하는 대중공연의 경우, 참여하는 외국인 수의 20퍼센트와 동일한 수의 엘살바도르 국민이 참여한다.	
		미래	-	-	유보안함
		현재	-	-	유보안함
	뉴스제공업	미래	-	-	유보안함
		현재	-	-	유보안함
	도서관·박물관·기타문화서비스	미래	-	-	유보안함
		현재	-	-	유보안함
	스포츠서비스	미래	-	-	유보안함
		현재	-	-	유보안함
	도박·내기	미래	-	-	유보안함
		현재	-	-	유보안함
컴퓨터게임 (온라인 게임 포함)	미래	I, CS	NT, MFN, MA, LP	엘살바도르는 다음과 같은 창조적 콘텐츠의 생산을 의미하는 창조 산업과 관련하여 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다: --- 컴퓨터 게임(온라인 포함) 및 소프트웨어 개발	향후 제한 또는 비개방 가능성

출처: 저자 작성

72) 추가 유보 내역: 다른 중미 당사국 법률에 따라 설립된 기업이 제작 또는 녹음한 상업광고는 그 당사국이 엘살바도르에서 제작 또는 녹음된 상업광고에 대하여 유사한 대우를 하는 경우에 한정하여 엘살바도르 매체에서 사용될 수 있다. 엘살바도르에 수입되거나 인허가에 의거하여 엘살바도르에서 생산되고 상기 요건을 충족시키지 못하는 국제 제품, 상표 또는 서비스에 대한 상업광고의 경우, 엘살바도르 공공 매체에서 방송하는 것이 허용될 것이며 이 규정의 이행을 판단할 수 있는 국가광고위원회가 징수하는 일회성 수수료 부과 대상이 될 수 있다.

73) 추가 유보 내역: 외국 예술가 또는 예술가 집단이 첫 공연일로부터 1년 내에 연속적으로 또는 간헐적으로 30일을 초과하여 엘살바도르에서 공연할 수 없다. 예술가는 음악, 노래, 춤 또는 낭독 공연을 하거나, 직접(예: 라이브) 또는 크거나 작은 규모의 청중 앞에서 또는 라디오나 텔레비전을 통한 공연을 위하여, 엘살바도르에서 개인적으로 또는 1인 이상으로 구성된 회사에서 활동하는 인이다. 선지급이 불가능한 경우, 예술가는 해당 조합에 적절한 금액을 “보증금”으로 지급한다.

74) 추가 유보 내역: 승인이 된 이후에는 엘살바도르 서커스기업협회에 통보하고 각 공연의 티켓 판매로 얻는 총 수입의 3% 및 서커스 내에서 관객을 대상으로 한 것발, 모자, 티셔츠, 풍선, 사진 및 그 밖의 용품 판매로 인한 총 수입의 10%를 엘살바도르 서커스기업협회에 지급한다. 외국 서커스는 충분한 금액의 보증금을 엘살바도르 서커스기업협회에 지급한다. 엘살바도르로 들어오는 외국 서커스는 산살바도르에서 15일 동안만 공연할 수 있으며, 그 기간은 15일 연장될 수 있다. 엘살바도르에서 공연한 외국 서커스는 그 서커스의 출국일로부터 최소 1년이 경과한 후에만 재입국할 수 있다. 종류를 불문하고 예술가가 라이브로 참여하는 대중공연의 경우, 참여하는 외국인 수의 20%와 동일한 수의 엘살바도르 국민이 참여한다.

여기서 엘살바도르의 유보목록에 따른 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속에 따른 개방 수준별 해당 업종 현황을 <표>로 요약하면 다음과 같다.

〈표 IV-93〉 엘살바도르 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	인쇄·출판, 국제회의용역, 라디오·텔레비전 전송, 라디오·텔레비전 프로그램 제작, 호텔·레스토랑서비스, 여행알선대행, 관광안내, 뉴스제공업, 도서관·박물관·기타문화서비스, 스포츠서비스, 도박·내기
제한개방	광고, 엔터테인먼트(극장·라이브밴드·서커스·공연예술)
향후 제한 또는 비개방 가능성	사진, 영화·비디오 제작·배급, 영화상영, 음반녹음, 컴퓨터게임(온라인 게임 포함)
비개방	없음

출처: 저자 작성

## (2) 엘살바도르 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

엘살바도르가 한-중미 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

〈표 IV-94〉 우리 기업의 한-중미 FTA의 엘살바도르 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
여행업체 운영서비스	여행업체 C사는 엘살바도르 현지에 여행사를 설립하지 않고, 현지 업체나 제3국 업체와 비교하여 동등한 법적 지위를 가지고 현지인을 대상으로 여행상품을 판매함.

## 4.5. 파나마

### (1) 파나마의 문화서비스분야 유보 등 현황 및 개방 수준 평가

파나마는 한-중미 FTA에서 유보목록 방식을 통해 기존의 WTO GATS에서의 시장개방 약속에 비해 개선된 개방 약속을 우리 측에 제시하였는데, 한-중미 FTA에서의 파나마 측의 문화서비스 분야에서의 유보 목록을 통한 시장개방 약속 현황과 이에 기초한 분야별 개방 수준 평가를 <표>를 통해 제시하면 아래와 같다.

〈표 IV-95〉 파나마의 문화서비스 분야 유보 현황 및 개방수준 평가(한-파나마 FTA 파나마 측 유보 기준)

- 적용영역: CS: 국경간 서비스 무역, I: 투자
- 대상의무: NT: 내국민대우, MFN: 최혜국대우, MA: 시장접근, LP: 현지주재, PR: 이행요건, SMBD: 고위 경영진 및 이사회
- 서비스의 공급형태: 가(M1): 국경간서비스공급, 나(M2): 해외소비, 다(M3): 투자에 의한 서비스공급, 라(M4): 국민에 의한 서비스공급
- 해당 서비스의 일부만 개방하는 부분 개방은 ○ 또는 ▲로 표시, -: 유보 안함(완전 개방 의미)
- 현재유보 개방수준 평가: 완전개방, 제한개방 또는 비개방으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만 개방한 경우 부분개방을 추가
- 미래유보 개방수준 평가: 향후 제한 가능성 또는 비개방 가능성(포괄 유보)으로 평가. 다만, 당해 서비스의 일부만 개방한 경우 부분개방을 추가

	유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
기타 사업 서비스	광고	현재	CS	NT	외국에서 제작된 텔레비전 및 영화를 위한 광고 방송 중 그 음성 대역이 아나운서 면허를 소지한 파나마 인에 의하여 녹음된 광고의 사용은 전송, 상영 및 사용 기간에 대한 수수료가 지급된 경우에만 허용된다.	제한개방
		미래	-	-	유보안함	
	사진	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
	인쇄·출판	현재	I	NT, SMBD	신문, 잡지를 포함한 인쇄물 생산 기업의 지분제한(파나마인 100%소유) 및 관리자 파나마 국민이어야 함	제한개방
		미래	-	-	유보안함	
시청각 서비스	국제회의용역	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
	영화·비디오 제작·배급	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	
	영화상영	현재	-	-	유보안함	완전개방
		미래	-	-	유보안함	



유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
시청각 서비스	라디오, 텔레비전 및 신문 서비스	현재	I, CS	NT, MFN, SMBD 1. 파나마 내에서 공영 라디오 또는 공영 텔레비전 방송국을 운영하기 위한 허가는 자연인 또는 기업에게 부여될 수 있다. 자연인의 경우, 양허권자는 파나마 국민이어야 한다. 기업의 경우, 양허권자 주식의 최소 65% 이상을 파나마 국민이 소유하여야 한다. <sup>75)</sup>	제한개방
		미래	-	-	유보안함
	라디오·텔레비전 전송 - 프로그램제작	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	음반녹음	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
관광 서비스	호텔·레스토랑 서비스(사업장 내 소비를 위한 음료 제공 서비스)	현재	CS	MA 최근 공식 인구 조사에 따라, 파나마 내 어떠한 지역의 기존 술집 수가 인구 1,000명당 1개를 초과하는 경우, 그 지역 내 술집 운영에 대한 허가가 부여되지 아니할 것이다.	부분 완전개방/ 술집: 제한개방
		미래	-	-	유보안함
	여행알선대행	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	관광안내	현재	CS	NT, MFN, LP, 전문 관광 서비스를 제외하고, 관광객 안내 서비스 제공에 종사하고자 하는 외국인인 파나마에서 5년 이상 거주하여야 할 것이다.	제한개방
		미래	-	-	유보안함
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	엔터테인먼트 (극장·라이브밴드·서커스포함) - 예술 활동 (연주자 및 예술가)	현재	CS	NT 1. 외국 오케스트라 또는 음악그룹을 고용하는 고용주는 외국 오케스트라 또는 음악그룹이 공연하는 각 장소에서 공연하기 위하여 파나마 오케스트라 또는 음악그룹을 고용하여야 한다. 이 의무는 외국 오케스트라 또는 음악그룹의 계약 기간 동안 존재한다. 이 파나마 오케스트라 또는 음악그룹은 각 공연마다 최소 미화 1,000달러를 받아야 한다. 각 단원은 이 금액 중 미화 60달러 이상을 받아야 한다. <sup>76)</sup>	부분 완전개방/ 연주자 및 예술가: 제한개방
		미래	-	-	유보안함
	뉴스통신사 서비스	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	도서관·박물관·기타문화서비스	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함
	스포츠서비스	현재	-	-	유보안함
		미래	-	-	유보안함

유보 분야	유보유형	적용 영역	대상 의무	유보 내용	개방수준 평가
레크리 에이션, 문화, 스포츠 서비스	도박·내기	현재	CS	MA 파나마 정부만이 파나마에서 사행성 게임 또는 그 밖의 도박 게임을 운영할 수 있다.	비개방
		미래	-	-	
게임 (온라인 게임 포함)	현재	-	-	유보안함	완전개방
	미래	-	-	유보안함	

출처: 저자 작성

여기서 파나마의 유보목록에 따른 문화서비스 분야에서의 시장개방 약속에 따른 개방 수준별 해당 업종 현황을 <표>로 요약하면 다음과 같다.

&lt;표 IV-96&gt; 파나마 측의 문화서비스분야의 시장개방 수준별 업종 현황

개방 수준	해당 문화서비스분야 및 업종
완전개방	사진, 국제회의용역, 영화·비디오 제작·배급, 영화상영, 라디오·텔레비전전송(프로그램 제작), 음반녹음, 호텔·레스토랑 서비스(사업장 내 소비를 위한 음료 제공 서비스 단, 술집 제외), 여행알선대행, 엔터테인먼트(극장·라이브밴드·서커스포함 단, 연주자 및 예술가 제외), 뉴스통신사서비스, 도서관·박물관·기타문화서비스, 스포츠서비스, 게임(온라인 게임 포함)
제한개방	광고, 인쇄·출판, 라디오, 텔레비전 및 신문 서비스, 호텔·레스토랑 서비스 중 술집, 관광안내, 엔터테인먼트 서비스 중 연주자 및 예술가
향후 제한 또는 비개방 가능성	없음
비개방	도박·내기

출처: 저자 작성

75) 추가 유보 내역: 2. 공영 라디오 또는 공영 텔레비전 방송국을 운영하는 기업의 각 고위 관리자 및 이사는 파나마 국민이어야 한다. 3. 어떠한 경우에도 외국 정부 또는 외국 공기업은 직접 또는 제3자를 통하여 공영 라디오 또는 공영 텔레비전 서비스를 제공하거나 이러한 서비스를 공급하는 기업의 지배지분을 직접적 또는 간접적으로 보유할 수 없다. 4. 공영 라디오 또는 공영 텔레비전 서비스의 양허권자는 공공서비스청이 발행한 면허를 보유하지 아니한 아나운서의 발표를 포함하는 파나마 내에서 시작된 광고를 방송할 수 없다. 이는 파나마 국민 또는 파나마 국민에게 상호 권리를 부여한 국가의 국민에 의해서만 취득될 수 있다.

76) 추가 유보 내역: 2. 외국 예술가와 함께 공연하는 파나마 예술가는 동일한 조건 및 동일한 전문성을 고려하여 고용되어야 한다. 이는 사용된 매체와 관계없이 행사와 관련된 판촉, 홍보 및 광고에 적용되지만 이에 국한되지 아니한다. 3. 판촉을 위하여 외국 예술가를 고용하거나 외국 예술가의 서비스 또는 작품을 자선기부 또는 교환하는 행위는 파나마 예술가에게 부정적인 영향을 주지 아니하거나 파나마 예술가를 대체하지 아니하는 경우에만 승인된다. 어떠한 경우에도, 노조 수수료 및 회비 납부의 목적에 따라, 제공된 서비스 및 업무의 가치를 결정하기 위한 전문가의 평가를 위하여 그 고용건을 제출하여야 한다

(2) 파나마 측의 문화서비스 시장개방 약속 활용 사례

파나마가 한-중미 FTA를 통해 우리에게 약속한 문화서비스분야 시장개방 약속을 활용한 우리 문화서비스 기업의 대중 활용 사례를 제시하면 다음과 같다.

〈표 IV-97〉 우리 기업의 한-중미 FTA의 파나마 측의 문화서비스 개방 약속 활용 사례

활용 분야	활용 사례 요지
영화 제작서비스	영화제작업체 C사는 파나마 현지에 제작사를 별도로 설립하지 않고, 영화의 공동제작자 및 프로듀서로 직접 제작에 참여함.
영화 배급서비스	C사는 파나마 배급업체와 계약하여 제작한 영화를 배급하고 있음.
영상콘텐츠 제작서비스	방송(영상) 콘텐츠 제작업체 D사는 파나마에 별도의 현지 법인을 설립하지 않고, 현지 케이블 방송국과 공동으로 E-스포츠 콘텐츠를 제작하고 있음.
게임서비스	게임 제작업체 F사는 파나마에 별도로 법인을 설립하지 않고, 자체 제작한 온라인 게임을 국경간으로 현지 소비자에게 공급하고, 이용료는 신용카드나 온라인 결제 방법으로 징수하고 있음.

# FTA의 문화서비스분야 활용 가이드

집필 | 고준성 법학박사 (국제경제법) / ftakoh@gmail.com

- 산업연구원(KIET) 통상정책실 선임연구위원 겸 디지털 트레이드 포럼 위원장
- 중소기업중앙회 「중소기업 국제통상포럼」 위원장
- 산업통상자원부 통상교섭민간자문위원회 서비스분과 위원
- (전) 산업통상자원부 통상교섭민간자문위원회 자문위원
- (전) 미국 Univ. of Illinois College of Law 방문학자

감수 | 최영진 (문화체육관광부 문화통상협력과장)    김선기 (문화체육관광부 사무관)

          이상민 (문화체육관광부 주무관)            신수정 (문화체육관광부 주무관)

발행            2021년 5월

발행처        문화체육관광부

디자인/인쇄    경성문화사(02-786-2999)

ISBN           979-11-6357-308-1(93300)

# FTA의 문화서비스분야 활용 가이드

Free·Trade·Agreement



문화체육관광부

Ministry of Culture, Sports and Tourism



9 791163 573081

93300

ISBN 979-11-6357-308-1