

**콘텐츠 창작기반
보호를 위한 공정유통협약
운영방안 연구**

20
20

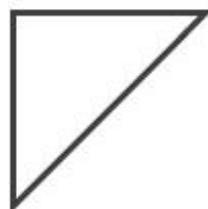
— KOCCA20-13



**콘텐츠 창작기반
보호를 위한 공정유통협약
운영방안 연구**

20
20

— KOCCA20-13



본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.

제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 “콘텐츠 창작기반 보호를 위한 공정유통협약 운영방안 연구”의 결과보고서로 제출합니다.

2020년 10월 29일

연구/조사기관 : (주)맥킨리라이스

연구/조사책임자 : 김형진 미국변호사 (연세대학교 겸임교수)

요약문

1. 연구의 필요성 및 목적

- 지금까지 문화산업 내에서의 불공정행위에 대한 연구는 i) 현행법에서 문화산업 각 세부장르가 규제되는 형태, ii) 문화산업 세부장르별 설문을 통한 불공정행위 사례의 수집, 그리고 iii) 수집된 불공정행위에 대한 원인분석에 집중되었음. 즉, 실태파악에 초점이 맞춰져 있었음.
- 반면 수행연구는, 그동안 관찰되었던 각 불공정행위 유형의 공통적인 원인을 파악하고, 이에 대한 구체적인 해결책의 설계를 제시하는 데에 목적이 있음. 즉, 대안설계에 초점이 맞춰져 있음.

2. 연구의 범위와 수행방법

가. 연구의 범위

- 수행연구는 다음 여섯 가지를 연구범위로 함.
 - 문화산업 11개 세부장르에서 나타나는 불공정행위의 유형에 대한 문헌정리
 - 법률로 해결할 수 있는 불공정행위 유형에 대한 원인분석 및 현행법체계를 보완할 입법 필요성에 대한 검토
 - 법률의 규율영역 밖에서 발생하기 때문에 입법으로 해결할 수 없는 불공정행위 유형에 대한 해결방안, 즉 공정유통협약 제도와 같은 기업의 자율준수 프로그램의 도입 필요성에 대한 검토
 - 국내외 자율준수 프로그램들의 도입 및 운영형태
 - 문화산업 표준 공정유통협약서, 공정유통협약 장르별 표준·특수

이행평가기준, 운영방안, 실효성 제고 방안 기타 공정유통협약 제도에 대한 설계

- 문화산업 전문가들에 대한 AHP (Analytic Hierarchy Process) 계층화 분석법 설문조사를 통하여 공정유통협약의 이행과정에 핵심적인 항목들 및 항목 간의 중요도 가중치 측정

나. 연구 수행방안

(1) 문헌조사

- 불공정행위에 관한 현행법체계와 최신판례의 동향에 대해서는 법제처 및 대한법률구조공단의 데이터베이스가 참조되었음.
- 특히 문화산업 내의 불공정행위의 분류에 관해서는 2018년에 발간된 <콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구>(한국콘텐츠진흥원) 및 2019년에 발간된 <문화산업 장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구용역>(한국콘텐츠진흥원)이 참조되었음.
- 국내외 자율준수 규범의 형태와 운영방식에 대해서는, 국내 사례에 대해서는 DBPia, RISS, KISS 데이터베이스가, 그리고 해외 사례에 대해서는 JSTOR, Westlaw 데이터베이스가 각 참조되었음.

(2) AHP (Analytic Hierarchy Process) 계층화 분석 통계조사

- 불공정행위의 근절과 공정거래협약제도의 도입을 위해서 문화산업 전문가들이 중시하는 요소 간의 중요성을 수치화하여 장르별로 객관적인 차이를 비교하기 위해 문화산업 전문가들을 상대로 AHP 계층화 분석 통계조사가 진행되었음.
 - AHP 조사는 복잡하고 비구조화된 사회문제들을 하위구성요소로 분해하고

각 구성요소에 대한 설문대상자들의 중요도 판단과정으로부터 구성요소에 대한 우선순위를 추출하는 의사결정 기법으로서 행정학, 정책학 분야에서의 널리 쓰이는 통계기법임.

- 통상적으로 AHP 조사는 아래와 같이 상대적 중요도를 나타내는 9점 리커트 척도를 기준으로 각 평가항목 간의 쌍대비교 (Pairwise Comparison)를 진행한 후, 그 결과를 행렬화함으로써 전체 평가항목 간의 중요도 가중치를 추출하는 방식으로 진행됨.
- 단순한 사례로 AHP 조사의 원리를 살펴본다면, 예컨대 기업 이사회에서 대표이사를 선출하는 과정에서, 이사회가 리더십 항목이 경력 항목보다 3배 더 중요하며, 경력 항목이 학력 항목보다 3배 더 중요하고, 리더십 항목이 학력 항목보다 9배 더 중요하다고 답변할 경우, 대표이사 선출에 대한 항목별 중요도 가중치는 리더십이 69.2%, 경력이 23.1%, 그리고 학력이 7.7%로 각 도출되는 것과 같음.

<표1-1> AHP 통계조사를 위한 쌍대비교 설문지의 예시

설문 예시										
X를 결정함에 있어서 A와 B 두 고려요소 간의 중요도를 선택하십시오.										
항목	리커트 척도									항목
A	9	7	5	3	1	3	5	7	9	B
중요도	정의									
9	A가 B보다 절대적으로 중요									
7	A가 B보다 상당히 중요									
5	A가 B보다 중요									
3	A가 B보다 약간 중요									
1	A와 B의 중요도는 동일									
3	B가 A보다 약간 중요									
5	B가 A보다 중요									
7	B가 A보다 상당히 중요									

(3) 통계조사 대상장르

- 통계청의 콘텐츠산업 특수분류는 12개 영역인 i) 출판, ii) 만화, iii) 음악, iv) 게임, v) 영화, vi) 애니메이션, vii) 방송, viii) 광고, ix) 캐릭터, x) 지식정보, xi) 콘텐츠솔루션, xii) 공연으로 구성됨.
- 이 중에서 한국콘텐츠진흥원과의 협의에 따라, 그동안의 문화산업 고유의 불공정행위에 관한 연구에서 위법사례가 빈번하게 발견되었던 i) 게임, ii) 드라마·광고·PP, iii) 대중문화예술기획, iv) 웹툰, v) 애니메이션, vi) 캐릭터, vii) 음악, viii) 뮤지컬, ix) 패션 총 11개 장르에 대해 설문조사가 진행되었음.

(4) 전문가 설문조사

- 문화산업 전문가에 대한 설문조사는 총 3차례에 걸쳐서 시행되었음.
 - 제1차 사전인터뷰는 대면으로 120분 동안 진행되었으며 문화산업 분야에서 공정유통협약 제도를 실시·평가함에 있어서 고려되어야 하는 총 43개의 공통 항목을 선정하고 항목 간의 계층구조도를 제작하는 것이 목적이었음.
 - 제2차 인터뷰는 코로나19로 인한 정부의 사회적 거리두기 정책에 의해 비대면 온라인 설문지 작성 및 화상회의로 60분 동안 진행되었으며, 사전인터뷰를 통해 선정된 43개 평가항목에 관하여 피설문자들이 총 69개 문항으로 구성된 AHP 설문지를 작성하는 형태로 구성되었음.
 - 제3차 비대면 인터뷰는 AHP 설문지를 분석한 결과, 응답에 대한 일관성 지수가 떨어지는 피설문자들에 대한 AHP 설문조사 재 실시 및 심층 인터뷰가 진행되었음. 이때 심층 인터뷰는 i) 설문지 각 문항의 구조에 대한

의견, ii) 현장에서 관찰한 불공정행위의 유형에 대한 의견, 그리고 iii) 문화산업 상품유통업자들의 공정유통협약 제도 도입여부에 따른 적절한 수익·불이익조치에 관한 의견을 중심으로 구성되었음.

<표 1-2> AHP 통계조사의 응답자 분류

대분류	소분류	빈도수
회사	제1차 인터뷰 - 사전인터뷰	7
	제2차 인터뷰 - AHP 통계조사	28
	제3차 인터뷰 - 심층인터뷰	3
학력	학사	17 (60%)
	석사	10 (36%)
	박사	1 (4%)
직책	임원 또는 개인사업자	18 (41%)
	법무팀 또는 공정거래팀	10 (59%)
성별	남성	18 (64%)
	여성	10 (36%)
연령	20세 이상 30세 미만	4 (14%)
	30세 이상 40세 미만	17 (61%)
	40세 이상 50세 미만	6 (21%)
	50세 이상	1 (4%)
분야	드라마·광고·PP	6 (21%)
	웹툰·애니메이션	2 (7%)
	캐릭터	3 (11%)
	패션	2 (7%)
	대중문화예술기획업	3 (11%)
	음악	4 (14%)
	게임	5 (18%)
	뮤지컬	3 (11%)
총원		28 (100%)

다. 연구결과의 요약

- 문화산업 현장에서 보고되는 불공정행위의 유형은 다양해지고 있으며, 공정거래법 기타 현행법이 충분히 규율하지 못하는 문화산업 고유의 불공정행위에 대한 입법이 필요함.
- 이는 하도급 및 프랜차이즈 분야에서 공정거래 특별법 제정이 요구된 이유와 유사함.
- 그동안 문화산업 종사자들에 의해 보고되었던 불공정행위는 크게 두 가지로 분류할 수 있음.
- 하나는 ‘문화산업 1세대 불공정행위’ 임. 이러한 유형의 불공정행위는 계약법·공정거래법 기타 법률에 따라 규율이 되고 있거나 규율이 가능한 행위들로 이루어져 있고, 자세한 사항은 다음과 같음.
 - 첫째, 대규모 문화상품유통업자가 계약을 이행하지 않는 등 위법을 저질렀으나 중소 문화상품제작업자가 보복조치에 대한 두려움 등에 의해 이를 신고할 현실적인 여건이 되지 않기 때문에 현행법의 규율영역 내의 행위이지만 법집행을 위한 제반사정이 구비되지 않은 경우가 포함됨.
 - 둘째, 대규모 문화상품유통업자에게 우월한 거래상 지위가 실질적으로 인정되나 기업 매출규모가 공정거래법의 적용 하한선에 미치지 못하는 경우와 같이, 현행 공정거래법체계의 맹점을 이용하여 경우로서, 본질적으로는 독과점에 기반하고 있으며 법률의 규율영역에 포섭가능한 행위들로 구성되므로 입법에 의해 규제하는 것이 효과적임.
- 다른 하나는 ‘문화산업 2세대 불공정행위’ 임. 이러한 유형의 불공정행위는 세계화·온라인 플랫폼화의 영향인 경우가 많으며 점차 그 비중이 증가하는 추세임.
 - 예컨대 음악 장르의 경우, 다양한 해외 음원 스트리밍 플랫폼들의 국내 진출로 인하여 시장 전체에 대한 독과점의 위험은 감소하였으나, 대형 플랫폼들과 영세 제작업체 간의 규모 격차가 심화되고 플랫폼들이 가격담합

없이 일괄적으로 수수료를 상향조정할 경우, 혹은 온라인 의류유통 플랫폼들이 급작스럽게 무료배송을 강제하여 제작업체 근로자들이 배송까지 책임져야 하는 경우는, 현행 불공정거래법체계 하에서 단순한 시장경제에 의한 가격형성으로 치부될 가능성이 높음.

- 이처럼 온라인 플랫폼에 의해 형성된 열악한 제작·유통환경은 법률의 규율영역에 포섭되기 어려운 시장경제 논리에 기인한 경우가 많으므로 법률 이외의 사회제도를 도입하여 산업종사 기업들이 자율적으로 상생·협력을 선도할 수 있는 풍토를 조성하는 것이 효과적임.
- 위를 효과적으로 예방하기 위해서는 i) 문화산업에 고유한 공정거래 특별법 제정을 통하여 법적 사각지대를 해소하는 한편, ii) 문화산업 기업들에 자율적으로 도입할 수 있는 공정유통협약제도와 같은 ‘법률 이외의 사회제도’가 함께 시행되어야 함.
- 문화산업 1세대 불공정행위는 i) 법률에 의해 현재 규율되고 있거나, ii) 법률에 의해 규율가능한 행위들로 구성되어 있으므로, 이를 예방하는 데에는 i) 특별법의 입법 및 ii) 표준계약서의 보급 등을 통한 법적 규율영역 확대가 효과적이며, 이러한 사항은 공정유통협약 제도에 있어서 표준 공정유통협약서 제3조에 반영되어 있음.
- 문화산업 2세대 불공정행위는 본질적으로 세계화·온라인화를 통한 초대형 유통채널들의 등장으로 인한 시장가격의 불균형에 의한 것으로서 법적으로 규율하기 어려운 사항들로 구성된 바, 이를 예방하는 데에는 자율준수 프로그램이 필수적이며, 이러한 사항은 공정유통협약서 제5조에 반영되어 있음.
- AHP 통계분석 결과, 대중문화예술기획업, 음악, 게임, 드라마, 광고, PP, 캐릭터, 패션 장르에서는 문화산업 2세대 불공정행위 유형에 대한 규제가 전문가들에 의해 강조됨. 따라서 이를 바탕으로 문화산업 표준 공정유통협약서 및 협약이행평가 기준표가 작성되었음.
- 내부적으로는 대중문화예술기획업·음악·게임 장르, 드라마·광고·PP 장르, 그리고 캐릭터·패션 장르에서 각 전문가에 의한 공정유통협약 평가항목 중요도 가중치가 서로 유사하게 도출되었음.

- 반면 웹툰·애니메이션 장르 및 뮤지컬 장르에서는 문화산업 1세대 불공정행위에 대한 규제가 강조되어 이를 바탕으로 특수 공정유통협약 이행평가 기준표가 작성되었음.



목 차

제1장 서론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 연구의 범위와 수행방법	2
가. 연구의 범위	2
나. 연구 수행방안	3
다. 연구결과의 요약	7
제2장 문화산업 공정유통환경 조성을 위한 제도 도입 필요성	15
1. 불공정행위의 정의와 분류	15
가. 문화산업 종사자들이 보고하는 불공정행위	15
나. 문화산업 불공정행위의 분류	19
2. 문화산업 생태계의 변화와 불공정행위	22
가. 문화산업의 구조적 특징	22
나. 문화산업 1세대 불공정행위: 법률에 의해 규제가 가능한 불공정행위	23
다. 문화산업 2세대 불공정행위: 법률에 의해 규제가 어려운 불공정행위	23
3. 문화산업 불공정행위 관련 법제도	25
가. 불공정행위에 관한 기존 법체계	25
나. 독점규제 및 공정거래에 관한 법률	26
다. 문화산업 관련 법제	27
라. 문화산업 규제의 최근 동향: 그 외 자율준수규범 및 발의된 법안	30
4. 공정유통환경 조성을 위한 국내외 사례	32
가. 국내 사례	32
나. 해외 사례	38
5. 공정유통협약 제도 도입의 필요성	41

가. 현행 법규의 불공정행위 규제의 한계	41
나. 문화콘텐츠산업 관련 법 적용의 한계	41
다. 공정유통협약 제도 도입의 필요성	42
제3장 공정유통협약 제도	44
1. 대상 및 효과	44
가. 문화산업 사업자의 범위	44
나. 협약체결에 따른 상생협력 효과	46
2. 공정유통협약	48
가. 제도의 설계	48
나. 협약서의 구성 및 내용	49
다. 협약체결 절차	66
3. AHP (Analytic Hierarchy Process) 계층화 분석	67
가. 조사 목적	67
나. 조사 대상 및 조사 방법	68
4. 문화산업 장르별 특징을 반영한 공정유통협약 제도	75
가. 문화산업 표준 공정유통협약서 및 이행평가기준표	75
나. 문화산업 특수 이행평가기준표	94
제4장 공정유통협약제도의 운영 및 실효성 제고	105
1. 공정유통협약제도 운영방안	105
가. 협약체결 및 협약평가의 운영	105
나. 문화상품사업자간 상생협력을 위한 바람직한 계약체결을 위한 실천사항	109
다. 내부 심의위원회 설치 및 운용을 위한 실천사항	126
라. 바람직한 서면발급 및 보존에 관한 실천사항	128
2. 제도의 활성화를 위한 인센티브	141
가. 문화산업 불공정행위 유형에 따른 실효성 제고 수단	141
나. 문화상품유통사업자를 위한 조세 지원제도	143

다. 문화상품유통사업자를 위한 보조금 지원제도	145
제5장 결론 및 제언	148
참고문헌	150



표 목 차

<표 1-1> AHP 통계조사를 위한 쌍대비교 설문지 예시	4
<표 1-2> AHP 통계조사의 응답자 분류	6
<표 2-1> 불공정행위의 분류	19
<표 2-2> 문화산업 세부장르별 불공정행위 규율법령 예시	27
<표 2-3> 주요 공정거래협약 규율예규 간의 조문체계 비교	36
<표 3-1> 주요 공정거래협약 표준협약서 간의 조문체계 비교	49
<표 3-2> 주요 공정거래협약 표준협약서 중 ‘협약의 당사자’에 관한 부분 비교	52
<표 3-3> 주요 공정거래협약 표준협약서 중 ‘목적’에 대한 조문내용 비교	53
<표 3-4> 주요 공정거래협약 표준협약서 중 ‘법률 준수’에 대한 조문내용 비교	53
<표 3-5> 주요 공정거래협약 중 ‘법위반 예방 및 법준수 노력을 위한 사항’에 대한 조문내용 비교	58
<표 3-6> 주요 공정거래협약 중 ‘제작업자의 상생협력을 위한 협력 사항’과 관련된 내용 비교	61
<표 3-7> 주요 공정거래협약 중 ‘협약기간’에 대한 조문내용 비교	63
<표 3-8> 주요 공정거래협약 중 ‘법적 성격’에 대한 조문내용 비교	64
<표 3-9> 주요 공정거래협약 중 ‘협약기준 준수’에 대한 조문내용 비교	64
<표 3-10> 주요 공정거래협약 중 ‘세부이행계획 및 평가자료’에 대한 조문내용 비교	65
<표 3-11> AHP 통계조사의 응답자 분류	70
<표 3-12> 쌍대비교 설문지 예시	71
<표 3-13> AHP 평가항목 계층구조도	72
<표 3-14> 표준 이행평가기준표 - 제1비교계층	82
<표 3-15> 표준 이행평가기준표 점수배분	83
<표 3-16> 확인된 불공정행위 유형 - 대중문화예술기획업·음악·게임	85
<표 3-17> 주요 불공정 피해 사례 - 음악	85
<표 3-18> 주요 불공정 피해 사례 - 게임	86
<표 3-19> 대중문화예술기획업·음악·게임 장르의 AHP 통계조사 분석결과	86
<표 3-20> 확인된 불공정행위 유형 - 드라마·광고·PP	88
<표 3-21> 주요 불공정 피해 사례 - 방송	88

<표 3-22> 드라마·광고·PP 장르의 AHP 통계조사 분석결과	90
<표 3-23> 확인된 불공정행위 유형 - 캐릭터·패션	91
<표 3-24> 주요 불공정 피해 사례 - 캐릭터	91
<표 3-25> 캐릭터·패션의 AHP 통계조사 분석결과	92
<표 3-26> 확인된 불공정행위 유형 - 웹툰·애니메이션	96
<표 3-27> 주요 불공정 피해 사례 - 웹툰	96
<표 3-28> 주요 불공정 피해 사례 - 애니메이션	97
<표 3-29> 웹툰·애니메이션 장르 이행평가기준표 - 제1비교계층	98
<표 3-30> 웹툰·애니메이션 장르 이행평가기준표 점수배분	98
<표 3-31> 확인된 불공정행위 유형 - 뮤지컬	100
<표 3-32> 뮤지컬 장르 이행평가기준표 - 제1비교계층	101
<표 3-33> 뮤지컬 장르 이행평가기준표 점수배분	101
<표 4-1> 콘텐츠기업 조세 지원 제도 주요 개선안	143
<표 4-2> 보조금 지원안	145



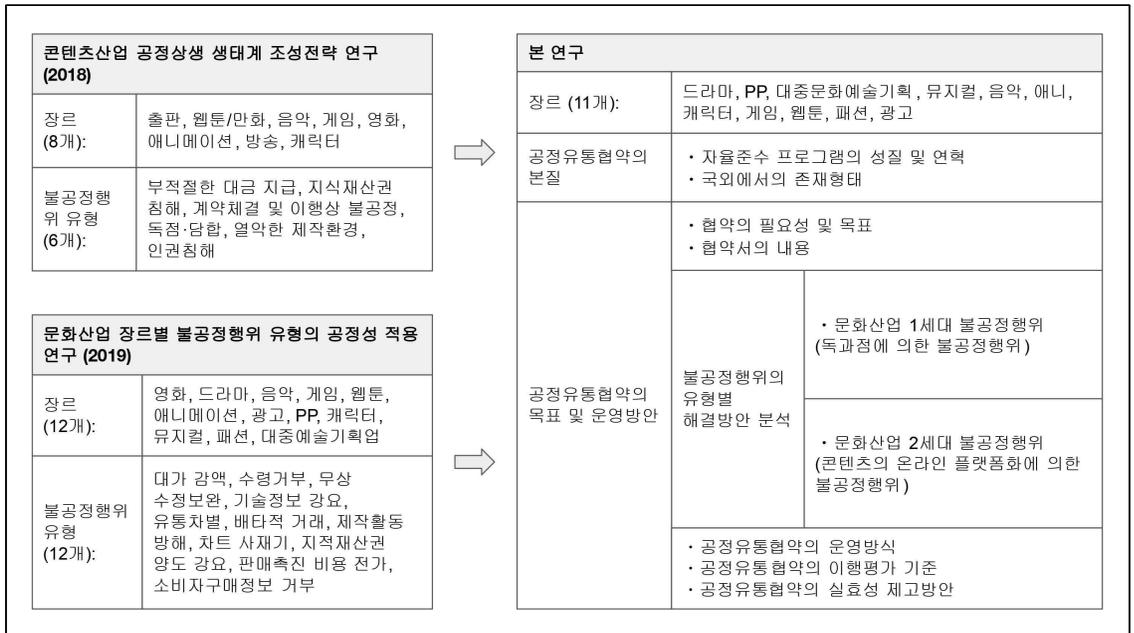
그림 목 차

[그림 1-1] 문화산업 불공정행위에 관한 연구의 발전	1
[그림 1-2] 연구의 범위 및 연구 방법	3
[그림 1-3] 현행 공정거래법체계도	7
[그림 1-4] 법률의 규율영역을 기준으로 분류한 문화산업의 불공정행위	8
[그림 1-5] 문화산업 불공정행위의 유형과 관련된 공정유통협약서의 각 조항	10
[그림 1-6] 문화산업 표준·특수 공정유통협약서 분류	10
[그림 1-7] 문화산업 일반 장르에 대한 AHP 분석결과	11
[그림 1-8] 문화산업 특수 장르에 대한 AHP 분석결과	13
[그림 1-9] 문화산업 세부장르별 특징	13
[그림 2-1] 불공정행위에 관한 다양한 정의	15
[그림 2-2] 문화산업 종사자들이 보고하는 주요 불공정행위	16
[그림 2-3] 현재 불공정행위로 인정되는 경우와 인정되지 않는 경우	18
[그림 2-4] 문화산업의 일반적 밸류체인	22
[그림 2-5] 자율준수 프로그램의 일반적인 정책목표	33
[그림 2-6] 해외의 문화산업정책	38
[그림 3-1] 공정거래협약 제도 설계 시 주요 고려사항	48
[그림 3-2] 문화산업 세부장르 중 웹툰·애니메이션과 뮤지컬의 장르의 특수성	96
[그림 4-1] 공정유통협약의 운영을 위한 주요사항	105
[그림 4-2] 불공정행위의 유형별 동원 가능한 행정작용	141

제1장 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

- 지금까지 문화산업 내에서의 불공정행위에 대한 연구는 i) 현행법에서 문화산업 각 세부장르가 규제되는 형태, ii) 문화산업 세부장르별 설문을 통한 불공정행위 사례의 수집, 그리고 iii) 수집된 불공정행위에 대한 원인분석에 집중되었음. 즉, 실태파악에 초점이 맞춰져 있었음.
- 반면 수행연구는, 그동안 관찰되었던 각 불공정행위 유형의 공통적인 원인을 파악하고, 이에 대한 구체적인 해결책의 설계를 제시하는 데에 목적이 있음. 즉, 대안설계에 초점이 맞춰져 있음.
- 특히 문화산업에 고유한 불공정행위에 대한 해결책으로서 신규 입법의 방향과 법적 규제 외에 공정유통협약 제도와 같은 기업 자율준수 프로그램들의 도입방향을 제시하는 데에 목적이 있음.



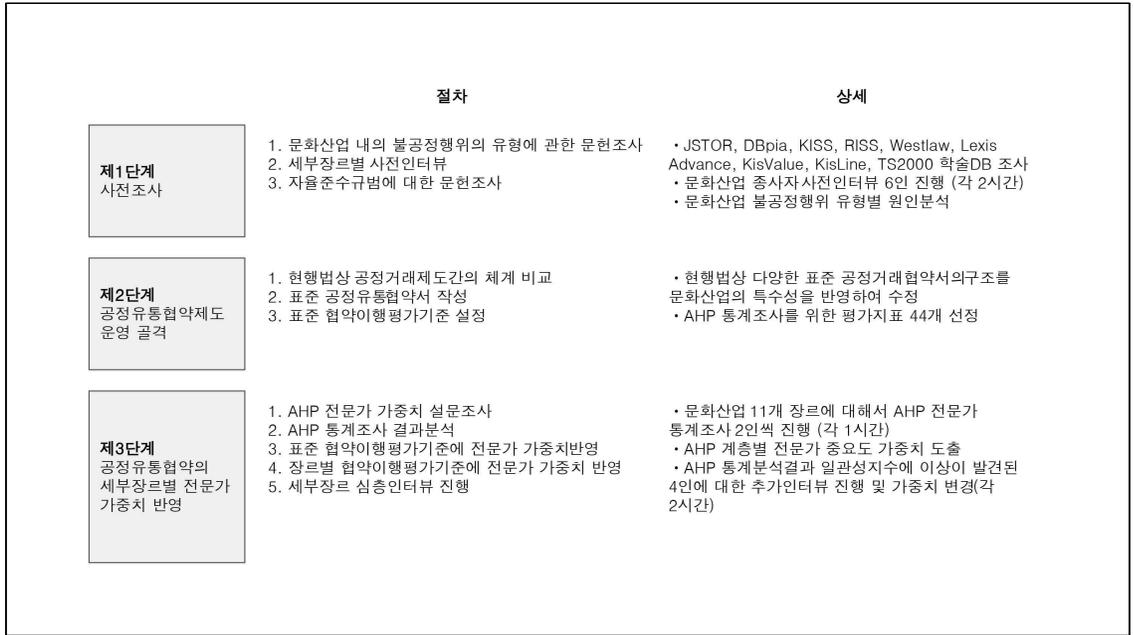
[그림 1-1] 문화산업 불공정행위에 관한 연구의 발전

2. 연구의 범위와 수행방법

가. 연구의 범위

- 수행연구는 다음 여섯 가지를 연구범위로 함.
 - 문화산업 11개 세부장르에서 나타나는 불공정행위의 유형에 대한 문헌정리
 - 법률로 해결할 수 있는 불공정행위 유형에 대한 원인분석 및 현행법체계를 보완할 입법 필요성에 대한 검토
 - 법률의 규율영역 밖에서 발생하기 때문에 입법으로 해결할 수 없는 불공정행위 유형에 대한 해결방안, 즉 공정유통협약 제도와 같은 기업의 자율준수 프로그램의 도입 필요성에 대한 검토
 - 국내외 자율준수 프로그램들의 도입 및 운영형태
 - 문화산업 표준 공정유통협약서, 공정유통협약 장르별 표준·특수 이행평가기준, 운영방안, 실효성 제고 방안 기타 공정유통협약 제도에 대한 설계
 - 문화산업 전문가들에 대한 AHP (Analytic Hierarchy Process) 계층화 분석법 설문조사를 통하여 공정유통협약의 이행과정에 핵심적인 항목들 및 항목 간의 중요도 가중치 측정

나. 연구 수행방안



[그림 1-2] 연구의 범위 및 연구 방법

(1) 문헌조사

- 불공정행위에 관한 현행법체계와 최신판례의 동향에 대해서는 법제처 및 대한법률구조공단의 데이터베이스가 참조되었음.
- 특히 문화산업 내의 불공정행위의 분류에 관해서는 2018년에 발간된 <콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구>(한국콘텐츠진흥원) 및 2019년에 발간된 <문화산업 장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구용역>(한국콘텐츠진흥원)이 참조되었음.
- 국내외 자율준수 규범의 형태와 운영방식에 대해서는, 국내 사례에 대해서는 DBpia, RISS, KISS 데이터베이스가, 그리고 해외 사례에 대해서는 JSTOR, Westlaw 데이터베이스가 각 참조되었음.

(2) AHP (Analytic Hierarchy Process) 계층화 분석 통계조사

- 불공정행위의 근절과 공정거래협약제도의 도입을 위해서 문화산업 전문가들이 중시하는 요소 간의 중요성을 수치화하여 장르별로 객관적인 차이를 비교하기 위해 문화산업 전문가들을 상대로 AHP 계층화 분석 통계조사가 진행되었음.
 - AHP 조사는 복잡하고 비구조화된 사회문제들을 하위구성요소로 분해하고 각 구성요소에 대한 설문대상자들의 중요도 판단과정으로부터 구성요소에 대한 우선순위를 추출하는 의사결정 기법으로서 행정학, 정책학 분야에서의 널리 쓰이는 통계기법임.
 - 통상적으로 AHP 조사는 아래와 같이 상대적 중요도를 나타내는 9점 리커트 척도를 기준으로 각 평가항목 간의 쌍대비교 (Pairwise Comparison)를 진행한 후, 그 결과를 행렬화함으로써 전체 평가항목 간의 중요도 가중치를 추출하는 방식으로 진행됨.
 - 단순한 사례로 AHP 조사의 원리를 살펴본다면, 예컨대 기업 이사회에서 대표이사를 선출하는 과정에서, 이사회가 리더십 항목이 경력 항목보다 3배 더 중요하며, 경력 항목이 학력 항목보다 3배 더 중요하고, 리더십 항목이 학력 항목보다 9배 더 중요하다고 답변할 경우, 대표이사 선출에 대한 항목별 중요도 가중치는 리더십이 69.2%, 경력이 23.1%, 그리고 학력이 7.7%로 각 도출되는 것과 같음.

<표1-1> AHP 통계조사를 위한 쌍대비교 설문의 예시

설문 예시										
X를 결정함에 있어서 A와 B 두 고려요소 간의 중요도를 선택하십시오.										
항목	리커트 척도									항목
A	9	7	5	3	1	3	5	7	9	B
중요도	정의									
9	A가 B보다 절대적으로 중요									

7	A가 B보다 상당히 중요
5	A가 B보다 중요
3	A가 B보다 약간 중요
1	A와 B의 중요도는 동일
3	B가 A보다 약간 중요
5	B가 A보다 중요
7	B가 A보다 상당히 중요
9	B가 A보다 절대적으로 중요

(3) 통계조사 대상장르

- 통계청의 콘텐츠산업 특수분류는 12개 영역인 i) 출판, ii) 만화, iii) 음악, iv) 게임, v) 영화, vi) 애니메이션, vii) 방송, viii) 광고, ix) 캐릭터, x) 지식정보, xi) 콘텐츠솔루션, xii) 공연으로 구성됨.
- 이 중에서 한국콘텐츠진흥원과의 협의에 따라, 그동안의 문화산업 고유의 불공정행위에 관한 연구에서 위법사례가 빈번하게 발견되었던 i) 게임, ii) 드라마·광고·PP, iii) 대중문화예술기획, iv) 웹툰, v) 애니메이션, vi) 캐릭터, vii) 음악, viii) 뮤지컬, ix) 패션 총 11개 장르에 대해 설문조사가 진행되었음.

(4) 전문가 설문조사

- 문화산업 전문가에 대한 설문조사는 총 3차례에 걸쳐서 시행되었음.
 - 제1차 사전인터뷰는 대면으로 120분 동안 진행되었으며 문화산업 분야에서 공정유통협약 제도를 실시·평가함에 있어서 고려되어야 하는 총 43개의 공통 항목을 선정하고 항목 간의 계층구조도를 제작하는 것이 목적이었음.
 - 제2차 인터뷰는 코로나19로 인한 정부의 사회적 거리두기 정책에 의해 비대면 온라인 설문지 작성 및 화상회의로 60분 동안 진행되었으며,

사전인터뷰를 통해 선정된 43개 평가항목에 관하여 피설문자들이 총 69개 문항으로 구성된 AHP 설문지를 작성하는 형태로 구성되었음.

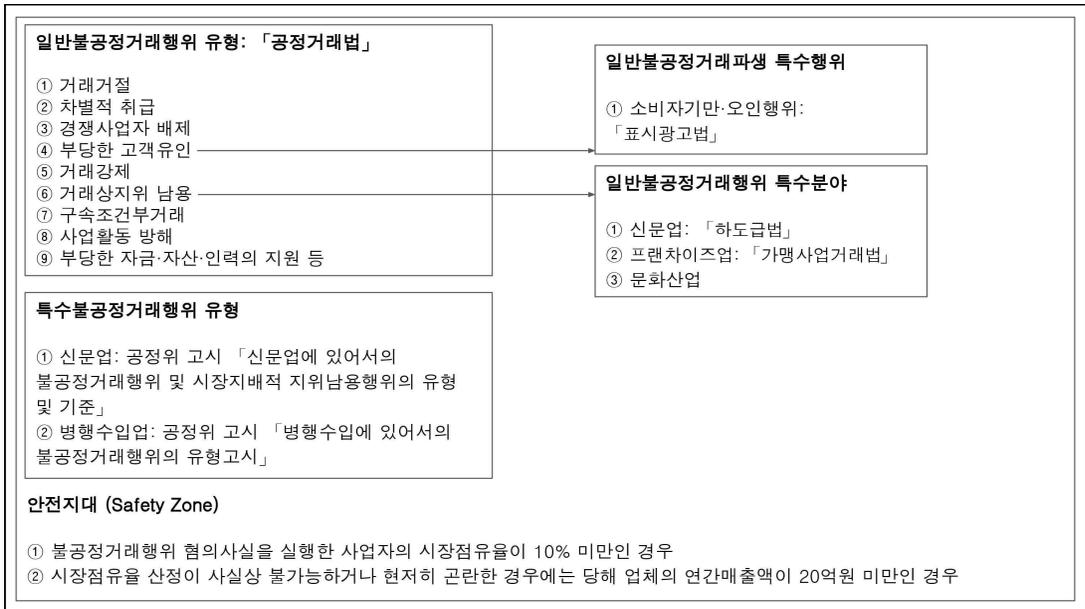
- 제3차 비대면 인터뷰는 AHP 설문지를 분석한 결과, 응답에 대한 일관성 지수가 떨어지는 피설문자들에 대한 AHP 설문조사 재 실시 및 심층 인터뷰가 진행되었음. 이때 심층 인터뷰는 i) 설문지 각 문항의 구조에 대한 의견, ii) 현장에서 관찰한 불공정행위의 유형에 대한 의견, 그리고 iii) 문화산업 상품유통업자들의 공정유통협약 제도 도입여부에 따른 적절한 수익·불이익조치에 관한 의견을 중심으로 구성되었음.

<표 1-2> AHP 통계조사의 응답자 분류

대분류	소분류	빈도수
회사	제1차 인터뷰 - 사전인터뷰	7
	제2차 인터뷰 - AHP 통계조사	28
	제3차 인터뷰 - 심층인터뷰	3
학력	학사	17 (60%)
	석사	10 (36%)
	박사	1 (4%)
직책	임원 또는 개인사업자	18 (41%)
	법무팀 또는 공정거래팀	10 (59%)
성별	남성	18 (64%)
	여성	10 (36%)
연령	20세 이상 30세 미만	4 (14%)
	30세 이상 40세 미만	17 (61%)
	40세 이상 50세 미만	6 (21%)
	50세 이상	1 (4%)
분야	드라마·광고·PP	6 (21%)
	웹툰·애니메이션	2 (7%)
	캐릭터	3 (11%)
	패션	2 (7%)
	대중문화예술기획업	3 (11%)
	음악	4 (14%)
	게임	5 (18%)
	뮤지컬	3 (11%)
총원		28 (100%)

다. 연구결과의 요약

- 문화산업 현장에서 보고되는 불공정행위의 유형은 다양해지고 있으며, 공정거래법 기타 현행법이 충분히 규율하지 못하는 문화산업 고유의 불공정행위에 대한 입법이 필요함.
- 이는 하도급 및 프랜차이즈 분야에서 공정거래 특별법 제정이 요구된 이유와 유사함.



[그림 1-3] 현행 공정거래법체계도

- 그동안 문화산업 종사자들에 의해 보고되었던 불공정행위는 크게 두 가지로 분류할 수 있음.
- 하나는 ‘문화산업 1세대 불공정행위’ 임. 이러한 유형의 불공정행위는 계약법·공정거래법 기타 법률에 따라 규율이 되고 있거나 규율이 가능한 행위들로 이루어져 있고, 자세한 사항은 다음과 같음.
 - 첫째, 대규모 문화상품유통업자가 계약을 이행하지 않는 등 위법을

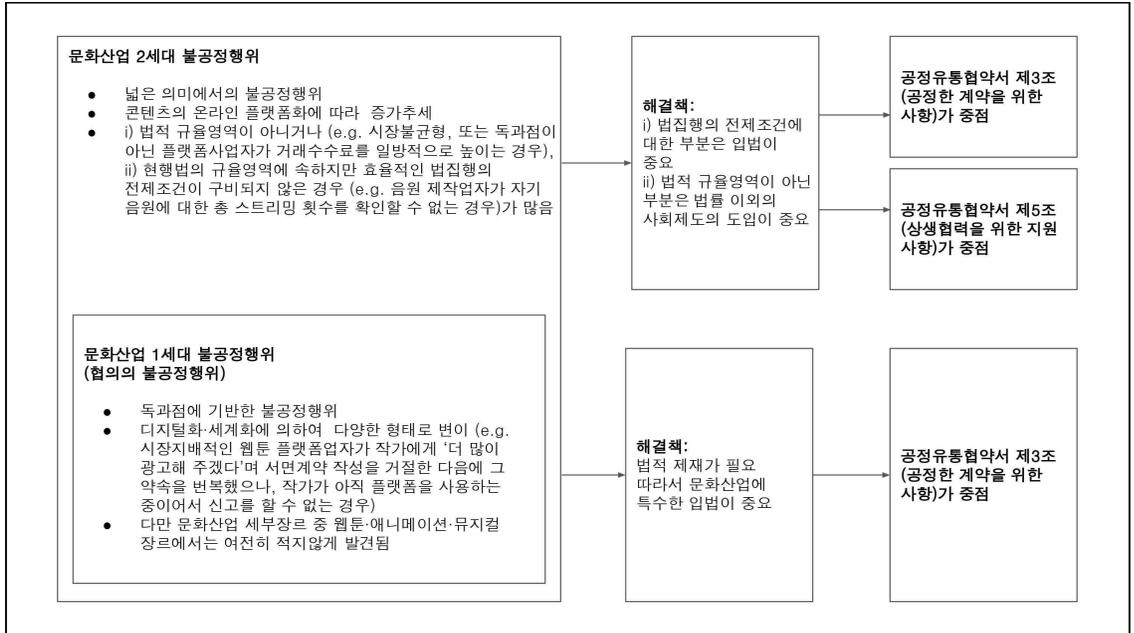
저질렀으나 중소 문화상품제작업자가 보복조치에 대한 두려움 등에 의해 이를 신고할 현실적인 여건이 되지 않기 때문에 현행법의 규율영역 내의 행위이지만 법집행을 위한 제반사정이 구비되지 않은 경우가 포함됨.

- 둘째, 대규모 문화상품유통업자에게 우월한 거래상 지위가 실질적으로 인정되나 기업 매출규모가 공정거래법의 적용 하한선에 미치지 못하는 경우와 같이, 현행 공정거래법체계의 맹점을 이용하여 경우로서, 현행법상 규율되지는 않지만 본래 법적 규율이 가능한 행위들로 구성되므로, 입법에 의해 규제하는 것이 효과적임.
- 다른 하나는 ‘문화산업 2세대 불공정행위’ 임. 이러한 유형의 불공정행위는 세계화·온라인 플랫폼화의 영향인 경우가 많으며 점차 그 비중이 증가하는 추세임.
 - 예컨대 음악 장르의 경우, 다양한 해외 음원 스트리밍 플랫폼들의 국내 진출로 인하여 시장 전체에 대한 독과점의 위험은 감소하였으나, 대형 플랫폼들과 영세 제작업체 간의 규모 격차가 심화되고 플랫폼들이 가격담합 없이 일괄적으로 수수료를 상향조정할 경우, 혹은 온라인 의류유통 플랫폼들이 급작스럽게 무료배송을 강제하여 제작업체 근로자들이 배송까지 책임져야 하는 경우는, 현행 불공정거래법체계 하에서 단순한 시장경제에 의한 가격형성으로 치부될 가능성이 높음.
 - 이처럼 온라인 플랫폼에 의해 형성된 열악한 제작·유통환경은 법률의 규율영역에 포섭되기 어려운 시장경제 논리에 기인한 경우가 많으므로 법률 이외의 사회제도를 도입하여 산업종사 기업들이 자율적으로 상생·협력을 선도할 수 있는 풍토를 조성하는 것이 효과적임.
- 위를 효과적으로 예방하기 위해서는 i) 문화산업에 고유한 공정거래 특별법 제정을 통하여 법적 사각지대를 해소하는 한편, ii) 문화산업 기업들에 자율적으로 도입할 수 있는 공정유통협약제도와 같은 ‘법률 이외의 사회제도’ 가 함께 시행되어야 함.

	계약체결 이전단계	계약체결 이후 이행단계	계약 이외에 불공정사항
주요 원인	<ul style="list-style-type: none"> 서면계약의 미비 	<ul style="list-style-type: none"> 계약조건의 위반 계약의 이행에 필요한 제반조건의 미비 	<ul style="list-style-type: none"> 시장가격의 하락 계약교섭기회의 박탈 당사자간 현저한 힘의 차이에 의한 불공정한 계약조건의 심리적 강제
주요 피해유형 (한국콘텐츠진흥원의 2018년 '콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구' 및 2019년 '문화산업 장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구용역'에 따른 분류)	<ul style="list-style-type: none"> 無 서면 계약은 모든 공적 구제절차의 시작이라는 점에서 중요 	<ul style="list-style-type: none"> 계약체결 및 이행상 불공정, 지식재산권 침해, 부적절한 대금 지급, 대가 감액, 제작활동 방해, 기술 정보 강요, 무상 수정보완, 수령거부 판매촉진 비용 전가, 차트 사제기, 소비자 구매정보 제공거부 	<ul style="list-style-type: none"> 인권침해, 열악한 제작환경 독점·담합, 유통차별, 배타적 거래
주요 해결방안	<ul style="list-style-type: none"> 법적 테두리 내로 포섭 (서면계약의 강제) 	<ul style="list-style-type: none"> 경성규범 (법률)에 의한 규제 	<ul style="list-style-type: none"> 연성규범 (법률 이외의 사회제도)의 도입
문화산업 불공정행위 분류	<ul style="list-style-type: none"> 문화산업 1세대 불공정행위 (특과점에 의한 불공정행위) 		<ul style="list-style-type: none"> 문화산업 2세대 불공정행위 (콘텐츠의 온라인 플랫폼화에 의한 불공정행위)
공정유통협약 반영	<ul style="list-style-type: none"> 문화산업 표준 공정유통 협약서 제3조 제5항 	<ul style="list-style-type: none"> 문화산업 표준 공정유통 협약서 제3조 제1항, 제2항, 제3항, 제4항, 제6항, 제7항 	<ul style="list-style-type: none"> 문화산업 표준 공정유통 협약서 5조
공정유통협약 이행평가기준 반영	<ul style="list-style-type: none"> 계약의 공정성에 대한 평가 법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 대한 평가 		<ul style="list-style-type: none"> 상생협력에 위한 지원 제공에 관한 평가

[그림 1-4] 법률의 규율영역을 기준으로 분류한 문화산업의 불공정행위

- 문화산업 1세대 불공정행위는 i) 법률에 의해 현재 규율되고 있거나, ii) 법률에 의해 규율가능한 행위들로 구성되어 있으므로, 이를 예방하는 데에는 i) 특별법의 입법 및 ii) 표준계약서의 보급 등을 통한 법적 규율영역 확대가 효과적이며, 이러한 사항은 공정유통협약 제도에 있어서 표준 공정유통협약서 제3조에 반영되어 있음.
- 문화산업 2세대 불공정행위는 본질적으로 세계화·온라인화를 통한 초대형 유통채널들의 등장으로 인한 시장가격의 불균형에 의한 것으로서 법적으로 규율하기 어려운 사항들로 구성된 바, 이를 예방하는 데에는 자율준수 프로그램이 필수적이며, 이러한 사항은 공정유통협약서 제5조에 반영되어 있음.



[그림 1-5] 문화산업 불공정행위의 유형과 관련된 공정유통협약서의 각 조항

- AHP 통계분석 결과, 대중문화예술기획업, 음악, 게임, 드라마, 광고, PP, 캐릭터, 패션 장르에서는 문화산업 2세대 불공정행위 유형에 대한 규제가 전문가들에 의해 강조됨. 따라서 이를 바탕으로 문화산업 표준 공정유통협약서 및 협약이행평가 기준표가 작성되었음.
- 내부적으로는 대중문화예술기획업·음악·게임 장르, 드라마·광고·PP 장르, 그리고 캐릭터·패션 장르에서 각 전문가에 의한 공정유통협약 평가항목 중요도 가중치가 서로 유사하게 도출되었음.
- 반면 웹툰·애니메이션 장르 및 뮤지컬 장르에서는 문화산업 1세대 불공정행위에 대한 규제가 강조되어 이를 바탕으로 특수 공정유통협약 이행평가 기준표가 작성되었음.

협약서 분류	세부분야	특징
문화산업 표준 공정유통협약서	<ul style="list-style-type: none"> 드라마 광고 PP 대중문화예술기획 음악 게임 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 플랫폼화와 세계화를 통한 (1) 해외시장의 규모와 (2) 그에 대한 접근성이 대규모 유통사업자간 자유경쟁을 담보할 수 있을 정도
	<ul style="list-style-type: none"> 패션 캐릭터 	<ul style="list-style-type: none"> 해외시장의 규모와 그에 대한 접근성은 다소 떨어지나, 제조업·전자상거래와의 밀접한 관련으로 국내시장의 규모가 자유경쟁을 담보할 수 있을 정도 (국내 전자상거래 시장의 규모는 약 160조원으로서 세계 5위)
문화산업 특수 공정유통협약서	<ul style="list-style-type: none"> 웹툰 애니메이션 	<ul style="list-style-type: none"> 해외시장의 규모가 작고 그에 대한 접근성이 떨어지므로 유통사업자의 공급이 비탄력적임, 즉 해당 장르의 대규모 유통사업자들은 대체가 어려움 독자적인 AHP 전문가 가중치를 반영한 협약 이행평가기준이 적용
	<ul style="list-style-type: none"> 뮤지컬 	<ul style="list-style-type: none"> 해외시장의 규모가 작고 그에 대한 접근성이 떨어지며, '공연무대'라는 물적 공간의 숫자가 곧 유통사업자의 공급량을 결정함 독자적인 AHP 전문가 가중치를 반영한 협약 이행평가기준이 적용

[그림 1-6] 문화산업 표준 특수 공정유통협약서 분류

	문화산업 1세대 불공정행위 (독과점에 의한 불공정행위)		문화산업 2세대 불공정행위 (콘텐츠의 온라인 플랫폼화에 의한 불공정행위)	
의의	<ul style="list-style-type: none"> 공정거래법상 일반 불공정행위에 대한 문화산업의 특수한 발전 (e.g. 대체재가 적은 국내 웹툰 등재 플랫폼들이 시장지배적 지위를 남용하여 작가와 서면계약 작성을 회피하는 행위) 법적 제재 (경성규범)가 해결책 		<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠의 세계화·플랫폼화에 따라 대체재가 증가한 반면 유통계약당사자간의 규모의 격차도 증가하여 기존 공정거래법상 '시장지배적 지위의 남용' 법리에 의해서 규율되기 어려운 불공정행위 (e.g. 해외 음원 스트리밍 플랫폼들의 국내진출로 인하여 독과점의 위험은 감소하였으나 영세 제작업체들과의 규모 격차가 심화되며 일괄적으로 수수료를 상향조정하는 행위) 따라서 법률 이외의 사회제도 (연성규범) 마련이 해결책 	
세부장르	공정유통협약 이행평가기준표 항목	가중치	공정유통협약 이행평가기준표 항목	가중치
문화산업 표준	계약의 공정성에 대한 평가	25.15%	상생협력을 위한 지원 제공에 관한 평가	41.69%
	법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 대한 평가	33.16%		
대중문화예술기획· 음악·게임	계약의 공정성에 대한 평가	25.43%	상생협력을 위한 지원 제공에 관한 평가	61.27%
	법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 대한 평가	13.33%		
드라마·광고·PP	계약의 공정성에 대한 평가	22.23%	상생협력을 위한 지원 제공에 관한 평가	29.10%
	법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 대한 평가	48.68%		
캐릭터·패션	계약의 공정성에 대한 평가	8.10%	상생협력을 위한 지원 제공에 관한 평가	63.80%
	법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 대한 평가	28.10%		

[그림 1-7] 문화산업 일반 장르에 대한 AHP 분석결과

- 심층 인터뷰에 따르면 웹툰·애니메이션 장르 및 뮤지컬 장르에서는 세계화의 영향이 적으며, 대형 유통채널의 공급상 한계로 인하여 문화산업 1세대 불공정행위의 비중이 높게 나타남.
- 특히 뮤지컬의 경우에는 공연무대리는 물리적 제약 때문에 대체재에 제한이 있고, 해외에서 수입되는 콘텐츠의 비중이 높으므로 해외시장 진출이 어려움. 또한, 공연무대의 상당수가 정부출연기관에 의해 설립·운영되고 있으므로 다른 장르에 비해 정부지원에 대한 의존도가 높는데, 문화재단과 제작업체 간의 유착을 금지하기 위한 정부정책의 집행과정에서 역차별의 사례도 발견됨.
- 웹툰·애니메이션의 경우에는, 콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구(한국콘텐츠진흥원)의 결론과 동일하게 국내 시장의 극복이 절실함. 세계화가 동반되지 않은 온라인 플랫폼화가 이루어짐에 따라 국내에는 3대 웹툰 플랫폼 (네이버 웹툰, 다음 웹툰, 레진코믹스) 이외에 유통상 완전대체재가 많지 않음. 이는 예전대 게임 장르에 있어서 데스크톱 게임을 위해서는 해외 Valve사의 Steam 플랫폼, 그리고 모바일 게임을 위해서는 해외 Apple사의 App Store 플랫폼 등에 대한 접근성이 높아진 것과 같이 세계화와 온라인 플랫폼화가 동시에 진행되어 유통채널에 대한 대체재가 많은 것과 비교됨.
- 나아가 웹툰·애니메이션의 경우에는, 국내 대규모 플랫폼들의 경우에도 적극적으로 샘플비용의 지급을 거절하고, 계약서 작성을 기피하고 학연·지연을 바탕으로 발주·수주 및 하청이 이루어지는 것이 발견되었음.

문화산업 세부장르	AHP 전문가 가중치를 토대로 보는 장르별 특징	전문가 심층인터뷰를 토대로 보는 장르별 불공정행위
문화산업 표준	<ul style="list-style-type: none"> 대체로 항목별 가중치의 분포는 균형을 이룸 i) 표준양식의 구비, ii) 계약위반에 대한 패널티의 부과, iii) 불공정행위 신고에 대한 보복금지 등 노골적인 불공정행위보다는 i) 계약과정의 적법성, ii) 분쟁조정 절차의 마련 등 절차와 상생·협력 시스템에 대한 중요도가 다소 높음 	<ul style="list-style-type: none"> 대체로 항목별 가중치의 분포는 균형을 이룸 i) 표준양식의 구비, ii) 계약위반에 대한 패널티의 부과, iii) 불공정행위 신고에 대한 보복금지 등 노골적인 불공정행위보다는 i) 계약과정의 적법성, ii) 분쟁조정 절차의 마련 등 절차와 상생·협력 시스템에 대한 중요도가 다소 높음
대중문화에스기획업·음악·게임	<ul style="list-style-type: none"> 계약내용보다는 절차와 상생·협력 시스템에 대한 중요성이 매우 강조됨 	<ul style="list-style-type: none"> 유통채널의 세계화와 온라인 플랫폼화에 의해 계약조건이 위법한 경우보다는 계약 이외에 구조적인 사업환경이 문제되는 경우가 많음
드라마·광고·PP	<ul style="list-style-type: none"> 계약내용 또는 상생·협력 시스템보다도 이미 체결된 계약의 이행 및 기존 법규의 준수가 강조됨 	<ul style="list-style-type: none"> 계약조건 자체가 위법한 경우보다는 제작업체들이 원가를 깎는 형태로 입찰하는 경우가 있어서 법 위반의 예방노력이 중요함
캐릭터·패션	<ul style="list-style-type: none"> 계약보다는 절차와 상생·협력 시스템에 대한 중요성이 매우 강조됨 	<ul style="list-style-type: none"> 유통채널의 온라인 플랫폼화에 의해 계약조건이 위법한 경우보다는 계약 이외에 구조적인 사업환경이 문제되는 경우가 많음
웹툰·애니메이션	<ul style="list-style-type: none"> 계약에 대한 중요성이 매우 강조됨 	<ul style="list-style-type: none"> 서면계약 기피현상이 매우 두드러짐
뮤지컬	<ul style="list-style-type: none"> 계약보다는 절차와 상생·협력 시스템에 대한 중요성이 매우 강조됨 반면 세부적으로는 i) 표준양식의 구비, ii) 일정량의 일감 보장, iii) 제작비/수수료율의 현실적인 책정이 강조되는 등 다소 상반적인 성향이 발견됨 	<ul style="list-style-type: none"> 정부 지자체가 출연한 문화재단이 운영하는 공연시설의 경우 불공정행위를 방지하기 위해 제작업체 선정과정이 매우 까다로우며 오히려 불공정한 결과를 초래하는 경우가 있음

[그림 1-9] 문화산업 세부장르별 특징

- 문화산업 전문가들이 작성한 공정유통협약 평가항목 중요도 가중치를 토대로 살펴보는 각 세부장르별 특징은 다음과 같음.

세부장르	문화산업 1세대 불공정행위 (독과점에 의한 불공정행위)		문화산업 2세대 불공정행위 (콘텐츠의 온라인 플랫폼화에 의한 불공정행위)	
	공정유통협약 이행평가기준표 항목	가중치	공정유통협약 이행평가기준표 항목	가중치
웹툰·애니메이션	계약의 공정성에 대한 평가	41.13%	상생협력을 위한 지원 제공에 관한 평가	37.93%
	법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 대한 평가	20.95%		
	부연설명 <ul style="list-style-type: none"> 웹툰·애니메이션 장르는 콘텐츠의 온라인 플랫폼화가 진행된 반면 세계화는 더딘 관계로 여전히 국내 유통채널에 대한 대체재가 많지 않아 시장지배적 지위를 남용하여 발생하는 1세대 불공정행위가 많이 발견됨 따라서 법적 규제의 토대를 마련하는 것이 중요 			
세부장르	공정유통협약 이행평가기준표 항목	가중치	공정유통협약 이행평가기준표 항목	가중치
뮤지컬	계약의 공정성에 대한 평가	14.30%	상생협력을 위한 지원 제공에 관한 평가	71.40%
	법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 대한 평가	14.30%		
	부연설명 <ul style="list-style-type: none"> 뮤지컬 장르는 콘텐츠의 온라인 플랫폼화 및 세계화가 더디며 '공연무대'라는 물리적 시설에 대한 종속성이 높은 관계로 이를 공급·운영하는 정부·지자체의 지원에 의존적인 특징이 발견됨 다만 대규모 유통기관이 정부·지자체인 경우가 많아 직접적인 불공정행위보다는 법률 이외의 사회제도(연성규범)를 마련하는 것이 중요 			

[그림 1-8] 문화산업 특수 장르에 대한 AHP 분석결과

제2장 문화산업 공정유통환경 조성을 위한 제도 도입 필요성

1. 불공정행위의 정의와 분류¹⁾

가. 문화산업 종사자들이 보고하는 불공정행위

학문	정의
경제학	공급상품에 대한 대체재가 적은 독·과점 시장에서, 공급자들에 의한 가격설정이 가능하여 (c.f. 경쟁시장에서는 일부 수요·공급자들에 의한 가격설정이 불가능함) 자원배분이 왜곡되어 사회후생에 손실이 발생하는 현상
국내법	자유로운 시장경쟁을 저해할 수 있는 공정하지 않거나 정당하지 못한 방법 등을 사용하여 거래하는 행위 (「공정거래법」)
영미법	<p>불공정거래 (Anti-competition) 개념중에서도 문화산업에서 흔히 다루는 불공정행위 유형은 소위 “갑질”로서 지위남용행위 “Abuse of a Dominant Position”을 의미</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 해당 시장에 대한 정의 및 규모측정 (Definition of Market) 2. 점유율을 통한 시장영향력 측정 (Assessment of Market Power) 3. 특정행위에 의해 경쟁이 왜곡되었는지 분석 (Restriction of Competition)

[그림 2-1] 불공정행위에 관한 다양한 정의

- 지금까지의 연구를 살펴보면 문화산업 종사자들에게 “현장에서 겪는 불공정행위에 관해 설명해달라”고 질의할 경우, 일률적으로 정의할 수 없는 다각적 불공정행위가 보고되고 있을 뿐만 아니라 그 숫자는 점차 증가하는 추세임. 문화산업 종사자들은 ‘불공정’이라는 표현을 광범위하게 사용하므로 각 불공정행위 유형에 대한 해결책을 제시하기 위해서는 불공정행위의 정의를 다원적으로 살펴볼 필요가 있음.

1) 한국콘텐츠진흥원, 문화산업장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구 (2019) pg. 6-7

- 통상적으로 경제학 또는 법학에서 쓰이는 ‘불공정행위’ 라는 개념은 다음 의미를 내포함.
 - 경제학적인 의미에서 ‘불공정행위’ 는 독과점을 전제한 개념으로써 가격에 영향을 미칠 수 있는 정도의 시장지배력을 확보한 공급자들이 지위를 남용하여 가격을 왜곡하고, 사회후생에 손실을 발생시키는 행위를 지칭함.
 - 국내 공정거래법상 불공정행위는 시장점유율이 10% 이상인 기업 (시장점유율 산정이 사실상 불가능하거나 현저히 곤란한 경우에는 당해 업체의 연간매출액이 20억 원 이상인 기업)에 의한 i) 거래거절, ii) 차별적 취급, iii) 경쟁사업자 배제, iv) 부당한 고객유인, v) 거래강제, vi) 거래상지위 남용, vii) 구속조건부거래, viii) 사업활동 방해, ix) 부당한 자금·자산·인력의 지원의 9개의 행위를 의미함.
 - 영미법에서는 이를 ‘Abuse of a Dominant Position’ 이라 표현하며 i) 시장지배적 기업과 ii) 그로 인한 최종 소비자들에게 불리한 시장가격의 변화가 인정되어야 불공정행위라고 봄.
 - 이처럼 기존의 경제적·법률적 관점에서 ‘불공정행위’ 가 성립하기 위해서는 시장지배력이 요구됨.

	주요 피해 유형 (한국콘텐츠진흥원의 2018년 ‘콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구’ 및 2019년 ‘문화산업 장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구용역’에 따른 분류)	주요 해결방안
1. 법률의 규율대상이 아니며, 시장경제에 의한 자본의 차이에서 비롯된 애로사항	<ul style="list-style-type: none"> • 열악한 제작환경, 인권침해 	<ul style="list-style-type: none"> • 사회국가원리에 따른 정부의 공적부조
2. 현행법 (e.g. 민법, 공정거래법, 근로기준법 등)에 의해 규율되는 애로사항	<ul style="list-style-type: none"> • (민법 기타 계약법)계약체결 및 이행상 불공정, 지식재산권 침해, 부적절한 대금 지급, 대가 감액, 제작활동 방해, 판매촉진 비용 전가, 기술정보 강요, 무상 수정보완, 수령거부 (계약의 불이행 등 채권·채무 등 사적법률관계의 분쟁은 공정거래법의 적용대상이 아님, 출처: 공정거래위원회 「불공정거래행위 심사지침」) • (공정거래법 및 관련 특별법)독점·담합, 유통차별, 배타적 거래 	<ul style="list-style-type: none"> • 구제절차에 대한 접근성 확보 (기업 내·외부 감사센터 및 분쟁조정센터 운영, 법 위반 임·직원에 대한 교육 프로그램 실시 등) 분쟁시 입증절차의 간편화, 서면계약 (표준계약서)의 사용강제
3. 현행법에 의해 규율되지 않는 애로사항	<ul style="list-style-type: none"> • 차트 사재기, 소비자구매정보 거부 	<ul style="list-style-type: none"> • 구매데이터 공개를 통한정보비대칭의 해결, 선도기업의 도의적 책임 실천

[그림 2-2] 문화산업 종사자들이 보고하는 주요 불공정행위

- 하지만 오늘날 문화산업 종사자들이 자주 보고하는 불공정행위 또는 갑질의 유형 중에는 위와 같은 과거의 경제적·법률적인 관점에서는 불공정행위의 범주에 속하지 않는 사항도 많음.
- 예컨대 “고정비용이 높고 한계비용이 낮아 문화예술 활동 수입으로 비용을 충당하기 어렵다는 특성이 있어 적절한 대우를 받기 어렵다”는 요소는 시장경제에 의해 결정된 가격의 문제로서 이를 해결하기 위해서는 사회보장이 필요하며 법적으로 규제할 수 있는 영역이 아님.

<인터뷰 내용: 패션제조업체 대표>

백화점들이 입점하는 신생기업한테 42% 정도의 판매수수료를 청구하면서, 샤넬 같은 고가 명품 브랜드한테는 0%, 제일모직 같은 업체들한테는 20% 정도를 청구해요. 아마 구찌 정도 되면 3% 정도를 청구하는 것으로 알고 있어요. 또 별도로 신생기업에게는 첫 3개월 동안 최소매출을 달성하지 못하면 퇴출된다는 약정을 요구하면서, 자기네 가이드라인에 맞춘 인테리어 시공비와 보증금을 납부해야 해요. (중략) 물론 부담이 되고 울며 겨자 먹기로 들어가지만, 한편으로는 그게 과연 불공정하다고 볼 수 있을지는 잘 모르겠어요. 왜냐하면, 우리도 백화점이 힘들다는 것을 잘 알아요. 그래서 최소한 오프라인에서는 ‘인맥을 통해서 들어간다’는 의미는 거의 사라졌어요.

- 또한 “대부분 공급이 영세하고, 지속적인 거래보다는 프로젝트 단위의 거래 및 개인 간의 거래가 많아 용역계약의 형태로 체결되는 경우가 많다”는 불공정 요소는 근로기준법 및 하도급법에서 이미 광범위한 규제가 이뤄지고 있음. (특히 판례는 하도급 거래에서도 근로기준법상 고용주의 지위를 점차 넓게 인정하고 있음.)

<인터뷰 내용: 드라마 제작업체 대표>

감독이나 제작사, 투자자, 그리고 가끔 Key Staff와 같이 지분을 가진 사람들... 한국은 외국과 달리 자본을 투자하지 않은 사람들에게도 지분을 주는데, 아무튼 흔히 이를 Above the Line이라고 해요. 일반 직원들이 주 52시간 내에 일을 못 끝내면 이 사람들이 나와서 일해요. (중략) 근데 저도 이제 사용자여서 입장이 좀 다를 수 있는데, 스태프들 중에는 요즘 오히려 더 불공정해졌다고 생각하는 사람들도 있지 않을까요? 왜냐하면 이제 외주업체 소속 스태프가 실수를 하면 저도 그냥 계약서대로 돈을 깎아요. 괜히 뭐라고 했다가 제가

고용주로 찍힐 수도 있어서요 그래서 지시같은 것 안 하고 그냥 돈을 깎을 수밖에 없어요

<인터뷰 내용: 법률구조공단 변호사>

한때 국내에서 임금소송 제가 제일 많이 했어요 지금은 잘 모르겠는데 몇 년 전까지는 일산 고양지원이 임금소송 제일 많았습니다. 일산이다 보니 방송국이나 엔터 관련 사건도 많았고 그.. 신도시 공사 도급사건도 많았죠 (중략) 사람들이 잘 몰라서 그렇지, 소송가면 거의 무조건 사용자가 패소합니다 요즘은 뭐, 프리랜서 계약이나 외주용역 계약으로 해도 법원에서 그런 것 잘 안 통해요 근로기준법 44조에 의해서 결국 하청업체 직원들까지 다 쥐야 합니다. 게다가 가끔 사용자들이 자신에게 손해가 발생했다고 반소를 제기하는 경우도 있는데, 이제는 임금소송에서 사용자를 패소시키고 별도로 제기하라고 합니다.

- 이처럼 과거의 경제적·법률적인 관점에서 ‘계약에 관한 분쟁은 원칙적으로 민사법에 의해 해결할 것이며, 불공정행위라고 볼 수 없다’는 입장은 공정거래위원회의 「불공정거래행위 심사지침」과, 오늘날 판례의 동향에도 나타남.

불공정행위에 해당하지 않는 경우 <small>(공정거래위원회 「불공정거래행위 심사지침」)</small>	불공정행위에 해당하는 경우 <small>(서울중앙지방법원 2016. 6. 3. 선고 2016노843 판결, 대법원 2009. 10. 29. 선고 2007두20812 판결)</small>
<p>사업자가 거래상대방의 대체 거래선 확보의 곤란 등 사유로 인해 거래상 지위가 있고, 이를 이용하여 각종 불이익을 가한다면 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 (이하 '공정거래법'이라 한다)의 적용 대상이 될 수 있다. 그러나 사업자가 거래상대방에 대해 거래상 지위를 가지지 않는다면, 각종 불이익을 가하더라도 이는 공정거래법적용 대상에 해당하지 않는다. 또한, 사업자가 거래상대방에 대해 거래상 지위를 갖는다고 하더라도 양 당사자간 권리의무귀속관계·채권채무관계(예 : 채무불이행·손해배상청구·담보권설정·해지·지체상금 등) 등과 관련하여 계약서 및 관련법령내용 등의 해석에 대해 다툼이 있는 경우에는 공정거래법적용 대상이 되지 아니한다.</p>	<p>(피고인이 거래상 지위를 부당하게 이용하여 거래상대방인 고객센터와 사전 협의나 유예기간 없이 일방적으로 수수료 단가를 인하한 사안에서) '거래상대방에 대해 거래상 지위를 갖는다고 하더라도 양 당사자 간 권리의무 귀속관계·채권채무관계 등과 관련하여 계약서 및 관련 법령 내용 등의 해석에 다툼이 있는 경우'라고 하여 곧바로 공정거래법 적용이 배제된다고 볼 수 없고, 사업자가 거래상 지위를 부당하게 이용하여 거래상대방에게 불이익을 제공함으로써 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 경우라면 불공정거래행위에 해당한다.</p>

[그림 2-3] 현재 불공정행위로 인정되는 경우와 인정되지 않는 경우

- 하지만 위와 같이 문화산업 종사자들에 의해 보고되는 불공정행위를 모두 계약법의 문제로 치부하여 관시하는 것은 옳지 않으며, 이를 공정유통협약과 같은 자율준수 프로그램의 규율범위 내로 포섭하기 위해서는 점차 다원화되는 문화산업 불공정행위의 유형을 파악하고 범주화하는 것이 선행되어야 함.

나. 문화산업 불공정행위의 분류

(1) 일반 불공정행위와 창작기반 저해 불공정행위

- 문화산업 분야의 불공정행위는 다른 산업 분야와 공통되는 일반 불공정행위와 제작업자의 창작성, 기획성, 보상성, 재정성을 침해함으로써 창작기반을 저해하여 보다 큰 파급효과를 가져오는 창작기반 저해 불공정행위로 분류됨.
- 일반 불공정행위는 공정거래법 기타 법령에서 중첩적으로 보호되는 유형에 가까운 반면, 창작기반 저해 불공정행위는 현행 법제상 상대적으로 취약한 문화산업 분야에 특수한 유형임.

<표 2-1> 불공정행위의 분류

일반 불공정행위	창작기반 저해 불공정행위
1. 판촉비용 또는 가격할인 비용 전가 2. 자기 또는 계열회사 제작 상품과의 차별적 거래 3. 배타적 거래 4. 수익 배분 관련 정보의 제공 거부	1. 판매순위에 영향을 미치는 등의 소비자 오인 유발행위 2. 문화상품제작업자의 제작활동 방해 3. 낮은 수준의 대가 책정 또는 감액 4. 정당한 사유 없는 문화상품의 수령 거부 또는 반품 5. 수정, 보완에 따른 비용의 미보상 6. 지식재산권의 양도 강제 또는 무상 양수 행위 및 통상적인 거래관행에 비추어 현저히 낮은 수준의 수익 분배 행위 7. 기술 자료 및 정보의 제공 강요 또는 유용 8. 보복조치

- 창작기반 저해 불공정행위는 다음과 같이 유형화할 수 있음.
 - 사재기/구매강요 행위: 스스로 제작 또는 유통하는 문화상품을 직접 구매하거나 제3자로 하여금 구매하게 함으로써 판매 순위와 관련하여 소비자의 오인을 유발하여 문화상품제작업자의 기획성을 침해하는 행위
 - 제작활동 방해 행위: 정당한 이유 없이 제작방향의 변경, 제작인력의 지정·교체 등 문화상품제작업자의 제작활동을 방해함으로써 문화상품제작업자의 창작성과 보상성을 침해하는 행위
 - 낮은 가격, 감액 행위: 문화상품의 제작에 실제 소요되는 비용보다 낮은 수준으로 대가를 정하거나 문화상품의 공급 계약이 체결된 이후에 정당한 이유 없이 계약서의 재작성, 특약 체결, 공적 자금의 지원 등을 이유로 계약에 명시된 대가를 감액함으로써 문화상품제작업자의 보상성을 침해하는 행위
 - 수령 거부, 유통 제한 또는 거부행위: 정당한 이유 없이 문화상품의 수령을 거부 또는 반품하거나 수령한 문화상품의 판매를 거부함으로써 문화상품제작업자의 보상성과 재정성을 침해하는 행위
 - 무상 재작업 요구 행위: 문화상품의 납품 후 문화상품의 수정·보완 또는 재작업(再作業)을 요구하면서 이에 소요되는 비용을 보상하지 아니함으로써 문화상품제작업자의 보상성을 침해하는 행위
 - 저작권 일반 양도 강요 행위/낮은 수익 분배 행위: 지식재산권의 양도를 강제하거나 무상으로 양수하는 행위 또는 통상적인 거래관행에 비추어 현저히 낮은 수준으로 지식재산권의 사용으로 인한 수익을 분배함으로써 문화상품제작업자의 재정성을 침해하는 행위
 - 기술, 정보제공 강요 행위: 문화상품 관련 기술자료 및 정보의 제공을 강요하거나 유용함으로써 문화상품제작업자의 재정성과 기획성을 침해하는 행위
 - 보복조치/예고 행위: 문화상품사업자가 불공정행위를 하였음을 관계기관에 신고하였다는 것을 이유로 거래상대방에게 수주의 기회를 제한하거나 거래의 중지 또는 그밖에 불이익을 주는 행위

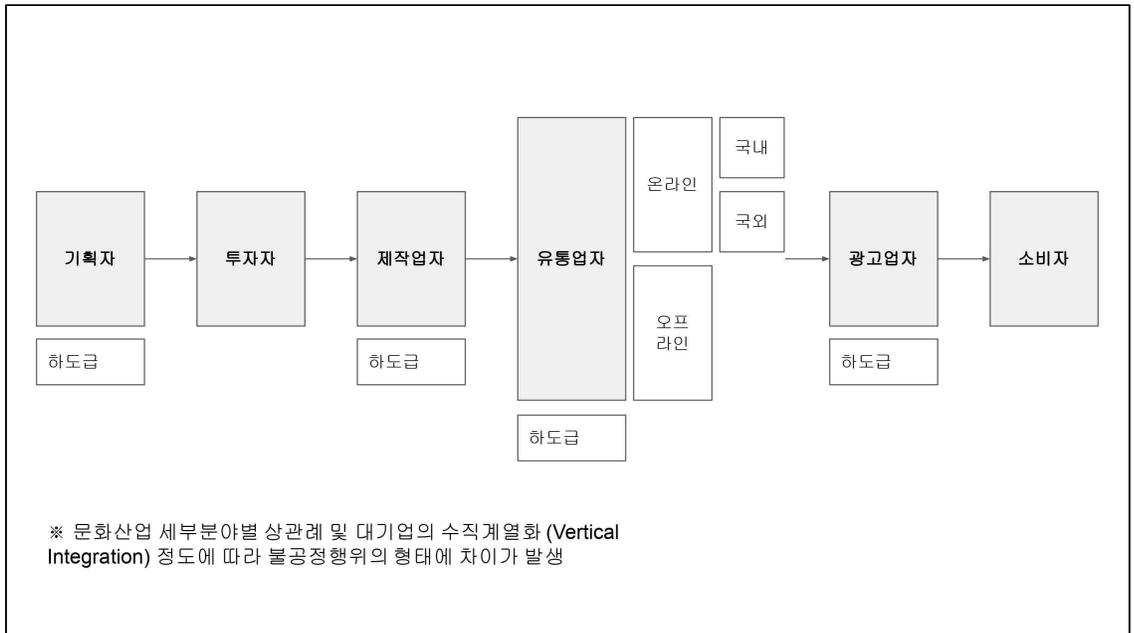
(2) 문화산업 1세대 불공정행위와 2세대 불공정행위

- 위의 ‘일반 불공정행위와 창작기반 저해 불공정행위’의 분류체계로부터 파생된 ‘문화산업 1세대 불공정행위’와 ‘문화산업 2세대 불공정행위’ 분류체계를 상정할 수 있음.
- ‘문화산업 1세대 불공정행위’는 계약법·공정거래법 기타 법률에 의해 규율이 되고 있거나 규율이 가능한 행위들로 이루어져 있으며 대체로 공정거래법상 일반적 불공정행위의 문화산업적 발현을 의미함 (예시: 대체재가 적은 국내 웹툰 등재 플랫폼들이 시장지배적 지위를 남용하여 작가와 서면계약 작성을 회피하는 행위)
- 반면 ‘문화산업 2세대 불공정행위’는 콘텐츠의 세계화·온라인 플랫폼화에 따라 대체재가 증가한 반면 유통계약당사자간의 규모의 격차도 증가하여 기존 공정거래법상 ‘시장지배적 지위의 남용’ 법리에 의해서 규율되기 어려운 불공정행위 유형을 일컬음 (예시: 해외 음원 스트리밍 플랫폼들의 국내 진출로 인하여 독과점의 위험은 감소하였으나 영세 제작업체들과의 규모 격차가 심화되며 일괄적으로 수수료를 상향조정하는 행위)
- 특히 문화산업 2세대 불공정행위는 단순히 법률로만 규율될 수 없으므로 법률을 보완할 수 있는 사회제도의 마련이 해결에 필수적임.

2. 문화산업의 생태계와 불공정행위²⁾

가. 문화산업의 구조적 특징

- 문화산업은 중소기업사업자(제작업자)의 비중이 높은 산업으로, 제작업자로부터 완성되는 콘텐츠는 소수의 플랫폼을 통해 소비자에게 제공되는 생태계의 형태를 취하고 있음.
- 문화산업의 밸류체인은 i) 아이디어를 제공하는 기획자, ii) 자본을 제공하는 투자자, iii) 아이디어를 현실화하는 제작업자, iv) 최종 산출물을 소비자들에게 제공하는 유통업자, 그리고 v) 소비자들의 인지도를 증대시키는 광고업자 5개의 플레이어로 구성됨.



[그림 2-4] 문화산업의 일반적 밸류체인

2) 한국콘텐츠진흥원, 문화산업장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구 (2019) pg. 6-7

- 문화산업 세부장르별 수요와 공급, 그리고 상관례에 따라 밸류체인에서 불공정행위 발생지점, 정도, 그리고 양태에 차이가 발생함. 예컨대 장르에 따라 유통업자가 광고업자를 겸하는 것이 일반적인 경우도, 제작업자가 투자자를 겸하는 것이 일반적인 경우도 있음.
- 구조적으로는 특히 소수의 유통 (플랫폼)과 다수의 제작 사이에서의 거래 및 원청 제작과 하청 제작 사이에서의 거래가 각 불공정행위에 취약함.

나. 문화산업 1세대 불공정행위: 법률에 의해 규제가 가능한 불공정행위

- 공정거래법상 일반 불공정행위에 대한 문화산업의 특수하게 나타나는 불공정행위를 의미함.
- 예컨대 대체재가 적은 국내 웹툰 등재 플랫폼들이 시장지배적 지위를 남용하여 작가와 서면계약 작성을 회피하는 행위가 이에 포함됨.

다. 문화산업 2세대 불공정행위: 법률에 의해 규제가 어려운 불공정행위

- 대체적으로 온라인화·세계화에 따라 등장한 초대형 콘텐츠 플랫폼들이 그 발현에 기인함.
- 지난 5년 동안 i) 스마트폰과 5G의 보급, IPTV, 해외 콘텐츠 플랫폼들의 국내 진출 등 콘텐츠의 온라인화 현상과 ii) 투자환경의 발전에 따른 기업경쟁의 심화에 의해 드라마, 게임, 음악, 광고 등을 필두로 유통채널의 공급량의 증가는 기존 공정거래법체계로 제대로 규율할 수 없는 불공정행위 유형을 출현시키는 데에 기여했음.
- 예컨대 해외 음원 스트리밍 플랫폼들의 국내 진출로 인하여 독과점의 위험은 감소하였으나, 대형 플랫폼들과 영세 제작업체들과의 규모 격차가 심화되면서 플랫폼들이 일괄적으로 수수료를 상향조정할 경우, 이는 현행 불공정거래법체계 하에서 단순한 시장경제에 의한 가격형성으로 분류될

가능성이 높음.

<인터뷰 내용: 드라마 제작업체 대표>

요즘은 오히려 제작자들이 신났어요, 이제 방송할 수 있는 데가 너무 많아서 업계가 정말 빠르게 변하고 있어요. 이직도 잦아요. 제가 제작년에는 넷플릭스에 납품을 했는데, 올해 부터는 더 좋은 조건으로 애플TV에 공급해요.. 특히 한국 로케이션 섭외가 정말 많아요. 영화와 드라마 간의 장벽도 허물어지고 있고요.. (중략) 그래서 사용자 입장에서는 그게 더 스트레스입니다. 제가 지난 10년 동안 승진을 정말 빠르게 한만큼.. 신입 기준으로 연봉은 6배가 올랐어요.

<인터뷰 내용: 음반기획사 대표>

세계 음원 스트리밍 시장점유율 1위 Spotify의 국내 진출을 앞두고 업계 전체가 긴장하고 있어요. 그게 뉴스에도 많이 나왔지만, 음원 사재기나 차트 순위 조작이 이제 거의 불가능해진다는 의미예요. 설명드리자면.. 그 영향력이, 단순히 경쟁업체 하나가 더 늘어난다는 것 이상인데, 왜냐하면 예를 들어, 앞으로 누군가가 차트를 조작하려고 하는 경우, 바로 들통나기 쉬워지는 것도 있어요. 왜냐하면 똑같이 국내에 서비스되는 두 스트리밍 플랫폼이 있는데, 특정가수의 노래가 X플랫폼에서는 10위인데, Spotify에서는 20위로 나오면, 통계적으로 뭔가 이상하거든요. 심지어 이게 사실이라 하더라도, 오히려 국내 플랫폼들이 이제 먼저 스트리밍 알고리즘을 공개하려고 할 것이예요. 왜냐하면 조금이라도 의심이 들면 이제부터 (다른 아티스트의) 팬들은 화를 내고 해외 플랫폼들로 옮겨갈 테니까요.

3. 문화산업 불공정행위 관련 법제도

가. 불공정행위에 관한 기존 법체계

- 앞서 살펴봤듯이, ‘계약에 관한 분쟁은 원칙적으로 민사법에 의해 해결할 것이며, 불공정행위라고 볼 수 없다’는 공정거래위원회의 「불공정거래행위 심사지침」에 따를 경우 문화산업 종사자들이 보고하는 불공정행위에 대한 취급이 현존하는 규제체계 내에서 가능하다면 공정유통협약제도는 새로운 규제당국의 개설·운영보다는 산업별 교육 실시와 구제절차에 대한 접근성 제고라는 정책 기조를 설정하는 것이 효율적이므로 기존 법체계에 대한 검토가 필요함.
 - 일반적인 계약의 불이행에 관한 문제는 민법과 상법에 의해 규율됨.
 - 종사자들의 처우에 관한 문제 또는 하도급의 계약형태로 책임을 회피하는 문제는 하도급법과 근로기준법에 따라 규율됨.
 - 독과점과 무관한 수요 또는 공급의 부족 (예시: 시장에서 형성된 급여의 악화, 등단 기회의 부족) 등 시장불균형에 관한 문제는 음악산업진흥법 기타 사회보장적 입법에 근거한 급부행정의 영역에서 규율됨.
 - 공급량에 영향을 끼칠 수 있는 시장지배기업에 의한 지위남용은 공정거래법에 의해 규율됨.
- 이 중에서 계약위반에 따른 채무불이행 민사소송에 관한 법제와 노동환경에 관한 법제는 비교적 널리 연구되어 왔으므로 공정거래법과 시장지배기업의 지위남용에 관한 입법을 위주로 살펴보기로 함.

나. 독점규제 및 공정거래에 관한 법률

- 공정거래법은 시장지배적 지위의 남용과 과도한 경제력의 집중을 방지하고, 부당한 공동행위 및 불공정거래행위를 규제하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업활동을 조장하고 소비자를 보호함과 아울러 국민경제의 균형 있는 발전을 도모함.
- 거래상 지위남용행위로 같은 업종 내 경제적 강자(시장지배적 사업자)와 약자간의 불공정행위를 9개의 일반유형으로 나누어 규제하며, 이로부터 하도급법이나 대규모유통업법 등 특별법이 파생되었음.
- 다만, i) 공정거래법은 유체재화를 중심으로 규율하고 있는 것에 비하여 문화산업은 무체재화를 다룬다는 점, ii) 문화산업에서는 우월적 지위에 있는 사업자가 동일업종 이외일 경우가 많다는 점, iii) 문화산업 분야에서는 ‘창작업자 → 제작업자 → 유통업자 → 배급업자’ 등 다수당사자가 참여하는 밸류체인으로부터 비롯되는 불공정행위가 많다는 점에서 차이가 있음.
- 특히, 공정거래법상에서는 소위 안전지대 (Safety Zone)이라 하여 불공정거래행위 혐의사실을 실행한 사업자의 시장점유율이 10% 미만인 경우, 시장점유율 산정이 사실상 불가능하거나 현저히 곤란한 경우, 또는 당해 업체의 연간매출액이 20억 원 미만인 경우에는 공정위가 원칙적으로 심사절차를 개시하지 않는 제도가 규정되어 있어 개별 산업체의 규모가 작은 문화산업분야의 경우 공정거래법이 적용되지 않는 맹점으로 작용하고 있음
- 결론적으로 문화산업분야는 공정거래법에 의해 다각적인 불공정행위를 규제하는데에는 한계가 있음.

<독점규제 및 공정거래에 관한 법률 (약칭: 공정거래법)>

제23조(불공정거래행위의 금지) ① 사업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위(이하 “**不公正去來行爲**”라 한다)를 하거나, 계열회사 또는 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니된다.

1. 부당하게 거래를 거절하거나 거래의 상대방을 차별하여 취급하는 행위 2. 부당하게 경쟁자를 배제하는 행위

3. 부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하거나 강제하는 행위
4. 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위
5. 거래의 상대방의 사업활동을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하거나 다른 사업자의 사업활동을 방해하는 행위
6. 삭제 <1999. 2. 5.>
7. 부당하게 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위를 통하여 특수관계인 또는 다른 회사를 지원하는 행위
 - 가. 특수관계인 또는 다른 회사에 대하여 가지급금·대여금·인력·부동산·유가증권·상품·용역·무체재산권 등을 제공하거나 상당히 유리한 조건으로 거래하는 행위
 - 나. 다른 사업자와 직접 상품·용역을 거래하면 상당히 유리함에도 불구하고 거래상 실질적인 역할이 없는 특수관계인이나 다른 회사를 매개로 거래하는 행위
8. 제1호 내지 제7호이외의 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위

다. 문화산업 관련 법제

- 문화산업 세부장르별로 직·간접적으로 불공정행위를 규율하는 다양한 법령이 존재함.

<표 2-2> 문화산업 세부장르별 불공정행위 규율법령 예시

세부장르	법령
민법 일반	민법, 상법, 공정거래법, 부정경쟁방지법, 약관규제법, 표시광고법, 저작권법, 지적재산기본법, 특허법, 실용신안법, 디자인보호법, 상표법, 대규모유통법, 하도급법 등
문화산업 또는 문화예술 일반	문화산업진흥 기본법, 문화예술진흥법, 콘텐츠산업진흥법, 대중문화예술산업 발전법, 정보통신 진흥 및 융합 활성화 등에 관한 특별법 등
출판	출판문화산업진흥법
웹툰·만화	만화진흥법
게임	게임산업진흥법, 소프트웨어산업진흥법, 전자스포츠진흥법
음악	음악산업진흥법
애니메이션	애니메이션산업진흥법
드라마	방송법, 방송통신발전기본법, 인터넷멀티미디어 방송사업법

- 공정거래법과 비교했을 때 문화산업에 특유한 불공정행위의 유형을 구체화하여 제정했다기보다는 지위남용행위의 금지를 재확인한 선언적 규정에 불과한 경우가 많음.

<문화산업진흥 기본법>

제12조의2(공정한 거래질서 구축) ① 문화상품의 제작·판매·유통 등에 종사하는 자는 합리적인 이유 없이 지식재산권의 일방적인 양도 요구 등 그 지위를 이용하여 불공정한 계약을 강요하거나 부당한 이익을 취득하여서는 아니 된다.

② 문화체육관광부장관은 문화산업의 공정한 거래질서를 구축하기 위하여 다음 각 호의 사업을 할 수 있다.

1. 문화산업 경쟁 환경의 현황 분석 및 평가
2. 문화산업 관련 사업자 등이 참여하는 협의체의 구성 및 운영
3. 그 밖에 공정한 거래 환경을 조성하기 위하여 필요한 사업

③ 문화체육관광부장관은 문화산업의 공정한 거래질서를 구축하기 위하여 공정거래위원회위원장 및 과학기술정보통신부장관과 방송통신위원회위원장과 협의의 거쳐 문화산업 관련 표준약관 또는 표준계약서를 제정 또는 개정하여 그 시행을 권고할 수 있다.

- 문화산업법 제12조의2 제3항은 문화체육관광부장관이 표준약관의 시행을 권고할 수 있다고 규정하고 있으나, 이는 법적 강제력이 없음.

<콘텐츠산업 진흥법>

제24조(공정한 유통 환경 조성 등) ① 「전기통신사업법」 제5조제2항에 따른 기간통신사업을 하는 사업자 중 대통령령으로 정하는 자(이하 “정보통신망사업자”라 한다)는 합리적인 이유 없이 콘텐츠사업자에게 정보통신망 등 중개시설의 제공을 거부하여서는 아니 된다.

② 정보통신망사업자, 「전기통신사업법」 제5조제4항에 따른 부가통신사업을 하는 사업자 중 대통령령으로 정하는 자 및 그 밖에 콘텐츠 상품의 제작·판매·유통 등에 종사하는 자는 합리적인 이유 없이 콘텐츠에 관한 지식재산권의 일방적인 양도 요구 등 그 지위를 이용하여 불공정한 계약을 강요하거나 부당한 이득을 취득하여서는 아니 된다.

③ 과학기술정보통신부장관 또는 문화체육관광부장관은 콘텐츠 상품의 제작·판매·유통 등에 종사하는 자가 제1항 또는 제2항을 위반하는 행위를 한다고 인정할 때에는 관계

기관의 장에게 필요한 조치를 할 것을 요청할 수 있다.

④ 정부는 콘텐츠산업의 공정한 유통 환경을 조성하기 위하여 다음 각 호의 사업을 할 수 있다.

1. 콘텐츠산업 유통 환경의 현황 분석 및 평가
2. 콘텐츠산업 관련 사업자 등이 참여하는 협의체의 구성 및 운영
3. 제25조에 따른 표준계약서 사용에 관한 실태조사
4. 그 밖에 공정한 유통 환경을 조성하기 위하여 필요한 사업.

<예술인복지법>

제6조의2(불공정행위의 금지) ① 문화예술기획업자등은 예술인의 자유로운 예술창작활동 또는 정당한 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 이 조에서 “불공정행위”라 한다)를 하거나 제3자로 하여금 이를 하게 하여서는 아니 된다.

1. 우월적인 지위를 이용하여 예술인에게 불공정한 계약 조건을 강요하거나 계약 조건과 다른 활동을 강요하는 행위
2. 예술인에게 적정한 수익배분을 거부·지연·제한하는 행위
3. 부당하게 예술인의 예술창작활동을 방해하거나 지시·간섭하는 행위
4. 계약과정에서 알게 된 예술인의 정보를 부당하게 이용하거나 제3자에게 제공하는 행위

② 문화체육관광부장관은 문화예술기획업자등이 불공정행위를 한 경우 불공정행위의 중지, 계약조항의 삭제 또는 변경, 불공정행위로 인하여 시정조치를 명령받은 사실의 공표, 그 밖에 시정을 위하여 필요한 조치를 명할 수 있다.

③ 문화체육관광부장관은 문화예술기획업자등의 행위가 제1항제1호에 해당할 경우 공정거래위원회에 그 사실을 통보하여야 한다.

④ 삭제

⑤ 불공정행위의 세부적인 유형, 기준 및 처리절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제63조(공정한 영업질서의 조성) ① 국가는 대중문화예술산업의 건전한 발전을 위하여 공정한 영업질서의 조성에 노력하여야 한다.

② 대중문화예술사업자 또는 대중문화예술사업자와 대중문화예술제작물 제작공급계약을 체결하는 자는 그 지위를 이용하여 계약의 상대방에게 불공정한 계약의 체결을 강요하거나 부당한 이익을 취득하여서는 아니 된다.

③ 문화체육관광부장관은 대중문화예술사업자 또는 대중문화예술사업자와 대중문화예술제작물 제작공급계약을 체결하는 자가 제2항을 위반하는 경우 공정거래위원회 또는 관계 기관에 그 사실을 통보하여야 한다.

라. 문화산업 규제의 최근 동향: 그 외 자율준수규범 및 발의된 법안

(1) 영화진흥위원회의 동반성장협약

- 영화산업 동반성장협의회는 2012년 7월 16일 영화 스태프의 4대 보험 가입 등 기본권리 보장 등 13개 조항으로 구성된 「한국영화 동반성장 이행협약 선언문」을 발표하였음.
- 하도급법 또는 대리점법상 공정거래협약제도와는 달리, 법적 근거 없이 영화진흥위원회와 영화계 주요관계자들이 자율적으로 실시한 제도임.

(2) 「온라인플랫폼 통신판매중개거래의 공정화에 관한 법률(안)」

- 2020년 7월 발의된 「온라인플랫폼 통신판매중개거래의 공정화에 관한 법률(이하 온라인플랫폼 공정화법)(안)」(의안번호 2101835)은 판매자가 소비자에게 접근하기 위한 필수적인 통로로 플랫폼이 기능하는 현실에 착안하여 지위남용 불공정행위를 규율하는 법안으로서, 실질적으로 국내 카카오택시, 배달의 민족 등

온라인 중개플랫폼들을 규제대상으로 삼는 법안임.

제1조(목적) 이 법은 온라인플랫폼 운영의 투명성을 제고하고, 공정한 온라인플랫폼 통신판매중개거래질서를 확립하여 온라인판매중개업자와 온라인판매업자가 대등한 지위에서 상호보완하며 균형 있게 발전할 수 있도록 함으로써 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

- 온라인플랫폼 공정화법(안)은 문화산업 종사자들이 보고하는 불공정행위 유형 중 i) 소비자 오인 유발행위, ii) 보복조치, iii) 판촉비용 또는 가격할인 비용 전가, iv) 자기 또는 계열회사 제작상품과의 차별적 거래, v) 배타적 거래, vi) 수익배분 관련정보 제공거부를 규제함.
- 다만, 온라인플랫폼 공정화법(안)은 ‘온라인판매중개업자’와 입점한 ‘온라인플랫폼판매업자’ 간의 1:1 관계를 규율하므로 창작업체, 제작업체, 유통업체, 배급업체의 다원 관계를 규율하며 밸류체인 의 종합구조에 의한 불공정행위가 유발되는 문화산업분야의 실태에 적합하지 않음.
- 예컨대 문화상품제작업자인 가수가 직접 멜론과 같은 온라인플랫폼에 음반을 등록하여 판매할 경우에는 본법에 의해 보호받을 수 있을 것이지만, 기획사 등 중개인을 통해 음반을 등록하는 경우와 같이, 현재 문화산업분야에서 발견되는 대부분의 지위남용행위에 대해 본법으로써 문화상품제작업자가 창작기반을 보호받을 수 없음.

<온라인플랫폼 통신판매중개거래의 공정화에 관한 법률(안)>

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

3. “온라인판매중개업자”란 온라인플랫폼 통신판매중개를 업으로 하는 자로서 직전 사업연도에 자신이 운영하는 온라인플랫폼을 통하여 중개한 소비자와 온라인판매업자 사이의 전자상거래 규모가 1천억원 이상인 자를 말한다.

- 동일한 견지에서 온라인플랫폼 공정화법(안)은 명시적으로 규율대상을 ‘온라인판매중개업자’로 한정하는 반면, 문화산업에서는 유통·중개·제작을 포함한 밸류체인 전체를 규율할 필요가 있음.

4. 공정유통환경 조성을 위한 국내외 사례

가. 국내 사례

(1) 공정거래위원회 자율준수 프로그램

가) 의의

- 공정위는 자율준수 프로그램을 ‘기업들이 공정거래 관련 법규를 준수하기 위해서 자체적으로 제정·운영하는 교육·감독 등 내부준법시스템’으로 정의함.³⁾
- 따라서 자율준수 프로그램은 경쟁 당국의 입장에서 경쟁법 위반을 사전에 방지하기 위한 예방적 정책수단으로서의 성격과, 기업 입장에서 리스크 관리 또는 준법경영의 수단으로서의 성격을 가짐.⁴⁾
- 이는 행정학의 뉴거버넌스 (New Governance) 움직임에 이론적 토대가 있음.⁵⁾
 - 기업의 불법행위는 해당 산업의 고유한 특성에 밀착하여 복잡·다양하게 존재하므로 일반·추상적인 법률로 입법하는 것이 어려우며, 또한 법제화되더라도 행정부와 사법부의 상대적인 비전문성에 의해 위반행위를 적발하는 데에 상당한 사회적인 비용이 소요된다는 주장에서 출발함.
 - 따라서, 정부의 직접개입보다는 해당 산업 내부에서 자율적으로 규율할 수 있는 풍토를 마련하는 것이 효과적이라는 주장이 제기됨.⁶⁾
- 해당 주장으로부터 공정거래위원회의 자율준수 프로그램이 도출되었음.

3) 공정거래 자율준수프로그램 운영 및 유인 부여 등에 관한 규정 [공정거래위원회예규 제328호, 2019. 10. 22., 일부 개정]

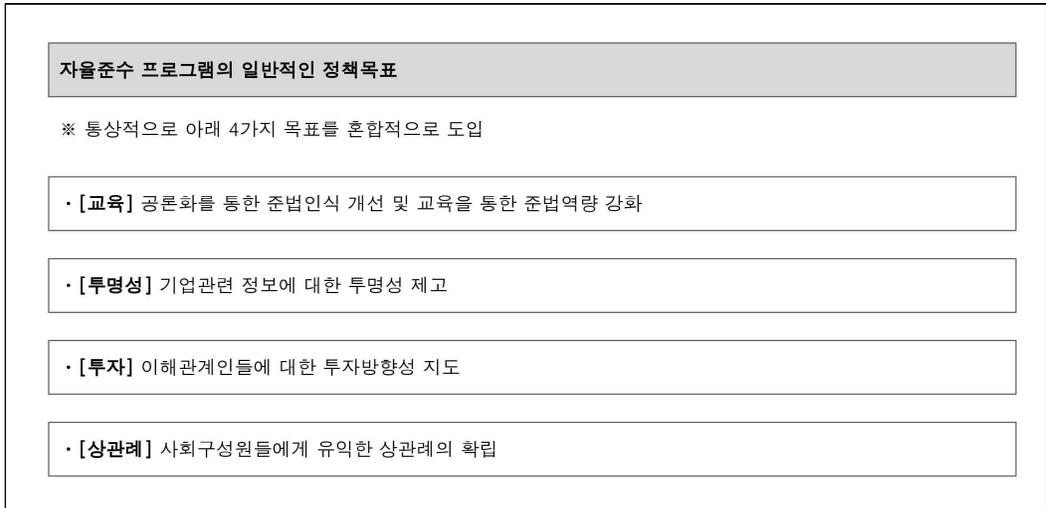
4) 신봉삼, “공정거래 자율준수문화 정착을 위한 정책방향”, 「공정경쟁」 제71호, 2001.7

5) Ruhnke, J.C., Boerstler, H. Governmental Incentives for Corporate Self Regulation. Journal of Business Ethics 17, 309-326 (1998).

6) Jerrold G. (1966), “Regulation - By Business or Government?” Harvard Business Review (March-April), 53-63.

(나) 도입목표

- 이처럼 자율준수 프로그램은 이미 존재하는 규제체계의 미비점을 보완하기 위한 의미에서 도입되며, 아래 4가지 정책 목표를 가짐.



[그림 2-5] 자율준수 프로그램의 일반적인 정책목표

(다) 법적 성격

- 자율준수 프로그램은 원칙적으로 연성규범으로 존재함.
 - 연성규범이란, 이를 강제할 수 있는 법적 근거를 갖고 있지 아니하지만, 이를 따르지 않았을 경우에 사실상 불이익을 받거나 이와 반대로 따를 경우에 인센티브를 받는 방식으로 그 효력을 가지는 규범임.

<하도급법 공정거래협약 체결 신청서>

제10조 (법적 성격) 이 협약은 □□□이 제1조의 목적 달성을 위해 협약 당사자인 협력사들에게 공정거래와 상생협력 의지를 선언하는 것으로서 법적 권리나 의무를 발생시키지 아니하며, 어느 일방의 협약위반을 이유로 상대방 회사 또는 임직원에 대하여 민·형사 또는 행정소송 등 법적 분쟁 절차를 제기할 수 없다.

- 다만 자율준수 프로그램을 설계함에 있어 인센티브 또는 불이익에 관하여 프로그램상 설정할 수 있는 한계는 관련 법제에 의존적이며, 그 한계를 이탈할 경우 위헌 여부가 문제될 수 있음.

- 대표적인 사례로, 대공황 당시 루즈벨트 미합중국 대통령이 발의하고 입법화된 NIRA (The National Industrial Recovery Act)는 산업별로 민간협회를 구성하고, 협회별 ‘공정한 경쟁에 관한 규약 (Codes of fair practices and competition)’ 을 제정토록 하고 자발적인 협회가입을 유도하였으나, 하지만, 법에 규정된 시혜조치 및 불이익조치가 과중하여 입법권을 침해하여 미연방대법원이 위헌이라고 판시하였음(Schechter Poultry Corp. v. United States 사건)

(2) 상생협력법상 동반성장지수

- 상생협력법상 자율준수 프로그램 규정에 따라 200여 개의 대기업을 조사하여 매년 동반성장지수를 발표하나 콘텐츠분야 기업은 3곳에 불과함.
- 최우수와 우수등급을 받은 기업에 대해 기획재정부는 조달청 공공입찰 참가자격사전심사 가점, 법무부는 출입국 우대카드 발급, 국세청은 모범납세자 선정 우대, 공정위는 직권조사 면제 등의 인센티브가 제공되나 그 실효성에 관한 지적이 있음.⁷⁾

<대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률 (약칭: 상생협력법)>

제15조(대·중소기업 상생협력지수의 산정·공표) ① 중소벤처기업부장관은 대·중소기업 상생협력을 촉진하기 위하여 대·중소기업 상생협력의 수준을 평가하여 계량화한 대·중소기업 상생협력지수(이하 “상생협력지수”라 한다)를 산정하여 공표할 수 있다.

② 상생협력지수의 산정 방법 및 공표 절차 등에 관하여 필요한 사항은 중소벤처기업부령으로 정한다.

③ 제1항에도 불구하고 중소벤처기업부장관이 필요하다고 인정하는 경우 상생협력지수를 제20조의2제2항제1호에 따라 동반성장위원회가 산정·공표하는 동반성장지수로 대체할 수 있다.

7) 이준규, 손미혜, 송상현, 이현일, “동반성장 우수기업은 공정위 직권조사 면제?...글세요”, 뉴스1, 2017.07.05

(3) 최근 공정거래 자율준수 프로그램의 입법형태

- 「공정거래 자율준수프로그램 운영 및 유인 부여 등에 관한 규정」은 공정위 예규로 존재하며 체계론적으로는 공정거래법의 하위법령으로 포섭되거나 명시적인 법적 근거가 없으므로 자율준수프로그램의 결과에 따른 불이익조치 및 인센티브가 약함.
- 이를 보완하여 명시적인 입법적 근거를 마련한 공정거래협약제도가 하도급법, 대규모유통법, 대리점법, 가맹점법 각각에 의해 규정됨.

<대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 (약칭: 대규모유통업법)>

제19조(대규모유통업자와 납품업자등 사이의 협약 체결) ① 공정거래위원회는 대규모유통업자와 납품업자등이 대규모유통업 관련 법령의 준수 및 상호 지원·협력을 약속하는 협약을 체결하도록 권장할 수 있다.

② 공정거래위원회는 대규모유통업자와 납품업자등이 제1항에 따른 협약을 체결하는 경우 그 이행을 독려하기 위하여 포상 등 지원시책을 마련하여 시행하여야 한다.

③ 공정거래위원회는 제1항에 따른 협약의 내용·체결절차·이행실적평가 및 지원시책 등에 필요한 사항을 정한다.

<대리점거래의 공정화에 관한 법률 (약칭: 대리점법)>

제12조의2(공급업자와 대리점 간 협약체결) ① 공정거래위원회는 공급업자와 대리점이 대리점 관련 법령의 준수 및 상호 지원·협력을 약속하는 자발적인 협약을 체결하도록 권장할 수 있다.

② 공정거래위원회는 공급업자와 대리점이 제1항에 따른 협약을 체결하는 경우 그 이행을 독려하기 위하여 포상 등 지원시책을 마련하여 시행하여야 한다.

③ 공정거래위원회는 제1항에 따른 협약의 내용·체결절차·이행실적평가 및 지원시책 등에 필요한 사항을 정한다.

<하도급거래 공정화에 관한 법률 (약칭: 하도급법)>

제3조의3(원사업자와 수급사업자 간 협약체결) ① 공정거래위원회는 원사업자와 수급사업자가 하도급 관련 법령의 준수 및 상호 지원·협력을 약속하는 협약을 체결하도록 권장할 수 있다.

② 공정거래위원회는 원사업자와 공급사업자가 제1항의 협약을 체결하는 경우 그 이행을 독려하기 위하여 포상 등 지원시책을 마련하여 시행한다.

③ 공정거래위원회는 제1항에 따른 협약의 내용·체결절차·이행실적평가 및 지원시책 등에 필요한 사항을 정한다.

- 공정위가 주관하는 하도급법, 대규모유통법, 대리점법, 가맹점법상 공정거래협약제도는 법령·조문체계적으로 대동소이함.

<표 2-3> 주요 공정거래협약 규율예규 간의 조문체계 비교

대·중소기업간 공정거래협약 이행평가 등에 관한 기준(하도급분야)	대·중소기업간 공정거래협약 이행평가 등에 관한 기준(유통분야)	가맹본부·가맹점사업자간 공정거래 및 상생협력 협약 절차·지원 등에 관한 기준
제1장	제1장	제1장
제1조(목적)	제1조(목적)	제1조(목적)
제2조(협약의 성격)	제2조(협약의 성격)	제2조(협약의 성격)
제3조(협약의 당사자)	제3조(협약의 당사자)	제3조(협약의 당사자)
제2장 협약의 내용	제2장 협약의 내용	제2장 협약의 내용
제4조(공정거래협약에 담겨야 할 주요내용)	제4조(공정거래협약에 담겨야 할 주요내용)	제4조(협약의 내용 - 공정거래 및 상생협력협약에 담겨야 할 주요내용)
제5조(공정한 계약 체결·이행을 위한 사항)	제5조(공정한 계약 체결·이행을 위한 사항)	제3장 협약 절차
제6조(법위반 예방 및 법준수 노력을 위한 사항)	제6조(법위반 예방 및 법준수 노력을 위한 사항)	제5조(협약기간)
제7조(상생협력 지원 사항)	제7조(상생협력 지원 사항)	제6조(공정위의 지원사항)
제8조(2차 이하 협력사 지원을 위한 사항)	제3장 협약 절차	제7조(협약체결 절차 및 표준공정거래 협약 문안)
제8조의1(원물 생산자 지원을 위한 사항)	제8조(협약기간)	제4장 이행평가 및 인센티브
제8조의2(대리점 지원을 위한 사항)	제9조(공정위의 지원사항)	제8조(협약이행 평가)

제3장 협약 절차	제10조(협약체결 절차 및 표준공정 거래 협약서)	제9조(협약이행 평가 항목)
제9조(협약기간)	제4장 이행평가 및 인센티브	제10조(협약이행의 평가)
제10조(공정위의 지원사항)	제11조(협약이행 평가)	제11조(중간점검)
제11조(협약체결 절차 및 표준공정 거래 협약서)	제11조의2(중간점검)	제12조(협약평가 위원회의 구성·운영)
제4장 이행평가 및 인센티브	제12조(협력사 만족도 조사)	제13조(협약이행 평가등급 및 인센티브 제공기준)
제12조(협약이행 평가)	제13조(협약평가 위원회의 구성·운영)	제14조(세부평가기준 제정)
제12조의1(중간점검)	제14조(협약이행 평가등급 및 인센티브 제공기준)	제5장 보칙
제13조(협력사 만족도 조사)	제5장 보칙	제15조(영업비밀 등의 보호)
제14조(협약평가 위원회의 구성·운영)	제15조(영업비밀 등의 보호)	제16조(불공정거래행위 금지에 대한 특례)
제15조(협약이행 평가등급 및 인센티브 제공기준)	제16조(불공정거래행위 금지에 대한 특례)	제17조(허위자료 제출 등에 대한 조치)
제15조의2(평가 등 시점 조정)	제17조(허위자료 제출 등에 대한 조치)	제18조(재검토기한)
제5장 보칙	제18조(재검토기한)	
제16조(영업비밀 등의 보호)		
제17조(불공정거래행위 금지에 대한 특례)		
제18조(허위자료 제출 등에 대한 조치)		
제19조(재검토기한)		

나. 해외 사례

(1) 주요국의 문화산업정책 개요

해외의 문화산업정책	
기본 형태	• 공적 영역: 공정거래법
	• 공적 부조: 문화산업분야 지원정책
	• 사법영역: 산업별 자율준수 프로그램: 민간영역
미국	<ul style="list-style-type: none"> • 불공정행위는 Federal Trade Commission 중심으로 규율 • 문화산업 진흥정책은 National Endowment for the Arts를 중심으로 구성 • 철저한 자유시장경제 이데올로기에 문화산업을 위한 공적 부조의 위헌여부는 여전히 논란의 대상
캐나다	<ul style="list-style-type: none"> • Department of Canadian Heritage이 담당, Creative Canada Policy 정책 추진 • 근접한 미국과의 차별화를 위하여 '캐나다 고유의 정체성 강조' (Canadian identity as a central issue)
EU	<ul style="list-style-type: none"> • New European Agenda for Culture 정책 • 전통유지를 강조 (Reinforce cooperation on cultural heritage)

[그림 2-6] 해외의 문화산업정책

- 해외 주요국의 문화산업정책은 크게 i) 공정거래법과 같은 공적 규제와, ii) 사회보장 형태로 공공자원이 투입되는 급부행정으로서의 지원정책과, iii) 민간에서 기획·운영되는 자율준수 프로그램의 형태로 존재하며, 세 정책도구 사이의 경계는 엄격함.
- 예컨대 캐나다나 EU의 경우, 연방 차원에서는 i) 국내와 같이 산업 전체의 육성을 의욕하는 정책보다는 ii) 사회통합을 위하여 공공자원의 투입이 필요하다고 여겨지는 문화산업 세부주제 (예시: 소수민족의 역사와 정체성 보존) 위주로 정책이 추진되고 있음.

(2) 미국의 자율준수 프로그램

- 미국은 독점금지법의 원조국인 만큼 자율준수 프로그램이 일찍 도입되었지만, 이는 기업들이 리스크 관리를 위해 스스로 도입한 것으로 정부의 정책주도 또는 법적인 근거에 의한 것은 아니었음.
- 다만 2002년 사베인 옥슬리 법(Sarbanes-Oxley Act)이 제정됨으로써 내부통제의 의무화가 규정되었고, 2004년 개정법에 연방양형지침상 자율준수 프로그램의 요건이 규정되면서 존재의 법적 근거를 갖게 되었음.
- 그럼에도 미국의 정책기조는 여전히 공정거래 생태계의 유지에는 법 위반에 대한 엄중한 제재의 규정을 우선하는 입장이며, 정책영역과 민간영역을 분리하여 자율준수 프로그램은 해당 산업 분야 또는 지자체의 소명으로 보고 있음.

(3) 유럽연합 (EU)의 자율준수 프로그램

- 유럽연합은 EU 경쟁법 집행과 관련하여 자진신고자감면제도 이외에 기업의 자율준수 프로그램 운용에 대해 인센티브를 EU법상 규정하고 있지 않고, 각국 행정부의 법집행 차원에서 유럽집행위원회의 정책과 별도로 개별 인센티브를 주는 방식으로 운영하고 있음.
- 따라서 유럽연합은 법을 준수하는 것이 기업의 당연한 의무라고 인식하고, 법규준수가 기업에 어떤 이익이 되는지를 설명하는 것이 컴플라이언스에 대한 공식적인 입장으로서, 미국과 유사하게 엄중한 제재와 자진신고자에 대한 감면제도가 컴플라이언스와 관련한 큰 줄기로 보임.

(4) 일본의 자율준수 프로그램

- 일본에서 독점금지법에 대한 기업의 자율준수 프로그램이 나타나기 시작한 것은 제1차 석유파동이 발생한 이후 다수의 가격카르텔이 적발된 1974년 무렵임.
- 석유가격카르텔은 일본 공정위의 제재와 법원의 판결로 이어지고 학계의 관심도 집중되어 다수의 판례평석이 쏟아져 나왔음.
- 1977년에는 독점금지법 개정으로 과징금이 강화되었으며, 80년대 말에는 이른바 ‘미일구조문제협약(美日構造問題協議)’을 계기로 독점금지법의 강화와 규제절차의 투명성에 대한 요구가 일본의 독점금지법 운용을 변화시키게 된 계기가 됨.
- 2005년에는 법 위반 기업에 대한 과징금이 상향 조정되는 등 제재수준의 강화가 이루어지는 것과 함께 자진신고자에 대한 제재감면제도 등이 도입됨.
- 다만 일본 공정위는 제도적으로 자율준수 프로그램 운용기업에 대한 인센티브를 직접 운용하고 있지는 않고 지속적으로 업계의 자율준수 프로그램 운용현황을 조사하여 발표하는 등 정보제공 및 사실상 기업 스스로 자율준수 프로그램을 도입하여 운용하도록 격려하는 역할에 중점을 두고 있는 것으로 보임.

5. 공정유통협약 제도 도입의 필요성

가. 현행 법규를 통한 불공정행위 규제의 한계

- 공정거래법은 법의 내용에 있어서 유체재화를 중심으로 규율하고 있어 무체재화인 디지털콘텐츠 거래에 적용하는 데에 한계가 존재함.
 - 디지털콘텐츠 산업은 우월적 지위에 있는 사업자라도 다른 업종인 경우가 있으므로, 동일업종을 규율하는 하도급법의 적용에는 한계가 있음.
 - 디지털콘텐츠 사업자는 거래단절이나 보복성 조치에 대한 우려로 인해 공정거래법 및 하도급법에 의한 불공정 거래의 신고 및 소송에 소극적임.
- 문화콘텐츠 분야에는 갑·을·병·정 등 다수의 용역사업자가 참여하는 제작사업이 많으나 10억 원 이하의 사업자 간 불공정 거래 방지 대응에 한계가 존재함 (하도급법은 원사업자의 연 매출액이 10억 이하인 원사업자에게는 적용되지 않으며, 적용대상은 횡적요건 “우월적 지위”와 종적 요건 “동일한 업종·제조·용역”을 충족하여야 가능).
- 유통분야의 대표적인 법인 대규모유통업법은 연 매출액이 1,000억 원 이상인 사업자를 규율하기 때문에 이에 해당하지 않은 유통사업자와의 거래에는 적용되지 않음 (중개사업자는 별도로 규율하는 법이 존재하지 않아 공정거래 환경조성에 있어서 법의 사각지대에 있음)
- 사업아이디어 등의 강탈행위에 대해서는 규제하고 있는 법이 없다는 근본적인 한계가 있음.⁸⁾

나. 문화콘텐츠산업 관련 법 적용의 한계

8) 정보통신산업진흥원 “NIPA 이슈리포트 2018-제29호 디지털콘텐츠 시장의 공정경쟁 생태계 변화 및 전망” 발행일: 2018.07.16

- 문화콘텐츠산업과 관련된 대표적인 법률인 「문화산업진흥 기본법」, 「콘텐츠산업 진흥법」상 공정거래와 관련된 규정들의 적용을 검토할 수 있겠으나, 대부분 프로그램적 규정에 가까워 사실상 실효성이 적음.
- 또한, 앞서 살펴보았듯이 문화산업 관련 기업이 시장지배적 사업자가 아닌 경우 등으로 판단되어 공정거래법이 적용되지 않거나, 하도급법의 경우에도 원사업자가 대기업이 아닌 경우 등에는 하도급법의 적용이 어렵다는 문제가 있음. (물론, 영화 방송 등도 “지식·정보성과물”로 보아 하도급법의 일부를 적용할 가능성도 있겠으나, 문화산업 모든 세부장르에 대해서는 한계가 있음.)

다. 공정유통환경 협약제도 도입의 필요성

- 요약하자면 현행 법규로 문화산업 분야의 불공정행위를 규율하는 것에는 다음과 같은 한계가 있음.
 - 무체재화인 디지털콘텐츠 거래에 적용하는 데 한계 존재
 - 디지털콘텐츠 산업의 구조 때문에 발생하는 한계 존재
 - 사업 규모로 인한 규제 회피행위 발생
 - 사업을 관장하고 규제하는 법률의 부재
- 창작기반을 보호하여 콘텐츠 산업 내 공정상생 생태계를 조성하기 위하여 문화산업상품사업자들의 공정유통을 위한 자발적인 참여가 필수적으로 요구되는 상황임.

제3장 공정유통협약 제도

1. 대상 및 효과

가. 문화산업 사업자의 범위

- 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비와 관련된 서비스 사업자
- 「문화산업진흥기본법」 제2조 제1호에 따른 문화산업 관련 사업자 중 「중소기업기본법」 제2조 및 같은법 시행령 제3조에 따른 중소기업

<문화산업진흥기본법 제2조 제1호>

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “문화산업”이란 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말하며, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 포함한다.

가. 영화·비디오물과 관련된 산업

나. 음악·게임과 관련된 산업

다. 출판·인쇄·정기간행물과 관련된 산업

라. 방송영상물과 관련된 산업

마. 문화재와 관련된 산업

바. 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·모바일문화콘텐츠·디자인(산업디자인은 제외한다)·광고·공연·미술품·공예품과 관련된 산업

사. 디지털문화콘텐츠, 사용자제작문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업

아. 대중문화예술산업

자. 전통적인 소재와 기법을 활용하여 상품의 생산과 유통이 이루어지는 산업으로서 의상, 조형물, 장식용품, 소품 및 생활용품 등과 관련된 산업

차. 문화상품을 대상으로 하는 전시회·박람회·견본시장 및 축제 등과 관련된 산업. 다만, 「전시산업발전법」 제2조제2호의 전시회·박람회·견본시장과 관련된 산업은 제외

한다.

카. 가목부터 차목까지의 규정에 해당하는 각 문화산업 중 둘 이상이 혼합된 산업

<중소기업기본법 제2조>

제3조(중소기업의 범위) ① 「중소기업기본법」(이하 “법”이라 한다) 제2조제1항제1호에 따른 중소기업은 다음 각 호의 요건을 모두 갖춘 기업으로 한다.

1. 다음 각 목의 요건을 모두 갖춘 기업일 것

가. 해당 기업이 영위하는 주된 업종과 해당 기업의 평균매출액 또는 연간매출액(이하 “평균매출액등”이라 한다)이 별표 1의 기준에 맞을 것

나. 자산총액이 5천억원 미만일 것

2. 소유와 경영의 실질적인 독립성이 다음 각 목의 어느 하나에 해당하지 아니하는 기업일 것

가. 삭제

나. 자산총액이 5천억원 이상인 법인(외국법인을 포함하되, 비영리법인 및 제3조의2제3항 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 제외한다)이 주식등의 100분의 30 이상을 직접적 또는 간접적으로 소유한 경우로서 최대출자자인 기업. 이 경우 최대출자자는 해당 기업의 주식등을 소유한 법인 또는 개인으로서 단독으로 또는 다음의 어느 하나에 해당하는 자와 합산하여 해당 기업의 주식등을 가장 많이 소유한 자를 말하며, 주식등의 간접소유 비율에 관하여는 「국제조세조정에 관한 법률 시행령」 제2조제2항을 준용한다.

1) 주식등을 소유한 자가 법인인 경우: 그 법인의 임원

2) 주식등을 소유한 자가 1)에 해당하지 아니하는 개인인 경우: 그 개인의 친족

다. 관계기업에 속하는 기업의 경우에는 제7조의4에 따라 산정한 평균매출액등이 별표 1의 기준에 맞지 아니하는 기업

라. 삭제

② 법 제2조제1항제2호에서 “대통령령으로 정하는 사회적기업”이란 영리를 주된 목적으로 하지 아니하는 사회적기업으로서 다음 각 호의 요건을 모두 갖춘 기업으로 한다.

1. 제1항제1호 각 목의 요건을 모두 갖춘 것

2. 삭제

3. 제1항제2호가목 또는 나목에 해당하지 아니할 것

③ 법 제2조제1항제3호에서 “대통령령으로 정하는 자”란 제2항 각 호의 요건을 모두 갖

준 협동조합, 협동조합연합회, 사회적협동조합 및 사회적협동조합연합회를 말한다

④ 법 제2조제1항제4호에서 “대통령령으로 정하는 자”란 제2항 각 호의 요건을 모두 갖춘 조합, 연합회 및 전국연합회를 말한다.

나. 협약체결에 따른 상생협력 효과

- 세계 콘텐츠산업은 시장규모가 자동차와 IT 산업을 능가하고 있는 고성장·고부가가치 산업이면서 타 산업에 비해 일자리 창출 효과가 큰 분야이나, 지금까지는 공급자 위주의 정부 정책을 통해 산업 성장에 초점이 맞추어져 왔음.
 - 콘텐츠산업의 밸류체인을 고려한 기획, 제작, 유통, 소비 전 과정을 아우르는 공정상생 생태계 조성 정책이 미흡하여 불공정 관행이 근절되지 못하고 있음.
- 공정유통협약을 체결함으로써 불공정 관행을 개선하여 창작자의 권리 보호를 위한 공정상생 생태계 조성.
 - 플랫폼 기반 유통이 자리를 잡은 웹툰/만화, 음악 분야에서는 대기업 플랫폼의 수직계열화 방지가 가능.
- 자율적인 공정유통협약체결을 통하여 대규모 문화상품사업자는 기업평판을 제고하고 글로벌 경쟁력을 증대시킬 수 있으며, 문화산업 내 자율적 공정유통질서 확립으로 감시단속 등의 행정비용을 절감할 수 있음 (현재 예술인복지법 제6조의2는 불공정행위를 금지하고 있으며, 문화체육관광부장관이 위반 여부를 조사하고, 시정명령을 부과하고, 과태료를 징수함).

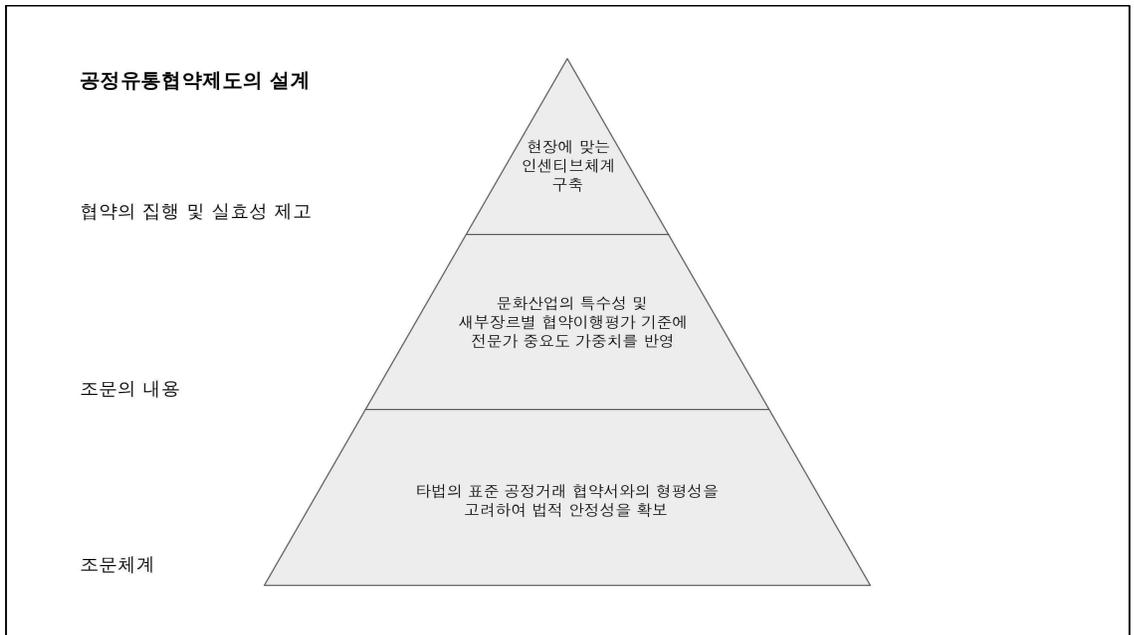
<인터뷰 내용: 모바일게임 제작·유통업체 팀매니저>

비슷한 내용으로 진행되는 것들이 있어요. 제작 파트너사의 개념인 업체 (일본 개발사)에 하청을 주는데 개발사의 교육을 위해서 한국에서 일주일간 일하다가 돌아갈 때 교육이나 체재

비를 지원해주기도 해요. (중략) 그리고 올해 코로나 터지고 나서는 개발사들이 많이 어려워졌는데, 특히 일본 쪽이 어려워져서 부속합의로 계약 내용을 바꿔서 MG 계약이었는데 개발비를 선지급하는 하청방식으로 바꿨어요.

2. 공정유통협약

가. 제도의 설계



[그림 3-1] 공정거래협약 제도 설계 시 주요 고려사항

- 협약제도의 설계에 있어서 다음 3가지 요소가 핵심을 이뤘음.
 - 제정형식과 구조에 관하여는 타법에 규정된 공정거래협약제도와의 형평성 및 법적 안정성이 고려
 - 내용과 운영방안에 관하여는 자율준수 프로그램의 목표와 문화산업 세부분야별 불공정행위의 해결방안을 고려
 - 내용 간의 우선순위와 중요도·가중치에 관하여는 현장 의견 반영

나. 협약서의 구성 및 내용

(1) 협약서 구조의 근거

- 공정유통협약을 시행 중인 타법 (하도급법, 대규모유통법, 대기업법 등)과의 형평성을 고려하며 표준 협약서의 조문을 설정함.
- 현행법상 공정거래협약들은 대동소이한 조문체계를 공유하고 있음.

<표 3-1> 주요 공정거래협약 표준협약서 간의 조문체계 비교

(하도급)공정거래 표준 협약서	(유통분야)공정거래 표준 협약서	대리점분야 표준 공정거래 및 상생협력 협약서
제1조(목적)	제1조(목적)	제1조(목적)
제2조(법률 준수)	제2조(법률 준수)	제2조(법률 준수)
제3조(4대 실천사항 준수)		
제4조(공정한 계약 체결이행)	제3조(공정한 계약을 위한 사항)	제3조(공정한 계약을 위한 사항)
제5조(법위반 예방 및 법준수)	제4조(법위반 예방 및 법준수 노력을 위한 사항)	제4조(법위반 예방 및 법준수 노력을 위한 사항)
제6조(상생협력 지원)	제5조(상생협력을 위한 지원 사항)	제5조(상생협력을 위한 지원 사항)
제7조(2차 이하 협력사 지원프로그램 운용)		
제7조의2(원물 생산자 지원)		
제8조(협력사의 상생협력을 위한 협력사항)		제6조(대리점의 상생협력을 위한 협력사항)
제9조(협약기간)	제6조(협약기간)	제7조(협약기간)
제10조(법적 성격)	제7조(법적 성격)	제8조(법적 성격)
제11조(협약기준 준수)	제8조(협약기준 준수)	제9조(협약기준 준수)

제12조(세부이행계획 및 평가자료)	제9조(세부이행계획 및 평가자료)	제10조(세부이행계획 및 평가자료)
---------------------	--------------------	---------------------

- 협약에 담겨야 할 주요 내용은 다음과 같음.
 - 협약 당사자 간의 공정한 계약을 위한 사항
 - 협약 당사자 간의 범위반 예방 및 범준수 노력을 위한 사항
 - 협약 당사자 간의 상생협력 지원 사항
 - 협약평가기준의 준수, 협약내용 및 평가자료의 제출 등 기타 협약 운영에 관한 사항
- 문화산업 분야는 타 산업 분야에 비해 장르별 특성상 계약의 내용이 복잡하고 구체적인 바, 협약의 내용 역시 타법에 비해 당사자 간에 조율할 부분이 많으므로, ‘협약의 내용에 관한 협의 절차’를 표준협약서(안)에 별도의 조문으로 추가함. 가맹거래법에 따른 가맹본부·가맹점사업자간 공정거래 및 상생협력 표준 협약 문안 역시 ‘협약의 내용에 관한 협의 절차’를 별도의 조문으로 구성하고 있음.
- 주요 표준협약서의 경우 ‘상생협력을 위한 지원 사항’에 ‘제작업자의 상생협력을 위한 협력사항’을 세부 조항으로 포함하고 있으나, 각 조문의 완결성을 높이기 위하여 별도의 조문으로 규정함.

<문화산업 공정유통 표준협약서(안) 조문체계>

제1조(목적)

제2조(법률 준수)

제3조(공정한 계약을 위한 사항)

제4조(법위반 예방 및 법준수 노력을 위한 사항)

제5조(상생협력을 위한 지원 사항)

제6조(제작업자의 상생협력을 위한 협력사항)

제7조(협약의 내용에 관한 협의 절차)

제8조(제작업자의 상생협력을 위한 협력사항)

제9조(협약기간)

제10조(법적 성격)

제11조(협약기준 준수)

제12조(세부이행계획 및 평가자료)

(2) 협약 각 조문의 근거

- 각 법상 표준협약서 중 ‘공정한 계약을 위한 사항’ ((하도급)공정거래 표준협약서 제4조, (유통분야)공정거래 표준협약서 제3조, 대리점분야 표준공정거래 및 상생협력 협약서 제3조)과 ‘상생협력을 위한 지원 사항’ ((하도급)공정거래 표준협약서 제6조 내지 제7조의2, (유통분야)공정거래 표준협약서 제5조, 대리점분야 표준공정거래 및 상생협력 협약서 제5조)은 각 산업분야의 특수성을 반영하여 내용을 설정함.
- 이에 따라 문화산업 공정유통 표준협약서(안)도 제3조(공정한 계약을 위한 사항)과 제5조(상생협력을 위한 지원 사항), 그리고 제6조(협약의 내용에 관한 협의 절차)는 문화산업분야의 특수성을 반영하여 내용을 설정하고, 이외의 조문은 타 표준협약서와 형평성을 고려하여 내용을 설정함.

(3) 협약 각 조문을 구성하는 내용

(가) 협약의 당사자

- 공정거래협약을 시행하고 있는 타법 표준협약서 간의 비교

<표 3-2> 주요 공정거래협약 표준협약서 중 '협약의 당사자'에 관한 부분 비교

(하도급)공정거래 표준 협약서	(유통분야)공정거래 표준 협약서	대리점분야 표준 공정거래 및 상생협력 협약서
(주)○○○(이하 "□□□"이라 한다)은 협력사 (주)○○○(이하 "협력사"라 한다)과 거래를 함에 있어 상호간의 신뢰를 바탕으로 다음과 같이 "(하도급)공정거래협약"을 체결한다.	(주)○○○(이하 "□□□"이라 한다)은 중소기업 납품업자(또는 매장임차인) (주)○○○(이하 "납품업자"라 한다)과 거래를 함에 있어 상호간의 신뢰를 바탕으로 다음과 같이 "(유통)공정거래협약"을 체결한다.	(주)○○○(이하 "□□□"이라 한다)은 대리점 ○○○(이하 "대리점"이라 한다)과의 거래를 함에 있어 상호간의 신뢰를 바탕으로 다음과 같이 "(공정거래 및 상생협력 협약" (이하 "협약"이라 한다)을 체결한다.

- 문화산업 공정유통협약의 당사자
 - 협약의 당사자는 대규모 문화상품사업자 및 대규모 문화상품사업자와 거래 중인 중소 문화상품사업자(이하 '협력사' 라 함)로 함.
 - 대규모 문화상품사업자는 협약체결 당시 거래 중인 모든 협력사 등과 동일한 내용의 협약을 각각 체결하는 것을 원칙으로 하되, 협력사 등을 대표할 수 있는 단체의 대표가 구성원의 위임을 받은 경우 이 대표와 일괄하여 협약을 체결할 수 있음.
 - 대규모 문화상품사업자는 협약체결 후 새로이 거래가 이루어지는 협력사 등과도 원칙적으로 협약을 체결하여야 함.
 - 중소기업기본법상 평균매출액등의 중소기업 규모 기준에 따르면 문화산업 내 중소기업은 평균매출액등이 600억 원 이하인 규모의 문화상품사업자이므로, 대규모 문화상품사업자는 평균매출액등이 600억 초과인 규모의 문화상품사업자임.

<문화산업 공정유통협약 내 당사자에 관련된 부분>

(주)○○○(이하 “□□□” 이라 한다)은 중소기업 제작업자 (주)○○○(이하 “제작업자” 라 한다) 과 거래를 함에 있어 상호 간의 신뢰를 바탕으로 다음과 같이 “공정유통협약”을 체결한다.

(나) 제1조(목적)

- 공정거래협약을 시행하고 있는 타법 표준협약서 간의 비교

<표 3-3> 주요 공정거래협약 표준협약서 중 '목적'에 대한 조문내용 비교

(하도급)공정거래 표준 협약서	(유통분야)공정거래 표준 협약서	대리점분야 표준 공정거래 및 상생협력 협약서
<p>제1조 (목적) 이 협약은 □□□과 협력사간의 공정거래 관련 법령의 준수와 상생협력을 통해 상호 경쟁력 제고, 더 나아가 국가 경쟁력 증진을 추구하는 것을 목적으로 한다.</p>	<p>제1조 (목적) 이 협약은 □□□과 협력사간의 공정거래 관련 법령의 준수와 상생협력을 통해 상호 경쟁력 제고, 더 나아가 국가 경쟁력 증진을 추구하는 것을 목적으로 한다.</p>	<p>제1조 (목적) 이 협약은 □□□와 대리점간의 공정거래 관련 법령의 준수와 상생협력을 통한 상호 경쟁력 제고를 목적으로 한다.</p>

- 주요 공정거래협약은 공정거래 관련 법령 준수와 상호 경쟁력 제고를 주목적으로 삼고 있음.

<문화산업 공정유통협약서 제1조 (목적)>

제1조 (목적) 이 협약은 □□□과 제작업자 간의 문화산업 및 공정거래 관련 법령의 준수와 공정유통 및 상생협력을 통해 상호 경쟁력 제고, 더 나아가 국가 경쟁력 증진을 추구하는 것을 목적으로 한다.

(다) 제2조 (법률 준수)

- 공정거래협약을 시행하고 있는 타법 표준협약서 간의 비교
-

<표 3-4> 주요 공정거래협약 표준협약서 중 '법률 준수'에 대한 조문내용 비교

(하도급)공정거래 표준 협약서	(유통분야)공정거래 표준 협약서	대리점분야 표준 공정거래 및 상생협력 협약서
<p>제2조 (법률 준수) □□□과 협력사는 공정한 하도급거래질서와 상생협력을 위하여 "하도급거래 공정화에 관한 법률(이하 '하도급법'이라 한다)" 등 하도급 관련 법규를 성실히 준수한다.</p>	<p>제2조 (법률 준수) □□□과 납품업자는 공정한 유통거래질서와 상생협력을 위하여 "대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 및 동법 시행령"(이하 '대규모유통업법령'이라 한다) 등 유통 관련 법규를 성실히 준수한다.</p>	<p>제2조 (법률 준수) □□□와 대리점은 공정한 대리점거래질서와 상생협력을 위하여 "대리점거래의 공정에 관한 법률 및 같은 법 시행령"(이하 "대리점거래법령"이라 한다) 등 대리점거래 관련 법규를 성실히 준수한다.</p>

- 주요 공정거래협약은 각 해당 분야 법률의 성실한 준수를 제2조(법률 준수)에서 규정하고 있음.

<문화산업 공정유통협약서 제2조 (법률 준수)>

제2조 (법률 준수) □□□과 제작업자는 공정한 유통거래질서와 상생협력을 위하여 문화산업 및 공정거래 관련 법규를 성실히 준수한다.

(라) 제3조 (공정한 계약을 위한 사항)

- ‘공정한 계약을 위한 사항’ 은 실질적인 협약의 내용을 구성하는 부분임.
- 주요 공정거래협약의 ‘공정한 계약을 위한 사항’ 은 각 분야의 특성과 거래의 형태에 따라 상이함.
- 문화산업 내에서도 장르별로 계약내용이 상이한 바, 협약내용 역시 장르별로 차이가 있음.
- 문화산업 공정유통협약서 제3조(공정한 계약을 위한 사항)

제3조 (협약내용의 성실한 이행) □□□은 본 협약에 게시된 내용을 성실히 이행하기로 한다.

① 제작업자와의 거래개시 및 중단 등에 대한 공정한 기준 설정·운영

1. 제작업자 선정, 거래개시·중단·종료 결정의 공정한 기준을 설정·공개하고 운용한다.

※장르별 특성에 따라 ‘제작업자 선정, 거래개시·중단·종료’ 부분은 다음과 같이 변경할 수 있음

- 웹툰: 제작업자 선정, 기본 연재 기간 보장 및 연재 편성·중단 결정의 공정한 기준 설정·공개 및 운용
- 방송: 제작업자의 선정, 기본 방송 횟수 보장 및 방송 편성·중단 결정의 세부 기준 설정·공개 및 준수

2. 제작업자와의 계약과 관련된 불공정거래행위 방지 규정을 설정·공개하고 운용한다.

※해당 조항의 실효성을 증진시키기 위하여 다음의 내용을 삽입할 수 있음

- 중간유통업자를 통해 납품하도록 유도하는 행위 금지, 제작완료분 수령거부의 원칙적 금지, 매절계약 강요 금지, 차별적 거래 금지 등 제작업자와의 계약과 관련된 불공정거래행위 방지 규정을 설정하고 운용한다.

3. 계약이전 제작요청사항, 납기 등 중요한 정보를 제작업자에게 미리 알리는 주요정보 사전알림시스템을 운용한다.

② 제작비/수수료 등 결정·변경 등에 대한 공정한 기준 설정·운영

※제작비/수수료 중 장르별, 계약별 적합한 용어로 설정하여야 함

(예) 제작비/유통수수료/연재료/방영수수료 등

1. 제작비/수수료의 결정·변경 등의 공정한 세부 기준을 설정·공개하고 준수한다.
2. 제작비 또는 수수료는 제작물의 인기도, 제작상황, 시장상황 등을 고려하여 합리적으로 결정한다.
3. 계약서에 기재된 제작비/수수료의 금액/요율, 기간을 준수하고 소급이나 중간에 변경

하지 않는다.

4. 제작비/수수료는 특별한 사유가 없는 한 최소한 1년 이상 유지한다.
5. 당초 합의하지 않거나 계약서에 없는 각종 명목의 수수료나 경제적 불이익을 부담시키지 않는다.
6. 제작비/수수료와 관련된 사항을 계약서에 명시한다.
7. 정산자료 및 정보를 투명하게 공개한다.

③ 홍보 및 판매촉진행사 진행 및 비용분담 등에 대한 공정한 기준을 설정·공개하고 준수한다.

1. 홍보 및 판매촉진행사 시 제작업자의 참여, 행사방법, 기간 및 비용분담의 공정한 세부 기준을 설정·공개하고 운용한다.
2. 제작업자와 홍보 및 판매촉진행사를 진행하는 경우에는 행사일정, 제작업자의 다른 행사 상황, 제작 일정 등을 감안하여 충분한 사전협의 기간을 두고 진행한다.
3. 홍보 및 판매촉진행사에 따른 비용부담 기준을 행사 참가 제작업자에게 사전에 알리고 분담 내역에 대해 서면약정을 체결하도록 한다.
4. 제작업자에게 자체적인 홍보 및 판매촉진행사를 실시하도록 요구하거나, 홍보 및 판매촉진행사에 참여하도록 강요하지 않는다.

④ 저작권 및 저작권 관련 수익분배 등에 대한 공정한 기준 설정·운용

1. 저작권 양도 범위 및 그에 따른 대가 산정의 공정한 기준을 설정·공개하고 운용한다.
2. 저작물 사용 시 사용 범위, 사용 기간, 저작권 표기 방법 및 수익분배의 기준 및 사전협의 절차를 설정·공개하고 운용한다.
3. 2차 저작물 및 재사용 이용 등에 관하여 원칙적으로 별도의 계약을 체결한다.

⑤ 서면거래문화 활성화를 통한 공정한 거래를 위하여 표준계약서 사용

1. 문화상품제작업자의 권익증진을 위한 조항 명시
 - (예) 기술자료 제공을 요구할 수 있는 요건 및 범위
 - (예) 대금 삭감 요건 및 절차
 - (예) 추가작업 및 무상수정을 요구할 수 있는 요건 및 범위
 - (예) 판매촉진비용의 부담 주체 및 부담비율

- (예) 지적재산권 양도 여부, 양도절차, 양도 시 그에 대한 정당한 대가
- (예) 정산내역 및 소비자구매정보 공개여부
- (예) 계약변경 요건 및 협의 절차
- (예) 영업상 중요정보가 있는 자료 요청 시 비밀유지계약 체결

2. 문화상품제작대금 지급조건 명시

- (예) 매달 00일까지 ___원 또는 1편당 ___원

3. 계약 세부사항에 대한 공정한 기준 및 절차 마련

- (예) 위약금 및 페널티 부과 기준, 계약의 내용에 관한 협의 절차, 계약해지의 요건 및 절차, 저작권 양도 보상 기준, 저작물 사용 방법, 수익분배의 기준 및 사전협의 절차, 분쟁조정절차

⑥ 제작업자의 제작환경 보장, 재무 건전화 등을 위해 제작비 지급 방식 및 PPL 수익배분 비율 개선 및 추가작업에 대한 비용 지급

1. 제작비 지급 방식 개선

- (예) 선급금 지급 규모 확대
- (예) 현재 누적 MG 제도 → 매달 00일까지 ___원 또는 1편당 ___원
- (예) 미연재분 원고료 미지급 → 미연재분 1편당 ___원
- (예) 대금 지급일수 개선 : 세금계산서 발행일로부터 00일 이내 지급

2. 추가작업 비용 지급

- (예) 현재 무료로 예고편과 후기 제작, 일러스트레이션 제작 → 예고편과 후기 제작료 00원, 일러스트레이션 제작료 00원

3. PPL 수익배분 비율 개선

- (예) 현재 PPL 수익 배분 비율 5% → 30%

⑦ 제작환경 등의 개선

1. 계약 시 구체적인 제작분량, 최소 작업 기간 및 최대수정횟수 약정
2. 추가작업분에 대한 보상 명시
3. 계약체결 전 부당대우 금지
4. 선제작 후계약의 원칙적 금지
5. 업무 범위 이외 지시의 원칙적 금지

(마) 제4조(법위반 예방 및 법준수 노력을 위한 사항)

- 공정거래협약을 시행하고 있는 타법 표준협약서 간의 비교

<표 3-5> 주요 공정거래협약 중 '법위반 예방 및 법준수 노력을 위한 사항'에 대한 조문내용 비교

(하도급)공정거래 표준 협약서
<p>제5조 (법위반 예방 및 법준수) □□□은 하도급법 위반 예방 및 준수 노력을 위해 다음의 내용을 성실히 이행한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 불공정 하도급거래행위 차단 시스템 구축 및 운영 <ul style="list-style-type: none"> • 불공정 하도급거래행위의 발생소지를 차단 또는 최소화하기 위한 시스템을 자체적으로 구축하여 운영 ② 사내 공정거래 추진부서 설치 ③ 하도급거래 적법성 사후검증절차 마련 및 운영 <ul style="list-style-type: none"> • 일정 거래금액 이상의 계약건에 대해 지급기한 내 대금지급 여부, 하자보수 책임의 부당전가 여부 등 하도급법 위반행위의 발생여부를 점검 및 시정 ④ 법위반 임직원에 대한 인사상 불이익 제공
(유통분야)공정거래 표준 협약서
<p>제4조 (법위반 예방 및 법준수 노력을 위한 사항) □□□은 법위반 예방 및 법준수 노력을 위해 다음 사항을 성실히 이행하기로 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 법위반 사전 예방 및 사후 감시시스템 구축운영 <ol style="list-style-type: none"> 1. 사전 서면 계약체결 및 법정 계약사하이 명시된 서면 교부 시스템 구축 2. 서면 교부 이전에 상품을 제조·주문하게 하거나 납품할 상품을 위한 설비장치를 준비하도록 요구하는 행위를 방지하기 위한 시스템 구축 3. 경영정보 요구 목적범위절차 관련 기준 마련 및 준수 ② 대규모유통업법 주요 내용 준수 (각 업체별 해당되는 내용을 반영) <ol style="list-style-type: none"> 1. '납품업자 등의 종업원 파견 및 사용에 관한 가이드라인' 준수 2. '판매장려금 부당성 심사에 관한 지침' 준수 3. '특약매입거래에 관한 부당성 심사 지침' 준수 4. 'TV홈쇼핑 사업자의 특정 불공정거래행위에 대한 위법성 심사지침' 준수 5. '대규모유통업자의 반품행위에 대한 위법성 심사지침' 준수
대리점분야 표준 공정거래 및 상생협력 협약서
<p>제4조 (법위반 예방 및 법준수 노력을 위한 사항) □□□은 대리점거래법령 위반 예방 및 법준수 노력을 위해 다음의 내용을 성실히 이행한다.</p>

① □□□은 대리점거래 관련 법령의 위반행위가 발생하지 않도록 다음과 같은 범위만 사전예방 체계를 구축한다.

가. (예시) 대리점계약 체결시 □□□은 대리점계약서, 부속약정서 및 그 밖에 계약 관련 서면자료를 즉시 대리점에 교부하고, 해당 서류의 스캔파일을 내부 전산망에 등록하여 대리점이 이를 이용할 수 있도록 한다.

나. (예시) □□□은 대리점이 자신의 주문내역을 내부 전산망을 통해 확인할 수 있도록 한다.

② □□□은 대리점거래가 공정하게 이루어질 수 있도록 사내 공정거래 추진 전담부서를 설치하여 운영한다.

③ □□□은 대리점거래 관련 법령을 위반한 임직원에 대하여 인사상 불이익 조치가 이루어질 수 있도록 관련 인사 조치 기준을 마련하고, 이를 이행한다.

④ □□□은 대리점거래와 관련한 분쟁이 신속·원활히 해결될 수 있도록 내부적으로 분쟁조정절차를 마련하여 운영한다.

<문화산업 공정유통협약서 제4조 (범위만 예방 및 법준수 노력을 위한 사항)>

제4조 (범위만 예방 및 법준수 노력을 위한 사항) □□□은 문화산업 및 공정거래 관련 범위만 예방 및 법준수 노력을 위해 다음 사항을 성실히 이행하기로 한다.

① 범위만 사전 예방 및 사후 감시시스템 구축·운영

1. 사내 공정유통 추진부서 설치

2. 사전 서면 계약체결 및 법정 계약사항이 명시된 서면 교부 시스템 구축·운영

3. 대금지연, 서면미발급 등 불공정 행위 발생소지를 최소화할 수 있는 불공정행위 차단 시스템 구축·운영

4. 문화산업유통거래 적법성 사후검증시스템 구축·운영

5. 범위만 임직원에 대한 인사상 불이익 부과 기준 및 절차 구축·운영

② 문화산업 및 공정거래 관련 법령의 주요 내용 준수

1. ‘내부 심의위원회 설치 및 운영을 위한 실천사항’ 준수

2. ‘바람직한 서면발급 및 보존을 위한 실천사항’ 준수

3. ‘바람직한 계약체결을 위한 실천사항’ 준수

(바) 제5조(상생협력을 위한 지원 사항)

- ‘상생협력을 위한 지원 사항’은 계약상 애로사항 개선을 통하여 상생협력을 도모하기 위한 내용으로 구성하여야 함.

- 주요 공정거래협약의 ‘상생협력을 위한 지원 사항’은 각 분야의 특성과 거래의 형태에 따라 상이함.
- 주요 표준협약서에 규정된 금융(자금)지원뿐만 아니라, 문화산업 장르별 상생협력을 위한 기타 지원 사항을 규정함.

<문화산업 공정유통협약서 제5조 (상생협력을 위한 지원 사항)>

제5조 (상생협력을 위한 지원 사항) □□□은 제작업자와의 상생협력을 위하여 다음과 사항을 성실히 이행하기로 한다.

① 창작환경 지원 (해당하는 내용을 반영)

- (예) 최저임금 등 제작원가 변동 제작비/수수료 조정
- (예) 공정유통을 위한 내부 시스템 마련
- (예) 계열사의 문화상품과 비차별적 거래
- (예) 제작업자의 요청에 따른 인력 지원
- (예) 제작업자에 대한 교육 지원
- (예) 제작업자의 매출확대, 판로확보 지원(해외프로젝트 참여기회 제공 등)
- (예) 일감 개방도 개선
- (예) 재난으로 어려움을 겪는 제작업자에 대한 지원
- (예) 청년 사업가에 대한 동반성장 지원 등
- (예) 직·간접적 경영지원(최우수 협력사 계약이행 보증면제 등)
- (예) 재하청업체에 대한 대금 직불

② 금융(자금)지원

1. 직접지원 : 000만 원

- 제작업자의 긴급 운영자금 지원(대여) : 00만 원
- 제작업자의 기계·장비도입 자금 등 지원(대여) : 00만 원

2. 간접지원 : 금융기관을 통한 제작업자 자금대출 지원제도 도입·운영

- 금융기관과 납품업자 대출 지원을 위한 약정체결을 통한 자금지원 (예: 네트워크론, OO 은행과 약정체결, 대출약정한도 000만원)

3. 혼합지원 : 상생펀드 000만원 조성

- 제작업자에게 저리의 자금대출 지원을 위하여 금융기관과 공동으로 000억 원의 상생펀드를 조성·운영 (□□□ 000만원, 금융기관 000만원 부담).

(사) 제6조(제작업자의 상생협력을 위한 협력사항)

- 제5조(상생협력을 위한 지원사항)은 대규모 문화상품사업자가 제작업자에게 제공하는 지원 사항인 반면, 제6조(제작업자의 상생협력을 위한 협력사항)은 제작업자가 상생협력을 위하여 협력하여야 하는 사항임.
- 공정거래협약을 시행하고 있는 타법 표준협약서 간의 비교

<표 3-6> 주요 공정거래협약 중

'제작업자의 상생협력을 위한 협력 사항과 관련된 내용 비교

(하도급)공정거래 표준 협약서	(유통분야)공정거래 표준 협약서	대리점분야 표준 공정거래 및 상생협력 협약서
<p>제8조 (협력사의 상생협력을 위한 협력사항) 협력사는 □□□□과 하도급 거래를 함에 있어 다음과 같이 협력 방안 이행 등을 위하여 노력한다.</p> <p>① 신의성실의 원칙에 입각한 계약 이행</p> <p>② 생산성 향상을 위한 공정 개선, 원가절감, 물류혁신 노력 제고</p> <p>③ □□□□의 윤리실천특별약관 준수 등</p> <p>④ □□□□의 2차 협력사 지원 프로그램에 대한 성실한 이행 및 협조</p> <p>⑤ 기타</p>	<p>제5조 (상생협력을 위한 지원 사항) □□□□은 납품업자와의 상생협력을 위하여 다음과 사항을 성실히 이행하기로 한다.</p> <p>(중략)</p> <p>③ 납품업자는 □□□□과 거래를 함에 있어 다음과 같이 협력 방안 이행 등을 위하여 노력한다.</p> <p>1. 신의성실의 원칙에 입각한 계약 이행</p> <p>2. 생산성 향상을 위한 공정 개선, 원가절감, 물류혁신 노력 제고</p> <p>3. □□□□의 윤리실천특별약관 준수 등</p>	<p>제6조 (대리점의 상생협력을 위한 협력사항) 대리점은 □□□□과 대리점 거래를 함에 있어 협력방안 이행 등을 위하여 다음과 같이 노력한다.</p> <p>① 대리점은 신의성실의 원칙에 입각하여 계약을 성실히 이행한다.</p> <p>② 대리점은 매출향상을 위하여 노력한다.</p> <p>③ 대리점은 □□□□의 윤리규정을 준수한다.</p> <p>④ 그 밖에 대리점의 상생협력을 위한 협력사항으로 대리점과 □□□□가 정한 사항에 대해 대리점은 이를 성실히 이행한다.</p>

- (유통분야)공정거래 표준 협약서는 제5조 제3항에서 납품업자의 상생협력을 위한 협력사항을 실시하고 있으나, 제5조는 대규모유통업자가 납품업자와의 상생협력을 위하여 이행하여야 할 사항을 규정하는 조문이므로, 납품업자의 상생협력을 위한 협력사항은 별도의 조문으로 구성하는 것이 적절함.

<문화산업 공정유통협약서 제6조 (제작업자의 상생협력을 위한 협력사항)>

제6조(제작업자의 상생협력을 위한 협력사항) 제작업자는 □□□과 문화상품 유통거래를 함에 있어 다음과 같이 협력방안 이행 등을 위하여 노력한다.
① 신의성실의 원칙에 입각한 계약이행
② 제작물 품질 향상을 위한 기술개선, 제작비의 효율적 운용 노력 제고
③ □□□의 윤리규정 준수

(아) 제7조(협약의 내용에 관한 협의 절차)

- 문화산업 장르별 특성상 계약에 따라 협약당사자 간 조율할 세부내용이 많으므로, ‘협약의 내용에 관한 협의 절차’ 를 별도의 조문으로 규정하는 것이 필요함.
- ‘협약의 내용에 관한 협의 절차’ 를 별도의 조문으로 규정하고 있는 가맹본부·가맹점사업자간 공정거래 및 상생협력 표준 협약 문안 참고

<참조: 가맹본부·가맹점사업자간 공정거래 및 상생협력 표준 협약 문안>

가맹본부·가맹점사업자간 공정거래 및 상생협력 표준 협약 문안

제13조(협약의 내용에 관한 협의 절차)

① 협약의 내용에 관해 가맹본부와 가맹점사업자 간 협의절차

② 협의에 참석할 대상자

- 협의절차는 업체별 업무방식에 따라 다양하므로, 자율적으로 작성하도록 함.

<문화산업 공정유통협약서 제7조 (협약의 내용에 관한 협의 절차)>

제7조(협약의 내용에 관한 협의 절차)

① 협약의 내용에 관해 □□□과 제작업자 간 협의절차

② 협의에 참석할 대상자

(자) 제8조(협약기간)

- 공정거래협약을 시행하고 있는 타법 표준협약서 간의 비교

<표 3-7> 주요 공정거래협약 중 '협약기간'에 대한 조문내용 비교

(하도급)공정거래 표준 협약서	(유통분야)공정거래 표준 협약서	대리점분야 표준 공정거래 및 상생협력 협약서
<p>제9조 (협약기간) ① 본 협약의 기간은 협약체결일로부터 1년간으로 한다. 다만, 협약기간 중 거래가 종료되는 경우에는 거래종료일을 협약종료일로 본다.</p> <p>② 협약기간 만료시 공정위와 협의를 거쳐 1년 단위로 기간을 연장할 수 있다.</p>	<p>제6조(협약기간) ① 본 협약의 기간은 협약체결일로부터 1년간으로 한다. 다만, 협약기간 중 거래가 종료되는 경우에는 거래종료일을 협약종료일로 본다.</p> <p>② 협약기간 만료시 공정위와 협의를 거쳐 1년 단위로 기간을 연장할 수 있다.</p>	<p>제7조 (협약기간) ① 본 협약의 기간은 협약체결일로부터 1년간으로 한다. 다만, 협약기간 중 거래가 종료되는 경우에는 거래종료일을 협약종료일로 본다.</p> <p>② 협약기간 만료 시 공정위와 협의를 거쳐 1년 단위로 기간을 연장할 수 있다.</p>

- 문화상품 유통/제작계약은 타 산업 분야의 계약에 비해 복잡도가 높고 조율할 점이 많으므로 협약기간 만료 시 당사자 간의 합의지연, 문화상품유통업자의 상생협력 지원내용 미확정, 기타 불가피한 사유로 인하여 협약기간을 연장하지 아니하고 일정기간이 경과한 후에 협약을 체결하고자 하는 경우가 발생할 수 있음. 문화산업공정유통지원기관의 업무효율성을 도모하고 지속적인 공정유통협약을 장려하기 위하여, 일정기간 경과 후 협약을 체결하는 것은 협약기간 연장이 아닌 새로운 협약을 체결하는 것으로 판단함 .

<문화산업 공정유통협약서 제8조 (협약기간)>

제8조(협약기간) ① 본 협약의 기간은 협약체결일로부터 1년간으로 한다. 다만, 협약기간 중 거래가 종료되는 경우에는 거래종료일을 협약종료일로 본다.

② 협약기간 만료 시 문화산업공정유통지원기관(한국콘텐츠진흥원)과 협의를 거쳐 1년 단위로 기간을 연장할 수 있다.

③ 협약기간 만료 시 당사자 간의 합의지연, 문화상품유통업자의 상생협력 지원내용 미확정, 기타 불가피한 사유로 인하여 협약기간을 연장하지 아니하고 일정기간이 경과한 후에 협약을 체결하고자 하는 경우에는 새로운 협약을 다시 체결(이하 “재협약“ 이라 한다) 한다.

(차) 제9조(법적 성격)

- 공정거래협약을 시행하고 있는 타법 표준협약서 간의 비교

<표 3-8> 주요 공정거래협약 중 '법적 성격'에 대한 조문내용 비교

(하도급)공정거래 표준 협약서	(유통분야)공정거래 표준 협약서	대리점분야 표준 공정거래 및 상생협력 협약서
<p>제10조(법적 성격) 이 협약은 □□□이 제1조의 목적 달성을 위해 협약 당사자인 협력사들에게 공정거래와 상생협력 의지를 선언하는 것으로서 법적 권리나 의무를 발생시키지 아니하며, 어느 일방의 협약위반을 이유로 상대방 회사 또는 임직원에게 민·형사 또는 행정소송 등 법적 분쟁 절차를 제기할 수 없다.</p>	<p>제7조(법적 성격) 이 협약은 □□□이 제1조의 목적 달성을 위해 협약 당사자인 납품업자들에게 공정거래와 상생협력 의지를 선언하는 것으로서 법적 권리나 의무를 발생시키지 아니하며, 어느 일방의 협약위반을 이유로 상대방 회사 또는 임직원에게 민·형사 또는 행정소송 등 법적 분쟁 절차를 제기할 수 없다.</p>	<p>제8조(법적 성격) 이 협약은 □□□이 제1조의 목적 달성을 위해 협약 당사자인 대리점들에게 공정거래와 상생협력 의지를 선언하는 것으로서 법적 권리나 의무를 발생시키지 아니하며, 어느 일방의 협약위반을 이유로 상대방 회사 또는 임직원에게 민·형사 또는 행정소송 등 법적 분쟁 절차를 제기할 수 없다.</p>

<문화산업 공정유통협약서 제9조(법적 성격)>

제9조(법적 성격) 이 협약은 □□□이 제1조의 목적 달성을 위해 협약 당사자인 문화상품제작업자에게 공정유통과 상생협력 의지를 선언하는 것으로서 법적 권리나 의무를 발생시키지 아니하며, 어느 일방의 협약위반을 이유로 상대방 또는 상대방의 임직원에 대하여 민·형사 또는 행정소송 등 법적 분쟁 절차를 제기할 수 없다.

(카) 제10조(협약기준 준수)

- 공정거래협약을 시행하고 있는 타법 표준협약서 간의 비교

<표 3-9> 주요 공정거래협약 중 '협약기준 준수'에 대한 조문내용 비교

(하도급)공정거래 표준 협약서	(유통분야)공정거래 표준 협약서	대리점분야 표준 공정거래 및 상생협력 협약서
<p>제11조(협약기준 준수) □□□과 협력사는 이 협약을 이행함에 있어 공정위가 정한 “대·중소기업간 공정거래협약 이행평가 등에 관한 기준”을 성실히 준수한다.</p>	<p>제8조(협약기준 준수) □□□과 납품업자는 이 협약을 이행함에 있어 공정위가 정한 “대·중소기업간 공정거래협약 이행평가 등에 관한 기준”을 성실히 준수한다.</p>	<p>제9조(협약기준 준수) □□□과 대리점은 이 협약을 이행함에 있어 공정위가 정한 “공급업자·대리점간 공정거래 및 상생협력 협약 절차·지원 등에 관한 기준”을 성실히 준수한다.</p>

- 문화산업 공정유통협약을 위한 “문화산업 공정유통협약 절차·지원 등에 관한 기준”은 인센티브 제공 내용, 문화산업공정유통지원기관을 확정하여 추후 법률의 위임을 받아 예규 또는 문화산업공정유통지원기관 지침으로 규정하여야 함.

<문화산업 공정유통협약서 제10조 (협약기준 준수)>

제10조(협약기준 준수) □□□과 제작업자는 이 협약을 이행함에 있어 문화산업공정유통지원기관(한국콘텐츠진흥원)이 정한 “문화산업 공정유통협약 절차·지원 등에 관한 기준”을 성실히 준수한다.

(타) 제11조(세부이행계획 및 평가자료)

- 공정거래협약을 시행하고 있는 타법 표준협약서 간의 비교

<표 3-10> 주요 공정거래협약 중 '세부이행계획 및 평가자료'에 대한 조문내용 비교

(하도급)공정거래 표준 협약서	(유통분야)공정거래 표준 협약서	대리점분야 표준 공정거래 및 상생협력 협약서
<p>제12조(세부이행계획 및 평가자료)</p> <p>① □□□은 협약체결 후 20일 이내에 협약서 사본, 협약체결 협력사 명단 및 협약내용에 대한 구체적인 이행계획을 공정위에 제출한다.</p> <p>② □□□은 협약기간 만료 후 30일 이내에 공정위에 협약내용의 이행 평가를 위한 협약내용 이행실적 자료를 제출한다.</p>	<p>제9조(세부이행계획 및 평가자료)</p> <p>① □□□은 협약체결 후 20일 이내에 협약서 사본, 협약체결 납품업자 명단 및 협약내용에 대한 구체적인 이행계획을 공정위에 제출한다.</p> <p>② □□□은 협약기간 만료 후 30일 이내에 공정위에 협약내용의 이행 평가를 위한 협약내용 이행실적 자료를 제출한다.</p>	<p>제10조(세부이행계획 및 평가자료)</p> <p>① □□□은 협약체결 후 20일 이내에 협약서 사본, 협약체결 대리점 명단 및 협약내용에 대한 구체적인 이행계획을 공정위에 제출한다.</p> <p>② □□□은 협약기간 만료 후 30일 이내에 공정위에 협약내용의 이행 평가를 위한 협약내용 이행실적 자료를 제출한다.</p>

<문화산업 공정유통협약서 제11조 (세부이행계획 및 평가자료)>

제11조(세부이행계획 및 평가자료) ① □□□은 협약체결 후 20일 이내에 협약서 사본, 협약체결 대리점 명단 및 협약내용에 대한 구체적인 이행계획을 문화산업공정유통지원기관에 제출한다.

② □□□은 협약기간 만료 후 30일 이내에 문화산업공정유통지원기관에 협약내용의 이행 평가를 위한 협약내용 이행실적 자료를 제출한다.

다. 협약체결 절차

- 협약을 체결(기간연장, 재협약을 포함한다)하고자 하는 대규모 문화상품 사업자는 협약체결 전에 표준협약서(안)을 문화산업공정유통지원기관에 제출함.
- 문화산업공정유통지원기관은 대규모 문화상품사업자가 제출한 협약서(안)의 내용이 이 기준에 적합한지 여부 등을 검토하여 협약서(안)의 내용에 대해 이 기준에 맞게 수정을 요구할 수 있으며, 수정을 요구받은 대규모 문화상품사업자는 특별한 사정이 없는 한 이에 응하여야 함.
- 대규모 문화상품사업자는 제1항 및 제2항의 절차를 거쳐 협약을 체결한 경우 협약체결일로부터 20일 이내에 협약서 사본과 제5조 내지 제7조의 규정에 의한 협약내용에 대한 구체적인 세부 이행계획을 문화산업공정유통지원기관에 제출하여야 함.
- 문화산업공정유통지원기관은 「공정유통거래 표준 협약서」를 제정하여 사용을 권장할 수 있으며, 대규모 문화상품사업자 등은 표준 협약서를 협약 체결 당사자 간의 거래 현실에 맞게 수정하여 사용할 수 있음.

3. AHP (Analytic Hierarchy Process) 계층화 분석

가. 조사 목적

- 불공정행위의 근절과 공정거래협약제도의 도입을 위해서 문화산업 전문가들이 중시하는 요소 간의 중요성을 수치화하여 장르별로 객관적인 차이를 비교하기 위해 문화산업 전문가들을 상대로 AHP 계층화 분석 통계조사가 진행되었음.
 - AHP 조사는 복잡하고 비구조화된 사회문제들을 하위구성요소로 분해하고 각 구성요소에 대한 설문대상자들의 중요도 판단과정으로부터 구성요소에 대한 우선순위를 추출하는 의사결정 기법으로서 행정학, 정책학 분야에서의 널리 쓰이는 통계기법임.
 - 통상적으로 AHP 조사는 아래와 같이 상대적 중요도를 나타내는 9점 리커트 척도를 기준으로 각 평가항목 간의 쌍대비교 (Pairwise Comparison)를 진행한 후, 그 결과를 행렬화함으로써 전체 평가항목 간의 중요도 가중치를 추출하는 방식으로 진행됨.
 - 단순한 사례로 AHP 조사의 원리를 살펴본다면, 예컨대 기업 이사회에서 대표이사를 선출하는 과정에서, 이사회가 리더십 항목이 경력 항목보다 3배 더 중요하며, 경력 항목이 학력 항목보다 3배 더 중요하고, 리더십 항목이 학력 항목보다 9배 더 중요하다고 답변할 경우, 대표이사 선출에 대한 항목별 중요도 가중치는 리더십이 69.2%, 경력이 23.1%, 그리고 학력이 7.7%로 각 도출되는 것과 같음.

나. 조사 대상 및 조사 방법

(1) 콘텐츠산업 분류체계⁹⁾

- 통계청의 콘텐츠산업 특수분류는 12개 영역인 i) 출판, ii) 만화, iii) 음악, iv) 게임, v) 영화, vi) 애니메이션, vii) 방송, viii) 광고, ix) 캐릭터, x) 지식정보, xi) 콘텐츠솔루션, xii) 공연으로 구성됨.
- 문화산업진흥기본법은 콘텐츠산업 분류를 다음의 11개 영역으로 구성함.
 - i) 영화·비디오물, ii) 음악·게임, iii) 출판·인쇄·정기간행물, iv) 방송영상물, v) 문화재, vi) 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·모바일문화콘텐츠·디자인 (산업디자인은 제외)·광고·공연·미술품·공예품과 관련된 산업, vii) 디지털문화콘텐츠, 사용자제작문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업, viii) 대중문화예술산업, ix) 전통적인 소재와 기법을 활용하여 상품의 생산과 유통이 이루어지는 산업으로서 의상, 조형물, 장식용품, 소품 및 생활용품 등과 관련된 산업, x) 문화상품을 대상으로 하는 전시회·박람회·견본시장 및 축제 등과 관련된 산업(「전시산업발전법」 제2조제2호의 전시회·박람회·견본

(2) 조사 대상 산업 분야 선정

- 이 중에서 한국콘텐츠진흥원과의 협의에 따라, 그동안의 문화산업 고유의 불공정행위에 관한 연구에서 위법사례가 빈번하게 발견되었던 i) 게임, ii) 드라마·광고·PP, iii) 대중문화예술기획, iv) 웹툰, v) 애니메이션, vi) 캐릭터, vii) 음악, viii) 뮤지컬, ix) 패션 총 11개 장르에 대해 설문조사가 진행되었음.¹⁰⁾

9) 문화체육관광부, “2019 콘텐츠산업 통계조사 보고서”, p.32-38 참고

10) 문화산업 장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구용역 (2019) 한국콘텐츠진흥원

(3) 표본 설계

- AHP 설문을 위해 적합한 설문조사 대상자 수에 대한 일반적 기준은 아직 없으며, AHP 분석을 위한 설문대상은 표본수의 중요성보다는 관련 분야의 전문가가 응답하였는가가 더 중요한 문제로 판단됨.
- 일반적으로 20명 내외의 전문가 설문 응답을 확보한 경우 분석결과를 신뢰하기에 충분하다고 판단됨.¹¹⁾
- 문화예술 또는 문화산업 전문가에 대한 기준은 정보보호산업법상 고급인력의 기준과 동일하게 적용하여¹²⁾, 설문대상자는 학사학위 이상의 소지와 해당 분야 업력 5년 이상으로 구성되었음.¹³⁾
- 표본의 대표성을 확보하기 위해서 장르별로 문화상품유통업자와 문화상품제작업자 간에 집계되는 의견의 균형이 고려되었음. 다만, 다수의 장르에 진출한 대규모 문화상품유통업자 (중소기업법 시행령 기준 평균매출액 600억 초과인 기업)의 경우에는, 사내 법무팀 또는 준법감시팀에 의해 불공정행위가 관리되고 있는바, 장르별로 동일업체가 중복되는 것을 방지하기 위하여 법무팀 또는 준법감시팀 임직원을 상대로 일괄적으로 진행했음.

(4) 조사 방법

- 조사는 i) 전문가 사전인터뷰 (120분), ii) 온라인 AHP 설문지 작성 (60분)과 iii) AHP 설문결과에 관한 심층인터뷰 (120분) 총 세 단계로 구성되었음.
 - 제1차 사전인터뷰는 대면으로 진행되었으며 문화산업 분야에서

11) 이승환, 이용률 (2016). <예술꽃씨앗학교지원사업> 평가지표의 상대적 중요도 분석: AHP를 활용한 가중치 산정을 중심으로. 국회입법조사처, 입법과 정책, 8(2), 369-397.

12) 정보보호산업의 진흥에 관한 법률 시행규칙 [별표 1] 기술인력의 자격기준(제8조제1호 관련) 중 ‘고급기술인력’ 기준

13) 예술지원 사업 사례비 단가조사 기초연구: 문예기금 공연예술분야 지원 사업을 중심으로 (2019) 한국문화예술위원회

공정유통협약 제도를 실시·평가함에 있어서 고려되어야 하는 총 43개의 공통 항목을 선정하고 항목 간의 계층구조도를 제작하는 것이 목적이었음.

- 제2차 인터뷰는 코로나19로 인한 정부의 사회적 거리두기 정책에 의해 비대면 온라인 설문지 작성 및 화상회의로 60분 동안 진행되었으며, 사전인터뷰를 통해 선정된 43개 평가항목에 관하여 피설문자들이 총 69개 문항으로 구성된 AHP 설문지를 작성하는 형태로 구성되었음.
- 제3차 비대면 인터뷰는 AHP 설문지를 분석한 결과, 응답에 대한 일관성 지수가 떨어지는 피설문자들에 대한 AHP 설문조사 재실시 및 심층 인터뷰가 진행되었음. 이때 심층 인터뷰는 i) 설문지 각 문항의 구조에 대한 의견, ii) 현장에서 관찰한 불공정행위의 유형에 대한 의견, 그리고 iii) 문화산업 상품유통업자들의 공정유통협약 제도 도입여부에 따른 적절한 수익·불이익조치에 관한 의견을 중심으로 구성되었음.

<표 3-11> AHP 통계조사의 응답자 분류

대분류	소분류	빈도수
회사	제1차 인터뷰 - 사전인터뷰	7
	제2차 인터뷰 - AHP 통계조사	28
	제3차 인터뷰 - 심층인터뷰	3
학력	학사	17 (60%)
	석사	10 (36%)
	박사	1 (4%)
직책	임원 또는 개인사업자	18 (41%)
	법무팀 또는 공정거래팀	10 (59%)
성별	남성	18 (64%)
	여성	10 (36%)
연령	20세 이상 30세 미만	4 (14%)
	30세 이상 40세 미만	17 (61%)
	40세 이상 50세 미만	6 (21%)
	50세 이상	1 (4%)
분야	드라마·광고·PP	6 (21%)
	웹툰·애니메이션	2 (7%)
	캐릭터	3 (11%)

	패션	2 (7%)
	대중문화예술기획업	3 (11%)
	음악	4 (14%)
	게임	5 (18%)
	뮤지컬	3 (11%)
총원		28 (100%)

- AHP 쌍대비교 설문은 아래와 같이 수정된 9점 리커트 척도가 사용되었음.

<표 3-12> 쌍대비교 설문 예시

설문 예시										
계약의 공정성에 관하여 A와 B 간의 중요도를 선택하십시오.										
항목	리커트 척도									항목
A	9	7	5	3	1	3	5	7	9	B
중요도	정의									
9	A가 B보다 절대적으로 중요									
7	A가 B보다 상당히 중요									
5	A가 B보다 중요									
3	A가 B보다 약간 중요									
1	A와 B의 중요도는 동일									
3	B가 A보다 약간 중요									
5	B가 A보다 중요									
7	B가 A보다 상당히 중요									
9	B가 A보다 절대적으로 중요									

(5) AHP 평가항목 계층구조도

- 제1차 사전인터뷰를 통하여 쌍대비교 설문을 실시할 43개 평가항목들에 관한

계층구조도가 도출되었음.

<표 3-13> AHP 평가항목 계층구조도

제1비교계층	
갑	계약의 공정성에 관한 평가
을	법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 관한 평가
병	상생협력을 위한 지원 제공에 관한 평가
제2비교계층	
갑	계약의 공정성에 관한 평가
갑-1	계약 체결과정의 공정성
갑-2	계약 내용의 공정성
갑-3	계약 이행과정의 공정성
을	법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 관한 평가
을-1	법률위반 방지를 위한 사전예방 시스템 구축
을-2	법률위반 방지를 위한 사후감시 시스템 구축
병	상생협력을 위한 대규모 문화상품사업자의 지원에 관한 평가
병-1	금융관련 직·간접 지원을 통한 상생 시스템 마련
병-2	제조 및 유통과정에서의 상생 시스템 마련
병-3	거래 안정성을 위한 상생 시스템 마련
제3비교계층	
갑-1	계약 체결과정의 공정성
갑-1-A	거래의 입찰기준, 방법 등에 관하여 일괄적인 기준을 설정
갑-1-B	계약체결 이전에 제작 요청사항, 납기, 위탁 등 주요정보에 관한 사전알림
갑-1-C	제작비/수수료율 등의 현실적인 책정과 외부압력 근절
갑-2	계약 내용의 공정성
갑-2-A	표준문화산업유통계약서의 사용 여부
갑-2-B	고유 저작권 보호에 관한 조항의 명시 여부
갑-2-C	계약 내용 불이행에 따른 페널티 명시 여부

갑-2-D	문화상품제작대금 지급조건(대금지급일자, 대금지급절차 마감횟수, 약정대금액, 결제수단 등)의 명시 여부
갑-2-E	합리적 선수금 비율의 설정 여부
갑-2-F	계약변경 요건 및 협의 절차에 관한 명시 여부
갑-3	계약 이행과정의 공정성
갑-3-A	계약서에 명시된 조건대로의 대금 지급 (대금지급횟수, 약정대금액지급 여부, 결제수단 등)
갑-3-B	계약불이행에 따른 페널티 부과 조항의 이행 여부
갑-3-C	계약 내용이 변경되는 경우, 계약서에 명시된 대로 요건과 협의 절차를 거쳤는지 여부
갑-3-D	고유 창작권에 관한 권리의 보전
갑-3-E	분쟁조정절차를 마련 및 운용
을-1	법률위반 방지를 위한 사전예방 시스템 구축
을-1-A	계약의 내용의 적법성을 심의하는 시스템의 구축
을-1-B	각종 거래에 관한 표준양식을 마련하고 사전에 발급
을-1-C	계약 과정의 적법성을 심의하는 시스템의 구축
을-1-D	공정거래 여부를 감시하기 위한 '내부 기관'의 작동
을-1-E	공정거래 여부를 감시하기 위한 '외부 기관'의 작동
을-2	법률위반 방지를 위한 사후예방 시스템 구축
을-2-A	계약에 관한 사후검증절차 마련 및 운영
을-2-B	계약 내용을 위반한 임직원에 대한 불이익 제공
병-1	금융관련 직·간접 지원을 통한 상생 시스템 마련에 관한 평가
병-1-A	직접지원 - 전년도 실적 대비 인센티브 등의 금융지원
병-1-B	간접지원 - 금융기관 연계 대출 지원 등의 금융지원
병-2	제작 및 유통과정에서의 상생 시스템 마련에 관한 평가
병-2-A	유통 및 제작 순서, 가격조건, 기간에 대한 기준을 마련하고 공유하였는지 여부
병-2-B	대규모 문화상품사업자 계열사의 상품과 차별하지 않는지 여부
병-3	거래 안정성을 위한 상생 시스템 마련에 관한 평가
병-3-A	표준근로시간 준수 협약 등을 통한 일자리 안정성
병-3-B	협력업체 파견을 통한 기술, 유통, 마케팅 등의 교육 활동

병-3-C	일정량의 일감 보장
병-3-D	매출확대에 관한 지원 - 해외프로젝트 참여기회 제공 등
병-3-E	재계약에 관한 우선협상권 지급
병-3-F	재난상황(전염병 등)으로 어려움을 겪는 협력사에 대한 지원정책 수립

4. 문화산업 장르별 특징을 반영한 공정유통협약 제도

가. 문화산업 표준 공정유통협약서 및 이행평가기준표

(1) 문화산업 표준 공정유통협약서

- 공정거래협약을 이미 시행 중인 타법 (하도급법, 대규모유통법, 대기업법 등)에서의 협약서와의 형평성이 고려되어야 하므로, 협약의 성격 및 협약이행의 절차를 규정한 대부분의 조항은 대동소이하게 구성됨.
- 다만 표준협약서 제3조 (공정한 계약을 위한 사항)에는 문화산업 1세대 불공정행위 유형을 예방하기 위한 법적 규제사항이 포함되도록 구성됨.
- 표준협약서 제5조 (상생협력을 위한 지원 사항)에는 문화산업 2세대 불공정행위 유형을 예방하기 위해 법률 이외에 사회제도에 의해 규제될 사항이 포함되도록 구성됨.

문화상품사업자 간 공정유통 표준 협약서

(0000. 00. 00)

(주)○○○(이하 “□□□” 이라 한다)는 중소기업 제작업자 (주)○○○(이하 “제작업자” 라 한다) 과 거래를 함에 있어 상호 간의 신뢰를 바탕으로 다음과 같이 “공정유통협약”을 체결한다.

제1조 (목적) 이 협약은 □□□과 제작업자 간의 문화산업 및 공정거래 관련 법령의 준수와 공정유통 및 상생협력을 통해 상호 경쟁력 제고, 더 나아가 국가 경쟁력 증

진을 추구하는 것을 목적으로 한다.

제2조 (법률 준수) □□□과 제작업자는 공정한 유통거래질서와 상생협력을 위하여 문화산업 및 공정거래 관련 법규를 성실히 준수한다.

제3조 (협약내용의 성실한 이행) □□□은 본 협약에 게시된 내용을 성실히 이행하기로 한다.

① 제작업자와의 거래개시 및 중단 등에 대한 공정한 기준 설정·운용

1. 제작업자 선정, 거래개시·중단·종료 결정의 공정한 기준을 설정·공개하고 운용한다.

※ 장르별 특성에 따라 ‘제작업자 선정, 거래개시·중단·종료’ 부분은 다음과 같이 변경할 수 있음

- 웹툰: 제작업자 선정, 기본 연재 기간 보장 및 연재 편성·중단 결정의 공정한 기준 설정·공개 및 운용

- 방송: 제작업자의 선정, 기본 방송 횟수 보장 및 방송 편성·중단 결정의 세부 기준 설정·공개 및 준수

2. 제작업자와의 계약과 관련된 불공정거래행위 방지 규정을 설정·공개하고 운용한다.

※ 해당 조항의 실효성을 증진시키기 위하여 다음의 내용을 삽입할 수 있음

- 중간유통업자를 통해 납품하도록 유도하는 행위 금지, 제작완료분 수령거부의 원칙적 금지, 매절계약 강요 금지, 차별적 거래 금지 등 제작업자와의 계약과 관련된 불공정거래 행위 방지 규정을 설정하고 운용한다.

3. 계약이전 제작요청사항, 납기 등 중요한 정보를 제작업자에게 미리 알리는 주요 정보 사전알림시스템을 운용한다.

② 제작비/수수료 등 결정·변경 등에 대한 공정한 기준 설정·운용

※ 제작비/수수료 중 장르별, 계약별 적합한 용어로 설정하여야 함

(예) 제작비/유통수수료/연재료/방영수수료 등

1. 제작비/수수료의 결정·변경 등의 공정한 세부 기준을 설정·공개하고 준수한다.
2. 제작비 또는 수수료는 제작물의 인기도, 제작상황, 시장상황 등을 고려하여 합리적으로 결정한다.
3. 계약서에 기재된 제작비/수수료의 금액/요율, 기간을 준수하고 소급이나 중간에 변경하지 않는다.
4. 제작비/수수료는 특별한 사유가 없는 한 최소한 1년 이상 유지한다.
5. 당초 합의하지 않거나 계약서에 없는 각종 명목의 수수료나 경제적 불이익을 부담시키지 않는다.
6. 제작비/수수료와 관련된 사항을 계약서에 명시한다.
7. 정산자료 및 정보를 투명하게 공개한다.

③ 홍보 및 판매촉진행사 진행 및 비용분담 등에 대한 공정한 기준을 설정·공개하고 준수한다.

1. 홍보 및 판매촉진행사 시 제작업자의 참여, 행사방법, 기간 및 비용분담의 공정한 세부 기준을 설정·공개하고 운용한다.
2. 제작업자와 홍보 및 판매촉진행사를 진행하는 경우에는 행사일정, 제작업자의 다른 행사 상황, 제작 일정 등을 감안하여 충분한 사전협의 기간을 두고 진행한다.
3. 홍보 및 판매촉진행사에 따른 비용부담 기준을 행사 참가 제작업자에게 사전에 알리고 분담 내역에 대해 서면약정을 체결하도록 한다.
4. 제작업자에게 자체적인 홍보 및 판매촉진행사를 실시하도록 요구하거나, 홍보 및 판매촉진행사에 참여하도록 강요하지 않는다.

④ 저작권 및 저작권 관련 수익분배 등에 대한 공정한 기준 설정·운용

1. 저작권 양도 범위 및 그에 따른 대가 산정의 공정한 기준을 설정·공개하고 운용한다.
2. 저작물 사용 시 사용 범위, 사용 기간, 저작권 표기 방법 및 수익분배의 기준 및 사전협의 절차를 설정·공개하고 운용한다.
3. 2차 저작물 및 재사용 이용 등에 관하여 원칙적으로 별도의 계약을 체결한다.

⑤ 서면거래문화 활성화를 통한 공정한 거래를 위하여 표준계약서 사용

1. 문화상품제작업자의 권익증진을 위한 조항 명시

- (예) 기술자료 제공을 요구할 수 있는 요건 및 범위
- (예) 대금 삭감 요건 및 절차
- (예) 추가작업 및 무상수정을 요구할 수 있는 요건 및 범위
- (예) 판매촉진비용의 부담 주체 및 부담비율
- (예) 지적재산권 양도 여부, 양도절차, 양도 시 그에 대한 정당한 대가
- (예) 정산내역 및 소비자구매정보 공개여부
- (예) 계약변경 요건 및 협의 절차
- (예) 영업상 중요정보가 있는 자료 요청 시 비밀유지계약 체결

2. 문화상품제작대금 지급조건 명시

- (예) 매달 00일까지 ___원 또는 1편당 ___원

3. 계약 세부사항에 대한 공정한 기준 및 절차 마련

- (예) 위약금 및 페널티 부과 기준, 계약의 내용에 관한 협의 절차, 계약해지의 요건 및 절차, 저작권 양도 보상 기준, 저작물 사용 방법, 수익분배의 기준 및 사전협의 절차, 분쟁조정절차

⑥ 제작업자의 제작환경 보장, 재무 건전화 등을 위해 제작비 지급 방식 및 PPL 수익배분 비율 개선 및 추가작업에 대한 비용 지급

1. 제작비 지급 방식 개선

- (예) 선급금 지급 규모 확대
- (예) 현재 누적 MG 제도 → 매달 00일까지 ___원 또는 1편당 ___원
- (예) 미연재분 원고료 미지급 → 미연재분 1편당 ___원
- (예) 대금 지급일수 개선 : 세금계산서 발행일로부터 00일 이내 지급

2. 추가작업 비용 지급

- (예) 현재 무료로 예고편과 후기 제작, 일러스트레이션 제작 → 예고편과 후기 제작료 00원, 일러스트레이션 제작료 00원

3. PPL 수익배분 비율 개선

- (예) 현재 PPL 수익 배분 비율 5% → 30%

⑦ 제작환경 등의 개선

1. 계약 시 구체적인 제작분량, 최소 작업 기간 및 최대수정횟수 약정
2. 추가작업분에 대한 보상 명시
3. 계약체결 전 부당대우 금지
4. 선제작 후계약의 원칙적 금지
5. 업무 범위 이외 지시의 원칙적 금지

제4조(범위반 예방 및 법준수 노력을 위한 사항) □□□은 문화산업 및 공정거래 관련 범위 반 예방 및 법준수 노력을 위해 다음 사항을 성실히 이행하기로 한다.

① 범위반 사전예방 및 사후 감시시스템 구축·운영

1. 사내 공정유통 추진부서 설치
2. 사전 서면 계약체결 및 법정 계약사항이 명시된 서면 교부 시스템 구축·운영
3. 대금지연, 서면미발급 등 불공정 행위 발생 소지를 최소화할 수 있는 불공정행위 차단 시스템 구축·운영
4. 문화산업유통거래 적법성 사후검증시스템 구축·운영
5. 범위반 임직원에게 대한 인사상 불이익 부과 기준 및 절차 구축·운영

② 문화산업 및 공정거래 관련 법령의 주요 내용 준수

1. ‘내부 심의위원회 설치 및 운영을 위한 실천사항’ 준수
2. ‘바람직한 서면발급 및 보존을 위한 실천사항’ 준수
3. ‘바람직한 계약체결을 위한 실천사항’ 준수

제5조(상생협력을 위한 지원 사항) □□□은 제작업자와의 상생협력을 위하여 다음과 사항을 성실히 이행하기로 한다.

① 창작환경 지원 (해당하는 내용을 반영)

- (예) 최저임금 등 제작원가 변동 제작비/수수료 조정

- (예) 공정유통을 위한 내부 시스템 마련
- (예) 계열사의 문화상품과 비차별적 거래
- (예) 제작업자 보조 인력에 대한 인건비 분담실적 개선
- (예) 제작업자의 요청에 따른 인력 지원
- (예) 제작업자에 대한 교육 지원
- (예) 제작업자의 매출확대, 판로확보 지원(해외프로젝트 참여기회 제공 등)
- (예) 일감 개방도 개선
- (예) 재난으로 어려움을 겪는 제작업자에 대한 지원
- (예) 청년 사업가에 대한 동반성장 지원 등
- (예) 직·간접적 경영지원(최우수 협력사 계약이행 보증면제 등)
- (예) 재하청업체에 대한 대금 직불

② 금융(자금)지원

1. 직접지원 : 000만원

- 제작업자의 긴급 운영자금 지원(대여) : 00만 원
- 제작업자의 기계·장비도입 자금 등 지원(대여) : 00만 원

2. 간접지원 : 금융기관을 통한 제작업자 자금대출 지원제도 도입·운영

- 금융기관과 납품업자 대출 지원을 위한 약정체결을 통한 자금지원 (예: 네트워크론, ○○ 은행과 약정체결, 대출약정한도 000만원)

3. 혼합지원 : 상생펀드 000만원 조성

- 제작업자에게 저리의 자금대출 지원을 위하여 금융기관과 공동으로 000억 원의 상생펀드를 조성·운영 (□□□ 000만원, 금융기관 000만원 부담).

제6조(제작업자의 상생협력을 위한 협력사항) 제작업자는 □□□과 문화상품 유통거래를 함에 있어 다음과 같이 협력방안 이행 등을 위하여 노력한다.

- ① 신의성실의 원칙에 입각한 계약이행
- ② 제작물 품질 향상을 위한 기술개선, 제작비의 효율적 운용 노력 제고
- ③ □□□의 윤리규정 준수

제7조(협약의 내용에 관한 협의 절차)

① 협약의 내용에 관해 □□□과 제작업자 간 협의 절차

[Empty dotted box for text input]

② 협의에 참석할 대상자

[Empty dotted box for text input]

제8조(협약기간) ① 본 협약의 기간은 협약체결일로부터 1년간으로 한다. 다만, 협약기간 중 거래가 종료되는 경우에는 거래종료일을 협약종료일로 본다.

② 협약기간 만료 시 문화산업공정유통지원기관(한국콘텐츠진흥원)과 협의를 거쳐 1년 단위로 기간을 연장할 수 있다.

③ 협약기간 만료 시 당사자 간의 합의지연, 문화상품유통업자의 상생협력 지원내용 미확정, 기타 불가피한 사유로 인하여 협약기간을 연장하지 아니하고 일정 기간이 경과한 후에 협약을 체결하고자 하는 경우에는 새로운 협약을 다시 체결(이하 “재협약” 이라 한다)한다.

제9조(법적 성격) 이 협약은 □□□이 제1조의 목적 달성을 위해 협약 당사자인 문화상품제작업자에게 공정유통과 상생협력 의지를 선언하는 것으로서 법적 권리나 의무를 발생시키지 아니하며, 어느 일방의 협약위반을 이유로 상대방 또는 상대방의 임직원에 대하여 민·형사 또는 행정소송 등 법적 분쟁 절차를 제기할 수 없다.

제10조(협약기준 준수) □□□과 제작업자는 이 협약을 이행함에 있어 문화산업공정유통지원기관(한국콘텐츠진흥원)이 정한 “문화산업 공정유통절차·지원 등에 관한 기준”을 성실히 준수한다.

제11조(세부이행계획 및 평가자료) ① □□□은 협약체결 후 20일 이내에 협약서 사본, 협약 체결 대리점 명단 및 협약내용에 대한 구체적인 이행계획을 문화산업공정유통지원기관에 제출한다.

② □□□은 협약기간 만료 후 30일 이내에 문화산업공정유통지원기관에 협약내용의 이행 평가를 위한 협약내용 이행실적 자료를 제출한다.

○○○○년 ○○월 ○○일

(문화상품유통업자)

주식회사 ○○○

대표이사 ○○○ (인)

(문화상품제작업자)

주식회사 △△△

대표 ○○○ (인)

(2) 문화산업 표준 이행평가기준표

- 문화산업 전문가들에 대한 AHP 설문조사 분석결과에 따라 아래의 표준 이행평가기준표가 도출되었음.
- 항목별 가중치의 분포를 살펴보면, 대체로 각 항목 간에 중요도가 균형을 이루고 있음.
- 다만 문화산업 1세대 불공정행위에 비해서 문화산업 2세대 불공정행위가 증가하는 현실이 반영되어 세부항목 중 ‘계약’ 보다는 ‘상생협력을 위한 지원’ 이, ‘계약의 내용’ 보다는 ‘체결과정’ 이, 그리고 ‘페널티 조항의 도입’ 보다는 ‘분쟁조정절차의 마련’ 이 각 강조되어 있음.
- 즉, 전반적으로 그동안 공정거래위원회의 독과점규제 노력의 결과로 법률의 규율대상인 항목들 (예시: 계약 내용의 공정성)보다 법률 이외에 사회제도의 규율대상인 항목들 (예시: 금융지원을 통한 상생시스템)의 중요성이 증가하는 양상을 보임.

<표 3-14> 표준 이행평가기준표 - 제1비교계층

제1비교계층		가중치
갑	계약의 공정성에 관한 평가	25.15%
을	법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 관한 평가	33.16%
병	상생협력을 위한 지원 제공에 관한 평가	41.69%

<표 3-15> 표준 이행평가기준표 점수배분

구분	세부평가 항목	점수
1. 계약의 공정성 (25.15)	① 계약 체결과정의 공정성	11.62
	(1) 문화상품사업자와의 거래의 입찰기준, 방법 등에 관하여 일괄적인 기준을 설정 ¹⁴⁾	3.96
	(2) 계약체결 이전에 제작 요청사항, 납기, 위탁 등 주요정보에 관한 사전알림	4.00
	(3) 제작비/수수료율 등의 현실적인 책정과 외부압력 근절	3.66
	② 계약 내용의 공정성	6.37
	(1) 표준문화산업유통계약서 ¹⁵⁾ 사용	1.54
	(2) 문화상품제작업자의 고유 창작권 보호에 관한 조항을 서면계약서에 명시하였는지 여부	0.76
	(3) 문화상품제작대금 지급조건(대금지급일자, 대금지급절차 마감횟수, 약정대금액, 결제수단 등)의 명시 여부	0.83
	(4) 문화상품유통업자 및 문화상품제작업자의 계약불이행에 따른 페널티 명시 여부	0.71
	(5) 합리적 선수금 비율의 설정 여부	1.46
	(6) 계약변경 요건 및 협의 절차 명시 여부	1.08
	③ 계약 이행과정의 공정성	6.99
	(1) 계약서에 명시된 조건대로의 대금 지급 여부. (대금지급횟수, 약정대금액지급 여부, 결제수단 등)	1.39
	(2) 계약불이행에 따른 페널티 부과 조항의 이행 여부	1.12
	(3) 계약 내용이 변경되는 경우, 계약서에 명시된 대로 요건과 협의 절차를 제대로 거쳤는지	1.30
	(4) 고유 창작권에 관한 권리의 보전 여부 ¹⁶⁾	1.56
	(5) 분쟁조정절차 마련 및 운영	1.62

2. 법위반 예방 및 법준수 노력 (33.16)	① 법위반 사전예방 시스템 구축	16.36
	(1) 계약의 내용의 적법성에 관한 내부 심의위원회 설치 및 운용 여부	4.83
	(2) 각종 서면의 표준양식 마련, 서면의 사전발급 및 보존 여부	2.42
	(3) 계약 과정의 적법성에 관한 내부 심의위원회 설치 및 운용 여부	5.08
	(4) 불공정 문화산업유통행위의 차단 시스템 구축 및 운영	4.03
	② 법위반 사후감시 시스템 구축	17.66
	(1) 거래의 적법성에 관한 사후검증절차 마련 및 운영	6.46
	(2) 불공정행위 신고에 대한 보복조치 금지 매뉴얼 마련 및 운영	4.85
	(3) 법위반 임직원에 대한 인사상 불이익 제공	6.35
	3. 상생협력 지원 (41.69)	① 금융관련 직·간접 지원을 통한 상생 시스템 마련
(1) 직접지원 - 전년도 실적 대비 인센티브 등의 금융지원		4.68
(2) 간접지원 - 금융기관 대출 지원 약정체결 등의 금융지원		5.90
(3) 혼합지원 - 금융기관과 공동으로 상생펀드 조성 등의 금융지원		4.66
② 제조 및 유통과정에서의 상생 시스템 마련		14.31
(1) 유통 순서, 유통 가격조건, 유통기간에 대한 기준의 마련 및 준수 여부		1.99
(2) 계열사의 문화상품과 비차별적 거래		5.31
(3) 협력업체 파건을 통한 기술, 유통, 마케팅 등의 교육 지원		7.02
③ 거래 안정성을 위한 상생 시스템 마련		11.43
(1) 표준근로시간 준수 협약 등을 통한 일자리 안정성 지원		2.39
(2) 일정량의 일감 보장		1.63
(3) 문화상품제작업자 매출확대 도모 실적 (해외프로젝트 참여기회 제공 등)		2.65
(4) 재계약에 관한 우선협상권 지급		2.39
(5) 재난으로 어려움을 겪는 협력사에 대한 지원		2.38
총점		100

14) 중간유통업자(벤더)를 통한 납품 유도 행위 금지, 상담 단계에서 경영정보 요구 행위 금지 등

15) 문화산업 공정유통법 제6조

(3) 문화산업 장르별 특징

(가) 대중문화예술기획업·음악·게임

- 그동안의 한국콘텐츠진흥원 연구에 따르면, 해당 분야에서 발견되는 불공정행위의 유형은 다음과 같음.

<표 3-16> 확인된 불공정행위 유형 - 대중문화예술기획업·음악·게임

장르	확인된 불공정행위 유형
대중문화예술 기획업	-
음악	유통 차별, 배타적 거래, 제작활동 방해, 차트 사재기, 지적재산권 양도 강요, 판매촉진 비용 전가, 소비자구배정보 거부 (조금)
게임	대가 감액, 수령 거부, 기술정보 강요, 유통 차별, 배타적 거래, 제작활동 방해, 차트 사재기, 지적재산권 양도 강요, 판매촉진비용 전가, 소비자구배정보 거부

* 자료: 문화산업 장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구용역, 한국콘텐츠진흥원, 2019. 12. 참고

<표 3-17> 주요 불공정 피해 사례 - 음악

대분류	중분류	주요 불공정 피해 사례
부적절한 대금 지급	비현실적인 제작비/수수료율 책정	부적절한 음원수수료 지급 음원 서비스 플랫폼의 유통수수료 책정기준 모호
	정산내역 불투명	서비스 스트리밍 정산지급내역 모호/불투명
독점/담합	차별적 거래조건	유통수수료 차등적용/소속가수 중심 홍보로 타 음원 상대적 기회박탈/선급투자자 우선홍보
	가격담합(수수료율, 할인율)	서비스패키지 상품과 유통플랫폼의 가격담합

* 자료: 콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구, 한국콘텐츠진흥원, 2019. 3. 참고

16) 제작활동 방해 행위(문화산업 공정유통법 제7조 제1항 제7호) 방지 규정

<표 3-18> 주요 불공정 피해 사례 - 게임

대분류	중분류	주요 불공정 피해 사례
계약서 거래 관행 관련	계약서 거래 관행 관련	표준계약서 미활용

* 자료: 콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구, 한국콘텐츠진흥원, 2019. 3. 참고

- 한류에 대한 해외 관심사의 증대와 Spotify 또는 Google Music, Netflix, Apple Music, Apple TV 등 해외 엔터테인먼트 플랫폼들의 공격적인 국내 진출로 문화산업 1세대 불공정행위의 전체 비중이 작아졌음.
- 예컨대 대중문화예술기획업·음악·게임 장르의 중요도 가중치의 분포 양상은 캐릭터·패션 장르와 유사하게 문화산업 2세대 불공정행위에 상당히 치우쳐져 있으며 계약불이행 페널티의 부과보다는 창작물에 대한 권리보전 또는 분쟁조정절차에 중점을 두는 등 공정유통협약 제도의 필요성이 강조되고 있음.
- 그동안 신고된 불공정행위의 유형과 비교했을 때, 표준협약서 제5조에 포함될 사항의 핵심은 저작권에 대한 교육 실시 및 판매정보의 투명화를 위한 상생체계 구축, 그리고 대규모 유통플랫폼들이 유통수수료 인상에 대한 방지책 마련임.

<표 3-19> 대중문화예술기획업·음악·게임 장르의 AHP 통계조사 분석결과

제1비교계층		가중치
갑	계약의 공정성에 관한 평가	25.43%
을	법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 관한 평가	13.33%
병	상생협력을 위한 지원 제공에 관한 평가	61.27%
제2비교계층		가중치
갑-3	계약 이행과정의 공정성	
갑-3-A	계약서에 명시된 조건대로의 대금 지급 (대금지급횟수, 약정대금액지급 여부, 결제수단 등)	15.33%
갑-3-B	계약불이행에 따른 페널티 부과 조항의 이행 여부	11.94%

갑-3-C	계약 내용이 변경되는 경우, 계약서에 명시된 대로 요건과 협의 절차를 거쳤는지 여부	18.27%
갑-3-D	고유 창작권에 관한 권리의 보전	25.33%
갑-3-E	분쟁조정절차를 마련 및 운용	29.13%

<인터뷰 내용: 3대 대중문화예술기획업자 PD>

소속 아티스트들 프로모션에 관련된 영상 기획과 배포를 담당해요. (중략) 요즘에는 최대한 합리적인 선에서 끝내려고 해서 불공정행위가 딱히 있다고 생각하지는 않아요. (중략) 수정과 관련해서는, 퀄리티를 뽑아내야 하다보니까 수정이 한두 번으로 끝나지는 않아서, 아마 외주 받는 입장에서는 여기서 문제가 많다고 느낄 것 같아요. 이 문제를 해결하려면 돈을 더 줘야 하는데, 현실적으로 어렵다 보니까 시키는 입장에서도 불편해요. (중략) 무료로 샘플영상 정도는 받아도 다 제작한 것을 받지는 않아요. 포트폴리오랑 스토리보드를 받아서, 영상미의 퀄리티는 포트폴리오로 확인하고, 기획은 스토리보드를 보고 판단해요. 물론 제작방향이 달라서 트러블이 생기거나 가끔 다 완성된 뮤직비디오가 아예 없어지기도 하는데, 그런 경우에도 제작비까지는 전부 지급해요. (중략) 개선점으로는, 큰 프로젝트는 무한정 제작비를 늘릴 수 없어서 하루 날을 잡고 밤새서 촬영하는 경우가 많은데, 제작일수를 늘리거나 야근비를 지급하는 것을 꼽을 수 있을 것 같아요.. 그런데 이것도 노동부가 많이 해결해주고 있어요.

<인터뷰 내용: 한국음악저작권협회>

저희는 계약당사자가 계약한 대로 저작권료를 징수할 뿐이어서 불공정할 일이 없어요. (중략) 교육이나 캠페인이 필요할 것 같아요. 한국에 저작권에 대한 인식이 생긴 지 얼마 안 돼서 저작권에 대한 인식이 매우 낮아요. 예를 들어, 저작권도 인격권 등으로 세부적으로 나뉘는데 그에 대해 각각 징수하는 것을 중복이나 트리플로 징수하는 것이어서 불공정하다고 주장하는 사람들이 많아요.

<인터뷰 내용: 게임회사>

업계가 규모는 큰데 반면 네트워크는 굉장히 좁아요. 산업 전체가 20년 정도밖에 안 되었고 전부 엔씨소프트, 넥슨, 그리고 넷마블 또는 네오위즈 출신들로 구성되어 있어서 대부분이 선후배 관계예요. 그래서 연재 제의가 선후배 등을 통해서 많이 들어오는데, 거의 계약서를 안 써요. 그래서 계약체결단계를 잡고 들어가야 하는데, 정부가 플랫폼들에게 줄 수 있는 인센티브는 많지 않다고 생각해요. (중략) 한번은 메이저 연재 플랫폼 임원이 직접 ‘우리가 홍보를 더 열심히 해줄 테니 회당 비용을 낮추자’ 등의 약속을 한 다음, 비용은 비용대로 낮춘 다음에 갑자기 경영진이 교체되었다는 이유로 홍보계획이 무산된 경우도 있었어요. 고소할까 진

짜 고민했는데, 그래도 앞으로도 연재를 해야 하니 그냥 참을 수밖에 없었죠 제 생각에는 ‘환경마크 인증제도’ 와 같이 ‘공정상생 플랫폼 인증제도’ 정도를 도입하는 것 말고는 크게 없을 것 같아요

<인터뷰 내용: 모바일게임 제작·유통업체 팀매니저>

저희가 퍼블리셔이기는 한데, 데스크톱은 스팀이 있고, 모바일은 구글 플레이 스토어나 애플 앱 스토어에 등재할 수 있어서, 결국 유통보다는 마케팅이 본질이에요. (중략) 외국 플랫폼들로 많이 가요, 특히 크래프톤 이후로요. 번역가한테 맡겨서 언어파일만 변경하면 세계시장을 공략할 수 있어서요. (중략) 소프트웨어개발 특성상 계약이 변경되고 기간이 늘어지는 경우도 잦아서 표준계약서는 안 쓰고, 부속합의서를 많이 써요. 게임에 특화된 표준계약서가 없기도 하고요. (중략) 퍼블리셔가 개발사한테 이래라저래라 하기 어려워요. 예를 들어 새로운 결제 시스템 도입을 퍼블리셔가 제안해도, 개발사가 “이게 돈이 되는 게 맞냐” 고 의심하는 경우가 많아요. 그렇다고 퍼블리셔가 강행할 수 없는게, 결국 시키는 대로 했다가 게임이 잘 안 되면, 개발사들이 책임지라며 드러눕는 경우도 생기는데, 국내에 잘하는 개발사가 그렇게 많은 것도 아니에요

(나) 드라마·광고·PP

- 그동안의 한국콘텐츠진흥원 연구에 따르면, 해당 분야에서 발견되는 불공정행위의 유형은 다음과 같음.

<표 3-20> 확인된 불공정행위 유형 - 드라마·광고·PP

장르	확인된 불공정행위 유형
드라마	대가 감액, 무상 수정보완, 기술정보 강요, 유통 차별, 배타적 거래, 제작활동 방해, 지적재산권 양도 강요 (조금), 소비자구매정보 거부
광고	대가 감액, 수령 거부, 무상 수정보완, 기술정보 강요, 제작활동 방해, 지적재산권 양도 강요, 판매촉진비용 전가, 소비자구매정보 거부
PP	대가 감액, 무상 수정보완, 기술정보 강요, 제작활동 방해, 지적재산권 양도 강요 (조금), 소비자구매정보 거부

* 자료: 문화산업 장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구용역, 한국콘텐츠진흥원, 2019. 12. 참고

<표 3-21> 주요 불공정 피해 사례 - 방송

대분류	중분류	주요 불공정 피해 사례
부적절한 대금 지급	비현실적인 제작비/수수료율 책정	방송사 내부 제작사의 제작비 기준과의 현저한 차이 존재
	일반적인 감액/미인정, 지연 미지급	협찬으로 인한 간접비 입고 제작비 일방적 감액
	일방적 취소/중단/폐지/해지로 인한 미보상	방송사 사정에 따른 취소/축소/폐지에 따른 피해 미보상
지적재산권 침해	저작권/저작인접권 불인정	방송사의 저작권 독식
	일방적인 포괄적 양도 요구	2차적 저작권까지 방송사의 당연한 권한으로 인식
계약체결 및 이행상의 불공정	계약 이행상의 강제성	방송사의 인력사용 강제
독점/담합	지나친 경쟁환경 조성	서바이벌 시스템, 과다출혈 경쟁체계

- 드라마·광고·PP장르는 온라인화·세계화의 영향을 크게 받았으며 해외의 Netflix, AppleTV, YouTube 등 콘텐츠 플랫폼들이 국내 방송사업자들에 대한 완전대체제에 근접하면서 문화산업 2세대 불공정행위가 보다 강조되고 있음.
- 다만, 해당 장르에서는 음악 장르에서와 유사하게 ‘계약의 공정성에 관한 평가’가 ‘상생협력을 위한 지원 제공에 관한 평가’보다 중요하지만, ‘법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 관한 평가’가 가장 높은 비중을 차지하는 특이한 현상이 발견됨.
- 이는 문화상품을 납품하는 과정에서 계약서에 수정작업에 대한 제한이 규정되지 않아 수정작업요청이 빈번한 현상과, 납품기회를 얻기 위해 ‘제 살 깎아 먹는’ 형태로 입찰하는 현상이 많이 보이는 방송 장르의 특징에 기인한 것으로 보임.
- 따라서 표준협약서 제3조에는 발주자에 의한 수정작업요청이 가능한 요건을 명시한 표준계약서의 작성이 포함되어야 하며, 또한 표준협약서 제5조에는 과다 출혈경쟁 방지를 위한 상생체계 구축이 포함되어야 함.

<표 3-22> 드라마·광고·PP 장르의 AHP 통계조사 분석결과

제1비교계층		가중치
갑	계약의 공정성에 관한 평가	22.23%
을	법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 관한 평가	48.68%
병	상생협력을 위한 지원 제공에 관한 평가	29.10%
제2비교계층		가중치
갑-3	계약 이행과정의 공정성	
갑-3-A	계약서에 명시된 조건대로의 대금 지급 (대금지급횟수, 약정대금액지급 여부, 결제수단 등)	27.43%
갑-3-B	계약불이행에 따른 페널티 부과 조항의 이행 여부	16.05%
갑-3-C	계약 내용이 변경되는 경우, 계약서에 명시된 대로 요건과 협의 절차를 거쳤는지 여부	12.53%
갑-3-D	고유 창작권에 관한 권리의 보전	23.23%
갑-3-E	분쟁조정절차를 마련 및 운용	20.76%

<인터뷰 내용: 드라마 제작업체 대표>

방송사가 조금 더 까다롭긴 해요. 근데 구조적인, 그러니까 B2B 관계에서 아직 갑질이 많은지는 잘 모르겠어요. 몰래 PD들이 돈을 요구하거나 그런 것은 들어봤는데, 근데 아마 쉽지 않을 겁니다. 예전과 달라서 걸리면 방송사에서 보호해주지 않아요. (중략) 다 자기 선택이죠.. 이제는 웹드라마로 가도 되고, 카카오나 네이버도 있고, 요즘은 제작자가 귀해졌어요. 영어를 조금 할 수 있으면 국내에 외국 드라마 제작사도 넘쳐나요. 경북 안동에서 미국 드라마를 찍어요. (중략) 그래서 근로 환경도 일반회사랑 다를 것은 크지 않다고 생각해요. 일반회사에서 영업직 정도와 비슷할 것입니다. 사람 많이 만나고, 로케이션 이동 잦고

<인터뷰 내용: 드라마 제작업체 PD>

예전보다 상황이 많이 좋아져서 대놓고 불공정행위를 하는 경우는 없고, 제작업체 간에 경쟁이 심해서 제 살 깎아 먹기로 자발적으로 무상수정, 제작비 감액, 리베이트, 무료로 시안제공 등을 먼저 제안해요. 방송사는 방관하거나 모르는 척을 하더라도 실제로 압력을 가하는 경우는 잘 없어요.

(다) 캐릭터·패션

- 그간 한국콘텐츠진흥원의 연구에 따르면, 해당 분야에서 발견되는 불공정행위의 유형은 다음과 같음.

<표 3-23> 확인된 불공정행위 유형 - 캐릭터·패션

장르	확인된 불공정행위 유형
캐릭터	수령 거부, 기술정보 강요, 유통 차별, 제작활동 방해, 판매촉진비용 전가, 소비자구매정보 거부
패션	유통 차별, 제작활동 방해, 판매촉진비용 전가

* 자료: 문화산업 장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구용역, 한국콘텐츠진흥원, 2019. 12. 참고

<표 3-24> 주요 불공정 피해 사례 - 캐릭터

대분류	중분류	주요 불공정 피해 사례
부적절한 대금 지급	일방적인 감액/미인정 지연, 미지급	중지도용 및 미부착
	정산내역 불투명	로열티 정산보고서 미작성
지적재산권 침해	저작물 모방	유사캐릭터로 디자인 모방으로 인한 피해
		추가상품 사업전개 (상품 사이즈 변경)
	저작물 불법유통	제3자에게 금형 양도
		짝퉁 제품 유통 (불법제품 유통)
계약체결 및 이행상의 불공정	계약의무 불이행	캐릭터 홍보마케팅 강요
독점/담합	차별적 거래조건	대형 온라인유통 플랫폼의 유통 독점

* 자료: 콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구, 한국콘텐츠진흥원, 2019. 3. 참고

- 캐릭터·패션 장르는 다른 장르들에 비해서 세계화가 상대적으로 더디지만, 제조업과 밀접한 관련이 있고, 온라인화가 급속도로 진행된 바, 세계 5위 규모의 전자상거래 유통망을 보유하고 있는 국내 시장에서 유통채널의 다양성이 비교적 확보되었음.
- 따라서 해당 장르 역시 문화산업 1세대 불공정행위에 비해서 문화산업 2세대 불공정행위의 중요성이 대두되고 있으며, 따라서 표준협약서 제3조에 포섭될 내용은 크게 표준으로부터 이탈할 필요가 없음.
- 문화산업 전문가들은 예컨대 계약불이행 페널티의 부과보다는 창작물에 대한 권리보전에 중점을 두는 등 공정거래협약 제도의 필요성을 강조하고 있음.
- 특히 표준협약서 제5조에 포섭될 사항의 핵심은, 정확한 대금의 지급을 위한 전제조건으로써 유통채널별 판매정보의 투명화를 위한 상생체계의 구축임.
- 그 외에 저작권을 위반한 불법제품의 유통을 방지하기 위한 문화상품사업자 간에 상생지원책의 마련도 중요함.

<표 3-25> 캐릭터·패션의 AHP 통계조사 분석결과

제1비교계층		가중치
갑	계약의 공정성에 관한 평가	8.10%
을	법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 관한 평가	28.10%
병	상생협력을 위한 지원 제공에 관한 평가	63.80%
제2비교계층		가중치
갑-3	계약 이행과정의 공정성	
갑-3-A	계약서에 명시된 조건대로의 대금 지급 (대금지급횟수, 약정대금액지급 여부, 결제수단 등)	11.77%
갑-3-B	계약불이행에 따른 페널티 부과 조항의 이행 여부	8.19%
갑-3-C	계약 내용이 변경되는 경우, 계약서에 명시된 대로 요건과 협의 절차를 거쳤는지 여부	11.66%
갑-3-D	고유 창작권에 관한 권리의 보전	34.40%
갑-3-E	분쟁조정절차를 마련 및 운용	33.99%

<인터뷰 내용: 패션제조업체 대표>

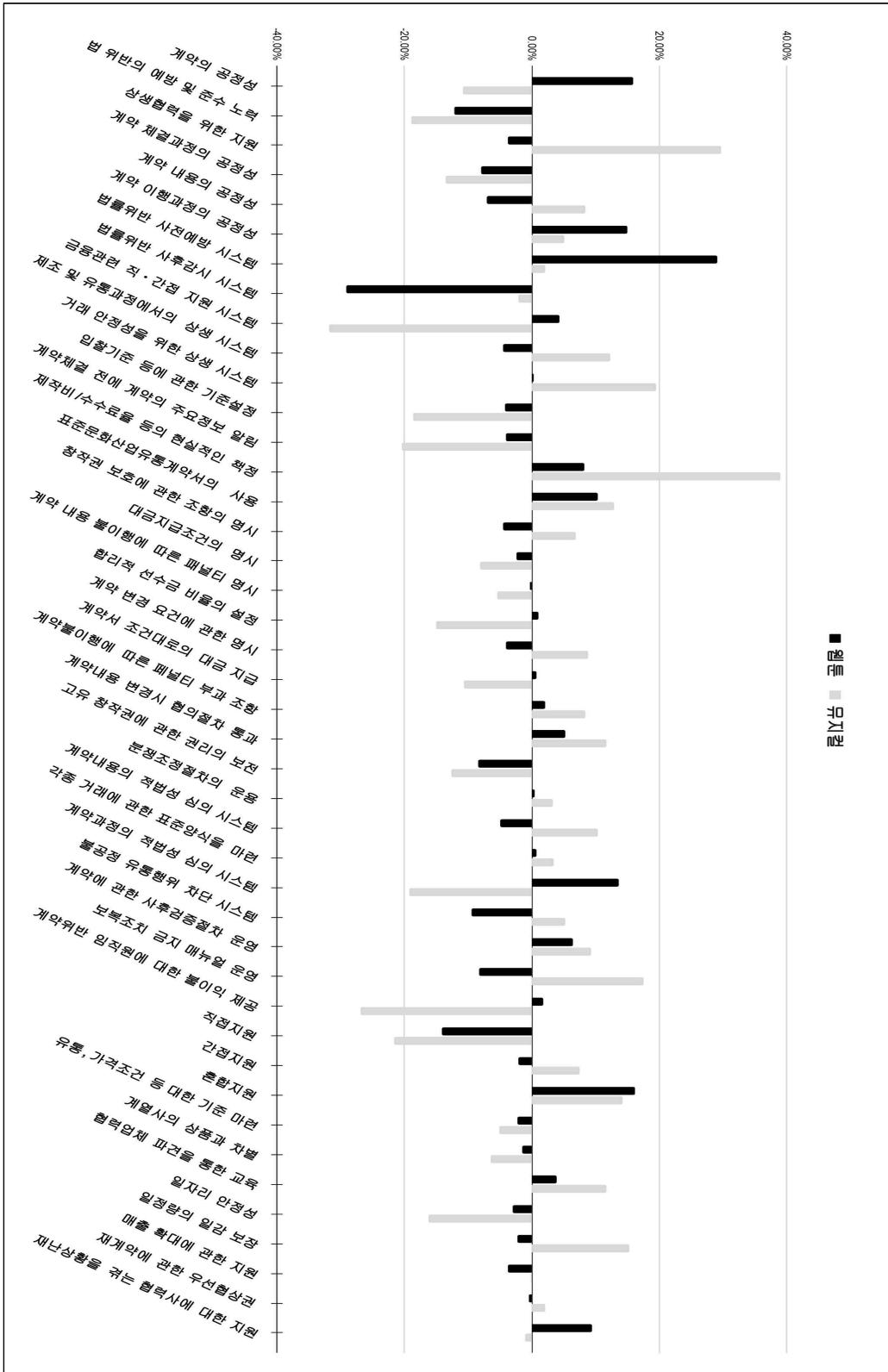
쿠팡이나 이런 쇼핑몰들은 알고리즘이 명확해요. 그래서 신생기업들은 보통 검색결과 15페이지쯤에서부터 시작하는데, 순위를 올리려면 광고를 해서 리뷰를 쌓아야 해요. 그래서 자본이 부족한 신생기업들에게 주어지는 기회는 플랫폼의 기획전이예요. 메인페이지 기획전은 그 플랫폼의 얼굴이어서 돈을 낸다고 들어갈 수 있지 않고 어느 정도 이슈메이킹이 될 거라고 생각해야 입점시켜 주는데, 그 이슈메이킹이 결국은 연예인 협찬이예요. 근데 연예인 협찬가격이 터무니없이 비싸다 보니 또 어려운 것이죠. 그런데 이게 불공정한 것인지는 잘 모르겠어요.

유통에서 불공정한 것은, 패션업계는 경쟁이 치열해서 큰 채널들에는 없는 것 같고 오히려 편집숍 같은 곳에 있을 겁니다. 유명한 편집숍들은 매출에 대한 압박이 적어요. 예를 들어 신세계가 운영하는 분더샵만 해도, 실적 안 나온다고 바로 MD들을 해고하거나 그렇지 않을 겁니다. 반면 분더샵에 들어갔다는 것 자체가 신생기업한테는 큰 후광효과를 줘요. 이 간극에서 인맥 등으로 들어갈 수 있는 틈이 생기는 것이죠. 근데 또 가서 입점한 브랜드들의 Vibe를 살펴보면... 아예 터무니없는 브랜드들을 넣지는 않아서 또 아주 불공정한지 잘 모르겠어요. (중략) 굳이 불공정한 점을 뽑자면, 무료배송 강제인 것 같아요. 이것도 자주 있는 현상은 아니고, 거대 플랫폼들은 안 그런데, 결국 네이버 쇼핑에서 사람들이 가격 비교를 하니까 저희가 특정 플랫폼에서만 제품가격을 올려받을 수가 없어요. 결국, 그 플랫폼에서는 저희 마진이 줄어드는 건데... 반대로 또 생각해 보면 그래서 그 플랫폼에서는 매출이 별로 안 납니다.

나. 문화산업 특수 이행평가기준표

(1) 특수 장르의 개요

- 조사결과 웹툰·애니메이션 장르 및 뮤지컬 장르에서는 대형 유통채널에 대한 공급상의 한계로 문화산업 1세대 불공정행위의 비중이 특히 높게 나타남.
- 이는 해당 장르에서 세계화와 온라인 플랫폼화의 영향이 상대적으로 적은 것에서 기인함.
- 따라서 해당 장르에 대해서는 특수한 이행평가 기준표의 제작·적용이 요청됨.
- 웹툰·애니메이션과 뮤지컬 세부장르에 대한 각 평가항목 중요도 분포를 공정유통협약 표준 이행평가 기준표와 비교했을 때 다음과 같은 차이를 보임.



[그림 3-2] 문화산업 세부장르 중 웹툰·애니메이션과 뮤지컬의 장르의 특수성

(2) 웹툰·애니메이션 장르의 이행평가기준표

- 그동안의 한국콘텐츠진흥원 연구에 따르면, 해당 분야에서 발견되는 불공정행위 유형은 다음과 같음.

<표 3-26> 확인된 불공정행위 유형 - 웹툰·애니메이션

장르	확인된 불공정행위 유형
웹툰	대가 감액, 수령 거부 (조금), 무상 수정·보완, 기술정보 강요, 제작활동 방해, 지적재산권 양도 강요, 판매촉진비용 전가, 소비자구매정보 거부
애니메이션	대가 감액, 무상 수정·보완, 기술정보 강요, 유통 차별, 배타적 거래, 제작활동 방해, 지적재산권 양도 강요, 소비자구매정보 거부 (조금)

* 자료: 문화산업 장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구용역, 한국콘텐츠진흥원, 2019. 12. 참고

<표 3-27> 주요 불공정 피해 사례 - 웹툰

대분류	중분류	주요 불공정 피해 사례
부적절한 대금 지급	비현실적인 제작비/수수료율 책정	낮은 수준의 유통수수료율
		대금책정기준의 모호
	일방적 감액/미인정, 지연, 미지급	제작비 지급 지연
	정산내역 불투명	정산지급내역 기준 모호
지적재산권 침해	일방적인 포괄적 양도 요구	유통플랫폼의 2차 저작물 진행 권한
계약체결 및 이행상의 불공정	업무상 불리한 계약	해외 진출 시 표준계약서 불공정
		사전 미협의로 인한 피해
독점/담합	차별적 거래조건	제작사 수직계열화를 통한 마케팅 홍보의 차별적 기회
열악한 제작환경	무리한 작업강행	무리한 제작 일정 요구

* 자료: 콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구, 한국콘텐츠진흥원, 2019. 3. 참고

<표 3-28> 주요 불공정 피해 사례 - 애니메이션

대분류	중분류	주요 불공정 피해 사례
부적절한 대금 지급	현저히 낮은 수준 보상 책정	비현실적인 제작비 인정
		현저히 낮은 방영권료로 거래 요청
		비현실적인 방영권료 책정
		비합리적인 제작비 반영
		사전 기획비 미인정/미지급
	일방적인 감액/미인정, 지연 미지급	광고 스폰 없이 방영권료 감액
	정산내역 불투명	불명확한 VOD 정산근거
지적재산권 침해	일방적인 포괄적 양도 요구	포괄적 2차 저작권 양도 요구
	불리한 수익 권한 배분/홀드백 요구	부가판권 수익 요구 과도한 홀드백 기간 요구
계약체결 및 이행상의 불공정	업무상 불리한 계약	리콥조건 투자
		현물투자 항목으로 인한 수익약화
	불리한 계약서 거래 관행	표준계약서 미사용
		계약서 세부내용 미협의 구두계약
독점/담합	차별적 거래조건	방영권료 기준 훼손
		방영권 기회 박탈
		외국자본 스튜디오의 국산 둔갑
	가격담합(수수료율, 할인율)	방영권료 담합

* 자료: 콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구, 한국콘텐츠진흥원, 2019. 3. 참고

- 웹툰·애니메이션의 경우에는, 국내 시장의 극복이 절실함. 세계화가 동반되지 않은 온라인 플랫폼화가 이루어지는 바람에 국내에는 3대 웹툰 플랫폼 (네이버 웹툰, 다음 웹툰, 레진코믹스) 이외에 유통상 완전대체재가 많지 않음. 이는 예컨대 게임 장르에 있어서 데스크톱 게임을 위해서는 해외 Valve사의 Steam 플랫폼, 그리고 모바일 게임을 위해서는 해외 Apple사의 App Store 플랫폼 등에 대한 접근성이 높아진 것과 같이 세계화와 온라인 플랫폼화가 동시에 진행되어 유통채널에 대한 대체재가 많은 것과 비교됨.
- 따라서 문화산업 1세대 불공정행위가 강조되며, 공정유통 협약서 제3조가 제5조보다 중시되어야 함. 특히 제3조에 포섭될 사항의 핵심은 웹툰 플랫폼과 관련된 입점·계약 과정의 투명화임.
- 나아가 웹툰·애니메이션의 경우에는, 국내 대규모 플랫폼들의 경우에도 적극적으로 샘플비용의 지급을 거절하고, 계약서 작성을 기피하고 학연·지연을 바탕으로 발주·수주 및 하청이 이루어지는 것이 발견되었음.
- 또한, 시장불균형에 대한 조정이 요구되고 있으므로 표준협약서 제5조에 포섭될 사항의 핵심은 열악한 제작환경의 지원임.

<표 3-29> 웹툰·애니메이션 장르 이행평가기준표 - 제1비교계층

제1비교계층		가중치
갑	계약의 공정성에 관한 평가	41.13%
을	법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 관한 평가	20.95%
병	상생협력을 위한 지원 제공에 관한 평가	37.93%

<표 3-30> 웹툰·애니메이션 장르 이행평가기준표 점수배분

구분	세부평가 항목	점수
1. 계약의 공정성 (41.13)	㉠ 계약 체결과정의 공정성	16.01
	(1) 문화상품사업자와의 거래의 입찰기준, 방법 등에 관하여 일괄적인 기준을 설정 ¹⁷⁾	4.59
	(2) 계약체결 이전에 제작 요청사항, 납기, 위탁 등 주요정보에 관한 사전알림	4.91

	(3) 제작비/수수료 등 현실적인 책정과 외부압력 근절	6.50
	② 계약 내용의 공정성	7.34
	(1) 표준문화산업유통계약서 ¹⁸⁾ 사용	2.52
	(2) 문화상품제작업자의 고유 창작권 보호에 관한 조항을 서면계약서에 명시하였는지 여부	0.54
	(3) 문화상품제작대금 지급조건(대금지급일자, 대금지급절차 마감횟수, 약정 대금액, 결제수단 등)의 명시 여부	0.76
	(4) 문화상품유통업자 및 문화상품제작업자의 계약불이행에 따른 페널티 명시 여부	0.80
	(5) 합리적 선수금 비율의 설정 여부	1.78
	(6) 계약변경 요건 및 협의 절차 명시 여부	0.94
	③ 계약 이행과정의 공정성	17.79
	(1) 계약서에 명시된 조건대로의 대금 지급 여부. (대금지급횟수, 약정대금액지급 여부, 결제수단 등)	3.57
	(2) 계약불이행에 따른 페널티 부과 조항의 이행 여부	3.21
	(3) 계약 내용이 변경되는 경우, 계약서에 명시된 대로 요건과 협의 절차를 제대로 거쳤는지	4.32
	(4) 고유 창작권에 관한 권리의 보전 여부 ¹⁹⁾	2.45
	(5) 분쟁조정절차 마련 및 운영	4.24
2. 법위반 예방 및 법준수 노력 (20.95)	① 법위반 사전예방 시스템 구축	16.15
	(1) 계약의 내용의 적법성에 관한 내부 심의위원회 설치 및 운용 여부	3.90
	(2) 각종 서면의 표준양식 마련, 서면의 사전발급 및 보존 여부	2.54
	(3) 계약 과정의 적법성에 관한 내부 심의위원회 설치 및 운용 여부	7.25
	(4) 불공정 문화산업유통행위의 차단 시스템 구축 및 운영	2.45
	② 법위반 사후감시 시스템 구축	4.80
	(1) 거래의 적법성에 관한 사후검증절차 마련 및 운영	2.04
	(2) 불공정행위 신고에 대한 보복조치 금지 매뉴얼 마련 및 운영	0.95
(3) 법위반 임직원에 대한 인사상 불이익 제공	1.82	
3. 상생협력	① 금융관련 직·간접 지원을 통한 상생 시스템 마련	15.69
	(1) 직접지원 - 전년도 실적 대비 인센티브 등의 금융지원	2.60

지원 (37.93)	(2) 간접지원 - 금융기관 대출 지원 약정체결 등의 금융지원	5.63
	(3) 혼합지원 - 금융기관과 공동으로 상생펀드 조성 등의 금융지원	7.45
	㉔ 제조 및 유통과정에서의 상생 시스템 마련	11.60
	(1) 유통 순서, 유통 가격조건, 유통기간에 대한 기준의 마련 및 준수 여부	1.37
	(2) 계열사의 문화상품과 비차별적 거래	4.09
	(3) 협력업체 파견을 통한 기술, 유통, 마케팅 등의 교육 지원	6.13
	㉕ 거래 안정성을 위한 상생 시스템 마련	10.63
	(1) 표준근로시간 준수 협약 등을 통한 일자리 안정성 지원	1.89
	(2) 일정량의 일감 보장	1.29
	(3) 문화상품제작업자 매출확대 도모 실적 (해외프로젝트 참여기회 제공 등)	2.08
	(4) 재계약에 관한 우선협상권 지급	2.19
	(5) 재난으로 어려움을 겪는 협력사에 대한 지원	3.17
	총점	100

(3) 뮤지컬 장르의 이행평가기준표

- 그동안의 한국콘텐츠진흥원 연구에 따르면, 해당 분야에서 발견되는 불공정행위 유형은 다음과 같음.

<표 3-31> 확인된 불공정행위 유형 - 뮤지컬

장르	확인된 불공정행위 유형
뮤지컬	대가 감액, 기술정보 강요, 유통 차별, 배타적 거래, 지적재산권 양도 강요, 판매촉진비용 전가, 소비자구매정보 거부

* 자료: 문화산업 장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구용역, 한국콘텐츠진흥원, 2019. 12. 참고

17) 중간유통업자(벤더)를 통한 납품 유도 행위 금지, 상담 단계에서 경영정보 요구 행위 금지 등

18) 문화산업 공정유통법 제6조

19) 제작활동 방해 행위(문화산업 공정유통법 제7조 제1항 제7호) 방지 규정

- 표준 이행평가 기준표와 마찬가지로 뮤지컬 장르의 이행평가 기준표에서는 문화산업 1세대 불공정행위보다 문화산업 2세대 불공정행위가 중시되고 있음.
- 뮤지컬의 경우에는 공연무대라는 물리적 제약 때문에 대체재에 제한이 있고, 해외에서 수입되는 콘텐츠의 비중이 높으므로 해외시장 진출이 어려움. 또한, 공연무대의 상당수가 정부출연기관에 의해 설립·운영되고 있으므로 다른 장르에 비해 정부지원에 대한 의존도가 높음.
- 특히 뮤지컬 분야에서는 문화재단과 제작업체 간의 유착을 금지하기 위한 정부정책의 집행과정에서 역차별의 사례가 발견되고 있으며, 이는 ‘일정량의 일감 보장’, ‘제작비 등의 현실적인 책정’ 를 통해 강조되고 있다는 현상을 살펴볼 수 있음.
- 또한, 물리적인 시설에 대한 의존이 경쟁 시장의 형성을 곤란하게 하여 문화산업 1세대 불공정행위의 흔적도 발견됨. 예컨대 ‘계약 내용의 적법성 심의 시스템의 구축’ 및 ‘불공정행위 신고에 대한 보복조치 금지’ 등이 이를 방증함.

<표 3-32> 뮤지컬 장르 이행평가기준표 - 제1비교계층

제1비교계층		가중치
갑	계약의 공정성에 관한 평가	14.30%
을	법 위반의 예방 및 법 준수를 위한 노력에 관한 평가	14.30%
병	상생협력을 위한 지원 제공에 관한 평가	71.40%

<표 3-33> 뮤지컬 장르 이행평가기준표 점수배분

구분	세부평가 항목	점수
1. 계약의 공정성 (14.30)	① 계약 체결과정의 공정성	4.76
	(1) 문화상품사업자와의 거래의 입찰기준, 방법 등에 관하여 일괄적인 기준을 설정 ²⁰⁾	0.68
	(2) 계약체결 이전에 제작 요청사항, 납기, 위탁 등 주요정보에 관한 사전알림	0.68
	(3) 제작비/수수료율 등의 현실적인 책정과 외부압력 근절	3.40

	② 계약 내용의 공정성	4.76
	(1) 표준문화산업유통계약서 ²¹⁾ 사용	1.76
	(2) 문화상품제작업자의 고유 창작권 보호에 관한 조항을 서면계약서에 명시하였는지 여부	0.89
	(3) 문화상품제작대금 지급조건(대금지급일자, 대금지급절차 마감횟수, 약정 대금액, 결제수단 등)의 명시 여부	0.22
	(4) 문화상품유통업자 및 문화상품제작업자의 계약불이행에 따른 페널티 명시 여부	0.28
	(5) 합리적 선수금 비율의 설정 여부	0.39
	(6) 계약변경 요건 및 협의 절차 명시 여부	1.22
	③ 계약 이행과정의 공정성	4.76
	(1) 계약서에 명시된 조건대로의 대금 지급 여부. (대금지급횟수, 약정대금지급 여부, 결제수단 등)	0.42
	(2) 계약불이행에 따른 페널티 부과 조항의 이행 여부	1.16
	(3) 계약 내용이 변경되는 경우, 계약서에 명시된 대로 요건과 협의 절차를 제대로 거쳤는지	1.46
	(4) 고유 창작권에 관한 권리의 보전 여부 ²²⁾	0.46
	(5) 분쟁조정절차 마련 및 운영	1.27
2 법위반 예방 및 법준수 노력 (14.30)	① 법위반 사전예방 시스템 구축	7.15
	(1) 계약의 내용의 적법성에 관한 내부 심의위원회 설치 및 운용 여부	2.82
	(2) 각종 서면의 표준양식 마련, 서면의 사전발급 및 보존 여부	1.32
	(3) 계약 과정의 적법성에 관한 내부 심의위원회 설치 및 운용 여부	0.86
	(4) 불공정 문화산업유통행위의 차단 시스템 구축 및 운영	2.14
	② 법위반 사후감시 시스템 구축	7.15
	(1) 거래의 적법성에 관한 사후검증절차 마련 및 운영	3.25
	(2) 불공정행위 신고에 대한 보복조치 금지 매뉴얼 마련 및 운영	3.25
(3) 법위반 임직원에 대한 인사상 불이익 제공	0.65	
3. 상생협력 지원	① 금융관련 직·간접 지원을 통한 상생 시스템 마련	3.76
	(1) 직접지원 - 전년도 실적 대비 인센티브 등의 금융지원	0.34
	(2) 간접지원 - 금융기관 대출 지원 약정체결 등의 금융지원	1.71

(71.40)	(3) 혼합지원 - 금융기관과 공동으로 상생펀드 조성 등의 금융지원	1.71
	㉔ 제조 및 유통과정에서의 상생 시스템 마련	33.82
	(1) 유통 순서, 유통 가격조건, 유통기간에 대한 기준의 마련 및 준수 여부	3.03
	(2) 계열사의 문화상품과 비차별적 거래	10.26
	(3) 협력업체 파견을 통한 기술, 유통, 마케팅 등의 교육 지원	20.53
	㉕ 거래 안정성을 위한 상생 시스템 마련	33.83
	(1) 표준근로시간 준수 협약 등을 통한 일자리 안정성 지원	1.57
	(2) 일정량의 일감 보장	10.02
	(3) 문화상품제작업자 매출확대 도모 실적 (해외프로젝트 참여기회 제공 등)	7.84
	(4) 재계약에 관한 우선협상권 지급	7.84
	(5) 재난으로 어려움을 겪는 협력사에 대한 지원	6.57
총점		100

<인터뷰 내용: 뮤지컬 기획업체 대표>

지자체 같은 곳에서 비리를 사전에 차단하고자 한번 선정했던 업체를 재차 선정하지 못하게 하는 규정들이 있는데, 이 때문에 한 번 계약했으면, 차기년도에는 그 사업을 못 따요 한 업체에서 계속하는 것도 문제가 많기 때문에 이해는 가지만 다른 방식으로 해결할 필요가 있을 것 같아요 충분히 또 사업을 진행할 역량을 갖추었는데, 규정 때문에 재계약을 못 하는 경우 많아요 특히 규모별, 인프라별로 나누다 보면 특정 공연을 띄울 수 있는 무대는 사실 제한되어 있고, 지자체가 관리하는 곳이 많아서 더욱 그래요.

20) 중간유통업자(벤더)를 통한 납품 유도 행위 금지, 상담 단계에서 경영정보 요구 행위 금지 등

21) 문화산업 공정유통법 제6조

22) 제작활동 방해 행위(문화산업 공정유통법 제7조 제1항 제7호) 방지 규정

제4장 공정유통협약제도의 운영 및 실효성 제고

1. 공정유통협약제도 운영방안

가. 협약체결 및 협약평가의 운영

주요 항목	주요 세부절차
공정유통협약	<ul style="list-style-type: none"> 문화체육관광부장관의 공정유통협약체결 권장 표준계약서의 보급, 불공정행위에 따른 피해 신고 접수·상담, 협약체결의 절차·방법 안내, 협약이행 평가 및 인센티브에 대한 기준을 마련하는 등 문화산업의 공정한 유통환경의 조성에 필요한 사업을 위탁받아 전담할 수 있도록 문화체육관광부장관이 기관·법인 또는 단체를 지정 실효성 있는 제재·인센티브를 통해 불공정행위를 제재할 수 있도록 법령 제정
협약이행 평가기준표	<ul style="list-style-type: none"> 협약평가 위원회를 구성
제재·인센티브 제도	<ul style="list-style-type: none"> 공정유통협약 전담기관이 계약조항의 삭제 또는 수정, 대금지급, 불공정행위 중지 등을 명할 수 있도록 입법 평가상위 문화상품사업자에 대한 세제혜택 등을 제공할 수 있도록 입법
(자율준수편람) 문화상품사업자간 상생협력을 위한 바람직한 계약체결을 위한 실천사항	<ul style="list-style-type: none"> 유통차별, 배타적 거래 유형의 피해를 방지함으로써 협약의 실효성 제고
내부 심의위원회 설치 및 운영을 위한 실천사항	<ul style="list-style-type: none"> 공정성 및 적법성 여부를 스스로 사전에 심의하게 함으로써 공정한 거래질서 확립
바람직한 서면발급 및 보존에 관한 실천사항	<ul style="list-style-type: none"> 표준계약서의 보급을 통하여 협약의 실효성 제고

[그림 4-1] 공정유통협약의 운영을 위한 주요사항

(1) 문화체육관광부장관의 공정유통협약 체결의 권장과 전담기관의 지정

- 문화체육관광부장관이 공정유통협약의 체결을 권장함.
- 문화산업의 공정한 유통환경의 조성에 필요한 사업을 효율적으로 수행하기 위하여 문화체육관광부장관이 다음 중 하나에 해당하는 기관·법인 또는

단체를 문화산업의 공정한 유통환경의 조성에 필요한 사업을 위탁받아 전담할 수 있도록 지정함.

- 「공공기관의 운영에 관한 법률」에 따른 공공기관
 - 「민법」 제32조에 따라 설립된 비영리법인으로서 문화산업의 공정한 유통환경의 조성에 필요한 사업 수행에 필요한 전문인력과 전담조직을 갖추었다고 인정되는 법인
 - 그밖에 문화체육관광부장관이 문화산업의 공정한 유통환경의 조성에 필요한 사업을 수행할 능력이 있다고 인정하여 고시하는 비영리단체
- 공정유통협약제도 전담기관의 업무는 다음을 포괄함.
- 표준계약서의 보급
 - 불공정행위에 따른 피해 신고 접수·상담
 - 협약체결 절차·방법, 협약내용, 평가 및 인센티브 등에 대한 기준의 마련
 - 협약체결 전 협약내용의 검토 등 협약체결 지원
 - 중간점검
 - 협약이행 평가
 - 협약이행 우수기업에 대한 인센티브 제공
 - 원활한 협약이행을 위한 상담
 - 협약이행 평가결과에 따른 컨설팅
 - 공정거래 표준 협약서 제정·보급
 - 문화상품사업자의 매출액·납품업자 등과의 거래 규모 등을 고려하여 기존 협약의 연장, 재협약, 신규협약의 체결을 권장
 - 실태 조사
 - 공정한 유통환경 조성 관련 법률 상담
 - 문화산업의 공정한 유통환경 조성을 위한 교육 프로그램 운영

(2) 협약평가 위원회의 구성·운영

- 전담기관은 공정하고 객관적인 협약이행 평가와 협약제도의 발전에 대한 심의를 위해 협약평가위원회를 구성·운영함.
- 위원은 문화산업 관련 공공기관 소속 임원, 변호사, 교수 및 설문조사 전문기관(회사) 소속 임원 등 9인의 범위 내에서 구성함.
- 위원 중 변호사, 교수 및 설문조사 전문기관(회사) 소속 임원의 임기는 2년으로 함.
- 협약평가위원회는 협약이행평가, 협력사 등 만족도 조사, 인센티브 내용 및 협약절차기준의 개정, 이의신청, 허위자료 제출 등에 대한 조치 등 협약과 관련된 제반 사항을 심의·결정함.
- 협약평가위원회의 운영은 지원기관장이 회의를 소집하거나 평가위원 1/3 이상의 개회 요구를 받아 소집하되, 위원의 과반수의 참석으로 개회.

(3) 법령을 통한 불공정행위 제재

- 공정유통협약제도가 실효성을 갖기 위해서는 전담기관이 대규모 문화상품사업자에 대해 상벌을 부과할 수 있도록 입법이 필요함.
- 전담기관이 불공정행위를 행한 문화상품사업자에 대하여 명할 수 있는 시정조치는 다음과 같음.
 - 해당 행위의 중지
 - 대금 등의 지급
 - 계약조항의 삭제 또는 수정
 - 향후 재발 방지를 위하여 필요한 조치
 - 그 밖에 위반행위의 시정에 필요한 조치로서 법령으로 정하는 사항

- 전담기관이 시정조치와 병과할 수 있는 조치는 다음과 같음.
 - 개선계획의 제출
 - 주식의 전부 또는 일부의 처분
 - 임원의 사임
 - 영업의 양도
 - 시정명령을 받은 사실의 공표 등: 시정명령을 받은 문화상품사업자가 정당한 사유 없이 시정명령을 따르지 아니하는 경우 시정명령의 내용 등을 공표할 수 있는 권한을 문화체육관광부장관에게 부여.
 - 자료제출명령: 불공정행위에 관한 사실관계 조사를 위하여 필요한 경우 법령으로 정하는 바에 따라 전담기관이 문화상품사업자에게 필요한 자료를 제출하게 하거나 또는 출석하여 설명하도록 요구.
 - 이행강제금: 시정명령을 받은 후 그 정해진 기간까지 시정명령을 이행하지 아니한 자에게는 법령으로 정한 금액(예: 1,000만 원 이하)을 이행강제금으로 부과.
 - 과태료: 불공정행위 위반 여부에 관한 사실관계 조사를 위하여 요청한 자료제출 또는 출석에 정당한 이유 없이 불응하는 경우 법령으로 정한 금액(예: 500만 원 이하)의 과태료를 부과.

(4) 협약체결 우수기업에 대한 지원시책

- 공정유통협약제도 전담기관은 대규모 문화상품사업자의 협약이행 평가결과 점수에 따라 다음과 같이 등급을 구분하여 인센티브를 제공할 수 있음.

평가등급	평가점수
최우수	95점 이상
우수	90점 이상
양호	85점 이상

- 공정유통협약제도 전담기관은 협약평가위원회 심의 후 평가를 받은 대규모 문화상품사업자에 잠정적인 평가등급을 통지할 수 있으며, 해당 대규모 문화상품사업자는 1주일 이내에 이의신청할 수 있음.
 - 이 협약절차기준에 따라 제공되는 인센티브는 다른 공정거래 관련 법규 등에서 정한 것과 별개로 제공됨.
 - 공정유통협약제도 전담기관은 인센티브 제공 대상이 되는 당해 기업에 대해 평가등급, 인센티브 내용 및 인센티브 제공 기간 등을 통지해야 함.

나. 문화상품사업자 간 상생협력을 위한 바람직한 계약체결을 위한 실천사항

- 타법과의 형평성 및 문화산업의 특수성을 반영하여 문화상품사업자 간 상생협력을 위한 바람직한 계약체결을 위한 실천사항에 대한 자율편람(안)이 작성되었음.

문화상품사업자 간 상생협력을 위한 바람직한 계약체결 실천사항

I. 목 적

이 실천사항은 교섭력이 부족한 중소기업이 대규모 문화상품사업자(이하 ‘대기업’ 이하 함)와의 계약체결에 있어 자신의 이익을 정당하게 반영할 수 있게 하고 대기업이 중소기업과의 거래에서 우월한 교섭력을 남용하여 계약자유의 원칙을 저해하는 것을 방지하기 위하여, 대.중소기업 간 혹은 중소기업 간 계약체결에 있어 준수해야 할 내용을 제시함으로써 국가의 개입은 최소화하면서도 합리적이고 공정한 거래 관행을 구축하는 데 그 목적이 있다.

II. 실천사항의 구성

이 실천사항은 계약체결 전 대기업이 구축해야 할 “계약체결 인프라”, 자기결정권이 보장된 상황에서 계약당사자들이 포함해야 할 바람직한 사항 등이 제시된 “자기결정권이 보장된 계약체결”, 계약이행에 있어 준수해야 할 사항 등이 제시된 “계약서 및 관련 법령에 의한 충실한 계약이행” 으로 구성되어 있다.

III. 계약체결 인프라 구축

1. 계약체결방식의 선택기준 마련

가. 대기업은 거래상 지위 및 시장에서의 파급력을 고려하여 일정한 기준에 따라 계약체결방식을 선택하여야 한다. 이때 계약체결방식 종류의 예시는 다음과 같다.

※ 계약체결방식의 종류(예시)

- ① 수의계약: 입찰 등의 방법에 의하지 않고 적당한 상대방을 임의로 선택하여 맺는 계약
- ② 일반경쟁계약: 입찰에 있어 참가자의 자격을 제한하거나 참가자를 지명하지 않고 자유로이 경쟁에 부친 후 낙찰자를 결정하여 계약을 체결하는 경우
- ③ 제한경쟁계약: 입찰에 있어 참가자의 자격을 제한하여 경쟁에 부친 후 낙찰자를 결정하여 계약을 체결하는 경우
- ④ 지명경쟁계약: 입찰에 있어 참가자를 지명하여 경쟁에 부친 후 낙찰자를 결정하여 계약을 체결하는 경우

나. 대기업은 물품의 중요성, 거래가능상대방의 수, 거래 경험, 전체거래금액 대비 기준 등을 고려하여 다음과 내부적인 선택기준을 구비하여야 한다.

〈예시 : 계약방식 선택의 기준〉

물품의 중요도	거래상대방	많음(5개사 이상)	적음(5개사 이하)
	높음		제한경쟁계약, 지명경쟁계약
낮음		일반경쟁계약	제한경쟁계약, 지명경쟁계약

※ 위에서 제시된 기준은 개별 업체의 특수성을 고려하여 변경 가능함.

〈예시 : 계약체결 방식의 선택 요건〉

계약체결방식	요 건
수의계약	<ul style="list-style-type: none"> • 제작기일의 압박 기타 이에 준하는 경우로서 경쟁에 부칠 여유가 없을 경우 • 현재의 거래상대방과 계약을 할 수밖에 없는 경우 <ul style="list-style-type: none"> -작품 제작에 있어서 장래의 하자에 대한 책임 구분이 곤란한 경우 혹은 마감 작업의 경우 -당해 제작물을 제조·공급한 자가 직접 그 제작물을 설치·조립·정비 또는 시연하는 경우 • 사실상 경쟁이 불가능한 경우 <ul style="list-style-type: none"> -특허공법이나 신기술에 의한 제작 -특허를 받았거나 실용신안등록 또는 디자인등록이 된 물품을 제조하게 하거나 구매하는 경우 • 기타 특정인의 기술·용역 또는 특정한 위치·구조·품질·성능·효율 등으로 인하여 경쟁을 할 수 없는 경우
일반경쟁계약	<ul style="list-style-type: none"> • 특별한 기준 없음 <ul style="list-style-type: none"> - 제작물 등의 유형 및 중요성, 거래상대방 수 등을 고려하여 선택
제한경쟁계약	<ul style="list-style-type: none"> • 제작비 한도·제작능력 또는 당해 제작물과 같은 종류의 제작실적(포트폴리오) • 특수한 설비 또는 기술이 요구되는 제작계약 • 계약이행의 부실화를 방지하기 위하여 필요한 경우에는 경쟁참가자의 재무상태 <p>※ 경쟁참가자의 자격을 제한하고자 할 때는 입찰공고 시 그 제한사항과 제한기준을 명시하여야 함</p>
지명경쟁계약	<ul style="list-style-type: none"> • 계약의 성질 또는 목적에 비추어 특수한 설비·기술 또는 실적이 있는 자가 아니면 계약의 목적을 달성하기 곤란한 경우로서 입찰대상자가 10인 이내인 경우 • 추정가격이 00억 원 이하인 유통위탁, 추정가격이 00억 원 이하인 제작위탁인 경우 • 라이선싱 제품을 유통·제작할 경우 <p>※ 5인 이상의 입찰대상자를 지명하여 2인 이상의 입찰참가신청이 있어야 함(다만, 지명대상자가 5인 미만인 때에는 대상자를 모두 지명)</p>

※ 위에서 제시된 요건은 개별 업체의 특수성을 고려하여 변경 가능함

2. 거래 희망업체의 제안제도 운영

대기업은 거래를 희망하는 신규업체에 대해 직접 제안을 할 수 있는 현장설명회나 사이버 제안마당을 운영한다.

3. PRM(Partner Relationship Management) 구축

가. 대기업은 PRM을 구축하되 폐쇄적인 협력업체 관리가 아닌 신규업체와의 거래도 포함하는 개방적인 협력업체 관리를 통해 대기업과 중소기업 간의 상생을 도모한다.

※ PRM(Partner Relationship Management) 혹은 SRM(Supplier Relationship Management)이란 대기업이 거래 관계에 있는 협력업체와 거래에 필요한 각종 정보를 공유함으로써 거래의 투명성과 안정성을 보장하고 협력업체의 경영 활동에 필요한 정보를 제공해 보다 실용적으로 상호발전을 이뤄가는 것을 목표로 하는 관리시스템

나. 협력업체들만의 사이버 공간을 마련하거나 정기적인 모임을 주선하여 업체들끼리 정보 공유 및 협력을 지원한다.

4. 중소기업 지원조직 운영

협력업체에 대한 기술지원, 자금지원, 교육, 제안제도 등을 담당하는 전담 지원조직을 운영한다.

IV. 자기결정권이 보장된 계약체결

1. 거래당사자들은 계약체결에 있어 다음과 같은 사항을 준수하여야 한다.

가. 서면의 사전발급

- 사전에 계약서를 체결하는 것을 원칙으로 하되 최소한 제작 등을 위한 작업에 착수하기 전에 기명날인이 있는 계약서를 체결하여야 한다.
- 계약서에는 유통/제작대금과 그 지급방법 등 유통/제작계약의 내용과 유통/제작상황 변동에 따른 유통/제작대금의 조정요건, 방법 및 절차 등 표준계약서의 내용이 반드시 포함되어야 한다.

- 빈번한 거래인 경우에는 기본계약서를 먼저 발급한 후 일정 기간의 거래분에 대해 정산하여 정산서를 교부하여야 한다.
- 경미하고 빈번한 추가작업으로 인해 제작대금 변동이 명백히 예상되는 경우에는 납품 등의 완료 후 즉시 정산합의서를 교부하여야 한다.
- 통상 허용되는 기간보다 현저히 짧은 기간 내에 추가로 요구할 경우에는 주요 내용에 대해 사전에 서면으로 합의하여야 한다.

나. 합리적인 산정방식에 의한 제작비/수수료 결정

- 제작물의 제작비/수수료는 분량, 품질, 형태, 납기, 대금지급방법, 재료가격, 노무비 또는 시가의 동향 등을 고려하고 적절한 관리비 및 이익을 가산한 합리적인 산정방식에 따라 협의하여 결정하여야 한다.
- 계약 기간 중 최초 제작비/수수료에 변경 사유가 발생한 때에는 상대방에게 제작비/수수료 조정신청을 할 수 있으며, 이 경우 신청일로부터 30일(30일 연장 가능) 이내에 상호 협의하여 다시 정하여야 한다.
- 제작비/수수료 결정이 특별한 사유로 인하여 지연될 경우에는 협의하여 정한 임시제작비/수수료를 적용하되, 이 경우 임시제작비/수수료와 확정제작비/수수료의 차액은 확정제작비/수수료를 정하는 때에 소급하여 정산하여야 한다.
- 제작비/수수료 산정에 있어 기준이 되는 임률을 정기적으로 조사하여 현실에 맞는 제작비/수수료를 제시하되, 동종업계의 인건비를 고려하여 작업여건, 거래업체 규모, 기술 수준 등 업체별 특성에 따른 임률을 책정하여야 한다.
- 최초 정해진 제작비/수수료가 변경될 때 당사자 간 협의할 수 있는 기준 및 절차를 계약서에 규정하여야 한다.
- 제작비/수수료변경의 사유(물가, 제작환경 및 시장환경 변화 등), 협의 기간, 대금지급조건 등 구체적인 내용을 적시하여야 한다.

다. 명확한 납기

- 대기업은 업종별 특성을 고려하여 정상적인 관행에 적합한 납기를 중소 거래업체와 충분한 협의를 거쳐 결정하여야 한다.
- 계약체결 시 납기를 정하고 납기를 변경할 경우 이를 명확히 하여야 하며, 긴

급발주 등의 명목으로 평소보다 짧은 납기를 정할 경우에는 거래업체와 협의를 거쳐 합의하여야 한다.

- 대기업은 거래업체에 책임을 돌릴 사유가 없음에도 불구하고 부당한 수령지연 또는 거부로 인하여 거래업체가 손해를 입은 경우에는 이를 배상하여야 한다.

라. 객관적 검사기준

- 제작물 등에 대한 검사에 있어 거래업체와 협의하여 객관적이고 공정.타당한 검사의 기준 및 방법을 정하여야 한다.
- 납품 등이 있는 때에는 검사 전이라도 즉시 수령증을 교부하여야 하며, 검사는 미리 정한 검사규정 및 절차에 따라 신속히 실시하여야 한다.
- 정당한 사유가 있는 경우를 제외하고는 거래업체로부터 제작물을 수령한 날로부터 10일 이내에 검사결과를 통지하여야 한다.
- 검사 전 또는 검사 기간 중의 발주부품에 대하여 선량한 관리자의 주의를 가지고 관리하여야 한다.

마. 합리적인 대금지급 기일 결정

- 거래업체에 제작 등의 위탁을 하는 경우에는 제작물 등의 수령일(용역의 경우에는 위탁 받은 용역의 수행을 완료한 날을, 납품 등이 빈번하여 거래당사자들이 월 1회 이상 세 계산서의 발행일을 정한 경우에는 그 정한 날을 말한다. 이하 같다)부터 60일 이내의 가능한 짧은 기한으로 정한 지급기일까지 대금을 지급하여야 한다.
- 거래업체에 제작 등의 위탁을 한 경우로서 발주자로부터 제작.수정 또는 용역수행행위의 완료에 따라 잔금요청 등을 받은 때에는 대금을 그 지급받은 날부터 15일(대금의 지급기일이 그 전에 도래하는 경우에는 그 지급기일) 이내에 지급하여야 한다.
- 제작.수정 또는 용역수행행위의 진척에 따라 기성금 등을 받은 때에는 거래업체가 제작.수정 또는 용역 수행한 분에 상당한 금액을 그 지급받은 날부터 15일(대금의 지급기일이 그 전에 도래하는 경우에는 그 지급기일) 이내에 지급하여야 한다.
- 대금을 지급함에 있어서는 발주자로부터 당해 제작 등의 위탁과 관련하여 지급받은 현

금비용 이상으로 지급하여야 한다.

- 대금을 어음으로 지급하는 경우에는 당해 제작 등의 위탁과 관련하여 발주자로부터 교부받은 어음의 지급 기간(발행일로부터 만기일까지) 내의 어음을 교부하여야 한다.
- 대금을 어음으로 지급하는 경우에 그 어음은 법률에 근거하여 설립된 금융기관에서 할인이 가능한 것이어야 하며, 어음을 교부한 날로부터 어음의 만기일까지의 기간에 대한 할인료(공정위가 정하여 고시하는 할인율)를 어음을 교부하는 날에 지급하여야 한다.
- 제작물 등의 수령일부터 60일 이내에 어음을 교부하는 경우에는 제작물 등의 수령일로부터 60일을 초과한 날 이후 만기일까지의 기간에 대한 할인료를 제작물 등의 수령일부터 60일 이내에 지급하여야 한다.
- 대금을 어음대체결제수단을 이용하여 지급하는 경우 지급일(기업구매전용카드의 경우는 카드결제 승인일, 외상매출채권 담보대출의 경우는 납품 등의 내역전송일, 구매론의 경우는 구매자금결제일을 말함)부터 하도급대금 상환기일까지의 기간에 대한 수수료(대출이자를 포함)를 지급일에 지급하여야 한다.
- 제작물 등의 수령일부터 60일 이내에 어음대체결제수단을 이용하여 지급하는 경우에는 목적물 등의 수령일부터 60일을 초과한 날 이후 제작대금 상환기일까지의 기간에 대한 수수료를 제작물 등의 수령일부터 60일 이내에 제작업자에게 지급하여야 한다.
- 대금을 제작물 등의 수령일로부터 60일을 초과하여 지급하는 경우에는 그 초과기간에 대하여 민법상 법정이율에 의한 이자를 지급하여야 한다.

바. 납품 등 이후 발견되는 하자에 대한 합리적인 수정·보완 또는 반품처리

- 하자 원인 규명 주체, 하자 원인의 종류, 그에 따른 책임부담비율 등을 규정하여 당사자 간 합의에 의하여 수정·보완 또는 반품처리 하여야 한다.

사. 계약 해제·해지

- 사유는 당사자 간의 합의에 의해 정하고 ‘최고 없이 가능한 경우’와 ‘최고가 필요한 경우’를 구분하되 해제·해지사유가 발생한 경우에는 서면으로 지체 없이 통보하여야 한다.
- 최고 없이 가능한 경우는 다음과 같다.

- 상대방이 금융기관으로부터 거래정지처분을 받거나, 감독관청으로부터 영업취소, 영업정지 등의 처분을 받은 경우
 - 상대방이 해산, 영업의 양도 또는 타 회사로의 합병을 결의하거나, 재해 기타 사유로 인하여 기본계약 또는 개별계약의 내용을 이행하기 곤란하다고 쌍방이 인정할 경우
- 최고가 필요한 경우는 다음과 같으며 이 경우에는 상대방에게 1개월 이상의 기간을 정하여 그 이행을 최고하고, 그 기간 내에 이행하지 아니한 때에 해제, 해지할 수 있게 하여야 한다.
- 상대방이 본 계약 또는 개별계약의 중요한 내용을 위반한 경우, 납품 등을 받는 업체가 정당한 사유 없이 제작물의 제작에 필요한 사항의 이행을 지연하여 거래업체의 작업에 지장을 초래한 경우
 - 거래업체가 정당한 사유 없이 제작물의 제작을 거부하거나 착수를 지연하여 납기 내에 납품 등이 곤란하다고 인정되는 경우
 - 거래업체의 기술, 생산 및 품질관리능력이 부족하여 계약 내용을 원만히 이행할 수 없다고 인정되는 상당한 이유가 있는 경우

※ 계약체결에 있어 위의 준수사항 외에 다음과 같은 사항은 필요할 경우에는 권장 사항으로 한다.

① 기술자료 예치제도

- 거래업체의 원천기술을 보호하기 위해 제3의 기관에 기술자료를 예치하게 하는 ‘기술자료 예치제도’ 이용

② 수시 발주에 대한 개선

- 거래업체의 경영상 불안정성으로 귀결되는 수시 발주는 가급적이면 분기별로 예측 가능한 분량 등을 제시

2. 거래당사자들은 계약체결에 있어 다음과 같은 사항은 지양하여야 한다.

가. 서면을 발급하지 않거나 보존하지 않는 행위

- 정당한 사유 없이 위탁 시점에 확정하기 곤란한 사항에 대하여 해당 사항을 기재하지

아니한 서면을 발급하면서 해당 사항이 정하여지지 아니한 이유, 그 사항을 정하게 되는 예정기일을 기재하지 않고 발급하는 행위

- 일부 사항을 기재하지 아니한 서면을 발급한 이후 해당 사항이 확정되었음에도 불구하고 거래업체에게 새로운 서면을 지연 발급하거나 발급하지 아니하는 행위
- 구두위탁(발주)한 내용에 대해 거래업체로부터 위탁한 작업의 내용, 제작대금/수수료, 위탁일시 등 위탁내용의 확인을 요청받고도 15일 이내에 인정(認定) 또는 부인(否認)의 의사를 서면으로 회신하지 아니하는 행위
- 구두위탁(발주)한 내용에 관해 위탁내용의 인정 또는 부인의 의사를 회신하면서 원사업자(계약담당임원 등 회사 계약 책임자)의 서명 또는 기명날인을 하지 아니하는 행위
- 추가작업의 범위가 구분되고 금액이 상당함에도 이에 대한 구체적인 추가계약서나 작업지시서 등을 발급하지 아니한 행위
- 제작과정에서 추가 또는 변경된 내용이 입증되었으나 당사자 간의 정산에 다툼이 있어 변경계약서 또는 정산서를 발급하지 아니한 행위
- 법정서류를 3년간 보존하지 아니하고 원사업자의 규정 등에 따라 임의로 3년 이내 폐기하는 행위
- 거래종료일부터 3년간 서면(서류)을 보존하고 있으나 허위 서면(서류)이거나 허위내용의 서류를 사후 작성하여 보존하는 행위
- 입찰내역서, 낙찰자 결정품의서, 견적서 등 제작대금/유통수수료 결정과 관련된 서류를 보존하지 아니하는 행위

나. 부당한 제작비/수수료 결정행위

- 정당한 이유 없이 일률적인 비율로 제작비를 인하하거나 일률적인 비율로 수수료를 인상하는 행위
- 협조요청 등 명목여하를 불문하고 일방적으로 일정 금액을 할당한 후 당해 금액을 감하여 제작대금을 결정하거나 당해 금액을 합하여 수수료를 결정하는 행위
- 정당한 이유 없이 특정 거래업체를 차별 취급하여 대금을 결정하거나, 거래업체와의 합의 없이 일방적으로 낮은 단가에 의하여 제작대금을 결정하거나 높은 수수료를 결정하는 행위

- 제작분량 등 거래조건에 대하여 착오를 일으키게 하거나 다른 사업자의 견적 또는 거
짓 견적을 내보이는 등의 방법으로 거래업체를 기만하고 이를 이용하여 대금을 결
정하는 행위
- 수의계약으로 계약을 체결함에 있어서 정당한 사유 없이 직접공사비 항목의 값을
합한 금액보다 낮은 금액으로 대금을 결정하는 행위
- 노임하락 등 객관적으로 타당한 단가인하 사유가 없이 일방적으로 제작대금을 인
하하는 행위
- 대금지급조건, 거래수량, 제작분량, 작업의 난이도 등의 차이가 없음에도 특정
거래업체를 차별 취급하여 대금을 낮게 결정하는 행위
- 제작대금을 정하지 않은 채 제작 등의 위탁한 후, 거래업체와 협의를 거치지 않고
통상 지급되는 제작 대가를 하회하여 제작대금을 결정하는 행위
- 수수료를 정하지 않은 채 유통 등의 수탁한 후, 거래업체와 협의를 거치지 않고 통
상 지급하는 수수료를 상회하여 수수료 결정하는 행위
- 제작 관련 기술자료 등을 요구하여 넘겨받은 후, 이를 다른 사업자에게 제공하고
다른 사업자의 견적가격 등을 근거로 제작대금을 인하하는 행위
- 원계약 대금에 비하여 현저히 낮은 실행예산을 작성하여 같은 실행예산 범위 내로 시공
하여야 함을 이유로 제작대금을 낮게 결정하는 행위
- 수출, 할인특별판매, 경품류, 견본용 등을 이유로 통상 지급되는 대가보다 현저하게 하
회하여 제작대금을 결정하는 행위

다. 구두에 의한 제안서 제시요구 혹은 제작의뢰 행위

- 제작준비 완료 후 제작을 취소하거나 구두로 요구 시 제시한 제작대금을 인하할
것을 요구하는 행위

라. 부당한 경영간섭 행위

- 거래업체가 임직원을 선임·해임함에 있어 자기의 지시 또는 승인을 얻게 하거나 제작
업자의 의사에 반하여 특정인을 채용하게 하는 등의 방법으로 인사에 간섭하는 행
위
- 재하청계약에 개입하여 자신의 위탁한 제작물 등의 품질유지 및 납기내 납품여

부 등 제작계약의 목적과 관계없이 선정, 계약조건설정 등 재하청계약내용을 제한하는 행위

- 정상적으로 제작을 진행 중임에도 불구하고 중소기업의 의사에 반하여 현장근로자를 동원하여 제작을 관리·감독하게 하는 행위
- 거래업체의 제작품목 등을 제한하거나 거래업체로 하여금 자신 또는 자신의 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 못하도록 하는 행위
- 거래업체에 제품 관련 기술자료 등을 정당한 이유 없이 요구하여 제공하도록 하는 행위
- 경품부판매, 할인특매 등의 특별판매행사에 거래업체가 참여토록 강요하거나, 상품이나 상품권 등의 구입을 강요하는 행위

마. 추가제작비 미반영 행위(제작 관련 계약인 경우)

- 제작 완료 후 추가작업 발생 시 원사업자에게 추가작업 정산을 요청하지 못하게 하는 행위
- 감리자 사무실의 설치 및 운영비용을 제작업자에게 부담시키거나, 최초 계약 이후 임금상승이나 시장상황 변동 등의 이유로 인한 계약변경을 일절 금지하는 행위
- 제작 사정에 따른 제작지연 및 중지나 기후조건에 따른 천재지변과 우기로 인한 제작중지는 제작 기간에 제외하며, 이를 이유로 한 추가계약을 인정하지 않는 행위

바. 제작내용변경 등에 따른 제작비의 미조정 행위

- 제작내용변경 또는 경제 상황의 변동 등을 이유로 계약금액을 조정하고도 30일을 초과한 날까지 제작사에 계약금액의 증액 또는 감액을 진행하지 아니하거나 30일을 초과하여 조정하는 행위
- 제작내용변경 또는 경제 상황 등을 이유로 추가금액을 결정한 날부터 15일이 지난 후에 대금을 현금 또는 어음이나 어음대체결제수단을 이용하여 지급하면서 그 초과기간에 대한 지연이자, 어음할인료, 수수료를 지급하지 아니하는 행위
- 제작사가 제작내용변경 또는 경제 상황의 변동 등의 사유로 계약금액을 증액 또는 감액받고도 받은 날부터 15일 이내에 증액 또는 감액받은 사유와 내용을 거래업체에 통

지(원사업자가 직접 통지한 경우 제외)하지 아니하는 행위

사. 전속적 거래 요구 행위

- 거래업체로 하여금 자신 및 자신이 지정하는 업체와는 거래하지 못하게 하는 행위(기술개발을 거래업체와 공동으로 하는 것을 이유로 거래업체와 전속적 거래에 합의하는 경우를 제외)

아. 민원처리 일방적 전가 행위

- 제작 중 각종 민원 발생에 대하여는 경제적·행정적 일체의 책임을 지며, 민원이 해결되지 않고 분쟁의 소지가 계속 지속될 경우 원사업자가 민원에 관해 처리 후 제반 비용을 기성에서 공제하는 행위

자. 부당특약 행위

- 제작업자의 이익을 부당하게 침해하거나 제한하는 계약 조건을 설정하는 행위
- 계약에 기재되지 아니한 사항을 요구함에 따라 발생된 비용을 제작업자에게 부담시키는 약정을 설정하는 행위
- 원사업자가 부담하여야 할 민원처리, 산업재해 등과 관련된 비용을 제작업자에게 부담시키는 약정을 설정하는 행위

V. 계약서 및 관련 법령에 따른 충실한 계약이행

1. 거래당사자들은 계약이행에 있어 다음과 같은 사항은 준수하여야 한다.

가. 민법 등 관련 법령의 준수

- 신의성실의 원칙, 하도급법, 공정거래법 등 관련 법령을 준수하되 분쟁 발생 시 서면 자료에 의해서 해결하여야 한다.

나. 제작비 인하 또는 수수료 인상 시 사전 충분한 합의 및 서면발급

- 제작상황 변경 등을 이유로 한 제작대금 인하 또는 시장상황 변경 등을 이유로 한 수수료

료 인상의 경우 제작상황 또는 시장상황 변경에 따른 제작대금인하폭 또는 수수료인상 폭에 대한 합리적인 근거를 제시 해결하여야 한다.

다. 계약변경에 따른 대금 조정

- 추가적인 요구 등 계약변경으로 인해 추가비용 소요될 경우 그에 따른 대금을 지급 해결하여야 한다.

※ 권장 사항

계약서에 규정된 내용에 따라 계약을 해제, 해지하되 계약 해제, 해지 이유에 해당하지 않는 거래정지는 가급적이면 2-3개월 이전의 빠른 시일 내에 거래업체에 서면으로 통보

2. 거래당사자들은 계약이행에 있어 다음과 같은 사항은 지양하여야 한다.

가. 부당한 수령거부 행위

- 위탁내용이 불명확하여 제작한 제작물 등의 내용의 위탁내용과 상이한지 판단이 곤란함에도 불구하고 수령을 거부하는 행위
- 발주자, 고객의 클레임, 판매부진, 시청률 부진 등을 이유로 이미 위탁한 제작물의 수령을 거부하는 행위
- 공급하기로 되어 있는 자재 또는 인력 등을 늦게 공급함으로써 납부기한 내 제작이 불가능함에도 납기지연을 이유로 수령을 거부하는 행위
- 검사기준을 정하지 아니하고도 통상의 기준보다 높은 기준을 적용하는 행위
- 검사기준을 정하였다고 하더라도 내용이 불분명하거나 당초 계약에서 정한 검사기준보다 높은 기준을 적용하여 수령을 거부하는 행위
- 거래업체로부터 제작물 등의 수령요구가 있었음에도 보관장소 부족 등 정당한 이유 없이 수령을 거부하는 행위
- 거래업체의 부도 등에 따라 안정적인 공급이 어렵다고 판단해서 이미 발주한 물품의 수령을 임의로 거부하는 행위
- 일부 분량의 불량을 이유로 전체 분량에 대하여 수령을 거부하거나, 발주자의 발주 취소 또는 발주중단 등을 이유로 수령을 거부하는 행위

나. 부당 반품행위

- 거래상대방으로부터의 발주취소 또는 경제 상황의 변동 등을 이유로 반품하는 행위
- 검사의 기준 및 방법을 불명확하게 정함으로써 부당하게 불합격으로 판정하여 이를 반품하는 행위
- 공급지연에 의한 납기지연임에도 불구하고 이를 이유로 반품하는 행위
- 이미 수령한 물품을 발주자·고객의 클레임, 판매부진, 시정률 부진 등을 이유로 반품하는 행위
- 거래업체 이외의 제3자에게 검사를 위탁한 경우로서 제작업자가 제3자의 검사를 필하여 납품하였음에도 이를 반품하는 행위
- 거래업체의 납기지연이 있었으나 이를 용인한 객관적 사실이 있었음에도 이를 수령한 후 납기지연을 이유로 반품하는 행위

다. 부당한 대금 감액 행위

- 위탁할 때 대금을 감액할 조건 등을 명시하지 아니하고 위탁 후 협조요청 또는 거래상대방으로부터의 발주취소, 경제 상황의 변동 등 불합리한 이유를 들어 대금을 감액하는 행위
- 제작비 인하 또는 수수료 인상에 관한 합의가 성립한 경우 당해 합의 성립 전에 위탁한 부분에 대하여도 일방적으로 이를 소급적용하는 방법으로 대금을 감액하거나 수수료를 인상하는 행위
- 대금을 현금으로 또는 지급기일 전에 지급함을 이유로 과도하게 대금을 감액하는 행위
- 손해 발생에 실질적 영향을 미치지 아니하는 경미한 거래업체의 과오를 이유로 일방적으로 대금을 감액하는 행위
- 제작·수정 또는 용역수행에 필요한 물품 등을 자기로부터 사게 하거나 자기의 장비 등을 사용하게 한 경우에 적정한 구매대금 또는 사용대가 이상의 금액을 대금에서 공제하는 행위
- 대금 지급 시점의 물가나 인건비 등이 납품 등의 시점에 비하여 떨어진 것을 이유로 제작대금을 감액하거나 수수료를 인상하는 행위
- 경영적자 또는 판매가격 인하 등 불합리한 이유로 부당하게 대금을 감액하는

행위

- 당초 계약 내용과 다르게 간접노무비, 일반관리비, 이윤, 부가가치세 등을 감액하는 행위
- 고용보험및산업재해보장보험의료보험료징수등에관한법률, 산업안전보건법 등에 따라 원사업자가 부담하여야 하는 고용보험료, 산업안전보건 관리비 그 밖의 경비 등을 거래업체에게 부담시키는 행위
- 자재 및 인력 등을 공급하기로 한 경우 이를 지연하여 공급하거나 사실상 무리한 납기를 정해 놓고 이 기간 내에 납품하지 못함을 이유로 감액하는 행위
- 계속적 발주를 이유로 이미 확정된 제작대금을 감액하거나, 총액으로 계약한 후 제작의 구체적 내역을 이유로 감액하는 행위
- 위탁내용 및 조건에는 변함이 없음에도 계약을 변경하는 등 결과적으로 대금을 감액하거나 수수료를 인상하는 행위
- 환차손 등을 거래업체에 당초 계약 조건과 다르게 전가하여 대금을 감액하는 행위

라. 경제적 이익의 부당요구 행위

- 거래개시 또는 다량거래 등을 조건으로 협찬금, 장려금, 지원금 등 경제적 이익을 요구하는 행위
- 수익 또는 경영여건 악화 등 불합리한 이유로 협찬금, 장려금, 지원금 등 경제적 이익을 요구하는 행위
- 기타 거래업체가 부담하여야 할 법률상 의무가 없음에도 협찬금, 장려금, 지원금 등 경제적 이익을 요구하는 행위

마. 자사 원인에 기인한 비용 전가 행위

- 자사의 임금상승, 내부적인 품의절차 지연으로 인한 비용을 거래업체에 전가하는 행위

바. 부당한 대물변제 행위

- 최초 계약과는 달리 거래업체의 의사에 반하여 정해진 대금을 물품으로 지급하고 이를

받아들일 것을 요구하는 행위

사. 보복 조치 행위

- 거래업체가 공정위에 하도급법 위반으로 신고한 것을 이유로 수주기회를 제한하거나 거래의 정지 기타 불이익을 주는 행위

아. 탈법 행위

- 우회적인 방법에 의하여 실질적으로 법률의 적용을 면탈하려는 행위
- 문화체육관광부장관의 시정조치에 따라 대금 등을 거래업체에 지급한 후 이를 회수하거나 제작대금에서 공제하는 등의 방법으로 환수하는 행위
- 어음할인료, 지연이자 등을 거래업체에 지급한 후 이에 상응하는 금액만큼 일률적으로 단가를 인하하는 행위

자. 물품등의 구매강제 행위

- 정당한 사유 없이 자사, 계열사 또는 특정 회사 등의 제품이나 서비스 등을 거래업체에 강제로 판매하거나 이용하게 하는 행위
- 정당한 사유 없이 제작현장에서 거래업체가 사용하는 장비를 거래업체의 의사에 반하여 부당하게 구입을 강제하거나 그가 지정하는 물품, 장비를 구입, 사용하도록 강요하는 행위
- 정당한 사유 없이 거래업체가 구매 의사가 없다고 표시하였거나, 의사표시가 없어도 명확히 구매 의사가 없다고 인정됨에도 재차 구매를 요청하는 행위

차. 물품구매대금 등의 부당결제청구 행위

- 거래업체에 납품 등에 필요한 물품 등을 자기로부터 사게 하거나 자기 장비 등을 사용하게 하고, 대금 지급기일에 앞서 구매대금이나 사용대금의 전부 또는 일부를 지급하게 하는 행위
- 거래업체에 납품 등에 필요한 물품 등을 자기로부터 사게 하거나 자기 장비 등을 사용하게 하고, 자기가 구입, 사용 또는 제3자에게 공급하는 조건보다 현저하게 불리한 조건으로 지급하는 행위

카. 기술자료 제공 강요금지 행위

- 정당한 사유 없이 거래업체에 다음 기술자료를 자기 또는 제3자에게 제공하도록 강요하는 행위
 - 상당한 노력에 의하여 비밀로 유지된 제작·수정 또는 용역수행 방법에 관한 자료
 - 특허권, 실용신안권, 디자인권, 저작권 등 지식재산권과 관련된 정보
 - 그 밖에 영업활동에 유용하고 독립된 경제적 가치가 있는 기술상 또는 경영상의 정보
- 거래업체로부터 취득한 기술자료를 자기 또는 제3자를 위해 유용하는 행위

Ⅶ. 실천사항 도입·운용 여부 판단 기준

원사업자의 실천사항 도입·운용 여부 판단은 직전 1년 동안 계속하여 다음 각호 모두를 충족하는 경우에 도입·운용한 것으로 본다.

1. 실천사항 내용을 계약업무 관련 규정(사규, 업무지침 등)에 반영하였을 것
2. 제작비/수수료 조정·협의 기준 등 실천사항 주요 내용을 계약서에 반영하였을 것
3. 실천사항을 공개(홈페이지 등)하거나 협력업체에 고지하였을 것
4. 실천사항 상의 계약체결방법 선택기준을 마련하였을 것

다. 내부 심의위원회 설치 및 운용을 위한 실천사항

- 타법과의 형평성 및 문화산업의 특수성을 반영하여 계약의 내용과 이행과정의 적법성을 심의하기 위한 「내부 심의위원회의 설치 및 운용을 위한 실천사항에 대한 자율편람(안)」이 작성되었음.

내부 심의위원회 설치.운용을 위한 실천사항

I. 목적

이 실천사항은 대규모 문화상품사업자가 일정규모 이상의 유통 및 제작계약에 대한 공정성 및 적법성 여부 등을 스스로 사전에 심의하게 함으로써 공정한 거래질서 확립에 이바지하고, 법 위반행위의 사전예방을 위한 일반적인 사항을 제시하는 데 그 목적이 있다.

II. 내부 심의위원회 설치.운용 실천사항

1. 기본원칙

이 실천사항은 대규모 문화상품사업자가 공정한 유통 및 제작계약을 위해 설치.운용하는 내부 심의위원회의 자율성, 적절성 및 실효성이 확보될 수 있도록 필요 최소한의 일반적 사항만을 제시한 것이며 이외의 사항에 대해서는 해당 원사업자가 제반 여건 등을 고려하여 개별.구체적인 내용을 정하여 운용할 수 있다.

2. 내부 심의위원회 설치.운용 실천사항

가. 내부 심의위원회 구성의 적절성

(1) 내부 심의위원회는 계약관련업무 담당인원을 포함하여 3인 이상의 임직원으로 구성하되 필요 시 사외이사 등 외부전문가를 선임할 수 있다.

(2) 기존의 자율준수프로그램(CP) 운용을 위해서 설치된 심의기구 등이 위 (1)의 요건을

충족한 경우에는 내부 심의위원회로 운용할 수 있다.

나. 내부 심의위원회 운용의 실효성

- (1) 내부 심의위원회를 월 1회 이상 정기적으로 개최하여야 하며, 현안 발생 시 수시로 개최할 수 있다.
- (2) 내부 심의위원회는 대규모 문화상품사업자의 직전 사업연도 유통 및 제작계약 금액에 대한 제작업자별 당해 사업연도 개별 거래계약(예상)금액이 일정비율(예시. 직전 사업연도의 거래금액이 500억 원 미만인 경우에는 10%, 500억 원 이상 1,000억 원 미만인 경우에는 5%, 1,000억 원 이상인 경우에는 2%, 5,000억 원 이상인 경우에는 1%) 이상인 거래에 대하여 계약체결 및 가격 결정 과정의 공정성, 관련 법규에 대한 적법성 여부 등을 사전 심의하여야 한다.
- (3) 내부 심의위원회는 협력업체 등록.취소기준 및 절차의 적절성 여부를 사전 심의하여야 한다.
- (4) 내부 심의위원회는 협력업체 미선정 또는 등록취소에 대한 이의신청 건을 심의하여야 한다.
- (5) 필요 시 관련 협력업체 사업자의 의견을 청취할 수 있으며 이 경우 필요 시 익명성이 보장되어야 한다.
- (6) 심의 안건이 관련 법규에 위반될 소지가 있는 경우에는 스스로 시정하여야 하며, 관련 임직원의 고의 또는 중대한 과실이 있는 경우에는 위반 정도에 상응하는 제재조치(예시. 인사상 불이익 등)를 취하여야 한다.
- (7) 내부 심의위원회의 심의 결과 및 조치사항 등과 관련한 문서는 심의종료일로부터 3년 이상 보관하여야 한다.

3. 실천사항 도입.운용 여부 판단 기준

대규모 문화상품사업자의 실천사항 도입.운용 여부 판단은 직전 1년 동안 계속하여 다음 각호 모두를 충족하는 경우에 도입.운용한 것으로 본다.

- 가. 내부 심의위원회 설치.운용 관련 기준을 마련(사규, 업무지침 등)하였을 것
- 나. 내부 심의위원회 설치.운용기준을 공개(홈페이지 등)하였을 것
- 다. 내부 심의위원회를 설치하였을 것
- 라. 내부 심의위원회 심의실적(실천사항 내용 심의 등)이 있을 것

라. 바람직한 서면발급 및 보존에 관한 실천사항

- 타법과의 형평성 및 문화산업의 특수성을 반영하여 계약 과정에서 「바람직한 서면 발급과 보존을 위한 실천사항에 대한 자율편람(안)」이 작성되었음.

바람직한 서면발급 및 보존에 관한 실천사항

I. 목 적

이 지침은 계약체결 및 거래 과정에서 서면의 발급 및 보존과 관련하여 원사업자가 준수하거나 노력해야 할 사항을 구체적으로 제시함으로써 서면발급에 관한 사항을 명확히 인식하도록 하여 그에 따른 권리의 행사와 의무의 이행을 원활히 하도록 하는 한편, 하도급 거래 과정에서 바람직한 서면 문화의 확산 및 내실 있는 정착을 위하여 선진적인 서면발급 관행을 촉진하고 공정한 문화상품 유통/제작거래질서를 구축하는 데 그 목적이 있다.

II. 실천사항의 구성

이 지침은 ① 문화상품 유통/제작 거래 과정에서 각종 서면의 발급에 관한 부분, ② 발급한 서면의 보존에 관한 부분, 그리고 ③ 서면발급 및 보존 관행의 정착을 촉진하기 위한 공정거래위원회의 시책의 내용과 절차를 규정하는 부분 등 세 가지로 구성되어 있다.

III. 문화상품 유통/제작계약 과정에서의 각종 서면의 발급에 관한 사항

원사업자는 문화상품 유통/제작계약의 체결 및 이행과정에서 이하에서 정하는 바에 따라 서면을 발급하여야 한다. 발급대상 서면은 다음 표 1과 같다.

〈표 1 : 발급대상 서면〉

일련번호	발급대상 서면
1	기본계약서(추가, 변경 계약서 포함)
2	유통/제작계약 확인서면
3	대금 감액/수수료 인상 서면

4	기술자료 제공 요구서
5	목적물 등 수령증명서
6	검사결과 통지서
7	계약변경 내역 통지서

1. 유통/제작 계약서의 발급

가. 서면발급 장려

- 문화상품사업자는 제작물 등의 유통/제작을 위탁하는 경우 수탁사업자와 위탁 목적물 등의 내용, 분량/품질·단가/수수료 등 계약의 주요 내용을 합의하여 정한 후 서면으로 유통/제작 계약서를 발급하여야 한다.
- 당초 계약 내용이 제작내용 변경 또는 추가작업 등으로 변경될 경우에는 특단의 사정이 없는 한 추가·변경 서면을 작성·발급하여야 한다.

나. 서면 기재사항

- 유통/제작계약 서면에는 실제 거래의 사실과 일치하는 내용이 반영되어야 하며 원칙적으로 다음 각 항의 사항이 기재되어야 한다.
 - ① 위탁일, 위탁 제작물 등의 내용, 수량 및 단가, 목적물 등을 납품·인도 또는 제공하는 시기 및 장소, 제작물 등의 검사 방법 및 시기, 제작비/수수료와 지급방법·지급 기일
 - ② 원사업자가 제작업자에게 목적물 등의 제조 등에 소요되는 장비, 인력 등을 제공하고자 하는 경우에는 그 장비 등의 품명, 수량, 제공일, 대가의 지급 방법과 지급기일
 - ③ 계약 이후 제작환경/시장환경 변동 등에 따른 제작비/수수료 조정의 요건, 방법 및 절차 등

다. 서면발급 시점

- 원칙적으로 원사업자는 제작업자와 계약의 주요 내용을 합의하여 정한 후 지체없이 서면계약서를 발급하여야 한다.
- 원사업자가 제작업자에게 지체없이 서면계약서를 교부하기 어려운 사정이 있다 하더라도 특별한 사유가 없는 한 최소한 다음 각 항의 구분에 따른 기한까지는 서면으로 계약서를 발급하여야 한다.
 - ① 제작계약 : 제작업자가 제작을 위한 작업을 시작하기 전
 - ② 유통계약 : 제작업자가 계약이 체결된 수리행위를 시작하기 전

라. 서면발급 방법

- 원사업자는 회사 또는 대표자가 서명 또는 기명날인한 계약서를 제작업자에게 발급하여야 한다.
- 계약당사자의 서명 또는 기명날인이 없는 서면을 발급한 경우에는 서면 미발급에 해당한다.
- 다음과 같이 전자적인 기록의 제공으로 서면을 발급할 수 있다.
 - 전기통신회선을 통해 송신하고 제작업자가 사용하는 전자기록장치에 구비된 파일에 기록하는 방법(예 : 전자메일)
 - 전기통신회선을 통해 제작업자의 열람에 제공하고 당해 제작업자가 사용하는 전자기록장치에 구비된 파일에 기록하는 방법(예 : 웹)
 - 플로피 디스크, CD-ROM 등 전자적 기록을 제작업자에게 교부하는 방법 등

마. 예 외

- 다음에서 예시된 바와 같이 계약의 실제에 부합하는 합리적인 방식으로 서면이 발급된 경우에는 상기의 서면 기재사항 및 서면발급 시점과 달리 서면발급의무를 이행할 수 있다.
 - 계약 시점에 확정하기 곤란한 사항이 있는 경우. 단, 원사업자가 계약 시점에 확정하기 곤란한 사항에 대하여는 정당한 사유가 있는 경우에 한해 해당 사항을 적지 아니한 서면을 발급 가능

** 다만, 이 경우에도 해당 사항이 정해지지 아니한 이유와 그 사항을 정하게 되는 예정기일을 명시하고, 해당 사항이 확정되는 때에는 지체없이 그 사항을 기재한 서면을 발급하여야 한다.*

- 유통/제작계약 현실상 빈번한 거래가 있는 경우로서 업종 특성이나 현실에 비추어 계약 성립과 유지에 큰 문제가 없는 경우
- 기본계약서를 교부하고 모사전송(Fax), 기타 전기·전자적인 형태 등에 의해 발주한 것으로 발주 내용이 객관적으로 명백한 경우
- 계약서에 법정 기재사항 일부가 누락되어 있으나, 계약 시 제공한 작업지시서 등으로 누락 사항 파악이 가능한 경우
- 경미하고 빈번한 추가작업으로 인해 제작대금 변동이 명백히 예상되는 작업에 대해 작업 완료 후 즉시 정산합의서로 계약서를 대체한 경우

* 다만, 다음의 경우에는 서면 미발급에 해당한다.

- 추가제작 범위가 구분되고 금액이 상당함에도 불구하고 이에 대한 구체적인 추가계약 서나 작업지시서 등을 발급하지 아니한 경우

- 제작과정에서 추가 또는 변경된 내용이 입증되었으나 당사자 간의 다툼이 있어 변경계약서 또는 정산서를 발급하지 아니하는 경우

바. 특 칙

(1) 유통/제작계약의 추정

- 원사업자가 유통/제작계약을 하면서 계약 서면을 발급하지 않는 경우(일부 사항을 적지 아니한 서면을 발급한 경우도 포함한다) 제작업자는 작업 내용, 제작대금, 제작기한, 원사업자와 제작업자의 사업자명과 주소, 기타 원사업자가 요청한 내용 등을 기재한 서면을 통지하여 확인을 요청할 수 있다.
- 원사업자는 제작업자로부터 상기 요청내용 확인 요청 서면을 통지받은 후 15일 이내에 그 내용에 대한 인정 또는 부인(否認)의 의사를 제작업자에게 서면으로 회신하여야 한다.
- 만약 원사업자가 15일 이내에 회신을 발송하지 아니한 경우에는 천재나 그 밖의 사변으로 회신이 불가능한 경우를 제외하고는 제작업자가 통지한 내용대로 계약이 있었던 것으로 추정한다.
- 상기 계약 내용 확인요청서면 통지와 계약 내용 확인요청에 대한 서면 회신은 원사업자와 제작업자의 주소로 하되, 내용증명 우편이나 그 밖에 통지와 회신의 내용 및 수신 여부를 객관적으로 확인할 수 있는 방법(전자우편은 제외한다)으로 하여야 한다.

(2) 공동제작계약의 경우

- 공동이행방식 공동제작계약의 경우에는 공동제작사 전원이 연명으로 제작계약을 체결하고 서면을 발급하거나 각자의 분담 부분에 대하여 개별적으로 제작계약을 체결 또는 대표사가 공동제작사를 대표하여 제작계약을 체결하고 서면을 발급할 수 있다.

2. 제작대금 감액/수수료 인상 서면의 발급

가. 서면발급 장려

- 원사업자가 제작업자에게 정한 제작대금을 그대로 지급하지 아니하고 그 금

액에서 감하여 지급하고자 하고자 할 때에는 감액 서면을 제작업자에게 발급하여야 한다.

- 원사업자가 제작업자에게 정한 수수료를 인상하고자 하고자 할 때에는 감액 서면을 제작업자에게 발급하여야 한다.
- 계약 체결 시 거래가 빈번하여 대금결제.운송/인도.검수.반품/수정 등의 거래 조건, 규격.재질, 제작공정 등과 관련된 일반적인 내용을 기본계약서에 담고, 대금.수량 등 제작비/수수료와 관련한 내용은 특약서 등으로 위임하여 별도의 특약에 의거 제작비/수수료가 결정되는 경우에는 당해 특약이 제작업자에게 통지되는 시점을 “계약을 할 때” 로 본다.

나. 서면 기재사항

- 원사업자가 제작대금을 감액하고자 할 때 교부해야 하는 서면에는 감액 사유와 기준, 감액 대상이 되는 제작물 등의 분량, 감액 금액, 공제 등 감액 방법, 기타 감액의 정당성 입증 사항 등이 기재되어야 한다.
- 원사업자가 수수료를 인상하고자 할 때 교부해야 하는 서면에는 인상 사유와 기준, 인상 대상이 되는 제작물 등의 분량, 인상률, 기타 인상의 정당성 입증 사항 등이 기재되어야 한다.

다. 서면발급 시점

- 원사업자가 제작대금을 감액하고자 할 때에는 감액을 하기 전에 미리 제작업자에게 감액 서면을 발급하여야 한다.
- 원사업자가 수수료를 인상하고자 할 때에는 인상을 하기 전에 미리 제작업자에게 인상 서면을 발급하여야 한다.

라. 서면발급 방식

- 원사업자가 제작업자에게 제작대금 감액을 서면으로 요구하는 경우에는 회사 또는 대표자가 서명(전자서명법 제2조 제3호에 따른 공인전자서명을 포함한다) 또는 기명날인한 서면을 교부하여야 한다.
- 원사업자가 제작업자에게 수수료 인상을 서면으로 요구하는 경우에는 회사 또는 대표자가 서명(전자서명법 제2조 제3호에 따른 공인전자서명을 포함한다) 또는 기명날인한 서면을 교부하여야 한다.
- 다음과 같이 전자적인 기록의 제공으로 서면을 발급할 수 있다.
 - 전기통신회선을 통해 송신하고 제작업자가 사용하는 전자기록장치에 구비

된 파일에 기록하는 방법(예 : 전자메일)

- 전기통신회선을 통해 제작업자의 열람에 제공하고 당해 제작업자가 사용하는 전자기록장치에 구비된 파일에 기록하는 방법(예 : 웹)
- 플로피 디스크, CD-ROM 등 전자적 기록을 제작업자에게 교부하는 방법 등

마. 예 외

- 원사업자가 대금 감액 서면/수수료 인상 서면을 발급하는 시점에 확정하기 곤란한 사항에 대하여는 정당한 사유가 있는 경우에 한해 해당 사항을 적지 아니한 서면을 발급할 수 있다.

3. 기술자료 제공요구 서면의 발급

가. 서면발급 장려

- 원사업자는 정당한 사유가 존재하여 제작업자에게 기술자료 제공을 요구하는 경우에는 요구 서면을 제작업자에게 발급하여야 한다.

〈기술자료를 제공하도록 요구할 수 있는 정당한 사유의 예시〉

- 수의계약, 경쟁입찰(일반경쟁, 제한경쟁, 지명경쟁 등) 등을 통해 유통/제작계약을 체결하는 과정에서 협력업체의 기술력 평가, 주문품의 기준 가격 마련, 제안서 검토, 공동제작, 공동기술개발, 발주처의 제안요청서(RFP) 요구조건 충족 등을 위해 제작업자의 기술자료를 요구하는 경우
- 원사업자가 유통/제작 거래 도중에 제작업자에 대한 기술지도, 품질관리, 공동특허출원, 특허출원지원, 공동기술개발, 제작단가 조정을 위한 원가자료 요청 등의 명목으로 제작업자의 기술자료를 요구하는 경우
- 기술자료 임차계약을 체결한 기술에 대하여 임차계약 상의 교부조건이 발생하여 원사업자가 제작업자의 기술자료 제공을 요구하는 경우

나. 서면 기재사항

- 기술자료 제공요구 서면에는 당해 기술자료의 명칭 및 범위, 요구 목적, 비밀 유지에 관한 사항*, 권리귀속관계*, 기술자료의 대가, 요구일, 인도일, 인도 방

법, 기타 원사업자의 기술자료 제공요구가 정당함을 입증할 수 있는 사항 등이 포함되어야 한다.

* 비밀유지에 관한 사항 : 기술자료 중 어느 부분을 비밀로 유지할 것인지에 대해 적시하고 상호 간 체결한 비밀유지각서 등이 있을 경우 이를 첨부

* 권리귀속 관계 : 원사업자가 요구하는 기술자료의 현재 권리 귀속자, 상호 간 기술이전 계약을 체결하였는지 여부, 요구하는 기술이 공동개발한 기술인지 여부, 기술자료가 제공된 후 권리귀속관계에 대한 상호 합의 사항 등

다. 서면발급 시점

- 원사업자가 기술자료 제공을 요구하는 경우 원칙적으로 당해 기술자료의 명칭 및 범위, 요구 목적, 요구일, 인도일, 인도 방법, 비밀유지에 관한 사항, 권리귀속관계, 기술자료의 대가 등을 제작업자와 미리 협의하여 정한 후 지체없이 제작업자에게 서면을 발급하여야 한다.

라. 서면발급 방법

- 원사업자는 회사 또는 대표자가 서명(전자서명법 제2조 제3호에 따른 공인전자서명을 포함한다) 또는 기명날인한 기술자료 제공요구 서면을 제작업자에게 발급하여야 한다.
- 원사업자가 제작업자의 기술자료를 서면으로 요구하는 경우, 가급적 기술자료 요구서면 표준양식(별지 1)²³⁾을 사용한다.

※ 별지 1 : 기술자료 요구서면 표준양식

- 원사업자는 상기 표준 서식 이외에 특약서 등 별도의 계약 서면에 의해 기술자료 제공을 요구할 수 있다. 다만, 별도 계약 서면에는 상기 2. 나. 의 기재사항이 반드시 포함되어야 한다.
- 다음과 같이 전자적인 기록의 제공으로 서면을 발급할 수 있다.
 - 전기통신회선을 통해 송신하고 제작업자가 사용하는 전자기록장치에 구비된 파일에 기록하는 방법(예 : 전자메일)
 - 전기통신회선을 통해 제작업자의 열람에 제공하고 당해 제작업자가 사용하는 전자기록장치에 구비된 파일에 기록하는 방법(예 : 웹)
 - 플로피 디스크, CD-ROM 등 전자적 기록을 제작업자에게 교부하는 방법 등

마. 예 외

- 다음에서 예시된 바와 같이 계약의 실체에 부합하는 합리적인 방식으로 서면이 발급된 경우에는 상기의 서면 기재사항과 발급기한과 달리 서면발급의무를 이행할 수 있다.
 - 기술자료 제공요구 서면의 기재사항 중 원사업자와 제작업자가 미리 확정하기 곤란한 사항에 대하여는 정당한 사유가 있는 경우에 한해 해당 사항을 적지 아니한 서면을 발급할 수 있다.

** 다만, 이 경우에도 해당 사항이 정해지지 아니한 이유와 그 사항을 정하게 되는 예정기일을 명시하여야 하며, 해당 사항이 확정되는 때에는 지체없이 그 사항을 기재한 서면을 발급하여야 한다.*

- 업종 특성이나 거래 현실에 비추어 빈번한 기술자료 요구가 불가피한 경우에는 당사자의 서명 또는 기명날인된 서면에 기술자료 명칭 및 범위, 요구 목적, 비밀유지 사항, 권리귀속관계, 대가 등 기본적인 사항을 기재한 후 개별 요구서를 이용하여 기술자료 요구일, 인도일, 인도방법 등 추가 사항을 정할 수 있다.

4. 기타 서면의 발급

가. 목적물 등의 수령증명서 발급

- 원사업자는 제작업자의 책임으로 돌릴 사유가 있는 경우를 제외하고는 제작업자가 제작물 등을 납품, 인도 또는 제공하는 때에는 제작업자에게 당해 목적물 등에 대한 수령증명서를 발급하여야 한다.
- 원사업자는 당해 목적물 등에 대한 검사 전이라도 즉시 제작업자에게 수령증명서를 발급하여야 한다.

나. 목적물 등의 검사결과서 발급

- 원사업자는 제작업자로부터 제작물 등을 수령한 후 제작물 등의 완성 및 대금지급 의무의 범위를 확정하기 위하여 필요한 검사를 진행한 후 그 결과를 제작업자에게 서면으로 통지하여야 한다.
- 원사업자는 원칙적으로 제작업자로부터 제작물 등을 수령한 날부터 10일 이내에 검사결과 서면을 발급하여야 한다.

- 여기서 제작물 등을 수령한 날이란 제작계약의 경우에는 기성 부분의 통지를 받은 날을 포함한다.
- 다만, 원사업자는 다음에서 예시하는 바와 같이 정당한 사유가 있는 경우에는 10일을 초과하여 검사결과를 통지할 수 있다.
 - 검사 대상 물품이 과다하여 10일 이내에 검사가 곤란한 경우
 - 검사에 소요되는 기간이 길어 상당한 기간이 경과한 후에야 비로소 합격 여부에 관한 판정이 가능한 경우
 - 원사업자와 제작업자 간에 검사 기간연장에 대해 명백한 합의가 이루어진 경우 등
- 원사업자가 정당한 이유 없이 제작물 등을 수령한 날로부터 10일 이내에 검사결과를 제작업자에게 서면으로 발급하지 않은 경우 검사에 합격한 것으로 본다.

다. 제작내용변경 등에 따른 계약금액 변경 내역서 발급

- 제조계약을 한 후에 제작내용변동, 경제 상황의 변동 등을 이유로 계약금액이 증액 또는 감액되는 경우에 원사업자는 발주자로부터 증액 또는 감액받은 사유와 내용을 해당 제작업자에게 통지하여야 한다.
 - 다만, 발주자가 그 사유와 내용을 제작업자에게 직접 통지한 경우에는 그러하지 아니하다.
- 원사업자는 상기 통지 서면을 발주자로부터 계약금액을 증액 또는 감액받은 날부터 15일 이내에 제작업자에게 발급하여야 한다.

라. 서면발급 방법

- 원사업자는 회사 또는 대표자가 서명(전자서명법 제2조 제3호에 따른 공인전자서명을 포함한다) 또는 기명날인한 서면을 제작업자에게 발급하여야 한다.
- 다음과 같이 전자적인 기록의 제공으로 서면을 발급할 수 있다.
 - 전기통신회선을 통해 송신하고 제작업자가 사용하는 전자기록장치에 구비된 파일에 기록하는 방법(예 : 전자메일)
 - 전기통신회선을 통해 제작업자의 열람에 제공하고 당해 제작업자가 사용하는 전자기록장치에 구비된 파일에 기록하는 방법(예 : 웹)
 - 플로피 디스크, CD-ROM 등 전자적 기록을 제작업자에게 교부하는 방법 등

IV. 서면의 보존에 관한 사항

- 원사업자와 제작업자는 모두 상기 III. 에 열거된 서면을 보존하여야 한다. 보존하여야 하는 서면은 다음 표 2와 같다.

〈표 2 : 보존대상 서면〉

일련 번호	보존대상 서면	비 고
1	기본계약서(추가.변경 계약서 포함)	필수발급서면
2	유통/제작계약 확인서면	
3	대금 감액/수수료 인상 서면	
4	기술자료 제공 요구서	
5	목적물 등 수령증명서	
6	검사결과 통지서	
7	계약변경 내역 통지서	
8	제작물 등의 검사결과, 검사 종료일 등이 기재된 서류	주요 계약 내용 등 기재서류
9	제작대금/수수료의 지급일.지급금액 및 지급수단(어음결제 시 어음의 교부일.금액 및 만기일 포함)이 기재된 서류	
10	선금 및 지연이자, 어음할인료 및 지연이자, 관세 등 환급액 및 지연이자를 지급한 경우 그 지급일과 지급금액이 기재된 서류	
11	원사업자가 제작업자에게 목적물 등의 제조 등의 행위에 필요한 장비, 인력 등을 제공하고 그 대가를 제작대금에서 공제한 경우에는 그 장비, 인력 등의 내용과 공제일.공제금액 및 사유를 기재한 서류	
12	제작내용변경 등에 따라 제작대금을 조정한 경우 그 조정금액 및 사유를 기재한 서류	
13	제작상황변동, 시장상황변동 등에 따라 제작업자가 하도급대금 조정을 신청한 경우, 신청내용 및 협의내용, 그 조정금액 및 조정사유를 기재한 서류	
14	입찰명세서, 낙찰자결정품의서, 견적서 등 제작대금 결정과 관련된 서류	

- 보존해야 하는 서면은 당해 서면이 발급.품의.기타 용도에 따라 사용된 시점의 원본 상태로 보존되어야 한다. 컴퓨터 등 정보처리능력을 가진 장치에 의해 전자적인 형태로 작성.송수신 또는 저장된 것도 동일하다.

- 원사업자와 제작업자는 당사자 간 계약이 끝난 날로부터 3년간 상기 서류를 보존하여야 한다. 여기서 계약이 끝난 날이라 함은 다음의 기일을 의미한다.
 - 제작계약 : 제작업자가 원사업자에게 제작물을 납품 또는 인도한 날
 - 유통계약 : 유통기한의 마지막 날
 - 계약이 중도 해지되거나 중지된 경우 : 해지 또는 중지된 날

Ⅶ. 실천사항 도입.운용 여부 판단 기준

- 원사업자의 실천사항 도입.운용 여부 판단은 직전 1년 동안 계속하여 다음 각 호 모두를 충족하는 경우에 도입.운용한 것으로 본다.
 1. 실천사항 내용을 하도급 업무 관련 규정(사규, 업무지침)에 반영하고 있을 것
 2. 제작업자에 대한 계약서 등 서면발급 시 표준양식(또는 그에 준하는 서면양식)을 채택하고 있을 것
 3. 제작업자에 대해 발급 또는 보존해야 하는 서면의 관리 대장을 사용하고 있을 것

[별지 1]

기술자료 요구서

1. 원사업자와 제작업자							
원사업자	사업자명				법인등록번호 또는 사업자등록번호		
	대표자 성명				전화번호		
	주소						
	담당자	성명		소속		전화 번호	
제작업자	사업자명				법인등록번호 또는 사업자등록번호		
	대표자성명				전화번호		

		주소					
		담당자	성명		소속		전화번호
2. 기술자료 요구 관련 사항 (증빙자료가 있는 경우 첨부)							
1) 기술자료 내역		요구하는 기술정보.자료의 명칭과 범위 등 구체적 내역을 명시하여 기재(특허등본 원부 등 기술자료에 대한 증빙자료 첨부)					
2) 요구 목적		원사업자가 기술자료를 요구하는 정당한 사유 기재					
3) 비밀유지에 관한 사항		(i) 상호 간 체결한 비밀유지각서 등 첨부, (ii) 기술자료 중 어느 부분을 비밀로 유지할 것인지에 대하여 구체적으로 적시					
4) 권리귀속 관계		(i) 원사업자가 요구하는 기술자료의 현재 권리 귀속자, (ii) 상호 간 기술이전계약 체결 여부, (iii) 요구하는 기술이 공동개발한 기술인지 여부, (iv) 기술자료가 제공된 후 권리귀속관계에 대한 상호 합의 사항 등					
5) 대가		기술자료 제공에 따른 대가에 대한 구체적 사항					

6) 인도일 및 인도 방법	당해 기술자료의 인도일, 구체적인 인도 방법 등을 기재
6) 그 밖의 사항	기술자료 임치계약 체결 여부, 기술자료 요구 시 원사업자와 수급사업자 간 기타 합의한 사항 등
<p>원사업자 ○○○○와 제작업자 ○○○○는 원사업자의 기술자료 요구 시 위 사항을 상호 협의하여 정함을 확인하고, 위 사항이 기재된 본 서면을 교부하여 원사업자가 제작업자에게 △△△ 기술자료를 요구하는 바입니다.</p> <p style="text-align: center;">년 월 일</p> <p style="text-align: right;">원 사업 자 명 _____ 대표자 _____ (인) 제작업자명 _____ 대표자 _____ (인)</p>	

23) 「기술자료 제공요구·유용행위 심사지침」(공정거래위원회 예규 제115호)의 기술자료 요구 표준 서면 양식(서식1)

2. 제도의 활성화를 위한 인센티브

가. 문화산업 불공정행위 유형에 따른 실효성 제고 수단

불공정행위 유형	문화산업 표준 협약서 조항	실효성 제고수단
문화산업 1세대 불공정행위 (독과점에 의한 불공정행위)	<ul style="list-style-type: none"> · 서면계약의 강제 · 문화산업 표준 공정유통 협약서 제3조 제5항 	자료제출명령
		시정조치
		위반사실의 공표
		이행강제금, 과태료 등의 금전제재
문화산업 2세대 불공정행위 (콘텐츠의 온라인 플랫폼화에 의한 불공정행위)	<ul style="list-style-type: none"> · 법률 이외의 사회제도의 도입 · 문화산업 표준 공정유통 협약서 5조 	준법사실의 공표
		직권조사의 면제
		세제 혜택

[그림 4-2] 불공정행위의 유형별 동원 가능한 행정작용

- 실효성 제고를 위해서는 법률 또는 법률 이외의 사회제도가 각 동원할 수 있는 행정작용을 살펴봐야 함.
- 준법사실의 공표
 - 대표적인 비금전적 인센티브이며, 특히 문화산업유통사업자가 대기업이 아닌 경우에는 직권조사 면제라는 인센티브가 큰 실효성을 갖지 못한다는 맹점을 보완할 수 있다는 장점을 가짐.
 - 준법사실의 공표는 표창의 수여 등의 방식으로 현실화되며, B2C 형태의 플랫폼에서 큰 효과를 가짐.
- 직권조사 면제, 공표 기간 감경
 - 타법에서 공정거래협약 이행우수기업에 제시하고 있는 대표적인 인센티브임.

- 직권조사나 시정명령의 근거법령이 부재한 상태에서는 실효성이 없는 인센티브임.
- 직권조사나 시정명령의 근거법령이 존재하더라도 직권조사 면제, 시정명령에 따른 공표 명령의 공표 기간 감경 등은 실효성이 없다는 전문가 의견이 지배적임.

<인터뷰 내용: 3대 방송사 PD>

직권조사 면제 같은 것은 별로 실효성이 없어요.

<인터뷰 내용: 대형 유통/제작사 팀장>

어차피 직권조사나 시정명령을 받을 일이 잘 없기 때문에 직권조사 면제, 공표 기간 감경 이런 건 전혀 매력적인 인센티브가 아니에요.

<인터뷰 내용: 뮤지컬 기획업체 대표>

(공연 분야는 정부지원을 받는 프로젝트들이 상당한데) 정부사업의 경우에는 예산 사용기한이 있어요 이런 제한을 좀 풀거나, 유예기간 같은 것을 주면 기한 내에 예산을 다 소진하려고 마구 쓰지 않고 더 다양한 시도들을 할 것 같아요 (중략) 조세 지원 같은 것은 별로 큰 유인이 아닐 것 같고, 오히려 ‘제작자들의 창작기반을 보호하기 위해 기업이 이렇게 노력을 한다’는 것을 어필할 수 있게끔 모범 기업들의 브랜드 이미지를 높여주는 캠페인을 정부에서 진행하는 것이 더 도움이 될 것 같아요.

○ 단계별로 제재수준을 경감하는 방안

- 예시: 1단계 인정을 위해서 i) 자율준수규범이 제시하는 핵심 7개 요소를 모두 포함한 자율준수프로그램을 도입하였을 것, ii) 자율준수 프로그램 운용상황을 공시할 것, iii) 자율준수 프로그램이 실질적으로 작동할 것 등 3가지 요건을 구비하여야 함. 즉, 자율준수 프로그램을 모범적으로 설계·운용하여 1단계가 인정되는 경우에 과징금을 20% 이내로 감경하고, 공표 명령의 경우에는 공표 크기, 공표 기간, 매체 수 등 1단계 하향조정하며, 검찰 고발에 대한 면제도 가능함.

나. 문화상품유통사업자를 위한 조세 지원제도

- 콘텐츠기업 조세 지원 제도개선이 동반되어야 함.
- 현재 조세 지원 제도개선 연구는 i) 업력이 짧은 창업 기업에 대한 효율적 지원, ii) 수도권 기업에 대한 지원 확대, iii) 조세 특례 대상에서 누락된 업종에 대한 조세 지원 확대, iv) 무형자산 투자와 관련된 조세 지원 확대 등으로 집중되어 있음.
- 조세 지원 제도개선의 취지 또한 콘텐츠 창작기반 보호를 통한 콘텐츠산업의 진흥으로서, 콘텐츠분야의 공정유통협약제도와 취지가 동일함. 따라서 조세개선안에 공정유통협약에 따른 인센티브제도를 포함하여 콘텐츠기업 간 공정상생을 도모하는 것이 바람직함.
- 공정유통협약 이행평가등급에 따라 조세 지원율을 차등적용하는 방안이 있음.

<인터뷰 내용: 캐릭터 제작업체 대표>

(대체로 유통회사들이 자사 캐릭터와 타사 캐릭터를 부착한 제품들을 함께 판매하는데) 판매량 중 자사 제품과 타사제품의 비율을 계산해서 일정 비율을 넘으면 세액공제나 보조금 지원 등을 인센티브로 제공할 수 있지 않을까요? 타사제품 판매비율을 기준으로 보조금을 지원하면, 보조금을 다 털어 넣어서라도 타사제품 매출을 올리려고 할 거예요 그러면 현실성 있는 인센티브가 될 것 같아요 (중략) 둘째로, 대기업 내부에서 결재가 편해야 공정유통협약 같은 것을 현실적으로 맺을 수 있어요 그러니까 결재가 편하다는 의미는, 공정협약을 진행하는 쪽이 더 이득이라는 근거를 숫자와 수익으로 보여줘야 움직인다는 거예요 아니면 대표자들한테까지 제대로 보고되지도 않아요

<표 4-1> 콘텐츠기업 조세 지원 제도 주요 개선안

콘텐츠기업 조세 지원 제도 주요 개선안	
비차별적 거래에 대한 조세지원(안)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 계열사(제품)에 대한 판촉행사나 차별적 유통행위가 빈번하게 발생함 ○ 계열사(제품)과 비계열사(제품) 간 거래 또는 유통/판매비율을 보고하여 비계열사(제품)의 거래 또는 유통/판매비율이 일정 기준을 넘는 경우 세액공제 또는 세액 감면

<p>샘플비에 대한 조세지원(안)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 샘플비에 대한 세액공제 또는 세액 감면 <ul style="list-style-type: none"> - 계약 전 샘플 또는 시안 무상제작 방지 - 콘텐츠 장르별 샘플비 또는 시안비 지급 기준 제시
<p>상생협력에 대한 조세지원(안)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 금융(자금)지원 금액에 대한 세액공제 또는 세액 감면 <ul style="list-style-type: none"> - 직접지원 금액에 대한 세액공제 또는 세액 감면 : 대규모 문화상품사업자가 제작업자 등에게 자금을 무상으로 제공하거나 기준금리보다 저리 또는 무상으로 대여하는 금액(직접지원)에 대하여 세액공제 또는 세액 감면 - 간접지원 금액에 대한 세액 감면 : 대규모 문화상품사업자가 금융기관 등에 제작업자 등의 거래내역·보증담보 등의 제공 또는 추천을 통하여 납품업자 등에게 기준금리보다 저리의 여신을 제공(대출)하도록 알선 또는 중재하는 등의 방법으로 대출을 지원하는 경우 세액 감면 - 혼합지원 금액에 대한 세액공제 또는 세액 감면 : 대규모 문화상품사업자가 직접 금융기관 등에 자금을 예치하거나 펀드를 조성하여(계열사가 예치한 자금 또는 조성한 펀드를 이용하는 경우 포함) 금융기관으로 하여금 대규모 문화상품사업자 또는 계열사의 제작업자 등에게 기준금리보다 저리로 여신을 제공하도록 알선 또는 중재하는 등의 방법으로 대출을 지원(상생협력펀드 조성, 펀드공동이용 등)하거나, 대규모 문화상품사업자가 지분투자펀드를 조성하여 제작업자 등을 대상으로 투자(혼합지원)하는 경우 펀드를 조성한 금액에 대하여 세액 공제 또는 세액 감면
<p>R&D 조세지원 확대(안)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위탁연구개발비 세제 지원 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 비기술 분야 위탁연구개발비 세제 지원
<p>부가가치세 감면(안)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정품인증 문화상품에 대한 부가가치세 면세 <ul style="list-style-type: none"> - 소비자 문화상품 향유 증대 및 불법복제품 소비방지 - 콘텐츠 장르별 면세대상 범위 규정 및 정품인증 기준 제시 (캐릭터 상품 등)
<p>문화콘텐츠기업에 대한 과세 특례 확대(안)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제조업과의 조세형평성을 고려 <ul style="list-style-type: none"> - 「조세특례제한법(이하 '조특법'이라 함)」제8조의2 또는 「대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률」제2조를 개정하여 콘텐츠 산업을 그 대상에 포함 - 사업용 자산 범위에 무형자산을 포함(조세특례법 제4조, 제5조, 동법 시행규칙 제3조) - 콘텐츠 기업은 사업용 유형자산에 대한 투자가 크지 않은 경우가 많아 현재 혜택을 못 누리는 경우가 많음
<p>신성장동력산업에 대한 세액공제 확대(안)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 신성장동력 연구개발비 세액공제(조특법 시행령 제9조 제2항의 [별표7] 적용대상에 콘텐츠 관련 대상기술 범위 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 현행 : 문화 콘텐츠(게임, 영상, 만화·웹툰, 음악), 가상현실형 콘텐츠 - 개선안 : 문화콘텐츠산업간 업종범위에 따른 조세형평성 확보 및 문화콘텐츠

	산업 전체의 활성화를 위하여 창작·공연·전시, 융·복합 기술 등을 포함하는 방안으로 범위 확대
임시투자세액 공제의 대상 업종 확대(안)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 임시투자세액의 대상이 되는 '사업용 자산'의 범위가 모호하여 문화산업의 각 세부 산업이 분류체계상 공제대상 산업이라 하더라도 공제대상의 '사업용 자산'의 범위에 포함되는지 여부가 불분명함 ○ 공제대상에 포함되더라도 수도권 과밀억제권역에 있는 경우에는 조특법 시행령 제23조(임시투자세액공제) 제2항에 따라 공제율이 낮게 적용되고 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 개선안 : 공제대상 '사업용 자산'의 범위를 명확히 하고, 무형자산도 포함, 문화콘텐츠기업의 경우 수도권에 소재하는 기업에게도 혜택을 부여
중소기업 조세지원 확대(안)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수도권과밀억제권역 중소기업 세제 지원 포함 <ul style="list-style-type: none"> - 수도권에 인적자원 및 인프라가 집중되어 창작의 효율성 제고 - 콘텐츠상품 출시 이후에는 비교적 범지역적 문화적 수혜

다. 문화상품유통사업자를 위한 보조금 지원제도

- 대규모 입장에서는 불공정행위 또는 유사행위로써 경제적 이익을 보거나 비용을 절감하고 있으므로, 자율적으로 공정유통협약에 참여토록 하기 위해서는 경제적 이익 또는 비용 절감 효과를 볼 수 있는 방안을 제시하여야 함.
- 인터뷰 종합 결과, 보조금 지원에 대한 의견이 가장 효과적이라는 의견이 많았음.
- 공정유통협약 이행평가등급에 따라 보조금 지원을 차등적용하는 방안이 있음.

<표 4-2> 보조금 지원안

보조금 지원안	
비차별적 거래에 대한 조세지원(안)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 계열사(제품)에 대한 판촉행사나 차별적 유통행위가 빈번하게 발생함 ○ 계열사(제품)과 비계열사(제품) 간 거래 또는 유통/판매비율을 보고하여 비계열사(제품)의 거래 또는 유통/판매비율이 일정 기준을 넘는 경우 보조금 지급

<p>샘플비 지원(안)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 샘플 및 시안에 대한 대금 관련 보조금 <ul style="list-style-type: none"> - 공정유통협약은 계약 전 무상제작을 지양함 - 이에 따라 기존에 계약 전(계약상담단계) 제작자가 대규모 문화상품사업자에게 무상으로 제공하던 샘플 또는 시안에 대하여 '갑'의 입장인 대규모 문화상품사업자가 정당한 대가를 지불케 하기 위하여 <u>계약 전 제작자가 제공하는 샘플 또는 시안에 대하여 지급하는 대금을 보조하는 보조금 (선)지급</u> - 정당하게 샘플비를 지불하고 시안을 받아본 후 실제 계약을 진행하는 경우, 보조금을 지급하는 방안이 있음 ○ 기대효과 : 무상제작 요구문화 근절, 다양한 샘플과 시안을 정당하게 받아보고 제작계약을 체결함으로써 양질의 콘텐츠 제작, 한국의 콘텐츠 경쟁력 강화
<p>정산보고서 우수기업에 대한 보조금 지원</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정산보고서 성실작성 및 교부기업에 대한 보조금 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 정산내역 공개를 불투명하게 하는 기업이 많음 - 정산보고서를 성실하게 작성하고, 제작사에 이를 교부 또는 열람케 하는 기업에 대하여 보조금 지원
<p>상생협력 보조금</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 금융(자금)지원과 관련하여 보조금 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 직접지원 보조금 : 대규모 문화상품사업자가 제작업자 등에게 자금을 무상으로 제공하거나 기준금리보다 저리 또는 무상으로 대여하는 금액(직접지원)에 대하여 보조금 지원 - 간접지원 보조금 : 대규모 문화상품사업자가 금융기관 등에 제작업자 등의 거래내역·보증담보 등의 제공 또는 추천을 통하여 납품업자 등에게 기준금리보다 저리의 여신을 제공(대출)하도록 알선 또는 중재하는 등의 방법으로 대출을 지원하는 경우 보조금 지원 - 혼합지원 보조금 : 대규모 문화상품사업자가 직접 금융기관 등에 자금을 예치하거나 펀드를 조성하여(계열사가 예치한 자금 또는 조성한 펀드를 이용하는 경우 포함) 금융기관으로 하여금 대규모 문화상품사업자 또는 계열사의 제작업자 등에게 기준금리보다 저리로 여신을 제공하도록 알선 또는 중재하는 등의 방법으로 대출을 지원(상생협력펀드 조성, 펀드공동이용 등)하거나, 대규모 문화상품사업자가 지분투자펀드를 조성하여 제작업자 등을 대상으로 투자(혼합지원)하는 경우 보조금 지원 또는 펀드에 일정금액 지원

제5장 결론 및 제언

- 문화산업 종사자들이 보고하는 불공정행위의 숫자는 증가하고 있으며 그 구체적인 유형은 다양해지고 있음.
 - 오늘날 문화산업 종사자들이 자주 보고하는 불공정행위 또는 갑질의 유형 중에는 과거의 경제적·법률적인 관점에서 불공정행위의 범주에 속하지 않는 사항도 많음.
 - 문화산업 1세대 불공정행위는 계약법·공정거래법 기타 법률에 의해 규율이 되고 있거나 규율이 가능한 행위들로 이루어져 있음.
 - ‘문화산업 2세대 불공정행위’는 세계화·온라인 플랫폼화의 영향인 경우가 많으며 전체 불공정행위 유형 중에서 그 비율이 증가하고 있음.
 - 특히 온라인 플랫폼에 의해 형성된 열악한 제작·유통환경은 법률의 규율영역에 포섭되기 어려운 시장경제 논리에 기인한 경우가 많으므로 법률 이외의 사회제도를 도입하여 산업종사 기업들이 자율적으로 상생·협력을 선도할 수 있는 풍토를 조성하는 것이 효과적임.
- 문화산업에 고유한 독과점 기반 불공정행위를 규율할 신규 입법이 필요함.
 - 공정거래법은 유체재화를 중심으로 규율하고 있어 무체재화인 디지털콘텐츠의 거래에 적용하는 데에 한계가 존재하고, 문화산업에서 특히 자주 발견되는 사업아이디어의 강탈행위 등에 대해서는 명시적 규정이 없으며, 문화산업 유통기업의 매출 규모가 공정거래법의 적용 하한선에 미치지 못하는 경우가 발견되는 등 다양한 한계가 있음.
- 법적 규율이 어려운 ‘문화산업 2세대 불공정행위’의 예방을 위해서는 법률 이외의 사회제도 도입이 필요하며, 대표적으로 공정유통협약 제도를 상정할 수 있음.

- 문화산업에 고유한 공정유통협약 제도를 설계함에 있어서 세부장르별 특징이 고려되어야 함.
 - 특히 대중문화예술기획업·음악·게임 장르, 드라마·광고·PP 장르, 그리고 캐릭터·패션 장르에서 전문가들이 뽑은 공정유통협약 평가항목에 대한 중요도 가중치가 서로 유사하게 도출되었음.
 - 반면 웹툰·애니메이션 장르 및 뮤지컬 장르에서는 나머지 장르와 상당히 다른 중요도 가중치가 도출되었음.
- 문화산업 세부장르 중 웹툰·애니메이션과 뮤지컬 장르에 대해서는 보다 활발한 지원이 요구됨.
 - 특히 웹툰과 애니메이션 분야에 대해서는 한국콘텐츠진흥원에서 출간한 2018년 ‘콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구’의 결론과 동일하게 국내 시장규모 한계 극복을 위해 해외시장 개척이 필요함.
 - 뮤지컬의 경우에는 공연무대라는 물리적 제약 때문에 대체재에 제한이 있고, 해외에서 수입되는 콘텐츠의 비중이 높기 때문에 해외시장 진출이 어려우며, 공연무대의 상당수가 정부출연기관에 의해 설립·운영되고 있으므로 다른 장르에 비해 정부지원에 대한 의존도가 높는데, 문화재단과 제작업체 간의 유착을 금지하기 위한 정부정책의 집행과정에서 역차별의 사례도 발견되고 있으므로 이에 대한 시정이 필요함.

참고 문헌

- 문화체육관광부(2019), 『2019 콘텐츠산업 통계조사 보고서』
- 신봉삼(2017), 공정거래 자율준수문화 정착을 위한 정책방향, 『공정경쟁』 제71호,
- 이승환, 이용률 (2016). <예술꽃씨앗학교지원사업> 평가지표의 상대적 중요도 분석: AHP를 활용한 가중치 산정을 중심으로 『입법과 정책, 8(2)』, 369-397.
- 정보통신산업진흥원(2018.07.16.). 디지털콘텐츠 시장의 공정경쟁 생태계 변화 및 전망, 『NIPA 이슈리포트』, 2018-제29호
- 한국문화예술위원회(2019), 『예술지원 사업 사례비 단가조사 기초연구: 문예기금 공연예술분야 지원 사업을 중심으로』
- 한국콘텐츠진흥원(2019), 『콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구』
- 한국콘텐츠진흥원(2019), 『문화산업 장르별 불공정행위 유형의 공정성 적용 연구용역』
- Jerrold G. (1966, 3), Regulation - By Business or Government?, *Harvard Business Review*, p. 53-63.
- Ruhnke, J., Boerstler, H. (1998), Governmental Incentives for Corporate Self Regulation. *Journal of Business Ethics*, Vol. 17(3). 309-326.

콘텐츠 창작기반 보호를 위한 공정유통협약 운영방안 연구

주관기관 | 한국콘텐츠진흥원
수행기관 | 맥킨리라이스
연구책임 | 김 형 진 (연세대학교 겸임교수)

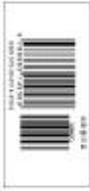
발 행 인 | 김영준 (한국콘텐츠진흥원장)
발 행 일 | 2020년 11월 30일
발 행 처 | 한국콘텐츠진흥원
주 소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전 화 | 1566-1114
홈페이지 | www.kocca.kr

기관번호_KOCCA20-13
ISBN_978-89-6514-956-9(93600) (비매품)

* 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 "콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114"

2020



누구나
콘텐츠로 일상을
— 풍요롭게

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY