

KCA연구2019

유료방송 프로그램 사용 대가 산정 합리화 방안 연구

(최종보고서)

2020. 01.

한국방송통신전파진흥원

연구기관: 한국법정책학회

이 보고서는 한국방송통신전파진흥원의 출연에 의한
재정지원으로 이루어졌으며, 한국방송통신전파진흥원의
의견과 다를 수 있습니다.

제 출 문

한국방송통신전파진흥원 원장 귀하

본 보고서를 『유료방송 프로그램 사용 대가 산정 합리화 방안 연구』의 최종보고서로 제출합니다.

2020년 1월

연구기관 : 한국법정책학회

총괄책임자 : 김태오

참여연구원 : 김병일

김상태

강지은

권은정

요 약 문

I. 유료방송 프로그램 대가 관련 현황 및 문제

□ 유료방송 프로그램 거래의 구조

- 케이블방송(이하 ‘SO’), IPTV, 위성 등(이하 ‘유료방송플랫폼’)은 방송채널사용사업자(이하 ‘PP’)들이 제공하는 여러 유료방송 프로그램들을 묶어서(packaging) 방송채널 개수나, 방송채널의 장르 등의 특성에 따라 다양한 상품 유형(tier)을 가입자에게 제공
- 유료방송플랫폼은 상품 구성에 필요한 생산요소를 공급하는 PP와 PP 방송채널 공급 및 그 방송채널의 사용 대가(이하 ‘프로그램 사용료’) 지급 등에 대한 계약을 체결(이하 ‘프로그램 공급 계약’)
- 프로그램 사용료의 산정기초는 가입자가 유료방송플랫폼에 매월 납부하는 유료방송수신료

□ 유료방송 프로그램 사용 대가의 법적 성질

- 프로그램 사용료는 PP의 방송채널 제공에 대한 반대급부로서 방송채널 그 자체에 대한 가치
- PP의 방송채널은 PP가 자체제작하거나, 외주제작 또는 구매한 방송프로그램이 편성된 결과물이자 이러한 개별 방송프로그램의 총합
- 저작권법은 PP의 방송채널을 구성하는 개별 방송프로그램에 대해서는 저작권(소위 영상저작물)을, 이러한 방송프로그램을 편성하고 널리 유포하여 개별 방송프로그램의 가치를 높이는데 기여한 방송사업자에 대해서는 방송채널에 대해 저작인접권을 인정

- 따라서 프로그램 사용료는 PP의 방송채널에 대한 가치로서 저작권접권료

□ 유료방송 프로그램 사용 대가 산정에 대한 정부의 대응 및 대가 산정 실무

○ 정부의 대응 필요성 및 정당성

- (유료방송플랫폼의 BM) 유료방송플랫폼은 다수의 PP 방송채널을 묶어 상품을 구성하고 이를 가입자에게 제공하여 유료방송수신료를 받는 비즈니스 모델
- (프로그램 사용료의 본질 및 체계) 가입자에게 유료방송수신료를 받을 수 있는 원천은 PP의 방송채널 ‘때문’이므로, 유료방송수신료 수익에서 PP가 유료방송수신료 매출에 ‘기여’한 만큼 적절한 수준의 수익배분(Revenue Share)이 이루어져야 하는 것이 원칙
- (프로그램 사용료 산정의 자율성) 프로그램 사용료의 본질이 저작권접권료이고 저작권접권료의 수준은 사업자간 자율협상에 따라 결정
- (유료방송플랫폼과 PP간의 관계) PP는 방송채널사용사업자인데, 유료방송플랫폼의 ‘채널’을 ‘사용’하지 않으면 존재의의를 상실하게 되고, PP의 주된 수익원인 방송광고의 커버리지와 가입자 접근권을 가급적 많이 확보할수록 유리하기 때문에, 유료방송플랫폼과의 협상 결렬로 송출이 중단되면 PP 측 손실규모가 훨씬 크므로 상대적으로 열위적인 위치에 놓일 수밖에 없는 상황
- (규제의 필요성) 협상에 있어 PP의 열위적 지위와 더불어, 프로그램 사용료는 안정적인 재원으로서 양질의 방송콘텐츠 제작을 위해 지속적인 투입이 필요하므로, 정부의 정책적 대응 및 규제기 요청되는 상황

o 정부의 정책적 대응 경과 및 그 수단

- (모수규제) PP의 프로그램 사용료 배분몫이 지속적으로 낮아지는 추세를 보이자, 정부는 2008년 말부터 SO의 재허가 조건으로 유료방송수신료의 25% 이상을 프로그램 사용료 지급 규모로 설정
- (전년 지급액 대비 인상을 규제) 2014년 및 2015년에는 전년 프로그램 사용료 지급 규모 대비 4% 인상이라는 새로운 규제 방식 도입
- (표준계약서) 방송시장 경쟁상황의 변화, 규제형평성(vs. 지상파재송신료), 불공정거래관행의 해소 등 그간의 규제방식을 폐지하고 유료방송플랫폼과 PP간 방송프로그램 공급계약 표준계약서를 제정하고, 그 이행여부를 재허가 심사에 반영함으로써 규범력 확보
- (금지행위 규제) 한편 방송법과 IPTV법은 유료방송플랫폼의 정당한 사유 없는 채널 공급 거절 및 적정한 프로그램 사용료 배분 거부 등을 금지행위로 규제하고 있고, 「유료방송시장 채널계약 절차 관련 가이드라인」에서 채널계약 평가기준 공개, 통보, 이의제기 절차 마련, 계약기간 등을 규율하면서 가이드라인 위반에 대해서는 금지행위 조사 우선대상자로 선정함으로써 실효성 확보

o 현행 프로그램 사용료 산정 실무

- 종전에는 최근 KCTA의 「SO-PP 사업자간 방송프로그램 공급 계약 가이드라인」에서는 전년도 프로그램 사용료 70% + PP 평가 반영 30% ± 협상 30%이라는 공통기준 제시
- 실무적으로는 전년도 프로그램 사용료를 전제로, 유료방송플랫폼 측에서는 PP 평가 결과 등의 자료를, PP 측에서는 인상요인을 설명하거나 이를 증명할 수 있는 자료를 토대로 나름의 인하/동결/인상안을 가지고 협상
- 특히 KCTA의 가이드라인에 따르면, PP 평가에서 최고점을 받아야 전년

도 프로그램 사용료 동결 수준(100%)이 되므로 실제로는 가이드라인대로 협상이 이루어지지 않고 있는 상황

- 방송사업매출액이 일정 규모 이상(ex. 10억 이상) 되는 사업자의 인상률은 3%로 제한되는 실정
- 실제로는 최대한 전년도 프로그램 사용료를 존중하면서, 급격한 인상률이나 인하율의 진폭이 이루어지지 않는다고 하는데, 프로그램 사용료의 변화율 폭이 클수록 다른 PP 사업자에게 연쇄적인 파급력을 미치고 있기 때문

o 유료방송 프로그램 사용 대가 관련 시장의 동향

- (SO의 상황) 가입자는 IPTV에 역전되었고, 매출증가세도 둔화되거나 감소세를 보이고 있어 사업자에 따라 프로그램 사용료 지급 규모 자체가 줄어드는 경우도 있지만, 매출액 대비 프로그램 사용료 지급 비중은 완만히 증가하고 있는 상황(다만, 지상파재송신료나 종편 PP에 대한 프로그램 사용료 비중은 급격히 증가)
- (IPTV의 상황) 가입자 수는 꾸준히 증가추세이며, 매출규모도 증가하고 있지만, 프로그램 사용료 증가 수준은 가입자와 매출규모의 증가에 비례하여 늘어나지 않고 있는 상황
- (PP의 상황) 방송광고 시장 침체에 따라 PP도 프로그램 사용료 재원에 의존해야 하는 상황이지만, SO 사업의 어려움으로 프로그램 사용료 지급 규모가 동결되거나 축소되고 있고, IPTV 성장세와 달리 만족할만한 프로그램 사용료를 지급받고 있지 못하고 있다는 불만 팽배
- (함의) 오늘날 방송시장의 환경을 고려할 때 프로그램 사용료를 둘러싼 사업자간 갈등이 첨예할 것으로 예상되고, 그간의 정책적 대응이 프로그램 사용료 전체 규모에만 국한하여 전개된 것을 넘어, 개별 PP가 합리적으로 자신의 기여분에 따른 프로그램 사용료를 정산받아야 한다는 논의로 확장

○ 유료방송 프로그램 사용 대가 산정 패러다임 전환의 필요성

- 프로그램 사용료 관련 개별 협상은 사회적 비용을 발생시키며, 명시적인 ‘위법’에 해당하지 않지만 협상력의 차이로 인한 ‘불합리’한 결과를 일방 당사자에게 강요하는 체제임
- 미디어 기술의 발전과 방송매체 이용행태의 변화로 소비자의 방송채널과 방송프로그램의 선택권이 늘어나게 되면, 유료방송플랫폼의 역할은 음원콘텐츠를 제공하는 플랫폼과 유사해져 갈 가능성이 농후하며, PP가 자신의 방송채널이 어떻게 사용되고 있는지에 대한 통제·관리가 쉽지 않을 수도 있음
- 최근 사업자간의 협상력에 의해 프로그램 사용료를 결정하기보다 독립적인 위원회 구성을 통해 합리적이고 과학적인 프로그램 사용료를 결정하자는 구상인 유료방송 프로그램 사용료 산정위원회 제도를 도입하자는 주장은 사실상 저작권위탁관리업 모델과 유사
- 유료방송플랫폼이 PP의 방송채널을 구성하여 자신의 가입자에게 실시간으로 송출하게 되면, 저작권법상 다양한 주체(ex. 개별 방송프로그램 자체의 저작권자, 개별 방송프로그램 제작에 참여한 작가, 실연자 등)와 권리의 침해가 생길 수 있음
- 오늘날과 같이 개별 방송프로그램에 대한 저작권 처리가 PP 차원에서 일괄적으로 이루어지고 있는 상황이 아니라, 방송시장의 환경 변화에 따라 PP 차원의 처리가 불가능해질 수 있고, 유료방송플랫폼에 대하여 자신의 권리를 행사할 수 있는 유인이 커져 있는 상황

II. 패러다임 전환 기제로서 저작권위탁관리업 모델

□ 저작권위탁관리업의 실익

- o (개념 및 체계) 저작권자 또는 저작인접권자로부터 권리를 위탁받아 집중적으로 관리해주면서, 저작물 및 저작인접물의 이용허락을 원하는 이용자가 사전에 정해진 사용료만 지급하면 해당 이용자가 저작물등을 간편하게 이용할 수 있도록 하고 지급된 사용료를 권리자에게 분배하는 제도
 - 저작권위탁관리업자는 저작권법 권리자의 저작물 또는 저작인접권 대상의 사용현황을 모니터링하고, 잠재적인 이용자와 협상하며, 사용료를 정하고 이용자들에게 라이선스를 주면서 사용료를 징수할 권한이 있으면서 이렇게 징수된 사용료에서 소정의 수수료를 제한 나머지를 권리자에게 분배
- o (실익) 저작권자 또는 저작인접권자가 저작권집중관리단체의 전문성을 활용하여 정당한 보상을 받을 수 있음
 - 오늘날 디지털환경 하에서 저작권 처리의 복잡성, 저작권의 불법적 이용의 증가에 따라 효율적인 저작권 관리가 필요한 상황
 - 음악저작물의 저작권자는 자신의 저작물 이용에 대한 사용료 또는 보상금 교섭을 위하여 모든 개별 방송사 또는 음악서비스사업자와 접촉하는 것은 불가능하며, 반대로 개별 방송사 또는 음악서비스사업자도 모든 음악저작물의 방송을 위하여 사전에 모든 저작권자로부터 이용허락을 받는 것도 비현실적
 - 협상력의 차이를 줄이고, 협상의 거래비용을 감소시키며, 저작물 또는 저작인접물의 사용이 활성화되어 결과적으로 저작물 또는 저작인접물 및 사회적 가치 증대에 기여

□ 저작권위탁관리업의 운용 실제 - 온라인 음원 분야

- o 온라인 음원사용과 방송과의 유사성
 - 하나의 완성품인 음원에는 작곡, 작사, 가수, 음반제작사, 온라인음악서비스

사업자(이하 ‘OSP’) 등 다양한 권리와 이해관계자가 얽혀있는데, 여기서 음반제작사는 개별곡들을 편성하여 하나의 음반(앨범)을 제작하는 측면에서 PP, 온라인음악서비스 사업자는 다양한 packaging으로 소비자에게 상품을 제공하는 측면에서 유료방송플랫폼과 유사성이 존재

- 오늘날의 음원소비가 온라인 스트리밍 방식으로 이루어지고 있기 때문에, 온라인 음원사용의 체계를 통해 저작권위탁관리업 모델의 실재를 관찰하고, 프로그램 사용료 논의 과정으로 적용가능한지 여부를 타진해 볼 수 있음

o 온라인 음원사용의 체계

- 멜론, 벅스, 네이버 뮤직 등 OSP가 인터넷으로 음악서비스를 제공하기 위해서는 음원권리자로부터 음원에 대한 이용허락을 받아야 하고, 그 대가로 음원권리자에게 음원전송사용료를 지불
- 저작권법상 음원권리자는 ‘저작자인 작사 및 작곡자’(편곡자 포함)와 저작인접권자인 ‘실연자’(가수 및 연주자), ‘음반제작자’
- 소비자는 상품별로 음원전송사용료에 OPS의 수익이 더해진 이용료를 납부하고 OPS의 상품을 소비
- 음원권리자들은 자신의 저작물과 저작인접물이 누가 어디에서 얼마나 이용되는지 등에 대한 정보와 현황을 정확히 알 수 없고, OSP도 플랫폼에 서비스하고자 하는 음원과 관련된 모든 음원권리자의 이용허락을 받기도 쉽지 않은 문제점을 해결하기 위해 저작권위탁관리업 모델 도입
- 음악권리자별로 ‘저작자’는 사단법인 한국음악저작권협회(이하 ‘음저협’) · ‘함께하는 음악저작인 협회’(이하 ‘함저협’), ‘실연자’는 사단법인 한국음악실연자연합회(이하 ‘음실련’), ‘음반제작자’는 사단법인 한국음반산업협회(이하 ‘음산협’) 존재

o 온라인 음원사용료 산정의 체계

- 음원분야 저작권위탁관리업자들은 문화체육관광부 장관의 허가를 받아 진입이 가능하며, 사실상 독점적 지위를 누리고 있으므로, 관리비용인 관리수수료, 음원전송사용료, 개별 권리자에 대한 징수된 사용료의 분배규정에 대해 승인을 받는 구조
- OSP는 문화체육관광부 장관으로부터 승인받은 사용료 징수 규정에 따라 사용료를 지불하면 음원을 사용하여 상품화하고 이를 가입자에게 제공할 수 있음

o 온라인 음원사용료의 현황

- OSP가 제공하는 서비스가 스트리밍인지, 다운로드 서비스인지, 월정액 상품인지, 스트리밍과 다운로드 서비스의 결합상품인지, 다운로드의 횟수 규모는 어느 정도인지에 따라 다르지만, 대체적으로 매출액 기준으로 음원권리자에게 총 65%(저작자 10.5%+실연자 6.25%+제작자 48.25%)가 분배되고 OSP는 35%를 갖는 구조
- 음원전송사용료의 산정방식도 이용횟수에 따른 종량제 방식, 매출액에서 음원권리자에게 일정 비율을 분배하는 방식, 가입자 수를 곱하는 방식 등 다양

□ 저작권위탁관리업의 운용 실제 - 뉴스저작물 분야

o 뉴스저작물의 개념 및 유형

- 뉴스저작물은 시사보도, 여론형성, 정보전파 등의 목적으로 발생하는 정기간행물, 방송 또는 인터넷 매체 등에 수록된 저작물을 의미
- 뉴스저작물의 종류를 살펴보면, 신문, 인터넷 등에 '텍스트 형태로 보도된

뉴스’는 어문 저작물, ‘방송뉴스 등에서 기자가 보도한 뉴스’는 무형의 구술에 의한 어문 저작물, 방송, 인터넷 등에서 영상으로 제작, 보도한 뉴스 그 자체로서 영상 저작물, 언론사 기자가 촬영한 보도사진은 사진 저작물, 방송뉴스 등에 포함된 음향 및 고유의 음악 등은 음악 저작물이 있음

- 다만, 뉴스기사 중 부고, 인사동정, 주식시세, 일기예보, 6하 원칙에 따라 작성된 사건사고 단신 기사는 ‘사실에 전달에 불과한 시사보도’에 해당하므로 저작권의 보호대상이 되지 않음(저작권법 제7조제5호)

o 언론진흥재단의 뉴스저작물의 상품

- 현재 뉴스저작물 저작권위탁관리업을 담당하는 언론진흥재단의 뉴스저작물 상품으로는 ‘게재 및 출판용’ 뉴스기사 상품, ‘전자스크랩 프로그램’, 홍보물·출판물 제작 등을 위한 ‘보도사진’ 구입 이용, 전자신 등이 있다. 언론진흥재단의 사업에 참여하고 있는 언론사의 수는 신문, 인터넷신문, 방송사 등을 망라하며 총 105개 사업자에 이릅니다

o 뉴스저작물 상품의 사용료 - 신문 스크랩 상품의 경우

- 매체당 월 판매가격이 정액(flat)으로 정해져 있으며, 회사나 기관의 임직원 수에 구간을 정하여 그 수가 많을수록 정액 단가가 높아지는 구조
- 내부라이선스(내부직원용)와 통합라이선스(내부직원용+외부홍보용)로 나누어 가격을 차별하고 있고, 그 이용범위를 차별(전자스크랩, 내부전산망 게시, 모바일은 모두 허용되지만, 홈페이지에 게시, 대외발송(뉴스레터, 이메일 등)은 통합라이선스만 가능)
- 1그룹은 임직원수 3천명 이상으로서, 내부라이선스는 매체당 월 275,000, 통합라이선스는 매체당 월 440,000원으로 책정

□ 유료방송 프로그램 사용료 산정 및 징수 시 응용가능성

o 저작권위탁관리업 모델의 의미 및 기능

- 저작권위탁관리업 모델은 협상력 차이의 해소, 거래비용의 감소 등 전통적인 장점 이외에, 기술발전으로 플랫폼이 다변화되게 되면, PP들이 새로운 플랫폼에서 발생하는 수익창출원에 참여하고 정당한 권리 주장을 할 수 있도록 하며, 새로운 기술을 사용한 방송채널의 적극적인 활용을 도모할 수 있고, 새로운 미디어 이용환경에서 방송채널이나 방송프로그램에 대한 소비자의 접근이 배제될 우려가 줄어들 수 있는 의미가 있음

o 저작권위탁관리업 모델의 응용요건

- 저작권위탁관리업 모델을 자발적으로 이용하게 할 유인이 있거나, 저작권위탁관리업 모델을 통해서만 권리행사를 할 수 있도록 강제해야 함
- 특히 음원권리자들은 저작권위탁관리업자들이 자신의 음원을 불법적으로 사용하는 것을 적발하고 관리하는데 최적화되어 있다는 신뢰가 형성되어 있기 때문에, 자발적으로 자신의 권리 행사를 신탁하려는 유인 기제가 형성되어 있음
- 음원의 가격이 높은 편이 아니고, 음원별로 제작비 차이나 소비자 판매가격의 편차가 큰 것은 아니기 때문에, PP도 이러한 특성을 충족시켜야 하는 것임
- PP들이 자신의 방송채널에 대한 이용허락을 자의적으로 할 수 있도록 완전한 재산권적 권리를 인정해주지 말고, 이용을 원하는 플랫폼에게는 사용료를 지불을 전제로 원칙적으로 모두 허용하게 하는 체계에 대한 합의가 전제되어야 함
- 프로그램 사용료 산정 및 징수 체계의 변화로 현재 PP가 받고 있는 프로그램 사용료 수준의 큰 변화가 초래되어서는 안 되지만, 최근의 프로그램 사용료 현황을 보면, 큰 변화 없이 점진적으로 증가하는 추세를 보이고 있음

- 현재 음원사용료 산정체계를 보면, 음원권리자와 플랫폼사업자간의 매출액 기준 분배 비율을 정하고 있고, 또 음원권리자간 배분 비율, 세부 권리 구성원에 대한 사용료 분배 규정이 마련되어 있는 점을 잘 활용하면, 향후 프로그램 사용료 산정 및 징수의 저작권위탁관리업 모델 적용 가능성을 높일 수 있을 것으로 판단
- 다만, 강한 인기를 갖는 PP들의 경우에는 본연의 가치를 모두 프로그램 사용료로 환원받고자 하는 욕구가 강하므로, PP의 가치가 평준화될 우려가 있는 저작권위탁관리업 모델에 대한 참여 유인이 중소 PP에 비해 상대적으로 적을 우려가 있음

III. 주요 해외국의 사례 분석을 통한 시사점

o 당사자간 자율협상의 원칙

- 독일을 제외한, 일본, 영국, 프랑스, 미국은 저작권위탁관리업 모델이 아닌, 사업자간 개별협상에 의해 프로그램 사용료 산정
- 다만, EU는 지침(directive)을 통해 개별 방송프로그램 자체나 개별 방송프로그램 제작에 기여한 작가나 실연자 등의 권리행사는 저작권위탁관리업체를 통해 행사하도록 강제하는 경향
- 개별 권리주체들의 배타적 권리 인정에 따라 개별 방송프로그램이나 이것이 편성된 방송채널의 활용이 저해되는 것을 방지하고 개별 권리자들의 이익보다 방송의 사회적·문화적 가치를 더욱 중시

o 저작권위탁관리업 모델을 채택한 독일

- 독일은 그 중에서도 (지상파를 포함하여) PP 사업자가 방송채널에 대한 저작인접권의 처리를 저작권위탁관리업체에 위탁하고 있는 유일한 국가

- PP 등 방송채널을 보유한 방송사업자는 개별 방송프로그램과 관련된 저작권법상 권리주체들과 달리 저작권위탁관리업체에 권리처리를 위탁할 의무가 없음에도 공영지상파와 유력민영지상파 등은 GEMA나 VG 미디어에 자신의 권리를 위탁
- 단, 2010년 이후 유력 민영지상파사업자인 RTL 그룹은 VG 미디어를 탈퇴하고 자신의 저작권법상 권리를 개별협상을 통해 행사
- 주먹구구식의 프로그램 사용료 산정식(Faustregel)에 의할 때 보다, 스스로 프로그램 사용료의 가치를 산정하게 되면 유연성을 가질 수 있으면서 더 많은 수익을 얻을 수 있을 것이라는 기대 때문에 탈퇴한 것으로 알려져 있음
- 대표적인 저작권위탁관리업체인 VG 미디어의 프로그램 사용료 요율 규정에 따르면, 프로그램 사용료의 산정기반은 해당 방송채널을 통해 벌어들인 수익이고 여기에 기본적으로 1.65%를 곱하여 산정
- 방송채널의 신호를 어떠한 전송 품질 (SD, HD 등), 어떠한 송출 기술 (analog, digital), 어떠한 송출 방식(DVB-C, DVB-T, DVB-S, IPTV 등)을 사용하는지 여부와도 무관
- 유료방송플랫폼사업자가 라디오 및 TV 방송사업자 권리의 사용과 관련 있는 매출에 대해 논리적이고(schlüssig) 객관적으로 VG Media에 사후에 추적가능하도록(nachvollziehbar) 증명하지 않는 경우, VG Media는 관리의 간소화를 위하여 본 요율표에 따라 지급해야할 프로그램 사용료를 계산하기 위하여 토탈 세대당 월 12유로의 매출로 추정할 권리를 가짐¹⁾
- 가장 큰 장점은 프로그램 사용료의 지급으로 VG Media가 대리하고 있는 TV 방송사업자의 모든 저작권 및 저작인접권이 원스톱으로 일괄적으로 권리처리 된다는 점

1) 이러한 계산식에 따르면, 한 방송채널당 CPS는 257.4원 정도이다(12유로는 1유로를 1,300원으로 할 때 15,600원이고 여기에 1.65%를 곱하면 257.4원이 나온다).

- VG 미디어는 방송사업자 뿐 아니라, 어문, 출판, 사진, 음악 등 다양한 권리처리도 담당하고 있어, 일거에 저작권 및 저작인접권에 관한 문제가 해결
- 독일의 저작권위탁관리업 관련 제도는 우리와 달리 정부부처의 사용료에 대한 사전승인제도를 채택하지 않고 있으며, 사용료의 분쟁은 분쟁조정절차를 통해 궁극적으로 법원이 사후적으로 판단하는 체계

o 일본의 경우

- 일본은 지상파방송 재송신에 대해 협회 차원에서의 재송신료 산정 규정이 존재하고 있고 협회(일본 TV방송저작권협회)가 저작권위탁관리업체의 역할을 하고 있는 상황
- 지상파방송의 가치와 무관하게 일률적으로 재송신료가 산정되는 방식을 취하고 있으며, 이를 통해 각종 저작권 및 저작인접권 주체의 권리처리와 방송사업자의 권리처리가 일거에 해결되는 구조
- 그러나 PP에 대해서도 이러한 방식의 협회간 저작권 및 저작인접권 처리 규정을 만들 것인지, 저작권위탁관리업 모델을 도입할 것인지에 대해서는 특별한 관심이 없는 것으로 보임

IV. 향후 방송시장 환경 변화를 고려한 저작권위탁관리업 모델의 가능성과 전망

o 저작권위탁관리업 모델 도입의 장애요인과 그 가능성

- 저작권위탁관리업 모델은 저작권 및 저작인접권자의 보호에 초점이 있기도 하지만, 궁극적으로 저작물이나 저작인접물의 활발한 활용에 중점
- 저작권 및 저작인접권자의 배타적인 권리행사를 인정하지 않고, 일정한 보상을 전제로 저작물 및 저작인접물의 확산을 통해 사회적·문화적 가치를

더욱 고양하기 위한 목적

- 특히 PP와 유료방송플랫폼사업자 간의 협상 결과에 따라 특정 PP 채널을 가입자가 시청하지 못할 상황을 미연에 방지할 수 있는 기능도 있음
- 그 결과 개별협상의 경우보다 프로그램 사용료를 더 적게 받을 가능성이 높은 상황
- 따라서 PP 프로그램 사용료의 합리적인 산정과 제값 받기가 목적이라면 저작권위탁관리업 모델의 취지와는 부합하지 않음
- 또한, PP의 입장에서는 자신의 방송채널 가치가 차별적이라는 인식이 있으므로, 저작권위탁관리업 모델에 따른 단일 요금체계(flat)는 받아들이기 어려운 환경이며, 사업자 인터뷰 결과 대형 PP/중소 PP 및 SO/IPTV 사업자 모두 음원사용료 징수체계와 같은 패러다임 전환의 필요성에 공감하지 않고 있을 뿐 아니라, 그 파장에 대한 우려도 상당히 존재함
- 이미 시장이 존재하고 있는 상황에서, 시장에 급격한 변화가 초래될 수 있는 저작권위탁관리업 모델은 시장을 창출한 언론진흥재단의 뉴스콘텐츠 저작권위탁관리 상황과도 다르며, 수요자와 공급자의 이해가 일치하는 음원시장을 그대로 벤치마킹하기도 어려운 구조
- 음원시장을 벤치마킹하려면, 개별 방송프로그램의 저작권자, 작가, 실연자 등 기여자와 함께 PP는 저작인접권자로서 one of them의 지위에서 크게 특정 유료방송사업자의 매출액에서 RS를 하고(ex. 저작권자 및 저작인접권자 측 6: 유료방송플랫폼 4), 여기서 배분된 몫을 각 저작권자와 저작인접권자 별로 나눈 다음, PP 몫에서 flat하고 even하게 정산받을 수밖에 없음
- 유료방송시장의 PP와 유료방송플랫폼 모두 자율적인 판매가격 결정에 익숙해 있고, 방송프로그램은 프로그램별로 제작비와 시장가치의 차이가 매우 크기 때문에, 신탁제도를 통한 일률적 가격책정은 오히려 정당한 대가를 받을 수 있는 기회를 제한할 수 있음

- 프로그램 사용료 산정 협상 시 단순히 방송채널의 가치 뿐만 아니라, 방송 채널 번호의 배치 등 사용료 협상 과정에서 고려해야 할 변수(factor)가 단순하지 않다는 점도 걸림돌
- 현재 자율적으로 저작권위탁관리업 모델을 활용할 수 있는 길이 열려있으므로, 사업자의 필요에 의하지 않고 강제적으로 저작권위탁관리업 모델을 강요하는 것은 정당성을 얻기 힘든 상황
- 현행 방송법상 금지행위 규제 등 불공정거래가 현존하고 이것이 입증될 때에 법을 통한 규제를 하는 것으로 족하다는 입장이 대다수임

o 방송환경의 전망

- 유료방송플랫폼을 통한 실시간 방송시청행태에서 OTT를 통한 개별 방송 프로그램의 비실시간 시청행태가 더욱 우세할 전망
- 실시간 방송채널의 가치, 이를 활용한 유료방송플랫폼의 BM, 방송채널 구성에 있어 유료방송플랫폼의 역할 등에 상당한 변화가 일어날 것으로 예상
- 따라서 방송채널을 보유한 PP와 이를 구성·송출하는 유료방송플랫폼이라는 단순한 역학구조를 전제하여, 방송채널에 대한 가치를 측정하고 프로그램 사용료를 산정하는 체계에 근본적인 전환이 필요한 시점
- 개별 방송프로그램의 중요성, 개별 방송프로그램의 증가, 개별 방송프로그램 송출 및 큐레이션에 있어 유료방송플랫폼의 역할, 이러한 변화를 고려한 PP에 대한 정산, 개별 방송프로그램을 둘러싼 권리주체들의 이해관계 등을 복합적이고 종합적으로 고려할 필요가 있음
- 여기에 시청점유율이나 시청률 등 음원의 이용량에 대비되는 방송채널 또는 방송프로그램의 인기를 측정할 수 있는 객관적인 가치측정 방식과 지표를 적극 활용하되, 다양성을 배려하고 유지할 수 있는 보정이 필요함

목 차

요약문

제1장 서론	1
제2장 유료방송 프로그램 사용 대가 관련 현황 및 문제	3
제1절 유료방송 프로그램 거래의 구조	3
제2절 유료방송 프로그램 사용 대가의 법적 성질	5
제3절 유료방송 프로그램 사용 대가 산정에 대한 정부의 대응 및 대가 산정 실무	8
제4절 유료방송 프로그램 사용 대가 관련 시장의 동향	17
제5절 소결 - 유료방송 프로그램 사용 대가 산정 패러다임 전환의 필요성	29
제3장 패러다임 전환 기제로서 저작권위탁관리업 모델	31
제1절 저작권위탁관리업의 의의	31
제2절 저작권위탁관리업의 실익	32
제3절 저작권위탁관리업의 유형	33
제4절 저작권위탁관리업의 운용 실제 - 온라인 음원 분야	34
제5절 저작권위탁관리업의 운용 실제 - 뉴스저작물 분야	43
제6절 소결 - 유료방송 프로그램 사용료 산정 및 징수 시 응용 가능성	51
제4장 해외 주요국의 유료방송 프로그램 사용 대가 산정 및 징수 실무와 저작권위탁관리업 모델	53
제1절 일본	53
제2절 독일	94
제3절 영국	126
제4절 프랑스	143
제5절 미국	162
제6절 시사점	174

제5장 저작권위탁관리업 모델의 유료방송 프로그램 사용료 산정 및 징수 체제로의 도입가능성 및 전망	176
제1절 서론	176
제2절 현행 유료방송 프로그램 사용료 산정 및 징수 체계의 평가	181
제3절 저작권위탁관리업 모델의 도입가능성	186
제4절 객관적 지표에 근거한 유료방송 프로그램 사용료 산정 가능성	195
제5절 저작권위탁관리업 모델과 개별협상 모델의 병존 가능성	198
제6절 유튜브의 콘텐츠 가치측정 방식의 전용 가능성	202
제7절 방송미디어 환경의 변화와 유료방송 프로그램 사용료 산정체계의 전망	206
 제6장 결론	 210
 참고문헌	 212
 부록	 217

제1장 서론

케이블방송(이하 ‘SO’), IPTV, 위성 등(이하 ‘유료방송플랫폼’)은 방송채널 사용사업자(이하 ‘PP’)들이 제공하는 방송채널¹⁾을 묶어 상품으로 구성하고 가입자에게 제공한다. 이렇게 제공받은 방송채널에 대해서는 유료방송 프로그램 사용 대가(이하 ‘프로그램 사용료’)를 지불해야 한다.

이러한 프로그램 사용료를 둘러싸고 유료방송플랫폼과 PP의 갈등이 첨예하다. PP의 방송채널이라는 재화를 주고받으며 그 반대급부를 산정하는 과정에서 발생하는 갈등은 시장경제질서에서는 당연한 것이다. 그러나 방송채널이라는 재화의 특수성, PP 방송채널의 속성, 방송채널을 제공하고 이에 대한 가치를 평가하는 협상에 있어서의 힘의 불균형 등은 가격의 왜곡이 발생할 수 있는 요인으로 작용한다. 예컨대, 제대로 된 방송채널에 대한 가치평가를 받지 못한 채 우월적 지위의 유료방송플랫폼들이 일방적으로 정한 낮은 가격을 수인해야 할 수밖에 없을 수 있다. PP로서는 유료방송플랫폼에 구성되지 않으면 사업기반이 상실되기 때문에 불가피하게 이를 수인하고 자신의 방송채널을 유료방송플랫폼에게 제공한다.

시장에서 왜곡이 발생하면, 이에 대한 정책적인 대응은 정당화된다. 지금까지 정부는 유료방송플랫폼에 대하여 프로그램 사용료로 분배해야 할 전체 규모를 다양한 방식과 수준으로 통제해왔다. 그런데 현재 이러한 방식의 규제는 폐지되었다. 이러한 폐지의 근거가 된 「유료방송 발전방안」에 따르면, 그간 규제의 성과, 이에 따른 시장 환경의 성숙도를 고려하여 사업자의 자율규제를 확대하는 방안으로 정책방향이 결정되었다. 유료방송플랫폼별 평가체계(기준, 기구, 절차 등)를 스스로 마련하고 이를 적용하여 자율적으로 협상·배분하는 방안이 채택된 것이다.²⁾ 그럼에도, 여전히 개별 PP가 합리적으로 자신

1) 방송법 제2조에 따르면, ‘채널’은 ‘동일한 주파수 대역을 통해서 연속적인 흐름 또는 정보체계의 형태로 제공되어지는 텔레비전방송, 라디오방송 또는 데이터방송의 단위’로 정의되나, 일반적으로 ‘방송채널’이 방송프로그램을 제공하는 지상파 및 유료방송 PP의 채널 그 자체를 의미하는 용어로도 사용되므로, 지상파와 PP의 채널 모두를 지칭하는 용어로 ‘방송채널’이라는 용어를 사용한다.

2) 이에 대해서는 정보통신전략위원회(2016. 12. 27.), 「유료방송 발전방안」, 53면.

의 기여분에 따른 프로그램 사용료를 정산받아야 한다는 요구는 계속되고 있다.

이제는 유료방송 프로그램 사용 대가 산정 패러다임 전환에 대해 근본적인 성찰이 필요한 시점이다. 프로그램 사용료 관련 ‘개별’ 협상은 사회적 비용을 발생시키며, 명시적인 ‘위법’에 해당하지 않지만 협상력의 차이로 인한 ‘불합리’한 결과를 일방 당사자에게 강요하는 체계이다. 특히 미디어 기술의 발전과 방송매체 이용행태의 변화로 소비자의 방송채널과 방송프로그램의 선택권이 늘어나게 되면, 유료방송플랫폼의 역할은 음원콘텐츠를 제공하는 플랫폼과 유사해져 갈 가능성이 농후하다. Ofcom은 OTT의 등장으로 방송채널보다는 개별 방송프로그램의 소비가 더욱 높아질 것으로 예측하고 있다.³⁾ 이렇게 되면, PP가 자신의 방송채널이 어떻게 사용되고 있는지에 대한 통제·관리가 쉽지 않을 수도 있다. 최근 사업자간의 협상력에 의해 프로그램 사용료를 결정하기보다 독립적인 위원회 구성을 통해 합리적이고 과학적인 프로그램 사용료를 결정하자는 구상인 유료방송 프로그램 사용료 산정위원회 제도를 도입하자는 주장도 등장하였다. 이러한 주장은 결국 온라인 음원 사용에 대한 저작권 위탁관리업 모델과 유사한 것이다.

저작권위탁관리업 모델은 협상력 차이의 해소, 거래비용의 감소 등 전통적인 장점 이외에, 기술발전으로 플랫폼이 다변화 이후 PP들이 새로운 플랫폼에서 발생하는 수익창출원에 참여하고 정당한 권리 주장을 할 수 있도록 하며, 새로운 기술을 사용한 방송채널의 적극적인 활용을 도모할 수 있고, 새로운 미디어 이용환경에서 방송채널이나 방송프로그램에 대한 소비자의 접근이 배제될 우려가 줄어들 수 있는 의미가 있다.

이에 본 연구를 통해, 프로그램 사용료 산정 및 징수 체계를 저작권위탁관리업 모델로 전환할 수 있을지, 가능하다면 어떠한 제도적 뒷받침이 필요할지를 연구하고자 한다.

3) Ofcom(2015), Review of the pay TV wholesale must-offer obligation, p. 21. “While the growth in OTT services is giving consumers more options for purchasing content on a standalone basis(e.g. separate from wider content bundles) ...”

제2장 유료방송 프로그램 사용 대가 관련 현황 및 문제

제1절 유료방송 프로그램 거래의 구조

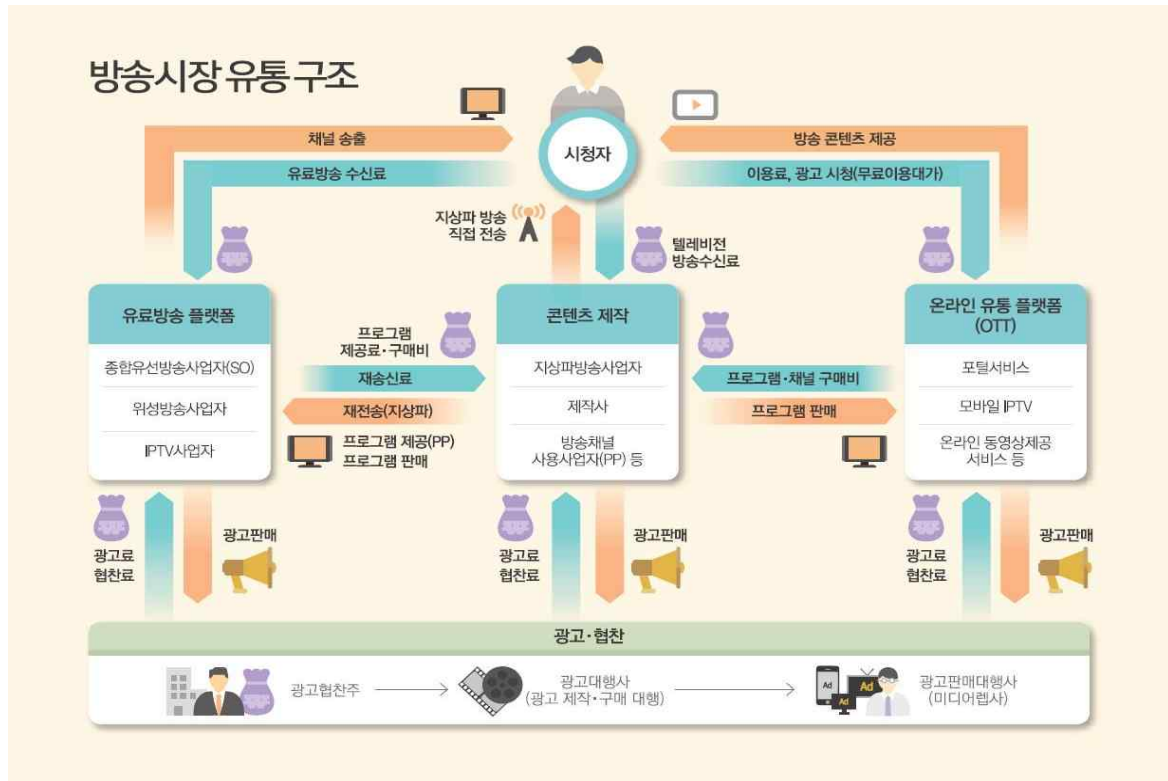
유료방송플랫폼은 PP들이 제공하는 여러 유료방송 방송채널들을 묶어서(packaging) 방송채널 개수나, 방송채널의 장르 등의 특성에 따라 다양한 상품 유형(tier)을 만들어 가입자에게 채널을 송출한다. 가입자(시청자)는 유료방송플랫폼의 상품 유형 중 하나를 선택하여 계약을 맺고 유료방송 수신료(요금)를 유료방송플랫폼에 지불한다. PP의 방송채널은 유료방송플랫폼이 최종소비자인 가입자에게 판매할 상품을 구성하기 위한 일종의 생산요소의 기능을 갖는다. 유료방송플랫폼이 이러한 상품 구성에 필요한 생산요소를 공급받으면, 이에 대한 대가를 지급해야 한다. 법적 관점에서 설명하면, 이러한 공급과 대가에 대한 제반 내용을 담은 ‘계약’을 체결한다. 실무적으로 유료방송플랫폼과 PP간의 계약을 ‘프로그램 공급계약’이라고 지칭한다. 그리고 유료방송플랫폼이 PP에게 PP 방송채널 공급에 대한 반대급부로 지급하는 대가를 프로그램 사용료⁴⁾라고 한다.

유료방송플랫폼의 상품 구성에 중요한 생산요소에 PP 방송채널만 존재하는 것은 아니다. 지상파 방송채널도 있다. 2018년 방송통신위원회 경쟁상황평가 보고서의 설문조사 결과에 따르면 유료방송플랫폼이 지상파방송3사 방송채널의 재송신을 중단할 경우, 유료방송이용자의 플랫폼 전환 의향은 KBS2 45.2%, MBC 45.1%, SBS 48.6%로 나타났다. 아직까지도 지상파방송3사 방송채널이 유료방송플랫폼에 차지하는 중요성과 영향력이 상당하다는 점을 알 수 있다.⁵⁾ 지상파방송사업자에 대해서도 유료방송플랫폼은 지상파방송3사 채널을 공급받아 상품을 구성하여 가입자에게 판매하기 때문에, PP에 대해서와 마찬가지로 이에 대한 대가를 지불해야 한다. 이를 (지상파) 재송신료라고 한다.

4) 아래의 그림에서는 프로그램 제공료·구매비라고 표현되어 있다.

5) 다만, 전환의향의 감소추세를 보이고 있다는 점은 주목할 만하다. 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 404면.

[그림] 방송시장 유통구조



※ 출처 : 방송통신위원회(2018), 『방송산업 실태조사 보고서』

제2절 유료방송 프로그램 사용 대가의 법적 성질⁶⁾

프로그램 공급계약의 대상인 ‘유료방송 프로그램’은 PP가 개별 방송프로그램을 종류·내용·시각·분량 등을 고려하여 편성한 결과물이다. 통상 이를 ‘방송채널’이라고도 정의한다. 방송채널에는 PP가 직접 제작한 방송프로그램, 국내·외 외주제작 프로그램⁷⁾으로 편성되어 있다. 이러한 방송프로그램들의 합(합)으로 편성된 하나의 방송채널 단위인 tvN 채널, JTBC 채널등으로 묶여 해당 방송채널에 편성된 다양한 방송프로그램들이 ‘24시간’ 또는 ‘오전 6시부터 새벽 1시’까지의 방송시간 동안 방영되는 것이다.

이러한 방송채널의 구성요소인 방송프로그램은 저작권법에서 보호되는 ‘영상저작물’에 해당된다. 방송프로그램은 저작권법 제2조제13호에서 정의되어 있는 “연속적인 영상(음의 수반 여부는 묻지 아니한다)이 수록된 창작물로서 그 영상을 기계 또는 전자장치에 의하여 재생하여 볼 수 있거나 보고 들을 수 있는” 영상저작물에 해당하는 것이다. TV생방송도 영상이 송출됨과 동시에 기계장치에 아주 짧은 시간이나마 수록되어 기계를 통해 볼 수 있는 대상이므로, 방송채널에 편성된 개개의 방송프로그램은 위 정의 규정에 부합되는 영상저작물에 속한다.⁸⁾ 그렇기 때문에, 이러한 방송프로그램을 이용하려면 원칙적으로 개별 영상물의 저작권자인 PP나 외주제작사 등의 이용허락을 받아야 한다.

나아가 저작권법에는 ‘저작인접권’이라는 저작권 유사 권리를 별도로 인정하고 있다. 저작인접권은 실연자, 음반제작자, 방송사업자의 권리를 뜻하는 것이다. 물론 이들은 저작물의 창작자와 같은 지위에 있는 것은 아니다. 극작가, 작곡가, 방송작가 등 저작물의 창작자는 별도로 존재하고 있다. 그러나 실연자, 음반제작자, 방송사업자는 ‘저작물의 해석자 내지 전달자’로서 창작에 준

6) 이 부분은 김태오·황준호 외(2013), 『방송사업자간 분쟁 해소 및 보편적 시청권 보호방안 연구』, 미래창조과학부, 9면 이하의 내용을 수정한 것이다.

7) 국내 외주제작 프로그램의 경우, PP가 저작권을 가질 수도 있고, 외주제작사가 저작권을 가지면서 외주제작 프로그램을 이용할 수 있는 license를 PP에게 부여하는 경우도 있다.

8) 이해완(2012), 『저작권법』, 제2판, 박영사, 104면.

하는 활동을 통해 저작자와 일반 대중 사이를 매개하여 저작물을 전달, 유통시키는 역할을 한다.⁹⁾ 이러한 전달자가 저작물을 잘 전달해주지 않으면, 저작물을 아무런 가치가 없다. 예컨대, 아무리 훌륭한 작곡과 작사로 이루어진 음악도 이를 노래로 표현하는 실연자인 가수가 형편없다면 가치가 없게 되는 것이고, 그 반대로 실연자가 가치 없는 저작물을 살릴 수도 있는 것이다. 이렇듯 저작물은 대중에게 잘 전달되고 향유되어야 그 가치는 높아진다. 따라서 이렇게 높아진 저작물의 가치에 ‘기여’한자인 이들 전달자에게도 경제적 이익을 분배할 필요가 있다. 그래야지 더욱 저작물을 효과적이고 가치 있게 전달할 수 있을 것이다. 이들 저작인접권자에게 귀속되는 경제적 이익은 저작자에게 투자되어 더 의미 있는 저작물의 탄생을 고취시킬 수도 있다. 한편, 가장 전통적인 저작물의 전달자라고 할 수 있는 실연자는 기술의 발전에 따라 실연자가 관여할 수 없는 실연의 사후적 이용(실연을 방송하면서, 이를 다시 재방송)이 늘어남으로 인해, 더 이상 실연자가 라이브(live)로 실연할 기회와 필요가 점점 줄어들게 되었고, 이로부터 발생하는 실연자의 상실된 이익을 보전해줄 필요가 생기기도 하였다.¹⁰⁾ 이와 양상은 다르지만, 방송사업자의 경우에도 새로운 권리보호의 필요성이 등장하게 된다. 방송을 위해서는 막대한 투자가 투입됨에도 불구하고 이에 대한 제3자의 침해는 너무도 용이하게 적은 비용으로 가능하다. 기획 입안부터 프로그램제작 준비·프로그램 제작·리허설·방송이라는 과정을 거치게 되는데, 이러한 과정에서 저작물로서 보호대상이 되는 창작행위도 존재한다. 문화적 측면에서 저작물(문화) 전달자로서의 역할을 지속시키기 위해 방송사업자가 투자한 노력과 비용에 대한 보호가 새롭게 필요하게 된 것이다.¹¹⁾ 이러한 사유 때문에 저작권자와 유사하면서 저작권과는 독립한 저작인접권이라는 형태의 법적 보호 필요성이 제기되었다.

지금까지, 프로그램 공급계약의 대상인 방송채널 그 자체와 방송채널의 구성요소인 방송프로그램의 법적 성격에 대해 살펴보았다. 유료방송플랫폼과 PP간 프로그램 공급계약의 대상은 방송채널이고, 방송채널은 저작인접권의 대상

9) 이해완(2012), 『저작권법』, 제2판, 박영사, 630면.

10) 윤종수(2007), “저작권법상 방송 및 웹캐스팅의 지위에 관한 고찰”, 『정보법학』, 제11권 제1호, 한국정보법학회, 69면.

11) 윤종수(2007), p.69.

이라고 설명하였다. 그렇다면 유료방송플랫폼이 PP에게 지급하는 프로그램 사용료의 본질은 결국 PP 방송채널에 대한 대가이고, 저작권접권료라고 할 수 있겠다.

제3절 유료방송 프로그램 사용 대가 산정에 대한 정부의 대응 및 대가 산정 실무

I. 정부의 대응 필요성 및 정당성

앞서도 살펴보았듯이, 유료방송플랫폼은 다수의 PP 방송채널을 묶어 상품을 구성하고, 이를 가입자에게 제공하여 그 대가로 유료방송수신료(subscriber fee)를 받는다. 가입자로부터 유료방송수신료를 받을 수 있는 ‘원천’(source)은 PP의 방송채널 때문이다. 따라서 유료방송플랫폼의 주된 수익원인 유료방송수신료 수익에서 PP가 유료방송수신료 매출에 ‘기여’한 만큼 적절한 수준의 수익배분이 이루어져야 하는 것이 원칙이다.

이와 같이, 프로그램 사용료는 유료방송수신료 수익에 ‘기반’하는 것이다. PP의 방송채널을 사용하여 가입자로부터 유료방송수신료를 받고 그 중 일부를 PP에게 건네주는 구조가 되는 것이 자연스럽다. 그런데 프로그램 사용료의 산정은 객관적인 산정 근거 없이 실질적으로 사업자간 자율 협상에 따라 결정된다. 프로그램 사용료가 저작권접권료이고 저작권접권료의 수준은 저작권접권자와 저작권접물을 이용하고자 하는 자의 협상에 따라 자율적으로 정해지는 것이 원칙이므로, 프로그램 사용료의 산정의 객관성 결여를 비난할 수는 없다.

그런데 PP는 방송채널사용사업자이다. PP는 반드시 시청자에게 도달되어야 존재할 수 있다. PP는 본 연구의 대상인 ‘프로그램 사용료’와 시청률과 연동되는 ‘방송광고’가 가장 중요한 재원이다.¹²⁾ 유료방송플랫폼에 구성(편성)되어 시청자에게 도달되지 않으면 이러한 수익을 올릴 수 없다. 기본적으로, 당연히, PP는 유료방송플랫폼의 ‘채널’을 ‘사용’해야 한다. 방송채널사용사업자라는 PP의 법률 용어에도 이러한 정체성과 숙명이 드러나 있다. ‘채널’은 유료방송플랫폼이 보유하고 있다. 유료방송플랫폼이 자신이 보유하고 있는 채널 capacity를 주로 ‘채널번호 몇 번’의 형태로 ‘제공’하면, PP는 그 제공된 채널

12) PP 매출에 있어 프로그램 사용료와 방송광고의 매출 비중은 23.4%:48.9%로 알려져 있다(방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 350면). 추세적으로 방송광고 매출이 줄고 있는 추세이나, 여전히 PP에게 방송광고는 가장 중요한 재원이다.

을 ‘사용’하는 것이다(유료방송플랫폼의 채널 → PP). PP에게는 유료방송플랫폼 채널의 사용이 ‘필수적’이다. 특정 PP가 유료방송플랫폼의 채널을 사용하지 못하게 되면, 즉, 유료방송플랫폼에 PP가 구성(편성)되지 않게 되면 안 된다. 원칙적으로 PP는 모든 유료방송플랫폼에 구성(편성)되기를 원한다. 가급적 넓은 커버리지를 확보하여야 시청률이 높아질 수 있고, 방송광고의 수익이 증가할 개연성을 확보할 수 있는 것이다. 상대적으로 안정적인 재원인 프로그램 사용료를 확보할 수 있다는 점도 이유가 된다. 이로 인해 유료방송플랫폼과 PP간 자율 협상 시, 협상 결렬로 인한 PP측 손실 규모가 유료방송플랫폼 측 손실보다 더 클 가능성이 높아 유료방송플랫폼에 대한 PP측 협상력이 낮을 수밖에 없는 구조가 형성되었다. 일반적으로 일부 인기 PP를 제외한 대부분의 PP는 협상 결렬로 채널 전송 중단 시 PP측 손실(광고수입+프로그램 사용료 감소)이 유료방송플랫폼 측 손실(가입자 이탈로 인한 방송수신료+홈쇼핑 송출수수료 수익 감소 등)보다 클 가능성이 높다.¹³⁾ 이러한 상황에서, 유료방송플랫폼은 자신의 채널을 PP가 사용할 수 있도록 할 것인지 여부, 몇 번의 채널을 부여할 것인지 여부에 대한 결정권한을 갖는다. 따라서 프로그램 공급계약은 유료방송플랫폼 채널의 사용을 당연히 전제하는 것이므로, 프로그램 사용료 협상은 PP와 유료방송플랫폼 간에 대등한 관계에서 이루어질 것이라고 상정할 수 없다.

구체적으로 PP와 유료방송플랫폼의 관계를 살펴보자. SO가 처음 서비스를 제공했던 1995년 무렵에는 PP도 허가제의 적용을 받았다.¹⁴⁾ 당시 PP의 수는 많지 않았다. 허가받은 PP의 수는 29개였다.¹⁵⁾ SO 개국 시 유료방송수신료 매출 대비 프로그램 사용료 수준은 32.5%에 달했다고 한다. 그러다가 2001년부터 PP 허가제가 PP 등록제로 완화되었다. 등록제는 일정한 물적(物的) 요건을 충족하면 등록이 가능한 진입규제 체계이다. 즉, ‘납입자본금과 실질자본

13) 강준석(2015), 『방송시장 환경변화에 대응한 유료방송 요금 규제 및 수신료 배분 체계 개선 방안 연구』, 미래창조과학부, 4면 이하.

14) 이하의 내용은 강준석(2015), 42면 이하; 홍종윤·정영주·윤석민(2016), “유료방송 시장의 프로그램 사용료 배분 정책에 대한 성과 평가 연구 - 케이블SO-PP 간 프로그램 공급 대가 거래를 중심으로”, 『방송통신연구』, 171면 이하를 참고하였다.

15) 김정태(2010), 『디지털시대 방송법 해설』, 141면.

규모가 각각 5억원 이상일 것', '주조정실, 부조정실, 종합편집실 및 송출시설을 갖출 것', '해당 방송채널사용사업을 영위할 수 있는 사무실을 보유할 것', '방송사업자가 사용하고 있는 다른 채널명과 동일한 채널명 또는 시청자가 동일한 채널로 오인할 수 있는 채널명을 사용하지 아니할 것'이 등록의 요건이다(방송법 제9조의2). 허가제보다 진입이 수월해졌기 때문에, PP 수가 급격히 증가하기 시작하였다. 이로 인해 가용 채널용량이 한정적인 아날로그 송출방식의 SO¹⁶⁾가 PP에게 제공할 수 있는 채널의 수가 제한적이었다. 수요와 공급의 불일치 현상이 발생하였고 그 결과 SO의 PP에 대한 우월적 지위 형성되었다.

물론, 반대의 상황도 존재한다. 유료방송플랫폼의 상품에 유력 PP나 지상파방송채널 등이 구성(편성)되어 있지 않다면, 가입자들은 해당 유료방송플랫폼에서 이들 방송채널이 제공되는 다른 유료방송플랫폼으로 전환할 것이다. 예컨대, CJ계열 PP 방송채널 전체가 특정 유료방송플랫폼에서 배제된다면, 이들 방송채널이 제공되는 다른 유료방송플랫폼으로 전환하겠다는 의사를 갖는 가입자는 50.6%에 이른다. JTBC 등을 포함하는 중앙일보 계열 PP 방송채널의 경우에는 33.9%이다. 전환의향이 '보통'인 가입자를 포함하면 유료방송플랫폼에 대한 유력 PP의 협상력도 상당하다는 점을 알 수 있다. 그럼에도 전체 PP 중에서 유력 PP가 차지하는 비중을 고려하면, 전반적으로 유료방송플랫폼과 PP의 협상력은 유료방송플랫폼이 우월하다고 볼 수 있다. 유력 PP의 경우에도, PP의 방송광고 매출의 비중을 고려하고, PP의 존재의미를 감안하면, 모든 유료방송플랫폼에 구성(편성)되는 것이 기본이므로, 송출이 중단되는 상황을 흔쾌히 감내하지는 못할 것이다.

16) 2000년 초반에는 SO의 전송기술이 아날로그 방식이었기 때문에, 가용채널이 많지 않았다.

[그림] 특정 PP 방송채널 구성(편성) 제외 시 가입자 플랫폼 전환 의사 설문



※ 출처 : 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』

대등한 협상주체에 의한 협상의 결과는 당사자 모두에게 유리한 최적의 결과일 것이다. 그러나 협상력의 차이가 발생하면, 협상의 결과물은 우월한 일방에 유리한 결과일 것이고, 열위의 타방에는 불리한 결과가 된다. 따라서 협상력 차이에 기반한 결과에 대한 ‘공정경쟁’ 차원에서의 규제 논의와 협상 결과의 객관성에 대한 요구를 하기 마련이다. 특히 PP가 제공하는 콘텐츠의 객관적인 가치 산정을 통해서 프로그램 사용료 규모가 결정되는 것이 합리적일 것이다.

앞서 언급했다시피, 프로그램 사용료는 방송광고 수익과 함께 PP의 주된 재원이다. 방송광고 시장의 하향세, 시청률과의 연동성에 따른 불확실성 등을 고려하면 방송광고는 안정적인 재원이라고 할 수 없다. 반면, 프로그램 사용료는 매년 일정 정도의 규모 예측이 가능하고 지속성을 갖기 때문에, 방송광고에 비해 상대적으로 안정적인 재원으로 여겨진다. 이러한 PP의 재원은 방송프로그램 제작에 투입된다. 즉, 상대적으로 안정적인 재원으로 간주되는 프로그램 사용료가 합리적으로 분배되고 산정되지 않는다면, 궁극적으로는 방송프로그램 제작 투자가 활발히 일어나지 않게 된다. 방송프로그램 제작 투자가 소

홀해지면, 방송프로그램의 질적 저하를 야기할 수 있어, 시청자가 양질의 콘텐츠를 소비할 수 없는 결과로 이어진다. ‘방송콘텐츠 산업 활성화’를 위해 안정적인 프로그램 사용료를 PP가 확보할 수 있는 정부의 정책적 대응이 필요한 또 하나의 이유이다.¹⁷⁾

II. 정부의 정책적 대응 경과 및 그 수단

이와 같은 협상력 불균형에 따른 PP의 보호와 방송콘텐츠 품질 저하의 우려를 해소하기 위해서 유료방송플랫폼, 특히 SO가 적정 수준의 프로그램 사용료를 PP에게 지급하도록 정부가 규제하였다.¹⁸⁾

최초에는 (구) 방송위원회가 SO 재허가 추천 시 프로그램 사용료 지급비를 확대를 ‘권고’하는 방식의 정책이 이루어졌다. SO가 사업을 개시할 무렵에는 정부와 SO간 협의에 따라서 유료방송수신료 중 32.5%가 PP에 배분되었는데, 이후 이 비율이 지속적으로 낮아져 2005년에 PP에 대한 배분 몫이 유료방송수신료 중 12.6%까지 하락하게 되었기 때문이다.

이에 정부는 2008년 말부터 SO가 PP에 지급하는 프로그램 사용료 전체 규모의 최저 수준을 설정하고 이를 SO의 재허가 조건으로 부과하기 시작하였다. 재허가 조건을 위반할 경우, 방송법 제99조에 따른 허가조건 위반으로 시정명령의 대상이 될 수 있으며, 이 시정명령마저 따르지 않을 경우에는 방송법 제18조에 따른 재허가가 취소될 수도 있기 때문에, 이러한 내용의 조건은 단순한 ‘권고’ 수준을 넘는 강력한 법적 효력을 갖는다. 구체적으로, 정부는 2008년 말부터 2011년 까지는 유료방송수신료의 25%를 프로그램 사용료 최소 지급 규모로 설정하고 이를 재허가 조건으로 부가하였다. 프로그램 사용료의 지급 대상¹⁹⁾은 기본채널, 유료채널, VOD 채널을 모두 포함한 것이다. 2012년

17) 홍종윤·정영주·윤석민(2016), 앞의 논문, 168면 이하에서 설명되는 프로그램 사용료에 대한 정부 정책의 정당화는 ‘공정경쟁’과 ‘콘텐츠산업 활성화’로 요약된다. 이 외에도 ‘다양한 콘텐츠의 제공’, ‘콘텐츠 제공주체의 다양화’도 언급되고 있다. 남윤미·유진아(2011), 『SO-PP간 프로그램 사용료 지급기준 개선방안 연구』, 정보통신정책연구원, 88면.

18) 이하의 내용은 강준석(2015), 43면 이하.

19) 기본채널은 일반 PP 방송채널을 일컬으며, PP 중에서도 특수한 성질을 갖는 홈초이스와 같이 VOD 프로그램만 제공하는 PP, 개별 방송채널별로 가입을 해야 시청할 수 있는 유료채널(ex.

부터 2013년까지는 방송수신료의 25~28%를 프로그램 사용료로 설정하였는데, SO의 디지털 전환률에 따라서 지급률에 차등을 두었다. 2014년에는 유료채널, 유무료 VOD, 종편 PP는 제외한 2012년 일반채널 지급액 대비 4% 인상, 2015년에는 2014년 일반채널 지급액의 4% 인상이라는 새로운 방식의 규제를 하였다. 현재는 이러한 프로그램 사용료의 규모를 정하는 방식의 규제는 폐지되었다. 이를 보완하는 규제로 과학기술정보통신부는 2018년부터 유료방송플랫폼과 PP간 방송프로그램 공급계약 표준계약서를 제정·시행하여 유료방송플랫폼 재허가 심사에 반영함으로써 실효성을 담보하고 있다.²⁰⁾

한편, 방송법과 인터넷멀티미디어방송사업법(이하 ‘IPTV법’)에서는 유료방송플랫폼의 정당한 사유 없는 채널 공급 거절 및 적정한 프로그램 사용료 배분 거부 등에 대하여 금지행위로 규제하고 있다.

〈표〉 방송법 및 IPTV법상 금지행위 규정

방송법	IPTV법
제85조의2(금지행위) ① 방송사업자·중계유선방송사업자·음악유선방송사업자·전광판방송사업자·전송망사업자는 사업자 간의 공정한 경쟁 또는 시청자의 이익을 저해하거나 저해할 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하거나 제3자로 하여금 이를 하게 하여서는 아니 된다. 1. 정당한 사유 없이 채널·프로그램의 제공 또는 다른 방송사업자등의 서비스 제공에 필수적인 설비에 대한 접근을 거부·중단·제한하거나 채널 편성을 변경하는 행위 2. 다른 방송사업자등에게 적정한 수익배분을 거부·지연·제한하는 행위	제17조(금지행위) ① 인터넷 멀티미디어 방송 제공사업자는 사업자 간의 공정한 경쟁 또는 이용자의 이익을 저해하거나 저해할 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하거나 제3자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니 된다. 5. 우월적 지위를 이용하여 인터넷 멀티미디어 방송 콘텐츠사업자에게 부당한 계약을 강요하거나 적정한 수익 배분을 거부하는 행위

특히, 방송통신위원회는 「유료방송시장 채널계약 절차 관련 가이드라인」

캐치온 등)도 프로그램 사용료를 정산 받을 수 있는 대상이었다. 이에 대한 상세한 설명은, 남윤미·유진아(2011), 92면 이하.

20) 과학기술정보통신부 보도자료(2017. 12. 29.), 유료방송시장 거래 투명화된다! - 과기정통부, 유료방송시장 표준계약서 2종 마련, 향후 유료방송 재허가 및 홈쇼핑 재승인 심사시 반영.

을 제정하였고, 동 가이드라인 위반 시 방송법 및 IPTV법상 금지행위 위반 혐의가 있는 것으로 보고 해당 사업자를 ‘금지행위 조사 우선대상자’로 선정하여 조사를 실시할 수 있도록 규정하고 있다. 가이드라인에서는 프로그램 사용료 산정의 핵심 지표인 채널계약 관련 평가기준을 공개하도록 하고, PP의 예측가능성을 제고할 수 있도록 평가결과를 구체적으로 통보하도록 하며²¹⁾, 재계약 불가/채널번호 변경/상위 티어로의 전환 등의 불이익 조치 시 잠정 결과를 예고하여 소명·불복 할 수 있도록 하고, 계약만료일 이전에 채널계약을 마치도록 권고하고 있다.

Ⅲ. 현행 프로그램 사용료 산정 실무

지금까지 정부의 프로그램 사용료에 대한 개입에는 유료방송플랫폼이 자신의 상품에 구성(편성)되는 PP 전체에 배분한 규모를 규제하는 방식이 사용되었다. 이렇게 확정된 전체 프로그램 사용료 규모에서, 개별 PP에게 배분될 몫이 어떠한 기준에 근거하여야 하는지에 대해서는 전적으로 유료방송플랫폼과 PP에게 맡겨져 있었다. 프로그램 사용료 규모 재원이 한정되어 있어, 특정 PP에게 프로그램 사용료의 배분 비중이 높아질수록 다른 PP의 프로그램 사용료가 낮아지는 구조이기 때문에, PP의 입장에 따라 프로그램 사용료 분배 결과에 대한 불만이 생길 수밖에 없다. 특히 거대 MSP간의 자사 계열 PP에 대한 높은 프로그램 사용료 책정, MSP와 MSP간 교차지원에 따른 프로그램 사용료의 과다 책정 등의 폐해로 인해 힘없는 중소·개별 PP가 고스란히 불이익을 떠안고 있다. 또한, 프로그램 사용료 배분 결과가 PP의 입장에 따라 공정하지 못하다는 주장도 언제든지 가능한 상황이다.

이에 최근(2018. 9.) SO 사업자단체인 한국케이블TV방송협회(이하 ‘KCTA’)는 「SO-PP 사업자간 방송프로그램 공급 계약 가이드라인」을 제정하여 구체적인 프로그램 사용료의 배분 기준을 제시하고 있다. 이 가이드라인에 따른 프로그램 사용료 산정(배분) 공통기준은 “전년도 프로그램 사용료

21) 방송사업자 인터뷰 시, 종전에는 유료방송플랫폼이 PP에게 PP 평가결과를 통보하지 않거나 평가결과만 통보함으로써 협상에 임하는 PP에게 불리한 요소로 작용하였다고 한다.

70% + PP 평가 반영 30% ± 협상 30%”이다. 그러나 여전히 전년도 프로그램 사용료는 고정되어 있어 예측가능하지만, PP 평가와 협상 부분이 매년 유동적이고 불확정적이다.

실무적으로는²²⁾ 전년도 프로그램 사용료를 전제로, 유료방송플랫폼 측에서는 PP 평가 결과 등의 자료를, PP 측에서는 인상요인을 설명하거나 이를 증명할 수 있는 자료를 토대로 나름의 인하/동결/인상안을 가지고 협상이 이루어진다고 한다. 그런데, KCTA의 가이드라인에 따르면, PP 평가의 결과가 최상이어야 30%를 획득할 수 있고, 전년도 프로그램 사용료의 동결 수준에 이를 수 있는데(70%+30%), 실제로는 가이드라인의 기준으로 협상이 진행될 수 없다고 한다. 또한, 방송사업매출액이 일정 규모 이상이 되는 사업자의 경우에는 인상률이 일정 정도로 제한된다고 한다. 이러한 대규모 인기 PP는 PP 평가 결과가 대체로 우수하게 되고, KCTA 가이드라인대로 최대 30%의 인상혜택을 누릴 수 있으나, 이러한 사업자는 협상의 전제가 되는 전년도 프로그램 사용료 규모가 크기 때문에, 그만큼 다른 PP에 배분되는 몫이 줄어드는 결과가 되므로, 이러한 PP에 대한 인상폭 제한은 나름의 합리성이 있다고 본다. 그렇게 되어야 다른 PP에게 분배될 프로그램 사용료의 분배몫 규모와 여력이 유지될 수 있다. 가장 눈여겨 볼 점은 급격한 프로그램 사용료의 인하나 인상은 실제 존재하기 어렵다는 것이다. 프로그램 사용료 변화의 폭이 클수록 다른 PP 사업자에게 연쇄적인 파급력을 미치기 때문인 것으로 추정된다.

프로그램 사용료의 체계를 넓게 보면, 엄밀하지는 않지만 결국 방송채널에 기인한 수익을 공유하는 Revenue Sharing으로 볼 수 있다. 방송채널의 경제적 가치를 정확히 계산하고 이를 정산하는 체계는 아닌 것이다. 엄밀하게 보자면, 개별 방송채널이 유료방송플랫폼의 방송매출에 기여하는 바를 계산하고, 해당 방송매출에서 해당 방송채널과 유료방송플랫폼간의 분배비율이 결정되는 구조와 유사하다. 그러나 실제로 특정 개별 방송채널이 유료방송플랫폼의 매출에 어느 정도 기여하는지를 알 수 없고, 그 매출수익에서 서로 얼마를 공유할 것인지에 대한 합의가 존재하지 않는다. 그럼에도 불구하고, 개념적·관념

22) 복수의 사업자와 인터뷰한 내용을 토대로 작성된 것이다.

적으로는 이러한 수익공유모델이 프로그램 사용료를 결정짓는 체계라고 할 수 있을 것이다.

제4절 유료방송 프로그램 사용 대가 관련 시장의 동향

I. 유료방송플랫폼 시장의 현황

프로그램 사용료를 PP에게 지불해야 하는 유료방송플랫폼 서비스를 제공하는 사업자의 수는 96개이다. 78개 방송권역에 1개 이상의 SO가 존재하는데, 특히 방송권역에 따라 복수 사업자가 존재하는 권역이 있어 총 SO의 수는 92개이며²³⁾, 위성방송사업자는 2개, IPTV 사업자는 3개이다.

프로그램 사용료 논의에 있어 유료방송가입자의 수를 살펴볼 필요가 있다. 그 실익은 프로그램 사용료의 재원이 가입자가 지불하는 유료방송수수료이기 때문이다. 가입자 수 추이에 따라 프로그램 사용료 규모가 연동된다고 할 수 있는 것이다. 전체 유료방송가입자 수가 증가하는 추세를 보이고 있지만, 특히 IPTV의 가입자 수 증가폭이 두드러진다. 2017년도에 SO 전체 가입자 수를 IPTV가 추월하였음을 알 수 있다.

23) 최근 서울 서초를 방송권역으로 하는 SO 사업자가 합병하여 1개로 줄어들어드는 등의 사정 변경을 고려하면 92개 미만의 SO 사업자가 존재하고 있다고 보는 것이 정확하다.

〈표〉 주요 유료방송사별 가입자 수 추이

(단위: 천 단자)

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
티브로드	3,468	3,426	3,234	3,137	3,139	3,336	3,303	3,239	3,231	3,169
CJ헬로	3,001	2,952	3,002	3,405	3,322	3,948	4,155	3,823	3,922	4,103
딜라이브	2,590	2,728	2,639	2,697	2,449	2,459	2,378	1,964	2,008	2,059
HCN	1,480	1,351	1,338	1,312	1,423	1,400	1,360	1,348	1,338	1,333
CMB	1,230	1,287	1,286	1,346	1,350	1,508	1,496	1,506	1,536	1,547
MSO 합계	11,769	11,744	11,499	11,898	11,683	12,651	12,692	11,881	12,034	12,211
개별SO	3,259	3,398	3,360	2,880	3,116	2,087	1,919	1,851	1,852	1,826
SO 합계	15,029	15,142	14,859	14,778	14,799	14,738	14,611	13,732	13,887	14,307
KT계열	2,302	3,466	4,178	5,059	6,024	6,906	7,770	8,344	9,078	9,690
올레TV	—	1,009	1,540	2,304	3,121	3,839	4,679	5,252	5,895	6,445
KT스카이 라이프	2,302	2,457	2,639	2,755	2,904	3,067	3,091	3,092	3,184	3,246
(OTS)	—	—	375	1,012	1,773	2,226	2,338	2,321	2,024	1,818
SKB	0.773	403	735	883	1,445	2,081	2,819	3,474	3,955	4,358
LGU+	—	330	610	860	1,053	1,675	2,168	2,632	3,040	3,523
IPTV 합계	0.773	1,741	2,885	4,047	5,619	7,595	9,666	11,358	12,889	14,325
합계	17,332	19,341	20,382	21,580	23,321	25,400	27,368	28,182	29,959	31,608

주: 1) 티브로드는 큐릭스 계열, CJ헬로는 온미디어 계열, 딜라이브는 GS 계열 SO 가입자 수를 포함

2) KT계열은 ‘올레TV+위성’, IPTV는 ‘올레TV+SKB+LGU+’, 합계는 ‘SO 합계+KT계열+SKB+LGU+’로 계산

출처: 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』.

프로그램 사용료의 재원인 매출 대비 프로그램 사용료 점유율을 살펴보면 다음과 같다. 유료방송수수료를 재원으로 한 프로그램 사용료 규모 규제가 없어지면서, 프로그램 사용료 규모의 추이, 비중 및 규모를 예측하려면 유료방송 수신료 뿐만 아니라, 가입자매출²⁴⁾과 전체 방송사업매출까지 고려할 필요가 있다. 전반적으로 SO의 프로그램 사용료 전체 규모는 줄어드는 추세 또는 정체하는 모습을 보이고 있다. 그러나 방송사업매출, 가입자매출 및 유료방송수신료매출 대비 프로그램 사용료 비율은 점점 늘어나고 있다. 프로그램 사용료

24) 셋탑설치나 셋탑임대료 등도 포함된 매출이다. 특히 방송사업매출에서 홈쇼핑송출수수료매출이 빠지게 된다. 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』, 232면.

규모가 정체가거나 줄어드는데 반해, 매출이 프로그램 사용료 감소폭을 넘을 정도의 감소를 보이기 때문이다. 반면, IPTV의 프로그램 사용료 지급 규모는 빠르게 증가하고 있다. 지급액 규모에서는 IPTV가 SO를 크게 상회하나, 매출 대비 비율의 경우 특히 가입자매출 또는 유료방송수신료매출 대비 프로그램 사용료 비율은 SO가 더 높게 나타난다.

<표> 프로그램 사용료 지급 규모 및 매출 대비 비율

(단위: 억 원)

구분	프로그램 사용료		방송사업매출 대비 사용료 비율		가입자매출 대비 사용료 비율		수신료매출 대비 사용료 비율	
	2016년	2017년	2016년	2017년	2016년	2017년	2016년	2017년
티브로드	1,503	1,486	27.6%	28.2%	47.9%	49.0%	71.9%	74.7%
CJ헬로	1,732	1,663	27.2%	25.9%	44.9%	43.5%	73.4%	71.8%
딜라이브	919	942	23.1%	24.4%	41.2%	44.1%	62.9%	69.0%
HCN	497	465	23.2%	22.3%	41.5%	39.0%	64.7%	60.3%
CMB	283	337	22.1%	27.2%	43.1%	54.4%	45.9%	57.6%
MSO합계	4,934	4,894	25.7%	25.9%	44.5%	45.3%	67.6%	69.6%
개별SO합계	466	496	18.9%	20.5%	30.8%	33.2%	41.3%	45.5%
SO전체합계	5,400	5,390	24.9%	25.3%	42.9%	43.9%	64.1%	66.4%
KT스카이라이프	1,555	1,447	27.5%	25.2%	44.8%	43.0%	46.6%	44.8%
KT	3,458	3,881	33.3%	31.9%	40.7%	40.0%	44.9%	44.5%
KT계열	5,013	5,328	31.3%	29.7%	41.9%	40.8%	45.4%	44.6%
SK계열	2,408	3,219	30.4%	33.5%	39.6%	45.7%	43.5%	51.8%
LGU+	1,952	2,064	32.6%	27.7%	41.9%	35.8%	49.3%	41.5%
IPTV 합계	7,819	9,164	32.2%	31.3%	40.7%	40.7%	45.4%	46.0%
합계	14,774	16,001	28.6%	28.4%	41.9%	41.9%	51.0%	51.2%

주: 방송수신료매출은 VOD 및 PPV로부터 발생한 매출 포함
출처 : 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』.

국내 유료방송시장의 매출 유형별 가입자 수로 나는 월간 ARPU는 소폭 증가 추세를 유지하고 있다. SO는 하락세를 지속하고 있는 반면, IPTV는 증가세를 유지하고 있다.

<표> 주요 유료방송사별 월간 ARPU 현황

(단위: 원)

구분	방송사업매출액 기준			가입자매출액 기준			방송수신료매출액 기준		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
티브로드	14,751	14,042	13,718	8,487	8,091	7,890	5,939	5,387	5,180
CJ헬로	14,038	13,718	13,358	8,497	8,292	7,935	5,550	5,080	4,810
딜라이브	15,724	16,697	15,807	9,488	9,349	8,749	6,492	6,129	5,600
HCN	13,248	13,291	13,022	7,666	7,436	7,440	5,219	4,765	4,813
CMB	7,456	7,003	6,707	3,922	3,597	3,352	3,702	3,380	3,170
MSO 합계	13,635	13,398	12,982	8,019	7,720	7,423	5,558	5,085	4,832
개별SO	10,997	11,103	10,979	6,907	6,815	6,772	5,350	5,071	4,942
SO 합계	13,284	13,090	12,718	7,871	7,598	7,337	5,530	5,083	4,847
KT계열*	14,273	15,332	14,915	11,131	11,449	8,722	10,716	10,568	8,381
SKB	15,865	17,778	19,280	12,834	13,627	14,126	12,327	12,423	12,467
LGU+	16,646	17,578	18,953	13,461	13,693	14,654	12,030	11,641	12,635
비SO 합계	15,060	16,345	17,341	11,936	12,396	12,825	11,321	11,219	11,468
총합계	14,154	14,799	15,244	9,862	10,117	10,336	8,366	8,304	8,465

출처 : 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』.

II. PP 시장의 동향

프로그램 사용료를 받는 등록 PP의 개수는 2017년 기준 150개에 이른다. 그러나 하나의 PP가 여러 개의 방송채널을 가지고 있을 수 있기 때문에, 유료 방송플랫폼으로부터 프로그램 사용료를 받는 방송채널의 수는 그 이상이다.

<표> PP 개수 변동 추이

(단위: 개)

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
승인	7	19	19	15	16	13	17	17	17	18	19	19	19
등록	137	168	169	172	168	166	161	163	171	175	172	145	150
소계	144	187	188	187	184	179	178	180	188	193	191	164	169
전년 대비 증감		+43	+1	-1	-3	-5	-1	+2	+8	+5	-2	-27	+5

주: 1) 2017년 말 기준 PP 수에는 지상파방송사업자와 동일법인 9개사(SBS, CBS, 카툰
릭평화방송, TBS, 국제방송교류재단, EBS, 불교방송, 극동방송, 원음방송), 지상

과 DMB와 동일법인 2개사(한국DMB, YTN DMB), IPTV가 포함됨

- 2) 2016년 말 기준 PP 수는 2017년 방송산업실태조사 대상을 『방송사업자 재산상
황 공표집』(방송매출 1억 미만 사업자 제출 의무사항 아님)과 일치시키면서 감
소된 측면이 있어 해석에 유의
- 3) 2016년 말 기준 PP 수에는 지상파방송사업자와 동일법인 9개사(SBS, CBS, 가톨
릭평화방송, TBS, 국제방송교류재단, EBS, 불교방송, 극동방송, 원음방송), 지상
파DMB와 동일법인 2개사(한국DMB, YTN DMB), IPTV와 동일법인 1개사(SKB)가
포함됨
- 4) 2014년 말, 2015년 말 기준 PP 수는 기존에 제외되었던 지상파방송사업자와 동
일법인 10개사(SBS, CBS, 평화방송, TBN, TBS, 국제방송교류재단, EBS, 불교방
송, 극동방송, 원음방송), 지상파DMB 2개사(한국DMB, YTN DMB), IPTV와 동일법
인 1개사(SKB)가 포함된 개수로 수정됨

출처 : 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』.

<표> 주요 MPP의 소속 PP 수 변동 추이

(단위: 개)

MPP	2012. 12		2013. 12		2014. 12		2015. 12		2016. 12		2017. 12	
	PP 수	채널 수	PP 수	채널 수	PP 수	채널 수	PP 수	채널 수	PP 수	채널 수	PP 수	채널 수
CJ	7	18	7	20	2	20	1	18	1	18	1	17
스카이라이프	2	9	2	9	2	12	2	19	1	16	1	14
티브로드	4	10	4	10	4	10	4	10	3	10	3	10
MBC계열PP	3	6	3	6	3	6	2	6	2	6	2	6
SBS계열PP	6	7	6	7	6	7	4	7	4	8	2	8
KBS계열PP	1	5	1	6	1	6	1	6	1	6	1	6

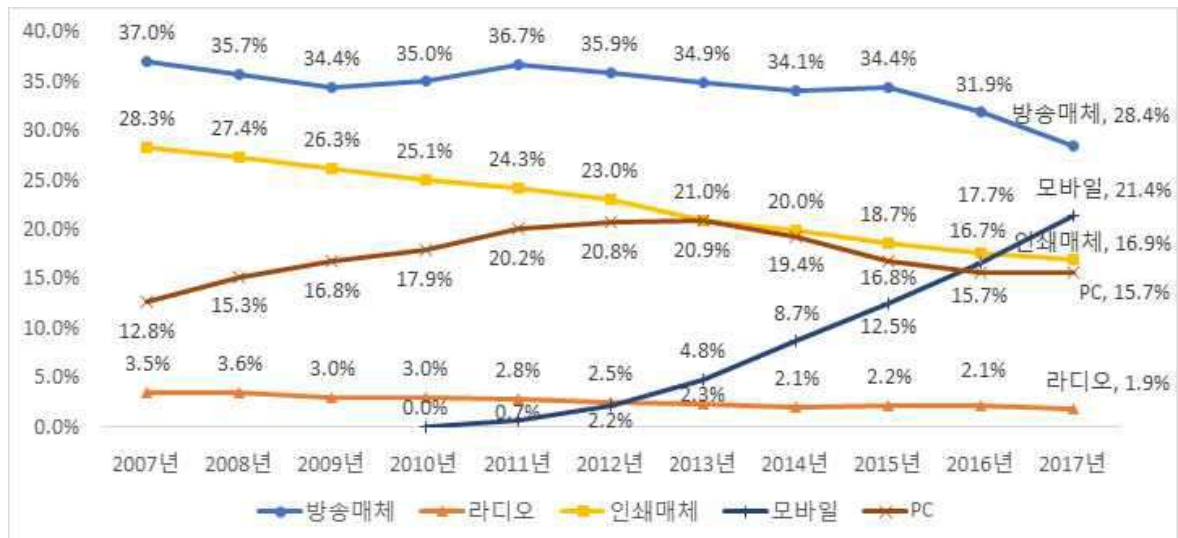
주: 1) PP 수에는 라디오 PP, DP, VOD PP 홈쇼핑 PP는 조사대상에서 제외(일반PP가
라디오 및 홈쇼핑 채널을 함께 운영하는 경우 채널 수에는 라디오 및 홈쇼핑
채널 포함)

- 2) 2014년 CJ계열 PP인 (주)오리온시네마네트워크, (주)바둑텔레비전, (주)온게임네
트워크, (주)인터내셔널미디어지니어스, 케이엠티브이(주)가 모두 씨제이이앤엠
(주)로 통합
- 3) 2015년 MBC계열 PP인 (주)엠비씨스포츠는 (주)엠비씨플러스에 통합
- 4) 2015년 SBS계열 PP인 (주)에스비에스비즈니스네트워크 및 (주)에스비에스이플러
스는 (주)에스비에스플러스로 통합
- 5) 2016년 스카이라이프는 애니맥스브로드캐스팅코리아(유)의 지분을 공동경영하던
소니픽처스텔레비전네트웍스코리아(MPP)에 전량 매각
- 6) 2016년 (주)티캐스트콘텐츠허브는 (주)티캐스트에 통합
- 7) 2017년 SBS 계열 PP인 (주)에스비에스골프와 (주)에스비에스스포츠가 (주)에스비에
스플러스에 통합

출처 : 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』.

PP의 매출은 주로 방송광고 매출과 프로그램 사용료 매출²⁵⁾로 구성된다. 전체 매출에서 방송광고 매출은 48.9%²⁶⁾를 차지하고 프로그램 사용료 매출은 23.4%를 나타내고 있다. 그러나 방송광고의 매출은 모바일 등의 뉴미디어 등장으로 시간이 갈수록 감소하고 있는 추세를 보이고 있다. 방송광고 매출은 방송프로그램의 시청률에 연동되고, 경제상황에도 민감하기 때문에 불확실한 재원에 해당한다. 따라서 상대적으로 안정성을 띠는 프로그램 사용료는 PP의 주요 재원으로서 역할을 할 가능성이 크다. 추세적으로 볼 때, 프로그램 사용료 매출 규모는 지속적으로 증가하고 있는데, 특히 최근 3년간 방송사업매출액 대비 프로그램 사용료 비중은 23%대에서 안정세를 보이고 있다.

[그림] 주요 매체별 광고비 비중 추이

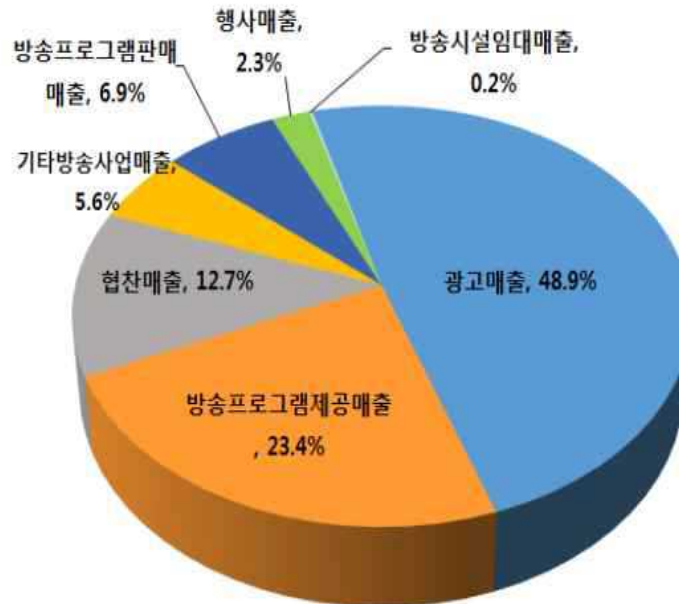


출처 : 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』.

25) 방송시장 경쟁상황 평가에서는 ‘프로그램 사용료 매출’을 ‘방송프로그램제공매출’이라고 한다.

26) 협찬매출도 방송광고와의 유사성이 있음을 고려하면 방송광고 관련 매출의 비중은 더 높아진다.

[그림] 일반 PP의 방송사업매출액 구성 비율(2017년)



출처 : 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』.

2017년 일반 PP의 프로그램 사용료 매출은 6,994억 원으로 전년 대비 4.8% 증가하였고, 성장률은 전년(2.0%) 대비 2.8% 증가하였다.

[그림] 일반 PP의 프로그램 사용료 매출 및 방송사업매출액 대비 비중 추이



출처 : 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』.

프로그램 사용료 매출액 기준으로 상위 10대 PP의 매출액 변동 추이를 살펴보면, 대부분의 PP 프로그램 사용료가 소폭이라도 증가추세를 보이는 것을 알 수 있다. 다만, 스카이라이프계열 PP와 티브로드계열 PP는 경우에 따라 감소세를 나타내기도 한다.

<표> 프로그램 사용료 매출액 기준 상위 10대 PP의 매출액 변동 추이
(단위: 백만 원)

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
CJ계열	186,449	197,480	201,132	197,418	195,582	205,390
MBC계열	37,092	39,118	41,421	42,625	42,991	43,722
SBS계열	29,338	31,744	34,082	35,982	39,005	41,218
스카이라이프계열	25,957	25,383	25,157	40,580	35,072	31,137
KBS계열	24,991	28,059	30,049	32,180	33,444	34,335
중앙계열	14,504	24,609	26,614	27,729	31,300	35,507
티브로드계열	21,104	23,995	30,328	30,997	31,069	30,874
조선계열	2,111	8,964	11,519	13,834	16,324	18,124
매일경제계열	1,203	8,292	10,908	13,647	16,176	18,560
동아계열	358	8,647	10,274	12,439	14,658	16,943
일반PP합계	501,130	567,110	610,644	654,221	667,048	699,381

주: 1) 온미디어계열 PP는 2009년 CJ에 인수되었음

2) 일반PP는 홈쇼핑 PP, 데이터 PP, 라디오 PP 및 VOD PP를 제외한 PP사업자이며, 한 PP 사업자가 일반채널과 DP 채널이나 라디오 채널을 함께 보유한 경우 일반PP로 간주

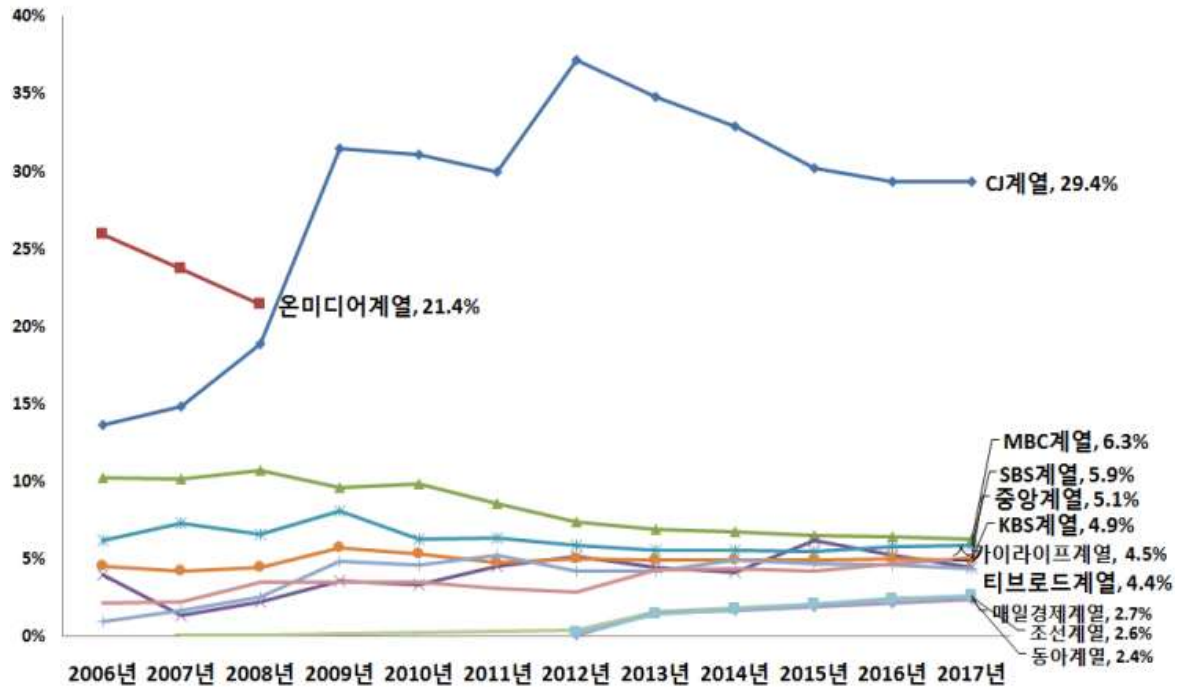
3) 조선계열PP는 2011년부터, 동아계열PP는 2015년부터 MPP로 분류

4) 주요 MPP는 2017년 방송프로그램제공매출액 기준 상위 10개 MPP 사업자

출처 : 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』.

프로그램 사용료 매출 규모 기준 1위 사업자인 CJ계열의 점유율은 29.4%('16년 29.3%), 2위는 MBC계열 6.3%('16년 6.4%), 3위는 SBS계열 5.9%('16년 5.8%)로 전년도와 유사한 양상을 보였다. 반면, 종합편성 계열 PP의 점유율은 증가 추세 유지하였으나, 지상파 계열 PP 점유율은 전년 대비 소폭 감소하였다.

[그림] 주요 MPP의 프로그램 사용료 매출액 점유율 추이



출처 : 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』.

프로그램 사용료는 전년도 프로그램 사용료가 기본적으로 전제(70%)되기 때문에, PP가 유료방송플랫폼에 구성(편성)된 역사가 오래될수록 누적적으로 규모가 커지게 되며, 결과적으로 프로그램 사용료 분배몫이 상대적으로 클 수밖에 없다. 그럼에도 불구하고, 그 밖의 요인, 즉, PP의 성과, 특히 PP 평가 결과에 따라 프로그램 사용료의 규모가 달라질 수 있고, PP 평가의 주요한 변수로 시청률을 꼽을 수 있으므로, 시청률과 프로그램 사용료의 상관관계를 살펴보는 것도 의미가 있다. 또한, 프로그램 사용료는 방송광고와 함께 PP의 주요 채원이고, 이것이 방송콘텐츠 투자, 즉, 제작비 투자로 이어지므로, 프로그램 사용료 규모와 제작비 투자의 상관관계를 분석하는 것도 중요한 지점이라고 할 수 있다. 제작비, 시청률, 프로그램 사용료의 상관관계를 통일적으로 설명할 수는 없지만, 최소한 MPP가 제작비, 시청률, 프로그램 사용료 성과의 압도적인 비중을 차지하고 있다는 점을 알 수 있다.

〈표〉 주요 MPP별 제작비·시청률 및 방송프로그램제공매출액 비중 현황(2017년)

(단위: 백만 원, %)

PP사업체명	제작비	제작비 점유율(%)	시청률(%)	시청률 기준 점유율(%)	프로그램 사용료 매출	프로그램 사용료 매출 점유율(%)
CJ계열	350,354	27.2	2.6	14.8	205,390	29.4
티브로드계열	60,562	4.7	1.0	5.4	30,874	4.4
KBS계열	84,459	6.6	1.0	5.5	34,335	4.9
MBC계열	62,616	4.9	1.1	6.0	43,722	6.3
SBS계열	79,904	6.2	0.9	5.4	41,218	5.9
YTN계열	8,338	0.6	0.9	5.0	15,824	2.3
스카이 라이프계열	20,216	1.6	0.4	2.1	31,137	4.5
딜라이브계열	32,696	2.5	0.5	2.7	15,906	2.3
중앙계열	135,118	10.5	1.9	10.9	35,507	5.1
조선계열	80,594	6.3	1.0	5.8	18,124	2.6
동아계열	86,556	6.7	1.1	6.4	16,943	2.4
매경계열	63,961	5.0	1.7	9.4	18,560	2.7
주요MPP 합계	1,065,374	82.7	14.1	79.3	507,539	72.6
MPP 합계	1,181,048	91.7	16.6	93.6	618,936	88.5
PP 합계	1,287,936	100	17.7	100.0	699,381	100

주: 1) 유료방송채널의 시청률은 닐슨컴퍼니코리아에서 집계하는 전국 24시간 기준 가
구시청률

2) PP 중 일반PP는 데이터 PP, 홈쇼핑 PP, 라디오 PP 및 VOD PP를 제외한 PP 사
업자이며, 한 PP 사업자가 일반채널과 라디오 및 DP 채널을 함께 보유했다면
일반PP로 간주

출처 : 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』.

Ⅲ. 유료방송 프로그램 사용 대가 관련 시장 동향의 함의

유료방송플랫폼 중 SO는 가입자가 IPTV에 역전되었고, 매출 증가세도 둔화되거나 감소추세를 띠고 있다. 그럼에도 매출액 대비 프로그램 사용료 지급 비중은 증가하고 있다. SO의 상황이 좋지 않다보니, 프로그램 사용료 지급 규모가 사업자에 따라 정체되거나 감소하는 경우도 눈에 띈다. 여기에 지상파재송신료와 종편 PP에 대한 프로그램 사용료는 상당한 부담요인으로 작용하고 있다. 재송신료는 2013년 대비 약 4년여만에 2배 규모로 성장하였고, 종편 PP의 프로그램 사용료도 마찬가지로 같은 기간에 2배 이상의 성장세를 보였다.²⁷⁾ 이에 반해, IPTV는 가입자의 수가 늘어가고 있고, 매출규모도 증가하는 상황이다. 프로그램 사용료 지급을 늘리고 있지만, 매출액 성장세를 따르지 못하고 있는 것으로 보인다. 그래서 IPTV의 프로그램 사용료 지불 규모의 획기적인 확대를 주장하는 목소리가 커지고 있다.²⁸⁾ 이는 IPTV가 SO로부터의 줄어든 몫을 보완하면서 지속적으로 프로그램 사용료의 규모를 늘림으로써 양질의 방송콘텐츠 제작에 IPTV가 적극적으로 기여하라는 방송사업자로서의 책임 제고 요구와도 관련된다.

〈표〉 지상파방송사업자별 재송신 매출 현황

(단위: 억 원, %)

구분		2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	CAGR
KBS	매출	428	501	532	823	877	41.00%
	비중	34.10%	32.30%	35.00%	35.80%	34.50%	
MBC	매출	411	400	384	586	671	41.60%
	비중	32.80%	25.80%	25.30%	25.50%	26.40%	
SBS	매출	265	264	284	532	605	44.10%
	비중	21.10%	17.00%	18.70%	23.20%	23.80%	
지역	매출	107	262	163	175	197	47.40%

27) 이상원(2018), “바람직한 콘텐츠산업 생태계 조성을 위한 PP프로그램사용료 정책방향”, 『국회 유료방송시장 선순환 구조 확립과 콘텐츠 가치 정상화 세미나 자료집』, 16면.

28) 연합뉴스(2018. 8. 22.), "IPTV, 수익 배분에 인색...프로그램사용료 비율 높여야".

MBC	비중	8.50%	16.90%	10.70%	7.60%	7.80%	
지역 민방	매출	43	125	156	182	189	22.90%
	비중	3.50%	8.00%	10.30%	7.90%	7.50%	
계	매출	1,255	1,551	1,520	2,298	2,539	40.20%

출처 : 방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』.

PP의 경우, 방송광고 시장의 침체에 따라 PP는 그 부족분을 프로그램 사용료로 충당하면서, 이를 콘텐츠 제작비로 활용하고 있다. 그러나 그 증가세는 지상파재송신료와 종편 PP 프로그램 사용료에 미치지 못한다. 유료방송플랫폼이 어려운 사업환경에 직면해 있으면서도 지상파와 종편의 가치는 폭넓게 인정해주면서 PP에게는 인색한 부분(2013년부터 4년간 약 20% 증가에 그침)²⁹⁾에 대한 불만이 상당하다.³⁰⁾ 방송광고 시장이 회복될 수 없는 미디어 환경에서 점진적으로 PP 재원의 구조를 방송광고보다 프로그램 사용료 비중을 높이는 방향설정도 논의되고 있다.³¹⁾

이와 같은 방송시장 환경을 고려하면, 향후 프로그램 사용료를 둘러싼 양당자사의 협상이 더욱 첨예해질 가능성이 높다. 그러나 그간의 정책적 대응이 거시적인 프로그램 사용료 총액 규모에만 집중되어 있었고, 공표된 프로그램 사용료 산정 기준의 변수들에 불확실성이 존재하여 종국적으로 분배받는 프로그램 사용료에 대한 PP의 불신 팽배한 상황이다. 즉, 거시적 관점에서의 프로그램 사용료 총액에 대해서만 규제가 이루어지다보니, 그 범위 내에서 합리적인 사유 없이 MSP들이 자신의 계열PP에 대해서 프로그램 사용료를 과다 책정하거나, MSP 상호간 담합을 통해 상대 계열PP에 대해서 프로그램 사용료를 과다 지급하는 교차지원 문제가 지속되고 있다.

29) 이상원(2018), 17면.

30) 이는 연구진이 사업자 인터뷰를 하는 과정에서 확인한 바이기도 하다.

31) 미국 PP의 재원별 비중은 2017년 기준 프로그램 사용료가 60.3%이고 방송광고가 37%라는 SNL Kagan의 자료도 있다. 이상원(2018), 14면.

제5절 소결 - 유료방송 프로그램 사용 대가 산정 패러다임 전환의 필요성

PP는 방송채널에 대한 저작권접권자로서 방송채널에 대한 정당한 가치를 인정받고 싶어 한다. 중소PP의 경우에는 상대적으로 경쟁력은 없지만, 공익적이고 다양한 콘텐츠를 지속적으로 제공하려면, 일정 수준의 안정적인 재원이 필요하다. 유료방송플랫폼의 경우에도, 시장의 경쟁이 치열하고 폭발적인 성장 동력이 없어 프로그램 사용료를 획기적으로 올려줄 수 없고 지상파와 종편에 대한 비용이 증가하고 있는 상황에서 안정적으로 PP 방송채널을 활용하고 싶어 한다. 이러한 이해관계들이 얽혀있는 상황에서 프로그램 사용료와 관련한 개별 협상은 사회경제적 비용을 초래한다. 투명하지 못한 협상과정으로 인해 대가 분배 결과에 대한 불만족도 팽배해져 있다. 방송법이나 IPTV법상 금지 행위 위반은 아니지만, 협상력 차이로 발생하는 불합리한 결과를 일방 당사자에게 강요하는 내재적 한계가 있다. 미디어 기술의 발전과 방송매체 이용행태의 변화로 인해, 소비자가 자유롭게 방송채널과 방송프로그램을 선택할 수 있으면서, 유료방송플랫폼의 역할이 음원콘텐츠를 제공하는 플랫폼과 유사해질 수 있다.

이러한 사정을 고려하여, 저작권위탁관리업 모델 도입을 통해 사회경제적 비용을 줄이고 투명한 배분 결과와 프로그램 사용료를 기반으로 한 양질의 콘텐츠 제작환경을 도출해내기 위한 체계를 마련할 필요가 있다. PP는 저작권위탁관리업자의 집중적인 관리를 통해 안정적인 재원 확보와 콘텐츠 제작에 몰두할 수 있다. 중소PP의 경우 저작권 위탁관리업자의 권리대행으로 인한 협상력 증가 효과를 향유할 수 있다. 유료방송플랫폼사업자는 이용허락을 용이하게 받을 수 있기 때문에, PP 프로그램을 적재적소에 활용하여 가입자에게 제공할 수 있는 기회를 갖는다. 규제당국으로서도 프로그램 사용료의 승인이라는 수단을 통해 프로그램 사용료를 공익적 관점에서 일부 통제하고 관리할 수 있는 가능성이 부여된다. 특히 프로그램 사용료의 급격한 증가가 어려운 상황에서 현재의 기득권을 보전할 수 있다면, 점진적이고 안정적인 프로그램 사용

료의 인상체계를 저작권위탁관리업 모델을 통해 구현할 수도 있다고 본다.

최근에 유료방송 프로그램 사용료 산정위원회를 구성하자는 논의도 저작권위탁관리업 모델과 유사한 측면이 있다. 이 주장은 사업자간의 협상력에 의해 프로그램 사용료를 결정하기보다 독립적인 위원회 구성을 통해 합리적이고 과학적인 프로그램 사용료를 결정하자는 구상이며, 동 위원회는 사업자 단체, 학계, 시민단체, 관계 중앙부처로 구성된다는 제안이다.³²⁾

저작권위탁관리업 모델을 고려하려면, 저작권위탁관리업에 대한 개관과 함께 저작권위탁관리업 모델이 활발히 적용되고 있는 음원사용의 실무 모습을 살펴볼 필요가 있다.

32) 이상원(2018), 28면.

제3장 패러다임 전환 기제로서 저작권위탁관리업 모델

제1절 저작권위탁관리업의 의의

저작권위탁관리업은 저작권신탁관리업과 저작권대리중개업을 합한 개념이다(저작권법 제105조제3항). 저작권신탁관리업은 “저작재산권자, 배타적발행권자, 출판권자, 저작인접권자 또는 데이터베이스제작자의 권리를 가진 자를 위하여 그 권리를 신탁받아 이를 지속적으로 관리하는 업을 말”한다(저작권법 제2조제26호). 저작권대리중개업은 “저작재산권자, 배타적발행권자, 출판권자, 저작인접권자 또는 데이터베이스제작자의 권리를 가진 자를 위하여 그 권리의 이용에 관한 대리 또는 중개행위를 하는 업을 말한다.”(저작권법 제2조제27호).

한편, 저작권위탁관리업을 수행하는 사업자를 저작권집중관리단체라고 하고, 저작권집중관리단체를 통한 사용료 징수 체계를 저작권집중관리제도라고 한다. 저작권집중관리제도는 저작권자 또는 저작인접권자로부터 권리를 위탁받아 집중적으로 관리해주면서, 저작물등³³⁾의 이용허락을 원하는 이용자가 사전에 정해진 사용료만 지급하면 해당 이용자가 저작물등을 간편하게 이용할 수 있도록 하고 지급된 사용료를 권리자에게 분배하는 제도이다.³⁴⁾

저작권위탁관리업자는 저작권법 권리자의 저작물 또는 저작인접권 대상의 사용현황을 모니터링하고, 잠재적인 이용자와 협상하며, 사용료를 정하고 이용자들에게 라이선스를 주면서 사용료를 징수할 권한을 갖는다. 이렇게 징수된 사용료에서 소정의 수수료를 제한 나머지를 권리자에게 분배한다.

33) 저작권과 저작인접권의 객체를 포괄하는 의미에서 ‘저작물등’이라는 표현을 사용하기로 한다. 저작인접권의 객체는 ‘저작인접물’이라고도 한다.

34) 김병일(2016), 『저작권보상금 제도 종합연구』, 한국복제전송저작권협회, 33면.

제2절 저작권위탁관리업의 실익

저작물등의 이용을 위해서는 저작권자나 저작인접권자의 이용허락이 필요하다. 저작물등을 이용하려는 자는 그 권리와 개별적으로 접촉해야 하고, 협상을 통해 이용허락에 따른 조건과 대가도 정해야 한다. 그러나 이러한 협상과 거래조건의 합의는 쉽지 않다.

저작권위탁관리업은 음악분야에서 먼저 발전하였다고 알려져 있다.³⁵⁾ 저작권자는 악보에 대해 출판사로부터 지불 받는 것 이외에는 노천카페나 공개장소에서 공연되더라도 이를 보상받을 길이 없었다. 이를 통제하거나 관리할 수 있는 시스템이 존재하지 않았기 때문이다.

저작권위탁관리업이라는 제도는 저작물등의 이용을 둘러싼 저작권자 또는 저작인접권자 및 이용자 간에 발생할 수 있는 문제들을 해결할 수 있는 대안으로 주목받게 된다. 저작권위탁관리업 모델의 실익으로 저작권자 또는 저작인접권자가 저작권집중관리단체의 전문성을 활용하여 정당한 보상을 받을 수 있다는 점이 제시되고 있다. 특히 저작물등의 이용에 대한 관리를 체계적으로 할 수 있기 때문에, 무단의 저작물등의 이용을 제어할 수 있다. 협상력이 약한 개별 저작권자가 저작권집중관리단체를 중심으로 모이게 되면 협상력도 제고된다. 이용허락 계약을 체결하는 것은 상당한 시간적 노력과 비용이 소모된다는 점을 고려하면, 저작권위탁관리업 모델은 저작권위탁관리업자를 중심으로 이용허락, 사용료 산정 및 징수 등이 이루어지기 때문에 거래비용을 감소시킬 수 있다는 점도 장점으로 꼽힌다. 이용자 입장에서조차 저작물 이용과 관계된 이해관계자들을 찾아야 하고, 협상을 일일이 해야 하는 번거로움을 줄일 수 있으며, 사용료만 지불하면 저작물등을 이용할 수 있다는 점에서 유리하다.³⁶⁾

35) 하동철(2008), “집중관리제도의 개선방안에 관한 小考”, 『창작과 권리』 통권 제50호, 104면 이하.

36) 하동철(2008), 106-107면.

제3절 저작권위탁관리업의 유형

저작권집중관리는 권리자가 임의(任意)로 자신의 권리를 집중관리 하는 경우와 법정(法定) 집중관리로 구분된다.³⁷⁾

저작권집중관리는 ‘자발적 집중관리(voluntary collective management)’, 확대된 집중관리와 같이 ‘법률에 기반을 둔 집중관리(collective management with legislative support)’, 그리고 ‘비자발적 집중관리(non-voluntary collective management)’로 구분될 수 있다. 비자발적 집중관리에는 비자발적 이용허락(non-voluntary license)과 사적복제보상금(private copying remuneration)이 포함된다. 이러한 구분은 권리의 성격차이에 기인한다. 배타적 권리의 경우, 라이선스는 권리의 전부 또는 일부에 대한 자발적 위탁(voluntary mandates)에 기초한 것으로, 라이선스는 집중관리의 핵심적 요소이다. 반면, 단순 보상금청구권(mere right to remuneration)의 경우, 권리자의 동의없이 이용이 가능한 비자발적 라이선스가 핵심적 요소이며, 권리자는 공정한 보상(equitable remuneration.)을 가지게 된다. 집중관리는 그 보상금을 징수하고 권리자에게 분배하는 역할을 수행한다. 저작권집중관리는 저작권자의 사전동의를 요하지 않는 비자발적 이용허락에 매우 효과적이다.

37) 예컨대, 전술한 판매용 음반의 방송사용 등에 대한 보상제도 등(저작권법 제75조, 제76조, 제83조 등)은 후자에 해당한다.

제4절 저작권위탁관리업의 운용 실제 - 온라인 음원 분야

I. 음원사용을 위한 구조

음악산업은 LP, 카세트, CD 등 유형물에 고정되어 판매되는 오프라인 음악산업과 음원의 다운로드, 스트리밍, 벨소리 등 무형물의 형태로 판매되는 디지털 음악산업으로 나누어 볼 수 있다. 그런데 오늘날 음악의 소비행태는 오프라인에서 온라인으로 급격히 변화하고 있다. 2018년 음악 산업백서의 조사 결과³⁸⁾에 따르면, 음악 감상 이용 기기의 대부분은 스마트폰(81%)이 차지하고 있고, 전통적인 플레이어인 CD플레이어(8.4%)나 카세트테이프 플레이어(2.4%)는 퇴조의 길을 걷고 있는 것으로 나타났다. ‘주로 이용하는 기기’에 대한 설문에서 CD플레이어나 카세트테이프 플레이어의 비중의 합은 2%에 불과했다. 멜론, 벅스, 네이버 뮤직, 지니뮤직, 엠넷 등을 통해 스트리밍 서비스를 이용하는 자³⁹⁾는 75.4%인 반면, CD, LP, 카세트테이프 구매경험도 21.6%에 머물러 있다.

이러한 음원사용의 트렌드를 고려하여 디지털 음악산업을 중심으로 살펴보면, 음원사용에 관계되는 디지털 음악산업에 종사하는 사업자를 음원의 원천권리를 보유한 기획사, 음원대리중개업자, 음원유통사업자(CP: Content Provider, 이하 ‘CP’라 한다), 온라인음악서비스사업자(OSP: Online Service Provider, 이하 ‘OSP’라 한다) 등으로 구분해 볼 수 있다.⁴⁰⁾ 특히 최근 음원소비의 대부분을 차지하는 스트리밍 또는 다운로드 서비스가 음악서비스플랫폼인 멜론, 벅스, 네이버 뮤직 등의 OSP를 통해 제공되므로, 음원사용을 위한 구조는 OSP를 중심으로 살펴보는 것이 합리적이다.

OSP가 인터넷으로 음악서비스를 제공하기 위해서는 음원권리자로부터 음원에 대한 이용허락을 받아야 하고, 그 대가로 음원권리자에게 음원전송사용

38) 한국콘텐츠진흥원(2019), 『2018 음악 산업백서』, 71면 이하.

39) 거의 매일 이용하는 응답자(34.4%), 일주일에 3~4번 이용하는 응답자(22%), 일주일에 1~2번 이용하는 응답자(19%)를 합한 수치이다. 한국콘텐츠진흥원, 앞의 책, 78면 이하.

40) 공정거래위원회, 2011. 6. 29. 의결 제2011-085호.

료를 지불해야 한다. 소비자는 상품별로 음원전송사용료에 OSP의 수익이 더해진 이용료를 납부하고 OSP의 상품을 소비하게 된다.⁴¹⁾ 저작권법상 음원권리자는 '저작자'인 작사 및 작곡자(편곡자 포함)와 저작인접권자인 '실연자'(가수 및 연주자), '음반제작자'이다. 이들 권리자들은 자신의 저작물과 저작인접물이 누가 어디에서 얼마나 이용하는지 등에 대한 정보와 현황을 정확히 알 수 없다. OSP도 플랫폼에 서비스하고자 하는 음원과 관련된 모든 음원권리자의 이용허락을 받기도 쉽지 않다. 이러한 문제점을 해결하기 위해 저작권위탁관리업, 정확히는, 음원권리자의 권리를 위탁받은 저작권신탁관리업자를 중심으로 이용허락과 사용료 지불이 이루어지고 있다. 저작권신탁관리업자에는 음악권리자별로 '저작자'는 사단법인 한국음악저작권협회(이하 '음저협'이라 한다), '실연자'는 사단법인 한국음악실연자연합회(이하 '음실련'이라 한다), '음반제작자'는 사단법인 한국음반산업협회(이하 '음산협'이라 한다)가 있다(이들을 음악3단체로 지칭하곤 한다). 2014년부터는 일부 저작자의 위탁을 받은 '함께하는 음악저작인 협회'(이하 '함저협'이라 한다)가 문화체육관광부 장관으로부터 허가를 받아 저작권신탁관리업자로 새롭게 합류하였다. 저작자와 실연자 권리의 대부분은 이들 저작권신탁관리업자를 통해 행사된다. 음반제작자의 경우에는 민간 유통사(주로 CP이지만, 음원대리중개업자도 포함)를 활용하거나 직접 권리를 행사하고 있어 음산협의 시장 점유율은 상대적으로 미미한 수준⁴²⁾으로 알려져 있다.⁴³⁾

41) OSP가 상품별로 이용료(소비자가)를 책정하는 다양한 변수가 있을 것이고, 그 중 음원전송사용료는 가격 책정에 중요한 비중을 차지할 것이지만, 어느 정도가 최종 소비자에게 반영될 것인지는 알 수 없다. 적어도 음원전송사용료가 올라가면 소비자의 상품 이용료가 높아질 수 있을 것이라는 정도의 추정은 가능하다.

42) 공정거래위원회, 2011. 6. 29. 의결 제2011-085호 심결서에는 권리신탁비율이 3~5%에 불과하고, 음산협 이외의 다수 CP들이 음악3단체의 사용료 징수규정과 무관하게 스스로 사용료 수준을 정하고 있다고 설명되어 있다.

43) 한국콘텐츠진흥원, 앞의 책, 4면 이하; 공정거래위원회, 2011. 6. 29. 의결 제2011-085호, 10면.

[그림] 음악 서비스 계약체결 및 이용허락 구조



※ 출처 : 한국콘텐츠진흥원, 『2018 음악 산업백서』.

II. 음원전송사용료 산정의 체계

앞서 살펴본 바와 같이, OSP가 음원을 사용하기 위해서는 음원권리자의 권리행사에 대한 포괄적인 위탁을 받은 저작권신탁관리업자로부터 이용허락을 받아야하고, 이들에게 사용료 지불이 이루어져야 한다.

그런데 이들 저작권신탁관리업을 하려면, 문화체육관광부 장관으로부터 허가를 받아야 한다(저작권법 제105조제1항). 문화체육관광부 장관의 허가는 강학상 특허의 성격을 갖는다. 1분야 1허가 정책에 따른 결과이다.⁴⁴⁾ 이러한 정책의 이유는 저작권위탁관리업의 역사가 오래지 않고, 사용료 징수 규모와 저작권등의 관리비율이 높지 않은 점을 고려할 때, 어느 정도의 시장진입을 제한해줌으로써 신탁관리업자의 안정적인 수익을 보장해줄 필요가 있었기 때문일 것이다.⁴⁵⁾ 현재 음원저작자 분야에는 음저협과 함저협이 경쟁하는 체제이

44) 최진원(2015), “음악산업 발전과 징수규정 승인제도에 대한 소고”, 『음악콘텐츠와 법』, 188면.

45) 물론, 시간이 지나면 경쟁체제로 운용될 수 있을 것이고, 그 경우에는 문화체육관광부 장관의

지만, 이 2개의 신탁관리업자만 존재하는 시장구조를 두고 경쟁시장이라고 할 수는 없다.

한편, 강학상⁴⁶⁾ 특허를 받은 사업자는 독점적인 지위를 보장받으면서 일정 부분 안정적인 수익을 거둘 수 있지만, 국가로부터는 강한 공익적 규제를 받게 된다. 사실상 분야별로 유일하게 존재하면서, 법으로는 시장의 논리에 의해서든 음원권리자가 저작물 또는 저작인접물에 대한 포괄적인 관리를 신탁관리업자에게 ‘대부분’ 위탁하게 되면, 이들 신탁관리업자는 독점적인 지위를 갖는 시장지배력을 갖고 관리비용인 관리수수료, 이용허락의 대가인 사용료 및 개별 권리자에 대한 징수된 사용료의 분배액을 남용할 수 있다(소위, 가격남용). 특히, 신탁관리업자는 음원권리자의 저작물 또는 저작인접물을 사실상 독점적으로 공급하는 것이므로, 그 사용가격인 사용료를 규제할 필요가 생긴다.⁴⁷⁾ 따라서 독점적 지위를 갖는 신탁관리업자의 가격남용 가능성을 사전에 예방하기 위한 수단으로 저작권법은 신탁관리업자로 하여금 저작권 사용료의 제·개정 시 문화체육관광부 장관의 승인을 얻도록 규정하고 있다.⁴⁸⁾

구체적으로 문화체육관광부 장관의 승인을 받아야 하는 것은 ‘사용료 징수 규정’, ‘사용료 분배 규정’, ‘신탁계약약관’ 등이다. 특히 사용료 징수규정은 사용료 징수의 기준으로서, 저작권신탁관리업자에 대해서는 이용자를 자의적으로 차별하지 않도록 하는 기능을 갖고, 이용자에 대한 이용약관 또는 요금표로서 원칙적으로 규정에 따른 사용료만 지불하면 해당 저작물등을 이용할 수 있게 된다.⁴⁹⁾ 사용료 징수규정은 이해관계자의 의견청취 후 한국저작권위원회 심의를 거쳐 결정된다.

2018년 6월에 변경된 음원전송사용료의 개정과정을 살펴보면, 2017년 8월부터 2018년 2월까지 음원전송사용료 징수규정 개정 효과 분석 연구용역을 실

허가는 강학상 특허의 성격이라기 보다는 강학상 허가에 가깝게 변화할 것이다.

46) 강학상이라는 표현은 실무와 대비된다는 뜻에서 ‘학문적·이론적’이라는 의미와 같다. 예컨대, 실무적으로 어떠한 법률에서 ‘허가’·‘승인’이라고 표현되어 있더라도, 이를 학문적으로 보면, ‘특허’의 성격을 가질 수 있기 때문에, ‘강학상’이라는 표현은 법학에서 널리 사용되는 것이다.

47) 공정거래위원회·KDI(2012), 『디지털 음악 시장분석』, 47면 이하.

48) 공정거래위원회, 2011. 6. 29. 의결 제2011-085호, 11면; 최진원, “음악산업 발전과 징수규정 승인제도에 대한 소고”, 88면. 물론, 현행법상 승인 규제가 합리적이라는 것은 아니다.

49) 최진원(2014), “음악 저작권 사용료 결정에 관한 연구 - 음악3단체 전송 사용료 징수규정을 중심으로-”, 『문화·미디어·엔터테인먼트 법』 제8권 제2호, 65면.

시하면서, 음악발전위원회(권리자, 이용자, 공익위원으로 구성된 총14인)⁵⁰⁾를 4차례 운영하였고, 소비자 간담회를 1차례 실시하였으며, 공청회를 실시한 다음, 신탁관리업자들의 사용료 징수규정 개정 신청(2018년 3월말), 의견수렴 공고(2018년 4월, 14일 이상), 저작권위원회 심의(2018년 6월)를 거쳐 최종적으로 징수규정이 개정되기에 이르렀다.⁵¹⁾

Ⅲ. 음원전송사용료의 현황

음원사용에 있어 가장 중요한 고려요소는 이용허락에 대한 대가인 음원전송사용료이다. 너무 높으면 OSP의 음원서비스 공급 비용이 증가하여 최종적인 소비자 이용가격이 인상될 수 있으므로 음원 소비에 부담요인이 된다. 너무 낮으면 음원권리자들의 창작의욕을 저해하는 요인으로 작용하기도 한다. 따라서 적절한 음원전송사용료가 책정되는 것이 바람직하다.

오늘날 음원소비의 대세인 OSP 음원서비스를 기준으로 음원전송사용료를 살펴보기로 한다. OSP가 음원서비스를 소비자에게 제공하는 방식이 ‘스트리밍’과 ‘다운로드’이기 때문에, 이러한 공급 유형별로 음원전송사용료 산정 방식이 다르다.

<표> 2018년 이전 음원전송사용료 현황

		’02 신설	’12.6.8 개정 (’13.1.1 시행)	’13.3.18 개정 (’13.5.1. 시행)	’15.12.22 개정 (’16.2.22.시행)
스트리밍	장액제	가입자당 월 1,275원 또는 매출액의 42.5%	가입자당 월 1,800~2,400원 또는 매출액의 60%	회당 3.6원 또는 매출액의 60%	회당 4.2원 (0.7+0.42+3.08) 또는 매출액의 60%
	중량제	-	회당 7.2원	회당 7.2원	회당 8.4원 (1.4+0.84+6.16)

50) 음악산업발전위원회의 운영은 2016년 4월 1일에 제정된 음악산업발전위원회 운영규정(문화체육관광부 예규 제40호)에 근거하고 있다.

51) 이상의 경과에 대한 설명은 문화체육관광부 보도자료(2018. 6. 20.), 음원 전송료 징수규정 개정 승인; 한국콘텐츠진흥원, 앞의 책, 9면 참고.

다 양 로 드	곡당	곡당 270원 또는 매출액의 45%	곡당 360원 또는 매출액의 60%	곡당 360원 또는 매출액의 60%	곡당 490원 또는 매출액의 70%
	묶음	최대 90% 할인	최대 75% 할인	최대 75% 할인	최대 65% 할인

※ 출처 : 문화체육관광부 보도자료(2018. 6. 20.).

스트리밍 방식도 i) “요청하는 음악저작물을 스트리밍 방식으로 제공하고 이용한 횟수에 비례하여 소비자에게 이용료를 부과하는 경우”(종량제)와 ii) “월정액을 받고 음악저작물을 스트리밍 방식으로 제공하는 경우”로 구분된다(정액제). i) ‘종량제’의 경우 곡당 단가는 저작자 몫(1.4원), 실연자 몫(0.84원), 제작사 몫(6.16원)이고(총 8.4원), 각각의 몫에 이용한 횟수를 곱한다(곡당 단가 × 이용횟수 × 지분율⁵²⁾). ii) ‘정액제’의 경우, 다시 a) ‘이용횟수 또는 가입자수 기준⁵³⁾에 따른 사용료 방식’과 b) ‘매출액 기준에 따른 사용료 방식’ 중 금액이 많은 쪽으로 사용료가 정해진다. a)의 경우 구체적인 산정 기준은 ‘곡당 단가 × 이용횟수 × 지분율’ 또는 ‘가입자 1인당 월정 단가 × 가입자수 × 음악저작물관리비율⁵⁴⁾’이다. 이 때 곡당 단가는 저작자 몫(0.7원), 실연자 몫(0.42원), 제작사 몫(3.08원)이고(총 4.2원⁵⁵⁾)이며, 가입자 1인당 월정 단가는 저작자 몫(700원), 실연자 몫(420원), 제작사 몫(3,080원)이다(총 4,200원). b)의 경우, 구체적인 산정 기준은 ‘매출액⁵⁶⁾ × 음악사용료율 × 음악저작권관리비율’이다. 음악사용료율(음원권리자와 사업자간 수익배분 비율)은 저작자

52) “지분율은 협회의 각 관리저작물에 따른 신탁회원의 권리비율로서 구체적 기준은 협회가 제 공한다.”(음저협 사용료 징수규정 제23조제2항); “지분율은 당해 음악저작물에 대한 전체 실연자의 권리지분 중 연합회가 신탁관리하는 실연자의 권리지분의 비율로서, 구체적 기준은 사용료분배규정 제7조제3항 내지 제6항을 준용한다.”(음실련 사용료 징수규정 제4항).

53) 가입자수 기준 사용료 산정 방식은 신탁관리사업자 사용료 징수규정에 규정되어 있긴 하지만, 점진적으로 폐지될 예정이다.

54) “이용자가 이용하는 총 음악저작물 중 협회의 관리저작물이 차지하는 비율”(음저협 사용료 징수규정 제4조).

55) i)에 비해 1/2이 줄어든 것이다.

56) “매출액이란 사용자가 직/간접적으로 운영하는 당해 서비스 사이트의 해당 서비스로부터 취득한 이용료의 수입에 광고 및 기타의 수입을 합한 총매출액(Gross Sales)을 말하며, 판매촉진 행위 등에 따라 할인된 금액을 포함한다.”(음저협 사용료 징수규정 제23조제4항 비고4)).

몫(10.5%), 실연자 몫(6.25%), 제작자 몫(48.25%)이다(총 65%). 특히 매출액 기준에 따른 사용료 산정에 있어 음원권리자에게 돌아가는 수익배분 비율(음악사용료율)은 종전 60%에서 65%로 인상되었고, OSP(사업자)는 매출액의 35%를 가져가게 되었다. 다운로드 상품의 경우에는 매출액에서 음원권리자에게 70%가 분배되고, OSP는 30%의 몫을 분배받는다.

다운로드 방식은 i) 다운로드한 곡당 단가 기준에 다운로드 횟수를 곱하는 방식(곡당 단가 × 다운로드 횟수 × 지분율)과 ii) 매출액 기준⁵⁷⁾에 따라 산정하는 방식(매출액 × 음악사용료율 × 음악저작권관리비율) 중 높은 금액을 기준으로 사용료가 책정된다. i)의 곡당 단가 분배는 저작자 몫(77원), 실연자 몫(45.5원), 제작자 몫(367.5원)이고(총 490원)이고, ii)의 음악사용료율 분배는 저작자 몫(11%), 실연자 몫(6.5%), 제작자 몫(48.25%)이다(총 70%). 특히 매출액 대비 요율제 방식은 2018년 6월에 도입되었다.⁵⁸⁾ 2016년 매출을 기준으로 총 매출의 25% 가량인 1,696억원은 OSP 사업자가 음원저작자에게 분배할 의무가 없는 ‘낙전 수입’인 것으로 조사되었다. 당시 음원저작자와 OSP 사업자간 수익배분 비율인 60% : 40%였는데, 이러한 낙전 수입을 고려하면 47% : 53%에 불과한 결과가 되는 것이다.⁵⁹⁾ 이러한 낙전 수입이 발생하는 이유는, 가령, 150곡 다운로드 상품을 이용하는 소비자가 해당 상품에 대한 이용료를 모두 OSP 사업자에게 지불하기는 하지만, 실제 150곡을 모두 소진하지 않고 일부만 다운로드 하기 때문이다. 종전에는 OSP 사업자가 종량제 기준에 따른 정산만 하면 되었으므로, 이용자가 실제 다운로드한 곡당 단가 기준에 다운로드 횟수만 곱한 부분만 정산하면 된다. 그런데 OSP 사업자는 150곡 다운로드 상품에 대한 매출을 거두고도 그에 상응하는 이용이 이루어지지 않고 실제 다운로드 된 곡에 대한 정산만 하여 상당한 차액을 유보할 수 있게 된 것이다.⁶⁰⁾

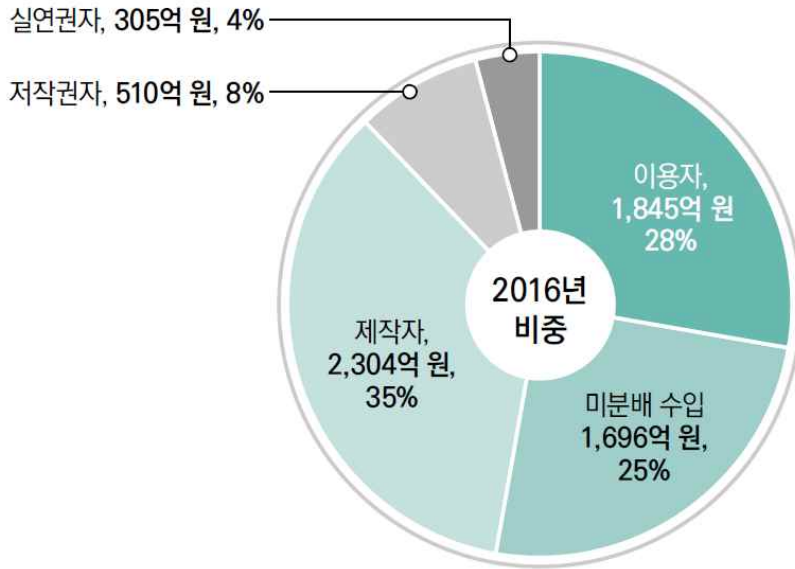
57) 2018년 6월 개정 내용으로 낙전수입 발생을 개선하기 위해 다시 도입된 사항이다. 이에 대해서는 후술한다.

58) 문화체육관광부 보도자료(2018. 6. 20.); 한국콘텐츠진흥원, 앞의 책, 9면.

59) 한국콘텐츠진흥원, 앞의 책, 5면.

60) 최진원, “음악 저작권 사용료 결정에 관한 연구 - 음악3단체 전송 사용료 징수규정을 중심으로-”, 75면.

[그림] 2016년 음악산업 매출 중 정산처별 비중



※ 출처 : 한국콘텐츠진흥원, 『2018 음악 산업백서』.

다운로드 방식의 가장 큰 쟁점은 묶음 상품이다. 다운로드할 수 있는 곡의 총수를 30~100곡으로 정하고 단건의 곡당 단가에 할인이 적용되는 방식, 일정 할인율을 적용하여 스트리밍과 다운로드를 결합한 방식 등 다양한 방식과 할인이 적용된다. 다양한 상품구성에 따른 할인 적용은 OSP 서비스를 이용하는 소비자는 다양한 종류의 상품을 제공받으면서 저렴하게 음악을 소비할 수 있는 장점이 있다. 그러나 이러한 OSP의 묶음 상품 할인으로 음원의 이용이 저가화되어 결과적으로 음원권리자들에게 귀속되는 대가의 규모가 축소될 수밖에 없다. 이러한 문제점을 없애기 위해 단계적으로 묶음 상품의 할인은 폐지되는 것으로 정리되었다.

〈표〉 향후 징수구조 변화의 방향

현행(2018. 6. 이전)			개정후(2018. 6. 이후)	
① 스트리밍 (제23조)	월정액	1)곡당(4.2원) 또는 가입자당 단가(월정 4,200원) 또는 2)매출액 기준 60%	월정액 스트리 밍	1)곡당(4.2원) 또는 가입자당 단가(월정 4,200원) 또는 2)매출액 기준 65%
② 다운로드 (제23조 의2)	단건	1)곡당 단가(490원) 또는 2)매출액 기준 70%	다운로드	1)곡당 단가(490원) 또는 2)매출액 기준 70%
	묶음 (30~100곡)	·단건 다운로드 곡당 단가 기준, 할인율(50~65%) 적용		
	결합 (①+②)	·스트리밍에 할인율(50%) + 묶음 다운로드 할인율 적용		
	기간제한 (①+②)	·스트리밍에 할인율(50%) + 묶음 다운로드 할인율에 추가할인율 적용		

※ 출처 : 문화체육관광부 보도자료(2018. 6. 20.).

제5절 저작권위탁관리업의 운용 실제 - 뉴스저작물 분야⁶¹⁾

I. 저작권 보호대상으로서의 뉴스저작물

뉴스콘텐츠는 주로 신문사업자가 생산한다. 아날로그 시대의 신문사업자는 신문구독료와 신문지면에 실리는 광고수익이 전통적인 수익모델이었다. 그러나 디지털화가 급격히 진전되면서 전통적인 신문사업자의 수익구조에 근본적인 변화가 생겨났다. 신문구독 대신 인터넷 포털이나 유통서비스를 통해 뉴스콘텐츠 소비가 이루어진다. 이러한 뉴스콘텐츠 소비의 행태는 대부분 무료이다. 신문구독료 수익이 급감하게 된다. 신문지면을 통한 뉴스콘텐츠 소비가

뉴스저작물은 시사보도, 여론형성, 정보전파 등의 목적으로 발생하는 정기간행물, 방송 또는 인터넷 매체 등에 수록된 저작물을 의미한다. 기본적으로 뉴스는 저작권법 제4조제1항제1호에 명시된 어문 저작물에 해당한다. 뉴스저작물의 보호는 뉴스콘텐츠의 목적과 내용이 중요하다. 물론, 뉴스의 개념에 대해서도 논란이 많이 있다.⁶²⁾ 시사보도, 여론형성, 정보전파 등의 목적이 모호하기 때문이다. 따라서 정기간행물, 방송 또는 인터넷 매체 등이라는 저작물 전파의 ‘수단’에 주목할 수밖에 없고, 특히 정기간행물, 방송 또는 인터넷 매체 등 사업자의 주요 업무분야가 뉴스를 생산하는 것인지 등의 현실을 고려해야 할 것이다.

뉴스저작물의 종류를 살펴보면, 저작권의 보호를 받는 뉴스저작물의 개념과 실체에 대한 이해를 높일 수 있다. 대표적인 뉴스저작물로서 신문, 인터넷 등에 ‘텍스트 형태로 보도된 뉴스’는 어문 저작물에 해당된다. ‘방송뉴스 등에서 기자가 보도한 뉴스’는 무형의 구술에 의한 어문 저작물에 해당된다. 원칙적으로 어문 저작물로서 뉴스저작물이 보호되지만, 다른 저작물로 뉴스저작물이 보호되는 경우도 있다. 뉴스콘텐츠의 형식과 뉴스콘텐츠를 구성하는 부수

61) 이하의 설명은 한국언론진흥재단, 『뉴스저작권 이용가이드북』의 내용을 참고한 것이다.

62) 적확하지는 않지만, 유사보도에 대한 규제 논란에도 볼 수 있듯이, 무엇이 보도이고, 무엇이 보도가 아닌 유사보도인지에 대한 기준을 명확히 할 수 없는 것처럼, 뉴스 역시 무엇이 뉴스인지, 무엇이 뉴스가 아닌지에 대해 애매한 사례가 존재할 수 있다.

인 것들도 보호된다. 구체적으로, 방송, 인터넷 등에서 영상으로 제작, 보도한 뉴스 그 자체는 영상 저작물에 해당한다. 언론사 기자가 촬영한 보도사진은 사진 저작물에 해당된다. 방송뉴스 등에 포함된 음향 및 고유의 음악 등은 음악 저작물로 보호된다. 다만, 뉴스기사 중 부고, 인사동정, 주식시세, 일기예보, 6하 원칙에 따라 작성된 사건사고 단신 기사는 ‘사실에 전달에 불과한 시사보도’에 해당하므로 저작권의 보호대상이 되지 않는다(저작권법 제7조제5호). 이를 저작권의 보호대상에서 제외하는 이유는 뉴스 생산자의 창의성이 반영되어 있지 않기 때문이다.

II. 뉴스저작물의 침해

저작권으로 보호받는 뉴스저작물의 침해사례는 다음과 같다. 뉴스저작물의 침해사례는 역으로 뉴스저작권자의 허락을 얻어야 합법적인 이용이 가능하다는 뜻이다. 통상적으로, 뉴스저작물 이용에 대한 대가의 지급이 필요하게 된다. 이어서 설명되겠지만, 이러한 침해사례 중 일부가 저작권위탁관리업 모델에 따른 체계를 통해 운영되고 있다(ex. 뉴스스크랩 등).

먼저, 뉴스저작물의 ‘무단전재’이다. 뉴스기사의 출처를 밝히고 사용했다 하더라도 언론사의 허락 없이 기사를 온라인, SNS등에 게시하는 것은 무단전재로 불법이용에 해당한다. 뉴스제목 혹은 1~2줄의 기사를 사용하는 경우는 합법적으로 그 이용이 가능하다. 또한, 소속 기관에서 또는 자신이 작성한 보도자료를 기자가 별도로 창작 노력을 기울이지 않고 그대로 기사화되었다면, 해당 뉴스기사는 자유롭게 이용할 수 있다. 특히 언론사 홈페이지로 연결시키는 단순링크(링크하고자 하는 사이트의 메인 페이지 또는 초기화면으로 이동하도록 하는 링크)는 전재에 해당하지 않는다. 원하는 정보 페이지의 주소를 직접 연결하여 해당 하위 페이지로 이동하도록 하는 링크인 직접링크는 원칙적으로 저작권 문제에서 자유로우나, 직접링크를 업무적 또는 상업적으로 이용하여 경제적으로 이득을 취했을 경우에는 손해배상 책임을 질 수도 있다. 그 밖에 다른 사이트의 내용을 자사 홈페이지 내용처럼 보이도록 연결하는 링

크인 프레임링크나 홈페이지 내부에 음악, 동영상 등의 파일을 연결·실행시키는 임베드링크는 저작권 침해의 소지가 크다.

다음으로, 뉴스를 모아서 사내 게시판 등에 게재하는 것도 뉴스저작권 침해이다. 외부인들이 볼 수 없는 사내 게시판이지만, 뉴스저작권자의 허락 없이 저작권법으로 보호되는 뉴스저작물 데이터베이스를 만들어 사내에 전파하는 것은 위법하다.

또한, 업무상 목적으로 뉴스를 스크랩하여 다수의 사람들에게 유포하는 것은 뉴스저작권 침해에 해당한다. 예컨대, 신문 기사를 스크랩하여 누구나 접근할 수 있는 기관 홈페이지에 게시하거나 스크랩 편집물을 이메일로 배포하는 것이 이 유형에 해당한다.

개인이 관리하는 블로그나 인터넷 카페일지라도 누구나 접근할 수 있는 환경에서 뉴스저작물을 무단으로 복사하여 올리거나 이를 재배포하는 것도 저작권법 위반이다.

마지막으로 저작권자의 이용허락 없이 뉴스저작물을 출판 및 인쇄하는 행위도 뉴스저작권 침해이다. 예컨대, 자서전을 집필하면서 특정 기사를 싣는 것도 뉴스저작물의 출판에 해당하므로, 저작권자의 허락을 받아야 한다.

Ⅲ. 뉴스저작물의 제한 규정

저작권자의 이용허락 외에 합법적으로 뉴스저작물을 이용하려면, 저작권법에서 규정한 저작재산권의 제한을 규정을 활용할 필요가 있다. 이 요건에 해당할 경우에도 합법적인 뉴스저작물의 이용이 가능하다. 특히 저작권법 제26조에 따라, 정치·경제·사회·문화·종교에 관하여 신문등의 진흥에 관한 법률 제2조에 따른 신문 및 인터넷신문 또는 뉴스통신진흥에 관한 법률 제2조의 규정에 따른 뉴스통신에 게재된 시사적인 기사나 논설은 이용을 금지하는 표시가 없다면 다른 언론기관이 복제·배포 또는 발송할 수 있다. 저작권법 제28조는 공표된 저작물을 보도·비평·교육·연구 등을 위하여 정당한 범위 안에서 공정한 관행에 합치되게 이를 인용할 수 있다고 규정하고 있다. 구체적인

인 ‘인용’의 요건은, 인용의 목적이 보도·비평·교육·연구 등을 위한 것일 것, 인용 저작물과 피인용 저작물이 양적·질적으로 주종관계가 성립하여 분명하게 구별될 것, 저작물 이용의 목적과 방법이 건전한 사회통념에 비추어 판단할 때 공정한 관행에 합치되며 출처를 표시할 것 등이다.

IV. 언론진흥재단의 상품을 활용한 서비스

현재 뉴스저작물 저작권위탁관리업을 담당하는 언론진흥재단의 뉴스저작물 상품으로는 ‘게재 및 출판용’ 뉴스기사 상품, ‘전자스크랩 프로그램’, 홍보물·출판물 제작 등을 위한 ‘보도사진’ 구입 이용 등이 있다. 언론진흥재단의 사업에 참여하고 있는 언론사의 수는 신문, 인터넷신문, 방송사 등을 망라하며 총 105개 사업자에 이른다.

[그림] 뉴스저작물 홈페이지 게시

The screenshot shows the Korea Media Copyright Commission (K-MCC) website. The header includes navigation links: '지원사업안내', '정보마당', '소통과 참여', '진흥원소개', and language options: '로그인', '회원가입', 'ENGLISH', '中文'. The sidebar on the left has a '정보마당' section with links to '공지사항', '행사일정', '유권기관사업안내', '홍보센터', '프레스센터', '홍보자료', and 'BEPA갤러리'. Below this is a '대표전화 1577-0062' and social media icons. The main content area is titled '프레스센터 | 홍보센터' and includes a search bar. Below the search bar is a table of press releases.

번호	제목	언론사	보도일
345	상하이 '메이드 인 부산' 매장 오픈	국제신문	2016-09-21
344	부산시 '해외박람회 초청 상담회'	부산일보	2016-09-22
343	[부산 '청년 리스타트 3GO 캠프'] 취업 고민 토크하다 '올라' 서로의 마음 달래다 '발' 붙박	부산일보	2016-09-18
342	부산직식산업센터 입주기업 모집	국제신문	2016-09-13
341	지역 농수산물-생활소비재 동남아 시장 개척 도와 드려요	부산일보	2016-09-08
340	영세 상공인 대상 맞춤형 컨설팅 지원	부산일보	2016-08-30
339	부산대병원 '메디컬 ICT 융합센터' 개소식	부산일보	2016-08-25
338	'부산패션비즈센터' 2018년 문 연다	부산일보	2016-08-25
337	새 취업동로 된 '산발 개발' 패턴 과정	부산일보	2016-08-25
336	부산패션비즈센터 건립 본격화	국제신문	2016-08-24

※ 출처 : 언론진흥재단 홈페이지



2) [본문읽기] 이제 본문을 읽으세요, 그리고 궁금했던 내용이 나오면 해당 번호를 쓰고 밑줄을 그으세요.

“패럴림픽 끝나면 안락사 고려 중”

**벨기에 휠체어 스프린트
“메달 상상 못할 고통 시달려”**

장애인 올림픽(패럴림픽) 금메달리스트가 2016 리우 패럴림픽이 끝나면 안락사를 고려하고 있다고 밝혀 전세계에 안타까움을 안겼다.

7일(현지시간) 영국 일간 인디펜던트 등에 따르면 벨기에 휠체어 스프린트 전 챔피언 마리케 베르보트(37·여)는 “메달 상상도 못할 고통에 시달리고 있다”며 “리우 올림픽이 끝난 후 은퇴와 함께 안락사를 생각하고 있다”고 밝혔다. 20년 전부터 난치성 척추질환을 앓은 베르보



트는 지난 2012년 런던 패럴림픽에서 휠체어 스프린트 100m 금메달과 200m 은메달을 거머쥐며 챔피언에 등극했다.

그는 “모두가 내가 금메달을 따고 웃는 모습을 보지만 어두운 면은 보지 못한다”며 “때론 잠을 10분밖에 자지 못할 만큼 엄청난 고통을 겪고 있다”고 말했다. 그러면서 “하지만 여전히 금메달을 향해 간다”며 “리우는 나의 마지막 희망”이라고 했다. 벨기에는 안락사가 법적으로 허용된 나라로, 지난해 약 2,000여명이 안락사를 선택한 것으로 알려졌다. **정지용 기자**
(한국일보, 2016년 9월 9일)

3) [더 알고 싶어요] 2번 활동에서 궁금했던 점들이 기사를 읽으면서 해결되었나요? 기사를 읽으면서도 해결되지 않은 점들이 있거나 더 궁금한 점은 다양한 방법으로 찾아 봅시다.

1.

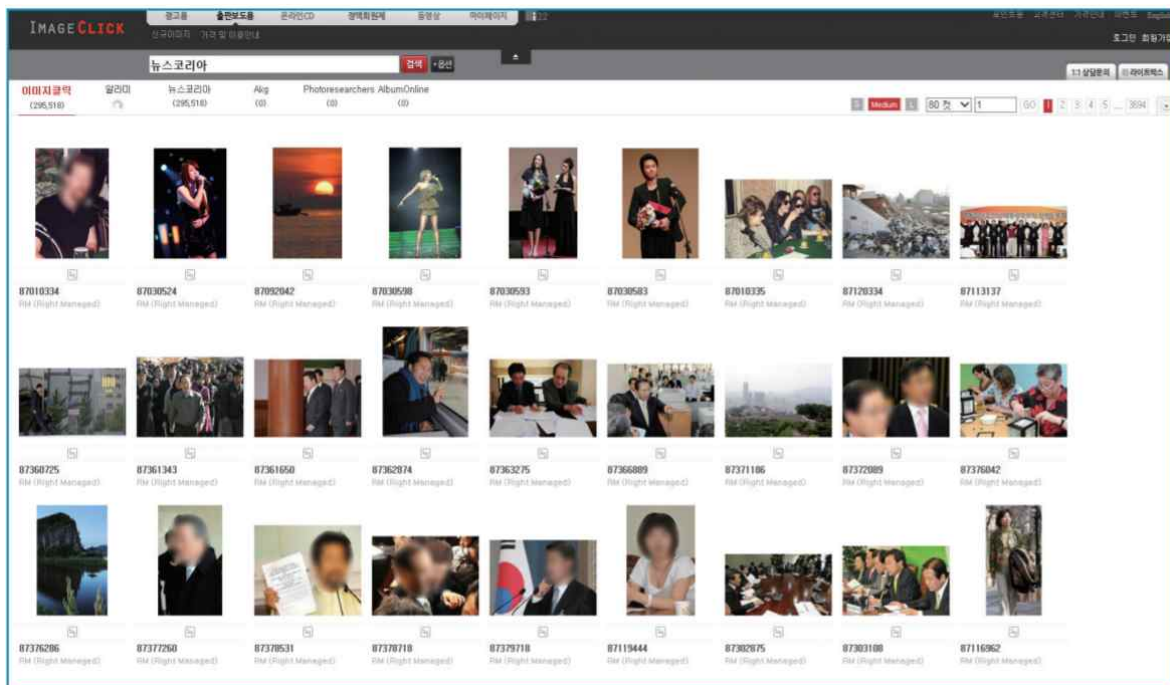
※ 출처 : 언론진흥재단 홈페이지

[그림] 전자스크랩 플랫폼 서비스



※ 출처 : 언론진흥재단 홈페이지

[그림] 보도사진 서비스



※ 출처 : 언론진흥재단 홈페이지

V. 뉴스저작물 상품의 사용료 - 신문 스크랩 상품의 경우

현재 언론진흥재단에서 판매하는 뉴스저작물 상품은 스크랩 상품, 텍스트 상품, 보도사진, 키오스크 등으로 다양하다. 그 중 신문 스크랩 상품의 사용료에 대해 설명하기로 한다.

기본적으로 신문 스크랩 상품의 사용료는 매체당 월 판매가격이 정액(flat)으로 정해져 있으며, 회사나 기관의 임직원수에 구간을 정하여 그 수가 많을수록 정액 단가가 높아지는 구조이다. 또한, 내부라이선스(내부직원용)와 통합라이선스(내부직원용+외부홍보용)로 나누어 가격을 차별하고 있고, 그 이용범위를 차별(전자스크랩, 내부전산망 게시, 모바일은 모두 허용되지만, 홈페이지에 게시, 대외발송(뉴스레터, 이메일 등)은 통합라이선스만 가능)하고 있다.

<표> 용어의 정의

구분	명칭	상세 설명
제공 서비스	전자스크랩	사용자 관련 뉴스를 아이서퍼 및 스크랩마스터를 이용하여 스크랩하고 출력하는 서비스. 단, 관련 뉴스란 해당 사용자의 사업 및 업무에 직·간접적으로 연관이 있는 것을 말한다.
	내부전산망	스크랩한 뉴스를 내부 전자게시판에 올려 소속 직원 모두가 열람하는 서비스. 단, 해당 전자게시판은 로그인 절차를 통해 소속 직원만 접속가능한 곳이어야 함.
	모바일	내부전산망에 게재한 뉴스를 소속 직원 모두가 스마트폰을 통해 열람하는 서비스
	홈페이지	사용자가 운영하는 대표 SNS 및 홈페이지(또는 보도자료 게시판, 블로그)에 관련 뉴스를 게재할 수 있는 서비스. 단, 계약서에 명시한 계정 및 URL에 한정함
	대외발송	이메일, 뉴스레터 등을 이용하여 관련 뉴스를 전송할 수 있는 서비스
	스크랩대행	사용자가 내부·통합 라이선스 상품의 구입을 통하여 라이선스를 획득한 매체의 신문지면 PDF 중 원하는 기사를 뉴스 스크랩 결과물로 사용자에게 제공하는 서비스
스크랩 상품	내부라이선스	전자스크랩, 내부전산망, 모바일의 서비스를 포함하여 사용자 관련 뉴스를 기관 내부에 한하여 복제·전송·배포할 수 있는 상품
	통합라이선스	전자스크랩, 내부전산망, 모바일 및 홈페이지, 대외발송 서비스를 포함하여 사용자 관련 뉴스를 기관 내·외부에 복제·전송·배포할 수 있는 상품
	라이선스 플러스	기존 내부·통합라이선스 상품에 스크랩대행 영역이 추가된 상품

※ 출처 : 언론진흥재단 홈페이지

<표> 용어의 정의

신문스크랩상품

(매체당 월 판매가격, 단위 : 원, 부가세 포함), 2016년 11월 기준

구분	임직원 수 (정원)	내부라이선스	통합라이선스
		내부직원용	내부직원용 + 외부 홍보용
1그룹	3천명 이상	275,000	440,000
2그룹	2천명 이상 ~ 3천명 미만	220,000	385,000
3그룹	1천명 이상 ~ 2천명 미만	165,000	330,000
4그룹	5백명 이상 ~ 1천명 미만	121,000	231,000
5그룹	1백명 이상 ~ 5백명 미만	88,000	198,000
6그룹	1백명 미만	55,000	165,000

- 전국적 단위의 사무를 수행하는 정부부처(청), 헌법기관은 1그룹 적용, 그 외 공공부문은 임직원 정원에 따라 차등
- 기업체 등 민간부문의 기관 구분은 직원의 경우 노동관계법상 상시근로자 수 기준이며, 임원은 등기 및 미등기 임원 모두 포함
- 내부 및 통합 라이선스에 전자스크랩 ID 기본 2개 포함 제공(1개 추가 당 사용료 22,000원 추가)
- 영리적 상업적 이용 불가(영리적 라이선스는 별도 문의)

> 제공 및 이용범위

제공 및 이용범위	내부 라이선스	통합 라이선스
	내부 직원용	내부 직원용 + 외부 홍보용
전자스크랩	O	O
내부 전산망	O	O
모바일	O	O
홈페이지	X	O
대외 발송	X	O

이용 권한	상세 설명
전자스크랩	계약기관 관련 뉴스를 전자스크랩 솔루션을 이용하여 스크랩하고 출력하는 서비스, 단, 관련 뉴스란 해당 기관의 사업 및 업무에 직·간접적으로 연관이 있는 것을 말한다.
내부 전산망	스크랩한 뉴스를 내부 전자게시판에 올려 소속 직원 모두가 열람하는 서비스, 단, 해당 전자게시판은 로그인 절차를 통해 소속 직원만 접속가능한 곳이어야 함.
모바일	내부전산망에 게재된 뉴스를 소속 직원 모두가 스마트폰을 통해 열람하는 서비스
홈페이지	기관이 운영하는 대표 SNS 및 홈페이지(또는 보도자료 게시판, 블로그)에 관련 뉴스를 게재할 수 있는 서비스, 단, 이용계약시 특정한 계정 및 URL에 한정함
대외발송	이메일, 뉴스레터 등을 이용하여 관련 뉴스를 전송할 수 있는 서비스
기관 내 모니터	사옥 및 사업장 등 옥내 모니터상 노출

※ 출처 : 언론진흥재단 홈페이지

제6절 소결 - 저작권위탁관리업 모델의 응용가능성

저작권위탁관리업 모델은 협상력 차이의 해소, 거래비용의 감소 등 전통적인 장점이 있다. 그 외에 기술발전으로 플랫폼이 다변화되게 되면, PP들이 새로운 플랫폼에서 발생하는 수익창출원에 참여하고 정당한 권리 주장을 할 수 있도록 하며, 새로운 기술을 사용한 방송채널의 적극적인 활용을 도모할 수 있고, 새로운 미디어 이용환경에서 방송채널이나 방송프로그램에 대한 소비자의 접근이 배제될 우려가 줄어들 수 있는 의미가 있다.

이러한 저작권위탁관리업 모델의 장점과 긍정적인 요소를 응용하기 위해서는 일정한 요건이 충족되어야 한다. 기본적으로 저작권위탁관리업 모델을 자발적으로 이용하게 할 유인이 있거나, 저작권위탁관리업 모델을 통해서만 권리행사를 할 수 있도록 강제해야 한다. 특히 음원권리자들은 저작권위탁관리업자들이 자신의 음원을 불법적으로 사용하는 것을 적발하고 관리하는데 최적화되어 있다는 신뢰가 형성되어 있기 때문에, 자발적으로 자신의 권리 행사를 실행하려는 유인 기제가 형성되어 있다. 또한, 음원의 가격이 높은 편이 아니고, 음원별로 제작비 차이나 소비자 판매가격의 편차가 큰 것은 아니다.

PP의 방송채널 이용과 그에 대한 대가인 프로그램 사용료 산정 및 징수 과정에는 이러한 특성이 충족되어야 한다. PP들에게 자신의 방송채널에 대한 이용허락을 자의적으로 할 수 있도록 완전한 재산권적 권리를 인정해주지 말고, 이용을 원하는 플랫폼에게는 사용료를 지불을 전제로 원칙적으로 모두 허용하게 하는 체계에 대한 합의가 전제되어야 하는 것이다. 또한, 프로그램 사용료 산정 및 징수 체계의 변화로 현재 PP가 받고 있는 프로그램 사용료 수준의 큰 변화가 초래되어서는 안 된다. 그러나 최근의 프로그램 사용료 현황을 보면, 큰 변화 없이 점진적으로 증가하는 추세를 보이고 있다.

현재 음원사용료 산정체계를 보면, 음원권리자와 플랫폼사업자간의 매출액 기준 분배 비율을 정하고 있고, 또 음원권리자간 배분 비율, 세부 권리 구성원에 대한 사용료 분배 규정이 마련되어 있는 점을 잘 활용하면, 일응 향후 프로그램 사용료 산정 및 징수의 저작권위탁관리업 모델 적용 가능성을 높일 수

있을 것으로 판단된다. 다만, 강한 인기를 갖는 PP들의 경우에는 본연의 가치를 모두 프로그램 사용료로 환원받고자 하는 욕구가 강하므로, PP의 가치가 평준화될 우려가 있는 저작권위탁관리업 모델에 대한 참여 유인이 중소 PP에 비해 상대적으로 적을 우려가 있다.

제4장 해외 주요국의 유료방송 프로그램 사용 대가 산정 및 징수 실무와 저작권위탁관리업 모델

제1절 일본⁶³⁾

I. 관련 법령 또는 제도의 현황 및 분석

1. 방송법⁶⁴⁾

가. 일본의 지상파재방송 제도

일본은 우리의 의무재송신에 해당하는 의무재방송 제도와 지상파방송사업자와 유료방송플랫폼사업자간 자율적인 협의에 의한 재방송 동의제도가 지상파재방송 제도의 양대 축을 이루고 있다. 이하에서는 일반 PP와 관련되는 재방송 동의제도를 위주로 살펴보기로 한다.

(1) 재방송 동의제도의 도입 취지

재방송 동의제도는 방송사업자가 다른 방송사업자의 방송 프로그램을 수신하여 재방송하는 경우, 방송의 지역성, 방송프로그램의 동일성, 방송채널의 이미지 손상 등을 초래할 수 있기 때문에, 이를 방지하기 위하여 도입되었다. 재방송 동의제도에서 재방송을 통해 가장 우려하는 대목은 SO에 의해 무단으로 재방송이 행해지는 경우 지상파방송채널의 편집상 의도가 왜곡될 우려가 존재한다는 점이다.⁶⁵⁾ 따라서 방송에 대한 국민의 신뢰 및 지상파방송사업자의 방

63) 이 부분은 순천향대학교 법학과 김상태 교수의 자문내용을 수정·보완한 것이다.

64) 이하의 내용은 김태오·김호정(2016), 『지상파방송 재송신 분쟁 관련 쟁점 및 개선방안 연구』, 68면-79면을 기본으로 일부 수정·보완하였다.

65) 金澤薰(2012), 放送法 逐条解説, 情報通信振興会. 82頁.

송프로그램에 대한 편집상 의도를 보호하기 위하여 사전의 재방송 동의를 요구하는 제도를 도입한 것이다.

(2) 재방송 동의제도의 법적 근거 및 내용

케이블방송사업자의 고유한 업무는 지상파방송사업자의 방송을 재방송하는 것이다. 이는 케이블방송의 시작이 지상파방송의 재방송으로부터 시작된 데 기인한다. 현재에도 케이블사업자의 주요한 업무는 지상파방송채널, 위성방송채널의 재방송이다. 특히 일본 「방송법」에 따르면 케이블사업자가 자신의 방송업무구역 내외를 막론하고 지상파방송을 수신해서 이를 재방송하기 위해서는 지상파방송사업자의 동의가 필요하다(제11조).

재방송 동의 제도에서 동의는 법률행위이다. 이에 따라, 동의의 조건을 포함한 하나의 계약관계가 성립되는 것이다. 이 경우, 케이블방송사업자가 지상파방송사업자의 방송을 재방송할 때에는 방송 전부를 수신해서 방송프로그램에 변경을 가하지 않고 동일한 채널로 실시해야 하며, 방송이 쉬는 시간일지라도 해당 채널을 다른 방송 용도로 사용해서는 안 된다. 만약 동의를 받지 않고 재방송을 한 경우에는 「방송법」 위반으로서 동법 제174조 또는 「전파법」 제76조의 규정이 적용되어 업무정지 처분을 받을 수 있다. 또한 방송사업자가 보유하는 저작권접권인 재방송권을 침해한 자는 「저작권법」상 벌칙이 적용된다.⁶⁶⁾

이러한 재방송 제도는 주로 케이블사업자를 대상으로 논의가 진행되어 왔지만, 새롭게 등장한 IPTV서비스로 인해 새로운 문제점이 대두되었다. IPTV와 위성방송도 마찬가지로 지상파방송을 재방송하려면, 당해 지상파방송사업자로부터 재방송 동의를 얻지 않으면 안 된다. 하지만 IPTV의 경우 케이블TV와 거의 같은 재방송 동의 기준을 설정해서 재방송이 실시되고 있는 반면, CS위성방송인 스카이프렉TV(한국의 스카이라이프에 해당)는 전국을 대상으로 방송이 실시된다는 점에서 지역을 권역으로 하는 지상파방송의 재방송은 곤란하

66) 金澤薰(2012), 앞의 책, 82頁.

다는 판단에 따라 지상파방송사업자가 재방송에 동의하지 않고 있는 실정이다.

(3) 재방송 동의제도의 적용 제외

방송사업자의 방송을 재방송을 하는 경우에 다른 방송사업자의 동의를 필요로 한다는 제11조의 규정은 일반방송사업자가 지상파기간방송을 수신장해구역에서 의무재방송하는 경우에는 적용되지 않는다(제140조 제4항).

일반적인 재방송과 마찬가지로 방송사업자의 동의를 필요로 할 경우, 가령 동의를 얻지 못하는 사태가 발생하면 당해 의무재방송을 이행할 수 없을 수도 있어서 법적인 통일을 도모하기 위해 지상파기간방송의 의무재방송에 대해서는 동의제도를 적용하지 않게 되었다.⁶⁷⁾

나. 지상파재방송 대가의 본질

재방송 동의와 관련된 「방송법」 규정은 「저작권법」상 특례 규정이 아니기 때문에, 저작권 등에 관한 권리의무 관계는 「저작권법」에 의해 규율된다. 「방송법」은 방송질서의 유지, 방송프로그램 편집권에 대한 침해의 배제 관점에서 규율되고, 「저작권법」과 같이 저작권을 보호하고 문화의 발전을 의도할 관점에서의 규율과는 그 목적을 달리 한다. 이러한 이유로 재방송에 대해서 「방송법」과 「저작권법」이 적용되는 것은 당연하다.⁶⁸⁾ 따라서 원칙적으로 재방송 동의 제도와 저작권상의 권리문제는 별개로 취급된다. 무엇보다도 재방송 동의는 방송의 편집상 의도가 왜곡되는 것을 방지하기 위한 목적에서 도입된 제도이기 때문에 더욱 그러하다.

그러나 재방송 동의와 관련한 계약을 체결하면서 저작권 문제에 대한 내용도 계약에 포함되곤 한다. 예전에는 재방송 동의의 경우, 케이블방송은 지상파방송사업자에 대하여 특별한 대가를 지불하지 않고 재방송을 하여왔다. 즉, 지

67) 金澤薰(2012), 앞의 책, 350頁.

68) 金澤薰(2012), 앞의 책, 82頁.

상과방송사업자는 재방송 동의와 함께 저작권법상 방송채널 재방송의 무상허락을 한 것이다. 그러나 방송사업자 외의 저작권 주체와의 저작권 문제는 전적으로 케이블방송이 책임을 진다. 재방송 동의 계약체결 시, “케이블 TV 채널을 통해 재방송되는 방송채널과 방송프로그램 중에 포함된 저작권 권리의 처리가 필요한 경우에는 재방송을 실시하는 케이블사업자가 해결한다.”라는 지상파방송사업자의 조건부 재방송 동의에 따른 것이다. 예컨대, 한신 타이거즈 프로야구 중계권을 갖는 SUN TV⁶⁹⁾의 지상파방송을 구역 외 케이블 TV가 SUN TV와의 재방송 동의에 기해 재송신하더라도, 당해 케이블 TV는 저작권자인 한신 타이거즈 구단과 저작권 문제를 해결해야 한다.⁷⁰⁾ 통상, 재방송 동의의 의사표시에는 저작권법상의 이용허락이 포함된 것으로 해석할 수 있다.

그러나 이제 재방송 동의에 따른 대가 문제가 발생할 수 있게 되었다. 그동안 지상파방송사업자가 재방송 동의를 해 주면서 무상으로 저작권법상 이용허락을 해주었던 관행을 폐지하게 된 것이다. 특히 일본은 재방송 동의에 관한 협의절차 및 재정의 ‘정당한 이유’ 해석관련 가이드라인⁷¹⁾을 운용하고 있다. 이러한 가이드라인은 2013년에 개정되었는데, 주요 골자로는 재방송 동의에 따른 대가 관련 조문 신설이 신설된 것을 가장 주요한 개정으로 꼽을 수 있다. 즉, 재방송의 대상이 되는 지상파 방송사업자에 대한 방송프로그램 및 방송의 사용료⁷²⁾는 당사자 간에 별도로 협의해야 할 것임(가이드라인 II.2.(1)

69) SUN TV는 효고현(兵庫県) 지역 면허를 교부받은 UHF 방송국이다. 이 방송국은 간사이 지역을 연고지로 하는 프로야구 구단 한신 타이거즈 경기의 중계권을 보유하고 있다.

70) 김항, “일본 CATV의 지상파 디지털 TV 구역 외 재송신 문제”, 『방송동향과 분석』, 제214호, 한국콘텐츠진흥원 자료(<https://www.culture.go.kr/data/data/view.do?url=http%3A%2F%2Fwww.kocca.kr%2Fcop%2Fbbs%2Fview%2FB0000153%2F1252381.do%3FmenuNo%3D200911&contextName=http%3A%2F%2F210.96.133.174%3A8983%2Fopenapi%2Frdf%2Freport.rdf&category=C11>) 재구성.

71) 해당 가이드라인에 대한 상세한 내용은 総務省(2013), 「有線テレビジョン放送事業者による基幹放送事業者の地上基幹放送(テレビジョン放送に限る)の再放送の同意に係る協議手続及び裁定における「正当な理由」の解釈に関するガイドライン」(http://www.soumu.go.jp/main_content/000293190.pdf) 참조.

72) 이 사용료는 재방송의 대상이 되는 지상파방송사업자에 대한 방송 프로그램 및 방송에 관한 저작권·저작권접권에 근거한 사용료를 말하며, 이 점에 관해서는(사)일본케이블텔레비전연맹과(사)일본텔레비전 방송저작권협회 간에, 케이블텔레비전사업자의 지상파민방 TV프로그램의 재방송에 대한 저작권·저작권접권 사용료 지불에 관한 기본 합의가 체결(위의 3.나 참고)되어 있다.

③다)을 명시하고 있다. 2013년 6월 일본케이블 TV연맹과 (사)일본텔레비전방송저작권협회간 체결한 ‘케이블 TV사업자에 의한 지상파민방 TV프로그램의 재방송에 대한 저작권 · 저작인접권 사용료의 지불에 관한 기본합의’에 따라 케이블TV 사업자는 재방송 동의에 따른 대가를 지불하고 있다.⁷³⁾ 대가산정방식은 케이블 TV의 유료시청세대 숫자에 대해 동시재방송하고 있는 지상파 1채널마다 요율을 결정해서 대가를 산정하기로 하였다.

2. 저작권법

가. 저작인접권제도

(1) 저작인접권의 의의

저작활동도 그러하지만, 저작물의 전달 활동도 출판사, 음반사, 방송사 등과 같이 직업적으로 이루어지고 있다. 이러한 직업적인 전달자가 경제적 이익을 얻으면서 저작물을 전달함에 따라 일반 대중은 저작물을 풍부하게 향유할 수 있게 된다. 그래서 이러한 저작물 전달자의 이익을 보호해야 할 필요가 있고, 그러한 권리가 저작인접권이다. 이에 따라 일본 「저작권법」에서는 저작인접권자에게 저작물을 창작하는 자는 아니지만, 저작물의 전달자로서 중요한 역할을 하고 있고 저작물의 창작에 준하는 준창작적 활동을 하고 있다는 관점에서 저작권에 준하는 권리를 부여하고 있다(제89조 내지 제104조).⁷⁴⁾

그렇다고 준창작적 활동이라고 하여 반드시 저작물의 창작성 하위에 있다고 할 수 없다. 때로는 그것보다 동급 혹은 그 이상일 수도 있다. 방송의 경우 방송대상은 다양하다. 예를 들면, 라디오방송은 음반을 방송하는 것이 대부분이고 여기에는 창조적 활동이 개입할 여지가 적다. 반면, TV방송은 드라마,

73) 一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟(2013. 6.), 「ケーブルテレビ事業者による地上民放テレビ番組の再放送に対する著作権・著作隣接権使用料の支払いに関する基本合意締結について」, 참조.

74) 作花文雄(2010), 「詳解 著作権法」, ぎょうせい, 478頁.

예능, 퀴즈, 음악, 교육 등 다양한 프로그램이 있다. 해당 프로그램을 방송하기 위해서는 기획 입안부터 프로그램제작 준비·프로그램 제작·리허설·방송이라는 과정을 거치게 되는데, 이러한 과정에서 저작물로서 보호대상이 되는 창작행위가 존재한다.⁷⁵⁾ 만약, 「저작권법」에서 이러한 방송활동이 보호받지 못한다면, 그 전달에 의한 정보가 매우 용이하게 복제가 될 것이고, 그렇게 되면 방송사업자의 투자 및 설비 구축 등은 안정적으로 이루어질 수 없게 된다. 여기에 전달자로서의 방송사업자의 사업 활동이 법제도적으로 보호받아야 한다.⁷⁶⁾

그런데, 일본 「저작권법」에서는 저작물 전달자 중에 ‘실연가(實演家)’, ‘음반제작자’, ‘방송사업자’, ‘유선방송사업자(플랫폼)’에 대해서만 저작인접권자로서 일정한 권리를 부여하면서 보호하고 있다. 이와 같이 저작인접권자를 제한한 이유에 대해 다양한 저작물 전달자 중 실연가 등의 행위가 저작물의 창작에 준하는 준창작적 활동에 해당하기 때문이라는 주장이 일반적이지만, 이 외에도 이러한 전달은 저작물 등의 전달방법으로서 사회적으로 광범위하게 이용되고 있고 보호할 가치가 있다는 주장도 있다.⁷⁷⁾ 다시 말해 이러한 제한은 이론적 근거에 의한 것이 아니라 당시의 사회적 요청에 의한 저작권법제에서의 정책적 판단에 따른 것이다. 따라서 새로운 사회적 요청에 따라 이후 저작인접권자에 새로운 전달활동을 하는 자가 추가될 수도 있다.⁷⁸⁾

(2) 저작인접권과 무방식주의

저작인접권에 대해 「저작권법」에서는 저작인접권의 향유에는 어떠한 방식의 이행도 요하지 아니한다고 규정하고 있다(제89조 제5항). 즉, 무방식주의를 채택하고 있다. 이에 따라 방송사업자 등은 해당 방송 또는 유선방송이라는 행

75) 뉴스의 경우 어떤 사건에 대해 시청자에게 보다 쉽게 전달하기 위해 촬영하고, 그 영상을 편집하고, 편집한 영상에 필요한 글자와 그림 등을 삽입하고, 해당 영상에 필요한 원고를 작성한 후 한정된 시간에 다양한 뉴스들을 어떻게 방송할 것인지 고려한 후 시청자에게 방송된다.

76) 半田正夫/松田政行(編)(2015), 「著作権法コンメンタル(3)」, 勁草書房, 12頁.

77) 平尾正樹, 앞의 자료, 참조.

78) 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 6頁.

위가 행해진 때에 자동적으로 저작권접권이 발생한다. 신청, 신고 혹은 등록 등은 저작권접권의 발생 및 성립 요건이 아니다. 따라서 어떠한 방식의 이행도 필요없기 때문에 권리 보호에 용이하다.⁷⁹⁾

다만, 무방식으로 권리가 발생하기 때문에 권리의 발생시점이 문제가 되는 경우에는 객관적으로 입증할 수 있는 방안이 마련되어야 한다. 「저작권법」에서는 이를 위해 등록제도를 두고 있다. 등록제도에 대해서는 이후에 보다 상세히 검토한다.

(3) 저작권접권자인 방송사업자 등의 권리

(가) 방송사업자의 권리

1) 방송사업자의 의의

‘방송’은 공중송신 중 공중에 의하여 동일한 내용의 송신이 동시에 수신되는 것을 목적으로 하는 무선통신의 송신을 말하므로(제2조 제1항 제8호),⁸⁰⁾ 유선방송은 포함되지 않는다. 유선방송을 포함시키지 않은 것은 「저작권법」에서 별도로 유선방송사업자를 보호하고 있기 때문이다.⁸¹⁾

그리고 이러한 방송을 업으로 하는 자를 방송사업자라고 하는데(제2조 제1항 제9호), 방송면허 유무는 고려하지 않고 있다. NHK, 지상파민영방송사업자, 방송대학학원 등이 여기에 해당한다.

2) 보호 범위

「저작권법」에서 보호받는 방송의 범위는 다음과 같다(제9조).⁸²⁾

79) 岡村久道(2014), 「著作権法」, 民事法研究会, 24頁.

80) 「방송법」상 방송이란 공중에 의해 직접 수신되는 것을 목적으로 하는 전기통신의 송신을 말한다(동법 제2조 제1호). 무선뿐만 아니라 유선통신에 의한 송신도 포함되기 때문에 「저작권법」상의 방송 뿐만 아니라 유선방송, IP멀티캐스트방송도 「방송법」상 방송개념에 포함된다.

81) 岡村久道, 앞의 책, 369頁.

① 일본국민인 방송사업자의 방송. NHK, 방송대학학원(「방송법」 제88조상의 放送大學學園) 및 각종 민간방송국의 방송이 여기에 해당한다.

② 국내에 있는 방송설비로부터 행해지는 방송. AFN(American Forces Network), VOA(Voice of America) 등이 여기에 해당한다.

③ 실연가등보호조약⁸³⁾ 체결국 국민인 방송사업자의 방송 및 실연가등보호조약 체결국에 있는 방송설비로부터 행해지는 방송.

④ 세계무역기구 가맹국 국민인 방송사업자의 방송 및 세계무역기구 가맹국에 있는 방송설비로부터 행해지는 방송

3) 방송사업자 권리의 내용

① 복제권

방송사업자는 그의 방송 또는 이를 수신하여 행하는 유선방송을 순시하여 그 방송과 관련된 음(音) 또는 영상을 녹음, 녹화 또는 사진 그 밖의 이와 유사한 방법에 의하여 복제⁸⁴⁾하는 배타적 권리를 갖는다(제98조). 따라서 방송으로부터 녹음·녹화를 하려고 하는 자 또는 TV화면을 사진으로 촬영하려는 자는 방송사업자의 허락을 받아야 한다.⁸⁵⁾ 여기서 복제권의 보호대상인 ‘방송과 관련된 음 또는 영상’이란, 방송신호로 변환되어 있는 음 또는 영상을 말한다.⁸⁶⁾ 따라서 방송사업자의 저작권접권 보호대상으로 되는 것은 방송프로그램이 아니라 방송 송신에서 음성신호 또는 영상신호로 변환되어 있는 음 또는 영상이다.⁸⁷⁾

82) 이하의 내용은 作花文雄, 앞의 책, 508頁.

83) 일본 「저작권법」상 실연가등보호조약으로 명시되어 있으나, 일본에서의 정확한 조약명은 실연가 음반제작자 및 방송기관의 보호에 관한 국제조약(実演家、レコード製作者及び放送機関の保護に関する国際条約, International Convention for the Protection of Performers, Producers of Phonograms and Broadcasting Organizations) 이다.

84) 「저작권법」에서는 복제를 인쇄, 사진, 복사, 녹음, 녹화 그 밖의 방법에 의하여 유형적으로 다시 제작(再製)하는 것이라고 정의하고 있다(제2조 제1항 제15호).

85) 半田正夫(2015), 「著作権法概説」, 法学書院, 283頁.

86) 일반적으로 저작권접권에서 보호되는 것은 행위이고 ‘물(物)’은 아니다. 그러나 제98조에서는 명시하고 있는 바와 같이 그 대상은 행위가 아니라 방송과 관련된 음 또는 영상이다.

87) 作花文雄, 앞의 책, 508頁.

동 규정에 의해 당해 방송을 수신하여 직접 복제하는 경우뿐만 아니라 방송을 수신하여 행하는 유선방송에서의 복제에 대해서도 원방송사업자의 복제권이 미친다. 케이블TV가 보급되고 케이블TV를 통해 방송의 재방송이 광범위하게 행해지고 있는 현상에 비추어 매우 합리적인 규정이다.⁸⁸⁾

다만, 개인적으로 또는 가정 내 기타 이에 준하는 제한된 범위 내에서 사용하는 것을 목적으로 방송을 녹음·녹화하는 것에 대해서는 그러하지 아니하다(제102조 제1항에 의한 제30조 제1항의 준용).

② 재방송권 및 유선방송권

방송사업자는 방송을 수신하여 이를 재방송 또는 유선방송할 배타적 권리를 갖는다(제99조 제1항). 그러므로, 방송을 재방송⁸⁹⁾ 또는 유선방송하려고 하는 자⁹⁰⁾는 방송사업자의 허락이 받아야 한다. 다만, 유선방송을 행하는 자가 법령의 규정에 의하여 행하여야만 하는 유선방송(의무재방송)에 대하여는 허락을 필요로 하지 않는다(제99조 제2항).

한편, 방송을 수신한다는 것은 ‘공중송신 중 공중에 의하여 동일한 내용의 송신이 동시에 수신되는 것을 목적으로 하는 무선통신의 송신’(제2조 제1항 제8호)을 수신하는 것이다. 지상파방송의 동시방송을 위해 위성회선을 통해 방송사업자가 다른 방송사업자에게 행하는 송신은 공중에 대한 것이 아니기 때문에 「저작권법」상 방송으로는 인정되지 않는다. 그러므로 현실적으로는 방송을 수신하여 재방송하는 것은 찾아보기 힘들다.⁹¹⁾

③ 송신가능화권(저작인접권)

방송사업자는 방송 또는 이를 수신하여 실시하는 유선방송을 수신하여 그 방송을 송신가능화할 배타적 권리를 갖는다(제99조의2 제1항). 다만, 방송을

88) 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 212頁; 岡村久道, 앞의 책, 370頁.

89) 여기서 말하는 재방송에는 다른 방송사업자의 방송을 수신하여 동시에 행하는 방송 외, 다른 방송사업자의 방송을 수신하여 녹음·녹화물을 제작한 후 그 녹음물 등을 이용하는 방송도 포함된다(半田正夫, 앞의 책, 283頁).

90) 구체적으로는 방송사업자의 방송을 수신한 유선방송사업자가 그 방송을 스스로 유선방송을 통해 송신하는 것에 대해 원방송사업자는 이것을 허락 또는 금지할 권리를 갖고 있다.

91) 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 223頁.

수신하여 자동공중송신을 하는 자가 법령의 규정에 의해 실시하여야 하는 자동공중송신과 관련된 송신가능화에 대해서는 적용되지 않는다(동조 제2항). 이에 따라 IP멀티캐스트방송사업자가 하는 의무적인 동시재방송에 대해서 유선방송사업자와 마찬가지로 허락이 필요하지 않다.⁹²⁾

여기서 말하는 방송이란 송신행위만을 의미하고(제2조 제1항 제8호 참조), 방송과 관련된 음(音) 및 영상을 녹음·녹화한 것은 포함되지 않기 때문에, 일단 녹음된 데이터 및 녹화된 비디오 등을 이용하여 송신가능화를 하였다고 하여도 방송사업자의 송신가능화권을 침해하였다고 볼 수 없다. 그렇지만, 인터넷 등에 의한 재송신을 목적으로 녹음·녹화하는 행위는 앞서 살펴본 복제권에 저촉된다.⁹³⁾

④ TV방송의 전달권

방송사업자는 TV방송 또는 이를 수신하여 행하는 유선방송을 수신하여 영상을 확대하는 특별한 장치를 이용하여 그 방송을 공개적으로 전달할 배타적 권리를 갖는다(제100조). 그러므로 TV방송을 아이도포어(Eidophor) 등에 의해 공개적으로 전달하려는 자는 방송사업자의 허락을 받아야 한다.⁹⁴⁾

(나) 유선방송사업자의 권리

1) 유선방송사업자의 의의

유선방송이란 공중송신 중 공중에 의하여 동일한 내용의 송신이 동시에 수신되는 것을 목적으로 하는 유선전기통신의 송신을 말하고(제2조 제1항 제9의2호), 이러한 유선방송을 업으로 하는 자를 유선방송사업자라고 한다(제2조 제1항 제9의3호). 예를 들면, 데이터베이스 서비스와 같이 이용자로부터의 요구에 의해 개별적으로 송신이 이루어지는 경우에는 유선방송에 해당하지 않는

92) 岡村久道, 앞의 책, 371頁.

93) 半田正夫, 앞의 책, 283頁.

94) 半田正夫, 앞의 책, 283頁-284頁.

다.⁹⁵⁾

이러한 유선방송을 업으로 하는 자를 유선방송사업자라고 한다. 방송사업자와 마찬가지로 면허 유무는 고려하지 않고 있다. 케이블TV사업자, 유선음악방송사업자 등이 여기에 해당한다.

2) 유선방송사업자 보호의 필요성

케이블TV는 당초 산간벽지의 난시청 대책으로서 출발하였지만, 현재에는 도시의 난시청 해소를 목적으로 제공되고 있고 그 수요도 증가하고 있다. 그 결과 업무내용도 종래의 재방송 업무 중심에서 자주방송(自主放送)⁹⁶⁾ 프로그램 제작과 그 송신으로 발전하고 있다. 이와 같이 유선방송사업이 변화하고 방송사업과 유사하게 운영되고 있음에도 불구하고, 1986년 개정 이전 「저작권법」에서는 유선방송사업자가 저작권인접권으로서 보호받고 있지 못하였기 때문에, 유선방송 프로그램이 무단으로 복제되거나 재방송되어도 유선방송사업자는 전혀 권리주장을 할 수 없었고, 저작인접권에서 보호받고 있는 방송사업자와는 부대등한 관계에 있었다. 그래서 1986년 「저작권법」 개정을 통해 유선방송사업자는 새롭게 저작인접권자로서 보호받게 되었다.⁹⁷⁾

3) 보호 범위

방송사업자와는 달리 유선방송에 대해서는 실연가등보호조약 등에 관련 보호 규정이 아직 없어서 일본국민인 유선방송사업자의 유선방송과 일본에 있는 유선방송설비로부터 행해지는 유선방송만이 보호대상이 된다(제9조의2).

4) 유선방송사업자 권리의 내용

95) 半田正夫, 앞의 책, 284頁.

96) 케이블TV사업자가 지상파방송을 재방송하는 서비스 외에 자체적으로 제작·편성하여 송신하는 방송을 말한다.

97) 半田正夫, 앞의 책, 284頁: 作花文雄, 앞의 책, 511頁.

① 복제권

유선방송사업자는 그 유선방송과 관련된 음(音) 또는 영상을 녹음하고, 녹화하고 또는 사진 기타 이와 유사한 방법으로 복제할 배타적 권리를 갖는다(제100조의2). 여기에서 말하는 복제에는 유선방송으로부터 직접 녹음·녹화하는 행위 뿐만 아니라 유선방송으로부터 일단 녹음·녹화한 것을 다시 복제하는 행위도 포함된다.⁹⁸⁾ 유선방송사업자의 복제권은 기본적으로 방송사업자의 복제권과 동일하다. 다만, 방송사업자의 경우와는 달리 유선방송을 ‘수신하여 행하는 유선방송’에는 유선방송사업자의 복제권이 미치지 않는다.⁹⁹⁾ 그러므로 유선방송을 수신하여 행하는 유선방송에 대해 최초의 유선방송을 행한 유선방송사업자에게는 복제권이 인정되지 않는다.

② 방송권·재유선방송권

유선방송사업자는 유선방송을 수신하여 이것을 방송하거나 재유선방송을 할 배타적 권리를 갖는다(제100조의3). 이에 따라 본래 대상으로 되지 않은 자에 대해 유선방송 프로그램이 전달되지 않도록 할 수 있다.¹⁰⁰⁾

한편, 방송을 행하는 방송사업자의 권리는 그 방송을 수신하여 행하는 재방송·유선방송에 한정되기 때문에, 방송을 수신하여 행하는 유선방송을 다시 수신하여 행하는 유선방송에는 원방송을 행한 방송사업자의 저작권접권이 미치지 않는다.¹⁰¹⁾

③ 송신가능화권

유선방송사업자는 유선방송을 수신하여 이것을 송신가능화할 배타적 권리를 갖는다(제100조의4). 이에 대해서는 앞서 살펴본 방송사업의 송신가능화권과 동일하다.

98) 半田正夫, 앞의 책, 285頁.

99) 岡村久道, 앞의 책, 375頁.

100) 半田正夫, 앞의 책, 285頁.

101) 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 271頁.

④ 유선TV방송의 전달권

유선방송사업자는 유선 TV방송을 수신하여 영상을 확대하는 특별한 장치를 이용하여 유선방송을 공개적으로 전달할 배타적 권리를 갖는다(제100조의5). 유선방송되는 프로그램을 통상적인 가정용 수신기에서 수신하는 것이 아니라, 스크린에 비추는 것과 같이 유선방송이 본래 예정하고 있는 범위를 넘어서서 영화적인 이용이 행해지는 경우에 미치는 권리이다.¹⁰²⁾

앞서 살펴본 방송사업자의 전달권(제100조)에는 TV방송을 수신해서 이것을 전달하는 경우뿐만 아니라 TV방송을 수신하여 이것을 유선재방송한 것을 다시 수신하여 전달하는 경우까지 포함된다. 그러나, 유선방송사업자의 전달권은 유선방송을 수신하여 전달하는 경우에 한정되고 유선방송을 수신해서 이것을 방송하는 것을 다시 수신해서 전달하는 경우는 포함되지 않는다. 유선방송을 수신해서 이것을 방송하는 경우에는 방송의 전달이고 방송사업자의 전달권에 포함되기 때문이다.¹⁰³⁾

(4) 저작인접권의 보호기간

저작권에서의 보호 개시는 창작행위가 그 판단기준이 되고, 저작권에서의 보호기간 시기라는 점은 원칙적으로 의식할 필요는 없다. 저작자의 사후 50년까지라는 보호기간이 있기 때문에 시기만을 명확히 하는 것은 그다지 의미가 없다. 그러나, 저작인접권에서는 저작권과는 달리 그 목적으로 되는 행위가 무엇인지, 또한 어느 시점을 기준으로 50년을 기산할 것인지 등 보호 개시 시기를 보다 상세히 규정할 필요가 있다.¹⁰⁴⁾ 이에 「저작권법」에서는 방송 및 유선방송을 행한 때에 보호기간이 시작된다고 명시하고 있다(제101조 제1항).

그리고 그 존속기간은 방송 및 유선방송이 행해진 날이 속하는 해(年)의 다음 해(年)부터 기산하여 50년을 경과한 때이다(제101조).

102) 半田正夫, 앞의 책, 285頁.

103) 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 279頁.

104) 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 287頁.

(5) 저작인접권의 제한, 양도, 행사, 등록

(가) 저작인접권의 제한

1) 저작인접권의 목적으로 되고 있는 방송 및 유선방송은 저작권과 마찬가지로 문화적 소산이고 이용자의 편익으로 제공하기 위해 일정한 행위에 대해서 저작인접권의 행사를 제한하고 있다.¹⁰⁵⁾ 저작인접권은 통상적으로 저작물의 이용을 수반하기 때문에 저작권이 제한되는 경우에는 이와 동일한 취지로 저작인접권 또한 제한된다.¹⁰⁶⁾ 방송과 관련하여 「저작권법」상 이용자가 저작인접권자의 허락을 받지 않고 사용할 수 있는 경우는 다음과 같다.

- ⑩ 시사사건의 보도를 위한 이용(제102조 제1항에 의한 제41조의 준용)
- ⑮ 방송사업자에 의한 일시적 녹음 또는 녹화의 경우(제102조 제1항에 의한 제44조의 준용)
- ⑲ 전자계산기에서 저작물의 이용에 수반하는 이용 등의 경우(제102조 제1항에 의한 제47조의4의 준용)
- ⑳ 전자계산기에 의한 정보처리 및 그 결과의 제공에 수반하는 경미한 이용 등의 경우(제102조 제1항에 의한 제47조의5의 준용)

2) 지상파TV방송을 전면 디지털화하려는 정부의 방침을 구체적으로 실현시키기 위해 난시청지역에서의 전송경로로서 유선방송 외에 IP멀티캐스트 기술에 의한 지상파TV방송의 재방송이 중요한 수단이 되었다.

IP멀티캐스트방송이란, 인터넷 등 IP 네트워크를 경유하여 다수의 이용자에 대해 영상이나 음악 등의 콘텐츠를 제공하는 서비스이다. 당초에는 그 송신형태가 전화국내 등에 설치된 IP장치까지 전송된 프로그램이 그 장치에서 시청

105) 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 303頁-304頁.

106) 저작권의 권리행사 규정이 저작물의 성질에 의한 제한을 의식하고 있지 않지만, 저작인접권의 목적이 4개의 종류로 한정되고 있기 때문에 각각의 성질·형태를 고려하여 저작권의 제한 규정을 준용하고 있다(半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 304頁).

자의 요구에 따라 개별 시청자에게 제공되는 것이어서 IP장치까지의 전송은 유선방송에 해당한다고 하여도 IP장치로부터 시청자로의 전송은 「저작권법」상 은 자동공중송신에 해당한다¹⁰⁷⁾고 보았다.¹⁰⁸⁾

그런데, 실연 등의 방송을 유선방송하는 경우에는 저작인접권자의 허락이 필요없지만, 자동공중송신으로 되면 송신가능화에 대해 허락이 필요하다는 것이 종래의 규정이었는데, 이에 대해서 동일한 방송대상지역내에서 유선방송으로 전송되는 경우에는 허락이 불필요하고, IP멀티캐스트방송으로 전송되는 경우에는 허락이 필요하게 되는 불공평한 결과가 초래되었다. 그래서 2006년 「저작권법」의 개정에 의해 해당 방송과 관련된 방송대상지역에서 수신되는 것을 목적으로 하여 송신가능화를 행하는 경우에는 자동공중송신권이 적용되지 않는 한편(제102조 제5항), 권리자의 이익을 보호하기 위해 실연가에게 상당액의 보상금 청구권이 인정되었다(제102조 제6항).¹⁰⁹⁾

3) 신문·잡지에 게재된 시사문제에 논설, 공개된 장소에서 행해지는 정치상의 연설·진술, 재판절차에서의 공개적인 진술 및 국가·지방자치단체의 기관에서 행해지는 공개적인 연설·진술이 각각 방송에서 자유롭게 이용할 수 있도록 허용되는 경우에는 그 방송을 수신하여 이것을 유선방송하거나 영상을 확대하는 특별한 장치를 이용하여 공개적으로 전달하기 위해 방송사업자의 허락을 받을 필요는 없다(제39조 제1항, 제40조 제1항 및 제2항, 제102조 제8항).¹¹⁰⁾

4) 지금까지 살펴본 저작인접권의 제한은 저작인접권자에게 상당한 불이익

107) 1997년 개정 이전 「저작권법」에서는 방송을 전송경로의 물리적 특성에 따라 유선 송신이 ‘유선방송’, 무선 송신이 ‘방송’으로 정의하며 구분하여 왔다. 하지만, 1997년의 「저작권법」 개정에 의해 방송 전체를 포괄하는 개념으로서 ‘공중송신’이 창설되었고, 그 안에서 상호 작용성을 갖추고 있고 ‘공중의 요구에 따라 자동적으로 송신되는 것’이 유선·무선에 관계없이 ‘자동공중송신’으로 정의되었다(제2조 제1항 제9의4호). IP멀티캐스트방송은 이 자동공중송신에 속하는 서비스로 자리매김 되었다.(김향, “일본, IP 방송을 둘러싼 주요 쟁점”, 「방송동향과 분석」, 제229호, 2006 참조)

108) 半田正夫, 앞의 책, 289頁.

109) 半田正夫, 앞의 책, 289頁-290頁.

110) 半田正夫, 앞의 책, 290頁.

을 초래하기 때문에, 이에 대한 확장해석은 가능한 삼가 해야 한다. 다시 말해 제102조 제1항의 준용규정에 의해 형식적으로 저작권접권이 제한되는 경우에도 특정한 경우(제102조 제9항 제1호 내지 제5호)에는 방송사업자의 복제권(제98조) 및 유선방송사업자의 복제권(제100조의2)에 저촉되는 복제행위를 한 것으로 의제하여 저작권접권 침해에 해당한다.

(나) 저작권접권의 양도 및 행사 등

1) 저작권접권은 전부 또는 일부를 양도할 수 있다(제103조에 의한 제61조 제1항의 준용). 저작권접권은 재산권인 이상, 특별히 금지하는 규정이 없는 한 양도할 수 있는 것은 당연하지만, 권리의 '일부'를 분할하여 양도할 수 있는 것을 법에서 명확히 규정하고 있는 것은 의미가 있다.¹¹¹⁾ 일부양도란 예컨대 실연가의 경우에 녹음·녹화권과 방송·유선방송권을 분리하고 이 중 어느 하나만을 양도하는 것을 말한다.

2) 저작권접권은 저작권접권자가 자연인일 때에는 그 자의 사망에 의해 또는 법인일 때에는 그 법인의 해산에 의해 소멸한다(제103조에 의한 제62조 제1항의 준용). 해당 권리의 승계인이 존재하지 않는 경우에, 국가가 승계하여 저작권접권을 보유하는 것 보다는 해당 권리를 소멸시켜 폭넓게 사회에 개방하여 자유롭게 이용할 수 있도록 하는 것이 문화의 발전에 기여할 것이라는 점이 고려되었다.¹¹²⁾

3) 저작권접권자는 자기가 보유하는 저작권접권에 근거하여 허락권을 갖는다(제103조에 의한 제63조 제1항의 준용). 허락을 받은 자는 그 허락과 관련된 이용방법 및 조건의 범위 내에서 방송을 이용할 수 있다(제103조에 의한 제63조 제2항의 준용). 허락에 의해 부여된 이용권을 제3자에게 양도하는 경우에는 저작권접권자의 승낙이 필요하다(제103조에 의한 제63조 제3항의 준용).

111) 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 335頁.

112) 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 335頁-336頁.

4) 저작인접권이 공유된 경우에는 공유저작권의 양도와 마찬가지로 다른 공유자의 동의를 얻지 않으면 각 공유자는 지분을 양도하거나 질권의 목적으로 할 수 없다(제103조에 의한 제65조 제1항의 준용). 또한 저작인접권의 행사 경우에도 전원의 합의가 필요하다(제103조에 의한 제65조 제2항의 준용). 이러한 경우에 각 공유자는 정당한 이유가 없는 한, 동의를 거부하거나 합의 성립을 방해할 수 없다(제103조에 의한 제65조 제3항의 준용). 공유자 중에서 대표자를 선임하고, 그 대표권에 가해진 제한은 선의의 제3자에 대항할 수 없다(제103조에 의한 제65조 제4항의 준용).

5) 저작인접권자의 불명 그 밖의 이유에 의하여 상당한 노력을 하였어도 그 저작인접권자와 연락할 수 없는 경우에는 문화청장관의 재정(裁定)을 받아 통상의 사용료에 상당하는 것으로서 문화청장관이 정하는 보상금을 저작인접권자를 위해 공탁한 후, 그 재정과 관련된 이용방법으로 이용할 수 있다(제103조에 의한 제67조, 제67조의2, 제70조의 준용).

(다) 저작인접권의 등록

앞서 살펴본 바와 같이 「저작권법」은 무방식주의를 채택하고 있기 때문에, 단순히 방송 또는 유선방송을 행한 것만으로 저작인접권이 발생하고 다른 어떠한 요건, 방식 등을 구비할 필요가 없다. 그러므로 동법상 등록제도는 저작권을 취득하기 위하여 규정한 것은 아니고, 권리의 보전 혹은 권리이전 등 재산권으로서 거래의 안전을 도모하기 위해 도입된 제도이다.¹¹³⁾ 따라서 저작인접권의 이전·처분의 제한, 저작인접권을 목적으로 하는 질권의 설정·이전·변경·소멸·제한은 등록을 하지 않으면 제3자에게 대항할 수 없다(제104조에 의한 제77조의 준용).

등록은 서면에 의한 형식심사에 의해 이루어지고, 부동산등기 등과 마찬가지로 등록에 ‘공신력’이 없으므로¹¹⁴⁾ 등록이 발생요건이라고는 할 수 없다.¹¹⁵⁾

113) 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 343頁; 作花文雄, 앞의 책, 462頁.

114) 作花文雄, 앞의 책, 462頁.

또한, 부동산 등기의 경우에는 당초의 보존등기에서 권리의 변동 상황을 파악하는 것이 가능하지만, 「저작권법」상의 등록제도는 권리변동이 있는 때에 반드시 등록신청이 되는 것이 아니어서 권리변동을 정확하게 파악하는 것이 곤란한 면도 있다. 등록사항의 진실성에 대해서는 저작권에 관한 등록원부에서의 허위사항 등록이 「형법」 제157조의 공정증서원본부실기재죄에 해당하기 때문에 이러한 벌칙에 의해 담보되어 있다고 할 수 있다.¹¹⁶⁾

그리고 저작인접권의 등록은 문화청장관이 저작인접권등록원부에 기재하여 이루어지지만, 「저작권법」 제78조 제3항은 준용하고 있지 않기 때문에 관보에 의한 고시는 하지 않는다(제104조).

(6) 저작권과 저작인접권의 관계

(가) 저작인접권은 Certain rights called neighboring on copyrights 또는 Neighboring copyrights를 번역한 것으로서 이에 따라 저작인접권을 저작권에 인접한다라는 의미로 이해한다면 저작권과는 다른 별개의 권리이기는 하지만, 거기에는 저작권과 밀접한 권리라는 정도의 뉘앙스도 포함되어 있다. 실제로 방송사업자 등은 일반적으로 저작물을 사용하는 입장에 있기 때문에, 방송사업자 등에게 보장되어 있는 저작인접권은 저작권과 밀접하게 관련되어 있다는 점은 부정할 수 없다.

그래서 양자의 관계에 대해 「저작권법」 제90조에서는 방송사업자 등에게 인정되는 권리는 저작자에게 인정되는 권리¹¹⁷⁾와는 별개이고, 저작인접권제도에 의해 저작권의 권리내용에 어떠한 영향도 없다는 것을 확인적으로 규정하고 있다.¹¹⁸⁾ 즉, 방송 및 유선방송의 이용에 있어서 저작인접권자로부터 허락을 받았다고 하더라도 저작권자의 허락이 불필요하게 되는 것은 아니다. 반대로,

115) 岡村久道, 앞의 책, 339면.

116) 作花文雄, 앞의 책, 462頁.

117) 저작자에게 인정되는 「저작권법」상의 모든 권리를 의미한다. 구체적으로는 제17조에서 규정한 저작자의 권리, 즉 제18조 등에서 규정하고 있는 저작자인격권과 제21조 등에서 규정하고 있는 저작권이 여기에 포함되나.

118) 作花文雄, 앞의 책, 479頁.

저작권자로부터 허락을 받았다고 하더라도 방송사업자 등의 허락이 필요 없게 되는 것은 아니다.¹¹⁹⁾

(나) 저작권자의 지위에 영향을 미치지 않는다는 것은 법률상의 지위에 영향을 미치지 않는다는 것이고, 저작인접권이 동시에 행사되어 저작권자의 경제적 이익이 영향을 받은 경우에는 이러한 규정의 취지에 반하지 않는다. 예컨대, 저작권자는 방송의 허락을 하였음에도 불구하고, 실연가의 거부에 의해 저작물을 방송할 수 없게 되어도 저작권과는 별개의 독립된 제도로써 저작인접권이 인정되기 때문에 필연적으로 발생하는 결과이다.¹²⁰⁾

(다) 한편, 저작물과 저작인접권이 이와 같이 밀접한 관계에 있다고 하여도 저작인접권자의 각 행위는 반드시 저작물의 존재를 전제로 한다고 할 수 없다. 방송사업자 등은 방송을 통해 저작물을 전달하는 활동뿐만 아니라, 기존의 저작물을 전제로 하지 않는 예컨대 사고재해방송 등 비저작물의 정보전달 활동도 저작인접권으로 보호받고 있기 때문이다. 따라서, 저작권과 저작인접권은 각각 객체를 달리하는 별개의 독립된 권리로서 구성되어 있다고 할 수 있다.¹²¹⁾

나. 저작권위탁관리제도

(1) 서론

우리나라에서 「저작권법」에서 저작권이나 저작인접권 등 배타적 권리를 위탁하여 집중관리하는 제도로써 저작권위탁관리제도를 마련하고 규정하고 있는 것처럼 일본에서도 「저작권법」에서는 아니지만 「저작권등관리사업법(著作権等管理事業法)」(이하, 관리사업법이라 한다)에서 저작권위탁관리제도에 해당하는

119) 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 37頁.

120) 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 37頁-38頁.

121) 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 5頁.

저작권등관리사업을 규정하고 있다.

일본에서 저작권 집중관리제도가 법률로서 규율되기 시작한 것은 1939년 이른바 「저작권에 관한 중개업무에 관한 법률(著作権に關する仲介業務に關する法律)」(이하, 중개업무법이라 한다)의 제정으로부터 시작되었고, 그 후 그간의 기술발전과 중개업무법의 시행으로 집적된 실무경험 등을 반영하는 등 오랫동안 연구 검토를 거쳐 2001년부터는 관리사업법으로 집중관리제도의 전환이 이루어져 현재에 이르고 있다.

(2) 관리사업법의 제정 배경

정보통신기술의 발달과 더불어서 저작물, 실연, 음반, 방송 및 유선방송(이하, 저작물등이라 한다)의 이용이 광범위하고 다양화되어 왔고, 이와 같은 변화에 대응한 원활하고 신뢰성 높은 저작권 및 저작인접권(이하, 저작권등이라 한다)의 권리처리 시스템 구축에 대한 사회적 요청이 높아졌다.¹²²⁾

이러한 저작권 등의 권리처리에 중요한 역할을 하고 있는 것이 저작권등의 관리사업이고 일본에서는 중개업무법에서 이에 대한 규정하고 있었다. 그러나, 저작물등의 디지털화, 네트워크를 통한 저작물의 송신, 저작권 정보에 대한 접근의 용이성, 저작물등의 이용형태의 다양화 그 밖에 기술이나 사회상황의 변화에 중개업무법이 적합하지 않으므로 재검토해야 한다는 의견이 제기되었다. 중개업무법의 문제점은 ① 저작권의 관리사업에 대한 신규참여를 허가제에 의해 제한하고 있는 점, ② 저작물의 이용계약의 매개(媒介)행위 등 권리자의 이익을 해할 우려가 낮은 형태¹²³⁾까지 규제대상으로 하고 있는 점, ③ 적용대상 범위가 이용실태에 적합하지 않은 점, ④ 행정청의 재량권을 광범위하게 인정하고 있는 반면에 위탁자 및 이용자의 보호를 위하여 필요한 업무운영에 관한 규정이 불충분한 점 등이다.¹²⁴⁾

이러한 문제점을 해결하기 위해 저작권심의회에서는 1994년 8월에 ‘권리의

122) 尾崎史郎(2001), “著作権等管理事業法”, 「ジュリスト」, 第1195号, 80頁.

123) 즉, 중개행위를 말한다.

124) 半田正夫/松田政行(編)(2001), 앞의 책, 864頁.; 尾崎史郎, “著作権等管理事業法”, 「ジュリスト」, 第1195号, 80頁.

집중관리소위원회(權利の集中管理小委員)’를 설치하고 그 심의결과 1999년 7월 중간보고서를 공표하였으며 몇 가지 사항에 대해 수정을 가한 다음 2000년 1월 최종적인 보고서를 제출하였다.¹²⁵⁾ 이후 중개업무법이 폐지되고 관리사업법이 제정되어 2001년 10월 1일부터 시행되고 있다.¹²⁶⁾ 이하에서는 동법상의 내용을 개관하여 보겠다.

(3) 저작권등관리사업의 등록제 채택

관리사업법의 대상이 되는 저작권등관리사업이란, 관리위탁계약(위탁자가 인적관계, 자본관계 등에서 수탁자와 밀접한 관계를 가지는 자로서 문부과학성령으로 정하는 자를 제외함¹²⁷⁾)에 근거하여 저작물 등의 이용허락 그 밖에 저작권 등의 관리를 행하는 행위 중 업(業)으로서 행하는 것을 말한다. 이때 ‘업으로 행한다’는 것은 반복 계속하여 사업을 행하는지 여부에 의해 판단되며 영리성의 유무는 묻지 않는다.¹²⁸⁾

이러한 저작권등관리사업을 행하는 자에게 저작권등의 관리를 위탁한 저작권자들은 저작권등관리사업자의 재량에 따라 자신의 경제적 이익이 좌우된다. 이 때문에 위탁자인 저작권자들의 이익을 보호하기 위해서는 저작권등관리사업자가 타인의 재산을 관리하기 위한 일정의 조직적·경리적 기반이 확보되어야 함은 물론이고, 타인의 재산을 관리하는 것이 명백히 부적격한 자는 참여하지 못하게 할 필요가 있다. 그러나, 다른 측면에서는 위탁자가 자유롭게 저작권등의 관리방법 또는 저작권등관리사업자를 선택할 수 있도록 하기 위해 새로운 저작권등관리사업자의 신규참여를 용이하게 하는 것이 바람직하다. 또

125) 이러한 법적 기반 정비를 위한 검토경과에 관한 상세는, 著作権法令研究会(編)(2001), 『逐条解説 著作権等管理事業法』, 有斐閣, 21頁-41頁 참조.

126) 중개업무법과 관리사업법의 비교에 대해서는 문화청 홈페이지(<http://www.bunka.go.jp/seisaku/chosakuken/seidokaisetsu/kanrijigyoho/seitei/hikaku.html>) 참조.

127) 위임자와 수탁자 간에 인적관계, 자본관계 등에서 밀접한 관계가 있다면 수탁자는 위임자의 이익을 도모하도록 해당 사업을 관리하는 것이 통상적이어서 위탁자의 이익을 저해할 개연성이 낮고, 또한 이용자 입장에서도 수탁자의 의사표시를 위임자의 의향에 따른 것이라고 해석하는 것이 일반적이기 때문에 위임자에 의한 저작권등의 자기관리에 준하는 것으로 고려될 수 있어서 관리위탁계약에서 제외되었다(著作権法令研究会(編), 앞의 책, 50頁).

128) 池村聡(2010), “著作権等管理事業法”, 『著作権法の実務』, 経済産業調査会, 238頁.

한 신규참여에 대한 규제는 행정청의 재량 여지가 가능한 적고 객관적으로 명확한 기준을 갖고 있는 것이 바람직하다.¹²⁹⁾ 이에 따라 현행 관리사업법은 과거 중개업무법의 허가제 대신 등록제를 채택하고 있다.¹³⁰⁾ 즉, 저작권등관리사업자가 되고자 하는 자는 문화청장관의 등록을 받아야만 저작권등관리사업을 할 수 있다(제3조). 만약 문화청장관의 등록을 받지 않고 관리사업을 행하면 법률적으로 무효라고는 할 수 없지만, 그 위반행위는 제29조 제1호의 벌칙대상이 된다.¹³¹⁾

한편, 관리사업법은 이와 같이 등록제도를 도입하고 있지만, 저작물등의 권리자 보호를 위해 등록거부의 요건에 대해서도 규정하고 있다. 제6조에서 문화청장관은 법에서 정한 등록거부사유에 해당하거나 등록신청서와 그 첨부서류 중에 허위의 기재가 있으며, 중요한 사실의 기재가 없는 때에는 등록을 거부해야 한다고 규정하고 있다. 이때, 법에서 정한 등록거부사유는 다음과 같다.

① 법인(영리를 목적으로 하지 않는 법인격을 가지지 않는 사단으로서, 대표자의 정함이 있으며, 그 직접 또는 간접의 구성원과의 사이에 있어서의 관리위탁계약에만 기초를 두는 저작권등관리사업을 하는 것을 목적으로 하는 것을 포함) 아닌 자

② 다른 저작권 등 관리사업자가 실제로 이용하고 있는 명칭과 동일한 명칭 또는 다른 저작권등관리사업자와 오인될 우려가 있는 명칭을 이용하는 법인

③ 관리사업법에 의해 등록이 취소되어, 그 취소의 날로부터 5년을 경과하지 않은 법인

④ 관리사업법 또는 「저작권법」의 규정을 위반하여 벌금형에 처해져서 그 형의 집행이 끝나거나 그 형의 집행을 받지 않게 된 날로부터 5년을 경과하지

129) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 56頁.

130) 중개업무법에서는 권리자의 보호와 이용의 활성화를 꾀한다는 관점에서 허가제라는 행정청의 재량의 여지가 많은 판단행위를 개입시키고 있었다. 이에 비해 관리사업법에서는 저작권자 등 권리자가 자유롭게 저작권 등의 관리방법이나 관리사업자를 선택할 수 있도록 하기 위해 행정청의 재량의 여지가 가능한 한 적고 객관적으로 명확한 기준을 가지고 있는 등록제를 채택하여 신규 관리사업자의 시장진입을 용이하게 함으로써 시장원리에 맡긴 것이라고 말할 수 있다(著作権法令研究会(編), 앞의 책, 55頁-56頁; 作花文雄, 앞의 책, 792頁)

131) 일본 관리사업법 제29조 제1호는 “제3조의 규정에 위반하여 저작권등관리사업을 행한 자”는 “100만엔 이하의 벌금에 처한다.”고 규정하고 있다.

않는 법인

⑤ 임원 중에 성년 피후견인 또는 피보좌인, 파산자로서 복권되지 않은 자, 저작권등관리사업자가 등록이 취소된 경우에 그 취소일 전 30일 이내에 그 저작권등관리사업자의 임원인 자로서 그 취소의 날로부터 5년을 경과하지 않은 경우, 금고이상의 형을 받아 그 형의 집행이 끝나거나 그 형의 집행을 받지 않게 된 날로부터 5년이 경과되지 않은 자, 관리사업법 및 「저작권법」 등을 위반하거나 「형법」 및 「폭력행위 등 처벌에 관한 법률」의 죄를 범하여 벌금을 받아서 그 형의 집행이 끝나거나 그 형의 집행을 받지 않게 된 날로부터 5년이 경과되지 않은 자 중에 해당하는 자가 있는 법인

⑥ 저작권등관리사업을 수행하기 위해서 필요하다고 인정되는 문부과학성령으로 정하는 기준에 적합한 재산적 기초를 가지지 않은 법인

(4) 관리위탁계약의 내용

(가) 관리위탁계약의 형태

저작권등관리사업의 기초가 되는 관리위탁계약에 대해 관리사업법 제2조 제1항에서는 위탁자가 수탁자에게 저작물등의 이용허락 그 밖에 저작권 등의 관리를 행하게 하는 것을 목적으로 하는 ① 신탁계약 또는 ② 위임계약으로서 당해 허락을 할 때 위탁자가 사용료 액을 결정하도록 되어 있는 것 이외의 것을 말한다고 규정하고 있다. 즉, 관리위탁계약의 형태로서 신탁계약에 의한 것과 위임계약에 의한 것이다.

먼저, 신탁계약에 대해 검토하면, 관리사업법 제2조 제1항 제1호에서는 위탁자가 수탁자에게 저작권등을 이전하여, 저작물등의 이용의 허락 기타 해당 저작권 등의 관리를 하도록 하는 것을 목적으로 하는 신탁계약을 관리위탁계약으로 규정하고 있다. 따라서 관리위탁계약으로서 대상으로 되는 것은 저작권등의 이전을 수반하는 신탁계약 중 이용의 허락 기타 관리를 목적으로 하는 것이고, 처분을 목적으로 하는 것은 포함되지 않는다. 신탁에 의해 저작권 등

을 관리하는 경우에는 수탁자 신탁을 인수(引受)한 자 자신이 권리자이므로 당해 권리를 적절하게 보전하기 위하여 사용료를 지급하지 않은 자를 상대로 수탁자 자신의 이름으로 지급청구나 소송제기를 할 수 있다는 점이 특징이다.¹³²⁾

다음으로 위임계약에 대해 검토하면, 관리사업법 제2조 제1항 제2호에서는 위탁자가 수탁자에게 저작물등의 이용의 허락을 중개 또는 대리하도록 하고 동시에 해당 중개 또는 대리에 따른 저작권등의 관리를 하도록 할 목적으로 하는 위임계약을 관리위탁계약으로 한다고 규정하고 있다. 따라서 신탁계약과는 달리 위임계약의 경우에는 저작권등은 수탁자인 저작권등관리사업자에게 이전되는 것은 아니기 때문에 해당 저작권등관리사업자는 신탁계약과 같이 자기 명의로 해당 권리를 행사할 수는 없다. 어디까지나 위탁자를 대신해서 법률행위를 하는 것이다.¹³³⁾ 신탁계약과 마찬가지로 처분을 위탁하는 위임계약도 관리사업법의 적용대상이 아니다.¹³⁴⁾ 중개, 대리에 의해 저작권등의 관리를 업으로 하는 경우에는 수탁자 자신이 권리자가 아니기 때문에, 회수곤란한 징수, 금지청구, 소송제기 등 쟁송성이 상당 정도 인정되는 업무는 할 수 없다고 보아야 한다.¹³⁵⁾

(나) 관리위탁계약에 해당하지 않는 경우

관리사업법 제2조 제1항 본문은 이러한 신탁계약 및 위임계약이라 하더라도 수탁자에 의한 저작물 등의 이용허락 시에 위탁자가 사용료의 액을 결정하도록 되어 있는 경우는 관리사업법의 적용대상에서 제외하고 있다. 여기에서 ‘위탁자가 사용료 액을 결정한다’는 것은 수탁자가 저작물 등의 이용을 허락할 때에 위탁자가 스스로의 판단으로 사용료 액을 결정한다고 하는 의미이다. 구체적으로는 수탁자가 이용의 허락을 할 때마다 위탁자에게 사용료 액에 대한 승낙을 얻는 경우 등 위탁자 스스로의 판단으로 수탁자가 징수하는 사용료 액

132) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 47頁.

133) 清野正哉(2001), 「著作権等管理事業法」, 中央経済社, 2001, 53頁-54頁.

134) 池村聡, 앞의 논문, 239頁.

135) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 48頁.

이 결정되는 경우를 가리킨다.¹³⁶⁾ 즉, 위탁자가 사용료 액의 결정권을 유보(留保)하고 있는 경우를 말하고 전형적인 예로서 사용료 액에 대해 매번 위임자의 승낙을 조건으로 하는 그러한 계약형태를 들 수 있다.¹³⁷⁾ 지극히 당연한 것이지만 관리사업법은 저작권자 등이 스스로 자신의 저작권 등을 관리하는 경우, 즉 자기관리(自己管理)에 대해서는 등록제의 대상이 아니므로 관리사업법이 적용될 여지가 없다. 이와 마찬가지로, 사용료 액의 결정이 위탁자(권리자)에게 유보되어 있는 경우에 대해서는 수탁자의 재량으로 인해 위탁자의 이익이 손상될 우려가 없고 자기관리의 경우와 동일한 것으로 보고 취급할 수 있다. 따라서 위탁자가 저작권 등을 스스로 관리하는 ‘자기관리’의 경우에 준(準)한다고 생각되는 형태를 대상에서 제외하고, 수탁자가 미리 정해진 사용료 규정에 기해 스스로의 판단으로 이용허락 등의 권리행사를 하는 관리형태만을 관리사업법의 대상이 되도록 한 것이다.¹³⁸⁾

(5) 저작권등관리사업자의 업무

(가) 관리위탁계약약관의 작성 및 신고

저작권자들은 자신이 갖고 있는 권리의 행사를 저작권등관리사업자에게 위임하고 있지만, 그 권리를 이용하는 자로부터 사용료라는 이익을 향수할 수 있는 지위에 있다. 저작권등관리사업자도 자신의 경제적 기반을 유지·확대할 필요가 있고, 이를 위해 저작권등을 이용하는 자로부터 징수하는 사용료 중 일정 액을 관리수수료로 받고 있다. 그래서 저작권등의 관리사업에 있어서 저작권자등과 저작권등관리사업자 각각의 이익을 조정할 필요가 있다. 관리위탁계약약관은 이러한 저작권자등과 저작권등관리사업자간의 저작물등 이용에 의한 사용료 배분, 저작권등관리사업자의 보수 등에 대해 규정하고 있는 계약조

136) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 48頁. ‘위탁자가 사용료 액을 결정하는’ 경우에 해당하는지 여부는 실무상은 위탁자와 수탁자 간의 계약서에 그러한 취지의 기재가 있는지 여부에 의해 판단되게 될 것이다(위 같은 책, 48頁).

137) 池村聡, 위의 논문, 240頁.

138) 作花文雄, 앞의 책, 792頁; 박성호 외, 앞의 보고서, 148면.

항이라고 할 수 있다.¹³⁹⁾

한편, 향후 위탁자로 될 수 있는 자 등을 보호하기 위해서는 관리위탁계약의 내용이 예측가능해야 하고, 문화청장관도 그 내용을 파악할 수 있도록 하는 것이 바람직하다. 이러한 고려에 의해 관리사업법은 관리위탁계약약관의 작성 및 신고의무를 규정하게 되었다.¹⁴⁰⁾ 이에 따라 문화청장관으로부터 관리사업 등록을 받은 저작권등관리사업자는 일정한 사항¹⁴¹⁾을 기재한 관리위탁계약약관을 정하고 미리 문화청장관에게 신고해야 한다(제11조 제1항). 저작권등관리사업자가 관리위탁계약약관을 변경한 경우에도 문화청장관에게 신고하여야 하고, 이러한 신고를 했을 때는 지체없이 위탁자에 대해 그 신고와 관련되는 관리위탁계약약관의 내용을 통지하여야 한다(제11조 제1항, 제2항).

그리고, 저작권등관리사업자는 신고한 관리위탁계약약관에 의해서만 관리위탁계약을 체결하여야 하고(제11조 제3항), 저작권등관리사업자는 관리위탁계약을 체결하려고 할 때에는 저작권등의 관리를 위탁하려고 하는 자에 대해 관리위탁계약 약관의 내용을 설명해야 한다(제12조). 만약 신고한 약관이 부당한 것이라고 판단되는 경우 문화청장관은 사후적으로 업무개선명령 등의 조치를 취할 수 있다.¹⁴²⁾

(나) 사용료규정의 작성 및 신고

139) 清野正哉, 앞의 책, 64頁-65頁.

140) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 78頁

141) 관리사업법 제11조 (관리위탁계약약관) ① 저작권등관리사업자는, 다음 사항을 기재한 관리위탁계약약관을 정해 미리 문화청장관에게 신고하지 않으면 안된다. 이를 변경하려고 할 때도 같다.

1. 관리위탁계약의 종별(제2조제1항제2호의 위임계약일 때는, 중개 또는 대리의 구별을 포함한다.)
2. 계약기간
3. 수수(收受)한 저작물등의 사용료의 분배 방법
4. 저작권등관리사업자의 보수
5. 기타 문부과학성령으로 정하는 사항

142) 관리사업법 제20조(업무개선명령) 문화청장관은 저작권등관리사업자의 업무운영에 관하여 위탁자 또는 이용자의 이익을 해하는 사실이 있다고 인정되는 때는, 위탁자 또는 이용자의 보호를 위하여 필요한 한도에서, 당해 저작권등관리사업자에 대하여 관리위탁계약약관 또는 사용료규정의 변경 그 밖에 업무운영의 개선에 필요한 조치를 취할 것을 명령할 수 있다.

① 이용자의 보호를 위해서는 저작권등관리사업자의 자의적인 사용료 설정을 방지하고, 이용자가 사전에 어느 정도 지불하면 저작물등을 이용할 수 있는지를 알려줄 필요가 있고, 나아가 문화청장관도 그러한 내용을 파악할 수 있도록 하는 것이 바람직하다.¹⁴³⁾ 이에 따라 저작권등관리사업자는 사용료규정을 정하여 미리 문화청장관에게 신고해야 하고, 신고한 사용료규정을 변경할 때에도 문화청장관에게 신고하여야 한다(제13조 제1항). 또한, 저작권등관리사업자가 사용료규정을 신고하였을 때에는 지체없이 그 신고와 관련되는 사용료규정의 개요를 공표해야 한다(제13조 제3항). 이때, 사용료규정이란, 저작권등관리사업자가 저작권등을 이용하는 자로부터 징수하는 사용료 액, 사용료 징수 방법 등에 대해 규정하고 있는 것으로서, 이것은 상대방의 동의를 전제로 한 일종의 계약이라고 할 수 있다.¹⁴⁴⁾

② 저작권등관리사업자는 신고를 한 사용료규정에서 정하는 액을 초과하는 액수를 취급하고 있는 저작물등의 사용료로서 청구해서는 안 된다(제13조 제4항). 한편, 사용료규정에서 정한 액수는 상한(上限)으로서의 성격을 가지고 있을 뿐이기 때문에, 개개의 이용자가 개별 사정에 따라 저작권등관리사업자와 교섭하여 사용료규정에서 정한 액 보다 저렴한 액으로 사용료의 액으로 하는 것은 가능하다고 보아야 한다.¹⁴⁵⁾ 다만, 상한의 범위 내에서 구체적인 사용료 액을 정한다고 하더라도 공평성, 투명성의 확보가 요구되는 것은 당연하며, 또한 부당한 차별적 거래는 독점규제법상 문제가 될 수 있다.¹⁴⁶⁾

③ 관리사업법 제13조 제2항은 사용료규정을 작성하거나 변경하는 경우 관리사업자는 이용자 또는 그 단체로부터 미리 의견을 청취하도록 노력해야 한다는 규정을 두고 있다. 이는 구속성이 없는 것이므로 의견청취절차를 거치지 않은 채 사용료규정을 신고하였더라도 사용료규정의 효력이 발생하지 않는 것은 아니다.¹⁴⁷⁾ 그러나 이용자 측으로부터 의견청취를 할 수 있었음에도 그 절

143) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 83頁.

144) 清野正哉, 앞의 책, 68頁

145) 尾崎史郎, 위의 논문, 81頁.

146) 作花文雄, 앞의 책, 794頁; 박성호 외, 앞의 보고서, 152면.

차를 거치지 않고 사용료규정을 정한 경우에는 문화청장관으로 부터 관리사업법 제14조에서 규정한 사용료규정 실시금지기간의 연장을 명령받을 가능성이 있다.¹⁴⁷⁾ 즉, 동법 제14조 제2항은 문화청장관에게 신고를 한 사용료규정의 실시금지기간에 대해 본래 30일인 금지기간을 “사용료규정이 저작물 등의 원활한 이용을 저해할 우려가 있다고 인정되는 때”는 3개월까지 연장할 수 있다고 규정하고 있고, 동법 시행규칙 제15조 제4호에 의하면 의견청취를 하고자 노력을 하지 않은 채 사용료규정을 신고한 경우는 원활한 이용을 저해할 우려가 있는 것으로 인정한다는 취지로 규정하고 있어서 사용료규정의 실제 발효일이 지연될 위험성이 생긴다.¹⁴⁸⁾ 나아가 사용료규정 실시금지기간 중에 문화청장관에 의한 행정지도나 관리사업법 제20조에 기한 업무개선명령에 의해 사용료규정의 변경 등을 명령받을 가능성도 있다.¹⁴⁹⁾

④ 이용자는 저작물등을 이용할 경우 저작권등관리사업자가 청구하는 사용료를 지불하여야 한다. 그러므로 사용료규정의 실시 전에 이용자에게 대한 주지 및 이용자측의 준비기간을 확보하고, 경우에 따라서는 이용자는 저작권등관리사업자에게 협의를 요구하거나 문화청장관이 적절한 처분을 하도록 요구할 필요가 있다.¹⁵⁰⁾ 이를 위해 관리사업법은 저작권등관리사업자는 사용료규

147) 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 920頁.

148) 관리사업법 제14조 (사용료규정의 실시 금지기간) ① 전조 제1항의 규정에 의한 신고를 한 저작권등관리사업자는, 문화청장관이 해당 신고를 수리한 날로부터 기산하여 30일을 경과하는 날까지는, 해당 신고와 관련되는 사용료규정을 실시해서는 안된다.

② 문화청장관은 저작권등관리사업자로부터 전조 제1항의 규정에 의한 신고가 있을 경우에, 해당 신고와 관련되는 사용료규정이 저작물등의 원활한 이용을 저해할 우려가 있다고 인정될 때에는, 그 전부 또는 일부에 대해서 해당 신고를 수리한 날로부터 기산하여 3월을 넘지않는 범위내에서, 전항의 기간을 연장할 수가 있다.

149) 관리사업법 시행규칙 제14조는 동법 제13조 제1항의 사용료규정을 신고하는 경우에는 이용자 또는 이용자단체로부터 의견을 청취하고자 노력하였다는 것을 소명(疎明)하는 서명을 문화청장관에게 제출해야 한다는 취지를 규정하고 있다. 또 동법 시행규칙 제15조 제4호는 “저작권등관리사업자가 법 제13조 제2항의 규정에 의해 이용자 또는 그 단체로부터 의견을 청취하고자 노력하였다고 인정할 수 없는 경우”에는 “저작물 등의 원활한 이용을 저해할 우려가 있다고 인정되는 것으로 한다”는 취지로 규정하고 있다(半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 919頁-920頁).

150) 清野正哉, 앞의 책, 123頁; 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 920頁; 作花文雄, 앞의 책, 794頁; 박성호 외, 앞의 보고서, 152면-153면.

151) 尾崎史郎, 위의 논문, 81頁.

정을 문화청장관에게 신고한 후 30일간은 해당 규정을 실시해서는 안되고(제14조 제1항), 이용자의 이익을 확보하기 위해 특히 필요한 경우에는 3월을 넘지 않는 범위 내에서, 이용자대표가 협의 신청을 한 경우에는 6월을 넘지 않는 범위 내에서 문화청장관은 실시금지기간을 연장할 수 있다(제14조 제2항, 제3항).

(다) 저작권등관리사업자의 의무

관리사업법은 위탁자 및 이용자를 보호하기 위해 앞에서 살펴본 관리위탁계약의 신고 및 사용료규정 신고를 제외하고 업무와 관련하여 일정한 사항을 의무화하고 있다. 의무사항의 구체적인 내용은 다음과 같다.

① 저작권등관리사업자는 문부과학성령으로 정하는 바에 의해 신고를 한 관리위탁계약약관 및 사용료규정을 공시해야 한다(제15조). ② 저작권등관리사업자는 정당한 이유¹⁵²⁾가 없는 한 취급하고 있는 저작물등의 이용의 허락을 거절해서는 안된다(제16조). ③ 저작권등관리사업자는 저작물등의 표제 또는 명칭 기타 취급하고 있는 저작물등에 관한 정보 및 해당 저작물등 각각의 취급하고 있는 이용방법에 관한 정보를 이용자에게 제공하도록 노력하지 않으면 안된다(제17조). ④ 저작권등관리사업자는 매 사업년도 경과 후 3월 이내에 그 사업년도의 저작권등관리사업과 관련되는 대차대조표 및 사업보고서 기타 문부과학성령으로 정하는 서류를 작성하여 5년간 사업소에 비치해 두지 않으면 안된다(제18조 제1항).

(6) 사용료규정에 관한 협의 및 재정(裁定)

(가) 협의 및 재정제도의 취지

152) 정당한 이유가 있다고 고려될 수 있는 경우로는 ① 허락을 하는 것이 위탁자의 의사에 반하는 경우, ② 허락을 하는 것이 통상 위탁자의 합리적 의사에 반한다고 인정되는 경우, ③ 천재·지변 등 우발적인 장애사유에 의해 허락업무를 할 수 없는 경우 등이 있다(著作権法令研究会(編), 앞의 책, 96頁).

저작권등관리사업자가 정한 사용료의 액은 복수의 저작권등관리사업자가 적절한 경쟁 상황에 있는 경우에는 시장원리가 작동하여 사용료가 적절한 수준으로 될 것이라고 기대할 수 있지만, 저작권등관리사업자가 경쟁 상황에 있지 않은 경우에는 저작권등관리사업자가 고액의 사용료를 설정하거나 그로 인해 저작권물등의 원활한 이용이 방해될 수도 있다.¹⁵³⁾ 이와 같이 저작권등관리사업자간의 적절한 가격경쟁을 기대할 수 없는 경우, 관리사업법은 이용자 전체의 의향이 적절하게 사용료규정에 반영될 수 있도록 지정저작권등관리사업자와 이용자대표간의 사용료규정에 관한 협의제도 및 재정제도를 규정하고 있다.¹⁵⁴⁾

(나) 협의 및 재정의 당사자(지정저작권등관리사업자 및 이용자대표)

① 지정저작권등관리사업자

지정저작권등관리사업자란, 사용료 액의 수준에 영향력이 큰 저작권등관리사업자로서 문화청장관이 지정한 자를 말한다(제23조 제1항).¹⁵⁵⁾ 지정저작권등관리사업자의 인정을 문화청장관의 지정에 의하도록 한 것은 이용자대표가

153) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 110頁.

154) 尾崎史郎, 위의 논문, 82頁; 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 983頁-984頁.

155) 관리사업법 제13조 제1항은 지정저작권등관리사업자로 지정받기 위한 요건을 2가지 제시하고 있다. 제1요건은 사용료규정의 어느 '이용구분'에서 그에 해당하는 모든 저작권등관리사업자가 징수한 사용료의 총액에서 차지하는 해당 저작권등관리사업자가 징수한 사용료 액의 비율이 '상당한 비율'이어야 한다. '이용구분'이란 저작물 등의 종류 및 이용방법의 구별에 따른 구분이다. 동법 시행규칙 제12조는 이러한 이용구분을 상세하게 제시하고 있다. '상당한 비율'이란 사회통념상 상당한 정도인 것을 의미하는데, 50%를 넘으면 '상당한 비율'에 해당하는 데에 문제가 없고 50%를 근소하게 밑도는 경우라도 1요건을 충족한다고 해석된다. 50%를 명확히 밑도는 경우(예컨대, 점유율 40%)는 다른 저작권등관리사업자의 사용료 징수액과의 상대적 비교를 통해 결정하게 될 것이다.

제2요건은 두 가지인데 어느 쪽이라도 해당하면 충분하다. 그 중 하나는 어느 이용구분에서 저작권등관리사업자와 저작권등관리사업자 등록이 없는 관리자가 징수한 사용료 총액에서 차지하는 모든 저작권등관리사업자가 징수한 사용료 총액의 비율이 상당한 비율인 경우(제13조 제1항 제1호), 또는 나머지 하나는 저작권등관리사업자의 사용료규정이 당해 이용구분에서 사용료 액의 기준으로서 널리 사용되고 있고 또한 당해 이용구분에서 저작물등의 원활한 이용을 도모하기 위하여 특히 필요하다고 인정되는 경우(제13조 제1항 제2호)이다(박성호 외, 앞의 보고서, 153면-154면).

협의를 신청할 수 있는 저작권등관리사업자를 객관적으로 명확하게 하기 위함이다.¹⁵⁶⁾ 2019년 8월 현재 지정저작권등관리사업자로 지정되어 있는 것은, 일반사단법인 일본음악저작권협회, 협동조합 일본각본가연맹, 협동조합 일본시나리오작가협회, 공익사단법인 일본복제권센터, 일반사단법인 일본음반협회, 공익사단법인 일본예능실연가단체연합회, 유한책임중간법인 출판물대여권관리센터이다.¹⁵⁷⁾

② 이용자대표

이용자대표란 이용자의 총수에서 차지하는 직접 또는 간접의 구성원인 이용자의 비율, 이용자가 지불한 사용료의 총액에서 차지하는 직접 또는 간접의 구성원이 지불한 사용료 액의 비율 기타 사정으로부터 해당 이용구분에 있어서의 이용자의 이익을 대표한다고 인정되는 단체 또는 개인을 말한다(제23조 제2항). 이용자대표는 이용자의 이익을 대표하여 지정저작권등관리사업자와 사용료규정에 대해 협의하는 자이고 가능한 다수의 이용자를 대표하는 것이 바람직하지만, 이용자마다 저작물등의 이용이 다양하기 때문에 이용자의 수와 지불하는 사용료의 액을 기준으로 이용자대표의 적격성을 판단하고 있다.¹⁵⁸⁾

이용자대표에 대해서는 지정저작권등관리사업자와는 달리 문화청장관이 지정하지는 않는다. 이것은 ① 저작물등의 이용실태가 단기간에 크게 변동할 수 있기 때문에 일차적으로는 시장의 당사자인 이용자 등에게 이용자대표성을 판단하도록 위임하는 것이 유연성 확보의 관점에서 적당하고, ② 지정저작권등관리사업자는 다양한 이용자에 대한 일상적인 이용허락업무를 통해 이용자 대표성을 판단하기 위해 필요한 정보를 입수할 수 있는 것을 고려하였기 때문이다.¹⁵⁹⁾ 만약, 이용자대표라 칭하는 자로부터 협의의 신청이 제기되면 그 단계에서 해당 신청자가 이용자대표에 해당하는지 여부는 결국 문화청이 판단할

156) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 111頁.

157) 지정저작권등관리사업자에 대해서는 문화청 홈페이지(<http://www.bunka.go.jp/seisaku/chosakuken/seidokaisetsu/kanrijigyoho/jigyosha/index.html>) 참조.

158) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 113頁.

159) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 113頁-114頁.

수 밖에 없을 것이다.¹⁶⁰⁾

(다) 협의 및 재정제도의 내용

지정저작권등관리사업자는 이용자대표로부터 문화청장관에게 신고한 사용료 규정에 관한 협의가 요구되었을 때에는 이에 응하여야 한다(제23조 제2항). 협의대상은 사용료규정 중 사용료 액뿐만 아니라 이용구분이나 실시일, 사용료액 산출단위(면적, 사람 수, 입장료, 시간 등의 단위) 등에 대해서도 협의대상으로 할 수 있다. 협의대상이 되는 사용료규정은 문화청장관에게 신고한 것이면 그 실시의 전후를 묻지 않는다.¹⁶¹⁾ 그리고 저작권등관리사업자가 협의에 응하지 않거나 협의가 성립되지 않아 이용자대표로부터 신청이 있는 경우에는 문화청장관은 협의 개시 또는 재개를 명할 수 있다(동조 제4항). 또한 저작권등관리사업자는 협의가 성립한 경우에 협의결과에 기초하여 사용료규정을 변경하여야 한다(동조 제5항).

문화청장관의 협의개시명령 및 협의재개명령에 기한 협의가 성립하지 않을 때에는 당사자는 문화청장관에게 재정을 신청할 수 있다(제24조 제1항). 재정신청이 있는 경우 문화청장관은 다른 당사자에게 이를 통지하고 상당한 기간을 정하여 의견을 진술할 기회를 주어야 하며, 문화심의회(文化審議會)¹⁶²⁾의 자문을 받은 후 재정한다(동조 제2항, 제4항). 문화심의회에 자문하는 것이 의무화되어 있는 것은 재정의 타당성을 담보하기 위한 것이다. 문화심의회에서는 당사자의 협의경위, 그때까지의 합의사항, 쌍방의 주장, 다른 이용형태의 사용료, 외국의 실태 등을 종합적으로 감안하여 답신(答申)을 하며, 문화청장관은 그 답신에 입각하여 재정을 한다.¹⁶³⁾ 재정을 하였을 때에는 문화청장관은 그 취지를 당사자에게 통지하여야 한다(동조 제5항). 그리고, 지정저작권등

160) 池村聡, 앞의 논문, 246頁; 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 114頁.

161) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 115頁

162) 문화심의회는 문부과학성설치법(文部科学省設置法) 제20조에 근거하여 문화청에 설치되어 있고, 문부과학대신 및 문화청장관의 자문에 응하여 국어·저작권 및 저작인접권·문화재·문화공로자의 선정 및 문화·예술전반에 관한 기본적인 사항을 조사 및 심의하는 업무를 담당하고 있다.

163) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 120頁-121頁; 半田正夫/松田政行(編), 앞의 책, 987頁.

관리사업자는 사용료규정의 실시일 전에 재정의 신청이 있을 경우 사용료실시 금지기간이 경과하였다고 하더라도 해당 재정이 있는 날까지는 사용료규정을 실시해서는 안된다(동조 제3항).

(라) 독점금지법과의 관계

일반적으로 사업자단체에 의한 가격교섭은 사업자단체에 의한 가격카르텔 내지 사업자단체에 의한 구성원의 사업활동 제한으로서 「사적 독점의 금지 및 공정거래의 확보에 관한 법률(이하, 독점금지법이라 한다)」상의 문제로 될 수 있는 행위이다. 그러나, 관리사업법에 기초하여 이용자대표가 지정저작권등관리사업자와 협의하는 것에 대해 ① 지정저작권등관리사업자는 이용자대표로부터 협의 요구가 있는 경우에만 협의에 응할 의무가 있고 통상적으로는 협의를 거쳐야만 하는 것은 아니라는 점, ② 이용자는 지정저작권등관리사업자와 개별적으로 교섭이 가능하다는 점, ③ 저작물등의 이용허락 성질상 1인의 이용자에게 이용의 허락을 하였기 때문에 다른 이용자가 이용 허락을 받지 못하는 것은 아니라는 점 등을 이유로 협의하는 것 자체는 독점금지법상의 문제로 되지 않는다.¹⁶⁴⁾

(7) 저작권등관리사업자에 대한 문화청장관의 감독

관리사업법은 저작권등관리사업자 업무의 운영 등에 관해서 위탁자 또는 이용자의 이익을 보호하기 위해 저작권등관리사업자에 대한 문화청장관의 감독 권한을 부여하고 있다.

(가) 보고징수 및 출입검사

164) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 122頁. 다만, 본건과 관련된 협의에 그치지 않고, 예컨대 이용자단체에 있어서 구성사업자가 지정저작권등관리사업자와 개별 교섭을 하는 것을 제한한 경우 등에는 독점금지법상의 문제가 발생한다.

문화청장관이 저작권등관리사업의 적절한 운영을 담보하기 위해 업무개선명령이나 등록취소 처분 등의 권한이 적절하게 행해져야 하는데, 그 전제로서 저작권등관리사업자의 업무 또는 재산의 정확한 상황을 파악할 필요가 있다.¹⁶⁵⁾ 이를 따라 문화청장관은 관리사업법의 시행에 필요한 범위 내에서 저작권등관리사업자에 대하여 그 업무 및 재산의 상황에 관하여 보고하도록 하거나 그 직원에게 저작권등관리사업자의 사업소에 들어가 업무의 상황 및 장부, 서류 기타 물건을 검사하도록 하고 관계자에게 질문하도록 할 수 있다(제19조 제1항).

(나) 업무개선명령

관리사업법은 저작권등의 관리를 위착하는 자를 보호하는 것과 더불어서 저작물등의 이용을 원활하게 하는 것을 목적으로 하고 있다. 이러한 목적을 실현하기 위해서는 저작권등관리사업자가 업무를 운영함에 있어서 위탁자 또는 이용자의 이익을 해하는 경우에 문화청장관이 개선조치를 강구할 필요가 있다.¹⁶⁶⁾ 이에 따라 문화청장관이 저작권등관리사업자의 업무 운영에 관하여 위탁자 또는 이용자의 이익을 해하는 사실¹⁶⁷⁾이 있다고 인정할 때에는 위탁자 또는 이용자의 보호를 위하여 필요한 한도 내에서 해당 저작권등관리사업자에 대해 관리위탁계약약관 또는 사용료규정의 변경 기타 업무의 운영의 개선에 필요한 조치를 취하도록 명할 수 있다(제20조).

(다) 등록취소 등

165) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 101頁.

166) 著作権法令研究会(編), 앞의 책, 101頁.

167) 이에 해당하는 경우로는 ① 관리위탁계약약관의 내용이 일방적으로 저작권등관리사업자에게 유리해서 현저하게 위탁자의 이익을 해하는 경우, ② 사용료규정에서 부당하게 고액의 사용료가 설정되어서 현저하게 이용자의 이익을 해하는 경우, ③ 동일한 이용방법임에도 불구하고 합리적인 범위를 넘어서서 이용자별로 사용료 액의 차별을 두고 있고, 일부 이용자의 이익을 현저하게 해하는 경우, ④ 저작권등관리사업자가 공익에 반하는 사업을 하고 있는 경우 등이 있다(著作権法令研究会(編), 앞의 책, 102頁).

위탁자 또는 이용자 보호를 도모하기 위해 저작권등관리사업자에게 저작권 등관리사업을 하도록 하는 것이 부적절하다고 판단되는 경우(① 관리사업법 및 관리사업법에 근거하는 명령 또는 이들에 근거하는 처분에 위반했을 때, ② 부정한 수단에 의해 저작권등관리사업의 등록을 받았을 때, ③ 관리사업법이 정한 등록거부사유 중 법에서 정한 사유(예컨대, 법인이 아닌 자가 등록한 경우, 다른저작권등관리사업자가 이용하는 명칭과 동일한 명칭을 사용한 경우 등)에 문화청장관은 등록을 취소하거나 6월 이내의 기간을 정해 저작권등관리사업의 전부나 일부의 정지를 명할 수 있다(제21조).

Ⅲ. 방송프로그램 사용료 산정의 실무

1. 방송프로그램 사용료 관련 논의

일본에서는 과거 지상파방송사업자가 재방송 동의를 해 주면서 무상으로 「저작권법」상 이용허락을 해주었던 관행이 있었는데, 2013년 「유선텔레비전 방송사업자에 의한 기간방송사업자의 지상파방송 (TV 방송에 한한다)의 재방송의 동의와 관련된 협의 절차 및 재정에 있어서의 ‘정당한 이유’에 관한 해석 가이드라인」의 개정시 재방송 동의에 따른 대가 관련 내용이 포함되었다. 즉, 재방송의 대상이 되는 지상파 방송사업자에 대한 방송프로그램 및 방송의 사용료는 당사자 간에 별도로 협의해야 할 것임(가이드라인 Ⅱ.2.(1)③다)을 명시하고 있다. 2013년 6월 일본케이블 TV연맹과 (사)일본텔레비전방송저작권협회 간 체결한 「케이블 TV사업자에 의한 지상파민방 TV프로그램의 재방송에 대한 저작권 · 저작인접권 사용료의 지불에 관한 기본합의」에 따라 케이블TV사업자는 재방송 동의에 따른 대가를 지불하고 있다.

한편, 「저작권법」에서는 저작권 · 저작인접권을 보호하고 있고, 이를 관리하기 위하여 관리사업법에서 저작권등관리사업을 규정하고 있다. 이러한 저작권 등관리사업을 하려는 자는 문화청장관으로부터 등록을 받아야 하는데, 2019년 7월 1일 현재 등록을 받은 저작권등관리사업자는 아래 <표>와 같이 모두 28

개 사업자이다.¹⁶⁸⁾

<표> 저작권등관리사업자 등록현황(2019년 7월 1일 현재) (총 28개 사업자)

등록 번호	명칭	취급 저작물의 종류
01001	일반사단법인 일본음악저작권협회	음악
01002	공익사단법인 일본문예가협회	언어
01003	협동조합 일본각본가연맹	언어
01004	협동조합 일본시나리오작가협회	언어
01005	주식회사 NexTone	음악, 음반
01006	주식회사 동경미술구락부	미술, 언어
01008	공익사단법인 일본복제권센터	언어, 미술, 도형, 사진, 음악, 무용 또는 무언극, 프로그램, 편집저작물
02001	일반사단법인 일본음반협회	음반, 실연
02004	일반사단법인 학술저작권협회	언어, 도형, 사진, 프로그램, 편집 저작물, 미술, 건축, 영화, 음악, 무용 또는 무언극
02005	공익사단법인 일본예능실연가단체협의회	실연
02006	일반사단법인 일본미술가연맹	미술
02007	주식회사 Media Links Japan	미술, 사진, 언어
02010	일반사단법인 교과서저작권협회	언어, 음악, 미술, 도형, 사진
02013	유한회사 Corvet Photo Agency	사진, 언어, 미술, 도형
03010	일반사단법인 일본출판저작권협회	언어, 사진, 도형, 미술
04001	일반사단법인 출판물대여권관리센터	언어, 미술, 사진, 도형
05001	주식회사 International Copyright Association	음악, 음반

168) 일반사단법인 일본음악저작권협회를 비롯한 28개 등록관리사업자의 현황은 문화청 사이트(http://www.bunka.go.jp/seisaku/chosakuken/seidokaisetsu/kanrijigyoho/toroku_jokyo/pdf/r1392456_01.pdf) 참조.

06001	협동조합 일본사진가유니온	사진
07002	일반사단법인 출판사저작권관리기구	언어, 미술, 그래픽, 사진편집저작물
08001	주식회사 I·C·Agency	음악, 음반, 실연
08002	저작권컨설팅 주식회사	미술
09002	주식회사 일본비주얼저작권협회	언어, 미술, 그래픽, 영화, 사진
10001	일반사단법인 월드뮤직인터넷방송협회	음악, 음반, 실연, 영화
12001	일반사단법인 일본미술저작권협회	미술
13001	일반사단법인 일본TV방송저작권협회	영화, 방송
14001	일반사단법인 영상콘텐츠권리처리기구	실연
18001	공익사단법인 일본만화가협회	언어, 미술

다음 사업자는 저작권등관리사업 개시 준비 중임
(관리위탁계약약관 및 사용료규정을 정하여 문화청에 신고하지 않으면 사업을 개시할 수 없음)

등록 번호	명칭	취급 저작물의 종류
15004	일반사단법인 일본케이블TV연맹	영화, 유선방송

이러한 저작권등관리사업자 중 방송과 관련된 것은 일본TV방송저작권협회와 일반사단법인 일본케이블TV연맹이다. 이 중 일본케이블TV연맹은 케이블TV사업자가 독자적으로 제작 및 편성하는 자주방송의 저작권 및 저작인접권¹⁶⁹⁾을 관리하기 위해 저작권등관리사업자로 등록되어 있는데, 현재 관리위탁계약약관 및 사용료규정을 문화청에 신고하고 있지 않아 관련 사업을 개시

169) 케이블TV는 당초 산간벽지의 난시청 대책으로서 출발하였지만, 현재에는 도시의 난시청 해소를 목적으로 제공되고 있고 그 수요도 증가하고 있다. 그 결과 업무내용도 종래의 재방송 업무 중심에서 자주방송(自主放送) 프로그램 제작과 그 송신으로 발전하고 있다. 이와 같이 유선방송사업이 변화하고 방송사업과 유사하게 운영되고 있음에도 불구하고, 1986년 개정 이전 「저작권법」에서는 유선방송사업자가 저작권인접권으로서 보호받고 있지 못하였기 때문에, 유선방송 프로그램이 무단으로 복제되거나 재방송되어도 유선방송사업자는 전혀 권리주장을 할 수 없었고, 저작인접권에서 보호받고 있는 방송사업자와는 부대등한 관계에 있었다. 그래서 1986년 「저작권법」 개정을 통해 유선방송사업자는 새롭게 저작인접권자로서 보호받게 되었다.

하고 있지 않다. 따라서 일본에서 방송과 관련하여 저작권등관리사업을 하고 있는 자는 일본TV방송저작권협회이다. 이하에서는 일본TV방송저작권협회가 신고한 관리위탁계약약관 및 사용료규정에 대해 검토한다.

2. 일본TV방송저작권협회의 관리위탁계약약관¹⁷⁰⁾(부록 참조)

관리사업법 제11조 제1항에 의하여 일본TV방송저작권협회가 신고한 관리위탁계약약관의 주요 내용은 다음과 같다.

가. 관리위탁계약의 종류

관리위탁계약약관상의 관리위탁계약 종류로는 제2장의 신탁계약과 제3장의 중개위임계약이 있다. 먼저 신탁계약에 대해 살펴보면, 위탁자(지상파TV방송사업자)가 재방송 관련 권리(이하, 신탁저작권등이라 한다)를 수탁자에게 이전하고, 수탁자는(일반사단법인 일본TV방송저작권협회) 해당 저작권등의 신탁을 인수하는 것이 적당하다고 인정할 때에 위탁자와 신탁에 관한 관리위탁계약을 체결한다(제4조). 이렇게 체결된 신탁계약은 신탁종료일에 종료하지만, 신탁계약에 대해 위탁자는 정당한 이유가 있는 경우에 한해서 관리위탁계약의 기간 중이라고 하여도 수탁자의 동의를 얻어 신탁의 전부 또는 일부를 해제할 수 있다(제7조, 제8조).

다음으로 중개위임계약에 대해 살펴보면, 위탁자가 재방송에 관한 권리의 중개에 의한 관리를 수탁자에게 위임하고, 수탁자는 저작권등의 중개위임을 인수하는 것이 적당하다고 인정할 때에는 위탁자와 중개위임에 의한 관리위탁계약을 체결한다(제11조). 이러한 중개위임계약의 종료는 신탁계약과 동일하다(제12조, 제13조).

나. 계약기간

170) 관리위탁계약약관은 http://www.jasmat.or.jp/pdf/keiyaku_yakkan_20190901.pdf 참조.

관리위탁계약의 계약기간은 체결일로부터 1년간으로 한다. 다만, 계약기간 만료 3개월 전까지 수탁자 또는 위탁자로부터 관리위탁계약을 갱신하지 않는다는 의사표시를 서면으로 하지 아니하는 경우에는 기간 만료일 다음날부터 기산하여 다시 1년간 계속되는 것으로 한다(제14조).

다. 사용료의 징수방법, 이용허락조건

수탁자는 이용자에 대하여 지상파TV방송의 본건 재방송을 허락하고, 수탁자가 문화청장관에게 신고한 사용료규정에 따라 이용자(유선TV방송사업자)로부터 사용료를 징수한다. 그리고 수탁자는 이용허락계약의 체결 촉진 또는 관리의 효율화를 도모하기 위해 필요에 따라 합리적인 범위에서 문화청장관에게 신고한 사용료규정에서 정한 사용료 액을 차감한 액을 이용자에게 청구할 수 있다(제15조).

라. 사용료의 분배 방법 및 관리수수료

수탁자는 매년 11월까지 징수한 사용료를 다음 해 3월말까지 위탁자에게 분배한다(제16조). 그리고 수탁자는 전조의 규정에 근거하여 분배할 때에는 사용료의 10% 이내의 관리수수료를 수수한 사용료 중에서 공제할 수 있다(제17조). 여기서 수수료는 관리사업법상 관리위탁계약약관의 필수사항 중 하나인 저작권등관리사업자의 보수에 해당한다.

마. 관리위탁계약의 승계

영업양도, 합병 또는 분할에 의해 위탁자가 갖고 있는 저작권등을 승계한 자는 관리위탁계약에 근거한 위탁자의 지위를 승계 한다. 그리고 위탁자의 지위를 승계한 자는 신속하게 그 취지를 수탁자에게 신고하여야 한다(제18조).

바. 관리위탁계약의 해제

위탁자 또는 수탁자는 상대방에게 관리위탁계약에 위반하는 행위가 있을 때에는 상당한 기간을 두고 상대방에 대하여 해당 계약상의 의무 이행을 최고한 후, 의무 이행이 없는 경우에는 해당 계약을 해제할 수 있다. 또한, 위탁자는 수탁자가 저작권등관리사업법 제9조 각 호에 해당하는 경우에도 관리위탁계약을 해제할 수 있다(제21조).

3. 일본TV방송저작권협회의 사용료규정¹⁷¹⁾(부록 참조)

저작권등관리사업법 제13조에 의하여, 저작권등관리사업자는 사용료규정을 미리 정하여 문화청장관에게 신고하여야 한다. 그리고 관리위탁계약약관 제15조에 의하여, 수탁자는 문화청장관에게 신고한 사용료규정에 따라 이용자로부터 사용료를 징수한다. 문화청장관에게 신고한 사용료규정의 주요 내용은 다음과 같다.

가. 이용구분에 따른 사용료의 액 산정

유선TV방송사업자가 지상파TV방송을 재방송하는 경우 저작권등의 사용료는 다음의 이용구분에 의해 산출한 금액에 소비세 상당액을 가산한 액으로 한다(제3조).

(1) 연간 포괄적 이용허락 계약을 체결하는 경우

구역내 재방송의 경우에는 지상파TV방송 1파(채널) 당 유료시청 세대 수에 연 120엔을 곱한 액으로 한다. 그리고 구역외 재방송의 경우에는 지상파TV방송 1파(채널) 당 유료시청 세대 수에 연 600엔을 곱한 액으로 한다.

¹⁷¹⁾ 사용료규정은 http://www.jasmat.or.jp/img/content/shiyoryo_kitei.pdf 참조.

(2) 연간 포괄적 이용허락 계약에 체결하지 않는 경우

구역내 재방송의 경우에는 지상파TV방송 1파(채널) 당 유료시청 세대 수에 월 20엔을 곱한 액으로 한다. 그리고 구역외 재방송의 경우에는 지상파TV방송 1파(채널) 당 유료시청 세대 수에 월 100엔을 곱한 액으로 한다.

(3) 수신장해구역에 있어서 특례

유료시청 세대 중 현재 수신장해가 발생하여 방송법에서 정해진 의무재방송으로서 수신장해구역에서 본건 재방송을 시청하는 유료시청 세대는 사용료를 면제한다.

나. 감액조치

사용료규정에서 정하는 사용료는 저작권등의 이용 형태에 비추어 특히 필요하다고 인정되는 경우에 한하여 계약의 촉진 또는 관리의 효율화를 도모하기 위해 감액할 수 있다.

제2절 독일¹⁷²⁾

I. 개요

저작권의 집중관리에 대하여 독일은 저작권관리단체를 규율하기 위하여 1965년 전면개정 저작권법과 더불어 특별법인 저작권 및 인접보호권의 관리에 관한 법률 (Gesetz über die Wahrnehmung von Urheberrecht und verwandte Schutzrechte: Urheberrechtswahrnehmungsgesetz: 이하 ‘저작권관리법’, UrhWG))을 제정하여, 집중관리단체의 설립과 운영·감독 등을 정부의 통제 하에 비교적 엄격하게 행하여 왔다.¹⁷³⁾ 최근 2015년 11월 11일 EU 저작권집중관리지침(2014/26)을 국내이행하기 위하여 ‘집중관리단체에 의한 저작권관리 등 관리에 관한 법률(이하 ‘저작권집중관리법(VGG)’))을 제정하였다. 동법은 2016년 6월 1일 시행되었고 위 저작권관리법을 완전 대체한 것이다.

특히 저작권집중관리법에서 주목해야 할 부분은 관리단체의 권리와 의무에 관하여 규정하고 있는 저작권집중관리법 제2장이다. 여기에는 저작권관리의무인 관리단체가 자신의 사업범위에 속하는 권리와 의무를 권리자의 요구에 따라 상당한 조건으로 관리할 의무가 있다는 관리강제규정(저작권집중관리법 제9조)이 있다. 이 조항의 목적은 이용자와 관련하여 저작권위탁관리단체의 독점적 지위의 남용을 방지하고자 하는 것이다.¹⁷⁴⁾ 또한, 자의적인 방법을 배제하고 일정한 규칙(분배표)에 의하여 분배하여야 한다는 수입의 분배규정(저작권집중관리법 제27조), 상당한 조건의 이용허락의무인 계약강제(저작권집중관리법 제34조), 상당한 조건으로 포괄계약을 체결할 의무 등이 있다(저작권집중관리법 제35조). 포괄계약이 체결되어 있는 경우에는 계약에서 합의된 보수요율 등(저작권집중관리법 제38조 - 제39조)에 관하여 규정하고 있다.

172) 이 부분은 한양대학교 법학전문대학원 김병일 교수의 자문내용을 수정·보완한 것이다.

173) 1965년 9월 9일 BGBl. I. S. 1294로 제정되었으며, 2003년 9월 10일 BGBl. I. S. 1774; 정보화사회의 저작권을 규율하기 위한 법률이라는 저작권법개정법을 통하여 최근에 개정되었다. 물론 1933년에 음악공연권중개에 관한 법률이 있었고 동법에 의하면 음악부분에 관한 한 저작권관리단체는 허가를 받아야 한다고 규정하고 있다. 이에 대한 자세한 내용은 한국저작권법학회(2004. 8.), 『저작권 위탁관리제도 개선방안 연구』, 문화관광부, 36-37면.

174) 지적재산권법학회(2008. 5.), 『대리중개제도 개선 방안 연구』, 문화체육관광부, 35면.

그리고 저작권법의 규정에 의해, 저작물의 대여보수, 사적녹음녹화보상금, 복사복제보상금 등에 관계된 보상청구권에 대해서는, 관리단체에 의한 행사가 의무화되어 있다(저작권법 제27조, 제54조).

독일은 저작권집중관리법을 통하여 저작권관리단체에 대한 통제 및 활성화를 도모함으로써 저작권자의 권리보호에도 간접적으로 영향을 미치고 있다. 저작자가 가지는 권리가 보상을 청구할 수 있는 채권적 형태의 권리로서의 특색이 있는 독일 저작권법의 경우 저작권자의 권리보호가 특히 문제되지는 않는데, 그것은 저작권집중관리법을 통해 관리단체들이 활성화되어 실질적으로 저작자들의 보호에 충실하기 때문이다.¹⁷⁵⁾

II. 저작권집중관리단체 현황

독일의 집중관리단체는 국가에 의하여 허가(Erlaubnis)를 받은 13개의 집중관리단체와 복수의 집중관리단체가 공동으로 다른 목적으로 설립된 집중관리기관(Verwerungsagentur, Collectingagency)이 여러 단체 존재한다.

어문저작물에 관해서는 VG WORT (Verwertungsgesellschaft WORT)가 복사권도 포함해서 저작권을 신탁관리하고 있다. GEMA는 음악 저작물과 관련된 권리를 독점적으로 신탁관리하고 있다. VG Bild-Kunst는 미술저작물 및 사진저작물 등을 독점적으로 신탁관리하는 단체이다.

VG WORT를 비롯한 집중관리단체는 독일저작권집중관리법 제75조 이하의 규정에 따라 독일특허상표청의 저작권부의 감독을 받고 있다. 독일특허상표청은 독일연방카르텔청과 협의하여 저작권관리단체를 감독한다. VG WORT는 바이에른주의 경제교통부에 의하여 법인격이 부여된 사단¹⁷⁶⁾이다.

175) 이영록(2007), 『저작권 집중관리단체 활성화 제고방안 연구』, 저작권위원회, 72-73면.

176) 현재 독일에 존재하는 저작권관리단체의 법적 성격은 다양하다. GEMA, VG WORT, VG Bild-Kunst 등은 사단법인(rechtsfähiger Verein)이고, GVL은 유한회사(GmbH), ZPU는 민법상의 조합이다.

〈표〉 독일의 집중관리단체 현황

집중관리단체	관리권리
GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte e.V.)	음악저작물의 작곡자, 작사자 및 음악출판사의 권리
VG Wort (Verwertungsgesellschaft WORT e.V.)	어문저작물의 저자 및 출판사의 권리
GVL (Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH)	실연자, 음반 기획 및 제작자, 비디오클립제작자의 권리
VG Bild-Kunst (Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst e.V.)	미술과 사진 저작물의 권리자의 재판매권
VG Bild-Kunst (Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst e.V.)	미술과 사진 저작물의 권리자의 권리와 영화 및 TV프로그램제작자의 저작인접권
FILMVERWERTUNGSGESELLSCHAFTEN	뮤직비디오 분야의 저작자, 영화제작자 및 실연자의 권리
VFF (Verwertungsgesellschaft der Film- und Fernsehproduzenten mbH)	독립 영화 및 TV프로그램 제작자의 권리
GWFF (Gesellschaft zur Wahrnehmung von Film- und Fernsehrechten)	독일저작권법 제20조에 의한 국내 및 외국 영화제작자의 케이블방송에 관한 권리
AGICOA Urheberrechtsgesellschaft mbH	국내 및 외국 영화제작자의 권리
VGF (Verwertungsgesellschaft für Nutzungsrechte an Filmwerken mbH)	독일 및 외국 영화제작자의 권리와 독일 TV프로그램제작자의 권리
TWF (Treuhandgesellschaft Werbefilm mbH)	광고 영화 제작자의 권리
VG Media (Verwertungsgesellschaft Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber und Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH)	미디어기업(Medienunternehmen)의 저작권 및 저작인접권
VG Musikedition (www.vg-musikedition.de)	음악편집자의 권리
GWVR Gesellschaft zur Wahrnehmung von Veranstalterrechten	무대(공연)기획자의 권리

또한, 관리단체의 연합체로 저작권법상 특정권능과 관련된 징수연합(Inkassozusammenschlüsse)으로는 ‘사적복제보상금제도’상 보상청구권을 행사하게 되는 ZPÜ(Zentralstelle für private Überspielungsrechte, bei der GEMA), ‘도서관대여’에 대한 보상청구권을 행사하게 되는 ZBT(Zentralstelle für Bibliothekanthieme), ZFS(Zentralstelle Fotokopieren an Schulen, bei der VG Wort), ZVV(Zentralstelle für Videovermietung, bei der GEMA),

ZWF(Zentralstelle für die Wiedergabe von Fernsehsendungen), ARGE DRAMA, Inkassostelle Kabelweitersendung, ARGE KABEL 등 8개의 단체들이 있다. 이들 단체들은 저작권법상 특정되어 보상청구권을 행사하게 되는 수 개의 관련 관리단체들의 임의적인 모임이다. 이들 단체가 징수한 보상액은 그 단체를 구성하는 관리단체들 사이에서 다시 분배되고, 각 관리단체는 다시 소속회원에게 분배하게 된다.¹⁷⁷⁾

저작권집중관리단체의 시스템을 가장 잘 구축하고 있는 GEMA의 시스템은 다음과 같다.¹⁷⁸⁾ GEMA의 권리행사에 대한 사항과 GEMA의 저작권관리범위는 권리자와 체결하는 위탁계약의 내용에 따라 결정된다. 그 범위 내에서 권리자도 GEMA의 동의 없이는 자신의 사용권을 마음대로 처분 할 수 없다. 이 계약은 법에 명시적으로 규정되어 있지 않지만 관례에 의할 때 특수한 형태의 저작권법상 사용계약의 지위를 갖고 있다. 즉, 저작권등의 위임 요소뿐 아니라 신탁관계, 조합관계, 고용계약과 사무처리 계약의 성질을 가지는 것이라 한다.¹⁷⁹⁾ 이러한 권리계약(Berechtignungsvertrag)¹⁸⁰⁾을 통해서 각각의 저작권집중관리단체의 저작권자는 자신의 저작권에 대한 배타적인 이용권을 각각의 저작권집중관리단체에 이전하게 된다(§ 1 und 3 GEMA-BerV). 저작권집중관리단체는 제작자들(Produzenten)에게 이용권을 인정하고 있다(§ 2 Nr. 2, 2. Abs. Satzung der GEMA). 뿐만 아니라 저작권관리법(UrhWG) 제11조 제1항에 따라 저작권관리회사의 측면에서 계약강제(Kontrahierungszwang)를 인정하고 있다. 또한, 저작권집중관리단체에게 인정한 배타적인 사용권리는 집단적인 권리(kollektive Rechte)를 표시할 수 있다.¹⁸¹⁾ GEMA는 주로 음악이용에 대한 복제 및 배포권(Vervielfältigungs-und Verbreitungsrecht) (독일 저작권

177) Haimo Schack(2013), Urheber- und Urhebervertragsrecht, 6. Auflage, Mohr Siebeck, S. 612.

178) Reh binder(2010), Urheberrecht, 16. Auflage, C.H. Beck, S. 338.

179) 정선주(1999), “독일의 음악저작권 관리단체 ‘GEMA’”, 『계간저작권』 (통권 제46권), 저작권심의조정위원회, 여름호, 19-20면.

180) 2019년도 권리계약(Berechtignungsvertrag)에 대해서는,
https://www.gema.de/fileadmin/user_upload/Gema/Berechtignungsvertrag.pdf(2019.5.22.방문).

181) Reh binder, Urheberrecht, a.a.O., S. 342-343.

법 제15조 제1항)과 공개재현권 또는 공연권(Recht zur öffentlichen Wiedergabe) (독일 저작권법 제15조 제2항)을 보유하고 분배한다.¹⁸²⁾

국제적인 관계에서 GEMA는 저작권법상 보호되는 저작물의 사용, 특히 온라인사용에서도 순수한 국내적인 문제가 아니기 때문에 다양한 국내법상 저작권관리회사는 상호계약(Gegenseitigkeitsverträge)¹⁸³⁾을 체결하였다(§ 2 Nr. 2 Satzung der GEMA: "bilaterale Verträge"). 따라서 외국의 저작권자의 이익은 독일에서도 보호되는 것과 마찬가지로 독일의 저작권자도 외국에서 보호받게 된다.

III. 관리단체의 설립요건

독일에서 집중관리단체로서 활동하기 위하여 허가(Erlaubnis)를 필요로 한다(저작권집중관리법 제77조 제1항). 허가신청에 대하여는 주무관청인 독일 특허청이 카르텔청과 협의하에 결정한다(저작권집중관리법 제75조 참조). 허가신청시에 관리단체에 위탁된 권리, 권리를 위탁한 권리자의 수 등의 정보가 제공되어야 한다(저작권집중관리법 제78조). 관리단체의 정관이 저작권관리법에 부합되지 않거나, 법률이나 정관에 비추어 관리단체를 대표할 권한이 있는 자가 대표할 만한 신빙성이 없다고 판단되거나 관리단체의 경제적 기반에 비추어 위탁된 권리의 효과적인 관리를 기대할 수 없는 등 법에서 특정된 경우에만 허가신청이 거부될 수 있다(저작권집중관리법 제79조). 위와 같은 거부사유는 신탁작용의 적절한 수행의 보장과 관련된다. 즉, 관리단체를 대표할 권한이 있는 자가 재산범죄를 범하였거나 파산신고를 받은 경우라면 보통 위의 신빙성을 인정하기 힘들다.¹⁸⁴⁾ 신빙성 판단이나 효과적인 관리의 기대가능성 판단에

182) 그 밖에도 저작권자가 개별적으로 행사하는 권리 특히, 권리계약(Berechtigungsvertrag)을 통해서 저작권집중관리단체에게 이전되지는 않는 가공권(Bearbeitungsrecht) (독일저작권법 제23조)이 있다.

183) 상호계약에 관한 표준계약에 대해서는,

https://www.gema.de/fileadmin/user_upload/Gema/jahrbuch/14_Gegenseitigkeitsvertr%C3%A4ge.pdf(2019.5.22. 방문).

184) Dreier·Schulze(2015), Urheberrechtsgesetz, Kommentar, C.H.Beck, 5. Aufl., §3 UrhWG Rdnr. 4.

는 주무관청에 재량의 여지가 있을 것이나 단지 추측에 의할 것이 아니며, 객관적으로 인식되며 검증될 수 있는 사실에 입각한다.¹⁸⁵⁾ 관리단체가 허가신청시에 경제적 기초의 판단여부는 장래에 있어서의 활동성에 비중이 놓여있다. 그 기준으로는 정관, 재정충당계획, 분배표, 관리되는 권리의 범위, 외국 관리단체와의 상호계약체결 등의 여부가 언급된다.¹⁸⁶⁾

효과적인 관리를 위한 경제적 기초를 판단하기 위하여 어느 정도 사업을 운영할 수 있는 재정적인 최소한은 요구되어야 하겠지만 이 점이 과대평가될 수 없다. 새로이 설립되는 관리단체에게 활동에의 진입을 본질적으로 어렵게 만들 수 있는 까닭이다.¹⁸⁷⁾ 물질적인 기초는 위탁된 권리의 관리와 사무실운영을 위해 예기되는 비용을 보장할 수 있어야 한다. 허가의무를 규정한다고 하여 관리단체간의 경쟁이 배제될 가능성을 부여하지 않는다. 실제로 관리단체로 활동하기 위한 허가신청은 이미 동일 영역에 관리단체가 활동한다는 이유에서 거절되지 않았다. 독일에서 영상저작물 영역에 6개의 관리단체가 서로 경쟁하던 시절도 있었다. 동일 영역에서 다수의 관리단체가 있을 때, 권리자에게나 이용자에게도 거래비용이 증대하며, 관리비용 역시 중복적으로 지출되는 등 권리자에게나 이용자에게나 공히 이롭지 않다는 경험을 거쳐 저작물의 동일 영역에 하나의 관리단체가 존재하는 사실상 독점체제에 이르고 있다.¹⁸⁸⁾

허가요건에 관하여 독일 특허청은 사실상 독점체제에 이르도록 조절하지 않았다.¹⁸⁹⁾ 그러한 조절행위는 독일 기본법 제12조 제1항의 직업선택의 자유를 침해하게 될 수 있다. 관리단체에 허가를 요건으로 하는 조항은 직업선택의 자유의 제한이 될 수 있는 까닭에 본 조항을 해석함에 있어서 기본권제한에서 요구되는 필요성과 비례의 원칙이 지켜져야 한다.¹⁹⁰⁾ 그렇다고 본 조항을 너

185) Schricker · Loewenheim(2010), Urheberrecht, Kommentar, 4. Aufl., C.H.Beck, §3 Rdnr. 8ff.

186) Dreyer · Kotthoff · Meckel(2013), Urheberrecht, Kommentar, 3. Aufl., Heidelberg, §3 WahrnG Rdnr. 11.

187) Schricker · Loewenheim, a.a.O., §3 WahrnG Rdnr. 12.

188) 안효질(2004), 독일 VG WORT의 운영실태와 국내 저작권관리단체의 개선방향, 『소담 김명신 선생 화갑 기념논문집』, 법문사, 122면 참조.

189) Haimo Schack, a.a.O., S. 614.

190) 공익적인 이유에서 기본권을 제한할 필요성이 인정되며, 필요한 경우에도 제한되는 기본권과 필요한 공익사이에는 비례관계가 유지되어 과잉제한될 수 없다는 것이다.

무 엄격히 취급하지 않아야 한다는 결론도출은 적합하지 않은 것인데, 관리단체 신청인의 직업선택의 자유가 관리단체에 권리를 위탁한 권리자의 보호보다 더 높이 평가될 수 없는 까닭이라는 것이다.¹⁹¹⁾ 관리단체허가신청에 대한 거부처분은 주무관청의 행정행위로서 서면으로 그 이유가 설명되어 관리단체 신청인에게 송달된다(저작권관리법 제3조 제2항). 거부처분의 부당성에 관하여 행정법원법(Verwaltungsgerichtsordnung; VwGO)에 따라 다투어질 수 있다. 즉, 저작권관리법 제3조가 정하는 허가신청이 거부되어야 할 사항에 해당되지 않음에도 불구하고 거부처분이 있었다면 재송절차를 통하여 관리단체허가를 얻을 수 있게 된다. 그 구제절차는 먼저 주무관청인 특허청에서의 이의절차를 거치게 되고(VwGO §68 I), 특허청이 다시 이를 받아들이지 않으면 독일 특허청이 소재한 지역을 관할하는 행정법원으로서 뮌헨 행정법원에서 관리단체 허가신청거부처분에 대한 취소소송 등이 진행된다(VwGO §42).¹⁹²⁾

IV. 집중관리단체의 활동

특정 집중관리단체가 구체적으로 저작권법상 어떤 권리를 관리할 수 있는 여부는 주무관청으로부터 관리허가에 따른 그 집중관리단체의 활동영역과 개별회원인 권리자와의 관리계약의 내용으로부터 결정된다. 집중관리단체들에게는 2중의 계약강제의무가 부여된다. 즉, 집중관리단체의 관리영역에서 저작자 등의 권리를 권리자의 요구에 따라 상당한 조건으로 관리해 주어야 할 의무가 부여되며(저작권집중관리법 제20조 제1항), 당해 집중관리단체에 의해 관리되는 권리를 이용하려는 누구와도 상당한 조건으로 이용허락계약을 체결해야 할 의무가 또한 부여된다(저작권집중관리법 제34조 제1항). 또한 집중관리단체는 회원이 아닌 권리자의 이익을 위하여 공동의 대표자를 두어야 한다고 규정한다(저작권집중관리법 제20조 제2항).¹⁹³⁾ 집중관리단체에 의한 저작자 등 권리자의 집중관리는 정해진 이용요율표에 따라 통일적으로 취급된다. 동 요율표

191) Schricker/Loewenheim, a.a.O., §3 WahrnG Rdnr. 10.

192) Zeisberg in HK-UrhR, §3 WahrnG Rdnr. 13ff.

193) 동 조항은 저작권법상 권리가 오직 집중관리단체에게만 행사될 수 있어야 하는 경우 비회원인 관리자 보호에 특히 의미가 있을 것이다.

는 관보에 공표하도록 되어 있다(저작권집중관리법 제38조). 동 요율은 상당해야 한다. 요율표에서 정해진 기준이외에 저작물 혹은 권리자의 중요성에 따라 권리자인 회원을 위하여 혹은 이용자를 위하여 차별 취급하는 행위는 공히 허용되지 않는다.

상당성의 의미는, 저작자 등 권리자의 입장에서 적절하게 보수를 받아야 할 뿐만 아니라, 이용자의 입장에서 과잉지급하지 않도록, 거래 당사자간의 - 권리자와 집중관리단체사이에서 혹은 관리단체와 이용자사이에서 - 급부와 반대급부사이에 균형을 이루어야 한다는 의미이다.¹⁹⁴⁾ 권리자로부터 권리를 신탁받은 집중관리단체에서는 항상 헌법상 보장되고 있는, 저작자에게 자신의 저작물이 이용되는 것으로부터의 경제적인 과실(果實)에 가능한 한 최대한 상당하게 관여시키도록 해야 한다는 원칙에 구속을 받는다.¹⁹⁵⁾ 집중관리단체들은 관리되는 저작물 등을 이용하려는 회원들로 구성된 이용단체와는 상당조건의 포괄적 이용계약을 체결하게 된다(저작권관리법 제12조). 위에서 언급한 조문들에서 집중관리단체가 관여되는 저작권법상의 법률관계에서의 상당성에 관하여 다툼이 있으면 주무관청인 특허청에 설치된 중재소(Schiedsstelle)에 분쟁해결을 신청할 수 있다(저작권집중관리법 제92조).¹⁹⁶⁾

저작자 등 권리자는 집중관리단체에서 정회원, 특별회원 및 준회원으로 구분된다.¹⁹⁷⁾ 통상적으로 회원총회는 정회원으로 구성된다. 회원자격은 주로 권리자로서의 소득 등을 기준으로 부여된다. 회원의 구분에 따라 혹은 비회원이라고 하여 저작권사용료의 수익분배에서 특혜를 받는 것은 아니다. 그러나 회원이 되는 경우 회원총회등 집중관리단체의 기관을 통하여 집중관리단체의 활동에 참여할 수 있다.¹⁹⁸⁾ 집중관리단체의 의사결정에 참여하는 한도에서 회

194) Vgl. Schricker · Loewenheim, a.a.O., §6 WahrnG Rdnr. 13.

195) Dreier · Schulze, a.a.O., Vor §1 UrhWG Rdnr. 7.

196) 법에서는 중재소(Schiedsstelle)라는 용어를 사용하고 있으나 중재소의 합의안에 대하여 불복이 허용된다는 의미에서는(저작권관리법 제14조a제3항) 조정(Schlichtung)의 법적 성질이라고 판단된다.

197) 2010년12월31일을 기준으로 GEMA의 경우 총회원이 64,778명이었는데, 정회원이 3,414명, 특별회원이 6,435명, 준회원이 54,929명이었다고 한다. 소수의 정회원들이 전체 수입의 64.24%를, 특별회원들이 4.84%를, 다대수인 준회원은 24.11%가 분배되었다고 한다(Vgl. Haimo Schack, a.a.O., S. 611, Rdnr. 1308).

198) 안효질, 앞의 논문, 127면. 동 논문에서는 어문저작물 저작자들의 집중관리단체인 독일의

원들은 비회원과 차별화될 수 있다. 권리자가 집중관리단체에 회원가입시 구분된 여러 개의 직업종류 중 한 群 혹은 요건이 충족된다면 복수의 군을 선택하는 신탁관리계약을 체결하게 된다. 구체적으로 각 직업군들은 각각의 대표자들을 통하여 집중관리단체의 임무 및 권리, 의결 및 상담위원회의 구성, 수익배당의 기본원칙 및 기타 모든 기본적인 문제들에 대하여 결정한다.

집중관리단체에 의해 징수된 수입은 회원 등 권리자에게 분배된다. 집중관리단체는 이와 같은 분배과정에서 자의성을 배제하여야 하며, 분배기준은 문화적으로 중요한 저작물 등을 장려한다는 원칙에 따라야 한다(저작권집중관리법 제27조). 집중관리단체의 수입은 비회원인 권리자도 배려하여 관련 권리자에게 비례적으로 분배되어야 한다. 앞에서 언급된 권리자와 집중관리단체 사이에서의 상당성 조건은 분배표에도 적용된다.¹⁹⁹⁾ 분배의 원칙은 집중관리단체의 정관에 필수적으로 기재되어야 한다. 분배표가 집중관리단체의 정관에 따라 적법하게 결의된 것이라고 하더라도 자의적인 분배기준, 즉 분배표의 상당성여하에 관하여 주무관청은 감독할 수 있으며 자의금지원칙에 위배시 그 시정을 명할 수 있다(저작권집중관리법 제85조 제1항 제2문). 집중관리단체가 징수한 이용료총액에서 소정의 관리비용, 미지급액, 사회 및 진흥기금에의 부담금을 공제한 후 금액으로부터 권리자는 상당한 방법으로 확인될 수 있는 한도에서 자신의 저작물 등이 실제로 이용되어 지분액을 얻게 되는데, 이러한 확인이 가능하지 않거나 그 확인에 비례적이지 못한 비용이 소요된다면 예외적으로 총액으로 합산하여 추정 및 여타 약식 방법이 허용된다.²⁰⁰⁾

V. 집중관리단체에 대한 감독

1. 저작권관리법에 의한 감독

VG WORT의 운영실태에 대하여 소개하고 있다.

199) 독일연방헌법재판소는 위 조항에서 자의성의 배제란 저작권관리법 제6조제1항에서와 같이 분배규칙이 상당해야함을 확인한 바 있다(BVerfGE 79, 17ff).

200) Zeisberg in HK-UrhR, a.a.O., §8 WahrnG Rdnr. 9. 독일 저작권법 제27조에서의 대여에 따르는 보상금, 위 법 제54조에서의 사적복제보상금이나 권리자를 개별적으로 확인할 수 없는 포괄계약이 체결된 경우일 것이다. 서점에서 판매되었거나 도서관에서 대여된 도서가 또한 복사되었다고 추정할 수 있다(Schack, a.a.O., Rdnr. 1219).

저작권집중관리단체의 감독에 관하여는 독일 저작권집중관리법 제75조 이하에서 규정하고 있다. 본래 1933년 처음 저작권관리법이 제정될 당시만 하더라도 허가와 관련된 규정만이 있었으나 1960년대에 들어오면서 여러 외국입법을 참고하여 감독기능에 대해 본격적인 정비가 시작되었다. 우리나라와 마찬가지로 독일도 각 영역에 단 하나의 집중관리단체가 존재하기 때문에 이들의 지위는 독점적일 수밖에 없다. 이러한 독점적 상황에도 불구하고, 합목적적이고 기대에 부응하는 독점적 지위를 얻도록 하는 것이 감독기능의 주안점이 된다.²⁰¹⁾ 관리 및 감독기능은 독일특허상표관청에서 담당한다. 동 행정청이 담당하는 감독은, 독일 저작권관리법 제1조에서 정한 허가를 제외하고, 사후적 감독의 성격을 갖는다. 행정청은 집중관리단체가 법에서 정한 역할과 기능을 정상적으로 수행하는지 감독한다.²⁰²⁾ 여기에는 특히 이용료율이 적절한지에 대한 평가가 포함된다. 필요한 정보를 얻기 위해 관청은 단체로 하여금 사업장 부를 비롯한 서류의 제출이나 정보의 제공을 구할 수 있다.²⁰³⁾ 한편 관청은 단체의 총회 및 이사회에 참여할 수 있다.²⁰⁴⁾

감독기관이 집중관리단체에 가할 수 있는 가장 높은 수준의 제재는 허가취소인데, 독일 저작권집중관리법 제80조 1항 2호는 경고에도 불구하고, 문제되는 행동이 반복되는 경우에 허가를 취소할 수 있다고 정하고 있다. 이러한 경고와 허가취소는 행정행위로서 행정절차법에 따라 이의를 제기할 수 있고, 이 경우, 독일특허상표관청이 담당관청이 되어 행정행위를 철회할지 여부를 결정한다. 만약 행정행위가 철회되지 않는 경우에 집중관리단체는 행정법원에 소를 제기할 수 있다. 행정행위에 속하지 않은 조치로서 독일특허상표관청은 주의를 통해 문제된 조치를 수정하도록 할 수 있으며, 이러한 조치는 집중관리단체에 의해 대체로 존중되고 있다.²⁰⁵⁾

독일특허상표관청은 집중관리단체의 대표로 있는 자가 저작권관리에 필요한

201) Melichar(2010), in: Loewenheim(Ed.), Handbuch des Urheberrechts, 2d ed., § 50 para. 11.

202) 독일 저작권집중관리법 제76조.

203) 독일 저작권집중관리법 제85조 제3항.

204) 독일 저작권집중관리법 제85조 4항.

205) Melichar, a.a.O., § 50 para. 17.

주의력을 더 이상 갖지 못한다고 판단할 경우에 해당 단체의 허가취소를 방지하도록 하기 위하여 당해 대표를 해임할 기한을 정한다.²⁰⁶⁾ 청은 그것이 심각한 손해의 방지를 위해 필수적이라고 판단되는 경우에 대표의 직무를 중단토록 할 수 있다.²⁰⁷⁾

비록 독일특허상표관청은 요율에 대한 심사를 할 수 있으나 앞서 본 바와 같이 저작물 이용료는 이용자를 대표하는 협의체 등과의 단체협약에 기초해서 정해지고 있으므로 정부에 의한 시장통제라는 비판에 직면할 수 있다. 집중관리단체는 상법상의 회사 혹은 민법상의 법인 등 다양한 형태로 존재할 수 있는데, 현재 독일에서 활동하는 모든 집중관리단체가 총회의 의결 없이 이용료율과 분배율을 변경할 수 없도록 하고 있다. 만약 이들에 대해 감독으로서 요율에 대해 문제를 제기하더라도 요율의 변경이 해당 단체 회원의 승인을 거쳐야 하는 경우가 대부분이므로 동 지시를 이행할 수 없다는 딜레마 역시 발생할 수 있다. 이러한 원론적인 문제점에도 불구하고, 지금까지 허가의 취소를 둘러싸고 집중관리단체와 감독관청 사이에서 어떠한 다툼이 발생한 예는 없었다. 집중관리단체는 감독관청의 권고나 주의에 귀를 기울이고 있으며, 관청은 집중관리단체가 동 분야에서 축적한 경험과 신뢰를 존중하고 있는 것이다.

2. 경쟁법에 의한 감독

독일의 저작권집중관리단체가 사실적 독점체제로 운영되는 데에 따르는 경쟁법적 논의는 법적인 차원에서 별도로 문제시되지 않는다. 사실상 독점에 대한 문제점은 집중관리단체에 대한 강력한 감독을 통하여 그 문제점을 해소하고 있다. 즉, 집중관리단체의 성격상 독점적 지위가 부여하는 장점을 살리되 독점적 운영에 따르는 폐해는 위험하며 통제되어야 할 것이므로 저작권관리법상 독일 특허청을 통한 감독, 경쟁제한방지법(Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen: GWB)상 독일 카르텔청을 통한 감독이 행해지고 있다.

206) 독일 저작권집중관리법 제85조 제5항.

207) 독일 저작권집중관리법 제85조 제5항.

집중관리단체의 사실상 독점적 지위는 경쟁제한방지법(카르텔법)상 시장지배적 지위에 상응한다.²⁰⁸⁾ 그러나 1965년 독일의 저작권법 전면개정시 입법자들은 집중관리단체의 독점적 지위가 불가피하다고 판단하였다. 1965년 경쟁제한방지법 제102a조는 집중관리단체에 대한 카르텔금지(동법 제1조) 및 가격구속금지(동법제15조)의 적용제외를 규정하였다. 게다가 집중관리단체의 설립 및 업무에 관한 경쟁제한적 계약 등에 대해서 경쟁제한방지법상 적용을 입법적으로 배제하였고 다만 그 권한의 남용에 대한 감독을 규율하게 되었다.²⁰⁹⁾ 저작자 등 권리자들이 자신의 권리들을 관리하고 이용한다면, 그들은 경쟁제한방지법(GWB)상 사업자이다. 저작권 등의 집중관리는 상호간에 경쟁관계에 있는 사업자들 사이의 경쟁을 제한하게 되고 경쟁제한방지법 제1조가 정하는 카르텔금지에 따르게 되며, 동시에 관리계약이나 이용강제 및 포괄계약의 체결 그리고 이용요율에 있어서 집중관리단체의 활동은 경쟁제한방지법 제14조가 금지하는 구속력 있는 가격 및 조건인 것이다.²¹⁰⁾ 이 경우 카르텔법적인 감독은 경쟁제한방지법 제30조에서 “동 법 제1조 및 제14조는 저작권관리법에 따른 감독을 받게 되는 집중관리단체의 설립 및 동 단체들의 결의와 계약에 대해서는 동 단체들이 저작권관리법 제1조상의 권리들의 효과적인 관리를 위하여 필요하며 감독관청에 신고한 한도에서 적용되지 않는다”고 규정함으로써 집중관리단체에 관하여는 부분적인 것으로 축소되었다. 저작권관리법에 따른 집중관리단체의 정당한 활동이외에 카르텔법적인 감독이 행해져야 하는 반경쟁적인 집중관리단체의 경제행위에는 여전히 경쟁제한방지법이 적용된다. 집중관리단체에 대하여는 특히 경쟁제한방지법 제19조에 따른 권한남용 그리고 동 법 제20조가 정하는 차별금지와 방해금지의 감독조항들이 특히 영향을 받지 않고 남아 있다.²¹¹⁾ 이들 조항들은 사실상 독점적 성격의 시장지배적 집중관리단체에 적용될 수 있다.

한편, 2005년 제7차 개정(2005년 7월 7일 경쟁제한금지법의 개정)에 관한 제7

208) Zeisberg in HK-UrhR, a.a.O., §24/§30GWB WahrnG Rdnr. 1.

209) 그 후, 1998년 제6차 개정(1998년 8월 26일의 경쟁제한금지법의 개정)에 관한 제6법률)은 제 102a조의 규정과 동일하게 적용제외를 규정한 새로운 제30조로 치환 되었다.

210) Zeisberg in HK-UrhR, a.a.O., §24/§30GWB WahrnG Rdnr. 7.

211) Zeisberg in HK-UrhR, a.a.O., §24/§30GWB WahrnG Rdnr. 13.

차 법률)에서는 당해 제30조의 적용제외규정을 폐지하였다. 2002년 12월 16일 EU 이사회규칙(Council Regulation(EC) No. 1/2003) 제3조는 유럽 역내경쟁법 규범을 정하고 있는 EC 설립조약 제81조(경쟁제한규제) 및 제82조(우월적 지위의 남용규제)가 국내법에 우선 적용함을 정함에 따라 동규칙이 발효(2004년 5월 1일) 후 법 제30조는 정당화 근거를 상실하게 됨에 따라 폐지되었다. 그러나 EU법원의 확정판결에 따르면, 집중관리단체의 설립 및 그 업무는 EU경쟁법 관점에서도 경쟁제한적으로 보고 있지 않다.²¹²⁾ 따라서 구법 제30조의 규범 내용은 유럽경쟁법의 규범내용과 합치하는 것이므로, 동조가 폐지된 이후에도, 집중관리단체의 설립과 업무에 관하여는 법상황면에서 사실상 변경은 없다.²¹³⁾

독일 특허청은 저작권관리법상 집중관리단체의 주무관청으로서 동 법이 정하는 바에 따라 집중관리단체에 대하여 집중관리단체의 허가신청에 따른 적격성 심사, 허가를 받아 활동하는 집중관리단체의 동 법이 정하는 의무준수여부에 관하여 감독을 한다. 감독관청은 언제든지 집중관리단체에 대하여 사업에 관한 모든 사항에 관한 정보 등의 제출을 명할 수 있으며(저작권집중관리법 제85조 제3항), 집중관리단체는 대표자의 변경, 정관의 변경이나 포괄계약의 체결 등 주요 사업내용에 대하여 감독관청에 보고를 해야 한다(저작권집중관리법 제88조). 감독관청인 특허청은 허가를 받지 않고 활동하는 집중관리단체의 사업을 금지시킬 수 있으며, 집중관리단체에게 저작권관리법상 부여되는 여타 의무가 적법하게 이행됨을 보장하기 위하여 필요한 모든 조치를 행할 수 있다(저작권집중관리법 제76조 제1항 및 제85조 제1항과 제2항).

저작권관리법 제4조에서는 허가요건 중 흠결사항이 신청시에 감독관청에 알려지지 않았거나 나중에 알려져서 감독관청이 정해진 기간내에 그 흠결사항이 보정되지 않은 경우 혹은 집중관리단체가 동 법상 부여된 의무를 감독관청의 최고에도 불구하고 반복하여 위반된 경우에는 집중관리단체허가를 철회할 수

212) Dreier/Schulze, a.a.O., Vor §1 UrhWG Rdnr. 7.

213) 比較法研究センタ,諸外国の著作権の集中管理と競争政策に関する調査研究, 平成24年3月, 112-113면
(http://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/chosakuken/pdf/syogai_koku_hokokusyo.pdf).

있다고 규정한다. 이외에 필요한 모든 조치에 관하여 저작권관리법은 별도로 규정하지 않는다. 특허청에는 재량권이 부여되었다고 하겠으나 비례와 상당성의 원칙아래 집중관리단체가 이행하지 않은 의무의 종류와 정도에 따라 처음에는 비공식적인 지시 혹은 공식적인 경고를 하고 행정처분을 명할 수 있다.²¹⁴⁾ 이와 같은 조치에는 행정절차법이 준수되어야 할 것으로 행정행위를 실행하기 위하여 이행강제금(Zwangsgeld)에 과해질 수도 있다.²¹⁵⁾ 이와 같이 주무관청으로서 특허청의 감독업무이외에 다른 법률의 규정에 따라 여타 기관이 집중관리단체에 대한 감독을 행하는 경우에는, 당해 기관은 특허청과 협의를 필요로 하며(저작권집중관리법 제76조 제3항), 사업에 관한 허가취득의 신청, 허가의 철회에 관하여는 특허청이 연방카르텔청과의 합의하에 결정해야 한다(저작권집중관리법 제81조).²¹⁶⁾

집중관리단체와의 사이에서 분쟁이 있는 경우 모든 이해관계인은 특허청에 설치된 중재소(Schiedsstelle)를 이용할 수 있다. 이용자는 특히 집중관리단체에 설정된 이용요율, 포괄계약의 체결이나 변경의 상당성에 대하여 다룰 수 있다. 그 한도에서 집중관리단체는 중재소에 의하여 간접적으로 규제된다. 중재소는 합의안을 제안함으로써 판단을 내리는 바, 어느 한 당사자가 그 합의안을 받아들이지 않는다면 그 합의안이 송달된 1개월 이내에 이의신청할 수 있다(저작권집중관리법 제105조 제3항). 이와 같은 이의가 제기되지 않으면 중재소의 합의안은 묵시적으로 양 당사자에 의하여 그 내용대로 받아들여진 것으로 재판상 화해가 성립된 것과 같이 집행권원이 되어 강제집행할 수 있다.²¹⁷⁾ 이의가 제기되면 합의안이 받아들여지지 않은 효력이 있을 뿐 당사자에 의해 법원에 분쟁해결을 위하여 소송절차가 별도로 진행되어야 한다.²¹⁸⁾

214) Dreier/Schulze, a.a.O., §19 UrhWG Rdnr. 15.

215) 독일 행정절차법에 의하면 위와 같은 행정행위는 이유를 붙여 서면으로 통보해야 하며, 그 이전에 청문절차가 행해져야 하며, 특허청의 행정처분에 대하여는 취소소송 등의 불복방법이 있다.

216) 합의가 형성되지 않는 경우에는 특허청이 안건을 연방법무부장관에게 제출하여 연방법무부장관이 연방경제장관과의 합의하에 내려지는 지시가 특허청과 카르텔청과의 합의에 대신하게 된다.

217) Dreier/Schulze, a.a.O., §14a UrhWG Rdnr. 13.

218) 저작권집중관리법 제92조가 정하는 분쟁에서는 법원에 제소되기 전에 중재소에서의 절차가 선행되어야 한다(동 법 제128조제1항).

VI. 징수와 분배

1. 징수

독일의 저작권집중관리단체들은 저작권관리법 제34조(구법 제11조)의 규정에 따라 이용자의 이용허락 요구에 반드시 응해야 한다. 가장 기본적인 의무는 정보제공의무인데, “누구나” 당해 집중관리단체가 신탁관리하고 있는 권리에 대해 정보를 청구할 경우, 특별한 사유가 없는 한, 이에 자신의 비용으로 응해야 한다.²¹⁹⁾ 이용자는 자신이 해당 저작물 등에 대한 잠재적 이용자이거나 정보에 대한 정당한 권리가 있다는 점을 입증하지 않아도 된다.²²⁰⁾ 이용자는 이러한 정보를 토대로 보상금을 저작자에게 직접 지불해야 하는지 집중관리단체에 납부해야 하는지에 대해 판단할 수 있다.

보상청구권 중 상당수가 집중관리단체에 의해서만 행사될 수 있는 것들이지만, 저작자 개인이나 출판사가 개별적으로 권리를 행사할 수 있는 경우도 있다. 다만, 이용자 측면에서 집중관리단체와의 계약이나 이용료 납부를 통해 저작권 처리의 완전한 해결을 기대하게 된다. 이용자가 특정 저작물을 이용하고자 하나 당해 저작물의 저작자가 집중관리단체에 자신의 저작권을 관리토록 하지 않은 경우가 문제될 수 있다. 통상 이용자는 집중관리단체에 정보를 구하고, 단체비가입(단체미가입) 저작자에게 따로 보상할 것이지만, 여러 가지 사유로 단체에만 이용료를 납부하는 경우가 생길 수 있다. 이러한 경우, 단체비가입 저작자는 이용자에게 저작권침해를 주장하게 되고, 이용자는 손해배상 의무를 부담하게 되는데, 이용자는 초과로 납부한 이용료에 대해 다시 집중관리단체에 부당이득반환청구를 하여 배상금액을 충당해야 할 것이다. 독일 입법자 및 실무 역시 이용자가 좀 더 안정적인 환경에서 저작물을 이용할 수 있도록 해야 한다는 점에 대해서 공감하고 있으며, 정보제공의무에도 불구하고, 집중관리단체는 종종 이용자와 자신과의 계약으로 자신이 관리하는 전 분야의

219) Melichar, in: Loewenheim (Ed.), Handbuch des Urheberrechts, 2. Aufl., 2010, § 48 para. 46.

220) Melichar, in: Loewenheim (Ed.), Handbuch des Urheberrechts, 2. Aufl., 2010, § 48 para. 46.

권리가 처리되었다는 약속을 하는 경우가 있다. 다만, 이러한 관행이 법적으로 어떤 결과를 가져오는지에 대해서는 아직까지 불분명한 부분이 있다. 학계에서는 저작권집중관리단체와 단체비가입 저작자 사이에서 사무관리관계가 성립할 수 있다고 보고 있다. 이 경우, 집중관리단체는 비가입 저작자에 대해 징수된 이용료를 분배하는 한편, 관리비용을 청구할 수 있다.²²¹⁾ 이러한 법리가 적용될 수 있는 요건과 분야는 분명하지 않다.

저작권집중관리단체는 저작권집중관리법 제38조에 따라 “적정 보상”에 해당하는 사용료의 목록, 즉, 요율표를 정한다.²²²⁾ 이용자를 대표하는 단체 혹은 협의체와 저작권집중관리단체는 단체협약을 체결할 수 있는데, 이러한 협약은 협상에 참여한 기관과 단체에게 요율로서 적용된다.²²³⁾ 만약 단체협약이 성립되는 경우, 집중관리단체는 협의체의 회원들과 개별적인 계약을 체결한다. 계약의 내용은 당사자 사이에 단체협약이 적용된다는 것으로, 이러한 개별계약이 없다면, 이용자단체의 회원은 단체협약에 구속되지 않는다.²²⁴⁾ 집중관리단체의 실무에 있어 단체협약은 일반 요율에 비해 약 20퍼센트 저렴하게 책정되는 것으로 알려져 있다.²²⁵⁾ 실무상 집중관리단체가 공표하는 일반 요율은 대표적 이용자단체와 체결된 단체협약을 기초로 하는 경우가 보통인데, 이 요율이 적정 보상이라는 주장이 법원에 의해 널리 인정되고 있다.²²⁶⁾ 다만, 법에 따라 일반적 요율에 대한 불복절차가 보장되어 있고, 요율의 적정성 여부는 법원에 의해 최종적으로 판단되지만, 단체협약은 일단 체결된 이후에는 요율의 “적정성”에 대해 사법적 심사를 청구할 수 없다.²²⁷⁾

저작권집중관리단체가 제시하는 일반 이용료율은 이용자에게 강제되는 것은

221) Melichar, in: Loewenheim (Ed.), Handbuch des Urheberrechts, 2. Aufl., 2010, § 48 para. 30.

222) 독일 저작권집중관리법 제38조 1문.

223) 독일 저작권집중관리법 제38조 2문. 단체협약의 당사자 혹은 당사자의 소속이 아닌 자는 원칙적으로 단체협약에서 정한 요율을 주장할 수는 없다. 그럼에도 불구하고, 단체협약은 일반 요율을 정하는 데 기초로 활용되고 있다. Schulze, in: Dreier/Schulze (Ed.), Urheberrecht Kommentar, 4th ed., 2012, § 13 UrhWG para. 10.

224) Dreier/Schulze, a.a.O., § 13 UrhWG para. 40.

225) OLG München, GRUR 1990, 358 - Doppelmitgliedschaft 참조.

226) OLG Hamm, GRUR 1988, 858 참조.

227) BGH, GRUR 1983, 565, 566 - Tarifüberprüfung II.

아니다. 이는 일종의 계약의 청약과 동등한 기능을 하며, 일반 요율에 대해 이의가 있는 경우, 이용자가 적정 보상이라고 판단하는 이용료를 유보부로 납부하거나 공탁하고, 저작물을 이용할 수 있다.²²⁸⁾ 집중관리단체와 이용자는 합의에 이르지 못한 이용료에 대해 독일특허상표관청 내에 설치된 중재기구에 중재안을 구할 수 있다.²²⁹⁾ 중재안에 대해 불복하여 사법절차를 진행할 수 있으나 **전문가로 구성된 중재기구의 결정은 적정 보상금으로서의 추정력을 갖는 것이 보통이다.**²³⁰⁾ 중재결정 없이 바로 사법적 절차를 진행하는 것은 불가능하다. 이용자와는 달리 집중관리단체는 일반 이용료율을 지정하고 공포하였으므로 해당 요율에 구속된다. 집중관리단체와 이용자단체 혹은 개별 이용자 사이에 단체협약 등 이용계약이 체결되는 경우, 양 계약당사자는 동 합의에 구속된다.

집중관리단체는 요율을 결정함에 있어 개별적이고 세부적인 이용태양을 구체적으로 고려할 수 있는 요율체계를 마련해야 한다.²³¹⁾ 그럼에도 불구하고, 이용자가 요율을 쉽게 이해하고 납부할 수 있어야 하는 한편, 이용료 징수가 간단하고 명료하게 이루어질 수 있도록 해야 한다. 특히 징수에 필요한 비용을 줄이는 일은 큰 중요성을 갖는다. 만약 필요한 비용 혹은 노력과 발생하는 이용료 사이에 불균형 관계가 생기게 되는 경우, 요율을 단순화하고 한꺼번에 요금을 징수하는 방안을 고려해 볼 수 있다.²³²⁾ 가령 거리에서 하는 다수의 음악공연과 그러한 무대 사이에서 설치된 가판대에서 연주되는 음악에 대해 방문자수 등이 아닌 총면적이나 스탠드의 수 등을 고려한 요율의 지정은 합리적인 것이 된다.²³³⁾

2. 분배

228) 독일 저작권집중관리법 제37조.

229) 독일 저작권집중관리법 제36조.

230) Dreier/Schulze, a.a.O., § 13 UrhWG para. 35.

231) Dreier/Schulze, a.a.O., § 13 UrhWG para. 25.

232) BGH GRUR 2012, 711 Tz. 25 ff. - Barmen Live 참조.

233) BGH, GRUR 2012, 711 Tz. 22 ff. - Barmen Live; BGH, ZUM 2012, 715 Tz. 28 ff. - Bochumer Weihnachtsmarkt.

독일 저작권집중관리법 제23조에 따라 집중관리단체는 저작권자의 권리를 신탁관리할 의무를 부담한다. 집중관리단체는 이윤추구라는 목적을 갖지 않고, 제3자를 위한 관리업무를 부담한다. 따라서 원칙은 발생하는 수입의 전체를 배분하는 것이다.²³⁴⁾ 독일 저작권집중관리법 제23조 이하에서 보상금 분배에 대해서 자세히 규정하고 있다. 제26조는 분배금의 사용, 제27조는 분배계획, 제28조는 분배기간, 제29조는 권리자 확정, 제30조는 미분배보상금, 제32조는 보상금의 사회적 기금 등에 대해서 규정하고 있다, 배분 전에 신탁관리에 필요한 비용을 공제한다. 이 때 필요한 비용이 가급적 적게 소요되도록 주의를 기울여야 한다.²³⁵⁾ 필요한 비용을 공제한 이후에도 문화적으로 중요한 활동과 저작물을 장려/보호하고, 저작자들의 복지 등을 위해 필요한 비용을 공제할 수 있다. 특히 문제되는 것은 저작자 대부분이 고정된 수입을 가지지 않은 자유직업 종사자들이라는 점인데, 이들에게 사회안정망을 구축해주는 것은 집중관리단체의 중요한 역할 중 하나이다.²³⁶⁾

자명한 원칙이지만, 집중관리단체는 이용료를 저작자들에 대해 공정하게 배분해야 하며, 합리적이지 않은 이유에서 다른 저작자 혹은 저작자군과 비교해서 차별할 수 없다. 다만, 가령 저작자가 실연자 사이(저작자에게 더욱 유리하게) 분배율을 정하는 것은 허락되며, 저작자 중에서 약자에게 더욱 유리한 분배율을 정하는 것 역시 허락된다.²³⁷⁾ 분배율의 기준이 모호하지 않아야 하지만, 불가피하게 모호한 경우더라도 저작자에게 불리하게 해석되어서는 안 된다.²³⁸⁾ 무엇보다 투명성과 공정성을 확보하기 위해 각 단체는 분배율을 공표한다. 이러한 분배율은 충분히 확정적이어야 하며, 어떠한 기준에서 이용료가 분배되는지에 대해 예측할 수 있도록 해야 한다.²³⁹⁾ 특히 저작자 및 저작물 사이에서 평등원칙이 훼손되지 않도록 주의해야 한다.²⁴⁰⁾

234) 독일 저작권집중관리법 제23조 이하 참조.

235) Dreier/Schulze, a.a.O., § 7 UrhWG para. 2.

236) Melichar, in: Loewenheim (Ed.), Handbuch des Urheberrechts, 2d ed., 2010, § 47 para. 43.

237) Dreier/Schulze, a.a.O., § 7 UrhWG para. 9.

238) Dreier/Schulze, a.a.O., § 7 UrhWG para. 9.

239) LG München I, Urt. v. 26.9.2001 - 21 O 24 574/00.

240) Dreier/Schulze, a.a.O., § 7 UrhWG para. 4.

VII. 공익적 기능

독일 저작권집중관리법 제32조의 규정에 따라 집중관리단체는 자신이 신탁 관리하는 권리들의 권리자의 복지와 지원을 위한 시설을 설치할 수 있다. 집중관리단체는 비단 개인의 권리를 중앙에 집중시켜 관리토록 한다는 목적을 갖는 것뿐 아니라 약한 지위에 놓인 저작자를 보호하고, 더 나아가 창작을 장려하는 기능 역시 담당하고 있다고 설명된다.²⁴¹⁾ 저작권집중관리법 제32조는 집중관리단체로 하여금 문화적으로 중요한 활동과 저작물의 창작을 장려하도록 정하고 있고, 또한 단체가 사회적 기능을 담당해야 할 도의적 책임을 부담함을 명시하고 있다.²⁴²⁾

특히 저작권집중관리법 제32조에서 정한 사회적 기능과 관련하여 문언을 "할 수 있다(soll)"는 표현을 사용하고 있지만, 통설인 절충설은 원칙적으로 사회적 기능 및 보호기능을 다할 것이 의무이기는 하지만, 강제되지는 않는다는 다소 생소한 입장이다. 어떤 경우든 집중관리단체는 이러한 기능을 수행할지 여부를 결정할 재량권을 갖는 것으로 해석되어서는 안 된다. 단체는 이유 없이 동 기능을 다하지 않으면 안 된다.

이러한 기능들은 기관을 설치함으로써 실현되는데, 노령 저작자에 대한 지원이나 생활환경이 극도로 좋지 않은 저작자에 대한 지원이 대표적이다. GEMA는 GEMA-Sozialkasse를, VG WORT는 Autorenversorgungswerk를, VG Bild-Kunst는 Sozialwerk이란 기관을 각기 두고 있다. 이들이 운영되기 위한 자금은 집중관리단체가 이용료로 취합한 금액의 10퍼센트 정도까지 이른

241) Dreier/Schulze, a.a.O., § 8 UrhWG para. 1.

242) § 32 Kulturelle Förderung; Vorsorge- und Unterstützungseinrichtungen

(1) Die Verwertungsgesellschaft soll kulturell bedeutende Werke und Leistungen fördern.

(2) Die Verwertungsgesellschaft soll Vorsorge- und Unterstützungseinrichtungen für ihre Berechtigten einrichten.

(3) Werden kulturelle Förderungen und Vorsorge- und Unterstützungseinrichtungen durch Abzüge von den Einnahmen aus den Rechten finanziert, so hat die Verwertungsgesellschaft die kulturellen Förderungen und die Leistungen der Vorsorge- und Unterstützungseinrichtungen nach festen Regeln, die auf fairen Kriterien beruhen, zu erbringen.

다. 즉, 집중관리단체의 사회적 기능은 다른 아닌 저작자들의 공동적 분담의 산물이다. 여기에 외국인 저작자도 예외는 아니며, 집중관리단체간의 계약을 통해 외국인 저작자를 상호보호하는 경우에도 이러한 분담금을 공제한 후에 외국 단체에 이용액을 넘겨주게 된다.

독일 저작권집중관리단체는 저작권집중관리법 제32조 3항에 따라 요율을 산정함에 있어 종교적, 문화적, 사회적 이해를 고려할 수 있다. 따라서 집중관리단체는 이들 이용의 공익성 및 보호필요성을 고려하여 할인요율이 적용되는 경우들을 정할 수 있다. 종교적 행사나 비영리단체의 집회 등이 여기에 해당할 수 있으나 영리성을 가진 단체의 회합이나 영리를 목적으로 하는 행사에 대해서 어떠한 할인이 적용되지는 않는다.²⁴³⁾

GEMA는 Sozialkasse라는 기구를 운영하고 있다. 동 기구의 재원은 GEMA가 공연권으로부터 얻은 연수익의 10퍼센트를 공제한 것으로 마련된다. GEMA의 회원은 60세가 이른 때, 생계에 어려움이 있을 것을 조건으로 일시불 혹은 정기의 지원금을 신청할 수 있다. GEMA는 이와 병행하여 20년 이상 정회원으로 되어 있는 저작자가 60세가 되는 경우, 정기급으로 보조금을 지급하는 프로그램을 운영하고 있다.

VG WORT는 어문저작물에 대한 권리를 독점적으로 신탁관리하고 있는 집중관리단체이다. GEMA와 달리 VG WORT는 별도의 법인을 설치하여 운영하고 있다. 그 중 Autorenversorgungswerk der VG WORT은 가장 규모가 큰 것으로, 1976년 도서관보상금이 신설된 이래로 운영되고 오고 있다. 도서관보상금으로부터 나오는 분배액의 45퍼센트가 재원으로 활용되었으나 그것이 충분하지 않자 다양한 자금원이 추가로 투입된 바 있다. 저작자가 가입한 노령연금과 의료보험 자기부담부분에 대해 지원하는 것이 보통이지만,²⁴⁴⁾ 지원자 과다로 인해 현재 더 이상 지원자를 받지 않고 있으며, 단지 앞으로 지원자를 받을 것이라는 입장만을 밝히고 있는 상황이다. VG WORT의 또 다른 기구인 Sozialfonds는 유한책임회사의 형태로 설립되었다. 동 회사는 재정위기에 놓인 저작자 혹은 출판사를 지원하기 위한 것이다. 또 다른 기구인 Beihilfefonds

243) Dreier/Schulze, a.a.O., § 13 UrhWG para. 24 참조.

244) 나이제한은 특별히 존재하지 않는다.

Wissenschaft는 학술저작물의 저작자를 돕기 위한 목적으로, Sozialfonds와 유사한 기능을 담당한다. 생계지원을 넘어 학술저작물의 출판비용을 보조하는 데도 재원이 사용된다.

VG Bild-Kunst는 분배액의 15퍼센트에서 20퍼센트까지를 어려운 상황에 놓인 저작자들에게 제공하고 있다.

VIII. 방송관련 저작권법 규정

1. 기본구조

유료방송플랫폼사업자가 PP의 방송채널을 구성하여 자신의 가입자에게 송출하기 위해서는 방송채널(Programme)²⁴⁵⁾에 대한 저작인접권자인 PP와 개별 방송프로그램의 저작권자로서 제작사(Produktionsfirma)의 이용허락이 필요하다. 독일 IPTV 사업자인 DT(Deutsche Telekom)처럼, 2006년부터 특정 개별 방송프로그램 콘텐츠이면서 시청률 확보에 용이한 독일 분데스리가 중계권을 확보하고 있는 경우도 있다.²⁴⁶⁾ 일반적으로 PP는 자신의 방송채널을 타인이 제작한 개별 방송프로그램으로 편성한다. 그러기 위해서는 개별 방송프로그램의 저작권을 갖는 자의 공중송신권(독일 저작권법 제20조) 내지 케이블재송신권(독일 저작권법 제20조b)에 대한 허락을 얻어야 한다. 물론, 구매를 하여 PP가 저작권을 보유할 수도 있다.

방송사업자는 대부분 자신의 저작권 및 저작인접권의 행사를 저작권집중단체를 통해 행사한다. 독일 공영방송사인 ARD와 ZDF 등은 GEMA라는 저작권위탁관리업체에 권리처리를 위탁하였고, 유력 민영 지상파방송사업자인 ProSiebenSat.1, 24시간 뉴스채널은 Welt 그룹의 N24, 월트디즈니사의 디즈니 채널 등은 VG 미디어라는 저작권위탁관리업체에 그 권리처리를 위탁하고 있

245) 방송프로그램인 Programm의 복수형인 Programme를 방송채널이라고 번역한 이유는 구조적으로 방송채널의 구성이 여러 방송프로그램들을 편성한 결과이기 때문이다.

246) Thomas Hoeren · Sebastian Neurauter(2010), IPTV - Die wichtigsten Rechtsfragen aus Sicht der Anbieter, S. 6f; 221f.

다. 유료방송플랫폼이 특정 방송채널을 구성하여 가입자에게 송출하려면 개별 방송프로그램 자체의 저작권자 뿐만 아니라 개별 방송프로그램 제작에 참여한 저작권자인 작가, 저작인접권자인 실연자, 개별 방송프로그램에 사용된 음원저작자 및 음원저작물의 저작인접권자 등과의 권리처리가 필요할 뿐 아니라, 방송채널 자체에 대한 저작인접권자인 PP나 지상파방송사업자와의 협상이 필요하다. 이러한 모든 관련 권리의 처리가 포괄적이고 일괄적으로(im Paket) 저작권위탁관리업자에 의해 이루어지면 권리자 뿐 아니라 이를 사용하고자 하는 유료방송플랫폼사업자에게도 편리하다. 특히 GEMA나 VG 미디어는 단순히 PP나 지상파방송사업자의 방송채널에 대한 저작인접권 처리나 개별 방송프로그램 자체에 대한 저작권 처리 이외에도, 음악, 작가 등 권리주체의 권리처리를 상당 부분 대행하고 있기 때문에, GEMA나 VG 미디어를 통한 저작권 및 저작인접권의 처리가 일거에 해결될 수 있다는 장점이 있다.

2. 방송사업자의 권리

독일 저작권법상 방송사업자(Sendeunternehmen)는 저작인접권으로서 그의 방송채널을 재방송하거나 공중이용에 제공할 권리를 가지며, 나아가 자신의 방송을 녹화물 또는 녹음물로 수록하는 행위, 자신의 방송을 사진으로 작성하며 위 녹화물, 녹음물 또는 사진을, 대여를 제외하여 복제, 배포하는 행위에 대한 배타적 권리를 가진다(저작권법 제87조).²⁴⁷⁾ 특이하게도, 독일 저작권법은 방송재현에 대해 방송사업자에게도 권리를 부여하고 있다는 점이다. 로마협약 제13조를 수용한 독일 저작권법 제87조 제1항 3호는 입장료를 받는 경우에 한해서 방송이 공개적으로 인지되도록 하는 재현행위에 대해 방송사업자에게 통제할 수 있는 권리를 부여하고 있다.

247) 독일 저작권법 제87조 (방송사업자)

① 방송사업자는 다음 각 호의 행위에 관하여 배타적 권리를 갖는다

1. 자신의 방송을 재방송 및 공중이용제공하는 행위
2. 자신의 방송을 녹화물 또는 녹음물로 수록하는 행위, 자신의 방송을 사진으로 작성하며 위 녹화물, 녹음물 또는 사진을, 대여를 제외하여 복제, 배포하는 행위
3. 공중이 입장료를 지급하고 입장할 수 있는 장소에서 자신의 방송을 공개적으로 인지되도록 하는 행위

독일 저작권상 방송사업자는 그의 방송에 대한 재방송 및 전송에 대한 배타적 권리와 입장료를 받는 경우에 한정하여 방송재현 즉 공연에 대한 배타적 권리를 가진다(저작권법 제87조 제1항). 이러한 권리는 양도가능하며 이용권 설정도 가능하다(저작권법 제87조 제2항).

한편, 독일 저작권법은 저작물(방송의 경우 개별 방송프로그램)의 이차적 이용에 대하여 저작자에게 케이블재방송(제20조b), 녹화물 혹은 녹음물을 통한 재현권(제21조), 방송 및 공중전달에 의한 재현권(제22조)에 대한 배타적 권리를 부여하고 있다. 방송은 원래 공중을 이용대상으로 염두에 둔 것이 아니라, 사적으로 시청하거나 청취할 것을 목적으로 송신할 것을 상정하여 규정된 저작물의 이용 태양 중의 하나이다. 그런데 최근 케이블방송 등 유료채널의 확대와 방송이 디지털화됨에 따라, 방송수신이 가능한 단말기로 방송콘텐츠를 재현(Wiedergabe)하여 공중이 향유케 하는 방송의 이차적 이용 또는 방송재현이 증가하고 있다. 이러한 방송재현은 저작자(방송사업자) 뿐만 아니라 스포츠이벤트 기획자(organizers in particular of sport events)의 기대가능한 이익을 침해할 우려가 있다.²⁴⁸⁾

저작자의 케이블재방송에 대한 권리는 오직 저작권위탁관리업체를 통하여만 행사될 수 있다(저작권법 제20조b 제1항). 저작자의 케이블재방송이라 함은, 개별 방송프로그램에 대한 저작자가 자신의 방송프로그램이 편성된 방송채널이 케이블방송사업자에게 구성된 경우 이에 대한 통제권을 행사할 수 있는 권리를 의미한다. 명문으로 ‘케이블’재방송을 이야기하고 있지만, 케이블은 IPTV를 포함한 유료방송플랫폼으로 이해하면 된다.²⁴⁹⁾ 이 조문의 유래는 유료방송플랫폼이 지상파방송채널을 단순히 동시중계할 경우, 개별 방송프로그램의 저작권자에게 새로운 권리침해가 인정될 수 있겠느냐에 대한 다툼을 저작권법 제20조b를 입법자가 명문으로 도입함으로써 종지부를 찍어버린 것이다.²⁵⁰⁾ 저

248) Silke von Lewinski(2008), international Copyright law and Policy, Oxford University Press, p.218. 한편, 음악의 ‘2차적 이용(secondary use)’이라 함은 판매용 음반을 방송이나 공연의 방법으로 공중에 전달하는 것을 말한다. 왜냐하면 음반의 1차적 이용은 소수의 청중이 사적인 이용의 형태로 가정에서 이용하는 것을 목적으로 하기 때문이다.

249) Thomas Hoeren · Sebastian Neurauter(2010), S.34.

250) Thomas Hoeren · Sebastian Neurauter(2010), S.8.

작자는 방송되는 자신의 저작물이 케이블에 의해 동시중계 방송되는 경우(해당 방송채널이 유료방송플랫폼사업자에 의해 구성되고 송출되는 경우), 저작자는 케이블중계방송업자에 대해 보상청구권(독일 저작권법 제20조의b 제2항 2문)을 갖는다. 그러나 일반 저작자의 케이블재방송에 대한 권리는 오직 저작권집중단체를 통하여만 행사될 수 있다. 그렇지 않으면 해당 방송채널은 방송채널에 편성된 개별 방송프로그램에 대한 저작자와 그 이해관계를 갖는 저작자 및 저작인접권자에 의해 유료방송플랫폼으로 구성되어 송출되기 어려워질 것이다. 이해관계자가 많기 때문에, 개별적인 협상으로 유료방송플랫폼으로 구성되기가 어려울 것이고, 일부 저작권자 및 저작인접권자가 이에 동의하지 않을 경우가 빈번할 것이다. 이러한 우려를 불식시키기 위해, 저작권집중관리단체를 통한 권리행사만 인정해준 것이다. 이에 반해, 개별 방송프로그램에 대한 저작권자가 방송사업자인 경우, 방송사업자가 가진 보상청구권은 집중관리단체를 통한 행사가 강제되어 있지 않음에 유의해야 한다(독일 저작권법 제20조의b 제1항 2문). 입법자가 방송사업자에 대해서 예외를 인정한 이유는 방송사업자들은 개별 권리와 달리 유료방송플랫폼사업자의 BM을 자신의 저작권법상 권리를 주장하는 것을 통해 방해하거나 제한하지는 않을 것이라는 판단이 깔려 있었다.²⁵¹⁾ 또한, 방송사업자의 수가 한정적이고 많지 않다는 사정도 굳이 저작권집중단체를 이용하도록 강제할 실익이 없었다. 따라서 방송사업자의 유료방송플랫폼사업자에 대해 갖는 보상청구권은 ‘집중관리단체에 의한 저작권관리등 관리에 관한 법률(이하 ‘저작권집중관리법(VGG)’) 제34조 및 제35조에서 규정하고 있는 상당한 조건의 이용허락의무인 계약강제(저작권집중관리법 제34조), 상당한 조건으로 포괄계약을 체결할 의무(저작권집중관리법 제35조) 규정이 적용되지 아니한다.²⁵²⁾ 그러나 실무적으로는 방송사업자도 저작권법 제20조b에 따른 권리행사를 GEMA나 VG 미디어와 같은 저작권위탁관

251) Thomas Hoeren · Sebastian Neuraüter(2010), S.20.

252) 저작권집중관리법 제2장에서는 관리단체의 권리와 의무에 관하여 규정하고 있다. 그 주요 내용은 저작권관리 의무인 관리단체는 자신의 사업범위에 속하는 권리와 의무를 권리자의 요구에 따라 상당한 조건으로 관리할 의무가 있다는 관리강제규정(저작권집중관리법 제9조)이 있다. 이것은 배타적인 이용권을 인정하는 기존제도에 대하여 입법자에 의한 철저한 감독을 할 수 있다는 것인데 그 목적은 이용자와 관련하여 저작권위탁관리단체의 독점적 지위의 남용을 방지하고자 하는 것이다. 지적재산권법학회(2008. 5.), 35면.

리업체를 통해 행사하고 있다. 2010년 이후 거대 지상파방송사업자인 RTL 그룹이 VG 미디어로부터 탈퇴하는 일도 있었다. 그 이유는 디지털화되고 window가 다양화되는 방송환경의 변화 속에서는 개별 협상이 자신에게 더 유리하다는 판단 때문이었다. 그럼에도 불구하고, 방송사업자와 유료방송플랫폼 사업자는, 계약체결을 거부할 객관적인 정당한 사유가 없는 한, 제20조b제1항 제1문의 의미에서 개별 방송프로그램의 유료방송플랫폼을 통한 재송신에 관한 계약을 상당한 조건으로 체결할 상호간의 의무가 있다. 방송사업자의 의무는 자신의 방송에 관하여 자신에게 부여되거나 양도된 방송권에 관하여도 미친다. 케이블사업자 혹은 방송사업자의 요구로, 공동계약체결을 거부할 객관적인 정당한 사유가 없는 한, 위 계약은 케이블재방송과 관련하여 청구권한이 있는 관리단체와 공동으로 체결되어야 한다(독일 저작권법 제87조 제5항).²⁵³⁾ 이 조항은 RTL이 비록 VG 미디어로부터 탈퇴하더라도 적용되는 규정이다. 그렇기 때문에, 방송사업자들은 저작권위탁관리업체를 활용하지 않고 개별적으로 협

253) Section 87 (Broadcasting organisation)

(1) The broadcasting organisation has the exclusive right to

1. rebroadcast its broadcast and to make it available to the public,
2. make video or audio recordings of its broadcast, to take photographs of its broadcast, as well as to reproduce and distribute the video and audio recordings or photographs, with the exception of rental right,
3. make its broadcast perceivable to the public in places which are accessible to the general public only against payment of an entrance fee.

(2) The right shall be transferable. The broadcasting organisation may grant to another the right to use the broadcast in a particular manner or in any manner of use to which it is entitled. Section 31 and sections 33 and 38 shall apply mutatis mutandis.

(3) The right shall expire 50 years after the first broadcast. The term shall be calculated in accordance with section 69.

(4) Section 10 (1) and the provisions of Chapter 6 of Part 1, with the exception of section 47 (2), second sentence, and section 54 (1), shall apply mutatis mutandis.

(5) Broadcasting organisations and cable operators shall be mutually obliged to conclude a contract on reasonable conditions concerning cable retransmission within the meaning of section 20b (1), first sentence, unless there are objectively justifiable reasons to refuse to conclude such a contract; the broadcasting organisation's obligation shall also apply in respect of the broadcasting rights granted or transferred to it in regard to its own broadcast. Upon the request of the cable operator or the broadcasting organisation, the contract shall be concluded with the collecting societies which are entitled to assert a claim in relation to cable retransmission, so far as there is no objective ground to justify the refusal of joint conclusion of the contract.

상할 유인이 크지 않은 것이다.

3. 케이블방송권리와 보상청구권

독일 저작권법은 저작자가 배타적 권리를 갖지 않고, 일단 사용은 허락되
단지 보상청구권(Vergütungsanspruch)만 갖는 경우를 다양한 규정에 포함시
키고 있다.

즉, 보상청구권의 경우, 저작자는 자신의 저작물 이용 여부에 대한 상대방
선택권이 없으며, 사후적인 보상금만 수령할 수 있을 뿐이다. 법경제학에서 이
야기하는 물권적 권리(property rule) 없이 채권적 권리(liability rule)만을 갖
는 것이다.²⁵⁴⁾ 케이블동시중계방송에 관한 보상금, 추급보상금, 대여 및 공중
대출보상금은 저작자의 권리들과 함께 다루어지고, 여타의 보상청구권에 대해
서는 저작권제한 부분에서 다루어진다.

앞서 이야기 한 것처럼, 독일 저작권법에 따르면 케이블방송에 의한 실시간
방송의 동시재전송의 경우 원칙적으로 저작권 위탁관리업자에 의해 저작인접
권이 행사되도록 하는 구조이다(독일 저작권법 제20조b(케이블재방송 제1문
)).²⁵⁵⁾ 즉, 방송되는 저작물의 케이블동시중계방송권은 저작권집중관리단체에
의해서만 보상청구권이 행사될 수 있다(독일 저작권법 제20조의b 제1항). 이와

254) 헌법상 재산권 보호 논의에서 전자는 존속보호, 후자는 가치보호라고도 한다.

255) Section 20b (Cable retransmission)

- (1) The right to retransmit a transmitted work in the context of a simultaneous, unaltered and unabridged retransmission of a program by means of cable systems or microwave systems (cable retransmission) may be asserted only by a collecting society. This shall not apply to rights asserted by a broadcasting organisation in respect of its broadcasts.
- (2) Where the author has granted the right of cable retransmission to a broadcasting organisation or to the producer of an audio recording or film, the cable operator shall nevertheless pay the author an equitable remuneration for the cable retransmission. The claim for remuneration may not be waived. It may be assigned in advance only to a collecting society and may be asserted only by a collecting society. This provision shall not conflict with the collective agreements, works agreements and joint remuneration agreement of broadcasting organisations insofar as the author is thereby granted equitable remuneration for each cable retransmission.

같이, 저작자의 케이블동시중계방송에 관한 보상청구권은 저작권집중관리단체에 의해서만 행사될 수 있도록 하고 있는데,²⁵⁶⁾ 이용자에게 이용허락의 편의성을 제공해주기 위한 목적을 갖는 경우와 대량의, 비개성적 이용이 전제되면서 개별 이용에 대해 통제할 수 없는 경우에 활용되고 있다. 한편 동 제도는 시장에서 우월한 지위에 있는 이용자로부터 저작자를 보호하기 위한 취지 역시 가지고 있다고 평가된다.

저작자가 타방 계약당사자와의 관계에서 취약한 지위에 놓이는 것이 일반적인 경우, 법에 의해 권리를 사전에 포기할 수 없도록 규정한 경우가 있다.²⁵⁷⁾ 다만, 보상청구권을 포기할 수 없으나 예외적으로 저작권집중관리단체에 양도할 수 있도록 한 경우도 있다.²⁵⁸⁾ 저작자와 집중관리단체 사이에 존재하는 신탁관리관계는 계약이 성립하는 동안은 저작권으로부터 나오는 채권적 권한을

256) 저작권집중관리단체에 의해서만 보상청구권이 행사될 수 있는 경우는 다음과 같다.

[저작권의 내용 부분]

- 방송되는 저작물의 케이블동시중계방송권(독일 저작권법 제20조의b 제1항)
- 추급보상청구권에 행사에 필요한 정보청구권(독일 저작권법 제26조 제3항 등)
- 영상물 및 녹음물에 대한 대여권(독일 저작권법 제27조 제1항)
- 도서관 등에서의 공중대출권(독일 저작권법 제27조 제2항)

[저작권 제한 부분]

- 시각장애인 등을 위한 저작물의 이용에 따른 복제/배포보상금(독일 저작권법 제45조의a 제2항)
- 교육방송의 녹음/녹화물 장기보존에 따른 보상금(독일 저작권법 제49조 제1항 2문)
- 교육 및 학술 목적을 위한 전송보상금(독일 저작권법 제52조의a 제3항)
- 공공도서관의 전자열람석에 대한 보상금(독일 저작권법 제52조의b 제4문)
- 주문에 의한 저작물의 전달에 따른 보상금(독일 저작권법 제53조의a 제2항 2문)
- 복제기기 및 복제매체 보상금(독일 저작권법 제54조의h 등)

한편 보상청구권을 행사함에 있어 집중관리단체에 의하지 않아도 되는 경우는 다음과 같다.

- 교과서 및 교회용 도서에 대한 복제/배포보상금(독일 저작권법 제46조 4항)
- 언론보도의 전재를 위한 보상금(독일 저작권법 제47조 2항)
- 비영리 공연에 대한 보상금(제52조 1항 및 2항)

257) 다음의 경우가 여기에 해당한다.

- 방송되는 저작물이 케이블에 의해 동시중계방송되는 경우, 저작자가 케이블중계방송업자에 대해 갖는 보상청구권(독일 저작권법 제20조의b 제2항 2문)
- 추급보상금(독일 저작권법 제26조 3항)
- 영상물 및 녹음물에 대한 대여 보상금(독일 저작권법 제27조 1항 2문)

위 주의 “[저작권 제한 부분]”에 열거된 모든 유형.

258) 다음의 경우가 여기에 해당한다.

- 방송되는 저작물이 케이블에 의해 동시중계방송되는 경우, 저작자가 케이블중계방송업자에 대해 갖는 보상청구권(독일 저작권법 제20조의b 제2항 3문)

- 영상물 및 녹음물에 대한 대여 보상금(독일 저작권법 제27조 1항 3문)

위 주 “[저작권 제한 부분]”에 열거된 모든 유형.

모두 양도하되 동 권리는 저작자를 위하여 행사되어야 한다고 보는 것이 타당할 것이다.

한편, 우리 저작권법과는 달리 독일 저작권법은 방송사업자에게 동시중계방송(방송의 동시재전송)에 대한 배타적 권리를 부여하지 않고 보상청구권만을 인정하고 있다. 즉, 독일 저작권법은 방송사업자의 케이블방송권리는 방송권²⁵⁹⁾과 같은 ‘배타적 권리 접근 방법’이 아니라, ‘보상청구권’ 법리로 접근하고 있기 때문이다. 다만, 저작자의 저작물 케이블동시중계방송에 대한 보상청구권과는 달리, 방송사업자의 케이블중계방송업자에 대해 갖는 보상청구권에 대해서는 저작권집중관리단체에 의한 청구권행사 규정이 적용되지 아니한다.²⁶⁰⁾ 따라서 민영방송사의 대부분은 자신의 저작권 또는 저작인접권의 전부 또는 일부를 저작권위탁관리업자인 VG Media²⁶¹⁾에게 위탁하여 권리 행사를 하고 있다. 앞서 언급했던 것처럼, RTL과 같은 유력 민영방송사는 2010년 이후 VG Media를 탈퇴하고 개별 계약을 통해 저작권 권리를 처리하고 있다.²⁶²⁾

IX. 방송프로그램 사용료 산정 실무²⁶³⁾

독일의 경우 전술한대로 저작권집중관리단체는 저작권집중관리법 제38조에 따라 “적정 보상”에 해당하는 사용료의 목록, 즉, 요율표를 정한다. 저작권 신탁관리단체는 하나의 징수 규정에 의하여 저작권 사용요율을 포괄적으로 규정하지 않고, 각 이용형태별로 요율표를 두고 있다. 방송의 경우에는 공영 방송

259) 제20조(방송권) : 방송권이란 저작물을 라디오 및 텔레비전방송, 위성방송, 유선방송 혹은 이에 유사한 기술장치를 통하여 일반공중이 접근하도록 하는 권리이다. (Section 20 (Right of broadcasting) The right of broadcasting is the right to make a work available to the public by broadcasting, such as radio and television transmission, satellite transmission, cable transmission or by similar technical means.)

260) Dreier · Schulze(2018), Urheberrechtsgesetz 6. Aufl., § 87 Rn. 26..

261) [https://www.vg-media.de/de/\(2019.5. 5. 방문\)](https://www.vg-media.de/de/(2019.5. 5. 방문)). Dreier · Schulze(2018), Urheberrechtsgesetz 6. Aufl. § 87 Rn. 18, 19.

262) [https://www.digitalfernsehen.de/news/medien-news/maerkte/rtl-steigt-aus-vg-media-aus-449543/\(2019.8.23 방문\)](https://www.digitalfernsehen.de/news/medien-news/maerkte/rtl-steigt-aus-vg-media-aus-449543/(2019.8.23 방문))

263) 이하의 내용은 독일 저작권위탁관리업체인 VG Media의 실무이다. Tarif Weitersendung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen (<https://www.vg-media.de/de/weitersendung/tarif.html>, 2019. 5.5 최종방문)

과 민영 방송 영역으로 나누고, 음악저작권 신탁관리단체인 GEMA는 각 영역별로 공영방송협회 및 민영방송협회와 단체계약을 체결하고, 이에 의하여 포괄이용허락을 체결하고 포괄징수 방식에 따라 사용료를 징수한다.

ProSiebenSat.1와 같은 유력 민영지상파방송²⁶⁴⁾과 PP의 저작권위탁관리업체인 VG Media는 2017. 12. 13.에 라디오 및 TV 프로그램 사용료 요율표를 다음과 같이 정하여 발표하였다.²⁶⁵⁾ 크게 '1. 보상원칙에 대한 부분과 2. 일반규정'에 대한 부분으로 나누어진다.

1. 보상원칙(Vergütungssatz)

① 프로그램 사용료(Vergütungssatz)²⁶⁶⁾는 유료방송플랫폼 수입의 1.65%이다. 여기서 유료방송플랫폼의 수입(매출액)이란 유료방송플랫폼사업자(라이선시)²⁶⁷⁾가 라디오 및 TV 방송채널(Programme) 사용(Nutzung)을 통하여 얻은 수입(부가가치세 제외)이다.

② 유료방송플랫폼사업자가 [별표 1]에 기재된 VG 미디어에게 저작권 및 저작인접권의 처리를 위탁한 방송채널을 보유한 방송사업자로부터 송출료(Einspeiseentgelt)²⁶⁸⁾, 기타 대가 또는 금전적 이익을 징수하지 않거나, 방송채널 사용을 통해 어떠한 데이터를 수집하지 않음을 증명하는 경우에는 아래 표와 같이 프로그램 사용료가 감액된다.

	송출료 징수	송출료 미징수
데이터 수집	1,65 %	1,48 %
데이터 미수집	0,97 %	0,87 %

264) 또 다른 유력 민영지상파방송사인 RTL 그룹은 VG 미디어에서 탈퇴하였다.

265) Tarif Weitersendung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen(2018. 1. 1.부터 시행 적용) (<https://www.vg-media.de/de/weitersendung/tarif.html>, 2019. 5. 5. 최종방문). 이하의 번역은 오늘날 우리 실무에 맞도록 의역한 부분도 있음을 밝혀둔다.

266) 이 단어는 원래 보상금액을 뜻한다. 이는 곧 PP의 방송채널에 대한 사용대가이므로 프로그램 사용료라고 하겠다.

267) 라디오 및 TV 방송채널을 사용하는 주체가 반드시 유료방송플랫폼이라고 할 수 없겠지만, 이해의 편의를 위해 여기서의 라이선시는 유료방송플랫폼으로 본다.

268) 독일은 PP등이 유료방송플랫폼사업자로부터 프로그램 사용료를 받기도 하지만, 자신의 방송채널이 유료방송플랫폼사업자에게 송출되는 것에 대한 대가인 송출료를 계약에 근거하여 지불하기도 한다.

③ ①과 ②의 프로그램 사용료는 법정 부가세(Umsatzsteuer)를 더하여 지급하여야 한다.

2. 일반규정(Allgemeine Bestimmungen)

① 본 요율표에 따른 프로그램 사용료는 유료방송플랫폼사업자가 자신의 가입자에게 독일 저작권법상 방송사업자의 저작권접권(동시중계방송권) 규정인 제87조제1항1호에 따라 보호되는 ‘방송채널’과 제20조에 따라 저작권의 보호를 받는 ‘개별 방송프로그램(저작물)’의 동시재송신(die zeitgleiche, vollständige und inhaltlich unveränderte Weitersendung von Funksendungen)²⁶⁹⁾에 적용된다.

② 본 요율표에서 의미하는 라디오 및 TV 방송채널의 사용은 사업자가 방송채널의 신호를 어떠한 전송 품질 (SD, HD 등) 또는 어떠한 송출 기술(analog, digital), 또는 어떠한 송출 방식(DVB-C, DVB-T, DVB-S, IPTV 등)을 사용하는지 여부와 무관하다.

③ 유료방송플랫폼사업자가 주식회사법 제15조의 계열회사에 특정 방송채널을 동시재송신하는 경우, 계열회사가 얻은 수익도 프로그램 사용료의 산정기초가 되는 유료방송플랫폼의 수입(매출액)에 포함되어야 한다.

④ 유료방송플랫폼사업자가 라디오 및 TV 방송사업자 권리의 사용과 관련 있는 매출에 대해 논리적이고(schlüssig) 객관적으로 VG Media에 사후에 추적가능하도록(nachvollziehbar) 증명하지 않는 경우, VG Media는 권리의 간소화를 위하여 본 요율표에 따라 지급해야할 프로그램 사용료를 계산하기 위하여 토탈 세대당 월 12유로의 매출로 추정할 권리를 갖는다.²⁷⁰⁾

⑤ 오직 인터넷 또는 음성에서만 발생한 매출액 자체는 프로그램 사용료의 산정 기초가 되는 유료방송플랫폼의 수입(매출액)에 포함되지 아니한다. 다만,

269) 유료방송플랫폼사업자에 의해 동시에 PP 채널이 실시간으로 송출되는 것도 법적 개념은 아니지만 동시재송신에 해당하는 것이다.

270) 이러한 계산식에 따르면, 한 방송채널당 CPS는 257.4원 정도이다(12유로는 1유로를 1,300원으로 할 때 15,600원이고 여기에 1.65%를 곱하면 257.4원이 나온다).

이 경우 프로그램 사용료 매출액의 삭감은 서면으로 입증할 수 있는 매출액으로 한정된다. VG Media는 음성, 인터넷, 방송(라디오-TV)으로 구성된 결합서비스에 대한 할인 제공에 대해 일정 부분을 프로그램 사용료로 보상 받을 권리를 갖는다. 이때, 프로그램 사용료는 최종소비자가 지불하는 금액의 1/3로 하되²⁷¹⁾, 적어도 세대당 월 12유로 이상으로 한다.

⑥ 호텔, 여관, 병원, 피트니스 센터, 양로원, 요양원, 교정시설 및 그와 유사한 시설에 제공되는 수신장치를 통한 동시재송신에는 본 요율표를 적용하지 아니한다.

⑦ 복제는 본 요율표의 적용대상이 아니다. 인터넷 비디오 복제기기(Online Personal Video Recorder)에서의 사용과 인터넷 또는 컴퓨터 네트워크로만 접속가능한 매체에 사용하는 것도 본 요율표의 적용대상이 아니다.

⑧ 근린관계에 명확하고 실증적으로 제한적인 공동체 안테나 시설(Gemeinschaftsantennenanlage)에 해당하는 케이블망에서의 사용일 것을 조건으로, 그 사용에 대해서는 프로그램 사용료를 지급할 필요가 없다. 공동체 안테나 시스템은 정말 소수의 세대(世帶)에 공급하는 것으로 증명되는 경우로서, 하나의 건물 또는 상호 근접하고 있는 복수의 건물에만 공급되거나, 서로 개인적 관계를 통하여 서로 엮이거나 안테나 시설 운영자와 엮이는 경우 여기서의 근린관계가 존재하는 것으로 본다.

⑨ 본 요율표에서 정한 프로그램 사용료의 지급으로 VG Media가 대리하고 있는 라디오 및 TV 방송사업자의 모든 저작권 및 저작인접권이 권리처리된다. 다만, 이 권리처리로 다른 저작권위탁관리업체가 관리하고 있는 청구권, 특히 독일 저작권법 제20b조까지 처리되는 것은 아니다.

⑩ 프로그램 사용료 규정은 방송채널의 사용 전에 VG Media의 동의를 취득하고 있는 경우에 적용된다.

⑪ VG Media는 단체계약이 존재하는 경우 그리고 이에 따른 개별계약을 체결한 이후에 단체 구성원인 유료방송플랫폼사업자에게 행정 편익이 존재하는 경우에는 사용료 할인을 보장할 수 있다.

271) 결합상품이 3개의 상품 및 서비스로 구성되어 있기 때문에, 그 구성상품인 방송은 1/3 만큼의 지분을 갖는 의미로 볼 수 있다.

[별표 1] VG가 대리하는 TV 방송사업자의 방송채널 리스트

Fernsehen / TV stations	
1. 1-2-3.tv	26. MTV
2. Bibel TV	27. N24 Doku
3. bw family.tv	28. Net5
4. C.A.M.P. TV	29. nickelodeon
5. Chemnitz Fernsehen	30. ProSieben
6. Comedy Central	31. ProSieben Maxx
7. Disney Channel	32. PULS 4
8. DMAX	33. QVC
9. Dresden Fernsehen	34. QVC STYLE
10. Folx music television	35. QVC 2
11. HAUPTSTADT.TV	36. rheinmaintv
12. Hamburg 1	37. RNF
13. HGTV	38. SAT.1
14. Hope Channel	39. SAT.1 Gold
15. HSE 24	40. SBS6
16. HSE 24 EXTRA	41. sixx
17. HSE 24 TREND	42. sonnenklar.TV
18. kabel eins	43. SPORT1
19. kabel eins Doku	44. TELE 5
20. L-TV	45. TLC
21. LUXE.TV	46. TV2
22. Mediashop	47. tv.berlin
23. MediaShop Immer etwas Neues	48. Veronica
24. MediaShop Neuheiten	49. WELT
25. MediaShop Meine Einkaufswelt	50. wetter.com TV

제3절 영국²⁷²⁾

I. 개요

1. 영국의 저작권법

영국에서 저작인접권에 해당하는 최초의 제도는 1911년 저작권법에서 기원하였다. 동법은 음반제작자(producers of soundrecordings)에게 저작권(copyright)을 부여하였다.²⁷³⁾ 이어서 1956년 저작권법에는 음반, 방송물(혹은 방송), 조판의 판면 역시 저작권 보호의 객체가 된다고 선언했다.²⁷⁴⁾ 영국저작권법은 전통적 저작물(original works)은 제1부(Part 1)에 규정하면서, 신유형의 보호객체(subject matters other than works)에 대해서는 제2부(Part 2)에서 따로 다루었다. 그러나 양 영역 사이에 법적인 차별은 없었고, 두 영역에 인정되는 권리 모두 저작권이라고 하였다.²⁷⁵⁾ 즉, 영국 저작권법은 우리 저작권법과 독일 저작권법이 저작인접권 법리로 접근하는 것과는 달리 방송사업자의 방송에 대한 권리는 모두 저작권 법리로 접근을 하고 있다.

영국 저작권법의 저작인접권제도는 실연자만을 대상으로 하고 있으며, 음반제작자에 대해서는 녹음물의 저작권자로서, 방송사업자에 대해서는 방송의 저작권자로서 일반의 저작권과 동일하게 취급된다(제9조 제2항). 즉, 음반제작자와 방송사업자는 무선 방송·유선 방송·인터넷 전송을 포함한 ‘공중 전달’(communication to the public)에 대한 배타적 권리를 가진다(제16조 제1항(d)).

저작자의 권리는 저작물의 창작자가 향유한다.²⁷⁶⁾ 다만, 녹음물의 경우에는

272) 이 부분 역시 한양대학교 법학전문대학원 김병일 교수의 자문내용을 수정·보완한 것이다.

273) 음반을 녹음물(sound recordings)로서 보호한 것이 아니며, 단지 음악저작물의 일종으로 보호하였다.

274) 실연자의 권리는 음반제작자와 방송사업자와 달리 별도로 접근하고 있다.

275) 당시 입법자들과 학자들 중 일부는 로마협약의 논의과정에서 저작인접권의 대상이 되는 것이 별도로 다루어지는 것이 저작권제도 전반의 발전경향이라고 생각했고, 그 경향이 입법으로 이어진 것이다. Ellins(1997), p. 116. 영국법계 저작권법 전통을 따르고 있는 캐나다와 호주는 아직까지 전통적인 저작물과 기타 보호객체를 구별하는 태도를 유지하고 있다

제작자, 영화의 경우에는 제작자 및 총감독, 방송의 경우에는 방송을 행하는 자(제6조 제3항에 따른 방송을 제작한 자),²⁷⁷⁾ 또는 수신 및 재송신에 의하여 다른 방송을 중계하는 경우에는 그 다른 방송(PP)을 행하는 자(제작한 자)가 향유한다.²⁷⁸⁾

영국 저작권법 제6조는 방송에 대해서 정의를 하고 있다. 즉, ‘방송’은 무선 방송 · 유선 방송과 인터넷 전송의 일부를 포함하는 개념으로 정의되고 있다.

제6조(방송)

- (1) 이 편에서 "방송"이란 시각 영상, 소리 또는 기타 정보의 전자적 송신으로서,
 (a) 공중의 구성원이 동시에 수신하도록 송신되고, 합법적으로 수신될 수 있거나, 또는
 (b) 공중의 구성원에게의 제공을 위해 송신하는 자에 의해서만 정하여진 시간에 송신되는 것으로,
 다음 (1A)항에 의해 제외되지 않는 것을 의미한다; 그리고 방송에 관한 규정은 그에 따라 해석한다.
 (1A) 다음의 경우가 아니라면, 어떤 인터넷 송신도 "방송"의 개념에서 제외된다-
 (a) 인터넷과 기타 수단을 통해 동시에 일어나는 송신,
 (b) 생방송의 동시송신, 또는
 (c) 송신을 책임지고 있는 개인이 제공한 프로그램서비스, 즉 그가 결정한 예정된 시간에 송신하는 서비스의 일부를 형성하는 기록된 동영상 또는 소리의 송신.
-

영국 저작권법에 의하면, 무선 방송 · 유선 방송 · 인터넷 전송을 통해 저작물을 전송하는 행위는 포괄적으로 저작자의 ‘공중전달(communication to the public)권’의 대상이 된다(영국 저작권법 제16조 제1항 d).

한편 영국 저작권법 제20조는 ‘공중전달에 의한 침해’를 다음과 같이 규정하고 있는데, 우리 저작권법상 방송권과 전송권 침해에 해당하는 규정이다.

-
- (1) 저작물의 공중에 대한 전달은 다음의 것에 대한 저작권에 의하여 제한되는 행위이다-
 (a) 어문, 연극, 음악 또는 미술 저작물,
 (b) 녹음물, 영화, 또는
-

276) 영국 CDPA 제9조 제1항.

277) 영국 CDPA 제6조 제3항(이 편에서, 방송을 하는 자 또는 방송되는 송신을 하는 자라 함은-
 (a) 그 내용에 관하여 일정한 범위의 책임을 있다면, 프로그램을 송신하는 자, 및
 (b) 프로그램을 제공하는 자로서, 이를 전송하는 자와 함께 송신에 필요한 조정을 하는 자를 말하며; 이 편에서 방송과 관련하여 프로그램이라 함은 방송에 포함된 것을 말한다.)

278) 영국 CDPA 제9조 제2항 ab호 및 b호.

(c) 방송.

(2) 이 편에서 공중에 대한 전달은 전자적 송신에 의한 공중에 대한 전달을 의미하며, 저작물과 관련하여 다음을 포함한다.

(a) 저작물의 방송;

(b) 공중의 회원이 자신이 개별적으로 선택한 장소와 시간에 접근가능한 그러한 방법으로 전자적 송신에 의해 저작물을 공중에 이용제공 하는 것.

2. PSB와 플랫폼간의 대가관계²⁷⁹⁾

가. 원칙

EU 보편적서비스 지침(USD)²⁸⁰⁾ 제31조제2항은 must carry 의무 이행으로 발생하는 적정한 보상을 정할 수 있는 권한은 회원국의 재량사항으로 위임하고 있다(the ability of Member States to determine appropriate remuneration). 이 경우, 회원국은 유사한 환경의 다른 사업자와 비교하여 차별적으로 보상이 이루어지지 않도록 해야 하며, 비례원칙과 투명성 원칙에 부합하도록 보상이 이루어지도록 보장하여야 한다. 특히 보상은 의무재송신 규제의 목적과 그 수단과의 관계에 대한 비례원칙의 측면에서 강조되고 있다.²⁸¹⁾ Ofcom도 이와 마찬가지로 의무재송신에 따른 송출료의 발생 및 그 수수 가능성을 부인하지 않고 있다. 오히려 Ofcom은 의무재송신 지정안과 관련한 보고서에서 EU의 입장에 따라 의무재송신에 대한 적정한 송출료를 받는 것이 합리적이라고 제안했었다. 또한, 보상이 공정하고 합리적인 조건과 대가로 이루어져야 한다고 제안하고 있다. Ofcom은 이와 같은 제한이 비례원칙에 부합한다고 보고 있다.²⁸²⁾

한편, PSB는 의무제공에 따른 어떠한 명목의 대가를 플랫폼사업자에게 요

279) 이 부분은 김태오·김호정(2016), 『지상파방송 재송신 분쟁 관련 쟁점 및 개선방안 연구』, 42면 이하를 참고한 것이다.

280) Directive 2002/22/EC.

281) European Commission(2002), Working Document - Subject "Must carry" obligations under the 2003 regulatory framework for electronic communications networks and service, §1.2.2.2, p.7~8.

282) Ofcom(2005), p.10, 옆번호 3.13; Annex 5.

구할 수 없다는 점은 앞서 본 바와 같다.²⁸³⁾

나. PSB와 케이블사업자의 관계

최근까지 케이블사업 구역의 PSB 채널을 케이블사업자가 재송신하는 행위에 대해서는 영국 저작권법(Copyright, Design and Patents Act 1988) 제73조에 따라 저작권료(copyright fees, retransmission payment obligations) 면제대상이었다.²⁸⁴⁾ 저작권료 면제대상에는 방송채널에 포함되어 있는 방송프로그램에 대한 작가(writer), 제작자(producer), 감독(director) 등의 저작권 및 저작인접권(이를 통틀어 underlying rights라고 한다)도 모두 포함된다. 그렇기 때문에 케이블사업자는 PSB 사업자에게 PSB 채널에 대한 재송신 대가의 지불 없이 효과적으로 재송신을 할 수 있었던 것이다. 한편, 의무제공(Must-Offer) 규정²⁸⁵⁾에 따라 PSB는 의무제공에 대한 대가를 요구할 수 없다. 뿐만 아니라, PSB 사업자에게 케이블의 재송신을 거부하거나 재송신 대가를 요구할 법적 근거도 없었다.

송출료는 PSB와 같은 채널사업자가 플랫폼사업자에 대하여 지불하는 비용으로서, 방송채널을 재송신하는 과정에서 소요되는 기술비용과 플랫폼을 유지하기 위한 기술비용을 포괄하는 개념이다(technical costs of transmitting their content and maintaining platform).²⁸⁶⁾ 위성사업자는 이 비용을 특히 charges for technical platform services(TPS)라고 한다. 케이블사업자는 의무재송신에 따른 송출료도 받지 않는다.²⁸⁷⁾ 의무재송신 과정에서 PSB와 케이블

283) 의무제공에 대한 설명 참고.

284) 최근 법개정으로 저작권 면제조항이 삭제되었다. 상세는 후술한다.

285) PSB 사업자는 Ofcom의 면허를 받은 PSB 채널(every licensed public service channel) 등(BBC는 Ofcom의 면허를 받는 PSB가 아니므로 제외)을 유료위성사업자인 BSkyB를 포함한 주요 플랫폼에 반드시 제공해야 한다(VoD와 PSB portfolio 채널은 제외한다). 위성플랫폼에 대한 의무제공은 별도의 조항을 두어 더욱 강조되고 있다(영국 방송통신법 제273조). 의무제공 도입 당시 위성플랫폼이 디지털방식의 PSB 채널을 가장 잘 구현했던 시스템이었을 뿐 아니라 지상파방송을 반드시 위성으로 시청해야 하는 수신환경에 처해 있는 시청자들 때문에, 위성플랫폼에서 PSB 채널이 반드시 송출되도록 할 필요가 있었다.

286) DCMS(2015), The balance of payments between television platforms and public service broadcasters—Option for deregulation, p.13, 연번호 23.

287) Mediatique(2012), Carriage of TV Channels in the UK: policy options and

사업자간에는 사실상 zero net fee이다. 송출료(cost of carriage)와 케이블사업자가 PSB 채널을 재송신함에 따라 얻는 가치가 서로 상쇄된다고 보기 때문이다.²⁸⁸⁾ 특히 PSB의 portfolio 채널에 대한 저작권은 행사할 수 있으므로(저작권료 면제는 PSB main channel에 대한 것이므로)²⁸⁹⁾, 송출료와 PSB Portfolio 채널에 대한 저작권료(copyright fees)를 상계하는 것으로 볼 수 있다. 또한, 폐쇄망인 케이블의 경우 PSB 채널은 케이블사업자의 적극적인 채널 구성행위가 있어야 하고, 이 경우 가입자로부터 수신료를 받을 수 있기 때문에, 일정 부분 이러한 수신료로부터 송출료가 충당된다고도 할 수 있다.

다. PSB와 위성사업자(BSkyB)의 관계

사실상 어떠한 대가도 주고받지 않은 PSB와 케이블사업자간의 관계와는 달리, PSB 사업자는 위성사업자인 BSkyB에게 자신의 PSB 채널 송출에 따른 기술비용을 지불하고 있다. 단순한 위성사업자의 서비스를 이용한 대가를 넘어 플랫폼의 개발·구축과 유지에 따른 일부 비용까지 보전하는 것으로 알려져 있다(the building and maintenance of the platform). 다만, transponder capacity와 uplink 서비스의 이용 비용은 TPS 대가에 포함되지 않는다. TPS에 대한 대가는 다음의 요소에 대한 것이다.

<표> TPS 대가 요소

-
- Conditional access(CA): 방송사업자가 자신의 콘텐츠에 대한 시청을 제한할 수 있는 서비스로서, 암호화 기술을 통해 가입자만 콘텐츠 시청이 가능하도록 하는 기술이다.
 - EPG listing services: 방송사업자가 편성정보를 제공할 수 있도록 기술적 공간을 부여하고 그 정보를 EPG상 특정 위치로 할당하는 서비스이다.
 - Access Control(AC) services: 양방향 서비스나 레드버튼(red button)과 같이 접속을 제어하는 서비스이다.
 - Geographic masking/regionalisation services: 지역방송과 같이 특정 지역으로만 방송되거나 영국 내에서만 시청할 수 있는 서비스를 의미한다.
-

implications, p.10.

288) The Joint Committee on the Draft Communications Bill(2002), pp.41~42, 옆번호 146.

289) DCMS(2016b), Impact Assessment of Repeal of section 73 of the Copyright, Design and Patents Act 1988, p.5.

PSB 채널이 BSkyB의 tier에 구성되지 않고도(without retail bundle) BSkyB의 가입자에게 도달하기 위하여 PSB는 Sky의 기술을 활용하고자 한다.²⁹⁰⁾ 위성방송이 디지털방송 전환기의 주요한 플랫폼이기도 했고, 특히 지상파 직접수신을 대체하여 PSB 채널의 커버리지를 넓히는 기능도 했었기 때문에, PSB 채널이 위성에 반드시 제공되어야 했던 것이다(must offer). TPS 대가는 이러한 BSkyB의 개방시스템을 이용하는 대가이다. BSkyB가 자신의 가입자에게 PSB 채널 등을 제공하는 대가로 수신료를 받지 않기 때문에(BSkyB에 가입하지 않고도 시청할 수 있기 때문에) BSkyB의 개방시스템을 이용하고자 하는 자는 그에 대한 대가를 당연히 부담할 수밖에 없다.²⁹¹⁾

특히 TPS 대가는 2002년 유럽연합의 접속지침 제6조(Conditional Access System to Digital TV and Radio Services)에 따른 규정(Annex 1, Part 1)에 의거²⁹²⁾하여 영국 Ofcom이 제시한 TPS(Technical Platform Services) 가이드라인을 준수해야 한다. TPS 가이드라인이란 영국 방송시장에서 독점적 유료 위성방송사업자인 BSkyB의 디지털 셋탑박스를 활용하여 시청자/가입자에게 접근하고자 하는 방송사업자 및 양방향TV 사업자가 지불해야 할 대가가 공정하고, 합리적으로, 비차별적으로 책정될 수 있도록 Ofcom이 마련한 대가사정에 관한 지침이라고 할 수 있다.

290) Ofcom(2015), Public Service Content in a Connected Society - Ofcom's third review of public service broadcasting, p.120.

291) Oliver & Ohlbaum Associates Limited(2011), p.16.

292) (Annex1, Part 1) b) 디지털 TV 및 디지털방송(이하 '디지털서비스')을 위한 접속서비스를 제공하고, 잠재적 시청자 내지 청취자에게 도달하기 위해 이러한 접속서비스에 지상파(라디오) 방송사업자가 의존하게 되는 모든 접속권한서비스 제공자(ex. BSkyB)는, 디지털서비스의 전송 유형과 관계없이 모든 지상파(라디오)방송사업자에 대하여 공정하고, 합리적이며, 비차별적인 조건 및 EU 경쟁법의 준수를 조건으로 디지털서비스가 시청자 내지 청취자가 수신할 수 있는 기술 서비스를 제공할 의무 부담

<표> 영국 공공서비스 채널이 위성방송 Sky에 지급하는 PCC 규모(파운드)

방송사	방송채널	10~11년	12년	14년(추정)
BBC	BBC NEWS	994,310	491,970	296,100
	BBC 1	4,771,505	3,171,460	2,090,280
	BBC 2	1,261,600	814,690	536,915
	BBC 3	994,310	663,090	399,095
ITV	BBC 4	310,055	206,770	124,450
	ITV 1	3,747,925	2,751,720	1,816,555
	ITV 2*	1,660,560	1,263,060	761,580
	ITV 3*	1,236,435	940,460	567,065
Ch 4.	Ch 4.	1,803,155	1,323,875	873,960
Ch 5.	Ch 5.	738,525	542,225	357,950

자료: STRABASE(2013)

그런데, 위 표에서 확인할 수 있듯이, TPS 대가가 줄어드는 추세를 보이고 있다. 2014년부터 BSkyB는 TPS 대가를 더 줄이기로 하였다.²⁹³⁾ 또한, 의무재송신과 의무제공 대상 채널이 아닌 ITV2/ITV3의 TPS 대가는 ITV1에 비해 저렴하다. 이들 채널에 대해서는 일부 보상을 해주고 그 대가로 할인이 이루어지고 있는 것이다. VOD 서비스도 의무재송신이나 의무제공의 범주를 벗어나는데, VOD 서비스를 제공하는 PSB에 대해서는 명시적으로 BSkyB가 TPS 대가의 30%를 할인해주고 있다고 한다.²⁹⁴⁾

하지만 여전히 위성방송에게 지급되는 과도한 TPS 대가에 대한 PSB 사업자들의 불만은 지속되고 있다. BSkyB의 소유주인 머독은 미국에서는 지상파 방송사업자로서 재송신료를 받는 반면, 영국에서는 위성방송사업자로서 송출비용을 받는다는 비난도 있다. 경쟁 유료플랫폼인 케이블사업자 Virgin에 대해 PSB 사업자들이 송출료를 지불하고 있지 않고 있는 공정경쟁조건(level playing field)의 문제도 제기된다. 이에, 2013년 1월 DCMS 장관은 TPS 대가를 더욱 낮추어야 하며, 궁극적으로는 PSB와 케이블간의 관계처럼 서로 대가를 주고받지 않는 제로(0) 수준으로 가야한다는 의견을 피력하기도 하였다.²⁹⁵⁾

293) the guardian(2013), BSkyB must stop charging PSBs millions of pounds, says Ed Vaizey.

294) Mediatique(2012), p.13.

295) the guardian(2013).

2014년에는 BBC가 BSkyB에게 더 이상 TPS 대가를 지급하지 않기로 합의하였고, 이로써 매년 4백5십만 파운드(약 62억7천만원)의 예산절감 효과가 기대된다는 소식도 전해지고 있다.²⁹⁶⁾ TPS 대가를 떨어뜨리지 않으면 콘텐츠 대가를 받겠다는 협상전략에 따른 것이다. ITV도 자신의 portfolio 채널 중 하나이면서 유료채널 서비스인 ITV Encore의 TPS 대가를 인하한 결과, 2백만 파운드를 절약할 수 있었다고 한다.

이와 달리, BSkyB는 PSB 채널 재송신에 따른 저작권료를 부담하지 않는다. 왜냐하면, PSB 채널을 자신의 tier에 포함시키지 않으므로, PSB 콘텐츠 자체에 대해 가입자로부터 수신료(through subscription charges)를 받지 않기 때문이다.²⁹⁷⁾ 또한, PSB는 위성에 자신의 채널을 의무제공해야 하고, 이에 대한 대가를 요구할 수 없기 때문에, PSB는 위성사업자인 BSkyB로부터 어떠한 대가를 받지 않고 있다.

3. 영국 저작권법 제73조의 폐지²⁹⁸⁾

실시간 OTT 서비스인 TV Catchup이 케이블에 한해 인정되고 있던 영국 저작권법 제73조에 따른 저작권 면제조항을 들어 자신들도 저작권법 면제의 혜택을 누릴 수 있다고 주장한 것이 논쟁을 촉발한 결정적인 계기가 되었다. 현행 영국 저작권법 제73조에 등장하는 주체는 케이블사업자인 Virgin과 PSB이다. 왜냐하면 명문으로 케이블(by cable)이 재송신하는 PSB 서비스 방송의 저작권(PSB 방송채널과 관련 있는 모든 저작권 · 저작인접권 포함)은 동일한 방송권역에서 재송신되는 한 침해되지 않는다고 하였기 때문이다. 입법취지는 이 조항을 통해 모든 영국 국민이 PSB를 시청할 수 있는 가능성이 높아질 수 있기 때문이었다.

그러나 오늘날 영국의 99.9% 시청자는 디지털 PSB 채널을 지상파 직접수신(DTT), 디지털케이블, 디지털위성으로 시청할 수 있는 환경에 놓여 있다.

296) the guardian(2014), BBC and BSkyB reach agreement over retransmission payments.

297) DCMS(2015), p.12~13; Oliver & Ohlbaum Associates Limited(2011), p.16.

298) 이 부분은 김태오 · 김호정(2016), 49면 이하를 참고한 것이다.

PSB 채널이 영국 전역에서 시청 가능하도록 하기 위한 입법목적은 이미 달성된 상황인 것이다. 또한 실시간 OTT가 저작권법상 by cable이라는 문언을 확장해석하여 via internet까지도 포괄한다는 주장을 차단할 필요가 있었다. 유럽 사법재판소(ECJ)에 실시간 OTT 사업자와 PSB간의 소송이 계류 중인데, 법적 쟁점 중 하나가 영국 저작권법 제73조의 EU 지침(Directive 2001/29/EC) 위반 여부가 포함되어 있기도 했다. 이에 영국 정부는 선제적으로 영국 저작권법 제73조를 폐지하기로 결정하였다.

다만, 이 조항이 폐지됨에 따라 PSB 사업자들이 Virgin에게 재송신료를 요구하거나 PSB 채널을 black out 시킬 수 있다는 역효과(side-effect) 우려가 제기되기도 하였다. 특히 저작권료를 요구한 결과 이 대가가 시청자에게 전가된다는 주장도 있었다. 이에 대해 영국 정부는 licensed PSB 채널은 무료로 모든 영국 내에서 시청가능하도록 할 의무를 부담한다고 전제하였다. 그러면서 PSB 면허 조건에 must offer 의무가 부가되어 있고, must offer 의무는 어떠한 명목의 대가를 부과해서는 안 된다는 내용이므로 저작권 면제조항이 폐지되더라도 PSB가 케이블에게 어떠한 명목의 대가를 요구할 수 없다고 하였다. 또한, PSB는 광고가 주된 수익원인데, 케이블사업자에게 추가적으로 대가를 받게 되면 ‘동일한’ 방송으로 두 번 보상(광고 & 저작권법에 따른 대가)받는 결과가 된다고 하였다(remunerate the PSBs twice for the same broadcast).

물론, 저작권 면제조항 폐지는 새로운 시장을 창출할 수 있을 것이라고 전망하였다. 지금 현재 제도 아래에서는 저작권 및 저작인접권자가 재송신에 따른 보상을 받을 수 없는 구조였기 때문이다. 즉, 저작권 면제조항 폐지로 채널을 구성하는 저작권자 및 저작인접권자는 기존보다 더 많은 보상을 요구할 수 있을 것이다. 그러면 PSB나 케이블사업자가 다시 저작권 관련 계약을 해야 하는 구조가 된다. 그러나 PSB는 underlying holder로부터 포괄적인 권리(comprehensively)를 구매하는 게 관행이라고 한다. 영국 내 어떠한 미디어로 노출되는지와 상관없이 콘텐츠가 노출되는 것에 대한 권리를 구매하는 것이다. 설령 그렇지 않더라도 PSB는 각 권리자와 포괄적인 이용허락을 받도록 협상하여야 하며, 과도기적으로 케이블사업자한테는 권리 주장을 하지 못하도

록 해야 한다고 하였다.²⁹⁹⁾

II. 방송콘텐츠의 권리처리

방송 콘텐츠에 관한 각본, 음악 등에 관한 저작권과 실연가의 권리 처리는 최초방송, 인터넷을 통한 동시 송신, 재방송 송신(최초 방송일 후 30일 이내)를 포함한 범위에서 일괄하여 권리처리가 행해진다.

방송사업자는 각본가(시나리오작가) 단체와 실연자 단체 사이에는 단체가 합의를 통하여 최초방송을 포함하여 이용허락 범위와 미니멈 이용료 등을 정한다. 한편, 방송사업자와 후술하는 작사자·작곡자 집중관리단체와 음반제작자 집중관리단체 사이에는 포괄이용허락 방법을 통하여 이용허락 및 이용대가 등을 합의한다.

III. 저작권집중관리단체의 현황

1. 개요

영국은 저작권 집중관리단체의 업무와 운영에 관해 직접적으로 규제하지 않는다. 다만, 1998년 개정 저작권법(Copyright, Design and Patent Act(이하 “CDPA”)은 저작권자와 그들의 대리인(저작권관리단체)간의 상업적 라이선스 분쟁을 해결하는 것을 주목적으로 하는 저작권심판소(Copyright Tribunal)를 통하여 간접적으로 저작권 집중관리단체를 규제한다.³⁰⁰⁾

CDPA는 제7장에서 저작권의 라이선스에 대하여 규정하고 있으며 제116조 제1항은 이용허락 요강(license scheme)을 통하여 라이선스 체계를 규정하고 있고,³⁰¹⁾ 제116조 제2항은 저작권자 등을 대신하여 라이선스를 부여할 수 있

299) DCMS(2016. 6. 29), Repeal of section 73 of the Copyright, Design and Patents Act (1988), Impact Assessment.

300) <https://www.gov.uk/government/organisations/copyright-tribunal>(2019. 6. 23. 최종 방문).

는 라이선스 단체(licensing body)³⁰²⁾를 인정함으로써 저작권 관리단체를 설립할 수 있는 근거를 마련하고 있다.

저작권 관리단체를 설립할 때 정부의 허가를 요하지는 않는다. 그러나 비회원 저작권자의 저작물 또는 비회원 실연자의 권리와 관련하여 라이선스를 부여하는 확대된 집중 라이선스 약관(Extended Collective Licensing Scheme)을 운영하려는 저작권 관리단체는 사업·혁신·기술부 장관 승인을 받아야 한다.³⁰³⁾

2. 음악 저작물 집중관리 단체

영국의 경우 음악 저작물의 작사와 작곡 관련 저작권에 대한 관리는 'PRS for Music'에 의하여 이루어지고 있다.³⁰⁴⁾ 그 밖에 음반 제작자와 실연자의 권리는 집중관리단체인 PPL (Phonographic Performance Ltd.)이 관리하고 있다.³⁰⁵⁾

가. PRS for Music

PRS for Music은 음악 저작물의 공연권과 방송권을 관리하는 PRS(Performing Right Society Limited)와 음악 저작물의 복제권을 관리하는

301) (1) 이 편에서 "이용허락 요강"이란,

(a) 요강의 운영자나 그에 의하여 대리되는 자가 부여하고자 하는 사안의 종류,

(b) 그 사안의 종류에 대해 이용허락이 부여되는 조건: 을 규정한 요강을 말하며, 이 목적상 그것이 요강, 요금표 기타 명칭으로 기술되어 있는지를 불문하고 요강의 성질에 속하는 모든 것을 포함한다.

302) (2) 저작권자나 장래의 저작권자 또는 그 대리인으로서 저작권 라이선스의 교섭이나 부여를 그 주요한 목적 또는 주요한 목적 중 하나로 하는 단체 또는 기타 조직을 말하며 다수의 저작자의 저작물에 적용되는 라이선스의 부여를 목적으로 하는 것을 포함한다.

303) 저작권법 시행규칙(Copyright (Regulation of Relevant Licensing Bodies) Regulations 2014)

(<https://www.legislation.gov.uk/ukdsi/2014/9780111109267/contents> 참조). 제2항에서 확장된 집중 라이선스 약관(Extended Collective Licensing Scheme)에 대하여 정의하고 있다.

304) <https://www.prsformusic.com/what-we-do>(2019.6.2. 최종방문).

305) <http://www.ppluk.com/About-Us/>(2016.3.2. 최종방문).

MCPS(Mechanical-Copyright Protection Society Limited)가 음악 저작물에 대한 효율적인 이용 허락을 위하여 함께 설립하여 운영하고 있는 단체이다. PRS for Music은 PRS와 MCPS가 공동으로 운영하는 저작권 관리단체이나, 일정 부분은 PRS와 MCPS가 독립적으로 운영하고 있다.³⁰⁶⁾

PRS는 공중에 음악 저작물을 공연할 권리, 방송하거나 케이블 프로그램 서비스에 포함시킬 권리 및 다른 사람에게 동일한 행위를 승인하는 권리와 같은 음악 저작물의 공연권을 관리한다. 또한 영화의 사운드 트랙에 음악 저작물을 녹음하는 배타적인 권리인 음악 저작물을 영화에 사용하는 것에 대한 사용권(film synchronisation right)을 관리한다.³⁰⁷⁾ PRS는 MCPS와는 별도의 저작권 관리단체이나 음악 저작물에 대한 효율적인 라이선스 부여를 위하여 두 단체가 1997년에 MCPS-PRS 연맹(MCPS-PRS Alliance)을 설립하였고 2009년에 PRS for Music으로 그 명칭을 변경하였다.³⁰⁸⁾

PRS에 가입할 때 회원들은 자신의 음악 저작물에 대한 공연권(방송권 포함)을 PRS에 양도하고, 양도의 효력은 그 회원이 PRS에 가입할 당시의 음악 저작물뿐 아니라 PRS의 회원인 동안에 그 공연권을 보유하게 된 음악 저작물에 대하여도 미치며, 양도 이후에는 PRS가 해당 음악 저작물의 공연권을 가지고 그에 라이선스를 부여할 독점적인 권리를 가지게 된다.³⁰⁹⁾ PRS는 저작권자로부터 음악 저작물에 대한 공연권을 양도받으며, 이와 달리 MCPS의 회원들은 MCPS에 음악 저작물에 대한 기계적 저작권을 양도하지 않고 회원들이 계속하여 보유하며 MCPS는 음악 저작물에 대한 기계적 저작권의 유일한 배타적 이용권자로서 행사할 뿐이다.³¹⁰⁾ 또 PRS는 1년에 네 번 사용료를 회원들에게 분배하나 MCPS는 매월 사용료를 분배한다.³¹¹⁾

306) <http://www.prsformusic.com/Pages/MCPS-FAQs.aspx#2> 참조.

307) <http://www.prsformusic.com/users/recordedmedia/glossary/Pages/default.aspx>,
<http://www.prsformusic.com/users/productionmusic/Pages/default.aspx>

308) <http://www.prsformusic.com/aboutus/ourorganisation/ourhistory/Pages/default.aspx>

309) PRS 작가와의 계약 제2조 <http://www.prsformusic.com/SiteCollectionDocuments/Membership/prs-standard-terms-of-assignment-writers.pdf> 참조.

310) MCPS 작가와의 계약 제2조 <http://www.prsformusic.com/SiteCollectionDocuments/Membership/MA2andannexes.pdf> 참조.

311) <http://www.prsformusic.com/codeofconduct/Documents/prs-for-music-code-of-con>

나. PPL³¹²⁾

1934년에 설립된 PPL³¹³⁾은 녹음된 음악을 공중을 상대로 또는 방송을 통하여 재생하는 것에 대하여 이용 허락을 부여하는 저작권 관리단체로 음반의 방송권과 실연권을 관리한다. 녹음된 음악을 공중을 상대로 재생하는 술집(bar), 나이트클럽, 호텔부터 상점, 사무실, 공장, 체육관(gym), 학교, 대학교와 지방자치단체(local authorities)가 PPL로부터 라이선스를 부여 받아야 하는 대상의 대표적인 예에 해당한다. 또한 PPL이 부여하는 방송과 온라인 라이선스는 녹음된 음악을 BBC의 텔레비전, 라디오 그리고 iPlayer 서비스³¹⁴⁾ 및 상업적 방송사들이 이용하는 것에 대하여 부여된다.³¹⁵⁾ PPL과 PRS for Music은 라이선싱 절차를 용이하게 하기 위한 다수의 사업과 음악 저작물에 대한 라이선스의 필요성을 고양하기 위한 사업³¹⁶⁾을 공동으로 진행하고 있다.³¹⁷⁾

PPL은 음반 회사와 실연자를 위하여 녹음된 음악에 대한 사용료를 징수하고 분배한다. PPL이 징수한 사용료는 운영 수수료를 공제한 후 이용한 음악에 관한 정보와 PPL의 이용 허락의 대상이 되는 수백만 음반의 수록곡에 대한 상세 사항을 담고 있는 PPL의 레퍼토리 데이터베이스에 저장된 데이터에 기초하여 회원들에게 분배된다.³¹⁸⁾

3. 실연자

British Equity Collecting Society(BECS)는 실연자를 위하여 비디오/DVD의 대여 또는 실연의 방송에 대한 보상금을 관리하는 기관이다.

duct.pdf 14면 참조.

312) <http://www.ppluk.com/Documents/Code%20of%20Conduct%20PDFs/PPL%20Code%20of%20Conduct%20for%20Licensees.pdf>

313) <http://www.ppluk.com/About-Us/Who-We-Are/Company-history/>

314) iplayer는 BBC가 운영하는 인터넷 텔레비전·라디오 및 애플리케이션 서비스이다.

315) <http://www.ppluk.com/About-Us/What-We-Do/>

316) PPL과 PRS for Music는 'MusicWorks'라는 공동 연구를 통하여 사업 환경에 미치는 음악의 가치에 대하여 연구하였다. <http://www.musicworksforyou.com/home> 참조.

317) <http://www.ppluk.com/I-Play-Music/PPL-and-PRS-for-Music-/>

318) http://www.ppluk.com/Documents/Distribution/PPL_Distribution_Rules.pdf

4. 저작권 집중관리단체에 대한 규제

가. 저작권 심판소를 통한 간접 규제

1956년 저작권법은 저작권 관리단체와 사용자간의 분쟁의 해결을 위하여 공연권 심판소(The Performing Right Tribunal)를 설립하였다. 이에 따라 공연권 심판소가 i) 당사자간에 라이선스 규정에 관하여 분쟁이 있는 경우, ii) 관리단체가 특정 사용자에게 라이선스 부여를 거절하는 경우, iii) 사용료·이용 기간 및 이용 조건의 불합리한 것으로 주장되는 경우 심판권을 행사하였다. 공연권 재판소는 라이선스 규정을 심사하여 그 규정이 불합리하다고 인정되는 경우에는 그 조항을 변경할 권한이 있고, 사용자의 라이선스 부여요구를 거절할 적절한 이유가 없다고 판단되면 라이선스 부여명령을 내릴 수 있으며, 라이선스 규정에 따라 적절하다고 생각되는 사용료 또는 이용 조건을 결정하였다.

한편, 1988년 CDPA는 1956년 저작권법에 규정된 위 공연권 재판소의 권한을 대폭적으로 확대한 저작권 심판소(Copyright Tribunal)를 설립하도록 하였다. 또한, 저작권 심판소의 심판대상을 공연권 및 방송권뿐만 아니라 복제 행위까지 확대하였고, 영화·케이블 프로그램 등까지도 심사의 범위에 포함시켰다. 더불어 현재 시행되고 있는 규정뿐만 아니라 장래의 계획안 및 장래의 사용허가 조건도 심사대상에 포함시켰다.

나. 강제사용권의 부여

영국의 강제사용권 부여제도는 녹음 저작물(sound recording), 영화, 컴퓨터 프로그램 등에 관하여 관리단체 등에서 부당하게 특정인에 대하여 저작물의 사용을 거절하는 경우 이를 관장하는 상공부장관이 강제적으로 사용자에게 사용권을 부여하는 제도이다. 이 때 저작권 사용료에 관하여 당사자간에 합의가 성립되지 않으면 저작권 심판소에서 일방적으로 사용료를 결정할 수 있다.³¹⁹⁾

다. 독점 및 합병 위원회에 의한 통제

독점 및 합병 위원회(Monopolies and Mergers Commission)는 1973년 공정거래법 부칙 제8조 제1편에 의하여 부여된 권리에 의하여 라이선스의 저작물 이용이나 저작권자가 다른 라이선스를 부여할 수 있는 권리를 제한하는 조건 또는 합리적인 조건 하에서 저작권자가 라이선스 부여를 거부하는 등 공공 이익에 반하여 운영되거나 운영될 것이 예상되는 경우 이러한 조건을 취소하거나 변경하도록 요구할 수 있는 권한을 가진다. 320)

라. 기타

또한 저작권 집중관리단체는 내부의 민주적 절차에 따라 내부적으로 통제가 이루어지고 있다.³²¹⁾ 저작권 관리단체가 음악 저작물의 사용료 규정을 마련할 때 정부의 허가나 승인을 받을 것이 저작권법에 의하여 요구되지는 않으며 이 사회의 승인만 받으면 된다.³²²⁾ PRS와 PPL의 경우 새로운 라이선스 약관을 도입하거나 기존의 라이선스 약관을 중대하게 변경할 경우에는 이용 허락을 받은 자들이나 그들을 대표하는 단체 등과 협의를 거치도록 하고 있다.³²³⁾

아울러 저작권 집중관리단체들은 영국 지식재산청(Intellectual Property Office)이 정한 기준을 준수하여야 한다. 2012년 5월 영국 저작권 위원회(British Copyright Council)는 영국 저작권 집중관리단체의 운영의 투명성 제고를 위하여 ‘집중관리단체 행동 지침 원칙(Principles of Collective

319) 이해완(2004), “저작권 집중관리 제도의 현황과 발전방향”, 『정보법학』 제8권 제1호, 한국정보법학회, 137면.

320) CDPA 제144조.

321) PRS for Music은 PRS for Music이 공개된 서비스 기준을 준수하지 않은 경우, 사전에 명시한 정책을 적용하지 않거나 명시한 절차를 지키지 않은 경우, 정책 수립에 있어 적법절차를 따르지 않아 회원들의 권리 행사에 불리한 영향을 미친 경우 등에 있어서 PRS for Music이 자체적으로 마련한 불평 처리 절차를 회원이 이용할 수 있게 함으로써 내부적 통제를 실시하고 있다. PPL은 PRS for Music과 유사한 불평 처리 절차를 운영하고 있다.

322) <http://www.prsformusic.com/codeofconduct/Documents/prs-for-music-code-of-conduct.pdf> 29면 참조.

323) <http://www.prsformusic.com/users/broadcastandonline/consultationprocedure/Pages/default.aspx> 참조.

Management Organisations' Codes of Conduct)'을 발표하였으며 2012년 10월 영국 지식재산청(Intellectual Property Office)은 '영국 집중관리단체 운영상 최저 기준(Minimum Standards for UK Collecting Societies)'³²⁴⁾을 제시하였다. 이에 따르면 저작권 집중관리단체는 이용자들을 공평하게 대우하여야 하며 이용자와의 관계에 있어서 투명성을 확보하여야 한다. 이에 따라 영국 집중관리단체들은 자체적으로 새로운 행동 지침(Code of Conduct)을 마련하거나 기존의 행동 지침을 개정하였다.³²⁵⁾

IV. 방송프로그램 사용료 산정 실무³²⁶⁾

특히 방송프로그램 사용료 산정과 관련해서는 Sky 채널과 관련한 Ofcom의 규제와 관련한 보고서가 유일한 참고자료였다. 사건의 발단은 영국 유료방송 플랫폼의 강자이자 핵심 방송채널을 보유하고 있는 Sky 사건이다.³²⁷⁾ Sky는 영Sky sports 1채널과 2채널(유료채널)에서 실시간 프리미어 리그를 중계하였다. Live Premier League 채널은 유료방송플랫폼 선택에 있어 가장 중요한 요소이다. 그러나 Sky는 SO사업자인 경쟁 유료방송플랫폼사업자 버진(Virgin) 미디어에게는 사실상 이 유료채널을 제공하지 않았다. 이에 Ofcom은 2010년에 이러한 Sky의 거래실무가 공정경쟁의 관점에서 문제를 야기한다고 판단하여 Sky에게 동 채널(Sky sports 1채널과 2채널)의 의무제공(Wholesale Must Offer)을 명하였고 Ofcom은 그 제공가격에 대한 통제도 하였다(certain prices and terms set by Ofcom).

324) http://www.britishcopyright.org/files/3014/1312/9765/BCCPGP_Policy_Framework_250512.pdf; <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140603093549/http://www.ip.o.gov.uk/hargreaves-minimumstandards.pdf>; http://www.independentcodereview.org.uk/files/9714/0171/5251/ICR_Report_2014.pdf 참조.

325) 2013년 11월 영국 저작권 위원회는 12개의 영국 집중관리단체의 행동 지침이 영국 저작권 위원회와 영국 지식재산청이 제시한 기준에 따라 적절하게 운영되고 있는지 여부에 대한 검토에 착수하여 2014년 5월 영국 저작권 위원회는 집중관리단체의 행동 지침에 대한 검토 결과를 수록한 보고서(Independent Code Review)를 발간하였다.

326) 이하의 설명은 Ofcom(2015), Review of the pay TV wholesale must-offer obligation에 따른 것이다.

327) 사건의 경과는 Ofcom(2015), pp.3 이하를 요약한 것이다.

Ofcom은 2015년에 Sky에 대한 의무제공이 여전히 필요한지에 대한 검토보고서를 발간하였다. 이 보고서를 통해 방송프로그램 사용료 산정 실무를 간접적으로 엿볼 수 있다. 이 보고서에서 영국의 유력 통신사업자이자 IPTV 사업자인 BT는 Sky가 산정한 방송프로그램 사용료가 너무 높아 공정경쟁을 저해한다고 주장하였다.³²⁸⁾ 이에 따라, 프리미엄 리그를 볼 수 있는 방송채널 패키지 가격은 BT의 상품이 Sky의 상품보다 20%나 비싸게 제공할 수밖에 없는 결과가 되었다는 것이다. 결론적으로, 영국의 PP와 유료방송플랫폼간의 방송프로그램 사용료 산정도 다른 대부분의 나라와 마찬가지로 사적 협상에 따라 이루어진다(commercial agreement). 이때 방송프로그램 사용료는 방송채널 제공에 대한 도매대가(wholesale price or wholesale rate-card³²⁹⁾)로 불린다.³³⁰⁾ 그리고 산정방식은 CPS 방식(wholesale pricing per subscriber per month(excl. VAT))³³¹⁾이다. 이 과정에서 저작권위탁관리업체는 등장하지 않는다.

328) Ofcom(2015), pp.64.

329) 이 용어는 특히 Sky 채널의 이용을 위해 정해진 도매대가를 의미한다. Ofcom(2015), p. 65.

330) 이 용어가 방송프로그램 사용료를 지칭하는 보편적인 것인지는 확실치 않다. Sky 채널과 관련한 Ofcom의 보고서에 등장하는 개념인데, Sky 채널을 유료방송플랫폼에 제공하고 받는 반대급부를 의미하는 것으로 사용되고 있기 때문에, 이를 방송프로그램 사용료라고 해도 무방할 것으로 본다.

331) Ofcom(2015), p. 67에는 2015년 6월 1일 기준 Sky Sports SD 채널의 프로그램 사용료(wholesale pricing)가 표의 형태로 제시된 것으로 보이지만, Ofcom의 보고서에서는 영업정 보이기 때문에 삭제되어 있다.

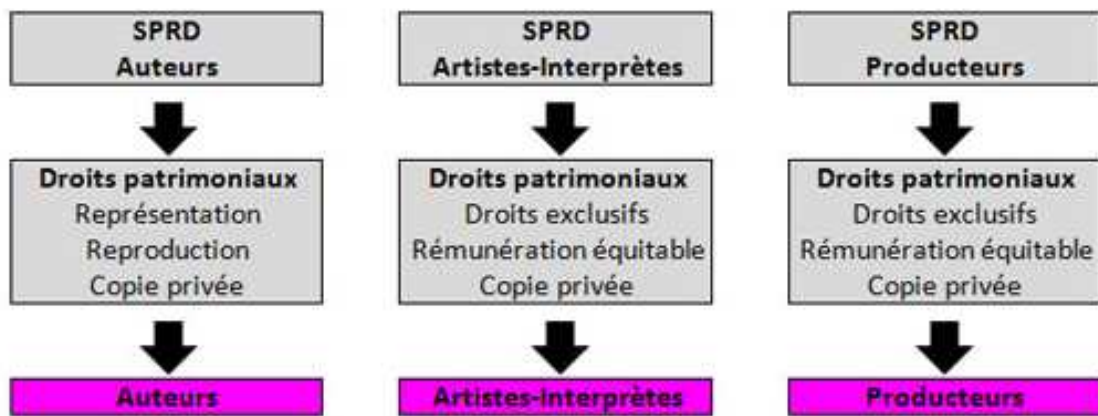
제4절 프랑스³³²⁾

I. 저작권 관리단체 일반

1. SPRD : 저작권 관리단체 용어

저작권 관리단체(Une société de gestion des droits d'auteur, société de perception et de répartition des droits, SPRD)는 저자가 자신의 권리를 집단적으로 관리하는 단체들을 총칭한다. 저작물과 저작물의 제작자 사이에서 중개자의 역할을 함으로써 저작권 관리단체는 저작자의 효과적인 권리 행사를 촉진하고 합법적인 저작물 이용을 증대시킨다. 이를 집중적으로(중앙에서) 관리하는 방식인데, 이를 통하여 타사의 저작물 이용을 위한 법적 절차가 빠르게 진행되고 기준에 입각한 평등한 처리와 저작권 준수를 위한 집단적인 노력이 가능하다.

SPRD의 특히 음악 분야에서의 결정적인 역할은 1985년 7월 3일의 법률 85-660호에서 공연자의 저작권 및 권리, 음반 및 비디오그램의 제작자 및 기업에 관한 내용이 토대가 된 것으로 볼 수 있다.



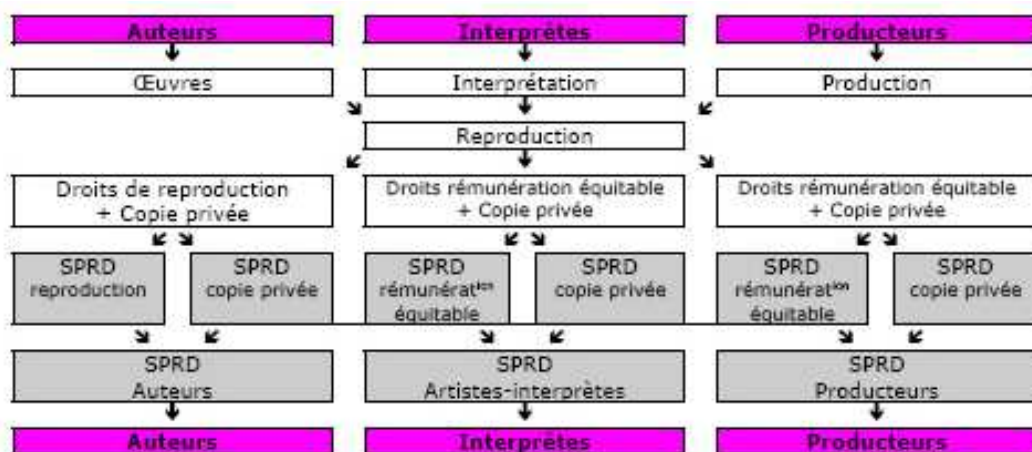
SPRD는 한 쪽 파트너와 다른 쪽 사용자 사이의 서비스 공급자 역할을 한다. 거의 30여개의 SPRD가 CPI(지적재산권법전)에서 지정한 틀에 가입하여

³³²⁾ 이 부분은 경기대학교 법학과 강지은 교수의 자문내용을 수정·보완한 것이다.

다양한 방식으로 업무를 수행한다.

- 공공 장소에서의 공공 퍼포먼스, 사운드 확산
- 음반 또는 멀티미디어 재생;
- 공정한 보수(1985년 법에 의해 도입된 공정한 보수 관념은 음반 제작자와 생산자에 관한 것으로 CPI 제L.214-1조 2항에 언급되어 있다. 페어(fair)라는 용어는 방송사에 의해 지불된 라이선스 비용의 양이 공연자와 제작자 사이에서 절반으로 나뉘어 짐을 의미한다).
- 개인 복사(1985년 법에 의해 도입된 개인 복사에 대한 보수는 보수가 있는 음반 제작자, 연주자 및 제작자에 관한 제L.311-1조 등에서 언급된다. 지적 재산권법전(CPI)의 제L.122-5조 및 제L.211-3조에 규정된 재산권에 대한 예외와 관련하여 오디오 및 시청각 카피에 관한 한, 이 정액 요금은 미디어 제조업체가 지불한다.)

저자, 공연자 및 생산자 사회는 권리 보유자와 직접 거래하지 않는 중개 회사에 복제, 평등한 보수 및 개인 복제의 권리의 수집을 위탁하는 방식에 해당한다.



2. SPRD 저작권 관리 단체(Sociétés de gestion des droits d'auteur)의 예

2005년 기준으로 프랑스는 22개의 단체가 저작권을 수집하고 배포하고 있다. 대표적인 저작권 관리단체는 이하와 같다. 이러한 회사 중 일부는 저자의 권리(저자, 작곡가 등) 및 기타 인접 권리를 수집하고 배포한다.

- 저자, 작곡가 및 음악 출판사 협회 : la Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SACEM)
- 멀티미디어 작가 시민단체 : la Société civile des auteurs multimédia (SCAM)
- 음반 제작자 시민단체 : la Société civile des producteurs phonographiques (SCPP)
- 극작가 및 작곡가 협회 : la Société des auteurs et compositeurs dramatiques (SACD)
- 예술가와 음악가의 권리 경영을 위한 시민단체: la Société civile pour l'administration des droits des artistes et musiciens interprètes (ADAMI/Adami)
- 공연자 권리의 수집 및 분배 협회 : la Société de perception et de distribution des droits des artistes interprètes (Spedidam)
- 그래픽 예술 작가 협회 : la Société des auteurs dans les arts graphiques et plastiques (ADAGP)
- 영상 예술 및 이미지 작가 협회 : la Société des auteurs des arts visuels et de l'image fixe (SAIF)
- 프랑스 복사 권리 센터 : le Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC)
- 저술가의 이해관계에 관한 프랑스 협회: la Société française des intérêts des auteurs de l'écrit (SOFIA)

이 중 주요한 저작권 관리협회라고 할 수 있는 SACEM은 고유한 모델을 개발하였는데, 건별로 즉, 모든 작품의 목록을 작성하여 권리를 양도할 사람을 정의하는 방식이다. 프랑스 전역에 SACEM 팀이 현지에 자리하고 때문에

징수된 수수료의 80%는 "프로그램"을 기준으로 발생하고, 이것이 불가능할 경우 SACEM 팀은 "설문 조사"를 수행하기도 한다. 그런 다음 7,000시간의 기록을 분석하여 저작권 보유자를 식별한다.

3. SPRD의 법적 지위

프랑스에서 SPRD는 민법상의 지위(사단법인)를 누리지만, 문화부(ministère de la Culture)의 감독 하에 공인된 공익사업을 수행한다.

2000년 8월 1일의 법률에 따라 이들 단체에 영향을 미치는 수많은 문제의 결과로 국가는 수집 및 유통 회사의 통제를 위한 상설위원회를 구성한다. 회계감사원(Cour des Comptes)등이 주최하는 이 위원회는 5년 동안 법령에 의하여 임명되는 5명의 위원으로 구성되고, 위원회는 SPRD, 자회사 및 계열사의 계정 및 관리를 담당한다.

2006년 정보사회의 저작권 및 관련권리에 관한 법률(DADVSI 법안³³³), La loi relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information)의 틀에서 SPRD를 감사원이 직접 통제할 수 있는 개정안은 SPRD가 비공개 및 비공개 기관이라는 근거로 보류되었지만 그러나 감사원은 이미 공공 관대를 요구하는 기관을 포함하여 다양한 유형의 사적 기관을 통제할 수 있다. 따라서, 그들의 불투명성으로 일부 집단에 의한 정치적 경제적 영향을 많이 받을 수 있는 문제점이 내포되어 있다고 할 수 있다.

II. SACEM : 저자, 작곡가 및 음악 출판사 협회

333) La loi relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information. DADVSI 법으로 알려진 정보 사회의 저작권 및 관련 권리에 관한 법률은 특정 지침의 조화에 관한 유럽 지침 2001/29/EC의 프랑스 법률로 전환된 결과에 해당한다. 2006년 6월 30일 국회와 상원에서 채택되어 2006년 8월 3일 관보에 게재된 이 법률은 무단으로 소프트웨어를 편집하는 모든 사람에게 300,000 유로의 벌금과 3년의 징역형을 예정한다. 소프트웨어 배포를 촉진하거나 배포하는 모든 사람에게 보호 대상 개체, 최대 6개월의 징역형 및 최대 30,000유로의 벌금을 부과하여 기술 보호 조치(DRM, Digital Rights Management) 위조 방지를 목표로 한다. 그러나 2005년 12월에 계획된 "글로벌 라이선스"의 초안은 채택되지 않았다.

1. 개황

저자, 작곡가 및 음악 출판사 협회(SACEM)는 저작권 관리 단체로서 사법상 비영리법인에 해당하며, 통제위원회, 회계감사원, 재정과 사회 행정부, 감사 및 그 구성원에 의해 통제된다. 1851년 2월 28일에 창립된 이 단체의 주요 임무는 회원인 저자, 작곡가 및 음반사에 의한 권리의 수집 및 배포를 보장하는 것이다. 153,000명의 회원과 9천만 이상의 작품이 대표되는 음악 레퍼토리의 대다수를 대표하고 있다.

SACEM의 정관 제4조는 저작권의 이용형태를 9가지 유형으로 구분하고 권리자는 이들 9가지 이용 형태 중에서 한 가지 유형 또는 여러 가지 유형에 대한 권리를 선택양도하지 않고 ‘자기관리’ 할 수 있다고 규정함으로써 폭넓게 ‘선택범위선택제’를 실시하고 있다.

2. 운영방식

프랑스에서는 SACEM과 같은 저작권 수집 및 배포 단체의 지위 및 권리와 의무가 지 재산권법전의 II 이하에 정의되어 있다. 문화부의 감독하에 운영되며 2001년부터 회계 및 관리 업무를 담당하는 수금 및 유통 회사에 대한 영구 통제위원회의 통제 하에 운영되는데, 동 위원회는 점검사항을 요약한 연례 보고서를 의회에 제출한다.

SACEM의 경우 프랑스 최고의 음악 저작권 단체인 SACD(Society of Authors and Dramatic Composers)로 오페라, 발레 음악 및 뮤지컬을 관리하는데, 프랑스와 유럽 법원의 판례법에 의해 인정된 사실상의 독점권을 누리더라도 법적 독점권은 없다.

2013년 기준으로 SACEM은 18,200명의 외국인을 포함하여 149,000명의 작곡가와 출판사의 권리를 관리하였고, 약 8억 8,800만 유로를 징수하였다. 회사는 수집된 금액의 85%를 재분배한다. SACEM은 프랑스 전역과 해외에 걸쳐 70개가 넘는 지역 사무소에서 근무하는 지역의 700명을 포함하여 1,400 명의

직원을 고용하고 있다.

회사 관리에 적극적으로 참여할 수 있는 관리 방식을 개발하고자 노력하여 연차 총회에서 회원들은 관리자의 보고서를 검토하고, 계정을 승인하며, 3분의 1인 이사회 구성원을 20명으로 구성한다(저자 6명, 작가 2명, 작가 6명, 작곡가, 출판사 6명). 이사회는 전략을 세우고, 회사의 전무이사 및 고위 경영자를 임명한다. 정관 및 일반 규정, 활동 보고서, 배포 규칙 및 다른 저작물 보유에 적용되는 가격 조건은 일반 대중에게 SACEM웹 사이트에서 제공하고 있다.

3. 담당 영역

SACEM은 광범위하고 다양한 레퍼토리를 다루는 저작권 보유자(게시자, 작가, 작곡가, 주선자, 번역가)의 저작권을 관리한다. 음악(교향곡 음악에서 전자 음악까지)으로는 재즈, 랩, 시청각 및 광고 음악, 뮤지컬 다큐멘터리 및 비디오 클립, 더빙 및 자막 텍스트, TV 영화 및 시리즈 드라마틱하고 드라마틱한 음악 작품 (TV의 경우 20분, 라디오의 경우 “radio9” 채널의 경우 25분 미만) 등을 담당한다.

6개월 동안 5회 방송되거나 상업용 매체에서 재생되는 5개 이상의 음악 작품을 작곡 또는 작곡한 사람은 누구나 회원이 될 수 있으며, 회원은 SACEM에 원본 작품을 제시므로 이러한 작업을 수행하고 재생산에 관한 독점 권한을 관리할 수 있다.

작가, 작곡가 등은 출판물 사용을 통제하고 방송 승인 및 관련 지불을 그의 작품의 모든 사용자에게 협상하는 것은 실제로는 불가능하기 때문에, SACEM은 프랑스와 해외에서 거의 620,000 명의 고객과 협상하고 있으며, 이를 통하여 외국의 많은 상대방과 상호 합의를 통해 해외에서 징수 한 수수료를 징수할 수 있게 된다.

사용자와 음악 방송사는 이 "원 스톱 상점(guichet unique)"의 존재로부터 이익을 얻게 된다. 집단 관리는 사실상 제작자와 작품 사용자 사이의 실질적인 인터페이스로 승인 조건 및 해당 요금은 SACEM웹 사이트에서 게시된다.

S현지화 및 전문 지식과 전문가 선임을 통하여 국제적으로 저작권 보호를 위한 활동을 하고 있으며, 1997년에서 2012년 사이에는 회원수가 70,000에서 149,000으로 두 배가 되었고 8천만 건이 넘는 작품이 프랑스와 외국 작가, 작곡가 및 음악 출판사를 계속 모으고 있다.

저자의 사회에 참여하기를 원하지 않는 저자와 작곡가는 레퍼토리에서 개별 저작권을 선택하고 특정 조건에서 허용하는 공개 라이선스(Creative Commons)를 선택할 수 있다.

4. SACEM 의 권한

크게 4가지 측면으로 분류할 수 있다.

가. 분배(Rôle de répartition)

SACEM은 경영진에 따라 저작물의 집행, 보급 및 복제 권리를 지불 할 때 징수된 금액을 회원들에게 개별적으로 분배한다. 이 배포는 SACEM의 운영 비용을 공제 한 후 프랑스와 해외에서 해당 저작물의 사용에 비례하여 이루어지고 비용은 기간 당 고정 비율로 계산된다.

나. 유통(Rôle de répartition)

SACEM은 상호 계약을 체결한 회사에 해당 회사가 보유한 저작물의 실행, 배포 및 복제 권한의 지불로 수집된 금액을 분배한다. 관리, 배포 규칙은 SACEM웹 사이트에서 제공된다.

다. 수집(Rôle de perception)

SACEM은 고객으로부터 실행, 보급 및 복제 권한을 수집한다. 고객은 권한

관리는 SACEM 또는 SACEM과 해당 영역에서 상호 계약을 체결한 회사에 위임된 저작물(분류, 복제, 공연 예술 조직)을 사용하는 개인 또는 조직을 의미한다.

라. 통제(Rôle de contrôle)

SACEM은 책임이 있는 저작물의 용도 중 일부를 통제한다.

음악을 방송하는 행사 주최자는 지적재산권법 제L.132-21조에 따라 SACEM 또는 저작권 보유자(저자, 작곡가, 출판사)에게 그 재생할 목록을 전송해야 한다. 일반적으로 회사는 작품의 유통 또는 행사 예산에 의해 발생 수익에 비례하여 수수료를 받고, 일부 경우 작은 무료 행사에 대해서는 정해진 요금을 받으며, 또한 공익 단체에 할인을 제공할 수도 있다. SACEM과 국립 교육 기관 간의 합의를 통해 교사는 수업 중 작품을 방송 할 수 있다. 반면, SACEM은 카탈로그에 포함되지 않은 작품이나 외국 작가 또는 출판사에게 권한을 부여한 다른 회사의 저작물 확산에 대한 보상을 요구할 수는 없다.

5. 권리의 수집 및 징수방식

작가의 음악적 권리에 따라 SACEM에 지불된 금액은 사유 재산, SACEM, 시민 사회의 목적에 대한 보상이 아니기 때문에 어떠한 ‘세금’에 포섭될 수 없는 것이다. 또한 세금이 아닌 SACEM에 대한 음악적 권리의 지불, 지불의 지연 또는 부재는 어떠한 경우에도 벌금의 대상이 될 수 없다. 2008년 6월 01net.com에 실린 기사에 따르면 아이튠즈 스토어에서 타이틀을 99센트에 판매 할 때 SACEM은 7센트를 받고 2센트는 권리 보유자에게 지불되는 것으로 파악된다.

SACEM은 정교하고 정확한 수집 및 배포 모드를 개발하고 있다. 모든 공개 이벤트의 감지 및 후속 조치를 보장하고 세 가지 방법으로 전송, 수집 및 배포할 수 있는 권리의 양을 정의한다. 콘서트, 쇼, 텔레비전, 라디오, CD 제작

자, DVD, 영화관, 다운로드 사이트, 스트리밍 작품들은 SACEM에 전송하여 작품 목록을 전송한다. 그런 다음 SACEM은 관련 권한 보유자에게 할당할 금액을 작업당 작업량으로 정의 할 수 있다.

6. 인터넷상의 음악의 예

인터넷에서 음악 소비가 폭발적으로 증가함에 따라 SACEM은 처음부터 이 매체에 투자하였고, 음악을 방송하는 다른 방법과 마찬가지로 SACEM의 역할은 동일하다. SACEM은 2004 년부터 iTunes와 2007년 Deezer, 2009년 Dailymotion과 Wat.tv와 계약을 체결하였고, 2009년 기준으로는 인터넷 분야의 사업자와 1,596개의 계약이 진행되고 있다.

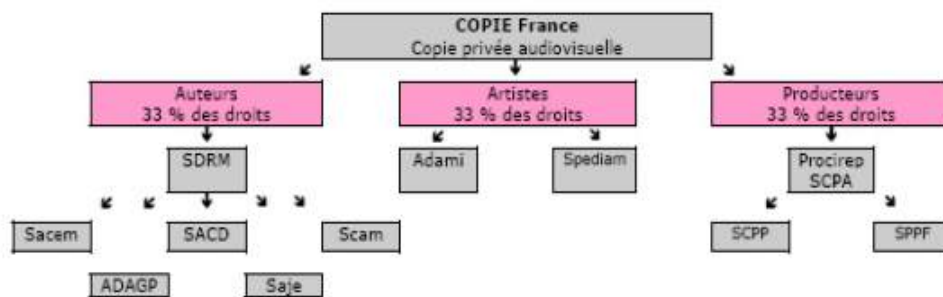
SACEM은 독점권의 무료 행사 유지에 유리한 조항을 지지했으며 상기한 DADVSI 법안에 대한 투표에서 글로벌 라이선스 제안에 반대하였다. 유럽 법령을 프랑스 법으로 전환하기위한이 텍스트의 투표는 작품의 확산을 위한 대표권의 강제 집단 관리 시스템을 도입하는 것이 바람직하다는 논쟁을 불러일으켰지만, SACEM은 제작자의 이익을 보호한다는 사명을 유지하면서 고전적인 문학적 예술적 모델을 지지하는 것과 저작권자 자신이 적절하다고 생각하는 관리 모드를 자유롭게 선택할 수있는 모델을 선호하였다.

7. 개인 복사 수수료 관리 단체의 경우

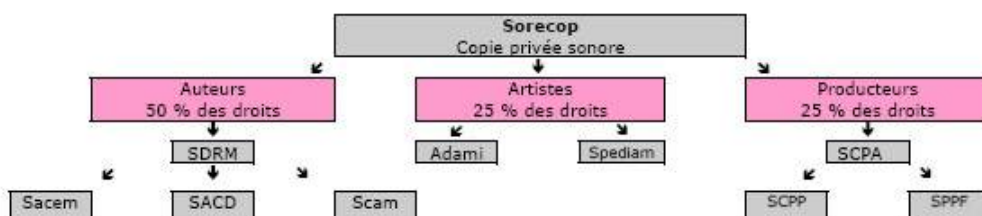
1985년 법에 의해 도입되어 지적재산권법전 제L.311-1조에 언급 된 개인 복제에 대한 보수는 제공된 경제적 권리의 예외에 대한 대가로 보수가 부여된 음반 제작자, 연주자 및 제작자에 관한 것이다(CPI 조항 L122-5 및 L211-3). 영상물 복사의 경우에 정액 요금은 빈 미디어 제조업체에서 지불하고, 음반 제작자 및 제작자에 대한 이러한 권리는 사용자로부터 권리자에 이르기까지 복잡한 보상을 야기한다.

프랑스의 경우 방송사가 스스로 제작하지 않은 외주제작업체의 프로그램을

구입하는 것은 저작권 일체를 포함한 프로그램을 구입하는 것이 아니라 일정 기간 동안 전송할 수 있는 전송권은 구매하는 것에 해당한다. 저작권은 여전히 작가 등 제작자에게 귀속되어 있으며, 그렇기 때문에, 방송사는 프로그램의 제작에 제작비를 투입하고 그 비율에 따라서 방송에 대한 독점권을 얻을 수 있는 가능성은 있다. 저작권이 넘어가는 것이 아니라 이용권, 전송권의 권리를 갖는다. 방송영상물의 저작권은 방송사, 제작사, 저작권자 3자 중 주로 방송사와 작가, 연출가 등의 저작권자와의 문제에 해당되게 된다. 영상의 복사와 관련한 경우 작가, 아티스트, 제작사가 각각 33%의 비율로 권리를 보유하며, 음악의 복사시에는 작가 50%, 아티스트가 25%, 제작자가 25%의 권리를 갖는다.



Le flux de la rémunération de la copie privée audiovisuelle



Ⅲ. 영상물 제작관련 주요기관들

1. 영상제작물노조(USPA)³³⁴⁾

334) 이하의 내용은 프랑스 영상제작자노조(<https://www.uspa.fr>) 홈페이지의 자료들을 번역한 것이다.

영상제작자노조(Union Syndicale de la Production Audiovisuelle, USPA)는 영상제작물의 제작에 관여하는 모든 독립 제작자의 이익을 보호하기 위하여 결성된 단체로서, 영상제작물이 기술자 및 제작자 사이의 긴밀하고 열정적인 협력으로 만들어지는 것을 보장하고 지원하기 위한 노력을 기울인다. 특히 창조적인 업무에 필연적으로 부여되어야 하는 제작의 자유와 제작자들의 관점의 독창성을 보존하기 때문에 USPA는 정치적 행동을 담당하기도 한다.

과거 1960년대에 당시로서는 희귀하였던 독립 TV 제작자를 한자리에 모으기 위해 설립된 영상제작자협회(la Chambre syndicale des Producteurs audiovisuels)가 USPA의 시초였다고 할 수 있다. 당시 텔레비전 채널을 정의하고 관련된 독립 제작자의 역할과 권리 보장 등에 관하여 논의하기 시작하였던 것이다. 1960년대 초반 이래 TV 생산의 상당한 발전으로 인해 USPA 회원 수는 꾸준히 증가하여 오늘날 USPA는 140개가 넘는 영상물 제작 회사를 대표하며 창의적인 다큐멘터리, 소설, 라이브 공연의 등의 영상자료를 제작하고 관리한다.

2. 영상제작자연합회(CPA)

USPA는 2010년부터 애니메이션영화제작자노조(Syndicat des Producteurs de Films d'Animation, SPFA) 및 프로듀서 제작자 및 텔레비전 프로그램 제작자노조(Syndicat des Producteurs Et Créateurs d'émissions de Télévision, SPECT)와 함께 영상제작자연합회(Confédération des Producteurs Audiovisuels, CPA)를 구성한다. CPA는 200여 개의 제작자를 그룹화하고 시청각 영상물 제작 및 배포의 8%를 차지하는 모든 장르의 시청각 영상 프로그램을 포함하고 있다.

3. 영상제작물노조(USPA)의 주요 역할

1980년대 중반부터 개별 채널이 등장하게 되자 USPA는 특히 회원국의 재

산권을 보호하는 데 집중하였다. 특히 행정당국에 대하여 지속적인 요구를 통하여 생산된 저작물의 지적재산 권 및 생산자의 재산권 보호 등의 노력과 관련된 규정을 만들 것을 촉구하였다. 1985년에는 지속적인산업프로그램유지기금(Compte de Soutien aux Industries de Programmes Program Industries Support Account, COSIP)을 창설하고 1990년 지상파 채널 시청각 저작물에 대한 의무를 도입하여 이들을 일반화하기 시작하여 2001 년 모든 방송사에 대한 의무로 확대되었다.

COSIP 기금은 영상프로그램 제작지원기금, 2007년 예산규모 5억 5,000만 유로로서 전체 제작비의 40%까지 지원되는데, 통상 COSIP 기금의 65% 방송영상물 제작, 35%가 영화 제작에 지원한다. SOFICA(영화 및 영상 산업 자금투자 협의체)는 방송영상물 및 영화 제작의 자금 조성을 위한 매개회사로서 투자자는 SOFICA의 지분을 사는 형태로 영상물 제작에 투자하고 그 자를 근거로 최고 18만 유로 범위 내에서 총소득의 25%까지 세금공제 혜택을 받는다.³³⁵⁾

2000년 8월의 법률 개혁과 그로 인하여 행해진 2001년 7월의 행정입법 도입(La réforme législative d'août 2000 et sa traduction réglementaire de juillet 2001은 영상방송영역에서 제작자와 송출자 사이(diffuseur et de producteur)의 구별에 관한 부분을 정하게 되었다. 그리고 영상물 분야에서 방송자와 프로듀서의 활동 사이의 구별을 마침내 확립했다. USPA는 또한 방송사와 직접 계약을 맺고자 하였기 때문에 따라서 1994년 프랑스 텔레비전과 계약이 체결되었고, 여러차례 계약조항의 업데이트를 통하여 공영 텔레비전이 영상저작물의 제작에 예산을 분담하고 이 비중을 정기적으로 증가시키는 데에 기여하였다.

IV. 영상물 관련 법제

1. 프랑스법상 유통업자(distributeur)의 개념을 성립한 1986년 법률

335) 최지선, 프랑스 방송 프로그램 외주제작 현황과 실태, 한국콘텐츠진흥원, 2010 참조.

규제를 통해 합법적인 케이블 네트워크 사업자(exploitants de réseaux câbles)에 대하여 입법자는 문화정책적인 영역에서의 공익이라는 목표를 달성하기 위하여 영상서비스의 구축(constitution d'une services audiovisuels)과 제공에 관한 활동을 규제하기 시작하였다. 1986년 영상물에 관한 법률 초기 버전의 제34조는 서비스 송출을 위한 케이블망의 활용은 국가통신자유위원회(과거 CNCR, 1989년 CSA로 대체되었다)와 해당지방자치단체에 사전에 허가를 받아야 함을 규정하였다.

시청각 영상 권리(Les droits audiovisuels)로 영상물을 통한 커뮤니케이션의 자유를 보장하는 것 외에도, 영상위원회(le Conseil supérieur de l'audiovisuel, CSA)는 기술, 경제 및 사회 변화의 리듬에 따라 확장되고 적응하는 것을 보장한다. 법은 의사 소통의 자유, 사람들에 대한 존중 및 부문의 공공, 기술 및 경제 규제 및 행동을 다루는 임무를 담당한다.

영상위원회(CSA)는 1989년에 설립되었으며 국가통신자유위원회(CNCL, 1986-1989)를 계승한 조직이지만, 이전의 법, 즉 시청각 통신의 자유에 관한 1986년 법에서 그근거를 찾을 수 있다. 1980년대 초에 시작된 프랑스 텔레비전과 라디오 역사의 전환점, 즉 국가 독점에서 개방형 부문으로의 전환의 전환점을 확인하고 증폭시켜 공공서비스와 개인 미디어가 공존하는 것을 보여준다.

CSA는 예를 들어 텔레비전 또는 라디오 채널 확산을 위한 라디오 주파수 사용에 대한 허가권(les autorisations d'utilisation des fréquences radioélectriques pour la diffusion de chaînes de télévisions ou de radios)을 보유한다. 방송 프로그램이 미성년자 보호, 정보 보호, 선거 운동 조직의 중립, 사회 표현 등에 관한 규정을 준수하도록 보장한다. 공공 시청각 영상 부문과 관련하여 특정 기관이 맡고 있으며, 특히 이러한 기관의 독립 요구 사항에 대응하고 있다.

그 이후로 여러 차례 수정된 1986년의 법률은 인간의 존엄성, 타인의 자유와 재산과 같은 프랑스 공화국의 몇 가지 강력한 원칙을 존중하여 시청각 커뮤니케이션의 자유를 확인하면서, 다원주의 또는 아동 및 청소년 보호, 공공 질서 등의 가치를 수호한다. 1986년 법률은 라디오 및 텔레비전 서비스 또는

주문형 시청각 미디어 서비스(services de médias audiovisuels à la demande, SMAD)의 권한과 의무를 규정한다. 법에 따라 프로그램의 재전송과 관련된 케이블망의 활용에 관한 승인과 책임과 의무를 담고 있는데, 또한 공동체 생활에 대한 정보와 영향력을 고려하여 최소한의 수익 분배를 정하고 있다. 그리고 그 비용은 기초 지방자치단체인 꼬뮌의 수입으로 조건지워진다.

1986년 9월 30일의 법률 제86-1067호 초기 버전³³⁶⁾의 제33조

자유로운 통신에 관한 국가위원회의 의견에 따라 라디오방송과 텔레비전방송의 서비스에 관한 이하의 내용들은 국사원의 데크레(행정입법)로 정한다.

- 1 ° 승인 기간과 관련된 규칙
- 2 ° 프로그램에 관한 일반규칙
- 3 ° 보급된 저작물에 관한 일반조건들
- 4 ° 광고에 적용되는 규칙;
- 5 ° 영화 및 시청각 제작물의 배포에 관한 체계

2. 1990년 법률

1990년에 법률³³⁷⁾은 CSA와 케이블방송 송출자 사이의 관계에 관하여 규정하게 되었다. 케이블 티비가 점차로 더욱 인기를 얻게 되고 영향력이 커지자 콘텐츠의 배포에 관하여 케이블 방송의 편집자의 중요성이 커지게 되었고, 입법부는 이에 관한 규제원칙들을 정하기 시작하였다.

2000년 8월 1일의 법률 제2000-719호에 의해 작성된 제2-1조³³⁸⁾는 “이 법의

336) la version initiale de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

337) Article 34-1 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 créé par la loi n° 90-1170 du 29 décembre 1990.

338) Article 2-1 créé par la loi n°2000-719 du 1er août 2000 « Pour l'application de la présente loi, les mots : distributeur de services désignent toute personne qui établit avec des éditeurs de services des relations contractuelles en vue de constituer une offre de services de communication audiovisuelle mise à disposition auprès du public par voie hertzienne terrestre, par câble ou par satellite. Est également regardée comme distributeur de services toute personne qui constitue une telle

목적상, 서비스 유통업자(전송사업자)는 모든 사람을 의미한다. 영상 제공을 구성하기 위해 서비스 게시자와 계약 관계를 설정하는 사람, 무선으로 대중에게 제공되는 시청각 커뮤니케이션 서비스 케이블 또는 위성으로 지상파, 서비스 유통 업체로 간주되는 다른 배급업자와 계약 관계를 맺음으로써 그러한 제안을 하는 사람을 포함한다.” 고 규정함으로써 그 정의를 분명히 하였다. 2001년 시행령에 따라서 제작자와 방송사 간의 균형적인 관계를 만들고자 하였는데, 독점적 방송권은 18개월에 1회를 넘을 수 없으며, 외주 제작 프로그램은 최대 18개월 안에 첫 방송을 해야하는 등의 내용을 담고 있었다.

2004년 법률은 이를 모든 사업자에게 확대함으로서 계정을 보유하고 배포하는 플랫폼, 인터넷서비스 제공업체들을 포함하게 된다.

3. 케이블 및 위성에 관한 유럽공동체 지침(La directive Câble et Satellite)³³⁹⁾

위성 방송 및 케이블 재전송에 적용 가능한 저작권과 관련된 저작권 및 권리에 관한 특정 규칙 조정에 관한 1993년 9월 27일자 유럽공동체지침 93/83(Cable et Satellite Directive)은 시청각 영상 프로그램, 특히 위성 및 케이블 재전송에 의한 텔레비전 및 라디오 방송의 국경 간 방송을 용이하게하는 것을 목표로 하고 있다.

이를 위해 프로그램 제작자와 제작자가 지적 재산권의 측면에서 자신의 저작물 사용으로부터 공정한 이익을 얻도록 하는 메커니즘을 마련하는 것을 목표로 하여 이를 위해 지침은 두 가지 법적 시스템을 제공하고 있다. 첫째, 위성으로 송출할 수 있는 단일의 권리를 확립하며, 그 행사는 위성에 의한 프로그램 전송의 원산지 국가로 제한된다. 둘째, 케이블 운영자가 필요한 모든 권리를 확보 할 수 있도록 하기 위해 이 지침은 케이블 재전송 권리의 집단적

offre en établissant des relations contractuelles avec d'autres distributeurs ».

339) David Kessler/Dominique Richard, Les rapports entre les producteurs et les diffuseurs audiovisuels Ministère de la Culture et de la Communication 보고서, 2007. 12. 19 참조

관리를 위한 강제 체제를 설정한다.

시민들이 거주하는 회원국 밖에서 방송되는 위성 채널에 접근하기가 어렵다는 점과 저작권 및 주변 권리의 보호(분쟁의 해결, 사회 수집의 역할)에 기여하는 특정 현재 메커니즘을 적용할 필요성을 강조하고 있다. 동 지침과 관련된 보고서의 결론에서, 위원회는 케이블 재전송 및 중재와 관련된 권리 관리 방법이 정보 사회에서의 미디어 개발의 일반적인 맥락에서 평가될 것이라고 강조한다.

가. 라디오 위성 방송

라디오 위성방송과 관련하여 동 지침 제2장은 공동체의 영역 전체에 걸쳐 유효한 위성에 의한 대중과의 의사소통 권리를 확립하며, 이는 회원국의 제한에 따른다. 위성으로 확산된 프로그램의 원산지 국가에서 부여된 라이선스가 필요하지만, 동 지침이 저작권과 관련되어 있을 뿐 따라서 관련 당사자는 암호화 시스템의 구현을 통해 시청각 프로그램의 방송을 특정 국가 영토로 제한할 수 있게 된다.

나. 케이블 재전송

케이블 재전송(Retransmission par câble)과 관련하여 동 지침의 제3장에서는 케이블 재전송 권한을 강제적으로 관리하기 위한 메커니즘을 제공한다.³⁴⁰⁾ 영화 제작자 및 시나리오 작가와 같은 텔레비전 프로그램의 저작권 소유자는 케이블사업자에게 케이블 재전송 권한을 개별적으로 행사할 권한이 없다. 이 권리의 행사는 각 권리 소유자를 대표하는 단체를 모으기 위한 것에 해당된다. 방송 기관은 실제로 자신의 방송(원본 저작권 및 부수한 저작권)에 대해 케이블 재전송 권한을 개별적으로 행사하여 "원스톱 상점"의 역할을 수행할 수 있다.³⁴¹⁾

340) 이는 독일 부분에서 이미 설명한 바 있다.

341) 지침의 적용에 관한 2002년 보고서.

V. 재전송과 관련된 규율

1. ANGOA 기관

2010년 1월 1일부터 사적 복제권(PROCIREP) 및 재전송권(droits de retransmission)과 관련하여 ISAN 식별이 요구되었다. 이는 제작자의 권리를 종합적으로 관리하는 것 외에도 제작자가 전 세계의 작품을 식별하고 관리할 수 있는 주요 도구에 해당된다. 영화 및 시청각 영상 작품 제작을 위한 다양한 지원의 일환으로 회사는 ISAN 등록을 통하여 사적 복제 및 재전송과 관련된 표준 관리 비용을 공제하고 지원 비용을 지불받을 수 있다.

영상작품관리국가청 ANGOA(Agence Nationale de Gestion des Œuvres Audiovisuelles)는 타인(케이블 네트워크 사업자)에 의한 특정 텔레비전 프로그램의 전체 및 동시 재전송 분야에서 프랑스 제작자의 권리를 위한 집단 관리 기관(l'organisme de gestion collective, OGC)에 해당된다.

2. ANGOA 의 기초

가. 네트워크에 의한 재전송

관련 문제들은 작품 생산자의 품질을 가진 자연인 또는 법인 사이에 형성된다. 텔레비전 및 케이블 텔레비전, 영화 또는 시청각 작품, 영화 또는 시청각 자료의 사용권의 보유나 권리에 관한 것은 작품을 생산한 자와 법인 사이에 형성된다. 이와 관련된 규정들의 기초는 민법전 제1818조의 규정상의 회사³⁴²⁾, 지적재산권법전 제L.321-1 조항³⁴³⁾ 및 재산법 제 L.132-20-1조³⁴⁴⁾ 및 L.217-2

342) 민법전 1818조 회사는 계약에 의해 합의된 재화나 그로 인한 경제 이익을 공유하기 위해 합작 투자에 상품 또는 산업을 배분하기로 동의 한 두 사람 이상에 의해 설립된다. 법으로 규정된 경우 한 결정에 의해 설립될 수 있다. 파트너는 손실분을 분담한다.

343) dispositions des articles L.321-1 et suivants du Code de la Propriété Intellectuelle, par le titre III de la loi du 24 Juillet 1867 sur les sociétés à capital variable ainsi que par les présents statuts

조의 규정에 따라 근거가 마련된다.

사업자들은 목적의 범위 내에서 콘텐츠 변경, 유선 네트워크(케이블, ADSL 또는 기타 기술)에 의한 동시 및 전체 재전송 권한을 행사할 수 있다. 프랑스 또는 해외에서 지상파 또는 라디오로 방송되는 방송사의 프로그램을 구성하는 방송의 범위에서, 이들 채널의 기술 수신 방식에 관계없이 시행중인 규정의 끝에서 시청각 영상물을 전송한다.

나. 디지털 위성에 의한 재전송 권리(Droits de retransmission par bouquet satellite numérique)

영화 및 영상제작협회는 목적의 한계 내에서 독점적인 전송권을 보장받는다. 내용의 변경없이 동시 및 전체 재전송 권리의 행사 프로그램을 구성하는 프로그램은 디지털 위성에 의한 추가 또는 대체 방송국은 위성으로 독점적으로 방송할 수 있다. 공동으로 위탁한 위성 채널회사에 대한 재전송에 대한 보수는 ANGOA의 정기 총회의 결정으로 정한다.

3. 재전송 효율의 결정

영화 및 영상제작협회는 지적재산권법전 제L.321-2조의 효력범위 내에서 자신의 로열티를 보장받기 위한 독점적인 권한을 행사할 수 있다. 이에 따라 직접 또는 원하는 에이전트를 통하여 케이블 유통회사와 함께 영화나 시청각 영상물을 동시에 재전송하도록 하는 계약을 체결하고 이러한 보수를 결정할 수 있다. ANGOA는 회원 및 다른 수혜자를 대신하여 직접 또는 선택한 대리인을 통해 재전송자가 지불해야 할 요금을 징수하고 분배를 보장하거나 통제권

344) 지적재산권법전 제L.132-20-1조

I.-1997년 3월 27일 법률 제97-283호의 발효 일부터 국토 내에서 케이블 재전송을 동시에, 완전하고, 변경없이 승인할 권리, 유럽 공동체 회원국으로부터의 방송은 집단 관리 조직에 의해서만 수행 될 수 있다. 이 기구가 본법 제3권의 II에 의해 규율되는 경우, 문화부장관의 승인을 받아야한다.

국가위원회의 데크레는 이 승인의 전달이나 철회 조건을 정한다.

한을 행사할 수 있다. 요금징수의 방식의 예는 이하와 같다.

방식(Modes d'exploitation)	요금(Tarifs)
1. 지상에서 헤르쯔 방식으로 확산된 텔레비전 채널의 전체 및 동시의 제3자 사업자에 의해 고정 네트워크에서 가정이나 집으로 재전송되는 경우	재전송된 채널수에 관계없이 판매 업체 운영자의 TV 수익의 0.70 %, 가입자당 최소 연간 € 1.12
2. 고정 네트워크에서의 재전송 제3자 운영자에 의한 동시 TV 채널 및 지상 라디오 방송 등 가정 내 접근되는 ("모든 장치")를 이용하는 경우	상기한 요금의 10 %를 추가
3. 네트워크에서 재전송 네트워크 계약 외에 제3자인 모바일 운영자에 의해 정해진 동시 TV 채널 및 지상 라디오방송, 모바일 지상에 라디오 방송 등 어 디서나 수신가능시	상동
4. 네트워크에서 재전송 "고정 네트워크" 계약 외부의 제3자인 운영자에 의한 동시 TV 채널 방송되는 "모바일 전용" 서비스의 경우	재전송된 채널 수에 관계없이 가입자 또는 사용자당 연간€ 0.72
5. 방에서 재전송 호텔 객실에서 동시TV 채널, 지상파방송의 재전송의 경우	채널 수에 관계없이 연간 객실당 € 1.20 재전송

제5절 미국³⁴⁵⁾

I. 미국 유료방송 시장의 현황

1. 개요

근래에 아마존(Amazon), 구글(Google), 넷플릭스(Netflix) 등 IT 대기업이 인터넷 동영상 콘텐츠의 성장 동력을 주도함에 따라 미국의 방송시장도 대대적인 전환기를 맞이하고 있다. 인터넷 기반의 저가 미디어 서비스가 확산되면서 2013년을 기점으로 케이블 시스템 중심의 유료방송 가입자 수는 해마다 감소해 왔으며, 급기야 2017년에는 넷플릭스 가입자 수가 케이블방송 가입자 수를 넘어섰다. 2019년 2분기에는 주요 유료방송 사업자군³⁴⁶⁾의 가입자 수가 약 153만 명 감소한 것으로 집계되었는데, 이는 1년 전 2018년 2분기에 42만 명 감소한 데 비하여 4배에 가까운 수치이다.³⁴⁷⁾ 이처럼 미국 유료방송 시장은 주도권의 이전으로 인하여 수익 구조, 가입자 수, 전체 매출 규모 등에 심대한 변화를 겪는 중이다.

유료방송 시장은 크게 방송채널(프로그램)을 공급하는 PP와 플랫폼 사업자로 양분되는데, 유료방송 플랫폼 사업자는 송출 방식에 따라 다시 케이블, 위성, DBS, IPTV 등으로 나눌 수 있다. 특별히 미국 내에서는 방송시장을 장악해 온 플랫폼 사업자를 ‘다채널방송사업자’(Multichannel Video Programming Distributor: MVPD)로 분류하여 규율한다. 현재 MVPD는 가입자나 고객에게 다채널 비디오 프로그래밍(multiple channels of video programming)을 제공하는 케이블 사업자(a cable operator), 위성방송 사업자(a direct broadcast satellite service, a television receive-only satellite program distributor, or a

345) 이 부분은 서울대학교 공익산업법센터의 권은정 박사의 자문내용을 수정·보완한 것이다.

346) 전체 유료방송 서비스 시장의 93%를 차지하는 사업자군에 해당한다.

<https://www.leichtmanresearch.com/major-pay-tv-providers-lost-about-1530000-subscribers-in-2q-2019/>

347) Leichtman Research Group(2019. 8. 12.), “Major Pay-TV Providers Lost About 1,530,000 Subscribers in 2Q 2019”.

satellite master antenna television service provider) 등을 포괄하는 개념으로 사용되며, 점진적으로 그 범주를 확대하려는 움직임을 보인다.³⁴⁸⁾ 이하에서는 먼저 미국 방송시장의 MVPD와 PP 사업자를 중심으로 유료방송 시장의 변화 추이와 현황을 개관한다.

2. 시장 규모 및 사업자 현황

가. 유료방송 시장의 규모

미국 방송시장 매출액은 크게 TV수신료와 TV광고로 구성된다. 2017년에는 매출액이 약 1,690억 달러를 기록하였는데, 이는 전년도에 비해 약 38억 달러 감소한 것에 해당한다. 미국은 공영방송에 대하여 수신료를 받지 않으므로 방송시장 매출액 중 TV수신료는 유료방송 수신료에 해당한다. 광고 매출액의 경우에는 방송광고가 온라인광고에 비해 압도적으로 크지만, 온라인 광고 매출액이 꾸준한 성장세를 보이고 있으며 향후에는 인터넷 동영상 콘텐츠 급증에 힘입어 성장세가 가속화될 전망이다.

<표> 미국 방송시장 규모

(단위: 백만 달러)

		2014년		2015년		2016년		2017년	
TV수신료		99,060	(59.0%)	101,052	(59.4%)	100,824	(58.3%)	98,918	(58.5%)
	유료방송	99,060	(59.0%)	101,052	(59.4%)	100,824	(58.3%)	98,918	(58.5%)
	공영방송	0	(0.0%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)	0	(0.0%)
TV광고		68,784	(41.0%)	69,135	(40.6%)	72,019	(41.7%)	70,100	(41.5%)
	방송광고	65,734	(39.2%)	65,533	(38.5%)	68,040	(39.4%)	65,781	(38.9%)
	온라인	3,050	(1.8%)	3,602	(2.1%)	3,979	(2.3%)	4,319	(2.6%)
방송시장매출액 합계		167,844	(100%)	170,187	(100%)	172,843	(100%)	169,018	(100%)

출처 : 정보통신정책연구원(2018), 『2018 국제 방송시장 조사』.

348) 참고로 FCC는 2014년에 실시간 유료 OTT 사업자도 MVPD에 포함시키는 안을 제시하기도 하였으나 여전히 검토 중에 있으며, 이때도 VOD와 같은 비실시간 OTT 사업자는 배제하고 있다.

한편, 프로그램 공급자인 PP의 경우에는 방송광고 매출액이 2014년부터 2017년에 이르기까지 약 250억 달러로 전체 매출액의 약 37%를 차지하는 수준을 비슷하게 유지해 오고 있다(PWC, 2018).

나. 주요 사업자

미국 유료방송 시장을 주도하는 대표적인 MVPD 사업자들로 Comcast, AT&T, Charter, DISH Network, Verizon 등을 꼽을 수 있다. 또한 PP 사업자는 유료방송 플랫폼을 통해 채널을 공급하는 사업자로 TBS, Discovery, ESPN, MTV 등이 대표적이다. 2017년 말 기준 Comcast는 약 2,236만 명, AT&T는 약 2,046만 명, Charter는 1,654만 명, DISH는 약 1,103만 명, Verizon은 약 462만 명의 가입자를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 한편, 넷플릭스나 아마존 같은 OTT 사업자가 제공하는 SVOD 서비스 가입 가구는 2017년 기준 총 1억 220만 가구로, TV 수신 가구 중 84%에 이르고 있어 다른 국가 가입자에 비하여 압도적 1위를 차지한다.³⁴⁹⁾

<표> 미국 가입자 수 기준 유료방송사업자의 순위

순위	사업자		가입자 수(백만)
1	Comcast	케이블	22.4
2	AT&T	위성	20.5
3	Charter	케이블	16.5
4	DISH	위성	11.0
5	Verizon	IPTV	4.6

출처 : 정보통신정책연구원(2018. 12.), 『2018 국제 방송시장 조사』

유료방송 사업자들 가운데 Comcast의 사업 분야는 크게 케이블 사업과 콘텐츠 사업으로 나뉘며 2014년부터 2017년 사이에 꾸준히 매출액이 증가해 왔다.³⁵⁰⁾ 구체적으로는 2017년 총 매출액 약 850억 2천9백만 달러 중 케이블 사

349) 가입 이유로 해당 OTT 사업자의 오리지널 콘텐츠 시청(63%), 독점 콘텐츠 시청(43%) 등을 꼽았다. 정보통신정책연구원(2018. 12.), 『2018 국제 방송시장 조사』, 44면 참조.

350) 정보통신정책연구원(2018. 12.), 『2018 국제 방송시장 조사』, 75-76면 참조.

업 분야가 530억 7천만 달러(62.4%)를 차지하는 한편, 콘텐츠 사업 분야 중에서는 케이블 채널 사업이 104억 9천7백만 달러로 가장 높은 비중 차지한다.

<표> 연도별 Comcast 매출액 구성

(단위: 백만 달러)

사업영역	2014년	2015년	2016년	2017년
케이블 사업분야 (Cable Communication Segment)	44,140 64.2%	46,928 63.0%	50,577 62.6%	53,070 62.4%
콘텐츠 사업분야 (NBCUniversal Segment)	25,428 37.0%	28,462 38.2%	31,276 38.7%	32,836 38.6%
기타(Corporate and Other)	709	713	886	1,193
중복 제거(Eliminations)	(1,502)	(1,593)	(2,003)	(2,070)
합계	68,775 100.0%	74,510 100.0%	80,736 100.0%	85,029 100.0%

출처 : 정보통신정책연구원(2018. 12.), 『2018 국제 방송시장 조사』

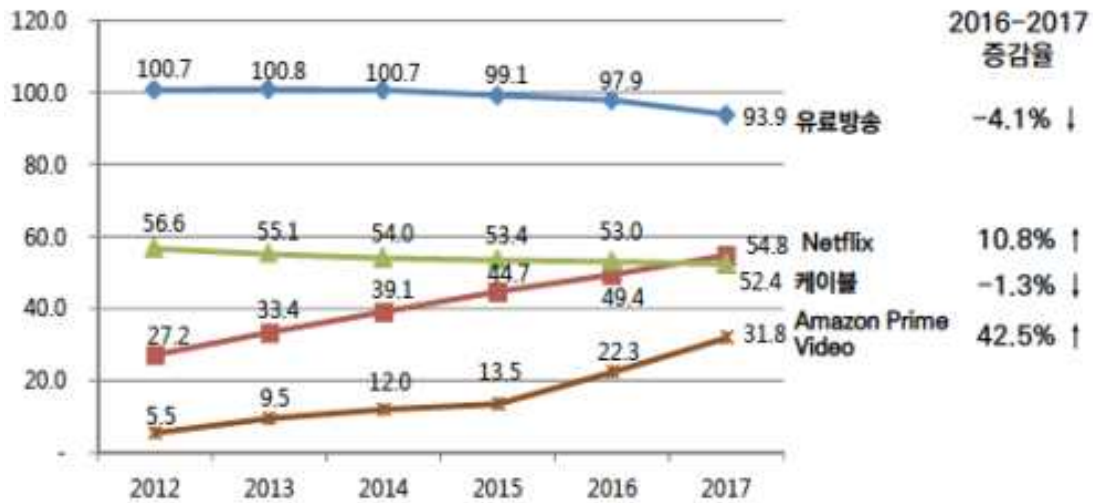
다. 동영상 콘텐츠 독점 구조의 와해³⁵¹⁾

방송사들로부터 콘텐츠를 구매하면서 부담하는 라이선스 비용이 높아지자 아마존과 넷플릭스 등은 자체 콘텐츠를 제작하여 제공하기 시작했다. 이처럼 IT 기업이 대규모 자본을 콘텐츠 제작에 주력하며 동영상 콘텐츠 시장에 본격적으로 나서면서부터 TV 방송사의 콘텐츠 독점 구조도 와해되고 있다. 2017년 하반기에 미국 내 넷플릭스 가입자 수는 전년 대비 10.8% 증가한 5,475만 명으로 미국의 케이블방송 가입자 수 5,236만 명을 넘어섰다. 또한 아마존 프라임 비디오(Amazon Prime Video) 서비스 가입자 중 실질 이용자(active subscriber)는 3,180만 명으로 전년 대비 42.5%의 높은 증가율을 기록하였다.

351) 정은진, “2018년 미국 TV방송사의 인터넷 동영상 시대 대응전략(상)”, 정보통신정책연구원, 2018, 9-10면, 13-14면 참조.

<그림> 미국 내 서비스별 가입자 수(2012-2017)

(단위: 백만 명)



출처 : 정은진(2018), “2018년 미국 TV방송사의 인터넷 동영상 시대 대응전략(상)”, 『정보통신방송정책』 제30권 제5호, 정보통신정책연구원, 10면.

최근에는 실시간 동영상의 부가가치에 주목하여 IT 기업이 스포츠 중계권 경매에도 참여하고 있다. 일례로 아마존은 2017년부터 NFL “Thursday Night Football”을 아마존 프라임 비디오 서비스에서 중계하기 시작했으며, 유럽에서도 연간 1천만 파운드를 투자하여 프로 테니스 협회(ATP) 월드 투어의 영국 독점 중계권을 확보하였다. 한편, 페이스북은 2017년 8월 동영상 플랫폼 ‘워치’(Watch)를 출시하여 제휴사 또는 크리에이터의 VOD 또는 오리지널 콘텐츠를 제공하면서 광고 수익을 배분하는가 하면, 2018년에는 메이저 리그 베이스볼(MLB)과 25개 경기에 대하여 독점 계약을 체결하기도 하였다.³⁵²⁾

3. 수익 구조

케이블 사업자의 경우에는 수신료의 일부를 지상파 방송사나 기타 PP 사업

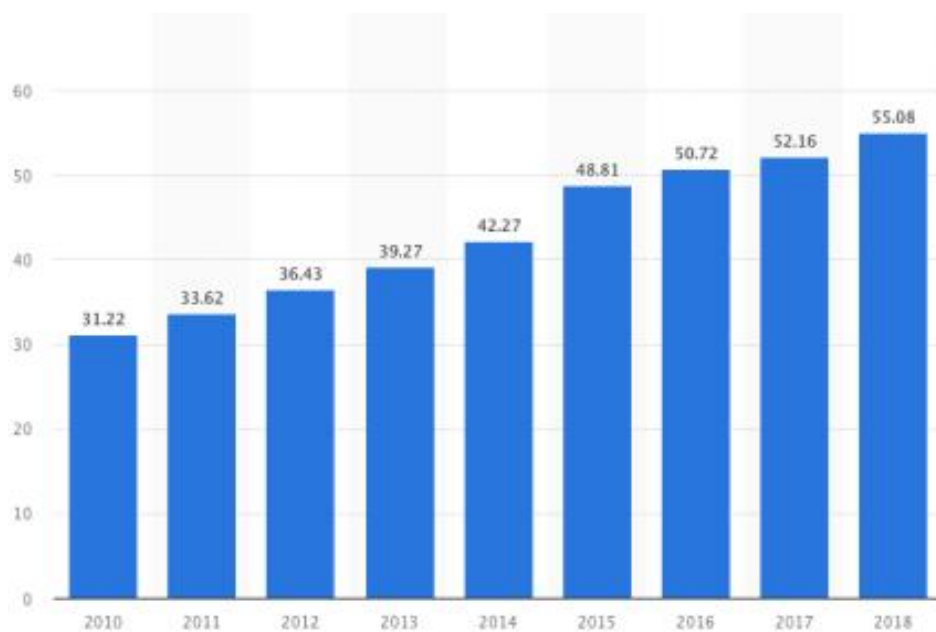
352) Jordan Valinsky(2018. 3. 9.), “Facebook to exclusively stream 25 MLB games”, CNN.

자에게 지급한다. 지상파 방송사가 재송신동의를 선택하는 경우에 재전송료를 지급하며, PP에게는 채널당 프로그램 사용료를 지급하는데 양자 모두 협상에 의해 가격이 결정된다. 위성방송 사업자 등 여타의 플랫폼 사업자의 수입원도 기본적으로 케이블 사업자의 수입원과 유사한 구조를 지니고 있다. 결과적으로 PP의 주된 수입원은 MVPD로부터 지급받는 채널제공수익(Affiliate revenue)³⁵³⁾과 광고수익이라고 하겠다.

최근에는 플랫폼 사업자의 수익 중 VOD가 차지하는 비중이 늘어나고 있다는 점이 특기할 만하다. 또한 아래 그래프에서 확인되는 바와 같이 케이블 사업자 등 MVPD의 연간 라이선스 수익도 최근까지 꾸준히 증가하고 있는바, 해당 수익이 사용료 협의 시 고려될 수 있다.

<표> 연간 라이선스 수익 증가 추이(2010-2018)

(단위: 십억 달러)



출처 : Statista(2019), “Licensing revenue of providers of cable and other subscription programming in the United States from 2010 to 2018” ³⁵⁴⁾

353) ‘채널제공 수익’은 Comcast, Dish Network 등과 같은 플랫폼 사업자에 해당하는 다채널방송사업자(MVPD)로부터 제공받는 가입자 1인당 한달 수익으로 정의된다.

354) <https://www.statista.com/statistics/185218/licensing-revenue-breakdown-of-cable-and-pay-tv-providers-since-2005/>

II. 유료방송 채널 거래 현황

1. 주요 사업자의 유료방송 채널 구성 및 요금

대표적인 유료방송 사업자의 채널 구성과 신규 가입자에 대한 유료방송 요금은 다음 표와 같다.³⁵⁵⁾

〈표〉 미국 주요 유료방송 사업자별 채널 구성 및 요금

Provider	Packages					
AT&T U-verse ¹²⁰	U-family All Included \$50 200 Channels	U200 All Included \$70 360 Channels	U300 All Included \$75 470 Channels	U450 All Included \$125 550 Channels		
CenturyLink ¹²¹	Prism Essential \$39.99 140+ Channels	Prism Complete \$44.99 200+ Channels	Prism Preferred \$54.99 300+ Channels	Prism Premium \$84.99 330+ Channels		
Comcast ¹²²	Limited Basic \$15.99 10+ Channels	Digital Economy \$29.95 45+ Channels	Digital Starter \$49.99 140+ Channels	Digital Preferred \$59.99 220+ Channels	Digital Premier \$69.99 260+ Channels	
DISH Network ¹²⁵	America's Top 120 Plus \$49.99 190+ Channels	America's Top 200 \$64.99 240+ Channels	America's Top 250 \$74.99 290+ Channels			
Time Warner Cable ¹²⁶	Starter TV \$19.99 20+ Channels	Standard TV \$39.99 70+ Channels	Preferred TV \$49.99, \$79.99 ¹²⁷ 200+ Channels			
Verizon ¹²⁸	FiOS TV Local \$10 20+ Channels	Custom TV Essentials \$64.99 78 Channels	Custom TV Sports & More \$64.99 59 Channels	Preferred HD \$74.99 235+ Channels	Extreme HD \$79.99 320+ Channels	Ultimate HD \$89.99 420+ Channel s

출처 : FCC(2017); 정보통신정책연구원(2018. 12.), 『2018 국제 방송시장 조사』

355) 정보통신정책연구원(2018. 12.), 『2018 국제 방송시장 조사』, 72면 참조.

가장 많은 상품군을 제시하는 사업자는 IPTV 사업자인 Verizon이며 패키지 상품의 요금을 적게는 \$10부터 \$89.99까지 다양하게 구성하고 있다. 또한 케이블방송의 경우에도 상품을 기본형, 확장형, 그 밖의 인기 타입 등으로 다양하게 구성하여 채널 수에 차이를 둔다.³⁵⁶⁾

<표> 미국 케이블방송 상품 유형별 채널 구성

Table 5 Number of Video Channels by Status of Effective Competition January 1, 2016								
Cable Service	Full Sample	Non-competitive Group	Effective Competition Group	Effective Competition Subgroups				
				Second Cable Operator Overbuild			DBS	Wireless and Low Penetration Test
				Incumbent	Rival	Both		
Basic	59.6	53.6	66.1†	75.0†	46.9†	70.6†	65.3†	58.8†
Annual change	4.5%*	5.3%	3.9%	5.4%	1.9%	4.9%	3.6%	4.0%
Expanded basic	181.0	167.9	195.2†	202.7†	186.5†	200.2†	194.1†	189.7†
Annual change	1.7%	1.7%	1.8%	3.5%	2.5%	3.4%	1.3%	2.3%
Next most popular	262.7	247.5	278.4†	283.4†	298.6†	285.7†	276.1†	277.3†
Annual change	1.6%	1.9%	1.4%	2.8%	2.5%	2.7%	1.0%	1.7%
All channels	454.9	409.9	504.0†	533.7†	402.2	513.3†	502.0†	491.6†
Annual change	0.8%	0.7%	1.1%	1.7%	2.1%	1.7%	0.8%	1.9%

출처 : FCC(2018); 정보통신정책연구원(2018. 12.), 『2018 국제 방송시장 조사』

2. 프로그램 사용료 산정 방식 및 지급 현황

가. 협상에 의한 사용료 산정³⁵⁷⁾

미국 유료방송시장에서는 연방법에서 지정하는 지역 TV채널과 PEG(Public Educational Governmental) 채널을 의무 전송하도록 되어있으며, 그 외의 채널은 유료방송 플랫폼과 PP의 자율적인 협상에 의해 채널별 가격을 산정하여

356) 각 상품 유형의 채널 수는 60개, 181개, 263개이다.

357) 채널별 프로그램 사용료 신정 및 지급 현황에 대해서는, 남윤미·유진아(2011. 12), 『SO-PP 간 프로그램 사용료 지급기준 개선방안 연구』, 72면 이하 참조.

거래한다. 구체적으로는 가입자 1인당 채널사용료를 산정하여 가입자 수에 비례한 금액을 지급하게 된다. 채널별 가입자당 사용료를 살펴보면 ESPN이 4.40달러로 가장 높은 사용료를 받고 있으며, TNT, Disney Channel도 각각 1.03달러 0.91달러로 높은 프로그램 사용료를 받고 있으나 1위인 ESPN와는 큰 차이가 있다. 사업자의 연간 채널제공수익(Affiliate revenue)을 살펴보다도 ESPN은 약 52억 달러로, 뒤를 잇는 TNT(12억 달러)나 Disney Channel(10억 달러)에 비하여 4배 가량 격차를 보인다.

<표> 평균 가입자당 채널제공수익(Affiliate Revenue Per Avg Sub/Month)

(단위: 달러)

순위	네트워크 사업자명	2007	2008	2009	2010
1	ESPN	3.48	3.75	4.08	4.34
2	TNT	0.91	0.93	0.99	1.10
3	DisneyChannel	0.83	0.86	0.88	0.91
4	NFLNetwork	0.80	0.85	0.75	0.78
5	FOXNews	0.32	0.44	0.58	0.70

출처 : SNL Kagan; 남윤미·유진아(2011), 『SO-PP간 프로그램 사용료 지급기준 개선 방안 연구』

나. 프로그램 사용료 산정에 있어 저작권집중관리단체의 역할

미국은 저작권집중관리단체의 설립과 운용에 대해 별도의 법으로 규율하고 있지 않는 나라이다. 자발적으로 필요에 의해 계약을 맺어 저작권집중관리단체를 활용할 수는 있다. 저작권집중관리단체의 설립과 운용에 대한 규제도 없다. 공정거래법상 시장지배적 지위의 남용 규제만 존재할 뿐이다. 이러한 상황에서 방송채널을 유료방송사업자업자가 가입자에게 송출할 때 발생하는 프로그램 사용료에 대해 저작권집중관리단체를 이용하는 모습을 볼 수 없다.³⁵⁸⁾ 다만, 법정이용허락제도를 통해 저작권자의 권리행사가 제한될 수는 있다. 지상파재송신에서 법정이용허락제도가 특히 문제된다. 케이블사업자(cable system)에 의한 지상파재송신은 논리필연적으로 저작권의 대상인 저작물인

358) 박성호 외(2016), 『저작권 위탁관리업 개선방안 연구』, 문화체육관광부, 51면.

개별 방송프로그램(copyrighted program material)을 전송하는 것이므로, 이에 대해 저작권료(copyright royalty)는 지불되어야 한다. 그러나 케이블사업자로 하여금 자신의 저작물이 케이블사업자에 의해 재송신되는 모든 저작권자와 협상하도록 요구하는 것은 현실적이지도 않고 케이블사업자에게는 수인한도를 넘는 부담이다.³⁵⁹⁾ 이에, 미국 저작권법에는 지상파방송채널(over-the-air broadcast signals)의 재송신에 대한 법정이용허락(compulsory license)제도가 입법화되었다.³⁶⁰⁾

Ⅲ. 채널 거래와 관련된 규제

1. 요금 규제³⁶¹⁾

미국 케이블 시장의 프랜차이즈 시스템이 기존 사업자를 보호함으로써 혁신과 경쟁을 저해한다는 비판이 제기됨에 따라, 1992년 미국 의회는 ‘케이블 TV 소비자 보호 및 경쟁에 관한 법’(Cable Television Consumer Protection and Competition Act of 1992)을 통과시켰다. FCC는 그 구체적 내용을 담은 통신법(Communication Act) Section 628 및 47 C.F.R. Part 76의 subpart O (Competitive Access to Cable Programming) Section 76.1000 내지 76.1010을 채택하였다. 이 법은 다채널 방송시장에 요금 규제를 도입하여 케이블 SO의 부적절한 시장지배력 남용을 막는 것에 주된 목적을 둔 것이다. 다만 케이블 SO가 다른 유료방송사업자와 경쟁하고 있다는 사실을 FCC가 확인하는 경우에는 요금 규제를 면하게 되며, 이와 관련하여 등장한 개념이 바로 ‘유효경쟁’(effective competition)이다. FCC는 이후 수차례 유효경쟁 요건을 제시하여 왔으며, 현재는 다음과 같은 네 가지 요건을 들고 있다.³⁶²⁾

359) Stuart M. Benjamin(et al.)(2012), Telecommunications Law and Policy(3.ed.), Durham, p.481 재인용.

360) 이에 대한 상세는 김태오·김호정, 앞의 보고서, 22면 이하를 참고할 것.

361) 케이블 SO에 대한 요금규제에 관한 상세한 내용은 염수현·박민성(2010), 『방송채널의 거래와 가격에 관한 연구』, 정보통신정책연구원, 2010, 54면 이하 참조.

362) 강준석 외(2017), 『플랫폼 수익구조 개선을 통한 유료방송시장 생태계 선순환 기반조성을

-
- (1) 해당 프랜차이즈 지역(franchise area) 전체 가구 중 30% 미만이 하나의 케이블 SO에 가입한 경우
 - (2) (i) 프랜차이즈 지역 내에 서로 지분 관계가 없는 최소 2개 이상의 MVPD가 전체 가구의 50% 이상에 유사한 서비스를 제공하고 있고, (ii) 1위 MVPD를 제외한 나머지 MVPD가 전체 가구의 15% 이상에 대하여 서비스를 제공하고 있는 경우
 - (3) 프랜차이즈 지역 당국(Franchising Authority)이 자체적으로 운영하는 MVPD가 전체 가구의 최소 50% 이상에게 서비스를 제공하고 있는 경우
 - (4) 프랜차이즈 지역의 지역 통신사나 계열사가(해당 통신사나 계열사의 설비를 이용하고 있는 기타 MVPD 사업자도 포함) 가입자에게 제공 방식에 상관없이 (direct-to-home 위성서비스는 제외) 지분 관계가 없는 케이블TV 사업자가 제공 중인 서비스와 비슷한 수준의 방송서비스를 제공할 경우
-

특정 프랜차이즈 지역이 위 네 가지 요건 중 하나 이상을 만족할 경우 그 지역 시장에서는 유효경쟁이 존재한다고 간주되며, 이 경우 요금 규제 대상이 되지 않는다.

2. 프로그램 접근 규제(PAR)의 종료 및 불공정 행위 규제

미국 유료방송시장에서 채널거래와 직접 관련된 규제로는 1992년 도입되었던 ‘프로그램 접근 규제’(Program Access Rule: PAR)를 들 수 있다. PAR은 앞서 소개한 1992년 케이블 TV법 가운데 ‘subpart O’의 주요 내용을 통칭한 것으로, 그 핵심적인 사항은 MVPD 및 케이블 TV 서비스를 규율하는 CFR Title 47(Telecommunication) Part 76 이하에 명시되어 있다.³⁶³⁾ 이 규제는 케이블 사업자와 수직 통합된 프로그램 공급자가 정당한 이유 없이 다른 플랫폼 사업자의 채널 공급요구를 거절할 수 없도록 하는 것으로, 유료방송시장의 경쟁을 증진시키기 위하여 마련한 것이었다. 이에 따라 수직통합 비율 5% 이상의 사업자에 대해 프로그램 공급을 의무화하였으며, FCC는 5년마다 PAR 규제의 연장 여부를 결정하며 이를 파악하기 위해 매년 MVPD 경쟁상황 평가

위한 연구』, 정보통신정책연구원, 27면 참조.

363) § 76.1001(Unfair practices generally), § 76.1002 (Specific unfair practices prohibited) 등 참조.

를 실시하였다. FCC는 2002년과 2007년에 두 차례 연장 결정을 내려 이를 유지해 왔으나, 2012년 10월 5일 위원 5인 전원의 찬성으로 PAR 규제를 연장하지 않는 것으로 결정하였다. 이에 따라 20년간 유지되었던 PAR 규제는 자동 소멸하기에 이르렀다.

애초에 PAR은 유료방송 콘텐츠 유통 시장의 공정경쟁을 활성화하여 콘텐츠의 다양성을 확보함으로써 지역 주민에게 프로그램 이용 기회를 확대하기 위해 도입한 것이었다. 20년 동안 PAR은 도입 취지에 부합하는 유료방송 시장의 성장에 기여한 것으로 평가되기도 하였으나,³⁶⁴⁾ FCC는 — 케이블 사업자와 콘텐츠 사업자 간 배타적 계약의 유인(incentive)과 배타적 콘텐츠 계약이 시장에 미치는 부정적인 영향력(ability) 두 가지 분석기준과 관련하여 — 포괄적이고 사전적인 PAR 규제가 불필요하다고 판단하였다.³⁶⁵⁾ 다만 FCC가 사업자 간 배타적 콘텐츠 계약을 허용하겠다는 취지는 아니었으며, 시장의 공정경쟁을 저해하는 개별 행위에 대해서는 여전히 통신법 Section 628(b), 628(c), 628(d)에 따라 규제 가능하다고 밝히고 있다.³⁶⁶⁾ 예컨대, FCC는 통신법 Section 628(c)(2)에 근거하여 유료방송 사업자가 가격, 기간, 계약조건을 차별하는 것을 금지할 권한과 배타적 콘텐츠 계약을 체결하도록 부적절한 영향력을 미치는 것을 금지할 권한을 가지므로, 그에 따라 구체적인 사안별로 규제 가능하다.³⁶⁷⁾

364) Joe Flint(2012. 10. 5.), “FCC lets program access rules expire”, Los Angeles Times.

365) FCC(2012. 10. 5), “Report and Order”, FCC 12-123; 박민성, “美, Program Access Rule의 종료와 FCC의 콘텐츠 유통 규제방안”, 정보통신정책연구원, 28-33면 참조.

366) <https://www.fcc.gov/document/revision-commissions-program-access-rules>

367) Communications Act Sec. 628. [47 U.S.C. 548] DEVELOPMENT OF COMPETITION AND DIVERSITY IN VIDEO PROGRAMMING DISTRIBUTION.

제6절 시사점

유료방송플랫폼이 PP의 방송채널을 구성하여 자신의 가입자에게 실시간으로 송출하게 되면, 저작권법상 다양한 주체 및 다양한 권리에 대한 침해가 생길 수 있다. 방송채널 자체에 대한 PP 사업자의 저작권접권, 방송채널에 편성된 개별 방송프로그램 자체에 대한 저작권(PP 사업자가 직접 저작권을 보유할 수도 있지만, 외주 제작사가 저작권을 갖는 경우³⁶⁸)도 있다.), 개별 방송프로그램의 제작에 기여하는 작가, 실연자 등의 저작권 또는 저작권접권이 문제될 수 있다. 원칙적으로는 이러한 주체들로부터 이용허락을 얻고, 그에 대한 적절한 대가를 지급해야 한다.

기본적으로 해외 주요국에서 PP와 유료방송플랫폼사업자는 개별적인 협상으로 프로그램 사용료를 정한다. PP 협회나 유료방송플랫폼 사업자단체간 협상이나 저작권위탁관리업 모델에 따라 협상하는 것은 예외에 해당한다. 다만, 개별 방송프로그램 자체나 개별 방송프로그램 제작에 기여한 작가나 실연자 등의 권리행사는 강제적으로 저작권위탁관리업체를 통해 행사하게 하려는 경향도 있다. 주로 EU가 개별 방송프로그램과 관련되는 개별 저작권 및 저작권접권의 주체에 대하여 강제적으로 저작권위탁관리업체를 통한 권리처리를 명문화하고 있고, 실무적으로도 또한 그러하다.

독일은 그 중에서도 (지상파를 포함하여) PP 사업자가 방송채널에 대한 저작권접권의 처리를 저작권위탁관리업체에 위탁하고 있는 유일한 국가임을 알 수 있다. 특히 VG 미디어의 프로그램 사용료 요율 규정을 보면, 프로그램 사용료의 산정기반은 해당 방송채널을 통해 벌어들인 수익이고 여기에 기본적으로 1.65%를 곱하여 산정한다. 우리나라의 프로그램 사용료 기반이 가입자 수신매출인데, 결국 가입자 수신매출은 방송채널을 통해 벌어들인 수익이라고 보아도 무방하다고 본다. 방송채널의 신호를 어떠한 전송 품질 (SD, HD 등), 어떠한 송출 기술(analog, digital), 어떠한 송출 방식(DVB-C, DVB-T, DVB-S, IPTV 등)을 사용하는지 여부와도 무관하다. 가장 큰 장점은 프로그

368) 오히려 오늘날 방송제작에 있어서의 불공정 거래관행을 개선하기 위하여 독립 제작사가 저작권을 보유하도록 외주제작 계약을 맺는 경우도 늘어갈 것이다.

램 사용료의 지급으로 VG Media가 대리하고 있는 TV 방송사업자의 모든 저작권 및 저작인접권이 원스톱으로 일괄적으로 권리처리 된다는 점이다. VG 미디어는 방송사업자 뿐 아니라, 어문, 출판, 사진, 음악 등 다양한 권리처리도 담당하고 있어, 일거에 저작권 및 저작인접권에 관한 문제가 해결된다는 것이다. 지상파방송사업자와 PP 사업자를 불문하고, 이들 사업자간의 방송채널에 대한 가치 차이를 구분하지 않는 단순한 정산체계를 갖추고 있다. 공식적인 문헌에는 없지만, 독일은 유료방송플랫폼과의 관계에서 PP가 약자적 지위에 놓여 있는 것도 이러한 상황을 대변해 줄 수 있으리라 본다. 다른 EU 국가들도 그렇지만, PP에 킬러 콘텐츠가 잘 없다는 점은 익히 알려져 있는 사실이다. 이러한 장점과 상황들 때문에 법으로 굳이 강제하지 않더라도 자율적으로 저작권위탁관리업체를 선호하는 것이라고 본다. 물론, 이러한 시스템에 대한 불만을 가지고 있는 사업자도 있었다. RTL은 2010년부터 개별적으로 저작권 문제를 처리하고 있다. 주먹구구식의 프로그램 사용료 산정식(Faustregel)에 의할 때 보다, 스스로 프로그램 사용료의 가치를 산정하게 되면 유연성을 가질 수 있으면서 더 많은 수익을 얻을 수 있을 것이라는 기대 때문에 탈퇴한 것으로 알려져 있다.

일본은 지상파방송 재송신에 대해 협회 차원에서의 재송신료 산정 규정이 존재하고 있고 협회(일본 TV방송저작권협회)가 저작권위탁관리업체의 역할을 하고 있는 상황이다. 지상파방송의 가치와 무관하게 일률적으로 재송신료가 산정되는 방식을 취하고 있다. 이를 통해 각종 저작권 및 저작인접권 주체의 권리처리와 방송사업자의 권리처리가 일거에 해결되는 구조이다. 그러나 PP에 대해서도 이러한 방식의 협회간 저작권 및 저작인접권 처리 규정을 만들 것인지, 저작권위탁관리업 모델을 도입할 것인지에 대해서는 특별한 관심이 없는 것으로 보인다.

제5장 저작권위탁관리업 모델의 유료방송 프로그램 사용료 산정 및 징수 체계로의 도입가능성 및 전망

제1절 서론

지금까지 연구한 결과를 보면, 현재 시점에서 저작권위탁관리업 모델을 프로그램 사용료 산정 및 징수체계에 도입하기란 쉽지 않은 상황임을 알 수 있다. 무엇보다 현행 체계의 변화를 위해서는 현행 체계에서 생겨나는 여러 문제를 치유하기 어려울 정도로 심각한 상황이어야 한다. 예컨대, 유료방송플랫폼과 PP간의 프로그램 사용료 합의가 자주 결렬되어 특정 방송채널의 송출이 중단되거나, 프로그램 사용료가 불합리하게 책정되고 있다는 등의 사례가 많이 축적되어 있어야 하고, 이러한 폐해로 인한 사회적 비용 발생과 시청권 침해 등의 문제가 존재해야 한다.

최근 IPTV 사업자인 LG 유플러스와 CJ E&M간 프로그램 사용료 분쟁도 있었다. CJ E&M 계열 방송채널의 송출이 중단될 뻔한 사태가 있었지만,³⁶⁹⁾ 양사가 합의점을 찾으면서 이러한 최악의 상황은 모면할 수 있게 되었다고 한다.³⁷⁰⁾ 그럼에도 불구하고, 여전히 현행 체계에서 협상의 양 당사자가 현 시스템의 변혁을 외칠 정도의 문제는 특별히 존재하지 않는 상황이다. 그 원인으로 어려워진 방송시장의 사업환경 변화를 서로 이해하고 있는 것이 아닌가라는 추측을 해볼 수 있다. 또한, 다소간의 부침은 있으나 급격한 프로그램 사용료의 변동은 크게 없는 것으로 조사되었다. 한 PP 사업자에 대한 프로그램 사용료는 다른 PP 사업자에 연쇄적인 반응을 미칠 수 있으므로, 보수적으로 프로그램 사용료 협상이 이루어지는 분위기를 느낄 수 있었다.

이처럼, 현행 프로그램 사용료 산정 및 징수 체계에 대한 변화의 계기와 그 정당성을 찾기 어려운 상황이고, 협상 당사자인 유료방송플랫폼이나 PP 사업

369) 디지털타임즈(2020. 1. 7.자), LGU+, IPTV 가입자 tvN 못보나...CJ ENM "8일 0시 송출 중단".

370) 머니투데이(2020. 1. 7.자), "프로그램 빼겠다"던 CJ ENM, LGU+와 극적 합의.

자조차 저작권위탁관리업 모델로 프로그램 사용료 패러다임을 전환하는 것에 대해 회의적인 입장이다. 특히 예측불가능한 리스크를 야기할 수 있다고 보았다. 사실상 독일을 제외한 다른 해외 주요국 역시 프로그램 사용료 산정 및 징수 체계를 저작권위탁관리업의 방식으로 운영하는 곳은 없었다. 독일은 우리나라의 저작권위탁관리업 모델과 달리 정부가 사전에 승인을 통해 개입하지 않고 분쟁이 발생할 경우 사후적으로 분쟁조정절차와 재판절차를 통해 프로그램 사용료 문제를 해결한다는 특수성이 있다. 특히 유력 민영방송사업자인 RTL 그룹이 자사 계열 방송채널에 대한 권리행사를 저작권위탁관리업체인 VG 미디어에 신탁하였다가 2010년부터 직접 유료방송플랫폼 사업자와 개별협상하는 방식으로 전환하는 모습도 목격할 수 있었다. 독일의 방송채널이 경쟁력이 높지 않은 상황에서 저작권위탁관리업체에 권리행사를 위탁하는 것이 더 유리하다는 독일 고유의 방송환경도 독특한 프로그램 사용료 산정 및 징수체계를 설명할 수 있는 요인이 된다. 방송채널의 가치와 이를 보유한 사업자의 지위가 오히려 유료방송플랫폼사업자에 비해 우월한 환경인 미국, 영국과 우리나라와 직접 비교하기도 어려운 측면이 있다. 방송채널의 가치가 높은 상황에서 굳이 협상력 강화를 위해 저작권위탁관리업체를 활용할 유인이 떨어지기 때문이다.

하지만 앞으로의 방송환경은 오늘날과 달라질 것으로 보인다. 유료방송플랫폼이 제공하는 상품의 주축인 PP 방송채널 역시 실시간임을 고려할 때, 유료방송플랫폼 가입자가 TV 단말을 통하여 PP 방송채널을 실시간 시청하는 매체이용행태는 변화할 것으로 예측된다. TV 단말을 이용하더라도 실시간 시청이 일어나지 않을 수 있고, 시청의 대상도 PP 방송채널 보다는 개별 방송프로그램의 시청이 더욱 늘어갈 것으로 예상해볼 수 있다. 이러한 시청행태의 변화는 유료방송플랫폼의 PP 방송채널 구성(packaging) 기능과 개별 방송프로그램을 편성하는 PP의 역할의 변화를 의미한다. 또한, 기존에는 PP가 개별 방송프로그램 관련 권리자들에 대한 권리처리를 책임졌으나, 앞으로는 이러한 권리처리 방식에도 변화가 예상된다. 음원처럼 개별 방송프로그램 단위의 소비가 활발히 이루어질수록, 현재 체계와는 다른 저작권 처리를 선호할 수 있는 것이다. 프로그램 사용료의 반대급부로서 PP 방송채널 자체의 기능과 가치

가 오늘날과 달라질 수 있다는 것이다. 미래의 방송환경 변화를 정확히 예측할 수 없겠지만, 적어도 오늘날과 같은 프로그램 사용료 산정 및 징수체계는 어느 정도 수정이 불가피하다.

이를 전제로, 본 연구진은 프로그램 사용료와 관련한 몇 가지 이슈에 대해 저작권 및 방송 분야의 전문성이 높은 변호사 4인을 대상으로 인터뷰를 진행하고 서면자문을 받아보았다.³⁷¹⁾ 이하에서는 다음의 질문에 대한 답변 내용을 쟁점별로 정리³⁷²⁾하고, 그에 대한 연구진의 검토의견을 덧붙이는 형식으로 정리하였다.

○ 현행 유료방송 PP와 유료방송플랫폼 간의 프로그램 사용료 대가 징수 체계에 대해 어떻게 평가하십니까?

- 현행 체계는 특별한 문제점이 없기 때문에, 계속해서 현행 프로그램 사용료 대가 징수 체계가 유지되어도 상관없는 것이지요? 그렇다면 이러한 판단의 이유는 무엇입니까?
- 현행 체계는 문제가 있다고 생각하신다면, 그 문제는 무엇이고, 정책적 관점에서 어떠한 방향으로의 개선이 필요하다고 생각하시는데 대해 개략적으로 말씀해주시기 바랍니다.

○ 현행 유료방송 PP와 유료방송플랫폼 간의 프로그램 사용료 대가 징수 체계와 실무를 음원사용료 징수 체계를 벤치마킹한 저작권위탁관리업 모델을 활용할 수 있다고 생각하십니까?

- 저작권위탁관리업 모델을 활용할 수 있다면, 그 이유는 무엇입니까?
- 저작권위탁관리업 모델을 활용할 수 없다면, 그 이유는 무엇이라고 생

371) 인터뷰와 서면자문은 익명을 전제로 진행되었기 때문에, 인터뷰이(interviewee)의 상세정보는 구체적으로 밝히지 않기로 한다.

372) 가급적 전문가의 의견을 그대로 전달하려고 노력하되, 그 의미가 명확히 전달되도록 연구진이 내용과 표현에 수정을 가한 경우도 있다는 점을 알려둔다.

각하십니까?

- 영화저작물과 음악저작물은 각 저작물이 갖는 질적 가치를 불문하고, 이용횟수나 이용량에 따라 저작권이 정산되는 체계입니다.
 - 방송채널의 이용대가인 현행 프로그램 사용료는 다양한 질적 평가 결과와 그간 누적된 규모를 고려하여 개별적으로 정해지는 체계인데,
 - 향후 방송의 소비행태, 방송시장의 환경변화(방송채널 단위 시청 실시간 시청보다, 방송프로그램 단위의 주문형 시청으로 변화)를 고려할 때, 영화저작물의 이용대거나 음악저작물의 이용대가 체계와 같이 질적인 가치와 무관하게 이용되는 양에 비례하여 정산될 가능성이 있는지에 대한 전망 또는 가능성에 대하여 평가를 부탁드립니다.
- 저작권위탁관리업체를 통한 프로그램 사용료 정산 시스템이 도입된다면, PP 사업자에게 개별협상을 할 것인지, 저작권위탁관리업체를 활용할 것인지에 대한 선택권을 부여할 수 있다고 보십니까?
 - 이러한 선택권 부여가 저작권위탁관리업체의 활용에 어떠한 미칠 수 있다고 보십니까?
 - PP 사업자에게 선택권이 부여된다면 저작권위탁관리업체를 선택할 PP의 유인은 무엇이라고 생각하십니까?
- 오늘날 유튜브를 통한 미디어콘텐츠 소비가 활발합니다. 플랫폼인 유튜브는 미디어콘텐츠를 통한 수익을 미디어콘텐츠를 제작한 자 또는 유튜브 채널 크리에이터에게 공유합니다.
 - 유튜브가 광고수익 공유를 명목으로 수익을 공유하지만, 결국에는 유튜브에 실리는 미디어콘텐츠나 채널의 저작권 또는 저작인접권료의 정산

성격도 함께 존재한다고 보입니다.

- 그러나 광고수익이 얼마나 공유되는지에 대해서는 정확히 알려진 바 없이 유튜브 알고리즘에 의해 자동적으로 분배가 되는 것으로 알고 있습니다. 광고수익의 분배규모에 영상의 길이, 구독자 규모와 채널의 신뢰도, 주요 시청 국가 등이 영향을 미친다고 하지만, 확실하지는 않습니다.
- 앞으로 방송채널의 가치, 방송프로그램의 가치의 측정은 유튜브의 방식이 차용될 수도 있는 상황입니다.
- 이러한 가치측정의 방식의 전환이 저작권위탁관리업 모델의 활용에 상관관계를 가질 수 있을지? 가진다면 왜 그러하고, 그렇지 않다면 왜 그렇지 않은지에 대해 견해를 말씀해주시기 바랍니다.

o 마지막으로 향후 방송시장 환경의 변화를 고려할 때, PP 프로그램 사용료 체계의 진화 발전 방안이 무엇인지에 대한 제언을 해주신다면?

제2절 현행 유료방송 프로그램 사용료 산정 및 징수 체계의 평가

I. 인터뷰 및 자문 결과

1. 전문가 A

우선 프로그램 사용료 문제는 정책적 측면과 방송사업적 측면을 모두 고려하여 접근할 이슈라고 지적하고 있다. 시청자에게 제공되어야 할 방송채널의 수준과 품질, 방송프로그램의 수급과 방송사업의 경쟁력 제고, 방송채널로부터 발생한 수익의 공유 항목과 그 범위 등을 종합적으로 감안해야 한다는 것이다. 이를 위해 개별 방송프로그램의 제작 및 수급 비용, 방송채널 편성 및 송출 비용, 각 방송채널과 관련하여 발생하는 수익 유형 및 그 규모, PP에 있어 프로그램 사용료가 차지하는 비중 등의 자료를 분석할 필요가 있다고 하였다. 단순히 유료방송플랫폼과 PP 중 방송프로그램의 제작·편성·송출 비용을 누가 얼마나 분담할 것인지, 개별 유료방송플랫폼의 가입자 수가 얼마인지만을 고려한 접근법은 한계가 있음을 지적하였다.

이를 전제로, 현행 프로그램 사용료 체계를 개선하기 위한 인위적인 제도를 도입할 필요성에 대해 논증하였다. 이러한 인위적 제도의 취지는 PP 보호를 위한 것이라고 하였다. 과거 방송환경 및 생태계 구조 하에서는 PP의 거래상 대방이 한정적이었던 점, PP가 특정 방송프로그램 및 방송채널로 창출할 수 있는 수익원이 제한적이어서 프로그램 사용료에 의존할 수밖에 없었다는 점, 유료방송플랫폼에 대한 PP의 협상력이 열위적이라는 점 등을 고려하면, PP에 대한 보호의 필요성이 있었다고 한다. 그리고 그 보호의 필요성은 국가의 개입으로 나타났다고 한다.

그러나 방송시장의 변화로 프로그램 산정 및 징수체계에 대한 국가의 개입이 원래 의도했던 만큼의 효과를 낼 수 없는 상황에 이르렀다고 하고 있다. 특히 PP가 여전히 보호되어야만 하는 대상인지에 대한 의문을 제기하였다. 일부 PP는 유료방송플랫폼에 비해 오히려 더 우월적인 협상력을 가지며,³⁷³⁾ 오

늘날 PP가 프로그램 사용료에만 의존하는 사업자는 아니라는 것이다. 또한, PP를 보호하기 위한 제도적 장치가 충분히 마련되어 있다고 판단하고 있다. 현저히 불합리한 프로그램 사용료 산정에 대해서는 방송법(제85조의2제1항제1호³⁷⁴⁾ 내지 제2호³⁷⁵⁾)과 IPTV법상 금지행위(제17조제1항제5호)³⁷⁶⁾ 및 공정거래법(제23조제1항제4호³⁷⁷⁾)에 따라 제재할 수 있다고 한다. 이러한 명문의 금지행위나 불공정거래행위금지 규제 외에도, 재허가 평가 시 프로그램 사용료의 적정 분배에 대한 리뷰가 이루어지기 때문에, 오늘날 규제환경에서 유료방송플랫폼이 PP에게 불합리한 대우를 할 수 있는 상황은 아니라고 보고 있다. 나아가 오늘날 유료방송플랫폼 시장 환경은 특히 SO의 경쟁력이 약화되어 가고 있는 추세일 뿐만 아니라 OTT의 등장으로 인한 글로벌 경쟁의 심화를 고려하면, 국내의 전통적인 유료방송플랫폼 사업자에 대한 규제의 강화가 바람직한 규제방향성은 아니라는 입장을 보이고 있다. 과거 프로그램 사용료 규제에 대한 정당성은 유료방송플랫폼 사업자의 욕심과 부적절한 행동 등과 같은 주관적 사유에 기인한 폐해를 막으면서 PP를 보호하기 위한 목적이 컸지만, 오늘날 방송환경에서 프로그램 사용료를 둘러싼 분쟁의 원인은 과거와 같은 유료방송플랫폼 사업자의 주관적 사유 때문이 아니라, 객관적인 방송환경의 변화로 인한 것이기 때문에, 그 책임을 유료방송플랫폼에게 지우는 것은 적절치 않다고 한다. 오히려, PP가 프로그램 사용료에 의존하지 않고 광고 방식에 대한 규제완화 등이 이루어져 적극적으로 다른 수익원을 창출할 수 있도록 하는 방향이 바람직하다는 입장이다.

2. 전문가 B

373) 이 대목은 최근 LG 유플러스와 CJ E&M간의 프로그램 사용료 분쟁 과정에서도 드러난다고 본다.

374) “정당한 사유 없이 채널·프로그램의 제공 또는 다른 방송사업자등의 서비스 제공에 필수적인 설비에 대한 접근을 거부·중단·제한하거나 채널 편성을 변경하는 행위”

375) “다른 방송사업자등에게 적정한 수익배분을 거부·지연·제한하는 행위”

376) “우월적 지위를 이용하여 인터넷 멀티미디어 방송 콘텐츠사업자에게 부당한 계약을 강요하거나 적정한 수익 배분을 거부하는 행위”

377) “자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위”. 이 외에도 시장지배적지위 남용이나 불공정거래행위의 유형 중 다른 항목을 적용할 여지도 있다.

전문가 B는 현재 사업을 영위 중인 유료방송 PP와 유료방송플랫폼이 현행 체계에 대한 불만이 높지 않은 상황에서 현행 프로그램 사용료 대가 징수 체계에 대한 변혁을 꾀하는 것의 실효성이 크지 않을 수도 있다고 평가하고 있다.

그러나 향후 미디어 기술의 발전과 방송매체 이용행태의 변화로 인해 지금 보다 다양하고 많은 PP 내지 중소 PP들이 등장하게 될 수도 있는 상황에서는 프로그램 사용료 산정 및 징수체계의 변화를 꾀할 수 있는 계기는 있을 것이라고 보고 있다. 즉, 역학 구조 상 PP는 유료방송플랫폼의 채널을 사용하여야만 존재의의가 있고, 신규 내지 콘텐츠가 부족한 영세 PP의 경우 협상력이 유료방송플랫폼 대비 열악할 수밖에 없기 때문에 현행 체계를 그대로 적용하게 되면 자신의 기여분에 따른 충분한 프로그램 사용료를 정산받지 못하게 되는 불합리한 상황이 연출될 가능성이 있다는 것이다. 따라서 PP들의 수 및 그러한 PP들이 제공하는 방송프로그램의 수가 매우 증가된 상황에서는, 음악저작물사용료 징수 체계를 벤치마킹하여 저작권위탁관리업 모델을 활용해볼 여지가 있다고 판단된다고 한다.

3. 전문가 C

전문가 C는 현행 프로그램 사용료 산정 및 징수체계에 대해, 현행 체계에 문제가 있을 수 있지만 프로그램 사용료는 프로그램의 수급, 공급, 채널번호 지정 그리고 그 과정에서의 광고 등 마케팅 등 방송채널 공급 체계와 상호 연관성이 있으며, 현재의 프로그램 사용 대가 징수 체계에 대응하여 현재와 같은 방송채널 공급 체계가 마련되어졌다고 전제하고 있다. 따라서 PP의 입장에서 자신의 손익 일부에 영향을 미치는 프로그램 사용료 대가 산정 및 징수 체계가 일부 문제점이 있다고 하더라도 이것만을 변화시키는 것은 그로 인한 실익에 비하여 오히려 이로부터 파급되는 연쇄적인 다른 문제점을 야기할 우려가 있다고 판단하고 있다.

전문가 C는 현행 체계의 개선과 관련하여, 현행 체계에 따른 프로그램 사용

료 기준 요인을 전년도 기준이 아니라 객관적이고 다양한 요인을 추가하는 방안을 고려할 수 있을 것이라고 설명하고 있다. 즉, 오리지널 콘텐츠인지 아니면 재방송 채널인지를 구분하여, 오리지널 콘텐츠 채널인 경우 채널번호, 콘텐츠 제작비 수준, 유료방송플랫폼사업자에게 광고시간 제공 여부 등을 고려하고, 재방송 채널인 경우에는 콘텐츠 수급비, 독점 프로그램 여부, 본방송과의 홀드백 차이 등을 고려할 수 있을 것이라는 구체적인 방향성을 제시하고 있다.

4. 전문가 D

전문가 D는 현행 프로그램 사용료 대가는 자율 협의를 통해 결정되고 있으며, 이는 사적 자치원칙과 자유시장경쟁에 부합하는 것으로 볼 수 있다고 한다. 또한, 현행 제도에 특별히 중대한 문제점이 있는 것으로 보이지는 않고, 실제에서도 큰 문제가 발견되고 있는 것도 아니라고 판단하고 있다.

콘텐츠의 가치는 시장과 사업자가 가장 잘 아는 것이고, 따라서 이는 시장의 경쟁상황에 따라 조절되는 것이 바람직하므로 이에 대해 별도의 규제나 제도를 도입하는 것에는 신중할 필요가 있다는 견해이다.

II. 평가

프로그램 사용료에 대한 국가 개입의 변천사를 보면 알 수 있듯이, 프로그램 사용료에 대한 국가의 개입 및 제도 개선의 논의 등은 당대의 방송환경에 의존한다. 최근 프로그램 사용료에 대한 모수 규제를 완전히 폐지하게 된 이유는 유료방송플랫폼의 경쟁상황의 변화와 맞물려 있다. 특히 SO의 가입자 수 감소에 따른 매출 감소는 프로그램 사용료의 규모에 영향을 주는 결정적인 요인이다. 또한, IPTV 사업자는 모수 규제를 받지 않는다는 점과 위성방송사업자의 경우에는 송출료를 제외한 실질적인 프로그램 사용료의 비중이 높다는 점도 유료방송플랫폼간의 경쟁에 영향을 미칠 수 있다. 프로그램 사용료와 유

사한 대가 문제인 지상파재송신료와 홈쇼핑 송출수수료에 대해서는 사적 자치에 맡긴 반면, 프로그램 사용료 영역에 대해서는 국가의 개입이 이루어지는 규제형평성 차원의 문제인식도 모수 규제의 폐지에 기여하였다. 계약서 없는 거래, 유료방송플랫폼이 제시한 프로그램 사용료에 동의하지 않을 경우 일방적인 채널 번호의 변경 등 유료방송플랫폼사업자의 우월적 지위에 기한 불공정 거래행위는 상당부분 해소되었다는 점도 작용하였다.³⁷⁸⁾

모수 규제 폐지 이후 프로그램 사용료 산정 및 징수 환경은 제도 개선을 재검토해야 할 만큼 큰 문제를 불러일으키지 않고 있는 상황이다. 그 사이에 KCTA는 객관적이고 투명한 방송평가에 기초한 프로그램 사용료 산정의 자율 규제안을 제시하였다. 물론 방송평가의 구체적인 세부 항목과 지표가 추상적이고 주관적인 측면도 있다. 그러나 앞으로 평가 지표를 정량화하고 주관적이고 자의적인 요소를 축소시키는 등 객관적인 평가 방향으로 진화할 것으로 예상된다. 협상이 갖는 본질상 다소간의 의견 차이와 이로 인한 분쟁의 가능성이 존재함에도 불구하고, 결과적으로는 PP와 유료방송플랫폼간에 가입자 수의 부침, 글로벌 경쟁환경, 중소 PP에 대한 배려의 필요성 등 오늘날 방송환경의 변화에 대한 나름의 이해에 기초하여 합의가 이루어지고 있는 것으로 보인다. 제도적으로도 방송법과 IPTV법상 금지행위 규제, 공정거래법상 불공정거래행위 금지규제로 인해 ‘현저히’ 불합리한 프로그램 사용료 산정이 관철되기 힘든 환경이기도 하다.

이러한 상황에서 전문가들의 입장들은 ‘프로그램 사용료 제도의 개선보다는 광고 제도의 개선 등을 통한 PP 수익의 다변화’, ‘향후 방송환경의 변화에 따라 다양한 PP 등장을 예상한 저작권위탁관리업 모델의 활용’, ‘현행 프로그램 사용료 산정 및 징수 체계의 객관화’ 등 다양한 스펙트럼의 차이가 존재한다.

지금 당장에는 현행 체계의 틀을 근본적으로 바꾸어야 하는 계기와 정당화 사유가 존재하지 않지만, 프로그램 사용료 산정의 요소에 객관적 지표를 활용하는 방식으로 개선하는 방향성에 동의하면서, 이하에서는 구체적인 제도 개선의 여러 시도와 가능성에 대해서 살펴보도록 한다.

378) 이에 대해서는 정보통신전략위원회(2016. 12. 27.), 「유료방송 발전방안」, 49면 이하.

제3절 저작권위탁관리업 모델의 도입가능성

I. 인터뷰 및 자문 결과

1. 전문가 A

저작권위탁관리업 모델인 음원사용료 징수 체계를 벤치마킹하여 프로그램 사용료 산정 및 징수체계도 저작권위탁관리업 모델로 운영할 수 있을 것인지에 대해, 전문가 A는 제도의 벤치마킹을 위해서는 벤치마킹의 대상이 되는 제도의 목적, 대상의 특성, 환경 등이 유사해야 한다는 점을 전제하였다. 이를 전제로 다음과 같이 음원사용료 징수체계의 전용가능성에 대해 판단을 내리고 있다.

첫째, 프로그램 사용료 관련 방송채널 거래 시장이 음원 거래 시장과 유사하지 않다고 한다. 일반적으로 음원사용료 징수 체계로 저작권위탁관리업 모델이 선호되는 이유는, 음원사용에 있어 음원권리자는 누가 자신의 음원을 사용하는지를 정확히 알 수 없고 음원사용자 역시 음원권리자를 일일이 찾아다니며 협상을 하고 대가를 정하는 수고를 덜 수 있다는 계약당사자 쌍방 모두의 수요가 있기 때문이다. 이러한 음원사용에 있어서의 특수성과 계약당사자의 수요는 자발적으로 저작권위탁관리업 모델을 선호하게 만드는 요인이 되었고, 거래상대방이 해외에 있더라도 음원사용료를 상호 정산하려는 협력관계가 잘 형성되어 있다고 한다. 따라서 특별한 사정이 없는 한 음원사용자는 정해진 저작권위탁관리업체에 사전에 미리 설정된 이용 대가만 지급하기만 하면 저작권 및 저작인접권의 침해 없이 합법적으로 음악콘텐츠를 이용할 수 있게 된다고 설명한다. 이에 반해, 방송채널의 이용관계에 있어서는 음원사용의 관계와 달리 권리와 사용자가 한정되어 있어 굳이 저작권위탁관리업 모델을 활용하여 거래관계를 간이하게 할 필요가 없다고 보고 있다. 또한, 음원 관련 저작권위탁관리업 모델은 이용자의 콘텐츠에 대한 접근권을 돕기 위한 제도라는 성격이 강하지만, 프로그램 사용료의 제도개선 논의는 콘텐츠 공급자인 PP

에게 더 많은 프로그램 사용료를 확보하기 위한 목적이라는 점에서 그 취지가 상이하다는 점을 지적하였다. 마지막으로, 프로그램 사용료는 PP의 방송채널에 대한 저작권접권 문제인데, 유료방송플랫폼이 방송채널을 사용하게 될 경우 ‘개별 방송프로그램’에 대한 저작권자와 개별 방송프로그램 출연한 저작권접권자인 실연자의 권리 침해도 동시에 발생할 수 있기 때문에, ‘개별 방송프로그램’에 대한 저작권 및 저작권접권자들과의 권리처리 문제가 ‘동시에’ 해소되어야 할 필요성을 제기하였다. 음원의 경우처럼, 여러 권리를 고려한 관리단체들이 만들어지고 이들 사이의 협력 관계가 형성되지 않는다면, 유료방송플랫폼사업자는 방송채널과 관련된 저작권위탁관리업체와 계약을 체결하고, 나머지 ‘개별 방송프로그램’의 저작권자와 저작권접권자를 일일이 찾아다니거나 그 권리를 위탁받은 별도의 저작권위탁관리업체와 계약을 체결해야 하는 거래구조가 되기 때문에, 오히려 더욱 복잡한 문제를 야기할 수 있다는 우려를 제기하고 있다.

둘째, PP별로 이해관계가 달라 공통된 적정 대가를 산정하기 어렵다는 지적이다. 음원의 경우 통상 소요되는 제작비용의 편차가 크지 않지만, 방송채널은 개별 방송프로그램을 편성하기 위해 소요되는 비용의 편차가 상당하다는 것이다. 보도와 논평의 위주인 방송채널, 직접 자체제작하거나 외주제작사로부터 방송프로그램을 구매하여 편성하는 방송채널, 재방송 위주의 편성이 이루어지는 방송채널은 방송채널이라는 성과물을 만들어내기 위해 투입한 비용과 노력에 상당한 차이가 있을 것이다. 방송채널을 구성하는 개별 방송프로그램은 출연자, 감독, 작가, 출연자의 수, 회차, 촬영장소 등 비용의 규모를 좌우하는 요소가 너무 많다. 또한, 음원의 경우 정해진 이용료가 적고 정액(flat)의 이용료가 책정되더라도, 이용자들이 계속해서 특정 콘텐츠를 반복적으로 이용할 수 있어 그 사용대가인 이용료가 누적적으로 증가함으로써 적정 보상이 이루어질 수 있다. 반복적·누적적 이용 그 자체가 해당 음원의 가치를 반영할 수 있기 때문이다. 방송채널의 경우에는 누적적으로 이용료가 증가하기 어려운 구조이기 때문에 방송채널에 대한 대가가 적을 경우에는 이를 만회할 수 없게 된다. 방송채널은 PP가 편성한 방송프로그램이 고정되어 정형화된 순서로 송출되며, 편성이 주기적이지만 수시로 바뀌고 방송채널의 콘텐츠도 사실상 매년 변화하

기 때문에, 음원처럼 동일한 콘텐츠의 반복적·누적적 사용이 원천적으로 불가능하다. 나아가 방송채널의 가치는 방송채널에 들인 비용과 노력, 방송채널의 부가가치 창출 능력 등을 고려해야 하는데, 음원의 가치는 비용과 노력, 방송채널의 부가가치 창출 능력은 거의 고려되지 않는다. 방송채널의 가치가 방송채널마다 다르기 때문에, 개별 음원의 가치를 무시하고 음원이 이용되는 양에 비례하여 가치를 책정하는 체계를 그대로 차용할 수 없는 것이다.

셋째, 음원 사용과는 달리, 방송채널의 사용에 대한 대가인 프로그램 사용료 산정에는 다양한 고려요소들이 존재한다는 점도 문제이다. 방송채널의 번호, 방송채널 전후의 방송채널의 종류 등 대가 산정에 고려해야 할 요소들이 음원의 경우처럼 단순하지 않다.

넷째, 음원의 경우 음원을 사용하려는 자가 누구인지가 고려요소가 되지 않는 반면, 방송채널의 경우 방송채널을 사용하려는 자가 SO, IPTV, 위성방송사업자인지 여부에 따라 차별화될 소지가 있다. 방송채널을 이용하는 유료방송플랫폼별로 특정 방송채널의 프로그램 사용료가 일률적·정률적이지 않은 상황에서, 저작권위탁관리업 모델을 채택하게 될 경우 일률적·정률적으로 프로그램 사용료를 통일해야 하는 것이 오히려 현실에 반하는 것이라는 점을 지적할 수 있다.

그 밖에도 영상저작물에 대해서는 저작권위탁관리업 모델이 활성화되지 않고 있다는 점, 저작권위탁관리의 대상을 특정해야 할 필요가 있다는 점도 고려해야 한다고 설명하고 있다. 특히 프로그램 사용료는 방송채널에 대한 대가이기 때문에, 적어도 방송채널을 구성하는 개별 방송프로그램에 대한 이용료가 합산된 가격 이상일 것인데, 개별 방송프로그램에 대한 저작권 및 저작인접권의 처리가 복잡하게 얽힐 가능성이 높을 것으로 예상하고 있다.

2. 전문가 B

전문가 B는 PP들의 수 및 그러한 PP들이 제공하는 방송프로그램의 수가 매우 증가하여 개별 방송프로그램의 개성이 상대적으로 희석되고, 추가적으로

유료방송플랫폼이 개별 PP들과 일일이 협상하는 데 불편이 따르거나 불필요한 거래비용이 많이 발생하며, 개별 방송프로그램에 대한 효율적이고 광범위한 저작권침해 단속의 필요성이 요청되는 상황이라면 저작권위탁관리업 모델을 활용할 여지가 있다는 입장이다.

다만, 이러한 저작권위탁관리업 모델의 활용에 대한 충분한 수요가 조성되지 않은 상황에서 자칫 선부른 제도의 활용이 이루어질 경우, 불필요한 가격통제가 이루어져 사적 자치 원칙에 반하는 결과가 벌어질 수도 있으므로, 그와 같은 수요와 필요성이 시장에서 충분한 공감대를 형성하고 있는지에 대한 검토가 사전적으로 필요하다는 점을 강조하고 있다.

3. 전문가 C

전문가 C는 PP에 대한 프로그램 사용료는 저작권의 차원은 아니며 별도의 방송채널 공급대가라고 전제한다. 따라서 방송채널 공급대가는 기본적으로 방송채널의 경쟁력에 따른 협상에 따라 정해져야 할 사항으로 저작권위탁관리업 모델과 성격이 맞지 않으며, 프로그램 사용료는 PP사업자가 방송채널 공급으로부터 얻는 수익의 일부만을 차지하고 있는 것이므로, 다른 부분의 고려 없이 저작권위탁관리업을 통해 정해지기 어려운 사항이라고 하고 있다.

4. 전문가 D

전문가 D는 음원시장에서의 저작권위탁관리업 모델이 성행하는 이유에 대해 설명하고 있다. 2000년대 들어 디지털 음원의 개발·공급이 활발해지고 아울러 초고속 인터넷이 널리 보급되면서 온라인 음악서비스시장이 빠르게 확산되었고, 이에 따라 음원 제작이 늘어남과 더불어 기존 음원을 개별적으로 사용하려는 수요도 급증하였다는 것이다.

〈표〉 음반 판매시장과 온라인 음악서비스시장의 비교

구분		음반 판매시장	온라인 음악서비스시장
판매대상		유형적 음반 (CD, LP, 카세트테이프 등)	디지털 음원 (mp3, mp4 등)
시장 구조	출시 단위	여러 음원이 모인 ‘음반’ 단위	1개의 음원이 독자적인 상품 구성
	판매·유통	오프라인·온라인 레코드 판매점	OSP가 온라인으로 판매
판매방식		‘음반’별 판매	‘음원’별 판매

이러한 상황에서 개별 음원에 대한 음원권리자의 동의를 일일이 받는 것은 수요자의 입장에서 매우 불편한 일이었고, 또한 음원권리자 입장에서조차 불법 복제 등이 성행하는 것보다는 특정 저작권위탁관리업체를 통해 적정한 가격에 음원을 사용할 수 있도록 하는 것이 더 큰 이익이 되는 상황이었다고 설명한다. 게다가 음원의 가격이 높은 편이 아니고, 음원별로 제작비 차이나 소비자 판매가격의 편차가 큰 것도 아니어서 저작권위탁관리업 모델의 부작용이 크지 않았다고 한다.

무엇보다 음원권리자가 다층적으로 존재한다는 점에서도 저작권위탁관리업 모델이 필요한 상황이었다고 한다. 음원권리자는, 음원의 저작권자(작사자·작곡자·편곡자)³⁷⁹⁾, 음원에 대한 저작인접권자인 실연자³⁸⁰⁾ 및 음반제작자(CP)³⁸¹⁾를 말하며, 이들 각각에 대해서 문화체육관광부장관의 저작권신탁관리업 허가³⁸²⁾를 받은 저작권위탁관리업체들이 설립되어 있다. 이들 중 주요한 것이 사단법인 한국음악저작권협회(음저협; KOMCA), 사단법인 한국음악실연자연협회(음실연; FKMP), 사단법인 한국음반산업협회(음산협; RIAK)인데, 이들은 대다수 음원에 대한 권리를 위탁받아 일률적인 저작권사용료를 정하고 있으

379) 저작권법 제2조 제1항 제2호는 “저작자”를 “저작물을 창작한 자”로 정의하고 있음.

380) 저작권법 제2조 제1항 제4호는 “실연자”를 “저작물을 연기·무용·연주·가창·구연·낭독 그 밖의 예능적 방법으로 표현하거나 저작물이 아닌 것을 이와 유사한 방법으로 표현하는 실연을 하는 자”로 정의하면서, “실연을 지휘, 연출 또는 감독하는 자를 포함”하고 있음.

381) 저작권법 제2조 제1항 제6호는 “음반제작자”를 “음반을 최초로 제작하는 데 있어 전체적으로 기획하고 책임을 지는 자”로 정의하고 있음.

382) 저작권법 제105조 제1항 참조.

며, 이 외에도 사단법인 함께하는음악저작인협회(함저협; KOSCAP)와 같은 저작권위탁관리업체가 존재한다. 음원을 사용하고자 하는 자는 저작권위탁관리업체와 계약을 체결함으로써, 개별 권리자를 일일이 찾아서 개별적으로 계약을 체결해야 하는 불편을 겪지 않아도 되며, 다만 이러한 신탁이 법적으로 강제되는 것은 아니기 때문에 일부 권리자들이 자체적으로 음원을 유통하고 사용료를 정하는 경우도 있지만 그 비율은 높지 않은 상황이다.

음원유통업자(OSP)는 위와 같은 권리자 또는 권리자 저작권위탁관리업체로부터 이용허락을 받아 디지털 음원을 유통하는데, 개별 음원가격은 각 저작권위탁관리업체별로 제정되어 있는 ‘징수규정’에 따라 정해진다. 이러한 징수규정 역시 문화체육관광부장관의 승인을 얻어야 하며,³⁸³⁾ 이처럼 디지털 음원의 판매가격은 권리자의 신탁을 받은 저작권위탁관리업체가 문화체육관광부장관의 승인을 얻어 정하는 것이므로 기본적으로는 권리자가 판매가격을 정하는 것으로 볼 수 있으며, 음원유통업자가 임의로 판매가격을 변경하기 어렵다고 보아야 한다.

영화 VOD의 경우에도 디지털 음원의 경우와 마찬가지로 저작권위탁관리업체가 존재하기는 한다. 즉, 사단법인 한국영화제작가협회(KFPA)와 사단법인 한국영화배급협회(MDAK)가 문화체육관광부장관의 허가를 받아 설립되어 있으며, 이들에게 신탁되어 있는 영화 VOD의 사용료는 위 저작권위탁관리업체들의 징수규정에 따라 정해진다. 다만, 영화의 경우에는 디지털 음원과 달리 신탁단체에 가입되어 있지 않은 제작자(CP) 및 유통사(Multiple/Master Contents Provider; MCP)들이 많다고 한다.

영화의 가격은 CP 및 MCP와 유통플랫폼(Service Provider; SP) 사이의 개별 협상에 따라 판매가격이 결정되는데, 판매가격 결정단계에서는 SP가 상당히 높은 협상력을 발휘하지만 일단 판매가격이 결정되면 SP가 임의로 판매가격을 수시 변경하지는 않는 것으로 알려져 있다. 특히, 영화 유통에 관한 수익 배분은 거의 대부분 ‘MG(Minimum Guarantee) + RS(Revenue Share) 방식’ 또는 ‘RS 방식’으로 이루어지고 Flat(정액판권계약) 방식은 거의 찾아보기 어

383) 저작권법 제105조 제4항 참조.

려운데,³⁸⁴⁾ 이 중 RS 방식에서는 해당 VOD 가격에 대해 CP, MCP가 상당한 이해관계를 갖기 때문에 SP가 CP, MCP와 계약을 통해 판매가격을 정한 이후 임의로 이를 변경하기는 어렵게 된다고 한다.

영화 VOD에 대해 저작권위탁관리업 모델이 활발히 활용되지 못하는 것은 영화는 음원과 달리 그 편수가 적고, 권리자를 찾기가 어렵지 않으며, 이를 활용하려는 수요도 음원에 비해 적기 때문이라고 할 수 있다. 또한, 저작권위탁관리업 모델과 징수규정에 따른 가격 통제를 받기 보다는 자율 협상에 따라 판매가격을 결정하려는 수요가 더 높다는 점도 저작권위탁관리업 제도의 활용을 주저하게 만드는 원인으로 볼 수 있다.

이러한 점들을 고려할 때, 유료방송 프로그램의 사용 대가를 저작권위탁관리업 모델을 통해 산정하는 것이 적절한 것인지에 대해서는 의문이 있다고 한다. 유료방송시장의 유료방송플랫폼사업자나 PP 모두 자율적인 판매가격 결정에 익숙해 있고, 방송프로그램은 프로그램별로 제작비와 시장가치의 차이가 매우 크기 때문에, 저작권위탁관리업 모델을 통한 일률적 가격책정은 오히려 정당한 대가를 받을 수 있는 기회를 제한할 수 있다는 것이다. 아울러, 양질의 프로그램이 높은 가치를 평가받아야 프로그램 제작 경쟁이 활성화되는 순기능도 있다고 한다. 또한, 유료방송 프로그램의 권리자를 찾기가 어려워 불편이 발생하고 있는 것도 아니라고도 한다.

요컨대, 유료방송 프로그램의 경우, 저작권집중관리제도가 필요하지도 않고 적합하지도 않다고 생각된다고 결론내리고 있다.

II. 평가

전문가 A의 지적대로, 음원사용료 문제와 프로그램 사용료 문제가 동일하다고 볼 수는 없다. 특히 개별 방송프로그램 자체의 저작권 문제와 개별 방송프로그램과 관련하여 이해관계를 갖는 작가, 실연자 등의 권리처리 문제도 모두 처리되어야 실익이 있을 것이다. 실무적으로 PP가 이러한 문제를 처리하는 것

384) 영화 VOD 유통구조 및 수익 배분에 관해서는 남상현, “상생의 ‘묘’를 고민하며 - 유통계약 구조로 본 디지털 온라인 시장”, 한국영화진흥위원회(KOFIC), 2016. 7. 15. 참조.

으로 알려져 있다. 이 문제가 발생할 경우, 책임소재는 PP에게 있는 것으로 계약이 이루어지는 것이다.³⁸⁵⁾ 그러나 저작권위탁관리업 모델이 도입될 경우, 이러한 개별 주체들의 저작권 및 저작인접권 처리 문제는 새롭게 부상할 수 있을 것으로 본다.

전문가 A의 견해 중 동의할 수 없는 부분은 방송채널의 특성과 관련된 것이다. 프로그램 사용료는 역사적으로 축적된 부분과 현재 방송평가의 결과가 종합되어 산출된다. 현행 프로그램 사용료는 전문가 A의 지적처럼 방송채널의 비용을 디테일하게 고려하지 않고 있고, 방송채널의 특성도 엄격히 구분 짓지 않고 있다. 고려요소를 모두 고려하고 가치 산정에 반영하는 것이 바람직하겠지만, 오히려 고려요소가 늘어날수록 가치의 산정을 어렵게 하는 딜레마도 존재한다는 점을 염두에 두어야 한다. 고려요소마다의 평가에 대해서도 주장하는 자마다 모두 다를 수 있고, 아전인수식으로 해석할 우려도 존재한다. 또한, 전문가 A는 음원의 경우 사후적으로 반복적·누적적 이용을 가치에 반영할 수 있는 구조이지만, 방송채널은 그렇지 않다는 점도 지적하고 있다. 물론 방송채널은 반복적·누적적 이용횟수에 따른 정산체계가 어려운 구조이기는 하다. 그런데 반복적·누적적 이용이라는 것은 해당 음원의 인기를 반영하는 것으로 볼 수 있다. 방송채널도 인기를 반영할 수 있는 객관적 지표는 얼마든지 있다. 대표적으로 시청점유율은 사후적으로 방송채널의 가치를 측정하는 객관적인 지표이다. 반복적·누적적 이용을 표징하지는 않지만, 시청점유율은 충분히 반복적·누적적 이용과 유사한 속성을 지닐 수 있다고 본다.

다만, 프로그램 사용료 산정에는 채널번호라는 독특한 가치 산정의 고려요소가 존재한다는 어려움이 있다. 이론적으로는 PP의 채널번호가 가치산정에 영향을 미치는 요소임에는 분명하지만, 실무적으로는 PP의 채널번호가 명시적인 가치로 산정되어 프로그램 사용료 산정에 직접 반영되는 구조는 아니라고 알려져 있다.

실무에서는 프로그램 사용료 산정의 체계가 단순하다고는 하지만, 주관적으로 PP가 생각하는 합리적인 프로그램 사용료의 수준은 제각각이라고 할 수

385) 음원의 사용 문제는 IPTV 사업자가 처리하는 예외의 경우도 존재한다.

있다. 저작권위탁관리업 모델의 기본적인 전제가 PP의 종류와 무관하게 사용료가 산정되어 제시되어야 하는 특성이 있다는 점을 고려하면, 주관적인 PP 방송채널의 가치가 상이하다고 인식하고 있는 상황에서는 저작권위탁관리업 모델을 차용하기 어려운 구조라고 하겠다.

제4절 객관적 지표에 근거한 유료방송 프로그램 사용료 산정 가능성

I. 인터뷰 및 자문 결과

1. 전문가 A

영화나 음악은 일정한 단위로 이용 대상을 한정 내지 구분하고 있으므로, 그에 대한 대가를 부여하는 것은 상대적으로 쉬울 것이고, 동일한 콘텐츠에 대한 누적적·반복적 이용에 비례하여 저작권 및 저작인접권료가 증가할 수 있는 기회가 보장된다고 한다. 이용횟수나 양만을 기준으로도 이러한 대가를 산정하기 용이하다는 것이다. 그러나 방송채널은 그 가치를 일률적으로 정하기 어렵고, 방송채널의 가치는 일정한 시간대와 시청 연령대에 따라 달라질 수 있으므로 객관적 지표에 근거한 프로그램 사용료 산정 가능성은 희박해진다. 앞서 언급했듯이, 방송채널의 가변적 속성상 동일한 콘텐츠의 반복적·누적적 소비가 이루어질 수 없다.

2. 전문가 B

전문가 B도 벤치마킹의 대상이 되는 음악저작물의 특성을 분석하여 설명하고 있다. 방송프로그램을 음악저작물과 대비하면, 방송프로그램은 이용 가능한 대상의 수가 상대적으로 적고, 방송프로그램 한편의 재생시간이 상대적으로 길다는 특징을 갖고 있다고 전제한다. 오히려 그렇기 때문에 기술적으로 그 이용 여부를 확인하기가 용이하고, 평가 측면에서도 방송프로그램마다 질적 가치에 대한 평가가 쉽게 이루어져 왔던 측면이 있다고 한다. 그러나 같은 영상저작물인 영화는 질적 가치를 불문하고 이용횟수나 이용량에 따라 저작권 사용료를 정산하는 모순적인 상황이라는 점을 지적한다. 또한, 음악저작물의 경우에도 과거 앨범 단위로 판매될 때는 소위 몇 대 ‘명반’이라는 식으로 앨범에 대한 질적 가치 평가가 이루어졌으나, 특정 앨범의 시장가가 다른 앨범 대

비 높은 경우는 거의 없었고, 저작권 사용료는 이용량에 따라 정산되어 왔다고 설명하고 있다.

이러한 점을 고려하면, 저작권 사용료 산정에 정성적 요소를 고려할 것인가, 아니면 정량적 요소만을 고려할 것인가 하는 판단은 해당 저작물의 본질 내지 성격에서 비롯된 것이라기보다는 저작권 사용료 산정·징수·배분 등의 용이성 내지 편의성을 고려한 ‘정책적 판단’의 산물이라고 판단하고 있다. 특정 방송프로그램의 질적 가치에 대한 평가는 어디까지나 주관적일 수밖에 없고, 시대나 지역에 따라 달라질 수밖에 없으므로, 특정 시점에서의 질적 가치는 결국 그 시점의 이용횟수나 이용량으로 반영된다고 볼 수 있다고 한다. 따라서 향후 방송프로그램의 제작주체가 개인화/소형화, 다양화되고 그에 따라 방송프로그램의 개수가 증가하게 되면 사용료 산정의 편의 차원에서 단순히 이용횟수나 이용량만을 고려 요소로 삼는 것도 문제없다고 결론내리고 있다.

3. 전문가 C

전문가 C는 객관적 지표에 근거한 정산이 이루어지는 음악저작물의 경우, 각 음악마다 경제적 가치를 산정하기 어려운 성격이 있으며, 음원제작에 들어가는 비용의 규모가 크게 차이가 나지 않는다고 하고 있다. 또한 음원권리자 입장에서는 수익 방식을 대량 판매 및 2차적 사업을 통한 비용 회수 방식을 택하고 있다고 하고 있다.

이에 반하여 PP는 실시간 경쟁에 노출되어 있기 때문에 대량 판매방식이 아니라 콘텐츠 경쟁력을 통한 시청률 및 시청점유율 확보가 더 중요하며, 이를 위해 보다 큰 규모의 제작비 투입을 고려하게 되기 때문에 이러한 비용을 회수하기 위해서는 차별적이고 높은 콘텐츠 가치를 인정받아야 하는 상황이라는 점을 들며 양자 간의 차이점을 설명하고 있다. 이러한 점에서 음원권리자와 PP 사업자의 이해가 다르기 때문에 객관적 방법에 따른 정산방식이 적정하지 않다고 판단하고 있다.

한편, 영화저작물의 경우 양적규모에 따른 정산방식을 택하고 있다고 하는

데, 그것은 영화저작물에 창작적으로 기여한 자에 대한 저작권 또는 저작인접 권료에 관한 사항이고, 영화저작물 그 자체의 이용 및 공급에 관한 사항에서는 이해당사자 간의 협상에 의해 정해지고 있다고 설명한다. 즉, A라는 영화에 대한 저작권 또는 저작인접권료는 양적인 기준으로 정산되지만, A라는 영화 자체의 가치는 양적 기준에 의해 정해지는 것이 아니라는 것이다. 예컨대, A라는 영화콘텐츠가 IPTV에 VOD로 공급되는 경우에는 주로 해당 A 영화콘텐츠의 IPTV VOD 매출액은 6:4로 나누는 수익공유방식(Revenue Share)이 활용되고 있다.³⁸⁶⁾

II. 평가

전문가 B의 지적대로 유료방송 프로그램 사용료 산정방식은 저작권 사용료 산정·징수·배분 등의 용이성 내지 편의성을 고려한 ‘정책적 판단’의 산물이다. 논리적으로 반드시 어떠한 방식에 의해 산정되어야 한다는 사회적 합의는 존재하지 않는다. 다만, 객관적 지표에 의한 프로그램 사용료 산정을 위해서는 객관적 지표를 무엇으로 삼을 것인지에 대한 합의가 필요하다. 시청점유율은 음원의 이용량에 대비되는 방송채널의 인기를 측정할 수 있는 요소이다. 그러나 방송채널의 가치를 오로지 시청점유율에 의존시켜서는 방송채널의 다양성을 훼손할 수 있다. 방송채널과 방송프로그램의 다양성을 위한 객관적 보정요소가 존재한다면, 객관적 지표에 근거한 프로그램 사용료의 산정이 가능하다고 본다.

386) 이 예는 이해의 편의를 위해 연구진이 추가로 제시한 것이다. 영화콘텐츠의 IPTV 공급에 따른 저작권료 처리와 정산방식에 대한 상세는 영화진흥위원회(2016), 영화 온라인 시장 구조분석, 12면 이하.

제5절 저작권위탁관리업 모델과 개별협상 모델의 병존 가능성

I. 인터뷰 및 자문 결과

1. 전문가 A

전문가 A는 동일한 PP의 방송채널에 대하여 개별협상에 따른 프로그램 사용료 규모와 저작권위탁관리업 모델에 따른 프로그램 사용료 규모가 달라질 우려가 있고, 거래상대방별로 거래조건이 차별화되는 결과가 발생하여 공정거래법에 저촉될 우려가 있다고 보고 있다.

거래상대방인 유료방송플랫폼사업자의 입장에서 어떤 경우에 저작권위탁관리업체와 거래해야 하는지를 명확히 알 수 없어 거래 구조가 불투명하고 복잡하게 될 우려가 있다고 판단하고 있다.

특히 PP가 개별협상 방식과 저작권위탁관리업 모델 방식을 선택할 수 있게 하면, 저작권위탁관리업 모델이 형해화될 우려가 있다고 한다. 특히 인기 있는 PP의 방송채널은 개별협상의 대상이고, 인기가 없는 PP의 방송채널만 저작권위탁관리업체에 맡겨질 우려가 있다는 것이다.

2. 전문가 B

전문가 B는 신규로 시장에 뛰어든 중소 PP 사업자의 경우, 기존의 대형 PP 사업자와 달리 유료방송플랫폼 대비 협상력에서 열위에 있을 수밖에 없으므로, 개별협상을 통한 프로그램 사용료 산정보다 저작권위탁관리업체를 통한 프로그램 사용료의 일괄 산정이 유리하다고 생각할 수 있다고 한다. 따라서 개별협상을 할 것인지 또는 저작권위탁관리업 모델을 따를 것인지에 대한 선택권 부여를 통해 더 많은 중소 PP 사업자들이 저작권위탁관리업체를 활용하게 함으로써 해당 저작권위탁관리업체가 성장하게 되어 강화된 협상력을 갖게 되고, 또 그에 따라 추가적인 PP 사업자들이 저작권위탁관리업체를 활용하는

선순환 구조가 도출될 수 있다고 판단하고 있다.

반대로 유료방송플랫폼 입장에서든 수많은 중소 PP 사업자와 일일이 개별 협상을 하는 것은 거래비용적인 측면에서 오히려 손해라고 생각할 수 있으므로, 다수의 중소 PP 사업자를 대상으로 한 프로그램 사용료 정산 시에는 저작권위탁관리업체를 활용하고자 하는 유인이 있을 수 있다고 결론내리고 있다.

3. 전문가 C

전문가 C에 따르면, PP사업자 입장에서 저작권위탁관리업체를 이용하려는 경제적 유인은 프로그램 사용료가 현행 체계에 따른 프로그램 사용료 보다 높은 사용료를 받는 것을 기대할 것이라고 생각한다. 만일 모든 PP가 기존과 동일하거나 프로그램 사용료가 인하된다면 굳이 저작권위탁관리업 모델을 선택하지 않으려 할 것이기 때문이라고 한다.

그런데 보다 중요한 것은 앞서 언급한 바와 같이 PP사업자의 수익에 영향을 미치는 요인이 프로그램 사용료 외에 많다는 것이라고 한다. 이러한 프로그램 사용료 이외의 변수들은 별도로 유료방송플랫폼 사업자와 결국 다시 협상을 해야 할 상황이 된다고 설명한다. 가령, 저작권위탁관리업 모델에 따라 프로그램 사용료를 인상되었다 하더라도, 유료방송플랫폼사업자는 이러한 인상분을 상쇄시킬 반대급부를 PP 사업자에게 부담시킬 수 있어 결과적으로 이원화된 협상관계가 될 우려가 존재한다고 한다.

다만, 협상력이 약한 PP사업자들의 경우 다른 PP와 함께 공동으로 협상창구를 특정 저작권위탁관리업체로 단일화함으로써 협상력을 강화하는 수단으로 저작권위탁관리업 모델을 활용할 수 있을 것이라고 한다. 다만, 이러한 경우는 PP 사업자의 채널경쟁력 등 이해가 동일하거나 유사한 경우에 가능할 것으로 전제한다.

4. 전문가 D

전문가 D는 방송프로그램은 이를 제작하고 유통하는 사업자의 재산권에 속하며, 따라서 헌법 제23조에 따라 보장되어야 한다고 본다. 그런데 앞서 살펴본 것처럼, 저작권위탁관리업 모델은 저작권 침해 방지와 권리자 및 수요자의 편의를 위해 도입된 제도일 뿐, 이를 법으로 반드시 강제해야 할 정도의 공익적 필요성이 크다고 볼 수 없다고 한다. 또한, 저작권위탁관리업 모델은 사업자의 가격 결정권을 제한하게 되므로 이에 대해 사업자의 선택권을 배제할 경우에는 재산권 제한의 정도가 과도하여 재산권 침해에 이를 우려가 있다고 한다. 디지털 음원의 경우 저작권위탁관리업 모델 활용이 불가피한 측면이 있어 대다수 사업자가 이를 이용하고 있지만, 그에 따른 가격 결정 및 수익배분 측면에서 국내 사업자가 신탁제도의 적용을 받지 않는 애플, 구글 등 해외 사업자에 비해 불리하다는 지적이 제기되고 있는데,³⁸⁷⁾ 이는 저작권위탁관리업 모델이 재산권에 대한 제한적 측면이 있음을 보여주는 것이라고 한다.

따라서 만약 프로그램 사용료 정산에 신탁제도를 도입한다면 PP사업자의 재산권이 함부로 침해되지 않도록 제도 참여 여부에 대한 선택권을 부여해야 할 것이라고 보고 있다. 아울러, 현행 저작권법에 따라 신탁이 이루어지고 있는 디지털음원과 영화 VOD의 경우에도 권리자의 ‘옵트-아웃(Opt-Out)’이 인정되고 있으므로, 기존에 시행되던 제도와는 형평 측면에서도 저작권위탁관리업 모델에 대한 선택권은 부여되어야 할 것으로 결론을 내리고 있다.

저작권위탁관리업 모델에 사업자의 선택권을 부여하는 것은 근본적으로 해당 제도의 위헌성을 제거하기 위한 것이기 때문에 불가피하다고도 본다. 또한, 저작권위탁관리업체의 활용 정도는 해당 단체 및 관련 제도가 얼마나 효율적이고 편리한지에 달려 있는 것이므로, 선택권이 있다고 하여 반드시 저작권집중단체의 활용도가 낮아진다고 보기는 어렵다고 한다. 이는 디지털 음원의 사례가 실증하고 있다고 생각된다고 하고 있다.

II. 평가

387) IT조선(2019. 1. 8.자), “[해설] 韓 기업 역차별하는 문체부 음원 개정안... 애플·구글만 유리”.

저작권위탁관리업 모델은 현재도 시행가능한 체계이다. PP의 저작인접권 권리처리를 위탁받은 저작권위탁관리단체가 문화체육관광부 장관으로부터 허가를 받으면 된다. 개별 협상이 유리하다고 판단되는 PP는 현행대로 개별적으로 협상할 수 있도록 하고, 저작권위탁관리업체를 통해 저작인접권의 처리를 원하는 PP는 저작권위탁관리업 모델에 의하면 된다.

다만, 법으로 강제하기 어려운 상황, 법으로 강제하더라도 이를 정당화하기 어려운 환경에서, 과연 자발적으로 저작권위탁관리업 모델을 원하는 PP가 현실적으로 존재하겠느냐가 중요하다. 특히 방송채널의 가치를 단순화시키는 프로그램 사용료 산정체계가 채택될 가능성이 높은 상황에서, 이러한 체계에 동의할 PP가 많지 않다는 점도 현실적인 걸림돌이다. 이미 프로그램 사용료가 정해지는 시장이 존재하고 있는 상황에서, 저작권위탁관리업 모델 도입으로 인해 특정 PP의 방송채널 가치가 낮아질 가능성이 있다면, 더욱 이러한 모델로의 편입을 꺼리게 된다. 현재의 방송시장 환경에서는 협상력이 약한 중소 PP가 저작권위탁관리업 모델을 활용할 유인은 존재한다. 유료방송플랫폼의 입장에서는 일부 PP만 저작권위탁관리업 모델에 따르고, 나머지 PP, 그리고 지상파와 종편 등이 빠질 수 있는 환경에서는, 저작권위탁관리업 모델이 성공하기 어려울 것이라는 입장을 가질 수 있다.

제6절 유튜브의 콘텐츠 가치측정 방식의 전용 가능성

I. 인터뷰 및 자문 결과

1. 전문가 A

전문가 A는 현행 저작권위탁관리업 모델 제도에 따를 때, 저작물 이용에 대한 사용요율과 금액에 관한 사항을 공개하고, 이해관계자의 의견을 반영하여 그 요율이나 금액이 정해지도록 규율하고 있는데, 알고리즘에 기반한 유튜브의 가치측정 및 정산 방식은 투명성이 결여되어 있고 사전적·사후적으로 객관적인 검증이 어려워 질 것이라고 우려하고 있다. 따라서 유튜브의 방식을 프로그램 사용료 체계에 전용하는 것은 적절치 않다는 입장이다.

2. 전문가 B

전문가 B는 유튜브의 예를 들며 유튜브가 콘텐츠 제작자의 동기 부여를 위해, 구글 애드센스와 연동해 조회수로 수익을 낼 수 있는 시스템을 제공하고 있다고 설명하고 있다. 즉, 지난 12개월 동안 채널 총 시청 시간이 4,000시간(유튜브 분석에 있어 시간은 ‘분’ 단위로 측정되므로, 정확히는 240,000분)에 도달하고 구독자 수가 1,000명을 넘기면(2018. 1. 16.부터 적용되는 기준) 계정 관리에 수익 창출 옵션이 생기는데, 해당 옵션을 활성화하면 조회수에 따라 광고수익을 분배받을 수 있다는 것이다. 이 광고수익을 어떻게 산정하여 분배하는지와 관련하여 정확한 산정요소 및 가중치는 알려져 있지 않으나, 영상의 길이보다는 평균 지속 시청시간이 중요한 것으로 알려져 있고, 또한 시청자가 누른 ‘좋아요’/‘싫어요’의 비율도 영향을 주는 것으로 알려져 있다고 한다.

이러한 유튜브의 가치측정 방식은 결국 해당 콘텐츠가 갖는 경제적 가치를 최대한 정확하게 산정하기 위해 고안된 것이므로, 그러한 실용적 측면을 고려할 때 현재 활용되고 있는 음악저작권사용료 징수규정에도 향후 반영될 가능

성이 있어 보인다고 한다. 실제로 (사)한국음악저작권협회의 음악저작권사용료 징수규정은 제정 이래 평균적으로 1년에 1번 이상씩(1988. 2. 23.자로 제정된 이래 2018. 6. 20.까지 32번의 개정이 이루어짐) 꾸준히 개정되어 왔다고 한다. 즉, 적법하게 제·개정되었다고 하더라도 그 규정이 항상 현실적 타당성을 확보·유지하는 것은 아니기 때문에, 빠르게 변화하는 음악 산업의 현실을 제대로 반영하기 위해 지속적으로 개정이 이루어져 왔던 것이다. 저작권법 또한 이러한 지속적 개정을 염두에 두고, 문화체육관광부장관으로 하여금 징수규정 승인과 관련하여 권리자, 이용자, 전문가 등의 의견을 들을 수 있도록 규정하고 있다(저작권법 시행령 제49조 제4항).

같은 논리로 프로그램 사용료 산정에 있어서도 저작권위탁관리업 모델이 도입된다면, 유튜브 산정방식과 유사한 내용의 산정방식이 분배규정에 반영될 것으로 생각된다고 한다. 무엇보다 그와 같은 산정방식에서는 여러 가지 고려 요소를 다양한 가중치로 두기 마련인데, 개별협상마다 당사자 간에 그와 같은 고려 및 검토를 하는 것은 현실적으로 어려울 것이라고 한다. 선택지가 있는 경우라도, 결국 (1) 프로그램 사용료에 대한 저작권위탁관리업체의 분배규정을 개별협상에 참고하는 식으로 활용하거나, (2) 아예 프로그램 사용료의 산정 및 징수를 저작권위탁관리업 모델을 활용하게 될 가능성이 높다고 판단하고 있다.

3. 전문가 C

전문가 C는 결론적으로 상관관계가 없다고 판단하고 있다. 유튜브의 경우 플랫폼이 먼저 만들어진 후, 콘텐츠 공급자가 유튜브 플랫폼을 이용할 것인지 아닌지를 스스로 선택하여 자신의 콘텐츠를 플랫폼에 게재하게 되는 체계라고 한다. 즉, 콘텐츠의 게재는 유튜브의 수익분배 체계를 따른다는 것을 스스로 받아들이는 것이다. 또한 유튜브는 콘텐츠공급자에게 협찬이나 광고 등 다양한 추가 수익을 제공하는 플랫폼으로 기여를 하고 있는 것이다.

이에 반하여 유료방송플랫폼의 경우는 PP의 존재를 전제로 하고 PP에 의존

하는 구조라고 설명한다. 즉, 오히려 PP가 유료방송플랫폼의 가입자 유치에 기여를 하고 있기 때문에 유튜브와 콘텐츠 공급자와의 관계와 다른 면이 있다는 것이다.

한편 PP의 경우 유료방송사가 수익을 제공할 수 있는 유일한 플랫폼이기 때문에, 유료방송사가 일방적으로 약관 등으로 정한 프로그램 사용료만으로 만족할 수 있는 입장이 아닐 것으로 판단하고 있다.

4. 전문가 D

전문가 D는 유튜브의 광고수익 모델의 실체에 대한 정보가 명확하지 않다는 이유로 유보적인 입장이다.

특히 유튜브를 통한 PP의 유통채널이 추가됨으로써 PP가 기존에 얻지 못하였던 새로운 수익을 창출해 준다는 시각도 있지만, 이러한 방식은 결국 시청자들의 유튜브 쏠림 현상을 가속화시켜 TV를 통한 방송 시청을 외면하게 하고, PP의 유튜브에 대한 종속성을 높이며, 유튜브가 없었다면 PP가 받을 수 있었을 이용료가 훨씬 더 컸을 것이라는 비판도 있다고 소개한다. 또한, 유튜브를 통해 제공되는 UCC의 가치와 많은 제작비와 인력이 투입되는 방송프로그램의 가치를 동일 선상에서 비교하기도 어렵다고 한다.

결과적으로, 유튜브 광고수익 모델과 같은 가치측정 방식의 전환이 저작권 집중관리제도를 도입해야 하는 원인이 된다고 보기는 어렵다고 보고 있다. 다만, 유튜브와 같은 AVOD(Ad-Supported Video on Demand) 서비스의 발전을 거스를 수 없는 흐름이라면, 저작권 침해를 방지하면서도 정당한 이용료 수취가 가능할 수 있도록 하는 법체계나 제도가 필요할 수도 있다고 한다. 그러나 그러한 법체계나 제도가 필요하다고 하더라도 저작권집중관리제도가 가장 적절한 제도인지에 대해서는 아직 논의가 더 필요하며, 현재로서는 유튜브와 PP 사이의 자율협상과 같은 시장메커니즘에 맡기고, 시장실패가 확인되는 경우에만 제도적인 개선을 논의하는 것이 바람직하다고 본다. 무엇보다, 제도를 마련하더라도 구글과 같은 글로벌 사업자에 대한 법 집행이 쉽지 않다는 점도 고

려할 필요가 있다고 한다.

II. 평가

프로그램 사용료 산정에 있어 가장 민감한 문제는 산정식과 지표의 객관성·투명성이다. 프로그램 산정에 대한 PP의 불만은 유료방송플랫폼이 어떠한 기준과 체계로 방송채널의 가치를 산정하고 평가하는지에 있었다. 전문가 A가 지적하듯이, 유튜브의 알고리즘 기반 가치산정 방식은 이러한 객관성·투명성의 문제에 직접적으로 노정된다. 다만, 합의가 가능한 객관적인 지표를 선정하고, 이에 기반하여 알고리즘을 통해 가치가 산정되는 방식이 도입된다면, 충분히 알고리즘에 기반한 가치산정 체계를 받아들일 수 있을 것으로 본다. 현행 체계에서는 특정 방송채널이 유료방송플랫폼사업자의 매출에 직접적으로 얼마나 기여하는지에 대한 측정이 불가능하지만, 알고리즘 기술을 활용한다면 특정 방송채널이 유료방송플랫폼사업자의 매출에 영향을 미치고 기여하는 정도에 대한 판단이 가능할 것으로 본다. 유튜브의 가치 산정방식도 결국 특정 콘텐츠가 창출하는 수익을 플랫폼이 유튜브와 콘텐츠 크리에이터가 공유하고 나누는 것이라는 점은 프로그램 사용료 산정의 기본적인 이념과 체계에 부합한다.

제7절 방송미디어 환경의 변화와 유료방송 프로그램 사용료 산정체계의 전망

I. 인터뷰 및 자문 결과

1. 전문가 A

전문가 A는 프로그램 사용료 문제의 각 당사자들은 영리를 추구하는 사기업이고 각자의 입장에 따라 계약을 체결하고 거래조건을 설정하는 체계이고, 방송환경이 급변하는 상황에서 인위적으로 제도로써 프로그램 사용료 문제를 해결하려는 것은 옳지 않다고 생각한다.

현재의 상황보다 더 나은 명확한 방안이 존재하지 않는다면, 시장 플레이어의 자율적인 판단에 따라 정리되게 하는 것이 바람직하다고 한다. 다른 한편으로는 프로그램 사용료 이외의 수익 다변화를 모색할 수 있는 방안을 찾는 것도 중요하다고 지적하고 있다.

2. 전문가 B

전문가 B는 방송프로그램이라는 매체의 특성, 그리고 제작에 있어서의 진입장벽 등을 고려하면, 아무리 향후 PP가 개인화/소형화, 다양화된다고 하더라도 기존의 음악저작물과 같은 규모와 수준의 방송프로그램이 제작되어 소비되기는 어렵다고 생각하고 있다. 그러나 개인·소형 PP의 열악한 협상력, 방송프로그램 권리에 관한 개별적 확인의 복잡성, 저작권침해 등 저작권에 대한 불법적 이용에 대한 광범위한 방지 등의 요소들을 고려하면 궁극적으로는 PP 프로그램 사용료 징수 및 분배에 있어서도 저작권위탁관리업 모델의 도입을 고려해볼 만하다고 본다.

아울러 향후 AI 기술의 발전으로 저작권 정보, 저작물 이용량 및 이용비율에 대한 확인이 보다 정확해지고, 방송프로그램의 가치를 좀 더 실체에 부합

하도록 평가하는 방식으로 시스템도 개선될 것으로 기대하고 있다. 프로그램 사용료 산정과 관련하여 저작권위탁관리업 모델을 도입하는지 여부와 무관하게, AI 기술을 활용한 프로그램 사용료 산정방식의 구체화 및 고도화는 프로그램 사용료 체계 발전에 있어 반드시 거쳐 가게 될 진화의 한 단계라고 생각하고 있다.

3. 전문가 C

전문가 C는 유료방송플랫폼사업자와 PP 사업자의 수익원이 각각의 역할에 따라 명확히 구분될 필요가 있다고 한다. 즉 유료방송플랫폼사업자는 가입자 수신료를 수익원으로 하고, PP 사업자는 광고 및 수신료를 수익원으로 하여야 한다는 것이다. 이 경우 PP 사업자는 광고 및 수신료를 기반으로 양질의 콘텐츠를 제작, 공급할 수 있는 선순환이 될 필요가 있다고 생각하고 있다. 특히 PP 사업의 특성상 궁극적으로는 광고 보다 프로그램 사용료 기반의 수익구조가 만들어져야 한다고 생각하고 있다.

그렇게 되면 PP의 프로그램 사용료 수익 비중이 높아지면, 다른 요인이 아닌 프로그램 사용료 요인의 중요성이 커지고 이에 대한 징수체계가 개선될 환경이 만들어질 수 있다고 판단한다.

다만, 이러한 콘텐츠 거래에 관한 선순환이 되기 위해서는 유료플랫폼사업자가 가입자로부터 받는 수신료가 현실화(인상)되어야 할 필요가 있음을 전제하고 있다.

4. 전문가 D

전문가 D는 현행 방송프로그램 사용료 결정구조가 불합리하다고 보기는 어려우므로 당장 긴요한 개선방안을 논의할 실익은 적어 보인다는 입장이다. 그러므로 협상을 통해 방송프로그램 사용료를 결정하는 체계 자체를 변경하려 하기보다는 협상 당사자 간의 대등한 협상력을 갖출 수 있도록 하는 데 주안점을 둘 필요가 있다는 대안을 제시하고 있다. 예컨대, 일반 PP가 유료방송플

랫폼사업자에 비해 열위의 지위에 있지 않도록 양질의 콘텐츠를 제작할 수 있도록 지원하고, 다양한 플랫폼 및 유통채널을 확보할 수 있도록 하며, 유료방송플랫폼사업자의 거래상 지위 남용과 같은 불공정거래행위가 발생하지 않도록 모니터링하는 것이 필요할 것이라는 것이다. 특히 다양한 플랫폼 및 유통채널을 확보하기 위해서는 다양한 OTT 서비스가 시장에 자리 잡도록 할 필요가 있기 때문에 OTT 서비스에 대한 과도한 규제는 지양할 필요가 있다는 견해를 제시하고 있다.

II. 평가

방송미디어 환경은 앞으로 급격히 변화할 것이다. 이미 전통적인 방송플랫폼이 아닌 OTT 사업자가 방송시장에서 차지하는 비중과 위상이 높아져 가는 상황이다. 시청자의 미디어 이용행태도 실시간 방송시청 보다는 개별 방송프로그램을 본인의 시간에 맞춰 산발적으로 시청하는 모습을 보인다. 유료방송플랫폼사업자의 방송채널 구성 기능은 현저히 약화될 것으로 보인다. 개별 방송프로그램이나 영화콘텐츠 등을 수급·조달하고 이를 큐레이션하는 기능에 더욱 중점을 둘 것이다. 이러한 상황에서, 전통적인 미디어 생태계를 전제로 한 유료방송 프로그램 사용료의 산정과 징수 체계는 더 이상 유효하지 않을 수 있다.

특히 방송채널 단위의 소비가 아닌 개별 방송프로그램별 소비가 이루어지는 상황에서는 개별 방송프로그램에 대한 이해관계를 갖는 권리주체들이 자신의 권리를 더욱 강화하려는 유인이 클 것이다. 그리고 이러한 개별 방송프로그램을 볼 수 있는 유통채널인 플랫폼의 기여와 역할도 결코 작지는 않다. 중장기적으로는 음원이나 영화처럼 플랫폼의 수익에서 저작권 및 저작인접권 주체들과 플랫폼간에 수익을 분배하는 방식으로 전환될 가능성이 높다. 이러한 상황에서는 개별 방송프로그램의 가치가 차별되어서는 안 되며, 단순화되어야 한다. 저작권위탁관리업 모델에서 가치가 복잡화되고 많은 변수들을 고려하여 반영하여야 한다면 그 모델체계 자체와 부합하지 않는 상황이 발생한다. 개별

방송프로그램의 이용량에 따른 정산체계로 변화할 수밖에 없다. 따라서 방송 채널 자체에 대한 권리자인 방송사업자 보다는 개별 방송프로그램의 이해관계자인 주체들이 중요하게 부상하면서, 이들 권리자를 대변하는 저작권위탁관리 업체들이 등장하게 될 것이다. 그리고 정확한 개별 방송프로그램의 이용량을 측정하고 파악하는 저작권위탁관리업체들의 역할이 상당히 중요하게 될 것으로 예상해볼 수 있다.

제6장 결론

저작권위탁관리업 모델은 저작권 및 저작인접권자의 보호에 초점이 있기도 하지만, 궁극적으로 저작물이나 저작인접물의 활발한 활용에 중점을 두고 있다. 저작권 및 저작인접권자의 배타적인 권리행사를 인정하지 않고, 일정한 보상을 전제로 저작물 및 저작인접물의 확산을 통해 사회적·문화적 가치를 더욱 고양하기 위한 목적이다. 특히 PP와 유료방송플랫폼사업자 간의 협상 결과에 따라 특정 PP 채널을 가입자가 시청하지 못할 상황을 미연에 방지할 수 있는 기능도 있다. 그 결과 개별협상의 경우보다 프로그램 사용료를 더 적게 받을 가능성이 높은 상황이다. 따라서 PP 프로그램 사용료의 합리적인 산정과 제값 받기가 목적이라면 저작권위탁관리업 모델의 취지와는 부합하지 않다.

또한, PP의 입장에서서는 자신의 방송채널 가치가 차별적이라는 인식이 있으므로, 저작권위탁관리업 모델에 따른 단일 요금체계(flat)는 받아들이기 어려운 환경이며, 사업자 인터뷰 결과 대형 PP/중소 PP 및 SO/IPTV 사업자 모두 음원사용료 징수체계와 같은 패러다임 전환의 필요성에 공감하지 않고 있을 뿐 아니라, 그 파장에 대한 우려도 상당히 존재한다. 이미 시장이 존재하고 있는 상황에서, 시장에 급격한 변화가 초래될 수 있는 저작권위탁관리업 모델은 시장을 창출한 언론진흥재단의 뉴스콘텐츠 저작권위탁관리 상황과도 다르며, 수요자와 공급자의 이해가 일치하는 음원시장을 그대로 벤치마킹하기도 어려운 구조이다. 음원시장을 벤치마킹하려면, 개별 방송프로그램의 저작권자, 작가, 실연자 등 기여자와 함께 PP는 저작인접권자로서 one of them의 지위에서 크게 특정 유료방송사업자의 매출액에서 RS를 하고(ex. 저작권자 및 저작인접권자 측 6: 유료방송플랫폼 4), 여기서 배분된 몫을 각 저작권자와 저작인접권자 별로 나눈 다음, PP 몫에서 flat하고 even하게 정산받을 수밖에 없다. 유료방송시장의 PP와 유료방송플랫폼 모두 자율적인 판매가격 결정에 익숙해 있고, 방송프로그램은 프로그램별로 제작비와 시장가치의 차이가 매우 크기 때문에, 신탁제도를 통한 일률적 가격책정은 오히려 정당한 대가를 받을 수 있는 기회를 제한할 수 있다. 프로그램 사용료 산정 협상 시 단순히 방송채널의 가치

뿐만 아니라, 방송채널 번호의 배치 등 사용료 협상 과정에서 고려해야 할 변수(factor)가 단순하지 않다는 점도 걸림돌이다. 현재 자율적으로 저작권위탁관리업 모델을 활용할 수 있는 길이 열려있으므로, 사업자의 필요에 의하지 않고 강제적으로 저작권위탁관리업 모델을 강요하는 것은 정당성을 얻기 힘든 상황이다. 따라서 현행 방송법상 금지행위 규제 등 불공정거래가 현존하고 이것이 입증될 때에 법을 통한 규제를 하는 것으로 족하다는 입장이 대다수이다.

다만, 앞으로 방송시장 환경은 유료방송플랫폼을 통한 실시간 방송시청행태에서 OTT를 통한 개별 방송프로그램의 비실시간 시청행태가 더욱 우세할 전망이다. 실시간 방송채널의 가치, 이를 활용한 유료방송플랫폼의 BM, 방송채널 구성에 있어 유료방송플랫폼의 역할 등에 상당한 변화가 일어날 것으로 예상된다. 따라서 방송채널을 보유한 PP와 이를 구성·송출하는 유료방송플랫폼이라는 단순한 역학구조를 전제하여, 방송채널에 대한 가치를 측정하고 프로그램 사용료를 산정하는 체계에 근본적인 전환이 필요한 시점이라고 생각된다. 개별 방송프로그램의 중요성, 개별 방송프로그램의 증가, 개별 방송프로그램 송출 및 큐레이션에 있어 유료방송플랫폼의 역할, 이러한 변화를 고려한 PP에 대한 정산, 개별 방송프로그램을 둘러싼 권리주체들의 이해관계 등을 복합적이고 종합적으로 고려할 필요가 있다. 여기에 시청점유율이나 시청률 등 음원의 이용량에 대비되는 방송채널 또는 방송프로그램의 인기를 측정할 수 있는 객관적인 가치측정 방식과 지표를 적극 활용하되, 다양성을 배려하고 유지할 수 있는 보정이 필요하다.

참고문헌

<국내>

- 강준석(2015), 『방송시장 환경변화에 대응한 유료방송 요금 규제 및 수신료 배분 체계 개선 방안 연구』, 미래창조과학부.
- 강준석 외(2017), 『플랫폼 수익구조 개선을 통한 유료방송시장 생태계 선순환 기반조성을 위한 연구』, 정보통신정책연구원.
- 김병일(2016), 『저작권보상금 제도 종합연구』, 한국복제전송저작권협회.
- 김정태(2010), 『디지털시대 방송법 해설』.
- 김태오·황준호 외(2013), 『방송사업자간 분쟁 해소 및 보편적 시청권 보호방안 연구』, 미래창조과학부.
- 김태오·김호정(2016), 『지상파방송 재송신 분쟁 관련 쟁점 및 개선방안 연구』, 방송통신위원회.
- 김향, “일본 CATV의 지상파 디지털 TV 구역 외 재송신 문제”, 『방송동향과 분석』, 제214호, 한국콘텐츠진흥원 자료.
- 남윤미·유진아(2011), 『SO-PP간 프로그램 사용료 지급기준 개선방안 연구』, 정보통신정책연구원.
- 박성호 외(2016), 『저작권 위탁관리업 개선방안 연구』, 문화체육관광부.
- 안효질(2004), “독일 VG WORT의 운영실태와 국내 저작권관리단체의 개선방향”, 『소담 김명신 선생 화갑 기념논문집』, 법문사.
- 윤종수(2007), “저작권법상 방송 및 웹캐스팅의 지위에 관한 고찰”, 『정보법학』, 제11권 제1호, 한국정보법학회.
- 이상원(2018), “바람직한 콘텐츠산업 생태계 조성을 위한 PP프로그램사용료 정책방향”, 『국회 유료방송시장 선순환 구조 확립과 콘텐츠 가치 정상화 세미나 자료집』.
- 이영록(2007), 『저작권 집중관리단체 활성화 제고방안 연구』, 저작권위원회.
- 이해완(2004), “저작권 집중관리 제도의 현황과 발전방향”, 『정보법학』 제8권 제1호, 한국정보법학회.

- 이해완(2012), 『저작권법』, 제2판, 박영사.
- 정선주(1999), “독일의 음악저작권 관리단체 ‘GEMA’”, 『계간저작권』 (통권 제46권), 저작권심의조정위원회, 여름호.
- 정은진(2018), “2018년 미국 TV방송사의 인터넷 동영상 시대 대응전략(상)”, 『정보통신방송정책』 제30권 제5호, 정보통신정책연구원,
- 지적재산권법학회(2008. 5.), 『대리중개제도 개선 방안 연구』, 문화체육관광부.
- 최진원(2014), “음악 저작권 사용료 결정에 관한 연구 - 음악3단체 전송 사용료 징수규정을 중심으로-”, 『문화·미디어·엔터테인먼트 법』 제8권 제2호.
- 최진원(2015), “음악산업 발전과 징수규정 승인제도에 대한 소고”, 『음악콘텐츠와 법』.
- 하동철(2008), “집중관리제도의 개선방안에 관한 小考”, 『창작과 권리』 통권 제50호.
- 한국저작권법학회(2004. 8.), 『저작권 위탁관리제도 개선방안 연구』, 문화관광부.
- 홍종윤·정영주·윤석민(2016), “유료방송 시장의 프로그램 사용료 배분 정책에 대한 성과 평가 연구 - 케이블SO-PP 간 프로그램 공급 대가 거래를 중심으로”, 『방송통신연구』.

<신문기사>

- 디지털타임즈(2020. 1. 7.자), LGU+, IPTV 가입자 tvN 못보나...CJ ENM "8일 0시 송출 중단".
- 머니투데이(2020. 1. 7.자), "프로그램 빼겠다"던 CJ ENM, LGU+와 극적 합의.
- 연합뉴스(2018. 8. 22.), "IPTV, 수익 배분에 인색...프로그램사용료 비율 높여야".
- IT조선(2019. 1. 8.자), "[해설] 韓 기업 역차별하는 문체부 음원 개정안... 애플·구글만 유리".

<공공기관>

과학기술정보통신부 보도자료(2017. 12. 29.), 유료방송시장 거래 투명화된다!

- 과기정통부, 유료방송시장 표준계약서 2종 마련, 향후 유료방송 재허가 및 홈쇼핑 재승인 심사시 반영.

공정거래위원회, 2011. 6. 29. 의결 제2011-085호.

공정거래위원회 · KDI(2012), 『디지털 음악 시장분석』.

문화체육관광부 보도자료(2018. 6. 20.), 음원 전송료 징수규정 개정 승인.

방송통신위원회(2018), 『방송산업 실태조사 보고서』.

방송통신위원회(2018), 『2018년도 방송시장 경쟁상황 평가』.

영화진흥위원회(2016), 『영화 온라인 시장 구조분석』.

정보통신전략위원회(2016. 12. 27.), 「유료방송 발전방안」.

정보통신정책연구원(2018), 『2018 국제 방송시장 조사』.

한국언론진흥재단, 『뉴스저작권 이용가이드북』.

한국콘텐츠진흥원(2019), 『2018 음악 산업백서』.

<해외문헌>

Benjamin, Stuart M.(et al.)(2012), Telecommunications Law and Policy(3.ed.), Durham

DCMS(2015), The balance of payments between television platforms and public service broadcasters—Option for deregulation.

DCMS(2016b), Impact Assessment of Repeal of section 73 of the Copyright, Design and Patents Act 1988.

Dreier · Schulze(2015), Urheberrechtsgesetz, Kommentar, C.H.Beck, 5. Aufl.

Dreier · Schulze(2018), Urheberrechtsgesetz 6. Aufl.

Dreyer · Kotthoff · Meckel(2013), Urheberrecht, Kommentar, 3. Aufl., Heidelberg.

Hoeren, Thomas · Neuraüter, Sebastian(2010), IPTV - Die wichtigsten Rechtsfragen aus Sicht der Anbieter.

Leichtman Research Group(2019. 8. 12.), “Major Pay-TV Providers Lost

About 1,530,000 Subscribers in 2Q 2019”.

Mediatique(2012), Carriage of TV Channels in the UK: policy options and implications.

Melichar(2010), in: Loewenheim(Ed.), Handbuch des Urheberrechts, 2. Aufl.

Ofcom(2015), Public Service Content in a Connected Society - Ofcom's third review of public service broadcasting.

Ofcom(2015), Review of the pay TV wholesale must-offer obligation.

Rehbinder(2010), Urheberrecht, 16. Auflage, C.H. Beck.

Schack, Haimo(2013), Urheber- und Urhebervertragsrecht, 6. Auflage, Mohr Siebeck,

Schricker · Loewenheim(2010), Urheberrecht, Kommentar, 4. Aufl., C.H.Beck.

The Joint Committee on the Draft Communications Bill(2002).

Lewinski von, Silke(2008), international Copyright law and Policy, Oxford University Press.

一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟(2013. 6.), 「ケーブルテレビ事業者による地上民放テレビ番組の再放送に對する著作権・著作隣接權使用料の支拂いに関する基本合意締結について」.

著作権法令研究會(編)(2001), 「逐條解説 著作権等管理事業法」, 有斐閣.

池村聰(2010), “著作権等管理事業法”, 「著作権法の實務」, 經濟産業調査會.

尾崎史郎(2001), “著作権等管理事業法”, 「ジュリスト」, 第1195号.

紋谷暢男(編)(2009), 「JASRAC概論—音樂著作権の法と管理」, 日本評論社.

清野正哉(2001), 「著作権等管理事業法」, 中央經濟社.

半田正夫/松田政行(編)(2015), 「著作権法コンメンタール(3)」, 勁草書房, 5頁.

岡村久道(2014), 「著作権法」, 民事法研究會,

總務省(2013), 「有線テレビジョン放送事業者による基幹放送事業者の地上基幹放送（テレビジョン放送に限る）の再放送の同意に係る協議手續及び裁定における「正当な理由」の解釋に関するガイドライン」

總務省(2019),「情報通信白書」.

金澤薫(2012),放送法 逐條解説,情報通信振興會.

半田正夫(2015),「著作権法概説」,法學書院.

作花文雄(2010),「詳解 著作権法」,ぎょうせい.

관리위탁계약약관

일반사단법인 일본TV방송저작권협회

2013년 8월 29일 신고

일부변경 2019년 6월 6일 신고

제1장 목적

제1조(목적) 이 약관(이하, ‘본 약관’이라 한다)은 지상파TV방송 사업자가 하는 지상파TV방송 및 지상파TV방송 프로그램이 유선TV방송사업자에 의해 재방송될 때의 저작권 및 저작인접권의 옹호와 이용을 원활하게 하기 위하여 일반사단법인 일본TV방송저작권협회와 위탁자간 위탁자가 가지고 있는 저작권 및 저작인접권의 신탁 또는 중개 위임에 의한 관리위탁계약(이하, ‘관리위탁계약’이라 한다)의 내용을 정하는 것을 목적으로 한다.

제2조(정의) 본 약관에 있어서 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “지상파TV방송사업자”란, 방송법에서 정하는 TV방송에 의한 지상파기간 방송을 하는 방송사업자를 말한다.
2. “유선TV방송사업자”란, 방송법에서 정하는 유선전기통신설비를 이용하여 TV방송의 업무를 하는 유선일반방송사업자를 말한다.
3. “본건 재방송”이란, 지상파TV방송사업자의 방송을 수신하여 동시에 편성 및 내용을 일절 변경하지 아니하고 유선TV방송사업자가 재방송하는 것을 말한다.
4. “저작권등”란, 지상파TV방송 및 그 프로그램을 본건 재방송하는 것과 관련된 것으로서, 위탁자가 제작하거나 장래 제작할 영화의 저작물(TV방송프로그램에 한한다. 이하 같다)에 대하여 위탁자가 갖고 있거나 장래

취득할 저작권(위탁자가 본 협회의 위탁자가 아닌 자와 공유하거나 장래 공유할 저작권을 제외한다) 중 유선방송권 및 자동공중송신권, 방송사업자의 저작인접권 중 유선방송권 및 송신가능화권을 말한다.

5. “위탁자”란, 저작권등의 관리를 위탁하는 지상파TV방송사업자를 말한다.

6. “수탁자”란, 위탁자의 저작권등을 수탁하는 일반사단법인 일본TV방송저작권협회를 말한다.

7. “이용자”란, 위탁자가 수탁자에게 위탁한 저작권과 관련된 지상파TV방송을 본건 재방송하려는 유선TV방송사업자를 말한다.

제3조(적용) 위탁자의 수탁자에 대한 저작권등의 관리위탁은 다음 장에서 규정하는 신탁계약을 체결하는 방법에 의하는 것을 원칙으로 한다. 다만, 위탁자에게 특별한 사정이 있고 수탁자가 승낙한 경우에 한하여 제3장에서 규정하는 중개에 의한 위임계약을 체결하는 방법에 의할 수 있다.

제2장 신탁계약

제4조(신탁의 범위) ① 위탁자는 저작권등 중 저작권등신탁신청서에서 지정한 지역에서 본건 재방송과 관련된 권리(이하, “신탁저작권등”이라 한다)를 수탁자에게 이전하고, 수탁자는 위탁자를 위한 관리 수익을 목적으로 이를 인수한다.

② 수탁자는 전항의 신청에 대해 저작권등의 신탁을 인수하는 것이 적당하다고 인정할 때에는 위탁자와 신탁에 관한 관리위탁계약을 체결한다.

제5조(신탁계약의 예외) 위탁자는 신탁에 관한 관리위탁계약의 체결에 있어서 수탁자의 동의를 얻어 본 약관에서 정한 수탁자의 권한에 붙여진 제한 이외의 제한을 정할 수 있다.

제6조(저작권등의 보증) ① 위탁자는 수탁자에게 저작권등의 관리를 위탁하는

모든 저작물등에 대한 저작권등을 가지며, 타인의 저작권등을 침해하지 않았다는 것을보증한다.

② 수탁자는 전항의 보증에 관하여 필요가 있을 때에는 위탁자에게 자료의 제출을 요구할 수 있다. 이 경우 위탁자는 신속히 이를 제출하여야 한다.

제7조(신탁의 해제) 제14조의 규정에도 불구하고, 위탁자는 정당한 이유가 있는 경우에 한해서 관리위탁계약의 기간 중이라고 하여도 수탁자의 동의를 얻어 신탁의 전부 또는 일부를 해제할 수 있다. 다만, 해제일 이전에 수탁자가 이용자와 체결한 이용허락계약의 효력은 해당 계약기간 중에 유효로 한다.

제8조(신탁의 종료) 수탁자는 신탁의 종료일에 최종 수지계산서를 첨부하여 신탁저작권등을 위탁자에게 이전한다.

제9조(고소 등) ① 수탁자는 필요하다고 인정할 때에는 신탁저작권등의 관리에 관한 고소 또는 소송 기타 법적 절차를 행할 수 있다.

② 전항에 소요되는 비용은 원칙적으로 수탁자의 부담으로 한다.

제10조(소송제기를 위한 권리반환) ① 위탁자는 신탁저작권등의 침해를 이유로 한 소송을 스스로 제기하고자 할 때에는 그 소송을 위해 필요한 범위 및 기간에 신탁저작권등을 반환 받을 수 있다. 다만, 스스로 소송을 제기하는 것에 대해 상당한 이유가 있고 수탁자의 저작권등 관리사업의 적정한 수행을 방해하지 않는 경우에 한한다.

② 위탁자는 전항의 규정에 의한 반환을 받고자 할 때에는 이유를 첨부한 서면에 의해 그 취지를 수탁자에게 신청하고, 수탁자의 승인을 받아야만 한다.

제3장 중개위임계약

제11조(중개의 범위) ① 위탁자는 저작권등 중 저작권등중개위임신청서에서 지정한 지역에서 본건 재방송에 관한 권리의 중개에 의한 관리(수탁자가 수탁자의 명의로 위탁자의 계산으로 저작물등의 이용허락에 관한 교섭 및 계약의 체결, 사용료의 징수 및 분배, 기타 이에 부대하는 업무를 행한다)를 수탁자에게 위임하고 수탁자는 이를 인수한다.

② 수탁자는 전항의 신청에 대해 저작권등의 중개위임을 인수하는 것이 적당하다고 인정할 때에는 위탁자와 중개위임에 의한 관리위탁계약을 체결한다.

제12조(신탁계약에 관한 규정의 준용) 본 약관 제2장 신탁계약 제5조(신탁계약의 예외), 제6조(저작권등의 보증) 및 제7조(신탁의 해제)의 각 규정은 본 장 중개위임계약에 준용한다.

제13조(중개위임의 종료) 수탁자는 중개위임 종료일에 최종 수지계산서를 교부한다.

제4장 계약기간

제14조(계약기간) 관리위탁계약의 계약기간은 체결일로부터 1년간으로 한다. 다만, 계약기간 만료 3개월 전까지 수탁자 또는 위탁자로부터 관리위탁계약을 갱신하지 않는다는 의사표시를 서면으로 하지 아니하는 경우에는 기간 만료일 익일부터 기산하여 다시 1년간 계속되는 것으로 한다. 이후의 기간 만료 때에도 이와 같다.

제5장 사용료의 징수 방법, 이용허락조건

제15조(사용료의 징수방법, 이용허락조건) ① 수탁자는 이용자에 대하여 지상파TV방송의 본건 재방송을 허락하고, 수탁자가 문화청장관에게 신고한 사용료규정에 따라 이용자로부터 사용료를 징수한다. 다만, 수탁자는 법령에

위반하여 본건 재방송을 하는 이용자에 대해서는 본건 재방송의 허락을 하지 아니한다.

② 수탁자는 이용허락계약의 체결 촉진 또는 관리의 효율화를 도모하기 위해 필요에 따라 합리적인 범위에서 문화청장관에게 신고한 사용료규정에서 정한 사용료 액을 차감한 액을 이용자에게 청구할 수 있다.

제16조(사용료의 분배방법) 수탁자는 매년 11월까지 징수한 사용료를 이듬해 3월말까지 위탁자에게 분배하는 것으로 한다.

제17조(관리수수료) ① 수탁자는 전조의 규정에 근거하여 분배할 때에는 사용료의 10% 이내의 관리수수료를 수수한 사용료 중에서 공제할 수 있다.

② 수탁자가 취득한 회계연도의 관리수수료등 수입금 총액이 관리사무를 위해 필요한 해당 회계연도의 諸비용등 지출금 총액을 초과하였을 때에는 그 차액금(작년도의 부족금이 있으면 이를 보전한 잔액)을 위탁자에게 교부한다.

③ 전항에 의해 수지차액금을 위탁자에게 교부할 때에는 해당 회계연도의 사용료 분배액에 비례배분하여 분배하는 것으로 한다.

제18조(관리위탁계약의 승계) ① 영업양도, 합병 또는 분할에 의해 위탁자가 갖고 있는 저작권등을 승계한 자는 관리위탁계약에 근거한 위탁자의 지위를 승계하는 것으로 한다.

② 위탁자의 지위를 승계한 자는 신속하게 그 취지를 수탁자에게 신고하여야 한다.

제19조(위탁자의 지위 처분행위금지) 위탁자는 전조의 경우를 제외하고 수탁자의 허락을 얻지 않으면 관리위탁계약에 근거한 위탁자의 지위를 양도 또는 담보로 제공할 수 없다.

제20조(위탁자의 통지의무) ① 위탁자는 다음의 경우에 지체없이 수탁자에게

그 취지를 통지하고 소정의 절차를 취하여야 한다.

1. 송금처 등에 변경이 있었을 때
 2. 위탁자로서 법인 기타 단체가 폐업, 파산, 해산하거나 그 조직, 명칭 등을 변경하였을 때
- ② 전항의 통지를 게을리하여 발생한 손해에 대해서는 수탁자는 그 책임을 부담하지 않는다.

제6장 관리위탁계약의 해제

제21조(관리위탁계약의 해제) ① 위탁자 또는 수탁자는 상대방에게 관리위탁 계약에 위반하는 행위가 있을 때에는 상당한 기간을 두고 상대방에 대하여 해당 계약상의 의무 이행을 최고한 후, 의무 이행이 없는 경우에는 해당 계약을 해제할 수 있다.

② 수탁자가 저작권등관리사업법 제9조 각 호의 어느 하나에 해당하게 된 경우에 있어서, 동조 제1호, 동조 제3호 또는 동조 제4호에 해당하게 되었을 때에는 위탁자는 서면으로 수탁자에게 통지함으로써 관리위탁계약을 해제할 수 있고, 동조 제2호에 해당하게 되었을 때에는 수탁자가 파산절차개시 결정을 받은 때에 관리위탁계약은 당연히 해제된 것으로 한다.

제7장 약관 및 관리위탁계약의 변경

제22조(약관 및 관리위탁계약의 변경) ① 수탁자는 본 약관을 변경한 경우에는 지체없이 인터넷상의 수탁자 홈페이지(<http://www.jasmat.or.jp>)에 변경된 약관을 공시하고, 위탁자에게 변경 내용을 통지하여야 한다.

② 본 약관의 변경 내용에 대해서 이의 있는 위탁자는 전항의 통지가 도달한 날로부터 1개월 이내에 서면으로 신청함으로써 관리위탁계약을 해제할 수 있다.

제8장 기타

제23조(재무제표등의 제공) 수탁자는 매 사업년도 경과 후 3개월 이내에 저작권등 관리사업법 시행규칙 제19조에서 정한 재무제표등을 작성하여야 하고, 위탁자로부터 열람 또는 복사 청구가 있는 경우에는 이에 응하여야 한다.

제24조(재판관할) 관리위탁계약에 관한 소송에 대해서는 소송 액수에 따라 동경지방법재판소 또는 동경간이재판소를 전속 합의관할재판소로 한다.

부칙

제1조 (시행일) 약관은 2019년 9월 1일부터 시행한다.

<부록 2>

사용료 규정

일반사단법인 일본TV방송저작권협회

2013년 9월 4일 신고

제1조(목적) 이 규정(이하 ‘본 규정’)은 일반사단법인 일본TV방송저작권협회(이하 ‘본 협회’)가 관리하는 저작권등의 이용에 관한 사용료를 정하는 것을 목적으로 한다.

제2조(정의) 본 규정에 있어 용어의 정의는 다음과 같다

1. “지상파TV방송 사업자”란, 방송법에서 정하는 TV방송에 의한 지상파기간방송을 하는 방송사업자를 말한다.
2. “유선TV방송사업자”란, 방송법에서 정하는 유선전기통신설비를 이용하여 TV 방송의 업무를 하는 유선일반방송사업자를 말한다.
3. “본건 재방송”이란, 지상파TV방송사업자의 방송을 수신하여 동시에 편성 및 내용을 일절 변경하지 않고 유선TV방송사업자가 재방송하는 것을 말한다.
4. “저작권등”란, 지상파TV방송 및 그 프로그램을 본건 재방송하는 것과 관련된 것으로서, 위탁자가 제작하거나 장래 제작할 영화의 저작물(TV방송프로그램에 한한다. 이하 같다)에 대하여 위탁자가 갖고 있거나 장래 취득할 저작권(위탁자가 본 협회의 위탁자가 아닌 자와 공유하거나 장래 공유할 저작권을 제외한다) 중 유선방송권 및 자동공중송신권, 방송사업자의 저작인접권 중 유선방송권 및 송신가능화권을 말한다.
5. “유료시청세대수”란, 유선TV방송사업자가 지상파TV방송의 재방송서비스를 제공하고 있는 세대(유선TV방송사업자가 어떠한 명목으로도 아무런 대가를 받고 있지 않은 세대는 제외)의 수를 말한다.

6. “구역내 재방송”이란, 지상파TV방송의 재방송 중 해당 재방송과 관련된 지상파TV방송을 하는 지상파TV방송사업자의 방송법에 정해진 방송대상 구역 내에서 유선TV방송사업자가 해당 지상파TV방송을 본건 재방송하는 것을 말한다.
7. “구역외 재방송”이란, 지상파TV방송의 재방송 중 해당 재방송과 관련된 지상파TV방송을 하는 지상파TV방송사업자의 방송법에 정해진 방송대상 구역 외에서 유선TV방송사업자가 해당 지상파TV방송을 본건 재방송하는 것을 말한다.
8. “수신장해구역”이란, 방송법 제140조에서 정하는 지상파기간방송(TV방송에 한한다)의 수신장해가 발생하고 있는 구역을 말한다.

제3조(이용구분에 따른 사용료의 액) 유선TV방송사업자가 본건 재방송하는 경우 저작권등의 사용료는 다음에 의해 산출한 금액에 소비세 상당액을 가산한 액으로 한다.

(1) 연간 포괄적 이용허락 계약을 체결하는 경우

① 구역내 재방송

지상파TV방송 1파(채널) 당 유료시청 세대 수에 연 120엔을 곱한 액으로 한다.

② 구역외 재방송

지상파TV방송 1파(채널) 당 유료시청 세대 수에 연 600엔을 곱한 액으로 한다.

(2) 연간 포괄적 이용허락 계약에 체결하지 않는 경우

① 구역내 재방송

지상파TV방송 1파(채널) 당 유료시청 세대 수에 월 20엔을 곱한 액으로 한다.

② 구역외 재방송

지상파TV방송 1파(채널) 당 유료시청 세대 수에 월 100엔을 곱한 액으로 한다.

(3) 수신장해구역에 있어서 특례

유료시청 세대 중 현재 수신장해가 발생하여 방송법에서 정해진 의무재방송으로서 수신장해구역에서 본건 재방송을 시청하는 유료시청 세대는 상기(1) ① 및 (2)①의 사용료를 면제한다.

제4조(감액조치) 본 규정에서 정하는 사용료는 저작권등의 이용 형태에 비추어 특히 필요하다고 인정되는 경우에 한하여 계약의 촉진 또는 관리의 효율화를 도모하기 위해 감액할 수 있다.

(비고)

- ① 연간 포괄적 이용허락 계약을 체결하는 경우 연도 구분은 4월부터 이듬해 3월까지로 한다.
- ② 연간 포괄적 이용허락 계약을 체결하는 경우 유료시청 세대 수는 전년도 3월말의 유료시청 세대 수로 한다.
- ③ 유선TV방송사업자가 연간 포괄적 이용허락 계약을 희망하는 경우로서 계약체결 첫 년도의 계약 기간이 1년 미만인 경우에는 제3조 (1)의 연액에 해당 계약 기간 1년에 대한 비율을 곱해서 사용료를 산정한다.
- ④ 유선TV방송사업자의 개국 년도의 사용료는 본 규정의 범위 내에서 이용상황을 참작하여 정한다.
- ⑤ 이용의 형태에 비추어 본 규정을 따르기 어려운 경우의 사용료는 이용자와 협의 후 본 규정의 범위 내에서 결정한다.

부칙

본 규정은 2014년 4월 1일부터 실시한다.