

세계 콘텐츠산업의 지적재산권 문제

- 일본의 대책과 한국에의 시사점 -

IPR Issues in World contents Industry

- Japanese countermeasures and Its Lessons to Korea -

정수원*
Su-Won Chung

〈목 차〉

- I. 서 론
- II. 지적재산권 보호정책과 국제조약
- III. 세계 콘텐츠시장과 주요국의 정책
- IV. 세계 지적재산권 문제와 대책
- V. 결론 : 한국에의 시사점

주제어 : 콘텐츠산업, 영화, 음악, 게임, 애니메이션

* 동서대학교 국제학부 교수

I. 서 론

최근 콘텐츠산업 환경은 급속한 기술혁신과 콘텐츠시장의 확대에 의하여 큰 변화를 가져오고 있다. 세계 경제가 글로벌경제 체제로 전환되고 있는 시점에 콘텐츠산업도 예외는 아니다. 미국의 허리우드를 제외하고는 볼 수 없었던 콘텐츠산업에 대한 관심은 아시아를 비롯하여 유럽에서도 콘텐츠산업의 글로벌화가 활발하게 추진되고 있다. 또한 네트워크의 환경정비, 기술혁신, 유통경로 등의 다양화로 인하여 콘텐츠산업에 대한 국제경쟁력이 강화되고 있다. 이러한 콘텐츠산업의 급속한 환경변화에도 불구하고 일본의 콘텐츠산업은 정체된 상태에 있으며 해외시장진출도 증가하지 않고 있다. 지금까지 일본의 콘텐츠산업은 국내시장의 수요에 맞추어 내수시장 중심으로 성장하였다. 최근에는 고령화¹⁾와 낮은 출산으로 인하여 국내 콘텐츠 이용 수요는 기대 이상으로 증가하지 않고 있다. 국내 콘텐츠산업의 성장 정체현상은 여러 가지 요인이 있겠지만 지금까지 해외시장진출에 관심이 없었다는 점과 국내 우수한 인력양성 부족이 중요한 원인이라고 볼 수 있다.

한편 일본의 영화, 음악, 게임, 애니메이션 등 콘텐츠가 아시아지역에서 상당히 유통되고 있으나 불법복제물 문제가 심각한 상황이다. 아시아지역에서 유통되고 있는 일본 레코드나 CD의 저작권 피해를 보면, 2004년도의 경우 중국은 85%, 한국은 16%, 홍콩은 19%, 대만은 36%가 불법복제물이다. 불법복제물로 인한 피해는 일본 저작권 수익에 대한 경제적인 손실로서 저작권의 창작의욕을 상실시키고, 문화교류 촉진에 장애가 되고 있다. 또한 해당국가의 문화 및 경제발전에도 장애요인이 되고 있다. 아시아지역의 불법복제물 문제에 대해서 일본 정부는 2002년 3월에 '지적재산전략본부'를 설치하여 불법복제물에 대한 대책을 강화하고 있다. 이후 2004년 5월에는 국제사회에서도 저작권 문제에 대하여 관심이 높아 권리자와 산업체로부터 의견을 수렴하여 저작권 문제에 대한 대책을 강구하였다. 2005년 6월에는 '지적재산추진계획2005'를 수립하여 해외시장을 대상으로 피해상황을 조사하여 그 결과를 해당국가에 통보함으로써 불법복제물에 대한 대책강화를 요청하기도 하였다. 또한 일본은 확대되고 있는 지적재산 문제를 해결하고자 변호사협회와 변호사연합회가 설립한 '공업소유권중재센터'를 더욱 확대시켜 2001년 4월부터 '일본지적재산중재센터'로 개편 운영하여 지적재산 문제에 대한 분쟁을 지원하고 있다²⁾.

하지만 일본 콘텐츠산업의 저작권 피해는 향후에도 더욱 증가할 것으로 예측하고 있다. 콘텐츠산업이 계속 성장하여 국제경쟁력을 갖추기 위해서는 국내 및 해외에서 콘텐츠산업

1) 2006년 10월 일본의 총인구는 1억 2,777명으로 전년도와 비교하여 큰 변화는 없으나 65세 이상 고령자 인구는 지금까지 최고 기록인 2,660만명으로 총인구의 20.8%를 차지하고 있으며, 앞으로 고령자 인구는 더욱 증가 할 것으로 보고 있어 심각한 사회문제가 되고 있다.

2) 중국에서 해적판 대책 강화 방법으로 복경과 상해의 JETRO(일본무역진흥기구)사무소에 불법복제물전문가를 1명씩 파견하여 기업의 소송지원, 정보수집, 저작권문제에 대한 홍보활동을 실시하고 있다.

의 저작권에 대한 보호와 대책이 절실히 필요하다고 본다. 본 연구에서는 세계 제2의 콘텐츠시장을 보유하고 있는 일본 콘텐츠시장에 대한 현황을 살펴보고, 중국을 비롯한 아시아지역에서 문제가 되고 있는 콘텐츠산업의 저작권 문제와 피해 실태를 파악함으로써 향후 우리나라 콘텐츠산업의 지적재산권 문제에 대한 해결방안을 찾아보는 것이 본 연구의 목적이라고 할 수 있다.

Ⅱ. 지적재산권 보호정책과 국제조약

1. 지적재산권 관리와 보호

콘텐츠(Contents)란 인간표현 활동의 산물로서 문자콘텐츠, 음성콘텐츠, 영상콘텐츠, 멀티미디어콘텐츠 등 여러 가지 형태가 존재한다. 또한 콘텐츠산업(Contents Industries)이란 이와 같이 다양한 형태의 콘텐츠를 제작, 가공, 유통, 이용과 관련하여 경제적 활동이 일어나는 부문이라 할 수 있다. 일본에서 말하는 콘텐츠가 여러 국가에서 같은 의미로 통용되고 있다고는 말할 수 없다. 예를 들면 영국에서는 창조산업(Creative Industries), 미국에서는 저작권산업(Copyright Industries), 한국과 프랑스에서는 문화산업(Cultural Industries)으로 불리고 있는 것과 같이 각국가의 역사적인 배경, 산업구조, 정책목표와 방향이 다르기 때문에 콘텐츠산업의 개념에 미묘한 차이가 있다³⁾. 하지만 각국마다 콘텐츠산업을 육성 시키는데 있어 제일 문제가 되는 것이 국내는 물론 해외에서의 저작권 문제다. 저작권은 특허권, 상표권 등의 산업재산권과 함께 지적재산권이라고 부르는 권리의 하나이다. 산업재산권은 산업경제발전을 목적으로 하고, 저작권은 문화발전을 목적으로 한 영화, 음악, 소설, 컴퓨터프로그램 등의 저작물 보호를 목적으로 두고 있다. 일본의 경우 저작물은 특허권 등과 다르게 권리취득에 있어서 등록할 필요가 없으며 저작물을 제작한 시점에 자동적으로 권리가 발생하도록 되어 있다. 또한 저작권법에는 저작권외에 저작권 인접권이 있어 저작물을 전달하는 가수, 연주자, 방송사업자, 레코드제작자, 유선방송사업자 등의 권리도 보호하도록 되어 있다.

드라마 등 TV방송 콘텐츠를 제작하고 방송하기 위해서는 원작, 각본, 음악, 연기자 등 다양한 권리보유자와 계약할 필요가 있다. 방송콘텐츠의 2차 이용자가 적은 이유는 권리자와 새로운 저작권의 허락이 필요하기 때문이다. 영화는 TV방송과 함께 주요 콘텐츠산업으로 2차이용이 잘 이루어지고 있다. 저작권법에 있어서 영상콘텐츠의 출연자에 대해서는 연기를 무단으로 녹음과 녹화해서는 안되는 권리가 부여되지만 예외로 영화와 TV방송

3) 生具直人, “創造經濟におけるコンテンツ政策”, 「慶應大學メディアセンター」, 2006. p.183

의 경우는 다르다. 영화는 일단 연기자의 녹음권과 녹화권에 대한 허락을 얻으면 해당 영화제작에 필요한 녹음과 녹화가 자유로우며 제작후에도 연기자의 허락없이 복제가 가능하다. 따라서 극장에서 공개후 일정기간이 지나면 비디오나 DVD소프트제작, TV방송을 통하여 2차적으로 수익을 올릴 수 있는 기회가 주어진다. 한편 TV방송의 경우 일단 연기자의 녹음권과 녹화권의 허락을 얻으면 해당 방송제작에 필요한 녹음과 녹화가 가능하지만 방송프로그램 이외에 사용하거나 2차이용을 위해서는 연기자에게 개별 권리허락이 필요하여 2차이용에 있어 영화보다 비용과 절차가 필요하다.

저작권에 관한 비즈니스는 권리를 보유하는 저작권자와 권리를 이용하는 권리이용자가 존재한다. 저작권자 본인이 보유하고 있는 권리를 모두 본인이 관리하는 것이 이상적이지만 매우 복잡하여 저작권자는 권리를 전문적으로 관리하는 사업자에게 위탁하는 것이 일반적이다. 저작권관리 사업자는 저작권자와 저작권 이용자 사이에 개입하여 저작권자의 위탁을 근거로 저작권관리와 저작권 이용자로부터 사용료 등의 징수업무를 수행한다. 저작권관리 사업에 대해서는 2001년 ‘저작권관리 사업법’ 시행에 따라 업무수행이 일본 문화청의 허가제도에서 신고제로 바뀌어 신규 사업이 용이하게 되어 현재 저작권관리 사업자 수는 증가추세에 있다.

저작권관리 분야의 신규 사업자가 증가하면 저작권권리의 관리 수수료가 경쟁으로 인하여 하락할 것으로 예측하고 있다. 또한 사업자의 선택 범위가 넓어 저작권이용자 입장에서 볼 때 이용하기가 편리해진다고 볼 수 있다.

일본 정부는 2001년 8월에 ‘지적재산국가전략포럼’을 개최하여 본격적인 ‘지적재산입국’을 위한 정책을 세웠다. 또한 2003년에는 ‘지적재산추진계획’을 수립하고 2004년 5월에는 저작권법에 대한 법률을 일부 개정⁴⁾하였다.

2. 국제조약 가입과 활동

저작권법의 역사는 문자의 저작물 보호에서부터 시작하였으며 전형적인 저작물이라면 문학작품을 상상하게 된다. 하지만 현재의 저작권법은 소설, 음악, 그림 등과 같은 전형적이고 고전적인 작품에서 설계도, 컴퓨터프로그램 등과 같은 기능적인 작품에 이르기까지 다양하다. 오늘날 우리의 일상생활 모두가 저작물과 관련되어 있으며, 특히 정교한 복사나 인터넷의 보급으로 인해 저작권 문제가 더욱 증가하고 있는 추세에 있으며, 저작권법은

4) 저작권법 일부개정 내용을 보면, 저작물의 보호강화로 지적재산전략추진의 법을 정비하고 아시아지역 국가의 일본음악 수요증가에 따라 일본 음악문화의 해외보급을 적극적으로 촉진하면서 일본에서 판매 금지로 되어 있는 외국제작 일본 음악 CD를 아시아국가로부터 환류되는 것을 방지하고 있다. 그리고 벌칙을 강화하여 정역형 및 벌금형의 상한을 특허권 및 상표권 수준으로 상향 조정하여 정역형은 3년 이하에서 5년 이하로 이고, 벌금형은 300만엔 이하에서 500만엔 이하로 강화하였다.

개인생활 뿐만 아니라 모든 기업활동에 적용되고 있다.

일본 정부는 이러한 변화에 대처하기 위해 산업재산권 및 지적재산권의 강화가 필요하다고 판단되어 2002년에 산·학·관으로 구성된 지적재산전략회의를 개최하여 지적재산입국(知的財産立國)을 선언함으로써 2005년까지 필요한 제도개혁을 추진하고 지적재산전략 본부를 설치하여 관계 부처간에 협조체제를 구축하였다. 지적재산입국을 통하여 기술, 디자인, 영화, 음악 등의 무형재산창조를 산업기반으로 사회경제의 재활성화를 목표로 하고, 저작권관련 국제조약활동을 통하여 일본의 저작권보호 정책에도 노력하고 있다.

(1) 베른조약(Berne Convention)활동

각국의 저작권 법제의 발달과정을 보면 당초는 보호대상을 자국민의 저작물에 한해서 이루어졌으며 외국의 저작물까지 포함하지 않았다. 그러나 저작물은 문화교류나 학술교류의 기본적인 요소로서 국경을 넘어 이용되고 있는 이상 한 국가에 한해서 저작물 보호를 한다는 것은 쉽지 않다. 최초 국제적인 수단으로서 각국가가 취하고 있었던 것은 양국가간의 조약체결이다. 양국가간의 조약은 당사국 이외의 체결국가와도 저작권에 대한 보호가 이루어져왔다. 각국의 저자, 학자, 작곡가, 출판업자 등으로 구성된 만국동맹은 1882년 5월 로마회의에서 문학 및 미술 저작물의 보호를 위한 국제적인 조직설립의 필요성을 느끼고 1883년 베른에서 회의를 개최하기로 결정했다.

이후 1886년 9월 9일 문학 및 미술 저작물보호 만국동맹창설에 관한 조약을 스위스를 비롯한 10개국이 서명하였다. 조약의 명칭도 스위스 베른에서 서명한 관계로 베른조약으로 불리게 되었으며 회원수도 최근에 증가하여 2006년 7월 현재 162개국으로 국제저작권 분야에서 최대 규모로 활동하고 있다. 베른조약의 기본원칙은 ‘무방식주의’, ‘내국민대우’, ‘상호주의’로 저작권을 행사함에 있어서 등록, 저작물위탁, 저작권표시 등의 방식을 요구하지 않고 있으며 외국의 저작물도 내국인과 동일하게 취급하고 있다. 그러나 보호기간에 있어서는 예외로 각국가마다 보호기간⁵⁾이 다르기 때문에 저작물은 해당국가의 정해진 보호기간을 넘지 못하도록 정해져 있다.

한편 일본은 1899년 4월 18일 베른조약에 가입하여 자국의 저작권보호를 위해 활동하고 있으며, 세계 제 2차대전에서 일본과 교전상태에 있었던 연합국인 미국, 영국, 프랑스, 호주 등의 저작물에 대해서 전쟁기간을 가산하여 보호기간이 연장된 적이 있다. 한국은 1996년에 가입하여 활동하고 있다.

(2) 만국 저작권조약(Universal Copyright Convention)활동

만국조약은 세계지적재산권기구(WIPO)와 함께 저작권에 관한 중요한 국제조약으로 문

5) 예를 들어 보호기간이 10년인 국가의 저작물은 보호기간이 50년인 국가에서 인정받는 기간은 10년 밖에 안 된다.

학, 음악, 미술 및 지적인 작품을 포함한 저작물에 관하여 저자와 저작권을 가진 자의 권리 보호를 목적으로 1952년 유네스코의 제창에 의해 설립되어 1955년 9월 16일 조약이 발효되었다. 베른조약 동맹국과 미주제국의 기존체제를 유지하면서 가입할 수 있게 배려되어 방식주의와 무방식주의의 가교역할을 하는 조약이다. 저작권의 기본 권리는 복사, 공적인 연주, 방송 허락을 포함하고 있으나 예외조치로서 조약규정에 위반하지 않는 한 각 국가의 내부 법령으로 정할 수 있다. 일본은 본 조약에 1956년에 체결하였으며, 최근 1977년 파리 개정조약에 체결하였다. 한국은 저작권법 개정과 함께 1987년에 가입하여 활동하고 있다.

(3) 세계 지적재산권기구(World Intellectual Property Organization)

세계지적재산권기구를 설립하는 조약은 1967년 7월 14일 스톡홀름에서 서명하여 1970년 발효되었다. 지적소유권보호를 위해 이전에 있었던 국제합동사무국을 개편한 것으로, 이 조약의 지적소유권은 문예, 예술, 학술, 공연, 레코드, 방송, 상표, 부정경쟁에 의한 보호 등에 관한 지적활동에서 발생하는 모든 권리를 포함하고 있다.

베른조약은 창설이후 거의 20년마다 개정을 해오고 있다. 디지털화와 네트워크화로 인하여 급격하게 변화하는 환경 속에서 저작물에 대한 적절한 보호를 위해 수정이 불가피하다. 그러나 베른조약 개정은 전원일치를 원칙으로 하고 있으며 가맹국이 다수인 관계로 선진국과 개발도상국간의 이해관계로 문제 해결이 곤란한 경우도 있다. 이런 상황에서 우루과이 라운드협정에 있어 저작물과 지적재산권에 대한 협정이 검토되어 왔다. WIPO에 있어도 새로운 조약제정을 위해 조급한 검토가 요구되어 1991년 11월부터 전문위원회를 설치하여 협정서책정을 위한 검토가 이루어져 왔다. 1996년 12월 2일부터 20일까지 개최된 외교 회의에서 새로운 조약인 WIPO저작물조약과 WIPO연기·레코드조약이 채택되었다. WIPO저작물조약은 베른조약의 규정을 그대로 지키며 새로운 규정을 추가하는 형태로 TRIPS협정방식과 비슷하다. WIPO연기·레코드조약은 1961년 로마조약과 다른 체계를 구축한 방식을 취하고 있다. WIPO의 저작권조약은 정보기술의 발달에 대응하기 위해 컴퓨터프로그램과 데이터보호를 전제로 하여 공중송신권리, 송신가능권리, 양도권리 등의 해제와 저작권관리 정보 개편을 금지하도록 규정되어 있으나 일본은 이에 대해 모두 대응 조치를 취하고 있다. 2007년 현재 183개국이 가입하고 있다. 일본은 1975년에 가입하였고, 한국은 1973년 옵서버로 참석하였다가 1979년에 정식적으로 가입하여 활동하고 있다.

(4) TRIPS협정(Trade-Related Aspects Intellectual Property Rights)

TRIPS협정은 국제적인 자유무역 질서를 형성하는 관점에서 지적소유권의 보호를 목적으로 하는 조약으로 1986년 9월에 개최된 GATT의 우루과이 라운드 교섭 결과 모로코의

마라케슈에서 1994년 4월에 설립한 WTO설립협정의 부속서류로서 첨부되었다. 본 협정은 종래의 GATT가 대상으로 하고 있는 상품무역에 추가로 서비스무역, 무역관련 지적소유권에 새로운 분야를 포함한 저작권, 특허권, 상표권, 의장권 등 지적소유의 국제적인 보호를 위한 수단으로 규정되어 있다. 가맹국은 다른 가맹 국민에 대하여 불리한 대우를 하지 않도록 규정되어 있다. 하지만 기존 베른조약과 로마조약 등 이미 규정되어 있는 예외적인 조치는 그대로 적용하게 되어 있다. 일본은 1994년 TRIPS협정에 가입하여 활동하고 있다.

Ⅲ. 세계 콘텐츠시장과 주요국의 정책

1. 세계 콘텐츠시장과 한·일 경쟁력

이전의 콘텐츠산업은 산업으로서 주목받지 못하였다. 콘텐츠산업은 성과물이 문화적이고 예술적 요소가 강하여 산업으로서 인식하기 어려운 분야이기 때문이다. 하지만 최근에 각국 가마다 콘텐츠산업에 대한 관심이 높아지면서 일본 정부는 2001년 3월에 ‘지적재산전략본부’를 내각부(內閣府)에 설치하여 콘텐츠산업을 21세기 성장전략 산업으로서 콘텐츠산업진흥정책을 세웠다. 또한 2002년도에는 ‘구조개혁에 관한 기본방침2002’와 ‘e-Japan중점계획2002’를 차례로 발표하면서 차세대 성장산업의 중요성을 강조하였다. 이러한 일본 정부의 콘텐츠산업 육성 정책에는 일본의 콘텐츠산업이 다른 국가와 경쟁에서 유리한 위치에 있고 콘텐츠산업을 통하여 일본문화 소개와 일본에 대한 이미지를 증진시키는데 목적이 있다.

일본 콘텐츠산업의 시장규모는 <표 1>에서 보는 바와 같이 2005년도의 경우 13조 7천 억엔으로 국내총생산의 3%에 불과하며 전년도와 비교하여 크게 증가하지 않고 있다. 콘텐츠산업의 각 분야별 비율을 보면 출판, 신문, 화상분야가 5조 7,000억엔으로 콘텐츠산업 전체의 42.3%를 차지하여 제일 높다. 다음이 영상분야로 4조 8,000억엔으로 35.3%를 차지하고, 음악과 게임분야는 각각 14%와 8.4%를 차지하고 있다. 일본의 콘텐츠제작 기업은 지금까지 자국시장이 크기 때문에 해외시장에 본격적으로 진출하지 않았다. 한편 시장의 성장 가능성이 충분히 있는 아시아국가에 대해서도 현시점에서 볼 때 시장이 크지 않기 때문에 대기업도 해외시장진출을 적극적으로 추진하지 않고 있다.

하지만 일본의 콘텐츠산업은 다른 국가와 비교해 볼 때 다양한 분야에서 강점을 가지고 있다. 일본의 콘텐츠시장이 13조 7,000억엔이라고 하더라도 세계 제2시장의 규모를 가지고 있어 다양한 콘텐츠를 개발하는데 유리하다고 본다. 또한 일본은 콘텐츠 제작기술, 전송기술, 재생기기 등 많은 분야에서 기술력을 가지고 있을 뿐만 아니라 고기능 휴대단말기와 비디오게임기 등 각분야에 있어 향후 개발 가능성이 충분하다. 일본 정부는 현재

약 13조 7,000억엔의 콘텐츠시장을 2015년에는 18조 7,000억엔을 목표로 하고 있으며, 콘텐츠산업에 종사하고 있는 고용인원도 현재 185만명에서 200만명으로 증가시키기 위한 지원정책을 세우고 있다.

<표 1> 콘텐츠시장 현황

단위: 조엔, %

년 도	세계시장(A)	일본시장(B)	비율(B/A)
2001년	116.6	13.3	11.4
2002년	121.6	13.3	10.9
2003년	127.8	13.2	7.8
2004년	138.2	13.5	9.7
2005년	146.3	13.7	9.3

주: 금액은 출판, 신문, 영상, 게임, 음악의 합계임

자료: 日本 經濟産業省, コンテンツ振興政策について, 2007年 5月 26日을 참고로 필자 재작성

일본 콘텐츠산업의 수출을 대표하는 분야는 게임산업과 애니메이션산업이다. 전세계 TV에서 방영되고 있는 애니메이션 프로그램의 60%가 일본작품이며, 유럽은 80% 이상이다. TV 애니메이션은 1980년대에 아시아와 유럽에 진출하였으며 미국은 1990년대 이후에 진출하였다. <표 2>에서 보는 바와 같이 현재 무역흑자인 콘텐츠산업은 게임분야이고 영화의 경우 수입비율이 매우 높다. 전세계 콘텐츠시장은 일본 콘텐츠시장의 13배 이상의 성장시장을 갖고 있으므로 해외 콘텐츠시장 진출을 위한 활성화가 필요하다. 한편 콘텐츠시장의 국제경쟁력을 볼 때 미국은 매출액의 17.8%를 외국에서 수입을 올리고 있으나 일본은 1.9%에 불과하다. 미국은 허리우드영화가 세계시장에서 유통되고 있어 영화시장에서 미국과 경쟁하는 것은 불가능하지만 게임산업과 애니메이션산업은 충분한 경쟁력을 가지고 있다고 본다.

<표 2> 콘텐츠산업의 무역수지

단위: 억엔

콘텐츠	2001년			2004년		
	수출	수입	무역수지	수출	수입	무역수지
영 화	108	910	-802	67.6	659.5	-591.9
음 악	29	251	-222	26	288	-262
게 임	2,532	30	2,493	2,327	30	2,297
출 판	176	558	-382	152.2	475.6	-323.4

자료: 日本 經濟産業省, コンテンツ振興政策について, 2007年 5月 26日을 참고로 필자 재작성

콘텐츠산업의 기반이 약한 우리나라의 경우 콘텐츠산업 기반을 위해 정부의 정책적인 지원이 필요하다. 우리나라 콘텐츠산업 지원정책의 중점은 콘텐츠산업을 지식경제의 핵심 산업으로서 육성하는데 있으며, 콘텐츠산업을 21세기 국가기간산업의 하나로써 영화, 음악, 게임, 애니메이션 등 각 분야의 기반시설을 확충하고 전문인재의 양성과 고부가가치 상품의 개발, 콘텐츠산업의 해외전개로 국가경쟁력을 강화하며 다양한 면에서 지원정책을 펼치고 있다.

우리나라의 콘텐츠산업 시장규모는 <표 3>에서 보는 바와 같이 매년 증가하고 있다. 2004년에 50조원의 시장규모가 2006년에는 15.7%나 증가하여 약 58조원을 달성하였다. 우리나라 콘텐츠산업중에서 제일 많은 매출을 차지하고 하고 있는 부분은 게임산업이다.

<표 3> 우리나라 콘텐츠산업의 시장 규모

단위: 백만원

콘텐츠	2004년	2005년	2006년
영 화	3,022,403	3,294,820	3,683,627
음 악	2,133,155	1,789,875	2,401,309
게 임	4,315,600	8,679,800	7,448,900
애 니 메 이 션	265,015	233,855	288,564
기 타	40,323,961	39,949,751	44,116,169
합 계	50,060,134	53,948,101	57,938,569

주: 기타는 출판, 만화, 방송, 광고 등

자료: 문화관광부, 문화산업백서 각년도판 및 2007 문화산업통계를 참고로 필자 재작성

2. 주요국의 콘텐츠산업 정책

미국은 세계 콘텐츠시장의 40%를 차지하고 있다. 이러한 원인은 영화나 TV제작에 있어 유통 분리와 각종 진흥정책을 통한 콘텐츠산업 강화에 대한 결과라고 볼 수 있다. 그러나 유럽은 미국의 위협에 대항하기 위한 산업정책의 수요와 유럽문화 유지 및 발전을 위한 문화정책적인 부분이 존재하고 있다. 유럽의 방송정책을 보면 콘텐츠의 비율에 대한 보호 및 규제, 조성금에 의한 산업육성정책이 있다. 산업정책적인 관점에서 볼 때 콘텐츠의 무역자유화를 주장하는 미국과 문화보호 입장을 주장하는 유럽과의 대립은 영화문제를 비롯하여 GATT에서도 정책협의를 계속 진행하고 있다. 구미(歐美)이외의 국가로 콘텐츠 산업 육성을 위해 지원정책을 활발하게 추진하고 있는 국가가 한국이다. 한국은 일본 콘

텐츠산업의 유입을 제한하면서 영화, 애니메이션, 게임분야에서 인재육성과 투자지원정책을 정부가 앞장서서 활발하게 추진하고 있다. 1999년 ‘문화산업진흥에 대한 기본법’을 제정하였고, 2004년에는 ‘온라인 디지털콘텐츠산업 발전법’을 제정하여 영화, 음악, 게임, 애니메이션 등에 집중적인 투자와 지원정책을 펼쳐왔다.

2005년에 한국 문화관광부는 문화산업진흥을 위해 문화산업이 우리나라 문화예술의 발전과 경제성장 그리고 사회발전의 중심축으로 자리를 잡을 수 있도록 틀을 마련하였다. 2005년 7월 문화관광부는 ‘문화강국C-Korea2010’ 전략을 발표하였다. 또한 변화하는 문화산업환경에 대처하여 ‘세계 문화산업 5대강국실현’이라는 목표달성을 위해 국제수준의 문화산업시장 육성, 문화산업 유통구조의 혁신, 저작권산업 활성화를 위한 기반구축, 한류 세계화를 통한 국가브랜드파워 강화 등을 집중적으로 지원해왔다⁶⁾.

국가별 진흥정책에 대한 특징을 보면, 한국과 프랑스는 국가가 정책으로서 콘텐츠산업 조성과 금융 및 조세지원 정책을 취하고 있으나 미국은 민간차원에서 자금유통을 원활하게 하기 위한 정책을 세우고 있다. 일본의 경우에도 정부의 지원정책보다는 민간차원이 활발하다고 볼 수 있다. 산업정책과 문화정책에 있어서는 문화정책이 강하나 점차 산업정책으로 변화하고 있음을 알 수 있다. 세계 제2차대전 이후 일본의 콘텐츠산업정책은 출판업분야 등에 있어서 통제 철폐가 시작된 1960년대에 표현의 자유, 문화예술진흥에 지원이 이루어졌다. 1970년대에는 저작권법제가 정비되어 영화제작 장려금제도가 이루어지기도 하였다. 1990년대에 들어와 콘텐츠산업에 대한 진흥정책이 활발하게 검토되기 시작하면서 콘텐츠산업을 국가의 성장전략산업으로 지정하여 2003년 12월에 ‘콘텐츠산업진흥을 위한 법안’이 국회에서 논의가 되었고, 2004년 2월에 ‘e-Japan 전략Ⅱ 가속화’ 수립, 5월에는 ‘콘텐츠창조 보호 및 활용 촉진’에 관한 법률이 성립되었다.

IV. 세계 지적재산권 문제와 대책

1. 세계 지적재산권 시장현황

일본 콘텐츠산업은 주로 아시아지역에서 불법복제물에 의한 피해를 보고 있다⁷⁾. 일본 경제산업성 콘텐츠사업 국제전략연구회⁸⁾ 보고에 의하면 중국의 경우 불법복제물 가격은

6) 2006년 한국 문화산업의 시장규모는 약 58조원으로 매년 증가 추세에 있다. 하지만 콘텐츠산업의 국제수지는 10억불 적자 상태에 있다.

7) 불법복제물에 대한 대책으로 일본 정부는 저작권에 있어서 아시아개발도상국을 대상으로 지적재산법제도의 운영에 대한 체제를 정비하고, 중국 및 대만 등에 대해서는 TRIPS협정의 준수여부를 국제기관을 활용하여 감시한다는 것이다. 또한 콘텐츠 해외유통촉진기구를 통해 콘텐츠산업의 침체실태를 파악하고 감시와 소송제기를 지원한다는 방침을 세웠다.

음악 CD 1장에 120엔, TV드라마 VCD 1장 가격은 100엔에 판매되고 있다. 그 결과 <표 4>에서 보는 바와 같이 중국음악 레코드시장의 80~90%가 불법복제물로 판매되고 있고, 대만시장에서는 30~50%가 판매되고 있는 실정이다. 또한 일본의 콘텐츠 해외유통촉진기구는 2008년 2월 20일 홍콩세관과 협력하여 CJ마크⁹⁾를 무단으로 복사한 불법복제물 DVD 및 CD등을 적발하였다. 적발한 일본 콘텐츠는 애니메이션과 음악으로 총 2,422장에 이른다.

<표 4> 국가별 불법복제물 유통 비율

단위: 억엔, %

국 가	시장 규모	불법복제물 유통 비율	국 가	시장 규모	불법복제물 유통 비율
중 국	약 980	80~90	한 국	384~461	10~25
홍 콩	140~168	10~25	일 본	6,830~7,859	10미만
대 만	442	30~50	미 국	1조7,435~1조9,372	10미만

주: 시장 규모는 추정치임

자료: 日本 經濟産業省, コンテンツ産業の國際化展開, 2003年 7月을 참고로 필자 재작성

2. 주요국의 피해 현황과 일본의 대책

<표 5>와 같이 홍콩과 대만에서의 불법복제물 피해액을 보면, 홍콩은 약 670억엔에 달하고, 대만은 약 810억엔에 이른다. 이처럼 일본 콘텐츠는 불법복제물 비율이 높은 시장에 수요가 많다고 볼 수 있다. 아시아지역에서 불법복제물이 범람하고 있는 배경은 일본의 저작권 권리자 및 사업자가 피해실태에 대한 파악부족과 대응조치가 충분하지 못하다는 점과 저작권 문제가 발생하고 있는 아시아 대부분 국가가 저작권보호에 대한 의식 수준이 낮다는 지적을 하고 있다. 대응조치로 기업에서도 정확한 라이선스(Licensee)계약이나 현지기업에 대한 엄격한 소송¹⁰⁾을 하고 있지만 실제로 현지실정에 대한 정보부족, 신

8) 日本 經濟産業省, コンテンツ産業の國際化展開, 2003年 7月, p.15

9) CJ(Content Japan)마크란 일본의 콘텐츠임을 증명하는 마크로서 2005년부터 애니메이션, 영화, 음악, 서적, 게임, 완구 등 일본 콘텐츠관련 상품에 사용되고 있으며, 불법복제물에 대한 신속한 적발을 하기 위한 방법으로 활용하고 있다.

10) JETRO 북경사무소에서는 일본의 지적재산권 보호를 위해 홈페이지를 통하여 불법복제물관련 분쟁사건을 중국의 지적재산권침해라는 판례와 사례집을 소개하고 있다.

되할 수 있는 변호사선임, 소송비용에 대한 효과 등을 계산하면 포기하는 기업이 대부분이다. 아시아지역에서 불법복제물이 대량으로 유통되고 있다는 것은 정품 유통이 저조하여 불법복제물이 확산되고 있다는 지적도 있다.

〈표 5〉 일본 콘텐츠의 불법복제물 피해 현황

단위: 천개, 백만엔, %

국 가	콘텐츠	피해 규모		피해 비율
		수량	금액	
홍 콩	게임소프트	15,267	55,892	80
	게임소프트전용기	12,489	47,052	79
	음악소프트	1,461	2,427	17
	영상소프트(영화)	3,510	6,457	37
	영상소프트(TV)	2,133	2,074	8
	합 계	22,371	66,850	
대 만	게임소프트	17,843	61,659	62
	게임소프트전용기	9,209	34,370	62
	음악소프트	6,668	7,568	32
	영상소프트(영화)	2,986	5,344	45
	영상소프트(TV)	7,445	6,351	96
	합 계	34,943	80,922	

자료: 日本 經濟産業省, コンテンツ産業の國際化展開, 2003年 7月을 참고로 필자 재작성

지식경제사회에 있어 일본이 국제경제사회에서 경쟁력을 유지하고 지속적인 발전을 하기 위해서는 콘텐츠산업 발전 계획을 경제성장의 원동력으로 하여 실현해 나아갈 필요가 있다고 본다. 이러한 인식하에 ‘지적재산전략본부’는 2003년 이후 세계 최첨단 지적재산 입국을 목표로 지금까지 여러 가지 제도개혁과 환경정비를 통하여 성과를 나타내고 있다. 그러나 21세기는 기술혁신과 시장의 변화, 디지털네트워크 확산으로 상상을 초월한 속도로 변화하고 있다. 이러한 변화에 대응하여 새로운 비즈니스모델을 주도적으로 구축하여 이끌어 나갈 필요성이 요구되고 있으며, 치열한 경쟁에서 살아남기 위해서는 산·학·관이 지혜를 모아 혁신을 효율적으로 추진하여 기술창조와 보호, 그리고 시장전개에 이르기까지 시대에 맞는 지적재산전략 실천과 지적재산제도 정비를 해 나아가야 한다.

일본은 콘텐츠산업분야에 있어 콘텐츠의 창조 및 유통을 촉진하는 법제도와 계약제도가 확립되어 있지 않으며, 지적재산제도가 급격한 기술혁신에 유연하게 대처할 수 있는 환경

이 마련되어 있지 않다. 게임, 애니메이션, 만화를 비롯한 일본의 콘텐츠가 외국에서 높은 평가를 받고 있음에도 불구하고 외국에서의 매출은 미국이 전체 시장의 17.7%를 차지하고 있으나 일본은 겨우 1.9%에 불과하다. 즉 불법복제물이 유통되고 있는 해외 콘텐츠시장을 정품으로 전환시키는 비즈니스모델이 이루어지지 않고 있다는 것이다.

2006년 지적재산추진계획은 불법복제물 대책으로 양국가간에 있어 정기적인 협의와 세미나 개최, 권리행사에 대한 지원을 강화하고 관·민이 협력하여 단속을 강화하였다. 그 결과 2005년 1월부터 2007년 9월까지 홍콩, 중국, 대만에서 4,491건의 불법복제품을 적발하여 397만매의 불법복제물 DVD를 압수하였다. 2008년에는 기술과 제도, 국제경쟁력의 강화, 국제화를 중점으로 지적재산권 보호와 강화를 위한 정책을 추진하고 있다.

V. 결론 : 한국에의 시사점

콘텐츠산업은 규모가 거대하여 다른 산업에도 파급효과를 나타내고 있어 차세대 국가전략산업으로서 중요한 역할을 하고 있으며, 해외에서도 국가의 이미지 향상에 기여하고 있다. 따라서 여러 국가에서 이미 콘텐츠산업진흥을 국가전략산업으로 하여 적극적인 지원 정책을 전개하고 있다. 한국과 중국은 콘텐츠산업을 차세대 성장산업으로 인식하고 거액의 공적자금지원을 투입하여 일본보다 앞선 지원정책을 펼치고 있다. 그리고 유럽과 미국에서는 제작과 투자를 장려하기 위해 조세혜택과 국제영화제 등과 같은 행사를 위한 지원과 인재양성에 적극적인 지원을 하고 있다. 이러한 여러 국가의 콘텐츠산업에 대한 지원정책의 결과 우수한 콘텐츠가 제작되어 해외에서도 비즈니스로서 큰 역할을 하고 있다. 일본도 국내의 콘텐츠산업육성을 위해 외국으로부터 일본 음악 CD환류방지와 서적 및 잡지 대여에 대한 저작권법개정과 지적재산신탁업법 개정 등 콘텐츠관련법 개정이 이루어지고 있다.

일본 콘텐츠산업은 세계에서 높은 평가를 받고 있으나 해외진출이 저조하여 우수한 콘텐츠제작 능력을 가지고 있으면서도 활용부족으로 인하여 충분한 시장을 확보하지 못하고 있는 상태에 있다. 네트워크 환경정비, 기술혁신, 유통경로의 다양화 등은 콘텐츠시장의 확대 가능성을 가져오고 있다. 또한 콘텐츠산업은 제조업, 관광산업 등 다른 산업에도 경제적인 파급효과를 가져다준다. 일본 정부는 콘텐츠산업을 일본경제의 견인역할을 하는 차세대성장산업으로 정하여 향후 10년간 콘텐츠산업 시장의 규모를 현재보다 5조엔 증가를 목표로 하고 있다. 이러한 목표를 달성하기 위해서는 콘텐츠산업의 글로벌화 촉진으로 해외시장을 확대해 나아가야 할 필요가 있다. 하지만 일본 콘텐츠산업에는 중소기업이 많고 국제경쟁이 치열하여 독자적으로 해외진출을 한다는 것은 매우 어려운 입장에 있다. 아시아

여러 국가에서 정부가 주도하여 콘텐츠산업육성을 위해 지원정책을 세우고 있고, 또한 아시아지역 국가의 불법복제물 증가가 일본의 콘텐츠 정품판매시장을 축소시키고 있어 저작권에 대한 피해방지 대책과 더불어 종합적인 콘텐츠산업진흥 정책이 이루어져야 한다고 본다.

최근 들어 우리나라의 지식재산권이 외국에서 침해되어 막대한 피해를 보고 있다. 이러한 현상은 장기적으로 볼 때 불법복제물로 인한 우리 제품의 미이치 및 국가 브랜드까지 손상시켜 우리나라 기업의 해외시장 확대에 악영향을 줄 수도 있다. 2006년 우리나라의 지적재산권 피해를 보면, 위반은 1,010건이고 피해액은 진정상품가격으로 약 2조 7천억 원에 달하고 있다. 이러한 피해 규모는 전년에 비교하여 건수로 약 2.5배나 증가하였고, 금액은 17배에 이른다. 이에 대한 대응책을 마련하고 피해를 방지하기 위해서 본 연구를 통해 일본의 피해 현황과 대책에 기대하는 효과는 크다고 볼 수 있다.

참 고 문 헌

- 문화관광부, 「문화산업백서」, 2002~2005년도판.
- 이병용, “해외 지적재산권 보호 및 정부지원제도”, 한국관세무역개발원, 2008년 6, p.18~23.
- 鄭守源, “韓國文化産業現況と對日マーケティング戰略”, 「日本貿易學會發表」, 2008년 6월.
- 毛利嘉孝, 「日式韓流」, セリカ書房, 2004년 6월.
- 齊藤博, 「著作權法」, 有斐閣, 2007년 4월.
- 中山信弘, 「著作權法」, 有斐閣, 2007년 10월.
- 電通, 「情報メディア産業の動向」, 2003~2007年度版.
- 生具直人, “創造經濟におけるコンテンツ政策”, 「慶應大學メディアセンター」, 2006. p.183
- 日本 經濟産業省, “コンテンツ産業の國際化展開”, 2003년 7월, p.15.
- 日本 經濟産業省, “コンテンツ産業の現狀と課題”, 2005년 2월, p.9.
- 日本 經濟産業省, “コンテンツ産業の國際競爭力強化”, 2006년 6월, p.23.
- 日本 經濟産業省, “中國における知的財産の侵害實態調査”, 2006년 6월 13일, p.36.
- 日本 經濟産業省, “コンテンツ振興政策について”, 2007년 5월 26일, p.5.
- 日本 經濟産業省, “コンテンツグローバル戰略報告書”, 2007년 9월, p.10~13.
- 日本 文部科學省, “知的財産推進計劃2006,” 2006년 6월 20일, p.27~30.
- 著作權情報センター, “文化審議會著作權分科會報告書”, 2006년 1월 12일, p.36~39.
- 生越由美, “文化産業を育成する知的財産關調査研究”, 東京財團, 2006년 NO.17
- 杉浦幹男, “コンテンツ産業の未來を拓く”, 政策・經營研究, 2007년 NO.1

ABSTRACT

IPR Issues in World contents Industry

- Japanese countermeasures and Its Lessons to Korea -

Su-Won Chung

The content industries environment has been undergoing significant changes due to rapid technological innovation and content market expansion. Interest in the industry is growing fast both in Asia and Europe. However, in Japan content industries are showing almost zero growth with no increase in overseas expansion. Until now, Japanese content industries have been able to grow based on domestic demands. Many different factors contributed to today's zero growth in Japanese content industries. Two main reasons are: 1) Their lack of interest in overseas expansion and 2) Insufficient investment in domestic human resources development.

Considerable amounts of Japanese contents including films, music, games, and animations have been distributed in many Asian countries and today piracy problems in the region are at a serious level. According to 2004 records pirated editions accounted for 85%, 16%, 19%, and 36% in China, Korea, Hong Kong, and Taiwan respectively. Pirated editions bring economic losses to Japanese copyright profits. Making it worse, they weaken the motivation to create content and make it hard to activate cultural exchanges.

Losses from copyright violations in Japanese content industries are expected to keep increasing in the future. In order to make Japan competitive and grow it is crucial to take proper measures to protect copyright infringements.

This study considers the current situation of the Japanese content market, infringement issues in content which is causing many problems in Asian countries, including China, and facts about losses caused by this problem.

Key Words : Content Industries, Copyright Infringement, Film, Music, Game, Animation