

일본, 방송사와 제작사의 공생

2006. 5. 4

요 약

1. 서론
2. 프로그램 제작사 현황
3. 프로그램 제작사의 저작권과 위탁거래실태
4. 방송콘텐츠 제작역량 강화정책
5. 시사점

작성 : 김영덕 연구원(3219-5521)

kimyd@kbi.re.kr



<본문 요약>

- 일본의 프로그램제작사는 1960년대 후반 방송국의 경영합리화, 노무대책 등의 일환으로 제작부문이 아웃소싱(Outsourcing)되어 산업 조직화되었고 지금은 프라임 타임의 70%가 외부제작에 의해 채워질 정도로 콘텐츠 생산의 큰 축으로 성장했음.
- 2004년의 프로그램저작권은 72.6%가 방송국에 귀속되었으며, 제작사 단독소유도 2003년보다 15%나 늘어난 18.6%를 차지했음. 반면 방송국과 제작사 공동소유는 8.8%로 줄어들고 있는 상황임.
- 2차이용권은 방송국 소유가 48.5%, 양자 공동소유가 45.8%, 제작사 단독 소유가 5.8%를 차지하고 있음.
- 공정거래 등을 통한 저작권의 적절한 분배노력의 결과로 프로그램 저작권에서는 제작사의 단독 소유 비중이 늘어났으며, 2차 이용권에서는 제작사 단독 소유의 비중이 크게 떨어진 반면, 제작사와 방송국 공동소유가 크게 늘어나고 있음.
- 하청법에 저촉될 우려가 있는 반품, 강매, 지불지연 등과 같은 방송국과 제작사간의 거래행위는 일부에서 여전히 존재하고 있는 것으로 나타났음.
- 일본정부는 방송콘텐츠 제작을 강화하기 위해 공정하고 투명한 위탁거래를 확립하고 표준계약서를 장려하며, 방송국의 자율기준 제정 유도, 다양한 자금조달환경의 개선 등에 나서고 있음.
 - 2004년 하청법의 보호대상에 프로그램 제작사를 포함시켰으며 제작자에게 제대로 수익이 환원될 수 있도록 신탁업법을 개정해 저작권도 신탁이 가능하도록 했음.
- 이와 같은 제도적 노력은 방송사와 제작사간의 대등한 동반자 관계를 재정립함으로써 다채널 다매체 시대의 콘텐츠 부족에 대비하려는 의도로 보임.
- 공생구도 확립을 위한 이웃 일본의 제도적 움직임은 디지털과 네트워크화로 인한 콘텐츠부족에 직면한 한국의 상황에도 동일하게 적용되며 양자간의 대등한 파트너십 구축의 전제하에 강력한 공정거래 확립노력과 더불어 자금조달환경의 개선과 같은 보다 근본적인 노력 속에 우리의 방송콘텐츠제작 활성화에 대한 열쇠가 있을 것임.

1. 서론

- 일본 정부는 1990년대 이후부터 꾸준히 디지털과 네트워크화에 따른 콘텐츠정책을 고민해왔음. 2000년대에 들어와 범정부조직인 ‘지적재산전략본부’(2003년)의 설립, 이른바 ‘콘텐츠진흥법’(2004년)의 제정 등에서 알 수 있듯이 국가전략산업으로써 ‘콘텐츠’를 확실하게 자리매김하고 있음.
- 이처럼 정부주도의 콘텐츠정책이 강력하게 추진되고 있는 상황에서 방송콘텐츠 유관부처 등은 그 동안 디지털 및 네트워크화 등과 같은 급속한 방송환경변화에 대응하는 방송콘텐츠 유통 확립에 포커스를 맞추어왔으나 2003년을 전후로 공정거래를 축으로 한 방송콘텐츠 제작의 강화로 무게중심을 이동시키고 있음.
 - 특히 방송행정주무부서인 총무성은 콘텐츠 정책과 관련 기방송된 프로그램 및 새로운 디지털 콘텐츠의 다원적 활용과 원활한 유통환경구축을 시급한 정책적 화두로 판단해 이를 위한 제도정비와 환경조성에 주력해왔음.
- 현재도 이와 같은 일본정부의 콘텐츠의 ‘원활한 유통’기조에는 변함이 없지만, 근년에 들어와 ‘콘텐츠 제작력 강화’를 위한 움직임이 부쩍 활발해지고 있음. 특히 공정거래와 저작권 분배, 자금조달수단의 다원화 등을 통해 지상파방송국과 프로그램 제작사간의 관계를 재설정하려 하고 있음.
- 이처럼 일본정부가 지상파방송국과 프로그램 제작사간의 관계 재정립에 나선 것은 현재의 다채널 다매체시대의 고질적인 콘텐츠 부족현상을 ‘원활한 유통’만이 아닌 콘텐츠 제작 활성화와의 양륜(兩輪)에 의해 해결될 수밖에 없다고 인식하고 있기 때문으로 풀이됨.
- 이는 지상파 방송국이 외부제작에 의한 콘텐츠수급 없이는 현실적으로 존립하기 어려운 상황에서 양자의 공생이 적극 모색되어야 할 대등한 파트너로써 인식하고 있음을 말해줌. 나아가 채널과 매체가 다양해지고 있는 시대에 프로그램 제작사가 강력한 콘텐츠 생산기지로써 앞으로도 변함없이 중요한 역할을 차지할 것이라는 믿음이 자리하고 있음.
- 방송콘텐츠 생산구조적인 면에서 일본은 우리와 매우 흡사한 구조를 띠고 있음.

일본 역시 지상파방송주도의 콘텐츠 생산이 오랫동안 지속되어왔으며, 제작과 편성의 분리로 인해 외부제작산업은 구조화되어있음.

- 디지털과 네트워크화에 의한 다채널 다매체환경과 콘텐츠부족, 제작산업의 구조화, 지상파방송과 프로그램제작사간의 역학관계라는 우리와 동일한 환경과 과제를 안고 있는 일본이 프로그램제작사의 제작력 강화를 위해 어떠한 정책적 노력을 시도하고 있고 이것이 우리에게 주는 시사점은 무엇인지를 살펴보고자 함.

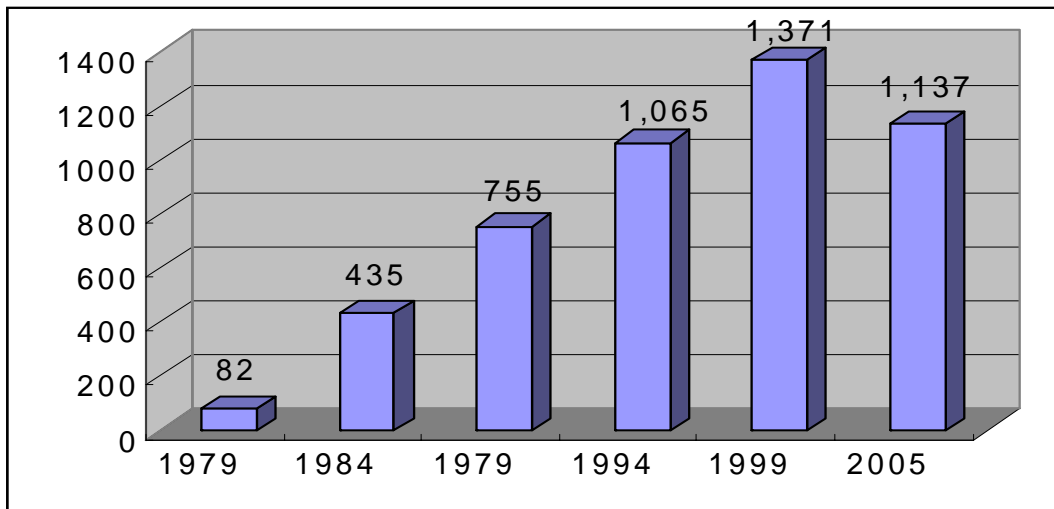
2. 프로그램 제작사 현황

1) 프로그램제작사의 탄생과 성장

- 일본에서 외주제작의 효시는 TV방송이 등장한지 3년째인 1956년 11월부터 이듬해 7월까지 당시의 라디오 도쿄 텔레비전(현 TBS)에서 방송된 ‘폰포코 이야기’라고 하는 인형극 영화로 알려져 있음.¹⁾
- 1960년대에 들어서면서 TV수신기가 급속도로 보급되었고 방송시간도 전일(全日)방송이 실시되는 등 TV방송국의 스태프만으로는 방송프로그램 제작을 감당하기가 사실상 불가능해졌음. 또한 사극, 애니메이션과 같은 특수 촬영이 요구되는 분야는 TV방송국의 능력만으로는 제작이 곤란한 일도 발생했음.
- TV방송국 내부의 경영합리화 차원에서 TV프로그램 제작을 외부제작사에게 의뢰하는 사례도 점차적으로 증가. 특히 경영합리화는 1960년대 이후에 TV방송국의 외주제작을 촉진시킨 가장 큰 동인으로 이의 배경에는 흑백TV의 컬러화와 UHF 개국에 따른 거액의 설비투자가 민방방송 키 스테이션에 상당한 경영 압박으로 작용했던 요인이 자리하고 있음.
- 1960년대 후반부터 방송프로그램 제작단가의 상승, 노동조합 대책 등의 내부 사정도 가세되면서 급속하게 제작부문의 아웃소싱(Outsourcing)이 진행되었음.

1) 이연(2002). 일본의 텔레비전 외주제작 정책과 그 시스템의 발전과정에 대한 연구 『외주정책 10년의 평가와 선진 외국의 외주실태 연구보고서』, MBC, 199쪽.

- 외주제작이 본격화된 것은 1970년대에 들어오면서부터임. 1970년대에 들어서면서 종전의 제작사와는 달리 TV방송국의 직원이 독립해 TV프로그램 제작사를 운영하는 사례가 나타나기 시작.
- 1970년 2월에는 TBS로부터 독립해 설립된 ‘기노시타 프로덕션’, ‘테레파크’, ‘테레비만 유니온’ 등의 제작프로덕션이 잇따라 설립되었음.
- 외부 프로그램 제작사가 대폭 늘어나게 된 시점은 1980년대부터임. 1979년에 82개에 불과하던 프로그램 제작사는 1984년에 435, 1989년에 755로 급격하게 늘어났음. 이때 1970년대에 설립된 대형 프로그램 제작사로부터 독립해 TV프로그램을 제작하는 제 2세대 제작사도 다수 등장.
- 이후 프로그램 제작사는 1994년에 1,065, 1999년에 1,371로 크게 늘어났으며 다만 2000년에 들어와서는 2003년에 1,378로 평행선을 유지하다가 2005년에 다시금 1,137로 큰 폭의 감소를 보였음²⁾.



*출처 : 藤田暁編著(2005年)、日本のマスメディア、日本放送出版協会、110p、
日本民間放送連盟編(2005年)、民間放送連盟 2005

2) 프로그램제작사 현황

(1) 전체 개황

2) 藤田暁編著(2005年)、日本のマスメディア、日本放送出版協会、110p、日本民間放送連盟編(2005年)、民間放送連盟 2005

- '일본민간방송연맹연감 2005'에 따르면, 프로그램 제작사는 2005년도 현재 1,137 임. 등재되어 있지 않은 영상계열 프로덕션까지 합하면 3,000~4,000사 정도가 운영되고 있는 것으로 추정되고 있음.
- '교도(共同) 텔레비전'이나 'TBS비전'과 같은 대형 프로덕션의 경우, 프로그램 기획 입안부터 촬영, 편집 등의 포스트 프로덕션까지 프로그램 제작을 일원적으로 위탁받는 경우가 많음. 반면 중소 프로그램 제작사는 TV방송국이나 대형 프로덕션으로부터 기획을 제외한 제작만을 맡거나 촬영·조명 등 전문가 집단에 의한 부분제작을 위탁받는 것이 일반적임.
- 프로그램 제작사는 업무형태별로 프로그램제작, 기술, 미술, 포스트, 애니메이션, 연예프로덕션 등으로 전문화/구조화되어 있음.

프로그램제작사의 업무형태별 현황

프로그램제작/프로덕션	방송국에서 프로그램 제작 일체를 수주받아 완성작품을 납입하는 형태에서 디렉터/보조스태프의 파견, 편집작업 기타 제작업무를 맡는 형태 등이 있다.
기술프로덕션	중계기기, 조명, 카메라등의 기술관련업무
미술프로덕션	무대장치, 소품 등의 미술관련업무
포스트프로덕션	수록영상/음성 등의 완성업무(합성, 편집등)
애니메이션 제작프로덕션	규모별로 담당하는 업무도 다양
연예프로덕션	연예인의 매니지먼트 뿐만 아니라 프로그램 제작섹션을 두고 있는 대형 프로덕션도 활동

- 일본총무성의 조사에 따르면, 프로그램 제작사와 방송국간에 거래되는 매출액은 연간 2,629억 엔(2005년, 계획, 236사 대상) 정도임.³⁾

3) 총무성이 집계한 통계를 바탕으로 계산할 경우, 프로그램제작사가 전체 방송제작시장에서 차지하는 비중은 2003년 기준 6.7:1 정도로 추정됨. 6.7:1은 2003년도 전체 방송제작시장 19,612억 엔(지상파TV 17,746억 엔, 위성방송 1,749억 엔, 케이블TV 117억 엔.)을 2003년도 매출액 2,929억 엔으로 나눈 수치임.

방송프로그램제작 매출액 추이⁴⁾

구분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년(계획)
매출액(엔)	2,707억	2,818억	3,182억	2,929억	2,662억	2,629억
1사 평균 매출(만 엔)	8억 6백	9억 9백	9억 7천3백	10억 3백	11억	11억 천4백
대상 사업자 수	336	310	327	292	242	236

출처 : 총무성

- NHK의 외주제작을 전담하는 'NHK엔터프라이즈 21'의 경우, 연간 매출이 300억 엔을 넘어설 정도로 대규모임. 다만 대형 프로그램 제작사는 대부분 지상파방송국 계열의 인하우스 프로덕션 성격이 강함.

대형 프로그램 제작사의 연간매출 현황

2002년		2005년	
회사명	매출액	회사명	매출액
NHK 엔터프라이즈 21	36,675	NHK 엔터프라이즈 21	31,403
교도텔레비전	17,376	교도 텔레비전	16,871
TBS 비전	12,033	도쓰	10,864
TV아사히영상	9,993	TV아사히영상	10,247
니혼TV엔터프라이즈	9,587	니혼TV엔터프라이즈	8,726
도쓰	8,463	니혼텔레위크	7,251
이스트	8,448	이스트	7,132
니혼텔레위크	7,803	TBS비전	6,759
테레비만유니온	5,728	테레비만 유니온	5,571

*단위 : 백만 엔

** 출처 : 電通總研(2006), 情報メディア白書 2006

- 사단법인 '전일본 TV프로그램 제작자 연맹'의 조사⁵⁾에 따르면, 프라임 타임(오후

4) 매출액=연도별 평균매출액 X 대상사업자 수

5) 도쿄의 5개 지상파 키 스테이션을 대상으로 한 수치임. 공영방송 NHK종합의 외주제작비율은 16% 정도임.

7시~11시)에 방송되는 프로그램 가운데 프로그램 제작사가 프로그램 제작에 관여하고 있는 비율은 약 70% 정도이며, 조명 및 카메라 등의 기술관련, 대도구·소도구 등의 미술관련 프로그램 제작사까지 포함하면 이들이 관여하고 있지 않은 방송프로그램은 거의 전무하다고 할 수 있음.

프로그램 제작사에 의한 외주제작비율 추이

	1997년 10월 편성		1999년 10월 편성	
	시간	백분율	시간	백분율
프로그램 제작사	6,151분	73.2%	6,058분	72.2%
방송국 제작	557분	6.6%	1,885분	22.4%
영화등	1,692분	20.1%	457분	5.4%

*상기 표는 민간방송 키 스테이션 5국을 대상으로 월요일부터 일요일 프라임 타임에서 프로그램 제작사가 관여한 프로그램을 조사한 것임.

**출처 : 全日本番組制作社聯盟(ATP)

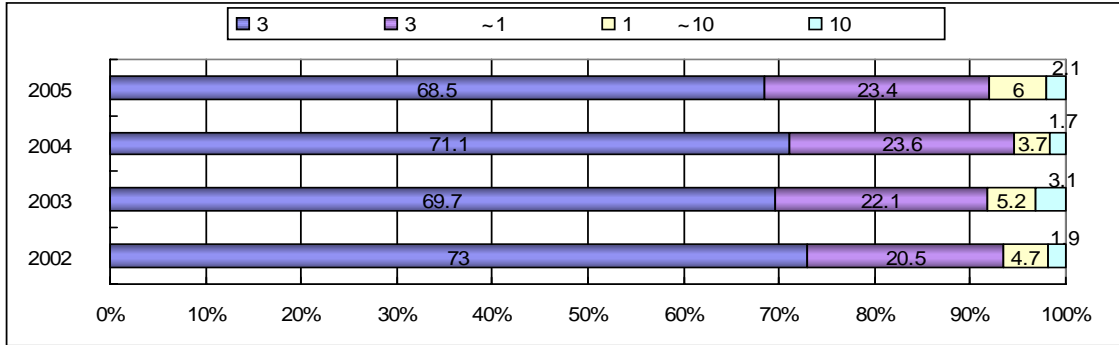
- 이와 같은 프로그램 편성과 제작의 분리는 제작부문의 구조화로 이어져 프로그램 제작사가 대거 등장하는 계기가 되었고 이를 기반으로 방송프로그램 제작시장이 활성화되는 등 방송영상산업의 외연이 확대되는 결과를 낳았음.

(2) 프로그램 제작사 세부 현황

- 일본의 프로그램 제작사는 중소기업이 대부분을 차지하고 있음.
- 자본금이 3천만 엔 미만인 사업자가 2004년엔 전체 71.1%, 2005년엔 68.5%로 가장 많은 분포를 보였음. 1억 엔 미만까지 포함할 경우, 2004년 94.7%, 2005년 91.9%로 사업자의 대부분을 차지하고 있음.

자본규모별 사업자 구성

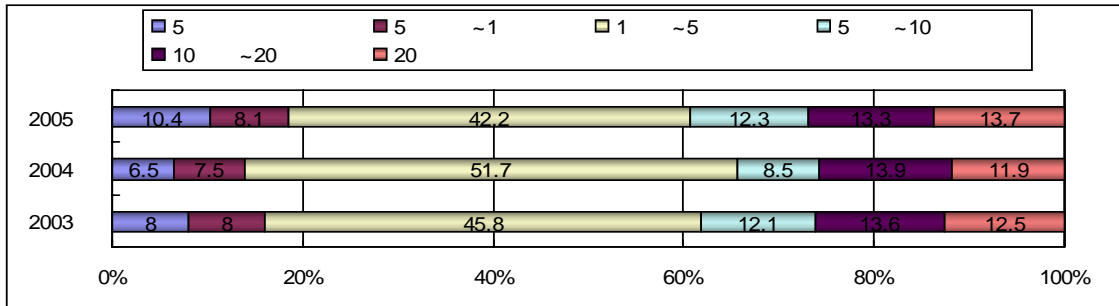
[단위 % (구성비)]



- 연간 매출은 1억 엔에서 5억 엔 미만 사업자가 42.2%를 기록해 가장 많은 분포를 보였으나, 전년도보다 9.5% 감소했음.

연간매출규모별 사업자 구성

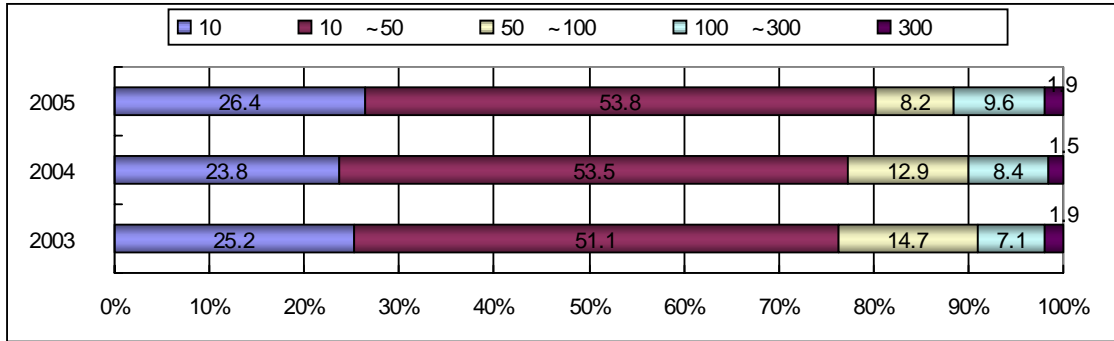
[단위 % (구성비)]



- 종업원 수 50명 미만의 사업자는 2004년엔 전체 77.3%, 2005년엔 80.3%로 중소기업의 사업자가 대부분을 차지하고 있음.

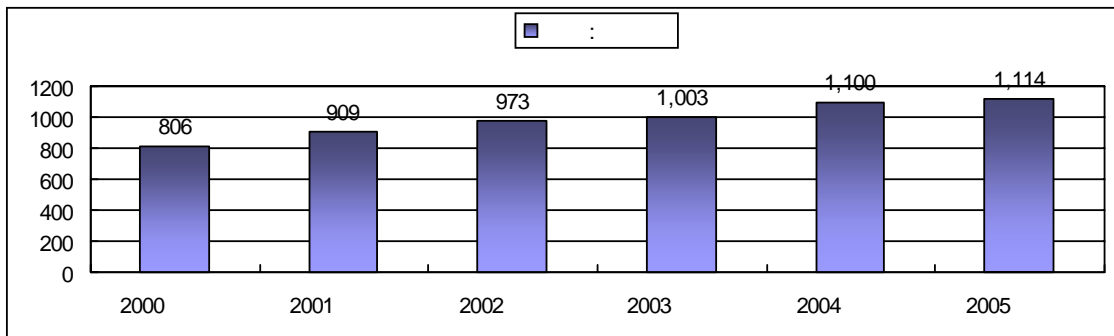
종업원 규모별 사업자 구성

[단위 %(구성비)]



- 2004년 평균매출액(실적)은 11억 엔 정도이며 2003년도에 비해 9.7% 상승. 2005년 평균매출액(계획)은 11억 1,400만 엔으로 전년도대비 1.4%증가를 전망.

방송프로그램제작 평균매출 추이



3. 프로그램 제작사의 저작권과 위탁거래 실태

1) 프로그램 제작사의 저작권

(1) 개황

- 프로그램제작방식은 크게 방송국 직접제작, 제작회사와 공동 제작, 프로그램 자체를 제작회사에 발주하는 경우가 있는데 프로그램을 제작할 시에는 다양한 저작권이 발생함.

방송프로그램 관련 저작권 내용

저작물		권리내용
소설, 수필, 논문, 시, 강연 등		· 원작자의 [복제권], [공중송신권], [변안권], [저작자인격권]
방송극본(대본)		· 작가의 [복제권], [공중송신권], [변안권], [저작자인격권]
음악	기성음악(악곡)	· 작사가, 작곡가, 편곡가, 역사가의 [복제권], [공중송신권], [저작자인격권]
	레코드(음원)	· 실연가·레코드제작자의 [복제권], [2차사용료 청구권], [송신가능화권]
실연		· 배우, 가수, 실연가, 낙어가(落語家), 모델, 일반인등의 [녹음·녹화권], [방송권]
회화, 그림, 조각, 만화, 지도, 지형, 모형 등		· 회화, 사진 등의 [복제권], [공중송신권], [변안권], [저작자인격권]
영화, 영화소재		· 영화제작자의 [복제권]([방송권]) · 감독, 카메라맨 등의 [저작자인격권] · 원작자, 작가, 작사·작곡 등의 [복제권], [방송권]
기타		· 실연가, 연출가의 [초상권] · 이벤트 주체자의 [홍행권], [회장관리권] · 저작물 소유권의 [관리권] 등

- 저작인접권자인 방송사업자는 복제권, 재방송권, 유선방송권, 송신가능화권, TV 방송의 공중 전달권을 갖고 있음.

- 방송프로그램을 제작할 시는 다음과 같은 각 권리단체와 번거롭고 까다로운 권리 처리를 해야 함(2004년 4월 현재).

방송프로그램 2차 이용시 방송사업자의 권리처리

		소설	각본		음악	실연		레코드
권리자단체		일본문예가협회	일본각본가연맹	일본시나리오작가협회	일본음악저작권협회	일본예능실연가단체협의회	일본음악사업자협회	일본레코드협회/일본예능실연가단체협의회
프로그램 판매	지상파	NHK	/	/	/	/	/	/
		민방각사*1	0	0	0	0	0	0
	BS	NHK	/	/	/	/	/	/
		민방각사*1	0	0	0	0	0	0
	국내 CS	NHK	0	0	0	0	0	0
		민방각사*1	0	0	0	0	△	0
	유선	NHK	0	0	0	0	0	0
		민방각사*1	0	0	0	0	0	-
해외프로그램판매	NHK	0	0	0	0	0	0	
	민방각사*1	0	0	0	0	0	0	
비디오판매	NHK*2	0	0	0	0*3	0	0	-
	민방각사*1	0	0	0	0*3	0	0	-
인터넷전송	NHK*2	△	△	△	0*3	△	△	△
	민방각사*1	△	△	△	0*3	△	△	△

방송프로그램 2차 이용시 프로그램제작사의 권리처리

		소설	각본		음악	실연		레코드
권리자단체		일본문예가협회	일본각본가연맹	일본시나리오작가협회	일본음악저작권협회	일본예능실연가단체협의회	일본음악사업자협회	일본레코드협회/일본예능실연가단체협의회
프로그램 판매	지상파	0	0	0	0*3	-	-	-
	BS	0	0	0	0*3	-	-	-
	CS	0	0	0	0*3	-	-	-
	유선방송	0	0	0	0*3	-	-	-
해외 프로그램판매	유선	0	0	0	0*3	-	-	-
비디오 판매		0	0	0	0*3	-	-	-
인터넷 전송		0	0	0	0*3	-	-	-

* 출처 : 문화청(2004년 4월 현재)

**참조

○ : 권리자 단체와의 규정 존재(사용료 규정의 적용을 포함)

△ : 일부 규정 존재, 또는 룰 제정을 위해 협의중

/ : 해당없음

- : 권리자 단체와의 규정 없음.

*1 : BS, CS, 유선방송사를 제외

*2 : NHK자회사와 권리자 단체와의 규정 포함

*3 : 이용자에 있어 계약해 사용료 규정을 적용

○ 상기의 표에서 알 수 있듯이 JASRAC(일본음악저작권협회) 등의 저작권 권리단체나 창구마다 저작권 권리처리에 대한 제도 정비 상태는 단체마다 다름.

- 신규매체의 전승에서는 권리처리 룰이 마련되어 있지 않아 권리자 측과 이용자 측의 협상이 난항을 겪는 경우가 빈번히 발생하여 결과적으로 콘텐츠가 네트워크 상에서 점점 유통되기 어려운 상황이 만들어지고 있음.

- 이와 관련 ‘일본경제단체연합회’의 적극적인 중재로 2005년 3월에 권리자 단체와 이용자 단체 간에 인터넷상의 콘텐츠 전승에 대한 전송료율에 잠정 합의한 바 있음.

(2) 프로그램제작사의 저작권과 이용 실태⁶⁾

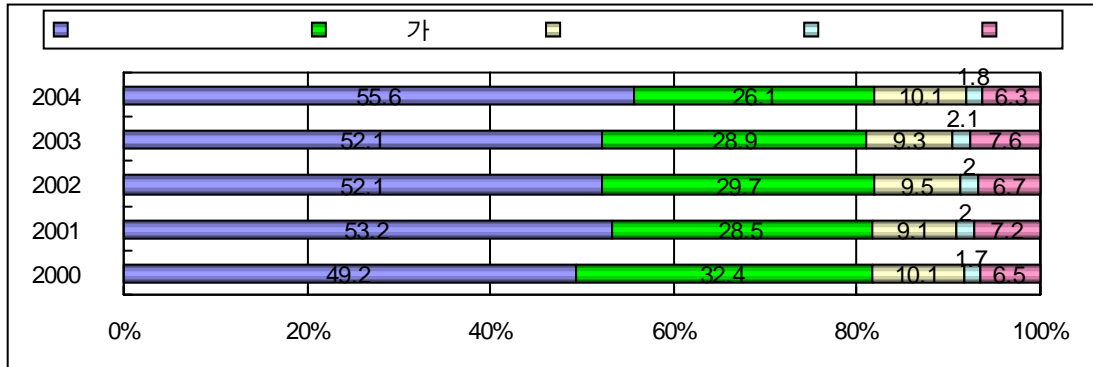
○ 방송국이 TV방송프로그램을 기획하여 프로그램 제작사에 의뢰하는 형태가 55.6%로 과반수이상을 차지. 대체로 방송국의 기획은 늘어나고 제작사의 기획은 줄어들고 있는 추세임.

- 이전보다 방송사 기획의뢰가 늘고 있는 것은 방송콘텐츠의 다원적 활용을 염두에 둔 방송국 측의 저작권 확보노력이 강화된 탓으로 풀이됨.

6) 일본총무성의 통신관련업실태조사 2000년부터 2005년까지의 결과를 토대로 작성

TV방송프로그램의 기획 제작형태

[단위 %(구성비)]

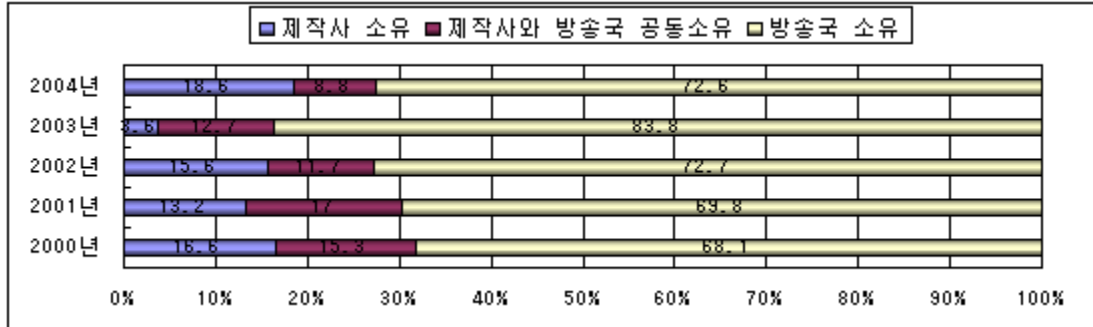


- 완전패키지로 납품된 방송프로그램의 경우, 약 73%는 방송국이 방송권을 소유하고 있음. 제작사와 방송국이 공동으로 소유한 경우는 8.8%로 매년 감소추세에 있음
- 그러나 전년도에 비해 방송저작권을 제작사가 소유하는 비율이 15%나 증가하여 2000년 이후 최대치인 18.6%에 달했음.
- (민간) 방송국 프로듀서나 디렉터가 참여해 방송국의 창작적 관여도가 높은 프로그램에 대해서는 방송국이 저작권과 2차이용권도 소유함.
- 창작적 관여도가 희박한 프로그램, 다시 말해 프로그램제작사에게 대부분을 맡긴 프로그램은 제작사가 저작권을 가짐. 방송국이 전액 제작비를 부담했다고 하더라도 창작적 관여도가 낮으면 제작사에게 저작권이 귀속됨. 2차이용은 방송국이 권리처리의 노하우를 갖고 있어 공동작업이 되는 경우가 많은데 이때 프로그램판매 및 DVD화등 2차 이용을 통해 발생한 수익은 쌍방에게 배분됨.⁷⁾
- 방송국으로부터의 제작비 조달이라는 점에서 우리와 유사한 일본의 경우, 저작권이나 2차이용권 면에서 우리보다 프로그램 제작사에게 저작권을 인정하고 있는 편임. 제작사 단독 보유를 전혀 허용하고 있지 않고 일부만을 인정하고 있는 방송위원회의 2004년도 조사결과(방송위원회, 2005년 방송산업실태조사보고서, 105항)와는 뚜렷한 대비를 보임.

7) 放送文化 2004年秋号, pp42~43

방송 저작권 소유현황

[단위 %(구성비)]



- * 방송권: TV방송프로그램(CM은 제외)의 처음 이용목적에 따라 지상파방송 또는 케이블TV방송 및 위성방송 (CS를 포함)프로그램만이 이용할 수 있는 것.
- * 완전패키지: 수록 및 편집이 끝나고 언제든지 방송할 수 있는 완전히 만들어진 프로그램.

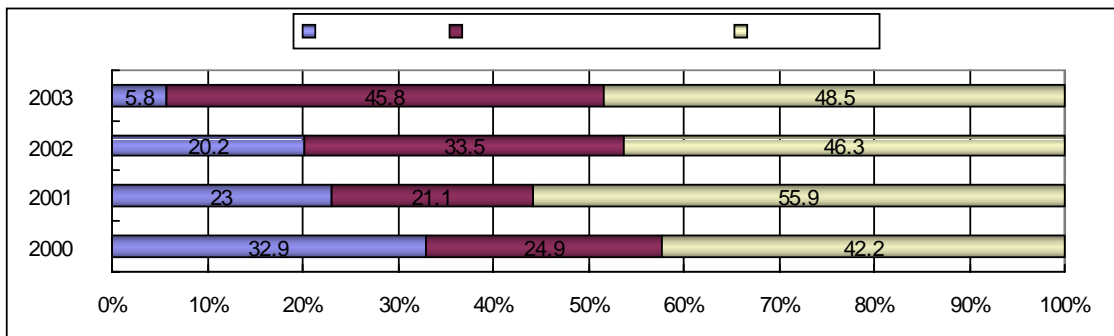
<저작권의 원시적 귀속과 양도를 둘러싼 논의>8)

- 일본저작권법상에서는 영상콘텐츠의 저작권자와 관련 '제작에 발의 (發意) 와 책임을 지닌 자' 에게 원시적으로 귀속된다고 되어있지만, 발의와 책임의 내용이 명확하지 않아 위탁자와 수탁자간에 입장차이가 발생하는 경우도 있음. 저작권자에 대해 한층 명확한 규정이 요구됨.
- 방송콘텐츠 관련 저작권이 원시적으로 수탁자에게 귀속되는 경우, 수탁자의 저작권을 위탁자에게 양도할지 양도할 시의 조건을 어떻게 할지에 대해서는 1차적으로 거래당사자간의 합의에 의해 결정해야 한다.
 - 그러나 위탁자가 수탁자에 대해 우월적인 지위에 있는 경우 저작권의 양도 및 기타 거래조건에 대해 수탁자에게 부당한 불이익을 주는 경우에는 우월적 지위의 남용에 해당
- 저작권의 양도를 거래의 조건으로 하는 경우에는 거래 당사자 쌍방이 저작권의 양도가 거래조건이라는 점을 인식하고 해당 위탁비에는 저작권 양도대가가 포함되는 것을 명확하게 해두는 것이 필요함.
 - 우월적인 지위에 있는 위탁자가 이러한 조건을 사전에 명확하게 하지 않고 예를 들면 사실상 콘텐츠 제작에 착수한 후에 이러한 조건을 수탁자에게 제시하는 등 수탁자가 해당조건을 받아들이지 않을 수 없게 하는 경우에는 우월적 지위의 남용에 해당

- 프로그램제작사가 제작한 TV방송프로그램(CM제외)에서 완전패키지로 납품된 TV방송프로그램 중 2차이용권의 저작권이 방송국소유로 되어있는 비율이 48.5%이며, 방송프로그램제작사와 방송국이 공동으로 소유하는 비율은 45.8%로 공동소유부분이 점점 확대되고 있는 추세임.
- 그러나 방송프로그램제작사가 2차이용권을 갖는 경우는 대폭 감소하고 있으며 공동으로 저작권을 소유하는 경우가 늘어난 것은 창구관리업무 대표행사가 확대된 것에 의한 것으로 보임.
- 다큐멘터리, 정보 등 이른바 ‘비드라마’ 프로그램의 경우, 방송국 스튜디오의 사용, 방송국주도의 캐스팅, 시리즈를 기획한 복수의 제작사가 참가하는 등의 이유로 방송국이 저작권을 소유하는 케이스가 압도적으로 많을 뿐만 아니라 방송되지 않은 나머지 영상소재에 대해서도 대부분 방송국에 저작권이 귀속되고 있는 실정임.

2차이용권 소유

[단위 %(구성비)]



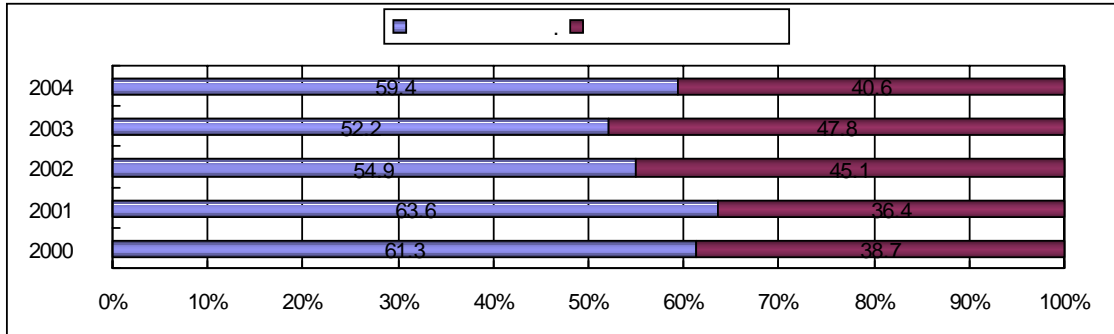
*2차이용권: 비디오, CD-ROM, 출판 등으로 이용하고 당초 이용목적인 방송 외에 방송프로그램으로 이용할 수 있는 것.

- 프로그램제작사에게 2차이용권이 속해있는 TV방송프로그램(CM제외) 중, 실제로 2차이용을 하고 있는 제작사는 전체 59.4%로 전년도에 비해 약 7% 증가. 반면 40%정도의 사업자는 2차 이용권이 귀속되어 있음에도 행사하지 않았음.

8) 公正取引委員会, デジタルコンテンツと競争政策に関する研究会報告書、2005年3月

프로그램제작사의 2차이용 현황

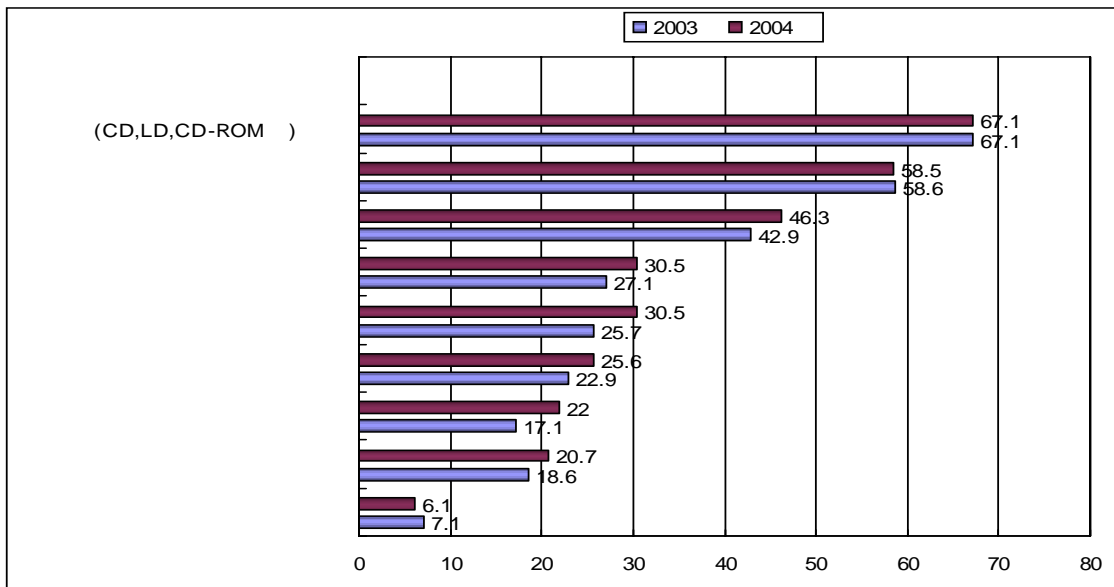
[단위 %(구성비)]



- 방송프로그램의 2차이용 형태를 살펴보면 비디오가 70%로 가장 많았음.

2차이용 형태

[단위 %(복수응답)]



2) 방송국과 프로그램제작사의 위탁 거래

(1) 개황

- 프로그램 제작사와 지상파방송 간의 거래형태는 크게 지상파민간방송사업자와 일본방송협회(이하 NHK)로 나눌 수 있음.
- 지상파민간방송사업자는 방송법 제3조에 입각해 방송프로그램 간 조화성 원칙의 무와 함께 교육프로그램 10%, 교양프로그램 20%를 편성하지 않으면 안 되며 하루도 빠짐없이 거의 24시간 TV프로그램이 제작되어 방송되고 있음.
- 제작주체에 따라 방송국 제작프로그램, 프로그램 제작사/프로덕션 제작프로그램, 공동제작프로그램 등으로 나뉨⁹⁾.

민간방송TV국의 프로그램 제작종류

방송국 제작 프로그램	TV국이 제작하고 저작권을 갖는 프로그램, 버라이어티 프로그램의 코너 발주처럼 제작업무의 일부를 외부 제작사에게 위탁하는 경우도 있다.
공동제작 프로그램	TV국과 제작사가 공동으로 제작하는 프로그램. 저작권의 귀속은 협의사항 내지 공유.
제작발주 프로그램	TV국이 제작사에 전면적으로 제작발주하는 프로그램. 저작권의 귀속, 2차 이용의 권리 등에 대해서는 계약 내용에 따라 달라진다.
기존작품의 방송권 구입	제작시의 내용 및 자금면 등에서 방송국이 일절 관여하지 않는 프로그램으로 방송권만을 구입한다. 극장용 영화가 많다.

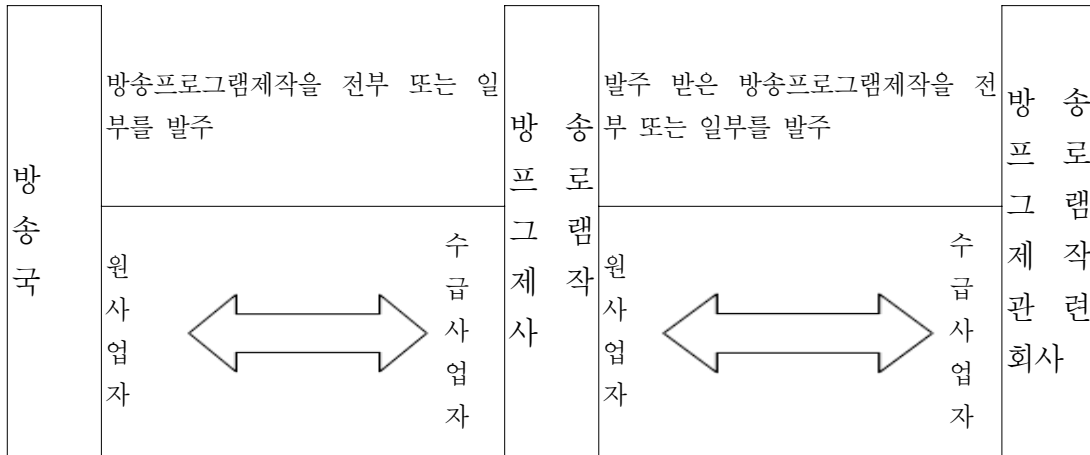
- 방송국 제작 프로그램이란 방송국내에서 기획하고 방송국 스태프가 중심이 되어 제작하는 프로그램을 가리킴. 다만 작가는 기본적으로 방송국 직원이 아니라 외부인 경우가 대부분임. 또한 방송국이 제작을 주도하더라도 외부 제작사의 인력을 일부 동원하는 형태로 프로그램이 제작되는 것이 일반적이며 순수하게 방송국 직원만으로 제작되는 경우는 거의 없음¹⁰⁾.
- 제작발주프로그램은 방송국으로부터 외주 의뢰를 받거나 프로그램 제작사가 기획한 프로그램을 방송국이 허락해 제작하는 프로그램을 가리키는데 민방 TV국이 프로그램 제작비를 부담하고 제작사가 방송국으로부터 프로그램 제작발주를 받아

9) 그 밖에 영화 및 외국TV프로그램을 비롯한 기존 콘텐츠의 방송권만 방송국이 구입해 방송되는 프로그램도 있다.

10) 이 경우 프로그램 제작사는 방송국에 대한 제작협력이라는 형태로 프로그램 제작에 관여하기도 한다.

제작사주체로 제작을 해 완전 패키지 프로그램 형태로 납품하는 형태임.

TV방송프로그램제작 위탁 거래



- 외부 위탁비율이 높은 부분은 프로그램 종류를 불문하고 촬영, 편집 등의 용역 부분이었으며 거의 대부분을 차지하고 있음.

<위탁거래의 내용>(복수응답)

프로그램 종류	위탁업무 종류	위탁업체 수	위탁업체의 규모	계약 형태
ㄱ. 뉴스	1. 촬영 80.3%	평균: 16.3개사 최다: 700개사	A. 91.1% B. 2.7% C. 8.9%	a. 74.1% b. 50.0% c. 1.8%
	2. 편집 66.4%			
	3. 토탈 46.7%			
	4. 영상 및 CG 34.4%			
	5. 플립 32.8%			
ㄴ. 정보 및 보도	1. 촬영 67.8%	평균: 18.9개사 최다: 700개사	A. 90.2% B. 14.2% C. 15.3%	a. 90.0% b. 30.0% c. 2.6%
	2. 편집 59.6%			
	3. 토탈 41.5%			
	4. 영상 및 CG 40.4%			
	5. 플립 38.5%			
ㄷ. 스포츠	1. 촬영 70.5%	평균: 15.5개사 최다: 700개사	A. 90.2% B. 6.8% C. 16.7%	a. 87.9% b. 28.8% c. 2.3%
	2. 편집 48.2%			
	3. 토탈 34.5%			
	4. 영상 및 CG 29.5%			
	5. 플립 27.3%			
ㄹ. 드라마	1. 촬영 55.8%	평균: 52.9개사 최다: 700개사	A. 84.4% B. 20.0% C. 31.1%	a. 93.3% b. 13.3% c. 4.4%
	2. 편집 55.8%			
	3. 배우 및 성우 51.9%			
	4. 조명 70.9%			
	5. 감독 및 연출 46.2%			
ㅁ. 버라이어티	1. 촬영 63.5%	평균: 24.8개사 최다: 700개사	A. 86.2% B. 20.2% C. 22.3%	a. 86.2% b. 22.3% c. 2.1%
	2. 편집 55.8%			
	3. 조명 44.2%			

	4.완전패키지 35.6%			
	5.감독및 연출 32.7%			
ㄴ. 다큐멘터리	1.촬영 70.9%	평균: 17.9개사 최다: 700개사	A. 88.0%	a. 91.0%
	2.편집 53.2%		B. 14.3%	b. 22.6%
	3.틸립 37.6%		C. 17.3%	c. 2.3%
	4.완전패키지 36.2%			
	5.효과음 36.2%			
ㄷ. 와이드 쇼	1.촬영 75.6%	평균: 38.5개사 최다: 700개사	A. 86.8%	a. 92.1%
	2.편집 53.3%		B. 14.3%	b. 31.6%
	3.조명 44.4%		C. 7.9%	c. 2.6%
	4.헤어메이크업 및 스타일 리스트 35.6%			
	5.틸립 28.9%			
ㄹ. 만화	1.완전패키지 54.0%	평균: 59.7개사 최다: 800개사	A. 89.4%	a. 89.4%
	2.촬영 30.0%		B. 21.3%	b. 6.4%
	3.감독및 연출 28.0%		C. 21.3%	c. 2.6%
	4.배우및 성우 28.0%			
	5.각본·시나리오 26.0%			
ㅈ. 음악방송	1.촬영 45.1%	평균: 20.0개사 최다: 700개사	A. 82.3%	a. 83.5%
	2.완전패키지 42.7%		B. 10.1%	b. 15.2%
	3.편집 40.2%		C. 11.4%	c. 2.5%
	4.조명 34.1%			
	5.틸립 25.6%			

유효답변수: ㄱ=112, ㄴ=190, ㄷ=132, ㄹ=45, ㅁ=94, ㄴ=133, ㄷ=38, ㄹ=47, ㅈ=79

(주1) 위탁업체규모 A: 자사보다 작은 규모, B: 자사와 같은 규모, C: 자사보다 큰 규모

계약형태 a: 위탁(청부)계약 b: 파견계약 c: 기타

(주2) 출처 : 일본공정거래위원회(2004.2)

- 공영방송 NHK 역시 민간방송사업자와 마찬가지로 방송법 조항에 입각해 매년 방송매체별 편성기준을 공표하고 있음. 이를 토대로 시청자에게 가장 필요한 방송프로그램을 제작하고 적절한 시간에 프로그램을 편성하고 있음.
- NHK는 1953년 본방송을 실시한 이래 줄곧 제작역량 확보차원에서 자체제작 중심의 제작구조를 유지해왔음. 그러나 1980년대 후반 무렵부터 경영합리화, 민간방송의 제작방식 도입을 통한 제작현장예의 활력 부여 등의 차원에서 'NHK 엔터프라이즈21' 등의 자회사를 설립하고 이들 자회사에게 프로그램 제작을 위탁하는 사례가 증가했음. 2003년 현재 NHK의 프로그램 외주비율은 종합TV에서 약 16%, 교육TV에서 약 33%, BS1이 약 34%, BS2가 약 38%정도임.
- NHK프로그램을 제작주체별로 구분하면 자체제작프로그램, 위탁프로그램, 재위탁 프로그램이 존재함. 그밖에 NHK가 영상콘텐츠 방송권만 구입하는 프로그램도 있음.

NHK의 프로그램 제작 종류

자체제작프로그램	NHK직원이 업무로 제작
위탁프로그램	NHK 자회사 등의 내용관리책임을 전제로 NHK의 자회사 등에 제작을 위탁한다.
재위탁프로그램	NHK 자회사 등의 내용관리책임을 전제로 NHK의 자회사 등이 제작회사에 제작을 재위탁한다.
예약구입프로그램	제작사가 기획·제작하는 프로그램을 NHK편성기준에 입각한 내용으로 하는 것을 조건으로 방송권만을 구입한다.
구입프로그램	외부영화사 및 제작사가 제작한 작품의 방송권만을 구입한다.

- 방송국이 해당 TV방송프로그램제작 업무 전부 또는 일부를 위탁하는 경우와 해당 방송프로그램제작사가 방송국에서 발주 받아 제작업무 전부 또는 일부를 프로그램제작관련회사에 재발주하는 경우도 있음.

(2) 방송사업자와 제작사간 위탁거래의 실태¹¹⁾

- 방송국 등은 기본적으로 발주시 소정의 기재사항을 빠짐없이 기재하고 서면을 곧바로 프로그램제작사에게 교부할 의무가 있지만, 오랫동안의 거래관행상 서면(약 40%)보다는 구두 등에 의한 발주(약 60%)가 많음.
- 대금의 결정방법은 ‘하청사업자의 견적 가격을 토대로 쌍방이 협의해 결정’(방송국 52.2%, 제작사 37.8%)하거나 ‘방송국 등의 제시가격을 토대로 쌍방이 협의해 결정’(방송국 41.8%, 제작사 44.8%)이 가장 많았음.
 - 특히 법적으로 금지되고 있는 ‘강매’에 해당하는 행위는 ‘원사업자가 제시가격을 일방적으로 결정한다’로 10%에 이르고 있음.

11)본 조사는 공정거래위원회가 실시한 것으로 방송국과 프로그램 제작사를 대상으로 서면조사방식을 채택해 1,000부가 발송되었고 회수율은 42.7%임. 의견조사기간은 2003년10월31일~11월18일, 총 조사기간은 2003년 10월~2004년1월까지임, 청취조사는 방송국, 프로그램제작사, 관련사업자단체 등 총 35개 업체가 참가하였음.

하도급대금 결정방법

하도급대금 결정방법	방송국	방송프로그램제작사
수급사업자의 견적가격대로 결정	0.7	2.4
수급사업자의 견적가격을 바탕으로 쌍방이 결정	52.2	37.8
원사업자가 제시한 금액대로 일방적 결정	3.0	10.0
원사업자가 제시한 금액을 바탕으로 쌍방이 결정	41.8	44.8
서로 협의해서 결정	1.5	5.0
기타	0.7	0.0

*단위 : %

**유효답변수: 방=134, 제작=339

- 방송국 등이 프로그램제작사에 대해 제작을 위탁한 프로그램에 대해 프로그램 제작사의 책임이 없으면 수령을 거부할 수 없음. 그런데 문제시될 수 있는 수령거부의 사례로써 ‘사양의 변경이 필요하다’(14.7%), ‘납입된(납입한) 결과물 상태가 좋지 않기 때문’(10.9%)이라는 응답도 각각 전체 10%이상이었음.
- 반대로 방송국 입장에서 납입된 결과물 상태가 좋지 않아 수령을 거부했다고 한 것이 21.6%를 차지했음.
- 프로그램제작사가 납입한 프로그램의 반품이유에 대해 ‘납입된(납입한) 결과물의 상태가 안 좋아서’라는 응답이 방송국에서 8.3%, 프로그램제작사에서는 6.5%로 가장 많았음. ‘사양 변경이 필요해서’(5.5%), ‘납입처에서 발주가 취소돼서’(1.5%)라는 응답도 다소 있었음.
- 발주시 결정한 대금을 프로그램제작사의 귀책사유가 없음에도 불구하고 수령 후 ‘경영 악화로 대금을 가끔 감액하는 경우가 있다’고 응답한 비율이 8.3%, 납입된 프로그램에 하자가 있어 감액한 경우도 6.1%를 차지.
- 대금지불은 프로그램을 수령한 날부터 법정기한인 60일 이내에 지불하는 비율이 제작사가 86.6%, 방송국이 91.9%를 차지. 하지만 60일이 경과한 이후에 지불된 경우도 8.5%였음.
- 반면 방송국은 0.8%로 대조적인 응답을 보였음.

- 강제구입 및 이용과 관련, 방송국 등이 거래관계가 오래되어 때때로 구입요청을 했다고 응답한 비율이 16.6%에 이르고 있음.
- 방송국 등이 판매요원의 파견요청, 이벤트에의 참가요청 등과 같은 부당한 경제상의 이익 제공요청에 대해 오랫동안의 '거래관계상 사회적 의례의 범위로 생각해서'(8.8%), 방송국 등의 거래에 악영향을 미칠까봐(3.8%) 수용했다고 응답.
- 방송국 등으로부터의 발주 내용 변경이 '때때로 있다'고 응답한 비율이 전체 60%. 그중 '비용부담을 협의하나 거의 프로그램제작사가 전액 부담한다'라고 답한 경우가 10%를 상회함(방송국 5.4%, 프로그램 제작사 17.4%).
- 발주 후에 취소된 경우가 방송국 24.3%, 프로그램 제작사 32.8%임. 그중 '책임소재와 상관없이 항상 프로그램제작사가 부담'한다고 한 응답이 약 5.1%(방송국 0%)에 달했음.
- 수령후 정정지시를 받은 사업자 가운데 그중 정정비용을 거의 프로그램제작사가 전액 부담하는 경우는 20.1%(방송국 3.7%)를 차지.

4. 방송콘텐츠 제작역량 강화 정책

1) 총무성

(1) 방송사업자의 위탁거래 자율 기준 마련

- 일본총무성은 방송프로그램 제작체제의 공정성/투명성을 보다 제고하기 위해 '브로드밴드시대, 방송프로그램제작에 관한 검토회'¹²⁾를 개최했음.
- 정책담당자, 학식경험자, 법률전문가, NHK, 일본민간방송연맹 및 사단법인 전일본TV프로그램제작사연맹등 방송관계자가 참여해 방송사업자에 의한 프로그램 제작에 관한 역무위탁거래 관련 자율기준의 작성과 공표에 합의했음. 이하는 자율 기준 작성시의 유의사항임.

12) 2002년10월부터 2005년3월까지 개최

○ 자율기준 마련에 있어 본 검토회에서의 논의를 토대로 콘텐츠의 질적인 면도 포함하는 제작력의 강화/향상 및 유통의 원활화에 기여하는 것을 유의하는 동시에 이하의 취지를 기본으로 한다.

- 1) 거래시는 우월적 지위가 남용되지 않도록 독점금지법 등의 관계법령 및 이에 따른 가이드라인을 준수할 것.
- 2) 거래시는 거래당사자간에 조건 등의 협의/합의내용에 오해가 생기지 않도록 계약서의 교환과 함께 중요한 합의에 관해 필요한 경우는 문서로 확인할 것.
- 3) 거래내용 및 절차에 관해 당사자 또는 관련단체로부터 문제 지적이 있을 경우는 관계자간의 충분한 협의를 갖도록 할 것.

○ 자율기준의 구체적인 내용으로는 관계법령 및 이에 따른 가이드라인을 참고로 다음과 같은 내용을 상정할 수 있다.

- (명확한 계약체결) 대금지불, 권리귀속과 함께 프로그램 제작에 따른 성과물의 사용조건 및 권리자 표시 등의 거래조건에 대해 성실한 협의와 명확한 문서에 의한 계약의 장려등
- (공정한 대금지불)역무위탁거래에 관한 대금가격의 결정 및 지불시기등, 지불방법의 공정성 확보등
- (끼워팔기 거래의 금지)역무위탁거래 자체와 직접 관계없는 거래의 강제 금지등
- (부당한 정정의 금지) 역무위탁의 목적 및 거래조건에 비추어 명백하게 부당하고 일방적인 정정지시의 금지등
- (공정한 권리귀속) 역무와 관련해 발생한 권리 등의 역무위탁의 목적 및 계약조건에 비추어 명백하게 부당하고 일방적인 취급의 금지등
- (2차이용시의 청구업무의 명확화) 2차 이용시 권리관계 및 청구업무의 명확화등

○ 자율기준의 작성시 개별적인 계약실무에 혼란을 불러일으킬 우려가 있는 용어에 대해서는 필요에 따라 정의를 하는 것이 바람직하다.

○ 이에 입각해 2003년 3월 일본민간방송연맹은 ‘프로그램 제작 위탁거래에 관한 지침’을, NHK는 2004년 4월 ‘프로그램 제작 위탁거래에 관한 자율기준’을 발표

하고 대등한 파트너로서 프로그램제작사와의 긴밀한 협력과 프로그램 계약의 공정성과 투명성을 제고하려는 노력을 기울이고 있음(부록 1,2 참조).

- 일본민간방송연맹의 지침은 계약서의 문서화 및 계약내용의 명확한 기재, 창구 업무 및 이익배분 방법 등 ‘제작위탁에 관한 기본사항’과 수령거부 및 부당한 수정 요구 금지 등을 주요 내용으로 하고 있음.
- 일본민간방송연맹 가맹사들은 연맹 기준에 입각해 개별적으로 구체적인 가이드라인을 책정/공개하고 있어 매우 실효성이 높다고 할 수 있음.
- 개별방송국의 위탁거래 기준은 한결같이 독점금지법 및 하청법의 준수를 명시하고 있으며 프로그램 제작사를 대등한 파트너로써 인정하고 있음.

주요 도쿄 키 스테이션의 가이드라인 내용

방송국	항목	기준내용
니혼TV	저작권	제작실태에 걸맞는 저작권 귀속을 명기. 또한 제작사에 저작권이 귀속되는 경우, 니혼TV가 취득하는 방송권의 지역, 기간, 횟수를 명기
	2차이용	상품화, 해외판매 등의 2차이용 시에 각항목별로 창구 담당을 어디로 할 것인지에 대해 제작사와 충분히 협의해 결정. 또한 2차이용의 배분에 대해서는 제작기여도에 상응해 배분을 명기.
	대금지불	금액, 지불일, 지불방법을 명기. 대가지불이 하청법에 위반되지 않도록 정함.
TBS	위탁대가 금액과 지불방법	원칙적으로 납입일의 익월 말일 지불.
	방송권의 귀속	도쿄방송국이 취득하는 방송권의 지역, 기간, 횟수를 명기
	프로그램의 목적외 이용	제작사와 충분히 협의해 결정. 계약시점에 가능한 이용창구를 명확히 하도록 노력.
후지TV	권리의 귀속	프로그램 저작권이 제작사에 저작권이 귀속되는 경우, 후지TV가 취득하는 방송권의 지역, 기간, 횟수를 명기.
	2차이용	프로그램을 방송이외에서 2차적으로 개발해 이용하는 경우의 룰을 기재.

* 출처 : 각 방송국의 홈페이지

(2) 표준계약서의 마련

- 총무성은 2004년 3월 방송프로그램 제작위탁 관련 각종 절차의 공정성/투명성을 보다 제고하기 위해 ‘방송프로그램의 제작위탁에 관한 표준계약서’를 공표.
- 방송사업자가 프로그램제작사에 제작을 위탁하는 경우의 표준계약서로 계약항목 및 내용에 대한 최소한의 필요 사항을 정리함으로써 공정성/투명성의 제고와 보다 실효성 높은 표준계약서의 보급을 유도하고 있음.

방송프로그램 제작위탁시의 표준계약서¹³⁾(계약서의 필요사항)

~위탁제작거래~

항목	내용	비고
계약목적	프로그램 제작위탁과 수탁시의 계약서라는 취지와 제작프로그램의 사용 목적을 함께 명기	
프로그램의 개요	제작프로그램의 설명. 타이틀, 방송예정일시, 방송예정횟수 등외에 주요 스태프, 캐스트 등 없어서는 안 될 요소를 포함해 프로그램 개요를 설명	
저작권	<p>- 제작실태에 입각해 발생하는 저작권의 귀속과 계약에 의한 저작권 처리를 결정하는 경우는 이의 처리를 명기.</p> <p>또한 계약시의 취급으로는 권리를 이전하거나 권리행사의 대표자를 정하거나 저작권의 귀속처와는 별도로 권리행사창구를 설정하거나 하는 경우는 공정하게 협의해야 한다.</p> <p>- 프로그램제작사업자에게 저작권이 귀속되고 방송사업자가 방송권 허락을 받는 경우에는 방송사업자가 독점적으로 방송 가능한 기간, 횟수, 지역, 매체를 결정하고 그 결과를 명기.</p> <p>또한 당초 취득한 방송권 기간, 횟수, 지역을 넘어 프로그램의 방송권 재구입을 방송사업자가 희망할 때는 별도 대가를 지불함으로써 해당 방송사업자가 우선적으로 취득한다는 취지를 기술하는 것이 일반적.</p>	※1
납입물건	오인 및 사고 등이 발생하지 않도록 물건의 납입기일/장소, 물건의 종류, 규격, 수량, 작업용 대여물의 처리 등을 상세하게 명기	

13) 출처 : http://www.soumu.go.jp/s-news/2004/pdf/040326_5_b.pdf

대가	계약이행의 대가와 관련, 위탁내용, 이용조건 등에 따라 금액, 지불일, 지불방법 등을 적정하게 결정해 명기. 또한 대가에는 계약목적에 포함되어 있는 프로그램 사용허락의 대가가 포함.	
개변(改変)	편성상의 필요 등으로 방송사업자가 프로그램을 고칠 필요가 생기는 경우, 방송사업자가 필요에 의해 프로그램을 고치는 것에 대한 동의에 대해 명기.	
2차이용	<ul style="list-style-type: none"> -저작권을 공동소유하는 경우, 2차이용의 활성화를 위해 대표 행사자의 결정등 프로그램의 2차이용 허락창구의 취급, 대상기간, 권리처리, 이익분배등 필요한 조건을 결정하고 그 결과를 명기. -저작권이 프로그램 제작사에게 있는 경우, 2차이용의 각각의 형태별로 허락창구를 방송사업자, 프로그램 제작사 중 어디로 할 것인지를 결정하고 그 결과를 명기. 또한 대상기간, 권리처리, 비용부담, 이익분배 등 그 업무관련 조건을 결정할 수 있는 범위 내에서 결정하고 그 결과를 명기. -결정된 기간후의 처리 등에 대해서는 미리 당사자간에 충분히 협의해 그 결과를 명기. 	※2
크레디트 표시	쌍방의 합의에 의거해 제3자가 이해할 만한 제작책임 등의 표시방법을 명기.	
권리처리	<ul style="list-style-type: none"> -필요한 권리처리 가운데 방송사업자 측의 책임으로 할 것, 수탁한 프로그램 제작사측의 책임으로 할 것의 구분을 명기. -2차 이용시에 필요한 권리정보 등의 자료를 작성/납입할 것을 명기. 	
제작기준등 제작업무수행의 결정, 심사	<ul style="list-style-type: none"> -방송사업자와 프로그램제작사가 저작권을 공동소유하는 형태로 제작업무를 수행하는 경우는 제작과정에서의 업무수행방침, 위탁측과 수탁측의 내용관리와 제작에의 관여정도를 명기. -프로그램제작사가 저작권을 갖는 형태로 제작업무를 수행하는 경우는 방송프로그램기준, 편집기준 등의 조건을 준수하는 것으로 하며 방송사업자의 심사에서 부적격하다고 판정된 경우에는 그 비용 부담에 대해서는 당사자간에 협의하고서 프로그램 제작자가 고치는 것을 명기. 	
납입/시사	납입단계에서의 내용체크와 납입절차에 대해 명기	
내용 변경	계약내용의 변경이 필요한 경우의 취급을 명기.	
제작중지	-출연자의 병/사고, 프로그램 편성상의 사유, 천재지변 등의 불가항력	

	등의 경우는 당초 예정횟수를 채우지 않고 프로그램 제작을 중지할 수 있지만, 제작진행상황 등을 감안해 상호 보상 등의 조치를 협의를 통해 결정하는 취지를 명기.
비밀보호조항	기획, 아이디어 기타 업무수행과정에서 얻은 내부정보를 쌍방모두 제3자에게 알려주는 것을 금지하는 취지를 명기.

계약양도 제한	계약당사자의 일방은 사전에 서면에 의한 상대방사자의 승낙이 없는 한 계약에 의한 권리의무의 전부 혹은 일부를 타인에게 양도, 승계하게 해서는 안 된다는 취지를 명기.
계약해제 조항	계약당사자의 일방이 계약위반했을 경우는 상대방사자는 상당한 기간을 두어 최고(催告)하고 본계약을 해제할 수 있는 취지를 명기.
별도협약 조항	본계약에 정하지 않은 사항 또는 조항의 해석에 이의가 있는 경우는 성의의 조항을 갖고 협의해 원만하게 해결한다는 취지를 명기.

- ※1 민간지상파방송사업자 가운데 BS, CS방송사업자가 별도 법인이 되는 경우라도 해당 지상파방송사업자와 프로그램제작사가 BS, CS에서의 방송권 및 이에 상응하는 대가의 지불을 포함해 계약할 수 있다.
- ※2 방송사업자가 대표행사가 되는 경우 또는 독점적으로 창구업무를 행한다고 규정한 경우라도 프로그램제작사측이 2차이용의 안건을 방송사업자 측에 제안할 수 있다. 또한 '독점적'이라는 문언을 사용하는 이유는 2차이용 계약을 제3자와 주고받을 때 제3자에게 라이선스하는 권리를 모두 갖고 있다는 취지의 보증조항을 계약서에 반드시 기재하지 않으면 안 되며 2차이용 계약 상대방과의 관계상 필요하기 때문이다.
- 주) 일본동화협회 소속의 구성원은 개별 방송사업자의 계약방침에 중대한 관심을 보였지만, 이번 표준계약서 작성에는 참가하지 않았다.

○ 그밖에 총무성은 프로그램제작사업자에게도 디지털 방송제작설비구입에 따른 세제 및 금융상의 지원조치를 실시하고 있음.

- 법인세, 소득세 특별상각 15%, 일본정책투융자은행 등에 의한 저리융자.

2) 공정거래위원회

○ 일본 공정거래위원회는 공정거래 제도를 통해 방송사와 프로그램 제작사간의 새로운 관계정립을 통해 프로그램 제작 및 유통시장의 활성화를 꾀하고 있음.

- 공정거래위원회는 방송사와 프로그램 제작사간의 불공정 거래와 관련하여 1998년 3월에 발표한 ‘역무의 위탁거래에서의 우월적 지위의 남용에 관한 독점금지법상의 지침’에서 구체적으로 대금의 지불 지연, 대금의 감액 요청, 현저하게 낮은 가격의 거래 요구, 부당한 수정, 협찬금, 상품 등의 부당 요청 등의 사안에 대해 독점금지법상 위반에 해당한다고 명시하고 있음.
- 또한 저작권의 일방적 귀속과 관련하여 공정거래위원회는 1998년 3월에 발표한 상기 지침의 ‘7. 역무의 성과물에 관계하는 권리 등의 일방적 취급’ 규정에서 “거래상 우월적 지위에 있는 위탁자가 그 지위를 이용해 수탁자에 대해 역무의 성과물, 기술 등 위탁자와의 위탁거래 과정에서 얻은 것 또는 위탁자의 비용부담에 의해 제작된 것을 이유로 해서 일방적으로 해당 성과물 등에 관한 저작권, 특허권 등의 권리를 위탁자에게 귀속시키거나 이의 2차이용을 제한하는 경우는 독점금지법상 위법”이라고 명시하고 있음.
- 이러한 공정거래위원회의 입장은 2003년에 ‘하청대금 지불 지연 등의 방지법’(이하 하청법)이 국회를 통과함으로써 법제화되었음. 하청법은 하청 거래의 공정성/투명성 제고와 더불어 하청사업자의 이익 보호를 위해 하청 대금의 지불지연 등 부당 행위를 규제하는 내용을 담고 있는 법으로 2003년 개정에서 방송 프로그램 제작업을 새롭게 포함시켰음.¹⁴⁾
- 개정의 핵심사항은 종래의 제조, 수리 등에 이어 ‘정보 성과물의 작성 위탁’ 등에도 범위를 확대했다는 점임. ‘정보 성과물’에 대해서는 프로그램(게임 소프트웨어, 회계소프트, 가전제품의 회계프로그램 등), 영상과 음악, 음향 등으로 구성된 것(텔레비전·라디오 프로그램, CM, 영화 등), 문자, 도형, 기호 등으로 구성된 것(설계도, 각종 디자인, 잡지광고 등)을 포함하고 있어 바로 콘텐츠 제작 그 자체라고 할 수 있음.
- 공정거래위원회는 정기적으로 위탁거래실태를 조사해 이의 결과를 공표함으로써 관련사업자에게 하청법 저촉여부를 환기시켜 동제도의 실효성을 높이려는 노력을 지속하고 있음.

14) 하청법의 보호대상이 되는 것은 원사업자가 자본금 5천만 엔 이상일 경우, 하청사업자(개인 포함)는 자본금 5천만 엔 이하, 원사업자가 천만 엔 이상 5천만 엔 이하일 경우에는 천만 엔 이하 사업자(개인 포함)가 해당.

3) 지적재산전략본부¹⁵⁾

- TV콘텐츠제작의 대부분을 차지하는 도쿄의 지상파 키 스테이션은 광고대리점을 통해 스폰서로부터 광고비를 받아 방송콘텐츠를 제작하고 있음. 도쿄의 키 스테이션이 외부의 프로그램 제작사에게 제작을 위탁할 경우, 저작권은 대부분 키 스테이션에 귀속됨.
 - 이와 같은 자금조달방식으로는 다양한 방송콘텐츠 홀더가 등장하기 어렵고 광고 수입이 감소하면 제작비가 감소될 우려도 있음.
 - 자금력과 리스크 관리능력이 결여되어 있고 담보가 될 만한 물적 자산 또한 적은 중소기업의 프로그램 제작사는 하청형태로 전락하기 쉬우며 이로 인해 방송콘텐츠로부터 얻게 되는 수익회수에 한계가 존재함. 다양한 사업자가 자기투자형 비즈니스를 전개하기 위한 효율적인 자금조달수단이 필요함.
- 중소기업이 많고 물적 담보를 갖지 못한 프로그램 제작사가 이용 가능한 자금조달제도를 정비.
 - 2004년 12월 신탁업법을 개정해 저작권 등의 지적재산을 신탁 가능하도록 함.
 - 이로 인해 미즈호신탁이 TV애니메이션의 저작권 신탁을 개시한 바 있으며 UFJ 신탁은행은 특허권 관리업무를 기업과 계약, JDC는 작년 신탁사업을 개시.
- 일본판 완성보증제도를 실시하고 일본정책투자은행에 의한 정책투융자를 강화함.
 - 방송콘텐츠를 기획한 제작사가 제작 전에 방송국등과 콘텐츠 판매계약(Presale)을 체결하고 이 계약을 전제로 금융기관/투자자가 제작사에게 제작자금을 제공.
- 콘텐츠 평가방법을 확립하는 동시에 사업자가 제작비를 명시하고 매출/홍행성적의 공개를 촉진함으로써 투융자를 용이하게 받는 환경을 정비.
- 콘텐츠 제작/투자 등을 촉진하기 위해 필요한 세제상의 조치를 검토

15) 지적재산의 창조, 보호 및 활용에 관한 시책을 종합적이고 체계적으로 추진하기 위해 2003년에 내각부에 설치되었으며 본부장은 총리대신.

5. 시사점

■ 폭발적인 콘텐츠 수요 지상파 방송 혼자만으로는 힘들어

- 다채널 다매체 시대, 방송콘텐츠 난을 극복하기 위해서는 콘텐츠제작의 큰 축을 담당하고 있는 프로그램 제작사의 존재를 인정하고 이와의 공생을 모색하지 않으면 안 될 것임. 지상파방송 혼자만의 힘으로는 폭발적인 콘텐츠 수요를 도저히 감당하기 어려울 것임.

■ 프로그램 제작사를 대등한 파트너로 인식하는 대전환이 필요

- 일본정부는 다채널 다매체 시대를 맞이해 방송콘텐츠의 원활한 유통뿐만 아니라 제작역량 강화에도 힘쓰고 있음. 특히 방송콘텐츠 제작능력을 갖춘 프로그램 제작사를 지상파방송사와 대등한 파트너로써 인식해 양자간의 관계를 재설정함으로써 다양하고 경쟁력있는 콘텐츠 제작활성화로 유도하고 있음.
- 일본과 동시대적인 상황을 맞이하고 있는 한국도 이전의 대립/갈등관계를 지양하고 방송사와 제작사가 대등한 동반자라는 점과 더불어 공생의 모색이라는 인식의 대전환이 있어야 할 것임.

■ 철저한 공정거래 확립과 자금조달수단의 다양화에 제도적 노력 기울여야

- 일본의 방송유관기관은 공정하고 투명한 위탁거래의 확립을 위해 정기적인 위탁거래 실태조사 및 공표를 통해 하청법의 저촉여부를 사업자에게 환기시키는 지속적인 노력을 기울이고 있으며 우월적 지위의 남용 차원에서 적절한 저작권 배분도 유도하고 있음.
- 또한 방송사업자, 법조계, 학계, 프로그램제작사, 정책담당자 등이 참여해 합의한 실효성있는 표준계약서를 제정했음. 뿐만 아니라 신탁업법의 개정으로 인해 자금력과 리스크 관리능력이 약한 중소기업의 프로그램제작사도 지적재산을 신탁할 수 있게 되어 자금조달이 용이해졌으며 제작자의 수익회수에 대한 기대치도 높아졌음.

- 일본정부의 방송사와 제작사간 공생을 유도하려는 다양한 정책적 노력은 첨예한 대립각을 세우고 있는 우리의 현실에 의미있는 본보기가 될 것임.
- 일본보다 1년 늦게 우리도 ‘하도급법’ 보호대상에 독립제작사가 포함되었음. 앞으로는 대등한 파트너십 구축을 목표로 공정거래 확립을 위해 지속적이고 철저한 조사와 감시가 필요할 것이며 독립제작사의 자생기반확립을 위해 자금조달수단을 다양화하는 콘텐츠 판매권등과 같은 저작권 신탁제도의 도입도 적극 고려해보아야 할 것임.

<참고문헌>

藤田暁編著(2005年)、日本のマスメディア、日本放送出版協会

日本民間放送連盟編(2005年)、民間放送連盟 2005

電通總研(2006)、情報メディア白書 2006

總務省、通信關聯實態調査 2000~2005년

公正取引委員会、デジタルコンテンツと競争政策に関する研究会報告書、2005年3月

放送文化 2004年 秋号

방송위원회, 2005년 방송산업실태조사보고서,

이연(2002). 일본의 텔레비전 외주제작 정책과 그 시스템의 발전과정에 대한 연구 『외주정책 10년의 평가와 선진 외국의 외주실태 연구보고서』, MBC

<홈페이지>

http://www.soumu.go.jp/s-news/2004/pdf/040326_5_b.pdf

<부록 1>

프로그램 제작위탁기준에 관한 자율기준

일본방송협회(이하, NHK)는 NHK관련단체(제작자회사)를 통해 NHK프로그램 제작을 외부의 프로그램 제작사업자(이하, 제작프로덕션)에 위탁할 경우에 거래에 관한 공정성·투명성을 확보하고 보다 양질의 프로그램 창조를 제작프로덕션과 함께 추진하기 위해 NHK 및 NHK관련단체(제작자회사)가 거래를 행할 시의 기준이 될 만한 사항을 다음과 같이 정한다.

I. 기본적인 방침

- (1) 제작프로덕션에 제작을 위탁할 시는 제작프로덕션을 방송문화의 창조·발전의 파트너로 자리매김하고 NHK가 정한 'NHK방송프로그램 기준'에 입각한 양질의 프로그램을 제작하기 위해 적절한 협력 관계의 구축에 힘쓴다.
- (2) NHK프로그램의 공공성 및 수신료를 재원으로 하는 공공방송으로서의 사명에 대해 제작프로덕션의 충분한 이해를 얻도록 힘쓴다.
- (3) 제작위탁 거래시에는 '하청법 매뉴얼'에 입각해 하청법의 규정을 준수하는 것 외에 독점금지법 등의 관계법령을 준수하고 거래 내용 및 조건, 절차등에 대해 성실하고 충분한 협의를 해 필요에 따라 문서로 확인하는 등 거래의 공정성/투명성을 확보한다.

II. 프로그램 제작위탁에 관한 NHK의 기본방침

- (1) 'NHK방송프로그램 기준'에 입각해 NHK의 내용관리 하에서 제작하기 위해 NHK관련단체(제작자회사)에 프로듀서 업무를 위탁하고 이의 제작책임 하에서 기획 제안한 제작회사에 제작을 위탁한다.
- (2) NHK에 의한 내용관리 하에서의 제작을 보장하기 위해 프로그램 제작 관련 경비는 NHK가 부담한다.
- (3) 제작사의 기획에 의해 제작회사에게 제작위탁해 완성한 프로그램의 저작권은 제작사와 공유한다는 인식에 입각해 제작사가 갖는 권리를 부당하게 경시하는 일이 없도록 유의한다.
- (4) 제작된 프로그램은 공공방송 NHK의 프로그램으로서 NHK의 주체성하에서 방송 등에 사용하고 적정하게 관리하는 것이 필요하며 계약시에는 "제작위탁시의 NHK의 기본방침", '애니메이션프로그램에 관한 계약의 기본방침'에 대해 제작회사에게 충분한 설명과 협의를 하고 이의 이해를 얻어 적정한 계약을 체결한다.

III. 거래에 있어

(계약의 체결)

- (1) 제작프로덕션에 제작을 위탁할 때는 전항의 '프로그램의 제작위탁에 관한 NHK의 기본방침'을 사전에 충분히 설명하고 이해를 얻는 데 힘쓴다.
- (2) 제작회사에 제작 위탁 발주가 결정되는 대로 곧바로 발주서를 교부한다.
- (3) 위탁 내용, 위탁대금 및 이의 지불, 권리의 취급, 납품 등에 대해 각종 조건을 쌍방이 충분히 협의하고 합의한 후에 그 내용을 명시한 계약서를 가급적 조기에 작성한다. 계약서를 작성할 경우에는 필요조항을 망라한 '계약서 양식'을 준비하고 계약체결을 위한 협의를 확실하고 원활하게 행한다.
- (4) 계약 내용 및 이행에 관해 발주내용에 변경이 생기거나 예상외의 사정 및 의문

점이 생길 경우는 쌍방이 성의를 갖고 협의하며 오해가 없도록 필요에 따라 문서로 확인한다.

(5) 계약서에서 결정할 사항은 다음과 같다.

- 가. [위탁 목적] 제작하는 프로그램을 특정하고 이의 사용범위 등을 명확히 한다.
- 나. [위탁 내용등]제작에 대한 쌍방의 관여정도 및 각자의 책임을 명확히 한다.
- 다. [위탁금액] 위탁 목적으로 하는 범위 내에서의 프로그램 사용을 전제로 하고 제작하는 프로그램 내용에 입각한 위탁금액을 결정한다. 금액은 프로그램 내용을 토대로 제작사의 제작업무에 소요되는 경비 및 관리비를 제작사측이 견적하고 이를 토대로 내용과 대조하며 적정한 협의를 하고 합의를 한다.
- 라. [위탁대금의 지불] 위탁대금의 지불시기, 지불방법 등의 조건을 하청법 규정을 토대로 적정하게 결정하고 확실하게 이행한다.
- 마. [저작권 등의 처리] 제작위탁거래에 관한 NHK의 기본방침을 이해하고 프로그램의 저작권 귀속을 명확하게 하고 위탁 목적으로 하는 범위를 넘어선 2차적인 사용에 관한 쌍방의 관여 정도 및 이의 적정한 조건을 결정한다.
- 바. [납품검수] 완성물의 사양, 납기, 납입후의 시사 등에 대해 명확하게 정하는 것 외에 다시 제작할 필요가 생길 경우의 비용 처리방법을 결정한다.
- 사. [기타] 사고 및 분쟁 시의 처리 등 필요한 사항을 정한다.

(준수사항)

- (1) 정당한 이유가 없는데 위탁 프로그램의 수령을 거부하지 않는다.
- (2) 납품이 완료된 후에 비용처리를 협의하지 않은 채 일방적이며 부당한 재제작 요청을 하지 않는다.
- (3) 제작위탁 거래 시에 직접 관계가 없는 타 거래 및 의무 제공을 강요하지 않는다.
- (4) 기타 독금법 등의 법령을 준수하고 별도로 정한 '하청법 매뉴얼'에 따라 하청법에 규정되는 모 사업자의 금지사항 및 의무를 준수한다.

제작위탁시의 NHK의 기본방침

NHK는 NHK 방송에서 사용하는 프로그램의 기획제안을 외부의 프로그램제작사로부터 모집하는 경우 이하에 작성된 계약방침을 갖고 있다. 제안이 채택된 경우에는 이 방침에 입각해 제작위탁계약을 체결하는 것으로 하고 있다.

<NHK 관련단체에 의한 계약과 제작통괄>

- NHK의 편집기준에 입각해 프로그램을 제작하기 때문에 NHK측 프로듀서(제작통괄)밑에서 제작하는 것으로 하고 기획한 제작사와의 제작위탁계약은 NHK로부터 제작위탁을 받은 NHK관련단체가 행하게 된다.

<프로그램제작의 목적>

- 프로그램제작의 목적은 NHK의 방송에서 사용하고 또한 필요한 시청자 서비스 등에 사용한다.

<위탁비>

- 프로그램전체의 제작비를 NHK가 전액부담하는 원칙에 입각해 위탁비는 제작경비와 관리비로 구성하고 기획내용과 함께 협의하고 계약을 통해 확정한다.
- 또한 NHK에서의 방송사용이 일정 기간 또는 횟수를 넘는 경우는 제작사에게 별도 추가 비용을 지불한다(학교방송프로그램, 범용프로그램등, 다횟수의 방송을 전제로 하는 프로그램은 제외).

<프로그램 저작권의 처리>

- 제작 위탁한 완성프로그램은 제작사와 NHK측의 공동저작물로 간주하고 NHK방

송프로그램에 내재하는 공영방송으로서의 성격 및 제작비에 이용되는 수신료 수입의 성격이라는 관점에서 다음의 조건하에서 NHK를 프로그램 저작권을 대표해서 행사하는 자(공유저작권의 대표행사자)로 정한다.

- * 일정한 대표행사기간을 정하고 그 후는 새롭게 협의하는 것을 원칙으로 한다.
- * 프로그램의 저작권 행사에 의해 프로그램 저작권자로서의 권료수입이 발생했을 때에는 계약시에 정한 권료 수입배분을 행한다.
- * 제작사가 프로그램의 2차사용을 희망하는 경우는 위탁원인 관련단체를 통해 NHK에 제안할 수 있다.
 - 프로그램의 방송시에 크레딧 표시는 저작권의 공유에 따라, NHK와 제작사의 명칭을 병기한다.
- * NHK를 '저작권의 대표행사자'로 하는 이유
 - 프로그램의 2차이용에서 공영방송으로서의 NHK의 이미지를 훼손해 결과적으로 NHK의 방송사업에 지장이 생기는 일이 없도록 프로그램의 2차사용을 NHK의 관리 하에 둘 필요가 있다.
 - NHK가 특정 사업자의 권리비즈니스에 제공하기 위해 제작비를 낸 것이냐라는 오해를 불러일으키는 것을 피할 필요가 있다.

<부록 2>

프로그램 제작위탁거래에 관한 지침(일본민간방송연맹)

민간방송사업자는 방송의 사회적 책임과 공공적 사명을 존중하고 공공복지의 증진, 문화 향상, 사회·경제의 발전을 위해 풍요롭고 양질의 방송 프로그램 제공에 노력한다. 이를 위해 방송사업의 근간을 이루는 동시에 마야흐로 모든 전송로를 통해 제공될 것이 기대되고 있는 방송 프로그램에 관해 가일층의 제작환경 정비·충실을 기하고 유통 시스템의 구축·원활화 등을 추진하는 것은 대단히 중요하다. 이의 실현을 위해서는 방송 프로그램 가치의 최대화를 지향하고 대등한 파트너로서 프로그램 제작사업자와 방송사업자가 보다 상호이해를 심화시키고 긴밀한 협력관계를 유지 발전시켜 나가는 것이 요청된다.

그 일환으로서 TV의 방송 제작위탁 거래 시는 언론·표현 및 방송프로그램 편집 자유의 확보를 전제로 하면서 독점금지법 등의 관계법령을 준수하는 동시에 이하의 기본적인 지침에 의해 가일층의 공정성·투명성을 확보하고 양질의 프로그램 창조와 활용을 추진한다. 또한 세목 및 각 사별 구체적인 사항에 대해서는 필요에 따라 각 민간방송사업자가 자주적으로 정하는 것으로 한다.

[제작위탁에 관한 기본사항]

1. 프로그램 제작사업자와의 프로그램 제작위탁 거래 시에는 위탁거래의 각종 조건에 대해 쌍방이 충분히 토의하고 합의하고서 계약서 등의 문서화를 행한다.
2. 위탁거래의 계약서 등에는 프로그램 제작의 위탁내용(제작편수, 납입기일, 방송예정일을 포함), 대금지불에 관한 사항, 권리 취급, 이용조건 등에 대해 합의한 내용을 명확하게 기재한다.
3. 위탁거래에 관련된 대금에 대해서는 위탁내용, 권리 취급, 이용조건 등에 따라 대

가, 지불시기, 지불방법 등의 각종 조건을 적정하게 결정한다.

4. 당초 계약 목적 이외의 이용에 대해서는 제작실태, 대금 등의 이용조건에 따라 이용시의 절차 및 상대방과의 교섭·계약 방법(이른바 창구업무 등), 이익배분 기타 각종 조건을 면밀하게 협의한 후에 적정하게 결정하고 유통 원활화와 효율화에 힘쓴다.
5. 해당계약 내용 및 이용에 관해 예상외의 사정 및 의문점이 생겼을 경우는 쌍방 합의를 통해 해결하고 필요에 따라 오해가 없도록 문서로 확인한다.

[거래에 관한 기본자세(관계법령 등에 입각한 예시)]

1. 정당한 이유가 없음에도 위탁한 프로그램의 수령을 거부하는 일은 하지 않는다.
2. 제작위탁의 목적 및 거래조건에 비추어 일방적으로 부당한 재제작을 요구하는 일은 하지 않는다.
3. 해당 제작거래와 병행해 관계없는 타 거래 및 의무 제공을 강요하는 일은 하지 않는다.
4. 프로그램 제작에 관한 물품 및 의무 지정에 대해서는 충분히 협의하에 합리적인 범위에서 취급하기로 하고, 구입 및 이용을 일방적으로 강제하는 일은 하지 않는다.
5. 거래에 대해서는 불가피한 사정에 의해 편성변경 등이 발생할 경우의 조치방법 및 예측불허의 사태에 대비한 쌍방의 역할과 의무 등도 필요에 따라 협의하고 명확히 한다.