

2011년 라이센싱에 대한 기초이해와 실무

k o c c a



한국콘텐츠진흥원

라이센싱에 대한 기초이해와 실무

박 영 국

< 목 차 >

- 집필에 대한 초점

I 라이선싱에 대한 이해

1. 라이선싱이란 무엇인가 ?
2. 라이선싱의 산업개요

II 라이선싱의 프로세싱

1. 라이선싱 사용권 프로세싱
2. Property 인지도 흐름
3. 라이선싱 수익구조
4. 라이선싱 프로세싱에 대한 예시
5. 라이선싱의 용어정리

III 라이선싱 마켓의 준비

1. 프로퍼티의 기준설정
2. 프로퍼티에 따른 시장분석
3. 매뉴얼 기획 및 구성요소
4. 상품화 카테고리 분석

IV 라이선싱의 계약방법

1. Agent 계약
2. 라이선시(Licensee) 계약
3. 프로모션 계약

V 계약서 예시 및 계약시 중요사항

1. 국내 Licensing Agent 계약서
2. 해외 Licensing Agent 계약서
3. 국내 라이선스 계약서
4. 해외 라이선스 계약서

VI 라이선싱 관리

1. 계약업체관리
2. 계약 및 문서관리

3. 디자인관리
4. 증지관리
5. 상품관리
6. 유통관리
7. 매출관리
8. 운영인력에 대한 관리

VII 지적재산권의 보호

1. 국내외 저작권 관련
2. 국내외 상표 관련
3. 침해에 대한 사례

- 맺음말
- 참고문헌

집필에 대한초점

라이센싱의 산업은 사업의 고도화에 따른 문화산업에 대한 욕구와 충족을 반영하는 사업이며, 이에 따라 각기 다른 형태의 양상을 나타나기도 하지만 궁극적으로 모든 사업과 연관되어 개연성을 갖는 모습으로 나타난다. 예를들어 어떠한 사업이 대부분 그러하겠지만, 기술력과 상품력을 겸비하고 있지만, 브랜드력과 마케팅력이 떨어지는 기업이던지 또는 기업의 홍보와 상품의 인지도를 알리기위한 필요성이 있는 사업적인 판단이 있을때라던지 하는 단순한 형태에서도, 사업적인 기회요소를 찾고자하는 이들에게 한번쯤은 생각하고 고려대상인 것이 라이센싱이다.

이런 취지에서 다양한 형태의 사업과의 접목과 사업적 기회를 얻고자 하는 이에게 라이센싱의 공급자적 시각에서 기초적으로 라이센싱의 형태와 흐름을 이해시키고, 라이센싱의 체계적이고 계획적인 준비를 통해 라이센싱의 수요자에게 좀더 설득력을 갖추기위한 기반을 마련하고자 한다.

금번의 내용은 앞서 언급한 다양한 양상의 형태 중 문화산업의 기초를 둔 애니메이션, 만화, 캐릭터 좀더 나아간다면 게임의 형태에서 라이센싱의 공급자란 시선에서 라이센싱을 준비하는 과정과 그 수요자가 필요로 하는 것들을 준비하는 과정을 기술한다.

즉 다시말해서 첫 번째, 라이센싱의 기초적인 이해와 프로세싱을 인지시킴으로써 기본적인 개념을 이해하며, 두 번째, 라이센싱 사업에 필요한 요소들과 그 요소에 함축되거나 세부적인 사항을 열거하였으며, 세 번째로 또한 라이센싱의 공급자가 수요자를 효과적으로 관리하기위한 도구와 시행방법을 알려줌으로써 객관적이고 공정한 관리를 할 수 있도록 정리하였으며, 네 번째로는 상기의 모든 과정에서 발생 할 수 있는 문제와 대처방법, 또한 기초적인 저작권과 상표에 관한 내용을 언급함으로써 라이센싱 사업에 근간이 되는 내용을 기술한다.

라이센싱사업은 무형의 요소에 대한 권리취득과 그에 따른 권리를 대여, 판매하므로써 발생하는 수익을 기초로 하는 사업이기에 좀더 세심하고 현명한 판단을 통해 합리적인 준비와 대처가 필요하다. 그러기에 앞서 언급한 내용이 필수불가결한 내용이 아닌 보고자의 경험과 기대치로 짜여져 있기에 모든 분야별에 접목 시키기에 모순이 있을 수 있으며, 프로세싱의 차이도 있을 수 있다.

또한, 각 분야별 사업의 형태와 시장의 접근방식 또는 마케팅의 구조가 상이 할 수 있음을 인정한다. 모조록 이 글의 전반적인 내용이 개념적인 접근이라 할 수 있으나, 적

극적인 사고력과 유연성. 통찰력을 통해 개념적인 사고와 이해를 뛰어넘어 실용성에 가까울 수 있도록 하였으면 한다.

I. 라이선싱에 대한 이해

라이선싱의 이해부분은 그 기초를 이해함으로써 라이선싱의 개념과 사업의 목적성을 성취하고, 각 분야별 근거 할 수 있는 사업적 테두리를 만드는 기본이 될 수 있다. 이에 라이선싱이 담고있는 함축적인 내용을 열거하여 풀어보며, 이에따른 라이선싱의 산업과 발생하는 사업적인 형태를 인지함으로써 보다 현실적인 접근의 이해도를 높일수 있다.

1. 라이선싱은 무엇인가

라이선싱은 사용권에 대한 권리임대를 기초로 하는 사업이며, 동시에 그에 따른 재산권(Property로 칭함)(예를 들어, 상표, 또는 이름, 로고, 캐릭터, 구문 또는 디자인, 저작권)을 제품화, 서비스 또는 홍보의 매개체로써 사용 할 수 있도록, 제3자에게 허가 또는 권리의 위임을 하는 행위를 말한다.

통상적으로 제조업자 또는 소매업자 또는 권리주체가 되는 재산권을 필요로 하는 자와 사업자 또는 개인(통칭 Licensee로 칭함)과 계약이란 형태로 근거하며, 그 재산권은 사용목적, 사용지역적 정의, 사용기간, 조건과 더불어 특정 조항에 따른 재산권에 대한 라이선싱 사용권 권한을 부여하게 된다. 이 사용의 댓가로 권리를 부여받은 사용권자는 재산권 소유주(Licenser로 칭함)에게 재산권의 라이선스에 따른 사용비를 지급하는데, 그 형태는 최저 보증수수료 및 매출 또는 생산가에 따른 협의된 로열티 비율의 형태를 따른다.

대부분의 계약은 법적구속력을 갖도록 문서화 하며, 계약서에는 앞서 언급한 내용과 더불어 세부적인 내용을 기술함으로써 Licenser와 Licensee간의 정확한 계약내용을 확인하고 이행하는 도구로 사용한다.

Licenser는 Licensee에게 권리를 부여함으로써 금제적인 수익과 더불어 Licenser의 Property의 가치를 향상 시킬 수 있는 기회를 얻을 수 있으며, 추가적인 인지도를 만들어 내어 또 다른 Licensee 기회를 만들어 각종 홍보효과와 더불어 Property의 핵심가치를 배가 할 수 있다. 이로 인한 수익의 재창출 효과를 본다.

Licensee는 Property에 관한 권리를 부여받아 제품에 이나 서비스에 Property를 적용함에 따라 제품의 가치를 향상시키고 경쟁제품과의 차별성을 최종 소비자에게 제공함으로써 판매향상을 기대 할 수 있다. 또한, 이를 통해 Licensee는 홍보력이 없는 상품을 시장에 진입을 할 수 있도록 활용 할 수 있으며, 이로 인해 시장에 대한 점유율과 유통의 시장의 확대를 꾀할 수 있고, 이 모든 부분은 시장의 Property대한 잠정적인 신뢰를 바탕으로 하기에 가능한 일이다.

따라서, 라이선싱이란 Licensor와 Licensee간의 Property의 사용권을 대한 권리 부여 및 권리행사에 대한 형태를 규명 한 것 이라 볼 수 있다.

2. 라이선싱의 산업개요

전 세계적으로 라이선싱 산업은 미디어의 발전과 통신체계의 획기적인 발전을 통해 눈부신 발전을 해왔다. 과거 대중매체인 영화, TV를 통한 제한적인 전달 매체에서 인터넷, IPTV, Cable, 스마트 모바일등 모든 가용 할 수 있는 디바이스를 기반으로 미디어의 폭발적 발전을 통해 전 세계 누구든 또한 어디에 있던 간 에 는 미디어의 그물망에 들어있다고 보아도 과언이 아니다. 이는 다시 말해 라이선싱의 산업을 근간으로 하는 이들에게 자신의 Property를 알릴 수 있는 공간적 제한과 장벽을 없애는 동시에 대중성과 독창성을 확보하기위해 보다 양질의 내용과 경쟁우위의 그 무엇을 준비해서 소비자들의 시시각각변하며, 높아지는 눈높이에 맞추어야는 부담감도 한층 높아졌다는 사실을 인지하고 있다.

전 세계 라이선싱 산업의 통계를 보면, 2008년도 기준으로 미국이 110b 달러의 소매 매출과 (로얄티 매출 약 5.8b 달러), 유럽은 34b 달러(출처: EPM, LIMA)의 산업규모를 가지고 있으며, 영국의 라이선싱 산업의 규모가 약 7b 파운드 소매매출(로얄티 매출 약 368m 파운드)에 이르는 것으로 파악되고 있다.(출처:Licensing pages)

전반적인 라이선싱 산업이 2008년을 전후하여 0.7% 신장으로 약간은 답보상태에 있는 것은 사실이지만 이러한 성장성의 부진에도 불구하고, 엔터테인먼트 관련 라이선싱 사업과 캐릭터 Property 라이선싱 사업은 40%가 넘는 비중을 차지하며 전체 라이선싱 산업의 비중을 배가하고 있다. 이외에 기업브랜드 및 상표관련 은약 19%, 스포츠 및 패션등이 약 10%를 약간 상회하는 정도로 캐릭터 및 엔터테인먼트관련한 라이선싱 사업에 비해 사업의 규모가 점점더 축소되고 있다는 사실은 주목 할 만 하다.(출처:Licensingpages)

상기의 주요지표에서 볼 수 있듯이, 점차 라이선싱의 비중이 캐릭터 Property로 가속화되어지는 것으로 보여지며, 이는 생산자 및 유통자들이 Licensee로 자사의 제품을 브랜드화 하기위해 라이선싱의 비중이 높아지고 있다는 것을 반증하고 있다.

이러한 라이선싱을 상기 언급한 각종 라이선싱 형태분류를 통해 열거해본다.

가. TV 및 영화 라이선싱 : TV 프로그램 및 드라마 영화 등

나. 스포츠 라이선싱 : 스포츠 클럽, 선수권 대회 등

다. 아트, 디자인 라이선스 : 사진, 그림, 디자인, 패턴, 미술 등

라. 이벤트 라이선스 : 스포츠 이벤트, 영화 또는 음악 이벤트 등

마. 기관 라이선스 : 박물관, 미술관, 관광명소, 자선단체, 지역도시 등

바. 기업브랜드 라이선스 : 기업법인, 개인법인 등

사. 음악 라이선스 : 음악아티스트, 밴드, 클럽 등

아. 패션브랜드 라이선스 : 패션디자이너, 패션라벨 등

자. 잡지 브랜드 라이선스 : 전문잡지 또는 라이프 스타일 잡지 등

라이선싱은 점점더 진화하여, 모든 산업의 영역을 넘다들고 있으며, 이는 고전적이며 관습화된 개념을 넘어, 독창적인 아이디어의 크리에이티브의 영역으로 발전하고 있는 양상이다. 다시말해 앞서 기술한 형태의 분류는 큰 의미를 갖지 않고 전 세계적으로 전 산업이 퇴행하지 않는다면, 보다 많은 형태와 보다 세분화된 라이선싱 사업영역이 발전 할 것으로 본다.

II. 라이선싱의 프로세싱

라이선싱의 프로세싱은 Licensor로부터 최종의 소비자까지의 선순환 하는 흐름을 보는 것이며, Property의 권리부여부터 시작하여 어떻게 최종의 소비자에게 전달되는지를 도식화 하였으며, 또한 인지경로를 통한 구조, 수익 구조에 대한 구조를 도식화 함으로써 좀더 쉽게 라이선싱의 구조를 이해하고 실무에 활용 할 수 있는 내용을 피력했으며, 이 후의 내용은 좀더 범위를 좁혀 서두에 언급한 내용과 부합하여, 애니메이션, 캐릭터, 만화, 게임 등에 적용 할 수 있는 내용을 기술한다.

1. 라이선싱 사용권 프로세싱

라이선싱 사용권에 대한 프로세싱은 크게 나누어, 가장 위에 점하고 있는 Licensor, 또

한 사용권을 계약과 동시에 권한을 행사하여 생산과 유통을 하는 Licensee, 그리고 병행하여 Licensee의 제품을 받아 유통하는 소. 도매상 마지막으로 최종적인 소비자로 나누어 진다.

< 라이선싱 사용권 프로세스 >



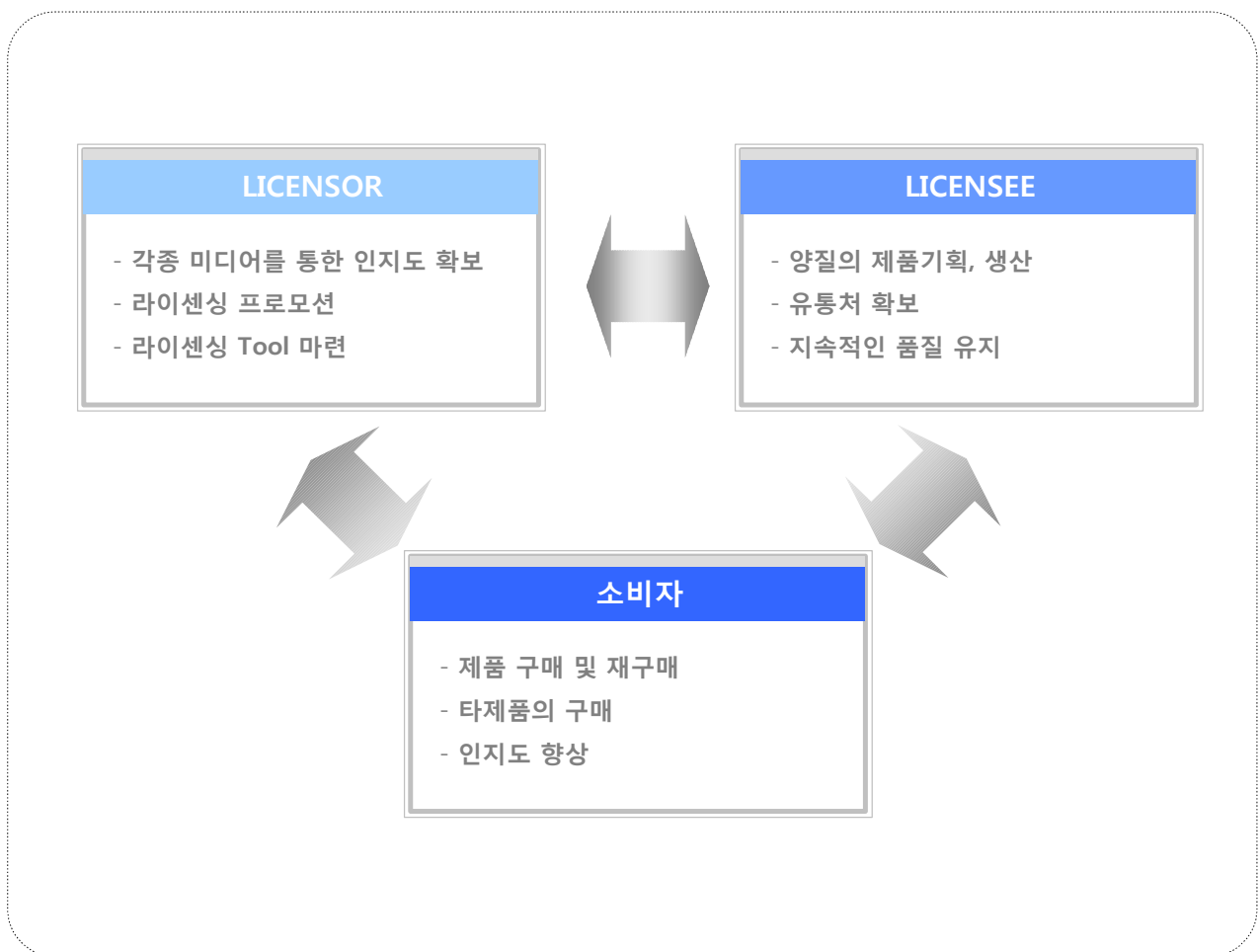
2. Property 인지도 흐름

Property에 대한 인지도는 Licensor가 가장 역점을 두어야 하는 목적이며, 이로 인한 사업을 하게하는 원동력이므로 라이선싱 사업의 궁극적 시작과 같다. 또한 이러한 인

지도를 계약자인 Licensee에게 설득력 있게 전달 할 수 있는 기반을 마련하여야 하며, Licensee는 이러한 Licensor의 인지도와 세계관을 양질의 제품으로 양산 함으로써 Property에 대한 브랜드력 유지 및 향상과 Licensee의 최종적인 목적인 판매향상으로 수익을 극대화 할 수 있도록 하여야 한다.

또한 소비자에게 최종의 상품을 구매함에 있어, 재 구매를 일으키고 타 제품에 접목된 제품 또한 구매 할 수 있는 기회를 마련해야 한다.

< 프로퍼티 인지도 흐름 >

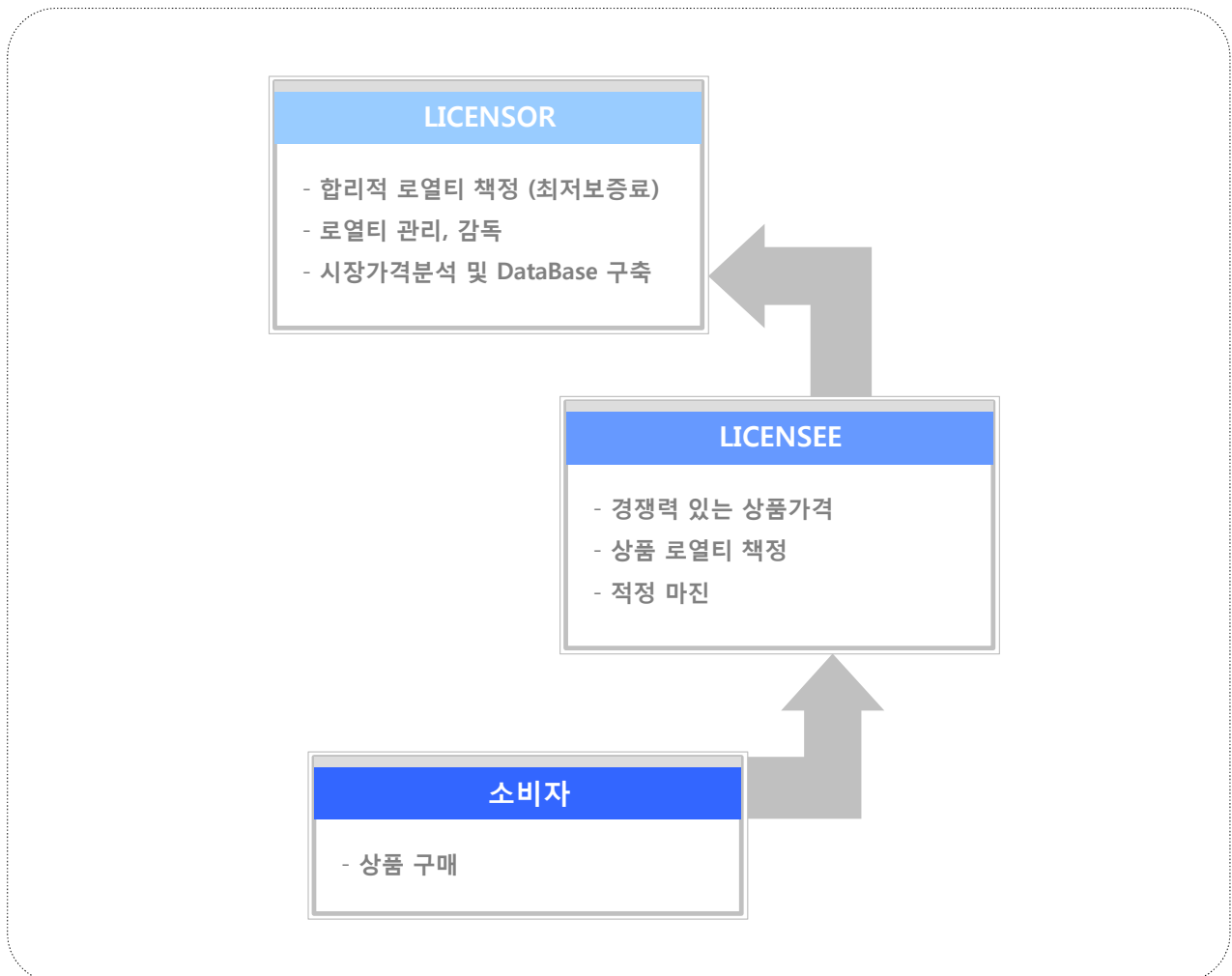


3. 라이선싱 수익구조

라이선싱의 수익은 Licensor가 보유하고 있는 Property에 사용권리를 부여함으로써 발생하는 로열티, 그 권리를 사용하여 상품화해서 판매, 유통을 통해 상품판매 수입을 원천으로 하는 Licensee, 이 모든 단계를 거쳐 상품을 구매하는 소비자로 구분 할 수 있다. 이 구조는 순환구조로 되어 있으므로 Licensor가 합리적이고 적절한 로열티를 책정

하고 관리하며, Licensee는 로열티를 포함한 적정한 마진을 제품에 적용하여 시장성과 경쟁력에 맞는 소비자 가격을 책정함으로써 소비자로 하여금 가격 저항력을 최소화하며, 자연스런 소비로 이뤄지게 하여야 한다.

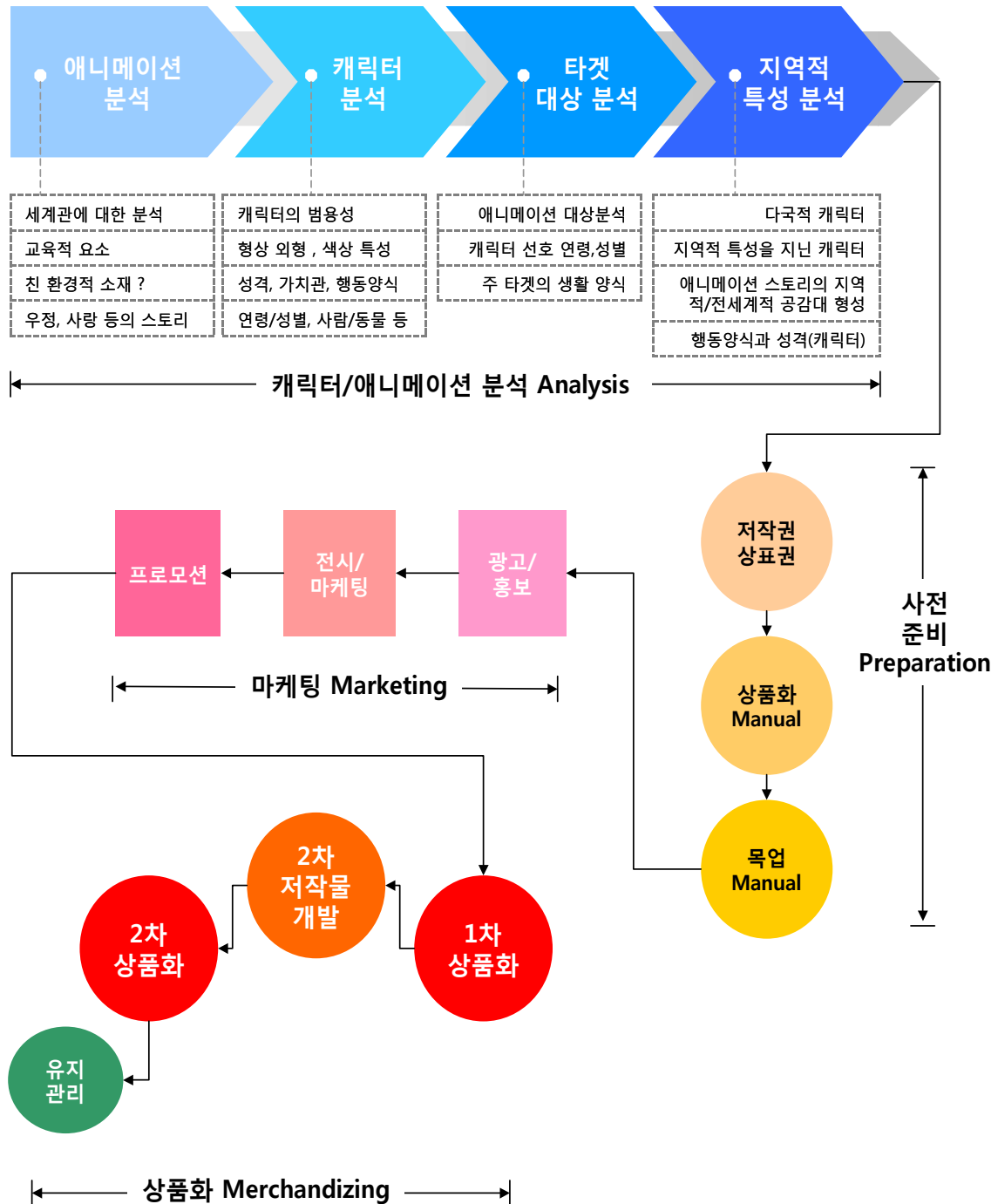
< 프로퍼티 인지도 흐름 >



4. 라이선싱 프로세싱에 대한 예시

이 부분은 상기 언급한 내용을 Licensor의 입장에서 준비하고, 고려해야 하는 내용을 도표를 이용하여 예시를 보여준다. 위의 내용은 기본적인 기초적인 내용이라 하며, 아래의 도표는 애니메이션이란 Property(캐릭터)를 전제로 라이선싱 비즈니스 전반에 관한 분석 즉, 타겟 분석, 특성 분석, 사업에 필요한 사전준비 단계, 마케팅 관련 단계, 상품화 사업단계 등 각 요소별 체계적 접근 방식을 예로 들어 전반적인 라이선싱 비즈니스의 흐름과 준비과정을 설명한다.

< 애니메이션 캐릭터 라이선싱 프로세스 >



5. 라이선싱의 용어정리

라이선싱의 계약서 또는 기타 계약자 쌍방간의 의사소통의 개념에서 상호간의 이해를 돕거나, 오해의 소지를 없애기 위해 기초적인 용어를 정의한다. 아래에 정의하는 용어와 의미는 사전적인 의미와 다를 수 있으며, 또한 국가별, 산업별로도 각각의 용어가 상의하게 달리 쓰일 수 있다. 특히나 계약서를 주고받는 단계에서는 각 용어에 대한 검증과 검토가 필요하다.

- 라이선서(Licensor) : 권리자를 통칭하며, 저작권 및 상표를 대행하는 계약 주체
- 라이선싱 에이전트(Licensing Agent) : 라이선서의 권리를 위임받아 라이선싱을 대행하는 자.
- 라이선시(Licensee) : 권리 사용자를 말한다.
- 서브라이선시(Sub-Licensee) : 라이선시에게 권리를 받은 상용자
- 프로퍼티(Property 또는 Character) : 재산권이 되는 주체(캐릭터, 로고, 네이밍, 아트웍등)
- 지정상품(Licensed item): 라이선시가 상품화 하고자 하는 제품 또는 제품군
- 최소보증료(MG): 계약시 협의된 최소, 최초의 보증금액.
- 런닝로얄티(Running Royalty): 최소 보증료를 넘겼을 때부터 발생하는 로얄티
- 허가지역(Licensed Territory): 라이선스를 받고자하는 지역.
- 허가기간(Contract Period): 라이선스 사용 기간
- 증지(Hologram Stamp): 라이선서에게 교부받는 정품인증 및 사용료 정산에 필요한 스티커
- 보고(Report): 쌍방이 협의한 양식과 기간을 정하여 정기적으로 하는 보고
- 프로모션(Promotion): 계약된 지정상품 외에 라이선시가 필요시 요청항목
- 아트웍(Artwork): 계약시 라이선시에게 제공되는 디자인소스
- 디자인 승인(Design Confirm): 라이선서가 제공한 디자인 소스로 제품화할 때 승인 여부를 지정하는 절차
- 침해(Infringement): 계약의 위반 또는 권리 위반. 불법 복제 제품 또는 무단 사용등이 해당된다.
- 위약금 (Penalty): 계약 위반 시 규정한 각 호의 위약금
- 배상(Indemnify) : 라이선서 및 라이선시가 상호간의 배상책임을 규정
- 샘플(Sample) : 지정상품의 완성 전 제품
- 비밀보장(Confidence) : 계약 상호간의 계약에관한 비밀을 약속하는 규정
- 준거법(Standard law) : 분쟁시 조정을 할 수 있는 기준법원 또는 법을 정함
- 유효(Effective): 계약의 시기적 발효와 유효를 규정

III. 라이선싱 마켓의 준비

애니메이션, 만화 및 기타 캐릭터 프로퍼티에 대해서 라이선싱(상품화)사업을 진행하기 위해서는 해당 프로퍼티를 객관적으로 분석하고 분석된 데이터를 기반으로 상품화 매뉴얼을 제작하며 이를 기반으로 다양한 상품화 사업을 진행하는 순서가 일반적이다.

다양한 상품화를 염두 해 두고 콘텐츠를 개발하여 소비자들에게 어필하는 부분도 중요하지만 전체적인 맥락에서 보면 콘텐츠 자체가 가지는 잠재력이 상품화라는 틀 안에서 해당 프로퍼티에게 제약을 가지게 한다면 상품화 단계까지 도달하지도 못하고 잊혀질 수 있기 때문에 콘텐츠의 기획단계에서 논의될 필요성은 있지만 이미 개발된 콘텐츠가 상품화 분석을 통하여 변경되는 것은 바람직하지 못하다고 볼 수 있다.

물론 라이선싱사업을 진행하려는 프로퍼티가 기획한 의도대로 100% 진행되는 법은 없지만, 다양한 상품화 사업을 진행하는 데 있어서 기준이 되기 때문에 철저한 분석을 통해 상품화에 대한 기준을 제시하고 실지로 상품에 적용하고 고객 니즈(Needs)에 어떤 반응을 보이는지에 대해 확인하는 일련의 과정을 경험하는 것이 중요하다.

이러한 일련의 과정을 통하여 새로운 방향을 제시하고 부족한 영역에 대해서 보완함으로써 다양한 상품화 사업을 영위할 수 있다.

이번 장에서는 라이선싱을 진행하려는 프로퍼티를 분석하고 상품화의 기반이 되는 매뉴얼 개발 방법, 애니메이션, 만화 등 캐릭터의 상품화 카테고리 등을 살펴봄으로써 라이선싱 마켓에 접근하는 기초적인 방법을 간구해 보도록 하겠다.

1. 프로퍼티의 기준설정

프로퍼티 즉 캐릭터가 생명력을 가질 수 있도록 소비자에게 노출 될 수 있는 매체를 기반으로 라이선싱 대상을 분류하자면 애니메이션 캐릭터(TV, 영화, 인터넷매체 등), 만화 원작 캐릭터(웹툰 등), 게임캐릭터(온라인게임, 출판, DVD등의 교육용 캐릭터), 오리지널 캐릭터(상품화를 전제로 개발)로 나누어 볼 수 있다.

이러한 다른 영역의 캐릭터를 분석하고 기준을 설정함으로써 상품화로 다가서 보도록 하겠다.

1) 애니메이션 기반의 캐릭터 라이선싱

애니메이션 기반의 캐릭터 상품화 사업은 애니메이션에서 추구하는 스토리라인(교육성, 친 환경적 요소, 세계관등)과 주요 캐릭터 및 타겟 연령에 대한 부분 등이 주요 분석 대상이다.

첫 번째 분석대상은 애니메이션에서 추구하는 스토리는 어떤 것을 담고 있는가 이다. 어떠한 테마로 스토리라인을 전개하고 어떠한 세계관이 설정되어 있는가, 단순한 기본 소재라 하더라도 어떠한 방식으로 펼쳐나가는가, 교육적인 소재 혹은 친환경 소재, 다양한 사회적 이슈가 접목 되어 있는가, 지역적인 소재인가 전 세계인이 공감하는 스토리인가 등등 애니메이션이 궁극적으로 무엇을 말하는가에 해당하겠다.

애니메이션의 스토리 혹은 세계관이 중요한 것은 1차적으로 무엇을 보여줄 것인가에 대한 부분이기 때문에 대상 타겟으로부터 반응을 즉각적으로 얻어낼 수 있어서 그렇다고 볼 수 있겠지만 다루는 소재가 꿈과 희망등의 동심을 자극 하고 모험과 사랑등의 인간 기본적인 욕구를 다양한 방식으로 자극한다면 단순한 상품화 영역을 뛰어 넘어서 출판 및 온라인 게임등의 2차 저작물 개발의 원천이 될 수 있기 때문이다.

두 번째 분석대상은 등장하는 주요 캐릭터에 대한 부분이다.

동질성을 느끼는 사람 캐릭터인가 아니면 친근한 귀여운 동물 캐릭터인가, 사실적인 외형에 가까운가 아니면 이상적인 형태인가, 캐릭터는 어떠한 행동을 하고 어떠한 개성과 특징을 가지고 있는가, 범용성과 친숙성은 어떤가 등등 이다.

단순한 색과 선의 조합을 가진 친숙한 동물 캐릭터가 상품화에 가장 용이하다는 것은 익히 알려진 사실이다. 이 것은 성공적인 캐릭터 사업을 진행하고 있는 국내외 유명캐릭터를 보면 알 수 있듯이 다양한 코디가 가능하고 입체 형태의 상품화에 유리하기 때문에 상품화 하려는 캐릭터가 실질적인 상품화에 앞서 상품화 매뉴얼 작업을 할때 단순화 혹은 특징을 간결하게 나타낼 필요성이 생긴다.

세 번째 분석대상은 선호 타겟이다.

애니메이션의 선호 대상 연령은 어떠한가, 남녀 성별에 대한 부분 그리고 어떠한 집단, 공동체에 어필 하는가 등 이다.

애니메이션의 선호 타겟과 상품화 타겟이 반드시 일치한다고 볼 수는 없다. 하지만 선호 대상 타겟의 행동양식이나 생활 습관등을 연구해 봄으로써 실질적인 상품화를 좀더 구체적으로 이끌어 낼 수 있다.

2) 만화 원작 기반의 캐릭터 라이선싱

만화 원작 기반의 캐릭터 상품화 사업은 애니메이션과 마찬가지로 만화(출판, 웹툰등)

에서 추구하는 세계관과 주요 캐릭터 및 타겟 연령에 대한 부분 등이 주요 분석 대상이다.

때문에 만화 원작 기반의 캐릭터 상품화 사업의 주요 분석 대상도 애니메이션과 같은 맥락에서 고려하면 되겠다. 하지만 그렇다고 만화와 애니메이션이 같은 방식으로 라이선싱을 진행 한다고 볼 수 만은 없다.

그렇다면 만화와 애니메이션의 차이를 연구해 봄으로서 어떠한 부분이 차이가 있는지 그리고 어떻게 상품화에 준비해 나가야 하는지 분석해 보도록 하자.

만화와 애니메이션의 차이는 어차피 추구하는 스토리는 다르지 않다. 단지 애니메이션이 동적이고 세밀한 화면구성을 통해 좀더 현실적인 접근이라 한다면 만화는 2차원적인 화면 안에 함축적인 장면을 정적으로 표현하여 좀더 소비자에게 상상력을 요구한다는 점이라 하겠다. 그리고 애니메이션이 노출되는 부분에 있어서는 좀더 적극적이라고 한다면 만화의 경우는 수동적이라 볼 수 있다. 그렇기 때문에 만화는 매니아층을 형성하고 주요 타겟이 애니메이션 보다는 높고 층이 넓은 것이 사실이다.

최근의 추세는 만화 원작의 스토리가 드라마나 영화로 제작되어 국내는 물론 해외에서 많은 사람들에게 공감대를 형성하는 것을 보면 확실히 제작비용이 큰 애니메이션 보다는 탄탄한 스토리를 기반으로 저비용으로 상품화에 성공할 수 있는 분야임에는 틀림이 없다. 그러기 위해서는 감성적인 스토리를 담은 만화 캐릭터들을 상품화가 용이하고 다양한 소비계층에 어필 할 수 있도록 그 컨셉과 주요 캐릭터들의 개성을 살린 상품화 매뉴얼 개발이 선행되어야 한다는 점이 중요하다고 하겠다.

3) 게임 및 교육용 콘텐츠 기반의 캐릭터 라이선싱

흔히들 우리나라가 온라인 게임의 원조라고 한다.

정확한 표현은 전 세계 게임 시장에 있어 그 점유율이 높아지고 있는 온라인 게임의 영역 중 부분 유료화 게임에 대해 원조라고 하는 것이 맞겠다. 사실 캐릭터 라이선싱에 있어서 게임 및 교육용 콘텐츠 기반의 캐릭터들은 상품화 사업이 주 사업이 아니라 부가적인 사업이라 볼 수 있다. 전 세계에 서비스하고 있는 우리나라 온라인게임은 그 자체만으로도 엄청난 매출을 올리고 있고 교육열이 다른 어느 나라 보다도 뛰어난 우리나라에서 교육용 콘텐츠에 대한 지출 비용도 엄청나게 높아 이를 통한 캐릭터 라이선싱을 통한 수익이라는 부분이 전체적인 사업에 있어 차지하는 비중이 높지 않은 것은 사실이다.

하지만, 쌍방향 커뮤니케이션이 각광받는 요즘 가장 가능성 있는 캐릭터 라이선싱 분

아이기도 하다. 스마트폰을 통해 전 세계에 서비스하고 있는 어플리케이션 게임이 그 인기를 바탕으로 상품화 사업에 성공하고 이를 기반으로 애니메이션, 영화 등에서도 속속 등장하는 것을 보면 어느정도 규모의 콘텐츠를 개발하여 어디에 런칭하느냐 하는 부분이 아니라 어떠한 스토리로 감성을 담아낼 것인가가 중요한 것이다.

게임 및 교육용 콘텐츠 기반의 캐릭터의 라이선싱을 위해서는 1차적으로 주 사업분야가 성공적으로 안착하는 것이 중요하다. 상품화 사업에 대한 고려대상은 애니메이션 캐릭터나 만화 원작 캐릭터와 같지만 무엇보다도 복잡한 세계관이나 캐릭터 형상등을 좀더 구체적이고 단순화하여 상품화에 접목할 수 있는 상품화 매뉴얼 개발이 필요하다.

4) 상품화를 전제로 개발 된 오리지널 캐릭터 라이선싱

오리지널 캐릭터에 대한 정의는 쉽게 내릴 수 없지만, 이곳에서는 상품화를 전제로 개발된 캐릭터 프로퍼티를 오리지널 캐릭터라 명하고 이에 대한 라이선싱에 대해서 알아본다. 일반적으로 ‘헬로키티’는 산리오가 문구사업을 진행하면서 탄생한 캐릭터로 알려져 있다. 문구상품에 접목하기 위해 캐릭터가 개발 되어 진 것이 지금에 이르러 엄청난 부가가치를 올리는 캐릭터 사업의 대표적인 표본이 된 것이다.

애니메이션이나 만화, 게임 캐릭터들이 명확한 세계관을 가지고 출발했다면 이러한 오리지널 캐릭터는 세계관이 없을까?

정답은 그렇지 않다 이다. 표면적으로 혹은 직접적으로 전달하지 않지만, 상품을 통해 소비자와 호응하고 꾸준히 캐릭터가 말하고 싶은 바를 전달한다.

그렇기 때문에 다른 분야의 캐릭터들 보다 명확하고 일관적인 디자인 컨셉과 풍부한 색상의 표현과 디자인 아트웍의 꾸준한 개발을 하고 있는 것이다.

이러한 오리지널 캐릭터의 성공요소는 무엇보다도 분명한 세계관이다.

애니메이션이나 만화등 캐릭터가 보여주는 꿈과 동심, 모험 등의 이야기는 아닐 지라도 그보다 더 윗부분에 자리잡고 있는 순수, 희망 등과 같은 메시지를 담아낸다.

또한 상품화에 대해 철저히 연구하고 소비계층이나 선호 타겟에 대해서도 빈틈없는 분석을 바탕으로 선과 면, 색상등에 대해 트렌드를 이끌어 나가는 디자인 요소를 끊임없이 개발해내는 것이 숙제이다.

이러한 오리지널 캐릭터는 상품화 매뉴얼에 있어서도 정확히 세분화 되어 있어야 한다. 상품을 통해 이야기한다는 것은 캐릭터가 가지는 오리지널리티를 상품에 정확하게

표현해 내야 하기 때문에 캐릭터 사용지침, 사용방법, 3D, 2D, 봉제, 목업매뉴얼등 해당 타겟에 맞추어 빈틈없이 적용할 수 있는 매뉴얼을 개발해야 한다.

2. 프로퍼티에 따른 시장분석

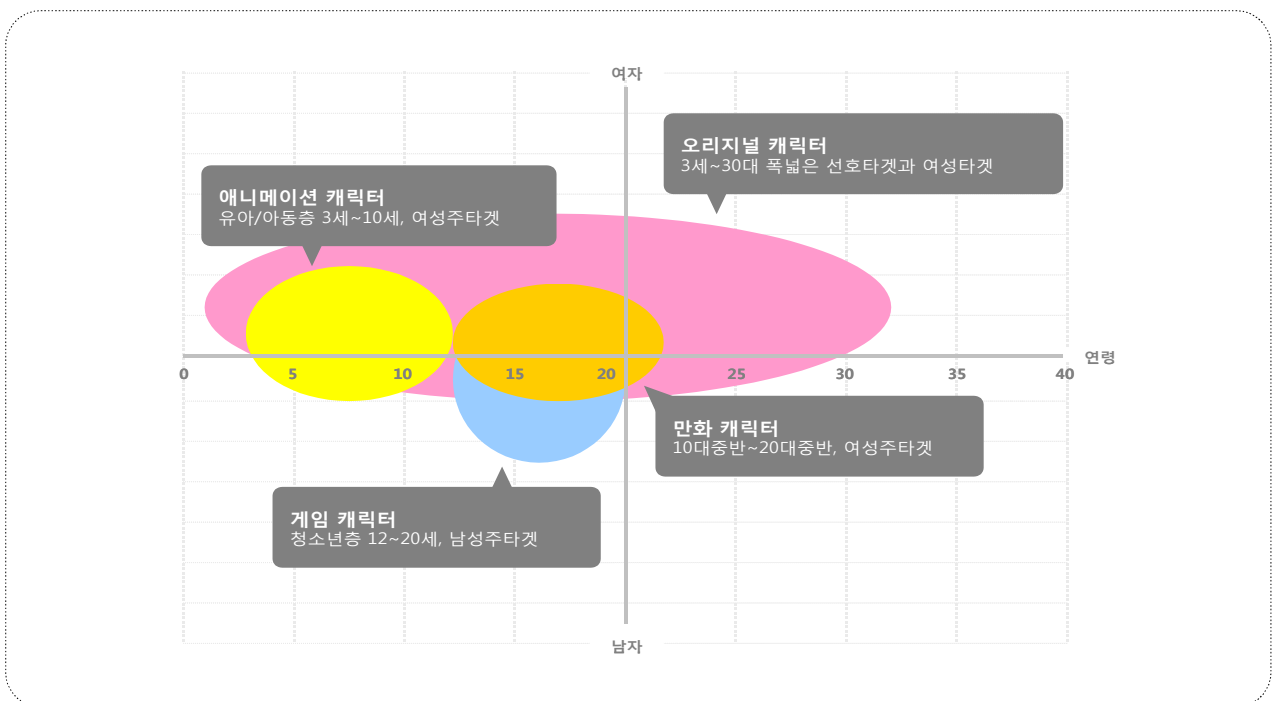
앞서 캐릭터 프로퍼티를 적절히 분류하고 해당 캐릭터별로 주요 분석 포인트를 점검해 보았다. 그렇다면 이러한 각 캐릭터 프로퍼티를 주로 소비하는 타겟층과 상품을 구매하는 소비자층 그리고 각 캐릭터가 추구하는 컨셉등에 대해서 개괄적으로 알아보도록 하겠다.

1) 주요 소비 타겟 및 상품 구매 소비자층

캐릭터 상품에 대한 주요 소비타겟은 남성보다는 여성이 20대 이상의 성인보다는 10대 후반까지의 아동 및 주니어계층이다.

하지만 캐릭터 프로퍼티별 약간의 차이는 있고 이러한 작은 차이가 실질적인 상품화 사업을 영위하는 데 있어서 큰 차이를 만들어 낸다.

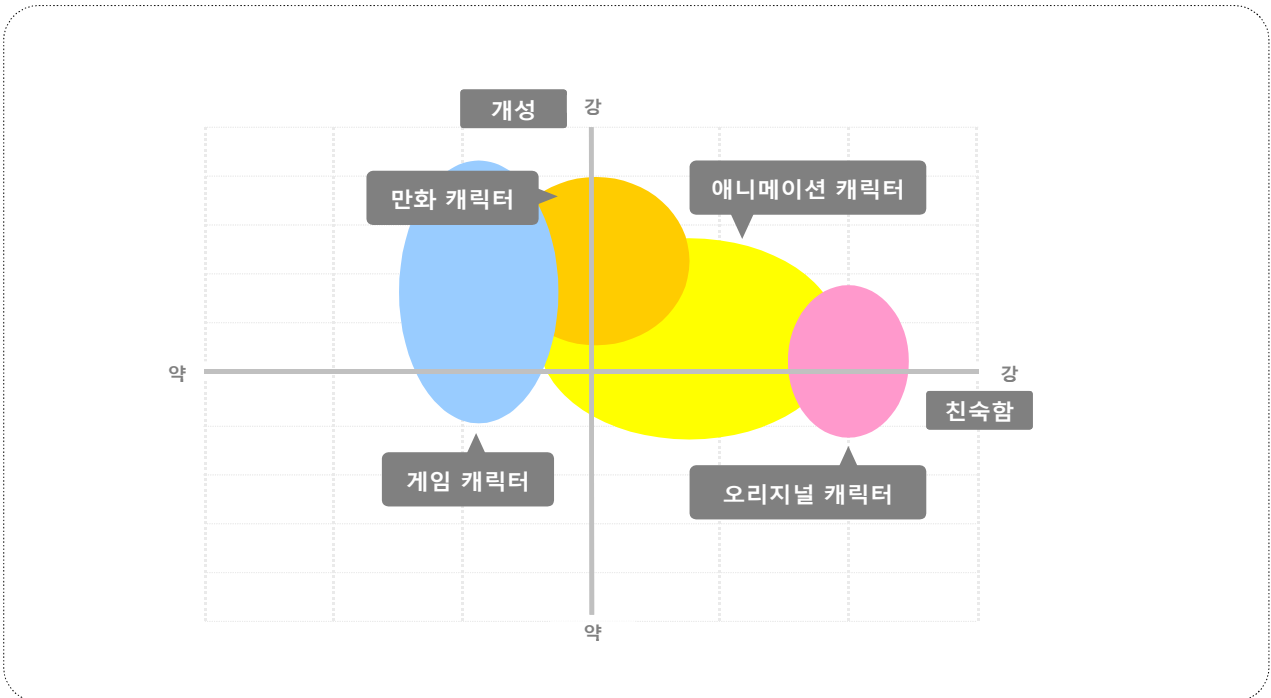
< 캐릭터별 주요 소비타겟 >



2) 캐릭터 컨셉

각 프로퍼티별 캐릭터 컨셉을 분석을 통해 상품화 타겟을 살펴본다.

< 캐릭터별 주요 소비타겟 >

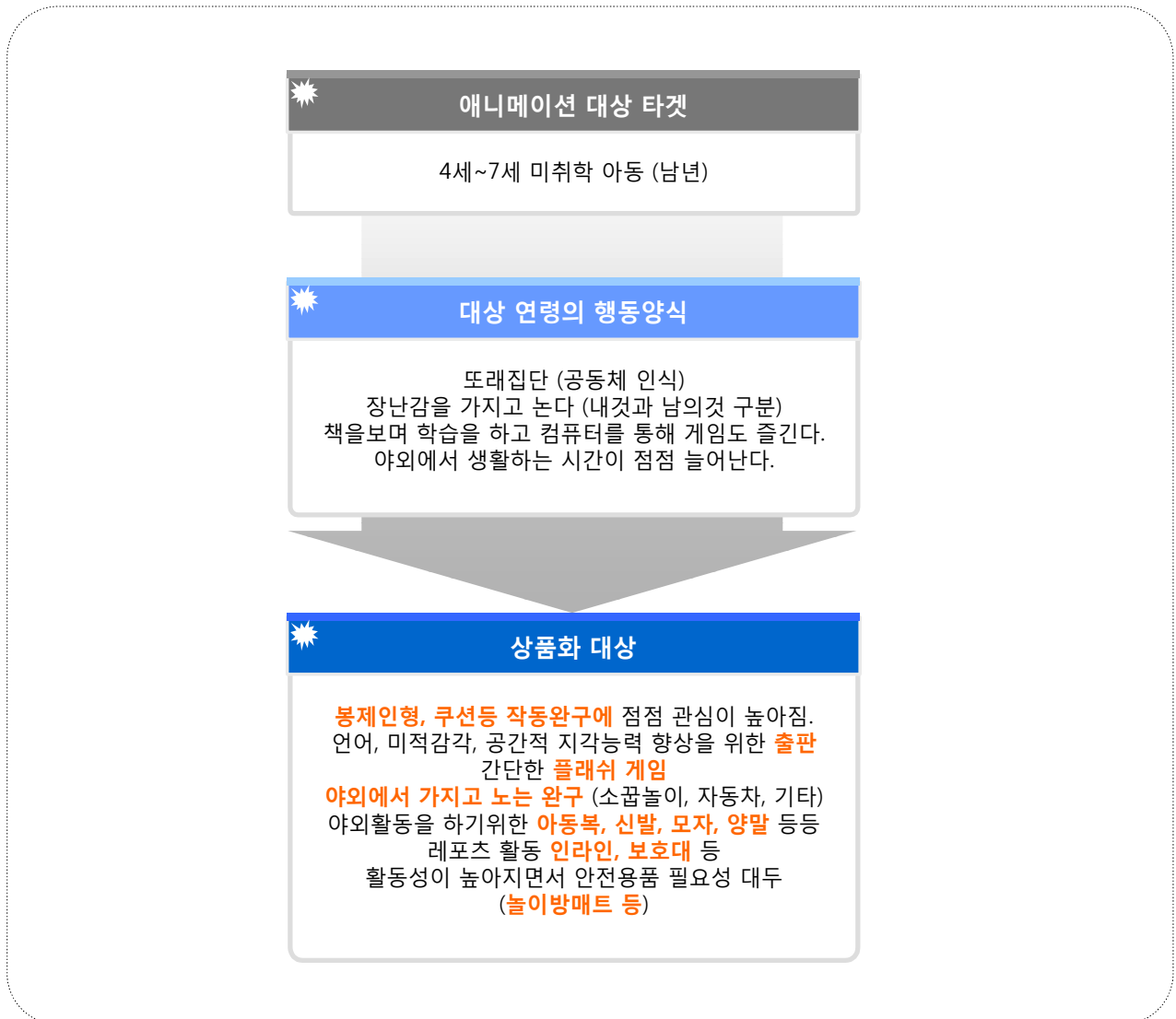


3) 타겟 분석을 통한 상품화 유추

애니메이션 캐릭터를 예시로 상품화 대상을 유추해본다.

- 애니메이션 대상 타겟설정
- 대상 연령의 행동양식 분석
- 상품화 대상 선정

< 타겟분석을 통한 상품화 유추 >



3. 매뉴얼 기획 및 구성요소

앞서 살펴본 바와 같이 캐릭터 프로퍼티를 라이선싱하기 위해서는 상품화 매뉴얼 혹은 매뉴얼북이 필요하다.

상품화를 위한 디자인 가이드를 제시하는 상품화 매뉴얼은 세부적인 비주얼 부분까지 정확한 지침을 내리기 위해 캐릭터 브랜드의 사용규정, 캐릭터의 기본형상이나 응용동작, 로고나 심볼, 패턴 등의 다양한 디자인적 요소들을 각 매체의 플랫폼이나 상품등에 적용할 수 있도록 시뮬레이션 해주며 그 분량이 책 한권이상 되기 때문에 캐릭터 매뉴얼북 혹은 해외에서는 캐릭터 바이블이라고도 한다.

그렇다면 이러한 상품화 매뉴얼은 어떻게 기획하고 구성해야 할까 ?

처음부터 많은 양의 디자인 요소를 갖추고 완벽한 상품화 매뉴얼 개발에 많은 시간을 투자하여 복잡한 디자인 가이드를 제시할 필요는 전혀 없다.

말 그대로 훌륭한 상품화 매뉴얼은 캐릭터가 보여주고 싶은 부분이 상품에 얼마만큼 잘 녹아들어가 최종적으로 소비자들에게 좋은 반응을 이끌어 낼 수 있도록 안내하는 지침이기 때문에 오히려 단순하면 단순할수록 좋다고 하겠다.

이번 장에서는 상품화 매뉴얼의 기획단계에서부터 구축과정까지의 일련의 과정과 상품화 매뉴얼을 구성하는 세부 요소에 대해서 알아보도록 하겠다.

1) 매뉴얼 기획

상품화 매뉴얼 기획단계는 전반적인 상품화 매뉴얼 개발에 앞서 캐릭터가 가지고 있는 기본적인 컨셉을 시각적 혹은 디자인적으로 좀더 구체화 시키고 주요 개발 포커스에 대한 방향을 제시하는 출발점이다.

원작에 대한 세계관을 바탕으로 캐릭터 브랜드가 가지는 고유의 컨셉을 분석하여 브랜드 포지셔닝을 설정하고 이미지 아이덴티티와 브랜드 칼라 컨셉등의 체계를 잡는다.

주요 캐릭터의 성격을 규명하고 개발할 디자인 요소(어플리케이션, 로고타입, 패턴, 엠블럼, 아이콘 등등)의 범위를 설정하며 실제 상품화 대상(품목)을 구체적으로 분석하여 집중적으로 개발할 세부 매뉴얼 항목(봉제매뉴얼, 목업매뉴얼 등등)을 파악하여 보안하고 디자인이 접목되어 질 각 매체(플랫폼이나 상품)에 시뮬레이션 하는 일련의 과정을 상품화 매뉴얼을 통해 구성할 수 있도록 기획한다.

2) 상품화 매뉴얼의 구성요소

상품화 매뉴얼은 Brand의 형태 즉, 캐릭터 상품화 매뉴얼의 경우 애니메이션 캐릭터인지 만화 캐릭터인지 게임캐릭터인지 오리지널 캐릭터인지에 따라 그 구성이 달라지며 또한 그 사용 주체가 누구(Brand Owner or Licensor or Licensee)인지에 따라 다르기 때문에 이 곳에서 이 모든 것을 다루기엔 충분하지 않다.

이곳에서는 일반적인 캐릭터 상품화 매뉴얼로서 최종 사용자 즉 Licensee에게 배포되어 지는 매뉴얼을 기반으로 대략적으로 알아보도록 하겠다.

기본적인 캐릭터 상품화 매뉴얼의 목차는 아래와 같다.

*** 매뉴얼 구성**

Summary >

1. 표지
2. 매뉴얼 구성
3. 캐릭터 관리지침
4. 캐릭터 컨셉

Basic >

5. 2D Basic
6. Character Proportion
7. 3D Basic
8. Logotype

Application >

9. Emblem
10. Icon
11. Pattern
12. 동작 Application

Product >

13. 텍/라벨
14. 제품디자인

캐릭터 상품화 매뉴얼은 4가지 파트로 나누어진다.

첫 번째 파트는 **Summary**파트로 해당 상품화 매뉴얼을 소개하는 부분이다.

매뉴얼 구성에 대한 안내와 캐릭터 소개, 컨셉, 매뉴얼 방향, 관리지침 등을 담고 있다. 매뉴얼을 배포하고자 하는 자 즉 라이선서(Licenser)가 가지고 있는 해당 프로퍼티에 대한 생각이 클, 그림 형식으로 표현된 부분으로 매뉴얼을 사용하는 사람 즉 라이선시(Licensee)에게 정확히 전달 될 수 있도록 구성하는 부분이다.

캐릭터에 대한 세계관이나 추구하는 바가 제대로 전달 되지 않아 최종 사용자인 라이선시(Licensee)가 제대로 이해하지 못한 상황에서 상품화가 진행되는 경우 그 생각의 차이로 인해 진행과정에서 많은 시간낭비를 가져올 수 있다.

그렇기 때문에 캐릭터 컨셉(세계관등)에 대한 부분은 명확하게 제시할 필요가 있다.

다른 한편으로 관리 지침등에 있어서는 지나친 제약으로 인해 상품화 디자인에 있어서 창의성을 저해할 수 있으므로 기본적인 사항들을 제시하고 실질적인 상품화 디자인 작업에 있어서 여러 사회환경등에 탄력적으로 적용할 수 있도록 여지를 두는 것이 좋다고 볼 수 있다.

두 번째 파트는 **Basic**파트로 기본적인 캐릭터 소개 부분이다.

매뉴얼에서 주로 다루게 될 주인공 캐릭터 및 서브캐릭터에 대한 주이미지 및 개별 캐릭터에 대한 성격등을 제시한다.

캐릭터가 가진 성격을 가장 잘 표현한 정면 이미지가 주 이미지가 되며 이에 따른 정, 측,후면의 이미지가 제공된다. 이는 캐릭터의 입체물이 점목되어 질 상품화를 위해 필요하고 최근의 3D 애니메이션 캐릭터의 경우는 별도로 제작할 필요는 없다.

하지만 2D 기반의 캐릭터의 경우는 정면 이미지만으로 입체물을 만드는 것은 많은 시간과 비용이 들어가기 때문에 턴어라운드(Turn Arround)이미지 및 경우에 따라서는 별도의 목업을 제공하는 경우도 있다.

또한 Basic파트에서는 기본적인 캐릭터와 함께 로고타입(Logo Type)을 지정한다.

작품명 또는 캐릭터 명을 이용하여 로고타입을 만드는데 모든 상품에는 캐릭터와 별개로 로고가 들어가게 되며 로고 자체가 훌륭한 디자인적 요소가 되어 제품 자체를 브랜드화 시키는 중요한 부분이다.

세 번째 파트는 **Application**파트로 실지로 상품화에 가장 많이 사용할 수 있는 응용 디자인이다.

엠블럼(Emblem)과 아이콘(Icon), 패턴(Pattern), 다양한 캐릭터 응용동작(Application)등

을 말한다.

로고타입과 캐릭터등의 조합으로 이루어진 엠블럼은 상표표장으로서의 의미를 넘어 T 셔츠 디자인등 디자인 조합으로도 활용이 가능하고 다양한 아이콘과 패턴은 상품화에 있어서 디자인적으로 풍부하게 해주는 역할을 하게 된다.

캐릭터의 다양한 응용동작과 아이콘, 패턴등과의 조합을 통한 이미지컷을 제공하여 다양한 상품화에 접목 시킬 수 있도록 하는 영역으로 시즌별, 년도별, 혹은 상품 컨셉별, 다양한 이슈(Issue)의 상황속에서 지속적인 개발을 통하여 매뉴얼 사용자에게 제공하기 때문에 상품화가 진행되면서 많은 양의 데이터가 쌓이게 된다.

네 번째 파트는 **Product**파트로 상품 자체의 디자인 보다는 부수적인 디자인 텍이나 박스등의 제작 지침등과 디자인 소스를 제공하고 라이선서가 희망하는 제품군에 대하여 미리 상품 컨셉 디자인등을 제공하는 영역이다.

경우에 따라서는 라이선서가 직접적으로 상품을 개발하여 개발된 샘플등을 통하여 제작 지침으로 사용하기도 하는데 봉제매뉴얼, 목업매뉴얼, 3D 매뉴얼등 좀 더 세부적인 형태의 매뉴얼 제공의 기초가 된다.

전반적인 라이선싱 과정에서 가장 많은 시간이 요구될 수 있는 디자인 승인에 대한 부분은 이와 같이 라이선서가 기본적인 매뉴얼 이외에 다양한 세부 매뉴얼을 준비하여 제공하느냐에 따라 시간 단축과 비용절감 결국엔 성공적인 라이선싱의 열쇠가 될 수 있기에 중요하다고 생각된다.

위와 같이 캐릭터 매뉴얼에 대하여 크게 4가지 파트로 분류하여 알아 보았다.

좀더 세부적인 항목에 대하여 알아보자.

Part I. Summary

(1) 표지

(2) 매뉴얼 구성

- 표지 부분과 매뉴얼 구성 부분은 위에서 어느 정도 설명이 된 관계로 생략하도록 하겠다.

(3) 캐릭터 관리지침

- 캐릭터 매뉴얼 가이드 사용 지침서와 캐릭터 사용 규정에 대해서 안내하는 부분이다.

예시1. <캐릭터 매뉴얼 가이드 사용 지침서>

- 본 매뉴얼은 0000000가 그 권리를 보유하고 있는 프로퍼티에 대해 상품화 권을 계약한 라이선시에게 제공됩니다.
- 본 매뉴얼 가이드외에 추가되는 아트웍(Artwork)은 스타일가이드(Style Guide)로 업데이트 되어 라이선시에게 추가 제공됩니다.
- 본 매뉴얼은 상품화에 대한 가이드라인을 제시하며, 라이선시는 계약 종료 시 반드시 반환하여야 합니다.
- 본 매뉴얼의 프로퍼티는 상품화 이외의 목적, 용도로 사용할 수 없으며, 복제를 일체 금합니다.
- 본 매뉴얼에 대한 상품화 담당은 아래와 같습니다.

0000000 (회사명) 0000 (담당자명)

00)000-0000-0000 / 010-000-000 (연락처)

000000@000.000 (이메일주소)

- 로고타입(Logotype)

오리지널 로고타입은 본 프로퍼티를 사용한 상품, 광고, POP, 팩키지, 카다로그등에 1개장소, 해당 상품명의 가까운 곳에 반드시 표기하여야 합니다.

오리지널 로고타입을 단독으로 사용할 경우에는 원칙적으로 풀컬러로 사용하여 하며 반드시 ©저작권 표기를 해야 합니다.

오리지널 로고타입은 변형, 반전, 색채변경하여 사용할 수 없습니다.

오리지널 로고타입을 표기할 경우 다른 디자인요소와 문자가 겹쳐지지 않도록 표기해야 합니다.

- 저작권표기, 트레이드마크(Trade Mark)표기

본 프로퍼티의 오리지널 로고타입, 오리지널 디자인 등을 적용한 디자인에는 동일면의 적절한 장소에 반드시 저작권 표기를 하여야 합니다.

- 라이선스표기

본 상품은 0000000와의 정식 라이선스 계약에 의해 제조된 상품으로 어떠한 경우에도 무단으로 복제, 판매할 수 없습니다.

- 기본적인 매뉴얼 사용에 대한 기준을 제시하는 부분으로 라이선서와 상품화 담당자

소개, 라이선스 표기방법등 필수 표기 요소안내 등 전반적인 관리 지침을 안내해 준다.

예시2. <캐릭터 브랜드 사용규정 - 상품개발, 평가기준>

● 상품개발지침

제품의 고품질을 지향한다.
제품의 철저한 이미지 관리에 중점을 둔다.
타사 제품 디자인을 그대로 사용하는 것을 지양한다.
타겟층의 성향을 분석하여 상품 개발에 반영한다.
엄밀한 상품 평가 기준을 제시하고 검품한다.

● 상품의 평가기준

예상 사용자 층의 지적, 정서적 성숙도를 고려
어린이/어른을 불안전하고, 불건전하고 위험한 행동/환경에 노출 불가
과도하며 불필요한 폭력 사용 불가
심각한 주제(질병, 입양, 죽음, 이혼, 마약등) 사용시 신중하게 고려
경멸적인 말이나 욕설, 필요 없는 과장 불가
부정적인 고정관념 - 연령, 인종, 종교, 민족 등에 대한 사용 불가
해롭거나 불법적인 행동을 멋있는 것처럼 묘사하지 말 것
저작물 이미지에 저해되지 않으며 허용된 범위 내에서의 음악 및 가사사용
지침서에 정한 규정의 준수여부

- 캐릭터 브랜드의 사용 규정에 대해서 안내하는 부분으로 해당 캐릭터의 상품 개발에 대한 지침과 캐릭터가 추구하는 바에 어긋나는 항목에 대해서 상품화에 제약을 하는 부분이다.
- 해당 캐릭터가 불건전하고 불법적인 부분에 사용되길 원하는 라이선서는 아무도 없겠지만 미묘하고 무거운 주제를 다루는 부분에 있어서 상품화 제약에 대한 기준이 없으면 애초에 기획했던 의도와 상관없이 브랜드에 악영향을 미칠 수 있기 때문에 충분히 고려하여 기준을 마련해 보는 것이 바람직하다 하겠다. 일본 산리오의 “헬로키티”의 경우는 40년 가까이 캐릭터 상품화 사업을 진행해 오고 있지만 죽음(장례)이나 성인용품 등에 있어서의 상품은 단 한건도 없었다고 한다.

예시3. <캐릭터 브랜드 사용규정 - 디자인 지침>

● 디자인 지침

‘0000’ 캐릭터 로고는 스타일 가이드에 명시된 내용 (칼라, 레이아웃)을 기준으로 적용한다.

로고 칼라는 상품 배색과 어울리는 선에서 자유로이 적용할 수 있으나 반드시 컨펌 과정에서 담당자의 승인을 받아야만 한다.

강렬한 보색 적용 시 화이트, 그레이, 블랙 계열의 무채색과 함께 배색해야 한다.

캐릭터 칼라와 조화를 이룰 수 있도록 배색해야 한다.

1. 로고 사용법 - 컬러

지정된 컬러 사용 (CMYK)

2. 캐릭터 적용규칙

캐릭터 및 모든 서브캐릭터의 적용시에는 반드시 가이드에 준하여 원본 그대로를 사용한다. (캐릭터의 라인 및 컬러를 임의로 변경불가)

3. 로고의 사용법 - 레이아웃

팩키지 적용 시 로고는 팩키지 중앙, 팩키지의 1/3지점 상,하단, 오른쪽 상,하단, 왼쪽 상,하단 등에 레이아웃 할 수 있다.

다만, 너무 한 쪽으로 치우치지 않게 레이아웃 해야 하며 임의로 너무 작게 축소하거나 확대해서도 안 된다.

패턴으로 적용할 경우를 제외하고 어느 방향으로든 회전하면 안 된다.

로고는 어떠한 경우라도 반전시켜 사용하면 안 된다.

4. 로고의 사용법 - 카피라이트 표기

로고 사용시 카피라이트 표기를 반드시 넣어야 한다.

로고의 문자와 문자사이, 로고의 중앙 하단, 로고의 우측 상단에 배치

© 0000

© 0000. All Rights Reserved.

© 0000 Co., Ltd.

© Since2010 0000. All Rights Reserved.

모든 제품에 (팩키지, 라벨, 홍보, 광고, 전시품) 표기해야 한다.

- 상단의 간단한 예시를 들었지만 디자인 지침에 대한 부분은 그 범위와 한계를 어디까지 정하느냐에 따라서 세부적인 항목들이 나올 수 있으므로 기본적인 캐릭터 사용이나 로고사용에 한정지어 간단히 알아 보았다.
- 이 외에 디자인 지침으로 필요한 부분은 행택과 라벨디자인의 구성, 디자인방법, 증지(홀로그램)부착방법, 위치지정, 바코드, QR코드 출력기준, 공산품 품질표시, 저작사 정보표기방법, 라이선서의 홈페이지 도메인 주소표기, 패키지 디자인시 주의사항, 패키지 디자인 방법, 제품명 표기방법, 표기규정 등과 같은 상품 디자인시 참고할 사항이나 디자인 승인품의 제공 및 승인서 작성요령, 표기사항, 승인절차 등의 디자인 컨펌 과정에 대한 안내 자료등 디자인 지침서만으로도 엄청난 양이 나올 수 있으므로 이 부분은 실질적인 매뉴얼 제작시에 그 규모와 한계를 파악하여 제작하도록 한다.
- 또한 캐릭터나 브랜드 지침서는 예로 든것처럼 글로만 표현하지 말고 캐릭터 이미지와 로고 등을 적절히 활용하여 사용자 즉 라이선시 입장에서 이해하기 쉽도록 표현해야 할 것이다.

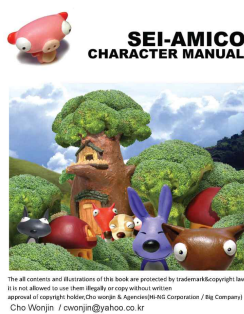
(4) 캐릭터 컨셉

- 앞서 살펴 보았듯이 캐릭터 브랜드의 컨셉을 명확하게 지정함은 라이선서와 라이선시간에 상품화에 대한 견해의 차를 좁힐 수 있어 일관적인 또는 컨셉있는 상품개발을 진행할 수 있다.
- 캐릭터 브랜드의 컨셉을 명확하게 표현하기 위해서는 우선 캐릭터의 세계관을 나타낼 수 있는 설명이 필요하다. 예컨대 애니메이션을 토대로 탄생된 캐릭터의 경우는 그 작품의 Synopsis를 간결하게 표현해 무엇을 보여주고 싶고 추구하는 것이 무엇인지, 전체적인 스토리속에서 등장하는 주인공 캐릭터와 보조 캐릭터들은 어떠한 행동양식으로 나아갈지에 대한 부분을 암시할 수 있도록 표현해 내야 한다.
- 물론 라이선시의 상품 디자이너가 해당 작품을 상세히 경험하고 충분히 이해한 상태에서 상품디자인을 진행한다면 상관이 없겠지만 대부분은 직접적인 경험보다는 상품화 매뉴얼을 기준으로 진행하는 관계로 캐릭터 컨셉에 대한 부분을 정확히 전달하기 위해서는 캐릭터 브랜드 포지셔닝, 브랜드 이미지 아이덴티티, 브랜드 칼라 컨셉 등의 명확한 기준을 제시해 주는 것이 바람직하다.

※ 아래 예시부터는 실질적인 상품화 사업을 진행하고 있는 상품화 매뉴얼중 일부분을 발췌하여 예로 들어보도록 하겠다. 해당 저작물에 대한 사용에 대한 부분은 저작자인 조원진 작가님으로부터 허락을 받은 상태이며 전체 매뉴얼중 극히 일부분을 예시로 사용하겠지만 이에 대한 무단 전제 및 복제도 금지됨을 명시합니다.

예시4. <캐릭터 컨셉 - 작품소개, Synopsis>

● 작품소개



"쿠꾸루 숲속의 귀엽둥이 여섯 친구들."

깊은 산속 더 깊은 산속,
사람의 손이 닿지 않은 깊은 산속 쿠꾸루 숲엔
6마리의 동물 친구들이 살고 있습니다.
호화로운 것을 좋아하는 고양이 알루(베드로)와
나무뿌리 밑을 좋아하는 토끼 페치의 집을 제외하면
모두 바섯 모양의 집에서 산답니다.
왜냐면 여섯 친구들이 가장 좋아하는 음식은 버섯이거든요.

여섯 친구들은 호기심이 많답니다.
그래서 학교 앞 나무 동치로 만들어 놓은 탁자에 모여앉아
숲 속의 이런 저런 것들에 대해 이야기하기를 좋아하고요.
이야기는 주로 나서기를 좋아하는 악식빠른 토끼 페치와
찰난척하는 고양이 알루(베드로)가 많아 꺼내는 편이지만
한 마디도 않고 눈만 깜빡거리는 호야를 빼면
다들 자기 생각이 옳다고 아단들이랍니다.

페치의 집이 있는 오래된 고목위에 지혜의 올빼미
대부르 아저씨와 그의 세쌍둥이 아이들이 산답니다.
아저씨는 낮에는 잠만 자지만 친구들의 아단법석 때문에
곧잘 잠에서 깨어나곤 하지요.
하지만 대부르 아저씨의 충고덕분에 친구가 된 아기 새(포롬)이
들려주는 숲 속 너머의 이야기를 들을 때는 모두들 조용해집니다.

확자지킬, 쿠꾸루 숲 속 여섯 친구 들을 통해 진정한 감동을 느껴보세요.



- 세이아미코(SEI-AMICO) 캐릭터 매뉴얼 중 해당 작품의 Synopsis로 이를 통해서 알 수 있는 부분은 6마리 귀여운 동물 캐릭터(돼지, 고양이, 강아지, 토끼, 망아지)가 숲속 마을에서 펼쳐가는 잔잔한 감동 스토리라는 것이다.
- 이 캐릭터에 대한 직접적인 반응은 귀엽다라는 표면적인 느낌일 수 있겠지만 숲속이라는 환경을 통한 자연친화적인 스토리는 동심을 자극하는 향수로 사람들 내면에 자리잡고 있는 자연회귀적인 본능을 자극할 수 있는 요소로 다가온다.

예시4. <캐릭터 컨셉 - 작품소개, Synopsis>

● 브랜드 포지셔닝

1. Target

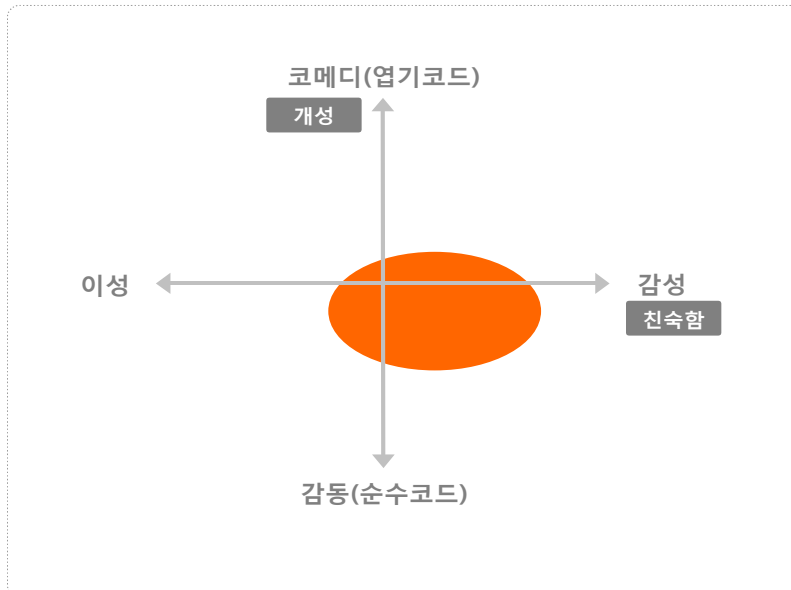
메인타겟 : 3~7세 미취학아동

실 구매타겟 : 20대중반 ~ 30대여성

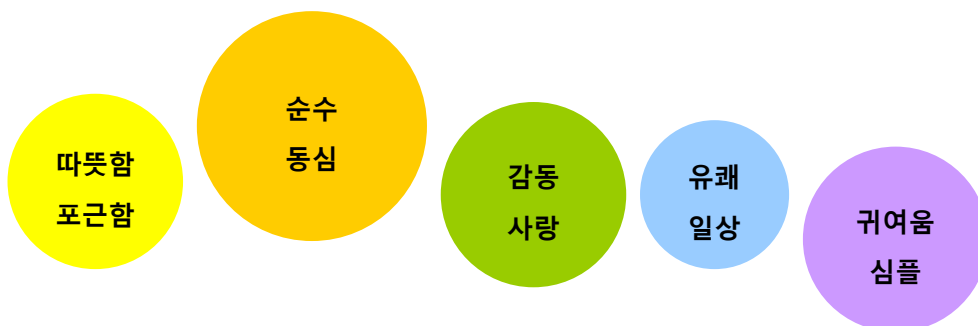
2. Target Mind

3~7세 미취학아동 : 정서적 안정 필요(동심, 꿈 등)

20대중반~30대여성 : 향수, 고급스러움 등



3. 세이아미코 이미지 키워드



- 브랜드 포지셔닝에 대한 부분은 일반적으로 라이선시에게 제공되어지지 않는 것이 사실이다. 이는 상품화에 적용하려는 타겟이 이를 규정함으로써 제한적인 요인으로 작용할 수도 있기 때문이다.

장수하는 캐릭터의 경우는 다양한 타겟층에 맞추어 별도의 매뉴얼을 준비하기도 한다. 그만큼 인지도가 높고 다양한 상품화에 대한 경험이 많기 때문인데 처음 상품화 사업을 시작하는 입장에서 보면 명확한 기준 제시를 통해 상품화를 펼쳐 나가는 것이 유리하다고 본다.

예시6. <캐릭터 컨셉 - 브랜드 이미지 아이덴티티, 브랜드 칼라 컨셉>

● 브랜드 이미지 아이덴티티

브랜드 이미지는 Color와 캐릭터의 Shape등의 요소에 의해 브랜드 이미지의 동일성과 타 브랜드와 차별화 되는 특성적 인상을 형성한다.

- **브랜드 이미지 칼라** : 브랜드 이미지의 고유한 색인상
- **브랜드 이미지 심볼** : 브랜드 이미지를 형성하는 시각적 형태

로고타입, 엠블럼, 제품디자인, 패턴 등 캐릭터 사용외의 레이아웃 및 요소 디자인 작업 시 사용될 수 있는 심볼 체계로서 도식화 이미지가 필요할 때, 이미지 동일성을 위해 우선사용 되어야 한다.

● 브랜드 칼라 컨셉

브랜드의 고유한 인상을 형성하는 칼라 이미지를 체계화 한 것이다.

브랜드가 가지는 이미지톤을 바탕으로 전용 칼라체계 스와치(Swatches)를 정의하고 브랜드 이미지의 동일성을 유지를 위해 칼라 사용에 있어서는 정의한 칼라스와치(Color Swatch)내에서 사용을 권장한다.

- 캐릭터 브랜드의 사용에 있어서 브랜드 이미지 아이덴티티를 규정하고 브랜드 칼라 컨셉을 설정하는 것은 상품화 디자인의 범위를 축소하는 것이 아니라 캐릭터와 연관된 심볼화된 이미지 사용으로 고유한 브랜드 이미지를 형성시키고 칼라 사용에 있어서는도 풍부하면서도 독창적인 인상을 이끌어 낼 수 있다.

Part II. Basic

(5) 2D Basic

- 2D Basic에서는 등장 캐릭터의 기본포즈(Basic Pose)와 개별 캐릭터에 대한 소개를 한다. 흔히 캐릭터 기본형이라고 말하는 이미지 소개와 함께 캐릭터 개별 성격등을 표현한다.

예시7. <2D Basic - 캐릭터 기본포즈 및 소개>

● 캐릭터 소개



[PONG 풍]
풍은 호기심이 많은 장난꾸러기 돼지랍니다.
수줍음을 좀 타지만 성격을 활발한 편이고,
흥분하면 말을 좀 더듬는답니다.
정义감이 넘치는 풍은 꿈을 달콤을 좋아해 늘
배낭을 메고 다니지요.



[PENY 페니]
늘 표정 변화가 없어 친구들 주위만 줄줄
따라 다니는 소심한 강아지.
말수가 적은 페니는 누군가 자신의 말에
집중하면 허공을 쳐다보며 이야기합니다.
하지만 상황판단이 정확하고 영리하며,
호기심이 많아 자신의 연구실에서 온갖
신기한 것을 만들어내는 만물박사랍니다.



[AIR 아르]
자신이 개인것으로 착각하는 투덜쟁이 고양이.
친구들이 아무리 고양이라고 이야기해도
항상 "왈~왈" 거리며 강아지 소리를 냅니다.
하지만 흥분하거나 당혹스러우면 "아웅" 거리고는
창피해 하는 아르는 언제나 덩파기를 좋아하는
이상한 고양이랍니다.



[ALOO 알루]
자신이 귀족이었음을 늘 이야기하며, 다른 친구들의
교양 없는 행동에 소스라치며 소리를 지른답니다.
하루의 대부분을 자기의 몸을 치장하면서 보내는 알루.
우아한 걸을걸이를 위해서 늘 하늘을 쳐다보면서 다닙니다.
그래서 자주 넘어지곤 하지요.



[HOYA 호야]
호야는 말을 한마디도 안하며 늘 눈만 깜빡거리는 망아지랍니다.
순진무구하며, 배려심이 많구요.
표정변화가 거의 없지만 가끔씩 소리 내어 웃기도 합니다.
뽀뽀~하구요, 참, 기쁠 땐 호~하기도해요. 물론 가끔이지만요.



[PECHY 페치]
오래된 나무의 뿌리 밑 등에 살고 있는 욕심꾸러기 토끼.
말이 빠르고 성격이 급하며, 늘 서두르는 페치는
이리저리 안절부절.... 잠시도 가만히 있지 못합니다.
풍의 보물 1호인 예쁜 구슬을 갖고 싶어서 언제나
호시탐탐 노린답니다

"썩, 눈을 감아보세요. 마음속 깊은곳에서
여섯 친구들의 제잘거림이 들린답니다."

www.pettoon.com www.seiamico.com



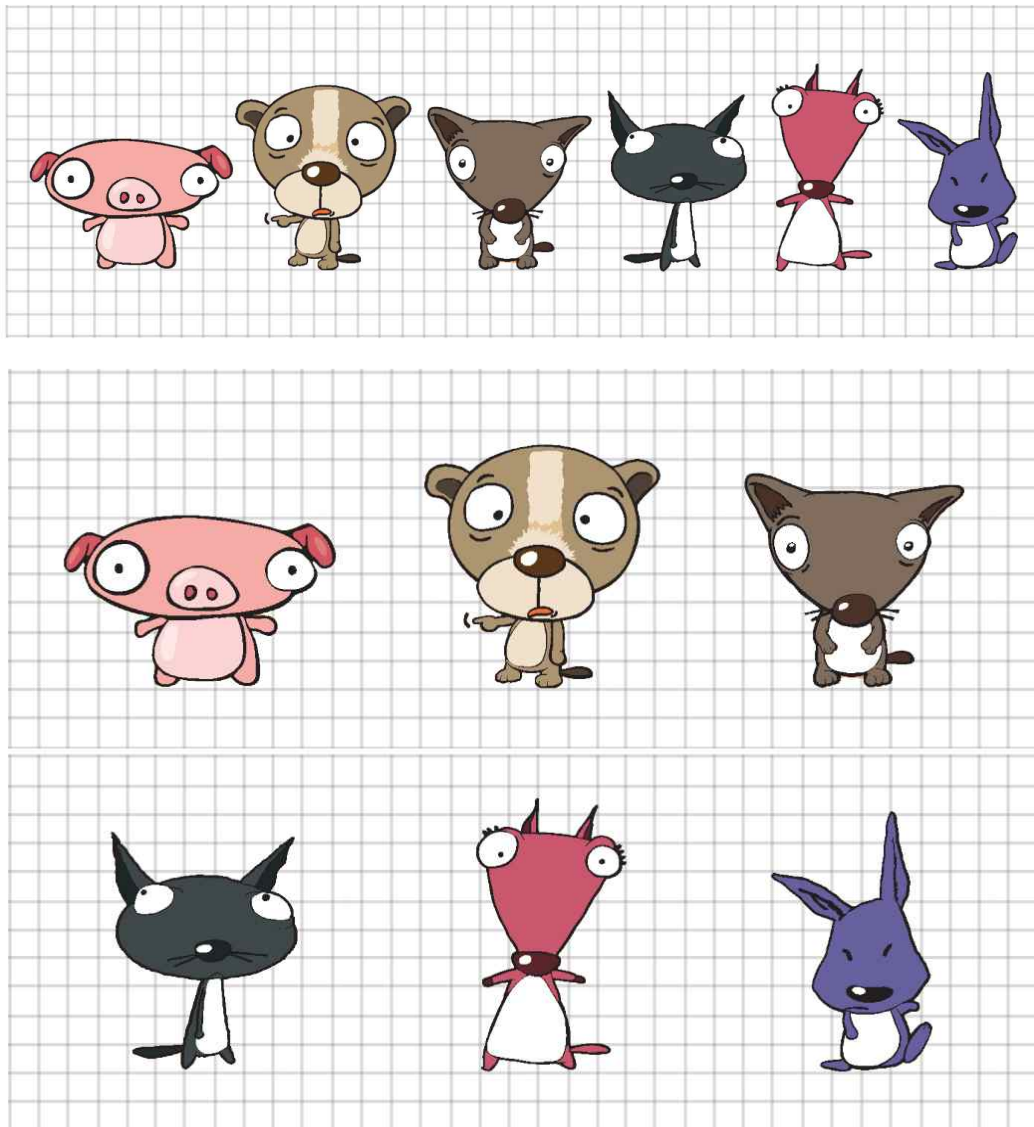
(6) Character Proportion

- 등장 캐릭터들간의 키 비례도를 나타낸 것이다. 각 캐릭터의 기본 비례를 지켜줌으로써 캐릭터 이미지가 손상되지 않도록 지침을 준다.

Lay-out에서의 원근처리, 패턴내에서의 사용 등으로 인한 불가피한 상황에는 Identity(이미지 동일성)를 해치지 않는 범위 내에서의 이미지 변경은 승인을 거친 후 사용 할 수 있다.

예시8. <Character Proportion - 캐릭터 비례도>

● 캐릭터 비례도



7) 3D Basic

- 봉제패턴, 목업 등의 입체상품 제작을 위해 기본 캐릭터 이미지의 정면, 측면, 후면 등을 표현한다. 이미지 제작을 통해 구성하기도 하며 실질적인 목업을 제작하여 3D 제작가이드로 사용하기도 한다.

예시9. <3D Basic 이미지>

● 3D Basic 표현



(8) Logotype

- 출시되는 모든 제품에는 브랜드 로고타입 혹은 브랜드 엠블럼이 사용되어야 한다. 로고타입(Logotype)은 캐릭터의 일관된 이미지(Identity)를 유지하는데 가장 중요한 요소중의 하나이다.
때문에 메인 로고타입 사용을 권장하며 각각의 환경에 따라 매뉴얼에서 규정하는 여러 가지 응용타입을 허용범위에 한하여 사용할 수 있다.

예시10. <Logotype>

- Main Logotype & Sub Logotype



[Main logotype]



[Sub logotype]

- 로고타입은 브랜드를 형상화 시키는데 있어서 가장 중요한 요소이다. 또한 다양한 상품화에 있어서 적용되는 범위도 굉장히 넓다.
심볼마크와 결합을 통한 브랜드 로고타입은 이미지심볼(Image Symbol)과 로고(Logo), 심볼마크(Symbol Mark), 카피라잇(Copyright), 브랜드 타이틀(Brand Fullname Title)등으로 구성되는데 그 사용에 있어서 레이아웃 배경이미지 등으로 인해 슬로건과 카피라잇 가독이 어려울 경우도 있고 상품화 디자인시에 변형이 필요한 경우도 생긴다.
- 때문에 메인 로고타입의 형태를 유지하면서 기본적인 사항들을 포함한 서브 로고타입의 필요성이 생긴다.
이 부분도 세부적으로 들어가면 끝도 없기 때문에 상품 디자인 작업시 상품 품목에 따라 다양한 형태의 로고가 사용할 수 있도록 그 규정을 정하는 부분이라 할 수 있다.

Part III. Application

(9) 엠블럼 (Emblem)

- 앞서 언급했지만 출시되는 모든 제품의 패키지에는 로고타입(Logotype)이 반드시 사용되어야 하며 로고타입의 조합으로 이루어진 엠블럼 사용도 가능하다. 엠블럼은 상표 표장으로서의 의미를 넘어 T셔츠 디자인 등 디자인 조합으로도 가능하여 활용성이 굉장히 높은 디자인 요소이다.
- 특히 트렌드를 만들어 나가고 있는 패션상품에 있어서는 엠블럼이나 패턴 등의 지속적인 개발이 필요하다.

예시11. <Emblem>

● Emblem for Brand Tag



© Cho,Wonjin. 2008. All Rights Reserved.

[Emblum for Brand Tag-basic]



© Cho,Wonjin. 2008. All Rights Reserved.

[Emblum for Brand Tag-Application]



© Cho,Wonjin. 2008. All Rights Reserved.

[Emblum for Brand Tag-Application]



© Cho,Wonjin. 2008. All Rights Reserved.

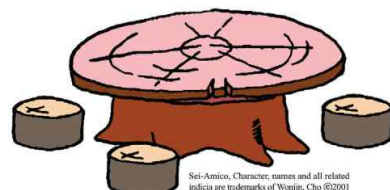
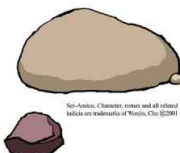
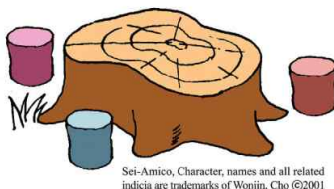
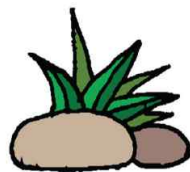
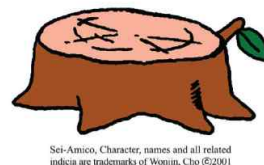
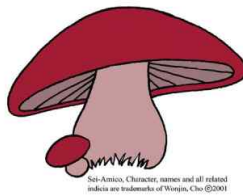
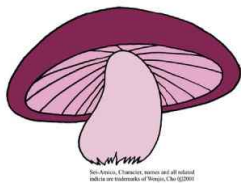
[Emblum for Brand Tag-Application]

(10) 아이콘 (Icon)

- 아이콘은 캐릭터를 대표하는 이미지가 아니기 때문에 단독으로 상품화 디자인에 접목되긴 어렵다. 하지만 여러 가지 디자인 소스로 활용이 가능하다.
- 매뉴얼에 사용되는 아이콘은 크게 3가지 형태로 개발되어 진다.
 첫 번째로는 캐릭터 아이콘이다. 주요 캐릭터의 형태등을 단순화 시킨 것으로 스템프, 직물패턴, 패드 인쇄등을 위한 스팟칼라(단도) 아이콘이다.
 두 번째로는 아이덴티티 아이콘으로 브랜드 아이덴티티 작업을 통해 표출된 메타포 아이콘이다. 이는 매뉴얼에서 지정한 브랜드 칼라 스와치내에서 자유롭게 적용이 가능하다.
 세 번째로는 기타 소품 아이콘으로 주제별 혹은 컨셉에 맞추어 개발된 캐릭터 어플리케이션, 패턴 등과 쌍으로 개발되는 아이콘이다.
 이 이외에 캐릭터가 추구하는 브랜드 컨셉에 맞추어 모든 영역에서 적용 되어지는 브랜드 아이템 등이 있다.

예시13. <Icon>

● Brand Item



● Brand Item



[flower1_cutey_1tone_basic]



[flower1_cutey_1tone_basic]



[flower1_cutey3_1tone_basic]



[flower1_cutey4_1tone_basic]



[flower1_cutey5_1tone_basic]



[flower1_cutey_1tone_pink]



[flower1_cutey_1tone_yellow]



[flower1_cutey_1tone_lemon]



[flower1_cutey_1tone_green]



[flower1_cutey_1tone_blue]



[flower1_cutey3_1tone_pink]



[flower1_cutey3_1tone_yellow]



[flower1_cutey3_1tone_lemon]



[flower1_cutey3_1tone_green]



[flower1_cutey3_1tone_blue]



[flower1_cutey4_1tone_pink]



[flower1_cutey4_1tone_yellow]



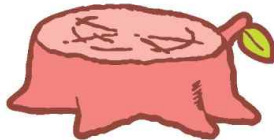
[flower1_cutey4_1tone_lemon]



[flower1_cutey4_1tone_green]



[flower1_cutey4_1tone_blue]



[table_free_1tone_A]



[table_free_1tone_B]



[table_free_1tone_C]



[table_free_1tone_D]



[table_free_1tone_E]



[table_free_pink]



[table_free_yellow]



[table_free_lemon]



[table_free_green]



[table_free_blue]

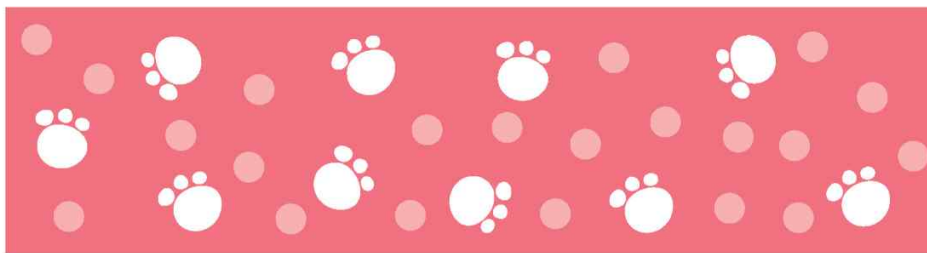
(11) 패턴 (Pattern)

- 라이선시의 입장에서 상품화 디자인을 할 경우 의외로 가장 많이 쓰이는 디자인 요소가 패턴이다.
패턴은 고급스러운 상품개발이나 하나의 상품군에서도 다양한 모델의 상품을 개발하는 데 있어서 쓰임새가 많은 매뉴얼 개발의 필수 요소이다.
- 패턴 개발에 있어서는 브랜드 아이덴티티를 통해 개발된 디자인 요소들을 단순하게 배열하는 방법부터 다양한 캐릭터 어플리케이션의 규칙적인 조합, 아이콘과 캐릭터의 재미있는 조합까지 다양하다.
또한 같은 패턴이라 하더라도 사용되어지는 타겟연령이나 상품화 적용 품목 등에 따라 복잡함과 단순함, 색상의 변경 등의 연출이 가능하다.
- 패턴은 지속적인 상품화에 발맞추어 꾸준히 그리고 점점 더 풍부하게 개발 해야 할 부분으로 상품화 매뉴얼에 있어서 핵심적인 요소이다.

예시14. <Pattern>

● Pattern

Pattern_foot_A



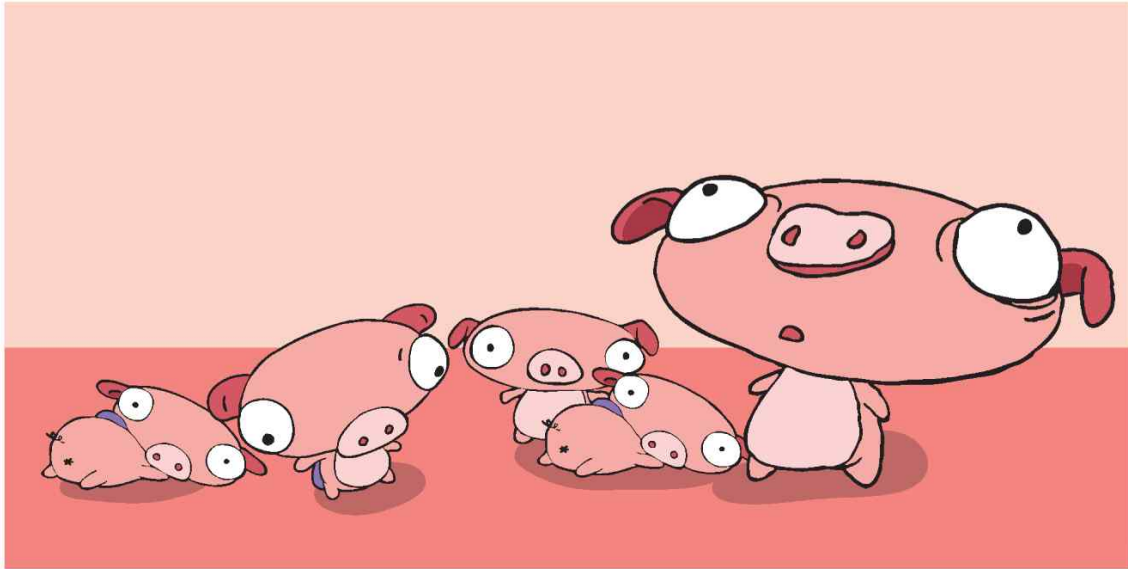
[pattern_foot_A_pink]



[pattern_foot_A_green]

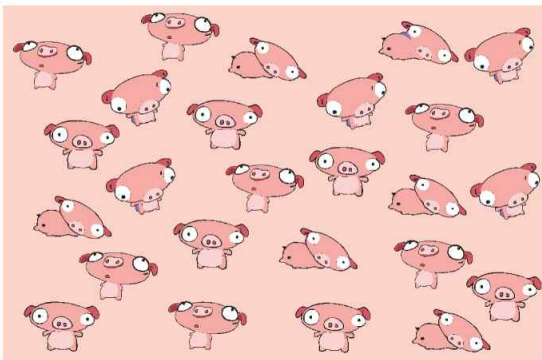
- Pattern

Pattern_Character_pong_1

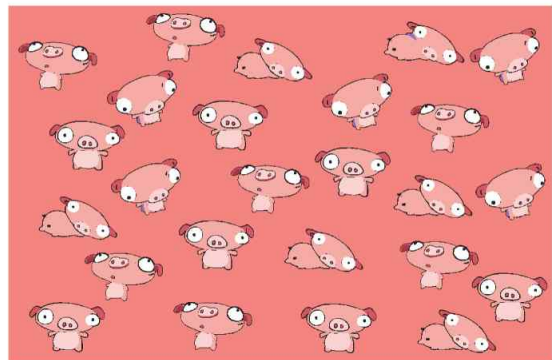


[pattern_pong_1_pink]

Pattern_Character_pong_2



[pattern_pong_2_pink_1]



[pattern_pong_2_pink_2]

(12) 캐릭터 동작 어플리케이션 (Application)

- 상품화 사업을 진행하다 보면 캐릭터 메인 이미지를 통해 다양한 상품 디자인을 하는 데 있어 한계를 느끼게 된다. 해당 작품을 통해 소비자에게 인지되는 캐릭터 이미지는 메인이미지가 아니기 때문이다.

- 캐릭터 동작 어플리케이션은 말 그대로 캐릭터의 다양한 동작을 연출한 이미지이며 또한 다양한 코디네이션이 접목된 이미지이기도 하다. 캐릭터 단독의 이미지는 물론 캐릭터 상황컷 등이 포함 되어 있고 다양한 상품에 접목되고 포스터 등으로 활용 될 수 도 있다.
- 풍부한 캐릭터 어플리케이션의 개발은 성공적인 상품화 사업을 위한 준비단계에 있어서 가장 중요한 부분이라 할 수 있다.

예시15. <Character Application>

● Application

숲속의 꼬마 과학자

peny



Peny_free_001



Peny_free_002



Peny_free_003



Peny_free_004



Peny_free_005



Peny_free_006



Peny_free_007

● 상황컷



● 이미지컷

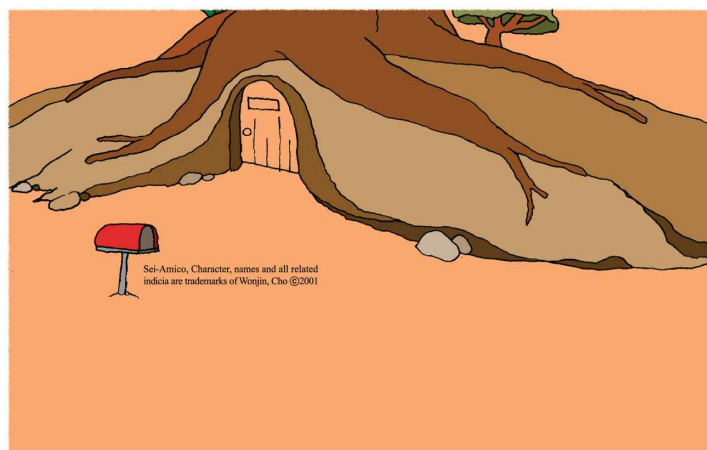


Image cut_free_001

Part IV. Product

(13) 텍/라벨

- 앞서 개발된 로고타입이나 심볼등을 바탕으로 기본적인 텍과 라벨, 박스디자인 등을 개발하여 제공한다.

(14) 제품 디자인

- 분석된 캐릭터 컨셉을 바탕으로 캐릭터 어플리케이션과 로고타입, 엠블럼, 아이콘 및 패턴등을 캐릭터 상품 디자인에 적용하고 실질적인 상품개발도 진행하여 상품화 매뉴얼에 소개하여 상품 컨셉 디자인의 기초로 삼는다.

예시16. <Product Design>

● Product



- Product



4. 상품화 카테고리 분석

상품화 매뉴얼을 기획하고 구축하면서 기본적으로 캐릭터 프로퍼티가 추구하는 브랜드 타겟이 설정된다고 볼 수 있다. 캐릭터가 가지는 잠재력에 대한 강점과 약점, 라이선서가 가지는 역량에 대한 강점과 약점 등을 세부적으로 분석해 보고 캐릭터가 어떠한 채널을 통하여 언제, 어떻게 대중에게 노출될 지에 대한 부분도 나름대로 계획을 가지고 있어야 그에 따른 상품화 카테고리를 유추해 낼 수 있고 상품화 진행 일정등의 계획을 수립할 수 있다.

대부분의 국내 TV용 애니메이션의 경우 제작에 대해서 막대한 자금을 투입하고 편성 일정등의 시간의 제약속에서 주요 방영 채널과 시간대에 얼마만큼 지속적으로 방영 되느냐가 성공의 열쇠로 보고 실질적인 부가가치를 올릴 수 있는 라이선싱 사업 플랜을 세부적으로 미리 구축하는 데는 소홀히 했던 것이 사실이다. 천편일률적으로 방영을 얼마 앞둔 상황에서 사업설명회를 통해 사전에 라이선스와 계약을 맺고 순탄하게 라이선싱 사업을 진행하길 희망한다.

물론 좋은 작품을 제작하는 것이 가장 중요하다.

캐릭터 라이선싱 사업의 성공에 대한 키는 얼마만큼 소비자의 마음을 움직여 그 지갑을 여느냐에 있고 소비자가 먼저 찾게 할 수 있다면 시장에 대한 동향을 직감적으로 잘 알고 있는 라이선시들이 적극적으로 계약에 대해서 희망하면서 라이선서의 입장에서 원하는 계약을 이끌어 낼 수 있기 때문이다.

경우에 따라 다르지만 우수한 캐릭터는 공개되는 시점부터 상품화 사업이 급속히 진행될 수도 있다. 그 이야기는 상품화를 위해서 체계적인 준비 없이 그러한 시기를 맞이할 수도 있다는 것이다. 최근 콘텐츠 방영 채널(TV, 인터넷, 모바일환경 등등)이 다양화 되고 소비자가 구매할 수 있는 유통처도 다양하다. 한마디로 소비자의 선택의 폭이 굉장히 넓어졌고 하나의 콘텐츠에 대해서 지속적인 관심을 갖기도 어려운 상황이 되었다. 이는 콘텐츠를 소비하는 속도가 빨라지고 그 주기는 짧아 졌다는 것으로 라이선싱 사업을 진행하는 라이선서에게는 굉장히 불리한 요인이라고도 볼 수 있다.

일시적인 상품화 사업의 성공이 아니라 지속적으로 장수할 수 있는 캐릭터 라이선싱 사업의 성공모델을 제시하기 위해서는 체계적이고 일관적인 브랜드 정책과 더불어 철저한 상품화 카테고리 분석을 통한 라이선싱 정책 수립, 합리적인 운영 시스템 구축이 선행 되어야 할 것이다.

이번 장에서는 캐릭터를 통해 진행할 수 있는 실질적인 상품화 카테고리 분석에 대해서 알아보도록 하겠다.

1) 상품화 품목 분류

캐릭터를 통한 상품화 품목을 크게 분류하자면 봉제인형 및 장난감과 같은 오프라인 상품화 품목, 플래쉬 게임 및 미니홈피 스킨과 같은 온라인 상품화 품목, 공연이나 광고 등과 같은 프로모션 상품화 품목으로 나눌 수 있다.

각각의 품목은 별도의 시장을 통하여 수익을 가져오지만 상호 보완적인 측면도 강해 프로모션이나 온라인 상품화를 통해 인지도가 확산되어 오프라인 상품화에도 영향을 미치고 오프라인 상품이 온라인 채널을 통해 판매가 되면서 프로모션이나 디지털(온라인)쪽 상품화가 활성화되기도 한다.

(1) 오프라인 상품화 품목

오프라인 상품화 품목이란 일반적으로 우리 생활 곳곳의 모든 상품들이 해당될 수 있다. 각각의 상품군에 따라 실질적으로 캐릭터가 접목되어 소비자에게 어필하는 품목이 있는 반면 생소하지만 캐릭터가 접목되어 나름대로 시장을 형성한 품목도 있고 시장 환경에 따라 다르지만 미래에 각광받을 수 있을만한 잠재력이 있는 품목도 있다. 상품군에 따라 적절한 대상 타겟을 설정하고 주요품목과 보조품목에 대해서 상세히 알아보도록 하겠다.

● 오프라인 상품화 품목

1) 휴대폰 관련 제품군 (주요타겟 : 10대중반~30대초반, 여성>남성)

모바일폰 / 헤드셋 / 폰케이스(하드,가죽) / 핸드폰줄 / 스킨,스티커 / 핸드폰거치대 / 핸드폰충전기 / 변환젠더 / 휴대용스피커 / 케이블 / 멀티카드리더기 / 터치펜 / 액정클리너 / 액정보호필름 등

2) 노트북/컴퓨터 관련 제품군 (주요타겟 : 10대후반~30대초반, 남성>여성)

노트북가방 / 파우치 / 넷북 / 배터리 / 외장하드 / USB메모리 / 키보드,마우스 / USB선풍기 / 화상카메라 / 멀티탭. / 피씨토이 / 스피커 / 마우스패드 / 쿨러 / 팬 / 컴퓨터 클리너

3) 기타 IT 제품군 (주요타겟 : 10대후반~30대초반, 여성=남성)

디지털카메라 / 충전기 / LCD보호필름 / 미니삼각대 / 카메라가방 / 보호커버, 방수커버 / 하드케이스 / MP3 / 이어폰, 헤드셋 / 암밴드 / 크래들 / 케이블정리기 / 카팩 / 네비게이션 / 각종 케이스류(하드, 가죽등)

4) 생활가전 (주요타겟 : 10대후반~30대초반, 여성>남성)

선풍기 / 청소기 / 전동칫솔 / 다리미 / 전화기 / 스탠드, 조명 / 미싱기 / 온수기 / 보풀제거기 / 체중계 / 전기밥솥 / 믹서기 / 녹즙기 / 전기주전자 / 음식물처리기 / 요구르트제조기 / 토스터기 / 제빵기 / 에스프레소머신 / 전기팬(쿠커) / 튀김기 / 빙수기 / 디지털온도계 / 냉온풍기 / 모노룸매트 / 전기방석 / 전기요, 장판 / 전기히터 / 해충퇴치기 / 전기면도기 / 드라이기 / 이미용기 / 화장품냉장고 / 두피마사지기 / 공기청정기 / 가습기 / 제습기 / 정수기 / 족탕기, 연수기 / 홈매트 / 직화구이냄비 / 와플제조기 / 전기그릴

5) 스포츠/레포츠 1 - 자전거용품 (주요타겟 : 5세~30대중반, 여성>남성)

자전거 / 핸들 / 랩핑 / 가방(보관함) / 시건장치 / 바구니 / 페달 / 안장 / 안장커버 / 라이트 / 벨 / 디스크 / 바퀴악세사리 / 헬멧 / 보호장구 / 의류 / 운동화 / 야광밴드 / 장갑, 토시 / 물통, 게이지 / 속도계 / 기타공구

6) 스포츠/레포츠 2 - 수영용품 (주요타겟 : 5세~15세, 여성>남성)

수영복 / 수영모(수모) / 수영, 귀마개 / 핀, 오리발 / 수영가방 / 튜브 / 보트 / 수영폴장 / 비취볼 / 부력복 / 펌프, 방수팩 / 비취타올, 가운 / 비취모자, 두건 / 패션타투, 문신 / 방수카메라

7) 스포츠/레포츠 3 - 스키, 보드 (주요타겟 : 5세~30세, 여성=남성)

스키, 보드복 / 아동 스키복 / 스키 / 보드 / 고글 / 튜브 / 스키,보드장갑 / 헬멧 / 보호대 / 튜닝스티커 / 가방 / 귀마개 / 넥게이트, 머플러 / 두건, 방한모, 비니 / 손난로 / 방수, 왁스, 세척 / 악세서리 / 조명

8) 스포츠/레포츠 4 - 등산용품 (주요타겟 : 7세~30세, 여성=남성)

등산의류 / 등산모자 / 장갑 / 양말 / 이너웨어 / 등산화 / 배낭 / 스틱 / 나침반, 쌍안경 / 손난로, 보호장구 / 렌턴 / 다용도칼 / 아이젠 / 물병, 수통, 컵 / 무전기 / 호루라기 / 스카프 / 등산안경

9) 스포츠/레포츠 5 - 캠핑용품 (주요타겟 : 7세~30세, 여성=남성)

텐트 / 그늘막 / 모기장 / 코펠 / 버너 / 그릴 / 파라솔 / 테이블 / 의자 / 아이스박스 / 보온병 / 야전침대 / 침낭 / 매트 / 다용도돛자리 / 모기스프레이 / 모기밴드 / 모기약 / 랜턴 / 캠핑용도마 / 부탄가스 / 삼, 비상로프 / 여행용목쿠션

10) 스포츠/레포츠 6 - 헬스용품 (주요타겟 : 15세~35세, 여성>남성)

런닝머신 / 모레주머니 / 악력기 / 덤블링 / 싯업 / 아령 / 벨트마사지 / 파워볼 / 짐볼 / 헬스보충제 / 헬스장갑 / 아대, 밴드 / 체지방계 / 줄자, 홀라후프 / 줄넘기 / 만보계 / 헬스에어보드 / 요가매트

11) 스포츠/레포츠 7 - 기타, 일반용품 (주요타겟 : 5세~30세, 여성>남성)

인라인스케이트 / 인라인보호장구 / 킥보드, 보드 / 스케이트 / 배드민턴 / 스포츠그라스 / 스포츠시계, 목걸이 / 스포츠타올 / 스포츠장갑 / 자외선차단제 / 호루라기 / 축구공 / 농구공 / 유니폼 / 야구용품세트 / 양궁보호대 / 에어건 / 전투복, 전투화(서바이벌게임)

12) 자동차 용품 (주요타겟 : 18세~35세, 여성<남성)

<일반>

핸들커버 / 주차번호판 / 계기판 / 미러 / 기어 / 페달 / 파워봉 / 안전벨트커버 / 햇볕가리개 / 썬팅 / 시계, 액자 / 안테나볼 / 티슈커버 / 방향제 / 홀더(컵홀더) / 차량용선풍기 / CD바이저 / 넌슬립패드 / 목쿠션, 헤드쿠션 / 시트지 / 각종케이블

<수납, 시트커버, 매트>

홀더 / 클립 / 다용도포켓 / 휴지통 / 옷걸이 / 동전케이스 / 트렁크정리함 / 카드지함 / 스틸공구함 / 시트커버 / 방석 / 쿠션 / 바닥매트 / 트렁크매트

<익스테리어, 세차관리용품>

와이퍼 / 썬바이저 / 몰딩 / 번호판악세서리 / 주유구커버 / 쥘대 / 차량용방충망 / 세정제 / 세차패드 / 공기청정기 / 청소기 / 광택제 / 탈취제 / 성애제거 / 김서림방지커버

<안전, 편의 기타용품>

냉온장고 / 어린이놀이매트 / 유아용카시트 / 네온, 무드등 / 휠악세서리 / 스노우체인 / 각종 스티커 / 거치대 / 키홀더 / 장식안테나 / 벨트클립 / 차량용담요 / 팔쿠션 / 주차알림판

13) 꽃, 원예, 팬시, Gift용품 (주요타겟 : 18세~35세, 여성>남성)

캐릭터플라워 / 꽃병 / 미니화분, 분재 / 분무기, 스프레이 / 디자인OPP봉투 / 폴리백선물봉투 / 캔디바구니 / 비누 / 보석함 / 오르골 / 고급수저세트 / 라이터 / 명함케이스 / 머그컵 / 미니액자 / 오뚜기 / 저금통 / 돛자리 / 슬라이퍼 / 반지, 목걸이 / 속옷 / 만년필 / 스탠드 / 수납장 / 육아다이어리 / 벽시계 / 도자기세트 / 실내분수 / 토기인형 / 식기건조기 / 화장지세트 / 세제세트 / 우산 / 비누선물세트 / 간식선물세트 / 모기퇴치기 / 손톱깎기 / 선물상자 / 비닐리본타이 / 나무집게 / 캔박스 / 부채 / 거울

14) 인형, 파티용품 (주요타겟 : 5세~25세, 여성>남성)

초특대인형 / 기본인형 / 손가락인형 / 인형동전지갑 / 풍선 / 파티가면 / 폭죽세트 / 컵, 접시 / 캔들 / 야광볼 / 마술용품 / 천사날개 / 미아방지띠 / 생일, 돌잔치관련 / 뽕망치 / 헬륨가스

15) 디자인, 아이디어소품 (주요타겟 : 5세~25세, 여성>남성)

호신용경보기 / 디자인화투 / 목소리변조기 / 분장물감 / 엉덩이쿠션 / 매직블럭 / 동물볼펜 / 라이트불빛귀후비개 / 화장실재떨이 / 효자손 / 각종씨앗 / 캐릭터수면안대 / 메모홀더 / 보온머그컵 / 오뚜기멜로디저금통 / 미니 금고 / 캐릭터우산 / 텃줄보관함 / 필통, 파우치 / 손수건 / 패션헬멧모자 / 타임캡슐 / 캐릭터빵 / 여권지갑 / 스템프 / Desktop Storage / 미니담요 / 앞치마 / 타올 / 유아턱받이 / 다이어리데코스티커 / 미니계산기 / 투명화일 / 일회용밴드 / 도어가드 / 지구본 / 우산꽃이 / 부채 / 롤티슈, 각티슈케이스 / 보드, 화이트보드 / 미니다용도수납 / 나무수공예

16) 성인용품 (주요타겟 : 18세~35세, 여성=남성)

콘돔 / 향수 / 러브젤, 크림 / 성인속옷 / 스프레이 / 몰래카메라감지기 / 성인용악세서리 / 휴지 / 성관련교육 DVD

17) 가구, 인테리어용품 (주요타겟 : 10세~30세, 여성>남성)

침대 / 매트리스 / 서랍장 / 화장대 / 스톨, 화장대의자 / 거울 / 소파 / 장식장 / 밥상, 다과상 / 교자상 / 행거 / 옷걸이 / 옷커버, 압축팩 / 수납장 / 코너장 / 수납정리함 / 공간박스 / 장식선반 / 장난감정리함 / 파티션 / 간이의자 / 인테리어벽지 / 바닥타일 / 블라인드 / 포인트스티커 / 디지털도어락 / 우드자리, 카페트 / 거실등

18) 침구, 커튼, 장식소품 (주요타겟 : 3세~30세, 여성>남성)

차렵이불 / 패드 / 담요(무릎담요) / 요, 매트커버 / 침대헤드쿠션 / 향균위생커버 / 방수커버 / 에어매트 / 라텍스베개, 방석 / 비즈쿠션 / 롤스크린 / 커튼 / 아동용시트지 / 아동소파 / 어린이방등 / 벽걸이 / 미니어항 / 키재기벽장식 / 야광스티커 / 원터치모기장 / 방수요 / 다용도매트 / 발매트 / 유아침대안전대 / 블라인드 / 바란스, 주방커튼 / 버티컬 / 커튼봉, 장식고리 / 카페트, 러그 / 대자리, 왕골자리 / 방석, 쿠션 / 식탁의자커버 / 앞치마, 주방장갑 / 벽지, 시트지 / 십자수용품 / 펠트 / 단추 / 장식큐빅 / 원단 / 레이스 / 각종 천 / 쇼파커버 / 조화, 화병 / 소품바구니 / 탁상거울 / 메모보드 / 미니어처 / 프로방스창문 / 아로마용품 / 크리스마스트리 / 모빌, 오르골 / 스위치커버 / 손전등 / 탁상용액자 / 벽걸이용액자 / 포토보드

19) 주방, 생활, 욕실, 수납용품 (주요타겟 : 5세~30세, 여성>남성)

섬유유연제 / 세탁, 주방세제 / 가습기메이트 / 습기제거 / 탈취제 / 방향제 / 비누 / 가글 / 치약 / 면도용품 / 칫솔 / 샴푸, 린스 / 키친타올 / 물화장지 / 빗자루, 쓰레받기 / 걸레, 밀대, 패드 / 매직블럭, 유리청소 / 진드기퇴치용품 / 음식물쓰레기통 / 휴지통 / 분리수거함 / 세탁망, 세탁볼 / 빨래바구니 / 건조대 / 다리미판 / 세면기 / 타일 / 연수기 / 샤워기, 호스 / 욕실발판 / 욕실매트 / 때수건, 오션타올 / 타올, 수건 / 칫솔걸이, 양치컵 / 샤워커튼 / 변기커버 / 대야, 바가지류 / 샤워가운 / 욕실슬리퍼 / 욕실수납장, 선반 / 칫솔살균기 / 휴지걸이 / 욕실의자 / 신발장 / 수납, 정리선반 / 비닐밀봉기 / 부직포정리함 / 해충퇴치기 / 방범호신용품 / 금고 / 소화기 / 문풍지 / 도장 / 종이컵 / 전자저울 / 아이스팩, 온수팩 / 미니아동삽 / 선풍기안전망 / 시장바구니 / 쇼펍백, 비닐백 / 전자저울 / 실리카겔 / 실크벽지 / 일반벽지, 락스벽지 / 몰딩, 걸레받이 / 바닥재, 조립마루 / 페인트 / 공구, 드릴박스 / 공구세트 / 호일, 비닐백 / 고무장갑 / 앞치마 / 식기건조대 / 일회용품류 / 양면팬, 구이팬 / 후라이팬 / 직화냄비 / 찜기, 곰솥 / 범량, 내열냄비 / 돌솥, 가마솥 / 양수냄비 / 주전자 / 팔빙수기 / 믹싱볼 / 커피메이커 / 제과제빵기 / 수저, 포크, 티스푼 / 조리기구 / 칼 / 도마 / 가위 / 쌀통 / 용기덮개 / 도시락, 찬합 / 밀폐용기 / 김치통 / 보온컵 / 물병 / 보온도시락 / 아이스박스 / 화분정리대 / 화분 / 숯 / 유아동식기, 식판 / 쟁반 / 찬기, 찬통 / 공기, 대접, 접시, 볼 / 면기, 우동기 / 머그컵, 일반컵 / 와인잔, 맥주컵, 주스컵

20) 건강용품, 애완용품 (주요타겟 : 5세~30세, 여성>남성)

안마의자 / 어깨안마기 / 혈당계 / 만보계 / 체지방계 / 체중계 / 혈압계 / 체온계 / 금연보조용품 / 황사마스크 / 찜질용품 / 건강팔찌 / 좌욕기 / 발지압, 발매트 / 발마사지기 / 각질제거기 / 발냄새제거기 / 렌즈세정액 / 렌즈세척기 / 렌즈보관용기 / 안대 / 보청기 / 성인용기저귀 / 비데 / 수족관, 어항 / 여과기, 여과제 / 수조장식용품 / 고양이식기 / 고양이사료, 간식 / 화장실, 모레 / 애완견사료 / 애완견 영양제, 간식 / 염색약, 향수 / 이발기, 가위 / 빗, 브러쉬, 발톱깎기 / 애견타올 / 샴푸, 린스 / 애견목욕용품 / 구강용품 / 몸통줄, 목줄 / 이름표 / 리본, 핀, 방울 / 애견의상 / 애견신발 / 공, 원반, 인형, 스틱 / 물병, 급주기 / 젓병, 식기 / 애견울타리 / 유모차, 캐리어 / 애견하우스 / 애견방석 / 애견가구, 침대

21) 취미, 악기, 프라모델 (주요타겟 : 5세~30세, 여성>남성)

마술용품 / 유아용게임, 퍼즐 / 테이블게임 / 다트 / 보드게임 / 카드게임 / 직소퍼즐 / 현미경 / 망원경 / 디지털피아노 / 의자 / 우표 / 스티커 / 전화카드 / 영화포스터 / 자기 / 지도 / 하모니카 / 유아용악기 / 악기케이스 / 케이스스티커 / 교재 / 이젤 / 아크릴, 유화용품 / 스케치북 / 수채화용품 / 만화용품 / 색연필, 소묘 / 붓류 / 프라모델, 모형 / 무선조정 / 미니피큐어

22) 문구, 사무, 용지 (주요타겟 : 10세~30세, 여성>남성)

편지, 서류봉투 / 복사지 / 색종이, 색지 / 편지지, 엽서 / 라벨지 / 금고 / 계산기 / 제본기 / 전화기 / 문서세단기 / 전자철판, 스크린 / 클립, 집게, 홀더 / 앨범 / 웨딩, 미니액자 / 클리어파일 / 칼, 가위, 자 / 수정용품 / 풀, 테이프, 접착제 / 포스트잇, 메모지 / 저금통 / 문구세트 / 스티커 / 연필꽂이, 필통 / 택배박스, 봉투 / 종이포장지 / 철판, 보드 / 잉크, 토너 / 파일, 바인더 / 명함집, 케이스 / 도장, 스탬프 / 결재판, 서류보관함 / 노트류 / 수첩류 / 펜류 / 캐릭터달력 / 캐릭터다이어리 / 포토다이어리

23) 건강, 음료, 가공식품 (주요타겟 : 5세~30세, 여성=남성)

어린이홍삼 / 홍삼캔디, 차,정과 / 정관장 / 종합비타민 / 칼슘제, 철분제, 미네랄, 오메가3등 / 유산균 / 알로에 / 눈영양제 / 캔커피 / 일회용커피믹스 / 아이스커피 / 녹차 / 허브차 / 수염차, 티벳 / 초코, 코코아 / 생수 / 탄산음료 / 이온음료 / 아이스티 / 주스 / 우유 / 비타민음료 / 숙취해소음료 / 식혜, 수정과 / 옥수수, 보리, 녹차음료 / 다이어트음료 / 초코렛 / 사탕, 껌, 젤리,

엿 / 케익, 떡 / 제빵재료 / 제빵틀, 도구 / 라면 / 국수 / 햇반 / 누룽지 / 즉석카레 / 스프 / 시리얼 / 통조림 / 만두 / 튀김류 / 덕볶이 / 죽 / 국, 찌개, 탕류샐러드 / 덮밥류 / 오징어, 쥐포, 육포 / 비스켓, 쿠키류 / 봉지과자, 스낵류 / 스틱류 / 한과 / 전병, 건빵 / 약과, 약밤 / 구운계란 / 빙수재료 / 팝콘 / 소시지 / 초코파이 / 고구마스틱 / 감자칩 / 도넛츠 / 빵류 / 케익류 / 설탕, 소금 / 조미료 / 식용류 / 케찹, 마요네즈 / 간장, 기름 / 잼, 시럽 / 식초, 물엿 / 장류 / 치즈, 버터, 유가공품 / 김치, 반찬류 / 안주, 육가공 / 밀가루, 제분류 / 꿀 / 과자선물세트 / 생활선물세트 / 차, 음료 선물세트

24) 임부, 출산, 유아용품 (주요타겟 : 신생아~40세, 여성>남성)

분유 / 아기주스, 음료 / 영유아치즈 / 아기과자 / 일회용기저귀 / 천기저귀 / 기저귀커버 / 배변연습팬티 / 위생패드 / 산모용패드 / 팬티라이너 / 면생리대 / 물티슈 / 임부복등 / 튜브크림 / 산모방석 / 태교용품 / 보호대, 복대 / 제대혈 / 출산선물세트 / 배넛저고리 / 턱받이, 손수건 / 겹싸개, 속싸개 / 방수요 / 이불, 베개, 요 / 모빌, 딸랑이, 치발기 / 도장, 태출보관 / 성장앨범, 돌잔치답례 / 유축기 / 수유패드 / 수유쿠션 / 젖병, 젖꼭지 / 젖병소독기 / 젖병건조대 / 젖병솔, 소독집개 / 젖병세정제 / 빨대컵, 보관용기 / 이유식기 / 수저, 스푼, 포크 / 조리도구, 과즙망 / 스트로우컵, 물통 / 캐릭터식판, 식기세트 / 에디슨젓가락 / 방수턱받이 / 썸크림, 썸로션 / 모기퇴치스프레이 / 로션, 크림, 파우더, 베이비오일 / 아토피화장품 / 샴푸, 비누, 워시 / 욕조 / 목욕의자 / 목욕가운, 타올 / 목욕장난감 / 세제, 세탁비누 / 유연제 / 체온계, 온습도계 / 콧물흡입기 / 손톱가위 / 투약기 / 해열 / 면봉, 컷이개 / 유아동 칫솔 / 구강세정제 / 치약 / 구강세정티슈 / 유모차 / 카시트 / 햇빛가리개 / 아기띠, 슬링 / 포대기, 캐리어 / 기저귀, 젖병가방 / 미아방지용품 / 유아모기장, 모기밴드 / 안전문, 안전커버 / 미끄럼방지용품 / 안전잠금장치 / 보행기, 점핑 / 식탁의자 / 유아변기 / 유아소파 / 공부상, 책꽂이 / 퍼즐매트 / 놀이방매트 / 발코니매트 / 유아베개 / 유아이불 / 요람 / 자동그네 / 원목침대 / 캐릭터브라인드 / 침대가드

25) 장난감, 학습, 완구 (주요타겟 : 3세~6세, 여성>남성)

보행기튜브 / 물풀, 매트 / 보트 / 구멍조끼 / 물총 / 비취볼 / 유아동 승용자전거 / 쌍쌍이 / 킥보드 / 전동차 / 봉봉카 / 지붕차 / 미끄럼틀 / 그네 / 시소, 흔들말 / 볼풀, 볼텐트, 물풀 / 놀이집 / 종이집 / 원형튜브 / 트램폴린,

점핑볼 / 펀치백, 권투 / 농구대 / 야구, 축구용품 / 볼링, 골프 / 각종 스포츠
공 / 줄넘기, 홀라후프 / 학습컴퓨터 / 언어, 숫자학습 / 학습카드 / 가베,
교육완구 / 원목놀이 / 롤러코스터 / 보드게임 / 피아노, 드럼, 악기 / 미술,
공작교구 / 점토놀이 / 이젤, 학습보드 / 지구본 / 과학교구 / 문구, 학습준비
물 / 공예, 체험학습 / 모빌 / 아기체육관 / 걸음마 / 딸랑이, 오뚜기 / 형견
책, 형견놀이 / 촉각, 자극완구 / 멜로디, 지능개발 / 신생아블럭, 아기블럭 /
목욕완구 / 컵쌓기 / 자석블럭 / 퍼즐 / 로봇 / 자동차, 오토바이 / 비행기, 헬
기, 기차놀이 / 장난감총 / 프라모델 / 디지털게임기 / 트럭, 중장비 / 공구놀
이 . 화장대 / 소꿉놀이 / 병원놀이 / 모래놀이 / 역할놀이 / 대형봉제인형 /
캐릭터인형 / 바비, 아기인형 / 인형유모차 / 인형의집 / 작동인형 / 폭죽, 양
초, 촛불, 램프 / 파티풍선, 리본 / 유아소파 / 책상의자세트 / 공부상 / 유아
가구 / 유아침구

26) 유아동 의류, 잡화 (주요타겟 : 신생아~15세, 여성>남성)

반팔민소매내의 / 잠옷 / 5부,7부내의 / 긴팔내의 / 여아속옷 / 남아속옷 / 내
의, 실내복 / 우주복 / 바디수트, 룬퍼 / 배넛저고리, 가운 / 돌백일정장, 드레
스 / 턱받이, 손발싸개 / 양말, 모자, 가방 / 원피스 / 바지 / 니트 / 스커트 /
조끼, 가디건 / 트레이닝복 / 남방, 브라우스 / 티셔츠 / 자켓, 코트 / 점퍼 /
레깅스 / 가디건, 조끼, 망토 / 슬리퍼 / 샌들 / 일반운동화 / 캔버스화 / 아쿠
아슈즈 / 구두 / 선그라스 / 두건, 비니 / 타이즈 / 손목시계 / 벨트, 멜빵 /
스카프, 목도리 / 장갑 / 헤어핀, 액세서리 / 마스크 / 앞치마, 토시 / 아동
손가방 / 지갑 / 우비 / 장화 / 우산 / 아동수영복 / 가족티, 커풀티 / 발레복
/ 발레슈즈, 용품 / 아동스키복 / 휠,랜딩백 / 신발주머니 / 소풍가방 / 주니
어가방 / 여행가방 / 룬티

27) 여성의류, 남성의류 (주요타겟 : 15세~40세, 여성>남성)

캐주얼티셔츠 / 청바지 / 클럽의상, 파티복 / 바지, 팬츠 / 비취웨어 / 커풀룩,
패밀리룩 / 유니폼, 가운 / 코스튬, 이벤트복 / 의류부자재 / 니트, 스웨터 /
원피스, 정장 / 스커트, 치마 / 트레이닝복 / 브라우스, 셔츠, 남방 / 브라, 팬
티 / 남옷, 내의 / 가운, 거들 / 가디건, 조끼 / 자켓, 점퍼, 코트

28) 신발, 구두, 운동화 (주요타겟 : 15세~40세, 여성=남성)

구두, 운동화 / 샌들 / 깔창, 코사지 / 캔버스화, 패션운동화 / 아쿠아슈즈 /

안전화 / 실내화

29) 가방, 패션잡화 (주요타겟 : 15세~40세, 여성=남성)

/ 솔더백 / 토드백 / 크로스백 / 백팩 / 미니백 / 비취백 / 캐주얼가방 / 서류가방 / 노트북가방 / 책가방 / 패션백팩 / 보조가방 / 스포츠가방 / 여행가방 / 휴대용, 여권용가방 / 쇼핑수납가방 / 화장품, 뷰티케이스 / 미디어, 공구가방 / 야구모자, 힙합모자 / 비니, 두건 / 썬캡, 썬바이저 / 왕골, 밀집 / 털, 방울, 귀달이 / 지갑 / 머니클립 / 키홀더, 키지갑 / 동전지갑, 통장지갑 / 카드, 명함, 여권지갑 / 벨트 / 멜빵 / 손수건 / 넥타이 / 포켓, 지프 / 양말 / 스타킹, 레깅스 / 스카프, 머플러 / 숄, 망토 / 가발 / 우산 / 양산 / 타투, 부채 / 마스크 / 니트장갑 / 가죽, 스웨이드장갑 / 병어리장갑 / 선글라스 / 안경테 / 렌즈케이스

30) 화장품, 향수 (주요타겟 : 15세~40세, 여성>남성)

스킨, 토너 / 로션, 크림 / 에센스 / 썬크림 / 각질관리 / 아토피관리 / 아로마 테라피 / 거울, 분첩 / 퍼프, 브러쉬 / 기름종이 / 눈썹케어 / 헤어가위 / 바디 케이도구 / 마사지도구 / 피지, 여드름제거 / 정리함, 메이크업박스 / 치아미백제 / 화장솜 / 화장소품 / 비비크림 / 마사지팩 / 마사지마스크 / 체모용품 / 핸드케어, 풋케어 / 미용비누 / 여성청결제 / 입욕제 / 샴푸, 린스 / 스프레이, 젤, 무스, 왁스 / 헤어세트 / 두피마사지 / 기능성화장품 / 향수

31) 주얼리, 시계 (주요타겟 : 15세~40세, 여성>남성)

귀걸이 / 피어싱 / 반지 / 목걸이, 펜던트 / 팔찌, 발찌 / 베이비주얼리 / 알람, 탁상시계, 벽시계 / 스포츠시계 / 순금기념품 / 돌반지, 팔찌 / 골드바 / 목걸이, 매달 / 체인 / 헤어밴드, 핀, 끈 / 액세서리부자재 / 핸드폰줄, 키홀더 / 만년필, 볼펜 / 라이터, 넥타이핀

이상과 같이 캐릭터 오프라인 상품화 관점에서 품목을 설정해 보았다. 캐릭터 브랜드가 추구하는 타겟이나 적합성 여부를 따져 상품화의 우선순위를 정하고 품목별 상품에 대한 시장상황(유통 등)을 고려하여 각 카테고리의 품목별로 로열티율 등을 대략적으로 책정해야 할 것이다.

(2) 온라인 상품화 품목

온라인 상품화 품목이란 무선인터넷이나 유선인터넷 혹은 디지털기기 내에서 부가가치를 올릴 수 있는 캐릭터 디지털 콘텐츠 사업파트를 말하여 오프라인 상품화와는 다르게 이미지 자체만으로도 수익성을 낼 수 있다.

상품 개발에 따른 재고부담이 없는 반면 상품화 매뉴얼을 통해 개발된 기본적인 이미지를 단순하게 사용하긴 어렵고 온라인 상품화 채널별로 요구하는 이미지 포맷이라던가 단순한 플래쉬 게임이라 하더라도 애니메이션이 연출 될 수 있도록 다양한 이미지 개발과 투자가 미리 이루어 져야하는 전문화된 상품화 형태이다.

*** 온라인 상품화 품목**

1) Mobile BM (모바일 비즈니스 모델)

Mobile Game - 모바일게임

Flash Contents (Menu, Wallpaper) - 플래쉬 콘텐츠 (메뉴와 배경화면)

Sis Contents (Menu, Wallpaper) - Dot기반의 콘텐츠 (메뉴, 배경화면)

영상레터링, 영상컬러링, Fonts - 모바일 폰트

Widdget - 위젯 (광고툴), Wap portal

Music (Mp3, Coloring, Ringtone) - 음원서비스

Embed Contents (Gui, Menu, Wallpaper, Sound) - 기기내장 (모바일폰 등)

App Contents (Game, Entertainment, Ui, Application) - 최근 스마트폰의 오픈마켓 시장을 통한 다양한 어플리케이션

2) Online BM (유선인터넷 비즈니스 모델)

Online Game - 온라인게임

Flash Game - 플래쉬게임

Widdget - 위젯 (광고툴)

Web portal - 포털서비스업자와 연계한 비즈니스

Web Advertising Business - 온라인 광고사업모델

아바타

Mini Homepage Contents Business (Cyworld Contents - skin, 장식고리, 폰트, 미니미, 마우스효과, 플래쉬콘, 메뉴효과, 미니룸, 스토리룸, 기타)

Online Game Item - 온라인게임아이템

SNS Contents Business (Facebook, Twitter) - 소셜네트웍을 통한 어플리케이션

3) Digital BM (디지털 비즈니스 모델)

Contents TV - 콘텐츠TV

Wibro Embed Contents - 와이브로를 통한 무선 콘텐츠 서비스

AR Business (Augmented Reality) - 증강현실

Edutainment - 교육용 기기등과 연계된 콘텐츠 서비스

Digital Devices Embedded Contents (MP3, pmp, navigator, Play station, psp, xbox, nds, etc) 각종 디지털 기기에 내장되어 서비스

스마트폰의 출현과 전세계적으로 네트워크를 형성하고 있는 소셜네트워크서비스가 진행되고 있는 상황에서 보면 시장성이 큰 상품화 영역이다. 하지만 그만큼 경쟁도 치열하고 전문분야이기 때문에 쉽게 접근하기 어려워 보인다.

온라인 상품화를 통해 홍보와 함께 수익이라는 두 마리 토끼를 잡을 수 있다는 점에서 이 시장은 매력이 있다.

(3) 프로모션 상품화 품목

프로모션 상품화 품목이라는 것은 앞서 언급했듯이 대기업의 광고나 이벤트, 대형 유통 프랜차이즈의 프로모션, 신제품 출시나 지자체 행사, 공연 등에서 캐릭터를 사용하여 수익을 발생시킬 수 있는 품목이다.

캐릭터 자체가 가지고 있는 성격이 사회적 이슈와 맞아 떨어지거나 캐릭터의 인기와 부합하여 유사한 타겟층을 공략하고자 하는 기업이나 단체등에서 다양한 형태로 협력 사업을 진행한다.

예를 들어 탄생 10주년을 맞이하는 캐릭터가 여전히 인기를 누리고 있는 상황에서 역시 탄생 10주년을 맞이하는 대형 금융사에서 10주년 기념으로 고객 사은행사 및 프로모션으로 캐릭터를 사용하여 저작사와 기업이 서로 윈윈할 수 있는 프로모션 형태의 이벤트를 진행한다거나 대기업의 신제품 런칭에 있어 사회적 이슈를 끌어 내기위하여 선호 타겟에 대해 가장 어필하는 캐릭터와 한정생산품 등을 선보이는 전략, 국제행사나 정기적인 지역행사를 치르는 지자체에서 인지도 있는 캐릭터와 공동 이벤트를 진행하여 행사를 친숙하게 알리고 다른 지역과 차별화된 행사를 통해 수익성을 창출하려는 등등 다양하고 재미있는 사업으로 홍보와 함께 부가가치를 올릴 수 있는 모델이다.

IV. 라이선싱의 계약방법

Property에 대한 라이선싱의 계약방법은 Property의 종류와 앞서 살펴본 적용될 상품화 카테고리가 무엇인지에 따라 다르고 계약 주체가 누구인지에 따라 다르다.

실질적인 국내/외 계약서 샘플을 바탕으로 상세한 계약항목에 대한 부분은 다음장에서 다루도록하고 이번장에서는 Licensor의 입장에서 계약당사자와의 계약방법에 대해서 알아보도록 하겠다.

물론 계약에 앞서 해당 Property를 어떻게 알리고 어떤 방식으로 Launching하느냐가 중요하지만 이 부분에 대한 해답은 어떤 작품을 잘 만들어 소비자에게 얼마만큼 좋은 반응을 이끌어 낼 수 있느냐라는 명제만큼이나 복잡하고 각자의 창의성이 요구되는 만큼 제작과 마케팅적인 관점 보다는 실질적인 상품화가 진행된다는 전제의 관점에서 서술해 보도록 하겠다.

Licensor의 입장에서 계약당사자와의 계약방법은 크게 4가지로 알아볼 수 있다.

첫 번째는 Agent계약, 두 번째는 Licensee계약, 세 번째는 Promotion계약, 그리고 네 번째는 기타계약이다. 그럼 각각의 계약에 대해서 알아보도록 하겠다.

1. Agent계약

Agent계약은 해당 지역이나 해당 상품 카테고리에서 라이선싱 경험이 없거나 자체적으로 진행하기 보단 좀 더 전문적인 협력업체가 필요한 라이선서가 라이선싱에 대한 사업권을 대리인 즉 에이전트(Agent)에게 부여하면서 발생하는 계약이라 할 수 있다.

간단한 예로 한국 프로야구 스타가 해외에 진출하게 될 경우 그 야구선수는 야구에만 전념하게 하고 나머지 구단과의 계약이나 광고 등에 대한 부분은 전문적인 에이전트가 전담하는 것이 옳다고 판단되듯이 어떠한 Property를 통해 라이선싱을 진행하고자 할 경우에도 그 분야의 전문가가 라이선싱을 맡아서 진행하게 된다면 시장에 대한 이해와 사용권한에 대한 판단 및 사용 댓가로서 책정할 수 있는 금액에 대한 가이드라인을 기본적으로 가지고 있기 때문에 직접적으로 하는 것 보다는 훨씬 좋은 조건으로 사업을 진행할 수 있다.

스포츠 스타에 대한 단편적인 예를 들었지만 에이전트 계약을 체결하게 될 경우에 가장 중요한 것은 에이전트 회사가 얼마만큼 라이선서의 입장에서 주체적으로 사업을 진행 하느냐이다. 이 부분은 라이선서와 에이전트간의 신뢰에 대한 부분으로 정량적으로

판단할 수 없는 부분이기도 하다.

에이전트의 규모가 크다고 해서 사업적으로 우수한 파트너는 아니다. 이것은 규모가 큰 에이전트는 그 만큼 우수한 프로퍼티를 다 수 보유하고 있을 수 있기 때문에 사업에 대한 집중도가 아무래도 영향력이 있는 프로퍼티 쪽으로 쏠릴 수 밖에 없다.

그렇다면 라이선싱 사업에 있어서 어떠한 경우에 에이전트 계약을 체결하고 우수한 파트너로서 어떤 에이전트를 선택할 것이며 어떤 방식으로 계약이 진행되는 지 세부적으로 알아보자.

1) 먼저 에이전트 계약은 언제 필요한가?

첫째, 신규 프로퍼티로 이제 막 라이선싱 사업을 진행하고자 하는 경우이다.

라이선싱을 고려하여 사전 준비된 프로퍼티라면 라이선싱 사업에 대해서 자체적으로 준비할 수 있는 시간적 여유가 있기 때문에 런칭(Launching)이전에 사업계획을 가지고 진행할 수 있다.

하지만, 라이선싱에 대한 사전 준비 없이 시장의 요구에 의해 진행하게 될 경우에는 자체적으로 진행하여 시행착오를 겪는 것 보다는 전문적인 에이전트나 대행해서 사업을 진행할 수 있는 곳에 의뢰하는 것이 현명할 수 있다.

둘째, 전문적인 영역의 상품화나 일부품목에 대해서 자체적으로 진행하는 것보다 현명하다고 판단될 경우이다.

주로 디지털쪽 상품화를 진행하는 경우에 해당하는데 오프라인 상품화와는 다른 개발 포맷과 디자인 전개방식, 판매 및 로열티 정산등에 있어서 보다 전문적인 지식과 복잡한 로직으로 인해 에이전트의 필요성이 부각되는 영역이다.

최근의 스마트폰 관련 어플리케이션 개발이나 SNS등으로 사업영역을 확대해 나가는데 있어서도 전문적인 파트너가 필요하다.

또한, 오프라인 상품화의 영역이라 하더라도 직접적으로 하는 것보다는 해당품목에 있어서 경험과 노하우를 겸비하고 있는 에이전트가 주도적인 사업을 진행하는 것도 이에 해당한다.

셋째, 해외로 진출하게 될 경우이다.

이 경우는 거의 대부분 에이전트를 통해서 진행하게 되는데 해외로 직접 진출해서 현지에서 사업을 진행하기엔 비용적으로나 시간적으로 많은 부담이 될 수 밖에 없다 때문에 이미 현지에서 라이선싱 사업을 진행하고 있고 그 시장에 대한 이해와 나름대로

의 사업플랜을 가지고 있는 에이전트와 진행하는 것이 옳다고 보겠다.

2) 어떤 파트너가 에이전트로서 적당한가 ?

외형적으로 보여 지는 부분으로는 판단하기 어렵다. 계약을 맺고 사업을 진행하면서 시간이 어느 정도 지나기 전까지는 에이전트에 대해 판단하기 어려운 것이 사실이다. 오랜 기간동안 사업이 지지부진할 경우에는 불성실한 에이전트로 쉽게 판단해 버려 관계를 정리하기도 하는데 그 당시 에이전트가 중요한 계약을 진행하고 있다고 본다면 큰 오판으로 인해 좋은 사업적 기회를 놓칠 수 있다.

때문에, 전문적인 분야나 다른 지역에 에이전트를 선택할 때 가장 염두해 두어야 할 부분은 그 에이전트가 라이선서의 캐릭터 프로퍼티에 대해 얼마만큼 많은 관심을 가지고 있고 얼마만큼 커뮤니케이션이 원활하게 진행될 수 있을지를 먼저 확인해야 하겠다. 이 부분은 상호간의 신뢰와 깊은 관계가 있다.

그 다음이 얼마만큼 현실성 있는 사업계획을 가지고 있느냐이다.

시장상황에 대해서 나름대로 안내를 해 주고 어떻게 시장에 진입할지, 어떤 단계를 거쳐 라이선서와 같은 입장으로 사업을 진행할런지에 대해서 세부적인 계획을 가진 에이전트를 선정하는 것이 좋겠다.

마지막으로 확인해야 할 부분이 에이전트의 배경이다. 현지에서 어떠한 사업을 하고 있고 어떠한 이력이 있는지, 사업적 파트너는 누구인가 하는 것이다.

대부분 에이전트의 이력이 우수할수록 신뢰하는 경우가 많다. 하지만, 그런 에이전트의 경우는 철저하게 라이선서의 입장에서 진행하기 어려운 경우가 많다.

다른 우수한 캐릭터 프로퍼티를 다수 보유하고 있다보니 집중적으로 사업을 펼치기 어려운 때문이다.

결국, 조금은 사업적 역량이 부족해 보인다 하더라도 현실성 있는 사업계획을 가지고 라이선서의 입장에서 집중적으로 사업을 진행할 수 있는 에이전트가 해당 분야나 영역에 있어서 초기 진입하는 라이선서의 입장에서는 같이 성장할 수 있는 계기가 되기 때문에 좋은 파트너로서 역할을 할 수 있으리라 사려된다.

적당한 에이전트를 선택하더라도 에이전트에게 모든 걸 맡기고 라이선서가 어떠한 행동도 취하지 않는다면 안 된다. 라이선서 또한 에이전트에게 지속적인 관심을 가지고 가능한 많은 영역에 있어서 협조를 해야 한다.

3) 에이전트의 계약방식은 어떠한가 ?

에이전트의 계약방식은 해당지역이나 상품화 영역에 있어서 캐릭터 프로퍼티의 인지도나 영향력등에 따라 에이전트에게 어느 정도의 권한을 부여하느냐에 따라 그 계약조건이 다르다고 할 수 있다.

계약방식은 계약기간동안에 에이전트로서 권한을 부여하는 댓가로 최저보증금액 즉, MG(Minimum Gallenty)와 런닝로열티(Running Royalty)를 부과하는 방법과 MG없이 런닝로열티만 부과하는 방법, 런닝로열티 없이 MG만 책정하여 부과하는 방법등이 있다. MG만으로 계약하는 방식을 턴키(Turnkey)계약이라고 하는데 기 지불된 MG금액 이외에 별도의 수익배분은 없는 방식이다.

이러한 MG와 런닝로열티, 턴키금액, 수익배분비율 등은 각각의 상황, 역할 및 수행업무 등에 따라 다르기 때문에 일정한 기준을 가질 수 없다.

대부분 계약 당사자 간의 조율을 통하여 결정이 되는데 고려해야 할 사항은 계약기간, 계약방식(MG+런닝로열티, Only 런닝로열티, 턴키방식), 퍼포먼스타켓(Performance Target), 수익배분비율 등으로 다음장에서 상세히 다루어 보도록 할 것이다.

이상으로 에이전트(Agent) 계약에 대해서 알아보았다. 다음으로 라이선시(Licensee) 계약에 대해서 알아보도록 하겠다.

2. 라이선시(Licensee)계약

라이선시 계약은 일반적인 캐릭터 상품화 계약이다.

캐릭터 프로퍼티를 사용하고자 하는 라이선시와의 계약으로 상품화 사업을 진행하고자 하는 라이선서는 해당 프로퍼티에 대한 상품화 매뉴얼과 분석된 상품 카테고리를 바탕으로 라이선시가 희망하는 상품품목에 대해서 적정한 계약 가이드를 제시하고 상호간에 조건이 맞을 경우 계약을 진행한다.

라이선시계약은 계약을 희망하는 주체가 누구인지에 따라 라이선시가 라이선서의 프로퍼티에 관심을 가져 상품화를 진행하고자 희망하는 경우와 라이선서가 상품화 사업을 진행하는 데 있어서 필요한 품목이나 매력있는 업체에 구매하는 경우가 있다.

아무래도 라이선서의 입장에서 원하는 계약을 진행하려면 후자보다는 전자가 유리하다. 때문에 캐릭터를 알리기 위해 많은 마케팅 비용을 소비하고 엄격한 브랜딩 정책을 사용하여 캐릭터가 가치가 오래도록 지속하기 위하여 많은 노력을 하는 것은 많은 라

이센시들이 라이선서를 찾아오게 하려고 하는데 있다.

라이선스와 계약을 진행하는 데 있어서 고려해야 할 사항은 에이전트 계약과 마찬가지로 계약기간과 상품화 품목, 허용범위 그리고 사용료에 대한 부분이다.

일반적인 라이선시 계약에 있어서 계약기간은 1년으로 한다. 더욱이 상품개발기간이 짧고 유통단계가 단순할수록 그러한데 그 이유는 빠른 시간내에 상품을 개발하여 시장에 출시하여 반응을 보고 지속적으로 사업을 진행할지에 대해 빠른 판단을 내리는 라이선시가 있기 때문이다.

대부분의 상품개발 및 출시에 있어서 1년정도의 시간이면 상품개발과 유통을 경험할 수 있는 충분한 시간이다. 라이선서의 입장에서는 라이선시가 지속적으로 사업을 진행하여야 로열티 수익을 창출 할 수 있기 때문에 남은 계약기간에 대한 부분을 보험성으로 갖고있지 않게 하기 위해서라도 계약기간을 여유있게 하는 것은 옳지 않다고 볼 수 있다.

물론 금형개발을 통한 상품개발이라던가 오랜 시간이 걸릴 수 밖에 없는 온라인, 디지털 콘텐츠 개발에 대한 사항은 예외로 볼 수 있는데 별도의 개발기간을 명시하여 계약하거나 계약해지 후 판매기간에 대해서 일정부분 여유 있게 책정해 주는 경우도 있다.

계약기간 다음으로 고려해야 할 사항은 계약을 진행하고자 하는 상품화 품목에 대한 것이다. 앞서 상품화 카테고리를 통해 세부 상품화 품목을 살펴보았듯이 상품화를 진행하다 보면 다양한 연령층 및 상품군(카테고리)등에서 겹쳐지는 품목이 있을 수 있다. 때문에 계약품목은 가능한 세부적으로 정하는 것이 있다.

폭넓은 상품화를 진행하고 있는 해외 캐릭터의 경우 품목을 세분화 시키고 세분화된 품목 안에서도 상품의 재질, 유통처 등에 따라 계약을 별도로 하기도 한다.

마지막으로 고려해야 할 사항은 사용료 지급방식이다.

이 부분은 에이전트 계약과 유사한데 단지 에이전트 대신에 상품화 라이선시가 그 대상인 부분과 상품화권의 권한이 일부 상품품목으로 제한된 점이다.

상품 개당 발생하는 로열티(사용료)를 책정하는 기준 즉 로열티율을 정하고 이를 기준으로 최저생산수량에 대해 라이선스와 의견을 교환하여 MG를 책정($MG = \text{런닝로열티} / \text{lea} * \text{최저생산수량}$) 그리고 최저생산수량이상의 경우 런닝로열티를 청구하는 방식과 MG만으로 계약하는 방식, 런닝로열티 만으로 계약하는 방식이 있다.

일반적으로는 MG와 런닝로열티 방식으로 계약을 많이 하지만 사용료 책정이 어려운 경우나 복잡한 구조를 가진 계약은 최저보증금액(MG)을 해당품목 사용에 대한 적정한 금액으로 설정하여 진행하는데 앞서 살펴 보았듯이 턴키계약에 해당 한다.

런닝로열티만으로 계약하는 경우는 라이선스에 대한 신뢰가 깊고 최저보증금액에 대해서 크게 의미가 없는 경우이다.

재계약을 진행하는 라이선시의 경우 설정된 최저보증금액이 단기간 발생할 수 있는 런닝로열티보다 작거나 라이선서가 필요에 의해서 계약을 희망하는 경우는 이러한 형태로 진행되는게 일반적이다.

3. 프로모션 계약

프로모션 계약이란 캐릭터 프로퍼티를 사용하려는 주체가 어떠한 이벤트나 행사등에 사용하는 댓가로 그 사용료를 지불하는 계약형태이다.

단순한 이미지 활용이나 홍보대사, 기념품상품 제작 등 단순 프로모션의 경우는 사용기간이 정해져 있고 그 사용료에 대한 부분도 협의하여 결정하고 집행하는 데 좀더 복잡한 프로모션의 경우는 라이선시 계약과 마찬가지로 MG와 런닝로열티를 책정하는 경우도 있다.

대부분의 프로모션 계약은 프로모션을 진행하려는 업체의 마케팅 대행사와 라이선서간에 체결된다.

고려해야 할 주요 항목으로는 프로모션 성격과 기간, 사용범위, 계약금액 등이다.

프로모션의 성격을 파악하는 것이 중요한 것은 프로모션을 통하여 수익은 물론 광고, 홍보 효과를 가져올 수 있는 경우도 있지만 캐릭터 브랜드 관리에 악영향을 미칠 수 있는 프로모션도 있기 때문에 이러한 경우는 그 사용범위를 제안하거나 진행할지에 대한 부분을 판단해야 한다.

프로모션의 계약기간은 해당 프로모션의 진행기간과 거의 대부분 일치하는 데 한시적인 캐릭터 사용계약이라 보면 된다.

이상으로 라이선싱 계약방법에 대해 개괄적으로 알아보았다.

이 이외에도 실제로 계약이 진행되기 위해서 많은 부분이 고려되어야 하는데 캐릭터 프로퍼티에 대한 이해와 시장에 대한 통찰을 가진 라이선서라면 현명한 계약을 이끌어 낼 수 있다.

V. 계약서 예시 및 계약시 중요사항

라이센싱의 기초이자 최종적인 목표라 할 수 있는 단계이며, 무엇보다 권리의 규명하는데 있어 계약자와 세부적인 사항을 규약 함으로써, 현재 또는 미래에 발생 할 수 있는 문제를 사전에 조율하고, 계약실행 시 지켜야할 권리와 의무를 지정하는 것이라 볼 수 있다.

따라서 계약서를 준비하는 과정도 매우 중요하며, Licensor 또는 권리자가 반드시 지키고자하는 사항, 조건에 대한 세부적인 사항을 삽입함으로써, 계약자에게 원활한 계약실행을 할 수 있도록 해야 한다. 또한 이를 바탕으로 각 Licensor 또는 권리자가 표준화된 계약서를 준비하며, 그를 토대로 업체별 계약에 대한 조건을 대입하여, 합리적이고 정형화된 관리를 할 수 있도록 한다. 물론 모든 계약자가 동일한 계약사항을 대입하여 실행하기는 어려우나, 최대한 Licensor 또는 권리자의 계약 형식과 양식을 따를 수 있도록 해야 한다.

Licensor 또는 권리자는 권리를 갖고 있는 저작물 또는 Property를 대중에게 인지향상시킬 수 있는 마케팅 또는 홍보에도 많은 부분을 할당을 해야 하지만 그와 동시에 정형화 되고, 일관성 있는 계약사 관리를 위해서는 앞서 말한 각 Licensor 및 권리자는 표준화된 계약서를 준비 하는 것이 매우 효율적인 방법이라 할 수 있다.

라이센싱 비즈니스에서 계약의 방법의 원론적인 측면에서 두 가지로 볼 수 있으며, 이는 Licensor가 권리를 주는 두 가지 형태, Licensee 또는 Licensing Agent이며, 이외에 프로모션 계약, 마스터 라이선스, 리프라이젠트 등 다양한 방식의 계약이 있으나, 금번은 크게 나누어 국내의 Licensee 계약서, Licensing Agent 계약서와 해외의 Licensee 계약서, Licensing Agent로 구분하여 계약서의 구체적인 예시를 통해, 각기 다른 경험치를 통해 계약 시 중요시 다루어야 할 부분 또는 내용상 의미하는 부분을 의견을 삽입하여 이해를 돕고자 한다.

예시하는 계약서는 통상 애니메이션, 캐릭터의 분류에서 사용되는 계약서로 국내와 해외의 경우 전반적인 유사성을 찾을 수 있으나, 각 계약서를 상이한 것으로 예시 함으로써 좀더 형식적인 다양성을 취한다. 또한 예시하는 계약서는 절대적으로 따라야할 사항을 아니며, 참조용으로써 사용되며, 앞서 말한 대로 각 Licensor 및 권리자는 자사에 맞는 기준과 조건을 신중히 고려하여 스스로 판단에 따른 내용적 실질에 접근을 해야 한다.

1. 국내 Licensing Agent 계약서

국내 Licensing Agent의 경우 통상 Licensor가 통상 저작물을 만드는 일은 할 수 있으나 라이선싱 사업에 대한 부서가 부재하거나 이 부분에 대해 취약하여 국내라 할지라도 권리를 줌으로써 사업의 발전을 꾀하기 위해 권리계약을 하는 형태이며, 이를 계약예시를 통해 권리의 흐름과 부합되는 조건이 무엇인지 이해를 해 본다.

라이선싱 에이전트 계약

이 계약("계약")은 대한민국 (licensor 또는 권리자 주소) 호가 등록된 사무실로 한국법에 의해 설립 및 존속하는(회사명) ("소유권자")와 (Licensing Agent 주소)가 등록된 사무실로 한국법에 의해 설립 및 존속하는 (Licensing Agent 회사명)("에이전트")[일자]부터 유효하다.(단수형으로 "당사자", 복수형으로 "양 당사자")

소유권자는 오디오 비주얼 작업, 컴퓨터 이미지, 카툰, 코믹, 플래쉬 애니메이션 및 이들의 시리즈 제품, 상표권, 상표 드레스, 로고, 디자인, 슬로건, 저작권을 포함한 상표권 제품, 첨부된 스케줄 A("지적재산권")에 일반적으로 언급된 물품과의 유사제품과 관련된 개념/소유물의 소유권자다.

*** 소유권자의 저작물을 열거하여, 라이선싱에 있어 활용할수 있는 각 콘텐츠를 규명하는 부분으로 소유권자의 저작물임을 문서상으로 규명하는 부분이다.

소유권자는 소유물을 광고하거나 라이선스 하기 위해 에이전트의 서비스인 부속품 또는 판매제품("라이선스 제품") 라인을 제3자 제조업자("제조업자" 또는 "라이선시")에게 제공하려고 한다.

*** Licensing Agent의 기본적인 역할을 정의하는 부분이다.

에이전트는 소유물의 상품화에 관해 소유권자를 대리할 의향이 있다.

여기에서 규정된 서약 및 계약을 고려하여 법적으로 종속되도록 양 당사자는 다음과 같이 서약하고 합의한다.

1. 에이전트 허가

1.1 소유권자는 제3자 라이선시의 제품 상품화 또는 라이선싱과 관련하여 이 계약의 존속기간 동안 대한민국 내 소유권자를 대표하는 에이전트를 지정한다. 무선장치를 통한 모바일 사업 상품화는 이 계약으로부터 제외된다. 인터넷 및 웹 프로모션을 포함한 온라인 매체를 통한 상품화는 소유권자의 서면 승인에 의해야 하며, 소유권자는 정당한 사유 없이 승인을 보류지 않는다.

*** 이 부분은 특정 상품에 대한 또는, Licensor가 궁극적으로 향후 비즈니스를 향유하고자 하는 상품이 있거나, 사업의 분야에서 민감하게 작용 할 수 있는 부분을 서두에서 규명함으로써 Licensing Agent의 권리를 제한하는 부분이다.

1.2 이와 관련하여 에이전트는 계약지역 내에서 소유권자에 의해 승인된 계약서를 사용하며 소유권자에 의해 미리 승인된 용어 및 조건에 따라서 제3자 라이선시와 라이선싱 합의에 대한 의견을 교환하고, 협상하며 계약을 체결할 권리를 가진다.

*** 보통 두가지의 형식을 갖게 되는데, 첫 번째는 Licensing Agent가 라이선시와 계약을 맺을때 Licensor가 Licensing Agent에게 미리 제공하는 라이선시 계약용 표준화 계약서를 사용하도록 하는 경우가 있으며, 두 번째는 Licensing Agent가 소유하고 있는 라이선스 계약서를 사용하게 승인해주고, 사전에 Licensing Agent가 소유하는 계약서를 licensor가 검수하고 보유하는 방법으로, 라이선시 계약이 발생할 때는 협의된 Deal Memo Note만 주고, 받음 으로서 서류를 간소화 하는 경우도 있다

1.3 모든 제3자 라이선스 계약("라이선스 계약")은 소유권자를 대신하여 에이전트의 이름으로 이루어진다. 에이전트는 소유권자에게 계약 체결 이후 7일 이내에 소유권자에게 복사본을 보내야 한다. 제3자에 의한 모든 지불은 에이전트에게 전달되어야 하며 에이전트는 이 계약에 따라서 소유권자를 대리하여 금액을 수령 및 보유하고 있어야 한다. 라이선스 계약에 대한 시행 및 협상 과정은 아래와 같이 제공되어야 한다.

*** 실 계약 주체와 지불방식 계약과 승인의 절차를 규명하는 조항이다.

2. 기간

2.1 이 계약 및 조항은 다르게 규정되는 않는 경우 양 당사자에 의해 시행되는 날짜로부터 ()년 ()개월 동안 완전한 효력을 가지며 규약된 계약기간 만료날짜에 종료된다.

3. 양 당사자 의무 및 책임

3.1 에이전트는 소유권자의 사업 이익을 개발해야 하며 이 계약이 완전한 효력을 가지도록 필요한 모든 절차를 수행해야 한다. 유능한 사업자가 최고의 노력으로 이 계약의 존속기간 동안 이 임무를 수행해야 한다. 에이전트는 라이선스 제외의 목록 외 의(첨부된 증거서류 A에 정의됨)의 제품을 직접 또는 제3자의 라이선스를 통해 제조하고, 유통하고, 판매하며, 소유권자의 상표권을 참조하도록 제3자 라이선스와의 소유권자 라이선싱과 상표에 대한 다양한 합의를 위해 협의해야 한다. 잠재적인 라이선스는 적용 가능한 라이선스 목록의 품질을 갖춘 제품에 대한 금융, 제조 및 마케팅에 관하여 최고의 라이선스 이어야 한다.

3.2 에이전트는 소유권자와 라이선스 계약을 희망하는 자 또는(들)을 소유권자에게 알려야 한다.

3.3 에이전트는 최초의 협상을 진행하고, 라이선스 계약("거래") 체결에 관심이 있는 제3자와 진행하는 동안 딜 메모를 소유권자를 위해 작성해야 한다. 에이전트는 딜 메모를 소유권자의 승인을 위해 소유권자에게 제공해야 한다. 승인은 서면으로 주어져야 한다. 딜 메모의 승인에 따라, 에이전트는 라이선스와 본 계약서를 작성하며, 이에 따른 양 당사자간의 서명날인된 계약서를 소유자에게 제출한다.

*** 앞서 언급한 부분과 부합되며, 딜 메모의 양식은 Licensor가 통상적으로 제공할 것이며, 그에 해당하는 조건은 라이선스 지역, 사용료, 로열티 율, 유통권, 품목, 사용기간 등이 있으며, 후반부에 예시를 통해 알아본다.

3.4 소유권자를 대리하여 수행하는 라이선스 계약에 대해 에이전트는 라이선스 가 자신의 책임으로 (i) 선지불, 로열티, 개런티 및 다른 라이선스 수수료 또는 기타 금전을 지불하고, (ii) 승인을 위한 모든 자료 및 라이선스 계약에서 청구되거나 관련된 기타 자료를 시기 적절한 방법으로 소유권자에게 제공하고, (iii) 계약지역 내 소유권자의 저작권, 상표권 및 기타 권리를 방어하는 것을 포함한 라이선스 계약 하에 즉각적이며 만족스럽게 모든 책임을 수행한다는 것을 보증하기 위하여 이 계약지역 내 라이선스 계약에서 소유권자의 이익을 표현하고 각각의 라이선스

("라이선스")를 감독할 책임이 있다.

3.5 부가적으로 에이전트는 다음과 같이 해야 한다:

- 1) 소유권자에게 소유권자를 대리한 소유물의 상품화에 대한 매년 분기별 서면 보고서 제공
- 2) 소유권자에게 라이선스 계약과 관련된 라이선스 제품(적용 가능한 라이선스 계약에 정의됨)의 결점, 소유권자 권리, 라이선스 및/또는 저작권, 상표권 및 기타 권리의 침해 또는 위반을 포함하여 모든 질문사항 또는 문제점에 대한 즉각적인 보고
- 3) 라이선스 제품 및 판매 품질에 관하여 모든 라이선스 에 대한 감독
- 4) 소유권자가 때때로 소유권자와의 라이선스와 관련하여 에이전트가 각각의 라이선스로부터 받은 모든 거래문서의 복사본을 청구하는 경우, 소유권자에게 즉각적인 송부

*** 부적절한 방법으로 수익을 누락시키거나, 부당 수익을 올리는 경우가 생길 수 있으므로 이 문항은 관리 감독에 있어 중요한 사항이다.

- 5) 계약지역 내 소유권자의 상표권을 보증하기 위한 법적 보호, 보호를 확보하기 위한 권고사항 및 이와 관련되어 제공된 정보를 정기적으로 소유권자에게 서면 통지
- 6) 소유권자의 상표권 및/또는 라이선스 제품에 영향을 줄 수 있는 모든 지역법, 규칙 및 조례를 점검하고 소유권자에게 보고, 라이선스 제품이 이들 규정에 준수되도록 지방 당국과의 연계를 포함하여 모든 합리적인 행동 강구
- 7) 에이전트는 소유권자 질문을 받은 이후 5일 이내에 소유권자에게 이 계약 하의 활동, 목록, 특히 회사 정보, 담당자, 면담일 및 각각의 면담 경향을 파악하기 위한 모든 면담사항에 대한 서면 보고서 제공
- 8) 매년 1회 이상 모든 라이선스 계약에 준수하도록 명시된 품질 관리 표준을 확실하게 하기 위해 라이선스 제품 및 판매, 광고 및/또는 포장 물질 완성 세트 평가하고, 에이전트 또는 소유권자의 판단에 라이선스 제품 또는 판매, 광고 및/또

는 포장 물질이 표준을 충족하지 못하는 경우에 라이선시가 가 모든 인지하고 시정 할 수 있도록 하기 위해 최고의 노력을 다해야 한다.

9) 라이선스 제품의 원활한 시장 진입을 위해 매년 각각의 라이선스 목록 및 시장에 대한 종합 평가 수행

10) 소유권자, 소유권자의 라이선시들 , 소유권자의 상표권에 대해 조화된 판매증진 노력에 영향을 주는 기타 라이선시들과의 공조.

11) 소유권자 요청으로 필요한 경우, 에이전트는 라이선시와의 라이선스 계약에 의해서 품질 관리 조항이 준수되는지를 확실하게 하기 위해 개인적으로 제3자 라이선시의 제조 공장을 방문해야 한다. 또한, 에이전트는 언급된 모든 평가를 방문 후에 소유권자에게 서면 보고서를 제출하여야 한다.

3.6 제3자에 의한 권리침해

*** Licensor가 제3자에 의해 권리침해를 받을 경우 Licensing Agent가 주체가 되어 침해에 관한 문제를 어떠한 방법으로든 해결을 해야 한다는 조항이며, 이 조항이 경우 피해 규모에 따라 소송비나 조사비용등 많은 기회비용 발생 할 수 있으며, 이 조항에 대한 계약당사자 간의 합리적인 조율이 필요하다.

1) 에이전트는 소유권자의 소유물들을 침해하거나 기타 다른 방법으로 본 계약에 근거한 상품화 사업에 대하여 부정경쟁을 하는 자를 발견하였을 때에는, 즉시 소유권자에게 통지하여 소유권자의 권리침해를 방지하기 위한 조치를 취하도록 협력하여야 한다.

2) 소유권자는 제3자에 의한 권리침해에 대하여 이를 방지하기 위하여 적절한 조치를 취하여야 한다.

3) 에이전트는 허가지역 내에서 제3자에 의한 권리침해 발생시 단속 및 법적 대응을 소유권자를 대신하여 수행할 수 있고, 그에 따른 일체의 비용은 에이전트가 부담하기로 하며, 법적 배상은 에이전트가 받기로 한다. 단, 각 분쟁에 따른 법적 대응을 함에 있어 에이전트는 소유권자로부터 서면승인을 받아야 하며, 이에 따른 진행과 결과를 소유권자에게 보고해야한다.

*** 상기에서 언급한 기회비용 발생을 우려하여 Licensor가 권리침해에 Licensing Agent가 모든 대응을 할 시 모든 비용은 부담하면서, 합의나 기타 대응을 함에 있어 반대급부로 생길 수 있는 수익을 Licensing Agent가 받을 수 있는 수혜를 인정함으로써 적극적인 대응을 유도하고, Licensor는 대응에 따른 소송 또는 기타 기회비용을 줄일 수 있는 방식으로 이 방법을 취하기도 한다.

3.7 에이전트 또는 라이선시에 의한 제3자의 권리침해

*** Licensing Agent 또는 라이선시가 제3자의 권리를 침해하거나, 피해를 주었을 때 그 원인이 Licensor의 저작물 자체에서 기인하지 않는다면 모든 책임을 Agent 또는, 라이선시에게 있음을 규명하는 것이며, 이런 문제가 발생 할 시는 저작물에 대한 대중적인 인지도 하락 및 여러 피해 사례가 동시에 발생 할 수 있으므로 주의해야한다.

1) 에이전트 또는 라이선시는 본 계약에 근거한 상품화권에 대하여 제3자로부터 저작권침해, 상표침해, 부정경쟁 등으로 손해배상 또는 사용금지청구를 받았을 경우 즉시 소유권자에게 통지하여야 한다.

2) 전항의 청구가 에이전트 또는 라이선시가 제조, 판매한 상품의 제조상의 결함에 기초한 경우와 같이 소유물 자체에 기초하지 않는 경우, 에이전트 또는 라이선시의 비용으로 그 청구에 대응하여야 하며, 소유권자는 제3자의 청구에 대하여 어떠한 의무도 부담하지 않는다. 또한 소유권자는 제3자로부터 그러한 청구를 받고 이에 대해 책임을 부담하게 되었을 경우 에이전트에 대하여 그 상당액의 구상권을 갖는다.

3.8 이 계약의 조항에도 불구하고 하나의 영역 및 그 이상의 영역들을 포함하는 라이선스 합의의 일부로 소유권자는 계약기간 동안 계약지역 내 소유권자 상품화권을 포함하여 라이선스 목록의 제품을 판매하고 유통할 단독적인 재량권을 제3자(들)에게 부여할 수 있다.

*** Licensor가 직접적으로 취득 할 수 있는 라이선스의 기회를 열어놓는 조항으로 글로벌 프로모션이나, 수출 및 유통의 기회가 있을 수 있어 통상 이 조항을 삽입하며, 잘못오해를 하면 Licensing Agent의 권한을 축소시키고 라이선시 계약업체에 대한 분쟁의 요소를 야기 시키는 조항으로 인지 할 수 있기 때문에 충분한 협의가

필요하다.

- 3.9 라이선시가 여기에 명시된 라이선스 계약을 위반한 경우에 소유권자는 라이선스에 대한 청구, 조치, 진행 또는 소송을 진행할지 여부를 결정할 단독적이며 독점적인 권리를 가져야 한다.
- 3.10 에이전트에 부여된 권리는 명백히 여기에 언급된 것들이어야 하며 모든 다른 권리는 명백히 소유권자의 소유이다.
- 3.11 에이전트는 양 당사자가 여기서 부여된 권리를 이용하여 발생하는 수입을 극대화하고 소유물의 가치 및 평판을 향상시키기 위해 일반적으로 바람직한 사업 수행에 적절하게 최상의 노력을 기울이는데 상호적으로 동의하며 이와 같은 활동에 참가해야 한다.
- 3.12 에이전트는 라이선스 제품 개발을 위해 필요한 모든 예술, 디자인 및 편집 기타 관련된 승인을 제안할 권한 및 이 계약에 따라서 체결된 라이선싱 및 판매촉진 계약에 따라서 개발되고 생산된 모든 라이선스 제품에 대해 적절히 높은 수준의 품질 표준을 강요할 권리를 부여 받으며, 소유권자는 예술, 디자인 및 편집 부분에 대한 최종 승인을 수여할 권리를 보유한다. 대리인은 최종 승인을 위해 초안, 모든 라이선스 제품의 시제품 및 완제 샘플, 언급된 라이선스 제품과 관련된 광고, 판매촉진 및 포장 물질을 소유권자에게 제출하는데 동의한다. 소유권자는 샘플을 받은 이후 10일의 업무일 이내에 승인과 관련하여 대리인에게 통보한다. 이 기간 내에 통보하지 않은 경우 승인되지 않은 것으로 간주되어야 한다.
- *** Licensing Agent는 Licensor가 제공하는 디자인 아트웍을 라이선시에게 배포하고 제품을 관리하는 책임을 가지고 있으나, 최종적인 제품의 디자인 승인은 Licensor에게 있음을 알려주는 조항이며, 샘플 및 완제품을 관리 감독하고, Licensor에게 보고 및 제출의 의무를 규정한 조항이다.
- 3.13 에이전트는 라이선시가 모든 로열티 및 이 계약에 의해 예정된 기타 금액을 지불하도록 감독해야 한다. 필요한 경우 에이전트는 모든 지불이 이루어졌는지를 확실하게 하기 위해 일정 기간의 로열티 장부 및 기록 조사를 수행해야 한다. 이런 로열티 조사 비용은 대리인에 의한다. 로열티 조사 결과로 인지되어 발견되는 모든 비용은 일단 수행 비용에서 제외되고 동등하게 소유권자와 에이전트에게 분배된다.

*** 라이선시의 장부를 열람 할 수 있도록, 하는 조항이며 로열티를 누락시키는 것이 현저하게 의심이 되는 경우 회계사를 지정하여 조사를 수행하며, 관례적으로 만약 로열티를 누락시켰다면 그 금액의 정도에 따라 경비를 누가 지불할지를 조항으로 삽입하기도 한다.

3.14 에이전트는 소유권자의 이익에 반해서는 안 된다. 이해 상충이 있거나 이런 충돌과 유사한 경우, 에이전트는 이런 충돌을 우호적인 방법으로 해결하기 위해 즉시 소유권자에게 알려야 한다. 이런 충돌이 해결되지 않는 경우, 이 계약은 소유권자의 단독 재량으로 종료된다. 이 조항에 따른 종료는 종료 이전에 발생한 양 당사자의 권리나 책임에 영향을 주어서는 안 된다.

3.15 소유권자는 특허권, 상표권 및 저작권 보호 취득 및 유지 비용을 포함하여 지적재산물의 보호와 관련된 모든 비용 및 경비에 대해 독자적으로 책임을 져야 한다.

3.16 에이전트는 라이선시의 지정상품의 판매유통에 앞서서 샘플로서 그 디자인 3점 이상을 무상으로 소유권자에게 제출하여야 한다

3.17 각 광고 선전활동에 있어서는 사전에 갑에게 문서로 보고하고 승인을 얻어야 한다.

3.18 증지의 첨부

1) 에이전트는 라이선시에 의해 제조하는 지정상품 1개마다 소유권자의 사전승인을 소유권자에게 실비로 지급받은 허가증지 1개씩을 잘 보이는 곳에 첨부하여야 한다. 단, 상품의 제조 또는 성질상 허가증지를 첨부하기 곤란한 지정상품에 대하여는 소유권자의 지정하는 방법에 따라 지정상품에 표기를 하여야 한다.

2) 에이전트는 사전승인을 받은 허가증지를 본 계약에서 정한 상품 이외의 상품에 유용하여서는 아니 된다.

*** Licensing Agent는 Licensor를 대리하여, 교부받은 증지를 관리하며, 일정부분의 재고를 지속적으로 보유하며, 라이선시의 증지 신청에 즉시 보내 줄 수 있도록 지침과 교부의 책임을 진다. 또한 Licensor는 Licensing Agent가 보유하는 증지를 관리하는 책임도 동시에 있다.

3.19 저작권표시

을은 본 계약에 근거하여 제조, 판매하는 지정상품 및 판매촉진 자료에 계약서에 별첨

하는 부속서류 상의 저작권표시를 하여야 한다.

4. 제3자 라이선스 계약

- 4.1 이 계약 하에 에이전트에 의해 제안된 모든 라이선스 계약은 소유권자의 서면 승인에 종속해야 한다. 에이전트는 계약에 대한 고려, 승인 및 시행을 위해 모든 제안된 계약을 소유권자에게 제출해야 하며 소유권자는 이에 대해 에이전트에 의해 제안된 계약을 받은 이후 10일의 업무일 이내에 계약 내용에 대한 동의 여부 및 서명 날인 여부에 대해 조언해야 함을 이해한다.
- 4.2 제3자 라이선스들과의 모든 라이선스 계약은 에이전트 및 제3자 라이선스간에 이루어져야 한다. 에이전트가 사용하는 기본 라이선스 계약서는 모든 예상되는 라이선스가 이런 기본 계약서가 사용되는 경우에 대해서도 소유권자에 의한 서면 승인을 위해 제출하며, 기본 계약서를 사용하는 계약에 대한 모든 첨가, 삭제 및 수정은 절대적이며 결정권이 있는 소유권자의 서면 동의에 따라야 한다.

5. 지급

- 5.1 에이전트에 의한 서비스를 고려하여, 소유권자는 소유권자를 대리하여 지적재산물에 대한 라이선스(들) 및/또는 제3자 기타 라이선스로부터 에이전트가 받는 총수입액에 기초하여 이 계약에 첨부된 스케줄 A에 제공된 바에 따라 에이전트에게 수수료를 동의하여 지불해야 한다.
- 5.2 에이전트는 소유권자에게 전달되는 비용과 관련하여 발생하는 모든 비용에 대해 책임을 져야 한다.
- 5.3 "총수입액"은 지적소유물의 상품화, 판매 또는 라이선싱 결과로 제3자 라이선스(들)로부터 발생하는 모든 수입을 포함해야 한다.

6. 보증 및 배상

*** Licenser 와 licensing Agent간의 보상과 배상의 책임을 규정한 조항이다.

- 6.1 소유권자는 모든 권리 및 지적소유물을 소유하며 지적소유물에 대한 라이선스 및/또는 판매 권리 및 능력이 있으며 다른 자에게 에이전트와 상충되는 방식으로 행

동할 권리 또는 권한이 부여되지 않음을 대표하고 보증한다.

- 6.2 소유권자는 하부 에이전트뿐만 아니라 대리인, 이해관계자, 중역, 공무원, 직원, 에이전트, 모회사, 자회사, 계열사 등 모든 청구, 책임, 재판, 벌금 및 세금, 민사 및 형사, 및 소유권자의 표현 및 보증 또는 소유권자의 행동 이행 또는 미 이행 위반과 관련하여 야기되어 발생되거나 종속되는 모든 비용 및 경비(합리적인 변호사 수수료 포함)로부터 무해하고 방어되도록 변호하고 보호하고 유지하는데 동의한다.
- 6.3 에이전트는 위반의 결과 및/또는 에이전트에 의한 이 계약의 내용 및 조건 위반으로 소유권자로부터 받거나 발생되거나 또는 소유권자에게 부여되는 모든 책임, 조치, 청구, 절차, 손해 및 손실 및 소유권자가 동의하여 지불하는 보상으로부터 소유권자를 보호하고 방어해야 한다.
- 6.4 에이전트는 소유권자 및 관련된 기업을 모든 청구, 책임, 재판, 벌금 및 세금, 민사 및 형사, 위에서 언급된 소유권자의 보증과 관계되는 것을 제외하고 에이전트의 행동 이행 또는 미이행 위반으로 야기되는 모든 비용 및 경비(합리적인 변호사 수수료 포함)로부터 무해하고 방어되도록 변호하고 보호하고 유지하는데 동의한다.

7. 진술 및 지불

*** Licensing Agent의 수수료 및 Licensor에게 지불 방법, 시기를 규정하고 또한 앞서 라이선시의 회계장부의 열람권이 있듯이, 동일하게 Licensing Agent의 장부를 열람할수 있는 권한을 지정하는 조항들 이다.

- 7.1 지적재산권에 대한 계약에 근거하여 라이선스로부터 의 모든 지불은 에이전트에게 직접 이루어져야 한다. 에이전트는 모든 지불('최소 개런티' 또는 '로열티' 지불 포함 여부)을 받은 이후 7일 이내에 수수료를 공제하고 나머지를 소유권자에게 전달해야 한다.
- 7.2 순 수입은 계약기간 동안 에이전트의 비율을 총영수액에서 공제한 이후 에이전트가 라이선스로부터 실질적으로 받는 모든 로열티, 개런티, 선지불 및 라이선시의 판매와 관련된 기타 지불을 포함하여 정의된다. 에이전트의 수수료는 총수입액에서 승인된 금액만을 의미한다.

7.3 에이전트는 라이선스와의 계약과 관련된 모든 거래를 포괄하는 회계장부 및 기록을 사업의 주요 장소에 정확히 보관하는데 동의한다. 소유권자는 적절한 시점에 최소 5일의 통보에 근거하여 이 계약에만 종속되는 문제와 관련되는 에이전트의 장부 및 기록을 조사할 권리를 가져야 한다. 이런 조사는 에이전트가 기록을 보관하는 장소에서 이루어져야 한다.

7.4 에이전트의 책임과 연관된 모든 장부 및 기록은 유지되고, 소유권자가 조사를 위해 관련일로부터 최소 2년 동안 접근 가능하며 이용 가능하게 보관되어야 한다.

8. 통지

8.1 이 계약에 의해 주어진도록 요구되는 통지는 서면으로 작성되어 개인적으로 위에 언급된 주소 배달되거나, 배달 증명 우편, 등기 우편 또는 특급 우편, 환급 영수증 요청 메일 또는 페더럴 익스프레스로 지정된 당사자에게 전달되어야 한다.

8.2 일방당사자는 서면 통지로 이 단락의 다른 조항 하에 통지 또는 지불이 보내지는 주소를 변경할 수 있다.

9. 약관

9.1 에이전트는 이 계약기간 동안 최소 개런티(MG)를 지불해야 한다. 최소 개런티는 ()원

9.2 에이전트는 소유권자에게 9.1조항에서 언급된 금액을 계약 유효일 이후 15일의 근무일 이내에 지불해야 한다.

은행 정보

지 점 :

은행주소 :

계좌번호 :

예 금 주 :

10. 종결

*** 이 조항은 자연 계약 종결 전에 Licensing Agent의 업무를 수행 할 수 없는 사항이 있을 경우 그 권한을 빠르게 회수하여 라이선시들 또는 소비자들에게 피해가 가지 않도록 비교적 자세하게 종결의 조건 및 상황을 열거한 조항이다.

10.1 이 계약은 이 계약의 조항 위반인 경우, 타방 당사자가 30일 이내에 위반을 해결 하는데 실패하면 일방당사자가 30일의 서면 통지를 타방 당사자에게 고지하여 종결될 수 있다.

10.2 조기 종결:

다음의 경우

1. 에이전트가 에이전트의 책임 위반 또는 에이전트가 위반 통보를 받은 이후 5일의 근무일 이내에 책임을 수행하는데 실패하는 경우에는 소유권자에 의하여 종결 될수 있다.
2. 에이전트는 파산을 선고 받거나 청원한 경우 또는 지급불능으로 인정되어야 하는 경우, 채권자의 이익을 확보하기 위한 경우, 에이전트 재산(이하 "채무"로 언급됨)의 전부 또는 일부에 대한 재산관리인, 청산인, 파산관재인, 후견인 임명을 위한 대리인의 청원 (1) 이 계약은 자동적으로 종료된다. (2) 이에 따라, 에이전트는 계약지역 내 소유권자의 에이전트로 종사할 권한이 더 이상 없다. 이 단락의 조항에 의한 종결에 따라 소유권자는 유사 환경 하에 에이전트에 대항하는 다른 구제 및 권리에 영향을 주어서는 안 된다.

10.3 이 계약의 모든 조항은 계약 시행을 위해 필수적인 조건이며, 에이전트의 불이행 및/또는 침해의 경우에 소유권자는 충분한 권한으로 추가적인 사법적 및/또는 사법적 요구가 필요 없이 이 계약이 종결되며 소유권자는 이런 불이행으로 야기된 어떠한 손해 및 손실을 에이전트에게 요구 할 수 있으며 계약지역 내에서 사업을 자유롭게 활용하고 처분할 완전한 권리를 회복 한다는 것에 에이전트는 동의한다.

10.4 이 계약이 만료로 인해 종료되는 경우, 모든 권리 및 책임은 무효가 된다. 에이전트의 계약 말료일 이 후 잔여 기간이 남은 계약한 제3자 라이선시계약은 소유권자에게 모든 권리가 있으며, 이에 근거한 모든 자료를 소유권자에게 즉시 제출한다.

*** 간혹 Licensing Agent의 계약 종료일과 라이선시와의 계약 종료일이 상이하여, Licensing Agent의 계약이 종료 됐을 경우, 계약기간이 남아 있는 라이선시의 감독과 수익관리는 누가 할 것 인가를 규명한 조항이며, 충분히 발생할 수 있는 문제이기에 신중하게 쌍방이 협의를 해야 한다.

11. 사후조항

*** 10 항의 내용을 다시 한번 재확인하는 조항이다.

- 11.1 에이전트는 본 계약이 종료된 경우 본 계약의 상품화권 위탁 대행 업무를 하여서는 아니 된다.
- 11.2 에이전트는 계약이 종료되기 30일 전에 계약종료 시점까지 계속될 재허가계약의 상대방계약내용 등이 기재된 모든 계약서를 소유권자에게 인도하고, 소유권자가 그 재허가계약을 인수받을 수 있도록 하여야 한다.
- 11.3 전항의 경우 재허가계약상의 에이전트의 권리는 소유권자가 모두 승계한다.

12. 지적재산권

*** 지적재산권의 소유권 확인 및 계약 종료 시 회수 및 처리방식을 규명한 조항이다.

- 12.1 소유권자의 새로운 프로젝트에 대한 지적재산권은 완전히 소유권자에게 속한다.
- 12.2 에이전트는 승인 받지 않은 무역, 사용에 관여해서는 안 되며, 소유권자의 사전 승인 없이 소유권자에 의해 소유되거나 관리되는 특허권, 상표권, 무역 또는 상표명, 등록된 디자인 또는 기타 지적재산권이 다른 사람에 의해 사용되도록 허락해서는 안 된다.
- 12.3 이 계약이 어떤 이유로든 종료되는 경우, 에이전트는 자신을 소유권자의 에이전트로 설명하는 것을 즉시 중지해야 하며, 동의가 주어진 모든 상표권, 무역 또는 상표명, 등록된 디자인 또는 어떤 방식이든지(정지되거나 매개체 포함) 소유권자에 의해 소유되거나 관리되는 기타 지적재산권 사용을 중지해야 하며, 소유권자에게 돌려주거나 그렇지 않으면 에이전트가 소유한 상표권, 무역 또는 상표명을 표시한 모든 인쇄물을 무상으로 소유권자의 지시에 따라 처분해야 한다.

13. 책무 면제

*** 병행수입으로 인한 현존하는 라이선시의 피해사례가 있을 수 있으며, 이로 인한 책임과 처분은 Licensing Agent에게 있음을 지정하는 조항으로 해외 라이선시나, 해외 Licensing Agent가 있는 회사의 경우는 모든 계약업체에게 이 조항을 강력하게 요구하여 모든 업체간의 야기 될 수 있는 병행수입으로 인한 피해를 막아야 한다.

소유권자는 승인되지 않은 사람 또는 사람들(단수형으로 "병행 무역인", 복수형으로 "병행 무역인들")에 의해 다른 지역에서 에이전트의 지역으로 소유권자의 허락 없이 수입된 위조되지 않은 수입제품("병행 수입")에 따른 결과로 어떤 이유든지 에이전트로 인해 받거나 발생하는 이익 손실 또는 필연적인 손해를 포함하여 직접 또는 간접 여부와 관계 없이 자연적 손실이나 손해에 대해 책임을 지지 않아도 된다. 병행 무역인들을 방어하는 것은 대리인의 단독적이며 절대적인 책임이다. 또한, 에이전트는 허가지역외에 수출할 권한이 없음을 인지하고 또한, 라이선시에게도 절대적으로 계약조항에 이 문구를 넣어야 하며, 에이전트에게 허가를 받은 라이선시가 병행수입 또는 병행수출을 소유권자의 승인없이 할 경우 배상 및 책임은 에이전트에게 있음을 인지하고 동의한다.

14. 위약금 약정

에이전트 또는 에이전트에게 허가를 받은 라이선시는 다음 각 호를 위반하였을 경우 소유권자에 대하여 다음과 같은 위약금을 지급한다. 단, 소유권자가 에이전트의 행위로 인하여 위약금을 초과하는 손해를 받을 경우 소유권자는 에이전트 또는 라이선시에 대하여 지급받을 위약금에도 불구하고 그 손해액의 전부를 청구할 수 있다.

- 1) 에이전트 또는 라이선시가 생산보고서 기재의 수량을 초과하여 지정상품을 제조할 때 지정상품의 생산자판매가격에 제조총수 금액의 30%
- 2) 허가증지를 첨부하지 않았을 때 지정상품의 소매가격에 제조총수 금액의 30%
- 3) 위반하여 허가증지를 유용하였을 때 유용한 상품의 소매가격에 제조총수 금액의 30%
- 4) 사용료 및 최저보증료의 지급이 지체되었을 경우 그 원금에 10%를 가산한

금리를 합산하여 지급한다.

15. 비밀누설금지

소유권자와 에이전트 당사자는 본 계약과 관련한 일체의 사항에 대하여 제3자에게 공표하거나 누설하지 말아야 하며, 그 의무는 본 계약 종료 또는 해제 이후에도 유효하다.

16. 사법권 및 분쟁

*** 사법적인 분쟁이나 조정이 필요할 때가 있을 수 있으므로, Licensor는 용의하고, 주도 할 수 있는 중재 및 분쟁 심판 법원을 지정한다.

16.1 이 계약은 대한민국법에 따라 해석된다.

16.2 이 계약으로부터 또는 이 계약에 관련하여 또는 이 계약의 불이행으로 인해 당사자간에 발생하는 모든 분쟁, 논쟁 또는 의견차이는 대한민국 서울특별시에 있는 '대한상사중재원'의 상사중재규칙에 따라 중재에 의하여 최종적으로 해결된다. 중재인(들)에 의하여 내려지는 판정은 최종적인 것으로 당사자 쌍방에 대하여 구속력을 가진다.

17. 승계

이 계약의 조항은 구속력을 가지며 양 당사자, 그들의 상속인, 양수인 및 승계인 이익에 대해 효력을 발생한다.

18. 기권

채무 당사자 일방의 기권은 이 계약의 동일 또는 다른 조항의 사전 또는 필연적인 채무 기권으로 간주되지 않는다.

19. 계약분할

모든 용어, 조항 및 규정은 사법 법정에 의해 무효하거나 효력이 없게 되는 경우, 무효

는 다른 용어, 조항 또는 규정의 유효성이나 사용에 영향을 주어서는 안 되며, 무효한 용어, 조항 또는 규정은 이 계약에서 별도로 간주되어야 한다.

20. 독립 계약자

에이전트는 독립 계약자로 간주되어야 하며, 여기에 포함된 고용, 합작 투자 또는 파트너십으로 구성되어서는 안 된다. 에이전트는 단독적으로 책임이 있으며 소유권자가 원천과세, 수입세금, 직원 봉급을 포함한 세금, 수수료 또는 비용에 대한 모든 청구로부터 무해하도록 해야 한다.

21. 양도가능성

이 계약 및 권리 및 책임은 에이전트에 대한 것이며, 모든 자산의 필연적인 양도 또는 소유권자의 동의와 연관되지 않은 경우 다른 대리인 또는 법률에 의해 양도되어서는 안 된다.

22. 완전 합의

이 계약은 당사자의 완전합의를 구성하며, 당사자간의 모든 사전의 계약을 무효로 하거나 대체하며 당사자간의 계약의 최종으로 간주된다. 당사자에 의해 서면으로 승인되고 특별히 이 계약을 의미하는 경우를 제외하고 수정되거나 개정되어서는 안 된다. 이 계약은 이 계약에 상충하는 다른 문서에 대해 우선권을 가져야 한다.

이상의 증거로서, 법적으로 구속되도록 양 당사자는 각각 직접 서명하고 지정된 서명일을 기입한다.

(소유권자 성명)

성명:
직책:
일자:

(에이전트 성명)

성명:
직책:
일자:

*** 아래의 내용은 복잡한 본문의 계약서 내용을 법률적인 책임과 의무를 제외한 실질적인 수익과 분배 및 계약조건을 정의 한 것이며, 간단하면서도 핵심적인 내용을 담고 있어 통상적으로 마지막 부분에 별첨하여 사용을 한다.

스케줄 A

1.소유물

소유물은 아래와 같다: (소유물)

OOOOOOOO OOOO

2.기간

200 년 월 일 ~ 200 년 월 일,(년 개월)

3.수입분배

1) 에이전트는 기본적인 원칙으로 총영수액(마케팅, 판매촉진에 사용된 모든 비용은 이 ()%에 포함되며 총영수액으로부터 구분하여 제외되지 않는다.)의()%의 권리를 갖는다. MG, 로열티, 부가세 포함과 관련된 모든 직접세 또는 간접세는 에이전트가 지불한다.

2) 앞에서 언급한 내용에도 불구하고, 에이전트의 수수료는 라이선시들/제조업자들로부터 받는 실제 금액으로 한정되어야 한다. 에이전트에게 실제로 지불되는 경우, 계산에 의해 지정된 수수료는 현금으로 지급되어야 한다.

3) 그러므로, 에이전트의 수수료는 수식화되어야 한다.

에이전트의 커미션 = 총영수액의 ()0% = () x {총수입액 (소유권자가 사전에 제외하기로 합의한 모든 지출)}

*** Deal Memo는 Licensing Agent가 Licensor에게 라이선스와의 계약에 관한 내용을 보고하고 계약 유무의 승인을 요청하는 양식이며, 간단하지만 자세한 내용을 파악 할 수 있는 중요한 서류이다.

[Deal Memo]
Licensee 상품화 사업 신청서

0000년 00월 00일

사용 캐릭터 명:		
허가지역 :		
신청회사 :		
주 소 :		
전화번호 :	팩스 :	이메일:
담 당 자 :		
상품화 제품 :		
판매 유통처 :		
희망계약기간 :	최저보증료(MG)	
로 알 티 : ()% ☐ 도매가 ☐ 소매가		
비 고 :		

Licensor (Licensing Agent)

대 표 자 :

사 인 :

Licensee

대 표 자 :

사 인 :

2. 해외 라이선싱 에이전트 계약서

해외 라이선싱 에이전트 계약서는 국내와 달리 해외에서 전반적인 라이선싱 관리를 진행하고 또한 그 에이전트를 라이선서가 관리해야 하므로, 좀더 복잡한 양상을 보이나, 계약서 내용의 근간은 대부분 유사하다. 단지 해외 에이전트가 서브 라이선시의 계약 관리, 정산을 함께 함으로 로열티 보고의 문서, 또한 라이선싱 에이전트와 그 서브라이선시와의 표준 계약서를 함께 제시함으로써 라이선서가 라이선싱 에이전트 뿐만 아니라 간접적으로는 라이선시를 동시에 관리 할 수 있도록 한다.

LICENSING AGENT AGREEMENT

Licensor Company Name : OOOOOOOO

Licensing Agent Company Name : OOOOOOOO

LICENSING AGENT AGREEMENT

THIS AGREEMENT (the "Agreement") is made effective on [date] by and between (라이센서 회사명), a corporation organized and existing under the laws of the Republic of Korea ("Korea") and , with registered offices at (라이센서 주소), Korea ("OWNER") and A Licensing Company (라이센싱 에이전트 회사명), a corporation organized and existing under the law of [라이센싱 에이전트국가]), with registered office address at (라이센싱 에이전트 주소), represented by ("AGENT"); (individually as "Party", collectively the "Parties")

W I T N E S S E T H:

WHEREAS, the **OWNER** is the owner of the concept/property related to their Series, Audiovisual Works, Computerized Images, Cartoons, Comics, Flash animation, Trademarks Products including without limitation to trademarks, trade dress, logos, designs, slogans, copyrights, other similar materials, generally described in the attached Schedule A (the "Property"); and

WHEREAS, the **OWNER** is desirous of retaining the services of the **AGENT** to commercialize or license the Property to third party manufacturers (the "Manufacturers" or "Licensees") for a line of ancillary or merchandising products (the "Licensed Products"); and

WHEREAS, the **AGENT** is willing to represent the **OWNER** with respect to commercialization of the Property;

NOW, THEREFORE, in consideration of the promises and agreements set forth herein, the parties, each intending to be legally bound hereby, do promise and agree as follows.

1. Definitions; Interpretation

*** 계약의 조건에 앞서 계약서 또는 실제의 일에 쓰일 수 있는 용어를 정의하여

쌍방간의 의사전달 또는 정확한 의미전달을 하기위해 각 용어를 정의한다.

1.1 Definitions

1.1.1 "Confidential Information" shall mean (i) the terms, conditions and existence of this Agreement; (ii) each Party's trade secrets, know-how, technology, business plans, strategies, methods and/or practices; and (iii) other information relating to either Party that is not generally known to the public, including information about either Party's personnel, products, customers, marketing strategies, services or future business plans. Notwithstanding the foregoing, Confidential Information specifically excludes (a) information that is now in the public domain or subsequently enters the public domain by publication or otherwise through no action or fault of the other Party; (b) information that is known to either Party without restriction, prior to receipt from the other party under this Agreement, from its own independent sources as evidenced by such Party's written records, and which was not acquired, directly or indirectly, from the other Party; (c) information that either Party receives from any third party reasonably known by such receiving Party to have a legal right to transmit such information, and not under any obligation to keep such information confidential; and (d) information independently developed by either Party's employees or agents provided that either Party can show that those same employees or agents had no access to the Confidential Information received hereunder.

*** 쌍방의 비밀조항을 명시한다.

1.1.2 "Property" shall mean the materials to be provided by the Licensor to the Licensee as described in SCHEDULEA attached hereto and incorporated herein by this reference and any associated sub-brands including any branding, Licensor Marks or other trademarks, trade names, service marks, logos, graphics audio, music and other identifying material of Licensor, which are approved in advance by Licensor for use by Licensee.

*** 권리를 받는 캐릭터 또는 저작물에 관하여, 저작권을 포함한 지적 재산권이 라이선서의 소유임과 정의를 확인하는 내용이다.

1.1.3 "Licensor Marks" shall mean the specific trademarks, trade names, service marks, logos, graphics, gameplay mechanics and other identifying material of Licensor or its Affiliates and licensors, which are approved in advance by Licensor for use by Licensee.

1.1.4 "Licensor Products" shall mean any Licensor products that are based the license in Schedule A and are provided by Licensor to Licensee.

*** 라이선서가 라이선싱 에이전트에게 서브라이선스 권한을 주는 품목을 정하여 별첨으로 명확하게 품목을 지정한다.

1.1.5 "Net Revenue" shall mean all fees received during the Term by or on behalf of Licensee after deduction of VAT and other equivalent taxes on sales. Licensee shall provide Licensor with details of estimated expenditure in relation to development and transmission costs prior to such expenditure being incurred.

*** 수익배분을 위해 배분의 기준이 되는 개념을 정하는 문항이다.

1.1.6 "Term" shall have the meaning set forth in Section 2.1 of this Agreement.

1.1.7 "Extended Term" shall have the meaning set forth in Section 2.2 of this Agreement

1.1.8 "Territory" The term Territory shall be defined in SCHEDULE B attached hereto and incorporated herein by this reference.

1.1.9 "Wireless Devices" shall mean micro-browser enabled wireless devices that incorporate a mobile telephone and support all technologies now existing or emerging in the future including but not limited to SMS, WAP, Java, Brew, Symbian and UMTS.

1.1.10 "Wireless Products" shall mean any Licensee products that incorporate or use the Content such as video, interactive games, other content consisting of graphic or

text or web or audio elements.

1. AGENCY GRANT

1.1. -The OWNER hereby grants to the AGENT, during the Term of this Agreement, the exclusive right to represent the OWNER within the territory of [허가지역 또는 국가] (the "Territory") as defined in SCHEDULE B with respect to the commercialization or licensing of the Property to third party Licensees. Nevertheless, any commercialization through (라이선스 제외품목) shall be expressly excluded from this Agreement. (라이선스 제외품목) that the AGENT desires to engage shall require a separate agreement with the OWNER. However, any commercialization through ON-LINE medium, including, internet, 'wireless products' and web-promotions will be subject to a written approval by the OWNER which may not be withheld unreasonably.

*** 라이선싱 에이전트에 대한 권리 부여도, 라이선서의 의지에 따라 제외품목을 명시 하기도 한다. 라이선서가 향후 또는 가까운 미래에 전 세계적인 시장을 보고 하고 자 하는 품목 예를 들어, 온라인 게임이나, 출판, 완구 등 주력으로 직접 또는 간접 적으로 품목에 따른 마스터 라이선스의 기회가 있는 품목은 권리 허가품목에서 제외시킬 필요가 있다. 또한 라이선싱 에이전트의 회사 및 사업적 규모를 판단하여, 사업화 실현 가능성이 없는 것들은 제외시키는 것이 합리적이다.

1.2. - In this regard, the AGENT will be authorized to present, negotiate and conclude licensing arrangements with third party Licensees within the Territory using a form agreement approved by the OWNER and pursuant to terms and conditions previously approved by the OWNER.

1.3. - All third party license agreements ("License Agreement") shall be in the name of the OWNER although the AGENT shall be a party to all such agreements as agent for the OWNER. All payments from third parties shall be directed to the AGENT and the AGENT shall hold such payment received on behalf of the OWNER pursuant to this Agreement. The execution and negotiation procedure for License Agreement shall be provided hereunder below.

*** 서브라이선스를 통한 수익은 모두 라이선싱 에이전트가 취합하여, 협의한 기간과

비율로 라이선서에게 보고 및 수익 배분을 한다.

2. TERM

2.1. - This Agreement and the provisions hereof, except as otherwise provided, shall be in full force and effect commencing on the date of execution by both parties for a period of () years and it expires at the () anniversary of the execution date hereof.

2.2 - If AGENT fully performs according to all terms and conditions hereof during the Initial Term and, during said Initial Term, produces gross compensation for OWNER(after deduction of AGENT's fees and expenses) of at least the Minimum Renewal Fee recited in Schedule A attached hereto (including income derived from its SUB-AGENTS), AGENT shall have an option to extend the Term of this Agreement for additional Extended Terms of the Extended Term Length recited in Schedule A attached hereto (hereinafter the "Extended Terms"). In order to exercise this option, AGENT must supply OWNER with written notice of its intention to exercise said Option no later than thirty (30) days prior to the expiration of the then in-effect Term. AGENT's performance during each Extended Term shall be pursuant to the terms and conditions recited herein for the Initial Term.

*** 쌍방의 계약 존속 및 재계약의 조건을 제시함으로써 라이선서와 협의된 목표치에 달성할 수 있도록 강제하는 조항이 있어야 한다.

2.3 - In the event that AGENT does not exercise such Option, the Agreement will expire on the last day of the then in-effect Term.

3. DUTIES AND OBLIGATIONS OF PARTIES

3.1. The AGENT shall develop the business interests of the OWNER and undertake all necessary measures to give full effect to the spirit of this Agreement. It shall perform this task with the diligence expected of good businessmen, utilizing its best efforts, During the Term, hereof, Agent shall contact, for the expressed purpose of arranging for the licensing of the OWNER and Trademarks, various

potential third party licensees in the Territory who manufacture, distribute and sell products in the Licensed Categories (defined in the Exhibit A attached hereunder) which could, in some way, embody illustrations and/or other reproductions and/or references to the OWNER Trademarks, including the names of such characters; such potential licensees shall be the best potential licensees in terms of financing, manufacturing and marketing quality products in the applicable Licensed Categories.-

3.2. The AGENT shall notify the OWNER of any person or persons wishing to enter a license agreement with the OWNER under the terms stated.-

3.3. The AGENT shall conduct initial negotiation and make a reference thereof in a deal memo for the reference available to the OWNER when engaged with a third party interested in closing a License Agreement ("Deal"). The AGENT shall submit to the OWNER the deal memo for his approval. The approval shall be given in writing. If the written approval from the OWNER is not given within ten (10) working days, after receipt of the deal memo, then the Deal may be deemed to be approved. Following approval of the deal memo, the AGENT will issue the AGENT's long form agreement attached hereunder in Exhibit B, for signature by all parties.-

*** 라이선서가 에이전트에게 서브라이센싱의 보고와 계약의 절차를 지침하는 것으로 최초 잠정적인 서브라이센스의 관심을 갖는 업체에게 딜 메모를 작성하게 하여, 라이선서에게 서면 승인을 요청하며, 라이선서의 승인을 득한 후에, 라이선싱 에이전트와 서브라이센시와의 본 계약을 진행한다. 계약서 후반부에 별첨으로 라이선서가 제공하는 딜 메모와 본 계약서를 첨부한다.

3.4. The OWNER shall then have the right, in its sole discretion, to accept or not accept each such proposal, and require appropriate modifications thereof.-

*** 라이선서는 독자적인 결정 즉 승인과 거절의 권리를 갖는다. 이 권한은 전체의 에이전트, 라이선시를 총괄하는 입장에서 벌여 질수 있는 긍정적, 부정적 상황을 대비 할뿐이며, 이 권한은 비상식적이고, 이유 없이 남용하지 않음을 라이선싱 에이전트에게 설명을 해야 한다.

3.5. - Upon the OWNER's execution of any such License Agreement, and thereafter, the AGENT shall be responsible for representing the OWNER's interests in such License Agreement in the Territory, and for monitoring each Licensee , Agreement's licensee ("Licensee") to insure that such Licensee promptly and satisfactorily performs all of its obligations under such License Agreement, including, but not limited to, Licensee's obligations to (i) pay advances, royalties, guarantees and any other license fees or other monies, if any, as and when they become due; (ii) submit in a timely manner to the OWNERfor its approvals all materials and other items required by or pursuant to such License Agreement; and (iii) protect the OWNER's copyrights, trademarks and other rights in the Territory.-

*** 라이선싱 에이전트의 전반적인 서브라이선싱 관련한 성실한 영업활동 및 수익관리 및 지급관리 또한, 라이선서의 지적 재산권 보호 등 전반적인 에이전트 영역의 책임을 규명한 문항이다.

3.6. - In addition of this, the AGENT shall:

*** 라이선싱 에이전트의 자세한 의무를 아래와 같이 설명한다.

- a) Provide the OWNER a written report on its efforts to the commercialization of the property on behalf of the OWNER on a quarterly basis per annum
- b) Report promptly to the OWNER on all questions or problems relating to license agreements, including, but not limited to, any defects in Licensed Products (as defined in the applicable license agreement), infringement or violation of any of the OWNER's rights in or to any of the Licensed Products and/or in and to our copyrights, trademarks and other rights;
- c) Supervise each Licensee's performance with respect to the quality of the Licensed Products and promotion thereof;
- d) Send to the OWNER promptly, if the OWNERso request, from time to time, copies of all correspondence received by you from each Licensee relating to their license with the OWNER

- e) Immediately forward to the OWNER, at the AGENT sole cost and expense (including, without limitation, all duties, taxes and fees), for the OWNER's prior written approvals, all materials submitted to the AGENT from Licensees for approval pursuant to any License Agreement that the OWNER may enter into with such Licensee as set forth herein, such approval not to be unreasonably withheld or delayed;
- f) Notify the OWNER in writing on a regular basis of legal protections which might be secured for the OWNER's Trademarks in the Territory and its recommendations for securing such protections, and providing assistance in connection therewith;
- g) Monitor and inform the OWNER of all local laws, rules and ordinances that might impact the OWNER's Trademarks and/or the Licensed Products and take all reasonable actions, including, but not limited to, liaison with local authorities to keep the Licensed Products in compliance therewith;
- h) Within thirty (30) days following the AGENT's receipt of the OWNER's requests, provide the OWNER with written reports of its activities under this Agreement, listing, inter alia, all contacts made, which identify the company, the person contacted, the date of such contact and the disposition for each such contact;
- i) Once each year, review each of the Licensed Products and complete sets of promotional, advertising and/or packaging material to ensure that the quality control standards set forth in all license agreements are being maintained. The AGENT shall use its best efforts to ensure Licensees to remedy any situations where, in the AGENT's or the OWNER's judgment, the Licensed Products or any promotional, advertising and/or packaging material does not meet acceptable standards;
- j) Annually conduct a comprehensive review of the Licensed Categories and markets to determine the appropriate mix of Licensed Products and the targeted approach for market entry; and

k) Work with the OWNER and the OWNER's Licensees and other licensees to affect coordinated promotional efforts for the OWNERs Trademarks.

l) Wherever necessary, at the request of the OWNER, the AGENT shall conduct personal visits to the third party licensees' manufacturing facilities to insure that the quality control provisions of the license agreements with the licensees are being complied with. All reasonable expenses in connection therewith shall be borne by the Parties in equal proportion. The AGENT shall submit to the OWNER a written report after each of said reviews and visits.

3.7. - During the Term, the AGENT shall not, without the OWNER's prior written approval in each instance, institute any claim or lawsuit on the OWNER's behalf or make any written or oral representation or warranty or incur any obligation on the OWNER's behalf; or amend or modify any License Agreement; or advertise agent representation of the OWNER's Trademarks in any form or manner whatsoever, or use any of the OWNER's trademarks, trade names or other proprietary materials (and, if such representation-oriented approval is granted, all elements in all such advertisements shall also be subject to the OWNER's prior written approvals in each instance).-

*** 라이선싱 에이전트의 월권을 방지하기 위해 라이선서의 승인 없이 소송이나 분쟁을 하지 못하도록 하며, 특히나 라이선서의 지적 재산권에 관한 라이선싱 에이전트의 불필요한 대리권 행사를 못하게 하는 조항이다.

3.8. - Notwithstanding any other provisions of this Agreement, from time to time, as part of a license arrangement which includes the Territory and one (1) or more other territories, the OWNER may at its sole discretion grant to a third part(y)(ies) the right to sell and distribute products in the Licensed Categories bearing the OWNERs Trademarks in the Territory during the Term. The AGENT understands and agrees that the AGENT shall not interfere with and/or have any right to approve of any license granted by the OWNER to any such third parties

*** 라이선싱 에이전트의 권리지역이라도 라이선서의 독자적인 판단으로 제3자와의 계

약 및 유통을 할 수 있는 조항인데, 이런 경우는 글로벌 프로모션이라든지, 마스터 라이선스 제품의 유통 등 쌍방이 납득할만한 비즈니스를 전개할시 가능하며, 서로의 권리를 월권하지 않고 라이선싱 에이전트가 관리하는 서브라이선시의 영업 방해를 해서는 않되므로 주의 깊게 설명하고 이해를 구해야 한다.

3.9. - In the event that any Licensee is in breach of any License Agreement entered into hereunder, the OWNER shall have the sole and exclusive right to determine whether or not to bring any claim, action, proceeding or litigation against such Licensee.-

3.10. - The rights granted to the AGENT hereunder are only those expressly stated herein and all other rights are expressly reserved by the OWNER.-

3.11. The AGENT shall engage in other such activities as the parties may mutually agree and, in general, use its best efforts consistent with sound business practices to maximize revenue generated from the exploitation of the rights granted hereunder and to enhance the value and reputation of the Property.

3.12. - While the AGENT is empowered to propose all necessary art, design, editorial and other related approvals for the creation of the Licensed Products as well as to enforce the appropriately high standard of quality for all such Licensed Products created and produced pursuant to licensing and promotional agreements entered into pursuant to this Agreement, the OWNER retains the right to grant final approval on art, design and editorial matters. The AGENT agrees to submit to the OWNER, for final approval, drafts, prototypes and finished samples of all Licensed Products and any and all advertising, promotional and packaging material related to said Licensed Products. The OWNER will respond to the AGENT regarding approval within ten (10) business days after receipt of such samples. Failure to respond within said period shall be deemed disapproval.

*** 라이선싱 에이전트는 라이선스 제품의 질을 높일 수 있도록 노력해야 하며, 라이선서의 지침에 따라, 디자인 승인 및 샘플 제공 등 전반적인 제품 관련한 절차 및 책임을 열거한 조항이다.

3.13. The AGENT shall oversee the payment by the Licensees of all royalties and

other payments due under this Agreement. If necessary, the AGENT shall conduct period royalty investigations of the Licensee's books and records to insure that all payments have been made. The cost of such royalty investigations shall be borne by the AGENT however, any recoveries received as a result of such royalty investigation shall be initially applied against the cost of conducting such investigation and then divided equally between the OWNER and the AGENT.

3.14. - It is understood that the OWNER may have concepts and properties other than the Property and such concepts and properties do not form part of this Agreement.

3.15. The OWNER recognizes that the AGENT performs similar services for its other clients and that the OWNER's retention of the AGENT is subject to such understanding. Notwithstanding for the foregoing, the AGENT shall not be in conflict of interest of the OWNER. In case there are any conflicts of interests or is likelihood of such conflicts, the AGENT shall immediately notify the OWNER thereof to resolve such conflict in amicable ways. If such conflict cannot be resolved, this Agreement may be terminated at the OWNER's sole discretion. The termination made pursuant to this provision shall not affect any rights and obligations of the Parties so accrued prior to the termination.

3.16. The OWNER shall be solely responsible for all costs and expenses associated with the protection of the Property, including the costs for obtaining and maintaining patent, trademark and copyright protection.

*** 라이선서의 지적 재산권에 대한 권리 유지 및 보호에 따른 모든 비용은 라이선서가 모든 비용을 책임짐으로써 라이선싱 에이전트로에게 안전하게 상업 활동을 할 수 있게 보장해준다.

4. THIRD PARTY LICENSE AGREEMENT

4.1. - All proposed license agreements presented by the AGENT under this Agreement shall be subject to the express written approval of the OWNER, such approval may not to be unreasonably withheld. It is understood that the AGENT shall submit all such proposed agreements to the OWNER for its consideration,

approval and execution and the OWNER will, thereupon, advise the AGENT within the ten (10) business days after receipt of the proposed agreement as to whether it agrees or disagrees to the terms thereof and whether it will execute same. Failure to act within the ten (10) day period may be deemed to be an approval of any such agreement.

*** 서브 라이선스 계약시 방법과 승인가간을 정하는 조항이다.

4.2. - All such license agreements with third party licensees shall be between the OWNER and the third party licensee presented by the AGENT. The basic form of license agreement which is to be used by Agency in negotiating license agreements with third party licensees has been deemed to be approved by the OWNER as to form only - all prospective licenses, even if in this form, must be submitted for an express written approval by the OWNER. Any and all additions, deletions and changes to the agreement using the basic form shall be subject to the absolute, unfettered express written approval of the OWNER and notification of approval or disapproval shall be provided to the AGENT within ten (10) business days after receipt of same by the OWNER. The lack of response from the OWNER within such ten (10) day period may be deemed to be an approval of any proposed addition, deletion and/or change.

5. COMPENSATION

*** 쌍방간의 협의된 수수료 및 금전적인 규정과 변제에 관한 내용을 아래와 같이 조율하는 조항이다.

5.1. - In consideration for the services rendered by the AGENT, the OWNER agrees to and shall pay the AGENT a Commission, as provided for in Schedule A attached hereto, based on the Gross Revenues received by the AGENT, on behalf of the OWNER, from the Licensee(s) and/or third party ancillary property licensees for the Property.

5.2. - In addition to the Commission, recited in Paragraph 5.1., the OWNER agrees to reimburse the AGENT for all reasonable expenses incurred on behalf of the OWNER. Any expenses larger than US() shall be approved by the OWNER if

the AGENT wishes them to be acknowledged by as 'reasonable expense' for the present purpose.

5.3. The AGENT shall not pay to the OWNER any payment on uncollected Turnover.-

5.4. The AGENT shall be responsible for all expenses incurred by it in connection with forwarding payments to the OWNER.

5.5. - "Gross Revenues" shall include all income generated as a result of any commercialization, sale or licensing of the Property from such third party Licensee(s). For avoidance of doubt, in this Gross Revenues, they shall not include any other commercialization or licensing arrangement that is not directly resulting from the efforts of the AGENT.

6. WARRANTIES AND INDEMNIFICATION

*** 쌍방간의 보장과 배상의 정하여, 라이선서는 에이전트가 허가지역에서 정상적인 영업활동을 할 수 있도록, 적극적인 보장책을 마련하고, 에이전트 또한 허가지역에서 벌어지는 라이선서의 권리를 침해 또는 범죄 행위를 최선을 다해 막는 보장을 해야 한다. 보통 많이 발생하는 경우는 허가 지역 내의 침해 행위에 있어 소송이나 분쟁으로 갈 경우 소송비용이 발생하여, 이 비용을 누가 부담할지를 정할 필요가 있다.

6.1. The OWNER represents and warrants that it is the owner of all rights in and to the Property and that it has the right and power to license and/or sell such Property and, further, that it has not granted anyone else the right or authority to act for it in a manner which would conflict with the AGENT.

6.2. The OWNER hereby agrees to defend, indemnify and hold the AGENT, its shareholders, directors, officers, employees, agents, parent companies, subsidiaries, and affiliates as well as its SUB-AGENTS, harmless from and against any and all claims, liabilities, judgments, penalties, and taxes, civil and criminal, and all costs, expenses (including, without limitation, reasonable attorneys' fees) incurred in connection therewith, which any of them may incur or to which any of them may

be subjected, arising out of or relating to a breach of the OWNER's representation and warranty or of any actions or inactions of the OWNER.

6.2. The AGENT shall keep OWNER indemnified from and against all liabilities, actions, claims, proceedings, damages and loss suffered or incurred by the OWNER or awarded against the OWNER and any compensation agreed and paid by the OWNER in consequence of any breach and/or alleged breach of the terms and conditions of this Agreement by the AGENT

6.3. The AGENT hereby agrees to defend, indemnify and hold the OWNER and any of its related entities harmless from and against any and all claims, liabilities, judgments, penalties, and taxes, civil and criminal, and all costs, expenses (including, without limitation, reasonable attorney's fees) which may arise out of any action or inaction by the AGENT other than as it may relate to the OWNER's warranty, as above stated.

7. STATEMENT AND PAYMENTS

7.1. - All payments from Licensees based on agreements for the Property shall be paid directly to the AGENT. Within thirty (30) days after receipt by the AGENT of all such payments (whether it be under the payment of 'Minimum Guarantee' or 'Royalty'), the AGENT shall deduct its Commission and transmit the balance to the OWNER.

*** 로열티는 보통 에이전트가 모든 서브라이센시에게 수거하여, 합의된 수수료를 제외한 금액을 라이선서에게 약정한 정기일에 송금하는 방식을 취한다.

7.2. - Payments from the AGENT to the OWNER shall be made in US, at the exchange rate ruling on the day on which payment is made.

7.3. - Net Income is defined as including all royalties, guarantees, advances and other payments related to sales by Licensees during the Term actually received by the AGENT from a Licensee after deduction of the AGENT's percentage to the Gross Receipts. The AGENT's commission is the only cost approved to be discounted from the Gross Income.

7.4. The AGENT agrees to keep accurate books of accounts and records at his principal place of business covering all transactions relating to the agreements with the Licensees. The OWNER, through an independent certified public accountant acceptable to the AGENT, shall have the right, at all reasonable hours of the day and upon at least 5 days notice, to examine the AGENT's books and records as they relate to the subject matter of this Agreement only. Such examination shall occur at the place where the AGENT maintains such records

7.5. - All books and records pertaining to the obligations of the AGENT hereunder shall be maintained and kept accessible and available to the OWNER for inspection for at least two (2) years after the date to which they pertain.

*** 회계장부의 열람은 부정행위나 증거를 확보한 경우 등, 에이전트의 부당이익을 찾아내고, 정당한 로열티를 징수 하는 것으로, 보통 회계사를 동행해야 하는 관계로 그 비용과 효율성을 따져 봐야한다.

8. NOTICES

8.1. - Any notice required to be given under this Agreement shall be in writing and delivered personally to the other designated party at the above stated address or mailed by certified, registered or Express mail, return receipt requested or by Federal Express.

8.2. - Either party may change the address to which notice or payment is to be sent by written notice to the other under any provision of this paragraph.

9. COVENANTS

*** 로열티 지급에 대한 약속을 규정한 것으로, 통상 최저보증료(MGR)를 선납 받는 방식과 아래의 9.1항과 같이 계약기간 동안 각 해마다 목표금액을 정하여, 목표치를 달성하지 못하더라도 약정된 로열티 금액을 지급하도록 하는 방식이 있다. 각 방식의 장,단점이 있으니 각자의 실정에 맞는 방식을 취하는 것이 좋다.

9.1. AGENT shall be subjected to a business performance level acceptable to the OWNER throughout the term of this Agreement. This shall be on the quantity of gross revenues (after deduction of AGENTS fees and expenses) gained within the first and second year of this Agreement. The amount gained for the first year shall, at minimum, be US() and for the second year shall be US(), respectively. Should the AGENT fail to meet this performance level the OWNER shall be at liberty to terminate the agreement.

10. TERMINATION

10.1. - This Agreement may be terminated by either party upon thirty (30) days written notice to the other party in the event of a breach of a material provision of this Agreement by the other party, provided that, during the thirty (30) day period, the breaching party fails to cure such breach.

10.2. - Early Termination:

*** 계약종료의 조건들은 에이전트 강제할 수 있는 조항으로 이루어져 있다. 앞서 언급된 모든 계약의 조건들이 아래의 범주에 있다고 보며 따라서, 아래의 조항들은 에이전트를 계약종료 시키기 위한 조항이기 보다는, 합리적으로 통제하고 강제하여 관리할 수 있는 조항으로 이루어져 있다.

In the event that

- a. The AGENT shall not have remedied, to the OWNER's satisfaction, any breach by the AGENT of its obligations hereunder or any failure by the AGENT to perform its obligations hereunder within five (5) business days after the AGENT's receipt of a notice of breach,
- b. The AGENT shall be adjudged a bankrupt or shall file a petition or consent to any relief under any insolvency statute, or shall make an assignment for the benefit of creditors, or the AGENT petitions for appointment of receiver, liquidator, trustee or custodian for all or a substantial part of the AGENT's assets (the foregoing shall be referred to as a "Default"); (a) this Agreement shall automatically terminate; and (b)

thereafter the AGENT shall have no further right to serve as the AGENT of the OWNER in the Territory. Termination under the provisions of this Paragraph shall not affect any other remedies or rights, which the OWNER may have against the AGENT under the circumstances at hand.

10.3. – It is expressly agreed that all the clauses in this Agreement are essential conditions for its execution, and that in the case of non-fulfilment and/or infringement of any of its dispositions by the AGENT, the OWNER may, at its sole option, automatically and with full right terminate this Agreement, without need for extra-judicial and/or judicial demand, and the OWNER shall thereby recover the full right to the free use and disposal of the business in the Territory, without prejudice to demand any damages and consequential loss occasioned by such non-fulfilment.

10.5. – When this Agreement is terminated through expiry thereof, all the rights and obligations hereof shall become void.–

11. INTELLECTUALL AND INDUSTRIAL PROPERTY RIGHTS

11.1 .– The Intellectual and Industrial Property rights of the new projects of the OWNER will be entirely belong to the OWNER.–

11.2 – The AGENT shall not engage in unauthorized trade of, use, or permit to be used by any person under its control, any of the patents, trademarks, or trade or brand names, registered designs or any other intellectual or industrial property rights owned or controlled by the OWNER without the prior consent of the OWNER.

11.3 .– Upon termination of this Agreement for any reason, the AGENT shall immediately cease to describe itself as an agent of the OWENER and cease to use all such trademarks or trade or brand names, registered designs or any other intellectual or industrial property rights owned or controlled by the OWNER in any manner whatsoever (including without limitation on stationary or vehicles) for which consent was granted and shall return to the OWNER or otherwise dispose of at the OWNER's direction free of any charge all printed matter displaying such

trademarks or trade or brand names in the AGENT's possession.

12. EXCLUSION OF LIABILITY

The OWNER shall not be responsible or liable for any loss or damages of any nature whether direct or indirect including any loss of profits or any consequential damages suffered or incurred by the AGENT for whatever reason as result of importation of non-counterfeit products ("Parallel Imports"), which are imported by unauthorized person or persons (individually a "Parallel Trader", collectively the "Parallel Traders") from another Territory into Territory of the AGENT without the permission of the OWNER. It is the AGENT's sole and absolute responsibility to protect itself against such Parallel Traders

*** 라이선서의 불허에도 불구하고 발생하는 자연적, 부정적 제3자의 병행수입 등의 문제에 있어 법적 책임을 지지 않는다는 내용이다. 라이선싱이 확대되면 자주 발생하는 문제이며, 라이선서가 이 부분에서 도덕적 책임과 방지하려는 최대한의 노력은 할 수 있어도 법적 및 배상의 책임을 질수는 없다.

13. JURISDICTION AND DISPUTES

*** 법률적 분쟁이 발생할 경우, 분쟁을 조정하고 해결하는 법원과 중재소를 지역적으로 지정하는 것으로 보통 라이선서의 관할지역을 주장하며, 부득이 그렇지 못할 경우 제3국으로 지정을 한다. 그러나 자국이던 제3국이던 분쟁으로 인한 비용이 많이 들고, 법적 효력을 강제하기에는 매우 힘든 부분이 있어, 분쟁 보다는 화해와 합의를 끌어내는 것이 효율적이다.

13.1. - This Agreement shall be governed in accordance with the laws of the Republic of KOREA.

13.2. All disputes, controversies or differences which may arise between the parties out of or in relation to or in connection with the Agreement or the breach thereof, shall be finally settled by arbitration in Seoul, Korea in accordance with the Commercial Arbitration Rules of the Korean Commercial Arbitration Board. The award rendered by arbitrator[s] shall be final and binding upon parties concerned.

14. SUCCESSORS

The provisions of the Agreement shall be binding upon and shall inure to the benefit of the parties hereto, their heirs, assigns and successors.

15. WAIVER

No waiver by either party of any default shall be deemed as a waiver of prior or subsequent default of the same or other provisions of this Agreement.

16. SEVERABILITY

If any term, clause or provision hereof is held invalid or unenforceable by a court of competent jurisdiction, such invalidity shall not affect the validity or operation of any other term, clause or provision and such invalid term, clause or provision shall be deemed to be severed from the Agreement.

17. INDEPENDENT CONTRACTOR

The AGENT shall be deemed an independent contractor and nothing contained herein shall constitute this arrangement to be employment, a joint venture or a partnership. The AGENT shall be solely responsible for and shall hold the OWNER harmless for any and all claims for taxes, fees or costs, including but not limited to withholding, income tax, worker's compensation.

18. ASSIGNABILITY

This agreement and the rights and obligations thereof are personal to the AGENT and shall not be assigned by any act of the AGENT or by operation of law unless in connection with a transfer of substantially all of the assets of the AGENT or with the consent of the OWNER.

19. ENTIRE AGREEMENT

This Agreement constitutes the entire understanding of the parties, and revokes

and supersedes all prior agreements between the parties and is intended as a final expression of their Agreement. It shall not be modified or amended except in writing signed by the parties hereto and specifically referring to this Agreement. This Agreement shall take precedence over any other documents which may conflict with this Agreement.

IN WITNESS WHEREOF, the parties hereto, intending to be legally bound hereby, have each caused to be affixed hereto its or his/her hand and seal the day indicated.

(OwnerName)	(AgentName)
By:	By:
Title:	Title:
Date:	Date:

*** 이 부분은 복잡한 본문의 계약서내의 법률적 책임과 의무의 용어를 제외한 실질적인 계약내용을 요약 기술함으로써, 간단하면서도 핵심적인 내용을 담고 있어 통상적으로 계약서 말미에 사용을 한다.

SCHEDULE A

1. Property

The Property is defined as follows: (Property)

2. Term

From [] to [], for a period of () years.

"Extended Terms" refers to the Option to extend the Term of this Agreement by one additional year from date of the then in-effect expiration Term.

3. Revenue Arrangement

*** 라이선싱 에이전트의 수수료율을 규정하며, 유의할 점은 에이전트의 수수료 중 마케팅 관련한 홍보비, 프로모션 비용 등이 포함되는지를 명확하게 규정해야 한다. 때로는 이 부분을 규정하지 않으면, 에이전트의 수수료 이외에 마케팅 비용등 앞서 열거한 비용을 제하고 라이선서에게 수익을 분배함으로써, 라이선서에게 상대적으로 적은 수익이 할당이 되므로, 계약 시 라이선서는 이 부분을 인정할 것인지를 정확하게 협의하여 문서화 해야한다.

A. The AGENT entitles ()% of the Gross Receipts (All Costs used for Marketing, Promotions are to be included in this ()% and not deducted separately from the Gross Receipts) as an underlying principle. Any tax related issues shall be determined by the Parties to give full effect on this arrangement and to optimize the tax saving.

B. Where such contracts are Publishing contracts, then the AGENT entitles ()% of the Gross Receipts with the same underlying principle as in Clause A.

C. Notwithstanding of the foregoing, the AGENT's commission shall be confined to actual amount received from Licensees/manufacturers. When actual payment is made to the AGENT, the computed entitled commission shall be determined in

cash-in basis.

D. Therefore, the commission of the AGENT shall be in formula:

AGENT's Commission merchandising & promotional contracts = ()% of Gross Receipts = 0.() x {Gross Revenues (all outgoings which OWNER has agreed prior to any deduction is made)}.

AGENT's Commission publishing contracts = ()% of Gross Receipts = 0.() x {Gross Revenues (all outgoings which OWNER has agreed prior to any deduction is made)}.

SCHEDULE B

1. "The Territory" refers to that of Scandinavia constituting the areas exclusively of:

*** 허가 지역 또는 국가를 지정한다.

EXHIBIT A.

LICENSED CATEGORIES

*** 라이선싱 에이전트의 상품과 권리를 명확하게 규정한다 (예시)

- Apparel & clothing
- Bedding & Linen
- Brand & Character Costumes
- Car Accessories
- Clocks, Watches & Jewellery
- Electronics
- Fashion Accessories
- Food & Drink
- Footwear
- Gifts & Novelties
- Health & Beauty
- Home Furnishing/ Decoration
- Infant & nursery
- Music & Video
- Publishing (Refer to Clause 9.2)
- Sporting Goods
- Stationery/ Paper Goods

- Tableware

Addendum I

*** 부록을 만들어 각각의 정의를 재확인 한다.

This Addendum (the "**Addendum**"), dated as of _____ 2010 (the "**Addendum's Effective Date**"), is made and entered into by and between the parties of the Agreement.

1. Definitions; Interpretation

1.1 Definitions

All definition used in this addendum shall have the same meaning as in the main agreement entered into by the parties for Licensing of Property (the "Agreement") dated the [_____].

1.1.1 "Property" shall mean the materials to be provided by the Licensor to the Licensee as described in SCHEDULE A attached hereto and incorporated herein by this reference and any associated sub-brands including any branding, Licensor Marks or other trademarks, trade names, service marks, logos, graphics audio, music and other identifying material of Licensor, which are approved in advance by Licensor for use by Licensee.

2. Approval

Any Licensing deal for Publishing is subject to a written approval by the Licensor, which may not be withheld unreasonably.

3. Financial

The commercials for Licensing shall mirror the commercials of the Agreement.

4. Termination

This Addendum terminates at the end of the Term of the Agreement

IN WITNESS WHEREOF, the Parties hereto have executed this Addendum as of the Addendum’s Effective Date.

Licensor	Licensing Agent
By : 	By :
Name : 	Name :
Title : 	Title :

APPENDIX 1

THE PROPERTY

The title, graphics, characters, character names, character images and other property elements (including any animation content either already created or which may be created during the Term) contained in or derived from the property entitled “캐릭터 또는 저작물”, and the trade marks set out below.

Registered Trade Marks

SEE ATTACHED

*** 계약과 동시에 상표등록 또는 출원이 허가지역에 라이선서의 소유로 있음을 증명하여 에이전트로 하여금 영업에 보장을 주는 장치이며, 등록된 내용을 표시함.

APPENDIX 2
DEAL APPROVAL FORM

DD MM YY

PROPERTY :		
TERRITORY :		
LICENSEE COMPANY NAME :		
ADDRESS :		
TEL:	FAX:	E-MAIL:
CONTACT PERSON :		
PRODUCT :		
DISTRIBUTION CHANNELS :		
TERM: FROM DD/MM/YY TO DD/MM/YY	Minimum Royalty Guarantee: USD :	
Running Royalty : ()% ☐ Wholesale Price ☐ Retail Price		
Remark :		

Licensor (Licensing Agent):

Licensee :

President :

President :

Sign :

Sign :

EXHIBIT B

Standard Licence Long Form Agreement

*** 라이선싱 에이전트에게 제공되는 표준화된 라이선스 계약서로 라이선서가 제공하는 경우도 있으며, 에이전트 자체의 계약서를 라이선서의 사전 승인조건으로 사용하는 경우도 있다. 아래의 내용은 계약서의 다양성을 보기위해 라이선서가 제공하는 계약서 양식을 예시한다.

BINDING MERCHANDISING DEAL MEMO

This Binding Merchandising Agreement (the “**Agreement**”) sets forth the terms and conditions applicable to the licence granted hereunder which Licensor and Licensee, in exchange for sufficient consideration received, hereby agree to be bound by.

Deal Maker	[Name] [Title] Ph: [_____] Fax: [_____] e-mail :
Licensed Property	The title, graphics, registered and unregistered trademarks contained in or derived from the property “ 캐릭터 ”.
Licensor	(라이선싱 에이전트 회사명 및 주소) The Licensor is entering into this agreement in its capacity as agent for (라이선서 회사명 및 주소), South Korea.
Licensee	[Full company name of Licensee]

Licensee Details	[Address]
Commercial contact	[Contact] [Phone] [Fax] [Email]
Legal contact	[Contact] [Phone] [Fax] [Email]
Creative Contact	[Contact] [Phone] [Fax] [Email]
Accounting Contact	[Contact] [Phone] [Fax] [Email]
Licensed Products	The following Products produced, packaged sold or marketed by the Licensee pursuant to this Agreement derived from or incorporating any part of the Licensed Property. The Products: [Describe as specifically as possible]
Type of Grant	[Non-Exclusive and non-transferable right to use the Licensed Property to produce,

	distribute, promote and sell the Licensed Products via the Distribution Channels in the Territory during the Term.] OR [Exclusive right to use the Licensed Property to produce, distribute, promote and sell the Licensed Products via the Distribution Channels in the Territory during the Term.]
Term	The term shall commence on [] and end on [] (the “Term”) subject to earlier termination as set forth herein. [If within [6] months of the execution of this Agreement, Licensee has failed to submit to Licensor a prototype of a particular Licensed Product or Licensee is not making regular sales of a particular Licensed Product in a country within the Territory, Licensor shall have the right at any time to delete such Licensed Product from the definition of “Licensed Products” or such country from the definition of “Territory”, as applicable by giving written notice of such deletion to Licensee, and all rights to such Licensed Product or with respect to such country shall revert to Licensor.] *optional in event of multi-brands and/or multi-territory
Sell Off Period	[3] months, non-exclusive on expiration of full Term only provided that (a) such right not to apply if this Agreement is terminated

	prior to such expiration, and (b) during each of the last 2 calendar quarters of the Term the Licensee shall not manufacture the Licensed Products in excess of the average aggregate number of full-price sales of the Licensed Products in the preceding 2 calendar quarters.
Renewal Option (if applicable)	[Stipulate conditions/performance targets]
Territory	(insert county/countries)
Authorised/ Distribution Channels	[Mass market stores, mid-tier stores, department stores, specialty stores, specialty retailers (including internet sites owned and operated by the same)] [Excluded Channels]
Minimum Guarantee	Total Minimum Guarantee of [x] (including a non-refundable and non-returnable Advance) payable in installments in accordance with the following payment schedule: Payment 1:[x] Advance Payable on signature of this Agreement Payment 2:[x] Payable on or before [____ __, 200_] Payment 3:[x] Payable on or before [____ __, 200_] The Advance shall be applied against, and treated as a credit against, Royalties. If by each of the above-mentioned Minimum Guarantee payment dates, the

	total sum of Royalties paid to the Licensor by the Licensee is less than the total aggregate Minimum Guarantee payment due, the Licensee shall immediately pay to Licensor the difference between the total sum of Royalties paid and the total aggregate Minimum Guarantee payment due.
Royalties; Royalty Rate; Current	Royalties due on all Net Sales at a rate of []% of Net Sales; Royalties payable in [insert currency]. “Net Sales” means total gross amounts earned by the Licensee from sales of Licensed Products, less (a) actual returns and defective allowances granted to customers in lieu of returns that do not exceed ()% of aggregate gross sales, and (b) documented discounts and allowances that do not exceed ()% of aggregate gross sales. Royalty payable on sales or transfers of Licensed Products to Licensee’s affiliates or subsidiaries shall be calculated based on the highest price regularly charged to non-related entities if actual cost charged is less. Except as specifically provided herein, no costs, taxes, fees or assessments of any nature incurred in the manufacture, sales, advertising, distribution or promotion of the Licensed Products shall be deducted from gross sales before calculating Net Sales.

**Royalty
Reporting/Accounting**

- Quarter Dates: 31 March; 30 June; 30 September; 31 December of each year of the Term.
- Royalties to be accounted for and paid within 30 days of each of the above Quarter Dates, accompanied by the attached Royalty Report. Each Royalty Report shall be accompanied by payment of the Royalties and any other monies due without reserve, payment to be made in such manner as shall be notified to the Licensee by the Licensor in writing. All the Licensee's own bank charges relating to payments in favour of the Licensor shall be borne by the Licensee.
- Each Royalty Report shall as a minimum show by country and for each retailer the number of Licensed Products manufactured, shipped, returned and sold and the amount and computation of Net Sales.
- The payments specified above are net of all deductions, withholdings or taxes of any kind which might be imposed in the Territory. Should any payment from Licensee to the Licensor be subject to any such deductions, withholdings or taxes in accordance with local laws, the payments specified above shall be paid

net of any such deductions provided that Licensee shall be obliged to provide Licensor with a certificate of the tax deducted. Where a tax treaty or similar provisions apply to reduce the tax deducted, Licensee shall provide Licensor with any necessary tax forms from the Licensee's territory in order to apply for the reduced rate of withholding tax.

- If exchange control or other restrictions prevent or threaten to prevent the remittance to the Licensor of any money payable under this Agreement the Licensee shall immediately advise the Licensor in writing and follow the Licensor's instructions in respect of the money to be remitted, including if required depositing the same with any bank or other person designated by the Licensor in an account in the name of the Licensor at such location as may be designated by the Licensor.
- The Licensee shall keep full and proper books of account relating to the revenues derived under this Agreement and shall retain all supporting records, receipts and vouchers relating thereto for a period of at least 3 years from the end of the calendar year to which they relate, and shall preserve such books of account throughout the Term and for at

	least 6 years after the Term
Audit	Licensor shall have the right to audit Licensee's books and accounts relating to payments due under this Agreement. If such examination shall reveal an underpayment to Licensor in excess of ()% of the amount properly payable or () (whichever is the lesser figure) Licensee shall reimburse the Licensor for the costs of such examination and pay to the Licensor immediately the full amount of any underpayment due together with interest thereon at a rate of LIBOR plus ()%
Minimum Marketing Commitme	[]% of Net Sales per annum to be spent by the Licensee on marketing and promoting the Licensed Products, including trade advertising, trade shows, showroom expenses, print ads, brochures & circulars and other promotional and advertising activitie
Product Launch Date	[____ __, 200_] to the trade [____ __, 200_] (soft ship) on-shelf
Minimum Insurance Cov	The Licensee shall obtain/retain standard product liability insurance, errors and omissions and other appropriate insurance, [include if online retail licence granted: including Internet All Risks coverage] the form of which must be acceptable to the Licensor, naming the Licensor as an

	additional named insured. Such policy shall provide protection against any and all claims, demands and causes of action arising out of any defects or failures to perform, alleged or otherwise, of the Licensed Products, or any use or advertising of the Licensed Products. The minimum amount of cover shall not be less than () US per claim. A certificate of insurance reflecting the above cover must be provided to Licensor, upon request, within 30 days
Approvals	At each relevant stage the Licensee shall obtain the Licensor's prior written approval of prototype, pre-production and final versions of each Licensed Product and all materials to be used in the marketing of the Licensed Product (including packaging and publicity & marketing materials) prior to the launch of the Licensed Product. The Licensor to approve or reject any of the above in its sole discretion within 10 working days, however if approval is not forthcoming within such period, product(s)/materials shall be deemed disapproved. The Licensee shall supply to the Licensor [12] production samples of each Licensed Product. *Final approvals shall be subject to a fully executed long form agreement

Required Legal Notice	To be placed on product/packaging: [To be added by lawye
Clearance	Any residuals, royalties, use fees or other similar payments payable to third parties or collecting societies, whether by collective bargaining agreements or individual contracts, by reason of the manufacture or sale of Licensed Products shall be for the Licensee's account and the Licensor shall have no responsibility therefore (e.g. talent, , music, clips, excerpts etc) For the avoidance of doubt, the Licensee agrees: ● not use to use the names or likenesses of any artistes that have appeared in the Programme in connection with the Licensed Products unless it has secured agreement to do so direct with such artistes, and ● in the event any music is included in the Licensed Products, to obtain licences for and pay for all necessary music synchronisation and performing rights from the persons, firms or associations, societies or corporations as may own or control the performing rights to such music
Licensor Materials	The Licensor shall provide high-resolution

	style guide and approved artwork
Data	The Licensee shall comply with the provisions of all applicable data protection legislation and any privacy policy when collecting and storing information from users of the Licensed Products and shall not re-sell, license, transfer or otherwise provide to any third party any personal data collected from such users for any purpose whatsoever. All such data to be stored in the (Nation).To the extent that the transfer of such information does not infringe any data protection laws, the Licensee shall upon request provide to the Licensors all information held by Licensee with respect to the identities and other characteristics of the users of the Licensed Products, which information shall become the property of Licensors
Special Conditions (if applicable)	
General	All other rights other than those expressly granted in this Agreement are reserved by the Licensors.
Warranties/Covenants/Indemnities	Each party represents and warrants to the other that it has the full power and authority to enter into this Agreement and to fulfil its obligations hereunder. Licensee represents and warrants to Licensors that it

	has taken all steps necessary to ensure that it can, and it agrees to, carry out its obligations conscientiously, with all due care and skill in accordance with all applicable laws, regulations and best industry practice, using suitably skilled personnel. The Licensee shall defend, indemnify and hold harmless the Licensor, its parent, affiliates, subsidiaries and subsidiaries of its parent and each of their respective directors, employees and agents, against all third party claims, actions or demands, of whatever kind, and all costs, including legal fees, damages, losses and expenses resulting therefrom which arise out of or are caused by or result from acts or omissions of the Licensee or of its employees, agents or sub-licensees or any breach or violation of any warranty, representation, term or condition of this Agreement by the same.
Termination & Consequences of Termination	This Agreement will automatically terminate on expiration of the Term. Either party may (without prejudice to its other rights and remedies) terminate this Agreement with immediate effect by giving the other party written notification of termination if: ● the other party is in breach of any material term of this Agreement that is incapable of remedy (such as

infringement by Licensee of any third party's rights or use of the Licensed Property outside the scope of this Agreement) or if capable of remedy is not remedied within 14 (fourteen) days of notice thereof;

- either party seeks protection from its creditors under applicable bankruptcy or insolvency law, or is unable to, or threatens not to, pay its debts as they fall due.

The Licensor may, without prejudice to its other rights and remedies, terminate this Agreement with immediate effect by giving the Licensee written notification of termination if there is a change in the ownership or control of the Licensee or, as the case may be, the ultimate parent company of the Licensee that involves a competitor of Licensor or that, in the Licensor's reasonable opinion, may have an adverse affect on (i) the commercial position of the Licensee or any affiliate of the Licensee, or (ii) the reputation of the Programme, the Licensor or any affiliate of the Licensor.

- Upon expiration or termination of this Agreement however arising, and subject to the Sell Off Period, if applicable, the Licensee shall:

	● immediately cease to use the Licensed Property and refrain from holding itself out as a licensee or in any way connected with the Licensor; ● within 20 days of expiration or termination return, unless otherwise instructed by Licensor to destroy, all materials bearing or related to the Licensed Property and all confidential information of Licensor held by, or under the control of, Licensee and give written notice to Licensor of compliance with such instructions ● within 30 days provide a final Royalty Report and pay any sums due to the Licensor; ● immediately pay, without set off, the remaining unpaid balance of the Total Minimum Guarantee set forth herein; and ● All accrued rights and liabilities of either party, indemnities granted hereby and all other provisions of this Agreement that in order to give effect to their meaning need to survive its termination shall remain in full force and effect after termination or expiration.
Confidentiality	Both parties acknowledge that each party

	will learn commercially sensitive and proprietary information about the other. The parties agree to keep this information strictly confidential and agree not to disclose this information to anyone other than their respective boards of directors, employees and professional advisors, or as required by law.
Entire Agreement; Amendment:	This Agreement constitutes the entire understanding of the parties and may be amended only by instrument in writing signed by both parties.
Assignment	Licensor shall be entitled freely to assign or sub-license any of its rights and obligations under this Agreement to any third party. This Agreement is personal to Licensee and Licensee shall not be entitled to assign, delegate, encumber or sub-license any of its rights and obligations under this Agreement to any third party unless it has first obtained the written consent of Licensor.
Governing Law & Jurisdiction	This Agreement shall be governed by and construed in accordance with the laws of (Nation), and any dispute hereunder shall be subject to the non-exclusive jurisdiction of the (Nation) courts.

This Agreement constitutes an offer and its counter signature by Licensee will create a binding contract until such time as the parties enter a fully executed merchandising licence agreement incorporating the above and other standard terms,

conditions, representations and covenants. Licensee represents and warrants that it has a good faith intention to negotiate such agreement based upon the terms outlined herein, and acknowledges that Licensor has relied on such representation and warranty in its decision to execute this Agreement. In lieu of its signature hereto, performance by Licensee of any of its obligations hereunder or use of the rights granted herein shall be deemed its acceptance by Licensee of all of the terms and conditions set forth herein.

Please signify your agreement with the above terms by signing where indicated below.

READ AND AGREED TO BY AN AUTHORIZED REPRESENTATIVE:

..... Signed for and on behalf of the Licensor	 Signed for and on behalf of the Licensee
Title:	Title:
Date:	Date:

Royalty Report Template (Licensee)

Royalty Statement for OOOOOOO Product

Quarter Ending dd/mm/yy

Date	Territory	Product	Retailer	QTY	Sales V	Royalty%	Royalty	Remark
						x %		
						x %		
						x %		
						x %		
						x %		
						x %		
						x %		
						x %		
						x %		
Payment due to (Licensing Agent Company)								
1. Advance Paid(MG)							USD	(1)
2. Royalty earn to quarter ending dd/mm/yy							USD	(2)
3. Amount due on dd/mm/yy i.e(2) less (1)						Total : USD		

3. 국내 라이선스 계약서

국내 라이선스 계약서는 Licensor의 직접적인 계약을 의미하며, 통상 국내의 유통 및 생산자의 실정을 감안하고, 현실적인 계약조항을 통해 계약의 실효를 할 수 있게 한다. 또한 해외계약 보다는 각 조항이 구체적이고, 직접적인 문구를 많이 쓰는 경우가 많다. 아래의 캐릭터 라이선스 계약서 예시를 통해 전반적인 계약의 조항을 알아본다.

계약번호 : 000000-10-000

캐릭터 상품화권 계약서

2010년 00 월 00 일
000000 / 000000

본 계약은 Licensor (이하 “갑”이라 함)와 Licensee (“을”이라 함)는 “갑”이 전속적으로 보유하고 있는 (캐릭터 이름) 의 캐릭터 상품에 관한 계약을 다음과 같이 체결한다.

제1조(정의)

본 계약서는 다음의 정의에 따른다.

1. 캐릭터 : “000000000”의 주인공 캐릭터 “00000”와 그 보조 캐릭터를 말한다.
2. 지정상품 : “갑” 이 캐릭터 상품화권을 허락하는 목적을 위해 설정한 상품분류에 따라 “갑” 과 “을” 이 합의한 종류의 상품을 말하고, 구체적인 것은 본 계약의 부속문서(별지)에 기재한다. 단, 계약체결 이후 지정상품을 추가할 필요가 있을 때에는 “갑”의 승인을 득한 후 추가 계약에 의거 제조를 개시할 수 있다.
3. 당사자 : 이 계약에서 당사자라고 함은 “갑” 과 “을” 을 의미한다.
4. 라이선서 : 본 계약에 있어서 “갑” 을 라이선서로서 인정한다.
5. 라이선시 : 본 계약에 있어서 “을” 을 허가지역내의 라이선시로서 인정한다.
6. 상품화권 : 지정상품을 제조 및 판매할 수 있는 권리를 의미한다.

*** 전반적인 계약서에서 주로 쓰는 용어의 정의와 그에 따른 설명을 하는 조항이다. 1조2항은 지정상품에 대한 부분은 Licensor의 입장에서는 되도록 지정상품을 구체화하여, 필요없는 권리를 주는 것을 방지하며, 반대로 라이선시는 같은 비용에 좀더 폭넓은 지정상품을 계약함으로써 사업기회를 늘리고 싶어 하는 속성이 있으니 세심한 검토가 필요하다.

제2조(상품화권의 부여)

1. “갑”은 “을”에게 본 계약의 계약기간 중 부속문서(별지)에서 한정된 지정상품에 대한 상품화권을 부여한다.
2. 본 계약에 의하여 “갑” 이 을에게 허가한 상품화권은 “을” 에게 있으나, “을” 은 사전에 “갑” 의 서면동의를 받지 아니하고 상품화권을 제 3자에게 양도하거나 담보로 제공하여서는 아니 된다.

*** 라이선시가 간혹 상품화권리를 악용하여, 지정상품을 계약하고 ,제3자에게 Sub-Licensee를 주어 부당이익을 취하고, 제3자에게 생산. 유통하게 하여 흡사 에이전트의 권한 행사를 하는 경우가 종종 있으므로, 계약시 이 조항에 대한 충분한 설명을 해주어야 한다.

3. PROMOTIOMN 과 TV 홈쇼핑은 사전 협의 후 갑과 별도의 계약을 하여 진행 하여야 한다.

*** 프로모션이나 홈쇼핑은 매체를 통한 상품유통이므로, 잘못하면 캐릭터의 이미지를 훼손하거나, Licensor가 추구하는 사업방향과 다를 수 있기 때문에 진행 전 정확한 조건과 방식 등을 사전에 조율 할 수 있도록 하는 조항이다

4. “을” 은 “갑” 의 서면에 의한 동의를 얻지 않고서 캐릭터 또는 본 계약에 근거해서 제조하는 지정상품에 대해서 상표 또는 의장등록을 출원 하거나 또는 캐릭터를 상표, 서비스 마크 및 기타 표식이나 표시로서 사용해서는 안된다.

*** 라이선시가 불법적으로 Licensor 소유의 캐릭터 디자인을 포함한 지적 재산을 출.등록 하는 경우가 종종 있으며, 라이선시이 간혹 자사의 상품에 캐릭터를 사용함으로써 마치 그 상표가 라이선시의 상표로 오해 할 수 있으므로, 이런 오해의 소지를 방지하고자 하는 조항이다.

5. “을” 은 캐릭터 또는 본 계약에 근거해서 제조하는 지정상품에 대해서 상표 또는 의장 등록을 받고 싶을 때에는 “갑” 과 협의할 수가 있다. “갑” 은 적절한 판단이 설 때에는 “갑” 의 명의로 “을” 의 비용 부담으로서 상표 또는 의장등록을 출원하고, 이 계약의 존속기간 중에 “을” 에게 그 상표 또는 의장등록을 허가 할 수 있다.

*** 제품의 특성상 제3자의 모방이나 특허권의 침해가 예상 되는 경우 라이선시의 요청으로 보통 출, 등록을 추진하며, 비용은 라이선시가 부담하고, 계약이 종료되면, Licensor가 그 권리를 돌려받거나, 라이선시의 제품과 캐릭터의 디자인이 혼합된 특화된 상품의 경우, 계약 종료 후 라이선시의 재생산을 막기 위해 합의하에 그 출, 등록 권리를 취소하는 경우도 있다.

6. 본 계약에 기초로 해서 “을” 에 의해 기안된 디자인, 사출물을 제작하기 위한 부속품(금형), 그 밖의 권리는 전부 “갑” 에 귀속한다.

*** 이 조항 또한 윗 항에서 언급된 같은 맥락에서, 그 권한을 Licensor가 회수하는 조항이며, 귀속이 어려울 경우 라이선시에게 소멸시키도록 하는 경우도 있다.

7. “갑”은 “을”의 계약품목과 상관없이 기획 상품(프로모션, 이벤트 상품)을 제작할

수 있다.

제3조(허가지역)

1. 본 계약 하에 “을”에게 허용되는 권리범위를 “대한민국”으로 제한한다.
2. “을”은 이 계약에 근거해서 제조한 상품을 본 계약 “허가지역” 이외에 직접 또는 제3자를 통한 유출, 수출 판매행위를 고의, 과실을 불문하고 하지 못한다.
3. 제 3 조 2항의 위반 시, 본 계약은 별도의 통지가 없더라도 자동 해지되며, 최저보증 사용료를 포함한 일체의 지불금액에 대해 환원하지 않으며 이에 발생하는 손실, 위험비용 및 변호사 비용까지 포함해서 “을”이 부담한다.

*** 허가지역의 제한 조항으로, 2항과 3항은, 불법적인 허가지역 이탈뿐만 아니고, 해외 라이선스 계약사에게 수출되는 상품으로 인한 피해를 줄 수 있고, 영업 방해 및 중복계약이란 오해도 있을수 있으며, 그 경우 Licensor라도 손해배상의 책임을 질수 있는 문제이기에 계약시 강조해야 하는 부분이다.

제4조(허가기간)

1. 본 계약기간은 2010년 00 월 00 일부터 시작하여 2011년 00 월 00 일 까지로 한하며, 적어도 본 계약기간 만료 60일 이전까지 “을”은 “갑”에게 재계약 의사여부를 문서로 통보하여야하며, 재계약시 상호협의를 따라 재계약하기로 한다. 단, 본 계약기간 만료 30일 이전까지 “을”은 “갑”에게 재계약 의사여부를 문서로 통보하지 않을 경우엔 만료일에 계약은 자동 종료된다.

*** 계약기간 종료 및 재 계약의사 여부를 Licensor의 문서 통보를 원하는 경우가 많으나, 많은 계약사를 관리하다 보면 그 기간을 염두해 두지 못할 경우가 많으므로 보통 라이선스에게 의사 통보를 하라고 하는 것이 좋으며, 1항의 마지막 문구(자동종료)가 없을 경우, 자동 연장이라 해석 할 수 있기에 종료에 대한 단서 조항이 중요하다.

2. 계약기간이 정상 만료되는 시점에서 판매되지 않은 재고상품은 계약만료 2개월 전 까지 수량을 파악 보고하여야 하며 재고상품이 있을 시 계약만료일로부터 최고 2개월간 판매,유통할 수 있다.

*** 라이선스는 종종 계약 종료 전에 대량의 제품을 만들어 수익을 극대화 하려는 일이 발생하기도 한다. 따라서 2개월간의 판매를 보장하는 것은 적정량의 재고를 평상시에도 유지하여야 하는 의무를 동시에 내포하고 있다.

3. 단, 이 기간 이후의 재고상품은 “갑”에게 전량 인도하여야 하며, 이후 제조, 판매되는 것은 불법물품으로 간주되고 “을”은 “갑”이 요구하는 손해 액을 배상하여야 한다.
4. 이 계약취지에 따라 “을”의 공장(OEM포함)이나 회사로부터 “을”이 제3자에게 제품을 인도할 때 이 제품은 “을”에 의해 판매되는 것으로 간주한다.

*** 윌 항의 내용과 부합되는 조항으로 부적절하게 계약 종료 후 소위 말하는 땀처리 등의 방법으로 재고를 처분하여, 지정 상품에 대한 시장 질서를 혼란스럽게 하거나, 캐릭터 이미지의 추락, 추후 동일한 지정상품을 라이선싱 하고자 하는 계약업체의 의지를 꺾을 수 있으므로, 라이선시와의 계약종료가 도래할 경우 또 그 라이선시가 재계약에 대한의사가 없을 경우 막바지의 생산량을 주시할 필요가 있다

제5조(최저보증사용료)

1. “을”은 “갑”에게 다음에 상당하는 금액의 “최저보증사용료”를 서명과 동시에 현금으로 **익일까지** 지불하여야 한다.이 때, 부가세는 별도로 함께 지불하여야 한다. (이하 “최저보증사용료”라 함)

최저보증사용료 : \ 000,000,000 (부가세별도)

지불할 금액:\000,000,000 (부가세포함)

입금계좌 : 000000-000-0000-000 (00은행) 예금주 : 00000000

2. 최저보증사용료는 사용료의 최소금액으로써 지불되는 것으로 간주한다. 사용료가 최저보증사용료 금액을 초과할 때까지 최저보증사용료는 하기 제 6조 1항에 의거 사용료 지불능력에 대하여 보증할 수 있는 의미의 금액이다.

사용료는 아래 “6조”에 따른다.

*** 최저보증사용료(MG)는 보통 계약 후 라이선시의 최초 생산량과 총 생산 금액을 기준으로 합리적인 선상에서 책정하며, Licensor는 라이선시의 유통과 생산성을 고려하여 협의하도록 한다.

제6조(사용료 정산)

1. “을” 은 이 계약에서 허용된 권리의 사용대가로 을이 생산하는 모든 제품의 사용료를 출고,도매가(별지사항기재)의 00 %를 사용료로 “갑”에게 현금으로 지불하여야 한다.

*** 로열티의 기준을 정하는 부분이며, 라이선시의 실정에 따라, 출고가,도매가,공장도가, 판매가 등의 기준으로 책정하되, 예를 들어 출고가 기준으로 로열티율을 정할 때 라이선시는 임의로 Licensor에게 지급해야할 로열티를 낮추기 위해 출고가격을 하향 조절할수 있으므로, 적절한 비율의 출고가를 정할 필요가 있다.

2. “을” 은 매월의 생산품목, 생산량 및 생산금액(출고금액), 소비자 가격을 “갑”이 지정하는 증지신청서 양식에 의거 증지를 신청하여야하고 이 증지신청서는 “갑”의 검증을 거쳐 사용료 정산의 근거 자료로 인정된다.

*** Licensor가 제공하는 증지 신청서를 통해, 로열티 정산, 생산량 확인, 생산품목을 확인 할 수 있다.

3. 증지신청서에 의하여 계산된 사용료 금액이 최저보증사용료 금액을 초과할 때에는 “갑”의 양식에 의거.월 마감 정산하여 익월 20까지 “갑”에게 현금으로 지불해야 한다. (월 정산) 단, 최저보증사용료를 책정하지 않은 계약에 있어서는 증지 신청일로부터 10일 이내에 정산하여야 한다. 이때 발생하는 은행수수료는 “을” 이 부담한다.

*** 최저보증사용료(MG)를 초과 시 발생하는 런닝 로열티로 Licensor는 초과분 정산을 위해 위에서 언급한 증지 신청서 등으로 참조한다.

4. “을” 이 제 1항에 근거한 사용료 산정의 기준이 되는 출고, 도매가는 “갑” 과 “을” 간에 협의된 가격이며, 지정상품의 가격변경을 위해서는 “갑” 이 지정하는 서식에 의해서 그 뜻을 “갑”에게 밝히고 “갑”의 승인을 득해야 한다. 지정상품의 가격변경이 가격을 상승시키는 경우라면 “을”은 “갑”의 승인을 득한 후 정산 시 사용료의 차액을 “갑”에게 지불해야 한다.

*** 임의로 쌍방이 협의된 출, 도매가를 변경 할 수 없도록 하는 조항이며, 출, 도

매가가 라이선스의 요청으로 하향조정을 요청 할 경우 Licensor는 문서로 사유서를 받아야 한다.

5. 검증을 위하여 필요할 경우 “갑”은 검증원을 파견하여 “을”의 영업시간 중 장부, 회계기록 또는 상품화권과 관련된 일체의 자료를 열람 또는 확인할 수 있으며 서류를 열람하기 위하여 “을”의 영업장소, 생산공장을 출입할 수 있다. 사용료 정산에 관련된 문서는 본 계약 만료일로부터 2년간 완전하고 정확한 회계기록 및 장부를 작성하여 보관하기로 한다.

*** 생산량 및 허위 보고를 통해 부당이익을 취하지 못하도록 하기위한 보완책 이다.

6. 전항의 생산보고서는 “을”의 귀책사유로 허위 기재되었을 경우 계약은 자동 해지되며, 허위(축소)기재된 차액분에 대하여 제6조 1항에서 정한 사용료의 5배를 적용하며 “갑”이 지정한 검증원의 비용 (일금, 출장비 등)은 “을”이 부담한다.
7. 본 계약에 기초한 “을”의 지정상품 제조, 판매에 있어서는 전부 “을”의 계산에 의하도록 하고, 손해가 발생하는 경우도 “갑”은 이에 대하여 어떠한 책임도 지지 않는다.
8. “을”이 위 조항에 근거 “갑”에게 지불한 사용료는 본 계약에 별도로 정하지 않는 한 어떤 이유로든지 반환을 청구할 수 없다.

제7조(광고,판촉및 판매활동)

1. “을”은 제품 판매에 대한 광고활동이나 판촉활동을 위해 최선을 다해야 한다.
2. “을”은 제조, 판매라는 지정상품의 판매촉진을 위한 경품, 포스터, 광고제작 전단지, 브로셔, 광고, 광고 카피라이터, 디자인, 디스플레이, 인터넷 쇼핑몰의 상품설명등의 제작 필요 시 그 견본, 계획 등을 “갑”에게 제출해서 사전 승인을 받아야 하며, “갑”의 서면 승인 없이 사용할 수 없다.

*** 앞서 언급한 내용과 같이 지정상품 생산 및 판매외의 광고나 판매촉진을 위한 행위는 캐릭터 이미지의 요소이기에 Licensor의 승인을 득해야하는 조항이다.

3. “을”은 어떠한 경우라도 “갑”의 승인 없이는 제3자(또는 회사)에 판촉용 상품을 제작 납품할 수 없다.(지정상품의 덤핑을 포함)

*** 판촉용은 정확한 공급가를 파악하기 힘들고, 자칫 납품가격을 낮추려 제품의 질이 낮아 질 수 있으므로, 가급적 판촉 또는 덤핑을 지양한다.

4. 본 계약에 기초하여 “을” 이 기안한 캐릭터의 디자인 및 그 밖의 권리는 전부 “갑” 에게 귀속된다.
5. 본 캐릭터 영업활성화와 전문점 운영에 있어 “갑” 의 요청이 있을 시 “을” 은 “갑” 의 일반대리점, 전문매장, 마시마로 쇼핑몰에 “을” 의 제품을 계약서상에 약정한 출고가 및 그 이하로 공급하기로 한다.(인터넷 쇼핑몰도 포함)

제8조(저작권표시 및 출처의 표시)

1. “을” 은 본 계약에 근거해서 제조, 판매하는 지정상품 및 저작권 표시를 “갑” 이 지정하는 방법(별지참조)에 의해서 첨부하여야 한다. (세부사항은 디자인 지침서에 준한다.)
2. “을” 은 본 계약에 근거해서 제조, 판매하는 지정상품 및 판매촉진 자료에 사전에 “갑” 의 승인을 얻은 방법에 의해서 “을” 의 제조판매에 대한 출처를 표시해야 한다.

*** 앞서 다른 매뉴얼 지침서를 근거로, 출처의 표시 및 저작권 표시 규정하는 조항 이다.

제9조(디자인승인)

1. “을” 은 “갑” 이 제공한ARTWORK이외의 ARTWORK나 유사한 그림 및 제3자가 그리거나 제작한 ARTWORK를 사용할 수 없다.(단, “갑” 의 승인 후에는 가능하다.)

*** Licensor가 제공하는 것을 기초로 상품화에 적용을 원칙으로 하면서, 충분한 양을 제공하지 못한다면, 라이선시의 디자인을 검토 후 승인하는 컨셉 승인의 방법도 취하기도 한다.

2. “갑” 은 “을” 에게 기본적인 ARTWORK를 제공하며 이 기본 ARTWORK 이외에 “을” 이 추가로 필요할 경우에는 “갑” 은 실비로써 제공하며, 사용 후 즉시 그것을 “갑” 에 반환해야 한다.

*** 라이선시의 제품특성을 모두 고려하여 아트웍을 만들어 제공 할 수 없기 때문에 부득이 여정에 의한 것은 실비를 협의하여 제공한다.

3. “을” 은 ARTWORK을 받고 생산할 제품은 컨셉, 디자인, 재료, 패턴, 금형 등 생산하고자 하는 제품의 아이디어 및 기초 디자인을 가지고 “갑” 의 1차 디자인 승인을 받아야 한다.
4. “을” 이 사용하는 캐릭터 원화 및 원고의 저작권을 저작권법에 정한 권리를 포함해서 “갑” 에게 귀속된다.
5. “을” 은 1차 승인을 득한 후 2차로 시제품(샘플)을 제작하여 그 시제품(샘플) 및 관련된 라벨, 포장, 용기 디자인에 대하여 “갑” 에게 사전 서면으로 승인을 받아야 하며 그 승인된 시제품에 한하여만 생산, 판매 할 수 있다. 단, 승인받은 시제품과 판매되는 완제품에 수정사항이 발견되었을 시 “을”은 즉시 생산을 중단하고 다시 수정, 승인을 득한 제품에 한하여 생산, 판매 하여야 한다.

*** 계약과 동시에 제공되는 아트웍과 지침서를 참고하는 조항이다.

6. “갑” 의 서면승인절차에 의하여 승인받지 아니한 지정상품을 타 상품과 포함하여 패키지에서 판매하거나 제3자에게 판매하여서는 안 된다.
7. “을” 은 제작된 완제품(샘플) 및 포장물과 판촉용품을 “갑” 에게 무상으로 () 매 또는 개씩 제출하여야 한다.

제10조(생산에 대한 의무)

1. 상기 계약일로부터 2개월 이내에 “갑” 에게 보내질 시제품(샘플)이 생산되지 않을 때와 시제품 생산 후 2개월 동안 생산이 중단되었을 경우, 정당한 사유 없이 기간 내에 지정상품을 생산하지 않을 경우에는 “갑” 은 본 계약을 자유재량으로 종료 시킬 수 있다. 다만 계절상품 등 특별히 “갑” 의 허락을 받은 기간만큼은 예외로 한다.

*** 라이선시는 지정상품을 계약 후 종종 경쟁 캐릭터와의 마찰을 피하고, 다른 곳에서 수익을 내기위해 제품을 생산하지 않는 경우가 있으며, 이럴 경우를 대비하여 일정 기간동안 생산하지 않으면 그 지정상품에 관한 권리를 회수 할 수 있는 조항이다.

2. “을”은 생산 및 판매에 최선을 다하여야 하며, 제9조3항, 5항, 6항에서 승인되지 아니한 제품 또는 사전승인을 받지 않은 제품을 생산하거나 판매하여서는 아니 되며 “갑”의 승인을 받지 않은 모든 제품은 불법제품으로 간주되어 “갑” 또는 “갑”의 의뢰인이 입회하여 “을”의 책임 하에 전량 폐기처분 하여야 한다.
3. “을”은 본 계약에 근거해서 제조하는 지정상품의 판매 및 선전에 있어서 캐릭터의 변경 등에 의해서 그 동일성 및 상품력과 영업상의 신용을 손상시키지 않도록 주의하고 이를 위해서 “갑”이 정한 규정을 존중해야 한다.

제11조(보고의 의무)

1. “을”은 “갑”이 요청할 경우 제품의 생산능력, 생산계획, 출고가 및 판매가격, 판매계획, 주요판매처 생산 공장, 기안된 디자인 등 생산 및 판매에 관련한 모든 자료를 “갑”에게 제출하여야 할 의무가 있다.
2. “을”은 “갑”에 대해서 본 계약의 존속 기간 중 매 계약년도 미 집계에 대해 년 단위 경과 월 익월 말일까지 과거 1년간(지정상품)의 제조, 판매수량 및 생산가격, 소비자가격을 지정된 서식에 정확하게 “갑”에게 보고한다.

제12조(증지 교부)

*** 라이선서는 정품인증 및 정산에 필요한 증지를 제작해야하는 의무가 있다, 증지는 유가증권의 역할을 함으로 복제가 불가능하도록 디자인 제작하며, Licensor의 필요에 따라 인식표기를 하여, 정산 및 관리에 적합 할 수 있도록 규정하여 제작한다.

1. “갑”은 최저보증사용료가 입금되고 제품생산 승인을 한 제품에 한하여 “을”에게 최저보증사용료 해당 금액 범위 안에서 생산수량만큼의 증지를 발행한다.
2. “을”은 지정상품을 제조하면서 제6조 3항의 생산보고서를 사전에 “갑”에게 제출하는 것으로 하고 “갑”은 “을”이 제출한 생산보고서에 근거하여 증지를 교부한다. 단, 증지대금은 “을”이 실비 (부가세별도)로 부담한다.
3. “을”의 생산 금액에 의하여 계산된 사용료금액이 최저보증사용료를 초과하였을 때에는 생산보고서를 제출하는 시점에 초과사용료를 “갑”의 은행계좌로 송금한 후에 증지를 교부 받을 수 있다.
4. “을”은 그 제조하는 허가제품 1개마다 “갑”이 교부하는 허가 증지를 하나씩

해서 잘 보이는 위치에 부착 첨부하여야 한다.

5. 상품의 제조 또는 성질상 허가 증지를 부착하기 곤란한 지정상품에 대하여는 “갑” 이 지정하는 방법에 따라 지정상품에 표기를 하여야 한다. 단, 이 경우는 사용료 정산 시 회사 내 전산 제조 자료 또는 증빙할 수 있는 자료를 첨부하여야 하며 경우에 따라서는 박스 당 증지를 부착하여야 정산 시 혼돈이 없게 하여야 한다. 지정 상품이라 하더라도 허가증지가 부착되어 있지 않은 상태의 모든 제품은 불법제품으로 간주되어 “갑” 또는 “갑” 의 의뢰인이 입회하여 “을” 의 책임 하에 전량 폐기처분 하여야 한다.
6. “을” 은 사전 승인을 받은 허가 증지를 당 저작권 교부의 목적 이외의 상품에 유용하여서는 아니 된다.

제13조(제3자에 의한 권리침해)

*** 지정상품과 관련된 침해에 있을시 계약사의 영업에 피해를 줄 수 있으므로 적극적으로 불법침해에 대응을 해주어야 한다.

1. “을” 은 “갑” 의 저작권침해, 기타 다른 방법으로 본 계약에 근거한 상품화 사업에 대해서 부정경쟁을 하는 자를 발견했을 때에는, 즉시 이것을 “갑” 에게 통지해야 한다.
2. 본 계약에 의한 “을” 의 권리가 제3자로부터 침해를 받을 경우 “갑” 은 “을” 로부터 전항에 근거한 통지를 받은 후 “갑” 과 “을” 은 협력하여 제3자의 행위에 대해서 적절한 조치를 취하도록 최선의 노력을 한다.

제14조(“을”에 의한 제3자의 권리침해)

*** 권리침해가 라이선스의 제품에서 기인하는지 또는 Licensor의 저작권 및 상표에서 기인하는지에 따라 다르지만, 전자의 경우는 소송이나 법률적 분쟁으로 갈 경우 그로인해 Licensor가 캐릭터의 가치가 손상 될 수 있으므로, 라이선스로 하여금 빠른 대응을 요구해야한다.

1. “을” 은 본 계약에 근거한 “지정상품” 이 제3자의 권리를 침해하여 손해 배상 또는 기타청구를 받았을 경우, 즉시 이일을 “갑” 에게 통지하고, “갑” 과 협력 또는 “갑” 의 지시에 따라서 이에 대한 조치를 취해야 한다.

2. 전항에서 말한 제3자의 “을” 에 대한 청구가 “지정상품”의 제조상의 결함에 근거할 경우 “을”은 자신의 책임 하에 그 청구를 처리해야 한다. “갑” 은 그와 같은 제3자의 청구에 대해 “을” 에 대해 어떠한 책임도 지지 않는다. 또한 “갑” 이 “을” 의 “지정상품” 에 대해서 제3자에게 그러한 청구를 받고 이에 대해 그 책임을 져야 할 때는 “을” 에 대해서 배상권을 갖는다.
3. 제1항에서 말하는 제3자의 청구가 캐릭터 자체에 준할 경우에는 “갑” 은 “을” 의 협력을 얻어서 자신의 책임 및 비용부담으로 그 청구를 처리하고 “을” 의 계약에 준하는 상품화권 사업에 지장을 미치지 않도록 한다.

제15조(계약해지 및 기득금액의 불환원)

*** 15조 및 16조의 각 조항은 발생 할 수 있는 상황을 열거 했을 뿐만 아니라, 불법 행위 또는 금전적 사고를 방지하고 Licensor의 재산권을 보호하기 위한 강한 경고를 담으면서, 전반적인 부당행위를 하지 못하도록 강제하는 조항이라 할 수 있다

“갑”은 아래와 같은 경우 “을” 에게 사전 통보하여 이의 시정을 구할 수 있고, 이의 시정이 이루어지지 않을 경우 사전 최고 후 계약은 자동 해지되며, 최저보증사용료를 포함한 일체의 지불 금액에 대해 환원하지 않고, 이에 발생하는 손실, 위험비용 및 변호사 비용까지 포함해서 “을” 이 부담한다. 본 계약의 제 2조 3항, 제3조2항, 제6조6항, 제12조5항에 의해 계약이 자동해지 되어 폐기 처분이 있을 시 “을” 이 폐기처분비용을 부담하며, “갑” 이 지정하는 지면을 통해 공개사과문을 게재하여야 한다.

1. “을” 이 “갑” 에게 최저보증사용료 또는 사용료 및 소정의 고료, 디자인료 등을 지불하지 않거나 지불이 약정일로부터 1개월 이상 지연될 경우
2. “을” 이 제2조의 규정에 위반하여 부속문서에서 합의된 지정상품 이외의 상품을 제조, 판매하거나 서브라이센스 계약을 체결하였을 경우
3. “을” 이 제3조의 규정에 위반하여 허가지역 이외의 지역에 지정상품을 수출하였을 경우
4. “을” 이 제6조에서 정한 금액의 지급을 2회분 이상 지체하였을 경우
5. “을” 이 제9조의 규정에 위반하여 “갑” 으로부터 사전에 승인을 받지 않은 상품을 제조, 판매하는 경우
6. “을” 이 제12조의 규정에 위반하여 허가 증지를 첨부하지 않은 상품을 판매하였을 경우

7. “을” 이 제3자로부터 본 계약상의 의무이행에 중대한 지장이 있는 정도의 가압류, 가처분, 강제집행, 경매신청을 받았거나 각종 세금의 미납으로 체납처분을 받았을 경우
8. “을” 이 발행한 수표 또는 어음이 부도 처리된 경우
9. “을” 이 자의적이건 타의적이건 파산 또는 재조직 구성, 인수, 채권자의 이익을위해 할당되었을 때 3개월 이내에 계약지속여부를 “갑”에게 통보하지 않았을 경우
10. “을” 이 보전처분, 강제집행, 조세미납에 의해 공매처분 또는 경매신청 되었을 때 혹은 집행 회사사정, 화의, 정리, 파산선고를 받았을 때
11. “을” 이 해산, 영업의 전부 혹은 일부의 도산으로 인해 타 회사에 흡수되어 합병되었을 때
12. “을” 이 은행취급 정지처분을 받았을 때
13. “을” 이 각 호 전부에 의해 갑의 신용, 이익을 저하시켰을 때
14. 기타 본 계약에서 정한 의무를 위반하는 경우

제16조 위약금 약정

“을” 은 다음 각 호를 위반하였을 경우 갑에 대하여 다음과 같은 위약금을 지급한다. 단, “갑” 이 “을” 의 행위로 인하여 위약금을 초과하는 손해를 받을 경우 “갑” 은 “을” 에 대하여 지급 받을 위약금에도 불구하고 그 손해액의 전부를 청구할 수 있다.

1. “을” 이 생산보고서기재의 수량을 초과하여 지정상품을제조할 때 지정상품의생산자 판매가격에 제조총수 금액의 30% (소매가격 인상의 그 최고 가격 적용)
2. 제 3조 3항을 위반하여 승인 받지 않은 지역에 라이선스 제품을 판매하는 경우, 제품 총제조 수량의 소매가격 30%
3. 제 5조, 제 6조에서 정한 로열티 및 최저 보증료의 지급이 지체되었을 경우 그 원금에 10%를 가산한 금리를 합산하여 지급한다.
4. 제 6조 제3항의 최저보증료 및 런닝로알티의 지급이 지체되었을 경우 30%를 가산한 금리를 합산하여 지급한다. (VAT포함)
5. 제 9조 제 6항의 규정에 위반한 경우 지정상품을 포함한 패키지의 구매단가 중 최고의 액에 그 제조총수 금액의 30%
6. 제12조 제 5항의 규정에 위반하여 허가증지를 첨부하지 않았을 때 지정상품의 소매가격에 제조총수 금액의 30%
7. 제 12조 제 6항의 규정에 위반하여 허가증지를 유용하였을 때 유용한 상품의 소매가격에 제조총수 금액의 30%

제17조(보증)

1. “을”은 본 제품이 어떠한 유해요소나 인체 또는 물리적, 사회적 위험성 등을 지니지 않음을 샘플로 보증하고, 또한 모든 법에 엄격히 준수되어 생산되고 판매됨을 보증하여야 하며 “갑”의 회사 또는 사용저작물에 대하여 품위 및 명예를 훼손하지 않음을 보증하여야 한다.
2. “갑”은 “을”의 지정상품과 직접적으로 경쟁관계가 있는 상품에 대해서 캐릭터를 사용하는 상품화권을 제3자에게 허가할 때에는 “을”과 협의한다.
3. “을”은 지정상품의소비자에 대하여 허가지역의 법률에 준거한 충분한 보증을 할 수 있는 보험에 가입하여야 한다. 이러한 손해가 발생하는 경우, “갑”은 이에 어떠한 책임을 부담하지 않는다.

제18조(양도금지)

1. “을”은 “갑”의 사전 서면 승인 없이는 “을”에게 허용된 권리와 의무를 제3자에게 양도, 임대하청 계약등을 할 수 없다.

제19조(비밀보장)

1. “갑”과 “을”은 계약기간 중에 본 계약서의 내용을 포함하여, 본 계약에 의해 판매된 업무상 일체의 비밀을 상대방의 사전 승낙 없이 제3자에게 누설 또는 유출해서는 안 된다. 이 조항은 본 계약 종료 후 혹은 해지 후도 유효하다.

제20조 계약의 유효성

이 계약은 “갑”의 서명 없이는 어떠한 형태로든 유효하지 않음을 당사자들이 합의하여 인지한다.

제21조(관할법원)

본 계약에 대하여 법적인 문제가 발생시 관할법원은 “갑”의 소재지 관할법원으로 한다.

이상의 합의를 증명하기 위하여 당사자는 2부의 계약서를 작성, 날인한 후 각 1부씩 보관하기로 한다.

(갑) 000 0000 0000 0000 0000 0000
00000000
대표이사 0 0 0

(을) 000 000 0000 0000 0000
0000
대표이사 0 0 0

*** 아래의 별지 내용은 복잡한 본문의 계약서 내용을 법률적인 책임과 의무를 제외한 실질적인 계약내용을 기술함으로써, 간단하면서도 핵심적인 내용을 담고 있어 통상적으로 마지막 부분에 별지로 하여 사용을 한다.

별 지

【계약내용】

- 1.허가대상: 00000000
- 2.허가지역: 대한민국
- 3.허가기간: 2010년 00 월 00 일 ~ 2011년 00 월 00 일
- 4.저작권표시:© 000000
- 5.지정상품 : 품목/재질/비고 기입
- 6.최저보증사용료 : 000,000,000 원 (부가세별도)
- 7.로열티율:도매가(출고가) 0 %

본 계약의 성립을 증명하고 상호간의 신의와 성실로 본 계약을 준수하기 위하여 계약서 2통을 작성하고 “갑” 과 “을” 이 서명 날인 후 각각 1통씩 보관 하기로 한다.

2010년 00월 00일

(갑) 000 0000 0000 0000 0000 0000
0000000
대표이사 0 0 0

(을) 000 0000 0000 0000 0000 0000
0000000
대표이사 0 0 0

4. 해외 라이선스 계약서

해외 라이선스 계약서는 해외 에이전트 계약서와 같이 어려운 영문 법률 문구뿐만 아니라, 서로간의 원활한 커뮤니케이션을 하기위해 좀더 명확하고 정확한 의미를 전달해야 한다. 간혹 같은 단어를 서로 다른 의미로 받아 들일 수 있는 경우도 있으니, 계약시 세심한 준비가 필요하다. 아래의 영문 라이선스 계약서 예시를 통해 국내 계약서와 동리한 점과 추가적으로 삽입하는 내용을 알아보기로 한다.

LICENSE AGREEMENT

Licenser Company Name : OOOOOOOO

Licensee Company Name : OOOOOOOO

LICENSE AGREEMENT

THIS LICENSE AGREEMENT(hereinafter referred to as the "Agreement") made and entered into this (계약 발효 날짜) by and between (라이선서 회사명), a company duly organized and existing under the law of the Republic of Korea (hereinafter referred to as "Korea"), having its head office at (라이선서 법적 회사 주소)Seoul, Korea (hereinafter referred to as "Licensor"), and (라이선시 회사명), a corporation duly organized and existing under the law of (계약 국가명), having its head office at (라이선시 법적 회사 주소).(hereinafter referred to as "Licensee ").

W I T N E S S E T H :

WHEREAS, Licensor desires to grant to the Licensee for agreed sum of money as provided herein, and Licensee desires to obtain from Licensor, non-assignable, geographically restrictive license to use, commercialize, exploit and sublicense, the Property subject to the terms and conditions set forth herein within the territory as provided herein.

*** 라이선서의 권리 부여와 라이선스의 범위와 조건에 대한 개념을 정리하는 문구이다.

NOW, THEREFORE in consideration of the foregoing and mutual promises contained herein the Parties agree as follows:

ARTICLE 1. DEFINITION

*** 계약의 조건에 앞서 계약서 또는 실제의 일에 쓰일수 있는 용어를 정의하여 쌍방간의 의사전달 또는 정확한 의미전달을 하기위해 각 용어를 정의한다.

In this Agreement, except when otherwise defined or provided for, the following terms shall have the meanings as set forth below. Any capitalized terms used herein but undefined shall be defined within the context of this Agreement and

from time to time a singular may include plural unless the context requires to be understood otherwise.

“Property” means all rights, registered or unregistered, such as copyrights, trademarks, patents and any and all intellectual properties that Licensor owns in connection with ‘(캐릭터 및 저작물 명)’ and its ancillary characters.

*** 라이선스를 받는 캐릭터 또는 저작물에 관하여, 저작권을 포함한 지적 재산권이 라이선서의 소유임을 확인하는 문구이다.

“Licensed Merchandise” in this Agreement means the products, which are agreed between the Parties for the purpose of license of merchandising rights, limited to the categories of products as described in Exhibit A.

*** 라이선스 상품화 사업의 정의를 내리는 것으로 쌍방의 합의된 계약으로 상품화권의 권리 및 한정된 제품의 상품화 권리임을 정의 내리는 문구이다.

“The Parties” or “Parties” mean in this agreement that Licensor and Licensee

“Merchandising Rights” means the rights to exploit, produce, print, generate, manufacture and sell the Licensed Merchandise being produced by using Property in accordance with this Agreement.

*** 상품화의 권리를 정의하며, 캐릭터를 이용하여, 개발, 생산과 판매의 권리를 갖는다는 내용의 문구이다.

“Minimum Guarantee of Royalty” in this Agreement means a non-refundable amount that is charged to Licensee and paid to Licensor in advance subject to the relevant terms hereunder to obtain a right to exploit, use, manipulate, utilize it during the term of Agreement.

“Territory” means the territory where Licensee is allowed to sell, produce, or otherwise commercially transact Licensed Merchandise with its business partners, and this Territory shall not mean any other territory other than the meanings as defined in the Article 3 herein below.

*** 라이선스 상품화 사업의 허가지역 또는 국가를 정의하는 문구이다.

ARTICLE 2. GRANT OF LICENSE (라이선스 허가)

2.1. Licensor shall grant a Non-Exclusive Merchandising Rights to Licensee so that Licensee thereby becomes enabled to produce, sell, trade, and deal such Licensed Merchandise within Territory during the validity of this Agreement pursuant to the terms and conditions as provided herein ("License").

*** 라이선스 허가는 통상 비 독점으로 허가하는 것을 관례로 한다. 독점적인 권한을 문서로 남길 경우, 라이선서의 향후 발생 할 수 있는 중요 사업기회에 걸림돌이 있을 수 있고, 라이선서의 권리제한에도 문제가 따른다. 그러나 계약하는 라이선시에게 비독점 권리를 부여했다고 하나, 라이선서는 이를 악용하여 동종의 라이선스를 계약을 같은 지역에 하면 안되며, 라이선시에게도 이런 정황을 구두로 설명하여 이해를 구할 필요가 있다.

2.2. No right is granted for the use of the Property for or by any third party and no Merchandising Right hereof shall be assigned, transferred, delegated, pledged, charged, hypothecated, to a third party without a prior written consent of the Licensor.

*** 라이선시가 제3자에게 Sub-Licensee를 줄 수 없음을 규정하며, 불가피하게 주어야 하는 한다면, 반드시 서면으로 동의를 얻어야 한다는 문항이다.

2.3. In case Licensee wishes to import, export, trade with, outside the Territory, Licensee agrees to obtain a prior written approval from Licensor with respect to such dealings.

*** 라이선시의 제품이 제3국 또는 라이선시의 원래의 허가지역을 벗어나, 수출 또는 수입 무역을 할 경우, 라이선서의 서면 동의를 받아야 하며, 이 경우 라이선서가 타 국가 또는 지역의 라이선스 허가를 파악하여, 신중하게 라이선시의 무역에 대한 허가여부를 결정해야한다. 종종 타 지역 및 제 3국에 동일한 상품화 권리를 허가해 주고, 수출을 허가하여 분쟁이 일어나기도 하고, 소송 및 배상을 해줘야 하는 상황으로 번지기도 한다. 따라서, 이를 허가 할 때는 라이선서의

주의 깊은 확인이 필요하다.

2.4. If Licensee wishes to assign, delegate, its conferred Merchandising Rights, in part or whole, or sublicense to the extent of not exceeding the scope of Merchandising Rights herein, Licensee shall obtain a prior written consent from Licensor with regards to material terms and conditions of such assignment or sublicense contracts including, without limitation, items of Licensed Merchandise, details of sublicense, and any other information which may be required by a reasonable business person in such transactions.

*** 위의 2.2항과 연결된 사항으로 부득이 Sub-Licensee를 할 경우 라이선서에게 동의를 구하는 규정을 설명한다.

2.5. Licensee shall be responsible in all circumstances to control over and direct its sublicensees' strictest extent of compliance with all terms and conditions of this Agreement in connection with the exploitation of License herein.

2.6 Licensor warranty that it has globally recognized lawful proprietary ownership of the property.

*** 라이선서가 상품화사업에서 전 세계적으로 법적으로 캐릭터 또는 저작물에 대해 주인임을 보증하는 문구이다.

ARTICLE 3. LICENSED TERRITORY

The Licensed Territory is referring to the territory of (허가 지역 또는 국가). In principle, sales outside (허가 지역 또는 국가) shall be strictly prohibited and in case any breach thereof, Licensor may terminate this Agreement by serving notice to Licensee. Licensee shall not export directly or through a third party the products manufactured under this Agreement to other territories except Licensed Territory on purpose or by mistake. Notwithstanding of the foregoing, if Licensee desires to export the Licensed Merchandise to a third country, other than the Licensed Territory Licensee should acquire a prior written approval from Licensor (which should not be unreasonably withheld).

*** 허가 지역 또는 국가를 지정하는 조항으로 재차 제3국에 대한 수출을 불허하는 내용과 고의 또는 실수로 이를 어겼을 경우 계약 종료를 할 수 있다는 강한 라이선서의 의지를 표명한다.

ARTICLE 4. CONTRACT PERIODS

4.1. Term of Agreement This Agreement shall be valid for a period of ()years

From 일 월 년 to 일 월 년

To extend Agreement, Licensee shall notify to Licensor its written intention at least 90 days before its expiration and its conditions shall be newly determined by mutual agreement.

*** 계약기간을 규정하며, 재계약을 라이선시가 원할 경우 계약종료 90일전에 서면으로 라이선서에게 의사를 전달한다는 내용이다. 이 내용 중 중요한 부분은 라이선시가 서면으로 90일전에 하지 않으면 계약이 종료된다는 점이다. 많은 계약업체를 라이선서가 관리하다보면, 그 재계약 시점을 간과하여 지나치게 될 경우가 있으며, 이 문구가 없으면 자칫 자동 재계약으로 라이선시가 받아 들일 수 있기 때문에 정확한 재계약에 대한 규정을 정할 필요가 있다.

4.2. In case of expiration of this Agreement, Licensee shall report to Licensor the quantity of stock of Licensed Merchandise which is not sold in the Licensed Territory at the time of expiration and it may sell the stock during the term not exceeding three (3) months from the date of expiration. If the stock is not sold during the (3)month term, Licensee shall surrender its unsold stock to Licensor. If Licensee continues distributing and selling the stock without surrendering it, this stock shall be considered as distribution of unlicensed merchandise and Licensee shall be responsible, in civil and criminal, for such unauthorized conduct.

*** 계약종료 시 재고에 대한 보고를 규정하는 조항이며, 계약 종료 후 부적절한 방법으로 재고를 처분하여, 지정 상품에 대한 시장 질서를 혼란스럽게 하거나, 캐릭터 이미지의 추락, 추후 동일한 지정상품을 라이선싱 하고자 하는 계약업체의 의지를 꺾을 수 있으므로, 라이선시와의 계약종료 되면 기간을 정하여 재고의

파악과 계약 후반기의 생산량을 주시하여 불법적인 행위를 할 수 없도록 주의
해야 한다.

- 4.3. For the purpose of calculating the royalty, the sales shall be deemed to be consummated at the time when Licensee delivers relevant products to its buyers' premise.

ARTICLE 5. MINIMUM GUARANTEE AND BANK DETAILS

Licensee shall pay the following amount as Minimum Guarantee of Royalty (or “MGR”) by the date specified below to the account of Bank of Licensor immediately. The Parties acknowledge that without the payment, this Agreement is not effective and the Licensee agrees that this MGR shall be non-refundable payment in nature and Licensor shall not repay this MGR

Date of Payment & Amount of Minimum Guarantee of Royalty;

Total : US\$

1st payment : US 000,000(due at signing)

2nd payment : US 000,000(due in 6 months after signing)

*** 최저보증료(MGR)의 지급은 쌍방의 합의에 따라, 분할 또는 일괄지급을 정하며, 지급일 또한 쌍방의 조건 합의에 따라 정한다. 또한 국가별 발생 할 수 있는 세금(Withholding Tax)이 있으므로, 세금을 공제한 금액으로 할 것인지, 아니면 세금을 공제한 금액으로 받을 것인지를 정하며, 공제된 세액을 국내에서 구제 받을 수 있는지 여부를 확인하여야 한다.

Bank information of Licensor

Bank Name: 000 000

Bank Address: 000 0000000 000000 000

Beneficiary: 0000 0000

Account No.: 0000-000-00000000

ARTICLE 6. ROYALTY

6.1. Licensee shall pay ()% of Wholesale Price of all of the Licensed Merchandise as royalty to Licenser by T/T.

6.2. For the purpose of calculating Royalty, Licensee shall present every () months information of manufactured product name, quantity and wholesale & retail price of delivered products in the report form called Production Report ("Report") provided by Licenser with evidences by the ()th of every () months. This Report will be considered as the base to calculate the royalty through the Licenser's verification.

*** 로알티 보고에 대한 조항으로 보통 생산품명, 도매가, 소매가, 생산량과 협의된 로알티 율과 더불어 발생하는 로알티를 계산하여, 지정된 일에 지급한다는 조항으로 라이선서는 일괄적으로 표준화된 로알티 보고서 대한 양식을 제공하여 그 양식에 따른 보고서를 받는다.

6.3. As from the moment when the accumulated royalty of Licensed Merchandise passes over the Minimum Guarantee of Royalty, Licensee shall be obliged to pay the Royalty as ascertained by the Report which Licensee is obliged to prepare pursuant to the provisions herein, to the bank account as given above within 10 days after receiving the invoice issued by Licenser or its designated agents. The banking charge occurred for payment shall be borne by Licensee.

6.4. Licenser may designate its inspector to inspect and examine the books and records of Licensee when Licenser thinks it is necessary and Licensee shall cooperate with Licenser. The records and evidences regarding the royalty shall be kept at least for a period of two year after expiration or termination of this Agreement.

*** 라이선서가 라이선시의 보고가 불성실하거나, 부당이익에 대한 정황이 확실할 경우 회계장부를 열람 할 수 있게 하는 장치를 마련하는 조항이다.

ARTICLE 7. PRIOR APPROVAL

Licensee has the right to use Property for the Licensed Merchandise or its

advertising items in order to advertise (캐릭터 또는 저작물) within the Licensed Territories to the extent of validity of this Agreement with the prior approval of Licensor.

ARTICLE 8. GIFT ITEMS

8.1. Licensee may use the Licensed Merchandise as gifts or bonuses with Licensor's prior approval and if Licensor or any of Licensor's business partners desires to buy such gift items for the purpose of promotion or exhibition, Licensee shall not reject such offer unless there is an objective reason not to agree such offer. In the foregoing cases as described herein, the Parties agree that the sales price shall be wholesale price.

*** 라이선시가 홍보, 기프트 상품을 개발할시 사전승인을 득하여야 한다는 조항으로 라이선서는 제품이 양질일 경우 타 라이선시에게도 같은 홍보나 마케팅의 기회를 줄 수 있도록 라이선서가 중재하여, 도매가로 구입, 판매 할 수 있도록 하는 조항이다.

8.2. When Licensor requests Licensee for any Licensed Merchandise being produced by Licensee for the purpose of sales promotion and supply to special franchise of the Property, Licensee agrees to sell its products to Licensor's distributors and franchise shops at the Licensee's wholesale price.

ARTICLE 9. DESIGN APPROVALS

9.1. Licensee shall not use artworks of any third party or similar artworks and drawings without the approval of Licensor, except those artworks supplied by Licensor. Licensor shall provide basic artworks and if Licensee wants additional artworks, Licensor shall provide them at only actual cost incurred to Licensee. Licensee shall get the primary approval of Licensor for the ideas and basic design such as concept board, design, material, pattern and mould mold. Licensee shall obtain the prior second approval in writing from Licensor for the prototypes (samples) manufactured and design of packages after the primary approval. Licensee shall be deemed to be unauthorized to manufacture the products unless having both primary and second approvals

from Licensor for the production of the samples.

*** 라이선시는 라이선서가 제공하는 아트웍을 제외한 어떠한 아트웍을 사용해서선
않되며, 라이선시가 필요한 아트웍이 있어 라이선서에게 요청한다면, 적절한 비
용을 라이선서에게 청구 할 수 있도록 한다. 그러나 간혹 라이선시 자체에서 라
이선서의 캐릭터 또는 저작물을 이용하여 개발된 아트웍이 있을 시는, 라이선서
의 동의 하에 사용하고, 그 아트웍은 라이선서의 저작물로 귀속시키도 한다.

9.2. Licensee shall present to Licensor 3 sets of prototypes (samples) and
packages and promotional products without charge.

ARTICLE 10. OTHER INDICATION

Licensee and his sub-licensees shall specify the followings on every one of
manufactured Merchandise finally approved by Licensor:

© 저작권 소유

ARTICLE 11. PRODUCTION

*** 라이선시로 하여금 라이선서는 상품의 관리감독을 위하여, 엄격하게 샘플요청에
대한 규정을 정하며, 모든 제품은 라이선서가 규정하는 지침에 따라 양질의 제품
으로 만들 수 있도록 독려한다.

11.1. In case Licensee does not manufacture prototypes (samples) to be sent to
Licensor within 4 consecutive months immediately after the execution of
Agreement or Licensee stops manufacturing for 4 consecutive months after
the prototypes are produced, Licensor may terminate this Agreement,
provided, however, that the exception shall be applied to the seasonal
products during the period with approval of Licensor.

11.2. Licensee shall make its best efforts for the manufacture and sales of the
Licensed Merchandise and shall not manufacture or sell the products which
are not approved pursuant to other relevant Articles herein or which do not
have prior approval of Licensor. The Licensed Merchandise, which has no

approval of Licensor shall be considered to be illegal products and shall be scraped at Licensee's own expenses and responsibility, with the attendance of Licensor or its designee.

ARTICLE 12. CERTIFICATE STAMP

12.1. Upon the submission of Report in due compliance with Article 6 above and on the condition of Minimum Guarantee of Royalty being made by Licensee and Licensor's approval thereof, Licensor supplies the certificate stamps in correspondence with the quantity of an item intended to be produced as suggested in Report to the extent of not exceeding value of such Minimum Guarantee of Royalty. The cost of certificate stamps actually occurred (VAT will be charged additionally) shall be borne by Licensee.

*** 보통 계약 후 최초 생산을 할 때, 증지를 라이선서에게 신청하게 되고 라이선서는 MGR에 따른 증지량을 교부하게 된다. 증지의 교부는 수익 보다는 정품을 인증하고 그 수량에 따른 로열티를 부과하는 목적이기에, 실비로 제공하는 것이 관례이다.

12.2. From the time when the accumulated royalty of production of Licensed Merchandise passes over the Minimum Guarantee of Royalty, Licensee may receive the certificate stamp after paying the royalty that is equivalent to the Report with Licensor's approval to Licensor's bank account as provided in the Article 5 above.

12.3. Licensee shall attach and display one certificate stamp issued by Licensor on the body of each Licensed Merchandise manufactured in order for the consumers to clearly identify the Licensor. No products unless a certificate stamp is attached thereto shall be considered as a genuine Licensed Merchandise and any other products with no stamps attached thereon shall be scraped off or destroyed at Licensee's own expenses and responsibility in the presence of Licensor or its designee.

*** 증지를 각 제품에 가장 잘 보이는 곳으로 부착하게 하여, 소비자 또는 증지 부착의 투명성을 확보하게 하고, 각 제품에 따른 증지 부착 방법을 상세하게 하게

하여야 한다. 예를 들어 묵음으로 판매되는 제품이나 박스로 판매되는 제품이 있을 경우 어떻게 증지를 부착할지를 협의하여, 증지의 미 부착 또는 부착오류를 통해 라이선시는 부당 이익을 라이선서는 수익이 반감되는 것을 피해야 한다.

ARTICLE 13. INFRINGEMENT BY THIRD PARTY

*** 국내의 경우와 마찬가지로 지정상품과 관련된 제3자의 권리 침해가 있을시 라이선서는 라이선시의 영업에 피해를 줄 수 있는 상황에 적극적으로 불법침해 상황에 대응을 해주어야 한다.

13.1. Licensee shall immediately notify to Licensor when Licensee finds a third party who infringes any rights pertaining to Property including, without limitation to, copyrights, patent, and so forth, or any party who commits or is likely to commit, unfair competition through which Licensor's rights is infringed or is likely to be infringed by and upon the notice given thereof, Licensor shall promptly take necessary measure to seek adequate remedies with consultation with Licensee against such third party.

13.2. In case that Licensee's rights stipulated herein are infringed by a third party and notice given thereof by Licensee, if necessary, Licensor will take its best efforts to assist Licensee to take proper measures against the third party.

ARTICLE 14. INFRINGEMENT OF THIRD PARTY RIGHTS BY LICENSEE

*** 권리침해가 라이선시의 제품에서 기인하는지 또는 라이선서의 저작권 및 상표에서 기인하는지에 따라 다르지만, 전자의 경우는 소송이나 법률적 분쟁으로 갈 경우 그로인해 Licensor가 캐릭터의 가치가 손상 될 수 있으므로, 라이선시에게 빠르고 적극적으로 문제해결을 요구해야한다.

14.1. If, in connection with rights and obligation stipulated herein, Licensee is being sued, claimed for damages or become a party to litigation, Licensee shall notify the case and take reasonable measures in compliance with

Licensor's instructions.

14.2 In case that the claim in Article 14.1 above is brought against Licensee due to the defects of manufacturer of Licensed Merchandise, Licensee shall respond to the claim under Licensee's sole responsibility and Licensor shall not bear any responsibility to the third party's claim. In addition, if Licensor becomes a party to a claim based on the defects of Licensed Merchandise produced by Licensee and if any expense and/or compensation made by Licensor to the third party, Licensee agrees to indemnify any and all expenses and cost occurred thereof by Licensor.

14.3. In case the claim in Article 14.1 is made by a third party due to Property, Licensor shall take all reasonable actions to achieve amicable resolution with the third party and to cure such defects embedded in Property. In such cases, Licensee shall be obliged to render any and all assistance to Licensor at Licensor's requests.

14.4. In the event of any claim brought by any third party in respect of the Property to Licensor directly or indirectly within Territory, the Licensee shall notify such claim to Licensor immediately when such claim comes to its notice and Licensee shall have its best effort to assist Licensor to resolve such claim amicably.

ARTICLE 15. COVENANTS

*** 라이선시의 생산 및 제조, 유통 홍보 등에 관한 전반적인 상세한 지침을 주며, 특히 허가 상품이 유해 물질의 포함 또는 사회적 물의를 일으켜서 캐릭터가 피해를 입지 않도록, 법적인 장치, 보험가입을 등을 통해 강제하거나 통제 할 수 있도록 한다.

With respect to manufacturing, producing, printing, distributing, advertising and sales of Licensed Merchandise, Licensee agrees to comply with the following:

15.1. Licensee shall NOT:

- (i) produce, manufacture, otherwise generate any product of Licensed Merchandise that affects socially and educationally detrimental to the reputation and goodwill of the Property and Licensed Merchandise;
- (ii) engage in any conduct and action that may damage to or have adverse effect on, the image of 'Property' (including dumping of 'Licensed Merchandise' or disfigurement, distortion or any other undesirable conduct having adverse effect on goodwill and reputation of Character.);
- (iii) sell Licensed Merchandise as a package item or give away item with products of a third party without prior written consent of Licensor.
- (iv) sell Licensed Merchandise to unapproved territories by this Agreement regardless of with intention or with mistake.

15.2. Licensee shall acquire at its own expense a pertinent insurance policy that may sufficiently comply with, if necessary, consumer related requirement regulations as required by individual laws of Territory.

ARTICLE 16. ADVERTISEMENT AND PUBLICITY

In the activity of advertisement and publicity, Licensee is required to obtain prior written approval from Licensor and if any advertisement and publicity costs/expenses occur in relation to promotion of Licensed Merchandise, Licensee shall bear such costs/expenses thereof.

*** 광고나 홍보에 관하여, 이를 시행할시 라이선서의 승인을 득해야 하며, 간혹 불분명한 광고 또는 홍보기획을 제시하며, 로얄티에서 비용처리하거나 또는 불합리란 비용을 부담하는 사례가 있다.

ARTICLE 17. INCREASE OF RETAIL PRICE AND ROYALTY ADJUSTMENT

*** 보통은 라이선시의 속성상 라이선시가 소비자가을 올리고 이에 따른 로얄티 비용을 올리는 경우는 극히 드문 현상이나, 관리 감독을 하는 라이선서로는 이

조향이 필요하다.

Provided that the standard retail price of Licensed Merchandise increases after the submission of Report and approval of Licensor thereof, Licensee shall notify such change in the following month's Report to adjust balance of the royalty and if royalty is required to be made as a result of increase of the retail price, Licensee shall pay the difference in accordance with the following formula. Article 5 shall be applicable mutates mutandis for the payment method, time, bank details, and any other details to give practical effect hereon.

(Increased Royalty) = (The difference arisen by Increased Amount) X quantity after increase) X (Royalty Rate)

ARTICLE 18. DUTY TO REPORT

*** 보고에 대한 의무를 규정함으로써 라이선시의 생산 및 유통 가격의 변화를 알 수 있고, 또한 시장의 동향을 전반적으로 파악할 수 있다. 이를 토대로 라이선시의 로열티의 고저를 파악하고, 향후 라이선시의 재계약 여부를 가늠할 수 있다.

- 18.1. Licensee shall correctly prepare Report to report manufacture and sales quantity of Licensed Merchandise in accordance with the designated form to Licensor within 10 days of every 3 months after closing transaction of each month during the continuation of this Agreement.
- 18.2. Licensee shall include in Report all the data in relation to production and sales such as production capacity, production plan, wholesale & retail prices, sales plan and major buyers, factories when Licensor requests.
- 18.3. Licensee shall accurately report to Licensor the information of quantity, cost, price (both wholesale and retail) of production and sales last 12 months hereunder which are not previously informed or included to calculate the royalty in the relevant month's Report by the end of the first month the expiration of the contractual period.

ARTICLE 19. INSPECTION OF ACCOUNT BOOKS

*** 회계장부의 열람은 라이선스 관리의 최후의 방법이다. 현저한 로열티에 대한 부정
행나 의심이 갈 경우, 회계장부 열람을 통해, 라이선스의 부당이익을 찾아내고, 정
당한 로열티를 징수 하는 것으로, 보통 회계사를 동행해야 하는 관계로 그 비용과
효율성을 따져 봐야한다.

19.1. At least for two (2) years after expiration of this Agreement, Licensee shall keep and preserve details of manufacture and sales quantity of Licensed Merchandise and perfect and correct account records and books relating to Property and/or Mashimaro Character hereof.

19.2. Licensor may appoint an independent/internal auditor or designee to inspect these records and books and examine them in order to confirm manufacture and sales quantity of Licensed Merchandise pursuant to this Agreement.

19.3. Such auditor appointed by Licensor may visit the office of Licensee during the working hours of Licensee to inspect and examine account records and books regarding using of Property and Mashimaro Character. Licensor shall give 30days notice of plan to visit the office of Licensee.

ARTICLE 20. ASSIGNMENT

No rights and interests of Licensee, in part or whole, conferred hereunder shall be assigned, transferred, pledged, hypothecated, mortgaged, to a third party unless Licensor consents thereto.

ARTICLE 21. RENEWAL

*** 재계약의 경우 라이선스의 의사를 서면으로 받은 뒤, 라이선스의 계약기간 안의 전반적인 성실성 및 로열티 성과를 종합적으로 판단하여, MGR와 로열티율을 재고하여, 협의하고 조정한다.

Upon the expiration of this Agreement, this Agreement may be renewed every () years by Licensee's notice of intention to renew this Agreement, 90 days prior to

the expiration, provided, however, that the term of this Agreement may be subject to change with mutual consultation and agreement.

ARTICLE 22. TERMINATION

*** 계약종료의 조건들은 라이선스를 가장 강제할 수 있는 조항으로 이루어져 있다. 앞서 언급된 모든 계약의 조건들이 아래의 범주에 있다고 보며 따라서, 아래의 조항들은 라이선스를 계약종료 시키기 위한 조항이기 보다는, 합리적으로 통제하고 강제하여 관리할 수 있는 조항으로 이루어져 있다.

On the occurrence of the following events, Licensor may terminate this Agreement by serving Licensee a written notice thereof.

- 22.1. In case Licensee is engaged in (a) any production and sub-licensing activities, including, without limitation, production, manufacturing, selling, distributing, sub-licensing of any Licensed Merchandise in breach of the terms of this Agreement and (b) production of any items, which are beyond the scope of this Agreement and Exhibits attached hereto or to which Licensor does not consent to production thereof, in breach of the terms of this License and Agreement and any other supplementary materials provided by Licensor.
- 22.2. In case Licensee is engaged in export of any of the products to or purchasing from the countries other than Licensed Territory.
However, Licensee are allowed to export with written approval by Licensor.
- 22.3. In case Licensee fails to acquire any consents from Licensor, whether it be 'prior to' or 'subsequent to', as required by this License and Agreement.
- 22.4. If Licensee becomes incapable of or fails to pay on the due date, any Royalties, MGR, of such kinds, or any payables to Licensor are outstanding more than twice on the due date thereof.
- 22.5. In case Licensee is engaged in or participated in sales of any of items to

which no certificate stamp is attached.

- 22.6. In case Licensee fails to prove or disprove or provide adequate evidence to or show causes for, no commercialization and any records thereof with regards to the Mashimaro Character within 120 consecutive days from the date of the execution of this Agreement.
- 22.7. In case Licensee becomes a party to any lawsuit and in consequences thereof Licensee's property becomes subject to attachment, pledge, statutory lien, any order in connection thereto to the extent of the fact that such lawsuit and consequences thereof renders Licensee becoming unable to perform its obligations set out herein.
- 22.8. If Licensee becomes insolvent, bankrupt, dissolved, in arbitration, composition or under a court order of corporate restructuring, arbitration, and composition.
- 22.9. If Licensee is involved with major corporate structuring which may have substantially affect the workability of the obligation stipulated herein, including without limitation, a spin²off, M&A, and sale of its business in part or whole.
- 22.10. In cases Licensee breaches any material terms and conditions of this Agreement.

ARTICLE 23. RESTRICTIVE LEGISLATION

*** 라이선서는 라이선시 당사국의 법률적 제한이나, 실정법에 관한 사항을 수시로 인지 할 수 없기에 라이선시로 하여금 당사국의 법률적 제한이나 본 계약에 있어 라이선서의 불이익 당하지 않도록, 라이선시는 라이선서에게 주지시키고 인지 시켜야 한다.

Licensee hereby voluntarily and expressly acknowledges that Licensor enters into this Agreement, solely relied upon Licensee's representation to Licensor in the Territory that there is no restrictive code or statutory provisions or judicially

developed doctrines that adversely affects the rights and remedies provided herein in favour of Licensor pursuant to the doctrine of the freedom of contract. Licensee further acknowledges that Licensor would have not entered into this Agreement had it known the existence of such other restrictive code or statutory provisions or judicially developed doctrines. Therefore, Licensee hereby agrees to immediately notify Licensor in writing the complete content and effect of any restrictive code or statutory provisions or judicially developed doctrines, in the event that Licensee shall subsequently discover the existence of them after the entry of this Agreement, or in the event that such restrictive code or statutory provisions are enacted or such restrictive judicial doctrines are developed after the entry of this Agreement.

In case that Licensor receives such written notification, Licensor will determine whether the parties should discontinue the relationship provided herein or not and whether the parties should suspend the transactions pending the complete renegotiation of the terms and conditions of this Agreement to the satisfaction of Licensor. If Licensor elects to renegotiate the terms and conditions of this Agreement, the Licensor and Licensee shall use their best efforts to complete such renegotiation as soon as possible.

ARTICLE 24. GOVERNING LAW AND ARBITRATION

*** 법률적 분쟁이 발생할 경우, 분쟁을 조정하고 해결하는 법원과 중재소를 지역적으로 지정하는 것으로 보통 라이선서의 관할지역을 주장하며, 부득이 그렇지 못할 경우 제3국으로 지정을 한다. 그러나 자국이던 제3국이던 분쟁으로 인한 비용이 많이 들고, 법적 효력을 강제하기에는 매우 힘든 부분이 있어, 분쟁 보다는 화해와 합의를 끌어내는 것이 효율적이다.

24.1. This Agreement shall be governed by and construed in accordance with laws of the Republic of Korea without reference to its conflicts of law principles and as if fully performed therein, and will bind the successions and assigns of each Party.

24.2. Any dispute or claim arising out of or in connection with this Agreement or any breach hereof shall be settled finally by arbitration. The arbitration

shall take place in Seoul, Korea and shall be conducted in accordance with the Rules of the Korean Commercial Arbitration Board by three arbitrators appointed according to those Rules. The arbitrators shall have the power to rule on their own competence and on the validity of the submission of this agreement and arbitration.

24.3. In the event of any conflict between this Agreement and those rules, the provisions of this Agreement shall prevail. The decision of majority of the three arbitrators shall be final and binding upon the Parties. Judgment upon any award rendered in arbitration hereunder may be entered in court having pertinent jurisdiction.

ARTICLE 25. FORCE MAJEURE

*** 계약이행에 있어 쌍방의 불가항력을 아래와 같이 규정한다.

In addition to any other exception from liability specifically provided for in the Agreement, neither Party will be liable for failure to perform any part of this Agreement when the failure occurs due to:

25.1. Fire, flood, strike or other labor dispute, shortage of material, transportation difficulty, accident, war, riot, act of God, insurrection, civil disturbance, act of government or government regulation (other than imposed by the Government of Korea or the Government of Nations on the exportation by Licensor of Licensor's property for importation into Territory) or other occurrence beyond the reasonable control of such party (any such occurrence being herein referred to as a "Non-Export Restrictive Event of Force Majeure") or;

25.2. An act of government or government regulation by the Government of Korea or the Government of Nations to the effect of which is to impose restrictions on the exportation by Licensor of Licensed Merchandise for importation into China by Licensee (any such event and restriction being herein referred to as an "Export Restrictive Event of Force Majeure");

Provided, however, that the affected Party shall have promptly notified the other Party of such cause or circumstances and shall promptly resume performance upon cessation thereof and that the above shall not relieve either Party from its obligations to perform its part of this Agreement at such time and to such extent as may be possible subsequent to the intervention of a Non-Export Restrictive Event of Force Majeure and under no circumstances is either Party relieved by any Non-Export Restrictive Event of Force Majeure or Export Restrictive Event of Force Majeure from its obligation to make any payment due hereunder.

ARTICLE 26. CONFIDENTIALITY

All information marked "Confidential" and exchanged hereunder are to be kept confidential by the Parties except where any of the Parties is required to furnish such information to any governmental authority as required by law. In such event, the other Party shall be notified of the disclosure of such information as soon as possible.

ARTICLE 27. WAIVER

Failure by either Party to enforce any of the provisions of this Agreement shall not be construed as a waiver by it of its rights hereunder, provided, however, that Licensee expressly and irrevocably waives any violation of the applicable laws by any one or more of the provisions of this Agreement and further agrees not to assert invalidity, illegality or unenforceability of such provisions in the future. Any waiver by either Party of a breach of this Agreement shall not constitute a precedent as to any subsequent breach on the part of the other Party. The remedies provided herein are cumulative and not exclusive of any remedy provided by law.

ARTICLE 28. LANGUAGES

This Agreement is executed in the English language and, for purposes of enforcement and interpretation; the Parties agree that the English Version shall prevail over any other translation hereof.

ARTICLE 29. FOREIGN EXCHANGE RATE

*** 급격한 환율변동에 따른 환차익 또는 손실을 볼 수 있어, 보통 쌍방이 기준 환율을 정하고, 급격한 변동이 예상된다면 환율 변동 폭을 합의하여 정하여 쌍방의 환율로 인한 손실을 줄인다.

If any amount of money payable by a Party to the other Party pursuant to this Agreement or other supplementary documents is required to apply a certain foreign exchange rate, the Parties agree to apply the exchange rate for the present purpose announced by the Bank of Korea at the date of each calendar month of which the relevant payment becomes due, provided that in case the Parties mutually agree to a reasonable exchange rate, such agreed exchanged rate shall apply.

ARTICLE 30. SEVERABILITY

If one or more of the provisions other than provisions constituting a material consideration to Licensor's entering into this Agreement contained in this Agreement shall become or be found out to be, invalid, illegal, or unenforceable in any respect under any applicable law, validity, legality, and enforceability of the remaining provisions contained herein shall not in any way be affected or impaired, provided, however, that in such cases the Parties oblige themselves to use their best efforts to achieve the purpose of the invalid provision by a new legally valid stipulation

ARTICLE 31. ENTIRE AGREEMENT

Except otherwise provided in this Agreement, this Agreement shall constitute the only and entire agreement of the Parties with respect to the subject matters contemplated herein and supersede all prior oral or written agreements, understandings or arrangements of the Parties relating hereto. Any amendment to this Agreement must be in writing, signed by the Parties to be effective and enforceable.

ARTICLE 32. HEADINGS

The headings to Sections are included for convenience of reference only and not be used to construe or interpret this Agreement.

ARTICLE 33. PENALTIES

*** 위약금 조항은 앞서 언급된 계약종료의 조항과 함께 라이선시에게 고의 또는 실수로 로알티에대한 부당행위를 방지하는 조항으로 이 또한, 라이선시에 대한 관리와 감독을 위한 방법이다.

In case Licensee falls under any of the following paragraphs, it shall pay the following penalty to Licenser. When Licenser suffered damage exceeding the penalty due to Licensee's conduct, Licenser may request the compensation of additional amount of damage to Licensee other than penalties stipulated hereunder.

33.1. In case Licensee manufactures Licensed Merchandise exceeding the quantity described on the summated Report. 30 percent (%) of total proceeds obtained by Licensee through sales of the relevant Licensed Merchandise shall be paid to Licenser (For the purpose of calculation, the following formula applies. [Penalty = retail price x total quantity or reasonably ascertainable quantity of relevant Licensed Merchandise x 130%]. If there is increase of retail price, its highest retails price shall be applicable for the present purpose)

33.2. In case the certificate stamp is not attached according to the term and conditions of this Agreement, 30 percent (%) of total proceeds obtained by Licensee through sales of the relevant Licensed Merchandise shall be paid to Licenser (For the purpose of calculation, the following formula applies. [Penalty = retail price x total quantity or reasonably ascertainable quantity of relevant Licensed Merchandise with no certificate stamp x 130%]. If there is increase of retail price, its highest retails price shall be applicable for the present purpose).

33.3. When Licensed Merchandise was diverted and sold to unapproved territory violating the provision of this Agreement, 30 percent (%) of total proceeds obtained by Licensee through sales of the relevant Licensed Merchandise sold beyond the Territory shall be paid to Licenser (For the purpose of

calculation, the following formula applies. [Penalty = retail price x total quantity or reasonably ascertainable quantity of relevant Licensed Merchandise sold beyond Territory x 130%]. If there is increase of retail price, its highest retail price shall be applicable for the present purpose)

33.4. In case of violation of provision of Paragraph 3 of Article 14 of this Agreement, 30% percent (%) of total proceeds obtained by Licensee through sales of the relevant product assembled package manufactured. (For the purpose of calculation, the following formula applies. [Penalty = retail price x total quantity or reasonably ascertainable quantity of relevant Licensed Merchandise sold in package form x 130%]. If there is increase of retail price, its highest retail price shall be applicable for the present purpose)

ARTICLE 34. NOTICE

The necessary notice means under the above terms and conditions of this Agreement shall be executed by document or international communication system such as mail registered or TNT, DHL or FEDEX or FAX or e-mail or personal delivery. A copy of this agreement shall be transferred by one of above mentioned means. Any notice shall be sent to the address appeared elsewhere herein, and the written notice may be amended within five (5) days.

In order to verify the conclusion of this Agreement, two (2) copies of this Agreement is prepared, and each Party signs on it and will keep one (1) copy each.

ARTICLE 35. EFFECTIVENESS

The Parties agree and acknowledge that this Agreement shall not be effective and valid unless properly executed by authorized personnel.

ARTICLE 36. AUTHORITY

Each Party hereby represents and warrants that it has full power and authority to enter into and perform this Agreement without any third party consents or

governmental approvals, filings, registrations, consents or permits.

(end of page)

IN WITNESS WHEREOF, the Parties hereto have cause this Agreement to be executed by their duly authorized representatives on the day and year first set forth above.

LICENSOR

Name :

Company Name :

Address :

Sign :

LICENSEE

Name :

Company Name :

Address :

Sign :

【Summary of important contents of Agreement】

*** 이 부분은 복잡한 본문의 계약서내의 법률적 책임과 의무의 용어를 제외한 실질적인 계약내용을 요약 기술함으로써, 간단하면서도 핵심적인 내용을 담고 있어 통상적으로 마지막 부분에 사용을 한다.

1. Property of license :

2. License Territory :

3. License period :

FROM TO

4. License Product Category : Non-Exclusive

5. Royalty : _ _ % of Wholesales price based on production quantity

EXHIBIT A

*** 계약과 후 라이선서가 관리하는 로열티 산정 및 금액의 양식을 계약하는 모든 라이선시에게 동일하게 제공하여 허가 제품을 생산할 경우 각 제품의 도매가, 수량, 로열티 비율을 쉽게 라이선서가 파악할 수 있도록 일정한 양식을 제공한다.

1. Contract No.:

2. Products category of Licensed Merchandise

No	Product	Whole Sales Price	Min QTY PCS	Royalty Rate(%)	Royalty Amount()
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					

Total :

Total US\$:

The categories of products as in “Exhibit A” in this agreement, it can be changed and added with the agreement of the both parties.

VI. 라이선싱 관리

라이선싱 관리는 라이선싱을 진행하는 과정에 있어 수행해야 할 주요 항목들에 대해서 체계화하고 시스템화 하여 그 운영의 효율을 높이고 성공적인 사업을 진행할 수 있도록 하는 것이다.

관리해야 할 주요대상으로는 계약업체, 계약 및 문서, 디자인, 증지, 상품, 유통, 매출, 운영인력 등으로 라이선싱 진행 순서에 따라 나누어 본 것이다.

일반적으로 성공적인 라이선싱을 위해서 관리 보다는 공격적인 마케팅이 우선시 되는 경향이 있다. 그 이유는 대외적으로 캐릭터 프로퍼티가 양적으로 많이 노출되어야 이에 따른 라이선싱이 시작되고 활성화 된다는 통념 때문인데 전혀 틀린 이야기는 아니지만 소비자와 소통하는 방법에 있어서 현재 시장은 TV나 영화 등과 같은 채널이 전부가 아니기 때문에 브랜드 관리가 잘 된 캐릭터 상품만으로도 캐릭터를 알리고 이에 따른 상품화 라이선싱이 활성화 될 수 있는 것을 보면 점점 더 라이선싱 관리에 대한 부분이 중요해지고 있다고 볼 수 있다.

미디어가 다양해지고 정보의 홍수 속에서 살아가는 이 시대의 소비자들은 어떠한 정보에 대해서 사실의 진위를 정확하게 인지하지 못할 뿐 아니라 광고나 홍보성 이야기에 대하여 100% 신뢰하지 못하지만 본인이 직접 체험해 본 부분에 대해서는 주관적인 생각을 가지고 다른 사람과 나누기도 한다.

마케팅 중 가장 효과가 있는 것은 구전마케팅인데 인터넷이라는 환경이 너무나도 자연스럽게 생활 속 깊숙이 자리 잡았고 스마트폰이나 SNS등의 활성화로 더욱 각광을 받게 되었다.

라이선싱이라는 것은 캐릭터 프로퍼티를 통한 상품화 사업으로 소비자에게 최종적으로 다가서는 것은 캐릭터 상품이다. 캐릭터 상품을 통하여 소비자에게 좀 더 친숙하게 다가가고 많은 사람들에게 영향을 미칠 수 있기 때문에 라이선서와 라이선시는 캐릭터라는 감성이 잘 접목된 상품을 유통할 수 있도록 최선을 다하여야 한다.

결국 라이선싱 관리라는 것은 라이선서가 요구하는 사항에 대해서 규정을 정하고 시장의 요구를 한정짓는 것이 아니고 좀더 유연하게 시장에 대처하고 라이선서와 라이선스 간의 좋은 유대관계를 유지해 나갈 수 있도록 열린 채널과 명확한 컨셉 전달등을 통하여 우수한 캐릭터 상품을 개발해 소비자에게 좋은 반응을 일으킬 수 있도록 하는데 목

적이 있는 것이다.

해외 유명 캐릭터들이나 국내에도 인지도 있는 몇몇의 캐릭터 라이선서들은 이러한 라이선싱 관리의 중요성을 인식하고 독자적인 라이선싱 관리 시스템을 개발하여 협력업체들과 다양한 업무에 대해서 소통하는 것으로 알고 있는데 브랜드 관리가 지금까지 라이선서의 입장에서 일방적으로 진행되어왔던 상황을 고려해 본다면 시대에 맞게 변화되고 있고 그만큼 합리적이라 볼 수 있다.

그렇다면 라이선싱 관리에 대해서 구체적인 항목들을 살펴보고 성공적인 라이선싱을 위한 방안들에 대해서 알아보도록 하겠다.

1. 계약업체관리

계약업체는 소비자에게 최종적으로 전달될 다양한 캐릭터 상품을 만드는 협력업체이다. 이 업체들은 캐릭터의 인지도나 가치를 보고 라이선서와 계약을 진행했으며 그만큼 댓가(사용료)를 지불하지만 전부가 성공하는 것은 아니다.

이러한 계약업체는 캐릭터 상품에 대한 소비자의 반응을 제일 먼저 파악하고 시장의 동향에 대해서도 누구보다 깊은 관심을 가지고 있다. 직접적인 유통을 통하여 고객을 상대하기도 하지만 대형 유통처에 상품을 공급하면서 해당 바이어(Buyer)로부터 다양한 정보를 얻어내기도 한다.

계약업체와 관계가 소원해지는 것은 캐릭터 상품이 새롭게 시장에 유통 되었을때 시장이 반응이 기대한 바에 부응하지 못할 때 보다도 대부분의 라이선서들이 계약업체와 계약을 이끌어 내는데 많은 시간을 허비하고 상품을 어떻게 만들고 유통하며 시장의 상황에 대해서 다양한 의견을 교환하는 등의 협력업체 입장에서 실질적인 소비자를 위한 상품의 경쟁력을 갖추는데 관심과 시간투자가 적기 때문이라 볼 수 있다.

그렇기 때문에 라이선서는 주기적인 업체 간담회를 통하여 라이선시로 부터 다양한 의견을 청취하고 합리적인 사안에 대해서는 협력업체와 공동으로 대응하며 대외적인 홈페이지를 통하여 소비자와 협력업체 등에게 새로운 소식을 꾸준히 제공하고 정기적으로 DM이나 이메일 소식지를 이용하여 다양한 정보를 공유하는 등 지속적으로 노력을 하여야 한다.

홈페이지나 이메일, DM발송등에 있어서도 라이선서의 소식만을 전달할 것이 아니라

다양한 계약업체의 소식이나 성공사례, 신상품출시, 진행상황에 대해서 업체들간에 정보 공유가 있음으로 인해 계약업체간 경쟁이나 상호간에 협업을 진행할 수 있도록 독려하는 것도 중요하다 할 수 있다. 그러나 무엇보다도 중요한 것은 정기적으로 직접적인 방문을 통하여 계약업체를 파악하고 관심을 가지는 것이다.

라이센싱 비즈니스에 있어서 캐릭터를 통하여 계약으로 맺어진 관계지만 갑과 을의 관계를 떠나서 계약업체 또한 라이선서의 입장에서 보면 또 다른 고객이기도 하다. 계약기간동안 진행되는 업무를 통하여 계약업체 또한 라이선서를 판단하게 되고 캐릭터 프로퍼티에 대해 가능성을 인정하고 라이선서에 대한 좋은 평판을 가지게 된다면 계약업체 주변의 잠재력이 있는 협력업체들에게 또 다른 계약을 이끌어 낼 수 있도록 도움을 줄 수도 있다.

2. 계약 및 문서관리

앞서 살펴보았듯이 계약업체는 끊임없는 라이선서의 관심을 통해서 관리될 수 있다. 하지만, 많은 계약업체들을 관리하는 대부분의 라이선싱 담당자들은 모든 계약품목에 대해서 해박한 지식을 가질 수도 없고 다양한 마케팅 업무도 진행해야 하는 관계로 모든 계약업체와 좋은 관계를 유지하긴 어렵다.

상호간에 신뢰가 형성되기도 전에 다양한 문제점들이 돌출 될 수 있는데 예를 들어 디자인 승인을 받지 않은 제품을 출시하거나 정품 인증을 하는 홀로그램 스티커 미 부착, 계약기간을 지나 재계약 없이 같은 사업을 진행하는 등 계약사항에 반하는 행위로 결국 남는 것은 양사가 체결한 계약서뿐이다.

물론 상호간에 합의를 통해 문제를 해결하는 것이 가장 좋으나 그렇지 않고 법적으로 해결하게 된다고 해도 라이선서와 계약업체는 서로 상처를 입게 되어 캐릭터라는 엔터테인먼트 비즈니스를 지속적으로 성실히 수행하기는 어렵다. 이는 다른 사업도 마찬가지겠지만 캐릭터 라이센싱 사업은 특히나 상호간의 신뢰가 중요하기 때문이다.

이러한 문제가 발생하기 전 라이선서는 계약이나 업체와의 업무 진행에 대한 다양한 문서를 체계적으로 관리하고 주기적으로 업데이트 하는 노력이 필요하다. 계약서 내용을 꼼꼼히 확인하고 계약업체에게도 자세한 사항에 대해서 안내해 주어야 하며 업체와 주고 받는 다양한 정보교환에 대한 부분도 문서화 하는 것이 좋다.

이메일의 경우는 계약업체별 카테고리를 두어 진행되는 과정에 대해서 잘 알 수 있도록

록 보관해야 하며 모든 공식적인 문서는 공문을 통하도록 하며 이를 잘 보관해야 한다. 이는 문제가 생겼을 경우 그 증빙으로 삼을 수 도 있겠지만 라이선싱 담당자가 여러 가지 원인으로 바뀌게 될 경우 업무에 대해 가장 잘 습득할 수 있기 때문이다.

계약서는 년도별로 정리하여 잘 보관하되 중요 내용에 대한 부분은 요약하여 파일이나 별도의 문서로 보관해야 한다. 요약 부분에는 업체명과 계약품목, 계약기간, 사용료에 대한 부분이 포함되어야 하며 담당자가 별도로 해당 업체나 품목에 대해서 날짜별 상담내용이나 기타 의견 등을 표시해 놓아야 한다.

계약업체별로는 기존에 체결된 계약서를 분실하여 해당 유통처나 수입 통관시에 증빙 자료로 사용할 수 없는 경우도 생기는데 이럴 때는 별도의 인증서를 통하여 계약업체가 계약에 대한 증빙으로 사용하도록 하게 한다.

이외에도 계약업체와 관련된 다양한 문서 즉 상품화 신청서, 매출보고서, 수출입 통관 서류, 사업계획서, 상품설명서, 기타 등은 잘 보관하고 즉시 확인이 가능하도록 관리하고 보관하도록 한다.

3. 디자인 관리

디자인 관리는 보통 라이선서의 디자인을 담당하는 부서에서 실질적으로 담당하지만 라이선싱 혹은 마케팅 담당자의 주도하에 진행되는 것이 좋다. 이는 상품 자체의 디자인이라기 보다는 캐릭터 프로퍼티가 상품에 얼마만큼 잘 접목될 수 있도록 안내해 주는 역할이기 때문이다.

별도의 디자인 팀에서 주도적으로 디자인 관리업무를 진행하게 되면 시장의 흐름이나 상품의 객관적인 특성, 업체의 환경등의 고려보다는 라이선서의 입장에서 일방적으로 진행될 수 있기 때문인데 상품 디자인 자체를 제어하기 보단 기본적인 상품화 매뉴얼에 따라 캐릭터가 가장 잘 접목될 수 있도록 가이드를 제안한다는 점에서 보면 라이선싱 담당자의 의견이 최종적으로 반영되어야 한다.

하지만, 라이선싱 담당자 또한 시장의 입장에서 혹은 라이선시 즉 계약업체의 입장에서 디자인 관련 사항을 임의로 진행하게 된다면 더 큰 문제를 나타낼 수 있기 때문에 라이선싱 사업에 있어 디자인 관리에 대한 정책을 디자인 담당자들과 의견을 모아 디자인적인 부분과 마케팅적인 부분이 충분히 수렴될 수 있도록 진행하는 것이 옳다고 본다.

라이센싱 사업 즉 캐릭터 상품화 사업을 진행하는 데 있어 계약업체와 가장 많은 시간을 보내는 부분이 디자인 승인과 관련된 업무인데 계약업체와 계약 초기부터 상품이 출시될 때 까지 대부분의 시간이 이에 해당한다.

때문에 라이센싱 담당자는 계약업체와 초기에 디자인 관련된 협의를 상세히 진행해야 한다. 디자인 담당자와 계약업체의 디자인 담당자간의 원활한 의사소통을 위해 캐릭터 디자인 사용에 대한 철저한 교육이 필요하며 사용지침, 다양한 아트웍 등이 포함된 캐릭터 매뉴얼은 디자인 교육 후 제공하여야 한다.

또한 라이센서의 디자인 담당자는 디자인 사용 지침의 변경이나 신규 매뉴얼 배포가 필요할 시엔 라이센싱 담당자와 협의하여 해당업체 담당자에게 전달해야 하며 계약업체 실무자 즉 디자인 담당자들과 의사소통을 위하여 주기적인 시장조사와 함께 업무에 대한 설문지 제출, 정기적인 업체 방문 등의 스케줄을 관리해야 한다.

디자인의 승인은 1차 상품 디자인 시안 검수, 2차 샘플 검수, 3차 완제품 검수로 진행되어지는데 라이센서의 디자인 담당자는 계약업체가 디자인 검수에 대해서 많은 시간과 비용이 들지 않도록 정확한 지침이 내려질 수 있는 방안을 끊임 없이 연구해야 한다.

예를 들면 봉제제품에 있어서 자수라던가 형태변형의 범위 등 디자인 승인과정을 통해 습득한 세부사항을 매뉴얼화 하는 부분이라던가 캐릭터 몰드가 사용되어지는 상품의 경우 원형에 대해 승인하는 과정이 까다로와 시간과 비용이 많이 들어간다는 점을 인지하여 기본적인 원형을 라이센서가 직접 개발하여 계약업체에 유상으로 공급하거나 별도의 목업, 3D 매뉴얼을 개발하여 배포하는 방법 또는 라이센서의 디자인 컨셉을 정확히 이해하여 작업할 수 있는 업체 네트워크를 형성하는 등 라이센싱 담당자와 상의하여 디자인 승인시에 소요되는 시간적, 비용적 낭비 요소를 최대한 줄 일 수 있는 방안을 연구하여 실제 업무에 적용시켜야 한다.

또한 정기적으로 최종 승인되어 유통되어지는 제품에 대해 라이센서 내부 혹은 계약업체와의 간담회 진행시에 품평회를 열어 소개하고 다양한 정보를 공유하는 시간을 갖도록 하는 것이 좋다.

라이센서의 디자인 담당자는 시장조사나 다양한 네트워크를 통해 습득한 상품정보 등을 라이센싱 담당자와 공유하고 캐릭터와 잘 부합하는 상품이나 업체등을 선별하여 미리 디자인을 해보는 등 적극적인 캐릭터 라이센싱을 진행할 수 있도록 항상 준비를 해야

한다.

4. 증지 관리

증지라 함은 홀로그램 스티커를 말하며 라이선서의 저작물에 대한 고유의 인증 스티커라 할 수 있다.

보통 정품인증의 형식으로 많이 사용되어 지는 데 불법 복제제품과의 구별이나 차별화를 위해서 사용되고 상품 날개에 부착됨으로써 로열티 계산의 근거로도 활용된다.

캐릭터 라이선서가 주로 사용하는 증지는 가로 1.2cm, 세로 1.2cm의 정방형이며 주로 캐릭터 이미지와 로고등이 디자인 된다.

증지는 사용빈도에 따라 주기적으로 디자인 변경을 하는데 년도별로 새롭게 제작하는 경우도 있고 사용지역에 따라 다른 디자인의 증지를 배포하기도 한다.

증지는 그 사용 지역의 고유표기나 색상으로 구별되기도 하고 상품의 가격에 따라 번호를 별도로 부여하기도 하는데 이는 보통 라이선스 계약이 지역이나 상품 품목에 따라 업체별로 구분되기 때문이다.

증지는 보통 전문 제작업체에 의뢰를 해서 제작을 하게 되는데 기본적인 동판비용이 꽤 지출되기 때문에 증지의 사용량이 많지 않은 라이선서의 경우는 자주 바꾸는데 부담을 느낄 수 있다. 하지만 가급적이면 정기적으로 교체하여 부착된 상품에 대한 이력을 증지만으로도 알 수 있도록 하는 정책이 옳다고 하겠다.

증지는 로열티 즉 캐릭터 사용료의 근거로 활용이 된다.

라이선스 계약의 방식에 따라 다르긴 한데 계약과 동시에 체결된 MG(미니멈갬런티)만큼의 증지를 교부하고 계약 시 인수한 증지를 종료 시까지 다 사용하지 못했을 경우 계약 종료 시에 회수하고 재계약의 근거로 삼는 라이선서도 있고 라이선스 즉 계약업체가 필요에 의해서 그때그때 신청하면 디자인 승인이 완료된 품목에 대해서만 증지를 내보내는 라이선서도 있다.

불법 제품의 방지를 위해서는 후자가 옳다고 볼 수 있겠지만 여러 가지 관리하는 부분에 있어서는 전자보다는 복잡한 건 사실이다.

후자의 경우 즉 라이선시가 필요한 경우에 증지를 신청하게 되는데 라이선서가 제공하는 증지관리 시스템을 통하여 신청하거나 팩스, 이메일 등을 통하여 진행한다.

라이선싱 담당자는 증지신청을 받으면 1차적으로 디자인 승인이 완료되어 증지를 내보

내도 되는지 디자인 담당자로부터 확인해야 하고 2차적으로 확인해야 할 부분은 로열티 산출의 근거로 책정되어 지는 상품의 판매가와 출고가, 로열티율, 증지번호 등의 표기사항이 정확히 표시되어 있는지 확인해야 한다.

증지신청서 작성된 부분이 문제가 없으면 라이선싱 담당자는 증지 및 로열티 정산 담당자에게 증지발송에 대해 승인하고 증지 및 로열티 정산 담당자는 증지를 발송하며 근거 내용을 보관한다.

보통 증지 및 로열티 정산 담당자는 라이선서의 회계, 경리, 관리업무를 담당하는 부서가 맡게 되는데 이는 증지가 로열티(사용료)와 관련이 되어있기 때문이다.

라이선싱 담당자는 계약과 사용료 책정, 증지 교부등에 대하여 업체별로 증지 및 로열티 정산 담당자에게 정확히 전달해야 하며 증지 및 로열티 정산 담당자도 캐릭터 사용료에 대한 내역등을 잘 보관하여 계약업체와의 사용료 청구, 사용료 현황, 세금계산서 송부 현황등 자세한 사항을 라이선싱 담당자와 충분히 의견 교환해야 한다.

증지는 앞서 언급했듯이 불법 복제제품의 구별로도 활용된다.

캐릭터 프로퍼티가 인지도가 높아 시중에 이와 유사한 복제품이 판매가 되고 있다면 제일 처음 확인해 보아야 할 부분이 정품 인증 홀로그램이 부착되어 있는지 확인하는 부분이다. 증지는 상품의 가장 잘 보이는 곳에 부착하게끔 되어 있기 때문에 바로 식별이 가능하다.

증지는 단순히 불법 복제제품의 구별로 쓰이기도 하지만 증지에 디자인된 항목중에 캐릭터 상품의 가격에 따라 다른 번호를 기입하는 방식으로 여러 상품 품목을 계약한 계약업체가 로열티 산정의 기준이 되는 상품의 판매가 등을 속여 다른 번호의 증지를 부착한 경우에도 식별할 수 있게 한다.

라이선서의 담당자들이 시장조사를 통하여 증지가 제대로 부착되어 있는지 확인할 수 있지만 전국 유통처나 인터넷 등 모든 영역에서 확인할 수 없기 때문에 별도의 단속업체와 아웃소싱 계약을 체결하여 단속업무를 진행하기도 한다.

5. 상품 관리

최종 디자인 승인완료된 시점에서 계약업체로부터 완제품을 제공 받게 되는데 그 수량은 계약서에 별도로 표기하지만 제품의 가격이나 옵션사항등에 따라 적게는 3개에서 많게는 20개까지 받게 된다.

이러한 제공받은 상품은 캐릭터 디자인이 해당 상품에 정확히 적용되었는지 내부적으로 확인하는 차원에서 필요하고 대외적인 전시회를 통하여 디스플레이 될 수 있도록 제공하는 차원에서 필요하기도 하다.

상품의 관리는 라이선서에게 제공된 이러한 완제품을 잘 보관할 수 있도록 별도의 공간을 확보해야 하는 부분과 상품의 콘텐츠를 컴퓨터 파일 등으로 저장할 수 있는 데이터베이스를 구축하는 부분에 해당된다.

완제품의 보관은 라이선서에게는 라이선싱의 히스토리로 남게 되는 부분이기 때문에 제품이 훼손되지 않게 장기간 잘 보관될 수 있는 곳으로 선별해야 한다.

제품의 데이터 베이스화를 위해서는 제품의 사진자료 즉 정면, 측면, 후면 등의 이미지와 상품명, 가격, 제조회사, 유통처, 바코드, 색상, 재질, 옵션 등 상세히 기록할 수 있는 별도의 양식을 마련하거나 홈페이지나 인터넷 쇼핑몰에 등록하여 컴퓨터로 확인이 될 수 있도록 하는 부분도 중요하다.

또한 라이선싱 담당자는 일정량이 확보된 상품 데이터베이스를 통하여 주기적으로 상품카다록을 제작하여 영업이나 마케팅 자료로 활용할 수 있도록 해야 한다.

상품의 카다록 제작은 상품의 히스토리를 충분히 알 수 있도록 확보된 데이터베이스를 근거로 제작하며 업체별 상품군이나 상품화 카테고리별로 나누어 제작하는 것이 라이선싱 사업을 진행하는 데 있어서는 유리하다 하겠다.

보통 캐릭터 제품은 일반 제품과는 다르게 아기자기하고 선물용품들이 많기 때문에 라이선서를 방문한 손님이나 대외적인 전시회에 디스플레이 하게 되면 많은 바이어들이 선물로 제공받길 원한다.

그렇기 때문에 계약업체로부터 완제품을 제공 받을 경우엔 좀 넉넉하게 받는 것이 유리한데 부담이 되는 수량의 경우는 라이선서가 직접 구매하는 것도 하나의 방법이다.

먼저 설명했듯이 캐릭터 완제품의 보관은 상품 자체를 보관한다는 개념보다는 라이선싱 사업의 이력을 보관한다고 보는게 맞는데 이는 사업이 진행되고 시간이 많이 흘러 보관된 상품을 연도별로 전시하는 것만으로도 훌륭한 사회적 이슈가 될 수 있기 때문이다.

해외 유명캐릭터들은 이러한 오래된 캐릭터 제품 전시를 통하여 많은 사회적 관심을 불러 일으키고 소비자에게 더욱더 친숙하게 다가서는 기회로 삼는 등 마케팅 요소로도 사용하고 있는 것은 참고해 볼만한 요소이다.

6. 유통 관리

유통관리라 함은 라이선서의 캐릭터를 사용한 상품이 시장에서 어떻게 유통되어 지를 상세히 살펴보고 라이선서가 추구하는 라이선싱 정책 등에 참고하며 라이선서가 직간접적으로 유통시장에 진입해 있는 경우엔 시장지배력을 높이기 위한 유통 전략등을 펼치기 위한 활동이다.

2000년대 초반 전후로 대형할인점과 인터넷 쇼핑몰, TV홈쇼핑등 새로운 유통패러다임이 폭발적인 인기를 구가하면서 이 유통 시장은 해마다 높은 성장률을 기록하고 있다. 하지만 이러한 새로운 유통채널이 형성됨에도 불구하고 캐릭터 라이선싱 시장은 일부 해외캐릭터와 국내 극소수 캐릭터를 제외하고는 이 시장에서 큰 성장을 이루지 못했다.

그 이유는 좋은 제품을 싸게 판매하려는 이들 유통처의 시장 지배력이 점점 확대되면서 기존에 국내외에서 큰 인지도를 갖추고 있는 캐릭터이외의 국산 캐릭터 상품에 대해서는 일반 상품과 같은 판매가격을 요구하는 등의 정책으로 국산 캐릭터를 사용하고 있는 라이선시들에게 많은 어려움이 있었다.

라이선서는 시장에서 유통되는 캐릭터 상품들의 데이터를 지속적으로 분석해야 한다. 상품의 판매가격, 대상타겟(성별, 연령), 주요 유통처, 마케팅 방법 등이 분석대상인데 라이선서의 캐릭터 상품뿐 아니라 타 경쟁 캐릭터 상품에 대한 자료도 꾸준히 확보하여 분석하고 이에대한 해결책을 가지고 있어야 한다.

경우에 따라서는 계약업체와 공동으로 유통확보에 대한 전략을 세우고 캐릭터 상품에 대한 유통처로 기본적인 가이드를 제시하여야 한다.

7. 매출관리

라이선서의 입장에서 매출이라 하면 라이선시 즉 계약업체와 체결된 계약에 따른 MG(미니멈갬런티)와 런닝로열티, 상품판매(유통) 대금등이 주요 매출이 된다.

계약과 동시에 지불하게 되어 있는 MG와는 다르게 런닝로열티는 일반적으로 MG금액을 초과하는 시점에서 발생하므로 계약을 진행하고 상품이 출시된 이후에 발생할 가능성이 크다.

증지 관리에서 알아보았듯이 라이선서의 매출을 담당하는 담당자는 증지 관리와 라이선서의 매출관리를 동시에 담당해야 한다.

로열티의 발생시점과 청구시점, 입금시점에 대한 기준을 마련하고 계약업체에게 정확히 전달해야 하며 항상 계약업체별 증지신청서나 기타 증빙자료를 보관하여 언제든지 열람할 수 있도록 하여야 한다.

또한 라이선싱 담당자에게 현재 진행되고 있는 라이선싱 사업의 매출추이나 변동사항 등에 대하여 주기적으로 정확히 리포트하여 라이선싱 담당자가 라이선싱 사업을 원활히 펼쳐나갈 수 있도록 보조해야 한다.

업체별로 계약주기(년도별)에 따른 매출분석, 품목에 대해 월별 증지신청 변동추이, 미수업체 리스트 및 금액, 예상로열티에 대한 분석등의 자료는 라이선싱을 진행하는 데 있어서 중요한 밑바탕이 되는 자료이다.

8. 운영인력에 대한 관리

라이선싱 관리에 있어서 가장 효율적인 부분은 담당 업무를 시스템화 하여 최적의 인원으로 이 사업을 영위하는데 있다. 하지만 업무를 아무리 시스템화 한다 하더라도 라이선싱 진행 프로세스를 정확히 이해하지 못하는 각 분야의 담당자가 맡아서 진행하게 된다면 큰 효율을 기대할 수 없다.

때문에 라이선싱을 담당하는 주요 운영 인력 즉 라이선싱 담당자(책임자)와 디자인 담당자, 증지 및 매출관리 담당자는 주기적인 회의를 통해 해당 분야에서 진행되고 있는 일들에 대해 서로 정보를 나누고 불합리한 점이나 개선해야 할 사항에 대해서 의견을 나누는 시간이 필요하다.

단순히 라이선싱 업무중 본인이 맡은 영역에 대한 부분만 제대로 처리한다고 해서 끝나는 것이 아니라 다른 분야에 대해서도 깊은 관심을 가지고 공유할 수 있는 부분들을 나누는 것이 결국은 라이선싱 관리의 효율을 극대화 하는 방법이라 볼 수 있다.

이상으로 라이선싱 관리에 대해서 세부적으로 알아보았다.

좀더 구체적인 사항은 글로 적는 것 보다는 실지로 다양한 상품화를 진행해보면서 상황에 따라 경험하게 되는 것이니 라이선싱 관리에 대해 주관적인 개념이 형성되기 전까지는 항상 겸허한 마음으로 다양한 경험을 쌓아가길 바란다.

VII. 지적 재산권의 보호

라이선싱에 있어 전반적인 산업의 이해와 흐름을 파악, 또한 이 사업을 함에 있어 마켓이 요구하는 기회요소와 단계별 필요를 살펴보았으나, 무엇보다도 간과하지 말아야 할부분이 라이선싱 사업에 있어 지적 재산권에 대한 보호이다. 지적 재산권의 보호는 예전에는 그 단어에서도 볼 수 있듯이 소극적 또는 방어적인 의미의 보호라는 단어를 사용하였으나, 현재는 지적 재산권의 권리를 유지하고, 침해를 방지하여 상업적인 영속성을 갖기 위한 적극적 권리주장의 형태로 나타나고 있다.

여기서 논하고자하는 것은 광범위한 지적재산권의 영역이 아닌 애니메이션 또는 캐릭터, 게임, 만화 등의 영역에서 기초하는 저작권 및 상표에 관한 내용으로 협의적으로 접근을 해본다. 또한 이러한 영역에서 발생하였던 침해사례를 통해 권리를 취득함에 주의해야 할 점이나 사전에 준비해야 할 일들, 예상되는 침해를 인지 할 수 있도록 한다. 침해에 대해 아무리 준비를 빈틈없이 한다 해도 일단 사건이 발생하면, 여러 가지 형태의 방법(소송, 합의, 중재 기타)으로 해결해야 하기에 지적재산권에 관한 권리의 취득 행의나 침해에 대한 대응은 그에 들어가는 기회비용 및 시간을 고려하여 각 권리자의 사업 역량과 비전에 따라 합리적으로 결정해야 한다.

앞서 말한 사업 역량과 비전에 관련해서는 중소기업 또는 개인이 본인의 지적재산권 보호를 위해 적극적인 권리 취득에 관한 행위의 기초적인 단계 즉 국내 저작권 등록 및 상표 출, 등록 등의 준비는 많은 기회비용이 들지 않으나, 국내가 아닌 해외의 경우는 매우 고민이 많아진다. 국내도 마찬가지지만 해외도 지적 재산권의 출, 등록이 병행 할 수 있지만 국내보다는 여러 단계를 거쳐야 하는 행정적 절차로 사업적인 영역확장의 불투명한 상황에서 많은 기회비용을 들여 재산권 보호에 적극적인 비용을 지불해야 하는가는 중소기업자 또는 개인에게는 매우 고민스럽게 하는 부분이다.

특히나 원활하게 출, 등록의 절차를 밟아 간다면 다행이지만 저작권과 달리 상표의 경우는 불법 출, 등록 또는 유사상표 등록 등 다양한 형태의 침해에 관하여 방어를 하며, 동시에 당사자의 권리를 취득해야 하기 때문에 비용과 시간적인 부분을 생각한다면, 권리취득과 침해 해결을 위한 시간과 비용이 과연 당사자의 사업 역량과 비전을 포함하여 당장의 조건에서 합리적인지를 깊이 고려해야 한다.

사업적인 역량을 고려하여 점진적이고 단계적인 준비를 통해 순차적인 준비를 하는 것이 필요하며, 향후에 준비해야 할 사업지역을 세분화 하여 비용 및 기간을 고려하는등 사전 조사 및 준비 작업이 우선해야 할 것 이다.

이에 논거 하는 내용은 전반적인 저작권 및 상표의 포괄적 의미와 준비절차 또한 분류를 하였으며, 침해사례를 통해 대응방법이나 사후 조치를 알아본다.

1. 국내외 저작권 관련

1) 저작물의 의미

저작물은 사람의 사상이나 감정을 일정한 형식에 담아 이를 다른 사람이 느끼고 깨달을 수 있도록 표현한 것이라 할 수 있다. 저작물을 사람들이 지각할 수 있는 수단으로 영상이나 책, 디지털화된 각종 도구 등이 있으며, 이는 저작물을 담고 있는 유형의 형태로 소유권 등의 일반 재산권의 대상이라 할 수 있다. 저작물은 그 유형의 형태에 담겨져 있는 무형의 형태를 그 저작권 보호 대상이 되는 것을 의미한다.

저작물이 보호받기위한 요건을 보면 첫째로 독창성이 있어야 한다. 독창성이라 하면 표현의 독창성을 의미하며, 자신의 사상이나 감정을 타인의 표현 형식을 모방하거나 빌리지 않고 독자적이고 개별적으로 표현한 독창성을 의미한다. 저작물으로써 인정받기 위해서는 앞서 언급한 독창성을 인정받아야 한다. 비록 특정 저작물이 예술성이 떨어진다하여 저작물의 불인정을 의미하는 것은 아니며, 독창성에 기안한 것이라 하면 저작물으로써 인정한다는 취지이다.

두 번째로 저작물은 타인이 지적 또는 감정적으로 인지할 수 있도록 표현하고 외적으로 나타나야한다. 어떠한 구체적이지 않은 구상이나 생각 또는 미술에서 나타나는 화풍 등은 외적으로 표현되거나 나타나는 것이 아니기에 저작물으로써 인정 받을 수 없다. 저작물은 저작자의 생각과 사상 감정등을 외부로 표현하는 양식을 빌어 타인에게 인지할 수 있도록 어떠한 양식으로든 나타내야한다. 예를 들어 발표나 강의, 강연 등은 고정 과정은 거치지 않지만 저작물으로써 인정 받을 수 있으나, 단순한 아이디어나 생각 차원의 과정은 저작물으로써 인정 받을 수 없다. 저작권법의 명제는 저작자의 사상이나 감정 및 아이디어 등을 보호하는 것이 아닌 그 표현을 보호하는 것이다. 따라서 저작자는 저작권을 인정 받기 위해서는 어떠한 방법으로든 유형의 그릇 안에 표현해야 한다.

2) 저작권 등록의 의의

저작권 등록이란, 저작자가 독창성을 내포하여 창작한 저작물에 관하여 일정 사항(저작자 성명, 창작 및 최초 공표 연월일 등)과 저작 재산권의 양도, 처분제한, 질권 설정 등 권리 변동에 대한 사항을 저작권 등록부라는 공적인 장부에 등재하고 일반 국민에게

공개, 연람하도록 공시하는 것을 말 한다.

우리나라는 저작권 발생에 관하여 아무런 절차나 이행을 요하지 않는 무방식주의를 따르기 때문에 저작권 등록의 제도적 가치가 과소평가되어 있다. 그러나 저작권에 관한 일정한 사실관계와 권리 관계를 공시하여 저작물 정보와 저작권 소재 정보를 제공함에서 그 의의를 찾을 수 있다.

3) 저작권 등록의 종류

(1) 권리등록

(1)-1 저작권 등록

- 성명, 예명, 필명, 아호(공표 당시 예명, 필명, 아호를 사용한 경우에 한함) 국적, 주소 또는 거주지
- 저작물의 제호, 종류, 창작연월일
- 공표의 여부 및 최초 공표된 국가, 공표 연월일
- 2차 저작물의 경우 원 저작물의 제호 및 저작자
- 저작물이 공표된 경우 그 저작물이 공표된 매체에 관한 정보
- 등록 권리자가 2인 이상일 경우 각자의 지분에 관한 사항

(1)-2 저작 인접권 등록

- 성명, 예명, 필명, 아호(공표 당시 예명, 필명, 아호를 사용한 경우에 한함) 국적, 주소 또는 거주지
- 실연, 음반 또는 방송의 제호, 종류, 실연, 음반의 고정 또는 방송연월일
- 등록 권리자가 2인 이상일 경우 각자의 지분에 관한 사항

(1)-3 데이터베이스 제작자의 권리등록

- 성명, 예명, 필명, 아호(공표 당시 예명, 필명, 아호를 사용한 경우에 한함) 국적, 주소 또는 거주지
- 데이터베이스의 제호, 종류, 제작완료일 또는 갱신연월일
- 공표의 여부 및 최초 공표된 국가, 공표 연월일
- 저작물이 공표된 경우 그 저작물이 공표된 매체에 관한 정보
- 등록 권리자가 2인 이상일 경우 각자의 지분에 관한 사

(2) 권리변동의 등록

저작권 또는 저작인접권에 관한 양도, 처분제한, 출판권의 설정, 양도 처분제한, 질권의 설정, 변경, 소멸 등 권리의 귀속이나 내용에 변동이 있는 경우 각 해당 사실을 등록 하는 경우이다.

(3) 변경등록 등의 등록

이미 등록된 사실에 관하여 변경, 경정, 말소 또는 말소 회복의 사유가 있는 경우에 그 사실을 등록하는 것을 말 한다.

4) 저작권 등록 효력

(1) 추정력

저작자로 실명이 등록된 자는 그 등록 저작물의 저작자로, 창작 연월일 또는 맨 처음 공표 연월일이 등록된 저작물은 등록된 연월일에 창작 또는 맨 처음 공표된 것으로 추정한다. 다만 저작물을 창작한 때부터 1년이 경과한 후에 창작 연월일을 등록한 경우는 등록된 연월일에 창작된 것으로 추정하지 아니함(저작권법 제53조)

등록된 저작물을 침해한 자는 그 침해 행위에 과실이 있는 것으로 추정함

(2) 대항력

저작재산권, 저작인접권, 데이터베이스 제작자의 권리변동 사실이나 출판권 설정 등을 등록하면 이러한 사실에 대해 제3자에게 대항할 수 있다. 물론 권리의 변동 사실을 등록 하지 않아도 권리 변동의 당사자 사이에는 변동의 효력이 발생하지만, 당사자가 아닌 제3자가 권리 변동사실을 부인할 때는 제3자에 대하여 변동의 유효를 주장할 수 없다.

(3) 보호기간의 연장

무명 또는 널리 알려지지 않은 이명으로 공표된 경우 저작자가 실명을 등록하면 저작물의 보호기간이 공표 후 50년에서 저작자 사후 50년으로 연장한다. 미 공표 단체명의 저작물과 영상 저작물의 경우 공표 연월일을 등록하면 창작 후 50년에서 공표 시 기준으로 50년까지 연장한다.

5) 저작물의 분류

- 어문저작물 : 시(현대시, 시조, 동시), 소설, 수필(에세이, 기행문, 서가문, 일기, 꿈

트), 교양물, 평론, 논문, 학습물(교과서, 참고서, 시험문제), 기사, 칼럼, 연설(강연, 설교, 설법), 희곡, 시나리오, 시놉시스, 트리트먼트, 각본, TV대본, 라디오대본, 가사, 사용설명서, 브로쇼, 기획안 등

- 음악저작물 : 대중가요, 순수음악, 국악, 동요, 가곡, 오페라, 관현악, 기악, 종교음악, 주제가 등
- 연극저작물 : 무용, 발레, 무언극, 뮤지컬, 오페라, 마당극, 인형극, 즉흥극, 창극 등
- 미술저작물 : 회화(서양화, 동양화), 서예, 조소(조각, 소조), 판화, 모자이크, 공예, 응용미술(디자인, 삽화, 캐릭터, 도안, 그래픽), 만화, 로고, 포스트, 그림동화, 캐리커처, 십자수 도안 등
- 건축저작물 : 건축물, 건축 설계도, 건축물 모형
- 사진저작물 : 일반, 누드, 풍경, 인물, 광고 등
- 영상저작물 : 극영화, 애니메이션, 방송프로그램, 기록필름, 광고, 게임영상, 뮤직비디오, 교육용 동영상 등
- 도형저작물 : (특수목적)지도, 도표, 설계도,(건축설계도 제외), 모형, 지구의, 약도 등
- 편집저작물 : 사전, 홈페이지, 문학전집, 시집, 신문, 잡지, 악보집, 논문집, 백과사전, 교육교재, 카탈로그, 단어집, 문제집, 설문지, 인명부, 전단, 데이터베이스 등
- 2차저작물 : 어문, 음악, 연극, 미술, 건축, 사진, 영상, 도형, 편집저작물로써 번역, 편곡, 변형, 각색, 영상제작된 것

6) 베른조약에 관한 내용

저작권에 관한 국제 조약으로 저작권의 태생을 알 수 있으며, 저작권의 근본 취지를 이해할 수 있다. 무엇보다도 저작권 분쟁을 막기 위한 국제적인 조약으로 저작권 뿐만 아니라 상표와 개연성을 갖고 있고, 실제로 우리나라 사례에도 이 베른 조약의 근거 아래 국제소송의 판례로 있기에 무엇보다도 중요하다 할 수 있다. 이에 베른 조약에 따른 국제적인 저작권의 영향력과 범위를 알 수 있어, 라이선싱 사업의 이해당사자는 이

조약에 대해 인지할 필요가 있다.

최초 베른조약은 1886년 스위스 베른에서 저작권을 국제적으로 서로 보호할 것을 목적으로 체결된 조약이다. 정식이름은 문학 및 미술 저작물 보호에 관한 국제 협정으로 만국 저작권 보호동맹 조약이라고도 한다. 당시 유럽에서는 외국인이 저작물의 무단 출판하는 경우가 많아서 프랑스의 위고가 명예회장으로 있던 국제 문예협회의 주장이 이 조약이 체결된 계기가 되었다.

이 조약은 20년마다 규정을 개정하여, 1908년 베를린, 1928년 로마, 1948년 브뤼셀, 1967년 스톡홀름, 1971년 파리에서 각각 규정 개정회의를 열었다. 이 조약에는 저작물의 완성으로써 저작권이 발생하는 것으로 하고 등록등을 필요로 하지 않는 이른바 무방식주의를 채택하고 있는 점과 가맹국은 서로 다른 가맹국 내에서 공표된 저작물은 물론이고, 아직 공표되지 않은 것이라도 서로 보호할 것을 규정하고, 이른바 속지주의로서 가맹국의 국민의 저작물이라도 가맹국 이외의 장소에서 최초로 발표된 것은 보호받지 못한다는 규정을 갖고 있다.

또한, 내국민 대우라고 하여 보호를 필요로 하는 외국인의 저작물에 대해서도 각 국가가 자국민 저작물에 대하여 부여하고 있는 것과 같은 보호를 해야 한다는 점이다. 그러나 상대국의 보호기간이 자국의 보호기간보다 짧은 경우는 짧은 쪽의 기간만큼만 보호한다는 점(보호기간의 상호주의)이 있으며, 그 조항이 이 조약의 핵심을 이루고 있다.

베른 조약은 다른 조약보다 저작권에 관한 조약 및 협약보다 우선하며, 모든 것을 베른조약 규정에 따라 처리하게 되어 있다. 보호기간은 사후기산주의로 되어 있으며, 브뤼셀 규정에서는 사후 50년 본다 짧아서는 안 된다고 규정되어 있으며, 영화, 사진, 응용미술에 관해서는 각국의 자유 결정에 맡겨져 있다. 이 조약의 유권 해석에 관하여 만약 분쟁이 생길 경우 국제 사법재판소에 의뢰하기로 되어 있다.

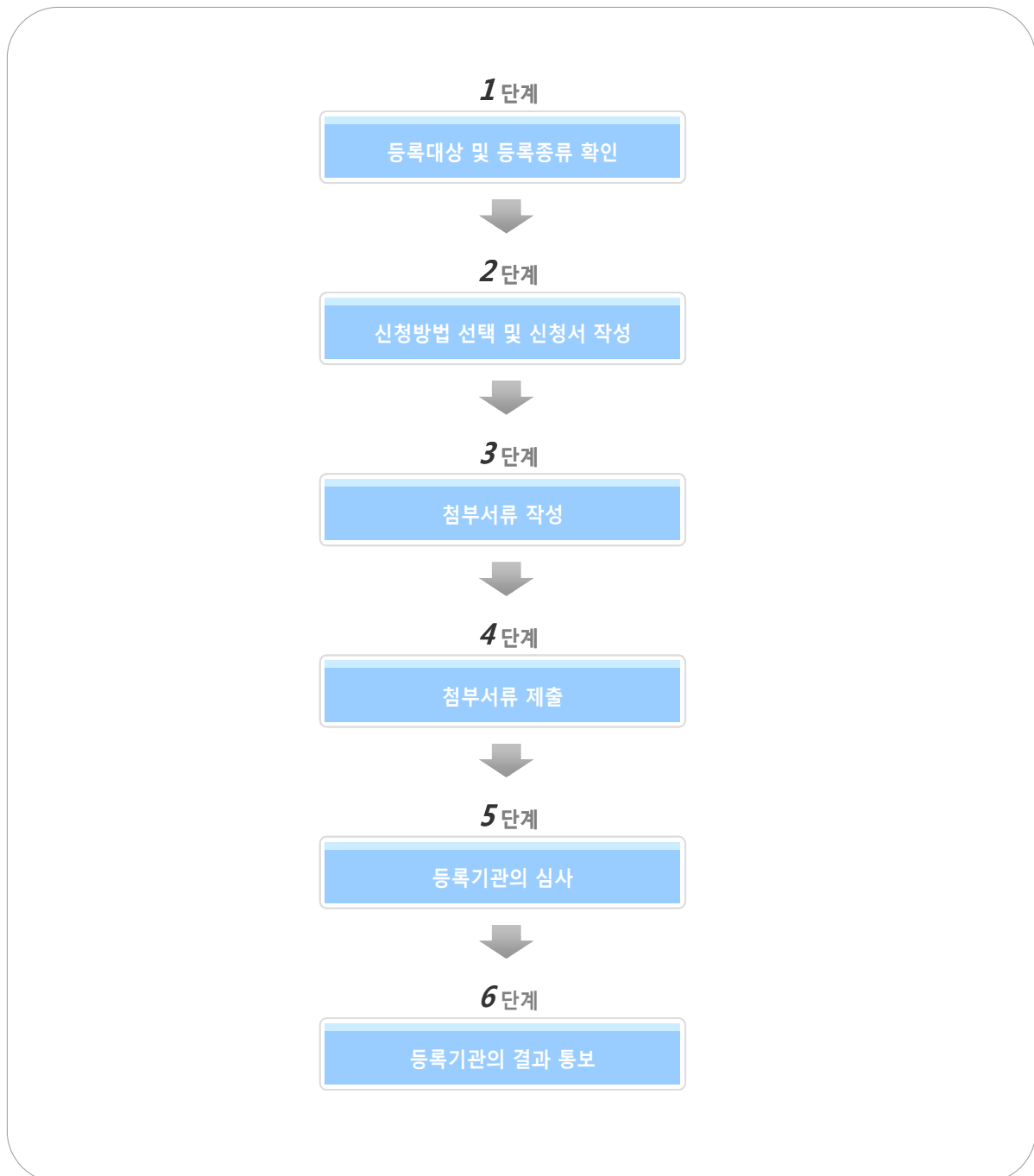
이 밖에 라디오, 텔레비전, 미술 취급권 등에 관한 새로운 규정을 추가 했으며, 1967년 개발도상국의 특례를 인정하는 스톡홀름 개정규정이 성립하기도 했으나, 비준국이 극히 적어 발효되지 않고 있다. 우리나라는 세계무역기구 협정 다음해인 1996년 가입했으며, 2008년 까지 총 148개국의 가맹국이 있다.

7) 주요 국가 저작권 등록절차 및 관련기관

(1) 대한민국 저작권 등록절차 및 관련기관

- 저작권 등록 기관 : 한국저작권위원회 (www.copyright.or.kr)

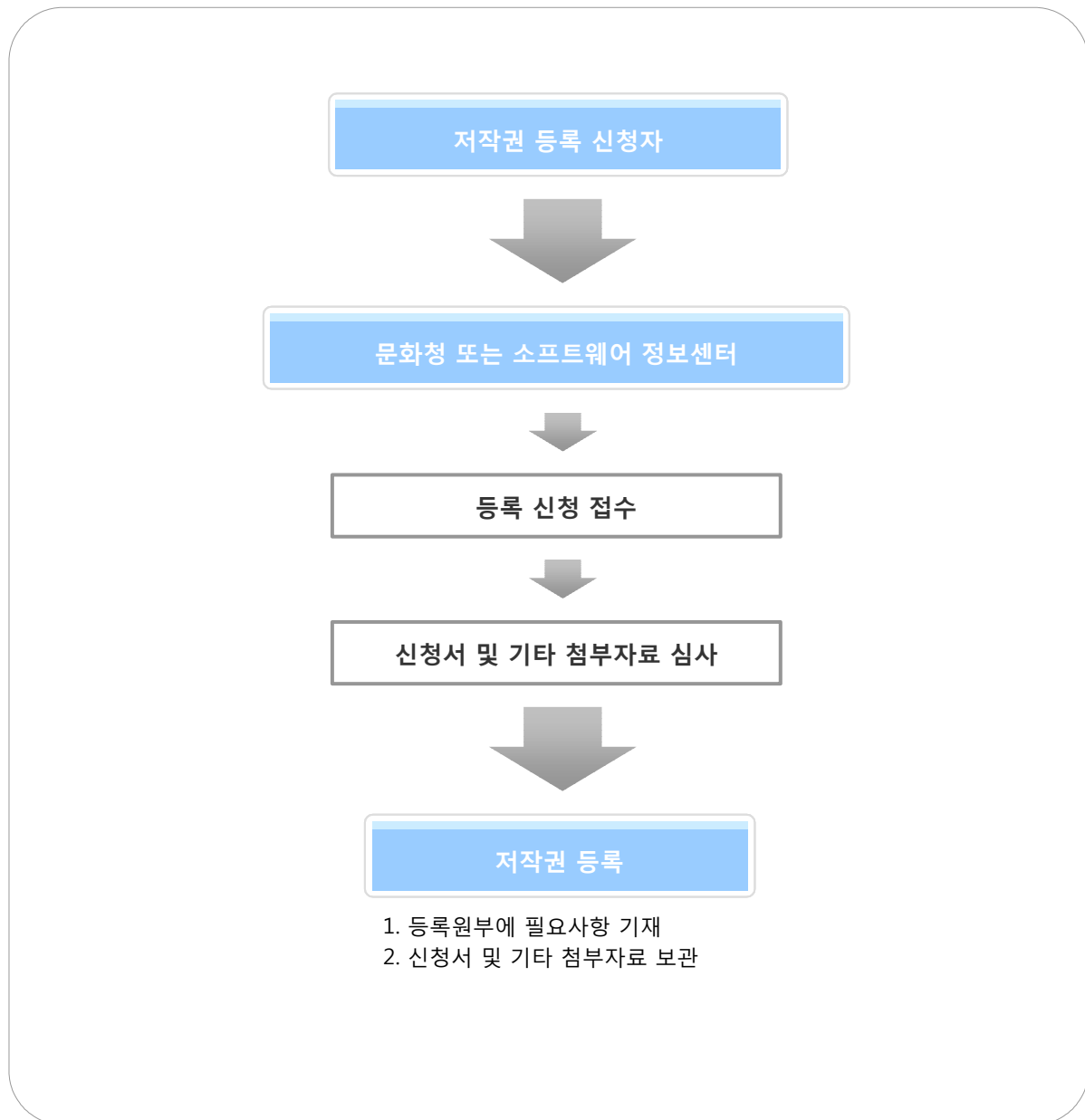
<저작권 등록절차>



(2) 일본 저작권 등록절차 및 관련기관

- 저작권 등록기관 : 문화청 또는 소프트웨어 정보센터 (www.mext.go.jp)

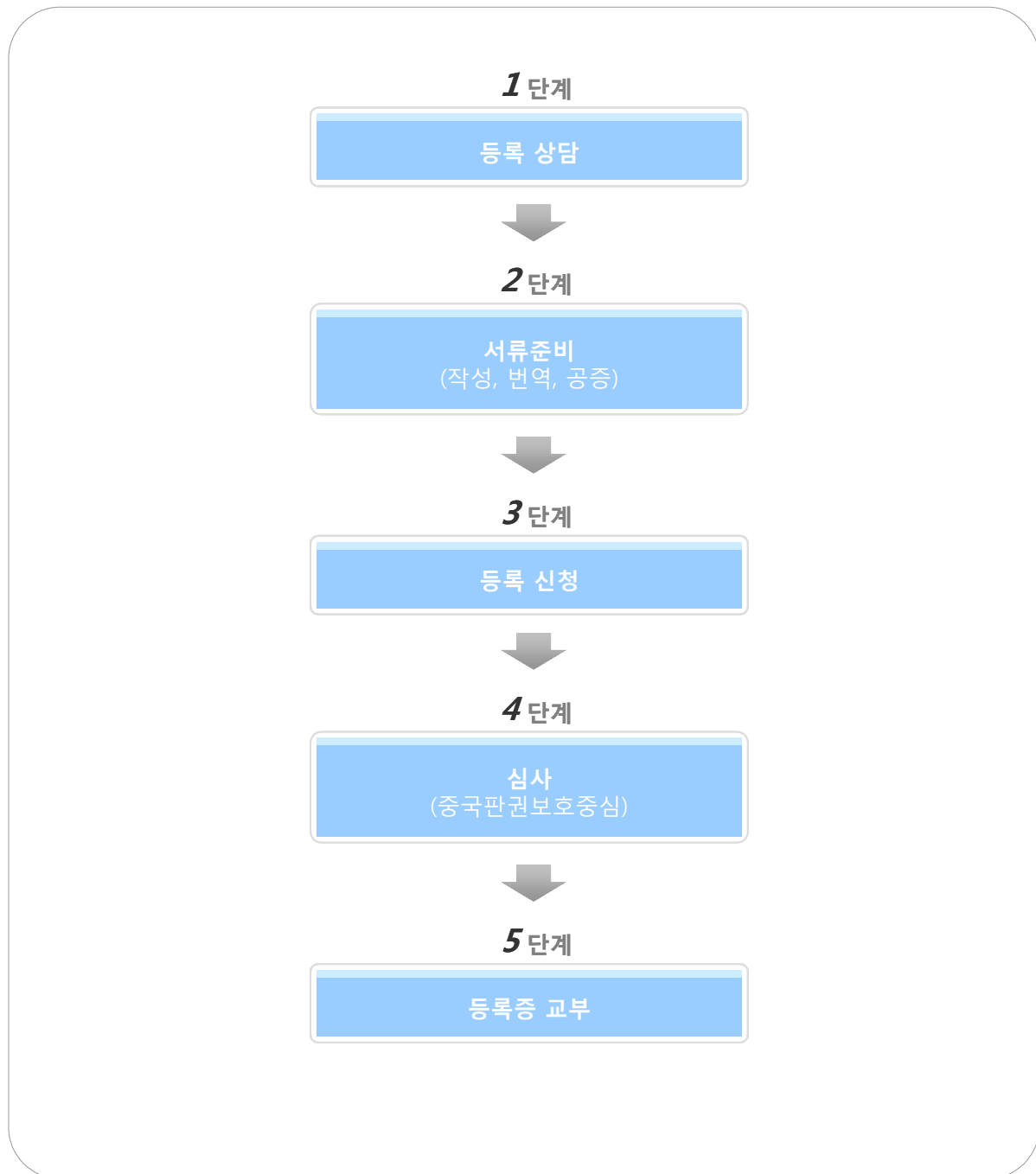
<일본의 저작권 등록절차>



(3) 중국 저작권 등록절차 및 관련기관

- 저작권 등록기관 : 국가 판권국 또는 중국 판권 보호중심

<중국의 저작권 등록절차>



(4) 미국 저작권 등록절차 및 관련기관

- 저작권 등록기관 : 저작권청(US, Copyright Office)

<미국의 저작권 등록절차>



2. 국내외 상표 관련

1) 상표의 정의

상표라 함은 상품을 생산·가공·증명 또는 판매하는 것을 영위하는 자가 자기의 업무에 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기위하여 사용하는 기호·문자·도형·입체적 형상 또는 이들을 결합한 것 내지는 이들 각각에 색채를 결합한 것을 말한다.

연역적으로 상표라 함은 출처의 동일성을 나타내기 위하여 상품에 사용되는 모든 표현수단을 말한다. 그러나 사회적 사실로서의 모든 상표를 상표법의 체계 내에서 일률적으로 보호하는 것은 법기술상 곤란하므로, 상표법은 소정의 요건을 구비한 것만을 상표로 보호하려는 것이다.

상표법상의 상표는 구성요소에 따라 기호·문자·도형 또는 입체적 형상만으로 구성된 단일의 상표와 기호·문자·도형이나 입체적 형상의 둘 이상 또는 이들 각각에 색채가 부가된 결합상표, ii) 사용대상에 따라 협의의 상표, 서비스표, 지리적 표시 단체표장 및 업무표장, iii) 사용주체에 따라 통상의 상표와 단체표장 등으로 나눌 수 있다.

2) 상표의 구성요소

- 상품에 대하여 사용하는 것

상표법상의 상품은 상품학상의 개념에 의할 것이 아니라 상표제도의 목적에 비추어 결정해야 하는데, 일반적으로는 독립거래의 대상이 되는 유체동산으로서 식별의 필요성이 있는 것을 말한다. 따라서 부동산, 열·향기와 같은 무체물, 유통성이 없는 골동품이나 금제품, 기타 경품이나 유가증권 등은 상표법상의 상품에 해당되지 않는다. 그러나 용기에 담아 독립거래의 대상이 되는 것(술·가스)이나 운반 가능한 조립가옥은 상표법상의 상품으로 인정된다.

또한, 상표가 사용될 상품이나 서비스의 성질은 상표등록의 장애가 되지 않는 것이므로, 상품이나 서비스가 등록 여부결정(심결)당시에 관계법령에 의하여 판매가 이루어질 수 없다는 이유로 상표등록을 거절해서는 아니 된다.

- 상품을 ‘생산, 가공, 증명 또는 판매하는 것을 업으로 하는 자’가 사용하는 것

개인적인 범위 내에서 상품을 교환하거나 수리하는 것은 상표법상 상표의 사용이라 할 수 없다. ‘업으로’란 반복·계속의 의사만으로 충분하고 영리유무를 불문한다.

- ‘자타상품을 식별하기 위하여’ 사용하는 것

상표는 자기의 업무에 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 것이다. 따라서 상인이 법률관계의 귀속 주체를 표시하기 위하여 사용하는 상호나, 심미감을 불러일으키기 위한 순전히 디자인적인 사용, 단순한 가격표시나 등급표시 등은 상표로서 사용되는 것이라 할 수 없다.

- ‘사용’

상품을 표창(表彰)하고 상품의 동일성과 출처를 나타내기 위하여 사용되는 모든 태양을 말한다. 등록주의 법제에서는 출원 전 상표의 사용사실을 요구하지 않으므로 상표의 사용이 등록단계에서는 그다지 문제로 되지 않지만, 등록 후 침해여부의 판단 및 등록유지를 위한 상표의 사용인지 여부를 판단함에 있어서 중요한 문제로 된다.

- ‘포장’

상표법은 기호·문자·도형·입체적 형상 또는 이들을 결합한 것과 이들 각각에 색채를 부가한 것으로서 시각적으로 인식이 가능한 것만을 상표의 구성요소로 하고 있다. 또한, 상표법은 상거래 실정의 변화를 감안하여 색채상표(1995년 개정)와 입체상표(1997년 개정)를 도입하였으나, 아직까지 시각적으로 인식할 수 없는 소리, 냄새, 맛 등은 상표로 보호되지 않는다.

3) 상표법의 목적

상표법은 상표를 보호함으로써 상표사용자의 업무상의 신용유지를 도모하며 산업발전에 이바지함과 아울러 수요자의 이익을 보호함을 목적으로 한다. 즉, 상표법은 상품의 식별표지인 상표를 보호함으로써 상표권자의 입장에서는 상표에 화체된 신용과 이익을 보호·유지하게 하고(재산적 이익의 보호), 수요자의 입장에서는 상품을 손쉽게 정확하게 선택할 수 있게 하며(상품선택을 위한 비용의 절감), 국가적 견지에서는 건전한 상거래의 활성화를 통하여 산업발전에 기여(산업발전에 기여)하고자 하는 것이다.

- 상표의 보호

상표의 보호는 상표법의 목적을 달성하기 위한 1차적인 수단이자 출발점이라 할 수 있다. 상표법 제1조에서의 상표는 광의의 개념으로서 협의의 상표뿐만 아니라 서비스표, 단체표장(지리적 표시 단체표장 포함) 및 업무표장 등을 포함하는 개념이다.

- 보호의 방법

등록상표의 경우에 상표권자는 적극적으로 그 등록상표를 사용할 권리를 독점하며, 소극적으로 그 등록상표와 저촉하는 타인의 상표등록을 배척하고 사용을 금지시킬 수 있다. 그러나 미등록상표의 경우에는 그 상표가 주지·저명한 경우에 한하여 타인의 상표등록을 배척할 수 있을 뿐이고, 타인이 그 상표와 저촉하는 상표를 사용한다고 해서 상표권의 침해로 되지는 아니 한다. 절차상 출원중인 상표는 출원의 보정, 분할, 변경, 우선권주장 등을 통하여 그리고 등록상표는 상표권의 분할, 심판 및 소송 등의 절차를 통하여 보호된다.

- 상표사용자의 업무상의 신용을 유지

상표 사용자란 등록상표권자 및 사용권자를 말하며, 미등록 주지·저명 상표의 사용자도 타인의 등록배제를 통한 반사적 보로를 받는다는 점에서 이에 포함한다. 상표의 보호를 통하여 제3자에 의한 상표의 모방이나 침해를 배제함으로써 상표에 화체된 상표사용자의 업무상의 신용을 보호하고 유지하게 된다.

- 산업발전에 이바지

상표사용자는 상표에 화체된 업무상의 신용을 바탕으로 활발한 상품 활동을 전개하고 상품품질의 향상을 도모하게 되며, 수요자는 안심하고 상품거래에 동참함으로써 궁극적으로는 산업발전에 기여하게 된다.

- 수용자의 이익을 보호

상표가 나타내는 상품의 출처와 품질에 대한 수요자의 신뢰이익을 보장함으로써 수요자로 하여금 상표라는 수단을 통해 원하는 상품을 선택할 수 있도록 하는 공익적 측면이며, 다른 산업재산권에 비하여 수요자의 이익보호를 중시하는 특징이 있다.

상표법은 수요자의 신뢰이익을 보호하기 위하여 소정의 부등록사유, 상표권의 이전제한, 상표권 침해의 비친고죄 등을 규정하고 있으며, 등록상표의 사용이 수요자로 하여금 상품의 품질오인 또는 출처혼동을 생기게 할 염려가 있는 경우에는 상표등록을 취소할 수 있는 것으로 하고 있다.

4) 상표의 기능

상표의 기능이라 함은 상표를 상품에 대하여 사용하는 경우에 그 상품과의 관계에서 어떻게 인식되고 작용하는가의 문제를 말한다. 상표의 기능은 상표가 사용됨으로써 비로소 발휘되며, 경제사회의 추이나 거래 현실상의 요청에 따라 변천하는 상대적인 개념으로서 사용기간·범위·빈도 등이 증대될수록 강화되는 경향이 있다.

또한, 상표법은 상표가 거래에서 수행하는 제 기능들의 사회적 · 경제적 가치를 인정하

여 법률로서 보호하는 것이다.

- 자타상품식별 기능

개성화된 일군(一群)의 상품을 표시하여 다른 상품군과 식별하게 하는 기능을 말한다. 상표의 가장 기본적이고 본질적인 기능이며, 출처표시 기능이나 품질보증기능이 가능하게 하는 상표의 근본적인 기능이라 할 수 있다.

또한, 자타상품 식별의 주관적 의사는 상표의 구성요건이며, 자타상품의 식별력이 결여된 상표는 등록을 받지 못하고, 판례에 의하면 등록상표와 동일·유사한 표장을 사용하더라도 그것이 상품식별이나 출처표시를 위한 것이 아니라면 상표권의 침해로 되지 아니한다.

- 출처표시 기능

동일한 상표의 상품은 동일한 출처에서 나와 동일한 판로를 거쳐 소비자의 손에 들어간다고 하는 이른바 상품의 출처를 나타내는 기능을 말한다.

오늘날과 같이 상거래의 유통구조가 복잡한 시대에는 상품의 출처가 익명의 존재로서의 출처를 의미하며, 상표는 제조업자뿐만 아니라 판매업자, 수입업자에 의해서도 사용되므로 출처표시기능은 동일한 상표가 부착된 상품이 동일한 출처(source) 또는 동일한 경로(channel)를 거쳐 소비자에게 도달된다는 의미를 갖는다.

수공업적 생산시대에는 출처가 품질을 보장하는 역할을 하였으나, 산업 혁명 이후의 공장적 대량생산시대에서는 출처가 익명의 존재로 변화되어 소비자의 입장에서 출처표시기능은 그 중요성이 상대적으로 약화되어 왔다. 그러나 영업자의 입장에서는 상표는 시장전략상 더욱 중시되어, 영업자는 상품의 품질특성을 수요자에게 기억시키고, 신용(goodwill)을 상표에 화체 시켜 경쟁에서 유리한 지위를 확보하고자 노력하게 된다. 상표법은 출처표시기능의 약화를 반영하여 1인의 영업자가 다수의 상표를 등록받아 사용하는 것을 인정하고, 상표권의 영업과의 분리이전, 사용권 설정 등을 허용하면서도, 상표사용자의 이익을 보호하기 위하여 출처 혼동의 염려가 있는 경우에는 상표등록을 불허하고 그 사용을 금지 하는 여러 규정을 두고 있다.

- 품질보증 기능

품질보증기능이라 함은 동일한 상표가 표시된 상품은 품질의 동일성과 정성을 가지고 있다고 수요자로 하여금 기대하게 하는 기능을 말한다.

품질보증기능에 의하여 동일상표가 부착된 상품은 동일한 품질을 가지는 것이므로 수요자의 입장에서 상품선택의 위험부담이 감소되며, 영업자는 상품의 대량 거래가 가능하게 된다. 오늘날 소비자는 상품의 구체적인 출처보다는 그 상품이 갖는 품질과 명성

에 관심을 갖는 경향이 있으며, 이 점에서 품질보증기능은 수요자의 이익보호를 위한 공익적인 성격을 갖는다. 따라서 상표법은 품질오인의 우려가 있는 상표의 등록을 거절하고, 상표권자에게 정당사용 의무 및 감독의무를 부여하는 한편 허위표시를 금지하는 명문의 규정을 두고 있다.

5) 상표권의 갱신과 효력

(1) 상표권의 갱신

- 의의

상표권의 존속기간은 상표등록일로부터 10년이지만, 갱신등록출원을 하면 상표권의 존속기간이 10년간씩 연장된다.

- 출원인

반드시 상표권자 명의로 하여야 한다. 상표권이 공유인 경우에는 공유자 전원의 명의로 하여야 한다.

- 시기

존속기간 만료 전 1년 이내에 하여야 한다. 존속기간 만료 후에도 6개월간은 가산금을 납부하면 갱신출원이 가능하다.

- 심사

갱신출원에 대해서는 기간준수여부, 갱신출원인과 상표권자의 일치여부, 지정상품의 확장은 없는지와 같은 최소한의 요건만을 심사한 후에 즉시 등록결정 된다.

- 갱신의 효과

상표권의 존속기간이 10년간 연장된다.

(2) 상표권의 효력

상표권은 설정등록에 의하여 발생하며 10년간 존속한다. 상표권은 상표권자가 적극적으로 상표를 사용, 수익할 수 있는 효력과 타인의 사용을 배타적으로 금지할 수 있는 소극적 효력으로 나누어지는데 구체적인 내용은 다음과 같다.

- 존속기간

상표권의 설정등록이 있는 날부터 10년이 되는 날까지이다. 상표권의 존속기간은 갱신

출원에 의하여 10년간씩 갱신할 수 있다.

- 적극적 효력

상표권자는 지정상품에 관하여 그 등록상표를 사용할 권리를 독점한다. 상표권자는 사용권의 허가, 권리의 양도, 질권의 설정 등을 통하여 경제적인 이익을 실현할 수 있다.

- 적극적 효력이 제한되는 경우

상표권에 대하여 전용사용권을 설정한 경우 또는 저촉관계에 있는 타인의 선출원 등록이 있는 경우 그리고 등록상표의 사용이 부정경쟁행위에 해당하는 경우이다

- 소극적 효력

상표권자는 정당한 권원 없는 제3자가 등록상표와 동일·유사한 상표를 그 지정상품과 동일·유사한 상품에 사용하는 것에 대하여 민.형사적인 조치를 취할 수 있다.

- 소극적 효력이 제한되는 경우

상표권의 효력이 미치지 아니하는 범위에서의 자기의 성명·명칭·상호·그 저명한 약칭 등을 상표로 사용한 경우 또한 상품의 보통명칭이나 상품의 특성을 직감하게 하는 표장을 상표로 사용한 경우 그리고 상품의 관용표장, 현저한 지리적 명칭, 기능적인 입체적 형상을 상표로 사용한 경우이며 이밖에 진정상품을 병행수입 하는 경우 와 상표권의 행사가 권리남용 또는 부정경쟁에 해당하는 경우가 이에 해당된다.

6) 상표 분류표(NICE 분류 8판 기준, 출처: 특허청)

상품류 구분		
1류	공업용, 과학용, 사진용, 농업용, 원예용 및 임업용 화학품; 미가공 인조수지, 미가공 플라스틱; 비료; 소화제; 조질제 및 용접용 조제; 식품보존제; 무두질제; 공업용 접착제	Chemicals used in industry, science and photography, as well as in agriculture, horticulture and forestry; unprocessed artificial resins, unprocessed plastics; manures; fire extinguishing compositions; tempering and soldering preparations; chemical substances for preserving foodstuffs; tanning

		substances; adhesives used in industry
2류	페인트, 니스, 래커; 방침제 및 목재보존제; 착색제; 매염제; 미가공 천연수지; 도장용, 장식용, 인쇄용 및 미술용 금속박과 금속분	Paints, vanishes, lacquers; preservatives against rust and against deterioration of wood; colorants; mordants; raw natural resins; metals in foil and powder form for painters, decorators, printers and artists
3류	표백제 및 기타 세탁제제; 청정제; 광택제, 연마제; 비누; 향료, 정유, 화장품, 헤어로션; 치약	Bleaching preparations and other substances for laundry use; cleaning, polishing, souring and abrasive preparation; soaps; perfumery, essential oils, cosmetics, hair lotions; dentifrices
4류	공업용유 및 유지; 윤활유; 먼지흡수제, 먼지습윤제 및 먼지흡착제; 연료(자동차용 휘발유를 포함) 및 발광체; 조명용 양초 및 심지	Industrial oils and greases; lubricants; dust absorbing, wetting and binding compositions; fuels(including motor spirit) and illuminants; candles and wicks for light
5류	약제, 수의과용 약제 및 위생제; 식이요법제, 유아용 식품; 고약, 외과 및 외상처치용 붕대류; 치과용 충전재료, 치과용 왁스; 소독제; 유해동물박멸제; 살균제,제초제	Pharmaceutical and veterinary preparations; sanitary preparations for medical purposes; dietetic substances adapted for medical use, food for babies; plasters, materials for dressings; material for stopping teeth, dental wax; disinfectants; preparations for destroy vermin; fungicides, herbicides
6류	일반금속 및 그 합금; 금속제 건축재료; 이동식 금속제 건축물; 철도 노선용 금속재료; 일반금속제 케이	Common metal and their alloys; metal building materials; transportable building of metal;

	블 및 와이어(전기용은 제외); 철 제품, 소형금속제품; 금속관; 금고; 다른 유에 속하지 아니하는 일반금속제품; 광석	materials of metal for railway tracks; non-electric cables and wires of common metal; ironmongery, small items of metal hardware; pipes and tubes of metal; safes; goods of common metal not included in other classes; ores
7류	기계 및 공작기계; 모터 및 엔진(육상차량용은 제외); 기계연결기 및 전동장치의 구성부품(육상차량은 제외); 농업용 기구(수동식은 제외); 부란기	Machines and machines tools; motors and engines(except for land vehicles); machine coupling and transmission components(except for land vehicles); agricultural implements other than hand-operated; incubator for eggs
8류	수공구 및 수동기구; 칼붙잡이; 휴대용 무기; 면도칼	Hand tools and implements(hand-operated); cutlery; side arms; razors
9류	과학용, 항해용, 측량용, 전기용, 사진용, 영화용, 광학용, 계량용, 측정용, 신호용, 검사(감시)용, 구명용 및 교육용 기기; 음향 또는 영상의 기록용, 송신용 또는 재생용 장치; 자기 정보 기억 매체, 녹음음반; 자동판매기 및 동전작동식 기계 장치; 금전등록기, 계산기, 정보처리장치 및 컴퓨터; 소화기	Scientific, natural, surveying, photographic, cinematographic, optical, weighing, measuring, signalling, checking (supervision), life-saving and teaching apparatus and instruments; apparatus and instruments for conducting, switching, transforming, accumulating, regulating or controlling electricity; apparatus for recording discs; automatic vending machines and mechanisms for coin-operated apparatus; cash registers, calculating machines, data processing equipment and computers; fire-extinguishing

		apparatus
10류	외과용, 내과용, 치과용 및 수의과 용 기계기구, 의지, 의안, 의치; 정 형외과용품; 봉합용 재료	Surgical, medical, dental and veterinary apparatus and instruments, artificial limbs, eyes and teeth; orthopedic articles; suture materials
11류	조명용, 가열용, 증기발생용, 조리 용, 냉각용, 건조용, 환기용, 급수용 및 위생용 장치	Apparatus for lighting, heating, steam generating, cooking, refrigerating, drying, ventilating, water supply and sanitary purposes
12류	수송기계기구; 육상, 공중 또는 수 상이동장치	Vehicles; apparatus for locomotion by land, air or water
13류	화기; 총포탄 및 발사체; 화학류; 불 꽃	Firearms; ammunition and projectiles; explosives; fireworks
14류	귀금속 및 그 합금 귀금속제품 또 는 귀금속금제품(다른 유에 속하는 것은 제외)	Precious metals and their alloys and goods in precious metals or coated therewith, not included on other classes; jewellery, precious stones; horological and chronometric instruments
15류	악기	Musical instruments
16류	종이, 판지 및 이들의 제품(다른 유에 속하는 것은 제외); 인쇄물; 제본용 재료; 사진; 문방구; 문방구용 또는 가정용 접착제; 미 술용 재료; 화필 및 도장용 브러 시; 타자기 및 사무용품(기구 제 외); 교육용 재료(기구 제외); 플라 스틱제 포장용품(다른 유에 속하는 것은 제외); 유희용 카드; 인쇄활 자; 인쇄용 블록	Paper, cardboard and goods made from these materials, not included in other classes; printed matter; bookbinding material; photographs; stationery; adhesive for stationery or household purpose; artists materials; paint brushes; typewriters and office requisites(except furniture); instructional and teaching material (except apparatus); plastic materials for packaging(not included in other

		classes); printer type; printing blocks
17류	고무, 구타페르카, 고무액, 석면, 운모 및 이들의 제품(다른 유에 속하는 것은 제외); 제조용 압출성형플라스틱; 충전용, 마개용 및 절연용 재료; 비금속제 신축관	Rubber, gutta-percha, gum, asbestos, mica and goods made from these materials and not included in other classes; plastics in extruded form for use in manufacture; packing, stopping and insulating material; flexible pipes, not of metal
18류	피혁과 모조피혁 및 그 제품(다른 유에 속하는 것은 제외); 수피; 트렁크 및 여행용 가방; 우산, 양산 및 지팡이; 채찍, 마구	Leather and imitations of leather, and goods made of these materials and not included in other classes; animal skin, hides; trunks and travelling bags; umbrellas, parasols and walking sticks; whips, harness and saddlery
19류	비금속제 건축재료; 건축용 비금속제 경질관; 아스팔트, 피치 및 역청; 비금속제 이동식 건축물; 비금속제 기념물	Building materials(non-metallic); non-metallic rigid pipes for building; asphalt, pitch and bitumen; non-metallic transportable buildings; monuments, not of metal
20류	기구, 거울, 액자; 목재, 코르크, 갈대, 등나무, 고리버들, 뿔, 상아, 고래수염, 패각, 뼈, 호박, 진주모, 해포석을 재료로 하는 제품과 이들 재료의 대용품 또는 플라스틱 제품(다른 유에 속하는 것은 제외)	Furniture, mirrors, picture frames; goods(not included in other classes) of wood, cork, reed, cane, wicker, horn, bone, ivory, whalebone, shell, amber, mother-of-pearl, meerschaum and substitutes for all these materials, or plastics
21류	가정용 또는 주방용 기구 및 용기(귀금속제와 귀금속도금제품은 제외); 빗 및 스펀지; 솔(화필용 및 도장용 브러시는 제외); 솔제조용	Household or kitchen utensils and containers (not of precious metal or coated therewith); combs and sponges; brushes(except paint

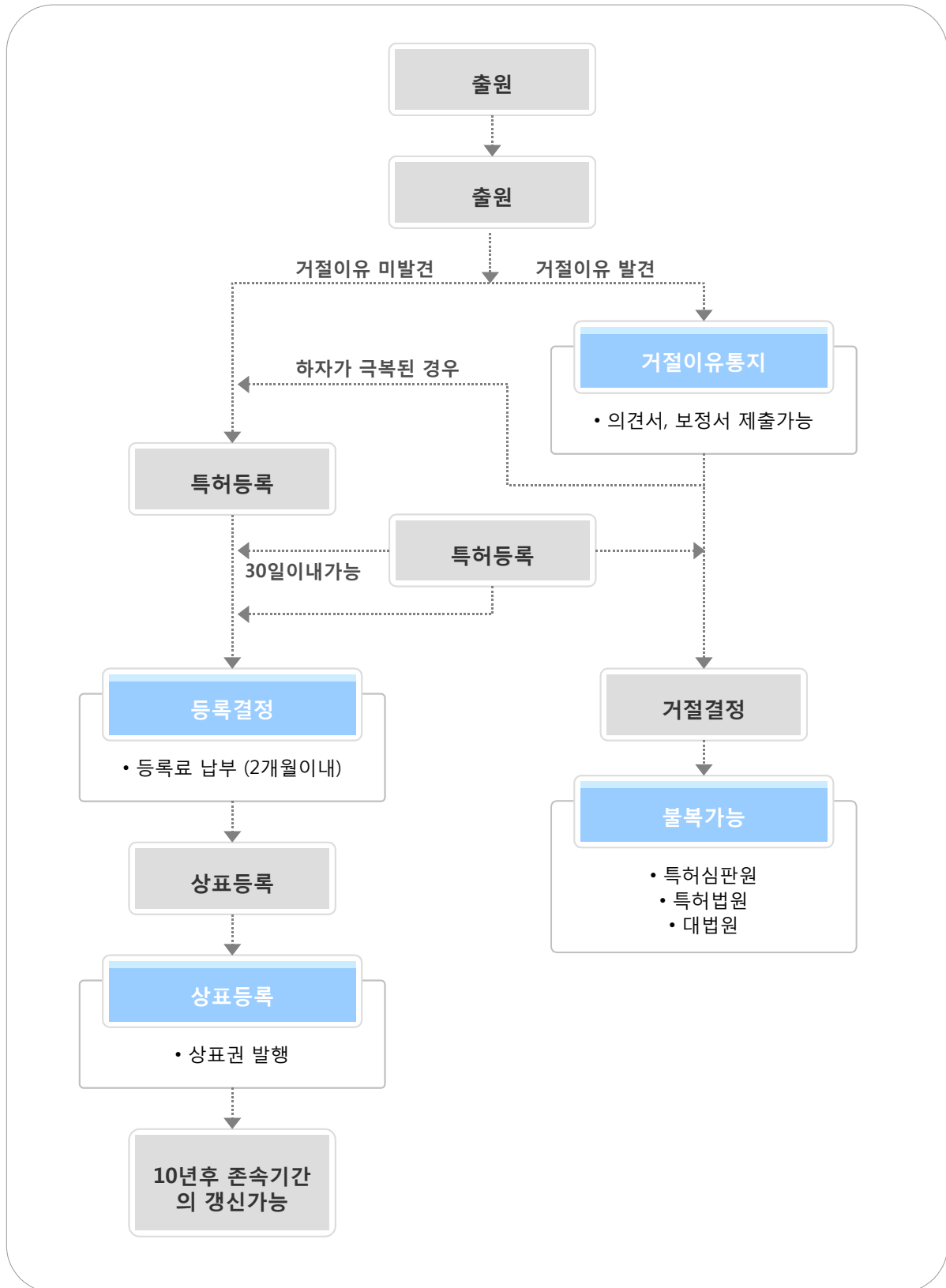
	재료; 청소용구; 강철울; 미가공 또는 반가공 유리(건축용은 제외); 유리제품, 도자기제품 및 토기제품(다른 유에 속하는 것은 제외)	brushes); brush-making material; articles for cleaning purpose; steelwool; unworked or semi-worked glass(except glass used in building); glassware, porcelain and earthenware not included in other classes
22류	로프, 끈 망, 텐트, 차양막, 타폴린, 돛, 포대(다른 유에 속하는 것은 제외); 충전용 재료(고무제 또는 플라스틱제는 제외); 직물용 미가공 섬유	Ropes, string, nets, tents, awnings, tarpaulins, sails, sacks and bags(not included in other classes); padding and stuffing materials(except of rubber or plastics); raw fibrous textile materials
23류	직물	yarns and threads, for textile use
24류	직물 및 직물제품(다른 유에 속하는 것은 제외); 침대커버 및 테이블커버	Textile and textile goods, not included in other classes; bed and table covers
25류	의류, 신발, 모자	Clothing, footwear, headgear
26류	레이스 및 자수포, 리본 및 머리밴드, 단추, 훅 및 아이, 핀 및 바늘; 조화	Lace and embroidery, ribbons and braid; buttons, hooks and eyes, pins and needles; artificial flowers
27류	카펫, 융단, 매트, 리놀륨 및 기타 바닥깔개용 재료; 비직물제 벽걸이	Carpets, rugs, mats and matting, linoleum and other materials for covering existing floors; wall hangings(non-textile)
28류	오락 및 유희용구; 체조용품 및 운동용품(다른 유에 속하는 것은 제외); 크리스마스 트리 용 장식품	Game and playings; gymnastic and sporting articles not included in other classes; decorations for Christmas trees
29류	육류, 어류, 가금 및 수렵대상이 되는 조수; 육 추출물; 보존처리, 건조처리 및 조리된 과일 및 야채;	Meat, fish, poultry and games; meat extracts; preserved, dried and cooked fruits and vegetables; jellies,

	젤리, 잼, 과일소스; 계란, 우유 및 유제품; 식용유지	jams, compotes; eggs, milk and milk products; edible oils and fats
30류	커피, 차, 코코아, 설탕, 쌀, 타피오카, 사고, 대용커피, 곡분 및 곡물 조제품, 빵, 과자, 병과; 꿀, 당밀; 효모, 베이킹파우더; 소금, 겨자; 식초, 소스; 향신료; 얼음	Coffee, tea, cocoa, sugar, rice, tapioca, sago, artificial coffee; flour and preparations made from cereals, bread, pastry and confectionery, ices; honey, treacle; yeast, baking-power; salt, mustard; vinegar, sauces (condiments); spices; ice
31류	농업, 원예 및 임업 생산물, 곡물 (다른 유에 속하는 것은 제외); 살아 있는 동물; 선한 과일 및 야채; 종자, 자연식물 및 꽃; 사료, 맥아	Agricultural, horticultural and forestry products and grains not included in other classes live animals; fresh fruits and vegetables; seeds, natural plants and flowers; foodstuffs for animals; malt
32류	맥주; 광천수, 탄산수 및 기타 무주정음료; 과일음료 및 과일주스; 시럽 및 기타 음료용 조제품	Beers; mineral and aerated waters and other non-alcoholic drinks; fruit drinks and fruit juices; syrups and other preparations for making beverages
33류	알콜음료(맥주 제외)	Alcoholic beverages(except beers)
34류	담배; 흡연용품; 성냥	Advertising; business management; business administration; office functions
서비스류 구분		
35류	광고업; 기업관리업; 기업경영업; 사무처리업	Advertising; business management; business administration; office functions
36류	보험업;재무업; 금융업; 부동산업	Insurance; financial affairs; monetary affairs; real estate affairs
37류	건축물건설업; 수산업; 설치서비스업	Building construction;repair ;installation services

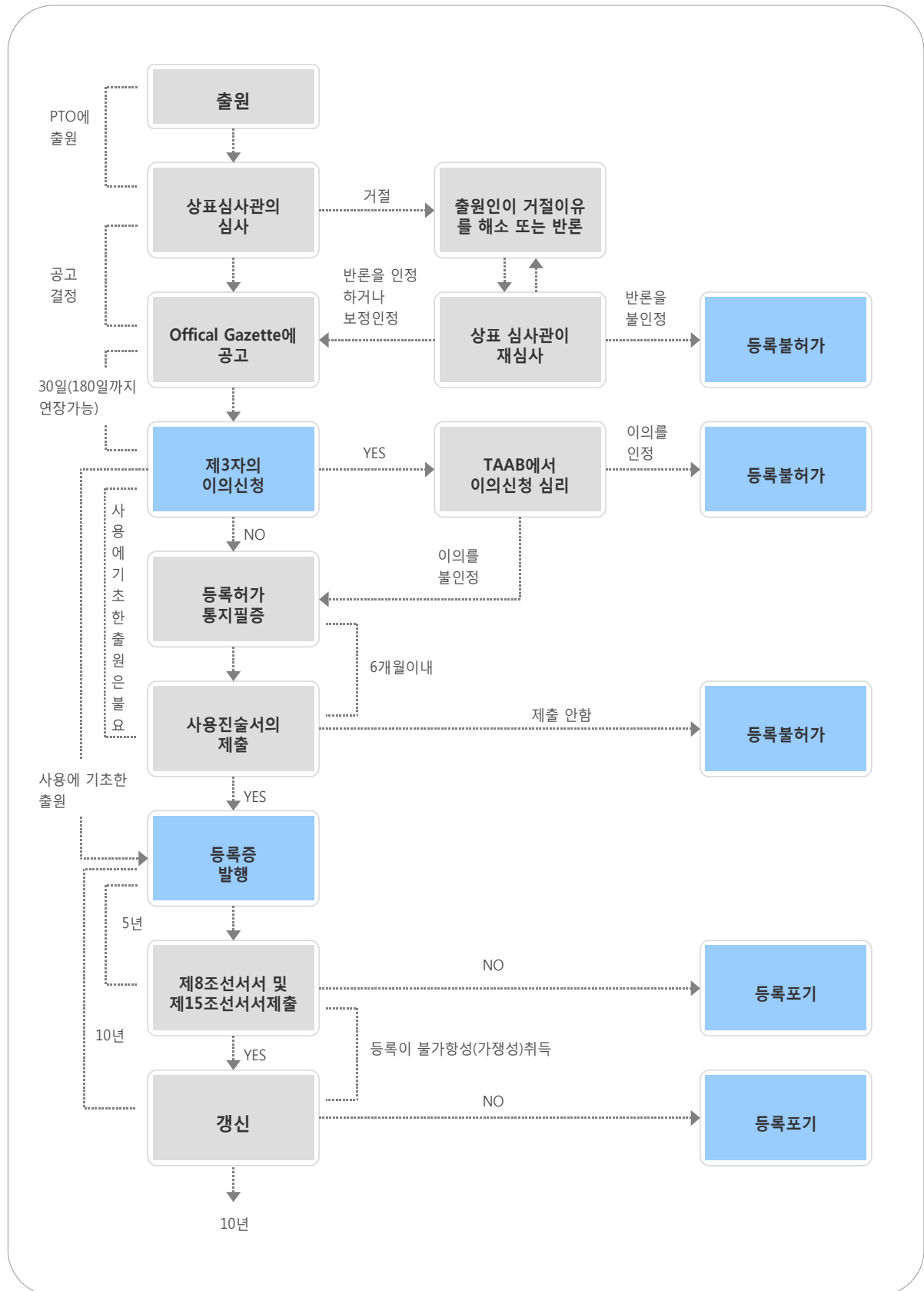
38류	통신업; 방송업	Telecommunications
39류	운송업; 물품의 포장 및 보관업; 여행예약업	Transport; packaging and storage of goods; travel arrangement
40류	재료처리업	Treatment of material
41류	교육업; 훈련제공업; 연예업; 스포 츠 및 문화활동업	Education; providing of training; entertainment; sporting and cultural activities
42류	과학적, 기술적 서비스업 및 관련 연구·디자인업; 산업분석 및 연구 서비스업; 컴퓨터 하드웨어 및 소 프트웨어의 디자인 및 개발업; 법 률서비스업	Scientific and technological services and research and design relating thereto; industrial analysis and research services; design and development of computer hardware and software; legal services
43류	음·식료품을 제공하는 서비스업, 임시숙박업	ervices for providing food and drink; temporary accommodation
44류	의료서비스업; 수의사업; 인간 또 는 동물을 위한 위생 및 미용업; 농업, 원예 및 임업 서비스	Medical services; veterinary services; hygienic and beauty care human being or animals; agriculture, horticulture and forestry services
45류	사적인 수요를 충족시키기 위해 타 인에 의해 제공되는 개인적인 또는 사회적인 서비스; 재산 및 개인을 보호하기 위한 보안 서비스	Personal and social services rendered by others to meet the needs of individuals; security services for the protection of property and individuals

7) 각국의 상표출원, 등록 신청절차

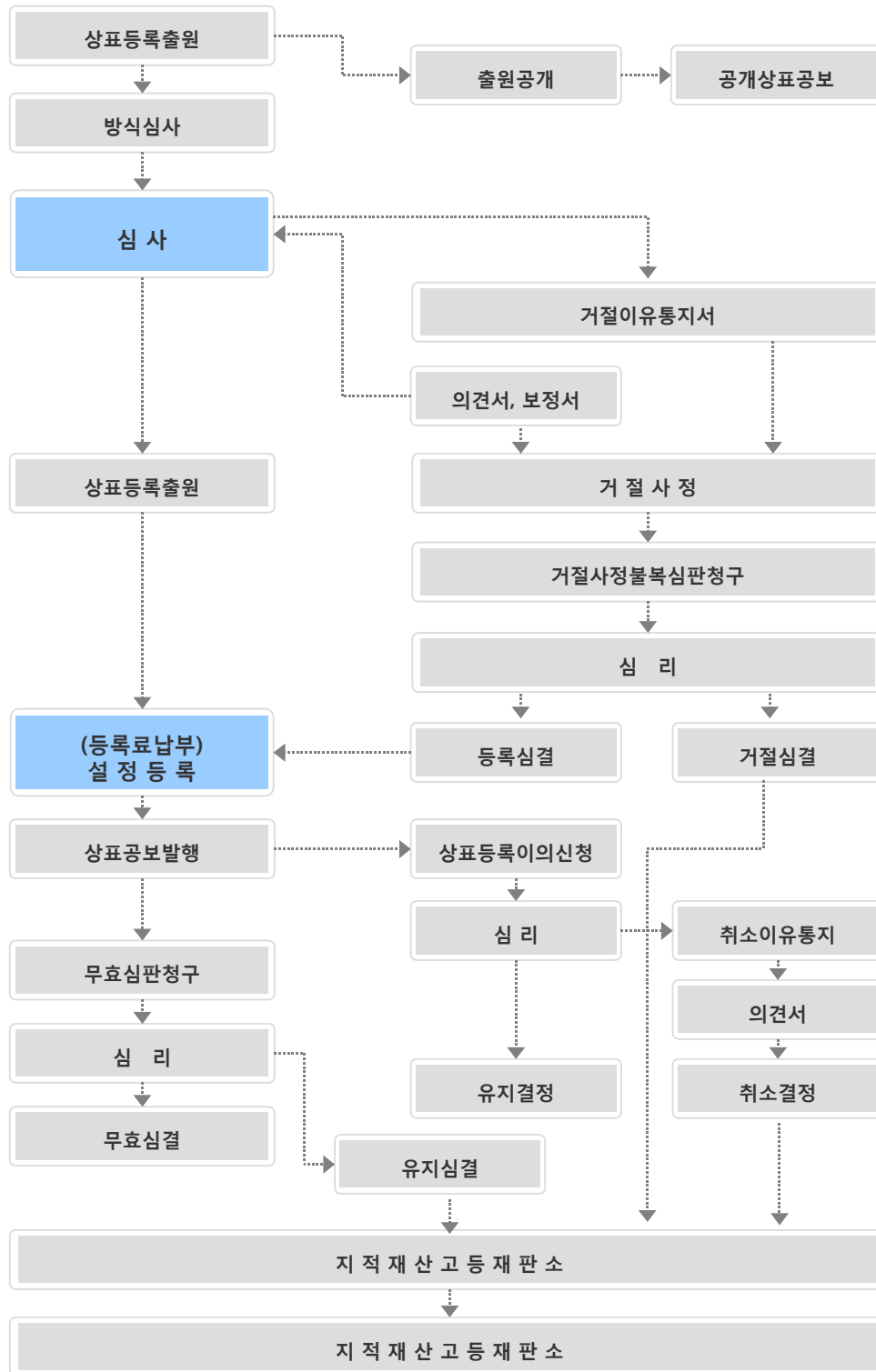
<국내 상표등록출원에서 등록까지 흐름도>



<미국 상표등록출원에서 등록까지 흐름도>



<일본 상표등록출원에서 등록까지 흐름도>

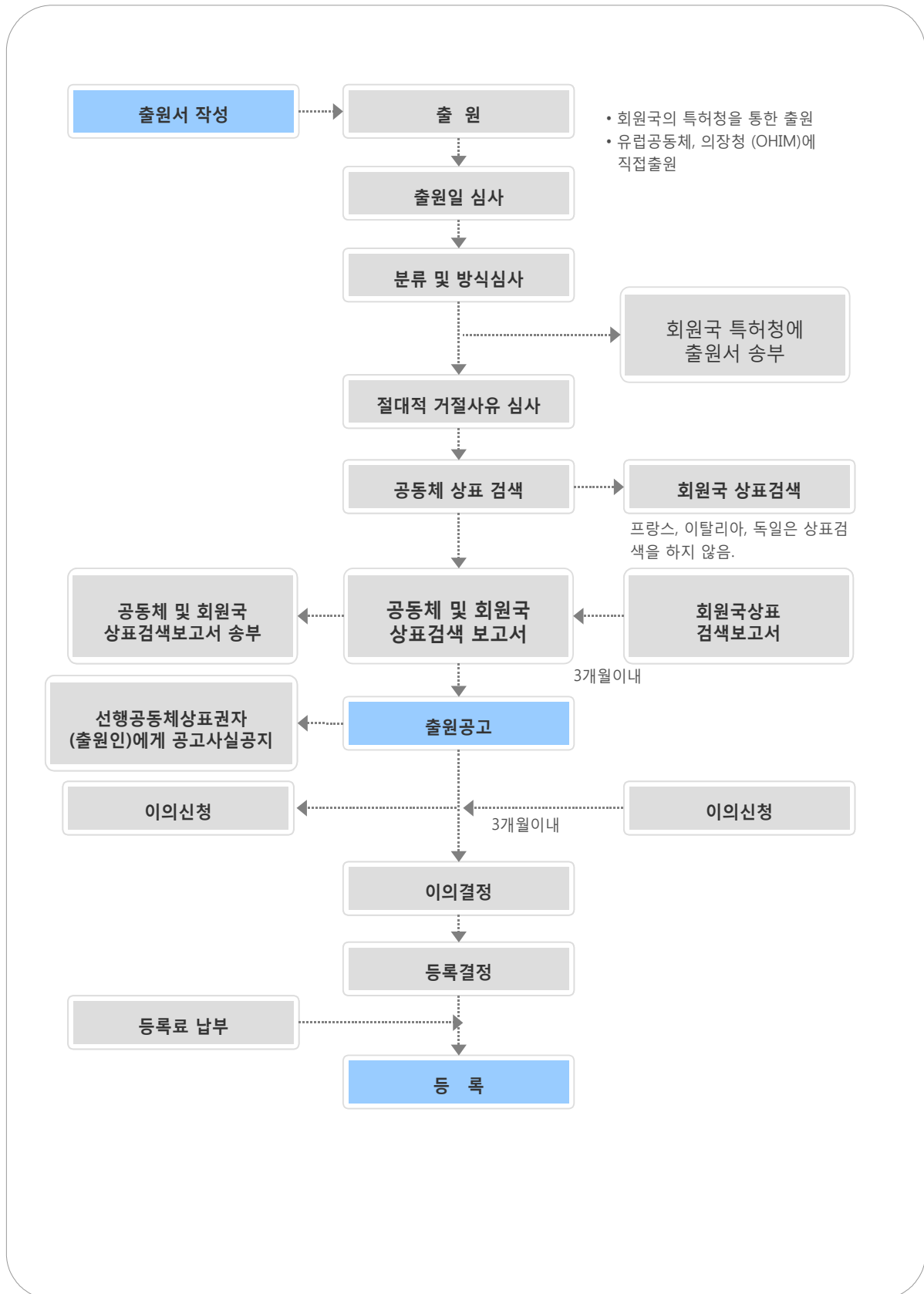


```

graph TD
    A[상표등록출원인  
(상표대리인)] --> B[상표출원]
    B --> C[제출원]
    C --> B
    C --> D[갱신]
    D --> B
    B --> E[상표국]
    E --> F[방식심사]
    F --> G[방식을 충족 했는가?]
    G -- NO --> C
    G -- YES --> H[실체검사]
    H --> I[문제를 해결 하였는가?]
    I --> H
    I --> J[갱신]
    J --> K[보정서제출]
    K --> L[이유를 회피했나?]
    L -- YES --> H
    L -- NO --> M[거절사정]
    M -- 15일내행함 --> N[심판청구]
    M -- 3개월 이내 --> O[이의신청]
    O --> P[이의이유]
    P --> Q[결정]
    Q -- 있음 --> N
    Q -- 없음 --> R[등록공고]
    N --> S[결정]
    S --> T[결정확정]
    S -- 불복 --> U[인민법원]
    U -- 30일 이내 --> S
    U -- YES --> V[인민법원]
    U -- NO --> T
    T --> W[사정확정]
    W -- 없음 --> R
    W -- 있음 --> N
    R --> X[등록증교부]
    X --> Y[존속 10년간]
  
```

The flowchart illustrates the trademark registration process in South Korea. It begins with the applicant (상표등록출원인) submitting an application (상표출원) to the Trademark Office (상표국). The office conducts a formal examination (방식심사) to check if the application meets the requirements (방식을 충족 했는가?). If not, the applicant must revise the application (제출원) or renew it (갱신). If it meets the requirements, a substantive examination (실체검사) is conducted. If there are issues (문제를 해결 하였는가?), the applicant must renew the application or submit a correction (보정서제출). If the applicant fails to address the issues (이유를 회피했나?), the office may refuse the application (거절사정). If the refusal is based on substantive grounds (15-day period), the applicant can request a review (심판청구). If based on formal grounds (3-month period), the applicant can file an objection (이의신청). The review or objection process involves a decision (결정) and may lead to a final decision (결정확정) or a court appeal (인민법원). If the application is approved, it is published (등록공고) and the applicant receives a certificate of registration (등록증교부), which is valid for 10 years (존속 10년간).

<유럽 상표등록출원에서 등록까지 흐름도>



8) 마드리드 의정서에 의한 국제 출원

마드리드 의정서에 의한 국제출원에 대해서는 국제지적재산권기구(WIPO)의 마드리드 시스템 관련 홈페이지(<http://www.wipo.int/madrid/en/>)와 특허청의 마드리드 시스템 관련 홈페이지(<http://madrid.episode.co.kr/>)에 많은 정보가 게재되어 있다. 속지주의 원칙상 외국에서 상표권을 확보하기 위해서는 해당 국가나 지역기구에 상표 등록을 받아야 되는데, 일반적으로 해외출원은 다음과 같은 4가지 루트를 통해 진행된다.

첫째, 상표를 보호받고자 하는 개별국가에 직접 출원하는 경우이다. 통상 파리협약에 의한 우선권을 주장하여 출원하는 경우가 많다.

둘째, 독자적인 상표청이 없고, 다수국간의 조약에 의하여 공동으로 하나의 상표청 또는 지식재산권기구를 가지고 있는 경우에 이를 통해 상표를 출원 하는 경우이다. 베네룩스상표청과 아프리카지식재산권기구(OAPI)에 대한 출원이 이에 해당한다.

셋째, 개벽국가가 독자적인 상표청 및 상표제도를 가지고 있으면서 동시에 지역간 기구 및 상표제도를 가지고 있는 경우에 이를 활용하는 경우이다. 유럽상표청(OHIM) 및 아프리카지역산업재산권기구(ARIPO)에 대한 출원이 이에 해당한다.

넷째, 마드리드 협정이나 마드리드협정 의정서를 포함하는 마드리드 시스템을 이용하는 경우이다.

- 마드리드 의정서에 의한 국제 출원 장점

첫째, 단일의 언어, 단일의 국제출원, 단일의 수수료 납부에 의하여 복수국에 출원한 것과 동일한 효과를 얻을 수 있다.

둘째, 등록 후에도 단일의 국제등록부에 의하여 각 지정국에서 발생한 권리의 이전, 소멸 및 존속기간의 갱신 등을 일원적으로 관리할 수 있다.

셋째, 각 지정국이 일정기간(12개월 또는 18개월) 이내에 거절통보를 하지 아니하는 한 해당 지정국에서 상표등록된 것과 마찬가지로 효과가 발생하므로 권리취득 여부가 명확하고, 심사예 장기간이 소요되는 국가의 경우에는 권리의 조기확보에 유리하다.

넷째, 지정국으로 부터 거절통보가 없는 한, 해당국의 대리인을 선임할 필요가 없어 비용이 절감된다.

다섯째, 국제사무국에 의하여 방식심사, 국제분류, 공고, 등록부에의 등록, 수수료의 징수가 일괄적으로 이루어지므로 계약국 관청의 노력이 경감된다.

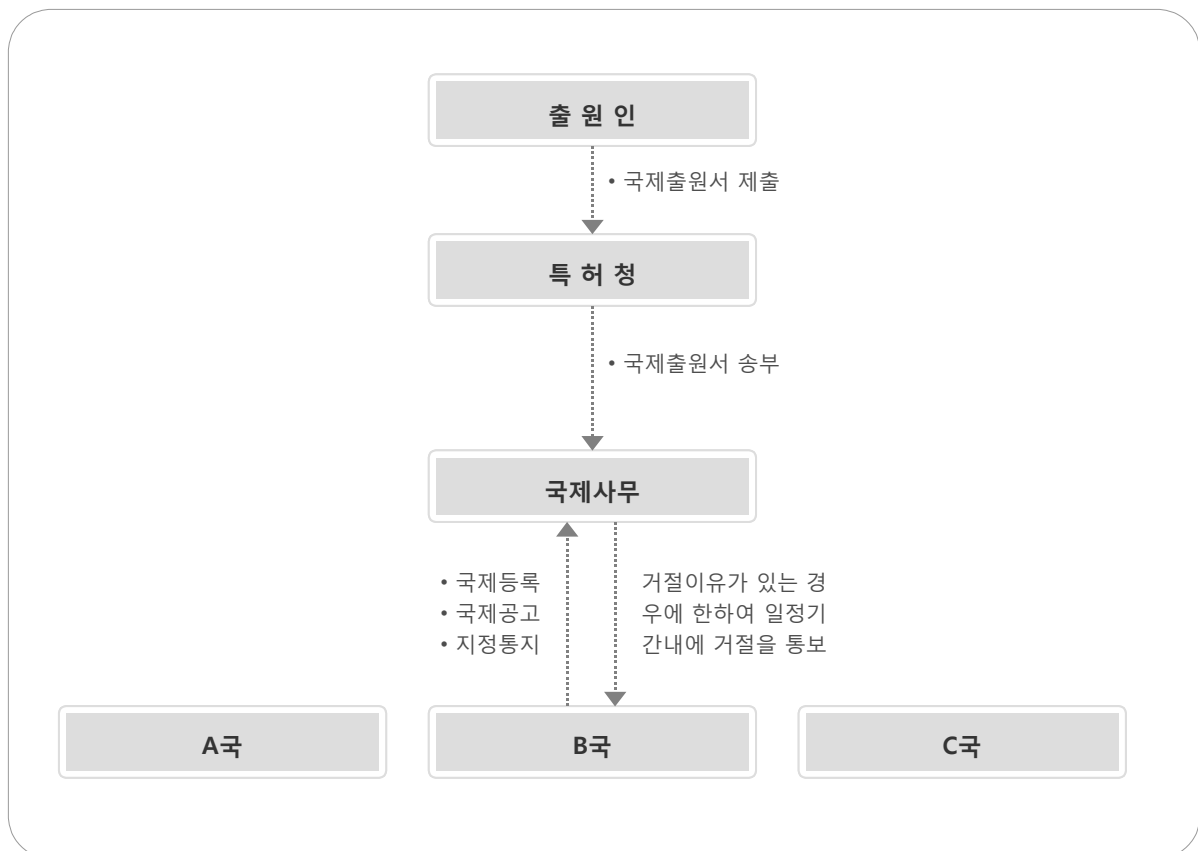
- 마드리드 의정서에 의한 국제 출원 단점

첫째, 지정국의 수가 많지 않은 경우에는 오히려 비용의 면에서 불리하다.

둘째, 무심사주의 국가의 경우에는 권리화가 늦어질 수 있다.

셋째, 국제등록일로부터 5년간은 국제등록의 효과가 기초출원/기초등록에 종속 하므로, 기초출원이 거절·포기되거나 기초등록이 무효, 취소 등으로 소멸하게 되면 각국에서 발생한 모든 권리가 자동적으로 함께 소멸된다. 따라서 출원중인 상표, 등록 후 무효사유나 취소사유를 갖고 있는 상표에 기해 국제출원을 하는 것은 위험할 수 있다.

<마드리드 의정서에 의한 출원 절차도>



3. 침해에 대한 사례

1) 저작권법

- 마시마로 서울고등법원 2004. 2. 11. 선고 2003나28448판결

2001년 중국에서 마시마로 봉제인형을 제작, 수입 판매하던 송현순, 방병성씨가 “마시마로 캐릭터는 기족 캐릭터를 모방한 데 불과하다.”며 캐릭터 자체의 저작권성을 부인하는 저작물부존재확인청구소송을 제기한 것에 대해 “캐릭터 ‘마시마로’는 저작권법의 보호를 받는 저작물이고, 마시마로에 대한 저작권은 그 창작자로 등록된 김재인에게 존재한다.”고 판결.

대중매체를 통하여 등장하는 가공적인 또는 실재하는 인물, 동물 등의 형상과 명칭을 뜻하는 캐릭터도 문학, 학술 또는 예술의 범위에 속하는 창작물이라고 볼 수 있는 한 원칙적으로 저작권법상의 저작물(주로 미술저작물이나 영상저작물)로서 보호되어야 할 것이고, 이를 저작권법으로 보호하는 이유는 캐릭터가 그 외모, 행동, 성격이나 대중매체에서 전개되는 이야기 내용 등에 의하여 독창적인 개성이나 이미지를 가지고 있어서 이러한 독창적인 개성이나 이미지가 상품이나 서비스, 영업에 수반하여 고객흡인력 또는 광고효과라는 경제적 가치를 지니기 때문이다.

“...마시마로...플래시 애니메이션에서 전개되는 독창적이고 엽기적인 내용과 마시마로라는 등장인물의 반항적인 성격이 몸통보다 큰 머리, 가늘고 작은귀, 일직선으로 닫힌 눈 등의 특징적인 표현으로 나타난 것으로서, 원고의 주장과 같이 기존의 토끼 인형을 모방한 것에 그치거나 피고 병의 독자적인 사상과 감정이 구체적으로 표현되지 아니한 것이라고 보기는 어렵다.” “마시마로는 개성과 이미지가 독창적이고, 이는 상품이나 서비스 같이 고객 흡인력 또는 광고효과라는 경제적인 가치를 지니고 있다.” 지적.

2). 저작권법

- 101마리 달마시안 대법원 2003. 10. 23. 선고 2002도446판결

피고인들이 미국 디즈니 엔터프라이즈 인크가 창작한 저작물인 ‘101마리 달마시안’에 등장하는 달마시안과 동일 내지 극히 유사한 개 모양을 부착한 원단을 저작권자인 위 회사로부터 저작물의 복제에 관한 허락을 받음 없이 생산, 판매하거나 소지하는 등으로 위 회사의 저작물에 대한 저작재산권을 침해하였다는 요지의 공소사실에 대하여, 달마시안 종의 개 101마리라는 설정과 이에 따른 101이라는 숫자 및 달마

시안 무늬로 만든 디자인으로 표현된 위 저작물은 자연계에 존재하는 달마시안 중 일반을 연상키시는 것이 아니라 오로지 위 회사가 창작한 만화영화 속 주인공인 101마리의 달마시안 종의 개만을 연상하게 하며, 달마시안 종의 개가 원래 자연계에 존재한다고는 하지만 위 회사는 달마시안 종의 개에게 만화 주인공으로서만이 가질 수 있는 독특한 사랑스러움과 친숙함 등을 느낄 수 있도록 도안함으로써 저작권법에서 요구하는 창작성의 요건을 갖추었으므로, 이는 창작성이 있는 저작물로서 저작권법의 보호대상이 된다.

제 1심이 채용한 증거들에 의하면 피고인들이 만화영화속의 달마시안과 실질적으로 유사한 개의 모양을 각 섬유직물의 원단 등에 복제하며 판매 등을 한 사실을 인정할 수 있으므로, 피고인들의 이러한 행위는 저작재산권 침해행위에 해당된다고 보고 있다.

3) 저작권법

- 서울지법 1998. 4. 3. 선고 96가합56868, 80106 판결

만화영화 ‘피구왕 통키’의 주인공인 통키의 모습을 본뜬 통키 인형을 피고가 만들어 판매한 사건에서 “이른바 만화, 텔레비전, 영화, 만화영화, 신문, 잡지 등 대중이 접하는 매체를 통하여 등장하는 가공적인 또는 실재하는 인물, 동물 등의 형상과 명칭을 뜻하는 캐릭터도 문학, 학술 또는 예술의 범위에 속하는 창작물이고 볼 수 있는 한 원칙적으로 저작권법상의 저작물(주로 미술저작물이나 영상저작물)로서 보호되어야 할 것이고, 이 사건과 같이 캐릭터가 만화, 영화 속의 등장인물인 경우에도 원래의 저작물의 일부로서 보호를 받는다 할 것.”이라고 판시.

4) 저작권법

- 서울고법 1992. 12.13. 선고 92나15668판결

“외국영화 닌자거북이의 캐릭터를 신발류의 상표 등으로 부착, 판매할 수 있는 소위 상품화권이라 함은 위 영화의 인기에 따라 일반에 널리 알려진 위 영화상의 의인화된 거북이의 형상을 영화 흥행권과는 별도의 저작권으로 파악하여 원고가 제조하는 신발의 상표 등으로 사용할 수 있도록 그 사용권을 부여한 취지로 해석함이 상당하다.”고 판시.

5) 저작권법

- 일본 동결지방법재판소 1976. 5. 26. 판결. ‘사자에상’사건

만화가인 원고는 1946년부터 ‘사자에상’, ‘가쓰오’, ‘와까메’를 등장인물로 하는 ‘사자에상’이라는 제목의 4컷짜리 만화를 저작하여 신문에 연재하여 왔다.

위 만화에서 사자에상은 평범한 샐러리맨의 아내로서 가사와 육아를 하며, 이웃과의 사이가 좋고, 밝은 성격을 가진 것으로 그려져 있으며, 또 그 외 다른 등장인물에 있어서도 그 역할, 용모, 자태 등으로부터 각 등장인물 자체의 성격이 일관하며 항구적인 것으로 표현되어 있었다. 그런데 피고 버스회사는 1951년경부터 원고의 허락 없이 그 명칭을 ‘사자에상 관광’으로 하고, 27대의 버스의 차체 양측에 위 만화의 주요 등장인물인 사자에, 가쓰오, 와까메의 머리부분 그림을 그려 놓은 버스를 운행하였다.

원고는 이에 대해 저작권 침해를 주장하여 손해배상을 청구 하였고, 피고는 화제나 줄거리라고 할 수 있는 것을 표현한 것이 아니라고 주장하며, 버스의 그림이 몇 일자 신문의 어느 장면과 똑같으냐고 다투었다. 이에 법원은 “장기간에 걸쳐 연재되는 만화의 등장인물은 화제 또는 줄거리의 단순한 설명자를 넘어서서 훨씬 중요한 비중을 차지하며, 오히려 화제 내지 줄거리가 등장인물에 맞추어 선택되고 표현되는 경우가 많다. 바꾸어 말하면 만화의 등장인물 자체의 역할, 용모, 자태 등은 어느 정도 지속성을 가진 것으로서 언어로 표현된 화제 내지 줄거리나 특정한 칸에서의 특정한 등장인물의 표정, 시선, 몸의 움직임 등을 초월한 것이라 인정된다.

그리하여 캐릭터라는 것은 연재만화를 예로 든다면, 거기에 등장하는 인물의 용모, 자태, 성격 등을 표현하는 것이라고 이해할 수 있을 것이다.

이 사건 얼굴 그림은 누가 보아도 연재만화 ‘사자에상’ 등장인물인 사자에, 가쓰오, 와까메가 표현되어 있다고 감지될 수 있는 것이고, 결국 거기에는 그 캐릭터들이 표현되어 있다고 할 수 있다. 그런데, 본 건 두부화와 동일 또는 유사한 것을 만화 ‘사자에상’의 특징의 단 가운데에서 찾아내었을지도 모른다. 그러나 그와 같은 대비를 하여 볼 것도 없이 본 건에 있어서 피고의 행위는 원고가 저작권을 지닌 만화 ‘사자에상’이 오랜 연월에 걸쳐 신문지상에 게재되어 구성되었던 만화 ‘사자에상’의 전술한 캐릭터를 이용하는 것이고 결국 원고의 저작권을 침해한 것이다“고 하여 캐릭터의 독자적인 저작물성을 긍정하는 태도를 취하였다.

6) 저작권법

- 일본 오오사카 지방재판소 1979. 8. 14 판결

일본 최초의 저작권법 위반의 형사사건

피고인 의류품 판매업자가 토에이 동화주식회사가 제작한 만화영화 <캔디캔디>의 주인공인 캐릭터를 무단으로 어린이 티셔츠에 복제해 판매한 것에 대해 토에이가 고소한 것에 대해 재판소는 피고인에게 징역 2년의 판결을 내렸다.

7) 상표법

- 대법원 2001. 11. 30 선고 99후918 판결 - 미니 마우스 Minnie Mouse 사건

인용상표 ‘미니 마우스(Minnie Mouse)’는 미키 마우스(Mickey Mouse)와 함께 월트 디즈니의 만화 영화 속의 주인공 이름으로 우리나라를 비롯하여 전 세계에 널리 알려진 캐릭터이다.

미키 마우스는 1934년 미국에서 상표등록을 한 것을 비롯하여 현재까지 전 세계 대부분의 나라에 상표등록을 하고 있고, 인용상표인 미니 마우스는 1932년 영국에서 상표등록을 한 것을 비롯하여 이 사건 등록상표 ‘Miss Minnie’의 등록출원 이전에 전 세계에 걸쳐 143건의 상표를 등록하였다. 피고는 1933년경부터 본격적인 라이선스 사업을 시작하여 현재 전세계에 걸쳐 약3,000개가 넘는 라이선스에 의해 상품화 사업을 진행하였다.

피고는 우리나라에서도 1979년부터 의류, 학용품, 장난감 등 여러 상품에 라이선스를 통해 활발히 상품화 사업을 전개함으로써 미키 마우스와 함께 인용상표를 상품의 표지로서 널리 사용하였다. 그리고 그 상품화 사업의 결과 국내의 일반 수요자들에게는 인용상표가 이 사건 등록상표의 출원일 전에 이미 피고 또는 동일 상품화 사업을 영위하는 그룹의 상품의 표지로 현저하게 인식된 사실을 인정한 후, 이 사건 등록상표 “Miss Minnie”는 그 요부인 Minnie로 약칭할 수 있어 인용상표와 호칭 및 관념이 유사하므로 이 사건 등록상표를 그 지정상품에 사용하는 경우 인용상표가 부착된 상품과 상품 출처의 혼동을 일으킬 염려가 있어 그 등록이 무효로 되어야 한다고 판시하였다.

8) 상표법

- 대법원 1993. 1. 13. 선고 92후797 판결 - 스머프 사건

구 상표법(1990. 1. 13 법률 제 4210호로 전문 개정되기 전의 것) 제 9조 제 1항 제 11호에서 ‘상품의 품질은 오인케 하거나 수요자를 기만할 염려가 있는 상표’를 등록 받을 수 없는 상표의 하나로 규정한 취지는, 선출원에 의한 타인의 등록상표를 보호하기 위한 것이 아니라 이미 특정인의 상표로 널리 인식되어 있는 상표를 사용하는 상품의 품질, 출처 등에 관한 일반 수요자나 거래자의 오인, 혼동을 방지함으로써 이에 대한 신

퇴를 보호하려는 데에 그 목적이 있다.

출원상표가 지정상품을 달리하는 타인의 등록상표와 유사한 것이어서 그 상품의 출처를 오인하게 하거나 일반 수요자나 거래자를 기만할 염려가 있기 때문에 법조항에 해당한다는 이유로 상표의 등록을 거절하려면, 타인의 등록 상표가 국내의 일반 수요자나 거래자간의 그 상표를 떠올리면 그 특정인의 상표라고 인식될 수 있을 정도로 그 타인의 상표로 널리 알려져 있을 것을 필요로 한다.

따라서 ‘스머프’가 ‘개구장이 스머프’라는 만화 영화의 주인공을 지칭하는 것으로서 방송을 통해 국내에 널리 알려져 있다고 하더라도 그와 같은 사정만으로는 국내의 일반 수요자나 거래자간에 ‘스머프’라고 하면 인용상표 ‘스머프’를 등록 받은 사람의 상표라고 인식될 수 있는 정도로 그의 상표로 널리 알려져 있다고 단정할 수 없다고 하였다.

9) 상표법

- 대법원 1999. 7. 27. 선고 98후2238 판결 - 뽀빠이 사건

상표 ‘팝아이’와 ‘POPEYE + 뽀빠이’의 유사 여부에 대하여, 인용상표 ‘POPEYE + 뽀빠이’는 상단의 영문자 ‘POPEYE’와 하단의 한글 ‘뽀빠이’의 결합상표로서 이를 분리하여 관찰하면 거래상 자연스럽지 못하다고 여겨질 정도로 결합되어 있다고 보기 어렵고 또한, 상단의 영문표기인 ‘POPEYE’의 우리 발음이 ‘팝아이’ 또는 ‘폼아이(드물게는 ‘포파이’)’등으로 될 것이지 결코 ‘뽀빠이’가 될 수 없으므로, 상단의 영문표기 부분인 ‘POPEYE’와 하단의 한글표기 부분인 ‘뽀빠이’가 각각 그 요부가 될 것이다.

한편 상표가 영문자와 그 우리말 표기로 보이는 한글로 병기되어 있는 경우 일반 수요자나 거래자는 영문표기보다는 한글표기에 따라 이를 호칭하는 것이 일반적일겠지만, 한글 부분이 영문자 부분을 발음 나는 대로 표기한 것이 아니고 또 영문자의 모양이 한글 못지않게 쉽게 식별되며, 그 문자의 구성이나 발음이 비교적 단순한 경우에는 영문표기에 의하여 호칭되는 것 또한 자연스러운 것으로 여겨지므로, 인용상표는 그 요부의 하나의 상단의 영문표기 부분에 의하여 ‘팝아이’ 또는 ‘폼아이’등으로도 흔히 호칭될 것이다.

따라서 등록상표 ‘팝아이’와 호칭이 동일, 유사하여 두 상표가 다 함께 동일, 유사한 지정상품에 사용될 경우 일반 수요자나 거래자로 하여금 상표의 출처에 관하여 오인, 혼동을 일으키게 할 우려가 있다고 보았다.

10) 부정경쟁방지법

- 대법원 1996. 9. 6 선고 96도139 판결 - 월트 디즈니 사건

만화, 텔레비전, 영화, 신문, 잡지 등 대중이 접하는 매체를 통하여 등장하는 가공적인 또는 실재하는 인물, 동물 등의 형상과 명칭을 뜻하는 이른바 캐릭터는 그것이 가지고 있는 고객흡인력 때문에 이를 상품에 이용하는 상품화가 이루어지게 되는 것이다.

캐릭터가 상표처럼 상품의 출처를 표시하는 것은 그 본질적인 기능이 아니기 때문에 캐릭터 자체가 널리 알려져 있다고 하더라도 그것이 상품화된 경우에 곧바로 타인의 상품임을 표시하는 표지가 되거나 그러한 표지로서도 널리 알려진 상태에 이르게 되는 것은 아니라고 할 것이다. 그러므로 캐릭터가 상품화되어 부정경쟁 방지법 제 2조 제 1호 가목에 규정된 국내에 널리 인식된 타인의 상품임을 표시한 표지가 되기 위해서는 캐릭터 자체가 국내에 널리 알려져 있는 것만으로는 부족하다.

그 캐릭터에 대한 상품화 사업이 이루어지고 이에 대한 지속적인 선전, 광고 및 품질 관리 등으로 그 캐릭터가 이를 상품화할 수 있는 권리를 가진 자의 상품 표지이거나 위 상품화권자와 그로부터 상품화 계약에 따라 캐릭터 사용허락을 받은 사용자 및 재사용권자 등 그 캐릭터에 관한 상품화 사업을 영위하는 집단의 상품표지로서 수요자들에게 널리 인식되어 있을 것을 요한다.

따라서 ‘미키 마우스’ 캐릭터가 ‘더 월트 디즈니 컴퍼니’ 또는 그로부터 미키 마우스 캐릭터의 사용을 허락 받은 사람이 제조, 판매하는 상품의 표지로서 국내에 널리 인식되었다고 인정하기에는 부족하고 달리 이를 인정할 만한 증거가 없다고 판시하였다.

11) 부정경쟁방지법

- 대법원 2001. 4. 10. 선고. 2000다4487판결 - 헬로키티 사건

“이 사건 캐릭터의 개발과정과 국내에서의 사용기간, 그 상품 표지가 부착된 상품의 종류와 판매실적 및 국내 취급점 현황, 이 사건 캐릭터의 국내 이용계약자들의 상품 광고의 정도 및 이 사건 캐릭터의 국제적인 지명도 등에 비추어 볼 때, 원심이 갑의 상표가 출원될 당시 이미 이 사건 캐릭터는 일본은 물론 국내에서도 주지의 상표표지가 되었다.”고 인정하고, 피고가 이 사건 캐릭터와 유사한 도안을 부착한 물건을 제조, 판매한 행위는 소비자들로 하여금 피고 또는 피고의 상품이 이 사건 캐릭터

의 상품화 사업을 영위하는 원고와 일정한 영업상의 관계에 있다는 인상을 줌으로써 출처에 대한 오인, 혼동을 일으키게 하는 것이므로, 특별한 사정이 없는 한 부정경쟁방지법 제 2조 제1호 가목 및 나목 소정의 부정경쟁행위에 해당 한다고 판시.

캐릭터가 상품의 형태를 갖추었을 때의 차별적인 특징이 거래자 또는 수요자에게 특정 출처의 상품임을 연상시킬 정도로 개별화도기에 이른 경우에 부정경쟁방지법이 정하는 “기타 타인의 상품임을 표시한 표지”에 해당되어 동 법상 보호대상으로 인정된 사건.

맺음말

라이센싱의 기초는 콘텐츠의 개발이란 발로에서 시작한다. 콘텐츠의 개발은 개발자가 추구하는 목적성과 부합되지만, 어떠한 콘텐츠도 진정성이란 명제를 앞설 수 없다는 사실을 간과하지 말아야 한다.

이는 모든 개발자, 사업자, 또는 개인이 추구 하는 것이 상업화를 전제로 한다고 볼 때, 사업을 영위함에 기술적인 프로세싱이나 마켓에 대한 이해 또한 사업화에 중요한 부분을 차지 하지만, 앞서 말한 콘텐츠 개발의 진정성이 궁극적으로 사업의 성패를 가져다주는 열쇠가 될 것이다. 따라서 본 내용의 기초는 콘텐츠의 개발자에게 라이센싱의 절대적인 가이드라인을 제시하는 것은 아니며, 콘텐츠의 상업화에 하나의 경험치로 접근하길 바란다.

또한, 우리나라는 문화산업분야에서 많은 두각을 나타내고 있지만, 미국과 유럽의 문화산업의 선진국에 비해, 법제도의 미비와 콘텐츠 산업의 인식부족으로 많은 난항을 겪고 있는 것도 사실이다. 이로 인해 많은 천재성을 갖고 있는 콘텐츠 개발자의 개발의지를 저해하고, 콘텐츠의 본질에 앞서 상업화를 추구하게 하는 악순환을 가져다 주기도 한다. 따라서, 선진국 문화콘텐츠를 추구하려는 노력은 법제도의 모순을 개선하고 문화콘텐츠의 산업화가 정착되기 위한 유관기관의 노력과 이를 바탕으로 한 개발자의 본질적이고 치열한 노력이 병행해야한다.

라이센싱에 대한 기초이해와 실무는 위에서 말한 이러한 노력 가운데, 개발자 또는 상업화를 목적으로 하는 이에게 라이센싱의 준비와 프로세싱을 이해시키고, 또한 관리의 방법과 예측할 수 있는 위해요소를 인지시킴으로써 사전에 대비할 수 있는 작은 TIP을 주기위한 목적이다.

참고문헌

- 한국콘텐츠진흥원, 문화콘텐츠 지적재산권 가이드, 2006
- 한국콘텐츠진흥원, 문화콘텐츠 계약매뉴얼, 2008
- 한국콘텐츠진흥원, 문화콘텐츠 산업에서의 효율적 분쟁해결을 위한 법제도 개선방안 연구, 2004
- 한국저작권위원회, 저작권해외인증 해외사례조사 및 한중일 상호인증방안 연구, 2010
- 한국저작권위원회, 저작권인증기관 지정절차에 관한연구, 2010
- 한창완, 저패니메이션과 디즈니메이션의 영상전략, 한울, 2001
- 안영식 외15인, 애니메이션 시크리트 파일, 시공사, 2001
- 황선길, 애니메이션 영화사, 범우사, 1998
- 최성우, OVA 상표법, 춘추문학사, 2005
- 박인하 외, 애니메가 보고싶다, 교보문고, 1999
- 황의웅, 미야자키 하야오의 세계, 시공사, 1998
- 김준영, 캐릭터 개발과 문화콘텐츠 산업, 2007
- 두산엔사이버, 국제협약 및 조약, 2010

참고사이트

www.kocca.kr

www.kipo.go.kr

www.copyright.or.kr

www.licensingpages.com

www.totallicensing.com