

발 간 등 록 번 호

11-1430000-001931-01



2023년 퍼블리시티권 계약 및 침해 현황에 대한 업계 실태조사

보고서

2023.06



내용목차

제 1 장. 조사 개요

1. 조사 개요	1
2. 조사 설계	1
1) 조사 내용	1
3. 응답자 현황	2
4. 결과 해석 유의사항	3

제 2 장. 조사 결과

1. 계약 현황 관련	7
1) 표준 계약서 인지 여부	7
2) 표준 계약서 사용 방법	8
3) 퍼블리시티권 인지 여부	9
4) 퍼블리시티권 포함 여부	10
5) 퍼블리시티권 범위	11
6) 퍼블리시티권 위임 권한	12
7) 계약범위 이외 규정	13
8) 계약범위 이외 발생 수익 규정	14
9) 퍼블리시티권 침해 상황 대응	15
10) 퍼블리시티권 계약 관련 이슈	16
2. 퍼블리시티권 침해 관련	17
1) 퍼블리시티권 법률 인지 여부	17
2) 퍼블리시티권 침해 경험 여부	18
3) 퍼블리시티권 침해 횟수	19
4) 유형별 침해 여부	19
5) 유형별 침해 횟수 및 피해 금액	21
6) 퍼블리시티권 침해 인지 경로	23
7) 퍼블리시티권 침해 대응 방법	24
8) 퍼블리시티권 침해 민사소송 결과	25
9) 퍼블리시티권 전담팀 및 인력 보유 여부	26
10) 특허청 행정조사제도 인지 여부	27
3. 기타 애로사항 및 필요사항	28

제 3 장. 결 론

1. 계약 현황	31
1) 표준 계약서 인지 및 활용 여부	31
2) 퍼블리시티권 계약 관련	31
2. 퍼블리시티권 침해 관련	31
3. 기타 애로사항 및 필요사항	32
4. 시사점 및 제언	32

부 록

표목차

〈 표 1-1 〉조사내용 구성	1
〈 표 1-2 〉전체 응답자	2
〈 표 1-3 〉아티스트 및 스포츠 선수 규모	2
〈 표 1-4 〉프로젝트 및 콘텐츠 규모	3
〈 표 2-1 〉표준 계약서 인지 여부	7
〈 표 2-2 〉표준 계약서 사용 방법	8
〈 표 2-3 〉퍼블리시티권 인지 여부	9
〈 표 2-4 〉퍼블리시티권 포함 여부	10
〈 표 2-5 〉퍼블리시티권 범위	11
〈 표 2-6 〉퍼블리시티권 위임 권한	12
〈 표 2-7 〉계약범위 이외 규정	13
〈 표 2-8 〉계약범위 이외 발생 수익 규정	14
〈 표 2-9 〉퍼블리시티권 침해 상황 대응	15
〈 표 2-10 〉퍼블리시티권 법률 인지 여부	17
〈 표 2-11 〉퍼블리시티권 침해 경험 여부	18
〈 표 2-12 〉퍼블리시티권 침해 횟수	19
〈 표 2-13-1 〉유형별 침해 여부	20
〈 표 2-13-2 〉유형별 침해 여부(이어서)	20
〈 표 2-13-3 〉유형별 침해 여부(이어서)	20
〈 표 2-14-1 〉유형별 침해 횟수 및 피해 금액	21
〈 표 2-14-2 〉유형별 침해 횟수 및 피해 금액(이어서)	21
〈 표 2-14-3 〉유형별 침해 횟수 및 피해 금액(이어서)	22
〈 표 2-15 〉퍼블리시티권 침해 인지 경로	23
〈 표 2-16 〉퍼블리시티권 침해 대응 방법	24
〈 표 2-17 〉퍼블리시티권 침해 민사소송 결과	25
〈 표 2-22 〉퍼블리시티권 전담팀 및 인력 보유 여부	26
〈 표 2-23 〉특허청 행정조사제도 인지 여부	27
〈 표 2-24 〉퍼블리시티권 관련 애로사항(중복선택)	28

그림목차

〈 그림 2-1 〉표준 계약서 인지 여부	7
〈 그림 2-2 〉표준 계약서 사용 방법	8
〈 그림 2-3 〉퍼블리시티권 인지 여부	9
〈 그림 2-4 〉퍼블리시티권 포함 여부	10
〈 그림 2-5 〉퍼블리시티권 범위	11
〈 그림 2-6 〉퍼블리시티권 위임 권한	12
〈 그림 2-7 〉계약범위 이외 규정	13
〈 그림 2-8 〉계약범위 이외 발생 수익 규정	14
〈 그림 2-9 〉퍼블리시티권 침해 상황 대응	15
〈 그림 2-10 〉퍼블리시티권 법률 인지 여부	17
〈 그림 2-11 〉퍼블리시티권 침해 경험 여부	18
〈 그림 2-12 〉유형별 침해 여부	19
〈 그림 2-13 〉퍼블리시티권 침해 인지 경로	23
〈 그림 2-14 〉퍼블리시티권 침해 대응 방법	24
〈 그림 2-15 〉퍼블리시티권 침해 민사소송 결과	25
〈 그림 2-16 〉퍼블리시티권 전담팀 및 인력 보유 여부	26
〈 그림 2-17 〉특허청 행정조사제도 인지 여부	27
〈 그림 2-18 〉퍼블리시티권 관련 애로사항(중복선택)	28

제 1 장

조사 개요

제 1 장 조사 개요

1. 조사 개요

- 특허청은 2021년 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」을 개정(2022년 6월 시행)하면서 유명인의 초상·성명 등을 부정하게 사용하는 행위를 부정경쟁행위를 규정하였고, 이에 따라 법률을 통해 퍼블리시티권을 보호받을 수 있도록 조치함
- 이에 따라 본 조사는 개정 부경법이 안정적으로 시행될 수 있도록 엔터테인먼트, 스포츠 등 주요 업계의 퍼블리시티권 계약 및 침해현황 실태를 파악하여, 취약 분야 중심으로 개정법 집중 홍보 및 필요 시 행정조사 등을 실시할 수 있는 근거자료를 마련하기 위해 시행됨

2. 조사 설계

1) 조사 내용

- 조사기간 : 2022년 11월 21일 ~ 2023년 2월 9일
- 조사대상 : 음반, 영상, 스포츠 등 주요 산업별 관련 사업체의 계약 담당자
 - 매니저업, 공연기획업, 광고/영화 및 비디오물 제작업, 방송프로그램제작업, 영화/비디오물 및 방송프로그램 제작 관련 서비스업 등
- 조사방법 : 구조화된 설문지를 활용한 복합 조사(방문, 온라인, 전화, Fax 등)
- 주요내용

〈 표 1-1 〉 조사내용 구성

구분	주요 세부항목	문항 수
응답자 일반현황	- 회사정보 : 회사명, 대표자명, 상세주소, 설립연도, 분야 - 응답자 정보 : 성명, 직위, 이메일, 연락처	2
응답자 선정 질문	- 전속계약을 통해 아티스트 혹은 스포츠 선수에 대한 매니지먼트를 수행하는지의 여부 - 관리 중인 아티스트 및 선수/프로젝트 및 콘텐츠 규모	4
계약관련 사항	- 표준계약서 인지 및 사용 여부 - 퍼블리시티권 인지 여부 - 계약내용에 퍼블리시티권 포함 여부	11
퍼블리시티권 침해 관련 사항	- 퍼블리시티권 범위 포함 항목, 위임권한, 계약범위 이외 사용 여부, 수익 분배, 침해에 대한 대응 등의 사항	10
기타	- 특허청의 법률개정 인지 여부 - 최근 3년 간 퍼블리시티권 침해 경험 여부 - 퍼블리시티권 유형별 침해 횟수 및 금액 - 퍼블리시티권 침해여부 인지경로 및 대응방안	2
	- 퍼블리시티권 민사소송 결과 - 퍼블리시티권 침해 대응 전담인력 보유여부 - 특허청의 행정조사제도 인지 여부	
	- 퍼블리시티권 관련 애로사항 및 건의사항	2

3. 응답자 현황

- 총 82개사가 조사에 응답함
 - 그 중 66개사는 아티스트 및 스포츠 선수를 전속계약을 통해 관리하고 있으며, 44개사는 프로젝트 및 콘텐츠를 계약을 통해 관리하고 있었음
 - 기타산업은 공연(기획 및 제작), 모델, 뮤지컬(연극), 광고, 전시(기획) 등임

〈 표 1-2 〉 전체 응답자

(단위 : 개사)

구	분	업체 수	규 모	
			아티스트 및 스포츠 선수	프로젝트 및 콘텐츠
전	체	(82)	(66)	(44)
음	악	(44)	(43)	(20)
영	화 / 방 송 / 영 상	(47)	(36)	(25)
스	포 츠	(2)	(1)	(1)
기	타	(13)	(9)	(7)

- 전속계약을 통해 아티스트 및 스포츠 선수를 관리하고 있는 66개사 중 음악산업은 43개사, 영화/방송/영상산업은 36개사, 스포츠산업은 1개사, 기타산업은 9개사임¹⁾
 - 산업별로 살펴보면 음악산업 43개사 중 41개사는 음악분야, 15개사는 영화/방송/영상분야, 1개사는 스포츠분야, 4개사는 기타분야 아티스트 및 스포츠 선수 등을 관리하고 있음
 - 영화/방송/영상산업 36개사 중 14개사는 음악분야, 35개사는 영화/방송/영상분야, 1개사는 스포츠분야, 3개사는 기타분야 아티스트 및 스포츠 선수 등을 관리하고 있음

〈 표 1-3 〉 아티스트 및 스포츠 선수 규모

(단위 : 개사, 명)

구	분	업체 수	아티스트 및 스포츠 선수											
			음악			영화/방송/영상			스포츠			기타		
			업체 수	아티스트 합계	평균 아티스트 수	업체 수	아티스트 합계	평균 아티스트 수	업체 수	아티스트 합계	평균 아티스트 수	업체 수	아티스트 합계	평균 아티스트 수
전	체	(66)	(41)	245	6	(35)	253	7	(1)	1	1	(8)	157	20
음	악	(43)	(41)	245	6	(15)	60	4	(1)	1	1	(4)	26	7
영	화 / 방 송 / 영 상	(36)	(14)	72	5	(35)	253	7	(1)	1	1	(3)	24	8
스	포 츠	(1)	(1)	1	1	(1)	1	1	(1)	1	1	(1)	2	2
기	타	(9)	(4)	20	5	(4)	26	7	(1)	1	1	(6)	135	23

※ BASE : 산업별 전속계약을 통해 관리하고 있는 아티스트 및 스포츠 선수가 있는 66개사

1) 하나의 사업체가 여러 산업을 영위할 수 있으므로 전체 66개사와 각 산업별 사업체 수 합계는 일치하지 않을 수 있음

- 프로젝트 및 콘텐츠 계약을 맺고 있는 44개사 중 음악산업은 20개사, 영화/방송/영상산업은 25개사, 스포츠산업은 1개사, 기타산업은 7개사임²⁾
 - 산업별로 살펴보면 음악산업 20개사 모두 음악분야 프로젝트 및 콘텐츠를 계약 맺고 있으며, 그 중 10개사는 영화/방송/영상분야까지 계약 맺고 있음
 - 영화/방송/영상산업 25개사 중 9개사는 음악분야, 23개사는 영화/방송/영상분야 계약 맺고 있음

〈 표 1-4 〉 프로젝트 및 콘텐츠 규모

(단위 : 개사, 개)

구	분	업체 수	프로젝트 및 콘텐츠											
			음악			영화/방송/영상			스포츠			기타		
			업체 수	프로젝트 합계	평균 프로젝트 수	업체 수	프로젝트 합계	평균 프로젝트 수	업체 수	프로젝트 합계	평균 프로젝트 수	업체 수	프로젝트 합계	평균 프로젝트 수
전	체	(44)	(22)	78	4	(28)	375	13	(1)	13	13	(5)	34	7
음	악	(20)	(20)	76	4	(10)	29	3	-	-	-	-	-	-
영	화 / 방 송 / 영 상	(25)	(9)	20	2	(23)	356	15	-	-	-	-	-	-
스	포 츠	(1)	-	-	-	-	-	-	(1)	13	13	-	-	-
기	타	(7)	(1)	3	3	(1)	30	30	-	-	-	(5)	34	7

※ BASE : 산업별 계약을 맺은 프로젝트 및 콘텐츠가 있는 44개사

4. 결과 해석 유의사항

- 한 개의 사업체에서 음악산업, 영상산업, 스포츠산업, 기타산업 등 2개 이상의 산업을 영위할 수 있으므로 전체 값과 산업별 합계가 다를 수 있음
- 스포츠산업의 경우 응답 수가 5개사 미만으로 편향된 결과로 해석될 수 있어 해석에서 제외함

2) 하나의 사업체가 여러 산업을 영위할 수 있으므로 전체 44개사와 각 산업별 사업체 수 합계는 일치하지 않을 수 있음

제 2 장

조사 결과

제 2 장 조사 결과

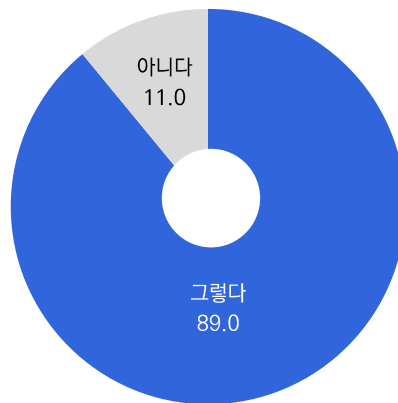
1. 계약 현황 관련

1) 표준 계약서 인지 여부

- 응답자들의 대중문화예술 분야 혹은 프로 스포츠 분야 표준 계약서 인지도는 89.0%로 높은 편임
 - 산업별로 살펴보면 음악산업이 97.7%로 표준 계약서에 대한 인지도가 가장 높은 반면, 영화/방송/영상산업은 83.0% 수준이었음

〈 그림 2-1 〉 표준 계약서 인지 여부

(단위 : %)



〈 표 2-1 〉 표준 계약서 인지 여부

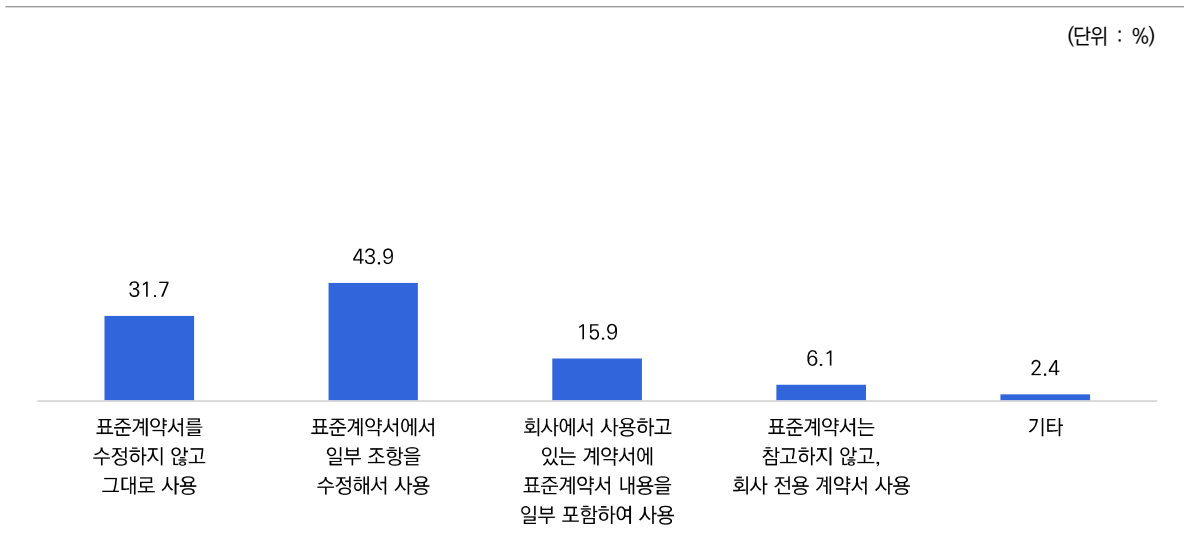
(단위 : 개사, %)

구분	업체 수	그렇다	아니다
전체	(82)	89.0	11.0
음악	(44)	97.7	2.3
영화 / 방송 / 영상	(47)	83.0	17.0
스포츠	(2)	100.0	0.0
기타	(13)	92.3	7.7

2) 표준 계약서 사용 방법

- 표준 계약서 사용 방법은 ‘표준 계약서에서 일부 조항을 수정해서 사용’이 43.9%로 가장 높았음
 - 그 다음으로는 ‘표준 계약서를 수정하지 않고 그대로 사용’(31.7%), ‘회사에서 사용하고 있는 계약서에 표준 계약서 내용을 일부 포함하여 사용’(15.9%) 등의 순으로 나타남
 - 산업별로 살펴보면 모든 산업에서 ‘표준 계약서에서 일부 조항을 수정해서 사용’하는 비율이 가장 높았음
 - 다만, 영화/방송/영상산업의 경우 ‘표준 계약서는 참고하지 않고, 회사 전용 계약서 사용’하는 경우가 10.6%로 타 분야 대비 높았음

〈 그림 2-2 〉 표준 계약서 사용 방법



〈 표 2-2 〉 표준 계약서 사용 방법

(단위 : 개사, %)

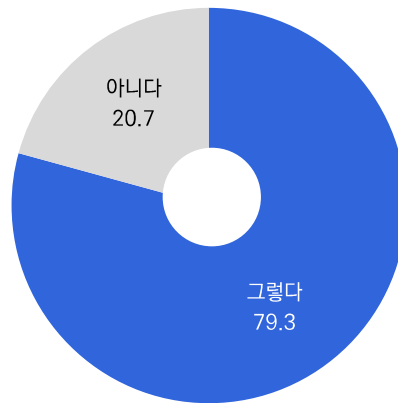
구	분	업체 수	표준계약서를 수정하지 않고 그대로 사용	표준계약서에서 일부 조항을 수정해서 사용	회사에서 사용하고 있는 계약서에 표준계약서 내용을 일부 포함하여 사용	표준계약서는 참고하지 않고, 회사 전용 계약서 사용	기타
전	체	(82)	31.7	43.9	15.9	6.1	2.4
음	악	(44)	29.5	50.0	15.9	2.3	2.3
영	화 / 방 송 / 영 상	(47)	36.2	40.4	10.6	10.6	2.1
스	포 츠	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
기	타	(13)	23.1	53.8	15.4	0.0	7.7

3) 퍼블리시티권 인지 여부

- 퍼블리시티권 인지도는 79.3%로 나타남
 - 산업별로 살펴보면 음악산업이 84.1%로 퍼블리시티권에 대해 가장 많이 알고 있었으며, 그 다음으로 영화/방송/영상산업(76.6%), 기타산업(61.5%) 순으로 나타남

〈 그림 2-3 〉 퍼블리시티권 인지 여부

(단위 : %)



〈 표 2-3 〉 퍼블리시티권 인지 여부

(단위 : 개사, %)

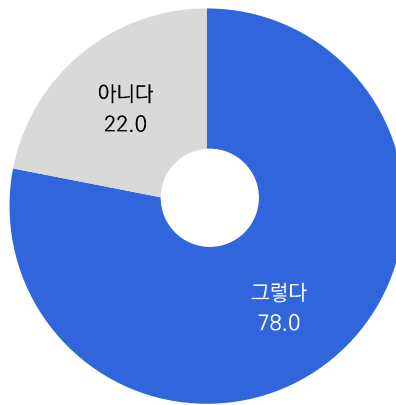
구 분	업체 수	그렇다	아니다
전 체	(82)	79.3	20.7
음 악	(44)	84.1	15.9
영 화 / 방 송 / 영 상	(47)	76.6	23.4
스 포 츠	(2)	50.0	50.0
기 타	(13)	61.5	38.5

4) 퍼블리시티권 포함 여부

- 응답자의 78.0%는 대중문화예술 분야 혹은 프로 스포츠 분야 표준 계약서에 퍼블리시티권 내용이 포함되었다는 사실을 알고 있었음
 - 산업별로 살펴보면 음악산업의 경우 93.2%로 표준 계약서에 퍼블리시티권 내용이 포함되어있다는 사실을 가장 많이 알고 있었으며, 그 다음으로 영화/방송/영화산업(74.5%), 기타산업(69.2%) 순으로 나타남

〈 그림 2-4 〉 퍼블리시티권 포함 여부

(단위 : %)



〈 표 2-4 〉 퍼블리시티권 포함 여부

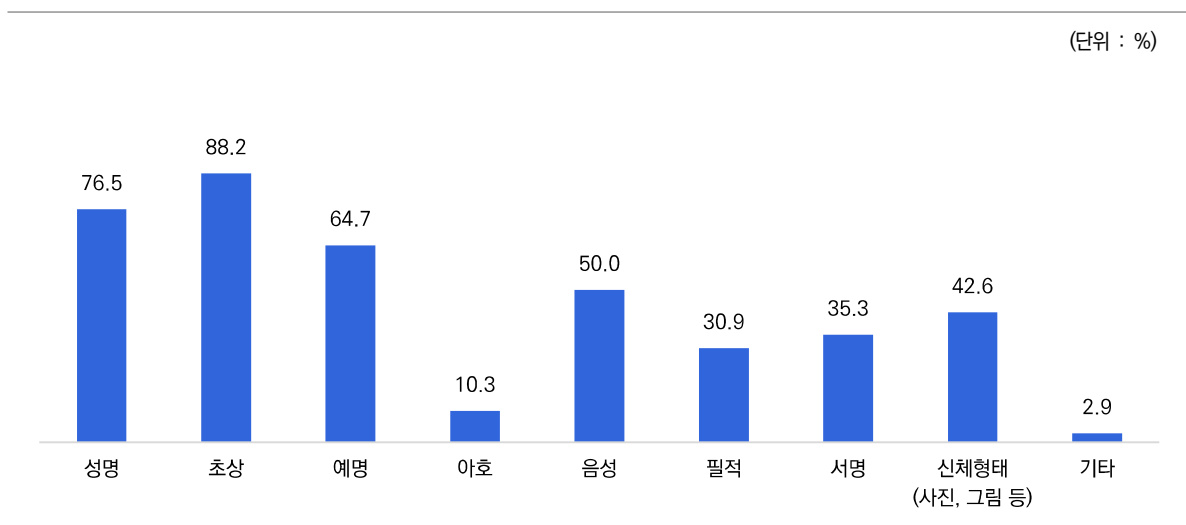
(단위 : 개사, %)

구분	업체 수	그렇다	아니다
전체	(82)	78.0	22.0
음악	(44)	93.2	6.8
영화 / 방송 / 영상	(47)	74.5	25.5
스포츠	(2)	50.0	50.0
기타	(13)	69.2	30.8

5) 퍼블리시티권 범위

- 응답자의 82.9%는 계약서에 퍼블리시티권 사항이 포함되어 있다고 응답함
- 포함된 항목으로는 ‘초상’이 88.2%로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘성명’(76.5%), ‘예명’(64.7%), ‘음성’(50.0%), ‘신체형태(사진, 그림 등)’(42.6%) 등의 순으로 많았음
 - 산업별로 살펴보면 스포츠산업을 제외한 모든 산업에서 ‘초상’이 가장 많이 포함되어 있었음
 - 음악산업의 경우, ‘음성’이 66.7%로 타 산업 대비 많이 포함되어 있었음

〈 그림 2-5 〉 퍼블리시티권 범위



〈 표 2-5 〉 퍼블리시티권 범위

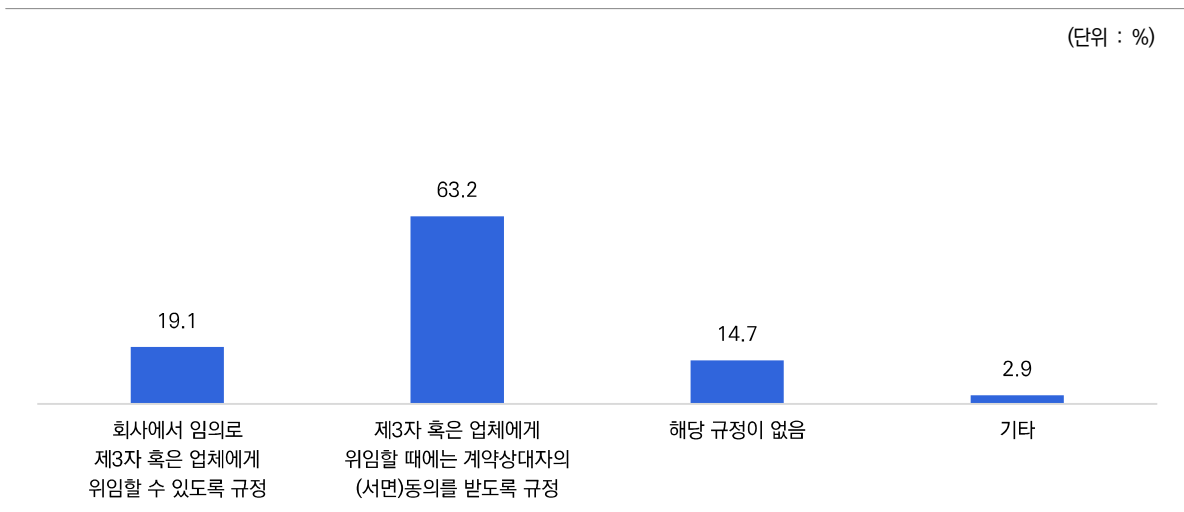
(단위 : 개사, %)

구	분	포함 여부			포함 항목(중복선택)								
		업체 수	그렇다	아니다	업체 수	성명	초상	예명	아호	음성	필적	서명	신체형태
전	체	(82)	82.9	17.1	(68)	76.5	88.2	64.7	10.3	50.0	30.9	35.3	42.6
음	악	(44)	88.6	11.4	(39)	82.1	89.7	74.4	15.4	66.7	41.0	41.0	43.6
영	화 / 방 송 / 영 상	(47)	85.1	14.9	(40)	77.5	85.0	62.5	12.5	45.0	27.5	37.5	50.0
스	포 츠	(2)	100.0	0.0	(2)	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
기	타	(13)	76.9	23.1	(10)	70.0	90.0	50.0	10.0	40.0	20.0	40.0	50.0

6) 퍼블리시티권 위임 권한

- 계약서에 퍼블리시티권 사항이 포함되어 있는 68개사는 퍼블리시티권을 제3자 혹은 업체에 위임할 수 있는 권한에 대해 ‘계약 상대자의 (서면)동의를 받도록 규정’이 63.2%로 가장 높았음
 - 그 다음으로는 ‘회사에서 임의로 제3자 혹은 업체에게 위임할 수 있도록 규정’(19.1%), ‘해당 규정이 없음’(14.7%), ‘기타’(2.9%) 순으로 높았음
 - 산업별로 살펴보면 영화/방송/영상산업이 ‘계약 상대자의 (서면)동의를 받도록 규정’이 72.5%로 가장 높았음
 - 음악산업의 경우, ‘회사에서 임의로 제3자 혹은 업체에게 위임할 수 있도록 규정’이 25.6%로 타 산업 대비 높았음

〈 그림 2-6 〉 퍼블리시티권 위임 권한



〈 표 2-6 〉 퍼블리시티권 위임 권한

(단위 : 개사, %)

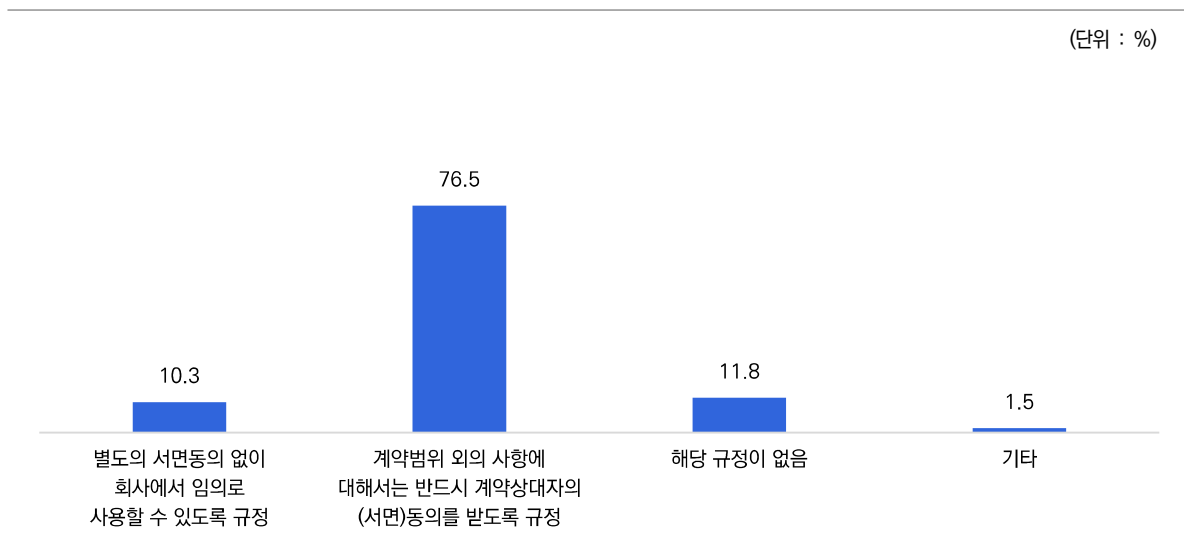
구분	업체 수	회사에서 임의로 제3자 혹은 업체에게 위임할 수 있도록 규정	제3자 혹은 업체에게 위임할 때에는 계약상대자의 (서면)동의를 받도록 규정	해당 규정이 없음	기타
전체	(68)	19.1	63.2	14.7	2.9
음악	(39)	25.6	61.5	10.3	2.6
영화 / 방송 / 영상	(40)	7.5	72.5	17.5	2.5
스포츠	(2)	0.0	100.0	0.0	0.0
기타	(10)	10.0	60.0	10.0	20.0

※ BASE : 계약서(전속계약/프로젝트 계약 등) 내용에 퍼블리시티권과 관련된 사항이 포함되어 있는 68개사

7) 계약범위 이외 규정

- 계약서에 퍼블리시티권 사항이 포함되어 있는 68개사는 계약범위 이외 퍼블리시티권을 사용하게 되는 상황에 대해 '반드시 계약 상대자의 (서면)동의를 받도록 규정'이 76.5% 가장 높았음
 - 그 다음으로 '해당 규정이 없음'(11.8%), '별도의 서면동의 없이 회사에서 임의로 사용할 수 있도록 규정'(10.3%), '기타'(1.5%) 순으로 높았음
 - 산업별로 살펴보면 영화/방송/영상산업이 85.0%로 '계약범위 외의 사항에 대해서는 반드시 계약 상대자의 (서명)동의를 받도록 규정'이 가장 높았음

〈 그림 2-7 〉 계약범위 이외 규정



〈 표 2-7 〉 계약범위 이외 규정

(단위 : 개사, %)

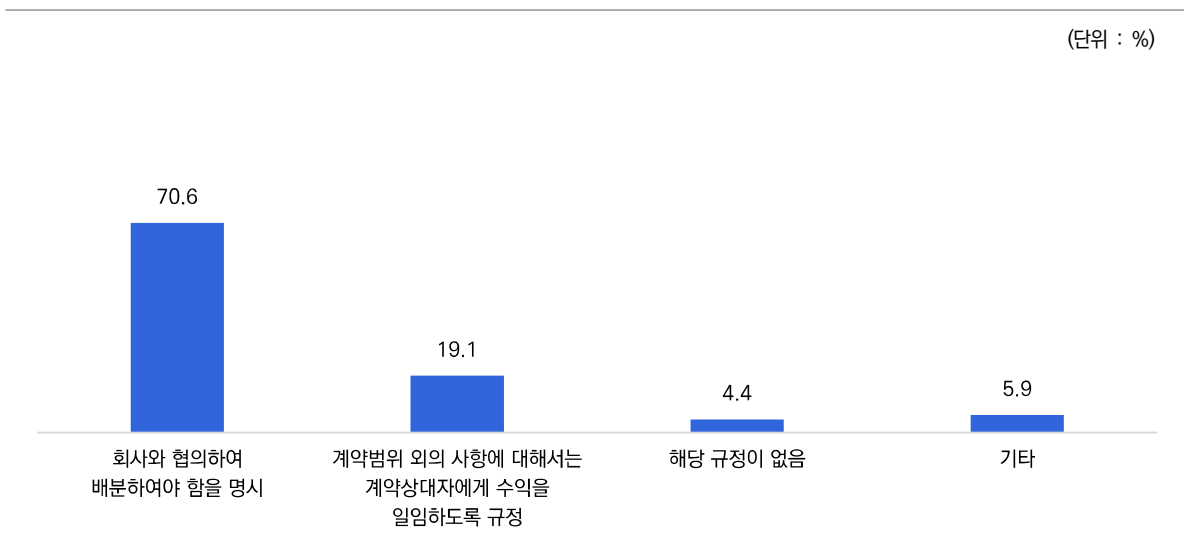
구분	업체 수	별도의 서면동의 없이 회사에서 임의로 사용할 수 있도록 규정	계약범위 외의 사항에 대해서는 반드시 계약상대자의 (서면)동의를 받도록 규정	해당 규정이 없음	기타
전체	(68)	10.3	76.5	11.8	1.5
음악	(39)	12.8	71.8	12.8	2.6
영화 / 방송 / 영상	(40)	2.5	85.0	12.5	0.0
스포츠	(2)	0.0	100.0	0.0	0.0
기타	(10)	20.0	80.0	0.0	0.0

※ BASE : 계약서(전속계약/프로젝트 계약 등) 내용에 퍼블리시티권과 관련된 사항이 포함되어 있는 68개사

8) 계약범위 이외 발생 수익 규정

- 계약서에 퍼블리시티권 사항이 포함되어 있는 68개사는 계약범위 이외 퍼블리시티권을 사용하여 발생한 수익에 대한 규정으로 ‘회사와 협의하여 배분하여야 함을 명시’가 70.6%로 가장 높았음
 - 그 다음으로 ‘계약범위 외의 사항에 대해서는 계약 상대방에게 수익을 일임하도록 규정’(19.1%), ‘기타’(5.9%), ‘해당 규정이 없음’(4.4%) 순으로 높았음
 - 산업별로 살펴보면 음악산업의 경우 ‘회사와 협의하여 배분하여야 함을 명시’가 76.9%로 가장 높았음

〈 그림 2-8 〉 계약범위 이외 발생 수익 규정



〈 표 2-8 〉 계약범위 이외 발생 수익 규정

(단위 : 개사, %)

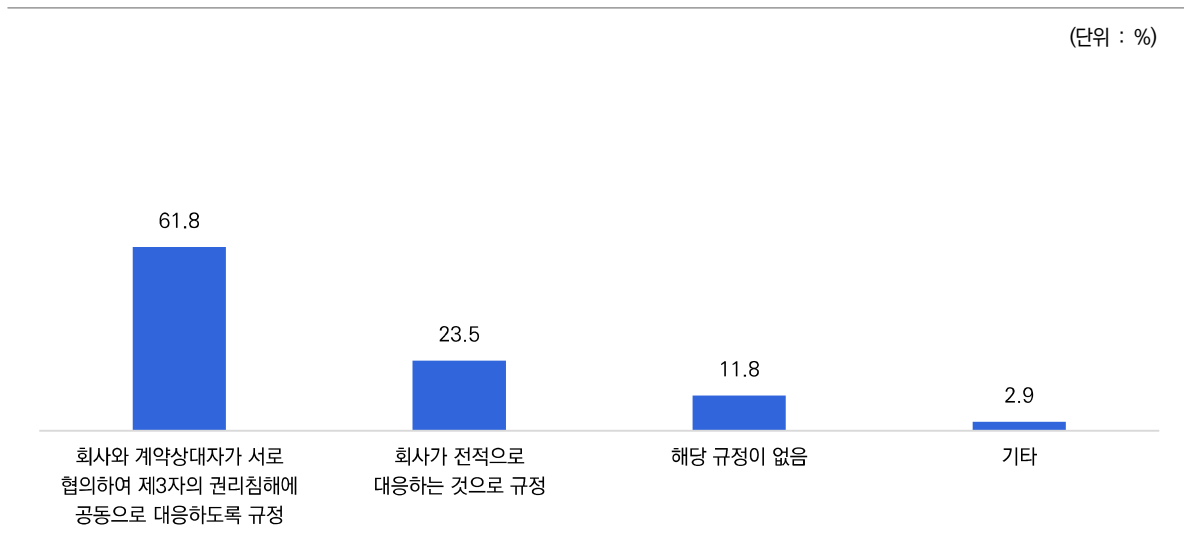
구분	업체 수	회사와 협의하여 배분하여야 함을 명시	계약범위 외의 사항에 대해서는 계약상대자에게 수익을 일임하도록 규정	해당 규정이 없음	기타
전체	(68)	70.6	19.1	4.4	5.9
음악	(39)	76.9	17.9	2.6	2.6
영화 / 방송 / 영상	(40)	65.0	22.5	7.5	5.0
스포츠	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0
기타	(10)	60.0	10.0	0.0	30.0

※ BASE : 계약서(전속계약/프로젝트 계약 등) 내용에 퍼블리시티권과 관련된 사항이 포함되어 있는 68개사

9) 퍼블리시티권 침해 상황 대응

- 계약서에 퍼블리시티권 사항이 포함되어 있는 68개사는 퍼블리시티권 침해 상황에 대한 대응에 대해 ‘회사와 계약 상대자가 서로 협의하여 제3자의 권리침해에 공동으로 대응하도록 규정’이 61.8%로 가장 높았음
 - 그 다음으로 ‘회사가 전적으로 대응하는 것으로 규정’(23.5%), ‘해당 규정이 없음’(11.8%), ‘기타’(2.9%) 순으로 높았음
 - 산업별로 살펴보면 영화/방송/영상산업의 경우 ‘회사와 계약 상대자가 서로 협의하여 제3자의 권리침해에 공동으로 대응하도록 규정’이 70.0%로 가장 높았음

〈 그림 2-9 〉 퍼블리시티권 침해 상황 대응



〈 표 2-9 〉 퍼블리시티권 침해 상황 대응

(단위 : 개사, %)

구분	업체 수	회사와 계약상대자가 서로 협의하여 제3자의 권리침해에 공동으로 대응하도록 규정	회사가 전적으로 대응하는 것으로 규정	해당 규정이 없음	기타
전체	(68)	61.8	23.5	11.8	2.9
음악	(39)	61.5	25.6	10.3	2.6
영화 / 방송 / 영상	(40)	70.0	10.0	17.5	2.5
스포츠	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0
기타	(10)	50.0	30.0	0.0	20.0

※ BASE : 계약서(전속계약/프로젝트 계약 등) 내용에 퍼블리시티권과 관련된 사항이 포함되어 있는 68개사

10) 퍼블리시티권 계약 관련 이슈

- 퍼블리시티권 계약 관련하여 대체로 구체적이지 않은 규정에 대해 어려움이 있었으며, 이에 퍼블리시티권을 담당하는 단체에 대한 필요성을 제기함
 - ‘조금 더 세부적인 기준이 있었으면 좋겠음’, ‘좀 더 세부적인 항목으로 나누었으면 함’, ‘특정 관리 단체가 필요’ 등
- 그 외 의견으로는 ‘계약 외 사항은 별도 협의 사항으로 모든 것을 계약서에 담지는 않음’, ‘계약 담당 직원은 세부 사항을 알 수 있으나, 대외 업무 담당은 대부분 잘 알 수 없다고 생각함’, ‘대부분 해당 아티스트와 협의를 통해 결정함’, ‘퍼블리시티권의 주된 권리는 계약 당사자에게 있으며, 회사는 계약 당사자를 대신하여 정당한 계약을 진행하고 있음’ 등이 있었음

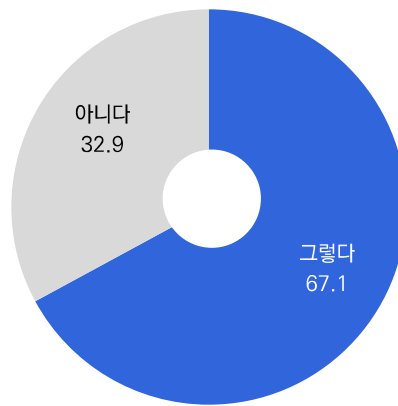
2. 퍼블리시티권 침해 관련

1) 퍼블리시티권 법률 인지 여부

- 특허청의 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 개정에 대한 인지도는 67.1%로 높은 편임
 - 산업별로 살펴보면 음악산업이 81.8%로 인지도가 가장 높았으며, 그 다음으로 기타산업(69.2%), 영화/방송/영상산업(61.7%) 순으로 높게 나타남

〈 그림 2-10 〉 퍼블리시티권 법률 인지 여부

(단위 : %)



〈 표 2-10 〉 퍼블리시티권 법률 인지 여부

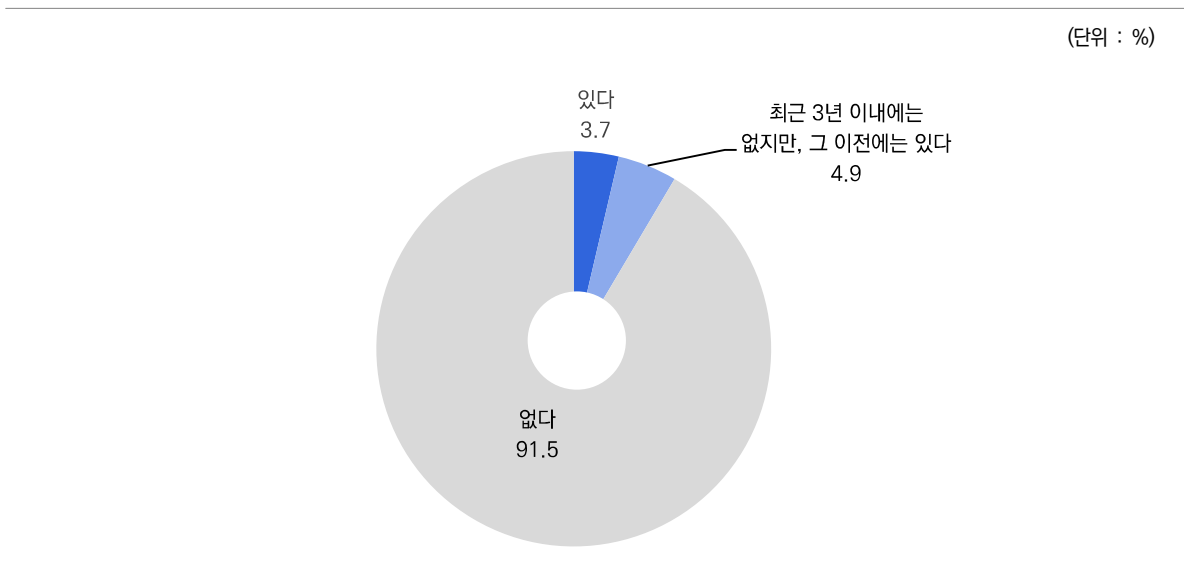
(단위 : 개사, %)

구분	업체 수	그렇다	아니다
전체	(82)	67.1	32.9
음악	(44)	81.8	18.2
영화 / 방송 / 영상	(47)	61.7	38.3
스포츠	(2)	100.0	0.0
기타	(13)	69.2	30.8

2) 퍼블리시티권 침해 경험 여부

- 응답자의 3.7%는 최근 3년(2020~2022) 이내 퍼블리시티권 침해를 경험하였고, 응답자의 4.9%는 최근 3년은 아니지만 그 전에 퍼블리시티권 침해를 경험한 것으로 나타남
 - 산업별로 살펴보면 음악산업의 경우 최근 3년 이내 퍼블리시티권 침해를 경험한 비율이 4.5%로 가장 높았음

〈 그림 2-11 〉 퍼블리시티권 침해 경험 여부



〈 표 2-11 〉 퍼블리시티권 침해 경험 여부

(단위 : 개사, %)

구분	업체 수	있다	최근 3년 이내에는 없지만, 그 이전에는 있다	없다
전체	(82)	3.7	4.9	91.5
음악	(44)	4.5	4.5	90.9
영화 / 방송 / 영상	(47)	2.1	4.3	93.6
스포츠	(2)	0.0	0.0	100.0
기타	(13)	0.0	7.7	92.3

3) 퍼블리시티권 침해 횟수

- 퍼블리시티권 침해를 경험해 본 7개사의 퍼블리시티권 침해 횟수를 조사한 결과, 최근 3년 이내에는 총 108회, 평균 15회였으며, 최근 3년 이전에는 총 121회, 평균 17회로 나타남
 - 산업별로 살펴보면 모든 산업이 최근 3년 이전보다 최근 3년 이내에 퍼블리시티권 침해 횟수가 줄어든 것을 확인할 수 있음
 - 음악산업의 경우 최근 3년 이내 총 102회이나 이는 음악산업 한 개 사업체의 침해 횟수가 크게 반영된 것으로 해석에 유의할 필요가 있음

〈 표 2-12 〉 퍼블리시티권 침해 횟수

(단위 : 개사, 회)

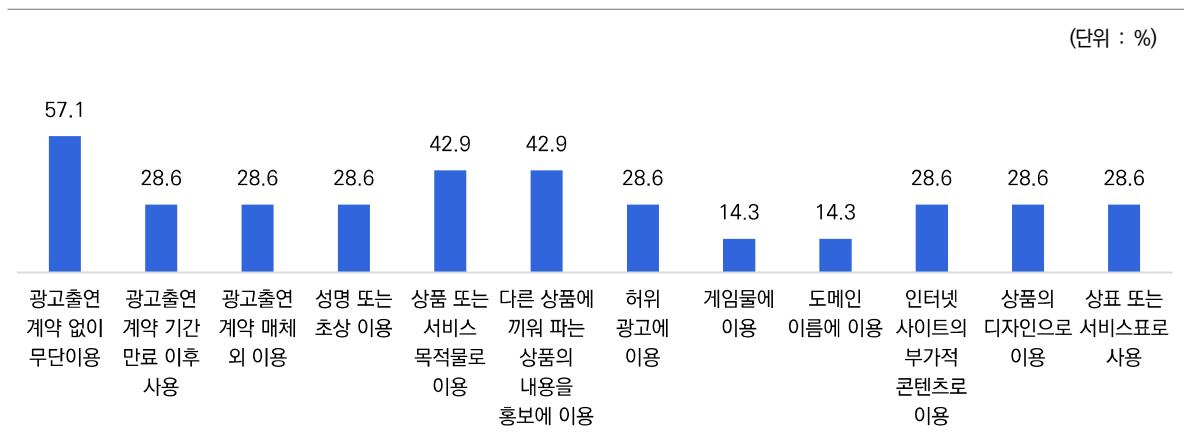
구	분	업체 수	최근 3년 이내		최근 3년 이전	
			합계	평균	합계	평균
전	체	(7)	108	15	121	17
음	악	(4)	102	26	103	26
영	화 / 방 송 / 영 상	(3)	6	2	18	6
스	포 츠	-	-	-	-	-
기	타	(1)	0	0	5	5

※ BASE : 최근 3년 이내 혹은 이전에 계약을 맺고 관리 중인 아티스트, 스포츠 선수 혹은 프로젝트 관련 퍼블리시티권 침해를 경험한 적 있는 7개사

4) 유형별 침해 여부

- 퍼블리시티권 침해를 경험해 본 7개사의 퍼블리시티권 침해 유형을 살펴보면 ‘광고출연 계약 없이 무단이용’이 57.1%로 가장 높았음
 - 그 다음으로 ‘상품 또는 서비스 목적물로 이용’과 ‘다른 상품에 끼워 파는 상품의 내용을 홍보에 이용’이 42.9%로 동일함

〈 그림 2-12 〉 유형별 침해 여부



※ 각 유형의 ‘해당’ 비율만 명시

〈 표 2-13-1 〉 유형별 침해 여부

(단위 : 개사, %)

구	분	업체 수	광고출연계약 없이 무단이용		광고출연계약 기간 만료 이후 사용		광고출연계약 매체 외 이용		성명 또는 초상 이용	
			해당	미해당	해당	미해당	해당	미해당	해당	미해당
전	체	(7)	57.1	42.9	28.6	71.4	28.6	71.4	28.6	71.4
음	악	(4)	25.0	75.0	0.0	100.0	25.0	75.0	50.0	50.0
영	화 / 방 송 / 영 상	(3)	100.0	0.0	66.7	33.3	33.3	66.7	0.0	100.0
스	포 츠	-	-	-	-	-	-	-	-	-
기	타	(1)	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0

※ BASE : 최근 3년 이내 혹은 이전에 계약을 맺고 관리 중인 아티스트, 스포츠 선수 혹은 프로젝트 관련 퍼블리시티권 침해를 경험한 적 있는 7개사

〈 표 2-13-2 〉 유형별 침해 여부(이어서)

(단위 : 개사, %)

구	분	업체 수	상품 또는 서비스 목적으로 이용		다른 상품에 끼워 파는 상품의 내용을 홍보에 이용		허위 광고에 이용		게임물에 이용	
			해당	미해당	해당	미해당	해당	미해당	해당	미해당
전	체	(7)	42.9	57.1	42.9	57.1	28.6	71.4	14.3	85.7
음	악	(4)	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	25.0	75.0
영	화 / 방 송 / 영 상	(3)	33.3	66.7	33.3	66.7	0.0	100.0	0.0	100.0
스	포 츠	-	-	-	-	-	-	-	-	-
기	타	(1)	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0

※ BASE : 최근 3년 이내 혹은 이전에 계약을 맺고 관리 중인 아티스트, 스포츠 선수 혹은 프로젝트 관련 퍼블리시티권 침해를 경험한 적 있는 7개사

〈 표 2-13-3 〉 유형별 침해 여부(이어서)

(단위 : 개사, %)

구	분	업체 수	도메인 이름에 이용		인터넷 사이트의 부가적 콘텐츠로 이용		상품의 디자인으로 이용		상표 또는 서비스표로 사용	
			해당	미해당	해당	미해당	해당	미해당	해당	미해당
전	체	(7)	14.3	85.7	28.6	71.4	28.6	71.4	28.6	71.4
음	악	(4)	25.0	75.0	25.0	75.0	25.0	75.0	50.0	50.0
영	화 / 방 송 / 영 상	(3)	0.0	100.0	33.3	66.7	33.3	66.7	0.0	100.0
스	포 츠	-	-	-	-	-	-	-	-	-
기	타	(1)	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0

※ BASE : 최근 3년 이내 혹은 이전에 계약을 맺고 관리 중인 아티스트, 스포츠 선수 혹은 프로젝트 관련 퍼블리시티권 침해를 경험한 적 있는 7개사

5) 유형별 침해 횟수 및 피해 금액

- 퍼블리시티권 침해를 경험해 본 7개사의 퍼블리시티권 유형별 침해 횟수를 조사한 결과, ‘상표 또는 서비스표로 사용’이 41회로 가장 많았음
 - 산업별로 살펴보면 음악산업의 경우 ‘상표 또는 서비스표로 사용’이 41회로 가장 많았고, 영화/방송/영상산업은 ‘광고출연계약 없이 무단이용’이 9회로 가장 많았음
- 유형별 침해 피해 금액은 ‘광고출연계약 없이 무단이용’과 ‘상품 또는 서비스 목적물로 이용’이 130.0백만 원으로 가장 많았음
 - 산업별로 살펴보면 음악산업의 경우 ‘상품 또는 서비스 목적물로 이용’이 80.0백만 원으로 가장 많았고, 영화/방송/영상산업은 ‘광고출연계약 없이 무단이용’이 120.0백만 원으로 가장 많았음

〈 표 2-14-1 〉 유형별 침해 횟수 및 피해 금액

(단위 : 개사, 회, 백만 원)

구	분	업체 수	광고출연계약 없이 무단이용		광고출연계약 기간 만료 이후 사용		광고출연계약 매체 외 이용		성명 또는 초상 이용	
			침해 횟수	피해 금액	침해 횟수	피해 금액	침해 횟수	피해 금액	침해 횟수	피해 금액
전	체	(7)	19	130.0	6	30.0	2	80.0	3	50.0
음	악	(4)	10	10.0	0	0.0	1	50.0	3	50.0
영	화 / 방 송 / 영 상	(3)	9	120.0	6	30.0	1	30.0	0	0.0
스	포 츠	-	-	-	-	-	-	-	-	-
기	타	(1)	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0

※ 침해 횟수 및 피해 금액은 합계로 산출함

※ BASE : 최근 3년 이내 혹은 이전에 계약을 맺고 관리 중인 아티스트, 스포츠 선수 혹은 프로젝트 관련 퍼블리시티권 침해를 경험한 적 있는 7개사

〈 표 2-14-2 〉 유형별 침해 횟수 및 피해 금액(이어서)

(단위 : 개사, 회, 백만 원)

구	분	업체 수	상품 또는 서비스 목적물로 이용		다른 상품에 끼워 파는 상품의 내용을 홍보에 이용		허위 광고에 이용		게임물에 이용	
			침해 횟수	피해 금액	침해 횟수	피해 금액	침해 횟수	피해 금액	침해 횟수	피해 금액
전	체	(7)	34	130.0	12	70.0	11	10.0	10	10.0
음	악	(4)	31	80.0	11	60.0	11	10.0	10	10.0
영	화 / 방 송 / 영 상	(3)	3	50.0	1	10.0	0	0.0	0	0.0
스	포 츠	-	-	-	-	-	-	-	-	-
기	타	(1)	3	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0

※ 침해 횟수 및 피해 금액은 합계로 산출함

※ BASE : 최근 3년 이내 혹은 이전에 계약을 맺고 관리 중인 아티스트, 스포츠 선수 혹은 프로젝트 관련 퍼블리시티권 침해를 경험한 적 있는 7개사

〈 표 2-14-3 〉 유형별 침해 횟수 및 피해 금액(이어서)

(단위 : 개사, 회, 백만 원)

구	분	업체 수	도메인 이름에 이용		인터넷 사이트의 부가적 콘텐츠로 이용		상품의 디자인으로 이용		상표 또는 서비스표로 사용	
			침해 횟수	피해 금액	침해 횟수	피해 금액	침해 횟수	피해 금액	침해 횟수	피해 금액
전	체	(7)	10	10.0	11	40.0	31	40.0	41	40.0
음	악	(4)	10	10.0	10	10.0	30	30.0	41	40.0
영	화 / 방 송 / 영 상	(3)	0	0.0	1	30.0	1	10.0	0	0.0
스	포 츠	-	-	-	-	-	-	-	-	-
기	타	(1)	0	0.0	0	0.0	1	10.0	0	0.0

※ 침해 횟수 및 피해 금액은 합계로 산출함

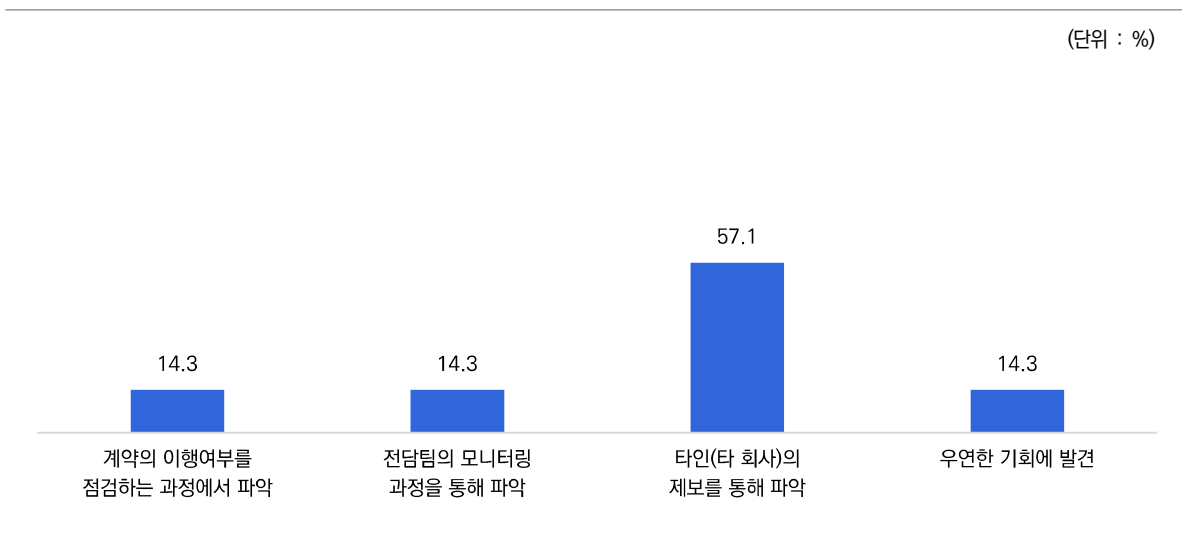
※ BASE : 최근 3년 이내 혹은 이전에 계약을 맺고 관리 중인 아티스트, 스포츠 선수 혹은 프로젝트 관련 퍼블리시티권 침해를 경험한 적 있는 7개사

- 퍼블리시티권 침해 경험 중 가장 최근 사례로는 아래와 같이 5개의 사례가 존재하였음
 - 광고 계약 만료 후 성명권 사용(D엔터테인먼트)
 - 광고 촬영 시 계약서에 포함되어 있지 않은 목적으로 초상권을 활용한 적이 있음(S뮤직)
 - 아티스트의 예명을 사용하여 물품을 판매하여 공식 MD인 척 판매진행(U사)
 - 자사 아티스트의 필리핀 팬들이 12월에 데뷔 2주년 기념으로 유료 전시회를 개최할 것이라는 신고를 접수받아, 2023년 1월 5일 경고장을 보내 행사 취소함(H사)
 - 자사 동의 없이 영상 촬영에 사용한 화장품을 자사의 아티스트가 광고하는 것처럼 편집하여 사용한 것을 확인함. 이후 영상 제작사에 이의제기하여 영상 삭제하도록 조치 취함(N엔터테인먼트)

6) 퍼블리시티권 침해 인지 경로

- 퍼블리시티권 침해를 경험해 본 7개사는 퍼블리시티권 침해를 알게 된 경로로 ‘타인(타 회사)의 제보를 통해 파악’이 57.1%로 가장 많았음
 - 그 다음으로 ‘계약의 이행여부를 점검하는 과정에서 파악’, ‘전담팀의 모니터링 과정을 통해 파악’, ‘우연한 기회에 발견’은 14.3%로 동일함

〈 그림 2-13 〉 퍼블리시티권 침해 인지 경로



〈 표 2-15 〉 퍼블리시티권 침해 인지 경로

(단위 : 개사, %)

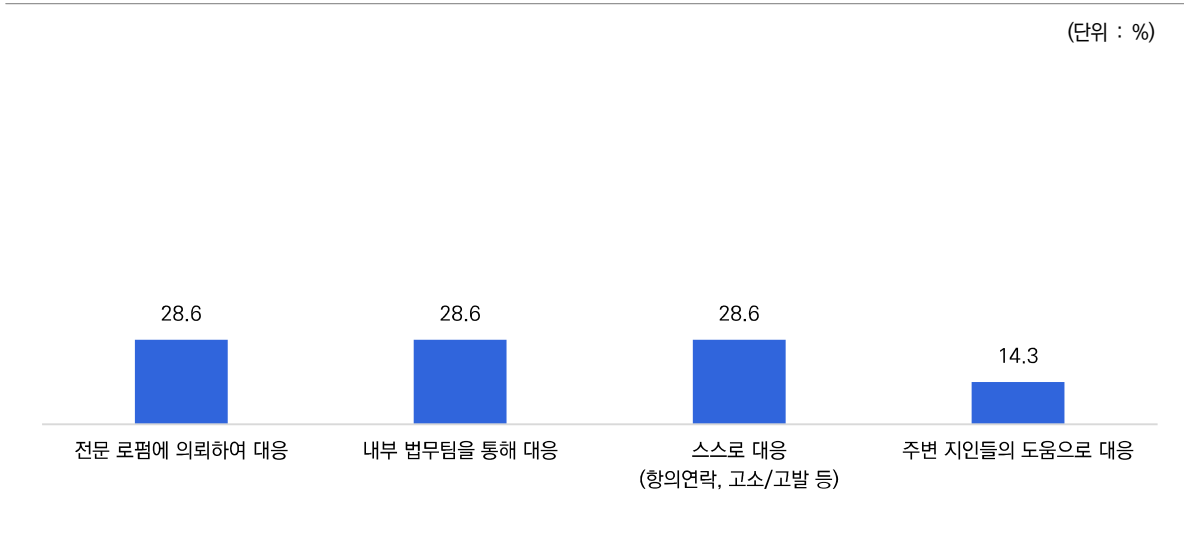
구분	업체 수	계약의 이행여부를 점검하는 과정에서 파악	전담팀의 모니터링 과정을 통해 파악	타인(타 회사)의 제보를 통해 파악	우연한 기회에 발견
전체	(7)	14.3	14.3	57.1	14.3
음악	(4)	0.0	0.0	75.0	25.0
영화 / 방송 / 영상	(3)	33.3	33.3	33.3	0.0
스포츠	-	-	-	-	-
기타	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0

※ BASE : 최근 3년 이내 혹은 이전에 계약을 맺고 관리 중인 아티스트, 스포츠 선수 혹은 프로젝트 관련 퍼블리시티권 침해를 경험한 적 있는 7개사

7) 퍼블리시티권 침해 대응 방법

- 퍼블리시티권 침해를 경험해 본 7개사는 퍼블리시티권 침해에 대해 한 가지 방법이 아닌 다양한 방법으로 대응하고 있었음

〈 그림 2-14 〉 퍼블리시티권 침해 대응 방법



〈 표 2-16 〉 퍼블리시티권 침해 대응 방법

(단위 : 개사, %)

구분	업체 수	전문 로펌에 의뢰하여 대응	내부 법무팀을 통해 대응	스스로 대응(항의연락, 고소/고발 등)	주변 지인들의 도움으로 대응
전체	(7)	28.6	28.6	28.6	14.3
음악	(4)	25.0	25.0	25.0	25.0
영화 / 방송 / 영상	(3)	33.3	33.3	33.3	0.0
스포츠	-	-	-	-	-
기타	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0

※ BASE : 최근 3년 이내 혹은 이전에 계약을 맺고 관리 중인 아티스트, 스포츠 선수 혹은 프로젝트 관련 퍼블리시티권 침해를 경험한 적 있는 7개사

8) 퍼블리시티권 침해 민사소송 결과

- 퍼블리시티권 침해를 경험해 본 7개사는 총 2회의 민사소송을 진행하였음
- 민사소송 결과는 ‘취하’ 1회, ‘합의/조정’ 1회로 나타남

〈 그림 2-15 〉 퍼블리시티권 침해 민사소송 결과

(단위 : 회)



〈 표 2-17 〉 퍼블리시티권 침해 민사소송 결과

(단위 : 개사, 회)

구분	업체 수	총합	승소	패소	합의/조정	취하
전체	(7)	2	0	0	1	1
음악	(4)	1	0	0	0	1
영화 / 방송 / 영상	(3)	1	0	0	1	0
스포츠	-	-	-	-	-	-
기타	(1)	0	0	0	0	0

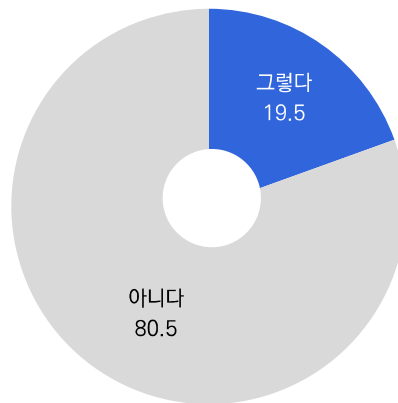
※ BASE : 최근 3년 이내 혹은 이전에 계약을 맺고 관리 중인 아티스트, 스포츠 선수 혹은 프로젝트 관련 퍼블리시티권 침해를 경험한 적 있는 7개사

9) 퍼블리시티권 전담팀 및 인력 보유 여부

- 응답자의 19.5%는 사내에 퍼블리시티권 전담팀 또는 인력을 보유하고 있음
 - 산업별로 살펴보면 기타산업의 경우 30.8%로 가장 많이 보유하고 있으며, 그 다음으로 음악산업(20.5%), 영화/방송/영상산업(19.1%) 순으로 나타남

〈 그림 2-16 〉 퍼블리시티권 전담팀 및 인력 보유 여부

(단위 : %)



〈 표 2-22 〉 퍼블리시티권 전담팀 및 인력 보유 여부

(단위 : 개사, %)

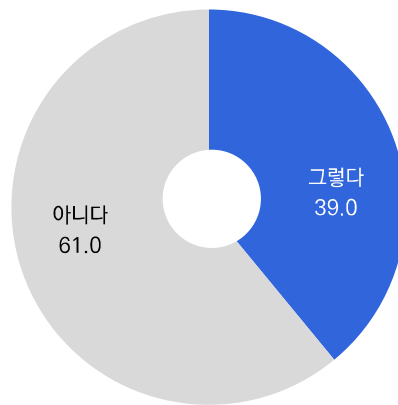
구분	업체 수	그렇다	아니다
전체	(82)	19.5	80.5
음악	(44)	20.5	79.5
영화 / 방송 / 영상	(47)	19.1	80.9
스포츠	(2)	0.0	100.0
기타	(13)	30.8	69.2

10) 특허청 행정조사제도 인지 여부

- 특허청 행정조사제도 인지도는 39.0%로 나타남
 - 산업별로 살펴보면 음악산업이 47.7%로 인지도가 가장 높았으며, 그 다음으로 영화/방송/영상 산업(36.2%), 기타산업(30.8%) 순으로 높았음

〈 그림 2-17 〉 특허청 행정조사제도 인지 여부

(단위 : %)



〈 표 2-23 〉 특허청 행정조사제도 인지 여부

(단위 : 개사, %)

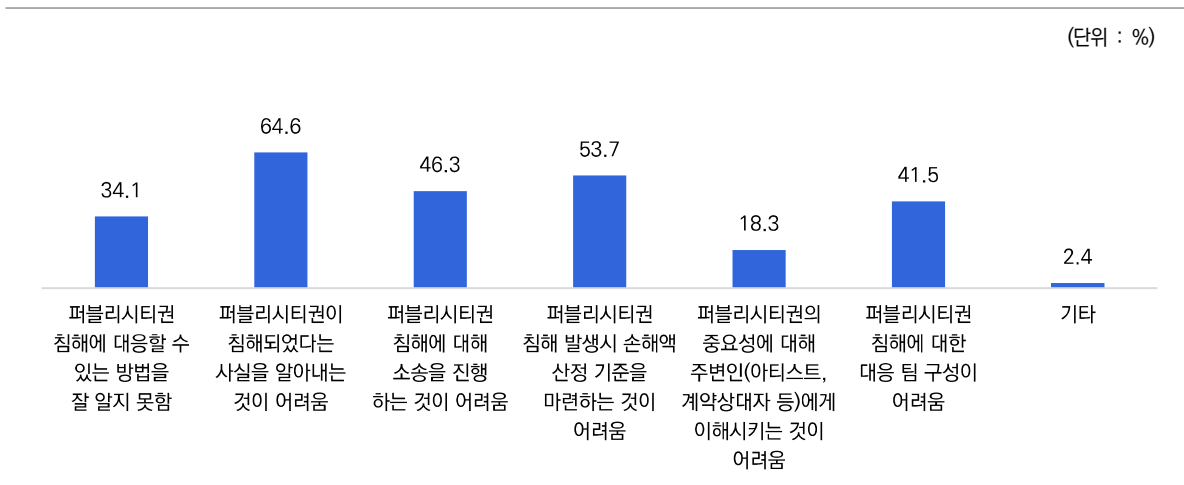
구분	업체 수	그렇다	아니다
전체	(82)	39.0	61.0
음악	(44)	47.7	52.3
영화 / 방송 / 영상	(47)	36.2	63.8
스포츠	(2)	50.0	50.0
기타	(13)	30.8	69.2

3. 기타 애로사항 및 필요사항

1) 퍼블리시티권 관련 애로사항

- 퍼블리시티권 관련 애로사항으로 ‘퍼블리시티권이 침해되었다는 사실을 알아내는 것이 어려움’이 64.6%로 가장 높았음
 - 그 다음으로 ‘퍼블리시티권 침해 발생 시 손해액 산정 기준을 마련하는 것이 어려움’(53.7%), ‘퍼블리시티권 침해에 대해 소송을 진행하는 것이 어려움’(46.3%), ‘퍼블리시티권 침해에 대한 대응 팀 구성이 어려움’(41.5%) 등의 순으로 나타남
- 그 외 의견으로 행정적인 지원, 제도 개선 및 홍보 등이 있었음
 - ‘계약자의 초상권 침해 시 보호를 받을 수 있는 행정적인 지원 필요’, ‘신규 소식이 있으면 한국 연예제작자협회에서 알려주었으면 함’, ‘전담 변호사를 선정하여 협회에서 언제나 상담 가능하도록 해줬으면 함’, ‘침해 조사와 대응을 쉽게 할 수 있는 방안 필요’ 등

〈 그림 2-18 〉 퍼블리시티권 관련 애로사항(중복선택)



〈 표 2-24 〉 퍼블리시티권 관련 애로사항(중복선택)

구분	업체 수	(단위 : 개사, %)							
		퍼블리시티권 침해에 대응할 수 있는 방법을 잘 알지 못함	퍼블리시티권이 침해되었다는 사실을 알아내는 것이 어려움	퍼블리시티권 침해에 대해 소송을 진행하는 것이 어려움	퍼블리시티권 침해 발생시 손해액 산정 기준을 마련하는 것이 어려움	퍼블리시티권의 중요성에 대해 주변인(아티스트, 계약상대자 등)에게 이해시키는 것이 어려움	퍼블리시티권 침해에 대한 대응 팀 구성이 어려움	기타	
전체	(82)	34.1	64.6	46.3	53.7	18.3	41.5	2.4	
음악	(44)	31.8	61.4	50.0	54.5	25.0	47.7	0.0	
영화 / 방송 / 영상	(47)	38.3	68.1	46.8	55.3	19.1	38.3	2.1	
스포츠	(2)	0.0	100.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	
기타	(13)	38.5	69.2	23.1	38.5	7.7	0.0	7.7	

제 3 장

결론

1. 계약 현황

1) 표준 계약서 인지 및 활용 여부

- 조사에 응답한 매니지먼트 사업체들은 대부분 문화체육관광부에서 고시한 표준 계약서를 인지 (89.0%) 하고 있으며, ‘표준 계약서에서 일부 조항을 수정해서 사용’(43.9%)하거나, ‘표준 계약서를 수정하지 않고 그대로 사용’(31.7%)하는 비율이 높았음
 - 산업별로 살펴보면 모든 산업에서 ‘표준 계약서에서 일부 조항을 수정해서 사용’하는 비율이 높았으나, 영화/방송/영상산업의 경우에는 ‘표준 계약서는 참고하지 않고, 회사 전용 계약서 사용’하는 비율이 10.6%로 타 분야 대비 높았음

2) 퍼블리시티권 계약 관련

- 표준 계약서에 퍼블리시티권이 계약 내용에 포함되어 있는 것을 인지하고 있는 사업체는 78.0%임
 - **(범위)** 표준 계약서에 포함된 퍼블리시티권은 ‘초상’이 88.2%로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘성명’(76.5%), ‘예명’(64.7%), ‘음성’(50.0%), ‘신체형태(사진, 그림 등)’(42.6%) 등의 순으로 높게 나타남
 - **(위임 권한)** 퍼블리시티권 위임 권한은 대체로 제3자 혹은 업체에 위임할 수 있는 권한에 대해 ‘계약 상대방의 (서면)동의를 받도록 규정’하는 것이 63.2%로 가장 높았음
 - **(계약 범위 이외 규정)** 퍼블리시티권을 계약 범위 이외에 사용하는 경우에는 ‘반드시 계약 상대방의 (서면)동의를 받도록 규정’하는 경우가 76.5%로 가장 많았음
 - **(침해 대응)** 퍼블리시티권 침해 상황에 대한 대응은 ‘회사와 계약 상대방이 서로 협의하여 제3자의 권리침해에 공동으로 대응하도록 규정’하는 경우가 61.8%로 가장 높았음
 - 이 외 퍼블리시티권 계약과 관련하여 특징적인 내용을 살펴보면 대체로 구체적이지 않은 규정에 대한 어려움이 있었으며, 이에 퍼블리시티권을 담당하는 단체가 필요하다는 의견이 있었음

2. 퍼블리시티권 침해 관련

- 특허청의 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 개정에 대한 인지도는 67.1%로 높은 편임
- 최근 3년 이내 퍼블리시티권 침해를 경험한 사업체의 비율은 3.7%이며, 침해 횟수는 평균 15회로 나타남
 - **(침해 유형)** 침해 경험이 있는 사업체들의 침해 유형을 보면 ‘광고출연 계약 없이 무단이용’이 57.1%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘상품 또는 서비스 목적물로 이용’(42.9%), ‘다른 상품에 끼워 파는 상품의 내용을 홍보에 이용’(42.9%) 등의 순으로 높았음
 - **(피해 금액)** 피해 금액은 ‘상품 또는 서비스 목적물로 이용’이 130.0백만 원으로 가장 많았음

- **(인지 경로)** 퍼블리시티권 침해에 대해 ‘타인(타 회사)의 제보를 통해 파악’한 비율이 57.1%로 가장 높았음
- **(침해 대응)** 퍼블리시티권 침해에 대한 대응으로는 ‘전문 로펌에 의뢰하여 대응’, ‘내부 법무팀을 통해 대응’, ‘스스로 대응(항의연락, 고소/고발 등)’이 각각 28.6%인 것으로 보아 한 가지 방법이 아닌 다양한 방법으로 대응하고 있음을 알 수 있음
- **(소송 결과)** 퍼블리시티권 침해를 본 사업체는 총 2회의 민사소송을 진행하였으며, 그 결과는 ‘취하’ 1회, ‘합의/조정’ 1회인 것으로 나타남
- **(전담 인력)** 사내에 퍼블리시티권 전담팀 또는 인력을 보유하고 있는 비율은 19.5%로 나타남
- **(행정조사제도)** 특허청의 행정조사제도에 대한 인지도는 39.0%로 나타남
- 퍼블리시티권 침해 경험 중 가장 최근 사례로는 계약 만료 후 성명권 및 초상권을 활용하거나, 공식 MD인 것처럼 판매하거나 또는 아티스트가 광고 모델인 것처럼 편집하는 등의 사례가 존재하였음

3. 기타 애로사항 및 필요사항

- 퍼블리시티권과 관련된 애로사항으로 ‘퍼블리시티권이 침해되었다는 사실을 알아내는 것이 어려움’이 64.6%로 가장 높았음
 - 그 외 답변으로는 ‘계약자의 초상권 침해 시 보호를 받을 수 있는 행정적인 지원 필요’, ‘신규 소식이 있으면 한국연예제작자협회에서 알려주었으면 함’, ‘전담 변호사를 선정하여 협회에서 언제나 상담 가능하도록 해줬으면 함’, ‘침해 조사와 대응을 쉽게 할 수 있는 방안 필요’ 등 행정적인 지원, 제도 개선 및 홍보 등이 있었음

4. 시사점 및 제언

- 퍼블리시티권 침해 유형에 대한 홍보 및 교육과 함께 퍼블리시티권 침해 사실을 모니터링 할 수 있는 방안을 고민하는 것이 필요함
 - 조사결과에 따르면 현재 관련업계에서는 표준계약서의 인지도 및 활용률이 높고, 퍼블리시티권에 대한 인식도 높으며, 특허청의 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 개정사실에 대해서도 잘 인지하고 있음
 - 현재까지는 퍼블리시티권 침해를 경험한 비율이 낮고, 소송 비율도 낮은 상황이지만, 퍼블리시티권이 침해되었다는 사실을 알아내는 것이 어렵거나 불가능에 가깝기 때문일 가능성이 있음

- 퍼블리시티권은 침해 유형이 다양하기 때문에 계약사항과 관련하여 적합하지 않은 사실을 발견했을 때에도 해당 건이 퍼블리시티권 침해에 해당하는지에 대해서 명확하게 인지하지 못하고 있을 가능성도 높음
- 따라서 첫 번째로는 관련 업계 종사자들이 다양한 퍼블리시티권 침해 유형을 잘 이해할 수 있도록 지원하는 홍보 및 교육이 필요함
- 두 번째로는 퍼블리시티권 침해를 명시적으로 인지하기 어렵다는 점이 있는데, 이러한 침해사실을 주기적으로 모니터링 할 수 있는 일종의 방안을 침해 유형에 맞추어 고민하고, 업계에 공유하거나 관련 협·단체에서 해당 역할을 수행할 수 있도록 지원하는 방향도 필요할 수 있음

부록

조사표

- A7) (A5번의 ① 응답자만) 계약내용에 퍼블리시티권을 포함하는 경우, 퍼블리시티권을 **제 3자 혹은 업체에 위임할 수 있는 권한**에 대해서는 어떻게 규정하고 있습니까?
* 계약에 따라 적용되는 범위가 다른 경우, 일반적으로 많이 활용되는 범위에 대해서 응답해주시시오.
- ① 회사에서 임의로 제 3자 혹은 업체에게 위임할 수 있도록 규정
② 제 3자 혹은 업체에게 위임할 때에는 계약상대자의 (서면)동의를 받도록 규정
③ 해당 규정이 없음
④ 기타 ()
- A8) (A5번의 ① 응답자만) 계약내용에 퍼블리시티권을 포함하는 경우, **계약범위 이외의 사항** 혹은 업무와 관련하여 **퍼블리시티권을 사용**하게 되는 상황에 대해서는 어떻게 규정하고 있습니까?
* 계약에 따라 적용되는 범위가 다른 경우, 일반적으로 많이 활용되는 범위에 대해서 응답해주시시오.
- ① 별도의 서면동의 없이 회사에서 임의로 사용할 수 있도록 규정
② 계약범위 외의 사항에 대해서는 반드시 계약상대자의 (서면)동의를 받도록 규정
③ 해당 규정이 없음
④ 기타 ()
- A9) (A5번의 ① 응답자만) 계약내용에 퍼블리시티권을 포함하는 경우, **계약범위 이외의 사항** 혹은 업무와 관련하여 퍼블리시티권을 사용하게 되어 **발생한 수익**에 대해서는 어떻게 규정하고 있습니까?
* 계약에 따라 적용되는 범위가 다른 경우, 일반적으로 많이 활용되는 범위에 대해서 응답해주시시오.
- ① 회사와 협의하여 배분하여야 함을 명시
② 계약범위 외의 사항에 대해서는 계약상대자에게 수익을 일임하도록 규정
③ 해당 규정이 없음
④ 기타 ()
- A10) (A5번의 ① 응답자만) 계약내용에 퍼블리시티권을 포함하는 경우, 퍼블리시티권의 **침해 상황에 대한 대응**은 어떻게 규정하고 있습니까?
* 계약에 따라 적용되는 범위가 다른 경우, 일반적으로 많이 활용되는 범위에 대해서 응답해주시시오.
- ① 회사와 계약상대자가 서로 협의하여 제3자의 권리침해에 공동으로 대응하도록 규정
② 회사가 전적으로 대응하는 것으로 규정
③ 계약상대자가 전적으로 대응하는 것으로 규정
④ 해당 규정이 없음
⑤ 기타 ()
- A11) 응답해주신 내용 외에 퍼블리시티권 계약과 관련하여 **특정적인 내용**이 있다면 자유롭게 작성해주시시오.

퍼블리시티권 침해 관련 사항

- B1) 귀 하는 **특허청**이 최근 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」을 개정*하면서, 퍼블리시티권을 **법률을 통해 보호**받을 수 있게 되었다는 것을 알고 있습니까?
* 유명인의 초상성명 등을 부정하게 사용하는 행위를 부정경쟁행위로 규정, 2022년 6월 8일 시행
- ① 그렇다 ② 아니다

B2) 귀 사에서는 최근 3년(2020~2022)간 계약을 맺고 관리 중인 아티스트, 스포츠 선수 혹은 프로젝트 관련 퍼블리시티권 침해를 경험한 적이 있습니까?

- ① 있다
- ② 최근 3년 이내에는 없지만, 그 이전에는 있었다.
- ③ 없다

B3) (B2의 ①, ② 응답자만) 퍼블리시티권 침해 경험이 있으시다면, 횟수는 몇 회 입니까?

최근 3년 이내	최근 3년 이전
_____ 회	_____ 회

B4) (B2의 ①, ② 응답자만) 어떤 퍼블리시티권 침해 경험이 있는지 유형별로 모두 선택하여 주시고, 각 피해별로 예상되는 피해액을 대략적으로 작성하여 주십시오.

최근 3년 이내	침해 여부	침해횟수 (전체 기간)	피해금액 (전체 기간)
① 광고 출연계약 없이 무단이용 (포스터, 현수막, 카탈로그, 잡지광고, TV 홈쇼핑, 신문광고, 인터넷 광고 등)	① 해당 ② 미해당	_____ 회	_____ 백만원
② 광고출연계약에서 정한 기간이 만료된 이후에도 사용	① 해당 ② 미해당	_____ 회	_____ 백만원
③ 광고출연계약에서 정한 매체 이외의 매체에 이용	① 해당 ② 미해당	_____ 회	_____ 백만원
④ 모델소설 등에 성명 또는 초상을 이용	① 해당 ② 미해당	_____ 회	_____ 백만원
⑤ 상품 또는 서비스의 목적으로 이용 (화보집, 전시물(밀랍인형, 사진, 핸드폰 캐릭터 등)	① 해당 ② 미해당	_____ 회	_____ 백만원
⑥ 다른 상품에 끼워 파는 상품의 내용을 홍보에 이용	① 해당 ② 미해당	_____ 회	_____ 백만원
⑦ 허위 광고에 이용	① 해당 ② 미해당	_____ 회	_____ 백만원
⑧ 게임물에 이용	① 해당 ② 미해당	_____ 회	_____ 백만원
⑨ 도메인 이름에 이용	① 해당 ② 미해당	_____ 회	_____ 백만원
⑩ 인터넷 사이트의 부가적 콘텐츠로 이용	① 해당 ② 미해당	_____ 회	_____ 백만원
⑪ 상품의 디자인으로 이용	① 해당 ② 미해당	_____ 회	_____ 백만원
⑫ 상표 또는 서비스표로 사용	① 해당 ② 미해당	_____ 회	_____ 백만원
⑬ 기타 (_____)	① 해당 ② 미해당	_____ 회	_____ 백만원

B5) (B2의 ①, ② 응답자만) 퍼블리시티권 침해 경험 중 가장 최근의 사례에 대해서 자세히 작성해 주십시오.

B6) (B2의 ①, ② 응답자만) 퍼블리시티권 침해 여부를 어떻게 알게 되었습니까? 가장 최근의 사례를 기준으로 응답하여 주십시오.

- ① 계약의 이행여부를 점검하는 과정에서 파악
- ② 전담팀의 모니터링 과정을 통해 파악
- ③ 타인(타 회사)의 제보를 통해 파악
- ④ 우연한 기회에 발견
- ⑤ 기타 (_____)

B7) (B2의 ①, ② 응답자만) 퍼블리시티권 침해 시 어떻게 대응하셨습니다까? 가장 최근의 사례를 기준으로 응답하여 주십시오.

- ① 전문 로펌에 의뢰하여 대응
- ② 내부 법무팀을 통해 대응
- ③ 스스로 대응 (항의 연락, 고소/고발 등)
- ④ 관련 지원기관에 도움을 요청하여 대응
- ⑤ 주변 지인들의 도움으로 대응
- ⑥ 기타 ()

B8) (B2의 ①, ② 응답자만) 퍼블리시티권 침해에 대한 민사소송의 결과는 어떠하셨습니다까? 총 소송횟수와 소송 결과를 작성해주시요.

총 민사소송 횟수	민사소송 결과				
	승소	패소	합의/조정	취하	기타 ()
_____ 회	_____ 회	_____ 회	_____ 회	_____ 회	_____ 회

B8-1) (B8의 민사소송결과 승소 경험이 있는 응답자만) 퍼블리시티권 침해에 대한 민사소송을 승소하였을 때 손해배상액은 얼마였습니까?

_____ 백만원

B9) 귀 사는 퍼블리시티권 침해에 대응할 수 있는 전담팀 혹은 전담인력을 보유하고 있습니까?

- ① 그렇다
- ② 아니다
- ③ 기타 ()

B10) 귀 사는 퍼블리시티권 침해 발생 시 특허청의 행정조사제도*를 이용해 구제를 받을 수 있다는 점을 알고 있습니까?

* 특허청이 기술과 법률 전문성을 겸비한 조사인력을 통해 조사하는 제도. 부정경쟁행위라고 인정되면 이를 중지하도록 하는 등의 시정을 권고할 수 있음. 소송과 달리 별도의 비용을 지급할 필요가 없고, 특허청의 조사 결과를 추후 다른 소송에서 활용할 수 있음

- ① 그렇다
- ② 아니다
- ③ 기타 ()

기타 애로사항 및 지원 필요사항

C1) 퍼블리시티권과 관련하여 애로사항이 있다면 어떠한 것들이 있으십니까? 해당하는 것을 모두 선택하여 주십시오.

- ① 퍼블리시티권 침해에 대응할 수 있는 방법을 잘 알지 못함
- ② 퍼블리시티권이 침해되었다는 사실을 알아내는 것이 어려움
- ③ 퍼블리시티권 침해에 대해 소송을 진행하는 것이 어려움
- ④ 퍼블리시티권 침해 발생시 손해액 산정 기준을 마련하는 것이 어려움
- ⑤ 퍼블리시티권의 중요성에 대해 주변인(아티스트, 계약상대자 등)에게 이해시키는 것이 어려움
- ⑥ 퍼블리시티권 침해에 대한 대응 팀 구성이 어려움
- ⑦ 기타 ()

C2) 기타 퍼블리시티권과 관련하여 의견 혹은 건의사항이 있으시다면 자유롭게 작성하여 주십시오.

2023년 퍼블리시티권 계약 및 침해 현황에 대한 업계 실태조사

발행일 | 2023년 06월
발행인 | 특허청장 이인실
발행처 | 특허청 산업재산보호정책과(www.kipo.go.kr)
대전광역시 서구 청사로 189
정부대전청사 4동

이용허락 유형	표시 마크	이용허락범위
[제4유형] 제1유형+상업적 이용금지+변경금지		- 출처 표시 - 비상업적 이용만 가능 - 변형 등 2차적 저작물 작성 금지

2023년
퍼블리시티권 계약 및
침해 현황에 대한 업계 실태조사

