



서울형 표준계약서 해설서

[1인 미디어콘텐츠 창작자: MCN 가입 계약서]

2022. 12.



목 차

제1장 총칙	1
제1조(목적)	1
제2조(정의)	2
제3조(계약 기간)	3
 제2장 “크리에이터”의 권리와 의무	4
제4조(채널의 연결)	4
제5조(홍보에의 동의)	6
제6조(콘텐츠 제공)	10
제7조(콘텐츠 수정삭제청구권)	14
제8조(공동제작의 제한 등)	16
제9조(수익창출을 위한 협력의무)	19
제10조(출연 등의 제한)	20
제11조(지식재산권)	22
제12조(수익배분)	24
 제3장 “회사”의 권리와 의무	27
제13조(독점배타적 권리)	27
제14조(수정 및 삭제의 권한)	29
제15조(수익을 위한 관리)	31
제16조(크리에이터의 보호)	32
 제4장 분쟁의 예방 등	33
제17조(권리의 확인)	33
제18조(비밀의 유지)	34
제19조(계약의 해지)	36
제20조(손해배상)	38
제21조(계약종료 후 지식재산권 등의 처리)	40
제22조(세금)	43
제23조(분쟁의 해결)	43

서울형 표준계약서(1인 미디어콘텐츠 창작자) 해설서

이 표준계약서는 1인 미디어콘텐츠 창작자 대상 불공정 계약관계 방지 등 권리보호를 위해 서울특별시가 사용 및 보급을 권장하고 있는 표준계약서입니다.

이 표준계약서에서는 1인 미디어콘텐츠 창작자와 MCN 사업자의 계약(이하 MCN 계약)에 있어 표준이 될 계약의 기본적 공통사항만을 제시하였는바, 실제 MCN 계약을 체결하려는 계약당사자는 이 표준계약서의 기본 틀과 내용을 유지하는 범위에서 이 표준계약서보다 더 상세한 사항을 계약서에 규정할 수 있습니다.

또한 이 표준계약서의 내용은 MCN 계약과 관련된 현행 법령을 기준으로 한 것이므로 계약당사자는 이들 법령이 개정되는 경우에는 개정내용에 부합되도록 표준계약서의 내용을 수정 또는 변경할 수 있으며, 특히 개정법령에 강행규정이 추가되는 경우에는 반드시 그 개정규정에 따라 계약내용을 수정하여야 합니다.

MCN 가입 표준계약서

제1장 총칙

제1조(목적) 이 계약은 “크리에이터”와 “회사”, 양 당사자 간의 권리와 의무를 명확히 정함으로써 분쟁을 사전에 방지하고 당사자의 상호 이익과 발전을 도모함을 목적으로 한다.

■ 취지

- 제1조는 계약 당사자인 크리에이터와 회사의 권리 및 의무에 관한 사항을 규정하고, 계약의 이행, 즉 권리와 의무의 이행에 따른 분쟁을 예방하고, 양 당사자의 이익과 발전이라는 계약 목적을 명시하여 본 계약의 목적 달성을 위해 상호 노력할 것을 기대하도록 함

■ 해설

- 본 표준계약서는 1인 미디어콘텐츠 산업 분야에서 발생하는 일반적인 크리에이터와 회사의 권리와 의무, 분쟁 발생에 관한 해결 방안을 주요 내용을 다루고 있으며, 제1조에서는 정하고 있는 바와 같이 양 당사자의 상호 이익과 발전을 도모하기 위해 본 표준계약서에서 다루고 있는 사항 이외의 내용을 추가적으로 구성할 수도 있음

제2조(정의) 이 계약에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “채널”이라 함은 “크리에이터”가 합법적으로 소유하거나 계약기간 동안 관리 및 제어할 수 있는 YouTube, 아프리카TV, 판도라TV, 곰TV, 틱톡 기타 이와 유사한 일체의 인터넷 및 모바일 방송 또는 “크리에이터”가 소유하거나 계약 기간 동안 관리 및 제어할 수 있는 모든 SNS를 포함한 일체의 콘텐츠 공중송신 유통 수단, “회사”와의 계약에 의하여 추가로 제공된 모바일 App, 온라인 웹사이트 등 “크리에이터”와 “회사”의 콘텐츠를 서비스할 수 있는 모든 유통 채널을 포함하는 것을 의미한다.

2. “콘텐츠”라 함은 “크리에이터”의 채널에 업로드된 동영상, 자막, 썸네일 및 카피라이트, 음원, 브랜드, BI, CI, 이미지 정보 및 이와 관련된 부가(메타) 정보를 포함하는 것을 의미한다.

3. “MCN”이라 함은 여러 “크리에이터”의 “채널”과 제휴하여 서비스를 제공하는 업체로, 시청자 및 구독자 확보, 콘텐츠 편성, “크리에이터”들의 공동작업 지원 및 관리, 디지털 권한 관리, 수익 창출 또는 판매 등의 서비스를 제공하는 사업을 위한 마스터 계정이나 시스템 등을 보유하고 글로벌 다중 채널 네트워크 사업을 전개하는 “회사”의 사업 및 브랜드 일체를 의미한다.

4. “수익”이라 함은 “회사”가 본 계약에서 정하고 있는 각 권한에 따라 제3자로부터 수령하게 되는 일체의 매출액에서 “회사”와 “크리에이터”가 본 계약 또는 별도 서면 합의를 통하여 정하는 내용의 비용을 공제한 금액을 의미한다.

5. “선급금”이라 함은 “크리에이터”가 콘텐츠 제작을 완료하기 전에 “회사”가 지급하기로 한 제작비용 등(명칭을 불문)의 대금(이하 ‘대금’이라 한다)의 일부를 말한다.

■ 취지

- ☐ 제2조는 크리에이터와 회사 사이의 계약에서 사용되는 용어가 가지는 의미를 분명히 하여 용어를 이해하고 계약을 체결할 수 있도록 하여, 용어에 대한 계약 당사자의 이해를 바탕으로 성실히 계약을 이행하고, 용어로부터 발생할 수 있는 분쟁을 사전에 방지하는 역할을 함

■ 해설

- 일반적인 MCN 가입 계약에서 사용되는 채널, 콘텐츠, MCN, 수익 및 선금금에 대해 정의함, 다만 크리에이터와 회사의 상호 협의를 통해 제2조에서 정의하고 있는 용어의 개념을 수정할 수도 있고, 계약의 이행에 필요하거나 용어에 관한 이해가 서로 달라 발생할 수 있는 분쟁을 예방하기 위해 새로운 용어를 정의할 수도 있음

제3조(계약 기간) ① “크리에이터”와 “회사”의 본 계약은 서명 또는 날인 즉시 성립하며 최초 계약일로부터 ()년간 유효하다.

② “크리에이터” 또는 “회사”가 계약 종료일 30일 전까지 서면(이메일 등 전자문서를 포함)에 의한 갱신 거절이나 계약 조건 및 내용에 대한 변경 요청 의사표시를 표시하지 않을 경우 본 계약은 동일한 조건으로 자동으로 연장된다. 이 경우 “회사”는 “크리에이터”에게 계약의 자동 연장에 관한 위의 사항을 명확히 고지한다.

■ 취지

- 계약에 있어 그 기간의 설정은 계약의 내용만큼이나 가장 기본적이면 중요한 사항이며, 이러한 계약 기간의 연장에 관한 사항 또한 명확해야 하는 사항임. 제3조를 통해 계약 기간을 분명하게 설정하고, 정해진 기간(계약 종료 30일 전)동안 계약의 연장, 변경 등에 관한 계약 당사자의 의사 표명이 없는 경우 동일한 조건으로 자동으로 계약이 연장되게 하여 계약의 자동 연장에 제약을 두었으며, 이러한 사실을 회사가 크리에이터에게 알리게 함으로써 크리에이터의 권리 보호를 강화함

■ 해설

- 제1항: 계약 당사자의 서명이나 날인으로 계약이 성립되며, 같은 조항을 통해 계약 기간이 정해진다. 일반적으로 2년 또는 3년을 계약 기간으로 정하며, 콘텐츠 제작, 홍보, 수익의 배분 등 회사 및 크리에이터의 권리와 의무에 관한 사항을 고려하여 계약 기간을 정할 수 있음. 다만 계약 기간을 3년 이상의 장기간으로 설정할 경우, 콘텐츠 활용에 따른 수익배분 등의 문제가 발생할 가능성이 크기 때문에 이러한 문제를 고려하여 계약 기간을 설정하여야 함

- 제2항: 계약 만료일 최소 30일 전에는 서면(이메일 등 전자문서를 포함)으로 계약의 갱신 거절이나 내용의 변경 등에 관한 사항을 계약 상대방에게 고지하도록 하고, 이러한 고지가 없을 경우에는 자동으로 계약이 연장되도록 규정함. 또한 크리에이터의 권리 보호를 위해 이러한 내용을 회사가 크리에이터에게 명확히 알리도록 규정함

< 관련 사례 >

공정거래위원회에서는 계약의 연장에 있어 계약 당사자인 크리에이터와 회사의 의사를 확인하는 절차 없이 묵시적으로 기간을 연장하는 경우, 크리에이터나 회사가 원하지 않는 계약 관계가 지속될 수 있다는 점을 불공정한 사유로 인정함

제2장 "크리에이터"의 권리와 의무

제4조(채널의 연결) ① “크리에이터”는 “회사”와 본 계약을 체결한 후 ()일 이내에 “크리에이터”의 채널을 “회사”가 제시하는 가입 절차를 준수하여 “회사”의 “MCN”에 연결하거나 회사의 시스템 등에 등록하여 필요한 정보를 제공하여야 한다.

② “크리에이터”는 각 채널에서 발생하는 광고 수익을 받는 계정을 “회사”가 지정하는 “MCN” 계정으로 이관하여야 한다.

③ “회사”는 본 계약기간 동안 “MCN”에 연결된 “크리에이터”의 “채널”에 있는 “콘텐츠”의 수익 창출 관리를 위해 필요한 조치 및 “채널”의 홍보와 브랜딩 설정 등을 수행할 수 있다.

■ 취지

- 크리에이터의 회사에 대한 전속 의지와 관련한 규정

크리에이터와 회사는 본 계약을 체결하게 되면, 계약 기간 동안 회사에 전속됨 이와 같은 전속계약을 하는 이유는 엔터테인먼트 산업의 다양한 주체들 사이에서 상업적 성공에 대한 불확실성의 위험을 낮추거나 이를 적절히 배분하기 위한 것임 이와 같은 전속의 의지는 채널을 연결하거나 회사 시스템에 등록하는 형태로 이루

어지는데 향후 계약 해지 시 계정을 돌려받았는지 확인을 하여야 함

크리에이터는 회사에 대하여 전속성을 가지기 위하여 크리에이터의 채널 연결 의무가 있고, 채널이 없는 경우 관리자 계정을 생성한 뒤 이 채널을 콘텐츠 관리자로서 회사에 연결하거나 하여 자신의 채널을 전속하여야 하며, 광고·수익을 받는 계정을 회사의 계정으로 이관해야 함

실제 산업현장에서도 마스터 계정을 소유한 회사가 10개 이내, 즉 크리에이터의 콘텐츠를 회사의 채널로 연결하는 경우가 드문 경우이므로 크리에이터의 콘텐츠 연결 내용은 선택조항이 되어야 하며 회사가 마스터 계정 없는 경우에는 회사의 시스템 등에 크리에이터의 콘텐츠를 등록하기 위해 필요한 정보를 제공하도록 함

■ 해설

□ 제1항: 크리에이터의 회사 전속성을 위한 가입 절차의 준수

크리에이터가 회사에 대한 전속 의지를 밝히기 위하여 다음과 같은 방법이 존재함

1. 채널 연결: 먼저 관리자 계정을 생성한 뒤, 스튜디오 콘텐츠 관리자에서 채널을 관리하는데 이 채널을 콘텐츠 관리자에게 연결하는 것
2. 회사 시스템에 등록: 채널의 연결 외에 회사 시스템에 등록하는 방식으로 자신의 제작 예정 또는 제작된 동영상을 회사에 전속할 것을 의지 표명할 수 있음

□ 제2항: 계정의 양도, 크리에이터가 이미 만든 계정이 존재하고 이를 지속적으로 활용할 의지가 있는 경우에는 회사에 가입 절차 준수를 위하여 계정양도를 회사는 요구할 수 있다. 이 경우 회사의 MCN 계정이 있는 경우 당해 계정으로 양도하여야 함. 다만 표준계약서는 반드시 동 계약서를 사용해야 하는 강제 사항이 아니므로 크리에이터와 회사의 사정에 맞게 이를 관리하여 크리에이터가 회사에게 전속의 의지를 밝히면 됨

□ 제3항: 회사의 권리, 회사는 본 계약 기간 동안 MCN에 연결된 크리에이터의 채널에 있는 콘텐츠의 수익 창출 관리를 위해 필요한 조치 및 채널의 홍보와 브랜딩 설정 등을 수행할 수 있게 되는데 이는 제1항, 제2항에서 채널의 연결 및 계정의 양도가 있었기 때문임

제5조(홍보에의 동의) ① “크리에이터”는 “채널”에서 “회사”가 “회사”의 로고 또는 “회사”의 브랜딩 요소를 삽입할 수 있도록 “회사”로 하여금 “크리에이터”의 각 채널 내 편집이 가능한 영역에 “크리에이터”의 콘텐츠 내 중간 삽입영역, 최종 슬레이트 등을 사용할 수 있게 하여야 한다.

② “크리에이터”는 자신이 보유한 채널 및 SNS, 기타 홍보 수단 중 주석, 링크 및 수동 또는 자동화된 수단에 의해 구현될 수 있는 크로스 프로모션 영역에 회사의 로고와 홍보물을 함께 홍보할 수 있다. 이 경우 사용조건과 범위는 별도 협의할 수 있다.

■ 취지

- 크리에이터의 채널 연결 이후 제작하는 콘텐츠 영역에서 회사가 회사를 홍보할 수 있도록 할 협력 의무에 대한 규정

첫 번째 의무는 채널 내에서 회사가 자신을 홍보할 수 있도록 하여야 하고,

두 번째, 그 밖의 회사 채널에서도 크리에이터의 채널이 사용될 수 있도록 한 의무, 그러나 회사의 로고와 홍보물을 사용할 것을 크리에이터에게 권장할 수는 있지만 강요는 안 됨. 또한 그러한 경우 사용조건과 범위는 별도로 협의하여 크리에이터의 영상 제작 시 표현의 자유에 장애물이 되지 않도록 하여야 함

■ 해설

- 크리에이터와 회사 간의 홍보 관련 협의로써 다양한 사적 합의를 통해 영상에서의 노출 내용과 시간, 방법 등을 협의할 수 있도록 한 규정
- 제1항: 크리에이터가 회사의 브랜딩 요소를 자신의 채널에 삽입하는 것을 허락하는 조문으로 크리에이터가 어느 MCN 소속의 크리에이터인지를 알 수 있게 되는 것을 회사는 목표로 함, 그러나 지나치게 횡수 등에서 브랜딩 요소를 나오게 하는 것은 크리에이터가 영상 제작을 함에 있어 고충이 될 수 있으므로 이에 대한 의무를 크리에이터에게 승인해 달라고 하되 궁극적으로 협의가 요구되는 부분임
- 제2항: 크리에이터의 회사의 로고와 홍보물을 크리에이터가 보유한 채널 및 SNS, 기타 홍보 수단 중 주석, 링크 및 수동 또는 자동화된 수단에 의해 구현될 수 있는 크로스 프로모션 영역에 회사의 로고와 홍보물을 함께 홍보할 수 있음, 이 경우 사용조건과 범위는 별도 협의할 수 있음, 즉, 이와 같은 크리에이터의 회사 전속적 사실을 외부 공표하는 회사의 로고와 홍보물 홍보 의무는 크리에이터에게 승인해 달라고 하되 궁극적으로 조건과 범위를 정하여 지나치게 요구하지는 말아야 할 것임

< 관련 사례 >

브랜드의 법적 보호

브랜드에 대하여 우리 법은 「상표법」과 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」(이하 ‘부정경쟁방지법’이라 한다)을 통해 이원적 보호를 선택하고 있음

(1) 「상표법」에 의한 보호

「상표법」은 상표의 사용여부와 관계없이 등록에 의하여 상표권 취득을 인정하는 ‘등록주의’를 취하고 있음. 다만 영업상 성실한 사용을 전제로 하지 않는 상표에 대한 독점 배타적인 권리의 창설은 상표보호제도의 이념에 반하게 됨으로 등록된 상표권이라 하더라도 일정기간 동안 불사용되거나 오인·혼동적으로 사용되어 거래질서를 문란하게 하는 경우 등은 상표등록을 취소하는 제도가 있음.

「상표법」은 동일·유사한 상표가 중복 출원된 경우 우선 출원된 상표에 등록을 허용하는 ‘선출원주의’, 국가가 출원상표의 등록요건을 심사한 후 등록여부를 결정하는 ‘심사주의’, 상표를 자타 상품식별표지로서 사용하고자 하는 자는 누구라도 국가(특허청)에 등록을 요구할 수 있고 법정요건을 갖추고 있는 한 국가는 상표등록을 거절할 수 없도록 하는 ‘권리주의’를 취하고 있음

「상표법」은 ‘상표’를 ‘상품을 생산·가공·증명 또는 판매하는 것을 업(業)으로 영위하는 자가 자기의 업무에 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 기호·문자·도형·입체적 형상·색채·홀로그램·동작 또는 이들을 결합한 것 및 그 밖에 시각적으로 인식할 수 있는 것’으로 정의하며 상표는 자기의 업무와 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 표장이므로, 상표는 자기의 상품과 타인의 상품을 구별할 수 있게 해주는 힘인 식별력을 갖추고 있어야 함. 「상표법」 제6조 제1항은 보통명칭, 관용표장, 기술적 표장, 현저한 지리적 명칭, 흔히 있는 성 또는 명칭, 간단하고 흔한 표장, 기타 식별력이 없는 상표에 해당하는 상표를 제외하고는 상표등록을 받을 수 있다고 규정함. 다만 식별력이 없거나 미약한 상표라도 특정인이 상당한 기간에 걸쳐 독점적·계속적으로 그 상표를 사용한 결과 일반 수요자나 거래자에게 그 상표가 누구의 업무에 관련된 상품을 표시하는가가 현저하게 인식되어 식별력을 취득하였다면 상표등록을 받을 수 있음

출원된 상표가 「상표법」상 상표개념에 해당하고 식별력을 갖추었다더라도 하더라도 「상표법」 제7조는 등록을 받을 수 없는 상표를 규정함. 부등록 이유는 공익적 이유로 국가의 존엄을 해치는 것, 국제관계의 신의를 위한 것, 공서양속

위반, 공중기만상표 등이며, 사익적 이유로 타인의 성명·상호 등과 동일·유사한 경우, 선행의 상표와 상표(서비스 표) 및 상품(서비스)이 동일한 경우, 선행의 상표와 상표(서비스 표) 및 상품(서비스)의 면에서 동일·유사하여 혼동의 우려(관련성의 우려 포함)가 있는 경우, 저명상표(著名商標)의 부정이용(희석화) 등이 열거되고 있음

「상표법」은 자타 상품의 식별력이 있는 상표에 대해서 등록을 할 수 있게 하고 등록된 상표에 대해서만 상표권을 인정하고 있음. 상표권은 등록상표를 지정상품에 독점배타적으로 사용할 수 있는 권리로, 설정등록일로부터 10년간 존속하나, 다만 존속기간을 갱신할 수 있으므로 반영구성을 띠고 있어 상표권의 침해에 대하여는 민사상의 금지청구, 손해배상청구, 신용회복청구 등이 있고, 형사처벌 등이 규정되어 있음

(2) 부정경쟁방지법에 의한 보호

부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목 본문은 “사업제안, 입찰, 공모 등 거래교섭 또는 거래과정에서 경제적 가치를 가지는 타인의 기술적 또는 영업상의 아이디어가 포함된 정보를 그 제공목적에 위반하여 자신 또는 제3자의 영업상 이익을 위하여 부정하게 사용하거나 타인에게 제공하여 사용하게 하는 행위”를 부정경쟁행위로 규정하고 있음. 위 (차)목은 거래교섭 또는 거래과정에서 제공받은 경제적 가치를 가지는 아이디어를 정당한 보상 없이 사용하는 행위를 규제하기 위해 2018. 4. 17. 법률 제15580호로 개정된 부정경쟁방지법(2018. 7. 18. 시행)에서 신설된 규정임

여기서 ‘경제적 가치를 가지는 기술적 또는 영업상의 아이디어가 포함된 정보’(이하 ‘아이디어 정보’라 한다)에 해당하는지 여부는 아이디어 정보의 보유자가 정보의 사용을 통해 경쟁자에 대하여 경쟁상의 이익을 얻을 수 있거나 또는 정보의 취득이나 개발을 위해 상당한 비용이나 노력이 필요한 경우인지 등에 따라 구체적·개별적으로 판단해야 함. 다만 아이디어를 제공받은 자가 제공받을 당시 이미 알고 있었거나 동종 업계에서 널리 알려진 아이디어는 위 (차)목의 보호대상에서 제외됨[위 (차)목 단서].

그래서 ‘거래교섭 또는 거래과정에서 제공받은 아이디어 정보를 그 제공목적에 위반하여 부정하게 사용하는 등의 행위’에 해당하기 위해서는 거래교섭 또는 거래과정의 구체적인 내용과 성격, 아이디어 정보의 제공이 이루어진 동기와 경위, 아이디어 정보의 제공으로 달성하려는 목적, 아이디어 정보 제공에 대한 정당한

대가의 지급 여부 등을 종합적으로 고려하여, 아이디어 정보 사용 등의 행위가 아이디어 정보 제공자와의 거래교섭 또는 거래과정에서 발생한 신뢰관계 등에 위배된다고 평가할 수 있어야 함. 한편 아이디어 정보 제공이 위 (차)목의 시행 일 전에 이루어졌어도 위 (차)목의 부정경쟁행위에 해당하는 행위가 그 시행일 이후에 계속되고 있다면 위 (차)목이 적용될 수 있음

부정경쟁방지법 제2조 제1호 (카)목은 보호대상인 ‘성과 등’의 유형에 제한을 두고 있지 않으므로, 유형물뿐만 아니라 무형물도 이에 포함되고, 종래 지식재산 권법에 따라 보호받기 어려웠던 새로운 형태의 결과물도 포함될 수 있음. ‘성과 등’을 판단할 때에는 위와 같은 결과물이 갖게 된 명성이나 경제적 가치, 결과물에 화체된 고객흡인력, 해당 사업 분야에서 결과물이 차지하는 비중과 경쟁력 등을 종합적으로 고려해야 함. 이러한 성과 등이 ‘상당한 투자나 노력으로 만들어진’ 것인지는 권리자가 투입한 투자나 노력의 내용과 정도를 그 성과 등이 속한 산업분야의 관행이나 실태에 비추어 구체적·개별적으로 판단하되, 성과 등을 무단으로 사용함으로써 침해된 경제적 이익이 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 이른바 공공영역(공공영역, public domain)에 속하지 않는다고 평가할 수 있어야 함. 또한 위 (카)목이 정하는 ‘공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용’한 경우에 해당하기 위해서는 권리자와 침해자가 경쟁관계에 있거나 가까운 장래에 경쟁관계에 놓일 가능성이 있는지, 권리자가 주장하는 성과 등이 포함된 산업분야의 상거래 관행이나 경쟁질서의 내용과 그 내용이 공정한지, 위와 같은 성과 등이 침해자의 상품이나 서비스에 의해 시장에서 대체될 수 있는지, 수요자나 거래자들에게 성과 등이 어느 정도 알려졌는지, 수요자나 거래자들의 혼동가능성이 있는지 등을 종합적으로 고려해야 함.(대법원 2020. 7. 23. 선고 2020다220607 판결)

제6조(콘텐츠 제공) ① “크리에이터”는 계약기간 동안 “크리에이터”의 각 “채널”에 정기적으로 콘텐츠를 올리는 등 합리적인 노력을 다하여야 한다. 이 경우 “크리에이터”는 회사와의 협의를 통해 정기적으로 올리는 콘텐츠 수를 정할 수 있다.

② “크리에이터”는 본 계약기간 동안 질병, 입대, 사고, 이민 등 전항의 의무를 이행할 수 없는 경우에 “회사”와 사전 협의하여야 하며, 이와 같은 협의 없이 일방적으로 자신의 의무 이행을 중지하여서는 안된다.

③ “크리에이터”는 유튜브 등 “채널”을 탑재한 각 플랫폼 사업자의 각종 가이드라인과 규정을 준수하여 “회사”의 채널 운영 및 수익 창출을 위한 활동에 지장을 주지 않도록 하여야 한다.

④ “크리에이터”는 “채널”에 업로드하는 “콘텐츠”가 타인의 저작권 등 권리를 침해하지 않도록 하여야 한다. “회사”의 귀책사유 없이 “크리에이터”의 “채널” 또는 “콘텐츠”로 인하여 제3자의 권한, 권리 등이 침해되는 등 법적 분쟁이 발생하였을 경우 “크리에이터”는 법적 분쟁의 해결을 위한 책임이 있으며 그로 인하여 “회사”에 손해가 발생하는 경우 “크리에이터”는 그 손해를 배상할 책임이 있다.

⑤ “크리에이터”는 “콘텐츠”를 제작하여 업로드함에 있어 법령에 위반되거나 사회상규에 반하는 부적절한 콘텐츠 또는 “회사”와 “회사”의 다른 “크리에이터” 및 “회사”의 광고주 등의 브랜드 가치, 신용, 명예, 이미지, 기타 정당한 이익 등을 훼손 또는 비방하는 콘텐츠를 제작하거나 업로드하여서는 안된다.

■ 취지

□ 크리에이터의 채널 홍보를 허락한 뒤 실제 제작하는 콘텐츠 영역에서 크리에이터가 하여야 할 콘텐츠 제공에 대한 의무를 규정함

첫 번째 의무는 콘텐츠를 제공해야 할 의무인데 다통의 소지를 줄이기 위하여 이행 가능한 수준으로 월 몇 회 이상 등으로 규정할 수도 있을 것임, 다만 협의를 통해서만 이 의무를 정할 수 있도록 함

두 번째 의무로는 콘텐츠 제작에 있어 채널을 탑재한 플랫폼 사업자의 각종 가이

드라인과 규정을 준수하여 회사가 채널 수익을 얻는데 침해가 있지 않도록 함

셋째는 타인의 저작권을 침해하지 않도록 하며 콘텐츠 제작과 관련한 분쟁에 대해서는 크리에이터에게 우선적 책임이 있음을 규정함

넷째는 유통할 수 없는 콘텐츠를 제작하는 것을 금지하는 의미로 법령에 위반되거나 사회상규에 반하는 부적절한 콘텐츠를 제작하거나 업로드하여서는 안된다고 규정함

다섯째, 크리에이터는 콘텐츠 제작하여 업로드하는 내용에 있어 회사, 회사의 다른 크리에이터 및 회사의 광고주 등의 브랜드 가치, 신용, 명예, 이미지, 이익 등을 훼손 또는 비방하는 행위를 하거나 이러한 내용의 콘텐츠를 제작하여 업로드하여서는 안된다는 의무를 규정함

- 제5항은 공정위의 2021년 심결에 따른 권고사항을 수용한 것으로써 공정위는 사업자의 귀책 여부와 관계없이 크리에이터의 채널 또는 콘텐츠로 인하여 법적 분쟁이 발생하는 경우 크리에이터가 모든 책임을 지도록 하는 것은 불공정하다고 보았으며, 사업자의 귀책 없이 크리에이터의 채널 또는 콘텐츠로 인해 법적 분쟁이 발생한 경우에 한하여 크리에이터가 그에 대한 책임을 지도록 문구를 정확히 하였음

■ 해설

- 콘텐츠 제공과 제공의 중단: 크리에이터는 문화적 측면과 산업적 측면에서 자기 채널의 정체성을 잃지 않으려면 콘텐츠를 제작, 업로드할 의무가 있음. 이때 사전 협의 없이 콘텐츠 제공을 중지하는 것을 금지하고자 하였으며 제작하는 콘텐츠는 불법적인 콘텐츠여서는 안 될 것임

- 제1항: 크리에이터의 콘텐츠 정기적 제공 의무, 크리에이터는 계약 기간 동안 크리에이터의 각 채널에 정기적으로 콘텐츠를 올리는 등 합리적인 노력을 다하여야 함. 이 경우 크리에이터는 회사와의 협의를 통해 정기적으로 올리는 콘텐츠 수를 정할 수 있음, 이때 연간 몇 회로 할 수도 있고 월 몇 회로 정할 수도 있음

궁극적으로 콘텐츠 기획 및 제작계획을 회사에게 크리에이터는 알려야 할 필요가 있으며, 전속계약은 크리에이터와 회사의 높은 신뢰 관계를 기반으로 하는 것으로써 계약의 주된 내용인 콘텐츠를 올리는 것의 변경은 중대한 부분의 변경에 속하므로 이에 대해 크리에이터는 콘텐츠 제작 의무를 짐

- 제2항: 크리에이터의 콘텐츠 정기적 제공 의무 중지 금지 의무 규정임. 크리에이터는 본 계약 기간 동안 질병, 입대, 사고, 이민 등 전항의 의무를 이행할 수 없

는 경우에 회사와 사전 협의하여야 하며, 이와 같은 협의 없이 일방적으로 자신의 의무 이행을 중지하여서는 안 됨

즉, 크리에이터는 사전 협의 없이 콘텐츠 정기적 제공 의무 중지를 금지한 것임, 콘텐츠 제공에 있어 회사가 아닌 크리에이터에게 귀책 사유가 생기는 경우 이와 관련하여 사전 합의가 필요하며 그러한 합의 없이 일방적으로 콘텐츠 제공을 중지하는 것은 계약 의무 위반이 될 수 있음

- 제3항: 크리에이터의 콘텐츠 플랫폼 정책 수용 의무, 크리에이터는 유튜브 등 채널을 탑재한 각 플랫폼 사업자의 각종 가이드라인과 규정을 준수하여 회사의 채널 운영 및 수익 창출을 위한 활동에 지장을 주지 않도록 하여야 함

크리에이터는 플랫폼 사업자가 금지하는 사항이나 공지 내용 등을 반드시 숙지하여 크리에이터와 회사가 함께 채널 운영과 수익 창출을 하는 활동에 지장을 주지 않도록 하여야 함

- 제4항: 크리에이터의 콘텐츠 제작 시 타인의 저작권 등 타인의 권리를 침해하지 않을 의무가 있음. 크리에이터는 채널에 업로드하는 콘텐츠가 타인의 저작권 등 권리를 침해하지 않도록 하여야 함

회사의 귀책 사유 없이 크리에이터의 채널 또는 콘텐츠로 인하여 제3자의 권한, 권리 등이 침해되는 등 법적 분쟁이 발생하였을 경우 크리에이터는 법적 분쟁의 해결을 위한 책임이 있으며 그로 인하여 회사에 손해가 발생하는 경우 크리에이터는 그 손해를 배상할 책임이 있음

- 제5항: 크리에이터의 사회상규에 반하는 부적절한 콘텐츠 제작 금지 의무, 크리에이터는 콘텐츠를 제작하여 업로드함에 있어 법령에 위반되거나 사회상규에 반하는 부적절한 콘텐츠 또는 회사와 회사의 다른 크리에이터 및 회사의 광고주 등의 브랜드 가치, 신용, 명예, 이미지, 기타 정당한 이익 등을 훼손 또는 비방하는 콘텐츠를 제작하거나 업로드할 수 없음

< 관련 사례 >

콘텐츠 제작자의 콘텐츠 보증의무에 관한 규정으로 채널에 업로드되는 콘텐츠가 회사의 검수나 모니터링을 일부 거친다고 하더라도 콘텐츠 제작자가 스스로 콘텐츠 제작 당시에 부적절한 콘텐츠를 제공하지 말아야 할 일차적 책임을 지는 자기책임규정이라고 하여야 함, 그러나 크리에이터와 MCN은 동반자의 관계에

있으므로 타인의 권리 침해시 손해배상책임 등의 부진정연대채무를 진다고 해석되어야 함

제2항의 경우 플랫폼 사업자, 제3항의 경우 저작권 등 타인의 권리침해자, 제4항의 경우 부적절한 콘텐츠로 인하여 명예 등이 훼손된 자 등 타인에게 손해를 가하는 위법한 행위가 있는 경우 민사책임과 형사책임을 질 수 있고 이 경우 회사와 크리에이터는 공동불법행위 책임을 짐

불법행위는 사법상의 제도이지만 때에 따라서는 형법상의 범죄에 해당할 수도 있음. 형사책임이 가해 행위자에 대하여 국가의 제재 및 부수적으로 장래의 범죄 발생의 방지를 목적으로 하는 것에 반하여 민사책임은 발생한 손해의 전보를 목적으로 한다는 점에서 양 책임은 근본적으로 서로 다르지만 양 책임은 규범에 반하는 행위의 억제를 통한 사회질서의 유지라는 목적을 공유함

불법행위법은 사고를 예방하는 기능도 하는데 이 같은 점을 주의하여 타인의 권리를 침해하지 않도록 독려하게 되고 피해자는 변제자력이 있는 가해자에 대하여 권리를 주장하고 추후 회사가 크리에이터에게 대상청구권을 행사하는 등 외부로 표현된 회사와 크리에이터 모두를 부진정연대채무로 소송을 제기할 수 있어 피해자를 돈독히 보호할 수 있게 됨. 이에 대해 내부적인 구상의 범위는 별도의 소송에 의함. 자본주의의 발달에 따라 위험요소를 내포하는 기업활동과 관련하여 과실책임주의의 합리성이 문제되는데 과실책임주의 하에서 기업은 피해자의 희생으로 막대한 이익을 얻을 수 있는 결과가 되기 때문에 기업의 배상 책임을 인정하기 위하여 가해자에게 과실이 없더라도 그의 행위로 인하여 손해가 발생하였으면 그것만으로 손해배상책임을 지우는 무과실책임주의가 대두되기에 이르렀음

무과실책임에 대하여 이익이 있는 곳에 손실도 있다는 보상책임설과 스스로 위험을 만든 자는 그 결과에 책임을 져야 한다는 위험책임설 등이 주장되는데 이러한 회사와 크리에이터의 공동불법행위를 인정할 수밖에 없는 부분은 가해자의 행위에 따른 손해도 중요하지만 위험원을 지배하는 자가 이를 잘 관리하지 못하여 발생한 위험영역이라고 법은 판단하기 때문임. 그러므로 회사는 다음 조문 제7조에 따른 콘텐츠 제공의 제한 규정을 통해 자신의 주의의무를 다하지 않으면 크리에이터의 위법행위에 대한 공동불법행위로서의 책임을 짐

제7조(콘텐츠 수정삭제청구권) ① “크리에이터”는 “회사”가 법령위반, 사회상규 위반, 사회적 물의, 타인의 권리 침해 등을 이유로 문제되는 “콘텐츠”의 수정 또는 삭제를 요구할 경우 이에 대해 즉시 응하여야 한다.

② “크리에이터”는 “회사”가 제공하는 채널 운영 및 콘텐츠 기획, 제작에 대한 교육 및 자문 서비스에 성실하게 참여하고 건전한 “콘텐츠”를 제공하기 위하여 노력하여야 한다.

■ 취지

□ 크리에이터의 콘텐츠 제공에 대한 제한 사유를 규정함

첫 번째, 크리에이터가 제작한 콘텐츠가 문제가 있는 경우 회사가 이에 대해 수정이나 삭제를 요청할 수 있음

두 번째, 크리에이터에 대하여 유통 가능한 콘텐츠의 제작 법리를 공부하도록 독려하고 개별적인 자문을 하고자 할 때 크리에이터가 이에 응하게 할 필요가 있기 때문에 만든 규정이라고 할 수 있음, 이와 같이 회사는 크리에이터의 콘텐츠 제작이 준법적으로 제작, 유통될 수 있도록 선량한 관리자의 주의의무를 다하여야 함

■ 해설

□ 제1항: 콘텐츠 이의제기 접수 또는 위법 상황 발생 시 콘텐츠 수정 또는 삭제 의무, 크리에이터는 회사가 법령위반, 사회상규 위반, 사회적 물의, 타인의 권리 침해 등을 이유로 하여 문제가 제기된 콘텐츠 수정 또는 삭제 요구에 대하여 이를 응하도록 함

□ 제2항: 회사의 교육 및 자문 서비스에 응할 의무, 크리에이터는 회사가 제공하는 교육 및 자문 서비스에 응할 필요가 있는데 상시적으로 교육을 제공하거나 제1항의 문제가 된 경우 또는 그밖에 궁금한 것이 있는 크리에이터에게는 자문을 제공하여 크리에이터의 콘텐츠 제작이 준법적으로 제작될 수 있도록 독려할 필요가 있음

< 관련 사례 >

우리 법원은 영상물 제작공급계약의 수급인이 내부적인 문제로 영상물제작 일정에 다소의 차질이 발생하여 예정된 일자에 시사회를 준비하지 못한 경우, 그와 같은 의무불이행은 그 계약의 목적이 된 주된 채무를 이행하는 과정에서의 부수된 절차적인 의무의 불이행에 불과하므로, 도급인은 그와 같은 부수적인 의무의 불이행을 이유로 계약을 해제할 수 없다고 보았음

영상물 제작공급계약상 수급인의 채무가 도급인과 협력하여 그 지시감독을 받으면서 영상물을 제작하여야 하므로 도급인의 협력 없이는 완전한 이행이 불가능한 채무이고, 한편 그 계약의 성질상 수급인이 일정한 기간 내에 채무를 이행하지 아니하면 계약의 목적을 달성할 수 없는 정기행위인 사안에서, 도급인의 영상물제작에 대한 협력의 거부로 수급인이 독자적으로 성의껏 제작하여 납품한 영상물이 도급인의 의도에 부합되지 아니하게 됨으로써 결과적으로 도급인의 의도에 부합하는 영상물을 기한 내에 제작하여 납품하여야 할 수급인의 채무가 이행불능케 된 경우, 이는 계약상의 협력의무의 이행을 거부한 도급인의 귀책사유로 인한 것이므로 수급인은 약정대금 전부의 지급을 청구할 수 있다고 한 것임 (대법원 1996. 7. 9. 선고 96다14364,14371 판결)

이와 같은 법원의 태도에서 비추어볼 때 영상물, 콘텐츠 제작에 있어 도급인도 일정부분 책임이 있다고 볼 것이기 때문에 콘텐츠에 하자가 발생하게 되면 그 하자를 발견하여 흠결을 메우게 하고 이러한 일이 교육 또는 자문 등과의 수단을 제공하여 재발되지 않도록 유도하며, 크리에이터의 콘텐츠 제작이 준법적으로 제작될 수 있도록 독려할 필요가 있게 됨

제8조(공동제작의 제한 등) ① “크리에이터”는 “회사”와의 사전 협의 없이 직접 또는 제3자를 통하여 “크리에이터”의 “채널” 또는 “콘텐츠”를 활용하여 영리활동 또는 부가 사업을 하거나 이를 위해 제3자와 계약을 체결하는 경우에는 회사에 대하여 그 손해를 배상할 책임이 있다.

② “크리에이터”는 타 채널에 콘텐츠를 업로드하거나 “회사”에 속하지 않은 타 “크리에이터”와 협업하여 “콘텐츠”를 공동제작 또는 콜라보레이션 활동을 하는 경우 “회사”와 사전 협의하여야 한다.

■ 취지

- 크리에이터의 콘텐츠 제작과 관련하여 준수하여야 할 주의의무의 내용을 규정함

첫 번째 의무는 회사 외 제3자와 계약 체결 관련하여 본 계약 범위를 저촉하지 않아야 할 의무에 대한 규정이며 두 번째 의무는 공동제작이나 콜라보레이션 활동을 하는 경우 회사와 허락이 없이 할 수 없다는 규정임

■ 해설

- 제1항: 크리에이터는 근로자가 아니기 때문에 겸업 금지가 되는 것은 아니지만 사전 협의 없이 직접 또는 제3자를 통하여 크리에이터의 채널 또는 콘텐츠를 활용하여 영리활동 또는 부가 사업을 하거나 이와 관련한 계약을 체결할 수 없음, 본 표준계약서는 MCN 가입에 있어 크리에이터의 권리 보호를 위한 부분도 있지만 실질적으로 회사의 자산을 회사의 허락 없이 활용하여 영리적 이익을 추구하는 것은 회사의 신뢰에도 반하는 부분이 아닐 수 없음
- 제2항: 크리에이터가 계약기간 내 타 채널에 콘텐츠를 업로드 하거나 회사에 속하지 않은 타 크리에이터와 협업하여 콘텐츠를 공동제작, 콜라보레이션 활동을 하는 것은 법률상 의무가 되는 것은 아니지만 회사의 영업이익 침해행위로 볼 수 있음. 그러므로 이에 대해서는 회사에 대하여 사전 협의하여야 하고 그에 따라야 함

< 관련 사례 >

1. 겸업금지의무와 신뢰보호

근로자는 신의칙에서 근로계약 존속 중 다른 사업장에 취업하거나 영업활동을 하지 않을 의무를 부담함. 원칙적으로 회사와 크리에이터와의 MCN 가입계약서는 근로계약이라고 볼 수는 없지만 도급계약과 전속성을 제공하는 근로계약과 일의 내용은 위임을 요구하는 혼합적 형태로서 당해 MCN 사업자에게 전속성을 가진 혼합계약이라고 볼 수 있음

전속성은 근로계약의 본질적 성질인데 근로자는 취업 시간 이외에 기업 밖에서의 행위는 상법의 적용을 받는 상업사용인을 제외하고는 사생활 자유의 원칙에 따라 어떠한 제한도 받지 않음. 그러나 사용자가 기업비밀의 유지나 고객의 확보를 위해 취업규칙에서 정하거나 특별히 합의를 한 경우 합리적인 범위에서 근로자의 겸업을 제한할 수 있는데 이는 회사의 재산도 근로자의 사생활의 자유만큼이나 중요한 법적 가치가 있으므로 법이 보호하고 있기 때문임

그래서 퇴직 후에도 부정경쟁을 방지할 필요가 있는 경우 경쟁회사에서 취업하지 않을 것을 당사자 사이에 정하는 것도 헌법상 직업선택의 자유를 본질적으로 침해하지 않는 범위에서 제한할 수 있다고 보고 있으며 겸업금지 약정이 헌법상 보장된 근로자의 직업 선택의 자유와 근로권 등을 지나치게 제한하거나 자유로운 경쟁을 부당하게 제한하는 경우에만 민법 제103조에서 정한 사회질서에 반하는 행위로서 당연히 무효가 됨

그러므로 계약 기간 후에 크리에이터를 회사가 구속하고자 하면 법적으로 무효인 불공정 계약이 될 수 있지만 계약 기간 내 전속적 사무를 크리에이터와 회사가 서로 합의하고 있는 중에 회사와 크리에이터의 공동자산인 채널 또는 콘텐츠를 영리적으로 활용하는 것은 손해배상을 청구할 수 있을 것임

어디까지나 계약 기간 동안 함께 수익을 창출하기로 한 채널과 콘텐츠는 크리에이터와 회사가 공유하는 것으로 별도의 협의 없이 사용, 수익, 처분할 수는 없는 대상이라 할 것임. 성과와 이익을 공유하기 위하여 당사자 중 일방이 사전 협의 없이 직접 또는 제3자를 통하여 채널 또는 콘텐츠를 활용하여 영리활동 또는 부가 사업을 하거나 이를 위해 제3자와 계약을 체결하는 경우에는 상호 그 손해를 배상할 책임이 있으므로 사회통념상 합리적인 범위 안에서 채널 또는 콘텐츠를 활용할 수 있어야 상호 신뢰가 보호된다고 할 것임

2. 경업금지의무와 신뢰보호

경업금지의무란 근로자는 사용자와 경합하는 업무를 행하지 아니할 의무를 말함. 크리에이터는 근로자는 아니지만 회사에 전속적 사무를 제공하는 자로써 스스로 사회의 사업과 경쟁적인 성격의 사업을 스스로 경영하거나 혹은 회사와 경쟁관계에 있는 다른 기업을 위해 일한다는 것은 신의칙상 허용될 수 없음

그 중 크리에이터의 퇴직 후 경업 금지를 내용으로 하는 약정을 특히 ‘전직금지 약정’이라고 부르는데 최근 급속히 진화하고 있는 IT분야에 있어서 근로자들의 이직이 급증하면서 이에 따른 기업의 영업비밀유출방지 필요에서 기업들은 소속 인력들의 퇴직 이후 경쟁사로의 전직 또는 경업을 제한하는 경업금지 약정 또는 전직금지 약정을 체결해 오고 있음

회사의 제품, 제조 방법이나 영업상의 비밀을 알고 있는 근로자가 동종 영업의 다른 회사에 스카우트되거나, 퇴직 후 별개 회사를 설립하여 동종 영업을 시작하는 일은 회사에게 경제적 타격을 줄 수 있으며 비밀 준수 의무나 신의칙상의 문제가 발생할 수도 있으므로, 이와 같은 경업 퇴직을 금지함은 회사로서 당연하다고 생각할 수도 있음

크리에이터가 계약 기간 이후 계약 기간동안 제작한 콘텐츠 등을 계약 기간 이후에 활용하는 것은 회사의 협의 없이 불가능하다고 볼 것이지만 (일반적으로 크리에이터가 고용관계 중에 경업피지의무를 부담하고 있음은 당연하지만) 그동안에 습득한 업무상의 지식·경험·기술은 크리에이터의 인격적 재산의 일부를 이루는 것으로서 이것을 퇴직 후에 어떻게 살려서 이용하여 나가느냐는 개인의 자유에 속한다고 하여야 함

따라서 계약기간이 끝난 후의 경업이 금지되기 위하여서는 ‘특약’으로서의 ‘특별한 그 취지의 합의’가 필요하게 됨. 이러한 특약이 있다면 이와 같은 경업행위도 일응 금지의 대상이 될 수 있으나 이것은 직업선택의 자유나 독점금지와의 조화를 이루는 한도에서 유효한 것으로 보아야 하고 계약이 끝난 후의 경업금지가 유효하기 위하여서는 기타 명확한 특약(경업금지조항)이 있어야 함

어디까지나 특약의 내용은 무제한으로 인정되는 것은 아니고, 근로자의 직업선택의 자유를 침해하지 아니하는 범위 내에서 금지되는 행위의 내용·기간·지역, 대상의 유무, 사용자의 필요성 등에서 합리적인 범위에 국한되며, 그 범위를 초과하면 민법 제103조 위반으로 무효가 됨

그러므로 크리에이터는 타 채널에 콘텐츠를 업로드 하거나 회사에 속하지 않은 타 크리에이터와 협업하여 콘텐츠를 공동제작 또는 콜라보레이션 활동을 하는 경우 회사에 대하여 사전 협의하여야 하며, 사회통념상 합리적인 범위 안에서 채널 또는 콘텐츠를 활용할 수 있어야 상호 신뢰가 보호된다고 할 것임

제9조(수익창출을 위한 협력의무) ① “크리에이터”는 “회사”가 제휴하여 제작지원, 저작권관리, 홍보 등을 지원하고 수익을 내기 위하여 진행하는 사업에 적극적으로 참여하여야 한다.

② “크리에이터”는 “회사”가 회사 내 다른 크리에이터들과의 컬래버레이션 콘텐츠 제작의 기회를 제공하는 경우 적극적으로 참여하여야 한다.

③ “크리에이터”는 “회사”가 전항의 사업을 진행하기 위해 필요한 정보 및 자료를 요구하는 경우 성실하게 이에 응하여야 한다.

■ 취지

- 회사와 크리에이터가 최대한 수익을 낼 수 있기 위하여 크리에이터의 협력의무를 규정

■ 해설

- 제1항: 수익 창출을 위한 사업에의 적극적 참여 의무, 크리에이터는 회사에서 콘텐츠 제작과 관련하여 필요한 교육, 지원 등을 하는 경우 이에 대해 적극적으로 참여하여 회사의 공지사항을 전달받을 필요가 있음. 부득이한 경우에는 참여할 수 없을 수도 있지만 회사와 크리에이터가 최대한 수익을 내기 위하여 진행하는 사업에 적극적으로 참여하여야 함
- 제2항: 다른 크리에이터들과의 컬래버레이션 참여 의무, 크리에이터와 크리에이터 간의 컬래버레이션을 할 수 있도록 회사가 기회를 제공하면 회사와 크리에이터가 최대한 수익을 내기 위하여 이를 적극적으로 참여하여야 함, 회사는 정기적인 모임이나 회의 등 소통의 기회를 제공하여 회사 내 크리에이터 간 만남을 주선할 수 있고 여러 가지 제안을 할 수 있는데 이 경우 크리에이터는 신중히 검토하여 최대한 수익을 낼 수 있도록 적극적으로 협력하여야 함
- 제3항: 수익 창출을 위한 의견 및 자료제출의무, 회사가 전항의 사업을 진행하기 위해 필요한 정보 및 자료를 요구하는 경우 이에 대한 설문에도 응하고 관련 의견을 적극적으로 제출할 필요가 있음, 부득이한 경우에는 참여할 수 없을 수도 있지만 회사와 크리에이터가 최대한 수익을 내기 위하여 설문 등을 하는 경우 성실하게 이를 응하여야 함

< 관련 사례 >

회사와 크리에이터는 공동으로 수익을 창출하기 위하여 상호 간 협력의무가 있는데, 이 경우 회사가 수익을 창출하는 사업에 적극적으로 참가하고자 하고 크리에이터 업무와 관련하여 필요한 정보를 요청하는 경우 이에 대해 협력할 필요가 있음. 본조에 따라 회사는 크리에이터가 채널과 콘텐츠 사업 관련 수익을 높이기 위하여 제1항, 제2항의 사업 참여를 적극적으로 검토하고 제3항 수익 창출을 위한 사업기획을 위해 하게 되는 설문 등 정보제공의 협력의무가 있고 본조에 근거하여 크리에이터는 이에 대한 작위의무를 MCN사업자에게 요청할 수 있음

제10조(출연 등의 제한) "크리에이터"는 "크리에이터"의 명예, 이미지, 신용, 이익을 저해하거나 훼손하는 것이 객관적으로 명백한 경우에는 회사가 "회사"의 “채널” 이미지 상생을 위한 것이거나 “콘텐츠” 홍보와 관련한 출연, 기타 광고 출연, 행사 및 사업참여 등을 요구하더라도 이를 거절할 수 있다.

■ 취지

- ☐ 크리에이터와 회사가 동업으로 수익을 함께 창출하는 협력적 관계라고 하여 크리에이터는 크리에이터 자신의 명예, 이미지, 신용, 이익을 저해하거나 훼손하면서까지 출연 등의 의무를 지는 것은 아니라고 할 것임

■ 해설

- ☐ 크리에이터는 회사가 채널 이미지 상생을 위한 경우 또는 콘텐츠 홍보와 관련한 출연, 기타 광고 출연, 행사 및 사업참여 등을 요구받았을 때 회사와 동업으로 수익을 함께 창출하는 경우 협력적 관계에 있으므로 최대한 협조하여야 함. 그러나 크리에이터는 크리에이터의 명예, 이미지, 신용, 이익을 저해하거나 훼손하는 것이 객관적으로 명백한 경우에는 수익 창출을 위한 출연 등의 요청이 있더라도 이를 거절할 수 있음

< 관련 사례 >

출연만 별도로 계약서를 작성하기도 하는데 예를 들어 “OO 채널에 총 20회 이상 출연하고 이러한 내용을 개인 채널에도 업로드해야 하며 라이브 방송에 한 달 동안 5회 이상 참여해야 하고 5회를 초과하여 출연하는 경우에는 초과분에 대해서 별도의 출연료를 지급한다.” “회사는 크리에이터에게 계약금 외 광고 수익은 영업이익 20%를 지급하며, 광고영상에 대해서는 저작권은 회사가, 조회수에 따른 수익은 크리에이터가 보유한다.” 등 다양한 합의 후에 본조를 추가로 활용 할 수 있음

특히 출연에 대해서 꼭 나오기로 협의한 출연 대상 영상물을 정확히 명시하도록 하고, 의무에 대해서도 최대한 구체적으로 명시하여 분쟁이 되지 않도록 하는 것이 좋고, 출연료의 지급방식 및 광고 수익에 대해 순수 영업이익의 의미에 대해서도 구체적으로 별도 규정을 마련할 수도 있을 것임. 출연자의 1인 방송 채널 업로드에 따른 채널 수익 외 부수적인 수익에 대해서 별도로 협의하여 정할 수 있도록 하고, 회사가 출연자에 대해 가지는 배타적 권리의 범위와 저작권의 귀속 및 이용 허락에 대한 부분을 명확하게 정하고, 이용 허락은 계약 기간으로 한정되도록 함

크리에이터는 회사에 소속되어 있고 합의를 통해 정당한 출연 범위 안에 있다고 하더라도 크리에이터 자신의 명예, 이미지, 신용, 이익을 저해하거나 훼손하면서까지 출연 등의 의무를 지는 것은 아니라고 할 것임

제11조(지식재산권) ① "크리에이터"가 단독으로 기획, 제작한 콘텐츠에 대한 지식재산권은 "크리에이터"에게 귀속된다. 이 경우 회사가 제공한 프로모션(폰트, BGM 등)을 이용한 콘텐츠의 지식재산권은 크리에이터에게 있다.

② "회사"가 단독으로 기획, 제작한 콘텐츠에 "크리에이터"가 출연하여 채널에 업로드한 콘텐츠의 지식재산권은 "회사"에게 귀속된다.

③ "회사" 및 "크리에이터"가 공동으로 기획, 제작한 콘텐츠의 지식재산권은 공동으로 귀속된다. 이 경우 지식재산권의 지분 비율에 대한 별도의 협의가 없으면 균등한 것으로 본다.

④ 광고주 또는 제3자와의 용역 계약에 따라 "크리에이터"가 제작한 콘텐츠의 지식재산권 귀속은 해당 용역에서 정한 바에 따른다.

⑤ 회사가 "크리에이터"의 동의를 얻어 회사의 비용으로 초상, 성명, 이미지 등을 활용한 상표, 디자인 등의 소유권은 "회사"에게 귀속되고 크리에이터는 계약기간 내 사용권을 가진다.

⑥ 회사는 계약기간동안 본명, 예명, 애칭을 포함하여 크리에이터의 모든 성명, 사진, 초상, 필적, 음성, 기타 크리에이터의 동일성을 나타내는 일체의 것을 크리에이터의 명예나 인격권이 훼손되는 방식이 아닌 범위에서 회사의 업무와 관련하여 이용할 수 있는 권한을 가지며, 계약기간이 종료되면 그 이용권을 즉시 소멸된다.

⑦ 지식재산권에 관하여 본조에서 정하지 않은 사항은 저작권법, 상표법, 디자인보호법 등 개별 법령에 따른다.

■ 취지

- ☐ 크리에이터의 지식재산권과 관련한 규정, 지식재산권은 지식재산권 관련 법령이 강행규정이 많아 이에 따라야 함. 다만 공동으로 기획, 제작하는 경우 영상제작자의 권리 규정을 준용하여 제3항을 규정함

■ 해설

- ☐ 제1항: 크리에이터가 단독으로 기획, 제작한 콘텐츠에 대한 지식재산권은 크리에이터에게 귀속됨. 이 경우 회사가 제공한 프로모션(폰트, BGM 등)을 이용하였다

고 하더라도 콘텐츠의 지식재산권은 크리에이터에게 있다. 저작권은 창작자에게 있음을 확인한 규정

- 제2항: 회사가 단독으로 기획, 제작하고 크리에이터가 출연하여 채널에 업로드한 콘텐츠의 지식재산권은 회사에게 귀속됨, 즉, 크리에이터가 ‘출연’ 만 한 경우에 이에 대한 콘텐츠의 저작권은 회사에게 있음을 확인한 규정
- 제3항: 회사 및 크리에이터가 공동으로 기획, 제작한 콘텐츠의 지식재산권은 공동으로 귀속됨, 이 경우 지식재산권의 지분 비율에 대한 별도의 협의가 없으면 균등한 것으로 봄
- 제4항: 광고주 또는 제3자와의 용역 계약에 따라 크리에이터가 제작한 콘텐츠의 지식재산권 귀속은 해당 용역 계약에서 정한 바에 따름
- 제5항: 회사가 크리에이터의 동의를 얻어 회사의 비용으로 초상, 성명, 이미지 등을 활용한 상표, 디자인 등의 소유권은 회사에게 귀속되고 크리에이터는 계약기간 내 사용권을 가짐
- 제6항: 회사는 계약 기간 동안 본명, 예명, 애칭을 포함하여 크리에이터의 모든 성명, 사진, 초상, 필적, 음성, 기타 크리에이터의 동일성을 나타내는 일체의 것을 크리에이터의 명예나 인격권이 훼손되는 방식이 아닌 범위에서 회사의 업무와 관련하여 이용할 수 있는 권한을 가지며, 계약 기간이 종료되면 그 이용권을 즉시 소멸됨
- 제7항: 지식재산권에 관하여 본조에서 정하지 않은 사항은 저작권법, 상표법, 디자인보호법 등 개별 법령에 따름

제12조(수익배분) ① "회사는 "크리에이터"에게 제4조 제1항에 근거한 채널에 대한 연결과 제13조 독점배타적 권한을 부여한 대가로 계약금을 지급할 수 있다.

② "크리에이터"는 "회사"에게 다음의 수익의 지분을 청구할 수 있다.

1. "크리에이터"의 각 채널로 인해 회사로부터 지급받고 있는 광고 수익의 ()%

2. "크리에이터"의 각 채널과 관련하여 일체의 상업적 계약으로 "회사"가 상대방으로부터 수령하는 수익의 ()%

3. "회사"가 "크리에이터"를 광고모델, 방송 출연 등에 대한 대가로 발생하는 수익의 ()%

4. 기타 상호 별건 계약 관계에서 발생하는 수익의 ()%

③ "크리에이터"는 "회사"에 대하여 수익의 정산서와 이를 증명할 증빙자료 등을 요구할 수 있다.

④ "크리에이터"는 "회사"에 대하여 당사자가 협의한 비율과 지급 시기에 따라 수익 지급을 요구할 수 있으며, 회사와 크리에이터가 사전에 협의하여 회사가 선지출한 비용은 크리에이터 수익에서 차감할 수 있다. 이 경우 크리에이터에게 지급할 비용이 10만원 미만의 경우 정산을 최대 3개월 내로 유보할 수 있다.

⑤ "크리에이터"에게 지급하는 금액은 원화를 기준으로 하며, 외화로 정산받고자 하는 경우 당월 말인 OO 은행 매매기준율을 기준으로 원화를 환전한다.

⑥ "크리에이터"는 세금계산서를 발행받을 수 있으며, "크리에이터"가 지정한 은행계좌를 통해 수익을 정산받을 수 있고 연체시에는 연 ()%의 지연배상금을 요구할 수 있다.

⑦ "회사"는 "크리에이터"의 수익 정산과 관련하여 송금 관련 결제 처리 수수료를 크리에이터(또는 회사)의 수익에서 공제할 수 있다.

⑧ 각 채널의 플랫폼 정책의 변경 등으로 인하여 정산일과 정산방식의 변경이 있는 경우 "회사"는 상기 지급조건에 따라 "크리에이터"와 협의하여 서면(이메일 등 전자문서 포함)으로 그 변경 사실을 통지하여야 한다.

■ 취지

□ 크리에이터의 수익분배 규정

제1항의 선급금을 약정하는 것이 일반적이거나 의무 사항은 아니라고 하여야 함. 독점적 권한 부여 여부, 당사자 간의 관계나 기타 조건에 따라 상호 협의하여 선급금을 지급할지, 이에 대한 반환 사유를 정할 것인지, 수익금에서 공제할 것인지는 자유롭게 논의할 수 있음, 제2항의 경우 양자의 참여 형태 및 정도, 투자 비용, 제3자와의 관계 등을 종합적으로 고려하여 비율을 정함. 제6항은 회사의 제때 지불 의무로서 상법상 법정 지연손해금은 연 6%, 소송촉진 등에 관한 특례법상 지연손해금은 연 12%, 그 사이에서 협의에 의하여 비율을 기재할 수 있음

■ 해설

- 제1항: 계약금, 회사는 크리에이터에게 제4조 제1항에 근거한 채널 및 시스템 등에 대한 연결과 제13조 독점배타적 권한을 부여한 대가로 계약금을 지급할 수 있음. 본 계약금은 크리에이터의 귀책 사유로 본 계약이 해제, 해지, 종료되지 않는 한 회사에 반환할 의무가 없으며 수익금에 포함되지 않음. 계약금을 지급받는 크리에이터는 매우 소수라서 이 항은 선택조항으로 사용이 필요함
- 제2항: 수익배분 비율, 크리에이터가 회사에 수익의 지불을 청구할 수 있는 사항을 규정. 회사에서 수익분배 받는 내용은 ①회사가 크리에이터의 채널로 인해 지급 받는 광고수익, ②채널과 관련하여 일체의 상업적 계약으로 수령하는 매출, ③방송 출연 등으로 받게 되는 수익, ④기타 상호 별건 계약 관계에서 발생하는 수익으로 나눌 수 있고 그 수익배분 비율은 협의에 의하여 정함
- 제3항: 수익의 정산서와 증빙자료 요구 청구권, 크리에이터는 회사에 대하여 수익의 정산서와 이를 증명할 증빙자료 등을 요구할 수 있음
- 제4항: 수익 지급의 방식, 크리에이터는 회사에 대하여 당사자가 협의한 비율과 지급 시기에 따라 수익 지급을 요구할 수 있으며, 회사와 크리에이터가 사전에 협의하여 회사가 선지출한 비용은 크리에이터 수익에서 차감할 수 있음. 이 경우 크리에이터에게 지급할 비용이 10만 원 미만인 경우 정산을 최대 3개월 내로 유보할 수 있음
- 제5항: 원화 기준 지급의 방식, 크리에이터에게 지급하는 금액은 원화를 기준으로 하며, 외화로 정산받고자 하는 경우 당월 말인 ○○ 은행 매매기준율을 기준으로 원화를 환전함

- 제6항: 세금계산서 발행과 지연배상금 요구, 크리에이터는 세금계산서를 발행받을 수 있으며, 크리에이터가 지정한 은행 계좌를 통해 수익을 정산받을 수 있고 연체 시에는 연 ()% 의 지연배상금을 요구할 수 있음
- 제7항: 수수료 공제 협의, 회사는 크리에이터의 수익 정산과 관련하여 송금 관련 결제처리 수수료를 크리에이터(또는 회사)의 수익에서 공제할 수 있음
- 제8항: 정산일과 정산방식 변경 시 협의 후 서면 통지의무, 각 채널의 플랫폼 정책의 변경 등으로 인하여 정산일과 정산방식의 변경이 있는 경우 회사는 상기 지급조건에 따라 크리에이터와 협의하여 서면(이메일 등 전자문서 포함)으로 그 변경 사실을 통지하여야 함

제3장 "회사"의 권리와 의무

제13조(독점배타적 권리) ① "회사"는 계약 기간 동안 "회사"에 연결된 "크리에이터" 채널의 콘텐츠를 독점배타적으로 수익 창출 관리, 소유권 주장 및 채널의 브랜딩 설정 등을 수행할 권한을 부여받는다.

② "크리에이터"는 "회사"에게 다음 각 호의 권리를 독점배타적으로 부여하고 "회사"는 그로 인하여 발생한 수익을 본 계약에 따라 "크리에이터"에게 분배하여야 한다.

1. "크리에이터"의 채널의 콘텐츠 등의 관리를 통해 "회사"가 직접 광고형 콘텐츠를 제작, 판매하거나 이벤트, 프로모션 등 상업적 수익 활동을 할 수 있는 권리
2. "크리에이터"의 채널의 콘텐츠 등을 통해 전부 또는 일부를 직접 이용하거나 수정하여 2차적 저작물로 작성하는 등 머천다이징, 커머스, 라이선스 계약 등 상업적으로 이용할 수 있는 권리
3. 회사의 각 채널 또는 플랫폼 등을 통해 크리에이터가 제작한 채널의 콘텐츠 등을 홍보하기 위하여 콘텐츠를 수정, 편집하여 사용할 수 있는 권리
4. "크리에이터"가 참여, 출연하는 오리지널 콘텐츠 및 브랜디드 콘텐츠 또는 광고 콘텐츠의 기획, 영업, 제작 등을 할 수 있는 권리 및 해당 콘텐츠를 활용하는 상업적 계약을 체결할 수 있는 권리
5. "크리에이터"의 초상, 성명, 사진 등 "크리에이터"와 동일시할 수 있는 일체의 요소를 활용하여 캐릭터, 로고 등 2차적 저작물 작성, 지식재산권화, 머천다이징, 이용 허락 등을 상업적으로 할 수 있는 권리
6. "크리에이터"의 방송 출연, 광고모델 출연, 행사 참여 등 계약체결을 대행할 수 있는 권리
7. 그 밖에 "크리에이터"가 별도의 약정으로 "회사"에게 부여한 권리

■ 취지

- ☐ 최근 MCN 사업자는 단순히 유튜브 광고 수익 정산 배분에 그치지 않고 크리에이터의 채널 및 콘텐츠, 초상 등에 활용되는 모든 수익 사업을 대행하는 경향을 띠고 있음, 계약 당사자의 합의로 크리에이터가 회사에 부여하는 독점 사업 권한의 종류와 범위를 추가, 삭제, 변경할 수 있는데, 일부 권한만 독점을 주고, 일부 권한

은 크리에이터 또는 크리에이터가 별도로 설립한 회사로 하여금 진행하도록 하기 위하여 제외할 수도 있음

이는 회사와 크리에이터가 협의할 수 있는 부분으로 회사는 크리에이터를 회사에 전속하도록 함으로써 크리에이터의 채널과 콘텐츠에 대하여 독점배타적 권리를 가짐, 제2항제6호의 경우 연예인 전속 매니지먼트 계약의 중요한 내용인데 이와 같은 내용이 인터넷 연예인이라고 불리는 크리에이터와의 계약서에 주로 나타나고 있어 최근 MCN 계약과 연예 매니지먼트 계약의 경계가 허물어지고 있는 경향을 띠고 볼 수 있음

여기에 나오는 권리 중 회사가 해줄 수 없는 부분은 삭제할 수도 있으며, 제2항의 각 권리에 대해 양자 간 구체적인 협의가 필요할 것임

■ 해설

- 제1항: 회사의 크리에이터 채널의 콘텐츠 수익 창출 관리, 소유권 주장 및 채널의 브랜딩 설정 권한의 행사, 회사는 계약 기간 동안 회사에 연결된 크리에이터 채널의 콘텐츠를 독점배타적으로 수익 창출 관리, 소유권 주장 및 채널의 브랜딩 설정 등을 수행할 권한을 부여받음
- 제2항: 회사가 크리에이터에 대하여 가지는 독점배타적 권리의 내용으로 크리에이터가 제작한 콘텐츠를 활용할 권리, 크리에이터의 참여와 출연, 아이덴티티를 활용할 권리, 기타 크리에이터와의 약정으로 크리에이터의 채널의 콘텐츠 외 수익을 창출할 권리가 있음

제1호 크리에이터의 채널의 콘텐츠 등의 관리를 통해 회사가 직접 광고형 콘텐츠를 제작, 판매하거나 이벤트, 프로모션 등 상업적 수익 활동을 할 수 있는 권리

제2호 크리에이터의 채널의 콘텐츠 등을 통해 전부 또는 일부를 직접 이용하거나 수정하여 2차적 저작물로 작성하는 등 머천다이징, 커머스, 라이선스 계약 등 상업적으로 이용할 수 있는 권리

제3호 회사의 각 채널 또는 플랫폼 등을 통해 크리에이터가 제작한 채널의 콘텐츠 등을 홍보하기 위하여 콘텐츠를 수정, 편집하여 사용할 수 있는 권리는 크리에이터가 제작한 채널의 콘텐츠 등을 이용하여 콘텐츠 거래를 할 수 있는 권리, 일부를 이용할 수 있는 권리, 회사의 다른 채널과 플랫폼에 이용할 수 있는 권리 등 콘텐츠를 활용할 수 있는 권리의 내용이라 할 수 있음

제4호 크리에이터가 참여, 출연하는 오리지널 콘텐츠 및 브랜드 콘텐츠 또는 광고 콘텐츠의 기획, 영업, 제작 등을 할 수 있는 권리 및 해당 콘텐츠를 활용하는 상업적 계약을 체결할 수 있는 권리

제5호 크리에이터의 초상, 성명, 사진 등 크리에이터와 동일시할 수 있는 일체의 요소를 활용하여 캐릭터, 로고 등 2차적 저작물 작성, 지식재산권화, 머천다이징, 이용 허락 등을 상업적으로 할 수 있는 권리

제6호 크리에이터의 방송 출연, 광고모델 출연, 행사 참여 등 계약체결을 대행할 수 있는 권리의 경우 크리에이터의 참여나 출연, 초상 등의 활용과 같이 크리에이터의 회사 수익 창출을 위한 활동과 참여를 할 수 있는 권리

제7호는 그 밖에 크리에이터가 별도의 약정으로 회사에게 부여한 권리

제14조(수정 및 삭제의 제한) ① "회사"는 콘텐츠를 이용함에 있어서 "크리에이터"의 저작인격권을 침해하지 아니한다. 다만, 콘텐츠를 수정하는 경우 크리에이터와의 협의를 통해 수정내용과 범위를 정하여야 한다.

② "회사"는 다음 각 호의 경우 임의적으로 "크리에이터"의 채널 및 콘텐츠를 수정, 삭제할 수 있다. 다만 이 경우에도 "크리에이터"의 권리에 중대한 침해가 발생할 우려가 있는 경우 크리에이터와 사전에 협의하여야 한다.

1. 법령 또는 채널 운영사 정책 준수를 위하여 필요한 경우
2. 콘텐츠 저작권 관리 등을 위하여 필요한 경우
3. 기술적 오류 해결 등을 위하여 필요한 경우
4. 그 밖에 "크리에이터"가 의사표시를 할 수 없는 상태에 있는 경우로서 객관적으로 명백히 "크리에이터"의 이익을 위하여 필요하다고 인정되는 경우

■ 취지

- ☐ 사업자가 크리에이터의 콘텐츠를 수정, 삭제할 수 있는 사유를 구체적으로 규정

■ 해설

- ☐ 제1항: 콘텐츠 수정 및 삭제의 제한 원칙은 협의를 통한, 회사는 콘텐츠를 이용함

에 있어서 크리에이터의 저작인격권을 침해하지 아니함, 다만, 콘텐츠를 수정하는 경우 크리에이터와의 협의를 통해 수정내용과 범위를 정하여야 함

- 2021년, 공정거래위원회는 크리에이터의 콘텐츠를 사업자의 필요에 따라 수정·삭제할 수 있게 한다는 규정에 대하여 저작자의 동일성유지권을 침해한다는 결정을 내림. 즉, 저작자는 그의 저작물의 내용·형식 등의 동일성을 유지할 권리를 가지는바(저작권법 제13조 제1항), 콘텐츠에 대한 수정·삭제 등의 권한은 저작자인 크리에이터에게 있다는 것임, 크리에이터의 콘텐츠가 제3자의 권리를 침해하는 등의 경우 회사가 콘텐츠를 수정·삭제할 필요성이 어느 정도 인정되나, 그 사유를 구체적으로 정하지 않고 단순히 ‘계약 기간 중 필요한 경우’ 라고만 규정하여 회사의 필요에 따라 크리에이터의 콘텐츠를 언제든지 수정·삭제할 수 있어 불공정하다고 판단함, 이에 동일성유지권 침해가 되지 않도록 회사는 크리에이터에게 요청하여 콘텐츠를 수정, 삭제하는 것이 원칙이지만, 일정한 범위 내에서 긴급을 요하는 경우 양 당사자가 합의하여 콘텐츠를 수정, 삭제하는 때를 정하여 콘텐츠를 수정, 삭제할 수 있어야 하며 이때 구체적인 사유를 열거할 필요가 있음

- 제2항: 회사가 임의적으로 수정, 삭제할 수 있는 경우

회사는 ① 법령 또는 채널 운영사 정책 준수를 위하여 필요한 경우, ② 콘텐츠 저작권 관리 등을 위하여 필요한 경우, ③ 기술적 오류 해결 등을 위하여 필요한 경우, ④ 그 밖에 크리에이터가 의사표시를 할 수 없는 상태에 있는 경우로서 객관적으로 명백히 크리에이터의 이익을 위하여 필요하다고 인정되는 경우에는 임의적으로 크리에이터의 채널 및 콘텐츠를 수정, 삭제할 수 있음, 즉, 위와 같은 경우는 회사의 이익과 크리에이터의 이익 중 회사의 이익 일방으로 기울어지는 수정, 편집이 아니라 플랫폼 정책에 따라 부득이하게 수정, 삭제하거나 광고주 요청사항 또는 크리에이터가 부재인 경우에 공동이익관계에 있는 회사가 결정권을 가지는 것이 불공정한 거래조건은 아니라고 볼 것임

제15조(수익을 위한 관리) ① "회사"는 "크리에이터"에게 채널 구독자 수, 시청지속기간, 조회수, 전환율 등 채널의 수익 및 발전을 나타내는 지표의 성장을 촉진하기 위한 교육, 관리, 프로모션 기회를 제공할 수 있다.

② "회사"는 크리에이터에게 채널 운영관리 및 콘텐츠 기획, 제작, 홍보활동을 촉진시키기 위한 "회사" 보유 솔루션, 도구, 시설, 장비 및 기타 크리에이터가 요구하는 서비스를 제공할 수 있다.

③ "회사"는 크리에이터에게 "회사" 내 다른 "크리에이터"들과의 컬래버레이션 콘텐츠 제작 기회를 제공할 수 있다.

④ "회사"는 제12조 제2항 각호의 수익 등을 정산하여 관리하여야 한다.

⑤ "회사"는 채널 수익 외 제13조에 규정된 "회사"에 부여된 독점배타적 권리와 관련된 수익을 창출하도록 노력하여야 한다.

■ 취지

- ☐ 크리에이터가 회사와 계약을 체결하고 크리에이터의 채널을 회사에 연결한 후 회사가 제공하여야 할 서비스의 내용을 규정, 회사의 선택에 따라 제1항 내지 제3항은 선택적으로 삽입하거나 삭제할 수 있음

■ 해설

- ☐ 제1항: 공동수익을 보다 창출하기 위하여 교육, 관리, 프로모션의 기회를 제공할 수 있음(교육 등의 지원)
- ☐ 제2항: 공동수익을 보다 창출하기 위하여 회사는 솔루션, 도구, 시설, 장비 및 기타 크리에이터가 요구하는 서비스를 제공할 수 있음(물적 지원)
- ☐ 제3항: 공동수익을 보다 창출하기 위하여 회사는 회사 내 다른 크리에이터와의 협업 기회를 제공할 수 있음(인적 지원)
- ☐ 제4항: 회사는 본 계약서 제12조 제2항 각호의 수익에 대하여 정산하여야 할 의무를 짐
- ☐ 제5항: 회사는 채널 수익 외 제13조에 규정된 회사에 부여된 독점배타적 권리와 관련된 수익을 창출하도록 노력하여야 함

제16조(크리에이터의 보호) ① "회사"는 "크리에이터"의 신용, 명예, 이미지, 브랜드 가치, 이익 등을 저해하거나 훼손하는 사업을 진행하거나 이러한 내용의 콘텐츠 제작을 요구하여서는 안 된다.

② "회사"는 "크리에이터"의 출연 또는 참여가 필요하거나 "크리에이터"의 초상, 성명, 채널 브랜드, 상표 등을 이용한 사업 진행 시에는 사전에 "크리에이터"에게 사업의 내용과 조건을 공유하고 협의한 후 서면(이메일 등 전자문서 포함)으로 통지하여야 한다.

③ "회사"는 "크리에이터"의 이익과 상충될 우려가 있는 사업을 제3자와 진행함에 있어서 사전에 "크리에이터"와 사업의 내용과 조건을 협의한 후 서면(이메일 등 전자문서 포함)으로 통지하여야 한다.

④ "회사"는 제3항에 따른 사업을 진행함에 있어 제3자와의 계약기간이 본 계약의 계약기간을 초과할 경우 그 계약은 계약기간 내에서만 유효하며 계약기간 이후에도 사업을 진행하고자 하는 경우 별도의 계약서를 작성하여야 한다.

⑤ "회사"는 "크리에이터"가 독자적인 콘텐츠 개발 및 구독자 수 확보에 어려움을 겪고 있는 경우 채널 운영 및 콘텐츠 기획 및 제작에 대한 교육 및 자문 서비스를 제공할 수 있다.

⑥ "회사"는 "크리에이터"에게 채널의 매월 각종 수익 관련 지표 현황과 사업별 수익정산 현황을 포함한 보고서를 작성하여 서면(이메일 등 전자문서 포함)으로 제공하여야 하며, "크리에이터"가 수익정산에 대한 증빙 또는 근거 자료를 요청하는 경우 이를 즉시 제공하여야 한다.

⑦ 회사는 회사가 기획, 제작하거나 지시 또는 관여한 콘텐츠, 광고가 제3자의 권리를 침해한 경우 이에 대한 책임을 져야 하고 크리에이터에게 손해가 발생한 경우 손해를 배상하여야 한다.

■ 취지

- ☐ 회사의 크리에이터에 대한 의무를 규정

■ 해설

- ☐ 정보의 비대칭, 관련 법률의 미비 등 산업에서 상대적 약자로 취급받고 있는 크리

에이터의 권리와 이에 대응하는 회사의 의무를 규정함. 제16조는 회사가 크리에이터에게 가지는 일반적인 의무사항으로 콘텐츠 제작에 대한 부당한 간섭 금지 의무, 크리에이터의 출연 또는 참여가 필요하거나 크리에이터의 초상, 성명, 채널 브랜드, 상표 등을 이용한 사업 진행하는 경우 사전 협의 의무, 제3자와 사업을 진행함에 있어 크리에이터의 이익과 상충할 우려가 있는 경우 사전 협의의무, 제3자와의 계약에 따른 본 계약 기간 관계, 교육 및 자문 서비스의 제공 의무, 수익 정산 자료 제공 의무, 회사 기획, 제작, 지시 또는 관여한 콘텐츠, 광고의 보증 책임을 규정하고 있음

- 위에서 정하고 있는 일반적인 의무사항 이외에도 크리에이터의 특수한 환경, 콘텐츠의 특성 등을 고려하여 계약 당사자가 협의를 통해 새로운 권리와 의무를 창설할 수 있음. 참고로 본 계약서 제22조에서 규정하고 있는 세금에 관해 규정하고 있는데, 사업자인 회사에 비해 상대적으로 개인에 해당하는 크리에이터의 경우 세금에 대한 이해가 낮은 편이므로 절세 등에 관한 교육을 추가할 수도 있을 것임

제4장 분쟁의 예방 등

제17조(권리의 확인) "크리에이터"는 제3자의 동의없이 본 계약을 체결하고 이행할 수 있는 모든 권리를 가지고 있음을 확인한다. 만약 "크리에이터"가 계약 체결일 현재 만 19세 미만인 경우에는 법정대리인의 동의를 거쳐 함께 서명하기로 한다.

■ 취지

- 분쟁 예방에 있어 본 계약을 체결할 수 있는 권리가 있는지를 확인하도록 규정함. 특히 미성년자(만 19세 미만)의 경우 단독으로 유효한 법률행위를 할 수 있는 행위능력과 관련하여 법정대리인의 동의가 필요함. 민법상의 원칙에 비추어 당연하나, 이를 다시 계약서에 명문화함으로써 “크리에이터”가 미성년자인 경우 민법상의 원칙에 따라 법정대리인의 동의가 필요하다는 사실을 “크리에이터”와 법정대리인에게 다시 안내하여 법률이 규정한 미성년자의 보호 취지를 재확인하고 강화하고자 함

■ 해설

- 계약체결에 필요한 기본적인 지위와 권한에 대하여 결함이 없음을 계약상대방에게 확인하는 방법으로 계약체결 권한과 관련된 당사자의 진술보장 조항을 표준계약서에 포함한 것임. 이를 통하여 체결 권한과 관련된 분쟁을 예방하고자 하였음. 나아가 미성년자가 법률행위를 하기 위해서는 법정대리인의 동의를 얻어야 하는데 (민법 제5조 제1항 본문), 이와 같은 민법상의 원칙을 계약 내용에 다시 명시하였으므로 미성년자 본인 및 그 법정대리인은 물론 회사를 포함하여 계약을 체결하고자 하는 당사자에게 주의를 환기하고자 함. 이를 통해 미성년자 본인의 보호는 물론 행위능력 유무와 관련된 여러 분쟁(동의를 얻지 않은 계약에 대한 취소권 행사 문제 등)을 예방하고 거래의 안전을 도모하고자 하였음

제18조(비밀의 유지) ① “회사”와 “크리에이터”는 계약 기간, 계약 종료 이후에도 상대방이 제공한 서비스 및 계약 조건에 대하여 제3자에게 비밀을 유지할 의무가 있다.

② “회사”와 “크리에이터”는 본 계약에 따라 상대방으로부터 제공 받은 수단, 정보(개인정보를 포함한다), 자산 등을 비롯하여 업무상의 비밀에 대하여 상대방의 동의 없이 이용하거나 제3자에게 누설하지 않기로 하며 비밀 유지의무 위반의 책임은 고의, 과실을 묻지 않는다.

■ 취지

- 회사와 크리에이터 쌍방의 비밀유지 의무를 규정함. 비밀유지의 범위는 넓은 의미로 설정하였으며, 제공받은 수단, 정보(개인정보를 포함), 자산 등을 비롯하여 업무상의 비밀에 이르기까지 당사자 쌍방이 합의를 통하여 계약당사자 외의 제3자에 대한 공개를 허락하지 않는 범위를 명시하였음

■ 해설

- 비밀유지의무의 범위는 상관행 및 유사한 계약에서의 통상적인 약정 수준에만 국한하고 당사자의 합의를 조건으로 비밀유지의무의 범위를 정하되 불필요한 제약을 추가하지 않도록 유의함(과도한 비밀유지의무 부과는 계약당사자의 자율적 행동의 위축을 초래할 수 있음)

- 제1항: 회사와 크리에이터 사이의 계약 조건과 구체적인 서비스 내용을 제3자에 대한 비밀유지의무로 유지하기 위한 조항이며, 표준계약서의 내용에도 불구하고 필요에 따라 별도의 동의를 거쳐 달리 정할 수 있음은 당연함
- 제2항: 양 당사자가 계약 중 알게 된 사실로 상대방으로부터 제공받은 계약 이행 관련 수단, 정보, 자산 등을 비롯하여 각종 영업비밀, 노하우 등 다양한 지식재산이 외부로 유출되지 않도록 하기 위하여 규정한 것임. 나아가 “상대방으로부터 제공받은 정보”에 개인정보를 포함한다는 내용을 별도로 명시함으로써 이를 유출하는 행위가 계약위반을 구성한다는 점을 분명히 하였음. 이를 통하여 추가로 이어질 수 있는 모욕, 명예훼손과 같은 별건 분쟁 발생을 예방한다는 취지도 포함된 것임. 약관을 이용하는 사업자는 고객과의 거래관계에서 고객의 여러 정보를 알게 되는데 이를 업무 이외의 목적으로 사용하거나 특히 외부에 누설하는 것을 허용하는 조항은 고객의 사생활의 비밀과 자유의 보호라는 헌법상 기본권을 침해하는 것으로 무효라고 보아야 함. 특히 고객의 정보를 제공할 정당한 이유가 있는 경우에는 고객의 신용정보제공을 허용하고 있으나 그러한 경우에도 허용요건은 채무불이행, 최고, 고객의 동의 등으로 구체화되어야 하며 제공 가능한 정보의 범위도 최소화되어야 할 것임. 이는 약관규제법 제11조 제4호가 정하는 불공정약관의 금지 내용 중 “사업자가 업무상 알게 된 고객의 비밀을 정당한 이유 없이 누설하는 것을 허용하는 조항”을 고려하여 계약 내용에 별도로 명시한 것임

< 관련 사례 >

(공정거래위원회 약관심사지침 법 위반에 해당할 수 있는 조항 예시)

- ① 카드사업자가 신용카드 회원이 규약을 위반하여 채무를 불이행하는 경우 개인 신용정보를 본인의 동의나 최고 없이 관련업체에 임의로 제공하는 조항
- ② 신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률(제32조, 제33조)에 의하면 개인정보유출로 인한 사생활의 비밀 침해의 위험으로부터 고객을 보호하기 위하여 사업자가 개인신용정보 활용 시 그 사용 목적, 제공범위 등을 제한하면서 개인의 동의가 있는 등 법률이 정한 특별한 사유가 있는 경우에 예외적으로 활용할 수 있도록 규정하고 있음에도 신용카드사나 은행이 개인신용정보 활용에 대한 고객의 동의를 구함에 있어 회원가입신청서에 일률적으로 규정하여 고객이 개인신용정보 활용에 대한 동의 여부를 선택할 수 있는 기회를 배제하는 조항(개인정보활용에 동의하지 않으면 카드 회원가입 자체가 거절됨)

제19조(계약의 해지) ① "회사" 또는 "크리에이터"는 상대방이 본 계약상의 의무를 이행하지 않거나 위반하는 경우 서면으로 의무이행 또는 시정을 촉구하고 그럼에도 불구하고 ()일 이내에 이행 또는 시정이 없을 경우 본 계약을 서면으로 해지할 수 있다.

② "회사" 또는 "크리에이터"는 공개적으로 상대방의 명예, 신용, 이익을 훼손시키거나 중대한 법령위반 등 사회적 물의를 일으키는 행위를 ()회 이상 하는 경우, 상대방은 별도의 최고 없이 서면 통지로 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.

③ "회사" 또는 "크리에이터"가 파산 또는 회생신청, 어음부도, 강제집행 등 사유가 발생한 경우 별도의 최고 없이 서면 통지로 본 계약을 해지할 수 있다.

■ 취지

- 양 당사자의 계약의 해지에 관하여 규정하였음. 계속적 거래관계를 고려하여 계약의 해지를 규정하였으며, 상대방의 계약위반에 대한 시정촉구(최고기간)에 따른 이행 기한은 계약 당사자가 직접 적절한 기간을 정할 수 있도록 하였음

■ 해설

- 제1항: 채무불이행(계약위반)에 대한 해지 규정으로, 계약에서 정한 의무를 정상적으로 이행하지 않는 경우 우선 이행을 촉구하는 의미에서 시정을 요청하고(이행 최고) 이에 대하여는 별도로 정하는 기한 내에 이행 여부를 확인하여 순차적으로 해지가 가능하도록 규정함

MCN 계약과 관련된 공정거래위원회의 심의 과정에서 주요 MCN 3사가 자진 수정한 시정 기한을 예로 들면 이행최고일 이후 10일에서 30일 사이이므로, 이를 참고하여 회사와 크리에이터의 사정에 따라 협의를 진행하고 적절한 이행 최고기간을 설정하면 될 것임

- 제2항: 서로가 공개적인 경우를 전제로 명예훼손 또는 모욕 등을 하는 신뢰 파괴 행위와 중대한 법령위반으로 사회적 물의를 일으키는 행위(마약, 음주운전, 성범죄 등을 예정한 것으로 “중대한 법령위반”과 함께 사회적 물의를 일으키는 행

위에 한정함)의 경우 MCN 계약의 특성상 계약 관계를 유지하기 어려운 중대한 사안으로 평가할 수 있다는 점을 고려하여 이러한 행위가 계속되는 경우(위반행위의 반복 회수 허용 기준은 별도로 협의하여 정함) 별도의 최고 없이 서면을 통하여 즉시 계약을 해지할 수 있도록 함

- 제3항: 계약당사자 중 일방이 파산 또는 회생 신청, 어음부도, 강제집행 등 사유가 발생한 경우와 같이 계약의 정상적인 이행을 기대하기 어려운 신용불량 상태가 발생한 경우 별도의 최고절차 없이(이 경우 최고는 큰 의미가 없음) 마찬가지로 계약의 해지가 가능하도록 정하였음

< 관련 사례 >

공정거래위원회는 2021년 3개 다중채널네트워크 사업자의 불공정약관 시정을 통하여 최고절차를 규정하지 않는 것과 약관을 통한 추상적인 계약 해지 사유를 규정하는 것이 약관규제법 제9조를 위반하는 불공정약관에 해당할 수 있다는 점을 분명히 하고 있음. 이를 고려하여 최고절차를 명확히 규정하고 구체적으로 계약 해지 사유를 명시하고자 하였으며, 다만 계약의 존속을 유지하는 것이 양 당사자에게 전혀 이익이 되지 않는 신뢰 관계의 중대한 파탄 상태의 경우 별도의 최고 없이 계약이 해지될 수 있다는 점을 명시하였음

(불공정약관 예시 : 공정거래위원회 약관심사지침 5. 가. (1) 참조)

- ① 계약당사자는 상대방의 채무불이행을 이유로 최고 등의 절차를 거쳐 해제·해지권을 행사할 수 있음에도 고객의 해제·해지 요구에 대하여 사업자가 정당한 사유가 있다고 인정하는 경우에만 해제·해지할 수 있다고 규정하는 조항
- ② 민법상 채무불이행에 해당함에도 고객이 사업자에게 계약의 해제·해지를 청구할 수 없도록 하는 조항

제20조(손해배상) ① "회사" 또는 "크리에이터"는 상대방의 책임있는 사유로 인하여 계약의 해지로 손해가 발생한 경우 상대방에게 그 손해를 배상할 책임이 있다.

② 단순변심에 의한 경우와 같이 상대방의 책임 없는 사유로 계약을 해지하는 경우 『해지일 직전 ()개월 평균 상대방 월 수익 x 계약 잔여개월수』에 상당하는 금원을 배상하기로 하되, “크리에이터”의 경우에는 “회사로부터 지급받은 계약금(선금금)을 가산하여 반환하기로 한다. 이 경우 계약의 해지일은 손해배상금 전부를 지급 완료한 시점으로 한다.

■ 취지

- 양 당사자의 손해배상에 관하여 규정함, 공정거래위원회는 2021년 3개 다중채널네트워크 사업자의 불공정약관 시정을 통하여 부당하게 과중한 손해배상의무를 부담시키는 조항을 수정하도록 하였음

■ 해설

- 손해배상액의 예정이란 채무불이행 시 발생할 손해배상의 액수에 관하여 당사자들이 미리 정해 놓은 합의 내용을 말함. 이때 손해배상액의 예정의 의미는 지연손해의 배상·전보배상·위약벌 등 그 명칭을 불문하고 약관에 따라 금전 지급이 실질적으로 채무불이행에 따른 손해배상의 성질에 해당할 경우에는 모두 약관규제법 제8조가 정하는 손해배상액의 예정에 포함됨. 손해배상의 예정을 적절히 활용할 경우에는 입증의 곤란 등을 해결하여 상대적 약자에 해당하는 계약당사자가 권리 행사를 함에 있어서 도움이 될 수 있음. 이와 같은 취지에서 제20조 제2항에서 일정한 기준을 미리 정할 수 있도록 하였음. 다만, 부당하게 과중한 손해배상의 예정은 약관규제법 제8조에 따라 불공정약관으로 평가할 수 있으므로 주의를 요함. 부당하게 과중한지 여부는 거래유형에 따라 계약당사자의 경제적 지위, 계약의 목적과 내용, 손해배상액을 예정한 동기, 채무액에 대한 예정액의 비율, 예상 손해액의 크기, 그 당시의 거래 관행과 경제 상태 등을 종합적으로 고려하여 판단하는 것이 공정거래위원회의 태도임(약관심사지침)
- 제1항: 손해배상책임에 대한 일반원칙을 명시하는 규정으로 귀책 사유와 손해의 발생을 요건으로 하여 책임 있는 당사자의 손해배상의무(전보배상)를 명시하였음

- 제2항: 단순 변심 등으로 인해 일방적으로 계약을 해지하는 경우와 같이 상대방의 책임 있는 사유와 무관한 계약 해지의 경우 계약의 이행을 신뢰한 당사자의 정당한 이익을 침해하므로 위약금 지급 의무를 규정하였음. 다만 크리에이터와 회사의 경우를 구분하여 크리에이터의 경우는 계약금(선금금)과 함께 남은 계약 기간에 대하여 상대방의 평균 월 수익을 지급하는 것으로 손해배상의 예정 기준을 정하였음(회사에 대하여 계약금 등의 반환까지 요청하는 것은 부당하다는 업계의 의견을 반영함). 나아가 해지일을 손해배상금 전부를 지급 완료한 시점으로 하여 실제 손해배상 예정액의 지급 없이는 계약 해지가 불가능하다는 점을 분명히 하여 계약 상대방의 보호를 강화하였음

< 관련 사례 >

(부당하게 과중한 손해배상의 예정 기준)

- 임대차계약에서 임차물 사용의 대가는 계약 기간 중 임대차보증금에 대한 정기예금 이자분과 월 임대료를 합한 금액, 즉 임대료 총액이라 할 것이고 위약금은 임대료 총액의 10% 수준이 적정하다고 할 것임에도 임대차보증금의 10%를 임차인의 위약금으로 정한 조항(대법원 2009. 8. 20. 선고 2009다 20475 판결)
- 액화석유가스(LPG) 사용자가 가스공급 기간을 지키지 않은 경우에 가스공급자가 부담한 시설비의 2배에 해당하는 금액을 가스공급자에게 배상하여야 한다고 정한 LPG 공급 및 사용계약서의 손해배상액 예정 조항은 약관의 규제에 관한 법률 제8조의 '고객에 대하여 부당하게 과중한 손해배상 의무를 부담시키는 약관조항'에 해당하여 무효이다(대법원 2006. 11. 9. 선고 2006다 27000 판결)

제21조(계약종료 후 지식재산권 등의 처리) ① "회사" 또는 "크리에이터"는 본 계약에 의해 상대방으로부터 제공받은 소프트웨어, 프로그램, 저작물, 브랜드, 상표, 로고, 디자인, 초상, 성명 등에 대한 이용 권한은 다른 약정이 없는 경우 계약의 종료 시점에 소멸된다. 다만 계약 기간 중 유효하게 체결된 제3자와의 계약은 제3자와의 계약 기간이 종료되는 시점까지 유효하며, "회사"의 정산 의무도 존속한다.

② "회사"는 본 계약이 종료된 경우 즉시 채널을 "MCN"에서 연결 해제하여야 하고 "회사"가 이를 지체하는 경우 "크리에이터"는 직접 채널 운영자에게 액세스 권한 삭제를 요구할 수 있다.

③ "크리에이터"는 다른 약정이 없는 한 채널 내 콘텐츠 중 "회사"나 제3자에게 단독 저작권이 있는 콘텐츠를 채널에서 삭제하고 원본을 "회사"에게 양도한 뒤 사본을 삭제하여야 한다.

④ "회사"와 "크리에이터"에게 공동저작권이 있는 콘텐츠의 이용 및 수익 배분은 별도의 합의에 의하여 처리하되 합의가 이루어지지 않을 경우 저작권법의 규정에 따른다.

⑤ "크리에이터"의 초상, 성명, 콘텐츠 등을 활용하여 "회사" 또는 제3자의 기획과 비용으로 제작한 2차적 저작물 및 콘텐츠의 경우에는 다른 서면 합의가 없는 한 본 계약의 종료에도 불구하고 해당 2차적 저작물 및 콘텐츠로 인하여 "회사"에게 매출이 발생하는 동안 "크리에이터"에 대한 정산 의무가 존속한다.

⑥ "크리에이터"의 초상, 성명, 콘텐츠 등을 활용하여 "회사"의 기획과 비용으로 출원, 등록, 관리한 상표 또는 디자인권은 "크리에이터"가 "회사"에게 당시의 가치평가액을 대가로 지급하고 이전을 청구할 수 있으며, "회사"는 특별한 사정이 없는 한 상표권, 디자인권 등 권리이전에 적극 협조할 의무가 있다.

■ 취지

☐ 양 당사자의 계약 종료 후 지식재산권의 처리 규정

■ 해설

- 제1항: 일반원칙으로 더 이상 상대방의 지식재산권을 사용할 기본적 지위나 권리가 소멸한 경우 이용 권한이 없음을 명확히 하는 규정임, 다만, 계약 기간 중 유효하게 체결된 제3자와의 계약은 별도의 계약 관계이므로, 해당 계약에서 정한 기간까지는 계약의 구속력에 따라 계약에서 정한 내용을 준수해야 할 것이므로, 이 경우(제3자와 체결된 커머스, 라이선스, 머천다이징, 2차적 저작물 콘텐츠의 유통, 판매, 배급 등)는 제3자와의 계약 기간이 종료되는 시점까지 유효하다는 점과 함께 당연한 사항으로 이와 관련된 정산 의무도 존속한다는 점을 명시하여 불필요한 분쟁이 발생하지 않도록 명확히 함
- 제2항: 계약의 종료에 따른 회사의 연결 해제 의무와 이행 기한을 명시하고 이를 지체하는 경우 크리에이터가 직접 액세스 권한 삭제와 같이 필요한 조치를 적극적으로 요청할 수 있다는 점을 명시함. 이를 통하여 계약 종료 후 크리에이터의 자유로운 활동에 방해가 되지 않도록 배려한 것임
- 제3항: 회사에 대한 콘텐츠 반환 의무를 정한 것으로 크리에이터를 기준으로 회사나 제3자의 단독저작물 등의 콘텐츠는 해당 채널에서 삭제하고, 원본이 있는 경우 이를 "회사"에게 이전하고 사본을 삭제하는 등의 필요 조치를 이행할 의무를 명시함. 다만 홍보 등 목적을 위하여 별도 약정으로 해당 콘텐츠를 채널 내에 유지하게 할 수도 있는바, 이에 대하여는 별도의 금지 규정을 명시하지 않는 방법으로 당사자 쌍방이 필요에 따라 자유롭게 정할 수 있는 여지를 두었음
- 제4항: 회사와 크리에이터에게 공동저작권이 있는 경우에 대하여 정하고 있음. 계약 관계의 종료에도 불구하고 공동저작권의 경우는 어느 일방이 전속하여 보유할 수 없으며, 또한 공동저작권에 따른 수익이 지속적으로 발생할 경우에는 권리 보유 비율에 따라 수익배분이 이루어져야 함이 당연하므로, 이를 구체적으로 명시하였음. 이에 대한 기준은 별도로 당사자 사이에서 합의할 수 있으므로 이와 같은 내용을 포함하였으며, 합의가 이루어지지 않을 경우에는 저작권법의 원칙에 따르도록 하여 어느 일방에게만 불공정한 결과가 발생하지 않도록 조치하였음
- 제5항: 크리에이터의 초상, 성명, 콘텐츠를 기반으로 회사 또는 제3자의 기획과 비용으로 제작한 2차적 저작물 및 콘텐츠에 대한 권리의무 관계를 정한 것임, 별도의 합의를 통하여 달리 정할 수 있는 사안이므로, 이를 명시하되 크리에이터의 권익 보호를 위하여 서면 합의와 같이 명확한 방법에 의하여 합의하도록 유도하

였고, 크리에이터의 입장에서는 결국 수익에 대한 분배 기회가 박탈되지 않을 것이 주된 관심사이므로, 이 경우 이를 회사가 계속적으로 사용하여 매출이 발생하는 동안에는 여전히 관련 사용료에 대한 정산 의무가 유지된다는 점을 명시함, 매출과 수익이 지속적으로 발생하는 것이 계약당사자 쌍방에게 유리한 것이므로 이와 같은 기준에 따른 관계 설정이 최선이라고 할 것이지만, 별도로 합의하여 콘텐츠 사용을 중지하거나 구체적인 내용을 달리 정할 수 있음

- 제6항: 크리에이터의 초상, 성명, 상표, 디자인권 등을 활용하여 회사의 기획과 비용으로 출원, 등록, 관리한 상표 또는 디자인권은 원칙적으로 회사에게 권리가 있음이 당연하나, 크리에이터의 지식재산을 활용하여 이에 기반하여 발생한 권리에 대하여 계약 관계 종료 시 크리에이터가 이를 이전받을 수 있도록 정한 것임, 다만, 이 경우 회사의 지출 비용 등을 고려하여 적절한 대가의 지급이 필요한데, 이전 청구 시점을 기준으로 당시의 가치평가액을 기준으로 정하였음. 또한 이 경우 회사가 권리이전에 적극 협조해야 할 의무가 있음을 명시하여 회사가 악의적으로 권리이전을 지연하거나 방해하는 경우가 발생하지 않도록 조치하였음

< 관련 사례 >

공정거래위원회는 2021년 3개 다중채널네트워크 사업자의 불공정약관 시정을 통하여 크리에이터의 채널 상표, 로고, 프로필, 배경 디자인 등 채널을 나타내는 전반적인 요소를 사업자가 아무런 제한 없이 사용할 수 있도록 한 약관조항을 불공정약관으로 시정하도록 조치함

제22조(세금) ① "크리에이터"는 "회사"로부터 받은 수익에 대하여 대한민국 법령에 따른 납세의 의무가 있다.

② "회사"는 "크리에이터"에게 지급하는 수익에서 원천징수 후 이를 지급하여야 한다.

■ 취지

- ☐ 양 당사자의 세금납부 등 처리기준에 관한 규정임

■ 해설

- ☐ 세법상 납세의무와 관련된 기본적인 원칙을 확인하는 의미임, 당연한 내용을 별도로 명시한 이유는 사업자의 지위에서 발생한 자신의 소득에 대하여 지게 되는 납세의무를 분명하게 확인함으로써 계약당사자 쌍방의 세금 관련 분쟁을 예방하고자 하는 취지임, 이 경우 회사는 크리에이터에게 지급하는 수익에 대하여 원천징수가 필요한 경우 이를 공제한 잔액을 지급하게 되는데, 회사의 원천징수 권한 및 처리기준에 대하여 사전에 안내하는 의미도 있음

제23조(분쟁의 해결) ① "회사"와 "크리에이터"는 분쟁이 발생할 경우 상호 신의에 기초하여 합리적으로 해결하도록 노력하여야 한다.

② 전항에 따라 분쟁이 해결되지 않을 경우 “회사”와 “크리에이터”는 「콘텐츠산업진흥법」에 따른 콘텐츠분쟁조정위원회, 「저작권법」에 따른 한국저작권위원회 또는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 따른 한국공정거래조정원 등에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

③ 제2항에 따라 분쟁이 해결되지 않을 경우 쌍방의 합의로 「중재법」상 대한상사중재원의 중재신청을 통해 해결하되, 일방이 합의에 의한 중재 신청을 거부할 경우 민사소송법 상 관할에 따른 소송으로 해결한다.

■ 취지

- ☐ 법원을 통한 소송절차 외에 이용 가능한 대체적 분쟁 해결 수단을 안내한 것임. 나아가 분쟁이 해결되지 않을 경우의 관할합의 내용을 담고 있음

■ 해설

- 분쟁 발생 시 소송 외의 다른 대체적 분쟁 해결 수단(ADR; Alternative Dispute Resolution)을 안내하고자 함
- 제1항: 신의성실의 원칙에 기초한 분쟁 해결 노력 의무를 명시하여 분쟁 발생 시 일방의 불성실한 태도가 나타나지 않도록 하였음
- 제2항: 계약 당사자 쌍방(특히 크리에이터)이 이용 가능한 다양한 분쟁조정 절차를 명시하여, 해당 절차와 기관에 대한 안내와 정보제공을 기하고자 하였음. 각 개별 기관에 대한 정보는 개별 기관 명칭을 계약서 본문에 정확히 기재하였으므로, 필요에 따라 인터넷 검색 등을 통하여 절차와 관련된 안내 사항을 확인할 수 있을 것임(각 기관의 홈페이지에서는 분쟁조정 절차와 관련된 상세한 내용을 안내하고 있음). 이 경우 분쟁조정이 성립하지 않을 경우의 효력에 대하여는 따로 명시하지 않았는바, 절차 진행의 실효성을 불필요하게 약화할 필요는 없다는 고려에 의한 것임
- 제3항: 쌍방의 합의에 따른 중재절차 진행(중재법에 따라 대한상사중재원의 중재 절차를 진행할 수 있다는 점을 명시함)을 안내하고 있음. 다만, 중재절차는 신속한 진행(단심제) 등의 장점이 있으나, 당사자의 소송제기 권한을 불필요하게 제한할 수도 있다는 단점을 함께 가지고 있으므로(중재법 제8조에서 중재합의의 존재 사실은 소 각하 사유로 규정하고 있음), 일방이 합의에 의한 중재 신청을 거부할 경우에는 원칙으로 돌아가 민사소송법에서 정하는 관할에 따라 자유롭게 소송을 제기할 수 있다는 점을 명시함
- 관할이란 재판권을 행사하는 여러 법원 사이에서 재판권의 분장 관계를 정해 놓은 것을 말함, 소송 관할 제도는 법원 간에 재판사무의 공평한 분배를 참작하는 외에 주로 당사자의 편의를 고려하여 정하여진 것임. 당사자 간의 개별적이고 명백한 합의에 의하여 법정 관할법원과 다른 법원을 관할법원으로 정할 수 있으나(합의관할), 약관으로 고객에게 불리한 관할합의 조항을 정하는 것은 사업자에게만 유리하고 고객에게는 소 제기 또는 응소에 큰 불편을 초래하여 소송을 포기하게 하는 결과를 초래할 수도 있으므로 불공정약관으로 무효에 해당할 수 있음

< 관련 사례 >

공정거래위원회는 2021년 3개 다중채널네트워크 사업자의 불공정약관 시정을 통하여 모든 분쟁에 대한 재판 관할을 사업자 소재지를 관할하는 서울중앙지방법원으로 정하고 있는 약관 내용에 대하여 “관할 법원은 민사소송법상 관할 법원으로 한다.”는 내용으로 시정하도록 조치한 바 있음(공정거래위원회가 정한 약관심사지침에서도 계약과 관련된 소송의 관할법원을 사업자의 소재지 법원 또는 사업자가 지정한 법원으로 정하는 조항이 약관규제법 제14를 위반할 수 있다는 점을 명시하고 있음)

(공정거래위원회 약관심사지침)

(1) 재판 관할 합의의 위법성 심사기준

(가) 관할이란 재판권을 행사하는 여러 법원 사이에서 재판권의 분장관계를 정해놓은 것을 말한다. 이러한 관할제도는 법원 간에 재판사무의 공평한 분배를 참작하는 외에 주로 당사자의 편의를 고려하여 정하여진 것이다.

(나) ‘부당’한지의 여부는 당해 약관을 설정한 의도 및 목적, 당해 업종에서의 통상적인 거래 관행, 관계 법령, 거래 대상 상품 또는 용역의 특성, 고객에게 불리한 정도 등을 종합적으로 고려하여 판단한다.

(다) 당사자 간의 개별적이고 명백한 합의에 의하여 법정 관할법원과 다른 법원을 관할법원으로 정할 수 있으나 약관으로 고객에게 불리한 관할합의 조항을 정하는 것은 사업자에게만 유리하고 고객에게는 소 제기 또는 응소에 큰 불편을 초래하여 소송을 포기하게 하는 결과를 초래할 수도 있으므로 무효이다.

(2) 법 위반에 해당될 수 있는 조항 예시

(가) 계약과 관련된 소송의 관할법원을 사업자의 소재지 법원 또는 사업자가 지정한 법원(예 : ○○지방법원)으로 정하는 조항

(나) 외국사업자가 국내에서 영업행위를 하면서 계약과 관련된 모든 분쟁에 대한 관할법원을 외국사업자의 본사 소재지 법원으로 정하는 조항