



메타버스상 저작권의 이용과 권리 보호 - 일본의 최근 논의를 중심으로 -

고철웅 | 한남대학교 사회과학대학 법학부 조교수



1. 들어가며	2. 메타버스상 규율 형성의 특징 및 방향	3. 메타버스상 이벤트 관련 저작물의 라이선스 이용	4. 메타버스상 상품 디자인 관련 권리보호	5. 메타버스상 현실환경 외관 재현 관련 문제	6. 나오며
---------	-------------------------------	------------------------------------	-------------------------------	---------------------------------	--------

1. 들어가며

포켓몬 GO, 마인크래프트(Minecraft), 로블록스(Roblox), 제페토(Zepeto) 등 가상현실과 증강현실 기술을 바탕으로 한 게임 및 각종 메타버스(Metaverse) 콘텐츠가 우리의 일상생활에 더욱 밀접하게 다가오고 있다. 코로나19 확산이 진정된 이후에도 비대면 줌(Zoom) 회의가 이미 일상이 되는 등 사람들은 메타버스 플랫폼을 자주 이용하고 있다. 메타버스에서 사람들의 활동이 늘어나고 있는 만큼 성명, 초상, 음성 등 타인의 인격표지

및 상품의 무단이용 관련하여 상표권, 저작권, 부정경쟁방지에 관한 법적 문제가 이미 등장하고 있다.¹⁾ 앞으로도 가상공간에서 인간의 활동은 더욱 확산될 것으로 보이기에 메타버스상 지식재산에 관한 법적 문제가 더욱 자주 발생할 것이다.

일본에서도 이러한 문제의식을 가지고, 메타버스의 발전에 수반하는 가상 공간상의 콘텐츠 창작·이용 등을 둘러싼 새로운 법적 과제에 대응하기 위해 민간 관계자, 전문가, 정부 관계자로 구성된 회의(官民連携会議)에서 관련 논점을 정리하고, 규율을 어떻게 정비할 것인지 검토하였다. 그 결과물로 2023년 5월 23일, 「메타버스 상의 콘텐츠 등을 둘러싼 새로운 법적과제 등에 관한 논점정리(メタバース上のコンテンツ等をめぐる新たな法的課題等に関する論点の整理)」 보고서를 발표하였다.²⁾ 이 보고서에서는 현실 세계와 가상공간을 교차하는 지식재산 이용 등, 아바타의 초상 등에 관한 취급, 가상 객체나 아바타에 대한 행위 및 아바타 간의 행위를 둘러싼 규칙 형성·규제 조치, 국제재판관할 및 준거법에 관해 검토하였다.

아래에서는 위 보고서를 중심으로 메타버스상 규율 형성의 특징 및 방향에 관한 총론적인 내용을 살펴본 다음, 메타버스상 이벤트 관련 저작물의 라이선스 이용, 상품 디자인 관련 권리 보호 및 현실환경 외관재현 관련 문제에 관한 구체적인 내용에 초점을 맞추어 소개하고자 한다.

2. 메타버스상 규율 형성의 특징 및 방향³⁾

1) 특징

메타버스는 현실 세계의 제약을 넘어 자기실현을 도모하는 공간으로 발전하도록 하는 관점이 중요하다. 따라서 꼭 법 규정에 의한 대응만이 유효한 것은 아니고 문제를 발생시키지 않는 환경 설계나 설정, 피해방지 기능 등 기술적인 측면에서의 대응도 함께 검토되어야 한다. 대응 형태로는 이용규약 등에 의한 대응, 기술적인 대응, 민형사상 절차에 의한 대응, 행위규제 등에 의한 대응으로 나눌 수 있다.

2) 연성법(soft law)과 경성법(hard law)

기존 법령을 메타버스에 어떻게 적용할 것인지는 불명확한 부분이나, 기존 법령이 메타버스의 실태에 맞지 않는다면, 기존 법령은 메타버스에 적용되지 않아 규율이 부재한 상황이라는 문제 등이 발생하고 있어 규율의 보완 및 새로운 규율 형성이 필요하다. 법적

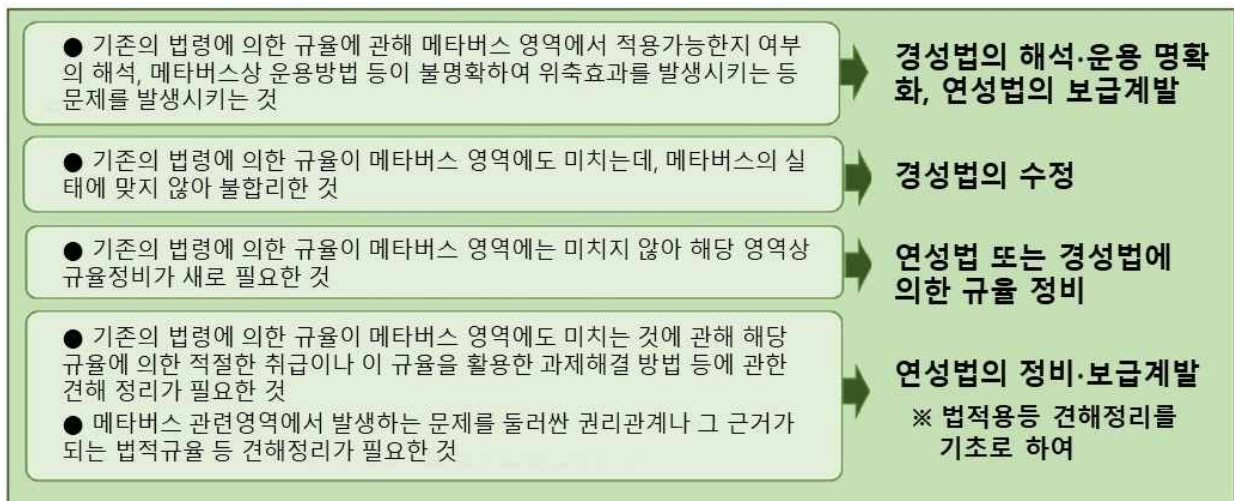
1) 전우정, “메타버스 속에서의 상표 및 저작권 보호”, 정보법학 제26권 제3호, 2022, 105면 이하.

2) 보고서는 https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/metaverse/pdf/ronten_seiri.pdf 에서 열람할 수 있다(최종 방문 2023.7.20.).

3) 위 보고서 5-8면을 참조하였다.

규율은 가이드라인 등을 중심으로 한 연성법(soft law)과 법령 등을 중심으로 한 경성법(hard law)이 있다. 일반적으로 경성법은 연성법과 비교해 보다 강력한 강제력을 가지나 개정 등을 하려면 상당한 절차가 필요하기 때문에 유연한 대응이 어렵다. 반면 연성법은 경성법보다 강제력은 약하나 유연한 대응을 하기 쉽다. 구체적으로는 과제의 성질이나 종류에 따라서 연성법 혹은 경성법으로 대응할 것인지 판단해야 한다. 메타버스의 특성을 생각하여 연성법과 경성법을 잘 조합하여 규율을 형성해야 한다.

〈표1〉 새로운 법적과제 유형 및 대응⁴⁾



3) 메타버스의 특성에 맞춘 규율 형성

메타버스 세계와 관련 기술은 현재도 급속도로 발전하고 있기 때문에 법규제를 중심으로 한 종래형 거버넌스로는 혁신의 속도를 따라가기 어려운 측면이 있다. 리스크 경감을 위해 이용 가능한 기술적 수단도 발전 도상에 있는 점을 생각하면, 규율을 형성할 때에도 얼마만큼 민첩하게 접근할 수 있는지 그 방법이 중요하다. 그 과정에서 정부, 사업자, 사용자 간에 상호대화 및 사용자가 얼마만큼 적극적으로 관여할 수 있는지 그 환경을 만드는 것이 특히 중요하다.

메타버스의 앞으로의 발전 방향으로써 복수의 플랫폼을 상호운영하는 오픈 메타버스를 실현하려는 시도도 진행 중이다. 상호운용을 위해서는 기술을 표준화할 필요가 있을 뿐 아니라 규율의 표준화, 공유해야 할 규범을 보다 명확히 하는 것이 과제이다. 단수 플랫폼을 넘어 발생할 수 있는 문제로서 예를 들어 플랫폼을 넘어 디지털 자산을 가지고 가는 경우에 사용자 보호, 복수의 플랫폼에서 악질적인 행위를 반복하는 자에 대한 대응, 플랫폼을 넘어 아바타가 이동할 때 개인정보의 취급 문제 등이 있다.

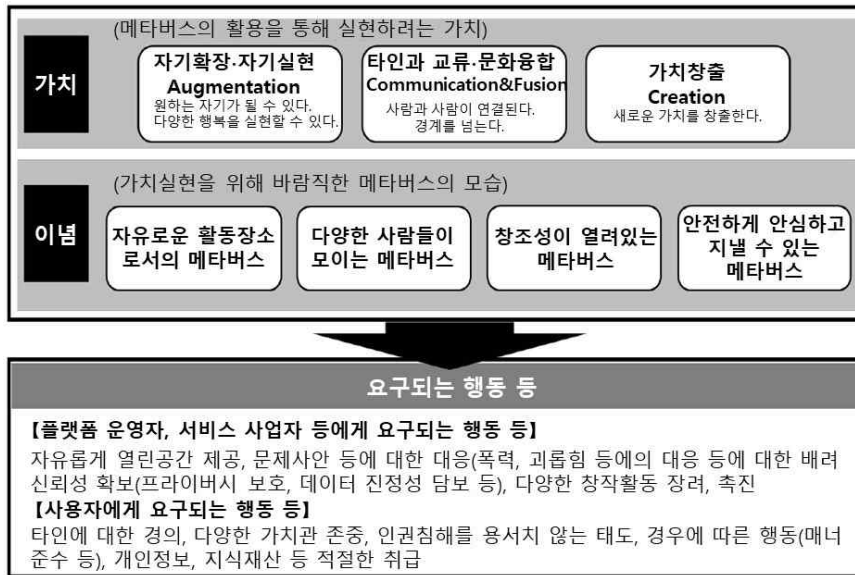
메타버스 환경에서는 국경이 없기 때문에 국경을 넘는 연성법(플랫폼 운영자의 이용규

4) 위 보고서 6면 참조.

약 등)의 역할이 중요하다. 국경을 넘은 사용자 간 법적 분쟁에 대해서는 국제재판관할, 준거법 및 집행(enforcement)이 과제이다.

최근에는 메타버스 상호운용성을 실현하기 위한 국제적인 포럼 조직에 많은 기업이나 단체가 참가하는 등 민간주도적인 국제규율 형성 움직임이 있다.

〈표2〉 메타버스 활용으로 실현되는 가치 및 목표로 해야 할 이념⁵⁾



3. 메타버스상 이벤트 관련 저작물의 라이선스 이용⁶⁾

1) 문제의 소재

메타버스에서 각종 이벤트를 여는 활동을 할 때 음악, 영상, 사진, 캐릭터 등의 타인의 저작물을 이용하는 경우가 종종 있다. 이러한 활동을 할 경우에는 상용콘텐츠를 포함한 타인의 저작물 이용 및 메타버스에서 창작된 가상물건의 이용에 관해 적절하게 권리처리가 이루어져야 한다. 가상물건의 경우에는 지식재산권의 보호 대상이 되는지 여부를 떠나 메타버스상 사용되는 아이템으로서 매매가 이루어지고 있고, 사용자 제작콘텐츠(User Generated Contents, UGC)를 통한 창작 활동이 이미 매우 활발하게 이루어지고 있다. 크리에이터가 된 메타버스 사용자 중에는 창작한 저작물을 다른 사용자와 자유롭게 이용하면서 2차 창작을 즐기는 사용자도 있고, 자신의 저작물에 대한 권리를 통해 이득을 창출하는 사용자도 있다. 이러한 실태나 가상물건의 보유자 및 소유자가 가지는 권리를 포함하여, 사용자 보호 등의 관점에서 적절하게 대응해야 할 필요가 있다.

5) 위 보고서 4면 참조.

6) 위 보고서 20-22면 참조.

2) 현행법상 대응 방안

메타버스에서 사용자가 타인의 저작물을 이용할 경우에는 원칙적으로 권리자로부터 라이선스(허락)를 받아야 한다. 저작권등 관리사업자에게 관리위탁된 저작물의 경우에는 이용 구분(저작물의 종류 및 이용방법)에 따라 해당하는 사용료 규정에 의거하여 사용료를 지불하면 되고, 관리위탁되지 않은 저작물의 경우에는 권리자와 개별적으로 교섭하여 허락을 받으면 된다.

현실 세계에서는 영리를 목적으로 하지 않는 공적 연주의 경우에는 저작권자의 허락 없이도 할 수 있는데, 메타버스에서 동일한 행위를 할 경우에는 공중송신(公衆送信)에 해당하기 때문에 저작권자의 허락을 받아야 한다는 점은 주의가 필요하다.

콘텐츠 이용에 관한 기존의 일반적 라이선스 조항(사용료 산정방법 및 그 기준 등)은 꼭 메타버스를 상정하여 산정된 것은 아니기 때문에, 타인의 저작물 사용자가 사용료에 관한 조건을 받아들이기가 어려운 경우가 적지 않다는 것이 문제점으로 지적되고 있다.⁷⁾

플랫폼 운영자는 일반적으로 이용규약 중에 사용자가 제3자의 권리를 침해하는 콘텐츠를 이용하지 않도록 표명보증(表明保證) 등을 약관에 넣어 두었기 때문에, 이로 인해 플랫폼의 책임을 한정적으로 하고, 권리침해가 발생한 경우에는 소정의 제재조치를 취할 수 있다. 특정전기통신서비스제공자(特定電気通信役務提供者)인 플랫폼 운영자는 플랫폼 내에서 사용자 제작콘텐츠(UGC)가 타인의 저작권을 부당하게 침해하고 있다고 믿기에 충분한 타당한 이유가 있을 때에는 자주적으로 해당 콘텐츠의 삭제 등 필요한 범위 내에서 침해정보의 송신방지조치를 취해야 하고, 이로 인해 정보발신자가 손해를 입었다고 하더라도 면책된다.⁸⁾ 프라이버시 침해나 명예훼손 및 저작권 침해를 이유로 법원에 송신방지조치를 명하는 가처분 조치를 구할 수도 있을 것이다. 이 법리는 메타버스상에서도 동일하게 적용될 수 있으며, 플랫폼 운영자에게 일정한 권한과 의무를 부과하여 메타버스 내에서 준법환경을 조성하는 것에 크게 기여하고 있다.

3) 앞으로의 대응 방향

현실 세계에서 타인의 저작물을 이용하는 경우와 메타버스에서 타인의 저작물을 이용하는 경우와는 차이가 있는 것을 사용자들에게 제대로 정보 제공할 필요가 있다. 사용자와 권리자 간에 개별적으로 라이선스 계약을 체결하는 것도 하나의 방법이지만, 이 문제는

7) 메타버스에서 사용료를 산정하려면, 광대한 메타버스 공간에 접속한 사용자 전원이 저작물을 수신가능한 상태이기 때문에 이에 의거하여 사용료가 산정된다. 그러나 실제로 해당 저작물을 시청하는 것은 특정 지역에 있는 사용자나 특정한 세계에 접속한 사용자만 해당되고, 그 숫자는 모든 접속자 숫자보다는 적다. 따라서 모든 접속자 숫자 기준으로 사용료가 산정되면 고액이 될 가능성이 높기 때문에, 저작물 사용료를 부담하고 사용하기보다는 사용 자체를 포기하게 되는 경우가 많아진다.

8) 특정전기통신서비스제공자의 손해배상책임의 제한 및 발신자정보의 공개에 관한 법률(特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律) 제3조 제2항 제1호.

플랫폼 자체로서 대응하는 것이 더욱 효율적인 측면이 있다. 즉, 메타버스 플랫폼 운영자가 저작권등 권리사업자와 포괄허락계약(包括許諾契約)을 체결하여 개별 사용자가 허락을 받지 않아도 사용할 수 있게 하는 등 권리처리를 원활히 하는 방안도 생각해 볼 수 있다. 포괄허락계약을 하는 경우에 플랫폼 운영자는 플랫폼에서 이용되는 악곡의 종류나 이용량을 정밀하게 파악하여 저작권등 권리사업자에게 정기적으로 보고하도록 한다.

플랫폼 운영자는 제3자로 하여금 권리를 침해하는 콘텐츠를 사용하지 못하도록 하고, 위반자에 대한 벌칙을 약관에 규정하는 방법도 고려해야 한다.

일본 정부는 권리자가 누구인지 잘 모르거나 연락이 되지 않아 동의를 얻기 어려운 저작물의 2차적인 이용 관련하여, 이용희망자가 문화청장관으로부터 지정을 받은 민간기관에 보상금을 지불하면 이용가능하도록 개정안을 만들었고, 2023년 국회에서 저작권법 일부 개정안이 통과되었다. 메타버스 상에서도 개정법이 적용된다면 권리자의 권리보호를 도모하면서도 저작물의 2차적인 이용을 더욱 활발히 할 수 있을 것이다.

4. 메타버스상 상품 디자인 관련 권리 보호⁹⁾

1) 문제의 소재

여러 기업들이 메타버스에서 가상 점포를 오픈하여 현실에서와 같이 물건을 거래하는 등 동일하게 비즈니스를 전개하고 있다. 실제로 존재하는 상품 디자인을 메타버스에서 모방하여 무단으로 상품을 만들어 판매하는 경우,¹⁰⁾ 현실 세계에서와 같은 방법으로 보호받을 수 있을 것인지 문제가 된다. 또한, 현실 세계와 가상공간 쌍방에서 3D로 만든 디자인으로 물건을 판매하는 사업을 한 경우, 이러한 상품 디자인을 어떻게 보호할 것인지 검토가 필요하다.

2) 현행법상 보호 방안

현행 일본 저작권법상 저작권에 의한 보호는 「저작물」에 해당한다면 현실 세계든 가상 세계든 구별 없이 보호된다. 다만, 판례상 실용품(응용미술) 디자인의 경우에는 저작물로서 인정받기는 쉽지 않다. 왜냐하면 실용품 디자인은 실제적인 용도로서 기능해야 하는 제약이 있어 필연적으로 표현의 폭이 좁아질 수밖에 없기 때문에, 창작적 표현으로서 저작물성을 인정받기 어려운 측면이 있다. 다만, 실용품이라고 하더라도, '실용적인 기능과 분리하여 파악할 수 있는 미적 감상의 대상이 되는 미적 특성을 구비하고 있다고 인정'받을

9) 위 보고서 9-19면 참조.

10) 미국에서는 프랑스 명품 브랜드 에르메스(Hermès)가 자사의 버킨백을 디지털 상에서 모방한 메타버킨스(MetaBirkin)를 NFT로 만들어 판매한 메이슨 로스차일드(Mason Rothschild)를 상대로 상표권 침해 등을 이유로 제소하였고, 2023.2.8. 뉴욕 맨해튼 연방 법원은 로스차일드에게 1,330만 달러(약 1억 6,800만원)의 손해배상금을 지급하라고 판결하였다. http://m.apparelnews.co.kr/news/news_view/?idx=203800 (최종방문 2023.7.20.)

수 있다면, 미술저작물로서 보호받을 수 있다.¹¹⁾ 또한 ‘응용미술 중 미술공예품 이외의 것이라도, 실용 목적을 달성하기 위해 필요한 기능에 관한 구성과 분리하여, 미적 감상의 대상이 될 수 있는 미적 특성인 창작적 표현을 구비하고 있는 부분을 파악할 수 있는 것에 관해서는 해당 부분을 포함한 작품 전체가 미술저작물로서 보호될 수 있다’.¹²⁾ 따라서 저작권성이 없는 상품 디자인을 메타버스상에서 모방하였다고 하더라도 저작권 침해에는 해당되지 않을 가능성이 높다.

일반적으로 실용품 디자인은 디자인법(意匠法)에 의해 보호받고 있다. 디자인 등록을 한 자는 동일 또는 유사한 ‘디자인(意匠)의 실시(実施)’를 할 권리를 전유(專有)하고, 해당 디자인에 관한 물품을 제3자가 무단으로 제조, 사용, 양도 또는 대여하는 행위를 업으로 할 경우에는 등록권자의 디자인권(意匠權) 침해에 해당한다. 그러나, 물품과 물품 형태를 모방한 가상 물건(3D 데이터)은 기능이나 용도가 다르기 때문에, 유체물인 물품의 디자인을 가상공간에서 이용하더라도 유사 디자인의 실시에 해당하지 않을 가능성이 크다. 따라서 실제 상품 디자인을 모방한 가상 물건이 무단으로 판매되었다고 하더라도 디자인권이 침해된다고 보지 못할 가능성이 크다.

한편, 일본 디자인법(意匠法)은 ‘물품의 형상 등’과 함께 ‘화상 디자인(画像意匠)’도 보호하고 있다. 여기서 말하는 화상이란, 기기조작 용도로 사용되는 조작화상(操作画像)과 기기가 기능을 발휘한 결과로써 표시되는 표시화상(表示画像)만을 가리키고,¹³⁾ 영상의 내용 자체가 표현의 중심인 화상(콘텐츠)은 디자인으로서 보호받지 못한다. 따라서 메타버스상 가상 아이템 디자인은 화상 디자인으로서 인정되지 않는다.

타인의 상품을 무단으로 모방한 상품을 양도한 경우에는 부정경쟁방지법상 부정경쟁에 해당한다면, 금지청구, 손해배상 및 형사처벌까지 받을 수 있다. 법률 규정은 유체물을 전제로 한 것인데, 무체물이 포함될 수 있는지 여부에 대해서는 근래의 판례의 경향이 무체물도 포함된다고 보는 판례가 있고, 메타버스상 판매되는 상품의 경우에도 부정경쟁방지법상 보호될 수 있는지 여부에 대해 현재 다른 위원회에서 심의 중에 있다.¹⁴⁾

한편, 만화, 영화, 게임 등 가상 세계에서 실용품으로 먼저 창작된 콘텐츠가 나중에 현실 세계 상의 저작물로 인정될 수 있는지 여부가 논의되고 있다. 예를 들어 메타버스상 아바타가 입고 있는 옷 디자인이 그 뒤에 현실 세계상 상품 디자인으로 이용되는 경우 저작권에 의한 보호 대상이 되는지에 대한 문제이다. 종전 하급심에서는 티셔츠에 모양으로서 넣을 목적으로 제작된 원화(原画)가 응용미술에 해당한다고 본 사례,¹⁵⁾ 미술 저작물로

11) 知財高判2021年(令和3)6月29日令和3年(ネ)第10024号.

12) 知財高判2021年(令和3)12月8日令和3年(ネ)第10044号.

13) 일본 意匠法 제2조 제1항.

14) 2022.12.13.에 개최된 제21회 부정경쟁방지소위원회에서는 "상품"에 무체물이 포함되는 것을 해석상 명확히 하고, 부정경쟁방지법을 개정하여 메타버스상에 모방상품을 "전기통신회선을 통해 제공"하는 행위도 규율하는 방향으로 보고서(안)를 심의하였다고 한다.

작성된 일러스트가 그 뒤에 티셔츠에 사용되었다고 하더라도 응용미술에 해당하지 않고 저작물성이 부인되지 않는다고 본 사례¹⁶⁾가 있다. 학설은 당초 제작 목적이 실용품 디자인으로서 사용되었는지 여부에 따라 응용미술에 해당하는지를 판단해야 한다는 견해가 있다.¹⁷⁾

3) 앞으로의 대응 방향

현실 세계 디자인의 메타버스상 모방 및 현실 세계와 메타버스를 넘나드는 실용품 디자인의 활용, 무단 사용에 관하여 법제도의 관점, 권리자 및 사용자의 관점, 제도 운영상의 관점에서 각자 다른 대응이 필요하다.

법제도적으로는 부정경쟁방지법을 개정하여 상품 디자인을 메타버스상에서 모방하지 못하도록 방지해야 할 필요가 있다. 디자인법상의 대응 방향은 중장기적인 과제로 신중하게 대응해야 한다.

권리자 및 사용자의 관점에서 보면, 법률상 보호 범위와 그 한계 등에 대해서 가이드라인 등을 통해 정보제공을 하고, 사용자 등이 잘 알 수 있도록 환경을 조성해야 한다. 메타버킨즈와 같은 메타버스상 상표의 무단 사용에 관해서는 현실 세계와 메타버스상에서 상품을 거래할 때에 일률적으로 금지하는 것이 아닌 제도 운영적인 측면에서 적절하게 대응할 수 있도록 하는 것도 중요하다.

5. 메타버스상 현실환경 외관재현 관련 문제

메타버스상의 가상공간을 완전히 새로운 환경으로 만드는 것도 가능하지만, 이용자가 보다 친근감을 느낄 수 있도록 현실환경의 외관을 재현할 수도 있다. 이 경우, 디지털트윈을 만들거나 현실환경을 3D로 스캔하여 가상공간을 만들게 되는데, 현실환경에서 권리를 가진 자에 대한 침해 등이 문제가 될 수 있다.¹⁸⁾

현실환경에서 외관을 메타버스로 가져올 경우 필연적으로 여러 디자인 등을 가져오게 된다. 이 경우, “미술 저작물로서 그 원작품이 …… 야외의 장소¹⁹⁾에 상시적으로 설치되어 있는 것 또는 건축저작물은” 일정한 경우를 제외하고 저작자의 동의없이도 이용가능하다(일본 저작권법 제46조). 판례상 건축물이나 실용품(응용미술)의 디자인에 관해서는 저

15) 東京地判1981年(昭和56)4月20日判時1007号91頁.

16) 大阪地判2019年(平成31)4月18日(平28(ワ)8522).

17) 関真也, "メタバースと著作権法 第2回 メタバース上のオブジェクト及びアバターへの保護", コピライト 738号, 2022, 25頁.

18) 자세한, 구태언, 최현윤, "메타버스 환경에서 제기되는 국외 저작권 관련 이슈 및 입법례-디지털트윈과 공간정보를 중심으로-①일본", 글로벌 이슈 리포트, 해외 저작권 보호 동향, 2022.1.28. 참조.

19) "야외의 장소"의 해석론 관련하여, "불특정다수가 보려고 하면 자유롭게 볼 수 있는 널리 개방된 장소"를 가리킨다(東京地判2001年(平成13)7月25日判時1758号137頁). 예를 들어, 미술관의 정원, 쇼윈도우의 안공간, 역이나 공항의 중앙홀(concourse), 지하철 역안, 터널안, 지하도, 철도 및 고속도로 일부가 "야외의 장소"에 해당하는지 여부는 다툼이 있다.

작권성이 인정되지 않는 경향이 있으나,²⁰⁾ 언어저작물(포스터에 쓰여진 시 등) 및 사진 저작물(간판에 인쇄된 사진 등)은 저작자의 동의를 받아야 한다.

메인이 되는 피사체에 부수적으로 찍힌 저작물(이른바, 부수대상저작물)의 경우에는 그 이용이 경미하거나²¹⁾ 정당한 범위 내에서 저작권자의 권리를 부당하게 침해하지 않는 한, 허락없이 사용할 수 있다(일본 저작권법 제30조의2). 메타버스 공간에서 아바타가 이동하거나 아바타가 접근했을 때 화면이 확대되는 경우에 비치는 저작물 및 영상이 부수대상저작물인지 여부가 논란이 될 수 있다. 이에 관하여 영상의 경우에는 화면에 저작물이 크게 확대되어 비추어지는 경우라도 보이는 시간이 짧은 경우에는 "경미하다"고 평가될 것이라는 견해가 있다.²²⁾

현실공간의 디자인을 인터넷상에서 공개하는 행위는 저작물의 이용(복제, 공중송신 등)에 해당한다. 원칙적으로 이러한 저작물을 이용할 때에는 저작권자의 허락을 받아야 하지만, 인터넷상에서의 이용원활화 역시 중요하기 때문에 권리자가 권리를 제한받는 경우도 있다.

메타버스 내에서 저작물을 재현할 경우 저작인격권 중 동일성유지권(同一性保持權) 침해가 문제가 될 수 있는데, 단순한 CG 작성에 따른 변경에 관해서는 불가피한 개변해당성(改変該当性)에 해당할 것이다(저작권법 제20조 제2항 제4호). 또한 현실세계상 저작자의 성명이 표시되어 있지 않은 경우에는 저작권법 제19조 제2항에 의해 성명표시권(氏名表示權) 침해는 인정되지 않을 것이다.²³⁾

6. 나오며

본문에서는 최근 일본에서 민관협동으로 발간한 「메타버스 상의 콘텐츠 등을 둘러싼 새로운 법적과제 등에 관한 논점정리」 보고서를 중심으로, 메타버스상 규율 형성의 특징 및 방향에 관한 총론적인 내용을 정리한 다음, 메타버스상 이벤트 관련 저작물의 라이선스 이용 문제, 상품 디자인 관련 권리 보호 및 현실환경 외관재현 관련 문제에 관한 내용을 살펴보았다.

우리나라에서는 G마켓, 옥션, 인터파크 등과 같은 오픈마켓(Open Market) 플랫폼 운

20) 우리나라의 경우에도 저작권법 제35조 제2항에서 "파노라마의 자유"를 규정하고 있다. 최근 대법원 2020.3.26. 선고 2016다276467 판결(골프존 판결)에서 스크린골프 업체 골프존이 현실 골프장을 무단 촬영한 후 시뮬레이션 시스템용 3D 골프코스 영상을 제작, 사용한 행위를 부정경쟁행위 등에 해당한다고 보아 부정경쟁방지법 위반으로 보았다.

21) 경미성은 "(작성 전달물 중) 해당 저작물이 점유하는 비율, 해당 작성 전달물 상 해당 저작물의 재현(再製)의 정밀도(精度) 그 외 요소"를 고려하여 판단된다. 메타버스에서는 일반적으로 가상공간에서 재현된 거리 전체가 작성 전달물로 해석할 수 있고, 그 중에 현존하는 상황과 바뀌지 않는 양태로서 개별 저작물이 재현되어 있는 한, 거리 전체의 일부에 지나지 않는다고 볼 수 있어 경미하다고 평가할 수 있다(上野達弘, "メタバースをめぐる知的財産法上の課題", Nextcom52号, 2022, 6-7頁; 蘆立順美, "現実世界をメタバース内に再現する際の諸課題", 法学教室 515号, 2023, 12頁).

22) 加戸守行, 著作権法逐条解説(七訂新版), 著作権情報センター, 2021, 270-271頁.

23) 蘆立, 위의 논문, 13면.

영자의 상표권 침해 게시물에 대한 불법행위책임 법리 관련 대법원 결정이 있었다.²⁴⁾ 원칙적으로 오픈마켓은 중개인으로서 소비자에게 법적 책임을 부담하지 않지만, 예외적으로 부작위에 의한 방조자로서 공동불법행위책임을 지는 경우가 있다고 판시하였다.²⁵⁾ 이 법리는 메타버스 속에서 디지털 가상상품에 대한 정보가 게시되고 전자거래 시스템을 통하여 판매자와 구매자 사이에 디지털 가상상품에 대한 거래가 이루어진다면, 플랫폼 운영자에게도 동일하게 적용될 수 있다.²⁶⁾

또한 대법원은 BTS 화보의 무단 제작 및 판매 행위가 타인의 성과 등을 공정한 상거래 관행이나 경쟁 질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위라고 보았다.²⁷⁾ 이로 인해 부정경쟁방지법 제2조 제1호 타목에 부정경쟁행위의 한 유형으로서 ‘국내에 널리 인식되고 경제적 가치가 있는 타인의 성명, 초상, 음성, 서명 등 그 타인을 식별할 수 있는 표지를 공정한 상거래 관행이나 경쟁 질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위’를 신설했고, 일반법인 민법 차원에서도 인격표지영리권 신설을 위한 법률 개정안을 마련하여 국회에 입법안을 제출했다.²⁸⁾ 현행법상 판례의 해석론으로도 대응 가능하나, 법 개정을 통해 메타버스상 타인의 인격표지 등의 무단 침해의 경우에 법적으로 대응할 수 있는 보다 명시적인 근거가 마련된다는 측면에서 바람직한 방향으로 사료된다.

위와 같이 판례를 중심으로 현재 우리나라에서도 메타버스상에서 적용 가능한 법규율에 관계된 법리가 실시되고 있으며, 관련 법규도 정비되는 등 발전을 거듭하고 있다. 이러한 경성법적 대응도 중요하지만, 메타버스상 지식재산의 이용과 권리보호를 보다 세밀화하기 위해서는 법 개정과 동시에 혹은 병행하여, 업계의 자체적인 규율 및 가이드라인 등 연성법에 의한 대응도 이루어질 필요가 있으며, 메타버스 플랫폼의 기술적인 대응도 함께 가야 한다. 다양한 측면에서 대응이 적절하게 이루어질 때 권리자, 플랫폼 운영자, 사용자가 함께 바람직한 메타버스 생태계를 형성해 나갈 수 있을 것이다.

24) 대법원 2012. 12. 4.자 2010마817 결정. “이른바 오픈마켓(Open Market)에서는, 운영자가 제공한 인터넷 게시공간에 타인의 상표권을 침해하는 상품판매정보가 게시되고 그 전자거래 시스템을 통하여 판매자와 구매자 사이에 이러한 상품에 대한 거래가 이루어진다 하더라도, 그러한 사정만으로 곧바로 운영자에게 상표권 침해 게시물에 대한 불법행위책임을 지울 수는 없다”라고 판시했다.

25) “① 오픈마켓 운영자가 제공하는 인터넷 게시공간에 게시된 상표권 침해 게시물의 불법성이 명백하고, ② 오픈마켓 운영자가 위와 같은 게시물로 인하여 상표권을 침해당한 피해자로부터 구체적·개별적인 게시물의 삭제 및 차단 요구를 받거나, 피해자로부터 직접적인 요구를 받지 않았다 하더라도 그 게시물이 게시된 사정을 구체적으로 인식하였거나 그 게시물의 존재를 인식할 수 있었음이 외관상 명백히 드러나고, ③ 나아가 기술적, 경제적으로 그 게시물에 대한 관리·통제가 가능한 경우에는, 오픈마켓 운영자에게 그 게시물을 삭제하고 향후 해당 판매자가 위 인터넷 게시공간에서 해당 상품을 판매할 수 없도록 하는 등의 적절한 조치를 취할 것이 요구되며, 오픈마켓 운영자가 이를 게을리하여 게시자의 상표권 침해를 용이하게 하였을 때에는 위 게시물을 직접 게시한 자의 행위에 대하여 부작위에 의한 방조자로서 공동불법행위책임을 진다.”

26) 전우정, 앞의 논문, 117면.

27) 대법원 2020.3.26.자 2019마6525 결정.

28) 관련하여, 김수정, 김성수, 고철웅, “퍼블리시티권 도입 방안에 관한 연구”, 법무부 연구용역, 2022 ; 법무부, “인격표지영리권(‘퍼블리시티권’) 신설을 위한 「민법」 일부개정법률안 입법예고”, 2022.12.26. 법무부 보도자료 참조.