

K-콘텐츠와 K-푸드의 동반 성장을 위한 비결은?

- 지재위, K-콘텐츠 속 K-푸드 관련 IP 이슈 현장소통 간담회 개최 -

영화 ‘기생충’에 등장한 ‘짜파구리’, 드라마 ‘이상한 변호사 우영우’에 등장하는 ‘우영우 김밥’, 웹툰 원작 드라마 ‘취사병 전설이 되다’에 등장하는 ‘취사병 옛날 햄버거’ 등 K-콘텐츠 속 음식들이 거대한 시장 수요를 만들어내고 있다. 한편, K-콘텐츠 속 히트메뉴나 가상 브랜드를 무단 도용하는 등 무임승차 행위도 함께 발생하고 있다.

콘텐츠 속 가상 상호와 식품 등 창작물 무단 도용에 대응하기 위해, 대통령 소속 국가지식재산위원회는 8. 20.(목) 14시, 한국지식재산센터 5층(서울 강남구)에서 이춘무 지식재산전략기획단장 주재로 「K-콘텐츠 속 K-푸드 관련 지식재산 이슈 현장소통 간담회」를 개최한다고 밝혔다.

이번 간담회는 국가지식재산위원회, 지식재산처, 농림축산식품부, 문화체육관광부, 한국지식재산연구원, 한국지식재산보호원, 한국식품산업협회, 한국프랜차이즈산업협회, 한국콘텐츠진흥원, 한국농수산식품유통공사 등 각 분야의 전문가 총 30여 명이 참석할 예정이다. 특히 실무에서 활동하는 네 명의 발제자가 현장의 목소리를 생생하게 전달한다.

[K-콘텐츠 속 음식과 브랜드, 실제 상품이 되기까지 - 장동성 농심 법무팀 책임]

장동성 농심 법무팀 책임은 영화 '기생충'에 등장한 짜파구리 신드롬을 예시로 들면서, 기업이 일방적으로 제시하는 소비 방식을 넘어 소비자가 스스로 새로운 조리법을 창조하는 ‘모디슈머(Modisumer, Modify+ Consumer)’ 생태계를 소개한다. 그러나 글로벌 신드롬으로 확산된 콘텐츠 속 음식의 경우, 레시피 자체는 법률상 보호받지 못한다는 한계가 있으며 글로벌 상표권 등 지식재산의 신속한 권리화가 위조상품을 막는 유일한 수단이라는 점을 강조한다.

[K-콘텐츠와 K-푸드의 만남 : 콘텐츠 제작사의 브랜드협업·라이선싱 - 김세창 SLL중앙 법무정책팀장]

김세창 SLL중앙 법무정책팀장은 콘텐츠 제작사가 식품기업과 협업 시 브랜드가 콘텐츠 안으로 들어오는 제작협찬·PPL, 콘텐츠 IP가 시장 밖으로 나가는 사업형 라이선스 두 가지 방향으로 진행된다고 소개한다. 협찬·간접광고는 K-콘텐츠와 K-푸드 업계의 협업을 위한 출발점이나, 광고 허용 범위 등 협업의 범위가 규제로 정해져 있어, 규제 합리화가 콘텐츠 업계와 식품 업계 협업 활성화의 선결 과제라고 지적한다.

[콘텐츠 속 브랜드가 현실이 된다면? - 한국지식재산보호원 신동석 전문위원]

한국지식재산보호원 신동석 전문위원은 애니메이션 ‘짱구는 못말려’에 등장한 과자 ‘초코비’의 상품화 및 권리 보호 사례를 소개한다. ‘초코비’는 2006년 실제 상품화 이후 20년간 누적 출하량 3억개를 돌파하는 등 콘텐츠 기반 상품화의 성공 사례로 자리매김하였으나, 외국에서의 상표 무단선점, 위조상품 유통 등 지식재산 침해 또한 심각한 상황이다. 신동석 전문위원은 해결수단으로 권리의 사전 확보와 관계기관 합동 행정단속, 형사소송 등 지속적인 대응이 필수적이라고 강조한다.

[K-콘텐츠, K-푸드의 동반성장을 위한 개선방안 - 한국지식재산연구원 전정화 연구위원]

한국지식재산연구원 전정화 연구위원은 콘텐츠산업과 농식품산업이 함께 성장하기 위해서는 콘텐츠에서 소개된 식품 또는 가상 브랜드에 대해 ① 누가 권리를 소유하는지, ②해외에서 상표가 무단 선점될 가능성, ③ 협업 과정에서의 리스크 분담, ④창작자와 기업 간의 수익 배분 방식, ⑤소비자 보호 수단에 대한 대응방안이 필요하다고 지적하면서, 해결 방안으로 콘텐츠 속 식품에 대한 IP 사전 권리화 지원, 창작자-기업 또는 기업-기업 간 협업 시 수익배분 등 표준계약서, IP 침해 시 공동 대응체계 마련 등을 제안한다.

이춘무 지식재산전략기획단장은 “K-콘텐츠와 K-푸드는 한국의 문화 경쟁력과 산업 경쟁력을 동시에 대표하는 자산인 만큼, 이번 간담회를 통해 현장 전문가들의 의견을 폭넓게 수렴하여 실효성 있는 정책 대안을 마련하겠다”고 밝혔다.

※ 붙임: K-콘텐츠 속 K-푸드 관련 지식재산 이슈 현장소통 간담회 개요

담당부서	지식재산전략기획단 기획총괄과	책임자	과 장	이선우 (044-202-4231)
		담당자	사무관	방현석 (044-202-4232)

□ 추진 배경

- K-콘텐츠의 인기가 K-푸드의 상업적 가치로 확산되는 가운데, 콘텐츠 속 히트메뉴와 가상 브랜드의 무단 도용 등 신종 IP 사각지대 발생
- 농식품·콘텐츠·IP가 결합된 신종 IP 갈등은 개별 부처 차원의 대응에 한계, 관계부처 간 협업을 통한 보호·사업화 가이드라인 마련 시급

□ 간담회 개요(안)

- (일시) '26년 8월 20일 (목) 14:00~16:30
- (장소) 지식재산처 서울사무소 대회의실(한국지식재산센터 5층)
- (주최/주관) 국가지식재산위원회/한국지식재산연구원
- (참석자) (지재위) 지재단 단장(주재), 기획총괄과장 (정부·유관기관) 지재처, 농식품부, 문체부 (민간) K-콘텐츠 제작사, K-푸드 수출기업, IP-푸드 테크 스타트업 대표 등 (전문가) 변리사(IP 비즈니스), 변호사(엔터테인먼트·미디어 콘텐츠), 한국지식재산보호원, 한국저작권보호원(해외침해 대응), 한국푸드테크협의회, 한국콘텐츠진흥원, 한국식품산업협회 등
- (주요 논의내용) ① 콘텐츠 내 히트메뉴의 상업화 및 무임승차 현황, ② 콘텐츠 내 메뉴·가상 브랜드 법적 보호 및 국내외 무단도용 대응, ③ K-콘텐츠·K-푸드 협업상품 라이선싱·수익배분, 공동 리스크 관리 등
- (행사 일정(안))

시 간	내 용
14:00~14:05 (5분)	➢ [행사소개] 이선우 과장 (국가지식재산위원회 기획총괄과장) ➢ [인사말씀] 이춘무 단장 (국가지식재산위원회 지식재산전략기획단장)
14:05~15:05 (60분)	➢ [발표] (발제자 4인/각 발표당 15분) ① K-콘텐츠 속 음식과 브랜드, 실제 상품이 되기까지 (장동성 법무팀 책임 /농심) ② K-콘텐츠와 K-푸드 만남·콘텐츠 제작사의 브랜드협업·라이선싱 (김세창 과장 /SLL) ③ 콘텐츠 속 브랜드, 어디까지 보호받을 수 있나 (신동석 전문위원/한국지식재산보호원) ④ K-콘텐츠, K-푸드의 동반 성장을 위한 개선방안 (전정화 연구위원/한국지식재산연구원)
15:05~15:10(5분)	➢ 휴식
15:10~16:20(70분)	➢ [자유토론] 참석자 모두 (발제3인, 토론 15인)
16:20~16:30(10분)	➢ [행사정리, 기념촬영, 폐회]