

보도 일시	2023. 1. 9.(월) 9:00	배포 일시	2023. 1. 9.(월) 09:00
담당 부서	기획조정실	책임자	과장 장석인 (044-203-2251)
	규제개혁법무담당관	담당자	사무관 김지수 (044-203-2252)

## 국민의 불편함과 제도의 빈 곳을 먼저 찾아 개선한 아홉 가지 사례를 소개합니다

- 문체부, 2022년 적극행정 우수사례 9건 선정 및 표창 -

문화체육관광부(이하 문체부)는 1월 9일(월), 2022년 적극행정 우수사례 9건을 선정하고, 해당 업무를 추진한 직원들을 ‘적극행정 우수직원’으로 선정해 표창한다. 문체부는 상·하반기 2차에 걸쳐 전 직원을 대상으로 적극행정 우수사례를 공모하고 국민 상시점검단과 직원평가단의 사전심사, 적극행정위원회의 최종심사를 거쳐 우수사례와 우수직원을 확정했다.

선정된 9개 사례는 ① ‘정부 공식 수어 전문 유튜브 채널 개설·운영’, ② ‘장애인 스포츠강좌 이용권 지원 제도 개선’, ③ ‘미술 창작 대가 지급 기준 마련 및 미술 표준계약서 개선’, ④ ‘웹툰상생협의체 운영으로 공정한 웹툰 생태계 조성’, ⑤ ‘온라인동영상서비스(OTT) 영상콘텐츠의 민간 자율 등급제도 도입’, ⑥ ‘대체불가토큰(NFT) 거래 시 저작권 유의사항 안내서 선제적 발간’, ⑦ ‘관광진흥개발기금 금융·융자사업 적극적 추진’, ⑧ ‘외국인 대상 쇼핑 축제로 방한 관광 회복 촉진’, ⑨ 문화정책 반짝매장, ‘문화상회’로 청년(MZ)세대와 만나다’이다.

박보균 장관은 우수 직원 17명에게 장관 표창을 수여하고, 성과급·포상 휴가 등 파격적인 인사상 인센티브도 부여했다. 박 장관은 “적극행정은 국민과 함께하는 문화매력국가를 위한 첫걸음”이라고 강조하며, “앞으로도 문체부는 혁신적이고 도전적인 적극행정을 통해 현장의 목소리를 짜임새 있게 정책에 반영하겠다.”라고 밝혔다.

**장애인의 알 권리를 적극 보장하고, 생활체육 참여 활성화**

첫 번째 우수사례는 정부 공식 수어 전문 유튜브 채널을 개설해 정책에 대한 농인들의 알 권리를 보장한 사례이다. 농인들은 수어가 제1 언어로, 한국어 수어를 모어로 사용하는 농인 중 26.79%가 한국어 문자 언어에 능통하지 않다. 그러나 농인을 위한 정책홍보 콘텐츠가 부족할 뿐 아니라, 부처별 누리집에 분산되어 있어 주요 정책정보를 손쉽게 얻기가 어려웠다. 이에 문체부는 '22년 3월, 농인을 위한 정부 공식 유튜브 채널인 '수어로 보는 대한민국 정부\*'를 개설했다. 특히 한국농아인협회 등과의 적극적인 협업으로 콘텐츠 선정과 촬영·편집 등 영상 제작과정 전반에 농인이 직접 참여할 수 있도록 하여, 수어 콘텐츠의 만족도와 품질을 높였다.

\* '23년 1월 4일 기준 총조회 수 51만 회 이상, 구독자 1,680명 이상, 콘텐츠 141개 이상 제작

두 번째는 장애인의 생활체육 참여를 활성화하고 그들이 건강한 삶을 누릴 수 있도록 장애인 스포츠강좌이용권 지원 제도를 개선한 사례다. '19년에 시작된 장애인 스포츠강좌이용권 사업은 장애인의 건강 증진을 돕는 등 높은 효과와 이용자 만족도('21년 기준 87.4%)에 비해, 지원 범위가 한정적이었다. 이에 문체부는 지원 기간을 기존 연 8개월에서 10개월로 늘리고, 지원 금액도 최대 64만 원에서 85만 원으로 대폭 확대했다. 이 사업은 '22년 말 기준 이용권 신청 인원이 12,155명을 넘는 등(전년 대비 173.3% 증가) 장애인이 건강한 삶을 살아가는 데 이바지하고 있다.

### 적극행정을 통해 공정하고 자유로운 창작 기반 조성

세 번째는 미술 분야 '창작 대가 지급기준'을 마련하고 이를 미술 표준 계약서에 반영한 사례이다. 기존에는 미술관에서 전시 등을 위해 작가에게 작품을 의뢰할 때, 창작에 필요한 인건비·재료비 등을 별도로 지급하지 않는 경우가 많았다. 이에 문체부는 주요 미술계 전문가뿐 아니라 저작권, 계약 등 관련 전문가와의 간담회 및 토론회 등을 개최하고, 민관 협력 전담반(TF)을 통해 '창작 대가 지급기준'을 참여비와 창작사례비로 규정하는 대안을 마련했다. 나아가 미술 분야 표준계약서(문체부 고시) 내에 창작 대가 지급의 근거를 마련하는 등 제도화에도 적극적으로 노력했다. 그 결과, 창작 대가 지급 여부가 '20년 9월 68.6%에서 '22년 10월에는 77.1%로 상승하는 등 업계 내 불합리한 관행이 개선되고 있다.

네 번째는 웹툰 상생협의를 통해 창작자와 업계 간 상생방안을 도출한 사례이다. 웹툰 산업의 경우 플랫폼-제작사-창작자 간 수익 배분, 저작권 설정, 매출 정보 공개 등과 관련한 갈등이 심화하고 있음에도 불구하고, 이를 논의할 소통의 장이 없었다. 이에 문체부는 ‘웹툰 상생협의체’를 구성(’22년 2월), 총 8차례 회의를 진행했다. 또한 객원위원제를 도입해 한정된 인원만 참여할 수 있는 상생협의체의 한계를 창의적으로 극복하고 현장의 의견을 폭넓게 수렴했다. 그 결과 지난해 12월 16일, ‘웹툰 생태계 상생 환경 조성을 위한 협약’을 체결했으며, 논의 내용을 바탕으로 만화 분야 표준계약을 전면 개정할 계획이다.

### **온라인동영상서비스 자체등급분류제 도입, 정부 최초 대체불가토큰 저작권 안내서 발간 등 신산업에 선제적 대응**

다섯 번째는 온라인동영상서비스(OTT) 자체등급분류제를 도입해 파격적으로 규제를 혁신한 사례이다. 온라인동영상서비스(OTT)를 통해 유통되는 온라인 비디오물의 경우, 영상물등급위원회로부터 최대 14일이 걸리는 사전 등급분류를 받아야 했다. 그러나 자체등급분류제도를 도입함으로써 문체부 장관의 지정을 받은 온라인동영상서비스(OTT) 사업자는 자기가 유통하는 영상물에 대해 스스로, 원하는 시기에 등급분류를 할 수 있게 됐다.

여섯 번째 사례는 대체불가토큰(NFT) 거래 시 저작권 유의사항에 대한 지침을 선제적으로 발간한 것이다. 전 세계 대체불가토큰(NFT) 시장은 급속하게 성장(’21년 기준 거래액 176억 달러, 논펀저블닷컴)하고 있으나, 저작권자 허락 없이 대체불가토큰(NFT)가 발행·거래되는 등 저작권 침해가 빈번하게 발생했다. 이에 문체부는 정부 최초로 「대체불가토큰(NFT) 거래 시 유의해야 할 저작권 안내서」를 발간해 대체불가토큰(NFT) 발행·거래 시 저작권 처리에 대한 명확한 지침을 제시했다. 또한, 안내서를 코빗 등 대체불가토큰(NFT) 거래소에 적극적으로 배포하고, 개별 거래 사례에 대한 저작권 상담을 제공하는 등 시장 내 혼란을 최소화하고 법적 분쟁을 예방하는데 앞장섰다.

### **관광기금 지원 확대, 외국인 대상 쇼핑 축제로 코로나19 피해 지원**

일곱 번째 사례는 관광진흥개발기금 금융사업을 확대해 코로나19로 피해를 본 관광업계를 지원한 사례이다. 코로나19가 장기화하면서, ’20년

기준 전년 대비 매출액이 70% 감소하는 등 관광업계 내 경영상의 피해 역시 지속되었다. 이에 문체부는 관광진흥개발기금 용자를 받은 관광사업체를 대상으로 원금상환을 선제적으로 유예하고, 만기를 1년간 연장했다. 한시적으로 이자도 감면하고, 보증 한도도 4억 원에서 5억 원으로 확대하는 등 지원을 강화해 관광업계의 위기 극복과 재기에 힘썼다. 그 결과 '20년부터 '22년 12월까지 14,603개 업체를 대상으로 8,576억 원의 용자를 지원하고 있다.

여덟 번째 사례는 코로나19 이후 국제관광 수요의 조기 선점을 위해, 외국인 관광객을 대상으로 쇼핑관광축제를 선제적으로 개최한 사례이다. 기존에는 겨울철(1~2월)에 추진하던 행사였으나, 무사증 입국 한시적 재개(8. 3.), 항공기 국제선 증편 등으로 빠르게 늘어나는 국제관광 수요를 선점하기 위해 여름철에 행사를 추진할 필요성이 있었다. 이에 관광업계와 지자체, 공항 공사 등과 적극적으로 협의해 2022년 코리아그랜드세일 여름 행사를 개최(8. 10.~31.)했다. 항공, 숙박, 면세 등 730개의 기업이 행사에 참여했고, 관광객 약 61만 2천 명이 방문하는 등 코로나19 이후 피해를 본 관광산업의 회복에 이바지했다.

### 문화정책 반짝매장 '문화상회' 운영으로 국민 문화정책 체감과 인지도 상승

마지막 사례는 '문화상회' 반짝매장(팝업스토어)을 운영해 효과적으로 문화정책을 홍보한 사례이다. 문체부는 지난 4월 정부 부처 최초 인스타그램 브랜드 콘텐츠\*인 <문화상회>를 도입했고, 온라인상 단순 정보 제공을 넘어 국민의 문화정책 체감도를 높이고자 문화정책 반짝매장인 '문화상회'를 기획·운영(9. 27.~10. 1.)했다. '문화상회'를 위한 별도 예산이 없었으나, 직원들이 자체적으로 콘텐츠를 기획·제작하는 등 적극행정을 통해 운영할 수 있었다. '문화상회'에서는 문체부가 정책적으로 지원했던 청년·장애인 기업(16개)의 문화상품 판매와 장애 예술인의 작품전시가 같이 이루어졌다. 그 결과 총 4,840여 명이 방문하고 인스타그램 구독자(팔로어)가 6.7% 상승하는 등 효과적으로 문화정책을 홍보할 수 있었다.

\* 브랜드 콘텐츠: 다양한 문화적 요소와 브랜드 광고 콘텐츠의 결합

붙임 2022년 제1·2차 적극행정 우수사례 주요 내용



구분	사례명	주요 내용
1차 (우수)	정부 공식 수어 전문 유튜브 채널 개설 및 운영을 통해(수어로 보는 대한민국 정부) 소외계층(농인) 정보 접근성 개선	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(배경)</b> 현재 디지털콘텐츠(이미지, 영상) 제작물 가운데 청각장애이용 콘텐츠는 코로나19 콘텐츠 일부 외 전무 * 농인들은 수어가 제1언어, 한국어를 외국어로 인식(한국어 수어를 모국어로 사용하는 농인 중 26.79%가 한국어 문자 언어에 능통하지 않음, 한국문화진흥원)</li> <li>○ <b>(성과)</b> △농아인협회, 수어통역사, 학회 등 실무협의체 구성 및 운영(월 1회), △대한민국 정부 공식 수어 유튜브 채널 개설, 운영('23.1.4 기준 총 조회수 51만 회 이상, 구독자 1,680명 이상) - 코로나19 자가검사키트 사용법, 소상공인 손실보상, 긴급고용안전지원금 등 수어 콘텐츠 141개 제작('23.1월)</li> </ul>
1차 (우수)	장애인의 생활체육 참여 활성화 및 건강한 삶 향유를 위한 장애인 스포츠강좌이용권 지원 제도 개선	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(배경)</b> 장애인 스포츠강좌이용권의 경우 '19년 시범사업 시작 이후 이용자 만족도 높음에도 지원 금액기간대상 부족 - 장애인 생활체육 참여는 건강증진과 의료비 절감, 사회적 인식 개선 등 경제적·사회적 효과 창출</li> <li>○ <b>(성과)</b> △지원 기간(연 8개월→10개월), △지원 대상(3,289명→7,177명), △지원 금액(월 8만원→8.5만원) 확대 - △지자체 예산 실집행률 제고를 위해 행안부 지자체 합동평가 지표 반영, △숨은 정책대상자 발굴을 위한 보건복지부·사회보장위원회 협업 등</li> </ul>
1차 (우수)	미술 창작대가지급기준 마련 및 미술표준계약서 개선	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(배경)</b> 미술전시, 비엔날레 시 미술관에서 작가에게 작품을 의뢰하나, 창작에 필요한 인건비, 재료비 등에 대해 대가를 별도로 지급하지 않아 작가 개인이 부담 - 이에 '17~'19년 '창작대가기준' 시범안을 만들어 운영하였으나 개념 모호*, 소액 보상, 지급근거 부재 등으로 문제 제기 지속 발생 * 전시에 단순히 참여하는 대가도 '작가초대비, '참여비, '참가비, '작가비, '사례비' 등 다양한 이름으로 불려 혼선 발생</li> <li>○ <b>(성과)</b> △미술계 기관 및 전문가 참여하는 TF 조직·운영하여 민·관 협력 제도개선안 마련, △&lt;미술 분야 표준계약서&gt;(문체부 고시) 내 '창작대가 지급기준' 명시 - 창작대가 지급기준을 ①참여비, ②창작사례비로 구분</li> </ul>

구분	사례명	주요 내용
1차 (장려)	<p>정부 최초 'NFT 거래 시 저작권 유의사항' 안내서를 선제적으로 발간하여 시장 내 혼란 대응 및 저작권 침해 방지</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(배경)</b> 전세계 NFT 시장은 급속하게 성장하고 있으나, NFT 거래를 규율하는 법령이나 지침이 없어 저작권 침해가 빈번하게 발생 <ul style="list-style-type: none"> <li>* 이중섭, 박수근, 김환기 작품을 NFT로 발행하여 온라인 경매 진행 하려고 하다가 저작권자 반발로 취소된 사례 등</li> </ul> </li> <li>○ <b>(성과)</b> △ 「NFT 거래 저작권 침해 유의사항 안내서」를 정부 최초로 발간하여 시장 혼란 방지 및 법적 안정성 제고, △NFT 거래소 저작권 침해 모니터링 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>- NFT와 저작권(저작권 주요용어 및 NFT 개념설명) NFT를 이용한 저작물 거래 시 유의사항(거래소/판매자/구매자/권리자별 구분) 등 포함</li> </ul> </li> </ul>
1차 (장려)	<p>관광진흥개발기금 금융·융자사업 적극 추진을 통해 코로나19 피해 관광업계 지원</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(배경)</b> 코로나19 장기화로 관광업계 피해가 크지만, 손실보상 대상 업종에 포함되지 못해 경영환경 열악화</li> <li>○ <b>(성과)</b> '22년 중 융자 원금상환일이 도래하는 업체 대상 △원금 상환유예 및 만기연장(1년간), △한시적 이자감면(0.5~1%), △보증한도 확대(4억→5억) 등 금융지원 강화 <ul style="list-style-type: none"> <li>- '20년 이후 13,604개 업체 7,723억 원 지원</li> </ul> </li> </ul>
2차 (우수)	<p>웹툰상생협의체 운영으로 공정한 웹툰 생태계 조성</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(배경)</b> 웹툰 산업이 급속히 성장하는 가운데 플랫폼·제작사·창작자 간 ▲수익배분, ▲저작권 설정, ▲매출정보 공개, ▲창작자 복지증진 등 관련 갈등 심화</li> <li>○ <b>(성과)</b> △창작자·제작사·플랫폼·법조계·학계·정부(문체부, 공정위)등 12명을 위원으로 하는 '웹툰 상생협의체' 구성('22.2.25~)하여 창작자·제작사·플랫폼 간 주기적 소통 기회를 마련하고('22.11월 기준 8차 회의 진행), △민-관 협업을 바탕으로 만화 분야 표준계약서 개정안 마련 추진 중</li> </ul>
2차 (우수)	<p>OTT 영상콘텐츠의 민간 자율 등급제도 도입으로 한국문화(K-컬처)의 세계적 확장에 결정적 계기를 마련하다</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(배경)</b> OTT를 통한 영상물 유통이 증가하면서, 콘텐츠산업 및 OTT 육성 등을 위해 자체등급분류제도 도입 요구 확대 <ul style="list-style-type: none"> <li>* 온라인 비디오물 등급분류 증가 추이(3배 ↑) : ('15년) 4,339건 → ('16년) 넷플릭스 국내 진출 → ('21년) 16,167건</li> </ul> </li> <li>○ <b>(성과)</b> 현행 영상물등급위원회의 사전 등급분류 방식(최대 14일 소요)에서, OTT 사업자*가 자기가 유통하는 영상물에 대해 스스로, 원하는 시기에 등급분류 하는 방식으로 전환 (「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 개정, '22.9.27 공포) <ul style="list-style-type: none"> <li>*자체등급분류 사업자는 문체부장관이 지정</li> </ul> </li> </ul>

구분	사례명	주요 내용
2차 (장려)	문화정책, '문화상회 반짝매장(팝업스토어)'으로 MZ세대와 만나다	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(배경)</b> 정부부처 최초의 인스타그램 '브랜드드 콘텐츠'인 &lt;문화상회&gt;를 도입하였으나('22.4월), 온라인상의 단순 정보 제공만으로는 국민의 문화정책 체감 및 인지도 제고에 한계 <ul style="list-style-type: none"> <li>* 기업 스스로 자기 브랜드를 콘텐츠화 하는 마케팅 방식으로, 소비자가 콘텐츠로 인식하는 광고</li> </ul> </li> </ul> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p style="text-align: center;"><b>&lt;'문화상회' 브랜드&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>(콘셉트*)</b> 정책을 직접 세일즈하는 정부 인스타그램, 누구나 '좋아요'로 사는 문화정책 상점 &lt;문화상회&gt;</li> <li>* 누리꾼은 '고객' / 좋아요(하트)는 '고객의 돈' / 댓글은 '고객의 소리'</li> <li>- <b>(BI/캐릭터)</b> 콘텐츠의 브랜드 아이덴티티를 나타낼 문화상회 상표(로고) 자체 제작 및 캐릭터 '공무원' 개발 활용 중</li> </ul> </div>  <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(성과)</b> '문화상회 반짝매장(팝업스토어)'를 개점·운영하여 △우리부가 정책적으로 지원했던 청년·장애인 기업의 문화상품 판매(16개 기업), △장애예술인 작가 미술 작품 전시(30점), △제1차 장애예술인 문화예술활동 지원 기본계획 수어통역 영상 현장송출 등 정책홍보 병행 <ul style="list-style-type: none"> <li>* 9.27(화) ~ 10.1(토) / 용산공원 부분개방부지 내 누리방카페</li> <li>- 팝업스토어 총 4,840명 방문, '문화상회' 인스타그램 팔로워수 6.7% 상승, 홍보영상 좋아요 15,192건</li> </ul> </li> </ul>
2차 (장려)	코로나19이후 국제관광 수요를 선점하기 위해, 외국인 대상 쇼핑축제로 방한 관광 회복을 촉진하다	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(배경)</b> 코로나19로 인한 외국인 관광객 유입 단절로 심각한 피해를 입은 국내 관광산업의 조속한 회복과 시장 정상화 필요</li> <li>○ <b>(성과)</b> 업계와 관련 지자체(서울, 강원 등) 협의를 통해 '2022 코리아그랜드세일 여름행사' 개최(8.10~8.31, 방문자 약 62만 명) <ul style="list-style-type: none"> <li>- △전국 지자체 및 민간기업 730개 참여, 숙박·상품 할인혜택 제공, △국제공항 내 외국인 대상 한국방문 환영행사 및 체험부스 운영, △외국인 인플루언서 초청(29명)하여 홍보 및 지속적인 방한 유도</li> </ul> </li> </ul>