
**제6차 방송영상산업 진흥
중장기 계획**
- (2023~2027) -

2022. 12.

관계부처 합동

순 서

I. 추진 배경	1
II. 그간의 성과 및 평가	3
III. 기본 방향 및 추진 전략	9
IV. 세부 추진 과제	11
1. 방송영상산업 지속성장을 위한 혁신 강화	11
2. 글로벌 콘텐츠 집중 육성을 위한 창제작 기반 강화	18
3. 세계시장 선도를 위한 글로벌 산업화	24
4. 모두가 누리며 함께 성장하는 산업 기반 조성	30
V. 추진 일정	37

I. 추진 배경

수립 근거 '방송법' 제92조에 따라 방송영상산업의 진흥을 위한 계획 수립

◇ OTT의 성장·다양한 제작 주체 등장 등 환경 변화 가속화 대응

- 코로나19 이후, OTT 서비스의 빠른 성장으로 미디어간 경계가 허물어지는 방송영상산업 환경 변화 가속화
 - * 우리나라 OTT 시장 규모 : '18년 0.65조원 → '21년 1.8조원 ('22년 PWC)
 - ** 우리나라 OTT 전체 이용률 ('19) 52% → ('20) 66.3% → ('21) 69.5%('21년 방송매체이용행태조사)
- IP를 중심으로 장르 간 확장 및 슷폼·신기술 융합 등 콘텐츠 유형 다변화, 개인 크리에이터 등 다양한 제작 주체의 비중 확대

⇒ 방송영상산업 환경 변화에 대응한 방송영상 생태계 혁신 기반 마련

◇ 콘텐츠 제작 경쟁력 바탕 글로벌 경쟁 심화·투자 위축 위기 돌파

- 글로벌 콘텐츠 기업의 공격적 투자 등 글로벌 시장 경쟁 심화
 - * 디즈니, 워너미디어 등 미국 8개 콘텐츠 기업은 '22년 콘텐츠 제작에 총 1150억 달러(약 138조원) 투자 예정
- 한편, 최근 OTT 가입자 수 감소 및 경기 침체 우려 등으로 인한 국내 콘텐츠 제작 투자 위축 우려 공존
 - * 넷플릭스 '22년 2분기 글로벌 가입자 1분기 대비 97만명 감소 등

⇒ 참신하고 경쟁력 있는 콘텐츠 육성 및 IP 확보를 위한 종합적 지원 강화

◇ 지속 성장을 위한 공정·상생환경 조성 및 글로벌 산업화 필요

- 주52시간제 안착, 표준계약서 보급 및 예술인 고용보험 적용 등에도 불구하고, 남아 있는 불공정 관행에 대한 지속적인 개선 필요
 - * (일주일 평균 노동시간) '18년 67.3시간 → '21년 43.9시간 / (고용보험 미가입) '21년 18.4%
- 완성작 중심의 일방향 해외진출을 넘어 한국 제작 인력을 활용한 해외제작사의 콘텐츠 제작 등 양방향 글로벌 산업화 수요 확대
 - * (사례) 드라마 '파친코' 기획에 다수의 한국작가 참여, 스튜디오드래곤은 미국제작사 스카이댄스미디어와 함께 '더 빅도어 프라이즈' 제작 중

⇒ 공정하고 안전한 제작환경 조성, 글로벌 산업화 지원으로 지속성장 기반 완성

추진 경과

□ 수립 근거

- 방송법 제92조(방송발전의 지원) 제2항*에 따라 계획 수립
* 문화체육관광부 장관이 방송영상산업 진흥 정책 수립·시행

□ 관련 국정과제

- 국정과제 58. K-콘텐츠의 매력을 전 세계로 확산
 - 실천과제 2. K-콘텐츠 대표 장르 집중 육성 中 'K-드라마, 세계 드라마 시장 우위 지속'
 - 실천과제 4. K-콘텐츠로 신시장 개척 中 '글로벌 OTT 콘텐츠 집중 육성'

□ 추진 경과

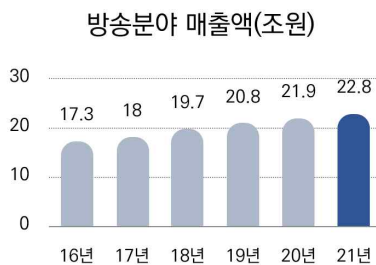
- '방송영상산업 진흥 중장기계획' 수립 연구 : '22.3~11월
* 주관기관 : 한국콘텐츠진흥원
- 분야별 현장 관계자 및 전문가 의견수렴 : '22.5월(4회)
 - * 1차('22.5.2.) : 인력양성, 기술역량 강화, 제작사 역량 강화
 - * 2차('22.5.4.) : 인프라 조성, 금융·세제지원 강화, 해외진출
 - * 3차('22.5.10.) : 유형별 제작지원 효과 제고 방안, 이용자 향유기반 조성, 글로벌 산업화
 - * 4차('22.5.17.) : 방송 한류 도약, 제작 및 투자 여건 강화, 포맷·IP 보호, 지역방송산업 진흥
- 장관 주재 제작사·OTT 간담회 : '22.8월
- '방송영상산업 진흥 중장기계획' 관련 연속 토론회 : '22.9~10월(3회)
 - * 1차('22.9.29.) : 'OTT-콘텐츠 글로벌 상생협의회' 등 현장 참여 토론회
 - * 2차('22.10.7.) : 기술, 인력양성, 인프라 관련 학계 및 현장 참여 토론회
 - * 3차('22.10.20.) : '방송영상 리더스포럼' 연계 산·학·연 참여 토론회
- 장관 주재 제작사·제작인력 간담회 : '22.11월
- 관계기관 의견 수렴 : '22.10.18.~'22.10.27, '22.12.21.~'22.12.23

II. 그간의 성과 및 평가

1 주요 성과

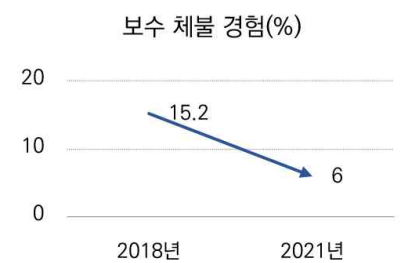
◇ 방송영상산업의 지속 성장 및 K-콘텐츠에 세계가 주목

- '21년 국내 방송영상산업 매출액은 22.8조원 규모로, 전체 콘텐츠 산업 매출액에서 가장 높은 비중(16.8%)을 차지
- '21년 국내 방송영상산업 수출액은 699백만달러 규모로, '17년~'21년 연평균 17.9% 성장하는 등 큰 폭으로 성장
- '오징어 게임'이 비영어권 드라마 최초로 에미상 '감독상' 수상, '이상한 변호사 우영우'는 넷플릭스 비영어권 1위 달성 등 K-콘텐츠에 전 세계가 주목



◇ 공정거래환경 조성 및 노동환경 개선 등 지속성장 기반 마련

- 독립제작사 신고 의무화 및 임금체불 금지, 외주제작사 거래 실태조사 정례적 추진 등 공정거래환경 조성
- 제작지원 시 표준계약서 사용 의무화 및 상해·여행자보험 가입 의무화, 정례적 노동환경 조사 등을 통한 노동환경 개선



◇ 제작 지원 작품의 세계진출 확대 등 산업 활성화

- 높은 제작역량 및 국제경쟁력을 갖춘 K-방송영상콘텐츠의 국내외 수요 확대로 제작지원작의 선판매 성공* 등 지원 성과 창출
 - * '19년 345.8억(38편) → '20년 376.5억(45편) → '21년 758.4억(56편) → '22년 850억(73편)(잠정)
- 다큐멘터리 등 다양한 작품 제작지원을 통해 각종 국제대회 출품 및 수상*, 사회적 가치 확산에 기여
 - * '20년 제작지원 작품 '너를 만났다 시즌2' 제73회 프리 이탈리아(Prix Italia) 특별언급상 수상 등
- 경쟁력 있는 신규 포맷 발굴 및 포맷 해외진출 지원으로 세계 포맷 수출국 3위 달성, 한국 포맷의 위상 강화
 - * 세계 포맷 수출국 3위 달성('21년, K7 Media)
 - ** <복면가왕> 포맷 기획자 디턴 박원우 대표 국제포맷어워즈(IFA) 아시아권 최초 대상 수상

◇ 인프라 구축 · 정책금융 확대로 고품질 대형작품 제작 기반 마련

- 국내 최대규모의 공공 영상제작시설인 '스튜디오 큐브'('17년 완공) 운영을 통해 경쟁력 있는 고품질 대형작품(시즌제 등) 제작 활성화
 - * <오징어게임>, <킹덤> 등 대형드라마, 영화 등 총 22개 작품 제작 지원
- 방송·OTT영상콘텐츠 펀드('21년 303억원 조성), 드라마 펀드('22년 400억원 조성) 등 장르 특화 펀드 조성을 통한 제작 마중물 지원
- '방송영상진흥재원'의 프로그램 제작 자금 용자를 통해 제작사의 자율성을 바탕으로 경쟁력 있는 콘텐츠 제작 지원
 - * 동백꽃 필 무렵(팬엔터, 517백만원 용자), 백일의 낭군님(에이스토리, 1,050백만원 용자) 등

◇ 창의적인 창 · 제작자 양성 및 해외 진출 확대

- 'K-글로벌 방송영상콘텐츠 교육'을 통해 매년 신진 창·제작자를 양성, 수료생의 80% 이상이 취업하는 등 현장 수요에 부응
- 기획자를 중심으로 한 집단 창작 방식 확대에 대응해 융합형 전문 인력을 양성하는 OTT·콘텐츠 특성화 대학원 운영
- 국제 방송영상마켓 참가, 피칭·비즈매칭, 재제작 지원 등 해외 진출 지원으로 방송영상산업 수출액 지속 확대('18년 478백만달러→'21년 699백만달러)

【 참고: 방송영상산업 진흥 주요 성과 】

- '21년 국내 방송영상산업은 전세계 국가 중 11위권 규모로, '25년까지 연평균 5% 성장할 것으로 예측
- '21년 방송영상산업 수출액은 699백만달러 규모로, '17년~'21년 연평균 17.9% 성장하는 등 큰 폭으로 성장
- 방송영상콘텐츠 산업에 대한 전략적·체계적 지원을 바탕으로 '오징어 게임', '이상한 변호사 우영우' 등 획기적 성과 지속 창출



<사랑의 불시착('19년)>

- 일본 넷플릭스 1위 등 일본 내 한류 재점화에 기여



<복면가왕(The Masked Singer)('19년)>

- 한국 포맷 최초 미국 FOX 채널 시청률 1위, 2019년 올해의 포맷 선정 (K7 Media), 지금까지 전 세계 54개국에서 현지화(미국판 시즌8 방영중)
- ※ 2016년 MIPFORMATS K-포맷 쇼케이스 참가작



<슬기로운 의사생활('20년)>

- '20년 티빙 시청시간 1위, 일본 넷플릭스 TOP10 진입 등 흥행
- ※ 문화산업완성보증 지원 작품



<너의 목소리가 보여(I Can See Your Voice)('20년)>

- <복면가왕>에 이어 미국 FOX 동시간대 시청률 1위, 한국 포맷 최초 영국 BBC 편성, 전 세계 27개국에서 현지화
- ※ 2015년 MIPFORMATS K-포맷 쇼케이스 참가작



<오징어 게임('21년)>

- 에미상 감독상·남우주연상 등 6개 부문 수상
- ※ 문체부·한국콘텐츠진흥원 제작지원시설인 '스튜디오 큐브'에서 촬영



<이상한 변호사 우영우('22년)>

- 넷플릭스 비영어권 시청 1위 등 글로벌 인기, 제작사 '에이스토리' IP 확보로 제작사 IP 확보의 성공사례 창출
- ※ 문지원 작가, '13년 콘텐츠 창의인재 동반사업(인력양성사업) 참여
- ※ 문화계정에서 제작사 '에이스토리'에 지분투자('15년)
- ※ 프랑스마켓(MIPCOM) 쇼케이스 개최 지원('22년 2억원)



<재벌집 막내아들('22년)>

- 11화 시청률 21.1%로 동시간대 1위, 넷플릭스, 디즈니 플러스, 홍콩 OTT 플랫폼 VIU 등 글로벌 유통
- ※ 2022년 방송영상콘텐츠 제작지원(드라마 장편) 지원('22년 5억원)

1) 개관

- (비전) ‘사람이 있는 방송콘텐츠, 함께 성장하는 산업’
- (구성) ▲ 공정·상생 생태계 조성, ▲ 산업 혁신성장 기반 구축, ▲ 해외 진출 및 확산 지원 등 3대 추진전략 10대 추진과제, 45개 세부과제로 구성

2) 주요 추진실적

- ① (공정·상생 생태계 조성) 방송사와 독립제작사 간의 불공정 관행 개선 및 방송영상 제작 인력의 노동환경 개선을 위한 정책 지원
 - (공정 거래환경 조성) ‘외주제작 가이드라인’ 제정, 방송평가 시 공정 부문 강화, 범부처 실태조사 실시
 - (노동환경 개선) 주52시간제 안착 및 방송영상독립제작사 관리제도 강화, 노무 교육 추진
 - (표준계약서 활용) 공공부문 표준계약서 의무화 및 점검 강화
- ② (산업 혁신성장 기반 구축) 수요자 중심의 선제적 인프라 구축으로 제작 기반 조성, 제작 활성화를 위한 정책 금융 확대
 - (제작지원 확대) 제작지원 예산 대폭 확대(‘18년 97억원→’22년 268억원) 및 제작사·플랫폼사 IP 공동 보유 조건 OTT 특화콘텐츠 제작지원 등으로 지속 성장을 위한 마중물 역할 수행
 - (인프라 고도화) 상암 DMS, 일산 빛마루, 대전 스튜디오 큐브 등 공공 제작시설 기능 고도화
 - (금융·투자) 방송·OTT 영상콘텐츠펀드(‘21년 303억), 드라마펀드(‘22년 400억 조성) 등 투자 확대
 - (인력 양성) ‘K-글로벌 방송영상콘텐츠 교육’ 지원을 통한 현장 수요 맞춤형 교육 시스템 구축 및 방송 예비인력의 업계 유입 환경조성
- ③ (해외 진출 및 확산 지원) 방송영상콘텐츠 해외 진출 지원 확대 및 포맷 등 고부가가치 산업 활성화
 - (유통 지원) 해외마켓 참가 지원 및 OTT 플랫폼 연계 재제작 지원(‘20년~)으로 우수 방송영상콘텐츠의 해외 유통 활성화
 - (국제 교류) 해외방송사와의 공동제작 및 양국 방영을 통한 방송 문화 교류 및 문화이해 증진
 - (저작권 보호) 해외 저작권 보호 강화로 한류콘텐츠 체계적 보호

2

평가 및 시사점

◇ 미디어 환경변화에 따른 혁신 기반 마련 필요

- 미디어 환경변화로 융·복합 인력 및 기술 수요가 확대되어, 디지털 기술 활용 확산 및 글로벌 OTT 신시장 선점 필요
- 전통적인 방송영상 환경에 맞춰 설계된 규제를 개선·혁신하여 신시장 활성화 및 산업 경쟁력 강화 지원

⇒ 인력 양성 체계·기술 역량 강화 및 신시장 활성화를 위한 규제 혁신

◇ 중소제작사 역량 강화를 위한 제작·투자 여건 제고 필요

- 투자 위험이 높은 방송영상산업 특성으로 인해 다수의 중소제작사가 자금 조달에 어려움을 겪고 있음
- 글로벌 OTT 시장의 성장 둔화에 따른 국내외 OTT 플랫폼의 콘텐츠 제작 투자 축소 우려 심화

⇒ 투·융자 및 세제 지원 확대, 인프라 및 제작지원 등 창·제작 기반 강화

◇ 새로운 성장 동력 확보를 위한 양방향 국제교류 필요

- 글로벌 경쟁 심화 속에서 신시장 창출을 위한 해외진출 다각화 및 글로벌 역량 강화 필요
- K-콘텐츠의 높아진 위상에 따라 쌍방향의 국제교류로 변화 필요 및 해외 저작권 침해에 대한 대응 강화

⇒ 방송영상산업의 글로벌 산업화 및 국제교류 확대, 저작권 보호 강화

◇ 지속성장을 위한 상생·공정 환경 조성 및 다양성 증진 필요

- 기존 방송사-외주제작사 중심의 거래관계가 플랫폼 등으로 다양화 되는 것에 발맞춘 새로운 불공정 거래 환경 개선 요구
- 산업의 지속성장을 위한 지역 기반 강화 및 다양성 증진 필요

⇒ 공정·상생 협력 기반 조성 및 지역 기반 강화 등 다양성 증진

【 참고: 방송영상산업의 변화와 시사점 】

- 디지털 전환에 따라 미디어의 경계가 흐려지고, 모든 미디어는 디지털 스크린으로 통합되는 ‘유동하는 미디어(Liquid Media)’ 시대
- 이에 따라 미디어별 소비자의 경계가 흐려지고 매체가 아닌 콘텐츠 IP를 중심으로 콘텐츠 가치 사슬 재편

【방송영상콘텐츠 산업의 변화】

구분	매체 기반 콘텐츠 시대 (1980 ~ 2000년대)	로컬 콘텐츠 시대 (2000 ~ 2010년대)	글로벌 콘텐츠 시대 (2020년대~)
가치 사슬 구조	제작-편성 및 유통-소비 편성 및 유통이 가치사슬 내 주요 역할	제작-편성-유통-소비 제작과 편성 참여자가 확대	제작-편성-유통-소비 가치사슬의 약화 콘텐츠IP 중심으로 가치사슬 개편
콘텐츠 제작	소수의 콘텐츠 제작 다수의 소규모 창작자-제작사	다수의 장르별 제작 소수의 대규모 제작사, 다수의 소규모 제작사	콘텐츠IP 중심 제작 소수대규모 제작사(스튜디오화) +다수소규모 창작자(개인미디어)
콘텐츠 유통	소수의 유통 경로(지상파) 유통사의 IP 독점	다수의 유통 경로(유료방송) 로컬과 글로벌 유통 이원화 유통사가 제작사와 부가수익 공유	장르·플랫폼간 경계 소멸 로컬과 글로벌 동시 유통 소비자에게 콘텐츠 직접 유통 확대 제작사의 IP 확보 증가 IP를 통한 다양한 비즈니스
콘텐츠 소비	제한적 취향, 매체 기반 콘텐츠 소비	확대된 취향, 로컬 단위 콘텐츠 소비	개인화와 상황 맞춤화, 글로벌 단위 콘텐츠 소비

- 이처럼 급변하는 미디어 환경 변화 속 핵심 요소는 ‘콘텐츠 IP’
- ⇒ 콘텐츠의 중요성이 더욱 높아진 방송영상산업 생태계 변화에 따라 경쟁력 있는 IP 확보와 활용을 통한 산업의 지속 성장 기반 마련 필요

Ⅲ. 기본 방향 및 추진 전략

1 SWOT 분석

- (기회와 위기) K-콘텐츠의 높은 경쟁력과 OTT를 통한 해외진출 확대 등 기회와 기업의 영세성과 양극화, 불공정 관행 등 위기 상존

강점 (Strength)	약점 (Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> ○ 국내 방송영상콘텐츠의 세계시장에서의 높은 경쟁력 - '오징어 게임, '지옥, '지금 우리 학교는' 등 국내 콘텐츠의 글로벌 OTT 전세계 1위 차지 ○ 혁신 기술 투자 활성화 및 '스튜디오 큐브' 등 공공 인프라 구축 ○ 세계 5위 규모의 한국 만화시장 규모 등 풍부한 원천 IP 공급이 가능한 콘텐츠 산업 생태계 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송영상독립제작사의 영세성 및 방송영상산업 내 양극화 ○ 방송영상 제작 환경 여건 미흡, 불공정 거래·계약·고용 관행 잔존 ○ 글로벌 주요 국가 대비 부족한 투자 역량
기회 (Opportunity)	위협 (Threat)
<ul style="list-style-type: none"> ○ 포맷 산업의 성장과 수요 증가 ○ 글로벌 OTT를 통한 해외 진출 확대 ○ 뉴미디어·장르 융복합 등 신유형 콘텐츠 수요 확대 ○ 한류 콘텐츠에 대한 해외 팬덤 확대 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 글로벌 OTT 플랫폼의 지배력 확대 ○ 드라마 제작사와 플랫폼 간 수직 계열화로 콘텐츠 다양성 저하 우려 ○ 경기 전반 위축에 따른 콘텐츠 산업 투자 감소

- (대응방향) 세계 시장에서의 경쟁력 등 강점은 살리고, 약점·위협 요인을 극복하여 콘텐츠 신시장 선점 등 기회 창출

- ① 인재 양성·기술 역량 강화·규제 개선 등 **지속성장을 위한 혁신 강화**
- ② 글로벌 콘텐츠 집중 육성을 위한 **창·제작 기반 강화**
- ③ 양방향 해외진출 및 교류로 **세계시장 선도를 위한 글로벌 산업화**
- ④ 불공정 관행 개선 및 **다채로운 콘텐츠 제작으로 지속 성장 환경 조성**

2 전략 체계

비전

콘텐츠가 이끄는 방송영상산업, 문화매력국가 위상 강화

목표

방송영상산업 글로벌 산업화, 방송콘텐츠 세계 시장 지속 우위

방송영상산업 매출액	방송영상콘텐츠 수출액	매출액 100억 이상 제작사 비중
('21년 ^e) 22.8조원 → ('27년) 29.8조원	('21년 ^e) 6.9억달러 → ('27년) 11.4억달러	('21년 ^e) 9.7% → ('27년) 20.5%

추진
전략

1 방송영상산업 지속성장을 위한 혁신 강화

- 1-1. 변화를 선도하는 미래 인재 육성
- 1-2. 도약을 위한 기술 역량 강화
- 1-3. 시장의 힘을 키우는 제도 및 규제 혁신

2 글로벌 콘텐츠 집중 육성을 위한 창·제작 기반 강화

- 2-1. 매력적인 콘텐츠 창·제작을 위한 금융 및 세제 지원
- 2-2. 도전의 기회를 넓히는 창·제작지원 확대
- 2-3. 창의력의 자유로운 확산을 위한 제작 인프라 강화

3 세계시장 선도를 위한 글로벌 산업화

- 3-1. 글로벌 도약을 위한 산업 경쟁력 강화
- 3-2. 세계와 서로 교류하며 성숙하는 케이컬처
- 3-3. 글로벌 콘텐츠 가치를 높이는 저작권 보호 강화

4 모두가 누리며 함께 성장하는 산업 기반 조성

- 4-1. 자유롭고 공정한 제작환경 조성
- 4-2. 제작사가 성장하는 지속성장 기반 마련
- 4-3. 지역이 만들고 모두가 누리는 콘텐츠 가치 확장

IV. 세부 추진 과제

추진전략1

방송영상산업 지속성장을 위한 혁신 강화

1 변화를 선도하는 미래 인재 육성

- ◇ <현황> 방송영상산업 투자 확대로 인력 수요는 증가하나, 자체 인력양성 시스템이 없는 중소제작사 인력난 심화
 - 제작 단계 간 융합 확대에 대응하여 기획과 유통을 통합적으로 다룰 수 있는 융합형 전문인력 필요

【현장의 목소리】

- “방송영상뿐만 아니라 웹툰, 웹소설, 게임까지 IP를 확장시킬 수 있는 기획·제작 인력 양성 필요”
- “기획부터 유통이 합쳐지는 변화에 맞춰 기존 인력의 역량 강화를 위한 재교육 중요”
- “예전에는 제작 단계별로 기획 또는 프로듀싱, 디렉팅, 유통 등 구분이 되었지만, 이제는 프로듀싱이 기획에서 유통까지 포괄하는 등 단계별 융합이 확대되는 것에 대응할 인력 필요”
- “중견 제작사보다 더 큰 영향력을 가진 크리에이터가 등장하는 등 방송산업 지형 변화에 대응하는 방송영상 사업자, 제작자에 대한 개념 재정립 필요”

- ◇ <정책방향> 제작 전 과정을 다루는 융합형 현장 전문인력, 콘텐츠 기획·활용을 위한 콘텐츠IP 전문인력 육성 확대

□ 융합형 현장 전문인력 양성

- (OTT·콘텐츠 특성화 대학원 확대) 융합 환경에 대응하는 전문인력 양성을 위해 전략 분야 특화 및 확대 운영('23년 19억원)

< OTT·콘텐츠 특성화 대학원 확대(안) >

전략 분야	주요 교육 내용
융합형 전문인재	기획·제작·경영 총괄 업무를 담당하는 한국형 쇼러너 양성
글로벌 IP 비즈니스	콘텐츠 파이낸싱, IP 비즈니스(계약, 법무 등) 역량 강화
신기술 접목	방송영상 분야 인공지능 및 빅데이터 분석기술 활용 교육
현장 실무능력	취창업 능력 개발을 위한 단계별 커리어 부트캠프 실시

- (OTT 특화 교육과정 확대) 'K-글로벌 방송영상콘텐츠 교육' 내 프로젝트형 OTT콘텐츠 기획·제작 실습을 제공하는 특화 과정 확대
- (콘텐츠 수출 전문인력 양성) 국가별 전문성과 콘텐츠 산업 이해력을 갖춘 콘텐츠 수출 전문인력 양성('23년 20억원)

- (기술 역량 강화) 프로젝트 기반 실무형 교육을 제공하는 '신기술 콘텐츠 융·복합 아카데미'를 통해 콘텐츠·기술에 능숙한 미래인재 양성(23년 57억원)

□ 산업 현장 주도 인재 양성 추진

- (청년 창작자 양성) 콘텐츠 창의인재동반사업으로 도제식 멘토링을 통한 청년 예비 창작자를 양성(23년 109억원)
- (선도기업 설계형 교육) 방송영상산업 선도 기업이 교육을 설계하고 훈련기관이 지원하는 협업을 통해 현장 수요 맞춤형 인재 양성

< 기업설계형 교육 사례 : CJ ENM '오픈' >

- ▶ 매년 50여명의 스토리 창작자를 선발하여 창작에 필요한 프로그램 및 교육을 지원
- ▶ 창작지원금, 인기 작가·연출자 멘토링 및 전문가 특강, 대본 집필을 위한 현장 취재지원 및 워크숍, 영상화 및 비즈 매칭 지원
- ▶ tvN <갯마을 차차차>의 신하은 작가, 넷플릭스 <좋아하면 울리는>의 이아연, 지연수 작가 등 배출

- (중소제작사 주도형 교육) 중소제작사 채용 수요에 맞춰 제작사와 예비 인재를 매칭하는 현장실습형 교육 과정 지원

□ 예비 및 현업 방송인 역량 강화

- (예비 방송인) 'K-글로벌 방송영상콘텐츠 교육' 내 기획·제작, 유통·마케팅 분야별 실습형 전문 교육 확대
- (현업 방송인) 현업 방송인 대상 글로벌 역량 강화 교육 확대 및 신기술 활용 제작 역량 강화 교육 신설
- (인력 선순환) 현업 개인미디어 크리에이터 및 기존 방송 현업인 대상 직무 전환 교육으로 인력 양성의 선순환 체계 마련

< 사례 : 개인미디어와 방송 간 인력 선순환 >

- ▶ 와이낫미디어에서 "전지적 짝사랑 시점"을 쓴 이나은 작가가 백상예술대상을 수상한 SBS "그 해 우리는"을 집필하는 등 개인미디어와 기존 방송 산업의 인력 선순환 발생

□ 개인미디어 크리에이터 양성

- (특화 교육) 잠재역량 보유 크리에이터들의 전문성 강화 및 비즈니스 기회 창출 능력 배양을 위한 맞춤형 교육 체계 구축

- (숏폼·미드폼 제작지원) 크리에이터 대상 숏폼·미드폼 제작지원 확대를 통한 경쟁력 있는 크리에이터 주도 콘텐츠 창작 기반 마련
- (생태계 조성) 개인미디어 크리에이터 등 대상 뉴미디어 콘텐츠상 및 페스티벌 개최로 우수 콘텐츠·사업자 발굴
- (해외진출) BCWW 연계 뉴미디어 콘퍼런스(BCWW NewCON) 개최 및 경쟁력 있는 크리에이터의 해외 마켓 진출 지원(Asia TV forum 등)

□ **글로벌 IP 기획·창작 전문인력 양성**

- (IP 전문 프로듀서) 'K-글로벌 방송영상콘텐츠 교육' 내 IP 기반 기획 및 발굴, 라이선싱 등을 전문적으로 하는 IP 기획·개발 전문 프로듀서 양성
 - (글로벌 신진 창·제작자 양성) 글로벌 IP로 발전 가능성이 있는 다큐멘터리 프로젝트를 선발, 교육 기회를 제공하는 '(가칭) 글로벌 콘텐츠 인큐베이터' 지원
- 프로젝트 완성작 대상 BCWW 피칭 기회 제공 등 유통 지원 연계

< 사례 : 글로벌 신진 창·제작자 양성 프로그램 사례 >

구분	사례 내용
DMZ Docs 인더스트리(한국)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ DMZ 국제다큐멘터리영화제에서 운영하는 한국 및 아시아 지역 다큐멘터리 지원 플랫폼으로, 전도 유망한 다큐멘터리 프로젝트를 발굴해 기획, 제작, 투자유치, 후반작업까지 단계별 맞춤형 지원 시스템을 구축하여 제작 활성화를 지원
독 인큐베이터 (dok.incubator)(체코)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 잠재력있는 러프컷 단계의 장편 다큐멘터리 프로젝트를 선발하여 국제 시장 진출을 목표로 6개월간 멘토링 프로그램을 제공하는 프로그램으로, 2010년부터 시작 ▶ 참여 프로젝트 감독, 편집자, 프로듀서가 '스토리텔링', '편집', '배급', '마케팅 전략' 등 전 과정에 걸쳐 20여명의 국제적 전문가들로부터 집중적이고 개별적인 교육 프로그램을 제공받음

◇ <현황> 게임 엔진 활용 제작, 좀비물 등 장르물의 인기에 따른 CG기술 활용 확대 등 방송영상산업의 제작기술 발전이 빠르게 진행

* (사례) 언리얼 엔진을 사용하여 제작('두니아-처음 만난 세계'(예능), '고요의 바다'(드라마)), CG 기술 활용('킹덤'(드라마), '지옥'(드라마))

【현장의 목소리】

- “실제 제작비용을 크게 부담하지 않고, 조명, 카메라 배치 및 이동, 무대 방향 및 편집 등 실험을 할 수 있어 완성도를 높일 수 있는 프리비즈(Previsualization)의 방송 현장 도입 필요”
- “공항, 중요 유적지 등 촬영이 많이 이뤄지는 장소를 디지털화해서 공공 라이브러리로 구축하면 기술 활용 제작의 기반이 될 수 있을 것으로 기대”
- “버추얼 프로덕션을 활용한 성공적인 콘텐츠 사례가 시장에서 나와야지만 버추얼 프로덕션의 활성화가 가능할 것”

◇ <정책방향> 버추얼 프로덕션을 활용한 '프리비즈' 등 사전제작 활성화, 신기술 활용 방송영상콘텐츠 제작 지원 강화 및 R&D 강화

□ 버추얼 프로덕션 활용 제작 활성화



- (전문인력 육성) 산업 현장 주도의 '방송제작 혁신랩'을 지원하여 버추얼 프로덕션 전문인력 양성 추진
- (공공 에셋 라이브러리 조성) 버추얼 프로덕션에서 활용할 수 있는 방송영상 특화 공공 에셋(asset)* 라이브러리 조성

* 에셋은 게임엔진과 같은 구체적인 소프트웨어 툴과의 호환성 등 이용 맥락을 고려하여, 식별에 용이한 태그(tag)나 설명정보 등이 추가된 메타데이터와 함께 제공

< 버추얼 프로덕션의 개념 >

- ▶ 기술을 사용하여 디지털 세계와 물리적 세계를 실시간으로 연결하는 방식의 영상 제작 기법 전반을 통칭하는 개념
- ▶ 스튜디오 세트장에서 위치센서와 트래킹센서가 장착된 카메라로 배우 등 실사와 배경영상을 스튜디오의 LED 월, 그린스크린 등에 재현하여 실시간으로 촬영하거나 후반에 합성하여 재현하는 기법
- ▶ 기존의 그린스크린을 활용하여 사후에 CG를 합성하는 방식보다, CG가 이미 구현된 환경에서 촬영을 진행할 수 있어서 배우 등의 몰입을 도울 수 있음

<버추얼 프로덕션 활용 사례>

작품명	사진	활용 방향
고요의 바다		버추얼 스튜디오 활용 '인카메라 VFX'를 활용하여 제작
만달로리안		디즈니플러스에서 2020년 공개된 '만달로리안' 시즌은 인카메라 VFX 실시간 렌더링, LED 월 기반 스튜디오를 활용한 버추얼 프로덕션 기술로 제작

- (제작지원) 버추얼 프로덕션 기술 활용 제작 지원 추진
- (버추얼 프로덕션 활용 기술 세제 지원) 버추얼 프로덕션 활용기술* (신성장·원천기술) 연구개발 비용에 대한 세액공제 활용 확산
 - * 현재 가상현실(VR), 증강현실(AR) 콘텐츠 기술, 오감체험형 4D 콘텐츠 제작기술 등을 신성장·원천기술로 지정 중

□ **첨단기술 적용 방송영상콘텐츠 제작 지원**

- (신기술 R&D 및 사업화) 신기술 기반 방송영상콘텐츠 제작을 위한 핵심 기술 R&D 과제발굴 및 사업화 지원
 - * 방송분야 문화기술 R&D지원 현황 : Virtual Spot-비디오 월 중심 버추얼 프로덕션 파이프라인 구축 기술 개발('21~'23년, 40억원), 다중 사용자 인터랙션 및 VIRTUAL BEING 지원을 위한 다목적 방송 스튜디오 플랫폼 개발('22~'24년, 57억원)
- (제작 지원) AR·VR·MR, XR, 메타버스, AI 등 신기술을 접목한 방송영상콘텐츠 제작지원 확대('23년 30억원)
 - 신기술 콘텐츠 제작지원과 문화기술 R&D간 연계 확대로 개발된 기술이 사장되지 않고 콘텐츠 제작에 활용될 수 있도록 지원
- (프리비즈 확산) 게임엔진을 활용한 사전기획 시각화 작업인 '프리비즈'를 제작지원·기획개발 사업과 연계하여 지원

< '프리비즈'의 개념 >

- ▶ 사전 기획 개발 단계에서 최종 영상물의 결과물을 예측하기 위한 시각화 작업을 의미
- ▶ 게임엔진을 활용한 프리비즈는 직접 CG 담당자와 감독이 에셋(구성 요소), 조명, 카메라 위치 등을 조정하면서 수정 방향을 실시간으로 반영할 수 있기 때문에 시간과 비용을 모두 절약 가능

< 프리비즈 사용 예시 >

작품명	프리비즈 장면	실제 촬영 장면
왕좌의 게임		
몬스터 헌터		

◇ <현황> OTT 서비스 이용 확대 등 미디어 환경 변화에 따라 신시장 활성화 및 혁신성장을 위한 제도 및 규제 개선 요구 확대

【현장의 목소리】

- “창작자의 제작 자율성을 보장하고, 플랫폼의 원활한 콘텐츠 공급을 위한 자체등급분류제 도입 필요”
- “작가와 제작자들은 관례라는 이유로 제작비를 낸 방송사가 모든 권리를 가져가는 것이 현실”
- “창작자가 긴 고뇌의 시간 동안 만든 아이디어가 회당 작가료 외에 저작물에 관여할 수 없는 관례에 개선이 필요”
- “콘텐츠 제작의 대형화, 글로벌화를 고려한 스튜디오 지원 필요”

◇ <정책방향> 콘텐츠 제작·유통 환경 변화에 대응하여 신시장 활성화를 위해 제도 및 규제 개선 추진

□ OTT 콘텐츠 활성화를 위한 제도·규제 개선

- (자체등급분류제 도입) OTT 영상물에 대해 영상물등급위원회를 통한 사전 등급분류 심의 대신 사업자를 통한 자체등급분류 제도 도입(‘23.3.)
 - * (현행) 유통前 영등위 등급분류(14일) → (개선) OTT 지정사업자 등급분류(즉시)
- (OTT 콘텐츠 세액공제 적용) 영상콘텐츠 제작비 세액공제 대상을 OTT 콘텐츠까지 확대*하여 제작자 부담 완화(‘23.1.1. 지출 비용분부터 적용)
 - * 현 세액공제 대상 : 영화, 방송프로그램(드라마, 애니메이션, 다큐멘터리, 예능)
- (OTT 특화 제작 지원) 제작사와 플랫폼간 IP 공동보유 및 국내OTT를 통한 1차 방영을 의무화한 OTT 특화 제작지원 확대(‘23년 454억원)
 - * (‘22년) 드라마 94억원, 9편, 최대 14억 / 비드라마 20억원, 5편, 최대 5억 → (‘23년) 드라마 390억원, 18편, 최대 30억 / 비드라마 60억원, 9편, 최대 8억
- (해외진출 지원) OTT 콘텐츠 대상 재제작 및 현지화 지원(‘23년 19.8억원) 및 국내OTT까지 국제공동제작 지원 대상 확대(‘23년 13.5억원)
- (OTT 라이브러리 구축) 국내OTT의 콘텐츠 보유량 확대를 위한 자율형 후반작업 지원(‘23년 50억원)

□ 공정한 콘텐츠 IP 비즈니스 환경 조성을 위한 제도개선

- (특약 이용 활성화) 정부 제작지원 작품 대상 창작자(감독, 작가 등)가 제작사·OTT 등과 저작재산권을 공유할 수 있도록 특약* 이용 안내
 - * 저작권법 100조는 영상제작자가 제작에 협력하는 창작자들의 권리를 양도받는 것으로 추정하나, 특약을 체결하여 창작자도 권리를 보유할 수 있도록 하고 있음
- (직능단체 역량 강화) 플랫폼과의 IP 협상력 강화를 위해 저작권 맞춤형 교육 지원 등 직능단체 역량 강화 지원

< 직능단체 역량 강화를 통한 플랫폼과의 협상 사례 >

구분	사례
미국	감독·작가·배우·무대기술 등의 직능조합이 투자제작사 단체 및 OTT 플랫폼과 단체교섭을 통해 창작자로서 저작권료를 받음
프랑스	1999년부터 SACD(저작자, 드라마 작곡자 단체)는 영상제작자협회와 Payper-view와 VOD 등 공중이 영상물에 접근가능한 모든 수단에 대한 총 수익의 일정비율로 최소한의 공정 보상 합의

□ 스튜디오화·전문화에 발맞춘 법제 마련

- (사업자 법적 지위 세분화) 스튜디오가 제작을 총괄하는 '스튜디오화', 콘텐츠 제작 '전문화'에 대응해 방송영상콘텐츠 사업자의 법적 지위 세분화로 체계적 진흥 기반 마련

< 사업자 법적 지위 세분화 >

제작 단계	현행	개선
기획	별도 법적 지위 규정 없음	⇒ '문화산업진흥 기본법'에 '방송영상콘텐츠기획업자' 지위 신설 '방송영상콘텐츠제작업자'로 재정의 '문화산업진흥 기본법'에 '방송영상콘텐츠유통업자' 지위 신설
제작	'문화산업진흥 기본법' 제2조제20호 '방송영상독립제작사'	
유통	별도 법적 지위 규정 없음	

< 유사 입법 사례 >

구분	사례
영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률	제2조(정의) 9. "영화업자"라 함은 영리를 목적으로 하는 자로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자를 말한다. 가. 영화제작업자 : 영화제작을 업으로 하는 자 나. 영화수입업자 : 영화수입을 업으로 하는 자 다. 영화배급업자 : 영화배급을 업으로 하는 자 라. 영화상영업자 : 영화상영을 업으로 하는 자
대중문화예술산업발전법	제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 4. "대중문화예술제작업"이란 대중문화예술용역을 이용하여 대중문화예술제작물을 제작하는 영업을 말한다(이하 생략) 7. "대중문화예술기획업자"란 대중문화예술기획업을 하기 위하여 제26조제1항에 따라 등록을 한 자를 말한다.

1 매력적인 콘텐츠 창·제작을 위한 금융 및 세제 지원

◇ <현황> K-드라마의 세계적 흥행에 따라 국내 방송영상산업에 대한 글로벌 OTT의 투자가 확대되고 있으나, 국내 제작사의 해외 자본 종속 우려도 상존

【현장의 목소리】

- “콘텐츠에 투자하는 주체가 다양해졌기 때문에 세제지원 대상을 제작사 뿐만 아니라 투자자까지 확대 필요”
- “프로젝트 단위의 투자가 아닌 지분 투자, 보증 보험 등의 형태로 기업 지원하여 기업의 성장을 위한 투자로 변화 필요”
- “제작사의 IP 확보를 위해 콘텐츠 제작비의 20~50%를 제작사가 부담하여야 했으며, 이러한 대규모 투자금 확보가 어려워 다수의 제작사가 IP를 포기하고 제작비에 일부 수익을 더해주는 것을 선택하게 됨”

◇ <정책방향> 정책금융 지원 강화, 기업의 재투자 확대를 위한 세제 지원 활용 확산 및 제작사 IP확보를 위한 제작사의 제작비 조달 방안 다각화

□ 방송영상 분야 정책금융 지원 확대

- (방송·OTT 영상콘텐츠펀드) 영상분야 중소·벤처기업 및 프로젝트에 투자하는 방송·OTT 영상콘텐츠 펀드 운용('21년, 303억 규모 조성)
- (드라마 펀드) 제작사 IP 보유를 조건으로 드라마 제작 프로젝트에 투자하는 드라마펀드 신규 조성('22년 400억 규모 조성)
- (모험투자펀드) 기획개발 등 제작 초기단계, 비드라마 등 투자 소외분야 프로젝트에 투자하는 모험투자펀드 확대('22년 2,088억)
- (K-콘텐츠 IP펀드) 콘텐츠 업체의 IP 확보를 위한 정책금융을 확대('23년, 1,500억 규모 조성)
- (K-M&A 펀드) 중소 콘텐츠 업체의 스케일업을 위한 'K-M&A 펀드' 조성('23년, 666억 규모 조성)
- (모태펀드 투자 대상 확대) 대기업이 제작에 40% 투자한 프로젝트 까지 자(子)펀드가 투자할 수 있도록 제한 완화('23년 상반기, 중기부)

□ 콘텐츠 특화보증 및 가치평가제도 활성화

- (완성보증) 제작 완료 후 판매대금으로 대출금을 상환하는 완성보증 확대('23년 200억)
- (콘텐츠 IP보증) 콘텐츠 IP의 사업화 자금 보증 등 IP 활용도 제고를 위한 우대 보증 프로그램 운영
- (가치평가) 콘텐츠 가치평가 대상 분야를 확대(8종→10종) 및 평가의 신뢰도 제고로 기업·사업(프로젝트)의 투자유치 확대 지원('23년 28억원)

□ 제작사의 IP 확보를 위한 제작비 조달방안 다각화

- (융자) '방송영상진흥채권'을 통한 방송 프로그램 제작비 융자 지원 확대 및 융자 재원 확충
- (이차보전) 담보가 부족하여 높은 금리에 직면하는 중소 제작사의 제작·운영자금 이차부담 완화를 위한 이차보전사업 지속 운영('23년 40억원)
* 은행 대출금 약 1,600억원(기업별 5~10억원)에 대해 2.5%p만큼의 금리 지원
- (간접광고·협찬) 간접광고·협찬 수요기업·지자체 대상 피칭 지원으로 간접광고·협찬을 통한 제작사의 제작 자금 조달 지원

□ 방송영상산업 세제 지원 활용 확산

- (활용 확산) '영상콘텐츠 제작비 세액공제'를 포함해 중소기업 세제 지원 등 각종 세제제도 활용 매뉴얼 제작·보급 및 협·단체 연계 컨설팅 추진
- (세제지원 등) 세계시장 경쟁력 확보를 위해 방송영상산업 세제혜택 등 정부지원 확대 방안 검토

◇ <현황> 방송영상산업 제작의 세분화·대형화로 기획-제작-유통의 가치사슬별 전문화 가속화

【현장의 목소리】

- “OTT, 크리에이터, 메타버스 등 변화한 시장을 반영해 제작지원 사업의 대상 및 분야 구성 필요”
- “기존 제작지원 사업이 그 해 방영·런칭되는 것을 조건으로 하고 있는데, 현실적으로 기획 개발 단계에서부터 방영, 서비스되는 과정까지 걸리는 시간이 2~3년 정도이기 때문에 현실과 괴리가 있음”
- “이미 만들어진 경쟁력 있는 한국 콘텐츠를 OTT로 유통하기 위한 지원이 필요”

◇ <정책방향> 기획-제작-유통의 가치사슬별 지원 및 참신한 콘텐츠 제작을 위한 마중물로서 정부지원 실효성 강화

□ **참신한 콘텐츠 창·제작을 위한 기획개발 지원 강화**

- (기획개발 공모전) 독창적 기획안 발굴을 위한 국내 최대규모 공모전 개최(‘23년 15억원)
- (기획개발 완성화 지원) 초기 기획개발 작품 대상 컨설팅, 견본 영상물 등 제작지원, 피칭·비즈매칭 등 사업화 지원(‘23년 3억원)
- (포맷 기획 역량 강화) 업계 전문가 집중 코칭·협업을 통해 신진 창작자의 기획 역량을 강화하는 ‘방송영상 포맷 랩’ 확대(‘23년 10억원)
- (신기술 융합) 신기술이 융합된 형태의 방송영상콘텐츠 기획개발을 지원하는 ‘신기술 기반 방송영상콘텐츠 랩’ 확대(‘23년 40억원)

□ **기획개발 원천인 스토리 산업 활성화**

- (소재발굴 및 고도화 지원) ‘이야기 창작발전소’를 통해 중견 창작자 대상 소재 발굴 및 스토리 고도화 지원(‘23년 3억원)
- (신진 스토리작가 지원) 콘텐츠 기업과 연계하여 장르별 신진 작가 (40명 내외) 선발 및 스토리 기획·개발 지원, 우수 프로젝트 대상 제작·유통 지원(‘23년 6억원)

- (우수스토리 매칭·제작 지원) ‘스토리움(스토리 유통플랫폼)’을 통해 계약(작가·제작사)이 체결된 우수 스토리 대상 방송·영상, 공연, 만화·웹툰 등 콘텐츠 사업화 지원(‘23년 10억원)

□ 고부가가치 포맷산업 지속 선도 지원

- (포맷제작) 참신한 기획과 구성을 가진 방송포맷 파일럿 제작 지원 확대(‘23년 19억원)
- (포맷유통·마케팅) 주요 방송영상마켓*에서 한국 우수포맷 소개 및 비즈매칭 지원(‘23년 5억원)

* MIPFORMATS(프랑스), LA Screenings(미국), ATF(싱가포르) 등

□ 다양하고 경쟁력 있는 콘텐츠 제작지원 확대

- (드라마) 장편 및 중편 드라마 제작지원 규모 확대 및 최대 지원금 상향(‘23년 24억원)
- (다큐멘터리) 고품질 시리즈물 및 중·단편 다큐멘터리 지원 확대(‘23년 15억원)
- (숏폼) 웹드라마, 웹예능 등 숏폼 콘텐츠 제작지원 확대(‘23년 22억원)

□ 제작지원·금융지원 연계로 민간의 콘텐츠 창·제작 기반 강화

- (제작지원·융자 연계) 우수 제작지원 작품 대상 방송영상진흥재단 융자 지원을 연계해 콘텐츠 기업의 성장 지원
- (우수기업 이자 지원) 매출·수출액 증가 기업에 대해 방송영상진흥 재원 융자 이자 지원 등 콘텐츠 창·제작 기반 강화

□ 콘텐츠 완성도 제고를 위한 후반작업 체계적 지원

- (후반작업 지원) OTT를 통한 전세계 동시유통 및 장르물 다양화로 수요 급증한 후반작업(영상, 음향, 다국어, 아카이빙 등) 체계적·종합적 지원(‘23년 300억원)

< 후반작업의 개념 >

- ▶ ‘후반작업’이란 실제 촬영이 모두 끝난 뒤에 이루어지는 생산 작업을 통틀어 지칭
- ▶ 후반작업 시 특수시각효과, 색보정 등(영상) 디지털 믹싱 및 마스터링 등(음향), 번역, 더빙, 자막 등(다국어화)이 이루어지게 됨

◇ <현황> 방송영상콘텐츠 제작 시 제작 규모 대형화 및 최신 기술 활용 추세로 고도화된 제작시설에 대한 수요 확대

【현장의 목소리】

- “방송영상 콘텐츠 제작 환경의 빠른 변화에 대해 대응하기 위한 공적 인프라 제공이 필요”
- “기존 제작 인프라 활용이 성과가 높았으나, 최신 기술 활용을 고려한 새로운 인프라의 구축과 활용 지원 필요”
- “ESG의 중요성에 대해서는 알고 있지만 미디어와 콘텐츠 산업에서 기준이 마련되어 있지 않아 국내 확산을 위한 기준 안내가 필요”

◇ <정책방향> 기존 시설 고도화 및 신규 제작시설 조성으로 산업 수요에 맞춘 인프라 구축



□ **첨단 제작 인프라 구축**

- (공공 스튜디오 구축) LED월 및 인카메라 VFX 등을 갖춘 버추얼 프로덕션 공공 스튜디오를 스튜디오 큐브 및 DMS에 조성 추진

< 국내외 버추얼 스튜디오 조성 사례 >

구분	서비스 지원 내용
미국	넌트 스튜디오: 360도 LED월 구축, 2만 8천㎡ 부지, 에픽게임즈와 협업
국내	비브스튜디오: 곤지암 위치, 컴퓨터 그래픽 통합 솔루션(VIT) 브이에이 스튜디오: 하남, 아시아 최대 규모 스튜디오, 1만 1,265㎡ 규모

< 버추얼 스튜디오 주요 구성 요소(안) >

	사진	설명
LED 월		- 기존의 녹색 크로마키 스크린과 달리 조명이나 이미지를 자유롭게 조정해 가상세계의 사실감을 향상시킬 수 있음 - 실시간으로 조명을 조절하거나 이미지를 반영하여 촬영 배경 장소의 설정을 바꾸는 게 가능해 적은 비용으로 현실감 있는 장면 연출
인카메라 VFX		게임엔진을 활용하여 실시간으로 렌더링 되는 CG와 현장 촬영을 결합하는 방식의 제작 기법

- (수상 촬영) ‘스튜디오 큐브’ 내 수상 및 일반촬영이 가능한 다목적 실내스튜디오 구축(’23년)

- (특수 촬영) '스튜디오 큐브' 내 특수촬영을 위한 크로마키 추가 설치('23년)
- (융복합 특수영상) 융복합콘텐츠 육성을 위한 '융복합 특수영상 콘텐츠 클러스터' 구축('22년~'25년, 1,476억원)

□ 제작인프라 제공 서비스 고도화 · 다각화

- (지원 서비스 고도화) DMS의 운영 시스템 디지털화 및 이용자 수요에 맞춘 공간 기능 재배치·개보수를 통한 지원 서비스 고도화
- (지원 서비스 다각화) 제작사의 원활한 촬영을 위한 후반제작 연계 지원, 자금 컨설팅 지원 등 지원 서비스 다각화 추진

< 사례 : 국내·외 제작인프라 지원서비스 다각화 사례 >

구분	지원 내용
미국 유니버설 스튜디오	스튜디오 대관 및 미술작업, 후반작업, 오디오 비주얼 작업 등 제작 전 단계에 필요한 기술 및 기술자, 장소 지원
헝가리 코르다 스튜디오	제작사의 원활한 촬영을 위한 자금 조달 컨설팅 지원 등 특화 서비스 제공
K-FILM 스튜디오4	해외 공동제작 지원을 위한 프로덕션 작업 및 컨설팅 지원

- (요금 합리화) 기업 규모·이용 기간 등에 따른 시설 대관 비용 차등화 등 이용 요금 합리화

□ 제작 인프라 및 제작 과정 친환경화

- (에너지 효율화) 제작 인프라 내 고효율기기 보급 및 스마트 에너지관리 시스템 도입으로 에너지 사용 효율화
- (안내서 마련) 제작 인프라 활용 시 참고할 수 있도록 제작 과정 전반에 대한 친환경 영상제작 안내서 마련

< 사례 : 해외 주요국 친환경 영상제작 안내서 >

구분	지원 내용
<Unified Best Practice Guide>(미국)	- 2016년 미국의 전미제작자협회가 개발한 가이드라인 - 탄소계산기 <PEAR>와 함께 이니셔티브의 핵심 요소로 기능 - 프로덕션 과정 전 과정에 걸쳐 자세한 친환경 수행 방안 및 가이드 라인에 따라 시행된 방안을 보고하기 위한 표준양식을 제공
<Le guide de l'éco production>(프랑스)	- 2016년 프랑스 Ecoprod에서 개발한 가이드라인 - 탄소계산기 <Carbon'Clap>과 함께 구성 - 총 8개 분야에 걸친 친환경 제작 행동 지침 및 체크리스트 제시
<Grüner Filmpass Best Practice Guide>(독일)	- 독일 함부르크시와 쉘레스비히-홀스테인주가 공동으로 설립한 영상 진흥기구에서 도입한 친환경 제작 가이드라인 - 프로덕션의 조명, 전자장비, 난방, 분장, 의상, 조명 등 제작단계별로 구체적인 행동지침 제시

1 글로벌 도약을 위한 산업 경쟁력 강화

◇ <현황> 한국의 제작 인력을 활용한 해외제작사의 제작이 이루어지고, 글로벌 OTT 수준의 제작기준에 대한 인식 확대 등 방송영상산업의 글로벌화 진행

* (사례) 드라마 ‘파친코’ 기획에 다수의 한국작가가 참여, 스튜디오드래곤은 미국제작사 스카이댄스미디어와 함께 ‘더 빅도어 프라이즈’를 제작 중

【현장의 목소리】

- “기존의 진출 방식(아웃바운드)을 넘어서 해외 사업자가 한국에서 협업하는 방식(인바운드)의 글로벌화를 적극 추진할 필요가 있으며, 네덜란드가 글로벌 스튜디오 인프라 구축을 통해 해외 제작 수요를 끌어들이는 전략을 참고할 필요가 있음”
- “해외 사업자가 국내 사업자에게 직접 연락하는 등 해외 진출의 개념이 상호적으로 변화하고 있는 상황에서 국내 사업자들의 대응 역량 강화를 위한 지원 필요”

◇ <정책방향> 한국 방송영상 산업의 양방향 글로벌 산업화 기반 구축

□ 기업 수요 맞춤형 해외 진출 지원

○ (수요 맞춤형 지원체계 구축) 수출용 재제작 및 현지화 등 글로벌 서비스 지원 종류를 기업이 자율적으로 선택하는 수요 맞춤형 지원 추진

< 기업 선택형 글로벌 서비스 지원 종류 예시 >

구분	선택항목	세부 내용
현지화	- 수출용, OTT 연계용 재제작	·글로벌 진출을 위한 번역, 더빙, M/E분리 및 음원교체, 종합편집 등 수출대상 플랫폼별 필요 형태에 부합하는 재제작 및 현지화 항목 선택 및 지원
컨설팅	- 수출전략 컨설팅 지원 - 유통·배급 연결 지원 - 법률/특허/지재권 자문 지원 - 글로벌 시장정보 지원	·해외 수출을 위한 수출역량 진단 및 마케팅 전략 수립 ·해외 유통, 배급 기업 연결 지원 ·해외 수출을 위한 법률 자문 및 특허, 지재권 자문 지원 ·해외 방송시장에 대한 조사 및 트렌드 분석 제공
마케팅	- 마케팅용 영상 제작 - 해외매체 홍보	·프로모션/국제상 출품용 영상물·스크리너 제작 지원 ·현지 매체를 활용한 프로그램 홍보 지원
인프라	- 온라인 전송 서비스	·대용량 영상(마케팅 및 수출용 콘텐츠) 고속 전송 서비스 지원

○ (현지홍보 강화) 기업·소비자 거래(B2C) 해외 마케팅 활성화, 기업 간 거래(B2B) 포함 한류 관련 산업 활성화 등 현지 홍보 강화(23년 80억 원)

□ 해외 시장 진출 지원 체계 강화

- (지원체계 마련) 해외 거점* 및 통합 수출정보 플랫폼 '웰콘(Welcon)' 활용 해외진출 지원 확대, 온라인·화상 수출상담 지원('23년 154억원)
* (현재) 9개국 10개소 → ('23년) 13개국 15개소 확충 예정
- (협의체) 국내 주요 방송사·제작사가 참여하는 수출협의체* 운영을 통해 수출시장 현황, 방송영상산업 트렌드 및 지원사업 활용 지원
* 국내 지상파, 종편·케이블TV, 배급·제작사 등 수출 관련 39개사 178명 참여('99년~)

□ 해외 진출을 위한 체계적인 정보 제공

- (저작권 이용정보 수집체계) 저작물 이용정보를 수집·축적 및 시장에 제공할 수 있는 통합 정보체계 구축('23년 30억원)
* 음악 분야 이용정보 수집체계 구축(~'21년), 방송음악 등('22년~)
- (한류 데이터 기반 심층정보 제공) 한류 데이터 분석을 통해 기업 해외 시장 진출을 위한 체계적인 정보 제공('23년 15억원)

□ 수출 저변 확대 및 전략적 시장 개척

- (수출 저변 확대) K-다큐멘터리의 해외 다큐마켓 참가 및 해외 투자 설명회 신규 지원 등 지원 장르 확대로 수출 저변 확대('23년 6.3억원)
- (전략적 시장 개척) 핵심시장과 신흥 시장별 특성을 고려한 맞춤형 지원으로 시장 개척 전략적 추진('23년 16.65억원)

□ 글로벌 방송영상 산업 내 한국 위상 강화

- (국제방송영상마켓 위상 강화) BCWW·BCM 등 국내 개최 국제방송 영상마켓 위상 강화로 글로벌 방송영상산업 리더십 구축('23년 14.3억원)
- (국제시상식) 서울드라마어워즈(SDA) 등 활용 방송영상산업의 중심국 역할 강화 및 국가 간 교류 거점으로 역할 확대('23년 5억원)
- (국제시상식 출품 지원) 중소제작사 제작 작품 대상 국제시상식 출품 지원을 통한 글로벌 위상 강화 및 제작사의 지속 성장 지원

◇ <현황> 과도한 상업적 해외진출로 인해 한류에 대한 부정적인 인식이 확대(20년 24.4%→21년 30.7%)된 것으로 나타남

- * (사례) 태국, 말레이시아, 인도네시아 등 아세안 국가에서 한류 부정 인식 공감 주요 사유로 ‘지나치게 상업적’, ‘지나치게 자극적/선정적’ 및 ‘자국 콘텐츠 산업 보호 필요’를 제시(2022 글로벌 한류 트렌드)

【현장의 목소리】

- “한류의 지속가능성을 위해 일방향이 아닌 상호 협력적 소통과 교류가 필요”
- “신흥 지역에서 민간 사업자 중심의 교류는 사업적 불확실성으로 인해 지속성을 확보하기에 어려움이 있음”
- “콘텐츠 산업 진흥에 관심을 기울이는 국가들의 수요를 고려한 협력 사업 발굴 필요”

◇ <정책방향> 방송영상산업 국제교류 확대 및 한류 지속 확산을 위한 기반 구축 등 지원

□ 방송영상산업 국제교류 활성화

- (국제공동제작) 국가 간 문화교류 및 상호이해 확대를 위한 방송영상콘텐츠 국제공동제작 지원 확대(23년 13.5억원)
- (해외배급 지원) 우수 방송영상콘텐츠의 글로벌 신흥시장 배급을 지원하여 국제교류 활성화 및 신시장 수출 기반 조성(23년 5.5억원)

□ 방송인 국제교류 활성화

- (인바운드) 해외방송인 대상 한국 방송 트렌드 및 제작 노하우 공유 등 초청 교류 프로그램 운영 확대(23년 2.7억원)
- (아웃바운드) 글로벌 역량을 갖춘 인재 양성을 위한 해외인턴 지원, 글로벌 기업 연계 산학 프로젝트 운영 등 글로벌 교류 활성화
- (네트워킹) 현업 종사자 대상 해외 주요 방송영상마켓 연계 네트워킹 행사(MIPCOM Summit 등) 및 글로벌 워크숍 (EMC 포맷아카데미 등) 참가
- (재외공관 협력) 방송영상콘텐츠 해외 교류 활성화를 위한 해외 주재 문화원, 대사관 등 재외공관과의 협력 강화

□ 케이컬처의 지속 확산 기반 조성

- (체계 마련) 한류 지속 확산을 위해 주요 재외한국문화원을 중심으로 권역별(아시아태평양·유럽·미주·아프리카 등) 회의체 구성 등 지역별 네트워크 구성
- (인프라 조성) 한류 확산에 따른 한류 콘텐츠 및 연관산업의 해외수출 활성화를 위해 관계부처 협업 해외홍보관 본격 운영(인도네시아, '23년 40억원)
- (인력 양성) 콘텐츠 수출 시 '제2의 창작'으로 꼽히는 번역과정의 양적·질적 향상을 위한 콘텐츠 번역인력 양성('23년 14억원)

□ 케이컬처 소비층 확대를 위한 문화교류 확대

- (모꼬지 코리아) 현지 문화공연 및 한국의 생활문화를 소개하고 관련 상품을 홍보하는 '모꼬지 대한민국' 운영('23년 18억원)
- (참여형 교류 지원) 자발적 한류 경험 및 현지 한류 네트워크 성장 기반 구축을 위한 해외 한류커뮤니티 지원*('23년 2.5억원)
* '22년 일본, 태국, 스위스, 아르헨티나 등 18개국 38개 커뮤니티 지원
- (콘텐츠 전문인력 양성 ODA) 한국의 콘텐츠산업 발전 경험 공유(영상 콘텐츠 분야)를 통해 국가간 문화산업 교류 발전 도모(인도네시아, '23년 7.3억원)

□ 관계부처 협업으로 케이컬처의 연관산업 견인 확대

- (한류협력위원회) 범부처 한류협력위원회* 활용, 한류와 연계한 연관 산업(식품, 소비재 등) 동반 해외진출을 위한 K-브랜드 협업과제 추진
* (구성) 장관(위원장), 12개 관계부처 차관(기재부, 외교부, 중기부 등), 12개 공공기관장
- (한류 마케팅 지원) 해외 방영 콘텐츠(드라마·예능)에 연관산업 제품의 간접광고* 및 해외 판촉 지원('23년 45억원)
* 드라마·예능 프로그램과 적합한 상품 매칭, OTT 또는 현지 채널을 통해 해외 방영
- (K-박람회 개최) 콘텐츠·연관산업의 공동 해외진출 촉진을 위한 한류 종합행사 개최('23년 20억원)

◇ <현황> 창·제작자의 수익 보장 및 K-콘텐츠의 해외 유통 확대를 위한 저작권 보호 및 지원에 대한 수요 확대

【현장의 목소리】

- “해외 불법 콘텐츠로 인한 해외 진출 시도 및 협상력 약화 우려”
- “민간 사업자의 해외 대응 노력에는 한계가 있어, 정책적 국제 공조 협력 필요”
- “저작권 보호에 대해 국가별 인식이 상이하어 해외 정부와의 적극적인 공조 및 현지 인식 개선이 필요”

◇ <정책방향> K-콘텐츠 저작권 보호 체계 강화 및 국제공조 확대

□ 저작권 보호 기반 마련

- (저작권 침해 종합대응시스템 구축) 저작권 침해 모니터링 시스템에 침해 분석·심의까지 연계하는 종합대응시스템 구축(‘23년 53억원)
- (디지털포렌식 전문인력) 저작권 특화 디지털포렌식* 전문인력 양성 목적의 대학원 과정 운영(‘23년 5억원)
 - * 디지털포렌식 : 컴퓨터(PC)나 노트북, 휴대폰 등 각종 저장매체 또는 인터넷상에 남아 있는 각종 디지털 정보를 분석해 범죄 단서를 찾는 수사기법
- (침해정보 수집) K-콘텐츠 저작권 보호를 위한 언어별 저작권 침해 정보 수집 시스템 개발(‘23년 12억원)

구 분	현 행	개발 후
모니터링 범위	스트리밍 사이트	온라인 커뮤니티, SNS로 확대
모니터링 방식	현지 인력 운영	자동추적시스템
침해정보 수집	단순 자료 수집(수작업)	빅데이터 분석·예측 탐지(자동)

□ 저작권 보호를 위한 협력 강화

- (국제공조 수사) 온라인 저작권 침해 대응을 위해 국제형사경찰기구(인터폴)와 협업하고 각국 수사기관과 수사기법 공유 및 인적 교류 확대
- (해외 정부와의 공조) 저작권 해외사무소 소재지 중심, 현지 정부 및 유관기관과 협력체계를 구축하여 해외에서의 저작권 침해에 공동대응

- (대체적 분쟁해결제도 활용 촉진) 해외 저작권 분쟁 발생시, 신속한 분쟁해결을 위해 세계지식재산기구(WIPO) 조정제도 이용 지원
* 신청비, 조정인 수당 등 WIPO 조정제도 이용료 지원(1건당 최대 USD 5,000)

□ 한류콘텐츠 제작사의 저작권 보호 지원

- (맞춤형 해외저작권 보호 바우처) 한류콘텐츠 해외수출 기업 대상 맞춤형 해외저작권 보호 바우처 서비스 제공('23년 5억원)
* (대상) 방송, 영화, 음악, 웹툰, 게임, 출판, 애니메이션 등 7개 분야
(지원서비스) ①계약서 법률컨설팅, ②저작물 불법유통 감시, ③저작권 침해감정·조사, ④소송지원
- (중소 콘텐츠기업 중점 보호) 영세한 중소 콘텐츠기업 대상 저작권 피해 방지를 위한 보호기술 적용 지원('23년 5억원)
- (한류콘텐츠 침해 실태조사) 해외 한류콘텐츠 온라인 저작권 침해사이트 실태조사를 통해 권리자 제공·수사 등 활용('23년 2억원)
- (모니터링) 미취업 청년 대상 재택 모니터링단을 확대 운영하여 해외 현지 유통 저작권 침해현황 파악 및 권리자 대응 지원('23년 13.6억원)

1 자유롭고 공정한 제작환경 조성

◇ <현황> 방송영상콘텐츠 제작 시 표준계약서 활용이 100%에 육박하는 등 성숙 단계에 진입 중

- 그러나 제작 프로그램의 저작권이 방송사에 약 74% 귀속, 제작사 귀속은 8.8%에 불과하여 권리 소유와 관련한 공정 환경 조성은 여전히 미흡
- * 저작권 등 프로그램 권리 배분과 관련된 합의 수준(만족도)의 인식차도 방송사(4.7/5점 만점)와 제작사(3.0/5점 만점) 간 차이가 크게 나타남

【현장의 목소리】

- “제작사와 플랫폼사가 상생협력·동반성장할 수 있는 구체적 방안 마련 필요”
- “제작사가 플랫폼으로부터 정당한 대우를 받아야 종사자들에게도 좋은 대우를 해줄 수 있음”

◇ <정책방향> 외주거래 불공정 관행 개선 및 종사자 권리 보호, 제작사와 플랫폼사 동반 성장 지원

□ 외주거래 불공정 관행 개선 지속

- (금지행위 법제화) 불공정행위를 금지행위로 규정하는 내용의 방송법 개정
 - 금지행위 대상에 외주제작사를 포함하고, 불공정한 행위 등을 금지행위로 명시하는 방송법 개정
- (실태조사) 관계부처 합동 외주제작 거래 실태조사 정례 실시
- (외주제작 가이드라인) 상생의 외주제작 환경 조성을 위해 외주제작 가이드라인 이행여부 점검(연 2회) 지속 실시

□ 노동환경 개선 및 안전한 제작 환경 조성

- (노무컨설팅) 방송 분야 기업 및 종사자·프리랜서를 위한 노무 컨설팅 지원
- (안전교육·지도) 방송 제작현장 안전교육 및 고위험 현장 세트 설치·해체 등 관련 안전지도, 제작현장 응급 차량·구조사 파견 등 확대
- (성폭력·성희롱 교육) 지원사업 수혜기업, 방송 분야 제작사 및 제작스태프, 예비종사자 대상 성폭력·성희롱 예방 교육 및 가이드 제작

- (성폭력·성희롱 대응) 콘텐츠성평등센터 '보라'를 통한 성폭력·성희롱 피해사례 접수, 법률상담 및 피해자 치료·상담 지원
- (노동환경 실태조사) 방송영상산업 종사자의 직군별 계약형태, 노동시간, 보수, 작업환경 등 노동환경 조사 정례적 실시

□ 방송영상산업 종사자 권리보호 강화

- (표준계약서) 표준계약서 개정 및 모니터링·실태조사 추진, 제작 지원작 대상 표준계약서 의무 사용 지속 추진
- (고용보험) 예술인 고용보험 가입 확대를 위한 홍보 강화 및 구직 급여 등 수혜 내실화 지원('23년 3.74억원)
- (산재보험) 예술인 산재발생 유형 연구 및 산재보험 적용 확대를 위한 관계기관 협의

□ 방송영상산업 종사자 경력 개발 및 복지 확대

- (경력 개발) 개인별 활동경력 관리 시스템과 일자리 정보 제공 및 권익보호 상담·교육 지원 등 복지지원 체계와 연계한 경력 개발 지원
- (예술인 심리상담 지원 확대) 예술인의 심리적·정신적 고충 해소와 심리적 건강을 위한 '예술인 심리상담 지원' 사업 확대('23년 14.5억원)
- (육아 중인 예술인의 돌봄 부담 완화) 예술인 자녀 돌봄 시설 운영 지원을 통해 예술인의 육아 부담 경감('23년 5.81억원)

□ 공정한 유통환경 조성 기반 마련

- (법 제정) 「문화산업 공정 유통 및 상생협력법」 제정 추진

< 법안 주요 내용(안) >

- ▶ (불공정행위 유형 정비) '문화산업 장르별 불공정 행위' 사례 연구('21년, 콘진원)를 통해 구체화된 10가지 불공정행태를 금지행위로 명시
- ▶ (조사·제재 권한 명시) 불공정행위 시정 실효성 확보를 위해 공정위·문체부의 조사 및 제재 권한 명시

* 금지행위 위반 시(불공정행태) ①조사·출석요구②시정명령③이행강제금(연2회, 5천만원 이하) ④시정명령 불응시 벌칙(2년 이하 징역 또는 1.5억원 이하 벌금)

2

제작사가 성장하는 지속성장 기반 마련

◇ <현황> 스튜디오 시스템 및 대형 제작사 중심으로 산업환경이 재편되며 제작사간 양극화 진행 중

* '20년 전체 독립제작사의 60%는 연매출 10억원 미만이나 9.7%인 연매출 100억원 이상 제작사가 전체 매출액 81.3%를 차지하는 등 양극화 심화

【현장의 목소리】

- “국내의 영세제작사에서는 아직까지 IP에 대한 기본적 개념이 잡혀 있지 않은 상황이기 때문에 계약에서도 불이익을 받을 수 있음”
- “영세사업자의 지원은 계속 필요하지만, 산업을 이끄는 미들-메이저 기업 지원의 확대가 중소기업의 성장을 이끌 수 있을 것이라고 기대”

◇ <정책방향> 신진제작사의 역량 강화 및 중소 제작사의 중견 제작사로의 도약 지원, 제작 단계별 전문 기업 육성

□ 신진제작사의 성장 지원 및 역량 강화

- (성장바우처 지원) IP컨설팅, 노무 컨설팅 등 신진제작사의 역량 강화를 위한 프로그램을 바우처 형태로 제공 추진

< 분야별 지원 프로그램 예시 >

서비스 프로그램	서비스 지원 내용
노무 컨설팅	방송 분야 표준계약서 활용 및 노무 관련 컨설팅 지원 등
IP 컨설팅	IP 활용 및 비즈니스 전략 마련, 분쟁 IP 분석 및 대상 IP 무효화, IP 분쟁 공동대응 등
ESG 컨설팅	수준 진단 및 평가, 공급망 실사 컨설팅, ESG 관련 인증 등
경영·회계 컨설팅	세무, 재무, 회계 등 컨설팅 지원

< 사례 : 중기부 혁신바우처 사업 >

- ▶ 성장 가능성 높은 제조업 분야 중소기업을 대상으로 분야별 서비스(컨설팅, 기술지원, 마케팅)를 이용할 수 있도록 바우처 형태로 제공(기업별 50백만원 이내)

- (데이터 분석·홍보 지원) 숏폼·웹드라마 기반으로 성장하는 신진 제작사 확대에 따라 콘텐츠 유입 데이터 분석·활용 및 홍보 지원
- (아이디어 융합팩토리) 창작자 간 교류·협업을 통해 창작자의 아이디어 기반 사업화·창업 지원('23년 11억원)
- (초기 창업) 아이디어와 기술을 보유한 창업 3년 이내 콘텐츠 스타트업의 성장을 위한 '창업초기 사업화 자금' 지원('23년 42억원)

□ 중견 제작사로의 도약 지원

- (IP 활용 후속 사업화) 제작사가 보유한 IP를 활용한 후속 사업화 지원으로 중소제작사의 강소제작사로 도약 지원('23년 70억원)
- (IP 활용 해외진출 지원) 제작사가 보유한 IP를 활용하여 해외 제작사와 협력하여 제작하는 해외진출 모델 확산 지원('23년 25억원)
- (도약 및 성장 지원) 창업 3~7년 이내 중기 콘텐츠 스타트업 대상 사업 고도화 자금 지원 및 사업모델 혁신, 경영지원(법률, 노무, 세무 등 경영 전반) 등 후속 지원('23년 30억원)
- (기업간 동반성장) 선도기업(대기업)과 스타트업 간 협업 기회(컨설팅, 투자유치 등 지원) 확대로 기업 생태계 동반성장 도모('23년 19억원)
- (해외진출 지원) 해외 주요 국가의 글로벌 엑셀러레이터 연계 및 주요 마켓 참가를 지원하여 콘텐츠 스타트업의 해외 투자 유치 등 해외진출 지원('23년 20억원)

□ 제작사 지원 기반 확충

- (뉴콘텐츠기업 지원센터) 실감콘텐츠 제작에 활용 가능한 다목적 스튜디오, 360실감스튜디오, 녹음시설 및 편집실 등 인프라 제공
- (IP 융복합 콘텐츠 클러스터) 콘텐츠 IP의 창·제작-사업화-체험 공간을 연계한 클러스터 조성으로 IP 비즈니스 기반 마련('22~'24년, 244억원, 경기 고양시 일원)
- (포맷 보호 지원) 국제 포맷 인증·보호 협회인 'FRAPA'의 국내 기업 가입 지원 지속 및 국내 포맷산업협의회 'KFA' 협력 확대로 포맷 표절 대응

- ◇ <현황> 방송영상산업이 수도권 지역에 편중되는 등 지역별 불균형 존재, 플랫폼 다양화에 따른 비용 부담으로 콘텐츠 향유 기회 양극화 심화
- 수도권 독립제작사의 매출액이 전체 매출액의 98.4%를 차지하고, 종사자의 93.1%가 수도권에 위치

【현장의 목소리】

- “영상 콘텐츠 산업의 수도권 편중 심화로 지역 콘텐츠 기반 위축 우려”
- “글로벌 시장에서 우리 지역의 이야기를 담은 고유의 영상 콘텐츠의 매력과 경쟁력을 발휘할 수 있는 기회 마련 필요”
- “배리어프리 콘텐츠의 중요성에 대해 알고 있으나 제작에 많은 비용과 기술이 필요해 정부 지원 확대가 필요”

- ◇ <정책방향> 지역 방송영상산업 활성화를 위해 전략적 지역 특화 및 배리어프리 OTT 콘텐츠 확보 등 향유 기반 확대

□ 지역 기반 다큐 및 웹 예능·드라마 제작 전략적 지원

- (지역 기반 창작자 육성) 지역기반형 콘텐츠코리아랩과 연계하여 지역 다큐 및 웹 예능·드라마 신진 창작자 육성 교육 지원
- (지역 기반 제작사 육성) 지역거점형 기업육성센터 내 지역 기반 독립제작사 특화 공간 조성 지원 및 제작·편집시설 고도화 지원
- (제작지원) 지역기반형 콘텐츠코리아랩·지역문화재단 연계 지역의 특색있는 자원 활용 다큐 및 웹 예능·드라마 제작 지원
- (유통 지원) 다큐 분야 우수 제작지원작 대상 아리랑국제방송을 통한 글로벌 송출 및 국제시상식 출품·해외 투자 설명회 지원

□ 지역 특화 방송영상 클러스터 조성

- (대전) 스튜디오 큐브·융복합 특수영상 콘텐츠 클러스터를 연계하여 고품질 방송영상콘텐츠 제작 거점으로 특화
- (고양) 빛마루 방송지원센터(과기정통부 공동소관)와 IP 융·복합 콘텐츠 클러스터, 고양방송영상밸리 내 후반작업 특화시설을 연계하여 IP 활용 거점으로 특화

- (상암) 접근성이 높은 특성을 활용해 디지털매직스페이스(DMS)를 중심으로 개인미디어 크리에이터·중소제작사 제작 거점으로 특화

□ **지역별 특화 콘텐츠 개발 지원 및 인력 양성**

- (개발지원) 지역특화 소재를 활용한 콘텐츠 개발 지원으로 지역 콘텐츠 창작 기반 마련('23년 54억원)
- (특성화 지역대학 확대) 장르(예능, 웹드라마 등)·제작 단계(후반작업 등) 지역별로 특성을 가진 대학별 특성화 교육과정 지원



□ **방송영상 생태계 다양성·포용성 제고**

- (ESG 주제 제작지원) ESG, 공공, 실버 등 다양성·포용성 주제를 다룬 작품 대상 제작지원 확대('23년 4억원)
- (다양성 교육) 문화콘텐츠 제작자 대상 문화다양성 인식 제고를 위한 교육과정 개발 및 운영('23년 1억원)
- (장애인 출연 지원) 장애인 배우 방송영상콘텐츠 출연 확대를 위한 국내외 사례 분석 연구 등 추진

□ **방송영상콘텐츠 향유 기반 확대**

- (통합문화이용권) 기초생활수급자·차상위계층 대상 문화 향유를 지원하는 통합문화이용권 사용처에 OTT 포함('23년 2,102억원)
- * 넷플릭스, 티빙, 웨이브, 왓차에서 통합문화이용권으로 구독료 결제 가능
- (지역 제작 인프라 활용) 지역 제작 인프라와 연계한 지역 주민 대상 체험프로그램 제공 및 공유공간 마련 등 지역 인프라 연계 확대

< 사례 : 지역 제작 인프라 연계 프로그램 사례 >

구분	사진	지원 내용
고양아쿠아 스튜디오		지역 중·고등학생 대상 제작 인프라를 활용하여 2시간 이론 및 체험 교육 프로그램 운영
광명 IVEX 오픈라운지		지역 주민과 공유하는 복합 문화공간 운영

□ 장애인 접근성 개선으로 보편적 향유 권리 보장

- (후반작업 지원) 방송영상콘텐츠 후반작업 지원 시 장애인의 시청각 접근성 제고를 위한 자막 음성변환(TTS) 등도 함께 지원
- (국내 OTT 배리어프리 콘텐츠 보유 지원) 국내 OTT 대상 라이브러리 구축 지원사업을 통해 배리어프리 콘텐츠 보유 지원
- (영화 향유권) 한국영화 자막·화면해설 제작 및 온·오프라인 상영 지원(23년 19억원)
- (장애인방송 제작지원) 방송사 실시간·VOD 방송프로그램의 시각·청각 장애인의 방송접근권 제고를 위한 장애인방송(폐쇄자막·화면해설·한국수어) 제작 지원(23년 58억원)

V. 추진 일정

추진전략 및 세부추진과제	소관부처	추진일정				
		'23	'24	'25	'26	'27
① 방송영상산업 지속성장을 위한 혁신 강화						
1-1 변화를 선도하는 미래 인재 육성						
• 융합형 현장 전문인력 양성	문체부					
• 산업 현장 주도 인재 양성 추진	문체부					
• 예비 및 현업 방송인 역량 강화	문체부					
• 개인미디어 크리에이터 양성	문체부					
• 글로벌 IP 기획·창작 전문인력 양성	문체부					
1-2 도약을 위한 기술 역량 강화						
• 버추얼 프로덕션 활용 제작 활성화	문체부					
• 첨단기술 적용 방송영상콘텐츠 제작 지원	문체부					
1-3 시장의 힘을 키우는 제도 및 규제 혁신						
• OTT 콘텐츠 활성화를 위한 제도·규제 개선	문체부·기재부					
• 공정한 콘텐츠 IP 비즈니스 환경 조성을 위한 제도 개선	문체부					
• 스튜디오화·전문화에 발맞춘 법제 마련	문체부					
② 글로벌 콘텐츠 집중 육성을 위한 창·제작 기반 강화						
2-1 창의적인 콘텐츠 창·제작을 위한 금융 및 세제 지원						
• 방송영상 분야 모태펀드 투자 확대	문체부					
• 콘텐츠 특화보증 및 가치평가제도 활성화	문체부					
• 제작사의 IP 확보를 위한 제작비 조달방안 다각화	문체부					
• 방송영상산업 세제 활용 확산	문체부·기재부					
2-2 도전의 기회를 넓히는 창·제작지원 확대						
• 참신한 콘텐츠 창·제작을 위한 기획개발 지원 강화	문체부					
• 기획개발 원천인 스토리 산업 활성화	문체부					
• 고부가가치 포맷산업 지속 선도 지원	문체부					
• 다양하고 경쟁력 있는 콘텐츠 제작지원 확대	문체부					
• 제작지원·금융지원 연계로 만의 콘텐츠 창·제작기반 강화	문체부					
• 콘텐츠 완성도 제고를 위한 후반작업 체계적 지원	문체부					
2-3 창의력의 자유로운 확산을 위한 제작 인프라 강화						
• 첨단 제작 인프라 구축	문체부					
• 제작인프라 제공 서비스 고도화·다각화	문체부					
• 제작 인프라 및 제작 과정 친환경화	문체부					

추진전략 및 세부추진과제	소관부처	추진일정				
		'23	'24	'25	'26	'27
③ 세계시장 선도를 위한 글로벌 산업화						
3-1 글로벌 도약을 위한 산업 경쟁력 강화						
• 기업 수요 맞춤형 해외 진출 지원	문체부					
• 해외 시장 진출 지원 체계 강화	문체부					
• 해외 진출을 위한 체계적인 정보 제공	문체부					
• 수출 저변 확대 및 전략적 시장 개척	문체부					
• 글로벌 방송영상산업 내 한국 위상 강화	문체부					
3-2 세계와 서로 교류하며 성숙하는 케이컬처						
• 방송영상산업 국제교류 활성화	문체부					
• 방송인 국제교류 활성화	문체부·외교부					
• 한류의 지속 확산 기반 조성	문체부					
• 한류 소비층 확대를 위한 문화교류 확대	문체부					
3-3 글로벌 콘텐츠 가치를 높이는 저작권 보호 강화						
• 저작권 보호 기반 마련	문체부					
• 저작권 보호를 위한 협력 강화	문체부					
• 한류콘텐츠 제작사의 저작권 보호 지원	문체부					
④ 모두가 누리며 함께 성장하는 산업 기반 조성						
4-1 자유롭고 공정한 제작환경 조성						
• 외주거래 불공정 관행 개선 지속	문체부·방통위·과기정통부					
• 노동환경 개선 및 안전한 제작 환경 조성	문체부·노동부					
• 방송영상산업 종사자 권리보호 강화	문체부·노동부					
• 방송영상산업 종사자 경력 개발 및 복지 확대	문체부·노동부					
• 공정한 유통환경 조성 기반 마련	문체부·공정위					
4-2 제작사가 성장하는 지속성장 기반 마련						
• 신진제작사의 성장 지원 및 역량 강화	문체부					
• 중견 제작사로의 도약 지원	문체부					
• 제작사 지원 기반 확충	문체부					
4-3 지역이 만들고 모두가 누리는 콘텐츠 가치 확장						
• 지역 기반 다큐 및 웹 예능·드라마 제작 전략적 지원	문체부					
• 지역 특화 방송영상 클러스터 조성	문체부·과기정통부					
• 지역별 특화 콘텐츠 개발 지원 및 인력 양성	문체부					
• 방송영상 생태계 다양성·포용성 제고	문체부					
• 방송영상콘텐츠 향유 기반 확대	문체부					
• 장애인 접근성 개선으로 보편적 향유 권리 보장	문체부·방통위					