
미디어 · 콘텐츠 산업융합 발전방안(안)

2024. 3. 13.



미디어 · 콘텐츠산업융합발전위원회

목 차

I. 추진 배경	1
II. 국내 미디어·콘텐츠 산업 현황 및 진단	2
III. 비전 및 추진전략	6
IV. 세부 추진과제	7
1. K-콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁력 강화	7
2. 미디어·콘텐츠 산업 선순환 발전을 위한 규제 혁신	12
3. 글로벌 진출 및 신시장 선점 총력 지원	16
4. 지속 가능한 상생 생태계 조성	23
V. 향후 계획	27

I. 추진 배경

□ 미디어·콘텐츠 산업 패러다임 변화

- 세계 미디어·콘텐츠 시장은 오리지널 및 킬러 콘텐츠를 보유한 거대 미디어 기업 중심으로 재편, 국내를 넘어 글로벌 경쟁 불가피
- 글로벌 미디어의 등장은 경쟁력 갖춘 국내 콘텐츠 기업에게는 새로운 활로이지만, 동시에 글로벌 미디어에 의한 시장 잠식 위기
- * 국내시장 OTT 점유율('24.1월) : 넷플릭스 38% > 쿠팡플레이 25% > 티빙 17% 順

□ 한국의 콘텐츠 경쟁력은 세계적 수준이나, 미디어 산업 성장 정체

- 국내 콘텐츠 산업은 높은 수준의 콘텐츠 제작 능력을 보유하고, 글로벌 OTT를 통해 경쟁력을 갖추 전 세계로 확산
- 반면, 성장의 기반이었던 국내 미디어 산업은 글로벌 기업과의 경쟁에서 고전하며 성장 정체, 적자 심화 등 어려움 가중
- * 방송사업매출 성장률(%) : ('10) 14.9 → ('13) 6.3 → ('16) 3.8 → ('19) 2.1 → ('22) 1.8
- ** 국내 OTT 적자 규모('21→'22, 억원) : (티빙) △762 → △1,192 (웨이브) △558 → △1,213

□ 미디어·콘텐츠 산업이 함께 성장하는 선순환 생태계 조성 필요

- 高부가가치 산업인 미디어·콘텐츠 산업이 우리 경제의 新성장동력이 될 수 있도록 적극적인 시장 친화적 산업 진흥책 요구
- * 부가가치유발계수('22, 한은) : 콘텐츠 0.84 > 방송 0.80 > 자동차 0.71 > 반도체 0.67
- 특히, 미디어 산업 규제 혁신을 통해 콘텐츠 투자가 활성화되고, 우수 콘텐츠가 미디어 경쟁력을 강화하는 선순환 생태계 조성 필요

⇒ 글로벌 초경쟁 시대, 대한민국 재도약을 이끌어 갈 '미디어·콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁력 강화'를 위한 발전방안 필요

※ 국정과제 : 27글로벌 미디어 강국 실현, 28K-콘텐츠의 매력을 전 세계로 확산

표. 국내 미디어·콘텐츠 산업 현황 및 진단

1 콘텐츠 제작비 급증으로 규모 있는, 경쟁력 갖춘 콘텐츠 제작 한계

- 글로벌 기업과의 콘텐츠 확보 경쟁 속 국내 콘텐츠 제작비 급증으로 국내 OTT사 적자 심화 및 제작사의 재원 조달 어려움 가중



- 펀드·세제 등을 통한 제작 지원이 중소제작사 및 벤처기업에 집중, 글로벌 기업과 실질적 경쟁이 가능한 대형 콘텐츠 제작에 한계

* 모태펀드(K-콘텐츠 펀드, '23년 4,500억원)는 창업·중소·벤처기업으로 투자대상 한정

< 현장 목소리 >

(OTT사 A) 막대한 콘텐츠 투자가 이익을 실현하고 있지 못한 상황에서 대안은 결국 글로벌 진출이며, 자금조달이 가장 큰 미션 (23.5월, 1차 의견수렴)

2 콘텐츠 IP 미확보로 국내 제작사의 수익구조 취약 및 글로벌 종속 우려

- 글로벌 OTT는 국내 콘텐츠 제작사에게 일정 수준의 수익(10~15%) 보장 후 IP를 소유·자산화, 국내 제작사는 지속적 수익 실현 불가



- IP 축적 없는 콘텐츠 산업은 장기적으로 글로벌 플랫폼의 제작 하청기지로 전락할 우려

< 현장 목소리 >

(중소제작사 B) 중소제작사가 IP를 보유하여, 지상파와 글로벌 OTT에서 서비스하는 것은 매우 어려우므로 정부 관심과 지원이 필요 (23.11월, 2차 토론회)

3. 넓은 방송규제로 미디어 산업 전반의 혁신 저해

- 국내 방송 중 지상파·케이블TV·위성방송은 역성장 및 정체하고 있는 가운데, 새로운 미디어인 IPTV·OTT는 빠른 속도로 성장 중



- 전통적 방송 환경에 기반한 경직적 법체계 및 과도한 규제로 인해 방송사업자의 자율성·혁신 제약 및 민간 투자 유입 한계

* ▲(진입) 자유경쟁 제한 ▲(소유) 규모 있는 투자 제한 ▲(광고) 자원창출 한계

< 현장 목소리 >

(사업자협회 C) 우리나라는 전세계에서 방송에 관한 규제가 가장 많은 나라, 최소 규제를 통해 산업 육성, 문제 발생시 사후 규제 필요(23.10월, 1차 토론회)

4. 글로벌 경쟁력의 핵심 요소인 첨단기술 및 전문인력 부족

- 국내 기술력은 글로벌 최고 대비 낮은 편*이며, 버추얼 제작 등은 높은 비용 부담으로 소수 글로벌·대기업 위주로 투자·향유**

* 美 대비 ▲AI 접목 89%(기술격차 1.3년) ▲디지털 전환 88%(기술격차 1.2년)

** 실감콘텐츠 산업의 애로사항 조사('23) : 10인 미만 및 벤처기업에서 '정책 금융자금 지원 미흡' 및 '개발·제작장비 부족의 어려움' 비중이 높게 나타남

- ICT 新기술 융합으로 기술인재에 대한 기업의 수요가 급증하고 있으나, 전문역량을 보유한 인재가 절대적으로 부족*

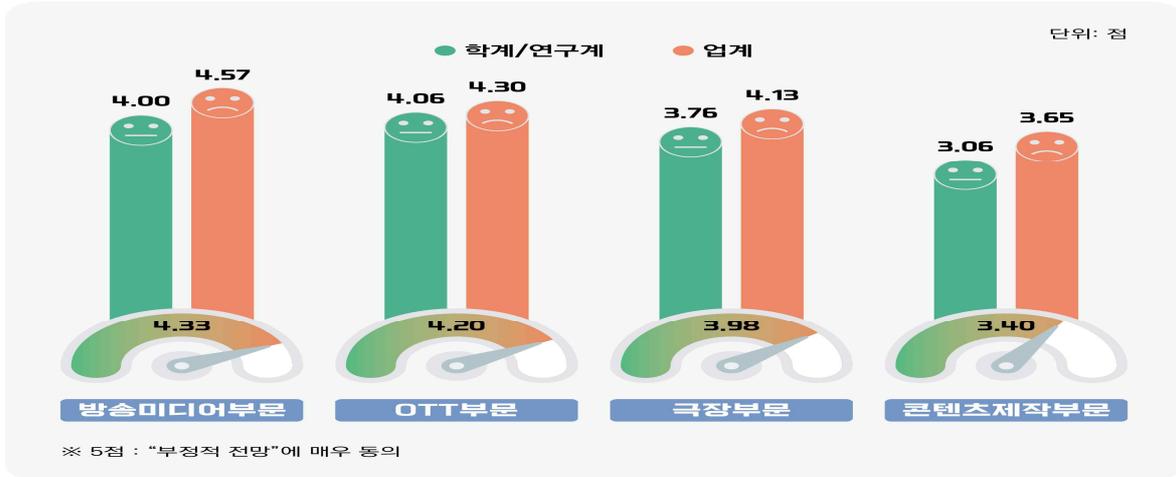
* ('23~'27) 미디어 인력 2만명 부족 / OTT사의 ICT 인력 : 넷플릭스 3,554명 vs 티빙 71명

< 현장 목소리 >

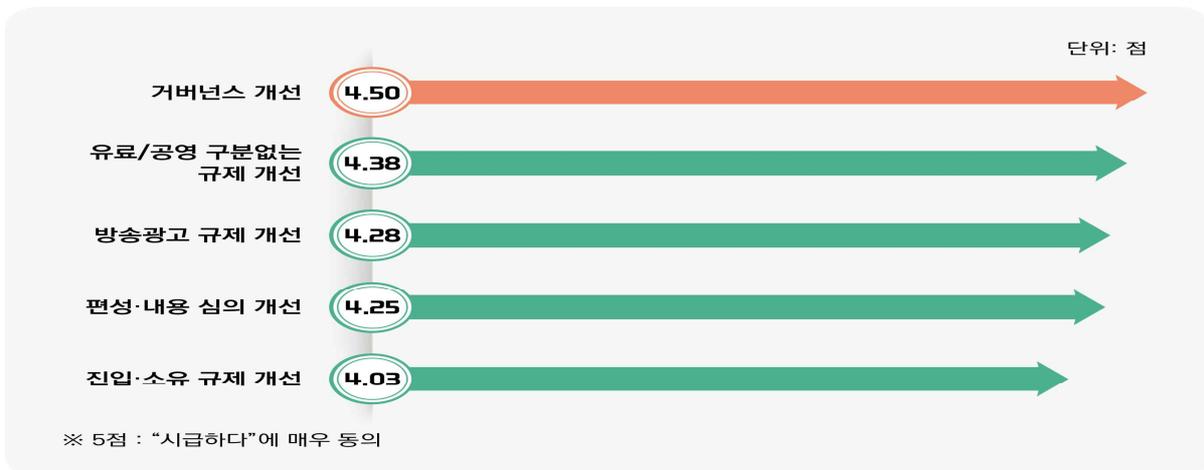
(콘텐츠 기술기업 D) 기술력 차이는 미국 할리우드의 80% 정도이나, VFX(특수시각효과)로만 수익성을 기대하기 어렵고 이 기술을 확장해 새로운 사업(메타버스 등)으로 발전시켜야 함(23.7월, 5차 의견수렴)

참고 : 미디어콘텐츠 전문가 델파이 조사 결과(KISDI)

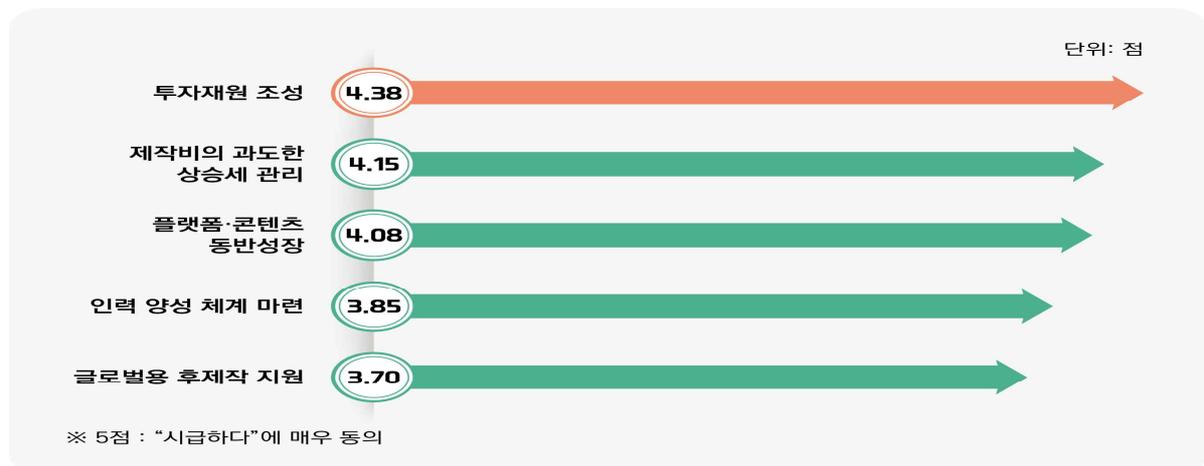
◆ 국내 미디어·콘텐츠 산업 미래 전망(5점: “부정적 전망”에 매우 동의)



◆ 미디어 규제개선 방향 관련 의견(5점: “시급하다”에 매우 동의)



◆ 산업진흥 정책 방향 관련 의견(5점: “시급하다”에 매우 동의)



<p>S trength</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ K-콘텐츠의 높은 글로벌 경쟁력 ▪ 세계 최고 수준의 ICT와 네트워크 인프라 ▪ 가성비 최고 수준의 제작능력 ▪ 로컬 OTT 플랫폼의 존재 	<p>W eakness</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 글로벌 기업 대비 낮은 투자 여력 및 IP 확보 열세 ▪ 낮은 방송규제 ▪ 협소한 내수시장 규모 ▪ 국내 OTT 플랫폼의 경쟁력 취약
<p>O pportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 글로벌 OTT사의 국내 투자 확대 ▪ K-콘텐츠에 대한 해외 팬덤 확산 ▪ 세계 최고 수준의 신기술수용도 ▪ 낮아지는 미디어·콘텐츠 국경 	<p>T hreat</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 글로벌 OTT의 국내시장 잠식 ▪ 급격한 제작비 상승 ▪ 콘텐츠 불법유통 등 국내외 저작권 침해 증가



- (대응방향) 세계 최고로 인정받은 K-콘텐츠 경쟁력 등 강점은 살리고, 약점·위협요인을 극복하여 글로벌 시장 우위 확보
- ① 대규모 민간 투자 촉진과 IP 확보 지원을 통해 세계적으로 경쟁력 갖춘 K-콘텐츠의 전략적 육성
 - ② 낮은 법체계와 규제 개선을 통해, 자유·창의·경쟁에 기반한 미디어·콘텐츠 산업 혁신
 - ③ 글로벌 지향형 기업 육성과 AI 등 첨단기술의 신시장 선점으로 국내 미디어·콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁 우위 확보
 - ④ 미디어·콘텐츠 시장의 지속가능한 생태계 조성

Ⅲ. 비전 및 추진전략

비전

글로벌 시장을 선도하는 **미디어·콘텐츠 강국** 구현

목표

- **K-콘텐츠, 세계 4대 국가로 도약**
 - * 콘텐츠 산업 매출액 ('22) 151조원 → ('27) 200조원
 - * 콘텐츠 수출액 ('22) 132억불 → ('27) 250억불
- **미디어 산업, 글로벌 선도국가 진입**
 - * 미디어 산업 매출액 ('22) 21.5조원 → ('27) 30조원
 - * 국내 OTT, 아시아를 넘어 세계로

추진 전략

① K-콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁력 강화

- 1 - ① 국가전략산업 수준의 세제 혜택
- 1 - ② 콘텐츠 투자의 획기적 확대
- 1 - ③ 콘텐츠 IP 확보 역량 강화

② 미디어·콘텐츠 산업 선순환 발전을 위한 규제 혁신

- 2 - ① 인·허가제 개선 통한 장기 투자 기반 조성
- 2 - ② 소유·겸영규제 완화 통한 규모의 경제 실현
- 2 - ③ 콘텐츠 제작과 편성의 자율성 확대
- 2 - ④ 광고규제 완화 통한 시장 활력 제고

③ 글로벌 진출 및 신시장 선점 총력 지원

- 3 - ① 국내 OTT의 해외 진출 지원 다각화
- 3 - ② AI 등 첨단기술 활용한 미디어·콘텐츠 산업 고도화
- 3 - ③ 산업 혁신을 이끌 창의·융합형 인재 양성

④ 지속 가능한 상생 생태계 조성

- 4 - ① 미디어·콘텐츠 시장 내 동반성장 기반 마련
- 4 - ② 콘텐츠 불법유통 근절

IV. 세부 추진과제

전략 1 K-콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁력 강화

◆ 시장 성패 예측이 쉽지 않은 **고위험 산업인 미디어·콘텐츠 산업의 대폭적인 정부 지원 확대** 통해 민간 투자 활성화

1. 국가전략산업 수준의 세제 혜택

※ 위원회 논의 및 부처 협의를 거쳐 조세특례제한법 개정(23.12월)

1] 영상콘텐츠 제작비 세액공제 대폭 확대 **기본과**

- 사업자의 제작비 부담을 완화하여 고품질 콘텐츠 제작이 이뤄지도록 세액 공제율을 최대 30%까지 확대
 - (기본공제) 대기업 3→5%, 중견기업 7→10%, 중소기업 10→15%로 상향
 - (추가공제) 국내 경제에 파급효과가 큰 영상 콘텐츠(국내 지출 80% 이상 등)에 대해 추가공제(10/15%) 신설·적용

< 제작비 세액공제율(%) >

구분	기본공제		추가공제	최대 공제율
	현행	개정안		
대기업	3	→ 5	10	⇒ 15 20 30
중견기업	7	→ 10	10	
중소기업	10	→ 15	15	

<참고> 공제 대상 세부 기준

- ▶ (영상콘텐츠) 방송프로그램(오락, 다큐멘터리, 애니메이션), 영화, 온라인 동영상 비디오물
- ▶ (수혜 대상) 영상콘텐츠의 실질적인 제작을 담당하는 자로서 4개 요건
(①작가와 계약체결, ②주요 출연자와 계약, ③주요 스태프 중 2개 이상 분야의 책임자와 계약 체결, ④제작비의 집행·관리 의사결정) 중 3개 이상 충족시

2] 문화산업전문회사 출자 세액공제 신설 **기본과**

- 중소·중견기업이 문화산업전문회사*에 출자하여 영상 콘텐츠 제작에 사용한 금액에 대한 세액공제(3%) 신설

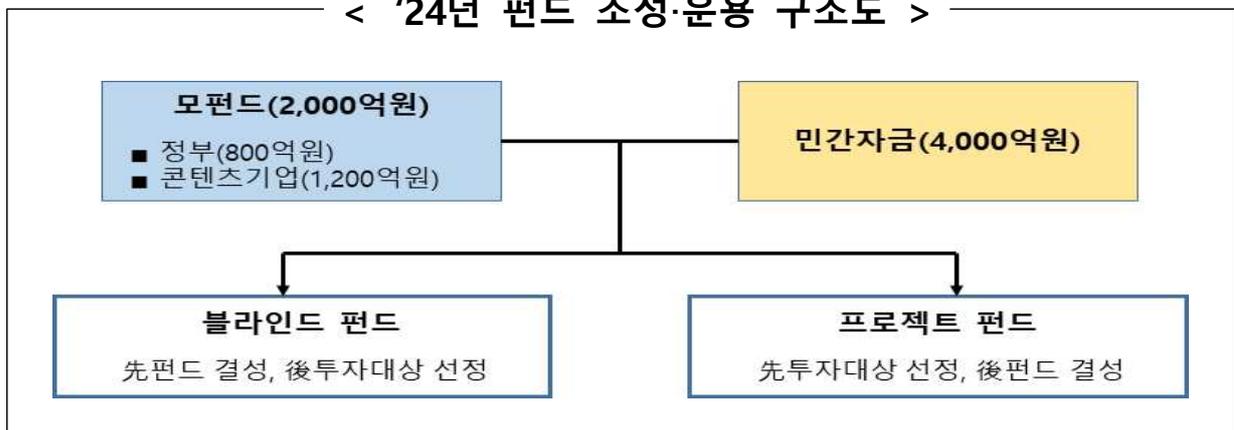
* 자산을 문화산업의 특정 사업에 운용, 그 수익을 투자자 등에게 배분하는 회사(문화산업법)

2. 콘텐츠 투자의 획기적 확대

① 1조원대 K-콘텐츠·미디어 전략 펀드 신설^{본과}

- **(정책 방향)** 자본력이 콘텐츠·미디어의 경쟁력과 직결되는 핵심 요소 → K-콘텐츠의 전략적 육성을 위한 민간 중심 펀드 조성
 - 중소·벤처기업 투자로 한정되는 모태펀드와 달리, 운용상 투자 제한 없이, IP 기반 대형콘텐츠에 집중 투자
 - 펀드규모 대형화 통해 국내 미디어·콘텐츠 기업의 스케일업 지원
- **(조성)** 5년간('24~'28년) 정부재정 출자 포함, 총 1조원대 규모 펀드 조성
 - '24년에는 총 6천억원 조성(모펀드 2천억원* + 민간자금 4천억원)
 - * 모펀드 = 정부재정(문체·과기정통부) 8백억원 + 콘텐츠 기업 등 1천 2백억원
- **(운용)** 경쟁력 있는 콘텐츠 및 IP 보유·활용을 전제로 한 투자
 - 블라인드 펀드 : 先 펀드 결성, 後 투자대상 선정
→ 창의적 콘텐츠 제작 투자에 유리
 - 프로젝트 펀드 : 先 투자대상 선정, 後 펀드 결성
→ 콘텐츠 IP 보유·활용 및 대형 프로젝트에 투자

< '24년 펀드 조성·운용 구조도 >



※ 펀드운용 세부계획은 위원회 논의를 바탕으로 문체·과기정통부간 협의 추진

< 참고 : 모태펀드 문화계정 확대 >

- (개요) 문체부의 모태펀드 출자 통해 중소·벤처 콘텐츠 기업의 자금난 해소와 투자활성화 지원(벤처투자촉진법, '06년~'35년)
- (규모 확대) 중소·벤처 콘텐츠 기업의 콘텐츠 IP 확보 및 글로벌 진출 지원 위해 펀드 규모 대폭 확대*(전년대비 54%↑) 및 신규로 3개** 분야 펀드 조성
 - * '23년 4,500억원(예산 1,980억원) → '24년 6,950억원(예산 2,950억원)
 - ** 수출펀드, 신기술 펀드, M&A 및 세컨더리 펀드

	전략펀드	모태펀드 문화계정
근거법률	자본시장법	벤처투자법
투자대상	제한없음	중소기업, 벤처기업 등
투자형태	블라인드 펀드 및 프로젝트 펀드 혼합 조성 → 우량한 기업 선별, 전략적 투자 가능	블라인드 펀드
투자규모	건당 투자규모 대폭 확대	건당 6.2억원('06~'22년 평균)

2 보증·대출 등 제작비 조달 지원 다각화

- **(콘텐츠 IP 보증 신설)** 민간 투·융자 확대를 위해 프로젝트 기획·개발 단계에서도 융자받을 수 있도록 보증 제공
 - * 재무제표 위주 금융심사를 넘어 콘텐츠 IP 가치평가에 연계·보증
- **(수출 특화보증 신설)** 글로벌 진출 어려움 해소를 위해 수출 이행 자금 및 서비스종합보험 지원 등 수출 맞춤형 보증 제공
- **(완성보증 확대)** 제작비 대출의 어려움 극복을 위해 제작 완료 후 판매대금으로 대출금을 상환하는 '先판매계약 보증' 공급 확대*
 - * '23년 2,200억원(예산 200억원) → '24년 2,400억원(예산 250억원)으로 확대
- **(이자 지원 확대)** 중소제작사의 대출 이자 부담 완화를 위해 대출 이자의 일부(2.5%p) 지원
 - * '23년 1.6천억원(예산 40억원) → '24년 2천억원(예산 50억원)으로 확대
- **(산업계 투자 연계)** IPTV 3사(SKB, KT, LGU+)의 콘텐츠 공동수급 브랜드인 'iPICK'을 통한 투자 유도 및 정부 제작지원과 연계
 - * IPTV 3사-금융계-정부간 미디어·콘텐츠 투자활성화 및 금융지원 MOU체결('23.6월)

3. 콘텐츠 IP 확보 역량 강화

1 콘텐츠 IP 보유 중심의 정책 지원 확대

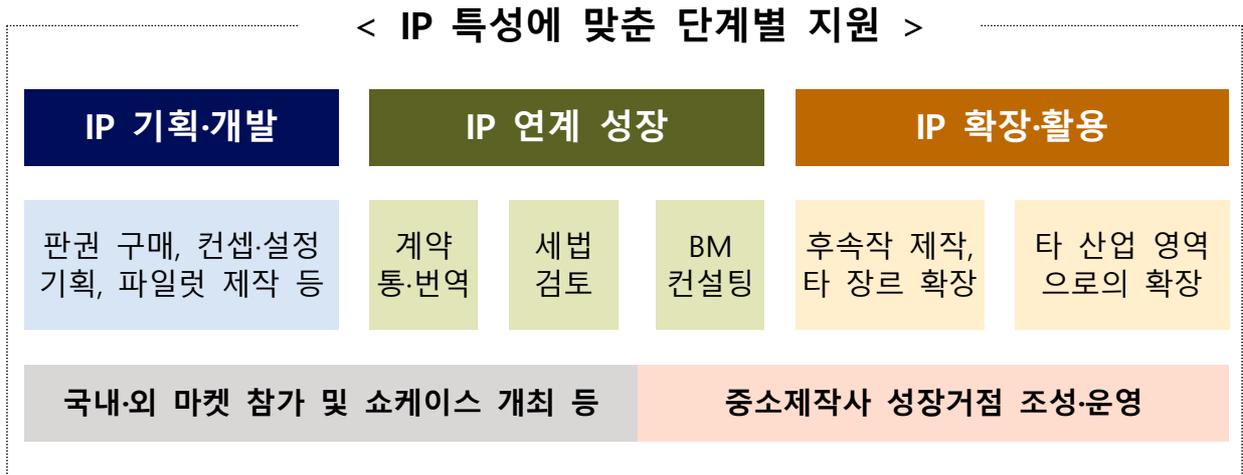
- **(IP 관련 펀드 확대)**^{문과} 제작비 부족 등으로 인한 IP 해외 이전을 방지하기 위해 펀드를 활용한 재정 지원 확대
 - IP 보유·활용 기업에 집중 투자하는 'K-콘텐츠·미디어 전략 펀드' 신설 ('24년, 6천억원 조성) 및 '콘텐츠 IP 펀드'(1.5천억원 이상) 확대
- **(IP 지원 사업 강화)**^{문과} 'OTT 특화 제작지원'(IP 공동보유 의무) 등 IP 확보 조건 중심 사업 규모 확대*('23년 454억원 → '24년 537억원)
 - * 제작~후반작업까지 원스톱 지원을 통해 IP 확보 중심의 콘텐츠 지원체계 완성

2 콘텐츠 IP 산업 성장 기반 조성

- **(IP 인프라 구축)**^{문과} 콘텐츠 창작·R&D, 기업간 협업, 전시·체험 등 제작·소비가 집약된 IP 융복합* 클러스터 구축(고양)
 - * 웹툰의 드라마·영화·애니화, 드라마의 게임화 등 콘텐츠 IP가 타장르·산업으로 확장
- **(IP 수출거점 운용)**^{문과} IP 활용 및 해외진출 경험이 부족한 중소 제작사의 IP 수출지원을 위해 상설 네트워킹 공간 구축 및 역량 강화 지원
 - * 성장거점(서울 상암) 운영, IP 기반 제작 워크숍 및 비즈매칭 행사 등 마케팅 지원 등
- **(공정계약 확대)**^{문과} 국가지원사업 선정시 방송표준계약서 적용 대상 확대 등 국내 제작사의 IP 양도 관행 관련 개선방안 모색
- **(IP 보호 강화)**^{문과} IP 활용시 법률·계약 자문, 수출콘텐츠 IP 보호를 위한 특허 출원·등록, 저작권 등록 지원 확대
 - * 장기적으로 IP를 중심으로 저작권 뿐 아니라 상표권 등 다양한 분야 전문가가 참여하는 종합 지원 서비스 체계 구축 검토

3 콘텐츠 IP 특성에 맞춘 단계별 지원 강화

- **(IP 기획·개발 역량 강화)** 독창적이고 경쟁력있는 콘텐츠 발굴 지원
 - 기획 단계부터 사업화 및 글로벌 진출 등을 전제로 판권 (IP) 구매, 파일럿 제작, 계약·법률 자문, 후속작 및 타 산업 확장 지원



- **(IP 거래 활성화)** 우수한 IP의 수요자-공급자 간 매칭 지원을 통해 콘텐츠 제작 및 사업화 가능성 제고
 - 창작가-제작사 연결 온라인 플랫폼 ('스토리움'), IP 보유 기업 및 콘텐츠 기업 등이 참여하는 '콘텐츠 IP 산업전' 등 활용
- **(IP 사업 다각화)** 경쟁력이 입증된 IP의 후속작 제작, 장르 확장 및 상품 제작 지원 등을 통해 부가 수익 극대화
 - * (예) 웹드라마 '종종소' 캐릭터 스펀오프, 푸드인문다큐 '한식 랩소디 시리즈' 등
 - 파생 콘텐츠 (애니메이션, 게임, 공연 등) 제작 및 실물 상품 개발, 한류 IP 협업상품 (한복, 소비재 등) 개발·유통 지원 등

전략 2 미디어·콘텐츠 산업 선순환 발전을 위한 규제 혁신

◆ 글로벌 스탠다드에 부합하는 '최소 규제 체계'로 개편

- 대규모 민간 투자 유입을 제한하는 과도한 규제 철폐
- 미디어의 공적 책임 감안, 사회적으로 필요한 최소 규제 유지

※ 장기적으로 ▲미디어·콘텐츠산업의 글로벌 경쟁력 및 지속가능성 제고 ▲미디어의 공공성과 산업성간 조화 ▲미디어 서비스에 따른 합리적 규제 등 법제 전반 개편 검토

1. 인·허가제 개선 통한 장기 투자 기반 조성

① 유료방송 재허가·재승인제 폐지^방

- **(현행)** 방송시장 진입 후 주기적인 재허가·승인 심사 필요(7년 단위)
→ 사업자에게 과도한 행정부담으로 작용, 사업 안정성 저해
- **(개선)** 유료방송의 사후관리 방안을 마련하여 재허가·재승인제 폐지, 장기적으로 허가·등록제를 등록·신고제로 완화

구분	현행	개선
홈쇼핑	재승인	폐지
SO(케이블방송)·위성방송, IPTV	재허가	

② 지상파, 종편·보도채널 유효기간 확대^방

- **(현행)** (재)허가·승인 이후 3~5년 유효기간 설정 → 짧은 유효기간으로 사업자 부담 가중 및 장기간에 걸친 투자 전략 수립 한계
- **(개선)** 지상파 및 종편·보도채널의 여론 형성 영향력 및 공적 책임을 고려, 재허가·승인제는 유지하되 최대 유효기간을 5년 → 7년 확대

구분	현행	개선
지상파, 종편·보도 채널	5년	7년

3 [재]허가·승인시 부관 부가 원칙 명시 방과

- **(현행)** (재)허가·승인시 부관 부가 재량 → 불확정적 부관 부가에 따른 심사 예측 가능성 저하 및 사업자 부담 증가
- **(개선)** 「(재)허가·승인 기본계획」 등에 부관 부가 원칙을 사전에 명시하고, 재허가·승인시 부관 부가 사유 공개

2. 소유·경영규제 완화 통한 규모의 경제 실현

1 소유 제한 개선 방과

- **(현행)** 소유 주체별(대기업·일간신문·외국인) 방송매체 지분 제한 → 일률·경직적 규제로 대규모 자본 유입 및 경쟁력 강화에 제약
 - 특히 경제성장에도 불구하고, 과거와 동일한 대기업 자산 기준(자산 총액 10조원, '08년~)으로 인해 대기업 지분제한의 실질적 규제 강화
- **(개선)** 대기업 기준 상향 및 일간신문(뉴스통신), 외국인의 유료방송 지분 제한 일부 폐지
 - 경제규모 반영, 대기업 기준 상향(10조원 → GDP 일정 비율과 연동)

구분	현행	개선
SO(케이블방송)·위성방송, IPTV	일간신문(뉴스통신) 49% ↓	폐지
일반PP·홈쇼핑 채널	외국인 49% ↓	폐지 (공익성 심사)

2 시장점유율 규제 완화 방과

- **(현행)** 전체 가입자수 1/3 수준 점유율 제한 → 규모 있는 미디어 사업자 출현을 사전에 제한, 대규모 투자 한계 및 자유로운 시장 재편 저해
- **(개선)** 유료방송, 일반 PP의 시장 점유율 제한 전면 폐지

구분	현행	개선
일반 PP	전체 매출의 49% ↓	폐지
SO(케이블방송), IPTV	전체 가입자수 1/3 이하	

3. 콘텐츠 제작과 편성의 자율성 확대

1 채널 운용 자율성 제고^과

- **(현행)** 유료방송은 70개 이상의 채널운용 의무 부담 → 재무상태 및 시청자 수요 등을 고려한 사업자의 채널 편성권 제약
- **(개선)** 70개 이상 채널 운용 의무 폐지, 사후적 민간 자율 규율
 - 다양성·지역성 등 채널 구성 원칙을 사업자가 자율적으로 준수하고, 그 결과를 공표하도록 전환

2 제작원별 및 장르별 프로그램 의무편성 완화^{문과방}

- **(현행)** 제작원별(1개국 수입물, 외주/국내제작 등) 및 장르별(오락물 등) 실시간 방송량 강제 → 실효성 저하에도 과도한 규제 잔존
- **(개선)** ▲쿼터 규제를 충족하는 수준의 편성이 유지되고 있는 1개국 수입물 편성규제* 폐지 ▲장르 융복합 등 고려, 오락물 편성규제** 폐지
 - * 지상파·종편PP·일반PP·SO·위성방송은 영화/애니/대중음악 분야별로 1개국에서 제작한 수입물을 연간 전체 분야별 수입물 방송시간의 90% 이하로 편성할 것
 - ** 종합편성방송사업자는 오락프로그램을 매반기 전체 방송시간의 60% 이하로 편성할 것

3 방송심의규정 개편^{방문과}

- **(현행)** 방송법 33조(방송심의규정)에 따른 17개 심의규정* 적용 → 추상적 규정으로 콘텐츠 제작의 자율성 및 창의성 제한
 - * 민족의 주체성 함양, 자연환경 보호, 건전한 소비생활 등
- **(개선)** 변화한 시대상을 반영하여 주관적으로 해석될 수 있거나 모호하게 규정된 조항을 구체화하고, 매체별 등급분류 기준 조정
 - * 구체적인 방송심의 규정 개선은 주무부처(방통위) 중심으로 사회적 합의 통해 마련

4. 광고규제 완화를 통한 시장 활력 제고

1 광고유형 단순화 및 총량제 완화^방

- **(현행)** 7개* 광고 유형별 규제, 프로그램별 총량 제한
 → 복잡·엄격한 규제로 **新유형 광고 도입 및 신규 재원 확보 한계**
 * 방송프로그램광고, 중간광고, 토막광고, 자막광고, 시보광고, 가상광고, 간접광고
- **(개선)** 7개 → 3개로 **단순화**(프로그램 내/외, 기타 광고), 포괄적으로 범주화해 광고 유형·방식 등에 자율성 부여
 - 프로그램별 편성시간당 광고시간(20%↓) 제한 완화

2 품목별 광고 금지·제한 규제 완화^방

- **(현행)** 개별법령에서 특정 품목에 대한 방송광고 금지 또는 광고 시간대 제한 → 실효성 없거나 시대에 맞지 않는 규제 잔존
 * (예) ▲ 조제유류(식품표시광고법) ▲ 고열량·저영양식품(어린이식생활법)
 ▲ 유료전화정보서비스(방송광고심의에 관한 규정)
- **(개선)** 규제 필요성 낮은 품목부터 **단계적으로 완화 검토**(소관부처와 협의)

구분 (소관)	현행	개선
조제유류 (식약처)	• 조제분유·조제우유 광고 금지 (식품등의 표시·광고에 관한 법률 제7조)	조제유류 정보제공 및 모유수유 권장 등 사회적 변화를 고려하여 소비자 의견수렴 추진
고열량·저영양· 고카페인 식품 (식약처)	• 방송광고시간 제한(17~19시) • 어린이 주시청 프로그램 중간광고 금지 (어린이식생활 안전관리 특별법 제10조)	영화·스포츠 등 어린이가 주 시청자가 아닌 프로그램의 시간제한 완화 검토
유료전화 정보서비스 (방심위)	• 어린이 주 시청대상 방송프로그램 광고시간 또는 전후 토막광고시간에 편성·방송 금지 (방송광고심의에 관한 규정 제43조의2)	어린이 보호를 원칙으로 심의규정 개정시 규제완화 검토

전략 3 글로벌 진출 및 신시장 선점 총력 지원

◆ 세계 최고의 K-콘텐츠와 연계한 **국내 OTT에 대한 전방위 지원** 통한 글로벌 경쟁 우위 확보 및 이를 뒷받침할 **핵심기술과 전문인력 집중 육성**

1. 국내 OTT의 해외진출 지원 다각화

① OTT-콘텐츠 협력형 글로벌 진출 확대

- **(OTT+스마트TV+콘텐츠 동반 진출)** 국내 스마트TV에 내장된 FAST* 채널에 국내 OTT 콘텐츠를 제공, 원활한 글로벌 진출 도모

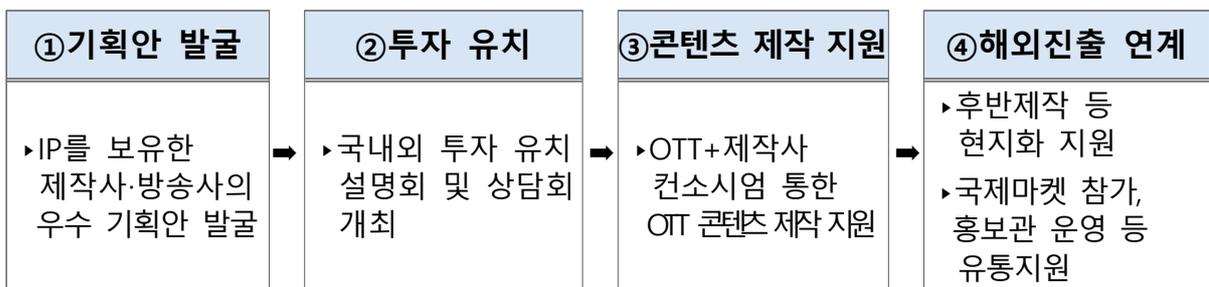
* Free Ad-supported Streaming TV : 광고 시청 대신 무료로 볼 수 있는 서비스

- 국내 주요 미디어사의 콘텐츠를 모아 FAST를 통해 제공하는 'K-미디어·콘텐츠 전용 채널' 확대 운영('24년~)

< FAST 체계도 >



- **(OTT+제작사 컨소시엄)** 국내 OTT 플랫폼이 글로벌 경쟁력 있는 콘텐츠 확보, 해외로 진출할 수 있도록 제작사와 연계하여 제작 지원
- 공동진출 위한 후반제작 및 해외 홍보 지원까지 원스톱 서비스 제공



② 국가·권역별 특화 전략 통한 신시장 개척

- **(해외 ICT 거점 활용)** 기존 ICT 해외 진출 거점을 연계·활용하여 국내 OTT 플랫폼의 해외시장 안착 지원
 - 현지 OTT·IPTV와의 계약, 스마트TV+OTT 결합형 진출 지원, 해외 미디어 규제 정보 제공 등 다각적 지원 확대
- **(해외시장 다변화)** 신시장 개척 등 수출 지역 다변화 전략*을 통해 특정 국가 의존도를 줄이고, 신규 수출동력 확보
 - * 콘텐츠 시장성(산업 규모, 성장 전망 등) 및 K-콘텐츠 경쟁력 등에 따라 전략/핵심/잠재/신흥시장으로 구분 → 권역별 특화 전략 추진
 - 해외 비즈니스센터 등 현지 거점 신규 설치*, 신시장 진출 밀착 지원
 - * '23년 15개소 → '24년 25개소 → '27년 50개소까지 확대
- **(디지털 수출개척단 파견)** 동남아, 중동 등 유망국가에 민·관 합동 지원단 파견, 현지 기업과 제휴 등 비즈니스 모델 창출 기회 제공
 - * (예) '23년 수출개척단 통해 웨이브와 베트남 Dat Viet간 콘텐츠 교류협력 체결

③ 글로벌 홍보 및 유통 등 통합 지원

- **(글로벌 네트워크 구축)** 글로벌 행사 개최 및 참가 지원을 통해 해외 인지도 강화 및 글로벌 네트워크 활성화 도모
 - 해외 제작자·바이어, 빅테크 기업 등이 참여하는 글로벌 방송 영상 및 콘텐츠 마켓, 공동제작 국제 컨퍼런스 등 개최·참가 지원
 - * (예) 국제방송영상마켓(BCWW), 부산콘텐츠마켓(BCM), K-콘텐츠 엑스포 개최 MIPTV·MIPCOM(프랑스), ATF(싱가포르), 베를린영화제 등 해외 마켓 참가
- **(국내OTT 해외 홍보)** OTT 특화 국제 시상식인 'Global OTT Awards*', '국제 OTT 포럼' 등을 활용해 OTT 콘텐츠 홍보 지원
 - * (참석대상) 국내외 OTT 플랫폼, 콘텐츠 기업, 창작자, 투자자 등 (프로그램) 국제 OTT 시상식, 투자유치 쇼케이스, 네트워킹 등

- **(해외 통합정보 제공)**^{문화관광} 국내 기업의 해외 시장 진출·안착 지원을 위해 해외 국가·시장별 체계적 정보 제공
 - 한류데이터센터, 해외 OTT 산업 동향 및 해외 OTT 시장조사 등을 활용, 해외시장 현황, 법·제도, 이용자 행태 등 종합정보 제공
 - * 장기적으로 부처별 해외 진출 정보를 연계 제공하는 방안 모색
- **(온라인 상시지원 고도화)**^{문화} 온라인 상시 비즈매칭·상담 지원 등을 위한 콘텐츠 수출지원 플랫폼 '웰콘 (WelCon)' 고도화
 - * 마케팅, 지재권, 기타 법률 등 전문가를 활용한 '찾아가는 상담' 운영 확대

4 연관산업 동반진출 확대

- **(선도기업-스타트업 협력)**^{문화} 국내 선도기업이 보유한 글로벌 네트워크와 인프라를 활용하여 스타트업의 해외 진출 지원 사업 추진
 - * 선도기업(해외진출 사업 기획, 플랫폼·인프라 등 제공) + 스타트업(아이디어·혁신기술 협력) + 정부(자금·비즈니스 프로그램 지원)간 협력
- **(제조·서비스업 등 연관사업 연계)**^{문화} 관계부처 협업을 통해 K-콘텐츠 및 한류 효과를 제조·서비스업 등 연관산업으로 확산, 동반 진출 촉진
 - 관계부처 합동 현지 K-박람회 개최, 해외 상설홍보관 추가 설치 및 한류 연관 마케팅* 등 지원
 - * 드라마 등 해외 방영 콘텐츠 및 연관산업 중소기업 제품의 간접광고 지원
- **(민관 협력 거버넌스 운영)**^{문화관광} 공공 부문 뿐 아니라 민간 업계 (학계·미디어·콘텐츠 업계 등)가 함께 참여하는 수출 협력체계 구성·운영
 - * 기존 「한류협력위원회」를 「K-콘텐츠 수출협의회」로 확대 개편('24.4월 출범)

2. AI 등 첨단기술 활용한 미디어·콘텐츠 산업 고도화

1 워크플로우(workflow) 단계별 AI 기술 접목 강화



- **(기획·개발)** 과 생성형 AI(Generative AI)가 직접 대본을 쓰거나, 이미지, 초벌영상, 특수효과 등을 자동 생성하고 이를 현장에 활용
 - 생성형 AI 응용기술 개발, 초거대 AI* 활용한 서비스모델 개발·상용화, 기업들의 고성능 컴퓨터 자원(GPU) 활용 지원
 - * 대용량 데이터를 학습해 종합추론가능한 차세대 AI(예: 오픈 AI사의 GPT 시리즈)
- **(제작)** 과 디지털 휴먼 및 AI 기반 융복합 콘텐츠 제작·편집 등을 통해 제작 품질 및 효율성 향상
 - 실사 수준 동작 생성*, 감정표현·자율행동 가능한 디지털 휴먼으로 고도화
 - * 현재는 얼굴부분만 3D모델로 만들고, 몸동작은 실제 사람의 동작을 촬영, 결합 중
 - 수출용 콘텐츠 후반제작을 위한 번역·자막·더빙에 AI 접목
 - * ▲현지어 자동더빙기술 개발 ▲AI 학습용 데이터 구축·개발 등
- **(마케팅·유통)** 과 맞춤형 영상추천을 위한 데이터 자가증식*·결합, 화질 자동개선, 실시간 압축·전송 등 관련 기술 개발 지원
 - * 국내 OTT는 글로벌 경쟁업체에 비해 가입자의 이용데이터가 극히 부족 → AI를 활용하여 소량의 데이터로부터 스스로 그 수를 늘려 분석·예측

2 첨단 제작 인프라 구축

- **(버추얼 스튜디오)** 과 중소 미디어·제작사도 손쉽게 활용가능한 '공공 버추얼 스튜디오*' 구축(대전, 문경)
 - * LED Wall 및 시각특수효과(VFX) 설비를 갖추고 가상·현실 융합 영상을 실시간 구현

- 높은 이용료*, 소유 사업자 위주 운영 등으로 어려움을 겪는 중소 제작사가 민간 스튜디오를 이용할 수 있도록 바우처 제공 검토

* 17개 민간스튜디오(CJ ENM, SKT 등)의 日 이용료는 3천~8천만원 수준

- **(배경 데이터) 판본** 우리의 명소·경관 등을 버추얼 스튜디오의 LED 배경 영상 및 범용에셋(선박, 터널 등)으로 제작, DB화, 공동활용 지원

* 시중에 유통되는 배경 데이터는 대부분 외국배경(특히, 아시아는 일본 위주)임

- **(특수영상 클러스터) 판본** 전용 스튜디오, 기업 입주, 전문인력 양성, CG 작업공간 등을 갖춘 특수영상 클러스터 구축(대전)

3 미래 미디어인 크리에이터 미디어 및 메타버스 육성

- **(메타버스 미디어콘텐츠 육성) 판본** 메타버스 미디어·콘텐츠를 창작·유통 하기 위한 선도프로젝트*를 추진하는 한편, 관련 핵심기술 개발**

* 가상환경에서의 3D 캐릭터움직임 제작공간 조성 등 메타버스 미디어 스튜디오 구축

** ▲메타버스 내 영상 재현·재생산 ▲메타버스 내 실시간 중계 ▲高몰입도·자유도 실감 디바이스 기술 ▲대규모 관객 참여 가능한 가상 공연 기술 등

< (참고) '엔터테인먼트 방송콘텐츠 기반 메타버스 미디어 서비스' 유형 및 사례 예시 >

참여 확장형	경험 확장형	실감 확장형
 <p>▶ 메타버스 참여형 콘텐츠를 기존 방송매체에 송출 * (예) 더마스크드 토틀런트 (MBC, '21)</p>	 <p>▶ 인기 IP를 활용한 메타버스 구축 및 콘텐츠 재생산 * (예) 즐거움랜드(tvN, '21)</p>	 <p>▶ 메타버스에서 공연 개최참여 * (예) ▲트레비스 스캣('20) ▲아리아나 그란데('21) 콘서트</p>

- **(크리에이터 미디어 산업 스케일업) 판본** 1인 미디어 콤플렉스·지역센터 등 인프라를 확대*하고, 기술융합 콘텐츠 제작 및 융합 사업화 지원**

* 현재 3개(부산, 대구, 강릉) 센터 → 9개 센터로 확대 추진

** ▲크리에이터미디어+타산업 융합 ▲AI·미디어 융합 크리에이터 공모전 등

- **(기술기반 스타트업 육성) 판본** 글로벌 진출을 목표로 하는 메타버스 유망기업 및 미디어·콘텐츠 스타트업 대상 맞춤형 지원*

* 기술가능성 검증 → R&D지원 및 AC·VC투자 → 글로벌 사업화 지원

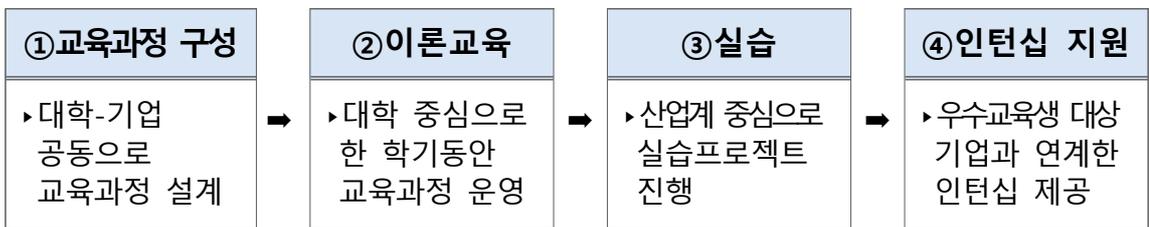
3. 산업 혁신을 이끄는 창의·융합형 인재 양성

【목표】 3년간('24~'26년) 미디어·콘텐츠 인력 1만명 양성

1 대상별 맞춤형 교육 지원

- **(산업체 예비인력)** ^{본·민} 창작능력·현장실무 등을 교육하는 산학연 연계 및 전문가의 도제식 멘토링 교육, 기술현장교육** 등 지원(연 1,770명)

* '콘텐츠 원캠퍼스' 교육체계



** 기업이 제공하는 현장교육을 특성화고·대학교 현장실습제도와 연계(학점 인정)

- **(청년인재)** ^민 미디어·콘텐츠 및 AI 업계와 연계, 청년 대상 신기술 교육-제작-취업까지 연계한 '미디어 DX 아카데미' 신설(연 60명)

- 구직자 대상 인턴십 교육* 통해 기업 수요 충족 및 좋은 일자리 창출

* 청년인턴 임금 지원, 특화 커리큘럼 운영, 직무교육 등

- **(재직자)** ^{본·과·방} 드라마 프로듀서, 지역방송 현업인 대상 교육 등을 통해 급변하는 미디어 생태계 대응 역량 제고(연 120명)

- 기술 종사자 역량 확충을 위해 미디어·콘텐츠 산업 소 단계별로 활용되는 新기술 전문 교육과정인 '미디어 DX 스텝업' 신설(연 30명)

- **(크리에이터)** ^민 1인 미디어 신인 발굴(연 90팀) → 사업모델 개발 등 전업 창작자 육성(연 50팀) → 글로벌 진출(연 3팀) 등 단계별 지원

- 크리에이터 생태계 내 직업군별* 특화교육프로그램 운영 및 수요 기업 등과 연계하여 취·창업 지원으로 연결

* (예) ▲커머스 크리에이터 ▲크리에이터 미디어 데이터 분석가 등

2 분야별 특화 · 전문 인력 양성

- **(개발·창작인력)** K-콘텐츠의 핵심인 창작자 양성을 위해 시나리오 개발-제작-후반작업 등 **쏠 과정 교육 강화**(연 780명)
 - * 영화 아카데미, 시나리오 창작센터, 기획개발 랩 등 운영
- 콘텐츠 선도기업 인재 양성 사업과 연계, 작품 제작 지원(연 8편)
 - * (예) CJ ENM 오픈(O'PEN) 사업과 연계, 신진창작자의 단막극 데뷔 지원
- **(OTT특화인력)** OTT·콘텐츠 특성화 대학원의 특화교육과정 운영(연 80명) 및 **글로벌 OTT와의 협업*** 통한 현장 인력 확보('24년 신규)
 - * (예) '한국영화 아카데미'에 대한 넷플릭스 후원 기반으로, 글로벌 스트리밍 환경 이해를 돕기 위한 특강, 제작실습 등 교육 추진
- **(수출전문인력)** 현지 전문성과 콘텐츠 산업 이해력을 갖춘 수출 특화 인재 육성으로 글로벌 비즈니스 경쟁력 확충(연 100명)
 - * ▲수출기획·영업 ▲홍보·마케팅 ▲시장분석 ▲회계·법률·규제 등 심화 교육 지원
- **(번역인력)** 제2의 창작으로 꿈꾸는 콘텐츠 번역 분야 양질의 전문인력 양성 확대를 통해 K-콘텐츠 수출 촉진(연 60명)

3 신기술 활용 역량 높은 융합인재 육성

- **(기술융합인력)** '뉴콘텐츠아카데미' 활용, 콘텐츠 기획·제작과 AI, 메타버스 등 첨단기술 역량 갖춘 융합인재 양성(연 200명)
 - * (장기과정, 50명) 콘텐츠 제작 전 과정 교육/ (단기, 150명) 프로젝트 기반 실무 교육
- 글로벌 수준의 메타버스 전문 인재 육성을 위한 '메타버스 융합 대학원', '메타버스 아카데미' 확충·운영(연 370명)
 - * 기술-인문사회 분야 연합학위 과정 : ▲요소기술(XR·VR) + 인문사회 융합 과목 운영 ▲콘텐츠 R&D 지원 ▲메타버스 기업과 산학협력 지원 등
- **(문화기술R&D인력)** 산학연 연계 프로젝트를 기반으로 기술 개발과 동시에 석·박사급의 기술고급인력 양성(연 90명)
 - * 국내외 연구인력 교류 및 국제공동 연구과제 발굴, 다학제 교육과정 및 기술개발 지원

전략 4 지속가능한 상생 생태계 조성

◆ 미디어·콘텐츠 산업 구성원 모두가 성장·발전할 수 있는 **건전한 생태계 조성** 및 **K-콘텐츠 저작권 보호 강화**

1. 미디어·콘텐츠 시장 내 동반성장 기반 마련

① 공정환경 조성 및 권리보호 강화

- **(불공정 관행 개선)**^법 방송사업자의 외주제작사에 대한 불공정행위를 방송법상 금지행위에 포함 추진(「방송법」 개정)
 - * 우월적 지위를 이용한 불공정한 계약을 강요하는 행위를 금지행위로 신설하는 등 공정한 제작환경 조성을 위한 법 개정 추진
 - 관계부처 **합동 실태조사** 실시, 외주제작 **가이드라인 이행점검*** 추진
 - * 표준제작비 산정, 상생협의체 운영, 표준계약서 활용, 저작권 및 수익배분 등
- **(방송채널 대가산정 합리화)**^과 방송관계자들(유료방송-콘텐츠 제공사)간 콘텐츠사용료 관련 **기준*** 마련으로 공정경쟁 기반 조성
 - * 기준(안) : ▲(기본방향) 자율협상 ▲(산정기준) 사용료 산정 고려요소, 지급 총액 등 ▲선계약-후공급원칙 ▲중소PP 보호 등
- **(창작자 권리보호)**^법 콘텐츠 분쟁조정위원회의 실효성 강화*
 - * 강제력 없는 권고 수준 조정에서 나아가 ▲직권조정 결정 ▲집단분쟁 조정 도입
 - 저작권 **법률지원센터*** 상주 변호사 증원(2명 → 4명) 및 창작자 단체·대학·지자체 등과 연계 강화 등 법률서비스 제공 확대
 - * '제2의 검정고무신' 사태 방지를 위해 '23.4월 개소
- **(종사자 권리보호)**^법 제작지원작 대상 표준계약서 사용 의무화 및 컨설팅 지원, 개정 수요 발굴 및 노무상담, 제작안전 지원
- **(크리에이터 권리보호)**^과 크리에이터 미디어 종사자의 권리보장을 위해 표준계약서 마련, 노무·법률 상담 등 지원

2 중소·지역방송 활성화

- **(규제 개선)법·과**분 중소·지역방송의 경영여건 개선을 위해 경영규제 완화, 광고규제 특례 도입 및 순수외주제작 규제 완화 검토

구분	현행	개선
지상파방송간 경영 (MBC 제외)	7%↓(일방) 5%↓(쌍방) 10%↓(전체 수)	완화
지상파-케이블(SO)간 경영	33%↓	완화
지역 방송광고 규제 특례	-	도입 (예) 프로그램제목광고(협찬)
순수외주제작 의무편성	지역 MBC 20%↑ 지역민방 3.2%↑	완화

- **(콘텐츠 지원)법** ‘지역방송사-지자체-시청자미디어센터’ 간 협력체계* 구축, 지역특화 콘텐츠 제작·유통·인력양성 등 다각적 지원 확대

* (지역방송사) 콘텐츠 제작 + (지자체) 문화·관광·재난 연계한 재정·인프라지원 + (시청자미디어센터) 제작 장비·시설·인력 지원

- **(중소 케이블TV 지원)과** 지역채널 커머스 방송의 제도화* 추진, 중소 SO의 IP기반 고품질 방송을 위해 관련 시스템 등 고도화

* 현재 규제샌드박스 실증 특례를 통해 한시 허용 중('21.6~'25.10월)

2. 콘텐츠 불법유통 근절

1 저작권 침해 종합대응 강화

< 저작권 침해 대응 시스템 구축 ('22~'24년) >

구분	내용
1단계('22)	심의, 모니터링 등 단계별 대응 시스템 개선 및 대상 확대(44억)
2단계('23)	불법사이트 자동 탐지 및 분석·보고 시스템 구축(43억)
3단계('24)	침해 대응 개별 시스템(신고·수사·사업지원 등) 연계·통합(40억)

- **(모니터링 강화)**^{법과} ▲ 불법사이트* 자동·탐지 분석 시스템 마련
 - ▲ AI 기술 적용한 불법사이트 자동 탐지·채증 기술 개발
 - ▲ 외국어별(영어, 중국어, 태국어 등) 침해 정보수집 확대 등

* (예) **OO티비**('21.6~'23.4월) : 가상회선·우회기술 활용한 불법 영상 스트리밍 사이트 → 월평균 1,000만명 접속, **피해액 5조원 추정**

- **(신속한 접속차단)**^{법과} 방심위의 저작권 침해 사이트 접속차단 심의를 대면(現 주2회) → 상시 서면심의 체계로 전환 추진(「방통위법」 개정)
 - * 현재 '성폭력범죄 불법 영상물'에 대해서는 24시간 단위로 서면·전자심의 중
 - **CDN*** 사업자에게 기술적 차단이 어려운 사이트에 대한 접속 차단을 할 수 있도록 기술적 조치 의무 부과 (「정보통신망법」)
 - * **Content Delivery Network** : 콘텐츠의 빠르고 안정적 전송을 도와주는 서비스, CDN 서비스 이용 사이트 중 일부는 현재의 차단방식으로 차단되지 않는 경우 발생

- **(집중·합동 수사 강화)**^법 ▲ 저작권 범죄 과학수사대* 운영 ▲ 법무부·경찰청 등과 합동단속 연계 ▲ 불법사이트 내부자 신고 활성화 등
 - * '23.12월, 인도네시아 지식재산청 등 국내외 관계부처와 협력 → 인니 한인 교민을 대상으로 불법 IPTV 서비스를 운영한 조직 검거 및 서비스 종료

- **(민·형사상 조치 확대)**^법 상습·영리적 저작권 침해시 양형기준 상향* 및 고의적 저작권 침해시 징벌적 손해배상제도** 도입 추진(「저작권법」 개정)
 - * 現 1~3년 → 법정최고형인 5년까지 / ** 권리자가 입은 손해액의 최대 3배까지

- **(제작사 및 중소기업 보호 강화)**^법 수출 기업 대상 '맞춤형 해외 저작권 보호 바우처*' 및 중소기업 대상 저작권 보호기술 적용 지원
 - * 콘텐츠 분야 피해기업 대상으로 ▲ 계약서 법률 컨설팅 ▲ 저작물 불법유통 감시 ▲ 저작권 침해 감정·조사 ▲ 소송 등 지원

② 국제 공조 강화 및 민·관 협력 확대

- **(국제 수사공조 강화)**^문 ▲ 한-미 공동대응체계 구축* (협력각서 체결, 수사 정보 교류 및 합동조사·작전공조 등) ▲ 인터폴과의 공조체계 확대 등 추진
 - * 다수 콘텐츠 유통 불법사이트가 미국 호스팅업체를 이용, 양국간 공조 긴요 (예) 국토안보수사국(HSI) 및 법무부 등 美 법집행기관과의 공동대응 추진

- **(해외 침해대응체계 개선)**^문 ▲ 해외 침해 원스톱 서비스* 제공(저작권 보호원) ▲ 해외 저작권 침해 대응 협력망 확대(한국문화원, 재외공관 등)
 - * 저작권의 해외 침해를 'COPY112'에 신고 → 상담·피해감정·소송지원 등 서비스 제공

- **(민관 공동 대응)**^문 해외지식재산보호협의회* 등 정례 협의회를 통해 민관 상시 협력 및 침해 대응 정보 공유 추진
 - * 문체·외교·법무부 등 8개 부처와 8개 공공기관, 20개 콘텐츠 협회·단체 참여

VII. 향후 계획

과 제	일 정	담당 부처(직제순)
전략 1. K-콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁력 강화		
① 국가전략산업 수준의 세제 혜택		
<ul style="list-style-type: none"> 영상콘텐츠 제작비 세액공제 확대 위한 법령개정 	'24	기재·과기정통·문체
<ul style="list-style-type: none"> 문화산업전문회사 출자 세액공제 신설 위한 법령개정 	'24	기재·과기정통·문체
② 콘텐츠 투자 획기적 확대		
<ul style="list-style-type: none"> K-콘텐츠·미디어 전략 펀드 조성 및 운용 	'24~	과기정통·문체
<ul style="list-style-type: none"> 정부 모태펀드 확대 및 운용 	계속	문체
<ul style="list-style-type: none"> 보증·대출 등 제작비 조달 지원 다각화 : 보증 신설 및 확대, iPICK과 정부 제작지원 연계 	'24~	과기정통·문체
③ 콘텐츠 IP 확보 역량 강화		
<ul style="list-style-type: none"> OTT 특화 제작지원 확대 	'24~	문체
<ul style="list-style-type: none"> IP 융복합 클러스터 구축(고양) 	~'25	문체
<ul style="list-style-type: none"> 국가지원사업 선정시 방송표준계약서 적용대상 확대 	'24~	문체
<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠 IP 산업전 등 수요-공급 매칭지원 	'24~	문체
<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠 IP 사업 다각화 지원 	'24~	문체
전략 2. 미디어·콘텐츠 산업 선순환 발전을 위한 규제 혁신		
① 인·허가제 개선 통한 장기 투자 기반 조성		
<ul style="list-style-type: none"> 유료방송 재허가·재승인 폐지 위한 법개정안 제출 	~'25	과기정통·방통
<ul style="list-style-type: none"> 지상파, 종편·보도채널 유효기간 확대 위한 시행령 개정 	~'25	방통
<ul style="list-style-type: none"> 재허가·승인시 부관 부가 원칙 명시 	~'25	과기정통·방통
② 소유·겸영규제 완화 통한 규모의 경제 실현		
<ul style="list-style-type: none"> 대기업 자산총액 기준 상향 위한 시행령 개정 	~'24	방통
<ul style="list-style-type: none"> 일간신문의 SO 등 지분제한 폐지 위한 법개정안 제출 	~'25	과기정통
<ul style="list-style-type: none"> 외국인의 지분 제한 규정 법개정안 제출 	~'25	과기정통
<ul style="list-style-type: none"> 유료방송, 일반PP의 시장점유율 제한 폐지 위한 법개정안 제출 	~'25	과기정통

과 제	일 정	담당 부처(직제순)
③ 콘텐츠 제작과 편성의 자율성 제고		
▪ 유료방송의 채널 운용 의무 폐지 위한 시행령 개정	~'25	과기정통
▪ 1개국 수입물 편성규제 및 오락물 편성규제 폐지 위한 개정안 제출	~'24	과기정통·문체·방통
▪ 방송심의규정 개정 및 공표	~'25	방통/관계부처
④ 광고규제 완화 통한 시장 활력 제고		
▪ 광고유형 단순화 및 총량제 완화 위한 개정안 제출	~'24	방통
▪ 품목별 광고 금지·제한 규제 완화 검토	'24~	방통/관계부처
전략 3. 글로벌 진출 및 신시장 선점 총력 지원		
① 국내 OTT의 해외진출 지원 다각화		
▪ K-미디어·콘텐츠 전용 채널 확대 및 지원	'24~	과기정통
▪ OTT+제작사 컨소시엄 지원	계속	과기정통
▪ 해외 비즈니스센터 등 현지 거점 확대	'24~'27	문체
▪ 디지털 수출개척단 파견	계속	과기정통
▪ 글로벌 방송 영상 및 콘텐츠 마켓 등 개최·참가 지원	계속	과기정통·문체·방통
▪ 콘텐츠 수출지원 플랫폼 '웰콘' 고도화	계속	문체
▪ 선도기업-스타트업 협력 사업 추진	'24~	문체
▪ K-콘텐츠 수출협의회 구성·운영	'24~	문체
② AI 등 첨단기술 활용한 미디어·콘텐츠 산업 고도화		
▪ 워크플로우 단계별 AI 기술 접목 강화	'24~	과기정통·문체
▪ 공공 버추얼 스튜디오 구축(대전, 문경)	'24~'25	과기정통·문체
▪ 특수영상 클러스터 구축(대전)	~'27	문체
▪ 메타버스 유망기업 및 스타트업 대상 맞춤형 지원	'24~'28	과기정통·문체
③ 산업 혁신을 이끌 창의·융합형 인재 양성		
▪ 콘텐츠 원캠퍼스 확대 운영	'24~	문체
▪ 미디어 DX 아카데미 및 미디어 DX 스텝업 신설	'24~	과기정통

과 제	일 정	담당 부처(직제순)
■ 지역방송 현업인 방송제작 역량 강화 교육	'24~	방통
■ 크리에이터 대상 단계별 지원 프로그램 운영	'24~	과기정통
■ 창작인력·OTT특화인력·수출전문인력·번역인력 육성	'24~	문체
■ 뉴콘텐츠아카데미 통한 기술융합인력 양성	'24~	문체
■ 메타버스 융합대학원 및 메타버스 아카데미 운영	계속	과기정통
■ 석·박사급 문화기술 고급인력 양성	'24~'28	문체

전략 4. 지속 가능한 상생 생태계 조성

① 미디어·콘텐츠 시장 내 동반성장 기반 조성		
■ 외주제작사에 대한 불공정행위 개선 위한 개정안 제출	~'25	방통
■ 방송관계자들간 콘텐츠사용료 관련 기준 마련	~'24	과기정통·방통
■ 콘텐츠 분쟁조정위원회의 실효성 강화	'24~	문체
■ 중소·지역방송 경영규제 완화 위한 시행령 개정	~'24	방통
■ 지역채널의 커머스방송 제도화를 위한 법개정안 제출	~'24	과기정통
② 콘텐츠 불법유통 근절		
■ 저작권 침해 대응 시스템 구축	계속	과기정통·문체·방통
■ 한-미 공동대응체계 구축 등 국제 공조 강화	계속	문체