

2014. 7. 2.(수) 조간(온라인 7. 1. 12:00)부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 미래부 방송산업정책과장 오용수(02-2110-1860), 이윤희 서기관(02-2110-1875)
 방통위 방송정책기획과장 양한열(02-2110-1410), 전해선 사무관(02-2110-1411)
 방통위 방송기반총괄과장 김동철(02-2110-1260), 김용수 사무관(02-2110-1261)

미래부·방통위, 창조경제의 핵심 PP산업 발전전략 추진

- 방송콘텐츠 가치 제고를 위한

「방송채널사용사업(PP)산업 발전전략」 발표 -

- 콘텐츠가 중심이 되는 새로운 미디어 생태계 하에서 방송채널사용사업(이하'PP')을 창조경제 시대의 핵심산업으로 육성하기 위하여 국가적 차원의 「PP산업 발전전략」('14~'17)이 추진된다.
- 미래부와 방통위는 '창조경제의 핵심 PP산업 발전전략'(이하 '발전전략')을 공동으로 마련·확정하고 '14.7.1.(화) 이를 발표하였다.

<붙임> 창조경제의 핵심 PP산업 발전전략

추진배경

- 동 발전전략은 지난해 12월 발표된 '방송산업발전 종합계획'을 구체화한 첫 번째 후속조치이자 실행계획의 성격을 가지며, 내년 3월 한·미 FTA 시행에 따른 방송시장 개방에 적극 대비하고 PP산업을 창조경제 핵심 산업으로 육성하기 위해 마련되었다.

※ 지난해 12월 미래부와 방통위, 문체부 3개 부처는 우리나라 방송산업의 경쟁력 제고와 신성장동력 창출을 위한 정부 차원의 방송관련 종합계획인 ‘창조경제 시대의 방송산업발전 종합계획’을 마련한 바 있음

- 미래부와 방통위는 금년 2월부터 학계, 연구기관, 업계 등이 참여한 연구반을 구성하여, 「PP산업 발전전략」을 논의해 왔다.

추진경과

- **PP산업 육성 및 경쟁력 강화를 위한 워크숍 개최** (‘14. 1.22~23)
 - PP협의회, 지상파PP, MSP, 개별PP, 공공PP, 정부운영PP 담당자 참석 PP산업발전을 위한 의견수렴 및 토론
- **PP산업 육성 연구반 구성·운영** (‘14. 2월~3월)
 - 산·학·연·관 및 관련 전문가(15명)로 구성하여 PP산업 발전 방안 도출을 위해 총 7회 (전체회의 5회, 실무자회의 2회) 회의 실시
- **PP CEO 간담회(미래부 2차관 주제) 개최** (‘14.3.11)
 - PP산업 발전을 위한 주요 현안논의 및 건의사항 청취
- **PP산업 제도약 선포식 및 컨퍼런스 개최** (‘14.3.18)
 - PP태동 20년 기념 및 PP발전전략 마련을 위한 컨퍼런스 개최 (방송업계 및 유관기관 관계자 약 300명 참석)
- **PP산업 발전전략 마련을 위한 공개 토론회 개최** (‘14.4.24)
 - PP산업육성 연구반 연구결과 발표 및 공개토론회 실시 (방송업계, 소비자 단체, 관련기관 담당자 등 약 150명 참석)

PP산업 현황 및 문제점

□ PP산업 현황

- 현재 방송시장에서 등록을 하거나 승인을 받은 PP는 총 390개* 채널 (235개 법인)이 있다.

* 보도(2), 종편(4), 홈쇼핑(TV:6, 데이터:10), 일반채널(총 368개, TV : 260, Radio : 56, Data : 52)



- '12년말 기준 PP의 방송매출액은 5조 5천억원으로 전체 방송산업(13조2천억원)의 42%이며, 종사자는 1만3천명으로 전체 방송산업의(3만4천명)약 40%를 차지한다.
 - 일반PP(홈쇼핑PP 약3조원 제외)의 경우, 최근 5년간 매출액은 연평균 12.7% 상승하여 2조 5천억원의 시장규모를 형성하고 있다.
- 최근 PP의 방송프로그램 제작 확대에 따라 '12년 PP의 방송프로그램 제작비*(8,891억원)가 지상파*(6,753억원)를 최초로 추월했다.

* 방송프로그램 자체 제작비 (출처 : 2013년 방송산업실태조사보고서)

※ '08~'12년 지상파의 제작투자 연평균 증가율은 6.9% 이나, 유료방송 PP는 39.6%에 달함

- 또한, PP사업자들이 자체적으로 기획, 제작한 경쟁력 있는 방송콘텐츠의 성공사례가 증가하고 있다.
 - '응답하라1994', 'MAMA', '꽃보다 할배', '빠담빠담', '발효가족' 등 품질과 시청률의 측면에서 모두 성공을 거둔 방송콘텐츠 생산이 증가

[창조적 콘텐츠의 경제효과]

구 분	응답하라 1994 (tvN)	2013 MAMA (M net)	꽃보다 할배 (tvN)	빠담빠담, 발효가족 (jtbc)
한류 효과 (수출증대효과)	292억	2,600억 (광고, 마케팅 효과)	140억	41억 (수출액)
연관 산업효과	812억	400억	1,064억	
고용창출효과	77억	29억	52억	
Total	약 1,181억	약 3,029억	약 1,256억	약 41억

(출처 : CJ E&M, 미디어동향)

□ PP산업의 문제점

- 첫째, 대부분 PP사업자들이 영세하다. 국내 PP산업은 자본금, 종사자 수(인력), 성과측면에서 영세규모의 PP가 대부분으로 경쟁력 확보를 위한 적극적 투자에 한계가 있다.
 - '12년말 기준, 일반PP의 평균자본금은 약40억원에 불과, 전체 PP 중 종사자 50인 이하가 70.6%이며, 매출액 100억원 미만은 63%
- 한편, 대규모 PP라 하더라도 지상파3사와 글로벌 미디어 기업에 비해 매출액*과 킬러콘텐츠 경쟁력은 상당히 미흡한 상태이다.
 - * '12년 기준 KBS(1조5천억원), MBC(7천8백억원), SBS(7천3백억원), CJ E&M(6천8백억원)
 - 미국의 Time Warner 계열 영화채널인 HBO는 2012년 기준 순수 제작비가 1조320억원으로 이는 국내 CJ E&M(19개 채널) 제작비(4,118억원)의 2.5배 규모
- 둘째, 왜곡된 시장구조를 가지고 있다. 플랫폼사업자의 낮은 수신료 수익으로 PP가 정당한 대가를 받지 못하는 시장구조가 고착되어 PP 시장에 충분한 자본이 유입되지 않고 있다.
 - SO아날로그 수신료 저가화(20개 채널 내외 4,000원 이하) 고착 및 결합상품 내 과도한 방송할인(3년약정 최고 50%) 등으로 일반 PP의 수신료 배분액 정체
- 셋째, 불공정한 사업행태가 여전하다. 플랫폼사업자와 PP간 불공정한 관계형성(소위 '갑-을' 관계)에 따른 부당한 요구 및 불공정한 수신료 배분구조가 형성되어 있다.
 - MSP·MPP의 부당한 교차편성 또는 끼워팔기 및 수신료 수익배분 관련 불리한 거래조건 강요 등
- 넷째, PP의 규제체계가 과도하다. 급변하는 미디어환경에 적합하지 않은 경직된 수준의 규제(편성/광고)가 개선되지 않아 PP시장에 투자기피 현상이 발생하고 있다.

- 의무채널(19개이상)운영, 방송광고(시간제한, 금지품목 등) 등의 경직된 규제로 방송프로그램 제작비 조달이 어려운 실정
- 다섯째, PP의 자율적 노력이 부족하다. 국내 PP사업자는 오리지널 콘텐츠를 기획하고 제작하기 보다는 **지상파방송 콘텐츠의 2차 유통을 통한 수익에 치중하고 있다.**
- 전문화된 공급분야에 특화된 콘텐츠를 기획, 제작, 편성하기 보다는 **인기장르의 방송콘텐츠를 재방으로 편성하여 PP의 정체성과 다양성 저하**

개선방안

- 미래부와 방통위는 PP시장의 문제점 개선을 통한 PP산업의 경쟁력 확보를 위해 PP산업발전전략(3대전략 및 9개 추진과제)을 수립하여 향후 4년간('14~'17년) 추진해 나갈 예정이다.

그 주요내용은 다음과 같다.

- ▲ 첫째, PP산업으로의 대규모 투자자본 유입을 통한 PP의 영세성을 극복하고 양질의 방송콘텐츠 생산기반을 마련하기 위해 **PP산업의 선순환적 생태계를 구축한다.**
 - ① 정부, 플랫폼사업자, PP, 전문가들이 참여하는 ‘**유료방송산업발전 위원회(가칭)**’를 법정기구로 구성·운영하여 **유료방송요금정상화, 수신료 합리적 배분, 유료방송사업자간 상생협력 방안** 등을 논의할 계획이다.
 - ② 사업자간 과당 출혈경쟁 및 홈쇼핑 송출수수료 의존 등으로 고착된 유료방송의 저가 요금구조 개선을 위해 **유료방송 이용요금 승인기준 개선 및 결합상품의 적정할인을 정착방안**을 마련할 계획이다.
 - ③ PP시장의 안정적 투자재원 확보를 위해 **방송프로그램 자체제작 지원을 위한 펀드**를 조성하고, **제작비용에 대한 세제감면 방안**을 마련하는 한편, **방송광고 규제정비** 등을 추진할 계획이다.

▲ 둘째, 유료방송 시장의 **왜곡된 시장구조** 및 **불공정한 거래관행** 개선을 위해 **유료방송시장에 대한 관리감독을 강화하여 PP시장의 다양성과 공정성을 제고**한다.

④ 플랫폼-PP간 거래관계에서 발생하는 **MSP·MPP의 부당한 교차편성, 끼워팔기, 불리한 거래조건 강요** 등 **불공정행위에 대한 관리감독을 강화**할 계획이다.

⑤ 창의력과 아이디어, 콘텐츠 제작능력 등을 갖춘 중소·개별PP의 채널송출 보장을 통한 방송의 다양성 제고를 위해 **플랫폼사업자가 일정비율(예:20%) 중소·개별PP 채널을 의무구성 하는 채널 할당제**를 도입할 계획이다.

⑥ 방송채널산업 진흥을 위한 업무를 체계적이고 효율적으로 추진할 **‘한국방송채널사용산업진흥협회(가칭)’ 설립 지원을 통해 PP콘텐츠 중심으로 유료방송 거버넌스를 개선**할 계획이다.

▲ 셋째, PP채널을 통한 **한류의 글로벌 확산과 PP 방송프로그램의 대국민 만족도 제고**를 위해 **PP산업의 국내외 경쟁력을 확보**한다.

⑦ **‘PP콘텐츠 창의교육과정’을 운영**하여 PP종사인력을 대상으로 **제작기술, 포맷개발 등 전문교육을 실시**하고, **빛마루 방송 제작 인프라 지원 확대** 등을 통해 **방송프로그램 자체제작 활성화**를 지원할 계획이다.

⑧ **글로벌 유통·배급 네트워크가 취약한 PP프로그램 수출 활성화**를 위해 **“해외진출 통합 플랫폼 <K-플랫폼(가칭)>을 구축·운영**하고, 방송사업자의 **방송프로그램 기본정보를 제공받아 표준정보로 변환하여 유통사업자에게 제공하는 시스템 구축** 등의 유통플랫폼을 지원할 계획이다.

⑨ 설립예정인 **‘한국방송채널사용산업진흥협회(가칭)’에서 해외 전략 시장 조사, 대중소PP 해외 동반진출, 마케팅·법률·투자 및 국제 공동제작 활성화 등 해외진출에 대한 종합지원**을 추진 할 계획이다.

기대효과

- 정부는 PP산업 발전전략 추진을 통해서 '17년까지 PP시장에서 총 1조 5천억원 규모의 매출(연관산업 포함 2조9천억원)이 증대되고 1,601명의 일자리가 창출(연관산업 포함 3,392명)될 것으로 기대하고 있다
- 미래부와 방통위는 '발전전략' 추진을 통해 유료방송시장에서 양질의 방송프로그램 제작이 활성화될 수 있는 여건을 마련하고 방송프로그램 생산 및 유통의 주역인 PP 업체가 제 역할을 할 수 있도록 지원함으로써 유료방송 시장의 생태계 조성 및 경쟁력을 확보할 계획이다.

첨부 : PP산업발전전략 요약

< 'PP산업 발전전략' 3대 전략 >

- ▲ PP산업의 선순환적 생태계 조성
- ▲ PP채널의 다양성·공정성 제고
- ▲ PP산업의 국내외 경쟁력 확보

정책목표: PP산업 육성을 통한 창조경제 구현 및 방송프로그램가치 증대

**3대
추진전략**

선순환적 생태계 조성

다양성·공정성 제고

국내외 경쟁력 제고



가 PP산업의 선순환적 생태계 조성

1 플랫폼-PP간 상생협력 체계구축

- (현황 및 문제점) 수신료 배분, 유료방송의 저가화(출혈경쟁) 등 유료방송사업자간 이해관계 대립은 전체 유료방송산업의 건전한 발전을 저해
 - PP산업의 성장을 위해 **PP-플랫폼간 선순환적 협력체계** 구축은 필수
- ※ 그동안 SO-PP간 임의적 상생협약체 운영을 통해 수신료 배분액 인상(연간4%)을 합의하는 등 성과가 있었으며, 이러한 성과가 지속적으로 유지될 수 있도록 플랫폼사업자 재허가시 합리적 수신료 배분 관련 조건부여 방안 검토
- (추진방향) 정부, 플랫폼사업자, PP, 전문가 등이 참여하는 '유료방송산업발전위원회(가칭)' 상설운영을 통해 유료방송산업 성장도모
 - 방송법 개정을 통해 위원회 구성·운영 근거 마련(예:지역방송발전위원회)
- ※ (역할) 산업규모 확대, 신규서비스 창출, 저가출혈경쟁 방지 및 서비스 경쟁 도모, 수신료 공정배분, 중소규모 유료방송사업자(플랫폼·PP 등)와의 상생협력 등 논의

2 유료방송 저가 요금구조 개선

- (현황 및 문제점) 국내 유료방송 가입자 규모는 약 2,500만 가구를 상회하여 보급률이 매우 양호하나 요금구조는 저가로 형성
 - ※ 국가별 ARPU(Average revenue per user) : 미국 61.77\$, 영국 49.15\$, 프랑스 25.82\$, 일본 25.16\$, 독일 23.46\$, 한국10.75\$ (한국은 OECD 30국가 중 29위, 출처 : 2014년 informa)
- 플랫폼간 과당 가격경쟁 및 홈쇼핑 송출수수료 의존 등으로 고착된 저가 요금구조로 인해 **PP채널에 대한 정당한 대가 수취가 어려움**
- (추진방향) 유료방송 이용요금 승인기준 개선 및 방송결합상품의 적정할인을 정착방안 마련

③ 안정적 투자재원 확보 지원

① 제작지원 펀드 조성

- (현황 및 문제점) 펀드운용사들은 수익률 확보(약 5%)가 어려워 PP들에 대한 투자를 기피하며, PP도 수익률 담보책임 때문에 펀드이용을 원하지 않음
- (추진방향) 정부(펀드)+민간제작지원(홈쇼핑PP, 플랫폼사업자 등)+자기부담을 혼합한 펀드운영으로 투자에 따른 위험분산 및 책임성 제고 방안 등 마련

※ 디지털콘텐츠코리아 펀드('14~'17년 4,000억원 예정) 30% 규모를 방송분야 펀드로 조성하고, 홈쇼핑PP 및 플랫폼사업자의 PP방송프로그램 제작 진흥기금 출연유도

② 제작투자 비용에 대한 세제감면 방안마련

- (현황 및 문제점) 유료방송시장의 협소성 및 투자의 위험성을 감수하면서 방송프로그램을 자체제작 하는 PP에 대한 제도적 세제 지원책 전무
- (추진방향) PP 자체제작방송프로그램 제작 투자비용 세액감면(예 : 투자비 10% 감면) 방안마련(조세특례제한법 개정 건의)

※ '12년 기준 PP의 자체제작비 약8천억원의 10%인 8백억원 감면 / 방송프로그램 세제감면을 통해 타 산업(제조·관광·유통업 등)의 동반성장을 촉진하여 광범위한 세수 유발효과 발생

③ 광고규제 완화(방통위)

- (현황 및 문제점) 광고는 수신료와 함께 PP들의 주된 수익원이나 유료방송 광고시장 협소로 인해 제작투자 재원확보에 한계

※ '12년말 기준, 국내 전체 방송광고 시장규모 3조5,796억원 중 180개 PP의 광고매출액은 1조2,675억원으로 약 35.4%에 불과 (지상파방송은 2조1,800억원으로 60.9%)

- (추진방향) 방송프로그램 제작기반인 광고재원 확대를 위해 방송 광고시장 활성화 방안을 방통위가 의결 예정('14년~)

※ 광고규제현황 : 광고총량(시간당 평균10분, 최대12분), 중간광고(45-60분 프로그램당 1회 1분 이내), 간접광고(프로그램시간의 3%) 광고금지 품목(주류, 조제분유 등)

④ 방송채널사용사업자간 채널별 양도·양수 허용

- (현황 및 문제점) 현행 방송법은 PP채널 매각시 법인의 합병 및 분할, 주식인수 방법만을 규정하여 PP채널을 직접 양도·양수할 수 없음
- (추진방향) PP채널(종편, 보도, 홈쇼핑 제외)의 양도·양수가 가능하도록 방송법 개정을 통한 채널 매각절차 간소화 제도개선 추진

나 PP채널의 다양성·공정성 제고

④ 유료방송 시장의 공정경쟁 환경조성(방통위)

- (현황 및 문제점) MPP(MSP)간 교차편성, 특정 PP채널 송출배제 등 유료방송시장의 경쟁을 제한하는 행위 규제 필요
- (추진방향) 플랫폼-PP간 거래관계에서 발생하는 MSP·MPP의 부당교차편성, 끼워팔기, 불리한 거래조건 강요 등 불공정행위*에 대한 점검·시정

* 불공정행위 가이드라인 : 「유료방송시장 방송채널사용사업자의 방송프로그램 제공 관련 가이드라인」 「유료방송시장 유료방송사업자의 채널제공 및 프로그램 사용료 지급 관련 가이드라인」

⑤ 중소·개별PP 경쟁력 강화

① 경쟁력있는 중소·개별PP 의무구성채널 할당제 도입

- (현황 및 문제점) 창의력과 아이디어, 콘텐츠 제작능력 등을 갖춘 중소·개별PP의 채널송출 보장을 통한 방송의 다양성 제고 필요

[SO 아날로그 상품 중소PP 점유비율]



※ 종합편성 등장('11.12.1), MSP(35%) 및 지상파계열PP(20%) 송출 총량제한 규정일몰('10.12.31) 등에 따른 중소·개별PP 송출비율 감소

- (추진방향) 경쟁력을 갖춘 중소·개별PP의 채널을 플랫폼사업자가 일정비율(예: 20%) 의무구성 하는 채널 할당제 도입 (무임승차 PP 필터링을 위해 자율인증제 검토)

② PP 제작역량 평가 및 평가결과 활용도 제고(방통위)

- (현황 및 문제점) PP의 방송프로그램 자체제작 저조에 따라 제작역량에 대해 종합적이고 객관적인 평가를 통해 중소·개별PP의 경쟁력 제고 필요
 - ※ 2013년도 93개 사업자 134개 채널(계열PP 59개, 개별PP 75개)에 대해 평가
- (추진방향) 현재 시행되고 있는 'PP제작역량 평가' 결과 활용을 통해 PP의 방송프로그램 자체제작 역량 증대 및 활용도 제고 방안 마련

⑥ PP콘텐츠 중심의 유료방송 거버넌스 개선

- (현황 및 문제점) 현재 케이블TV협회 내 PP협의회는 특정 플랫폼에 종속적 구조로 PP진흥 및 육성을 위한 정책지원 등 역할수행에 한계
- (추진방향) 방송채널산업 진흥을 위한 업무를 체계적이고 효율적으로 추진할 '한국방송채널사용산업진흥협회(가칭)' 설립 지원
 - (역할) 산업진흥을 위한 조사·연구 및 정책건의, 사업자간의 분쟁 자율조정, 방송콘텐츠 제값 받기, 해외진출 종합지원 등
 - ※ 관련 사업자들의 출연금 및 PP수신료 배분액 중 일부를 협회 운영재원으로 총당하는 방안 검토

다 PP산업의 국내외 경쟁력 확보

⑦ 자체제작 활성화 지원

① 인력양성

- (현황 및 문제점) 대부분 PP의 영세한 재무구조로 인해 전문인력 역량향상을 위한 투자를 할 수 없어 방송프로그램 제작 경쟁력 감소
 - ※ 전체PP의 71%가 50인 이하 소규모 업체로 전문인력 교육에 대한 투자가 사실상 어려움
- (추진방안) 'PP콘텐츠 창의교육과정'을 운영하여 PP종사인력을 대상으로 제작기술, 포맷개발 등 방송전반에 대한 교육 추진
 - ※ 교육과정 : 방송프로그램 장르별(레저, 예능, 오락 등) 전문인력, 수익모델창출, 방송포맷전문인력 및 신규인력 양성 등

② 창조채널 시범사업

- (현황 및 문제점) 최근 스마트 미디어 확산에 따라 1인 창작자의 콘텐츠에 대한 관심은 증대되고 있으나, 이들을 체계적으로 발굴·육성하기 위한 인프라 및 채널 부재
 - (추진방안) 콘텐츠 글로벌 진출 및 확산을 위한 'TV 창조채널' 구축
 - 「K-Pop 패러디, 애니메이션」 등 1인 창작자가 제작한 영상 콘텐츠를 IPTV, 위성방송 등 방송플랫폼에 방영하고, 이를 포털, 유튜브까지 확대함으로써, 1인 창작 콘텐츠의 글로벌 확산 추진
- ※ 창작자 발굴을 위한 공모전, 창작자간 융합 촉진 및 창작역량 배양을 위한 공간조성 및 콘텐츠 확산을 위해 방송채널, 온라인 동영상 서비스 등을 연계하는 네트워크 구축

③ 빛마루 방송 제작 인프라 지원 확대

- (현황 및 문제점) '14. 6월 현재, 방송제작지원시설인 빛마루에 PP 제작사 등 20개사(입주율 64%)가 입주하여 방송시설을 이용하고 있음
 - 다양한 지원방안 마련을 통해 PP사업자의 제작역량 강화 필요
- (추진방향) PP의 빛마루 시설이용 활성화를 위해 적극적 프로모션, UHD 제작시설 등 시설보완을 추진하여 제작 인프라의 안정적 지원확대
 - 또한, 방송프로그램 제작지원사업과 연계, 국내PP와 해외방송사간의 공동제작 프로젝트 유치 추진

⑧ 유통 플랫폼 및 인프라 지원

① PP방송프로그램 포털, 가칭 'K-플랫폼' 운영

- (현황 및 문제점) 국내 PP산업은 내수 중심으로 시장이 형성되어 채널 및 프로그램의 해외 브랜드 가치가 형성되지 않아 글로벌 경쟁력이 취약
- (추진방향) 글로벌 유통·배급 네트워크가 취약한 PP프로그램 수출 활성화를 위해 "해외진출 통합 플랫폼 <'K-플랫폼'(가칭)>을 구축·운영
 - PP의 프로그램을 집적하여 중국, 일본, 동남아 등 글로벌시장에 멀티스크린(스마트TV, 인터넷, 모바일 등)으로 제공하는 '온라인비디오 플랫폼' 구축

② 방송프로그램 유통정보 통합관리체계 구축(방통위)

- (현황 및 문제점) 방송프로그램 유통시 사업자마다 장르, 줄거리, 출연자 등에 대한 정보가 서로 달라 원활한 유통에 어려움 발생
- (추진방향) 방송사업자의 방송프로그램 기본정보를 제공받아 표준 정보로 변환하여 유통사업자에게 제공하는 시스템 구축

③ PP의 방송프로그램 불법유통 감시강화

- (현황 및 문제점) PP 소유저작물(방송프로그램)의 불법복제·유통 만연에 따라 PP의 제작투자 의지감소 및 건전한 방송산업 발전저해
- (추진방향) '방송프로그램 불법유통감시센터(가칭)'(사업자단체 주관)를 설립하여 불법유통 감시, 신고포상, 법률자문 등 업무 추진

9 PP 해외진출 종합지원

- (현황 및 문제점) 대부분 PP는 해외 방송시장에 대한 제반정보 및 관련법규 이해부족 등으로 인해 해외진출에 어려움을 호소
- (추진방향) 설립예정인 '한국방송채널사용산업진흥협회(가칭)'에서 해외 전략시장 조사, 대중소PP 해외 동반진출, 마케팅·법률·투자 및 국제 공동제작 활성화 등 해외진출 종합지원 기능 담당

기 대 효 과

- (매출 유발효과) '17년까지 PP시장에서 총 1조5천억원 규모의 매출이 증대하고 추가로 타 산업에서는 1조4천억원의 매출 유발효과 기대
- (인력창출 효과) '17년까지 1,601명의 일자리가 창출되고 추가로 타 산업에서는 1,791명의 고용유발효과 기대
- (국민편익 증진) 다양한 콘텐츠 유통을 통해 시청자 선택권이 증대되고 채널간 다양성 확보를 통해 시청자 복지 및 행복실현
- (한-미 FTA 대응) 국내PP의 방송프로그램 제작역량 강화 및 글로벌 경쟁력 확보를 통해 내년 3월 한-미 FTA 발효에 따른 대응체계 구축