

# 미디어 · 콘텐츠 산업융합 발전방안(안)

2024. 3. 13.

## 목 차

I. 추진 배경 .....	1
II. 국내 미디어콘텐츠 산업 현황 및 진단 .....	2
III. 비전 및 추진전략 .....	6
IV. 세부 추진과제 .....	7
1. K-콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁력 강화 .....	7
2. 미디어콘텐츠 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 콘텐츠**를 보유한 거대 미디어 기업 중심으로 재편, 국내를 넘어 **글로벌 경쟁 불가피**
- 글로벌 미디어의 등장은 경쟁력 갖춘 **국내 콘텐츠 기업**에게는 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성장동력**이 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 : ㉔글로벌 미디어 강국 실현, ㉞K-콘텐츠의 매력을 전 세계로 확산

## II. 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 벤처기업**에 집중, 글로벌 기업과 실질적 경쟁이 가능한 **대형 콘텐츠 제작**에 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 진출**이며, **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**



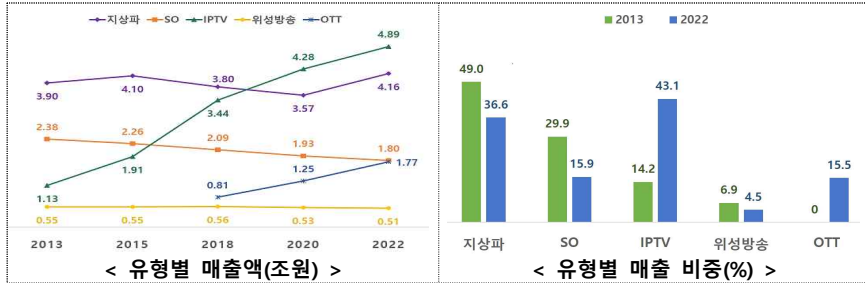
- IP 축적 없는 콘텐츠 산업은 장기적으로 글로벌 플랫폼의 제작 하청기지로 전락할 우려

#### < 현장 목소리 >

(중소제작사 B) **중소제작사가 IP를 보유하여, 지상파와 글로벌 OTT에서 서비스하는 것은 매우 어려우므로 정부 관심과 지원이 필요** ('23,11월, 2차 토론회)

### 3 낮은 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) 재원창출 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\*

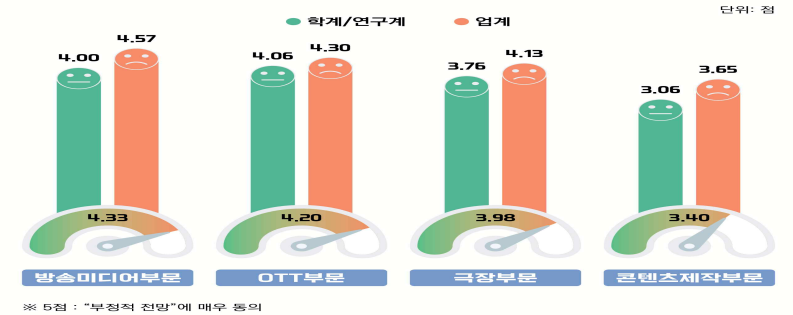
\* ('23~'27) 미디어 인력 2만명 부족 / OTT사의 ICT 인력 : 넷플릭스 3,554명 vs 티빙 71명

#### < 현장 목소리 >

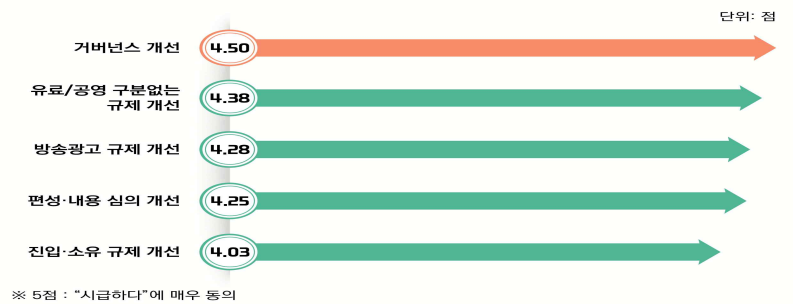
(콘텐츠 기술기업 D) 기술력 차이는 미국 할리우드의 80% 정도이나, VFX(특수시각효과)로만 수익성을 기대하기 어렵고 이 기술을 확장해 새로운 사업(메타버스 등)으로 발전시켜야 함('23.7월, 5차 의견수렴)

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

- (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**

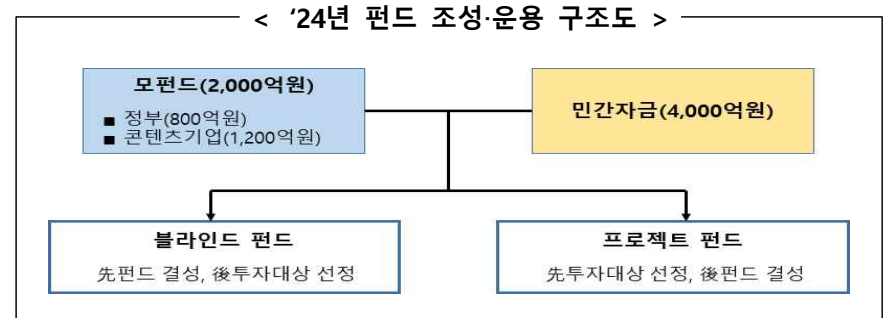
### Ⅲ. 비전 및 추진전략

<b>비 전</b>	<b>글로벌 시장을 선도하는 미디어·콘텐츠 강국 구현</b>
<b>목 표</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>K-콘텐츠, 세계 4대 국가로 도약</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 콘텐츠 산업 매출액 ('22) 151조원 → ('27) 200조원</li> <li>* 콘텐츠 수출액 ('22) 132억불 → ('27) 250억불</li> </ul> </li> <li>▪ <b>미디어 산업, 글로벌 선도국가 진입</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 미디어 산업 매출액 ('22) 21.5조원 → ('27) 30조원</li> <li>* 국내 OTT, 아시아를 넘어 세계로</li> </ul> </li> </ul>
<b>추진 전략</b>	<p>① <b>K-콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁력 강화</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1- ① 국가전략산업 수준의 세제 혜택</li> <li>1- ② 콘텐츠 투자의 획기적 확대</li> <li>1- ③ 콘텐츠 IP 확보 역량 강화</li> </ul>
	<p>② <b>미디어·콘텐츠 산업 선순환 발전을 위한 규제 혁신</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2- ① 인·허가제 개선 통한 장기 투자 기반 조성</li> <li>2- ② 소유·겸영규제 완화 통한 규모의 경제 실현</li> <li>2- ③ 콘텐츠 제작과 편성의 자율성 확대</li> <li>2- ④ 광고규제 완화 통한 시장 활력 제고</li> </ul>
	<p>③ <b>글로벌 진출 및 신시장 선점 총력 지원</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3- ① 국내 OTT의 해외 진출 지원 다각화</li> <li>3- ② AI 등 첨단기술 활용한 미디어·콘텐츠 산업 고도화</li> <li>3- ③ 산업 혁신을 이끌 창의·융합형 인재 양성</li> </ul>
	<p>④ <b>지속 가능한 상생 생태계 조성</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>4- ① 미디어·콘텐츠 시장 내 동반성장 기반 마련</li> <li>4- ② 콘텐츠 불법유통 근절</li> </ul>

## 2. 콘텐츠 투자의 획기적 확대

### 1 1조원대 K-콘텐츠·미디어 전략 펀드 신설

- **(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



※ 펀드운용 세부계획은 위원회 논의를 바탕으로 문체·과기정통부간 협의 추진

### 12 문화산업전문회사 설립 지원

- 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)

### 3. 콘텐츠 IP 확보 역량 강화

문과

- (IP 지원 사업 강화) 문과 콘텐츠 제작지원 (IP 중흥사업 지원) 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) ■ 콘텐츠 창작·R&D, 기업간 협업, 전시·체험 등 제작·소비가 집약된 IP 융복합\* 클러스터 구축(고양)  
\* 웹툰의 드라마·영화애니화, 드라마의 게임화 등 콘텐츠 IP가 타장르산업으로 확장
- (IP 수출거점 운영) ■ 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) ■ 국가지원사업 선정시 방송표준계약서 적용 대상 확대 등 국내 제작사의 IP 양도 관행 관련 개선방안 모색
- (IP 보호 강화) ■ 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

- (콘텐츠 IP 보증 인질) 문과 인질 담보형 콘텐츠 제작 지원 사업 개발 단계에서도 용자받을 수 있도록 보증 제공  
\* 재무제표 위주 금융심사를 넘어 콘텐츠 IP 가치평가에 연계·보증
- (스츠 투하브즈 시서) 문과 그라운드 지츠 시서오 체스트 이체 스투 이체
- (인프라중역계) 문과 세력비 개념기 기비관 기극르 기에 세기 판공 기 판매대금으로 대출금을 상환하는 '先판매계약 보증' 공급 확대\*  
\* '23년 2,200억원(예산 200억원) → '24년 2,400억원(예산 250억원)으로 확대
- (이자 지이 하대) 문과 즈스제자사이 레츠 이기 브다 이체르 이체
- (인합계 투이 인제) 관 포 IPTV 기기(ON, NI, LGUT)가 콘텐츠 영역기 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 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 특성에 맞춘 단계별 지원 >



- (IP 거래 활성화) ■ 우수한 IP의 스쿠어 공급과 가·매치 지원은 투체

- (IP 사업 다각화) ■ 경쟁력이 입증된 IP의 부속작 제작, 장르 확장 및 상품 제작 지원 등을 통해 부가 수익 극대화

\* (예) 웹드라마 '종종소' 캐릭터 스핀오프, 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

- (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. 콘텐츠 제작과 편성의 자율성 확대

#### 2) 시청권리 개선 과제 관

- **(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

- **(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
  - \* 구체적 방송심의 규정 개선은 주무부처(방통위) 중심으로 사회적 합의 통해 마련

#### 2) 시청권리 개선 과제 관

- **(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	



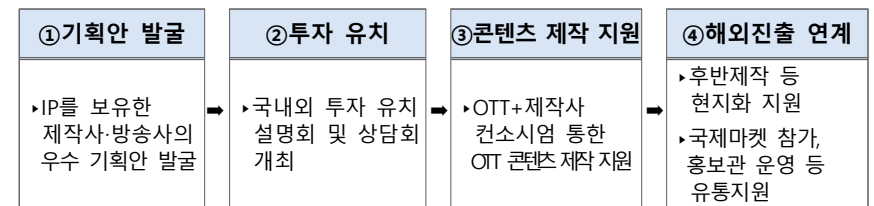
2 방송광고 규제 개선 과제 논의

- **(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

3 (OTT) 제작사 진출(지원) 관련 국내 OTT 플랫폼이 글로벌 시장까지 진출

- 콘텐츠 확보, 해외로 진출할 수 있도록 제작사와 연계하여 제작 지원
- 공동진출 위한 후반제작 및 해외 홍보 지원까지 원스톱 서비스 제공



- **(해외 통합정보 제공)** **법령** 국내 기업의 해외 시장 진출·안착 지원을 위해 케이·구가·시자비 **케이저 저비 제공**

- **(민간·정부·기업 협력)** **법령** 민간·정부·기업이 보유한 해외 시장 진출을 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)** **법령** 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
- **(제조서비스업 등 연관사업 연계)** **법령** 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)** **법령** 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)

- **(글로벌 네트워크 구축)** **법령** 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)** **법령** 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

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

과 문

- **(기술개발) 과** 생성형 AI(Generative AI)가 기업 모델을 스캔하고, 이미지, 초별영상, 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

- **(특수영상 클러스터) 과** 선형 스튜디오, 기업 R&D, 선관직업 동아리, CG 작업공간 등을 갖춘 특수영상 클러스터 구축(대전)

3) 미래 미디어인 크리에이터 미디어 및 메타버스 육성

- **(메타버스 미디어콘텐츠 육성) 과** 메타버스 미디어·콘텐츠를 창작·유통하기 위한 선도프로젝트\*를 추진하는 한편, 관련 핵심기술 개발\*\*
    - \* 가상환경에서의 3D 캐릭터움직임 제작공간 조성 등 메타버스 미디어 스튜디오 구축
    - \*\* ▲ 메타버스 내 영상 재현·재생성 ▲ 메타버스 내 실시간 중계 ▲ 高몰입도·자유도 실감 디바이스 기술 ▲ 대규모 관객 참여 가능한 가상 공연 기술 등
- < (참고) '엔터테인먼트 방송 콘텐츠 기반 메타버스 미디어 서비스' 유형 및 사례 예시 >

참여 확장형	경험 확장형	실감 확장형
 <p>▶ 메타버스 참여형 콘텐츠를 기존 방송매체에 송출 * (예) 더마스크드 탤런트(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) 과** 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) 과** 글로벌 진출을 목표로 하는 메타버스 유통기업 및 미디어·콘텐츠 스타트업 대상 맞춤형 지원\*
  - \* 기술가능성 검증 → R&D지원 및 AC·VC투자 → 글로벌 사업화 지원



## 2. 중소·지역방송 활성화

- **(규제 개선) 방송** 방송사 규제의 강화를 개선할 것에 심의위원회  
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 키콘텐츠 지원기금지원제'가 현행 체계\*

- **(광고 개입률 TV 지원) 과** 지역개입률의 강화를 개선할 것임,  
중소 SO의 IP기반 고화질 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)



## Ⅶ. 향후 계획

과 제	일 정	담당 부처(직제순)
<b>전략 1. K-콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁력 강화</b>		
<b>① 국가전략산업 수준의 세제 혜택</b>		
▪ 영상콘텐츠 제작비 세액공제 확대 위한 법령개정	'24	기재·과기정통·문체
▪ 문화산업전문회사 출자 세액공제 신설 위한 법령개정	'24	기재·과기정통·문체
<b>② 콘텐츠 투자 획기적 확대</b>		
▪ K-콘텐츠·미디어 전략 펀드 조성 및 운용	'24~	과기정통·문체
▪ 정부 모태펀드 확대 및 운용	계속	문체
▪ 보증·대출 등 제작비 조달 지원 다각화 : 보증 신설 및 확대, iPICK과 정부 제작지원 연계	'24~	과기정통·문체
<b>③ 콘텐츠 IP 확보 역량 강화</b>		
▪ OTT 특화 제작지원 확대	'24~	문체
▪ IP 융복합 클러스터 구축(고양)	~'25	문체
▪ 국가지원사업 선정시 방송표준계약서 적용대상 확대	'24~	문체
▪ 콘텐츠 IP 산업전 등 수요-공급 매칭지원	'24~	문체
▪ 콘텐츠 IP 사업 다각화 지원	'24~	문체
<b>전략 2. 미디어·콘텐츠 산업 선순환 발전을 위한 규제 혁신</b>		
<b>① 인·허가제 개선 통한 장기 투자 기반 조성</b>		
▪ 유료방송 재허가·재승인 폐지 위한 법개정안 제출	~'25	과기정통·방통
▪ 지상파, 종편·보도채널 유효기간 확대 위한 시행령 개정	~'25	방통
▪ 재허가·승인시 부관 부가 원칙 명시	~'25	과기정통·방통
<b>② 소유·경영규제 완화 통한 규모의 경제 실현</b>		
▪ 대기업 자산총액 기준 상향 위한 시행령 개정	~'24	방통
▪ 일간신문의 SO 등 지분제한 폐지 위한 법개정안 제출	~'25	과기정통
▪ 외국인의 지분 제한 규정 법개정안 제출	~'25	과기정통
▪ 유료방송, 일반PP의 시장점유율 제한 폐지 위한 법개정안 제출	~'25	과기정통

과 제	일 정	담당 부처(직제순)
<b>③ 콘텐츠 제작과 편성의 자율성 제고</b>		
▪ 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
<b>④ 광고규제 완화 통한 시장 활력 제고</b>		
▪ 광고유형 단순화 및 총량제 완화 위한 개정안 제출	~'24	방통
▪ 품목별 광고 금지·제한 규제 완화 검토	'24~	방통/관계부처
<b>전략 3. 글로벌 진출 및 신시장 선점 총력 지원</b>		
<b>① 국내 OTT의 해외진출 지원 다각화</b>		
▪ 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
<b>② AI 등 첨단기술 활용한 미디어·콘텐츠 산업 고도화</b>		
▪ 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
<b>③ 산업 혁신을 이끌 창의·융합형 인재 양성</b>		
▪ 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

<b>① 미디어·콘텐츠 시장 내 동반성장 기반 조성</b>		
■ 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
<b>② 콘텐츠 불법유통 근절</b>		
■ 저작권 침해 대응 시스템 구축	계속	과기정통·문체·방통
■ 한·미 공동대응체계 구축 등 국제 공조 강화	계속	문체