

---

# 지역을 살리고, 세계로 넘실대는 K-문화

---

2026. 8. 5(수)

문화체육관광부

## I. 상반기 주요 성과

### 1 수치로 보는 성과

# 문화로 성장하는 대한민국, 높아지는 삶의 질

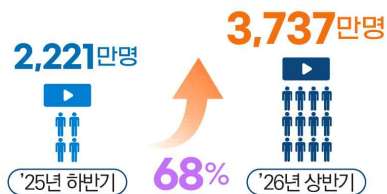
국민권정부 ▲K콘텐츠(수출·영화) ▲문화예술관람(국중박·공연)  
▲방한 외래관광 ▲국내여행 ▲생활체육 등 모두 우상향 상승 중

#### 콘텐츠 수출액



콘텐츠 수출액 역대 최고, 상승세 가속

#### 한국영화 관객 수



한국영화 관객 수 반등, 극장 회복세 가시화

#### 국중박 관람객 수 / 뮤즈 판매액



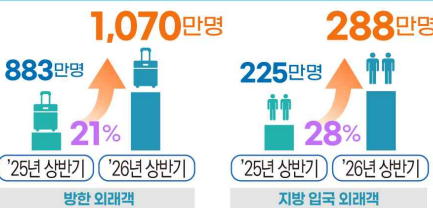
중앙박물관, 관람객과 뮤즈 판매 동반 상승

#### 공연시장 티켓 판매액



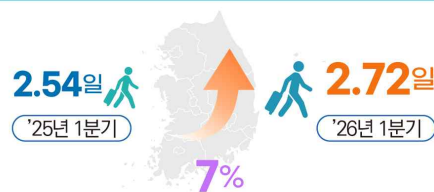
공연장으로 돌아온 관객, 문화소비 상승세

#### 방한 외래객 / 지방 입국 외래객 수



방한 외래객 역대 최다, 지방 입국도 확대

#### 1인당 국내여행 일수



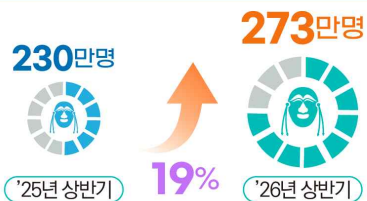
국내여행 일수 증가, 국민 여가 회복 흐름

#### 국민체력 100(생활체육) 참여 인원



생활체육 열풍, 일상 속 운동 확산

#### 재외 한국문화원 행사 참여자 수



재외 한국문화원 프로그램 참여자 수 대폭 증가

## 2 대표 정책성과

- **(고질적 난치병: 콘텐츠 불법유통 급감)** 5월 ‘긴급차단제’ 시행, 성과 가시화
    - (접속 차단) 국내 최대 불법 웹툰사이트 자진 폐쇄, 지속적인 긴급 차단 조치(5.11~7.31, 921건)로 완전 근절을 위해 총력 대응 중
      - ※ 합법 플랫폼 이용자 수와 웹툰 작가 등 창작자들의 수익이 증가하는 등 시장이 정상화 추세(5~6월, 언론보도)
    - (국제 공조수사) 베트남 공조 사이트 폐쇄, 일본 공조 운영사범 국내 송환
- [주요 우수사례: 저작권보호과]** 국내 및 해외공조를 통해 불법콘텐츠 사범을 국내 송환
- **(한국영화 재도약)** 심폐소생술 통한 제작과 관객의 동시 회복, 영화산업 반등
    - (제작 생태계 회복) 중예산영화 제작지원 확대(‘25년 6편→’26년 36편)로 산업 정상화 위한 제작 규모 확보
    - (관람 활성화) 영화 할인권 배포(5월, 7월)로 ‘천만영화’(<왕과 사는 남자>) 이후 ‘500만 흥행’(<군체>)을 이어가며 관람 수요 회복 및 성장세 견인
  - **(방한관광 역대 최고)** 중동 리스크 불구, 상반기 방한객 1,070만(21.3% 증가)
    - (방한 회복) 중국·일본 근거리 시장 집중 공략(부정기편 확대), K컬처 마케팅으로 장거리 수요 견인, 중국·동남아 복수비자 확대(’26.3월)
  - **(전국민 문화·스포츠향유 대폭확대)** 매주 ‘문화요일’, 여가의 일상화
    - (일상 속 문화) ‘문화가 있는 날’을 월 1회에서 매주 수요일로 확대, 문화향유 프로그램 5.7배 증가(’26.3월 834건→’26.4월 4,756건)
    - (지역 문화향유) ‘우리동네 프로젝트’로 지역 순회 공연·전시 확대(’25년 583건→’26년 1,050건), 전국의 꿈의 예술단 지역거점(’25년 110개소→’26년 150개소)·국민체력100 참여인원(’25년 상반기 66.5만명→’26년 상반기 131.8만명) 확대
  - **(청년프로그램 높은 호응)** 창작·해외도전 등 청년 문화정책 신규 시행
    - 「K-아트 청년창작자」 지원(3,000명, 창작활동비 900만원), 「청년 K컬처 글로벌 프런티어」(700명, 해외 K-컬처 기획·운영 경험 제공) 프로그램에 대한 높은 관심(경쟁률 각 3대1, 12대1)

### Ⅲ. 핵심 추진과제

#### 1 역점 과제

##### ① 문화강국 토대 강화

##### 【촘촘한 예술인 창작안전망 조성】

■ 예술인에게도 보통의 직장인과 동일한 수준까지 사회보험 지원 등 확대

■ 안정적 소득지원을 위해 <sup>(1단계)</sup>청년창작자 등 소득지원형 사업 확대  
<sup>(2단계)</sup>예술인 기본소득 도입 기반 마련

- **(사회안전망)** 예술인이 일반 직장인과 동일하게 상해·질병·노후 등 위기에 대비할 수 있도록 사회보험 지원 대폭 확대 및 금융지원 강화
  - (사회보험) 산재보험 당연가입 전환 및 근로자 수준의 산재보험·국민연금 보험료 지원, 건강검진 지원 신설
  - (금융지원) 생활안정·전세자금 융자 확대, 예술현장 안전사고 대비 공제상품 출시 및 공제 출연금 조기 확보
- **(기본소득)** 사회적 가치를 생산하는 예술인에 대해 기본소득 도입 기반 마련
  - (소득지원형) 기본소득 도입 전까지 지원에 공백이 생기지 않도록 예술활동준비금 및 청년창작자, 상주·전속작가 등 소득지원형 사업 확대
    - ※ 예술대학생 현장경험, 예술단체 청년 연수단원 등 10만 창의인재 양성 사업 포함
  - (기본소득 모델 구축) 연구용역(~'26년)을 거쳐 지급 대상·규모·방식 등 기본소득 모델 구축, 사회적 공감대 확보 노력 병행

##### 【문화강국의 뿌리인 기초예술 및 인디 콘텐츠에 대한 과감한 투자】

■ 기초예술의 핵심, 창작에 대한 과감한 투자

■ 유통·해외진출 등 기초예술 생태계 강화

■ 독립영화·음악 등 인디콘텐츠 투자 대폭 확대

- **(창작지원 확대)** 기초예술 지원의 핵심인 창작지원 전폭 확대
  - ※ 최근 10년간 유통·향유에 비해 창작지원은 상대적으로 정체(문예기금의 최근 10년 전체 사업비 연평균 증가율이 10.2%인 것에 비해, 창작지원 예산 연평균 증가율은 1.3%에 불과)

- (지역예술 활성화) 지역간 재정여건 차이로 예술인이 지역을 떠나지 않도록 지역예술인 창작지원 확대(지방정부 여건별 차등 지원)
  - 공급자 중심이 아닌 기초·광역·중앙의 역할분담 및 현장 수요 반영한 사업 설계
- (중·장년 경력단계별 지원) 전 장르 창작지원 확대, 중견작가 중심 지원 개편 및 신진·유망트랙 신설로 경력단계별 성장지원
  - 주목받지 못한 예술인(진입예술인, 소외장르 등)을 위한 작품 발표기회 확대
- (지원방식 개편) 기존 '경쟁' 중심이 아닌 새로운 '상생의 지원방식'으로 개선 추진
- (기초예술 생태계 강화) 장르별 여건·성장 가능성 등 고려한 유통·해외진출 등 지원으로 건강한 기초예술 생태계 조성
  - (정당한 보상) 예술인 원고료, 창작대가, 번역료, 인건비 등 사례비 현실화
  - (지역유통) 지역 대표축제 연계 공연유통 및 참여형 공연(마당극 등) 확산, 국립예술단체 지역공연 확대
  - (해외진출) 뮤지컬 해외 시범공연 및 해외마켓 진출 지원, 문학 번역 대학원대학 개교('27.9월) 및 고전·근현대 걸작 100선('27년~'31년) 번역, 미술작가·큐레이터 매칭 연구·전시 지원
  - (향유기반 강화) 예술의 전당 야외광장 활성화(국립단체 공연 정례화 등), 어린이·청소년 대상 공연예술 체험 제공 등 접근성 제고
  - (예술 인프라) 당인리 문화창작발전소('27.11월 개관), 국립한국문학관('27.4월 개관) 등 대국민 접점 기초예술 인프라 강화
- (인디콘텐츠 육성) K-콘텐츠 산업의 기초체력이 되는 독립예술영화, 인디음악, 인디게임 등 집중투자를 통해 창작자·IP 산실 역할 강화
  - (독립영화) 독립예술영화 제작 확대, 영화제 지원 강화·온라인스트리밍 플랫폼 구축 등 유통 활성화, 지역 영화생태계 조성('27년 신규)
  - (인디음악) 인디음악허브·지역인디축제 등 패키지지원 신설('27년 신규), 지역 음악창작소 및 청년·영세뮤지션 창작지원 확대
  - (인디게임) 창의·혁신의 근원인 1인 개발자·소규모 게임사 제작지원 확대, 게임 중소기업 입주공간 지원
  - (만화·웹툰) 다양한 주제·장르의 만화·웹툰 제작 및 초기 창작지원 확대, 지역 작가 육성을 위한 시나리오 창작연습소 구축('27년 신규)

## 청년 일자리 : 문화로 성장 사다리

### ■ 문화·체육·관광 분야는 투입 대비 상대적으로 높은 고용 효과

- 외래객 1천만 증가 시 일자리 20만 증가<sup>추산</sup>(‘25년 약 2천만명→’28년 약 3천만명)
- 콘텐츠매출 100조 증가 시, 일자리 7.3만 증가<sup>추산</sup>(‘25년 약 150조→’30년 약 250조)

### ■ 문화·체육·관광 분야 공공일자리 대폭 확대 추진

- (청년 성장경로 확충) 청년들이 선호하는 다양한 일경험 제공, 지역부터 세계까지 문화 분야 경력 형성 뒷받침
  - (진입) 게임인턴, 예비예술인 등 전 장르 일경험 확대, 문턱을 낮춰 현장 첫 경력 형성 지원
  - (지역일터) 박물관·미술관 등 지역 문화기관을 청년의 일터로, 지역 관광·문화기획을 청년의 감각으로 주도
  - (해외진출) 글로벌 프런티어 본격 확대, K-컬처(댄스 등) 종사 청년 해외활동 지원트랙 신설

## 청년 문화향유 : 즐기고, 만들고

### ■ 「청년문화예술패스」 전면 확대로 사회진입기 청년 문화생활 지원 확대

### ■ AI 창작지원 및 청년문화공간 조성, 즐기는 문화에서 만드는 문화로

- (청년 일상 속 문화확산) 청년 문화소비가 문화강국 기반, 문화비 부담은 덜고 만드는 즐거움은 더하는 청년 문화생활 전면 지원
  - (문화향유) 청년문화예술패스 전면 확대, 공연·전시·영화·도서까지 사회진입기 청년의 문화비 부담 경감
  - (AI창작놀이) 상상력만 있으면 AI로 누구나 콘텐츠를 만들고 즐기는 창작경험 제공, 우수작은 플랫폼 출시까지 연결
  - (문화공간) 지역 폐시설을 청년이 모이는 문화공간으로 전환, 농어촌 문화예술 거점화 지원(’27년 신규)

## ② 경제성장 엔진으로 K컬처 산업 집중 육성

### 【K컬처 재정의, 목표를 400조로 상향조정, 3대 수출산업】

□ (국정목표의 수정) 3대 수출산업으로서 K컬처 400조 시대 개막

- (K컬처 시장규모 목표) 당초 300조원 → 400조원 ('30년)
- (K컬처 수출 목표) 당초 350억불<sup>50조</sup> → 1,100억불<sup>160조</sup> ('30년)

□ (K컬처 재정의) 문화창조산업(콘텐츠산업, 예술산업) → 문화창조산업 + 라이프스타일산업(K푸드·뷰티·패션 수출) + 외래관광 수입

□ (시장규모) 205조('23년) → 274조('25년), K컬처 수출액 718억불('25년, 잠정)  
\* 1위반도체(1,734억불), 2위자동차(720억불), 3위K컬처(718억불), 4위일반기계(469억불)

### 【산업 혁신성장의 기반, 금융·기술·인재 육성】

■ 금융지원 확대, 소규모 투자에서 글로벌 대작 투자 중심으로 전환

■ AI 대변혁시대의 문화 AX 지원과 산업 핵심인력 1만8천명 양성 추진

□ (투자 확대) 고위험·불확실성으로 인해 자금조달이 어려운 콘텐츠 산업의 특성을 고려, 정책금융과 세제지원 확대로 민간투자 촉진

- (금융) 융자·보증·펀드 확대, 소규모 투자(건당 10억)에서 대작IP·해외 진출 전략투자(건당 30억 이상)로 전환
- (세제) 現 영상·웹툰 적용 제작비 세액공제를 출판·게임·음악 확대 추진

□ (문화AI) 창·제작 및 데이터 활용 기술 대변혁에 상응하는 AI 대전환, 창작자 권리를 고려한 저작권 제도 정비

- (문화 AX) AI 활용 창·제작 지원, 콘텐츠 기업 맞춤형 AX 지원, 전통건축·예술 등 한국 문화자원을 학습용 데이터로 구축·개방
- (저작권) 권리정보 유통플랫폼 구축, 학습데이터 표준계약서 마련('26년 하반기), AI 활용 불법콘텐츠 긴급 차단 효율성 제고

□ (인력·기업육성) 핵심장르 및 AI기술 융합인재 등 전문인력 육성('27년~'30년, 1.8만명), 콘텐츠IP 기업의 단계별 성장 프로그램 추진

- (근로환경) 산업 환경변화 고려한 표준계약서(방송·OTT 등) 등 법제도 정비

### 【핵심장르 집중투자로 K-콘텐츠 르네상스 선도】

■ K-콘텐츠 슈퍼IP와 강소콘텐츠 육성, 글로벌공략 통한 국가전략산업화

- **(핵심장르 투자)** K컬처 선도 **영상**, 수출 1위 **게임**, 성장 1위 **음악**, IP근간 **출판** 등
  - **(영화·애니)** 산업 심폐소생 이후 중예산·국제공동제작 등 경쟁력 있고 ‘불만한’ 한국영화 공급확대, 전세대용 애니IP 창출 ‘제2의 케데헌’ 육성
  - **(방송영상)** 방송·OTT콘텐츠제작 및 글로벌협력으로 IP주권 강화, K-OTT·FAST 글로벌유통과 뉴미디어콘텐츠(유튜브 등) 지원('27년 신규), 신시장 창출
  - **(게임)** 글로벌경쟁력 갖춘 대작('27년 신규)과 인기IP 활용 게임 발굴, 수출바우처·현지베타테스트 지원으로 수출전략산업 K-게임 ‘레벨업’
  - **(음악)** K컬처 성장엔진 K-뮤직, 중소기업사 글로벌진출 지원으로 ‘중소의 기적’ 확산, 지역공연 활성화 통한 수도권 집중 완화 및 내수기반 확장
  - **(출판)** ‘한국형 해리포터’ 육성을 위한 IP거래·2차저작화 지원('27년 신규), K-북 100종 원스톱 지원(번역·마케팅)과 슈퍼 웹툰IP·웹소설 글로벌 확산

### 【패노메논, 그리고 세계인이 즐기는 K컬처】

- 세계적 K컬처 페스티벌 「패노메논」 개최, 해외 K컬처거점 구축도 병행
- 푸드·뷰티·패션 등 K-라이프스타일산업 집중 육성(패키지 지원 등)

- **(패노메논)** K컬처의 문화적 역량을 집약, 한국을 팬덤산업의 중심으로 도약시킬 수 있는 대규모 K컬처축제 개최('27.12월~, 매년 국내·해외 각 1회 개최)
  - **(월드 어워즈)** 대규모 콘서트·다장르 팬덤 시상식과 함께 다양한 K컬처를 경험할 수 있는 전시·체험 등 이벤트 운영('27.12월~)
  - **(해외 페스티벌)** 글로벌 주요 거점도시에서 K컬처축제 개최('28.5월~)
    - (가칭K컬처센터) 해외공연장 중심 K컬처거점 조성
- **(라이프스타일)** 푸드·뷰티·패션 등 K-라이프스타일 산업 적극 육성
  - **(K-브랜드)** 해외한식당 협력 ‘한국의 부엌’('27년~), K-패션 브랜드 육성
  - **(수출패키지)** K-드라마 PPL, 콘텐츠IP 활용 상품개발, 해외 팝업스토어·박람회 입점지원 등 관계부처 합동 ‘K-컬처 해외진출 패키지’
- **(글로벌 리더십)** 주요 협력국 대상 쌍방향 교류 ‘K컬처 브리지’, 개발도상국과 문화로 동반성장하는 문화 ODA 확대

#### 〈 현장 목소리 〉 \* 한류마케팅 지원사업 참여자 소감

- ▶ **(수출패키지)** “넷플릭스 ‘화려한 날들’이라는 드라마에 저희 게살 통조림이 잠깐 나왔는데, 수출 효과가 확실하더라고요. 특히 동남아 쪽에서 반응이 좋았어요.”

### ③ K-관광, 4천만을 향하여

#### 【대체불가 K-관광, 3천만 조기 달성을 넘어 4천만을 목표로 전력 질주】

※ '26년 2천3백만 달성 가시화 및 '27년 2천7백만, '28년 3천만 목표 설정

■ 지역중심, 수용태세 및 메가 관광권 집중투자

■ 국가관광전략회의 중심, 지방정부+관련부처+업계 등 협업체계 강화

- **(수용태세)** 전 세계인이 누구나 꼭 한 번쯤은 가보고 싶은 “대체불가 여행지” 대한민국이 되도록 수용태세를 전반적으로 혁신
  - (공항·항만) 4천만 수용을 위한 선제적 지역 입국관문 확장(공항 신설, 터미널·활주로 증설, 국제선 확충, 항만 인프라 확충 등 국토부·해수부 협업 필요)
  - (숙박) 호텔 등 양질의 숙박시설 지역 확충을 위한 혁신적 지원 확대
    - 융자, 민간투자 유치(지역관광활성화 펀드\* 등/기획처), 전문인력 양성 등
    - \* (사례) 모펀드 투자액 420억으로 7천억 규모의 5성급 호텔·리조트 건설(경남 거제)
  - (비자·출입) 복수비자·단체관광 무비자(아시아·중동 등) 확대 및 공항·항만 CIQ 인력확충 등 외국인 관점 진입장벽 지속 완화(법무부 등 협업)
  - (교통·지도) 교통거점 잇는 초광역 관광교통망 구축, 광역교통· 시내교통·관광지 할인연계 통합패스 확대, 고정밀지도 서비스 추진(국토부 협업)
  - (편의) 민간 협업 간편결제(QR·NFC) 인프라 확대, AI 기반 국내·외 관광객 여행안내 서비스 (가칭)여행비서 구축('26.12월)
- **(메가 관광권\*)** 지역 방한객의 입국-방문-숙박-체험 등 전 여정에 걸친 방한관광 골든루트 조성을 통해 권역별 관광경쟁력 강화
  - 범부처 협업으로 「재정 지원 + 규제 특례 + AI 실증」을 종합 지원
    - \* (관광권/허브&스포크 전략) 여행이 시작되는 관문도시(지역공항·교통 거점 보유)와 관광자원 보유 연계도시를 잇는 관광중심 권역(예시 : 日 “오사카-교토-나라”)
- **(맞춤상품 발굴)** 시장 수요 분석 바탕 특화상품 발굴\* 및 방한관광의 부가가치 제고를 위한 고부가관광 집중 육성
  - \* (중국) N차연안페리, (일본) 소도시마케팅, (아중동) 비자원화 연계, (구미주) 한일 동시방문 상품
  - (여행업계 교류·판촉) 팸투어·B2B 등 여행업계 주도 트렌디한 상품 개발
  - (고부가) 하이엔드 상품개발, 의료·뷰티관광 마케팅, 인센티브 단체유치 확대

## 【내수와 지역경제를 살리는 해결사 지역관광, 전 국토 관광시대 구현】

- K컬처, 지역명소 등 관광객을 지역으로 끌어들이는 전략적 지원 확대
- 100주제×100명소, 반값여행, 반값휴가 등을 통해 지역경제를 살리는 지역관광 활성화

- **(K-콘텐츠 투어리즘)** 지역을 세계인이 찾는 ‘K-컬처 성지’로 육성
  - (관광상품) K-팝 콘서트·팝업 전시, 촬영지 관광코스(120개) 등 개발
  - (복합체험공간) 거점 관광지에 K-콘텐츠 복합체험 전시관 구축
- **(지역 매력 제고)** 지역 고유자원의 관광콘텐츠화
  - (명소발굴) 국민참여로 지역명소를 선정하는 ‘100×100 프로젝트’ 추진, 명소에 대한 관심이 실제 방문까지 연결되도록 분위기 조성
  - (명소재생) 매력도가 저하된 노후 관광명소를 브랜딩, 환경정비 등을 통해 재생, ‘황리단길’과 같은 성공사례 창출
  - (관광콘텐츠) ▲전통시장, ▲지역축제, ▲K-푸드로드, ▲야간관광 등 지역에서 하루 더 머물며 소비하도록 특화 콘텐츠 다변화
- **(국민여행)** 더 많이, 더 쉽게 지역 방문하게 하여 지역경제 성장 견인
  - (여행지원 3종) 호응 높은 ▲반값여행(여행경비 지원) ▲반값휴가(노동자 휴가비 지원) ▲관광주민증(할인혜택 제공)은 지원지역·수혜자 등 지속 확대
  - (국민여행 캠페인) 숙박쿠폰(50만장/3회)·교통할인 제공 등 범국민 여행 촉진 캠페인(연 2회)을 통해 지역으로 여행가는 문화 조성

### 〈 현장 목소리 〉 \* 지역관광 활성화 포럼, 관광권 간담회, 국민 SNS 등

- ▶ **(지방공항)** “지방정부 자체 재원과 행정력으로는 지방공항 활성화 추진이 어렵습니다. 지방공항 국제선 개설 등에 정부차원의 지원 확대가 필요합니다”(지방정부)
- ▶ **(메가 관광권)** “지역을 대표하는 킬러콘텐츠가 부족한 상황에서 ‘관광권’ 조성 사업이 다양한 관광콘텐츠를 개발하고 브랜드화하는 계기가 될 것으로 기대합니다”(지방정부)
- ▶ **(반값여행)** “반값여행을 계기로 하동을 처음 방문했는데, 끝없이 펼쳐진 녹차밭과 소설 ‘토지’의 무대로 들어온 것 같은 착각을 불러일으키는 여행지까지.. 국내 여행에 대한 인식이 바뀌었어요”

#### 4 3대 메가프로젝트 연계 지역 정주여건 혁신

### 【‘일하는 곳’이 ‘살고싶은 곳’이 되도록, 공간-콘텐츠-사람을 잇는 정주여건 개선】

■ 노후 문화·체육시설을 선진국 수준으로 재정비

■ 우리동네 프로젝트, 문화요일, 문화예술 특화거점 등 지역민이 문화로 행복한 여건 조성

■ 정주여건을 혁신할 문화·체육 전문가를 육성하고 배치(1만명)

#### □ (공간) 첨단산업 거점에 문화시설 확충, 권역 내 문화인프라 국립수준화

- (국립수준 인프라 조성) 건립(돔구장 등), 지방 이전('31년 민속박물관 세종 이전 등), 거점문화시설 육성 등 방식으로 지역 문화·체육시설 확충
- ※ '3대 메가 프로젝트' 입지의 지역·산업적 특성을 고려한 문화시설 특성화

- (노후시설 전면 정비) 20년 이상 노후화된 박물관·미술관·도서관·문예회관, 체육시설 일괄 재정비

#### □ (콘텐츠) 일상 속 문화서비스를 산단·배후도시 생활권으로 집중 확대

- (문화요일) 주 1회로 확대된 '문화요일'(기존 문화가 있는 날, 월 1회)을 통해 직장, 복지시설 등 일상 속 문화향유 기회 확대

※ '3대 메가 프로젝트' 연계 근로자·가족 등을 대상으로 한 다양한 문화 프로그램 신설

- (우리동네 프로젝트) 공연·전시콘텐츠의 수도권→지역 유통 '우리동네 이게 오네', 지역문화자원 활용한 창·제작 '우리동네 이게 있네' 확대

- (문화예술 특화거점) 지역주민과 예술인의 문화예술콘텐츠 기획을 통한 지역관광 활성화 종합지원, '문화로 살아나는 농어촌' 조성('27년 신규)

#### □ (사람) 지역 정착을 이끄는 권역별 문화공동체 형성 지원

- (문화 전문인력) 문화기획자, 예술강사, 체육지도자 등 약 1만명 육성·배치, 지속적인 프로그램 운영과 주민참여 기반 확보를 지원

- (생활문화) 도서관·미술관·영화관, 지역서점의 지역 커뮤니티 허브化 및 정착 주민 대상 생활예술 동아리 지원

※ 청년의 지역 이탈 사유 1위는 문화·여가·소비 인프라 부족(49.3%) > 일자리(45.8%) > 교육 기회 부족(33.3%) ('26.4월 서울신문 설문조사)

**5 서로 존중하고 성장하는, 국민 모두가 즐기는 스포츠**

**【공정과 상식을 바로 세우는 혁신으로, 온 국민이 응원하는 K-스포츠】**

■ 신뢰받는 체육인 중심 ‘K-축구 혁신위’를 통해 한국축구 미래를 재설계

■ 대한체육회장 직선제 및 총임기제한 등 체육계 거버넌스 혁신 실행(~'27년)

- **(축구협회 혁신)** 국민 눈높이에 맞는 혁신체제로 미래 경쟁력 확립
  - (혁신체제) 신뢰받는 체육인이 참여하는 K-축구 혁신위 운영('26.7월~), 연내 선거제도 개편 추진 및 새로운 선거제도를 통한 차기 회장 선출
    - \* 박지성·이영표 등 축구인, 대한체육회, 대한축구협회, 프로축구연맹, 문체부 등 참여
- **(체육계 혁신)** 체육단체 거버넌스 혁신 및 올바른 스포츠윤리 확산
  - (거버넌스) 대한체육회장 직선제('26.7월 총회 의결)·총임기 제한(~'27.2월), 회원단체에 선거인단 확대를 단계적으로 도입하기 위해 규정 개정 추진 (새 선출방식의 적용을 위해 회장궐위 시 현행 60일 선출기한 예외 허용 등)
  - (스포츠윤리) 폭력범죄자 진입 차단·엄중처벌·조사 강화(국민체육진흥법 연내 개정)
    - \* 신고자 2차 피해 방지를 위한 익명성 보호 신고·조사 절차 및 특별 포괄조사 도입('26.3월)
  - (지속가능 성장) 전문체육·생활체육·산업 간 선순환 생태계 구축(연내 정책비전 발표)

**【국민 누구나, 전국 어디서나, 일상에서 언제나 즐기는 스포츠】**

■ 유·청소년·어르신 등 생활체육 프로그램을 확충하고,  
쾌적하고 안전한 스포츠 인프라 확대

- **(국민 누구나)** 아이부터 어르신까지 1인 1스포츠 프로그램 지원
  - (신설) 운동이 부족한 유·청소년·어르신 프로그램 공급
  - (확대) 연령·종목·경기력별 스포츠클럽·승강제리그
- **(전국 어디서나)** 한 걸음 거리의 공공체육시설 전면 확충
  - (개보수) ①야외 생활체육시설 지붕 설치 ②월드컵 경기장 개보수 ③프로 스포츠 경기장 관람 편의개선 ④긴급 안전부문 보조율 확대(50→70%)
  - (신규) 국민체육센터·반다비체육센터 신축
- **(일상에서 언제나)** 스포츠 인센티브 제공 및 과학적 건강관리 지원
  - (인센티브) 운동할수록 혜택이 쌓이는 튼튼머니 확대
  - (건강관리) 국민/장애인 체력인증센터에서 과학적 관리 지원

## 6 국민 중심 정책소통 혁신

### 【국민이 만드는 K-정책소통, 세계와 소통하는 'K' 브랜드】

#### ■ NEW 'K' 브랜드, 대한민국의 대체불가 매력 확산

- **(국민참여 확대)** 국민이 직접 평가하고 확산하는 범정부 소통혁신
  - (내가 뽑은 정책소통 K) 전문가 중심 정책소통 우수사례 평가에 온라인 국민심사 도입, 심사주기도 단축(연 2회→4회)하여 정책체감도 제고
  - (참여형 캠페인) 국민이 직접 정책을 알리는 영상 공모전(7월말~11월), 청년·치매·국가정상화 등 대국민 화제성 높은 민생 체감형 캠페인 확대
    - \* 재미·참여·몰입을 유도하는 경험형 정책광고(방송프로그램, 팝업스토어 등) 도입('27년)
- **(디지털 맞춤형)** '나에게 필요한 정책'을 세밀하게 적시에 제공
  - (디지털 정책 마케팅) 타깃 맞춤형 바이럴 캠페인·청년 크리에이터 협업으로 국민 개개인에게 필요한 정책을 직접 배송하는 디지털소통 구현
    - \* (하반기 중점 캠페인) ▲관광문화개선(7월) ▲'26년 하반기 달라지는 정책(7월) ▲2027 예산안 캠페인(8월말~) ▲모두의 카드(8월) ▲암표 근절(8월)
  - (디지털 플랫폼 KTV) 전통적 방송 중심에서 정책 심층해설, 쇼츠 등 현장 중심 기획형 콘텐츠 제작, 디지털 기반의 정책 전문채널로 전환
    - \* 쇼츠 중심 현장행보채널 경쟁력 강화, 현장토크·정책비하인드·인물중심형 콘텐츠 등
- **(NEW 'K' 브랜드)** K-컬처 등 대한민국에 대한 신뢰와 호감으로 연결되는 대체불가 대한민국의 'K' 브랜드 정립·확산
  - (브랜드 구축) 전문가·유관기관 자문 및 국내외 조사 통해 'K'의 핵심 정체성과 콘셉트를 정립, 영상·간행물 등 원천콘텐츠 제작
  - (국제사회 공유·확산) 글로벌 콘텐츠 공모전·챌린지(숏폼·릴스 등), 민간 기업 공동 이벤트 개최, 국제포럼 등 'K' 브랜드에 대한 공감대 확보
    - \* 국가이미지 긍정 평가 비율, '25년 82.3% → '27년 85% 목표
- **(미디어 리터러시)** 디지털·AI 미디어 환경 속 정보 분별력 제고 교육 강화
  - 참여형 교육(연극 등), 리터러시 일기쓰기 공모전 등 추진
    - \* 청소년 대상 팩트체크 및 AI 리터러시 교육 제공 중('26년 1천개 이상 교육기관 협력)

## 2 국가정상화 과제

◆ 문체부의 국가정상화 프로젝트 1차과제(총 16개) 중 「지시사항」, 「핵심 추진과제」 내용에 포함되지 않은 주요과제 3건을 추가로 보고드릴

### 1 바가지요금 개선

[그간 성과] 국가관광전략회의(2.25)에서 범부처 합동 “바가지근절 대책” 발표에 따라, 불편신고 통합체계 구축·운영과 공정가격 캠페인 및 국민참여 모니터링 추진

\* ▲ 불편신고체계 일원화(1330), ▲ QR코드 간편신고 구축('25.10.), ▲ 불편신고 지방정부 즉시 통보 자동 메일링 시스템 구축('26.2.) ▲ 관계기관 합동점검 및 모니터링(3월~)

- (문제점) 성수기, 대규모 행사 등 특정기간 바가지요금 문제 지속  
→ 한국관광에 대한 신뢰·매력을 저해하는 중대 위협요인으로 작용
- (개선계획) ▲ 숙박 가격표시·준수 의무부과 및 위반시 바로 사업정지 가능규정 ▲ 상한요금 자율결정 사전신고제 및 일방적 예약취소 제재(사업정지) 근거규정 등 관광진흥법 개정안 발의('26년 하반기), 법령 개정

### 2 공연·스포츠 분야 암표 근절

[그간 성과] 매크로 무관 모든 부정거래를 금지한 공연법·국민체육진흥법 개정(8.28 시행)에 따라, 민간협업체 운영 통한 하위법령 마련\*, 주요 행사 모니터링 및 단속 강화 추진

\* ▲ 과징금(최대 판매금액의 50배) 부과 기준 마련, ▲ 티켓판매자·중개플랫폼 조치 의무 구체화, ▲ 입장권부정거래심사위원회 근거 규정 마련 등의 내용으로 입법예고('26.5.~7.)

- (문제점) 암표는 국민의 관람 기회를 빼앗고, 주최측의 정당한 이익을 탈취하여 시장 질서를 교란하는 문화·스포츠 산업의 고질적인 난치병
- (개선계획) ▲ 하위법령 마련(26.8.28) ▲ 신고센터 개편('26년 하반기) ▲ 수사기관 협력 및 대국민 홍보\*('26.8.)를 통해 법시행 동시에 암표 근절 유도  
\* 주요 공연장·경기장, 옥외 전광판 및 유관기관 SNS 등을 통해 메시지 지속 전파

### 3 불법 게임 사설서버 근절

[그간 성과] 불법 게임 사설서버 모니터링 및 즉각적 시정요청 조치로 차단 기간 단축(15일→3~5일/'26.2월) 및 차단 완료율 90% 이상 달성\*

\* 차단요청 1,325건, 차단완료 1,222건, 조치진행중: 103건 → 92.2% 차단 / 기간: '26.2.5~6.30

- (문제점) 게임 저작권을 침해하는 불법 게임 사설서버에 대한 처벌 수준이 낮아\* 불법행위가 지속, 신속한 차단과 처벌 강화 등 필요  
\* 최근 5년간 평균 46,500여건 모니터링, 37,000여건 차단에도 형사처벌은 42건에 불과
- (개선계획) ▲ 징벌적 손해배상 도입 등 처벌 강화를 위한 게임산업법 개정안 발의(7월) ▲ 불법·유해 게임콘텐츠 차단 자동화시스템\* 도입('27년)  
\* 차단 자동화 시스템 도입 시 차단 소요 기간 3~5일→최소 1일로 단축 예상