
제7차 방송영상산업 진흥 중장기계획

- (2026~2030) -

부제 : K-방송영상 · OTT콘텐츠 유통 생태계 발전 방안

2026. 9.

문화체육관광부

순 서

I. 추진 배경	1
II. 그간의 성과 및 평가	3
III. 기본 방향 및 추진 전략	8
IV. 세부 추진 과제	10
1. 방송영상콘텐츠 IP 확보 및 신산업 육성	10
2. 콘텐츠 파급력을 높이기 위한 글로벌 유통망 확대	16
3. 글로벌 선도 위한 방송영상산업 인프라 강화	22
4. 함께 성장하는 공정한 방송영상산업 생태계 조성	29
V. 추진 일정	35

I. 추진 배경

수립 근거 '방송법 제92조' 및 '영화비디오법 제48조'에 근거하여 진흥 계획 수립

◇ OTT의 일상화, 플랫폼·기술 발전으로 인한 유통·제작환경 변화

- OTT·뉴미디어영상콘텐츠 산업*의 급속 성장**으로 국경 없는 콘텐츠 유통이 보편화되면서 영상콘텐츠산업의 구조 변화 가속화

* ▲(OTT) 「영화비디오법」상 온라인비디오물 제공·유통 사업자, ▲(뉴미디어영상콘텐츠) 「문화산업진흥기본법」상 사용자제작문화콘텐츠, 숏폼, AI 영상, 버추얼휴먼 등 의미

** 국민 OTT 이용률 89.1%, 20~30대 99% (2025 콘텐츠이용행태조사^{국가승인통계}, 콘진원)

- 1인 제작시장 확대, 신기술 활용한 제작과정 혁신, 新 포맷 등장(숏폼 등) 등으로 인한 영상콘텐츠산업의 제작·유통 패러다임 변화

* 1인 미디어사업자 3.5만명, 총 수입금액 약 2조 7천억원(국세청, '24년), 숏폼 콘텐츠 이용률 10대 76.3%, 20대 82.2% (2025 콘텐츠이용행태조사^{국가승인통계}, 콘진원)

⇒ 방송영상콘텐츠 산업 환경 변화에 발맞춘 정책·제도 재설계

◇ 글로벌 OTT 영향력 확대로 인한 국내 업계의 자생력 약화

- 글로벌 OTT는 K-콘텐츠의 글로벌 확산에 기여하고 있으나, 제작사의 IP 확보를 어렵게 하여 업계 자생력을 약화시키는 '양날의 검'

* K-콘텐츠, '23년 이래 넷플릭스 시청시간 비중 8~9%으로 전세계 2위 (Ampere, 2025)

- 글로벌 OTT 의존 완화 및 업계 자생력 회복을 위한 IP 확보, 토종 플랫폼 육성, 신시장 선점(숏폼, AI) 등 다각적 대응 필요

⇒ 방송영상업계의 지속성장·흥행 기반 조성을 위한 지원 강화

◇ 지속 성장을 위한 공정·상생환경 조성 및 글로벌 산업화 필요

- 1인 크리에이터 증가, OTT 콘텐츠 제작 확대 등 제작 환경 변화에 발맞춘 표준계약서 개정 등 공정·상생환경 조성 노력 필요

- 해외제작사의 국내 제작을 활성화하고 국제 공동제작을 지원하는 등 글로벌 위상에 부합하는 방송영상·OTT콘텐츠의 제작 교류 지원

⇒ 제작환경 변화에 따른 공정환경 조성, 국제 공동제작 허브로 발돋움

추진 경과

□ 수립 근거

- 방송법 제92조(방송발전의 지원) 제2항
* 문화체육관광부장관이 방송영상산업 진흥 정책 수립·시행
- 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제48조
* 문화체육관광부장관이 비디오산업(온라인비디오물 포함) 진흥 시책 수립·시행

□ 관련 국정과제

- 국정과제 103. K-컬처 시대를 위한 콘텐츠의 국가전략산업화 추진
 - 실천과제 1. 콘텐츠산업 글로벌 선도 및 성장 기반 확충 中 '문화산업 기반이 되는 전문인력 양성' 및 '문화산업 제작·향유 위한 인프라 조성'
 - 실천과제 2. K-콘텐츠 핵심산업의 전략적 육성·지원 中 'K-방송영상·OTT 콘텐츠 및 플랫폼 산업 글로벌 경쟁력 강화' 및 '개인 콘텐츠 창작자(크리에이터)의 성장'
 - 실천과제 3. AI 기반 콘텐츠산업 혁신 中 'AI 기술 콘텐츠 창·제작 위한 신사업모델 창출'
 - 실천과제 4. K-콘텐츠와 한류 연관 산업의 글로벌 도약 中 '한류 콘텐츠의 맞춤형 진출을 위한 지원사업 확대'

□ 추진 경과

- 'K-방송영상·OTT 콘텐츠·플랫폼 종합 발전방안' 수립 연구 : '25.8~12월
* 주관기관 : 콘진원 / 현장 의견수렴 (4회, 크리에이터, AI, 해외진출, IP보호·육성)
- 콘텐츠 장르별(영화·영상분과) 자문위원회 개최 : '25.10월~'26.7월(6회)
* 대중문화교류위원회 영화영상분과회의 (1차/'25.10.23., 2차/'26.6.2., 3차/'26.7.10.) K-콘텐츠 글로벌 확산전략, 제작사·플랫폼 경쟁력 강화 등
* 문화예술정책자문위원회(1차, '25.11.27. / 2차, '26.02.12. / 3차/'26.05.06.) : 제작지원 사업방식 개선, 글로벌 진출 및 IP확보 지원, 촬영 인프라 확충, 비드라마 지원 확대 등
- 장관 주재 방송영상제작사 간담회 : '25.12월
- 방송영상분야 주요 기업 현장 방문 : '26.1~2월(4회) *대중문화교류위원회 주관
* 총 4회('26.1.21.~2.4.) : 지원 확대 및 방식 전환, K-OTT 육성, 국제공동제작
- 뉴미디어영상콘텐츠 분야 현장 간담회 : '26.4~5월(2회)
* 1차 : 뉴미디어영상콘텐츠 업계 간담회('26.4.24.), 종사자 간담회('26.5.22.)
- 장관 주재 방송업계 긴급 현안 간담회 : '26.7월

II. 그간의 성과 및 평가

1 주요 성과

◇ K-컬처 글로벌 확산의 주역, 방송영상산업의 꾸준한 성장

- 방송영상산업 매출액은 24조 9,944억 원으로 팬데믹 이후 소폭 감소했으나, 여전히 콘텐츠 장르 중 매출 1위인 핵심 분야(15.9%, 2024년)
- '24년 국내 방송영상산업 수출액은 12억 5,718만 달러(약 1조 8,900억원)로 전년 대비 20% 증가하며 괄목할 만한 성장세 기록
- 외국인의 K-드라마 경험률은 69.6%로, 한식(76.6%)·영화(75.6%)·K-팝(70.6%)과 함께 K-컬처 글로벌 확산의 주역 (2025 해외한류실태조사, KOFICE)



◇ 제작 지원 작품의 세계진출 확대 등 산업 활성화

- 높은 제작역량 및 국제경쟁력을 갖춘 K-방송영상콘텐츠의 국내외 수요 확대로 제작지원작의 글로벌 성공 사례* 창출

* '24년 <옥씨부인전> 넷플릭스 8개국 TOP10, '25년 <폭군의 셰프> 넷플릭스 93개국 TOP10

- 다큐멘터리, 실험적 콘텐츠 등 비주류 장르 콘텐츠의 국제 영화제 수상*으로 사회적 가치 확산 및 콘텐츠 다양성 확보 기여

* <덕후의 딸> 휴스턴 국제영화제 골드상 수상('25년), <복숭아 누르지 마시오> 휴스턴 국제영화제 브론즈레미상 수상('24년) 등

- K-콘텐츠 글로벌 확산의 잠재력을 지닌 방송포맷 육성을 위한 신규 포맷 개발-제작-해외진출 등 전주기 지원* 지속

* 방송포맷 기획개발랩(3개소), 포맷 파일럿 제작지원(6편), 국내외 마켓 연계 쇼케이스 개최 지원, 국제포맷 관련 단체인 FRAPA에 포맷 저작권 등록 지원('26년 기준)

◇ 인프라 구축 · 정책금융 확대로 고품질 대형작품 제작 기반 마련

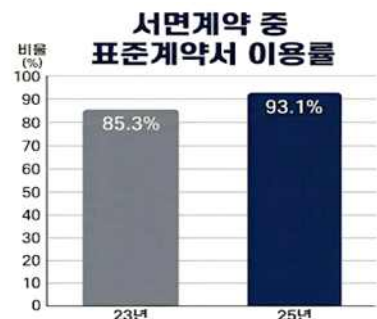
- 국내 최대규모 공공 영상제작시설인 '스튜디오 큐브' 내 버추얼 스튜디오 개관('25.12.), 첨단 촬영기술 활용한 제작비·제작기간 절감 기여
 - * 세계 2위 규모의 LED 월을 갖춘 버추얼 프로덕션 스튜디오 (대전 스튜디오큐브)
- 콘텐츠미디어 전략펀드('25년 2,590억원 조성) 등 콘텐츠 분야 특화 펀드 조성을 통한 제작 마중물 지원
- '방송영상진흥재원'을 활용한 프로그램 제작 자금 융자를 통해 제작사의 자율성을 바탕으로 경쟁력 있는 콘텐츠 제작 지원
 - * <미녀와 순정남>(10억원 융자), <백일의 낭군님>(10.5억원 융자) 등

◇ 창의적인 창 · 제작자 양성 및 해외 진출 확대

- 'K-글로벌 방송영상콘텐츠 교육'을 통해 매년 신진 창·제작자를 양성, 수료생의 70% 이상이 취업하는 등 현장 수요에 부응
- 산학연계, 커리어 부트캠프 등 현장·기업 중심 특화 교육으로 융합형 전문인력을 양성하는 OTT·콘텐츠 특성화 대학원, 연간 120명 육성
- '25년 BCWW 역대 최대 수출상담실적 기록, 제작사 수출액 전년 대비 69.9% 증가하며 '16년 대비 10배 성장('16년 63.9백만달러→'24년 645.6백만달러)

◇ 공정거래환경 조성 및 노동환경 개선 등 지속성장 기반 마련

- 주기적인 외주제작사 거래 실태조사 추진, 방송분야 표준계약서 개정 협의체 운영 등 공정거래환경 조성 노력 지속
- 제작지원 시 표준계약서 사용 의무화, 표준계약서 사용 시 융자금리 우대 등 표준계약서 활성화 정책 강화



【 참고: 방송영상산업 진흥 주요 성과 】

- 방송영상산업 매출액은 '20년~'24년 연평균 3.3% 성장('24년 기준 24조 9,944억원), 사업체와 종사자 규모도 지속 증가 추세
- '24년 방송영상산업 수출액은 12억 5,718만달러 규모로, '23년 대비 20% 증가하며 급속 성장
- 방송영상콘텐츠 산업에 대한 전략적·체계적 지원을 바탕으로 '오징어 게임', '무빙', '폭군의 셰프' 등 글로벌 흥행 성과 지속 창출



<오징어 게임2·3('24,'25년)>

- '25 넷플릭스 시청시간·시청수 2·3위 기록, 전세계(93개국) 1위
- ※ 문체부·한국콘텐츠진흥원 제작지원시설인 '스튜디오 큐브'에서 촬영



<무빙('23년)>

- 디즈니+ 5개국 1위, 한국 오리지널 콘텐츠 공개 첫 주 시청시간 1위
- 대중상 영화제 시리즈 작품상, 백상예술대상·청룡시리즈어워즈 대상 수상
- ※ 모태펀드 문화계정 투자(스튜디오앤뉴, 총 139억원)



<선재업고 튀어('24년)>

- 라쿠텐비키 133개국 1위, 109개국 6주 연속 1위
- 2049 타깃시청률 8주 연속 전 채널 동시간대 1위
- ※ '25 방송영상콘텐츠 현지화지원(번역·더빙지원), 브라질 Globo 방영



<옥씨부인전('24년)>

- 넷플릭스 8개국 TOP10, 일본 유넥스트 시청랭킹 1위, 최고시청률 13.6%
- ※ '23 기획개발지원, '24 방송영상콘텐츠 제작지원, '24 해외진출 활성화지원(TIFFCOM 계약 체결)



<폭삭 속았수다('25년)>

- 넷플릭스 42개국 TOP10, 누적 시청시간 6억 8,380만 시간
- 백상예술대상 드라마 작품상, 청룡시리즈어워즈 대상 수상
- ※ '23 방송영상진흥재단 경영지원자금 용자지원(팬엔터테인먼트, 5억원)



<폭군의 셰프('25년)>

- 넷플릭스 93개국 TOP10, '25하반기 글로벌 시청 시간 3위, 최고시청률 17.1%
- ※ '24 OTT 특화콘텐츠 제작지원(22억원)



<열두바다('26년)>

- 스튜디오 잔치 & BBC Studios 공동제작, BBC 아시아채널 선공개('26.3.) 및 KBS 2TV·넷플릭스 방영('26.4.)
- ※ '24 글로벌플랫폼 연계형 제작지원(12억)

1) 개관

- (비전) ‘콘텐츠가 이끄는 방송영상산업, 문화매력국가 위상 강화’
- (구성) ▲ 방송영상산업 지속성장을 위한 혁신 강화, ▲ 글로벌 콘텐츠 집중 육성을 위한 창·제작 기반 강화, ▲ 세계시장 선도를 위한 글로벌 산업화, ▲ 모두가 누리며 함께 성장하는 산업기반 조성 등 4대 추진 전략 12대 추진과제, 49개 세부과제로 구성

2) 주요 추진실적

- ① (방송영상산업 지속성장 위한 혁신 강화) 세계 2위 규모의 버추얼 스튜디오 구축 및 수요 맞춤형 전문인력 양성 등 정책 지원 지속
 - (인력 양성) OTT·콘텐츠 특성화 대학원 3개교 설치·운영, 글로벌 플랫폼 및 제작사 협회 연계 현장 맞춤형 인재 양성 추진
 - (인프라 강화) 세계 2위 규모의 버추얼 스튜디오 개관('25.12.), 버추얼 프로덕션 공공 에셋(asset) 라이브러리 조성 추진
 - (표준계약서 보급) 방송분야 표준계약서 개정 연구 추진('25.~'26.), 지원기업 대상 표준계약서 활용 의무화 조치
- ② (창·제작 기반 강화) 제작 활성화를 위한 보조금 지원 및 정책 금융, 세제 지원 확대
 - (제작지원 확대) 제작지원 예산 대폭 확대('22년 268억원→'25년 663억원) 및 국내 OTT사와의 MOU('24.2.) 기반 OTT 특화콘텐츠 제작지원 확대
 - (세제지원 확대) 영상콘텐츠제작 세액공제 기한 연장('25.12.→'28.12.), 기업 규모에 따른 기본공제율 상향 조정(+5%p)
 - (금융·투자) 콘텐츠·미디어전략펀드('25년 2,590억) 최초 결성, 방송영상 분야 융자사업 안정적 운영 위한 법 개정 추진
- ③ (해외 진출 및 확산 지원) 방송영상콘텐츠 해외 진출 지원 확대 및 포맷 등 고부가가치 산업 활성화
 - (유통 지원) 국제방송영상마켓 역대 최고 수출 상담실적('25년 2억 4,000만\$) 기록, 방송영상 마켓 참가 권역 확대 및 국제 드라마 페스티벌 주빈국 참가(프랑스) 등 해외진출 경로 다변화
 - (국제 교류) 해외방송사와의 공동제작 MOU 체결(BBC, Viu) 후 공동 제작 진행·방영(BBC&스튜디오잔치 공동제작 <열두바다>)
 - (저작권 보호) 해외 불법사이트 긴급차단제 시행 등 저작권 보호 강화

2 평가 및 시사점

◇ 방송영상산업 지속성장 위한 자금 지원 및 신산업 육성 필요

- 글로벌 OTT의 IP 독점에 따른 제작사의 자생력 감퇴, 국내 OTT 플랫폼의 적자 지속에 따른 콘텐츠 제작 투자 축소 우려 심화
- 뉴미디어영상콘텐츠 산업 규모 급성장, 전주기 지원을 통해 미디어 환경 변화에 따른 콘텐츠 경쟁력 강화 도모 필요

⇒ 투·융자 및 보조금 지원 확대, 뉴미디어영상콘텐츠 전주기 지원체계 마련

◇ K-컬처 글로벌 확산 동력 확보 위한 국제 제작 교류 필요

- 글로벌 경쟁 심화 속에서 국내 플랫폼의 경쟁력 강화 및 신시장 창출을 위한 다각적 해외진출 지원 필요
- K-컬처의 위상과 브랜드 파워를 활용한 국제교류 활성화 필요 및 해외 저작권 침해에 대한 대응 강화

⇒ 방송영상산업의 글로벌 산업화 및 국제교류 확대, 저작권 보호 강화

◇ 미디어 환경 변화 및 뉴미디어영상콘텐츠 성장에 따른 혁신 필요

- AI·버추얼프로덕션 등 신기술 등장에 따른 융·복합 인력 및 기술 수요 확대
- OTT·뉴미디어영상콘텐츠 등 영상산업 패러다임 변화에 발맞춘 영상 콘텐츠 법제 정비 필요

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

◇ 지속성장을 위한 상생·공정 환경 조성 및 다양성 증진 필요

- 기존 방송사-외주제작사 중심의 거래관계가 플랫폼 등으로 다양화됨에 따른 새로운 공정 거래 환경 조성 필요
- 크리에이터 산업의 안정적 성장을 위한 상생 생태계 조성 필요

⇒ 공정·상생 협력 기반 조성 및 크리에이터 보호 등 추진

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)
○ K-방송영상콘텐츠의 우수한 창작력에 기반한 높은 글로벌 경쟁력 ○ K-콘텐츠 경쟁력에 기반한 토종 OTT 플랫폼 성장잠재력 보유 ○ 버추얼 스튜디오 등 첨단 공공 인프라 구축 ○ 웹툰·웹소설 등 풍부한 원천 IP 공급이 가능한 콘텐츠 산업 생태계 보유	○ 글로벌 OTT에 대한 제작비 의존으로 인한 우수 IP 유출 지속 ○ 국내 OTT 플랫폼의 영업적자 지속 및 방송사 수익성 악화 ○ 국제공동제작 인센티브 부재 등 글로벌 협업에 비친화적인 제도 ○ 뉴미디어영상콘텐츠 진흥 법제 미비로 체계적 진흥 근거 부재
기회 (Opportunity)	위협 (Threat)
○ K-컬처 전반에 대한 해외 관심 증대 및 한류 콘텐츠 팬덤 확대 ○ 글로벌 OTT의 높은 투자 수요 및 해외 제작사의 공동제작 수요 존재 ○ 뉴미디어영상·장르 융복합 등 신유형 콘텐츠 시장 급성장 ○ 포맷 산업의 성장과 수요 증가	○ 글로벌 OTT 플랫폼의 지배력 확대 ○ 글로벌 콘텐츠 경쟁 심화로 인한 출연료·제작비 급등 ○ 드라마 제작사와 플랫폼 간 수직 계열화로 콘텐츠 다양성 저하 우려 ○ 해외 뉴미디어영상콘텐츠 플랫폼 급성장

- (대응방향) K-콘텐츠의 경쟁력 등 강점은 살리고, 약점·위협 요인을 극복하여 세계 방송영상콘텐츠 산업 내 위상 공고화

- ① 독립제작사 IP 확보 및 국내 플랫폼 안정적 성장 위한 지원 강화
- ② 글로벌 흥행력을 지닌 콘텐츠 발굴 위한 창·제작 기반 강화
- ③ 국제 공동제작·로케이션 지원 등으로 글로벌 공동제작 허브화
- ④ 공정계약 관행 확립 및 법제 정비를 통해 지속 성장 환경 조성

2 전략 체계

비전

유행을 넘어 세계인의 일상으로,
글로벌 영상산업을 선도하는 K-방송영상

목표

K-방송영상산업 지속 성장 및 글로벌 시장 선도

방송영상산업매출액
(CAGR 3.3% / 최근 5년 평균)

('24년) 24.9조원

→ ('30년) **30조원**

방송영상콘텐츠수출액
(CAGR 16% / 최근 5년 평균)

('24년) 12.5억달러

→ ('30년) **30.6억달러**

**매출액 100억 이상
제작사 비중**

('24년) 13.9%

→ ('30년) **27.8%**

추진 전략

방송영상콘텐츠 IP 확보 및 신산업 육성

1

- 1-1. 펀드·융자·세제 지원으로 창·제작 자금 유동성 확보
- 1-2. 제작사의 우수 IP 확보·활용 위한 정책지원 확대
- 1-3. 콘텐츠 크리에이터 산업 본격 지원 추진

콘텐츠 파급력을 높이기 위한 글로벌 유통망 확대

2

- 2-1. 토종 OTT 플랫폼 경쟁력 강화 및 신시장 진출 지원
- 2-2. 국제 공동제작, 로케이션 지원 등 글로벌 제작 허브 구축
- 2-3. 방송영상콘텐츠-케이컬처 글로벌 동반 확산 노력 지속

글로벌 선도 위한 방송영상산업 인프라 강화

3

- 3-1. 시대를 선도하는 방송영상산업 전문인력 육성
- 3-2. AI 영상, 버추얼 프로덕션 등 영상 제작 기술 혁신
- 3-3. 영상산업 패러다임 변화에 발맞춘 법·제도 정비

함께 성장하는 공정한 방송영상산업 생태계 조성

4

- 4-1. 자유롭고 공정한 방송영상 제작환경 조성
- 4-2. K-콘텐츠 IP를 수호하는 저작권 보호 체계 구축
- 4-3. 모두가 누리는 방송영상콘텐츠 가치 확장

IV. 세부 추진 과제

추진전략1

방송영상콘텐츠 IP 확보 및 신산업 육성

1 펀드·융자·세제 지원으로 창·제작 자금 유동성 확보

- ◇ 〈현황〉 최근 국내 방송사·OTT 업계 위축으로 신규 투자 감소 우려, 글로벌 경쟁 속 제작비 급등으로 인한 제작사 부담 가중

【현장의 목소리】

- “제작비가 비정상적으로 상승하면서, 제작사의 수익이 나날이 악화되는 현실” (‘25.12.22. 제작사 간담회)
- “드라마 연간 라인업 전체에 지원하는 수준의 과감한 투자 필요” (‘25.12.22. 제작사 간담회)
- “해외 판매 계약을 근거로 한 완성보증 등 금융지원 필요” (‘25.12.22. 제작사 간담회)

- ◇ 〈정책방향〉 정책펀드 공급 및 융자지원 확대 등 정책금융 공급체계 다변화를 통한 방송영상콘텐츠 제작 활성화

□ 방송영상콘텐츠 IP 확보를 위한 제작비 융자 규모 대폭 확대

- (정책융자 확대) 저금리 융자 법적 근거 정비 및 재원확충으로 제작사의 제작비 유동성 확보 및 IP 협상력 강화(‘27년~)

- 제작사 담보물 인정 범위 확대(매출채권 등) 통한 대출 문턱 완화 추진
 - * 콘진원 내 ‘대출계정’을 신설하는 내용의 「문화산업진흥기본법」 개정 완료(‘25.3.)
 - ** 방송영상진흥재단(287억원)에 정부 자금을 추가 투입하여 융자 지원 규모 확대

■ 콘텐츠진흥원 방송영상분야 융자 사업 개요 (방송영상진흥재단 융자사업)

- (재원) 방송영상진흥재단(유선방송, 지역민방 등 선정평가(‘96년) 당시 민간 업계에서 출연 이후 콘진원 기본 재산으로 관리, 최근 「문산법」 개정 통해 기본재산에서 대출계정으로 이관 예정)
- (규모) ‘25.12. 기준 약 287억원으로 매년 재원 50%(135억)를 융자 지원
- (대상) 방송분야(PP, SO, 방송영상독립제작사) / 제작비(작품당 20억원), 경영자금(10억원) 융자
- (실적) ‘97년부터 은행 대리 대출을 통해 원금 손실 없이 안정적으로 누적 2,800억 규모의 융자 지원
- (지원작) 애니메이션 <뽀롱뽀롱 뽀로로>, 드라마 <동백꽃 필 무렵>, <모범택시> 등

- (이차보전) 담보가 부족해 고금리에 직면하는 중소제작사의 제작·운영자금 이차부담 완화를 위한 이차보전사업 지속 운영(‘26년 2,000억원)

- * 은행 대출금 약 2,000억원(기업별 5~10억원)에 대해 2.5%p만큼의 금리 지원

□ 흥행보증수표 K-드라마에 대한 국내외 펀드 확대 조성

- (콘텐츠·미디어 전략펀드 조성) 방송·영상 대작 프로젝트에 집중 투자하는 전략펀드 결성('25.12월 최초 결성), 대작 IP에 대규모 투자 추진(계속)
 - * ▲ '25년 블라인드펀드 2,590억원 결성완료 ▲ 프로젝트펀드 상시 모집 및 결성 중
- (글로벌 리그 펀드 조성) K-콘텐츠에 해외자본이 투자하는 펀드를 약 4,200억원 조성, 자금 공급망을 다변화하고 해외 진출 교두보 구축
 - * '25년 기존 목표(1,000억원)를 상회하는 4,200억원 규모 글로벌리그펀드 자펀드 조성
- (모태펀드 확대 조성) 모태펀드 문화계정 펀드를 확대하여 방송영상 분야에 꾸준한 투자자금 공급* 및 산업 실태에 맞는 제도개선** 추진
 - * ▲ '25년 기존 목표(7,314억원)를 상회하는 7,814억원 규모 문화·영화계정 자펀드 조성
▲ 문화계정(방송애니캐릭터영화) 도합 1,543억 원 투자, 영화계정 717억 원 투자('25.12월 기준)
 - ** 대·중소기업 공동제작 작품에 모태펀드 투자 위한 중소기업 수익지분 요건 완화(60%→20%)

□ 제작비 세액공제 인정범위 확대 및 투자자 세액공제 추진

- (제작비 세액공제 범위 확대) 영상콘텐츠 제작비 세액공제(최대 30%) 적용 범위 확대*(후반작업, 국제공동제작, 국내촬영 해외영상물 등, '27년~)
 - * 「조세특례제한법」 시행령·시행규칙 등 법령 개정 및 부처 협의 필요
- (영상콘텐츠 투자자 세액공제 도입) 방송영상 업계 투자를 촉진하기 위한 영상콘텐츠 투자자 세제지원 방안 도입 검토*('27년~)
 - * 투자자 세액공제 관련 연구용역 이후 본격 제도 마련 논의 예정
- (세액공제 제도 활용 확산) 방송영상콘텐츠 관련 각종 세제제도 활용 매뉴얼 제작·보급 및 협·단체 연계 컨설팅 추진(계속)

□ K-콘텐츠의 가치에 걸맞는 특화보증·가치평가 추진

- (문화산업보증) 방송영상콘텐츠 기획·제작·유통비용 보증하는 문화산업보증 공급 확대하여 가치사슬 전 단계의 대출 문턱 완화
 - * '26년 337.5억원 보증기관에 출연, 기관별 공급배수에 따라 총 2,527.5억 원 보증 공급
- (가치평가) 가치평가 연계 보증 도입(특화보증) 및 머신러닝 모형 활용한 가치평가 시스템 구축 등으로 방송영상콘텐츠 투·융자 불확실성 최소화

- ◇ 〈현황〉 제작비 부담 주체가 IP를 확보하는 업계 구조에 따라, IP 대부분이 제작사가 아닌 방송사·OTT(비용부담주체)에게 귀속

【현장의 목소리】

- “기획하고 만들어도 IP는 모두 넘기고, 재주만 부린 채 끝나는 구조에 놓여 있음”(‘25.12.22. 제작사 간담회)
- “많은 제작사가 기획개발비 부족으로 방송사·플랫폼에 의존하게 되고, 이 과정에서 IP 권리를 확보하지 못하는 경우가 많음”(‘25.10.27. 중장기계획 FGI)
- “방송사·OTT플랫폼이 제작비 투자 후 IP 전부를 가져가는 상황, 제작사가 IP를 확보하기 위해서는 높은 제작비 리스크를 감당할 자본력이 있어야 하므로 이에 대한 정책 지원 필요”(‘25.11.27. 정책자문위)

- ◇ 〈정책방향〉 우수한 콘텐츠를 꾸준히 창작하기 위해서는 IP를 기반으로 한 제작사의 안정적인 수익구조가 필수, 제작비 자급률을 높여 제작사가 IP를 확보할 수 있도록 정부의 제작비 지원 확대

□ K-드라마 IP 확보를 위한 제작 지원 규모 대폭 상향 추진

- (제작비 지원 확대) 글로벌 품질과 스케일을 유지함과 동시에 제작사의 IP 지분 확보를 위한 제작비 지원 확대(‘26년 399억원)
 - 최근 글로벌 경쟁 심화에 따른 제작비 급등 상황을 고려하여 드라마 작품당 제작비 지원 규모 기존 대비 2배 수준 상향 추진
 - 계약 시 제작사 몫의 영상콘텐츠 IP 지분 배분 또는 흥행에 비례한 수익배분 의무화로 제작사의 지속 수익 구조 확립
- (후반작업 지원) 방송영상콘텐츠 품질의 한 꺾 차이를 낳는 후반 작업* 적극 지원(‘26년 100억원)

* 영상(특수시각효과, 색보정, 화질개선), 음향(사운드디자인, 음원제작), 다국어 제작 등

■ (지원 사례1) <소년시대>



- (제작비) 140억
- (방영) 쿠팡플레이
- 쿠팡플레이 7주 연속 1위, 청룡시리즈어워즈, 아시아 콘텐츠 어워즈 등 수상

■ (지원 사례2) <폭군의 셰프>



- (제작비) 240억
- (방영) tvN, 티빙, 넷플릭스
- 최고 시청률 17.1%, 넷플릭스 93개국 TOP10, '25.下 글로벌 시청시간 3위

□ 비드라마(예능·교양) 흥행의 열쇠, 방송 포맷 개발·확장 강화

- (포맷 개발) 하나의 포맷이 10년 장기 흥행을 이끄는 예능·교양 콘텐츠의 특성 고려, 신규 포맷 발굴 및 포맷 IP 확보 지원 강화
 - 글로벌 시장 타깃 예능·교양 포맷 기획·개발 지원, 참신한 신규 포맷의 파일럿 작품 제작 지원 강화 ('26년 52억원)
- (포맷 글로벌 확장) 흥행 포맷의 글로벌 수출을 위한 'K-포맷 쇼케이스' 개최 및 비즈매칭 지원 확대('26년 38억원)
 - <복면가왕>, <피지컬100> 등 K-방송영상 포맷 수출 사례 증가, 개발·판매 활성화로 포맷 IP를 활용한 제작사의 지속 수익 구조 확립

	■ (포맷 성공 사례) <피지컬100> ○ 한국 예능 최초 넷플릭스 비영어TV 글로벌Top10 1위 ○ 시즌2 및 아시아, 이탈리아 등 글로벌 프랜차이즈화 ○ '00년 'K-포맷 쇼케이스' 참가
	■ (포맷 지원 사례) <언포게터블 듀엣> ○ '21년 방송 포맷 랩, '24년 포맷 파일럿 제작지원 ○ '24년 '시리즈온보드 런던', ATF 'K-포맷 쇼케이스' 지원 ○ 국내 채널 방영(MBN) 및 호주, 뉴질랜드 등 8개국 포맷 판매('25년 기준)

□ IP 창작 기반 강화를 위한 다양성 지원 강화

- (신진 단막극 지원) 신인 창작자 시장 진입 기회 제공을 통해 참신하고 우수한 콘텐츠 발굴 및 미래경쟁력 강화('26년 35억원)
 - 신인 작가, 연출, 배우들의 등용 무대이자, 장편 드라마 및 시리즈의 제작 역량을 키울 출발점으로 단막극 제작·편성 활성화 지원 추진
- (다양성 장르 지원) 중소 다큐멘터리 및 실험 콘텐츠 등 소수 장르 지원을 통한 콘텐츠 다양성 확보('26년 22억원)

■ (지원 사례1) <덕후의 딸>	■ (지원 사례2) <복숭아 누르지 마시오>
 ▶ tvN 최고 시청률 4.7% ▶ 휴스턴 국제영화제 골드상 수상('25)	 ▶ 서울 드라마어워즈 단막극 부문 국제경쟁 작품상 수상('24) ▶ 휴스턴 국제영화제 브론즈레미상 수상('24)

- ◇ 〈현황〉 콘텐츠 크리에이터 산업*은 크리에이터의 IP 확장력을 바탕으로 타 산업과 동반 성장하는 특성을 지녀, 전략적 육성이 필요한 K-콘텐츠 유망 산업

* (정의) 사용자제작콘텐츠, 숏폼 콘텐츠 등 자체 IP를 지닌 개인창작자 및 연관 산업 통칭

** (현황) 1인 미디어사업자 3.5만명, 총 수입금액 약 2조 7천억원 (국세청, '24년 기준)

【현장의 목소리】

- "뉴미디어영상 환경에 특화된 제작지원 필요. IP 성공 사례가 늘수록 더 많은 사람이 업계에 뛰어들어 크리에이터 산업 전반의 성장 가능할 것" ('26.5.22. 크리에이터 간담회)
- "100만 구독자를 달성하고도 지속적 수익을 내지 못해 재취업하는 사례도 존재함. 능력과 잠재력을 갖춘 크리에이터의 스텝업을 위한 체계적인 액셀러레이팅 필요"('25.10.27. FGI)
- "숏폼 콘텐츠는 특성상 콘텐츠 수명이 짧음. 콘텐츠 가치를 지속시키기 위한 오리지널 IP 확보 및 IP 확장 지원에 대한 정책 지원 필요" ('25.10.27. FGI)

- ◇ 〈정책방향〉 콘텐츠 크리에이터의 특성에 맞는 특화 지원 추진, 크리에이터 오리지널 IP 확보 및 타 장르로의 전방위적 IP 확장 도모

□ 크리에이터 콘텐츠 제작 지원 본격 추진

- (신작 제작지원) 콘텐츠 이용행태 변화 및 신유형 플랫폼 성장에 발맞춘 뉴미디어영상콘텐츠 제작지원 추진('27년 시범사업)
- (K-콘텐츠 우수IP 활용 재제작) 웹소설·웹툰·게임·드라마 등 국산 IP의 뉴미디어영상콘텐츠로의 재제작(숏드라마·애니·비평 등) 지원('28년~)
- (K-컬처 협업 제작) 뷰티·푸드·패션 등 K-컬처 브랜드와의 협업 콘텐츠 제작 지원 추진, 크리에이터와 K-컬처의 동반성장 도모('28년~)

□ 분야별 메가 크리에이터 육성 및 IP 확장 지원

- (메가 크리에이터 육성) 자체 IP를 보유한 크리에이터의 빠른 성장을 위한 단계별 육성 지원(초기→성장→메가) 및 권리보호 지원('28년~)
- 컨설팅(법률·세제·창업지원 등), 신기술 교육, 공간 대여, 네트워킹 등 크리에이터의 전업화·사업화 지원을 통한 분야별 메가 크리에이터 육성

- (오프라인 IP 확장 지원) 콘텐츠 크리에이터 IP의 인지도 제고 및 브랜드 가치 상승을 위한 도심 팝업 공간 지원('28년~)
- 개별 크리에이터·기업이 접근하기 어려운 서울 핵심지역 내 팝업 전용공간을 확보하여 연중 수시 팝업 개최 지원

■ 참고 사례 : 크리에이터 팝업 스토어 운영 사례



만화가 출신 **유튜버 침착맨**
(구독자 313만명), 성수,
신세계백화점(강남) 등에서
2주간 팝업 운영



곤충 유튜버 **정브루**(구독자
144만명), 용산 아이파크몰,
롯데월드몰에서 '생물 팝업
스토어' 운영

□ 아시아 최대 규모 크리에이터 행사 개최 및 해외진출 지원

- (아시아 최대 크리에이터 행사 개최) 글로벌 플랫폼 연계, 크리에이터·팬·연관산업이 한자리에 모이는 (가칭)K-비드콘 개최('28년~)
- ▲ 팬 페스트(B2C), ▲ 크리에이터&인더스트리(B2B) 트랙으로 구분하여 아시아 권역을 아우르는 콘텐츠 크리에이터 행사로 육성

■ 해외 마켓 : 美 비드콘(Vidcon; Video-Conference)

※'12년 최초, 매년 개최



▶ 파라마운트社 주관, 매년 6월 LA에서 개최되는 세계 최대 규모의 크리에이터 B2B, B2C 행사로, 플랫폼·크리에이터·기업·팬 등 약 10만 명 참석

- ▲ (커뮤니티 트랙) 팬미팅, 공연, 사인회, 체험형 전시부스 등
- ▲ (크리에이터 트랙) 제작노하우, 알고리즘 분석, 수익화 전략 강의 등
- ▲ (인더스트리 트랙) 컨퍼런스, 데이터분석, 정책방향, 광고트렌드 공유 등

■ 해외 컨퍼런스 : 美 비드서밋(Vidsummit)

※'14년 최초, 매년 개최



▶ 올해 9월 텍사스 개최 예정, 유튜버와 영상제작자가 함께 알고리즘 변화, 시청자 확보 전략, 수익화 모델 등을 공유하는 전문 B2B 컨퍼런스

- ▲ (데이터 세션) 알고리즘 변화, 클릭률 개선법, 시청시간 확보전략 등
- ▲ (네트워킹) 크리에이터, 브랜드·광고주, 투자사 비즈매칭
- ▲ (기타행사) 크리에이터 IP 확장 사례를 패션쇼 형식으로 제시하는 'Creators in Fashion' 진행('25년)

- (크리에이터 해외진출 지원) 크리에이터의 글로벌 IP 확장을 위한 해외 주요 마켓 및 컨퍼런스 참석 지원('28년~)
- 美 비드콘 K-Creator 부스 설치 등, 국내 선도 크리에이터의 비드콘·비드서밋 공식 참가 통한 글로벌 크리에이터로의 성장 지원

1 토종 OTT 플랫폼 경쟁력 강화 및 신시장 진출 지원

◇ 〈현황〉 글로벌 OTT 플랫폼 경쟁이 심화되는 가운데 토종 OTT 플랫폼의 영업적자 지속으로 플랫폼 주도권 상실 우려 존재

- 한편, FAST(광고 기반 무료 스트리밍 플랫폼)산업이 급성장하면서 OTT 플랫폼의 구독 모델이 광고기반 요금제로 다변화되는 등 플랫폼 간 경쟁 심화 추세

【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〉 토종 OTT 플랫폼 경영 안정화 및 글로벌 경쟁력 강화 위한 정책 지원 강화, 글로벌 시장 내 K-콘텐츠 유통 활성화 위한 해외 진출 지원 추진

□ 토종 OTT 플랫폼 글로벌 경쟁력 강화

- (OTT 해외진출 패키지 지원) 보유 콘텐츠의 화질·음향 개선, 자막·더빙 지원, 앱 서비스 품질 개선 등 플랫폼 각각의 수요에 부합하는 맞춤형 지원 지속 확대 (‘26년 50억원)

<해외진출 패키지 지원 항목>

구분	지원 항목	세부 내용
품질 개선	- 디지털 리마스터링	·구작 화질 개선을 위한 4K 업스케일링 지원 ·배경음악(OST) 재제작, 리메이크·리부트 등 현대화 작업
서비스 개선	- 메타데이터 운영 - 앱 접근성 개선	·콘텐츠 DB 구축, 개인화 추천 등 플랫폼 서비스 개선 ·스크린 리더, 고대비 모드 지원 및 버튼 크기 확대 등
현지화	- 수출용 재제작 - 자막, 번역·더빙	·포맷 변화, M/E분리 및 음원교체 등 재제작 지원 ·글로벌 수요 확대 위한 현지 언어 지원
유통	- 해외 마케팅·프로모션	·현지 마켓 등을 활용한 홍보 지원

□ 글로벌 핵심 · 신흥시장 맞춤형 유통 지원

- (핵심·신흥시장 맞춤 지원) ▲(핵심시장^{북미·유럽·동아시아}) 주빈국 초청 등 교류 강화, MOU 기반 공동제작 추진, ▲(신흥시장^{중동·남미}) 인지도 강화 및 수요 발굴 위한 피칭·쇼케이스 등 진행('26년 32억원)

■ 국내외 마켓 활용한 국제교류 사례



▶ 네트워킹 행사 개최

- 해외 주요 방송영상마켓 내 네트워킹 행사(ex. Korea Content Highlight) 개최를 통해 국내외 방송산업 관계자 간 교류 지원



▶ 주빈국 초청

- '25년 3월, 프랑스(시리즈마니아)
- '25년 9월, 한국(BCWW)
- 한불 수교 140주년 계기, 양국 상호 주빈국 초청, 국가관 설치, 콘퍼런스 개최 등

- (수출 에이전시 매칭) 독립제작사 대상, 해외 진출 시 활용될 고품질의 세일즈 자료(트레일러 영상, 브로셔, 발표자료 등)를 제작하기 위한 수출 전문 에이전시·배급사 매칭 지원 추진('28년~)

□ 해외진출 위한 촘촘한 현지 지원체계 구축

- (현지 지원체계 강화) 콘진원 해외 비즈니스센터*의 운영 효율 개선 및 내실화 등 고도화 추진('27~), 콘텐츠수출마케팅플랫폼(Welcon) 활용 현지 정보 제공 및 비즈매칭 지원('26년 67억원)

* 콘진원 해외 비즈니스센터 25개국 28개소 운영 중, 센터 운영 고도화 연구(~'26.下) 결과를 바탕으로 향후 거점별 운영 방식 개선 예정

- (재외공관 협력 강화) 해외 주재 문화원(현 35개소)·홍보관 등 재외공관 지원 체계 강화, 현지 업계·기관 연결 등 지원
- (한류 데이터 기반 심층정보 제공) 한류 전문연구 및 AI 기반 한류 빅데이터 수집·분석을 통해 기업 해외 시장 진출을 위한 체계적인 정보 제공('26년 13억원)

◇ 〈현황〉 한류 흥행에 따른 해외 제작사의 국내 촬영 수요 및 국내 제작사와의 공동제작 수요 증가 추세이나,

－ 타 국가 대비 정책적 인센티브가 부족하여 K-컬처에 대한 높은 선호에도 불구하고 글로벌 협업은 원활하지 않은 상황

공동제작	▲(홍콩) 순제작비 최소 30% 홍콩 내 집행, 작품 당 최대 약 15억원 지원 ▲(일본) 일본 내 최소 500만엔 집행, 순제작비 20% 이내로 최대 약 10억원 상한 지원 ▲(프랑스) 프랑스 내 최소 60% 이상 제작비 집행, 공동제작 최대 7.5억원 지원
로케이션 인센티브	▲(일본) 제작비 50% 환급, 상한액 없음, ▲(사우디아라비아) 제작비 40% 환급, 상한액 없음, ▲(몽골, 대만) 제작비 30% 환급, 상한액 없음

【현장의 목소리】

- “해외 OTT 플랫폼과의 공동제작 등을 활발히 지원하여 글로벌 수요에 부합하는 다양한 콘텐츠 공급 필요” (‘25.11.27. 정책자문위)
- “글로벌 메이저 스튜디오와 공동제작 시 콘텐츠의 가치가 달라진다는 장점이 존재함. 천 원에 팔던 콘텐츠가 5천 원이 되는 원리” (‘25.10.27. FGI)
- “한국 배경이 중요함에도 세금 혜택 때문에 해외 촬영을 선택하는 사례가 존재함. 해외에서 한국과 일하려고 왔다가 혜택이 없어 돌아가는 경우가 많아 수출지원 뿐 아니라 해외 프로젝트 유치 위한 정책적 지원 필요” (‘25.10.27. FGI)

◇ 〈정책방향〉 K-컬처에 대한 대외적 관심 활용, 정책적 우대를 강화하여 한국을 글로벌 방송영상제작 허브로 구축

□ 국내 제작 역량과 현지 기획력의 조화, 국제 공동제작 활성화

○ (해외플랫폼 협업 활성화) 국내 제작사의 글로벌 제작 경험 및 해외 유통관로 확보를 위한 글로벌 플랫폼과의 공동제작 강화(‘26년 68억원)

* 콘진원-viu, 라쿠텐비키, 드라마박스, 「글로벌 사업자와 콘텐츠 제작·유통을 위한 상호협력에 관한 업무협약」 체결(‘24, ‘26.)



■ (지원 사례) <열두 바다(Mad About Seafood)>

- (제작사) 스튜디오 잔치 & 英 BBC Studios 공동제작
- (방영) ‘26.3. BBC 아시아채널 선공개 / ‘26.4. KBS 2TV·넷플릭스 방영
- (지원) 콘진원의 ‘24년 글로벌 플랫폼(BBC) 연계형 제작지원작

○ (해외 협업 수요 확대) 해외 방송마켓 계기, 국내 제작사·VFX기업·스튜디오의 비즈매칭(피칭, 쇼케이스 등) 지원 확대(‘26년 20억원)

□ 해외 제작 수요 유인을 통한 글로벌 방송영상 제작 허브화

- (로케이션 지원) K-컬처에 대한 글로벌 선호도가 높은 시기, 우수한 제작인력과 인프라 기반으로 글로벌 방송영상 제작 수요를 흡수할 수 있도록 로케이션 인센티브 대폭 확대('27년~)



지원사례 <파친코 2>

■ 참고 : 해외 영상물 로케이션 인센티브 사업

- (대상) 외국 제작사가 국내에서 촬영·제작하는 영화·영상물
- (지원내용) 국내 촬영비용의 일부 사후 지원 (규모별 30~40%)
- (기대효과) 국내 제작인력 고용 활성화 및 역량강화, 촬영지로의 방한 관광 유치 등

- (로케이션 연계 후반작업 비용 지원) 해외 제작사가 국내 촬영후 국내 업체를 통해 후반작업(AI·VFX 등) 진행 시 지출 비용의 일정 부분을 추가 인센티브로 지급하는 방안 도입 검토('28년~)

□ 아시아 최대 규모 행사 개최, 방송영상산업 내 위상 강화

- (국제방송영상마켓 위상 강화) BCWW를 명실상부한 아시아 최대 규모 행사로 격상하고, 주빈국 초청을 정례화하여 핵심시장과의 교류 강화 및 글로벌 방송영상산업 리더십 구축('26년 13억원)

■ 국제방송영상마켓(BCWW : BroadCast WorldWide)



- ▶ (일시/장소) 매년 9~10월 / 서울 코엑스
- ▶ (목적) K-방송·OTT 영상콘텐츠 수출 지원을 위해, 글로벌 산업 관계자들이 참가하는 국제 B2B(수출상담, 쇼케이스 등) 마켓 개최
- ▶ (내용) ▲플랫폼·제작사 부스 및 홍보관 운영, ▲K-콘텐츠 피칭·쇼케이스, ▲산업 트렌드 컨퍼런스 등
- ▶ (주요성과) '25년, 상담건수 2,123건 및 상담액 2억 4천만불 등

- (아시아드라마컨퍼런스 개최) 높아진 K-드라마 위상 고려, 과거 국내 주도로 개최하며 한·중·일 교류의 장이 되었던 '아시아드라마 컨퍼런스'의 국내 개최 재개 추진('28년~)

- ◇ 〈현황〉 K-콘텐츠에 대한 관심도가 지속 상승*하는 가운데, K-콘텐츠 중 호감도 1위는 예능(77.4%), 3위는 드라마(76.8%)로 방송영상콘텐츠가 한류 열풍을 주도하는 추세

* 전년대비 한국 문화콘텐츠에 대한 관심도 증가했다는 의견 53.2%, 자국민 관심도 증가 의견 55.3%, 소비지출 의향 증가 의견 44.5%

【현장의 목소리】

- "해외에 나가면 한류 열풍을 실감, 놀라울 정도로 많은 사람들이 출연진, PD 등을 알아보고, 열성팬들은 입국일에 공항에서 대기하기도 함" ('25.12.22. 제작사 간담회)
- "외국인 관광객이 많은 명동, 홍대 등 주요 거점에서 팝업을 운영하고 굿즈를 판매할 수 있도록 지원하는 등 한류를 활용한 적극적 정책 필요" ('26.4.24. 업계 간담회)
- "해외마켓에서 비즈매칭 기회를 얻는 건 정부 지원 없이 얻기 어려운 기회" ('25.12.22. 제작사 간담회)

- ◇ 〈정책방향〉 방송영상산업 국제교류 확대 및 한류 지속 확산을 위한 기반 구축

□ 케이컬처의 지속 확산 기반 조성

- (체계 마련) K-컬처 지속 확산을 위해 재외문화원을 중심으로 한 '코리아센터' 확충('26년 6개소 → '30년 21개소) 및 재외문화원 확대('26년 35개소 → '30년 46개소)
 - (인프라 조성) K-컬처 콘텐츠 및 연관산업의 해외수출 활성화를 위해 부처 합동 해외홍보관(KOREA360) 운영 확대('26년 180억원)
 - (인력 양성) K-콘텐츠·문화 분야 전문 번역 인력의 체계적 양성을 위한 번역전문대학원 개교 추진('27.9월 예정)
- * 한국문학번역원 번역아카데미 정규과정('08년~/연 60여명)을 석사 학위과정으로 전환

□ 케이컬처 소비층 확대를 위한 문화교류 확대

- (문화전문가 교류 확대) 다국적 문화전문가와 공동 협력 프로젝트 도출·실행, 워크숍 및 네트워크 플랫폼 운영 등 상호 교류('26년 15억원)
- (한-아세안 동반성장) 한-아세안 문화예술 전문가, 기관 등 참여 · 미래혁신 문화 포럼, · 실무 협의체, · 문화혁신 협력 허브 등 체계 구축('26년 10억원)

- (전문인력 인재 양성 ODA) 지속 가능한 한류 확산을 위해 동남아 등 인접국에서 K-콘텐츠산업 인재 양성 경험 공유 (인도네시아, '26년 12억원)
- (케이컬처 연계 마케팅) 해외수출 K-방송영상콘텐츠에 케이컬처 제품의 간접광고* 및 해외 판촉 지원('26년 56억원)

* 드라마·예능 프로그램과 적합한 상품 매칭, OTT 또는 현지 채널을 통해 해외 방영

■ 케이컬처 한류 마케팅 지원 실적



- (작품명) 화려한 날들
- (플랫폼) 넷플릭스
- (지원사항) 드라마에 K-푸드 제품 간접광고 지원
- * 최고시청률 17.5% 달성 및 수출 증가



- (작품명) 파김치갱
- (플랫폼) 유튜브
- (지원사항) 예능에 K-푸드 제품 간접광고 지원
- * 유튜브 조회수 87만회 티빙 시리즈 최초 공개

□ 국내외 케이컬처 행사 개최로 방송영상콘텐츠 흥행 기반 강화

- (관계부처 합동 K-엑스포 개최) 콘텐츠·연관산업의 공동 해외진출 촉진을 위한 부처 합동 한류 박람회 'K-엑스포' 개최('26년 130억원)

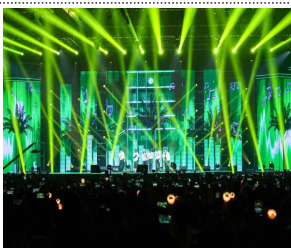
* '26년 미국(LA), 프랑스(파리), 멕시코(멕시코시티) 개최

<'26년 부처합동 한류 박람회 주요성과>

개최 장소	개최 기간	B2B 수출상담				B2C방문
		국내기업	바이어	상담건수	상담액(\$)	
미국(LA)	'26.5.23~5.26	131	90	280	6,508만	4만 1천명
프랑스(파리)	'26.6.16~6.19	120	124	575	5,210만	3만 5천명

- (국내 한류종합행사 '마이케이페스타' 개최) 드라마·영화·K-팝 등 K-콘텐츠를 중심으로 푸드, 뷰티 등 한류 산업을 융합하는 K-컬처 수출 행사 개최('26년 81.5억)

■ 2026 마이케이 페스타(MyK FESTA) 개최 성과



- ▶ (일시/장소) '26.6.25.(목)~28.(일) / 일산 킨텍스, 소노캄 고양
- ▶ (구성) ▲ 산업전시 ▲ 수출상담회 ▲ K-팝 콘서트 ▲ 컨퍼런스 등
- 관계 부처 공동 개최(푸드 - 농식품부·해수부, 뷰티 - 복지부)
- ▶ (주요성과) '26년 관람객 56천명(방한객 18천명), B2B 참석(국내 201개사, 해외 151개사), 수출상담 1,903건 및 MOU 17건(현장 거래액 393.5억원, 후속 협의 예정 상담액 3,891.7억)

1 시대를 선도하는 방송영상산업 전문인력 육성

- ◇ 〈현황〉 AI 기술 발전 및 신유형 장비 등장으로 기술에 대한 이해를 지닌 인력은 늘었으나, 영상 문법에 대한 이해를 겸비한 인력은 부족한 상황

【현장의 목소리】

- “AI 플랫폼을 개발하는 것만큼이나 중요한 것은 여러 AI 툴을 각테일처럼 섞어 활용할 줄 아는 능력을 갖추 수 있도록 지원하는 것” (‘26.4.24. 업계 간담회)
- “AI 제작인력을 채용하려 해도 뽑을 사람이 없음. 촬영 구도나 영상 이론을 모르니 커뮤니케이션이 안 됨. 차라리 기존 인력을 교육시키는 것이 빠름” (‘25.10.27. FGI)
- “AI 사용법만 가르쳐서는 안 되고, 실제 어떻게 쓸 수 있는지 경험하게 해주어야 함. 교육받은 친구들을 인턴으로 보내 현장 전문가와 섞이게 해야 함” (‘25.10.27. FGI)

- ◇ 〈정책방향〉 민·관·학이 연계하여 첨단 기술·장비에 대한 이해와 영상 촬영 기법에 대한 기본기를 겸비한 현장형 인력양성 추진

□ 방송영상산업을 진두지휘하는 전문인력 양성

- (OTT·콘텐츠 특성화 대학원) 방송영상 분야에 확대되고 있는 AI 활용에 대응, 교육과정 내 AI 총괄 기획·관리 교과목 편성(‘26년 19억원)

< OTT·콘텐츠 특성화 대학원 >

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
마케팅·유통	제작 이후 마케팅·유통 고려한 전문 트랙 운영
현장 실무능력	취창업 능력 개발을 위한 단계별 커리어 부트캠프 실시
+	
AI 기술 총괄 기획·관리	방송영상분야 AI 기술 활용 총괄 기획·관리 교과목 편성

□ 최신 기술·노하우 전수로 현장 종사자 역량 강화

- (현장종사자 대상 생성형 AI 교육) 영상콘텐츠 분야 종사자 대상 생성형 AI 활용법 교육, 영상문법에 대한 이해와 AI 활용 능력을 겸비한 전문인력육성으로 업계 생산성 향상 유도(‘28년~)

- (글로벌 OTT 노하우 전수) 글로벌 OTT 플랫폼 넷플릭스와의 협업을 통해 방송영상산업 글로벌 제작·연출 전문가 초빙, 방송영상분야 종사자 대상 노하우 전수 등 역량 강화 교육 진행('26년 10억원)

■ OTT·방송영상콘텐츠 전문인력 양성 교육 현장



프로덕션 사운드 워크숍



시리즈 기획·연출 워크숍



VFX·버추얼 프로덕션 워크숍

□ 방송영상산업 미래를 이끌 청년 인력 양성

- (방송영상제작사 연계 실무 인력 양성) 방송영상분야 종사 희망 청년을 대상으로, 제작사와 연계한 실무 교육과정 운영('26년 15억원)
- (프로듀서 양성) 이론-멘토링-현장실습(제작사 연계)으로 이어지는 전문 프로듀서 양성 교육과정 운영('26년 8.6억원)
- (프로젝트 실습) OTT 플랫폼 송출을 목표로 기획-촬영-편집 제작 전 과정에 이르는 실습 교육으로 OTT 특화 인재 양성('26년 6.2억)

< K-글로벌 방송영상콘텐츠 교육 개요 >

- ▶ (사업목적) 글로벌 미디어 환경에 대응할 수 있는 실무형 인력 양성
- ▶ (수행기관) 한국드라마제작사협회(소속 회원사 연계 실습 교육)
- ▶ (사업예산) 15억 원('26년)
- ▶ (지원대상) 대학 졸업자 또는 졸업 예정자로 만 34세 이하 청년, 연간 70명 교육
- ▶ (교육과정) ▲기획·제작·마케팅 과정, ▲OTT 콘텐츠 특화 과정, 총 2개 과정 운영

- (뉴미디어영상콘텐츠 청년PD 육성) 1인 기획·촬영·편집·후반작업이 가능한 청년 PD 육성, 뉴미디어영상콘텐츠 업계 인력 수요에 맞춰 실무 교육 후 인턴십·고용 연계 지원('28년~)
- (청년 창작자 양성) 콘텐츠 창의인재동반사업의 도제식 멘토링을 통한 프로젝트 기반 교육으로 실무중심의 청년 창작자 양성('26년 98억원)

- ◇ 〈현황〉 글로벌 경쟁 심화로 최신 기술을 활용한 작품 퀄리티 향상 및 제작비·제작기간 축소가 중요 과제로 대두

【현장의 목소리】

- "AI 기반 슷폼·마이크로드라마 영역에서는 이미 중국이 물량과 가성비로 시장을 압도하고 있으며 정부 차원의 지원 필요" (25.12.22. 제작사 간담회)

- ◇ 〈정책방향〉 막대한 비용·시간이 소요되는 전통적 제작 방식에서 탈피, AI·버추얼프로덕션 등 신기술 바탕 영상 콘텐츠 제작역량 강화 추진

<버추얼 프로덕션 개념>

- ▶ 기술을 사용하여 디지털 세계와 물리적 세계를 실시간으로 연결하는 방식의 영상 제작 기법 전반을 통칭하는 개념
- ▶ 스튜디오·세트장에서 위치센터와 트래킹센서가 장착된 카메라로 배우 등 실사와 배경영상을 스튜디오의 LED 월 그라스크린 등에 재현하여 실시간으로 촬영하거나 후반에 합성하여 재현하는 기법
- ▶ CG가 이미 구현된 환경에서 촬영을 진행할 수 있어서 배우 등의 물입을 도울 수 있음

□ 방송영상산업 분야 AI 활용 인프라 개선

- (콘텐츠기업 AI 기술 도입·활용 지원) 방송영상콘텐츠 기업이 AI 기술을 업무 효율화 도구로 활용할 수 있도록 지원('28년~)
- 방송영상콘텐츠 기업과 기술기업 컨소시엄 형태로 지원, 경영·제작·유통 등 콘텐츠 기업에 특화된 AI 솔루션이 내재화될수 있도록 지원

< 콘텐츠기업 AI 활용 혁신지원 예시 >

	경영	기획·구상	제작	후반·수출	유통·고객관리	품질관리
활 용 예 시	인력 운영 재무 관리 라이선스 관리 에셋 관리	맞춤 IP 발굴 유사도 검증 시장 분석 고도화 검색	음성합성 디에이징 디지털휴먼 3D 에셋변환 스타일전환 등	업스케일링 맥락기반번역 더빙·자막 규격변환 보정 자동화	마케팅 분석 반응 분석 리스크 탐지 맞춤형 추천	이력 관리 유해성 감지 신뢰성 검증 품질 평가

- (문화데이터 구축) 한국적 공간 등 핵심 문화자원을 '골든데이터'로 발굴, 콘텐츠·AI 기업 경쟁력 제고 및 신규사업 창출('28년~)

* (문화자산 발굴) 전통문화장소 등 핵심 문화자산(골든데이터) 기획·구축

- (R&D) 전문 촬영감독 기법 특화 AI 영상제작 기술, 아카이브 영상의 단절·손실 등을 화면 규격 맞춤형으로 생성하는 AI기술 개발 ('26~'28년, 82억원)

□ 신기술 활용 방송영상콘텐츠 기획·개발 지원

- (신기술 활용 기획개발 지원) AI를 비롯한 신기술 활용 콘텐츠 기획·개발 시도를 장려하여 방송영상콘텐츠의 혁신 유도
- 국내 방송사·제작사 대상으로 신기술 기반 기획안·트레일러 영상 제작 등 기획·개발 단계 비용 지원('26년 21억원)

<신기술 기획개발 Lab 운영 지원 성과>

■ (지원 사례1) <MATEO>	■ (지원 사례2) <더 프라임 패턴: 에코>
	
▶ 기획·연출·이미지·음성 생성 전 과정 AI 100% 활용 ▶ 제1회 대한민국 AI 국제 영화제 대상 수상 ▶ 국내 주요 OTT 공식 편성	▶ 뉴미디어랩에서 개발된 기획안, KT 단독 투자배급 ▶ 전국 CGV 상영 ▶ 대한민국 AI 콘텐츠 어워즈, SGAFF 등 수상

□ 버추얼 프로덕션 제작 활성화 및 세제 지원

- (버추얼 프로덕션 활용 기술 세제 지원) 버추얼 프로덕션 활용기술 (신성장·원천기술*) 연구개발 비용에 대한 세액공제 활용 확산('27년~)
- * 가상현실(VR), 증강현실(AR) 콘텐츠 기술, 오감체험형 4D 콘텐츠 제작기술 등을 신성장·원천기술로 지정 중

- (버추얼 프로덕션 활성화) 버추얼 프로덕션에 대한 업계 내 홍보·교육 및 디지털에셋 활용 방식 안내 등 신기술을 활용한 제작비·제작 기간의 획기적 절감 유도(계속)

* △(역사물) 궁궐, 성곽, 육조거리, 문화유산 등, △(현대물) 도시 풍경, 지하철 등 출퇴근 장면, △(자연) 독도, 한라산, 백두산 등, △(국가시설) DMZ, 공항 등 주요 국가 시설

■ 버추얼 스튜디오 (스튜디오 큐브 內)	■ 버추얼 프로덕션 활용 장면 예시
	
▶ 대전 유성구 소재 ▶ '25.12월 개관 ▶ 세계 2위 규모 LED월 (60M×8M) 및 인카메라 기반 가상제작 스튜디오	
스튜디오 내부	촬영 장면 (C 스튜디오)
	방영 화면 (눈물의 여왕)

□ 첨단 촬영·제작 인프라 구축 및 업계 활용도 제고

- (첨단 촬영설비 구축) '06년 설치 후 노후화된 DMS 방송 제작시설*과 스튜디오를 리모델링하여 최신 촬영·후반제작 설비 구비('26년 67억원)

* (DMS 스튜디오) '06.11. 개관, 서울 상암동 소재 공공 스튜디오(콘진원 운영)

** (사례) ▲이태원클라쓰(드라마, 후반제작), ▲로스쿨(드라마, 후반제작), ▲동치미(예능, 촬영)

- (스튜디오 큐브 활용 지원) 실내외·수상·버추얼 촬영이 모두 가능한 국내 유일의 다목적 스튜디오인 스튜디오 큐브의 활용도 개선을 위해,
 - 장기 대관 및 콘진원 제작지원작 우대, 후반제작 연계 지원 등 기존 지원사업과의 연계 강화 추진

■ 방송영상분야 공공 스튜디오 현황

구분	스튜디오 큐브	디지털 매직 스페이스 (DMS)	빛마루 방송지원센터
소재지	대전 유성구	서울 상암동	경기 고양시
개관일	'17. 9월.	'06. 11월	'13. 12월
규모	지하 1층, 지상 2층	지하 2층, 지상 12층	지하 4층, 지상 20층
연면적	32,088㎡	16,425㎡	56,587㎡
대지면적	64,786㎡	3,305㎡	10,702㎡
주요시설	중대형 스튜디오 5개실, 수상해양복합촬영장(수상 및 일반촬영 가능한 다목적 시설) 야외 촬영장, 미술센터 등	스튜디오 3개실, 후반제작시설, 사무실 등 ※ '26년 리모델링 추진	스튜디오 6개실, 편집실, 녹음실 등
건립예산	797.2억원 (국비 787, 지방비 10.2)	484억원 (국비 278, 방발기금 206)	1,172억원(건축비/문체부) * 1,104억원(부지매입비/과기부)
사진			

◇ 〈현황〉 OTT 서비스 보편화, 뉴미디어영상콘텐츠 산업 급성장 등 영상 산업 환경 변화에 따라 법제 정비 및 제도개선 요구 확대

【현장의 목소리】

- “뉴미디어영상콘텐츠 역시 IP가 핵심인 콘텐츠 산업의 일부, 콘텐츠 산업 전반을 포괄적으로 지원해 온 문체부 중심의 정책 체계 정립 필요” (‘26.3.26. 공청회)
- “영상콘텐츠라는 상위 개념을 도입해 영화, 방송영상, 온라인영상, 애니메이션 등을 포괄 진흥할 필요” (‘26.3.27. 방송영상리더스포럼)
- “숏드라마는 실시간 조회수에 따라 수차례 재편집 거치는 특성, 자체등급분류 도입을 통한 심의 절차 간소화 절실” (‘26.4.24. 뉴미디어영상업계 간담회)

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

□ 영상콘텐츠산업의 체계적 진흥을 위한 법제 정비

- (영상콘텐츠 통합 법제 마련) 오늘날의 영상산업 환경을 반영하여 영상콘텐츠 전 영역을 아우르는 통합 법제 마련 추진(‘26년~)
- 현행 「영상진흥기본법」을 전부 개정하여 전 장르(영화, 방송영상, 온라인 영상콘텐츠, 애니, 뉴미디어영상 등)를 포괄적으로 진흥하기 위한 법적 근거 마련

<영상진흥기본법 전부개정안(‘26.6.22 발의) 내 진흥 규정 신설·보완 사항>

보완	제작지원 ^{제7조} , 인력양성 ^{제9조} , 연구개발 ^{제11조} , 해외진출 ^{제13조} , 영상자료보존 ^{제17조} 등
신설	기본계획수립 ^{제5조} , 지식재산권보호 ^{제10조} 투자·금융기반 조성 ^{제12조} , 다중언어 제작 ^{제14조} , 해외공동제작활성화 ^{제15조} , 공적개발원조 ^{제16조} , 공정유통환경조성 ^{제18조} , 영상콘텐츠사업자보호 ^{제19조} , 표준계약서 제·개정 ^{제20조} , 이용자 보호 ^{제21~22조}

- 향후 「영화비디오법」 내 진흥·규제·기금 등 일부 조항을 이관하여 영상콘텐츠 장르 전반의 산업 진흥 및 권익 보호 기틀 마련
- (뉴미디어영상콘텐츠산업 지원 근거 마련) 뉴미디어영상콘텐츠산업*의 급속한 성장에 따라, 뉴미디어영상콘텐츠산업과 콘텐츠 크리에이터 전주기 지원 근거 마련을 위한 법제 정비 추진(‘26년~)

* ▲ 유튜브 영상, ▲ 숏폼 영상, ▲ 버츄얼 휴먼 영상, ▲ AI 활용 영상 등 포함, 현행 「영비법」상 온라인 비디오물의 일종이자 「문산법」상 사용자제작문화콘텐츠에 해당

□ 방송영상콘텐츠의 다양성과 참신함을 위한 규제 정비

- (자체등급분류 분야 확대) 자체등급분류 제도는 창작의 자유를 존중하고 최신 작품을 신속히 유통하기 위해 마련된 자율 규제로,
 - 숏드라마 등 뉴미디어영상 분야 자체등급분류사업자 지정*을 확대하여 급변하는 시청 트렌드를 빠르게 반영할 수 있는 유통환경 조성

* 뉴미디어영상콘텐츠 분야 플랫폼(13개) 대상 자체등급분류사업자 지정('26년 기준)

- (외주제작비율 합리화) 방송영상콘텐츠의 다양성 확보와 제작 생태계 유지를 위해 방송사의 외주제작비율 합리화 추진(계속)

□ OTT·크리에이터 산업의 체계적 지원을 위한 실태조사 강화

- (OTT 콘텐츠 시청통계 조사 추진) 토종·글로벌 OTT 사업자 대상으로 유통 중인 콘텐츠의 조회수·누적시청시간 등 시청통계 조사 추진, 플랫폼별 흩어진 K-콘텐츠의 성과 데이터 취합('27년~)
- (콘텐츠크리에이터 IP 실태조사 추진) 뉴미디어영상콘텐츠 분야 오리지널 IP 보유한 콘텐츠 크리에이터 대상 실태조사 실시('27년~)

* (조사항목(안)) ▲매출액, ▲종사자 수, ▲계약·거래 실태, ▲IP 비즈니스 모델 분석 (글로벌 IP 확장 포함), ▲저작권 관리·침해 현황, ▲AI 기술 활용 현황 등

□ 공정한 콘텐츠 IP 비즈니스 환경 조성을 위한 제도개선

- (영상저작물 특약 이용 안내) 정부 제작지원 작품 대상 창작자(감독, 작가 등)가 제작사·OTT 등과 저작재산권을 공유하거나 적정 대가를 협의할 수 있도록 저작권법상 명시된 특약* 이용 안내(계속)

* 저작권법 100조는 영상제작자가 제작에 협력하는 창작자들의 권리를 양도받는 것으로 추정하나, 특약을 체결하여 창작자도 권리를 보유하거나 대가 협의 가능토록 규정

- (창작자 단체 역량 강화) 플랫폼과의 IP 협상력 강화를 위해 저작권 맞춤형 교육 지원* 등 창작자 단체 역량 강화 지원(계속)

* ▲(오프라인) 산업현장 종사자 대상 맞춤형 찾아가는 저작권 교육 실시, ▲(온라인) 저작권 원격교육시스템(저작권 e배움터)을 통한 저작권 온라인 교육 운영 등

1 자유롭고 공정한 방송영상 제작환경 조성

◇ 〈현황〉 방송영상업계 내 표준계약서 활용률*은 지속적으로 높아지고 있으나, 공정한 제작환경 조성을 위한 꾸준한 노력 필요**

* 방송분야 표준계약서 활용률 100%(외주제작),

** 계약 체결 및 이행상 불공정 자주 있음 38.4% (2025 노동환경 실태조사, 콘진원)

【현장의 목소리】

- “제작사·플랫폼·방송사 모두 사정이 어려우니 동반성장 방안 필요” (‘25.12.22. 제작사 간담회)
- “방송업계는 알음알음 일감을 찾기 때문에 평판이 중요, 서면계약 요구 어려움” (‘25.10. 노동환경 실태조사 FGI)
- “자유로운 출퇴근, 업무량에 비례한 보수, 적은 세금 등으로 대체로 프리랜서 계약 선호, 신입직원은 상대적으로 서면계약 선호”(‘24.10. 노동환경 실태조사 FGI)

◇ 〈정책방향〉 외주거래 공정 관행 조성 및 종사자 권리 보호, 제작사와 플랫폼사 동반 성장 지원

□ 방송영상분야 공정 생태계 조성 위한 제도개선 지속

- (실태조사 고도화) 방송사-제작사간 방송프로그램 외주제작 거래 실태조사 정례 시행 및 조사항목 고도화(계속)
- (표준계약서 개정) OTT 플랫폼 등 변화한 산업환경을 반영한 방송분야 표준계약서 개정 추진, 제작지원작 대상 표준계약서 의무 사용 점검 강화(‘27년~)

<방송분야 표준계약서 현황>

구분	대상	주요 내용	제정
프로그램	제작계약서	▶ 방송사, 제작사 부담하는 제작비 내역 ▶ 권리 수익배분 비율 등	‘13.8
	방영권구매계약서		
스태프	표준근로계약서	▶ 방송스태프 계약기간, 업무내용, 임금 등 ▶ 불공정 계약 방지 ▶ 안전배려 의무 ▶ 스태프 임금 미지급 방지	‘14.8
	표준하도급계약서		
	표준업무위탁계약서		
방송작가	집필표준계약서	▶ 원고료 지급기준 명시, 부당계약 취소금지 ▶ 저작권 및 2차 이용시 사용료	‘17.12.

□ 방송영상산업 종사자 경력 개발 및 복지 확대

- (크리에이터 권리 보호) 문화산업진흥기본법 시행령 개정 통해 문산법 제2조 제1호 사목의 '사용자제작문화콘텐츠' 정의 추가, 콘텐츠 크리에이터 관련 표준계약서 고시 근거 마련('26년~)
- (사회보험) 산재보험·국민연금 보험료 지원, 산재보험 가입 활성화를 위한 보상 사례 발굴 및 홍보 강화('26년 15억원)
- (예술인 자녀돌봄 지원) 예술인* 자녀 대상 돌봄시설 확대를 통한 지역 예술인 돌봄 접근성 강화 및 창작활동 지속 가능성 제고('26년 9억원)
* 예술활동증명 완료 예술인의 24개월 ~ 만10세 자녀

□ 노동환경 개선 및 안전한 제작 환경 조성

- (노무컨설팅) 방송 분야 기업 및 종사자·프리랜서 노무 컨설팅 지원(계속)
- (안전교육·지도) 방송 제작현장 안전교육 및 고위험 현장 세트 설치·해체 등 관련 안전지도, 제작현장 응급 차량·구조사 파견 등 확대(계속)
- (성폭력·성희롱 교육) 지원사업 수혜기업, 방송 분야 제작사 및 제작스태프, 예비종사자 대상 성폭력·성희롱 예방 교육 지속 추진(계속)
- (노동환경 실태조사) 방송영상산업 종사자의 직군·직무 분석 및 계약형태, 노동시간·보수 등 노동환경 조사 연 1회 정례 실시(계속)

2

K-콘텐츠 IP를 수호하는 저작권 보호 체계 구축

◇ 〈현황〉 최근 디지털 신기술을 활용한 방송영상 등 해외 한류 콘텐츠에 대한 불법 유통 확산*, 콘텐츠 기업의 매출 누수 심각 및 생태계 구조 훼손

* 해외 한류콘텐츠 불법유통량 중 방송 등 영상스트리밍은 1억 6천여개(33.4% 차지)

【현장의 목소리】

- "오리지널 콘텐츠 제작에 대규모 자금이 투입되지만 출시 후 바로 불법사이트에 올라오는게 현실"
- "대형 불법 사이트의 수명을 단축시키는 것만으로도 합법 플랫폼의 매출 회복에 도움 될 것"
- "사이트 폐쇄 후 운영 재개될 수 있어, 국제공조 등을 통한 운영진 검거와 실질적 처벌 중요"

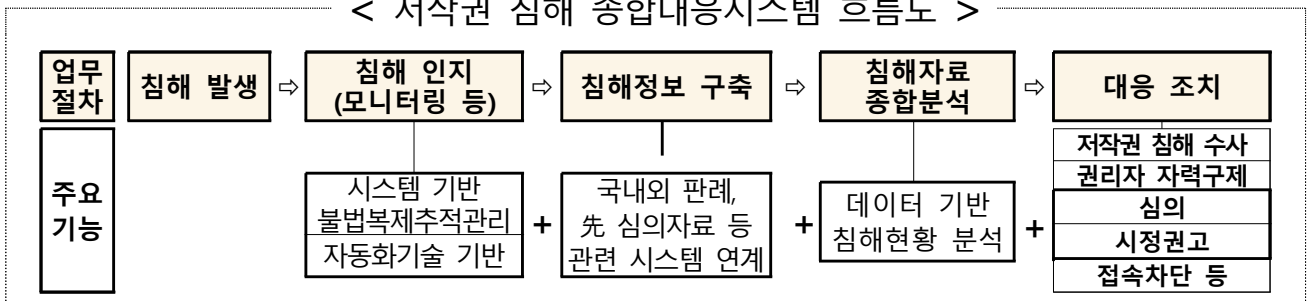
◇ 〈정책방향〉 K-콘텐츠 저작권 보호 체계 강화 및 국제공조 확대

□ 즉각적인 저작권 침해 대응체계 마련

○ (종합대응시스템 고도화) 저작권 침해에 대해 모니터링부터 수사 지원까지 연계하는 종합대응시스템 구축('26년 10억원)을 통해 방송 영상콘텐츠 저작권 보호 강화

- (침해인지) 국내 불법 유통에 대한 재택 모니터링단 운영(미취업청년 등 총 170명), K-콘텐츠 침해 주요 언어별(10개) 현지 불법 유통 모니터링

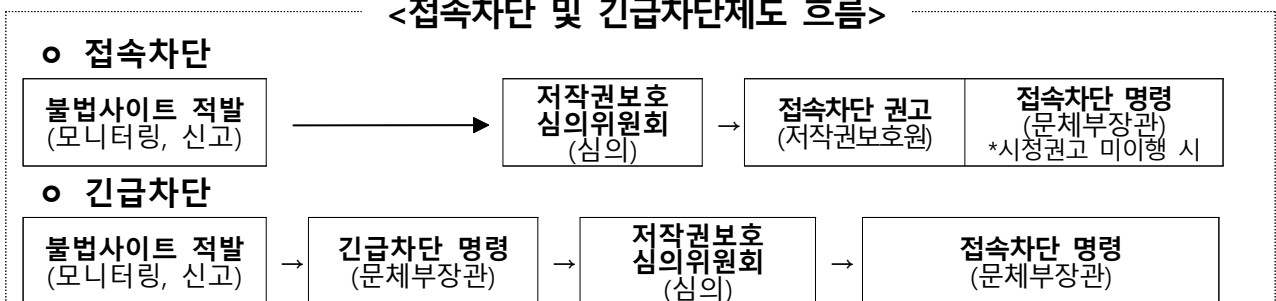
< 저작권 침해 종합대응시스템 흐름도 >



○ (접속·긴급차단제 시행) 해외 서버를 둔 콘텐츠 저작권 침해 불법 사이트에 대해 문체부의 접속차단 및 긴급차단 시행('26.5월)

* (긴급차단) 불법사이트 적발 즉시 문체부 장관이 '우선' 차단 명령 후 저작권보호심의위 심의의결을 거쳐 확정하여 저작권 피해 최소화

<접속차단 및 긴급차단제도 흐름>



- (법집행력 강화) 징벌적 손해배상 도입 및 형사처벌 기준 상향 등 시행으로 방송영상콘텐츠를 비롯한 콘텐츠 전반의 저작권 침해에 대한 권리자 보호 및 대응 강화('26.8월)

* △(징벌손해배상) 고의 침해 시 손해액의 5배까지 배상, △(처벌기준) 5년 이하 징역 또는 5천만원 이하 벌금→7년 이하 징역 또는 1억원 이하 벌금으로 상향

□ 저작권 보호를 위한 국제공조 강화

- (국제공조 수사) 온라인 저작권 침해 대응을 위해 국제형사경찰기구(인터폴)와 협업하고 각국 수사기관과 수사기법 공유 및 인적 교류 확대(계속)

* 인터폴과 '온라인 불법복제 대응(Interpol Stop Online Piracy)' 프로젝트 운영(2차, '25~'29년)

- (해외 정부와의 공조) 방송영상콘텐츠 주요 소비국 중심, 현지 정부 및 기관과 협력체계*를 구축하여 저작권 침해에 공동 대응(계속)

* (주요 MOU 체결 현황) 한·인니 지식재산청, 한·필리핀 국가수사국, 한·베트남 공안 등

□ 저작권 보호 분야 민관협력 및 홍보활동 강화

- (민간역량 강화) 방송영상 등 콘텐츠 업계를 위한 맞춤형 해외저작권 보호 바우처* 및 '저작권해외진흥협회(COA)'의 자력구제 활동** 지원(계속)

* (해외바우처) 방송, 영화 등 분야 기업, 법률컨설팅, 불법유통 감시, 소송 비용 등 지원

** (자력구제 지원) MBC 등 총 22개 권리사로 구성된 저작권해외진흥협회(COA)의 불법유통 감시·사이트 폐쇄, 해외 민간기관과의 협력 비용 등 지원

- (한류콘텐츠 침해 실태조사) 드라마·영화 등 해외 한류콘텐츠 저작권 침해 사이트 실태조사를 통해 권리자 제공·수사 등 활용('26년 4.5억원)

- (홍보활동 강화) 방송영상업계 대상 접속차단 제도 등 저작권 보호 정책 중점 안내, 콘텐츠의 합법 이용 활성화 독려 등 홍보 추진(계속)

* 저작권 보호 홍보대사 위촉, 저작권보호제도 안내 이벤트 추진, 주요 웹툰 작가 중심 시리즈 형식(숏폼 등) 캠페인 전개 등

- ◇ 〈현황〉 방송영상산업 인프라의 지역별 불균형 존재, 플랫폼 다양화에 따른 비용 부담으로 콘텐츠 향유 기회 양극화 심화

【현장의 목소리】

- "수도권 인근에 드라마·영화 업계 공용 세트장 건립 필요" ('26.2.12. 정책자문위)
- "지역방송사 수익감소로 지역 제작환경 악화, 정부 관심 필요" ('26.2.12. 정책자문위)
- "글로벌 시장에서 우리 지역의 이야기를 담은 콘텐츠를 공급할 수 있도록 관련 지원 필요" ('25.12.3. 정책자문위)

- ◇ 〈정책방향〉 지역 방송영상산업 활성화를 위해 지역 창작자·제작사 육성 및 보편적 향유권을 보장하기 위한 콘텐츠 접근성 개선

□ 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(계속)
- (지역 기반 제작사 육성) 지역거점형 기업육성센터 내 지역 기반 독립제작사 특화 공간 조성 및 제작·편집시설 고도화 지원(계속)
- (제작지원) 지역기반형 콘텐츠코리아랩·지역문화재단 연계 지역의 특색있는 자원 활용 다큐 및 웹 예능·드라마 제작 지원(계속)

□ 지역별 특화 콘텐츠 개발 지원 및 인력 양성

- (개발지원) 지역특화 소재를 활용한 콘텐츠 개발 지원으로 지역 콘텐츠 창작 기반 마련('26년 163억원)
- (지역방송 인력 양성) 한국케이블TV협회와 연계하여 지역 SO·PP 소속 PD·작가 대상 교육 지원 추진('28년~)
- (지역 특화 행사) 부산콘텐츠마켓('26년 5억원)-아시아콘텐츠필름마켓('26년 6억원) 연계 개최 등 영상콘텐츠를 향유할 수 있는 B2C·B2B 지역행사 확대 개편 도모

□ **방송영상콘텐츠 향유 기반 확대**

- (통합문화이용권) 기초생활수급자·차상위계층 대상 문화 향유를 지원하는 통합문화이용권 사용처에 OTT* 포함('26년 2,914억원)
* 티빙, 웨이브, 왓챠, 넷플릭스, 디즈니플러스에서 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(계속)

□ **장애인 접근성 개선으로 보편적 향유 권리 보장**

- (후반작업 지원) 방송영상콘텐츠 후반작업 지원 시 장애인의 시청각 접근성 제고를 위한 자막 음성변환(TTS) 등도 함께 지원(계속)
- (화면해설방송 제작) OTT 주요 작품을 대상으로 화면해설방송 제작을 지원, 시각장애인의 영상 향유권 강화('26년 10억원)
- (앱 접근성 개선) 국내 OTT 어플리케이션 UI 개선을 통해 시각장애인의 사용 편의 증진(계속)

V. 추진 일정

추진전략 및 세부추진과제	담당 부서	추진일정				
		'26	'27	'28	'29	'30
① 방송영상콘텐츠 IP 확보 및 신산업 육성						
1-1 펀드·융자·세제 지원으로 창·제작 자금 유동성 확보						
• 방송영상콘텐츠 IP 확보를 위한 제작비 융자 규모 대폭 확대	문화산업정책과					
• 흥행보증수표 K-드라마에 대한 국내외 펀드 확대 조성	문화산업정책과					
• 제작비 세액공제 인정범위 확대 및 투자자 세액공제 추진	콘텐츠산업정책과					
• K-콘텐츠의 가치에 걸맞는 특화보증·가치평가 추진	문화산업정책과					
1-2 제작사의 우수 IP 확보·활용 위한 정책지원 확대						
• K-드라마 IP 확보를 위한 제작 지원 규모 대폭 상향 추진	영상방송콘텐츠산업과					
• 비드라마(예능·교양) 흥행의 열쇠, 방송 포맷 개발·확장 강화	영상방송콘텐츠산업과					
• IP 창작 기반 강화를 위한 다양성 지원 강화	영상방송콘텐츠산업과					
1-3 콘텐츠 크리에이터 산업 본격 지원 추진						
• 크리에이터 콘텐츠 제작 지원 본격 추진	영상방송콘텐츠산업과					
• 분야별 메가 크리에이터 육성 및 IP 확장 지원	영상방송콘텐츠산업과					
• 아시아 최대 규모 크리에이터 행사 개최 및 해외진출 지원	영상방송콘텐츠산업과					
② 콘텐츠 파급력을 높이기 위한 글로벌 유통망 확대						
2-1 토종 OTT 플랫폼 경쟁력 강화 및 신시장 진출 지원						
• 토종 OTT 플랫폼 글로벌 경쟁력 강화	영상방송콘텐츠산업과					
• 글로벌 핵심·신흥시장 맞춤형 유통 지원	영상방송콘텐츠산업과					
• 해외진출 위한 촘촘한 현지 지원체계 구축	한류지원협력과 국제문화정책과					
2-2 국제 공동제작, 로케이션 지원 등 글로벌 제작 허브 구축						
• 국내 제작 역량과 현지 기획력의 조화, 국제 공동제작 활성화	영상방송콘텐츠산업과					
• 해외 제작 수요 유인을 통한 글로벌 방송영상 제작 허브화	영상방송콘텐츠산업과					
• 아시아 최대 규모 행사 개최, 방송영상산업 내 위상 강화	영상방송콘텐츠산업과					
2-3 방송영상콘텐츠-케이컬처 글로벌 동반 확산 노력 지속						
• 케이컬처의 지속 확산 기반 조성	국제문화정책과 한류지원협력과 예술정책과					
• 케이컬처 소비층 확대를 위한 문화교류 확대	한류지원협력과					
• 국내외 케이컬처 행사 개최로 방송영상콘텐츠 흥행 기반 강화	한류지원협력과					

추진전략 및 세부추진과제	담당 부서	추진일정				
		'26	'27	'28	'29	'30
③ 글로벌 선도 위한 방송영상산업 인프라 강화						
3-1 시대를 선도하는 방송영상산업 전문인력 육성						
• 방송영상산업을 진두지휘하는 전문인력 양성	영상방송콘텐츠산업과					
• 최신 기술·노하우 전수로 현장 종사자 역량 강화	영상방송콘텐츠산업과					
• 방송영상산업 미래를 이끌 청년 인력 양성	영상방송콘텐츠산업과 문화산업정책과					
3-2 AI 영상, 버추얼 프로덕션 등 영상 제작 기술 혁신						
• 방송영상산업 분야 AI 활용 인프라 개선	문화인공지능정책과 문화기술과					
• 신기술 활용 방송영상콘텐츠 기획·개발 지원	영상방송콘텐츠산업과					
• 버추얼 프로덕션 제작 활성화 및 세제 지원	영상방송콘텐츠산업과 콘텐츠산업정책과					
• 첨단 촬영·제작 인프라 구축 및 업계 활용도 제고	영상방송콘텐츠산업과					
3-3 영상산업 패러다임 변화에 발맞춘 법·제도 정비						
• 영상콘텐츠산업의 체계적 진흥을 위한 법제 정비	영상방송콘텐츠산업과					
• 방송영상콘텐츠의 다양성과 참신함을 위한 규제 정비	영상방송콘텐츠산업과					
• OTT·크리에이터 산업의 체계적 지원을 위한 실태조사 강화	영상방송콘텐츠산업과					
• 공정한 콘텐츠 IP 비즈니스 환경 조성을 위한 제도개선	저작권정책과					
④ 함께 성장하는 공정한 방송영상산업 생태계 조성						
4-1 자유롭고 공정한 방송영상 제작환경 조성						
• 방송영상분야 공정 생태계 조성 위한 제도개선 지속	영상방송콘텐츠산업과					
• 방송영상산업 종사자 경력 개발 및 복지 확대	영상방송콘텐츠산업과 예술인권리보호과					
• 노동환경 개선 및 안전한 제작 환경 조성	영상방송콘텐츠산업과					
4-2 K-콘텐츠 IP를 수호하는 저작권 보호 체계 구축						
• 즉각적인 저작권 침해 대응체계 마련	저작권보호과					
• 저작권 보호를 위한 국제공조 강화	저작권보호과					
• 저작권 보호 분야 민관협력 및 홍보활동 강화	저작권보호과					
4-3 모두가 누리는 방송영상콘텐츠 가치 확장						
• 지역 기반 다큐 및 웹 예능·드라마 제작 전략적 지원	문화산업정책과					
• 지역별 특화 콘텐츠 개발 지원 및 인력 양성	영상방송콘텐츠산업과 문화산업정책과					
• 방송영상콘텐츠 향유 기반 확대	문화정책과					
• 장애인 접근성 개선으로 보편적 향유 권리 보장	영상방송콘텐츠산업과					