



제410회국회(정기회)
제3차 기획재정위원회

조세특례제한법 일부개정법률안

검 토 보 고

■ 변재일의원 대표발의(의안번호 제24820호)

2023. 11.

기 획 재 정 위 원 회

전문위원 김경호

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	2

I. 제안경위

가. 발 의 자 : 변재일의원 등 13인

나. 발 의 일 : 2023. 9. 27.

다. 회 부 일 : 2023. 10. 4.

II. 제안이유 및 주요내용

현행법은 내국인인 영상제작자의 영상콘텐츠 제작비용에 대하여 2025년 12월 31일까지 해당 비용의 100분의 3(중견기업 100분의 7, 중소기업 100분의 10)에 상당하는 금액을 소득세 또는 법인세에서 공제하도록 하고 있음.

그러나 국내 영상콘텐츠 제작 기업들은 제작비 증가에 따른 재정적자로 인해 글로벌 온라인 동영상 스트리밍 서비스(Over the top, OTT)로부터 제작비를 지원받는 방식으로 콘텐츠 제작을 이어가는 실정으로 영상 콘텐츠 산업을 진흥하기 위한 조세 지원을 강화할 필요가 있음.

이에 국내 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제율을 100분의 20(중견기업 100분의 25, 중소기업 100분의 30) 상향조정하고, 제작비용에 대한 세액공제의 일몰기한을 폐지하며, 세액공제의 대상이 되는 영상콘텐츠를 다큐멘터리에서 교양프로그램 전체로 확대하고, 콘텐츠 제작을 위한 투자에 대해서도 동일한 수준의 세액공제 특례를 신설하려는 것임(안 제25조의6).

Ⅲ. 검토의견

1. 영상콘텐츠 제작비용 세액공제 확대 (홍성국·윤영찬·한병도·이병훈·배준영·윤두현·변재일·유정주·박대출 의원안, 정부안)

현행	개정안
☐ 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제 (제25조의6) ○ 대상: <u>다음 어느 하나의 영상콘텐츠 제작을 위한 국내 발생비용</u> ① <u>방송프로그램으로서 방송사업자의 텔레비전방송으로 방송된 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 및 오락을 위한 프로그램</u> ② <u>영화</u> ③ <u>온라인 동영상 서비스 (OTT)</u> ○ 공제율: <u>대 3%, 중견 7%, 중소 10%</u> ○ 적용기한: <u>2025. 12. 31.</u>	☐ <u>공제율 상향, 적용기한 삭제 등</u> (아래 표와 같음)

* 홍성국의원안 2023.6.22. 발의(의안번호 22822), 윤영찬의원안 2023.6.29. 발의(의안번호 22970), 한병도의원안 2023.7.5. 발의(의안번호 23085), 이병훈의원안 2023.7.13. 발의(의안번호 23243), 배준영의원안 2023.7.20. 발의(의안번호 23368), 윤두현의원안 2023.7.20. 발의(의안번호 23375), 변재일의원안 2023.9.27. 발의(의안번호 24820), 유정주의원안 2023.9.27. 발의(의안번호 24905), 정부안 2023. 9. 1. 제출(의안번호 24163), 박대출의원안 2023.10.31.(의안번호 25226)

[개정안 요약]

개정안	공제율			공제대상	적용기한	시행일
	대	중견	중소			
홍성국 의원안	25%	25%	25%	현행	2026.12.31.	공포후 6개월
윤영찬 의원안	20%	23%	25%	현행	삭제	공포후 6개월
한병도 의원안	15%	15%	20%	현행	삭제	공포후 6개월
이병훈 의원안	10%	15%	20%	영상콘텐츠 →문화콘텐츠	현행	2024.1.1.
배준영 의원안	20%	25%	25%	현행	2026.12.31.	2024.1.1.
윤두현 의원안	15%	15%	25%	다큐→교양	삭제	공포후 6개월
변재일 의원안	20%	25%	30%	①다큐→교양 ②투자에도 적용	삭제	공포후 6개월
유정주 의원안	현행			투자에도 적용 (OTT 한정)	현행	공포후 6개월
박대출 의원안	5%	10%	15%	음악콘텐츠에도 적용	현행	공포후 6개월
정부안	기본	5%	10%	현행	현행	2024.1.1.
	추가*	10%	15%			

* 국내 제작비 비중이 일정 비율 이상 등 대통령령으로 정하는 요건 충족시 적용

□ 10건의 개정안은 영상콘텐츠 제작비용 세액공제에 대하여 공제율을 상향하는 등 국내 영상콘텐츠 산업의 투자 활성화와 제작 지원을 강화하려는 것임.

○ 개정안의 주요내용은 ① 공제율 상향, ② 공제대상의 확대, ③ 적용기한 연장 또는 삭제로 나누어 볼 수 있음.

□ 현행법 제25조의6에 따른 영상콘텐츠 제작비용 세액공제는 대통령령으로 정하는 방송프로그램 및 영화(이하 “영상콘텐츠”라 함) 제작비용의 3~10%를 세액공제함으로써 관광·수출 등 파급효과가 큰 드라마·영화 등의 제작을 지원하기 위한 제도임.

○ 영상콘텐츠 제작산업은 지식기반산업으로서 제조업 등과 달리 많은 설비투자가 요구되지 않고 제작비용의 상당부분이 인건비 등 경상적 경비이기에 특정설비에 대한 투자세액공제 등 세제 지원 혜택을 받는 데 제한적인 측면이 있으므로 이를 보완하기 위해 2017년에 동 제도가 처음으로 도입되었음.¹⁾

○ 동 제도에 따라 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리, 오락을 위한 프로그램, 영화 등의 제작을 위하여 발생한 제작비용은 기업규모에 따라 각각 3%(대기업), 7%(중견기업), 10%(중소기업)의 세액공제를 받을 수 있음.

1) 문화체육관광부, ‘조세특례 예비타당성조사 요구서-영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제’, 2016, p.3 참고

○ 종전에는 영상콘텐츠 제작을 위해서 국내에서 발생한 비용에 대해서만 세액공제가 가능하였으나, 2021년 세법개정을 통해 국내뿐만 아니라 국외에서 발생한 비용에 대해서도 공제가 가능하도록 확대되었음.

○ 또한, 미국 등 거대 미디어·플랫폼 사업자와 중국 등 자본력을 바탕으로 한 신규 사업자들의 진출로 글로벌 경쟁이 심화되는 상황에서 2022년 세법개정을 통해 온라인 동영상 서비스(OTT: Over The Top, 이하 ‘OTT’)를 공제대상으로 추가하였음.

□ 한편, 동 제도에 따른 조세지출 현황을 살펴보면 2019년 신고 기준 69억원의 조세지출이 있었고, 2020년에는 99억원, 2021년에는 170억원, 2022년에는 310억원의 조세지출이 발생하여 그 활용도가 커지고 있는 것으로 보임.

[영상콘텐츠 제작비용 세액공제에 따른 조세지출 현황]

(단위: 억원)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	2024
소득세	0.4	0.7	1	0.8	1	1
법인세	69	98	169	309	324	335
합계	69	99	170	310	325	336

주: 2023, 2024년도는 전망치임

자료: 연도별 조세지출예산서

가. 공제대상의 확대

(1) 영상콘텐츠를 음악콘텐츠(박대출 의원안) 또는 문화콘텐츠로 확대 (이병훈 의원안)

□ 개정안은 영상콘텐츠 뿐만 아니라 음악콘텐츠²⁾나 고위험·고수익의 성향을 가진 콘텐츠산업 전반³⁾에 대한 제작비용 세액공제를 신설 하려는 것으로서, 콘텐츠산업 지원을 통한 고품질의 콘텐츠 생산에 기여할 수 있다는 점에서 긍정적인 측면이 있음.

- 우리나라 콘텐츠산업은 고성장 유망산업으로 세계적 경쟁력을 인정받은 미래 먹거리 산업으로서 지속적으로 규모가 성장하고 있으며, 경제전반에 직·간접적으로 파급효과를 확산시키고 있음.
- 그러나 우리나라 콘텐츠산업에는 영세한 중소기업이 대다수이므로⁴⁾ 중소 콘텐츠 기업은 제도적 금융지원을 받기 어려워 초기 제작비용 마련이 어려울 뿐만 아니라, 콘텐츠산업의 흥행 위험성에 따라 산업의 안정적인 발전이 어려운 측면이 있음.

□ 다만, 현행 세액공제의 취지 및 관련 지원제도 등을 고려하여 영상 콘텐츠 외에 음악콘텐츠, 게임, 디지털만화, 전자출판물까지 문화콘

2) 「음악산업진흥에 관한 법률」 제2조제4호부터 제7호까지에 따른 음반, 음악파일, 음악영상물 및 음악영상파일로서 대통령령으로 정하는 음악콘텐츠를 말함.

3) 「음악산업진흥에 관한 법률」에 따른 음악파일, 음악영상물 및 음악영상파일, 「게임산업진흥에 관한 법률」에 따른 게임물, 「출판문화산업 진흥법」에 따른 간행물, 전자출판물 및 외국간행물, 「만화진흥에 관한 법률」에 따른 출판만화 및 디지털만화를 말함.

4) 국내 콘텐츠기업 약 108,000개 중 매출액 규모 10억원 미만 기업의 비중이 88.3%를 차지하고 있음('2021년 기준 콘텐츠산업조사', 문화체육관광부).

텐츠 제작비용을 지원하는 것이 동 제도의 취지에 부합한지에 대한 논의가 필요할 것으로 보임.

- 영상콘텐츠에 대한 세액공제 제도는 다양한 유형의 콘텐츠 중 한류문화에 큰 기여를 하고 있는 방송프로그램, 영화 등 영상콘텐츠를 한정적으로 지원함으로써 한류를 확산시키고 그로 인한 긍정적 외부효과를 얻고자 하는 취지에서 도입되었음.
- 만화·게임 등은 영상콘텐츠에 비해 한국문화에 대한 이미지 제고 효과, 촬영지 관광객 유치 등의 효과가 불명확하므로 현행 R&D 세액공제 등의 지원 외에 제작비용까지 확대하여 세액공제를 적용하는 것에 대한 정책적 검토가 필요함.
- 현재 일반문화콘텐츠에 대한 인건비, 재료비 등 R&D 비용에 대해서는 중소기업 25%, 중견기업 8%, 대기업 0~2%의 세액공제를 적용하고 있음.⁵⁾
- 디지털콘텐츠 관련 기술에 대해서는 신성장·원천기술로 지정하여 중소기업 30~40%, 중견·대기업 20~30%의 높은 공제율을 적용하고 있다는 점도 고려할 필요가 있음.⁶⁾
- 또한, 2024년 예산안에서는 게임산업, 만화·웹툰산업 육성을 위해 각각 679억원, 221억원 편성하는 등 게임·웹툰산업 발전을 위해서 별도의 재정지원도 시행 중임.

5) 「조세특례제한법」 제10조제1항제3호

6) 게임·영화·방송·애니메이션·만화·웹툰 제작기술 등 8개 기술이 신성장·원천기술로 지정되어 있음
(「조세특례제한법」 제10조 제1항, 「조세특례제한법 시행령」 제9조제2항 및 [별표7])

(2) 다큐멘터리를 교양으로 확대 (윤두현·변재일 의원안)

□ 현행법에서는 세액공제 대상이 되는 방송프로그램의 범위를 방송사업자의 텔레비전방송으로 방송된 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 및 오락을 위한 프로그램으로 규정하고 있음.⁷⁾

- 「방송법」에서는 방송프로그램을 보도, 교양, 오락의 세 분야로 분류하고 있으며,⁸⁾ 방송통신위원회는 이에 따른 세부 분류기준을 도입하고 있으며, 교양 분야의 영상콘텐츠에 대한 세액공제는 다큐멘터리로 한정하고 있음.

7) 「조세특례제한법」 제25조의6(영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제) ① 대통령령으로 정하는 내국인이 2025년 12월 31일까지 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것으로서 대통령령으로 정하는 영상콘텐츠(이하 이 조에서 "영상콘텐츠"라 한다)의 제작을 위하여 국내외에서 발생한 비용 중 대통령령으로 정하는 비용(이하 이 조에서 "영상콘텐츠 제작비용"이라 한다)이 있는 경우에는 해당 영상콘텐츠 제작비용의 100분의 3(중견기업의 경우에는 100분의 7, 중소기업의 경우에는 100분의 10)에 상당하는 금액을 대통령령으로 정하는 바에 따라 해당 영상콘텐츠가 처음으로 방송되거나 영화상영관에서 상영되거나 온라인 동영상 서비스를 통하여 시청에 제공된 과세연도의 소득세(사업소득에 대한 소세만 해당한다) 또는 법인세에서 공제한다.

1. 「방송법」 제2조제17호에 따른 방송프로그램으로서 같은 조 제3호에 따른 방송사업자의 텔레비전방송으로 방송된 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 및 오락을 위한 프로그램

8) 「방송법 시행령」 제50조(방송프로그램의 편성 등) ① 종합편성을 행하는 방송사업자는 법 제69조제3항 전단에 따라 보도에 관한 방송프로그램, 교양에 관한 방송프로그램 및 오락에 관한 방송프로그램이 상호간에 조화를 이루도록 편성하되, 그 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다.
② 제1항에서 "보도에 관한 방송프로그램"이라 함은 국내외 정치·경제·사회·문화 등의 전반에 관하여 시사적인 취재보도·논평 또는 해설 등의 방송프로그램을, "교양에 관한 방송프로그램"이라 함은 국민의 교양향상 및 교육을 목적으로 하는 방송프로그램과 어린이·청소년의 교육을 목적으로 하는 방송프로그램을, "오락에 관한 방송프로그램"이라 함은 국민정서의 함양과 여가생활의 다양화를 목적으로 하는 방송프로그램을 말한다.

[방송프로그램의 세부 분류기준]

분야	유형	정의
보도	뉴스	‘좁은 의미로’ 국내외 사고, 사건, 쟁점, 과정 등과 관련해서 앵커를 중심으로 기자가 사실보도와 의견보도를 제시하는 프로그램과 편성 보도 프로그램(기자회견, 특별행사중계, 재난방송 등)
교양	시사정보	사회 전 분야에 걸쳐 시사에 대한 정보 프로그램을 의미(정통 뉴스프로그램과 토론프로그램은 제외)
	다큐멘터리	사실에 입각해서 주제를 심도있게 파고 들면서 보통 야외촬영을 통해서 현실의 다양한 모습을 그려내는 프로그램
	생활정보	일상생활에 도움이 되는 실용지식이나 상식, 시의적절하고 흥미있는 정보와 화제거리를 안내하거나 소개하는 프로그램
	토론	사회적 현상과 과정에 관한 문제에 대해서 의견을 제시·교환하면서 문제를 분석, 설명, 평가하고 여론을 조성하는 프로그램
	교육·문화예술	유아교육을 목적으로 하거나 정규 교과과정을 다루거나 그에 준하는 학습을 목적으로 하는 프로그램, 일반인을 대상으로 사회·교양 강좌 및 직업교육 프로그램 등을 다루는 프로그램
오락	드라마	서사(narrative)구조를 지니는 허구적 구성물
	버라이어티쇼	토크 버라이어티 쇼, 토크 쇼, 연예시상식 등의 오락쇼 프로그램
	오디션/서바이벌프로그램	음악, 경쟁, 게임, 토크 등으로 구성되면서 서바이벌과 퍼포먼스를 중심으로 구성되는 리얼리티쇼
	토크쇼	오락, 인간흥미를 중심으로 스튜디오에서 제작되는 프로그램
	음악쇼	대중음악 일반을 다루는 프로그램
	퀴즈/게임쇼	지식이나 재치, 실력을 겨루는 프로그램
	코미디	개그맨이나 코미디언의 연기 비중이 높거나 프로그램 전체의 목적이 희극적 성격이 강한 프로그램
	영화	극장 상영을 목적으로 제작된 서사가 있는 허구물
	스포츠	모든 종류의 스포츠 프로그램을 포함하되 스포츠뉴스와 특정 스포츠의 교습을 목적으로 하는 프로그램은 제외
	애니메이션	실사영화와 다르게 다양한 제작방식을 통해서 구현되는 장르로 셀 애니메이션, 클레이 애니메이션 등을 의미

자료: 조범한, ‘방송콘텐츠 개념의 제도적 정립을 위한 시론’, 한국콘텐츠학회지, 2021.

□ 개정안은 다큐멘터리 외에 시사정보, 교육·문화예술 프로그램 등을 포함하는 교양분야 전반으로 세액공제 범위를 확대하려는 것으로서 교양프로그램의 제작을 활성화하고 고품질의 콘텐츠 생산에 기여할 수 있다는 점에서 긍정적인 측면이 있음.

- 교양프로그램은 사회의 소외된 목소리들에 주목하고, 감춰진 사회문제에 대한 심층적인 정보를 제공함으로써 사회 구성원들의 토론을 이끌고 궁극적으로는 사회의 균형을 맞추는 프로그램으로서 공공재로서의 성격을 지님.⁹⁾
- 또한, 교양 프로그램은 문화적 가치와 공익성이 높아 편성이 장려되고 영상콘텐츠의 다양성 확보 및 한류 확산을 위해서는 이에 대한 지원이 이루어질 필요가 있음
- 교양 프로그램은 한국의 생활 문화와 사고방식 등을 타 장르보다 더욱 직접적으로 담아내므로 한국 문화 홍보효과도 존재함.

[2021년 방송영상독립제작사의 장르별 프로그램 제작현황]

(단위: %)

교양	오락	기타	다큐
39.6	24.7	16.2	9.1

자료: 문화체육관광부

[2021년 주요 방송사의 교양프로그램 편성 현황]

(단위: %)

KBS1	KBS2	MBC	SBS
57.9	43.5	33.9	31.9

자료: 문화체육관광부

- 최근 융합형 콘텐츠 제작으로 프로그램 장르를 구분하기 어려운 추세임을 고려할 때 교양의 한 분야인 다큐멘터리로 대상을 한정하는 것은 불합리한 측면도 있음.

9) 강신규, '방송콘텐츠 가치정보 분석시스템조사범위 확대를 통한 가치 제고방안', 한국방송광고진흥공사, 2019.

□ 다만, 현행 세액공제의 취지 및 경제적 파급효과 등을 고려하여 세액공제 대상을 확대 지원하는 것이 동 제도의 취지에 부합한지에 대한 논의가 필요할 것으로 보임.

- 영상콘텐츠에 대한 세액공제 제도는 다양한 유형의 콘텐츠 중 한류문화에 큰 기여를 하고 있는 방송프로그램, 영화 등 영상콘텐츠를 한정적으로 지원함으로써 한류를 확산시키고 그로 인한 긍정적 외부효과를 얻고자 하는 취지에서 도입되었음.
- 미국, 영국 등 주요국에서도 경제적 파급효과가 크지 않은 뉴스·시사·토론·퀴즈 등의 교양프로그램 대부분을 지원 대상에서 제외하고 있다는 점을 고려할 필요가 있음.
- 어린이 TV프로그램을 포함하고 있는 영국의 사례 등에 비추어 교양전반으로 확대하는 방안보다는 교육·문화예술 등의 교양프로그램으로 한정하는 방안도 생각해 볼 수 있음.

[주요국 영상콘텐츠 관련 세제지원 사례]

	미국			영국	프랑스	호주	캐나다 온타리오주
	캘리포니아주	뉴욕주	미네소타주				
공제대상 프로그램	독립영화, 장편영화, TV시리즈	장편영화, TV시리즈, 버라이어티 등	장편영화, TV시리즈, 다큐멘터리, 뮤직비디오, TV광고 등	영화, 드라마, 코미디, 다큐멘터리, 애니메이션, 어린이 TV프로그램	영화, 드라마, 다큐멘터리, 애니메이션	영화, 드라마, 다큐멘터리, 애니메이션	영화, 드라마, 다큐멘터리, 애니메이션 등
제외대상	뉴스, 광고, 다큐멘터리, 뮤직비디오, 스포츠경기, 애니메이션, 리얼리티 프로그램 등	뉴스·시사, 인터뷰, 광고, 다큐멘터리, 뮤직비디오, 스포츠경기, 리얼리티 프로그램 등	뉴스·시사, 토크쇼, 스포츠경기, 홈쇼핑 등	뉴스·토론, 퀴즈, 광고, 버라이어티, 교육훈련 등	시사, 퀴즈, 스포츠경기, 광고 등	뉴스·토론, 퀴즈, 광고, 교육 등	뉴스·시사, 토크쇼, 스포츠경기, 리얼리티 프로그램 등
공제율	(장편영화 및 TV시리즈) 20% (독립영화 등) 25% *추가공제 (+5%) CA주 내에서 지출한 \$1천만 이상 시각효과비용 (+5%) LA주 밖 (CA내) 촬영 시 (+10%) LA주 밖 (CA내) 거주자 인건비	30% *추가공제 (+10%) 뉴욕주 내에서 전체 촬영일의 50% 이상 촬영 시	25%	MIN(총 핵심 지출의 80%, 영국 내 핵심 지출금) 소득공제 *24년부터 세액 공제 방식으로 변경: 34% (애니메이션 및 어린이 TV 프로그램은 39%)	20% (전체 제작비 규모가 400만 유로 이하인 경우 30%)	(단편 드라마 및 시리즈 등) 30% (장편영화, 다큐, 애니 등) 40%	온타리오 주민 인건비의 35% 최초제작자의 \$24만 미만 인건비 지출은 40% *추가공제 (+10%) 교외 지역(토론토 대도시권 외)에서 촬영 시
공제요건	•총제작비의 75%를 CA 내에서 지출 또는 •총촬영일의 75% 이상을 CA내에서 촬영	•총제작비의 75% 이상을 뉴욕주 내 시설 활용 •총촬영일의 75% 이상을 뉴욕주에서 촬영(제작비 \$3백만 미만)등	•촬영 30일 전 세액공제 승인 •제작비 최소 조건(연\$100만)	•총제작비의 10% 이상을 영국 내 지출 •별도 문화인증 (최소 50%이상 영국내 촬영, 토착언어로 기록, 영국문화의 창조성 등 반영 필요)	•프랑스어로 주요부분 구성 •제작비 최소 조건(분당1,150 ~3,000유로) •프랑스 내에서 주요 제작이 이뤄질 필요	•호주 내 제작비 한정 •제작비 최소 조건(\$25만 ~\$100만) •문화테스트 통과 필요	•주로 온타리오에서 촬영 •총제작비의 75% 이상을 온타리오에서 지출

자료: 기획재정부

(3) 영상콘텐츠 투자에 대한 세액공제 신설 (변재일·유정주 의원안)

□ 최근 글로벌 콘텐츠 플랫폼의 국내 시장 영향력 확대와 고비용 구조의 고착화로 제작비 단가가 상승하며, 국내 콘텐츠기업의 자금부족이 심화될 우려가 있음.

○ 넷플릭스 등 글로벌 플랫폼 중심의 대규모 투자가 확대되며, 제작비 등 제작 단가가 급격히 증가하는 상황이나 국내 기업의 자본규모는 글로벌 플랫폼에 대응하기 어려움.

- 콘텐츠산업의 자금조달 갭(gap)¹⁰⁾은 연간 최소 1조 4,294억원~최대 2조 2,851억원으로 추정됨.¹¹⁾

□ 증가하는 제작비 수요와 콘텐츠기업의 자금부족을 해소하기 위해 민간 투자 확대가 필요하지만, 콘텐츠산업 투자의 대부분을 차지하는 프로젝트 투자에 대해서는 세제지원이 이루어지고 있지 않음.

○ 2007~2021년까지의 모태펀드 문화계정 투자금액 중 프로젝트 투자는 전체 81.7%를 차지하고 있음.¹²⁾

- 콘텐츠산업 대상 투자는 기업단위의 흥행위험 평가가 쉽지 않기 때문에 지분투자보다 흥행위험을 작품별로 평가하여 투자의 사결정이 가능한 프로젝트 투자를 상대적으로 선호하는 경향이 반영된 것으로 보임.

10) 완전한 시장의 균형에서 결정되는 대출수준과 현재 대출수준의 차이에서 발생한 부족분을 의미함.

11) 한국콘텐츠진흥원, '2021 콘텐츠기업 금융환경조사', 2021.10.30., p.138.

12) 문화체육관광부 자료

○ 그러나 현행법상 벤처기업 등에 대한 지분투자에 대해서는 투자 시 세액공제 및 소득공제, 양도 시 양도차익 비과세 등 세제혜택이 주어지는 반면, 콘텐츠산업 투자의 대부분을 차지하는 프로젝트 투자에 대해서는 세제혜택이 이루어지고 있지 않음.¹³⁾

- 기업단위로 투자가 이루어지는 제조업은 기업에 대한 출자를 세액공제 받을 수 있는 반면, 콘텐츠산업은 기업 단위 투자보다 프로젝트 형식의 투자로 인해 세제혜택을 받는데 어려움이 존재함.

□ 이에 2건의 개정안은 영상콘텐츠 제작에 대한 세액공제를 영상콘텐츠 투자에 대해서까지 확대 적용하려는 것임.

○ 변재일의원안은 영상콘텐츠에 대한 투자에도 제작과 동일하게 현행보다 상향된 공제율(대 20%, 중견 25%, 중소 30%)을 적용하고 있는 반면, 유정주의원안은 OTT를 제공하기 위하여 영상콘텐츠의 제작에 투자하는 경우로 한정하여 현행과 같은 공제율(대 3%, 중견 7%, 중소 %)을 적용하고 있음.

13) 내국법인이 기업에 대해 출자를 하는 경우 그 비용의 100분의 5를 법인세에서 공제 중임.

「조세특례제한법」

제13조의2(내국법인의 벤처기업 등에의 출자에 대한 과세특례) ① 대통령령으로 정하는 내국법인이 2025년 12월 31일까지 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 주식 또는 출자지분을 취득하는 경우 주식 또는 출자지분 취득가액의 100분의 5에 상당하는 금액을 해당 사업연도의 법인세에서 공제한다. 다만, 대통령령으로 정하는 특수관계인의 주식 또는 출자지분을 취득하는 경우 그 금액에 대해서는 공제하지 아니한다.

1. 창업기업, 신기술사업자, 벤처기업 또는 신기술창업전문회사에 출자함으로써 취득한 주식 또는 출자지분
2. 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」 제249조의23에 따른 창업·벤처전문 사모집합투자기구(이하 "창업·벤처전문사모집합투자기구"라 한다) 또는 창투조합등을 통하여 창업기업, 신기술사업자, 벤처기업 또는 신기술창업전문회사에 출자함으로써 취득한 주식 또는 출자지분 (이하 생략)

□ 개정안은 영상콘텐츠의 제작 및 민간투자를 활성화할 수 있다는 점에서 다음과 같은 타당한 측면이 있음.

첫째, 영상콘텐츠 제작비 세액공제의 입법취지인 ‘콘텐츠 제작 활성화’를 위해서는 리스크를 감수하고 투자하는 제작비 투자자들의 역할도 중요하므로 이들의 참여와 확대를 유도할 수 있도록 지원할 필요가 있음.

○ 콘텐츠산업의 프로젝트 투자는 원금보장 없이 투자손익을 투자비율대로 배분하기 때문에 지분투자자와 유사한 성격을 가지고 있으나 조세지원에서 배제되고 있어 산업간 형평성이 저해되는 측면이 있음.

둘째, 콘텐츠산업은 타 업종에 비하여 정책자금의 투자비중이 높아 공공부문의 부담이 가중되고 있으므로 민간투자를 활성화하기 위한 방안이 필요함.

○ 2022년 기준 전체 업종의 평균 민간투자비중은 59.5%인 반면, 영상·공연·음반에 대한 민간투자비중은 33.4%에 그치고 있음.¹⁴⁾

셋째, 국내 OTT 플랫폼은 글로벌 OTT 대비 규모적으로 절대 열세에 있으므로 국내 콘텐츠 활성화의 실질적 효과를 창출하기 위해서는 내국법인인 OTT 플랫폼사업자의 콘텐츠 제작 투자비에 대한 지원이 필요함.

○ OTT를 운영하는 플랫폼사업자의 경우 제작비를 투자하여 제작

14) 문화체육관광부 자료

사가 콘텐츠를 제작하는 경우가 일반적이므로 영상콘텐츠 제작에 대한 세액공제 혜택을 받을 수 없는 구조를 지니고 있음.

□ 다만, 개정안에 대해서는 다음과 같은 측면을 함께 고려할 필요가 있음.

첫째, 영상콘텐츠에 대한 일반적인 투자에까지 세액공제를 확대할 경우 다른 업종에 투자한 투자자들과의 형평성에 반할 우려가 있음.

둘째, 영상콘텐츠 기업에 대한 직접적인 투자가 아닌 문화산업전문회사를 통한 투자의 경우 3%의 세액공제를 도입하고 있는 정부안(안 제25조의8)을 함께 고려하여 정책적으로 판단할 필요가 있음.

○ 문화산업전문회사에 대한 출자의 경우 특수목적회사 형태로서 자금흐름 측면에서 구분이 명확하고 문화산업전문회사에 대한 관리·감독이 가능하다는 점에서 제작비용 부풀리기를 통한 과도한 세제지원을 방지할 수 있다는 장점이 있음.

나. 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제율 상황

(홍성국·윤영찬·한병도·이병훈·배준영·윤두현·변재일·박대출 의원안, 정부안)

- 영상콘텐츠 산업 현황을 살펴보면, 사업체 수 비중은 영화와 방송이 비슷하지만, 매출액과 수출액, 종사자 수 비중은 대부분 방송산업이 차지하고 있으며, 대체로 소규모 형태로 운영되고 있음.¹⁵⁾
- 2021년 기준, 영상콘텐츠 산업 종사 전체 사업체 수는 전년 대비 13.7% 증가한 2,814개로 방송(40.3%)과 영화(36.7%) 비중이 높게 나타났으며, 전체 매출액과 수출액은 각각 27.9조원(전년 대비 9.7% 증가), 9.1억 달러(전년 대비 4.1% 증가)이며, 방송산업 비중이 가장 높음(매출액 85.7%, 수출액 78.2%).
 - 영상콘텐츠 전체 종사자는 69,531명으로 방송산업에 집중되어 있으며, 영화 산업 종사자는 2019년 32,566명에서 2020년 10,497명으로 감소하였으나 2021년에 전년 대비 26.1% 증가하여 13,240명으로 나타남.

[영상콘텐츠 산업 현황]

(단위: %, 개, 백만 원, 천 달러, 명)

구분	영상콘텐츠 산업 합계	영화 (비중)	애니메이션 (비중)	방송 (비중)
사업체 수	2,814	1,034 (36.7)	647 (23.0)	1,133 (40.3)
매출액	27,972,338	3,246,109 (11.6)	755,520 (2.7)	23,970,709 (85.7)
수출액	917,865	43,033 (4.7)	156,835 (17.1)	717,997 (78.2)
종사자 수	69,531	13,240 (19.0)	6,131 (8.8)	50,160 (72.1)
제작비	2,706,300	242,300 (8.95)	113,200 (4.18)	2,350,900 (86.87)

※ 주: 1. 비중(%)은 각 산업의 사업체 수, 매출액, 수출액, 종사자 수, 제작비가 영상콘텐츠 산업 전체 합계에서 차지하는 비율임

2. 방송산업 제작비는 지상파방송·방송채널사용사업·지상파DMB·종합유선·위성방송·위성DMB·IPTV 방송의 제작비임

자료: 국회입법조사처, '영상콘텐츠 산업 관련 세제지원제도의 현황과 향후 과제', NARS 현안분석 제298호, 2023.7.28

15) 국회입법조사처, '영상콘텐츠 산업 관련 세제지원제도의 현황과 향후 과제', NARS 현안분석 제298호, 2023.7.28.

- 매출액 10억원 미만 사업체 수가 전체 사업체 수의 63.9%(1,778개)를 차지하고 있으며, 전체 영상콘텐츠 사업체의 61.4%가 종사자 10인 미만인 반면, 종사자 50인 이상 사업체는 전체 영상콘텐츠 산업의 8.4%에 불과함.

[영상콘텐츠 산업 규모별 사업체 수 현황]

(단위: 개)



※ 주: 1. 2021년 기준, 매출액 규모(매출액 10억원 미만, 매출액 10억원 이상), 종사자(1~9인, 10~49인, 50인 이상) 규모 별 영상콘텐츠 산업(영화, 애니메이션, 방송)의 사업체 수를 보여줌
 2. 매출액 규모별 사업체 수에서 방송은 방송산업 내 지상파 DMB 중 지상파 3사(KBS, MBC, SBS)와 지역지상파 13개사의 경우 지상파 매출액에 포함되어 제외함. 방송 산업 내 방송채널사용사업자 수에는 지상파, 지상파 DMB 겸업 사업자 12개사가 제외되고 IPTV 콘텐츠제공사업자(CP)는 포함함
 3. 종사자 규모별 사업체 수에서 방송은 방송채널사용사업자 중 지상파와 동일법인 10개사, 지상파 DMB 동일법인 2개사는 제외함. IPTV 콘텐츠제공사업자(CP)는 제외하고, 복수종합유선방송사의 본부는 사업자 수에서 제외하고, 지상파 DMV 사업자인 유원미이어가 2021년 1월 폐업하여 2020년 기준 사업자 수에는 포함되나 2021년 방송사업 실태조사에는 조사참여가 불가함
 자료: 국회입법조사처, ‘영상콘텐츠 산업 관련 세제지원제도의 현황과 향후 과제’, NARS 현안분석 제298호, 2023.7.28.

- 한국의 OTT 이용률은 2020년 66.3%, 2021년 69.5%, 2022년 72.0%로 상승하고 있으며, 이용자 중 유료결제 비율도 각각 21.7%, 50.1%, 55.9%로 높아지고 있는 등 OTT 시장이 해마다 커져가는 추세임.¹⁶⁾
- 현재 인당 평균 5개의 OTT를 사용하며, 매월 결제 대상인 유료 구독형 OTT는 평균 2.7개로 조사됨.

16) 지인혜, ‘국내 OTT산업 및 기업의 주요현황과 시사점’, KCA Media Issue Trend, 2023. 1×2. Vol.54.

- 대표 국내 OTT 3사(웨이브·티빙·왓챠)의 2021년 기준 매출액은 약 1조 원 수준이나, 합산 손실은 1천억 원에 이르고 있으며, 유일한 흑자 OTT는 넷플릭스로 2020년 이익 88억, 2021년 171억 원을 달성하였음.

[한국 OTT 시장규모]

(단위: 십억원, %)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
매출액	109	149	193	259	307	415	514	635	780	1,000
증감률		37	29	34	19	35	24	24	23	28

자료: 방송통신위원회

[OTT 이용률 현황]

(단위: %)

구분	2020	2021	2022
OTT 이용률	66.3	69.5	72.0
이용자 중 유료결제비율	21.7	50.1	55.9

자료: 방송통신위원회

□ 개정안은 현행 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제율을 상향함으로써 영상콘텐츠 제작 활성화에 기여할 수 있다는 점에서 긍정적인 측면이 있음.

- 정부안의 경우 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제율을 중소기업의 경우 10%에서 15%로, 중견기업의 경우 7%에서 10%로, 대기업의 경우 3%에서 5%로 각각 상향 조정하고, 국내에서 발생한 제작비용이 총 제작비에서 차지하는 비율 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 요건을 충족하는 영상콘텐츠의 경우 그

제작비용의 10%(중소기업의 경우에는 15%)에 상당하는 금액을 추가공제하고 있으며, 의원안들의 경우 기업규모에 따라 현행 공제율에서 5%~20%가량 공제율을 상향시키고 있음.

[개정안 요약]

개정안		공제율		
		대	중견	중소
홍성국 의원안		25%	25%	25%
윤영찬 의원안		20%	23%	25%
한병도 의원안		15%	15%	20%
이병훈 의원안		10%	15%	20%
배준영 의원안		20%	25%	25%
윤두현 의원안		15%	15%	25%
변재일 의원안		20%	25%	30%
유정주 의원안		현행		
박대출 의원안		5%	10%	15%
정부안	기본	5%	10%	15%
	추가*	10%	10%	15%

* 국내 제작비 비중이 일정 비율 이상 등 대통령령으로 정하는 요건 충족시 적용

- 콘텐츠 산업은 국가의 미래경쟁력이 될 수 있는 고성장 산업으로서 투입대비 경제적 파급효과 등이 높은 고부가가치 산업이며, 청년 종사자 비율이 타 업종 대비 높아 청년 일자리 창출에 기여할 수 있음.¹⁷⁾
- 산업으로서의 영상콘텐츠는 규제와 진흥 및 성장을 필요로 하는 점에서 다른 산업분야와 유사하지만, 일반 제조업과는 다른 ‘Soft Power’로서 산업 자체의 특성을 고려한 지원과 정책이 필요함.
- 새로운 부가가치의 창출 및 한류의 세계화라는 외부 효과가 세수감소 효과보다 크기 때문에 세제지원 폭을 확대할 필요가 있음.

17) 이승희, ‘글로벌 경쟁력 강화를 위한 K-콘텐츠 세제지원 방안’, 한국콘텐츠진흥원, 2021. p.2.

- K콘텐츠 수출이 1억 달러 증가할 때마다 소비재 지출이 1.8억달러 증가하게 되고, 소비재 수출을 포함한 생산유발효과는 5.1억달러, 취업유발인원은 약 3,000명 증가하는 것으로 나타난 연구도 있음.¹⁸⁾
- 현재 영상콘텐츠 기업들의 제작비는 급증하고, 제작비 회수는 어려워지는 등 생존의 위기에 처해 있고, 자본력을 앞세운 글로벌 기업들이 해외시장 뿐만 아니라 국내 시장까지 진입해오고 있는 등 이중고인 상황에서 현행 영상콘텐츠 제작비 세액공제(대 3%, 중견 7%, 중소 10%)는 외국사례와 비교해 낮은 수준으로 커져가는 경제규모와 물가상승 및 환율효과 등으로 인해 입법취지에 상응하는 산업적 파급력을 발휘하지 못하고 있음.¹⁹⁾

[주요국의 영상콘텐츠 세액공제]

		세액공제율
미국 캘리포니아 주		20, 25% (추가공제율: 5, 10%)
영국		25%
프랑스		20~30%
캐나다 연방정부		16, 25%
우리나라	영상콘텐츠 제작비용	3%, 중견기업 7%, 중소기업 10%
	연구·인력개발비 세액공제액	일반: 중견기업 8%, 중소기업 유예(10, 15%), 중소기업 25% (추가공제율: 25~50%) 신성장·원천기술: 20%, 코스닥상장 중견기업 25%, 중소기업 30% (추가공제율: 3배) 국가전략기술: 30%, 중소기업 40% (추가공제율: 3배)
	통합투자 세액공제액	일반: 1%, 중견기업 5%, 중소기업 10% (추가공제율: 3%) 신성장·원천기술: 3%, 중견기업 6%, 중소기업 12% (추가공제율: 3%) 국가전략기술: 15%, 중소기업 25% (추가공제율: 4%)

※ 주: 1. 영국 공제율은 창조산업 세제지원의 현금 환급금에 해당하는 것으로, 환급가능액이 적용가능금액의 25%인 점을 고려한 것임
2. 일반 연구·인력개발비의 경우 중견기업, 중소기업 유예, 중소기업 중 어느 하나에 해당하지 아니하는 경우 해당 과세연도의 수입금액에서 일반·연구 인력개발비가 차지하는 비율의 2분의 1(2% 한도)을 적용함

자료: 국회입법조사처, ‘영상콘텐츠 산업 관련 세제지원제도의 현황과 향후 과제’, NARS 현안분석 제298호, 2023.7.28

18) 김윤지, ‘K콘텐츠 수출의 경제효과’, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2022.5. p.27.

19) 박종수, ‘영상콘텐츠 산업의 활성화를 위한 세제지원 개선방안 연구’, “조세논총” 제6권 제4호, 2021.12.

□ 다만, 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제는 제도 시행 이후 짧은 기간 내 제도를 지속 확대해왔다는 점, 타산업과의 형평성 등을 고려하여 정책적으로 판단할 필요가 있음.

- 2020년 오락프로그램을 추가하는 등 적용 장르를 확대하였고, 2021년에는 공제대상 비용에 국외제작비를 추가한 바 있으며, 2022년에는 온라인 동영상 서비스를 세액공제 대상으로 추가함.
- 타산업과 비교해서 유독 영상콘텐츠산업에 대해서만 세제지원을 확대하는 것은 타업종과의 형평성을 해치고 업종간 차별적 상황을 유발시킬 우려가 있다는 점을 감안하여 공제율 상향폭을 검토할 필요가 있음.

다. 세액공제 특례의 일몰기한 삭제 또는 연장

(홍성국·윤영찬·한병도·배준영·윤두현·변재일 의원안)

□ 6건의 개정안은 2025년 12월 31일로 규정되어 있는 영상콘텐츠 세액공제 특례의 일몰기한을 삭제하여 상시적인 세액공제 체계로 전환하거나 2026년 12월 31일까지 1년 연장하려는 것으로서 영상콘텐츠 산업에 대한 안정적인 지원과 발전을 꾀할 수 있다는 점에서 긍정적인 측면이 있음.

○ 영상콘텐츠 제작단계는 크게 제작준비, 촬영제작, 후반제작의 3단계로 구성되어 일정한 영상콘텐츠가 기획되어 실제로 수익을 창출하기까지는 수년의 기간이 걸리므로 일몰기한을 3년 주기로 검토하는 방식은 동 제도가 추구하는 목적을 달성하는 데에 제약이 될 수 있음.²⁰⁾

□ 일몰기한을 삭제하여 상시적인 세액공제 체계로 전환하는 방안에 대해서는 해당 특례의 타당성·효과성 등 제도 전반에 대한 주기적 평가를 위해서는 적용기한이 필요하다는 점,²¹⁾ 다른 조세특례와의 과세

20) 국회입법조사처, ‘영상콘텐츠 산업 관련 세제지원제도의 현황과 향후 과제’, NARS 현안분석 제298호, 2023.7.28.

21) 해당 특례는 2022년 감면실적이 300억원 이상으로 적용기한이 만료되는 2025년에 조세특례 의무심층평가가 이루어질 예정임.

「조세특례제한법」 제142조(조세특례의 사전·사후관리)

⑤ 정부는 연간 조세특례금액이 300억원 이상인 조세특례를 신규로 도입하는 법률안을 제출하는 경우에는 전문적인 조사·연구기관에서 조세특례의 필요성 및 적시성, 기대효과, 예상되는 문제점 등 대통령령으로 정하는 내용에 대해 평가한 결과를 첨부하여야 한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사항은 그러하지 아니하다.

1. 경제·사회적 상황에 대응하기 위하여 도입하려는 경우로서 국무회의의 심의를 거친 사항
2. 남북교류협력에 관계되거나 국가 간 협약·조약에 따라 추진하는 사항
3. 국제대회나 국가행사 등 지원 기간이 일시적이고 적용기한이 명확하며 사업의 추진을 위하여 시급히 도입할 필요가 있는 사항
4. 제4항에 따른 평가 결과를 반영하여 기존 조세특례를 개선하려는 경우로서 기획재정부장관이 제4항에 따른 평가 내용에 조세특례의 필요성 및 적시성, 기대효과, 예상되는 문제점 등 대통령령으로 정하는 내용이 포함된 것으로 인정하는 사항

불형평 발생가능성 등을 감안할 때 일몰기한을 유지해야할 필요성도 존재한다는 점을 고려할 필요가 있음.

또한, 일몰기한을 1년 연장하는 방안에 대해서는 해당 특례의 타당성·효과성 등 제도 전반에 대한 주기적 평가를 위해 적용기한이 만료되는 2025년에 심층평가를 거쳐 제도의 연장여부를 검토하는 것이 바람직할 것으로 보임.

문 의 처
02)6788-5157