



제418회국회(정기회)
제7차기획재정위원회

조세특례제한법 일부개정법률안

검 토 보 고

■ 정성호의원 대표발의(의안번호 제4667호)

2024. 11.

기 획 재 정 위 원 회

전문위원 이정은

목 차

I . 개요	1
II . 주요 내용별 검토	2
1. 출판콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제 신설	2

I. 개요

1. 정성호의원 대표발의안(의안번호 제4667호)

가. 제안경위

- (1) 제 안 자 : 정성호의원 등 10인
- (2) 제 안 일 : 2024. 10. 11.
- (3) 회 부 일 : 2024. 10. 14.

나. 제안이유 및 주요내용

현행법은 영상콘텐츠를 제작하는 비용에 대하여 세액공제 특례를 두어 영상 제작비의 100분의 5에서 최대 100분의 30에 상당하는 금액을 소득세 또는 법인세에서 공제하도록 규정하고 있음.

이러한 영상콘텐츠의 제작비용에 대한 특례에 비해 K-문화콘텐츠의 원형인 출판업에 대하여는 세제혜택이 없는 실정임.

독서의 중요성에도 불구하고 최근 국민들의 독서율은 점점 떨어지고 있으며 출판업계의 어려움도 가중되고 있어 출판콘텐츠 제작비용에 대한 세액감면을 통하여 출판업을 활성화할 필요가 있음.

이에 출판콘텐츠 제작비용에 대하여 5%에서 15%까지 제작비용에 대한 세액을 감면하고 추가로 국민의 독서문화 활성화를 위하여 교육을 목적으로 하지 않는 출판콘텐츠에 대하여 10%에서 15%의 추가 세액을 감면하여 주려는 것임(안 제25조의8 신설).

II. 주요 내용별 검토

1. 출판콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제 신설

가. 영상콘텐츠 제작비용 및 문화산업전문회사에의 출자에 대한 세액공제 제도 개요

- 법 제25조의6에 따른 영상콘텐츠 제작비용 세액공제는 대통령령으로 정하는 영상콘텐츠 제작비용의 5~30%를 세액공제함으로써 관광·수출 등 파급효과가 큰 드라마·영화 등의 제작을 지원하기 위한 제도임.

[영상콘텐츠 제작비용 세액공제 제도(법 제25조의6) 개요]

구분	내용
공제대상	다음의 어느 하나에 해당하는 영상콘텐츠의 제작을 위하여 국내외에서 발생한 비용 - 방송프로그램으로서 방송사업자의 텔레비전방송으로 방송된 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 및 오락을 위한 프로그램 - 영화 - 온라인 동영상 서비스 (OTT)
공제율	①(기본공제) + ②(추가공제) - ①: 대 5%, 중견 10%, 중소 15% - ②: 대·중견 10%, 중소 15% * 추가공제는 국내에서 발생한 제작비용이 총 제작비에서 차지하는 비율 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 요건을 충족하는 경우 적용
공제시기	해당 영상콘텐츠가 처음으로 방송되거나 영화상영관에서 상영되거나 온라인 동영상 서비스를 통하여 시청에 제공된 과세연도
적용기한	2025년 12월 31일

영상콘텐츠 제작산업은 지식기반산업으로서 제조업 등과 달리 많은 설비투자가 요구되지 않고 제작비용의 상당부분이 인건비 등 경상적 경비임. 따라서, 특정설비에 대한 투자세액공제 등 세제지원 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 5%(대기업), 10%(중견기업), 15%(중소기업)의 기본 세액공제를 받을 수 있음.

그리고 국내에서 발생한 제작비용이 총 제작비에서 차지하는 비율 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 요건을 충족하는 영상콘텐츠의 경우, 10%(대기업·중견기업) 또는 15%(중소기업)의 추가 세액공제를 적용받을 수 있음.

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

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

The Top, 이하 ‘OTT’)를 공제대상에 추가하였음.

한편 조세지출 규모는 최근 지속적으로 증가하여 2023년에는 320 억원의 조세지출이 발생하였음.

[영상콘텐츠 제작비용 세액공제에 따른 조세지출 현황]

(단위: 억원)

구분	2021	2022	2023	2024	2025
소득세	1	0.8	1	1	1
법인세	169	309	319	255	267
합계	170	310	320	256	269

주: 2024, 2025년도는 전망치임

자료: 연도별 조세지출예산서

현행법 제25조의7에 따른 문화산업전문회사에의 출자에 대한 세액 공제는 중소·중견기업이 영상콘텐츠를 제작하는 문화산업전문회사에 출자하는 경우 3%의 세액을 공제하는 제도임. 동 제도는 2023년 세법개정을 통해 신설되었음.

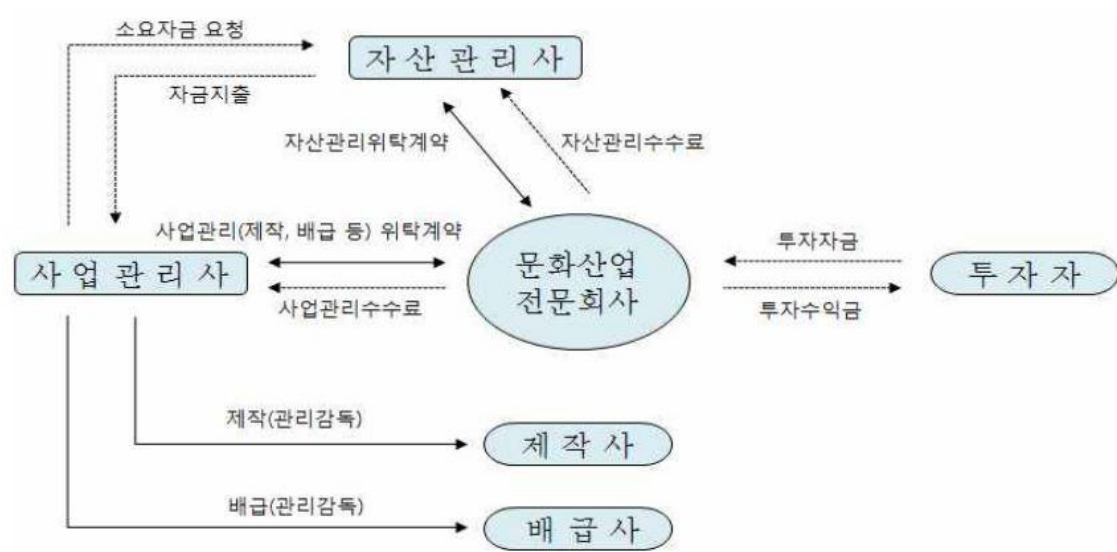
[문화산업전문회사에의 출자에 대한 세액공제 제도(법 제25조의7) 개요]

구분	내용
적용대상	중소·중견기업
공제대상	문화산업전문회사 출자액 중 영상콘텐츠 제작에 사용된 비용
공제율	3%
공제시기	영상콘텐츠의 최초 방송·상영 또는 제공일과 해당 문화산업전문회사의 청산일 중 빠른 날이 속하는 사업연도
적용기한	2025년 12월 31일

문화산업전문회사는 문화산업 분야의 특정 프로젝트를 수행하기

위해 설립되는 특수목적회사로, 통상 프로젝트의 개시와 함께 출범하여 프로젝트 완성과 더불어 해산하고 그 수익을 투자자, 사원 또는 주주에게 배분하는 형태를 갖추고 있으며, 2024년 7월 기준 총 305개의 문화산업전문회사가 등록되어 있음.

[문화산업전문회사의 사업구조]



자료: 「문화산업전문회사 실무안내」, 한국콘텐츠진흥원

나. 출판콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제 신설(정성호의원안, 강유정의원안)

현 행	정성호의원안	강유정의원안
☐ <신 설>	☐ 출판콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제(제25조의8 신설) ○ 대 상: 다음 어느 하나의 출판콘텐츠 제작을 위한 발생비용 - 간행물 - 전자출판물 ○ 공제율: ①(기본공제)+②(추가공제) - ①: 대 5%, 중견 10%, 중소 15% - ②: 대·중견 10%, 중소 15% * 출판콘텐츠의 제작 목적(수험서, 참고서 등 학습을 목적으로 하는 출판물은 제외) 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 출판콘텐츠의 경우 ○ 공제시기: 해당 출판콘텐츠가 처음으로 소비자에게 제공된 과세연도 ○ 적용기한: 2029. 12. 31. ○ 시행일: 공포 후 6개월이 경과한 날부터 ○ 적용례: 법 시행 이후 발생한 출판콘텐츠 제작비용부터 적용	☐ 간행물 제작비용에 대한 세액공제(제25조의8 신설) ○ 대 상: 다음 어느 하나의 간행물 제작을 위하여 국내에서 발생한 비용 - 간행물 - 전자출판물 - 외국간행물 ○ 공제율: 5% ○ 공제시기: 해당 간행물이 처음으로 출판된 과세연도 ○ 적용기한 없음 ○ 시행일: 2025. 1. 1. ○ 적용례: 법 시행 이후 발생한 간행물 제작비용부터 적용

* 정성호의원안 2024. 10. 10. 발의(의안번호 4667), 강유정 2024. 10. 17 발의(의안번호 4738)

☐ 2건의 개정안은 출판업을 활성화하기 위하여 출판콘텐츠에 대한 세액공제를 신설하려는 것임.

정성호의원안은 내국인이 지출한 간행물, 전자출판물의 제작을 위한 비용에 대해 세액공제를 2029년 말까지 한시적으로 신설하려는 것이고, 세액공제율은 중소기업 15~30%, 중견기업 10~20%, 대기업 5~15%를 적용하려는 것임.

강유정의원안은 내국인이 지출한 간행물, 전자출판물, 외국간행물의 제작을 위한 국내 비용에 대해 세액공제를 신설하려는 것이고, 세액공제율은 5%를 적용하려는 것임.

□ 「출판문화산업 진흥법」에 따른 ‘간행물’은 종이나 전자적 매체에 실어 읽거나 보거나 들을 수 있게 만든 것으로 저자·발행인·발행일·출판사·국제표준자료번호를 표시한 것이고, ‘전자출판물’이란 이 법에 따라 신고한 출판사가 저작물 등의 내용을 전자적 매체에 실어 이용자가 컴퓨터 등 정보처리장치를 이용하여 그 내용을 읽거나 보거나 들을 수 있게 발행한 전자책 등의 간행물이며, ‘외국간행물’이란 외국(북한을 포함)에서 출판된 간행물임.²⁾

2022년 기준 출판산업의 매출액은 25조 1,917억 200만원으로 2021년 매출액 24조 6,977억 5,300만원 대비 4,939억 4,900만원 증가하였음. 2022년 사업체 수는 34,652개로 2021년 대비 641개 증가하였음. 사업체당 매출액은 2018년부터 2020년까지 증가한 후, 감소 추

2) 「출판문화산업 진흥법」

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

3. “간행물”이란 종이나 전자적 매체에 실어 읽거나 보거나 들을 수 있게 만든 것으로 저자, 발행인, 발행일, 그 밖에 대통령령으로 정하는 기록 사항을 표시한 것을 말한다.
4. “전자출판물”이란 이 법에 따라 신고한 출판사가 저작물 등의 내용을 전자적 매체에 실어 이용자가 컴퓨터 등 정보처리장치를 이용하여 그 내용을 읽거나 보거나 들을 수 있게 발행한 전자책 등의 간행물을 말한다.
5. “외국간행물”이란 외국(북한을 포함한다. 이하 같다)에서 출판된 간행물을 말한다.

세에 있음.

[출판산업 사업체 수 및 매출액 추이]

(단위: 백만원, 개)

연도	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
매출액	20,953,772	21,341,176	21,648,849	24,697,753	25,191,702
사업체 수	24,995	25,220	25,244	34,011	34,652
사업체 당 매출액	838	846	858	726	727

자료: 문화체육관광부, 「2022년 기준 콘텐츠산업조사」

□ 개정안에 대하여는 다음과 같은 효과가 기대될 수 있음.

첫째, 출판 산업에 대한 세제지원을 통해 국내 콘텐츠 산업의 경쟁력을 높이는 시너지 효과가 나타날 수 있음.

2023년에는 10개의 한국문학이 국제상 수상 및 입후보를 하고, 2024년 10월에는 한강 작가가 한국인 최초로 노벨문학상을 수상하는 등 우리나라의 출판 콘텐츠가 세계적으로 조명을 받고 있음.

[2023년 한국문학 국제 수상·입후보 내역]

연번	구분	상명	작가	작품명
1	수상	메디치상	한강	작별하지 않는다 (Impossibles Adieux)
2	최종 후보	전미도서상	정보라	저주토끼 (Cursed Bunny)
3	최종 2위	일본서점대상	손원평	『프리즘』 (プリズム)
4	최종 후보	부커상 국제부문	천명관	『고래』 (Whale)
5	최종 후보	미국 아이스너상	연상호, 최규석	『지옥(1-2)』 (The Hellbound vols. 1-2)

연번	구분	상명	작가	작품명
6	1차 후보	전미 도서 비평가협회상 번역문학 부문	신경숙	『바이올렛』 (Violets)
7	1차 후보	국제 더블린 문학상	박상영	『대도시의 사랑법』 (Love in the Big City)
8	1차 후보	일본번역대상	김초엽, 김원영	『사이보그가 되다』 (サイボーグになる)
9	1차 후보	야스나야 폴라나 문학상	김애란	『바깥은 여름』 (А вокруг было лето)
10	1차 후보	야스나야 폴라나 문학상	정이현	『상냥한 폭력의 시대』 (КОГДА ПРИЧИНИЯЮТ ДОБРО)

자료: 한국문학번역원, 보도자료 ‘2023년 하반기 한국문학 해외수상·입후보 성과’

즉, 출판 산업은 다른 콘텐츠 산업과 같이 한류의 한 축을 담당하는 산업으로 성장하고 있음.

그리고 출판산업에서 생산된 도서가 영화·드라마·애니메이션·캐릭터·음반·공연 등 파생상품으로 개발되는 시너지 효과를 발휘하는 점을 고려할 때, 출판산업은 문화콘텐츠산업의 원천 콘텐츠로서 역할 또한 담당하고 있다고 할 수 있음.

즉, 하나의 콘텐츠를 개발해 다른 콘텐츠로 확대 및 발전시키는 OSMU(One Source Multi Use)라는 문화콘텐츠의 다중 유통 방식은 출판콘텐츠가 문화콘텐츠의 원형으로서 갖는 가능성을 더욱 높여줄 수 있음.³⁾

예를 들어, 영국 소설인 ‘해리포터’ 시리즈는 소설이 전 세계적인 인기를 끌면서 영화·게임 등 다른 콘텐츠 상품의 출시로 이어졌음.

3) 윤세민, ‘출판산업과 문화콘텐츠산업의 동반발전을 위한 연구’, 한국출판학연구, 2012.

이를 고려할 때, 출판산업에 대한 세제지원을 통해 출판콘텐츠의 경쟁력을 강화하고 수출을 확대하면, 콘텐츠 산업의 경쟁력 강화와 수출 촉진에도 긍정적인 영향을 미치는 시너지효과가 발생할 가능성이 있음.

둘째, 서적에 대한 가구당 소비지출이 감소하고 있는 추세 속에서 출판산업 업체들의 비용부담을 낮춤으로써 출판산업의 활성화에 기여할 수 있음.

가구당 월평균 소비지출 현황을 살펴보면 서적에 대한 지출은 2023년 9,508원으로 2020년 11,144원 대비 감소하였음. 그리고 총 소비지출 대비 서적 지출 비율은 2023년 0.4%로 2020년 0.5% 대비 감소하였으며, 오락문화 지출 대비 서적 지출 비율은 2023년 5.1%로 2020년 8.0% 대비 감소하였음.

[가구당 월평균 소비지출 현황(2020년~2023년)]

(단위: 원)

연도	2020년	2021년	2022년	2023년
총 소비지출 (A)	2,400,123	2,434,004	3,450,801	2,502,047
오락문화 (B)	139,539	141,996	163,459	187,443
서적 (C)	11,144	11,163	10,036	9,508
총 소비지출 대비 서적 지출 비율 (C/A)	0.5%	0.5%	0.3%	0.4%
오락문화 지출 대비 서적 지출 비율 (C/B)	8.0%	7.9%	6.1%	5.1%

자료: 한국출판문화산업진흥원, 2023년도 하반기 KPIPA 출판산업 동향

또한, 종합 독서율⁴⁾이 감소 추세에 있으며, 2023년은 43.0%를 기록

4) 종합 독서율은 최근 1년 내 종이책, 전자책, 오디오북 중 1권 이상 읽은 비율을 의미함.

하여 2015년 대비 24.4%p 감소하였음.

[종합 독서율 추이]

(단위: %)

연도	2015년	2017년	2019년	2021년	2023년
종합독서율	67.4	62.3	55.7	47.5	43.0

자료: 문화체육관광부, 2023 국민독서실태조사

출판콘텐츠에 대한 소비가 전반적으로 위축되고 있는 추세인데, 출판산업에 대한 세제지원을 통해 경쟁력 있는 출판콘텐츠 제작 활성화에 기여하는 효과가 나타날 수 있음.

□ 다만, 개정안에 대하여는 다음과 같은 점을 고려할 필요가 있음.

첫째, 현행법은 우리나라 관광, 상품수출 등에 미치는 파급효과를 고려하여 콘텐츠 산업 중 영상콘텐츠에 대해서만 세제지원을 하고 있는데, 출판콘텐츠도 영상콘텐츠만큼의 파급효과가 있는지 정책적 검토가 필요함.

2023년 11월에 26개국 현지인 중 한류 경험자에 대해 조사한 결과, 영화의 경험률은 69.6%로 나타나고 드라마에 대한 경험률은 65.1%로 나타난 반면, 출판물에 대한 경험률은 29.7%로 상대적으로 낮았음.

또한, 음식·뷰티·음악·패션·영화·드라마·게임·애니메이션·예능·웹툰·출판물 등 콘텐츠 중 자국 내 인기도 평가는 출판물이 가장 낮게 나타났음.⁵⁾

5) 한국국제문화교류진흥원, 2024 해외한류실태조사, 2024. 3.

둘째, 중소출판사에 대해 비용을 지원하는 재정사업이 시행되고 있는 점을 고려할 필요가 있음.

문화체육관광부의 중소출판사 성장도약 제작 지원 사업에서 창업 초기 출판사에 대해 편당 1,000만원을 지원해주고, 창업 중기 출판사에 대해 편당 2,000만원을 지원함. 또한, 출판사 마케팅 자율 지원 사업을 통해 북클럽 등 마케팅 운영비용을 500만원 지원함.

셋째, 강유정의원안은 적용기한 없이 세액공제를 영구적으로 적용하려는 것인데, 해당 특례의 타당성·효과성 등 제도 전반에 대한 주기적 평가가 어려워지는 측면이 있으며, 영상콘텐츠 세액공제는 적용기한이 있으므로 과세불형평이 발생할 수도 있다는 점을 고려할 필요가 있음.

문 의 처
02)6788-5155