영상콘텐츠 산업 진흥을 위한 세제지원 확대방안 및 효과분석

2022-06
수시연구

Research on Tax Credit Expansion
for Media Content Industry and Analysis
on its Effects

김소연
이윤경
진선영
주익현

한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

수시연구 2022-06

영상콘텐츠 산업 진흥을 위한 세제지원 확대방안 및 효과분석

Research on Tax Credit Expansion
for Media Content Industry and Analysis on its Effects

김소연·이윤경·진선영·주익현

한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

연구책임

김소연 한국문화관광연구원 연구원
이윤경 한국문화관광연구원 연구위원

공동연구

진선영 KOTRA 컨설턴트
주익현 광운대 산학협력단 연구교수

영상콘텐츠 산업 진흥을 위한 세제지원 확대방안 및 효과분석

연구개요

1. 서론

가. 연구 배경 및 목적

■ 영상콘텐츠 산업은 글로벌 OTT 플랫폼의 영향력이 커지면서 투자 확대라는 기회와 경쟁 심화라는 위기를 동시에 직면하고 있음

- 해외 주요 국가들은 코로나를 계기로 영상콘텐츠 생산을 제도적으로 더 지원하여 보다 나은 콘텐츠의 창작과 생산, 유통이 지속되도록 다양한 세제지원 방안을 내놓고 있음
- 국내에서도 2022년 현재 세법개정을 통해 국내 영상콘텐츠 산업이 글로벌 경쟁력을 갖출 수 있는 제도적 확충 가능성을 모색하고 있음

■ 코로나를 계기로 영상콘텐츠에 대한 수요가 크게 전 세계적으로 증가한 만큼, 국내 영상콘텐츠 산업이 향후 지속적으로 성장하고 산업 생태계를 활성화하기 위해서도 영상콘텐츠 산업 분야 세제지원의 효과를 검토하고, 확대방안을 탐색해야 할 필요성이 높음

- 본 연구는 전세계적으로 보조금 지원과 같은 직접지원보다 세제지원과 같은 간접지원 제도를 운용함으로써 장기적으로 지속가능한 산업 성장을 목표로 하는 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 안정화에 도움이 제공하고자 함

나. 연구 범위 및 방법

■ 본 연구는 영상콘텐츠 산업의 긍정 효과를 지속적으로 창출하기 위해, 다음과 같은 내용을 주로 다루고자 함

- 첫째, 영상콘텐츠 산업에 관련된 국내·외 세제지원 제도 현황을 점검함
- 둘째, 현재 영상콘텐츠 산업과 관련된 세제지원의 확대방안을 모색하기 위해 주요 쟁점을 검토하고, 다양한 전문가들의 자문의견을 수렴함
- 셋째, 영상콘텐츠 세제지원의 경제적 효과를 검토할 수 있도록 '제작비 세액공제 확대' 상황을 기준으로 설정하여 실증 분석함

■ 주요 연구 방법론으로는 문헌연구, 전문가 자문, 실증 데이터 분석을 적용함

2. 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 현황

가. 국내 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 현황

■ 국내 영상콘텐츠 산업은 급변하는 글로벌 영상콘텐츠 시장 경쟁, 비경합성, 고부가가치, 긍정 외부효과와 같은 주요 특징을 배경으로, 대규모 제작 재원 조달을 통한 산업 진흥을 위한 차원에서 세제지원 제도 확충이 필요함

■ 국내 영상콘텐츠 산업에 적용될 수 있는 세제지원 제도는 일반 세제지원 제도, 중소기업 특화 세제지원 제도, 영상콘텐츠 특화 세제지원 제도로 구분할 수 있음

〈표 1〉 국내 영상콘텐츠 산업 분야 세제지원 제도 현황[1)]

세제지원	대상업종	주요 내용
조세특례제한법 제6조 '창업중소기업 등에 대한 세액감면'	정보통신업, 예술·스포츠 및 여가 관련 서비스업, 전시산업, 전문디자인업	[감면] 해당 사업에서 발생한 소득에 대한 소득세나 법인세 감면 1) 창업중소기업 △수도권과밀억제권역 외 지역 (창업중소기업) 100분의 50 (청년창업중소기업) 100분의 100 △수도권과밀억제권역 (청년창업중소기업) 100분의 50 2) 창업벤처중소기업 100분의 50
조세특례제한법 제7조 '중소기업에 대한 특별세액감면'	정보통신업, 예술·스포츠 및 여가 관련 서비스업, 전시산업, 전문디자인업	[감면] 해당 사업에서 발생한 소득에 대한 소득세나 법인세 감면 1) 소기업 △수도권 100분의 20 △비수도권 100분의 30 2) 중기업 △수도권 100분의 10 △비수도권 100분의 15
조세특례제한법 제10조 '연구·인력개발비에 대한 세액공제'	모든 업종	[공제] 소득세 또는 법인세에서 공제 - (기준) 일반연구·인력개발에 지출한 금액 - (중소기업) 100분의 25 - (중견기업) 100분의 8 - (대기업) 100분의 2
조세특례제한법 제10조 '연구·인력개발비에 대한 세액공제'	신성장 원천기술: 실감형 콘텐츠	[공제] 소득세 또는 법인세에서 공제 - (기준) 신성장 원천기술연구·인력개발에 지출

1) 자료: 이승희(2021), 「콘텐츠산업의 창작개발(R&D) 세제지원 확대를 위한 조세특례제한법 개정 방향」, 나주: 한국콘텐츠진흥원. 참조 재구성

세제지원	대상업종	주요 내용
	기술(VR, AR, 4D, 홀로그램 등), 문화 콘텐츠 제작기술(영화, 방송, 애니메이션, 게임, 만화 등)	한 금액 - (중소기업) 100분의 30 - (코스닥상장중견기업) 100분의 25 - (그 외) 100분의 20
조세특례제한법 제26조 '고용창출투자세액공제'	소비성 서비스업을 제외한 모든 업종	[공제] 소득세 또는 법인세에서 공제 - (기준) 해당 투자금액 - (중소기업) 기본 100분의 3, 투자지역에 따라 추가공제 - (중견기업) 투자지역 따라 기본 및 추가 공제비율이 달라짐 - (대기업) 기본 0, 투자지역에 따라 추가공제비율이 달라짐
조세특례제한법 제25조의 6 '영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제'	드라마, 애니메이션, 다큐멘터리, 오락 프로그램, 영화관 상영용 영화, OTT콘텐츠(2022년 추가예정)	[공제] 소득세 또는 법인세에서 공제 - (기준) 영상콘텐츠 제작을 위한 국내 발생 제작비용 - (중소기업) 100분의 10 - (중견기업) 100분의 7 - (대기업) 100분의 3
법인세법 제57조 '외국납부세액공제'	모든 업종	[공제] 법인세에서 공제 - (기준) 외국법인세액 - 산출공식에 따른 공제한도만큼 공제

■ 정부는 2022년 7월 조세특례제한법 일부개정법률 입법예고를 통해, 영상콘텐츠 제작비 세액공제 일몰 기간의 연장, 세액공제율 상향, 온라인동영상서비스(OTT) 제공 비디오물 제작비용에 대한 세액공제 대상 추가를 발표하였음

- 또한 2022년 11월 현재, 국회에 영상콘텐츠 산업 제작비 및 투자비에 대한 세액공제 확대 법안 및 관련 신설 조항이 발의된 상태임

나. 해외 주요 국가 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 현황

■ 2020년 코로나 이후 전세계적으로 영상콘텐츠 산업 분야는 글로벌 호황을 속에서 선진국형 경제를 견인하는 주요 부가가치 산업이자 창조산업으로 주목받으며, 관련 세제지원 제도를 개편하게 함

- 본 연구에서는 코로나로 인해 경제적 피해가 심했던 선진국형 국가, 전통적으로

영상콘텐츠 산업이 강한 국가, 관련 세제지원 제도에 변화를 겪었던 국가로서, 영국, 호주, 미국, 캐나다 4개 국가를 선별하여 코로나 이후 제도 변화를 집중적으로 검토함

■ 영국 영상콘텐츠 산업의 세제지원 제도 주요 특징과 코로나 이후의 변화는 다음과 같음

〈표 2〉 영국 영상콘텐츠 산업 관련 세제지원 제도 기반과 2020년 코로나 이후 주요변화

구분	내용	
명칭	창조산업 세제지원 제도(Creative Industry Tax Reliefs)	
지원 유형	1) 영화 세제지원(Film Tax Relief) 2) 애니메이션 세제지원(Animation Tax Relief) 3) 텔레비전 세제지원(High-end Tax Relief) 4) 비디오 게임 세제지원(Video Games Tax Relief) 5) 어린이 프로그램 세제지원(Children's Television Tax Relief)	
지원 조건	1) 영국에 상주하거나 영국에서 설립된 법인 2) 문화적 검증(cultural test) 3) 총 핵심 지출 가운데 최소 10% 영국 내 소비	
세제지원 유형	1) 추가 공제(additional reduction) 전체 수입에서 증액가능한 지출금(enhenceable expenditure: 총 핵심 지출금의 80% 또는 영국 내 핵심 지출금 중 더 적은 금액)을 과세대상 금액에서 공제 2) 세액 환급(payable tax credit) 손실이 발생한 경우(추가 공제 이후 손실 발생한 경우 포함), 양도가능한 손실금(surrenderable loss)의 25% 현금 환급	
코로나 대응 지원책	제도명	"영화 및 텔레비전 제작사 새 출발 지원제도 (Film & TV Production Restart Scheme)"
	시행 기간	2020년 10월 16일~2022년 4월 30일
	지원 조건	1) 영국 세법 또는 EEA 세법의 적용을 받는 법인 및 파트너십 회사 2) 전체 제작 예산 중 영국 내 지출이 50% 이상인 영화 및 텔레비전 프로젝트 3) 문화적 검증 통과 4) 코로나19로 제작이 중단 또는 취소되었다는 증빙 자료 및 제작사 보험 가입 노력을 보여주는 증빙 자료
	지원 내용	코로나-19로 제작이 중단 또는 취소된 제작사에 보상금을 지원하거나, 필수 보험 가입이 어려운 제작사를 지원
	투입 예산	5억 파운드

■ 호주 영상콘텐츠 산업의 세제지원 제도 주요 특징과 코로나 이후의 변화는 다음과 같음

〈표 3〉 호주 영상콘텐츠 산업 관련 세제지원 제도 기반과 2020년 코로나 이후 주요변화

<table>
<tr><th>구분</th><th colspan="3">내용</th></tr>
<tr><td rowspan="3">유형 및 지원 조건</td><td colspan="2">1) 제작사 세액공제
(Producer Tax Offset)</td><td>• 호주 정체성 검증(SAC)
• 유형별 적격 호주 제작 지출(QAPE) 임계값
• 유형별 최소 영상 시간</td></tr>
<tr><td colspan="2">2) PDV 세액공제
(PDV Tax Offset)</td><td>• 호주 정체성 검증(SAC)
• 적격 호주 제작 지출(QAPE) 임계값</td></tr>
<tr><td colspan="2">3) 촬영지 세액공제
(Location Tax Offset)
+ 촬영지 인센티브
(Location Incentive)</td><td>• 유형별 적격 호주 제작 지출(QAPE) 임계값
• 유형별 최소 영상 시간</td></tr>
<tr><td>공통 지원 조건</td><td colspan="3">호주 법인 또는 호주에 상주하는 법인을 둔 해외 제작사</td></tr>
<tr><td>세제지원 범위</td><td colspan="3">1) 제작사 세액공제
• 장편영화(feature film): QAPE의 40% 세금 환급(refundanable rebate)
• 텔레비전 프로그램(온라인 플랫폼 포함): QAPE의 30% 세금 환급
2) PDV 세액공제
• QAPE의 30% 세금 환급
3) 촬영지 세액공제
• QAPE의 16.5% 세금 환급 + 촬영지 인센티브 최대 13.5% 지원금 지급</td></tr>
<tr><td rowspan="5">코로나 대응</td><td>제도명</td><td colspan="2">임시 중단 제작사를 위한 지원금(Temporary Interruption Fund)</td></tr>
<tr><td>시행기간</td><td colspan="2">2020년 6월 25일 ~ 2023년 7월 7일(2차 연장)</td></tr>
<tr><td>지원조건</td><td colspan="2">1) 호주 내에서 제작하는 영화, 드라마, 다큐멘터리, 엔터테인먼트 및 리얼리티 프로그램
2) 호주 정체성 검증 통과 또는 정식 공동제작 프로젝트 임시 증명서 보유
※ 엔터테인먼트 및 리얼리티 프로그램의 경우, 위 기준에 준하는 콘텐츠 필요
3) 코로나19로 인한 피해액이 5만 달러(AUD)를 초과한 경우에 한하여, 초과된 액수를 바탕으로 총 제작비의 60%, 최대 4백만 달러(AUD)까지 지원금 지급
4) 신청 시기별로 추가적인 제작 시작일 관련 조건이 존재</td></tr>
<tr><td>제도명</td><td colspan="2">호주 영상 제작 인센티브 개혁
(Australian Screen Production Incentive Reforms)</td></tr>
<tr><td>시행일</td><td colspan="2">2021년 12월 7일 개정
(2021년 7월 1일 본 촬영이 시작된 프로젝트에 대하여 소급 적용)</td></tr>
<tr><td>개정 내용</td><td colspan="2">• 제작사 세액공제 가운데 텔레비전용 영화, 텔레비전 프로그램의 세액공제율을 기존 20%에서 30%로 확대
• 지원 대상에 대한 표현을 기존 non-feature film에서 a program for subscription service, Direct-to-Video, Direct-to-DVD로 변경
• 촬영지 인센티브 기간 연장 및 예산 투자 확대</td></tr>
</table>

■ 미국 영상콘텐츠 산업의 세제지원 제도 주요 특징과 코로나 이후의 변화는 다음과 같음

〈표 4〉 미국 영상콘텐츠 산업 관련 세제지원 제도 개요 및 2020년 이후 주요변화

구분	내용
연방	1) 연방세법 Section 168(k)에 따른 세액공제 • 프로젝트 완료 후 감가상각 적용(첫해 100% 감가상각) • 상한액 없음 2) 연방세법 Section 181 • 투자와 동시에 지출 발생으로 인정 • 총 제작비의 75% 이상 미국 내 소비 • 1,500만 달러(USD) 상한액 ※ 특수지역 촬영 시 2,000만 달러로 상향 조정
주요 주별 정책	1) 캘리포니아 • 영화 및 텔레비전 세액공제 3.0 프로그램 (Film and Television Tax Credit 3.0 Program) • 회계연도별 3.3억 달러(USD) 한도 • 텔레비전 프로젝트, 촬영지 이전 텔레비전, 독립영화, 일반 상업영화에 대해 20~25% 세액공제 • 추가 조건 만족 시, 5~10% 추가 가능 ※ 16.5억 달러(USD) 예산을 추가 투자 2030년까지 세제지원 연장(2022년 8월 3일 발표)
	2) 뉴욕 ① 영화 제작 공제 • 제작비와 사후 제작비의 25% 환급 • 추가 조건 만족 시, 10% 추가 공제 ② 텔레비전 작가 및 감독에 대한 임금 세액공제 • 텔레비전 작가 및 감독에 대한 임금의 30% 세액공제 • 각각 15만 달러(USD) 한도 • 연간 세액공제 500만 달러(USD) 한도 ③ 영화 사후제작 세액공제 • 뉴욕시 인증 시설 이용 시 30~35% 세액공제 ④ 광고 세액공제 • 제작비의 20% 세액공제, 메트로폴리탄 외 지역 촬영 시 추가 10% 공제
	3) 조지아 • 기본 세액공제: 제작비의 20% 세액공제 • 엔터테인먼트 세액공제: 조지아 주 로고를 삽입하여 10% 추가 공제 • 연간 지출이 50만 달러(USD) 이상 • 조지아 주에 법인이 위치할 필요가 없음 • 연간 한도액 없음
	4) 뉴멕시코 • 기본 세액공제: 제작비의 25% 세액공제~최대 35% • 편당 제작비가 5만 달러 이상인 시즌제 TV 시리즈 및 파일럿 5% 추가 공제 • 외곽지역 촬영 5% 추가 공제 • 적격제작시설 촬영 5% 추가 공제

구분	내용	
	• 거주민 환원제도(비거주민 인건비의 2.5% 규모)에 참여하는 경우, 비거주민 임금의 15% 공제 가능 • 거주민 인력 양성 프로그램 참여시, 참여자의 1,040시간 임금에 대하여 50% 환급 (단, 기술직종 위주로 개별 멘토 지정 필수) • 영상 파트너 프로그램으로 대형 제작사와 장기 투자 및 제작 계약 체결 • 영상 파트너 제작사의 경우, 25~35% 세액을 공제받으며, 연간 한도액 없음	
그 외 주별 코로나 이후 세제지원 내용	세제지원 신설	1) 인디애나 • 2022년 8월 5일 영화 및 미디어 세제지원 (Film and Media Tax Credit) 신설 • 제작비의 최대 30% 세액공제 • 5백만 달러 예산 한정 2) 웨스트 버지니아 • 2017년 폐지된 제도 부활 • 5만 달러(USD) 이상의 예산으로 제작되는 영화, 텔레비전 프로그램 및 뮤직비디오에 대하여 제작비의 27% 세액공제 3) 아리조나 • 2022년 7월 6일 House Bill 2156 통과 • 2023년 1월 1일부터 시행 • 제작비의 15~20% 세액 환급
	세제지원 개정	1) 일리노이: 거주민 한정 10만 달러(USD) → 거주민과 비거주민 대상 50만 달러(USD) 2) 워싱턴: 350만 달러(USD) → 1,500만 달러(USD) 3) 뉴저지: 1,000만 달러(USD) → 3,000만 달러(USD)
	기타 개정 내용	• 제작사 세액공제 중 텔레비전용 영화, 텔레비전 프로그램의 세액공제율을 기존 20%에서 30%로 확대 • 지원대상에 대한 표현을 기존 non-feature film에서 a program for subscription service, Direct-to-Video, Direct-to-DVD로 변경 • 촬영지 인센티브 기간연장 및 예산투자 확대

■ 캐나다 영상콘텐츠 산업의 세제지원 제도 주요 특징과 코로나 이후의 변화는 다음과 같음

〈표 5〉 캐나다의 영상콘텐츠 서비스 세액공제 종류 및 내용

구분	내용
연방 정책	1) 영상 제작 세액공제(Film or Video Production Tax Credit) • 캐나다 제작사, 캐나다에 상주하며 과세 대상 법인 • 제작 후 캐나다인이 25년간 판권을 소유해야 함 • 캐나다인 제작진 고용 기준(포인트 제도) • 제작비의 최소 75%가 캐나다인이 제공하는 서비스에 대한 임금이어야 함 • 해외 제작사 프로젝트의 경우, 완료 후 2년 이내에 캐나다 공개 • 캐나다 내 배급권은 캐나다 회사 또는 캐나다인 • 적격 인건비 지출의 25% 공제

구분	내용
	2) 영상 제작 서비스 세액공제(Film or Video Production Services Tax Credit) • 유형별 최소 제작비 요건 • 캐나다 내에서 이용한 서비스에 대하여 캐나다 거주민에게 지급한 인건비에 대해 16% 세액공제
주요 주별 정책	1) 브리티시 컬럼비아 ① 영상 제작 공제(Film Incentive BC Tax Credit) • 캐나다에 상주하는 캐나다 법인 • 유형별 최소 제작비 요건 • 지분의 50%를 캐나다인이 소유(지분소유구조 증빙 필요) • 브리티시 컬럼비아 적격 고용 지출의 35% 공제 • 제작비의 최대 60%까지 청구 가능 • 근교 지역 촬영 시 적격 고용 지출의 12.5% 추가 세액공제 (제작비의 최대 7.5%까지 청구 가능) • 외곽 지역 촬영 시 적격 고용 지출의 6%를 비례 적용 • 견습생 활용 시 임금의 3% 추가 공제(견습생 월급의 최대 30%까지 청구 가능) • 디지털 애니메이션, 시각 효과, 사후 제작 시 적격 고용 지출의 16% 공제 ② 영상 제작 서비스 세액공제(Film Incentive Service BC Tax Credit) • 유형별 최소 제작비 요건 • 공인 브리티시 컬럼비아 고용 지출의 28%를 공제 • 근교 지역 촬영 시 적격 고용 지출의 최대 6%를 비례 적용 • 외곽 지역 촬영 시 적격 고용 지출의 최대 6%를 비례 적용 • 디지털 애니메이션, 시각 효과, 사후 제작 시 적격 고용 지출의 16% 공제
	2) 뉴펀들랜드 래브라도 • 지역 고용 비용의 40% 세액공제 • 2022년 포괄적 제작비 세액공제(all-spend tax credit) 30% 추가 • 프로젝트당 연간 1,000만 달러(CAD) 한도 • 뉴펀들랜드 래브라도에 상주하는 법인 • 캐나다 방송중계 라이선스 소유 기업 제외 • 2022년 이후 500만 달러(CAD)로 한도액 증액
	3) 노바스코샤 • 2022년 연간 한도액 400만 달러(CAD)에서 1,000만 달러(CAD)로 증액 • 2,300만 달러(CAD) 추가 투입으로 노바스코샤 콘텐츠 제작사 지원금 및 산업 내 역량 강화 ① 스트림1 • 노바스코샤 내 적격 지출의 26% 세액공제 • 외곽 지역 촬영 시 2% 추가 • 30일 이상 촬영 시 1% 추가 ② 스트림2 (해외 및 영상 제작 서비스) • 노바스코샤 지출의 25% 세액공제 • 외곽 지역 촬영 시 2% 추가 • 30일 이상 촬영 시 1% 추가 + 노바스코샤 콘텐츠 인센티브: 최대 3% 추가 ③ 디지털 애니메이션 세제지원 및 디지털 미디어 세제지원
	4) 뉴브런즈윅 • 2,500만 달러에서 5,000만 달러로 예산한도액 확대

구분	내용
	① 기획단계 인센티브 • 투자 조달 및 방송 기획이 완료된 프로젝트 • 장편영화, 텔레비전용 영화 및 시리즈 기획단계 예산의 50%를 지원금으로 제공 (6만 달러 한도) • 그 외 장르 40% (2만 5,000달러 한도) ② 제작 인센티브 • 인건비 기준: 총 적격 지출의 50% 한도 내에서 거주민 제작비의 40% 지원금 • 총 제작비: 뉴브런즈윅 내 소비의 25% 또는 뉴브런즈윅에 기반을 둔 제작사나 공동 제작사 총 지출의 30%
	5) 프린스 에드워드 아일랜드 • 2022년 이후 10% 확대 • 적격 지출금의 32~35%를 현금으로 환급 • 캐나다에서 설립된 제작사만 지원 가능

■ 본 연구에서 검토한 해외 주요 국가들은 영상콘텐츠 산업에 대한 세제지원 제도가 자국의 고용창출, 지역 또는 국가 경제 성장 견인에 긍정적인 기여를 하도록 사업체 존속성을 높이기 위한 수단으로 제도와 정책을 설계하고자 하였음을 확인함

- 구체적으로 첫째, 세제지원 제도를 통한 자국 내 영상 관련 제작사 설립을 유도하며, 둘째, 글로벌 제작사의 유입을 통한 자국 내 고용창출을 유도, 셋째, 영상콘텐츠 산업 분야에 대한 다양한 세제지원 제도를 통해 장기적으로는 미래 인재 양성에 그 효과가 환원될 수 있도록 노력하고 있다는 점, 또한 코로나 기간동안 제작비 세액공제율을 상향 조정하여 세제지원을 강화한 점을 확인할 수 있었음

〈표 6〉 코로나 이후 해외 주요 국가들의 영상콘텐츠 제작비 세액공제율

구분	세액공제율
영국	20~25%
호주	최대 40%
미국	20~35%
캐나다	최대 50%

3. 영상콘텐츠 산업 세제지원 확대방안

가. 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 확대 고려사항

■ 본 연구에서는 그동안 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 확충과 관련하여 검토가 필요한 주요 쟁점을 다음과 같이 선별하여 전문가 자문을 통해 제도 확대방안에 대한 의견을 수집하고자 함

영상콘텐츠 산업 세제지원 확대방안 검토 이슈

① 영상콘텐츠 제작비 세액공제(공제율 상향)
② 세액공제 적용 장르 확대(장르 구분이 어려운 경우 포함)
③ 연구인력개발비(R&D) 세액공제 적용 방안
④ 외국납부세액공제 이월배제(적용대상 확대 및 현실화 방안)
⑤ 영상제작 투자(자) 세액공제 방안
⑥ 창업·중소기업 등에 대한 세액 감면 적용방안
⑦ 고용창출 세액공제 적용방안
⑧ 기타

나. 영상콘텐츠 산업 세제지원 확대방안에 대한 전문가 자문 결과

■ 본 연구 자문은 영상콘텐츠 세제지원 확대방안과 관련한 의견을 검토해줄 연구분야 전문가(교수, 연구원), 법조계 전문가(변호사, 변리사), 세무회계 및 투자 전문가(세무사, 투자심사역) 등 17인을 대상으로 진행함

■ 자문을 통해 도출된 주요 제안 내용은 다음과 같음

영상콘텐츠 산업 세제지원 확대방안 제안 내용

1) 글로벌 영상콘텐츠 산업 트렌드를 반영한 세액공제율 상향
2) 영상콘텐츠 제작비 세액공제 일몰제의 영구법화 추진
3) 국내 고용창출 및 경제적 기여를 위한 중소기업 중심의 세제지원 확장
   ① 소규모 사업체 대상 기본공제 금액 설정
   ② 부분 손실보전 제도 도입 검토
   ③ 과세연도 기간 연장
   ④ 특정 지역 제작 클러스터 세제혜택
   ⑤ 영상콘텐츠 업계 병역대체제도 도입을 통한 인건비 공제
4) 콘텐츠 연구인력개발비용(R&D) 별도 지원제도 신설
5) 프로젝트 단위의 세제지원 가능성 확대
   ① 세액공제 혜택 대상 범위 확대를 위한 요건 완화
   ② 에스크로 제도 및 시스템 구축을 통한 프로젝트 단위 세제지원 가능성
6) 투자비 세액공제 적용 확대

4. 영상콘텐츠 산업 세제지원 경제적 효과 분석

가. 분석 기준 및 자료 구축

■ 본 연구에서는 '제작비 세액공제 확대시' 경제적 효과를 검토하고자 함

■ 분석의 핵심 정보인 '제작비'는 「2021 방송산업실태조사보고서」, 「2021 한국영화산업결산」, 「Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026」를 통해 2015년부터 2020년까지의 방송, 영화, OTT 분야 정보를 확보하였으며, 산업연관효과 분석 단계에서 이 기간동안의 제작비 연평균 증가율 추이를 파악하여, 2023년부터 2027년까지 향후 5년간의 제작비 추정에 적용하였음

- 추가적으로 통계청에서 제공하는 「영리법인통계」를 통해, 대기업, 중견기업, 중소기업별 매출액 비율을 확인하였으며, 최근 3년간 통계청 「국세통계연보」에 공시된 기업규모별 납세자 비중을 연도별·기업규모별 제작비에 적용하여 세액공제 대상이 되는 제작비를 추정하도록 함
- 이를 통해 기존 조세특례제한법에 정해진 기업규모별 세액공제율(대기업 3%, 중견기업 7%, 중소기업 10%)을 적용해서 세액공제가 되는 비용의 규모를 파악하였으며, 2020년 한국문화관광연구원 정책연구에서 실시한 자체 설문조사 결과로 세액공제 금액 중 약 43.8%가 제작비로 재투자될 것이라는 값을 인용하여, 이를 바탕으로 재투자액을 산출하고 한국은행 산업연관표를 활용하여 생산유발계수, 부가가치유발계수, 취업유발계수를 파악하였음

나. 주요 결과

■ 제작비 전망

〈표 7〉 연도별/기업규모별 제작비 추정결과

(단위: 억 원)

구분		2023년	2024년	2025년	2026년	2027년
방송	대기업(45.2%)	11,679	12,260	12,870	13,510	14,182
	중견기업(20.3%)	5,245	5,506	5,780	6,068	6,370
	중소기업(34.5%)	8,915	9,358	9,824	10,312	10,825
	합계(100%)	25,839	27,125	28,474	29,890	31,377
영화	대기업(45.2%)	926	973	1,021	1,072	1,125
	중견기업(20.3%)	416	437	459	481	505
	중소기업(34.5%)	707	742	779	818	859
	합계(100%)	2,050	2,152	2,259	2,371	2,489
OTT	대기업(45.2%)	1,380	1,760	2,243	2,860	3,646
	중견기업(20.3%)	620	790	1,008	1,284	1,637
	중소기업(34.5%)	1,054	1,343	1,712	2,183	2,783
	합계(100%)	3,054	3,893	4,963	6,327	8,066

■ 예상 세액공제 규모

〈표 8〉 납세기업비중에 따른 연도별/기업규모별 세액공제 대상 제작비 규모 추정결과

(단위: 억 원)

구분		2023년	2024년	2025년	2026년	2027년
방송	대기업(61.7%)	7,206	7,565	7,941	8,336	8,751
	중견기업(70.0%)	3,672	3,854	4,046	4,247	4,459
	중소기업(46.7%)	4,163	4,370	4,588	4,816	5,055
	합계	15,041	15,789	16,575	17,399	18,264
영화	대기업(61.7%)	572	600	630	661	694
	중견기업(70.0%)	291	306	321	337	354
	중소기업(46.7%)	330	347	364	382	401
	합계	1,193	1,252	1,315	1,380	1,449
OTT	대기업(61.7%)	852	1,086	1,384	1,765	2,250
	중견기업(70.0%)	434	553	705	899	1,146
	중소기업(46.7%)	492	627	800	1,019	1,300
	합계	1,778	2,266	2,889	3,683	4,695

〈표 9〉 연도별/기업규모별 세액공제 대상 제작비에 대한 세액공제액 추정결과

(단위: 억 원)

구분		2023년	2024년	2025년	2026년	2027년
방송	대기업(3%)	216	227	238	250	263
	중견기업(7%)	257	270	283	297	312
	중소기업(10%)	416	437	459	482	506
	합계	890	934	980	1,029	1,080
영화	대기업(3%)	17	18	19	20	21
	중견기업(7%)	20	21	22	24	25
	중소기업(10%)	33	35	36	38	40
	합계	71	74	78	82	86
OTT	대기업(3%)	26	33	42	53	67
	중견기업(7%)	30	39	49	63	80
	중소기업(10%)	49	63	80	102	130
	합계	105	134	171	218	278

■ 제작비 투자 증가액 추정

〈표 10〉 영상콘텐츠 세제지원으로 인한 총 제작비 투자 증가액 추정결과

(단위: 억 원)

구분		2023년	2024년	2025년	2026년	2027년
제작 재투자액 (재투자 비중: 43.8%)	방송	390	409	429	451	473
	영화	31	32	34	36	38
	OTT	46	59	75	95	122
	합계	467	500	538	582	632
제작 재투자액 (재투자 비중: 25.0%)	방송	222	233	245	257	270
	영화	18	19	19	20	21
	OTT	26	34	43	54	69
	합계	266	285	307	332	361
제작 재투자액 (재투자 비중: 50.0%)	방송	445	467	490	514	540
	영화	35	37	39	41	43
	OTT	53	67	85	109	139
	합계	533	571	614	664	722
제작 재투자액 (재투자 비중: 75.0%)	방송	667	700	735	772	810
	영화	53	56	58	61	64
	OTT	79	101	128	163	208
	합계	799	856	922	996	1083
제작 재투자액 (재투자 비중: 100.0%)	방송	890	934	980	1,029	1,080
	영화	71	74	78	82	86
	OTT	105	134	171	218	278
	합계	1,065	1,142	1,229	1,328	1,444

■ 제작비 재투자 시 경제적 파급효과

〈표 11〉 영상콘텐츠 제작비 세액공제에 따른 경제적 파급효과

(단위: 억 원, 명)

구분		직접효과	경제적 효과		
		제작비 투자증가	생산유발액	부가가치유발액	취업유발인원
방송	2023년	390	826	313	419
	2024년	409	867	329	440
	2025년	429	910	345	461
	2026년	451	955	362	484
	2027년	473	1,003	380	509
	소계	2,152	4,561	1,729	2,313
영화	2023년	31	61	26	41
	2024년	32	64	27	43
	2025년	34	67	29	45
	2026년	36	71	30	48
	2027년	38	74	32	50
	소계	171	337	144	227
OTT	2023년	46	91	39	61
	2024년	59	116	49	78
	2025년	75	148	63	100
	2026년	95	189	80	127
	2027년	122	240	102	162
	소계	397	784	333	528
합계			5,681	2,207	3,068

■ 분야별 직접효과 및 경제적 파급효과

〈표 12〉 세액공제율 인상에 따른 경제적 파급효과

(단위:억 원, 명)

구분		직접효과	경제적 효과		
		제작비 투자증가	생산유발액	부가가치유발액	취업유발인원
방송	2023년	922	1,953	741	991
	2024년	967	2,050	778	1,040
	2025년	1,016	2,152	816	1,092
	2026년	1,066	2,259	857	1,146
	2027년	1,119	2,371	900	1,203
	소계	5,090	10,785	4,092	5,472
영화	2023년	73	144	61	97
	2024년	77	152	65	102
	2025년	81	159	68	107
	2026년	85	167	71	113
	2027년	89	175	75	118
	소계	405	797	340	537
OTT	2023년	109	215	92	145
	2024년	139	274	117	185
	2025년	177	350	149	236
	2026년	226	446	190	300
	2027년	288	568	242	383
	소계	939	1,853	790	1,249
합계			13,436	5,220	7,257

■ 세부장르별 직접효과 및 경제적 파급효과

〈표 13〉 영상콘텐츠 세부장르별 제작비 비중 및 제작비 규모 추정결과

(단위: 억 원)

주요장르	세액공제 대상장르	제작비 비중(%)	제작비 규모					
			2023년	2024년	2025년	2026년	2027년	장르별 합계
드라마	○	78.8	20,349	21,362	22,424	23,539	24,710	112,385
애니메이션	○	3.1	800	840	882	926	972	4,419
오락	○	10.9	2,827	2,967	3,115	3,270	3,432	15,610
다큐멘터리	○	2.2	568	596	626	657	690	3,137
교양 (정보·문화 예술·교육)	○	5.0	1,295	1,360	1,427	1,498	1,573	7,154
총합계		100.0	25,839	27,125	28,474	29,890	31,377	142,705

〈표 14〉 영상콘텐츠 세부장르별 경제적 파급효과

(단위: 억 원, 명)

구분		제작비 투자증가	직접효과		
			생산유발액	부가가치유발액	취업유발인원
드라마	2023년	307	650	247	330
	2024년	322	683	259	346
	2025년	338	717	272	364
	2026년	355	752	285	382
	2027년	373	790	300	401
	소계	1,695	3,591	1,363	1,822
애니메이션	2023년	12	26	10	13
	2024년	13	27	10	14
	2025년	13	28	11	14
	2026년	14	30	11	15
	2027년	15	31	12	16
	소계	67	141	54	72
오락	2023년	43	90	34	46
	2024년	45	95	36	48
	2025년	47	100	38	50
	2026년	49	104	40	53
	2027년	52	110	42	56
	소계	235	499	189	253
다큐멘터리	2023년	9	18	7	9
	2024년	9	19	7	10
	2025년	9	20	8	10
	2026년	10	21	8	11
	2027년	10	22	8	11
	소계	47	100	38	51
교양	2023년	20	41	16	21
	2024년	21	43	16	22
	2025년	22	46	17	23
	2026년	23	48	18	24
	2027년	24	50	19	25
	소계	108	229	87	116
합계		2,152	4,560	1,730	2,313

5. 결론

- 본 연구에서 코로나 이후 국내외 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 관련 주요 이슈를 종합적으로 검토한 결과, 전 세계적으로 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도가 강화하는 방향으로 변하고 있음을 알 수 있었음
  - 국내에서도 현재 일몰 예정이던 영상콘텐츠 제작비 세액공제 지원제도가 2025년 연말까지 계속 시행하도록 연장되었으며, 세액공제율 상향, OTT 제작비의 세제지원 범위 포함 및 투자비에 대한 세액공제가 논의되고 있다는 점 또한 환영할만한 상황임
  - 글로벌 영상 강국이라 할 수 있는 영국, 호주, 미국, 영국 주요 4개 국가 또한 영상콘텐츠 산업 세액공제율을 상향함과 동시에 보다 적극적이고 섬세한 세부적인 세제지원 정책을 설계하고 있음을 확인함
- 특히 전 세계적으로 영상콘텐츠 산업이 국가 경제 성장을 견인하는 선진국형 산업 분야라는 점에 대한 이해도가 높아지고, 자국의 고용창출 및 국가(지역) 내 법인의 유치와 존속, 나아가 영상콘텐츠 관련 미래 인재 육성을 유도하는 데 이르기까지, 영상콘텐츠 산업 진흥을 위한 제도적 수단으로서 세제지원이 설계되어 있다는 점을 고려하여, 우리나라도 향후 지속적으로 관련 제도를 보완, 추진해야할 필요성이 높음

목차

제1장 서론 ····· 1

제1절 연구 배경 및 목적 3

1. 연구 배경 3
2. 연구 목적 4

제2절 연구 범위 및 방법 5

1. 연구 범위 5
2. 연구 방법 5

제2장 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 현황 ····· 7

제1절 국내 영상콘텐츠 산업 세제지원 현황 9

1. 국내 영상콘텐츠 산업진흥의 필요성 9
2. 국내 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 현황 13

제2절 해외 영상콘텐츠 산업 세제지원 현황 19

1. 해외 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 분석 목적 19
2. 해외 주요국가별 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 현황 21

제3절 소결 59

제3장 영상콘텐츠 산업 세제지원 확대방안 ····· 63

제1절 영상콘텐츠 산업 세제지원 관련 주요 쟁점 65

1. 국내 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 확대 고려사항 65
2. 영상콘텐츠 세제지원 관련법 현황과 확대 가능성 68

제2절 영상콘텐츠 산업 세제지원 확대방안에 대한 전문가 자문 70

1. 자문 개요 70
2. 주요 결과 71

제3절 소결 80

제4장 영상콘텐츠 산업 세제지원 경제적 효과분석 ····· 81

제1절 분석 자료 및 방법론 83
1. 분석 자료 83
2. 분석 방법론 84

제2절 영상콘텐츠 산업 세제지원 확대 시 경제적 효과 87
1. 산업연관효과 분석결과 87
2. 경제적 파급효과 분석결과 91

제5장 결론 ····· 97

제1절 영상콘텐츠 국내외 세제지원 제도변화의 시사점 99
1. 국내 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 강화 필요 99
2. 해외 영상콘텐츠 세제지원 제도의 변화 추세 102
3. 영상콘텐츠 산업 세제지원의 경제적 효과 105

제2절 영상콘텐츠 세제지원 확대방안 제언 107
1. 영상콘텐츠 세제지원 제도의 체계화 107
2. 향후 영상콘텐츠 세제지원 확대 방향성 108

참고문헌 / 111

ABSTRACT / 119

표 목차

〈표 2-1〉 콘텐츠 특성에 기반한 영상콘텐츠 산업진흥의 필요성 12
〈표 2-2〉 조세특례제한법 시행령으로 규정된 지원대상 신성장동력·원천기술 범위 내 영상콘텐츠 관련 기술 14
〈표 2-3〉 국내 영상콘텐츠 산업 분야 세제지원 제도 현황 16
〈표 2-4〉 영국 영상콘텐츠 산업 관련 세제지원 제도 기반과 2020년 코로나 이후 주요변화 27
〈표 2-5〉 제작물 유형별 적격호주제작지출비(QAPE) 임계값의 세부 기준 31
〈표 2-6〉 호주 촬영지 인센티브 회계연도별 예산 계획 35
〈표 2-7〉 호주 영상콘텐츠 산업 관련 세제지원 제도 기반과 2020년 코로나 이후 주요변화 36
〈표 2-8〉 뉴욕 주 영상제작 등급 분류 및 세제지원 기준 43
〈표 2-9〉 미국 영상콘텐츠 관련 세제지원 제도 개요 및 2020년 이후 주요변화 47
〈표 2-10〉 캐나다 영상물 제작 시 주요 보직에 따른 점수 배정표 51
〈표 2-11〉 브리티시 컬럼비아의 영상제작 세액공제 종류 및 내용 53
〈표 2-12〉 브리티시 컬럼비아의 영상 서비스 세액공제 종류 및 내용 53
〈표 2-13〉 캐나다의 영상콘텐츠 서비스 세액공제 종류 및 내용 57
〈표 3-1〉 연구·인력개발비(R&D) 관련 세액공제 혜택 비교 67
〈표 3-2〉 코로나 이후 해외 주요 국가들의 영상콘텐츠 제작비용 세액공제율 68
〈표 3-3〉 전문가 자문 개요 70
〈표 4-1〉 산업연관분석을 통한 경제적 파급효과 분석절차 86
〈표 4-2〉 연도별/기업규모별 제작비 추정결과 88
〈표 4-3〉 납세기업비중에 따른 연도별/기업규모별 세액공제 대상 제작비 규모 추정결과 89
〈표 4-4〉 조세특례제한법에 따른 세액공제율 적용 근거 89
〈표 4-5〉 연도별/기업규모별 세액공제 대상 제작비에 대한 세액공제액 추정결과 90
〈표 4-6〉 영상콘텐츠 세제지원으로 인한 총 제작비 투자 증가액 추정결과 90
〈표 4-7〉 산업연관표에 제시된 영상분야 경제적 파급효과 계수 91
〈표 4-8〉 영상콘텐츠 제작비 세액공제에 따른 경제적 파급효과 92
〈표 4-9〉 세액공제 인상률 추정 근거 93
〈표 4-10〉 세액공제율 인상에 따른 경제적 파급효과 93
〈표 4-11〉 영상콘텐츠 세부장르별 제작비 비중 및 제작비 규모 추정결과 94
〈표 4-12〉 영상콘텐츠 세부장르별 경제적 파급효과 95

그림 목차

[그림 1-1] 연구 수행방법 및 과정 6
[그림 2-1] 넷플릭스 성장 추이(2016-2021) 9
[그림 2-2] Ausfilm USA 호주 촬영지 세액공제 및 인센티브 광고 34
[그림 2-3] 미국 주별 영상산업 세제지원 지도(U.S. Production Incentives) 41
[그림 5-1] 영상콘텐츠 창작·제작 단계와 제작비 비율 101

제1장

서론

제1절 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경

영상콘텐츠 산업은 글로벌 OTT 플랫폼의 영향력이 커지면서 투자 확대라는 기회와 경쟁 심화라는 위기를 동시에 직면하고 있다. 기생충(2019), 사랑의 불시착(2019), 오징어게임(2021) 등 세부 장르를 막론하고 국내 영상콘텐츠는 세계적인 선호도를 이끌며 높은 산업연관효과를 견인하고 있다.

해외 주요 국가들은 코로나를 계기로 영상콘텐츠 생산을 제도적으로 더 지원하여 보다 나은 콘텐츠의 창작과 생산, 유통이 지속되도록 다양한 세제지원 방안을 내놓고 있다. 이러한 현실에 비해 아직 국내 영상콘텐츠 산업 분야는 세액공제율 수준도 낮은 편이며, 실질적인 세액공제 역시 제작비에 대한 지원으로 한정되어 있었다.

2022년 현재 세법개정을 통해 국내 영상콘텐츠 산업이 글로벌 경쟁력을 갖출 수 있는 제도적 확충 가능성도 모색하고 있다. 대표적으로 정부와 산업계, 학계 다각도에서 공통적으로 강조했던 '영상콘텐츠 제작비 세제지원' 제도 연장이 확정되기도 하였다. 본래 2022년 말 일몰제로 폐지될 수 있었던 산업 지원제도가 영화, 드라마 등 기존 장르 뿐만 아니라 법적 지위가 애매했던 OTT 제작비까지 대상을 확대하여 연장을 추진했다는 측면에서는 긍정적이다. 그러나 향후 영상콘텐츠 산업이 지속적으로 성장하고 산업생태계 또한 보다 더 활성화될 수 있도록 현행 제도의 효과성을 점검하고, 관련 제도의 확대방안을 계속 모색해야할 필요성도 높다.

특히 코로나를 계기로 영상콘텐츠에 대한 수요가 크게 전 세계적으로 증가한 상황이다. 국내 영상콘텐츠 산업이 향후 지속적으로 성장하여 긍정적인 효과를 확대하고 산업생태계를 활성화하기 위해서도 영상콘텐츠 산업 분야 세제지원의 효과를 검토하고, 확대방안을 탐색해야 할 것이다.

2. 연구 목적

본 연구는 영상콘텐츠 산업의 긍정적인 효과를 지속적으로 창출하기 위하여, 다음과 같은 구체적인 내용을 다루고자 한다. 첫째, 영상콘텐츠 산업에 관련된 국내·외 세제지원 제도 현황을 점검한다. 둘째, 현재 영상콘텐츠 산업과 관련된 세제지원의 확대방안을 모색하기 위해 주요 쟁점을 검토하고, 다양한 전문가들의 자문을 진행한다. 셋째, 영상콘텐츠 세제지원의 경제적 효과를 검토할 수 있도록 '제작비 세액공제 확대' 상황을 기준으로 설정하여 실증 분석한다.

이를 통해 국내·외를 막론하고 보조금 지원과 같은 직접지원보다, 세제지원과 같은 간접지원 제도를 운용함으로써 장기적으로 지속가능한 산업 성장과 영상콘텐츠 세제지원 제도의 안정적인 운영에 도움이 되도록 한다. 특히 본 연구를 통해 영상콘텐츠 분야 세제지원 확대 시에 기대되는 경제적 효과를 실증 검토한다. 이를 통해 영상콘텐츠 산업의 지속 성장과 향후 합리적 정책 방향 수립에 있어 주요 논거로 활용되도록 한다.

제2절 연구 범위 및 방법

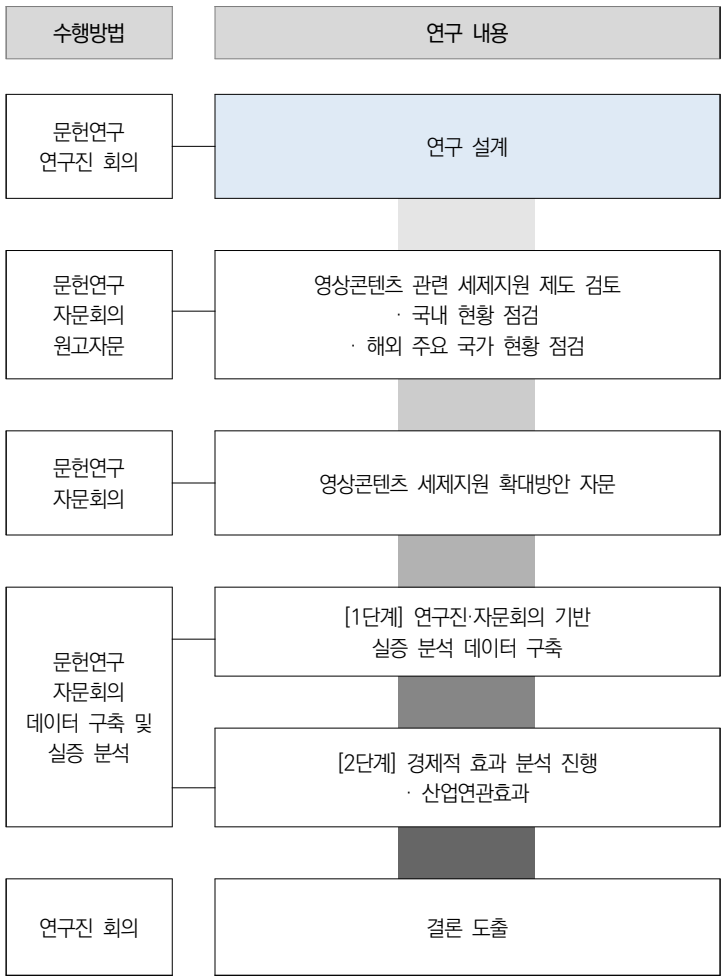
1. 연구 범위

본 연구는 영상콘텐츠 세제지원 제도와 연관성이 높은 방송, 영화, OTT 서비스 관련 영상 사업체를 주 대상으로 한다. 현행 영상콘텐츠 세제지원 제도가 지속될 경우 향후 5년간의 경제적 효과를 분석하기 위해 시간적으로는 2010년 이후 현재까지의 자료를 주요 검토 대상으로 설정한다. 공간적으로는 국내 영상콘텐츠 산업을 중심으로, 해외 주요 국가들의 코로나 이후 영상 분야 세제지원 제도의 변화 내용과 그 배경도 함께 다루도록 한다.

2. 연구 방법

본 연구는 문헌연구, 전문가 심층면접, 실증데이터 구축 및 분석을 주요 방법으로 활용한다. 영상콘텐츠 산업 분야 세제지원 관련 현황 파악 단계에서는 국내·외 관련 문헌자료를 코로나 발생 시점 이후 집중 검토, 분석한다. 이를 기반으로 연구진 회의와 자문회의를 병행하여 영상콘텐츠 산업 분야 세제지원 현안의 주요 쟁점을 도출하고, 관련 전문가 심층면접을 진행하여 향후 세제지원 확대방안을 제시할 수 있도록 한다. 마지막으로 영상콘텐츠 산업 세제지원 시 경제적 효과분석 단계에서는 다양한 제도적 지원 가능성 가운데, '제작비 세액공제 확대'라는 구체적 상황을 기준으로, 최근 영상콘텐츠 분야의 성장세를 고려할 때 향후 성장치가 어떻게 전개될지에 대한 추정 결과를 도출하도록 한다.

[그림 1-1] 연구 수행방법 및 과정



제2장

영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 현황

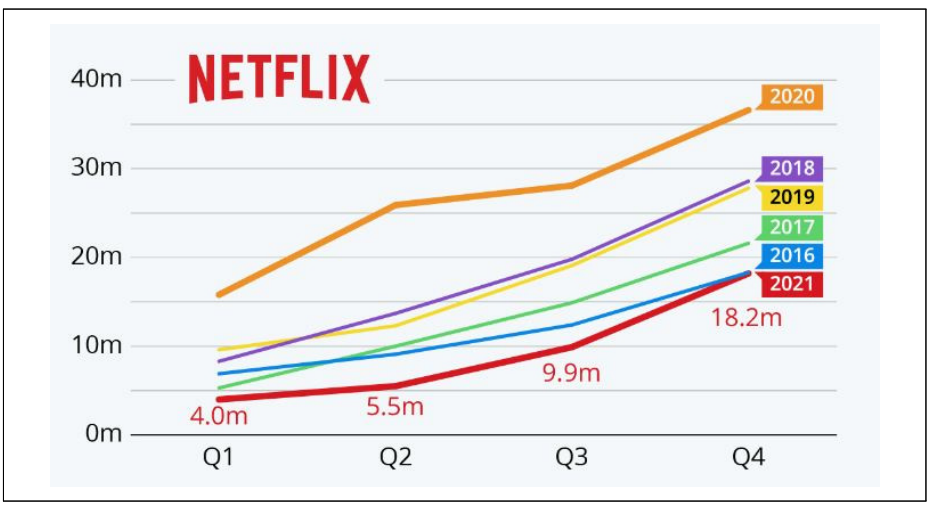
제1절 국내 영상콘텐츠 산업 세제지원 현황

1. 국내 영상콘텐츠 산업진흥의 필요성

가. 급변하는 글로벌 영상콘텐츠 시장 상황

넷플릭스의 성장세가 2022년 들어 다소 낮아졌다고 해도, 서비스 출범 이후 전 세계 영상콘텐츠 시장에서 기록한 성과는 가히 놀라운 수준이다. 넷플릭스는 2020년 4분기에만 약 4천만 명에 가까운 구독자를 확보한 바 있다. 이제 영상콘텐츠 산업의 시장 주도권은 넷플릭스와 같은 온라인동영상서비스(OTT) 전후로 나눌 만하다. 시장 주도권이 기존의 영상콘텐츠 산업을 주도했던 지상파 방송국이나 케이블 사업자들로부터 영상콘텐츠 제작업체로 옮겨가는 추세인 것이다.

[그림 2-1] 넷플릭스 성장 추이(2016-2021)



자료: Statista(2022), Netflix Sees Slowest Growth in Years Following Pandemic Spurt
https://www.statista.com/chart/21465/global-paid-net-subscriber-additions-by-netflix/

온라인동영상서비스(OTT) 업체들도 더 많은 가입자를 확보하기 위해 당사에서만 시청할 수 있는 오리지널 콘텐츠들을 제작하면서, 좋은 작품을 만들거나 구하려는 경쟁은 더욱 심해지고 있다. 이는 국내외 영상콘텐츠 산업에 있어 방송시장 중심의 유통구조에서 영상콘텐츠 제작업체의 힘이 강해지게 만드는 요인이 되고 있다.

국내 콘텐츠 산업 내부적으로도 성장세와 경쟁도가 높아지고 있는 추세다. 콘텐츠 산업은 연간 매출성장률 기준, 2019년 6.3%에서 2020년 코로나19 이후 1.2%로 주춤하였으나, 2021년 6.3%로 코로나 이전 성장률을 회복하였다. 이와 비교하여 방송·영화·애니메이션 산업에 한정해 보더라도, 2021년 모두 10% 이상의 매출성장률을 기록하였다. 콘텐츠 수출은 특히 2021년 13.9%로 급격히 증가하고 있는 것으로 나타났다(한국콘텐츠진흥원, 2022). 국내 콘텐츠업계 성장률은 국내 경제성장률을 훌쩍 뛰어넘는 수준으로, 이러한 성장을 지속적으로 유지하기 위해서는 콘텐츠 독과점을 막고, 성장세를 계속 견인할 수 있는 적극적인 제작 지원정책을 필요로 한다.

국내 영상콘텐츠 제작역량은 글로벌 경쟁 구도에서도 빛을 발하는 반면, 이러한 경쟁력이 글로벌 OTT 사업자를 위해 사용됨으로써 궁극적으로 국제 하청 구조로 편입된다는 비판과 우려도 있었다(한국언론학회, 2022). 더욱이 콘텐츠 산업 특성상 매몰비용(sunk cost)이 큰 고위험, 고수익 산업 구조로 시장 규모가 작은 우리나라는 위험이 더 높다는 점을 고려할 때(이학준 외, 2018; 한국언론학회, 2022 재인용), 글로벌 경쟁력을 지속적으로 담보하기 위해서도 보다 적극적인 지원 정책이 필요하다고 할 수 있다.

나. 비경합적 재화로서 콘텐츠

영상콘텐츠는 개인 소비에 대하여 비경합성의 특징을 갖는다. 한번 만들어지면 한 사람이 이용하든, 많은 사람이 이용하든, 개별 한 사람의 효용에 미치는 부정적인 효과가 거의 없다는 것이다(김유찬, 2011). 물론 이러한 특성은 꼭 영상콘텐츠가 아니더라도 대부분의 콘텐츠가 갖는 특징이라고 볼 수 있다.

하지만 공공재의 또 다른 특징인 비배제성의 특징은 갖지 않는다는 특징도 있다. 비배제성은 가격을 지불하지 않은 소비자(free rider)를 배제할 수 없다는 것이다. 영상콘텐츠는 가격을 지불하지 않은 소비자를 콘텐츠 소비에서 배제할 수 있다는 배타성을 갖기 때문에 비배제성을 보이지는 않는다. 비배제성을 갖추지 않은 준공공재적 재화는 국가의

개입이 없이 시장에서 효율적으로 공급될 수 있는 성격을 갖는다. 다만 초기 비용이 많이 드는 영상콘텐츠의 경우, 새로운 시장참여자들이 진입하기 어렵고 충분한 수의 공급자들이 확보되지 못해 불완전 시장이 형성될 가능성이 높다(김유찬, 2011).

이러한 영상콘텐츠의 특징은 규모의 경제가 가지는 일반적인 특성을 갖고 있다. 즉 연구개발이나 제작에 필요한 초기 비용은 매우 크지만, 개발 이후 추가적인 생산을 위한 변동 비용은 거의 없어, 대규모 생산에 의한 이익과 대규모 경영에 의한 규모의 경제가 실현되기 쉽다(박정수 외, 2010). 따라서 영상콘텐츠 산업에서도 시장 독과점이나 과소생산 등의 시장 실패가 발생하기 쉬워, 이를 막기 위해 어느 정도 정부의 개입이 필요해지는 것이다.

다. 지식기반 산업의 고부가 가치로서 콘텐츠

영상콘텐츠 산업은 지식기반 산업이라는 특징도 있다. 지식기반 산업은 지식과 정보의 창출·확산·분배·활용 등이 중심이 되는 산업으로, 지식과 정보를 바탕으로 경제주체들이 부가가치를 창출하고, 지식 자체의 상품성이 인정되어 그에 대한 거래가 활성화되는 것을 특징으로 한다(김유찬, 2011).

지식기반 산업은 유형의 자산보다는 전문지식, 노하우, 아이디어와 같은 무형의 자산과 창조적 인재들이 더욱 중요해지며 고부가 가치화되는 특성이 있다. 산업의 입지도 값이 싸고 면적이 넓은 부지가 있는 지역보다, 비싸고 비좁은 지역이더라도 핵심인재들이 집중돼 있는 도시지역에 주로 형성되는 경향이 있다. 지식기반 산업이 형성하는 일자리는 대체로 많은 젊은이들이 가장 선호하며, 고부가가치에 따른 고임금 구조를 갖춘다. 따라서 지식기반의 영상콘텐츠 산업은 기존의 전통적인 제조업 중심의 산업정책과 다른 정부의 접근 관점과 지원이 요구된다.

라. 콘텐츠의 긍정적 외부효과

콘텐츠는 시장가치 이상의 외부효과가 있다. 콘텐츠가 단순히 기술이나 지식일 뿐만 아니라, 미디어, 네트워크, 서비스가 창의성과 사회문화적 요소와 결합하며 새로운 경제적, 사회문화적 가치를 창출하는 산업 특성을 갖고 있기 때문이다(김용희, 2022).

콘텐츠를 영상콘텐츠로 한정하더라도 시장에서의 경제적 가치보다 더 큰 긍정적 외부

효과를 수반한다. 일차적으로 콘텐츠 생산으로 인해 창출되는 '부가가치'와 소비를 통해 생기는 '효용성', 지역경제 활성화와 국가경제력 제고와 같은 '경제적 파급효과'와 같은 시장가치 외에도, 미래세대에 대한 유산으로서의 '집단적 편익', 한류 등 문화역량의 증대에 따른 '국가적 명예'와 '자긍심' 향상, 문화적 충족을 통한 '감수성'과 '삶의 질 향상' 등 비경제적 편익이 다른 산업에 비해 매우 크다(김유찬, 2011). 이러한 긍정적 외부효과가 있는 경우 시장을 통한 가격형성에 왜곡이 생기기 쉽고, 생산과 소비가 사회적 편익을 최대화할 수 있는 수준 이하에서 이루어질 수 있기 때문에 정부 개입이 불가피하게 필요한 부분이 있다.

〈표 2-1〉 콘텐츠 특성에 기반한 영상콘텐츠 산업진흥의 필요성

구분	내용
국내·외 빠르게 변하는 산업	• 새로운 기술 발전과 혁신으로 빠르게 변화하는 산업 • OTT 등장 이후 콘텐츠업계 글로벌 지각변동이 나타남 • 국내 콘텐츠산업은 국내 GDP 성장률을 넘어서는 매출성장률을 기록하고 있음
비경합적 재화의 규모의 경제	• 초기 제작과 연구개발에 큰 비용과 노력을 지출하여 콘텐츠를 생산하면, 이후 수요가 증가해도 추가적인 변동비용이 거의 없는 '규모의 경제' 특징이 나타남
지식기반 산업	• 무형의 지식과 정보를 바탕으로 부가가치를 창출하는 산업 • 산업 성장에 창조적 인재 확보가 중요 • 산업의 입지도 주로 도시지역 중심부에 위치
긍정적 외부효과	• 다른 산업에 미치는 경제적 파급효과가 매우 큼 • 문화적 가치 제고를 통한 삶의 질 향상과 국가경쟁력 증대, 미래세대의 유산으로서 가치 창출 등 경제적 가치 외의 효과가 매우 두드러짐

자료: 김유찬(2011), 문화콘텐츠 재화에 대한 부가가치세 지원의 이론적 근거와 세수효과에 대한 연구, 조세연구, 11(1), pp. 317-340. 참조 재구성

특히 최근의 영상콘텐츠 산업은 제작비 인상속도가 가파르고, 대규모 자본력을 갖춘 글로벌 OTT와 경쟁할만한 대규모 제작재원 조달이 필수적이라 가중된 어려움을 덜어주는 차원에서도 세액공제와 같은 세제지원이 필요하다는 주장이 지배적이다(한국언론학회, 2022). 이와 관련하여 국내 영상콘텐츠 산업 분야 세제지원 제도의 큰 흐름과 현황을 점검하고자 한다.

2. 국내 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 현황

가. 국내 세제지원 제도

세제지원은 특정 산업이나 사업자에게 세제혜택을 부여하여 조세부담을 완화하는 간접지원 방식을 의미한다(박종수, 2021). 세제혜택은 세금의 기준이 되는 소득을 낮춰주는 '소득공제', 산출세액에서 일정 비율을 감액하는 '세액감면', 산출세액에서 특정 사유의 일정한 금액을 공제하는 '세액공제'로 이루어진다.

세금을 통한 간접지원방식은 자금이나 현물을 직접 지원하는 직접지원방식에 비해 경기나 물가에 미치는 영향이 적어 많은 국가에서 선호하는 지원방식이다(권호영 외, 2017). 이러한 맥락에서 국내의 많은 산업진흥제도 또한 간접지원방식을 활용하고 있다. 국내 세제지원 관련 제도들은 '조세특례제한법'을 통해 통합 관리되고 있으며, 대부분의 조세의 면세나 감면에 관련된 사항은 기간이 한정되어 있는 '일몰제'로 시행되고 있다.

나. 영상콘텐츠 산업 관련 세제지원 제도

현재 시행 중인 영상콘텐츠 산업에 관련된 세제지원 제도는 크게 3가지로 구분하여 파악할 수 있다. 모든 기업이 대상인 '일반 세제지원 제도', '중소기업에 특화된 세제지원 제도', 그리고 '영상콘텐츠에 특화된 세제지원 제도'이다.

1) 일반 세제지원 제도

일반 세제지원 제도는 사업체의 규모에 상관없이 세제지원을 받을 수 있는 제도이다. 일례로 조세특례제한법 제10조에 해당되는 '연구·인력개발비에 대한 세액공제'는 내국인이 각 과세연도에 연구 인력개발비가 있는 경우, 그 일정액을 해당 과세연도의 소득세 또는 법인세에서 세액공제하는 제도이다. 일몰제로 입법되었으나 2009년 말 일몰기한이 삭제되어 영구히 적용받을 수 있게 개정되었으며, 2012년 신성장 및 원천기술 관련 연구개발비에 대한 세액공제를 신설하였다.

조세특례제한법 시행령으로 규정된 지원대상 신성장동력·원천기술의 범위에 영상콘텐츠 산업과 밀접한 '실감형 콘텐츠 기술'과 '문화콘텐츠 제작기술'이 포함되어 있어 영

상콘텐츠 업체들도 혜택을 받을 수 있다. 세부적으로 '실감형 콘텐츠 기술'에는 가상현실(VR)과 증강현실(AR) 콘텐츠 기술, 오감체험형 4D, 디지털 홀로그램 콘텐츠 제작 기술로 정의되어 있다. '문화콘텐츠 제작기술'에는 게임, 영화·방송, 애니메이션, 만화·웹툰 등의 콘텐츠 제작기술이 해당된다고 설명하고 있다.

〈표 2-2〉 조세특례제한법 시행령으로 규정된 지원대상 신성장동력·원천기술 범위 내 영상콘텐츠 관련 기술

구분	내용
실감형 콘텐츠 기술	• 가상현실(VR)과 증강현실(AR) 콘텐츠 기술 • 오감체험형 4D • 디지털 홀로그램 콘텐츠 제작 기술
문화콘텐츠 제작기술	• 게임 • 영화·방송 • 애니메이션 • 만화·웹툰 등의 콘텐츠 제작기술

조세특례제한법 제26조 '고용창출투자세액공제'는 고용창출과 연계된 투자를 지원하기 위해 만들어진 세액공제로, 상시근로자 수가 감소하지 않는 경우 소득세 또는 법인세를 감면해주는 제도이다. 소비성 서비스업을 제외한 거의 모든 업종이 해당되기 때문에, 영상콘텐츠 산업의 사업체들도 조건이 충족된다면 이 제도를 적용받을 수 있다.

한편, 한류 영향으로 국내 영상콘텐츠 해외 진출이 늘어나면서 영상콘텐츠의 국제 조세 문제가 대두되고 있다. 해외에서 매출이 발생할 경우 일차적으로는 해외 현지에서 과세를 하게 되는데, 국내 세법에 따라 재차 과세할 경우 '이중과세'의 문제가 발생할 수 있는 것이다. 이를 방지하기 위하여 법인세법 제57조 '외국납부세액공제'은 해외납부세액을 국내 납세 시 반영하여 세액을 공제해주고 있다. 국내에서는 해외에 납부한 세금 전부가 아니라, 법에 제시된 계산식을 통해 산출한 공제한도만큼 국내 세액을 공제해준다. 이 제도는 해외 매출이 많은 영상콘텐츠 분야 사업체에 도움이 될 가능성이 있다.

2) 중소기업 특화 세제지원 제도

국내 중소기업은 다른 규모의 기업에 비해 다양한 세제혜택을 받을 수 있는 장점이 있다. 세법상 중소기업에 해당되는 사업체가 세제지원을 받을 수 있는 제도로, 중소기업 특화 세제지원 제도도 있다. 세법상 중소기업은 첫째, 소비성 서비스업을 주된 업종으로

하지 않으며, 둘째, 업종별 매출액 기준을 충족하고, 셋째, 상호출자제한기업집단에 속하는 회사가 아니며, 넷째, 소유와 경영의 실질적 독립성을 갖추어야 한다.

영상콘텐츠 산업에 속한 사업체는 주로 정보통신업이나 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업으로 분류되어 소비성 서비스업을 주된 업종으로 하지 않는 사업체가 많을 수 있다. 중소기업기준법 시행령의 '업종별 평균매출액 등의 중소기업규모기준'에 따르면, 정보통신업의 경우 평균매출액 800억 원 이하, 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업은 평균매출액 600억 원 이하일 경우 매출액 기준을 충족시킬 수 있다.

조세특례제한법 제5조에 해당하는 '중소기업 등 투자 세액공제'는 중소기업 또는 특정 중견기업이 사업용 자산, 판매시점 정보관리 시스템 설비, 정보보호 시스템 설비로서 감가상각기간이 2년 이상인 설비 등 일정한 자산에 투자하는 경우, 투자금액의 100분의 3(3/100, 3%)에 해당하는 금액을 그 투자를 완료한 날이 속하는 과세연도의 소득세 또는 법인세에서 공제해주는 제도이다. 법안이 제시하는 중소 또는 중견기업 요건에만 해당되면 세제혜택을 받을 수 있는 제도였으나, 2020년 일몰 종료로 폐지되었다.

조세특례제한법 제6조 '창업중소기업 등에 대한 세액감면'은 2024년 12월 31일 이전에 특정 업종으로 창업한 중소기업인 창업중소기업에 대해서 최초로 소득이 발생한 과세연도와 그다음 과세연도의 개시일부터 4년 이내에 끝나는 과세연도까지 소득세 또는 법인세를 특정 비율로 감면해주는 제도이다. 사업체 규모와 사업장 소재지에 따라 세액감면 비율이 달라진다. 이 제도는 특정 업종만 선별하여 지원하는데 영상콘텐츠 산업의 경우 대부분 정보통신업, 예술·스포츠 및 여가 관련 서비스업, 전시산업, 전문디자인업에 해당돼 지원대상에 포함될 수 있다.

조세특례제한법 제7조 '중소기업에 대한 특별세액감면'은 중소기업의 열악한 경영 여건을 지원하기 위해 특정 업종에 한해 1억 원 한도로 세액을 감면해주는 제도이다. 세액감면 액수는 사업체가 소재한 지역이 수도권과밀억제권역인지 여부에 따라 차등이 존재한다. 또한 사업체의 설립자의 창업 당시 연령이 만 15세 이상, 만 34세 이하일 경우에는 청년창업중소기업에 해당되어 더 광범위한 세액공제를 받을 수 있다.

조세특례제한법 제7조 '중소기업에 대한 특별세액감면'은 조세특례제한법 제6조 '창업중소기업 등에 대한 세액감면'과 달리 사업단계에서 기간에 상관없이 감면해주는 것이 특징이다. 조세특례제한법 제6조와 같이 특정 업종에 한해 세제지원을 해주지만 업종 분류가 상이하다.[2] 감면대상 업종에 영상·오디오 기록물 제작 및 배급업, 방송업, 광고

업, 창작 및 예술 관련 서비스업이 규정되어 있어, 영상콘텐츠 산업에 속한 중소기업들도 혜택을 받을 수 있다.

3) 영상콘텐츠 특화 세제지원 제도

영상콘텐츠 분야의 경우, 과거 2009년 한국콘텐츠진흥원(KOCCA)이 설립되면서 해외에도 판매할 수 있는 콘텐츠를 창출하기 위해 직접 자금을 투여하는 직접지원방식의 세제지원이 주류를 이루었다. 2010년대가 되면서 콘텐츠 제작비의 급속한 상승과 민간투자의 활황, 콘텐츠 업계의 발전으로 직접지원보다는 세제지원과 같은 간접지원방식이 주를 이루게 되었다(최영호, 2012).

대표적인 영상콘텐츠 간접지원방식인 조세특례제한법 제25조의 6, '영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제'는 영상콘텐츠 제작에 투여한 비용 일부를 세액공제해 주는 제도로 2017년부터 3년간 일몰제로 시행되었다. 제정 당시 KBS 드라마 '태양의 후예' 방영으로 한류 열풍이 해외로 확산되었으며, 그로 인한 직간접적인 상품 수출의 확대 등으로 약 1조 원대의 경제적 파급효과가 있을 것으로 예상되면서 영상콘텐츠 제작 지원의 필요성이 대두되어 전격 도입되었다(박종수, 2021).

'영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제'는 일몰제로 설계된 데 따라 폐지될 수 있었으나, 2022년까지 최초로 연장됨과 동시에 공제대상에 오락 프로그램을 추가하였다. 2022년 7월 기획재정부는 일몰제를 향후 3년간 연장하여 2025년까지 적용하도록 하여, 기존에 세제지원 대상에 포함되지 않았던 온라인동영상서비스(OTT) 콘텐츠 분야도 공제대상에 포함하도록 하였다(기획재정부, 2022).

〈표 2-3〉 국내 영상콘텐츠 산업 분야 세제지원 제도 현황

세제지원	대상업종	주요 내용
조세특례제한법 제6조 '창업중소기업 등에 대한 세액감면'	정보통신업, 예술·스포츠 및 여가 관련 서비스업, 전시산업, 전문디자인업	[감면] 해당 사업에서 발생한 소득에 대한 소득세나 법인세 감면 1) 창업중소기업 △수도권과밀억제권역 외 지역 (창업중소기업) 100분의 50

2) 2019년 12월 31일 조세특례제한법 제6조가 개정되면서 업종 분류가 변경되었다. 이전에는 영상·오디오 기록물 제작 및 배급업(비디오물 감상실 운영업 제외), 방송업, 정보서비스업(뉴스제공업, 블록체인 기반 암호화자산 매매 및 중개업 제외), 창작 및 예술 관련 서비스업, 전시산업 콘텐츠 사업체들이 속할 수 있었다.

세제지원	대상업종	주요 내용
		(청년창업중소기업) 100분의 100 △수도권과밀억제권역 (청년창업중소기업) 100분의 50 2) 창업벤처중소기업 100분의 50
조세특례제한법 제7조 '중소기업에 대한 특별세액감면'	정보통신업, 예술·스포츠 및 여가 관련 서비스업, 전시산업, 전문디자인업	[감면] 해당 사업에서 발생한 소득에 대한 소득세나 법인세 감면 1) 소기업 △수도권 100분의 20 △비수도권 100분의 30 2) 중기업 △수도권 100분의 10 △비수도권 100분의 15
조세특례제한법 제10조 '연구·인력개발비에 대한 세액공제'	모든 업종	[공제] 소득세 또는 법인세에서 공제 - (기준) 일반연구·인력개발에 지출한 금액 - (중소기업) 100분의 25 - (중견기업) 100분의 8 - (대기업) 100분의 2
조세특례제한법 제10조 '연구·인력개발비에 대한 세액공제'	신성장 원천기술: 실감형 콘텐츠 기술(VR, AR, 4D, 홀로그램 등), 문화 콘텐츠 제작기술(영화, 방송, 애니메이션, 게임, 만화 등)	[공제] 소득세 또는 법인세에서 공제 - (기준) 신성장 원천기술연구·인력개발에 지출한 금액 - (중소기업) 100분의 30 - (코스닥상장중견기업) 100분의 25 - (그 외) 100분의 20
조세특례제한법 제26조 '고용창출투자세액공제'	소비성 서비스업을 제외한 모든 업종	[공제] 소득세 또는 법인세에서 공제 - (기준) 해당 투자금액 - (중소기업) 기본 100분의 3, 투자지역에 따라 추가공제 - (중견기업) 투자지역 따라 기본 및 추가 공제비율이 달라짐 - (대기업) 기본 0, 투자지역에 따라 추가공제비율이 달라짐
조세특례제한법 제25조의 6 '영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제'	드라마, 애니메이션, 다큐멘터리, 오락 프로그램, 영화관 상영용 영화, OTT콘텐츠 (2022년 추가예정)	[공제] 소득세 또는 법인세에서 공제 - (기준) 영상콘텐츠 제작을 위한 국내 발생 제작비용 - (중소기업) 100분의 10 - (중견기업) 100분의 7 - (대기업) 100분의 3
법인세법 제57조 '외국납부세액공제'	모든 업종	[공제] 법인세에서 공제 - (기준) 외국법인세액 - 산출공식에 따른 공제한도만큼 공제

자료: 이승희(2021), 「콘텐츠산업의 창작개발(R&D) 세제지원 확대를 위한 조세특례제한법 개정 방향」, 나주: 한국콘텐츠진흥원. 참조 재구성

4) 조세특례제한법 일부개정을 통한 영상콘텐츠 산업 지원 강화

2022년 7월 조세특례제한법 일부개정법률 입법예고를 통해, 영상콘텐츠 제작비 세액공제 일몰 기간의 연장, 세액공제율 상향, 온라인동영상서비스(OTT) 제공 비디오물 제작비용에 대한 세액공제 대상 추가가 발표된 바 있다(법제처, 2022). 또한 2022년 11월 현재까지 국회에 영상콘텐츠 산업 제작비 및 투자비에 대한 세액공제 확대 법안 및 관련 신설 조항이 발의된 상태이다(이용호 외, 2022; 홍익표 외, 2022; 김윤덕 외, 2022). 영상콘텐츠 제작비와 별도로 투자비에 대해 세액공제를 적용하고자 함은 그동안 산업계가 영상콘텐츠 제작을 위한 투자를 보다 활성화하고, 실제로 전통적인 제작 방식에서 나아가 플랫폼 사업자의 제작비 투자가 활발해지고 있는 현실에 비추어 필요한 세제지원안으로 요구되어온 바 있다[3].

영상콘텐츠 관련 조세특례제한법 일부개정법률안 개정안

제25조의6(영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제 등)
① 대통령령으로 정하는 내국인이 2025년 12월 31일까지 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것으로서 대통령령으로 정하는 영상콘텐츠의 제작을 이하여 국내외에서 발생한 비용 중 대통령령으로 정하는 비용(이하 이 조에서 "영상콘텐츠 제작비용"이라 한다)이 있는 경우에는 해당 영상콘텐츠 제작비용의 100분의 5(중견기업의 경우에는 100분의 9, 중소기업의 경우에는 100분의 12)에 상당하는 금액을 대통령령으로 정하느 바에 따라 해당 영상콘텐츠가 처음으로 방송되거나 영화상영관에서 상영되거나 온라인 동영상 서비스를 통하여 시청에 제공된 과세연도의 소득세(사업소득에 대한 소득세만 해당한다) 또는 법인세에서 공제한다.[4]
(또는)
영상콘텐츠 제작비용의 100분의 6(대통령령으로 정하는 중견기업의 경우에는 100분의 14, 중소기업의 경우에는 100분의 20)[5]

〈신설〉[6]
3.「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제2조 제12호에 따른 비디오물로서 같은법에 따른 등급분류를 받고「전기통신사업법」 제2조 제12호의 2에 따른 온라인 동영상 서비스를 통하여 시청에 제공된 비디오물
(또는)
「전기통신사업법」 제2조 제12호의 2를 영위하는 제22조 제2항에 따른 특수유형부가통신사업자인 내국법인으로부터 제공된 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 및 오락을 위한 프로그램[7]

〈신설〉[8]
② 내국인이 대통령령으로 정하는 바에 따라 영상콘텐츠의 제작에 투자하는 경우 2025년 12월 31일까지 투자한 금액의 100분의 10에 상당하는 금액을 그 투자일이 속하는 과세연도의 소득세(사업소득에 대한 소득세만 해당한다) 또는 법인세에서 공제한다.
③ 제 1항 및 제2항을 적용받으려는 내국인은 대통령령으로 정하는 바에 따라 세액공제신청을 하여야 한다.
④ 제1항 및 제2항을 적용할 때 영상콘텐츠의 범위, 제작비용의 계산방법, 투자금액의 계산방법과 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

3) 조선일보(2022.8.20.일자 기사), 韓 OTT업계 "세액공제 실효성 떨어져… 핵심은 제작비 아닌 투자비"
4) 이용호 외(2022), 조세특례제한법 일부개정법률안(이용호 의원 대표발의), 의사국 의안과 의안원문 인용

제2절 해외 영상콘텐츠 산업 세제지원 현황

1. 해외 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 분석 목적

2020년에 수행된 방송·영상콘텐츠 세제지원 확대방안 연구(이상규 외, 2020)에서는 코로나19 촉발로 인한 산업 내 변화를 기민하게 포착하고, 이러한 위기를 생산적인 변화로 전환하기 위한 세제지원 제도의 중요성을 강조했다. 해당 연구에서는 주요 선진국들을 위시한 해외 주요국의 세제지원 사례를 광범위하게 검토하였다. 북아메리카, 유럽, 오세아니아, 아시아 권역인 미국, 캐나다, 영국, 프랑스, 헝가리, 호주, 중국 7개 국가의 영화·영상산업 세제지원 제도의 조건과 절차, 관련 법령 등을 세밀하게 소개하였다.

이후 국내에서 관련 제도의 개선을 고민하는 정부 부처 및 산업계, 한국방송채널진흥협회, 한국세무학회, 한국언론학회 등을 통해 여러 차례 검토되며 연구의 의미를 확대해 왔다. 그러나 2020년은 코로나 확산 첫해로, 해외 주요 국가들이 코로나로 발생한 산업 내 새로운 흐름에 어떻게 대처하고 있는지, 코로나의 본격적인 글로벌 확산 이후에 관련 세제지원 제도에 변화는 없는지를 종합적으로 다루기에는 한계가 있었다.

코로나 글로벌 확산 이후, 전 세계 영상산업계 전반에 큰 변화가 발생했다는 것은 그동안 많은 연구를 통해 보고되었다(Olsberg·SPI, 2020; OECD, 2020; Akser 2020 등). 특히, 사회적 거리두기, 자가 격리 등의 시행으로 영상산업의 큰 축인 영화산업이 급격하게 위축되고, 스트리밍 서비스 및 디지털 콘텐츠 소비가 크게 증가하는 현상이 지배적으로 나타났다. 오프라인 극장이 원활하게 운영되지 못하면서, 2019년 전 세계 엔터테인먼트 수입의 43%를 차지했던 극장 수입은 이듬해 2020년 15%로 폭락하였다(Motion Picture Association, 2020).

5) 홍익표 외(2022), 조세특례제한법 일부개정법률안(홍익표 의원 대표발의), 의사국 의안과 의안원문 인용
6) 이용호 외(2022), 조세특례제한법 일부개정법률안(이용호 의원 대표발의), 의사국 의안과 의안원문 인용
7) 홍익표 외(2022), 조세특례제한법 일부개정법률안(홍익표 의원 대표발의), 의사국 의안과 의안원문 인용
8) 이용호 외(2022), 조세특례제한법 일부개정법률안(이용호 의원 대표발의), 의사국 의안과 의안원문 인용

코로나 발생 이후 VOD, OTT 등의 영상콘텐츠 산업(디지털 콘텐츠 산업)은 글로벌 호황을 누리며, 2021년 전 세계 극장 및 가정·모바일 엔터테인먼트 시장의 72%를 차지하는 기염을 토했다(Motion Picture Association, 2021). 이러한 시장 구조의 변화는 자연스럽게 산업 내 수익 구조의 변동을 일으키므로, 영상산업을 주요 경제 동인으로 활용하는 국가에서는 이에 대응한 변화가 있었을 것이라 예상할 수 있다. 특히, 서비스업, 교육서비스업, 관광업 등이 전체 경제 산업 구조에서 상당 비중을 구성하는 선진국형 경제 체제하에서는 부가가치를 창출하는 창조산업을 경제 회복의 동인으로 이용해야 한다는 전문가들의 진단이 빈번히 등장하였다(Olsberg·SPI, 2020; KPMG, 2020; Deloitte, 2021; Rudge, 2021 외).

코로나 이전에도 많은 전문가들이 세제지원 제도가 경제 발전에 도움이 된다고 주장해왔다는 점을 고려하면, 경제 동력이 크게 흔들리고, 영상산업의 가치가 주목받은 2020년 코로나 이후에는 관련 세제지원 개편이 나타났을 가능성이 높다(The Economist, 2019). 따라서 본 연구에서는 코로나 이후 시장에 미친 경제적 여파가 크고, 영화 및 텔레비전 등 영상산업의 경제적 역할이 큰 해외 국가들 가운데, 2020년 이후 영상콘텐츠 산업을 중심으로 세제지원 정책 변화를 살펴보고, 나아가 이들 국가 경제에 영상콘텐츠 산업이 어떻게 기여하고 있는지를 검토하여, 부가가치 산업 비중이 날로 증가해 온 우리나라에도 정책적 도움을 제공하고자 한다. 특히 코로나로 인해 큰 경제적 피해를 본 일부 국가들이 영상콘텐츠 산업을 포함한 창조산업 전반에서 기회를 포착하기 위한 시도로서 세제지원 제도를 어떻게 변화시켰는지, 이어 그 경제적 효과를 어느 정도로 추산하였는지를 파악함으로써, 국내 영상콘텐츠 산업 관련 정책 방향 수립에 근거자료가 되도록 한다.

2. 해외 주요국가별 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 현황

가. 해외 세제지원 제도 분석대상 선정기준

본 연구는 코로나 글로벌 확산 이후 해외 주요 국가에서 시행하던 영상콘텐츠 관련 세제지원 제도의 변화내용을 중점적으로 다루고자 한다. 이에 따라 해당 국가 경제에서 영상콘텐츠 산업(영화 및 영상산업)의 비중, 코로나의 경제적 영향, 2020년 이후 영상콘텐츠 산업 관련 제도의 변화 여부와 내용을 다룰 수 있도록 설정했다.

해외 주요 국가로는 코로나로 인해 경제적 피해가 심했던 선진국형 국가, 코로나 이후 세제지원 제도에 큰 변화가 있었던 국가, 총 4개 국가를 분석 대상으로 선정하였다. 전자의 사례로는 장기 원천 봉쇄, 국경 폐쇄 등을 겪었던 영국과 호주를 선택하였다. 영국은 전통적으로 서비스 산업이 전체 GDP의 70% 이상을 차지하는 대표적인 선진국형 경제 구조를 갖추고 있다(UK Parliament, 2022). 호주 역시 2020년 기준 GDP의 66.3%가 서비스 분야에서 창출되는 구조이다(O'Neill, 2022). 2020년부터 2021년까지 6개월 이상 봉쇄령과 통행금지령 조치를 겪었던 두 국가는 상당한 경제적 피해를 볼 수밖에 없었다. 반면, 같은 시기 영상산업은 모두 기록적인 성장세를 보였다(BFI, 2021; Maddox, 2021). 따라서, 영국과 호주 사례는 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도의 특성을 재조명하여 어떻게 산업 성장의 견인차로 작용했는지 살펴보는 작업은 영상콘텐츠 산업이 포스트 코로나시대의 경제 회복에 미치는 영향과 이 과정상 정부의 세제지원이 갖는 의미를 이해하는 데 도움을 줄 수 있을 것이다.

이와 비교하여, 2020년 이후 세제지원 제도에 큰 변화를 겪었던 국가로 미국과 캐나다를 선정하였다. 미국과 캐나다는 전통적인 영화·영상산업 강국으로서, 이들 산업이 경제에 미치는 영향이 상당하다(Bond, 2022; Motion Picture Association 2022; Motion Picture Association – Canada, 2022). 특히, 미국과 캐나다 모두 영상산업 부흥을 위한 주 정부의 대응 속도가 매우 빠르다는 특징이 있다. 미국과 캐나다는 연방법상 세제 변화가 나타나지는 않았으나, 각 주 정부 차원에서 다양한 세제지원 변화가 있었다. 이에 따라, 본 연구에서는 양국의 여러 주 정부 가운데, 주요한 사례의 세제지원 현황을 중심으로, 이러한 제도 도입 및 변화의 배경과 그에 따른 경제적 효과분석 결과 보고를 일부 함께 다루고자 한다. 이러한 기준으로 선정된 국가를 대상으로 본 연구가

중점적으로 다루고자 한 사항은 다음과 같으며, 각 국가나 주별 상황에 맞게 정리하였다.

1) 각국의 연방 정부는 영상콘텐츠 산업을 어떻게 지원하고 있는가?
2) 코로나 이후, 각국의 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도의 변화가 있었는가?
3) 각국의 관련 세제지원 제도는 경제적 효과를 갖는가?
4) 각국의 주 정부·지방 정부가 추가 운영하는 세제지원이나 지원금 제도가 있는가?
5) 코로나 이후 주 정부·지방 정부 관련 정책에 변화가 관찰되는가?

나. 영국

1) 영국 영상콘텐츠 산업의 세제지원 특징과 코로나 이후 변화

영국은 전 세계에서 미국 다음으로 가장 많은 영화 및 텔레비전 콘텐츠가 제작되는 국가이다(Kuoni, 2021). 2021년 영국 영화와 텔레비전 영상물 산업 규모는 56.4억 파운드(약 9조 원)를 달성하였으며, 이 가운데 해외에서 유입된 금액은 전체의 약 84%에 해당한다(British Film Commission, 2022). 넷플릭스, 디즈니 플러스, 아마존 프라임 등 글로벌 OTT 서비스 플랫폼들은 영국을 유력한 차기 스튜디오 후보지로 고려하고 있는 것으로 알려져, 이러한 성장 추세는 앞으로도 지속될 것으로 보인다.

전 세계 영화 및 텔레비전 제작사들이 영국을 선호하는 이유로, 영국의 국가적 산업지원을 들 수 있다. 실제로 영국 정부는 전폭적인 세제지원을 통해 영화 및 콘텐츠 산업을 지원하고 있으며, 2020-21 회계연도 한 해 영국 정부가 해당 산업에 제공한 세제 혜택은 12억 파운드(약 1조 9천억원)가 넘는다고 보고되었다(UK HM Revenue & Customs, 2021). 영국영화협회(British Film Institute, 이하 BFI) CEO 벤 로버츠(Ben Roberts) 대표는 “세제지원이 없어지는 일은 상상도 하기 싫다(I would not like to contemplate the loss of the tax incentive)”며 영국 내 영상콘텐츠 산업에서의 국가적 세제지원의 역할을 강조하기도 했다(Nelson, 2022).

영화, 텔레비전, 애니메이션, 비디오 게임의 경우, 영국영화협회(BFI)를 통해 문화적 검증(cultural test)을 거쳤거나, 혹은 정식 공동제작물이라는 증명서를 받아야만 세제지원을 신청할 수 있다. 다만, 영화, 텔레비전, 어린이 텔레비전 프로그램, 애니메이션, 비디오 게임, 연극, 오케스트라 콘서트, 박물관 및 갤러리 전시라는 8개 분야로 세분화되어

있는 영국의 창조산업 세제지원(Creative Industry Tax Relief)은 법인세 일부로 편입되어있기 때문에, 영국 국세청(Her Majesty's Revenue and Customs, 이하 HMRC)에서 세무 서류를 검토하고, 이에 따른 실질적인 세제지원 혜택을 집행한다.

영국 정부는 창조산업의 경제적 효과에 대한 전반적인 이해도가 높은 편이며, 코로나로 인한 부정적 영향을 최소화하고자, 2020년 7월 28일 '영화 및 TV 제작사 새 출발 지원 제도(Film & TV Production Restart Scheme)'를 출범하고, 5억 파운드(약 8천억 원) 규모의 정부 지원금을 제공하겠다고 발표했다. 이 제도의 주요 목적은 코로나19 바이러스 관련 위험 요소로 어려움을 겪는 제작사들을 구제하여 영국 창작산업을 보호하는 데 있다(Government of UK, 2020). 이를 통해 영국 제작사들은 코로나로 인해 제작이 중단 또는 취소될 경우 영국에서 사용한 제작비의 절반 이상, 발생한 피해비용의 20~70%를 현금으로 보상받을 수 있었다. 해당 제도는 2022년 5월 1일자로 종료되어 약 2년여간의 한시 운영되었지만, 이러한 영국 세제지원 혜택은 여전히 많은 제작사가 영국을 선택하는 데 중추적인 역할을 수행하고 있다.

코로나에 대비한 특별 지원금 제도를 제외하고, 영상콘텐츠를 포함한 창조산업 전반에 대한 영국의 세제지원은 2020년과 비교하여 달라진 것이 없다. 다만, 영국 세제지원 제도에 대해 기존 연구나 정보 공유과정에서 세밀하게 다루지 못한 부분이 있어, 본 연구에서는 영국 세제지원 제도에 대한 개괄적인 정보와 관련 사례를 통해, 다소 까다로운 영국의 세제지원 제도에 대한 이해를 돕고자 한다.

2) 영국 영상콘텐츠 산업의 세제지원

① 세제지원 제도의 개요

영국 창조산업 세제지원은 2가지 큰 틀을 갖추고 있다. 첫 번째는 지출금 일부에 대한 추가 공제(additional deduction)를 허용하여, 제작사가 영업 이윤을 낮추거나 손실을 늘릴 수 있게 함으로써 제작사가 납부해야 하는 법인세를 낮추는 것이다. 두 번째는 영업 손실을 양도할 수 있도록 하여, 그 금액의 일부를 현금으로 환급해주는 것이다.

영국의 창조산업 세제지원은 법인세 혜택의 일부로 제공되고 있으며, 이 때문에 영국 법인세 과세대상 기업에 한하여 세제지원을 신청할 수 있다. 구체적으로는 위에서 언급한 8개 세부산업 분야(영화, 고화질 텔레비전, 어린이 텔레비전, 애니메이션, 비디오 게

임, 연극, 오케스트라 콘서트, 박물관 또는 갤러리 전시)의 '제작 및 개발에 직접 관여하며 결정권을 가진 법인'으로서, 판권, 재화 및 서비스에 대한 협상, 계약, 지급 등을 직접 관할하여야 하며, 개인, 파트너십, 유한 책임 파트너십은 세제지원을 신청할 수 없다.

영국 국세청(HMRC)이 세제지원 대상을 기업으로 한정하는 이유는 창조산업의 세제지원이 탈세를 위한 용도로 전락되지 않고, 산업 내 제작사들의 성장을 도모할 수 있도록 하기 위한 조치라고 밝히고 있다. 그 외에도 창조산업 세제지원을 신청하기 위해서는 문화적 검증(cultural test)을 통과하거나, 정식 공동 제작 자격을 받아야 하며, 보급이나 상영 등 관객에게 공개를 전제로 한 제작물이라는 점을 증명해야 한다. 끝으로, 공식 공동생산 조약에 따라 제작된 생산물을 포함하여, 영국 내에서 최소 10% 이상(게임 산업의 경우 25% 이상)의 핵심 지출이 발생해야 한다는 조건이 따른다. 영국국세청(HMRC)이 '영국 내 지출'을 '영국에서 사용되거나 소비된 재화나 서비스로 정의'하고 있다는 점을 고려할 때 이는 세제지원을 통한 경제적 혜택이 영국 경제로 흡수될 수 있도록 하기 위한 수단으로 해석될 수 있다.

영국국세청(HMRC)은 영국 내 지출에 있어 해당 활동 수행자의 국적은 고려하지 않는다. 핵심 지출에 포함되는 비용은 사전 촬영, 본 촬영, 사후 '제작 비용' 뿐만 아니라, 배우나 감독에 대한 '임금'을 포함하여 '직접적인 제작비', 완성 후에 발생하는 핵심 지출(배우나 감독에 대한 추가 임금 지급이 필요한 경우) 등을 말하며, '보험비', '총괄 프로듀서 및 작가의 임금 등 제작 전 과정에 요구되는 소비의 경우, 해외 촬영이 있더라도 영국 내 촬영 기간을 소급 적용하여 영국 내 지출로 환산'할 수 있다. 단, 기획(development) 단계에서 발생한 지출비용, 홍보비, 전문인 배상책임 보험(Error and Omission Insurance) 등의 비용은 제외된다(British Film Commission, 2022).

② 세제지원의 방법과 규모

영국의 '영화 세제지원 제도(Film Tax Relief)'는 '증액 가능 지출금(enhanceable expenditure)'이라는 개념을 통한 '추가 공제'와 '현금 환급금(payable tax credit)'이라는 두 개 축을 갖추고 있다. 먼저, 추가 공제는 제작사가 지출한 금액을 기준으로 총 핵심 지출금(total core expenditure)의 80%, 또는 영국 내 핵심 지출금 가운데 금액이 적은 쪽을 전체 영업 이윤에서 공제해주는 방식이다. 2022년 현재, 증액 가능 지출금 비율은 100%로 정해져 있어, 모든 제작사가 과세대상 이윤을 계산할 때 증액 가능 지출

금 전액을 추가로 공제받을 수 있다. 이 추가 공제액은 기업의 최종적인 손익 결과에 영향을 미치므로 제작사가 납부해야 하는 세금에 큰 영향을 미칠 수 있다. 특히, 추가 공제를 통해 영업 손실액이 생기거나 혹은 기존 손실액이 커지는 경우, 이 금액은 양도 가능한 손실(surrenderable loss)로 계산되어, 그 일부를 현금으로 돌려받을 수 있다. 양도 가능한 손실 계산은 다음 중 더 적은 금액을 의미한다.

(1) 귀속 회계연도에 대한 기업의 손실 가용액(available loss)
(2) 해당 기간에 이용 가능한 적격 지출(영국 내 핵심지출 또는 총 핵심지출의 80% 중 더 적은 금액)

이렇게 결정된 양도 가능한 손실금의 25%는 영국국세청(HRMC)에서 제작사에 바로 현금으로 돌려주게 된다. 예컨대, 총 핵심 지출의 80% 이상이 영국 내 지출이고, 법인세율이 19%인 상황을 가정하여, A라는 제작사가 세제 혜택을 받기 이전에 이미 과세대상 이익을 가지고 있다면, A사가 받을 세제 지원금은 핵심 지출의 80%×19%에 해당하여, A사가 납부해야 할 법인세의 12.16%만큼을 공제받을 수 있게 된다. 반면, 세제 혜택을 받기 전에 과세 대상 이익이 없는 B사의 경우라면, 핵심 지출의 80%의 25%에 해당하는 금액을 현금으로 돌려받을 수 있다. 다음 사례들은 양도가능한 손실을 유지하는 제작사가 현금 환급금을 받기 위해 손실을 양도하는 방법을 자세히 설명한다. 각 사례에서 제작은 한 회계연도 내에 완료된 것으로 가정한다.

과세 이익이 발생한 영화제작 법인의 최종가용손실액 계산법(사례1: A사)

독립 제작사인 A가 제작비로 1,000만 파운드를 영국 내에서 지출하였고, 배급사가 해당 제작물을 900만 파운드에 사기로 하였다. 이때, 세제지원을 적용하기 전 A사의 이익(손실)은 100만 파운드이다. 그런데 여기서 A사는 증액 가능 지출금을 전체 매출에서 추가 공제시킬 수 있다. A사의 증액 가능 지출금은 영국 내 핵심 지출(1,000만 파운드)과 총 핵심 지출의 80%(800만 파운드) 중 더 적은 금액인 800만 파운드에 해당한다. 이를 통해, A사의 최종 가용 손실액은 다음과 같이 계산된다.

가용 손실액(실제 제작비 1,000만 파운드) + 추가 공제액(800만 파운드) - 소득(900만 파운드)
= 900만 파운드

A사의 실제 손실금은 100만 파운드에 불과하나, 추가 공제를 통해 가용 손실액이 증가하면서 A사의 손실금은 900만 파운드가 된 것이다. 손실금이 발생한 A사는 양도 가능한 손실금을 이용하여 그 일부를 현금으로 돌려받을 수 있다. 이때 A사가 청구할 수 있는 현금 환급금은 가용 손실액과 해당 기간 내 추가 공제액 중 더 적은 값을 기준으로 계산한다. 즉, A사의 가용 손실액 900만 파운드이고, 증액 가능 지출금을 통한 추가 공제액은 800만 파운드이므로, A사의 최고 현금 환급금은 800만 파운드의 25%인 200만 파운드가 되는 것이다.

과세 이익이 없는 영화제작 법인의 최종가용손실액 계산법(사례2: B사)

영화 제작 법인인 B사는 총 핵심 지출 100만 파운드를 모두 영국 내에서 사용하였고, 배급사가 해당 영화를 105만 파운드에 사들이기로 하였다. 이때 세제지원 이전 B사의 이익(손실)금은 5만 파운드이지만, 핵심 지출금의 80%인 80만 파운드를 추가 공제할 수 있으므로, 이후 B사의 가용 손실액은 75만 파운드(180만 파운드-105만 파운드)가 된다.

해당 기간의 가용 손실액은 75만, 해당 기간의 추가 공제액은 80만이므로, B사는 75만 파운드의 최대 25%를 현금으로 환급받을 수 있다. 이때 추가 공제를 통해 B사가 실제로 벌어들인 5만 파운드의 이윤이 상쇄되기 때문에 B사는 법인세를 내지 않아도 된다.

③ 2020년 코로나 이후의 변화

영국 정부는 2015년 4월 1일 '영상물 산업 세제지원법'을 개정하여, 제작 예산에 따른 세제지원 편차를 없애고, 영국 내 핵심 지출 요건을 10%로 낮추었다. 이 법은 별다른 변화 없이 현재까지 유지되고 있다.

다만, 2020년과 2021년, 코로나 이후 제작사 및 관련 종사자들이 큰 피해를 겪으면서 영국 정부는 한시적으로 이들을 위한 임시 구제책을 마련한 바 있다. 그것이 '영화 및 텔레비전 제작사 새 출발 지원 제도(Film & TV Production Restart Scheme)'로, 영국 디지털문화부(Secretary of State for Digital, Culture, Media and Sport, 이하 DCMS) 장관 주관으로 2020년 10월 16일 출범했다. 영국 디지털문화부(DCMS)는 코로나로 인한 제작 취소 및 중단이 속출하고, 이후 산업 보험 가입이 어려워지면서 투자금을 받지 못하는 제작사들이 늘어남에 따라, 이들이 새롭게 출발할 수 있는 기반을 마련하기 위하여 임시 지원 제도를 신설하였다고 밝혔다. 새출발 지원 제도는 보상금을 지급하는 임시 구제책으로, 세제지원과는 다르지만 기본적으로 영상산업에 대한 세제지

원 제도를 그 모태로 두고 있다. 예컨대, 영국 내 법인과 영국 세법의 적용을 받는 파트너십 회사로 지원 대상이 한정되어 있고, 제작물의 문화적 검증, 제작비 중 영국 내 소비 비중 조건을 만족하면서 관객에 대한 공개를 목적으로 한 제작물만이 지원을 받을 수 있다는 점에서 기존의 영상물 세제지원 조건과 동일하다. 다만, 영국 내 최소 소비 조건의 경우, 세제지원을 받기 위해 영상물 세제지원시 총 핵심 지출의 10% 이상을 영국에서 소비해야 하는 것과 달리, 새출발 지원 제도는 총 예산의 50% 이상을 영국 내에서 소비하도록 한 점이 다르다.

새출발 지원 제도는 코로나로 기인한 제작사의 '제작인원 손실(cast loss)' 및 '민간 당국의 조치에 의한 손실(civil authority loss)'의 두 가지 범주로 보상을 받을 수 있었다. 전자는 한 명 이상의 제작진이 코로나에 걸려 제작이 중단되었거나, 1명 이상의 주요 제작진의 직계 가족이 코로나로 인한 중태에 빠지거나 사망에 이르러 제작이 중단된 경우를 의미한다. 후자는 영국 정부의 지역 봉쇄로 인한 촬영 중단이나 자가 격리 등의 정부 조치로 인한 제작 중단이 발생했을 경우를 의미한다. 이러한 사유로 인한 피해를 입증할 수 있는 제작사는 제작을 재개하는 데 필요한 추가 예산을 보상받거나, 제작 자체가 취소된 경우 해당 제작비용을 보상받을 수 있었다. 이때, 서류 접수 및 심사는 모두 영국 디지털문화부(DCMS)가 단독으로 관할하였으며, 5억 파운드의 예산이 투입되었다, 2022년 4월 30일부로 종료되었다.

〈표 2-4〉 영국 영상콘텐츠 산업 관련 세제지원 제도 기반과 2020년 코로나 이후 주요변화

구분	내용
명칭	창조산업 세제지원 제도(Creative Industry Tax Reliefs)
지원 유형	1) 영화 세제지원(Film Tax Relief) 2) 애니메이션 세제지원(Animation Tax Relief) 3) 텔레비전 세제지원(High-end Tax Relief) 4) 비디오 게임 세제지원(Video Games Tax Relief) 5) 어린이 프로그램 세제지원(Children's Television Tax Relief)
지원 조건	1) 영국에 상주하거나 영국에서 설립된 법인 2) 문화적 검증(cultural test) 3) 총 핵심 지출 가운데 최소 10% 영국 내 소비
세제지원 유형	1) 추가 공제(additional reduction) 전체 수입에서 증액가능한 지출금(enhenceable expenditure: 총 핵심 지출금의 80% 또는 영국 내 핵심 지출금 중 더 적은 금액)을 과세대상 금액에서 공제 2) 세액 환급(payable tax credit) 손실이 발생한 경우(추가 공제 이후 손실 발생한 경우 포함), 양도가능한 손실금(surrenderable

구분	내용	
	loss)의 25% 현금 환급	
코로나 대응 지원책	제도명	“영화 및 텔레비전 제작사 새 출발 지원제도 (Film & TV Production Restart Scheme)”
	시행 기간	2020년 10월 16일~2022년 4월 30일
	지원 조건	1) 영국 세법 또는 EEA 세법의 적용을 받는 법인 및 파트너십 회사 2) 전체 제작 예산 중 영국 내 지출이 50% 이상인 영화 및 텔레비전 프로젝트 3) 문화적 검증 통과 4) 코로나19로 제작이 중단 또는 취소되었다는 증빙 자료 및 제작사 보험 가입 노력을 보여주는 증빙 자료
	지원 내용	코로나-19로 제작이 중단 또는 취소된 제작사에 보상금을 지원하거나, 필수 보험 가입이 어려운 제작사를 지원
	투입 예산	5억 파운드

다. 호주

1) 호주 영상콘텐츠 산업의 세제지원 특징과 코로나 이후 변화

섬나라인 호주는 원래도 까다로운 검역 절차로 유명하다. 그래서인지 호주는 그 어느 나라보다 강력한 사회적 조치로 유례없는 코로나 바이러스 확산 사태에 대응했다. 국경을 닫아 해외 관광객의 유입을 적극적으로 막고, 학교 수업은 온라인 강의로 강력 대체되었으며, 모든 상점이 문을 닫았다. 이러한 강력한 봉쇄 조치가 수 개월간 이어지자, 호주 경제를 뒷받침하던 서비스업, 관광업이 맥없이 쓰러지면서 호주 경제는 큰 위기를 맞았다(Oliver, 2021).

전 세계가 코로나로 시름하던 2021년, 일찍이 국경을 폐쇄하고 주별 이동을 막았던 덕분에, 호주는 소위 ‘코로나19 청정국가’로 여겨졌다. 그러자, 미국과 같은 해외 영화 제작사들이 호주를 새로운 촬영지로 고려하기 시작했다. 그 결과 2020-21 회계연도를 기준으로 호주로 옮겨 온 해외 영상 제작 규모는 무려 10억 달러(AUD)를 넘어서, 호주 영상산업은 때아닌 호황을 맞았다(Zhou, 2021). 2019년 대비 3배 이상의 성장을 목도하자, 오즈필름, 호주예술재단과 같은 산업 내 주요 기관들은 호주 경제 침체를 막아줄 방파제로서 영상산업의 중요성을 언급하며, 이에 대한 정부 차원의 투자를 강조하기 시작했다(Mcllory, 2020). 이후, 호주는 2020년 중반 기존 지원금을 추가 편성하였고, 2021년에는 관련 세법을 규정하여 영상 제작 세제지원을 크게 확대하였다.

호주의 영상산업 세제지원은 영상 제작 및 사후 제작에 대한 제작사 세액공제(Producer Offset), 촬영지 세액공제(Location Offset), PDV 세액공제, 크게 3가지로 분류된다. 첫째, 제작사 세액공제(Producer Offset)는 지원 기준에 부합하는 영화, 방송 등 영상콘텐츠에 대하여 30~40%의 세금을 환급해주는 제도이다. 둘째, 촬영지 세액공제(Location Offset)는 대규모 예산이 투입된 제작에 대하여 16.5%의 세금을 환급해주는 제도이다. 셋째, PDV 세액공제는 Post, Digital and Visual Effects의 머릿글자로, 사후 제작, 디지털 및 시각 효과에 대해 30%의 세금을 환급해 주는 제도이다. 이 가운데 제작사 세액공제와 PDV 세액공제는 호주의 영상산업 성장을 도모하는 데 그 목적이 있는 반면, 촬영지 세액공제는 대형 영상산업 제작을 호주로 유치(유입)하는 것을 기저 목표로 삼고 있다(Australian Government's Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications, 2022a). 그 외에도, 호주 정부는 '촬영지 인센티브(Location Incentive)'라는 지원금 제도를 추가로 운영하고 있다.

① 제작사 세액공제(Producer Offset)

제작사 세액공제는 금전적 인센티브로 호주 정부 산하기관인 스크린 오스트레일리아(Screen Australia)에서 관장한다. 제작사 세액공제를 받기 위해 제작사는 반드시 호주 세법의 적용을 받는 호주 법인이어야 한다. 호주에서 설립되었거나, 호주 외 국가에서 설립되었을 경우 해당 법인의 중앙 관리 및 통제부가 호주에 위치하거나, 호주에 거주하는 주주들이 의사결정권을 갖는 법인이어야 한다는 의미이다. 그 밖에 호주 사업자 번호를 갖고 호주에 상주하는 해외 기업도 지원 자격에 포함되나, 개인, 파트너십, 개인 사업자는 제작사 세액공제를 신청할 수 없다. 또한, 제작사 세액공제를 받으려면 영상물은 반드시 '콘텐츠의 호주 정체성 검증(Significant Australian Content, SAC)과 적격 호주 제작 지출(Qualifying Australian Production Expenditure) 임계값 기준을 통과'해야 한다.

호주 정체성 검증은 영상물의 주제, 영상물이 제작된 장소, 감독, 프로듀서, 작가, 촬영기사, 배우, 에디터 등 영상물 제작에 참여한 제작진의 국적이나 거주지, 영상 제작에 있어 발생한 상세 지출 내역[9] 등을 기준으로 스크린 오스트레일리아에서 심사를 하되, 기준별 상세 점수를 정하는 대신 통합적 심사 서류를 검토하여 최종 합격 여부를 결정한

다. 스크린 오스트레일리아의 호주 정체성 검증 심사에서는 단순히 호주에서 영상을 촬영하거나, 제작진, 단역 배우들이 호주 국적자라고 해서 해당 영상물이 통과하는 것은 아니며, 그보다는 해당 영상 제작이 호주의 영화 및 텔레비전 산업이나 창조산업에 긍정적인 기여를 하는지 여부가 중요하다. 단, 공동 제작의 경우 SAC 검증을 받지 않아도 된다. 호주 정부는 대한민국을 비롯한 13개국[10]과 공동 제작 관련 조약 및 MOU를 체결하였다(Screen Australia, 2022).

적격 호주 제작 지출은 제작사 세액공제에 있어 2가지 기반을 마련하는 역할을 수행한다. 먼저, 최소 QAPE 임계값을 만족하는지 심사기준을 제공하고, 제작사 세액공제로 지급되는 세금 환급금의 액수를 결정하는 근간이 된다. QAPE는 호주 소득세 평가법(Income Tax Assessment Act, ITAA)에 따라 호주 내 재화 및 서비스, 호주 내 토지의 사용, 영상 제작 기간 중 호주에 있었던 재화 사용에 대한 지출로 정의된다. 예컨대, 호주 내 제작에 참여한 배우나 제작진에 대한 보수, 호주에서 제공된 법률 서비스 비용, 호주 내 제작 시설을 이용한 사후제작, 호주 내에서 발생한 감가상각되지 않는 재화의 구입 비용, 호주에서 사용된 제작 소품의 대여비, 제작을 위해 호주에서 사용한 감가상각 자산의 가치 절하 비용 등은 QAPE에 속할 수 있다. 단, 호주 기업의 서비스를 이용했더라도, 그 회사가 호주 국외에 위치한 제3자로부터 해당 서비스를 아웃소싱하는 경우라면 해당 서비스에 대한 금액은 QAPE에 적용될 수 없다. 반면, 호주에서 구매하지 않은 재화라도 호주 내에서 영상 제작을 위해 사용된 기간이 인정된다면, 해당 재화의 대여 또는 구입 비용은 QAPE에 비례 적용될 수 있다.

그 밖에도 소위 '갈리폴리 조항(Gallipoli clause)'은 호주 소득세 평가법(ITAA Section 376-170(2)-4)에 의거하여, 호주 밖에서 사용된 비용이더라도 만약 해당 지출이 호주에서 실제 거주하는 호주 영주권자의 보수에 사용된 금액, 해당 제작이 그 특성상 해외 로케이션 촬영을 필요로 하는 경우, 본 촬영 중에 이용한 서비스에 대한 대금은 QAPE로 인정될 수 있다. 또한, 프로듀서나 책임 프로듀서 등 호주 내 제작에 투입된 해외 제작진의 임금, 추가 혜택, 경비, 이동 비용 및 숙소에 지출된 제작비는 해당 제작진의 국적이나 거주지에 상관없이 QAPE에 포함될 수 있다. 단, 해당 제작진은 반드시

9) 제작 관련 지출 중 호주 국민 또는 영주권자인 서비스 제공자에게 지급된 금액의 비율 및 호주 국민이나 영주권자가 아니더라도 호주 내 근로자가 제공하는 재화나 서비스에 대하여 발생한 지출

10) 호주의 공동제작 조약 체결국은 대한민국, 캐나다, 중국, 독일, 아일랜드, 이스라엘, 이탈리아, 말레이시아, 싱가포르, 남아프리카, 영국이며, 프랑스, 뉴질랜드와는 MOU가 체결되어 있다.

역일 기준 연속 14일 이상을 호주에 체류하며 제작에 참여해야 한다.

QAPE는 영상물의 유형에 따라 다른 임계값 조건, 즉 최소 제작비 요건이 있다. 특히, 유형별로 시간당 QAPE가 지정되어 있는데, 시간당 QAPE는 총 QAPE를 총 방영 시간으로 나누어 계산하며, 총 방영 시간은 편당 방영 시간에 편수를 곱한 값이다. 제작사는 세액공제 신청서 제출 시 QAPE 스프레드시트를 반드시 함께 제출해야 하며, 제작사 세액공제 요건 중에는 영상물의 방영 시간에 대한 규정도 있다.

〈표 2-5〉 제작물 유형별 적격호주제작지출비(QAPE) 임계값의 세부 기준

제작물 유형		QAPE 임계값 기준
장편 영화 (Feature Film) ※ 다큐, 애니메이션 포함	일반 장편 영화	• $500,000
	대형 영상물 (IMAX 등)	
방송 프로그램 (Non-feature Programs)	단일 구성	• $500,000
	시리즈/시즌제 (최소 2화 이상으로 구성)	• 총 QAPE 임계값: $1,000,000 • 시간당 QAPE 임계값: $500,000
중·단편 다큐멘터리 (Non-feature Documentary)	1편 구성 또는 시리즈·시즌제	• 총 QAPE 임계값: $5,000,000 • 시간당 QAPE 임계값: $250,000
중·단편 애니메이션 (Non-feature Animation)	시리즈·시즌제 (2화 이상으로 구성)	• 총 QAPE 임계값: $1,000,000 • 시간당 QAPE 임계값: $500,000
	단일 구성	• 총 QAPE 임계값: $5,000,000
	단편 애니메이션 (단일 구성 또는 시리즈)	• 총 QAPE 임계값: $250,000 • 시간당 QAPE 임계값: $1,000,000

자료: Screen Australia(2022), Producer Offset Guidelines.

해당 조건을 모두 충족한 영상물에 대해서는 극장용 영화의 경우 QAPE의 40%, 텔레비전 또는 OTT 상영을 목적으로 하는 프로그램은 QAPE의 30%까지 환급받을 수 있다. 위의 조건에 모두 만족한 제작사에 대해서는 스크린 오스트레일리아가 증명서를 발급하며, 이를 세금 신고 때 증빙으로 제출하여야 제작사 세액공제를 받을 수 있다. 제작사 세액공제를 받기 위해서는 세금신고 해당 연도에 프로젝트가 완료되어야 한다.

② 촬영지 세액공제(Location Offset)

촬영지 세액공제는 PDV 세액공제와 함께, 호주 인프라, 교통, 지역 개발 및 커뮤니케이션부(Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and

Communications)가 주로 관장한다. 대규모 예산이 투입되는 영상산업에 있어 호주의 경쟁력을 제고하고, 이를 통해 호주의 배우, 제작진 및 기타 영상 제작 서비스 업체에 새로운 기회를 창출하기 위한 것이라고 세액공제 배경을 밝히고 있다. 촬영지 세액공제는 장편 영화 또는 텔레비전용 영화, 텔레비전 미니시리즈 및 장편 시리즈를 대상으로 하며, 가정용 영화(Direct-to-video 및 direct-to-DVD), 텔레비전 및 OTT 등 다양한 플랫폼으로 공개되는 영상물의 제작에 대하여 총 QAPE의 16.5%를 환급금 형태로 지원한다.

이러한 제도시행 의의에서 알 수 있듯이, 촬영지 세액공제는 블록버스터 작품 제작을 대상으로 제공하는 세제지원 제도이기 때문에 다른 종류의 세액공제보다 훨씬 더 높은 QAPE 임계값을 조건으로 내세우고 있다. 먼저 촬영지 세액공제는 총 적격호주제작지출비가 1,500만 달러(AUD)가 넘는 영상물 제작에만 적용된다. 텔레비전 시리즈의 경우 시간당 QAPE가 100만 달러(AUD)를 초과해야 한다. 촬영지 세액공제 조건으로 규정한 QAPE는 호주에서 제공하는 재화나 서비스의 이용료, 호주 내 토지 사용료, 호주에서 사용된 재화의 이용료라는 점에서는 다른 세액공제와 크게 다르지 않으나, 실제 QAPE로 인정되는 예시사례를 보면, 호주 내 제작기획 단계에서 발생한 지출, 일반 사업에서 발생하는 간접비, 텔레비전 시리즈의 파일럿 비용, 임금 외 보수, 상금, 추가 시청각 콘텐츠 제작 등 일부 홍보 및 광고 비용도 포함한다는 점에서 제작사 세액공제나 PDV 세액공제에 비해 그 적용 범위가 훨씬 넓다고 볼 수 있다.

③ 호주 사후제작 및 디지털·시각효과 제작(PDV) 세액공제

PDV 세액공제는 또한, 호주 인프라, 교통, 지역 개발 및 커뮤니케이션부(Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications)에서 관장하는 인센티브로 영상제작 사업의 호주 유치와, 관련 호주 인력을 지원하기 위하여 고안되었다(Australian Government's Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications, 2022b).

호주 사후제작 및 디지털·시각효과 제작(이하 PDV) 세액공제는 제작사 세액공제와 마찬가지로 적격 지출의 일부를 귀속 연도 소득에서 상쇄시킨 후 초과 지급한 세금에 대해 현금으로 환급해주는 방식이다. 그래서 PDV 세액공제를 받고자 하는 대상은 반드시 호주 사업자 등록번호를 갖고 호주에 상주하는 사업체로서, 호주세법의 적용을 받는

주체여야 한다. PDV 세액공제는 장편 영화 또는 텔레비전용 영화, 텔레비전 드라마·미니 시리즈, 다큐멘터리를 포함한 텔레비전 프로그램을 대상으로 하며, 단편 영화, 다큐멘터리 영화, 광고용 프로그램 또는 상업용 광고, 컴퓨터 게임은 PDV 세액공제를 받을 수 없다.

PDV 세액공제를 받을 수 있는 프로젝트는 호주 소득세 평가법(ITAA) 97의 Section 376-35(2)에 따라, '영상물의 시청각 요소를 창작·조작하는 활동과 그에 수반되는 기타 활동'을 의미한다. 단, PDV 활동은 영상 전체가 디지털 효과로 이루어진 영상물이나 영상물의 특수 효과에 한하며, 세트, 소품, 의상과 같은 물리적 요소의 창작은 제외된다.

또한, PDV 세액공제에서는 호주 국내외에서 영상물을 제작하기 위한 비용 지출 및 PDV 제작 목적으로 호주 국내에서 발생한 PDV 활동 관련 비용 지출을 적격 호주 제작 지출(QAPE)로 규정하고 있으며, 프로젝트 기획 단계에서 사용된 비용 지출, 해외 판권 취득 비용, 마케팅 등의 비용은 QAPE에 포함될 수 없다. 반면, PDV 활동을 위해 해외 제작진이 호주로 들어오는 경비나 호주 국내 이동비용, PDV 장비를 호주로 운송하는 비용, PDV 제작을 위해 사용되는 장비의 감가상각에 대해서도 제작 기간에 비례하여 PDV-QAPE로 청구할 수 있으며, PDV-QAPE가 50만 달러(AUD)를 초과하는 PDV 활동은 총 PDV-QAPE의 30%를 공제받을 수 있다.

④ 촬영지 인센티브(Location Incentive)

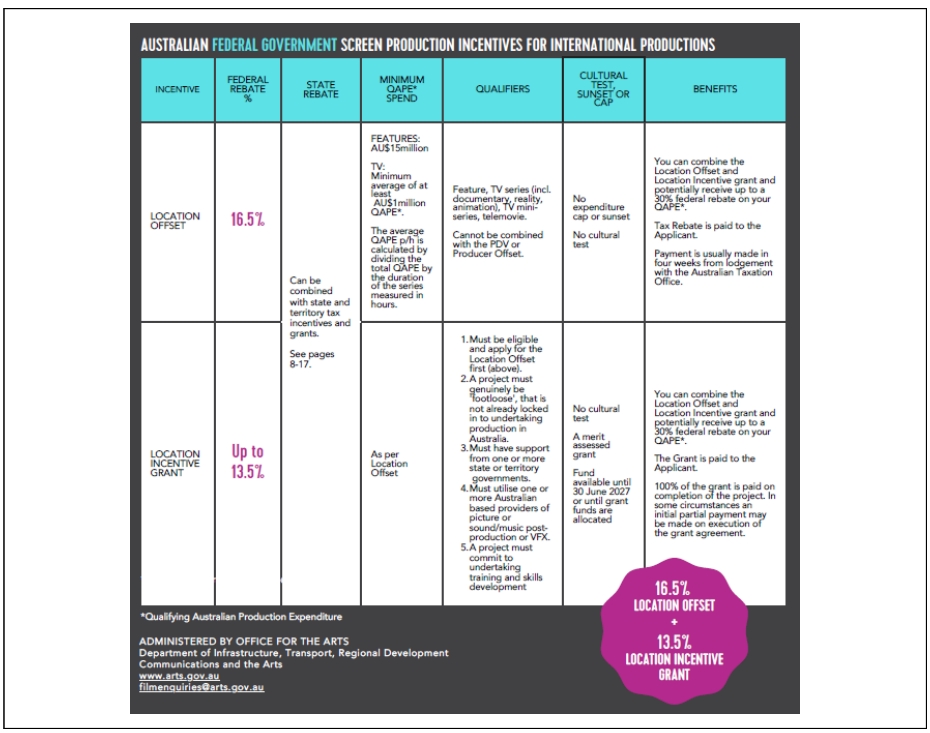
호주에서 제공하는 영상콘텐츠 산업 관련 세액공제 프로그램은 주로 위에서 언급한 3가지로 구성되어 있지만, 호주 정부에는 촬영지 인센티브라는 또 하나의 지원 제도를 운영하고 있다. 촬영지 인센티브는 촬영지 세액공제, 호주 사후제작 및 디지털·시각효과 제작(PDV) 세액공제를 관할하는 호주 인프라, 교통, 지역 개발 및 커뮤니케이션부가 같이 관할하고 있는데, 그 이유는 촬영지 인센티브가 촬영지 세액공제와 중복적용될 가능성이 있기 때문이다.

앞서 살펴본 3가지 세액공제 프로그램은 원칙적으로 1개 제작사의 중복혜택을 금지하고 있다. 그러나 촬영지 인센티브는 촬영지 세액공제와의 중복 적용을 허용하는 데다 지원 자격 역시 동일하기 때문에, 대부분의 제작사는 자연스럽게 촬영지 인센티브의 적용을 함께 고려하게 된다. 실제로 호주의 민관 협력기관인 Ausfilm의 미국 법인에서는 '촬영지 세액공제 및 촬영지 인센티브 혜택'을 함께 소개하고 있다는 점을 고려할 때,

촬영지 인센티브 역시 호주에서 제공하는 영상콘텐츠 산업에 대한 지원으로 살펴볼 필요가 있다(Ausflim, 2022).

촬영지 인센티브의 최우선 조건은 촬영지 세액공제 조건을 모두 만족하는 것이다. 즉, 촬영지 인센티브는 촬영지 세액공제와 같이 대규모 예산[11]이 투입되는 영상 제작을 대상으로 한다. 여기에 애니메이션이 아닌 일반 텔레비전 시리즈의 경우, 12개월 이내에 제작이 완료되어야 한다는 조건이 추가되고, 애니메이션이 주를 이루는 텔레비전 시리즈는 36개월 이내에 완성되어야 한다. 그 외에도 해당 영상 제작에 1곳 이상의 호주에서의 사후 제작, 디지털 및 시각 효과 업체의 서비스를 사용해야 하고, 호주의 인력 개발 활동에 참여할 계획이 있어야 한다. 끝으로, 이미 호주 촬영 계획이 있는 영상 제작 경우에는 촬영지 인센티브를 이용할 수 없다. 이는 정부 지원금이 해외 대형 제작사를 호주로 유치하려는 본래의 목적대로 충실하게 활용될 수 있도록 하는 조치로 해석된다.

[그림 2-2] Ausfilm USA 호주 촬영지 세액공제 및 인센티브 광고



출처: Ausfilm(2022), Australian Screen Incentives Fact Sheet

11) 총 QAPE가 1,500만 달러(AUD) 이상, 텔레비전 시리즈의 경우 시간당 QAPE가 100만 달러AUD)이상

위 자격 조건을 모두 만족하는 영상 제작 프로젝트는 QAPE의 최대 13.5%를 지원받을 수 있다. 촬영지 인센티브는 세액공제가 아니라, 정부 지원금 형태이므로 이 혜택은 프로젝트 완료 후 지급되며, 위에서 살펴본 3가지 세액공제와 달리 한시적인 지원금 제도이다. 2018-19 회계연도 예산안에서 3,500만 달러(AUD)의 규모로 처음 도입되어, 2023년에 완료될 예정이었으나(Australian Government's Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications, 2018), 2020년 7월 17일 호주 정부는 이 지원금 제도에 추가 4억 달러(AUD)를 투입하고, 프로그램 수명을 2026-27 회계연도까지 연장하겠다고 발표했다. 호주 정부는 총 5억 4천만 달러(AUD)의 지원금 예산을 다음과 같이 8년간 고르게 분포하여 지원금이 조기 소진되는 일이 없도록 계획하고 있다.

〈표 2-6〉 호주 촬영지 인센티브 회계연도별 예산 계획

회계연도	19-20년	21-22년	22-23년	23-24년	24-25년	25-26년	26-27년
지원금 예산계획 (AUD)	$3500만	$6000만	$6500만	$8000만	$8000만	$8000만	$8000만

출처: Australian Government's Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications (2020)

2) 호주 영상콘텐츠 산업의 코로나 이후 주요변화

호주는 2020년 6월 25일 코로나로 어려움에 처한 예술 및 엔터테인먼트 산업계를 지원하기 위해 2억 5천만 달러(AUD) 규모의 예산을 구제책의 일환으로 '임시 중단 제작사를 위한 지원금(Temporary Interruption Fund, 이하 TIF) 제도'로 도입했다. 이 제도는 영국의 새 출발 제도와 같은 맥락으로, 코로나 확산 이후 영상 제작 프로젝트의 보험 적용을 거부하는 보험사들이 늘어나면서 프로젝트 재개에 어려움을 겪는 제작사들을 위해 마련된 제도이다. 본래 이 제도는 12개월간 한시적으로 운영될 계획이었으나, 기관들의 노력으로 2021년까지 1차 연장되었고, 2022년 7월 7일 2차로 연장되어 2023년 3월 31일 이전에 본 촬영이 진행되는 영상 프로젝트에 대해 지원금을 제공한다. TIF에 할당된 예산은 5천만 달러(AUD)로, 자금 지원 신청 및 심사는 스크린 오스트레일리아에서 관장하며, 스크린 오스트레일리아의 별개 지원금 수혜 여부와 관계없이 신청가능하나 반드시 다음 조건을 만족해야 한다.

(1) 호주에서 설립되어 운영 중인 사업체로, 경영 중심부가 호주에 위치
(2) 해당 사업체가 해당 프로젝트 수행권에 대한 통제권을 보유
(3) 신청 업체 또는 그 관련 업체가 스크린 오스트레일리아 또는 그 전신 기관과 체결한 협정을 위배한 사실이 없음
(4) 신청 당시 본 촬영을 시작하지 않았거나, 2023년 3월 31일 이전에 본 촬영이 시작될 프로젝트

2021년 12월 호주 정부는 '호주 영상산업 인센티브(영상산업 세액공제) 개정안'을 통과시켰다. 이 개정안을 통해 2021년 7월 이후 본 촬영이 개시된 영상 제작에 대한 세액공제가 일부 확대 편성되었고, 3가지 세액공제의 일부 조건에 관한 설명이 변경되었다. 가장 큰 변화는 '극장용 장편영화가 아닌 텔레비전이나 OTT 전용 영화에 대한 지원을 종전의 20%에서 30%로 확대'했다는 것이다.

이와 함께 눈에 띄는 변화는 세제지원 지침에서 사용하는 용어가 달라졌다는 것이다. 스크린 오스트레일리아는 2022년 3월에 발표한 제작사 세액공제 안내 자료에서 'non-feature film를 'such as a program produced for television or a subscription service'이라고 설명하고 있고, 2022년 1월에 호주 인프라, 교통, 지역개발 및 커뮤니케이션부가 발표한 PDV 세액공제와 촬영지 세액공제 안내 자료에는 지원 자격의 유형으로 'direct-to-video, direct-to-DVD, television broadcast or online distribution'이라는 설명을 추가하고 있다. 이러한 용어는 그 이전 안내 자료에는 사용되지 않았다. 이는 다시 말해, 2021년 호주 정부의 영상산업 세제지원 확대에 OTT 플랫폼 영상산업을 주요하게 고려하였다는 의미이기도 하다. 이와 더불어, 2020년 호주 정부가 촬영지 인센티브에 막대한 예산을 투자했다는 사실은 호주 정부에서 팬데믹 이후 급변한 영상산업의 흐름에 대처하고 이를 통한 지속적인 경제 효과를 염두에 두고 있었다는 분석을 가능하게 한다.

〈표 2-7〉 호주 영상콘텐츠 산업 관련 세제지원 제도 기반과 2020년 코로나 이후 주요변화

구분	내용	
유형 및 지원 조건	1) 제작사 세액공제 (Producer Tax Offset)	• 호주 정체성 검증(SAC) • 유형별 적격 호주 제작 지출(QAPE) 임계값 • 유형별 최소 영상 시간
	2) PDV 세액공제	• 호주 정체성 검증(SAC)

구분	내용	
	(PDV Tax Offset)	• 적격 호주 제작 지출(QAPE) 임계값
	3) 촬영지 세액공제 (Location Tax Offset) + 촬영지 인센티브 (Location Incentive)	• 유형별 적격 호주 제작 지출(QAPE) 임계값 • 유형별 최소 영상 시간
공통 지원 조건	호주 법인 또는 호주에 상주하는 법인을 둔 해외 제작사	
세제지원 범위	1) 제작사 세액공제 • 장편영화(feature film): QAPE의 40% 세금 환급(refundanable rebate) • 텔레비전 프로그램(온라인 플랫폼 포함): QAPE의 30% 세금 환급 2) PDV 세액공제 • QAPE의 30% 세금 환급 3) 촬영지 세액공제 • QAPE의 16.5% 세금 환급 + 촬영지 인센티브 최대 13.5% 지원금 지급	
코로나 대응	제도명	임시 중단 제작사를 위한 지원금(Temporary Interruption Fund)
	시행기간	2020년 6월 25일 ~ 2023년 7월 7일(2차 연장)
	지원조건	1) 호주 내에서 제작하는 영화, 드라마, 다큐멘터리, 엔터테인먼트 및 리얼리티 프로그램 2) 호주 정체성 검증 통과 또는 정식 공동제작 프로젝트 임시 증명서 보유 ※ 엔터테인먼트 및 리얼리티 프로그램의 경우, 위 기준에 준하는 콘텐츠 필요 3) 코로나19로 인한 피해액이 5만 달러(AUD)를 초과한 경우에 한하여, 초과된 액수를 바탕으로 총 제작비의 60%, 최대 4백만 달러(AUD)까지 지원금 지급 4) 신청 시기별로 추가적인 제작 시작일 관련 조건이 존재
	제도명	호주 영상 제작 인센티브 개혁 (Australian Screen Production Incentive Reforms)
	시행일	2021년 12월 7일 개정 (2021년 7월 1일 본 촬영이 시작된 프로젝트에 대하여 소급 적용)
	개정 내용	• 제작사 세액공제 가운데 텔레비전용 영화, 텔레비전 프로그램의 세액공제율을 기존 20%에서 30%로 확대 • 지원 대상에 대한 표현을 기존 non-feature film에서 a program for subscription service, Direct-to-Video, Direct-to-DVD로 변경 • 촬영지 인센티브 기간 연장 및 예산 투자 확대

라. 미국

할리우드를 낳은 미국은 여전히 전 세계 가장 많은 영상콘텐츠의 탄생지이고, 영상산업이 미국 경제에서 상당히 중요한 축을 담당한다는 것은 어제 오늘 이야기가 아니다. 코로나 이전 할리우드에서 제작된 영화 규모만 해도 50억 4천만 달러(USD)에 이르고, 2019년 한 해 동안 영화 및 영상콘텐츠가 미국 경제에 기여한 금액은 같은 기간 석유산업의 경제적 기여 규모와 맞먹는다(The Economist, 2019).

이러한 영상산업의 경제적 가치를 잘 이해하고 있는 미국은 이를 최대한 활용하기 위한 여러 제도를 일찍부터 활용해왔고, 특히 2021년 이후 미국의 여러 주 정부에서는 영상산업에 관한 새로운 세제지원 정책을 다양하게 내놓고 있다. 미국의 연방법은 2020년 이후 변경된 사항이 없으나, 기존 2020년 정책연구에서 언급하지 않았던 부분을 중심으로, 이 연구에서는 먼저 미국 연방법상 영상콘텐츠 산업의 세제지원 배경을 간략히 설명하고, 2020년 코로나 이후 주 정부들이 새롭게 내놓은 세제지원과 그 함의를 다룬다.

1) 미국 연방 영상콘텐츠 산업의 세제지원 특징

미국 연방세법(Internal Revenue Code)에서 영화 및 텔레비전 제작과 관련된 법률은 Section 168(k)와 Section 181의 2개 조항에서 찾아볼 수 있다. Section 168은 181보다 먼저 성립되었으며, 그 골자는 제작비에 대한 감가상각이다. 비용 회복 가속화 제도(Accelerated cost recovery system)라고 불리는 이 법규는 감가상각을 통해 투자비용 회수를 도모하기 위한 보편적인 법규이다. 다시 말해, Section 168(k)에서는 제작된 영상물을 하나의 자산으로 보고, 이 자산에 대한 비용 회수 방법을 설명하고 있는 것이다. 이 법규를 기준으로 보면, 영상물 제작은 흡사 건물을 짓는 것과 유사한 관점으로 해석될 수 있다. 즉, 건물이 완공되어 누군가에게 매입되기 전까지는 그 비용이 인정되지 않고, 완공 후부터는 가치가 감가상각의 적용을 받는 것처럼, 콘텐츠 역시 완성 후 개시("in service")되기 전까지는 비용을 인정받을 수 없고, 역할이 수행된 후에는 시간에 따라 그 가치가 하락하는 절차를 밟는다는 것이다. 언뜻 보면 영상산업과 감가상각은 다소 논리적 결함이 있는 개념의 결합인 것 같지만, 아직까지 Section 168(k)에서 영화 및 텔레비전 제작을 포함하고 있는 이유는 해당 법규가 Section 181과는 다른 방식으로 투자 인센티브를 끌어올 수 있기 때문이다. Section 168(k)는 공제가능 금액에 제한이 없고, 특히 보너스 감가상각이라고 하는 특별 조치를 통해 영상물이 개시된 첫해에는 투자 금액에 대한 100% 감가상각이 가능해, 거대한 투자 프로젝트에서는 이 법규가 더 선호되기도 한다. 한편, Section 168(k)를 적용하기 위해서는 콘텐츠 제작비용과 소득 발생 사이에 긴 공백을 감수해야 한다. 이때 개별 투자자들 관점에서는 투자 회수까지 시간이 오래 소요되기 때문에, 독립 제작사의 경우 투자자를 유치하기 더욱 어려워지는 폐해가 발생한다(Moore, 2018).

이에 따라 미국 정부는 2004년 일자리창출법(Jobs Creation Act)에 엔터테인먼트 산업에 대한 투자 인센티브인 Section 181을 추가했다. 본래 Section 181은 2016년 만료되었다가, 2020년 12월 27일 미국 정부가 통합 세출법(Consolidated Appropriations Act)을 통과시키면서 2025년 12월 31일까지 한시적으로 복원되었다. 그러나 Section 181 만료 후에도 2018 절세 및 일자리법(Tax Cuts and Jobs Act)에서 영화, 텔레비전 시리즈, 또는 라이브 공연에 대한 투자금에 대하여 100% 세금 공제(deduction)를 제공하는 법 조항이 포함되어 있었다는 점을 고려하면, 미국 정부는 세제지원이 영화 및 텔레비전 산업에 미치는 순기능을 잘 이해하고 이러한 제도를 한동안 유지할 필요성을 인지하고 있다는 것을 알 수 있다(Blake, 2018).

Section 181은 영화 제작 시, 투자자의 위험 요소를 극적으로 줄인다. 이는 해당 법규가 제작에 비용이 투자됨과 동시에 이를 소비된 지출(incurred expense)로 처리할 수 있도록 허용하고 있기 때문이다. 투자 비용이 소비 지출로 처리되면, 투자자는 해당 금액을 손실금액으로 신고할 수 있고, 귀속연도 세금신고에서 이에 해당하는 금액을 공제할 수 있다. 투자자가 100만 달러를 영화 제작에 투자하여, 다시 100만 달러 이상의 과세 대상 수입을 번다면, 해당 연도에 이 100만 달러가 고스란히 해당 투자자의 수입에서 공제될 수 있다는 것이다. 이 투자자가 35%의 세금을 내는 사람이라면, 이는 곧 해당 투자자가 영화가 완성되기도 전에 이미 35만 달러의 세금을 절약할 수 있다는 의미이다. 즉, Section 181은 투자를 적극 권장하는 방도로서 영화산업을 지원하고 있다고 볼 수 있다(Cherubini, 2020).

미국 연방세법은 영화 및 텔레비전 산업에 대한 Section 168(k)의 적용 조건에서, 상한액이 없다는 예외 규정을 제외하면 Section 181과 동일하다고 명시하고 있다. Section 181은 미국 내에서 75% 이상의 비용을 소비하는 영화 및 텔레비전 제작에 대해 적용될 수 있고, 1,500만 달러(USD)의 상한액 이하의 금액에 한해서만 공제 적용이 가능하다. 단, 일부 특수 지역[12] 내 촬영 시, 상한액이 2,000만 달러(USD)로 상향 조정될 수 있다. 텔레비전 시리즈는 각 회차를 별개 제작으로 간주하며, 1~최대 44회까지 공제 적용이 가능하다. 아울러 투자자에게 즉각적인 공제를 제공하기 위해 제작사는 수입을 소유주나 투자자에게 모두 이관할 수 있는 도관(pass-through entity)으로 설립해야 한다.

12) Section 45D에 명시된 저소득 지역이나, 델타 교외 당국(Delta Regional Authority)가 지정한 소외 지역

2) 미국 영상콘텐츠 산업의 코로나 이후 주요변화: 주별 세제지원을 중심으로

미국은 연방세법과 함께 영상콘텐츠를 제작하는 각 주에 따라 추가적인 세제지원을 적용받을 수 있다. 특히, 2020년과 2021년 코로나로 막대한 경제적 피해를 본 미국의 여러 주에서는 영화 및 텔레비전 제작을 유치하여 직접적인 경제 효과와 함께 관광객 유치, 주의 이미지 향상 등과 같은 부차적인 경제 효과를 누리고자 새로운 인센티브 제도를 내놓고 있다. 실제로, 2022년 상반기에만 5개 주에서 세제지원 제도가 신설되거나 개편되었다.

인디아나 주는 2022-23 회계연도에 5백만 달러(USD)의 예산을 투자하여, 영화 및 미디어 세제지원(Film and Media Tax Credit) 프로그램을 도입하고 제작비의 최대 30%를 세액공제 형태로 제공하며, 사전제작, 본제작, 사후제작에 참여하는 제작진의 20% 이상이 인디아나 주민인 경우 5%를 추가 공제해준다. 이 세제지원은 인디아나 주에서 영상콘텐츠를 제작하는 개인, 법인, 유한 책임 파트너사 등의 다양한 주체가 지원 가능하다.

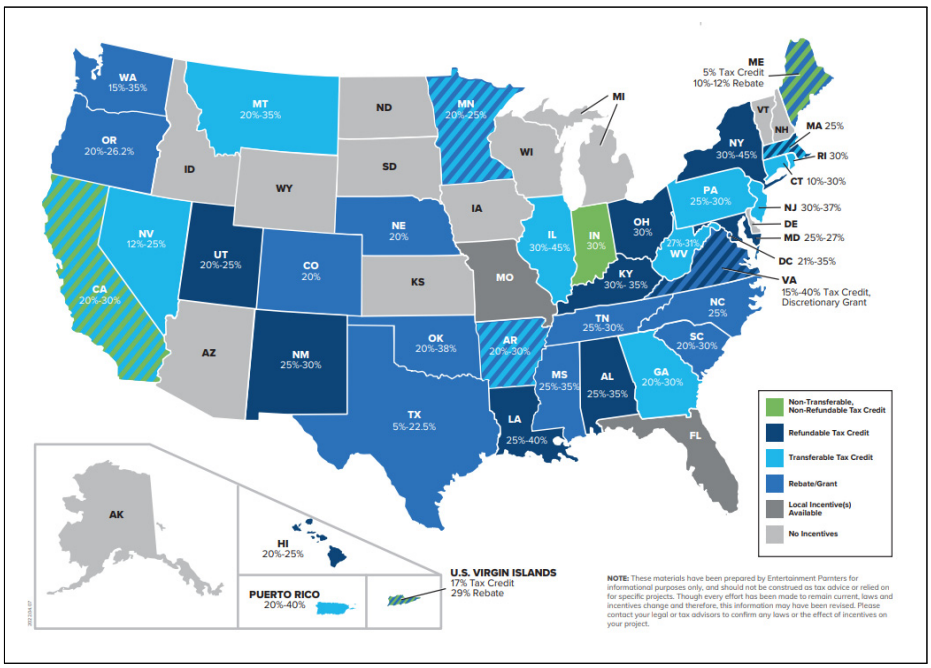
웨스트 버지니아 주는 2017년 처음 세액공제 혜택 제도를 시행하였으나 큰 반향을 불러일으키지 못했던 과거의 교훈을 바탕으로 연간 세액공제액 한도를 없앤 새로운 세액공제 프로그램 법안을 제정하였다. 2022년 2월 버지니아 국회를 통과한 이 세제지원은 5만 달러(USD) 이상의 예산으로 제작되는 영화, 텔레비전, 뮤직비디오에 대하여 최대 27%의 세액공제를 받을 수 있다.

아울러, 애리조나 주에서도 2022년 7월 6일 영상 제작 세제 혜택 법안(House Bill 2156)이 통과되어 2023년부터 1월 1일부터 애리조나 영상 제작 프로그램(Arizona Motion Picture Production Program)이 시행될 예정으로, 2023년 750만 달러(USD)의 예산을 투입하여 제작비의 15~20%를 세제 환급금으로 제공, 2025년까지 예산을 1억 2,500만 달러(USD)로 확대할 예정이다.

일리노이 주는 그동안 거주민에 한하여 10만 달러까지 적용하던 세액공제 혜택을 거주민과 비거주민 모두에게 50만 달러까지 적용할 수 있도록 대폭 확대했다. 워싱턴 주는 연간 350만 달러까지 제공하던 세액공제를 1,500만 달러로 늘렸으며, 뉴저지 주 역시 디지털 미디어 콘텐츠 제작에 대한 연간 세액공제 한도액을 1,000만 달러에서 3,000만 달러로 상향 조정했다.

미국에서는 2022년 8월 시행 중인 프로그램을 기준으로 50개 주 가운데 15개 주를 제외한 35개 주에서 영상 제작 관련 세제지원 제도를 운영하고 있으나, 대부분 비슷한 금액에 대한 세액공제(tax credit)의 형태를 취하고 있어, 다른 주에 비해 폭넓은 세제지원을 제공하고 있는 몇 개 주의 사례를 보다 구체적으로 검토하기로 한다.

[그림 2-3] 미국 주별 영상산업 세제지원 지도(U.S. Production Incentives)



출처: Entertainment Partners(2022a), U.S. Production Incentives.

가. 캘리포니아

할리우드가 자리잡고 있는 캘리포니아 주에서 영화 및 텔레비전 산업은 전체 주 경제 활동에서 가장 큰 비중을 차지한다. 해당 산업에 종사하는 인구가 70만 명이고, 이 산업에서 지급하는 임금만 700억 달러에 육박한다. 2020년 7월 1일부터 시행된 캘리포니아의 영화 및 텔레비전 세액공제 3.0 프로그램(Film and Television Tax Credit 3.0 Program)은 회계연도별로 3억 3천만 달러의 예산 한도 내에서 텔레비전 프로젝트, 촬영지 이전 텔레비전 프로그램, 독립영화, 일반상업 영화, 4가지 범주에 따라 20~25%의 세액공제를 제공하고 있으며, 추가 조건을 만족하는 경우 5~10%의 공제액 상향 조정이

가능하다. 장편영화, 새로운 텔레비전 시리즈, 미니 시리즈, 파일럿의 경우, 20%의 양도 불가능 세액공제를 받을 수 있으며, 캘리포니아로 촬영지를 이전한 텔레비전 시리즈의 경우, 첫해에는 양도가 불가능한 세액공제를 25% 받을 수 있다.

캘리포니아 주 세액공제 프로그램 자체는 2020년 7월 1일 이후 별다른 변화가 없었으나, 해당 프로그램에 대한 자금은 크게 증가했다. 2021년 7월 캘리포니아 주 정부는 2021-22 회계연도와 2022-23 회계연도에 대한 세액공제 프로그램 자금을 각각 900만 달러씩 인상하는 법안을 통과시켰다. 아울러, 2022년 8월 3일 캘리포니아 개빈 뉴섬(Gavin Newsom) 주지사는 영화 및 텔레비전 세액공제 프로그램에 대한 전폭적인 지지와 함께, 16억 5천만 달러의 예산을 투입하여 해당 프로그램을 2030년까지 연장하겠다고 발표했다. 뉴섬 주지사는 캘리포니아 주 영화 및 텔레비전 세액공제 프로그램에 투자된 1달러는 24달러의 경제적 효과로 돌아오고, 이를 통해 11만 개가 넘는 일자리가 창출되고 있다며 해당 프로그램을 연장하는 이유를 설명했다.

실제로 캘리포니아에서는 2021년 한 해에만 총 97개의 텔레비전 시리즈가 제작되었으며, 이는 미국 내 2위(뉴욕 주)와 3위 (조지아 주)의 결과를 합친 것보다 많다(Cho, 2022). 최근 디즈니, 넷플릭스, HBO의 새로운 시리즈가 캘리포니아에서 촬영을 시작했고, 27개의 텔레비전 시리즈가 캘리포니아의 세제혜택을 받기 위해 다른 주에서 캘리포니아로 촬영지를 이전하는 등 캘리포니아는 여전히 영상산업의 중심지로서 맥을 이어가고 있다.

나. 뉴욕

뉴욕 주는 2004년 주 내의 영화 및 텔레비전 제작, 사후제작 산업 성장을 장려하기 위한 방책으로 뉴욕 주 영화 세액공제 프로그램(New York State Film Tax Credit Program)을 처음 도입했다. 뉴욕 주의 세제지원은 제작 단계를 기준으로 크게 제작비 세액공제와 사후 제작비 세액공제로 나눌 수 있다. 세부 기준이 다를 수는 있으나, 이 두 프로그램 모두 뉴욕 주의 시설 이용을 유도하고 주 내에서 더 많은 소비가 발생하도록 권장하여, 뉴욕 주 경제에 긍정적인 효과를 유인하는 데 그 주요 목적을 두고 있다(Camoin 310, 2020).

뉴욕 주는 매년 4억 2천만 달러의 예산을 영화 및 텔레비전 세액공제 프로그램에 할당하고 있다. 세액공제 프로그램의 지원대상은 장편 영화, 텔레비전 시리즈, 텔레비전

파일럿, 그리고 텔레비전용 영화로 한정된다. 다큐멘터리나 정보 제공용 프로그램, 토크쇼, 인터뷰, 시사 프로그램, 스포츠 중계, 게임쇼, 시상식 및 낮시간용 드라마, 광고, 뮤직비디오, 리얼리티 프로그램은 그 대상에서 제외된다.

한편, 뉴욕 주의 영화 및 텔레비전 세제 공제 프로그램은 적격한 제작시설(qualified production facility, QPF) 사용을 조건으로 내세우는 조항이 많다. 여기서 '적격한 제작시설'이란 뉴욕 주지사의 영화 및 텔레비전 개발 사무국(Governor's Office for Motion Picture and Television Development, MP/TV 사무국)이 인증하여 홈페이지에 게재된 명단에 포함된 시설을 의미한다[13]. MP/TV사무국에서 인증하지 않은 시설을 사용하는 경우, 실내에서 진행되는 제작 과정에 소요되는 총 비용의 75% 이상이 QPF에서 진행되는 작업과 연관되어야 한다. 이러한 75% 지출 기준을 충족한 제작사 가운데 QPF에서 진행된 제작과 관련된 총 소요 비용이 3백만 달러 이상인 경우 해당 제작사는 QPF 외 시설에서 진행된 사전 제작, 야외 제작 및 사후제작에 관련된 적격 지출에 대해서도 세액공제를 받을 수 있다. QPF에서 진행된 제작관련 총 비용이 3백만 달러 이하인 경우, 주요 야외 촬영의 75% 이상이 뉴욕 주에서 촬영되어야 사전 제작, 야외 제작 및 사후 제작 관련 적격 지출의 세액을 공제받을 수 있다. 뉴욕 주는 또한 1,500만 달러와 제작사의 지분 소유 구조에 따라 제작사를 2개 등급으로 구분하며, 각 등급에 따라 세액공제 적용 기준을 아래와 같이 다르게 적용하고 있다(New York State Government, 2022).

〈표 2-8〉 뉴욕 주 영상제작 등급 분류 및 세제지원 기준

구분	1급	2급
분류 기준	• 제작비가 1,500만 달러 미만 • 상장 기업이 소유한 지분이 5% 미만인 회사가 제작하는 영상물	• 제작비가 1,500만 달러 이상 • 상장 기업이 소유한 지분이 5% 이상인 회사가 제작하는 영상물
세제 지원 조건	• 뉴욕 주에 세트장을 보유하고 있으며, • 1일 이상 뉴욕 주에서 촬영 • 사후제작 단계 이전에, 총 소비의 75% 이상을 뉴욕 주에서 지출	• 해당 프로젝트 전용 세트장에서 촬영 10% 이상의 주요 촬영이 뉴욕 주 시설에서 진행 (파일럿 제외) • 사후제작 단계 이전에, 총 소비의 75% 이상을 뉴욕 주에서 소비 * 뉴욕 시내 촬영은 2급에 한해서만 뉴욕 주의 촬영으로 인정

13) 뉴욕 주지사의 영화 및 텔레비전 개발 사무국 홈페이지: nylovesfilm.com

뉴욕 주의 세제지원 제도의 세부 조건은 2020년도 이후 크게 달라지지 않았으나, 2022년 4월 11일 캐시 호컬(Kathy Hochul) 뉴욕 주지사가 발표한 2022-23 회계연도 예산안에는 뉴욕 주가 영화 세제지원 제도를 2029년까지 연장한다는 내용이 포함되었다. 아울러, 뉴욕 주는 영화 세제지원을 관장하는 뉴욕의 경제 개발 공익 기업 엠파이어 스테이트 개발 공사(Empire State Development, ESD)가 제3의 기관을 통해 해당 프로그램의 경제적 효과를 분석하는 보고서를 2년에 한 번씩 출간하도록 요청하고 있다. 이 보고서에 따르면, 영화 및 텔레비전 세제지원 제도는 뉴욕 주에 5만 7,000개의 일자리 창출, 37억 달러의 수익이라는 직접적인 경제 효과로 나타났고, 103억 달러가 뉴욕 주 내에서 소비되었다. 분석서는 2019-20 회계연도에 뉴욕 주는 $2,156,926,190(순현재 가치)를 영화 제작 세액공제로 소비했고, 같은 기간 뉴욕 주에서 거둬들인 세수는 $2,241,078,318를 기록하여, 투자회수율은 $1.03 정도로 계산되었으나, 그 외에 5만 7,000개의 일자리 창출과 자금 흐름이라는 경제적 효과, 그리고 영화산업의 클러스터 효과와 영화를 통한 관광 유치 효과 등을 고려한다면 세제지원 제도가 뉴욕 주에 가져오는 긍정적인 효과에는 의심의 여지가 없다는 결론이다(Camoin 310, 2020).

다. 조지아

조지아 주는 미국에서 가장 전폭적인 영화 세제지원 제도를 운영하고 있다(Meares et al., 2020). 일례로 2021 회계연도에 조지아 주가 영화 및 텔레비전 세액공제 금액으로 환급해준 금액은 무려 12억 달러에 육박했다. 이는 4억 달러 정도의 세제 혜택을 지원하는 캘리포니아나 뉴욕 주보다 3배나 많은 규모이다. 이렇게 조지아 주의 환급금이 다른 주에 비해 월등히 많은 이유는 조지아 주에서 영화 및 텔레비전 세제 혜택 프로그램 예산을 한정하지 않기 때문이다(Wilson, 2022).

조지아 주의 영화 세제지원 제도는 기본 세액공제와 조지아 엔터테인먼트 프로모션(Georgia Entertainment Promotion, GEP) 세액공제의 2가지로 구성된다. 다만, 전자의 조건을 충족한 제작사만이 후자의 세액공제도 받을 수 있다. 조지아 주의 기본 세액공제는 조지아 주의 경제개발부(GDEcD)에서 승인한 장편영화, 텔레비전 영화, 파일럿 또는 텔레비전 시리즈, 특별 기획 방송, 텔레비전 광고 및 뮤직비디오에 대하여 제공되며, 한 회계연도의 연간 지출이 50만 달러 이상인 제작사만이 세액공제를 신청할 수

있다. GDEcD의 승인을 받은 프로젝트는 20%의 세액공제를 받으며, 장편영화, 텔레비전 영화 등의 영상물은 조지아 주의 로고를 삽입하여 추가 10%의 GEP 세액공제를 받을 수 있다. 세액공제 조건만으로는 조지아 주의 영상산업 세제지원이 캘리포니아 주나 뉴욕 주와 그리 달라 보이지 않을 수도 있지만, 조지아 주는 영상산업 세제지원에 연간 예산 한도액을 두지 않는다는 점에서 대형 프로젝트의 주요 촬영지로 주목받고 있다[14]. 예컨대, 조지아 주는 〈블랙팬더: 와칸다 포에버〉, 〈크리드2〉, 〈샤잠! 신들의 분노〉, 〈오자크〉 등의 대규모 영화 및 텔레비전 프로젝트의 촬영지로 선택된 바 있다. 2021-22 회계연도에 조지아 주에서는 무려 412개의 영상물이 제작되었다.

그러나 연간 예산 한도액을 없애 영상 제작을 유인하는 방법은 득만큼 실도 크다. 2021년 조지아 주가 영상산업에 쓴 직접 비용은 44억 달러(USD)에 달했고, 소니, 파라마운트, 유니버셜 등 대형 제작사에 환급 금액만 12억 달러를 넘는다. 이는 조지아 주 연간 예산의 4.3%에 해당하는 금액이다(Ho, 2022). 조지아 주에서 영상산업 세제지원으로 지급하는 비용이 해마다 늘어나자, 조지아 상원 재무 위원회 내부에서는 환급금 예산에 한도를 두어야 한다는 목소리가 높아져, 2022년 3월 29일 조지아 상원 재무 위원회는 연간 예산을 9억 달러로 제한하고, 현재 제3자에게 양도가능한 세액공제를 양도가 불가능하도록 변경하자는 법안을 의회에 제출하였다. 그러나 이 법안은 입법부에서 통과되지 못하고 폐기되면서, 조지아 주의 세제 혜택은 종전과 동일하게 유지되고 있다(Robb, 2022).

라. 뉴멕시코

2008년 촬영을 시작한 〈브레이킹 배드〉는 뉴멕시코 경제에 편당 100만 달러(USD)의 직접 소비를 창출했다. 뉴멕시코 주는 가스 및 석유 생산, 농업 등 1차 산업이 주를 이루는 지역으로, 다른 미국의 주보다 1인당 GDP가 낮은 편이다. 그렇기에 이 주에서는 〈브레이킹 배드〉 이후, 영화 및 방송·영상콘텐츠 산업이 갖는 경제적 가치에 더 기민하게 반응했다. 특히, 뉴멕시코의 미쉘 그리샴(Michelle Grisham) 주지사는 1차 산업의 한계점을 인식하고, 영상산업을 통해 뉴멕시코 주 경제의 다변화를 불러오겠다는 다짐을

14) 일리노이 주, 코네티컷 주, 메인 주 등도 연간 예산 한도액이 없기는 하지만, 특히 조지아 주의 경우, 다른 주에 비해 필요 서류가 간소하다는 점도 큰 장점으로 작용한다. 예컨대, 세액공제를 받기 위해 제작사가 반드시 조지아 주에서 창립되었거나, 본사가 조지아 주에 있을 필요가 없다(Lee, 2020).

공고히 하였다. 이에 따라, 뉴멕시코 정부는 2019년 영상 제작 세제지원법(Film Production Tax Credit Act)을 개정하여, 연간 세제지원 한도 예산을 1억 1,000만 달러(USD)로 증액하였으며, 특정 조건에 따른 5% 추가 세액공제 혜택을 새로 도입했다.

2021년 전문 조사기관인 Olsberg·SPI에서 뉴멕시코 주 영상산업 세제지원의 경제적 효과를 알아보기 위해 실시한 조사에 따르면, 많은 제작사들이 뉴멕시코 주의 세제지원 제도가 프로젝트의 촬영지로 뉴멕시코를 결정하는 데 중요한 역할을 했다고 대답했다. 실제로 많은 언론 및 산업 종사자들은 뉴멕시코의 영상산업 세제지원을 성공적인 모범 사례로 뽑고 있다(Nott, 2021; Robinson, 2021; Chianese, 2022).

뉴멕시코 주의 영상산업 세제지원은 적격 지출의 25% 세액공제를 기본으로 기타 조건에 따라 세제지원율을 추가하여 최대 35%까지 세액공제가 가능한 방식이다. 시즌당 6편 이상으로 구성되고, 상업용 배급을 전제로 하며, 전 시리즈의 뉴멕시코 내 촬영이 결정된 플롯의 텔레비전 시리즈의 촬영 또는 텔레비전 시리즈의 파일럿 프로젝트는 뉴멕시코 주 내 편당 제작비가 5만 달러(USD) 이상인 경우 추가 5% 세제지원을 받을 수 있다. 또한, 뉴멕시코 주 필름오피스에서 정한 적격 제작시설[15]에서 촬영하는 경우 5% 세제지원이 추가 제공되며, 버나릴로와 산타페 카운티 외곽에서 60마일 떨어진 외곽지역에서 촬영하는 경우에도 5%의 촬영존 세제지원이 추가될 수 있다.

이와 별개로 뉴멕시코 주는 또한 뉴멕시코 주에서 거주하지 않는 제작진의 인건비에 대해서도 15~20%의 세제지원을 제공하고 있다. 이 세제지원에는 below-the-line 제작지의 인건비만 포함된다. 그러나 이 세제지원을 받기 위해 제작사는 금전 투자 또는 상영회 등의 홍보 활동을 통해, 영상산업 내 뉴멕시코 거주민의 교육 직업 훈련 프로그램에 기여해야 한다. '환원 프로그램(Give-Back Program)'이라고 불리는 이 조건은 제작사가 선택한 기여 방법이 무엇이든 간에, 제작사는 비 거주민에 대한 직접 지출의 2.5% 이상을 뉴멕시코 주에 환원해야 한다고 요구하고 있다.

그 외에도 뉴멕시코 주에서는 영상산업 제작진 양성 프로그램(Film Crew Advancement Program, FCAP)을 운영하여, 뉴멕시코 거주민 가운데 산업 내 below-the-line 제작진이 되기 위해 공부하거나 훈련을 받는 견습생의 임금을 기준으

15) 다음 중 하나의 조건을 만족하는 시설
(1) 한 공간이 7,000~18,000제곱피트 규모로 구성된 방음 스튜디오(soundstage)
(2) 최소 50에이커 이상의 연속적인 공간에 위치한 영상 제작용 세트

로 최대 1,040시간에 물리적 근무 시간에 해당하는 금액의 50%를 제작사에게 지원금으로 돌려주고 있다. 이 지원금을 받기 위해서는 견습생 프로그램을 시작하기 최소 30일 이전에 지원금 신청서류를 제출해야 하며, 개별 견습생에 대한 멘토가 지정되어 있어야 한다. 이러한 세제지원을 받기 위한 조건으로는 뉴멕시코 주 필름오피스에 등록되어 있는 기관이어야 하며, 장편영화, 독립영화, 각종 텔레비전 시리즈, 다큐멘터리, 단편영화, 애니메이션 등의 장르에 있어 이미 기획과 자금조달 계획이 수립되어 있는 프로젝트여야 한다.

마지막으로 뉴멕시코는 영상산업 파트너 프로그램(Film Partner Program)이라는 제도를 운영하고 있다. 영상산업 파트너는 뉴멕시코 주에서 영화 또는 상업용 영상콘텐츠를 제작하는 기업 가운데 적격 시설을 매입하거나 10년 장기 계약을 체결한 제작사를 지칭한다. 영상산업 파트너로 지정된 제작사는 별도의 세제지원 혜택을 받으며, 총 적격 제작비의 25~35%에 해당하는 금액에 대한 세제 혜택을 받을 수 있는 데다 한도액의 제약을 받지 않는다. 2022년 상반기까지 뉴멕시코 주의 영상산업 파트너 제작사는 넷플릭스와 NBCUniversal로, 이들은 각각 20억 달러(USD)와 5억 달러(USD)를 투자하여 뉴멕시코 주에 스튜디오를 운영하겠다고 선언했다. 이 두 기업은 또한 향후 10년 간 연간 5만 달러(USD) 이상을 FCAP 프로그램에 기부하여, 장래 뉴멕시코의 영상산업 육성에 이바지하겠다는 계획을 밝혔다(Gomez, 2020). 이어서, 2022년 8월에는 캘리포니아에 기반을 둔 대형 제작사 828 프로덕션도 뉴멕시코에 75억 달러(USD)를 들여, 30만 제곱피트의 스튜디오와 20에이커 규모의 촬영 지역을 만들겠다고 발표했다(Kiana, 2022).

〈표 2-9〉 미국 영상콘텐츠 관련 세제지원 제도 개요 및 2020년 이후 주요변화

구분	내용
연방	1) 연방세법 Section 168(k)에 따른 세액공제 • 프로젝트 완료 후 감가상각 적용(첫해 100% 감가상각) • 상한액 없음 2) 연방세법 Section 181 • 투자와 동시에 지출 발생으로 인정 • 총 제작비의 75% 이상 미국 내 소비 • 1,500만 달러(USD) 상한액 ※ 특수지역 촬영 시 2,000만 달러로 상향 조정
주요 주별 정책	1) 캘리포니아 • 영화 및 텔레비전 세액공제 3.0 프로그램 (Film and Television Tax Credit 3.0 Program)

구분	내용	
	• 회계연도별 3.3억 달러(USD) 한도 • 텔레비전 프로젝트, 촬영지 이전 텔레비전, 독립영화, 일반 상업영화에 대해 20~25% 세액공제 • 추가 조건 만족 시, 5~10% 추가 가능 ※ 16.5억 달러(USD) 예산을 추가 투자 2030년까지 세제지원 연장(2022년 8월 3일 발표)	
	2) 뉴욕 ① 영화 제작 공제 • 제작비와 사후 제작비의 25% 환급 • 추가 조건 만족 시, 10% 추가 공제 ② 텔레비전 작가 및 감독에 대한 임금 세액공제 • 텔레비전 작가 및 감독에 대한 임금의 30% 세액공제 • 각각 15만 달러(USD) 한도 • 연간 세액공제 500만 달러(USD) 한도 ③ 영화 사후제작 세액공제 • 뉴욕시 인증 시설 이용 시 30~35% 세액공제 ④ 광고 세액공제 • 제작비의 20% 세액공제, 메트로폴리탄 외 지역 촬영 시 추가 10% 공제	
	3) 조지아 • 기본 세액공제: 제작비의 20% 세액공제 • 엔터테인먼트 세액공제: 조지아 주 로고를 삽입하여 10% 추가 공제 • 연간 지출이 50만 달러(USD) 이상 • 조지아 주에 법인이 위치할 필요가 없음 • 연간 한도액 없음	
	4) 뉴멕시코 • 기본 세액공제: 제작비의 25% 세액공제~최대 35% • 편당 제작비가 5만 달러 이상인 시즌제 TV 시리즈 및 파일럿 5% 추가 공제 • 외곽지역 촬영 5% 추가 공제 • 적격제작시설 촬영 5% 추가 공제 • 거주민 환원제도(비거주민 인건비의 2.5% 규모)에 참여하는 경우, 비거주민 임금의 15% 공제 가능 • 거주민 인력 양성 프로그램 참여시, 참여자의 1,040시간 임금에 대하여 50% 환급 (단, 기술직종 위주로 개별 멘토 지정 필수) • 영상 파트너 프로그램으로 대형 제작사와 장기 투자 및 제작 계약 체결 • 영상 파트너 제작사의 경우, 25~35% 세액을 공제받으며, 연간 한도액 없음	
그 외 주별 코로나 이후 세제지원 내용	세제지원 신설	1) 인디애나 • 2022년 8월 5일 영화 및 미디어 세제지원 (Film and Media Tax Credit) 신설 • 제작비의 최대 30% 세액공제 • 5백만 달러 예산 한정 2) 웨스트 버지니아 • 2017년 폐지된 제도 부활 • 5만 달러(USD) 이상의 예산으로 제작되는 영화, 텔레비전 프로그램 및 뮤직비디오에 대하여 제작비의 27% 세액공제 3) 아리조나 • 2022년 7월 6일 House Bill 2156 통과

구분	내용	
		• 2023년 1월 1일부터 시행 • 제작비의 15~20% 세액 환급
	세제지원 개정	1) 일리노이: 거주민 한정 10만 달러(USD) → 거주민과 비거주민 대상 50만 달러(USD) 2) 워싱턴: 350만 달러(USD) → 1,500만 달러(USD) 3) 뉴저지: 1,000만 달러(USD) → 3,000만 달러(USD)
	기타 개정 내용	• 제작사 세액공제 중 텔레비전용 영화, 텔레비전 프로그램의 세액공제율을 기존 20%에서 30%로 확대 • 지원대상에 대한 표현을 기존 non-feature film에서 a program for subscription service, Direct-to-Video, Direct-to-DVD로 변경 • 촬영지 인센티브 기간연장 및 예산투자 확대

미국은 이들 지역 외에도 코로나 이후 인디애나, 웨스트 버지니아, 아리조나에서 최대 30%까지 영상분야 세액공제가 가능하거나 일정 비율 환급해주는 세제지원 제도를 신설하였다. 코로나 이후 일리노이, 워싱턴, 뉴저지 지역에서는 세제지원 대상을 거주민에서 비거주민으로 확대하거나, 지원 예산규모를 확대하기도 하였다. 또한 영상 제작사 세액공제 지원대상 중, 구독서비스용 프로그램(a program for subscription service)이 포함된 것도 주목할 가치가 있다.

마. 캐나다

캐나다는 높은 수준의 시설과 영상산업 기술이라는 내부적 요인 외에도 미국과 거리가 가깝고 문화가 유사하며, 환율 차이에서 오는 경제적 이점 등 여러 외부적 요인으로 인해 전 세계 영화, 텔레비전 및 디지털 미디어 제작에서 주요 위상을 갖추고 있다(Dentos, 2019). 캐나다 또한 미국과 유사하게, 연방 정부에서 운영하는 세제지원 제도와 주별 자체적 영상산업 세제지원 제도를 실시하고 있다.

1) 캐나다 영상콘텐츠 산업의 세제지원 특징

가. 캐나다 연방 세제지원 제도 개요

캐나다 연방 정부는 영상제작 세액공제와 영상제작 서비스 세액공제의 2가지 제도를 운영하고 있다. 이는 모두 추후 세금 대비 환급가능한 세액공제(refundable credit)를 기반으로 하나, 그 지원조건과 내용이 상이하다. 특히, 전자는 자국민 보호, 후자는 자국

내 영상제작 산업 양성을 목적으로 설계되었다(Government of Canada, 2022a).

2) 영상제작 세액공제(Film or Video Production Tax Credit)

영화 및 비디오 제작 세액공제(Canadian Film or Video Production Tax Credit, CPTC)는 캐나다의 영화 및 텔레비전 프로그램 기획을 장려하고 캐나다 내 독립 제작 분야의 활발한 발전을 도모하기 위해 고안되었다(Government of Canada, 2022a). 이와 같은 이유로 지원기준에서 캐나다 국가 및 국민 정체성을 여러 차례 강조하고 있다.

가) 지원기준

영화 및 비디오 제작 세액공제는 캐나다 제작사에 한해서만 신청이 가능하다. 특히, 캐나다에 상주하고 있고 해당 연도에 과세 대상인 기업으로서, 캐나다의 영화 또는 영상 제작 사업에 종사하여야 한다. 해당 영상은 제작이 완료된 후 25년간 지정된 캐나다인이 그 판권을 소유해야 한다. 또한, 주요 제작진의 일정 수 이상이 캐나다 국민 또는 영주권자로 구성되어야 한다. 캐나다 정부는 10점 만점의 주요 제작진 포인트 제도를 갖추고, 최소 6점의 점수를 받도록 요구하고 있다. 이와 더불어, 제작진 가운데 감독이나 작가 중 한 명은 반드시 캐나다인이어야 하고, 출연료가 가장 높은 배우 두 명 중 한 명 이상이 캐나다인이어야 한다.

아울러, 제작비용의 75% 이상은 캐나다인이 제공하는 서비스에 대한 대금으로 사용되어야 한다. 또한, 사후제작 비용의 75%가 캐나다에서 제공된 서비스에 지출되어야 한다. 또한 제작물에 대한 상업적 이용권의 초기 라이선스는 반드시 지정된 캐나다 회사 또는 캐나다인이 소유해야 하며, 캐나다 배급사 또는 캐나다 라디오-텔레비전 및 방송위원회(Canadian Radio-television and Telecommunications Commission)의 라이선스를 가지고 있는 방송중계자가 해당 영상물이 제작 완료 후 2년 이내에 캐나다에서 상영될 것이라는 서면 확인서를 제출해야 한다. 그 밖에도 해당 영상물의 캐나다 내 배급권은 캐나다인이 가져야 하고, 캐나다 제작사는 해당 영상물의 해외 시장 판매를 통한 수익에 합당한 몫을 가져야 한다는 조건을 가지고 있다.

〈표 2-10〉 캐나다 영상물 제작 시 주요 보직에 따른 점수 배정표

주요 보직의 종류	점수	추가 정보
감독	2점	• 의무 (4점 중 2점 이상 필요)
작가	2점	
출연료가 가장 높은 배우	1점	• 의무 (2점 중 1점 이상 필요)
출연료가 두 번째로 높은 배우	1점	
촬영감독	1점	-
아트 디렉터	1점	-
음악감독	1점	-
영상 에디터	1점	-

출처: 캐나다 정부(Government of Canada, 2022a)

나) 지원내용

캐나다 영상 및 비디오 세액공제 프로그램을 통해 귀속 연도에 제작 과정에서 발생한 적격 인건비 지출(qualified labour expenditure)의 25%를 공제받을 수 있다. 단, 공제 가능 금액은 제작 예산의 60% 한도 내에서 청구 가능하다.

3) 영상제작 서비스 세액공제(Film or Video Production Services Tax Credit)

영화 및 비디오 제작 서비스 세액공제(Film or Video Production Services Tax Credit, PSTC)는 해외 제작사들이 이용하기 수월하도록 고안되어 있다. 먼저, 해외에서 판권을 소유한 영상물이라도 캐나다 기업이 제작하거나, 또는 캐나다의 제작 서비스를 이용하는 경우 혜택을 신청할 수 있다. 캐나다에 상주하는 과세대상 기업이 제작이나 제작 서비스를 제공하는 경우 서비스 세액공제를 신청할 수 있으며, 이때 캐나다인 고용 의무, 캐나다 콘텐츠의 포함, 캐나다인의 판권 소유 등과 같은 조건도 별도로 지정되어 있지 않다. 다만, 장편영화의 경우 1백만 캐나다 달러(CAD), 30분짜리 텔레비전 시리즈의 경우 10만 캐나다 달러(CAD), 30분 이상의 텔레비전 시리즈의 경우 20만 캐나다 달러(CAD)의 제작비를 충족해야 하며, 프로젝트별 또는 연간 상한액은 없다. 이러한 조건을 갖춘 제작사는 캐나다 내에서 제공된 서비스에 대해 캐나다 거주민에게 지급한 인건비의 16%에 대하여 세액공제를 청구할 수 있다.

연방 정부의 영화 및 비디오 제작 세액공제(Canadian Film or Video Production Tax Credit, CPTC)와 영화 및 비디오 제작 서비스 세액공제(Film or Video

Production Services Tax Credit, PSTC)는 각 주의 다른 지원금과 함께 적용 가능하나, 두 제도 모두 지원금을 제외한 금액을 지원기준으로 삼고 있으며, 1개 사업체가 2개 제도 지원혜택을 동시에 신청하는 것은 불가능하다.

4) 캐나다 영상콘텐츠 산업의 코로나 이후 주별 세제지원 주요 변화

캐나다 13개 주 가운데 영상산업이 가장 활발한 곳은 온타리오, 브리티시 컬럼비아, 퀘백 주로, 이 3개 주에서 제작되는 영화 및 방송 영상콘텐츠는 캐나다 전체의 96%를 차지한다(CMPA, 2020).[16] 산업규모를 기준으로 하면, 이 3개 주의 세제지원 제도를 살펴보는 것이 합리적일 수 있으나, 산업이 일부 지역으로 편중된 상황에서는 규모가 작은 주들이 어떻게 영상산업의 발전을 도모하는지 살펴보는 것이 더 유용할 수 있다.

캐나다는 주별로 상당히 다양하고 관대한 세제지원책을 내놓고 있기 때문에, 이를 연방정부 세제혜택과 병합하면, 제작사가 누릴 수 있는 세제혜택이 최대 50%에 육박하기도 한다(Entertainment Partners, 2022b). 본 연구에서는 코로나 이후 변화된 캐나다 주 정부의 세제지원 가운데서도 연방정부의 세제지원과 중복 적용했을 때, 혜택이 크게 높아지는 주를 중심으로 살펴보고자 한다.

가) 브리티시 컬럼비아

브리티시 컬럼비아 주는 28% 이상의 환급 가능한 세액공제를 제공하고 있으며, 여기에 순수 인건비에 대한 연방 세액공제율 16%[17]를 더하면, 제작사가 누릴 수 있는 인센티브 효과는 39.5%에 이른다. 브리티시 컬럼비아의 세액공제는 연방 제도와 흡사하게 영상 제작 세액공제와 영상 서비스 세액공제의 두 가지로 나뉜다. 연방 정부의 영상 제작 세액공제가 전체 제작에 대한 캐나다인의 소유권 및 참여도에 중요한 무게를 두었던 것과 마찬가지로, 영상 인센티브 브리티시 컬럼비아 세액공제(Film Incentive BC Tax Credit) 역시 캐나다 국적자의 지분 소유, 캐나다 국적자의 고용과 같은 조건을 통해 세액공제의 혜택이 자국민에게 돌아갈 수 있도록 하고 있다. 이와 비교해, 영상 서비스 세액공제는 캐나다 내 영상제작을 양성하기 위한 조치로 볼 수 있다(KFTV, 2022).

16) 2019-20 회계연도 자료 기준으로 온타리오 38%, 브리티시 컬럼비아 30%, 퀘백 25%
17) 16%는 적격 고용 지출에 직접 기인하는 주별 세액공제 등의 지원금을 제하고, 주별 세액공제에 더하여 사용될 수 있는 순 지원금 비율을 의미(Entertainment Partners, 2022c).

〈표 2-11〉 브리티시 컬럼비아의 영상제작 세액공제 종류 및 내용

세액공제 종류	점수
기본 (Basic)	• 브리티시 컬럼비아 적격 고용 지출(QBCLE)의 35%를 공제 • 지원금 적용 후 총 제작비의 최대 60%까지 청구 가능
근교 지역 (Regional)	• 밴쿠버 외 지역에서 본 촬영의 최소 50%, 5일 이상의 촬영이 진행되는 경우 • QBCLE의 12.5% 세액공제를 비례 적용 • 지원금 적용 후 총 제작비의 최대 7.5%까지 청구 가능
외곽 지역 (Distant Location)	• 근교 지역 세액공제 대상에 한하여, 외곽 지역으로 지정된 장소에서 1일 이상 본 촬영을 진행하는 경우 • QBCLE의 6%를 비례 적용 • 텔레비전 시리즈의 경우, 회차당 적용 • 애니메이션의 경우, 소외 지역에서 애니메이션을 제작하는 경우에 해당
견습생 활용 (Training)	• 브리티시 컬럼비아에서 승인한 견습생 프로그램에 참여하는 견습생을 고용하는 경우 • 해당 견습생에 대한 QBCLE의 3%를 공제 • 견습생 월급의 30%까지 청구가능
시나리오 활동 (Screenwriting)	• 시나리오 활동과 관련된 QBCLE에 대하여 최대 35% 공제 가능 *2018년 2월 20일 또는 본 촬영이나 주요 애니메이션 개시일 이후 2년 이후부터 제작의 최종 원고 단계 종료까지의 시나리오 활동
디지털 애니메이션, 시각 효과, 사후 제작(DAVE)	• 디지털 애니메이션, 시각 효과 및 사후 제작 활동에 직접적으로 기인한 QBCLE의 16%를 공제

〈표 2-12〉 브리티시 컬럼비아의 영상 서비스 세액공제 종류 및 내용

세액공제 종류	점수
기본 (Basic)	• 공인 브리티시 컬럼비아 고용 지출(AQBCLE)의 28%를 공제
근교 지역 (Regional)	• 밴쿠버 외 지역에서 본 촬영의 최소 50% 및 5일 이상의 촬영일수가 진행되는 경우 • AQBCLE의 6% 세액공제를 비례 적용
외곽 지역 (Distant Location)	• 근교 지역 세액공제 대상에 한하여, 최소 1일 이상 외곽 지역으로 지정된 장소에서 본 촬영을 진행하는 경우 • AQBCLE의 6%를 비례 적용 • 텔레비전 시리즈의 경우, 회차당 적용 • 애니메이션의 경우, 소외 지역에서 애니메이션을 제작하는 경우 해당
디지털 애니메이션, 시각 효과, 사후 제작(DAVE)	• 디지털 애니메이션, 시각 효과 및 사후 제작 활동에 직접적으로 기인한 AQBCLE의 16%를 공제

나) 뉴펀들랜드 래브라도(Newfoundland & Labrador)

뉴펀들랜드 래브라도 주가 캐나다에서 가장 높은 세제혜택을 제공하는 주라는 사실을 아는 사람은 많지 않다. 뉴펀들랜드 래브라도 주는 소득세법에 영화 및 비디오 산업 세

액공제 프로그램을 운영해 오고 있으며, 꾸준히 세제지원 폭을 확대하고 있는 추세이다. 실제로 프로젝트당 100만 달러(CAD), 기업당 200만 달러(CAD)의 한도액이 있던 뉴펀들랜드 래브라도 주의 영상 세제지원은 2005년 1가지 기준으로 통합되면서 그 한도액이 300만 달러(CAD)로 상향 조정되었고, 2013년 다시 400만 달러(CAD)가 되었다가, 2021년 예산안에서 현재 500만 달러(CAD)로 확대되었다.

2021년 예산안으로 조정된 것은 지원 한도액만이 아니다. 뉴펀들랜드 래브라도 주정부는 기존 지역 고용 비용에 대한 40%의 세액공제에 더하여, 제작비의 30%에 대한 세액공제를 제공하기로 했다(Government of Canada, 2022b). 특히, 이 제작비 세액공제는 적격 지출을 규정하고 있는 다른 주와 달리, 숙소 및 교통비 등 모든 종류의 소비를 인정하는 'all-spend tax credit'이어서 기업들이 청구할 수 있는 세액공제 혜택은 다른 주보다 훨씬 더 클 수 있다(Liscio, 2022).

뉴펀들랜드 래브라도의 영상 세제지원은 법인세법에 속해 있으므로, 이 세제 혜택을 받기 위해서는 캐나다 법에 따라 설립된 법인으로 주에 상주하여야 하며, 영화, 텔레비전 영상 제작이 주요 업무여야 한다. 아울러, 캐나다 라디오-텔레비전 통신위원회로부터 방송 라이선스를 받은 기관이나, 연방 소득세법상 면세대상 기업은 세제지원을 받을 수 없다. 세제지원을 신청하는 영상 프로젝트는 영화, 텔레비전이나 영상 프로그램, 애니메이션 등이어야 하며, 토크쇼, 인터뷰, 광고 등의 장르는 제외된다. 얼마 전 디즈니 플러스의 '네버랜드' 촬영지로 선정되기도 한 뉴펀들랜드 정부는 이러한 파격적인 세제지원에 대하여 국내외 영상 제작을 유치한 것이라고 밝히며, 세제지원을 통한 경제적 효과에 대한 기대를 밝힌 바 있다(NLFDC, 2022).

다) 노바스코샤

노바스코샤 주는 2022년 초 겨우 인구 백만 명을 돌파하였고, 토지 면적은 5만 3,339㎢로 캐나다에서 2번째로 작은 곳이다. 바닷가에 인접하고 숲이 많아 임업, 어업 등 천연자원에 대한 의존도가 크다. 21세기 초부터는 도시화가 많이 진행되지 않은 아름다운 환경으로 관광업이 발달하기 시작했다. 작은 규모의 지역이니만큼 전체 캐나다 영상산업에서 차지하는 비중 역시 매우 작았다. 흥미로운 것은 노바스코샤가 2020년 이후 영상산업 세제지원을 큰 폭으로 확대하였다는 점이다.

노바스코샤는 최근 몇 년간 적극적인 인구 확대 정책을 펼쳤다. 노바스코샤의 팀 휴스

턴 수상은 인구 확대 정책의 일환으로 영상산업에 대한 지원을 늘리기로 했다. 캐나다의 타 지역이나 해외 제작사가 노바스코샤에 자리를 잡으면, 해당 제작사에서 단기·장기적으로 근무 인원이 지역으로 유입될 것이라는 예측에 기반한다. 노바스코샤의 지역사회, 문화, 관광 및 유산부의 저스틴 휴스턴 차관은 국회 토론에서 영상산업 발전은 노바스코샤라는 지역을 알리는 계기가 되어 관광업 부흥에 도움을 줄 뿐 아니라, 장기적으로 이민자 확대에도 기여할 것이라고 언급했다(Nova Scotia Legislature, 2022).

이러한 목적에 따라, 노바스코샤 주 정부는 영상산업 전반에 대한 지원을 대폭 강화했다. 먼저, 영상산업 프로젝트 지원금의 연간 한도액을 400만 달러(CAD)에서 1,000만 달러(CAD)로 상향조정했다. 또한 예산을 추가하여, 1,500만 달러는 노바스코샤 콘텐츠 제작사 지원금(Nova Scotia Content Creator Fund)[18]이라는 새로운 제도에 투자하고, 나머지는 지역 내 산업 역량 강화를 위해 방음 스튜디오 건설, 일자리 창출, 연중 제작사 지원금으로 투입할 계획이라고 밝혔다.

노바스코샤의 영상산업 세제지원 제도는 스트림(Stream)이라는 용어로 구분되는데, 스트림 1은 현지 제작사 및 공동 제작사를 위한 제도, 스트림 2는 해외 제작사 및 영상제작 서비스를 위한 제도이다. 먼저 스트림 1의 경우, 노바스코샤 내 적격 지출에 대하여 26%의 세액공제를 제공하고, 여기에 할리팩스 외 지역에서 촬영 시 2%의 세액공제가 추가된다. 또한, 30일 이상 촬영하는 프로젝트는 1%를 추가 공제해준다. 이러한 세액공제는 노바스코샤가 50% 이상의 지분 및 통제권을 가진 제작사를 대상으로 하며, 부서별 총괄 책임자 가운데 최소 8명이 노바스코샤 거주민이어야 한다. 스트림 2의 경우, 노바스코샤 거주민의 지분 소유가 50% 미만이어도 괜찮지만, 부서별 총괄 책임자 가운데 최소 4명 이상이 노바스코샤 거주민이어야 한다. 이러한 조건을 만족한 해외 및 영상제작 서비스 프로덕션은 노바스코샤 지출 비용의 25% 기본 세액공제에 외곽지역 촬영에 대한 2% 추가, 30일 이상 촬영 시 1%가 추가되어 최대 28%의 혜택을 받을 수 있다. 이 두 지원제도는 노바스코샤 콘텐츠 인센티브와 중복적용될 수 있으며, 배우 가운데 60% 이상이 노바스코샤 거주민인 경우, 1.5%의 추가 지원이 제공되고, 추가적으로 하나 이상의 조건을 만족하면 1.5%의 세액공제가 또 추가된다.

18) 향후 5년간 매년 300만 달러(CAD)의 예산으로 노바스코샤의 제작사, 지역 감독, 작가, 배우에게 지원금을 지급하는 제도

라) 그 외 지역

노바스코샤와 함께 아틀랜틱 캐나다로 분류되는 뉴브런즈윅과 프린스 에드워드 아일랜드 역시 코로나 이후 영상 세제지원에 많은 변화가 있었다. 먼저, 뉴브런즈윅은 2022-23 회계연도에 영화, 텔레비전 및 뉴미디어 인센티브 프로그램에 대한 예산을 전년도의 2배 이상으로 확대하고, 2026년까지 영상산업 세제지원 한도액을 2,000만 달러(CAD)로 늘리겠다는 계획을 발표하기도 했다.

뉴브런즈윅의 세제지원 제도는 크게 기획단계 인센티브(Development Incentive)와 제작 인센티브(Production Incentive)로 나눌 수 있다. 기획단계 인센티브의 경우, 방송사나 자금조달 기관, 제3의 기관으로부터 투자 및 방송을 확인받은 단계에 있는 프로젝트를 지원하는 제도로, 장편영화, 텔레비전용 영화, 텔레비전 시리즈, 미니시리즈에 대하여 6만 달러(CAD) 한도 내에서 제작비 기획단계 예산의 최대 50%의 금액을 기획단계 예산 지원금으로 받을 수 있다. 또한, 그 외 장르의 경우 최대 2만 5,000달러(CAD)의 한도 내에서 40%까지 지원받을 수 있다. 제작 인센티브의 경우, 인건비를 바탕으로 한 지원금과 제작비를 기준으로 한 지원금 가운데 1가지를 선택하여 지원할 수 있다. 인건비 관련 지원금은 총 적격 지출의 50%에 해당하는 한도액 내에서 뉴브런즈윅 거주민인 제작진의 인건비에 대하여 최대 40%에 해당하는 금액을 지원한다. 반면, 제작비 기준 지원금은 뉴브런즈윅에서 소비한 모든 지출의 최대 25% 또는 뉴브런즈윅에 기반을 둔 제작사나 공동 제작사의 모든 지출의 최대 30%의 금액을 지급한다. 이러한 지원금을 연방정부의 세제지원과 합하면, 경우에 따라 50%의 세제지원 혜택을 받을 수도 있다.

프린스 에드워드 아일랜드는 세액공제가 아니라, 환급금 제도를 통해 영상산업 유치에 힘쓰고 있다. 이 지역에는 기존에도 프린스 에드워드 아일랜드 영상 미디어 펀드(Prince Edward Island film Media Fund) 제도를 통한 영상산업 지원금이 있었으나, 2021년 '영상 제작 펀드(Film Production Fund)'라는 이름으로 전면 개정하여 새로운 영상산업 발전을 추진하고 있다. 2021년 개정된 영상 제작 펀드는 기존보다 환급 혜택을 최대 10%까지 확대했다. 이 제도는 프린스 에드워드 아일랜드 지역에서 완료된 영상 제작 프로젝트에 대하여 지역 내 적격 지출금 중 32~35%를 현금으로 돌려주는 것을 주요 내용으로 하고 있다. 이 지원금을 받기 위해서는 캐나다에서 설립된 영상산업 제작사임을 증명해야 하며, 공동 제작의 경우 캐나다 측 제작사가 지원금을 신청하여야 한다. 이 제도는 2021년 4월 1일부터 2024년 3월 31일까지 한시적으로 운영된다.

〈표 2-13〉 캐나다의 영상콘텐츠 서비스 세액공제 종류 및 내용

구분	내용
연방 정책	1) 영상 제작 세액공제(Film or Video Production Tax Credit) • 캐나다 제작사, 캐나다에 상주하며 과세 대상 법인 • 제작 후 캐나다인이 25년간 판권을 소유해야 함 • 캐나다인 제작진 고용 기준(포인트 제도) • 제작비의 최소 75%가 캐나다인이 제공하는 서비스에 대한 임금이어야 함 • 해외 제작사 프로젝트의 경우, 완료 후 2년 이내에 캐나다 공개 • 캐나다 내 배급권은 캐나다 회사 또는 캐나다인 • 적격 인건비 지출의 25% 공제 2) 영상 제작 서비스 세액공제(Film or Video Production Services Tax Credit) • 유형별 최소 제작비 요건 • 캐나다 내에서 이용한 서비스에 대하여 캐나다 거주민에게 지급한 인건비에 대해 16% 세액공제
주요 주별 정책	1) 브리티시 컬럼비아 ① 영상 제작 공제(Film Incentive BC Tax Credit) • 캐나다에 상주하는 캐나다 법인 • 유형별 최소 제작비 요건 • 지분의 50%를 캐나다인이 소유(지분소유구조 증빙 필요) • 브리티시 컬럼비아 적격 고용 지출의 35% 공제 • 제작비의 최대 60%까지 청구 가능 • 근교 지역 촬영 시 적격 고용 지출의 12.5% 추가 세액공제 (제작비의 최대 7.5%까지 청구 가능) • 외곽 지역 촬영 시 적격 고용 지출의 6%를 비례 적용 • 견습생 활용 시 임금의 3% 추가 공제(견습생 월급의 최대 30%까지 청구 가능) • 디지털 애니메이션, 시각 효과, 사후 제작 시 적격 고용 지출의 16% 공제 ② 영상 제작 서비스 세액공제(Film Incentive Service BC Tax Credit) • 유형별 최소 제작비 요건 • 공인 브리티시 컬럼비아 고용 지출의 28%를 공제 • 근교 지역 촬영 시 적격 고용 지출의 최대 6%를 비례 적용 • 외곽 지역 촬영 시 적격 고용 지출의 최대 6%를 비례 적용 • 디지털 애니메이션, 시각 효과, 사후 제작 시 적격 고용 지출의 16% 공제
	2) 뉴펀들랜드 래브라도 • 지역 고용 비용의 40% 세액공제 • 2022년 포괄적 제작비 세액공제(all-spend tax credit) 30% 추가 • 프로젝트당 연간 1,000만 달러(CAD) 한도 • 뉴펀들랜드 래브라도에 상주하는 법인 • 캐나다 방송중계 라이선스 소유 기업 제외 • 2022년 이후 500만 달러(CAD)로 한도액 증액
	3) 노바스코샤 • 2022년 연간 한도액 400만 달러(CAD)에서 1,000만 달러(CAD)로 증액 • 2,300만 달러(CAD) 추가 투입으로 노바스코샤 콘텐츠 제작사 지원금 및 산업 내 역량 강화 ① 스트림1 • 노바스코샤 내 적격 지출의 26% 세액공제 • 외곽 지역 촬영 시 2% 추가

구분	내용
	• 30일 이상 촬영 시 1% 추가 ② 스트림2 (해외 및 영상 제작 서비스) • 노바스코샤 지출의 25% 세액공제 • 외곽 지역 촬영 시 2% 추가 • 30일 이상 촬영 시 1% 추가 + 노바스코샤 콘텐츠 인센티브: 최대 3% 추가 ③ 디지털 애니메이션 세제지원 및 디지털 미디어 세제지원
	4) 뉴브런즈윅 • 2,500만 달러에서 5,000만 달러로 예산한도액 확대 ① 기획단계 인센티브 • 투자 조달 및 방송 기획이 완료된 프로젝트 • 장편영화, 텔레비전용 영화 및 시리즈 기획단계 예산의 50%를 지원금으로 제공 (6만 달러 한도) • 그 외 장르 40% (2만 5,000달러 한도) ② 제작 인센티브 • 인건비 기준: 총 적격 지출의 50% 한도 내에서 거주민 제작비의 40% 지원금 • 총 제작비: 뉴브런즈윅 내 소비의 25% 또는 뉴브런즈윅에 기반을 둔 제작사나 공동 제작사 총 지출의 30%
	5) 프린스 에드워드 아일랜드 • 2022년 이후 10% 확대 • 적격 지출금의 32~35%를 현금으로 환급 • 캐나다에서 설립된 제작사만 지원 가능

제3절 소결

본 장에서는 국내외 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 현황을 파악하고자 했다. 전세계적으로 온라인동영상서비스(OTT) 급성장과 함께 영상콘텐츠 제작업체의 시장 주도권과 중요도가 상승세에 있다는 점을 알 수 있었다. 이러한 추세에서 국내 영상콘텐츠 산업계가 보여준 글로벌 성과는 충분히 높이 평가할만하다. 영상콘텐츠 산업은 콘텐츠 산업이 일반적으로 갖는 비경합적 재화로서 규모의 경제, 지식기반 산업으로서의 고부가가치, 긍정 외부효과 창출 성격이 있어, 지속적인 성장세를 이어가게끔 하려면 제조업 중심의 일반 산업 지원 정책과 다른 관점에서의 제도적 지원이 마련되어야 한다. 특히 최근 영상콘텐츠 산업은 대규모 자본력을 갖춘 글로벌 업체들과의 전면경쟁 환경에 노출됨과 동시에 제작비 인상속도도 가파른 추세여서, 국내 산업계에 가중된 어려움을 덜기 위해서도 세액공제와 같은 지원이 뒷받침되어야 할 필요성이 높다.

국내 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도는 글로벌 경쟁환경과 국내 산업계의 어려움을 동시에 고려한 차원에서의 접근 결과라 볼 수 있다. 산업계에 대해 세금을 통한 간접지원을 늘리는 방식은 많은 국가들이 선호하는 방식일 뿐만 아니라, 국내에서도 직접지원보다는 세제지원과 같은 간접지원 제도를 늘리고 있는 추세에 있다는 점도 중요하다. 국내 영상콘텐츠 분야도 2010년대를 기점으로 콘텐츠 산업 전반에 대한 세제지원과 같은 간접지원방식이 주류가 되는 추세에 있다.

국내 영상콘텐츠 산업계는 일반 세제지원 제도, 중소기업에 특화된 세제지원 제도, 영상콘텐츠에 특화된 세제지원 제도, 이렇게 크게 3가지 접근 경로를 통해 세제지원 정책 수혜를 받을 수 있다. 국내외 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도는 대체로 조세특례제한법을 통해 한시적으로 운영되는 경향이 있다. 최근 2022년 7월 기획재정부는 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제 내용을 포함한 조세특례제한법 일몰제 연장 계획을 발표하였으며, 10월에는 영상콘텐츠 관련 조세특례제한법 일부개정법률안 개정안이 발의되었다.

이를 통해 영상콘텐츠 제작비 세액공제 일몰 기간이 2025년까지 연장, 사업체 규모별 세액공제율 상향, OTT 제공 비디오물 제작비용에 대한 세액공제 대상 추가 등의 내용이 마련된 상태이다. 또한 영상콘텐츠 제작 투자비의 상당 금액에 대해서도 세액공제를 지원하는 조항도 신설 발의되어 있다.

해외 영상콘텐츠 산업계 또한 2020년 코로나 촉발 이후의 최근으로 오면서 세제지원 제도가 경제 발전에 큰 도움이 된다는 분석에 근거하여, 영상 분야에도 더욱 적극적인 세제지원 제도를 확충하였다. 동시에 영상콘텐츠 산업계에 대한 세제지원 제도가 자국의 고용창출, 지역 또는 국가 경제성장률 상승세 견인에 지속적으로 영향을 미칠 수 있는 사업체의 존속성을 높이기 위한 수단으로 작동하도록 정책을 설계하고자 한 노력을 확인할 수 있었다. 본 연구에서는 코로나 경제적 피해가 심했던 선진국형 국가, 코로나 이후 세제지원 제도에 큰 변화를 겪은 국가, 전통적인 영상 강국으로 다뤄지는 국가로서 영국, 호주, 미국, 캐나다 4개국의 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 변화를 집중적으로 살펴보았다. 이들 국가들은 공통적으로 영상콘텐츠 산업이 서비스, 교육, 관광업 등과 같이 선진국 경제 성장을 견인하는 주요 산업군이라는 데 대한 정책적 이해도가 높은 편이었다.

영국은 본래 영화 및 콘텐츠 산업에 대한 전폭적인 세제지원으로 유명한 국가이다. 2020년을 기점으로 코로나 전과 비교해 특별 지원금 제도를 제외하고 세제지원 제도에 큰 변화는 없다. 다만 세제지원이 법인세 혜택의 일부로서 세액공제가 가능하며 동시에 손실 양도를 통한 현금 환급제도를 운용함으로서 국가 내 지출이 반드시 발생할 경우 그 혜택으로 세제지원 제도가 작동하도록 설계했다는 점에 주목할 필요가 있다.

호주는 코로나 이후 영상 산업의 성장세를 지속하기 위한 정부 차원의 투자를 강조하며, 제작사, 촬영지, PDV 세액공제 3개 트랙을 중심으로 세액공제 및 환급, 지원금 편성을 추가하였다. 특히 코로나 기간동안 호주 내에서 운영하는 사업체, 프로젝트, 촬영 각각이 모두 호주 내에서 발생하고 지속 증가할 수 있도록 제도를 설계했으며, 극장용 장편영화가 아닌 텔레비전이나 OTT 전용 영화에 대해서도 인센티브 제도로서 영상산업 세액공제 지원을 종전의 20%에서 30%로 상향 조정했다는 점에 주목할 가치가 높다.

미국은 할리우드를 상징으로, 전세계적으로 영상콘텐츠의 가장 많은 탄생지이며 미국 경제 내에서도 석유산업 경제적 기여 규모와 맞먹는 영상 산업 규모를 갖추고 있다. 코로나 이후에는 주별로 영상콘텐츠 산업에 대한 추가적인 세제지원 내용이 늘어난 추세

다. 전반적으로 세제공제율이나 지원 환급금을 상향 조정했다는 공통점이 있으며, 일부는 지역 내 거주민이나 지역경제 활성화를 위해 지속적인 경제적 효과를 목표로 하고 있다는 점도 확인할 수 있었다.

캐나다 또한 미국과 유사한 구조로 연방 정부 및 주 정부 별 영상콘텐츠 산업 분야 세제지원 제도를 다양하게 운영하고 있다. 연방 정부의 세제지원 제도는 자국민 고용창출이나 자국 내 경제적 기여를 증명한 경우에 한해 전폭적인 지원이 가능한 구조로 설계되었다. 코로나 이후 캐나다 일부 주는 연방 정부 제도와 중복할 경우, 제작사가 수혜받을 수 있는 세제혜택이 최대 50%에도 가능하도록 상당히 다양하고 관대한 제도를 마련하였다.

앞서 자세히 살펴보았듯, 영국은 코로나 동안 한시적으로 설계한 세액공제 제도의 효과가 코로나 회복기에 접어들면서 산업 재개와 산업의 질적 수준 향상에 상당한 기여도를 높인 것으로 평가받고 있다. 호주 또한 코로나를 계기로 전세계적인 영상콘텐츠 제작사 뿐만 아니라 글로벌 플랫폼 서비스들의 프로덕션이나 스튜디오 등을 가능한 한 많이, 영구적으로 자국으로 포섭하고자 하는 제도 설계의 목적을 밝히고 있다. 미국이나 캐나다 또한 전통적으로 글로벌 영상콘텐츠 산업의 경쟁력이 높은 국가들 또한 코로나 기간 중 영상 산업군에 대한 세제지원 제도를 대폭 확충하고자 한 추세를 확인할 수 있었다.

본 연구에서 검토한 해외 주요 국가들의 코로나 이후 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도는 비교적 명확한 목표를 설정하고 있다. 첫째, 세제지원 제도를 통한 자국 내 영상 관련 제작사 설립을 유도한다. 둘째, 글로벌 제작사의 유입을 통한 자국 내 고용창출을 유도한다. 셋째, 영상콘텐츠 산업 분야에 대한 다양한 세제지원 제도를 통해 장기적으로는 미래 인재 양성에 그 효과가 환원될 수 있도록 노력하고 있다는 점도 확인할 수 있었다. 이러한 점을 고려하여, 산업 생태계 구조와 상황이 다른 우리나라에 적합한 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도도 지속적으로 확충, 확대해가야 할 필요성이 높다.

제3장

영상콘텐츠 산업 세제지원 확대방안

제1절 영상콘텐츠 산업 세제지원 관련 주요 쟁점

1. 국내 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 확대 고려사항

가. 영상콘텐츠 글로벌 제작 환경 변화의 제도적 반영 부족

영상콘텐츠 분야의 글로벌 경쟁이 심화되고, 해외 제작 콘텐츠도 늘어가고 있는 현실에서, 국내 제작비용을 중심으로 세제지원을 해왔다는 점은 빈번히 한계로 지적되어온 바 있다. 해외 시장을 공략하기 위해서는 해외제작 콘텐츠, 공동제작 독려, 제작비와 구별된 제작투자비에 대한 지원 혜택 등에 대해서도 제도 확충의 필요성이 있지만, 아직까지는 산업계의 요구를 충분히 반영하지는 못하고 있다고 볼 수 있다. 결국 이러한 현행 세제지원 제도의 문제점이 영상콘텐츠 분야 사업체들의 세제지원에 대한 낮은 인식과 수요로도 이어진다고 할 수 있다. 실제로 세액공제 신청도 미미한 수준으로 알려지고 있다(이승희, 2021).

본 연구에서 해외 주요 국가들의 영상콘텐츠 분야 세제지원 제도 변화를 검토한 결과에서 확인할 수 있었듯, 특히 코로나 이후에는 대부분의 국가들이 영상콘텐츠 분야에 대해 보다 적극적인 세제지원을 지향하고 있다. 이러한 세제지원의 강화가 결국 각국의 고용창출이나 법인의 존속, 관광 유치 등 부가적인 경제적 기여에 이르기까지, 영상콘텐츠 산업 진흥을 통한 경제성장을 궁극적인 목적으로 삼고 있다는 점에서, 국내 영상콘텐츠 산업 또한 이러한 글로벌 경쟁구도 속에서 선전할 수 있도록 세제지원을 통한 제도적 지원을 강화할 필요성이 있다.

나. 영상콘텐츠 산업구조의 양극화

영상콘텐츠 분야 사업체는 상시근로자 중심의 제조업과 달리, 프리랜서나 프로젝트에 따른 임시근로자 비중이 높은 편이다. 이 때문에 상시근로자를 기준으로 지급하는 조세

특례제한법 제26조 '고용창출투자세액공제'를 받기도 어려운 실정이다. 2020년 기준 국내 방송영상제작업은 비정규직 비중이 47.8%, 영화 기획 및 제작업은 50.3%로 비정규직 비중이 상당히 높은 편이다(문화체육관광부, 2022). 비정규직 비중이 높음으로 인해 사업체의 평균적인 근로인원을 의미하는 상시근로자 수가 일정하지 않고 프로젝트 상황에 따라 오히려 감소하기도 쉬워 현행법으로는 공제대상조차 되기 어렵다.

또한 영상콘텐츠 분야 사업체 자체가 인력집약적 창작업무를 주 특성으로 하고 있어, 대부분의 인재와 사업체가 주로 수도권에 집중되어 있다는 국내적 특성도 있다. 비교적 소재 지역에 얽매이지 않고 사업체를 운영할 수 있는 제조업과 달리, 인적 자원에 대한 의존도가 높은 산업으로서, 인구가 집중된 수도권 지역을 중심으로 위치할 수밖에 없다는 점 때문에 세제지원을 받기가 매우 어렵다(이승희, 2021). 따라서 조세특례제한법 제6조 '창업중소기업 등에 대한 세액감면'이나 제7조 '중소기업에 대한 특별세액감면'은 비수도권 소재 사업체의 경우 세액감면 비율이 낮거나 심지어 없을 수 있다.

다. 콘텐츠 인력과 기획·개발 업무의 특수성

'연구·인력개발비(R&D) 세액공제'를 받기 위해서는 사업체에 연구 전담 인력이 배치되어야 하지만, 이것이 국내 영상콘텐츠 산업 분야의 창작 현실과 맞지 않는다는 지적도 많았다. 영상콘텐츠 사업체의 90.7%가 10인 미만의 영세한 기업이기 때문에 연구 전담 인력을 배치할 여력이 없는 것이다(이승희, 2021). 또한 영상콘텐츠 기획·개발에 있어 외주 작가나 스태프 등 외부 인력과의 협업이 필수적이지만, '연구·인력개발비(R&D) 세액공제'는 외주사업체 창작연구소 및 연구전담부서에 근무하는 인원에 대해서만 적용을 받기 때문에 제작업체보다 더 영세한 외주업체들은 실질적인 혜택을 받기가 어려운 상황이다.

무엇보다 영상콘텐츠 개발에 중요한 창작, 기획·개발 업무는 대부분 현행 연구인력 관련법상의 연구개발로 인정되지 않고 일부 기술적인 항목만 해당되어, 영상콘텐츠 연구개발의 범위가 매우 좁다고 할 수 있다. 스토리텔링을 위한 작가료나 원작구매비와 같은 IP 확보 비용은 연구·인력개발비 세액공제 대상에 해당되지 않는다. 더욱이 더 높은 세액공제율이 적용되는 '신성장, 원천기술'의 경우, 시행령으로 열거된 실감형 콘텐츠 제작기술과 문화콘텐츠 제작기술에 한해서만 지원하는 포지티브 방식이어서, 이에 열거되지

않은 기술이나 융복합, 새로운 영역에서의 혁신적인 콘텐츠는 사실상 세제지원을 받기 힘든 실정이다.

〈표 3-1〉 연구·인력개발비(R&D) 관련 세액공제 혜택 비교

항목	세액공제 대상비용	수혜 여부		공제비율	관련규정
		제조업	영상 콘텐츠		
신성장동력	인건비	○	△*1	비용 20~30% (중소기업 30%)	조특법 제10조, 조특령 제9조, 조특령 별표 6~8, 조특칙 7조
	재료비	○	×		
	외주비	○	△*2		
원천기술	인건비	○	×		
	재료비	○	×		
	외주비	○	×		
일반 연구개발	인건비	○	○	전년대비 증가분 25% (중소기업 50%)	
	재료비	○	×		
	외주비	○	○		

(*1) 연구소에 등록된 인원 중, 문화콘텐츠 제작기술 또는 실감형 콘텐츠 제작기술을 담당하는 인건비만 해당
(*2) 연구소로 등록된 외주업체 중, 문화콘텐츠 제작기술 또는 실감형 콘텐츠 제작기술을 담당하는 부분만 해당
자료: CJ(2020), 문화콘텐츠 창작기획 세제지원 보고서 참조 재구성

라. 제작비 세액공제 중심의 제도와 낮은 세액공제율

현재 영상콘텐츠 분야 세제지원 제도는 법인세 또는 소득세에서 공제하거나 감면하는 방식으로 이루어져 있다. 하지만 영상콘텐츠 분야 사업체 대다수는 사업규모가 작고, 영세하여 법인세가 발생하지 않아 세제지원의 대상조차 되지 않는 경우가 많다. 즉, 영상콘텐츠 제작에 투자한 사업연도에 충분한 소득이 발생하지 않으면 투자에 따른 세제혜택을 사실상 받을 수 없는 셈이다. 현실적으로 영세 사업체는 다양한 프로젝트를 동시에 진행할 여력이 없어 영상콘텐츠 제작과 실제 매출 발생 시점 간에, 긴 시간차가 발생할 수 있어 세제지원을 받을 수 없는 문제도 발생한다.

가장 직접적으로 세제혜택을 받을 수 있는 조세특례제한법 제25조의 6 '영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제'는 모든 영상콘텐츠 제작업체가 세제지원을 받을 수 있다는 점에서 매우 좋은 제도로 보일 수 있다. 그러나, 절대적인 세액공제율이 중소기업 10%, 중견기업 7%, 대기업 3%로 매우 미미한 수준이다. 다른 세제지원 제도와 비교했을 때도 낮은 축에 속해, 영상콘텐츠 제작 활성화라는 실질적 효과를 거두기는 어렵다.

2. 영상콘텐츠 세제지원 관련법 현황과 확대 가능성

전반적으로 영상콘텐츠 세제지원 확대방안 검토 시 많은 전문가들과 연구결과가 공통적으로 강조하는 내용은 현행 제작비 세액공제 비율의 상향이 필요하다는 것이다. 조세특례제한법 제 25조 6조 "영상콘텐츠 제작비 세액공제" 항목에 규정된 대기업 3%, 중견기업 5%, 중소기업 10%까지의 세액공제율은 본 연구에서 검토한 주요 해외 국가들의 영상콘텐츠 제작비용 세액공제율이 20~50%에 이르는 현실과 비교했을 때도 낮은 수준임에 틀림없다.

〈표 3-2〉 코로나 이후 해외 주요 국가들의 영상콘텐츠 제작비용 세액공제율

구분	세액공제율
영국	20~25%
호주	최대 40%
미국	20~35%
캐나다	최대 50%

자료: 본 연구 결과 종합 정리

그 외에도 2020년 정책연구를 통해 제안된 세액공제 적용 장르 확대 또한 더 넓은 장르로 적용하도록 검토할 수 있다. 비단 영화, 드라마, 오락, 교양 뿐만 아니라 OTT나 IPTV 채널, 유튜브와 같은 글로벌 서비스로도 영상콘텐츠가 비경합성을 갖고 계속적인 경제적 파급효과를 창출한다는 차원에서, 산업 진흥 측면에서 더 파격적인 장르 확대 적용의 필요성을 제기할 수 있는 것이다.

연구인력개발비(R&D) 세액공제가 현실적으로 영상콘텐츠 산업 세제지원의 현실성을 높일 수 있는지에 대한 검토도 필요하다. 현행 연구인력개발비 세액공제는 앞서 살펴본 바와 같이 영상콘텐츠 분야의 경우에 극히 일부 기술에 제한된 적용만 가능하거나, 사실상 기획, 창작 업무의 성격과 달라 법적용이 현실적으로 힘들다는 점, 그리고 영상콘텐츠 산업의 사업체 특성상 해당 세액공제를 받기 위해 요구되는 별도의 연구소와 연구인력을 확보해야 한다는 점이 현실적인 장애요인이 되기 때문이다.

외국납부세액공제 이월배제 또한 검토 필요성이 있다. 현재 관련 공제방식은 '한도'나 '이월'을 제한함으로써, 영상콘텐츠 제작 과정의 현실성과 괴리된다는 문제가 있다. 해당 법안은 주로 제조업 상품을 대상으로 한 수출 시 외국과세가 발생하지 않는 형태로 설계

되었으나, 무형의 영상콘텐츠 수출 시에는 사용료 소득(Loyalty)으로 분류되어 외국납부세액이 항시 발생하는 점이 산업계 관점에서 불이익으로 작용할 수 있다.

영상콘텐츠 제작비용 세액공제율 상향 외에도 세제지원 혜택을 넓힐 수 있는 가능성은 주로 사업체(법인)나 산업 인력의 성장과 결부된 경향성도 있다. 사업체(법인) 차원에서는 중소기업에 대한 세액감면, 또는 특별세액 감면 법의 적용 가능성을 검토하여, 사실상 영세사업체 비중이 높고, 존폐율이 높아 사업체 지속성이 낮은 편으로 평가받는 영상콘텐츠 산업 분야 사업체들을 대상으로 한 세제지원 혜택 가능성을 넓힐 수 있을 것이다. 인력 차원에서는 고용창출투자 세액공제와 같이 고용창출(촉진)을 장려하고, 관련 세제지원을 확대해줌으로써 지속적인 산업 발전이 가능하도록 유인할 수 있다.

영상콘텐츠 산업 세제지원 확대방안 검토 이슈

① 영상콘텐츠 제작비 세액공제(공제율 상향), ② 세액공제 적용 장르 확대(장르 구분이 어려운 경우 포함) ③ 연구인력개발비(R&D) 세액공제 적용 방안 ④ 외국납부세액공제 이월배제(적용대상 확대 및 현실화 방안) ⑤ 영상제작 투자(자) 세액공제 방안 ⑥ 창업·중소기업 등에 대한 세액 감면 적용방안 ⑦ 고용창출 세액공제 적용방안

이상의 내용은 영상콘텐츠 산업 세제지원 확대방안 검토에 있어, 우선순위로 검토가 필요한 내용을 정리한 것이다. 그 외에도 현재 영상콘텐츠 산업 현황, 특히 본 연구에서 앞서 살펴본 코로나 이후 주요 국가들의 최근 변화를 종합적으로 고려한 확대방안을 검토할 수 있다.

제2절 영상콘텐츠 산업 세제지원 확대방안에 대한 전문가 자문

1. 자문 개요

본 연구에서는 영상콘텐츠 산업 세제지원 확대방안에 대한 전문가 자문을 진행하였다. 전문가 자문은 심층면접 이전에 미리 '영상콘텐츠 산업 세제지원 확대방안'으로 앞서 도출한 검토안을 제공하고, 이를 포함한 확대방안에 대한 다양한 의견을 수집하였다. 자문은 대부분 대면 심층면접으로 진행되었으며 일부 서면자문도 진행되었다.

심층면접은 2022년 7월부터 11월 초까지 약 4개월간 영상콘텐츠 업계 종사자, 그리고 영상콘텐츠 세제지원 확대방안과 관련한 의견을 검토해줄 연구분야 전문가(교수, 연구원), 법조계 전문가(변호사, 변리사), 세무회계 및 투자 전문가(세무사, 투자심사역) 등 17인을 대상으로 진행되었다. 자문 시 영상콘텐츠 산업이 최근 코로나 이후 전 세계적으로 세제지원에 전향적인 상황, 특히 세제공제율이 대부분 높은 점, 그리고 글로벌 경쟁이 심화된 환경에서 국내 영상콘텐츠 산업의 발전과 지속적인 진흥을 위한 세제지원의 필요성과 현재 한계점을 중심으로 한 질의와 점검이 많았다. 이를 기반으로 향후 영상콘텐츠 산업 세제지원을 확대할 수 있는 구체적인 의견을 도출하는 데 집중하고자 했다.

〈표 3-3〉 전문가 자문 개요

구분	내용
조사 대상	영상콘텐츠 세제지원 확대방안 이슈 관련 전문가 총 17인
조사 규모	교수 7명(미디어커뮤니케이션, 방송연예, 경제학, 세무회계학), 연구원 1명, 변호사 2명, 변리사 1명, 세무사 1명, 제작사 및 엔터테인먼트 종사자 3명, 투자사 2명
조사 방법	심층면접 및 서면자문
조사 기간	2022년 7월 11일 – 11월 4일
조사 내용	영상콘텐츠 산업 세제지원 확대방안 검토 및 새로운 확대방안 의견 제시

2. 주요 결과

가. 글로벌 영상콘텐츠 산업 트렌드를 반영한 세액공제율 상향

국내 영상콘텐츠 세액공제율을 상향할 필요성에 대해서는 전문가들 모두가 동의하였다. 최근 코로나 이후 전 세계적으로 영상콘텐츠 분야에 대한 세액공제율을 상향 조정한 흐름, 그리고 본래 우리나라에서 시행해온 영상콘텐츠 제작비 세액공제율 자체가 매우 낮은 수준이라는 점 때문에라도 향후 지속적인 투자를 유발하고, 제작시장을 활성화하는데 세액공제율 상향은 도움이 될 것이라는 의견이 일관적으로 확인되었다.

인터뷰 내용
o 세액공제율을 상향조정할 필요성은 높죠, 공제 대상을 넓히는 방안을 마련하는 것도 중요하지만, 세액공제율을 높이는게 가장 현실적이고 필요합니다. 부가가치세 부분으로까지 나아가야겠지만, 현실적으로 지금은 제작비나 인건비를 중심으로 실질적인 세제혜택을 제공해주는게 더 현실적인 단계일테니 세액공제율을 지금 수준보다 높여주는건 맞는 방향이라고 봅니다. (구성권 명지전문대학교 세무회계학과 교수)
o 국내 세액공제율이 상당히 낮은 편이라 높이는데는 이견이 없을 것 같아요. (이상규 강원대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수)
o 국내 세액공제율을 지금보다 높여주는건 필요하죠. 업체들에게 실제로 도움이 될거고요. (허태우 아이엔컬처 재무팀장)
o 다른 산업들과의 형평성 문제가 있을수는 있지만, 그렇더라도 영상콘텐츠 분야 세액공제율 상향 조정은 상대적으로 참고할 수 있는 체계가 있는 편이어서 가능합니다. (문예영 배화여자대학교 세무회계학과 교수)

나. 영상콘텐츠 제작비 세액공제 일몰제의 영구법화 추진

현재 한시적인 기간동안 일몰제도로 시행되어 온 조세특례제한법 제25조의 6, 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제 조항을 영구법 형태로 개정해야 한다는 의견도 제시되었다. 이를 통해 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도를 안정화하여, 지원 효과 또한 안정적으로 기대할 수 있다는 논리였다.

인터뷰 내용
o 현재 조세특례제한법 제25조 6에 일몰 기한이 규정되어 있는데, 이를 삭제하고 영구법 형태로 개정할 필요가 있습니다. (구성권 명지전문대학교 세무회계학과 교수)
o 다른 산업 분야와 비교해서 조세혜택 결과가 클 수 있고, 산업 성격 자체가 워낙 고위험 고수익 경향이 있어도 영상 분야 성과가 상당히 좋은 편이라 일몰제도로 가지 말고 영구화 하는 것도 좋은 방법이라고 봅니다. (윤선재 TNC 엔터테인먼트 대표이사)
o 지속적으로 영상콘텐츠 분야에서 세액공제를 통해 지원 효과를 얼마나 받는지 추적, 관찰할 수 있다면 세액공제를 계속 해줘서 계속적인 산업 발전 현황을 기대해볼 수도 있고요. (이무영 베이스인베스트먼트 이사)

다. 국내 고용창출 및 경제적 기여를 위한 중소기업 중심의 세제지원 확장

전문가들은 국내 영상콘텐츠 산업이 양극화 구조라는 특수성에도 주목하였다. 세제지원을 통해 장기적으로 성장을 지속하려면, 현재 대부분의 영상 제작업체들이 중소업체에서 중견기업 규모로 성장을 유인하는 역할도 수행할 필요성도 높다는 것이다. 영상콘텐츠 산업 분야 특성상 대기업일수록 성취를 이룬 개인이나 사업체는 더 큰 성취를 할 가능성을 더 유리하게 확보한다는 점도 함께 고려할 필요가 높다는 의견도 제시되었다. 결국 영상콘텐츠 관련 사업체들을 지속적으로 성장하게 하려면 이와 관련된 세제지원 제도에 대한 고민이 더 섬세해져야 한다는 것이다.

현실적으로 중소규모 영상콘텐츠 제작사들은 인건비를 감당하는 것, 자금을 안정적으로 운용하는 것 자체도 어려움이 크기 때문에, 이들 업체의 부담을 덜고, 사업체 규모를 키울 수 있게끔 세제지원을 더 파격적으로 해줄 수 있는 제도 확장이 필요하다는 것이다. 예를 들면 중소기업 규모는 법인 수익을 재투자나 고용창출에 활용할 여력 자체가 어려운 조건에 있으므로, 관련된 노력을 증빙만 한다면 세제혜택을 더 파격적으로 해준다는 접근이다. 본 연구에서 살펴본 해외사례에서도 이와 유사한 내용이 있었다는 점도 참고할 수 있다.

인터뷰 내용
o 이쪽 시장 핵심이 결국 인적자원이에요. 사람이 처음부터 끝. 그걸 잘하는 사업체들은 더 승승장구하는 거고. 그럼 작은 사업체들도 승승장구할 수 있게 하려면 그쪽에 세제든 지원을 더 해주는 게 서로 좋은 거죠. (김종진 인덕대학교 방송연예과 교수)
o 업체들이 최소한 안정적으로 먹고 살수 있는 정도가 돼야 그다음에 세제 혜택도 좀 시스템화 할 수 있고 그런데 지금 현실이 안 그래요. 차라리 작은 사업체들한테 파격적으로 지원을 좀 몰아주고, 그 업체들이 중견이 되고, 대기업이랑 같이 살아도 살 만하고 그런 풀을 고려한 설계가 필요한 거죠. 결과적으로 국가 경제에 좋은 거잖아요. (권병민 트레져헌터 이사)
o 우리가 이런 세제 혜택이 결국 누가 얼마나 받는지도 좀 생각해야 돼요. 국내 제작업체들 진짜 어렵잖아요. 신생사업체들은 또 좀 많나요. 얘네가 크는데 도움을 줄 수 있어야죠. 죄다 중소에만 몰려 있잖아요. (허태우 아이엔컬처 재무팀장)
o 영화랑 영상은 제작 시스템 자체가 달라요. 당연히 투자도 다를 수밖에 없죠. 아무리 넷플릭스로 OTT로 다 흡수된다고 해도 결국 제작업체들이 현실적으로 혜택을 좀 받을 수 있게 해야죠. 이거 중소기업한테는 얼마나 혜택 갈까요? 현실성이 있냐는 거죠. 인건비 감당하는 것만도 어려운데... (윤선재 TNC 엔터테인먼트 이사)
o 중소기업도 고용창출하잖아요. 근데 이게 세제지원이랑 연결이 실질적으로 되게끔 하는 노력이 필요한 거죠. 지금 있는 제도를 더 현실적으로 쓸 수 있게 하는 노력이요. (오정미 법무법인 이공 변호사)

1) 소규모 사업체 대상 기본공제 금액 설정

국내 영상콘텐츠 사업체들이 대부분 영세한 규모임을 고려할 때, 장기적으로 '영상콘텐츠 외부효과의 내부화'를 지향하는 차원에서 '기본 공제 금액'을 설정하는 것도 방법이 될 수 있다는 의견이 있었다. 현재 사업체규모별로 적용하는 세제공제율과 별도로, 소득세 누진공제액과 같이 소규모 사업체의 경우 기본 금액을 설정하여 일정 금액만큼은 정액 환급을 받거나, 세제공제율을 추가 인상해주는 방식도 가능할 것이라는 아이디어였다. 결과적으로 소규모 사업체의 세금 부담을 덜어주고, 공제율 인상 효과를 기대해 볼 수 있다.

인터뷰 내용
o 긍정적 외부 효과를 내부화하는 효과를 높이는 차원에서, 기본 공제 금액을 설정하는 건 어떨까요? 제작비나 투자 금액 1%를 환급해준다든가 뭐 이런 식으로...(임병인 충북대학교 경제학과 교수)
o 영상콘텐츠가 국가 경제에 미치는 효과가 기본적으로 있다, 비경합적 재화로서의 콘텐츠라든가, 규모의 경제가 있고, 긍정적 외부 효과가 있다, 그러니까 이것 때문에 사람들이 즐거워하고 영화를 보면서 그다음에 이걸로 인해서 요즘에는 부가 시장이라고 그러죠. 영화 상영이 끝나도 OTT라든가 이런 데 계속 남아서 어쨌든 끊임없이 볼거리를 제공해 주잖아요. 그런데 그런 기능이 설령 실패한 영화라 하더라도 있는 거다. 그럼 꼭 대기업 아니더라도 작은 사업체들을 위해서 기본 공제를 좀 해주는...(임병인 충북대학교 경제학과 교수)
o 작은 제작비가 투입되는 경우에 한해서라도 마찬가지로 공제가 다 적용이 될 수 있을 정도면 기본 공제 금액도 괜찮... 좋은 아이디어가 될 수 있겠어요. (박지환 연남법률사무소 변호사)

2) 부분 손실보전 제도 도입 검토

영상콘텐츠 투자 활성화를 위해 손실 발생 시 손실의 일정부분을 보전해 주는 부분손실보전제도 도입도 검토할 수 있을 것이라는 의견도 제시되었다. 이는 앞서 해외사례에서도 손실액의 일부 또는 전부를 세금에서 공제해주는 제도가 있다고 확인할 수 있었다.

인터뷰 내용
o 영국은 손실보전제도를 한 2005년부터 운영했을걸요. 손실액 일부나 전부를 세율로 세금에서 공제해주는 거죠. (전승훈 대구대학교 경제학과 교수)
o 대기업은 정상 이윤이 나니까 그렇다 치고, 중소일수록 이윤이 안 나는 경우도 더 많을 수 있잖아요. 그럼 공제를 한 몇 년간 인정해서 지연시켜주거나...뭔가 단서를 붙이는 게 필요하겠죠. (임병인 충북대학교 경제학과 교수)
o 영화쪽은 특성상 당해연도에 이익 안 나고 오히려 손해보는 경우도 많을 거고, 그러니까 작은 사업체들은 자금 버티기 더 어려울 거고. (정원경 (전)특허법인 태평양 변리사)

인터뷰 내용
o 중소기업의 경우에는 어차피 내는 세금도 얼마 없는데 거기서 제작비 세액공제 받아봐야 그게 그거다 이렇게 생각하면... 법인세 말고도 또 다른 세액공제도 있고 여러 가지가 있는데 그중에서 영상콘텐츠 하나만 가지고 적자가 나가지고 이거 혜택을 못 받는다라고 얘기하는 건 아닐 거예요. 현실을 좀 반영해줘야... 영화사가 영화만 찍는 것도 아닐 테고 손실이 어디서든 날수 있는 요인도 있을 거고(박지환 연남법률사무소 변호사)

다만 손실보전 제도를 무리하게 확장할 경우 예상되는 문제를 선제 예방하는 차원에서 제한적으로 검토를 추진하되, 정부 보증형태 등의 견제장치 마련도 필요할 것이라는 의견도 있었다.

3) 과세연도 기간 연장

부분 손실보전 제도와 차이가 있으나, 영상콘텐츠 사업체들이 사실상 투자나 제작이 최초 발생한 시점을 기준으로 당해연도 내에 이익이 발생하지 않는 문제를 '과세연도의 기간을 연장' 해줌으로써 해결할 수 있을 것이라는 의견도 있었다. 현행 조특법 시행령 제22조 10은 영화의 경우 상영관에서 상영한 해, 드라마의 경우 텔레비전 등을 통해 방송이 된 해를 기준으로 과세하고 있다. 따라서 현실적으로 상영이나 방영이 여러 해에 걸쳐 분산될 수 있고, 실제 이익이나 손실이 연도별로 다를 수 있다는 현실을 고려할 필요가 있다는 것이다. 과세연도 기준을 연장할 경우, 영세사업체들도 세제지원의 혜택을 받을 가능성이 높아질 수 있어서 단서 조항을 보다 섬세하게 수정할 필요가 있다는 의견도 제시되었다.

인터뷰 내용
o 과세연도 기준을 길게 해서 길게 만들어줌으로써 세액공제를 좀 더 많은 영세 사업체들이 혜택을 더 받을 수 있게 해주는 거죠. 영화 제작을 위해서 거의 막 시나리오 3년 쓴다 칩시다... 그럼 한 5년 걸려서 만든 그것이 당해 연도에만 딱 적용되는 것 자체가 영화의 성격에 맞지도 않고... 물론 이제 영화 상영은 짧게 이루어질 수 있지만 그래도 요즘에 이제 부가 시장이 있기 때문에 그 뒤에 OTT에도 또 들어가지고 또 거기서도 수익이 발생할 수도 있고 다양하게 있는데 그런 것들이 있다면 이것도 기간을 더 연장을 해줘서... 인정해 줄 수 있는 기간을 더 연장해 주는 게 더 낫지 않을까요. (임병인 충북대학교 경제학과 교수)
o 영화를 작년부터 상영해서 올해까지 했고, 그런데 어쨌든 비용을 맨 마지막 연도에 다 썼어. 그러면은 어떤 해는 당연히 적자 날 가능성도 있잖아요. (윤선재 TNC 엔터테인먼트 대표이사)

4) 특정 지역 제작 클러스터 세제혜택

국내에서도 해외 주요 국가들이나 주 단위로 시행하는 사례와 흡사하게 지역 경제에 기여할 경우 세제혜택을 지원하는 방식도 제안되었다. 물론 국내 영상콘텐츠 관련 사업체들이 대부분 서울을 중심으로 한 수도권에 집중 배치되어 있지만, 지역경제에 기여할 경우 세제지원을 더 가중하는 형태의 세제혜택 제공도 가능하다는 것이다.

인터뷰 내용
o 영상뿐만이 아니라 어느 산업이든 마찬가지겠지만 결국 누가 더 좋은 인력을 확보해서 쓰냐, 어디 더 좋은 사업체를 유치하냐가 관건이잖아요. 그럼 역으로 특정 지역에서 사람을 써서 고용창출이 도움이 됐다 그러면 세제지원을 더 해준다든가, 해외사례를 좀 벤치마킹할 수도 있는 거죠. (김종진 인덕대학교 방송연예과 교수)
o 제작 클러스터 안에 법인 만들고 거기 안착하면 세제지원 혜택 더 준다, 이런 방식도 가능하죠. 원래 지원해주는 정도에 더 지원을 얹어서 해주겠다 이렇게...(이상규 강원대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수)

부분 손실제도 도입이나 과세연도 기간의 연장, 공제대상 범위 확대 등은 전문가들이 산업 양극화 구조인 영상콘텐츠 산업 분야의 장기적, 지속적인 성장을 위해 중소규모 사업체들의 현실을 고려한 제언이었으나, 실증 검토가 선행된다면 대기업까지도 모두 적용할 가능성도 있다고 예상된다.

5) 영상콘텐츠 업계 병역대체제도 도입을 통한 인건비 공제

국내 영상콘텐츠 업계에서 병역대체제도를 보다 더 적극적으로 안착하여 인건비 공제 혜택을 줄 수 있는 방법도 제안되었다. 산업기능요원과 같은 우수 인력의 조기 산업계 유입을 촉진하고 해당 인력이 편입된 사업체나 프로젝트를 대상으로 인건비 공제를 활성화할 수 있는 방안이다.

인터뷰 내용
o 영상콘텐츠 산업계 내부에도 기술친화적인 직군이 있으니, 그런 인력을 사업체가 좀 더 효과적으로 사용하고, 인력들도 조기에 산업계 경험을 하면서 산업계 자체가 우수인력을 확보한다는 차원에서 인건비 공제를 활성화해줄 수도 있겠죠. (이현정 삼성벤처투자 이사)
o IT 업계가 산업기능요원 같은 병역대체제도를 잘 활용해서 우수인력을 일찍 산업계로 확보했던 사례를 잘 활용할 수도 있어요. 영상 분야 특성상 사업체로든 프로젝트로든 병역 연구인력이나 산업기능인력으로 편입을 시키면 그에 상응하는 인건비 공제를 해주는 방식으로, 중소업체들이 성장하는데 도움을 줄 수 있을거고요. (이무영 베이스인베스트먼트 이사)

라. 콘텐츠 연구인력개발비용(R&D) 별도 지원제도 신설

현행 문화산업진흥기본법은 기업부설창작연구소가 있을 경우 연구개발 관련 세제지원을 받을 수 있으나, 콘텐츠 산업의 특성상 기업연구소의 인적, 물적 조건을 충족하는데 어려움이 있다는 점도 계속 지적된 바 있다. 따라서 영상콘텐츠 산업 특성을 반영하여 법령상 기업부설창작연구소로 인정받기 위한 요건 중 물적 요건을 폐지하거나, 문화체육관광부 장관이 지정하는 창작인력으로 등재한 인력을 기업소속 연구인력으로 등록하되, 해당 기업의 소속 인력이 아닌 경우 프로젝트 단위로 연구인력 등록이 가능하도록 단서조항을 삽입하여 완화하는 방안도 고려할 수 있을 것이라는 의견도 확인되었다[19].

이를 위해 영상콘텐츠 분야 특성상 개인 또는 영세 사업체의 초기 기획 단계에서의 경제적 부담과 작업의 특수한 성격을 부각해야할 필요성이 높다는 의견도 있었다. 이로 인해 현행법이 요구하는 연구소나 전담부서 설치가 어려운 상황이라는 점에 대한 사회적 이해도를 높일 필요가 있다는 것이다.

인터뷰 내용
o 조특법 제2조에 연구개발은 “과학적 또는 기술적 진전을 이루기 위한 활동과 새로운 서비스 및 서비스전달체계를 개발하기 위한 활동을 의미”한다고 정의한다. 이렇게 돼있죠? 영상쪽에서 아주 극히 일부 기술이라는게 문제라는 건데 사실 이 법 자체가 과학적, 기술적 진전을 좀 내라... 이런 의도라고 봐야 돼요. 영상쪽 현실에 안맞을 수는 있어요. 영상 만드는데 드는게 얼마나 과학적이고 기술적이겠냐고... 물론 있겠지만 대부분이 적용이 힘들다 이거잖아요. (오정미 법무법인 이공 변호사)
o 연구개발 정의는 다양해요. 국제회계기준위원회(IASC) 기준, 우리나라 한국산업기술진흥협회 기준, 좀 다른데, 나름 세밀해요. 영상콘텐츠 제작 일체의 활동들이 조세특례법에 정의된 연구개발에 포함된다고 보기는 어렵다는 게 문제라는 건데 지금, 그럼 이쪽 R&D 별도 법을 만들든가, 이쪽은 원래 유형이 아니고 무형이다 결과물이... 그래서 여기 맞는 별도 법을 만든다 이렇게 가야겠죠. 문체부가 이쪽 잘 알아서 프로젝트 단위로 인력 등록을 하게 한다든가 그걸 인증을 해야죠. (중략) 아니면 시설 요건을 폐지하든가 (정원경 (전)특허법인 태평양 변리사)
o 영상콘텐츠 분야가 특성상 기획 업무의 성격이 기존 법과 잘 맞지 않는 부분을 잘 부각해야할 필요가 있어요. 원천콘텐츠를 만드는 최초 과정들, 구입 이후에 드는 각색 비용들, 실제로 원천콘텐츠가 기획되거나 제작된 해에 예산대비 상용화 비율이 어느 정도인지, 이 단계가 얼마나 특수한 어려움이 있는지, 이런 부분에 대한 이해도를 높일 필요도 있고요. 이때 드는 제작 개발 비용이 현행 연구개발 세액공제 대상에 들어갈 수 있는지 여부에 따라 제도적인 방향도 달라질 수 있겠죠. (문예영 배화여자대학교 세무회계학과 교수)
o 현행법과 맞지 않는 산업 특수성을 집중적으로 설명한다면 별도법으로도 가능하다고 봅니다. (박지환 연남법률사무소 변호사)

19) 임병인(2020), 콘텐츠기업 조세지원 제도개선 연구, 한국콘텐츠진흥원

마. 프로젝트 단위의 세제지원 가능성 확대

영상콘텐츠 세제지원은 조세제도의 일반적인 적용 단위인 '개인 및 법인(사업체)'을 대상으로 한다. 그러나 산업계는 영상물 제작 및 투자의 특수성으로, 프로젝트별 제작과 투자가 활발하다는 점에 따른 세제지원 가능성을 검토할 필요성을 제기하기도 하였다.

1) 세액공제 혜택 대상 범위 확대를 위한 요건 완화

현재 조특법 시행규칙 별표 8의 9는 영상콘텐츠 제작비용이 발생하는 제작준비, 촬영제작, 후반제작 단계별로 세제지원이 가능한 사실을 입증할 수 있도록 하고 있다. 이때 세액공제 혜택 범위를 늘리기 위해 제작자 요건을 완화하거나, 제작자를 특정하지 않고 프로젝트 참여자별로 세액공제를 제공하는 방식도 제안되었다.

인터뷰 내용
o 제작비용을 부담한 사실이 입증될 경우면, 중복되지 않는 선에서 제작자 요건을 풀어주는 게 방법이 될 수 있지 않을까요? 지금처럼 제작준비에는 시나리오 작가한테 발생하는 비용, 기획 비용, 프로듀서 비용 뭐 이런 식으로 단계별로 발생하는 비용을 입증하는 게 어려울 수 있다는 건데 그걸 좀 느슨하게 해주는 거죠. (임병인 충북대학교 경제학과 교수)
o 영화처럼 프로젝트별로 세제지원을 해주는 방법도 가능은 할텐데 고민이 좀 필요한거죠. 그래도 세제 혜택 범위를 넓히는 데는 효과가 있다고 봐요. (박성현 CJ ENM 정책협력팀 부장)

2) 에스크로 제도 및 시스템 구축을 통한 프로젝트 단위 세제지원 가능성

프로젝트별 세제지원이 가능하기 위해서는 선행적으로 에스크로 제도 및 시스템 구축이 필요하다는 의견들도 제시되었다. 영화 1편을 기준으로 특수목적법인(SPC)을 통한 세제지원이 이론적으로는 가능하나, 전문가들은 전반적으로 이를 현실화하기 위해서는 회계처리의 투명성을 제고할 수 있는 방안이 먼저 구축되어야 할 것이라는 의견을 제시하였다. 에스크로 제도(결제안전장치)를 강화하여, 회계법인 등이 결제대금을 예치하고 있다가 프로젝트 완료 또는 특정 투자의 수행 완료 후 대금을 지급하는 거래 안전장치, 즉 결제대금 예치제 구축이 선행될 필요성이 높다는 것이다. 예를 들어 영화 투자를 포함한 영상 제작과 상영 전 과정에서 발생하는 정산을 신뢰할 수 있는 별도 시스템을 통해 관리, 감독을 거치게 할 필요가 있다는 것이다.

기업 단위에서 도입하고 있는 ERP 시스템처럼 편리하고 투명한 관리 시스템 체계를 사업체 단위로 지원하는 것도 방법이 될 수 있다는 의견이 있었다. 공인된 프로젝트 관리 솔루션이 정착될 경우, 특정 프로젝트별 세액공제를 지원할 수 있는 가능성이 높아질 수 있다는 것이다. 또한 장기적으로 관련 데이터가 축적될 경우 산업 현황을 파악하고 장기 산업 로드맵을 구축하는 기반 자료로도 활용할 수 있을 것이라는 기대도 있었다.

인터뷰 내용
o 특수목적법인(SPC)은 회계처리가 불투명하고, 흑자 적자 여부에 대한 판정이 굉장히 어려워요. 그러니까 이게 느슨할 수밖에 없다는 거죠. (임병인 충북대학교 경제학과 교수)
o 미국처럼 에스크로 제도(결제안전장치)를 참고할 수는 있겠어요. 돈을 쓸 때 반드시 회계법인을 거쳐서 그 돈이 인증이 되면 나갈 수 있게... 그런 식으로 아주 회계상으로 문제가 없는 SPC라면 가능하지 않겠나. 우리나라는 에스크로 시스템이 잘 돼있지 않은 나라예요. (임병인 충북대학교 경제학과 교수)
o 어디서 돈이 들어오는지, 회계 ODC라고 회계 감리가 잘 안 되기 때문에, 뭔가 장치가 반드시 필요해요. (임병인 충북대학교 경제학과 교수)
o 한국식 영상콘텐츠 분야 전문 에스크로 시스템을 갖추도록 한다면 불가능하지 않죠. (박지환 연남법률사무소 변호사)
o 영화를 하나 제작했다. 그럼 이미 여기에서 출연진에게 나가는 출연료, 그다음에 들어가는 비용 기기 대여료, 그런 게 이게 여기서 다 정산이 이루어져야 되는데 이게 불투명할 수 있다, 그게 현실이 그래서... (허태우 아이엔컬처 재무부장)
o 세무당국인 기재부나 아니면 국세청 등에서 봤을 때 이게 과세 단위로서 일정 기간 연속해야 되고 등등 이런 조건이 있어야 되는데 그런 걸 SPC의 경우에는 현실적으로 작동이 안될 가능성이 있는 거죠. (정원경 (전)특허법인 태평양 변리사)
o 기업들이 적극 도입하는 ERP 시스템(전사 자원 관리 시스템)을 응용해서 사업체들이 프로젝트별로 관리가 편리하도록 지원하는 것도 방법이 될 수 있죠. 그 데이터 자체가 산업 현황이나 향후 로드맵 짜는데 상당한 기반 자료가 될 수도 있고요. 세제지원 근거자료로도 당연히 활용도가 높을 수 있고요. (이무영 베이스인베스트먼트 이사)
o 회계처리 투명성을 제고하기 위해서는 에스크로 제도 전후로 외부회계 감사를 강화해서 회계처리 투명성을 입증하는 방법도 있고요. (신상훈 세무법인 서진 대표세무사)

다만 현행 세법은 납세의무자 기본 단위가 개인 또는 법인으로 규정되어 법인격 조건이 성립되지 않는 단체는 별도의 법인이나 개인으로 분류하여 과세하고 있는데, 이와 같은 프로젝트 단위의 세제지원이 현실화되기 위해서는 세법상 납세의무자와 별개의 개념이 추가적으로 필요할 수 있어, 이 과정에 대한 면밀한 연구와 검토가 수반되어야 할 것이라는 의견도 이어졌다. 한편, 회계처리 투명성을 높이기 위해 에스크로 제도나 시스템 도입과 별도로 외부 회계 감사를 강화하는 방법도 제언되었다.

바. 투자비 세액공제 적용 확대 검토

영상콘텐츠 제작비를 중심으로 한 세액공제와 별도로, 제작 투자비에 대한 세액공제 적용과 확대에 대한 의견도 있었다. 최근 영상콘텐츠 제작에 투자하는 자에 대한 세액공제 제도 신설이 조세특례제한법 일부개정법률안으로 발의된 바도 있었다(이용호 외, 2022). 현행 세법의 대원칙인 실질과세 원칙에 따라, 투자사 또는 투자자가 제작사에 직접 투자하는 행위와 플랫폼 등이 직접 제작하는 것이 제작행위와 관련해 차이가 크다고 볼 수 없다면 두 행위 모두에 동일한 세액공제를 적용하는 것이 필요하다는 주장이다.

인터뷰 내용
o 플랫폼이 직접 제작을 하지 않고 제작사 활동에 투자하는 행위에 대해서도 세액공제를 적용할 수 있느냐가 관건이었죠. 업계에서 투자비 세액공제 요구도 있었고요. OTT 환경에서 워낙 사업 형태가 다양하다보니 OTT 쪽에서는 제작비 세액공제가 불리해지는 측면도 있는건데, 투자사가 직접 투자를 하는 행위와 플랫폼 사업자가 관련 제작에 투자를 하는 행위가 둘 사이에 결과적으로 서로 차이가 크다고 볼 수 없다면 동일한 정도의 세액공제를 해주는건 가능하다고 봅니다. (신상훈 세무법인 서진 대표세무사)

이와 관련하여, 영상콘텐츠 투자비에 대한 세액공제가 제작비에 대한 세액공제와 별도로 적용되도록 할 여건을 마련할 필요성도 제기되었다. 현실적으로 영상콘텐츠 제작 환경상 투자자본의 중요성이 높은 만큼, 투자비에 대한 세액공제를 확대함으로써 산업 생태계로 민간 자본의 유입도 유도할 수 있을 것이라는 주장이다.

인터뷰 내용
o 투자자본이 실질 제작에 영향이 크잖아요. 그러니 투자비에 대한 세액공제 요구도 계속 있었던거죠. (윤선재 TNC 엔터테인먼트 대표이사)
o 벤처투자에 대한 세액공제도 확대 추세인데다, 대기업 집단 지배력이 있다고 하더라도 상호출자제한기업집단 계열사는 사실상 벤처투자가 불가능하고 여러 가지로 자원 분배를 가로막고 있는게 현실인거죠. 현실적으로 대기업 산하 스튜디오들은 독립채산제를 따르고 있어서 투자 현실과 괴리된 측면을 보완해줘야될 필요성도 있고요. (이무영 베이스인베스트먼트 이사)
o 영상콘텐츠 사업에 투자할 목적으로 결성된 펀드의 결성액 전액이나 혹은 비목적 펀드 내에서도 영상콘텐츠 투자금에 대한 출자자나 집행사원에게 소득공제나 세액공제를 제공한다든가, 이런 방법도 가능하죠. 지금 창업이나 스타트업계쪽에서도 투자 위험을 감수하고 생태계에 기여한 대가로 출자액 10% 소득공제 해주는데, 이런 원리로 영상쪽도 공제율을 상향해줘서 민간 자본 유입도 활성화 할 수 있을 거고요. (이무영 베이스인베스트먼트 이사)
o 투자사나 투자자 펀드 세액공제를 확대해주면서 민간 자본 참여를 유도하는 효과는 있을 수 있죠. 벤처기업출자나 중소기업창업투자조합을 통한 간접 출자에 대한 세액공제도 그런 원리로 운영된거라 참고할 수 있을거고요. (이현정 삼성벤처투자 이사)

제3절 소결

본 장에서는 국내 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 확대방안에 대한 전문가 의견을 폭넓게 수집하고자 하였다. 자문에 참여한 전문가들은 모두 '영상콘텐츠 제작비 세액공제율 상향'은 필요하다고 동의하였다. 현행 영상콘텐츠 제작비 세액공제 일몰제를 영구법으로 추진해야 한다는 의견이 제시되기도 했다.

무엇보다 영상콘텐츠 산업계의 중소기업 비중이 높고, 이들에게 실질적인 세제지원 혜택을 제공하여 고용창출 및 경제적 기여를 지속적으로 할 수 있게 하는 방안으로 다음과 같은 의견도 제안되었다. 첫째, 소규모 사업체를 대상으로 기본공제 금액을 설정하는 방안이 제시되었다. 둘째, 부분 손실보전 제도 도입을 통해 세제지원의 영속성과 현실성을 높이는 방안을 검토할 가능성도 제시되었다. 셋째, 과세연도 기간의 연장, 넷째, 특정지역 제작 클러스터 세제혜택, 다섯째, 영상콘텐츠 업계 병역대체제도 도입을 통한 인건비 공제 내용도 제시하였다.

콘텐츠 분야가 기존의 연구인력개발비용 세제지원 혜택을 받는데 현실적인 어려움이 있다는 점을 고려하여, 본 연구에서는 콘텐츠 연구인력개발비용 별도 지원제도를 신설할 것을 제안하였다. 그 외에도 영상 작품별, 프로젝트 단위별로도 세제지원이 가능하도록 세액공제의 혜택 대상 범위를 확대하도록 관련 여건을 완화하고, 에스크로 제도나 ERP 시스템과 같은 전문 회계세무시스템을 구축하여 프로젝트 단이 세제지원 가능성을 높이도록 제안하였다. 마지막으로 영상콘텐츠 제작비와 구별하여, 투자비에 대한 세액공제 확대 주장도 확인하였다. 영상콘텐츠 산업에서 투자비는 실질적인 제작비를 형성하는데다, 제작사가 주체가 되지 않더라도 플랫폼이나 투자사 등 다양한 제작행위 참여자들에 따른 투자비가 실제 제작비에 기여하는 바가 크므로 이에 대한 세액공제 적용 가능성을 넓힘으로써 민간 자본의 유입과 산업생태계 활성화에 긍정적인 효과를 제고하자는 의견이다.

제4장

영상콘텐츠 산업 세제지원 경제적 효과분석

제1절 분석 자료 및 방법론

1. 분석 자료

가. 자료 분석 기준

본 장에서는 '제작비 세액공제 확대' 방안이 가지는 경제적 효과를 산출한다. 경제적 파급효과를 산출하기 위해서는 분석에 적용할 수 있는 기초자료(데이터), 그리고 기초자료에 기반하여 경제적 효과를 추정할 수 있는 가정의 근거내용이 필요하다. 본 연구에서는 조세특례제한법상 '영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제의 확대'라는 특정한 구체적 상황을 기준으로 설정하여, 다음 3가지 시나리오를 중심으로 한 경제적 효과 추정을 실시하였다.

① 영상콘텐츠의 플랫폼 차원으로의 확대(OTT 제작 및 유통 콘텐츠 차원으로 확대)
② 세액공제율 확대(대기업 10%, 중견기업 15%, 중소기업 20% 적용 가정)
③ 영상콘텐츠 세부장르별 세액공제 효과 검토

나. 자료 구축 방법

분석의 핵심 정보인 '제작비'는 「2021 방송산업실태조사보고서」, 「2021 한국영화산업결산」, 「Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026」를 통해 2015년부터 2020년까지의 방송, 영화, OTT 분야 정보를 확보하였다. 경제적 파급효과를 파악하기 위한 일환으로, 산업연관분석 단계에서 이 기간의 제작비를 통해 연평균증가율을 파악한 다음, 그 추세를 2023년부터 2027년까지 향후 5년간의 제작비 추정에 적용하도록 했다.

이어 통계청에서 제공하는 「영리법인통계」를 통해, 대기업, 중견기업, 중소기업별 매출액 비율을 확인할 수 있었다. 이 단계에서, 매출액 비율이 제작비 비율과 같을 것이라는 가정하에, 2023년부터 2027년까지 기업규모별 제작비를 추정하였다. 다음으로 최근 3년간 통계청 「국세통계연보」에 공시된 기업규모별 납세자 비중을 연도별·기업규모별 제작비에 적용하여 세액공제 대상이 되는 제작비를 추정하였다.

이를 통해 조세특례제한법에 정해진 기업규모별 세액공제율(대기업 3%, 중견기업 7%, 중소기업 10%)을 적용해서 세액공제가 되는 비용의 규모를 파악하였다. 이때 2020년 정책연구에서 실시한 자체 설문조사 결과, 세액공제 금액 중 약 43.8%가 제작비로 재투자될 것이라는 값을 인용하여, 이를 바탕으로 재투자액을 산출하였다. 이러한 과정을 거쳐 한국은행 산업연관표에서 생산유발계수, 부가가치유발계수, 취업유발계수를 파악하였다.

2. 분석 방법론

1) 산업연관분석 방법

영상콘텐츠 제작비 세액공제에 따른 경제적 파급효과를 파악하기 위해, 우선 영상콘텐츠 관련 모든 장르와 분야를 대상으로 제작비 세액공제가 이루어질 때 예상되는 '제작비 투자 증가액'을 추산할 수 있어야 한다. 본 연구에서는 영상콘텐츠의 대표적인 분야라고 할 수 있는 방송, 영화를 비롯해 온라인 영상 서비스 플랫폼인 OTT까지 범위를 확장하여 세액공제가 영상콘텐츠 제작시장 전반에 미칠 영향 정도를 파악하고자 하였다. 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제가 확대될 때 추가적으로 제작에 투입할 자금의 비율은 2020년 정책연구에서 영상 분야 사업체를 대상으로 실시한 자체 설문조사 결과를 인용하였으며, 이를 바탕으로 각 분야에서 발생할 예상 제작비 증가액을 산출하였다.

다음 단계에서 분석의 구체적인 방법은 다음과 같다. 산업연관분석을 적용하여 생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과를 산출하였다. 산업연관분석이란, 한국은행에서 제공하는 산업연관표를 활용하여 국가수준에서 산업들 간의 연관관계, 즉 산업 간 생산물 순환을 파악하는 방법이다. 산업연관분석은 이뿐만 아니라 최종 수요가 유발하는 생산, 고용, 소득 등의 파급효과를 사업부문별로 구분하여 분석할 수 있다. 산업연관분

석은 다양한 분야에서 가장 일반적으로 활용되고 있는 경제적 효과 측정 방법 중 하나로, 근래 콘텐츠 산업 분야에서의 경제적 효과, 한류의 경제적 효과 등에도 적용되며, 일반적이고 보편적으로 활용되고 있는 경제적 파급효과 분석 방법론이다.

산업연관분석에서 핵심이 되는 산업연관표는 보통 지난 1년간의 경제 내에서의 재화와 서비스의 생산 및 처분과정에서 발생하는 모든 거래를 일정한 원칙과 형식에 따라 기록한 종합 통계표이다. 산업연관표의 세로방향(열)은 각 산업부문의 비용구성 즉 투입구조를 나타낸다. 이는 원재료 투입을 나타내는 중간 투입과 노동 또는 자본 투입을 나타내는 부가가치의 두 부분으로 나뉘며, 이 둘의 합은 총 투입이 된다.

한편 산업연관표의 가로방향(행)은 각 산업부문의 생산물 배분구조를 나타낸다. 이는 중간재로 판매되는 중간수요와 소비재 · 자본재 · 수출상품 등으로 판매되는 최종수요의 두 부분으로 나뉘며, 중간수요와 최종수요의 합은 총 수요액이 되고, 여기서 수입을 뺀 것이 총 산출액이 된다.

본 절에서는 이러한 산업연관표를 활용하여, 세액공제가 확대될 경우 발생할 제작비 증가액을 적용한 산업연관 모형을 개발하고 경제구조를 종합적으로 분석하였다. 세액공재를 통한 제작비 증가액을 추산하고, 이를 산업연관표에 적용해서 경제적 파급효과를 계산한 것이다. 본 절에서는 한국은행에서 발표한 산업연관표(2019 연장표)를 바탕으로 이것을 방송 산업, 영화 산업, OTT 산업을 기준으로 재분류한 산업연관표로 새롭게 구성하고 이를 통해 추출한 각 유발계수를 곱해서 생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과를 추정하였다. 산업연관분석을 활용한 경제적 파급효과의 분석절차는 다음과 같다.

2) 제작비 전망

1단계에서는 「2021 방송산업실태조사보고서」, 「2021 한국영화산업결산」, 「Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026」에서 제공하고 있는 2015년부터 2019년까지의 제작비 연평균증가율을 구한 다음에 추세를 연장해서 2023년부터 2027년까지의 제작비를 추정한다. 그리고 「영리법인통계」에서 제공하고 있는 대기업, 중견기업, 중소기업별 매출액 비율이 제작비 비율과 같을 것이라고 가정해서 2023년부터 2027년까지의 대기업, 중견기업, 중소기업 제작비를 추정한다.

3) 세액공제 규모 산출

2단계에서는 모든 산업에서 법인 규모별 납세자 비중이 동일할 것이라고 가정한 다음에 최근 3년간의 국세통계연보에 나와 있는 대기업, 중견기업, 중소기업 납세자 비중을 연도별/기업규모별 제작비에 적용하여 세액공제 대상이 되는 제작비를 추정하였다. 납세자 비중을 구하는 방법은 기업규모별로 과세표준이 되는 법인의 수를 총 신고 법인의 수로 나누는 것이다.

4) 재투자액 산출

조세특례제한법에 정해진 기업규모별 세액공제율을 적용해서 세액공제되는 비용의 규모를 우선 파악하였다. 그런데 이러한 세액공제 금액이 향후 영상콘텐츠 제작에 모두 투입되는 것은 아닐 것이다. 따라서 세액공제 금액 중에서 어느 정도가 제작비로 다시 투입될지 파악하기 위해서 자체 설문조사를 실시하여 세액공제 금액 중 약 43.8%가 제작비로 재투자될 것이라는 값을 얻었다. 이를 바탕으로 재투자액을 산출하였다.

5) 경제적 파급효과 산출

생산유발계수, 부가가치유발계수, 취업유발계수를 한국은행 산업연관표에서 파악한 다음 여기에 세액공제 확대로 인한 총제작비 투자 증가액을 곱하여 최종적으로 세액공제가 생산, 부가가치, 취업인원에 미치는 경제적 파급효과를 추정하였다.

〈표 4-1〉 산업연관분석을 통한 경제적 파급효과 분석절차

단계	내용	방법
1단계	제작비 전망	· 방송, 영화, OTT 산업통계로 과거 5년 제작비 연평균 증가율로 향후 5년 제작비 추정 · 통계청「영리법인통계」자료의 대기업, 중견기업, 중소기업 매출액 비율이 대기업, 중견기업, 중소기업 제작비 비율과 같을 것이라고 가정
2단계	세액공제 규모 산출	· 국세통계연보에 공시된 법인 규모별 납세자 비중을 연도별/기업규모별 제작비에 적용 산출
3단계	재투자액 산출	· 조세특례제한법에 정해진 기업규모별 세액공제율을 제작비에 적용 · 자체 설문조사로 파악한 세액공제비 중(2020년 결과 인용)에서 제작비로의 재투자 비율(43.8%)을 적용해, 재투자액 산출
4단계	경제적 파급효과 산출	· 한국은행 산업연관표에 제시된 생산유발계수, 부가가치유발계수, 취업유발계수를 제작비로 재투자된 세액공제액에 적용 산출

제2절 영상콘텐츠 산업 세제지원 확대 시 경제적 효과

1. 산업연관효과 분석결과

가. 제작비 전망

연도별 제작비 추정치를 구하기 위해 다음과 같은 절차를 수행하였다. 방송은 「2021 방송산업실태조사보고서」(과학기술정보통신부·방송통신위원회, 2021)에 포함된 '플랫폼별 방송 프로그램 제작·구매비 총괄표'에서 '자체제작' 비용과 '외주제작' 비용의 '합계치'로 2020년 12월 기준, 방송제작비를 도출하였다. 그리고 2015년부터 2020년까지의 제작비 연평균 증가율을 계산하였으며, 이 값을 적용해서 2023년부터 2027년까지의 제작비를 추정하였다. 이 결과가 아래 〈표 4-2〉의 '방송 합계'에 해당하는 값이다.

영화는 「2021 한국영화산업결산」(영화진흥위원회, 2021)에서 제공하는 영화 편수와 평균 제작비를 곱하여, 2015년부터 2020년까지의 '연간제작비'를 구하였다. 이를 통해 2015년부터 2020년까지의 연평균 제작비 증가율을 구하였으며, 이 값을 적용해서 2023년부터 2027년까지의 영화제작비를 추정하였다. 이 결과가 아래 〈표 4-2〉의 '영화 합계'에 해당하는 값이다.

OTT의 경우, 글로벌 조사업체 PWC가 제공하는 「Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026」 2015년부터 2020년까지의 연도별 매출액(단위: 백만 달러)에 현재 환율(1312.32원/1달러)을 적용하여, PWC에서 명시하고 있는 대한민국 OTT 매출액 대비 제작비 비율(13%)을 활용해서 '연도별 OTT 제작비'를 구하였다. 2015년부터 2020년 값들로 연평균 증가율을 구한 다음, 이 값을 적용해서 2023년부터 2027년까지의 OTT 제작비를 추정하였다. 이 결과가 아래 〈표 4-2〉의 'OTT 합계'에 해당하는 값이다.

통계청이 제공하는 「2019 영리법인통계」에 따르면, 전체 기업 매출액 중에서 대기업 매출액은 45.2%, 중견기업 매출액 20.3%, 중소기업 34.5%인 것으로 확인된다. 본 연구에서는 매출액 비중과 제작비 비중이 같을 것이라고 가정하여, 아래 〈표 4-2〉와 같이 기업규모별 제작비 총액을 추정하였다.

〈표 4-2〉 연도별/기업규모별 제작비 추정결과

(단위: 억 원)

구분		2023년	2024년	2025년	2026년	2027년
방송	대기업(45.2%)	11,679	12,260	12,870	13,510	14,182
	중견기업(20.3%)	5,245	5,506	5,780	6,068	6,370
	중소기업(34.5%)	8,915	9,358	9,824	10,312	10,825
	합계(100%)	25,839	27,125	28,474	29,890	31,377
영화	대기업(45.2%)	926	973	1,021	1,072	1,125
	중견기업(20.3%)	416	437	459	481	505
	중소기업(34.5%)	707	742	779	818	859
	합계(100%)	2,050	2,152	2,259	2,371	2,489
OTT	대기업(45.2%)	1,380	1,760	2,243	2,860	3,646
	중견기업(20.3%)	620	790	1,008	1,284	1,637
	중소기업(34.5%)	1,054	1,343	1,712	2,183	2,783
	합계(100%)	3,054	3,893	4,963	6,327	8,066

나. 예상 세액공제 규모

세액공제 대상이 되는 제작비 규모를 추정하기 위해서는 최근 3년간의 국세통계연보(2019-2021)에 공시된 '법인 규모별 납세자 비중'을 〈표 4-2〉 연도별/기업규모별 제작비 추정결과에 적용하였다. 이때 모든 산업에서 법인 규모별 납세자 비중이 동일할 것이라는 가정이 전제되었다.

납세자 비중을 구하는 방법은 기업규모별로 과세표준이 되는 법인 수를 총 신고법인의 수로 나누는 것이다. 본 연구에서는 2019년부터 2021년까지 최근 3년 동안의 기업규모별 과세표준이 되는 법인 수를 총 신고법인의 수로 나누어 기업규모별 납세기업비중이 대기업 61.7%, 중견기업 70.0%, 중소기업 46.7%라는 결과를 도출하였다.

〈표 4-3〉 납세기업비중에 따른 연도별/기업규모별 세액공제 대상 제작비 규모 추정결과

(단위: 억 원)

구분		2023년	2024년	2025년	2026년	2027년
방송	대기업(61.7%)	7,206	7,565	7,941	8,336	8,751
	중견기업(70.0%)	3,672	3,854	4,046	4,247	4,459
	중소기업(46.7%)	4,163	4,370	4,588	4,816	5,055
	합계	15,041	15,789	16,575	17,399	18,264
영화	대기업(61.7%)	572	600	630	661	694
	중견기업(70.0%)	291	306	321	337	354
	중소기업(46.7%)	330	347	364	382	401
	합계	1,193	1,252	1,315	1,380	1,449
OTT	대기업(61.7%)	852	1,086	1,384	1,765	2,250
	중견기업(70.0%)	434	553	705	899	1,146
	중소기업(46.7%)	492	627	800	1,019	1,300
	합계	1,778	2,266	2,889	3,683	4,695

〈표 4-5〉는 세액공제액을 구하기 위해 공제대상이 되는 제작비에 세액공제율을 적용한 결과이다. 세액공제율은 기존 조세특례제한법 제25조의 6 「영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제」에 정해져 있던 비율을 적용하였다(〈표 4-4〉 참조).

〈표 4-4〉 조세특례제한법에 따른 세액공제율 적용 근거[20)]

「영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제」

제25조의6(영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제)

① 대통령령으로 정하는 내국인이 2022년 12월 31일까지 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것으로서 대통령령으로 정하는 방송프로그램 및 영화(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 상영된 과세연도의 소득세(사업소득에 대한 소득세만 해당한다) 또는 법인세에서 공제한다.
〈개정 2019. 12. 31., 2020. 12. 29., 2021. 12. 28.〉

세액공제액은 세액공제 대상 제작비에 법률상 정해진 기업규모별 세액공제율을 적용하여 2023년에서 2027년까지의 세액공제액 전망치를 산출하였는데, 여기서 적용한 공제율은 대기업 3%, 중견기업 7%, 중소기업 10%이다.

20) 자료: 법제처 국가법령정보센터 검색결과(검색일: 2022년 9월 15일), law.go.kr/법령/조세특례제한법

〈표 4-5〉 연도별/기업규모별 세액공제 대상 제작비에 대한 세액공제액 추정결과

(단위: 억 원)

구분		2023년	2024년	2025년	2026년	2027년
방송	대기업(3%)	216	227	238	250	263
	중견기업(7%)	257	270	283	297	312
	중소기업(10%)	416	437	459	482	506
	합계	890	934	980	1,029	1,080
영화	대기업(3%)	17	18	19	20	21
	중견기업(7%)	20	21	22	24	25
	중소기업(10%)	33	35	36	38	40
	합계	71	74	78	82	86
OTT	대기업(3%)	26	33	42	53	67
	중견기업(7%)	30	39	49	63	80
	중소기업(10%)	49	63	80	102	130
	합계	105	134	171	218	278

다. 제작비 투자 증가액 추정

다음으로 공제된 세액 중 얼마가 다시 제작비로 사용되는지를 추정하였다. 이때 재투자 비중 43.8%는 한국문화관광연구원 2020년 정책연구 설문조사를 통해 얻은 값이다. 이와 함께, 25%, 50%, 75%, 100% 재투자될 경우를 가정한 값도 함께 제시하였다.

〈표 4-6〉 영상콘텐츠 세제지원으로 인한 총 제작비 투자 증가액 추정결과

(단위: 억 원)

구분		2023년	2024년	2025년	2026년	2027년
제작 재투자액 (재투자 비중: 43.8%)	방송	390	409	429	451	473
	영화	31	32	34	36	38
	OTT	46	59	75	95	122
	합계	467	500	538	582	632
제작 재투자액 (재투자 비중: 25.0%)	방송	222	233	245	257	270
	영화	18	19	19	20	21
	OTT	26	34	43	54	69
	합계	266	285	307	332	361

구분		2023년	2024년	2025년	2026년	2027년
제작 재투자액 (재투자 비중: 50.0%)	방송	445	467	490	514	540
	영화	35	37	39	41	43
	OTT	53	67	85	109	139
	합계	533	571	614	664	722
제작 재투자액 (재투자 비중: 75.0%)	방송	667	700	735	772	810
	영화	53	56	58	61	64
	OTT	79	101	128	163	208
	합계	799	856	922	996	1083
제작 재투자액 (재투자 비중: 100.0%)	방송	890	934	980	1,029	1,080
	영화	71	74	78	82	86
	OTT	105	134	171	218	278
	합계	1,065	1,142	1,229	1,328	1,444

2. 경제적 파급효과 분석결과

가. 제작비 재투자 시 경제적 파급효과

다음으로 공제 세액의 43.8%가 제작비로 재투자될 것이라 가정한 경우, 경제에 미치는 효과를 추정하였다. 본 연구에서는 제작비 투자가 증가할 때 경제에 미치는 효과를 추정하기 위해 한국은행 산업연관표(2019)에서 제공하는 생산유발계수, 부가가치유발계수, 취업유발계수를 제작비로 재투자된 세액공제액에 적용하였다. 한국은행 산업연관표에 따르면 영상분야(방송, 영화, OTT) 산업별 생산유발계수, 부가가치유발계수, 취업유발계수는 다음과 같다.

〈표 4-7〉 산업연관표에 제시된 영상분야 경제적 파급효과 계수

구분	생산유발계수	부가가치유발계수	취업유발계수
방송	2.119	.804	10.749
영화 · OTT	1.976	.841	13.314

생산유발계수와 부가가치유발계수를 증가된 투자비에 곱한 값의 의미는 1억 원당 몇 억 만큼의 생산과 부가가치가 발생했느냐이다. 취업유발계수를 증가된 투자비에 곱한 값은 10억 원당 몇 명이 취업했는지를 나타내기 때문에, 1억 원 단위로 환산하여 제시하였다.

〈표 4-8〉 영상콘텐츠 제작비 세액공제에 따른 경제적 파급효과

(단위: 억 원, 명)

구분		직접효과	경제적 효과		
		제작비 투자증가	생산유발액	부가가치유발액	취업유발인원
방송	2023년	390	826	313	419
	2024년	409	867	329	440
	2025년	429	910	345	461
	2026년	451	955	362	484
	2027년	473	1,003	380	509
	소계	2,152	4,561	1,729	2,313
영화	2023년	31	61	26	41
	2024년	32	64	27	43
	2025년	34	67	29	45
	2026년	36	71	30	48
	2027년	38	74	32	50
	소계	171	337	144	227
OTT	2023년	46	91	39	61
	2024년	59	116	49	78
	2025년	75	148	63	100
	2026년	95	189	80	127
	2027년	122	240	102	162
	소계	397	784	333	528
합계			5,681	2,207	3,068

나. 분야별·세부 장르별 직접효과

1) 분야별 직접효과 및 경제적 파급효과

다음은 대기업이 10%, 중견기업이 15%, 중소기업이 20%의 제작비를 세액공제 받을 경우, 어떤 결과가 나타날지를 검토한 것이다. '대기업이 10%, 중견기업이 15%, 중소기업이 20%'이라는 가정은 과거 발의된 조세특례제한법 일부개정법률안에 기반한 것이다.

〈표 4-9〉 세액공제 인상률 추정 근거[21)]

「조세제한특례법 일부개정법률안」

조세특례제한법 일부개정법률안
배현진의원 등 10인, 제2102025호(2020. 7. 16.). 제380회 국회(임시회)
... 영상콘텐츠 제작비용 세액공제특례를 선진국 수준인 중소기업 20%, 중견기업 15%, 대기업 10%로 확대하여, 문화콘텐츠 산업의 발전과 함께 자국의 콘텐츠 경쟁력이 해외로 유출되는 것을 방지하고자 함(안 제25조의6제1항).

이에 따르면 세액공제율이 인상될 경우 2023년부터 2027년까지 방송 분야의 경우 생산유발액이 총 1조 785억 원, 부가가치유발액이 총 4,092억 원, 취업유발인원이 총 5,472명이 될 전망이다. 영화의 경우 생산유발액이 총 797억 원, 부가가치유발액이 총 340억 원, 취업유발인원이 총 537명이 될 전망이다. OTT의 경우 생산유발액이 총 1,853억 원, 부가가치유발액이 총 790억 원, 취업유발인원이 총 1,249명이 될 것으로 전망된다.

〈표 4-10〉 세액공제율 인상에 따른 경제적 파급효과

(단위: 억 원, 명)

구분		직접효과	경제적 효과		
		제작비 투자증가	생산유발액	부가가치유발액	취업유발인원
방송	2023년	922	1,953	741	991
	2024년	967	2,050	778	1,040
	2025년	1,016	2,152	816	1,092
	2026년	1,066	2,259	857	1,146
	2027년	1,119	2,371	900	1,203
	소계	5,090	10,785	4,092	5,472
영화	2023년	73	144	61	97
	2024년	77	152	65	102
	2025년	81	159	68	107
	2026년	85	167	71	113
	2027년	89	175	75	118
	소계	405	797	340	537

21) 배현진 외(2020), 조세특례제한법 일부개정법률안 배현진 의원 등 10인 제380회 국회(임시회) 발의안, https://opinion.lawmaking.go.kr/gcom/nsmLmSts/out?sortCol=&sortOrder=&sugCd=21&sgtCls=&cptOfiOrgCd=&searchStDtNew=&searchEdDtNew=&rslRsltNmL=&rslRsltNmR=&scCptPpostCmt=&scPpsUsr=&stDtFmt=&edDtFmt=&scBlNm=scBlNm_blNm&scBlNmSct=2102025

구분		직접효과	경제적 효과		
		제작비 투자증가	생산유발액	부가가치유발액	취업유발인원
OTT	2023년	109	215	92	145
	2024년	139	274	117	185
	2025년	177	350	149	236
	2026년	226	446	190	300
	2027년	288	568	242	383
	소계	939	1,853	790	1,249
합계			13,436	5,220	7,257

2) 세부장르별 직접효과 및 경제적 파급효과

다음으로, 세부 장르별 직접효과와 경제적 파급효과를 파악하고자 하였다. 다음은 「2021 방송영상 산업백서」에서 제공하는 '방송영상독립제작사 영상물 제작 장르별 매출액 비율'을 통해, 방송 분야 장르별 제작비 비중을 파악하여, 연도별/장르별 제작비를 추정한 것이다. 이 단계에서 매출액 비율은 제작비 비율과 같은 것이라고 가정하였다. '영상콘텐츠 세부장르별 직접효과'로서, '제작비 비중 및 제작비 규모 추정결과'는 다음과 같다.

〈표 4-11〉 영상콘텐츠 세부장르별 제작비 비중 및 제작비 규모 추정결과

(단위: 억 원)

주요장르	세액공제 대상 장르	제작비 비중 (%)	제작비 규모					
			2023년	2024년	2025년	2026년	2027년	장르별 합계
드라마	○	78.8	20,349	21,362	22,424	23,539	24,710	112,385
애니메이션	○	3.1	800	840	882	926	972	4,419
오락	○	10.9	2,827	2,967	3,115	3,270	3,432	15,610
다큐멘터리	○	2.2	568	596	626	657	690	3,137
교양 (정보·문화 예술·교육)	○	5.0	1,295	1,360	1,427	1,498	1,573	7,154
총합계		100.0	25,839	27,125	28,474	29,890	31,377	142,705

영상콘텐츠 세부장르별 경제적 파급효과는 연도별/장르별 제작비를 이전까지의 계산 과정에 대입한 결과이다. 이에 따르면 세액공제로 인해 기대되는 '영상콘텐츠 세부장르별 경제적 파급효과'는 '드라마'의 경우 2023년부터 2027년까지 생산유발액 총 3,591억 원, 부가가치유발액 총 1,363억 원, 취업유발인원 총 1,822명이다. '애니메이션'의 경우 2023년부터 2027년까지 생산유발액 총 141억 원, 부가가치유발액 총 54억 원, 취업유발인원 총 72명이다. '오락'의 경우 2023년부터 2027년까지 생산유발액 총 499억 원, 부가가치유발액 총 189억 원, 취업유발인원 총 253명이다. '다큐멘터리'의 경우 2023년부터 2027년까지 생산유발액 총 100억 원, 부가가치유발액 총 38억 원, 취업유발인원 총 51명이다. '교양'의 경우 2023년부터 2027년까지 생산유발액 총 229억 원, 부가가치유발액 총 87억 원, 취업유발인원 총 116명이다. 종합적으로, 2023년부터 2027년까지 영상콘텐츠 산업 분야 세액공제로 취할 수 있을 것이라 기대되는 경제적 파급효과의 합계는 생산유발액 총 4,560억 원, 부가가치유발액 총 1,730억 원, 취업유발인원 총 2,313명으로 추정된다.

〈표 4-12〉 영상콘텐츠 세부장르별 경제적 파급효과

(단위: 억 원, 명)

구분		제작비 투자증가	직접효과		
			생산유발액	부가가치유발액	취업유발인원
드라마	2023년	307	650	247	330
	2024년	322	683	259	346
	2025년	338	717	272	364
	2026년	355	752	285	382
	2027년	373	790	300	401
	소계	1,695	3,591	1,363	1,822
애니메이션	2023년	12	26	10	13
	2024년	13	27	10	14
	2025년	13	28	11	14
	2026년	14	30	11	15
	2027년	15	31	12	16
	소계	67	141	54	72
오락	2023년	43	90	34	46
	2024년	45	95	36	48
	2025년	47	100	38	50
	2026년	49	104	40	53

구분		제작비 투자증가	직접효과		
			생산유발액	부가가치유발액	취업유발인원
	2027년	52	110	42	56
	소계	235	499	189	253
다큐 멘터리	2023년	9	18	7	9
	2024년	9	19	7	10
	2025년	9	20	8	10
	2026년	10	21	8	11
	2027년	10	22	8	11
	소계	47	100	38	51
교양	2023년	20	41	16	21
	2024년	21	43	16	22
	2025년	22	46	17	23
	2026년	23	48	18	24
	2027년	24	50	19	25
	소계	108	229	87	116
합계		2,152	4,560	1,730	2,313

제5장

결론

제1절 영상콘텐츠 국내외 세제지원 제도변화의 시사점

1. 국내 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 강화 필요

스마트폰 확산 이후, 글로벌 SNS, OTT에 이르는 콘텐츠 제작과 소비 환경의 급속한 변화 속에서도 국내 영상콘텐츠가 성취한 성과는 계속 갱신되고 있다. 영상콘텐츠 제작업체는 이 과정에서 산업 주도권을 강화하며, 그 중요도를 높이고 있다. 한번 만들어진 콘텐츠는 이후 계속해서 긍정적 효과를 견인하는 비경합성, 일정 정도의 생산 규모를 갖추기만 하면 추가 또는 변동 비용이 별로 들지 않는 규모의 경제 성격을 갖추고 부가가치를 계속 높인다.

영상콘텐츠는 긍정적인 국가이미지 형성, 문화 창출을 통한 삶의 질 향상, 유관산업의 부가가치 창출, 지역경제 활성화나 국가경쟁력 제고 등 긍정적 외부효과가 매우 강하기 때문에 세액공제율 인상을 통해 얻는 추가적인 부가가치가 세액공제를 통해 줄어드는 세금의 양보다 더 클 가능성이 높다. 글로벌 OTT 출현 이후 콘텐츠의 중요성이 그 어느 때보다 커지는 지금, 세액공제를 통한 산업 지원은 많은 영상콘텐츠 제작업체에게 큰 도움이 될 수 있다.

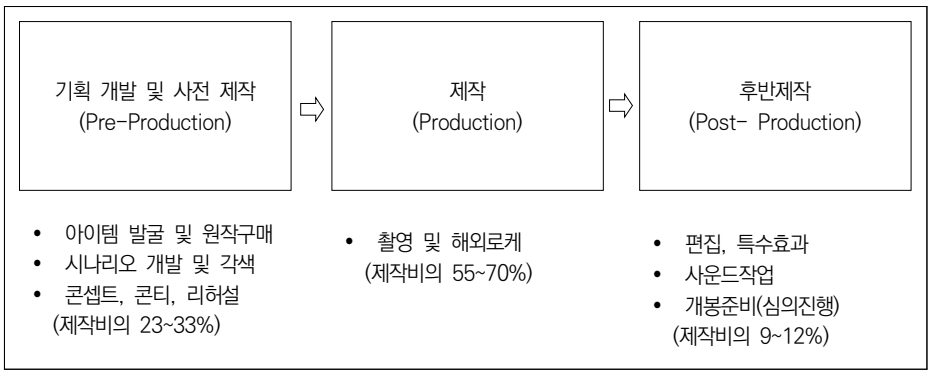
일반 세제지원 제도와 비교할 때 영상콘텐츠 분야에 대한 세제지원은 원칙적으로 법적 형평성을 위배할 가능성이 없지 않지만, 코로나 이후 더욱 가속화된 전 세계적인 영상콘텐츠 투자 열풍과 경제적 효과는 국가 차원에서의 제도적 지원 필요성을 제기한다. 현재 우리는 영상콘텐츠 제작사가 주요하게 혜택을 받을 수 있는 '영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제'를 개선하는 것이 먼저 필요하다. 영상콘텐츠 제작비 세액공제율을 충분히 상향할 필요성은 본 연구의 전문가 자문 단계에서도 계속 확인되었다. 특히 영상콘텐츠 제작업체들에 실질적인 혜택이 갈 수 있는 수준으로 높이는 작업이 필요하다. 현행 대기업 3%, 중견기업 7%, 중소기업 10%의 세액공제율은 해외 주요국이 최소 20% 이상

더욱 파격적인 추가 세액공제를 허용하는 것에 비하면 매우 낮은 수준이다. 따라서 국내 영상콘텐츠 산업의 적극적 육성을 위해서도 해외 주요국 수준으로 세액공제율을 인상하는 것이 필요하다.

영상콘텐츠 세제지원 적용 장르의 파격적인 확대도 산업계에 큰 도움이 될 수 있다. 현행 영상콘텐츠 제작비용 세액공제는 시행령으로 규정된 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리, 오락 프로그램, 영화관 상영용 영화, 그리고 2022년 7월에 추가된 OTT 콘텐츠를 대상으로 하고 있다. 현재 전통적인 장르로 규정하기 어려운 다양한 영상콘텐츠의 등장이 활발하고 많아지고 있는 상황에서 특정 장르범주에 한정된 세액공제 대상을 규정하는 것이 제작 활성화에 도움이 되기는 어렵다. 특정 콘텐츠를 규정하기보다, 포괄적인 영상콘텐츠를 대상으로 세액공제를 해주는 것이 필요하다. 현재 많은 인기를 얻고 있는 1분 이내의 숏폼(short form)이나 유튜브(youtube) 영상콘텐츠, 관객 몰입형 인터액티브 영상 등 새로운 형태의 영상콘텐츠들도 더 창조적이고 다양한 콘텐츠 제작 지원과 함께 세제지원을 하는 것이 필요하다. 현행 포지티브 방식의 세제지원보다는 지원대상에 해당되지 않는 영상콘텐츠를 특정하는 네거티브 방식을 택하여 오히려 더 다양한 방송영상콘텐츠가 세액공제 대상이 될 수 있도록 하는 것도 방법이다.

영상콘텐츠 분야는 실제로 핵심적인 혁신이 일어나는 기획·개발과 사전제작(pre-production) 단계가 전체 제작비의 약 23~33%를 차지할 정도로 매우 중요하다. 이 단계에서 일반 세제지원 제도로서 '연구인력개발비(R&D) 세액공제 제도'의 적용을 예상해볼 수 있다. 하지만 제조업을 중심으로 한 현행 연구인력개발비 세액공제 제도는 영상콘텐츠 산업 현실성을 반영하는 데 한계가 있어, 별도의 '영상콘텐츠 연구인력개발비 세액공제 항목을 신설'할 것을 본 연구에서 제언한다. 게임 콘텐츠는 게임기획 및 개발, 제작까지 모두 기업 내 연구소에 일어나 제작완료 시점까지 소요되는 비용이 대부분 연구인력개발비 세액공제의 대상이 되지만, 개발의 많은 부분이 야외 로케이션이나 스튜디오 등 외부에서 일어나는 영상콘텐츠는 세액공제 대상에 해당되는 개발비용의 비중이 매우 적다. 새로운 콘텐츠 창작을 위한 작가료, 원작구매비와 같은 기획·개발비용도 이 단계에 포함시키거나, 또는 저작권법 등과 연계한 별도의 세제지원 제도를 개발할 필요성도 있다.

[그림 5-1] 영상콘텐츠 창작·제작 단계와 제작비 비율



자료: CJ(2021), 문화콘텐츠 창작기획 세제지원 보고서 참조

조세특례제한법 상 '창업중소기업 등에 대한 세액감면', '중소기업에 대한 특별세액감면', '고용창출투자세액공제'는 투자지역, 즉 회사의 입지에 따라 세제혜택이 달라질 수 있다. 수도권 과밀 방지를 위해 지금도 비수도권에 더 많은 세제혜택을 제공하고 있다. 하지만 영상콘텐츠 산업은 인력 집약적 지식기반 산업이기 때문에 양질의 인력과 중요한 시장이 있는 수도권 위주로 입지할 수밖에 없었다. 그로 인해 중소 제작업체들이 중소기업 관련 세제혜택을 받기가 어렵고, 사업체의 위치를 중심으로 한 중소기업에 대한 세액감면 외에 영상콘텐츠 제작 지역 효과를 반영하는 세액감면 제도를 도입하는 것도 가능하다. 업체가 수도권에 위치하더라도 콘텐츠 제작이 주로 비수도권에서 이루어지는 경우 세액공제를 제공하는 방식으로 운영한다면 사업체 위치와 주로 제작이 이루어지는 입지가 다른 경우가 많은 영상콘텐츠업의 특수성을 반영할 수 있다. 또한 수도권 외에서 영상콘텐츠 제작을 더욱 활성화하여 지역경제활성화라는 법 취지에도 부합할 수 있다.

현행 외국납부세액공제 제도의 개선도 필요하다. 외국납부세액공제 제도는 해외에 진출한 영상콘텐츠 업체들이 해외에 세금을 납부한 경우, 국내 법인세에서 일정 한도 내에서 세액을 공제해주는 제도이다. 이 제도는 이중과세를 방지하는 장치로 작용하지만 공제한도를 도출하는 공식이 매우 복잡하고 제조업과 달리 영상콘텐츠 산업은 어떤 비용이 직접비용 또는 배부비용(간접비용)에 해당되는지 알기가 쉽지 않다. 영세한 영상콘텐츠 제작업체에 대해서 이러한 납세협력비용을 제거하기 위해 국외원천소득 자체를 공제한도에 적용하는 예외를 두는 것을 제안할 수 있다(박종수, 2021). 이 경우 영세 사업체는 공제한도의 제한이 없이 외국납부세액 전액을 공제하는 등 해외 진출을 통한 이득을

극대화하여 더 적극적으로 해외 진출을 추진할 가능성이 높아지고 글로벌 경쟁력을 강화할 수 있다는 취지이다.

2. 해외 영상콘텐츠 산업 세제지원 제도의 변화 추세

2022년 상반기 기준, 전 세계적으로 20개 이상의 국가가 영상콘텐츠 산업 세제지원을 제공하고 있다(Smithson, 2022). 코로나를 겪으면서 OTT와 같은 플랫폼이 무한한 부가가치를 창출할 수 있음이 입증되고, 각국이 경쟁적으로 영상산업에 투자를 하고 싶어하는 것은 어찌 보면 당연한 일이다. 이들 국가 가운데에는 세계 경제 순위 133위의 개발도상국도 포함되어 있다.

본 연구는 이런 상황에서 과연 다수 국가의 세제지원 정보를 단순히 파악하는 것보다는 코로나 초기 시점 이후 연장선상에서 일부 주요국가의 코로나 이후 제도 변화사례를 심도 있게 살펴보는 것이 더 의미가 있다고 판단하였다. 이러한 맥락에서 코로나에 대한 강력한 사회적 규제로 경제적 여파가 가장 심했던 영국과 호주를 우선적으로 선정하였다. 이와 더불어, 2020년 이후 눈에 띄는 정책 변화가 있었던 미국과 캐나다를 연구 대상으로 총 4개 국가를 선정하였다. 특히, 현실적인 프로덕션 관점에서 살펴볼 때 제작사가 받게 되는 혜택은 중앙정부의 세제지원만이 아니므로, 이들 국가의 주·지방 정부 차원에서 운영하고 있는 관련 제도의 변화를 통해 실질적인 세제지원 관점에 대한 이해를 돕고자 하였다.

영국과 호주는 서비스업이 전체 경제의 70%를 차지하는 전형적인 선진국형 경제를 구조를 갖추고 있어 코로나로 인한 경제적 타격이 유독 심하게 나타날 수밖에 없었다. 특히, 관광객을 통한 해외 자금 유입이 경제의 주요한 동인으로 작용했던 만큼 양국은 단기간 내에 부가가치를 올릴 대체 산업으로 눈을 돌려야 했을 것이다. 6개월 이상 이어진 봉쇄령과 외출금지령 등으로 야외 활동이 전면 금지되었던 탓에 양국에서는 콘텐츠 산업에 대한 중요성이 더욱 부각되기도 했다.

이미 전 세계적으로 가장 파격적인 수준의 세액공제 및 환급 제도를 운영하고 있던 영국은 별도의 세제지원을 확대하지는 않았으나, 2020년 팬데믹 기간 동안 자국 영상산업을 보호하기 위해 추가 자금을 투입하여 임시 지원금을 제공하였다. 덕분에 제작이

중단되었던 많은 영상산업이 효과적으로 재개될 수 있었으며, 2021년 상반기 영국은 팬데믹 이전보다 훨씬 높은 수준의 영상산업 발전을 이끌 수 있었다(Sweney, 2022).

호주는 2020년 국경을 폐쇄하여 관광 수입이 막히자, 대규모 해외 프로덕션을 유치하기 위한 촬영지 인센티브 제도를 확대, 연장하였다. 또한, 2021년에는 다양한 플랫폼을 통해 제공되는 영상 제작사 세액공제를 10% 확대하기도 하였다. 이러한 적극적인 세제 지원 확대는 2021년 호주 영상산업 규모를 유례없이 발전시키는 동력이 되었고, 마블 시리즈, 넷플릭스, 아마존 프라임, HBO가 호주에서 새로운 프로덕션을 시작하면서 '오지우드(Aussiewood)'라는 별칭이 생겨나기도 했다. 호주 관련기관에서는 일정 규모 이상의 예산을 가진 해외 제작사를 겨냥한 촬영지 세액공제와 촬영지 인센티브의 시너지 효과가 이와 같은 성과로 이어진 것으로 분석하고 있다.

2020년 코로나 이후 미국에서는 새롭게 영상 세제지원을 출범한 주가 5개나 될 정도로 주별 세제지원 제도에 큰 변화가 있었다. 이와 더불어 캘리포니아, 뉴욕, 조지아 주간의 치열한 프로덕션 유치 경쟁으로 세제지원의 연장 및 확대가 관찰되었다. 본 연구에서 다룬 이들 3개 주들은 세제지원을 통해 캘리포니아, 뉴욕의 경우 직접적인 경제 효과와 일자리 창출, 관광객 유치 등의 부수적인 효과로 긍정적인 투자 회수율을 보였지만, 2021년 막대한 금액을 환급금으로 지급했던 조지아 주의 경우 투자한 만큼의 결과는 나타나지 않았던 것으로 분석된 바도 있다.

캐나다는 전 세계 최대 규모의 영상산업 생태계를 갖춘 미국과의 물리적, 심리적 근접성을 적극 활용하여 많은 할리우드 영화 제작의 무대가 되어왔다. 할리우드가 있는 미국과 '할리우드 노스(Hollywood North)'로 일찍이 영상산업이 발달한 캐나다는 연방 세제지원보다 이에 중복 적용되는 주별 세제지원이 유독 발달된 국가이다. 캐나다 각 주 정부에서는 평균 20% 이상의 세액공제를 제공하고 있고, 이는 연방정부의 세제지원혜택과 합쳐졌을 때 35% 이상의 효과로 나타난다. 특히, 2020년 이후 일부 소규모 지역에서는 지역경제활성화 전략으로 영상콘텐츠 산업에 대한 대대적인 투자가 발표된 것을 앞서 살펴보았다. 제작진의 숙박비나 이동 경비에 대한 지출까지도 세액공제에 포함시키면서 디즈니플러스의 '네버랜드' 촬영지로 낙점되기도 하였다.

이들 4개 국가의 사례는 미래 먹거리로서 영상콘텐츠 산업에 대한 각국의 기대를 드러낸다. 실제로 이들 국가의 정부 및 전문 연구기관에서는 영상콘텐츠 산업이 직접적인 산업 발전뿐 아니라 일자리 창출, 관광산업의 부흥, 국가 이미지 향상 등 부차적인 경제

적 효과를 가져온다고 분석하고 있으며, 대부분의 사례에서 세제지원을 통해 투입된 자금이 원금 이상의 가치로 회수되는 경향이 나타났다(BFI, 2021; Camoin 310, 2021; Australia's Office for Arts of the Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications, 2022c). 이러한 긍정적인 결과는 물론 신중하게 구성된 세제지원의 조건에서 비롯된다. 이들 4개 국가에서 공통점으로 나타나는 영상콘텐츠 산업 관련 세제지원의 특징은 다음과 같이 정리될 수 있다.

첫째, 해외 주요 국가들은 세제지원 제도를 통해 해당 국가 및 지역에 대한 제작사 설립을 유도한다. 이들 국가의 세제지원은 특히 법인세 또는 소득세의 법적 테두리 안에서 운영하고 있으며, 세액공제나 환급금을 받기 위해 해당 국가에 영구적으로 자리 잡은(permanently established) 법인이 설립되어야 한다는 조건을 내세우고 있다. 가장 강력한 사례로 캐나다 주 정부의 경우, 법인 소유 지분이 캐나다인에게 있는지를 파악하기 위해 회사 전체 지분에 대한 증빙을 요구하기도 한다. 이는 세제지원이 일회성 프로젝트에 그치지 않고, 제2, 3의 프로젝트로 연결될 수 있는 가능성을 열어두기 위한 조치로 해석된다. 실제로, 이러한 영구 상주 조건을 내세우지 않은 조지아 주의 경우 세제지원 제도의 ROI가 낮다는 지적을 받은 바도 있다(Mears et al., 2020).

둘째, 대형 제작사의 해외 법인 유치를 통해, 적극적인 고용창출을 유인하고 있다. 이는 현지 인건비에 대한 세액공제 프로그램에서 더욱 명확하게 드러난다. 4개 국가 모두 해당 국가 또는 지역 거주민의 인건비 지출의 일부를 세액 환급금으로 돌려주거나 공제해주는 제도를 운영하고 있다. 호주 골드코스트 시와 같이 인건비 지출의 일부를 지원금으로 현금 지급하는 곳도 있을 정도이다.

셋째, 영상콘텐츠 세제지원 및 장려금이 미래 인재 양성에 일부 환원될 수 있도록 노력하고 있다는 공통점도 확인된다. 예컨대, 미국의 뉴멕시코 주나 캐나다의 브리티시 컬럼비아 주, 노바스코샤 주 등에서는 세액공제나 지원금을 받고자 하는 제작사에게 견습생 제도를 의무적으로 운영하거나, 이러한 프로그램에 기부를 하도록 요구한다. 이는 중·장기적인 관점에서 해당 국가 및 지역 산업 종사자를 길러내고 확대하기 위한 것이며, 우수한 현지 인력 풀을 보유하는 것은 다시 유망한 제작사를 유치하는 데 좋은 수단이 될 수 있기에 저마다 제작사의 발을 묶어두고, 또 다른 프로젝트의 발생과 성공을 기약할 수 있는 방법을 고심하고 있는 흔적이라 볼 수 있다.

기본적으로 투자금으로 자본을 조달하는 경향이 높은 영상콘텐츠 산업 특성상 촬영지

이전으로 거둘 수 있는 세제지원의 혜택을 물리치기는 어려운 일이다. 그렇기에 세제지원의 확대와 경제적 효과 간에 무조건적인 비례 관계를 기대하기는 어려울 수 있다. 일례로 세제지원을 위한 예산 한도액을 정해두지 않은 조지아 주는 2021년 12억 달러(USD)라는 천문학적인 예산을 영상산업 유치에 쏟아 부었으나 학계에서는 이러한 조지아 주의 세제지원이 그 이상의 경제적 효과를 창출하지 않는다고 지적한 바도 있다(Bradbury, 2019; Meares et al., 2020). 그만큼 예산이나 세금 한도에 대한 기준도 중요하다는 것이다.

본 연구는 코로나 이후 기본 세제공제율이 최대 50%에 달하는 국가가 확인될 정도로, 급변한 글로벌 영상콘텐츠 산업 변화 추이를 파악하였다. 미래 경제 발전을 도모하는 데 있어 많은 국가들이 영상콘텐츠 산업을 중시하고 있음을 확인할 수 있었다. 부가가치가 높은 영상콘텐츠 산업의 발전은 공급망의 위기, 사회·정치적 갈등의 고조에 따른 불확실성이 팽배한 현재의 경제 상황에서 우리나라의 경제 성장을 도모할 좋은 수단이 될 수 있음에는 틀림없다. 다만, 글로벌 경쟁에서 우위를 선점하기 위해 세제지원을 무작정 확대하기만 한다면 오히려 경제를 위협할 수 있다는 점도 고려할 필요성도 있다는 점도 함께 살펴보았다. 향후 영상콘텐츠 산업 세제지원 정책 방향성에서 투자 대비 회수율을 유지할 수 있는 적정한 지원 범위를 찾는 것이 무엇보다 중요하다는 점도 시사한다.

3. 영상콘텐츠 산업 세제지원의 경제적 효과

영상콘텐츠 산업 세제지원 제도의 경제적 효과를 검토하기 위해, 본 연구에서는 '영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제 확대'라는 구체적인 상황을 가정하고 분석하였다. 분석을 위한 기초 데이터는 방송, 영화, OTT 등 영상 산업 제작비 정보를 포함한 각종 자료를 통해 구축하였으며 추정에 필요한 정보의 비중이나 비율 또한 관련 자료들을 통해 확보하였다.

첫째, 산업연관분석을 적용하여 제작비 투자 증가 시 기대되는 생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과를 추정하였다. 분석 결과, 영상콘텐츠 세액공제에 따른 제작비 투자는 2027년까지 방송은 473억, 영화 38억, OTT 122억 원 증가할 것으로 나타났다. 한편 투자비 1억 원 증가 시, 생산유발효과는 2027년까지 방송은 1,003명, 영화

74명, OTT 240명 증가, 부가가치유발효과는 투자비 1억 원 증가 시 2027년까지 방송 380억, 영화 32억, OTT 102억 원 증가, 취업유발인원은 투자비 1억 원 증가 시 2027년까지 방송 509명, 영화 50명, OTT 162명 증가하는 경제적 파급효과가 추정되었다.

둘째, 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제 인상률이 대기업 10%, 중견기업 15%, 중소기업 20%까지 증가할 것이라는 가정하에, 기대되는 생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과를 추정하였다. 분석 결과, 2023년부터 2027년까지 방송 분야의 경우 생산유발액이 총 1조 785억 원, 부가가치유발액이 총 4,092억 원, 취업유발인원이 총 5,472명이 될 것으로 나타났다. 영화의 경우 생산유발액이 총 797억 원, 부가가치유발액이 총 340억 원, 취업유발인원이 총 537명이 될 것으로 나타났다. OTT의 경우 생산유발액이 총 1,853억 원, 부가가치유발액이 총 790억 원, 취업유발인원이 총 1,249명이 될 것으로 전망되었다. 또한, 영상콘텐츠 세부장르별 경제적 파급효과에 있어서도 2023년부터 2027년까지 영상콘텐츠 산업 분야 세액공제로 취할 수 있을 것이라 기대되는 경제적 파급효과의 합계는 생산유발액 총 4,560억 원, 부가가치유발액 총 1,730억 원, 취업유발인원 총 2,313명으로 추정되었다.

제2절 영상콘텐츠 세제지원 확대방안 제언

1. 영상콘텐츠 세제지원 제도의 체계화

코로나 이후 전 세계적으로 주요 국가들이 영상콘텐츠 산업 분야 세제지원 제도에 변화를 시도한 측면을 살펴보았다. 영상 산업의 글로벌 경쟁력을 갖춘 주요국들은 그간 관련 세제지원 제도를 대폭 강화하여, 세제지원율 상향, 추가 지원이나 환급, 국가 단위와 차별화된 지역 단위에서의 세제지원 제도 개발 등이 활발하다는 점도 파악하였다. 이때 영상콘텐츠 산업 진흥의 과정과 결과를 고려할 때, 자국민 또는 자국 거주민의 고용을 창출하고 사업체의 영속성, 미래 인력의 계속적인 창출과 경제적 기여 효과를 지향하고 있다는 점을 확인할 수 있었다.

2022년 말 일몰 예정이던 영상콘텐츠 제작비 세액공제 지원제도가 2025년 연말까지 계속 시행하도록 연장되었다. 영상콘텐츠 글로벌 제작환경 변화도 반영하여 OTT 제작비 또한 세제지원 범위로 확정한 것 또한 다행스러운 결정이다. 다만 영상콘텐츠 산업의 지속적인 발전을 도모하기 위해서는 지금보다는 더 지원범위와 수위를 확대할 필요가 있다.

본 연구에서는 국내 영상콘텐츠 제작비용에 대한 투자가 확대될 때 기대할 수 있는 경제적 파급효과를 실증적으로 검토한 것 외에도, 가히 글로벌 영상 강국이라 할 수 있는 미국, 영국 등 주요 4개국가의 적극적인 영상콘텐츠 산업분야 세제지원 정책이 경제적, 사회적으로 미칠 영향에 대비하여 얼마나 정교하게 설계되었으며, 그 움직임 또한 얼마나 적극적이고 다차원적인지도 확인할 수 있었다. 우리도 영상콘텐츠 제작비 세액공제 지원제도를 연장하는 정도에 머물 것이 아니라, 향후에도 이 제도를 중심으로 산업진흥 정책으로서 관련 세제지원 제도를 체계적으로 정비할 필요성을 제기한다.

2. 향후 영상콘텐츠 세제지원 확대 방향성

영상콘텐츠 분야는 오랫동안 논쟁의 중심에 있었던 영상콘텐츠 제작비 세액공제 외에도 제작환경의 현실과 특수성을 고려한 다양한 세제지원 확대방안을 제시해 왔다. 영상콘텐츠 분야에 특화된 세제지원 제도 외에도 일반 세제지원 제도, 중소기업에 특화된 세제지원 제도 등을 활용할 수 있는 가능성을 더 확대할 수 있는 방안 마련에 있어서도 향후 더 면밀한 연구와 검토가 이어질 필요가 있다.

무엇보다 국내 영상콘텐츠 산업이 글로벌 경쟁 구도에서 계속 성장을 도모할 지원 세액공제율 상향 조정 필요성과 그 효과에 대해서는 본 연구에서 중점적으로 다루었다. 그 외에도 본 연구는 영상콘텐츠 산업이 장기적으로 꾸준한 고용창출 및 기업(사업체) 성장을 통해 경제 성장의 주요 견인산업이 될 수 있도록 현재 일몰제로 시행되고 있는 영상콘텐츠 제작비 세액공제를 영구법으로 추진할 필요성에 대해서도 제안하였다.

국내 영상콘텐츠 산업 생태계의 대다수를 구성하고 있는 중소기업에 대한 세제지원을 확장하는 방안으로는 다음과 같은 내용을 제시하였다. 첫째, 영세사업체 비중이 높은 국내 영상콘텐츠 산업의 중소규모 사업체 성장을 촉진하기 위해 소규모 사업체를 대상으로 한 기본공제 금액 설정을 제안하였다. 둘째, 영상콘텐츠의 특성상 제조업 중심의 유형 제품과 달리 완성품으로 만들어진 결과물이 반드시 이윤을 창출하지 않고 적자손실이 발생하는 사례도 많아 부분 손실보전 제도를 도입하여 사업체들이 잦은 폐업을 반복하지 않고 사업 영속성을 갖출 수 있는 보완재 역할을 할 수 있는 방안을 검토하도록 하였다. 셋째, 현행 조특법상 영상콘텐츠 세액공제 과세연도 기준이 현실과 괴리된 점을 개선하고자 과세연도 기간을 연장함으로써 세액공제 혜택 가능성을 넓히도록 하였다. 넷째, 세제지원의 경제적 효과가 국내 지역경제활성화에도 기여할 수 있는 가능성을 고려하여 특정 지역에서 제작이 진행될 경우 세액공제율을 추가하는 클러스터 세제혜택 안도 제시하였다. 다섯째, 영상콘텐츠 업계에도 병역대체제도 도입을 통해 인건비 공제를 활성화할 수 있는 방안을 제시하였다.

연구·인력개발비(R&D) 세액공제는 고질적으로 콘텐츠 분야에 적용 가능성이 낮다는 문제가 제기되어 왔다. 본 연구에서는 연구·인력개발비 세액공제를 받기 위해 반드시 요구되는 연구전담인력 배치나 기술 적용 범위의 한계 등을 고려하여, 영상 제작 현실이 제도적으로 반영되도록 별도의 '콘텐츠 연구인력개발비용 지원제도' 신설을 제안하였다.

영상 프로젝트 단위의 세제지원 가능성 확대 방안도 제시하였다. 이를 위해 첫째, 세액공제 혜택 대상의 범위를 제작자로 특정하지 않고 관련 요건을 완화할 것을 제안하였다. 둘째, 국내 영상 제작이 주로 소규모 사업체, 프로젝트별로 활발하다는 차원에서 세제지원을 통한 산업 진흥을 도모하려면 에스크로 제도나 ERP 시스템과 같은 회계 시스템의 구축과 관리가 도움이 될 수 있다는 점도 제안하였다. 일반적으로 우리나라의 회계정산 시스템이 더 발전해야할 여지가 있고, 영상 산업 분야에서 에스크로 제도 특수목적법인(SPC)을 통한 회계 처리의 제도적 투명함과 현실적인 세제지원 방법이 섬세하게 고안될 필요성도 높다. 다만, 국내 영상콘텐츠 산업이 세계적으로 많은 성취를 해나가고 있음에도 불구하고, 아직 산업 생태계 측면에서는 영세성, 비영속성 등 사업과정의 어려움이 많다는 점에 착안하여 이와 관련한 세제지원 제도는 보다 더 체계적이며 섬세하게 확대해야 할 것이다.

마지막으로 투자비 세액공제 적용 가능성도 제안하였다. 현재까지와 같이 영상 제작비를 중심으로 설계된 세제지원 정책과 구분하여, 제작 투자비에 대한 세액공제 적용 가능성을 검토하고, 이를 확대할 필요성도 제안한 것이다. 실제로 영상콘텐츠 제작 과정에 투자 자본의 중요성이 높고, 제작사가 아니더라도 플랫폼이나 투자사 등이 다양한 투자 활동을 통해 실질적인 제작비를 형성하는 현실을 고려할 때, 이에 대한 세액공제를 통해 민간 자본의 유입을 활성화할 수 있는 가능성을 높일 필요도 있다.

또한 영상콘텐츠 산업에 적용될 조세감면의 크기나 적용범위와 같은 재정적 측면에서의 효과가 지속적, 효과적으로 검토될 수 있도록 관련 데이터가 협조 또는 구축될 필요성도 높다. 특히 제도 효과성을 높이기 위해서는 영상콘텐츠 산업군에 해당하는 사업체 데이터를 국세청 등을 통해 협조 받거나, 또는 문화체육관광부를 통해 관련 데이터를 구축하여 납세 주체들의 변화와 효과를 계속 검토해야 할 것이다. 본 연구에서 세제지원 수준 확대상황을 가정하고 경제적 효과를 분석할 시, 재투자액 비중에 대한 가정치를 다소 정밀하게 적용하지 못한 한계가 있었는데, 이러한 점 또한 정밀한 데이터 구축과 정보보완을 기반으로 해결 방법을 획득하게 될 가능성이 높다. 이러한 과정에서, 영상콘텐츠 산업 대부분을 구성하고 있는 영세 사업체를 보조, 지원하는 방향의 세제지원이 효과적인지, 아니면 실효성을 높이기 위해 보다 규모가 크거나 특수한 일부 집단을 타겟팅하여 세제지원 강도를 높이는 것이 나은지 등을 실증 검토하고, 관련 제도의 효과도 더 높일 수 있을 것이다.

참고문헌

- 권호영 외(2017),「콘텐츠산업 재정정책의 진단과 개선 방안」, 한국콘텐츠진흥원.
- 김용희(2022),「콘텐츠 세제지원 정책의 사회경제적 가치측정 보고서」, 경기:오픈루트.
- 김유찬(2011), 문화콘텐츠 재화에 대한 부가가치세 지원의 이론적 근거와 세수효과에 대한 연구, 조세연구, 11(1), pp. 317-340.
- 홍익표 외(2022), 조세특례제한법 일부개정법률안(홍익표 의원 대표발의), 의사국 의안과 의안원문.
- 기획재정부(2022),「2022년 세제개편안」.
- 문화체육관광부(2022),「2020년 기준 콘텐츠산업조사」.
- 박정수 외(2010),「콘텐츠산업의 글로벌 경쟁 환경과 한국의 대응전략」, 세종:산업연구원.
- 박종수(2021), 영상콘텐츠 산업의 활성화를 위한 세제지원 개선방안 연구, 조세논총, 6, pp47-92.
- 법제처(2022), 조세특례제한법 일부개정법률안 입법예고, https://www.moleg.go.kr/lawinfo/makingInfo.mo?lawSeq=69194&lawCd=0&&lawType=TYPE5&mid=a10104010000
- 법제처(2022), 국가법령정보센터 검색결과, law.go.kr/법령/조세특례제한법
- 배현진 외(2020), 조세특례제한법 일부개정법률안 배현진 의원 등 10인 제380회 국회(임시회) 발의안, https://opinion.lawmaking.go.kr/gcom/nsmLmSts/out?sortCol=&sortOrder=&sugCd=21&sgtCls=&cptOfiOrgCd=&searchStDtNew=&searchEdDtNew=&rslRsltNmL=&rslRsltNmR=&scCptPpostCmt=&scPpsUsr=&stDtFmt=&edDtFmt=&scBlNm=scBlNm_blNm&scBlNmSct=2102025
- 이상규 외(2020),「방송·영상콘텐츠 세제지원 확대방안 연구」, 한국문화관광연구원.
- 이승희(2021),「콘텐츠산업의 창작개발(R&D) 세제지원 확대를 위한 조세특례제한법 개정 방향」, 나주: 한국콘텐츠진흥원.
- 이용호 외(2022), 조세특례제한법 일부개정법률안(이용호 의원 대표발의), 의사국 의

안과 의안원문.
- 이학준 외(2018), 한·미·일 콘텐츠산업의 경제적 파급효과 분석, 산업경제연구, 31(3), pp. 1161-1182.
- 임병인(2020), 「콘텐츠기업 조세지원 제도개선 연구」, 한국콘텐츠진흥원.
- 조선일보(2022.8.20.일자 기사), 韓 OTT업계 "세액공제 실효성 떨어져… 핵심은 제작비 아닌 투자비"
- 최영호(2012), 콘텐츠산업의 지원체계 정책 방향에 관한 연구, 한국영상학회논문집, 10(3), pp89-109.
- 한국언론학회(2022), 한국언론학회 특별세미나 영상콘텐츠 세제 지원 제도의 경제 효과.
- 한국콘텐츠진흥원(2022), 「2021년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서」, 나주: 한국콘텐츠진흥원.
- CJ(2020), 문화콘텐츠 창작기획 세제지원 보고서.
- Akser, Murat. (2020). Cinema, Life and Other Viruses: The Future of Filmmaking, Film Education and Film Studies in the Age of Covid-19 Pandemic. CINJEJ Cinema Journal
- Ausfilm. (2022). Australian Screen Incentives Fact Sheet
- Australian Bureau of Statistics. (2022). https://www.abs.gov.au/
- Australian Government's Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications, (2018). Location Incentive Program Location Incentive Grants Guidelines
- Australian Government's Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications, (2020). Location Incentive Program Location Incentive Grants Guidelines
- Australian Government's Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications. (2022a). Location offset guidelines
- Australian Government's Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications. (2022b). PDV offset guidelines
- Australian Government's Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications. (2022c). Economic assessment of the Location Incentive on Australia's screen sector
- Australian Queensland Government. (2021). The Queensland Cabinet and

Ministerial Directory. $71 million budget boost for booming screen industry
- Best, Kianna. (2022). 828 Productions set to open headquarters in New Mexico
- British Columbia BC Law. (2022). Income Tax Act. [RSBC 1996] Chapter 215
- British Columbia. (2022) Film and television tax credit.
- British Film Commission. (2022). https://britishfilmcommission.org.uk
- BFI. (2021). Screen Business. https://www.bfi.org.uk/
- British Film Institute. (2021). How screen sector tax reliefs power economic growth across the UK 2017–2019
- Button. Patrick. (2019). Do Tax Incentives Affect Business Location and Economic Development? Evidence from State Film Incentives
- Bradbury, John Charles. (2020). A Comment on Georgia Department of Economic Development Report: "The Economic Impact of the Film Industry in Georgia"
- Camoin 310. (2021). Economic Impact Of The Film Industry In New York State, 2019 & 2020
- CBC News. (2022). Nova Scotia raises film fund cap to $10M
- Coleman, Justine. (2020). Netflix pledges $1 billion for production spending, expands New Mexico studio
- Chavez, Liana. (2022). Film/Television Industry and New Mexico's Economy
- Cherubini, Jason. (2020). The Return of Section 181: How Filmmakers Can Capitalize. ProductionHUB.
- Chianese, J. (2022). Forging the Future of Filmmaking in New Mexico
- Cho, Winston. (2022). Netflix Leads Rivals in Collecting $37M in California Tax Credits. The Hollywood Reporter.
- Clougherty, Tom et al., (2020). A Framework for The Future Reforming the Uk Tax System
- Communities, Culture, Tourism and Heritage of Nova Scotia. (2022). Film Fund Cap Raised, Fund Increased for 2022-23
- Creative Scotland. (2022). Screen Funding.

https://www.creativescotland.com/
- Creative Tax Reliefs. (2022). Film Tax Relief (FTR). https://www.creativetaxreliefs.com/
- Creative Wales. (2022). Creative Wales Production Funding
- Deloitte. (2021a). The Future of the Creative Economy
- Deloitte. (2021b). The Value of Tourism
- Dentons. (2019). Producing in Canada: A guide to Canadian film, television and interactive digital media incentive programs
- Dentons. (2021). Producing in Canada: A guide to Canadian film, television and interactive digital media incentive programs
- Destination NSW. (2020) Economic Contribution of Tourism to NSW 2019-20 Media Industry Support Program.
- Entertainment Partners. (2022a). U.S. Production Incentives. file:///C:/Users/ianhy/Downloads/US_Incentives_Map_2022.pdf
- Entertainment Partners. (2022b). Canada Incentive Estimator.
- Entertainment Partners. (2022c). BRITISH COLUMBIA - Production Service.
- Film New Mexico. (2022). U.S. Production Incentives. https://nmfilm.com/
- Gomez, Adrian. (17. 7. 2022). New Mexico film industry brings in record $855.4M
- Gomez, Adrian. (2022). Film Incentives: How does New Mexico stack up?
- Government of Canada. (2022a). Film and video tax credits – CAVCO
- Government of Canada. (2022b). Newfoundland and Labrador film and video industry tax credit
- Government of UK. (2022). Guidance. Creative Industry tax reliefs for Corporation Tax
- Grozinger, Philipp & Parsons, Stephanie. (2020). The COVID-19 Outbreak and Australia's Education and Tourism Exports
- Ho, Rodney. (2022). Record year for TV, film production in Georgia: $4.4B in direct spending. The Atlanta Journal-Constitution
- KMPG. (2020). Unleashing Creativity. The next frontier: The opportunity for creative industries in our new reality

- Kuoni. (2022). The world's most popular filming destinations.
- Lee, Morgan. (2022). New Mexico, 'Stranger Things' backdrop, hits production peak
- Liscio, Jennifer. (2022). 5 Reasons to Consider Canada for Your Next Production
- Maddox, Garry. (2021). While other industries suffered, Aussie film and TV production had a record year. The Sydney Morning Herald.
- McIlloy, Tom. (2020). Film and TV industry bids for boosted production subsidies. Financial Review.
- McKinsey & Company. (2020). The next normal for Australian industries and workforces
- Mears, Wesley et al. (2020). Show Me the Money: An Analysis of Georgia's State Film Tax Credit Program. Georgia Political Science Association
- Moody, Barry. (2021). Nova Scotia. Britannica Encylopedia.
- Motion Picture Association. (2020). THEME Report
- Motion Picture Association. (2021). THEME Report
- Motion Picture Association. (2022). Research Report: The American Motion Picture and Television Industry: Creating Jobs, Trading Around the World
- Motion Picture Association – Canada. (2022).
- Moore. (2018). The New Deduction For Film Costs. Forbes.
- Mullin, Morgan. (2022). Nova Scotia government increases film fund cap to $10 Million
- Nelson, Eshe. (2022). A Hollywood Production (Made in Liverpool). The New York Times.
- New Brunswick Department of Tourism, Heritage and Culture. (2022). NB Film, Television & New Media Industry Support Program – Production Incentives
- New Mexico Film Office. (2022). https://nmfilm.com/
- New York State Government. (2021). Appendix A -- NYS Film Tax Credit Program Guidelines
- NLFDC. (2022). https://nlfdc.ca/
- Nott, Robert. (2021). As millions of movie dollars pour into New Mexico,

legislators question film tax credit.
- Nova Scotia Business Inc. (2022). Nova Scotia Film & Television Production Incentive Fund
- Nova Scotia Canada. (2022). Finance and Treasury Board. Digital Animation Tax Credit.
- Nova Scotia Legislature (2022. 4. 13.) Standing Committee Handsard Transcripts.
- Nova Scotia Premier's Office. (2022). Government Invests in Film Industry Growth.
- Oliver, Shane. (2021). The effect of COVID-19 on the Australian economy so far.
- Olsberg·SPI. (2019). Global Film Production Incentives
- Olsberg·SPI. (2020). The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19
- Olsberg·SPI. (2021). Economic Impact of the New Mexico Film Production Tax Credit
- O'Neill, Aaron. (2022). Australia: Distribution of gross domestic product (GDP) across economic sectors from 2010 to 2020. Statista.
- Orton, Tyler. (2022). B.C. retkes Hollywood North crown as sector generates $3.3b in 2021. Business in Vancouver.
- Patterson, Stephen. E. (2021). New Brunswick. Britannica Encyclopedia.
- Prince Edward Island. (2022). https://www.princeedwardisland.ca
- PwC Canada. (2022). Film and television. Lights. Camera. Action!
- Robinson, Sherry. (2021). Film industry flourishes in New Mexico; now bring more work to rural areas
- Rudge, Peter. (2021). How creative industries boost the economies of small islands crippled by COVID
- Screen Australia. (2022). Producer Offset Guidelines.
- Screen Novascotia. (2022). https://screennovascotia.com/
- Screen NSW. (2022). https://www.screenaustralia.gov.au/
- Screen Scotland. (2022). Screen Scotland Funding.

- Sisson, P. (2021). Albuquerque is Winning the Streaming Wars
- Statista(2022), Netflix Sees Slowest Growth in Years Following Pandemic Spurt,https://www.statista.com/chart/21465/global-paid-net-subscriber-additions-by-netflix/
- Smithson. Peter (2022). International tax incentive and grant options for the creative industries are near-endless – so how to choose?
- Sweney, Mark. (2021). Streaming boom pushes big budget production spending in UK to record £6bn. The Guardian.
- Sweney, Mark. (2022). UK film and TV industry bounces back from Covid with record £5.6bn spend. The Guardian
- The Economist. (2019). The future of Entertainment.
- UK HM Revenue & Customs. (2021). Creative industries statistics commentary: August 2021
- WIPO. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on creative industries, cultural institutions, education and research
- Wilson, Josh. (2022). Georgia's Film And TV Tax Credit Hit Record $1.2 Billion In Reimbursement. The Forbes.
- Zhou, Naaman. (2021). Hollywood Down Under: stars flock from US to film in Covid-free Australia. The Guardian

ABSTRACT

Research on Tax Credit Expansion for Media Content Industry and Analysis on its Effects

Soyeon Kim, Yunkyung Lee

This research found that major countries in the world have expanded general tax credits for the media content industry since 2020 in the wake of the global pandemic. It was also noteworthy that many of them have reinforced the systemic support to contribute to the domestic employment and economic development. In the same light, Korean experts also agreed that much higher tax credit rates for the media content industry are needed than now. Lastly, the research on the inter-industrial linkage effects with the premise of higher tax credit rates demonstrated the economic effects thereof would drive up production inducement, value-added inducement, and employment inducement.

Keywords

Media Content, Tax Credits, Tax Credit Expansion for media content, Inter-industrial Linkage Analysis

집필내역

연구책임

김소연 한국문화관광연구원 연구원: 연구총괄
이윤경 한국문화관광연구원 연구위원: 제3장(전문가 자문)

연구진

진선영 KOTRA 컨설턴트: 제2장(해외 사례)
주익현 광운대 산학협력단 연구교수: 제4장(경제적 효과 분석)

연구 참여

김호현 University at Albany, SUNY 박사과정: 제2장(국내 사례)

연구 자문

임병인 충북대학교 경제학과 교수
전승훈 대구대학교 경제학과 교수
구성권 명지전문대학교 세무회계학과 교수
문예영 배화여자대학교 세무회계학과 교수
김종진 인덕대학교 방송연예과 교수
김신동 한림대학교 미디어스쿨 교수
이상규 강원대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수
박지환 연남법률사무소 변호사
오정미 법무법인 이공 변호사
정원경 (전)특허법인 태평양 변리사
신상훈 세무법인 서진 대표세무사
권병민 트레져헌터 이사
박성현 CJ ENM 정책협력팀 부장
윤선재 TNC 엔터테인먼트 대표이사
허태우 아이엔컬처 재무팀장
이무영 베이스인베스트먼트 이사
이현정 삼성벤처투자 이사

영상콘텐츠 산업 진흥을 위한 세제지원 확대방안 및 효과분석

발 행 인 김 세 원

발 행 처 한국문화관광연구원
서울시 강서구 금낭화로 154
전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880
http://www.kcti.re.kr

인 쇄 일 2022년 12월 05일

발 행 일 2022년 12월 05일

인 쇄 인 (사)한국장애인이워크협회 일자리사업장

I S B N 978-89-6035-947-5 93300

DOI https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2022.e29

이 연구보고서를 인용하실 때는 다음과 같은 사항을 기재해 주십시오.
김소연·이윤경·진선영·주익현(2022), 영상콘텐츠 산업 진흥을 위한 세제지원 확대방안 및 효과분석, 한국문화관광연구원

OPEN
출처표시 상업용금지 변경금지
공공누리 공공저작물 자유이용허락

한국문화관광연구원
서울특별시 강서구 금낭화로 154
전화 02-2669-9800
팩스 02-2669-9880

www.kcti.re.kr

아래의 DOI 또는 QR코드를 통해
이 보고서를 무료로 다운로드할 수 있습니다.
https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2022.e29

93300
9 788960 359475
ISBN 978-89-6035-947-5