

# 2025 조세특례 임의심층평가 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제

2025. 9.



2025 조세특례 임의심층평가  
영상콘텐츠  
제작비용에 대한 세액공제

2025. 9.



# 제 출 문

기획재정부 장관 귀하

본 보고서를 『영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제』 연구용역에 관한 최종보고서로 제출합니다.

연구책임자: 박정흠 한국조세재정연구원 부연구위원

공동연구자: 고지현 한국조세재정연구원 부연구위원

지인엽 동국대학교 경제학과 교수

2025년 9월

한국조세재정연구원

원 장 이 영



# 요 약

## 1. 제도 개요 및 현황

- 본 제도는 관광·수출 등 파급효과가 큰 영화·드라마 등 제작을 지원하기 위하여 2016년 12월 20일 법 개정 시 신설되었으며, 두 차례 일몰이 연장되어 2025년 12월 31일 일몰 예정임
  - (도입 목적) 영상콘텐츠 제작비에 대한 조세지원을 통해 방송프로그램·영화 등 영상콘텐츠 제작을 활성화하고, 국제경쟁력을 갖춘 콘텐츠산업 성장으로 일자리 창출 및 타 산업 동반성장 견인
  - (제도 내용) 내국인 영상제작자가 방송프로그램(오락, 다큐멘터리, 애니메이션), 영화, 혹은 온라인 동영상 서비스를 통해 제공된 비디오물의 제작을 위하여 국내외에서 발생한 비용의 5~30%에 상당하는 소득세 또는 법인세액을 공제
    - (공제율) 제작비의 5%(중견기업은 10%, 중소기업은 15%) 기본공제 및 국내 지출 등 특정 요건을 만족한 경우 10%(중소기업은 15%) 추가공제

〈표 1〉 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제 주요 연혁

개정일자	변 천 내 용
2016. 12. 20.	「영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제」 신설(2016. 12. 20.) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ (공제율) 중소기업: 10%, 중견기업: 7%, 대기업: 3%</li> <li>○ (공제시기) 방송·영화가 상영되는 날이 속하는 과세연도</li> <li>○ (적용기한) 2019. 12. 31.</li> <li>○ (공제대상 영상콘텐츠)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 텔레비전방송으로 방송된 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리</li> <li>- 7일(예술영화 등은 1일) 이상 영화상영관에서 상영된 영화</li> </ul> </li> <li>○ (공제대상 비용) 작가료, 주·조연 출연료, 시나리오 등 원자료, 편집비 등               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다만 다음 비용은 공제대상에서 제외                   <ul style="list-style-type: none"> <li>· 국가, 지방자치단체, 공공기관 및 지방공기업으로부터 출연금 등을 지급 받아 제작비용으로 지출하는 금액</li> <li>· 국외에서 사용하는 제작비 등</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

<표 1>의 계속

개정일자	변 천 내 용
2019. 12. 31.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (공제대상 추가) 적용대상에 <b>오락프로그램 추가</b></li> <li>- 『방송법 시행령』에 따른 교양에 관한 프로그램 중 다큐멘터리, 오락에 관한 프로그램 및 『애니메이션산업 진흥에 관한 법률』에 따른 애니메이션</li> <li>○ (적용기한) 2022. 12. 31.(일몰연장)</li> </ul>
2021. 12. 28.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 적용범위 확대: <b>국외에서 발생한 제작비도 공제대상에 포함</b></li> </ul>
2022. 12. 31.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 공제대상 확대: OTT 콘텐츠 추가</li> <li>- 온라인 동영상서비스(OTT)를 통해 제공되고, 등급분류를 받은 비디오물</li> <li>○ 이미 공제받은 기존 콘텐츠와 동일한 콘텐츠 제작비 공제 제외 명확화</li> <li>○ 공제율: 대기업 3%, 중견기업 7%, 중소기업 10%</li> <li>(○ 적용기간) 2025. 12. 31.(일몰연장)</li> </ul>
2023. 12. 31.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 세제지원 확대</li> <li>- <b>기본공제율 상향:</b> 대기업 3→5%, 중견기업 7→10%, 중소기업 10→15%</li> <li>- <b>추가공제율 신설:</b> 대기업 10%, 중견기업 10%, 중소기업 15%</li> <li>· 국내 제작비 비중이 일정 비율 이상인 콘텐츠 등에 적용</li> </ul>

자료: 국세법령정보시스템, 『조세특례제한법』 제25조의6; 기획재정부, 『간추린 개정세법』, 각 연도

- 연도별 감면액은 2018년 21억원에서 꾸준히 증가하여 2023년 320억원에 이르렀으며 제도 수혜 법인사업자의 수는 2018년 22개사에서 2023년 93개사로 증가
- 2023년 수혜기업 중 일반기업은 20개사, 중견기업은 17개사, 중소기업은 56개사로 나타났으며, 법인세 세액공제금액 319억원 중 일반기업은 190억원, 중견기업은 68억원, 중소기업은 61억원의 감면 혜택을 받음

<표 2> 연도별 조세지출 규모

(단위: 억원)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024 전망	2025 전망
소득세	0.4	0.4	0.7	1	0.8	1	1	1
법인세	20	69	98	169	309	319	255	267
계	21	69	99	170	309	320	257	269

자료: 기획재정부, 『조세지출예산서』, 각 연도

<표 3> 법인사업자 신고 현황

(단위: 건, 억원)

변수명	구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	전체
법인 수(A)	전체	22	36	45	48	78	93	322
	중소법인	18	27	31	31	47	56	210
	중견법인	2	2	2	8	17	17	48
	일반법인	2	7	12	9	14	20	64
공제액(B)	전체	20.15	68.96	98.63	168.91	308.72	319.04	3,954
	중소법인	10.41	30.77	33.62	15.94	58.90	61.22	242
	중견법인	6.21	5.47	16.21	54.62	84.51	68.11	89
	일반법인	3.53	32.72	48.81	98.34	165.31	189.70	3,623
평균 공제액 (B/A)	전체	0.92	1.92	2.19	3.52	3.96	3.43	984
	중소법인	0.58	1.14	1.08	0.51	1.25	1.09	211
	중견법인	3.11	2.74	8.10	6.83	4.97	4.01	235
	일반법인	1.76	4.67	4.07	10.93	11.81	9.49	538

주: 1. 연도는 신고연도를 기준으로 하며, 각 연도에 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨  
 2. 법인은 해당 연도에 신고한 것을 기준으로 하며, 중소기업은 「조세특례제한법 시행령」 제2조에 의한 중소기업을 의미함

자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

## 2. 해외 사례

- 영상콘텐츠 산업에 대한 세제지원은 주요 국가에서 활발히 운영되고 있으며, 각 국은 이를 통해 자국 콘텐츠 산업의 경쟁력 강화를 도모
- 해외 주요국 사례의 경우 권역 내 제작비 지출 비중, 언어 사용 및 문화테스트 통과 등 지역화된 제약조건을 우리나라보다 강하게 부과한다는 특징을 지님

<표 4> 국가별 세제지원제도

국가	지원제도	요건	공제율
미국	Section 181 (연방)	인건비의 75% 이상을 미국 내에서 지출	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공제대상 비용 전액 소득공제</li> <li>• 1,500만달러 한도(저소득 지역에서 제작비의 상당 부분 발생한 경우 2천만달러 한도)</li> </ul>

<표 4>의 계속

국가	지원 제도	요건	공제율
미국	캘리포니아 Film and Television Tax Credit Program	전체 제작일수의 75% 이상을 캘리포니아 내에서 촬영 또는 전체 예산의 75% 이상을 주 내에서 지출	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이전 TV 시리즈 공제대상 비용의 40%/그 외 콘텐츠 35% 세액공제</li> <li>• 공제대상 비용 1억 2천만달러, 독립영화의 경우 2천만달러 한도</li> <li>• 적격 시각효과 제작비의 5% 등 특정 요건에 따른 추가공제 존재</li> </ul>
프랑스	SOFICA	투자 지분 최소 5년 간 보유	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 투자자 대상 기본 30%, 추가 요건 충족 시 최대 48% 소득공제</li> <li>• 총순소득의 25% 또는 1억 8천만유로</li> </ul>
	CIC, CIA	프랑스어(또는 지역어) 사용, 주요 촬영·후반작업 프랑스 내 수행, 프랑스 및 유럽의 영화 창작과 문화적 다양성에 기여, 프랑스·EU 인력 협업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공제대상 비용의 30%/예술적 사유로 인해 외국어로 제작된 영화 20%</li> <li>• 세액공제의 상한은 한 작품당 최대 3천만유로, 공제대상 비용이 전체 예산의 80%를 초과할 경우 초과분은 공제대상 비용에서 제외</li> </ul>
영국	AVEC	영국 문화 테스트 통과 또는 공식 공동제작 인정, 적격 지출의 10% 이상 영국 내 발생	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 장편영화 및 고급 텔레비전 프로그램 34%/애니메이션 및 어린이 프로그램 39%/독립영화 53%(공제액에 법인세 25% 부과)</li> <li>• 공제대상 비용은 전체 핵심 지출이 80% 또는 영국 내 발생 지출 중 낮은 금액(별도의 상한액 존재하지 않음)</li> </ul>
우리나라	영상콘텐츠 제작비 세액공제	정책 대상 제작자 및 제작물 요건 충족	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대기업 5%, 중견기업 10%, 중소기업 15%, 국내 지출 비율 요건 충족 시 대기업 15%, 중견기업 20%, 중소기업 30%</li> <li>• 최저한세 내에서 공제 가능</li> </ul>

자료: 저자 작성

### 3. 타당성 분석

- (정부 개입의 적절성) 영상콘텐츠 제작은 긍정적 외부효과를 발생시키며 상품 특성상 제작에 있어 다양한 제약이 존재하여 사회적 최적 생산이 어려운 구조이므로 정부 개입을 통하여 영상콘텐츠 제작을 촉진시킬 타당성이 인정됨
  - (긍정적 외부효과) 선행연구에 따르면 영상콘텐츠 산업은 수출 증대, 고용 창출, 국가 이미지 제고 등 여러 측면에서 긍정적 효과를 유발함

#### 4 • 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제

- (계약) 영상콘텐츠는 소비자가 직접 경험해야 그 가치를 알 수 있는 경험재이므로 수요예측에 불확실성이 존재하여 과소 투자되는 경향이 있으며 콘텐츠 산업은 무형자산 비중이 높아 자금 조달이 용이하지 않은 특성을 가짐
- (수혜대상의 적절성) 정책 대상자 및 대상 영상콘텐츠 유형은 국내 콘텐츠의 국제경쟁력 강화라는 정책 목표에 맞추어 적절하게 설계되었으나 기타 콘텐츠로의 확대의 타당성 분석에는 쟁점 사항이 존재
  - (기타 산업과의 형평성) 고용 유지 등의 제약조건 없이 영상콘텐츠 제작이라는 특정 산업에만 적용되는 제도로서 유사 제도와 구분되는 특징이 있으나, 이는 기타 세제 지원의 대상이 되지 못하며 프로젝트 단위로 제작되는 영상콘텐츠 제작 산업의 특수성을 반영한 타당한 제도 설계로 판단됨
  - (기타 콘텐츠 산업 비교) 영상콘텐츠는 높은 글로벌 수요에 따른 파급효과와 높은 제작비 규모 등에서 기타 콘텐츠 산업과 구별되는 특징이 있어 제도적 지원의 타당성이 가장 높다고 볼 수 있으나, 2차 저작물 활용도가 높은 웹툰 등 기타 장르에 대한 지원 또한 검토할 수 있음
- (공제금액의 적절성) 추가공제를 고려할 때 최대 30%의 공제율은 해외사례에 준하는 수준이나 기업규모에 따른 공제율 차등적용은 글로벌 경쟁력 강화라는 정책 목표에 반하는 측면이 존재
  - 글로벌 OTT 플랫폼인 넷플릭스에서 국제적 경쟁력을 갖춘 작품을 제작하는 국내 기업의 경우 그 경쟁대상인 해외 주요 제작사에 비하여 규모 면에서 차이를 보여 국제적 기준에서는 대기업이라고 보기 어려울 수 있음

〈표 5〉 국내 주요 제작사 및 해외 주요 제작사 3년 영업이익

(단위: 백만달러)

기업	2022	2023	2024	연평균
CJ ENM	18	-61	-20	-21
콘텐츠리중앙	-40	-36	-14	-30
스튜디오 드래곤	50	43	27	40
SLL	-46	-39	-23	-36
디즈니	352	-179	328	167
위너 브라더스	-1,194 (추정 541)	211	529	-151 (추정 4,270)

주: 국내 기업의 영업이익은 해당 연도의 평균 환율을 적용  
 자료: 각 기업 보고서

- (재정지원과의 중복성) 영화 및 방송프로그램 제작 관련 다양한 재정지원이 존재하나, 중소 제작자를 대상으로 심사에 통과한 작품에 대한 사전적 자금지원 방식을 취하고 있어 수익이 발생한 제작사 전반에 지원되는 세액공제와 그 목표 및 대상에 있어 차이가 있으므로 세제지원과 재정지원은 상호보완적 제도로 판단됨

<표 6> 영상콘텐츠 제작 관련 재정지원

기관	사업명	지원대상	예산규모
영화진흥위원회	독립예술영화 제작 지원	독립영화 제작자	66억 7300만원
	독립예술영화 개봉 지원	순제작비 10억원 미만, 상영시간 60분 이상의 한국영화	14억 5,200만원
	신진 제작사 인큐베이팅 기획개발지원사업	신진 제작사	2억 8,000만원
	제작사 지원	영화제작사	17억 6,500만원
	중예산 한국영화 제작지원사업	순제작비 20억~80억원 미만의 장편 실사 극영화	99억 3,000만원
한국콘텐츠진흥원	OTT 특화 콘텐츠 제작지원	국내 콘텐츠 기업	255억원
	방송영상콘텐츠 기획안 공모전 및 사업화 지원	중소 방송영상제작사	9억 6,500만원
	방송영상콘텐츠 제작지원		109억 8,000만원
	방송영상콘텐츠 후반작업 지원		170억원
	애니메이션 제작지원(초기본편)		15억원
	애니메이션 제작지원(본편)	국산 애니메이션을 기획 및 창작 제작하는 국내 법인사업자 (판권 귀속이 한국 또는 공동소유로 지정된 프로젝트)	55억원
	애니메이션 제작지원(시즌)		20억원
	애니메이션 제작지원 (IP 활용)		40억원

자료: 영화진흥위원회, 『2025 한국콘텐츠진흥원 지원사업설명회 자료집』, 2025.

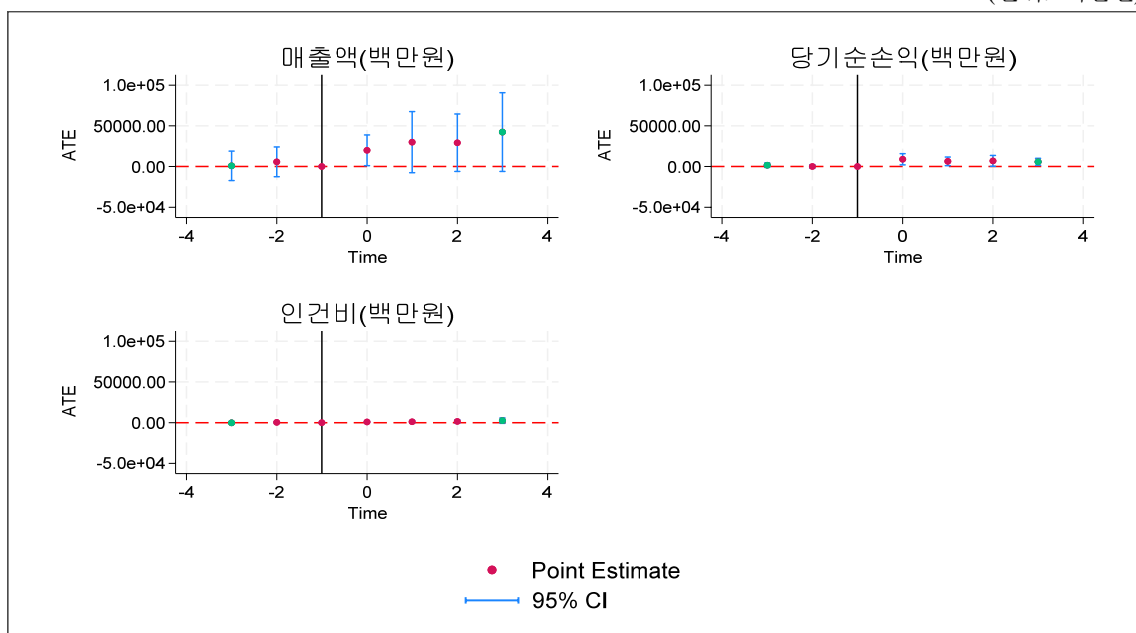
#### 4. 효과성 분석

- 국세청 미시자료 및 자체 설문조사 자료를 활용하여 영상콘텐츠 제작비 세액공제 수혜에 따른 실효세율 감소 효과 및 수혜 경험이 경영성과와 제작 행태에 미치는 효과를 계량 분석함

- 경영성과는 세액공제 최초 수혜가 매출액 등에 미치는 영향을 이중차분 사건사 분석 방법론으로 살펴보았으며 제작 행태의 경우 수혜가 이후 콘텐츠 제작 편수에 미치는 영향을 시차적 이중차분법 방법론으로 살펴봄
- (감면효과) 동 제도로 인한 감면효과는 법인 35~41%, 개인사업자 24~49% 수준으로 나타났으며, 기업 규모에 따라 감면효과의 크기가 상이하게 나타남
  - 실효세율 감소는 중소기업의 경우 5.4~6.98%p(39~47%), 중견법인의 경우 2.37~7.91%p(12~40%), 일반법인의 경우 0.6~7.25%p(3~37%) 수준으로 나타나 중소기업이 실질적인 감면 효과를 가장 크게 받는 것으로 나타남
- (경영성과) 동 제도 수혜법인은 비수혜법인에 비하여 조세특례 신고 연도에 매출액, 당기순손익, 인건비가 증가하였으며 매출액은 수혜 3년 후, 당기순손익은 1년 및 3년 후에도 유의하게 증가함
  - 영상콘텐츠 제작으로 인한 경영성과의 크기는 중소기업보다는 중견 및 일반법인에서 더 크게 나타나는 경향을 보임
  - 개인사업자의 경우 제도 수혜에 따른 유의한 효과가 발견되지 않음

[그림 1] 이중차분 사건사 분석 결과: 법인

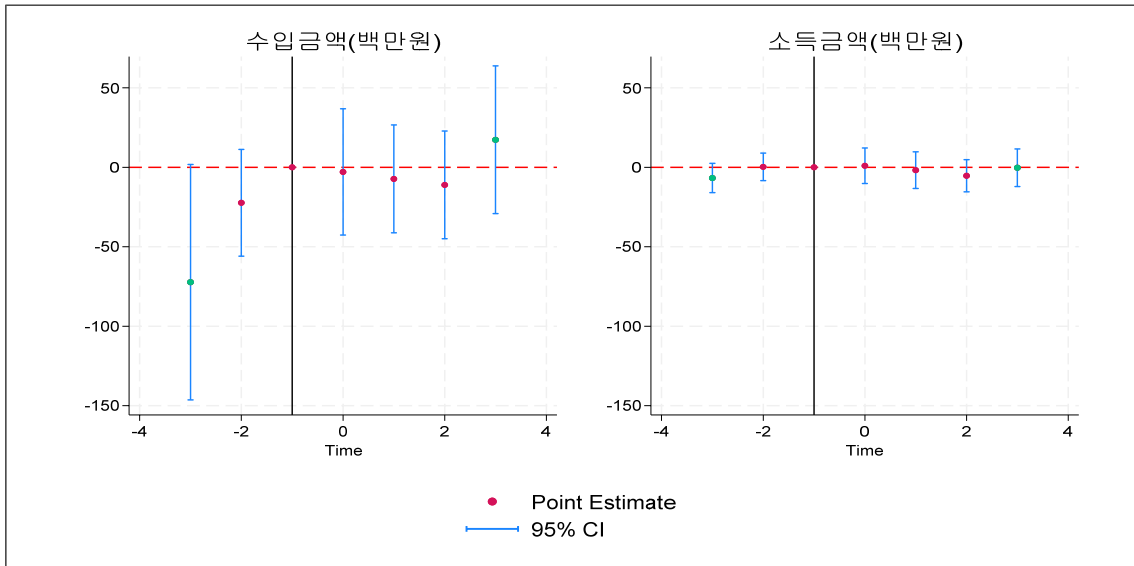
(단위: 백만원)



자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

[그림 2] 이중차분 사건사분석 결과: 사업소득자

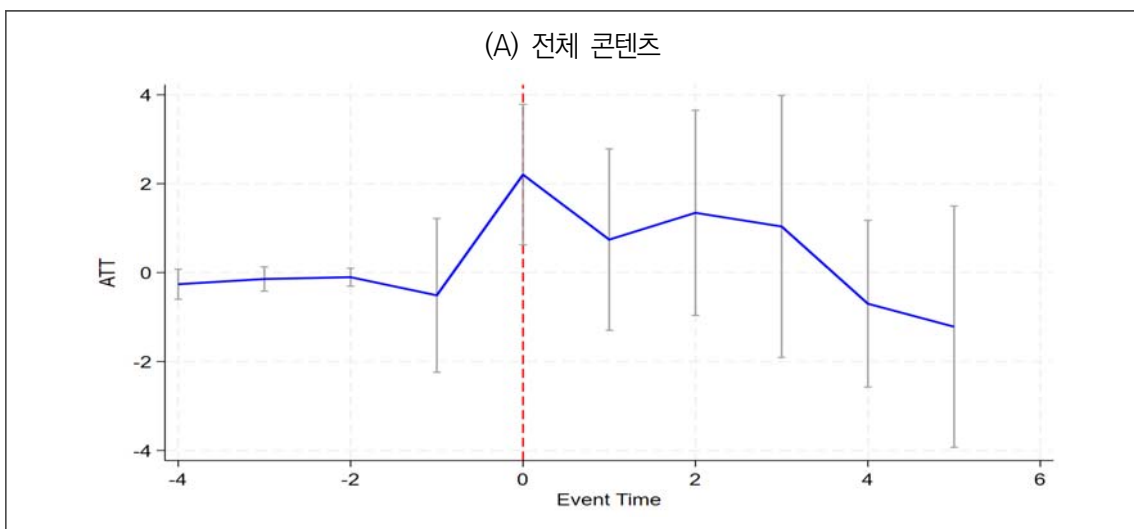
(단위: 백만원)



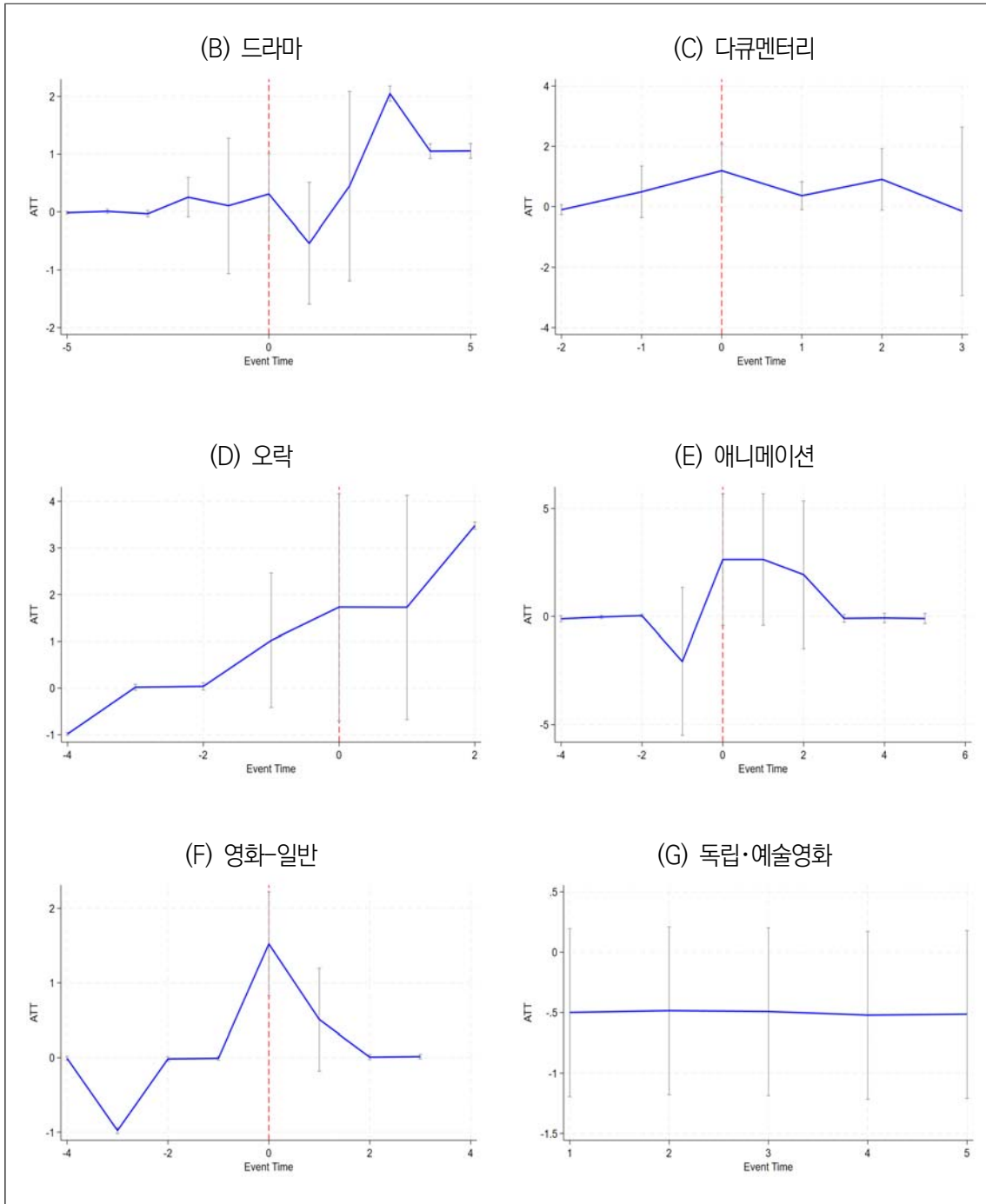
자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

- (제작형태) 동 제도 수혜 이후 3년간의 제작편수 상승 효과가 발견되었지만 전체 콘텐츠 통합 분석 시 통계적 유의성이 낮았으며, 유형별로는 드라마의 경우 수혜 후 3~5년차에 1~2편의 제작편수 상승효과가 가장 뚜렷하게 관측됨
- 다큐멘터리의 경우에도 처치 후 2년간 평균 1편 미만의 제작편수 상승효과가 관측되었으며 그 외 오락, 애니메이션, 영화의 경우 다소 간의 상승효과가 발견되었지만 통계적 유의성이 높지 않음

[그림 3] 영상콘텐츠 제작비 세액공제 수혜가 제작 행태에 미친 영향



[그림 3]의 계속



자료: 자체 설문조사 자료 활용하여 저자 작성

- (제도 인식 및 활용) 설문 결과 전반적인 제도 인지도는 낮지만 수혜기업의 만족도는 높은 것으로 나타나 인지도 제고를 통한 정책 활용도 증대 효과를 기대할 수 있음

- 응답자의 95%는 추후 제도 활용 의향이 있다고 답하였으며 특히 제도를 알고 있지 못하다고 답한 60%의 응답자 중 92%가 추후 제도 활용 의사가 있다고 답함
- 수혜자의 96%는 수혜 경험에 만족하였으며 사유는 경영 어려움 완화가 82%로 나타남

## 5. 종합평가 및 정책제언

- 본 제도를 통한 영상콘텐츠 산업 지원의 타당성 및 효과성이 인정되므로 「영상콘텐츠 제작비에 대한 세액공제」 제도의 일몰기한을 연장할 것을 제안함
- (공제대상 콘텐츠 확대 여부) 영상콘텐츠 제작비에 대한 세제지원이 기타 콘텐츠 제작비에 대한 지원에 비하여 그 타당성이 높으나 기타 콘텐츠의 경우에도 장르별로 파급효과 및 지원 효과성 등이 일부 인정되므로, 보다 심층적인 분석 결과에 기반하여 신중하게 공제대상 콘텐츠 장르의 확대를 고려할 수 있음
  - 웹툰의 경우 2차 저작으로의 확장성이 높으며 글로벌 인기가 높아지는 추세 등 지원의 필요성이 일부 인정됨
- (기업 규모별 차등공제율) 글로벌 경쟁력 확보 지원이라는 정책 목표와 OTT 도입으로 인한 국제경쟁 심화를 고려할 때 기업 규모별 차등공제율 적용의 타당성은 높지 않으나 세제지원의 실질적인 효과를 고려할 때 중소기업에 대한 지원 필요성도 인정됨
  - 국내 대기업 제작사의 경우에도 해외 제작사와 비교할 때는 규모면에서 영세할 수 있어 기업 규모에 따른 차등 지원에 따라 글로벌 경쟁력 확보라는 정책 목표 달성에 있어 비효율이 발생할 수 있으므로 대기업 등에 대한 공제율 상승을 제안
  - 다만 영세한 제작사의 경우 본 제도로부터 얻는 실질적인 수혜 정도가 더 높다는 점이 확인된 만큼 영세 제작사가 공제율 조정으로 인하여 상대적으로 피해를 입지 않도록 최저한세 적용방식 등에 대한 정책적 고려가 필요

- (배우출연료 상위 5인 총합 30% 초과분에 대한 공제대상 제외) 차등공제율 적용에 대한 논의와 마찬가지로 영상콘텐츠의 경쟁력 확보 측면에서 배우출연료에 대한 충분한 지원의 필요성이 인정되나 출연료 수준에 대한 불확실성 등을 고려할 때 제도 변화에 신중할 필요
- 특히 글로벌 OTT 도입 이후 상승한 배우 출연료가 상한선 도입 등 자체적 조정 방안 등으로 인하여 진정 국면에 있어 출연료 수준 등에 있어 중장기적 관점에서 제도를 신중히 조정할 것을 제안함



# 목 차

<b>I. 제도 현황 및 해외 사례</b> .....	<b>19</b>
1. 제도 개요 .....	21
가. 도입 목적 .....	21
나. 제도 내용 .....	21
다. 주요 연혁 .....	23
라. 조세지출 규모 .....	24
2. 기초자료 분석 .....	26
가. 법인사업자 .....	26
나. 개인사업자 .....	35
3. 해외 사례 .....	39
가. 미국 .....	39
나. 프랑스 .....	42
다. 영국 .....	44
<b>II. 타당성 분석</b> .....	<b>47</b>
1. 정부 개입의 적절성 .....	49
가. 정부 개입의 근거 .....	49
나. 콘텐츠 산업의 긍정적 외부효과 .....	51
2. 제도 설계의 적절성 .....	55
가. 수혜 대상의 적절성 .....	55
나. 수혜대상과 기타 산업 간 형평성 .....	59
다. 공제금액의 적절성 .....	69
라. 재정지원과의 중복성 .....	75
<b>III. 효과성 분석</b> .....	<b>79</b>
1. 경영성과 .....	81

가. 분석자료 .....	82
나. 분석 결과 .....	88
다. 소결 .....	102
2. 인식 조사 및 행태 분석 .....	104
가. 설문 개요 .....	105
나. 제도 인식 및 활용 .....	107
다. 제작 행태 .....	111
라. 소결 .....	115
<b>IV. 종합평가 및 정책제언 .....</b>	<b>117</b>
1. 종합평가 .....	119
2. 정책제언 .....	120
<b>참고문헌 .....</b>	<b>122</b>

## 표 목 차

<표 I-1> 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제 주요 연혁 .....	24
<표 I-2> 연도별 조세지출 규모 .....	25
<표 I-3> 법인사업자의 연도별 세액공제 현황 .....	25
<표 I-4> 법인사업자 신고 현황 .....	27
<표 I-5> 수혜법인 공제대상금액 및 공제세액 .....	28
<표 I-6> 수혜법인 최저한세 적용 현황 .....	31
<표 I-7> 수혜 법인 수입금액 및 증감률 .....	32
<표 I-8> 수혜 법인 당기순이익 및 증감률 .....	33
<표 I-9> 수혜 법인 과세표준 및 과세정보 .....	34
<표 I-10> 개인사업자 신고현황 .....	35
<표 I-11> 수혜 개인사업자 및 과세정보 .....	36
<표 I-12> 개인사업자 수입금액 및 증감률 .....	37
<표 I-13> 개인 사업소득자 과세표준 및 과세정보 .....	38
<표 I-14> 국가별 세제지원제도 .....	45
<표 II-1> 콘텐츠 수출액과 국가브랜드 간의 패널분석 결과 .....	53
<표 II-2> 영상콘텐츠 제작비 관련 경제적 효과(재투자율 80% 적용) .....	54
<표 II-3> 영상콘텐츠 제작비 관련 경제적 효과(재투자율 56.5% 적용) .....	54
<표 II-4> 동 제도 공제대상 내국인 .....	56
<표 II-5> 공제대상 영상콘텐츠 .....	57
<표 II-6> 콘텐츠업체 종사자 규모별 사업체 수 현황(2023년) .....	61
<표 II-7> 기업부설창작연구소 및 창작전담부서 운영 현황(2024. 9. 19. 기준) .....	61
<표 II-8> 2019~2023년 한국 상업영화 수익률 .....	63
<표 II-9> 추가공제 요건 .....	69
<표 II-10> 국내 주요 제작사 및 해외 주요 제작사 3년 영업이익 .....	71
<표 II-11> 영상콘텐츠 제작 관련 재정지원 .....	76

<표 III-1> 국세청 업종코드 .....	82
<표 III-2> 공제감면 여부별 업종 비중: 법인 .....	84
<표 III-3> 기초통계량: 법인 .....	85
<표 III-4> 공제감면 여부별 업종 비중: 사업소득자 .....	86
<표 III-5> 기초통계량: 개인사업자 .....	87
<표 III-6> 영상콘텐츠 세액공제 감면효과: 법인 .....	89
<표 III-7> 영상콘텐츠 세액공제 감면효과: 법인 유형별 .....	89
<표 III-8> 사건사분석 회귀분석 결과: 법인 .....	92
<표 III-9> 이중차분 사건사 분석 결과: 중소기업 .....	94
<표 III-10> 이중차분 사건사 분석 결과: 중견법인 .....	95
<표 III-11> 이중차분 사건사 분석 결과: 일반법인 .....	96
<표 III-12> 영상콘텐츠 세액공제 감면효과: 사업소득자 .....	98
<표 III-13> 이중차분 사건사 분석 결과: 사업소득자 .....	100
<표 III-14> 설문 완료자 기초통계 .....	105
<표 III-15> 제도 인지도 및 활용도 .....	107
<표 III-16> 연도별 콘텐츠 유형별 제도 활용 현황 .....	107
<표 III-17> 제도 미활용 사유 .....	108
<표 III-18> 추후 제도 활용 의사 .....	109
<표 III-19> 활용 경험 만족도 및 사유 .....	109
<표 III-20> 활용 경험 있는 세제 혜택 .....	110
<표 III-21> 연도별 콘텐츠 유형별 영상 제작 현황 .....	111

## 그림 목 차

[그림 I -1] 2018~2023년 수급 횟수 분포 .....	30
[그림 I -2] 2018~2023년 수급 횟수 분포 .....	37
[그림 II -1] OTT 동영상 서비스 이용자 수 추이 및 매출액(2020~2028년) .....	58
[그림 II -2] Netflix TV show 부문 글로벌 Top 10 제작 국가 중 K콘텐츠 순위 및 점유율 .....	59
[그림 II -3] 국내 방송영상독립제작사 영업이익 현황 .....	63
[그림 II -4] 한국 문화콘텐츠 경험률 .....	65
[그림 II -5] 한국 문화콘텐츠별 자국 내 인기도 평가 .....	65
[그림 II -6] 한국 문화콘텐츠별 자국 내 ‘대중적 인기’ 응답률 5년 간격 증감 폭 ...	67
[그림 III -1] 이중차분 사건사 분석 결과: 법인 .....	93
[그림 III -2] 이중차분 사건사 분석 결과: 법인(로그) .....	93
[그림 III -3] Staggered DID 분석 결과: 법인 .....	96
[그림 III -4] Staggered DID 분석 결과: 법인(로그) .....	97
[그림 III -5] 이중차분 사건사 분석 결과: 사업소득자 .....	100
[그림 III -6] 이중차분 사건사 분석 결과: 사업소득자(로그) .....	101
[그림 III -7] Staggered DID 분석 결과: 사업소득자 .....	101
[그림 III -8] Staggered DID 분석 결과: 사업소득자(로그) .....	102
[그림 III -9] 영상콘텐츠 제작비 세액공제 수혜가 제작 행태에 미친 영향 .....	113



# I. 제도 현황 및 해외 사례





# I. 제도 현황 및 해외 사례

## 1. 제도 개요

### 가. 도입 목적

- 본 제도는 관광·수출 등 파급효과가 큰 영화·드라마 등 제작을 지원하기 위하여 2016년 12월 20일 법 개정 시 신설된 제도임(「조세특례제한법」 제25조의6)
  - 2016년 초 드라마 ‘태양의 후예’ 방영 등을 통해 한류 열풍 확산 및 그로 인한 상품 수출, 간접 수출 확대 등 경제적 파급효과 가시화
  - 이와 같은 긍정적 효과를 극대화하기 위해 영상산업 지원책으로 본 제도를 신설하였으며, 동 신설 규정은 2017년 1월 1일 이후 발생한 영상콘텐츠 제작비용을 지출하는 경우부터 적용됨
  
- (도입목적) 영상콘텐츠 제작비에 대한 조세지원을 통해 방송프로그램·영화 등 영상콘텐츠 제작을 활성화하고, 국제경쟁력을 갖춘 콘텐츠산업 성장으로 일자리 창출 및 타 산업 동반성장 견인

### 나. 제도 내용

- (공제대상 제작자) 특정 제작 관련 요건을 만족하는 내국인 영상제작자(시행령 제22조의10 제1항 및 시행규칙 제13조의9 제1항)
  - (방송프로그램 및 온라인 동영상 서비스 비디오물) 다음의 요건 중 3개 이상의 요건을 갖추어야 함
    - 가. 작가(극본, 시나리오 등을 집필하는 자를 말함)와의 계약 체결을 담당
    - 나. 주요 출연자와의 계약 체결을 담당
    - 다. 주요 스태프(연출, 촬영, 편집, 조명 또는 미술 스태프) 중 2가지 이상 분야의 책임자와의 계약 체결을 담당

- 라. 제작비의 집행 및 관리와 관련된 모든 의사 결정을 담당
  - (영화) 『영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률』 제2조 제9호 가목에 따른 영화제작업자로서 상기 각 요건 중 3개 이상의 요건을 갖추어야 함
- (공제대상 영상콘텐츠) 방송프로그램(오락, 다큐멘터리, 애니메이션), 영화, 온라인 동영상 서비스를 통해 제공된 비디오물(시행령 제22조의10 제2항)
- (방송프로그램) 텔레비전방송으로 방송된 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 및 오락에 관한 방송프로그램
  - (영화) 영화상영관에서 7일(예술영화 등은 1일) 이상 연속하여 상영된 영화
  - (비디오물) 영상물등급위원회 혹은 자체등급분류사업자의 등급분류를 받고 온라인 동영상 서비스를 통해 시청에 제공된 비디오물
- (공제대상 비용) 영상콘텐츠의 제작을 위하여 국내외에서 발생한 비용 중 홍보비 등을 제외한 인건비, 각종 장비의 대여비 및 소모품의 사용료 등 조특칙 별표 8의9에 따른 영상콘텐츠 제작비(시행령 제22조의10 제3항)
- (제작준비비용) 시나리오 비용, 기획 및 프로듀서 비용, 연출료
  - (촬영제작비용) 배우 출연료\*, 제작부문비, 촬영비, 조명비, 미술비, 세트비, 소품비, 의상비, 분장 및 미용비, 특수효과비, 동시녹음비, 촬영차량비, 운송비, 필름비, 보험료, 제작진행비
    - \* 출연료가 가장 많은 배우 5인의 출연료 합계액 중 총 제작비용 합계액의 100분의 30 초과분은 비용에서 제외
  - (후반제작비용) 편집비, 음악 관련 비용 등, 사운드비, 현상비, 자막 관련 비용, 컴퓨터그래픽 및 특수효과비
  - 다만 다음의 비용은 영상콘텐츠 제작비용에서 제외함
    - ① 국가, 지방자치단체, 공공기관 및 지방공기업으로부터 출연금 등의 자산을 지급받아 영상콘텐츠 제작비용으로 사용한 금액
    - ② 광고 및 홍보비용
    - ③ 「소득세법」 제35조 및 「법인세법」 제25조에 따른 기업업무추진비
    - ④ 퇴직금, 퇴직급여충당금, 퇴직연금계좌 납부 부담금 및 퇴직연금 부담금
    - ⑤ 시행규칙 별표 8의 9 제2호 가목에 따른 배우출연료가 가장 많은 배우 5인의 배우출연료 합계액이 제작비용 합계액(②~④에 따른 금액은 제외함)의 30%

를 초과하는 경우 해당 초과 금액

- ⑥ 본 조에 따른 세액공제를 받은 영상콘텐츠를 활용하여 다른 영상콘텐츠를 제작한 경우 이미 세액공제를 받은 기존 영상콘텐츠의 제작비용

□ (공제세액) 영상콘텐츠 제작을 위하여 국내외에서 발생한 영상콘텐츠 제작비용에 대하여 기업 규모 및 제작비 지출 형태에 따라 5~30%에 상당하는 금액을 사업소득에 대한 소득세 또는 법인세에서 공제

○ (기본공제) 해당 영상콘텐츠 제작비용의 5%(중견기업은 10%, 중소기업은 15%)에 상당하는 금액

○ (추가공제) 제작비용 중 국내 지출 비중이 80% 이상이면서 다음의 4개 요건 중 3개 이상을 충족하는 영상콘텐츠의 경우 제작비용의 10%(중소기업은 15%)에 상당하는 금액을 추가공제

- (요건) ① 작가 및 주요 스태프 인건비 내국인 지출 80% 이상 ② 배우 출연료 내국인 지출 80% 이상 ③ 후반제작비 국내 지출 80% 이상 ④ 복제권, 공영권, 방송권, 전송권, 배포권, 2차 저작물 작성권 중 제작자 보유권리 3개 이상

□ (공제시기) 해당 영상콘텐츠가 처음으로 방송되거나 영화상영관에서 상영되거나 온라인 동영상 서비스를 통하여 시청에 제공된 과세연도

○ 단 방송프로그램 또는 비디오물이 여러 과세연도 기간 동안 연속하여 제공되는 경우 각 과세연도에 해당하는 제작비용에 대하여 공제를 나누어 받거나 마지막 회차가 제공된 날이 속하는 과세연도에 전체 공제를 받을 수 있음

□ (이월공제) 해당 사업연도에 납부할 세액이 없거나 법인세 최저한세액에 미달하여 공제받지 못한 부분에 상당하는 금액은 다음 사업연도 개시일부터 10년 이내에 끝나는 각 사업연도에 이월하여 그 이월된 각 사업연도의 법인세에서 공제

#### 다. 주요 연혁

□ 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제는 2016년 12월 신설된 후 두 차례 일몰이 연장되었으며 공제대상 및 금액 확대를 중심으로 개정이 이루어짐

<표 I -1> 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제 주요 연혁

개정일자	변천내용
2016. 12. 20.	<p>『영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제』 신설(2016. 12. 20.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ (공제율) 중소기업: 10%, 중견기업: 7%, 대기업: 3%</li> <li>○ (공제시기) 방송·영화가 상영되는 날이 속하는 과세연도</li> <li>○ (적용기한) 2019. 12. 31.</li> <li>○ (공제대상 영상콘텐츠) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 텔레비전방송으로 방송된 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리</li> <li>- 7일(예술영화 등은 1일) 이상 영화상영관에서 상영된 영화</li> </ul> </li> <li>○ (공제대상 비용) 작가료, 주·조연 출연료, 시나리오 등 원작료, 편집비 등 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다만 다음 비용은 공제대상에서 제외 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 국가, 지방자치단체, 공공기관 및 지방공기업으로부터 출연금 등을 지급 받아 제작비용으로 지출하는 금액</li> <li>· 국외에서 사용하는 제작비 등</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
2019. 12. 31.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (공제대상 추가) 적용대상에 <b>오락프로그램 추가</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 「방송법 시행령」에 따른 교양에 관한 프로그램 중 다큐멘터리, 오락에 관한 프로그램 및 「애니메이션산업 진흥에 관한 법률」에 따른 애니메이션</li> </ul> </li> <li>○ (적용기한) 2022. 12. 31.(일몰 연장)</li> </ul>
2021. 12. 28.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 적용범위 확대: <b>국외에서 발생한 제작비도 공제대상에 포함</b></li> </ul>
2022. 12. 31.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 공제대상 확대: <b>OTT 콘텐츠 추가</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인 동영상서비스(OTT)를 통해 제공되고, 등급분류를 받은 비디오물</li> </ul> </li> <li>○ 이미 공제받은 기존 콘텐츠와 동일한 콘텐츠 제작비 공제 제외 명확화</li> <li>○ 공제율: 대기업 3%, 중견기업 7%, 중소기업 10%</li> <li>(○ 적용기간) 2025. 12. 31.(일몰 연장)</li> </ul>
2023. 12. 31.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 세제지원 확대 <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>기본공제율 상향</b>: 대기업 3 → 5%, 중견기업 7 → 10%, 중소기업 10 → 15%</li> <li>- <b>추가공제율 신설</b>: 대기업 10%, 중견기업 10%, 중소기업 15%</li> <li>· 국내 제작비 비중이 일정 비율 이상인 콘텐츠 등에 적용</li> </ul> </li> </ul>

자료: 국세법령정보시스템, 「조세특례제한법」 제25조의6; 기획재정부, 『간추린 개정세법』, 각 연도

라. 조세지출 규모

동 제도의 연도별 감면액은 <표 I-2>에 제시함

- 소득세의 경우 2018년 0.4억원에서 2023년 1억원 수준으로 증가하였으며 전체 조세지출에서 차지하는 비중은 낮음

- 법인세의 경우 2018년 20억원에서 감면 규모가 지속적으로 가파르게 증가하여 2023년 319억원에 이룸
- 제도의 수혜대상 법인사업자의 수는 2018년 22개사에서 2023년 93개사로 증가하였으며 이 중 중소기업은 56개사, 일반기업은 37개사로 나타남(<표 I-3>)
- 2023년 법인세 감면금액 319억원 중 중소기업은 61억원, 일반기업은 258억원에 해당하는 세액감면을 수혜함

<표 I-2> 연도별 조세지출 규모

(단위: 억원)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024 전망	2025 전망
소득세	0.4	0.4	0.7	1	0.8	1	1	1
법인세	20	69	98	169	309	319	255	267
계	21	69	99	170	309	320	257	269

자료: 기획재정부, 『조세지출예산서』, 각 연도

<표 I-3> 법인사업자의 연도별 세액공제 현황

(단위: 개, 백만원)

연도	법인사업자					
	합계		중소기업		일반기업	
	법인 수	금액	법인 수	금액	법인 수	금액
2018	22	2,015	18	1,041	4	974
2019	36	6,896	27	3,077	9	3,819
2020	45	9,864	31	3,362	14	6,502
2021	48	16,890	31	1,594	17	15,296
2022	78	30,872	47	5,890	31	24,982
2023	93	31,904	56	6,122	37	25,782

주: 법인은 해당 연도에 신고한 것을 기준으로 하며, 중소기업은 「조세특례제한법 시행령」 제2조에 의한 중소기업이며, 일반법인은 그 외의 법인을 의미함

자료: 국세청, 『국세통계연도』, 각 연도

## 2. 기초자료 분석

- 2018~2023년 국세청 미시자료를 사용하여 「영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제」 수혜 법인사업자 및 개인사업자의 연도별 신고 현황 등 특성을 살펴봄
  - 국세청 미시자료는 신고연도 기준 2018~2024년간 한번이라도 세액공제를 수급한 경험이 있는 법인 및 개인사업자를 추적한 패널자료로, 소득정보와 과세정보 등을 포함
    - 2018~2023년 수급 경험이 있는 법인 881개, 2018~2024년 수급 경험이 있는 개인사업자 1,294명으로 구성

### 가. 법인사업자

- 법인사업자 신고 현황을 살펴보면 2018~2023년간 총 322건의 신고가 있었으며, 공제액은 총 984억원 수준
  - 신고 건수는 꾸준히 증가하였으며 2018년 22건에서 2023년 93건으로 4.2배 증가
  - 공제액도 증가하여 2018년 20.15억원에서 2023년 319.04억원으로 15.8배 증가
  - 평균공제액은 대체로 증가하였으며 2018년 0.92억원에서 2022년 3.96억원을 기록하였다가 2023년에는 3.43억원으로 다소 감소
  
- 법인 유형에 따른 신고 현황을 살펴보면 수혜법인 중 중소기업의 비중이 가장 높았으나 공제액 비중 및 평균 공제액 규모는 일반법인에서 가장 크게 나타남
  - 2023년 중소기업의 신고건수는 56건으로 전체 신고 건수 중 60.22%를 차지하였으며, 공제액은 61.22억원(19.19%), 평균 공제액은 1.09억원 수준으로 나타남
  - 2023년 중견법인의 신고건수는 17건으로 전체 신고 건수 중 18.28%를 차지하였으며, 공제액은 68.11억원(21.35%), 평균공제액은 4.01억원으로 나타남
  - 2023년 일반법인의 신고건수는 20건으로 전체 신고 건수 중 21.5%를 차지하였으며, 공제액은 189.7억원(59.46%), 평균공제액은 9.49억원으로 나타남

<표 1 -4> 법인사업자 신고 현황

(단위: 건, 억원)

변수명	구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	전체
법인 수(A)	전체	22	36	45	48	78	93	322
	중소법인	18	27	31	31	47	56	210
	중견법인	2	2	2	8	17	17	48
	일반법인	2	7	12	9	14	20	64
공제액(B)	전체	20.15	68.96	98.63	168.91	308.72	319.04	3,954
	중소법인	10.41	30.77	33.62	15.94	58.90	61.22	242
	중견법인	6.21	5.47	16.21	54.62	84.51	68.11	89
	일반법인	3.53	32.72	48.81	98.34	165.31	189.70	3,623
평균 공제액 (B/A)	전체	0.92	1.92	2.19	3.52	3.96	3.43	984
	중소법인	0.58	1.14	1.08	0.51	1.25	1.09	211
	중견법인	3.11	2.74	8.10	6.83	4.97	4.01	235
	일반법인	1.76	4.67	4.07	10.93	11.81	9.49	538

주: 1. 연도는 신고연도를 기준으로 하며, 각 연도에 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨  
 2. 법인은 해당 연도에 신고한 것을 기준으로 하며, 중소기업은 「조세특례제한법 시행령」 제2조에 의한 중소기업을 의미함

자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

- 본 조세특례의 경우 최저한세(「조세특례제한법」 제132조)와 이월공제(「조세특례제한법」 제144조) 적용 대상에 해당하므로 해당 과세연도에 납부할 세액이 없거나 최저한세액에 미달하여 공제하지 못하는 부분에 상당하는 금액은 과세이연이 가능함
  - 이러한 점을 고려하여 공제대상금액(전기이월액과 당기발생액의 합) 대비 공제세액, 공제 횟수, 최저한세 적용비율을 차례로 살펴봄
- 공제대상금액(전기이월액과 당기발생액의 합) 대비 본 조세특례 세액공제액은 5~20% 수준이며, 중소기업보다는 중견법인 및 일반법인에서 높게 나타남
  - 중소기업의 공제대상금액 대비 공제세액은 7~21%으로 나타났으며, 중견법인 및 일반법인은 각각 17~100%, 35~100%로 수준
- 반면 산출세액 대비 공제세액은 5~20%로 중소기업에서 높게 나타남
  - 중소기업의 산출세액 대비 공제세액은 28~51%, 중견 및 일반법인의 산출세액 대비 공제세액은 각각 6~38%, 3~18% 수준으로 나타남

- 산출세액이 크지 않은 중소기업은 최저한세의 적용 등으로 당기발생액을 당해연도에 사용하기보다는 이월하는 경우가 많을 것으로 예상되나 본 세액공제가 세 부담을 낮추는 효과는 가장 클 것으로 예상됨

<표 I -5> 수혜법인 공제대상금액 및 공제세액

(단위: 억원, 건, %)

연도	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>전체</b>						
산출세액(A)	7.36	10.86	40.31	17.49	37.67	19.67
공제세액(B)	0.92	1.92	2.19	3.52	3.96	3.43
전기이월(C)	0.00	1.16	3.83	3.39	8.07	10.77
당기발생(D)	3.92	4.55	5.10	7.00	6.57	6.22
공제대상금액 대비 당기 공제세액 비율(B/(C+D))	23	34	25	34	27	20
산출세액 대비 공제세액(B/A)	13	18	5	20	11	17
신고 건수	22	36	45	48	78	93
<b>중소법인</b>						
산출세액(A)	1.14	2.22	3.92	1.01	3.78	2.54
공제세액(B)	0.58	1.14	1.08	0.51	1.25	1.09
전기이월(C)	0.00	1.20	2.97	3.55	7.22	6.81
당기발생(D)	4.21	4.14	5.03	3.59	4.30	4.54
공제대상금액 대비 당기 공제세액 비율(B/(C+D))	14	21	14	7	11	10
산출세액 대비 공제세액(B/A)	51	51	28	50	33	43
신고 건수	18	27	31	31	47	56
<b>중견법인</b>						
산출세액(A)	16.00	20.28	21.13	22.15	90.15	36.30
공제세액(B)	3.11	2.74	8.10	6.83	4.97	4.01
전기이월(C)	0.00	0.38	0.00	0.11	8.70	18.72
당기발생(D)	3.49	2.35	8.10	12.20	9.52	5.36
공제대상금액 대비 당기 공제세액 비율(B/(C+D))	89	10%	100	55	27	17
산출세액 대비 공제세액(B/A)	19	14	38	31	6	11
신고 건수	2	2	2	8	17	17

<표 I -5>의 계속

(단위: 억원, 건, %)

연도	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>일반법인</b>						
산출세액(A)	54.73	41.50	137.50	70.14	87.68	53.51
공제세액(B)	1.76	4.67	4.07	10.93	11.81	9.49
전기이월(C)	0.00	1.26	6.68	5.76	10.15	15.13
당기발생(D)	1.76	6.75	4.79	14.09	10.60	11.66
공제대상금액 대비 당기 공제세액 비율(B/(C+D))	100	58	35	55	57	35
산출세액 대비 공제세액(B/A)	3	11	3	16	13	18
신고 건수	2	7	12	9	14	20

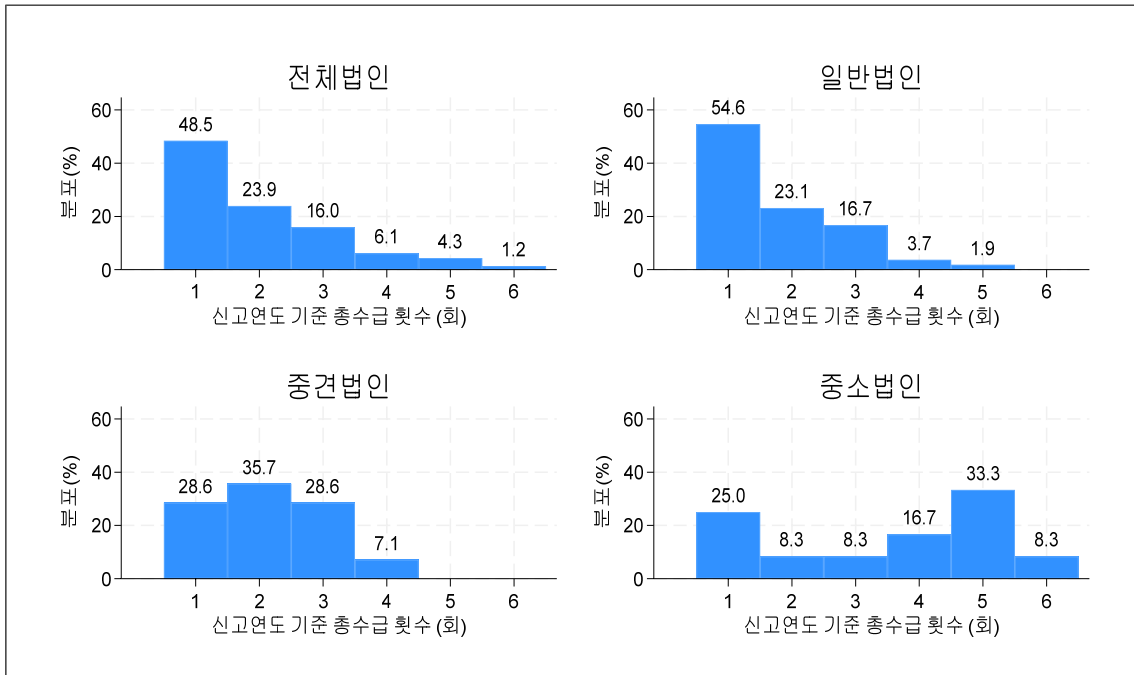
주: 1. 연도는 신고연도를 기준으로 하며, 각 연도에 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨  
 2. 법인은 해당 연도에 신고한 것을 기준으로 하며, 중소기업은 「조세특례제한법 시행령」 제2조에 의한 중소기업을 의미함

자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

- 2018~2023년간 본 조세특례에 대한 수급 횟수는 1회가 48.5%로 가장 많고, 그다음은 2회(23.9%)로 나타났으나 법인 유형에 따라서 분포가 상이함
  - 일반법인은 1회만 수급한 경우가 54.6%로 가장 높았으나 중견법인은 2회 수급한 경우가 35.7%로 가장 높게 나타났음
    - 일반 및 중견법인은 상대적으로 세부담이 높아 당해 발생한 공제액을 대부분 소진하는 것으로 보임
  - 반면 중소기업은 5회 수급한 경우가 33.3%로 가장 높게 나타났으며, 그다음으로 1회가 25%로 높게 나타남
    - 중소기업의 경우 당기 발생액 대비 산출세액이 크지 않거나 최저한세의 적용으로 공제를 이월하여 여러 기간에 나누어 사용하는 경우가 많을 것으로 예상됨
  - 따라서 처음 세액공제를 수급한 것에 따른 효과는 법인 유형에 따라 상이하게 나타날 가능성이 존재하며 동적효과 분석 시에는 이를 고려한 이질성 분석을 시행함

[그림 I -1] 2018~2023년 수급 횟수 분포

(단위: %)



- 주: 1. 연도는 신고연도를 기준으로 하며, 각 연도에 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨
- 2. 법인은 해당 연도에 신고한 것을 기준으로 하며, 중소기업은 「조세특례제한법 시행령」 제2조에 의한 중소기업을 의미함
- 3. 총수급 횟수는 수급한 연도를 기준으로 작성되었음

자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

- 2019~2023년간<sup>1)</sup> 수혜법인의 신고 건수 중 최저한세가 적용된 비율은 67.95~75%로 나타났으며, 중소기업의 적용비율이 높게 나타남
  - 중소기업의 전체 수혜 건수 중 최저한세가 적용되는 비중은 83.33%로 나타났으며 일반법인의 경우에도 과반 이상(59.68%)이 적용받는 것으로 나타남
  - 중견법인의 경우 신고 건수가 많지 않아 연도별로 차이가 크게 나타났으나 평균 39.13%가 최저한세를 적용받은 것으로 나타남
  - 이에 비추어 법인의 수혜금액을 증가시키기 위하여 공제율을 증가시키는 등의 변화는 그 효과가 크지 않을 수 있다고 판단되며 법인 유형에 따라서도 상이하게 나타날 가능성이 있음

1) 최저한세 관련 자료는 추가로 구축된 자료를 바탕으로 작성되어 기간이 앞선 분석과 상이함.

<표 I -6> 수혜법인 최저한세 적용 현황

(단위: 건, %)

법인 유형	구분	합계	2019	2020	2021	2022	2023
전체 법인	전체 수혜 건수	300	36	45	48	78	93
	최저한세 적용 건수	215	27	31	36	53	68
	최저한세 적용 비중	71.67	75.00	68.89	75.00	67.95	73.12
중소 법인	전체 수혜 건수	192	27	31	31	47	56
	최저한세 적용 건수	160	23	24	26	39	48
	최저한세 적용 비중	83.33	85.19	77.42	83.87	82.98	85.71
중견 법인	전체 수혜 건수	46	2	2	8	17	17
	최저한세 적용 건수	18	0	0	4	6	8
	최저한세 적용 비중	39.13	0.00	0.00	50.00	35.29	47.06
일반 법인	전체 수혜 건수	62	7	12	9	14	20
	최저한세 적용 건수	37	4	7	6	8	12
	최저한세 적용 비중	59.68	57.14	58.33	66.67	57.14	60.00

- 주: 1. 연도는 신고연도를 기준으로 하며, 각 연도에 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨  
 2. 법인은 해당 연도에 신고한 것을 기준으로 하며, 중소기업은 「조세특례제한법 시행령」 제2조에 의한 중소기업을 의미함  
 3. 총수급 횟수는 수급한 연도를 기준으로 작성되었음

자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

□ 본 조세특례를 수급한 법인의 수입금액 및 당기순손익과 같은 기업성과는 2020년 까지 증가하다가 2021년부터 대체로 감소하는 것으로 나타났으며, 증감폭은 중소기업에서 크게 나타남

○ 수혜법인의 수입금액은 2018(894.71억원)~2020년(1447.68억원)에 증가하였다가 그 이후 2023년 1,289.89억원 수준으로 감소하여 2020년 코로나19의 영향 이후에도 크게 감소하지 않는 것으로 나타남

- 중소기업의 수입금액은 2021년 감소 폭이 -44%로 가장 크게 나타났으나 그 후 수입금액의 증가 또한 49~60%로 크게 나타남
- 중견법인의 수입금액은 2021년 -23%로 크게 감소했으며 그 뒤로 수입금액이 2~13% 증가함
- 일반법인의 수입금액은 2019년에 -23%로 가장 크게 감소하였으며 그 뒤로는 증감을 보임

- 수혜법인의 당기순손익은 2018(31.95억원)~2020년(136.26억원)에 증가하였다가 그 이후 증감을 보여 2023년 57.75억원 수준을 기록하였으며 증감폭은 -62~222%로 수입금액보다 크게 나타남
- 중소기업의 당기순손익은 2021년 감소 폭이 -73%로 가장 크게 나타났으나 2022년 318% 증가
- 중견법인의 당기순손익은 꾸준히 증가하였으며 2022년 증감폭이 252%로 가장 크게 나타남
- 일반법인의 당기순손익은 2020년 178%로 가장 크게 증가

〈표 I -7〉 수혜 법인 수입금액 및 증감률

(단위: 억원, 건, %)

연도	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>전체</b>						
수입금액	894.71	1270.64	1447.68	1424.04	1271.86	1289.89
전년 대비 증감률	-	42	14	-2	-11	1
신고 건수	22	36	45	48	78	93
<b>중소법인</b>						
수입금액	81.10	99.06	123.55	68.59	109.82	163.98
전년 대비 증감률	-	22	25	-44	60	49
신고 건수	18	27	31	31	47	56
<b>중견법인</b>						
수입금액	1852.81	1964.76	1835.49	1409.50	1431.10	1618.10
전년 대비 증감률	13.99	6	-7	-23	2	13
신고 건수	2	2	2	8	17	17
<b>일반법인</b>						
수입금액	7259.12	5591.28	4803.70	6105.77	4979.61	4163.46
전년 대비 증감률	-	-23	-14	27	-18	-16
신고 건수	2	7	12	9	14	20

주: 1. 연도는 신고연도를 기준으로 하며, 각 연도에 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨  
 2. 법인은 해당 연도에 신고한 것을 기준으로 하며, 중소기업은 「조세특례제한법 시행령」 제2조에 의한 중소기업을 의미함

자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

<표 I -8> 수혜 법인 당기순손익 및 증감률

(단위: 억원, 건, %)

연도	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>전체</b>						
당기순손익	31.95	42.35	136.26	61.07	153.82	57.75
전년 대비 증감률	-	33	222	-55	152	-62
신고 건수	22	36	45	48	78	93
<b>중소법인</b>						
당기순손익	5.09	11.00	14.46	3.91	16.33	5.53
전년 대비 증감률	-	116	31	-73	318	-66
신고 건수	18	27	31	31	47	56
<b>중견법인</b>						
당기순손익	13.99	31.88	68.20	86.54	304.66	131.73
전년 대비 증감률	-	128	114	27	252	-57
신고 건수	2	2	2	8	17	17
<b>일반법인</b>						
당기순손익	291.69	166.25	462.24	235.28	432.20	141.07
전년 대비 증감률	-	-43	178	-49	84	-67
신고 건수	2	7	12	9	14	20

주: 1. 연도는 신고연도를 기준으로 하며, 각 연도에 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨  
 2. 법인은 해당 연도에 신고한 것을 기준으로 하며, 중소기업은 「조세특례제한법 시행령」 제2조에 의한 중소기업을 의미함

자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

- 과세표준 및 산출세액 또한 수입금액과 유사하게 변동하는 것을 확인할 수 있음
  - 과세표준은 평균 36.32억원에서 2020년 180.84억원을 기록하였고 증감을 보이다가 2023년에는 93.80억원 수준
  - 총부담세액은 2018년 5.24억원에서 2020년 31.58억원으로 증가하다가 2021년에 크게 감소하였으며 2023년에는 12.15억원 수준
  
- 수혜법인의 공제 및 감면 적용 전과 후 실효세율 또한 수입금액과 유사하게 변동하나 변동 폭은 작음
  - 연도별 공제 및 감면 적용 전 실효세율은 20~22%, 공제 및 감면 적용 후 실효세율은 9~17% 수준

- 공제 및 감면 적용 전 실효세율은 일반법인에서 가장 높으며 그다음은 중견기업, 중소기업 순으로 나타남
  - 그 크기는 일반법인은 21~23%, 중견법인은 20~22%, 중소기업 18~20% 수준
- 공제 및 감면 적용 후 실효세율 또한 일반법인에서 가장 높으며 그다음은 중견법인, 중소기업 순으로 나타남
  - 그 크기는 일반법인 9~19%, 중견법인 5~20%, 중소기업 6~10% 수준

〈표 I -9〉 수혜 법인 과세표준 및 과세정보

(단위: 억원, 건, %)

연도	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>전체</b>						
과세표준	36.32	52.82	180.84	83.6	174.25	93.8
산출세액	7.36	10.86	40.31	17.49	37.67	19.67
총부담세액	5.24	4.98	31.58	9.17	30	12.15
공제 및 감면 적용 전 실효세율	20	21	22	21	22	21
공제 및 감면 적용 후 실효세율	14	9	17	11	17	13
신고 건수	22	36	45	48	78	93
<b>중소법인</b>						
과세표준	6.51	11.79	19.96	5.68	19.37	13.44
산출세액	1.14	2.22	3.92	1.01	3.78	2.54
총부담세액	0.42	1.03	1.89	0.42	2.03	0.79
공제 및 감면 적용 전 실효세율	18	19	20	18	20	19
공제 및 감면 적용 후 실효세율	6	9	9	7	10	6
신고 건수	18	27	31	31	47	56
<b>중견법인</b>						
과세표준	81	102.39	106.67	109.54	410.37	172.87
산출세액	16	20.28	21.13	22.15	90.15	36.3
총부담세액	9.62	12.71	5.13	12.72	82.5	31.16
공제 및 감면 적용 전 실효세율	20	20	20	20	22	21
공제 및 감면 적용 후 실효세율	12	12	5	12	20	18
신고 건수	2	2	2	8	17	17
<b>일반법인</b>						
과세표준	259.97	196.89	608.81	328.94	407.52	251.61
산출세액	54.73	41.5	137.5	70.14	87.68	53.51
총부담세액	44.25	18.02	112.67	36.14	60.16	27.81

<표 I -9>의 계속

(단위: 억원, 건, %)

연도	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>일반법인</b>						
공제 및 감면 적용 전 실효세율	21	21	23	21	22	21
공제 및 감면 적용 후 실효세율	17	9	19	11	15	11
신고 건수	2	7	12	9	14	20

주: 1. 연도는 신고연도를 기준으로 하며, 각 연도에 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨  
 2. 법인은 해당 연도에 신고한 것을 기준으로 하며, 중소기업은 「조세특례제한법 시행령」 제2조에 의한 중소기업을 의미함  
 3. 공제 및 감면 적용 전 실효세율은 기업 규모별 평균 과세표준 대비 평균 산출세액을 의미함  
 4. 공제 및 감면 적용 후 실효세율은 기업 규모별 평균 과세표준 대비 평균 부담세액(신고서 상 총부담세액과 외국납부세액공제액의 합)을 의미함

자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

## 나. 개인사업자

- 개인사업자 신고 현황을 살펴보면 2018~2023년간 총 267건(이상치 제거<sup>2)</sup> 203건)이 신고되었으며, 공제액은 총 6억원(이상치 제거 3.24억원) 수준
  - 신고 건수는 2018년 25건에서 2021년 64건로 꾸준히 증가하다가 감소하여 2024년 27건 수준
  - 조세지출액은 2018년 4,100만원에서 2024년 1.4억원으로 꾸준히 증가
  - 평균공제액은 2018~2024년 100만~500만원 수준

<표 I -10> 개인사업자 신고 현황

(단위: 건, 명, 억원)

변수명	구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	전체
신고건수(A)	전체	25	39	40	64	38	34	27	267
	이상치 제거	18	27	28	45	36	28	21	203
공제액(B)	전체	0.41	0.45	0.72	1.03	0.49	1.24	1.40	6
	이상치 제거	0.23	0.24	0.23	0.40	0.36	0.82	0.96	3.24
평균공제액(B/A)	전체	0.02	0.01	0.02	0.02	0.01	0.04	0.05	0.16
	이상치 제거	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.03	0.05	0.12

주: 1. 연도는 신고연도를 기준으로 하며, 각 연도에 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨  
 2. 이상치는 관련 개인사업자의 산출세액보다 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제금액이 더 큰 경우를 의미

자료: 국세청 제공자료를 사용하여 저자 작성

- 2) 이상치는 관련 개인사업자의 산출세액보다 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제금액이 더 큰 경우를 의미

- 본 조세특례 사용과 조세절감 효과를 살펴보기 위해 산출세액 대비 공제세액과 공제대상금액 대비 공제세액을 살펴보면 <표 I -11>과 같음
  - 공제대상금액 대비 세액공제금액은 11~45%, 이상치 제거 시 11~42% 수준으로 나타남
  - 산출세액 대비 공제대상금액은 33~100%, 이상치 제거 시 33~50% 수준으로 나타나 전체 법인의 평균보다는 높고 중소기업 수준과 유사하거나 높게 나타남

<표 I -11> 수혜 개인사업자 및 과세정보

(단위: 억원, %, 건)

신고연도	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>전체</b>							
산출세액(A)	0.02	0.03	0.02	0.03	0.04	0.05	0.08
영상콘텐츠제작비용 공제대상금액(B)	0.08	0.09	0.10	0.08	0.08	0.17	0.11
영상콘텐츠제작비용 세액공제금액(C)	0.02	0.01	0.02	0.02	0.01	0.04	0.05
공제대상금액 대비 당기 공제세액 비율(C/B)	25%	11%	20%	25%	13%	24%	45%
산출세액 대비 공제세액(C/A)	100%	33%	100%	67%	25%	80%	63%
신고 건수	25	39	40	64	38	34	27
<b>이상치 제거</b>							
산출세액(A)	0.03	0.03	0.03	0.03	0.04	0.06	0.10
영상콘텐츠제작비용 공제대상금액(B)	0.09	0.06	0.05	0.06	0.07	0.15	0.12
영상콘텐츠제작비용 세액공제금액(C)	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.03	0.05
공제대상금액 대비 당기 공제세액 비율(C/B)	11%	17%	20%	17%	14%	20%	42%
산출세액 대비 공제세액(C/A)	33%	33%	33%	33%	25%	50%	50%
신고 건수	18	27	28	45	36	28	21

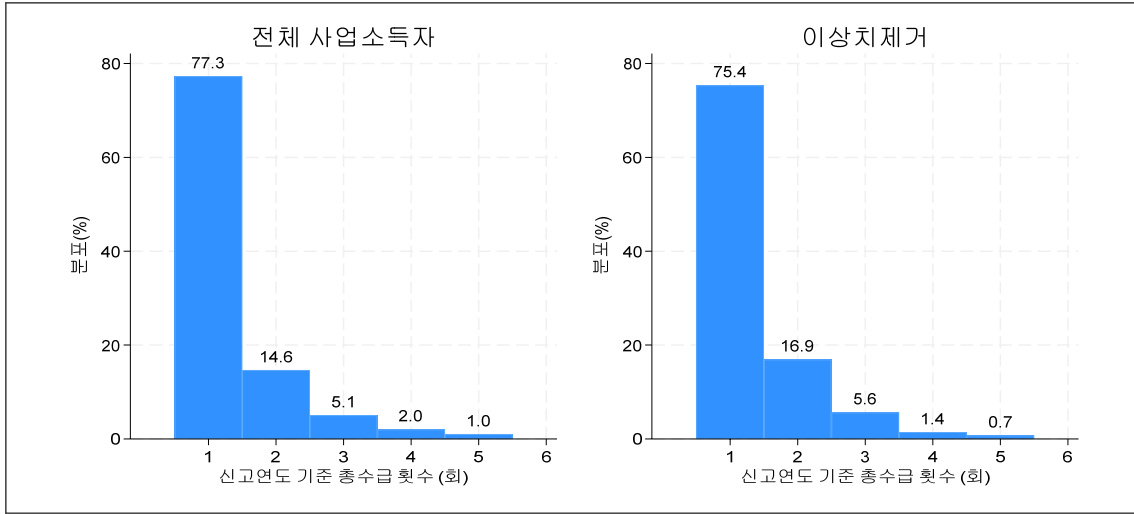
주: 1. 연도는 신고연도를 기준으로 하며, 각 연도에 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨  
 2. 이상치는 관련 개인사업자의 산출세액보다 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제금액이 더 큰 경우를 의미

자료: 국세청 제공자료를 사용하여 저자 작성

- 2018~2024년간 수급 횟수의 분포를 살펴보면 사업소득자의 경우 1회 이하로 수급하는 경우가 77.3%로 가장 많았고 그다음은 2회(14.6%)로 나타났으며 이상치를 제거한 경우에도 결과는 유사함
  - 법인과는 다르게 사업소득자의 경우 발생한 공제금액을 여러 연도에 나누어서 사용하는 행태는 관찰되지 않음

[그림 I -2] 2018~2023년 수급 횟수 분포

(단위: %)



주: 1. 연도는 신고연도를 기준으로 하며, 각 연도에 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨  
 2. 이상치는 관련 개인사업자의 산출세액보다 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제금액이 더 큰 경우를 의미

자료: 국세청 제공자료를 사용하여 저자 작성

- 본 조세특례를 수급한 사업소득자의 수입금액은 4,600만~1.92억원 수준으로 2019년까지 증가하다가 2020년 4,500만원으로 크게 감소한 이후로는 증가하고 있음
- 2020년 코로나19의 영향 이후에도 조세특례를 수급한 사업소득자의 수입금액은 크게 감소하지 않고 오히려 증가하였으며, 이상치를 제거하여도 유사한 패턴이 발견되었음

<표 I -12> 개인사업자 수입금액 및 증감률

(단위: 억원, %, 건)

신고연도	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>전체</b>							
수입금액	0.46	0.75	0.45	0.76	1.22	1.88	1.92
전년 대비 증감률	-	39	-67	41	38	35	2
신고 건수	25	39	40	64	38	34	27
<b>이상치 제거</b>							
수입금액	0.51	0.91	0.51	0.93	1.28	2.17	2.43
전년 대비 증감률	-	44	-78	45	27	41	11
신고 건수	18	27	28	45	36	28	21

주: 1. 연도는 신고연도를 기준으로 하며, 각 연도에 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨  
 2. 이상치는 관련 개인사업자의 산출세액보다 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제금액이 더 큰 경우를 의미

자료: 국세청 제공자료를 사용하여 저자 작성

□ 과세표준은 수입금액에 비하여 변동 폭이 작으며 2018~2024년간 2,000억~4,600억원 수준

- 2018~2021년 과세표준은 2,000억~2,100억원 수준으로 증감을 보이다가 2022년 2,600억원, 2024년 4,600억원 수준
- 산출세액은 200억~800억원 수준, 결정세액은 100억~300억원 수준으로 대체로 과세표준이 높을수록 증가하는 경향이 있음
- 공제 및 감면 적용 전 실효세율은 9~17% 수준이며 공제 및 감면 적용 후 실효세율은 5~8% 수준으로 4~10%가량 낮아지는 효과가 있음
  - 반면 공제 및 감면 적용 후 실효세율은 과세표준과 비례하여 증감하는 형태는 나타나지는 않음

<표 I -13> 개인 사업소득자 과세표준 및 과세정보

(단위: 억원, %, 건)

신고연도	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>전체</b>							
과세표준	0.2	0.21	0.22	0.21	0.26	0.34	0.46
산출세액	0.02	0.03	0.02	0.03	0.04	0.05	0.08
결정세액	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02	0.02	0.03
공제 및 감면 적용 전 실효세율	10	14	9	14	15	15	17
공제 및 감면 적용 후 실효세율	5	5	5	5	8	6	7
신고 건수	25	39	40	64	38	34	27
<b>이상치 제거</b>							
과세표준	0.25	0.27	0.26	0.27	0.27	0.39	0.56
산출세액	0.03	0.03	0.03	0.03	0.04	0.06	0.1
결정세액	0.01	0.02	0.01	0.01	0.02	0.02	0.04
공제 및 감면 적용 전 실효세율	12	11	12	11	15	15	18
공제 및 감면 적용 후 실효세율	4	7	4	4	7	5	7
신고 건수	18	27	28	45	36	28	21

- 주: 1. 연도는 신고연도를 기준으로 하며, 각 연도에 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨  
 2. 이상치는 관련 개인사업자의 산출세액보다 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제금액이 더 큰 경우를 의미  
 3. 공제 및 감면 적용 전 실효세율은 기업 규모별 평균 과세표준 대비 평균 산출세액을 의미  
 4. 세액공제 적용 후 실효세율은 기업 규모별 평균 과세표준 대비 산출세액에서 본 조세특례에 따른 세액공제를 제한 금액의 비중을 의미함

자료: 국세청 내부자료를 활용하여 저자 작성

### 3. 해외 사례

- 영상콘텐츠 산업에 대한 세제지원은 주요 국가에서 활발히 운영되고 있으며, 각국은 자국 콘텐츠 산업의 경쟁력 강화를 위해 다양한 조세 인센티브 제도를 도입
  - 특히 글로벌 콘텐츠 시장 규모에서 상위 10위권에 포함되는 미국, 프랑스, 영국<sup>3)</sup>의 사례는 국내 세제지원 제도의 공제율 수준과 정책적 경쟁력을 상대적으로 평가할 수 있는 유용한 비교 기준

#### 가. 미국

- 미국 연방정부는 「소득세법」 제181조(Section 181: Treatment of Certain Qualified Film and Television and Live Theatrical Productions)를 통해 영상 및 공연물 제작비에 대한 특별 소득공제 제도를 운영
  - 이 제도는 총인건비의 75% 이상이 미국 내에서 지출될 경우, 총제작비용을 지출 연도에 전액 비용 처리 가능하도록 하여 납세 부담을 완화
  - 공제 가능 비용의 한도는 1,500만달러이며, 제작비의 상당 부분이 저소득 지역에서 발생한 제작물에 대해서는 2천만달러로 확대
  - 본 제도는 연방 소득세 차감 대상에 해당하며, 주 정부 소득세 공제 제도와 중복 적용 가능<sup>4)</sup>
  
- 한편 미국 각 주는 영상콘텐츠 제작에 대해 별도의 세액공제 제도를 운영하고 있으며, 그중 대표적인 사례로 캘리포니아주에서 2025년에 시행된 ‘영화 및 텔레비전 세액공제 프로그램 4.0(Film and Television Tax Credit Program 4.0)’이 있음<sup>5)</sup>
  - 해당 프로그램은 연간 7억 5천만달러의 예산 한도 내에서 운영되며, 제작사는 프로젝트 착수 이전에 세액공제를 신청해야 함
  - 모든 신청 제작사가 세액공제를 받는 것은 아니며 캘리포니아 필름 커미션

3) 김인에 외, 『2025 해외 콘텐츠시장 분석』, 2024, p. 59.

4) 미국 「내국세법(Internal Revenue Code, I.R.C.)」, 제181조, 「영화, 텔레비전 및 라이브 공연물 제작비의 경비 처리에 관한 규정」

5) 캘리포니아주 행정법 사무국, 「Film and Television Tax Credit Program 4.0 시행을 위한 규제 승인 통지서」, <https://film.ca.gov/tax-credit/regulations/>, 검색일자: 2025. 8. 13.

(California Film Commission, CFC)이 신청 프로젝트를 평가 기준에 따라 심사

- 심사 기준으로 법정 평가 기준인 Jobs Ratio(세액공제액 대비 적격 임금 총액의 비율, 즉 캘리포니아 내에서 지출한 임금의 비중)가 고려됨
- 구체적으로 예산 내에서 콘텐츠 유형에 따른 지출 한도를 정하고 각 유형별로 Jobs Ratio에 따라 신청작의 순위를 매겨 후보작을 선출함
- 세액공제 대상으로 선정된 제작사는 인턴십, 현장실습 등 산업 인력 양성 프로그램에 의무적으로 참여해야 하며, 위험성 평가와 최종 안전평가 보고서를 제출할 필요

□ 영화 및 텔레비전 세액공제 프로그램 4.0의 신청 요건은 제작 과정·비용 요건과 제작물 요건으로 구분

- 먼저 제작 과정·비용 기준을 살펴보면 전체 제작일수의 75% 이상이 캘리포니아 내에서 촬영되거나, 전체 예산의 75% 이상이 주 내에서 지출되어야 함
- 제작물 요건으로는 비독립 장편영화, 독립영화, 미니시리즈, 신규 및 기존 TV 시리즈, 이전 TV 시리즈, 그리고 TV 파일럿으로 제한
  - 이 가운데 독립영화는 비상장기업에 의해 제작되어야 하며, 상장회사가 해당 제작사의 지분을 직접 또는 간접적으로 25%를 초과하여 보유해서는 안 됨

□ 한편 구체적인 세액공제율은 제작물 유형에 따라 차등 적용

- 타 주에서 캘리포니아로 촬영지를 이전한 TV 시리즈(이하 이전 TV 시리즈)는 공제대상에 해당되는 비용의 40%가 공제되며, 그 외 제작물은 35%의 기본 공제율이 적용
  - 2025년 7월, 영상콘텐츠의 권역 내 제작을 보다 활성화시키기 위하여 기본공제율이 20%에서 35%로 상승함
- 공제대상 비용으로 캘리포니아주 내에서 발생한 촬영 스태프 및 제작 인력의 임금·복리후생, 시설·장비 임차비, 안전·건축·의상·식음료·숙박비, 필름 현상 등 제작 운영비가 포함
  - 단 창작자 및 배우의 보수, 프로젝트 인수·개발·전환 비용, 자금조달·관리·마케팅·배급 관련 비용, 파생상품 제작비, 캘리포니아주 외 서비스 비용 등은 제외

- 공제대상 비용에는 상한이 설정되어 있는데 독립영화는 2천만달러, 기타 제작물은 1억 2천만달러까지 인정되며, 이 한도를 초과한 비용에 대해서는 세액공제를 적용할 수 없음
- 기본공제 외에 일정 요건이 충족된 경우 추가공제가 가능
  - 독립영화와 이전 TV 시리즈는 추가공제 대상에서 제외
  - 추가공제는 총 네 가지 조건에 근거하여 제공
    - 첫째, 캘리포니아주 내에서 시각효과(Visual effects, 이하 VFX) 비용이 1천만달러 이상 지출되거나주 내에서 전체 VFX 비용의 75% 이상이 발생할 때 해당 지출의 5%가 추가공제
    - 둘째, LA zone 외 지역에서 촬영된 기간 중 LA zone 거주자에게 지급된 급여에 대해서도 5%의 추가공제 인정
    - 셋째, LA zone 외 지역에서 발생한 공제대상 비용은 5%의 추가공제를 받을 수 있음
    - 넷째, LA zone 외 지역에서 본 촬영을 진행하고, 해당 지역 거주자 또는 근무자를 고용한 경우 해당 인건비에 대해 10%의 추가공제 부여
    - 네 번째 요건은 독립영화와 이전 TV 시리즈에도 예외적으로 허용되며 독립영화 10%, 이전 TV 시리즈 5%의 공제율 적용
  - 추가공제의 경우 기본공제의 상한과 별도로 공제 가능
    - 첫째, 둘째, 셋째 추가공제의 경우, 세 항목의 공제액 합계는 총공제대상 비용의 5%를 초과할 수 없음
    - 넷째 추가공제의 경우 공제액 상한 없음
- 한편 세액공제액이 납부세액을 초과하는 경우, 공제권의 활용 방식은 제작물 유형에 따라 다르게 규정
  - Program 4.0부터는 세액공제액이 과세표준을 초과하는 경우 그 초과분의 90%까지, 최대 5년에 걸쳐 분할 환급을 신청할 수 있는 제도가 새롭게 도입
    - 환급 제도는 세액공제액이 납부세액을 초과하는 경우에도 공제 효과를 유지하기 위한 보완적 장치로 이해할 수 있음
  - 독립영화의 경우 환급과 별도로 세액공제권을 이해관계가 없는 제3자에게 판매할 수 있으며, 양수인은 이를 자신의 캘리포니아주 소득세에서 차감 가능

## 나. 프랑스

- 프랑스는 영상콘텐츠 제작과 관련하여 세제 혜택을 제공하는 세 가지 제도를 운영
  - 민간 투자자를 대상으로 하는 SOFICA(Sociétés de financement de l'industrie cinématographique et de l'audiovisuel), 영화 제작자를 위한 영화 세액공제제도(Crédit d'impôt cinéma, 이하 CIC) 그리고 시청각 콘텐츠 제작자에게 적용되는 시청각 세액공제제도(Crédit d'impôt audiovisuel, 이하 CIA)가 이에 해당
  
- SOFICA는 1985년 「법률 제85-695호」에 따라 설립된 자금조달 수단으로, 영화 및 시청각 작품의 제작과 배급에 사용되는 민간 자금을 모집하는 것을 목적으로 함
  - 공제대상 한도액은 총 순소득의 25% 또는 1억 8천만유로 한도 내에서만 인정
  - SOFICA에 투자한 개인 투자자는 최대 48%까지 소득공제 감면 혜택을 받을 수 있으며, 기본 공제율은 30%임
  - 추가적으로 SOFICA가 투자금의 10% 이상을 제작사 지분 인수에 사용하는 경우 공제율은 36%로 확대되며, 여기에 더해 시리즈형 시청각 작품 개발이나 해외 수익권에 대한 권리 인수에 투자금의 10% 이상을 사용하는 경우 공제율은 최대 48%까지 상향됨
  - 공제 혜택을 유지하기 위해 투자자는 최소 5년간 지분을 보유해야 함<sup>6)</sup>
  
- CIC 제도는 2004년 「재정법」(제2003-1311호 제88조)에 따라 도입되었으며, 영화 제작에 적용<sup>7)</sup>
  - 세액공제는 프랑스 내에서 발생한 제작 지출을 기준으로 하며, 수혜자는 제작 총괄자에 한정
  - 공제 방식은 세액공제이며, 공제액이 납부세액을 초과하는 경우 환급도 가능
  - 신청은 촬영 시작 이전에 이루어지며, 그 이후 발생한 지출만 공제대상 비용으로 인정
  - 제도 운영은 프랑스 국립영화영상센터(Centre national du cinéma et de l'image animée, 이하 CNC)가 주관하며 심사를 통해 선정된 작품만 혜택을 받을 수 있음

6) 프랑스 국립영화영상센터(CNC), “Les SOFICA - 영화 및 시청각 산업 금융회사 제도 소개,” [https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/multi-sectoriel/production/les-sofica\\_759536](https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/multi-sectoriel/production/les-sofica_759536), 검색일자: 2025. 6. 5.

7) 프랑스 국립영화영상센터(CNC), “장편 영화 제작에 대한 세액공제 제도(Crédit d'impôt cinéma),” [https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/cinema/production/credit-dimpot-cinema\\_132769](https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/cinema/production/credit-dimpot-cinema_132769), 검색일자: 2025 .6. 5.

- 세액공제를 받기 위해서는 작품이 원칙적으로 프랑스어 또는 프랑스 내 사용 지역어로 제작되어야 하며 주요 촬영과 후반 작업이 프랑스 영토 내에서 이루어져야 함
  - 다만 예술적 사유가 인정되는 경우 외국어 사용과 일부 해외 촬영이 예외적으로 허용
  - 해당 작품은 프랑스 및 유럽의 영화 창작과 문화적 다양성에 기여해야 하며, 프랑스 또는 유럽 국가의 예술·기술 인력과의 협력을 통해 제작되어야 함
  
- 공제율은 기본적으로 프랑스 내 공제대상 비용의 30%
  - 예술적 사유로 인해 외국어로 제작된 영화의 경우 공제율은 20%로 하향
  - 세액공제의 상한은 한 작품당 최대 3천만유로이고, 총세액공제액은 전체 제작 예산의 50%를 초과할 수 없으나 저예산 작품의 경우 60%까지 허용
  - 공제대상 비용이 전체 예산의 80%를 초과할 경우 초과분은 공제대상 비용에서 제외
  - 또한 국제 공동제작의 경우 공제 한도액은 프랑스 기업 지출액의 80%임
  - 공제대상 비용으로 작가 및 출연자 보수, 기술자 인건비, 촬영·편집·후반작업, 특수효과, 장비 임대, 프랑스 내 숙박·교통비 등이 포함
    - 단 이러한 비용은 프랑스 국내에서 발생해야 하며, 프랑스에 등록된 업체를 통해 지출되어야 함
  
- CIA 제도는 픽션(드라마, TV시리즈 등), 다큐멘터리, 애니메이션, 공연물 각색 등의 시청각 콘텐츠에 적용되며, 세액공제 구조 및 신청 요건은 CIC와 동일하게 운영<sup>8)</sup>
  - CIA 제도에서는 공제대상 콘텐츠의 장르에 따라 공제율과 공제 상한이 차등 적용
    - 픽션은 상영시간 45분 이상, 분당 제작비 5천유로 이상이어야 하며, 공제율은 25%, 공제 상한은 분당 1,250만~1만유로 구간별로 차등 적용
    - 다큐멘터리는 상영시간 24분 이상, 분당 총제작비 2,333유로 이상, 적격 지출 2천유로 이상일 경우 25% 공제를 받을 수 있으며, 공제 상한은 분당 1,450유로

8) 프랑스 국립영화영상센터(CNC), 『시청각 제작물 세액공제 제도(Crédit d'impôt audiovisuel)』, [https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/audiovisuel/production/credit-dimpot-audiovisuel\\_778316](https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/audiovisuel/production/credit-dimpot-audiovisuel_778316), 검색일자: 2025. 6. 5.

- 애니메이션은 상영시간 24분 이상, 분당 제작비 3천유로 이상으로 공제율은 25%, 공제 상한은 분당 3천유로
- 공연물 각색 콘텐츠는 상영시간 40분 이상을 기준으로 하며 시간대별로 분당 제작비 기준이 구간화되어 있고, 공제율은 10%, 공제 상한은 분당 1,450유로
- CIA의 공제대상 비용 항목은 CIC와 동일하게 적용
- CIA 제도 또한 세액공제액은 전체 제작 예산의 50%를 초과할 수 없으나 단 감독의 초기 작품 또는 저예산 작품의 경우에는 60%까지 허용<sup>9)</sup>

## 다. 영국

- 영국은 2024년부터 기존의 영상콘텐츠 세액감면제도를 통합하여 AVEC(Audio-Visual Expenditure Credit) 제도를 시행
  - 제작사는 해당 회계기간 종료일로부터 최대 2년 이내에 세액공제를 청구, 수정 또는 철회 가능
  - 세액공제를 받기 위해서는 해당 콘텐츠가 영국 문화 테스트를 통과하거나 공식 공동제작으로 인정되어야 하며, 적격 지출의 최소 10% 이상이 영국 내에서 발생해야 함
  - 또한 제작사는 영국 법인세 납세의무가 있는 법인이어야 함
- 지원대상 콘텐츠에는 영화(film), 고급 텔레비전 프로그램(high-end television programme), 애니메이션 프로그램(animation programme), 어린이용 텔레비전 프로그램(children's television programme)이 포함
- 공제율은 장르와 요건에 따라 차등 적용
  - 장편영화 및 고급 텔레비전 프로그램에는 공제율 34%, 애니메이션 및 어린이 프로그램에는 39% 적용
  - 이와 별도로 저예산 독립영화를 지원하기 위한 별도 제도인 IFTC(Independent Film Tax Credit)가 운영되며, 해당 작품에는 공제율 53% 적용<sup>10)</sup>

9) 프랑스 「일반세법(Code général des impôts)」, 제220 sexies조, 「위탁 제작된 영화 및 영상물의 제작 비용에 대한 세액공제」, [https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article\\_lc/LEGIARTI000046868626](https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000046868626), 검색일자: 2025. 6. 5.

10) 영국 세무·관세청(HMRC), “법인세용 시청각 제작비 세액공제 신청 가이드(Claiming Audio-Visual

- 공제대상 비용은 전체 핵심 지출(core expenditure)의 80% 또는 영국 내에서 실제로 발생한 핵심 지출 중 더 낮은 금액으로 산정
  - 모든 AVEC 유형에 대해 세액공제 상한은 설정되어 있지 않으며, 이상의 기본 요건 외에도 각 장르별로 별도의 신청 요건이 존재
    - 영화의 경우는 극장 개봉용으로 기획된 작품이어야 하며, 텔레비전 프로그램은 인터넷 스트리밍을 포함한 공중 송출을 목적으로 제작된 콘텐츠여야 함
    - 고급 텔레비전 프로그램의 경우 드라마, 코미디 또는 다큐멘터리 장르에 해당하는 콘텐츠를 대상으로 하며, 다음의 두 요건을 충족해야 함
      - 첫째, 에피소드당 평균 핵심 지출이 시간당 최소 100만파운드 이상이어야 하며,
      - 둘째, 각 에피소드의 방송 시간은 20분을 초과해야 함
  
- 한편 영국의 AVEC 제도는 미국 및 프랑스와 달리 세액공제 금액을 과세소득으로 간주
  - 이에 따라 공제액은 25%의 법인세 과세대상이 되며 실질 공제율은 명시된 수치보다 다소 낮아질 수 있음
  - 공제액이 실제 납부세액을 초과하는 경우 해당 초과분은 계열사에 양도하거나 현금 환급 방식으로 활용할 수 있음

<표 I -14> 국가별 세제지원제도

국가	지원제도	요건	공제율
미국	Section 181 (연방)	인건비의 75% 이상을 미국 내에서 지출	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공제대상 비용 전액 소득공제</li> <li>• 1,500만달러 한도(저소득 지역에서 제작비의 상당 부분 발생한 경우 2천만달러 한도)</li> </ul>
	캘리포니아 Film and Television Tax Credit Program	전체 제작일수의 75% 이상을 캘리포니아 내에서 촬영 또는 전체 예산의 75% 이상을 주 내에서 지출	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이전 TV 시리즈 공제대상 비용의 40% / 그 외 콘텐츠 35% 세액공제</li> <li>• 공제대상 비용 1억 2천만달러, 독립영화의 경우 2천만달러 한도</li> <li>• 적격 시각효과 제작비의 5% 등 특정 요건에 따른 추가공제 존재</li> </ul>

Expenditure Credits for Corporation Tax),” <https://www.gov.uk/guidance/claim-audio-visual-expenditure-credits-for-corporation-tax>, 검색일자: 2025. 6. 5.

<표 1-14>의 계속

국가	지원 제도	요건	공제율
프랑스	SOFICA	투자 지분 최소 5년 간 보유	<ul style="list-style-type: none"> <li>투자자 대상 기본 30%, 추가 요건 충족 시 최대 48% 소득공제</li> <li>총 순소득의 25% 또는 1억 8천만유로</li> </ul>
	CIC, CIA	프랑스어(또는 지역어) 사용, 주요 촬영·후반작업 프랑스 내 수행, 프랑스 및 유럽의 영화 창작과 문화적 다양성에 기여, 프랑스·EU 인력 협업	<ul style="list-style-type: none"> <li>공제대상 비용의 30% /예술적 사유로 인해 외국어로 제작된 영화 20%</li> <li>세액공제의 상한은 한 작품당 최대 3천만 유로, 공제대상 비용이 전체 예산의 80%를 초과할 경우 초과분은 공제대상 비용에서 제외</li> </ul>
영국	AVEC	영국 문화 테스트 통과 또는 공식 공동제작 인정, 적격 지출의 10% 이상 영국 내 발생	<ul style="list-style-type: none"> <li>장편영화 및 고급 텔레비전 프로그램 34% / 애니메이션 및 어린이 프로그램 39% / 독립영화 53%(공제액에 법인세 25% 부과)</li> <li>공제대상 비용은 전체 핵심 지출이 80% 또는 영국 내 발생 지출 중 낮은 금액 (별도의 상한액 존재하지 않음)</li> </ul>
우리나라	영상콘텐츠 제작비 세액공제	정책 대상 제작자 및 제작물 요건 충족	<ul style="list-style-type: none"> <li>대기업 5%, 중견기업 10%, 중소기업 15%, 국내 지출 비율 요건 충족 시 대기업 15%, 중견기업 20%, 중소기업 30%</li> <li>최저한세 내에서 공제 가능</li> </ul>

자료: 저자 작성

## Ⅱ. 타당성 분석





## Ⅱ. 타당성 분석

### 1. 정부 개입의 적절성

#### 가. 정부 개입의 근거

- 시장 가격 메커니즘을 통한 자원배분은 외부효과, 공공재 및 가치재, 정보 비대칭성 등의 원인으로 시장실패로 이어질 수 있음
  - 정부는 시장실패를 해결하기 위해 조세, 보조금, 규제 등의 정책 수단을 동원하며 정책 수단과 적용 범위는 실패의 유형에 따라 달라짐
  - 예를 들어 긍정적 외부효과가 큰 재화의 공급은 사회적 최적 수준에 미달할 가능성이 높으므로 세제 지원이나 보조금을 통해 민간 부문의 공급 확대를 유도할 수 있음
    - 이때 정부 개입은 정책 설계의 비효율성, 집행 과정의 비용, 정보 부족 등으로 인해 오히려 순후생을 저해할 수 있으며, 경우에 따라 시장실패보다 더 큰 왜곡을 초래할 수 있음
  - 따라서 정부 개입의 타당성은 시장실패로 인한 후생 손실과 개입으로 발생할 수 있는 정책 비용 간 비교를 통해 결정되어야 하며 영상콘텐츠 지원제도도 이러한 원칙에 따라 검토될 수 있음
  
- 문헌에 따르면 영상콘텐츠 제작비용 세액공제제도의 주요 대상인 영상콘텐츠는 다양한 긍정적 외부효과를 유발하는 것으로 나타남
  - 첫째, 영상콘텐츠는 소비자의 문화·예술 향유를 넘어 사회 전체에 긍정적 외부효과를 발생시킴
    - 영상콘텐츠는 미래 세대를 위한 문화유산으로 남을 수도 있고, 국가 이미지 제고와 국민 정체성 강화에도 기여할 수 있음<sup>11)</sup>

11) 권호영 외, 『문화콘텐츠 세계개선 방안연구』, 2010, p. 21.

- 둘째, 영상콘텐츠는 한계비용이 낮아 다양한 산업으로 확장이 용이하여 그 경제적 파급효과가 상당한 것으로 알려져 있음
  - 예를 들어 원천 콘텐츠는 게임, 캐릭터 상품 등으로 쉽게 파생될 수 있어 연관 산업 전반에 연쇄적으로 부가가치를 유발함
  - 이러한 가치 창출의 대표 사례로 디즈니를 들 수 있는데, 디즈니는 자사 애니메이션 지적재산권(Intellectual Property, 이하 IP)을 굿즈, 게임, 테마파크 등으로 확장한 바 있음<sup>12)</sup>
  
- 하지만 영상콘텐츠 제작 산업은 시장 메커니즘만으로 긍정적 파급효과를 고려한 최적생산이 이루어지기 어려운 구조적 제약을 가지고 있음<sup>13)</sup>
  - 영상콘텐츠는 소비자가 영상콘텐츠를 소비하기 전에 그 가치와 품질을 인지하기 어려운 경험재이므로 수요 예측에 불확실성이 존재
    - 수요 예측의 불확실성은 제작 단계의 투자 리스크로 인식되어 자본 조달이 원활하지 않을 수 있음
  - 또한 콘텐츠 산업은 무형자산 비중이 높아 담보 기반 자금 조달이 용이하지 않으며 이 때문에 시장성과 작품성을 갖춘 프로젝트 또한 투자 유치에 실패할 수 있음
  - 마지막으로 디지털 콘텐츠는 복제 비용은 낮아 무임승차 문제(free rider problem)에 취약하므로 시장 기반 콘텐츠 공급이 제한될 수 있음
  
- 따라서 콘텐츠 산업에 대한 정부 개입은 사회 후생 제고를 위한 이론적인 타당성이 인정되나 구체적인 본 제도의 타당성은 영상콘텐츠 산업의 외부효과에 대한 검증 및 시장 개입의 편익이 그 비용을 상회하는지에 대한 분석에 기반함
  - 이러한 고려에 기반하여 이하 영상콘텐츠 제작비에 대한 세액공제의 타당성을 구체적으로 평가함

12) 송요셉 외, 『영상콘텐츠 제작비 세액공제 효과분석』, 2025, p. 14.

13) 송요셉 외(2025), p. 13; 임병인 외, 『출판콘텐츠 제작비용 세액공제 방안 연구』, 2024, p. 15.

## 나. 콘텐츠 산업의 긍정적 외부효과

- 상술한 바와 같이 특정 산업에 대한 정부 개입이 정당성을 가지기 위해서는 개입으로 인해 발생하는 사회적 편익이 상당함을 입증해야 함
  - 일반적으로 이러한 입증 과정에는 해당 산업이 지닌 파급효과를 측정하는 실증분석이 활용됨
    - 예컨대 문화산업의 고용 유발 효과가 정책 비용 대비 유의미하다면 이는 문화산업 지원의 타당성을 뒷받침하는 실증적 근거가 될 수 있음
  
- 영상콘텐츠 산업의 경우 각종 선행연구에서 수출 증대, 고용 창출, 국가 이미지 제고 등 여러 측면에서 긍정적인 경제적 효과를 유발한다고 보고하고 있음
  - 김윤지(2022)는 중화권, 일본, 동남아, 북미, 유럽 등 6개 권역을 대상으로 K-콘텐츠 수출이 유발하는 경제적 파급효과를 분석
    - 분석 결과 K-콘텐츠 수출이 1억달러 증가할 경우 연관 소비재 수출이 약 1.8억달러 증가하며, 특히 음악·방송·영화 등 한류 성격이 강한 장르에서 소비재 수출 견인 효과가 두드러지는 것으로 나타남
    - 또한 콘텐츠 수출은 생산 및 고용 측면에서도 의미 있는 경제적 효과를 창출하는 것으로 분석
    - 구체적으로 콘텐츠 수출이 1억달러 증가할 경우 소비재 생산 과정에서 약 3.4억달러(3,987억원), 콘텐츠 생산 과정에서 약 1.7억달러(2,001억원)의 생산 유발 효과가 발생하며, 이에 따라 각각 1,625명과 1,357명의 고용유발 효과가 나타나는 것으로 추정
  - 양현석 외(2024)는 콘텐츠의 산업적 파급효과를 부가가치율 및 생산유발효과를 중심으로 분석
    - 분석 결과 2019년 기준 전체 산업의 평균 부가가치율은 43.5%였으며, 콘텐츠 산업은 47.3%로 산출
    - 이는 콘텐츠 산업이 다른 산업에 비해 상대적으로 높은 수준의 부가가치를 창출하고 있음을 보여줌
    - 또한 콘텐츠 산업의 최종수요에 따른 생산유발액은 2010년 61.2조원, 2015년 79.6조원, 2019년 100조원으로 지속적으로 증가한 것으로 나타남

- 동 기간 콘텐츠 산업이 타 산업에 미친 생산 유발액은 각각 23.1조원, 29.3조원, 36.0조원으로 추산
- 이는 콘텐츠 산업의 성장에 따라 연관 산업으로 확산되는 경제적 효과도 점차 확대되고 있는 것으로 해석할 수 있음
- 동 연구에서는 또한 콘텐츠 수출이 국가브랜드 가치를 높이는 데에 일정한 효과를 나타내는 것으로 보고됨
  - 구체적으로 콘텐츠 수출액이 1% 증가할 경우 국가브랜드 가치가 1.04% 상승하는 것으로 추정되며(<표 II-1> 참고), 이는 총수출액이 1% 증가할 때의 상승 폭인 0.74%보다 높은 수치
  - 이에 따라 양현석 외(2024)는 콘텐츠 산업의 수출이 국가브랜드 제고에 있어 타 산업보다 큰 기여를 할 수 있다고 판단
- 이진국(2025)은 콘텐츠 산업의 자기산업 투입계수가 0.112로, 전체 33개 산업 중 13위에 해당한다고 분석
  - 일반적으로 자기산업 투입계수는 제조업에서 높게 나타나는 경향이 있으나, 콘텐츠 산업은 일부 제조업과 다수의 서비스업보다 높은 수치를 기록
  - 이진국(2025)은 이 결과가 하나의 콘텐츠가 웹툰, 드라마, 게임, 캐릭터 상품 등 다양한 형태로 확장·활용될 수 있는 산업적 구조에 기인한 것이라고 설명하며, 콘텐츠 산업이 산업 내부에서의 반복적 재투입을 통해 지속적으로 부가가치를 창출할 수 있는 구조를 형성하고 있다고 보았음
  - 또한 2020년 기준 콘텐츠 산업의 생산유발계수를 1.572로 추정
  - 콘텐츠 산업의 영향력 계수는 0.955로, 제조업 평균인 1.062에는 미치지 못하나 서비스업 평균인 0.889보다 높은 수준으로 나타남
  - 이진국(2025)은 콘텐츠 산업이 본질적으로 서비스업적 특성을 지닌다는 점을 감안할 때 이와 같은 생산 및 파급 효과는 비교적 높은 수준이며, 경제 전반에 미치는 영향도 적지 않다고 평가

<표 II -1> 콘텐츠 수출액과 국가브랜드 간의 패널분석 결과

구분	모형
창조경제제품 수출(콘텐츠)	1.04*** (14.18)
수출총액	0.74*** (3.27)
_cons	-16.40*** (-2.74)

주: 1, ( ) 안은 *t*-통계량

2. \*  $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$

3. 11개 관측치(obs)로 분석한 결과이므로 해석에 주의가 필요함

자료: 양현석 외, 『2023년 콘텐츠산업 경제적 파급효과 분석 연구』, 2024, p. 101.

□ 선행연구에 따르면 영상콘텐츠는 실증적으로 긍정적 외부효과를 유발하는 것으로 분석되나 외부효과만으로 정책 개입이 정당화되는 것은 아니며, 제도 운영을 통해 창출되는 편익이 정책비용을 상회함이 입증되어야 함

○ 이아름 외(2023)는 영상콘텐츠 제작비 세액공제 제도의 조세지출 규모와 이에 따른 경제적 효과를 중심으로 비용 대비 편익 구조를 검토

- 이아름 외(2023)는 조세지출 규모, 영상콘텐츠 제작비 추이, 한국은행 2019년 산업연관표<sup>14)</sup> 전문가 인터뷰 및 기업 대상 설문조사 결과를 활용하여 경제적 효과를 추정
- 조사 결과 세액공제로 확보된 재원의 재투자 비율은 전문가 인터뷰 기준 70~80%, 기업 설문조사 기준 56.5%로 나타남
- 이 연구는 해당 재투자율을 적용한 시나리오를 설정한 뒤 연평균 제작비 증가율을 4.2%로 가정하여 각 연도의 제작비를 산출
- 이후 조세지출 규모에 재투자율을 적용한 금액을 제작비에 더해 총제작비를 추정하고, 이를 기반으로 연도별 경제적 효과를 산출(<표 II-2>, <표 II-3> 참고)
- 분석 결과 재투자율을 80%로 가정한 경우 세수 감소분 1억원당 생산유발효과는 평균 1.65억원, 부가가치유발효과는 0.65억원, 고용유발효과는 0.66명으로 나타남
- 재투자율 56.5%를 적용한 경우에는 각각 1.16억원, 0.46억원, 0.47명으로 산출

14) 생산유발지수 2.06, 부가가치유발지수 0.81, 고용유발지수 8.29

- 이 분석에는 행정비용 등 일부 비용 항목이 포함되지 않았으나 조세지출 대비 편익이 충분하다는 근거로 해석될 수 있음

<표 II -2> 영상콘텐츠 제작비 관련 경제적 효과(재투자율 80% 적용)

(단위: 억원, 명)

구분	시행 1년	시행 2년	시행 3년	시행 4년	시행 5년
세수감소분(비용)	410	418	427	434	443
제작비	30,615	31,901	33,240	34,637	36,091
세액공제로 발생한 추가 제작비	328	334	341	347	354
총제작비	30,943	32,235	33,581	34,984	36,446
생산유발효과	63,743	66,405	69,178	72,068	75,078
부가가치유발효과	25,064	26,110	27,201	28,337	29,521
고용유발효과	25,652	26,723	27,839	29,002	30,213

주: 1. 세수감소분(비용)은 추정치  
 2. 각 효과 수치는 총제작비를 기준으로 산출한 결과임  
 자료: 이아름 외(2023), p. 93.; p. 96.

<표 II -3> 영상콘텐츠 제작비 관련 경제적 효과(재투자율 56.5% 적용)

(단위: 억원, 명)

구분	시행 1년	시행 2년	시행 3년	시행 4년	시행 5년
세수감소분(비용)	410	418	427	434	443
제작비	30,616	31,897	33,232	34,624	36,074
세액공제로 발생한 추가 제작비	231	236	241	245	250
총제작비	30,847	32,133	33,473	34,870	36,325
생산유발효과	63,546	66,195	68,956	71,832	74,829
부가가치유발효과	24,986	26,028	27,113	28,244	29,423
고용유발효과	25,572	26,639	27,749	28,907	30,113

주: 1. 세수감소분(비용)은 추정치  
 2. 각 효과 수치는 총제작비를 기준으로 산출한 결과임  
 자료: 이아름 외(2023), p. 93.; p. 97.

- 이상의 정량적 경제효과 외에도 영상콘텐츠 산업에 대한 지원은 변화하는 산업 구조에 대응하는 정책 수단으로서의 기능을 할 수 있음
  - 글로벌 금융위기 이후 세계 교역 구조는 상품 중심에서 서비스 중심으로 전환되고 있으나, 우리나라는 서비스 수출 부문에서 주요국 대비 성장률과 시장

점유율 모두 낮은 수준에 머무르고 있음

- 더불어 우리 상품 수출은 통상환경의 불확실성 심화와 중국의 기술 고도화 등으로 과거와 같은 고성장을 지속하기 어려운 여건에 직면<sup>15)</sup>
- 이러한 상황에서 서비스 수출을 미래 성장동력으로 육성할 필요성이 커지고 있으며, 영상콘텐츠 산업을 지원하는 세액공제제도는 변화하는 시장 구조에 대응하는 적절한 정책 수단으로 평가될 수 있음

## 2. 제도 설계의 적절성

### 가. 수혜 대상의 적절성

- 본 절에서는 영상콘텐츠 세액공제가 정책 목표에 부합하는 수혜 대상을 중심으로 설계되어 있는지 살펴보고, 투자 환경을 고려한 투자자 대상 세제지원의 필요성도 함께 검토
- 현행 제도는 내국인 제작자가 부담한 제작비용 일부를 세액에서 공제하는 구조로 설계되어 있으며, 이에 따라 실질적인 수혜대상은 콘텐츠를 직접 제작하는 제작자에 국한
- 아울러 세액공제가 적용되는 콘텐츠의 범위는 온라인 동영상 서비스(Over-the-top media service, 이하 OTT)에서 제공되는 비디오물을 포함하는 등 경제적 파급효과가 큰 콘텐츠로 범위가 점차 확장
- 이하에서는 세액공제 수혜자의 적절성에 더하여, 적용대상 콘텐츠의 범위가 정책 목표에 부합하는지 여부도 검토

#### 1) 정책 대상자의 적절성

- 동 제도의 정책 수혜대상은 방송프로그램, 온라인 동영상 서비스(OTT) 비디오물, 영화 등을 제작하는 내국인 제작자로 한정(<표 II-4> 참고)
- 이는 영화·드라마 등 관광 및 수출 부문에서 높은 파급효과를 유발하는 콘텐츠의 제작을 촉진하려는 제도의 정책 목적에 부합하는 것으로 평가

15) 최준 외, 『우리나라 서비스 수출 현황과 나아갈 방향』, 2025, p. 1.

<표 II -4> 동 제도 공제대상 내국인

공제대상 내국인	조건
오락, 다큐멘터리, 애니메이션 방송 프로그램 제작자	영상콘텐츠를 제작하는 자의 경우: 다음 각 목의 요건 중 3개 이상의 요건을 갖출 것 가. 작가(극본, 시나리오 등을 집필하는 자를 말한다)와의 계약 체결을 담당할 것
온라인 동영상 서비스를 통해 시청에 제공된 비디오물 제작자	나. 주요 출연자와의 계약 체결을 담당할 것 다. 주요 스태프(연출, 촬영, 편집, 조명 또는 미술 스태프) 중 2가지 이상 분야의 책임자와의 계약 체결을 담당할 것 라. 제작비의 집행 및 관리와 관련된 모든 의사 결정을 담당할 것
영화 제작자	「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제2조 제9호 가목에 따른 영화제작업자(영리 목적 영화 제작을 업으로 하는 자)로서 위의 요건(가.~라.) 중 3개 이상의 요건을 갖출 것

자료: 「조세특례제한법 시행규칙」 제13조의9; 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제2조 제9호 가목

## 2) 정책 대상 영상콘텐츠의 적절성

- 동 제도의 수혜 영상물 범위는 「방송법」, 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」, 「전기통신사업법」 등 관련 법령에 따라 확정되며, 주요 지원대상은 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리, 오락 프로그램, 영화, OTT 비디오물로 구분(<표 II-5> 참고)
- 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 및 오락 프로그램은 「방송법」 제2조 제17호에 따른 방송프로그램 중 「방송법 시행령」 제50조 제2항에 명시된 오락 및 교양(다큐멘터리) 프로그램과 「애니메이션산업 진흥에 관한 법률」 제2조 제1호에 따른 애니메이션(텔레비전 방송된 경우)을 포함하며 ‘보도에 관한 방송프로그램’은 공제대상에서 제외
  - 이는 해당 프로그램이 정치·경제·사회·문화 등 시사적 사안을 주로 다루므로, 관광 활성화나 수출 확대 등 본 제도가 추구하는 경제적 파급효과와는 직접적인 관련성이 낮기 때문
  - 보도 프로그램을 지원대상에서 제외한 것은 제도의 정책 목적과 부합하는 설계로 평가할 수 있음

- 영화의 경우 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제2조 제1호에 따른 영화 중 기획재정부령이 정한 일정 기간 이상 영화관에서 연속 상영된 작품이 공제대상에 포함
  - 이는 정사 장면 위주의 성인영화 등 관광 및 산업적 파급효과가 제한적인 장르를 혜택에서 배제하기 위한 요건으로, 해당 기준은 지원대상의 선별에 있어 정책 목적과의 정합성을 확보하기 위한 장치로 볼 수 있음<sup>16)</sup>
  - 또한 온라인 동영상 서비스 비디오물도 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 및 「전기통신사업법」상 요건을 충족할 경우 공제대상에 포함
    - 구체적으로 영상물등급위원회 또는 자체등급분류사업자가 등급분류한 비디오물 중 「전기통신사업법」 제2조 제12호의2에 따른 OTT를 통해 제공되는 비디오물이 이에 해당

〈표 II -5〉 공제대상 영상콘텐츠

공제대상 영상	조건
드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 및 오락을 위한 프로그램	다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 「방송법」 제2조 제17호에 따른 방송프로그램(방송 사업자의 텔레비전방송으로 방송된 것) 가. 오락에 관한 방송프로그램(국민정서의 함양과 여가생활의 다양화를 목적으로 하는 방송프로그램) 나. 교양에 관한 방송프로그램(국민의 교양 향상 및 교육을 목적으로 하는 방송프로그램) 중 다큐멘터리 다. 텔레비전방송으로 방송된 애니메이션(실물의 세계 또는 상상의 세계에 존재하는 스스로 움직이지 않는 피사체를 2D, 3D, CG, 스톱모션 등 다양한 기법과 매체를 이용하여 가공함으로써 움직이는 이미지로 창출하는 영상)
온라인 동영상 서비스를 통해 시청에 제공된 비디오물	다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 등급분류를 받고 온라인 동영상 서비스를 통해 시청에 제공된 비디오물 가. 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제50조에 따른 영상물 등급위원회의 등급분류 나. 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제50조의2에 따른 자체 등급분류사업자의 등급분류
영화	「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제2조 제1호에 따른 영화로서 영화상영관에서 7일 이상 연속하여 상영된 것(「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제4조에 따른 영화진흥위원회가 예술영화 및 독립영화로 인정하는 경우에는 1일 이상 상영된 것)

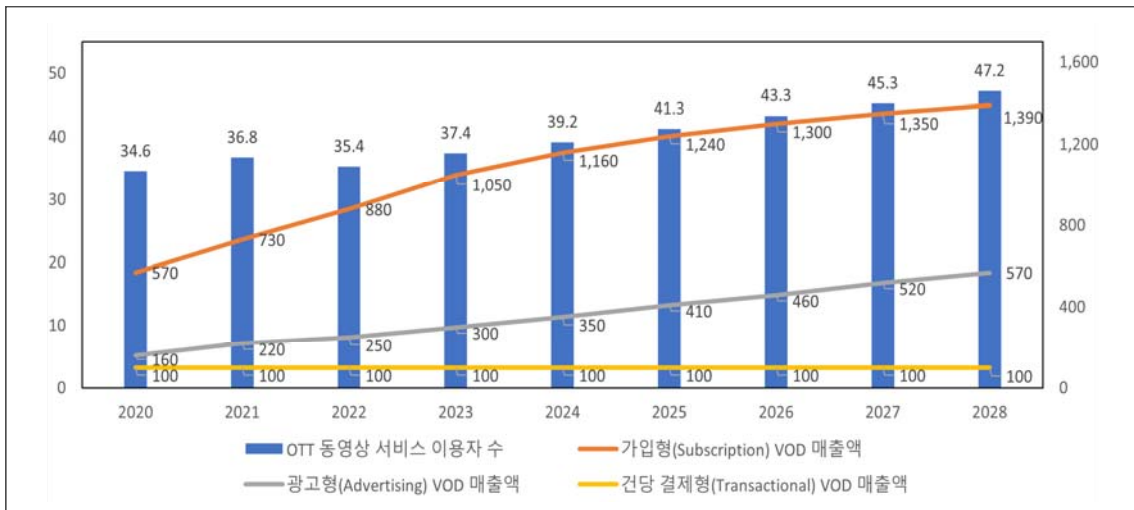
자료: 「조세특례제한법」 제25조의6; 「조세특례제한법 시행령」 제22조의10; 「조세특례제한법 시행규칙」 제13조의9; 「방송법」 제2조; 「방송법 시행령」 제50조

16) 김학수 외, 『영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제조세특례 임의심층평가』, 2022, p. 85.

- 최근 OTT 시장의 성장과 한국 콘텐츠의 글로벌 경쟁력을 고려할 때 OTT를 통해 제공되는 비디오물을 세액공제 대상에 포함한 것은 제도 목적에 부합하는 적절한 개정으로 평가할 수 있음
  - 글로벌 OTT 시장은 2020년 이후 가입자 수와 매출이 꾸준히 증가하고 있으며 ([그림 II-1] 참고), 특히 한국 콘텐츠는 OTT 플랫폼에서 경쟁력을 확보하고 있는 것으로 판단
    - 넷플릭스가 2023년 하반기에 공개한 자료에 따르면 전 세계 시청 상위 100개 콘텐츠 중 한국 콘텐츠는 7편이 포함되었으며, 전체 시청 시간 기준으로 약 11.2%를 차지([그림 II-2] 참고)
    - 또한 2021년 이후 한국 콘텐츠의 점유율은 지속적으로 2~3위를 유지
    - 글로벌 시장조사기관 Statista가 2023년에 실시한 조사(26개국 대상)에 따르면 응답자의 68%가 자국 내에서 한국 드라마가 인기가 있다고 답변하였으며, 이 중 41%는 ‘매우 인기 있다’고 응답<sup>17)</sup>
  - 이러한 점들에 비추어 OTT를 통해 제공되는 비디오물을 세액공제 대상에 포함시킨 것은 변화하는 시장 환경에 대응하면서도, 제도의 정책 목표를 효과적으로 실현하기 위한 조치로 판단

[그림 II -1] OTT 동영상 서비스 이용자 수 추이 및 매출액(2020~2028년)

(단위: 억명, 억달러)

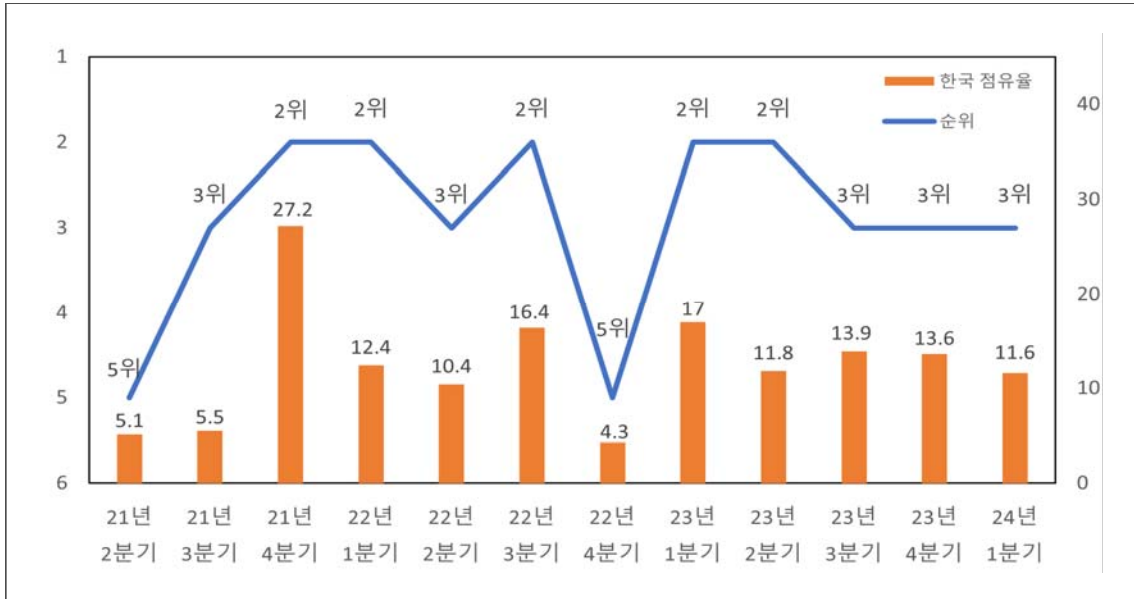


자료: PwC, “Perspectives from the Global Entertainment & Media Outlook 2024 - 2028: Seizing growth opportunities in a dynamic ecosystem,” 2024. 7. 16., <https://www.pwc.com/gx/en/issues/business-model-reinvention/outlook/insights-and-perspectives.html>, 검색일자: 2025. 6. 5.

17) 이희정, 『K-콘텐츠에서 G-콘텐츠로』, 2024, p. 10.

[그림 II -2] Netflix TV show 부문 글로벌 Top 10 제작 국가 중 K콘텐츠 순위 및 점유율

(단위: 위, %)



자료: 이희정(2024), p. 10.

## 나. 수혜대상과 기타 산업 간 형평성

### 1) 기타 산업과의 형평성<sup>18)</sup>

- 상술한 것처럼 「조세특례제한법」 제25조의6(영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제)은 영상콘텐츠 산업에 대해 제작자 및 대상 콘텐츠 요건을 충족하면 별도의 고용·투자 실적과 관계없이 세제혜택이 적용
  - 이와 달리 모든 산업 전반에 적용되는 기존의 세제지원제도는 고용 유지 혹은 설비투자 등 일정 실적을 충족해야 세제 혜택이 부여
  - 즉 동법 제25조의6은 영상콘텐츠 산업에 대해 추가적인 세제 지원을 허용한 것으로, 이는 타 산업과의 형평성 문제가 제기될 수 있는 대목
  
- 다만 이러한 논의에 앞서 콘텐츠 산업의 제작·경영 환경에서 나타나는 업종의 특수성을 함께 고려할 필요

18) 이하의 내용은 이승희(2023), pp. 8~14.; 김소연 외, 『영상콘텐츠 산업 진흥을 위한 세제지원 확대 방안 및 효과분석』, 2022, pp. 65~67의 내용을 참고하고 일부 인용하였음.

- 예를 들어 동법 제29조의8(통합고용세액공제)은 상시근로자 수를 기준으로 세액 공제를 산정하지만, 콘텐츠 기업은 기획·행정 등 필수 인력만 상시 고용하고, 창작 인력은 대부분 프로젝트 단위로 계약하는 형태가 일반적
  - 이로 인해 직전 과세연도의 상시 또는 정규직 근로자 수를 기준으로 공제액을 산정하는 방식은 콘텐츠 산업의 고용 구조와 부합하지 않아 실질적인 적용이 어려움
- 투자 관련 세액공제 기준 역시 영상콘텐츠 산업의 투자 특성과 거리가 존재
- 동법 제24조(통합투자세액공제)는 기계장치, 연구장비, 시설 등 유형자산에 대한 투자를 중심으로 혜택을 부여하는데 영상콘텐츠 산업의 주요 투자자산인 콘텐츠 IP는 무형자산이므로 동조의 공제대상에서 제외
  - 따라서 영상콘텐츠 산업이 투자 관련 세액공제를 통해 수혜를 받는 데에 어려움이 존재
- 아울러 영상콘텐츠 산업은 현행 연구·인력개발비(R&D) 세액공제 요건 충족에도 제약을 겪고 있음
- 동법 제10조(연구·인력개발비에 대한 세액공제)는 창작연구소 또는 전담부서를 보유한 경우에만 세액공제를 허용하고 있으나, 영상콘텐츠 기업의 현실적 여건은 이를 충족하기 어려움
  - 콘텐츠 산업은 90% 이상이 종사자 10인 미만의 영세 기업으로 구성되어 있으며, 인력과 물리적 공간 측면에서 요건 충족이 용이하지 않음
    - 실제로 2023년 기준 영상콘텐츠 기업의 83.2%가 10인 미만의 소규모 사업체인 것으로 조사된 바 있음(<표 II-6> 참고)<sup>19)</sup>
    - 또한 2024년 9월 기준으로 콘텐츠 산업 전체에서 창작연구소 또는 전담부서를 보유한 기업은 259개(전체의 0.2%)에 불과하며, 이 중 영상콘텐츠 기업은 52개(영상콘텐츠 기업의 0.5%)에 불과한 것으로 나타남(<표 II-7> 참고)<sup>20)</sup>
  - 이와 더불어 콘텐츠 기업은 과학기술 기반의 연구개발에만 의존하지 않고, 작가·감독 등 창작 인력의 아이디어, 창의성, 재능과 같은 무형자산을 창작의 주요 원천으로 활용

19) 한국콘텐츠진흥원, 『2023년 기준 콘텐츠 산업조사』, p. 63.

20) 오현석다라 외, 『2024년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서』, 2025, p. 4.

- 이러한 산업 특성상 창작 인력에 대한 인건비 비중이 높은 편이나 현행 제도는 창작·기획·개발 활동을 연구개발비로 인정하지 않음
- 현재 영상콘텐츠 산업에서 R&D 세액공제가 적용되는 항목은 문화콘텐츠 제작 기술, 실감형 콘텐츠 제작 기술 등 기술 중심의 일부 항목에 한정되어 있으며, 스토리 개발을 위한 작가료, 원작 구매비 등 지식재산(IP) 확보 관련 비용은 제외되고 있음

<표 II -6> 콘텐츠업체 종사자 규모별 사업체 수 현황(2023년)

(단위: 개, %)

산업 \ 종사자 규모	1~9인	10~49인	50인 이상	합계
방송	497	421	190	1,108
영화	6,155	642	75	6,872
애니메이션	586	105	22	713
출판	30,452	1,676	329	32,457
만화	4,722	89	51	4,862
음악	35,661	548	49	36,259
게임	8,303	1,159	150	9,612
광고	4,988	1,400	251	6,639
캐릭터	4,302	290	25	4,617
지식정보	11,562	711	215	12,489
콘텐츠솔루션	1,806	424	160	2,389
합계	109,034	7,465	1,517	118,016
비중	92.4	6.3	1.3	100.0

자료: 한국콘텐츠진흥원, 『2023년 기준 콘텐츠 산업조사』, p. 63.

<표 II -7> 기업부설창작연구소 및 창작전담부서 운영 현황(2024. 9. 19. 기준)

(단위: 개)

구분	방송영상	영화	애니메이션	기타 콘텐츠 산업	합계
기업부설창작연구소	6	4	13	74	97
기업창작전담부서	19	3	7	133	162
합계	25	7	20	207	259

자료: 한국콘텐츠진흥원, 『기업부설창작연구소 및 창작전담부서 운영 현황(2024. 9. 19. 기준)』, 2024.

- 또한 동법 제6조(창업중소기업 등에 대한 세액감면), 제7조(중소기업에 대한 특별 세액감면), 제29조의8(통합고용세액공제) 등은 수도권 외 지역에 소재한 기업에 대해 추가 감면 혜택을 제공
  - 그러나 콘텐츠 산업은 인력집약적 창작 업무의 특성상 수도권에 집중될 수밖에 없으며, 실제로 2023년 기준 영상콘텐츠 기업의 82%가 수도권에 위치<sup>21)</sup>
  
- 이처럼 콘텐츠 산업은 현행 조세제도 전반에서 실질적인 혜택을 받기 어려운 구조적 제약을 안고 있음
  - 이러한 점을 감안하면, 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제제도는 현행 조세지원 체계로부터 소외되기 쉬운 콘텐츠 산업의 한계를 보완하기 위한 예외적 수단으로 해석될 수 있음
  - 따라서 동 제도를 단순히 형평성 문제로 접근하는 것은 적절하지 않다고 판단
  
- 한편 영상콘텐츠 제작비용 세액공제제도는 별도의 실적 요건 없이 제작비 지출액을 기준으로 세액공제를 허용하므로, 지출 규모에 비례하여 공제 규모가 결정되는 구조를 취하고 있음
  - 이로 인해 혜택을 극대화하기 위한 불필요한 비용 지출이나 과다 계상 가능성이 제기될 수 있음
  - 그러나 현행 제도는 세액공제 한도를 최저한세 범위 내로 제한하고 있으며, 수익 발생 이후에만 공제가 가능하도록 설계되어 있어서 수익 실현의 불확실성이 높은 영상콘텐츠 산업의 특성을 고려할 때, 세액공제를 목적으로 납세기업의 지출 확대 가능성은 제한적인 것으로 판단됨
  - 실제로 국내 방송 영상 독립제작사의 2020년부터 2022년까지 영업이익은 연도별 변동 폭이 클 뿐만 아니라 중소 제작사의 경우 평균적으로 영업손실을 기록한 것으로 나타남([그림 II-3] 참고)<sup>22)</sup>
  - 영화 산업 역시 2020년부터 2023년까지 상업영화는 손실실을 기록하는 등 수익성 측면에서 구조적 불안정성을 드러내고 있음(<표 II-8> 참고)<sup>23)</sup>

21) 한국콘텐츠진흥원, 『2023년 기준 콘텐츠 산업조사』, 2025, p. 64.

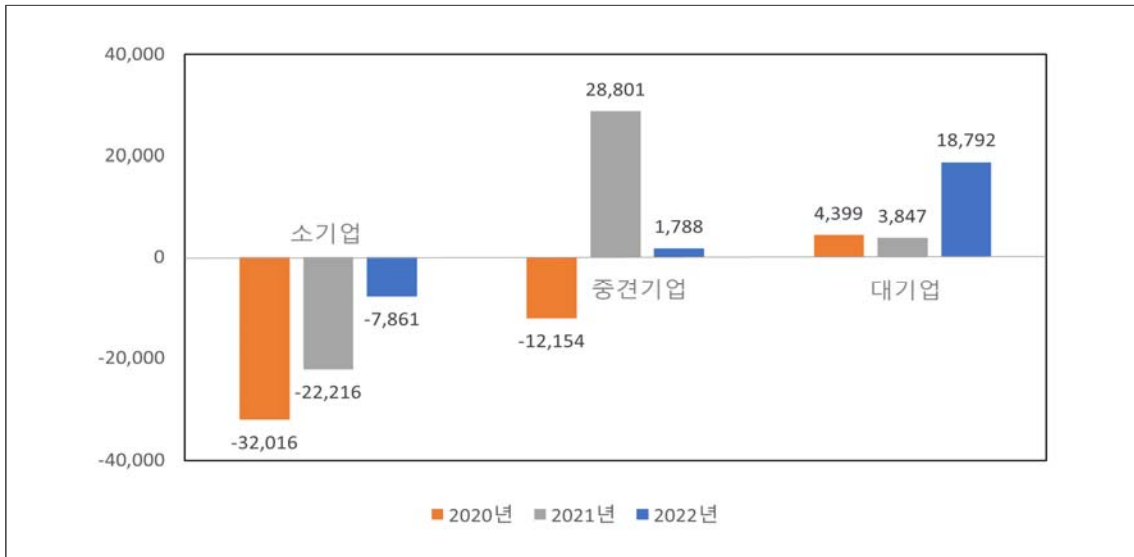
22) 이아름, 『영상콘텐츠 제작비용 세액공제 확대에 따른 제작 환경 변화 전망』, 2023, p. 6.

23) 이지현·강한들, 『2023년 한국영화 수익성 분석』, 2025, p. 6

- 그럼에도 불구하고 제작비 지출이 세제 혜택으로 직결되는 구조는 여전히 기업의 비용 통제 유인을 약화시킬 가능성이 존재
  - 이를 방지하려면 각 비용의 경제적 파급효과와 필수성을 구분할 수 있는 장치를 마련하는 방안을 논의할 수 있음
    - 예컨대 기상 악화 등 안전상의 이유로 촬영 일정이 연장되어 인건비가 증가한 경우와 인위적으로 일정을 조정해 인건비를 과다 계상하는 경우를 구분함으로써 불필요한 지출을 줄이는 것이 가능
  - 이러한 구분 기준을 토대로 비용 항목별 특성을 반영한 차등 공제율 적용과 같은 제도적 개선 방향도 검토할 수 있음

[그림 II -3] 국내 방송영상독립제작사 영업이익 현황

(단위: 백만원)



주: 2022년 기준 기업 정보 DB에 따른 영업이익 추정치  
 자료: 이아름(2023), p. 6.

<표 II -8> 2019~2023년 한국 상업영화 수익률

(단위: 억원, %)

구분	2020	2021	2022	2023
총매출액	2,157	1,438	4,482	3,628
총비용	2,912	1,803	5,035	5,008
총이익	-755	-365	-553	-1,380
수익률	-30.39	-22.85	-12.55	-30.98

자료: 이지현·강한들(2025), p. 6.

## 2) 기타 콘텐츠 산업과의 형평성

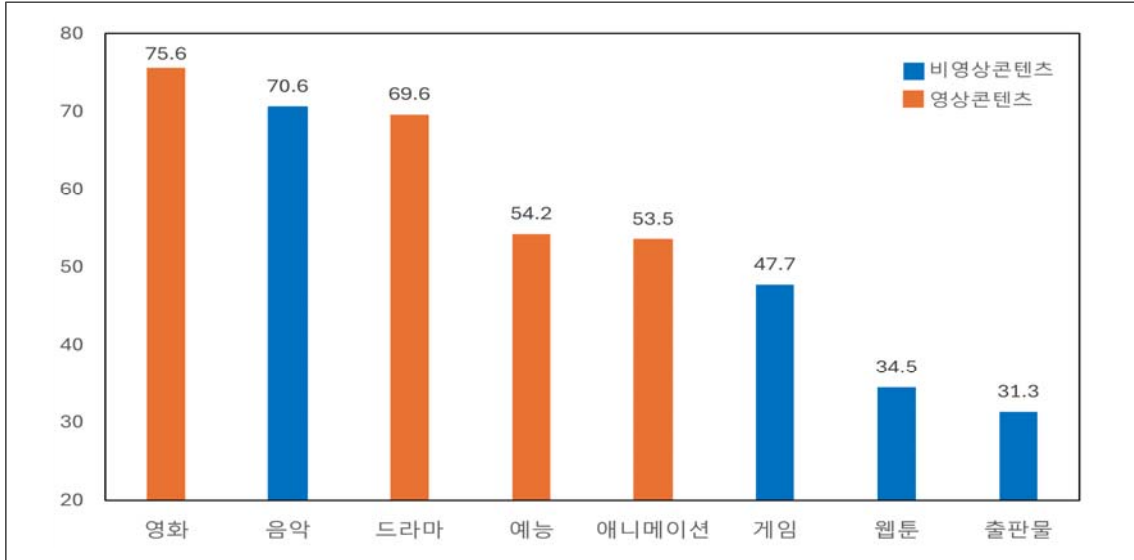
- 영상콘텐츠에만 별도의 세액공제제도를 운영하는 것이 형평성에 어긋난다는 지적이 제기될 수 있으나, 이 지적은 동 제도의 정책 목표인 경제적 파급효과와 영상콘텐츠 제작의 특수성을 고려하여 검토해야 함
  - 후술할 관련 설문조사 결과에 따르면 국내 제작 영상콘텐츠는 해외 수요자 소비시간과 선호도에서 출판, 게임, 웹툰 등 기타 콘텐츠 장르보다 높은 것으로 나타났는데, 이는 기타 장르의 정책 합목적성이 영상콘텐츠의 그것에 다소 미치지 못하는 것을 보여줌
  - 또한 연구개발비 세액공제 등 기타 세액공제를 활용할 수 없는 영상콘텐츠 제작의 특성을 고려할 필요
  - 아울러 영상콘텐츠는 타 콘텐츠에 비해 제작비 부담이 상대적으로 크기 때문에 시장에서 과소생산될 가능성이 더 높음
  - 이러한 구조적 특성은 영상콘텐츠에 한정된 제도 설계가 정책적으로 타당하다는 점을 뒷받침하는 근거로 활용될 수 있음

### 가) 글로벌 수요 및 파급효과

- 한국국제문화교류진흥원의 『2025 해외한류 실태조사』에 따르면 드라마, 영화, 예능, 애니메이션 등 영상콘텐츠의 해외 경험률, 소비시간, 대중적 인기는 음악, 게임, 웹툰, 출판물 등 여타 콘텐츠 장르에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타남
- 국내 제작 영상콘텐츠의 평균 해외 경험률은 63.2%로, 음악(70.6%)에 이어 두 번째로 높으며, 이는 출판물(31.3%), 게임(47.7%), 웹툰(34.5%)을 상회([그림 II-4] 참고)
  - 또한 영상콘텐츠의 월평균 소비 시간은 측정 단위가 상이한 영화(2.4편)를 제외하고 평균 15.7시간으로, 게임(15.4시간), 웹툰(14.5시간), 음악(12.8시간), 출판물(12.4시간) 등 주요 콘텐츠 장르보다 높음
  - 이 결과는 영상콘텐츠가 해외 시장에서 타 콘텐츠 장르 대비 상대적으로 활발히 소비되고 있음을 보여줌

[그림 II -4] 한국 문화콘텐츠 경험률

(단위: %)

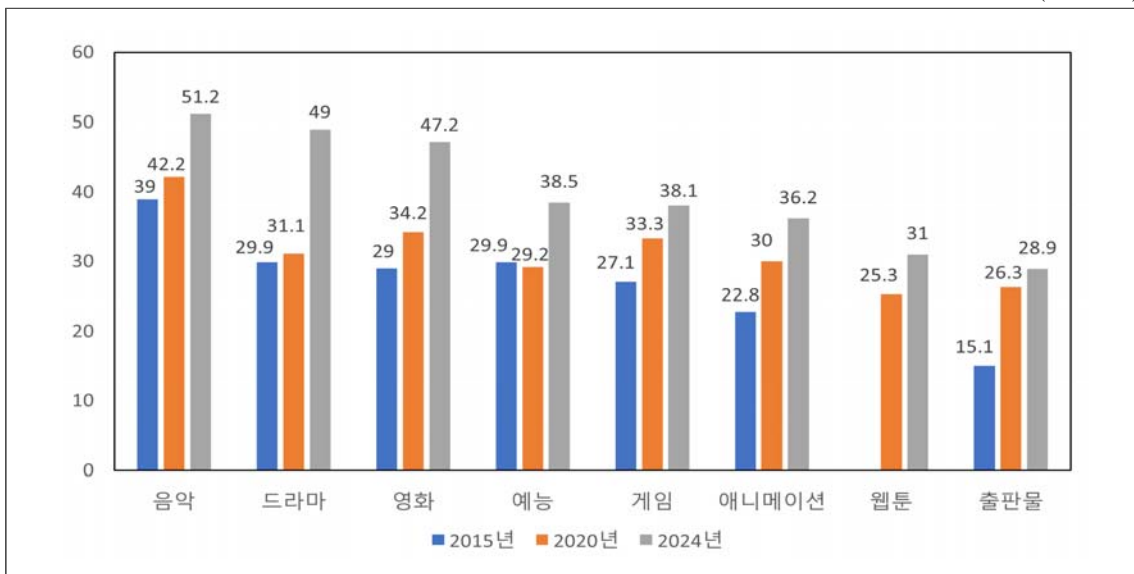


자료: 한국국제문화교류진흥원, 『2025 해외한류실태조사』, p. 13.

- 2024년 집계된 자국 내 한국 콘텐츠에 대한 인기도 조사에서도 유사한 경향이 나타남
  - 드라마(49.0%), 영화(47.2%), 예능(38.5%), 애니메이션(36.2%) 등 영상 장르는 음악(51.2%)에 이어 높은 선호도를 보였으며, 이는 출판(28.9%), 게임(38.1%), 웹툰(31.0%) 등 타 장르보다 상대적으로 높은 수준([그림 II-5] 참고)

[그림 II -5] 한국 문화콘텐츠별 자국 내 인기도 평가

(단위: %)

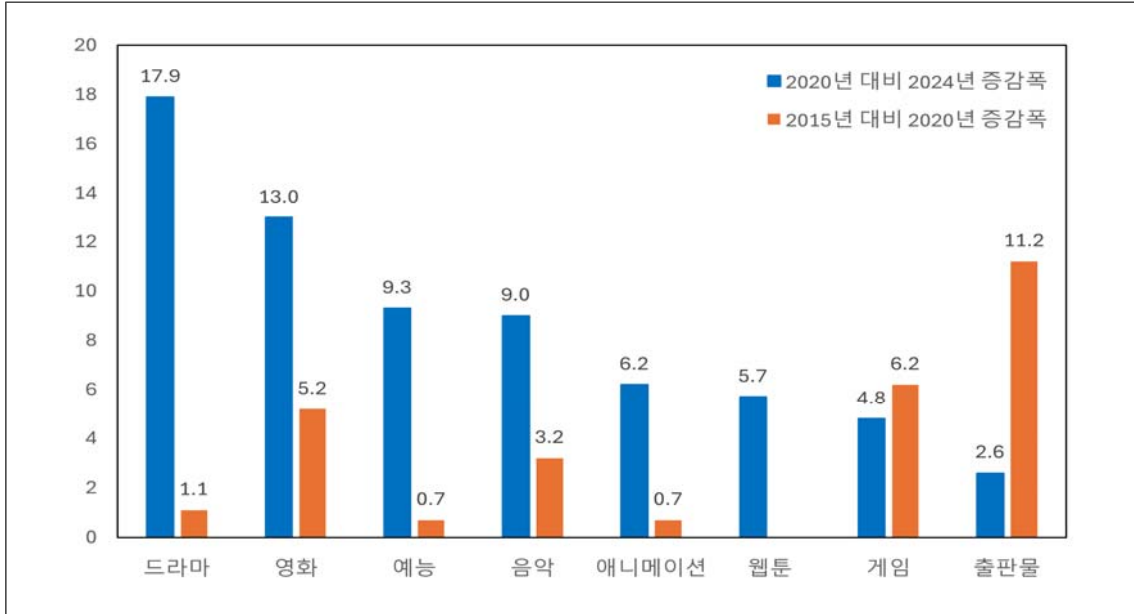


자료: 한국국제문화교류진흥원, 『2025 해외한류실태조사』, 2025, p. 50.

- 특히 드라마, 영화, 예능 등 주요 영상 장르는 2020년 이후 뚜렷한 상승세를 보이고 있음
  - 2020년 대비 2024년까지 평균 인기도 상승 폭은 11.6%p로, 음악·게임·웹툰·출판 등 기타 장르의 평균 상승 폭(5.5%p)의 두 배를 상회하는 수치
  - 이러한 결과는 최근 국내 영상콘텐츠의 글로벌 영향력이 강화되고 있으며, 영상 장르가 한류 확산의 중심으로 부상하고 있음을 보여줌([그림 II-6] 참고)
  - 다만 웹툰, 게임 등 타 장르 또한 최근 인기도가 상승하고 있어 향후 글로벌 인기도가 추가로 상승할 여지가 있음
  
- 동일 조사에서 한국산 제품 및 서비스의 구매 이유로 ‘영화·방송에 등장했기 때문’이라고 응답한 비율은 2020년 16.7%에서 2024년 22.1%로 증가
  - 이는 영상콘텐츠가 단순한 문화소비재를 넘어 해외 소비자의 한국산 재화 및 서비스 구매를 유도하는 실질적 매개로 기능할 수 있음을 보여줌
  
- 한편 전문가 의견에 따르면 웹툰의 경우 2차 저작물 활용도가 영상콘텐츠보다 오히려 높아 콘텐츠 파급효과를 고려할 때 별도 지원의 필요성이 존재할 수 있음
  - 최근 웹툰에 기반한 영화와 애니메이션이 성공을 거두는 등 IP 비즈니스 산업 관점에서 웹툰의 확장성이 뚜렷하여 이에 대한 지원을 통하여 전체 콘텐츠 제작 시장의 활성화를 도모하는 차원에서의 지원이 타당할 수 있음
  
- 콘텐츠 산업 섹터별 수출 추이를 살펴볼 경우 게임이 전체 콘텐츠 수출에서 차지하는 비중이 높음을 확인할 수 있으나 게임의 경우 연구개발 세액공제 등 기존 세제지원의 적용이 가능하여 별도의 세제지원 필요성이 낮음

[그림 II -6] 한국 문화콘텐츠별 자국 내 ‘대중적 인기’ 응답률 5년 간격 증감 폭

(단위: %p)



자료: 한국국제문화교류진흥원, 『2025 해외한류실태조사』, 2025, p. 51.

#### 나) 제작 방식 및 제작비 규모 비교

□ 앞서 살펴본 바와 같이 콘텐츠 산업은 투자 위험이 높고 자금 조달이 불리한 특성을 갖고 있음

- 특히 영상콘텐츠는 초기 제작비 부담이 커 진입 장벽이 높으며, 이로 인해 공급자 수가 충분하지 않을 경우 불완전 시장이 형성될 가능성이 있음<sup>24)</sup>
- 실제 콘텐츠 장르별 프로젝트당 평균 제작비를 비교해 보면 영화는 20억원, 방송 14.4억원, 애니메이션 9.2억원으로, 게임(4.9억원), 음악(3.3억원) 등 여타 장르에 비해 현저히 높은 수준<sup>25)</sup>

□ 제작 규모에서도 장르 간 차이가 뚜렷함

- 2021~2023년 영상콘텐츠의 연평균 제작 편수는 드라마 127편,<sup>26)</sup> 비드라마 콘텐츠(예능·시사교양·다큐멘터리) 311편,<sup>27)</sup> 영화(실질 개봉작 기준) 220편,<sup>28)</sup> 애니

24) 김유찬, 『문화콘텐츠 재화에 대한 부가가치세 지원의 이론적 근거와 세수효과에 대한 연구』, 2011, p. 327.

25) 정미경 외, 『2024년 콘텐츠 프로젝트실태조사』, 2025, p. 50.

26) 『이코노미 인사이트』, 『OTT 그늘에 방송사 드라마 확 줄었다』, 2024. 5. 4., [https://www.hani.co.kr/arti/economy/economy\\_general/1139271.html](https://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/1139271.html), 검색일자: 2025. 5. 24.

메이션 71편<sup>29)</sup>으로 집계

- 반면 같은 기간 출판은 5만 2,154종,<sup>30)</sup> 웹툰 3,385편,<sup>31)</sup> 음악 2,750개<sup>32)</sup>에 달함
- 이러한 수치는 높은 제작비로 인해 영상콘텐츠가 과소생산될 수 있음을 보여줌
- 따라서 세제지원을 통해 영상콘텐츠 제작을 유도하도록 설계된 동 제도는 타 콘텐츠 장르와의 형평성 논의에 있어 일정 정도 정당성을 가진다고 볼 수 있음

□ 한편 공연예술은 소비 방식에서 영상콘텐츠와 뚜렷한 차이를 보이므로 동일한 기준으로 세제지원을 검토하기에는 부적절함

- 공연은 특정 시간과 장소에서만 소비되며, 복제나 반복 소비가 사실상 불가능하다는 점에서 콘텐츠의 확산성과 2차 활용 측면에서 제약이 큼
- 이러한 특성을 고려하면 공연예술은 세제 지원의 형평성 논의에서 영상콘텐츠와 직접 비교하기 어려운 장르로 볼 수 있음<sup>33)</sup>

□ 다만 기타 콘텐츠 장르도 경제적 파급효과 잠재성이 뚜렷하기 때문에, 이에 상응하는 지원방안을 검토할 필요가 있음

- 이 판단은 장르별 제작비 구조 및 경제적 효과에 대한 분석을 전제로 하므로, 향후 후속 연구를 통해 장르별 콘텐츠 비용구조에 대한 체계적이고 면밀한 검토가 이루어질 필요가 있음
- 예를 들어 게임의 경우 관광 증진 등 한류 콘텐츠 지원의 목적에는 부합하지 않을 수 있으며 R&D 세액공제 적용이 가능한 등의 산업적 차이가 존재
- 웹툰의 경우 작가가 중심이 되는 과거의 제작 방식에서 보다 규모가 큰 스튜디오에서 일괄적으로 제작을 진행하는 방식으로 산업 구조가 변화하고 있어 지원제도 마련 시 이와 같은 산업 및 제작 특성을 고려하는 것이 필요

27) 『연합뉴스』, 『움츠러든 방송시장 작년 TV 비드라마 신규 제작 22% 급감』, 2024. 3. 10., <https://www.hankyung.com/article/202403109112Y>, 검색일자: 2025. 6. 5.

28) 영화진흥위원회, 『2024년 한국 영화산업 결산』, 2025. 2. 18., p. 16.

29) 1. 한국콘텐츠진흥원, 『2023 애니메이션 산업백서』, 2023. 9. 27., p. 253. (2021년)

2. 한국콘텐츠진흥원, 『2024 애니메이션 산업백서』, 2024. 10. 15., pp. 311~314. (2022, 2023년)

30) 대한출판문화협회, 『2024년 기준 출판생산 통계』, 2025. 5. 22., p. 3.

31) 1. 한국만화영상진흥원, 『2023년 만화·웹툰 유통 통계 자료』, 2024. 2. 7., p. 14. (2022, 2023년), 중복 연재 제외 신작 수

2. 한국만화영상진흥원, 『2022년 웹툰 사업체 실태조사』, 2023. 1. 10., p. 34. (2021년), 신규 작품 수

32) 한국저작권위원회, 『저작권 통계집 2025년』 제14권 제1호 통권 제16호, 2025. 2. 28., p. 3.

33) 한국개발연구원, 『NFT를 통해 본 디지털 재화의 미래』, 2022. 9., <https://eiec.kdi.re.kr/material/conceptList.do?depth01=&idx=1595>, 검색일자: 2025. 5. 24.

## 다. 공제금액의 적절성

### 1) 공제율의 적절성

□ 세계 콘텐츠 시장을 주도하는 미국, 프랑스, 영국 등에서 운영되는 영상콘텐츠 제작비용 세액공제와 비교 시 우리나라 현행 제도의 기본 공제율\*은 상대적으로 낮은 수준이지만 단순 비교는 유의할 필요

\* 대기업 5%, 중견기업 10%, 중소기업 15%

○ 우리나라 제도는 국외지출을 공제대상에 포함하고, 추가공제 요건을 충족할 경우 기업 규모별로 최대 대기업 15%, 중견기업 20%, 중소기업 30%의 공제율 적용

- 국내 지출 비중이 전체의 80% 이상이고, 정해진 추가 요건 중 3개 이상을 충족하는 경우 대기업과 중견기업은 10%, 중소기업은 15%의 추가공제가 적용되어, 각각 최대 15%, 20%, 30%의 공제율이 적용(<표 III-9> 참고)

○ 주요국은 자국 내 촬영일수나 문화 테스트 등 보다 엄격한 사전 요건을 요구하고 있어 단순히 공제율 수준만을 기준으로 우리나라 공제율의 적정성을 평가하기에는 무리가 있음

□ 그럼에도 불구하고 우리나라 제도는 기업 규모에 따라 차등 공제율이 적용되는 제약이 존재하며 수익 발생 시 사후적으로 수혜가 결정된다는 점에서 공제 규모의 실효성 측면에서 주요국에 비해 낮게 인식될 가능성이 존재

○ 공제율의 적정성은 공제율 수준뿐만 아니라 적용 요건, 수혜 시점, 수혜 구조 등 제도 설계상의 차이를 종합적으로 고려하여 판단할 필요가 있음

<표 II -9> 추가공제 요건

가	기획재정부령으로 정하는 작가 및 주요 스태프에게 지급한 인건비 중 내국인에게 지급한 인건비가 차지하는 비율이 100분의 80 이상일 것
나	기획재정부령으로 정하는 배우 출연료 중 내국인에게 지급한 출연료가 차지하는 비율이 100분의 80 이상일 것
다	기획재정부령으로 정하는 후반 제작에 든 비용 중 국내에서 지출한 비용이 차지하는 비율이 100분의 80 이상일 것
라	「저작권법」에 따른 복제권, 공연권, 방송권, 전송권, 배포권 및 2차적저작물작성권 중 영상콘텐츠 제작자가 보유한 권리의 수가 3개 이상일 것. 이 경우 구체적인 권리 보유 판단 기준은 기획재정부령으로 정한다.

자료: 국가법령정보센터, 「조세특례제한법 시행령」 제22조의10 「영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제」

## 2) 기업 규모에 따른 차등 공제율 적용의 타당성

- OTT 플랫폼의 세계적 확산에 따라 영상콘텐츠 산업의 경쟁 구도가 국내를 넘어 글로벌 차원으로 전환됨에 따라 국내 기준의 대기업 구분에 따른 차등공제율 적용의 타당성을 재검토할 필요
  - 글로벌 경쟁력 강화 목적을 고려한다면 기업 규모와 관계없이 일정 수준의 경쟁력 확보를 위한 정책적 지원이 요구될 수 있음
  
- 해외 사례의 경우 기업 규모에 따른 차등 공제는 대체로 존재하지 않음
  - 프랑스는 모든 기업에 동일한 공제율을 적용하며, 영국은 제작비 예산에 따라 공제율을 구분
  - 미국연방의 제도는 기업 규모를 고려하지 않고, 캘리포니아주는 상장 여부를 기준으로 일부 차등을 둠
  - 이처럼 해외 주요국은 일반적으로 기업 규모와 무관하게 세액공제를 적용
  
- 추가로 제도의 적정성을 판단함에 있어 우리나라 주요 제작사의 글로벌 시장 내 경쟁 여건도 함께 고려할 필요
  - 국내 대기업이라 하더라도 글로벌 시장에서는 충분한 경쟁력을 확보하지 못했을 가능성이 있으며, 이는 제도의 목적을 감안할 때 설계 과정에서 반영될 여지가 있음
  - 이에 따라 국내 대표 영상 콘텐츠 제작 기업<sup>34)</sup>인 CJ ENM과 콘텐츠리중앙, 그리고 해외 대표 제작사인 월트 디즈니 컴퍼니(The Walt Disney Company)와 워너 브라더스 디스커버리(Warner Bros. Discovery)의 최근 실적 및 수익 구조 등을 중심으로 국내 제작사의 경쟁력을 검토
    - CJ ENM은 영화, 드라마 사업 부문에서 2022년 234억원, 2023년 △800억원, 2024년 △269억원의 영업이익을 기록하였고,<sup>35)</sup> 콘텐츠리중앙은 콘텐츠 부문에서 동 기간 △523억원, △464억원, △230억원을 기록<sup>36)</sup>

34) 2023년과 2024년 기준 넷플릭스 반기별 시청 순위 통계에 따르면, Top 100에 포함된 우리나라 작품은 총 34편이며, 이 중 CJ ENM이 11편, 콘텐츠리중앙이 9편으로 가장 많은 작품을 기록한 것으로 나타나 두 기업을 대표 기업으로 선정함.

35) CJ ENM, 『제 30기 사업보고서』, 2024. 3. 18., 영업부문 정보(연결); 『제 31기 사업보고서』, 2025. 3. 19., 영업부문 정보(연결)

- 국내 기업의 주요 제작 자회사의 영업이익을 함께 살펴보면 스튜디오 드래곤(CJ ENM)은 2022년 652억원, 2023년 559억원, 2024년 364억원의 영업이익을 기록하였고,<sup>37)</sup> SLL(콘텐츠리중앙)은 동 기간 △602억원, △516억원, △312억원을 기록<sup>38)</sup>
- 디즈니는 Content Sales/Licensing 부문에서 2022년 3억 5,200만달러, 2023년 △1억 7,900만달러, 2024년 3억 2,800만달러의 영업이익을 기록하였고,<sup>39)</sup> 워너 브라더스 디스커버리는 Studio 부문에서 디스커버리와 합병이 있었던 2022년 △11억 9,400만달러(추정 재무 기준 5억 4,100만달러)를 기록한 이후, 2023년 2억 1,100만달러, 2024년 5억 2,900만달러의 영업이익을 기록(<표 II-9> 참고)<sup>40)</sup>
- 해외 제작사의 경우 디즈니의 마블 스튜디오(Marvel Studios), 워너 브라더스의 DC 스튜디오(DC Studios)와 같은 주요 제작 자회사의 영업이익은 별도로 공시하지 않음

<표 II -10> 국내 주요 제작사 및 해외 주요 제작사 3년 영업이익

(단위: 백만 달러)

기업	2022	2023	2024	연평균
CJ ENM	18	-61	-20	-21
콘텐츠리중앙	-40	-36	-14	-30
스튜디오 드래곤	50	43	27	40
SLL	-46	-39	-23	-36
디즈니	352	-179	328	167
워너 브라더스	-1,194 (추정 541)	211	529	-151 (추정 4,270)

주: 국내 기업의 영업이익은 해당 연도의 평균 환율을 적용  
 자료: 각 기업 보고서

36) 콘텐츠리중앙, 『제37기 사업보고서』, 2024. 3. 20., 연결재무제표 주석 내 7. 영업부문 정보; 『제38기 사업보고서』, 2025. 3. 20., 영업부문 정보(연결). 콘텐츠리중앙의 경우 제38기 회계 기간에 회계 방식에 변화가 있어, 제38기 사업보고서에 표시된 전기 영업이익과 제37기 사업보고서에 표시된 당기 영업이익 간 차이가 존재함. 따라서 제38기 사업보고서의 전기 영업이익을 2023년 영업이익으로 사용.

37) 스튜디오 드래곤, 『제9기 사업보고서』, 2025. 3. 19., 연결 포괄손익계산서

38) 에스엘엘중앙, 『제26기 사업보고서』, 2025. 3. 31., 연결 포괄손익계산서

39) The Walt Disney Company 2024, ANNUAL REPORT

40) Warner Bros. Discovery 2024, ANNUAL REPORT

- CJ ENM과 콘텐트리중앙은 2023년, 2024년 2년간 넷플릭스에서 상위 시청률 TOP 100을 기록한 콘텐츠를 각각 11편, 9편을 제작했음에도 적자 기초를 지속함
  - 해외 제작사인 디즈니와 워너 브라더스는 일부 연도를 제외하면 지속적으로 흑자를 실현하였으며, 수익 규모 측면에서도 국내 제작사와 뚜렷한 격차를 보이고 있음
  - 국내 기업 제작 자회사의 경우 스튜디오 드래곤은 안정적인 흑자를 유지하고 있으나, SLL은 <킹더랜드>, <흑백요리사> 등 넷플릭스에서 상위 시청률을 기록한 콘텐츠를 다수 제작하고도 적자 기초에서 벗어나지 못하였음
  - 물론 언어적 접근성이나 내수 시장 규모 등의 차이는 존재하지만 글로벌 OTT 시장 경쟁이 심화되는 현 시점에서 국내 제작사가 실질적으로 경쟁해야 할 대상은 이러한 글로벌 제작사라는 점은 분명
  
- 수익 구조의 핵심인 IP 보유 측면에서도 글로벌 경쟁력에 있어 국가 간 격차 뚜렷
  - 디즈니는 마블, 픽사, 스타워즈 등 주요 IP 보유 기업을 인수함으로써 자사 IP 기반을 지속적으로 확대해 왔으며, 워너 브라더스는 DC코믹스의 <배트맨>, <슈퍼맨> 등 핵심 IP를 중심으로 수익 구조를 구축<sup>41)</sup>
  - IP는 반복적인 수익 창출과 2차 활용의 기반이 되는 핵심 자산으로, 보유 여부는 기업의 수익성과 재투자 여력에 직접적인 영향을 미침
  - 이에 따라 글로벌 OTT 시장에서 지속 가능한 경쟁력을 확보하기 위해서는 IP 중심의 수익 구조를 강화할 필요가 있음
  
- 최근 제작비 상승은 국내 제작사의 재무 부담을 키우고, IP 확보에도 어려움을 초래
  - 국내 제작사는 주로 외주 제작 방식에 의존하고 있으며 OTT 플랫폼이 일정 마진을 포함한 제작비를 선지급하는 구조는 단기적 수익 안정성은 제공하지만, IP가 플랫폼에 귀속되어 장기적 수익 창출에는 제약이 따름
  - 과거 방송사가 플랫폼 역할을 하던 시기에도 외주 제작이 일반적이었으나,<sup>42)</sup> IP가 국내 방송사에 귀속되던 과거와 달리 현재는 글로벌 플랫폼이 이를 소유

41) 『한계레』, 『세계 제패한 디즈니의 힘 ‘과워 IP’…한국도 가능할까?』, 2017. 5. 8., <https://www.hani.co.kr/arti/culture/movie/793766.html>, 검색일자: 2025. 5. 24.

42) 유진희, 『제작비 폭등에 따른 국내 드라마 시장의 변화와 개선방안』, 한국방송통신전파진흥원, 『MEDIA ISSUE&TREND』, 2024, vol.63, p. 69.

- 이러한 IP의 국외 이전은 국내 수익 일부가 해외로 유출되는 결과로 이어질 수 있음
  - 실례로 스튜디오드래곤이 제작한 <더 글로리>는 넷플릭스에 외주 제작 방식으로 납품된 콘텐츠로, 제작사는 안정적인 수익을 확보했으나 IP는 넷플릭스에 귀속되어 흥행 이후 추가 수익 창출 기회가 차단됨<sup>43)</sup>
  - 한국은행 또한 관련 보고서를 통해 국내 영상콘텐츠가 글로벌 플랫폼 중심으로 유통되면서 IP 확보에 제약이 존재하고 있으며, 이로 인해 문화·여가 서비스 수지는 흑자를 기록하는 반면 지식재산권 사용료 수지는 여전히 적자를 지속하고 있다고 지적한 바 있음<sup>44)</sup>
- 이와 같은 여건 속에서도 국내 제작사는 일정 수준의 경쟁력을 확보하고 있는 것으로 나타남
- 2023년과 2024년 기준 넷플릭스 반기별 시청 순위 통계에 따르면, 스튜디오드래곤과 에스엘엘(SLL)은 반기당 평균 2편의 콘텐츠를 TOP 100에 진입시켰으며, 동 기간 100위 내에 포함된 국내 콘텐츠는 총 34편으로 이 중 29편은 대기업 또는 중견기업이 제작에 참여한 작품
  - 이는 글로벌 시장에서 실질적인 성과를 창출하고 있는 주체가 대기업 및 중견기업이라는 점을 보여주는 결과로 해석될 수 있음
- 또한 영상콘텐츠 제작은 다수 기업 간 협업을 기반으로 이루어지는 경우가 일반적
- 이에 따라 중견기업 및 대기업을 대상으로 한 세제지원이 협업에 참여한 중소기업에도 일정 수준의 간접적 효과로 이어질 가능성이 있음<sup>45)</sup>
  - 본 제도가 관광·수출 등 파급력이 큰 콘텐츠 제작을 지원하고자 하는 정책 목적을 지니고 있다는 점을 고려할 때, 대기업 및 중견기업에 대한 세제지원은 제도의 기본 취지에 부합하는 방향으로 해석될 수 있음
- 이상의 내용을 종합하면 기업 규모를 기준으로 공제율을 차등 적용하는 현행 제도는 글로벌 시장의 경쟁 구조와 제도 도입 당시 설정된 정책 목적을 함께 고려

43) 유진희(2024), p. 72.

44) 최준 외(2025), p. 15.

45) 이아름(2023), p. 7

하여 그 적정성을 재검토할 필요가 있음

- 다만 기업 규모에 따른 지원이 실질적으로 영상콘텐츠 유형에 대한 차등 지원으로 해석될 수 있어 공제율 조정 시 이에 대한 고려 필요
  - 예를 들어 영화제작사의 경우 대부분 영세하여 차등공제율 완화가 곧 영화 산업에 대한 상대적 지원 감소로 이어지지 않도록 형평성에 대한 고려 필요
  - 또한 영세 기업의 경우 최저한세의 적용을 받는 경우가 많아 공제율 증가의 혜택을 볼 수 없으므로 대안적인 방식의 지원책 마련이 필요할 수 있음

### 3) 출연료 상위 5인 배우 출연료 30% 초과분의 공제대상 배제의 타당성

- 본 제도의 공제대상 제작비에는 배우 출연료가 포함되나 출연료 상위 5인 배우의 출연료 합계가 전체 제작비의 30%를 초과할 경우 초과분은 공제대상에서 배제됨
  - 해당 요건은 정책 지원이 특정 유명 배우의 출연료 상승으로 이어지는 경우 소득격차가 확대되는 등 정책 형평성이 훼손될 수 있다는 우려에서 도입
- 영향력 있는 스타의 출연이 영상콘텐츠의 상업적 성공 및 한류 등으로 인한 경제적 효과 창출에 기여할 경우 이를 지원대상에서 배제하는 것이 본 제도의 정책 목표와 배치될 수 있음
  - 영향력이 높은 연예인의 출연을 지원함으로써 파급효과가 높은 영상콘텐츠의 제작을 보다 효율적으로 지원할 여지가 있음
- 관련하여 영상콘텐츠 제작사 대표, 관련 학계 교수 및 연구원 등 전문가를 대상으로 자문을 구한 결과 다양한 의견이 제시됨
  - 배우 출연료 상위 5인의 출연료가 제작비의 30%를 넘는 경우는 극히 드물다는 공통 의견이 존재
    - 단 해당하는 경우가 적다는 것은 요건 유지의 필요성이 낮음을 의미할 수 있지만 요건 폐지의 실효성이 낮다는 반대 의견으로도 이해될 수 있음
  - 또한 최근 업계에서 과도한 배우 출연료에 상한선 제약을 도입하는 등 자체적 조정 움직임이 있어, 요건 폐지가 의도치 않게 출연료 상한선 도입 노력에 역행하는 시그널을 제공할 수 있다는 우려 존재

- 언론보도에 따르면 글로벌 OTT 업체이자 국내 출연료 상승 요인으로 지목되어 온 넷플릭스는 최근 배우 출연료를 회당 4억원으로 상한선을 책정<sup>46)</sup>
- 넷플릭스 등의 요인으로 높아진 배우 출연료가 최근 진정 국면에 접어들고 있어 제도 변화 이전에 추이를 지켜볼 필요성 또한 제기됨
- 다만 정책의 도입 취지를 생각할 때 배우 출연료 제외 요건의 타당성을 중장기적으로 재검토해야 한다는 방향성은 전문가들의 공통적인 의견

## 라. 재정지원과의 중복성

- 영상콘텐츠 산업에는 동 세제지원제도 외에도 다양한 형태의 재정지원이 병행
  - 영화 분야의 경우 영화진흥위원회가 주관하는 영화창작 및 제작지원, 영화유통지원 등 다수의 재정지원 사업이 운영되고 있으며, 대표적으로 중예산 한국영화 제작지원, 독립예술영화 제작지원, 제작사 경영 안정 지원 등이 이에 해당
  - 방송영상콘텐츠 분야에는 OTT 특화 콘텐츠 제작지원, 글로벌 방송영상·OTT 플랫폼 연계 제작지원, 방송영상콘텐츠 제작지원, 후반작업 지원 등 다양한 사업 시행 중
  - 애니메이션 분야 또한 방영 시점과 유형에 따라 별도의 지원사업 운영(<표 II-10> 참고)
  - 이처럼 분야별로 다양한 재정지원제도가 함께 운영되고 있는 점을 고려할 때 동 세제지원제도의 중복 수혜 가능성이 일부 존재할 수 있음
    - 특히 동일한 제작비 항목이 재정지원과 세제지원을 통해 이중으로 지원될 여지가 있다고 판단
- 그러나 <표 II-11>에서 확인할 수 있듯 다수의 재정지원 사업은 중소기업이 주요 수혜대상으로 설계되어 있음
  - 앞서 언급한 바와 같이 수익 실현을 전제로 작동하는 동 제도는 상대적으로 수익구조가 취약한 중소 제작사에게 실질적 혜택으로 연결되기 어려운 한계를 지님
  - 반면 재정지원은 이러한 한계를 보완하며, 실질적 자금 유입이 필요한 사업 초기 단계에서 중소기업을 대상으로 지원 효과를 발휘

46) 『매일경제』, 「“회당 출연료 최대 4억” … 넷플릭스, 배우 출연료 상한선 정해 제작비 낮춘다」, 2025. 6. 9., <https://www.mk.co.kr/news/culture/11337279>, 검색일자: 2025. 7. 15.

- 재정지원은 정부가 정책 목적에 부합하는 사업을 공모·심사하여 선정된 기업에 자금을 사전적으로 지원하는 방식으로, 주로 사업 초기 단계의 자금 부담 완화를 목적으로 함
  - 반면 세제지원은 일정 기간 이후 실제 지출된 비용을 기준으로 소득세 또는 법인세에서 공제하는 사후적 방식으로 운영되며, 신청 시 장부 작성과 비용 증빙 등 일정 수준 이상의 세무·회계 역량이 요구됨
  - 이로 인해 중소기업이나 신생기업은 제도 접근에 있어 상대적인 어려움을 겪을 수 있음<sup>47)</sup>
  - 이처럼 수익이 발생하지 않은 단계에서는 재정지원이 자금 유인의 역할을 수행하고, 수익 실현 이후에는 세제지원이 인센티브로 작동하는 구조는 두 제도의 역할이 시기별로 분화되어 있음을 보여줌<sup>48)</sup>
  
- 따라서 재정지원과 세제지원은 단순히 중복되는 수단이라기보다는 상호보완적 정책 수단으로 해석하는 것이 타당
  - 실제로 영상콘텐츠 산업에 대한 조세지원은 수익 실현을 전제로 운영되고 있으며, 재정지원은 중소기업 중심의 자금 유입 수단으로 기능하고 있음
  - 양 제도 간 일정 수준의 중복 수혜 가능성은 존재하나 현 시점에서는 이를 과도한 중복으로 보기 어려움
  - 다만 향후 두 제도의 운영 범위가 확대되어 총지원 규모가 과도해질 경우, 산업 간 형평성을 유지하기 위한 제도적 보완 장치 마련이 필요할 수 있음

〈표 II -11〉 영상콘텐츠 제작 관련 재정지원

기관	사업명	지원대상	예산 규모
영화진흥위원회	독립예술영화 제작 지원	독립영화 제작자	66억 7,300만원
	독립예술영화 개봉 지원	순제작비 10억원 미만, 상영시간 60분 이상의 한국영화	14억 5,200만원
	신진 제작사 인큐베이팅 기획개발지원사업	신진 제작사	2억 8,000만원
	제작사 지원	영화제작사	17억 6,500만원
	중예산 한국영화 제작지원사업	순제작비 20억~80억원 미만의 장편 실사 극영화	99억 3,000만원

47) 김학수 외(2022), p. 75.

48) 김학수 외(2022), p. 73.

<표 II -11>의 계속

기관	사업명	지원대상	예산 규모
한국콘텐츠진흥원	OTT 특화 콘텐츠 제작지원	국내 콘텐츠 기업	255억원
	방송영상콘텐츠 기획안 공모전 및 사업화 지원	중소 방송영상제작사	9억 6,500만원
	방송영상콘텐츠 제작지원		109억 8,000만원
	방송영상콘텐츠 후반작업 지원		170억원
	애니메이션 제작지원(초기본편)		15억원
	애니메이션 제작지원(본편)	국산 애니메이션을 기획 및 창작 제작하는 국내 법인사업자 (관련귀속이 한국 또는 공동소유로 지정된 프로젝트)	55억원
	애니메이션 제작지원(시즌)		20억원
	애니메이션 제작지원 (IP 활용)	국산 애니메이션을 기획 및 창작 제작하는 국내 법인사업자 / 타 장르 콘텐츠 원작을 활용한 애니메이션 제작 권리 보유 필수	40억원

자료: 1. 영화진흥위원회 사업 공지 내 각 사업 공고  
 2. 한국콘텐츠진흥원, 『2025 한국콘텐츠진흥원 지원사업설명회 자료집』, 2024. 11. 27.



### Ⅲ. 효과성 분석





### Ⅲ. 효과성 분석

#### 1. 경영성과

- 경영성과 분석은 「영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제」를 받은 법인 및 개인사업자의 수혜에 따른 경영성과를 2018~2023년 국세청 미시자료를 사용하여 추정하는 것을 목적으로 함
  - 경영성과는 매출액, 수입금액, 당기순손익의 측면에서 살펴보고 그에 따라 인건비의 변화가 동반되는지 살펴봄
  - 국세청 미시자료는 신고연도 기준 2018~2024년간 한번이라도 세액공제를 수급한 경험이 있는 법인 및 개인사업자를 추적한 패널자료로 소득정보(매출액, 수입금액 등)와 본 조세특례의 공제세액을 포함한 과세정보(과세표준, 산출세액 등)를 담고 있으며, 대조군 설정을 위하여 비수혜 법인 및 개인사업자를 포함하여 자료를 구축하였음
    - 2018~2023년 수급경험이 있는 수혜법인에 대한 881개, 비수혜 법인에 대한 3,383개의 관측치 포함
    - 2018~2024년 수급경험이 있는 개인사업자에 대한 1,294개(이상치 제거 시 1,227개<sup>49)</sup>), 비수혜 개인사업자에 대한 1만 3,144개의 관측치 포함
  
- 분석은 법인사업자와 개인사업자 각각에 대하여 당해연도 본 조세특례의 세금감면효과를 살펴보는 정적분석과 수혜 이후 경영성과 변화를 살펴보는 동적분석으로 구성
  - 정적분석에서는 각 연도별 수혜기업의 본 조세특례로 인한 감면효과를 분석
  - 동적분석에서는 이중차분 사건사 분석(Difference-in-Differences Event Study)을 사용하여 당해연도 수혜 여부가 수혜 이후 1, 2, 3년에 미치는 효과를 살펴봄

49) 이상치는 관련 개인사업자의 산출세액보다 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제금액이 더 큰 경우를 의미

## 가. 분석자료

- 본 절에서는 효과성 분석을 위하여 구축한 2018~2023년(개인사업자는 2018~2024년 간) 국세청 미시자료를 소개하고 표본에 포함된 수혜 및 미수혜 법인과 개인사업자의 특성을 살펴봄
- 국세청 미시자료에는 신고연도 기준 2018~2023년간(개인사업자는 2018~2024년간) 한번이라도 본 조세특례를 수급한 경험이 있는 법인 및 개인사업자를 포함하고 있으며 대조군 생성을 위해 본 조세특례와 밀접하게 연관되어 있는 비수혜 법인 및 개인사업자를 다수 포함
  - 2018~2023년 수급경험이 있는 수혜법인에 대한 893개, 2018~2023년간 수급경험이 없는 법인에 대한 3,383개의 관측치 포함
    - 수혜경험이 없는 법인은 주업종코드가 <표 III-1>과 같이 본 조세특례와 밀접하게 연관되어 있는 기업들로 구성할 것을 요청하였음
  - 2018~2024년 수급경험이 있는 개인사업자에 대한 1,294개(이상치 제거시 1,227개), 2018~2024년 간 수급 경험이 없는 개인사업자에 대한 1만 3,144개의 관측치 포함
    - 수혜경험이 없는 개인사업자는 데이터 추출상의 한계로 업종코드가 921502(정보통신업)나 921504(출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업)인 사업자들로 구성됨

<표 III-1> 국세청 업종코드

국세청 업종코드	코드명
921100	영화, 비디오물 및 방송 프로그램 배급업
921200	영화관 운영업
921302	지상파 방송업
921303	유선 방송업
921304	방송 프로그램 제작업
921305	위성 및 기타 방송업
921306	프로그램 공급업
921501	광고 영화 및 비디오물 제작업
921502	일반 영화 및 비디오물 제작업

<표 III-1>의 계속

국세청 업종코드	코드명
921503	영화, 비디오물 및 방송 프로그램 제작 관련 서비스업
921504	애니메이션 영화 및 비디오물 제작업
921505	미디어콘텐츠창작업
924901	녹음시설 운영업
924910	비디오물 감상실 운영업
921401	공연 기획업
921405	공연 및 제작 관련 대리업
921406	그 외 기타 창작 및 예술 관련 서비스업
940100	작가
940301	작곡가
940302	배우, 텔런트 등
940305	성악가 등
940306	1인미디어콘텐츠창작자
940500	연예보조서비스
940500	연예보조서비스
940600	자문, 감독, 지도료, 고문료, 교정료
713003	기타 산업용 기계 및 장비 임대업
221300	음악 및 기타 오디오물 출판업

자료: 국세청 업종코드를 참고하여 저자 작성

- 결과적으로 추출된 법인사업자의 주업종코드를 살펴보면 <표 III-2>와 같으며 소분류 기준 영화, 비디오물, 방송 프로그램 제작 및 배급업, 라디오 방송업, 텔레비전 방송업의 경우가 수혜법인 82.63%, 비 수혜법인 81.89%로 가장 높게 나타남
- 수혜법인의 주업종 업종코드 중에는 대체로 영상콘텐츠 제작과는 연관되어 있으나 그렇지 않은 경우도 다수 존재
  - 부업종코드는 영상콘텐츠 제작과 유사한 경우들도 확인됨
- 비수혜기업의 경우 주업종 코드가 2017~2023년간 한번이라도 연관 업종코드가 기록된 경우이나 중간에 주업종코드가 바뀌는 경우는 존재하는 것으로 확인함

<표 III-2> 공제감면 여부별 업종 비중: 법인

국세청 업종코드 (소분류)	업종코드명	감면 신청		감면 비신청	
		빈도	비중	빈도	비중
221	서적출판업	12	1.36	118	3.55
223	기록매체 복제업	12	1.36	-	-
713	개인 및 가정용품 임대업; 산업용 기계장비 임대업	1	0.11	104	3.13
743	광고업	35	3.97	9	0.27
749	건물산업설비 청소 및 방제서비스업; 건물 산업설비 청소; 경비, 경호 및 탐정업; 고용 알선 및 인력 공급업; 그 외 기타 개인 서비스업; 그 외 기타 개인 서비스업; 그 외 기타 전문, 과학 및 기술 서비스업; 기타 사업지원 서비스업; 기타 운송 관련 서비스업; 기타 전문 도매업; 기타 전문 서비스업, 기타 무형재산권 임대업, 보험 및 연금관련 서비스업, 사업시설 유지·관리 서비스업, 사진촬영 및 처리업; 상품 중개업; 전문 디자인업; 조경관리 및 유지 서비스업; 하수, 폐수 및 분뇨 처리업	23	2.61	26	0.78
921	영화, 비디오물, 방송 프로그램 제작 및 배급업; 라디오 방송업; 텔레비전 방송업; 부동산 임대 및 공급업; 기타 교육기관; 창작 및 예술 관련 서비스업; 유원지 및 예술 관련 서비스업	728	82.63	2722	81.89
924	오디오물 출판 및 원판; 영화, 비디오물 방송; 스포츠 서비스업; 유원지 및 기타오락관련 서비스업	6	0.68	45	1.35
940	인적용역	-	-	184	5.54
	그 외	65	7.39	404	12.16
합계		881	100	3,324	100

주: 수혜·비수혜 법인 중 비중이 1% 이상인 업종에 대하여서만 업종코드명을 제시하였으며, 1% 미만의 경우에는 그 외로 합산하여 표기

자료: 국세청 미시자료와 국세청 업종코드-표준산업분류 연계표(2022. 4. 19.)를 사용하여 저자 작성

- 법인 사업자에 대한 기초통계량은 <표 III-3>과 같으며, 처치군과 대조군은 소득 측면에서 다소 큰 차이가 있는 것으로 나타남
  - 분석에 사용된 표본에서 한번이라도 수혜한 경험이 있는 처치군의 73%는 중소기업으로 평균 매출액은 679.86억원, 수입금액은 682.9억원 수준이며 당기순이익은 30.89억원 수준
  - 반면 대조군의 경우 94%가 중소기업으로 매출액은 12.86억원, 수입금액은 12.89억원, 당기순이익은 0.11억원 수준으로 처치군에 비하여 낮게 나타남

- 유사한 사업군에서 대조군을 추출하였음에도 소득 측면에서 처치군과 대조군의 특성이 크게 상이하게 나타난다는 점을 알 수 있음
  - 효과성 분석 시 이러한 이질성을 적절히 통제하고 처치시점 이전에 두 그룹 간 공통추세 가정이 만족하는지 여부를 확인하는 것이 중요함

<표 III-3> 기초통계량: 법인

(단위: 억원, %, 회)

구분	처치군(수혜법인)		대조군(비수혜법인)	
	평균	표준편차	평균	표준편차
일반기업	0.13	0.34	0.05	0.23
중견기업	0.13	0.34	0.01	0.07
중소기업	0.73	0.44	0.94	0.24
매출액	679.86	2611.70	12.86	66.70
수입금액	682.90	2614.62	12.89	67.03
당기순이익	30.89	230.34	0.11	9.50
각 사업연도 소득금액	51.36	309.96	0.36	9.21
인건비	38.46	159.14	1.83	5.34
과세표준	44.81	284.11	0.17	8.86
산출세액	10.74	62.72	0.17	1.07
총부담세액	9.23	60.01	0.13	0.94
공제세액	3.06	7.20	-	-
수입금액 대비 부담세액	2.05	20.30	9.00	175.35
과표 대비 부담세액	10.39	4.69	9.51	6.53
과표 대비 산출세액	15.03	4.30	11.37	2.77
과표대비 산출세액_조특적용	10.16	4.11	-	-
총수급 횟수	2.02	1.23	-	-
총공제세액	6.55	20.07	-	-
관측수	893		3,383	

자료: 국세청 제공자료를 사용하여 저자 작성

- 추출된 개인사업자의 주업종코드는 <표 III-4>와 같으며 소분류 기준 영화, 비디오물, 방송 프로그램 제작 및 배급업, 라디오 방송업, 텔레비전 방송업의 경우가 수혜자 63.81%, 비수혜자 100%로 가장 높게 나타남
  - 수혜자의 주업종 업종코드 중에는 대체로 영상컨텐츠 제작과는 연관되어 있으나

그렇지 않은 경우도 다수 존재

- 부업종코드는 영상콘텐츠 제작과 유사한 경우들도 확인됨
- 비수혜자의 경우 주업종 코드가 2018~2024년간 한 번이라도 연관 업종코드가 기록된 경우이나 중간에 주업종코드가 바뀌는 경우는 존재하는 것으로 확인함

<표 III-4> 공제감면 여부별 업종 비중: 사업소득자

국세청 업종코드 (소분류)	업종코드명	감면 신청		감면 비신청	
		빈도	비중	빈도	비중
525	무점포 소매업	9	3.5	-	-
552	음식점업; 주점 및 비알코올 음료점업; 음식점업	4	1.56	-	-
602	육상 여객 운송업; 도로 화물 운송업; 기타 운송 관련 서비스	11	4.28	-	-
722	소프트웨어 개발 및 공급업; 컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업	8	3.11	-	-
749	하수, 폐수 및 분뇨 처리업	16	6.23	-	-
921	영화, 비디오물, 방송 프로그램 제작 및 배급업; 라디오 방송업; 텔레비전 방송업; 부동산 임대 및 공급업; 기타 교육기관, 창작 및 예술 관련 서비스업; 유원지 및 예술 관련 서비스업	164	63.81	13,101	100
930	개인 및 가정용품 임대업; 거주 복지시설 운영업; 경비, 경호 및 탐정업; 교육 지원서비스업; 그 외 기타 개인 서비스업; 그 외 사업지원 서비스업; 미용, 욕탕 및 유사 서비스업, 사진 촬영 및 처리업	6	2.33	-	-
940	인적용역	8	3.11	-	-
	그 외	31	12.09	-	-
합계		257	100	13,101	100

주: 수혜·비수혜 사업 소득자 중 비중이 1% 이상인 업종에 대하여서만 업종코드명을 제시하였으며, 1% 미만의 경우에는 그 외로 합산하여 표기

자료: 국세청 미시자료와 국세청 업종코드-표준산업분류 연계표(2022. 4. 19.)를 사용하여 저자 작성

- 개인사업자에 대한 기초통계량은 <표 III-15>와 같으며 종속변수 및 관련 변수인 평균 매출액, 수입금액, 소득금액, 급여 및 임금 등의 규모가 처치군인 수혜자와 통제군인 비수혜자 간에 유사하게 나타남

- 수혜자의 평균 매출액은 3.77억원, 수입금액은 0.91억원, 소득금액은 0.15억원으로 나타났으며 종합소득금액은 0.23억원, 산출세액은 0.02억원으로 나타남
  - 2018~2023년간 총 1.39번 수급하는 것으로 나타났으며 총수급금액은 0.03억원 수준으로 나타남
- 이상치를 제거한 수혜자의 매출액은 3.89억원, 수입금액은 1.05억원, 소득금액은 0.18억원으로 나타났으며 종합소득금액은 0.24억원, 산출세액은 0.03억원으로 유사하게 나타남
  - 2018~2023년간 총 1.38번 수급하는 것으로 나타났으며 총 수급금액은 0.03억원 수준으로 나타남
- 비수혜자의 경우 평균 매출액이 2.17억원 수준으로, 수입금액은 1.02억원, 소득금액은 0.13억원으로 종합소득금액은 0.26억원으로 나타났으며 산출세액은 0.04억원 수준

<표 III-5> 기초통계량: 개인사업자

(단위: 억원, %, 회)

구분	표본	전체		수혜자		수혜자 (이상치 제거)		비수혜자	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차
수입금액		1.01	2.08	0.91	2.21	1.05	2.43	1.02	2.08
소득금액		0.13	0.44	0.15	0.25	0.18	0.25	0.13	0.44
당기순손익		0.27	0.66	0.47	0.40	0.47	0.40	0.27	0.66
매출액		2.19	2.98	3.77	4.94	3.89	5.01	2.17	2.95
급여 및 임금		0.25	0.61	0.25	0.48	0.26	0.49	0.25	0.61
일용급여		0.02	0.16	0.03	0.13	0.03	0.13	0.02	0.16
퇴직급여		0.02	0.31	0.01	0.03	0.01	0.03	0.03	0.31
종합소득금액		0.26	0.59	0.23	0.30	0.24	0.30	0.26	0.61
과세표준		0.21	0.58	0.18	0.29	0.19	0.30	0.22	0.60
산출세액		0.04	0.21	0.02	0.07	0.03	0.07	0.04	0.22
세액공제계		0.01	0.03	0.01	0.10	0.01	0.10	0.00	0.01
세액감면계		0.01	0.05	0.00	0.01	0.00	0.01	0.01	0.05
결정세액		0.03	0.18	0.01	0.05	0.02	0.05	0.03	0.19
영상콘텐츠제작비용공제 대상금액		0.10	0.20	0.10	0.20	0.08	0.17	.	.

<표 III-5>의 계속

(단위: 억원, %, 회)

구분	표본	전체		수혜자		수혜자 (이상치제거)		비수혜자	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차
	영상콘텐츠제작비용세액 공제금액	0.02	0.04	0.02	0.04	0.02	0.03	.	.
	영상콘텐츠제작비용 세액공제 총수혜 연도	0.12	0.46	1.39	0.78	1.38	0.75	0.00	0.00
	영상콘텐츠제작비용 세액공제 총공제금액	0.00	0.02	0.03	0.05	0.03	0.05	0.00	0.00
	수입금액 대비 결정세액	0.00	0.02	0.03	0.05	0.03	0.05	0.00	0.00
	과표 대비 결정세액	0.05	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.05	0.05
	과표 대비 산출세액	0.09	0.05	0.09	0.04	0.09	0.04	0.09	0.05
	관측치	14,438		1,294		1,227		13,144	

자료: 국세청 제공자료를 사용하여 저자 작성

## 나. 분석 결과

### 1) 법인

- 정적분석에서는 수혜법인들의 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제로 인한 실효세율 인하효과를 살펴봄으로써 본 조세특례가 가져오는 1차적 효과를 살펴보고자 함
  - 실효세율 인하효과는 본 조세특례를 적용하기 전과 후의 유효세율 (과세표준 대비 산출세액) 변화를 통해서 살펴봄
    - 좀 더 자세하게는 과세표준 대비 산출세액과 과세표준 대비 본 조세특례 세액 공제를 차감한 산출세액의 차이를 통해서 살펴봄
  
- 2018~2023년간 수혜법인의 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제로 인한 감면효과는 35~41%로 나타남
  - 본 조세특례로 인하여 수혜법인의 유효세율(과표 대비 산출세액)은 5.45~6.77%p 감소하는 것으로 나타났으며, 이는 35~41%에 해당하는 감면효과

<표 III -6> 영상콘텐츠 세액공제 감면효과: 법인

(단위: 억원, %p, %,건)

신고연도	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>A. 전체기업</b>						
수입금액 대비 결정세액	1.11	1.13	1.22	0.97	7.27	0.82
과표 대비 결정세액	9.14	9.45	9.76	9.91	9.87	9.33
과표 대비 산출세액(A)	15.75	15.85	15.61	16.54	16.02	15.73
세액공제 적용 후 과표 대비 산출세액(B)	10.16	9.56	10.16	9.77	10.26	10.22
세율인하효과(%p, A-B)	5.59	6.29	5.45	6.77	5.76	5.51
세율인하효과(% , (A-B)/A)	35	40	35	41	36	35
관측치	22	36	44	48	78	93

주: 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨  
 자료: 국세청 제공자료를 사용하여 저자작성

- 법인 유형에 따라서 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제로 인한 실효세율 인하효과가 다르게 나타났는데 중소기업에서의 효과가 가장 크게 나타남
  - 본 조세특례로 인하여 중소기업의 유효세율(과표대비산출세액)은 5.4~6.98%p 감소하는 것으로 나타났으며, 이는 39~47%에 해당하는 감면효과
  - 중견법인의 유효세율(과표대비산출세액)은 2.37~7.91%p 감소하는 것으로 나타났으며, 이는 12~40%에 해당하는 감면효과
  - 일반법인의 유효세율(과표대비산출세액)은 0.6~7.25%p 감소하는 것으로 나타났으며, 이는 3~37%에 해당하는 감면효과
  - 이러한 결과는 앞선 수급현황에서도 살펴보았던 것처럼 최저한세의 적용에도 중소기업에서 산출세액 대비 적용되는 공제세액이 가장 크게 나타나 실제 감면효과 또한 큰 것으로 해석됨

<표 III -7> 영상콘텐츠 세액공제 감면효과: 법인 유형별

(단위: 억원, %p, %,건)

신고연도	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>B. 중소기업</b>						
수입금액 대비 결정세액	1.07	1.18	1.26	0.97	1.22	0.70
과표 대비 결정세액	7.43	8.01	8.29	8.27	7.64	7.20
과표 대비 산출세액(A)	14.81	14.95	14.73	15.19	13.91	13.69
세액공제 적용 후 과표대비 산출세액(B)	8.63	7.97	8.79	8.00	8.30	8.29

<표 III-7>의 계속

(단위: 억원, %p, %,건)

신고연도	2018	2019	2020	2021	2022	2023
세율인하효과(%p, A-B)	6.18	6.98	5.94	7.19	5.61	5.4
세율인하효과(% (A-B)/A)	42	47	40	47	40	39
관측치	18	27	30	31	47	56
<b>B. 중견법인</b>						
수입금액 대비 결정세액	0.89	1.00	0.66	1.23	29.11	1.28
과표 대비 결정세액	14.30	17.13	11.41	12.69	13.57	13.13
과표 대비 산출세액(A)	19.73	19.69	19.74	19.31	19.01	19.16
세액공제 적용 후 과표대비 산출세액(B)	14.53	17.32	11.83	12.74	14.05	13.53
세율인하효과(%p, A-B)	5.2	2.37	7.91	6.57	4.96	5.63
세율인하효과(% (A-B)/A)	26	12	40	34	26	29
관측치	2	2	2	8	17	17
<b>C. 일반법인</b>						
수입금액 대비 결정세액	1.61	0.99	1.23	0.75	1.04	0.75
과표 대비 결정세액	19.41	12.80	13.17	13.12	12.83	12.07
과표 대비 산출세액(A)	20.19	18.21	17.14	18.74	19.50	18.50
세액공제 적용 후 과표대비 산출세액(B)	19.59	13.47	13.33	13.22	12.25	12.79
세율인하효과(%p, A-B)	0.6	4.74	3.81	5.52	7.25	5.71
세율인하효과(% (A-B)/A)	3	26	22	29	37	31
관측치	2	7	12	9	14	20

주: 본 조세특례를 수급한 경우에 한하여 작성됨  
 자료: 국세청 제공자료를 사용하여 저자 작성

- 각 연도에 본 조세특례로 인한 감면효과의 정도를 살펴본 것에 더하여 수급경험이 성과에 미치는 효과를 살펴보고자 함
- 동적분석에서는 2018~2023년의 기간 중 조세특례를 처음 수급한 것으로 관찰되는 시점 이래로 1, 2, 3년 후 성과에 미치는 효과를 이중차분 사건사 분석(Difference-in-Differences Event Study)을 사용하여 살펴보고자 함
  - 본 조세특례를 수급한 처치군의 수급연도 이후 성과가 대조군에 비하여 어떻게 변화하는지를 살펴보고자 함

- 동적분석에 사용된 이중차분 사건사 분석(Difference-in-Differences Event Study)의 회귀식은 다음과 같음

$$Y_{it} = \alpha + \sum_{k=-K}^T \beta_k D_{ik} + \sum_y \gamma_y Dyear_y + \delta_i + \varepsilon_{it}$$

- $Y_{it}$ : 법인  $i$ 의  $t$ 연도의 경영성과로 매출액, 당기순손익, 인건비 변수와 동일한 변수들의 로그 값을 사용
  - $D_{ik}$ : 각 연도별로 법인  $i$ 가 처음으로 본 조세특례를 수급하였는지 여부를 나타내는 변수로 처치군 내에서 수급연도에 따라서, 대조군인지 여부에 따라서 다르게 나타남
  - $k$ : 처음으로 수급하였을 시의 연도 대비 시점을 의미하여 본 세액공제를 수급한 당해 연도의  $k$ 는 0으로 1년 전은 -1로 기록
  - 본 연구에서는 수급하기 3년 전부터 3년 후까지를 살펴보므로  $k$ 는 -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3의 값을 가짐
  - $Dyear_y$ : 연도효과로 모든 법인에 동일하게 적용되는 경기순환의 영향 등을 통제
  - $\delta_i$ : 시간에 따라서 변하지 않는 법인 고정효과를 통제하는 변수로 주업종, 지역 등을 제한적으로 통제
- 분석 결과 2018~2023의 기간 중 처음으로 세액공제 혜택을 받은 이후 법인의 매출액, 당기순 손익은 유의하게 증가하며, 이는 인건비 증가를 동반함
- 공통추세가정을 만족하는지 여부를 살펴본 결과 세액공제 혜택을 받기 이전 시점에 처치군과 대조군간 매출액, 당기순손익, 인건비의 유의한 차이가 발견되지 않아 공통추세가정을 만족하는 것을 확인함
  - 매출액, 당기순손익, 인건비는 신고연도( $\beta_0$ )에 대체로 증가하는 것으로 나타났으며 그 크기는 매출액 199억원, 당기순손익 89억원, 인건비는 8.5억원 수준
    - 매출액은 3년 후에, 당기순손익의 경우 1년 및 3년 후에도 유의하게 증가
  - 이러한 효과는 본 세액공제가 해당 영상콘텐츠가 처음으로 방송되거나 영화상영관에서 상영되거나 온라인 동영상 서비스를 통하여 시청에 제공된 과세연도(시행령 제22조의 10 제5항 및 제6항 제1호)에 적용된다는 점을 고려하여 해석할 필요가 있음

- 즉 본 과세특례에 대한 신청이 영상물 상영에 따른 매출발생 시점과 일치하기 때문에 그 이후 발생하는 매출 및 수익의 증가는 대부분 이미 제작된 영상물에서 발생되었을 가능성이 높음

□ 반면 로그변수를 사용하는 경우 대조군은 공통추세 가정을 만족하지 않아 해석에 유의가 필요하나 매출액 및 당기순손익은 신고연도(0기)에 증가하다가 그 이후에는 감소하는 효과를 발견할 수 있음

- 본 조세특례 수급 이전의 종속변수의 변화를 살펴본 결과 로그 매출액, 로그 당기순손익은 유의하게 처치군에서 더 작게 나타나 공통추세 가정을 만족하지 못하므로 결과 해석 시에는 유의가 필요함
- 로그 매출액과 당기순손익은 신고연도에 증가하였다가 감소
  - 로그 매출액은 신고연도에 54.67%p 증가하였다가 3년 후 53.1%p 감소
  - 당기순손익은 49.28%p 유의하게 증가하였다가 2년 후 45.83%p 감소

<표 III-8> 사건사분석 회귀분석 결과: 법인

종속변수	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	매출액 (백만원)	당기순손익 (백만원)	인건비 (백만원)	매출액 (로그)	당기순손익 (로그)	인건비 (로그)
$\beta_{-3}$	885.7662 (9,235.3542)	1,631.7312 (1,416.7015)	-201.2672 (520.0288)	-0.5120*** (0.1698)	-0.4581** (0.2241)	-0.1492 (0.1077)
$\beta_{-2}$	5,766.1441 (9,342.4150)	67.1657 (1,120.0961)	371.1522 (463.9522)	-0.2753* (0.1427)	-0.3808* (0.2116)	-0.0919 (0.0909)
$\beta_0$	19,942.3817** (9,584.4337)	8,960.7271** (3,503.7451)	850.4070* (455.9936)	0.5467*** (0.1365)	0.4928*** (0.1525)	0.0691 (0.0730)
$\beta_1$	29,949.1206 (19,151.7573)	6,427.7095** (2,712.5178)	1,120.7872 (774.1993)	-0.1004 (0.2070)	-0.1882 (0.2144)	-0.0022 (0.0961)
$\beta_2$	29,203.6567 (17,983.2752)	6,887.9441** (3,417.8134)	1,516.1189 (1,005.9546)	-0.2650 (0.2450)	-0.4583* (0.2412)	-0.0562 (0.1289)
$\beta_3$	42,358.1390* (24,636.9935)	5,828.4023*** (2,179.7349)	2,483.4849 (1,720.4469)	-0.5310* (0.2763)	-0.0544 (0.2738)	-0.1439 (0.1518)
상수항	9,862.2226** (3,910.7970)	21.7552 (391.2260)	706.8832*** (188.3219)	19.9476*** (0.0676)	17.9849*** (0.0863)	18.5624*** (0.0479)
관측치	4,188	4,188	4,188	3,651	2,067	3,326
R-squared	0.9472	0.5022	0.9487	0.8375	0.7885	0.8673

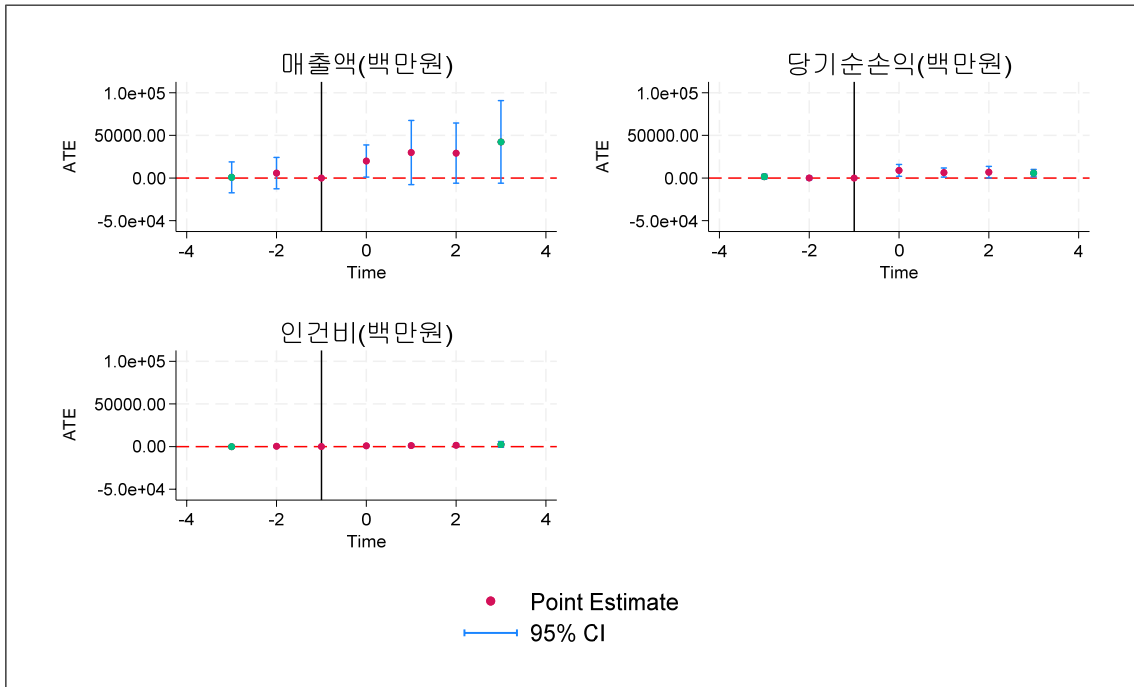
주: 1. Robust standard errors in parentheses

2. \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

[그림 Ⅲ-1] 이중차분 사건사 분석 결과: 법인

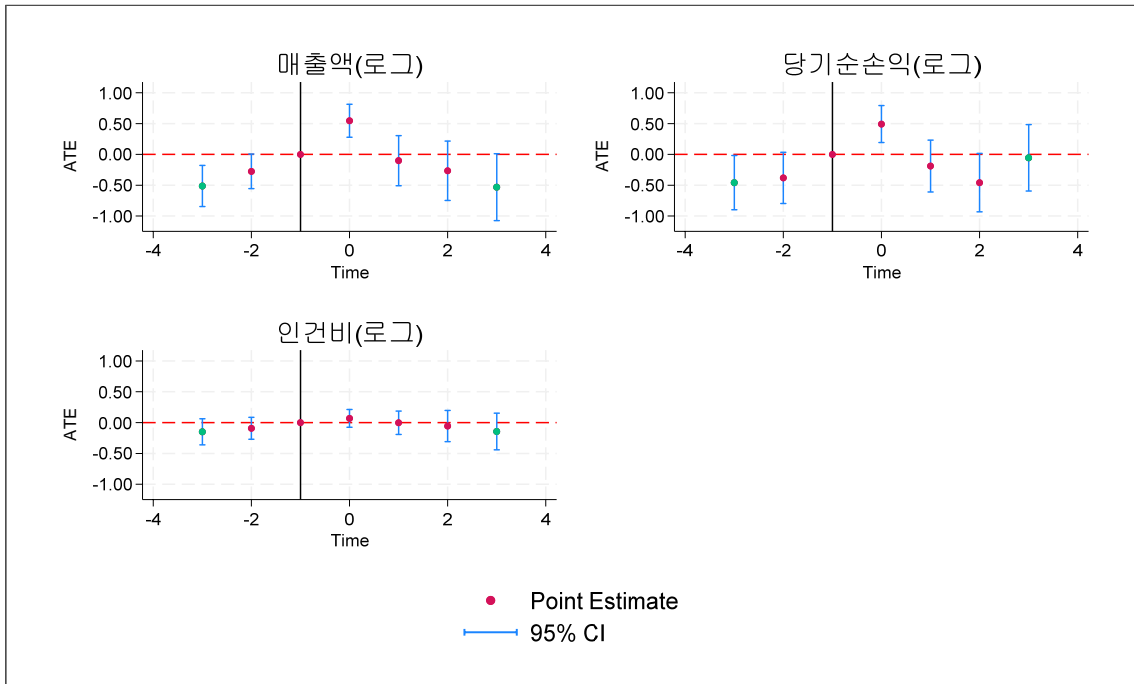
(단위: 백만원)



자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

[그림 Ⅲ-2] 이중차분 사건사 분석 결과: 법인(로그)

(단위: %p)



자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

- 이상의 분석 결과는 각 법인 유형에 따른 이질성과 각 법인의 처치 시점에 따라 제도의 효과가 상이할 수 있다는 점은 고려하지 못한다는 한계점이 있어 이를 고려한 분석을 추가적으로 실시함
  - (이질성 분석: 개요) 앞서 기초자료 분석에서 살펴보았던 것과 같이 법인 유형별로 수급패턴이 다르게 나타남에 따라 그 효과가 다르게 나타날 가능성을 고려하여 이질성 분석을 시행함
    - 이질성 분석은 중소기업, 중견법인, 일반법인의 하위그룹으로 표본을 구성하고 동일한 회귀분석을 시행하는 방식으로 수행함
    - 중견법인과 일반법인의 경우 수혜법인의 수가 적어 이를 사용한 하위그룹 분석의 신뢰성은 높지 않을 수 있어 해석에는 주의가 필요함
  - (이질성 분석: 결과) 분석 결과 긍정적 효과의 크기는 중견 및 일반기업에서 상대적으로 크게 나타났으며, 장기적인 효과 또한 중견 및 일반기업에서 발견
    - 중소기업의 신고연도에서의 매출액, 당기순이익, 인건비의 증가는 각각 45억원, 17억원, 2.6억원으로 나타났으며 신고연도 이후 긍정적효과는 발견되지 못함
    - 중견법인과 일반법인 경우 표본수의 감소로 신고연도에서의 유의도는 감소하였지만, 그 크기는 대체로 유사하거나 큰 경향이 있었으며 신고연도 이후 긍정적효과는 여전히 발견됨
  - (강건성 분석) 이질적 처치 시점에 따른 제도효과를 고려한 Callaway and Santana (2022)의 Staggered DID를 사용하여 강건성 분석을 실시함
    - 분석 결과 기존에 발견되었던 신고연도 매출액(190억원), 당기순이익(93억원), 인건비(6.3억원)에서의 유의한 긍정적 효과가 유사하게 나타났음
    - 다만 매출액과 당기순이익이 3년 후 증가하는 효과는 더 이상 유의하지 않음

〈표 III-9〉 이중차분 사건사 분석 결과: 중소기업

종속변수	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	매출액 (백만원)	당기순이익 (백만원)	인건비 (백만원)	매출액 (로그)	당기순이익 (로그)	인건비 (로그)
$\beta_{-3}$	-4,757.5445*** (1,454.6240)	719.1635 (631.6180)	-308.9608** (146.1566)	-0.8338*** (0.2192)	-0.3543 (0.2740)	-0.3146** (0.1396)
$\beta_{-2}$	-1,922.3329* (983.6645)	664.4088 (688.6113)	-168.9775* (97.0349)	-0.4491** (0.1748)	-0.3331 (0.2548)	-0.2421** (0.1166)
$\beta_0$	4,518.3316*** (1,038.2705)	1,680.9497*** (640.9487)	261.3669* (136.1142)	0.5150*** (0.1606)	0.5951*** (0.1829)	0.0202 (0.1019)

<표 III-9>의 계속

종속변수	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	매출액 (백만원)	당기순손익 (백만원)	인건비 (백만원)	매출액 (로그)	당기순손익 (로그)	인건비 (로그)
$\beta_1$	1,447.2148 (1,233.8634)	947.7453 (610.4210)	35.5698 (116.4912)	-0.2882 (0.2639)	-0.1173 (0.2717)	-0.0997 (0.1268)
$\beta_2$	914.5641 (1,074.9278)	705.2743 (519.8344)	28.6294 (140.5776)	-0.5804* (0.3120)	-0.4508 (0.3081)	-0.1955 (0.1497)
$\beta_3$	1,254.9907 (1,373.2430)	677.5133 (523.3284)	281.6082 (271.4152)	-0.9407*** (0.3265)	-0.1426 (0.3379)	-0.3123* (0.1679)
상수항	2,232.8010*** (186.3399)	-35.7267 (79.0445)	272.8526*** (20.5604)	19.7152*** (0.0717)	17.6729*** (0.0929)	18.3746*** (0.0503)
관측치	3,745	3,745	3,745	3,247	1,817	2,972
R-squared	0.8228	0.4318	0.8131	0.7853	0.7162	0.8190

주: 1. Robust standard errors in parentheses

2. \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

<표 III-10> 이중차분 사건사 분석 결과: 중견법인

종속변수	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	매출액 (백만원)	당기순손익 (백만원)	인건비 (백만원)	매출액 (로그)	당기순손익 (로그)	인건비 (로그)
$\beta_{-3}$	63,120.1308 (68,107.0620)	8,326.5630 (10,013.4875)	4,855.0403 (3,496.3253)	0.2985 (0.4078)	-2.0549* (1.1842)	0.4347* (0.2313)
$\beta_{-2}$	79,810.2950 (83,497.3210)	-8,458.7916 (7,379.0160)	5,518.0199 (4,444.6934)	0.0621 (0.3236)	-2.2225** (1.0741)	0.4026** (0.1756)
$\beta_0$	105,625.2062 (71,315.4788)	40,305.1553* (20,808.3757)	4,722.5945 (3,317.2854)	0.3303* (0.1823)	0.2704 (0.5300)	0.2422* (0.1285)
$\beta_1$	211,884.9144 (157,274.1867)	35,537.7759* (20,229.6957)	8,398.4452 (6,519.5366)	-0.1570 (0.3115)	-0.3676 (0.6814)	0.3788 (0.2309)
$\beta_2$	213,739.7964 (142,637.6521)	40,257.0405* (23,698.1635)	11,272.3863 (7,886.5530)	0.3334 (0.5162)	-0.3180 (0.9689)	0.4166 (0.3890)
$\beta_3$	249,796.9806 (168,785.2988)	28,663.5426** (13,897.7952)	14,159.5803 (10,843.2564)	0.0617 (0.5844)	0.1539 (0.8725)	0.5329 (0.4439)
상수항	78,723.5874 (55,081.2904)	-519.5084 (4,599.0613)	4,342.4906 (2,849.6675)	21.1773*** (0.2446)	19.6674*** (0.3465)	19.8561*** (0.1550)
관측치	258	258	258	228	126	184
R-squared	0.9523	0.6245	0.9553	0.9541	0.9177	0.9727

주: 1. Robust standard errors in parentheses

2. \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

<표 III-11> 이중차분 사건사 분석 결과: 일반법인

종속변수	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	매출액 (백만원)	당기순손익 (백만원)	인건비 (백만원)	매출액 (로그)	당기순손익 (로그)	인건비 (로그)
$\beta_{-3}$	-19,878.7839 (22,421.0255)	-10,180.8718 (6,716.2305)	-3,338.2815 (2,649.1606)	-0.6247 (0.7637)	-1.0778 (0.8599)	-0.2284 (0.2554)
$\beta_{-2}$	-9,917.0488 (10,678.3729)	-7,285.8084* (4,201.0051)	-1,279.4826 (1,136.6018)	-0.1589 (0.4073)	-0.7249 (0.5402)	-0.0351 (0.1168)
$\beta_0$	17,863.5519 (13,356.8864)	21,512.4570 (14,845.0683)	1,085.6882 (691.2141)	0.8344 (0.5968)	0.3656 (0.6021)	0.1947 (0.1243)
$\beta_1$	18,608.7177 (26,309.1199)	10,075.2698 (9,124.8378)	1,718.4443 (1,011.2625)	0.7379 (0.6529)	0.0328 (1.0196)	0.2864 (0.1734)
$\beta_2$	12,416.0496 (25,621.2277)	15,918.6830 (10,498.4823)	2,330.8125 (1,575.1121)	1.0818 (0.9361)	0.8899 (1.4548)	0.4488* (0.2628)
$\beta_3$	96,142.2823* (54,354.7500)	30,643.3506** (13,932.2134)	5,638.2394* (2,849.9348)	2.0983 (1.5718)	2.6282 (2.1003)	0.9446** (0.4215)
상수항	99,826.6138*** (14,570.9648)	8,466.2072 (7,310.3124)	6,301.9264*** (1,115.8208)	24.9481*** (0.6409)	22.3190*** (0.6092)	21.7651*** (0.1742)
관측치	128	128	128	126	81	123
.R-squared	0.8915	0.3652	0.9125	0.8500	0.7521	0.9733

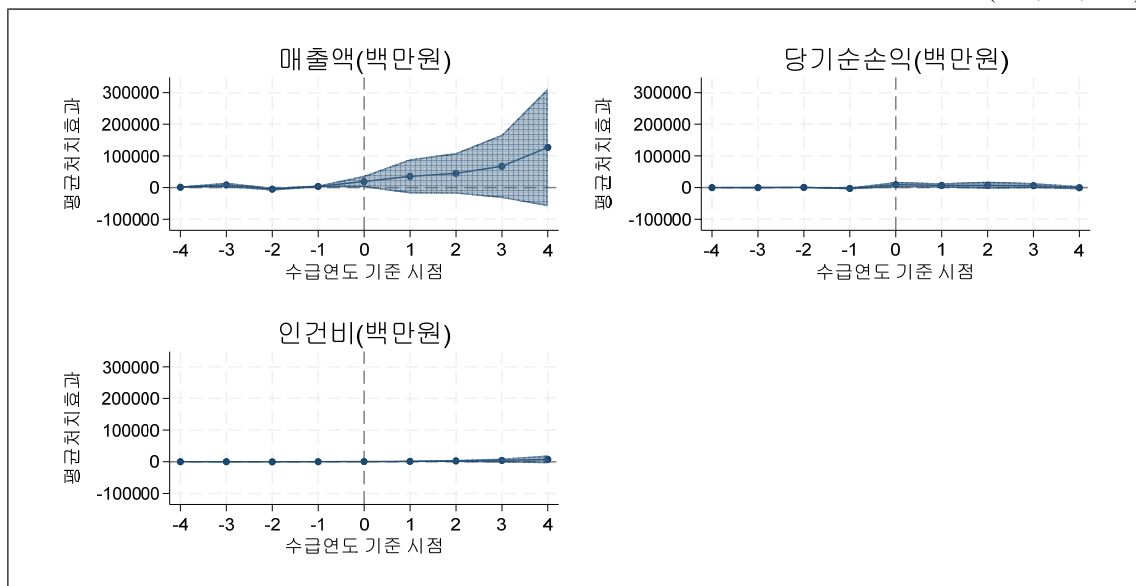
주: 1. Robust standard errors in parentheses

2. \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

[그림 III-3] Staggered DID 분석 결과: 법인

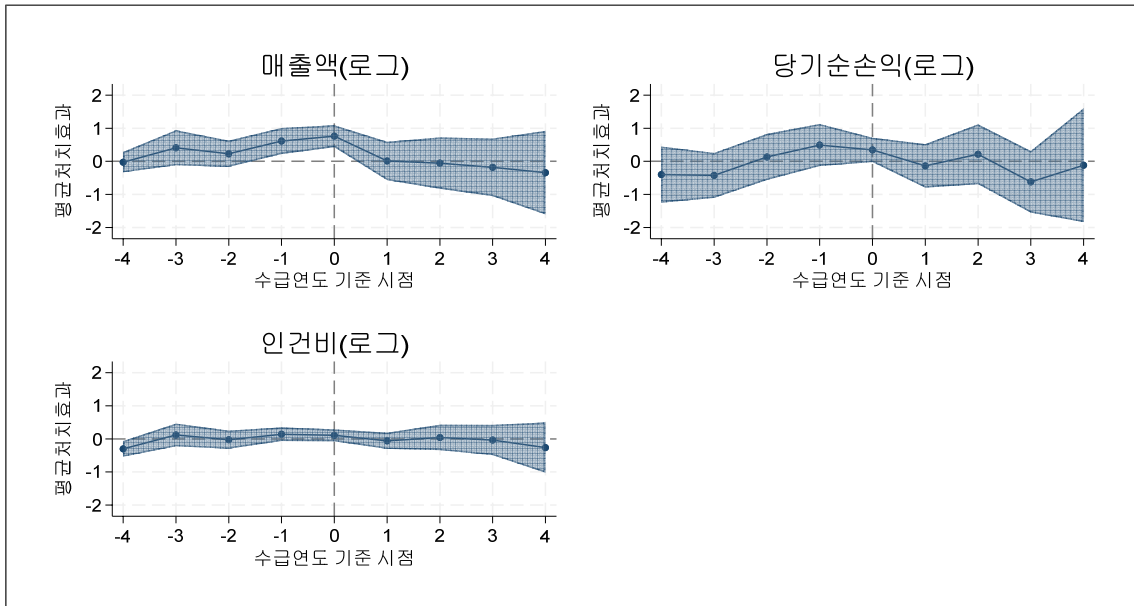
(단위: 백만원)



자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

[그림 III-4] Staggered DID 분석 결과: 법인(로그)

(단위: %p)



자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

## 2) 개인사업자

- 유사하게 개인사업자에 대한 정적인 효과성 분석에서는 수혜자의 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제로 인한 실효세율 인하 효과를 살펴봄으로써 본 조세특례가 가져오는 1차적 효과를 살펴봄
  - 실효세율 인하효과는 본 조세특례를 적용하기 전과 후의 유효세율(과세표준 대비 산출세액) 변화를 통해서 살펴봄
    - 좀 더 자세하게는 과세표준 대비 산출세액과 과세표준 대비 본 조세특례 세액공제를 차감한 산출세액의 차이를 통해서 살펴봄
  - 개인사업자의 경우 전체 수혜자를 사용하여 분석하는 경우 산출세액보다 세액공제가 더 큰 경우도 있어 이러한 이상치를 제거한 표본을 사용하여 분석을 수행함
  
- 2018~2024년 사업소득자의 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제로 인한 감면 효과는 24~49%로 나타남
  - 이상치를 제거한 수혜자의 과세표준 대비 산출세액은 9.61~13.19%로 나타났으며,

과표 대비 결정세액은 2.11~4.53%로 나타나 세액공제 적용으로 인한 세부담 감면은 6.09~8.29%p 수준으로 나타남

- 그중 본 조세특례로 인한 유효세율(과표 대비 산출세액)의 감소는 2.38~5.84%p로 나타났으며 이는 24~49%에 해당하는 감면 효과로, 법인과 유사함

<표 III-12> 영상콘텐츠 세액공제 감면효과: 사업소득자

(단위: 억원, %p, %, 건)

신고연도	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>A. 수혜자</b>							
수입금액 대비 결정세액	6.94	15.77	4.47	26.97	12.10	17.20	56.67
과표 대비 결정세액	1.52	2.58	2.75	2.49	3.07	3.06	3.52
과표 대비 산출세액 (A)	8.77	9.02	9.30	9.16	9.55	11.19	11.77
세액공제 적용 후 과표 대비 산출세액(B)	-6.84	-0.31	-0.91	-10.98	2.20	-56.27	-86.44
세율인하효과(%p, A-B)	15.61	9.33	10.21	20.14	7.35	67.46	98.21
세율인하효과(% , (A-B)/A)	178	103	110	220	77	603	834
관측치	25	39	40	64	38	34	27
<b>B. 이상치 제거</b>							
수입금액 대비 결정세액	9.54	23.35	6.19	38.00	12.78	20.51	69.26
과표 대비 결정세액	2.11	3.53	3.83	3.38	3.24	3.61	4.53
과표 대비 산출세액 (A)	9.61	9.70	9.92	10.01	9.74	11.90	13.19
세액공제 적용 후 과표 대비 산출세액(B)	5.76	6.43	7.54	7.25	6.19	6.06	7.72
세율인하효과(%p, A-B)	3.85	3.27	2.38	2.76	3.55	5.84	5.47
세율인하효과(% , (A-B)/A)	40	34	24	28	36	49	41
관측치	18	27	28	45	36	28	21

주: 본 조세특례를 수혜한 사업소득자의 수혜연도 정보만 사용  
 자료: 국세청 제공자료를 사용하여 저자 작성

- 각 연도에 본 조세특례로 인한 감면 효과의 정도를 살펴본 것에 더하여 수급 경험에 성과에 미치는 효과를 이중차분 사건사 분석(Difference-in-Differences Event Study)을 사용하여 살펴보고자 함
  - 동적 분석에서는 2018~2024년의 기간 중 조세특례를 처음 수급한 것으로 관찰되는 시점의 1, 2, 3년 이후 처치군의 성과가 대조군에 비하여 어떻게 변화하는지를 살펴보고자 함

○ 정적분석에서와 같이 이상치를 제거한 표본만을 사용하여 분석을 시행함

□ 동적분석에 사용된 이중차분 사건사 분석(Difference-in-Differences Event Study)의 회귀식은 다음과 같음

$$Y_{it} = \alpha + \sum_{k=-K}^T \beta_k D_{ik} + \sum_y \gamma_y Dyear_y + \delta_i + \varepsilon_{it}$$

- $Y_{it}$ : 개인사업자  $i$ 의  $t$ 연도의 경영성과와 경영성과의 로그값을 살펴봄
- 개인사업자 분석의 경우 패널분석이 가능한 형태로 데이터가 주어진 수입금액과 소득금액만을 종속변수로 사용함
- $D_{ik}$ : 각 연도별로 법인  $i$ 가 처음으로 본 조세특례를 수급하였는지 여부를 나타내는 변수로 처치군 내에서 수급연도 및 대조군인지 여부에 따라서 다르게 나타남
- $k$ : 처음으로 수급하였을 시의 연도 대비 시점을 의미하여 본 세액공제를 수급한 당해 연도의  $k$ 는 0으로, 1년 전은 -1로 기록
- 본 연구에서는 수급하기 3년 전부터 3년 후까지를 살펴보므로  $k$ 는 -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3의 값을 가짐
- $Dyear_y$ : 연도효과로 모든 사업자에게 동일하게 적용되는 경기순환의 영향 등을 통제
- $\delta_i$ : 시간에 따라서 변하지 않는 법인 및 개인 고정효과를 통제하는 변수로 주 업종, 지역 등을 제한적으로 통제

□ 국세청 미시자료를 활용한 분석의 결과 처음으로 세액공제 혜택을 받은 이후 개인사업자의 경영성과가 유의하게 증가하는 효과를 발견할 수 없었으며 이는 Staggered DID를 사용한 강건성 분석에서도 마찬가지로 나타남

- 처치군과 대조군의 처치 이전 로그수입금액과 소득금액의 추이를 살펴본 결과 공통추세가정이 만족하는 것을 확인할 수 있었음
- 반면 처치 후 처치군과 대조군의 수입금액 및 소득금액 측면에서 유의한 변화는 발견되지 않아 제도효과를 발견할 수 없었음

<표 III-13> 이중차분 사건사 분석 결과: 사업소득자

종속변수	(1)	(2)	(3)	(4)
	사업장 수입금액 (백만원)	사업장 소득금액 (백만원)	사업장 수입금액 (로그)	사업장 소득금액 (로그)
$\beta_{-3}$	-72.2749* (37.7874)	-6.7661 (4.6882)	-1.1634 (0.7727)	-0.9864 (0.7429)
$\beta_{-2}$	-22.3415 (17.1064)	0.2751 (4.4043)	0.1936 (0.6379)	0.3772 (0.6204)
$\beta_{-0}$	-2.9239 (20.2400)	0.9696 (5.7194)	-0.0599 (0.7608)	0.5834 (0.8794)
$\beta_1$	-7.3204 (17.3096)	-1.8275 (5.8680)	0.1830 (0.8130)	0.8278 (0.9530)
$\beta_2$	-11.1008 (17.2810)	-5.3335 (5.1809)	0.0298 (0.9296)	0.5313 (1.0804)
$\beta_3$	17.2981 (23.6945)	-0.2920 (6.0289)	0.6382 (0.9113)	0.9257 (1.0856)
Constant	107.7703*** (10.1534)	13.3863*** (1.4909)	17.3954*** (0.0522)	15.5657*** (0.0573)
관측치	12,148	12,148	11,260	9,457
R-squared	0.6550	0.5493	0.7148	0.7369

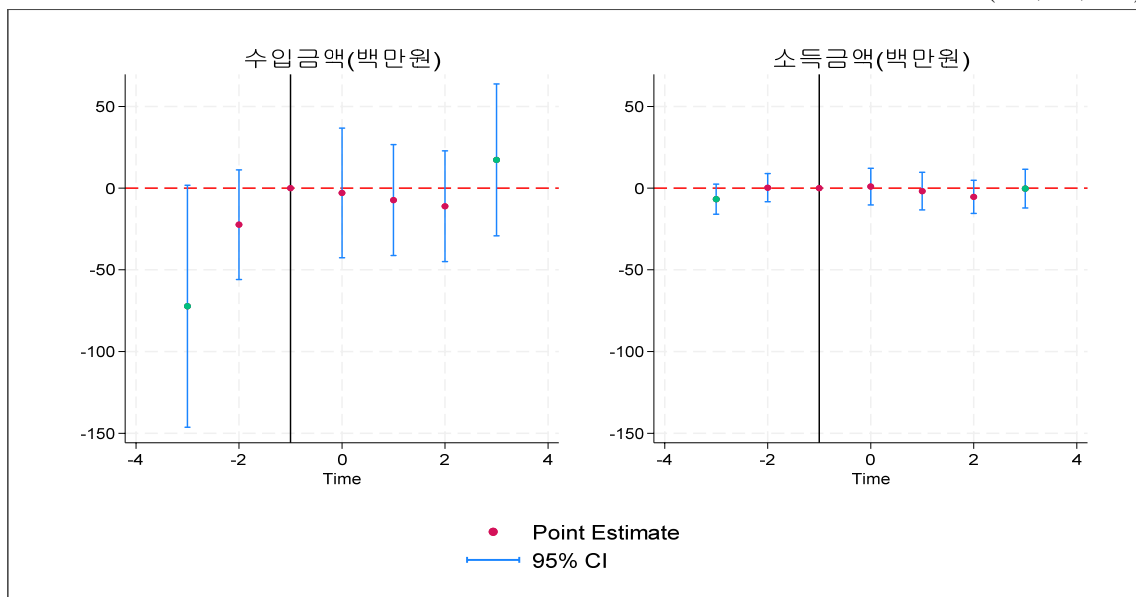
주: 1. Robust standard errors in parentheses

2. \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

자료: 국세청 제공자료를 사용하여 저자 작성

[그림 III-5] 이중차분 사건사 분석 결과: 사업소득자

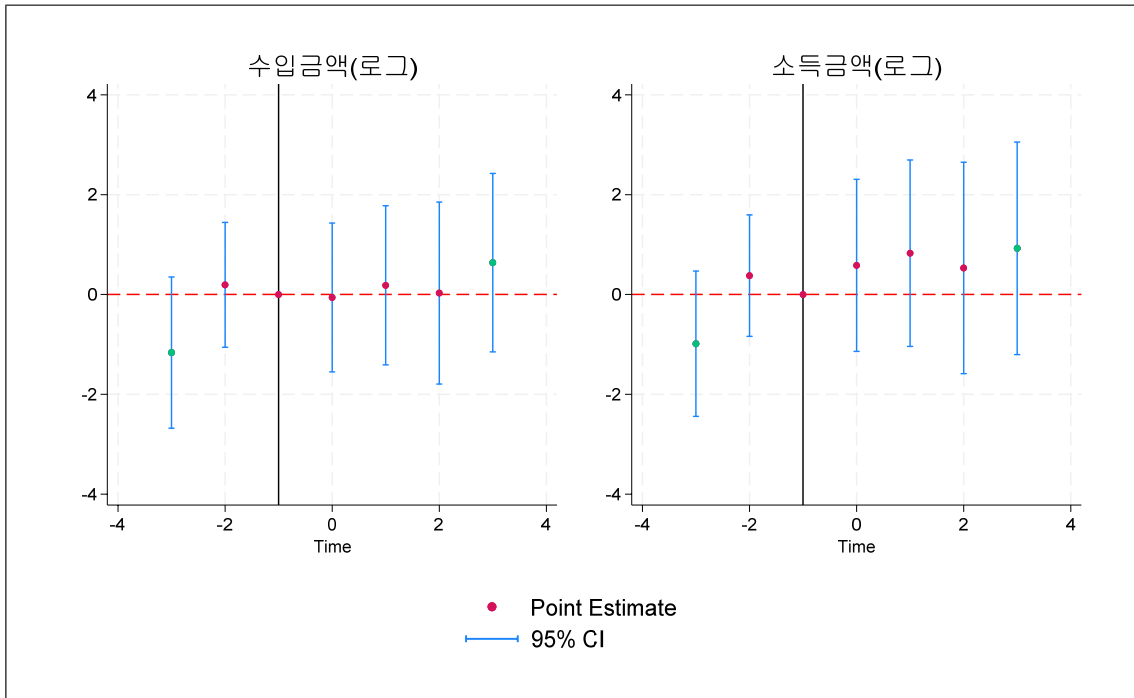
(단위: 백만원)



자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

[그림 III-6] 이중차분 사건사 분석 결과: 사업소득자(로그)

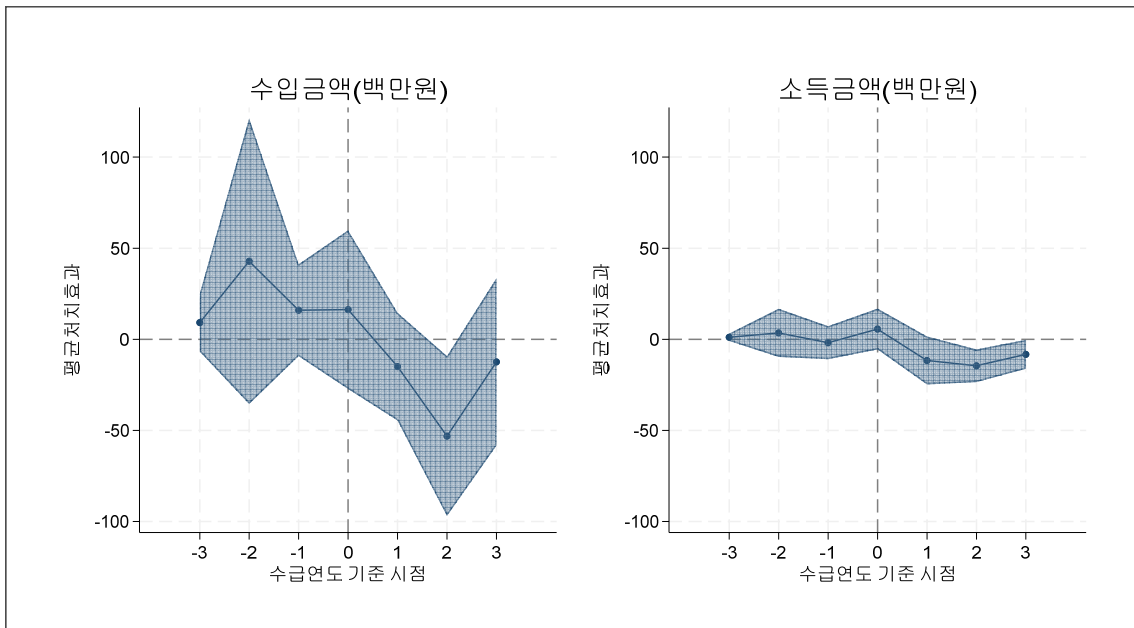
(단위: %p)



자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

[그림 III-7] Staggered DID 분석 결과: 사업소득자

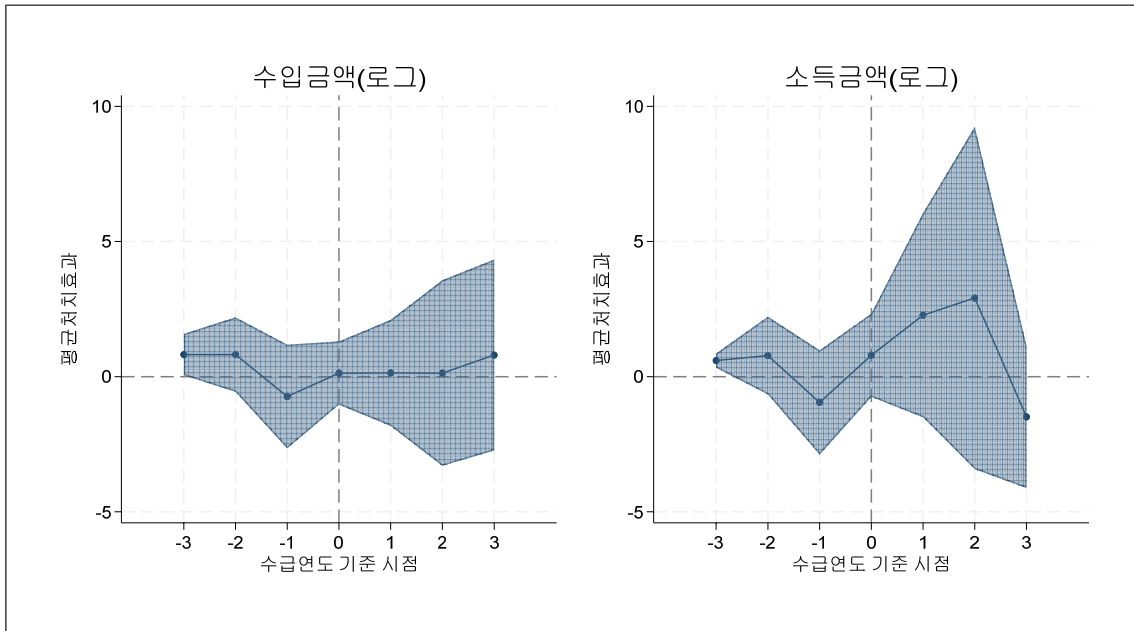
(단위: 백만원)



자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

[그림 III-8] Staggered DID 분석 결과: 사업소득자(로그)

(단위: %p)



자료: 국세청 내부자료를 사용하여 저자 작성

#### 다. 소결

- 본 장에서는 2018~2024년 국세청 미시자료를 사용하여 본 조세특례로 인한 세액 감면 효과와 세액감면 이후의 성과를 살펴봄으로써 제도 효과성을 검토해 봄
- (정적 분석) 영상콘텐츠 제작비용 세액공제로 인한 감면 효과는 2018~2023년 법인인 35~41%로 법인 유형에 따라 상이하게 나타났으며, 2018~2024년 개인사업자는 24~49% 수준으로 나타남
  - 실효세율의 감소는 중소기업의 경우 5.4~6.98%p(39~47%), 중견법인의 경우 2.37~7.91%p(12~40%), 일반법인의 경우 0.6~7.25%p(3~37%) 수준으로 나타남
    - 중소기업은 최저한세 적용을 가장 많이 받았으나 실질 감면 효과가 가장 크게 나타남
- (동적 분석) 세액공제 수급 경험이 성과에 미치는 영향을 이중차분 사건사 분석 방식(Difference-in-Differences Event Study)으로 살펴본 결과, 수혜법인을 중심으로 주로 신고연도에 매출액, 당기순이익, 인건비의 증가가 관찰됨

- 이중차분 사건사 분석(Difference-in-Differences Event Study)의 결과 처치군인 수혜법인은 대조군에 비하여 본 조세특례를 신고한 연도에 매출액이 199억원, 당기순손익이 89억원, 인건비는 8.5억원 증가
    - Staggered DID 분석(Callaway & Santana, 2022)을 사용한 강건성 분석 결과에서도 유사하게 나타남
  - 매출액은 3년 후 당기순손익은 1년 및 3년 후에도 유의하게 증가하는 것으로 나타났으나 이러한 효과는 Staggered DID 분석(Callaway & Santana, 2022)을 사용한 강건성 분석에서는 나타나지 않음
  - 로그매출액과 당기순손익 또한 신고연도에 증가하나 각각 3년 후, 2년 후에는 감소
  - 개인사업자의 경우 유의한 효과가 발견되지 않음
- 법인 유형에 따른 이질성 분석의 결과 긍정적 효과의 크기는 중견 및 일반기업에서 상대적으로 크게 나타났으며, 장기적인 효과 또한 중견 및 일반기업에서 발견
- 중소기업의 경우 긍정적 효과는 신고연도에 발견되었으며 매출액, 당기순손익, 인건비의 증가는 각각 45억원, 17억원, 2.6억원
  - 중견법인과 일반법인 경우 표본 수의 감소로 신고연도에서의 유의도는 감소하였지만, 그 크기는 대체로 유사하거나 큰 경향이 있었으며 신고연도 이후 긍정적 효과는 여전히 발견됨
- (한계점) 이상의 동적 분석 결과는 데이터 측면에서의 한계로 제한적으로 활용할 필요가 있음
- 본 분석은 데이터의 한계상 2017년에 처음으로 세액공제를 수급한 경우는 고려하지 못하였으며 종속변수인 매출액 등은 본 조세특례 관련 업종 이외의 업종에서 창출되는 매출액을 포함한다는 한계가 있음
  - 또한 조세특례 수급시점과 근접한 시점(3년 이내)에서 관측되는 결과변수만을 고려하고 있는데 영상콘텐츠 투자 및 제작이 장기간 소요된다는 특성상 좀 더 장기적 관점에서 분석이 이루어질 필요가 있음
    - 본 효과성 분석은 기존 영상콘텐츠로 인하여 발생하는 매출, 수익 등의 변화에만 국한되었을 가능성이 높으며 좀 더 장기적인 의미의 효과는 데이터 한

계상 관측이 어려움

- 따라서 새로운 영상콘텐츠 제작 활성화, 일자리 창출 및 타 산업 동반성장 견인 등과 같은 보다 근본적인 효과성을 검토하는 데에는 한계가 있음

□ (종합) 본 효과성 분석에서는 제한적인 환경에서 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액 공제가 가져오는 조세감면 및 성과에 미치는 효과성을 검토하였으며 분석 결과를 종합하면 다음과 같은 시사점 도출이 가능함

- 세액감면 효과는 주로 중소기업에서 나타났지만 수급 현황에서 살펴본 바와 같이 공제액은 중견 및 일반기업에서 크게 나타남
  - 산출세액이 크지 않은 중소기업은 당기발생액을 당해 연도에 사용하기보다는 이월하는 경우가 많을 것으로 예상되나 본 세액공제가 세부담을 낮추는 효과는 가장 크게 나타남
  - 중소기업 중 최저한세를 적용받는 경우가 많아 공제율 증가 등의 개정은 중소기업에는 그 효과가 크지 않을 가능성이 존재함
- 매출 및 당기순손익과 같은 성과지표 측면에서 영상콘텐츠 제작으로 인한 성과의 크기는 중소기업보다는 중견 및 일반법인에서 더 크게 나타나는 경향이 있음
  - 장기적인 파급효과 또한 중견 및 일반법인에서 상대적으로 클 가능성이 있으나 표본이 크지 않아 좀 더 면밀한 검토를 기반으로 한 정책 고안이 필요함

## 2. 인식 조사 및 행태 분석

□ 본 절에서는 설문조사 자료를 통하여 영상콘텐츠 제작비 세액공제 제도에 대한 기업의 인식 및 활용도를 분석하고 제도 수혜가 정책 목적에 따라 향후 제작 증가에 영향을 미치는지 실증적으로 검증함

- 정책 효과성에 영향을 미치는 주요 요인으로 잠재 수혜대상의 정책 인지도 및 인식이 존재하므로, 이를 설문을 통하여 분석함
- 또한 행정자료로는 콘텐츠 유형에 따른 제작 행태를 파악하기 어려워 설문을 통하여 제작 행태와 관련된 정보를 수집하여 행태 분석을 진행함

## 가. 설문 개요

- 본 설문은 방송프로그램, 영화 및 OTT 콘텐츠를 제작하는 영상콘텐츠 제작사 관계자를 대상으로 이루어짐
  - 설문은 2025년 4월 28일부터 5월 30일까지 각 제작사 이메일을 통하여 온라인으로 진행되었음
  - 설문 문항은 세액공제제도 인식, 영상콘텐츠 제작 현황, 기업 정보의 세 파트로 구성됨
  - 최종적으로 기업 정보 관련 문항까지 응답을 완료한 응답자는 70명이며, 제도 인식 관련 문항까지만 완료한 응답자는 105명임
    - 기업 정보를 활용한 분석의 경우 최종 완료자를 대상으로 수행하였으며 기업 정보 활용이 필요치 않은 경우에는 풍부한 분석을 위하여 설문 중단자에 대한 분석 또한 진행함
  
- 설문에 응한 기업 관련 기초통계는 다음과 같음
  - 법인 응답자가 65명, 개인사업자가 5명으로 나타났으며 기업 규모 구분에 따르면 대기업 1명, 중견기업 2명, 중소기업 67명으로 구성
  - 상용종업원 수는 2~5명과 11~20명이 37%, 21~50명이 16%, 6~10명이 14%로 나타남
  - 2022~2024년, 3년간 연평균 매출액은 50억원 이하가 대다수를 차지하였고 순이익은 10억원 이하가 60%로 가장 많았으며 손손실이 발생한 경우도 34%로 나타남

<표 III-14> 설문 완료자 기초통계

(단위: 명, %)

구분	빈도(명)	비율(%)
<b>법인 여부</b>		
법인	65	92.9
개인	5	7.1
<b>기업구분</b>		
중소기업	67	95.7
중견기업	2	2.9
대기업	1	1.4

<표 III-14>의 계속

(단위: 명, %)

구분	빈도(명)	비율(%)
<b>상용종업원 수</b>		
1명	6	8.6
2~5명	19	27.1
6~10명	10	14.3
11~20명	19	27.1
21~50명	11	15.7
51~100명	4	5.7
250명	1	1.4
<b>2022~2024 평균 매출액</b>		
10억 이하	26	38.2
10억 초과 ~20억원 이하	11	16.2
20억 초과 ~ 50억원 이하	18	26.5
50억 초과 ~ 100억원 이하	6	8.8
100억 초과 ~ 200억원 이하	2	2.9
200억 초과 ~ 300억원 이하	2	2.9
300억 초과 ~ 500억원 이하	2	2.9
500억 초과 ~ 1000억원 이하	1	1.5
1000억 초과	0	0
<b>2022~2024 평균 당기순이익</b>		
0원 이하	23	33.8
0원 초과 ~ 10억원 이하	41	60.3
10억 초과 ~20억원 이하	1	26.5
20억 초과 ~ 50억원 이하	1	8.8
50억 초과 ~ 100억원 이하	1	2.9
100억 초과 ~ 200억원 이하	0	2.9
200억 초과 ~ 300억원 이하	1	2.9
300억원 초과	0	0
<b>합계</b>	<b>70</b>	<b>100.0</b>

자료: 자체 설문조사 자료 활용하여 저자 작성

## 나. 제도 인식 및 활용

- 제도를 인지하고 있는 응답자는 105명 중 42명(40%)으로 나타났으며 이 중 24명(57%)은 제도를 세액감면에 활용한 경험이 있다고 응답
  - 상용종업원 수가 많을수록 대체로 제도 인지 비율이 높아지는 것으로 나타남
  - 제도 활용 경험은 상용종업원 수에 따라서 뚜렷한 패턴을 보이지 않음

<표 III-15> 제도 인지도 및 활용도

(단위: 명, %)

상용종업원 수	빈도 (명)	제도 인지		세액감면 활용 경험	
		알고 있다	비율	있다	비율
1명	6	1	16.7	1	100.0
2~5명	19	9	47.4	5	55.6
6~10명	10	4	40.0	2	50.0
11~20명	19	12	63.2	7	58.3
21~50명	11	2	18.2	2	100.0
51~100명	4	3	75.0	1	33.3
250명	1	1	100.0	1	100.0
미응답	35	10	28.6	5	50.0
<b>합계</b>	<b>105</b>	<b>42</b>	<b>40.0</b>	<b>24</b>	<b>57.1</b>

주: 세액 감면 활용 비율은 제도 인지 응답자 대비 비율임  
자료: 자체 설문조사 자료 활용하여 저자 작성

- 연도별 콘텐츠 유형별 제도 활용 현황을 살펴보면 2018~2024년 기간 제도 활용도는 꾸준히 증가하였으며 콘텐츠 유형별로는 애니메이션, 영화, 드라마의 활용도가 꾸준히 높은 것으로 나타남

<표 III-16> 연도별 콘텐츠 유형별 제도 활용 현황

(단위: 편)

콘텐츠 유형	과세연도							합계
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
방송프로그램-드라마	1	2	1	2	4	2	4	16
방송프로그램-오락	1	1	1	1	2	3	3	12
방송프로그램-다큐멘터리	0	0	0	4	3	2	1	10
방송프로그램-애니메이션	2	4	6	3	2	4	4	25

<표 III-16>의 계속

(단위: 편)

콘텐츠 유형	과세연도							합계
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
영화-일반	2	2	3	3	3	4	4	21
영화-예술영화 및 독립영화	0	2	1	0	0	0	0	3
OTT 콘텐츠						0	0	0
미이용	16	11	9	8	8	6	7	65
<b>합계</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>23</b>	<b>152</b>

주: 1. 연도별 제도 활용 콘텐츠 유형은 중복선택 가능

2. 음영은 해당 콘텐츠 유형이 미지원 대상임을 뜻하며, 오락프로그램의 경우 2018, 2019년 지원 대상이 아니었으나 제도를 활용하였다고 응답한 경우 존재

자료: 자체 설문조사 자료 활용하여 저자 작성

□ 제도를 인지하고 있는 42명 중 제도 활용 경험이 없는 17명에게 미활용 사유를 확인한 결과 산출세액이 없어서(6명), 다른 세액공제의 적용(4명), 절차가 지나치게 복잡해서(3명) 등으로 나타남

○ 미활용 사유는 제도 설계의 문제보다는 경영 여건 및 기타 제도의 영향이 큰 것으로 나타남

<표 III-17> 제도 미활용 사유

(단위: 명, %)

사유	빈도	비율
절차가 지나치게 복잡해서	3	17.7
산출세액이 없어서	6	35.3
적격요건(콘텐츠 유형 등)을 충족하지 못해서	2	11.8
다른 세액공제의 적용	4	23.5
최저한세에 걸려서	1	5.9
공제금액이 적어서	0	0.0
기타	1	5.9
<b>합계</b>	<b>17</b>	<b>100.0</b>

자료: 자체 설문조사 자료 활용하여 저자 작성

□ 제도를 인지하고 있는 응답자는 모두 추후 제도 활용 의사가 있다고 답하였으며, 제도를 모른다고 응답한 63명 중에서도 58명(92%)이 활용 의사를 나타냄

○ 제도의 인지도가 상승한다면 추후 활용도 또한 상승할 여지가 높은 것으로 판단됨

<표 III-18> 추후 제도 활용 의사

(단위: 명)

구분		추후 활용 의사	
		있다	없다
제도 인지	알고 있다	38	0
	모른다	58	5

자료: 자체 설문조사 자료 활용하여 저자 작성

□ 제도 활용 경험자의 96%는 활용 경험에 대하여 매우 만족(5명) 또는 대체로 만족(17) 하였다고 응답하였으며 대체로 불만족은 1명에 그침

○ 만족 사유는 ‘경영 어려움 완화에 실질적 도움’을 주었기 때문이 60%로 가장 높았으며, 그다음으로 ‘콘텐츠 제작 여부 결정에 도움(17%)’이 되었으며 ‘제작비 투입에 도움(13%)’이 되었다는 응답이 높게 나타남

<표 III-19> 활용 경험 만족도 및 사유

(단위: 명, %)

구분	빈도	비율
<b>만족도</b>		
매우 만족	6	25.0
대체로 만족	17	70.8
대체로 불만족	1	4.2
매우 불만족	0	0.0
소계	24	100.0
<b>만족 사유(중복선택 가능)</b>		
경영 어려움 완화에 실질적인 도움	18	60.0
콘텐츠 제작 여부 결정에 도움	5	16.7
제작비를 충분히 투입할 수 있도록 도움	4	13.3
제도 활용하여 제작한 콘텐츠의 성공	1	3.3
신청 절차가 간소	2	6.7
기타	0	0.0
소계	30	100.0
<b>불만족 사유(중복선택 가능)</b>		
경영에 실질적 도움이 되지 못함	1	100.0

자료: 자체 설문조사 자료 활용하여 저자 작성

- 제도 활용 경험이 있는 기업이 타 세액공제를 활용한 경우는 36건이었으며 경험이 없는 기업의 경우 112건으로 나타남
- 제도 활용 경험 기업이 가장 많이 활용한 타 세제 혜택은 ‘연구인력개발비에 대한 세액공제’, ‘중소기업특별세액 감면’, ‘중소기업 고용증가인원에 대한 사회보험료 세액공제’, ‘고용유지 중소기업에 대한 세액공제’로 나타남
  - 제도 미활용 기업이 가장 많이 활용한 세액공제는 ‘중소기업특별세액 감면’, ‘연구인력개발비에 대한 세액공제’, ‘고용유지 중소기업에 대한 세액공제’로 나타남

<표 III-20> 활용 경험 있는 세제 혜택

(단위: 건, %)

구분	빈도	비율
<b>영상콘텐츠 세액공제 활용 경험 有</b>		
연구인력개발비에 대한 세액공제	9	25.0
중소기업특별세액 감면	9	25.0
중소기업 고용증가인원에 대한 사회보험료 세액공제	8	22.2
중소기업 등 투자세액공제	1	2.8
고용유지 중소기업에 대한 세액공제	7	19.4
근로소득을 증대시킨 기업에 대한 세액공제	1	2.8
기타	1	2.8
소계	36	100.0
<b>영상콘텐츠 제작비 세액공제 활용 경험 無</b>		
연구인력개발비에 대한 세액공제	25	22.3
중소기업특별세액 감면	28	25.0
창업중소기업에 대한 세액감면	6	5.4
중소기업 등 투자세액공제	3	2.7
중소기업 고용증가인원에 대한 사회보험료 세액공제	13	11.6
고용유지 중소기업에 대한 세액공제	21	18.8
근로소득을 증대시킨 기업에 대한 세액공제	6	5.4
기타	10	8.9
소계	112	100.0
<b>합계</b>	<b>148</b>	<b>100.0</b>

주: 중복 선택 가능  
 자료: 자체 설문조사 자료 활용하여 저자 작성

#### 다. 제작 행태

- (연구목적) 본 소절에서는 제도의 목적인 영상콘텐츠 제작 지원의 효과성을 확인하기 위하여 제도 수혜 여부가 향후 콘텐츠 제작 편수 증가로 이어지는지를 분석함
- (분석자료) 설문을 통하여 2018~2024년 영상콘텐츠 제작 경험이 있는 기업 64개사의 연도별 콘텐츠 유형별 제작 연혁 자료를 활용
  - 분석대상은 방송프로그램, 영화, OTT 제작사를 모두 포함하고 있으며, 영화는 콘텐츠 특성상 연도별 제작 편수가 방송프로그램 및 OTT에 비하여 적게 나타남
- (방법론) Callaway&Sant'Anna(2021)의 시차적 이중차분법(Staggered DID)을 적용하여 최초 처치 연도별로 처치 전후 제작 편수 증감을 추정
  - 여러 차례 수혜를 받는 경우 이전 수혜 경험이 다음 수혜의 효과성에 영향을 줄 수 있으므로 기업별 최초 수혜의 효과만 추정하며 한 번도 동 세액공제를 받지 않은 기업을 대조군으로 설정
  - 콘텐츠 유형별 분석 및 전체 콘텐츠 통합 분석 수행
  - 분석 결과는 처치그룹별 시점별 평균 처치효과(ATT)의 점추정치 및 95% 신뢰구간을 시각화하여 제시함

<표 III-21> 연도별 콘텐츠 유형별 영상 제작 현황

(단위: 편)

콘텐츠 유형	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	합계
<b>방송프로그램-드라마</b>								
1편	5	6	4	4	1	4	8	32
2편	2	3	4	3	4	1	2	19
3~4편	0	0	0	1	1	1	0	3
5~6편	0	0	0	0	0	0	0	0
7편 이상	2	2	2	3	1	1	1	12
<b>방송프로그램-오락</b>								
1편	4	1	2	1	3	3	4	18
2편	1	1	0	2	0	0	0	4
3~4편	0	0	2	1	0	1	0	4
5~6편	1	1	1	0	2	2	2	9
7편 이상	2	2	1	1	1	1	1	9

<표 III-21>의 계속

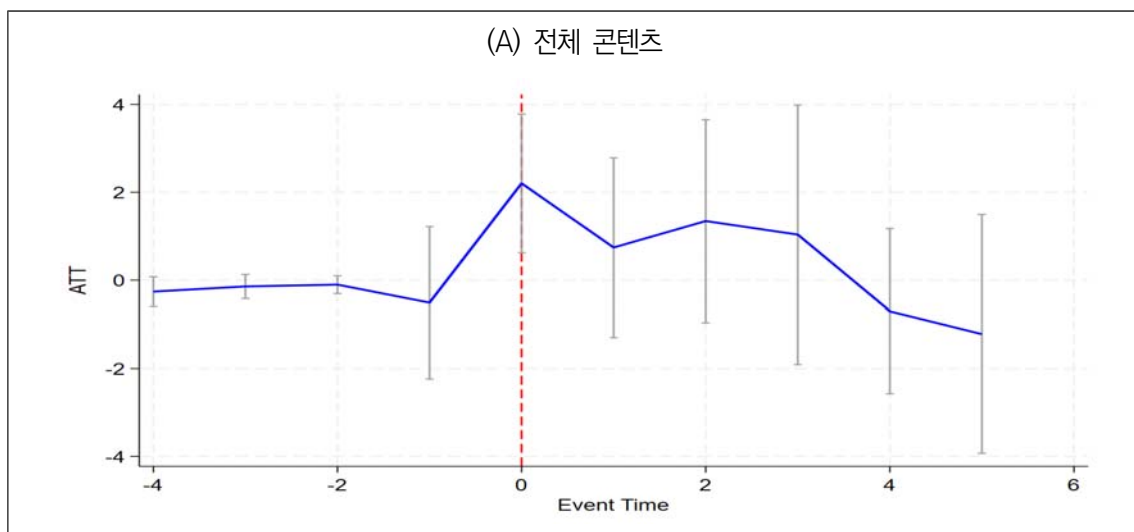
(단위: 편)

콘텐츠 유형	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	합계
<b>방송프로그램-다큐멘터리</b>								
1편	2	0	1	4	6	2	4	19
2편	3	2	3	2	1	1	2	14
3~4편	2	4	1	2	0	2	3	14
5~6편	0	2	4	1	2	1	0	10
7편 이상	3	3	3	4	3	5	3	24
<b>방송프로그램-애니메이션</b>								
1편	7	5	5	5	4	4	9	39
2편	0	2	2	2	3	3	4	16
3~4편	4	3	2	3	4	4	1	21
5~6편	0	0	0	0	0	0	0	0
7편 이상	6	7	9	9	9	9	8	57
<b>영화-일반</b>								
1편	5	5	1	5	4	5	5	30
2편	1	1	2	0	2	1	2	9
3~4편	0	1	0	1	0	0	0	2
5~6편	0	0	0	0	0	0	0	0
7편 이상	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>영화-예술영화 및 독립영화</b>								
1편	2	2	3	1	2	4	1	15
2편	1	1	0	0	0	1	2	5
3~4편	0	0	0	0	0	0	0	0
5~6편	0	0	0	0	0	0	0	0
7편 이상	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>OTT 콘텐츠</b>								
1편	1	2	2	3	4	5	7	24
2편	0	0	1	2	2	1	1	7
3~4편	0	0	0	0	0	1	0	1
5~6편	0	0	0	0	0	0	0	0
7편 이상	3	4	3	4	4	1	1	20

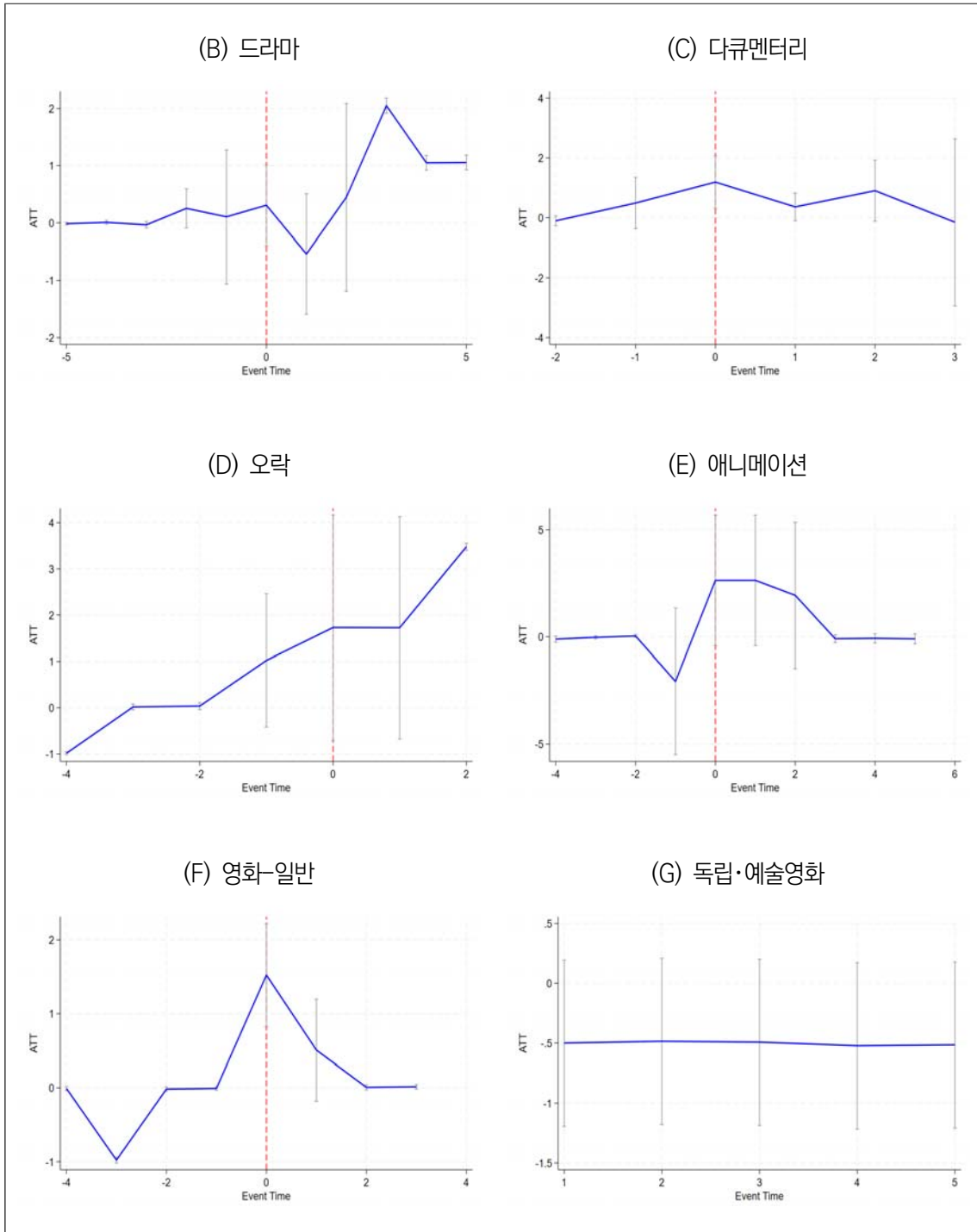
주: 연도별 제작 콘텐츠 유형은 중복 선택 가능  
 자료: 자체 설문조사 자료 활용하여 저자 작성

- (분석 결과) 콘텐츠를 통합 분석한 경우 3년간 제작편수 상승 효과가 나타나지만 통계적 유의성이 낮으며 유형별로는 드라마, 오락, 애니메이션, 영화 등 대부분의 유형에서 다소간의 제작편수 증가 효과가 발견됨
  - (전체 콘텐츠) 첫 수혜 연도에는 이전보다 2편 많은 콘텐츠를 제작하였으며 이후 3년간 약 1편의 제작편수 상승 패턴이 발견되지만 통계적 유의성이 낮음
    - 처치 이전 시점의 제작 추세가 나타나지 않아 추정치의 신뢰도가 높음
  - (드라마) 수혜 후 첫 2년간 뚜렷한 효과가 보이지 않으나 3~5년차에 1~2편의 제작편수 상승 효과가 관측됨
    - 세액공제제도의 지속이 드라마 제작 활성화에 기여하였을 가능성이 있음
  - (다큐멘터리) 처치 후 2년간 평균 1편 미만의 제작편수 상승 효과가 관측됨
  - (오락) 처치 후 2년차에 약 3편의 제작편수 상승 효과가 관측되지만 처치 이전 시점부터 제작편수 상승 추세가 관측되어 추정치의 인과적 해석에 주의할 필요가 있음
  - (애니메이션) 처치 후 2년간 1~2편의 제작편수 상승 효과가 관측되지만 통계적 유의성이 높지 않음
  - (영화-일반) 처치 다음 해 1편의 상승 효과가 관측되지만 통계적 유의성이 높지 않음
  - (독립·예술영화) 처치 효과가 발견되지 않음
    - 영화는 소형 제작사가 많으며 제작 기간이 길어 매년 제작이 이루어지기 어려운 구조이므로 처치 효과가 관측되기 어려운 한계가 존재

[그림 III-9] 영상콘텐츠 제작비 세액공제 수혜가 제작 행태에 미친 영향



[그림 III-9]의 계속



자료: 자체 설문조사 자료 활용하여 저자 작성

## 라. 소결

- 영상콘텐츠 제작자 대상 설문조사를 실시하여 수집한 자료를 분석한 결과 특히 소규모 제작자를 중심으로 전반적인 제도 인지도가 낮게 나타나, 추후 인지도 제고를 통한 정책 활용도 증대 효과를 기대할 수 있음
  - 응답자의 95%는 추후 제도 활용 의향이 있다고 답하였으며 특히 제도를 알고 있지 못하다고 답한 60%의 응답자 중 92%가 추후 제도 활용 의사가 있다고 답함
  
- 본 제도의 수혜 기업 만족도는 높았으며 경영 여건에 실질적인 도움을 주었다고 응답
  - 수혜자의 96%는 수혜 경험에 만족하였으며 사유는 경영 어려움 완화가 82%로 나타남
  - 제도를 알고 있으나 활용하지 않은 경우에도 산출세액이 없는 등 제도 외적인 사유로 인한 미활용이 많아, 낮은 인지도 외에 제도 설계 및 운영상의 우려가 설문 결과로부터 뚜렷하게 드러나지는 않았음
  
- 시차적 이중차분법을 활용한 제도 수혜 이후 제작 행태 변화 분석을 진행한 결과 다소간의 제작 편수 상승 처치효과가 관측됨
  - 이와 같은 결과는 제도 수혜로 인한 경영 부담 완화가 추가적인 제작으로 이어짐으로써 나타났을 수 있으며, 제도 일몰이 지속적으로 연장됨에 따라 중장기적 효과가 관측되었을 수 있음
  - 다만 설문 표본의 크기가 작아 통계적 유의성이 낮으며 표본의 대표성이 낮아 외적 타당성(external validity) 또한 낮다는 한계가 있으므로 결과의 해석 및 확장에 유의할 필요가 있음
  
- 제도 활용 만족도가 높으며 실제 제작 행태 분석에서도 효과성이 드러난 만큼 인지도를 높이는 등의 정책 효과성 확산 노력의 필요성이 제기됨



## IV. 종합평가 및 정책제언





## IV. 종합평가 및 정책제언

### 1. 종합평가

- 「영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제」 제도에 대한 기초자료 분석, 타당성 및 효과성 분석 등 심층평가를 문헌자료, 국세청 미시자료 및 설문자료 등에 기반한 정량적·정성적 분석을 통하여 수행함
  
- (정부 개입의 적절성) 영상콘텐츠 제작은 긍정적 외부효과를 창출하며 자발적 공급이 충분히 이루어지기 어려워 정부 개입의 타당성이 인정됨
  - (긍정적 외부효과) 문화자산 축적효과, 연관산업 파급효과 등 영상콘텐츠 제작 및 소비에 따른 긍정적 외부효과 존재
  - (수요의 불확실성) 영상콘텐츠는 경험재로서 수요의 불확실성이 존재하며 그에 따른 높은 투자 위험으로 투자 위축 가능
  - (무형자산의 특징) 콘텐츠 산업은 무형자산을 다루기 때문에 전통적 담보 대출이 불가하여 초기 제작비 확보가 어려움
  - (복제 가능성) 디지털 콘텐츠는 복제가 용이하여 무임승차 문제가 쉽게 발생하므로 공급을 위축시킴
  
- (제도 설계의 적절성) 정책목표 및 대상, 감면방법, 중복성 등 제도 설계를 살펴본 결과 전반적으로 제도의 설계가 적절하게 이루어졌음
  - (정책목표) 관광 활성화 및 수출 촉진에 파급효과가 큰 영상콘텐츠의 제작을 지원한다는 정책목표의 타당성이 인정됨
  - (정책대상) 공제대상은 대체로 적절하게 설계되었으며 기타 콘텐츠로의 확대는 장르별 산업구조 및 제작구조 등에 대한 분석에 기반하여 신중하게 이루어질 필요
  - (공제율) 해외 주요국보다 다소 낮은 수준이나 요건 및 수혜구조 차이로 인하여 직접 비교에 어려움이 존재함

- 기업 규모에 따른 차등공제율 적용은 글로벌 경쟁력 강화라는 정책목표에 역행할 수 있음
- (예산사업 중복성) 한국콘텐츠진흥원, 영화진흥위원회를 중심으로 다양한 장르의 콘텐츠 제작 지원 재정사업이 존재하나 중소기업의 초기 투자를 지원하는 등 조세지원 방식과 차이점이 존재하여 상호보완적 역할 수행
- (효과성) 동 제도 수혜 후 제작 편수 및 매출액이 상승하는 효과가 일부 발견되었으며 설문 결과 수혜 경험은 긍정적
  - (경영성과) 제도 수혜가 매출액, 수익, 인건비 지출 등에 미치는 긍정적 영향이 일부 발견되었으며 대기업 등 규모가 큰 기업에서 효과성이 다소 크게 나타남
  - (제작행태) 제도 수혜 이후 콘텐츠 제작 편수의 증가 경향성이 일부 관측됨
  - (인식) 수혜경험자의 만족도가 높게 나타났으나 전반적인 인지도가 낮아 활용도가 저해되는 경향이 발견됨
- (종합평가) 본 제도를 통한 영상콘텐츠 산업 지원의 타당성 및 효과성이 인정되므로 「영상콘텐츠 제작비에 대한 세액공제」 제도의 일몰기한을 연장할 것을 제안함

## 2. 정책제언

- (공제대상 콘텐츠 확대 여부) 경제적 파급효과와 제작비 투입 규모 등을 고려할 때 영상콘텐츠 제작비에 대한 세제지원이 기타 장르 콘텐츠의 제작비에 대한 세제지원에 비하여 그 타당성이 높으나 기타 콘텐츠의 경우에도 장르별로 파급효과 및 지원 효과성 등이 일부 인정되므로, 보다 심층적인 분석 결과에 기반하여 신중하게 공제대상 콘텐츠 장르의 확대를 고려할 수 있음
  - 웹툰의 경우 2차 저작으로의 확장성이 높으며 글로벌 인기가 높아지는 추세 등 지원의 필요성이 일부 인정되나 제작비 규모가 크지 않으므로 지원할 때 스튜디오 위주의 제작방식으로서의 전환 등 산업구조 변화 특성을 고려할 필요가 있음
  - 게임의 경우 제작비 투입 규모가 크고 콘텐츠 수출에서 차지하는 비중이 높으나 R&D 세액공제의 수혜대상에 해당하며, 제작 및 수익 구조가 영상콘텐츠

등과 상이하여 동 제도의 적용을 받기 어려운 점 등의 한계가 존재

- (기업 규모별 차등공제율) 글로벌 경쟁력 확보 지원이라는 정책 목표와 OTT 도입으로 인한 국제경쟁 심화를 고려할 때 기업 규모별 차등공제율 적용의 타당성은 높지 않으나 세제지원의 실질적인 효과를 고려할 때 중소기업에 대한 지원 필요성도 인정됨
  - 국내 대기업 제작사의 경우에도 해외 제작사와 비교할 때는 규모면에서 영세할 수 있어 기업 규모에 따른 차등 지원에 따라 글로벌 경쟁력 확보라는 정책 목표 달성에 있어 비효율이 발생할 수 있으므로, 대기업 등에 대한 공제율 상승을 제안
  - 다만 영세한 제작사의 경우 본 제도로부터 얻는 실질적인 수혜 정도가 더 높을 수 있다는 점이 확인된 만큼 영세 제작사가 공제율 조정으로 인하여 상대적으로 피해를 입지 않도록 정책적 고려가 필요
  
- (배우 출연료 상위 5인 총합 30% 초과분에 대한 공제대상 제외) 차등공제율 적용에 대한 논의와 마찬가지로 영상콘텐츠의 경쟁력 확보 측면에서 배우 출연료에 대한 충분한 지원의 필요성이 인정되나 출연료 수준에 대한 불확실성 등을 고려할 때 제도 변화에 신중할 필요
  - 특히 글로벌 OTT 도입 이후 상승한 배우 출연료의 상한선 도입 등 자체적 조정 방안 등으로 인하여 진정 국면에 있어 출연료 수준 등에 있어 중장기적 관점에서 제도를 신중히 조정할 것을 제안함

## 참고문헌

### <국문자료>

기획재정부, 『간추린 개정세법』, 각 연도.

김소연·이윤경·진선영·주익현, 『영상콘텐츠 산업 진흥을 위한 세제지원 확대방안 및 효과분석』, 한국문화관광연구원, 2022.

김유찬, 『문화콘텐츠 재화에 대한 부가가치세 지원의 이론적 근거와 세수효과에 대한 연구방승스크랩』, 한국조세연구포럼, 2011.

김윤지, 『K콘텐츠 수출의 경제효과』, 한국수출입은행, 2022.

김인애·이재훈·장선영·김상후·한지혜·이길아·김고은·이상민, 『2025 해외 콘텐츠시장 분석』, 한국콘텐츠진흥원, 2024.

김학수·전초란·김도형·이동규, 『영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제조세특례 임의 심층평가』, 기획재정부, 2022.

권호영·김영수·김유찬·윤현석·황경호, 『문화콘텐츠 세제개선 방안연구』, 2010, 문화체육관광부

송요셉·임병인·김성태 외, 『영상콘텐츠 제작비 세액공제 효과분석』, 한국콘텐츠진흥원, 2025.

스튜디오 드래곤, 『스튜디오 드래곤 사업보고서』, 2025.

양현석·김인애, 『2023년 콘텐츠산업 경제적 파급효과 분석 연구』, 한국콘텐츠진흥원, 2024.

영화진흥위원회, 『2021년 한국 영화산업 결산』, 2022. 4. 15.

\_\_\_\_\_, 『2022년 한국 영화산업 결산』, 2023. 4. 10.

\_\_\_\_\_, 『2023년 한국 영화산업 결산』, 2024. 4. 9.

에스엘엘중앙, 『에스엘엘중앙 사업보고서』, 2025. 3. 31.

오현석다라·김태경·양윤지·이지수, 『2024년 4분기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서』, 한국콘텐츠진흥원, 2025.

유진희, 『제작비 폭등에 따른 국내 드라마 시장의 변화와 개선방안』, 『MEDIA

ISSUE&TREND』, vol. 63, 한국방송통신전파진흥원, 2024.

이승희, 『글로벌 경쟁력 강화를 위한 K-콘텐츠 세제지원 방안』, 한국콘텐츠진흥원, 2023.

이아름, 『영상콘텐츠 제작비용 세액공제 확대에 따른 제작 환경 변화 전망』, 한국콘텐츠진흥원, 2023.

이아름·이찬구·곽정호·박종수·문예영·김국진·김희경·권오상·이수엽·이순환·최민정·박지은, 『영상콘텐츠 창작 세제지원 실효성 제고방안 연구』, 한국콘텐츠진흥원 2023.

이지현·강한들, 『2023년 한국영화 수익성 분석』, 영화진흥위원회, 2025.

이진국, 『K-콘텐츠의 비상(飛上): 산업 특성과 성장 요인 분석』, KDI, 2025.

이희정, 『K-콘텐츠에서 G-콘텐츠로』, 삼일PwC경영연구원, 2024.

임병인·김성태, 『출판콘텐츠 제작비용 세액공제 방안 연구』, 한국출판문화산업진흥원, 2024.

정미경·안태숙·이종민·김태호·김은철·최민지·왕주은, 『2024년 콘텐츠 프로젝트 실태 조사』, 한국콘텐츠진흥원, 2025.

최준·김태호·안병탁·이동규, 『우리나라 서비스 수출 현황과 나아갈 방향』, 한국은행, 2025.

한국국제문화교류진흥원, 『2025 해외한류 실태조사』, 2025.

한국만화영상진흥원, 『2024년 만화·웹툰 유통 통계 자료』, 2025.

한국저작권위원회, 『저작권 통계집』, 연도.

한국출판문화산업진흥원, 『2024년 출판생산통계』, 2025.

한국콘텐츠진흥원, 『2023년 기준 콘텐츠 산업조사』, 2025.

\_\_\_\_\_, 『2024 애니메이션 산업백서』, 2024.

\_\_\_\_\_, 『2025 한국콘텐츠진흥원 지원사업설명회 자료집』, 2025.

\_\_\_\_\_, 「기업부설창작연구소 및 창작전담부서 운영 현황(2024. 9. 19. 기준)」, 2024.

## <해외자료>

Callaway, B. and P. H. Sant'Anna, "Difference-in-differences with Multiple Time Periods," *Journal of Econometrics*, 225(2), 2021, pp. 200~230.

미국, 「내국세법(Internal Revenue Code, I.R.C.)」 제181조 「영화, 텔레비전 및 라이브 공연물 제작비의 경비 처리에 관한 규정」

The Walt Disney Company, 2024 ANNUAL REPORT, 2024.

Warner Bros. Discovery, 2024 ANNUAL REPORT, 2024.

## <웹사이트>

국가법령정보센터, <https://www.law.go.kr/LSW//main.html>

국세법령정보시스템, <https://taxlaw.nts.go.kr/>

김윤지, 「OTT그늘에 방송사 드라마 확 줄었다」, 『이코노미 인사이트』, 2024. 5. 4., [https://www.hani.co.kr/arti/economy/economy\\_general/1139271.html](https://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/1139271.html), 검색일자: 2025. 5. 24.

『연합뉴스』, 「움츠러든 방송시장 작년 TV 비드라마 신규 제작 22% 급감」, 2024. 3. 10., <https://www.hankyung.com/article/202403109112Y>, 검색일자: 2025. 5. 24.

영국영화협회(BFI), 「영국 창작산업 지출 세액공제 제도 안내(About UK creative industry expenditure credits)」, <https://www.bfi.org.uk/apply-british-certification-expenditure-credits/about-uk-creative-industry-expenditure-credits>

영국 세무·관세청(HMRC), 「법인세용 시청각 제작비 세액공제 신청 가이드(Claiming Audio-Visual Expenditure Credits for Corporation Tax)」, <https://www.gov.uk/guidance/claim-audio-visual-expenditure-credits-for-corporation-tax>,

『한겨레』, 「세계 제패한 디즈니의 힘 ‘파워 IP’…한국도 가능할까?」, 2017. 5. 8., <https://www.hani.co.kr/arti/culture/movie/793766.html>, 검색일자: 2025. 5. 24.

캘리포니아주 행정법 사무국, 「Film and Television Tax Credit Program 4.0 시행을 위한 규제 승인 통지서」, <https://film.ca.gov/tax-credit/regulations/>, 검색일자: 2025. 8. 13.

프랑스 국립영화영상센터(CNC), 「Les SOFICA - 영화 및 시청각 산업 금융회사 제도 소개」, [https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/multi-sectoriel/production/les-sofica\\_759536](https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/multi-sectoriel/production/les-sofica_759536), 검색일자:

프랑스 국립영화영상센터(CNC), 「장편영화 제작에 대한 세액공제 제도(Credit d'impôt cinema)」, [https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/cinema/production/credit-dimpot-cinema\\_132769](https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/cinema/production/credit-dimpot-cinema_132769)

프랑스 국립영화영상센터(CNC), 「시청각 제작물 세액공제 제도(Credit d'impôt audiovisuel)」, <https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/audiovisuel/production/credit-dimpot>

audiovisuel\_778316,

프랑스 일반세법(Code general des impots) 제220 sexies조, 『위탁 제작된 영화 및 영상물의 제작비용에 대한 세액공제』, [https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article\\_lc/LEGIARTI000046868626](https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000046868626)

한국개발연구원, 『NFT를 통해 본 디지털 재화의 미래』, <https://eiec.kdi.re.kr/material/conceptList.do?depth01=&idx=1595>, 검색일자: 2025. 4. 25.

PwC, 『Perspectives from the Global Entertainment & Media Outlook 2024 - 2028: Seizing growth opportunities in a dynamic ecosystem』, <https://www.pwc.com/gx/en/issues/business-model-reinvention/outlook/insights-and-perspectives.html>, 검색일자:

2025 조세특례 임의심층평가  
영상콘텐츠  
제작비용에 대한 세액공제



기획재정부

세종특별자치시 도움6로 42 정부세종청사 중앙동 기획재정부  
TEL:044-215-2114(代), [www.moef.go.kr](http://www.moef.go.kr)



한국조세재정연구원  
KOREA INSTITUTE OF PUBLIC FINANCE

세종특별자치시 시청대로 336  
TEL:044-414-2114(代), [www.kipf.re.kr](http://www.kipf.re.kr)