

해외 애니메이션 지원제도 사례 연구

2014. 12.

한국콘텐츠진흥원

[목 차]

I. 연구의 목적 및 범위	7
1. 연구 목적	8
2. 연구 범위 및 구성	9
II. 애니메이션 산업현황 및 지원제도	11
1. 애니메이션 산업현황 및 동향	12
2. 애니메이션 산업환경	23
3. 애니메이션 지원정책 및 제도	32
III. 캐나다 애니메이션 지원정책 및 제도	45
1. 캐나다 애니메이션 산업현황	46
2. 영상산업 지원기관 및 체계	56
3. 애니메이션 지원정책 및 제도	66
4. 지원제도의 성과 및 과제	101
IV. 프랑스 애니메이션 지원정책 및 제도	104
1. 프랑스 애니메이션 산업현황	105
2. 프랑스 영상산업 지원기관	114
3. 프랑스 애니메이션 지원정책 및 제도	124
4. 지원제도의 성과 및 과제	160
V. 중국 애니메이션 지원정책 및 제도	163
1. 중국 애니메이션 산업현황	164
2. 중국 애니메이션 지원체계 및 배경	188
3. 중국 애니메이션 지원정책 및 제도	198
4. 중국 애니메이션 산업의 과제	217
VI. 해외 지원제도 분석 및 정책방향	222
1. 해외 3개국 지원제도 분석	223
2. 한국의 지원제도와 비교	235
3. 애니메이션 지원정책 방향	250
참고문헌	257

[표 목 차]

< 표 1 > 국내 애니메이션산업 업종별 매출액 현황	13
< 표 2 > 지역별 수출액 변화 추이	15
< 표 3 > 2012년 TV 방영 신규 창작 TV 애니메이션	15
< 표 4 > 시즌3 이상 제작중인 TV시리즈 애니메이션	16
< 표 5 > 2010-2014.8월 극장판 애니메이션 개봉 작품	17
< 표 6 > 주요 해외 공동제작 작품(2010년 이후)	19
< 표 7 > 한국 애니메이션 제작비 재원조달 구조(2010-2012년 방영분)	26
< 표 8 > 문화기술(CT) 개발사업	32
< 표 9 > 한국콘텐츠진흥원의 인력양성 프로그램	33
< 표 10 > 문화계정 자조합 콘텐츠 분야별 투자현황	36
< 표 11 > 국산 애니메이션 방영지원제도	39
< 표 12 > 해외 전시마켓 참가지원	40
< 표 13 > 신흥시장 개척지원	41
< 표 14 > 해외사무소를 활용한 마케팅 지원과 해외 현지화 사업개요	41
< 표 15 > 캐나다 문화콘텐츠 산업 규모	46
< 표 16 > 연간 캐나다 영상물 생산량	47
< 표 17 > 캐나다 아동청소년 프로그램 생산량	47
< 표 18 > 2012/13 캐나다 TV 프로그램 장르별 생산비중	49
< 표 19 > 2012-2013 캐나다 TV 프로그램 장르별 재원조달 구조	50
< 표 20 > 장르별 TV Peak time 캐나다 프로그램 시청률	51
< 표 21 > 캐나다 주요 애니메이션 유통업체	54
< 표 22 > 캐나다의 방송 플랫폼별 주요 사업자	55
< 표 23 > 2012-2013 기간 NFBC실적	61
< 표 24 > 캐나다 아동, 청소년용 프로그램 관련 방송국의 의무 규정	67
< 표 25 > 2012-2013년 CMF 기금재원	74
< 표 26 > 2012-2013년 CMF 기금지원 성격	75
< 표 27 > 2012-2013년 CMF 융합프로그램 지원(Convergent Stream) 실적	77
< 표 28 > 2012-2013년 CMF 아동청소년 프로그램 지원 실적	77
< 표 29 > 장르별 CMF 지원 TV 프로그램(시간)	78
< 표 30 > 2012-2013년 CMF 실험적 프로그램 지원 심사기준	79
< 표 31 > 실험적 프로그램 지원금(Experimental Stream)의 회수조건	82
< 표 32 > 2014-2015 기간 방영실적 기금배정(Performance Envelope)예산	86
< 표 33 > 방영실적 배정기금(Performance Envelope)의 평가요인	88
< 표 34 > 2014-2015년 방영실적 평가요인 가중치	89
< 표 35 > X방송사 영어/드라마 장르 방영실적 기금배정액	90
< 표 36 > 2014-2015 방송사별 방영실적 기금배정액	91
< 표 37 > 텔레필름 캐나다의 국산물 인정기준 애니메이션 핵심인력	94
< 표 38 > 캐나다 온타리오주 세제혜택 프로그램	100
< 표 39 > 프랑스 애니메이션 주요 생산지표	105
< 표 40 > 프랑스 애니메이션 재원조달 구조	107
< 표 41 > 2008-2013년 프랑스 채널별 애니메이션 시청자 점유율	110
< 표 42 > 2013년 국적별 채널별 애니메이션 시청자 점유율	111
< 표 43 > France Televisions 소유 채널과 장르	112

< 표 44 > 프랑스 주요 지상파 채널 시청률	113
< 표 45 > 프랑스 방송채널별 국산물 방영쿼터	125
< 표 46 > 2013년 프랑스 방송사업자의 애니메이션 투자	127
< 표 47 > 애니메이션 문화테스트(Cultural Test) 포인트 배점	131
< 표 48 > CNC 애니메이션 유럽 포인트(European Scale Point)	134
< 표 49 > 2013년 CNC 기금 분야별 지원	136
< 표 50 > 2013년 CNC 기금 지원방식별 지원	137
< 표 51 > 최종 지원금 계산을 위한 가중치 계수 - 극장용 애니메이션	148
< 표 52 > 연도별 CNC 애니메이션 지원 금액	151
< 표 53 > 연도별 CNC 애니메이션 개발(Development)지원 금액	151
< 표 54 > 연도별 CNC 애니메이션 파일럿 지원 금액	152
< 표 55 > 연도별 CNC 극장용 지원 금액	157
< 표 56 > 2013년 CNC 애니메이션 지원 프로그램 및 금액	158
< 표 57 > 중국 애니메이션 시장 규모	165
< 표 58 > CCTV 각 채널의 특성	169
< 표 59 > CCTV의 애니메이션 편성 현황	172
< 표 60 > 전국 소년아동채널 현황	173
< 표 61 > 전국 애니메이션위성채널 현황	174
< 표 62 > 2008~2012 중국 애니메이션 생산 규모	179
< 표 63 > 2012년 중국 각 성의 TV 애니메이션 제작 현황	179
< 표 64 > 2013년 국가동만기업 인증 현황	181
< 표 65 > 2013년 주요 핵심 동만기업 인정 현황	183
< 표 66 > 중국 극장용 애니메이션 누적 흥행 Top 10	186
< 표 67 > 중국의 해외 애니메이션 방영규제	199
< 표 68 > 중앙부처 비준 애니메이션 관련 산업기지	202
< 표 69 > 광전총국 인준 국가동만산업단지	203
< 표 70 > 문화부 인준 국가동만산업단지	203
< 표 71 > 금융 및 세제지원 대상 동만기업 인증기준	207
< 표 72 > 인증동만기업 세제혜택	208
< 표 73 > 광전총국, 우수 창작 TV애니메이션 및 제작인재 지원 시장내역	212
< 표 74 > 국무원판공발 [2006] 32호의 중국 애니메이션 세계화 관련조항	215
< 표 75 > 2015년도 방송통신발전기금 지출계획안 편성내역	241
< 표 76 > 캐나다, 프랑스, 한국의 애니메이션 산업 지원제도 비교	248
< 표 77 > 한국과 중국의 지원제도 비교	249

[그림 목 차]

< 그림1 > 애니메이션 연도별 매출액 추이	12
< 그림2 > 창작 수출액과 하청 수출액 변화 추이	14
< 그림3 > 애니메이션 재원조달 유형	26
< 그림4 > 캐나다 애니메이션 생산량	48
< 그림5 > 캐나다 장르별 애니메이션 생산비중	48
< 그림6 > 캐나다 TV 애니메이션 생산량	49
< 그림7 > 캐나다 문화 포트폴리오	58
< 그림8 > 2013년 NFBC 수입, 지출 결산	62
< 그림9 > 캐나다의 영화 및 방송영상산업 지원주체	65
< 그림10> 캐나다 국산물 인증절차 및 기관	70
< 그림11> 2012-2013년 CMF 언어별, 분야별 지원 비중	75
< 그림12> 2012-2013년 CMF 기금운영 흐름	76
< 그림13> 2012-2013년 실험적 프로그램 지원 프로젝트 분류 및 재원	80
< 그림14> 2012-2013년 CMF 지원 프로그램(Stream) 별 지원 비중	83
< 그림15> CMF 방영실적 기금배정 프로그램 운영흐름	97
< 그림16> 프랑스의 연간 애니메이션 생산량	105
< 그림17> 프랑스 애니메이션의 시간당 제작비 분포	106
< 그림18> 프랑스 방송영상산업 지원기관	114
< 그림19> CNC 조직도	117
< 그림20> 방송법이 규정하는 방송국의 국산물 방영, 제작의무	124
< 그림21> 프랑스의 지원 대상 국산물 인증 조건	133
< 그림22> 2013년 CNC 수입 및 지출	136
< 그림23> 2013년 CNC 프로그램별 기금지원	137
< 그림24> COSIP의 방송영상물 지원 프로그램	139
< 그림25> 전년도 방영실적의 가중치	146
< 그림26> 중국의 애니메이션 방영 채널	177
< 그림27> 중국의 애니메이션 채널 애니메이션 방영 및 시청자 점유율	178
< 그림28> 2010-2012 중국 극장용 애니메이션 제작편수	185
< 그림29> 2010-2012 중국 극장용 애니메이션 흥행 Top 10 Box Office	185
< 그림30> 애니메이션 산업발전 지원 10개부서 연석회의 역할분담	189
< 그림31> 2010-2012 중국 애니메이션 해외수출	193
< 그림32> 12.5 기간 애니메이션 지원정책 기조	196
< 그림33> 11.5. 정책 성과 및 12.5 정책 기조	197
< 그림34> 20112-2013 중국 애니메이션 기업 수익구성	218
< 그림35> 캐나다 아동 청소년 재원조달, 정책지원, 방영 시스템	225
< 그림36> 프랑스 애니메이션 지원제도 및 재원조달 흐름도	230
< 그림37> 중국 동만산업 지원체계 및 지원제도	233

해외 애니메이션 지원제도 사례 연구

- 
- I. 연구의 목적 및 범위
 - 1. 연구 목적
 - 2. 연구 범위 및 구성

1. 연구 목적

- 한국 애니메이션 산업은 창작콘텐츠 산업으로의 전환을 완료하고, 해외 공동제작을 통해 해외시장 진출을 본격적으로 확대하는 등 질적·양적 성장을 이루었음
- <뽀롱뽀롱 뽀로로>, <로보카 폴리>, <변신자동차 토봇> 등 완구, 캐릭터 사업을 중심으로 상업적으로 성공한 애니메이션이 나타났으며, 작품 수준에서도 해외 시장에서 인정받는 작품이 창작되어, 창작기반 구축과 산업의 성장이라는 성과를 거두었음
- 그러나, 국내 방송시장에서의 창작 애니메이션 시청률이 낮은 수준에 머물고, EBS를 중심으로 방영되는 유아용 애니메이션을 제외하고는 창작 애니메이션의 시청자 노출이 제대로 이루어지지 않아, 파생상품 사업기회의 상실, 제작비 대비 낮은 방영료 등으로 애니메이션의 수익성 악화 문제가 대두됨
- 이는 한국 애니메이션 산업의 해외자본 의존도 심화와 애니메이션 제작사의 부실화로 이어져, ‘부족한 시청자 노출과 인지도→ 낮은 수익성 →자본 조달 어려움→ 해외자본 의존→ 국내 시청자 외면과 수익성 악화→ 제작사의 부실화’로 이어지는 악순환 구조에 대한 우려도 나타나고 있음
- 창작콘텐츠 산업으로서 한국 애니메이션 산업의 지속적인 성장과 새로운 도약을 위한 정책 패러다임의 전환 필요성이 대두되는 시점임.
- 새로운 정책 패러다임의 모색을 위해 본 연구는 캐나다, 프랑스, 중국 3개국의 애니메이션 지원정책 및 제도를 분석하였음

- 이들 3개국은 세계 시장에서 한국과 경쟁하는 주요 경쟁국이자 한국의 공동제작 파트너이며, 충분한 규모의 국내 시장을 기반으로 ‘시장주도형 발전’이 이루어진 미국, 일본과 달리, 적극적인 지원 정책을 통해 ‘정부 주도형 산업 발전모델’을 구축한 국가들임
- 그동안 이들 3개국의 애니메이션 지원제도에 대한 연구는 많이 이루어졌으나, 지원제도에 대한 피상적인 언급과 지원 실적이 단편적으로 인용되었을 뿐, 자세한 지원제도의 내용, 지원체계, 산업에 미친 영향 등에 대한 분석은 본격적으로 이루어지지 않은 바, 본 연구에서는 이들 국가들의 지원정책과 제도에 대한 보다 심층적인 분석을 통해 새로운 애니메이션 정책 패러다임 모색의 근거로 활용하고자 함

2. 연구 범위 및 구성

- 본 연구는 캐나다, 프랑스, 중국 3개국의 애니메이션 지원제도를 분석 대상으로 하며, 애니메이션 지원이 전체 국산 프로그램 지원의 일환으로 이루어지고 있는 캐나다와 프랑스의 경우에는 국산 프로그램 지원제도에 대한 분석과 함께 그 안에서 애니메이션 지원이 어떻게 이루어지고 있는지 파악하였음
- 극장용 애니메이션 산업현황과 지원제도를 일부 포함하였으나, 애니메이션 산업에서 차지하는 비중 및 매체의 특성을 고려하여, 방송용 애니메이션 지원제도를 중점적으로 분석하였음
- 또한, 이들 국가들과 공동제작을 수행한 경험이 있는 한국의 애니메이션 제작사, 해외 애니메이션 프로듀서들과의 전문가 인터뷰를 통해 지원정책의 효과와 문제, 산업에 미치는 영향을 산업의 입장에서 파악하였음

- II 장에서는 한국 애니메이션 산업의 현황 및 지원제도를 기존 연구보고서 및 제작사를 대상으로 한 조사 자료를 통해 파악하고 정리하였음
- III 장에서는 캐나다, IV 장에서는 프랑스, V 장에서는 중국의 애니메이션 지원정책과 제도를 정부 및 지원기관의 홈페이지와 공표된 정책 자료, 국내외 연구보고서를 통해 분석하였으며, 국내외 업계 종사자들에게 추가적으로 필요한 내용을 부분을 확인하였음
- VI 장에서는 자동지원제도 중심의 유사한 제도를 시행하고 있는 캐나다와 프랑스의 공통점과 차이를 확인하고, 이들 국가들의 제도와 한국의 지원제도를 비교하였으며, 한국과 마찬가지로 문화 복지 뿐 아니라 신경제 창조를 위한 산업성장을 중시하는 정책을 시행하여, 2004년 이후 급속한 양적 성장에 성공한 중국과 한국의 제도를 비교하여, 새로운 애니메이션 산업 지원정책의 방향을 제시하였음

해외 애니메이션 지원제도 사례 연구



II. 애니메이션 산업현황 및 지원제도

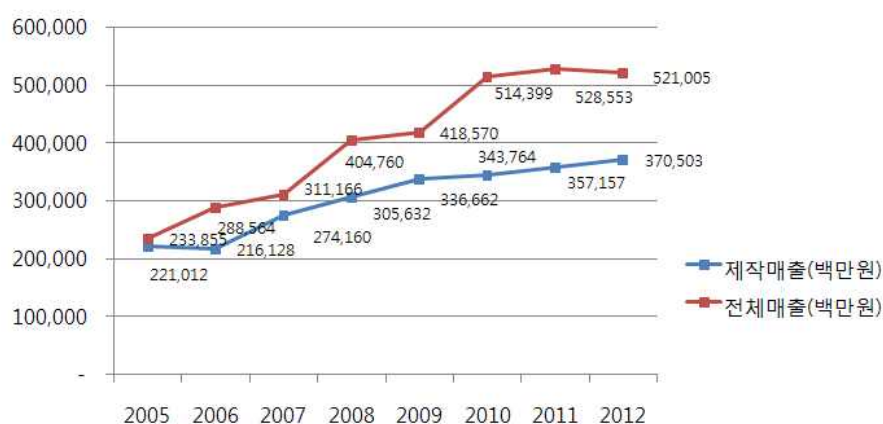
1. 애니메이션 사업현황 및 동향
2. 애니메이션 산업 환경
3. 애니메이션 지원정책 및 제도

1. 애니메이션 산업현황 및 동향

1.1. 애니메이션 산업 매출액¹⁾

- 2012년 기준 한국 애니메이션산업의 매출액은 5,210억 원으로 전년 대비 1.4% 감소했으며, 2010년~ 2012년 기간 중에는 연평균 0.6% 성장
- 애니메이션 제작업 매출액은 3,705억 원으로 전년 대비 3.7%, 2010~2012년 기간 중에는 연평균 3.8% 성장하였음
 - 창작제작 매출액은 2010년 2,279억 원에서 2012년 2,566억 원으로 증가
 - 하청 제작 매출액은 2010년 1,136억 원에서 2012년 1,066억 원으로 감소
- 창작 애니메이션 제작이 증가하고, 하청제작이 감소, 그리고 온라인, 모바일 매출액이 증가하고 있는 추세이나, 전체적으로 한국 애니메이션 산업은 구조적으로 ‘저성장의 고착화’ 상태로 나타남

〈그림 1. 애니메이션 연도별 매출액 추이〉



- 2012년 애니메이션 산업의 사업 형태별 매출액으로는, 창작 및 제작

1) 한국콘텐츠진흥원, 2013 애니메이션산업백서, 2013, p.13.

매출액이 3,478억 원으로 전체 산업매출의 87.4%를 차지하였고, 유통배급 매출액은 389억 원으로 9.8%, 제작 서비스 매출액은 24억 원으로 0.6% 비중

- 국내 애니메이션 산업은 2007년 창작제작 매출액이 하청제작 매출액을 추월하고, 2010년 창작제작 매출액이 하청제작 매출액의 2배를 넘어서면서 본격적으로 창작 중심의 산업으로 정착
- 2012년에도 창작제작업 매출액은 2,566억 원으로 하청제작 매출액 1,066억 원의 2.5배에 달함
- 성장률에 있어서는 애니메이션의 신규 유통채널인 온라인과 모바일의 VOD 유료 서비스 분야에서 서비스 업체의 수와 매출이 증가하여 유통배급업의 성장률이 10.4%로 가장 높음

<표 1. 국내 애니메이션산업 업종별 매출액 현황(단위 : 백만원)>²⁾

중분류	소분류	2010	2011	2012	비중(%)	전년대비 증감(%)	연평균 증감(%)
애니메이션 제작업	창작제작업	227,961	240,186	256,631	49.3	6.8	6.1
	하청제작업	113,695	110,180	106,636	20.5	-3.2	-3.2
	온라인 제작	2,108	6,789	7,236	1.4	6.6	85.3
	소계	343,764	357,155	370,503	71.1	3.7	3.8
애니메이션 유통배급업	유통, 배급, 홍보	17,948	18,230	19,616	3.8	7.6	4.5
	극장 매출	145,077	146,783	123,047	23.6	-16.2	-7.9
	방송사 수출	2,288	130	50	0.0	-61.5	-85.2
	소계	165,313	165,143	142,713	27.4	-13.6	-7.1
온라인 유통업	온라인 서비스	5,322	6,253	7,789	1.5	24.6	21.0
	소계	5,322	6,253	7,789	1.5	24.6	21.0
합계		514,399	528,551	521,005	100.0	-1.4	0.6

1.2. 애니메이션 수출³⁾

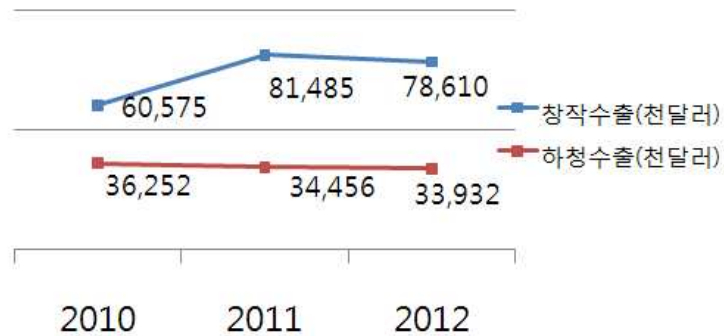
- 2012년 한국 애니메이션산업의 수출액은 1억 1,254만 달러로 전년 대비 2.9% 감소했으나, 2010년~2012년 기간 연평균 7.8% 증가

2) 한국콘텐츠진흥원, 2013 애니메이션산업백서, 2013, p.7.

3) 한국콘텐츠진흥원, 2013 애니메이션산업백서, 2013, p.27.

- 수입액은 626만 달러로 전년 대비 9.2%, 연평균 5.1% 감소

<그림 2. 창작 수출액과 하청 수출액 변화 추이⁴⁾>



- 2012년 애니메이션 산업의 지역별 수출액은 북미 수출액이 5,917만 달러로 전체 수출액의 52.6%를 차지하고, 유럽 수출액은 2,543만 달러(22.6%)로 전년 대비 10.9% 감소한 수치이나, 2010년~2012년 기간 연평균으로는 14.1% 증가
- 일본 수출액은 2,142만 달러(19.0%)로 전년 대비 1.2% 감소하였고, 중국 수출액은 171만 달러(1.5%)로 전년 대비 3.2%, 동남아 수출액은 123만 달러(1.1%)로 전년 대비 4.4% 증가
- 지역별로 보았을 때, 북미 지역은 하청 제작이 주를 이루고 있고, 유럽지역은 공동제작, 공동 사업, 완성작의 판매, 하청 제작 등 다양한 형태의 사업이 공존하며, 일본은 하청 제작 중심이며, 중국과 동남아는 완성 프로그램의 판매와 공동제작 기회 증가를 주목할 만함

4) 한국콘텐츠진흥원, 2013 애니메이션산업백서, 2013, p.27.

〈표 2. 지역별 수출액 변화 추이5〉

(단위: 천 달러)

연도 지역	2010년	2011년	2012년	비중(%)	전년 대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
중국	1,577	1,659	1,712	1.5	3.2	4.2
일본	18,810	21,688	21,421	19.0	▽1.2	6.7
동남아	1,151	1,183	1,235	1.1	4.4	3.6
북미	52,463	59,397	59,167	52.6	▽0.4	6.2
유럽	19,527	28,556	25,433	22.6	▽10.9	14.1
기타	3,299	3,458	3,574	3.2	3.4	4.1
합계	96,827	115,941	112,542	100.0	▽2.9	7.8

1.3. 애니메이션 제작 현황

1.3.1. TV 애니메이션 현황

- 2012년 신규 TV 창작애니메이션은 39편으로 조사되었고, 이중 14개 작품이 2012년에 방영되었음

〈표 3. 2012년 TV 방영 신규 창작 TV 애니메이션〉6)

작 품 명	방영시기	제 작 사
쥬블스	2011.05 ~ 2012.05	동우 A&E, SBS 콘텐츠허브
안녕 토토비	2011.07 ~ 2013.09	두루픽스
우당탕탕 아이쿠 2	2011.08 ~ 2012.02	마로스튜디오
피들리 팝	2011.08 ~ 2012.02	GIMC
뚜바뚜바 눈보리 2	2011.09 ~ 2012.02	대원미디어
한국사 시간여행	2011.09 ~ 2012.02	캐릭터플랜
보글보글 쿡 2	2011.09 ~ 2012.10	비아이그룹
파워마스크	2011.09 ~ 2012.03	GIMC
오후의 초록가방	2011.10 ~ 2012.03	오후미디어/아트플러스엠
어리 이야기	2011.11 ~ 2012.05	NHC 미디어
꼬마버스 타요 2	2011.11. ~	아이코닉스
폴리와 함께하는 교통안전	2011.12 ~ 2012.02	로이비주얼
와라 편의점	2011.12 ~ 2012.03	시노드/엘로우브릭/인디펜던스
매일엄마	2011.12 ~ 2012.05	동우 A&E
키 오 카	2012.01 ~ 2012.04	골디락스 스튜디오
부릉부릉 브루미즈 2	2012.02 ~ 2012.08	삼지 애니메이션
뽀롱뽀롱 뽀로로 4	2012.02 ~ 2012.08	아이코닉스 / 오콘
피쉬와 칩스	2012.03 ~ 2012.09	삼지 애니메이션

5) 한국콘텐츠진흥원, 2013 애니메이션산업백서, 2013, p.27.

6) 한국콘텐츠진흥원, 2013 애니메이션산업백서, 2013, p.47.

로봇 알포	2012.04 ~ 2012.07	툰 집
알록달록 종이마을	2012.04 ~ 2012.10	비더원 엔터테인먼트
바다소년 오대양	2012.05	캐릭터플랜
빠뿌야 놀자	2012.05 ~ 2013.05	대원미디어
동화속 과학탐험	2012.06 ~ 2012.11	매직영상
내사랑 똥	2012.07 ~ 2013.01	케이프로덕션
키즈 CSI 수사대	2012.07	두루픽스
변신자동차 또봇 7	2012.07	영 실 업
시계마을 티키토	2012.08 ~ 2013.02	퍼니플릭스/하이원엔터테인먼트
곤(GON)	2012.08 ~ 2013.02	대원미디어
머털도사	2012.08 ~ 2012.11	꽃다지/동국대학교 산학협력단
안녕 자두야 2	2012.09	아 툰 즈
변신자동차 또봇 8	2012.09	영실업/ 레트로봇
아웅다웅 동화나라	2012.10 ~ 2013.04	매직영상
아이엠 몽니	2012.12 ~ 2013.06	아트피큐
매일엄마 2	2012.12 ~ 2013.02	동우 A&E
변신자동차 또봇 9	2012.12	영 실 업
두리둥실 몽개공항	2012.03 ~ 2012.12	DPS
프랭키와 친구들	2012.05 ~ 2012.12	리퀴드브레인 스튜디오
상상친구 꾸메꾸메	2012.06 ~ 2013.12	아트플러스 엠
치렁치렁 시크릿 쥬쥬	2012	영 실 업

○ 시장에서의 반응 획득에 성공한 애니메이션의 후속 시리즈(Sequel) 제작이 증가하는 추세에 있음

- 시즌 3, 4의 제작도 증가하고 있으며, 이러한 후속 시즌 제작은 작품의 지속적인 노출을 통한 부가사업의 활성화에 효과적이라는 점에서 한국 애니메이션 산업의 수익성 제고에 기여

<표 4. 시즌3 이상 제작중인 TV시리즈 애니메이션>⁷⁾

제작중인 작품	제 작 사
뽀롱뽀롱 뽀로로 시즌5	아이코닉스, 오콘, EBS, SK 브로드밴드
라바 시즌3~5	투바 엔터테인먼트
꼬마버스 타요3	아이코닉스 엔터테인먼트, EBS
우당탕탕 아이쿠3	마로 스튜디오, EBS
곤(GON) 시즌3	대원미디어
아기고릴라 똥똥 시즌3	써니사이드, CJ E&M, EBS
변신자동차 또봇 시즌9	영 실 업

7) 한국애니메이션제작자협회, 2014-2018 애니메이션산업 중장기발전정책방안수립연구, 2014, p.23.

1.3.2. 극장용 애니메이션 현황

- 최근 2~3년 간 극장용 애니메이션의 제작/상영이 증가하고 있음
 - 2008년부터 2010년까지 창작 장편 애니메이션 개봉실적은 매우 부진하였으나, 2011년에는 6편의 작품이 개봉
 - 2011년 <마당을 나온 암탉>이 200만 명 이상, 2012년 <점박이: 한반도의 공룡 3D>가 100만 명 이상의 관객을 동원
 - <넋잡:땅콩 도둑들>은 2014년 2월 북미 3,472개 스크린에서 개봉, 한국영화 사상 최고의 흥행기록인 6,400만 불을 달성

<표 5. 2010~2014.8월 극장판 애니메이션 개봉 작품>

개봉연도 (편수)	작품명	제작사	배급사
2010 (1)	마법천자문 - 대마왕의 부활을 막아라	DNA 프로덕션	CJ 엔터테인먼트
2011 (7)	마당을 나온 암탉	명필름, 오돌또기	롯데 엔터테인먼트
	소중한 날의 꿈	연필로 명상하기	에이원 엔터테인먼트
	돼지의 왕	돼지의 왕 제작위원회 스튜디오 다다쇼	KT&G 상상마당
	홍길동 2084	바이너리 픽션	타임스토리 그룹
	지구대표 롤링스타즈	한컴	롯데 엔터테인먼트
	집	한국영화아카데미	CJ 엔터테인먼트
	엄마 까투리	안동영상미디어센터 퍼니플렉스 엔터테인먼트	키노아이
2012 (7)	코알라 키드- 영웅의 탄생	디지아트	롯데 엔터테인먼트
	점박이- 한반도의 공룡 3D	드림씨치, EBS, 올리브 스튜디오	CJ 엔터테인먼트
	볼츠와 블립 - 더 무비	레드로버 툰박스 엔터테인먼트	CJ 엔터테인먼트
	파닥파닥	이대희 애니스튜디오	인디스토리 CJ 엔터테인먼트
	은실이	한국영화아카데미	CJ 엔터테인먼트
	리틀 제이콥	데이브 인터랙티브	
	창	스튜디오 다다쇼	
2013 (4)	사이비	스튜디오 다다쇼	N.E.W.
	파이스토리- 악당상어 소탕작전	데이지 엔터테인먼트	SBS 콘텐츠허브
	뽀로로 극방판 - 슈퍼썰매 대모험	오콘 스튜디오	CJ 엔터테인먼트
	삼총사 - 용감한 친구들	원더월드, Mondo TV	예지림 엔터테인먼트

2014 (6) (2014.8월 현재)	넛잡- 땅콩 도둑들	레드로버 툰박스 엔터테인먼트	싸이더스 픽처스
	우리별 1호와 얼룩소	지금이 아니면 안돼	인디폴러그
	고스트메신저 극장판	스튜디오 애니멀	에이원 엔터테인먼트
	스퀴시랜드	CCS 엔터테인먼트 펠릭스 더캣 스튜디오 루크필름	인젠트 디
	극장판 뽀빠이구조대 - 둥둥이를 구하라	빅스 크리에이티브 DCG 플러스 차이나필름 그룹	메가박스 플러스엠
	메밀꽃, 운수좋은 날, 봄봄	연필로 명상하기 EBS, 김영사	이달투

1.4. 해외공동제작 동향 및 국가별 특징

1.4.1. 해외공동제작 동향

- 한국 애니메이션의 해외 공동제작 국가는 일본, 중국 등 아시아권을 넘어서 미주, 유럽 등으로 다각화되고 있으며, 해외 수출과 공동제작의 확대는 협소한 국내 시장의 문제를 해결하고 제작비도 조달할 수 있는 방안으로 대두됨
- 국내에서 기획된 작품들이 다양한 소재와 장르, 창의적인 디자인, 애니메이션 연출 및 제작 역량의 강화 등으로 국제 경쟁력을 확보, 해외 진출이 늘어나고 합작 국가의 수도 증가하고 있음
- 해외 공동제작은 해외배급사, 방송사 등과 협력하며 해외 마케팅 네트워크를 구축하고 해외 시장에 경쟁력 있는 작품을 기획 제작할 수 있는 기회를 갖는다는 장점이 있는 반면, 제작비 투자 비중에 따라 해외 시장과 해외 자본에 대한 의존도가 높아질 우려가 있다는 단점도 있음

〈표 6. 주요 해외 공동제작 작품 (2010년 이후)〉⁸⁾

작 품 명	국내 제작 및 투자사	해외 제작 및 투자사	방영시기
쥬로링 동물탐정단	JM 애니메이션 광주정보문화산업진흥원	사테라이트(일본)	2010 KBS
스캔투고	SBS 콘텐츠허브, 동우 애니메이션 KOCCA, 스톤브릿지 캐피탈	디라이즈(일본)	2010 SBS
볼츠와 블립	레드로버, CJ E&M, KOCCA	툰박스(캐나다)	2010 KBS
구름빵	DPS, 한솔교육, 강원정보영상진흥원	칼롱사(중국)	2010 KBS
뛰뛰빵빵 구조대	빅스 크리에이티브, 소빅창투, KOCCS, SBA	북경영원동화제작 공사(중국)	2010 KBS
캐니멀	부즈클럽	아드만 스튜디오(영국)	2011 EBS
오아시스	투바 엔터테인먼트	채널5(프랑스)	2011 EBS
쥬블스	SBS, SBS콘텐츠허브, 동우 애니메이션	세가토이즈(일본)	2011 SBS
로봇알포	툰 집	센즈럴라인(말레이시아), 커넥툰(이탈리아)	2012 MBC
똑딱하우스 (시계마을 티키톱!)	퍼니플릭스, KOCCA, 하이원 엔터테인먼트	조디악(영국)	2012 EBS
꼬마신선 타오2	지앤지 엔터테인먼트	텐핑(중국)	2013 KBS
곤(GON)	대원미디어, KOCCA	고단샤(일본)	2012 TV도쿄
빠빠에 친구2	캐릭터플랜, SBA	문스쿱, France5(프랑스)	2013 EBS
꾸루꾸루와 친구들2	광고 엔터테인먼트	북경영원동화제작공사, 광둥오비문화유한공사(중국)	2013 KBS
뛰뛰빵빵 구조대2	빅스 크리에이티브, KOCCA	차이나필름그룹 산하 북경영원동화제작공사 (중국)	2013 KBS
구름빵2	DPS, 한솔교육, 강원정보영상진흥원	칼롱사(중국)	2011 KBS

1.4.2. 해외공동제작 국가별 특징

○ 본 연구의 분석 대상국가인 캐나다, 프랑스, 중국과의 공동제작 사례 및 특성에 대해 살펴보면 다음과 같음

8) 한국애니메이션제작자협회, 2014-2018 애니메이션산업 중장기발전정책방안수립연구, 2014, p.45.

□ 캐나다 공동제작

- 북미지역과의 공동제작은 캐나다를 중심으로 쿠키자 엔터테인먼트 등 배급회사와의 공동제작이 이루어졌음
 - 시나리오 이외에 대부분의 프리프로덕션과 메인프로덕션을 국내 업체가 담당하고 공동 투자를 통해 사업 수익을 배분하는 공동제작 구조를 채택
 - 선우엔터테인먼트의 <메타제트>, 대원미디어, 디자인스튜디오의 <뚜바뚜바논 보리>, 대원미디어, 동우애니메이션의 <마법의 별 매지네이션> 등 작품이 쿠키자 엔터테인먼트와 공동으로 제작
- 레드로버가 캐나다의 톤박스와 공동 제작해 2010년 KBS에 방영된 <볼츠와 블립>은 애니메이션 기획과 온라인게임 개발이 동시에 진행된 작품임
 - <볼츠와 블립>은 3D 입체 영상으로도 제작하여 미국의 3D 전문채널인 3net에 방영되었으며 온라인게임도 3D 입체영상으로 서비스를 진행하였음
- 레드로버는 톤박스와 극장용 애니메이션 <넛잡>을 공동으로 제작하여 2014년 북미 흥행에 성공함으로써, 북미시장 교두보 확보를 위한 캐나다와의 공동제작의 의미를 확인시켰음
- 대형 전문 배급사와의 공동제작이 이루어질 경우, 국내 제작사들이 사업의 주도권을 확보하기 어렵다는 문제가 있음
 - 국내 제작사는 투자 지분에 있어서 30-45%로 비율이 낮기 때문에 기획과 사업의 주도권을 상대 파트너들이 갖는 경우가 대부분
 - 작품의 시나리오나 디자인 스타일을 미주 시장에 맞추도록 요청하는 경우가 많아서 국내와 미주에서 동시 인기를 끌 수 있는 작품을 기획하기 어렵다는 문제가 있음

□ 프랑스 공동제작

- 삼지애니메이션은 자체 기획 <마이 자이언츠 프렌즈> 를 프랑스 제작사 티문(Timoon)에서 투자를 유치해 기획 초기부터 공동제작을 진행하여, <오드패밀리>에 이어 지속적으로 프랑스와의 공동제작 파트너십을 구축
- 유아용 애니메이션 <빠빠에 친구>는 국내에서는 제작사 캐릭터플랜, 방송사 EBS가, 프랑스에서는 배급사 문스쿱과 방송사 France5 등 4개 업체가 공동 투자
- 투바 엔터테인먼트의 <오스카의 오아시스(오아시스)>는 프랑스 메이저 방송사인 France 5와 공동 제작하였으며, 튜집의 <로봇알포>, 퍼니플렉스의 <시계마을 토키톡!> 도 프랑스, 이탈리아, 영국 등과 공동제작
- 유럽과의 공동제작은 기존의 프랑스, 스페인 중심에서 영국, 이탈리아 등의 나라들로 확장되었는데, 작품의 장르도 유아용, 코믹 액션, 가족시트콤, SF, 판타지 등 다양한 모습을 보임
- 프랑스와의 공동제작은 제작비 규모가 커서 공동제작을 할 경우에 투자 환경이 열악한 국내기업이 투자 지분율을 충분히 높이지 못하고 대등한 사업권 확보가 어렵다는 문제가 있음
- 또한, 캐나다와의 공동제작과 마찬가지로 문화적·정서적인 측면, 심의 조건, 시장 특성의 차이가 있고, 제작비가 대규모로 소요되기 때문에 사업성에 대한 구체적이고 현실적인 검토 필요성이 제기됨
- 작품의 기획개발의 프리프로덕션부터 메인프로덕션 제작까지 제작의 전 과정을 국내에서 담당하는 공동제작 모델이 증가하고 있는 만큼,

국내 지분율을 제고하여 사업권의 합리적인 확보와 수익배분에 있어서 대등한 조건을 만드는 것이 관건임

□ 중국 공동제작

- 중국과의 공동제작은 초기에는 국내에서 기획한 작품의 일부 하청작업을 중국에 맡기면서 중국의 현물 출자를 유도하는 방식이 주류였으나, 2006년 이후 국내 애니메이션 제작사들은 중국 방송사 등 미디어 기업, 투자 회사, 관련 사업 업체 등으로부터 제작 투자를 끌어내며 새로운 형태의 컨소시엄 구성을 시도
- 빅스 크리에이티브의 <뛰뛰빵빵 구조대1, 2>, 팡고 엔터테인먼트의 <꾸루꾸루와 친구들2>, 지앤지 엔터테인먼트의 <꼬마신선 타오2>, DPS의 <구름빵>, <두리둥실 뭉게공항> 등 중국과의 공동제작이 증가하였는데, 이는 중국 애니메이션 시장의 급격한 성장에 발맞춰 국내 애니메이션 업체들이 중국 진출을 위한 공동제작에 적극 나선 결과임
- 한중 공동제작은 단지 애니메이션 영상물에만 국한되지 않고 작품과 연계한 상품을 공동으로 개발하는 단계로 나아가고 있으며, 일회적인 합작에 그치지 않고 다수의 작품들이 후속 시리즈가 제작되면서 공동제작 파트너십을 결성하는 경향을 보임
- 중국과 공동제작을 진행하는 경우에는 국내 제작사들이 시나리오, 디자인, 연출 등 프리프로덕션 역량이 높기 때문에 상대적으로 유리한 조건에서 공동제작을 진행할 수 있는 장점이 있음
- <구름빵>, <뛰뛰빵빵 구조대>, <꾸루꾸루와 친구들>처럼 유아 대상의 에듀테인먼트 콘텐츠 형식이거나, <렛츠고 MBA>처럼 경제·교육물 등 한·중 양국에서 거부감 없이 상영되고 사업화할 수 있는 작품이 공동제작의 주류가 되고 있음

- 근래에 들어와 <꼬마신선 타오>처럼 도술, 신선 등 한·중 양국의 공통 문화 소재를 다루는 경향이 나타남
- 중국과의 공동제작에 있어서는 양국 시장의 공유를 통한 수익배분 방식의 설정이 필요한 것으로 지적됨
 - 기존에는 한국 시장 수익은 한국이 독점, 중국 시장 수익은 중국이 독점하고 기타 해외 시장 수익은 투자 지분대로 배분하는 방식이 대다수
 - 그러나, <뛰뛰빵빵 구조대>, <렛츠고 MBA>, <구름빵> 등의 경우에는 양국시장에서의 수익의 일정 비율을 공유하는 체제로 전환하고 있음을 보여줌
- 중국은 문화적 유사성, 신흥시장으로서의 막대한 시장 잠재력을 보유한 전략 시장으로 지속적인 공동제작 모델을 만들어갈 필요가 있음

2. 애니메이션 산업 환경

2.1. 투자 환경

2.1.1. 애니메이션 재원의 유형과 성격

- 국내 창작 애니메이션 제작을 위한 재원으로는 1) 애니메이션 제작사 자체 투자, 2) 방송사 및 유통 플랫폼 사업자의 투자, 3) 정부 및 공공기관의 지원, 4) 재무적 투자자의 투자, 5) 해외 공동제작 파트너의 투자, 6) 관련 산업의 전략적 투자 등이 있음

1) 제작사 자체 투자

- 기획한 애니메이션이 외부 투자를 유치하기 이전 시점까지, 기획 단계부터의 초기투자는 제작사가 직접 부담하는 경우가 대부분이며, 외부

투자 유치 이후에도 투자자와 리스크를 공동으로 부담한다는 차원에서 애니메이션 제작사의 초기 투자는 회수되지 않고 유지됨

2) 방송사 및 유통 플랫폼 사업자 투자

- 방송국 및 다른 유통 미디어가 애니메이션 방영권을 선(先) 확보하고, 작품으로부터 수익을 창출할 목적으로 투자
- 방송국이 직접 애니메이션의 기획에 참여하거나, 애니메이션 방영권 판매 및 캐릭터 라이선싱 사업을 수행하려는 경우, 방송국 PD는 애니메이션 제작을 총괄 책임지는 프로듀서로서 제작을 관리하고 지분을 확보하기 위해서 애니메이션 제작비를 투자
- 방송국 이외에도, IPTV 등 유통 플랫폼 사업자들이 애니메이션의 방영권을 선확보하기 위해 투자에 참여

3) 정부 및 공공기관의 지원

- 공공기관의 지원은 초기 창작 애니메이션의 주요 재원으로 자리매김하며, 추가적인 외부 투자 유치에 중요한 역할을 함
- 한국을 비롯하여, 해외 각국은 애니메이션 산업에 공공기금을 투입하거나, 공공기관의 보증을 통해 금융기관의 융자를 지원하고 있음
- 상업성 논리에 지나치게 의존하지 않는 양질의 애니메이션 제작 기회를 제공한다는 측면에서, 또한 속성상 민간 자본이 투자를 기피하는 ‘시장 실패’가 발생하는 애니메이션 산업의 주요 재원으로서 공공기관의 지원 필요성이 인식되고 있음

4) 재무적 투자자의 투자

- 일반 투자자의 투자는 애니메이션 투자를 통한 수익실현을 목적으로 하며, 1) 지분을 통한 ‘자본이익’을 목적으로 하는 지분 투자와, 2) 일정기간 경과 후 원금회수 및 이자수익을 원하는 융자의 성격으로 나뉨
- 문화콘텐츠의 속성상, 모든 문화콘텐츠의 수요와 투자수익성은 다른 상품에 비해 매우 불확실하기 때문에 리스크를 회피하고자 하는 속성을 지닌

재무적 투자자는 문화콘텐츠 분야의 투자에 소극적일 수밖에 없어 자본 시장에서의 시장실패는 불가피함

5) 전략적 투자자의 투자

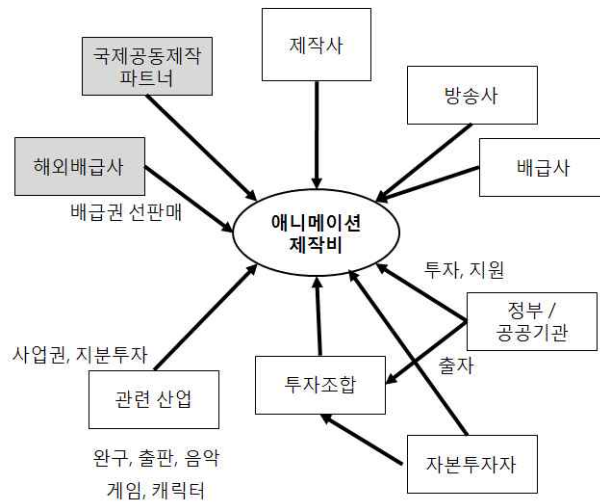
- 국내 애니메이션의 방영 및 활용을 통해 관련 산업에서의 부가가치 창출을 기대하는 기업들이 자기 사업 분야에서의 수익실현을 위해 애니메이션 제작에 투자
- 이들 전략적 투자자들은 애니메이션 투자수익 자체보다는 양질의 애니메이션 판권 확보를 통해 각자 사업 분야에서 창출하는 수익을 목적으로 하는 ‘산업자본’의 성격을 함께 지님
- 이는 애니메이션 투자 자체는 원금을 회수하지 못하더라도 사업 분야에서 수익을 기대하기 때문에, 애니메이션의 높은 투자 리스크를 보완하는 장치로서, 투자자본이 지속적으로 애니메이션 제작에 투입되도록 하는 역할을 수행하고 있음

6) 해외 공동제작 파트너의 투자

- 해외 공동제작 파트너의 투자는 국내 재원조달에 어려움을 겪고 있는 한국 애니메이션 산업의 주요한 투자재원임
- 공동제작은 자본의 공동투자 뿐 아니라 제작 역할을 분담하여 영상물을 제작하고, 저작권이나 사업권 등의 권리를 공동제작자가 공유하여 사업수익을 배분받는 제작형태임⁹⁾

9) 한국콘텐츠진흥원, (사)한국애니메이션제작자협회, 애니메이션 국제공동제작 활성화 방안연구, 2009, p.6.

<그림 3. 애니메이션 재원조달 유형¹⁰⁾>



2.1.2. 한국 애니메이션 재원조달 구조

- 2010년~2012년 방영된 한국 TV 애니메이션 시리즈 재원조달 구조는 다음과 같이 확인되었음

<표 7. 한국 애니메이션 제작비 재원조달 구조(2010~2012년 방영분)¹¹⁾

(단위 : %)

방송사			미디어 계	공 공 기 관	재무적 투자자	제작사	전략적 투자자	해 외 조 달	합 계
지상파	케이블	뉴 미디어							
7.8	1.5	0.7	10.0	7.3	15.5	30.1	2.5	34.6	100

- 2010~2012년 기간 한국 애니메이션의 제작비 재원중 비중이 큰 것은 해외 공동제작 파트너(34.6%)와 제작사 자체 투자(30.1%)이었음
 - 제작사 자체 조달은 2005~2009년 27.4%에서 2.7% 증가하였고, 해외 자본 비중은 2005~2009년 30.7%에서 3.9% 증가하였음¹²⁾

10) 한국콘텐츠진흥원, 애니메이션 재원조달 활성화방안 연구, 2010.

11) 한국애니메이션제작자협회, 2014-2018 애니메이션산업 중장기발전정책 방안수립연구, 2014, p.40.

12) 한국콘텐츠진흥원, 애니메이션재원조달 활성화방안 연구, 2010, p.14.

- 그에 비해, 방송사업자로부터의 투자는 13.5%에서 10%로, 공공기관으로부터의 조달은 8.4%에서 7.3%로 축소되었음
- 미디어 환경의 변화에 따른 방송사 투자의 축소, 애니메이션의 국내 수익성 악화에 따른 재무적 투자자의 투자 기피 및 애니메이션 제작사의 자체 자금 조달의 한계 등으로, 정부의 노력에도 불구하고 한국 애니메이션 산업은 재원조달에 어려움을 겪고 있음
- 투자가 해외 공동제작이나 유아용 캐릭터 완구 등 사업성이 명확한 작품에만 집중되고 있어 다양하고 실험적인 창작 작품의 재원조달은 상대적으로 어려움에 봉착되어 있음
- 국내 투자자본 유치의 어려움을 겪고 있는 애니메이션 산업의 해외공동제작을 통한 해외 자본 의존도가 심화되고 있으며, 이는 국내 시장에서의 수익성을 악화시키는 악순환의 고리로 이어지고 있음
- 또한, 작품의 초기 기획투자는 자금력이 취약한 애니메이션 제작사가 담당하고 있어, 창의적이고 다양한 작품의 기획개발을 위한 초기 기획단계 투자재원 조달의 필요성도 대두되고 있음

2.2. 유통 환경

2.2.1. TV 미디어 유통

- 애니메이션의 주요 유통 창구인 방송 채널의 수가 지속적으로 증가
 - 애니박스, 애니플러스 등 애니메이션 전문채널의 증가, 카툰 네트워크, 디즈니 채널 등 해외 방송채널의 개국, 4개의 종합편성 채널의 개국을 비롯하여 KBS의 어린이 채널 KBS Kids 개국 등 애니메이션 방영 채널이 증가

- 지상파 및 케이블/위성 채널은 애니메이션의 단순 유통 창구일 뿐만 아니라 애니메이션을 활용한 캐릭터, 완구, 문구, 출판 등 다양한 산업분야의 성장에 직접적인 영향을 주는 필수 윈도우로서 핵심적 역할을 수행하고 있음
- 2005년 국산물 총량제 실시에도 불구하고, 지상파 채널의 영향력 감소 및 편성 시간대 변경으로 국내 창작 애니메이션은 소비자 점점 확보에 어려움을 겪고 있음
 - 케이블/위성의 애니메이션 전문채널의 증가 등 방송채널의 다양화로 인한 지상파 채널의 영향력이 감소하고 이는 시청률의 하락으로 나타남
 - 지상파 채널은 광고 수주의 어려움 등의 이유로 시청 취약시간대로 국내 창작 애니메이션의 편성 시간을 변경하였으며 이로 인해 국내 애니메이션의 시청률 하락은 가속화됨
 - 지상파 애니메이션 시청률 및 인지도 저하는 방영권료 삭감 및 캐릭터 시장 위축 등 애니메이션 시장 침체로 연결
- 시청률 하락 및 수익성 감소에 따라 지상파 방송사의 제작투자 및 구매비용이 지속적으로 축소
 - 총량제 시행 이후 지상파 채널에서 연간 편성해야하는 국내 창작 애니메이션 편수는 증가하였으나 방송사 예산은 축소
 - 국내 창작 애니메이션에 대한 투자 및 제작 편수와 작품 구매비용의 감소로 애니메이션 제작사의 수익구조가 악화됨
- 케이블/위성 전문 채널은 국내 창작 애니메이션의 편성을 외면
 - 케이블/위성 애니메이션 전문채널과 애니메이션을 주로 편성하는 어린이 채널은 일본, 미국 등 해외 작품 편성에 집중하고 있으며 국내 애니메이션의 편성은 법에서 명시한 의무 방영비율을 맞추기 위한 최소한의 편성만을 하고 있음
 - 케이블/위성 채널에서는 애니메이션 주요 시청자가 시청하기 불가능한

심야 시간대(0시~ 6시)에 국산 애니메이션을 집중적으로 편성하는 등의 무비율을 형식적으로 맞추기 위한 파행적인 편성행태가 만연해짐

- 케이블/위성 채널의 최소한의 국내 창작 애니메이션의 방영도 시청자의 시청 불가능 시간대에 이루어져 2차 윈도우에서도 국내 창작 애니메이션은 소비자 점점 확보에 실패

2.2.2. 극장 유통

- 한국 극장용 애니메이션 시장은 천만 관객을 돌파한 <겨울왕국> 등 할리우드 극장용 애니메이션을 필두로 일본, 유럽 등의 해외 애니메이션의 개봉 증가와 인기 상승으로 꾸준히 성장하고 있음
- 220만 관객동원이라는 성과를 달성하고 국내 장편 애니메이션의 흥행 가능성을 제시한 <마당을 나온 암탉(2011)>, 3D 입체로 제작, 상영된 <점박이: 한반도의 공룡 3D (2012)>, <뽀로로 극장판 슈퍼썰매 대모험 (2013)>, 국내 최초로 뮤지컬 형식의 연출기법을 도입한 <파닥파닥 (2012)>, 북미 시장에서 국산 영화 최고의 흥행기록을 세운 3D 입체 창작 애니메이션 <넛잡 (2014)> 등 다양한 시도의 극장용 창작 애니메이션 제작, 상영도 2011년 이후 활성화
- 그러나, 현재의 국내 극장 배급 구조는 대형 영화배급사들이 투자한 대형 작품이 스크린을 독점하고 있으며 이런 환경에서 국산 창작 애니메이션의 유통망 확보에는 어려움이 존재함
- 현재의 배급사의 국내 장편 애니메이션 외면 및 스크린 확보 어려움은 장편 애니메이션의 성장세에 걸림돌이 될 것이므로 이에 대한 대응책이 필요하며, 장편 애니메이션의 안정적인 제작을 위한 투자재원 마련 및 효과적 제작을 위한 극장용 기획, 제작 모델 마련이 필요함

2.2.3. 뉴미디어 플랫폼 유통

- SKT, LG U+, KT 등 통신 3사는 IPTV 서비스 등 온라인 서비스에 적극적으로 참여함으로써 디지털 중심의 미디어 환경 변화에 적극 나서고 있음
 - IPTV의 등장으로 다양한 부가기능을 제공할 수 있는 플랫폼 중심의 미디어 환경이 대두됨
 - VOD 서비스가 플랫폼의 주요 서비스로 자리매김하고 대중화되면서 DVD 등 올드 미디어를 대체하고, TV 다시보기 등 콘텐츠 이용 환경이 급격히 변화되었으며, 애니메이션 유통에도 영향을 미치고 있음
- <변신자동차 또봇> 시리즈는 대략 VOD에서만 2억 5천만 원~3억 5천만 원 정도의 매출이 발생하여, 콘텐츠 사업자는 대략 1억 7천만 원 ~2억 5천만 원 정도의 수익을 실현
 - 게다가 IPTV에서의 노출 패턴이 단기적이 아니라 지속형이기 때문에 시즌제로 제작되는 애니메이션의 특성상 새로운 신작은 과거 방송된 시즌의 구매로 연결
 - IPTV의 수익은 단기적이고 휘발성이 높은 것이 아니라 장기적이고 누적적이며, 타이틀이 지속적으로 쌓일 경우 안정적 콘텐츠 제작 여건 조성이 가능
- 삼성, LG 등 Device 기업을 중심으로 구글 OS를 기반으로 한 스마트 TV가 적극 개발됨에 따라 방송 외의 다양한 어플 서비스 유통이 가시화
 - 10~30대를 중심으로 스마트폰 이용률이 지속 성장하는 등 미디어 이용에서 PC와 스마트 디바이스를 포함한 디지털화와 개인화 현상이 지속
 - 스마트 폰의 대중화와 함께 지상파 채널의 POOQ, SKT의 Btv 모바일, LGT의 HDTV, 그리고 CJ E&M의 Tving 등의 서비스와 같이 영상콘텐츠 모바일 서비스가 확대되고, 향후 방송 매체를 대체 하는 모델로 정착할 가능성이 높을 것으로 예상됨

- 시장조사기관 Digital Media & Marketing Intelligence Center 에 따르면 집에서 TV를 제외한 스마트 폰, 태블릿 PC 등 다른 디바이스를 통해 TV 콘텐츠를 이용한 경험은 70.0% 에 달함¹³⁾
- 또한, 집이나 이동중에 TV를 제외하고 TV 콘텐츠를 가장 많이 이용하는 방법은 ‘N 스크린 서비스’ (15.1%)로 전년 대비 두 배 가까이 증가
 - 2013년에는 10%에도 못미치던 N스크린 서비스 이용률이 1년 사이 크게 증가하여 N스크린에 대한 인지도와 보급률이 확대되었으며 이는 TV 콘텐츠의 이용 미디어가 다양해짐을 의미
- 동일한 콘텐츠를 끊임없이 여러 기기를 통해 즐기려는 소비자의 니즈가 증가하면서 이용이 확대된 것으로 보여지며, 이종단말간 원활한 콘텐츠 시청이 가능하도록 동기화 기술 등을 활용한 사용자 경험 기반의 마케팅 전략이 요구됨.

13) DMC Report, 2014 일상생활 속에서의 미디어 이용행태 변화, 2014.8.

3. 애니메이션 지원 정책 및 제도

3.1. 창작 인프라 조성

□ 애니메이션 핵심기술 개발

- 고품질 저비용의 한국형 디지털 애니메이션 제작 기술 확보와 CT 비전 및 중장기 전략에 따라 제작 경쟁력 강화를 위한 핵심기술 개발이 중점 추진과제로 추진

〈표 8. 문화기술(CT) 개발사업〉¹⁴⁾

사 업 명	사업내용
콘텐츠산업 기술지원사업 (지정/자유)	- 차세대 전략 R&D 과제 추진을 통한 콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁력 강화 / 콘텐츠의 사업화를 위한 상용화 기술 지원 - 게임, 영화, 방송, 출판, 음악, 스마트콘텐츠, 서비스R&D 등 콘텐츠 산업의 산업혁신을 위한 핵심기술개발 / 전략분야에 대한 사업화 중심의 기술개발
글로벌 프로젝트 기술개발 사업	- 기술개발 지원을 통한 우리 콘텐츠의 해외수출 - 글로벌 진출을 목표로 추진하는 콘텐츠 프로젝트의 발굴 및 프로젝트와 연계한 연구개발 지원(프로젝트 기반)
문화기술 공동연구센터	- 권역별 CT R&D 역량강화를 통한 지역의 발전 잠재력 제고 - 광역권별 특화산업과 연계한 연구개발, 인력양성, 산업화지원, 네트워크 구축 등의 R&D 지원
기술사업화 컨설팅	- 국내 중소 콘텐츠기업의 국내외 시장 진출에 필요한 보유 기술 또는 활용기술에 대한 사업화 컨설팅 지원
기술전시 및 홍보	- 문화기술(CT)관련 국내외 전시회 개최 및 참가로 CT 및 콘텐츠 산업 비즈니스 지원확대, CT R&D 지원성과물 대내외 홍보로 글로벌 네트워크 확보
기업부설 창작연구소 인정제도	- 일정요건을 갖춘 창작연구소와 전담부서를 신청·인정함으로써 조세 혜택을 부여하고, 문화콘텐츠기업의 창작역량 향상과 관련 기술개발을 촉진·유도하며 이들 조직을 효율적으로 육성·지원

14) 한국애니메이션제작자협회, 2014-2018 애니메이션산업 중장기발전정책 방안수립연구, 2014, p.103.

- CT 기술 개발 지원이 2006-2010년 중장기 발전 전략에서 제시했던 효율적 애니메이션 제작 기술 개발, 제작 공정의 표준화, 제작비용 감축을 위한 산업구조 구축을 이끌어 내지는 못함
- 애니메이션 제작을 위한 소프트/하드웨어는 거의 100% 해외 라이선스 프로그램에 의존하고 있는 실정임
- 해외 라이선스 프로그램은 정기적으로 라이선스 비용이 증가하고 있으므로 제작사들의 제작비 부담을 가중시킴
- 애니메이션 제작을 위한 해외 라이선스 프로그램 의존 심화는 장기적 관점에서는 국부의 유출이 될 것이므로 국내 프로그램 개발이 필요

□ 우수 전문인력 양성 지원

- 애니메이션 기획자, 프로듀서, 시나리오 작가, 디자이너, 아트디렉터 등 창의적인 인력 양성 및 확보체계 마련의 필요성과 애니메이션 제작 전반에 걸친 창의적인 기획력과 효과적인 운영능력을 갖춘 핵심인력을 집중 육성하여 프리 프로덕션 역량을 강화해야 한다는 필요성 인식
- 한국콘텐츠진흥원에서는 애니메이션을 비롯한 여러 문화콘텐츠 장르에서 필요로 하는 인력 양성을 위해 다양한 교육 프로그램을 마련하여 현장의 요구에 대처하고 있음

<표 9. 한국콘텐츠진흥원의 인력양성 프로그램>¹⁵⁾

사 업 명	사업내용
해외 전문가 연계 프로젝트	- 기업-대학-해외전문가와 공동프로젝트 수행을 통한 글로벌 경쟁력을 갖춘 핵심인재를 양성 - 해외전문가 연계 산학 컨소시엄, 지역진흥원 연계 교육기관
산업계 맞춤형 인력양성	- 콘텐츠 실무형 산학프로젝트 지원을 통한 맞춤형인력양성 - 산업체와의 협약을 통한 계약학과 개설이 가능한 대학

15) 한국애니메이션제작자협회, 2014-2018 애니메이션산업 중장기발전정책 방안수립연구, 2014, pp.108-109.

콘텐츠 융합형교육 활성화 지원 - 국내대학 콘텐츠 융합형 교육프로그램 지원	- 창의력과 글로벌 경쟁력을 갖춘 융합인재양성 - 국내대학 융합형 교육과정 지원을 통한 융합창의인재 육성
콘텐츠 융합형교육 활성화 지원 - 해외 석사과정 지원	- 해외대학 : 미국 카네기멜론 대학교 - 지원분야 : ETC (Entertainment Technology Center) 및 HCII (Human Computer Interaction Institute) ※ ETC : 예술과 기술을 융합한 독특한 커리큘럼으로 엔터테 인먼트기술 분야 석사학위를 수여하며, 프로젝트 중심의 수업방식으로 컴퓨터 프로그래밍부터 가상세계의 디자인 까지 걸쳐있음 ※ HCII : HCI는 인간과 컴퓨터의 상호작용에 관한 이론과 응용학 문이며, 멀티미디어, 디지털콘텐츠, 게임, 컴퓨터 그래픽 스, 가상현실, 인간공학, 웹디자인, 애니메이션, 대화형 인터 페이스, 인지심리학 등 다양한 콘텐츠분야에서 활용
콘텐츠 전문 인력 양성	- 창의적 기획자 양성과정과 우수프로젝트 발굴, 직무교육, 세계 콘텐츠 트렌드 및 선진 창작기법 등의 벤치마킹을 통 한 창작 및 비즈니스능력 향상
콘텐츠 창의인재 동반 사업	- 콘텐츠 창조분야에 특화한 멘토와 창의인재 간 창의숙성을 위한 도제식 숙련 과정을 운영하여 창작능력 개발과 창작 활성화를 통해 일자리 창출
사이버 콘텐츠 아카데미 운영	- 우수한 온라인교육서비스 제공을 통해 콘텐츠분야 인력의 저변확대 - 방송영상/게임/문화콘텐츠 기획, 제작, 경영, 비즈니스 분야

3.2. 애니메이션 재원조달 지원

□ 프리프로덕션 제작 지원

- 2001년 한국콘텐츠진흥원의 전신인 한국문화콘텐츠진흥원에서 시작한
‘우수문화콘텐츠 사전제작지원’ 사업으로 시작한 프리프로덕션 지원의
2015년 예산은 12억 원으로 프리프로덕션 지원은 다양한 내용의 창작
애니메이션의 기획개발 기회를 제공하고 국내외 투자와 공동제작 유치

기회 마련을 위해 필요

- 국내외 경쟁력을 보유한 애니메이션 창작 활성화를 위하여 작품 콘셉트, 시나리오와 캐릭터 개발 등 기획개발단계에 대한 집중적이고 지속적인 지원을 추진함으로써, 성공적 작품 개발 및 유망기업 성장에 기여

□ 유아용, 가족용 애니메이션 제작지원

- 국산 TV시리즈 및 극장용 애니메이션 본편 제작지원 통한 성공사례 발굴 및 국산 애니메이션의 국제 경쟁력 강화를 목적으로 하며, 2015년 예산은 74억원

○ 세부사업내용

- 국내외 시장 진출을 목표로 국내외 방영 또는 상영이 가능한 애니메이션 본편 제작을 지원하며, 유아용에 편중화 되어 있는 국내 애니메이션 시장의 확대를 위해 전연령 대상의 가족용과 기존 유아용으로 구분하여 공모 진행
- 가족용 : 초등학생 이상 전 연령을 메인 타겟으로 하는 작품에 작품 당 7억원 내외 4편을 지원(총 제작비 50% 이내)
- 유아용 : 미취학아동(1~6세)을 메인 타겟으로 제작하는 작품에 작품 당 4억원 내외 12편을 지원(총 제작비 50% 이내)

□ 뉴미디어 애니메이션 제작지원

- 케이블, IPTV, 웹, 모바일 등 뉴미디어 환경에서 배급되는 중·저예산 애니메이션 제작지원을 통해 작품 다양성 확보 및 저변 확대

○ 세부사업 내용

- 다양한 뉴미디어 환경에 적합한 제작비 5~20억 원 규모의 애니메이션 제작을 지원하며, 2015년 예산은 5억 원

□ 모태펀드의 애니메이션 투자조합 출자

- 문화콘텐츠 분야 중에서도 특히 애니메이션은 다른 장르에 비해 투자 회수 기간이 길고, 국내 시장 수익성이 취약하기 때문에 재무적 투자자가 투자에 소극적인 바, 이러한 시장실패를 시정하기 위한 정부의 역할이 강조되어 왔음
- 문화체육관광부는 예산배정 사업을 지양, 문화산업에 안정적 재원을 적기에 공급하기 위해 (구)문화산업기금을 폐지하고 문화산업에 대한 투자를 ‘한국벤처투자’로 관리 이관함(‘07. 9. 19)
 - 문화산업에만 투자하되, 애니메이션, 캐릭터, 방송드라마, 게임, 공연예술 분야 등 시장 실패가 발생하는 중점지원 분야의 자조합을 선정하여 출자함
 - 문화계정 출자 2,839억 원, 민간자본 5,255억 원의 매칭을 통해 총 8,144억 원을 마련, 2006년~2011년 기간에 38개 조합을 결성, 총 투자 금액은 6,793억임¹⁶⁾
- 문화계정 자조합의 주된 투자분야는 영화, 게임분야로 투자금액은 영화에 3,456억 원, 게임에 1,040억 원을 투자, 두 분야에 전체 투자금액의 63%를 투자
 - 실제 시장 실패가 발생하는 애니메이션 및 드라마 분야에는 투자조합의 투자기피 및 자조합 결성의 어려움으로 투자가 부진하여 애니메이션/캐릭터에는 489억 원(전체 투자금액의 7.2%)을 투자함

<표 10. 문화계정 자조합 콘텐츠 분야별 투자현황¹⁷⁾>

(2011년 12월 현재, 단위 : 억 원, %)

구 분	영 화	공 연	게 임	전 시	애니/ 캐릭터	드라마	인터넷 모바일	기 타	합 계
건 수	551	170	95	19	62	35	23	21	1,056
금 액	3,456	824	1,040	167	489	411	139	143	6,793
비 율	50.9	12.1	2.5	1.8	7.2	6.1	2.0	2.1	100.0

16) 문화체육관광부, 모태펀드 문화계정 재원확충방안 연구, 2012, P.15.

17) 문화체육관광부, 모태펀드 문화계정 재원확충방안 연구, 2012, p.15.

- 또한, 영화, 드라마, 애니메이션 등 해외진출을 목적으로 하는 글로벌 프로젝트에 투자하는 글로벌 펀드는 2011년 12월 기준으로 총 1,230억 원이 조성됨
- 글로벌 펀드는 모태펀드 문화계정을 투자원으로 하지만, 기존 모태펀드와 차별화된 운용을 위해 2011, 2012년 1,000억 원 규모의 단일 펀드를 구성하여 운용중임

3.3. 애니메이션 유통 배급 활성화 지원

□ 국산 애니메이션 판정

- 국산 애니메이션 판정 절차는 국산 만화영화 쿼터제 실시를 위해 1997년 문화관광부가 한국 애니메이션제작자협회와 협의에 따라 마련
- 당시 판정 절차는 16개 항목으로 구성되어 있으며, 총 24점 중 국내 제작물은 17점을, 외국과의 합작물은 13점을 넘어야 국산으로 인정
- 해외 합작물의 경우에는 제작비의 30% 이상을 국내에서 출자한 작품에만 판정 신청 자격을 부여
- 2012년 2월 국내 제작 애니메이션의 인정 기준이 <방송통신위원회고시 제 2012-11호>를 통해 일부 개정
- 창작의 비중이 강화되고 있는 국내 애니메이션 산업구조를 반영하여 프리프로덕션의 비중을 강화하여 기획과 창작능력에 더 높은 비중 부여
- 저작권, 해외 판권 등 애니메이션 창작의 수익권이 확보된 작품에 신청 자격을 한정함으로써 제작비의 일정 부분을 투자함에도 불구하고 저작권과 수익분배권을 확보하지 못하는 피해 방지
- 국산 애니메이션으로 받기 원하는 사업자는 <국내제작 애니메이션 인정 신청서>, <제작참여 확인서>와 함께 다음의 서류를 방송통신위원회에 제출하도록 규정

- 애니메이션 기획서
- 애니메이션 제작과 관련한 계약서(해외 공동제작 경우, 한글본 포함)
- 애니메이션 줄거리 및 대본
- 애니메이션 캐릭터집 및 배경집
- 애니메이션 스토리보드
- 외국 공동제작사 확인서(외국과 공동으로 제작한 경우에 한함)
- 애니메이션 사본(외국과 공동으로 제작하여 두개 이상의 국가에서 방송되는 경우 국내 방송과 해외 방송분 모두 포함)
- 내국인이 저작권 및 수익분배권을 보유하고 있음을 증빙하는 서류
- 기타 방송통신위원회가 국내제작 인정을 위해 요청하는 서류

- 방송통신위원회는 제2항에 따라 신청된 국내제작 애니메이션의 인정 여부를 자문받기 위해 5인 이상 9인 이내의 자문위원회를 운영
- 국내 제작 애니메이션으로 인정할 수 있는 애니메이션의 인정 기준을 ‘애니메이션 제작에 소요된 재원의 100분의 30 이상을 내국인이 출자한 애니메이션으로서 별도의 기준을 충족하는 애니메이션’ 또는 ‘외국과 공동으로 기획·제작한 애니메이션 중 공동제작협정에 따라 국내제작으로 인정되는 애니메이션’ 으로 규정
- 해외 공동제작이 늘어나고 있는 산업의 현실을 반영하여, 국내 제작과 공동 제작의 기준을 통일하고 총점 30점중 16점 이상이 되는 작품을 국내 제작 애니메이션으로 판정하도록 규정

□ 방송 편성 관련 지원제도

〈표 11. 국산 애니메이션 방영지원제도〉

제 도	내 용
국산 방송 쿼터제	○ 국내 제작 애니메이션 편성비율 - 지상파TV: 전체 애니메이션 방송시간의 45% 이상 - 케이블TV, 위성TV: 전체 애니메이션 방송 시간의 35% 이상 (한미 FTA 발효시 30%로 변경) - 교육방송: 8% / 종교방송: 4%
해외 애니메이션 쿼터제	○ 전체 해외애니메이션 방송시간중 1개국의 애니메이션이 60%를 초과할 수 없음 (한미FTA 발효 시 80%로 변경)
국내 신규 애니메이션 방송 총량제	○ 지상파TV 채널별 방송시간의 1% 이상을 국내창작 애니메이션으로 신규 편성 (EBS 0.3%, 2005년 시행) ○ 애니메이션 전문채널 및 종합편성채널의 0.3~1%를 국내 창작 애니메이션 신규 편성 (2013년 시행)

- 미디어 환경의 변화에 따라 소비자의 미디어 이용행태가 변화하였고, 케이블 채널의 시청자 분담률이 지상파 TV를 추월하면서, 애니메이션 전문 케이블, 위성채널의 역할이 지상파 TV 못지않게 중요해짐
- 그에 따라 2012년 1월 방송법 제71조 3항이 신설을 통해¹⁸⁾ 국산물 총량제를 종합편성채널과 케이블/위성 애니메이션 전문채널¹⁹⁾로 확대 시행
 - <방송통신위원회 공고 제2012-26호 (2012.04.04)>를 통해 종편채널과 애니메이션 전문채널에 전년도 방송사업 매출액에 따라 전체 방송시간의 0.3%~1.0%를 의무적으로 신규 국산 애니메이션 방영을 의무화
 - 지상파 TV를 통해 1차 방영된 애니메이션을 애니메이션 전문채널 및 종합편성채널에 재방영하도록 함으로써 국산 애니메이션의 노출 기회 확대를 도모

18) 다음의 조항을 신설: ③ 지상파방송사업자종합편성을 행하는 방송채널사용사업자 및 연간 전체 방송시간 중 대통령령으로 정하는 비율 이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자는 해당 채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 애니메이션을 시청률, 매출액 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 신규로 편성하여야 한다. 다만, 대통령령으로 정하는 지역을 방송구역으로 하는 지상파방송사업자는 제외한다.

19) 연간 전체 방송시간의 100분의 50이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용 사업자로서 전년도 방송사업 매출액이 50억 원 이상인 사업자를 대상

3.4. 해외시장 진출 지원

□ 해외 전시마켓 참가 지원

- 국산 창작 애니메이션 해외 수출시장 개척과 해외 판매망 구축을 위해 한국콘텐츠진흥원은 현재 미국, 일본, 프랑스 등에서 개최되는 콘텐츠 마켓에 한국공동관을 개설, 운영하여 애니메이션 제작사 등의 해외마켓 참가를 지원하고 있음
 - 2009년까지는 Kidscreen(미국, 뉴욕), MIP-TV(프랑스, 칸), MIPCOM(프랑스, 칸) 등 세 개의 마켓 참가를 지원하고 있었으나 2010년부터 TAF(일본, 동경) 참가지원을 추가하여 4개 마켓의 참가를 지원
 - 기존의 포화된 해외 시장 외에 새로운 시장을 개척하여 한국 콘텐츠의 시장 확대와 수출액 증대를 위해 신흥시장 개척지원 사업이 마련되어 있음
 - 마켓 참가지원 외에 해외 배급사를 대상으로 국내 창작 애니메이션 홍보 및 설명회 개최 등 해외 현지 마케팅 지원 프로그램을 운영하고 있음

〈표 12. 해외 전시마켓 참가지원〉

지원마켓	• MIP-TV 프랑스, 칸 • MIPCOM & MIPJUNIOR 프랑스, 칸 • KIDSCREEN Summit 미국, 뉴욕(2014부터 미국 마이애미) • TAF 일본, 동경
지원내용	• 한국공동관 운영, 상담 공간 제공 • 네트워킹 행사 운영 및 한국콘텐츠 홍보마케팅 지원 • 전문 스크리닝 마켓 프로그램 등록 지원

〈표 13. 신흥시장 개척지원〉²⁰⁾

구 분		주요내용	대상장르
신 규	중 동	중동 시장개척 해외로드쇼 개최	전 장르
		수출상담, 쇼케이스 및 k-pop 공연	
		중동 최대 콘텐츠 마켓 “my content” 연계	
활성화	중남미	중남미 시장 활성화 수출상담회 개최	방송, 애니메이션
		현지 방송사 및 유관기관 연계	한류상품
		K-pop 행사 연계 개최	
시장정보 제공		현지 시장 조사를 통한 보고서 발간	전 장르
		현지 한국 콘텐츠 진출현황	
		현지소비자에 대한 문화코드 및 콘텐츠 수용정도 조사	

□ 한국콘텐츠진흥원 해외 사무소를 통한 해외 마케팅 지원

- 현재 한국콘텐츠진흥원에서는 4개 지역의 해외사무소²¹⁾를 활용한 해외 마케팅 지원 사업을 수행하고 있음
- 해외사무소 운영은 시장정보 제공, 핵심 네트워크, 비즈매칭 및 컨설팅 강화를 통해 수출지원 플랫폼 역할을 강화하고 국산 콘텐츠의 현지 시장 진출을 고려하여 권역별 특화업무 수행을 목표로 하고 있음

〈표 14. 해외사무소를 활용한 마케팅 지원과 해외 현지화 사업개요〉

사 업 명	사업내용
해외 현지 마케팅 활성화 및 해외 인프라 운영지원 (해외사무소)	□ 사업목적 - 국산 문화콘텐츠 수출 활성화를 위한 해외 진출 거점 마련 - 지역별 특화사업의 추진을 통한 권역별 진출 기업의 경쟁력 강화 □ 사업내용 - 수출 활성화를 위한 4개 주요 해외거점 운영(미국, 유럽, 일본, 중국) • 현지출장 및 파견 기관/업체에 인프라 제공 지원 • 국내콘텐츠 수출활성화 사업을 위한 인프라 운영 - 해외현지 수출촉진 지원서비스 • 현지 홍보마케팅 상시 지원-전시회 및 컨퍼런스 참가 지원

20) 한국애니메이션제작자협회, 2014-2018 애니메이션산업 중장기발전정책 방안수립연구, 2014, p.115.

21) KOCCA 해외사무소 : 미국 LA, 영국 런던, 일본 동경, 중국 북경

	• 법률, 제도 등의 자문단 운영-지역별 문화산업 주간 동향 조사 - 수출 유망 콘텐츠 핵심 마케팅 • 우수파일럿, 스타프로젝트 연계한 적극적 마케팅 지원 • 수출 및 투자유치 성공 사례 도출
--	--

□ 국가 간 공동제작 협력모델 구축

- 국제 공동제작 활성화를 통한 제작 자본 조달 방식의 다양화와 해외 배급과 진출 활로의 개척을 목표로 제시된 국가 간 공동제작 협력모델 구축을 위해 국가 간 공동제작 협정 체결이 추진
 - 2003년부터 2008년까지 총 7개 프로젝트에 대해 한국-캐나다 간 애니메이션 공동제작 승인 업무가 추진
 - 한-중 FTA를 통해 양국의 인력과 자본이 투입된 작품은 양국에서 국산으로 인증 받을 수 있도록 하기 위한 정부간 협력이 진행
- 해외 진출 확대 및 협력강화를 위한 여러 사업은 국내 창작 애니메이션의 해외시장 진출 기회 마련에 중요한 성과를 이뤄내고 있음
 - 국내 창작 애니메이션의 해외 주요 미디어 방영이 증가
 - 중국 등 아시아 및 미주,유럽 국가와의 공동제작 프로젝트 증가
 - 해외 제작사, 방송사, 배급사 등과의 비즈니스 네트워크 확대
- 이러한 해외 진출지원 정책의 성과는 일부 한계를 동반하고 있음
 - 해외 진출과 공동제작이 활성화 되었지만 실질적인 해외 수익 매출의 증가는 제한적임
 - 국내 제작사의 해외 진출을 통한 주도적이고 안정적인 비즈니스 체계수립은 미흡함
 - 국내 업체의 해외법인 설립을 통한 해외 현지에서의 제작, 유통, 배급 등의 사업 역량 제고가 미흡함

3.5. 애니메이션 저변 확대

□ 애니메이션 관련 축제 행사

- 서울국제만화애니메이션페스티벌 (SICAF), 서울캐릭터라이선싱페어, 춘천 애니타운페스티벌 등 각종 애니메이션 축제를 지원하고 있으며, 이러한 축제들은 애니메이션과 캐릭터에 대한 대국민 직접 접촉을 통해 애니메이션 소비 저변확대에 일정 부분 기여
- 서울캐릭터라이선싱페어는 창작 애니메이션을 활용한 OSMU, 캐릭터 사업화를 통한 부가사업의 창출이 중요해지고, <뽀롱뽀롱 뽀로로>, <로보 카 폴리> 등 국내 창작 애니메이션의 인기 등에 힘입어 국내 애니메이션 · 캐릭터 장르의 대표 행사로 자리 잡고 있음
- 학생들을 대상으로 하여 타 행사들과 차별화를 둔 부천국제학생애니메이션페스티벌 (PISAF)은 행사의 운영과 출판 작품의 증가 및 작품성의 향상 등으로 꾸준히 성장하고 있음
- 1995년부터 매년 개최되고 있는 SICAF의 경우 만화 출판시장의 위축으로 인한 대형 출판사의 참여 부진, 캐릭터페어에 애니메이션 제작사의 참여가 집중됨에 따른 제작사들의 참여 부진으로 대학교의 관련 학과, 만화작가들의 작품전시 및 애니메이션 영화제를 중심으로 운영
- 춘천애니타운 페스티벌의 경우도 참가사의 감소, 차별화된 프로그램의 부재 등으로 부진을 이어가다 현재는 ‘춘천애니메이션포럼’으로 행사의 성격이 변경되어 지속되고 있음

□ 대한민국 콘텐츠 어워드 시상 및 산업백서 발간

- 문화체육관광부가 주최하고 한국콘텐츠진흥원이 주관하는 ‘대한민국 콘텐츠어워드’는 한 해 동안 가장 두드러진 활약으로 콘텐츠 산업 발전에 뛰어난 공적을 세운 우수 콘텐츠를 선정하여 시상하고 있음
- 업계의 창작 의욕을 고취하고 국산 콘텐츠에 대한 국민적 관심을 제고하고자 마련되었으며 비록 애니메이션 분야 고유의 시상식은 아니나 페스티벌 축제를 제외하고는 애니메이션 분야의 유일한 시상식임
- 대한민국 콘텐츠 어워드는 만화대상, 애니메이션대상, 캐릭터대상, 차세대 콘텐츠대상, 방송영상 그랑프리 및 해외진출 유공자포상으로 구성
- 한국콘텐츠진흥원은 매년 애니메이션 업계의 동향을 종합적으로 분석한 ‘애니메이션 산업백서’를 비롯한 여러 간행물을 발간하고 있으며, 국내외 통계자료를 담은 국내외 산업 동향 자료 및 국내외 콘텐츠산업 관련 법, 제도, 정책, 기술 등 각종 이슈에 대한 연구보고서를 발행하여 국내 애니메이션 제작사들이 작품의 기획 및 사업의 기획 시 활용할 수 있는 다양한 정보를 제공

해외 애니메이션 지원제도 사례 연구



Ⅲ. 캐나다 애니메이션 지원정책 및 제도

1. 캐나다 애니메이션 산업현황
2. 영상산업 지원기관 및 체계
3. 애니메이션 산업 지원정책
및 제도
4. 지원정책의 성과 및 과제

1. 캐나다 애니메이션 산업 현황

1.1. 캐나다 애니메이션 산업 규모

1.1.1. 캐나다 영상물 산업 규모

- 캐나다의 문화콘텐츠 산업규모는 2012년 기준 약 625억 달러로, 2017년까지 연평균 4.4% 성장이 예상되며, 스마트폰, 태블릿 PC 보급 확대에 따른 모바일 콘텐츠의 소비 증가가 성장을 주도

〈표 15. 캐나다 문화콘텐츠 산업 규모〉

(단위: 백만 달러)

구분	'09	'10	'11	'12	'13(F)	'17(F)	CAGR
출판	6,089	6,357	6,238	6,127	6,041	5,810	-1.1
만화	44	43	45	50	50	48	-1.1
음악	1,390	1,282	1,302	1,340	1,370	1,466	1.8
게임	1,263	1,321	1,238	1,071	1,123	1,376	5.1
영화	3,014	2,947	3,069	3,093	3,136	3,444	2.2
애니	530	620	541	620	630	705	2.6
방송	11,274	11,995	12,362	12,437	12,502	12,838	0.6
광고	11,567	12,589	13,178	13,624	14,174	17,121	4.7
캐릭터	9,300	8,930	9,240	9,385	9,813	11,956	5.0
지식정보	11,247	12,561	13,710	14,799	16,188	22,751	9.0
합계	55,718	58,645	60,923	62,547	65,027	77,515	4.4

* CAGR: 연평균 성장률 / (F)는 전망치

* 자료원: PWC Global Entertainment and Media Outlook 2013-2017

- 2012~2013 기간²²⁾ 중 캐나다 영상물(극장, TV, 비디오 포함) 생산 규모는 58억 1600만 달러로 2009년 이후 지속적으로 상승하였으나, 2012~2013년 기간에는 전년 대비 소폭 하락²³⁾

22) 캐나다의 영상산업 관련 통계는 전년도 4월부터 당해년도 3월까지를 1년 단위로 함

23) Canadian Media Production Association (CMPA), Profile 2013, Economic Report on the screen-based media production industry in Canada

<표 16. 연간 캐나다 영상물 생산량 (단위: \$백만)>²⁴⁾

구분	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/03
캐나다 TV물	2,131	2,128	2,231	2,041	2,154	2,572	2,320
캐나다 극장용	298	323	260	363	322	340	351
해외 영상물 제작	1,433	1,770	1,445	1,508	1,874	1,687	1,740
방송사 In-house	1,139	1,135	1,184	1,103	1,249	1,265	1,405
합계	5,001	5,356	5,120	5,015	5,599	5,864	5,816

- TV 영상물 생산규모는 \$20억3,200만으로, 전체 영상물 생산의 40%를 차지하며, 그 외 극장 영상물은 6%, 해외 영상물 제작서비스는 30%, 방송국 자체(in-house) 제작물은 24%를 차지
- 2012~2013 기간의 캐나다의 아동 청소년물 총 생산량은 \$350백만으로 전년 대비 25.7% 축소되었으며, 그중 TV 영상물이 금액 기준으로 95%, 작품 수 기준으로는 81%를 차지

<표 17. 캐나다 아동청소년 프로그램 생산량 (단위 : \$백만)>²⁵⁾

구분	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/03
TV물	361	311	352	379	351	423	336
극장용	6	13	16	40	18	48	14

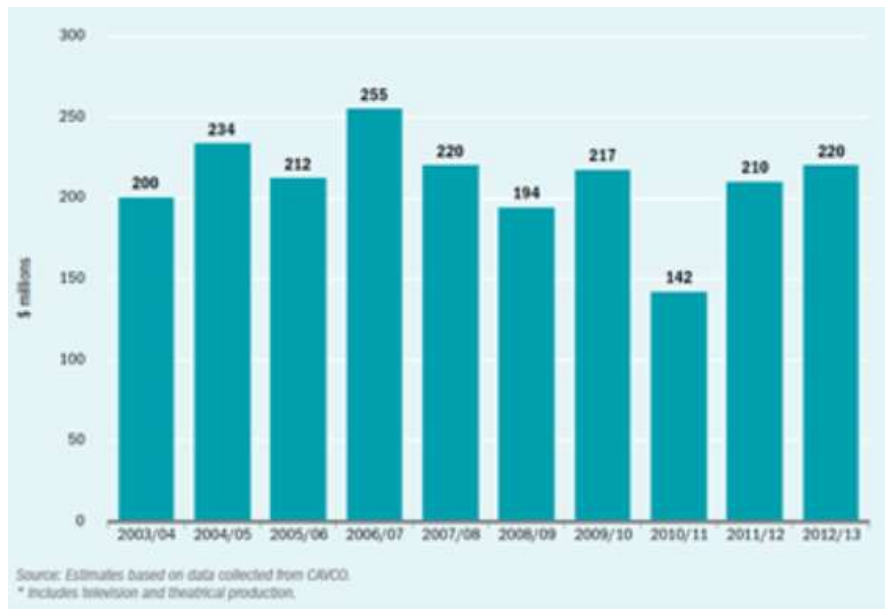
1.1.2. 캐나다 애니메이션 생산량

- 2012-2013년 기간 매체와 장르를 불문한 애니메이션 총 생산량은 전년 대비 4.8% 증가한 총 \$2억2천만 규모
 - 이는 지난 10년 중 최고였던 2006~2007년 기간에 비하면 14% 하락한 것으로 캐나다 애니메이션 생산이 정체상태에 있음을 보여줌

24) Canadian Media Production Association (CMPA), Profile 2013, Economic Report on the screen-based media production industry in Canada, p.7.

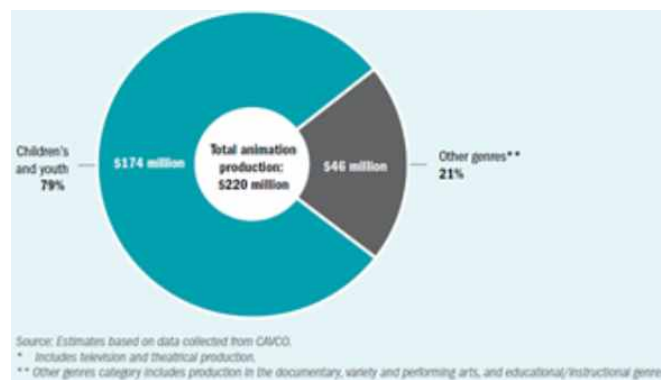
25) Canadian Media Production Association (CMPA), Profile 2013, Economic Report on the screen-based media production industry in Canada, p.26.

<그림 4. 캐나다 애니메이션 생산량>²⁶⁾



- 그중에서 전체 애니메이션의 79%를 차지한 아동/청소년 대상 애니메이션의 생산량은 금액 기준으로 \$1억7,500만을 기록

<그림 5. 캐나다 장르별 애니메이션 생산비중>²⁷⁾



26) Canadian Media Production Association (CMPA), Profile 2013, Economic Report on the screen-based media production industry in Canada, p.30.

27) Canadian Media Production Association (CMPA), Profile 2013, Economic Report on the screen-based media production industry in Canada, p.31.

1.2. 부문별 애니메이션 산업현황

1.2.1. TV 애니메이션 현황

□ TV 애니메이션 생산량

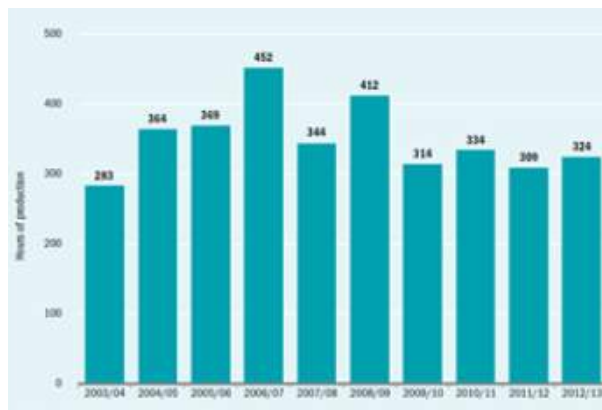
- TV 영상제작물 중 아동 청소년물의 비중은 14%로, 픽션(Fiction, 48%)에 이어 다큐멘터리(15%)와 비슷한 14%의 높은 비중을 차지

〈표 18. 2012/13 캐나다 TV 프로그램 장르별 생산비중〉²⁸⁾

장르	생산비중
드라마 (Fiction)	48%
다큐멘터리	15%
아동, 청소년 프로그램	14%
라이프 스타일	14%
버라이어티, 공연	5%
기타	4%

- 물량 기준으로 캐나다의 TV 애니메이션 생산량은 2012~2013년 기간 중 총 324시간으로 전년 대비 소폭 증가하였으나, 지난 10년간 최고 수준이었던 2006~2007기간에 비하면 28% 감소한 수치

〈그림 6. 캐나다 TV 애니메이션 생산량〉²⁹⁾



28) Canadian Media Production Association (CMPA), Profile 2013, Economic Report on the screen-based media production industry in Canada, p.44.

29) Canadian Media Production Association (CMPA), Profile 2013, Economic Report on the screen-based media production industry in Canada, p.31.

- 금액 기준으로 캐나다의 TV 애니메이션 생산량은 2012~2013 기간 중 총 \$1억8,400만으로, 그중 영어 프로그램이 \$1억 5,500만으로 84%를 차지

□ TV 아동 청소년 프로그램 재원조달

- 2012~2013 기간의 ‘아동, 청소년 TV 프로그램’ 재원조달은 지방정부 세제혜택(23%)> Canada Media Fund (17%)> 민영방송국 방영료 (14%)> 해외 선판매 또는 투자 (11%)> 연방정부 세제혜택 (10%), 캐나다 배급사 (10%)> 공영방송 방영료 (7%) 에 의해 이루어짐
 - 세제혜택과 Canada Media Fund의 공공 지원이 전체 재원의 50%를 차지
 - 민간 영역의 투자는 제작사 투자, 민간 투자, 방송국 투자를 합쳐서 7%에 불과

<표 19. 2012~2013 캐나다 TV 프로그램 장르별 재원조달 구조 (%)>³⁰⁾

재원	픽션	아동청소년	다큐멘터리	라이프스타일	비라이어티/공연	전체 장르
민영 방송사 방영료 (License Fee)	10	14	27	50	11	20
공영 방송사 방영료 (License Fee)	10	7	7	10	34	11
연방정부 세제혜택 (Federal Tax Credit)	10	10	10	11	11	10
지방정부 세제혜택 (Provincial Tax Credit)	18	23	16	14	16	17
캐나다 방송사 (Canadian Broadcaster)	16	10	9	6	1	11
해외 자본	12	11	4	4	1	8
캐나다 미디어 펀드 (Canada Media Fund)	15	17	17	-	17	13
기타 공공자금 (Other Public)	1	1	3	1	3	1
기타 민간영역 (Other Private)	9	7	6	3	7	8
계	100	100	100	100	100	100

□ TV 아동 청소년 프로그램 시청률

- 2012~2013 기간 영어권 시장에서의 유효시간대(peak-time) 캐나다 TV 아동 청소년물의 시청자 점유율은 40%로 높은 수준이나, 2011년 44%에 비해서는 4% 감소
 - 프랑스어권 시장에서의 캐나다 아동 청소년물 시청자 점유율은 60%로 프랑스어권 시장에서 특히 높은 시청자 점유율을 보임

30) Canadian Media Production Association (CMPA), Profile 2013, Economic Report on the screen-based media production industry in Canada, p.50.

<표 20. 장르별 TV Peak time 캐나다 프로그램 시청률(영어권)>³¹⁾

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
드라마 (Fiction)	15%	13%	12%	13%	16%	14%	16%
다큐멘터리	55%	48%	49%	49%	35%	35%	50%
아동, 청소년	52%	30%	43%	45%	46%	44%	40%
버라이어티, 공연	32%	25%	31%	25%	20%	19%	26%
전체 장르	34%	29%	31%	34%	22%	22%	26%

- 전체적인 TV 시청시간은 감소하고 있고, 2-11세 아동 시청자의 TV 시청 시간은 2012~2013년 기간 중 평균 21.6 시간으로, 2010~2011년 기간의 22.7시간, 2011~2012 기간의 22.2시간에서 지속적인 감소 추세
- TV 시청시간이 줄어드는데 비해, 인터넷, 모바일 매체로의 시청자 전이 현상이 나타나고 있음
 - 예를 들어 애플의 ‘NFB 필름 앱(NFB Films app) 을 통해 1,000개의 다큐멘터리와 애니메이션, 장편 영화 등을 아이패드로 무료 시청 가능

1.2.2. 극장용 애니메이션 현황

- 캐나다 미디어제작협회(CMPA)의 통계자료에 따르면, 2011년 기준 아동용 애니메이션 제작비의 96%가 TV방송 시리즈에 투입되었고 극장용 애니메이션 비중은 4%에 불과
- 제작 규모는 캐나다 애니메이션 산업의 경쟁력에 비해 상대적으로 적음
 - 주된 이유로는 캐나다가 애니메이션 제작에 있어 창조성과 기술적인 면에서는 앞서 있지만, 막대한 흥행수입이 발생하는 극장용 영화에 있어 상대적으로 미국의 영향을 받기 때문인 것으로 분석

31) Canadian Media Production Association (CMPA), Profile 2013, Economic Report on the screen-based media production industry in Canada, p.64.

- 캐나다 박스오피스(Box Office)를 기준으로 살펴보면, 2000~2010년 기간 중 캐나다에서 만들어진 극장용 영상물들은 총 184개였고 매출액은 약 14억 달러에 달했지만, 이중에서 애니메이션은 하나도 없음
- 캐나다 박스오피스(Box Office)에서 흥행에 성공한 사례는 미국과 캐나다에서 동시 상영된 TV방송 애니메이션 시리즈 <Care Bears>의 극장용 애니메이션 <Care Bears Movie (1985)>였고, 이 작품은 전세계에서 매출 3,400만 달러를 달성했지만, 1986년과 1987년에 상영된 후속작들은 매출액이 1편의 1/2도 미치지 못하는 1,200만 달러와 600만 달러로 흥행에 실패
- 캐나다 장편 애니메이션 분야는 주로 미국 헐리우드 애니메이션의 post-production 과정에서 3D와 컴퓨터 그래픽 작업의 주요 아웃 소싱 파트너의 역할을 수행
 - 캐나다는 전문 인력기반이 탄탄하기도 하지만 캐나다 스튜디오는 연방 및 주정부의 세액공제 등의 혜택으로 인해 미국의 하청기지로서 유리한 여건을 갖추
- 캐나다의 국립영화위원회(National Film Board of Canada, NFBC)는 캐나다 애니메이션 창조성의 원천이 되고 있지만 예술적인 측면에 중점을 두며, 흥행성 위주의 극장용 장편 애니메이션보다는 예술성, 실험성이 강한 단편 애니메이션에 주력

1.3. 캐나다의 주요 애니메이션 기업

1.3.1. 애니메이션 제작사

- 캐나다에는 총 120여 개의 애니메이션 스튜디오가 있는 것으로 파악되며 그중 주요 기업은 다음과 같음

○ 넬바나 엔터프라이즈 (Nelvana Enterprise)

- 1971년 Michael Hirsh, Patrick Loubert, Clive A Smith 가 설립
- 4천편 이상의 단편 애니메이션 콘텐츠를 보유하고 있고, 약 150여개국에서 방송
- 라디오, 방송사, 출판사를 보유하고 있는 Corus Entertainment 그룹에 2000년에 인수되어 Corus 그룹 내의 방송 관련 유통, 제작, 라이선싱과 머천다이징을 수행
- Corus 그룹은 캐나다 애니메이션 주요 방송 채널인 YTV, Teletoon, Treehouse와 Nickelodeon Canada를 소유하고 있으며, Nelvana의 대표작으로는 Franklin and Friends, Babar, Max Ruby, Beyblade 등이 있음

○ 쿠키 자 그룹 (Cookie Jar Group)

- 1976년 Michael Hirsh, Leslev Taylor가 설립한 제작사로서 단편 애니메이션만도 6천편이 넘으며, 대표작으로는 Caillou, Inspector Gadget, Arthur, The Doodlebops, Johnny Test 등이 있음
- Jaroo.com은 Cookie Jar Group의 글로벌 온라인 어린이 방송 콘텐츠 사이트로서 다양한 어린이 TV시리즈와 영화 콘텐츠를 제공
- GPLG (Copyright Promotion Licensing Group)라는 전문 라이선싱 기업을 인수하여 Cookie Jar Group의 라이선싱 업무를 위탁

○ 아크 프로덕션 (Arc Production)

- 1985년 Dan Krech, Jacke Lynette가 설립하였고, 본사는 토론토에 소재하고 컴퓨터 그래픽 애니메이션에 주력
- 미국 등 외부 제작사들로부터 의뢰를 받아 프로젝트를 수행하며, 영화, TV, DVD 애니메이션을 제작

1.3.2 유통 배급업체

○ 캐나다 독립영화 비디오기금(CIFVF: Canadian Independent Film and

Video Fund)에는 방송 콘텐츠 독립 유통업체 약 30개사가 등록되어 있는데, 흥행 가능성이 높은 콘텐츠들의 대다수는 Corus Entertainment, Cookie Jar Group 등의 캐나다 현지 대형 엔터테인먼트 그룹에서 유통하고 있음

<표 21. 캐나다 주요 애니메이션 유통업체>

주요 유통업체	방송 채널
Corus Entertainment	Family Channel
(Nelvana)	YTV
Cookie Jar Group	VRAC.TV
Entertainment One	Teletoon
Lions Gate	TreeHouse
	BBC Kids
	Cartoon Network Canada

1.4. 캐나다의 방송사업자

- 캐나다의 TV 보유 가구수는 1,394만 6,000가구이며³²⁾, TV 채널수는 지상파, 지역채널, 케이블, 위성, IPTV 를 전부 포함할 때 702개(영어 439, 불어 101, 제3국어 162개 채널)³³⁾
- 다수의 민영방송국과 국영방송국, 통신사업자 채널로 다양하며, 지역별 인구 집중도가 높아 지역방송사업자의 영향력이 큼
- 2013년말 기준, 디지털 케이블의 시청자 점유율이 45%로 가장 크고, 유료 디지털 위성 20%, 지상파 TV 14%, 아날로그 케이블이 13%임³⁴⁾

32) 정보통신산업진흥원, 정보통신방송해외정보 (CONEX)

33) 2012년 기준 (출처 : 미래창조과학부, 한국인터넷진흥원, 국가별 정보통신방송현황 2013)
<http://conex.or.kr/jsp/issue/broadcast.jsp>

34) 정보통신산업진흥원, 정보통신방송해외정보 (CONEX)

〈표 22. 캐나다의 방송 플랫폼별 주요 사업자〉³⁵⁾

구분	주요 사업자
지상파 TV	CBC (공영), CTV, Global
케이블 TV	Rogers Cable, Shaw Communications
위성TV	Bell TV, Shaw Direct, TELUS Satellite

○ CBC (Canada Broadcasting Corporation)

- 캐나다의 국영방송으로 55년 역사의 CBC, CBC News, 디지털 유료채널 bold, 불어유료 예술문화 전문 채널 artv 등 채널을 보유

○ CTV

- 2010년 Bell Canada Enterprises(BCE)에 매각된 전국규모 시청자 점유율 1위 ((8.9%)의 최대 민영방송사업자
- the comedy Network, Discovery Channel Canada 등 30여개 채널 / 27개 방송국을 보유하고 있으며, 주로 미국의 인기 프로그램을 수입 방영

○ Global Channel

- 전국 규모 시청자 점유율 2위(5.8%)의 민영방송사업자로 2010년 케이블 사업자 Shaw Communications 에 매각되었으며, 주로 드라마, 리얼리티 예능 프로그램을 방영

○ Rogers Cable

- 160개의 케이블 채널을 공급하는 최대 케이블 TV 사업자로 2012년 9월 기준으로 223.9만 가구가 가입
- 1967년 설립된 캐나다 최대의 종합통신사업자 Rogers Communications 의 자회사 Rogers Media 가 운영

35) 정보통신산업진흥원, 정보통신방송해외정보 (CONEX)

○ Bell Canada Enterprise (BCE)

- 최대의 디지털 위성 TV 사업자로 500여개 채널을 제공하는 Bell TV를 운영하며, 2010년 최대 민영방송 CTV를 인수하고, 28개의 방송국 보유

2. 영상산업 지원기관 및 체계

2.1. 캐나다의 문화정책 포트폴리오(Portfolio)³⁶⁾

- 캐나다 정부에서 ‘포트폴리오’(portfolio)란 행정부의 장(head)이 관할 하는 전체 범위를 의미
- 일반적으로 하나의 포트폴리오는 1개의 부(department)가 관장하지만, 조직적으로는 독립적 정부 기관인 산하 기관(departmental agency 또는 portfolio agency) 그리고 해당 영역 공기업인 공사(Crown corporation) 및 법인들로 구성되어 있어, ‘포트폴리오’라는 개념은 행정부처(department)보다 넓은 개념임
- ‘캐나다 문화 포트폴리오’는 문화적 주권(cultural sovereignty)을 유지하고, 캐나다의 정체성(Canadian identity)을 고양시키기 위한 목적으로 1993년 구축하였음
 - ‘캐나다 문화 포트폴리오’의 중심인 캐나다 문화부(Department of Canadian Heritage)는 1995년 의회에서 통과되어 1996년 공포된 캐나다 문화부법 (Department of Canadian Heritage Act)에 따라 1996년 설치
 - 문화부는 7개의 산하 기관, 10개의 공사 및 법인, 1개의 독립적 위원회와 함께 ‘캐나다 문화 포트폴리오’를 구성
- ‘캐나다 문화 포트폴리오’의 책임자인 문화부 장관은 권한 범위 이내에 있는 모든 기관 및 기구들을 통하여 캐나다인들의 문화적 삶과 각종

36) 한국게임산업개발원, 캐나다의 문화산업정책, 2001.

문화 예술 활동들을 지원하고, 문화와 관련된 다양한 산업 부문들을 발전시키는 임무를 담당하고 있음

- 궁극적으로는 하나의 ‘독자적 문화’로서 캐나다를 유지. 발전시키고, 캐나다인들의 문화적, 경제적 삶의 윤택함을 보장하는 목적을 지향

2.1.1. 문화부(Department of Canadian Heritage)

- 문화부 장관의 구체적인 업무 범위는 문화 개발(cultural development), 문화 예술(heritage and arts), 공식어(official language), 캐나다 정체성(Canadian identity), 시민 참여(citizens' participation), 청소년, 다문화주의(multi-culturalism), 스포츠를 포함
- 1995년 6월 15일 통과되고, 1996년 7월 12일 공포된 캐나다문화부법(Department of Canadian Heritage Act)에 따라 설치

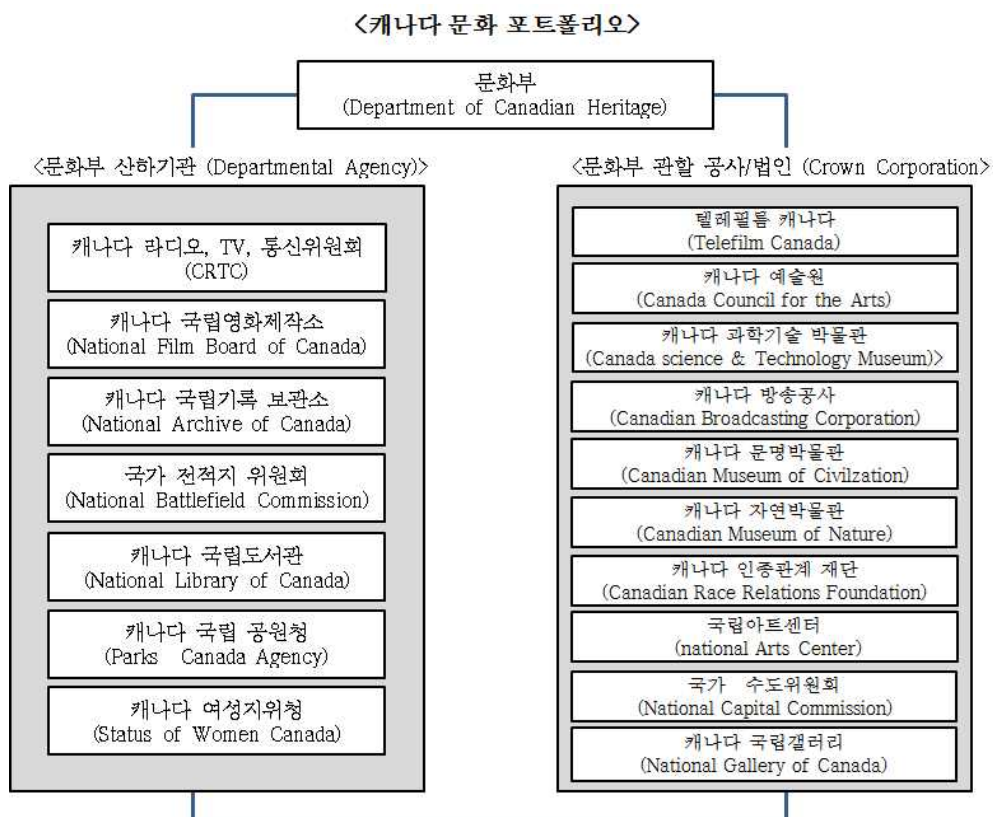
2.1.2. 문화부 산하기관(departmental agency 또는 portfolio agency)

- 산하 기관들은 대부분 이전에는 부의 일부로 있다가 업무의 중요성과 업무의 양이 증대됨에 따라 독립하게 된 조직들로, 독자적 조직이 된 이후는 문화부와 대등한 입장에서 서로 협력하며 업무를 처리
- 산하기관으로는 캐나다 라디오·텔레비전 통신위원회(Canadian Radio-television and Telecommunications Commission: CRTC), 캐나다 국립기록보관소(National Archives of Canada), 국가전적지위원회(National Battlefields Commission), 캐나다국립영화제작소(National Film Board of Canada), 캐나다국립도서관(National Library of Canada), 캐나다국립공원청(Parks Canada Agency), 캐나다여성지위청(Status of Women Canada) 의 7개 기관이 존재

2.1.3. 문화부 관할 공사 및 법인 (Crown corporation)

- 공사 법인(Crown corporation) 은 그 재정의 일부를 연방 정부 또는 주 정부가 출연하여 운영하는 영리 혹은 비영리 법인을 의미하며, 캐나다 문화부의 관할권에 포함되는 공사 및 법인은 10개가 있음
- 캐나다예술원(Canada Council for the Arts), 캐나다과학기술박물관(Canada Science and Technology Museum), 캐나다방송공사(Canadian Broadcasting Corporation: CBC), 텔레필름캐나다(TeleFilm Canada), 캐나다문명박물관(Canadian Museum of Civilization), 캐나다자연박물관(Canadian Museum of Nature), 캐나다인종관계재단(Canadian Race Relations Foundation), 국립아트센터(National Arts Center), 국가수도위원회(National Capital Commission), 캐나다국립갤러리(National Gallery of Canada)

<그림 7. 캐나다 문화 포트폴리오>



2.2. 캐나다 영상산업 정책 주체

- 캐나다의 영화 및 비디오 산업정책의 수립과 집행을 담당하는 핵심기관은, 1)캐나다 시청각작품인증실(Canadian Audio-Visual Certification Office: CAVCO)을 중심으로 한 문화부, 2) 문화부 산하기관인 캐나다국립영화제작소(National Film Board of Canada), 3) 문화부 관할의 공사 조직인 텔레필름 캐나다(Telefilm Canada)라고 할 수 있음
- 이 기관들이 캐나다 영화 및 비디오 산업을 지원하기 위해 제공하는 프로그램은 세액 공제(tax credit) 형태의 재정적 지원(fiscal support); 투자, 융자, 융자 보증, 선급금(advance) 지급, 보조금(grant) 지급 같은 금융적 지원(financial support); 그리고 정보 및 기술적 지원 등 다양

2.2.1. 문화부 내 ‘캐나다 시청각작품 인증실’(CAVCO)

- 프로젝트에 대하여 세액 공제를 제공하는 재정적 지원을 담당하며, 직접 관리하는 ‘캐나다 영화비디오제작 세액공제’(Canadian Film or Video Production Tax Credit: CPTC)와 ‘캐나다 국세관세청’(Canada Customs and Revenue Agency)과 공동 관리하는 ‘영화비디오 제작서비스 세액공제’(Film or Video Production Services Tax Credit: PSTC)의 두 가지 형태

2.2.2. 캐나다 국립영화제작소(National Film Board of Canada, NFBC)³⁷⁾

□ NFBC 개요 및 실적

- 캐나다 정서를 반영하고 캐나다 국민의 가치에 기반한 혁신적이고 독창적 영상물의 창작과 배급을 목적으로 하는 연방정부 산하기관(agency)

37) National Film Board of Canada Homepage (<http://onf-nfb.gc.ca/en/home/>)

- 공공 지원이 없이는 제작되기 어려운 혁신적이고 도전적인 콘텐츠의 제작과 배급을 지원하며, 영상자료 보관, 포스트 프로덕션, R&D 설비를 보유
- 1939년 설립 이후 13,000편 이상의 작품을 제작하였으며, 12회의 아카데미 수상을 포함 5,000회 이상의 영화제 수상작을 배출하였고, NFBC 자체 사이트 및 국내외 주요 동영상 사이트를 통해 2,000편 이상의 작품을 온라인 서비스하고 있음
- NFBC는 창조적인 작품을 제작하는 스튜디오로 세계적으로 인정받고 있으며, 특히 다큐멘터리, 애니메이션, 디지털 콘텐츠, 3D 입체 애니메이션 분야에서 혁신을 주도
- NFBC의 주요 의사결정은 정부가 임명하는 위원장과 6명의 민간위원, 텔레필름 캐나다(Telefilm Canada)의 대표(Executive Director)로 구성된 8인 위원회(Board of Trustees) 에서 이루어짐
- 캐나다 전역에 6개의 제작 스튜디오³⁸⁾를 보유하고 있고, 영화 제작은 외부 감독 및 스태프를 활용하되, 각각의 책임 프로듀서들이 제작 스튜디오를 관리, 운영
- NFBC의 영상물 제작은 1) 100% NFBC가 투자하여, 저작권을 보유하고 배급하는 방식, 2) 캐나다 제작사의 작품에 공동제작자로 참여하는 방식, 3) 캐나다 제작사, 해외 파트너와 공동으로 제작에 참여하는 방식 등 3가지 방식에 의해 이루어짐(공동제작의 NFBC의 투자지분은 49% 이하)
- NFBC 작품선정 기준
 - 스토리, 포맷, 제작기법 활용에 있어서의 창조성 (Creative Excellence)

38) 몬트리올에 애니메이션 제작 스튜디오 운영

- 상상력이 풍부하며, 혁신적인 새로운 시도
- 수요자에 대한 명확한 고려
- 재무적, 기술적 실현 가능성

○ 2012-2013년 기간의 NFBC 주요 실적³⁹⁾

- 오리지널 영화 76편, 13편의 Interactive 프로젝트(애니메이션 24편)
- 76편의 영화중 NFBC 독자 제작은 52편, 공동제작은 24편
- 수상실적 : 캐나다 국내 수상작품 67편, 국제 영화제 수상작품 68편

<표 23. 2012-2013 기간 NFBC실적>

	NFB Productions	Co-productions	Total
ORIGINAL FILMS			
Animation			
Short	17	7	24
Documentary			
Short	22	9	31
Medium length	6		6
Feature	5	6	11
Experimental			
Short	1		1
Medium length	1		1
Fiction			
Feature		2	2
Total			76
INTERACTIVE WORKS			
Websites	8		8
Public installations	2		2
Applications for tablets	3		3
Digital documents supporting interactive works	83		83

- NFBC 의 재원은 연방정부의 국고 전입금(Transfer payments) 와 자체 수익으로 구성되며, 자체 수익은 영화배급수익, 제작서비스 매출, 설비임대 등으로 구성됨

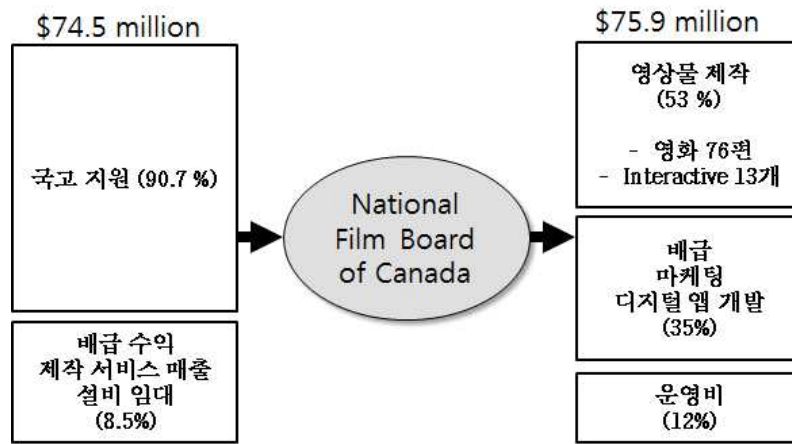
- 2013년 NFBC의 총 수입은 \$74.5백만으로 그중 영업수익은 \$6.3백만, 국고 지원이 \$67.6백만으로 국고 지원이 총 수입의 90% 이상을 부담하

39) National Film Board of Canada, Annual Report 2012-2013.

며, 정부의 예산 삭감으로 2015년에는 국고 지원이 \$60.3 백만으로 축소 될 것으로 예상

- 2013년 NFBC의 총 지출규모는 \$75.9 백만으로 그중 프로그램 제작에 53%, 배급, 마케팅에 35%를 사용하였음

<그림 8. 2013년 NFBC 수입, 지출 결산>



□ NFBC 애니메이션 스튜디오

- NFBC 의 6개 제작스튜디오 중 하나인 애니메이션 스튜디오는 1941년 실험적 애니메이션 감독이었던 노먼 맥라렌이 합류하면서 설립
- NFBC 애니메이션 스튜디오는 설립 이후 다양한 실험 작품을 선보이며 핀스크린(Pin Screen)⁴⁰⁾ 애니메이션 등 혁신적 제작 기법을 발전시켰음
- 코 호드맨, 브레티슬라브 포야르, 이슈 파텔, 캐럴라인 리프, 자크 드루윙 등 세계적인 애니메이터가 NFBC 애니메이션 스튜디오를 거점으로 작업

40) 핀 스크린 애니메이션(Pin Screen Animation)은 회화의 기초적인 미학을 기계적인 미학으로 전환시킨 테크노 미디어 미학의 결정판이다. 핀 스크린 애니메이션은 하얀 판 위에 수천 개의 얇고 날카로운 핀들을 꽂아 놓고 옆에서 비추는 조명들과 핀의 움직임에 의해 나타나는 그림자를 가지고 흑백이나 또는 회색빛의 부드러운 영상으로 표현하는 기법 .

- 맥라렌은 <수상한 이웃>으로 오스카상을 수상. 이 작품은 픽셀레이션(Pixillation) 기법을 사용했는데, 이는 스톱모션의 변형된 형태로, NFBC의 애니메이터 그랜트 먼로(Grant Munro)에 의해 개발되고 명명된 것임
- NFBC는 컴퓨터 애니메이션의 선구자로, CGI 애니메이션의 초기 작품 중 하나인 <Hunger (1974)> 를 제작
- NFBC는 비폭력, 비성차별, 비인종차별을 기본 정신으로 삼고, 모든 작품 제작에 있어서 예술, 창의, 기교적인 발전을 지향함
- 애니메이션은 언어의 장벽을 쉽게 초월할 수 있는 장르로 NFBC의 지향점과 부합하며, 새로운 기법 개발과 창의적인 작품 제작으로 전 세계 애니메이션 크리에이티브 인재들을 끌어들이는 것으로 평가됨
- 지금까지 NFBC는 단편, 장편 애니메이션을 9,000편 이상 제작하였고, 아카데미 애니메이션 부문에서만 11회 수상하는 성과를 거둠

2.2.3. 텔레필름 캐나다 (Telefilm Canada)

- 캐나다 영화(feature film) 산업을 지원하기 위하여 1967년 정부가 1천만 달러를 투자하여 설립한 ‘캐나다영화발전공사’로 출발한 공사 조직(Crown Corporation)
- 1983년 프라임 타임에 방영되는 총 텔레비전 프로그램의 85%가 외국산 프로그램들로 채워지게 되자, 캐나다 텔레비전 프로그램의 중흥과 발전을 위하여 ‘캐나다방송프로그램발전기금’(Canadian Broadcast Program Development Fund)을 설치하고 관리를 맡음으로써 1984년에 명칭을 영화와 텔레비전을 모두 반영하는 텔레필름 캐나다(Telefilm Canada) 로 변경
- 영화, 텔레비전, 멀티미디어 분야의 전문가 집단으로서 문화부가 제사하

는 정책 방향과 캐나다 정부가 배정하는 예산 안에서 영상산업의 발전을 위한 금융적 지원을 담당

- 영화(Feature Film, 75분 이상) 부문에는 영화의 기획개발, 제작, 배급을 지원하는 다양한 Canada Feature Film Fund(CFFF) 프로그램을 운용
- 방송 및 기타 매체 부분 지원은 텔레필름 캐나다가 2005-2006년 기간부터 Canada Media Fund Corporation과의 계약에 의해 운영하고 있는 Canada Media Fund를 통해 이루어지고 있으며, 이 계약은 매년 갱신중
 - 텔레필름 캐나다는 Canada Media Fund의 일상적인 관리, 운영을 담당하고, Canada Media Fund Corporation은 예산배정, 금융지원 정책, 연구 및 홍보 업무를 담당

2.3. 캐나다 방송산업 정책주체

- 캐나다 방송 산업의 발전을 위한 정책을 개발하고 시행하는 중심축은
 - 1) 문화부 ‘방송정책혁신과’(Broadcasting Policy and Innovation Branch),
 - 2) 방송 규제 기관인 ‘캐나다 라디오 텔레비전 통신위원회’(Canadian Radio-television and Telecommunications Commission: CRTC)이며, 3) 제도적 측면에서는 공공·민간 협력체인 Canada Media Fund가 핵심 역할을 수행

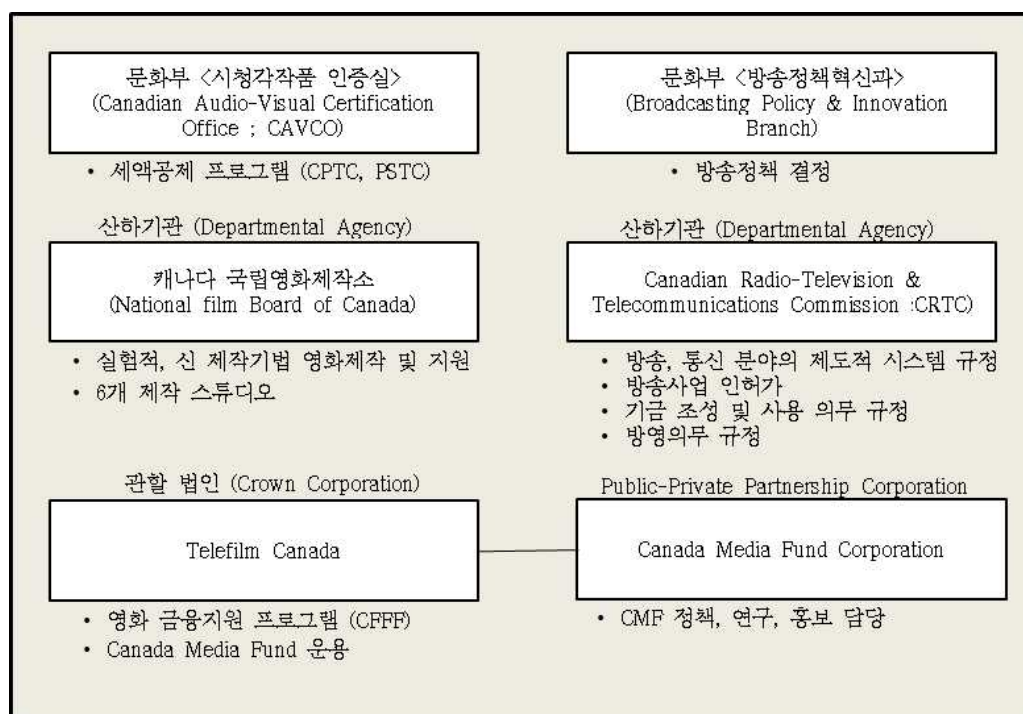
2.3.1. 문화부 방송정책혁신과(Broadcasting Policy and Innovation Branch)

- 전국 공영 방송인 캐나다방송공사(CBC)와 관련된 정부 정책을 담당하는 주관 부서로 공영 방송에 관한 정부의 정책을 결정
 - 공영 방송에 관한 정책은 이후 민영 방송과 케이블, 위성 방송으로 확대되는 경우가 많기 때문에 방송정책혁신과의 정책적 의사결정은 전체 캐나다 방송에 영향력을 미치고 있음

2.3.2. 캐나다 라디오 텔레비전 통신위원회(CRTC)

- 1968년 방송법에 의해 설치된, 방송 및 통신 분야의 규제 감독을 담당하는 기관(Departmental Agency)으로, 의회에 대한 보고는 문화부 장관을 통해서 이루어짐
- 내각책임제 국가의 기관인 만큼 독립기관의 성격을 갖고 있지만 내각과 행정부처 캐나다 문화부, 산업부와 각각 방송법과 통신법의 집행과 관련하여 밀접한 관계를 맺고 있음
- CRTC의 주요 임무는 세부적인 정책이나 프로그램을 개발 및 시행보다는 방송 및 통신 산업 분야의 제도적 시스템 자체를 규정하는데 초점을 맞추고 있음
 - 국내 방송 콘텐츠 산업의 육성을 위해 캐나다 문화부 장관과 협조하여 방송사업자로부터 기금을 조성하며, 방송사업 허가 및 재허가에서 방송의 공익성을 강조하고 캐나다 국산 방송 콘텐츠 제작을 위해 수익의 일정 비율을 사용하도록 방송사업자를 규제하는 역할을 담당

〈그림 9. 캐나다의 영화 및 방송영상산업 지원주체〉



3. 애니메이션 지원정책 및 제도

- 캐나다는 공공의 지원을 필요로 하는 4개 장르(under-represented genres)로 드라마, 다큐멘터리, 아동·청소년, 버라이어티·공연 프로그램을 지원하며, 애니메이션은 아동·청소년(Children & Youth) 장르에 포함되어 지원됨
 - 아동·청소년 장르 중 애니메이션이 차지하는 비중은 약 50%

3.1. 유통 지원

- 애니메이션은 기본적으로 방송 콘텐츠이며 주요 대상이 유아 및 아동이라는 점에서 보다 강한 국산 콘텐츠 요건을 적용받게 되고, 이러한 국산 콘텐츠 방영지원 정책은 캐나다 내수시장에 대한 강력한 육성 정책이면서 애니메이션 산업 지원 방안임
- 캐나다 방송 애니메이션 유통정책은 캐나다 라디오 텔레비전 통신위원회(CRTC)가 주도
 - CRTC는 애니메이션의 주요 대상층인 ‘아동 및 청소년’ 대상 관련, 의무(required) 방송시간과 예상(expected) 방송시간이라는 2가지 규제 조건을 적용
- CRTC의 규정은 방송국 특성에 따라 다르며, 아동 청소년용 프로그램에 대한 방영시간 할당 의무, 유효시간대(peak time) 방영 의무, 매출액 일정 비율의 캐나다 국산물 투자, 신규 프로그램 제작투자 등 다양한 항목에 걸쳐 강력한 캐나다 국산 아동·청소년용 프로그램 방영지원 정책을 포함하고 있음

<표 24. 캐나다 아동, 청소년용 프로그램 관련 방송국의 의무 규정>⁴¹⁾

방송국	구분	아동 (Children) / 청소년(Youth) ⁴²⁾ 프로그램 관련 규정
CBC	공영(연방)	- 아동용:최소 15시간/주, 청소년용:5시간/주(Expectation)
SRC	공영(연방)	- 캐나다산 아동용: 최소 4시간/주 방영 의무 - 아동/청소년용: 최소 20시간/주(Expectation)
TVO/TFO	공영 (주정부)	- TVO: 아동용 교육 프로그램 70시간/주(Expectation) - TFO: 캐나다산 아동용 최소 29시간/주, 청소년용 최소 10시간/주
Tele-Quebec	공영 (주정부)	- 캐나다 아동용 프로그램 평균 21시간/주 방영 의무
SCN	공영 (주정부)	- 아동용에 방영시간의 40% 할당 의무
Knowledge Network	공영 (주정부)	- 아동/청소년용 54시간/주(Expectation)
CTV	민영	- 아동용 2.5시간/주(Expectation)
CHUM	민영	- 아동용 프로그램 방영의무 없음
TVA	민영	- 아동용 프로그램 방영의무 없음
TQS	유료	- 52시간의 아동용 프로그램 Le Petit Journal 1시간/주 제작, 방영 - 아동용 프로그램 30분/주 제작, 방영 의무
Family Channel	유료	- 아동/청소년용 캐나다 프로그램 25% 방영 - 아동/청소년용 프로그램 구매에 총 매출의 30% 사용 의무
YTV	유료	- 5세 이하 프로그램 30%, 6-17세 대상 48%, 가족용 22% 방영 의무 - 독립 제작 캐나다 프로그램 최초 방영 90시간/년 의무 - 캐나다 프로그램에 총 매출의 40% 사용 의무 - 그중 1/3은 최초 방영 오리지날 프로그램에 사용 의무 - 방영시간의 60%를 캐나다산 프로그램 방영 의무
VRAC.TV	유료	- 아동/청소년용 프로그램 방영의무 - 최초 방영 오리지날 캐나다 프로그램 104시간/년 방영 의무 - 총 매출의 41%를 캐나다 프로그램에 사용 의무 - 캐나다 프로그램 방영에 전체의 50% 할당 의무
Teletoon	유료	- 매출의 47%를 캐나다 프로그램 구매에 사용 의무 - Peak time (오후 4시~10시)의 60%를 캐나다산 프로그램에 할당 - 신규 캐나다 프로그램 700 에피소드/년 방영
Treehouse	유료	- 06:00~21:00 시간대는 6세 이하 프로그램 방영 의무 - 매출의 36%를 캐나다 프로그램 구매 및 투자에 사용 의무 - 방영시간의 70% 이상에 캐나다산 방영 의무
Treehouse Discovery Kids	유료	- 방영시간의 35% 이상을 캐나다산 프로그램 방영의무
BBC Kids	유료	- 2-11세 아동용 프로그램에 방영시간의 65% 할당 의무 - 12-17세 청소년 프로그램에 35% 할당 의무 - 전체의 35% 이상을 캐나다산 방영 의무

41) Nordicity Group Ltd., The Case for Kids Programming - Children's and Youth Audio-Visual Production in Canada, 2009 ed. p.11.

42) 아동용 프로그램은 12세 이하의 아동을 대상, 청소년용 프로그램은 13-17세를 대상으로 하는 것으로 규정. 가족용 프로그램은 아동/청소년 대상에 포함되지 않으며, drama 프로그래밍으로 규정

- 또한, 퀘벡, 온타리오, 브리티시컬럼비아 등에서는 주정부 교육 방송국 (provincial educational broadcaster) 차원에서 해당지역에서 제작된 지역 아동용 프로그램을 방송하도록 요구

3.2. 캐나다 국산물 인증제도

- CRTC 의 캐나다 국산물 방영의무 이행 및 국산물 세제혜택(CPTC) 은 캐나다 국산 영상물의 제작 및 시청자 노출을 활성화하기 위한 제도로 ‘캐나다 국산물’ 인증을 필요로 함

□ 국산물 인정 기준⁴³⁾

- CRTC는 다음의 조건을 만족시키는 영상물을 캐나다 국산물로 인정함
 - 1) 제작의 전반적인 주요 의사결정을 수행하는 프로듀서가 캐나다 국적
 - 2) 캐나다 기업이 프로젝트의 투자 및 수익 지분 50% 이상을 보유
 - 3) 국산물 인증 포인트 10점 중 6점 이상에 해당되고, 주요 크리에이티브 인력이 캐나다인이며, 최소 1인의 감독, 시나리오 작가가 캐나다 국적
 - 4) 제작 인건비의 75% 이상이 캐나다인에게 지불
 - 5) 최소 75%의 Post-production 비용이 캐나다인 또는 캐나다 기업에 지불
 - 6) 캐나다인 또는 기업이 copyright을 반드시 보유할 필요는 없음

□ 국산 애니메이션 포인트 시스템

- 캐나다 국산물로 인정받기 위해서는 캐나다인의 ‘핵심창작(Key creative) 참여’에 대한 포인트 시스템 10점 중 6점 이상을 취득해야 하며, 애니메이션의 국산물 인정 포인트는 다음의 각 10개 항목에 1점씩 배정되고 있음

(Canada Media Fund Appendix A (2014-2015), Definition & Essential Requirements, p.1.)

43) Cassle Brook Laywers, <AN OVERVIEW OF CANADIAN TAX CREDITS FOR NON-INDIGENOUS FILM AND TELEVISION PRODUCTION>, 2012. 8.

- 1) 감독(Director)
- 2) 시나리오 작가(script writer) 및 Storyboard Supervisor
- 3) 첫째 또는 둘째 성우(First or second voice) : 인건비, 비중 고려
- 4) 디자인 슈퍼바이저(Design Supervisor)
- 5) 촬영(Camera Operator and Operation)
- 6) 음악감독(Music Composer)
- 7) 편집(Picture Editor)
- 8) Key Animation
- 9) 레이아웃 과 배경
- 10) 동화(Assistant animation / In-between)

○ 캐나다 국산 애니메이션 인증을 위해서는 위의 항목 중 다음의 필수 조건을 추가적으로 만족시켜야 함

- 1) 감독이 캐나다인 ; 또는 시나리오/스토리보드 작가가 모두 캐나다인
- 2) 첫째 또는 둘째 성우가 캐나다인
- 3) 촬영을 캐나다가 담당
- 4) Key Animation을 캐나다가 담당

□ 공동제작 협정국가와의 해외공동제작

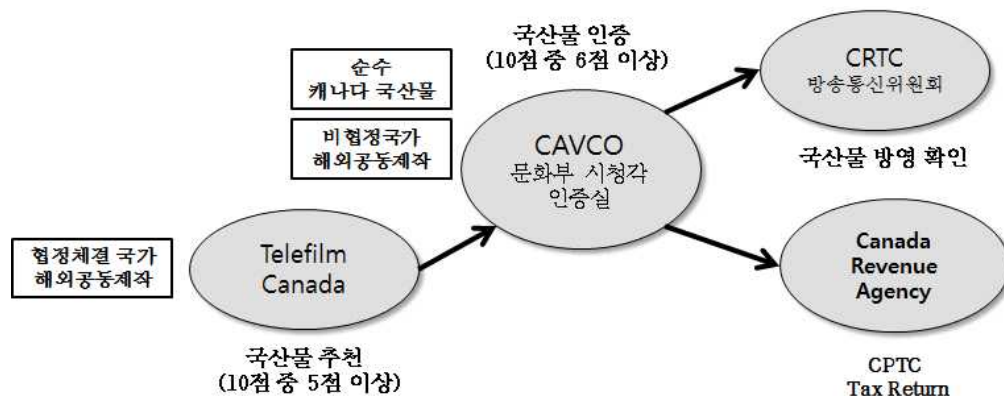
○ 캐나다와 공동제작 협정(co-production treaty) 을 체결한 국가와의 해외 공동제작물은 다음의 조건을 만족시킬 경우, 국산물로 인정

- 1) 제작의 전반적인 주요 의사결정을 수행하는 프로듀서가 캐나다 국적
- 2) 국산물 인증 포인트 10점 중 5점 이상에 해당되고, 주요 크리에이티브 인력이 캐나다인이며, 최소 1인의 감독, 시나리오 작가가 캐나다 국적
- 3) 제작 인건비의 50% 이상이 캐나다인에게 지불
- 4) 최소 50%의 Post-production 비용이 캐나다인 /캐나다 기업에 지불
- 5) 캐나다인 또는 기업이 지적재산권(copyright)을 반드시 보유할 필요는 없음

□ 국산물 인증기관

- 캐나다 라디오 텔레비전 통신위원회(CRTC). 텔레필름 캐나다(Telefilm Canada), 문화부 시청각인증실(CAVCO) 가 국산물 인증에 관여
 - 텔레필름 캐나다는 공동제작 협정(co-production treaty)를 체결한 국가와의 국제 공동제작을 인준하며, 공동제작이 인준된 프로젝트는 캐나다 국산물로 인정됨
 - 국제 공동제작 협정이 체결되지 않은 국가와의 공동제작물, 순수 국산물, 해외 수입물 등의 프로그램 방영에 관해서는 CRTC가 행정 처리
 - CAVCO는 텔레필름 캐나다의 추천에 의거하여, 국제 공동제작 프로젝트에 대해 CPTC 세제혜택 대상임을 인증
 - 텔레필름 캐나다, CAVCO 가 국산물로 인정한 프로젝트는 CRTC의 국산물 방영 규정에 해당되는 것으로 인정함

〈그림 10. 캐나다 국산물 인증절차 및 기관〉



3.3. 극장용 장편영화 지원(CFFF 프로그램)

- 캐나다의 극장용 장편 애니메이션은 텔레필름 캐나다가 운용하는 장편 영화(Feature Film, 75분 이상)의 기획개발, 제작, 배급지원 프로그램인

캐나다 장편영화 기금(Canada Feature Film Fund, CFFF)을 통해 이루어짐

○ 극장용 장편영화 개발지원(CFFF Development Program⁴⁴⁾)

- 캐나다 영화의 기획개발 활성화를 위한 목적으로 운영
- 개별 프로젝트에 대한 평가보다는, 제작사의 지난 5년간 제작편수 및 문화적 다양성 등 실적이 평가요인
- 자금 지원은 상환조건부 선급금(Repayable Advance)의 형태로 이루어지며, \$15,000 이상, 작품 제작비의 80% 이하를 지원

○ 극장용 장편영화 제작지원(CFFF Production Program⁴⁵⁾)

- 캐나다 영화의 메인 제작과 포스트 프로덕션을 지원하며, 제작사의 과거 실적에 따라 지원되는 자동지원과 선별지원으로 구분
- 선별지원의 평가기준은 1) 제작사의 실적, 2) 제작팀의 실적, 3) 배급사, 방송사, 기타 투자자의 투자 금액, 4) 프로모션 계획, 5) 창의적 요소임
- 지원은 제작자의 선택에 따라 1) 캐나다 내 제작비의 49% 이하의 프로젝트 지분투자(Equity Investment), 또는 2) 매출액 회수조건부 선급금(Recoupable Advance)의 두 가지 형태로 이루어짐
- 지원 금액은 제작비의 80% 이내에서 최대 \$150,000

○ 극장용 장편영화 마케팅 지원(CFFF Marketing Program⁴⁶⁾)

- 캐나다 영화의 극장 및 기타 Platform 배급 활성화를 위해 작품의 P&A 비용을 지원
- 평가기준은 작품의 마케팅 및 배급계획
- 지원은 캐나다 내 마케팅 비용의 75% 이내, 최대 \$50,000 범위에서 무이자 상환조건부 선급금(Repayable Advance)의 형태로 이루어짐

44) Telefilm Canada, Canada Feature Film Fund (CFFF) Development Program Guidelines, 2014. 4. 17.

45) Telefilm Canada, Canada Feature Film Fund (CFFF) Production Program for French and English-language Productions 2013-2014, 2013. 5.

46) Canada Feature Film Fund (CFFF) Marketing Program Guidelines, Telefilm Canada, 2014. 4. 24.

○ 기타 극장용 장편영화 지원 프로그램

- 배급사 Corus Entertainment 와 공동으로 극장용 가족영화 제작을 활성화하기 위한 ‘가족영화제작기금’ (Family Feature Production Fund)
- 다양성 영화 제작지원을 위한 ‘저예산제작 프로그램’ (Micro-Budget Production program)
- 극장용 다큐멘터리를 지원하는 ‘극장용 다큐멘터리 프로그램(Theatrical Documentary Program)
- 해외마켓 참가지원 등 해외 마케팅을 지원하는 ‘해외마케팅프로그램’ (International Marketing Program)

3.4. Canadian Media Fund(CMF)

3.4.1. CMF 개요

- CMF는 “우수한 캐나다 TV 프로그램의 제작과 피크타임(Peak-time) 방영을 지원” 하기 위한 목적으로 1995년 설립된 방송지원기금(Canadian Television Fund) 에서 출발하였으며, 2010년 CTF 와 CNF(Canada New Media Fund)가 합병하여 CMF 가 설립됨
- “시장논리에 의해서는 원활한 공급이 불가능한 캐나다 TV 및 디지털 미디어 콘텐츠의 제작 및 방영 지원을 통한 다양한 방송문화 발전” 을 위해, 언어별(영어/불어 2개 언어)· 장르별(드라마/다큐멘터리/아동 · 청소년/버라이어티 · 공연예술의 4개 장르)로 지원
- CMF는 TV 및 디지털 미디어 플랫폼용 캐나다산 융합(Convergent)콘텐츠의 기획 개발, 재원조달, 마케팅 지원을 통해 캐나다 콘텐츠의 제작 활성화와 노출 증대를 목적으로 함
- 캐나다 TV 프로그램의 제작 자체보다는 제작된 프로그램이 캐나다 TV를 통해 시청자들에게 충분히 노출되어야 한다는 것에 초점

- CMF 기금은 CMF Corporation과 텔레필름 캐나다가 2005년 맺은 협약에 의거 텔레필름 캐나다 내부의 CMFPA(CMF Program Administrator/Telefilm Canada) 조직에 의해 운영되고 있음

3.4.2. CMF 수입 및 지출

□ CMF 수입 및 재원

- CMF의 재원은 캐나다 문화부(Department of Canadian Heritage) 예산 및 캐나다 방송국과 영상물 배급기업으로부터의 납입금으로 충당함
- 캐나다 방송법은 ‘캐나다 방송 시스템의 구성원은 캐나다산 프로그램의 제작과 노출에 기여해야한다’ 라고 규정하고 있음⁴⁷⁾
 - 그에 따라 캐나다 라디오 텔레비전 통신위원회(CRTC)는 방송영상 프로그램 배급에 종사하는 캐나다 기업으로 하여금 사업 라이선스의 조건으로 방송사업 매출액의 5%를 캐나다산(産) 프로그램을 지원하도록 의무화하고, 독립적으로 운영되는 제작기금(independently-administered production fund)에 납입하도록 규정하고 있음⁴⁸⁾
- 2013년도 CMF 기금은 방송사업자 납입금(59.6%), 캐나다 문화부의 국고 지원(36.9%), 투자회수금(2.9%) 및 이자수익(0.6%)를 통해 총 \$363.7백만을 조성

47) 캐나다 방송법 (Act. paragraph 3(1)(e)) “each element of the Canadian broadcasting system shall contribute in an appropriate manner to the creation and presentation of Canadian programming”

48) Public Notice CRTC 1996-69, IV. Programming Contribution (<http://crtc.gc.ca/eng/archive/1996/PB96-69.htm>), 방송사업 매출액의 5%를 독립적으로 운영되는 Fund에 Contribution 할 것으로 규정

〈표 25. 2012-2013년 CMF 기금재원〉⁴⁹⁾

기금수입원	금액 (C\$백만)	비중
방송통신사업자 부과금	216.7	59.6%
연방정부 (문화부)	134.1	36.9%
투자회수금	10.5	2.9%
이자수익	2.4	0.6%
총계	363.7	100.0%

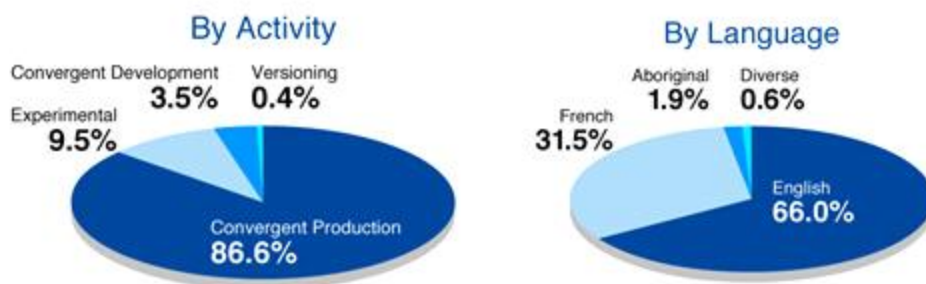
□ CMF 의 지출

- CMF 지원은 1) TV를 포함 최소 2개 이상의 플랫폼을 통해 배급되는 캐나다 콘텐츠 제작을 지원하는 ‘융합 프로그램 지원(Convergent Stream)’ , 2) 혁신적인 인터랙티브(Interactive) 디지털 미디어 콘텐츠 및 소프트웨어 애플리케이션의 제작을 지원하는 ‘실험적 프로그램 지원(Experimental Stream)’ 으로 구분되어 이루어짐
 - 2012~2013 기간, 융합 프로그램 지원(Convergent Stream)으로 90.6%, 실험적 프로그램 지원(Experimental Stream) 으로 9.4%가 지원되었음
- 2012~2013 기간 CMF 총 지출은 전년 대비 3.8% 증가한 \$386.5백만이며, 그중 프로그램 지원(Program Commitment)이 총 지출의 95% 이상으로 대부분을 차지하고 있으며, 캐나다 문화부와의 합의에 의해, CMF 운용 비용은 전체 기금수익의 6% 이하로 제한됨
 - 2012~2013 기간 CMF는 총 \$371.8백만을 TV 및 디지털 미디어 프로그램에 지원하였으며, 이는 전년대비 4% 증가한 금액임
- 2012~2013 기간 언어별로는 영어 프로그램에 66.0%, 불어 프로그램에 31.5%, 호주 원주민어(aboriginal) 프로그램에 1.9%가 지원되었으며, 분야별로는 융합프로그램 제작(Convergent Production)에 86.6%, 실험적(Experimental) 프로그램 지원에 9.4%, 융합프로그램 기획개발

49) Canada Media Fund Annual Report 2012-2013

(Convergent Developemtn)에 3.5%, 언어전환(Versioning)에 0.4% 가 지원되었음

<그림 11. 2012-2013년 CMF 언어별, 분야별 지원 비중>⁵⁰⁾



□ CMF 기금의 성격⁵¹⁾

○ CMF 의 기금 지원은 1) 지분투자(Equity Investment), 2) 상환조건부 선급금(Repayable Advance, 3) 무상지원 (Non-Repayable Contribution)의 3가지 성격으로 나뉘며, 2012-2013 기간 중 지분투자는 전체의 26%인 \$98백만, 무상지원은 전체의 67.3%인 \$250.3백만, 상환조건부 선급금(Repayable Advance)은 6.3%인 \$23.5백만이었음

<표 26. 2012-2013년 CMF 기금지원 성격>

구분	2012/13 지원금액(\$백만)	비중(%)
지분투자 (Equity Investment)	98.1	26.4
회수조건부 선급금 (Repayable Advance)	23.5	6.3
무상 지원 (Non-payable Contribution)	250.3	67.3
총 계	371.8	100.0

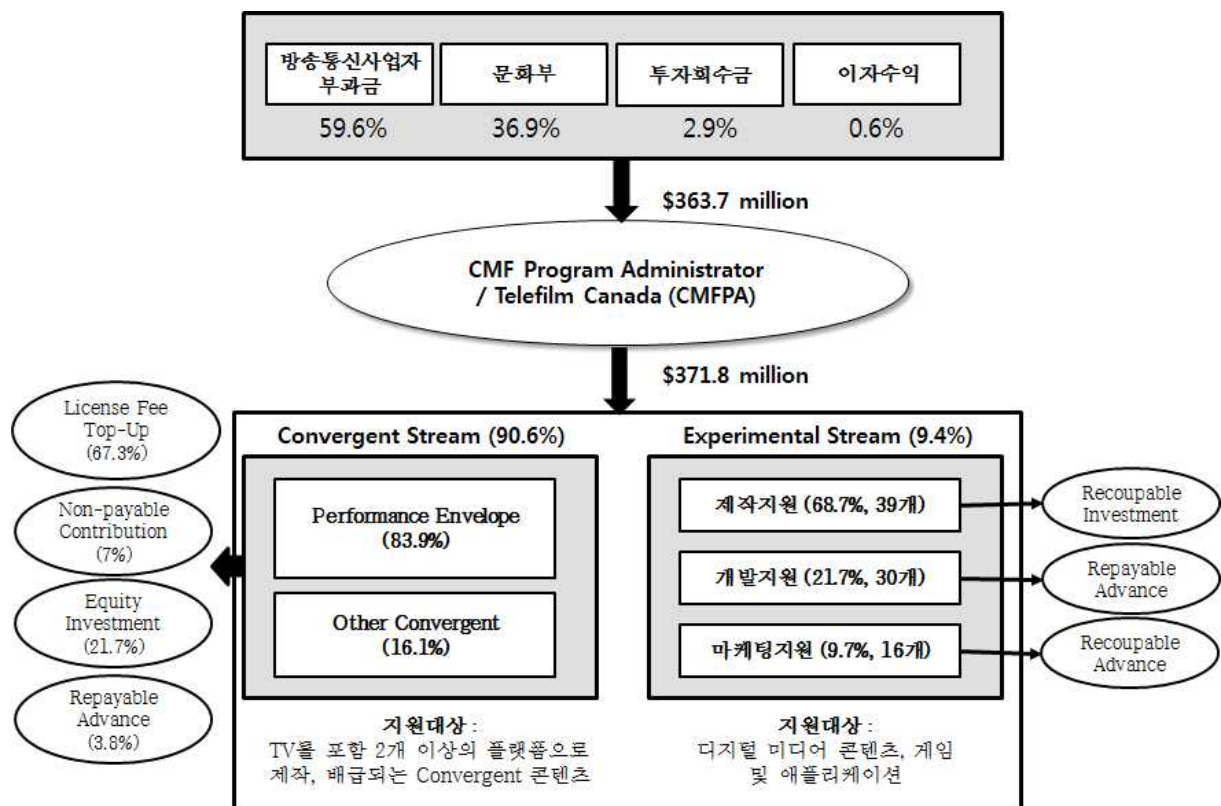
50) Canada Media Fund Annual Report 2012-2013

51) Canada Media Fund Annual Report 2012-2013

3.4.3. CMF 기금운용 실적

- 2012-2013 기간의 CMF 의 수입과 지원 실적은 다음의 <그림 12>와 같으며, 운영비를 제외하고 프로그램 지원(Program Commitment)에 총 \$371.8백만을 지출

<그림 12. 2012-2013년 CMF 기금운영 흐름>



3.4.4. CMF의 애니메이션 지원⁵²⁾

- 2012-2013 기간중 아동 청소년 TV 프로그램에 지원된 CMF 기금은 \$61 백만으로 전체 CMF 기금 지원의 19%를 차지하고 있으며, 전체 지원 프로그램 제작비의 약 25%를 CMF 기금이 지원하였음

52) Canada Media Fund Annual Report 2012-2013

〈표 27. 2012-2013년 CMF 융합프로그램 지원 (Convergent Stream) 실적〉

	TV			디지털 콘텐츠			총 융합 프로젝트 지원		
	지원금 (\$백만)	시간	시간당 제작비(\$천)	지원금 (\$백만)	프로젝트 수	평균제작비 (\$천)	지원금 (\$백만)	프로젝트 수	총 제작비 (\$백만)
아동청소년	36.5	305	518.0	4.9	34	217.0	41.4	45	165.2
다큐멘터리	31.3	400	320.0	5.5	42	191.0	36.8	137	136.0
드라마	120.2	294	1,610.0	2.1	20	156.0	122.3	42	477.6
버라이어티, 공연	9.0	91	248.0	0.6	5	162.0	9.6	17	23.3
영어권 합계	197.0	1,090		13.1	101		210.1	241	802.1
아동청소년	17.4	440	150.0	1.7	26	139.0	191.1	37	69.8
다큐멘터리	23.6	394	162.0	2.6	38	108.0	26.2	114	68.0
드라마	46.2	354	445.0	2.3	22	182.0	48.5	28	161.4
버라이어티, 공연	8.8	305	210.0	0.6	8	96.0	9.4	41	64.7
불어권 합계	96.0	1,493		7.2	94		103.2	220	363.9

- 2012-2013 기간 중, 제작비를 기준으로 할 때 캐나다의 아동 청소년 프로그램의 50%가 애니메이션이 차지하고 있는 바⁵³⁾, 약 \$30.5백만의 CMF 기금이 애니메이션에 지원된 것으로 추정이 가능

〈표 28. 2012-2013년 CMF 아동청소년 프로그램 지원 실적〉

	2011-2012 기간			2012-2013 기간		
	실사 (\$백만)	애니메이션	합계	실사	애니메이션	합계
영어	180	177	357	107	156	263
불어	91	14	105	71	18	89
기타 언어	15	1	16	-	1	1
합계	286	192	478	177		352

- CMF 가 지원한 TV 아동, 청소년 프로그램의 분량은 785시간으로 2009년 이후 지속적 증가 추세에 있다가 최근 소폭 하락하였음

53) Profile 2013, Economic Report on the Screen-based Media Production Industry in Canada, Canada Media Production Association, p.25.

〈표 29. 장르별 CMF 지원 TV 프로그램(시간)〉

구분	2004/05	2005/06	2006/07	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
드라마 (Fiction)	810	837	798	806	761	715	828	828
아동, 청소년	782	717	681	693	646	695	812	785
다큐멘터리	472	525	549	480	580	659	613	671
버라이어티, 공연	313	197	270	217	223	422	549	404
합 계	2,376	2,276	2,297	2,196	2,210	2,491	2,801	2,688

3.4.5. 실험적 프로그램 지원(Experimental Stream)

□ 실험적 프로그램 지원의 대상 및 선별

○ 실험적 프로그램 지원(Experimental Stream)은 캐나다 미디어 산업에 의해 활용될 수 있는 혁신적인 인터랙티브(Interactive) 디지털 미디어 콘텐츠 및 소프트웨어 개발, 제작 및 마케팅을 선별 지원하는 프로그램으로, CMF 지원의 9~10%를 차지

○ 지원대상 기업⁵⁴⁾

- 캐나다에 본사를 둔 캐나다 영리기업; 또는 CRTC 의 라이선스를 받고 사업을 영위하는 캐나다 방송사

○ 지원 대상 프로젝트

- 혁신적인 인터랙티브 디지털 미디어 콘텐츠 및 애플리케이션을 대상으로 하며, 다음의 조건을 충족시켜야 함
 - 1) 캐나다인에 의해 개발
 - 2) 개발 및 제작비의 최소 75%가 캐나다에서 발생
 - 3) 마케팅 비용의 최소 50%가 캐나다에서 발생
 - 4) 실행, Creative, 재정적 통제가 캐나다인에 의해 이루어짐

54) Canada Media Fund, 2014-15 Experimental Stream Guideline

○ 배급 의향서

- 실험적 프로그램 지원(Experimental Stream)의 제작 및 마케팅 지원을 받기 위해서는, 프로젝트를 배급할 배급사의 의향서(Letter Of Intent)가 필요하며, 현금 지급계약(Cash Commitment)까지는 요구하지 않음

○ 심사위원 및 기준

- 지원 프로젝트는 별도로 구성되는 심사위원들이 평가기준에 따라 선별하며, 심사위원은 캐나다 및 외국 전문가 그룹 22명으로 구성되고⁵⁵⁾ 명단은 CMF 홈페이지에 공개
- 심사기준(evaluation grid)은 1) 제작자 역량, 2) 혁신성, 3) 사업계획, 4) 배급전략 분야별로, 개발, 제작, 마케팅 지원 심사의 가중치를 다르게 평가하며, 세부기준은 다음과 같음

<표 30. 2012-2013년 CMF 실험적 프로그램 지원 심사기준>⁵⁶⁾

평가기준		가중치		
		개발 지원	제작 지원	마케팅 지원
제작사	- 경험 및 실적	25%	15%	15%
Staff	- 프로듀서/팀 경험 및 실적 - 제작팀 경험 및 실적 - 마케팅팀 경험 및 실적			
팀 역량	팀 구성의 적절성			
혁신성	- 콘텐츠 독창성 - 신기술 개발 및 적용 - 설계 및 프로그래밍 - 사용자 UI - 요소의 정교함 - 산업 기여도	65%	40%	40%
사업 계획	- 실행 가능성 - 비즈니스 모델의 차별성 - 수행자의 재무적 역량	-	30%	20%
배급 전략	- 마케팅 및 판촉 전략 - 목표고객 - 배급파트너의 참여 정도	10%	15%	25%

55) http://www.cmf-fmc.ca/documents/files/news/2012/2012-13_en_exp-jury-bios.pdf

56) Canada Media Fund, Experimental Stream Guidelines 2014-2015, p.5.

□ 2012~2013 기간 실험적 프로그램 지원(Experimental Stream) 실적

1) 제작지원(Production Funding)

- 총 제작비 \$38.8백만의 39개 프로젝트에 \$24.1백만 지원

2) 개발지원(Development Funding)

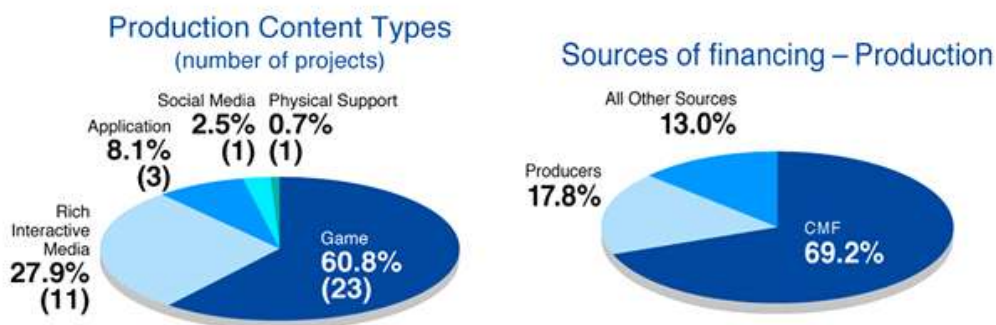
- 총 개발비 \$11.5백만의 30개 프로젝트에 \$7.6백만 지원

3) 마케팅지원(Marketing Funding)

- 총 마케팅 예산 \$4.9백만의 16개 프로젝트에 \$3.4백만 지원

- 실험적 프로그램에 대한 제작지원의 경우, 평균 \$1백만/편 제작비의 69.2%를 CMF가 지원하여, 제작비 예산에서 지원금이 차지하는 비중이 높고, 그 비중은 계속 상승하고 있음
 - 지원 프로젝트는 게임(60.8%)과 인터랙티브 미디어 콘텐츠 (27.9%)가 대부분을 차지

<그림 13. 2012-2013년 실험적 프로그램 지원 프로젝트 분류 및 재원>⁵⁷⁾



□ 실험적 프로그램 지원금(Experimental Stream) 의 회수⁵⁸⁾

- 실험적 프로그램 지원(Experimental Stream)은 무상지원이 아니라, 1)

57) Canada Media Fund Annual Report 2012-2013

58) Canada Media Fund, Recoupment policy – Experimental stream, 2013. 4.

제작지원(Production Funding)은 회수조건부 지분투자 (Recoupable Investment), 2)개발지원(Development Funding)은 상환조건부 선급금 (Repayable Advance), 3)마케팅 지원(Marketing Funding)은 매출액 회수 조건부 선급금(Recoupable Advance)으로, 상환을 전제로 하는 자금 지원(Funding Contribution)임

- 제작지원금(Production Funding)의 회수 조건은 완성 단계 프로젝트 (Finished Product)에 대한 지원금과 제작 초기 단계 프로젝트(Live Exploitation Product)에 대한 지원금이 다름
 - 1) 완성 단계 프로젝트의 경우 매출액의 최대 50%까지 회수하며, 지원금을 100% 회수한 이후, CMF의 수익지분은 25%
 - 2) 제작 초기 단계 프로젝트의 경우, 매출액의 최대 50%까지 회수하며, 지원금을 100% 회수한 이후 CMF는 수익배분을 요구하지 않음
- 개발(Development) 지원금은 프로젝트 매출과 관계없는 상환조건부 선급금(Repayable Advance)이며, 프로젝트가 본 제작에 들어가는 시점에 지원금을 회수
 - CMF가 본 제작을 지원할 경우, 제작지원금에 포함하여 지분투자로 전환
 - 본 제작을 지원하지 않을 경우, 본 제작 착수일 이전까지 원금 회수
- 마케팅(Marketing & Promotion) 지원금은 프로젝트 매출액에서 지원금을 회수하는 회수조건부 선급금(Recoupable Advance)으로 수익 지분은 요구하지 않음

〈표 31. 실험적 프로그램 지원금 (Experimental Stream)의 회수조건〉

제작 지원	Recoupable Investment	Finished Product	▪ 투자지분대로 매출액에서 회수 (지분상한 50%) ▪ 100% 회수 (7년 기한) 이후 수익지분은 25%
	매출액에서 수익지분 회수	Live Exploitation Product	▪ 투자지분대로 매출액에서 회수 (지분 상한 50%) ▪ 100% 회수 (7년 기한) 이후 수익지분 없음 ▪ 소유권 이전시 판매가격 대비 지원금을 계상하여 회수
개발 지원	Repayable Advance	제작지원 시	▪ 제작지원금과 합산하여 투자지분에 따라 회수
	상환 조건부 선급금	제작지원이 없을 경우	▪ 본 제작 착수일 기한으로 원금 회수
마케팅 지원	Recoupable Advance	Finished Product	▪ 7년간 또는 원금 100% 회수할 때까지 회수
	매출액에서 원금회수	Live Exploitation Product	▪ 지원금 100% 회수할 때 까지 회수 (기한 없음)

3.4.6. 융합 프로그램 지원(Convergent Stream)

- 융합 프로그램 지원(Convergent Stream)의 목적은 캐나다의 멀티미디어 콘텐츠를 언제, 어디서나, 다양한 디바이스(anytime, anywhere, any device)를 통해 노출시키고자 하는 것으로, ‘TV를 포함 2개 이상의 플랫폼으로 배급’ 되는 캐나다 콘텐츠를 지원
- 지원형태는 1) 방영료 추가 지원(License fee top-ups), 2) 지분투자(Equity Investment), 3) 상환조건부 선급금(Repayable Advance)으로 나누어지며, 방송사의 배정에 따라 CMF가 제작사에 직접 지급함
- 2012-2013 기간중 전체 CMF 지원금의 90.6%인 \$322백만이 2,700시간 분량의 489개 융합 프로젝트(Convergent Project)에 지원되었음 (전년 대비 3.1% 증가)
 - 디지털 콘텐츠에 대한 지원 증대가 두드러져 전년 대비 지원금 금액 기준으로 139.8%, 프로젝트 수로는 46개가 증가

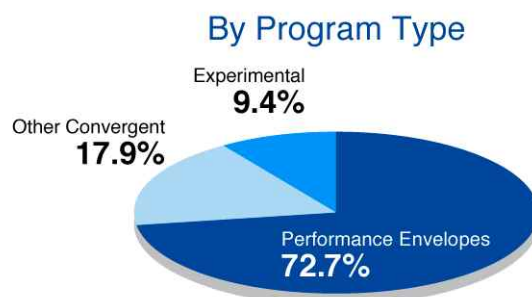
- 2012-2013 기간중 아동 청소년 장르에 대한 지원은 총 745시간 분량의 TV 프로그램에 \$54백만, 60개의 디지털 미디어 프로젝트에 \$7백만으로 총 \$61백만이 지원되었으며, 이는 전체 융합 프로그램 지원 (Convergent Stream)의 19%, 전체 CMF 지원의 16%에 해당되고, 지원 프로젝트 전체 제작비의 25.7%를 지원하였음
- TV 이외의 디지털 미디어 콘텐츠는 게임, ebook, 소셜미디어, VOD 서비스 등 다양함

3.4.7. 방영실적 기금배정(Performance Envelope) 프로그램

□ 방영실적 기금배정(Performance Envelope) 프로그램 개요

- 융합 프로그램 지원(Convergent Stream) 에는 다양한 언어 프로그램 지원(Minority Language Support, Aboriginal, Diverse Language Program), 언어전환(Versioning), 디지털 미디어 콘텐츠 개발지원(Convergent Digital Media Incentive in Development), 해외공동제작(International Co-productions) 지원의 등 특수 목적 프로그램이 존재하지만, 융합 프로그램 지원(Convergent Program)의 대부분은 전년도 캐나다 국산물 방영 실적에 따라 방송사에 배정되는 방영실적 기금배정(Performance Envelope) 으로 2012-2013 기간 중 전체 융합 프로그램 지원(Convergent Stream) 금액의 83.9%을 차지(전체 CMF 지원 기준으로는 72.7%)

<그림 14. 2012-2013년 CMF 지원 프로그램 (Stream)별 지원 비중>⁵⁹⁾



59) Canada Media Fund Annual Report 2012-2013

- 방영실적 기금배정(Performance Envelope)이란, 융합 프로그램을 방영하고자 하는 각 방송사업자에게 할당되는 CMF 지원금을 의미함
- CMF 기금 관리 업무의 대부분은 텔레필름 캐나다의 CMF Program Administrator(CMFPA)부서에서 수행하고 있지만, 방영실적 기금배정의 관리는 CMF 와 텔레필름 캐나다(CMFPA)가 공동으로 수행⁶⁰⁾
 - CMF : 방송사별 기금배정액 (Envelope) 계산 및 배분, 정책수립
 - CMFPA : 방송사별 기금배정액의 운영 및 지원 관리

□ 프로그램 목적

- 방영실적 기금배정 프로그램의 목적은 ‘방송사업자, TV 프로그램 제작자, 디지털 미디어 제작자의 협력(partnership)을 강화하여, 캐나다 국민들이 언제, 어디서나 다양한 디바이스를 통해 소비할 수 있는 캐나다 콘텐츠의 제작과 방영을 촉진’ 하기 위함임
- 방영실적 기금배정 프로그램은 방송사와 제작사들로 하여금 매년 프로그램 재원조달의 예측 가능성(funding predictability)을 증대하도록 설계되었으며, 프로그램 제작을 위한 재원 공급이 수요보다 부족한 상황에서 공공기금의 배정에 관한 의사결정 과정에 산업종사자들의 참여를 최대한 보장하고 있음⁶¹⁾

□ 프로그램 운용

- 방송사에 배정되는 연간 기금 규모는 CMF 이사회가 결정하는 방영실적 평가 요인(Performance Factor)에 의해 CMF 가 결정
 - 매년 회계연도 시작과 함께, 방송사는 아동청소년, 드라마, 다큐멘터리,

60) Canada Media Fund, Performance Envelope Manual, updated 2014. 3, p.20.

61) Canada Media Fund, Performance Envelope Manual, updated 2014. 3.

버라이어티/공연예술 등 4개 장르별 배정금액과, 장르 관계없이 사용할 수 있는 자유이용 기금(Flex amount) 금액을 통보받음

- 방송사는 해당 회계연도에 배정받은 배정기금(Envelope)을 프로그램에 반드시 배정하여 제작사에게 지불되도록 해야 하며, 프로그램에 배정되지 않은 잔액은 CMF 유보기금(Reserve Fund)으로 이관되고, 방송사 기금배정액(Envelope)을 소진하지 않은 방송사는 차기 년도 기금 배정에 불이익을 받을 수 있음
- 캐나다 방송사업자들이 캐나다 프로그램의 지원 및 방영 실적에 따라 매년 할당받은 기금 배정액(Funding Envelope) 한도 안에서 방송사가 프로그램에 배정하면, 방송사가 제시한 일정에 따라 CMF 가 지원금을 제작사에게 직접 지급
- 지원금을 받은 자격이 있는 기업은 캐나다에 본사를 둔 영리목적의 캐나다 기업 또는 CRTC 라이선스를 취득하고 사업을 영위중인 방송사업자 (VOD 사업자 포함) 임

□ 방영실적 기금배정액(Performance Envelope) 의 결정⁶²⁾

(1) 연간 예산의 결정

- CMF 이사회가 영어/불어, 4개 장르별 연간 예산을 결정
- 2014-2015 기간에 CMF 가 책정한 영어, 아동 청소년 장르 프로그램의 기금배정액(Envelope) 예산은 전체 영어 프로그램 기금배정액의 20.4%

62) Canada Media Fund, Performance Envelope Manual, updated 2014. 3.

<표 32. 2014-2015 기간 방영실적 기금배정 (Performance Envelope) 예산>

	영어 프로그램 배정 (English Envelope)	불어 프로그램 배정 (French Envelope)
드라마	61.1%	55.0%
다큐멘터리	16.5%	22.0%
아동, 청소년	20.4%	17.0%
버라이어티, 공연	2.0%	6.0%
합 계	100.0%	100.0%

(2) 방영실적 평가요인(Performance Factor) 결정

- 각 방송사에 할당되는 방영실적 기금배정액은 다른 방송사와 비교했을 때 상대적 실적평가에 의해 결정되며, CMF 는 2014-2015 기간의 방영 실적 평가요인(Performance Factor)을 다음의 5가지로 제시
- 시청자 실적(Audience Success) - Total Hours Tunes (AS-THT)
- 시청자 실적(Audience Success) - Original First Run (AS-OFR)
- 과거 실적(Historic Performance)
- 지방 제작 프로그램 방영권료(Regional Production Licences)
- 디지털 미디어 콘텐츠 투자(Digital Media Investment)

(3) 방영실적 평가요인(Performance Factors)

- ◆ 시청자 실적(Audience success)- 국산물 총 시청자(Total Hours Tuned)
 - 방송사별 THT(total hours tuned in Canada) 수치를 상대 평가해 산출한 점수
 - 평가대상 프로그램은 해당 방송국이 CMF 기금을 배정하여 지원한 프로그램에 한함
 - THT는 연간 방송국이 방영한 <캐나다 프로그램 시간 x 시청자 수>를 의미하며, 방송국이 제출한 THT 통계에 근거하여 특정 방송국이 얼마나 많은 캐나다 프로그램을 편성하고 시청자를 창출했는지를 다른 방송국 실적과 비교하여 상대 평가
 - $THT = [AMA(,000)^{63}) \times \text{분수}] / 60 = (\text{시간당 평균 시청자수}) \times \text{방영시간}$

○ 연간 방송국이 CMF 기금을 배정한 애니메이션 10개 시리즈 (26편물)의 분당 평균 시청자 수가 1,000,000명일 경우,

$$THT = [1,000(\text{천명}) \times 30(\text{분}) \times 26(\text{편}) \times 10 (\text{작품수})] / 60 = 130,000$$

(장르별 국산 프로그램을 시청한 시간당 시청자수의 합계- 천명단위)

◆ 시청자 실적(Audience success)- 신규 프로그램 시청자(Original First Run)

- 전체 캐나다 국산 프로그램 시청자(THT)와 별도로 방송사가 신규 국산 프로그램의 제작 및 노출에 얼마나 기여했는지를 상대 평가
- 대상 프로그램은 해당 방송사가 투자하고, CMF기금을 배정하여 지원한 프로그램(방송사 투자 없는 단순 방영은 불인정)
- 지상파 TV : 최초 방영 프로그램의 THT 실적
- Pay TV : 최초방영 7일 이내 3회 방영(2회는 prime time) 프로그램의 THT 실적

◆ 과거 실적(Historic performance)

- 특정 년도 실적에 의해 평가가 좌우되는 것을 완화하기 위해 과거 3년간의 실적을 반영하기 위한 평가요인으로, ‘과거 3년간 방송국이 배정한 CMF 지원금⁶⁴⁾ 합계’를 평가
- 여러 방송사가 CMF 기금을 배정했을 때는, 각 방송사가 지불한 방영권료에 따라 상대점수 배정
- 즉, 특정 프로그램에 CMF 기금이 총 \$300,000 지원되었고, 프로그램 방영료를 A방송사가 80%, B 방송사가 20%, C 방송사가 10% 나누어서 지불했다면 A방송사에 \$240,000, B방송사에 \$60,000, C방송사에 \$30,000 의 과거 실적(Historic Performance)을 인정

63) AMA(Average Minute Audience) : 분당 평균 시청자 수

64) CMF 지원금 (CMF Funding) = Performance Envelope Contribution을 의미하며, 방송국이 CMF 기금을 배정하기 때문에 방송국의 프로그램에 대한 지원실적으로 인정됨

◆ 지방 제작 프로그램 방영권료(Regional production licences)

- 지방 제작(Regional production)⁶⁵⁾ 은 지방에 근거를 둔 기업이, 해당 지역을 중심으로 제작하는 프로그램의 제작을 의미
- 방송사가 전년도에 지방 제작 프로그램에 지불한 방영권료(license) 금액을 상대 평가

◆ 디지털 미디어 콘텐츠 투자(Digital Media Investment)

- 방송국의 디지털 콘텐츠 투자에 인센티브를 제공하여, TV 프로그램의 디지털화를 촉진하기 위해 도입된 평가 요인
- 방송국이 전년도에 디지털 콘텐츠에 Cash로 지불한 금액과 CMF 지원금을 배정한 금액으로 상대 평가 (방송국이 CMF 기금을 배정하지 않았을 경우, 해당 없음)

〈표 33. 방영실적 기금배정(Performance Envelope)의 평가요인〉

Performance Factor	의의	계산	평가지표
Audience Success [Total Hours Tuned]	캐나다 프로그램을 얼마나 편성, 노출시켰는가?	1년간 CMF지원 프로그램 시청자수 x 총 길이 / 시간	THT 시청자수 x 편성시간
Audience Success [Original First Run]	신규 캐나다 프로그램 제작, 방영에 얼마나 기여했는가?	방송사 투자 CMF 프로그램 시청자 수 x 길이 / 시간	신규 프로그램의 THT 시청자수 x 편성시간
Historic Performance	3년간 캐나다 프로그램 방영 및 제작에 얼마나 기여했는가?	3년간 방송사가 방영한 프로그램에 대한 CMF 지원금 합계	CMF 지원금 (\$)
Regional Production Licenses	지방의 산업 활성화에 얼마나 기여했는가?	1년간 지방 제작 프로그램에 지불한 방영권료 합계	방영권료 금액 (\$)
Digital Media Investment	디지털 미디어 전환에 얼마나 기여했는가?	1년간 디지털 콘텐츠에 지불한 Cash + 해당 프로젝트 CMF 지원금	방송국 지불액 + CMF 지원금 합계 (\$)

(4) 평가요인별 가중치 결정(CMF 이사회)

- 2014-2015 기간의 방영실적 평가요인(Performance Factor)별 가중치는 다음과 같음

65) ‘지방(Region)’은 영어 프로그램의 경우, Toronto로부터 150km 이상 떨어진 지역, 불어 프로그램의 경우 Montreal에서 150km 떨어진 지역을 의미 (2013-2014 Performance Envelope Guidelines, p. 3.)

〈표 34. 2014-2015년 방영실적 평가요인 가중치〉

평가요인(Performance Factor)	영어	프랑스어
시청자 실적 - Total Hours Tuned	40%	15%
시청자 실적 - Original First Run	15%	15%
과거 실적 (Historic Performance)	15%	45%
지역 제작 프로그램 방영권료	20%	10%
디지털 미디어 콘텐츠 투자	10%	15%

(5) 평가요인 별 상대점수에 따른 방송사 배분액 결정

- 방송사가 제출한 보고에 따라 평가요인별로 모든 방송사의 실적을 상대 평가하여 방송사별, 장르별 기금배정액을 결정
- X 방송사 예시 :

● 방송사 : X 방송사 (지상파) ● 장르 : 영어/ 드라마 ● 전년도 실적		
1) CMF 지원 영어/드라마 프로그램, 10시리즈 (60분x20 에피소드) 방영 [평균 분당 시청자수 500,000명] 2) 그 중, X 방송사가 투자하고 최초로 방영한 프로그램 : 3시리즈 3) 과거 3년간, X 방송사가 방영한 프로그램에 지원된 CMF 기금은 총 \$5,000,000 4) 전년도 지방 제작사의 프로그램에 총 \$500,000 방영권료 지불 5) 전년도 디지털 미디어 콘텐츠에 \$200,000 Cash 지불 6) 해당 디지털 미디어 콘텐츠가 지원받은 CMF 기금은 \$1,000,000		
● Performance Factor 계산 (X방송사, 영어/드라마)		
<u>Performance Factor</u>	<u>실적 점수</u>	<u>상대점수 (가정 / 비중,%)</u>
Audience Success [Total Hours Tuned]	THT= 100,000 [500 x 60 x 20 x 10] / 60	(방송사 총합, 2,000,000 가정) 5%
Audience Success [Original First Run]	OFR THT = 30,000 [500 x 60 x 20 x 3] / 60	(방송사 총합, 333,000 가정) 9%
Historic Performance	\$5,000,000	6% (가정)
Regional Production Licenses	\$200,000	10% (가정)
Digital Media Investment	\$1,200,000	10% (가정)

- 위의 방영실적 평가요인 상대점수에 따라 2014-2015 기간 CMF가 책정한 영어/드라마의 전체 기금배정(Performance Envelope) 예산이 \$1,000,000 이라면, X방송사에 할당되는 영어/드라마 기금배정액(Envelope) 은 다음의 <표35> 에서 보는 바와 같이 \$7,250,000임

<표 35. (예시) X방송사 영어/드라마 장르 방영실적 기금배정액>⁶⁶⁾

ENGLISH DRAMA: \$100,000,000 IN AVAILABLE FUNDS

FACTOR	WEIGHT	VALUE OF WEIGHT	CREDIT SHARE EARNED BY BROADCASTER X*	VALUE OF CREDIT
AUDIENCE SUCCESS - THT	40%	\$40,000,000	5%	\$2,000,000
AUDIENCE SUCCESS - OFR	15%	\$15,000,000	9%	\$1,350,000
HISTORIC PERFORMANCE	15%	\$15,000,000	6%	\$900,000
REGIONAL PRODUCTION LICENCES	20%	\$20,000,000	10%	\$2,000,000
DIGITAL MEDIA INVESTMENT	10%	\$10,000,000	10%	\$1,000,000
ENGLISH DRAMA ALLOCATION EARNED BY BROADCASTER X				\$7,250,000

*Relative to others

(6) 자유이용 기금(Flex Amount) 결정

- 자유이용 기금(Flex Amount)은 할당된 기금배정액(Envelope) 중에서 장르와 관계없이 방송사가 원하는 프로그램에 배정할 수 있는 지원 금액을 의미
- 필요에 따라 장르 관계없이 지원금을 자유롭게 배정할 수 있도록 하여 방송사의 편성 유연성을 제공하기 위해 도입
- 방송사는 각 장르별 기금배정액(Envelope) 의 50%를 다른 장르의 프로그램에 배정할 수 있음
- 즉, 위의 예시에서 X 방송사는 영어/드라마 장르에 배정된 \$7,250,000 중 50%dp 해당하는 \$3,650,000을 자유이용기금(Flex Amount) 로 할당하여 다른 장르 프로그램에 배정할 수 있음⁶⁷⁾

66) Canada Media Fund, Performance Envelope Manual, updated 2014. 3.

67) 총 Envelope 금액이 \$5,000,000 미만이거나, 교육방송 사업자에게는 100% Flex amount 가 적용되어, envelope 전액을 장르에 관계없이 배정할 수 있음

(7) 최소 방영실적 기금배정액(Envelope) 및 신규 방송사업자 배정⁶⁸⁾

- 방영실적에 따른 기금배정액이 \$50,000 미만일 경우에도, 방송사는 \$50,000의 추가 방영료 지원(License Fee Top-Up)을 배정받음
- 과거 실적이 없는 신규 방송사업자에게도 \$50,000의 금액을 배정

(8) 방송사별 기금배정액(Performance Envelope) 통보

- 2014-2015 기간 방송사별로 CMF 가 배정한 영어프로그램 기금 배정액 (Performance Envelope) 은 <표 36>과 같음

<표 36. 2014-2015 방송사별 방영실적 기금배정액 (영어)>⁶⁹⁾

CMF  FMC

2014-2015 Performance Envelope Allocations at April 17, 2014
 Broadcasters with an envelope of less than \$5 million, both languages combined, or educational broadcasters, were granted 100% genre flexibility

English \$						
Envelope Holder	Drama	Children's & Youth	Documentary	Variety & Performing Arts	Flex Amount	Total Envelope
Accessible Media Inc.						50,000
Afroglobal Network						30,000
Allarco						3,404,962
APTN (English)	1,250,949	453,106	360,521	193,239	2,257,815	4,515,630
Bell Media (English)	14,698,181	216,724	2,632,396	300,350	17,847,651	35,695,302
Blue Ant Media						2,405,496
CBC	22,031,264	1,327,124	2,118,578	1,001,789	26,478,755	52,957,510
Channel Zero						50,000
Corus (English)	674,619	11,785,550	846,458	34,821	13,341,448	26,682,896
CTS						50,000
Ethnic Channels Group						50,000
Family (English)	0	2,452,686	0	0	2,452,686	4,905,372
Fight Media						50,000
Gusto TV						50,000
Hollywood Suite						50,000
Knowledge						654,688
New Tang Dynasty Television						3,337,778
OUTtv						50,000
Rogers	4,202,021	29,404	699,447	10,529	4,941,401	9,882,802
Salt and Light Catholic Media						50,000
Shaw Media	6,964,741	0	5,411,626	12,086	12,388,453	24,776,906
Stornoway						1,345,878
TVO						2,390,292
Weather Network						50,000
Wild TV						50,000
WIN HD TV Canada						50,000
ZoomerMedia						602,952
TOTALS	49,821,775	16,264,594	12,069,026	1,552,814	79,708,209	174,188,484

68) Performance Envelope Manual, 2014. 3. p.6.

69) Canada Media Fund 홈페이지

□ 방영실적 기금배정(Performance Envelope) 프로그램의 지원형태

- TV 프로그램에 대한 방영실적 기금배정은 ‘추가 방영권료 지원(License fee top-up) + 지분투자(Equity Investment)’가 혼합된 형태로 지원하며, 디지털 콘텐츠에 대한 지원은 ‘상환 필요 없는 지원(non-payable contribution)’의 형태로 지원됨
- ‘추가 방영권료 지원’은 방송국으로부터의 방영권료에 추가적으로 CMF가 제작사에 지불하는 방영권료로 상환할 필요 없는 무상지원(contribution) 성격이며 프로그램 제작비의 20% 까지 지원됨
 - 드라마의 경우, 제작비에 따라 25%까지 가능⁷⁰⁾
- ‘지분투자’는 CMF가 프로그램의 수익 지분을 보유하는 회수조건부 투자로 CMF는 다른 투자자와 동등한 권리를 행사함

□ 방영실적 기금배정(Performance Envelope)의 방송 프로그램 배정

- 방송사에 배당된 기금배정액안에서 어떤 프로그램에 지원금을 얼마나 배정할지는 방송국이 결정하며,⁷¹⁾ 기금지원의 최대 한도는 다음과 같음
 - TV 프로그램의 경우, 제작비의 49%
 - 디지털 콘텐츠의 경우, 각각의 콘텐츠 제작비의 75% 또는 \$500,000
 - 해외공동제작의 경우, 캐나다에서 지출되는 비용만을 제작비로 적용
- 프로그램 제작비는 제작예산 및 실제 제작비 보고서에 근거하여 CMF가 가감하여 산정하며, TV 프로그램 제작비와 디지털 콘텐츠 제작비는 독립적으로 산정

70) Canada Media Fund, Performance Envelope Guidelines 2013-2014, Nov. 2013, p.4.

71) Canada Media Fund, Performance Envelope Manual, March 2014, p.18.

- 방송사가 배정하는 기금에서 특정 프로그램에 지원되는 추가 방영권료 (License fee top-up)의 최대 한도는 제작비의 20%이며, 이를 초과하는 금액은 CMF의 지분 투자가 됨
- 즉, 최대 지원금을 적용할 경우 방송사가 자신에게 배정된 기금액 (Performance Envelope) 에서 특정 프로그램에 제작비의 49%를 배정할 경우, 최대 20%는 방송사가 지불하는 방영권료에 CMF가 추가적으로 지원하는 추가 방영권료(License fee top-up)이며, 나머지 29%는 CMF 의 지분투자가 됨

□ 지원대상 프로젝트 자격조건(Eligible Project)

- 지원 대상 프로젝트(Eligible Project)는 다음의 기준을 만족시켜야 함
 - 1) TV를 포함 2개 이상 플랫폼으로 보급되는 융합(Convergent) 프로젝트
 - 2) CAVCO 의 국산물 인증기준 10점 중 10점, 또는 해외공동제작 협약국과의 공동제작(Official Co-production)
 - 3) 디지털 미디어 프로젝트의 경우, 캐나다 방송사의 투자가 필요
 - 4) TV 프로젝트의 경우, CMF가 규정하는 ‘방영권료 계약기준’ 을 충족

(1) 국산물 인증

- 지원 프로젝트는 CAVCO 의 국산물 인증 점수 10/10점을 취득해야 함
- 단, 공동제작 협정을 체결한 해외 공동제작 TV 애니메이션의 경우, 다음의 조건을 충족하면 Telefilm Canada의 추천을 통해 지원대상이 됨⁷²⁾
 - 1) 지적재산권을 공동제작 파트너와 공유(Share)
 - 2) 캐나다 기업의 투자에 비례하는 수준으로 캐나다와 공동제작 파트너의 인력이 핵심 업무에 참여
 - 4) 공동제작 협정에 따른 투자비율 준수

⁷²⁾ Telefilm Canada, International Coproduction Guidelines (2010. 11.29.)

- 5) 캐나다 국내 배급은 캐나다 기업이 수행
 - 6) 캐나다 기업이 투자에 비례하여 수익 배분권 확보
 - 7) 제3국 지출 비용이 전체 제작비의 25% 이내
 - 8) CAVCO 국산물 인증기준 8/10점 취득(제3국에서 동화, 촬영 또는 레
이아웃/배경 작업시)
- 3D 애니메이션의 경우, 2D와 별도 핵심인력 리스트 충족

〈표 37. 텔레필름 캐나다의 국산물 인정기준 애니메이션 핵심인력〉

2D 핵심인력	3D 핵심인력
Director (연출감독) Scriptwriter (시나리오 작가) Storyboard supervisor (스토리보드 작감) Art Director (미술감독) 1st & 2nd lead voice (제1, 2 성우) Editor (편집) Music Composer (작곡)	Director (연출감독) Scriptwriter(시나리오 작가) Storyboard supervisor (스토리보드 작감) Art director (미술감독) Character model supervisor Motion capture supervisor Animation director 1st lead voice (base on on-screen time) 2nd lead voice (based on on-screen time) Picture editor (off-line) Music composer

(2) 디지털 콘텐츠의 자격 조건

- 방송사는 방영실적 기금 배정액(Performance Envelope)의 60% 이상을 ‘실질적(rich & substantial) 디지털 콘텐츠⁷³⁾’를 포함한 융합 (Convergent) 프로젝트에 할당해야 하며,⁷⁴⁾ ‘실질적 디지털 콘텐츠’는 다음의 조건을 충족시켜야 함
- 1) TV 부문 프로젝트와 연관된 디지털 미디어 프로젝트
 - 2) 디지털 네트워크를 통해 캐나다 내에서 노출
 - 3) 캐나다 국산물 또는 공동제작 인증 프로젝트
 - 4) 캐나다 방송사가 제작비의 10% 이상을 현금(cash) 투자

73) 단순 디지털 플랫폼을 통한 배급 프로젝트가 아니라, Web 2.0, Interactive Web / 모바일 콘텐츠, 게임 등 진정한 의미의 본격적인 디지털 미디어 콘텐츠를 의미

74) 2013-14 performance Envelope Program Guidelines, p.17.

(3) TV 프로그램의 방영권료 계약기준

- TV 프로그램의 경우 CMF가 요구하는 ‘방영권료 계약기준’을 충족시켜야 하며, 아동/청소년 프로그램 방영권료 계약기준은 다음과 같음

1) 방송사가 지불하는 ‘최소 방영권료’ 기준을 충족.(신청후 변경 불가)

언어	시간당 제작비	최소 방영권료 /시간
영어	\$750,000 이하	제작비의 25% 또는 \$160,000
	\$750,000 이상	\$160,000
불어	애니메이션의 경우	제작비의 10%

- 2) 캐나다 국내 방영권리에 대한 현금(Cash) 지불
- 3) 방송사와의 방영권 계약기간은 6년 이내
- 3) 인터넷, 모바일, 극장 상영권 등 별도 권리에 별도의 방영권료 지불
- 4) 방송국의 계열 제작사 또는 방송국 자체 (in-house) 제작에 대한 방영권료 지불은 아동/청소년, 드라마, 버라이어티 3개 장르 프로그램에 전체 방영권료의 15% 이내로 제한

□ 방송사 의무 및 벌칙 (Penalty)⁷⁵⁾

- 방송사는 배정된 방영실적 기금배정액(Performance Envelope) 전액을 프로그램에 배정하여 제작사에게 지급되도록 해야 하며, CMF는 이를 위해 방송사 의무 및 벌칙(penalty) 조항을 두고 있음
 - \$2.5백만 이상의 기금을 배정받은 모든 방송사는 10월까지 기금배정액의 75%에 대한 프로그램 배정(program commitment) 신청서를 제출해야 함
 - \$50,000의 최소 기금배정액을 배정받은 방송사업자는 1차 사용 마감일까지 기금을 프로그램에 배정해야 함
 - 최종 마감일까지 방송사는 기금배정액 전액에 대한 프로그램 배정 신청서를 CMF에 제출해야 함
 - 최종 마감일까지 신청되지 않은 기금 잔액은 방송사의 기금배정액에서 소멸됨

75) Performance Envelope Manual, March 2014, p.14.

- 방송사가 기금배정액을 사용하지 못할 경우⁷⁶⁾, 차기 년도 기금배정액 삭감, 기금 배정 중단 등 벌칙을 부과할 수 있음

○ 융합(Convergent) 프로젝트 중 디지털 콘텐츠에 투자(10% 이상)하는 의무를 방송사가 이행하지 않을 경우, 그 부족액만큼을 차기 년도 자유이용 기금(Flex Amount) 에서 삭감

□ 방영실적 기금배정(Performance Envelope) 프로그램 일정⁷⁷⁾

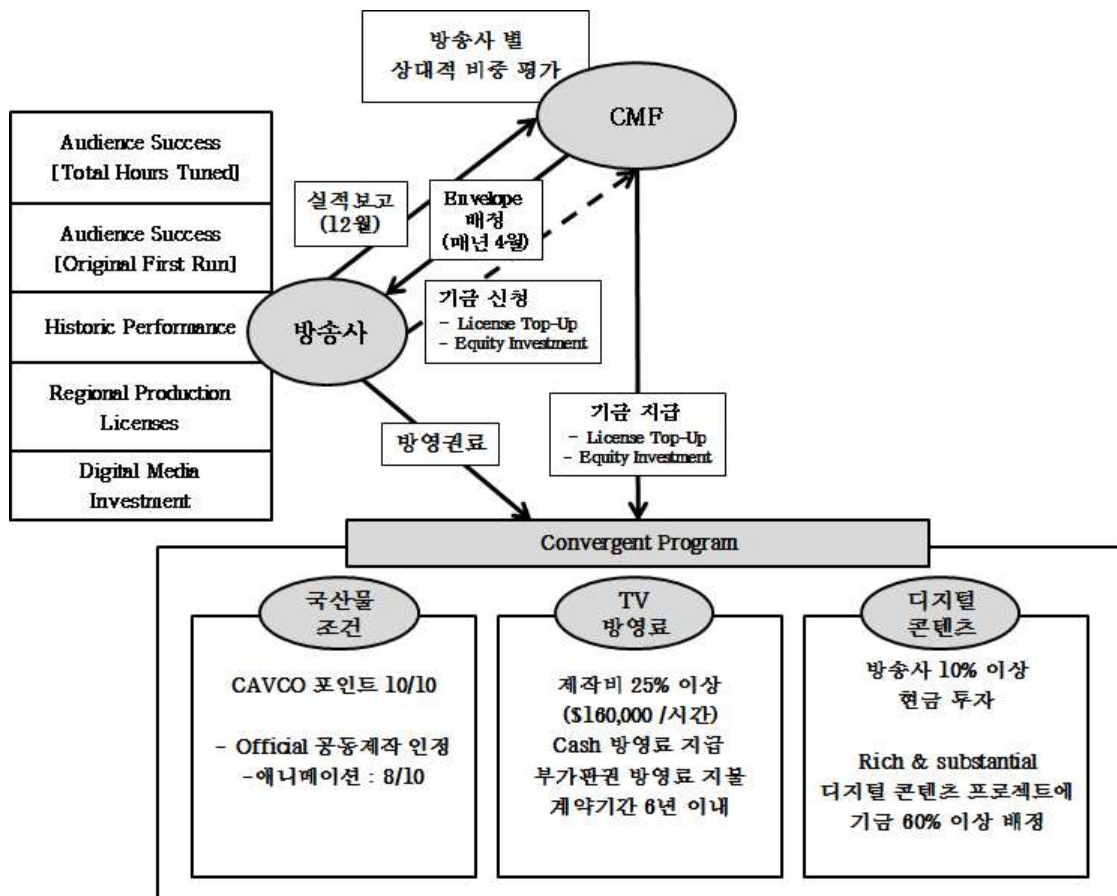
10월	- 프로그램 기금배정 1차 마감(75% 사용, Minimum Envelope 방송사는 전액) - CMF : 방송사업자들에게 시청자 실적(Audience Success) 자료제출 통보
11월 - 12월	- 프로그램 배정신청 마감 - 방송사 시청자 실적(Audience Success) 자료 제출 마감
1월	- 방송사에 과거 실적(Historic Performance) 자료제출 통보 - CMF : 기금배정액 미사용, 디지털 콘텐츠 포함 프로그램 60% 미사용 상황을 방송사업자 통보 - 신규 방송사업자 기금 지원신청 마감
3월	- 차기년도 예산 및 프로그램 계획 확정 - 방송사별 방영실적 기금배정액(Performance Envelope) 산출
4월	- 최종 방송사별 기금배정액(Performance Envelope) 공고

76) 방송사의 방송 프로그램 확보, 최저 방영권료 지불, 디지털 콘텐츠 투자 등 방송사의 투자와 노력이 필요

77) Performance Envelope Manual, March 2014, p.16-24.

□ 방영실적 기금배정(Performance Envelope) 프로그램 운영 흐름(Flow)

〈그림 15. CMF 방영실적 기금배정 프로그램 운영 흐름〉



3.5. 세제 혜택

- 연방정부 차원의 세제혜택에는 문화부 시청각인증실(CAVCO)에서 운영하는 1)캐나다 영상물에 대한 세제혜택 CPTC 와, 2)해외 영상물 제작 서비스에 대한 세제혜택인 PSTC 의 두 가지 형태가 있고, 3)지방정부 차원에서 제공하는 세제혜택이 있음
- 2012~2013년 기간의 아동, 청소년 TV 프로그램 제작비 재원조달에 있어 CPTC 가 차지하는 비중은 10%, 지방정부 세제혜택의 비중은 23%로, 전체 프로그램 제작비의 33%를 지원하고 있음

- 차후 지불할 세금에 대한 세액공제(Credit)가 아니라, 납세할 세액을 차감한 후 잔액을 기업에 바로 돌려주는 Tax Return 으로 실질적인 제작비 조달 효과를 제공

3.5.1. 연방정부 세제혜택 : CPTC 와 PSTC

□ 캐나다 영화비디오 제작세액공제(Canadian Film or Video Production Tax Credit, CPTC)

- 민간 부문의 영화 산업에 대한 투자를 촉진하기 위하여 1974년부터 운영해오던 ‘자본비용 보조금 프로그램’(Capital Cost Allowance Program, CCA)을 1995년에 제작 관련 세액 공제 프로그램으로 대체한 것임
- CPTC는 ‘캐나다 프로그램 제작을 활성화하고 독립 제작사의 양성’을 목적으로 운영되며, 캐나다인이 경영하는(Canadian-controlled) 제작사의 세금을 감면해주는 제도
 - 캐나다 제작사(qualified corporation)가 캐나다 영상물 제작을 위해 지출한 인건비(qualified labour expenditure, 제작비의 60% 이하)의 25%에 대해 세제혜택(tax return)을 제공
 - 제작 서비스에 대한 세제 혜택 프로그램인 PSTC 와 중복 혜택은 불허
- CPTC 신청을 위해서 제작사는 문화부 시청각인증실(CAVCO)에 직접 ‘캐나다 국산물’ 인증을 신청하여 인증서를 발급받아야 함
 - 캐나다 국산물 인증은 캐나다 제작사가 제작하거나, 캐나다와 공동제작 협정을 체결한 국가와의 공동제작물에 대해 CAVCO가 심사하여 발급
- CPTC 신청절차
 - 1) CAVCO의 국산물 인증서와 신청서류(Form T1131)와 함께 <T2 Corporate Income Tax Return>을 세무서에 접수

- 2) 세무서에 신청서류가 접수되면 세무서의 영상부문 관할부서(Film Service Unit)에서 이를 확인
- 3) 신청서류는 연방정부의 세무담당 기관인 캐나다 국세청(Canada Revenue Agency)에서 심사하여 최종 처리

○ 총 제작비의 60% 한도에서 인건비의 25%의 혜택이 주어지므로 CPTC Tax Return 은 최대 제작비의 15% 한도로 제공됨

□ 영화비디오 제작서비스 세액공제(Film or Video Production Services Tax Credit, PSTC)

- 1997년부터 신설된 세액 공제 프로그램으로 외국의 영화 제작 프로젝트를 캐나다로 유치하여 캐나다를 촬영 장소(location)로 삼게 하여, 외국 프로젝트를 이용한 캐나다인의 고용 창출, 캐나다 영화 산업의 경쟁력 강화 및 영화 관련 투자 유치를 목적으로 함
- 기업의 국적에 관계없이 캐나다 내국인이 제공하는 서비스를 이용하여 인건비가 발생할 때 지출 금액의 16%에 대한 세액 공제를 제공하며, 총 제작비의 15%가 상한선인 CPTC와 달리 PSTC는 상한선이 없음

3.5.2. 지방정부 세제혜택

- 지방정부의 세제혜택은 2013년 캐나다 TV 아동 청소년 프로그램 재원 조달원 중에서 가장 큰 23%의 비중을 차지하고 있는 주요 재원임

□ 온타리오(Ontario)주 영상물(Film & TV) 세제혜택⁷⁸⁾

- 2012~2013 기간 전체 캐나다 TV 프로그램 생산량의 42%를 차지하는 온

78) Ontario Media Development Corporation (OMDC) 홈페이지 (<http://www.omdc.on.ca/>)

타리오주의 세제혜택 프로그램을 살펴보면 다음과 같음

- 주관기관은 Ontario Media Development Corporation
- Ontario 에 기반을 둔 제작사의 영상물 제작 인건비 지출의 35%를 지원하는 Ontario Film & Television Tax Credit(OFTTC), 국내외 영상물 제작 서비스에 투입된 인건비의 25%를 지원하는 Ontario Production Service Tax Credit(OPSTC), 국내외 컴퓨터 애니메이션 제작에 투입된 인건비의 20%를 지원하는 Ontario Computer Animation & Special Effects Tax Credit (OCASE) 을 제공

〈표 38. 캐나다 온타리오주 세제혜택 프로그램〉

프로그램	구분	내용
OFTTC	개요	〈온타리오 제작사〉가 〈온타리오 제작물〉에 투입한 인건비에 대한 Tax Return
	Return 금액	온타리오 내 인건비 지출의 35%
	제작사 자격	온타리오 소재 캐나다 제작사
	대상 작품	- 캐나다 국산물 인증작품(6/10점 이상) - 제작비의 75% 이상을 온타리오에서 지출 - 온타리오 소재 배급사와 배급계약 또는 완성후 2년 이내 온타리오 내 방영되는 작품
	대상 비용	- 온타리오 주민에게 지불되는 인건비 - 온타리오 납세 기업에 지불되는 비용
	지원방식	- Credit 금액은 납세해야 할 금액을 제외하고 기업에 지불 - 납세할 금액이 없을 경우, 전액 지불
OPSTC	개요	국내외 기업의 온타리오내 지출비용에 대해 25% Tax Return
OCASE	개요	컴퓨터 애니메이션, Special Effect 작업에 지출한 온타리오 인건비에 대한 Tax Return으로 OETTC, OPSTC에 추가 혜택
	Return 금액	온타리오 지출 인건비의 20%

4. 지원제도의 성과 및 과제

4.1. 지원제도의 성과

□ 캐나다 프로그램의 제작 및 방영 활성화

- 1) 방송법 및 CRTC의 규제에 따른 TV 애니메이션의 방영의무 부과 및 방송사업자의 제작비 투자 의무, 2) 연방, 지방 정부의 세제혜택(Tax Return), 3) 국고 지원과 방송사업자 부담금으로 조성된 CMF의 방송사 방영실적 기금배정을 통한 방영료 추가 지원 및 제작비 지원/투자 등의 지원정책을 통해 캐나가 국산 프로그램 제작 및 방영 활성화를 위한 산업 시스템을 구축
- 2012~2013 기간 캐나다 아동 청소년 프로그램의 제작비의 50%를 공공재원(세제혜택 및 CMF 기금)으로, 21%를 방송국의 방영권료로 조달하여, 제작사 및 민간 투자는 거의 필요치 않음

□ 국산물에 대한 캐나다 아동의 높은 선호도⁷⁹⁾

- 캐나다 아동, 청소년 프로그램은 캐나다 시청자의 높은 선호도를 유지
 - 불어 아동, 청소년 프로그램 시청의 82%가 국산물이며, 영어 프로그램의 경우 55% 국산물이 점유하고 있으며, CMF가 지원하는 장르중 가장 높은 국산물 선호도임

□ 캐나다 애니메이션의 해외시장 성공

- 해외 시장에서 성공한 캐나다 애니메이션이 다수 제작되고 있으며, 높은 해외시장 매출을 창출하고 있음

79) The case for kids Programming, Canadian Film and Television production Association, 2009

- 캐나다 아동, 청소년 프로그램은 \$37백만에 달하는 해외시장 선판매 (pre-sale)를 기록하였고, 제작 이후 프로그램 수출액도 \$66백만으로, 전체 해외시장 부가가치 창출은 \$103백만에 달함⁸⁰⁾

○ 캐나다 애니메이션 산업은 <George of the Jungle>, <Gofrette>, <Captain Flamingo>, <Manon>, <Bromwell High>, <Bo on the Go> 등 해외시장에서 성공한 애니메이션 시리즈를 제작

□ 높은 일자리 창출효과

- 캐나다 아동, 청소년 프로그램 제작산업은 2,500개의 일자리를 창출했으며, 관련 산업의 일자리 창출은 3,900개에 달함
- 특히 아동, 청소년 프로그램 제작의 주요 영역인 애니메이션 분야의 일자리 창출력이 높아, 편당 제작비 \$250,000의 애니메이션 26부작은 1년간 제작 산업에 76개의 일자리를 창출(cf. 비애니메이션은 71개)하며, 연관 산업에의 파급효과도 큰 것으로 나타남

□ 공공재원의 높은 투자유발

- 공공재원 투입의 효과에 있어서 아동, 청소년 프로그램은 공공재원 투입에 따른 높은 민간투자 유발 효과를 보이고 있음
 - 아동, 청소년 프로그램 제작에 대한 공공재원 \$1 당 \$1.25의 민간 투자를 유발(cf. 픽션 장르 \$1.14)⁸¹⁾

80) 2007~2008년 통계자료 (The case for kids Programming, Canadian Film and Television production Association, 2009)

81) 2007~2008년 기준 자료 (The case for kids Programming, Canadian Film and Television production Association, 2009)

4.2. 캐나다 아동 · 청소년 프로그램 지원정책의 과제

□ 제작물량의 감소

- 캐나다 아동, 청소년 프로그램의 생산량이 점차 감소하고 있음
 - 캐나다의 아동 청소년물 생산량은 2007년 이후 하락세를 보이고 있으며, 2012~2013년 기간에는 전년 대비 25.7% 하락한 \$3억 4천만을 기록
- 매체와 장르 불문한 2012~2013년 기간 애니메이션 총 생산량은 전년도 대비 4.8% 증가하여 총 \$2억2천만 달러 규모였으나, 2006~2007년 기간에 비하면 14% 하락한 것으로 캐나다 애니메이션 생산이 감소하고 있음을 보여줌

□ 공공재원의 축소

- 캐나다 아동, 청소년 프로그램에 대한 공공재원도 지속적으로 축소
 - 2013-2014 기간의 CMF 지원금은 총 \$354.5 백만으로 전년대비 5% 가 축소되었는데, 문화부의 국고지원 등으로 축소 폭을 줄였으나, 디지털 미디어 환경 도래에 따른 방송사업자의 매출 위축으로 공공재원 위축이 불가피함⁸²⁾

82) 전문가 인터뷰 결과 (선우엔터테인먼트 강문주 대표)

해외 애니메이션 지원제도 사례 연구



IV. 프랑스 애니메이션 지원정책 및 제도

1. 프랑스 애니메이션 산업현황
2. 프랑스 영상산업 지원기관
3. 애니메이션 지원정책 및 제도
4. 지원제도의 성과 및 과제

1. 프랑스 애니메이션 산업 현황

1.1. 프랑스 애니메이션 산업 현황⁸³⁾

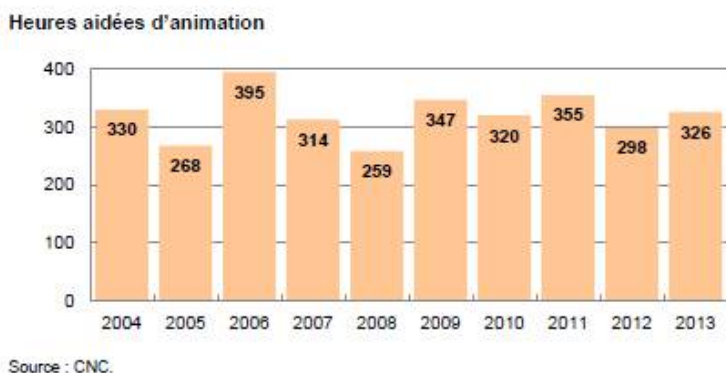
〈표 39. 프랑스 애니메이션 주요 생산지표〉

애니메이션 주요 지표 (2013)						
(M€)	2008	2009	2010	2011	2012	2013
생산량 (시간)	259	347	320	355	298	326
총 제작비 (M€)	151.9	201.3	181	217.3	181.8	213
시간당 제작비 (K€)	586.5	580.1	565.6	612.1	610.1	653.4
방영료 (M€)	40.1	56	50.7	57.9	49.7	58
CNC 지원금 (M€)	30.5	42.7	39.2	43	37.8	40.6
해외 자본	42.9	51.4	42.5	60.9	42	52.1

1.1.1. 애니메이션 생산 규모

- 2013년 프랑스의 애니메이션 생산량은 총 326시간으로 전년 대비 9.1% 증가하였고, 2004~2013년 기간 10년 평균 애니메이션 생산량은 321시간으로 애니메이션 생산량은 정체중임
- 애니메이션은 국립영화센터(Centre National de la Cinématographie, CNC)가 2013년 지원한 전체 TV 프로그램의 6%(시간 기준)를 차지. 이는 2012년 5.8%와 유사한 비중으로 CNC의 분석에 따르면 프랑스의 애니메이션 생산량은 3년 주기로 증감하고 있음

〈그림 16. 프랑스의 연간 애니메이션 생산량 (시간)〉



83) CNC, Marché de l'animation en 2013 (<http://www.cnc.fr/web/fr>)

1.1.2. 애니메이션 제작비

- 2013년 프랑스 애니메이션의 시간당 평균 제작비는 €653,4000 으로 시간당 제작비 €500,000 이하가 10.9%, €500,000~700,000 가 51.7%, €700,000 이상이 37.4% 로 나타남
- 프랑스 애니메이션의 시간당 제작비는 2008년 €586,500에서 상승세를 보이고 있으며, <그림 19>에서 보는 바와 같이 €700,000 이상의 높은 제작비를 투입하는 애니메이션의 비중이 급격히 증가하고 있어, 프랑스 애니메이션의 고품질화 추세를 보여줌

<그림 17. 프랑스 애니메이션의 시간당 제작비 분포>



- 그에 따라 2013년 프랑스 애니메이션 전체 제작비는 전년 대비 17.2%나 증가한 €2억 1,300만으로 나타났으며, 시간당 평균 제작비는 전년 대비 7.4% 증가하였음
- 2004~2013년 기간 시간당 평균 제작비는 € 587,300이며, 2013년 시간당 CNC 기금지원은 1.6% 감소한 €124,600으로 이는 전체 제작비의 19%에 해당하는 금액임

1.1.3. 프랑스 애니메이션의 재원조달 구조

<표 40. 프랑스 애니메이션 재원조달 구조>⁸⁴⁾

프랑스 애니메이션 재원조달 구조 (2008~2013)							
(M€)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	(%)
국내 재원	108.7	149.9	138.4	156.4	139.8	161.0	75.6
프랑스 제작사	24.9	31.7	30.5	38.9	36.7	43.9	20.6
국내 pre-sale	6.4	12.2	9.5	6.1	5.5	7.2	3.4
프랑스 방송사	40.1	56	50.7	57.9	49.7	58	27.2
SOFICA	2.1	3.7	2.9	5.5	3	3.8	1.8
CNC 기금	27.9	34.8	29.5	30.7	31	33.6	15.8
CNC 기타 지원	2.5	7.9	9.7	12.3	6.8	6.9	3.2
기타	4.7	3.7	5.7	5.1	7.2	7.6	3.6
해외 재원	42.9	51.4	42.5	60.9	42	52.1	24.4
공동제작 투자자	25.7	31.3	31.3	43.4	23.2	25.6	12.0
해외 pre-sale	17.2	20.2	11.3	17.4	18.8	26.5	12.4
전체 재원조달	151.6	201.3	180.9	217.3	181.8	213.1	100.0

□ 국내 재원조달 (75.5%)

- 프랑스 국내 재원조달은 전년 대비 15.2% 증가하여 총 €1억 6100만을 기록하였으며, 이는 전체 애니메이션 제작비의 75.6%
 - 이중 프랑스 제작사의 투자는 전년 대비 19.7% 증가한 € 4,390만으로 전체 제작비의 20.6% 의 비중
- 프랑스 방송사로부터의 재원조달은 €5,800만으로 제작비의 27.2%, 방송사로부터의 방영권료는 시간당 평균 €178,000으로 2012년의 €166,500에 비해 6.9% 증가
 - 프랑스내 선판매(Pre-sale)는 전년대비 30.4%나 증가하여 €720만을 기록
- CNC의 애니메이션 지원금은 7.4% 증가한 €4,060만으로, 전체 제작비의 19.0%의 비중을 차지

84) CNC Annual Report -Result 2013, CNC, p.95.

□ 해외 재원조달 (24.5%)

- 해외로부터의 재원은 전체 제작비의 24.4% 비중을 차지했으며, 금액으로는 전년 대비 23.9% 증가한 €5,210만 이었음
 - 그중 해외 공동투자자의 투자는 10.4% 증가한 €2,560만, 해외 선판매는 40.6%나 증가한 €2,650만에 달했음
- 2013년, 281시간 분량(전체의 86.4%) 에 달하는 애니메이션이 해외로부터 재원을 조달했으며, 이는 2012년 226시간(전체의 75.6%)에 비해 대폭 상승한 수치로 프랑스 애니메이션 산업의 높은 해외 자본 의존도를 보여주고 있음
- 2013년, 270시간의 프랑스가 50% 이상(majority) 지분을 보유한 공동제작 애니메이션이 제작되어 €4,630만의 해외 자본을 조달했으며, 프랑스 측 지분이 50% 이하(minority)인 해외공동제작은 11시간 분량에 불과하였는데, 이는 정부 지원을 받기 위해 충족시켜야 하는 국산물 조건에 기인한 것으로 추정

1.2. 부문별 현황

1.2.1. 극장용 애니메이션

- 2013년 6편의 극장용 애니메이션이 개봉되었는데, 이는 2012년 12편에 비해 대폭 줄어든 편수이나, 2012년의 극장용 애니메이션 제작 붐은 예외적인 현상으로 이해
 - 3편은 100% 국내 제작 프랑스 애니메이션이며, 3편은 해외공동제작
 - 2004~2013년 기간 중, 총 74편의 극장용 애니메이션이 제작되었고, 이는 편수 기준 전체 프랑스 영화의 3.1%에 해당

- 2013년 SOFICA는 2편의 극장용 애니메이션에 €0.76 million을 투자
 - 편당 €378,000으로 제작비의 4.2%에 해당

SOFICA⁸⁵⁾

- 1985년 도입된 개인 또는 기업으로부터 자금을 투자받아 영상산업에 투자하는 기업형태의 투자체
- 투자자들은 SOFICA 기업의 지분을 구입하는 형태로 투자하며, SOFICA 기업은 CNC가 인증하는 프랑스, EU 영상물에 투자
- 2012년 SOFICA의 지분을 구입한 개인들은 다음해인 2013년에 그에 따른 36% 소득세 공제 혜택을 누림
- SOFICA는 투자의 댓가로 작품의 copyright 지분을 확보
- 2004~2013년 기간, SOFICA 는 총 32 편의 극장용 애니메이션에 €16.05 million을 투자 (평균 €501,600 /편 투자)

1.2.2. TV 애니메이션 시청률

- 2013년 전국 채널(TF1, France 2, 3, 5, M6, Canal+) 에서 애니메이션이 차지하는 프로그램 비중은 7.5%에 달했으며, 이들 채널 내 애니메이션의 시청자 분담율은 1.8%
- 2008~2013년 기간중, 4-14세 시청자를 대상으로 하는 애니메이션 타겟 시청자 점유율은 다음의 <표 41>과 같으며, TF1의 애니메이션이 가장 높은 점유율을 보이고 있음 (TF1: 2013년 4-10세 시청자 점유율 26.4%)

⁸⁵⁾ SOFICA (societes pour le financement de l' industrie cinematographique et audiovisuelle)

<표 41. 2008-2013년 프랑스 채널별 애니메이션 시청자 점유율>⁸⁶⁾

		TF1	France 2	France 3	Canal+	France 5	M6
4세 이상 전체	2008	14.1	10.0	12.6	1.9	4.1	7.0
	2009	12.5	15.4	11.8	1.6	3.7	5.6
	2010	11.7	15.2	9.6	1.5	2.5	4.3
	2011	10.4	12.5	7.9	1.5	2.2	4.8
	2012	10.2	9.7	7.7	1.3	2.4	4.9
	2013	10.1	9.6	7.2	0.9	2.3	4.9
4-10세	2008	25.2	4.3	23.5	3.6	15.3	10.4
	2009	26.2	26.4	22.0	2.5	14.0	9.6
	2010	25.9	31.9	20.0	2.1	10.9	8.5
	2011	23.8	25.6	18.5	2.8	10.4	11.3
	2012	24.7	23.0	17.7	2.5	10.0	12.6
	2013	26.4	14.2	18.9	1.6	10.8	11.9
11-14세	2008	20.9	8.6	26.4	3.4	6.3	12.1
	2009	20.5	21.2	23.8	3.4	6.4	9.1
	2010	18.7	38.6	19.8	3.4	4.1	6.1
	2011	16.2	15.2	15.0	3.4	3.2	6.3
	2012	15.1	18.7	13.8	2.8	2.7	6.9
	2013	15.1	9.8	13.6	1.9	2.4	7.7

- 4-10세 그룹의 경우, TF1에서 가장 인기가 있었던 애니메이션은 유럽 및 미국산 애니메이션으로 똑같이 30.1% 점유율을 보였고, France2, France3 에서는 미국산 애니메이션이 가장 점유율이 높았음
- 전체적으로 볼 때, 미국, 유럽, 프랑스 애니메이션의 인기는 비슷한 것으로 나타남

86) CNC, Marché de l'animation en 2013 (<http://www.cnc.fr/web/fr>)

<표 42. 2013년 국적별 채널별 애니메이션 시청자 점유율 (%)>⁸⁷⁾

		TF1	France 2	France 3	Canal+	France 5	M6
프랑스	4세 이상 전체	9.6		7.0	0.6	2.6	3.8
	4-10세	23.5		17.8	1.2	11.0	10.3
	11-14세	14.3		13.8	1.1	2.4	6.6
유럽	4세 이상 전체	7.2	3.5	4.2	0.4	2.1	3.3
	4-10세	30.1	1.1	14.3	0.6	12.2	7.4
	11-14세	10.8	1.1	10.6	0.3	2.9	4.9
미국	4세 이상 전체	13.4	11.4	7.9	1.1	2.6	6.1
	4-10세	30.1	14.8	20.3	1.8	10.1	13.8
	11-14세	20.8	10.5	13.9	2.1	2.3	8.8
기타	4세 이상 전체	9.0		5.5	0.4	1.8	0.4
	4-10세	28.3		17.8	0.9	9.9	7.0
	11-14세	11.8		10.4	1.3	2.1	0.2

1.3. 프랑스의 방송환경⁸⁸⁾

1.3.1. 방송채널 및 사업자

- 프랑스의 대표적인 지상파 방송사업자로는 공영방송 France Television과 민영방송 Canal+, TF1, M6 등이 있음
- 케이블과 위성채널의 성장으로 1995년~2004년 기간 중 지상파 채널의 시장점유율은 감소
- 2012년 기준으로 TF1의 점유율이 22.7%로 가장 높으며, France2 14.9%), M6(11.25%)가 뒤를 이음⁸⁹⁾
- France Televisions
 - 1992년 개국한 프랑스 공영방송으로 France2, 3, 5와 디지털 채널인 France 4, 위성채널 France Ô를 보유
 - 2012년 기준 France Televisions의 시청자 점유율은 30.3%

87) CNC, Marché de l'animation en 2013 (<http://www.cnc.fr/web/fr>)

88) 정보통신정책연구원, 2013 국제 방송시장 조사, 2013.12.

89) 정보통신정책연구원, 2013 국제 방송시장 조사, 2013.12. p.94.

〈표 43. France Televisions 소유 채널과 장르〉⁹⁰⁾

채널	장르	구분	수신료	비고
France2	종합편성	지상파	무료	
France3	지역방송			
France4	영화, 드라마			디지털
France5	문화(건강, 교육), 다큐멘터리			
lère	해외 방송			
France Ô	lère의 위성채널 위성채널			위성
Gulli	어린이			
Mezzo	음악(클래식)	케이블	유료	
Planète Thalassa	다큐멘터리			
Planète Justice	다큐멘터리			

○ TF1 Group(지상파)

- 1935년 개국한 가장 오래된 민영 방송이며, 1986년 설립된 무료 채널 TF1, TMC, 유료채널인 LCI, TF6, Eurosport, 케이블 무료채널 France24 등을 보유(2012년 기준 23.7% 시장점유율)

○ Canal+ Group(유료 및 지상파)

- 1984년 개국한 프랑스 최초의 민영방송으로 미디어 그룹인 Vivendi Group에 소속
- 유료 지상파 및 케이블 채널을 중심으로 하며, 일부 무료채널 보유
- 대표채널로 지상파인 Canal+, Canal+ Sports, Canal+ Cinéma, iTélé, 케이블 채널인 Canal+ Family, Canal+ Décadé 등을 보유하고 있음

1.3.2. 채널별 시청자 점유율

○ 프랑스의 경우 시청점유율에 있어 지상파 채널들의 강세가 두드러짐

- 전체 시청 시간대에 있어 지상파 채널의 평균 시청점유율은 9.13%로,

90) 정보통신정책연구원, 2013 국제 방송시장 조사, 2013.12, p.95.

0.34%를 기록한 케이블에 비해 현저히 높음

- 주 시청시간대에 있어서도 지상파 채널의 평균 시청점유율은 10.27% 는 케이블 채널의 0.26%와 큰 차이를 보임

○ 지상파 채널별 시청률

- 주요 지상파 채널 중에서는 민영 채널인 TF1의 시청점유율이 23.8%로 가장 높게 나타났으며, France Télévisions 소유의 공영 채널 중에서는 France2의 시청점유율(13.4%)이 가장 높게 나타남
- 반면, 주시청시간대에 있어서는 France2 채널의 시청점유율(14.1%)보다 민영인 M6 채널의 시청점유율(15.1%)이 더 높게 나타남

<표 44. 프랑스 주요 지상파 채널 시청률>⁹¹⁾

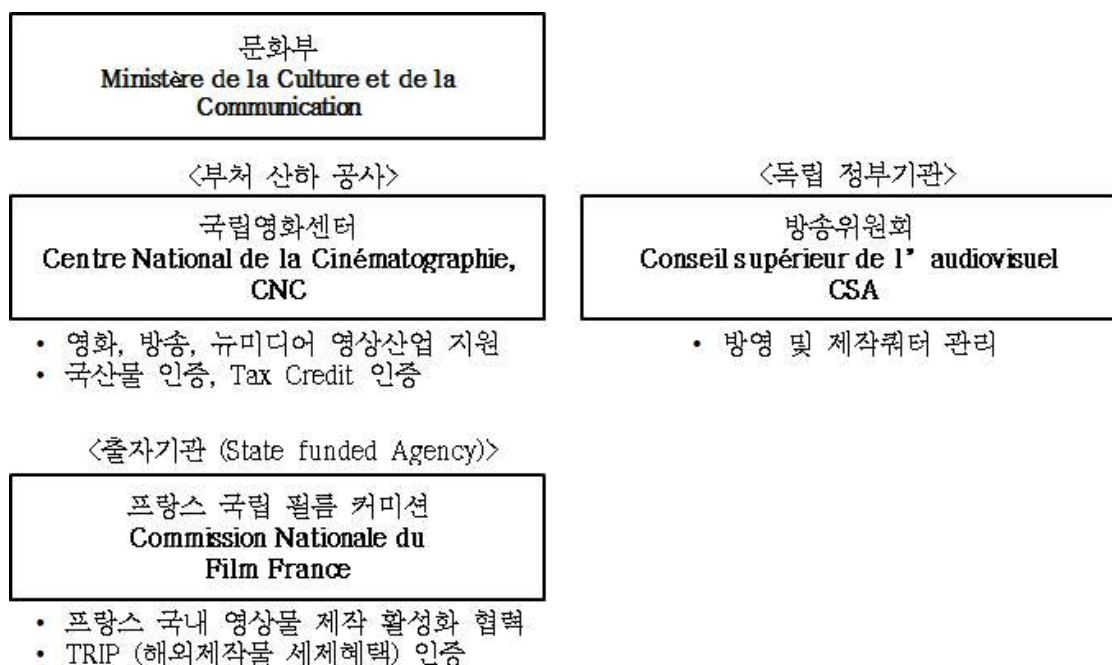
채널	장르	소유형태	시청률 (%)	주시청 시간대 (%)
TF1	종합	민영	22.3	24.8
France2	종합	공영	13.4	14.1
France3	종합	공영	7.5	9.2
France4	종합	공영	2.0	1.8
France5	문화, 교육	공영	2.9	1.6
M6	종합	민영	11.8	15.1
Canal+	종합	민영	4.0	5.3

91) 정보통신정책연구원, 2013 국제 방송시장 조사, 2013.12, p.91.

2. 프랑스 영상산업 지원기관

- 프랑스는 영화 및 시청각물 산업을 위해 강력하고 다양한 지원 제도를 시행하고 있으며, 국가 예산이 아니라, 각종 제도와 법적 장치를 통해서 영상물 시장에서 거둔 수익을 공공 지원기금으로 활용하여 재투자한다는 특징을 지님
- 정부 지원은 세계에서 유례를 찾아보기 어려운 강력하고 조직적인 국립 영화센터(CNC)의 광범위한 지원체계를 중심으로 지원되고 있으며, CNC는 다른 유관부처 및 기관과 함께 프랑스 영화 및 시청각 산업(방송영상물 산업)을 주관하고 있음
- 방영에 대한 정책 및 규제는 방송위원회 CSA가, 해외공동제작 인증은 프랑스 국립영상위원회(CNC)가 담당

〈그림 18. 프랑스 방송영상산업 지원기관〉



2.1. 국립영화센터(Centre National de la Cinématographie, CNC)

□ CNC 개요

- 1946년 10월 25일 <영화산업법령> 제1조에 의거해 창설된 문화부 (Ministry of Culture and Communication) 산하의 공공기관으로 법제적 주권과 독립된 재무구조를 갖고 있는 프랑스의 영화와 방송영상산업 진흥을 위한 중심기구로, 영화, 방송, 멀티미디어 관련 영상물 산업의 진흥과 지원을 책임짐
- CNC는 정부에서 임명하는 공무원들로 이루어져 있으며, 프랑스 문화부의 산하기관으로, 담당업무는 프랑스 문화부 장관에 의해 결정됨
 - CNC의 정책은 법률과 시행령으로 통제되며, 문화부와 CNC에 의해 입안된 법률 및 시행령이 의회에 통과됨으로써 CNC의 지원제도로 효력을 발휘함
- CNC 는 1) 규제, 2) 영화, TV, 비디오, 멀티미디어 산업 지원, 3) 프랑스 영화와 TV 프로그램의 노출 활성화, 4) 영화 유산의 보존과 발전을 임무 (mission)로 삼고 있음
- 영화/영상물 시장으로부터 거둔 수익을 공공 지원기금의 재원으로 활용하며, 상대적으로 적은 프랑스 문화부의 국고 지원에도 불구하고 각종 제도와 법적 장치를 통해 공공 지원예산을 확보하여 운영
 - CNC 기금은 1)극장입장료에 11% 부과되는 영화표세와 2)방송사 매출액의 5.5% 에 해당하는 방송사 부담금, 3)비디오 사업자의 부담금을 주요 재원으로 하고 있음

□ CNC 관장 업무⁹²⁾

(1) 지원 업무

- 법규 및 정책 연구 및 입안
- 제작사, 배급사, 상영관의 라이선스 발급
- 영화, TV 프로그램 제작을 위한 각종 인증 발급
- Tax credit을 위한 각종 인증
- 상영관 영화 편성, 영화 티켓 및 box office 자료 감독
- 비디오 산업 규제
- 영화등급위원회 운영

(2) 협상 업무

- EU, WTO, OECD, UNESCO 등 대외 관련기관과의 대외 협상
- TV 산업과 관련된 기술적, 법적 문제 협상

(3) 프로모션 및 인력양성

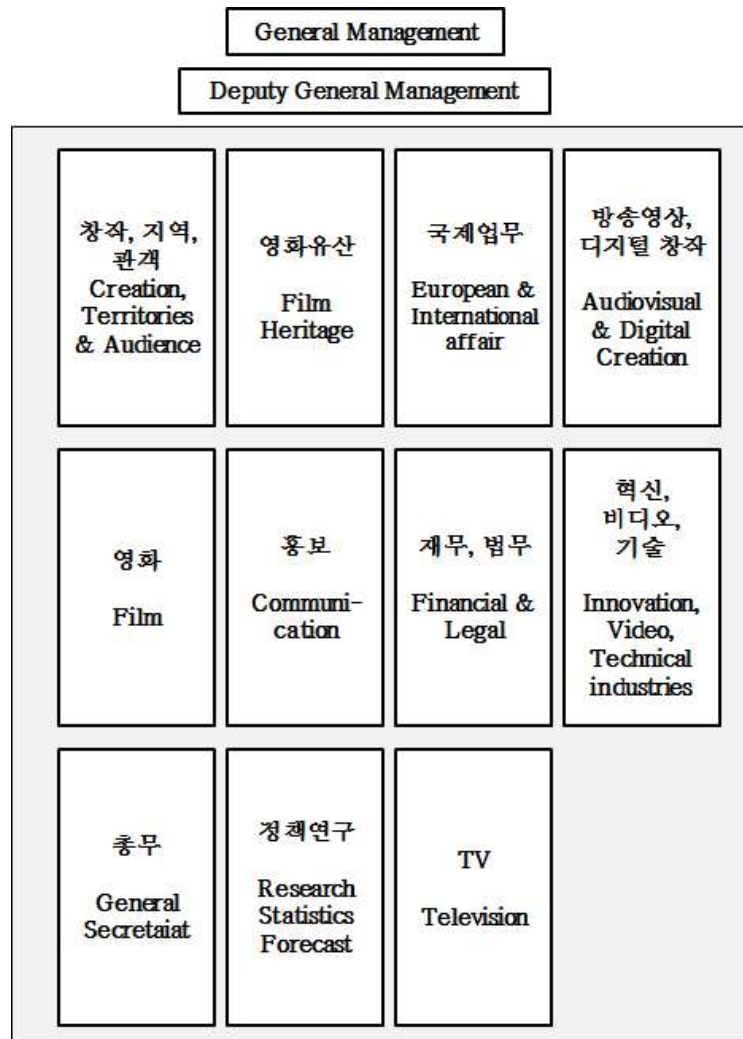
- 영화상영관의 설립 및 현대화
- 다양성 영화 상영 지원
- 칸느 영화제 등 국내외 관련 행사의 주관
- 프랑스 영화 및 방송영상물의 해외 수출 지원
- 기술인력, 창작 인력 등 산업인력의 양성
- 초, 중, 고등학교의 문화교육 계획 수립

(4) 영화 유산의 보호 및 계승

- 공공영화 유산의 수집, 보관, 자료정리, 보존(영화 아카이브 관리)

92) the CNC's responsibilities (<http://www.cnc.fr/web/en/missions>)

<그림 19. CNC 조직도>⁹³⁾



2.2. 방송위원회 (Conseil supérieur de l' audiovisuel, CSA)

□ CSA 개요

- ‘프랑스의 방송의 자유를 보장’ 하기 위해 1989년 1월 Haute Autorité de la communication audiovisuelle(1982-1986) 와 Commission nationale de la communication et des libertés(1986-1989)을 승계하여 설립

93) <http://www.cnc.fr/web/en/organisation-chart>

- CSA는 ‘방송매체를 통한 프랑스 언어와 문화의 보존과 전파’ 및 방송매체에서의 프랑스 사회 다양성의 반영, 방송 공공성의 확보를 책임
- CSA 는 공공 독립기관으로 주요 의사결정은 6년 단임의 7인의 이사회에 의해 이루어짐
 - CNC 이사회는 상원의회에서 3명, 하원의회에서 3명, 그리고 대통령이 지명하는 의장 등 총 7인으로 구성되며, 2년마다 1/3의 이사를 교체

□ CSA 의 조직 및 주요 업무⁹⁴⁾

- (1) 방송주파수의 할당
- (2) 방송영상물의 배급 및 방영에 관한 규제 및 관리
 - 프랑스 내 TV, 라디오 채널을 운영하고자 하는 사업자는 CSA와의 협약을 통해, 방송 라이선스를 취득하여야 함
- (3) 프로그램 모니터링
 - 방송사업자들의 의무이행을 확인하기 위한 프로그램 모니터링
- (4) 방송사업자 제재
 - 방송사업자 의무 불이행에 따른 제재
- (5) 임명
 - 공영방송 France TV, Radio France, Institutional of Audiovisual(INA)의 이사 임명

2.3. 프랑스 국립 필름커미션(Commission Nationale du Film France: CNF)

- CNF는 프랑스 영화와 TV 프로그램 제작 산업 활성화를 목적으로 하는 정부기관(state-funded agency) 으로, 전국 39개 지역 영상위원회와의 협력을 통해 프랑스 내 영상물 제작을 위한 정보 제공 및 협력 업무를 담당

⁹⁴⁾ CSA, Vast Array of Charges (<http://www.csa.fr/en/The-CSA/An-Independent-Authority-to-Protect-Audiovisual-Communication-Freedom/A-Vast-Array-of-Charges>)

- 구체적으로는 촬영에 필요한 각종 정보의 제공에서부터 영화 제작을 위한 촬영지 답사 대행, 예산안 제시, 행정부와의 사무 대행, 촬영 허가 취득대행, 연기자 및 기술자 명부 제시, 장비 및 서비스 회사 명단 제공, 제작사무 관리 서비스 제공 등의 활동을 수행
- 프랑스 내 제작을 수행하고자 하는 해외 기업을 위한 각종 인허가, 정보 제공 및 제작사 소개 등 업무를 수행하며, 특히, 해외공동제작 작품을 위한 세제혜택 프로그램인 TRIP(Tax Rebate For International Production) 인증 업무를 주관

2.4. 애니메이션 스튜디오 및 교육기관

□ AAA(Atelier de cinema d' Animation d' Annecy)⁹⁵⁾

- AAA는 Alexeïeff et de Claire Parker의 후원으로 1971년 설립된, 프랑스 안시에 위치한 애니메이션 스튜디오
 - 자그레브 페스티벌에서 당선된 3개의 필름 <La Maison Rose de Nicole Dufour>, <Histoire d' un Monsieur de Bernard Palacios>, <Le Jugement Dernier de Francis Masse>으로 알려지기 시작
 - AAA는 정부 산하 기관은 아니지만 다양한 중소기업들과 공공기관들의 지원을 받음
- 공공지원기관은 프랑스 애니메이션 협회(AFCA)와 문화부(Ministry of Culture Communication), 오토사보아 콩세이유 제네랄(Haute Savoie Conseil General 지방자치단체) 등이 있음
- AAA는 사실상 애니메이션 작가를 위한 제작지원 사업 보다는 프랑스 애니메이션 활성화를 위한 활동을 집중적으로 함

95) <http://www.atelieraaa.org>

- 특히 학교들을 대상으로 애니메이션 입문 아틀리에, 전문 교육, 주간 교육 등의 전통 애니메이션 교육에 집중

□ Folimage(폴리마주)

- 폴리마주는 1981년 자크 레미 지라르에 의해 설립된 2D 애니메이션 작가 양성기관으로 남부 론 알프스 지방의 발랑스, 드롬 구역의 라 깡뚜슈리를 비롯하여 다수의 스튜디오와 조직 및 협회의 심장부임
- 미래의 젊은 애니메이션 작가들을 위한 애니메이션 창작 인프라 구축이 폴리마주의 목적으로 라 뿌드리에(1999), 레끼삐(2004) 등의 설립을 통해 공동 목적의 교육기관 확장을 주도
 - 2005년부터는 TV시리즈, 장단편, 그리고 DVD출시를 통해 수익 사업을 조성
- 다수의 장·단편과 TV시리즈 애니메이션을 제작한 폴리마주의 성과는 프랑스를 대표할 만한 독보적인 위치로 평가됨
 - 프랑스 남부를 중심으로 애니메이션 교육 기관과 스튜디오를 융합하고 활성화하며 프랑스의 독립 애니메이션 작가들과 애니메이션의 저변을 책임지고 육성, 확대하고자 하고 있음

□ 라 뿌드리에(La Poudrière)⁹⁶⁾

- 라 뿌드리에에는 1999년 폴리마주의 보완 교육 기관으로 Jacques-Rémy Girerd의 발의에 의해 설립
- 라 뿌드리에에는 프랑스 애니메이션의 문제점들을 해결할 교육 기관이 프랑스에 존재하지 않는다는 문제를 극복하기 위해 설립
 - 또한, 이제까지 비정형화된 운영을 해온 폴리마주의 역사에 양분을 제공하

96) <http://www.poudriere.eu/en/>

고, 거장 애니메이션 감독들과 현장의 신뢰성을 회복하며, 재정적, 법적 제한에서 자유롭고자 하는 의도를 포함

- 폴리마주가 방송국이나 CF 등을 통한 수익으로 스튜디오를 유지하는 운영 방식이라면, 라 뿌드리에는 문화부, 남부 론알프스 발랑스, 드롬 지방자치단체, EU의 MEDIA Program, CNC, Arte, Canal+ 등 다수의 공공기관과 사기업, 방송국 등의 지원을 받음
- 이러한 지원을 바탕으로 프랑스에서 애니메이션 교육을 받은 유망한 작가들에게 작품제작을 위한 제작 스텝과 현장조직을 연결해주고, 작가들을 위한 집중 교육을 제공하여 작가 역량 발전을 지원하는 교육기관임
- 교육 과정으로 볼 때 한국예술종합학교의 전문사에 해당하는 사설 고등교육 기관 정도의 수준을 가지고 있으며, 사설임에도 불구하고 학교 과정을 수료했을 경우 애니메이션 감독 부문의 전문인 자격 부여
 - 현장과 방송국 간의 자매결연을 맺은 덕택에 매년 졸업 작품을 비롯, 다수의 작품들이 방영되고, 페스티벌에서 수상
 - 2012년에는 Canal+ 와 Arte 채널에 졸업 작품이 방영되었고, 2013년에는 ‘세자르’ 최고 장편 애니메이션 상을 수상

□ AFCA(Aassociation Française du Cinéma d’Animation)

- AFCA는 제작 스튜디오나 학교가 아닌 조직으로, 1971년 프랑스 독립 애니메이션을 활성화시키고자 하는 목적 아래 보급, 홍보, 지원하는 3가지 기능에 중점을 두고 설립
- CNC의 지원을 받으며 프랑스의 애니메이션 페스티벌과 파리의 애니마테크(애니메이션 영상자료원)를 운영
 - 250명 이상의 회원을 보유하고 있으며 3개월에 한 번 뉴스레터를 발행하

는 ASIFA-France 그룹의 회원 조직

- 2002년부터는 10월 말 2주간 열리는 ‘Animation Celebration’ 라는 250여 개의 이벤트(상영, 전시, 워크숍)를 조직 및 운영
- 1975년 파리에 위치한 과거와 현재의 프랑스 애니메이션 및 기타 외국 애니메이션을 상영하는 애니마테크 L’ Animathèque를 운영한 이후, French Animated Film Festival, Animation Celebration 등 페스티벌도 활발히 운영

2.5. 문화부 (Ministry of Culture and Communication) 각 부서

- 문화부 각 부서들은 ‘문화의 이미지(Images de la Culture)’ 라는 영상물 기금을 통해 문화 각 분야의 작품 제작을 지원
 - 각 부서마다 예산 규모와 지원 목적, 방식들이 조금씩 다르나 대체적으로 다큐멘터리 제작을 중심으로 CNC, 방송 채널, 관련 기관들과 연계하여 공동 제작에 참여
- 예를 들어, 문화부 내 <교육 및 수련 부서(Délégation au Développement et aux Formations: DDF)>에서는 1) 예술, 문화 교육, 2) 도시소외 문제와 관련, 단일 혹은 시리즈 창작 다큐멘터리 제작을 지원
 - 조형예술 부서(1982년부터), 건축 부서(1997년부터), 음악과 무용 부서(음악과 무용 기록 혹은 창작 영상물 제작 지원), 박물관 부서(국립 박물관 연합회와 공동으로 진행), 도서관 독서부서(1988년부터), 문화 유산 부서의 인류학 유산 임무(인류학자들의 연구 기록 영화) 등 각 부서의 목적에 맞는 영상물 제작을 지원

2.6. 문화부 산하 기관⁹⁷⁾

- 다음의 문화예술기관들도 독자적인 영상물 제작을 지원하며, CNC가 이들 기관들에 CNC 기금을 일부 지원하고 있음

97) 영화진흥위원회, 주한 프랑스대사관, 한불영상세미나 자료, 2001.

□ 조르주 퐁피두 국립예술문화센터(Centre National d'Arts et de Culture G.P.)

- 1979년 개관 이래 활발한 예술관련 다큐멘터리 제작 및 출간 사업 수행
 - 대규모 전시(예술제)의 영상기록을 보존하고, 예술가와 지식인에 대한 기록을 보존하며, 현대의 문화 예술적 흐름을 역사적 맥락에서 반영하고 이어가는 현대사(史)적 기록에 공헌하는 목적

- 센터 내의 영상과에서 실질적 제작 기능을 수행하며, 보유하고 있는 제작 설비를 활용하여, 비디오나 CD-ROM의 형태로 영상물 사업도 수행

□ 국립조형예술센터(Centre National des Arts Plastiques: CNAP)

- 창작 장려 기금(Fonds d'incitation à la création: FIACRE)을 통해 예술가들의 영상물 창작을 지원
 - 조형미술, 사진, 디자인, 장식미술, 그래픽즈, 비디오, 신기술, 만화, 복식과 의상 디자인, 예술 이론 및 비평의 전 분야에 걸쳐 영상물 기획 신청이 있을 때마다 심사하고 지원

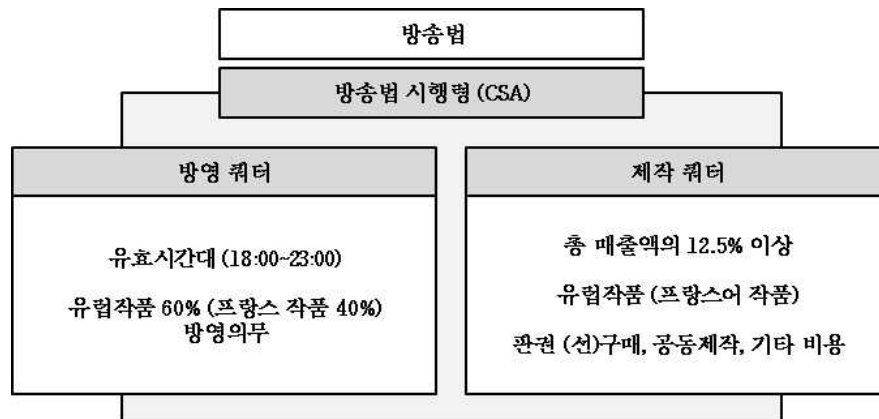
□ 영화 실험연구그룹(Group de Recherche et d'Essais Cinématographiques, GREC)

- 1969년 영화인들과 CNC에 의해 창설된 비영리 기구로 신인 감독 발굴을 위해 그들의 첫 영화 혹은 연구영화의 제작을 지원
 - 영화, 필름과 비디오 등의 매체와 픽션, 다큐멘터리, 애니메이션 등 장르 불문하고 저예산으로 5~15분 정도의 작품을 자유롭게 만들어 볼 것을 장려하며, 1년에 약 20편의 작품을 지원

3. 프랑스 애니메이션 지원정책 및 제도

3.1. 유통지원

〈그림 20. 방송법이 규정하는 방송국의 국산물 방영, 제작의무〉⁹⁸⁾



3.1.1. 국산물 방영쿼터

- 프랑스는 방송법 및 CSA의 시행령에 의거 방송사들에 대하여 강력한 국산 및 유럽산 방송영상물 방영의무를 부과하고 있음
- 프랑스 TV 채널⁹⁹⁾은 ‘프랑스적’인 작품 40%, 유럽 작품 60%의 국산물 방영쿼터를 준수해야 하며,¹⁰⁰⁾ 이와 같은 비율은 1986년 9월 30일 법령 27조항을 개정한 1992년 1월 18일 법령에 의함¹⁰¹⁾

98) 지상파의 경우로, 구체적인 조건은 방송사와 CSA와의 합의에 의해 이루어지며, 그림상의 비율은 예시

99) 프랑스 공영 지상파 방송사로는 France2, France3, La 5ème가 있고 민영 지상파 방송사로는 TF1, M6가 있으며 지상파 Pay 채널에는 Canal+가 있다. France2와 France3는 중앙 방송의 임무를 띤 일반 채널로서 공영 TV의 주축을 이루고 있고 La 5ème는 1994년 탄생한 공영 방송사로서 “지식, 정보, 고용”에 관한 프로그램을 방영하며, 을 그 의무로 하고 방영 시간은 낮 3시부터 19시까지이다. 민영 방송사인 TF1은 원래는 공영 방송이었는데 1987년에 민영화되었고, M6는 1987년 탄생한 민영 방송사로 주로 픽션과 음악 프로그램, 다큐멘터리들을 방영한다. 지상파 유료 채널인 Canal+ 는 1983년 방송을 시작하였다.

100) CNC, Animation Incentive Guide 2013, p. 39.

101) L'article 13 du décret n° 90-66,

- 경우에 따라 CSA와의 협정에 의해서 예외가 가능하며, 각 방송채널의 의무는 CSA 와의 협약에 따라 가변적임

- 국산물 방영쿼터를 준수해야 하는 시간대는 CSA가 각 방송사의 특수성을 감안하여 결정하는 유효시청 시간대(heures d'écoute significatives)이며, 각 방송채널마다 서로 다른 국산물 방영쿼터 및 유효시간대는 다음의 표와 같음¹⁰²⁾

<표 45. 프랑스 방송채널별 국산물 방영쿼터>¹⁰³⁾

구 분	France 2	France 3	La 5ème	TF1	M6	Canal +
전체시간대 쿼터						
‘프랑스적인’ 작품	47.4%	45.1%	61.3%	55.4%	46.3%	54.9%
유럽 작품	70.0%	62.1%	79.8%	63.4%	62.3%	73.8%
유효시청시간대 쿼터						
‘프랑스적인’ 작품	54.9%	58.4%	- *	53.4%	42%**	45.6%
유럽 작품	71.0%	82.8%	-	61%	60.2%**	76%
유효시청시간대¹⁰⁴⁾	18시~23시 수요일은 14~23시					별도 적용

3.1.2. 국산물 제작쿼터

- CSA는 프랑스 방송사들에게 매출액의 일정 비율 이상을 ‘유럽산(European) 방송물의 구매에 할당¹⁰⁵⁾해야 하는 의무를 규정
- 예를 들어, 지상파 방송사들은 전년도 총매출액의 최소한 12.5%를 유럽 작품에 투입해야 하며, 그중 90% 는 독립제작사¹⁰⁶⁾가 제작하는 ‘프랑스어 프로그램’에 투입되어야 함¹⁰⁷⁾

102) 영화진흥위원회, 주한프랑스대사관, 한불영상세미나 자료, 2001.

103) <http://www.cnc.fr/web/en/organisation-chart>

104) CSA 홈페이지

(<http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes/La-diffusion-des-oeuvres/Les-obligations-de-diffusion-d-aeuvres-audiovisuelles>)

105) 방송국의 재무적 지원 (Financial Contribution) 현금(Cash)이어야 하며, 1)방영권 선구매(pre-sales), 2)공동제작투자(coproduction), 3)방영권 구매 (purchase of broadcasting right), 4) Promotion 증 기타 비용지불의 형태로 이루어짐
(Tableau : Taux de la contribution au développement de la production d'oeuvres audiovisuelles (Décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010 < hertzien>))

106) 방송국 계열사가 아닌 독립제작사를 의미

- 예를 들어, France2와 France3는 전년도 총 매출액의 최소한 17%를 ‘프랑스적인’ 방송물 구매에 할애해야 하며, France2와 France3는 이미 다른 지상파 방송사들에서 첫 방송이 되었던 유럽 작품이나 ‘프랑스적’ 작품들을 연간 24시간 한도 내에서 편성함으로써 120시간 의무 방영 규정을 충족시킬 수 있음
- M6의 경우에는 전년도 총 매출액의 최소한 20%를 유럽 방송물 구매에, 20% 중 최소 15%는 ‘프랑스적’ 작품에 할애하며, 이는 CSA와의 협약에 따른 유효 시청 시간대의 결정과도 연관됨
- 또 다른 예로 CSA와 Canal+의 협약은 Canal + 총매출액의 4.5%를 픽션, 다큐멘터리, 애니메이션에 할애하는 의무를 규정
- 공영방송인 France Television은 애니메이션 제작자협회인 SPFA와 협약을 맺고 그에 따라 극장용과 TV용 애니메이션에 대해 투자함
- 예를 들어 2009-2010년에는 2년간 5,500만 유로를 애니메이션에 투자하기로 SPFA와 합의
- 민영방송 TF1과 M6의 경우에는 각각 매출액의 0.6%와 1%를 극장용 및 TV 애니메이션 제작에 투입해야 하며, 케이블과 위성 채널 역시 CSA와의 협약에 따라 애니메이션 투자 의무를 지님

3.1.3. 2013년 방송사의 애니메이션 투자(Contribution)¹⁰⁸⁾

- CSA와 합의하는 제작쿼터 규정에 따라 2013년 프랑스 방송사들이 애니메이션에 투자한 금액 및 채원조달 비중은 아래와 같음

107) CNC, Animation Incentive Guide 2013. p.39.

108) 투자(Contribution)은 지분투자(Investment) 뿐 아니라 방영권 구매, 마케팅 비용 지출 등 애니메이션 프로그램에 대한 방송사의 모든 자금 투입을 의미 (CNC, le marché de l' animation en 2013, 2014. 7.)

<표 46. 2013년 프랑스 방송사업자의 애니메이션 투자>¹⁰⁹⁾

	최초 방영 (시간)	총 방영 (시간)	총 투자액 (M€)	제작비 (K€/시간)	투자액 (K€/시간)	재원비중 (%)
전국 공영채널	151.0	151.0	27.0	668.2	178.8	26.8
전국 민영채널	135	161	21.6	681.1	151.2	22.2
전체 전국 채널	286.0	297.0	48.5	674.3	165.8	24.6
Pay TV 채널	33	188	8.7	552.7	74.9	13.5
지역 채널	4	3	0.2	234.6	24.3	10.3
On Line 서비스 채널	3	9	0.5	370.3	89.8	24.2
전체 방송사업자	326.0	326.0	57.9	654.3	154.4	23.6

□ 전국 지상파 무료 채널

- 전국 TV 채널에 의해 자금이 투입된 애니메이션은 전년 대비 54.8% 증가한 286시간에 달했으며, 투자금액은 46.4% 증가한 €48.5백만으로 전체 애니메이션 생산량 326시간의 87.7%에 방송국의 자금이 투입되었으며, 방송국으로부터의 재원조달이 전체 프랑스 애니메이션 제작비의 22.8%를 차지
- 전국 공영 채널은 최초 방영 151시간의 애니메이션에 €27.0백만을, 전국 민영채널은 € 21.6 million을 161시간의 애니메이션에 투자
- 공영방송 France TV(Ch.2,3,5) 채널은 통 148시간의 애니메이션에 최초 방영채널로 €26.3 million을 투자했으며, 이는 전체 애니메이션 생산량의 45.5%를 France TV가 투자하고 방영했다는 것을 의미
- TF1은 €17.8 million을 투입하여 전년 35시간 대비 대폭 늘어난 104시간의 애니메이션을 최초 방영하였고, M6는 € 1.2 million을 투입하여 10시간의 애니메이션을 최초 방영, Gulli는 €2.6 million을 47시간의 애니메이션에 투입하고 최초 방영

109) CNC Annual Report -Result 2013, CNC, p.96.

□ 유료 채널

- PPV 채널(Canal + 외 유료 채널) 의 투입금액은 전년 대비 45.8% 감소한 €8.7 million 이었으며, 188 시간의 애니메이션을 최초 방영
 - Pay channels 은 2013년 제작된 애니메이션 중 15.0% 에 해당하는 프로그램에 기여(시간 기준)

□ 지역 채널(Local Channel) 및 온라인 서비스 채널

- 2013년 9개의 지역 채널이 3시간 분량의 애니메이션에 €0.2백만을 투자하여, 전체 방송사업자의 애니메이션 투자 중 0.3%를 차지
- 온라인 서비스 채널 사업자는 4시간의 최초 방영 애니메이션을 포함, 총 9시간의 애니메이션에 €0.5백만을 투자하여 전체 방송사업자 투자의 0.9%의 비중을 차지

3.2. 세제혜택

3.2.1. 국산 애니메이션 세제 혜택

□ 프랑스어 프로그램 세제혜택

- 자격 조건
 - 작품의 전부 또는 대부분 프랑스어가 사용되거나 프랑스에서 사용되는 지역 언어로 만들어진 작품
 - 프랑스 영토에서 주로 상영되고 프랑스 시청각 작품의 다양성과 창조, 발전에 기여한 작품
 - 애니메이션: 길이가 24분 또는 그 이상인 경우
 - 주로 프랑스에서 디자인 작업, 시나리오 작업, 이미지 및 포스트 프로덕션이 이루어져야함.

- CNC는 프랑스 영화제작사에 대해 세금감면을 통한 지원제도를 운영하고 있는데, 지원 대상 영화당 4백만 유로 한도로 영화제작비의 20%를 해당 영화제작사의 세금에서 감면
- 세금 혜택은 프랑스 지역의 제작을 장려하기 위해 설계되었으며, 2006년 1월 1일부터 프랑스에서 촬영된 영화 당 지출액의 20%의 혜택이 주어지게 되었으며, 상한선은 당초 1백만 유로에서 2013년 1월 1일부터 최대 세액 공제는 €400만까지로 확대
- TV 부문에도 영화부문과 마찬가지로 기업에 대한 세금감면제도를 운영하며, 애니메이션의 경우에는 애니메이션 1분당 €1,300 한도로 총 프랑스내 지출 제작비 중 20%를 세금에서 감면¹¹⁰⁾
- 세금공제 혜택은 프랑스 제작사의 소득세에 대한 tax rebate 개념으로 당해 년도의 소득세를 공제하거나, 세금 납입 초과분을 반환해주는 것으로, 결국 프랑스 제작사의 제작 투자를 정부가 지원하는 효과
- 2013년 승인된 6개의 장편 애니메이션 중에서 3작품이 €1.76M의 세금공제 혜택을 승인 요청하였고, 388편의 TV 방송영상물이(애니메이션 34편, 다큐멘터리 215편, 소설 139편) 세금 공제 승인을 받음
- 세금 공제는 임시 승인과 정식 승인의 발급에 따라 이루어지며, 임시 승인 요청은 촬영 전에 제출하고, 임시 승인 요청을 접수한 날로부터 6개월 이내에, 전문가 위원회에서 작품을 선택 한 후, CNC 회장에 의해 최종 승인

110) CNC, Annual Report -Result 2013, 2014. 5, p.181.

□ 외국어 TV 프로그램 세제혜택(2013년부터 시행)¹¹¹⁾

- 프랑스 제작사의 해외 공동투자 참여를 활성화하기 위해, 과거 프랑스어 프로그램에만 제공되던 세금공제 혜택이 2013년부터 비프랑스어 프로그램에도 확대 시행되어 프랑스내 지출되는 제작비의 20%, 1분당 €5,000 한도에서 세금공제 혜택을 제공
- 혜택제공 자격조건
 - 작품의 분당 제작비가 €35,000 이상
 - 최소 30% 이상의 제작비를 외국 파트너가 투자
 - 프랑스어 더빙, 자막 편집본이 존재
 - CNC 규정에 따른 프랑스내 제작비 지출 조건을 충족

3.2.2. TRIP (Tax Rebate for International Production)

- 해외 애니메이션 제작서비스에 대해 프랑스 기업의 소득세를 감면 및 반환해주는 제도로 2009년 1월 발효이후 2012년 말 현재 16개의 애니메이션 프로젝트가 TRIP의 혜택을 받았으며, TV 시리즈 뿐 아니라 미국 유니버설 스튜디오의 극장용 애니메이션 <로렉스>, 세계적인 히트작 <Despicable Me> 이 TRIP의 혜택을 받았음
- TRIP은 해외 프로젝트의 프랑스 제작서비스 이용을 통해 프랑스 제작산업의 발전을 도모하기 위한 제도로, 프랑스에 소득세를 납부하는 프랑스 기업의 ‘제작서비스’에 대해 세금을 공제
- 대상 프로젝트(Eligible Projects)
 - CNC의 기금 지원을 받지 않는 프로젝트에 한함
 - 프랑스 내에서 최소 €1백만의 제작비를 지출해야 하며, TV 시리즈의 경우 전체 제작비 기준 €1백만이 지출되면 가능

111) Commission du Film France, The Incentive Guide 2013, p.67.

- 애니메이션의 경우, 문화테스트(Cultural Test) 포인트 36점 이상을 취득해야 함

○ 공제대상 비용(Eligible Expenses)

- TRIP 은 프랑스 제작 서비스 기업에 지불된 인건비, 기술하청업체 지불비용, 운송비, 프랑스 제작기업 설비의 감가상각비의 20%를 세액공제
- 세액공제의 최대 한도는 1백만 유로

○ TRIP 운영과정

- 1) 프랑스의 제작 기업이 해외 제작자와 계약 체결 이후 CNC에 신청
- 2) CNC 는 프랑스 국립 필름 커미션(CNF)의 평가에 의거하여 적절성 검토 후 사전 승인
- 3) 제작이 완료된 이후, 제작서비스 기업이 CNC에 최종결과를 보고하며 세액공제를 신청하면, CNC 는 이를 최종 확인
- 4) 회계년도 종료 시점(12월말) 프랑스 기업은 세무서에 CNC의 확인서와 함께 세액공제를 신청
- 5) 세무당국은 프랑스 기업의 당해 연도 소득세에서 해당금액을 공제하거나, 차액을 기업에 반환

<표 47. 애니메이션 문화테스트(Cultural Test) 포인트 배점>¹¹²⁾

1. Dramatic Content		20
1) 장소배경	주요 배경중 한 곳 이상이프랑스 지역일 경우	3
	장소 배경의 50% 이상이 지역을 특정할 수 없을 경우	2
2) 캐릭터	최소 하나의 메인 캐릭터가 프랑스인 또는 유럽인, 또는 무국적	3
3) 스토리	Young Audience를 대상으로 하는 경우	3
	기존의 작품 또는 원형 스토리를 원작으로 하는 경우	4
	프랑스 또는 유럽의 역사적 사건이 소재일 경우	3
4) 언어	프랑스어 자막 또는 더빙판이 제작될 경우	4
2. 유럽 Creative 인력의 참여		23
5) 감독, 시나리오 작가 중 최소 1명		2

112) Commission du Telefilm France, The TRIP for animation, 2013.

6) 음악 작곡자 중 최소 1명		1
7) 캐릭터, 배경 디자이너 중 최소 1명		2
8) 프로듀서 중 최소 1명		2
9) 제작 관리, 시각효과 감독 중 최소 1명		2
10) 촬영감독, 애니메이션 감독 중 최소 1명		2
11) Supervisor 중 최소 1명		2
12) 인력 구성	Animation Supervisor, 애니메이션 감독, technical supervisor. 모델 감독, texture supervisor. 조명 supervisor 의 50% 이상	8
	위의 인력의 25~50%	4
13) Sound Creator 중 최소 1명		2
3. Production Infrastructure		31
14) 스토리보드, 3D 애니메이션 비용의 50% 이상이 프랑스에 지불		1
15) 캐릭터 디자인의 50% 이상이 프랑스에 지불		1
16) 세트 디자인의 50% 이상이 프랑스에 지불		1
17) 모델링, 로토스코핑, motion tracking 비의 프랑스 지출 비중(10% 마다 0.5 가점)		0.5~5
18) 애니메이션 비용의 프랑스 지출 비중(10% 마다 1점 가점)		1~10
19) 렌더링, tracing, 라이팅 비용의 프랑스 지출 비중(10% 마다 0.5 가점)		0.5~5
20) digital compositing 비용의 프랑스 지출 비중(10% 마다 0.5 가점)		0.5~5
21) 사운드 편집 비용의 프랑스 지출 비중이 50% 이상		1
22) music recording 비용의 프랑스 지출 비중이 50% 이상		1
23) 성우 더빙 녹음 비용의 프랑스 지출 비중이 50% 이상		1

3.3. 국산물 인증제도

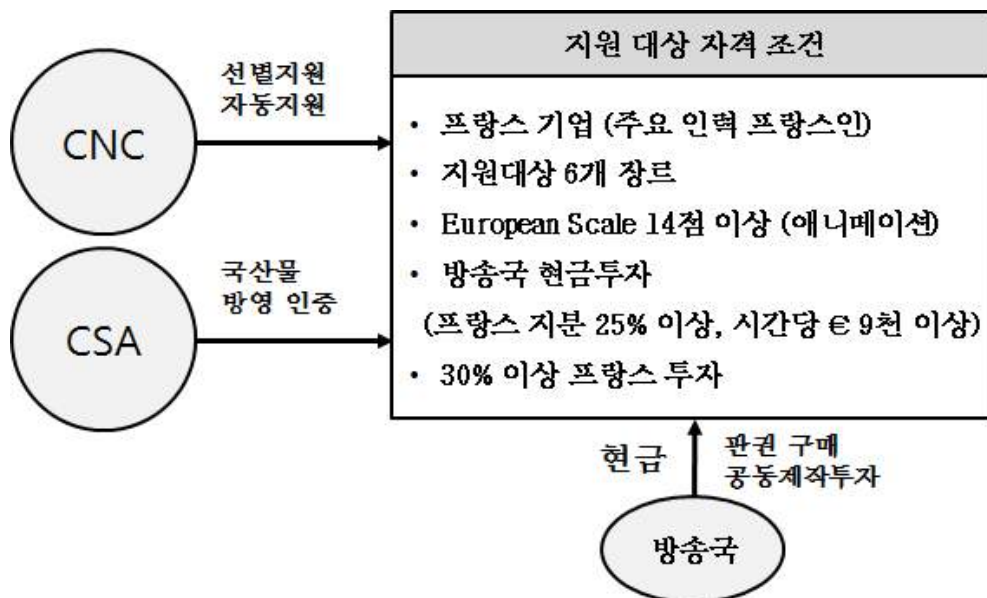
3.3.1. 해외 공동제작 작품의 국산물 인증 및 지원¹¹³⁾

- 해외공동제작 작품의 국산물 인증은 프랑스 문화부를 대신하여 CNC가 담당하며, 업계의 전문가들로 구성된 CNC 국산물 인증위원회의 결정에 의해 이루어짐
- 프랑스 국적을 부여 받은 국제 공동제작 작품에 대해서 자국 작품과 같이 CNC 기금지원, 방송채널의 국산물 쿼터 인정, SOFICA 펀드 투자, 지역 펀드 투자 등 지원 혜택을 제공

¹¹³⁾ Commission du Film France, The TRIP for animation, 2013.

- 프랑스는 전 세계에 걸쳐 40개국 이상의 국가와 공동제작 협약을 체결하고, 협약상대국의 영화, 애니메이션이 프랑스의 공동제작 조건을 만족시킬 경우, 이중국적을 부여하여 양국에서 정부 보조금 등 국산물에 대한 지원을 받을 수 있도록 하고 있음
- 예를 들어 ‘프랑스-캐나다간 공동제작 협약’에 의거하여 공동제작으로 인정된 작품은 캐나다에서는 캐나다 작품으로, 프랑스에서는 프랑스 작품으로 인정받아 정보 보조금 등 양국으로부터 국산물 지원혜택을 중복하여 받을 수 있음
- CNC가 제공하는 각종 정부지원금 혜택 및 배급지원의 대상이 되며, 프랑스 작품으로 인정을 받음으로써 ‘국경없는 방송법’의 규제를 받는 유럽 전역의 TV 방송국에 방영권 판매 가능

〈그림 21. 프랑스의 지원 대상 국산물 인증 조건〉



3.3.2. 해외 공동제작 애니메이션의 국산물 인증조건¹¹⁴⁾

- 국제공동제작 애니메이션이 프랑스 국적으로 인정되어 정부의 혜택을 받기 위한 조건은 다음과 같음¹¹⁵⁾
 - (1) 책임 프로듀서(Lead producer) 가 프랑스인이어야 함
 - (2) 프랑스의 투자가 전체 제작비의 30% 이상
 - (3) 프랑스 방송사의 현금 투자가 프랑스 측 투자금액의 25% 이상, 또는 시간당 9,000 유로 이상이어야 함
 - (4) 제작비의 30% 이상이 프랑스 국내에서 지출되어야 함
 - (5) CNC 포인트 시스템에 따라 ‘유럽 작품’ 으로 인정받아야 함
- CNC 포인트 시스템에서 TV 애니메이션이 ‘유럽작품’ 으로 인정받기 위해서는 <표 48>에서 규정한 포인트 21점 만점 중 14점을 취득해야 함

<표 48. CNC 애니메이션 유럽 포인트 (European Scale Point)>

21	2D, 3D 애니메이션 (21점 만점, 14점 이상)
1	컨셉 개발 또는 원작자
2	시나리오
2	연출감독
1	음악
2	캐릭터 디자인
2	스토리보드
1	아트 디렉터
2	애니메이션 레이아웃
1	캡션
1	페인팅
2	애니메이터 인건비의 50% 이상
2	동화, 칼라 인건비의 50% 이상

- 선별 제작지원 대상이 되기 위해서는 ‘프랑스 TV 또는 배급사 선판매나 공동계약을 체결한 작품으로 프랑스 투자자본이 총 제작비의 30% 이

114) CNC, Animation Incentive Guide 2013

115) CNC, Animation Incentive Guide 2013, p.42.

상이며 프랑스에서 지출되는 작품이어야 하며(프랑스 투자지분이 80% 이상일 경우, 제작비의 50% 이상이 프랑스에서 지출), 지원금은 프랑스 전체 투자금의 40% 이내이며, 프랑스 정부 및 지방자치 단체 지원의 총합이 전체 예산의 50%를 넘을 수 없음

- 자동제작지원 선별 제작지원 대상이 되기 위해서는 공동제작 작품에 투자된 프랑스 자본이 총제작비의 25% 이상이어야 하며, 시간당 제작비가 6,000 유로 이상인 작품(애니메이션의 경우는 시간당 제작비 31,000 유로 이상)이어야 함

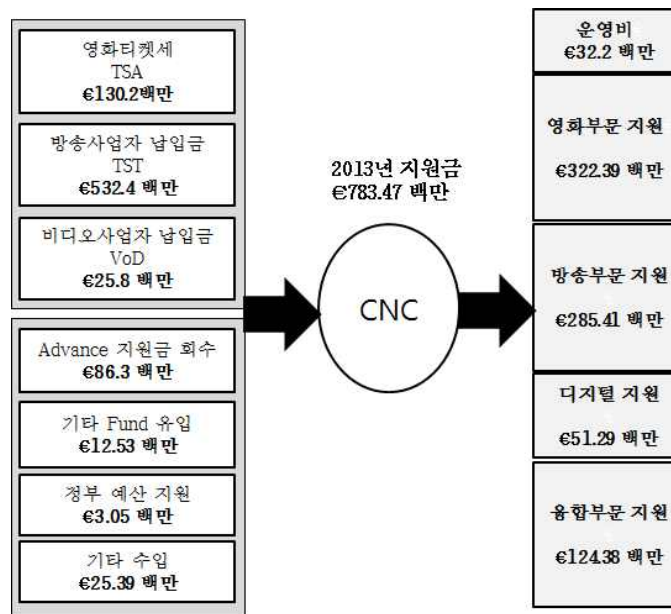
3.4. CNC 지원 프로그램

3.4.1. CNC의 기금 조성과 지출

□ CNC 기금 조성

- CNC 의 지원재원은 영화 티켓 가격의 10.72%에 해당하는 영화 티켓세(TSA), 방송사업자의 납부금(방송사 매출 수익의 5.5%, TST), 비디오 사업자와 VOD 사업자의 세금(매출의 2%, VaD)으로 조성됨
 - 2013년에는 영화티켓세금(TSA) 19%, 방송사업자 납입금(TST) 77%, 4%는 비디오 배급업자와 VOD 사업자의 납입금(VaD) 으로 총 €688.4 백만을 조성
- 이외에 CNC는 선급금(Advance) 지원(영화 선별 개발지원 및 제작지원, 방송부문 자동지원 선급금) 에 대한 회수금을 함께 재원으로 사용하며, 2013년에는 €86.3 의 지원금이 회수되었음
- 또한, 2013년 CNC가 관리하는 외부 공동지원 Fund(World Cinema Support Fund 등)의 유입 €12.53백만 및 정부 예산 €3.05백만이 CNC의 기금수입원을 구성하였음

<그림 22. 2013년 CNC 수입 및 지출>¹¹⁶⁾



□ CNC 기금 지출

○ 2013년 총 기금 지출은 €783.47 백만이며, 1)지원분야, 2)지원방식 별로 살펴보면 다음과 같음¹¹⁷⁾

(1) 지원분야

- CNC 기금은 영화, TV, 디지털 부문, 융합분야로 나누어 지원되며, 2013년에는 영화에 €322.39백만, TV에 €285.41백만, 디지털에 €51.29백만, 융합분야에 €124.38백만이 지원되었음

<표 49. 2013년 CNC 기금 분야별 지원>

지원분야	지원금액 (M€)	비중 (%)
영화 (Cinema)	322.39	41.15
TV (Television)	285.41	36.43
디지털 (Digital Plan)	51.29	6.55
융합 (Transversal)	124.38	15.88
합 계	783.47	100.00

116) CNC Annual Report -Result 2013, CNC, 2014. 5, p.174.

117) CNC Annual Report -Result 2013, CNC, p.175.

(2) 지원방식

- CNC 기금은 자동지원(Automatic Support)와 선별지원(Selective Support)의 방식으로 지원되는데, 2013년 자동지원으로 €366.9백만, 선별지원으로 €365.3백만이 지원되어 두 가지 방식의 비중은 비슷함

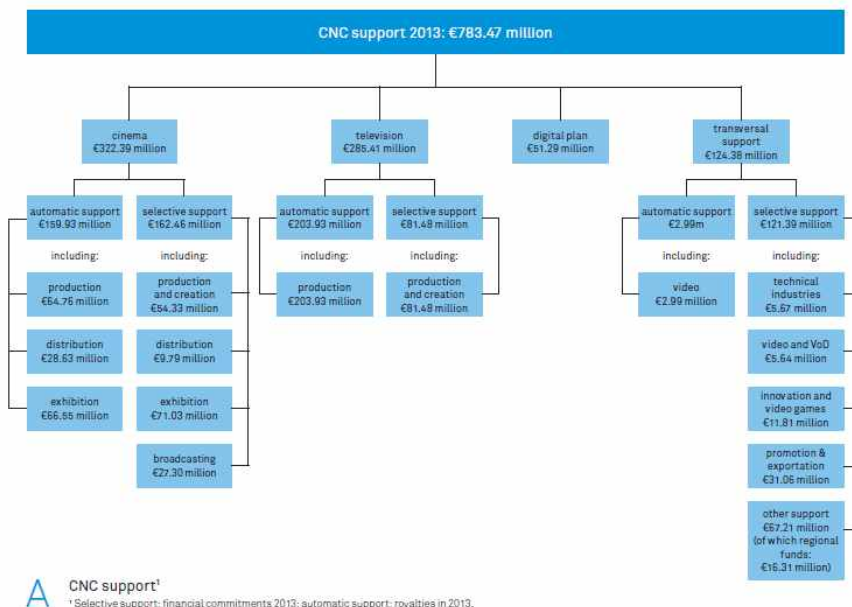
〈표 50. 2013년 CNC 기금 지원방식별 지원〉

지원방식	자동지원		선별지원		총계	
	(M€)	(%)	(M€)	(%)	(M€)	(%)
영화 (Cinema)	159.93	49.61	162.46	50.39	322.39	100.00
TV (Television)	203.93	71.45	81.48	28.55	285.41	100.00
융합 (Transversal)	2.99	2.40	121.39	97.60	124.38	100.00
합 계	366.85	50.10	365.33	49.90	732.18	100.00

- Digital 부문 지원은 자동/선별지원 구분이 없어 제외

- 위의 표에서 보는 바와 같이, 전체적으로, 또한 영화분야 지원에서는 자동지원과 선별지원의 비중이 비슷하지만, 방송 분야 지원에서는 자동지원의 비중이 71.45%로 높고, 융합 분야 지원에서는 선별지원의 비중이 97.6%로 대부분을 차지하고 있어, 분야별로 차이가 있음

〈그림 23. 2013년 CNC 프로그램별 기금지원〉



- 자동지원(Automatic Support)은 제작사(혹은 배급사)의 전년도 성과에 따라 해당 제작사(혹은 배급사)의 CNC 계좌에 일정금액이 자동으로 당해 연도 사용을 위해 지원금이 입금되는 프로그램
- CNC의 제작 자동지원은 프랑스 제작자가 제작한 영화 및 영상물이 실현한 수익에 따라 지원금을 지급하는 제도이며, 프랑스 국적 작품이 프랑스 내 극장, TV, 비디오를 통해 상영, 방영, 배급되어 수익이 발생했을 경우, 결과에 따라 계산된 지원금을 제작사 명의의 CNC 계좌에 입금시켜 해당 제작사가 이를 사용할 수 있도록 하며, 제작사는 이 지원금을 CNC가 승인하는 차기 작품 재투자에만 사용하여야 함
- 선별지원(Selective Support)은 실적이 없는 신규 제작사나 예술성/창작성 높은 작품을 제작하는 제작사를 대상으로 매달 개최되는 별도 전문가 심사위원회를 통해 이루어짐
- 선별 제작지원(Selective Production Support)은 무이자 선급금이며, 작품의 수입 또는 제작사의 자동지원 계좌(account) 에서 CNC가 회수

3.4.2. 방송영상물 지원(Compte de soutien à l'industrie des programmes audiovisuels, COSIP)¹¹⁸⁾

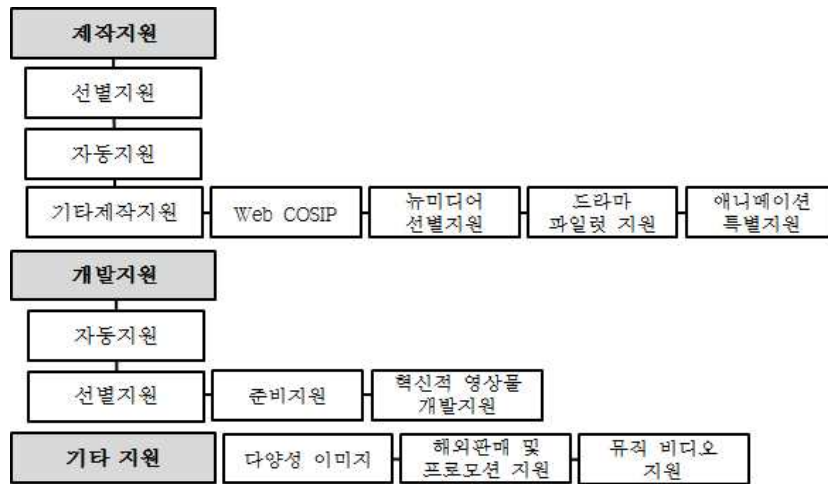
□ 지원 장르

- 방송영상물 지원은 CNC의 COSIP 프로그램을 통해 지원되며, 1)드라마(Fiction), 2)다큐멘터리(documentaire de création), 3)애니메이션, 4)공연(spectacles vivants), 5)문화소개 프로그램(magazine présentant un intérêt culturel)¹¹⁹⁾, 6) Premium Quality 뮤직비디오 등 6개 장르를 대상으로 함¹²⁰⁾

118) CNC, Compte de soutien à l'industrie des programmes audiovisuels (COSIP) - Plaquette de présentation détaillée, 2012, p.3.

119) 문화소개 프로그램은 선별지원만 제공

<그림 24. COSIP의 방송영상물 지원 프로그램>



- 2013년 전체 TV 방송영상물 지원금액 €285.41백만 중 가장 비중이 큰 것은 제작자동지원(Automatic production support)으로 €203.93백만을 지원하여 COSIP 지원의 71.45%를 차지하였고, €81.48백만(28.55%)은 선별지원을 통해 1)제작, 2)창작 3)해외방영에 지원되었음

□ 지원 조건

- 제작사의 대표, 감독 등 주요 인력이 프랑스, 또는 유럽국적자이어야 함
- 지원 대상 6개 장르에 해당되어야 하며, CNC 국산물 포인트 기준을 충족시켜야 함(애니메이션의 경우, 21점 만점에 14점 이상)
- 방영권 선구매 또는 공동제작의 형태로 프랑스 방송사업자의 자금이 현금으로 투입된 프로그램이어야 함(시간당 €9,000¹²¹⁾ 이상)
- 프로그램 제작예산의 30% 이상을 프랑스 측에서 투자하고, 제작비의

120) 뉴스, 스포츠, 게임, 토크쇼, 리얼리티 프로그램, 예능 프로그램 등은 지원대상이 아님

121) 2011.2. 시간당 6,000유로에서 9,000 유로로 인상

- 24% 이상이 프랑스 국내에서 지출되는 프로그램이어야 함¹²²⁾
- COSIP의 지원금은 전체 프로그램 제작비의 40% 이내

□ 제작 (production) 지원¹²³⁾

- COSIP의 제작(production) 지원 프로그램으로는 1)선별지원, 2)자동지원, 3)COSIP Web, 4)뉴미디어 선별지원, 5)드라마 개발 선별지원, 6)애니메이션 특별지원이 있으며, 애니메이션 지원 프로그램인 1)선별지원, 2)자동지원, 3) 애니메이션 특별지원을 살펴보면 다음과 같음

○ 선별(sélectif) 지원

- 자동지원 계좌(account)가 없는 제작사¹²⁴⁾를 대상¹²⁵⁾으로 하며, 매달 개최되는 전문가 패널의 검토를 통해 지원여부를 결정

○ 자동(automatique) 지원

- 전년도에 프랑스 방송사(지상파, 케이블/위성 등)에 프로그램을 방영한 제작사는 CNC의 인증을 거쳐 제작사 명의의 CNC 자동지원계좌(account)를 가질 수 있음
- TV 방송영상물의 실적은 CNC가 정하는 방식에 따라 자동지원금으로 계산되어 제작사 명의의 CNC 계좌에 기재되며, TV 방송영상물 제작의 재생산 구조를 만드는 기본이 됨

○ 애니메이션 특별 제작지원(기타 제작지원 중)

- 방송사 제안을 위한 파일럿 필름 제작 비용의 40% 이내에서 선별 지원하는 파일럿 개발지원, 프랑스-캐나다 공동제작 애니메이션 제작

122) 프랑스측 투자지분이 80% 이상일 경우에는 프랑스 국내 비용지출이 80% 이상

123) 제작지원금은 승인후 75%, 작품 제작완료 및 감사 완료 후 25%를 지급 (75% 선지급후 3년 이내 완료)

124) 자동지원 account를 보유한 제작사, 또는 방송채널과 관련 없는 독립제작사에 한함

125) 구체적으로는 1)자동지원 account가 없는 제작사 2) 24분 이하의 다큐멘터리, 3)자동지원으로 신청되었으나, 방송국의 참여금액이 기준에 미달하는 프로젝트를 대상으로 함

지원¹²⁶⁾, 애니메이션의 극장용 전환시 비용을 €500,000 까지 지원하는 프로그램이 있음

□ 뉴미디어 지원

- 2007년 시작된 지원프로그램으로, 1)디지털 플랫폼을 위한 프로그램, 2) TV, 극장을 포함한 2개 이상의 멀티 플랫폼을 위한 프로그램의 개발 및 제작을 선별지원하며, 2013년에는 87개 프로젝트에 €2.8백만을 지원

□ 개발지원

- 준비지원(Les aides à la préparation)
 - 작품의 본격 개발단계 이전, 스토리 개발을 위한 제작사의 비용을 전체 준비 비용의 40% 이내, €76,6200 한도에서 지원
 - 자동지원 account가 없는 제작사의 경우, 방송사의 서면 배급의향서가 있는 경우에 한해 선별지원 심사위원회에서 결정
 - 자동지원 account가 있는 제작사의 경우, account 금액의 30% 내에서 개발에 사용 가능하며, Fiction, 다큐멘터리, 애니메이션에 한함
- 혁신적 영상물 개발지원
 - Fiction, 다큐멘터리, 애니메이션 장르에 한해서 혁신적인 TV 프로그램의 개발비용을 지원
 - 1)컨셉개발, 2)시나리오, 3)개작(rewriting) 및 4)프로젝트 개발비 지원으로 구분하여 지원

□ 기타 방송영상물 지원(선별지원)

- 다양성 이미지/Images de la diversité
 - 프랑스의 ‘문화의 다양성’ 과 ‘기회의 균등’ 을 표현하는 방송영상물

¹²⁶⁾ 픽션과 다큐멘터리는 프랑스-캐나다 공동제작물에 대한 개발지원이 이루어짐

의 기획개발, 제작, 배급을 지원하는 별도의 지원 프로그램

○ 해외 판매 및 프로모션 지원

- 프랑스 방송영상물의 해외배급 활성화를 위해, 1)외국어 더빙, 2)외국어 자막, 3)포맷 변경, 4)Demo Tape 제작, 5)판촉물, 6)관련 업계지 광고에 소요되는 비용을 지원

○ 뮤직 비디오 지원

- 음악창작 펀드(Le Fonds pour la Creation musicale, FCM), 프랑스 문화부와 함께 CNC는 고품질(Premium Quality) 뮤직비디오의 제작을 지원

3.4.3. 극장용 영화 지원

○ 극장용 영화부문 지원금은 2013년 기준 €322.39백만으로, 전체 CNC 지원금 총액 €783.47백만의 41.15%가 지원되었음

- CNC는 극장용 영화지원을 1)시나리오, 2)제작, 3) 배급, 4)상영을 나누어 지원하고 있음

□ 시나리오 기획개발 지원

- 1)시나리오 작가들을 대상으로 하는 시나리오 집필, 개작(rewriting) 지원 및 2)제작사의 신규 프로젝트 개발을 위한 자료조사비 등을 지원하며, 2013년에 총 152개 프로젝트에 €4.7백만을 지원

□ 제작 지원

○ 제작 자동지원

- 영화를 제작하는 제작사의 제작비를 자동 지원계좌를 통해 지원하며, 2013년에는 제작 준비와 제작에 €45.6백만을 지원

○ 수입담보 선급금(Recoupable Advance)

- 2013년에 영화의 시나리오에 의해 선별 지원되는 Pre-production 지원 프로그램을 통해 58개 프로젝트에 €24.1백만이 지원되었고, Post production에는 25개 프로젝트에 €2.5백만을 지원

○ 해외공동제작 지원

- 2013년에는 프랑스-독일 공동제작 지원으로 12개 프로젝트에 €1.6백만, 프랑스-캐나다 공동제작 3개 프로젝트에 €240,000을 지원

□ 배급 지원

○ 영화배급사 자동지원

- 영화의 배급매출 실적의 일부를 차후 영화배급비용으로 사용하도록 배급사의 자동지원 account를 통해 지원하며 2013년 41개의 배급사에 €21.1백만이 지원되었음

○ New release 지원

- 배급 실적이 있는 배급사가 차기 년도에 추가적인 영화배급을 하고자 할 경우, 심사에 따라 배급관련비용을 선별 지원하는 프로그램이며, 보다 다양한 영화의 프랑스 국내 배급을 활성화하기 위한 목적으로 2013년 257편의 영화에 €7.8백만을 지원

○ 예술영화(Art House Film)배급지원

- 영화적 가치가 있는 예술영화 배급을 위해 지원되며, 2013년 53개편의 영화 배급에 €825,000을 지원

○ 젊은관객 대상 영화(Film for Younger Audience) 배급지원

- 아동, 학생 등 젊은 관객(Younger Audience)을 대상으로 하는 영화의 배급을 지원하며, 2013년 20편의 영화배급에 €220,000을 지원

□ 상영 지원

○ 상영관 자동지원

- 상영관의 매출실적의 일부를 자동지원을 통해 상영관 개보수, 신규 상영관 건립비용을 지원하며, 2013년 €64백만이 지원되었음(그중 €44백만은 무이자 선금금으로 지원)

○ 상영관 개보수 및 건립 선별지원

- 자동지원에 해당되지 않는 상영관을 위해 심사에 의해 선별지원하며, 2013년 €9.8백만을 55개 극장, 132 스크린에 지원

○ 예술영화관(Art House Cinema) 지원

- 추천 예술영화를 일정 비중 이상 상영하는 예술영화관(Art House Cinema)을 지원하며, 2013년 1,132개의 상영관에 €14.3백만을 지원

○ 모험적 영화(Challenging Film) 상영관 선별지원

- 경쟁이 어려운 영화를 상영하는 상영관을 심사에 의해 선별지원하며, 2013년 39개의 상영관에 €1.7백만을 지원

○ 디지털 상영관 전환 지원

- 상영관의 디지털화를 위해 지원하며, 2013년 372개 상영관, 538 스크린의 디지털화를 위해 €23.3백만을 지원

3.4.4. 자동지원제도 프로세스

□ TV 애니메이션 자동지원 - 제작지원

- 제작사는 매 분기마다 의무적으로 모든 방영을 신고하여야 하고, 방영 다음 해 1월 15일 이전까지 전년도에 모든 방영 요약표를 제출하여야 함.

- 방영 요약표는 작품별로 채널에서 정한 방송증명서를 사용하여 타이틀, 장르, 정확한 작품 길이(에피소드별 초 단위까지), 첫 방영일자를 포함 하여야 함

○ 자동지원 대상

- 프랑스 방송프로그램을 제작하여, 프랑스 방송사업자를 통해 배급하여 자동지원계좌를 보유하고 있는 제작사를 지원
- 1개 이상의 프랑스 방송사업자로부터 프랑스 투자지분의 25% 이상, 시간당 €9,000 이상의 현금 투자 또는 방영권 선판매가 이루어진 프로그램의 제작에 사용하여야 함

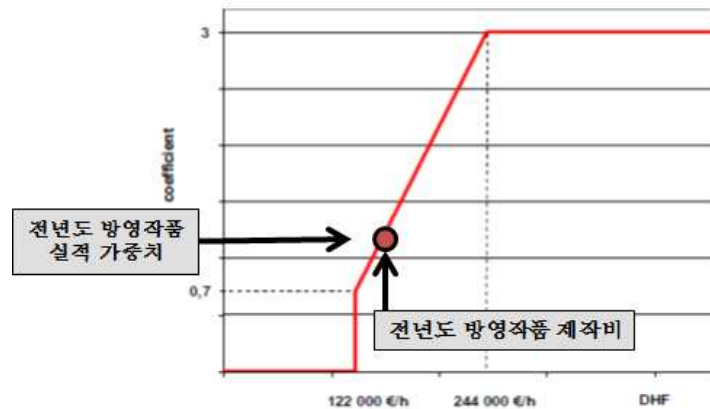
○ 자동지원계좌의 최초 개설 조건

- 이전 년도에 CNC가 지원한 프로그램을 제작하고 방영 신고를 완료
- 프로그램은 CNC의 reference list에 사전에 등록하고 인가받아야 함
- 전년도 실적이 최소 자동지원금 기준을 충족(애니메이션은 €31,000)
- 제작사는 전년도 프로그램 방영실적을 차기 년도 시작 시점까지 CNC에 보고하여야 하며, 지원금을 3년 안에 재투자 하여야 함

○ 자동지원금 계산을 위한 가중치(Coefficient) : TV 애니메이션의 경우

- 계수(coefficeint) = $0.7 + \frac{[(DHF - 122,000) \times (3 - 0.7)]}{(244,000 - 122,000)}$
- 시간당 제작비가 €122,000를 기준으로 초과 제작비 지출분에 대해 비율에 따라 최저 0.7~ 최고 3.0 사이의 가중치 부여

<그림 25. 전년도 방영실적의 가중치>

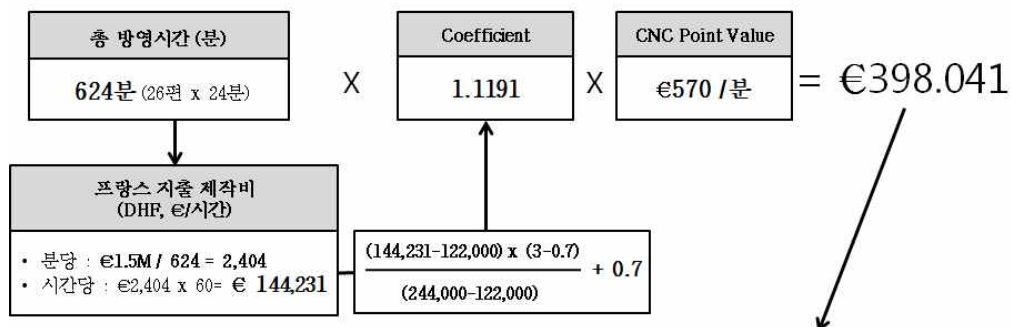


- 가중치 계수는 전년도 방영 프로그램의 전체 제작비의 70% 이상이 프랑스에서 사용되고, 국산물 포인트 21점 중 17점을 충족할 경우, 20% 상승 적용하여 지원금을 추가

○ 자동지원금 계산

- 자동지원금은: 방영시간(분) × Point Value¹²⁷⁾ × 가중치 계수(coefficient)¹²⁸⁾
- 2014년 기준으로는 방영시간(분) × (CNC 지원금 €570/분) × 가중치 계수

[사례] 프랑스 내 지출 제작비 €1.5백만 (24분 x 26편) 경우, 자동지원금 계산



분당 €2,404를 지출한 작품에 대해, 차기 년도에 분당 €638 (26%) 지원

127) Point Value : CNC 예산을 고려해 매년 결정되는 분당 제작 지원금(2009년 이후 €570/분)

128) 애니메이션의 경우,

DHF(프랑스 내에서 지출한 시간당 제작비)	계수(coefficient)
244 000 € 이상	3
122 000 € 이상, 244 000 € 미만	0.7 ~ 3
122 000 € 미만	0

- 새로운 프로젝트 제작비가 필요한 제작사의 CNC account 잔고가 부족할 경우, 제한된 금액 내에서 차기 년도 확보된 자동지원금의 선지급 가능

□ 극장용 애니메이션 자동지원 - 제작지원¹²⁹⁾

- CNC의 사전 제작승인(Agrement de Production)을 받은 작품¹³⁰⁾이 프랑스 극장, TV, 비디오를 통해 상영·방영, 배급되어 수익이 발생했을 경우, 매출액에 따라 계산된 지원금을 해당 제작사 명의의 CNC 계좌에 입금시켜 제작사가 차기 작품¹³¹⁾ 제작을 위해 사용할 수 있도록 함

- 자동지원금의 차기 작품 투자 및 제작 개시는 CNC 인증위원회의의 승인을 받아야 함

○ 자동지원 대상 자격조건

- 제작사는 프랑스 기업이어야 하며, 대표가 프랑스인, 또는 EU 국가의 국적을 가져야 함
- 영화는 프랑스 또는 EU의 제작 스튜디오가 제작하여야 하며, 해외공동제작의 경우에는 프랑스와의 공동제작협정 체결국가 스튜디오이어야 함
- 프로젝트는 애니메이션의 경우, European Scale 포인트 시스템의 21점 중 14점을 충족하여야 함(방송과 동일한 국산물 인증조건)

○ 자동지원금의 계산

- 작품이 발생시킨 극장 티켓세 수익, TV 방영권료 수익, 비디오 매출수익을 기준으로 자동지원금을 계산
- 또한, 최종 지원금은 별도의 국산물 가중치 계수(Coefficient)을 반영하여 계산되는데, 이는 작품에 참여한 인력의 프랑스 또는 EU 국적 여부에 대하여 100 포인트 Scale을 적용하여 가중치를 적용

¹²⁹⁾ CNC, L'agrément des films de Long métrage,

¹³⁰⁾ 프랑스 국적 영화 또는 국산물 포인트를 충족한 해외공동제작영화

¹³¹⁾ 프랑스영화나 해외공동제작 영화, 언어는 상관없음

〈표 51. 최종 지원금 계산을 위한 가중치 계수 - 극장용 애니메이션〉¹³²⁾

· 다음의 인력/기업이 프랑스 또는 EU 국적일 경우 ;

2D		3D	
최소 1개의 참여제작사	10	최소 1개의 참여제작사	10
감독	8	감독	8
원작자, 시나리오, Rewriting	8	원작자, 시나리오, Rewriting	8
미술감독	6	미술감독	6
음악감독 (작곡)	4	음악감독 (작곡)	4
조감독	2	조감독	2
제작관리 (Production Director)	3	제작관리 (Production Director)	3
스토리보드	6	스토리보드	6
캐릭터 디자인	6	캐릭터 디자인	8
Set of reference	6	캐릭터 모델링	8
Exposure Sheet	1	Scene setting	3
소품 디자인	2	애니메이션	12
애니메이션 연출	3	렌더링	7
원화	8	디지털, 특수효과	5
동화	2		
세트 디자인	4		
Tracing	4		
디지털, 특수효과	7		
편집	2	최소 1개의 참여제작사	10
편집실	3	감독	8
성우녹음	2	원작자, 시나리오, Rewriting	8
사운드 디자인	1	미술감독	6
사운드 믹싱	2	음악감독 (작곡)	4

- 100점 중 25~70점의 경우 : Coefficient 70%
- 100점 중 71~79점의 경우 : Coefficient 73% ~ 97%
- 100점 중 80 이상일 경우 : Coefficient 100%

132) CNC, L'agrément des films de Long métrage,

● 자동 지원금 = (①+②+③)×계수(coefficient)¹³³⁾

① 극장 수익(개봉 후 5년간) :

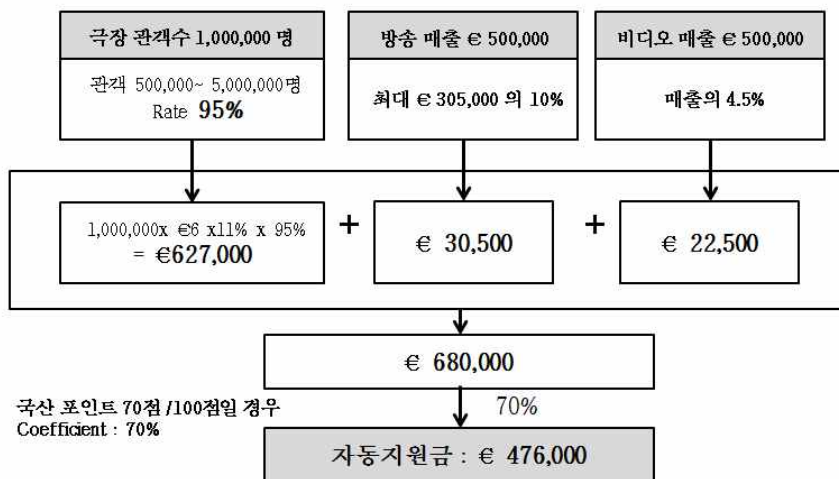
관객 수×입장료×특별세(TSA)¹³⁴⁾× Rate¹³⁵⁾

② 방송 수익(방영개시 후 8년간) : 방영권료 수익 × 10%

(방영권료 수익은 €305,000 상한선)

③ 비디오 수익(개봉 후 6년간) : 비디오 (셀스루+대여) 매출×4.5%

[예시] 극장 관객 1백만명 (입장료 €6), 방송매출 €500,000, 비디오 매출 €500,000 작품의 자동지원금



○ 방송 수익 산정 시 케이블 또는 위성TV의 경우, 적어도 십만 가구 이상의 가입자를 보유한 채널에서의 방영만 인정됨. 단, PPV(Pay Per View)채널에서 방영될 때에는 가입 가구 수 관련 조건은 요구되지 않음

○ 이렇게 조성된 자동지원금은 새로운 극장용 장편 애니메이션의 제작비로 사용될 수도 있고, 극장용 장편의 기획 혹은 단편 애니메이션 제작에 재투자 될 수 있음

133) 계수(coefficient) : 제작사에게 부여된 재정지원점수(100points)를 반영한 수치

134) 특별세(TSA, la Taxe sur les Entrees en Salles de Spectacles Cinematographiques) : 극장표 1장당 매겨진 티켓세 (평균 11%)

135) Rate : - 관객 수 500,000명 이하 : 125%
- 관객 수 500,000명 ~ 5,000,000명 : 95%
- 관객 수 5,000,000명 이상 : 10%

- 극장용의 경우, 제작사 명의의 CNC 계좌에 기재된 자동지원금을 사용할 수 있는 기간은, 자동지원금이 기재된 시점의 차기연도 1월 1일부터 5년 기간 내 사용하지 않을 경우, 제작사는 사용 권리를 상실함
- 또한, 기금 수익을 발생시킨 작품의 제작 과정에서 청산되지 않은 채무가 있을 경우, 이를 먼저 해결하는 데 쓰여야 한다는 ‘우선 채무 변제 규정’을 존중해야 함
 - 즉, 자동지원 신청을 낸 시점 이전에 기금 수익을 발생시킨 영화 제작과정에서 청산되지 않은 부채(촬영 시작 후 18개월 이내에 접수된 부채 금액 신고)가 없는지 확인한 후에 다음 제작할 작품에 재투자 할 수 있는 ‘사용 가능 지원 금액’이 산출됨

3.5. 2013년 CNC의 애니메이션 지원¹³⁶⁾

- 2013년 CNC의 애니메이션 지원은 총 €52.8백만으로 1)시청각 작품 제작 지원, 2) 극장용 지원, 3)기술 지원, 4) 멀티미디어, 5)비디오, 6) 수출, 7) 프로모션 지원으로 나뉨.

3.5.1. 방송영상물 (audiovisuelles) 및 디지털 콘텐츠 개발, 제작 지원

- CNC는 1) 개발 및 제작지원(선별, 자동지원), 2) 파일럿 개발 지원(선별 지원), 3) 혁신적 작품을 위한 선별지원 펀드, 4) 기타 지원(뉴 미디어, 게임 등) 프로그램으로 애니메이션의 개발 및 제작을 지원

□ 개발 및 제작 지원

- 2013년 애니메이션의 개발 및 제작에 CNC는 총 €42.7백만을 지원했으며, 이는 전년 대비 6.5% 증가한 금액

¹³⁶⁾ CNC, le marché de l' animation en 2013, 2013. 6.

- CNC 의 전체 장르지원의 16.8%에 해당되며, 개발에 €2.2백만, 제작에 €40.6백만을 지원

<표 52. 연도별 CNC 애니메이션 지원 금액 (€백만)>

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	(전년 대비)
개발지원	1.7	2.5	2.1	2.0	2.4	2.2	-7.9%
제작지원	30.5	42.7	39.2	43.0	37.8	40.6	+7.4%
총 지원금액	32.1	45.2	41.3	45.0	40.1	42.7	+6.5%

○ 개발 지원 (선별 및 자동지원)

- CNC의 개발지원의 목적은 작품의 개발단계를 지원하기 위함이며, 2013년 43개 프로젝트에 €2.2백만이 지원되었고 이는 전년 대비 약간 축소

<표 53. 연도별 CNC 애니메이션 개발 (Development) 지원 금액>

	2009	2010	2011	2012	2013	(전년 대비)
프로젝트 수	44	49	46	49	43	-12.2%
지원금액 (€천)	2,504.3	2,130.7	1,980.2	2,355.6	2,169.0	-7.9%

○ 제작 지원 (선별 및 자동지원)

- 2013년 애니메이션 대한 CNC의 제작지원은 57개 프로젝트에 €40.6 백만이 지원되었음
- 제작지원은 선별지원을 통해 € 5.8백만, 자동지원을 통해 €24.4 백만이 지원되었음

□ 파일럿 애니메이션 선별지원

- 파일럿 애니메이션 지원은 새로운 작품 제작의 투자유치 수단으로 활용할 파일럿 애니메이션의 제작을 지원하는 것으로, 2013년 €273,000 이 15개 프로젝트에 지원

<표 54. 연도별 CNC 애니메이션 파일럿 지원 금액>

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
프로젝트 수	12	16	18	17	14	15
지원금액 (€천)	178.4	274.0	235.0	271.0	211.0	273.0

□ 혁신적 영상물 (l' innovation audiovisuelle) 지원

○ 혁신적 영상물 개발에 투자유치를 촉진하기 위한 목적으로, 작가, 디자이너, 프로듀서 등 개인 창작자의 애니메이션, fiction, 다큐멘터리 개발을 지원하는 제도

○ 컨셉 개발 지원

- 작품의 디자인 컨셉과 스토리 개발을 위해 지원되며, 2013년 27개 애니메이션 프로젝트에 €135,000가 지원되었음

○ 바이블 개발 지원

- 작가, 디자이너 팀에게 애니메이션 제작사에 제안할 수 있는 작품 바이블 개발을 지원하며, 2013년 11개 프로젝트에 €130,000이 지원되어 그중 7개 프로젝트가 제작사를 확정

○ 개작 (rewriting) 지원

- 제작사에게 제안(presentation) 할 수 있는 작품 개발을 위한 시나리오 개작을 위해 작가에게 지원되며, 2013년 2개 애니메이션 프로젝트에 €28,000이 지원되어 제작사를 확정

○ 개발 (development) 지원

- 개발 단계의 프로젝트가 방송사 확정을 위한 작품 제안서 개발을 지원하며, 파일럿 제작을 위한 비용 지원을 포함
- 2013년 13개 프로젝트에 €319,500가 지원

□ 뉴미디어 프로젝트 지원

○ 인터넷과 모바일 플랫폼용 뉴미디어 프로젝트 개발을 위한 작가와 프로듀서팀의 작품 개발을 지원하며, 2007년 처음 도입되어 445개 프로젝트에 €13.9백만이 지원되었음

- 그중 55개 애니메이션 프로젝트에 €1.85백만이 지원

○ 2013년 5개의 애니메이션 프로젝트에 €180,000이 지원

- 시나리오와 웹 개발 : 1개 프로젝트 €15,000

- 시나리오, multichannel 개발 : 2개 프로젝트, €75,000

- 기타 인터넷 관련 지원 : 2개 프로젝트, € 90,000

□ 애니메이션의 비디오 게임화 지원

○ 프랑스 생산성회복부(Ministere du Redressement productif) 와 공동으로 CNC는 비디오 게임의 개발을 지원

1) 비디오 게임 상용화를 위한 기술 개발 지원

2) 비디오 게임의 지적재산권 확보를 위한 창작, 개발 지원

3) 국제 컨퍼런스, 페스티벌 등 비디오 게임의 프로모션을 위한 지원

○ 2013년, 40개 프로젝트에 총 €3.5백만이 지원되었으며, 4개 프로젝트는 TV 애니메이션의 비디오 게임 개발 프로젝트이었음

3.5.2. 극장용 애니메이션 지원

□ 장편 애니메이션 지원

○ 장편 애니메이션 지원을 위해 1)시나리오 개발 지원, 2)극장용 개발지원, 3)TV 프로그램의 극장용 애니메이션 전환 지원 4) 제작지원(선별, 자동)

프로그램을 운용

- (1) 장편 애니메이션의 시나리오 개발지원: 3개 프로젝트 / € 81,000
- (2) 극장용 작품개발 지원 : 15개 프로젝트 / €588,000
- (3) 극장용 전환(gateway to cinema) 지원¹³⁷⁾: 4개 프로젝트/ € 1.6백만
- (4) 제작지원
 - 선별지원(회수조건부 선급금 지원) : 4개 프로젝트 / €1.2백만
 - 자동지원 : 6개 프로젝트 / €273,750 승인

2012년 승인 2개 프로젝트/ 자동지원금 € 326,594 사용

□ 단편 애니메이션 지원

- CNC는 심사위원회(commissions spécialisées)의 선별심사를 통해 1시간 이하 길이의 극장개봉을 위한 단편 애니메이션을 지원
- (1) 제작전 지원 : 제작에 착수하지 않은 단편 애니메이션의 개발 지원
 - 6개 프로젝트에 €420,000 의 제작비 지원
- (2) 제작비 지원 : 14개 프로젝트에 €997,000 지원
- (3) 완성작 지원 : 지원받지 않은 단편 애니메이션의 제작 완성도에 따라 제작사를 지원. 5개 프로젝트 /€ 58,000 지원

3.5.3. 융합 장르 및 신기술 지원

□ 신기술 활용 작품 지원

- 특수효과, 새로운 디지털 기술 등 혁신적 제작기술 개발을 지원하며, 1) 새로운 디지털 혁신기술 지원프로그램과 2) 입체영상 지원 프로그램으로 나누어 지원

137) TV 프로그램의 극장용 전환을 활성화하기 위해, TV 프로그램 제작 으로 확보한 자동지원 account 금액을 극장용 account 로 전환하는 지원제도

- 2013년 총 80개 프로젝트(60개 영화, 20개 방송영상물)에 €6.2백만이 지원되었으며, 그중 21개 애니메이션 프로젝트(단편 애니메이션 8편, 장편 애니메이션 3편, 파일럿 필름 7편, 방송영상물 3편)에 € 1.77백만을 지원

□ 제작 서비스 세제혜택

- 해외작품의 프랑스 제작을 촉진하기 위한 세제 혜택으로 2009년 12월 도입
- 대상작품은 CNC 의 인증을 거치며, 프랑스에서 집행된 제작비의 20%를 세금공제로 제공하며, 2013년 14개의 해외 프로젝트에 혜택을 제공했으며, 이들의 프랑스 내 투자금액은 €110백만에 달함

□ 비디오 및 VOD 서비스 지원

- DVD, 블루레이 등 비디오그램의 배급 및 VOD 서비스를 활성화하기 위한 지원 프로그램
- 비디오그램 자동지원
 - 전년도의 비디오그램 매출의 4.5%를 차기 년도 비디오그램 제작, 배급을 위해 지원하며, 2013년 애니메이션 비디오그램 지원은 €40,000
- 비디오그램 선별지원
 - 영화의 비디오그램 제작, 배급을 위한 선별 지원으로 상품제작 지원 및 비디오그램용 편집의 두 가지로 지원. 2013년, 총 758개의 비디오그램이 지원받았으며, 애니메이션에 대한 지원은 28개 프로젝트에 전체의 3%인 €123,112을 지원

○ VOD 서비스 선별 지원

- VOD 시장의 성장에 따라 CNC는 VOD 서비스화를 위한 편집비를 지원. 작품에 대한 지원 및 VOD 서비스 업체에 대한 지원으로 나뉘며 2013년 246시간의 애니메이션 VOD 편집 및 서비스에 € 35,000, 2개의 장편 애니메이션 VOD에 €1,500지원

□ 기술개발 지원

○ 극장용 영화 및 방송영상물 기술개발 지원 :

- 신기술 R&D, 설비, 기술자문 지원을 통한 영상물 신기술 발전 지원
- 2013년, 총 €5.51백만이 지원되었으며, 그중 애니메이션은 11개 프로젝트에 €0.32백만을 지원

○ 방송 영상물 및 멀티미디어 기술연구개발 지원(Recherche et à l'innovation en audiovisuel et multimédia, RIAM)

- RIAM은 중소기업의 멀티미디어 관련 혁신기술(비디오게임, 디지털 배급, VOD, Interactive TV 등) 개발을 위한 R&D를 지원하는 프로그램¹³⁸⁾으로 BpiFrance¹³⁹⁾와 CNC 가 공동으로 지원
- 2013년, 35개 프로젝트에 €4.73백만이 지원되었으며, 그중 3개의 애니메이션 프로젝트에 €0.28백만(그중 €0.16이 CNC) 지원

3.5.4. 수출 및 프로모션 지원

○ 1995년, CNC는 프랑스 제작사와 배급사의 방송영상물, 영화, 애니메이션, 다큐멘터리 수출을 지원하는 프로그램을 도입

138) 이 제도는 재정경제산업부의 국가수석 비서실과 CNC가 공동으로 주창, 집행하는 프로그램으로서 공공 연구-실험소와 영화, 오디오비주얼, 멀티미디어 창작 분야 기업 간의 협업과 전이를 꾀하고, 기업들로 하여금 연구 개발의 노력을 강화하고 추진하도록 장려하며, 디지털 경제의 발전 선상에서 프랑스 내의 창작 및 출간 관련 직업의 발전을 지원할 목적으로 제정된 것이다.

139) 프랑스 생산성회복부 (Ministere du Redressement productif) 산하의 산업기술 연구·개발(R&D) 및 기업지원 정책기관

- 수출용 더빙, 자막, 포맷전환 및 해외 마케팅을 위한 데모필름, 브로슈어 제작을 위한 자금을 지원

□ 방송영상물 수출 지원

- 선별지원으로 이루어지며, 새로운 외국어 더빙, 자막, 데모테이프 등 수출용 선재 제작, 해외업계지 광고비용을 지원
 - 2013년 15개 애니메이션 제작사 및 배급사에 €604,000을 지원하였으며, 이는 전체 수출 지원의 34%에 해당

□ 극장용 영화 수출 지원

- 선별지원으로 이루어지며, 2004~2013년 기간 1,435편의 영화에 €28.52백만(작품당 €19,914)이 지원되었으며, 그중 44편의 장편 애니메이션(편수 기준 3.1%)에 €1.23백만(금액 기준 4.3%)이 지원
 - 편당 €27,982이 지원되었으며 이는 장편영화의 1.4배에 해당
- 2013년, 전체의 4.5%(편수 기준)인 11개의 애니메이션에 €159,700을 지원(금액 기준 5.1%)하여 편당 평균 지원금은 €14,522이었음

〈표 55. 연도별 CNC 극장용 지원금액〉

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
지원작품 수	8	6	6	10	15	11
편수 기준 비중 (%)	4.5	2.6	3	4.7	5.7	4.5
지원금액 (€천)	87.2	109.3	92.7	128.2	270.8	159.7
지원금액 기준 비중 (%)	3.1	3.7	3.3	4	7.3	5.1
작품 당 지원금 (€천)	10.9	18.2	15.4	12.8	18.1	14.5

□ 프로모션 행사 지원

- CNC는 앙시 애니메이션 페스티벌 및 마켓, 카툰 포럼 등 국제 행사를 지원하여 프랑스 애니메이션의 해외 인지도 향상을 도모

- 2013년 극장용, 방송용, 뉴미디어 애니메이션에 대한 CNC의 프로그램 별 기금 지원은 다음의 표와 같이 정리할 수 있음(총 CNC 기금지원은 €52.8백만)

<표 56. 2013년 CNC 애니메이션 지원 프로그램 및 금액(€1,000)>¹⁴⁰⁾

		지원구분		프로젝트 수	지원금액 (2013)
방송영상물 /디지털 콘텐츠 지원	개발 및 제작 지원	개발	선별, 자동	43개	2,200
		제작	선별, 자동	57개	30,200
	Pilot 지원		선별	15개	273
	혁신적 영상물 지원 (개인 창작자 대상)	Concept 개발	선별	27개	135
		Bible 개발	선별	11개	130
		Rewriting	선별	2개	28
		개발	선별	13개	320
	New Media Project 지원		선별	5개	180
	Video 게임개발 지원		선별	4개	n/a
극장용 지원	장편 애니메이션 지원	시나리오	선별	3개	81
		작품 개발	선별	15개	588
		극장용 전환	선별	4개	1,600
		제작 지원	선별	4개	1,200
			자동	6개	274
	단편 애니메이션 지원	기획개발	선별	6개	420
		제작	선별	14개	997
		완성작 지원	선별	5개	58
기타 장르 및 신기술 지원	신기술 활용지원		선별	21개	1,770
	제작 서비스 세제 혜택			14개	n/a
	비디오 및 VOD	비디오	자동	n/a	40
			선별	28개	3.7
		VOD	선별	2개	274
	신기술 개발	제작기술	선별	11개	320
		RIAM	선별	3개	280
수출 지원	방송영상물		선별	15개	604
	극장용		선별	11개	160

140) CNC, le marché de l' animation en 2013, 2013. 6. 재구성

3.6. 기타 투자지원제도

3.6.1. SOFICA(Société de Financement de l'Industrie Cinématographique et de l'Audiovisuel : 영화 및 시청각 산업 투자사)

- SOFICA는 투자 참여자에 대한 세액 공제를 바탕으로 모집한 펀드를 운영하는 회사들을 말하며, 개인 또는 기업으로부터 자금을 투자받아 영상 산업에 투자하는 기업 형태의 투자체를 의미
- 투자자들은 SOFICA 기업의 지분을 구입하는 형태로 투자하며, SOFICA 기업은 CNC가 인증하는 프랑스, EU 영상물에 투자
- 2012년 SOFICA의 지분을 구입한 투자자들은 차기 년도에 투자금액의 36% 소득세 공제 혜택을 누리며, 투자금은 영화제작분야에 최소한 5년간 묶어두어야 한다는 조건이 있음
- SOFICA는 투자의 댓가로 작품의 copyright 지분을 확보하며, 2004~2013년 기간, SOFICA 는 총 32 편의 극장용 애니메이션에 € 16.05 million을 투자(평균 €501,600 /편)

3.6.2. IFCIC(Institut de Financement du Cinéma de des Industries Culturelles, 영화 및 문화산업 재정보증기구)

- 영화 및 문화산업 발전을 위해 1983년 6월에 창립한 기구로, 프랑스 정부가 영화제작자본투자를 장려하기 위해 프랑스 은행들을 풀 (Pool)로 합친 '영화와 영상 자본 유니온(Union pour le Financement de Cinema et de l'Audiovisuel: UFCA)'이 IFCIC로 변신한 것
- 일종의 자본풀(Pool)로서 프랑스 문화부가 문화성에서 할당한 예산과

CNC가 관리하는 지원금을 근거로 기업을 대상으로 장기 혹은 단기 신용 보증을 서 주는 일종의 국가신용회사 개념

- 영화 및 문화산업 작품제작 자금조달을 원활하게하기 위한 기구로 제작자의 기획/개발을 위한 은행융자를 보증
- 자본금 비축의 조건, 대출 보증, 담보 제공의 조건은 문화부 장관과 경제재정부 장관이 대표하는 국가와 CNC, 그리고 IFCIC 사이에 이루어지는 협정에 의거하여 이루어짐

4. 지원제도의 성과 및 과제

4.1. 지원제도의 성과

□ 애니메이션 재원조달 활성화를 통한 생산기반 구축

- 제작비 쿠틀제 및 CNC 기금 지원, 다양한 금융지원제도로 인해 프랑스 애니메이션의 원활한 재원조달이 가능하게 됨
 - 방송사로부터의 재원조달이 제작비의 30.6%¹⁴¹⁾에 달하며, CNC 기금이 제작비에서 차지하는 비중도 19%에 달함(2013년 기준)
- 방송편성이 확정되는 순간, 또는 극장 배급사가 배급을 확정하는 순간, CNC 기금지원 대상이 되며, 방송사 투자, CNC 자동지원계좌, EU의 MEDIA Programme, 지방정부 지원/펀드, 세제혜택을 활용하며, 부족분은 IFCIC 의 보증을 통한 금융기관 대출을 활용하므로, 제작사의 투자가 20.6%라 하더라도 실제 자기자본 투입은 거의 없음¹⁴²⁾

141) 2013년 기준 애니메이션 재원조달 비중 Pre-sale 3.4%, 방송사 27.2%을 합한 수치

142) 전문가 인터뷰 (Mr.Frederic Puech, Planet Nemo, 캐릭터 플랜 이동기 대표)

□ 다양한 금융제도의 도입으로 산업 고도화

- 주거채 은행에서 자금 및 일정을 관리하고, 그에 따라 은행에 경비 지급 (retainer fee). 방송사에서 지급하는 방영료 등 모든 자금이 은행을 통해 입출금되어 제작사의 관리 부담이 많이 경감
- 완성보증, 이행보증, E&O(Error & Ommission)등 모든 과정에 보험가입이 의무화되어 있고, 감독 level 및 급여 등에 대한 기준도 표준화되어 있어 투명한 자금 관리를 통해 금융 산업과의 접합에 성공
- 또한, 원활한 국내 자본조달로 인한 우월한 협상력으로 해외자본 조달 및 해외공동제작에 프랑스 제작사의 유리한 위치 선점이 가능

□ 문화다양성 및 프랑스 애니메이션의 경쟁력 유지

- 유효시간대 방영쿼터제로 인한 시청자 노출의 확보. 재원조달 활성화로 인해 상품 수익성에 연연하지 않고 창의적 작품 기획개발이 가능한 환경으로 프랑스 애니메이션의 창의성 발전에 기여
- 좋은 작품 제작에만 관심이 있으며, 이는 애니메이션을 문화 다양성의 일부로 바라보는 문화산업 정책의 결과

4.2. 프랑스 애니메이션 산업의 과제¹⁴³⁾

□ 수익성 동기 부족으로 성장에 한계

- 자동지원제도에 의해 자금이 조달되고 제작에만 진력하는 산업구조로 수익 확대에 대한 관심이 있는 제작사는 별로 없음

143) 전문가 인터뷰 결과 (캐릭터 플랜, 이동기 대표, 시너지 미디어 강유신 대표)

- 그에 따라 산업의 성장세가 더디며, 기업 역시 수익실현 보다는 작품 제작에만 관심을 두고 있는 바, 결국 지속적 성장을 필요로 하는 기업의 속성상 프랑스 애니메이션 제작사의 경쟁력이 약화될 우려
- 기업 성장 모색의 일환으로 Moon Scoop이 신규 사업 및 미국시장 진출을 시도하였으나, 미국 시장 과투자 및 실패로 기업 부도

□ 정책 의존도 심화 및 공공지원의 축소

- 기업 경영이 지나치게 정부 정책에 의존하고, 기금에 따라 제작편수가 결정되는 구조로 기업 성장이 어려우며, 성장을 위해서는 제작비 인상을 통해 매출 증대를 도모
- 정책 의존 기업운영으로 정부에 대해 지원확대를 강력하게 요청하고 있으나, 디지털 미디어 환경 도래에 따른 방송사업자 기금 수익의 축소가 예상되어, 결국 전체 산업에 투입될 수 있는 자금이 위축될 우려
- 정부 정책의 변화, 미디어 환경의 변화에 따라 프랑스 지원 제도의 미래도 불확실
 - 사르코지 정부의 방송국 광고 중단에 따라 방송국 매출이 축소되었으며, 지원기금 및 투자가 축소되며 제작 편수가 감소
 - TF1, Channel 2,3,4, M6 등 몇 개 방송국 이외에는 경영의 어려움
 - CNC 기금재원도 축소되어 프랑스 기업들도 어려움을 겪고 있으며, EU의 지원(MEDIA Programme, 다른 국가의 지원 등)을 받기 위해 제작자들이 유럽 국가로 진출하고 있음(베네룩스)

해외 애니메이션 지원제도 사례 연구



V. 중국 애니메이션 지원정책 및 제도

1. 중국 애니메이션 산업현황
2. 애니메이션 산업 지원체계 및
배경
3. 애니메이션 지원정책 및 제도
4. 중국 애니메이션 산업의 과제

1. 중국 애니메이션 산업현황

1.1. 중국 애니메이션 시장 및 산업 규모

1.1.1. 중국 애니메이션 생산 규모

- 2014년 7월 사회과학문헌출판사가 발표한 <중국동만산업발전보고서 2014 (中国动漫产业发展报告2014)>에 따르면 2013년 중국의 애니메이션 산업은 빠른 발전 속도를 보이며 성장하였고, 총 생산액은 870.85억 위안에 달해 2012년 759.94억 대비 14.59%의 성장률을 보임
- 만화산업과 TV·극장용 애니메이션, 뉴미디어 애니메이션, 애니메이션 파생산업과 애니메이션 확장 산업의 생산액은 각 48.59억 위안, 141.35억 위안, 35.34억 위안, 162.55억 위안과 53.89억 위안으로 각각 11.0%, 32.0%, 8.0%, 36.8%, 12.2%의 성장률을 보임
- 인터넷의 보급과 스마트폰의 사용량 증가로 뉴미디어 애니메이션 생산액은 35.34억 위안을 기록했으며 중국 애니메이션의 해외 수출액은 8.3억 위안으로 전년대비 16.25%의 증가율을 보임
- 한국콘텐츠진흥원의 <2013 애니메이션산업백서>에 따르면 중국 애니메이션 시장 규모는 2017년 10억 9,400만 달러의 규모로 전망되고 있음
 - 극장용 장편 애니메이션의 성장이 산업의 주요 성장 동력으로 나타나고 있으며, 장편 애니메이션은 2017년 전체 시장의 62% 점유율을 차지할 것으로 전망

〈표 57. 중국 애니메이션 시장 규모〉¹⁴⁴⁾

〈표 5-2-2〉 중국 애니메이션 시장 규모(2008~2017)											
											(단위: 백만 달러)
구분	2008	2009	2010	2011	2012p	2013	2014	2015	2016	2017	2012~17 CAGR
영화	67	108	217	208	328	390	459	532	608	678	15.7%
방송	73	83	99	117	138	166	200	236	264	293	16.3%
극장광고	4	5	6	5	8	9	10	11	13	14	13.5%
홈비디오	35	36	41	29	34	33	31	29	28	27	-4.9%
디지털 배급	5	8	15	21	33	41	49	58	68	81	19.7%
합계	184	240	378	380	540	639	748	867	981	1,094	15.1%

출처: PWC(2013), Digital Vector(2013), Boxoffice Mojo(2013), MDRI(2012)

* 모든 수치는 반올림되어 부분의 합과 합계가 같지 않을 수 있다.

1.1.2. 극장용 애니메이션 시장

- 2012년 중국 극장용 애니메이션 시장은 전년 대비 57.8% 성장한 3억 2,800만 달러로, 3D 애니메이션 등에 따른 극장 매출이 지속적인 신장세로 향후 5년간 15.7%의 높은 연평균 성장률을 기록할 것으로 예상
 - 2017년에는 6억 7,800만 달러 규모로 2012년의 두 배가 넘는 규모 전망
- 2012년 광전총국에서 공인한 극장용 애니메이션은 모두 33편으로 그 중 상영된 영화는 21편임. 중국의 극장용 애니메이션의 제작량은 2009년 이후 평균 30% 이상의 증가율을 보이고 있음
 - 2012년 극장용 애니메이션 박스오피스 총수입은 30억 위안으로 중국 전체 영화 박스 오피스 수입의 17.7%를 차지

1.1.3. 방송용 애니메이션 시장¹⁴⁵⁾

144) 한국콘텐츠진흥원, 애니메이션산업백서 2013, p.275.

145) 한국콘텐츠진흥원 중국사무소, 중국콘텐츠산업동향 (2013. 10. 15.)

- 중국 방송 애니메이션 시장은 매년 두 자릿수 이상의 성장세를 보이고 있으며, 2012년에는 전년 대비 17.2% 성장한 1억 3,800만 달러를 기록
 - 2017년까지는 연평균 16.3%씩 성장하여 2억 9,300만 달러의 규모에 달할 것으로 전망
- 2012년 제작 등록된 방송 애니메이션은 총 395편으로 총 방영 시간은 22만 분에 달하고 있음. CCTV 어린이채널(央视少儿), 베이징 KAKU 어린이채널(北京卡酷少儿), 상하이쉬엔동(上海炫动), 장쑤요우만(江苏优漫), 후난진잉(湖南金鹰), 광둥지아지아(广东嘉佳) 등 6개의 위성 어린이채널의 연간 애니메이션 방송 시간은 총 3,000시간에 달함
- 2012년 어린이채널의 총 방영 시간은 2011년 대비 4.24% 하락한 117,193 시간으로 전체 TV 프로그램 방영 시간의 2.8%, 1인당 연 평균 애니메이션 시청 시간은 38시간으로 전체 TV 프로그램 시청 시간의 3.7%
- 그러나, 전국 방송국에서 애니메이션 구입에 소요되는 비용은 5,000만 위안 수준으로, 중국 애니메이션의 방영권료 수입은 극히 미미하며, 그에 따라, 중국 애니메이션의 수익 구조 문제가 대두되고 있음

1.1.4. 홈비디오 및 디지털 애니메이션 시장¹⁴⁶⁾

- 2012년 중국의 홈비디오 애니메이션 시장은 전년 대비 17.7% 성장한 3,400만 달러 규모이며, 향후에는 디지털 배급 애니메이션의 성장세로 인해 연평균 4.9%의 감소세를 기록할 것으로, 2017년에는 2,700만 달러 규모로 시장이 위축될 전망
- 디지털 배급 애니메이션 시장은 중국의 애니메이션 시장에서 가장 큰 성장률을 보이고 있어, 2012년에는 3,200만 달러 규모에 도달. 향후에도

146) 한국콘텐츠진흥원 중국사무소, 중국콘텐츠산업동향 (2013. 10. 15.)

디지털 애니메이션의 활발한 제작과 모바일 디바이스의 보급률 증가로 2017년까지는 19.7%의 높은 연평균 성장률을 나타내며 8,200만 달러 규모 까지 시장이 확대될 전망

- 인터넷의 보급과 스마트폰의 확산으로 뉴미디어 플랫폼이 애니메이션 공급의 새로운 통로로 부각되면서 유쿠(优酷), 아이치이(爱奇艺), 소후(搜狐), 텐센트(腾讯) 등 대형 온라인 동영상 사이트들이 전문 애니메이션 카테고리 개설하여 운영하려는 움직임을 보이고 있음

1.2. 애니메이션 방송 미디어 환경

1.2.1. 방송 미디어 개요

- 방송미디어의 현대화와 전국화, 지역경제권화의 토대를 바탕으로 중국 애니메이션은 TV 애니메이션을 중심으로 큰 성장세를 구가
- 중국의 모든 방송국 및 방송시스템은 국가 소유이며, 국가기관인 국가광전총국(国家广播电视总局)의 중점적인 관리와 통제를 받음
- 중국의 방송 미디어 환경은 중앙방송국(中央级电视台), 성급방송국(省级电视台), 도시방송국(城市电视台)의 3대 체제로 구성되어 있음. 중앙방송국은 CCTV를 말하며, 성급방송국은 각 성을 포괄하는 지역 방송국, 도시방송국은 시·현급 방송국을 지칭하는 것임
- 3대 방송국 시스템에 의거하여, TV방송국을 기준으로 중앙방송국은 1개, 성급 방송국은 35개, 도시방송국은 약 250여개에 이룸
 - <2010년 중국매체산업발전보고서>에 따르면, TV방송국 287개, 교육TV방송국 44개, 라디오방송국 1,993개, 프로그램 제작기구 2,874개

- 방송의 전송 방식에 따라 위성방송, 지상파방송, 케이블TV로 구분할 수 있는데, 중앙 방송국은 위성방송, 성급 방송국은 위성방송과 지상파방송 병행, 도시 방송은 케이블TV 중심이라고 할 수 있음
 - 우리나라에서는 지상파방송이 전국방송이라는 개념과 위상을 의미하지만, 중국의 지상파 방송은 전국 차원이 아닌 국지적인 지역방송임
- 중앙방송국은 물론 성급방송국들도 대부분 위성방송 시스템을 도입하여 위성방송국이 방송미디어의 주도적인 주체가 되었음. 성급방송국의 지상파 방송이 관할 성에만 전송하는데 비하여, 성급위성방송은 관할 성 및 인접한 성을 포괄하기 때문에, 가시청 범위를 크게 늘리고, 영향력을 더욱 제고

1.2.2. CCTV의 애니메이션 편성

- 중앙방송국(中央电视台 이하 CCTV)의 위상과 영향력은 가장 강력함. 이러한 영향력은 유일한 중앙방송이라는 절대위상과 함께 독점적인 전국 커버리지, 전문화된 다양한 채널, 높은 시청률을 바탕으로 함
- CCTV는 단지 방송국이 아니라 차관급의 공공기관이자, 정부전문기관이라고 할 수 있음. 또한 중국방송영화그룹(中国广播电影电视集团)의 핵심 주체이며, 산하에 중국드라마제작센터(中国电视剧制作中心), 중앙뉴스다큐제작소 (中央新闻纪录电影制片), 중국국제TV총공사(中国国际电视总公司), 중앙디지털미디어유한공사(中央数字电视传媒有限公司) 등의 사업 단위를 보유하고 있는 방송 산업계의 사업, 제작 실세임
- CCTV는 공식적으로 17개의 전문 위성채널을 보유하고 있으며, 위성, 지상파, 케이블 등의 다양한 전송수단을 총동원하여, CCTV-1기준 전국 96.62%에 달하는 거대한 방송 커버리지를 점유
 - 중국내 방송의 모든 채널의 시청률 경쟁에서도 상위 TOP 10은 대부분 CCTV 채널이 상위를 유지하고 있으며, 전국 방송 시청률의 35%정도를 점유

〈표 58. CCTV 각 채널의 특성〉¹⁴⁷⁾

채널명	주요내용
CCTV-1 (종합채널)	CCTV에서 가장 빨리 개설되었고 영향력과 전파 효과가 가장 좋은 채널임. 이 채널의 시청률은 전국 시청률의 약 10%대를 차지
CCTV-2 (경제채널)	2007년 경제채널은 “17차 당 대표대회” 홍보를 위주로 대형 TV정치영화 <부흥의 길>(총 6회)을 제작 방송 하였고 “유용한 프로그램, 사상성 있는 프로그램” 이란 이념 아래 경제생활에 적극 개입
CCTV-3 (종합문예채널)	2007년에는 3.52%로 시청률 신기록을 수립하였음. 2007년, 테마 편성에 힘을 모아 제1회 외국인 중화 재능 표현대회, 제1회 아시아청년예술 등 대규모 문예 대회 행사를 성공적으로 방송하였으며 양력설, 음력설, ‘5.1절’, 여름방학, ‘10.1’ 등 기간에는 특수편성을 성공적으로 실시
CCTV-4 (중국어국제 채널)	뉴스를 중심으로 하는 채널편성을 강화하고 전 세계에 흩어져 있는 중국인들의 요구에 부응. 2007년 1월 1일 CCTV-4 은 정식으로 아시아, 아메리카, 유럽 코너 등 3개 지역으로 나누어 방송
CCTV-5 (스포츠채널)	올림픽 개최를 계기로 새로운 프로그램 개발하고 현장생방송 위주의 편성을 확대
CCTV-6 (영화채널)	유일한 국가급 전문영화채널로 매일 10편의 국내외 영화와 다양한 애니메이션, 다큐멘터리, 특집 등을 방송.2007년 프로그램 자원을 적극 개발 중국영화 華表상,金鷄백화영화축제 등 국내외 모든 대규모 영화시상식을 도맡아 진행 하였으며 오스카상 등 주요 국제영화 시상식도 중계방송
CCTV-7 (아동·군사·농업 채널)	중국농업영화TV센터, 해방군TV홍보센터, CCTV청소년센터 부문의 프로그램 이 많고 프로그램 종류도 광범위한 종합채널
CCTV-8 (드라마채널)	영화채널과 더불어 시청률이 상대적으로 높은 채널로 다양한 주제의 드라마 편성은 물론 특수편성을 통해 채널 브랜드의 경쟁력을 제고
CCTV-9 (영어국제채널)	2007년 해외홍보채널의 장점을 충분히 살려 해외매체와 해외 시청자들이 관심갖는 화제를 대량 발굴하여 대외선전을 위한 목표성을 강화
CCTV-10 (과학교육채널)	<백가강단>, <탐색과 발견> 등 주요 과학교육프로그램을 체계화하고 휴가기간 브랜드 프로그램 편성을 중시하여 시청률 시장을 적극적으로 점유
CCTV-11 (희극채널)	2007년 제2회 CCTV경극마니아 아마추어경시대회 및 민족특색이 농후한 공연행사를 기획 제작
CCTV-12 (사회법제채널)	기존의 서부채널에서 사회법제채널로 변경한 후 시청률이 크게 상승하여 줄곧 1% 이상을 유지. 새로운 보도 형식을 창조하고 저예산 우수 프로그램과 법제분야의 특화된 채널로 자리매김

147) 한국방송영상산업진흥원, 국제공동제작활성화를 위한 중국 미디어 시장과 정책 연구, 2008.

CCTV (뉴스채널)	‘중대한 사건은 뉴스채널을 시청 한다’ 는 시청습관을 만들었으며 “양후이(兩會)”, “홍콩반환10주년”, “17대 (十七大)”, “상아 1호 탐사의 달 프로젝트”, “건군 80 주년”, “내몽골 자치구 설립 60주년” 등 대형 홍보 프로그램을 제작. 崔永元, 白岩松 등 스타 사회자의 적극적인 개입으로 전국 전문화 TV채널에서 시청률 1위를 차지함
CCTV (소년아동채널)	제2회 전국소년아동곡예대회 등과 우수 국산애니메이션을 선정하여 방송. 2007년 소년아동채널의 매출액은 약 6억 위안이며 1일 최고 시청인수는 1.5억 명을 넘었음
CCTV (음악채널)	전국에서 유일하게 민족음악을 위주로 방송하는 전문 채널로 2007년 시청률이 대폭 제고. 2007년 대규모 프로젝트(2007 CCTV 민족악기 TV대회)를 중점 기획 하였고, 2007 신년음악회, 베이징신춘교향음악회 등 사회적 영향력이 큰 프로그램을 제작 방송
CCTV-F (프랑스어 국제채널)	프랑스어국제채널은 2007년 10월 1일 정식으로 방송을 개시하여 매일 24시간 방송. CCTV가 중문국제채널과 영문국제채널에 이어 스페인어채널과 함께 방송을 개시한 또 다른 하나의 국제채널. 채널은 모두 13개 프로그램으로 구성되어 있으며 이 중 뉴스 프로그램은 6개이고 해외시청자는 약 400만 가구
CCTV-E (스페인어채널)	2007년 10월 1일 정식으로 대외 방송을 시작. 뉴스를 위주로 특집, 교육, 담화, 문예오락 등 종합 프로그램을 매일 24시간 연이어 방송. 특히 북아메리카 및 라틴아메리카 지역에서 스페인어를 모국어로 사용하는 국가의 약 4억 명에 달하는 시청자들을 대상으로 방송
CCTV (디지털 유료채널)	CCTV는 2004년~2007년 사이에 모두 18개 디지털 유료채널을 개설. CCTV-TV안내, CCTV-제1극장, CCTV-풍운극장, CCTV-옛날극장, CCTV-풍운음악, CCTV-TV스포츠, CCTV-국방군사, CCTV-세계지리, CCTV-여성패션, CCTV-골프·테니스, CCTV-우수프로그램, CCTV-고화질영화드라마, CCTV-희곡, CCTV-오락.

- CCTV에서 애니메이션의 방송과 관련하여 주목할 만한 채널은 종합채널인 CCTV-1과 소년아동채널인 CCTV-少儿임. 그중에서도 종합채널(CCTV-1)의 애니메이션 황금시간대 프로그램과 소년아동채널(CCTV-少儿)의 간판 프로그램의 경우 모든 애니메이션 사업자가 편성되기를 희망
- CCTV1의 만화도시(动画城-현재는动画乐园으로 변경됨)는 외국과 중국의 최신 애니메이션들을 소개하는 코너로서, 1994년부터 시작되어 800여개의 프로그램이 방영되었음

- CCTV-14 소년아동채널의 프로그램은 뉴스, 시사, 과학, 애니메이션, 퀴즈쇼, 영어, 미취학 아동용 에듀테인먼트 프로그램, 노래경연대회, 토크쇼 등으로 이루어져 있음
- 뉴스, 시사, 과학, 노래경연대회, 토크쇼 등의 프로그램은 초등학생 이상을 시청 대상층으로 하고 있음
- 미취학 아동용 에듀테인먼트 프로그램은 미취학 아동이 유아들에게 지식을 알려주는 역할을 하는 성인과 학습자 역할의 유아들이 스튜디오에서 체험활동을 보여주는 것으로 구성되어 있음.

- CCTV14 소년아동채널은 다양한 애니메이션 프로그램에 많은 시간을 할애하여 편성함
- ‘애니메이션행복(动画乐翻天)’, ‘갤럭시극장(银河剧场)’, ‘애니메이션 꿈의 공장(动画梦工场)’, ‘애니메이션 월드(动漫世界)’, ‘애니메이션 스타(动漫星空)’ 등으로 프로그램이 나누어 편성되어 있음
- 애니메이션행복(动画乐翻天)은 새로운 유행 파일럿 애니메이션, 춤, 게임, 쇼 등 실험적인 프로그램의 방송을 시작하는 코너임 (월요일~토요일, 오후 6시~ 6시 45분)
- 갤럭시극장(银河剧场)은 7~18세의 어린이와 청소년을 위한 가족유머, 드라마, TV시리즈 애니메이션 등 학생활동에 대한 이야기, 멜로드라마 등 아이들의 성장을 반영한 내용으로 구성되어 있으며, 애니메이션도 비중 있게 편성
- 애니메이션 꿈의 공장(动画梦工场)은 중국의 국내 애니메이션 브랜드를 구축하기 위해 자국의 애니메이션을 위주로 방송하고 있는 코너임 (월요일~일요일 오후 7시~8시)
- 애니메이션 월드(动漫世界)는 세계 고전 애니메이션을 선보이는 코너로 <밥더빌더>, <토마스와 친구들>, <미키마우스와 도널드 덕>, <톰과 제리> 등 세계적으로 유명한 애니메이션을 방송하고 있음.
- 애니메이션스타(动漫星空)는 청소년 이상 애니메이션을 편성함

- CCTV-1과 CCTV-14 소년아동채널을 통해 <미키마우스와 도널드 덕>, <곰돌이 푸>, <스폰지 밥>, <톰과 제리>, <트랜스포머>, <밥터빌더>, <토마스와 친구들>, <인더나이트가든>, <찰리와 로라>, <미피>, <도라에몽> 등의 해외 애니메이션이 방송되고 있음

<표 59. CCTV의 애니메이션 편성 현황>¹⁴⁸⁾

채널	편성 내용	비고
CCTV-1	- 토요일~일요일 4시 52분- 6시 제일 애니메이션공원(第一动画乐园) - 수요일~금요일 4시 42분- 6시 59분 제일 애니메이션공원(第一动画乐园)	유아, 아동들이 시청할 수 있는 시간대 편성
CCTV-14 少儿	- CCTV 소년아동채널로 애니메이션을 전체 시간 중 50% 이상 편성	유아, 아동, 청소년이 시청 시간대에 편성

1.2.3. 성급 위성방송과 소년아동채널

- 최근 10년간의 중국 방송미디어의 발전상을 돌이켜보면 전통적인 중심채널인 CCTV보다는 지역 성급방송의 발전이 두드러지며, 성급 방송은 크게 발전한 반면, 그에 따라 CCTV는 상대적으로 영향력이 감소
- 현재 전국 방송의 시청률을 기준으로 할때 CCTV, 성급 방송, 기타 방송이 각각 1/3씩 시청률을 점유하고 있음
 - 특히 성급 방송국은 위성 전송이 가능해지면서 급속한 발전 국면에 접어들었음. 현재 4개의 직할시를 포함한 각 성이 모두 성급 위성방송을 실시하고 있으며, 현재 31개의 성급위성채널은 모두 전국 방송이 가능
- 성급 방송은 전국 방송이 가능한 위성 방송을 포함하여 지역을 포괄하는 지

148) 출처: <http://tv.cntv.cn/epg>

상과 방송으로 10여개의 전문채널을 보유하고 있음.(예를 들어 북경 11개 채널, 상해 14개 채널) 따라서 특정 지역에서의 의 가시청 채널은 CCTV 15개 채널과 해당 지역의 성급방송 10개 채널, 각 성급 위성방송 30개 채널로 약 50여개에 이름

- 성급 방송도 10개의 전문채널을 운영하고 있는데, 애니메이션방송과 관련해서는 각 성급의 소년아동채널이 중요함. 지난 10년 동안 거의 모든 성급에서 어린이 전문방송인 소년아동채널이 개국하여, 중국 애니메이션의 거대 방송수요를 형성

<표 60. 전국 소년아동채널 현황>¹⁴⁹⁾

채널	개국
광둥남방소년아동채널	2001
북경청소년채널	
우루무치부녀아동채널	2002
CCTV소년아동채널	2003
CCTV소년아동채널	
천진소년아동채널	2004
상해동방소년아동채널	
강소소년아동채널	
요령청소년채널	
하북소년아동과학교육채널	
절강소년아동채널	
흑룡강소년아동채널	
신강소년아동채널	
남경소년아동채널	
항주소년아동채널	
북주소년아동채널	
내몽고소년아동채널	2005
광주소년아동채널	
심천소년아동채널	
무한소년아동채널	
녕파소년아동채널	
제남소년아동채널	
성도소년아동채널	
해남소년아동채널	
대련소년아동채널	

북경소년아동채널	
감숙문화소년아동채널	
산둥소년아동채널	
강서소년아동가정채널	
중경청소년채널	
사천부녀아동채널	
산서소년아동채널	2006
운남소년아동채널	

1.2.4. 애니메이션 위성방송채널

- 국가광전총국은 애니메이션산업의 진흥을 위한 획기적인 조치로 2000년대 초부터 각 성급 소년아동채널을 개국한데 이어, 2004년부터는 애니메이션 전문위성채널의 개국을 정책적으로 지원함
- 2004년 북경, 호남성의 장사, 상해에 이어 2006년 광둥성의 광주에 애니메이션전문 위성채널이 개국하여 4대 위성채널 체제를 구축.
 - 특히 이들 지역은 중국의 3대 경제권을 형성하는 권역에 위치함으로써 애니메이션 위성채널이 강력한 영향력을 갖게 되었음
 - 2010년 7월 강소성의 남경에 강소우만애니메이션 위성채널이 추가 설립되어 5대 애니메이션 전문위성채널 체제로 확대
 - 이 지역에 이미 상해의 현동카툰 애니메이션 위성채널이 있었으므로, 권역 내 경쟁구도가 형성

<표 61. 전국 애니메이션위성채널 현황>

채널	개국
북경 카쿠애니메이션채널	2004.09.10
호남 금웅카툰채널	2004.10.30
상해 현동카툰채널	2004.12.26
광둥 가가카툰채널	2006.09.16
강소 우만카툰채널	2010.07.01

- 중국 최초의 애니메이션전문채널인 북경카쿠애니메이션위성TV(北京卡酷动画卫视)(www.kaku.tv)은 애니메이션 위성채널 중 가장 광범위한 권역에서 방송되는 채널임
 - 베이징, 상하이, 톈진, 충칭, 광저우, 항주, 남경, 무한, 성도, 심양, 석가장, 태원, 서안, 난중, 귀양, 하문까지 커버리지가 되는 TV 위성 채널임. (2010년말 기준으로 7.9억의 인구가 시청이 가능)
 - 카쿠는 자체 투자한 애니메이션의 방송과 동시에 캐릭터 상품 등의 부가 상품 개발 및 유통 사업을 진행하고 있음
 - 중국 전국에 카쿠(KAKU)의 브랜드로 250개의 프랜차이즈 캐릭터 상품점을 운영하면서 중국의 완구회사를 비롯한 캐릭터 상품 업체들과 협력하여 유통 수익을 거두고 있음
 - 동시에 어린이 미술교육, 음악교육을 회원제로 실시하여 교육 사업도 적극 수행하고 있음. 향후 테마 파크 등을 사업을 기획하여 애니메이션을 토대로 대규모의 사업 확대를 목표로 하고 있음
 - 또한 일본의 반다이와 애니메이션을 공동 개발하고 사업화하는 협약을 맺고 공동제작을 수행하고 있기도 함
- SMG(상하이미디어그룹) 산하의 상해현동카툰위성TV(上海炫动卡通卫视)(www.toonmax.com)은 중국 전역에 걸쳐 20개 이상의 도시에서 시청이 가능함.
 - 모든 연령층의 애니메이션을 아우르는 전문 채널로서 다수의 애니메이션 제작사, 관련 기업들과의 합작으로 중국산 애니메이션을 제작하고 파생상품 개발, 판권 사업 등을 진행하고 있음
 - 특히, 현재 중국 최고의 인기 캐릭터인 <시양양과 후이타이랑(喜羊羊与灰太狼)> TV시리즈와 극장용 장편에 직접 투자하고 배급을 진행하여 중국 애니메이션 산업의 수익 창출에서 있어서 선도적인 역할
- 대장금을 처음 중국 전역에 방송해 큰 인기를 끌게 한 호남방송국의 계열회사인 호남 금웅 애니메이션 위성 TV(湖南电视台金鹰卡通频道)

(www.aneworld.tv) 는 중국에서 처음으로 허가를 받은 아홉 개의 애니메이션 산업기지 가운데 하나임.

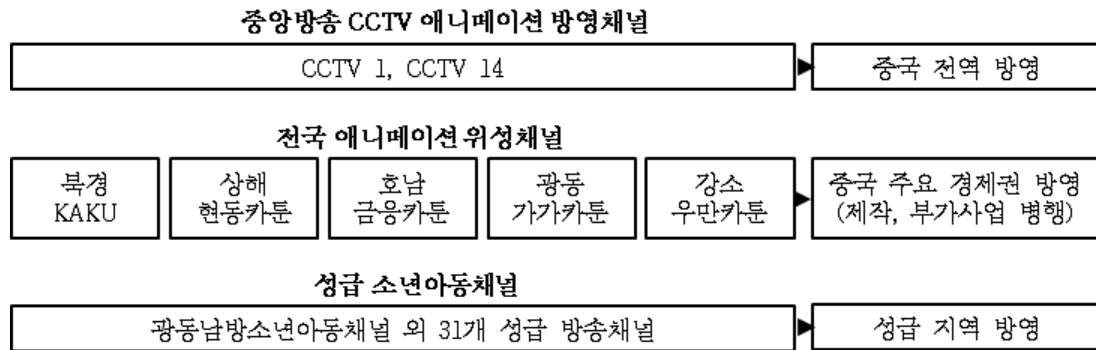
- 호남금응카툰유한회사를 설립하여 애니메이션 제작과 사업의 체계를 세우고 연관 산업 간의 연합을 시도하고 있음
- 사업 영역으로는 애니메이션 공동 투자 및 제작, 국가 애니메이션 제작기지 운영, 애니메이션 과학기술원 운영 등 제작과 관련된 영역과 애니메이션 영상 및 캐릭터 판권 판매, 전국 지점의 어린이 예술교육, 온라인 게임, 인터넷 서비스, 도서, DVD 발행, 어린이 음악의 제작과 배급, 애니메이션 테마파크의 건설 등 부가사업 영역을 포함하여 다방면에 걸친 사업을 하고 있음

○ 이들 전국 애니메이션 위성채널은 소년아동채널과 달리 위성 방송으로 해당성뿐만 아니라 인근 성까지 방영 범위를 획기적으로 넓혀 영향력과 경쟁력을 강화 .

- 상해현동카툰은 상해, 강소, 절강, 안휘를 포괄하는 장강삼각주 경제권을 방영 범위로 하고, 호남금영카툰과 광둥가가카툰은 각각 호남과 광둥에 위치하면서 주장 삼각주 경제권을 방영 범위로 둬. 북경카쿠카툰의 경우도 북경을 중심으로 인근 성을 포함하는 환 발해경제권을 포괄함으로써 영향력 있는 애니메이션 채널로 급부상함

○ 애니메이션산업 관련 방송미디어의 3대 채널이 정리되는데, 첫째는 CCTV 채널, 둘째는 애니메이션위성채널, 셋째는 성급 소년아동채널이라고 할 수 있음. 특히 주목할 점은 이러한 전문 방송 인프라가 지난 10년간 매우 계획적이고, 전략적으로, 일관성 있게 추진되었다는 점임. 특히 국가광전총국은 국산 애니메이션산업의 발흥과 발전을 위하여 이를 정책적으로 주도하였고, 결과적으로 국산 애니메이션의 양적 성장이라는 큰 성과를 달성

〈그림 26. 중국의 애니메이션 방영 채널〉

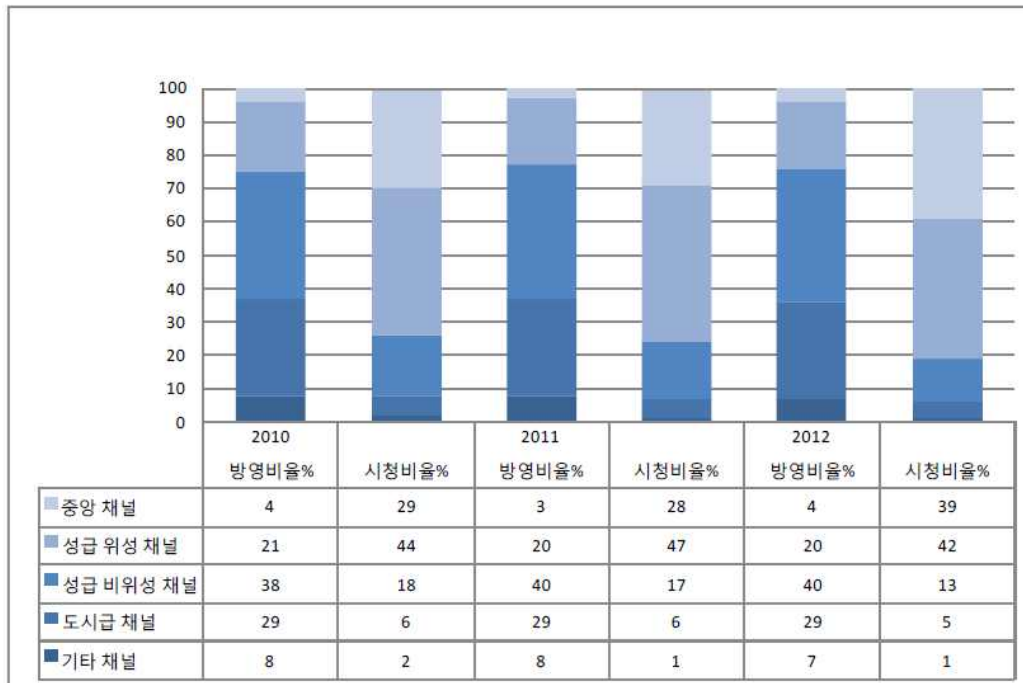


1.2.5. 애니메이션 방영¹⁵⁰⁾

- 2012년 어린이 채널 총 방영시간은 117,193시간으로 전년대비 4.2% 늘어남. 1인당 연평균 애니메이션 시청 시간은 38시간으로 전년대비 11.76% 늘어남. 중국 전체 TV애니메이션 방송시간은 모든 TV 프로그램 방송시간의 2.8%로 각 지역 비율은 비슷한 편이며 중국 TV애니메이션의 시청 시간은 전체 TV 프로그램 시청 시간의 3.7%로 나타남
- 2012년 자료를 볼 때, 방영물량에 있어서는 성(省)급과 도시급 채널이 애니메이션 방송의 주요 유통경로임. 그러나 애니메이션 시청 점유율에 있어서는 방영물량의 24%를 담당하는 중앙방송과 성급 어린이 위성채널이 총 81%를 점유하고 있어, 이들 6대 채널의 절대적인 시청자 영향력을 확인할 수 있음
- 또한, 이러한 막대한 시청자 영향력을 가진 애니메이션 전문 위성채널들이 캐릭터 등 부가사업, 제작업 등 관련 사업을 병행한다는 것을 고려하면, 중국 애니메이션 산업의 중심에 이들 채널들이 있다는 것을 의미

150) 한국콘텐츠진흥원 중국사무소, 중국콘텐츠산업동향 (2013. 10. 15.), pp.9-16.

〈그림 27. 중국의 애니메이션 채널 애니메이션 방영 및 시청자 점유율〉¹⁵¹⁾



1.3. 중국의 창작 애니메이션 생산

1.3.1. 애니메이션 생산량¹⁵²⁾

- 2014년 7월 사회과학문헌출판사가 발표한 〈2014 중국동만산업발전보고서 (2014 中国动漫产业发展报告)〉에 따르면 2013년 중국의 애니메이션 산업은 빠른 발전 속도를 보이며 성장하였고, 총 생산액은 870.85억 위안에 달해 2012년 759.94억 대비 14.59%의 성장률을 보임
- TV애니메이션 제작량을 기준으로 2007년도 10만분을 초과하였고, 2013년 중국 애니메이션 산업 전체 생산량 총 32만 여분(分)임
- 창작 애니메이션 생산량의 측면에서 볼 때, 2013년 제작된 창작 TV애니메이션은

151) 한국콘텐츠진흥원 중국사무소, 중국콘텐츠산업동향 (2013. 10. 15.), p.11.

152) 〈중국동만산업발전보고서2014(中国动漫产业发展报告2014)〉, 2014. p.26-27.

총 358편 (204,732분 = 약 3412시간)으로 2008년부터 2011년까지 중국 창작 애니메이션의 생산량은 꾸준한 성장 추세를 보였지만 2011년 이후 2013년까지 연속 3년 마이너스 성장을 기록

<표 62. 2008~2012 중국 애니메이션 생산 규모>¹⁵³⁾

연도	규모(편)	시간(분)	연 성장률(%)
2008	249	131,042	28%
2009	322	171,816	31%
2010	385	220,868	28%
2011	435	261,224	18%
2012	395	222,938	-14.66%

1.3.2. 애니메이션 산업기지 비중

- 각 지방정부의 애니메이션 특혜 정책으로 애니메이션은 주요 도시에서 안정적인 성장을 이루고 있음. 특히 TV애니메이션 제작 상위 5개 도시는 광둥, 장쑤, 저장, 푸젠과 안후이(安徽)였고 베이징, 허난, 랴오닝, 내몽고, 텐진 등 도시가 그 뒤를 잇고 있음

<표 63. 2012년 중국 각 성의 TV 애니메이션 제작 현황>¹⁵⁴⁾

순위	지역	수(편)	시간(분)	순위	지역	수(편)	시간(분)	순위	지역	수(편)	시간(분)
1	광둥	57	45,542	6	베이징	23	9,952	11	상하이	11	3,824
2	장쑤	65	47,923	7	허난	14	8,995	12	후베이	11	3,369
3	저장	46	26,375	8	랴오닝	12	7,227	13	산둥	8	3,006
4	푸젠	44	23,464	9	내몽구	4	4,930	14	충칭	4	2,396
5	안후이	39	18,585	10	텐진	8	4,576	15	장시	6	1,641

153) 한국콘텐츠진흥원 중국사무소, 중국콘텐츠산업동향 (2013. 10. 15.), p.5.

154) 한국콘텐츠진흥원 중국사무소, 중국콘텐츠산업동향 (2013. 10. 15.), p.6.

- 애니메이션 산업 기지는 중국 애니메이션 산업의 전문적·집적 발전 모형으로 장강삼각주지역(长三角地区)과 주강삼각주지역(珠三角地区), 환발해지역(环渤海地区)의 애니메이션 산업이 성숙기 단계에 진입함. 중부지역(中部地区), 화북지역(华北地区), 동북지역(东北地区)은 애니메이션 산업이 빠르게 부상하고 있음
- 2012년 중국 애니메이션 산업 기지의 애니메이션 제작량은 총 210편(123,715분)으로 전체 총 생산의 55%를 차지하고 있지만 생산량은 하락하는 추세임
 - 생산량 비중의 하락은 국가급 시범기지가 기축이 되어 애니메이션 산업이 초기의 단순한 생산량과 규모 확대 단계에서 벗어나 질적 특화 발전 단계에 진입하고 있음을 나타내고 있는 것으로 간주됨

1.3.3. 애니메이션 제작사¹⁵⁵⁾

- 중국 애니메이션 업계에서는 중국의 애니메이션 기업을 약 10,000개로 추산하고 있음. 이는 OEM을 전문으로 하는 기업과 영세기업과, 애니메이션 제작, 만화 제작, 캐릭터 개발, 유통, 교육을 전국적으로 망라한 추정치임.
- 중국문화부는 2009년도부터 시작하여 ‘국가동만기업 인증제’를 실시하여 2014년 07월에는 이를 갱신하여 총 187개 기업을 국가동만(动漫)기업으로 인증하여 발표함. 여기에 중점 기업으로 43개 기업을 별도로 명시하였음.
 - 발표 주체가 국가광전총국이 아니라 중국문화부이며, 애니메이션 기업 (동화기업) 인증이 아니라, 동만기업 인증이라는 것임.
- 동만산업이라는 개념은 애니메이션산업을 중심에 두지만 만화와 캐릭터산업을 포괄하는 중국식 개념이며, 애니메이션제작사, 만화기획사, 캐릭터 파생상품기업까지 포괄하여 기업인증을 실시.

155) <중국동만산업발전보고서2014(中国动漫产业发展报告2014)>, 2014, p.6.

- 2013년 중국 문화부, 재정부, 국가세무총국이 공인한 애니메이션 기업의 수는 587개로, 중점 애니메이션 기업은 43개. 이들은 중국 애니메이션 산업 발전의 주력군으로 생산액 1억 위안을 넘어서 기업 13개나 존재함
- 금번 조치와 관련 리스트는 특별한 의미를 지님. 바로 중국의 동만기업 육성이 본격화된 것을 의미함. 정책적으로 소수의 글로벌 기업과 다수의 전문기업 육성이라는 정책과제 수행을 위한 제도화 조치이며, 인증 기업들은 중앙 정부와 지방 정부의 진흥정책 수혜자로 공식화되는 것임.
- 구체적으로 기금 및 자금 투자의 우대, 애니메이션기지를 포함한 문화산업기지의 입주 혜택, 각종 지원정책의 공식 자격의 부여 등 각종 우대 혜택이 주어짐.
- 리스트에 포함된 기업들은 일정하게 중국정부(중앙정부 및 지방정부)의 보증을 획득한 격임. 또한 중국내 경쟁력의 핵심원천중의 하나가 정부와 정책의 지지를 받아야 한다는 점을 고려할 때, 일정한 경쟁력이 확인된 기업이라는 의미임

〈표 64. 2013년 국가동만기업 인증 현황〉¹⁵⁶⁾

구분	기업명칭	비고	구분	기업명칭	비고
1	北京潘高文化傳媒有限公司	애니	45	安徽星動卡通影視有限公司	애니
2	北京鑫聯必升文化發展有限公司	애니	46	廈門聯合優創網絡科技有限公司	애니
3	軒創國際文化發展(北京)有限公司	기타 (교육)	47	福建坤奇信息科技有限公司	애니
4	北京銀河長興影視文化傳播有限責任公司	기타 (영상)	48	福建省華悅文化投資有限公司	애니, 창의산업자 원
5	中科北控成像技術有限公司	애니	49	福建省星空動漫科技有限公司	애니
6	北京漫聯創意科技有限公司	애니	50	福建中科亞創通訊科技有限責任公司	애니
7	天津祺祥文化創意有限公司	애니	51	福州天之谷網絡科技有限公司	애니

156) 출처: 중국국가세무총국 (<http://www.chinatax.gov.cn/n1586/n1593/n1737/n1741/c658145/content.html>)

8	天津瑞格奇跡影視動漫文化有限公司	애니	52	廈門大口袋動漫設計有限公司	캐릭터, 광고
9	天津璽朗文化傳媒有限公司	기타 (광고)	53	廈門藍火焰影視動漫有限公司	기타 (영상)
10	翼動文化傳播 (天津) 有限公司	애니	54	江西省鈴山堂文化傳播有限公司	애니
11	天津市動漫堂文化傳媒有限公司	애니	55	江西騰王科技有限公司	기타 (게임)
12	河北妙思影動文化傳播有限公司	애니	56	山東廣電呀哖哖動漫產業有限公司	애니
13	石家莊神行動漫設計有限公司	애니	57	威海市光遠影視動畫有限公司	애니
14	河北燕娃動漫設計有限公司	애니	58	濰坊合展動畫有限公司	애니
15	山西樂酷文化傳媒有限公司	애니	59	濟南科明數碼技術有限公司	애니
16	沈陽義果文化傳播有限公司	애니	60	河南安卓卡通科技有限公司	애니
17	大連奧馬科技有限公司	애니	61	河南名閣影畫文化傳播有限公司	정보기술, 광고
18	大連乾豪動漫有限公司	애니	62	河南約克信息技術股份有限公司	애니, 전자상거래
19	大連翰星傳媒有限公司	광고, 애니	63	河南智睿動漫設計有限公司	애니
20	大連卡拉揚科技發展有限公司	기타 (디지털기술)	64	鄭州太極蝌蚪動漫影視有限公司	애니
21	哈爾濱極光文化傳播有限公司	애니	65	鄭州壹卡通動漫科技有限公司	애니
22	哈爾濱雪娃文化發展有限公司	애니	66	武漢四明印象文化傳播有限公司	애니, 교육
23	黑龍江龍德天合動漫有限公司	애니	67	武漢漫維文化傳媒有限公司	광고, 전자상거래
24	哈爾濱聖文動畫有限公司	애니	68	湖南錦繡神州影視文化傳媒有限公司	애니
25	上海匯漫信息科技有限公司	애니	69	廣州市東奕文化傳播有限公司	에듀테인먼트
26	上海上影大耳朵圖圖影視傳媒有限公司	애니	70	廣州天聞角川動漫有限公司	애니
27	上海淘米動畫有限公司	애니	71	廣州市樂淘動漫設計有限公司	애니
28	上海最世文化發展有限公司	도서	72	深圳創藝時代文化發展有限公司	애니
29	上海小蟲焉知動漫科技有限公司	애니	73	深圳市卡曼文化傳播有限公司	애니
30	上海皆悅文化影視傳媒有限公司	애니	74	東莞市天成動漫有限公司	애니
31	上海視金石動畫有限公司	애니	75	東莞水木動畫衍生品發展有限公司	애니
32	常州金剛網絡技術有限公司	애니	76	佛山市南海區達力創意動漫有限公司	애니
33	常州香江多媒體科技有限公司	테마파크	77	梅州市漢唐影視動漫傳播有限公司	애니
34	南京水木動畫制片廠有限公司	애니	78	廣西臨屆動漫設計有限公司	애니
35	華宇動畫 (江蘇) 有	애니	79	廣西天象國際動漫科	애니

	限公司			技產業有限公司	
36	蘇州米粒影視文化傳播有限公司	애니	80	桂林坤鶴文化傳播有限公司	애니
37	華萊塢傳媒股份有限公司	영상	81	南寧峰值文化傳播有限公司	애니
38	無錫熊貓動畫設計有限公司	애니	82	海南英立科技開發有限公司	정보기술
39	杭州華人普雷森文化創意有限公司	완구	83	重慶長美影視動畫設計有限責任公司	애니
40	浙江締順科技有限公司	기타 (광고)	84	成都諦聽文化傳播有限公司	애니
41	寧波萊彼特文化傳媒有限公司	애니	85	昆明盛策同輝數字科技有限責任公司	기타 (디지털기술)
42	安徽依美傑動漫科技有限公司	애니	86	甘肅上元甲子文化傳媒有限責任公司	애니
43	宿州中卡通動畫制作股份有限公司	애니	87	新疆魔力矩陣信息技術有限公司	영상, 소프트웨어
44	安徽信達動畫制作有限公司	애니			

〈표 65. 2013년 주요 핵심 동만기업 인정 현황〉¹⁵⁷⁾

구분	기업명칭	비고	구분	기업명칭	비고
1	北京聯盟影業投資有限公司	애니	6	哈爾濱品格文化傳播有限公司	캐릭터
2	北京萬豪天際文化傳播股份有限公司	애니	7	安徽櫻藝緣文化傳播有限公司	애니
3	天津畫國人動漫創意有限公司	애니	8	江西凱天動漫有限公司	애니
4	天津市仁永影視動畫制作傳播有限公司	애니	9	廣東詠聲文化傳播有限公司	음원, 애니
5	山西高新博澳文化產業股份有限公司	애니			

○ 인증기업을 분석해보면 절대 다수가 애니메이션 제작, 특히 국산 창작 애니메이션 실적이 있는 기업들이며, 중국 특성상 애니메이션-만화-캐릭터는 동일 업종으로도 취급되기 때문에 만화 제작이나, 캐릭터 파생상품 개발 능력도 보유하고 있음.

- 분석결과 총 187개 기업 중 139개(74%) 기업이 애니메이션 제작에 중점을 두고 있음. 나머지는 만화 중점 7개(4%), 캐릭터 중점 10개(5%), 기타 31개(17%)임

157) 출처: 중국국가세무총국 (<http://www.chinatax.gov.cn/n1586/n1593/n1737/n1741/c658145/content.html>)

- 인증기업들의 특징은 일정한 규모이상, 창작 애니메이션 실적, 업계 위상을 반영하고 있음. 지방정부의 지지를 바탕으로 중앙정부(문화부)의 지지까지 획득한 셈임. 절대 다수가 TV애니메이션을 중심으로 하고 있으며, 극장용 애니메이션과 뉴미디어 환경의 애니메이션을 고려하고 있는 상황임
- 애니메이션 업계 메이저 기업은 이번에 발표한 인증기업 중 주요 핵심 동만 기업 리스트에서 확인할 수 있음. 천진신계와 광주만우를 제외하면 대부분 애니메이션 제작을 중심으로 하는 메이저 기업이라고 할 수 있음.
 - 거대 기업 CCTV동화유한공사(央视动画有限公司), 북경의 북경휘황(北京辉煌动画公司), 민영기업 상해금일동화(上海今日动画影视文化有限公司), 항주의 절강중남(浙江中南卡通股份有限公司), 호남의 호남홍몽(湖南宏梦卡通传播有限公司), 완구와 캐릭터 상품 사업에 적극적인 광주오비(广州奥飞文化传播有限公司) 등을 포함

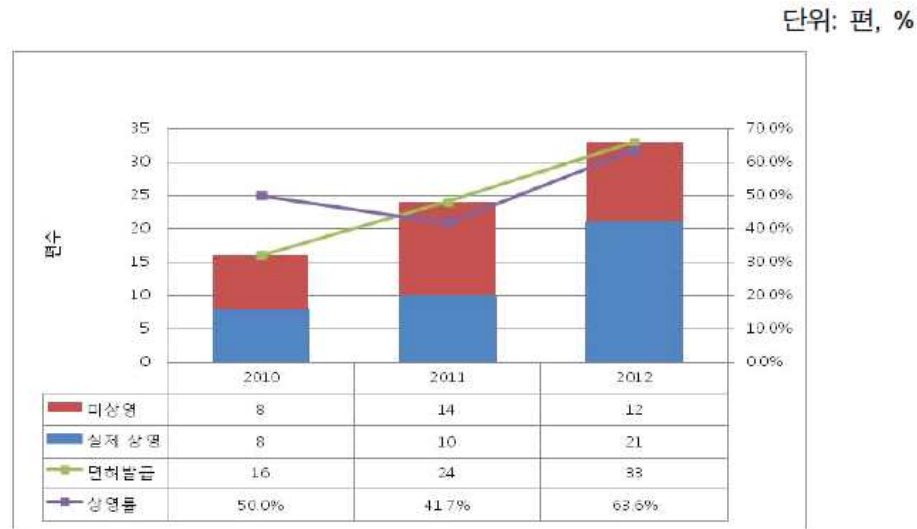
1.4. 극장용 애니메이션 산업 동향

□. 극장용 애니메이션 제작

- 2013년 개봉된 애니메이션은 모두 35편으로 그 중 수입 애니메이션 9편, 공동제작 3편, 중국산 애니메이션 23편임¹⁵⁸⁾.
- 중국의 극장용 애니메이션의 제작량은 2009년 이후 평균 30%이상의 증가율을 보였으나 2011년 50%의 증가율에 비해 2012년 증가율은 다소 주춤하는 양상을 보였으며, 2013년에는 공동제작을 포함 26편으로 증가

158) 출처: <중국동만산업발전보고서2014(中国动漫产业发展报告2014)>, p.55.

<그림 28. 2010-2012 중국 극장용 애니메이션 제작편수>¹⁵⁹⁾



□ 극장용 애니메이션 흥행성적

- 2012년 극장용 애니메이션 박스 오피스 총수입은 30억 위안으로 중국 전체 영화 박스 오피스 수입의 17.7%를 차지하여, 전년 대비 큰 증가폭을 보였지만 외국 애니메이션 박스 오피스 수입이 여전히 대부분을 차지해 중국 애니메이션 영화는 열세적인 위치

<그림 29 . 2010-2012 중국 극장용 애니메이션 흥행 Top 10 Box Office (단위:억위안)>



159) 한국콘텐츠진흥원 중국사무소, 중국콘텐츠산업동향 (2013. 10. 15.), p.19.

- 중국 극장용 애니메이션의 박스 오피스 순위 상위 10개 영화의 박스 오피스는 평균 1,000만 위안을 넘었고 누적액은 4억 5,000만 위안을 넘음
- 2010년 <희양양과회태랑의후후생위(喜羊羊与灰太狼之虎虎生威)>이 대성공을 거둔 상황에서 2012년 상위 10개의 중국 애니메이션 영화가 박스 오피스 수입 면에서 성공을 거둔 새로운 국면이 나타남

<표 66. 중국 극장용 애니메이션 누적 흥행 Top 10 (단위:억위안)>

순위	애니메이션	박스 오피스
1	《희양양과회태랑》 시리즈	71,247
2	《로코왕국》 시리즈	9,921
3	《Seer》	7,709
4	《The Monkey King 3D》	4,815
5	《파라라시아오모시엔》	4,702
6	《팬더 총동원(熊猫总动员)》	4,675
7	《마이도우의 음악여행》	4,620
8	《모얼왕위엔》 시리즈	4,327
9	《Yugo&Lala》	2,200
10	《CJ7:The Cartoon》	2,042

(2013년 4월 말 기준)

- <희양양과회태랑:즐거운용의해(喜羊羊与灰太狼之开心闯龙年)>의 총 박스 오피스 수입은 1억 6,000만 위안을 넘어서며 극장용 애니메이션 흥행 신기록을 세움
- <나는회태랑을사랑해(我爱灰太狼)>, <The Monkey King 3D(大闹天宫 3D)>, <마이도우의 음악여행(麦兜当当伴我心)>의 박스 오피스 수입은 평균 4,000만 위안을 넘었고 다른 6편도 1,200만 위안을 넘음
- 극장용 애니메이션 박스 오피스 순위 상위 10개의 작품 가운데 <Yugo & Lala>를 제외한 나머지가 모두 브랜드 인지도가 높은 시리즈물이라는 공통점
- <희양양과회태랑>시리즈는 TV와 극장용 애니메이션을 포함한 작품 누적수가 약 900편에 달하며 충성도 높은 시청자를 바탕으로 브랜드를 구축한 대표적인 작품임
- <Seer2>, <모얼왕위엔2>는 인지도 높은 온라인 게임을 각색한 것으로 게임 유저들의 관심을 받으며 안정적으로 시청자를 확보할 수 있었음

1.5. 뉴미디어 애니메이션 산업 동향

- 최근 인터넷의 보급과 스마트폰의 확산으로 뉴미디어 플랫폼이 애니메이션 공급의 새로운 플랫폼으로 부각되면서 유쿠(优酷), 아이치이(爱奇艺), SOHU(搜狐), TENCENT(腾讯)등 대형 온라인 동영상 사이트는 전문 애니메이션 카테고리를 개설하여 운영
 - 새로운 용어인 인터넷동만, 모바일동만, 동만게임, 디지털 동만이라는 용어도 자연스럽게 회자되고 있음
- 인터넷동만의 경우, 동만 전문사이트와 동만채널이 인기를 끌고 있음. 중심 유형은, 인터넷 만화와 플래시 애니메이션이며, SNS 캐릭터인 QQ 캐릭터와 이모티콘 같은 캐릭터 콘텐츠도 인기가 있음.
- 인터넷동만시장의 현재 시장규모는 약 1억 위안 정도로 추정하고 있는데, 수익 모델이 아직 미성숙하고, 운영경험이 부족하기 때문에 다각적인 모색이 진행되고 있음.
- 핸드폰 동만의 경우, 2009년부터 3G환경이 도래하면서 다양한 시도가 이루어지고 있음. 특히 QQ, 소후 등 포탈 등이 애니메이션, 만화 브랜드를 앞세워 콘텐츠를 제공하고 있어 주목됨
- 핸드폰 애니메이션, 만화의 유형은 동만 이미지 서비스, 애니메이션 방송, 핸드폰 만화, 핸드폰 온라인서비스 등으로 다양화되고 있으며, 상대적으로 핸드폰 결제가 유리하여 업계의 주목을 사고 있음. 다만 유료 결제를 가능하게 하는 경쟁력 있는 콘텐츠, 전반적인 소비활성화 정도, 안정적인 운영과 결제시스템 등이 보완되어야 하는 실정임

2. 중국 애니메이션 지원체계 및 배경

2.1. 중국 애니메이션 산업 지원정책 주체

- 중국의 애니메이션산업에 대한 지원은 창작 애니메이션의 유통시스템 구축을 추진한 광전총국과, 동만산업기지를 중심으로 창작 애니메이션의 창작과 생산을 지원하는 문화부와 지방정부의 3대 축을 중심으로 추진되어왔음
- 10.5. 계획 (2001~2005년) 정책 추진으로 중국 애니메이션 산업의 양적 성장을 달성한 중국 정부는 2006년 7월 14일 ‘국무원 판공청이 재정부 등 부서에 전달하는 중국애니메이션 산업발전추진을 위한 약간의 의견에 관한 통지 (国务院办公厅转发财政部等部门关于推动 我国动漫产业发展若干意见的通知)’ (국무원판공청발 [2006] 32호)를 발표하면서 애니메이션 산업에 대한 지원을 중앙부처의 차원으로 격상시켰음
- 국무원 판공청의 32호 ‘통지’에 의거, 문화부가 주관하는 ‘애니메이션 산업발전을 지원하는 10개 부서연석회의’가 설립되어, 애니메이션 산업 지원을 위해 필요한 모든 영역의 관련 부처간 역할 분담과 조정을 통해 효과적이고 다양한 산업 정책지원이 가능하게 되었음
- 중국 애니메이션 산업발전을 위한 종합적이고 포괄적인 정책방향을 제시한 국무원판공청 32호 ‘통지’ 이후, 문화부의 주도하에 각 관할부처가 담당 영역별로 32호 ‘통지’를 뒷받침하는 정책을 구체화하고 유관 부처가 역할을 분담함으로써, 종합적인 애니메이션 산업지원정책이 실행되고 있음

<그림 30. ‘애니메이션 산업발전 지원 10개부서 연석회의’ 역할분담>¹⁶⁰⁾

국무원 애니메이션 산업발전을 지원하는 10개 부서연석회의	
문화부	인증동만기업 지원, 동만산업기지 관리, 인증
광전총국	국산물 방영쿼터, 영상물 심의 방영허가, 산업기지 인증
신문출판총서	온라인출판, 산업기지 인증
과학기술부	IT 관할
신지식산업부	모바일 게임, 신문출판총서와 협조
제정부	기금 조성
상무부	산업자원부 개념, 경제개발기구에서 확장
발전계획위원회	경제기획원
교육부	사상, 개념 등 관여
국가세무총국	세제혜택, 기금조성

- 애니메이션 지원의 중심부서는 문화부, 광전총국, 신문출판총서인데, 2010년 2월 국무원의 지침에 따라 1)광전총국의 애니메이션 관리직책을 문화부로 귀속하고, 신문출판총서의 애니메이션, 온라인게임, 산업기지, 전시회 등 업무를 문화부로 귀속하여, 문화부의 역할을 강화

2.2. 11차 5개년 계획 (2006~2010)의 정책적 성과

□ 애니메이션 산업 진흥정책 확립

- 애니메이션 산업 진흥을 위한 본격적인 정책이 시작된 것은 10차 5개년 계획기간 (2001-2005) 임. 특히, 2004년 국가광전총국이 발표한 ‘국산애니

160) 한국콘텐츠진흥원, 국내 애니메이션 중국시장 진출 전략 연구, 2011. p..101

메이션 산업발전을 위한 약간의 의견(关于发展我国影视动画产业的若干意见)’ 이 기폭제가 되었음. 그리고, 11. 5. 기간(2006-2010)에는 중국 정부의 산업 진흥정책 및 제도가 본격적으로 틀을 갖추었다고 볼 수 있음

- 동만산업에 대한 정책적 지지와 진흥책 추진은 일시적일 것이라는 우려를 불식시키고, 10. 5.기간의 정책을 계승 발전시켜 11.5.기간에 본격화시켰으며, 이는 10년 이상 산업 진흥정책이 안정적으로 계승되었다는 것을 의미함
- 전통적인 주무부서인 국가광전총국은 물론이고, 동만산업 개념으로 접근한 문화부, 만화산업의 주무부서인 국가신문출판총서까지 경쟁적으로 진흥정책을 추진함에 따라 2006년 중국 국무원은 유관 10개 부서를 연합하여 ‘동만산업 발전을 위한 연합회의(扶持动漫产业发展部际联席会议)’를 조직함.
- 결국, 11.5. 기간에 중국 정부의 정책은 연속성, 안정성, 통일성을 기하여 매우 강력한 진흥정책 체계를 완성하였으며, 신뢰성을 담보한 정부 주도의 동만산업 정책이 산업의 규모, 성장 속도에 있어 큰 성과를 거두었음

□ 세계 최대의 창작 애니메이션 생산국 건설

- 10.5 기간 첫해인 2001년 중국 창작애니메이션의 생산량은 불과 8,500분 정도에 그쳤으나, 10. 5. 기간 마지막해인 2005년에는 42,000분에 이르는 급성장을 보임. 11. 5.기간 2007년도에 10만분을 넘어서고, 2012년도에는 22만분을 돌파하여, 생산량 기준으로 중국은 세계 최대의 애니메이션 대국임

□ 애니메이션 방영 시스템 확립

- TV 방송 시스템의 정비와 인프라의 제고는 중국 창작애니메이션 대국화에 핵심 역할을 수행함. TV방송은 2004년을 기점으로 노골적이고, 강력한 국산 보호 정책을 실행함. 전체 총량에서 해외 수입물의 방송을 규제하고(국산 70% 이상의 방송쿼터제), 황금시간대 해외수입물의 방송을 금지하였음

- 또한 소년아동채널을 모든 성급에 성립시키고, 애니메이션 전문 프로그램을 신설하며, 나아가 애니메이션전문 위성채널을 개국함. 현재 중앙방송을 포함한 모든 성급 방송에 애니메이션 프로그램이 편성, 33개 소년아동채널 성립, 5개 애니메이션 전문 위성채널이 개국됨으로써 전국적으로 애니메이션 방송 시스템과 인프라가 급격히 제고됨.
- 극장 상영 시스템이라고 할 수 있는 중국 극장업의 발전이 11.5.기간 신속히 제고됨. 2009년 통계로 현재 영화관 1,687개, 스크린 4,723개를 보유하고 있으며, 영화관 프랜차이즈에 해당하는 영화원선도 43개에 이름.
- 이러한 상영관과 발전된 인프라에 힘입어, 2012년 25편의 극장용 애니메이션이 극장 체인을 통해 상영되었고, 해외물을 포함 전체 극장용 애니메이션 박스 오피스 수입은 30억 위안으로 전체 영화의 17.7%를 차지함. <시양양과 후이타이랑> 같은 성공모델이 탄생하였으며, 중국 애니메이션의 새로운 비즈니스 모델로 극장 상영 모델이 부상하고 있음.
- 부상하는 뉴미디어를 중국 애니메이션의 새로운 윈도우로 삼고자하는 전략적인 국면이 펼쳐지고 있음. 이를 위하여 11. 5.기간 인터넷방송, 모바일 방송, IPTV 등 뉴미디어 채널이 정비되고, 신시장과 새로운 성장 동력으로 뉴미디어 채널에 대한 관심과 투자를 확대하고 있음

□ 애니메이션 제작사 육성

- 2006년도 기준 5,000여개로 추산되던 동만기업은, 2010년 현재 10,000 개 내외로 추정되고 있음. 업계의 중심은 하청에서 창작으로 무게중심이 이동한 상태임
- 2009년부터 동만기업 인증제를 실시하며, 우수 기업을 공인하고, 육성하고 있음. 현재 187개 기업이 공식적으로 국가급 인증기업으로 선정되었고, 규모

가 큰 대기업들의 출몰도 11. 5. 기간중 이루어짐

- 2009년 기준으로 연 매출액 3,000만원 이상인 기업이 24개이며, 1억 위안 이상인 기업이 13개로 보고되고 있음. 2009년 광둥오비(广东奥飞动漫文化股份有限公司)가 심천증권교역소에서 정식 상장함으로써 동만기업 최초의 상장 기업이 된 것도 중요한 지표가 됨.

□ 애니메이션 산업기지 구축

- 다섯째는 국가급 애니메이션산업기지, 동만기지의 건설임. 국가급 애니메이션 기지가 정책적이고, 전략적으로 건설되기 시작한 것은 2004년도부터임. 현재는 중국 문화부, 국가광전총국, 국가신문출판총서 비준의 국가급 동만기지가 전국적으로 약 40여개에 이름.
- 동만기지는 중국 애니메이션 산업에 있어서 기업과 인력을 집중하고, 정책과 시장을 연결하는 중요한 인프라가 되었음. 2010년에는 이들 기지가 생산하는 창작 애니메이션이 전체의 약 70%를 점유하였으나, 중국 애니메이션 산업이 질적 성장을 추구함에 따라 생산량 비중은 2012년 기준 약 55%로 축소되었음

□ 해외시장 진출

- 11.5. 기간 중국 애니메이션산업의 전략적인 중요 목표중 하나는 대외 수출이었음. 10. 5.기간의 중국 창작 애니메이션의 성장에도 불구하고 대외 경쟁력은 매우 미약하였음. 그러나, 중국 애니메이션의 작품 경쟁력이 향상되어 2008년 중국 국산애니메이션의 수출 실적은 처음으로 2000만 달러를 돌파
- 중국 애니메이션의 해외 판매는 점점 증가하고 있음. 2012년 중국 애니메이션 수출 판매액은 3,273만 달러로 2011년의 2,882만 달러 대비 증가폭이 뚜렷함. 수출 국가와 지역을 살펴보면 홍콩, 타이완, 마카오 지역을 포함한 아시아가 주요 시장으로 아시아 시장으로의 수출이 64%를 차지하고 있음

<그림 31 . 2010-2012 중국 애니메이션 해외수출 (단위: \$만)>¹⁶¹⁾



- 특히 ‘수출전략(走出去)’은 단순한 매출실적에 그치는 지표가 아님. 중국 정부가 추진하는 진흥정책의 최종 목표중 하나임. 중국정부는 국산 보호와 기업 육성에 있어서도 해외 수출실적을 명분으로 삼고 있음. 기업 입장에서는 지속적 지원을 받기 위해서도 수출 실적이 매우 중요함.

□ 인재양성 기반구축

- 중국 정부는 동만산업의 인재양성을 정책적인 핵심과제로 삼고 있음. 11.5 기간 이미 대학을 중심으로 전국적인 인력양성품을 갖추. 약 500개 대학에 관련 전공이 개설되었으며, 매년 4만명의 졸업생이 배출되고 있고, 재학생은 약 46만 명에 이름.
- 그러나, 업계가 요구하는 복합형 고급 인재와 기능형 전문인재가 제대로 양성되고 있느냐 하는 것에는 회의적인 시각도 존재함. 이를 위하여 학계와 업계는 고급인력 양성에 질적인 노력을 계속 경주하고 있는 상황임

161) 한국콘텐츠진흥원 중국사무소, 중국콘텐츠 산업동향 (2013. 10.), p.23.

2.3. 12.5. 계획 (2011~2015)의 정책 기초

- 10. 5.기간에 발의된 정책과 계획이 구체화되고, 본격화된 시기인 11.5. 기간을 거치면서 중국 애니메이션산업은 이전과 다른 전혀 새로운 토대와 인프라를 갖추고 규모와 외형에 있어서 매우 성공적인 결과를 창출함
- 11. 5기간 중 중국정부의 동만산업 진흥정책은 완비되었다고 할 수 있음. 그리고 12. 5.에는 이를 완성하는 것이 목표가 됨. 보호진흥책, 개혁과제, 법률, 기업, 기지, 행사, 인재양성, 금융 등 기존의 정책은 일정하게 연속성을 지닐 것이며, 새로운 정책보다는 기존 정책의 정비와 보완이 중점이 될 것임.

2.3.1. 정책적 배경

- 첫째, 양적 성장의 한계에 도달함. 2000년대 들어서 지속적으로 제작량은 증가되어 매년 평균 52%(2001-2009년)에 해당하는 놀라운 성장을 계속함. 하지만, 축적된 방송 분량을 고려할 때 이미 공급과잉 상태이며, 이는 애니메이션의 질적 저하와 방송 관권의 낮은 단가, 심할 경우 무료 방영이라는 관행을 지속시켜, 정상적인 비즈니스 운영을 불가능하게 하고 있음
- 둘째, 양에서 질로서의 모색을 시작함. 규모의 성장기를 통하여 양적으로는 풍부하고 풍요로운 것처럼 보였지만, 질적으로는 성공하지 못했다는 반성과 함께 양보다 질을 우선하는 정책방향을 채택
- 셋째, 새로운 비즈니스모델의 탐색임. 그동안 중국 애니메이션계의 1세대 비즈니스 모델은 <란마오(蓝猫)>의 성공 사례나 <홍마오란투(虹猫蓝兔)> 과 같이 규모 극대화를 추구하는 모델이었음. 그러나 최근들은 이러한 모델의 수익성을 어려움을 겪고 있음. 최근의 성공사례는 극장용으로 히트한 <시양양과 후이타이랑(喜羊羊与灰太狼)>, 완구 등의 파생상품 중심으로 애니메이션과 연계하는 광둥오비(广东奥飞) 등이라 할 수 있음

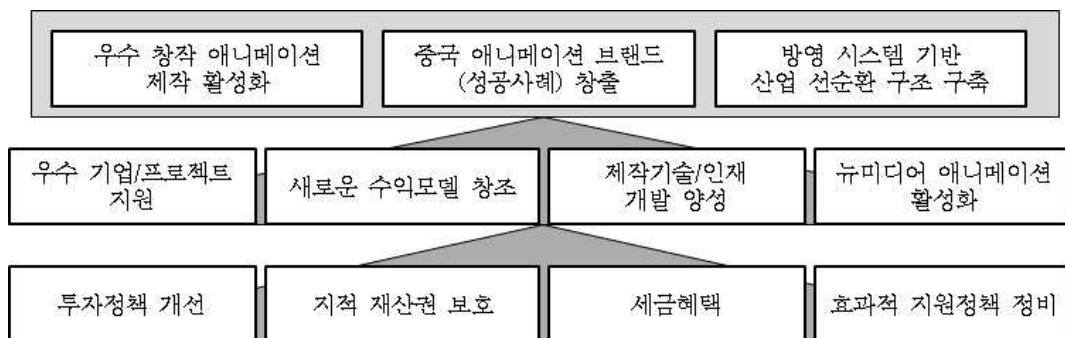
- 최근의 애니메이션제작에 있어서 추가할만한 변화는 극장용 애니메이션의 증가와 활성화임. 본래 중국 애니메이션은 극장용 애니메이션의 우수성으로 명성이 있었으나, 이는 개혁개방 이전의 이야기임. 21세기 들어서도 극장용 애니메이션의 성공을 위한 시도는 계속되었으나, 실제로는 참패를 면치 못하며 저조하였음. 그러나 최근 <시양양과 후이타이랑(喜羊羊与灰太狼)>의 극장용 애니메이션이 성공하면서, 새로운 국면이 발생하고 있음

2.3.2. 12.5. 계획 정책 목표

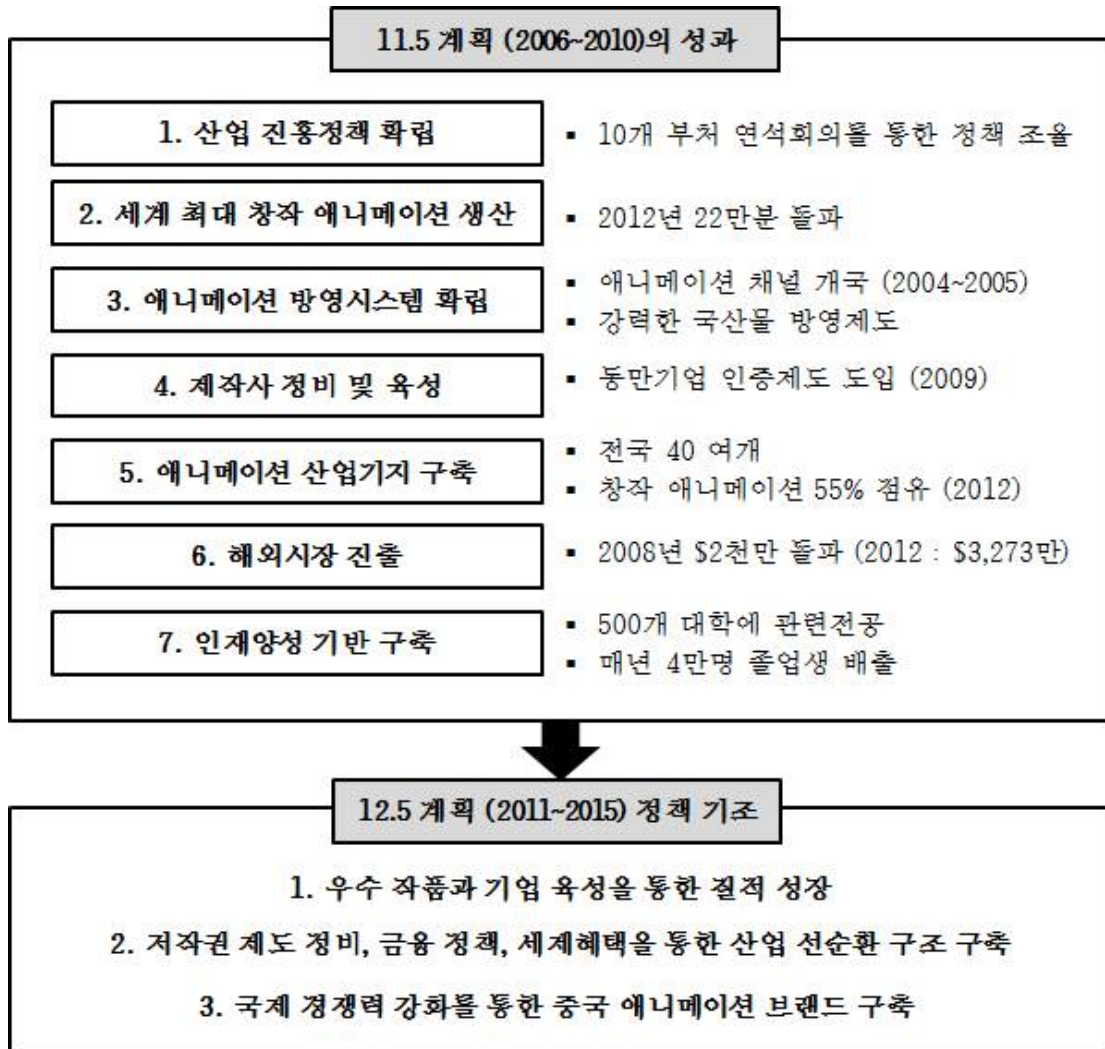
- 국가광전총국은 12차 5개년 계획 (2011~2015)에서 중국 애니메이션 산업 발전을 위한 정책 목표를 다음과 같이 밝힘
 - (1) 창작 애니메이션 제작을 장려하고 경쟁력을 갖춘 중국 애니메이션 기업을 지원
 - (2) 중국 스타일, 중국의 기상, 중국의 정신을 담은 중국 애니메이션 브랜드를 만들고 애니메이션 방송기구를 앞세워 애니메이션 산업사슬 내의 자원과 역량을 집중시켜 중국 애니메이션 산업이 건강하게 발전할 수 있는 환경을 조성
 - (3) 창조, 창작 생산 시스템을 확대·발전시키고 시장 운영 시스템과 정책 시스템을 종합 운영. 정책 법규를 정비하고 효과적인 정부 감독 관리 체계를 구축
- 2013년 <국가 ‘12차5개년계획’ 시기 문화개혁 발전계획 강요(国家十二五时期文化改革发展规划纲要)>, <문화부 ‘12차5개년계획’ 시기문화산업배증계획(文化部十二五时期文化产业倍增计划)>,<문화부 ‘12차5개년계획’ 시기국가동만산업발전계획’ (文化部十二五时期国家动漫产业发展规划)>이 연이어 발표됨

- 특히 12차 5개년 계획에서 중국이 애니메이션 대국에서 애니메이션 강국으로 발전하겠다는 목표를 설정하였고 애니메이션 창작을 강조함. 또한 새로운 수익모델을 창조하여 안정적인 애니메이션 산업구조를 구축하고자함. 애니메이션 제작 기술의 연구개발을 촉진할 것이며 주력 기업과 중요 프로젝트를 선정하여 전략적으로 이끌어 나갈 것임. 애니메이션 인재를 발굴하여 육성할 것이며 우수 애니메이션 브랜드와 기업을 육성할 것임. 우수 기업은 주식회사로 상장하는데 지원할 예정이며 뉴미디어 애니메이션 분야도 중점적으로 관리할 계획을 발표
- 12차 5개년 계획에서 문화부는 1)재정적 투자, 2)지적재산권 보호, 3)투자정책의 개선, 4)세금혜택, 5)조직적 실행 강화 등 5개 측면에서 애니메이션 산업의 정책적 보장과 체제적 보장을 강화함
- 12.5. 기간의 중국 애니메이션 산업 정책의 기초는 1) 우수 애니메이션과 애니메이션 기업의 발굴 육성을 통한 질적 성장으로의 전환, 2) 저작권 보호, 금융정책 개선을 통한 지속가능한 산업 선순환 구조의 구축, 3) 국제 경쟁력을 갖춘 중국 애니메이션 브랜드의 구축으로 파악됨

〈그림 32. 12.5 기간 애니메이션 지원정책 기초〉



〈그림 33. 11.5. 정책 성과 및 12.5 정책 기초〉



3. 중국 애니메이션 지원정책 및 제도

3.1. 유통 지원

- 중국 정부의 초기 애니메이션 산업 진흥정책은 광전총국에 의한 1) 애니메이션 유통창구의 확대, 3) 수입 애니메이션의 규제, 3) 창작 애니메이션의 방영 활성화를 통한 중국 창작 애니메이션의 유통시스템 구축에 초점을 맞추었으며, 11.5.기간에 방송 및 극장 유통 시스템이 구축됨

3.1.1. 국산 창작 애니메이션 의무방영

- 2004년 5월 31일 광전총국은 ‘중국 영화 TV 애니메이션 산업발전에 관한 약간의 의견(關於發展我國影視動畫產業的若干意見)’을 발표하면서 중국 국산 창작 애니메이션의 방영체계 확립에 박차를 가함
 - 애니메이션을 방영하는 모든 TV 방송국의 국산과 수입 애니메이션의 비율을 최소 6:4로 규정하고, 모든 영화, 드라마 채널은 17:00~19:00 시간대에 30분간 국산 애니메이션을 방송하여야 함
 - 어린이 채널과 애니메이션 채널로 하여금 매일 황금시간대 고정된 시간에 국산 애니메이션을 방영하도록 함
- 또한, 2006년 9월부터 국산 애니메이션과 외국 애니메이션의 비중을 기존의 60:40에서 70:30으로 상향조정하여, 중국 애니메이션의 급속한 생산량 증가에 화답하고, 중국 애니메이션의 TV 황금시간대 노출을 보장하였음

3.1.2. 수입 애니메이션 방영 규제

- 광전총국은 ‘진일보 규범화된 TV 애니메이션 방영관리에 관한 통지’를 통해, 2006년 9월 1일부터 전국 각급 방송국 소유의 채널은 매일

17~20시 사이에 해외 애니메이션이나 수입 애니메이션을 소개하는 프로그램의 방영을 할 수 없다고 규정하여, 수입 애니메이션의 황금시간대 노출을 봉쇄함

- 2008년 2월, 광전총국의 ‘TV 애니메이션 방송관리 강화에 관한 통지’에서는 급성장한 중국 애니메이션 산업에 맞는 시장환경 조성을 위해 2008년 5월 1일부터 해외 애니메이션 방영금지 시간대를 17~20시에서 17~21시로 확대함
- 해외 애니메이션의 중국 국내시장 진입을 규제하는 정책은, 수입규제, 수입 애니메이션 방영시간 및 총량제한, 해외 공동제작 규제, 해외기업 진출 제한 등 다음의 <표 67>과 같이 다양하게 구축되어 있음

<표 67. 중국의 해외 애니메이션 방영 규제>¹⁶²⁾

항 목	규제 내용	근거
수입 규제	-해외 애니메이션 프로그램 수입은 광전총국의 심의 허가를 받아야 함 -해외 애니메이션 프로그램의 내용을 심사하고 수입량을 조정하고 제한함	- ‘문화상품 수입관리 강화방안’ 2005.4.28. - ‘해외 프로그램 수입 및 방송관리규정’ 2004.6.15.
수입 애니메이션 방송 시간 제한	-전국 방송국의 모든 채널에서 해외 애니메이션 및 해외 애니메이션을 소개하는 안내 프로그램은 오후 5시부터 9시까지 방송을 할 수 없음 이 시간대에는 중국 국산 애니메이션만을 방영함 -이 시간대에 해외 공동제작 애니메이션을 방송하고자 할 경우, 광전총국의 사전 허가를 받아야 함	- ‘TV애니메이션의 방송 관리에 관한 광전총국 통지’ 2008.2.14
수입 애니메이션 방송 총량 제한	-애니메이션 채널, 어린이 청소년 채널, 유아채널과 기타 미성년을 대상으로 한 채널은 국산 애니메이션과 수입 애니메이션의 일일 송출 비율을 7:3으로 해서 해외 수입 애니메이션의 방송 총량을 제한함	- ‘TV애니메이션의 방송 관리에 관한 광전총국의 통지’ 2008.2.14
해외 공동제작 규제	-해외 공동제작 애니메이션은 사전에 광전총국의 허가를 받아야 함 -해외 공동제작 애니메이션의 국내TV방영도 광전총국의 허가를 받아야 함 -해외 공동제작 작품 관리를 강화하고 엄격하게 검열	- ‘문화상품 수입관리 강화방안’ 2005.4.28.

162) 한국콘텐츠진흥원, 국내 애니메이션 중국시장 진출전략 연구, 2011, p.119.

3.1.3. 국산물 판정

- 중국 정부는 해외 수입 애니메이션의 내용, 방송시간대, 방송 총량 등을 제한하는 것 이외에 해외 공동제작 작품에 대한 국산 판정에 있어서도 엄격한 심사와 규제를 가하고 있음. 이는 중국 애니메이션 업체가 해외 작품의 제작에 일부 참여했다는 명분으로 해외 업체가 기획과 창작을 주도한 단순 하청작품이 중국의 국산 작품으로 인정을 받는 것을 막고 국산 애니메이션의 질적 향상과 산업발전을 유도하기 위한 규제 정책임
- 광전총국이 담당하고 있는 해외 공동제작 애니메이션의 중국내 국산 판정과 관련된 방침은 아래와 같음. 그리고 국산 판정을 위한 해외 공동제작 프로그램의 내용과 관련된 규정은 ‘해외 방송 프로그램 수입 및 방송 관리규정’의 조항들이 동일하게 적용됨. 즉, 해외 공동제작 애니메이션의 내용도 중국의 전통 문화요소를 창조적으로 계승하면서 중국의 법과 정치사상, 사회적 공익을 저해하지 말아야 된다는 점을 강조함
- 해외 공동제작 애니메이션의 국산 인정 시 또 하나의 중요한 요건은 중국 업체가 저작권을 공동으로 확보하면서 동시에 중국 애니메이션 업체와 제작 인력들이 시놉시스, 시나리오, 디자인 설정, 애니메이션 연출에서 핵심적인 역할을 수행했는가 하는 점임.
- 해외 공동제작물 중국 국산판정 관련 방침¹⁶³⁾

□ 해외 공동제작 애니메이션 중국 국산 판정 관련 방침

- 해외 공동제작 애니메이션의 제작시 중화민족의 우수한 전통문화와 중화민족의 아름다운 정서를 표현하여 중국 애니메이션 브랜드 이미지를 창출해야 함
- ‘중국의 특색, 중국 이야기, 중국 이미지, 중국 스타일, 중국의 기개, 중국의 정신’을 표현한 해외공동제작 애니메이션은 국산 애니메이션과 동등한 정책적 대우를 받음
- 모든 해외 공동제작 애니메이션은 광전총국의 심사와 통과를 거쳐 배급허가증을 받은 후에 배급하고 방송할 수 있음

163) 한국콘텐츠진흥원, 중국 콘텐츠산업 규제정책 종합보고서, 2011.

□ 해외 합작 제작 TV드라마(애니메이션 포함) 관리 규정

해외 연합제작의 TV애니메이션의 신청심사는 아래의 조건에 부합되어야 됨

- 중국측은 ‘라디오,TV프로그램 제작경영 허가증’을 보유하고 있어야 함
- 중국측은 연합제작할 TV애니메이션에 관련한 소재계획에 관해 광전총국의 심의허가를 받아야 함
- 쌍방의 공동투자 방식은 현금 직접투자, 노무, 현물, 광고시간 등 투자 방식을 포함함
- 초기창작, 시나리오 등의 주요한 창작과 관련한 요소들을 쌍방공동 기획으로 확정함
- 작품의 국내외 저작권은 쌍방의 공동소유화로 함

○ 공동경영기업

- 광전총국, 상무부가 2004년 발표한 제44호령: <중외합자·합작 방송TV 프로그램 제작 경영기업 관리 잠정 규정(中外合资、合作广播电视节目制作经营企业管理暂行规定)> 제16조에 의하면 공동경영기업은 내국 자본의 방송 TV 프로그램 제작경영 기구와 동일한 권리와 의무를 갖고 있다고 간주
- 공동경영기업이 제작한 방송TV프로그램은 국산 프로그램과 동일하게 간주되며, 국가의 관련 규정에 따라 관리함

○ 공동경영기업 인정조건

- 1) 중국측 1개의 투자자가 반드시 <방송TV 프로그램 제작경영 허가증>을 갖고 있어야 함
- 2) 애니메이션 전문 제작공동경영기업을 설립하기 위해서는 등록자금 100만 달러 이상 혹은 등가 가치의 인민폐 금액 이상을 보유해야 함
- 3) 법인대표는 중국측이 위임 파견해야 함
- 4) 공동경영기업 가운데 중국측 기구가 51%이상의 지분을 갖고 있어야 함

3.2. 애니메이션 산업 기지

- 2004년 7월 27일 문화부의 비준 아래 중국 사회과학문화원 문화연구중심과 화동사범대학, 상해관스인터넷유한공사가 공동으로 설립한 ‘국가

동만게임산업 진흥기지'가 상해에 설립되면서, 중국 창작 애니메이션 생산 시스템 구축을 위한 동만산업기지가 전국에 설립되기 시작

- 국가급 동만산업기지 비준에 있어서 문화부는 ‘국가동만게임산업진흥기지(国家动漫游戏产业振兴基地)’를 비준하고, 광전총국은 ‘국가애니메이션산업기지(国家动漫产业基地)’, 신문출판총서는 ‘국가온라인게임동만산업기지(国家网络游戏动漫产业发展基地)’를 비준하고 있음
- 중앙 3개 부처가 비준하는 애니메이션 관련 산업기지는 매년 또는 부정기적으로 비준이 계속되고 있음

<표 68. 중앙부처 비준 애니메이션 관련 산업기지>¹⁶⁴⁾

비준주체	산업기지	기지수
문화부	국가동만게임산업진흥기지	144
	국가문화산업시범기지	4
	국가급문화산업시범연구기지	5
	연구기지	10
광전총국	국가애니메이션산업기지	17
	교학연구기지	6
신문출판총서	국가온라인게임동만산업발전기지	4
	국가동만산업발전기지	7

□ 광전총국 인준 산업단지

- 2008년 12월 4일, 광전총국은 ‘제4차 국가애니메이션산업기지 및 제3차 국가애니메이션교육연구소기지 건설을 위한 결정’을 통해, 베이징시 문화창조산업센터, 시아먼 소프트웨어 영상애니메이션 산업지구, 선양(沈阳) 첨단기술산업지구를 새롭게 비준하였음
- 이로써 광전총국이 비준한 국가애니메이션산업기지는 20개로 증가하였

164) 한국콘텐츠진흥원, 국내 애니메이션 중국시장 진출전략 연구, 2011, p.104.

으며, 20개의 애니메이션 산업기지에서 연간 85,000분을 생산하게 되었고, 이는 중국전체 애니메이션 생산량의 65%에 달하는 수치임

<표 69. 광전총국 인준 국가동만산업단지>¹⁶⁵⁾

순위	산업단지 명칭	비준 차례	비준년도
1	상해미술영화제작소	1차 비준	2005년
2	CCTV중국국제총회사	1차 비준	2005년
3	삼진카툰그룹	1차 비준	2005년
4	중국영화집단	1차 비준	2005년
5	호남진잉카툰유한회사	1차 비준	2005년
6	항주 하이테크기술개발구동만산업원	1차 비준	2005년
7	상주영상동화산업유한공사	1차 비준	2005년
8	상해현풍카툰위성엔터테인먼트회사	1차 비준	2005년
9	남방동화프로그램연합제작센터	1차 비준	2005년
10	심천시애니메이션제작센터	2차 비준	2006년
11	대련하이테크기술산업원 애니메이션산업원	2차 비준	2006년
12	소주공업원구 동만산업원	2차 비준	2006년
13	무석태호디지털애니메이션TV 창업원	2차 비준	2006년
14	장푼영화그룹유한책임공사	2차 비준	2006년
15	강통애니메이션투자유한공사	2차 비준	2006년
16	중경남안구다원신구동화산업기지	3차 비준	2007년
17	남경소프트웨어원	3차 비준	2007년
18	북경문화창의산업클러스터	4차 비준	2008년
19	서먼소프트웨어원영상동화산업구	4차 비준	2008년
20	심양첨단기술산업구동만산업원	4차 비준	2008년

□ 문화부 인준 산업단지¹⁶⁶⁾

<표 70. 문화부 인준 국가동만산업단지>

순위	단지 명칭	비준년도
1	상해 국가 동만게임 진흥기지	2004년 7월
2	사천성 국가 동만게임 진흥기지	2005년 3월
3	대련 국가 동만게임 진흥기지	2005년 6월
4	호남성 국가 동만게임 진흥기지	2006년 12월
5	무석 국가 동만게임 진흥기지	2007년 2월

165) 한국콘텐츠진흥원, 국내 애니메이션 중국시장 진출전략 연구, 2011, p.105.

166) http://blog.sina.com.cn/s/blog_59fd197a0100bua5.html

http://whj.dl.gov.cn/info/157829_159662.vm

<http://finance.people.com.cn/GB/1038/5204440.html>

<http://news.sohu.com/20070216/n248276666.shtml>

- 또한 문화산업기지는 중앙정부 분 아니라 지방정부 차원에서도 설립되었으며, 지방정부 차원의 기지들도 국가급 기지 자격을 겸할 수 있고, 지방정부의 지원 정책이 더욱 강력하고 실질적이며, 각 성(省)마다 나름의 경쟁력을 보유한 지역산업기지를 설립한다는 측면에서 주목할 필요가 있으며, 대략 추산하면 전국적으로 1,000개에 달하는 것으로 파악됨
- 2012년에 국가애니메이션산업단지에서 제작한 중국산 애니메이션은 210편, 123,715분(=약2,062시간)으로 전국 총생산량의 55%를 차지하여 2011년보다 24% 하락
- 생산량이 많은 국가애니메이션단지는 남방동화프로그램연합제작센터, 소주공업원구동만산업원, 복주동만산업기지, 심천시애니메이션제작센터, 무석국가동만산업기지¹⁶⁷⁾ 등임

□ 국가급 애니메이션 산업기지 사례

〈상주국가동화산업기지〉¹⁶⁸⁾

- 제3회 국가동만게임산업진흥기지연맹연회에서 상주 모델이 화자가 되었음.
- 상주 모델은 질적인 목표를 세워 브랜드 양성하는 한편 “캐릭터-콘텐츠-경로-체험-파생품”의 가치사슬을 육성시키는 것임.
- 2010년5월까지 관련 인증을 받은 소프트웨어 업체는 150여개의 업체에 달하며, CMMI3급 인증에 통과된 업체는 74개, ISO27001인증에 통과된 업체는 35개, 성(省)급 중점 서비스 아웃소싱 업체가 11개, “하이테크기업”의 기업체가 41개이고, 독자적으로 연구 개발한 소프트웨어 제품은 377여종에 달하고 있음.
- 중국 최대의 통신응용 소프트웨어 시스템의 개발 업체인 링키지사는 중국 최대의 연구개발 센터인 일본 오키(OKI)주식회사와 국가 계획 구성내의 중점 소프트웨어 기업, 2009년 중국 소프트웨어 수출 부문의 선두 20위의 기업인 오키 소프트웨어(강소), 중국 최대의 GPS소프트웨어 공급상인 강소 신코소프트웨어, 용여우(용우)소프트웨어(강소)연구개발단지인 상베이(성북)소프트웨어, 항천정보주식유한회사 부속의 전액 출자 자회사(wholly-owned subsidiaries)인 창저우(상주)항천정보 등은 국가의 전력산업으로 지위를 부여받고 있음.

167) 중국애니메이션 연감 2012

168) 한국콘텐츠진흥원, 중국 지방문화산업기지 현황보고서, 2010.

<북경 종관촌하이테크산업원>¹⁶⁹⁾

- 북경 종관촌하이테크산업원은 종합 지기로서 주목할 만함.
- 현재 국가온라인게임동만산업발전기지, 북경가화문화창의산업센터와 북경올림픽티켓 서비스센터이 입주해 있으며 멀티미디어데이터센터플랫폼, 함께 소프트웨어개발플랫폼, 네트워크서비스플랫폼 등 기술서비스플랫폼을 설치하였음.
 - 옹화원(雍和园)은 국가온라인게임동만산업발전기지로서 2012년 생산액 379.5억 위안인데 산업원의 총 생산액의 1.5%를 차지하였음.
 - 북경미디어그룹(北广传媒集团), CCTV애니메이션유한공사(央视动画有限公司), 광선 미디어유한공사(光线传媒有限公司), 북경천천관광네트워크기술유한공사(北京天天宽网络科技有限公司), 천용망(千龙网) 등의 유명기업 유치를 바탕으로 국제저작권교역센터와 옹화원디지털센터 등 전문 운영기구 또한 최근 유치하며 좋은 성과를 거두고 있음.
 - 옹화원은 문화창의산업 분야 중 디지털콘텐츠산업을 전문으로 디지털 엔터테인먼트 콘텐츠 개발기업 및, 디지털(네트워크)미디어출판유통과 개발기업, 문화기획과 모바일 콘텐츠, 온라인게임개발기업, 운영과 유통상, 동만프로젝트 창작, 연구개발, 제작기업 등이 포함.

<대련하이테크산업원>¹⁷⁰⁾

- 대련 산업기지는 동북지역에 동만게임산업 발전의 선두 역할을 맡고 있는데 국가동만 게임산업진흥기지와 국가애니메이션산업기지로 동시에 인정받은 유일.
- “국가소프트웨어기지로” 1차 비준, “국가소프트웨어수출기지”로 1차 비준, 첫 번째 “국가소프트웨어산권보호시범도시“, 첫 번째 “중국서비스외주기지도시“, 유일한 “소프트웨어국제화시범도시”로 선정.
 - 지금까지 입주 동만기업은 132개이고 종업인원이 3000명을 넘은 것으로 나타났음.
 - 연 평균 애니메이션 총 생산량은 8000분 이상.
 - 애니메이션 제작, 온라인게임, 영상광고제작, 인재양성 등을 비롯한 가치사슬을 형성

169) 출처: <중관촌지수 2013> 및 <중국 지방문화산업기지 현황보고서>.

170) 출처: 대련하이테크산업원 http://www.ddport.com/investment_tzhj01.html?type=1

<사천성 산업기지>¹⁷¹⁾

- 사천성 산업기지는 발전 불균형과 질적인 발전 부족해서 살펴볼 필요가 있음.
- 사천성 동만보다 게임을 더 중요시하고 180여 개 게임동만기업에서 대부분 온라인게임, 스마트폰게임, 동영상게임 등 업무를 경영하고 있음.
- 2012년 동만게임 총 생산액은 188억 위안인데 그 중에 온라인게임 큰 비중을 차지했음.
- “국가동만게임산업진흥기지”, “국가온라인게임동만산업발전기지”, “국가디지털엔터테인먼트산업시범기지” 등 고급산업발전플랫폼으로 인정되었고 중국 내 제3위로서 온라인동만게임 시장을 차지하였지만 이의 TV 애니메이션의 질량과 영향력 전국에서 중하위에 있는 것으로 나타났음. 전국 43개 동만핵심기업 중에 사천성 하나도 없음.

<상해 산업기지>

- 상하이에는 중국 애니메이션 산업이 시작된 도시라고 할 수 있으며 90년대까지만 해도 중국 80% 이상의 애니메이션 영화는 모두 상하이에서 제작
- 중국 최초의 애니메이션 영화인 “大鬧天宮”, “天鵝公主”는 上海美術電影製片廠
- 2005년 상하이의 애니메이션 생산액은 40억 위안에 달하고 있으며, 관련 분야의 산업은 320억 위안에 이룸.
- 上海文廣影視그룹은 TV방송국, 뉴스 사이트, 잡지, 이동 TV 등 다양한 매체를 보유 영화, 드라마, 애니메이션 영화의 제작, 발행, 방송 시스템을 보유
- 애니메이션 전문 프로인 衛動卡通, 東方卡通 2개 방송국을 보유
- 衛動卡通은 중국 3대 애니메이션 방송프로 중의 하나이며 20여 개 도시에서 방송
- 2005년 12월에는 上海衛動樂百 애니메이션 쇼핑몰을 개설
- 2005년 11월 “국가 인터넷게임 및 애니메이션 상하이 기지”가 정식 설립.
- 청두(成都), 광저우(廣州)에 이은 세 번째의 중국 국가 애니메이션 기지임.

3.3. 애니메이션 기업 지원

3.3.1. 우수 동만기업 인증관리제도

- 2006년의 ‘국무원 판공청이 제정부 등 부서에 전달하는 중국동만산업

171) 출처: <중국동만산업발전보고서2014(中国动漫产业发展报告2014)>, p.263.

발전추진을 위한 약간의 의견에 관한 통지 ‘는 동만기업을 2005년 시행된 ‘소프트웨어 기업 세제혜택’ 대상으로 포함시키겠다고 발표하고 관련부처인 문화부, 재정부, 국가세무총국으로 하여금 후속 실행조치를 지시하였음

- 그에 따라 문화부, 재정부, 국가세무총국은 2008년 ‘동만기업 인정관리 방법(动漫企业 认定管理办法)’ 과 ‘동만기업에 대한 재정 및 세제혜택’ 조치를 발표, 시행하였음
- 동만기업이 금융 및 세제지원을 받기 위해서는 다음의 조건을 만족시켜야 하며, 매년 그 자격을 심사, 갱신한다고 명기하였음

<표 71. 금융 및 세제지원 대상 동만기업 인증기준>¹⁷²⁾

항목	내용 / 조건
동만기업의 범위	- 만화창작기업, 애니메이션 창작/제작기업, - 인터넷/모바일 애니메이션 창작/제작기업, - 애니메이션 무대극 제작/공연기업, - 애니메이션 소프트웨어 개발기업, - 파생상품 생산/연구개발/디자인 기업을 모두 포함
애니메이션의 기업내 비중	- 애니메이션 관련 매출이 연간 기업 총매출의 60% 이상, - 자체 개발 애니메이션 매출이 주요 영업매출의 50% 이상, - 애니메이션 연구개발 비용이 기업영업수익의 8% 이상

- 애니메이션 기업으로 인정받은 기업은 주관 세무기관에 세제 지원을 신청할 수 있으며, ‘중점동만기업’은 국가 및 지방정부의 각종 재정지원, 대출 등에 우선권 부여

172) 한국콘텐츠진흥원, 국내 애니메이션 중국시장 진출전략 연구, 2011, p.113.

3.3.2. 인증 동만기업에 대한 세제혜택

- 2009년 8월, 재정부와 국가세무총국은 ‘재정부, 국가세무총국의 동만산업발전 지원에 관련한 세수정책에 대한 통지(财政部,国家税务总局关于扶持 动漫产业发展有关税收政策问题的通知)’를 발표하여 동만산업에 대한 세제지원을 본격화하였음
- 세제혜택의 대상이 되는 기업은 ‘동만기업인정관리방법’에 따라 자격이 인정된 기업에 한하며, “중국의 동만산업의 건전하고 쾌속적인 발전을 촉진하고 애니메이션사업의 자체창의능력을 보장하기 위하여, 동만산업 발전을 지원하기 위한 세수정책을 다음과 같이 통지한다고 밝혔다
- 세제지원은 증치세(부가가치세), 기업소득세, 영업세, 수입관세 및 수입거래 증치세 항목별로 이루어지며 그 내용은 다음의 표와 같음

〈표 72. 인증동만기업 세제혜택〉¹⁷³⁾

세무항목	지원내용
증치세	- 2010년 12월 31일 이전에 인증된 애니메이션기업이 자체 개발, 생산한 애니메이션 매출에 대해 17% 세율에 따라 증치세를 징수한 후 증치세 실제 부담율이 3%를 초과하는 부분에 대해 징수 즉시 환급 - 환급금액 = 애니메이션 당기 기납부세액 - 애니메이션 당기 순매출액 x 3% - 애니메이션 수출시에 증치세 면제
기업소득세	- 인증을 거친 애니메이션기업이 자체 개발, 생산한 애니메이션은 중국 현행 소프트웨어산업 발전권장 소득세 우대정책을 신청하여 혜택 제공
영업세	- 애니메이션 기업이 애니메이션의 개발에 제공한 각본 편찬, 이미지 설계, 배경 설계, 동화 설계, 스토리보드, 동화 제작, 촬영, 라인 표시, 페인트, 화면 합성, 더빙, 백뮤직, 오디오합성, 편집, 자막 압축 트랜스코딩 (인터넷 애니메이션, 핸드폰 애니메이션) 용역에 대해서는 2010년 12월 31일 전까지 잠정적으로 3% 영업세를 적용
수입관세와 수입과정 증치세	- 인증을 거친 애니메이션기업이 애니메이션의 자체 개발, 생산에 필요한 수입상품은 수입관세와 수입과정 증치세를 면제

173) 한국콘텐츠진흥원, 국내 애니메이션 중국시장 진출전략 연구, 2011, p.114.

3.4. 금융 지원¹⁷⁴⁾

- 중앙정부의 지원정책과 지방정부의 보조 정책과의 연계 강화를 통해, 1) 문화기업에게 이자 보조 대출, 2) 문화산업융자에 담보 제공, 3) 문화기업에게 대출을 지급한 금융 기구를 격려하고 있음
- 금융기관의 문화산업 투자를 독려하며, 문화기업의 대출한도를 조정하여 문화산업 대출투자 증가시키고자 하고 있음
 - 이를 위해 1) ‘저작권 저당 + 평가’ 대출모델, 2) ‘요금권 저당+보증이나 담보’ 대출모델, 2) ‘상장융자+자산의 증권화’ 모델, 3) ‘증권융자 + 프로젝트 융자’ 모델 등 다양한 투융자 방식을 개발하도록 촉구하고 있음

□ <문화산업발전 특별자금관리임시시행방법>¹⁷⁵⁾

- 금융정책과 관련하여, 재정부는 2012년 4월에 원래 있는 특별자금관리 임시시행방법을 수정하여 <문화산업발전 특별자금관리임시시행방법(文化产业发展专项资金管理暂行办法)>을 제시하였음
 - 그 중 특별 자금의 지원방향과 지원방식에 대한 규정은 다음과 같음.
- 특별자금의 지원방향:
 - 문화체제개혁 추진
 - 선두문화기업 양성
 - 현대문화산업시스템 구성
 - 금융자본과 문화자원의 연결 촉진
 - 문화과학기술혁신과 문화전파시스템 구성
 - 문화기업의 해외진출 촉진
 - 재정부 확정된 기타 문화산업발전 영역

174) 출처: http://www.financialnews.com.cn/llqy/201402/t20140217_49685.html

175) 출처: <중국 애니메이션 2012(中国动画年鉴2012)>

○ 지원방식

- 프로젝트지원 : 지원조건과 맞는 중점발전프로젝트에 대한 자금지원.
- 대출지원 : 지원조건과 맞는 신청 기업에게 은행대출지급을 통해 중점 발전 프로젝트 시행중 발생한 이자에 대한 지원.
- 보험료 보조 : 지원조건과 맞는 신청 기업에게 보험회사를 통해 중점 발전 프로젝트 시행중 발생한 보험료에 대한 지원.

3.5. 창작 작품의 질 제고를 위한 지원

- 작품 질의 제고를 위해 평가 시스템과 인센티브 시스템 강화를 통해, 높은 예술성과 창의성을 가진, 대중이 좋아하는 우수동만상품을 격려하고 공신도를 높이며 중국 동만산업 발전을 도모하고자 함

3.5.1. 우수 작품 배급지원

- 우수 동만상품에 대한 배급 지원의 강도를 높임
- 독창적인 작품의 창작생산을 지원하고자, 제작, 투자, 홍보를 통해 우수 작품의 배급 플랫폼을 제공하도록 권장
 - 우수 작품의 방송, 공연, 출판 등 배급을 지원하며, 해외수출을 지원하여 창의적 인재의 영향력과 인지도 제고
- 2012년 광전총국은 중국 TV 방송기구에 81편의 중국 우수 애니메이션을 선정해 추천방영 리스트를 각 지역에 전달, 방영하도록 권고하였고 저장 성에서 15편, 장쑤성에서 14편, 광둥성에서 10편, 푸젠성에서 7편의 애니메이션이 선정됨

3.5.2. 광전총국의 우수 창작 TV 애니메이션 및 제작인재 지원

- 이러한 목적으로 2009년 1월 광전총국은 ‘광전총국의 2008년 우수창작 애니메이션 및 제작 인재 지원 프로젝트’를 시행
- 2006년의 국무원판공청 ‘통지’에 근거하여 2009년부터 시작된 이 프로젝트는 1차적으로 2005~2008년 기간 동안 제작 발표된 애니메이션을 대상으로 우수 작품, 기업, 인재를 선정하여 시상하였음
- 심사는 광전총국이 구성하는 심사위원회를 통해 이루어지며, 심사기준은 다음과 같음

1. 덩샤오핑 이론과 ‘3개대 표’를 사상적 기초로 삼고 과학발전관을 전면 실현하며, 건전한 여론을 형성하고 어린이와 청소년의 도덕성을 고양시키고 민족정신을 반영하고 민족문화의 특색이 살아있고, 폭넓은 세계관과 올바른 가치관 확립에 유익한 내용이어야 함
2. 대중에 유익하고 사회주의 방향성과 일치하고 사회주의 문화번영에 기여하기 위해 사상, 예술, 제작기술 모든 면에서 뛰어난 역량을 구비하여 민중오도, 사상혼란, 식상함을 방지하여야 함.
청소년과 어린이에 대한 존중과 사랑, 그리고 지지가 작품속에서 드러나야 하며 그들의 애국정신을 고양시키고 숭고한 이상, 원대한 꿈, 문화의식을 함양하고, 도덕 의식과 문화 소양, 그리고 건강한 신체와 정신을 소유하는데 유익하여야 함
3. 중국 창작만화 산업발전에 기여하고 제작기관의 창작작품 개발 및 제작을 독려하고 창작만화 인재를 육성하고, 그들의 혁신적 창작에 전념하도록 고무하여 창작수준과 혁신능력을 향상시킬 수 있어야 함
4. 사회의 공익을 우선으로 하고, 사회이익과 경제이익이 대립되어서는 안됨.
중국적이면서 국제적 영향력을 갖춘 중국 애니메이션 브랜드를 제작하여 어린이의 정서를 만족시키고 그들의 문화생활을 풍부하게 할 뿐 아니라 시장경제규율을 준수하여 생기있고 활력있는 중국 애니메이션 시장을 형성할 수 있어야 함

○ 지원 프로젝트의 상세한 내역은 다음과 같음

<표 75. 광전총국, 우수 창작 TV애니메이션 및 제작인재 지원 시상내역>¹⁷⁶⁾

시상분야	편수	지원금 (RMB)	지원대상
TV 애니메이션 시리즈	1등: 1편 2등: 2편 3등: 2편	1등: 180만 2등: 100만 3등: 60만	- 광전총국이 추천방영한 애니메이션 중 지적 재산권을 가진 우수 중국 TV 애니메이션 - 작품성, 예술성, 대중성, 전국적 지명도, 시청자가 선호하는 캐릭터 배출 - 방송시간 52부작, 1,100분 이상
단편 애니메이션	1등: 1편 2등: 2편 3등: 2편	1등: 100만 2등: 70만 3등: 35만	- 광전총국이 추천방영한 애니메이션 중 지적재산권을 가진 우수 중국 TV 애니메이션 - 방송시간 : 572분~ 1,100분 이하
각본	1	30만	
감독	1	30만	
이미지	1	30만	
음악	1	10만	
기업	1	100만	- 3,000분 이상 생산
산업기지	1	100만	- 5,000분 이상 생산
방송국	1	100만	
창작 우수인재	10명	8만/인	- 기획자, 창작자, 편집자, 감독, 프로듀서, 미술감독

3.5.3. 문화부의 우수 창작 애니메이션 및 인재 시상제도

○ 2008년 9월 23일, 문화부판공청은 ‘창작 애니메이션 진흥계획 신청업무에 관한 통지’를 발표하고 창작 만화, 창작 애니메이션, 네트워크 애니메이션 등에 관한 구체적인 창작 지원방안을 마련하였음

○ 창작만화진흥계획

- 10편의 우수 창작만화 작품을 선정하여 10만 위안의 격려금을 지급
- 10명의 만화원작자를 선정하여 개인당 5만 위안의 보조금을 지급

176) 한국콘텐츠진흥원, 국내 애니메이션 중국시장 진출전략 연구, 2011, pp.111-112.

○ 창작 애니메이션 연출진흥계획

- 애니메이션 연출 지원금으로 총 200만 위안을 지급
- 10~20편의 우수 창작 애니메이션 연출작품을 선정 지원
- 10명의 애니메이션 연출자를 선별하여 개인당 5만 위안 지급

○ 창작 네트워크 애니메이션 진흥계획

- 디지털 네트워크 등 새로운 핵심기술과 현대적 생산방식을 지원
- 애니메이션 산업가치사슬에서 중요한 비중을 차지하는 것으로 파악
- 30편의 우수 네트워크 애니메이션을 선정하여 5만 위안 지급
- 30명의 우수 네트워크 애니메이션 원작자를 선정하여 5만 위안 지급

3.6. 인력양성 지원

□ 문화부, 창작 애니메이션 인재 양성 방안 (2008)

- 2008년 8월 13일, 문화부 ‘중국 애니메이션 산업발전에 관한 약간의 의견’은 중국 애니메이션 산업의 ‘인재양성 능력 향상으로 애니메이션 인재 직업화를 촉진할 것’을 명시하면서 인재양성 정책방안을 발표
- 고등교육, 직업교육, 기초교육 등 다양한 단계에서 애니메이션 인재를 양성하는 것을 추진함
- 문화행정 부서의 예술교육 및 교육자원 우위를 충분히 이용하여 애니메이션 인재양성을 ‘국가 문화예술 인재양성 계획’에 포함시킴
- 관련학과 및 학위(석박사 포함)을 제정하고 학계 연구경비를 적극 지원
- 고등직업학교 위탁교육을 통해 애니메이션 직업교육을 적극 추진하고, 기업, 학교, 협회 등의 적극적 기능 발휘를 통해 애니메이션 인재 양성
- 사회 예술 자격증 시험에 애니메이션 분야 전문자격증 시험을 증설함
- 고급 애니메이션 인재양성에 힘쓰고 애니메이션 산업발전과 관련 고급 연수반을 개설
- 애니메이션 인재양성 표준화를 신속히 추진해서 애니메이션 인재양성 기준을 수립하고 이를 통해 애니메이션 인재 직업화를 촉진함

□ 12.5 계획의 <동만산업 인력양성시스템 구성>

- 12.5 계획은 동만산업의 인력양성 시스템 구성에 대해 천명하였는데, 그 내용은 다음과 같음
 - 시장 수요와 산업발전추세에 따라 고등교육 `직업교육 `성인교육 등 다차원 동만인력 양성 시스템 구성
 - 동만 인력양성을 국가문화예술 인재양성계획에 포함하여, 교육연구비 지원
 - 국가 동만산업 발전 고급연구반을 진행하여 창의성을 갖고 경영관리 지식을 겸비한 융합첨단인력 양성
- 또한, 동만교육의 질 제고를 위해 전공규범작성을 강화하여 전공 표준화 교과 과정과 교재를 개발하고 중국특색을 지니어 세계수준의 동만교재 시스템 구성 필요성을 강조
- 또한, 단과 대학과 종합 대학에게 중국 내외 기업의 자원 우세를 잘 활용할 수 있도록 인도하여 동만산업수요를 맞춰 기업과 협력해서 동만인력을 양성할 수 있도록 중국 내외 기업의 기술과 비즈니스 전문가를 교수로 초빙하도록 권장

3.7. 해외 진출 지원

- 2006년 ‘국무원 판공청이 제정부 등 부서에 전달하는 중국애니메이션 산업 발전추진을 위한 약간의 의견에 관한 통지’에서 해외진출 정책 방향 제시

<표 74. 국무원판공발 [2006] 32호의 중국 애니메이션 세계화 관련조항>¹⁷⁷⁾

중국 애니메이션 세계화	중국 애니메이션 산업의 창작개발과 생산능력이 세계 애니메이션 강대국 속에서 두각을 나타낼 수 있도록 국내 시장을 점거하는 동시에 적극적으로 해외시장을 개척한다.	(4)조
	중국 애니메이션 기업의 해외시장개척을 지원하고 수출비용을 지원하여, 작품과 상품이 해외시장에 진출할 수 있도록 적극 장려한다.	(21)조
	애니메이션 상품을 수출하면 수출면세정책규정의 혜택을 제공한다.	(22)조

- 그에 따라 2008년 문화부의 ‘중국 애니메이션 산업발전 진흥에 관한 약간의 의견’에서 ‘국제교류 및 중국 애니메이션 기업의 대외진출 지원’에 관한 정책방향을 다음과 같이 표명하였음
- 정부 혹은 민간의 대외교류 및 협력추진을 독려하고 국내 애니메이션 기업이 다양한 방식으로 국제협력 및 국제 시장경쟁에 참여하는 것을 장려함
 - 창작 애니메이션의 수출을 적극 지원하고 우수 애니메이션 수출 기업의 작품을 ‘문화제품과 서비스 수출지도 목록(文化产品和服务出口指导目录)’에 포함시킴
 - 애니메이션 기업이 국제 유명박람회에 참여하는 것을 독려하고 중국 애니메이션 기업의 해외진출을 독려함
 - 중국 애니메이션 작품 수출장려 및 지원기금을 설립하여 중국 애니메이션 산업의 국제화를 촉진함

□ 수출금융지원

- 상무부, 문화부, 광전총국, 신문출판총서는 2009년 5월 ‘수출입은행 문화수출에 대한 금융지원과 관련된 지도 의견(中国进出口银行关于金融支持文化出口的指导意见)’을 발표하고 애니메이션이 포함된 문화상품 수출에 대한 수출입은행의 금융지원정책을 명시

177) 한국콘텐츠진흥원, 국내 애니메이션 중국시장 진출전략 연구, 2011, p.115.

- 각성(省)과 상무, 문화, 광전, 신문출판주관부문이 수출입은행에 중요 문화기업과 프로젝트를 추천하여, 수출입은행의 우선지원 프로그램 혜택을 제공
- 용자 서비스를 확대하고, 수출입은행으로 하여금 관련기업과 프로젝트에 대한 대출업무를 강화하여 문화수출기업의 금융을 효과적으로 개선시키도록 함
- 문화기업 및 문화상품 (애니메이션 포함) 의 수출신용, 국제화 대출, 국제컨퍼런스 서비스시설 건설자금 대출, 첨단기술제품 수출/수입 신용 등 신용보증 업무를 강화하고, 외환결제, 무역금융 등 전면적 금융상품을 제공함
- 문화기업의 금융증력 향상을 위해 기업소유의 부동산, 토지 등 자산담보에서 탈피하고, 주식, 증권, 채권, 재고상품, 창고증권, 보험보증서, 수출세금환급, 매출채권, 지적소유권 저당을 적극 추진할 수 있도록 전문보증기구의 보증 등 보증조합방식 제공

□ 12.5 계획의 해외진출 지원 관련 내용

○ 수출 촉진 관련 내용

- 동만 기업에게 <문화상품과 서비스수출지도목록>에 따라 국가문화수출 중점기업과 중점 프로젝트를 신고하도록 함
- 해외시장 데이터 베이스와 정보지원 플랫폼을 구성

○ 해외진출 기업 지원

- 동만 기업의 해외 직접투자, 인수합병, 합자를 격려
- 해외 인재, 자원과 기술우세를 충분히 채용하여 동만산업의 국제화 촉진
- 해외 국제동만동만전시회, 축제, 경진대회 참여를 지원
- 중국대사관, 상무처, 해외중국문화센터 등 외국 주재 기구의 역할을 충분히 발휘하게 하며 동만 기업을 도와 해외시장을 개척하도록 함

- 국제 동만산업 교류협력 강화
 - 해외 선진국과의 교류, 협력을 증진하며 중국 기업의 해외 공동연구개발을 촉진하여, 해외 첨단기술과 경험을 습득하도록 함
 - 중국 내 풍부한 문화 자원을 충분히 발굴하여 협력을 통해 국제 주류시장에 진입하도록 지원

4. 중국 애니메이션 산업의 과제

4.1. 중국 애니메이션 지원정책의 당면과제

- 2008년 10월, 중국문화부 장관 인터뷰와 2010년 <북건성 애니메이션게임 산업발전계획>에 따르면, 중국 정부는 중국 애니메이션 산업의 장기적 과제를 다음과 같이 파악하고 있음
 - (1) 창작, 제작, 운영, 방송, 상품개발 및 재투자의 산업가치사슬 미형성 및 그에 따른 애니메이션 기업의 수익모델 부재, 정부 지원 의존
 - (2) 창작인재의 부족과 애니메이션 기업경쟁력 부족으로 시장의 눈높이에 맞고 국제적으로 경쟁력 있는 창작 애니메이션 개발 능력의 부족
 - (3) 지적재산권 보호 등 시장 환경 및 인프라의 미성숙
- 중국정부가 적시하고 있는 바대로 중국 애니메이션 산업의 당면 과제는 ‘창작역량의 강화를 통한 우수 애니메이션의 육성’이며, 중국 문화부는 “민속적이지만 시대적 특성과 잘 융화되는 창작 노선을 지원하고, 기술 혁신과 시장이 결합된 산업발전 노선을 견지하고 중국 창작 애니메이션의 규모 및 품질을 크게 향상시키고, 이를 통해 자주적 지적재산권을 가진 애니메이션 캐릭터와 브랜드를 수립해야 한다”라고 강조
- 결국, 1) 방송 및 파생상품 시장 환경 개선을 통한 기업의 수익성 개선, 2) 창작 애니메이션 질적 제고를 통한 국제적 경쟁력 강화, 3) 이를 통한

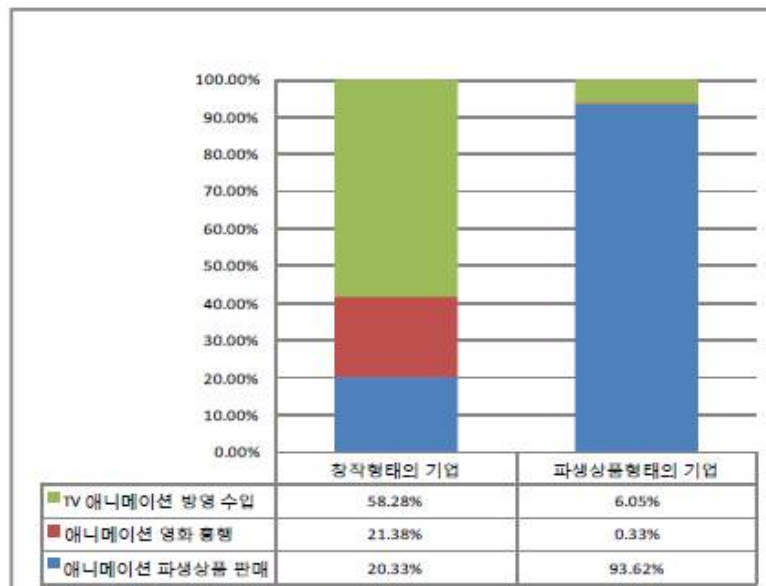
지속적인 산업 선순환 구조 구축이 장기적인 정책과제이며, 2006년 이후 중국 애니메이션 지원정책은 이들 당면과제와 문제 해결을 위해 집중적으로 정책을 시행하고 있는 상황임

4.2. 중국 애니메이션의 수익성 및 사업모델

□ 중국 애니메이션 기업 수입구조

- 중국 창작형태의 애니메이션 기업 수익의 60%는 TV애니메이션 방송인데 광전총국의 연구보고에 의하면 중국 TV방영기구 연평균 애니메이션 구입액 규모는 5,000만 위안에 미치지 못함. 이것은 중국 애니메이션 산업, 특히 창작형태의 애니메이션 기업 발전에 큰 걸림돌이 되고 있음
- 창작 중심 애니메이션 기업수입의 약 20%는 극장용 애니메이션 흥행수익, 20%는 애니메이션 파생상품의 판매로 파악됨

<그림 36. 20112-2013 중국 애니메이션 기업 수익구성>¹⁷⁸⁾



출처: 중국 애니메이션 학회, 북경 문화산업 연구원 <2013년 애니메이션기업 설문조사>

178) 한국콘텐츠진흥원 중국사무소, 중국콘텐츠 산업동향 (2013. 10.), p.7.

- 이는 방영권료 수익이 제한적인 상황에서, 결국 극장용 애니메이션의 흥행, 또는 파생상품의 판매가 이루어지지 않는다면 중국 애니메이션 기업이 생존하기 어렵다는 것을 의미함

□ 중국 애니메이션 사업모델

- <시양양과 후이타이랑> 과 같이 제작사, 영화방송그룹(SMG), 광고유통기업(遊泳)의 컨소시엄 모델은 SMG를 통한 대대적인 방송노출 및 극장용 애니메이션의 배급망을 확보한다는 점에서 ‘유통기업 중심’ 사업모델이 현재 유효함
- 또한, 제작사가 오울디와 같은 대형 완구회사, 애니메이션 위성방송채널과 컨소시엄을 맺고 사업을 전개하는 ‘완구 + 방송사업자 컨소시엄’ 모델은 위성채널을 통한 노출과 완구 파생상품 수익을 확보한다는 점에서 유효한 사업모델임
- 극장용 애니메이션 시장이 성장하고, 시양양과 같은 성공사례가 나타나기에 따라 TV 시리즈를 통해 인지도를 확보하고 극장용 애니메이션을 제작하여 극장 흥행을 기대하는 ‘극장용 장편 중심’ 사업모델 등장

4.3. 중국 애니메이션 기업의 당면 문제¹⁷⁹⁾

□ 애니메이션 소비자 점점 확보의 문제

- 방영시스템 구축을 최우선 목표로 하여, 국산물 방영을 강제하고, 위성전문채널 설립을 통해 방송수요를 대량 창출함으로써 생산량을 증대시킨 중국 정부의 정책은 산업의 양적 성장에 기여한 것은 사실

179) 전문가 인터뷰 자료 (빅스크리에이티브 방형우 대표, DPS 남진규 대표, 아이코닉스 중국법인 이병규 대표)

- 그러나, 중국 애니메이션 제작사의 입장에서는 거대 영화방송 배급기업 또는 위성전문채널과 컨소시엄을 맺지 않고서는 애니메이션을 시장에 노출시킬 수 있는 기회가 없다는 문제에 당면
- 또한, 방송 수요가 지나치게 많다보니 작품의 제작물량이 아주 많지 않은 작품의 경우, 불과 1개월만에 작품 방영이 종료되는 경우가 많기 때문에 작품 당 충분한 시청자 노출이 이루어지지 않아 파생상품 사업 기회가 주어지지 않는다는 부작용이 나타남
- 이는 노출을 위한 과도한 애니메이션 제작물량 및 과투자에 따른 프로젝트 리스크 증대로 이어짐

□ 방영료 수익의 문제

- 국산물 방영의무로 인한 과도한 방송채널의 존재로 인해 방송국의 입장에서 애니메이션을 통해 창출하는 광고수익이 극히 미미하며, 이는 중국 애니메이션의 방영권료 수익 축소 및 수익성 악화로 이어짐
- 파생상품 사업을 위한 무료 방영이 일반화됨에 따라 애니메이션 제작사의 방영권료 수익이 더욱 감소함

□ 방송 대기업, 파생상품 대기업 의존 문제

- 중국 애니메이션 제작사의 입장에서는 SMG, 호남TV 그룹과 같이 애니메이션의 노출을 보장하는 방송대기업, 아울디와 같은 완구대기업과 컨소시엄을 맺고 사업을 진행하는 것이 가장 유효한 사업모델임
- 그에 따라, 이들 대기업들에 의존하여, 파생상품 사업 기회가 극대화된 작품을 기획할 수밖에 없으며, 자극적이고 사업기회 중심의 애니메이션 제작에 의존하게 되어 작품의 다양성을 해치는 문제도 발생

- 이는 중국 정부가 의도하는 바와 달리 중국 애니메이션의 국제 경쟁력 강화 및 해외시장 진출을 통한 중국 애니메이션의 국제화에 저해 요인으로 작용할 수 있음

해외 애니메이션 지원제도 사례 연구

	VI. 해외 지원제도 분석 및 정책방향
	1. 해외 3개국 지원제도 분석
	2. 애니메이션 정책방향

1. 해외 3개국 지원제도 분석

1.1. 캐나다

1) 지원제도의 목적

- 캐나다는 국제 경쟁환경에서 캐나다 콘텐츠의 경쟁력을 강화하고, 캐나다 국민의 캐나다 콘텐츠에 대한 접근을 보장¹⁸⁰⁾하기 위해 공공 지원 없이도 활발한 제작, 방영이 어려운(under-represented) 드라마/다큐멘터리/아동·청소년/버라이어티·공연예술의 4개 장르를 지원
- Canada Media Fund는 TV 및 디지털 미디어 플랫폼 등 2개 이상의 플랫폼을 통해 보급되는 융합 (Convergent) 콘텐츠를 지원하며, 제작된 프로그램을 캐나다 매체를 통해 시청자들에게 충분히 노출시키는 것에 초점
- 거대 방송영상산업을 보유한 미국의 인접국으로서, 미국 영상물이 자국 시장을 장악하는 것을 견제하는 동시에, 캐나다 독자적인 방송영상 문화를 보호, 육성하는 것이 중요한 문화적 과제이기 때문에, 충분한 국산물 노출을 중시하는 정책을 추진
- 애니메이션은 아동 청소년용 장르에 포함되어 지원하며, CMF 기금의 아동 청소년 장르 지원의 약 50%를 차지하고 있음

2) 지원체계 및 재원조달

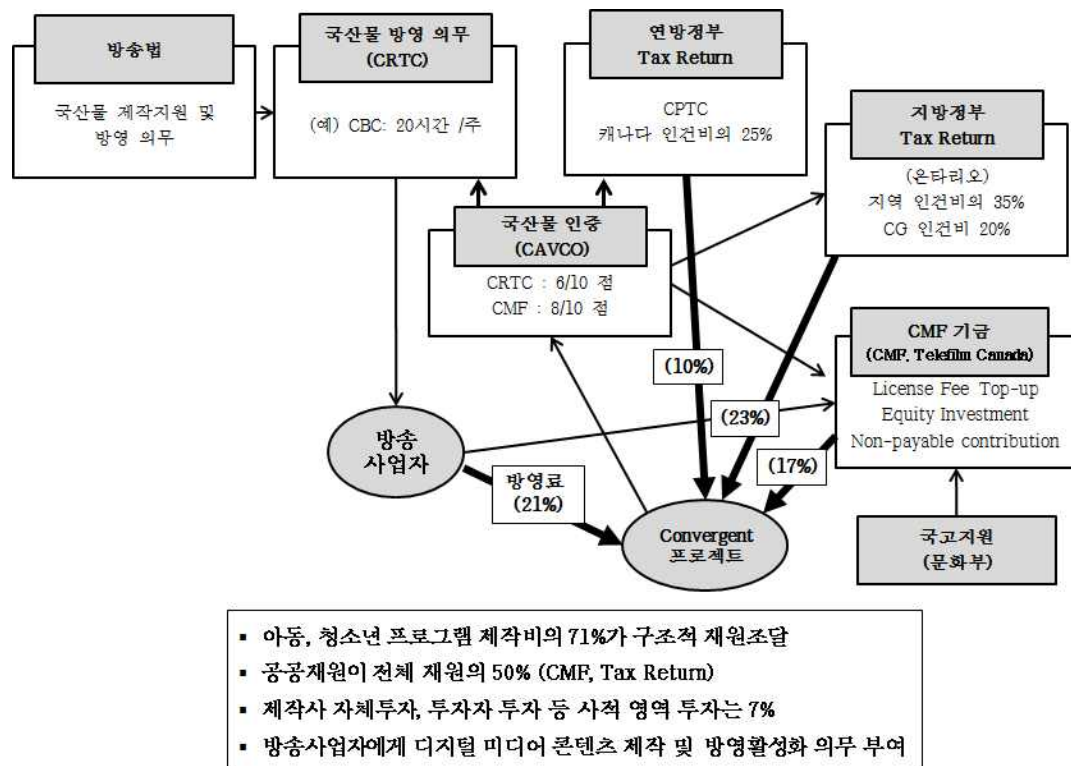
- 캐나다 라디오텔레비전 통신위원회 (CRTC)의 국산물 유통지원, 연방 및 지방 정부의 세제혜택(Tax Return), 국고와 방송사업자 부담금으로 조성된 Canada Media Fund (CMF)의 방영실적 기금배정 프로그램

¹⁸⁰⁾ Canada Media Fund의 Mission (<http://www.cmf-fmc.ca/about-cmf/overview/>)

(Performance Envelope)을 3대 축으로 하여, 국산 방송 프로그램의 재원 조달 및 유통 활성화를 도모하고 있음

- 캐나다 라디오 텔레비전 통신위원회(CRTC)는 방송국 채널별 특성에 따라 아동 청소년용 프로그램에 대한 의무 방영시간, 유효시간대 방영의무, 방송 매출액 일정 비율의 캐나다 국산물 투자 등을 차별적으로 규정하여, 국산 아동 청소년물의 제작, 방영을 활성화하고 있으며, 캐나다 TV 영상물 생산물량 중 아동 청소년물이 차지하는 비중은 14%에 달함(2012-2013년 기간)
- 또한, 연방, 지방정부는 자국내 지출된 인건비의 25%(CPTC), 지역 내 지출된 인건비의 35%(온타리오주의 경우)를 소득세 공제 후 기업에 바로 돌려주는 세제혜택 (Tax Return) 제도를 운영하고 있으며, 세제혜택이 캐나다 아동 청소년 프로그램 재원조달에 기여하는 비중은 제작비의 33%에 달함(2012-2013년 기간)
- 방송사업자의 매출액의 5%를 ‘독립적으로 운영되는 방송 프로그램 제작 펀드’에 투입하도록 하는 CRTC의 규정에 따라 CMF의 재원을 마련하고 있으며, 전체 CMF 재원의 36.9%를 차지하는 캐나다 문화부의 국고 지원을 포함하여, 총 \$371.8 백만(약 3,520억 원)의 CMF 기금이 캐나다 프로그램에 지원됨. 그중 아동청소년물의 50%를 차지하는 애니메이션에 대한 지원은 \$30.5백만(약 300억원)으로 추산(2012-2013년 기간)
- 2012~2013년 기준으로 아동청소년 프로그램의 제작비의 50%를 공공 재원(CMF 기금과 세제혜택)이 지원하고 있으며, 방송사의 방영료가 제작비의 21%에 달해, 캐나다 제작사의 제작비 투입은 거의 필요하지 않음
- 민간영역의 투자는 전체 아동 청소년 프로그램 재원의 7%에 불과

〈그림 35. 캐나다 아동 청소년 프로그램 재원조달, 정책지원, 방영 시스템〉



3) 유통 지원 : 방송국 의무 부여

- 국산 프로그램 방영 및 구매 쿼터를 CRTC가 규정하고 있으며, 방송채널 특성에 맞게 아동, 청소년 프로그램의 방영 및 구매 의무를 차별적으로 적용하고 있음
- 애니메이션이 CMF의 지원을 받기 위해서는 방송사의 방영료 최소 기준(현금, 제작비의 25% 또는 \$160,000/시간 이상)을 충족하도록 하여, 방송사가 프로그램을 낮은 가격에 구매하는 등 무임승차 부작용을 방지

4) 기금운영 주체

- 기금운영 주체인 텔레필름 캐나다(Telefilm Canada)는 캐나다 영화(feature film) 산업 지원을 위해 1967년 설립한 ‘캐나다영화발전공사’로 출발, 이후 텔레비전 프로그램의 85%가 외국산 프로그램들로 채워지게 되자 1983년 캐나다 텔레비전 프로그램의 중흥과 발전을 위하여 설치된 ‘캐나다방송프로그램발전기금’(Canadian Broadcast Program Development Fund)의 관리를 맡음으로써 1984년에 명칭을 영화와 텔레비전을 모두 반영하는 텔레필름 캐나다로 변경한 공사조직
- CMF(Canada Media Fund)는 “우수한 캐나다 TV 프로그램의 제작과 피크타임 (Peak-time) 방영을 지원” 하기 위한 목적으로 1995년 설립된 방송지원기금(Canadian Television Fund) 에서 출발하여, 2010년 멀티미디어 시대의 도래에 따라 다양한 플랫폼의 융합(Convergent) 프로그램을 지원하기 위해 설립
- 텔레필름 캐나다가 방송 및 멀티미디어 플랫폼용 프로그램 지원기금인 CMF 와 장편 영화 지원 프로그램을 함께 관할하고 있음

5) 기금 자동지원 : 방영실적 기금배정(Performance Envelope)

- 2012-2013년 기간 전체 CMF 지원의 76%를 차지하는 방영실적 기금배정(Performance Envelope) 은 방송사의 캐나다산 프로그램 방영 실적에 따라 방송사에 기금을 배정함. 그 기금배정액 안에서 방송사에 프로그램을 방영하는 제작사에게 CMF 가 추가 방영료를 지급하고, (License Fee top-up) 지분을 투자하는 (Equity Investment) 자동지원제도임
- 방송사는 기금배정액 (Performance Envelope) 내에서 프로그램에 기금을 배정하며, 방송사는 각 장르에 배정된 기금배정액(Envelope)의 50%를 다

른 장르 프로그램에 배정할 수 있어 편성의 유연성이 제공됨

- 이는 방송사의 캐나다산 프로그램 방영 및 제작 기여를 촉진하고, 방송사와 제작사로 하여금 프로그램 제작과 방영에 필요한 재원조달의 예측가능성(Funding predictability)을 증대시키고 있음

6) 멀티미디어 디지털 콘텐츠 지원 본격화

- Canadian Television Fund(CTF)가 2010년 CMF로 변경되면서, 방송 프로그램에 대한 지원은 TV를 포함하여 2개 이상의 융합(Convergent) 프로그램에만 이루어질 수 있도록 규정함으로써, 멀티미디어 콘텐츠에 대한 지원을 본격화
- 방송사에 배정되는 방영실적 기금배정액(Performance Envelope)의 최소 60% 이상을 Web 2.0, 인터랙티브 웹/모바일 콘텐츠가 포함된 프로젝트에 할당해야 하는¹⁸¹⁾ 의무를 부여하고, 디지털 콘텐츠에 방송사가 현금으로 제작비의 10% 이상을 투자하도록 규정함으로써, 실질적인 디지털 융합 프로젝트가 제작, 유통되도록 관리

7) 세제혜택

- 캐나다는 자국 시장에서 미국 등 해외 방송영상물을 견제하고, 자국 문화를 보호, 육성함과 동시에 해외 방송영상물의 제작 유치를 통한 제작 인프라의 강화를 중요한 정책 포인트로 하고 있음
- 그에 따라, 해외 제작 서비스 인건비의 20%를 기업 소득세 세제혜택으로 제공하는 PSTC를 운영하고 있으며, 소득세 공제 이후 금액을 기업에 돌려줌으로써 실질적인 제작비 경쟁력 강화 효과를 유발

181) 2013-14 performance Envelope Program Guidelines, p.17.

- 실질적인 제작인건비 지원 효과를 제공하는 캐나다의 세제혜택(Tax Return) 제도는 캐나다 국산물 제작 인건비에도 적용되어(CPTC), 지방 주정부의 세제혜택과 함께 2012-2013년 기간 캐나다 아동 청소년물 제작비의 33%를 충당하는 강력한 재정 지원으로 작용하고 있음

8) 창작 인프라 구축

- 캐나다의 지원기금제도는 캐나다 프로그램 방영 및 제작 활성화에 있어 방송국의 역할에 초점을 맞추고 있으며, 제작사 지원은 세제혜택을 통한 인건비 지원을 중심으로 이루어짐
- 그에 따라, 도전적이고 창의적인 프로그램의 개발을 위한 별도의 지원제도가 필요하 바, 이는 실험적 프로그램 지원(Experiential Stream)과 예술성과 창의성 중시하는 실험적인 작품을 제작하는 캐나다 국립영화 제작소 (NFBC)의 제작 스튜디오를 중심으로 창작 인프라를 구축
- 2012-2013년 기간 중 NFBC는 \$75.9백만(약 720억원)을 창의적, 실험적 영상물 제작 및 배급에 투입하였으며, 오리지널 영화 76편(애니메이션 24편)을 제작하고, 몬트리얼에 별도의 애니메이션 제작 스튜디오를 운영

1.2. 프랑스

1) 지원제도의 목적

- ‘프랑스 및 유럽의 영화, 방송, 멀티미디어용 영상물의 창작, 제작, 배급 활성화 및 창작물의 다양화’¹⁸²⁾를 목적으로 함
 - 방송부문은 CNC의 COSIP 프로그램을 통해 문화 보존과 다양화에 기여하는 픽션, 다큐멘터리, 애니메이션, 공연, 문화소개 프로그램, 뮤직비디오 등 6개 장르를 지원

¹⁸²⁾ Les missions du CNC conformément à l'ordonnance n° 2009-901 du 24 juillet 2009, CNC

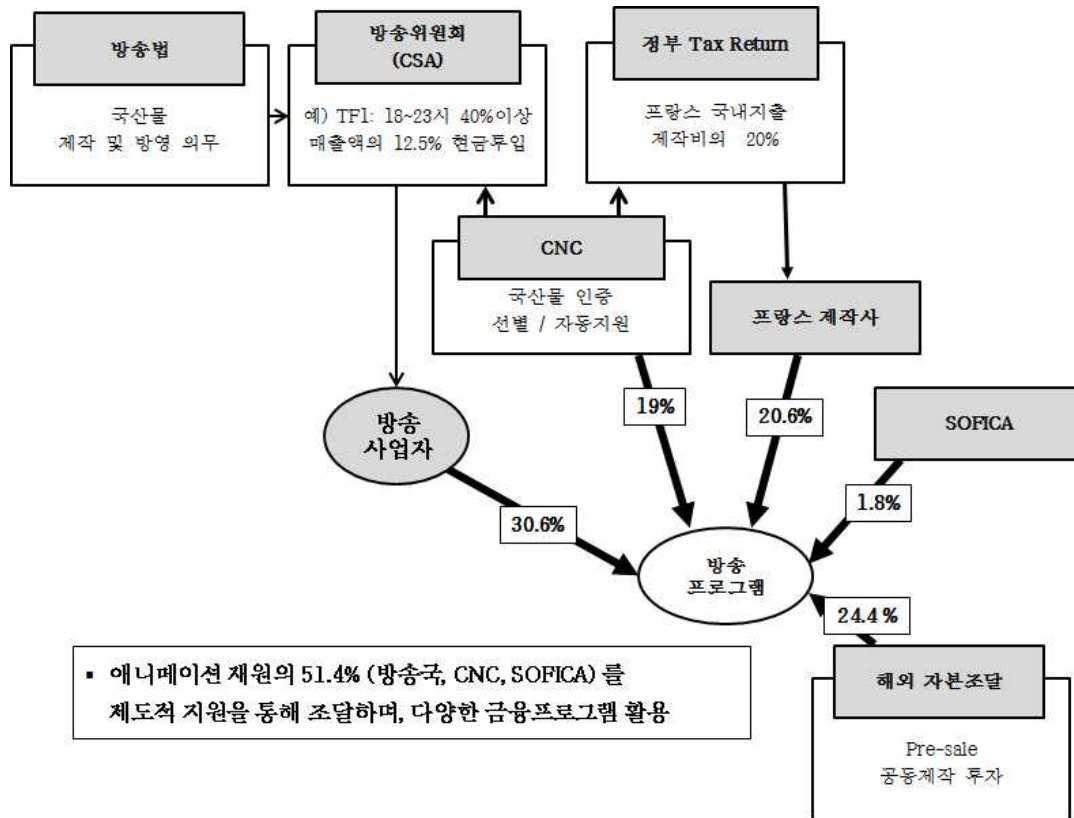
- 문화 창조와 교육, 문화 보존 및 확산을 위한 문화적 차원에서의 영상물 창작, 제작 및 배급에 초점을 맞추고 있으며¹⁸³⁾, 이를 위해 애니메이션을 별도 주요 장르로 지원하고 있음

2) 지원체계 및 재원조달

- 프랑스의 문화산업 지원은 세계적으로 유래를 찾아보기 어려운 강력하고 조직적인 문화부 산하의 공공기관인 국립영화센터(CNC)를 중심 축으로 이루어지고 있으며, 국산물 방영지원은 방송위원회(CSA)가 담당하고 있음
- CNC 기금의 재원은 영화티켓세, 방송사업자 부담금, 비디오 사업자 부담금을 재원으로 하여, 이를 하나의 기금에 넣고 배분하며, 캐나다와 달리 정부의 국고지원은 미미함
- CNC는 2013년 방송부분에 총 €285.4백만(약 3,560억원)을 지원했으며, CNC 의 애니메이션 지원은 €52.8백만(약 740억원)이었음
- 제작비 쿼터제 및 CNC 기금 지원, 다양한 금융지원제도로 인해 프랑스 애니메이션의 원활한 재원조달이 가능하며, 2013년 기준 선판매(Pre-sale)를 포함, 방송사로부터의 자금유입 30.6%, CNC 기금 19%, SOFICA를 통한 투자 1.8% 등을 통해 애니메이션 재원의 51.4%가 제도적으로 조달되고 있음

¹⁸³⁾ Les missions du CNC conformément à l'ordonnance n° 2009-901 du 24 juillet 2009, CNC

<그림 36. 프랑스 애니메이션 지원제도 및 재원조달 흐름도>



3) 유통지원 : 방송국 의무 부여

- 프랑스는 방송국에 국산 프로그램 방영쿼터 및 제작쿼터 제도를 통해 프랑스 및 유럽 영상물의 방영을 지원하고 있음
- 유럽산 및 프랑스 영상물 방영쿼터는 각 채널의 특성을 고려하여 CSA가 규정하며, 기본적으로 유럽산 영상물 60%, 프랑스적 영상물 40% 이상을 유효 시간대(지상파의 경우 오후 4~10시)에 방영하도록 의무화
- 또한, CSA는 방송사들로 하여금 전년도 방송사업 매출액의 일정 부분 (지상파의 경우 12.5%) 이상을 프로그램의 방영료, 공동제작, 마케팅비용 등에 투입하도록 규정하는 제작비 쿼터를 운영하여 프로그램 재원 조달에 기여

- 애니메이션을 위한 별도의 제작비 쿼터가 방송채널별로 적용되는데, 예를 들어, Canal +는 총매출액의 4.5%를 픽션, 다큐멘터리, 애니메이션에 할당할 의무가 있으며,
- 공영방송인 France Television은 애니메이션 제작자협회인 SPFA와 협약을 맺고 합의에 따라 극장용과 TV용 애니메이션에 대해 투자
- TF1과 M6의 경우에는 각각 매출액의 0.6%와 1%를 극장용 및 TV용 애니메이션 제작에 투입할 의무

4) 기금운영 주체

- CNC는 영화, 방송, 멀티미디어 영상물 전체를 관할하며, 이는 영화기금과 방송기금 CMF를 함께 관리하는 캐나다의 텔레필름 캐나다와 마찬가지로 모든 영상물 장르 지원기금을 한 기관이 관리하고 있음

5) 기금 자동지원

- 2013년 전체 CNC 기금 지원의 50.1%, 방송부문 기금 지원인 COSIP 프로그램의 71.45%를 차지하는 제작자동지원은 프랑스 제작사가 제작한 작품의 매출수익에 따라 자동적으로 제작사의 CNC 자동지원계좌에 차기 작품 제작비 지원금이 입금되는 제도임
- 이는 영화, 방송, 비디오 사업자의 매출수익을 재원으로 하는 CNC 기금이 다시 작품 제작비로 재투입되는 자금 순환구조를 의미하며, 방송사가 프로그램 방영을 통해 창출하는 광고수익이 CNC를 거쳐 다시 작품제작에 투입되는 것을 의미

6) 인력 양성

- 애니메이션 작가 양성기관인 폴리마주와 학위과정을 통해 애니메이션 작가를 양성하는 라부드리에, 애니메이션 저변 확대를 위한 작품 제작과 학교 교육을 시행하는 AAA 등이 애니메이션 창작인력 양성역할을 수행

1.3. 중국

1) 지원제도의 목적 및 대상

- 중국은 ‘생명력과 활력을 지닌 신흥산업으로, 1)국민 정신문화 창달, 2) 선진문화 전파, 3)여가생활의 다양화, 4)청소년의 건전한 정서 함양, 5) 산업구조의 선진화, 6)경제성장 및 일자리 확대에 중요한 산업으로 동만 산업에 대한 적극적인 지원정책을 시행¹⁸⁴⁾
- 즉, 중국정부는 동만산업 지원을 ‘문화복지’와 ‘신경제 성장’이라는 2가지 차원에서 시행
- 중국정부는 동만산업을 만화, 애니메이션, 캐릭터, 모바일, 게임 전체를 포함하는 개념으로 인식하고 지원하며, 이는 애니메이션의 원천소재 및 파생상품 산업 전체를 포괄한다는 점에서 융합산업으로서의 애니메이션에 대한 효과적인 정책의 원동력이 됨

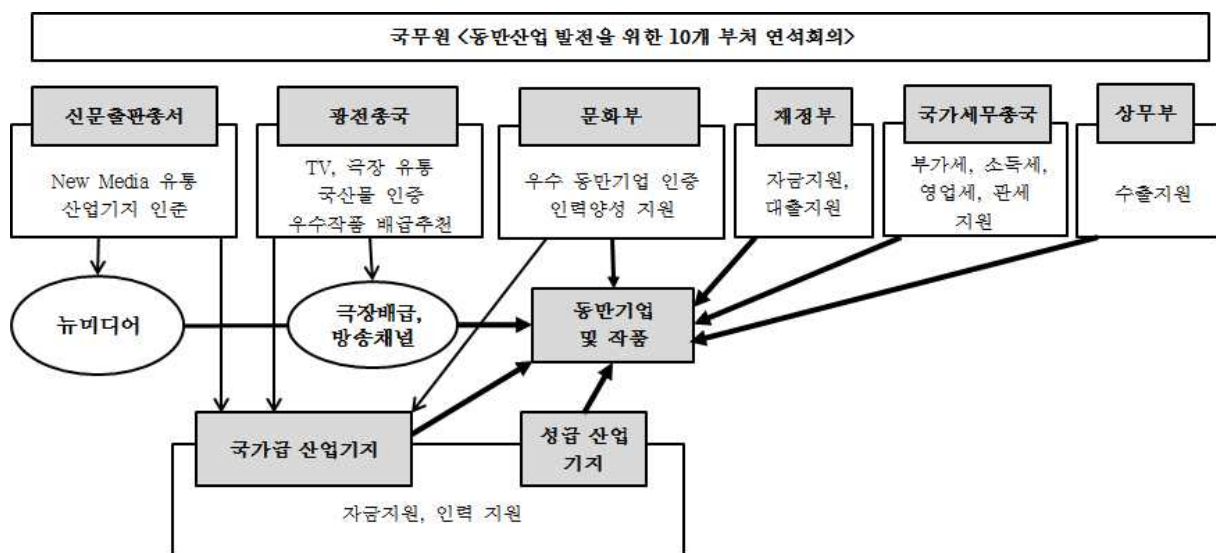
2) 지원체계 및 역할 분담

- 융합산업으로서의 동만산업에 대한 중국정부의 인식은 세계에서 가장 포괄적이고 체계적인 범부처 애니메이션 산업 지원체계를 구축하였음
- 2006년 설치된 국무원 산하 <동만산업 발전을 지원하는 10개부처 연석회의>는 관련 정부부처를 모두 포함하는 정책기구로 정부부처 간 협조와 효과적인 정책공조가 가능하게 함
- 중국의 동만산업 지원은 1)유통체계 확립, 2)재원조달, 3)기업지원 및 작품 경쟁력 강화의 3가지 축을 중심으로 하고 있으며, 유통은广电总局, 재원조달은 문화부와 재정부, 기업지원 및 작품 경쟁력 강화는 문화부와 국가세무총국이 주로 관여

184) 12.5기간 국가동만산업발전계획

- 또한, 중앙부처(문화부, 광전총국, 신문출판총서)가 인준하는 국가급 산업기지. 지방정부가 지원하는 성급 산업기지를 통해 제작 인프라 및 재정 지원이 이루어짐(생산설비, 인력지원 및 장려금)
- 인터넷, 모바일의 뉴미디어 디지털 애니메이션, 게임 부문의 지원은 신문출판총서 및 신지식산업부가 주체적으로 정책을 시행

〈그림 37. 중국 동만산업 지원체계 및 지원제도〉



3) 유통지원

- 광전총국의 주도로 세계에서 가장 강력한 국산 애니메이션 방영정책을 시행하고, CCTV 및 5대 애니메이션 위성전문채널, 성급 전문채널을 통해 국산 애니메이션 유통 체계를 확립하여 막대한 방송 수요를 창출
- 국산물 인증은 광전총국이 담당하며, 객관적인 포인트 시스템이 아니라 ‘중국특색, 중국 이야기, 중국 이미지, 중국 스타일, 중국 정신’을 표현해야 한다고 규정, 주관적인 국산물 판정이 이루어짐

4) 재정지원

- 2010-2005년 12.5 계획의 정책 포인트 중 하나로 금융기관과 연계한 투융자 정책 및 산업기지를 중심으로 하는 제작비 지원제도를 운영
- 지방정부는 산업기지를 통해 투융자 및 장려금 지원제도를 시행
 - 예를 들어 천진시 빈하이신구는 매년 5,000만 위안의 동만산업 발전기금을 조성하여 작품에 투자하며, 그중 6%를 우수 작품 장려금으로 지원¹⁸⁵⁾

- ▶ 항주는 3D, 2D를 구분하지 않고 분당 1000위안의 보조금 제공
- ▶ 난징은 3D애니메이션에 분당 3000위안, 2D 애니메이션에 분당 2000원의 장려금을 지급 (편당 지급액은 200만 위안으로 제한)
- ▶ 정주시는 3D는 4000위안, 2D는 2000위안의 장려금을 지급 (최고 한도는 500만 위안)
- ▶ 스자좡시 정부는 3D는 5000위안, 2D는 2000위안의 장려금 제공

- 2008년 이후 중앙정부 주도로 대규모 문화산업 펀드를 조성하여 주권 투자방식으로 다양한 작품에 투자
 - 예를 들어 2011년 북경에 설립된 중국문화산업펀드는 재정부(财政部), 중은국제공고유한공사(中银国际控股有限公司), 중국국제TV총공사(中国国际电视总公司), 심천국제문화산업박람회유한공사(深圳国际文化产业博览交易会有限公司)가 공동으로 발기 설립한 200억 위안 (3조 3,400억원) 규모에 달하는 대형펀드임¹⁸⁶⁾

5) 세제혜택

- 재정부와 국가세무총국 주도로 ‘인증동만기업’에 대해 부가가치세 인하(17%) 및 환급(3%), 법인소득세/ 영업세 인하, 수입관세 면세 제도를 시행

185) 한국문화콘텐츠기술학회, 중국 애니메이션산업 시장현황 및 진출방안 연구, 2011, p.183.

186) 한국문화콘텐츠기술학회, 중국 애니메이션산업 시장현황 및 진출방안 연구, 2011, p.206.

6) 지원제도의 초점

- 중국의 동만산업 지원제도의 초점을 국산 애니메이션 유통체계 확립에서 수익성 제고를 통한 우수기업 양성 및 작품 경쟁력 강화로 이동
- 2009년부터 시행된 ‘동만기업 인증관리’ 제도가 중요한 역할을 하며, 이들 우수 동만기업을 대상으로 금융, 재정, 세제 등 각종 지원제도를 집중함으로써 산업 내실화, 작품 경쟁력 강화, 파생산업의 동반 발전을 도모하고 있음

2. 한국의 지원제도와 비교

2.1. 비교분석의 의의

- 캐나다와 프랑스는 애니메이션 생산량에서 한국과 유사한 산업규모를 가지고 있는 한국의 주요 공동제작 국가임
 - 캐나다(2013) 324시간, 프랑스(2013) 326시간, 한국 약 380시간¹⁸⁷⁾
- 캐나다와 프랑스는 모두 애니메이션 해외공동제작이 활성화되어있고, 산업규모 및 평균 제작비도 비슷한 수준임, 양국 모두 적극적인 국산 방송영상산업 지원정책을 시행하는 국가임,
- 또한, 캐나다와 프랑스는 국산물 방영쿼터, 자동지원제도 운영, 재정지원 중심의 지원제도 등 유사한 지원정책을 시행하고 있는 바, 이들 국가들의 지원제도와 한국의 지원제도를 비교할 필요 있음
- 또한 중국은 한국과 마찬가지로 해외 애니메이션의 하청기지로 출발하였으며, 2000년대 초반 한국보다 규모가 작았던 창작 애니메이션 산업이

187) 국내 애니메이션 편성현황 실태 조사 자료, 2014. 10. 7. 2014년 상반기 신규애니메이션 방송시간은 11,313분 (188.5시간) 으로 연간 생산량은 이를 2배로 추산하였음

정부의 강력한 지원제도에 따라 양적으로는 세계 최대의 창작 애니메이션 생산국으로 급성장한 국가로, 한국과 유사하게 신경제 성장동력으로서 애니메이션 산업을 중시한다는 측면에서 한국의 지원제도에 시사하는 바가 크다고 할 것임

2.2. 캐나다, 프랑스, 중국과 한국의 지원제도 비교분석

1) 지원 대상

□ 캐나다, 프랑스, 중국

- 캐나다와 프랑스는 양국 모두 공공지원을 필요로 하는 국산 프로그램 장르 전체를 지원하고 있으며, 캐나다는 4개 장르 중 아동청소년용 프로그램을, 프랑스는 6개 지원 장르 중 하나로 애니메이션을 지원
- 캐나다와 프랑스의 애니메이션에 대한 지원 비중은 영상물 산업에서의 위상에 비해 상대적으로 높아, 공공지원의 대상으로서 애니메이션을 중시하고 있음
 - 캐나다 CMF는 전체 지원액의 9.5%¹⁸⁸⁾를 애니메이션에, 프랑스 CNC는 전체 방송프로그램 지원액(COSIP)의 16.6%¹⁸⁹⁾를 애니메이션에 지원
- 중국은 애니메이션 산업이 아니라 만화, 게임, 애니메이션, 파생상품 산업을 포괄적으로 동만산업으로 간주하고 정책을 수행함으로써, 영상물 장르가 아닌 융합산업으로 애니메이션 산업을 바라보고 있음
- 중국 정부는 국민의 문화적 요구에 부응, 선진문화 전파, 국민 여가의 다양화, 청소년 정서 함양, 산업구조의 선진화, 신경제 성장동력¹⁹⁰⁾ 등

188) 아동청소년 프로그램 지원비중 19%의 1/2 로 추정 (Canada Media Fund Annual Report 2012-2013)

189) 2013년 CNC의 방송프로그램 지원금 €285.4백만 중 방송용 애니메이션에 지원된 €47.422백만의 비중

190) 중국문화부, 12.5기간 국가동만산업발전계획, 2011. 10.

문화복지 차원과 산업 선진화라는 관점에서 동만산업을 중시하고 적극적인 지원정책을 시행하였음

□ 한국

- 캐나다, 프랑스와 마찬가지로 애니메이션을 영상물 장르로 간주하여 문화체육관광부 중심으로 지원정책을 수립, 집행하며, 국고를 통해 애니메이션의 개발, 제작, 유통을 지원
 - 국산물 총량제는 애니메이션만을 위해서 만들어진 방영지원제도로 특기할 만함

2) 지원 체계

□ 캐나다, 프랑스, 중국

- 캐나다는 문화부(Department of Canadian Heritage)를 중심으로, 영화 및 방송영상물 산업의 재정지원을 총괄하는 문화부 관할 공사 법인인 텔레필름 캐나다가 애니메이션 지원을 주관함. 국산 애니메이션 방영의무는 캐나다 라디오 텔레비전 통신위원회(CRTC), 새로운 실험적 작품 개발을 통한 창작 기반 강화는 캐나다 국립영화제작소(NFBC)의 애니메이션 스튜디오가 담당
- 프랑스는 영화 및 방송, 멀티미디어 영상물 지원을 총괄하는 문화부 산하 공사조직인 국립영화센터(CNC)를 중심으로 지원제도를 운영하고 있으며, 국산 애니메이션의 방영 및 제작쿼터제도는 방송위원회(CSA)가 주관하고, 폴리마쥬, 라뿌드리에 등이 창작 기반 강화를 위한 작가 양성 및 애니메이션 교육을 수행하고 있음
- 중국의 경우, 문화부, 광전총국, 신문출판총서가 애니메이션 산업을 담당하는 핵심 부처이나, 중국 애니메이션 지원정책의 가장 중요한 특징 중

하나는 국무원 산하에 <애니메이션 산업 지원을 위한 관련부처 협의체>에서 산업 정책을 협의하고 담당 관련부처가 정책을 실행하는 부처간 유기적 협력구조를 구축하고 있다는 것임

- 중국의 애니메이션 지원정책은 광전총국과 상무부, 문화부와 재정부 공동으로 공표되는 등, 부처간 협력 및 역할 분담을 통해 효과적인 정책 수립 및 집행이 이루어짐

- 또한, 중국은 지방정부가 애니메이션 산업에 대한 재정적 지원에 있어서 중요한 역할을 하고 있으며, 광전총국은 유통 시스템을 제공하고, 문화부 및 중앙 부처는 지원 제도를 도입함. 지방정부는 산업 기지를 통해 직접적인 작품제작과 기업 활동을 지원하는 역할분담이 효과적으로 이루어지고 있음

□ 한국

- 문화체육관광부와 산하 기관인 한국콘텐츠진흥원을 중심으로 애니메이션, 만화, 캐릭터 산업을 지원하며, 극장용 영화의 지원은 영화진흥위원회가 주관
- 방송사의 국산 애니메이션 방영정책은 방송통신을 관할하는 방송통신위원회가 주관하며, 뉴미디어 영역을 관할하는 미래창조과학부와 협조체계 구축 중

3) 애니메이션 지원 예산 및 재원

□ 캐나다, 프랑스, 중국

- 캐나다와 프랑스는 모두 재정적 지원(financial contribution)을 방송영상물 산업 지원의 중요한 정책수단으로 사용하고 있고, 방송사업자들의 부담금으로 조성된 방송기금이 주요 재원임

- 2013년 기준 캐나다는 애니메이션에 \$30.5백만(약 300억원), 프랑스는 €52.8백만(약 740억원)을 지원

- 캐나다는 프랑스와 달리 문화부의 국고지원이 CMF 재원의 상당한 비중 (39.6%, 2012~2013 기간)을 차지하고 있다는 점에서 차이를 보임
- 중국은 국가급, 성급 산업기지를 통한 장려금, 지원금, 투융자 지원, 임대료 지원, 설비 및 인건비 지원 등 다양한 재정지원 및 투자지원 제도를 운영
 - 지방정부가 재정 지원에 있어서 중요한 역할을 하고 있으며, 중앙정부 차원에서는 재정부 주도로 금융기관과 연계하여 대규모 문화산업펀드를 조성하여 작품에 투자

□ 한국

- 방송통신발전기금의 2014년 애니메이션 제작 지원은 44억원¹⁹¹⁾, 문화부 국고의 애니메이션 지원은 2015년 예산 기준 95억원으로, 총 지원금액은 연간 140억원 수준
- 캐나다, 프랑스와 달리 문화체육관광부의 국고지원을 중심으로 재정지원이 이루어지고 있으며, 기업에 대한 지원보다는 작품에 대한 선별 지원이 주를 이루고 있음
 - 문화부 문화계정을 통해 투자조합이 결성되어 있으나, 시장실패가 발생하는 애니메이션에 대한 자조합의 투자는 부족한 상황

191) EBS 애니메이션 제작지원 24억원, 방송콘텐츠 제작지원 180억원 중 애니메이션 20억원 (애니메이션활성화 지원 방안 회의자료, 2014. 10. 73. KISDI)

4) 방송통신발전기금의 프로그램 지원

□ 캐나다와 프랑스

- 캐나다와 프랑스의 경우, 방송통신사업자 부담금으로 조성된 방송통신기금 대부분(65% 이상)이 콘텐츠의 개발, 제작, 유통에 지원되고 있음
 - 2012-2013 기간 캐나다 Canada Media Fund는 방송통신사업자 부담금과 문화부 국고를 통해 \$363.7백만(약 3,440억 원)을 조성, \$386.5백만(약 3,660억 원)을 지출하였는데, 지출의 96%인 \$371.8백만(약 3,520억 원)을 방송 및 멀티미디어 콘텐츠의 개발, 제작, 유통을 위한 프로그램 지원에 사용
 - 한국의 영화진흥기금과 방송통신발전기금을 합친 성격인 프랑스의 CNC는 2013년 기준으로 총 €784.47백만(약 1조 700억 원)을 조성하여 그중 4%를 CNC 운영비로 지출하고, 나머지 96%는 영화, 방송, 디지털, 융합 콘텐츠의 개발, 제작, 마케팅, 배급에 지원

□ 한국의 방송통신발전기금¹⁹²⁾

- 캐나다와 프랑스와 같은 성격의 방송사업자 부담금으로 조성된 방송통신발전기금이 있으나, 방송프로그램 콘텐츠 개발, 제작, 유통에 사용되는 비중은 매우 미미하여, 기금이 방송콘텐츠 산업 지원기능을 수행하고 있다고 보기 어려움
- 방송통신발전기금의 운용·관리 주체는 미래창조과학부와 방송통신위원회이며, 방송통신발전기금 수입은 방송통신위원회가 지상파 방송사업자, 종합편성·보도전문 방송채널 사업자로부터 징수한 분담금과 미래창조과학부가 종합 유선방송사업자 및 상품 소개와 판매에 관한 전문편성 방송채널 사용사업자로부터 징수한 분담금 및 주파수 할당대가 등으로 조성

192) 국회미래창조과학방송통신위원회, 2014년 미래창조과학방송통신위원회 소관 기금운용계획안 예비심사보고서, 2013. 12.

- 2015년 계획 기준 방송통신발전기금의 총 수입은 자체수입 외에 정부내부수입 및 여유자금 회수로 구성된 1조 1,481억원이며, 미래창조과학부 사업비로 6,196억 7,200만원, 방송통신위원회 사업비로 1,636억 3,300만원을 지출할 계획

<표 75. 2015년도 방송통신발전기금 지출계획안 편성내역>¹⁹³⁾

(단위 : 백만원, %)

구 분		' 14년계획 (A)	' 15년 계획안(B)	증감 (B-A)	%
지출 합계		1,159,497	1,148,186	69,644	6.5
기금운영비		4,492	3,278	△1,214	△27.0
사업비	소 계	667,312	783,305	115,993	17.4
	- 콘텐츠방송산업육성	147,521	166,233	18,712	12.7
	- 정보통신방송국제협력	33,192	17,784	△15,408	△46.4
	- 디지털방송전환기반구축	1,009	1,959	950	94.2
	- 정보통신방송기반조성	3,354	3,278	△76	△2.3
	- 이용자보호 및 공정경쟁	1,500	1,633	133	8.9
	- 정보통신방송연구지원(R&D)	296,152	338,153	42,001	14.2
	- 정보통신방송기반조성(통신)	39,127	59,849	19,116	46.9
	- 정보통신방송산업진흥	-	30,783	30,783	순증
	- 행복한방송통신환경조성(KCC)	142,851	159,005	16,154	11.3
	- 공정하고안전한방송통신환경조성(KCC)	2,606	4,628	2,022	77.6
정부내부 지출	소 계	240,000	180,000	△60,000	△25.0
	공공자금관리기금예탁	240,000	180,000	△60,000	△25.0
여유자금 운용	소 계	247,693	181,603	△66,090	△26.7
	통화금융기관예치	157,734	42,975	△114,759	△72.8
	비통화금융기관예치	89,959	138,628	48,669	54.1

- 2014년 방송통신발전기금 운용계획을 기준으로 볼 때, 5,890억원의 사업비¹⁹⁴⁾ 중에서 방송프로그램 제작에 지원되는 기금은 미래창조과학부의

193) 국회미래창조과학방송통신위원회, 2015년도 미래창조과학방송통신위원회 소관 기금운용계획안 예비심사보고서, 2014. 11. p.8.

<방송프로그램 제작지원 사업비> 173.4억원과¹⁹⁵⁾ 방송통신위원회의 사업비 232억원¹⁹⁶⁾을 합친 405.4억원으로, 방송통신발전기금 지출 중 방송프로그램 제작에 지원되는 비중은 전체 사업비의 6.9% 수준으로 95% 이상을 프로그램 지원(Program Commitment)에 사용하는 캐나다, 프랑스와 현격한 차이를 보임

- 2014년 방송통신발전기금의 프로그램 제작지원 중에서 애니메이션 제작 지원에 사용된 기금은 44억원으로 프로그램 제작지원 예산 405.4억원의 10.85% 수준임
- 기금의 프로그램 제작지원 중 애니메이션이 차지하는 비중은 캐나다의 9.5%¹⁹⁷⁾, 프랑스의 16.6%¹⁹⁸⁾와 견줄만한 수준이나, 전체 기금 사업비에서 차지하는 비중을 비교한다면 방송통신발전기금 사업비 5,890억원의 0.74%가 애니메이션에 지원되고 있음

5) 캐나다와 프랑스의 주요 기금 프로그램

- 캐나다 CMF 지원의 76%를 차지하는 방영실적 기금 배정(Performance Envelope), 프랑스 CNC 방송부분 지원(COSIP)의 71.45%를 차지하는 자동제작지원제도가 양국 재정지원의 핵심 프로그램임

194) 국회미래창조과학방송통신위원회, 2014년도 미래창조과학방송통신위원회 소관 기금운용계획안 예비심사보고서, 2013. 12, p.17.

195) 국회미래창조과학방송통신위원회, 2014년도 미래창조과학방송통신위원회 소관 기금운용계획안 예비심사보고서, 2013. 12, p.107.

196) EBS의 유아용, 어린이, 청소년, 다문화가족 프로그램 제작지원 212억원, 지역성, 다양성 프로그램 제작지원 20억원 (방송통신위원회, 2014년 예산 및 기금운용계획 개요, 2014.1., P.9.)

197) CMF 기금중 아동청소년 지원 비중은 2012-2013년 기간중 19%로 애니메이션은 그 1/2로 추산 (Canada Media Fund Annual Report 2012-2013)

198) 2013년 CNC 기금의 방송프로그램 지원금 €285.4백만 중 방송용 애니메이션에 지원된 €47.422백만의 비중 (극장용 애니메이션 지원 제외)

- 캐나다와 프랑스 양국이 서로 유사한 지원제도를 시행하고 있으나, 캐나다 지원제도의 초점은 ‘방송국의 역할 강화를 통한 국산물 노출 활성화를 위한 방영료 지원’에, 프랑스 지원제도의 초점은 ‘작품 제작 활성화를 위한 제작사 제작비 조달 지원’에 있다는 점에서 차이가 있음
- 캐나다는 제작비 지원을 위해서 연방, 지방정부의 세제혜택을 주요 정책수단으로 함께 활용하며, 캐나다 문화부의 국고가 기금의 36.9% (2012-2013 기간) 를 차지했지만, 국고 지원이 미미한 프랑스는 프로그램에 투입되는 제작비와 프로그램으로부터 창출하는 수익의 균형이 맞추어져야 기금 프로그램이 원활하게 운영될 수 있다는 한계가 있음
 - 그 결과, 프랑스는 상대적으로 해외자본 의존도와 제작사의 자체 투자 비중이 높으며, 방송사 수익의 감소에 따라 기금 재원의 위축 문제 대두

6) 애니메이션 재원조달¹⁹⁹⁾

□ 캐나다와 프랑스(2013년 기준)

- 공공재원 : 캐나다는 CMF 기금과 세제혜택(Tax Return)으로 50%, 프랑스는 CNC의 COSIP 기금을 통해 19%를 조달
- 방송사 : 캐나다는 방송사로부터 21%, 프랑스는 27.2%를 조달
- 제작사 : 캐나다 애니메이션 제작사의 투자는 없으며, 프랑스는 제작사가 20.6%를 투자하며, 신용보증회사 IFCIC를 통한 금융기관 대출 활용
- 해외자본 : 캐나다는 11%, 프랑스는 24%를 해외를 통해 조달
- 일반 투자자 : 캐나다는 민간 영역(private sector)에서 7%, 프랑스는 SOFICA 투자를 통해 1.8%, 기타 재원에서 3.6%를 조달
- 방송사의 구매의무를 제도적으로 규정하고 있으므로, 방송국으로부터의 재원을 포함하면 제도에 의한 구조적 자본조달 비중이 캐나다는 71%, 프랑스는 46%에 달함

199) 캐나다는 아동청소년 프로그램 재원조달 구조 기준

□ 한국 (2010-2012년 평균²⁰⁰⁾)

- 해외자본 조달이 35%로 가장 큰 비중을 차지하며, 제작사 자체 투자가 30%로 두 번째로 높은 비중이며, 민간 투자는 18%
- 공공기관 지원은 7%, 방송사업자로 부터의 재원조달은 10%에 불과하여, 경쟁국에 비해 해외자본 의존도 및 자체 재원조달 부담이 크며, 수익성이 열악한 애니메이션 기업의 제작비 재원 조달이 문제로 대두

7) 세제혜택

- 캐나다는 제작에 투입된 인건비의 25%(CPTC), 추가적으로 지역 내에서 지출된 인건비의 35%(온타리오주)를 당해년도 소득세 공제후 제작사에 반환하여 실질적인 작품 제작비를 지원하며, 이는 캐나다 아동 청소년 프로그램 제작비 재원의 33%에 달함
- 프랑스는 TV 애니메이션 1분당 €1,300, 극장용의 경우 €400만을 최대 한도로 제작비의 20%를 세금에서 감면하며, 제작사의 소득세에 대한 세액공제 (Tax Credit)로 캐나다와 달리 프로젝트 재원조달에는 직접적으로 연관되지 않는 구조
- 중국은 우수 동만기업 인증관리제도에 따라 인증동만기업에 대해 부가가치세 3% 초과분을 즉시 환급하며, 수출입 부가가치세 면제, 영업세 및 소득세율 인하 혜택을 제공

8) 국산물 인증제도

□ 캐나다, 프랑스, 중국

200) 2010-2012년 기준 (2014-2018 애니메이션산업 중장기발전정책 방안수립연구, 2014, 애니메이션 제작자협회)

- 캐나다와 프랑스는 모두 국산물 포인트 시스템을 통해 국산물을 인증하여, 국산물 방영 쿼터, 세제혜택 및 기금지원의 자격을 제공하고 있음
- 캐나다는 ‘핵심 창작 인력(Key Creative) 참여’에 대한 포인트 시스템 10점 만점 중 6점 이상을 취득하면 국산물로 인정하며 (협정체결 공동제작국과의 공동 제작시 5점) 문화부 시청각인증실(CAVCO)가 발급
- 프랑스는 유럽작품 포인트(European Scale) 21점 중 14점 이상을 취득한 애니메이션에 대해 국산물 자격을 부여하며, CNC 국산물 인증위원회가 주관
- 중국은 ‘중국의 특색, 중국 이야기, 중국 이미지, 중국 스타일, 중국의 기개, 중국의 정신’을 표현한 해외공동제작 애니메이션에 대해 광전총국의 심사를 거쳐 국산 애니메이션으로 인증하며, 국산 애니메이션과 동등한 정책적 대우를 받도록 하였으나, 포인트 시스템이 아닌 광전총국의 자의적인 심사기준 적용으로 실제로는 해외공동제작 작품의 중국내 방영을 제한하는 규제 장치로 활용

□ 한국

- 방송통신위원회가 주관하여 한국 인력의 참여에 따라 국산 애니메이션 포인트 30점중 16점 이상인 작품에 대해 국산 애니메이션으로 판정하여, 국산물 방영 총량제의 적용대상이 되도록 하고 있음

9) 국산 애니메이션 방영지원

□ 캐나다, 프랑스, 중국

- 캐나다의 CRTC, 프랑스의 CSA가 주관하여 방송채널에 따라 애니메이션 (아동청소년) 방영 및 구매 의무를 부과하고 있으며, 유효시간대 방영

의무도 채널에 따라 부과됨

- 방송위원회의 규정과 별도로 프랑스 국영방송 France TV는 매년 애니메이션 제작자협회와 애니메이션 투자 및 방영쿼터를 합의

<캐나다의 애니메이션 채널 Teletoon의 경우>

- CRTC 규정에 의해 매출의 47%를 국산물 구매, 오후4-10시 60%를 국산물 방영, 연간 신규 국산물 700 에피소드 방영 의무
- CMF의 Performance Envelope을 배정하기 위해서는 작품에 현금 방영료 \$160,000 이상

<프랑스의 민영 지상파 채널 M6의 경우>

- CSA 규정에 의해 전년도 매출의 0.6%를 국산 애니메이션 구매 의무
- 오후 6-11시 국산물 42% 방영 의무
- 작품이 CNC 기금을 지원받기 위해서는 방송국의 선구매 또는 투자가 시간당 9,000 유로 이상 (2013년 평균 제작비 기준 제작비의 13.7%)

- 또한, 캐나다의 CMF와 프랑스 CNC 모두 기금 지원을 받기 위해서는 방송국의 방영료 최소 기준을 충족시킬 것을 요구하고 있어, 방송위원회의 규정과 더불어 국산물 방영과 제작 활성화를 위한 방송국의 역할을 강화하고 기금 지원에 따른 방송국의 불공정 무임승차 부작용을 방지
- 중국의 경우, 국산 애니메이션 방영 활성화는 애니메이션 산업 지원정책의 핵심 과제로, 중국은 광전총국 주도로 전국 방영 애니메이션 전문채널을 설립하고, 유효시간 대(17-21시) 해외 애니메이션 방영금지 및 국산 애니메이션 방영 의무 제도를 통해 강력한 국산 애니메이션 방영 시스템을 확고히 구축

□ 한국

- 2005년 지상파 방영시간의 1%를 국산 애니메이션 방영에 할당하는 국산물 방송총량제를 도입하였고, 이를 애니메이션 전문채널, 종합편성채널에 확대

- 채널 특성이 아니라 종편채널과 애니메이션 전문채널의 매출액에 따라 국산물 방영 의무비율을 차등 규정
- 방통위 시행령에 따라 심야시간대 방영을 제한하고 있으나, 유효시간대 방영의무 및 방영권 구매의무를 규정하는 제작/구매 쿼터는 없음
- 애니메이션만을 위한 방영의무 규정이라는 강력한 애니메이션 방영 지원정책을 시행하고 있으나, 유효시간대 노출이 이루어지지 않아 실질적인 효과는 미미

〈표 76. 캐나다, 프랑스, 한국의 애니메이션 산업 지원제도 비교〉

구분		캐나다	프랑스	한국
애니메이션 생산량	금액	\$220백만 (2,160억원)	€213백만 (2,978억원)	-
	시간(TV)	324시간	326시간	약 380시간
	평균 제작비/시간	\$630,000	€653,400	약 250백만원
방송 지원기금	기금	CMF (Telefilm Canada)	COSIP (CNC)	방송통신발전기금
	방송국 납부	방송 매출액의 5%	방송 매출액의 5.5%	방송매출액의 2.94~4.4%
	기금 사업비 지출	\$371.8백만 (3,520억원)	€285.4백만(3,836억원)	5,890억원 (2014 예산)
	주요 지원 대상	4개 장르 (아동청소년용 포함) Convergent 프로젝트	6개 장르 (애니메이션 포함) 방송 프로그램	-
	애니메이션 지원	\$30.5백만 (288억원)	€52.8백만 (710억원)	44억원 (2014) (※국고 95억원, '15)
애니메이션 재원조달 비중 (캐나다: 아동청소년)	공공기금	17%	19%	7% (공공기관 지원)
	방송사업자	21%	27%	10%
	Tax Return	33%	-	-
	배급사	10%	3%	-
	해외	11%	24%	35%
	기타	8% (민간투자 7%)	6% (SOFICA 1.8%)	18% (민간투자)
	제작사	-	21%	30%
세제혜택	비율	국내인건비 25% + Local (인건비 35%)	프랑스 제작비 20%	없음
	방법	기업소득세 공제후 제작사에 Return	기업소득세 Credit	
국산물 쿼터	주관기관	CRTC (방송위원회)	CSA (방송위원회)	방송통신위원회
	방영 쿼터	방송국별 아동청소년용 쿼터	국산물 쿼터 유럽 60% (프랑스 40%)	국산 애니메이션 총량제 1%
	제작/구매 쿼터	방송국별 아동청소년용 쿼터	애니메이션 쿼터 제작자협회와 합의	없음
	방영유효시간	오후 4-10시 방송국에 따라 적용	오후 6~11시 지상파 모두 적용	심야시간대 편성제한
	인증기관	문화부 (CAVCO)	CNC (인증위원회)	방송통신위원회
	국산물 포인트	6점 /10점	14점 /21점	16점 /30점
	자국 지분	50% 이상	30% 이상	30% 이상
대표적 기금 지원 프로그램 (아동청소년 애니메이션 조건)	프로그램	방영실적 기금배정 (Performance Envelope)	제작 자동지원	-
	비중/금액	전체 CMF의 76% \$294백만 (2,912억원)	전체 COSIP의 71.45% €203.9백만 (2,850억원)	-
	지원방법	방영 실적에 따른 배정, 방송국 배정에 따른 제작사 지원	제작사 실적에 따른 기금 자동배정	-
	지원한도	방영료의 20% 제작비의 49%	제작비의 40%	-
	방영료 조건	현금, 제작비 25% 또는 시간당 \$160,000 이상	현금, 시간당 €9,000 이상	-
	지원성격	License Fee 무상 + 지분투자	무상 (차기 제작비 투자조건)	-
Digital 화 지원	프로그램	Convergent 지원 + 디지털콘텐츠 방송국 투자 의무	별도의 New Media Project 지원	-

〈표 77. 한국과 중국의 지원제도 비교〉

목적	제도, 정책	중국	한국
지원주체		국무원(10개 부처연석회의) 광전총국, 문화부, 신문출판총서	문화체육관광부 방송통신위원회
지원대상		동만기업 및 작품 (만화, 캐릭터, 게임 포함)	애니메이션 작품
유통시스템 구축	국산물 판정	국산물 판정제도 (비정량적 판정)	국산물 포인트 시스템
	국산물 방영 지원	peak time 의무방영	국산물 총량제 심야시간 제한
	해외 애니메이션 방영 규제	국산물 쿼터제 (70%) peak time 방영금지	국산물 쿼터제 (45%)
창작 기획개발 지원	파일럿 지원	N/A	프리 프로덕션 지원
	핵심기술 개발	N/A	기술지원사업 외
제작 지원	산업기지	국가급, 성급 산업기지	지역 진흥원 클러스터
	우수기업 지원	기업인증관리, 지원 방영추천제도	-
	우수 작품지원	방영추천 (광전총국) 방영격려금 (산업기지)	애니메이션 본편 제작지원
전문인력 양성	인력양성 지원	국가문화예술인재양성계획 연구비 지원 전문자격증 시험 인재양성 표준화	창의인재 동반사업 해외 석사과정 지원 콘텐츠 아카데미 운영
금융지원	투융자 지원	문화산권거래소 산업기지 추가지원	투자조합 출자 완성보증제도 공제조합 수출보증보험
	세제혜택	부가세, 기업소득세, 영업세 수입관세 환급 및 인하	없음
해외시장 진출지원	해외시장 진출 지원	해외마켓 참가지원 수출 장려금 (산업기지)	해외 마켓 참가지원 해외 공동제작 협약
	수출금융지원	수출신용보증 수출 장려금 (산업기지)	수출보증보험
창작의욕 교취	우수 작품, 인재시상	우수 작품, 제작인재 시상	콘텐츠 어워드 시상

3. 애니메이션 지원정책 방향

3.1. 애니메이션 지원정책의 과제

- 한국 애니메이션 산업 발전을 위해서는 한국 창작 애니메이션의 유통 환경 개선을 통한 ‘소비자 접점 확보’와 창작 애니메이션의 수익성 개선 및 투자자 활성화를 통한 ‘재원조달 구조개선’의 필요성이 제기되어 왔음

1) 유통환경의 개선

- 국산 애니메이션 총량제 시행 이후 방송사의 국산 애니메이션 편성은 양적으로는 증가하였으나 TV 애니메이션 편성시간대 문제로 인해 창작 애니메이션의 소비자 노출은 충분히 이루어지지 못함
- 이는 방송국이 시청률이 낮은 애니메이션 편성을 기피하기 때문이며, 애니메이션 방영 활성화를 위해 유효시간대(peak time) 편성을 의무화하고 있는 캐나다, 프랑스, 중국에 비해 열악한 유통환경임

2) 수익성의 개선

- 미디어 환경의 변화 및 지상파 TV 애니메이션 방영시간대의 문제, 낮은 시청률로 인해 TV 방영료는 삭감되고, 캐릭터 상품 등 파생사업 수익이 감소함에 따라 악화된 수익성의 개선이 시급한 상황
 - 캐나다와 프랑스는 방송국의 최소방영료 기준 및 유효시청시간 방영의무를 통해 방송국의 방영료 기여를 제도적으로 의무화
 - 방송시장이 미성숙한 중국의 경우에는 막대한 방송수요에 비해 방영료가 낮아 애니메이션의 수익성 문제 대두

3) 재원조달 구조의 개선

- 국내 시장의 낮은 수익성은 투자자로 하여금 투자를 기피하게 하며, 문화부의 문화계정 출자로 조성되는 투자조합들도 회수기간이 길고 수익성이 열악한 애니메이션에 대한 투자를 기피
- 한국 애니메이션의 가장 큰 재원은 해외자본과 제작사 자체 조달로 전체 재원의 65%를 차지. 경쟁국들에 비해 공공지원이 부족한 상황이며, 해외 자본의존이 심화됨에 따라 낮은 시청률과 수익성 악화로 이어지는 악순환 구조가 우려됨
- 한국과 마찬가지로 낮은 수익성 문제에 당면한 중국은 투융자 지원의 강화를 주요한 정책목표로 정하고 금융, 재정지원을 강화하고 있음
- 캐나다는 방송국의 최소 방영료 의무 및 CMF 기금 지원을 통해, 프랑스는 국산 프로그램 제작쿼터, CNC 기금의 제작사 제작비 자동지원, IFIC의 대출보증, SOFICA의 투자 등 제작비 재원조달 지원제도를 구축

3.2. 지원제도 및 정책 방향

3.2.1. 지원정책의 과제

- 유통환경, 수익성, 재원조달과 관련된 현안 문제 해결이 시급하며, 과거 ‘양적 성장과 창작기반 구축’이었던 지원 정책의 초점을 ‘산업구조 고도화를 통한 질적 성장’ 및 ‘수익성 개선을 통한 산업의 선순환구조 구축’으로 전환할 시점임
- 캐나다, 프랑스는 방송문화발전을 위한 제작과 방영 활성화를 지향하며, 이를 위한 구조적 제작비 선순환 구조(투입과 산출, 재투입)를 구축

- 문화 복지와 신경제 동력으로서의 산업성장이라는 2가지 정책 목표를 지향하는 중국은 질적 성장, 수익성 개선, 산업 선순환구조 구축을 12.5. 기간 계획의 핵심 정책목표로 삼고 있음

3.2.2. 지원제도 및 정책 제안

- 본 연구는 캐나다, 프랑스, 중국의 지원제도 및 정책 분석의 결과, 다음과 같은 애니메이션 지원제도 및 정책방향을 제시하고자 함

1) 재정 지원의 필요성

- 캐나다와 프랑스, 중국 3개국 모두 1)유통 활성화 지원, 2)세제혜택, 3) 재정 지원을 애니메이션 산업 지원의 3대 축으로 하고 있음
- 한국 애니메이션 산업의 창작 기반이 어느 정도 국제적 경쟁력을 갖춘 시점에서 캐나다, 프랑스에 비해 절대적으로 열악한 한국 애니메이션의 재원조달 구조를 볼 때, 또한 중국 지방정부에 의한 각종 지원금, 장려금 제도, 중국 정부가 도입하고 있는 대규모 문화산업 펀드 등을 고려한다면, 한국 애니메이션에 대한 재정적 지원이 절실한 상황임

2) 안정적 지원기금의 확보

- 효과적인 재정적 지원을 위해서는 제작에 활용할 수 있는 안정적 재원으로서 기금의 확보가 필요하며, 캐나다와 프랑스는 방송 및 영화발전기금을 통한 재정 지원을 핵심 정책수단으로 활용하고 있음
- 캐나다와 프랑스의 기금지원제도가 지향하는 바대로, 정부 부처의 정책에 따라 변하는 국고 지원보다는 기금을 통해 방송사와 제작사에게 ‘예측 가능한 재원조달 환경’을 제공하는 것은 산업의 안정적 성장에 기여할 것임

- 방송발전기금의 애니메이션 지원을 주요 내용으로 하는 애니메이션지원 특별법(안)이 의도하는 바대로, 방송발전기금의 일부를 확보하여 애니메이션 지원에 활용하는 것이 필요하며, 이는 캐나다, 프랑스의 핵심 지원 정책임
- 캐나다, 프랑스와 유사한 성격의 한국의 방송통신발전기금은 기금 지출의 95% 이상을 방송통신 콘텐츠의 기획, 개발, 제작, 유통에 지원하는 이들 경쟁국과 달리 방송 프로그램에 지원되는 비중이 미미하며,²⁰¹⁾ 방송 콘텐츠 제작에 투입되는 제작비를 다시 콘텐츠 제작에 투입하는 순환구조를 구축한다는 차원에서 콘텐츠 개발, 제작, 유통지원에 투입되는 기금의 비중을 대폭 높일 필요가 있음

3) 세제지원제도의 도입

- 캐나다, 프랑스, 중국은 물론 미국, 영국²⁰²⁾까지도 애니메이션 제작비에 대한 세제혜택을 제공하고 있는 바, 이에 대한 적극적인 검토가 필요함
- 이들 국가와의 공동제작을 고려할 때, 이들 세제지원제도는 한국의 공동제작 파트너들의 협상력을 더욱 강화시킬 것이며, 그에 따른 해외 공동제작의 수익성을 더욱 악화시키고 있음
- 지원제도를 채택하고 있는 거의 모든 국가들이 애니메이션 제작사가 투입하는 제작비에 대해 상당한 금액의 세제혜택을 제공한다는 것을 고려한다면 세제혜택 제도의 도입이 필요함

201) 2014년 방송통신발전기금 지출 계획상으로 전체 사업비의 6.9%가 프로그램 제작지원에 사용

202) 미국은 주정부 단위로 세제혜택을 제공하며, 영국은 2013년 새롭게 애니메이션 제작사에 대해 Tax Credit 도입

4) 국산 애니메이션 방영 의무규정의 개선

- 지상파, 종합편성채널, 애니메이션전문채널 등 플랫폼 별로 매출액에 따라 적용되는 국산 애니메이션 총량제를 채널 특성에 따라 애니메이션 타겟과 비 애니메이션 타겟 채널에 대해 차별적으로 방영의무를 규정할 필요가 있음
- 캐나다와 프랑스는 채널 성격에 따라 차별적으로 국산 애니메이션 방영 의무를 적용하고 있음. 애니메이션(또는 아동청소년, 가족) 시청자를 주요 타겟으로 하고 있는 채널에 대해서 총 방영시간, 유효방영시간 방영 의무, 제작비 쿼터를 도입한다면 방송사의 반발을 최소화하면서 실질적인 효과를 기대할 수 있을 것임

6) 방영실적 기금 배정 프로그램(Broadcaster Performance Envelope) 도입

- 창작 애니메이션 방영 활성화와 방영권료 현실화는 산업 발전을 위해 해결해야 할 과제이며, 이를 위해서는 방송사에 대한 의무 및 동기 부여가 함께 규정되어야 함
- 애니메이션 타겟을 주요 시청자로 하는 채널에 대해서는 유효시간대 방영의무, 투자와 방영료 지불 기준을 규정하는 제작쿼터의 적용이 가능할 것이며, 인센티브 제공을 통한 동기부여 효과도 애니메이션 시청자를 주요 타겟으로 하지 않는 채널에 비해 훨씬 클 것임
- 애니메이션 타겟 채널에 대해서는 ;
 - 캐나다와 같이 방송사의 전년도 실적(유효시간대, 시청률, 총 방영시간, 방영료 수준)을 평가하여, 방송사에게 추가 방영료 또는 공동투자에 사용할 수 있는 방영실적 기금배정(Performance Envelope)을 통해, 방송사로 하여금 우수 프로그램 확보 및 투자에 활용하도록 함

- 비 애니메이션 타겟 채널에 대해서는 ;
 - 방송사의 전년도 방영실적에 따라 기금을 배정하되, 유효시간대, 시청률, 방영시간, 방영료 등 평가 지수는 다르게 적용
 - 또한, 배정되는 기금의 활용에 대해 캐나다와 같이 다른 장르에 사용할 수 있는 자유이용기금(Flex Amount)를 70% 이상 반영함으로써 방송국에 동기 부여가 가능할 것임
- 방영실적 기금 배정(Performance Envelope)을 위한 실적 평가는 애니메이션 타겟 채널과 비애니메이션 타겟 채널, 지상파 채널 등 그룹별로 상대 평가하여 유사한 성격의 채널 간의 실적을 비교
- 기금 지원 프로그램의 최저 방송료 기준 적용
 - 캐나다와 프랑스의 방송사 최소 방영료 기준과 같이, 기금 배정의1 댓가로 방송사가 방영료를 삭감하는 등의 불공정 무임승차를 방지할 장치가 필요하며, 이를 위해 채널 성격별로 차등 적용되는 프로그램의 최소 방영료 기준 적용이 필요함

7) 소외 계층 프로그램의 제작비 쿼터제도 도입

- 소외되고 있는 장르, 소외 계층을 대상으로 하는 프로그램에 대한 방송사의 제작투자와 방영료 지불 의무를 규정하는 제작비 쿼터의 도입을 검토할 필요 있음
- 애니메이션에 대한 제작비 쿼터가 장르간 형평성의 이유로 사회적 합의 도출이 어렵다면, 다큐멘터리, 아동청소년용 프로그램, 기타 소외계층 프로그램을 포함하는 소외 계층 프로그램에 대한 제작비 쿼터 적용을 검토할 필요가 있음
 - 이는 전체 방송문화 복지 차원에서 방송발전기금의 공공 목적 실현에 부합하며, 전체 방송문화의 다양성과 발전에 기여할 것임

8) 기업 지원 프로그램 도입

- 애니메이션 산업의 질적 성장, 국제적 경쟁력 강화, 디지털 미디어로의 전환 등을 위해서는 애니메이션 제작사에 대한 지원제도의 필요성이 대두됨
- 캐나다, 프랑스, 중국 3개국 모두 제작사 지원의 중요성을 인식하고 정책을 시행하고 있으며, 기업에 대한 세제혜택이 대표적인 지원제도임
- 제작사의 제작비 투입 및 시장 실적에 따라 제작비 조달, 투융자 평가시 가산점을 제공하거나, 신규 프로젝트 기획 시 우대하는 제도를 도입할 필요가 있음
 - 신규 제작사나 작은 창작집단, 새로운 창작자 양성을 위해서는 신규 프로젝트 선별지원, 애니메이션 제작센터를 통한 창작자 양성 및 프로젝트 기획 개발 지원 프로그램과의 접목이 효과적일 것임

8) 기금 운영 주체에 대한 검토

- 캐나다의 텔레필름 캐나다, 프랑스 CNC는 영화, 방송, 뉴미디어 영상 콘텐츠에 대한 지원업무를 모두 함께 관할하고 있음, 장르 간, 미디어 간 경계가 사라지는 디지털 미디어 융합에 대응을 위해서는 이들과 같은 일원화된 지원체계가 효과적일 것임
- 애니메이션 지원을 위한 기금을 도입한다면, 문화부 국고예산과 방송사업자 부담금으로 CMF 기금을 조성하고, 기금의 운영을 텔레필름 캐나다의 CMFPA(CMF Program Administrator)가 담당하도록 한 캐나다 사례를 참고하여, 애니메이션 지원기금 관리를 일원화된 조직이 담당하도록 하는 것도 적극 검토할 필요가 있음

[참고문헌]

- 국회미래창조과학방송통신위원회, 2014년미래창조과학방송통신위원회 소관 기금운용계획안
예비심사보고서, 2013.12,
- 국회미래창조과학방송통신위원회, 2015년미래창조과학방송통신위원회 소관 기금운용계획안
예비심사보고서, 2014.11,
- 문화체육관광부, 모태펀드 문화계정 재원확충방안 연구, 2012
- 방송통신위원회, 2014년도 예산 및 기금운용계획개요, 2014. 1.
- 영화진흥위원회, 주한 프랑스대사관, 한불영상세미나 자료, 2001
- 정보통신산업진흥원, 정보통신방송해외정보 (CONEX)
- 정보통신정책연구원, 2013 국제 방송시장 조사, 2013. 12.
- 한국게임산업개발원, 캐나다의 문화산업정책, 2001
- 한국문화콘텐츠기술학회, 중국 애니메이션산업 시장현황 및 진출방안 연구, 2011
- 한국방송영상산업진흥원, 국제공동제작활성화를 위한 중국 미디어 시장과 정책 연구, 2008
- 한국애니메이션제작자협회, 2014-2018 애니메이션산업 중장기발전정책방안 수립연구, 2014
- 한국콘텐츠진흥원, 2013 애니메이션산업백서, 2013
- 한국콘텐츠진흥원, 국내 애니메이션 중국시장 진출 전략 연구, 2011
- 한국콘텐츠진흥원, 중국 콘텐츠산업 규제정책 종합보고서, 2011
- 한국콘텐츠진흥원, 중국 지방문화산업기지 현황보고서, 2010
- 한국콘텐츠진흥원 중국사무소, 중국콘텐츠산업동향 (2013. 10. 15.)
- 한국콘텐츠진흥원, (사)한국애니메이션제작자협회, 애니메이션 국제공동제작 활성화방안연구,
2009
- 한국콘텐츠진흥원, 애니메이션 재원조달 활성화방안 연구, 2010
- DMC Report, 2014 일상생활 속에서의 미디어 이용행태 변화, 2014. 8.

<캐나다 자료>

- Canada Media Fund Annual Report 2012-2013
- Canada Media Fund, 2014-15 Experimental Stream Guideline
- Canada Media Fund, Performance Envelope Manual, updated 2014. 3.
- Canada Media Fund, Recoupment policy - Experimental stream, 2013. 4.
- Canada Media Fund, Performance Envelope Guidelines 2013-2014, Nov. 2013

Canadian Media Production Association (CMPA), Profile 2013, Economic Report on the screen-based media production industry in Canada

Cassle Brook Laywers, <AN OVERVIEW OF CANADIAN TAX CREDITS FOR NON-INDIGENOUS FILM AND TELEVISION PRODUCTION>, 2012. 8.

National Film Board of Canada , Annual Report 2012-2013

Nordicity Group Ltd., The Case for Kids Programming – Children’ s and Youth Audio-Visual Production in Canada, 2009 ed.

Public Notice CRTC 1996-69, IV. Programming Contribution ([http://crtc.gc.ca/eng/archive/1996/PB96-69 .htm](http://crtc.gc.ca/eng/archive/1996/PB96-69.htm)),

The case for kids Programming, Canadian Film and Television production Association, 2009

Telefilm Canada, Canada Feature Film Fund (CFFF) Development Program Guidelines, 2014. 4. 17.

Telefilm Canada, Canada Feature Film Fund (CFFF) Production Program for French and English-language Productions 2013-2014, 2013. 5.

Telefilm Canada, International Coproduction Guidelines (2010. 11.29.)

National Film Board of Canada Homepage (<http://onf-nfb.gc.ca/en/home/>)

Ontario Media Development Corporation 홈페이지 (<http://www.omdc.on.ca/>)

<프랑스 자료>

CNC, Animation Incentive Guide 2013

CNC, Annual Report -Result 2013

CNC, Compte de soutien à l’ industrie des programmes audiovisuels (COSIP) – Plaquette de présentation détaillée, 2012

CNC, Les missions du CNC conformément à l’ ordonnance n° 2009-901 du 24 juillet 2009

CNC, March_de l’ animation en 2013 (<http://www.cnc.fr/web/fr>)

<http://www.cnc.fr/web/en/organisation-chart>

Commission du Telefilm France, The TRIP for animation, 2013.

CSA, Vast Array of Charges (([http://www.csa.fr/en/The-CSA/An-Independent- Authority-to-Protect-Audiovisual- Communication-Freedom/A-Vast-Array-of-Charges](http://www.csa.fr/en/The-CSA/An-Independent-Authority-to-Protect-Audiovisual-Communication-Freedom/A-Vast-Array-of-Charges))

CSA 홈페이지 <http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes>

La-diffusion-des-oeuvres/Les-obligations-de-diffusion-d-aeuvres- audiovisuelles)

<http://www.atelieraaa.org>

<http://www.poudriere.eu/en/>

<중국 자료>

<http://tv.cntv.cn/epg>

中国动漫产业发展报告 2014

중국국가세무총국 홈페이지

(<http://www.chinatax.gov.cn/n1586/n1593/n1737/n1741/c658145/content.html>)

http://blog.sina.com.cn/s/blog_59fd197a0100bua5.html

http://whj.dl.gov.cn/info/157829_159662.vm

<http://finance.people.com.cn/GB/1038/5204440.html>

<http://news.sohu.com/20070216/n248276666.shtml>

http://www.ddport.com/investment_tzhj01.html?type=1

http://www.financialnews.com.cn/llqy/201402/t20140217_49685.html

[참여 연구진]

연구 총괄	성숙희 (한국콘텐츠진흥원 수석연구원)
연구수행기관	한양대학교 에리카산학협력단
연구책임자	김영재 (한양대학교 문화콘텐츠학과 교수)
공동연구원	남한길 (한국교육방송공사 프로듀서)
연구보조원	윤혜영 (한양대학교 대학원 박사과정)
연구보조원	마 초 (한양대학교 대학원 석사과정)
연구보조원	최창은 (한양대학교 학사과정)

kocca14-27

해외 애니메이션 지원제도 사례 연구

발행인: 홍상표

발행일: 2014.12.22

발행처: 한국콘텐츠진흥원

발행담당자: 성숙희

전라남도 나주시 교육길 35

tel: 061-900-6213

fax: 061-900-6025

e-mail: sukhees@kocca.kr

ISBN:978-89-6514-387-1 (93600)

비매품