

영상콘텐츠 산업 세제지원 제도 비교 연구: 미국, 영국, 프랑스, 헝가리 사례를 중심으로

유지윤 · 김창욱 · 이상규

[국문초록]

본 연구는 영상콘텐츠 분야에 대한 세제지원 제도를 적극적으로 시행하고 있는 대표적인 나라들인 미국, 영국, 프랑스, 헝가리 등 4개국의 사례를 비교 분석해 정책적 시사점을 도출하고자 한다. 이에 따라 본 연구는 위 국가들의 세제지원 제도를 체계적으로 분석하기 위해서 다음의 일곱 가지 비교분석틀을 제시하였다. 1) 세제지원 제도의 도입 시기, 2) 세제지원 제도 도입의 정책적 배경, 3) 세제지원 제도의 구체적 목표, 4) 세제지원의 대상과 범위, 5) 세제지원의 구체적인 방법과 규모, 6) 세제지원과 관련된 주요 기준과 절차, 7) 해외 기업 또는 개인 투자자에게 주는 세제혜택 유무. 이상의 비교 분석틀을 통해 본 연구는 이들 해외 주요국의 세제지원 정책은 영상콘텐츠 산업의 제작 과정 및 산업적 특수성을 고려해 유연하고 다양한 방식으로 그 방법과 대상을 설정하고 있다는 점을 확인하였다. 보다 구체적으로는 1) 환급 가능한 세액공제 또는 현금 환급 제도의 적극적 활용, 2) 높은 세액 공제 비율, 3) 현지 로케이션에 대한 세제지원 인센티브 제도의 활성화, 4) 국제 공동제작에 참여하는 해외제작사들에 대한 세제 혜택, 5) 투자자 세제지원제도의 존재 등의 특징들이 발견되었다. 이상의 분석을 통해서 본 연구는 이들 국가들에서 세제지원 정책이 자국의 영상 콘텐츠를 보호하고, 문화적 정체성을 지키며, 더 나아가 적극적인 국제교류 및 로케이션을 유치함으로써 경제적 파급효과를 얻을 수 있는 정책적 수단으로 활용되고 있음을 제시하였다.

[주제어] 영상콘텐츠산업, 세제지원, 조세정책, SOFICA, Film Tax Relief

*본 논고는 한국문화관광연구원에서 발간한 연구보고서 「방송 · 영상콘텐츠 세제지원 확대방안 연구」 중 필자들이 작성한 내용의 일부를 수정 · 보완한 것이다.

투고일: 2020. 10. 10. 심사일: 2020. 10. 23. 게재 확정일: 2020. 11. 18.

<https://doi.org/10.16937/jcp.2020.34.3.5>

유지윤_전북대학교 전임강사/주저자(psychagogy@naver.com)

김창욱_한동대학교 조교수/공동저자(ricky147@gmail.com)

이상규_한국문화관광연구원 연구원/교신저자(postdoal@kcti.re.kr)

I. 문제제기

오늘날 국내외 영상콘텐츠 산업은 큰 격변기를 맞이하고 있다. 전 세계적으로 OTT의 급격한 성장 및 팽창과 함께 ‘플랫폼 전쟁’으로 불리는 지각변동이 일어나고 있으며, 이에 따라 산업 전반에서 시장재편 및 경쟁 격화가 나타나고 있다. 여기에 2020년 코로나19가 확산됨에 따라, 비대면 산업으로서 디지털·온라인 영상콘텐츠 산업의 중요성은 더욱 더 커지고 있다.

국내 업계 일각에서는 넷플릭스와 같은 글로벌 OTT의 시장 장악력 확대 및 독과점화 심화에 따른 우려가 나오고 있다. 즉, 거대 플랫폼에 대한 종속적 관계 속에서 국내 영상콘텐츠 산업이 자생력을 잃고 하청기지화될 수 있다는 우려다. 또한 비대면 경제의 활성화 속에서 대형 플랫폼 중심으로 산업 가치사슬이 재편될 경우, IP와 유통망을 독점하는 소수 기업체들과 다수의 영세한 콘텐츠 제작사들 사이의 양극화가 더 심화되리라는 어두운 전망들도 존재한다.

반면, 이러한 국면을 기회로 활용해야 한다는 시각도 있다. 무엇보다 신규 플랫폼 등장에 따른 영상콘텐츠 공급의 기회가 확대될 수 있고, 해외진출 또는 한류콘텐츠 확산의 계기로 삼을 수 있다는 점에서 그러하다. 일례로 2020년 국내외에서 큰 인기를 끈 한국 드라마 〈사이코지만 괜찮아〉, 〈사랑의 불시착〉 등은 일본, 베트남, 말레이시아, 호주, 뉴질랜드, 러시아 등 세계 각국에서 넷플릭스 콘텐츠 순위 상위권을 기록한 바 있다. 또한 글로벌 플랫폼이 투자하고 제작한 〈킹덤〉, 〈미스터선샤인〉 등의 대작 드라마나 새로운 장르물의 제작 기회가 확대되고, 이를 토대로 새로운 성장의 기반을 마련할 수 있는 가능성 또한 열려 있다.

BTS의 활약과 〈기생충〉의 아카데미상 수상 등은 한국 콘텐츠가 가진 글로벌 수준의 문화적 역량을 증명하고 있다. 특히 영상콘텐츠는 높은 경제적 파급효과 외에도 역사, 의복, 음식문화, 최신 트렌드 등을 반영함으로써 문화적 친밀감과 인지도를 높일 수 있다는 점에서 대표적인 한류 콘텐츠로서의 정책적 가능성을 높게 평가받아왔다. 그럼에도 불구하고, 여전히 국내 영상콘텐츠 산업 제작기반은 상당히 열악한 수준이다.¹⁾ 따라

1) 2018년 기준 국내 방송영상독립제작사의 64.8%가 연간 매출액 10억 원 미만이며, 종사자 10인 미만 사업체가 48.5%에 이른다(한국콘텐츠진흥원, 2020.4). 「2019 대중문화예술산업 실태조사」에 따르면, 기획·매니지먼트·제작 분야 사업체 조사결과, 산업 발전을 위한 정책수요 1순위로 ‘정책자금 지원

서 급변하는 영상콘텐츠 산업지형 속에서, 현재 국내 영상콘텐츠 산업이 직면한 어려움을 타개하면서도 기회 요인을 확보하기 위해서는 보다 적극적인 정부의 지원정책이 필요한 상황이다.

이 연구는 다양한 정책수단 중에서도, 조세감면을 포함한 포괄적인 세제지원 정책 차원에서의 방안을 모색하려 한다. 그 이유는 다음과 같다. 우선, 세제지원은 생태계 구성원 다수에게 혜택이 돌아갈 수 있는 대표적인 간접지원 정책이다. 그동안 문화산업 지원정책은 심사를 통해 선정된 소수 기업에게만 혜택이 돌아가는 보조금 중심의 직접지원이 대부분을 차지했었다. 그러나 공모 및 심사에 따른 행정 비효율, 심사편향과 같은 불공정성 문제가 2010년대 들어 지속적으로 제기되면서, 정부는 산업 기반을 튼튼히 하고 시장 구성원들의 참여를 보다 활성화할 수 있는 간접지원을 강조하기 시작했다(김규찬, 2017).

이런 점에서 세제지원 정책은 간접지원의 대표적인 방식으로, 선택과 집중을 넘어 구성원 다수에게 혜택이 돌아갈 수 있는 보편적 정책으로서의 의미를 갖는다. 또한 세제지원은 정부의 과도한 시장개입이나 영향력을 줄이고, 최소한의 개입으로 민간의 자율성을 보장할 수 있는 정책이라 할 수 있다. 기존 연구들 또한 세제지원이 중소기업들에 대한 투자 및 제작 활성화를 유도함으로써 그들의 자생적 역량을 키워줄 수 있는 효과적인 수단이라 평가해왔다(박찬욱 · 이성민, 2018).

마지막으로, 다양한 형태의 세제지원 정책을 마련하고 있는 해외의 여러 국가들은 영상콘텐츠 산업에 대한 정부의 세제지원 정책이 높은 경제적 효과를 낳는다고 평가한다(Barnes, 2015; Olsberg · SPI, 2018). 영국의 경우, 영화분야에 대한 세제지원 제도가 도입된 이후 2006년에서 2014년 사이, 매년 평균적으로 약 7억 7,500만 파운드의 영화 제작비가 발생되었으며, 이것이 발생시킨 부가가치를 합한 총부가가치(total GVA)는 약 28억 8,400만 파운드에 달하는 것으로 나타났다(Barnes, 2015). 이는 세제 혜택 1파운드당 약 12.49 파운드의 부가적 총부가가치(additional GVA)가 창출되었음을 의미하는 것으로, 정부의 입장에서 보았을 때도 세제지원 정책이 좋은 투자수익률(ROL)을 가졌음을 시사한다.

세제지원 정책의 이러한 이점을 고려하여, 국내에서도 조세특례제한법상의 ‘영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제’(제25조 6)를 비롯하여 콘텐츠산업에 적용될 수 있는

(53.2%)’, 2순위로 ‘세금 감면(21.2%)’으로 나타났다.

다양한 세제혜택을 마련하고 있다. 그러나 현재 여전히 국내 세제지원 프로그램의 대부분이 전통적인 제조업 패러다임 속에서 구성되었기 때문에 콘텐츠 산업과는 잘 맞지 않으며, 그로 인해 정책의 실효성도 현격하게 떨어진다는 문제점을 갖고 있다.

따라서 이 연구는 해외 주요국들의 세제지원 제도를 살펴봄으로써 영상콘텐츠 산업에 알맞은 세제지원 방안을 모색하는 것을 목적으로 한다. 북미, 유럽 등 해외에서는 콘텐츠 제작사들에 대한 제작비 세액공제는 물론, 투자자에 대한 세제혜택, 현지 로케이션에 대한 인센티브 제공, 국제공동제작에 대한 적극적인 지원 등 다양한 형태의 세제지원 정책을 마련해왔다. 콘텐츠 분야의 해외 세제지원 사례에 대한 기존 연구들이 적지 않지만(김숙 외, 2016; 박찬욱 · 이성민, 2018; 채지영 등, 2019), 국가별로 상이한 자료수집 및 분석기준에 근거하여 정리되는 경우가 많았고, 자세히 참고할 수 있는 일부 국가와 그렇지 않은 국가들의 정보가 병렬식으로 나열되는 데 그치는 한계를 드러내기도 했다. 따라서 이 연구는 비교 가능한 분석틀을 활용하여 보다 체계적인 사례 연구를 진행하고자 하였다. 구체적으로 해외의 세제지원 프로그램이 도입된 배경과 목적, 구체적인 세제지원 시스템과 방법, 적용 대상과 범위 등을 체계적으로 분석함으로써 정책적인 시사점을 도출하려 한다. 해외의 사례를 살펴보기에 앞서, 다음 장에서는 현재의 국내 영상콘텐츠 분야에 대한 세제지원 현황과 한계점을 살펴본다.

II. 국내 영상콘텐츠 관련 세제지원 현황 및 과제

1. 영상콘텐츠 분야 세제지원 제도 현황

국내에서 세제지원과 관련된 사항들은 조세특례제한법으로 통합 관리되고 있으며, 조세의 면세 또는 감면의 경우는 대부분 기간을 한정하여 적용하는 일몰제 방식으로 시행되고 있다. 또한 조세특례제한법 외에도 법인세법, 소득세법, 지방세특례제한법 등 보다 포괄적인 범주에서 세제지원에 대한 세부 내용들을 규정하고 있다. 세제지원 방식은 다양하나, 콘텐츠 산업 분야 사업체들에 적용되는 세제지원은 주로 세액공제 또는 세액감면에 해당된다.²⁾ 영상콘텐츠 분야와 관련 있는 세제지원 제도를 유형별로 나누어

2) 세액공제는 특정 지출 또는 투자금액의 일정비율을 최종적으로 납부할 세액에서 공제해주는 방식이며, 세액감면은 지출과 관계없이 감면대상이 되는 사업에서 발생한 세액의 일부를 일부 또는 전부 감면해주는 방식이다.

살펴보면 아래와 같다.

1) 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제

조세특례제한법 제25조의 6에 해당하는 ‘영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제’는 콘텐츠 분야에서 유일하게 별도로 특정 산업 분야를 지원하기 위해 마련된 제도이며, 2017년부터 시행되었다. 다른 세제지원제도들이 창업중소기업이나 벤처기업, 또는 연구·인력개발에 대한 보편적인 세제지원의 틀 속에서 콘텐츠 분야까지 포함하는 것과 는 다르게, 이 제도는 영화 및 텔레비전으로 방송되는 드라마, 애니메이션, 다큐, 오락 (예능) 프로그램 등 영상콘텐츠의 투자 및 제작을 지원하기 위한 목적으로 제정되었다는 점에서 중요하다. 제작비 세액공제의 주된 정책대상은 국내 영화기획 및 제작사, 방송사 및 외주제작사, 애니메이션 제작업체 등 영상콘텐츠 관련 사업자 중 실질적으로 제작을 담당하는 사업자들이라 할 수 있다. 다시 말해, 이 제도는 제작비용에 대한 제작사의 부담을 줄여주는 것이 목적이었고, 2017년에서 2019년까지 3년간 일몰제로 운영되었다. 그렇지만 국내 영상콘텐츠 제작을 활성화하고, 글로벌 시장 경쟁에서 살아남기 위해서는 일몰을 연장해야 할 뿐만 아니라, 기존에 포함되지 않았던 예능장르까지 그 대상을 확대 적용해야 한다는 주장이 적극적으로 제기되었고, 이러한 과정 속에서 이 법은 2022년까지 연장되었다. 정부는 2019년 말 국무회의에서 영상콘텐츠 제작비용 세액 공제율을 현행대로 유지하고, 공제대상에 오락 프로그램 등을 추가하는 내용에 대한 조세특례제한법을 의결했는데, “영상콘텐츠 산업 지원 및 한류확산 촉진”이 그 주된 근거였다(기획재정부, 2019.12.24.).

2) 창업 및 벤처기업에 대한 세제지원

영상콘텐츠 분야 사업자들 중 창업중소기업 또는 벤처기업으로 인정받는 기업에 대한 여러 가지 세제지원 제도 또한 존재한다. 예컨대, 창업중소기업 등에 대한 법인세·소득세 감면, 취득세·등록면허세·재산세 면세 및 감면 등의 혜택이 있으며, 조세특례제한법 제6조, 그리고 지방세특례제한법 제58조의3, 제183조, 제184조에서 청년창업중소기업, 창업중소기업, 창업벤처중소기업에 대한 면세 등을 규정하고 있다. 특히 수도권 과밀억제권역이 아닌 지역에 위치한 사업장의 경우, 법인세나 등록면허세, 취득세 등의 감면 비율에 있어 인센티브를 부여하고 있다. 또, 다른 차원으로 중소기업 일반에

대해 폭넓게 적용되는 세제지원 제도들이 있다. 이는 창업 및 벤처기업에 대한 세액감면이나 면제만큼 특정 기업들에 대해 큰 혜택을 주는 방식은 아니지만, 좀 더 보편적으로 적용될 수 있는 성격을 띤다. 여기에는 2020년 12월까지 한시적으로 적용되는 중소기업에 대한 특별세액감면을 포함해서, 중소기업이 기업용 자산이나 정보관리 또는 보호 시스템 설비 등에 투자한 경우, 법인세(소득세)를 공제해주는 중소기업투자세액공제 등이 포함된다.

3) 연구·인력 개발에 대한 세액공제

연구·인력 개발(R&D) 비용에 대한 세액공제는 콘텐츠 분야에도 적용될 수 있는데, 이 세제지원은 영상콘텐츠 제작비 세액공제에 비해 혜택이 크기 때문에 그동안 콘텐츠 분야에 어떻게 적용되는가와 관련하여 여러 연구들이 진행될 만큼 중요한 제도이다(박찬욱, 2016; 하홍준 외, 2020 참고). 이에 관해서는 조세특례제한법 제10조에 의거하여 법인세(소득세)에서 공제하는데, 일반 연구·인력개발비의 경우, 해당 과세연도의 연구·인력 개발 비용에서 직전 과세연도의 비용을 뺀 금액에 일정비율(중소기업의 경우 50%)을 곱한 금액이 공제된다. 또한 콘텐츠 산업 중에서 게임, 영상, 만화·웹툰, 그리고 음악 콘텐츠 제작기술이 포함된 신성장·원천기술연구개발비로 인정되는 비용에 대해서는 기업유형에 따른 비율(중소기업 30%, 그 외 20%)에 일정 비율을 더한 비율만큼을 곱하여 세액공제한다.

4) 고용 촉진 및 수출 활성화를 위한 세제지원

그밖에도 기업의 고용창출, 고용증대, 청년 고용 증대, 근로소득 증대, 고용유지 장려 등과 관련하여 투자나 고용을 늘리거나 임금을 높여준 기업들, 비정규직의 정규직화를 실시한 기업들에 대한 각종 세제지원이 존재한다. 예컨대, 청년 혹은 60세 이상인 사람, 장애인, 경력단절 여성이 중소기업에 취업하는 경우, 취업일로부터 3년이 되는 날이 속하는 달까지 발생한 근로소득에 대하여 소득세 70%를 세액감면하거나(조특법 제30조), 기간제 및 파견근로자를 정규직근로자로 전환하는 경우, 해당 인원 당 1,000만원의 세액 공제를 제공하는 제도(조특법 제30조의 2) 등이 존재한다. 한편, 콘텐츠 기업의 수출 활성화를 위한 세제혜택 또한 존재한다. 내국법인이 해외에서 취득하는 소득(국의 원천소득)이 있을 경우, 한국 정부는 국제적 이중과세를 방지하고, 국내 기업의 해외 진

출을 촉진하기 위해 법인세법 제57조에 따라 ‘외국 납부에 대한 세액공제’를 실시하고 있다.

2. 영상콘텐츠 분야 세제지원 제도의 한계점

영상콘텐츠 분야의 관계자 및 전문가들에 대한 자문회의 결과, 현행 세제지원 제도의 한계점은 다음과 같이 파악되었다.³⁾ 첫째로, 영상콘텐츠는 제작기간이 상대적으로 길기 때문에 법인세 공제를 중심으로 구성된 현행 제도의 실효성은 떨어질 수밖에 없다. 영화, 드라마, 애니메이션 등 영상콘텐츠가 초기 기획에서 출발해 투자를 받고 제작이 완료되어 수익을 창출하기까지는 짧아도 1년, 길면 3~4년 정도의 시간이 소요된다. 따라서 제작단계 초기에 투자를 받거나 자금을 마련하기 어려운 영상콘텐츠 분야에서는 세제지원의 효과를 체감하기에 어려움이 많다. 더구나 세액공제의 방식이 미래에 발생할 이익에 대한 세금에서 차감해주는 방식이기 때문에, 영세한 제작사들 입장에서는 그 효과를 체감하는 것이 더욱 쉽지 않다.

둘째로, 영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제의 범위가 여전히 한정적이고, 공제율 또한 낮다는 문제점이 존재한다. 현재는 극장에서 일정기간 이상 상영된 영화, 그리고 텔레비전으로 방송된 프로그램에 대해서만 세액공제를 실시하고 있기 때문에, 넷플릭스나 웨이브, 왓챠 등 OTT에서 독점적으로 서비스되는 영화나 드라마, 예능, 다큐멘터리 등은 세제지원 제도에서 배제된다.⁴⁾ 장르적인 측면에서도 2020년부터 오락 프로그램까지 수혜 대상이 확대되었으나, 여전히 교양 장르는 포함되지 않고 있다. 교양 프로그램의 경우, 대부분 영세한 외주제작사들이 제작하는 만큼 시사보도를 제외한 모든 장르가 대상에 포함될 수 있도록 하는 것이 과제로 남아 있다.

셋째로, 영상콘텐츠 산업의 특성으로 인하여 실제로 조세감면 혜택을 받기 어렵다는 한계가 있다. 대표적인 것이 연구·인력 개발(R&D) 관련 세제지원인데, 이는 여러 선행연구에서도 문제점으로 지적된 바 있다(하홍준 외, 2020; 김숙 외, 2016). 현행 제도상 R&D 세액공제를 받으려면, 기업부설창작연구소 및 창작전담부서를 설치하고, 전

3) 이 연구는 현행 세제지원 제도의 한계점을 알아보기 위해 방송, 영화, 애니메이션, 그리고 OTT 업계 관계자들과 자문회의를 실시하였다. 회의에는 총 11명이 참가하였으며, 협회나 단체를 중심으로 방송사나 제작사들의 입장을 대변해 줄 수 있는 사람들을 자문위원으로 선정하였다. 이 중 2명은 투자사 및 회계법인에 소속되어 영상콘텐츠 업계 관련 업무를 맡아온 회계사였다.

4) 2020년 6월 정부가 발표한 ‘디지털 미디어 생태계 발전방안’에는 OTT를 통해 유통되는 영상콘텐츠에 대해서도 세액공제를 실시하겠다는 내용이 포함되었다.

담 요원을 고용해서 연구소 내 업무만 수행하도록 해야 한다. 그러나 콘텐츠 분야의 경우, 연구개발과 제작인력을 구분하는 것이 애매하고, 직원 수가 10명도 되지 않는 제작사에서 별도의 기관과 인력을 배치한다는 것은 현실적으로 매우 어려운 일이다. 창업중소기업이나 벤처기업에 대한 세액감면 또는 고용창출을 장려하는 목적으로 시행되고 있는 세제지원 제도의 경우도 이와 같은 맥락에서 영상콘텐츠 제작사가 적용받기 어렵다.

종합하자면, 현행 세제지원 제도는 영상콘텐츠 산업의 특성을 충분히 반영하지 못한 한계점을 가지고 있으며, 이는 곧 실효성의 저하로 이어져 제도에 대한 무관심 또는 오해로 연결되는 악순환을 낳고 있다. 이러한 상황에서 코로나19로 제작이 중단되고, 신규 콘텐츠에 대한 투자도 거의 이루어지지 않는 등 영상콘텐츠 제작현장의 어려움은 더욱 가중되고 있다. 정부는 이에 대응하기 위해 '2020 세법개정안'을 발표하며, 세제지원 적용범위 및 기간을 대폭 확대하려는 움직임을 보이고 있다. 결과적으로 영상콘텐츠 산업에도 적용될 수 있는 세제지원의 혜택은 넓어진 셈이지만, 산업의 특수성이나 코로나19라는 상황을 감안하면 보다 적극적이고 실효성이 높은 정책 방안을 모색해야 할 필요가 있다.

Ⅲ. 연구대상 및 방법

문화콘텐츠 분야 세제지원과 관련된 연구는 보조금 중심의 직접지원에서 세제지원을 포함한 간접지원으로 전환된 2010년대 이후부터 많아졌다. 그 중 해외사례를 비교 분석한 연구(김숙 외, 2016; 박찬욱·이성민, 2018)도 있었는데, 일부 국가들의 사례에 지나치게 의존하는 것이 아닌, 상호 비교 가능한 방식으로 보다 심층적인 사례분석이 이루어질 필요가 있다. 따라서 이 연구는 2020년을 시점으로 관련 내용을 업데이트하고, 그동안 연구되지 않았던 사례를 발굴하며, 보다 체계화되고 비교 가능한 분석틀을 바탕으로 사례 수집 및 정리를 시도하였다.

분석대상이 된 국가들은 미국, 영국, 프랑스 그리고 헝가리다. 미국과 영국 그리고 프랑스는 세제지원 제도를 일찍부터 도입 및 운영해왔고, 다년간의 시행착오를 거쳐 새로운 정책방안을 모색하는데 예시가 될 만한 정책들을 이미 가지고 있는 콘텐츠 선진국이기 때문에 연구대상으로 선정하였다. 또한 헝가리는 최근 들어 문화콘텐츠 산업을 적극적으로 지원·육성하는 나라로 상당히 공격적으로 세제지원 정책을 실시하고 있어

참고할 만한 지점이 있다고 판단했다.

분석 범위 및 방법은 다음과 같이 설정했다. 우선, 분석 대상이 되는 모든 나라에 대해서 동일한 분석틀을 적용하여 각 요소별 내용과 특징을 비교 가능한 형태로 정리하였고, 이를 바탕으로 각 나라별로 크게 두 가지 차원에 대한 자료수집과 분석을 실시했다. 그 중 첫째는 세제지원 정책의 배경과 목표이다. 둘째는, 각국의 세제지원 제도 현황과 특징에 대한 내용으로, 여기서는 각 나라의 세제지원 제도를 네 가지 차원으로 나누어서 분석했다(〈표 1〉 참고). 분석 자료는 온·오프라인을 통해 얻어진 각 나라의 조세제도 관련 법 조항, 보고서, 논문, 신문기사 및 서적을 이용했으며, 특히 세제지원을 담당하고 있는 기관 홈페이지를 통해 비교적 구체적이고 최신의 자료를 구할 수 있었다.

〈표 1〉 연구 대상 및 분석틀

분석대상	미국, 영국, 프랑스, 헝가리 (총 4개국)	
분석내용	세제지원 제도 배경 및 목표	세제지원 제도는 언제 도입되었는가?
		세제지원 제도가 도입된 정책적 배경은 무엇인가?
		세제지원 제도의 구체적인 목표는 무엇인가?
	세제지원 제도 현황 및 특징	세제지원의 대상과 범위는 어디까지인가?
		세제지원의 구체적인 방법과 규모는 어떠한가?
		세제지원과 관련된 주요 기준 및 절차는 무엇인가?
		해외 기업 또는 개인에게 주는 세제혜택이 존재하는가? 존재한다면, 그 방식 및 범위는 어떠한가?

IV. 해외 주요 국가들의 세제지원 제도 비교분석

1. 미국

1) 세제지원 제도의 도입 배경과 목표

영상콘텐츠 분야에 대한 미국의 세제지원 정책은 루이지애나(Louisiana) 주를 시작으로 2000년대에 미국 전 지역으로 확대되었다(NCSL, 2018). 미국 영상산업의 주된 원동력이었던 할리우드 프로덕션은 1990년대 캘리포니아(California)에서 유럽으로 자신들의 거점을 옮겼는데, 그 배경에는 제작비를 절감할 수 있었던 좋은 환율과 유럽 국가들의 세제지원 정책이 있었다. 특히, 1995년 전 세계 최초로 캐나다가 시행한

세제지원 정책은 적지 않은 수의 미국 제작사가 캐나다로 이동하게 된 결정적인 계기가 되었다. 즉, 미국의 세제지원 정책은 캐나다와 유럽으로 빠져나간 자국의 프로덕션을 국내로 다시 유입시키고, 그로 인한 경제적 효과를 창출하려는 목적에서 시작되었다(Hazelton, 2016). 루이지애나 주는 2002년에 세제지원 정책을 확대시켰고, 그로 인해 해당 주의 영상산업이 급속도로 성장하자, 미국의 다른 주들도 서둘러 세제지원 프로그램을 도입하기 시작했다. 그 결과, 2009년까지 미국 50개의 주 중 44개의 주와 푸에르토리코(Puerto Rico) 및 워싱턴 디시(Washington D.C.)가 영상콘텐츠에 대한 세제지원 프로그램을 마련하게 되었다(NCSL, 2018). 2018년을 기준으로 세제지원 정책을 제공하는 주의 숫자는 31개로 줄어들었지만, 대부분의 주는 현재 상태를 유지하고 있으며, 프로그램의 전체 예산을 늘리는 주정부 또한 존재한다. 이러한 현상은 제작사가 영상콘텐츠를 생산할 때 주정부에서 제공하는 세제지원 정책을 상당히 중요한 요소로 고려하고 있다는 사실을 방증한다.

2) 세제지원 제도 현황 및 특징

미국의 세제지원은 연방정부의 정책(Internal Revenue Code Section 181)과 주정부에서 제공하는 프로그램들로 나뉜다. 주정부의 세제지원 프로그램은 주마다 다른 형태 및 내용을 가지고 있는데, 여기서는 캘리포니아 주정부의 세제지원 프로그램을 중점적으로 살펴본다.

(1) 세제지원의 대상 및 범위

영상콘텐츠 분야에 대한 캘리포니아의 세제지원 프로그램은 캘리포니아 영화 위원회(California Film Commission, 이하 CFC)에서 담당하고 있다. 세제지원 프로그램의 대상은 텔레비전 시리즈, 파일럿, 미니 시리즈, 독립 영화 및 상업 영화와 같은 영상물이다(CFC, 2020). 애니메이션, 시상식, 광고, 공공 이벤트 프로그램, 다큐멘터리, 교육 프로그램, 게임 쇼, 뮤직비디오, 뉴스 프로그램, 비상업적 영상물, 모금 방송 및 연방법전에 명시된 기록보존용 영상물 등은 대상에서 제외된다. 지원대상인 영상콘텐츠는 네트워크 텔레비전, 케이블 텔레비전, 유료 채널, 스트리밍 및 극장을 포함한 모든 플랫폼에서 상영될 수 있다(CFC, 2020).

(2) 세제지원의 방법과 규모

현재 진행 중인 세제지원 프로그램 3.0은 2020년 7월 1일부터 매년 3억 3천 달러씩 5년간 총 15억 5천만 달러 규모의 세액공제를 정규 지출금에 따라 제공한다(CFC, 2020). 여기서 정규 지출금이란 영상콘텐츠 제작 중 캘리포니아 내에서 발생한 임금이나 현물 구입비 및 대여비를 뜻한다. 공제 대상은 과세 연도에 부과되는 ‘순 세금(net tax)’인데, 이는 개인이나 회사가 법적으로 공제받을 수 있는 금액을 제외한 나머지의 소득세(법인세) 또는 판매 및 이용세(sales and use tax)를 뜻한다. 납세자는 소득세(법인세)와 판매 및 이용세 중 하나를 공제 대상으로 선택할 수 있다(KPMG, 2019). 공제 증명서가 발급된 과세 연도부터 5년 동안 공제를 받을 수 있지만, 첫 3년 동안은 소득세와 판매 및 이용세에 대해 각각 500만 달러의 연간 공제 상한액을 적용받는다. 만약 공제받을 금액이 순 세금을 초과한다면, 초과된 공제액을 이월하여 다음 연도의 순 세금을 줄일 수 있으며, 이에 따라 세액 공제 적용 기간이 연장될 수 있다(CFC, 2020). 소득세에 적용된 공제액은 환급 불가하지만, 특정 기간-(사전)제작이 시작된 분기의 첫째 날부터 청구인의 가장 최근 판매 및 이용세 신고 마감일까지—에 납부된 판매 및 이용세에 대한 환급은 가능하다(CFC, 2020).

세액공제 규모는 지원 대상에 따라 다르다. 독립 영화의 경우, 정규 지출금의 25%를 양도 가능한 세액공제로 받을 수 있으며, 지출 예산의 최대 천만 달러까지 적용받을 수 있다. 비정규 지출금에는 상한액이 없다. 세제지원을 받고자 캘리포니아로 촬영지를 바꾼 텔레비전 시리즈의 경우, 최대 1억 달러 규모의 정규 지출금에 대한 25%의 양도 불가능한 세액공제를 받을 수 있다. 단, 최근 생산물 중 75% 이상이 캘리포니아가 아닌 곳에서 촬영되었어야 하며, 에피소드 분량에 상관없이 한 에피소드 당 최소 백만 달러의 제작비를 가지고 있어야 한다. 캘리포니아에서 촬영한 첫 시즌이 끝나면 공제율은 20%로 떨어진다. 이 밖에 상업 영화나, 새로 시작한 텔레비전 시리즈, 기존 텔레비전 시리즈, 파일럿 프로그램 및 미니시리즈는 20%의 양도 불가능한 세액공제를 받을 수 있다. 이 또한 정규 지출금의 최대 1억 달러까지 적용받을 수 있다.

이와 더불어 지원 대상에 상관없이 다음과 같은 조건을 만족시킬 경우는 세액공제를 추가로 받을 수 있다. 첫째, 캘리포니아 주 안에서 발생한 VFX(시각효과) 비용이 천만 달러가 넘거나, 전체 VFX 비용의 75%가 넘으면, 5%의 공제를 추가로 받을 수 있다. 이때 VFX 경비의 70%는 임금으로, 30%는 비임금으로 책정될 수 있다. 둘째, 로스앤젤레

스 존(Los Angeles Zone) 밖에서 촬영한 경우도 5%의 세액공제를 추가로 받을 수 있다. 로스앤젤레스 존이란 가장 변화한 도심 지역을 뜻하며, 이 영역 밖에서 발생한 정규 임금과 임금이 아닌 지출금은 5%의 세액공제를 추가로 받는다. 마지막으로, 로스앤젤레스 존 밖에서 본 촬영을 할 때, 그 곳에 거주하거나 일하는 직원을 고용한다면 추가로 세액공제를 받을 수 있다. 이 경우, 비독립 제작사는 10%, 독립 제작사는 5%를 해당 임금에서 추가로 공제 받는다.

(3) 세제지원 관련 주요 기준과 절차

지원 대상은 다음 두 가지 조건 중 하나를 반드시 충족해야 한다. 첫째로, 전체 제작 예산의 최소 75%를 캘리포니아 주 안에서 현물이나 서비스 혹은 임금으로 사용해야 한다. 둘째로, 전체 본 촬영일의 최소 75%에 해당하는 날 동안 캘리포니아 주에서 찍은 영상이어야 한다.

지원 대상별로 기준을 살펴보면, 어떤 플랫폼에서든 배급이 가능한 텔레비전 시리즈는 한 에피소드 당 백만 달러 이상의 제작 예산을 가지고 있어야 하며, 광고를 제외하고 한 에피소드 당 러닝 타임이 최소 40분을 넘어야 한다. 텔레비전 파일럿의 경우, 제작 예산이 최소 백만 달러가 넘고 광고를 제외한 러닝타임이 최소 40분이 이상이어야 한다. 두 개 이상의 에피소드로 구성된 미니시리즈는 광고를 제외한 각 에피소드의 러닝 타임이 40분이 넘고, 에피소드 한 편 당 백만 달러 이상의 제작 예산을 가지고 있어야 한다. 한편, 상업 장편영화는 러닝 타임이 최소 75분 이상이고, 최소 백만 달러 이상의 제작 예산을 가지고 있어야 한다. 이 경우, 극장이나 스트리밍에서 상업용으로 배급되어야 한다. 극장에서 상영되지 않고 텔레비전이나 스트리밍 서비스를 통해 공개되는 영화 또한 본 카테고리에 포함될 수 있다. 또한 네트워크 텔레비전을 통해 배급되는 라이브 프로덕션도 상업 장편영화 카테고리에 포함되는데, 지원 자격을 얻으려면 스트리밍 또는 인터넷 서비스를 통해 동시에 배급되어야 한다. 마지막으로, 독립영화는 최소 백만 달러 이상의 제작 예산과 75분 이상의 러닝 타임을 가지고 있어야 한다. 극장이나 스트리밍 혹은 인터넷 서비스를 통해 상업적으로 배급될 수 있지만, 필수조건은 아니다.

한 가지 특징적인 것은 지원 시 CFC에서 정한 방식대로 고용 비율을 산정해 의무적으로 제출해야 한다는 점이다. 고용 비율은 해당 주에서 고용 및 경제 활동을 증가시킬 가능성이 가장 높은 프로젝트를 식별하기 위한 것으로 프로그램 2.0부터 도입되었다.

이전까지의 선정방식은 추천제였으나, 프로그램 2.0 부터 CFC는 지원자들이 제출한 고용 비율 점수를 기준으로 지원 분야 -TV 프로젝트, 촬영지를 바꾼 TV 시리즈, 독립영화 그리고 상업영화-에 따라 각각 2배수를 선정한 후, 추가로 제출한 서류를 종합적으로 검토함으로써 지원받을 프로젝트를 최종 선정한다.

(4) 해외 기업 또는 개인에게 주는 세제혜택의 방식과 범위

캘리포니아 주정부 차원에서 해외 기업에게 독립적으로 제공하는 세제지원 프로그램은 없다. 다만, 해외 기업이 미국 기업과 함께 공동제작의 형태로 미국에서 영화나 방송을 제작할 때 동일한 혜택을 받을 수 있다(KPMG, 2019). 이 경우, 각 투자자는 예상되는 수입에 상응하는 만큼의 자금을 투자해야 하며, 영상물에 대한 권리는 상호 합의에 따라 분할 또는 공동으로 유지될 수 있다. 공동제작은 공동 운영, 생산 계약, 유한 파트너십, 일반적인 파트너십 혹은 유한책임회사 등 다양한 형식으로 진행될 수 있다.

2. 영국

1) 세제지원 제도의 도입 배경과 목표

영국의 방송영상콘텐츠 산업에 대한 세제지원은 영화산업을 중심으로 발전해왔다. 2007년 영화산업에 대한 세제지원 제도의 정비를 계기로 지원 적용대상을 점차적으로 넓히면서, 영국은 유럽 내의 어떤 나라보다 폭넓은 세제 지원을 제공하는 국가가 되었다(Hemels, 2017). 영국의 현행 세제 지원 정책의 가장 큰 목표는 창의산업의 지속가능성을 획득하는데 있으며, 이러한 지원을 정당화하는 두 축은 문화적 내셔널리즘(cultural nationalism)과 경제적 개입(economic intervention)이다(Magor and Schelesinger, 2009). 전자는 창의산업이 자국의 문화적 정체성을 지켜나가는데 핵심적인 자원이라는 사회적 인식에 근거하고 있으며, 후자는 창의산업이 정부의 인위적인 지원 없이는 스스로 지속가능하지 않은 시장실패 산업이라는 논리에 근거하고 있다. 1990년대 보수당 정부가 처음으로 직접 지원에서 간접적인 세제 지원의 형태로 지원의 방식을 바꾸었지만, 영화산업에 대한 영국정부의 정책적 지원 논리는 큰 틀에서 동일하다고 할 수 있다. 특별히 1992년 보수당 정부는 Section 42 of the Finance(No.2) Act를 통해 고예산 상업 영화에 세제 혜택을 주기 시작했고, 뒤이어 들어선 노동당 정부는 1997년 Section 48 of the Finance(No.2) Act를 통해서 제작비 기준 1천5백만 파운드 이하 저예산 독

립 영화 역시 세제지원 대상이 될 수 있게 지원대상을 확대했다(Magor & Schelesinger, 2009). 이러한 이중과세구조는 2004년까지 지속되다가 2007년 영화 세제감면(Film Tax Relief, FTR)으로 새롭게 대체되었고, 이 제도를 근간으로 영화산업 이외의 분야들에 대한 세제지원이 지속적으로 확대되면서 영국은 현재의 창조산업 전체에 대한 지원형태를 갖추게 되었다.

2) 세제지원 제도 현황 및 특징

(1) 세제지원의 대상 및 범위

영국의 경우, 창의산업 전체를 아우르는 CITR(the Creative Industry Tax Reliefs) 세제지원 프로그램을 통해 총 8개의 개별 산업이 관리되며, 각 산업별로 서로 다른 법률에 의거해 세제지원이 이루어진다. 그 8개의 산업분야에는 영화, 애니메이션, 방송, 어린이 방송, 연극, 오케스트라, 게임, 그리고 박물관 및 미술관이 포함된다. 영상 콘텐츠 산업을 중심으로 살펴보면, 영화는 극장 상영을 전제로 해야 하지만, 애니메이션이나 방송은 온라인으로 스트리밍 되는 콘텐츠 또한 세제지원 대상에 포함된다. 방송의 경우, 드라마나 코미디, 다큐멘터리 장르는 포함되지만, 광고, 뉴스 및 토론 프로그램, 엔터테인먼트, 경연, 라이브 퍼포먼스 및 교육훈련 프로그램 등은 세제혜택에서 제외된다.

(2) 세제지원의 방법과 규모

영국의 세제지원은 법인세 감면으로 이루어지는데, 여기서 핵심 지출금(core expenditure)과 영국 내 지출금(UK expenditure)이라는 기준이 적용된다. 핵심지출금이란 영화, 애니메이션, 방송의 제작과정 중 개발단계를 제외한 전체 제작과정에서 발생한 지출을 의미하며, 게임의 경우는 디자인, 제작, 테스트 과정에서 발생한 지출을 의미한다. 또한 영국 내 지출금은 영국에서 재화 및 서비스를 사용 혹은 소비할 때 발생한 지출을 의미한다(Hemels, 2017, p155). 구체적인 세제 지원 방법과 규모는 영화, 애니메이션, 방송이 동일하기 때문에 FTR을 중심으로 살펴보겠다. FTR은 강화된 지출금(enhanceable expenditure)의 100%(제작비가 20만 파운드 이하인 저예산 영화의 경우) 혹은 80%(제작비가 20만 파운드 이상인 경우)를 추가로 소득공제 해주는 방식으로 이루어진다. 여기서 강화된 지출금이란 제작비 내에서 영국 내 지출금과 핵심 지출금

의 80%에 해당하는 금액 중 더 작은 금액을 의미한다. 또한 만약 영화를 통해서 수익이 발생하지 않고, 손실이 발생한 경우는 손실액의 25%(제작비 20만 파운드 이하의 영화) 혹은 20%(제작비 20만 파운드 이상인 영화)를 강화된 지출금의 한도 내에서 현금으로 환급 받게 된다(이현우, 2018). 다시 말해, 제작을 통해서 이득이 난 경우는 법인에서 소득공제를 해주고, 반대로 제작을 통해서 손해를 본 경우는 손해부분을 세액 공제하여 보전해주는 방식이라고 할 수 있다. 특히, 손해가 난 경우 세액 공제를 통해서 현금으로 직접 손해를 보전해주는 직접 지원의 방식을 따르지만, 세제지원이라는 정책적 프레임 안에서 이러한 직접 지원이 이루어진다는 점은 영국만의 특징이라 할 수 있다.

(3) 세제지원 관련 주요 기준과 절차

영국의 세제지원과 관련해서 모든 문화산업이 공통적으로 적용받는 기준은 문화적 테스트를 통과해야 한다는 것이다. 이 문화적 테스트를 통과하기 위해서는 네 가지의 세부적인 기준에서 각각 점수를 부여받아 산업별로 정해진 최소점을 넘어야 한다. 구체적으로 세부적인 기준은 첫째로, 작품의 내용적 측면에서 영국 및 유럽연합과 관련된 주제여야 하며, 영국 혹은 영국의 다른 토착 언어로 기록되어야 한다(문화적 내용). 둘째로, 작품은 영국의 창조성, 전통적 유산 혹은 다양성을 반영해야 한다(문화적 기여). 셋째로, 최소한 50% 이상의 촬영 혹은 포스트 프로덕션이 영국 내에서 이루어져야 한다(문화적 허브의 이용). 마지막으로, 주요 창작자는 영국 혹은 유럽연합 거주자여야 한다(문화 종사자).

이외에도 FTR의 적용을 받기 위해서는 다음 세 가지의 조건이 필요하다. 첫 번째로, 문화적 테스트를 통과해서 영국 영화라고 인정되거나 혹은 영국공동제작영화로 인정받아야 한다. 영국공동제작영화로 인정받기 위해서는 영국과 공동제작협약을 맺은 국가-호주, 캐나다, 중국, 프랑스, 인도, 이스라엘, 자메이카, 모로코, 뉴질랜드, 팔레스타인, 남아프리카 공화국-이거나, 이외의 다른 유럽 국가들은 '영화공동제작을 위한 유럽협약'에 따라 인정받을 수 있다. 두 번째로, 제작되는 영화는 극장 상영을 전제로 해야 한다. 세 번째로, FTR의 적용을 받기 위해서는 영국 내에서 발생된 지출금이 전체 제작비용의 최소 10% 이상이 되어야 한다(BFC, 2020).

애니메이션의 경우, 세제혜택을 받기 위해서는 영화와 동일하게 문화적 테스트를 통과해야 하고, 영국 내 지출금이 전체 제작비용의 최소 10퍼센트 이상이 되어야 한다. 영화와의 차이점은 해당 애니메이션이 온라인 스트리밍을 포함해 방송될 것을 전제로

해야 하고, 핵심 지출금의 51% 이상이 애니메이션 제작에 사용되어야 한다는 것이다. 방송의 경우도 이와 유사한데, 여기에 프로그램 길이가 최소 30분 이상일 것과 핵심 지출금이 완성된 프로그램 1시간을 기준으로 평균 1백만 파운드 이상이어야 한다는 조건을 추가로 갖는다.

세제 혜택을 받고자 하는 모든 영화, 방송, 애니메이션, 게임은 문화적 테스트 혹은 영국양자공동제작조약이나 유럽영화공동제작협약을 통해 자격을 획득한 후, 영국 문화부 장관으로부터 해당 작품이 영국영화, 영국(방송)프로그램, 혹은 영국 게임이라는 인증을 받아야 한다(Hemels, 2017). 이때 인증을 위한 신청 자료는 영국영화협회(British Film Institute, BFI)에 제출해서 판단을 받게 되고, 최종 승인은 문화부에서 내려지게 된다.

(4) 해외 기업 또는 개인에게 주는 세제혜택의 방식과 범위

영국의 경우, 해외제작사가 BFI를 통해서 문화적 테스트, 영국양자공동제작조약, 혹은 유럽영화공동제작협약을 통해 자격을 획득한 경우, 동일한 세제혜택을 제공한다.

3. 프랑스

1) 세제지원 제도의 도입 배경과 목표

영상콘텐츠 산업에 대한 프랑스의 세제지원은 1985년부터 시작되었으며, 프랑스 영화제작에 가장 큰 펀딩 창구인 SOFICA(lessociétés de financement de l'industrie cinématographique et de l'audiovisuel)를 통해 민간투자자들에게 주는 세제지원과 2004년부터 새롭게 도입되어 제작자들에게 법인세를 감액 해주는 제도로 양분되어 있다. 제작사에 대한 정부의 지원 정책은 본래 프랑스 국립영화위원회(French National Film Center for Cinema, TV and the moving image, CNC)와 지방정부에서 보조금을 주는 직접지원 형식을 가지고 있었다. 그러다 2004년 영화산업에 처음으로 간접지원 형식인 세제지원 제도가 도입되었고, 이를 계기로 방송, 비디오 게임과 같은 산업에도 같은 방식이 적용되었다(Bermek, 2007). 이렇게 영화산업에 세제지원 제도가 처음 도입된 배경에는 2000년대 초반 발생한 저예산 프랑스 영화들의 국내제작비 상승 및 이로 인한 시장실패가 있었다. 즉, 자국의 영화 제작사들이 제작비 절감을 위해 해외제작에 내몰리게 된 것이다. 이러한 현실을 타개할 필요성을 인지한 프

랑스 정부는 영화산업 세제지원제도인 CIC(Crédit d'impôt cinema)를 2004년에 처음 도입하였고, 이후 2005년에는 방송 및 애니메이션 분야로 확장되었으며, 2009년에는 해외제작사들을 위한 세제지원 제도 역시 순차적으로 도입되었다. 결국 프랑스의 영상콘텐츠 산업에 대한 세제지원 제도는 문화적 다양성을 보장하고, 프랑스 내에서 만들어지고 있는 국내 제작영화의 재정적 생존성을 보장하며, 프랑스 제작 분야의 경쟁력을 자극하는데 그 목적을 두고 있다(Olsberg & Barnes, 2014).

2) 세제지원 제도 현황 및 특징

(1) 세제지원의 대상 및 범위

프랑스의 세제지원 제도를 지원 대상에 따라 나누어 보면, 투자자에게 제공하는 SOFICA와 영화 제작자에게 주는 CIC, 방송 및 애니메이션 제작자에게 주는 CIA(Crédit d'Impôt audiovisuel), 그리고 해외 제작사에게 주는 TRIP(the Tax Rebate for International Production)이 있다. CIC의 경우, 지원 가능한 영화 장르는 픽션물, 다큐멘터리, 그리고 애니메이션이며, 프랑스 제작사에만 제공되는 혜택이기 때문에 지원할 제작사는 CNC에 등록된 법인세 납부 대상자여야 한다(Olsberg & Barnes, 2014). CIA의 경우는 방송과 애니메이션을 대상으로 하는데, 지원 가능한 장르, 방식 및 지원 프로그램의 조건은 영화와 동일하다. 단, 제작물의 러닝타임이 픽션물은 45분 이상, 다큐멘터리 및 애니메이션은 각각 25분 이상이어야 한다. 이외의 광고, 퀴즈 프로그램, 시사 및 스포츠 관련 프로그램은 지원받을 수 없다.

(2) 세제지원의 방법과 규모

프랑스의 투자자 세제 지원은 SOFICA를 통해서 이루어지는데, 대상자는 프랑스 정부에 소득세를 내고 있는 개인만 해당된다. SOFICA는 민간 자본을 유치하여 제작사에게 투자하는 제도로, 프랑스 CNC의 통제를 받는 공적 시스템이다. 총 11개의 회사로 이루어져 있으며, 회사마다 투자할 수 있는 금액은 300만 유로부터 960만 유로까지 다양하다(김민채, 2016). SOFICA를 통해 투자한 투자자들은 투자금액의 30%를 소득세에서 공제받을 수 있는데, 이때 상한액은 액수로는 연간 18,000유로, 그리고 총 순 소득(total net income)의 25%까지로 정해져 있다. 만약 SOFICA가 투자자본의 10% 이상을 사용하여 제작사의 지분을 취득하는 경우에는 세액공제 금액이 36%까지 증가한다

(Hemels, 2017).

제작사에게 제공되는 세제 지원방식은 법인세를 공제하는 방식으로 이루어지는데, 영화의 경우는 프랑스에서 사용된 것으로 인정되는 금액의 20%를 법인세에서 감액해 준다. 그리고 전체 제작비 규모가 4백만 유로 이하인 경우는, 이 환급률이 30%로 증가한다(Hemels, 2017). 전체 제작비 중에서 세금 환급으로 인정되는 지출에는 임금, 그리고 프랑스, 유럽연합(EU) 및 유럽경제지역(EEA)내 국적을 가진 작가, 배우, 스태프 등에 대한 보상금뿐만 아니라, 모든 기술과 관련된 지출금, 교통비, 숙박 및 식비 등이 포함된다. 다만, 영화의 경우 세금 환급으로 인정되는 금액은 전체 제작비의 80%를 넘지 못하며, 금액으로는 프로젝트 당 400만 유로가 상한액으로 정해져 있다. 방송 및 애니메이션의 경우, 영화와 동일하게 프랑스에서 사용된 것으로 인정되는 지출액의 20%를 법인세에서 감액해준다. 다만, 방송과 애니메이션의 경우는 환급금의 상한액이 정해져 있지 않다(Olsberg & Barnes, 2014). CIC와 CIA는 환급 가능한 법인세 환급 프로그램이다. 다시 말해, 이 프로그램에 지원한 회사가 해당 연도에 받을 공제액이 지불해야 할 세금의 총액을 초과할 경우, 그 차액만큼을 조세행정처에서 현금으로 지불 받게 된다.

(3) 세제지원 관련 주요 기준과 절차

프랑스 정부의 세제지원을 받으려면, 해당 콘텐츠는 다음 4가지 조건을 충족시켜야 한다(Hemels, 2017). 첫째로, 프랑스어 혹은 프랑스 지역에서 사용되는 언어로 영상콘텐츠의 전체 또는 주요 부분을 구성해야 한다. 둘째로, 영화, 방송 및 애니메이션의 제작비가 최소 조건에 충족되어야 한다. 방송과 애니메이션의 경우, 분당 제작비가 픽션물은 1,250유로 이상, 다큐멘터리는 1,150유로 이상, 애니메이션은 3,000유로 이상이어야 한다. 또한 국제적인 공동제작을 통해 픽션물의 분당 제작비가 35,000유로가 넘는다면, 프랑스 내에서 이루어지는 분당 제작비는 5,000유로 이상이어야 세제지원을 받을 수 있다(Olsberg & Barnes, 2014). 셋째로, 주요 제작은 프랑스 영토 내에서 이루어져야 한다. 마지막으로, 제작물은 프랑스와 유럽의 영화, 방송 및 애니메이션의 창작 발전과 다양성 증진에 기여해야 한다.

전반적인 지원절차는 CNC를 통해 진행되는데, 지원자는 자금조달계획서와 같은 행정서류와 시놉시스를 포함한 예술서류, 그리고 생산과 관련된 인력 목록, 제작과 관련된 서비스 제공업체들의 목록 등을 제출해야 한다. 제출된 서류를 바탕으로 CNC의 전

문위원회는 세액공제 수혜자를 선정하는데, 실현 조건들의 중요성 등을 토대로 선정한다(Olsberg & Barnes, 2014). 선정된 경우, 제작자는 세금 감면을 위한 잠정적 승인서와 최종 승인서 모두를 교부 받아야 한다(Olsberg & Barnes, 2014). 앞서 언급한대로, 프랑스 정부는 전체 제작비의 일정비율 만큼의 금액을 법인세에서 감면해 주는데, 이때 감면 세액이 실제 세액보다 많은 경우, 차액을 현금으로 돌려준다. 만약 잠정적 승인서를 받은 제작사가 납부 세액보다 예상되는 감면 세액이 많다면, 그 차액은 은행을 통해 선지급 받을 수 있다(Priot et al., 2015).

(4) 해외 기업 또는 개인에게 주는 세제혜택의 방식과 범위

프랑스 정부는 TRIP 프로그램을 통해 해외 제작사들에게도 세제 혜택을 주고 있다. TRIP 프로그램은 프랑스에서 촬영된 해외 영화와 방송, 그리고 프랑스 스튜디오에서 전부 혹은 일부분이 제작된 애니메이션 및 특수효과 프로젝트를 대상으로 하며, '인정 가능한 지출금'의 30%를 법인세에서 감면해준다. 여기서 인정 가능한 지출은 CIA의 기준과 동일하며, 특별히 프랑스 밖에서 짧은 기간 동안 로케이션 촬영 시 발생한 지출 역시 포함된다. 다만, 이 지출은 공동제작사인 프랑스 제작 서비스 회사-프랑스 내에서 물리적인 제작과정을 관리해주는 회사-를 통해서 지불되어야 한다(Hemels, 2017). 다시 말해, TRIP의 세제지원을 직접적으로 받는 회사는 해외 제작사와 제작서비스 계약을 체결한 프랑스 공동제작사다. TRIP의 혜택을 받는 프로젝트는 실사 액션 영화, TV 영화, 시리즈물로 된 애니메이션 영화여야 하며, 포르노나 폭력을 조장하는 영화여서는 안 된다. 또한 TRIP의 지원대상은 '인정 가능한 지출금'이 최소 100만 유로 이상이거나 혹은 전체 제작비의 50% 이상이 프랑스 내에서 지출되어야 한다(Hemels, 2017). 다큐멘터리, 광고, 기업 영화는 지원할 수 없으며, 실사 프로젝트의 경우, 최소 5일 이상을 프랑스에서 촬영해야 하고, 문화적 테스트에서 18점(총점 38) 이상을 획득해야 한다. 애니메이션 프로젝트의 경우, 36점(총점 74) 이상을 획득해야 한다. 이때 문화적 테스트는 구체적으로 크게 세 가지 부분-내용적인 측면, 크리에이터의 국적 및 공동 작업자의 국적, 제작 인프라의 이용 측면-으로 구성되어 있다(Olsberg & Barnes, 2014).

4. 헝가리

1) 세제지원 제도의 도입 배경과 목표

2004년에 제정된 Motion Picture Act를 통해, 처음으로 영화 및 방송에 관한 세제

지원 정책을 시작한 헝가리는 다수의 해외 영화 제작사들을 국내로 유치하는데 성공하고 있다. 이는 헝가리의 세제 지원 제도가 영국 다음으로 유럽 내에서 가장 관대하기 때문이다(Holdsworth, 2014). 헝가리의 세제지원 프로그램은 자국의 영상산업을 발전시키고, 해외 제작사를 적극적으로 유치함으로써 콘텐츠의 경쟁력을 강화하고, 경제적 파급효과를 얻기 위해 2004년에 처음 도입되었다. 그 후 2008년, 2013년, 그리고 2018년에 개정을 거치며 지속적으로 지원 범위를 넓혀가는 중이다. 헝가리의 경우, 프랑스와 유사하게 두 가지 방식의 세제지원 정책을 시행하고 있다. 하나는 제작사들에게 제작비의 일정부분을 현금으로 환급해주는 것이고, 다른 하나는 영화에 투자하는 기업들에게 투자금액만큼 법인세의 과세표준을 낮춰서 세액공제를 제공해 주는 것이다.

2) 세제지원 제도 현황 및 특징

(1) 세제지원의 대상 및 범위

헝가리의 세제지원 프로그램은 헝가리 영화위원회(the Hungarian Film Office, 이하 HFO)와 헝가리 국세청에서 담당하고 있다. 헝가리 정부는 픽션물, 시리즈물 및 다큐멘터리를 포함한 모든 장르의 영화와 방송 프로그램, 그리고 애니메이션에 세제혜택을 제공하고 있다. 단, 성인용 영화나 과도한 폭력물, 상업광고, 리얼리티쇼 및 일일 연속극 등은 지원 대상에서 제외된다. 헝가리 정부의 세제지원을 받으려면 해당 영상물은 모두 HFO에서 시행하는 문화 테스트를 통과해야 한다.

(2) 세제지원의 방법과 규모

전술한 바와 같이 헝가리의 세제지원 방식은 제작사에게 해당되는 현금 환급과 투자사에게 돌아가는 세액공제로 나누어진다. 우선 제작비 지원과 관련된 세제지원을 살펴보면, 이는 전체 제작비 중 헝가리 내에서 사용된 지출금의 30%를 현금으로 환급해주는 방식으로 진행된다. 특기할 점은 전체 제작비 중 헝가리 외에서 사용된 25% 만큼의 제작비도 합산해서 환급 가능하다는 것이다(Hemel, 2017; Korda Studios, 2020). 세제혜택을 받을 수 있는 지출비용에 포함되는 항목은 프리 프로덕션, 촬영기간, 포스트 프로덕션 단계에서 발생하는 직접적인 비용과 임금, 행정 및 보험료, 숙박비, 완성보증료 및 파이낸싱 비용까지 포함된다. 단, 전체 제작비 지출의 2%를 초과하는 간접비(배급 및 광고비), 최종 프린트 이후에 발생하는 비용, 헝가리 내 지출의 4%를 초과하는 로열

티 및 제작자 수수료는 대상에서 제외된다(Hemel, 2017). 또한 정부로부터 받게 되는 세제지원 금액은 전체 예산의 50%를 넘을 수 없다. 하지만 해외 제작사와 공동제작을 하게 될 경우, 이 상한액에는 차등이 주어진다. 유럽경제지역(European Economic Area, EEA) 멤버국가의 제작사와 공동 제작할 경우의 상한은 헝가리 내 지출 비용의 60%, OECD 멤버국가의 제작사와 공동 제작할 경우의 상한은 헝가리 내 지출 비용의 100%로 정해진다. 또한 헝가리어로 제작된 저예산 영화나 다큐멘터리, 애니메이션, 단편영화, 실험영화의 경우도 마찬가지로 상한은 헝가리 내 지출 비용의 100%가 된다(Hemel, 2017).

한편, 영화에 투자한 기업들에게 주어지는 세제지원은 헝가리 영화제작사가 단독으로 혹은 공동제작을 진행할 경우, 헝가리 국내 투자자에게 제공된다. 이 정책은 방송 및 영화산업 외부의 민간자본 -헝가리에서 법인세를 내는 기업-을 끌어들이기 위해 설계되었다. 이 프로그램을 통해 투자를 진행한 기업은 헝가리 정부로부터 세제혜택을 받을 뿐만 아니라, 영화 수익의 일부를 받을 수 있다(Korda Studio, 2020). 보다 구체적으로 이 정책은 일종의 간접보조금(Indirect subsidy) 형식의 법인세 감세수단으로 기능하는데, 영화에 투자한 기업들은 그 투자 금액만큼 법인세의 과세표준을 낮춰 세액공제를 받는다. 또한 사용하지 않은 공제금은 3년 동안 이월 가능하다(Korda Studio, 2020). 투자는 HFO가 직접 운영하는 헝가리국립영화기금(Hungarian National Film Fund)를 통해 이루어진다.

(3) 세제지원 관련 주요 기준과 절차

헝가리의 문화적 테스트는 프랑스, 영국과 동일하게 포인트 시스템으로 이루어져 있다. 평가의 기준은 크게 보면 문화적 기준과 산업적 기준으로 나누어져 있는데, 총 32점 중에서 16점 이상을 획득해야 한다(Hemel, 2017). 문화적 기준은 총점 8점을 기준으로 최소 2점만 획득하면 통과가 되는 반면, 산업적 기준은 총점 24점으로 구성되어 있어, 헝가리의 문화적 테스트는 상대적으로 산업적 기준에 맞춰져 있음을 알 수 있다. 문화적 기준의 경우, 영상물이 다루는 사건이나 등장하는 캐릭터가 헝가리 또는 유럽의 문화, 역사, 신화 및 종교를 부분적으로 다루는지, 영상물의 배경이 유럽인지, 헝가리 혹은 유럽의 전통이나 유럽적 가치를 반영하는지, 그리고 헝가리 혹은 유럽의 문화나 정체성을 반영하는지를 평가한다. 산업적 기준의 경우, 영화의 캐릭터가 장르적인 가치를 창

출하는지, 창작자 중에 헝가리인 혹은 EEA의 시민이 포함되는지, 최종 영상물이 EEA의 공식 언어로 공개되는지, 프리 프로덕션과 본 촬영, 포스트 프로덕션이 헝가리에서 이루어지는지를 평가한다(Hemel, 2017). 세제지원을 받기 위한 서류의 접수와 심사는 모두 HFO를 통해서 이루어지게 된다. 지원할 회사는 헝가리에 등록되어 있어야 하며, 회사 임원의 과반수가 EEA 시민 혹은 유럽 협약(European Convention on Trans-frontier Television)을 맺은 국가들 중 하나에 소속된 국민이어야 한다(Olsberg & Barnes, 2014).

(4) 해외 기업 또는 개인에게 주는 세제혜택의 방식과 범위

헝가리는 해외 제작사에게도 국내 제작사가 받는 것과 동일한 세제혜택을 제공한다. 다만, 프랑스와 동일하게 해외 제작사는 헝가리에 있는 현지 제작사와의 공동제작 형식을 취해야만 한다.

지금까지 분석된 각 나라의 세제지원 제도 현황 및 특징을 하나로 정리하면 <표 2>와 같다.

<표 2> 각국의 방송영상산업 세제지원 제도 비교분석

구분	미국(CA)	영국	프랑스	헝가리
지원 대상 (미포함 장르)	모든 플랫폼을 통해 배포된 방송 프로그램 및 영화 (애니메이션, 다큐멘터리, 뉴스, 광고 등)	극장 상영 영화 및 온라인 스트리밍을 포함한 방송과 애니메이션 (광고, 뉴스, 토론, 라이브 퍼포먼스 등)	픽션, 다큐멘터리, 애니메이션 장르를 포함한 영화 및 방송 프로그램 (광고, 퀴즈, 시사 및 스포츠 프로그램 등)	시리즈 및 다큐멘터리를 포함한 영화, 애니메이션, 방송 프로그램 (성인용 영화, 과도한 폭력물, 상업광고 등)
세제지원 방식 및 규모	1) 독립영화: 지출금의 25% 양도 가능한 세액공제 2) 상업 영화 및 TV 시리즈: 지출금의 20% 양도 불가능한 세액공제 3) 촬영지 변경한 TV 시리즈: 지출금의 25% 양도 불가능한 세액공제 ※ 공제 대상은 소득세(환급불가) 또는 판매 및 이용세(환급가능) ※ 적용기간 5년(이월 가능) ※ 추가 세제지원 존재	1) 이익 발생시: 강화된 지출금의 100%(제작비가 20만 파운드 이하) 혹은 80%(제작비가 20만 파운드 이상)를 추가 소득공제 2) 손실 발생시: 손실액의 25%(제작비 20만 파운드 이하) 혹은 20%(제작비 20만 파운드 이상)를 한도 내에서 현금으로 환급	1) 투자자 세제지원: SOFICA를 통해서 투자한 경우 투자금액의 30% 소득세에서 세액공제(상한액 18,000 유로 혹은 총 순소득의 25%) 2) 제작사 세제지원: 인정되는 지출의 20%(제작비 4백만 유로 이상) 혹은 30%(제작비 4백만 유로 이하)를 법인세에서 감면. ※ 감면세액이 실제 세액보다 많을 경우 차액을 현금으로 지불받음	1) 제작사 세제지원: 헝가리 내에서 사용된 지출의 30%를 현금으로 환급 ※ 헝가리 외에서 사용된 지출의 25%도 합산가능 2) 투자자 세제지원: 투자사에게 투자금액만큼 법인세의 과세표준을 낮춰 세액공제 제공. ※ 사용되지 못한 공제금은 최대 3년간 이월 가능

<표 계속>

구분	미국(CA)	영국	프랑스	헝가리
주요 기준	1) 전체 제작비의 최소 75% 또는 전체 본 촬영의 75%가 주 내에서 발생 2) 지원 대상마다 최소 제작비 및 러닝타임 다르게 적용 3) 거주민 고용비율을 기준으로 1차 선정	1) 모든 지원대상 문화적 테스트 통과 2) 지원 대상마다 플랫폼 및 지출금 기준 다르게 적용	1) 프랑스어 혹은 프랑스의 지역에서 사용하는 언어 사용 2) 장르마다 다른 최소 제작비 기준 충족 3) 주요 제작은 프랑스 영토 내에서 진행 4) 프랑스 및 유럽의 영화, 방송, 애니메이션의 창작 발전과 다양성 증진에 기여	문화적 테스트 통과 ※ 문화적 기준보다 산업적 기준을 중심으로 구성된 테스트
해외 제작사 지원 방식	파트너십 같은 형태의 공동 제작일 경우 가능	문화적 테스트, 영국양자공동제작조약 및 유럽영화공동제작협약을 통해 자격을 획득한 경우 가능	별도의 TRIP 프로그램을 통해 인정되는 지출의 30%를 법인세에서 감면 ※ 공동제작 형태 ※ 문화적 테스트 통과	헝가리 제작사와 공동제작일 경우 동일하게 지원 ※ 문화적 테스트 통과

V. 정책적 시사점 및 결론

지금까지 분석한 내용을 정리하면서, 국내 영상콘텐츠 분야 세제지원 제도의 확대 및 개편을 위한 시사점에 대해 논의해 보자. 우선 전문가 자문회의를 통해 확인된 현행 세제지원 제도의 한계점은 다음과 같았다. 첫째로, 법인세 공제를 중심으로 구성된 현재의 세제지원 제도는 상대적으로 제작기간이 긴 영상콘텐츠 산업에 실질적인 도움을 주지 못하고 있다. 이는 영세한 제작사가 많은 한국의 영상산업 구조를 고려했을 때, 세제지원 제도의 실효성을 떨어뜨리는 주요 원인으로 지목되었다. 미국과 영국, 프랑스 및 헝가리의 세제지원을 비교 분석한 결과, 이 연구는 모든 국가에서 환급 가능한 세액공제 및 현금 환급 제도가 널리 활용되고 있음을 확인하였다. 예컨대, 헝가리의 세제지원은 국내에서 지출된 금액의 30%를 현금으로 환급해주는 정책을 통해 제작사의 경제적 부담을 적극적으로 감해주고 있다. 미국 및 영국, 프랑스 또한 크고 작은 규모로 공제액이 납부액을 초과할 경우, 그 금액만큼을 환급해주는 제도를 마련해 두고 있다. 이와 더불어, 캘리포니아의 세제지원 프로그램은 5년 단위로 이루어져 매년 발생하는 정규 지출금의 일정 부분을 공제하는 등 제작기간이 상대적으로 긴 영상산업의 특징을 반영한 정

책을 실행하고 있다. 이러한 부분은 ‘영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제’를 제외하면 영상콘텐츠 산업만을 위해 설계된 세제지원 제도가 부재하고, 그마저도 제작단계에서는 혜택을 받지 못하는 한국의 상황에서 참고할 만한 방식이다.

둘째로, 현행 세제지원 제도는 세액공제의 범위가 한정적이고 공제율 또한 낮다는 한계점을 가지고 있다. 비록 올해부터 예능을 포함 영화, 드라마, 다큐멘터리까지 수혜 범위가 확대되었지만, 교양 프로그램은 여전히 배제되어 있으며, 전반적으로 낮은 공제율은 여전히 문제로 남아 있다. 현재 국내 영상콘텐츠 제작비 세액공제의 경우, 대기업 3%, 중견기업 7%, 중소기업 10%의 공제율이 적용되고 있다. 이에 비해, 연구 대상이었던 국가들은 평균 20~30%정도의 비율로 세액공제를 적용하고 있었다. 세액공제 방식은 제작비로 사용된 비용의 일정한 비율만큼을 법인세에서 공제해주는 것으로 한국과 유사한데, 국내에 비해 해외의 공제율이 2~3배 이상 높다는 사실은 그만큼 한국의 세제지원 정책이 영상콘텐츠 산업에 관대하지 못하다는 사실을 보여준다. 국내 영상제작사들 중 절반 이상이 10억 원 미만의 연간 매출액을 기록하고 있는 한국의 영상산업 구조를 고려했을 때, 현행의 낮은 공제율은 제고될 필요가 있다.

셋째로, 영상콘텐츠 산업에 대한 한국의 세제지원 정책은 조세특례제한법 제25조의 6 이외에도 연구·인력 개발(R&D) 비용에 대한 세액공제, 고용 촉진 및 수출 활성화를 위한 세제지원 정책, 그리고 투자금에 적용되는 부가가치세제도 등이 마련되어 있다. 그러나 이러한 제도는 영상콘텐츠 산업의 특성이 제대로 반영되어 있지 않을 뿐더러, 고용인 10명 미만의 영세한 제작사에게 적용되기 어렵다. 따라서 이 연구는 해외 사례를 바탕으로 한국의 세제지원 정책이 참고할 수 있는 방안을 다음과 같이 제안한다.

우선 현지 로케이션에 대한 세제지원이 활성화될 필요가 있다. 북미 및 유럽 국가들 뿐만 아니라, 최근에는 중국에서도 현지 로케이션에 대한 세제지원을 확대하고 있다. 이 연구의 분석대상이었던 헝가리와 미국 또한 촬영지에 대한 세액공제를 별도로 마련해 두고 있으며, 이는 지역 인력고용을 비롯해서 제작비용의 현지 소비를 통한 경제적 효과 창출 및 지역 홍보를 통한 관광산업 활성화까지도 도모할 수 있다는 점에서 중요하다. 최근 국내에서도 로케이션에 대한 인센티브 제도가 활발해지고 있는데, 상대적으로 역사가 오래된 해외 사례들을 조금 더 면밀하게 참고할 필요가 있다.

다음으로, 공동제작에 참여하는 해외 제작사들에 대한 세제혜택이 마련되어야 한다. 앞서 검토한 모든 국가들은 해외 제작사들에 대한 세제지원을 제공하고 있었다. 그

형태는 나라마다 다양했지만, 국가 간 상호협약이나 MOU 등이 맺어져 있거나, 문화테스트를 통과하는 등의 일정 조건을 충족할 경우, 국내 제작사와 거의 동일한 수준의 혜택을 부여하는 것을 확인할 수 있었다. 이러한 정책은 국가 간의 문화적 교류를 증대시키고, 그를 통한 경제적 효과를 창출할 수 있다는 점에서 상당히 중요하다. 한류의 확산으로 한국 문화에 대한 관심이 고조되고 있는 상황에서 공동제작을 통한 해외 제작사 세제지원은 높은 실효성을 가질 것으로 기대된다.

마지막으로, 투자자에 대한 세제지원이 조금 더 체계적으로 활성화되어야 한다. 현재 한국에서도 투자자에 대한 세제지원 정책이 마련되어 있지만, 산업의 특성상 리스크가 크고 예산회계가 투명하지 않아 민간 VC나 모태펀드 등을 통한 투자가 매우 위축되어 있는 실정이다. 그에 비해 프랑스나 헝가리의 경우는 제작자에 대한 세제지원과는 별도로, 투자자에 대한 세제지원 제도를 마련하여 지속적인 투자 유인을 촉진하고 있다. 따라서 해외의 선진 사례를 참조하여, 보다 안정적으로 투자를 장려할 수 있는 정책 방안을 마련하는 것이 필요해 보인다.

코로나19의 전 세계적 확산과 신규 플랫폼의 등장으로 영상콘텐츠 산업은 어느 때보다 더 급격하게 변화하고 있다. 이러한 상황을 타개하기 위해 이 연구는 국내 세제지원 제도의 현황과 문제점을 살펴보고, 그에 대한 대안을 찾기 위해 미국, 영국, 프랑스, 헝가리의 세제지원 제도를 비교분석해 보았다. 비록 역사적, 문화적 배경이 상이한 해외 주요국의 사례를 국내 영상콘텐츠 산업에 그대로 적용하는 데는 한계가 있겠지만, 이 연구에서 제시된 시사점들이 앞으로의 정책 방향을 결정하는데 있어 하나의 근거 자료로 사용되길 기대한다.○

[참고문헌]

- 김규찬(2017), 「문화산업 정책 패러다임 변화 연구」, 서울: 한국문화관광연구원.
- 김민채(2016), 「프랑스의 영화사 융자지원제도 SOFICA」, 부산: 영화진흥위원회.
- 김숙 · 권호영 · 김성태 · 박주연 · 임상수 · 정현일 · 최혜원(2016), 「문화콘텐츠산업 조세 제도 개선에 관한 연구: 조세특례제한법 확대를 중심으로」, 나주: 한국콘텐츠진흥원.
- 이상규(2020), 「방송 · 영상콘텐츠 세제지원 확대방안 연구」, 서울: 한국문화관광연구원.
- 이현우(2018), 「콘텐츠산업 조세지원 제도 현황과 개선방안」, 나주: 한국콘텐츠진흥원.
- 박찬욱(2016), 「콘텐츠 R&D 고도화를 위한 기초연구」, 서울: 한국문화관광연구원.
- 박찬욱 · 이성민(2018), 「콘텐츠산업 해외 법제도 동향연구: 근로시간·조세·통계부문을 중심으로」, 서울: 한국문화관광연구원.
- 채지영(2019), 「시각효과(VFX) 후반작업 세제지원 제도 연구」, 서울: 한국문화관광연구원.
- 하홍준 · 조상규 · 광현(2020), 「콘텐츠산업 세액공제 법 적용 가이드라인 개발」, 나주: 한국콘텐츠진흥원.
- 한국콘텐츠진흥원(2020.4), 「2019 방송영상산업백서」, 나주: 한국콘텐츠진흥원.
- Barnes, A.(2015), Economic contribution of the UK's Film, High-End TV, video game and animation programming sector. UK: British Film Institute.
- Bermek, H.(2007), Tax incentives for films and audiovisualworks in France. France: European Audiovisual Observatory.
- BFC.(2020), Film tax relief. UK: British Film Commission.
- CFC.(2020), Program guidelines: California film and television tax credit program 3.0. CA: California Film Commission.
- CFC.(2020), 3.0 Tax credit program regulation. CA: California Film Commission.

- Hazelton, J.(2016), US film tax incentives: something to bank on?, Screendaily, Available: <https://www.screendaily.com/features/us-film-tax-incentives-something-to-bank-on/5110898.article>
- Hemels, S.(2017), Tax incentives for the audio visual industry. In Tax incentives for the creative industries(pp. 137-174). Singapore: Springer.
- Holdsworth, N.(2014), Hungarian ups film production tax rebate to 30 percent, Hollywood reporter, Available: <https://www.hollywoodreporter.com/news/hungary-ups-film-production-tax-717663>
- KPMG.(2019), Film financing and television programming: A taxation guide. Amstelveen: KPMG.
- Korda Studios.(2020), The Hungarian film production tax relief system. Budapest: Korda Studios.
- Magor, M., & Schlesinger, P.(2009), 'For this relief much thanks.'Taxation, film policy and the UK government. *Screen*, 50(3), 299-317.
- NCSL.(2018), State film production incentives & programs. Australia: National Conference of State Legislatures.
- Olsberg, J., & Barnes, A.(2014), Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe. France: European Audiovisual Observatory.
- Olsberg • SPI (2018). Impact of film and TV incentives in Australia. Available: <https://www.screenproducers.org.au/assets/Insights-images/Impact-of-Film-and-Television-Incentives-in-Australia-FINAL-2018-03-12.pdf>
- Priot, F, Julliard-Mourgues, C, Chebance, M(2015), Movies and TV production in France. The incentives guide. Paris: Film France.

[Abstract]

A Comparative Study of Tax Incentive Policies in the Content Industry: Focusing on Cases in the United Kingdom, the United States, France, and Hungary

Ryu, Ji Yoon · Kim, Changwook · Lee, Sangkyu

This research aims to examine how major North American and European countries including the United States, the United Kingdom, France, and Hungary implement their tax incentive policies for the content industry. To systematically examine each country's tax incentive policy and regulations for this industry, this study analyzed the issue based on seven different comparative analysis frames: 1) when tax incentive policies for the content industry are enacted; 2) the considerations under which tax incentive policies for the content industry are introduced; 3) the concrete goals of tax incentive policies for the content industry; 4) how the subjects and qualifications of tax incentive beneficiaries are defined; 5) how tax incentive schemes and the scale of tax incentives are planned; 6) how the main criteria and concrete policy procedures related to tax incentives for the content industry are classified; and 7) whether tax incentives for foreign companies or individual investors exist. Regardless of the differences among the sampled countries, this research reveals main trends and major characteristics commonly found in terms of 1) active use of refundable tax credits or cash refund systems; 2) promotion of high tax reduction rates; 3) active use of tax incentive policies for foreign firms' domestic location production; 4) encouragement of tax incentives for overseas producers participating in international co-production; and 5) promotion of investor tax incentive systems. Based on these findings, this study suggests that tax incentive policies for the

content industry in these countries are used as an effective policy tool— not only to preserve cultural identity by promoting a national content industry, but also to achieve economic benefits by attracting more active international exchanges and foreign investments.

[Keywords] the content industry, tax incentive, tax policy, SOFICA, Film tax relief

