영화산업 육성정책·사업 평가

박승민



국회예산정책처
NATIONAL ASSEMBLY BUDGET OFFICE

영화산업 육성정책·사업 평가

영화산업 육성정책·사업 평가

총 괄 | 임명현 예산분석실장

기획·조정 | 전용수 사업평가심의관
임길환 사회행정사업평가과장

작 성 | 박승민 사회행정사업평가과 예산분석관

지 원 | 김선정 사회행정사업평가과 행정실무관
김성훈 사회행정사업평가과 자료분석연구원

본 보고서는「국회법」제22조의2 및「국회예산정책처법」제3조에 따라 국회의원의 의정활동을 지원하기 위하여 발간되었습니다.

문 의 : **예산분석실 사회행정사업평가과** | 02) 6788-3773 | sae@nabo.go.kr

이 책은 국회예산정책처 홈페이지(www.nabo.go.kr)를 통하여 보실 수 있습니다.

• 이 보고서는 재생지를 사용하였습니다.

영화산업 육성정책·사업 평가

2026. 11.

국회예산정책처
National Assembly Budget Office

이 보고서는「국회법」제22조의2 및「국회예산정책처법」제3조에 따라 국회의원의 의정활동을 지원하기 위하여, 국회예산정책처 보고서발간심의위원회의 심의(2026. 11. 12.)를 거쳐 발간되었습니다.

차 례

CONTENTS

요 약/ 1

Ⅰ. 개 요 / 1

1. 평가의 배경 및 목적 ····· 1
2. 평가의 구성 및 방법 ····· 3

Ⅱ. 현 황 / 5

1. 영화산업 육성 체계 ····· 5
   가. 관련 법률 ····· 5
   나. 주요 계획 ····· 8
2. 영화산업 주요 현황 ····· 13
   가. 국내 영화산업 ····· 13
   나. 세계 영화시장 ····· 15
3. 영화산업 육성정책·사업 재정 현황 ····· 17
   가. 영화발전기금 및 주요 사업 ····· 17
      (1) 영화발전기금의 개요 및 수입·지출 현황 ····· 17
      (2) 영화산업 육성 및 지원사업 예결산 현황 ····· 19
   나. 모태펀드 영화계정 출자 현황 ····· 21



CONTENTS

Ⅲ. 주요 쟁점 분석 / 25

1. 총괄 분석 ····· 25
가. 국내 영화산업 구조 및 환경 분석 ····· 25
(1) 주요 현황 ····· 25
(2) 코로나19 팬데믹 이후 영화산업 구조 변화 분석 ····· 30
나. 영화발전기금 재원 조달구조의 문제점 및 개선점 분석 ····· 37
(1) 기금 조성 관련 법령 및 법정부담금 수납 현황 ····· 37
(2) 영화발전기금의 안정적 재원 확보를 위한 제도 개선 필요 ····· 40
2. 한국 영화산업의 지속 성장 기반 강화정책 분석 ····· 43
가. 영화산업의 수익 분배구조 및 가치사슬 형성 체계 ····· 43
(1) 영화산업의 수익 분배구조 ····· 43
(2) 영화산업의 가치사슬 형성 체계 ····· 45
나. 영화산업의 지속 성장 기반 강화를 위한 육성정책 필요 ····· 47
(1) 영화산업 육성정책 현황 ····· 47
(2) 영화산업 육성정책의 문제점 및 개선 방안 ····· 50
3. 한국영화 다양성 확보를 위한 지원사업 분석 ····· 77
가. 전용관 운영지원 사업의 지역별 격차 완화 방안 모색 필요 ····· 77
(1) 중·소규모 및 독립·예술영화 육성사업 주요 현황 ····· 77
(2) 전용관의 지역별 분포 및 지원사업 형평성 분석 ····· 84
나. 지역영화 및 영상 진흥을 위한 개선 방안 마련 필요 ····· 93
(1) 지역영화 및 영상 진흥과 관련된 법령 및 주요 현황 ····· 93
(2) 지역영화 활성화 및 지속 가능한 지역 영상생태계 구축 필요 ····· 98



CONTENTS

4. 영화 향유문화 확산을 위한 정책 및 지원사업 분석 ····· 103
가. 장애인의 영화관 관람권 강화 필요 ····· 103
(1) 시청각 장애인의 영화관 동시 관람 지원 현황 ····· 103
(2) 장애인의 영화관 관람권에 대한 해외 사례 ····· 106
(3) 장애인의 영화관 관람권 보장을 위한 시청각 서비스 제공 강화 필요 ····· 109
나. 영화관람 소외계층 지원강화를 통한 문화향유권 제고 필요 ····· 112
(1) 찾아가는 영화관 사업의 개요 및 주요 현황 ····· 112
(2) 찾아가는 영화관 사업의 문화복지 사각지대 해소 기능 강화 필요 ····· 114

Ⅳ. 결론 및 종합 제언 / 116

[부록 1] 독립·예술영화 및 중예산영화 제작지원 현황 ····· 120
[부록 2] 전국의 예술영화전용관 설치 현황 및 지원실적 ····· 122
[부록 3] 전국의 독립영화전용관 설치 현황 및 지원실적 ····· 128
[부록 4] 영화제 육성지원 실적 ····· 133

요 약

Ⅰ. 개요

1. 평가의 배경 및 목적

❑ 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」(이하 “영화비디오법”)에 따르면 ‘영화’란 필름 또는 디스크 등의 디지털 매체에 담긴 연속적 영상 저작물로, 영화상영관 등에서 공중에게 관람하게 할 목적으로 제작한 것을 말하며, ‘영화산업’은 이러한 영화의 제작·활용·유통·보급·수출·수입 등에 관련된 산업을 의미함

○ 그동안 우리나라 영화산업은 지속적인 성장세를 보여왔으나, 코로나19로 영화관 관람객과 매출 등이 급감하면서 산업생태계가 위축되었으며, 이후 관람객 등이 회복되는 추세이지만 여전히 코로나19 이전 수준을 회복하지 못하고 있음

○ 최근 OTT 확산과 콘텐츠 소비 방식 변화, 글로벌 OTT 투자 여건 변화 등에 대응하여, 우리나라 영화산업 전반의 생태계를 점검하고 지속 가능한 발전 방안을 마련할 필요가 있음

2. 평가의 구성과 방법

❑ 본 보고서는 영화산업 육성정책·사업의 성과와 제도 운영을 점검하고 향후 정책 방향을 도출하기 위해 국내 영화산업 구조 및 환경, 영화발전기금 재원 조달구조의 문제점 및 개선점을 분석한 총괄분석, 한국 영화산업의 지속 성장 기반 강화정책, 한국영화 다양성 확보를 위한 지원사업, 영화 향유문화 확산을 위한 정책 및 지원사업 등 주요 정책 분야를 중심으로 분석·평가하였음

○ 본 보고서의 사안별 현황이나 정책 등을 보다 객관적이고 정확하게 제시하기 위해 전문가 의견을 청취하고, 정부 담당자 제출자료 및 국내외 문헌·통계자료 등을 활용하였음

Ⅱ. 현황

1. 영화산업 육성 체계

가. 관련 법률

❑ 영화비디오법은 영화산업의 진흥과 국민의 영화 향유 기회 확대 등을 위해 영화진흥위원회 및 영화발전기금의 설치·운영, 한국영화 상영 및 전용상영관 지원, 영화산업 기반시설 및 접근성 강화 등에 관한 제도적 근거를 규정하고 있음

나. 주요 계획

❑ 영화산업 육성정책·사업과 관련된 주요 정책과 계획은 영화비디오법 제3조에 따른 “영화진흥기본계획 및 시행계획”을 바탕으로 수립·추진됨

○ ‘영화진흥기본계획’에 따라 수립·추진되는 계획에는 ‘한국 영화산업 발전계획(2019.10.)’, ‘영상산업 도약전략(2023.11.)’ 등이 있음

2. 영화산업 주요 현황

가. 국내 영화산업

❑ 최근 5년간(2020~2024년) 전체 콘텐츠산업과 영화산업은 사업체 수, 매출액, 종사자 수 등에서 전반적으로 증가 추세를 보이고 있음

나. 세계 영화시장

❑ 세계 콘텐츠시장은 2021년 1.8조 달러에서 2029년 2.7조 달러로 연평균 5.3%가 성장할 것으로 보이며, 영화시장 또한 극장관람 수요 회복과 OTT 등 온라인 플랫폼의 확산 등으로 같은 기간 연평균 9.2%가 성장할 것으로 전망됨

3. 영화산업 육성정책·사업 재정 현황

가. 영화발전기금 및 주요 사업

❑ 영화발전기금은 영화예술의 질적 향상, 한국영화와 영화·비디오물 산업의 진흥·발전, 소형·단편영화 제작 지원 등을 위해 설치되며, 영화진흥위원회가 관리·운용함

◦ 영화발전기금 수입·지출예산은 2021년 3,052억원에서 2026년 1,696억원으로 감소 추세(2021년 대비 △44.5%)를 나타내고 있음

❑ '영화산업 육성 및 지원'은 영화의 기획·제작·유통·상영 전반을 지원하여, 영화산업 경쟁력 강화와 공정한 산업생태계 조성을 도모하는 사업임

나. 모태펀드 영화계정 출자 현황

❑ 'K-콘텐츠펀드 출자' 예산 중 모태펀드 영화계정 출자는 영화산업의 투자 재원 확충, 제작사의 영화 IP 활용 및 권한 보장, 표준계약서 사용 등 공정한 제작 환경을 조성하는 데 목적이 있음

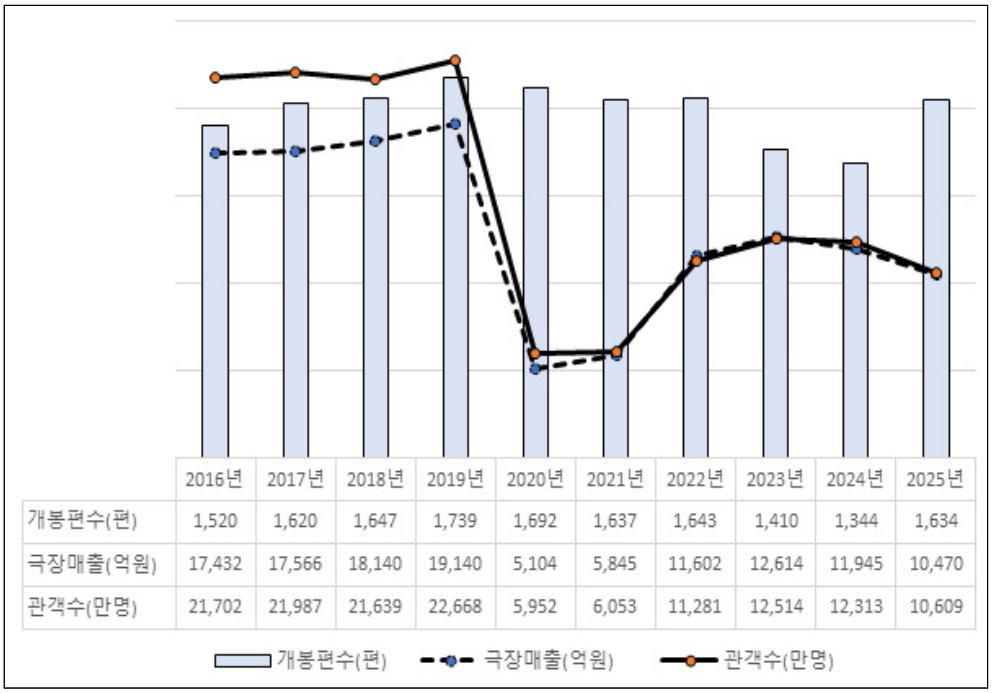
III. 주요 쟁점 분석

1. 총괄 분석

가. 국내 영화산업 구조 및 환경 분석

❑ 최근 10년간(2016~2025년) 우리나라 극장매출액, 관객수 등을 살펴보면, 코로나19 팬데믹 이전에는 전반적으로 안정적인 성장세를 보였으나, 팬데믹 기간에는 매출액과 관객 수 등이 크게 위축되었음. 그 이후부터 현재까지 다시 점진적인 회복세를 보이고 있지만, 여전히 팬데믹 이전 수준을 회복하지 못하고 있음

[최근 10년간(2016~2025년) 극장 매출액, 관객 및 개봉 편수 현황]



자료: 영화진흥위원회, "2025년 한국 영화산업 결산", 2026.3. 자료를 바탕으로 재구성

❑ 최근 10년간(2016~2025년) 한국영화와 외국영화는 극장 매출액과 관객 수에서 유사한 수준의 경쟁 구도를 유지해 왔음

○ 극장 개봉 편수는 외국영화의 비중이 상대적으로 높았지만, 시장점유율 비중은 한국영화가 점차 확대 추세를 보이고 있음

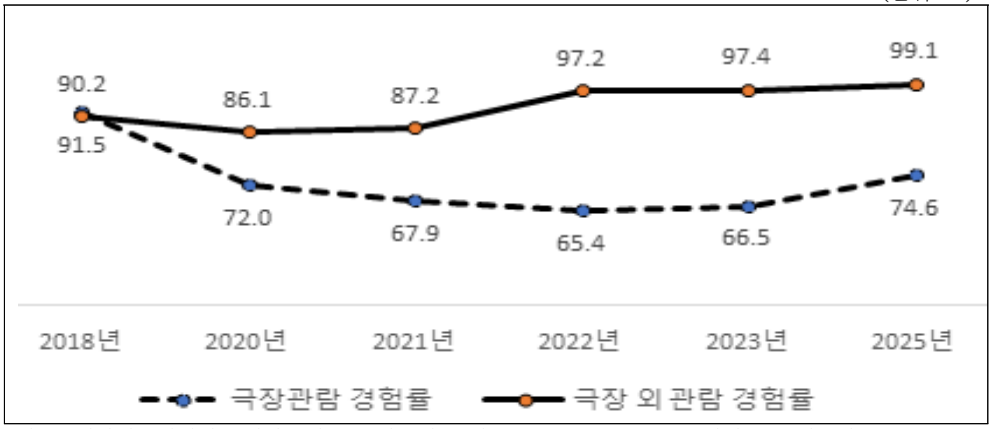
○ 한국영화 수익률은 2020년 이후 지속적으로 마이너스를 기록하는 등 수익성이 계속 악화되는 추세가 이어지고 있음

❑ 코로나19 이후 OTT 플랫폼의 성장에 따른 콘텐츠 소비 방식의 개인화, 영화관 관람료 상승에 따른 OTT의 가격 경쟁력의 상대적 우위, 대형 흥행작 부족 등 구조적 요인이 복합적으로 작용하면서 극장 매출의 감소세가 지속되고 있음

○ 영화콘텐츠 관람 소비행태 변화와 OTT 플랫폼 성장으로 극장관람객 수가 감소하고, 영화 유통 중심이 OTT, VOD 등 개인화된 관람 환경으로 이동함

[연간 극장관람 및 극장 외 관람 경험률 변동추이(2018~2025년)]

(단위: %)



자료: 영화진흥위원회, “영화콘텐츠 소비트렌드 연구”, 2026.2.27. 등을 바탕으로 재구성

○ 영화관 티켓 가격 부담과 OTT, VOD, IPTV 등 영화관 대체 플랫폼의 높은 편의성 등으로 인해 영화관과 극장 외 관람 간 격차가 지속되는 것으로 보임

○ 최근 영화산업에서 대중의 관심과 극장관람을 유도할 대형 흥행작의 부재도 극장관람객 감소의 주요 요인으로 지적되고 있음

❑ 이와 같은 영화산업의 구조변화는 영화상영관 입장권에 부과하는 법정부담금을 주요 재원으로 하는 영화발전기금의 재원 조달에 한계를 초래할 뿐 아니라 영화산업 육성 관련 재정사업의 추진에도 제약 요인으로 작용하고 있음

○ 따라서, 현행 영화발전기금 재원 조달구조의 문제점 및 정부의 영화산업 육성을 위한 주요 분야별 정책 및 재정사업의 추진 실태를 중심으로 분석함

나. 영화발전기금 재원 조달구조의 문제점 및 개선점 분석

❑ 그동안 영화발전기금은 영화상영관 입장권 부과금을 주요 재원으로 운영해 왔지만, 최근 코로나19와 OTT 확산에 따른 극장 관객 감소로 재원 조달구조의 한계가 나타남에 따라 안정적인 재원 확보를 위한 제도 개선 필요성이 커지고 있음

○ 영화비디오법에 따른 영화발전기금의 주요 재원이 상영관과 관람객을 중심으로 설계되어, OTT 등 변화하는 영화 소비·유통 환경을 반영하지 못하고 있음

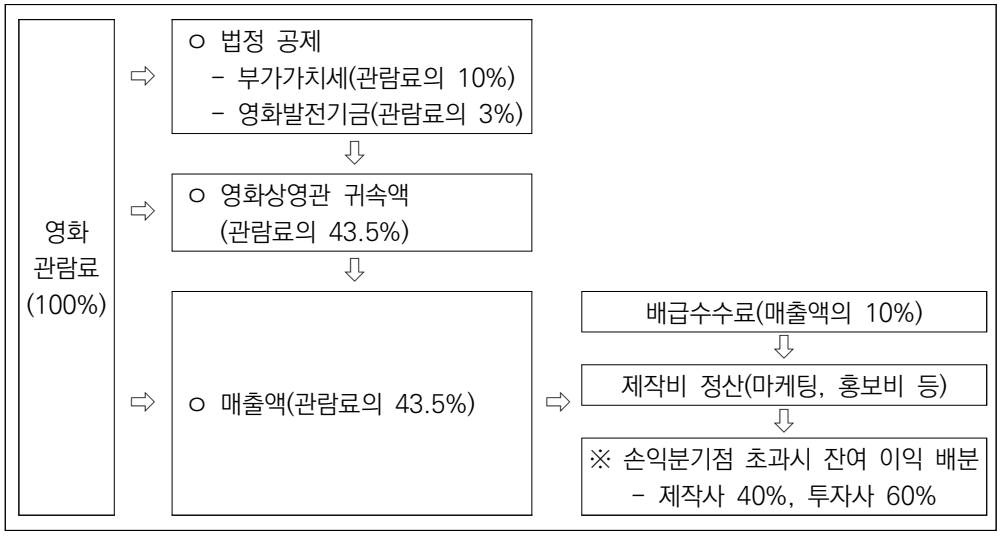
○ 이에 제22대 국회에서 논의·검토 중인 영화의 법적 정의 및 기금 재원 범위 확대 관련 법률안과 해외 주요국의 OTT 플랫폼 부담금과 콘텐츠 투자 의무 사례 등을 참고하여, 안정적이고 지속 가능한 재원 조달 방안을 마련할 필요가 있음

2. 한국 영화산업의 지속 성장 기반 강화정책 분석

가. 영화산업의 수익 분배구조 및 가치사슬 형성 체계

❑ 우리나라 영화산업의 수익 분배 구조는 관람료에서 법정 공제액을 차감한 후 영화상영관과 영화 매출액으로 배분하는 방식으로 이루어 짐. 이후 매출액에서 배급수수료·제작·마케팅 비용 등을 정산하고, 잔여 이익을 제작사와 투자사가 배분함

[우리나라 영화산업의 영화관람료 수익 분배 구조]



주: 부가가치세 10% 및 영화발전기금 3%는 법정 공제 항목임
자료: 김숙 외 2인 “영화산업의 가치사슬과 구조 변화”, 영화진흥위원회, 2023.7.등을 바탕으로 재구성

❑ 우리나라 영화산업은 투자·제작·배급·상영·부가시장으로 이어지는 가치사슬 구조를 형성하고 있으며, 각 단계의 참여 주체를 통해 영화의 기획·제작부터 유통·소비까지의 전 과정이 이루어짐

나. 영화산업의 지속 성장 기반 강화를 위한 육성정책 필요

❑ 정부는 우리나라 영화산업의 육성을 위해 투자·제작산업, 배급산업, 상영산업 등 전반에 걸쳐 다양한 지원 정책을 추진하고 있음

○ 제작산업 정책사업에는 '영화 창제작 지원'이 있으며, 이는 영화 산업의 안정적인 제작 환경 조성과 다양성 증진을 위한 사업임

○ 배급산업 정책사업에는 '영화유통지원'이 있으며, 동 사업은 독립·예술영화의 유통·상영 기반 강화, 영화유통 인프라 구축 등을 지원하는 사업임

○ 상영산업 정책사업에는 '영화정책지원'의 '국민 영화관람 활성화' 사업과 '영화유통지원'의 '전용관 운영지원' 사업 등이 있음

❑ 코로나19 팬데믹 이후 극장 관객 감소와 수익성 악화, OTT 확산 등으로 기존 극장 중심의 영화 제작·유통 및 단발성 투자구조의 한계가 드러나면서, 중소·독립·예술영화를 중심으로 투자·제작 위축과 콘텐츠 다양성 축소가 심화되고 있음

○ 개별 영화에 의존하는 투자에서 제작사 자체의 성장 가능성과 역량을 고려한 투자구조로 전환하고, 공적자금 투입시 이와 같은 투자방식의 선도적 도입이 필요

○ 제작산업의 공적 지원 시 우선손실충당, 슬레이트 투자 등 위험분산을 통해 민간투자를 유도하고, 독립·예술영화를 대상으로 인내자본, 임팩트 투자 등 필요

○ 공적자금 지원 시 제작사의 IP 소유 및 장기적 수익권 확보 지원, OTT, 방송, 해외 유통, 2차 저작물 확보 등 수익원 다각화 및 IPO, M&A 등 다양한 투자회수경로를 통해 후속 콘텐츠에 재투자하는 선순환 구조를 구축하게 할 필요

❑ 극장 관객 감소, OTT 확산, OTT 플랫폼 운영사의 영화 IP 확보에 따른 동시·조기 공개 확대 등으로 유통 환경이 빠르게 변화하고 있으며, 대작 중심의 투자·배급이 심화되면서 영화산업의 수익 구조와 제작 환경의 불확실성이 커지고 있음

○ 최근 대형 배급사의 수직계열화에 따른 스크린 점유율 편중과 중소·독립영화의 배급·상영 기회 제약을 완화하기 위해 제작·배급·상영 지원을 강화하고 공정한 유통·상영 환경을 조성할 필요가 있음

○ 해외 블록버스터 등 일부 대형 흥행작을 중심으로 특정 영화 장르에 대한 영화관 스크린 점유 편중을 완화하고, 중·소규모 한국영화의 배급·상영 기회를 확대하는 등 영화산업의 다양성과 경쟁력을 강화할 필요가 있음

❑ 상영산업을 위한 '국민 영화관람 활성화' 사업은 코로나19 이후 영화관람 수요 확대 및 영화산업 선순환 구조 회복을 위해 영화관람 할인권을 배포하는 사업임

○ 국민 영화관람 활성화 지원(할인쿠폰)의 해외영화·한국영화 간 지원 규모는 연도별로 차이가 있으나 특정 국적 영화에 일관되게 편중되기보다는 쿠폰 발생 시점의 개봉·흥행 상황과 방학·명절 등 관객 수요에 따라 달라지는 것으로 보임

○ 국민 영화관람 활성화 지원사업의 재원인 영화발전기금의 목적과 취지를 고려하여, 해외영화보다 한국영화에 대한 지원을 강화하는 방안을 검토할 필요가 있음

○ 국민 영화관람 활성화 지원사업이 대형 계열 영화관에 집중되는 구조인 만큼, 영화발전기금의 목적과 취지를 고려하여 비계열 영화관의 지원 기준과 할인 한도를 확대하는 등 지원방안을 마련할 필요가 있음

- 한편, '청년문화예술패스'의 영화분야 이용편중과 사업목적 등을 고려하여 지원의 범위를 멀티플렉스 영화관뿐만 아니라 독립·예술영화전용관까지 확대할 필요

3. 한국영화 다양성 확보를 위한 지원사업 분석

가. 전용관 운영지원 사업의 지역별 격차 완화 방안 모색 필요

❑ 최근 5년간 중·소규모 및 독립·예술영화 육성사업의 제작지원사업, 전용관 운영지원 사업 및 독립·예술영화의 개봉·매출·관객 수 등 주요 현황은 다음과 같음

○ 최근 5년간(2022~2026년 7월말) 독립·예술영화 및 중예산영화 제작지원 금액은 2022년 76억 4,200만원(86편)에서 2026년에는 중예산영화 제작지원의 확대에 따라 263억 300만원(82편)으로 증가함

○ 전용관 운영지원 사업은 독립·예술영화의 안정적인 상영 기반 마련 등 영화의 다양성과 지속 가능한 산업발전에 기여하는 사업으로, 최근 5년간(2022~2026년) 관련 예산은 연간 약 30억~34억원 규모로 큰 변동 없이 유지되었음

○ 최근 5년간(2021~2025년) 독립·예술영화는 2021년 대비 2023년에는 매출액과 관객 수가 일시적으로 크게 증가하였지만, 이후 다시 감소 추세를 보이면서 2025년에는 개봉 편수·매출액·관객 수의 전체 영화 대비 비중이 2021년보다 낮아진 측면이 있음

❑ 전용관 지원사업은 독립·예술영화의 안정적인 유통·상영 기반을 유지하고 영화의 다양성과 문화향유 기회를 보장하기 위한 사업으로, 지역 간 문화향유 격차를 완화하기 위해 지역별 전용관 분포와 접근성, 인구 규모 및 관객 수요 등을 고려한 거점시설 육성과 비수도권 지원 확대가 필요함

○ 예술영화전용관은 전국적으로 확대되고 있지만 수도권에 전용 상영관과 정부 지원이 집중되고 있어, 지역 간 영화 인프라 격차를 완화하도록 노력할 필요

○ 독립영화 전용관에 대한 정부 지원은 6개 상영관에 제한되고 있으나, 수도권뿐만 아니라 부산, 대구, 광주, 경북 등 일부 비수도권에도 지원하고 있어 지역별 상영기반과 지원 필요성 등을 고려하여 지원 대상을 선정하고 있는 것으로 보임

나. 지역영화 및 영상 진흥을 위한 개선 방안 마련 필요

❑ 현행 법령상 '지역영화'를 직접 정의한 규정은 없으나, 영화비디오법은 지역 영상진흥과 관련된 여러 규정을 통해 지역 영상문화 발전과 지역 주민의 영화 향유 기회 확대 등을 위한 정책적 근거를 명시하고 있음

○ 지역영화는 특정 지역을 기반으로 창작·제작·상영·유통되며, 지역의 문화·역사·사회적 특성과 이야기를 반영하는 독립·예술영화 및 관련 활동을 포괄하는 개념

○ '지역 영상생태계 기반 마련' 사업은 지역영화의 기획·개발·제작 지원과 지역 영화·영상 네트워크 활성화하여, 지역 주민의 영화 향유권과 지역 영상생태계 기반을 강화하는 사업임

❑ 지역영화 활성화 및 지속 가능한 지역 영상생태계 구축을 위해 영화 상영·제작·교류 등 인프라 확충, 지역영화인의 안정적인 활동·정착 기반 마련, 지역 고유의 문화·관광자원을 활용한 영화·영상 콘텐츠 제작 활성화 등이 필요

○ 지역영화 활성화를 위해 지역의 영화 상영·제작·교류 등 인프라를 확충하고 지역별 특성에 맞는 영화관, 영화문화공간, 영화제, 상영공동체 지원을 강화하는 등 지속 가능한 지역 영화생태계의 선순환 생태계를 구축할 필요

○ 지역영화인의 안정적인 활동·정착 기반 마련, 제작·교육·네트워크·유통 지원강화, 지역 특성을 반영한 '지역 영상생태계 기반 마련' 사업[1]을 재추진할 필요

○ 지역의 고유한 문화·관광자원을 활용한 영화·영상 콘텐츠 제작 활성화, 지역 간 상영, 유통 및 영화인 교류 확대 등을 통하여 지역영화와 지역관광이 연계되는 선순환 구조를 구축할 필요

4. 영화 향유문화 확산을 위한 정책 및 지원사업 분석

가. 장애인의 영화관 관람권 강화 필요

❑ 현재 정부는 비장애인과 시청각 장애인의 영화관 동시관람 지원을 위해 폐쇄형 보조기기 도입과 사용자·운영 인력 교육을 확대하고, 비장애인 인식 개선교육, 대국민 홍보 및 장애인 단체와 영화관 등이 참여하는 협의체 운영 등을 실시하고 있음

○ 현재 국내에서는 배리어프리 영화의 제작·지원이 확대되고 있음에도 실제 영화관 상영 비중은 여전히 낮은 수준이므로, 장애인과 비장애인이 함께 영화를 관람할 수 있는 유니버설 스크린 환경 조성과 자막·화면해설 등 영화관 접근성 서비스 및 상영관의 물리적 접근성을 확대할 필요가 있음

[한국영화 개봉작 중 배리어프리 영화 개봉 현황(2021~2025년)]

(단위: 편, %)

연도	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	**5개년평균**
실질 개봉 전체 편수[1](A)	224	228	174	171	213	**202**
배리어프리 개봉(상영) 편수(B)	13	14	20	15	17	**15.8**
(B/A)	5.8	6.1	11.5	8.8	8.0	**7.8**

주: 1) 당해 연도에 개봉하여, 총 40회 이상 영화관에서 상영된 작품
자료: 문화체육관광부

1) 2024년에는 지역 영상생태계 기반 마련 사업이 폐지되면서 관련 예산이 전액 삭감되었으며, 그 이후로는 관련 예산이 편성되지 않은 상태이다.

❑ 현행 장애인 관련 법령은 장애인의 문화권 보장과 문화생활 차별금지를 명시하고 있지만, 영화·비디오물의 한글자막 제공 등은 여전히 권고 수준에 머물러 있음. 이에 따라 시청각 장애인의 영화관람권을 위한 한글자막 등 서비스 의무화를 적극적으로 검토할 필요가 있음

나. 영화관람 소외계층 지원강화를 통한 문화향유권 제고 필요

❑ '찾아가는 영화관' 사업은 영화관 이용이 어려운 취약지역·계층에 이동형 상영 서비스를 제공하는 사업으로, 최근 사업예산 규모의 감소에 따라 타 사업예산을 일부 조정해 운영하고 있지만, 향후 상영 횟수와 관람 인원이 감소할 것으로 예상됨

[찾아가는 영화관 운영실적(2021~2026년 8월)]

(단위: 회, 개처, 명, 백만원)

연도	총 상영 횟수	방문개처 수	관람인원	예산액[1)]
2021년	105	55	5,187	282
2022년	166	98	19,884	170
2023년	281	166	32,440	282
2024년	554	351	58,410	1,300
2025년	276	215	52,398	500
2026년 8월 현재[2)]	50	46	18,623	110[3)]

주: 1) '영화정책지원(1261-302)'세부사업에 포함된 내내역사업 예산임
2) 2026년 관련 사업예산이 삭감됨에 따라 3~4월 중 영화문화 프로그램 계약, 리스트 선정 등 운영 준비를 거쳐 5월 중순부터 사업이 운영되고 있음
3) 찾아가는 영화관 운영사업을 지속하기 위해 한국영상자료원 내부 예산을 일부 조정하였음
자료: 문화체육관광부

❑ '찾아가는 영화관 운영' 사업의 예산 규모와 상영 횟수를 확대하여 다문화가정 및 외국인 노동자 밀집 지역 등 문화복지 사각지대에 대한 서비스를 강화하고, 이를 통해 문화복지 사각지대를 해소할 필요가 있음

○ 최근 5년간(2021~2025년) '찾아가는 영화관' 사업은 대부분 내국인을 중심으로 하는 농어촌·도서지역 주민과 노인·장애인 등 문화소외계층을 중심으로 운영

○ 동 사업은 내국인 대상 상영 및 방문처가 전체의 대부분을 차지하고 있는 반면, 외국인 대상 상영은 매우 제한적인 수준에 그쳐 동 사업의 상영 서비스가 주로 내국인에게 집중된 것으로 나타남

[찾아가는 영화관 내·외국인 대상 상영 횟수 및 방문개처 현황(2021~2025년)]

(단위: 회, 개처, %)

연도	합계 (내국인+외국인)		내국인 대상[1]				외국인 대상[2]			
	상영 횟수 (A)	방문 개처 (B)	상영 횟수 (C)	비율 (C/A)	방문 개처 (D)	비율 (D/B)	상영 횟수 (E)	비율 (E/A)	방문 개처 (F)	비율 (F/B)
2021년	105	55	100	95.2	51	92.7	5	4.8	4	7.3
2022년	166	98	161	97.0	94	95.9	5	3.0	4	4.1
2023년	281	166	277	98.6	163	98.2	4	1.4	3	1.8
2024년	554	351	549	99.1	346	98.6	5	0.9	5	1.4
2025년	276	215	271	98.2	211	98.1	5	1.8	4	1.9
5년간 평균	276.4	177	271.6	98.3	173	97.7	4.8	1.7	4	2.3

주: 1) 농·산·어촌과 도서지역, 이동이 불편한 노인·장애인 등 문화소외계층 및 복지관·학교·요양시설·교정시설 등 시설 이용이 제한적인 공간을 중심으로 내국인 대상 방문처
2) 산업단지·농·어촌 지역에 밀집한 외국인 노동자, 다문화가족지원센터, 외국인 근로자 지원센터 등 외국인을 대상으로 하는 방문처(지역 아동센터 등의 다문화 / 새터민 아동 등 포함)

자료: 문화체육관광부

IV. 결론 및 종합제언

❑ 코로나19 이후 극장 관객 감소, OTT 확산, 제작비 상승 등으로 약화된 영화산업의 성장 기반을 강화하고 변화하는 영화 소비·유통 환경에 대응하기 위해 영화발전기금의 안정적 재원 확보, 성장자본·지분투자 및 IP 기반의 제작·투자환경 개선, 배급시장 공정성 강화, 중·소규모·독립영화의 유통기회 확대 및 장애인·소외계층의 영화 접근성과 문화향유권 강화 등을 통해 지속 가능한 영화산업 생태계를 구축할 필요가 있음

Ⅰ 개 요

1 평가의 배경 및 목적

"영화"란 연속적인 영상이 필름 또는 디스크 등의 디지털 매체에 담긴 저작물로서 영화상영관 등의 장소 또는 시설에서 공중(公衆)에게 관람하게 할 목적으로 제작한 것을 말하며, 이러한 영화의 제작·활용·유통·보급·수출·수입 등에 관련된 산업을 "영화산업"이라 한다.[1)]

그동안 우리나라 영화산업은 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」(이하 "영화비디오법")에 따른 제도적 기반을 바탕으로 지속적인 성장을 해 왔다. 또한 한국 영화 최초로 칸 영화제의 황금종려상과 아카데미 작품상을 수상한 '기생충(2019년)'을 비롯하여, 2026년에는 천만 관객을 돌파한 '왕과 사는 남자'[2)]와 500만 관객을 기록한 영화 '군체'[3)] 등이 잇따라 흥행하며 관람 수요 회복과 성장세를 견인[4)]하는 등 국내 영화산업의 저력을 보여주기도 하였다.

하지만 코로나19 팬데믹을 계기로 영화관 관람객과 극장 매출이 급감하면서 영화산업 전반의 투자·제작·배급·상영 등 산업생태계가 크게 위축되었다. 이후 영화관 관람객 등이 점차 회복되는 추세를 보이기도 하고 있으나, 코로나19 이전의 영화산업 규모와 관람 행태를 완전히 회복하기에는 여전히 한계가 있는 상황이다.

이와 함께 최근에는 OTT 플랫폼[5)]의 성장과 콘텐츠 소비 방식의 변화로 영화

---

1) 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제2조(정의)
1. **"영화"**라 함은 연속적인 영상이 필름 또는 디스크 등의 디지털 매체에 담긴 저작물로서 영화상영관 등의 장소 또는 시설에서 공중(公衆)에게 관람하게 할 목적으로 제작한 것을 말한다.
2. **"영화산업"**이라 함은 영화의 제작·활용·유통·보급·수출·수입 등에 관련된 산업을 말한다.

2) 관객 수 1,692만명, 매출액 1,632억원을 기록하며, 최근 침체된 국내 영화산업에 활력을 불어넣는 계기를 마련하였다.
KOBIS(영화관입장권 통합전산망) 〈https://www.kobis.or.kr/〉

3) 관객 수 585만명, 매출액 610억원을 기록하였다.
KOBIS(영화관입장권 통합전산망) 〈https://www.kobis.or.kr/〉

4) 문화체육관광부 업무보고, "지역을 살리고, 세계로 넘실대는 K-문화", 2026.8.5.

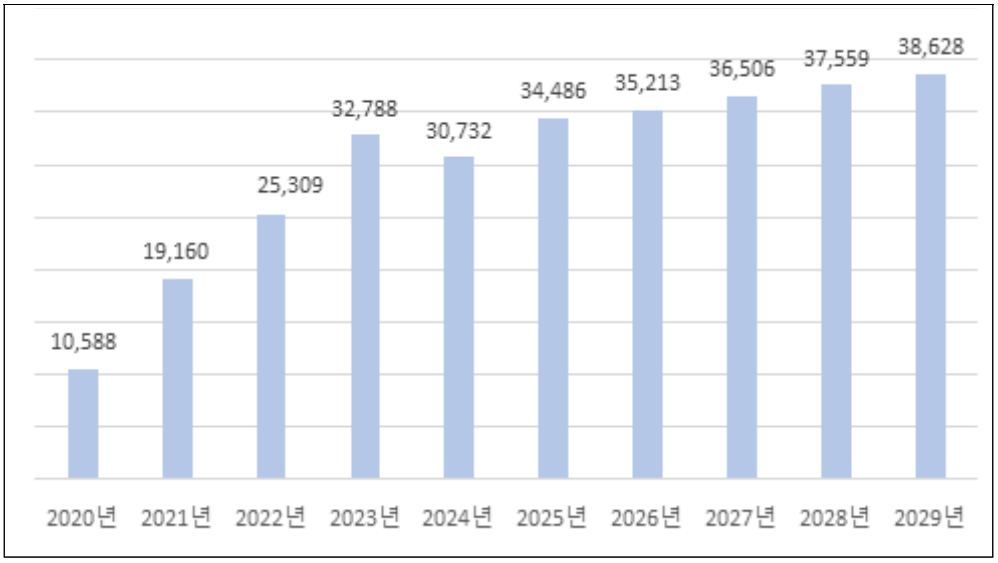
5) OTT(Over-The-Top)란 인터넷을 통해 영화, 드라마, 방송 등 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스로, 스마트폰, 스마트 TV, PC 등을 통해 언제 어디서나 스트리밍 콘텐츠를 즐길 수 있는 장점이 있다.

관람행태가 다양해지고, 글로벌 OTT의 투자 여건도 변화하면서 중·소규모 및 독립·예술영화는 물론 일부 상업영화도 안정적인 제작 재원 확보에 어려움을 겪는 상황이다. 이에 급변하는 산업 환경에 대응하고 영화산업의 지속 가능한 발전을 도모하기 위해 투자·제작·배급·유통·상영 등 산업 전반의 생태계를 종합적으로 점검하고 개선 방안을 모색할 필요가 있다.

참고로 세계 영화시장은 2020년 105억 8,800만 달러에서 2023년 327억 8,800만 달러까지 비교적 빠르게 확대되었다. 비록 2024년에는 시장 규모가 307억 3,200만 달러로 감소하기도 했지만, 향후 세계 영화시장은 2025년 344억 8,600만 달러에서 2029년 386억 2,800만 달러로 계속 확대될 전망이다.

[세계 영화시장 규모 전망(2021-2029)]

(단위: 백만달러, %)



주: 1. 2025년부터는 추정(전망)값임
2. 시장 규모는 중복시장을 제외함
3. 시장성장률은 전년 대비 당해 연도 성장률임
자료: 한국콘텐츠진흥원, "2025 해외 콘텐츠 시장 분석", 2025.12.29.를 바탕으로 재구성

본 보고서는 그동안 정부가 추진해 온 '영화산업 육성정책·사업'에 대하여 재정투입 현황과 성과, 정책 방향 및 추진체계 등을 종합적으로 분석·평가하고, 향후 정책 추진을 위한 시사점과 개선 방안을 제시하고자 한다.

2 평가의 구성 및 방법

본 보고서는 영화산업 육성정책·사업의 추진 성과와 제도 운영의 적정성을 종합적으로 점검하고, 이를 바탕으로 향후 정책 방향을 도출하기 위해 수행되었다.

평가 범위는 영화산업 육성과 관련된 주요 정책·사업 분야 전반을 포괄하고 있으며, 국내 영화산업 구조 및 환경 분석 등 총괄 부문, 한국 영화산업의 지속 성장 기반 강화정책, 한국영화 다양성 확보를 위한 지원사업, 영화 향유문화 확산을 위한 정책 및 지원사업 등을 중심으로 각 사업의 추진 현황과 성과를 함께 분석·평가하였다.

영화산업 육성정책·사업에 대한 평가·분석의 주요 내용은 다음과 같다.

현황 부문은 영화산업 육성정책·사업과 관련된 법률과 주요 계획, 영화산업의 주요 현황(국내 및 세계), 영화산업 육성정책·사업과 관련된 재정 현황(영화발전기금, 영화산업 육성 및 지원사업 예산, 모태펀드 영화계정 출자) 등을 정리하였다.

주요 쟁점 분석 부문의 구성과 주요 내용은 다음과 같다.

첫째, 총괄 분석에서는 ① 국내 영화산업 구조 및 환경 ② 영화발전기금 재원 조달구조의 문제점 및 개선점 등을 분석·평가하였다.

둘째, 한국 영화산업의 지속 성장 기반 강화정책 부문에서는 ① 영화산업의 수익 분배구조 및 가치사슬 형성 체계 ② 영화산업의 지속 성장 기반 강화를 위한 육성정책 필요성 등을 분석·검토하였다.

셋째, 한국영화 다양성 확보를 위한 지원사업 부문에서는 ① 전용관 운영지원사업의 지역별 격차 완화 방안 모색 필요성 ② 지역영화 및 영상 진흥을 위한 개선방안 마련 필요성 등을 검토하였다.

넷째, 영화 향유문화 확산을 위한 정책 및 지원사업 부문에서는 ① 장애인의 영화관 관람권 강화 필요성 ② 영화관람 소외계층 지원강화를 통한 문화향유권 제고 필요성을 검토하였다.

결론 및 종합 제언에서는 각 주요 쟁점 부문에서 분석한 내용과 개선 방안을 정리하고, 이를 바탕으로 향후 영화산업 육성정책·사업이 나아갈 방향과 정책적 시사점에 대하여 종합적으로 제언하였다.

본 보고서는 영화산업의 현황, 정책 및 사업 내용을 보다 객관적이고 정확하게 제시하기 위하여 전문가의 의견을 청취하였으며, 문화체육관광부 및 관계 기관의 제출자료, 국내외 각종 문헌과 통계자료 등을 활용하였다.

[영화산업 육성정책·사업 평가의 구성과 주요 내용]

구분	주요 분석 내용
Ⅰ. 개요	ㅇ 평가의 배경 및 목적 ㅇ 평가의 구성 및 방법
Ⅱ. 현황	ㅇ 영화산업 육성 체계(관련 법률, 주요 계획), 영화산업 주요 현황(국내, 세계) ㅇ 영화산업 육성정책·사업 재정 현황(영화발전기금, 영화산업 육성 및 지원사업 예산, 모태펀드 영화계정 출자)
Ⅲ. 주요 쟁점 분석	ㅇ 총괄 분석 - 국내 영화산업 구조 및 환경 분석 - 영화발전기금 재원 조달구조의 문제점 및 개선점 분석 ㅇ 한국 영화산업의 지속 성장 기반 강화정책 분석 - 영화산업의 수익 분배구조 및 가치사슬 형성 체계 - 영화산업의 지속 성장 기반 강화를 위한 육성정책 필요 ㅇ 한국영화 다양성 확보를 위한 지원사업 분석 - 전용관 운영지원 사업의 지역별 격차 완화 방안 모색 필요 - 지역영화 및 영상 진흥을 위한 개선 방안 마련 필요 ㅇ 영화 향유문화 확산을 위한 정책 및 지원사업 분석 - 장애인의 영화관 관람권 강화 필요 - 영화관람 소외계층 지원강화를 통한 문화향유권 제고 필요
Ⅳ. 결론 및 종합 제언	ㅇ 주요 쟁점 분석에 대한 결론 요약 ㅇ 본 보고서가 시사하는 점에 대한 종합 제언

II 현 황

1 영화산업 육성 체계

가. 관련 법률

영화비디오법은 영화산업의 진흥과 국민의 영화 향유 기회 확대 등을 위해 영화진흥위원회 및 영화발전기금의 설치·운영, 한국영화 상영 및 전용상영관 지원, 영화산업 기반 및 영화 접근성 강화 등에 관한 제도적 근거를 규정하고 있다.

영화비디오법은 영화·비디오물의 질적 향상과 영상문화·산업의 진흥을 통해 국민의 문화생활 향상과 민족문화 창달에 기여하는 것을 목적(제1조)으로 한다.

동 법은 영화 및 영화산업의 정의, 영화업자의 유형 등을 규정(제2조)하고, 영화진흥위원회를 설치하여 영화 제작·유통·배급, 해외 진출, 예술·독립영화 및 지역 영상문화의 진흥 등을 지원(제4조, 제5조, 제8조 및 제14조)하도록 하고 있다. 또한 영화발전기금을 설치·운용하여 영화 창작·제작, 수출·국제교류, 영화산업 및 영상문화·기술 발전 등에 필요한 재원을 지원하며, 영화상영관 입장권 가액의 3%를 부과금으로 징수하도록 규정(제23조, 제24조, 제25조 및 제25조의2)하고 있다.

아울러 한국영화의 안정적인 상영 기반을 마련하기 위해 한국영화 상영 의무(제40조)를 두고 있으며, 전용상영관 및 지역 영화관 등의 지원 근거(제38조, 제38조의2)를 마련하고 있다.

그밖에 한국영상자료원의 설치·운영(제34조), 영화상영관 입장권 통합전산망 구축(제39조), 공공 영화상영관 운영(제38조의3) 및 장애인의 영화 향유권 보장(제38조의4) 등에 관한 사항을 규정하는 등 영화산업의 전반적인 육성과 국민의 영화 향유 기회 확대 등을 위한 제도적 기반을 마련하고 있다.

영화비디오법상 영화산업 육성과 관련된 주요 규정과 내용은 다음과 같다.

[영화산업 육성을 위한 영화비디오법상 주요 규정]

구분	관련 조문	주요 내용
총칙	제1조(목적)	- 영화·비디오물의 질적 향상과 영상문화·산업 진흥을 통해 국민의 문화생활 향상 및 민족문화 창달에 기여
	제2조(정의)	- 영화: 연속적인 영상이 필름 또는 디스크 등의 디지털 매체에 담긴 저작물로서, 영화상영관 등의 장소 또는 시설에서 공중(公衆)에게 관람하게 할 목적으로 제작된 것 - 영화산업: 영화의 제작·활용·유통·보급·수출·수입 등과 관련된 산업 - 한국영화: 국내에 주된 사업소를 둔 자가 제작했거나 법에 따라 한국영화로 인정받은 영화 - 영화업자: 영리를 목적으로 영화제작업, 영화수입업, 영화배급업 또는 영화상영업을 하는 자를 말함 - 영화상영관: 영리를 목적으로 영화를 상영하는 장소 또는 시설을 말하며, 일정 기준 이하의 비상설 상영장은 제외함
영화진흥위원회	제4조(설치) 제5조(법인격)	- 영화의 질적 향상과 한국영화 및 영화산업의 진흥을 위해 문화체육관광부 산하에 법인인 영화진흥위원회를 둠
	제8조(영화진흥위원회의 구성)	- 영화진흥위원회는 위원장 1인 및 부위원장 1인을 포함한 9인의 위원으로 구성함 - 영화진흥위원회의 위원은 영화예술 및 영화산업 등에 관하여 전문성과 경험이 풍부한 사람 중 문화체육관광부장관이 임명
	제14조(영화진흥위원회 기능)	- 영화진흥기본계획 수립·변경에 관한 의견 제시, 영화발전기금 관리·운용, 영화 관련 제도운영 및 개선 - 영화 제작·유통·배급 지원, 영화산업 조사·연구·교육, 영상기술 개발, 해외 진출·국제교류, 예술영화·독립·애니메이션 등 영화 진흥 관련 사업 - 지역 영상문화 진흥, 영화관객 권익 보호, 표준계약서 확산 및 근로환경 개선, 영화상영관 입장권 통합전산망 및 의무상영제도 운영 등
영화발전기금 설치 및 운용	제23조(기금의 설치 등)	- 영화예술의 질적 향상과 한국영화 및 영화·비디오물산업의 진흥·발전을 위해 영화발전기금을 설치하고, 이를 영화진흥위원회가 독립된 회계로 관리·운용함
	제24조(기금의 조성)	- 영화발전기금은 정부 출연금, 개인·법인 기부금, 영화상영관 입장권 부과금, 기금 운용수익 등으로 조성함
	제25조(기금의 용도)	- 영화발전기금은 한국영화의 창작·제작 및 수출·국제교류 지원, 영화산업 종사자 복지 및 영화산업 활성화, 영상문화·기술 발전, 그밖에 영화·비디오산업 진흥 및 기금 운용·관리에 필요한 사업 등에 사용함

구분	관련 조문	주요 내용
	제25조의2(부과금의 징수)	- 영화진흥위원회가 영화산업 진흥을 위해 영화상영관 관람객에게 입장권 가액의 3%를 부과금으로 징수함. 다만, 애니메이션영화·소형영화·단편영화, 예술·독립영화 등을 일정 수준 이상 상영하거나 감염병으로 매출이 일정 수준 이상 감소한 영화상영관 등은 부과 대상에서 제외함
한국영화 산업	제27조(공동제작 영화의 한국영화 인정)	- 공동제작 영화가 인적·물적 요소나 해당 영화의 예술적·기술적 특성 등이 한국영화 인정 기준을 충족하는 경우 영화진흥위원회에 신청을 통하여 한국영화로 인정받을 수 있음
	제40조(한국영화의 상영의무)	- 영화상영관 경영자는 연간 대통령령으로 정하는 일수 이상 한국영화를 상영하여야 함
한국영상자료원 운영	제34조(한국영상자료원의 설치 등)	- 영화·비디오물 및 관련 자료의 수집·보존·전시와 영상문화·예술의 발전을 위해 문화체육관광부 산하에 한국영상자료원을 설치함
영화의 상영 및 운영	제36조(영화상영관의 등록)	- 영화상영관은 일정 시설기준을 갖춘 후 관할 지자체에 등록해야 함
	제38조(전용상영관에 대한 지원)	- 정부는 청소년 보호와 영화예술 확산을 위해 한국영화, 애니메이션·예술·독립영화, 청소년 관람가 영화 등을 연간 상영일수의 60% 이상 상영하는 전용상영관을 지원할 수 있음
	제39조(영화상영관입장권 통합전산망)	- 영화진흥위원회는 영화관객 수 등의 정보를 신속·정확하게 제공하기 위해 통합전산망을 운영해야 하고, 이를 위해 영화상영관 경영자는 의무적으로 통합전산망에 가입해야 함
영화 향유권	제38조(전용상영관에 대한 지원)	- 정부는 장애인의 문화향유권 보장을 위해 한국수어·자막·화면해설 등을 활용한 영화를 연간 상영 일수의 30% 이상 상영하는 전용상영관을 지원할 수 있음
	제38조의2(지역영화 향유 환경 개선 등)	- 정부와 영화진흥위원회는 지역영화 향유권 및 영상문화 진흥을 위해 지역영화관·배급·공공상영·교육시설 구축과 지역 주민·영화단체의 영화 제작 및 활동 등을 지원할 수 있음
	제38조의3(공공 영화상영관)	- 국가와 지방자치단체는 지역 주민의 영화 향유권 향상을 위해 영화상영관을 설치·운영하고, 그 업무를 위탁하거나 필요한 지원을 할 수 있음
	제38조의4(장애인의 영화 향유권)	- 영화업자는 장애인의 영화 향유권 보장을 위해 폐쇄자막·한국수어 통역·화면해설 등을 제공하도록 노력해야 함

자료: 국가법령정보센터〈https://www.law.go.kr/〉를 바탕으로 재구성

나. 주요 계획

영화산업 육성과 관련된 주요 정책과 계획은 영화비디오법 제3조[6]에 따른 영화진흥기본계획 및 시행계획에 따라 수립·추진된다.

영화비디오법은 영상문화의 창달과 영화산업의 진흥을 위해 영화진흥기본계획 및 시행계획을 수립·시행하도록 규정[7]하고 있다. 동 기본계획에는 한국영화 진흥의 기본방향, 영화 제작·배급·상영에 대한 조사·기술개발, 수출과 국제적 진출 및 교류, 영화자료의 수집·보존, 영화인력 양성 등의 사항을 포함한다.

또한 예술·독립영화 및 지역 영상문화 육성·지원, 인권·양성평등 문화 확산, 영상문화의 다양성과 공공성 증진 등 영화산업의 전반적인 발전 방향을 포함토록 하고 있다. 아울러 영화상영관의 시설·안전·위생·방역 관리와 재원 확보 등 영화산업의 제도적·재정적인 사항을 규정하고 이를 기본계획에 포함하고 있다.

참고로 영화를 포함한 콘텐츠산업 전반에 관한 기본계획에는 "제3차 콘텐츠산업진흥 기본계획(2024년)" 등이 있으며, 이는 콘텐츠산업을 국가 전략산업으로 육성하고 글로벌시장에서 근본적인 경쟁력을 강화하는 데 핵심적인 목표를 두고 있다.

---

6) 제3조(영화진흥기본계획 및 시행계획) ① 문화체육관광부장관은 영상문화의 창달과 영상산업의 진흥을 위하여 제4조에 따른 영화진흥위원회 및 제34조에 따른 한국영상자료원의 의견을 들어 **영화진흥기본계획 및 시행계획을 수립·시행**하여야 한다.
② 제1항에 따른 영화진흥기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.
1. 한국영화 진흥의 기본방향
2. 영화 제작의 진흥을 위한 조사·연구, 제작기반 확충, 기술개발
3. 영화배급 및 상영의 진흥을 위한 조사·연구 및 개발
4. 한국영화의 수출과 국제적 진출
5. 영화자료의 수집과 보존
6. 영화인력의 양성 및 영화근로자의 근로환경 개선
6의2. 영화산업에서 인권존중 의식 및 양성평등 문화의 확산
6의3. 예술영화·독립영화의 육성 및 지원
7. 영화진흥에 필요한 재정적 기반확충을 위한 재원의 확보 및 효율적인 운용방안
8. 영화의 국제교류 및 협력
9. 디지털시네마 진흥 기본방향, 디지털시네마 산업기반조성, 재원의 확보 및 효율적인 운용방안
10. 영상기술 개발·표준, 디지털시네마 품질인증 및 영화상영관 등의 시설기준
11. 영상문화의 다양성·공공성 증진
11의2. 지역 영상문화 진흥
12. 영화상영관의 감염병 등에 대한 안전·위생·방역 관리에 관한 사항
13. 그밖에 영화예술의 진흥을 위하여 필요한 사항

7) 문화체육관광부에 따르면, 영화비디오법 및 관련 법령에는 기본계획의 수립 주기를 정한 별도의 규정이 없지만 통상 **5년마다 관련 계획을 수립**하고 있다고 설명하고 있다.

영화진흥기본계획에 해당하는 '한국 영화산업 발전계획'(2019.10.)[8]은 온라인 영상 플랫폼의 성장과 영화 유통·소비 행태의 변화에 대응하고, 변화된 미디어 환경에 적합한 영화유통·창작 지원체계를 마련하기 위해 수립되었다.

동 발전계획은 영화산업의 지속적인 성장에도 불구하고 영화 관객 수의 정체, 콘텐츠 획일화, 독립·예술영화 생태계 약화 등 구조적 한계가 나타나고 있는 현실에 주목하고 있다. 이에 공급자 중심의 지원에서 나아가 관객의 영화 접근성과 향유 기회를 확대하고, 새롭고 다양한 영화의 창작과 소비를 촉진하는 건강한 영화생태계 구축을 주요 방향으로 제시하고 있다.

동 발전계획의 전략 체계는 "영화가 있는 삶, 내일이 있는 한국영화"를 비전으로 설정하고, 이를 실현하기 위해 다음과 같은 3대 핵심 전략과 11개 추진 과제를 제시하고 있다.

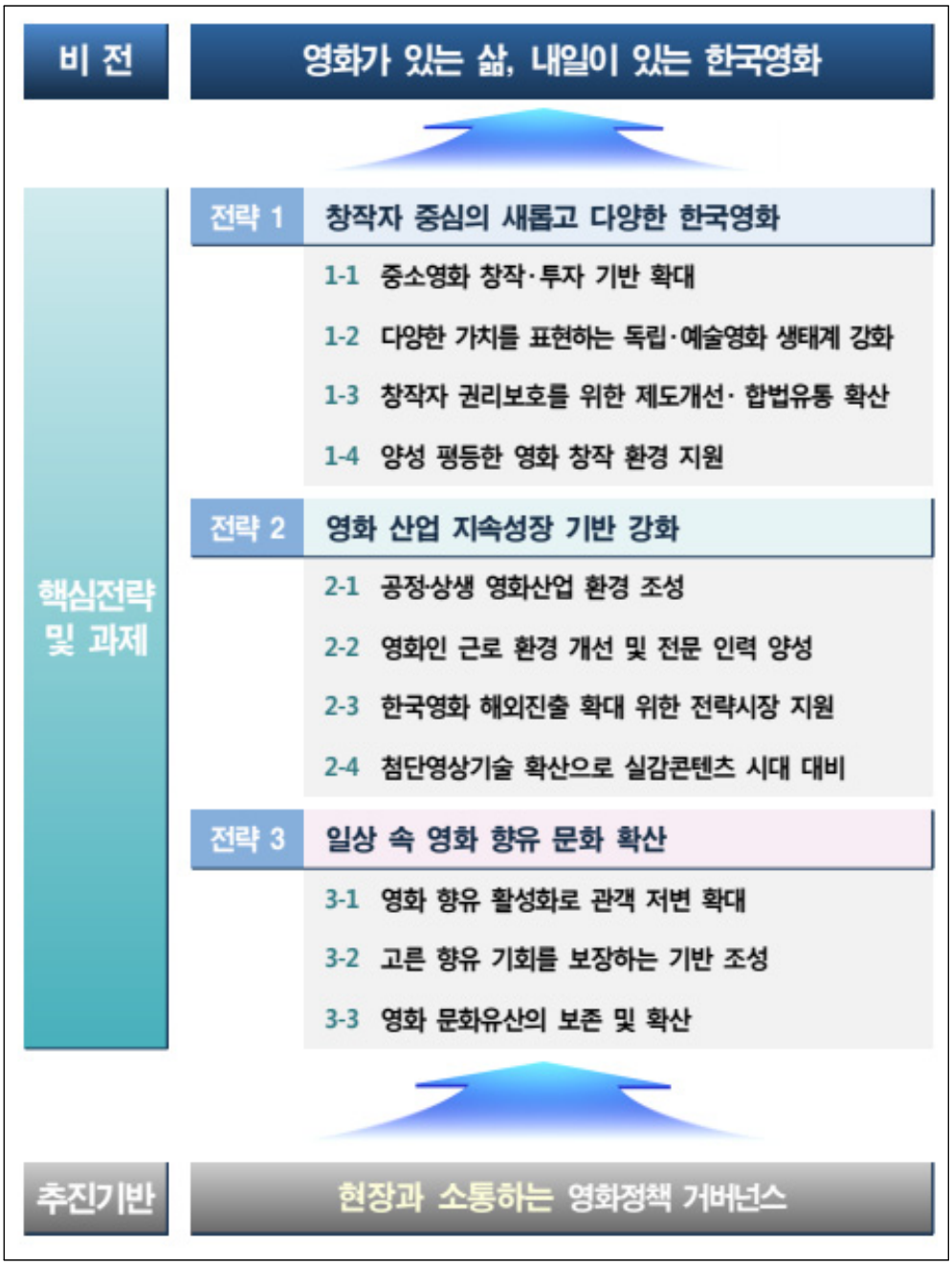
첫째, "창작자 중심의 새롭고 다양한 한국영화"(전략 1)는 중소영화에 대한 창작·투자 기반을 확대하고, 다양한 가치를 표현하는 독립·예술영화 생태계를 강화하는 한편, 창작자의 권리 보호와 양성 평등한 영화 창작 환경 조성 등을 추진 과제로 제시하고 있다.

둘째, "영화산업의 지속 성장 기반 강화"(전략 2)는 공정·상생하는 영화산업 환경을 조성하고 영화인 근로환경 개선 및 전문인력 양성 추진, 한국영화의 해외 진출 확대 지원과 실감콘텐츠 시대 대비 등을 주요 추진 과제로 제시하고 있다.

셋째, "일상 속 영화 향유 문화 확산"(전략 3)은 영화 향유 활성화를 통한 관객의 저변 확대, 고른 영화 향유를 보장하는 기반 조성 및 영화 문화유산의 보존과 확산을 추진 과제로 한다.

8) '한국 영화산업 발전계획'은 영화비디오법 제3조에 따른 '영화진흥기본계획'에 따라 수립된 계획이다.

[한국 영화산업 발전계획 전략 체계]



주: "한국 영화산업 발전계획"은 영화비디오법 제3조에 따라 수립된 영화진흥 기본계획임
자료: 문화체육관광부, "한국 영화산업 발전계획", 2019.10.14.

한편, 정부는 "글로벌 OTT 확산"에 따라 영화를 포함한 영상산업의 패러다임이 급변함에 따라 기존의 영화진흥기본계획을 보다 확대하는 '영상산업 도약전략(2023.11.)'[9]을 마련하고, 영상산업 활력 제고와 IP 경쟁력 강화 등을 추진하였다. 특히 영화산업과 관련하여 미개봉 영화 지원, 홀드백 정상화, 영화계정 펀드 확대 등을 추진하였다.

영상산업 도약전략은 2027년까지 세계 콘텐츠 4대 강국으로 도약한다는 비전 아래, ① 영상콘텐츠 산업규모를 2021년 28조원에서 2027년 40조원으로 확대(연평균 6.1% 증가), ② 영상콘텐츠 수출 규모를 2021년 9.2억 달러에서 2027년 18억 달러로 확대(연평균 11.9% 증가), ③ 글로벌 킬러 영상 콘텐츠[10] 창출을 위해 에미상, 아카데미상 등 주요 수상작을 5년간 5편 창출하는 것을 목표로 하였다.

주요 추진 전략으로는 ① 영상산업 활력 제고, ② IP 협상력 제고를 위한 총력 지원, ③ 영상창작자 권리 강화를 제시하였다. 또한 각 추진 전략에 따라 K-콘텐츠 전략펀드 신설, 경쟁력 있는 IP[11] 창출, 지속 가능한 창작환경 조성 등의 과제를 추진하고, 이와 연계하여 영화산업 육성을 위한 세부 과제도 일부 포함[12]하였다.

동 전략은 영화산업 활성화를 위해 미개봉 한국영화에 대한 지원과 홀드백[13] 정상화를 추진하는 한편, 영화 제작사의 IP 보유 확대를 위해 영화계정 메인투자펀드 등 특화 펀드[14]를 확대하는 내용을 포함했다. 또한 영상산업의 규율체계 개편을 위해 영화·OTT 콘텐츠·방송프로그램 등을 '영상물'로 통합 정의하는 법률 정비를 추진하는 등 변화하는 영상콘텐츠 산업 환경에 대응하고자 했다.

---

9) OTT 확산과 함께 영화-드라마 간 경계가 불분명해지고 영화의 유통구조가 급변하였으며, 영화관람 행태가 변화하여 온라인 영화시장이 확대됨에 따라 '영상산업 도약전략'에 영화산업을 포함하여 기존의 영화진흥기본계획을 대체하게 되었다.(문화체육관광부, "영상산업 도약전략", 2023.11.)

10) 킬러콘텐츠(Killer Content)란 등장하자마자 경쟁 상대들을 압도하고, 시장 전체를 지배하거나 특정 플랫폼·미디어의 폭발적인 성장을 이끄는 핵심 콘텐츠를 말한다.

11) 지식재산권(IP: Intellectual Property)이란 인간의 지적 창조물이나 아이디어 등 무형의 재산에 대해 법이 부여하는 독점적 권리를 말한다.

12) 이때 영화산업은 코로나19 이후 영화관람 행태 변화와 온라인 영화시장 확대 등으로 관객 감소, 한국영화 시장점유율 하락, 개봉대기작 증가, 투자금 회수부진 등 산업전반의 침체가 지속되고 있었다.

13) '홀드백(Holdback)' 제도는 영화가 극장에서 최초로 상영된 후 일정 기간이 지나야 비디오물(VOD, Video On Demand)이나 온라인 동영상서비스(OTT) 등 다른 플랫폼을 통해 제공될 수 있도록 하는 유통 간격을 두는 제도이다.

14) 문화계정의 'IP 펀드'와 영화계정의 '메인투자 펀드' 등 제작사의 IP 보유 확대를 지원하기 위한 특화 펀드 조성을 의미한다.

[영상산업 도약전략 중 영화산업 육성 관련 주요 추진 전략 및 과제]

추진전략	추진과제	영상산업(영화산업)[1] 관련 주요 내용
영상산업 활력제고	K-콘텐츠 전략펀드 신설	ㅇ 글로벌 경쟁력 있는 콘텐츠를 창출하고 IP 확보로 부가 수익을 극대화할 수 있도록 투자 지원
	글로벌 스탠다드에 맞는 규제혁신	ㅇ 글로벌 단일 시장에서 K-콘텐츠의 경쟁력을 높일 수 있도록 세제 혜택 확대 및 불필요한 규제 혁파 (법률체계 정비) **영화**, OTT 콘텐츠, 방송프로그램 등을 '**영상물'로 통합 정의**하고, 영상콘텐츠 산업 규율체계 개편[2]
	정책보증 신설	ㅇ 콘텐츠 기획·개발 및 수출 등 제작·유통 전 단계의 민간 투·융자 조달 확대를 위한 정책보증 신설 추진
	영화산업 활성화	ㅇ 미개봉 영화 지원, 자율적 홀드백 준수·유지를 통한 영화업계 내 선순환 생태계 복원 (개봉 촉진 펀드) **미개봉 한국영화를 투자 대상으로 하는 펀드를 결성**하여 투자배급사의 투자금 회수 및 재투자 유도(홀드백 연계) (홀드백 정상화) 업계 자율협약 체결 지원 및 모태펀드 투자작 대상 홀드백 준수 의무화 등을 통해 코로나19 기간 무너진 **영화 홀드백 정상화** 유도[3]
IP 협상력 제고를 위한 총력지원	경쟁력 있는 IP 창출	ㅇ 유망한 중소제작사가 경쟁력·완성도를 갖춘 IP를 창출·활용할 수 있도록 IP 중심 지원체계 구축 (펀드 지원) 특화 펀드 조성(문화계정 'IP 펀드', **영화계정 '메인투자펀드') 확대**로 제작사의 IP 보유 확대 지원
	공정한 계약 구조 확산	ㅇ 제작사 IP 보유로 수익 창출 및 업계 간 상생 가능한 모델을 확산하고 공정한 거래질서 조성
	자생력을 키우는 인프라 구축	ㅇ 제작사의 자생력 강화를 통한 IP 협상력 제고를 위해 제작비용의 획기적 감축 및 새로운 판로 개척 지원
영상창작자 권리 강화	지속 가능한 창작환경 조성	ㅇ 새로운 플랫폼 시대에 맞춰 영상물 창작자의 지속적인 창작 동기 부여를 위한 보상 방안 마련
	K-콘텐츠 보호	ㅇ 콘텐츠 불법유통 근절을 위한 부처·민간 협력과 국제공조 강화

주: 1) 괄호 안은 '영상산업 도약전략'의 추진과제 중 영화산업 육성과 직접 관련된 내용임
2) 현행 영화비디오법상 '영화'는 '영화상영관 상영을 목적으로 하는 것'에 한정하고 있음
3) 프랑스의 경우를 예로 들면, 「영화영상법」에 따라 영화계와 OTT 사업자 간 협약을 통해 홀드백 기간을 정하고 있으며, 영화관 개봉 후 통상 15~17개월의 기간이 적용됨

자료: 문화체육관광부, "영상산업 도약전략", 2023.11.을 바탕으로 재구성

2 영화산업 주요 현황

가. 국내 영화산업

최근 5년간(2020~2024년) 전체 콘텐츠산업[15] 및 영화산업[16]은 사업체 수, 매출액, 종사자 수 분야 등에서 전반적으로 증가하는 추세를 보이고 있다. 다만, 전체 콘텐츠산업은 수입액 분야(연평균 증감율 △0.1%)에서, 영화산업은 수출액 분야(연평균 증감율 △6.2%)에서 각각 연평균 증감율이 감소한 것으로 나타났다.

최근 5년간(2020~2024년) 국내 전체 콘텐츠산업과 영화산업의 사업체 수, 매출액, 수출액, 수입액 및 종사자 수를 살펴보면 다음과 같다.

사업체 수는 전체 콘텐츠산업의 경우 2020년 9만 9,551개에서 2024년 12만 875개로 같은 기간 연평균 5.0%가 증가했다.

영화산업 사업체 수는 같은 기간 916개에서 6,441개로 연평균 62.8%가 증가했으며, 전체 콘텐츠산업에서 차지하는 비중도 같은 기간 0.9%에서 5.3%로 확대되었다.

매출액은 전체 콘텐츠산업의 경우 2020년 128조 2,870억원에서 2024년 157조 4,021억원으로 연평균 5.2% 증가했다.

영화산업 매출액은 2조 9,871억원에서 4조 9,386억원으로 연평균 13.4%가 증가한 것으로 나타났지만, 2022년 7조 3,692억원으로 최고치를 기록한 이후에는 지속적으로 감소하는 추세를 나타내고 있다.

수출액은 전체 콘텐츠산업의 경우 2020년 119억 2,428만달러에서 2024년 140억 7,543만달러로 연평균 4.2% 증가했다.

영화산업 수출액은 같은 기간5,416만달러에서 4,193만달러로 연평균 6.2%가 감소했으며, 전체 콘텐츠산업 대비 비중도 0.5%에서 0.3%로 축소되었다.

수입액은 전체 콘텐츠산업의 경우 2020년 9억 2,082만달러에서 2024년 9억 1,556만달러로 연평균 0.1% 감소했다.

---

15) 영화를 포함한 출판, 만화, 음악, 게임, 애니메이션, 방송 및 영상 등 전체 콘텐츠 분야의 합계를 말한다.

16) 영화산업은 영화제작, 지원 및 유통업(영화 기획 및 제작, 수입, 제작지원, 배급, 극장 상영, 홍보 및 마케팅) 및 디지털 온라인 유통업(DVD/블루레이 제작 및 유통, 온라인 배급·상영) 등을 포함한다.

영화산업 수입액은 같은 기간 2,833만달러에서 3,673만달러로 연평균 6.7% 증가했으며, 전체 대비 비중은 같은 기간 3.1%에서 4.0%로 점차 확대되는 추세이다.

종사자 수는 전체 콘텐츠산업의 경우 2020년 64만 2,086명에서 2024년 68만 8,121명으로 연평균 1.7% 증가했다.

영화산업 종사자 수는 1만 497명에서 2만 8,899명으로 연평균 28.8% 증가한 것으로 나타났지만, 2022년 3만 6,601명으로 최고치를 기록한 이후에는 지속적으로 감소하는 추세를 나타내고 있다.

[국내 영화산업 주요현황(2020~2024년)]

(단위: %)

분야	구분	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	연평균 증감률
사업체 수(개)	전체	99,551	108,628	114,769	118,064	120,875	5.0
	영화	**916**	**1,034**	**7,020**	**6,872**	**6,441**	**62.8**
	비중[1]	0.9	1.0	6.1	5.8	5.3	-
매출액 (백만원)	전체	128,287,034	137,507,958	151,077,245	154,178,524	157,402,114	5.2
	영화	**2,987,075**	**3,246,109**	**7,369,200**	**5,903,094**	**4,938,567**	**13.4**
	비중[1]	2.3	2.4	4.9	3.8	3.1	-
수출액 (천달러)	전체	11,924,284	12,452,897	13,243,006	13,345,270	14,075,430	4.2
	영화	**54,157**	**43,033**	**71,440**	**62,156**	**41,929**	**△6.2**
	비중[1]	0.5	0.3	0.5	0.5	0.3	-
수입액 (천달러)	전체	920,822	1,204,704	1,151,789	893,820	915,564	△0.1
	영화	**28,330**	**37,897**	**24,684**	**48,846**	**36,729**	**6.7**
	비중[1]	3.1	3.1	2.1	5.5	4.0	-
종사자 (명)	전체	642,086	614,734	647,969	665,213	688,121	1.7
	영화	**10,497**	**13,240**	**36,601**	**31,403**	**28,899**	**28.8**
	비중[1]	1.6	2.2	5.6	4.7	4.2	-

주: 1. 전체는 영화를 포함한 출판, 만화, 음악, 게임, 애니메이션, 방송 및 영상, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 등 전체 콘텐츠 분야의 총계를 말함

2. 영화산업은 영화 제작, 지원 및 유통업(영화 기획 및 제작, 수입, 제작지원, 배급, 극장 상영, 홍보 및 마케팅) 및 디지털 온라인 유통업(DVD/블루레이 제작 및 유통, 온라인 배급·상영) 등을 말함

1) 비중 = 영화/전체

자료: 한국콘텐츠진흥원, "2024년 기준 콘텐츠산업조사_일반배포용", 2026.5.을 바탕으로 재작성

나. 세계 영화시장

세계 콘텐츠시장은 코로나19 팬데믹 이후 콘텐츠 소비의 디지털 전환과 온라인 플랫폼 확산 등에 힘입어 2021년 1.8조 달러에서 2029년 2.7조 달러로 연평균 5.3% 성장할 것으로 보인다. 같은 기간 영화시장[17] 또한 극장관람 수요 회복과 OTT 등 온라인 플랫폼의 확산에 따라 연평균 9.2%의 비교적 높은 성장세를 보일 것으로 전망된다.

세계 콘텐츠시장의 전체 규모(중복시장 제외)는 코로나19 팬데믹 이후 콘텐츠 소비의 디지털 전환과 온라인 플랫폼 확산 등에 힘입어 지속적인 성장세를 이어가고 있다. 이러한 성장세에 따라 2021년 1.8조 달러에서 2029년 2.7조 달러로 증가할 것으로 예상되며, 같은 기간 연평균 5.3%의 성장률을 기록할 것으로 전망된다.

영화시장 역시 이러한 성장 흐름에 따라 비교적 높은 성장세를 나타낼 것으로 전망된다.

영화시장의 2021~2029년 연평균성장률은 9.2%로 전망하고 있으며, 이는 애니메이션(19.1%)과 음악(9.8%)[18]에 이어 전체 콘텐츠 분야 중 세 번째로 높은 수준이다. 특히 영화시장은 코로나19 확산으로 위축되었던 극장관람 수요가 회복되는 가운데 온라인 동영상서비스(OTT) 등 온라인 플랫폼을 통한 콘텐츠 유통이 확대되면서 이에 따라 시장 규모가 빠르게 회복·성장하고 있는 것으로 분석된다.

---

17) 박스오피스(극장 개봉을 통한 입장료 수익), 극장 광고(영화 상영 전 광고 등 영화관에서 제공되는 광고 수입), 홈비디오(DVD, VOD, OTT) 등을 기준으로 전망치를 산출하였다.

18) 음악 콘텐츠 분야는 최근 디지털 스트리밍 시장의 확대에 힘입어 높은 성장세를 보일 것으로 전망된다.

[분야별 세계 콘텐츠 시장규모 및 전망(2021-2029)]

(단위: 10억 달러, %)

분야	'21년	'22년	'23년	'24년	'25년	'26년	'27년	'28년	'29년	연평균성장률('21~'29년)[1]
출판	199	195	192	189	187	185	183	181	180	△1.3
만화	13	13	12	12	13	14	15	16	17	3.9
음악	41	60	71	74	78	81	83	86	87	9.8
게임	193	203	207	212	226	243	254	267	279	4.7
영화[2]	**19**	**25**	**33**	**31**	**34**	**35**	**37**	**38**	**39**	**9.2**
애니메이션	2	4	5	7	7	7	8	8	8	19.1
방송·영상	453	455	457	484	490	503	504	517	517	1.7
광고	735	789	837	935	1,009	1,094	1,160	1,231	1,282	7.2
지식정보	145	168	186	198	209	218	227	234	241	6.5
캐릭터 · 라이선스	290	314	328	340	356	371	388	405	424	4.8
산술 합계	2,091	2,226	2,328	2,482	2,609	2,752	2,858	2,983	3,072	4.9
합계[3]	**1,807**	**1,932**	**2,038**	**2,173**	**2,299**	**2,428**	**2,534**	**2,646**	**2,735**	**5.3**

주: 1) 10억 달러 단위로 반올림한 금액을 기준으로 산출하였으므로, 달러 단위의 실제 금액을 기준으로 계산한 연평균성장률과는 다소 차이가 있을 수 있음

2) 박스오피스(극장 개봉을 통한 입장료 수익), 극장 광고(영화 상영 전 광고 등 영화관에서 제공되는 광고 수입), 홈비디오(DVD, VOD, OTT) 등을 기준으로 전망치를 산출함

3) 중복시장을 제외한 시장 규모임

1. 러시아 및 베트남은 산출 방식 차이로 집계에서 제외함
2. 세계 콘텐츠 시장 일반현황 수치는 PwC(Price water house Coopers) 보고서에 따른 전 세계 소비시장의 매출 추정액이므로 수출, 투자 부문을 포괄하는 국내 통계와는 규모의 차이가 있음. 또한, 해당 수치가 포괄하는 산업 분야도 국내 콘텐츠산업 분류 체계와 다름을 감안하여 해석에 유의해야 함
3. 2025년부터는 추정(전망)값임

자료: 한국콘텐츠진흥원, "2025 해외 콘텐츠 시장 분석", 2025.12.29.를 바탕으로 재작성

3 영화산업 육성정책·사업 재정 현황

가. 영화발전기금 및 주요 사업

(1) 영화발전기금의 개요 및 수입·지출 현황

영화발전기금은 영화예술의 질적 향상과 한국영화 및 영화·비디오물 산업의 진흥·발전 관련 지원, 소형영화·단편영화의 제작 지원 등을 목적으로 설치된 기금으로, 영화진흥위원회가 이를 독립된 회계로 관리·운용한다.[19]

영화발전기금은 정부의 출연금, 개인 또는 법인으로부터의 기부금품, 영화상영관 입장권에 대한 부과금 등을 주요 재원으로 조성[20]되며, 한국 영화산업 전반에 대한 지속 가능한 발전을 지원하는 데 그 목적이 있다.

동 기금은 한국영화의 창작·제작 진흥을 위한 지원을 비롯하여, 영상 전문투자조합에 대한 출자를 통해 영화 제작에 대한 투자 활성화를 유도하고, 소형영화 및 단편영화 제작 지원을 통해 다양한 창작 기반을 확충하는 데 기여한다.

또한 예술영화 및 독립영화의 발전을 위한 사업을 지원함으로써 영화 생태계의 다양성과 공공성을 제고하고, 장애인 등 소외계층의 영화 향유권 신장을 위한 사업에도 재원을 투입하는 등 문화 접근성 확대와 문화복지 실현에 이바지하고 있다.

그밖에 전용상영관의 지원, 영화산업 종사자의 복지 향상, 영상기술의 개발, 남북 간 영화교류의 활성화 등 영화산업의 발전과 진흥을 위해 필요한 다양한 사업을 수행·지원한다.[21]

---

19) 영화비디오법 제23조(기금의 설치 등)

20) 영화비디오법 제24조(기금의 조성)

21) 영화비디오법 제25조(기금의 용도)

영화발전기금 수입 및 지출예산은 2021년 3,052억원에서 2026년 1,696억원으로 감소 추세(2021년 대비 △44.5%)를 나타내고 있다.

영화발전기금의 수입은 자체수입, 정부내부수입 및 기타수입, 여유자금 회수 등으로 구성되며, 지출은 주요 사업비인 '영화산업 육성 및 지원(예산코드: 1261)' 및 기금운영비, 정부내부 지출 및 기타 지출, 여유자금 운용 등으로 이루어진다.

최근 6년간(2021~2026년) 영화발전기금의 수입 및 지출예산[22] 변동추이를 살펴보면, 총수입액 및 총지출 예산은 2021년 3,052억 4,500만원에서 2025년 936억 9,200만원으로 하락 추세를 나타낸 후, 2026년 1,695억 5,600만원으로 다시 증가하였다.

같은 기간의 총수입액 및 총지출에 대한 결산 변동 추이를 살펴보면, 2021년 2,020억 8,300만원에서 2024년 688억 5,800만원으로 하락 추세를 나타내다가 2025년 1,021억 9,800만원으로 증가하였다.

[영화발전기금 수입 및 지출 현황(2021~2026년)]

(단위: 백만원)

구분		수입				지출				
		자체 수입	정부내부 수입 및 기타	여유자금 회수	계	사업비	기금 운영비	정부내부 지출 및 기타	여유자금 운용	계
'21년	예산	61,088	167,979	76,178	305,245	105,266	11,741	-	188,238	305,245
	결산	20,724	105,181	76,178	202,083	129,695	11,715	-	60,673	202,083
'22년	예산	48,660	80,000	71,787	200,447	97,840	12,176	1,040	89,391	200,447
	결산	22,434	80,000	60,533	162,967	91,611	11,973	1,022	58,360	162,967
'23년	예산	60,625	80,000	89,391	230,016	72,944	12,142	80,984	63,946	230,016
	결산	29,716	80,000	57,342	167,057	69,572	12,006	80,977	4,502	167,057
'24년	예산	38,449	35,400	63,946	137,795	46,677	12,289	-	78,829	137,795
	결산	29,055	35,400	4,402	68,858	43,664	12,172	-	13,022	68,858
'25년	예산	2,607	64,497	26,588	93,692	56,163	12,592	10	24,927	93,692
	결산	24,522	64,497	13,179	102,198	79,785	12,495	256	9,663	102,198
'26년	예산	36,727	96,300	36,529	169,556	88,236	13,270	10	68,040	169,556

주: 예산은 기금의 당초계획 기준임
자료: 문화체육관광부, 각 연도 예결산자료를 바탕으로 재작성

22) 기금의 당초계획 기준이다.

(2) 영화산업 육성 및 지원사업 예결산 현황

영화발전기금의 주요 사업인 '영화산업 육성 및 지원(예산코드: 1261)'은 영화의 기획·제작·유통·상영 전반을 지원하여, 영화산업의 경쟁력 강화와 공정한 산업생태계 조성을 도모하는 사업이다.

동 예산의 세부사업은 영화창제작지원(1261-300), 영화유통지원(1261-301), 영화정책지원(1261-302), 영화정보시스템운영(1261-500) 등[23]이 있다.

영화창제작지원(1261-300)은 영화산업의 안정적인 제작 환경을 조성하고 영화의 다양성을 증진하기 위하여 영화 창작자를 대상으로 독립·예술영화 및 중소 규모 한국영화의 제작비를 지원하는 사업이다.

영화유통지원(1261-301)은 독립·예술영화 전용관 운영, 온라인 상영관 통합전산망 구축·운영 등 영화 유통 인프라를 확충하고, 국내외 영화제 육성을 통해 한국영화의 해외시장 진출 등을 지원하는 사업이다.

영화정책지원(1261-302)은 영화산업에 대한 정책연구 수행, 현장 영화인력 양성, 장애인 등 문화소외계층을 비롯한 일반인의 영화 향유권 강화 등을 지원한다.

영화정보시스템운영(1261-500)은 전국 영화관의 발권정보와 영화산업 관련 정보를 제공하여 영화산업 유통구조의 투명성을 강화하는 대국민 정보제공 사업이다.

최근 6년간(2021~2026년) 영화산업 육성 및 지원사업 예결산 내역을 살펴보면 다음과 같다.

'영화산업 육성 및 지원' 사업예산의 당초 계획은 2021년 1,053억원에서 2024년 467억원으로 지속적으로 감소하여 최저 수준을 나타냈으나, 이후 2025년에는 562억원, 2026년 882억원으로 증가하는 추세를 나타내고 있다. 특히 2026년도 수정(추가경정)예산은 당초 계획액인 882억원 대비 약 1.7배 증가한 1,538억원으로 확대[24]되었다.

한편, 2021년부터 2025년까지 '영화산업 육성 및 지원'의 각 세부사업 집행률은 81.4%(2025년도 영화창작제작지원) 이상을 기록하는 등 전반적으로 높은 편이다.

---

23) 영화발전기금의 주요 사업비인 '영화산업 육성 및 지원(1261)'의 2026년도 세부사업 편성 기준이다.

24) 국민영화관람 활성화 271억원, 중예산 한국영화 제작지원 260억원, 한국영화 첨단제작 지원 80억원, 독립·예술영화 제작지원 44.9억원 등이 각각 증액·편성되었다.

[영화산업 육성 및 지원사업 예결산 변동추이(2021~2026년)]

(단위: 백만원, %)

연도	세부사업명(예산코드)	계획		결산(B)	집행률 (B/A)
		당초	수정(A)[1]		
2021년	영화 제작지원(1261-300)	48,198	47,639	46,424	97.5
	영화유통지원(1261-301)	22,643	35,958	34,578	96.2
	영화정책지원(1261-302)	22,253	37,578	37,094	98.7
	첨단영화기술육성(1261-303)	4,179	4,448	4,257	95.7
	영화기획개발지원(1261-305)	5,841	5,791	5,190	89.6
	영화정보시스템운영(1261-500)	2,152	2,152	2,152	100.0
소계		105,266	133,566	129,695	97.1
2022년	영화 제작지원(1261-300)	46,868	46,835	45,854	97.9
	영화유통지원(1261-301)	20,330	20,301	19,137	94.3
	영화정책지원(1261-302)	19,050	19,053	16,644	87.4
	첨단영화기술육성(1261-303)	3,909	3,867	3,192	82.6
	영화기획개발지원(1261-305)	5,836	5,886	4,885	83.0
	영화정보시스템운영(1261-500)	1,847	1,899	1,899	100.0
소계		97,840	97,840	91,611	93.6
2023년	영화 제작지원(1261-300)	23,324	25,341	25,151	99.3
	영화유통지원(1261-301)	20,507	20,440	19,721	96.5
	영화정책지원(1261-302)	17,551	17,321	15,495	89.5
	첨단영화기술육성(1261-303)	2,739	2,682	2,573	95.9
	영화기획개발지원(1261-305)	6,998	5,281	4,757	90.1
	영화정보시스템운영(1261-500)	1,825	1,879	1,875	99.8
소계		72,944	72,944	69,572	95.4
2024년	영화창제작지원(1261-300)	10,725	10,725	10,457	97.5
	영화유통지원(1261-301)	15,798	15,701	14,769	94.1
	영화정책지원(1261-302)	17,411	17,454	16,664	95.5
	영화영상로케이션지원(1261-308)	1,024	1,024	-[2]	-
	영화정보시스템운영(1261-500)	1,719	1,773	1,773	100.0
소계		46,677	46,677	43,664	93.5
2025년	영화창제작지원(1261-300)	21,710	21,710	17,669	81.4
	영화유통지원(1261-301)	15,354	15,467	15,314	99.0
	영화정책지원(1261-302)	16,496	43,680	43,487	99.6
	영화영상로케이션지원(1261-308)	896	896	1,405	156.9[3]
	영화정보시스템운영(1261-500)	1,707	1,910	1,910	100.0
소계		56,163	83,663	79,785	95.4
2026년 7월말	영화창제작지원(1261-300)	40,929	79,419	14,574	18.4
	영화유통지원(1261-301)	17,501	17,501	14,156	80.9
	영화정책지원(1261-302)	28,099	55,199	32,445	58.8
	영화정보시스템운영(1261-500)	1,707	1,707	1,041	61.0
소계		88,236	153,826	62,216	40.4

주: 1) 수정계획은 추가경정예산 등을 반영한 금액임
2) 집행내역 없음(다음 연도 이월액 864백만원, 불용액 160백만원)
3) 계획현액 1,760백만원(전년도 이월액 864백만원 포함) 중 1,405백만원을 집행함

자료: 문화체육관광부, 각 연도 예결산자료를 바탕으로 재작성

나. 모태펀드 영화계정 출자 현황

'K-콘텐츠펀드 출자(1231-322)' 중 '모태펀드 영화계정 출자'[25]는 영화산업의 투자 재원을 확충하고, 제작사의 영화 IP 활용 및 권한 보장, 표준계약서 사용, 영화 스태프 처우 개선 등을 통해 공정한 제작 환경을 조성하는 데 목적이 있다.

K-콘텐츠펀드는 2005년 6월 모태펀드가 출범하고 한국벤처투자가 운용·관리를 담당하게 되면서 출자 기반이 마련되었다. 이후 2006년에는 문화계정이, 2010년에는 영화계정이 각각 결성되면서, 각 계정에 대한 본격적인 조성이 시작되었다.

모태펀드 문화계정 출자는 문화콘텐츠산업에 특화된 투자펀드를 조성하기 위한 출자금으로, 정부재정을 마중물로 활용하여 콘텐츠산업에 안정적인 투자 재원을 공급하고 이를 통해 해당 산업 전반의 지속적인 성장 기반을 마련하는 데 그 목적이 있다. 주요 투자대상은 문화산업 관련 중소·벤처기업 및 프로젝트 등이 있다.

모태펀드 영화계정 출자 사업은 영화산업의 투자재원 확충을 위해 공공자금 기반의 영상 전문 투자조합을 결성·운영하고, 투자 계약 시 제작사의 영화 IP 활용 및 권한 보장과 함께 표준계약서 사용과 영화 스태프 처우 개선 등을 통해 공정한 제작 환경을 조성하는 데 목적이 있다. 주요 투자 대상은 한국영화 프로젝트 등이 있다.

[K-콘텐츠 출자사업 내역사업별 펀드]

구분	주요 내용
모태펀드 문화계정 출자	- 문화콘텐츠 산업에 전문적으로 투자하는 펀드를 조성하기 위한 출자금으로, 정부 재정을 마중물로 삼아 콘텐츠산업에 안정적인 투자 재원을 공급하고, 해당 산업의 지속적인 성장 기반을 조성함 - 투자대상: 문화산업 관련 중소·벤처기업 및 프로젝트
모태펀드 영화계정 출자	- 영화산업 투자재원을 확충하기 위해 공공자금 기반의 영상 투자조합을 결성·운영하고, 투자 계약 시 제작사의 영화 지적재산권(IP) 활용 권한을 보장함 - 표준계약서 사용, 스태프 처우 개선을 통해 영화산업 내 공정한 제작 환경 조성 - 투자대상: 한국영화 프로젝트 등

자료: 문화체육관광부, "예산안 및 기금운용계획안 사업설명자료", 2025.9. 등을 바탕으로 재작성

25) 일반회계 예산인 'K-콘텐츠펀드 출자(1231-322)' 세부사업의 내역사업이다.(2026년도 예산 기준)

최근 6년간(2021~2026년) 'K-콘텐츠펀드 출자' 예산은 2021년 1,498억원에서 2026년 4,550억원으로 2021년 대비 203.7% 증가하였다. 영화계정은 2021년[26] 350억원에서 2023년 100억원으로 감소한 이후 2025년 550억원으로 증가했으나, 2026년에는 450억원으로 소폭 감소하였다.

2026년도 예산 기준 'K-콘텐츠펀드 출자(예산코드: 1231-322)' 사업은 모태펀드 문화계정, 모태펀드 영화계정, 콘텐츠 전략펀드, 글로벌리그 펀드 출자 등 4개의 내역사업으로 구성되어 있다.

이 중 영화산업에 대한 정부의 재정 투입은 2021~2023년에는 영화발전기금으로 편성된 '영화제작지원(1261-300)'의 '영상전문 투자조합 출자'를 통해 이루어졌으며, 2021년과 2022년에는 각각 350억원, 2023년에는 100억원이 편성되었다.

이후 2024년부터는 해당 출자사업이 일반회계 예산인 'K-콘텐츠펀드출자(1231-322)'[27]의 모태펀드 영화계정으로 이관되었으며, 2024년 250억원, 2025년 550억원, 2026년 450억원이 각각 편성되었다.

---

26) 2021년 당시에는 '영상전문 투자조합 출자'라는 사업명으로 예산(영화발전기금)이 편성되었다.

27) 2023년도 예산부터 '위풍당당 콘텐츠 코리아펀드 출자'에서 'K-콘텐츠 펀드 출자'로 명칭이 변경되었다.

[K-콘텐츠펀드 출자 사업별 재정 투입 현황(2021~2026년)]

(단위: 백만원)

연도	세부사업(예산코드)	내역사업	예산현액[1]
2021년	위풍당당콘텐츠코리아 펀드출자(1231-322)[2]	위풍당당콘텐츠 코리아펀드 출자	114,800
	영화제작지원(1261-300)[3]	**영상전문 투자조합 출자[4]**	**35,000**
소계			149,800
2022년	위풍당당콘텐츠코리아 펀드출자(1231-322)	위풍당당콘텐츠코리아펀드 출자	138,800
	영화제작지원(1261-300)	**영상전문 투자조합 출자**	**35,000**
소계			173,800
2023년	K-콘텐츠펀드출자[5] (1231-322)	K-콘텐츠펀드출자	190,000
	영화제작지원(1261-300)	**영상전문 투자조합 출자**	**10,000**
소계			200,000
2024년	K-콘텐츠펀드출자 (1231-322)	모태펀드 문화계정 출자	270,000
		모태펀드 영화계정 출자[6]	**25,000**
		콘텐츠 전략펀드 출자[7]	45,000
소계			340,000
2025년	K-콘텐츠펀드출자 (1231-322)	모태펀드 문화계정 출자	260,000
		모태펀드 영화계정 출자	**55,000**
		콘텐츠 전략펀드 출자	15,000
		글로벌 리그펀드 출자	40,000
소계			370,000
2026년	K-콘텐츠펀드출자 (1231-322)	모태펀드 문화계정 출자	285,000[8]
		모태펀드 영화계정 출자	**45,000**
		콘텐츠 전략펀드 출자	65,000
		글로벌 리그펀드 출자	60,000
소계			455,000

주: 1) 추경예산 등 포함
2) 위풍당당콘텐츠 코리아펀드 출자(1231-322)는 일반회계 예산임
3) 영화제작지원(1261-300)은 영화발전기금임
4) 2023년까지 영화계정 투자는 '영상전문투자조합'에 대한 출자를 통해 이루어 짐
5) '위풍당당콘텐츠코리아펀드출자'에서 'K-콘텐츠펀드출자'로 사업 명칭이 변경됨
6) 2024년 예산부터 '영상전문 투자조합 출자'(영화발전기금)는 K-콘텐츠펀드출자 중 모태펀드 영화계정(일반회계)으로 이관됨
7) 정부 재정 800억원(문체부 450억원, 과기부 소관 예산인 디지털콘텐츠코리아펀드 350억원)과 민간 출자 1,200억원을 합쳐 총 2,000억원 규모의 모펀드를 조성하고, 이렇게 조성된 모펀드 2,000억원과 추가로 민간 출자 4,000억원을 통해 총 6,000억원 규모의 자펀드를 결성함
8) 2026년도 제1차 추가경정예산안을 통해 문화계정에 청년콘텐츠 펀드 250억원이 추가로 증액 편성됨

자료: 문화체육관광부 및 과학기술정보통신부, 각 연도 예결산자료를 바탕으로 재작성

참고로 최근 12년간(2015~2026년) 모태펀드(문화계정 및 영화계정의 합계) 출자 규모는 전반적으로 확대되는 추세를 보이는 가운데 영화계정은 전반적으로 연도별 변동성이 큰 것으로 나타났다.

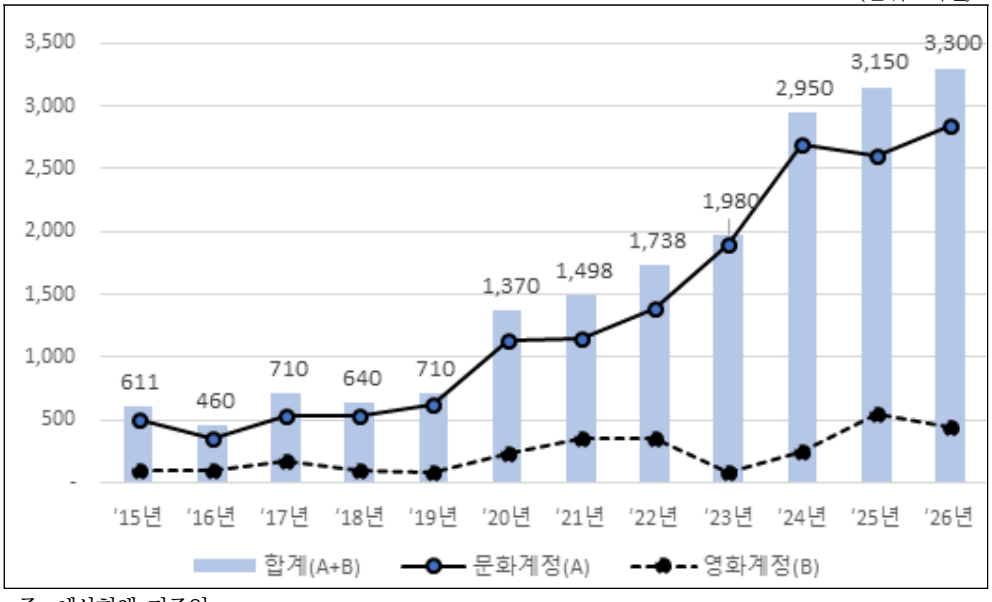
모태펀드(문화·영화계정 합계)는 2015년 611억원부터 2019년 710억원까지 일정 수준 증감을 지속하다가, 2020년 1,370억원으로 비교적 크게 확대되었다. 이후 증가세가 뚜렷해져, 2026년 3,300억원까지 지속적인 확대 추세를 보이고 있다.

영화계정은 전반적으로 변동성이 큰 모습을 보이고 있다. 2015년부터 2019년까지는 100억원 내외에서 등락을 보이다가 2021년 350억원으로 비교적 큰 증가세를 나타냈다. 하지만 2023년에는 100억원으로 크게 감소하였고, 이후 2025년에는 다시 550억원으로 크게 증가한 후 2026년에는 450억원으로 소폭 하락하였다.

문화계정은 2015년 511억원에서 2016년 360억원으로 감소한 이후, 2019년 630억원으로 비교적 완만한 증가 추세를 보였다. 그리고 2020년에는 1,130억원으로 전년 대비 약 1.8배 증가하였으며, 2026년에는 2,850억원으로 확대되는 등 비교적 가파른 상승추세가 지속되고 있다.

[모태펀드 문화·영화계정출자 예산 변동추이(2015~2026년)]

(단위: 억원)



주: 예산현액 기준임
자료: 문화체육관광부, 각 연도 예결산자료를 바탕으로 재구성

III 주요 쟁점 분석

1 총괄 분석

가. 국내 영화산업 구조 및 환경 분석

(1) 주요 현황

최근 10년간(2016~2025년) 우리나라 극장 매출액, 관객 수 및 영화 개봉 편수의 변동 추이를 살펴보면, 코로나19 팬데믹 이전(2016~2019년)에는 전반적으로 안정적인 성장세를 보이다가 팬데믹(2020~2021년) 기간에는 매출액과 관객 수가 급감하며 영화시장이 크게 위축되었다. 그 이후부터 현재까지 다시 점진적인 회복세를 보이고 있지만 여전히 팬데믹 이전 수준을 회복하지 못하고 있다.

최근 10년간(2016~2025년)의 **극장 매출액**을 살펴보면, 2016년 1조 7,432억원에서 2019년 1조 9,140억원으로 비교적 안정적인 증가 추세를 보였다. 하지만 코로나19 팬데믹이 시작된 2020년에는 매출액이 5,104억원으로 급감(전년 대비 △73.3%)하며 최저점을 기록했다.

이후 2023년에는 1조 2,614억원까지 점진적인 회복세를 보이고 있으나, 2024년 1조 1,945억원, 2025년 1조 470억원으로 다시 소폭 감소하는 등 코로나19 팬데믹 이전 수준에는 아직까지 미치지 못하고 있다.

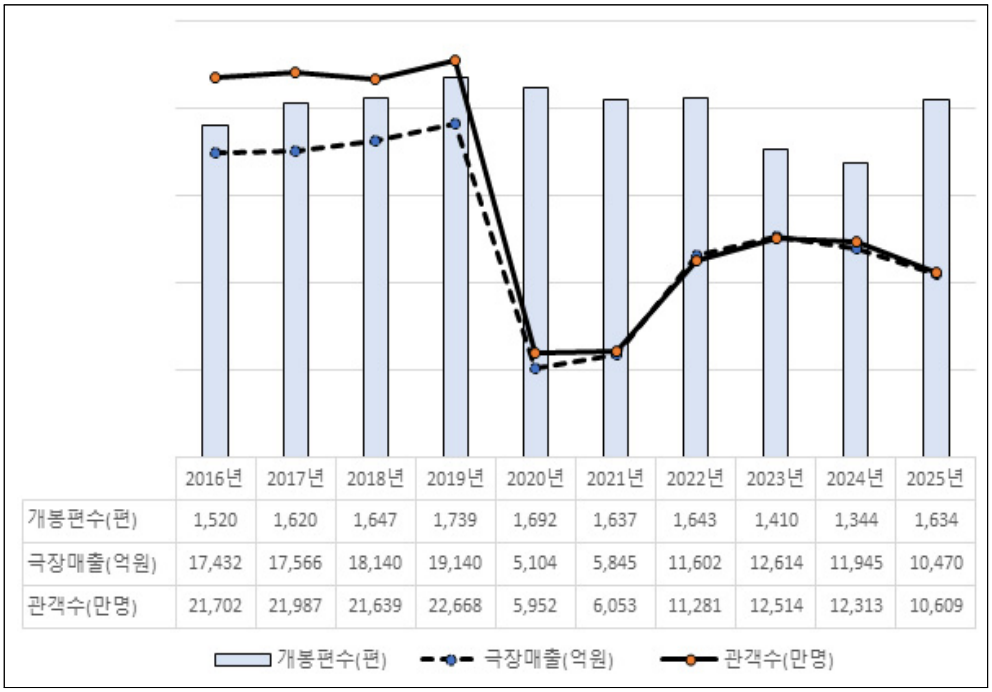
같은 기간의 **관객 수** 또한 극장 매출액과 유사한 흐름을 보이고 있다. 2016년 2억 1,702만명에서 2019년 2억 2,668만명으로 증가하여 비교적 안정적인 수요를 보여주고 있지만, 코로나19 팬데믹이 시작된 2020년에는 5,952만명으로 급감(전년 대비 △73.7%)하였다.

이후 2021년에는 전년보다 소폭 증가한 6,053만명의 관객 수를 보이고 있으며, 2022년부터는 본격적인 증가세로 전환되어 2023년 1억 2,514만명으로 증가하기도 했다. 하지만 2024년 1억 2,313만명과 2025년 1억 609만명으로 다시 감소 추세를 보이면서. 여전히 코로나19 팬데믹 이전 수준의 관객 수에 미치지 못하고 있다.

같은 기간의 **개봉 편수**는 2016년 1,520편에서 2019년 1,739편으로 증가한 뒤, 2020년 이후에는 1,600여 편 수준에서 등락을 반복하고 있다. 하지만 2023년 1,410편, 2024년에는 1,344편으로 감소하였다가 2025년에 1,634편으로 다시 증가하는 모습을 나타내고 있다.

분석 결과, 극장 개봉 편수는 극장 매출액이나 관객 수에 비해 코로나19 팬데믹의 영향을 상대적으로 덜 받은 것으로 나타났지만, 코로나19 팬데믹이 회복 국면에 접어든 2023년과 2024년에는 오히려 개봉 편수가 감소한 것으로 나타났다.

[최근 10년간(2016~2025년) 극장 매출액, 관객 및 개봉 편수 현황]



	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년
개봉편수(편)	1,520	1,620	1,647	1,739	1,692	1,637	1,643	1,410	1,344	1,634
극장매출(억원)	17,432	17,566	18,140	19,140	5,104	5,845	11,602	12,614	11,945	10,470
관객수(만명)	21,702	21,987	21,639	22,668	5,952	6,053	11,281	12,514	12,313	10,609

주: 1. 개봉 편수는 2016년부터 실질개봉작(연간 상영 회차가 40회 이상인 작품으로, 최소 1개 상영관에서 7일간 전일 상영되는 경우에 해당)과 형식개봉작(연간 상영 회차가 40회 미만인 작품으로, 주로 온라인 VOD 서비스를 목적으로 형식적으로 개봉하는 청소년관람불가 영화가 이에 해당)으로 구분하여 집계하고 있음. 다만, 2018년부터는 독립·예술영화의 경우 상영 회차 기준에 미달하더라도 실질개봉작에 포함하여 집계하고 있으며, 감독판이나 무삭제판 등은 별도 작품으로 구분하지 않고 원작에 합산하여 집계하고 있음

2. 극장 매출은 영화관입장권통합전산망에 집계되는 극장 입장권 매출로서, 매점이나 광고 매출 등은 포함하지 않음

자료: 영화진흥위원회, “2025년 한국 영화산업 결산”, 2026.3. 자료를 바탕으로 재구성

최근 10년간(2016~2025년) 한국영화와 외국영화는 극장 매출액과 관객 수에서 유사한 수준의 경쟁 구도를 유지하는 가운데 개봉 편수는 외국영화가 높은 비중을 차지한 반면, 한국영화의 점유율 비중은 점차 확대되는 추세를 보이고 있다. 한국영화 수익률은 2020년 이후 지속적으로 마이너스를 기록하는 등 수익성이 계속 악화되는 추세가 이어지고 있다.

최근 10년간(2016~2025년) 한국영화와 외국영화의 **극장 매출액**을 각각 비교하면 다음과 같다.

2016년부터 2019년까지는 한국영화 및 외국영화 양자가 대체로 유사한 매출액 수준을 유지하며 경쟁하는 구조를 보였다. 다만, 한국영화가 약 50% 내외의 매출 점유율을 안정적으로 유지하며, 외국영화에 비해 약간의 우위를 나타냈다.

이후 코로나19가 발생한 2020년에는 한국영화 극장 매출 점유율이 68.7%로 일시적으로 상승한 반면, 외국영화는 개봉 연기 및 제작 지연[28] 등의 영향으로 점유율이 31.3%으로 하락하였다. 하지만 2021년에는 상황이 반전되어 외국영화 극장 매출 점유율이 70.3%로 우리나라 점유율인 29.7%보다 비중이 크게 확대되었다. 이후 2022년부터는 한국영화 및 외국영화 모두 서로 비슷한 수준을 유지하면서 등락을 계속하였다.

같은 기간 한국영화와 외국영화를 관람한 **극장 관객 수**를 비교하면, 극장 매출액과 유사한 흐름을 나타내고 있다.

2016년부터 2019년까지는 한국영화와 외국영화가 유사한 수준의 관객 수를 유지하는 가운데, 한국영화 관객 수가 다소 많은 것으로 나타났다.

이후 코로나19가 발생한 2020년에는 한국영화 관객 비중이 크게 증가하면서 일시적으로 한국영화 관객 수가 외국영화를 크게 상회하기도 했으나, 2021년에는 외국영화 관객 비중이 다시 급증하여 외국영화 관객 수가 한국영화보다 많은 것으로 나타났다. 이후 2022년부터는 극장 매출액과 유사하게 한국영화와 외국영화 모두 비슷한 수준에서 등락을 반복하는 추세를 보이고 있다.

최근 10년간(2016~2025년) **극장 개봉 편수**를 기준으로 보면, 외국영화의 점유율이 한국영화보다 전반적으로 높게 나타났다. 다만 한국영화의 점유율은 점차

28) 코로나19 확산으로 인해 미국 할리우드에서는 '뮬란', '분노의 질주: 더 얼티메이트' 등 주요 영화의 개봉이 연기되거나 '미션 임파서블 7' 등 제작 중인 영화의 촬영이 중단되는 등 영화·영상 콘텐츠의 제작과 유통 전반에 차질이 발생한 상황이었다.

증가하는 추세인 반면, 외국영화는 갈수록 감소 추세를 나타내고 있다.

구체적으로 살펴보면, **한국영화**는 2016년 303편에서 2022년 703편까지 전반적으로 증가하였다. 특히 코로나19 팬데믹 시기인 2020년부터 2022년에는 614편에서 703편으로 크게 늘어나면서 점유율도 2020년 36.3%에서 2022년 42.8%로 상승하기도 하였다.

이후 2023년에는 개봉 편수가 608편으로 감소했음에도 점유율은 43.1%로 전년보다 소폭 증가하였으며, 2025년에는 개봉 편수 539편, 점유율 33.0%로 각각 감소한 것으로 나타났다.

외국영화는 2016년 1,217편, 2019년 1,238편 등 대체로 1,200편대 수준을 유지하였으나, 같은 기간 한국영화 개봉 편수가 상대적으로 증가함에 따라 외국영화 점유율은 2016년 80.1%에서 2019년 71.2%로 하락하였다. 특히 코로나19 시기인 2020년에는 1,078편(점유율 63.7%)으로 급감한 데 이어 2022년에는 940편(57.2%)까지 지속적으로 감소하였다.

이러한 하락세는 코로나19 팬데믹 이후에도 이어져 2023년 802편(56.9%)으로 하락하였고, 2024년에는 740편(55.1%)으로 개봉 편수와 점유율이 모두 최저 수준을 기록하였다. 다만 2025년에는 1,095편(67.0%)으로 다소 회복되는 모습을 보이기도 했다.

한편, **한국영화 수익률**[29]은 2016년 29.8%에서 2017년 18.0%로 하락한 후 2018년에는 △4.8%로 적자 전환되기도 하였으나, 2019년에는 10.9%로 일시 회복하였다. 그러나 2020년 이후에는 △28.4%, △22.9%, △33.1% 등을 기록하며 지속적으로 마이너스 수익률을 나타내고 있어, 전반적으로는 수익성이 악화되는 추세가 계속 이어지고 있는 것으로 나타났다.

29) 수익성 분석 대상은 순제작비 30억원 이상으로 제작된 영화로 한정하였으며, 2025년 수익률은 간이 조사를 바탕으로 산출한 추정값이다.

[최근 10년간(2016~2025년) 한국영화 및 외국영화 비교 등 현황]

(단위: 억원, %, 만명, 편)

구분		2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
극장 매출[1]	전체영화	17,432	17,566	18,140	19,140	5,104	5,845	11,602	12,614	11,945	10,470
	점유율	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	한국영화	9,279	9,027	9,128	9,708	3,504	1,734	6,310	5,984	6,910	4,191
	점유율	53.2	51.4	50.3	50.7	68.7	29.7	54.4	47.4	57.8	40.0
	외국영화	8,153	8,539	9,012	9,432	1,600	4,111	5,292	6,630	5,036	6,279
	점유율	46.8	48.6	49.7	49.3	31.3	70.3	45.6	52.6	42.2	60.0
극장 관객 수	전체영화	21,702	21,987	21,639	22,668	5,952	6,053	11,281	12,514	12,313	10,609
	점유율	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	한국영화	11,655	11,390	11,015	11,562	4,046	1,822	6,279	6,075	7,147	4,358
	점유율	53.7	51.8	50.9	51.0	68.0	30.1	55.7	48.5	58.0	41.1
	외국영화	10,047	10,597	10,624	11,106	1,906	4,231	5,001	6,438	5,165	6,251
	점유율	46.3	48.2	49.1	49.0	32.0	69.9	44.3	51.5	41.9	58.9
극장 개봉 편수[2]	전체영화	1,520	1,620	1,647	1,739	1,692	1,637	1,643	1,410	1,344	1,634
	점유율	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	(실질개봉)	(578)	(620)	(728)	(647)	(578)	(704)	(623)	(550)	(548)	(583)
	한국영화	303	376	455	501	614	653	703	608	604	539
	점유율	19.9	23.2	27.6	28.8	36.3	39.9	42.8	43.1	44.9	33.0
	(실질개봉)	(167)	(164)	(194)	(199)	(165)	(224)	(226)	(210)	(223)	(262)
	외국영화	1,217	1,244	1,192	1,238	1,078	984	940	802	740	1,095
	점유율	80.1	76.8	72.4	71.2	63.7	60.1	57.2	56.9	55.1	67.0
	(실질개봉)	(411)	(456)	(534)	(448)	(413)	(480)	(397)	(340)	(325)	(321)
한국영화수익률[3]		29.8	18.0	△4.8	10.9	△28.4	△22.9	△12.6	△31.0	△19.3	△33.1

주: 1) 영화관 입장권 통합전산망에 집계되는 극장 입장권 매출(매점이나 광고 매출 등은 제외)

2) 극장 개봉 편수는 실질 개봉작(연간 상영 회차 40회차 이상으로, 최소 1개 상영관에서 7일간 전일 상영되는 경우의 상영 회차)와 형식개봉작(연간 상영 회차 40회차 미만으로, 온라인 VOD 서비스를 겨냥해 형식으로 개봉하는 대부분 청소년관람불가 영화)으로 구분하고 있음. 다만, 2018년부터는 독립·예술영화의 경우 상영 회차 기준에 미달하더라도 모두 실질 개봉작에 포함하였음

3) 수익성 분석 대상작은 '순제작비 30억원 이상으로 제작된 영화' 기준. 다만, 2025년 수익률은 간이 조사를 바탕으로 산출한 추정치임

자료: 영화진흥위원회, "2025년 한국 영화산업 결산", 2026.3.

(2) 코로나19 팬데믹 이후 영화산업 구조 변화 분석

최근 영화관 매출 감소는 코로나19 이후 OTT 플랫폼의 성장에 따른 콘텐츠 소비 방식의 개인화, 영화관 관람료 상승에 따른 OTT의 가격 경쟁력의 상대적 우위, 대형 흥행작의 부족 등 영화산업의 구조적 변화가 복합적으로 작용한 결과로 분석된다. 이러한 영화관람 환경의 변화는 극장 매출액과 관객 수의 감소세를 지속시키고 영화산업 전반의 성장에 부담 요인으로 작용할 우려가 있다.

최근 영화관 매출 감소는 코로나19 팬데믹 당시 극장 이용 제한으로 발생한 일시적 침체와 달리, 영화산업 전반의 구조적 변화에 따른 현상으로 볼 수 있다. 관람 행태의 변화와 OTT 등 대체 콘텐츠 플랫폼의 확산, 티켓 가격 상승에 따른 소비 위축, 기대작 부족 등이 복합적으로 영향을 미치면서 영화관 매출이 지속적으로 감소하고 있는 것으로 분석된다.

특히 코로나19 이후 비대면 소비가 일상화되면서 관객들이 극장을 방문하기보다는 다양한 디지털 플랫폼을 통해 콘텐츠를 소비하는 경향이 점차 증가하게 되었고, 이에 따라 영화관의 이용이 상대적으로 침체·저하된 측면이 있다. 이러한 변화는 단기간에 해소되기 어려운 구조적 요인으로 작용하면서, 결국 영화관 매출 감소로 이어지는 요인이 되는 것으로 보인다.

첫째, 영화콘텐츠 관람 소비행태가 변화함에 따라 극장관람객 수는 감소하고 있으며, 특히 OTT 플랫폼의 성장으로 인해 영화 유통의 중심이 극장에서 OTT, VOD 등 개인화된 관람 환경으로 이동하고 있다.

최근 8년(2018~2025년)간 연간 극장 경험률 및 극장 외 영화관람 경험률의 변동 추이는 다음과 같다.

극장관람 경험률은 코로나19 발생 이전인 2018년 91.5%에서 코로나19가 확산된 2020년 72.0%로 19.5%p 감소한 이후, 2022년 65.4%까지 지속적으로 하락하였다. 이는 코로나19 팬데믹의 영향으로 극장 이용이 위축된 데에서 기인한 것으로 보인다. 이후 2023년 66.5%로 소폭 반등한 데 이어 2025년에는 74.6%까지 상승하면서 이전 수준을 점차 회복하려는 흐름을 나타내고 있다.

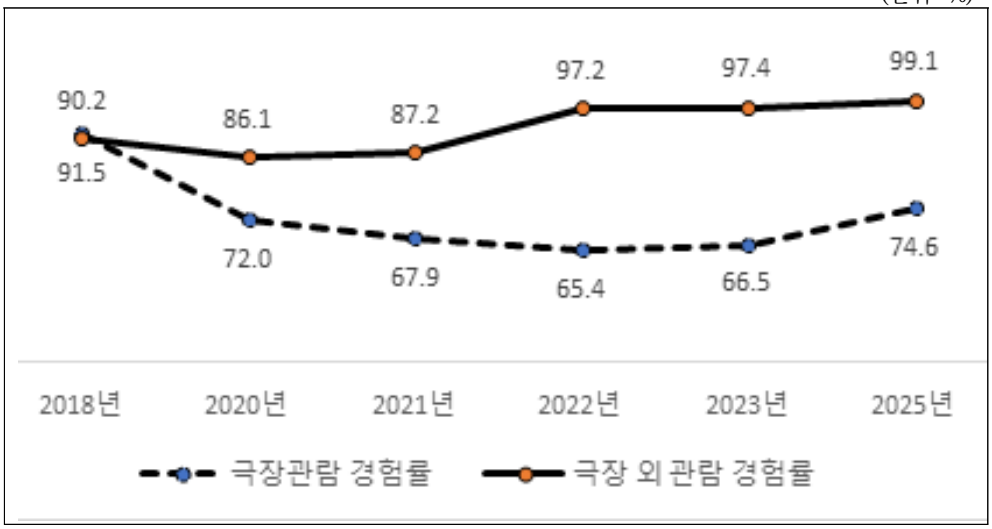
극장 외 관람 경험률은 코로나19 발생 이전인 2018년 90.2%에서 2020년 86.1%로 4.1%p 감소하였으나, 이후 지속적으로 상승하여 2022년 97.2%, 2023년

97.4%, 2025년 99.1%에 이르는 등 전반적인 상승추세를 나타내고 있다. 특히 코로나19 팬데믹 이후 극장 외 관람 경험률이 크게 증가하면서 사실상 대부분의 영화 소비자가 극장 외 플랫폼을 통해 영화를 소비하는 구조가 지속적으로 확대·고착화되고 있는 것으로 보인다.

분석 결과, 코로나19 발생 이전인 2018년에는 극장관람 경험률이 극장 외 관람 경험률보다 높게 나타나기도 했으나, 코로나19 팬데믹을 계기로 극장관람이 위축되면서 영화관람 행태에도 변화가 나타났다. 이후 영화 소비자들은 기존의 극장 중심 관람 방식에서 벗어나 OTT 플랫폼 등을 통해 시간과 장소의 제약 없이 다양한 콘텐츠를 선택·소비할 수 있게 되었으며, 이러한 관람행태의 변화는 결과적으로 극장관람에 대한 필요성을 낮추는 요인으로 작용하고 있는 것으로 보인다.

[연간 극장관람 및 극장 외 관람 경험률 변동추이(2018~2025년)]

(단위: %)



주: 1. 조사 대상은 전국에 거주하며 각 조사 기준 기간에 극장 또는 극장 외에서 영화를 1편 이상 관람한 영화 소비자임
2. 연도별 대상·연령·사례수·관람 기준 기간은 “영화콘텐츠 소비트렌드 연구” 42쪽 및 97쪽 참조
3. 극장과 극장 외 관람 경험은 각각 집계하므로 동일 응답자가 양쪽에 포함될 수 있음

자료: 영화진흥위원회, “영화콘텐츠 소비트렌드 연구”, 2026.2.27. 등을 바탕으로 재구성

'극장 및 극장 외에서의 주된 영화관람 방식'을 살펴보면, 전반적으로 영화 소비가 극장에서 온라인·플랫폼 중심으로 빠르게 전환되고 있음을 확인할 수 있다.

전체 영화관람 방법 중 극장을 통한 주된 영화관람 비중은 2023년 24.6%에서 2025년 8.3%로 크게 감소하였는데, 이는 영화 소비 방식에 있어 극장의 중심성이 급격히 약화되고 있음을 나타내고 있다.

이와 함께 TV 채널 시청 비중 역시 2023년 31.4%에서 2025년 25.8%로 감소하여, 전반적인 미디어 소비 환경의 변화 속에서 TV의 영향력도 점차 축소되는 추세로 해석된다.

반면 OTT 이용 비중은 2023년 35.3%에서 2025년 56.1%로 크게 증가하면서, 영화관람 방식 중 절반 이상을 차지하는 주요 관람 방법으로 자리 잡았다. VOD 다시 보기[30] 역시 2023년 7.9%에서 2025년 9.1%로 증가하여, OTT와 마찬가지로 개인화된 콘텐츠 소비 방식이 점진적으로 확대되고 있음을 보여준다.

[극장 및 극장 외에서 주된 영화관람 방법(2023년 및 2025년)]

(단위: %)

구분	2023년	2025년
극장관람	**24.6**	**8.3**
TV 채널	31.4	25.8
VOD 다시 보기	7.9	9.1
OTT	**35.3**	**56.1**
기타	0.8	0.7
합계	**100**	**100**

주: 1. 조사대상은 전국에 거주하는 만14~69세 남녀 소비자 3,000명 중 2024년 10월~2025년 9월에 극장·극장 외 방법으로 영화를 1편 이상 관람한 자
2. 조사는 구조화된 설문지를 활용하여 온라인 패널 방식으로 실시됨
3. 조사기간은 2025년 10월 2일 ~ 10월 16일

자료: 영화진흥위원회, "영화콘텐츠 소비트렌드 연구", 2026.2.27.

30) VOD(Video On Demand, 주문형 비디오) 다시 보기는 시청자가 원할 때 언제든지 원하는 영상 콘텐츠를 골라 볼 수 있는 맞춤형 미디어 서비스를 말한다.

둘째, 영화관 티켓 가격에 대한 부담과 OTT, VOD, IPTV[31] 등 영화관 대체 플랫폼의 높은 편의성, 시간·장소의 제약이 적고 상대적으로 비용 부담이 적은 극장 외 관람의 특성 등으로 인해 영화관과 극장 외 관람 간 격차가 지속되는 것으로 보인다.

코로나19 이후 영화관 관람 감소의 주요 요인으로는 영화관 관람료의 경우 지속적으로 상승하는 반면, OTT 서비스는 상대적으로 저렴한 가격을 유지하면서 양자 간 가격 격차가 확대되고 있다는 점을 들 수 있다.

"코로나19 이후 영화관 관람 감소 사유 설문조사"[32]에 따르면, 응답자의 67.7%가 영화관 관람 감소 사유로 티켓 가격 부담을 꼽아 경제적 요인이 영화 관람 방식 선택에 중요한 영향을 미치고 있으며, 이에 따라 상대적으로 저렴한 비용으로 다양한 콘텐츠를 편리하게 이용할 수 있는 OTT에 대한 선호가 강화되고 있음을 보여준다.

다음으로는 OTT, VOD, IPTV 등으로 감상하는 것이 편해서(48.1%), 보고 싶은 영화가 아닌 특정 영화만 상영해서(41.7%) 등의 경우도 비교적 응답 비율이 높은 것으로 나타났다.

[코로나19 이후 영화관 관람 감소 사유 설문조사]

(단위: 명, %)

주요 사유	응답자 수	비율
영화관 티켓 가격이 부담되어서	**432**	**67.7**
OTT, VOD, IPTV 등으로 감상하는 것이 편해서	**307**	**48.1**
보고 싶은 영화가 아닌 특정 영화만 상영해서	**266**	**41.7**
시간적 여유가 없어서	108	16.9
줄어들지 않았음	53	8.3
기타	42	6.6

주: 1. 조사대상은 영화 관객 중 설문조사 응답자 수
2. 조사방법은 온라인 설문조사
3. 조사기간은 2025년 8월 18일 ~ 12월 22일
4. 중복 응답 포함

자료: 참여연대 민생희망본부, "한국 영화산업 활성화 방안 모색을 위한 관객 설문조사", 2026.2.13.

31) 초고속 인터넷망을 이용해 실시간 방송과 영상 콘텐츠를 제공하는 인터넷 프로토콜 텔레비전(Internet Protocol Television) 서비스를 말한다.

32) 참여연대 민생희망본부, "한국 영화산업 활성화 방안 모색을 위한 관객 설문조사", 2026.2.13.

한편, **'극장 외 관람의 주된 이유'**를 살펴보면, 가장 높은 응답률은 '언제든지 편리하게 볼 수 있어서'가 68.9%를 차지하였으며, 그 뒤를 이어 '비용이 저렴해서'가 25.3%로 나타났다. 이는 편의성과 함께 경제적 요인이 영화관람 방식 선택에 중요한 기준으로 작용하고 있음을 보여준다.

이러한 결과는 앞서 살펴본 영화관 관람 감소의 주요 원인 중 하나인 티켓 가격 부담과도 관련이 있으며, 전반적으로 콘텐츠 소비 방식이 가격 대비 효용(가성비)이 높은 방향으로 이동하고 있음을 시사한다.

[극장 외 관람의 주된 이유]

(단위: %)

주요 사유	응답률
언제든지 편리하게 볼 수 있어서	**68.9**
비용이 저렴해서	**25.3**
별도로 보고 싶은 영화가 있어서	23.8
재생, 제어 등이 자유로워서	20.8
가족, 친구, 연인 등과 시간을 보내기 위해	17.7
스트레스 해소나 여가 활동	17.7
자막, 더빙 등 접근성 좋아서	9.5
기타	0.1

주: 1. 조사대상은 전국에 거주하는 만14~69세 남녀 소비자 3,000명 중 2024년 10월~2025년 9월에 극장·극장 외 방법으로 영화를 1편 이상 관람한 자(실제 응답자는 2,972명임)
2. 조사는 구조화된 설문지를 활용하여 온라인 패널 방식으로 실시됨
3. 조사기간은 2025년 10월 2일 ~ 10월 16일
4. 1순위와 2순위 응답을 합산한 결과임

자료: 영화진흥위원회, "영화콘텐츠 소비트렌드 연구", 2026.2.27.

셋째, 최근 영화산업에서 대중의 관심을 끌 수 있는 대형 흥행작의 부재 또한 극장관람 감소의 중요한 요인으로 지적되고 있다. 이는 관객의 극장관람을 유도할 만큼의 화제성과 기대감을 갖춘 작품이 부족해지면서, 전반적인 영화관 이용 수요가 위축되는 결과로 이어지고 있음을 시사한다.

최근 9년간(2017~2025년) 연도별 흥행 영화를 관객 수 기준으로 살펴보면, 전반적으로 코로나19를 기점으로 큰 변동을 보인 이후 회복과 변동이 반복되는 모습이 나타나고 있다.

먼저 관객 수 **1천만 이상이 관람한 영화**의 경우, 2017년 1편에서 2019년에는 5편으로 증가하며 최고치를 기록하였다. 그러나 코로나19 팬데믹 기간인 2020년과 2021년에는 1천만 영화가 한 편도 등장하지 않아, 사실상 흥행 대작이 부재한 상황이 나타났다.

이후 관객 수 1천만 이상 영화는 2022년 1편을 시작으로 2023년과 2024년에는 각각 2편으로 일부 회복세를 보이기도 했으나, 2025년에는 다시 1편도 천만 영화가 없는 것으로 나타나 코로나19 이전 수준으로 완전히 회복되지 못한 상태이다.

다음으로 관객 수 **300만 이상 1천만 미만 영화**는 2017년 19편, 2018년 21편으로 비교적 높은 수준을 보였다. 하지만 2019년에는 13편으로 감소하였으며, 특히 코로나19 팬데믹 기간인 2020년과 2021년에는 각각 3편에 그치면서 영화 시장이 크게 위축되었다.

이후 2022년 7편, 2023년 10편으로 점진적인 회복세를 보이기도 했지만, 2024년에는 6편으로 다시 감소하였고 2025년에는 7편으로 소폭 반등하는 데 그치는 등 코로나19 이전 수준을 회복하지 못하고 있다.

한편, 같은 기간의 **관객 수 300만 이상 1천만 미만의 한국영화 흥행 편수**를 별도로 살펴보면, 2017년 10편, 2018년 11편에서 2019년에는 7편으로 감소하였으며, 코로나19 기간인 2020년에는 3편, 2021년에는 1편으로 크게 줄어들었다.

이후 2022년에는 4편으로 일부 회복되는 모습을 보였으나, 2023년과 2024년에는 각각 3편 수준에 머물렀고, 2025년에는 2편으로 다시 감소하면서 여전히 코로나19 이전 수준을 회복하지 못한 상태이다.

분석 결과, 그동안 대형 블록버스터나 화제성이 높은 천만 영화나 중간 규모(관객 수 300만 이상~1천만 미만) 흥행작이 활발하게 등장하며 극장관람을 유도하는 핵심 요인으로 작용해 왔다. 그러나 코로나19 팬데믹 이후에는 대형 흥행작의 부재와 함께 중간 규모 영화 역시 크게 감소하게 되었다.

다만, 2026년에는 천만 관객을 기록한 영화[33] 등 대형 흥행작의 등장으로 극

33) 2026년 개봉한 **'왕과 사는 남자'**는 누적 관객 수 1,692만명, 매출액 1,632억원을 기록하며 역대급 흥행 성과를 거뒀으며, 해외영화 **'오디세이'** 역시 개봉 33일째인 2026년 9월 6일 기준 누적 관객 수 1,000만명을 돌파했다. 이들 작품은 최근 침체된 영화관 산업의 회복을 이끌며 극장가에 활력을 불어넣고 있는 것으로 나타났다.
KOBIS(영화관입장권 통합전산망) 〈https://www.kobis.or.kr/〉

장 관객 수와 한국영화 실적이 큰 폭으로 개선된 측면이 있으나, 이러한 회복세가 한국영화 산업 전반의 지속적인 성장으로 이어질지는 지속적인 관찰이 필요할 것으로 보인다.

[연도별 흥행 영화 편수 현황(2017~2025년)]

(단위: 편)

연도	천만 이상		3백만명 이상 ~ 1천만명 미만	
	편수	참고: 영화명	(한국·해외영화)	(한국영화)
2017년	1	택시운전사	19	10
2018년	2	신과 함께(인과 연), 어벤져스(인피니티 워)	21	11
2019년	5	극한직업, 어벤져스(엔드게임), 겨울왕국 2, 알라딘, 기생충	13	7
2020년	0	-	3	3
2021년	0	-	3	1
2022년	1	범죄도시2	7	4
2023년	2	서울의 봄, 범죄도시3	10	3
2024년	2	파묘, 범죄도시4	6	3
2025년	0	-	7	2

주: 개봉일 및 관객 수를 기준으로 함
자료: 참여연대 민생희망본부, "한국영화산업 활성화 방안 모색을 위한 관객 설문조사 결과", 2026.2.
KOBIS(영화관입장권 통합전산망) 〈https://www.kobis.or.kr/〉 등의 자료를 바탕으로 재작성

이와 같이, 영화산업의 구조변화는 영화상영관 입장권에 부과하는 법정부담금을 주요 재원으로 하는 영화발전기금의 재원 조달에 한계를 초래하고 있으며, 이는 영화발전기금 등을 통해 지원되는 영화산업 육성 관련 재정사업의 추진에도 제약요인으로 작용하고 있다.

따라서, 본 보고서에서는 현행 영화발전기금 재원 조달구조의 문제점과 개선방안을 살펴보고, 정부의 영화산업 육성을 위한 주요 분야별 정책 및 재정사업[34]의 추진 실태를 중심으로 문제점 및 개선방안을 분석하였다.

34) 전술한 바와 같이, 정부의 영화산업 발전계획(2019)은 한국 영화의 지속성장 기반 강화, 한국 영화의 다양성 확보, 영화 향유문화 확산을 주요 전략으로 제시하고 있다.

나. 영화발전기금 재원 조달구조의 문제점 및 개선점 분석

(1) 기금 조성 관련 법령 및 법정부담금 수납 현황

① 관련 법령 및 주요 연혁

영화발전기금은 2007년에 설치된 이후 영화상영관 입장권 부과금을 핵심 재원으로 운영되어 왔으며, 부과금은 기존의 '입장권 가액 5% 이하 범위에서 대통령령으로 정하는 방식'에서 현재 '입장권 가액의 3%를 법률에 직접 규정하는 방식'으로 개정되었다.

영화발전기금은 영화비디오법에 따라 한국 영화산업의 육성과 발전을 목적으로 2007년 1월 설치되었다.

동 기금은 정부의 출연금, 개인·법인의 기부금품, 영화상영관 입장권 부과금 등을 주요 재원으로 조성되며, 한국영화의 창작·제작 지원, 예술·독립영화 육성, 문화취약계층의 영화 향유권 확대 등 다양한 사업을 수행하는 데 활용되고 있다.

이 중 영화상영관 입장권 부과금 수입은 관람객이 영화티켓을 구매할 때 입장권 가액의 3%를 부과하는 제도로, 그동안 영화발전기금의 핵심적인 자체 재원으로 기능해 왔다. 이에 따라 입장권 수입원인 영화관람과 영화산업의 실적 변화는 동 기금의 재정 상태에 직접적인 영향을 미치는 측면이 있다.

[영화발전기금 조성 관련 법령]

영화비디오법	영화비디오법 시행령
제24조(기금의 조성) 기금은 다음 각 호의 재원으로 조성한다. 1. 정부의 출연금 2. 개인 또는 법인으로부터의 기부금품 **3. 제25조의2에 따른 영화상영관 입장권에 대한 부과금** 4. 기금의 운용으로 생기는 수익금 5. 그밖에 대통령령으로 정하는 수입금	제9조의3(기금의 조성) 법 제24조제5호에서 "그밖에 대통령령이 정하는 수입금"이란 다음 각 호의 것을 말한다. 1. 정부 외의 자의 출연금 2. 다른 기금으로부터의 전입금 3. 그밖에 영화진흥위원회의 수입금으로서 문화체육관광부령으로 정하는 수입금

자료: 국가법령정보센터〈https://www.law.go.kr/〉를 바탕으로 재구성

기존에는 영화상영관 입장권 가액의 5% 이하 범위에서 대통령령으로 정하는 비율에 따라 부과금을 징수하도록 함으로써, 구체적인 부과율을 하위 법령에 위임하였다. 이에 따라 영화산업의 정책적·재정적 여건에 따라 대통령령 개정을 통해 부과율을 탄력적으로 조정할 수 있었다.

이후 영화산업의 침체와 국민 부담 완화 등을 고려하여 입장권 부과금 제도는 2024년 12월 일시적으로 폐지되었으나, 재원 공백과 기금 운영상의 어려움이 제기되면서 2025년 3월 재도입되었다. 이 과정에서 개정된 영화비디오법은 종전과 달리 부과요율을 하위 법령에 위임하지 않고, 영화상영관 입장권 가액의 100분의 3에 해당하는 금액을 부과금으로 법률에 직접 규정하게 되었다.

[영화비디오법 법령상 영화상영관 입장권 부과금 관련 규정 변동사항]

영화비디오법 [법률 제18659호, 2021.12.]	영화비디오법 [법률 제20622호, 2024.12.]	영화비디오법 [법률 제20838호, 2025.3.]
제25조의2(부과금의 징수) ① 영화진흥위원회는 한국영화의 발전 및 영화·비디오물산업의 진흥을 위하여 영화상영관(비상설상영장을 포함한다)에 입장하는 관람객에 대하여 **입장권 가액의 100분의 5 이하의 범위에서 대통령령으로 정하는 부과금을 징수**할 수 있다.	제25조의2 〈삭제〉	제25조의2(부과금의 징수) ① 영화진흥위원회는 한국영화의 발전 및 영화·비디오물산업의 진흥을 위하여 영화상영관(비상설 상영장을 포함한다)에 입장하는 관람객에 대하여 **입장권 가액의 100분의 3에 해당하는 금액을 부과금으로 징수**한다.
영화비디오법 시행령 [대통령령 제32691호]		
제9조의4(입장료에 대한 부과금 등) ① 법 제25조의2 제1항에 따른 부과금의 부과금액은 영화상영관(비상설상영관을 포함한다) **입장권 가액의 100분의 3으로** 한다.		

자료: 국가법령정보센터〈https://www.law.go.kr/〉를 바탕으로 재구성

② 법정부담금 수납현황

영화발전기금의 법정부담금인 영화상영관 입장권 부과금 수입은 코로나19 팬데믹으로 크게 감소한 이후 다시 회복세를 보이고 있으나, OTT 확산 등 영화 소비 행태 변화로 코로나19 이전 수준을 회복하지 못하고 있다.

최근 7년간(2019~2025년) 영화발전기금의 법정부담금 수납액과 수납률을 살펴보면, 2019년에는 수납액이 545억 8,200만원으로 수정 계획액 503억 9,800만원 대비 108.3%를 기록하였다. 하지만 2020년에는 코로나19 팬데믹의 영향으로 수납액이 105억 2,200만원(수정 계획 대비 수납률 19.3%)으로 급감하였으며, 이후 2021년 170억 8,600만원(수납률 30.8%), 2022년 179억 4,800만원(수납률 38.5%)으로 점진적인 회복세를 나타냈다.

이어 2023년 262억 5,500만원(수정계획 대비 수납률 50.1%), 2024년 262억 2,300만원(수납률 89.1%), 2025년 224억 5,000만원(수납률 89.2%)을 각각 수납하는 등 지속적인 회복세를 보이고 있다. 그러나 여전히 코로나19 팬데믹 이전인 2019년 수납액 545억 8,200만원에는 미치지 못하는 수준이다.

이는 앞서 살펴본 바와 같이 팬데믹 이후인 2023년부터 2025년 사이 OTT 등 영화 소비 행태의 변화로 인해 영화관람 구조가 달라진 데에 기인한 것으로 보인다.

[영화발전기금 법정부담금 수납현황(2019~2025년)]

(단위: 백만원, %)

연도	계획액		계획 현액	징수 결정액(B)	수납액 (C)	수납률 (C/A)	수납률 (C/B)	미수납액 (B-C)	불납 결손액
	당초	수정(A)							
2019	50,398	50,398	50,398	54,630	54,582	108.3	99.9	49	-
2020	54,446	54,446	54,446	18,690	10,522	19.3	56.3	8,167	-
2021	55,522	55,522	55,522	17,087	17,086	30.8	100.0	1.6	-
2022	46,605	46,605	46,605	17,961	17,948	38.5	99.9	14	-
2023	52,431	52,431	52,431	26,367	26,255	50.1	99.6	113	-
2024	29,442	29,442	29,442	26,501	26,223	89.1	98.9	278	-
2025	-[1)]	25,169	25,169	22,761	22,450	89.2	98.6	312	-

주: 1) 영화발전기금 부과금은 2024년 12월말 일시적으로 폐지됨에 따라 2025년도 부과금 당초 계획액이 편성되지 않았으나, 2025년 3월 국회의 영화비디오법 개정을 통해 부과금 징수가 재개되면서 수정 계획액을 확정하였음

자료: 문화체육관광부, 각 연도 예결산자료를 바탕으로 재작성

(2) 영화발전기금의 안정적 재원 확보를 위한 제도 개선 필요

현행 영화비디오법에 따른 영화발전기금의 주요 재원이 영화상영관과 관람객을 중심으로 설계되어 있어, OTT 등 변화하는 영화 소비·유통 환경을 충분히 반영하지 못하는 측면이 있다. 이에 제22대 국회에서 논의·검토 중인 영화의 법적 정의 및 기금 재원 범위 확대 관련 법률안과 해외 주요국의 OTT 플랫폼 부담금 및 콘텐츠 투자 의무 사례 등을 참고하여, 새로운 영화 유통 주체를 포함한 안정적이고 지속 가능한 재원 조달 방안을 마련할 필요가 있다.

현행 영화비디오법은 영화를 영화상영관 등에서 공중에게 상영할 목적으로 제작한 것으로 정의[35]하고 있어 영화 정책과 지원체계가 사실상 영화상영관을 중심으로 설계된 측면이 있다.

이에 따라 영화발전기금의 주요 재원인 영화상영관 입장권 부과금도 영화상영관 관람객을 기반으로 조성되고 있는바, 영화 소비가 OTT 등 온라인 플랫폼으로 빠르게 전환되는 최근의 산업·유통 환경을 충분히 반영하지 못하고 있다. 특히 영화상영관을 거치지 아니하고 OTT 등 온라인 플랫폼을 통해 직접 유통·상영되는 콘텐츠는 현행법 체계상 영화발전기금의 재원으로 편입하거나 법정부담금을 부과할 수 있는 근거가 제한된 측면이 있어, 영화상영관 관람객에게 집중된 재원 조달구조는 재정 안정성과 부담의 형평성 측면에서 한계가 존재한다.

또한 OTT 플랫폼의 영향력이 확대되고 있음에도 이들 OTT 등 온라인 플랫폼이 영화발전기금의 주요 재원 부담 대상에서 제외되고 있는바, 영화산업의 변화에 따른 재원 부담 주체의 조정 필요성도 제기되고 있다.

이러한 상황에서 제22대 국회에서는 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 일부개정법률안」을 중심으로 영화의 정의를 기존의 영화상영관 상영 중심에서 온라인 유통 환경까지 포괄하도록 확대하고, 영화관 입장권 부과금의 조정·확대 등을 통해 영화발전기금의 재원 조달구조를 개편하는 방안이 논의·검토되고 있다. 다만, OTT 오리지널 영화[36]나 온라인 기반 영상콘텐츠에 대한 지원·분류·유통 및 재원

---

35) 영화비디오법 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.
1. "영화"라 함은 연속적인 영상이 필름 또는 디스크 등의 디지털 매체에 담긴 저작물로서 **영화상영관 등의 장소 또는 시설에서 공중(公衆)에게 관람하게 할 목적으로 제작한 것**을 말한다.

36) OTT 플랫폼이 자체 자금을 투자해 독점적으로 제작하거나 유통권을 구매해 최초로 공개하는 영화를 말한다.

부담과 관련한 제도는 아직 충분히 마련되지 않은 만큼, 변화하는 영화 소비·유통 환경을 반영하여 영화의 법적 정의와 영화발전기금의 재원 범위를 재검토할 필요성이 지속적으로 제기되는 상황이다.

[영화비디오법 상 영화발전기금 수입 관련 법률안 발의 현황(제22대 국회)]

대표발의자 (의안번호, 발의일자)	주요 내용
임오경 의원 (2214993, 2025.12.08.)	- 영화의 정의를 “연속적인 영상과 음향이 결합된 콘텐츠로서, 영화상영관 등에서 상영되거나 정보통신망을 통해 제공될 수 있도록 제작된 것”으로 규정함 - 다만, 영화발전기금은 극장용 영화를 중심으로 하는 것을 원칙으로 함
김윤덕 의원 (2201475, 2024.07.08.)	- 영화의 정의를 “연속적인 영상이 필름 또는 디지털 매체에 담긴 저작물로서, 영화상영관 등에서 상영하거나 판매·대여 또는 정보통신망을 통해 시청에 제공할 수 있도록 제작된 것”으로 규정함 - 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」을 「영화의 진흥에 관한 법률」로 변경함 - 기금의 수입 중 입장권 관람 수입은 100분의 5 이내에서 대통령령으로 정할 수 있음
정연욱 의원 (2215848, 2026.01.05.)	- 영화의 정의를 “영상과 음향이 결합된 콘텐츠로서, 영화상영관 등에서 상영하거나 정보통신망을 통해 시청에 제공할 수 있도록 제작된 것”으로 규정함 - 다만, 기금 사업에 사용되는 영화는 영화상영관에서 상영할 목적으로 제작된 것으로 한정함

자료: 국회의안정보시스템〈https://likms.assembly.go.kr〉를 바탕으로 재구성

참고로 해외 주요국은 OTT 산업의 성장에 대응하여 매출 기반 부담금, 콘텐츠 투자 의무 등의 제도를 도입·확대하고 이를 자국 콘텐츠산업의 진흥과 재원 확보에 활용하고 있다. 이에 따라 미국·프랑스·독일 등 주요국의 OTT 및 온라인 비디오물 사업자에 대한 부담금·기여금 제도와 운영 사례를 비교·분석하여, 국내 영화산업의 특성과 재원 여건에 적합한 안정적이고 지속 가능한 재원 조달 방안을 모색할 필요성이 있다.

[해외 주요국 OTT 관련 부과금 제도]

국가	주요 내용
미국	- 넷플릭스 창작발전기금(Netflix Fund for Creative Equity), 디즈니플러스 등 **국내외 대형 OTT를 통한 방송·영상 콘텐츠 투자 재원 확보** - 연방 차원에서는 OTT에 대한 별도의 부과금이 없으나, 일부 주(예: 뉴욕, 캘리포니아)에서는 판매세(Sales Tax)를 적용하고 있음
프랑스	- 프랑스는 **모든 비디오·VOD·OTT 매출에 약 2% 수준의 부담금을 부과**하고 이를 CNC(국립영화영상센터)가 운영하는 **영화·영상기금으로 활용** - '영상물지원기금(FSA)'을 통해 **영화관 입장세, 텔레비전 서비스세, 비디오세 등을 통합 관리**하며, OTT 플랫폼(넷플릭스·디즈니플러스 등) 사업자에게 매출액의 일정 비율을 프랑스 콘텐츠 제작에 투자하도록 의무화
독일	- **OTT 플랫폼**에도 **영화산업 지원기금에 대한 기여금 부과 제도**를 시행하고 있으며, OTT는 TV 라이선스 요금과 별도로 부가가치세(VAT)를 납부 - 일부 사업자는 독일 영화·방송 투자 기금에 자발적 또는 법적 분담금을 지불하는 방식으로 영화 제작 지원 재원을 마련하고 있음 - 최근 **스트리밍 플랫폼에서 발생하는 수익 8%를 독일에서 제작된 영화 및 프로그램에 투자**하도록 의무화(영화진흥법: Filmförderungsgesetz, FFG, 2026.2.)
이탈리아	- OTT 사업자에게 **매출의 일정 비율을 유럽 및 이탈리아 독립 제작 콘텐츠에 투자**하도록 의무화하고 있으며, 현재 매출액의 약 16% 수준의 투자 의무가 적용됨
일본	- **OTT 플랫폼 매출에 대해 소비세(10%)를 부과**하고 있으나, 콘텐츠 제작사에 대한 투자 의무는 아직 명문화되어 있지 않음
캐나다	- 넷플릭스·유튜브 등 글로벌 플랫폼에도 캐나다 콘텐츠 제공 및 지원 의무를 부과하는 **'온라인 스트리밍 법(Online Streaming Act)'**이 통과(2023년 4월)하여, 넷플릭스, 스포티파이 등 스트리밍 서비스가 음악·TV 프로그램 등 캐나다 미디어 콘텐츠 제작을 지원하기 위한 비용을 부담하도록 함
스위스	- **스트리밍 사업자의 매출 4%**를 영화 및 TV 프로그램 제작에 투자하도록 하는 '**렉스 넷플릭스(Lex Netflix)' 법을 제정**함(2022년)

자료: 국회 과학기술정보방송통신위원회 검토보고서, "방송통신발전 기본법 일부개정법률안(조인철의원 대표발의, 2201663)", 2024.8.
우정권, "콘텐츠산업 육성사업 평가" 국회예산정책처 전문가간담회, 2026.3.
영화진흥위원회, "미국의 OTT 플랫폼에 부과하는 문화기금", 2023.8. 등을 바탕으로 정리함

2 한국 영화산업의 지속 성장 기반 강화정책 분석

가. 영화산업의 수익 분배구조 및 가치사슬 형성 체계

(1) 영화산업의 수익 분배구조

우리나라 영화산업의 수익 분배구조는 관람료에서 법정 공제액을 차감한 후 영화상영관과 영화 매출액으로 배분하는 방식으로 이루어진다. 이후 영화 매출액에서 배급수수료와 제작·마케팅 비용 등을 정산하고, 잔여 이익을 계약에 따라 제작사와 투자사가 배분한다.

우리나라 영화산업의 주요 사업자 간 수익 분배구조를 영화관람료 수익을 기준으로 살펴보면 다음과 같다.[37]

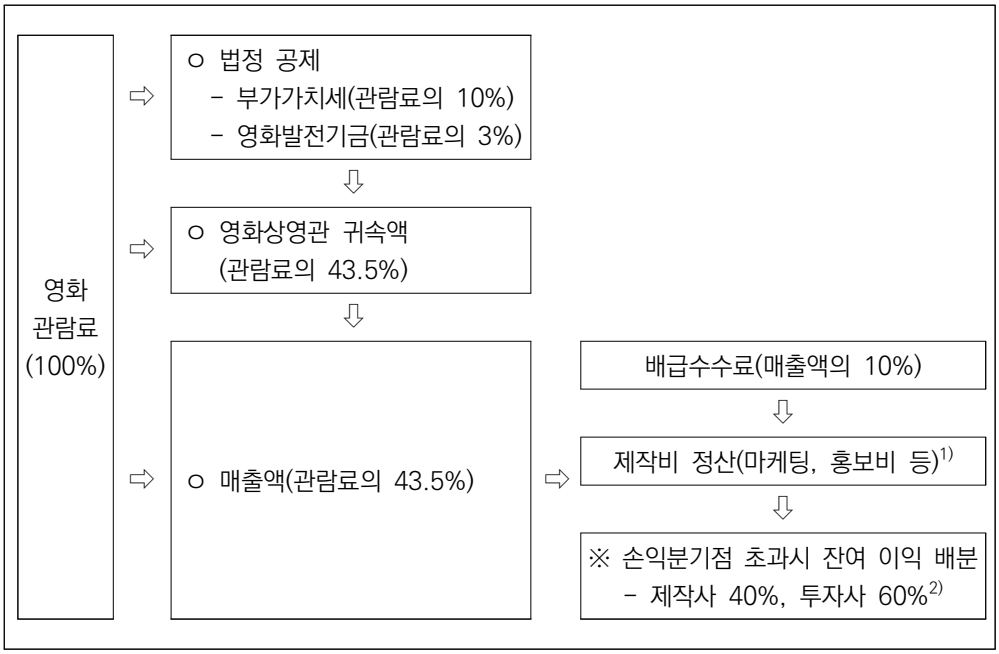
영화관람료는 관객이 영화를 관람하기 위해 지불하는 금액으로, 부가가치세(관람료의 10%)와 영화발전기금(관람료의 3%) 등 법정 공제 항목이 포함된다. 이를 공제한 금액을 기준으로 영화상영관(극장)과 영화산업 내 관련 주체 간에 수익이 배분되며, 일반적으로 관람료의 43.5%는 영화상영관에 귀속되고 나머지 43.5%는 영화 매출액으로 산정되어 배급 및 제작 관련 비용을 정산하는 데 사용된다.

이후 영화 매출액에서 배급사는 배급 업무에 대한 대가로 통상 매출액의 10%를 배급수수료로 수취하며, 다음으로 제작비와 마케팅·홍보비 등 제작 및 유통 과정에서 발생한 비용을 정산한다. 이러한 정산 과정을 거친 이후 손익분기점을 초과하는 잔여 이익이 발생하는 경우 계약에 따라 제작사와 투자사가 이를 배분하며, 제시된 구조에서는 통상 제작사 40%, 투자사 60%의 비율로 배분[38]한다.

37) 실제 수익분배 구조는 영화별 계약 조건, 배급 방식 및 제작 및 마케팅 비용 등에 따라 상이할 수 있으므로, 제시된 비율은 국내 영화산업의 일반적인 수익분배 구조를 보여주는 개괄적 기준으로 해석할 필요가 있다.

38) 잔여 이익의 배분 비율은 제작사와 투자사 간 체결된 계약 등에 따라 달라질 수 있다.

[우리나라 영화산업의 영화관람료 수익 분배 구조]



주: 부가가치세 10% 및 영화발전기금 3%는 법정 공제 항목임
1) 영화별로 제작비 정산 금액이 상이할 수 있음
2) 잔여 이익의 배분 비율은 제작사와 투자사 간 체결된 계약 등에 따라 달라질 수 있음
자료: 김숙 외 2인 "영화산업의 가치사슬과 구조 변화", 영화진흥위원회, 2023.7.
이하영, "코로나19 예방 시스템 갖춰 영화관 상영 회수 늘려야", 인사이트코리아, 2021.8. 등을 바탕으로 재구성

(2) 영화산업의 가치사슬 형성 체계

우리나라 영화산업은 투자·제작·배급·상영·부가시장으로 이어지는 가치사슬[39] 구조를 형성하고 있으며, 각 단계의 참여 주체를 통해 영화의 기획·제작부터 유통·소비까지의 전 과정이 이루어진다.

투자시장에서는 영화 기획 단계에서 투자자들이 시나리오, 감독, 캐스팅, 예산 등을 검토하여 투자 여부를 결정하고, 이후 투자조합, 창업투자사, 은행, 개인 등이 영화 제작에 필요한 자본을 조달한다.

제작시장에서는 제작사[40]를 중심으로 영화의 기획·개발 및 제작이 이루어지며, 촬영·조명·미술·특수촬영 등의 제작지원 업체와 편집·컴퓨터그래픽(CG) 등의 후반 작업 업체가 참여하여 영화 콘텐츠를 완성한다.

이후 완성된 영화는 **배급시장**을 통해 유통되며, 투자배급사, 해외직배사, 중소 배급사 등[41]이 배급권을 확보하고 영화관과의 계약 등을 통해 영화를 공급한다.

상영시장에서는 멀티플렉스[42]나 일반상영관 등 영화관을 통해 영화가 관객에게 최초로 소비되며, 영화관 입장료를 통해 매출이 발생한다.

끝으로 **부가시장**은 영화관 상영 종료 이후 영화가 2차적으로 소비되는 시장으로, OTT, IPTV, 케이블TV, 지상파 등 디지털 온라인 플랫폼을 중심으로 영화의 유통과 소비가 이루어진다.

---

39) 가치사슬(Value Chain)은 기업이 제품이나 서비스를 생산하기 위해 원재료를 구입하고 제조·판매하는 모든 과정에서 부가가치를 창출하는 일련의 활동과 기능들의 연계를 말한다.

40) 제작사란 시나리오 각색, 투자유치, 배우 캐스팅 등 기획·개발 및 사전 준비(프리프로덕션)부터 촬영·조명·미술 등 본 제작(프로덕션), 편집·컴퓨터그래픽(CG) 등 후반작업(포스트프로덕션)까지 영화 제작 전반을 기획·관리하는 곳을 말한다.

41) 배급사는 확보한 영화의 상품성과 시장성을 바탕으로 상영관과 협의하여 상영 시기, 스크린 수, 상영 기간 등을 결정한다. 또한 영화의 수익을 극대화하기 위해 홍보·마케팅, 광고, 시사회 등 다양한 프로모션 활동을 수행한다.

42) 한 건물 내에 다수의 상영관과 다양한 문화·편의시설을 갖춘 대규모 복합 영화관을 의미하며, CGV, 롯데시네마, 메가박스 등이 대표적인 멀티플렉스 영화관을 운영한다.

[우리나라 영화산업의 가치사슬 형성 체계]

구분	참여 주체	주요 내용
투자 시장	투자조합, 창업투자사, 은행, 개인	ㅇ 영화 제작에 필요한 자본을 조달하는 시장 - 투자자들이 기획 단계 영화의 시나리오, 감독, 캐스팅, 예산 등을 검토한 후 투자 여부를 결정함
⇓		
제작 시장	제작사, 제작지원 및 후반 작업업체(촬영, 조명, CG 등)	ㅇ 기획·개발·제작 과정을 거쳐 영화를 완성하는 제작시장 - 영화의 제작사(기획·개발·제작), 제작지원(촬영, 조명, 미술, 특수촬영 등) 후반작업(편집·컴퓨터그래픽) 등과 관련된 업체가 참여함
⇓		
배급 시장	투자배급사, 해외직배사, 중소배급사	ㅇ 제작된 영화가 유통되는 시장 - 배급사는 영화 배급권을 확보하고 상영관과의 계약을 통해 영화를 공급함
⇓		
상영 시장	영화관(멀티플렉스, 일반상영관 등)	ㅇ 제작된 영화가 최초로 소비 및 매출이 일어나는 시장 - 영화상영관은 투자설비와 상영시설을 구축하여 영화관을 운영하며, 관객들은 입장료를 지불하고 상영관에서 영화를 소비함
⇓		
부가 시장	OTT, IPTV, 케이블 TV, 지상파 등	ㅇ 주로 디지털 온라인시장을 말하며, 영화관에서 영화 상영이 종료된 이후 2차적으로 소비되는 시장 - 유통 플랫폼으로는 OTT, IPTV, 케이블 TV 등이 있음

자료: 김숙 외 2인, “영화산업의 가치사슬과 구조 변화”, 영화진흥위원회, 2023.7. 등의 내용을 바탕으로 재구성

이처럼 우리나라 영화산업은 투자·제작·배급·상영·부가시장으로 이어지는 가치사슬을 형성하고 있으며, 이하에서는 영화산업의 각 시장에 대한 정부 정책과 개선과제를 살펴보고자 한다.

나. 영화산업의 지속 성장 기반 강화를 위한 육성정책 필요

(1) 영화산업 육성정책 현황

① 영화 투자·제작산업

영화 제작산업을 육성하기 위한 정책사업에는 '영화 창제작 지원(1261-300)'이 있으며, 이는 영화 산업의 안정적인 제작환경 조성과 다양성 증진을 위해 영화창작자에게 독립·예술영화 및 중소규모 한국영화의 제작비 등을 지원하는 사업이다.

'영화 창제작 지원(1261-300)' 사업의 내역사업에는 기획개발지원, 영화제작지원, 투자/출자사업이 있다.

'기획개발 지원'은 영화창작자의 기획 및 시나리오 개발을 단계별로 지원하고, 신인 시나리오 작가 발굴과 중소제작사의 기획개발 역량 강화를 지원하는 사업이다.

'영화제작 지원'은 독립·예술영화와 중예산영화의 제작비를 지원하고, AI 등 신기술을 활용한 영화 제작을 지원하는 사업이다.

'투자/출자사업[43]'은 공공자금을 기반으로 영상전문 투자조합을 조성하여 영화산업의 투자재원을 확충하고, 제작사의 영화 지적재산권(IP) 활용 권한 보장과 표준계약서 활용 등을 통해 공정한 투자·제작환경 조성을 유도하는 사업이다.

[영화 창제작 지원(1261-300)의 내역사업 주요 내용]

내역사업	주요 내용
기획개발 지원	- 영화 창작자를 대상으로 영화 기획개발 지원사업(1단계 시놉시스, 2단계 트리트먼트, 3단계 시나리오) 지원 - 신인 시나리오 작가 대상 시나리오 공모전 운영을 지원 - 중소제작사 대상 기획개발 전문역량 강화 S#1(씬원, 기획개발센터) 운영을 지원함
영화제작 지원	- 영화창작자를 대상으로 독립·예술영화 장편/단편/다큐멘터리 부문 제작비 지원. - 중예산영화 제작지원, 신기술을 활용한 AI기반 영화 제작 지원
투자/출자사업[1)]	- 영화산업의 투자재원 확충을 위해 공공자금을 기반으로 영상전문 투자조합을 결성 - 투자계약 시 제작사의 영화 지적재산권(IP) 활용 권한 보장, 표준계약서 활용 및 영화 스태프 처우 개선 조항 등을 반영하여 영화산업의 공정거래환경 조성을 유도

주: 1) 2024년부터 영화발전기금 '투자/출자'는 일반회계 예산인 'K-콘텐츠 펀드 출자(1231-322)'의 '모태펀드 영화계정'으로 이관됨

자료: 문화체육관광부, "예산안 및 기금운용계획안 사업설명자료", 2025.9.를 바탕으로 재작성

43) 그동안 영화발전기금으로 운용되었던 '투자/출자' 사업은 2024년도 예산부터 일반회계 예산인 'K-콘텐츠 펀드 출자(1231-322)'의 '모태펀드 영화계정'으로 이관되었다.

② 영화 배급산업

영화 배급산업을 육성하기 위한 정책사업에는 '영화유통지원(1261-301)'이 있으며, 동 사업은 독립·예술영화의 유통·상영 기반 강화, 영화유통 인프라 구축, 국내외 영화제 육성 및 한국영화의 해외진출 등을 지원하는 사업이다.

동 사업의 내역사업에는 영화유통지원, 해외진출지원 및 국내외 영화제육성 사업이 있다.

'영화유통 지원'은 독립·예술영화 전용관 운영과 개봉·유통·배급을 지원하고, 디지털 온라인시장의 합법유통 촉진과 저작권 보호, 입장권 통합전산망 운영 등을 지원하는 사업이다.

'해외진출 지원'은 한국영화의 국제영화제 및 해외 필름마켓 참가, 해외 배급을 위한 홍보와 KoBiz[44] 운영 등을 지원하고, 중국 등 전략지역 진출과 해외 네트워킹 등 한국영화의 해외시장 진출을 지원하는 사업이다.

'국내외 영화제 육성'은 국내 영화제와 국내에서 개최되는 국제영화제의 운영을 지원하여 영화제의 경쟁력 강화를 도모하는 사업이다.

[영화유통지원(1261-301)의 내역사업 주요 내용]

내역사업	주요 내용
영화유통 지원	- 독립·예술영화 전용관의 운영비, 개봉비 및 유통·배급 지원 - 디지털 온라인시장에 대한 실태조사, 저작권 보호, 합법유통 촉진 및 입장권 통합전산망 운영 등을 지원
해외진출 지원	- 한국영화의 국제영화제·해외 필름마켓 참가, 해외 배급용 홍보물 제작, KoBiz[1] 운영 등을 지원 - 중국 등 전략지역 진출 및 해외 네트워킹, 재외공관 한국영화 상영행사, 영화촬영지 정보 네트워크 구축 등을 지원
국내외 영화제 육성	- 국내 영화제, 국제적 경쟁력을 갖춘 국내 개최 국제영화제 운영지원

주: 1) KoBiz(Korean Film Biz Zone)는 영화진흥위원회(KOFIC)가 국내외 영화산업 관계자를 대상으로 운영하는 한국영화 해외진출 종합 지원 플랫폼을 말함
자료: 문화체육관광부, "예산안 및 기금운용계획안 사업설명자료", 2025.9.를 바탕으로 재작성

44) KoBiz(Korean Film Biz Zone)는 영화진흥위원회(KOFIC)가 국내외 영화산업 관계자를 대상으로 운영하는 한국영화 해외진출 종합 지원 플랫폼을 말한다.

③ **영화 상영산업**

영화 상영산업을 육성하기 위한 정책사업에는 '영화정책지원(1261-302)'의 '국민 영화관람 활성화'와 '영화유통지원(1261-301)'의 '전용관 운영지원' 사업 등이 있다.

'국민영화관람 활성화' 사업은 코로나19 이후 장기화된 영화산업의 침체에 대응하여 영화관람 수요를 확대하고, 이를 영화 제작 활성화로 연결하는 선순환 구조를 마련하기 위해 영화관람 할인권을 지원하는 사업이다.

'전용관 운영지원' 사업은 독립·예술영화를 비롯한 다양한 영화의 안정적인 상영 기반을 마련하고 관객의 영화 선택권과 문화향유 기회를 확대하기 위한 사업으로, 동 사업은 "Ⅲ-3. 한국영화 다양성 확보를 위한 지원사업 분석"에서 별도로 다루고자 한다.

[정부의 영화 상영산업 육성사업 주요 내용]

사업명	세부사업명 (예산코드)	주요 내용
국민 영화관람 활성화[1)]	영화정책지원 (1261-302)	- 코로나19 이후 장기화된 영화산업의 침체에 대응하여 영화관람 수요를 확대하고, 이를 영화제작 활성화로 연결하는 선순환 구조를 마련하기 위해 영화관람 할인권을 지원하는 사업
전용관 운영지원	영화유통지원 (1261-301)	- 독립·예술영화를 비롯한 다양한 영화의 안정적인 상영 기반을 마련하고 관객의 영화 선택권과 문화 향유 기회를 확대하는 것을 목적으로 하는 사업

주: 1) 해당 예산은 '영화정책지원(1261-302)' 세부사업의 내내역사업으로, 2025년과 2026년에 추경을 통해 각각 271억원이 편성되었음
자료: 문화체육관광부, 각 연도 예결산자료를 바탕으로 재작성

(2) 영화산업 육성정책의 문제점 및 개선 방안

① 제작산업 투자·지원체계의 문제점 및 개선 방안

코로나19 팬데믹 이후 극장 관객 감소와 수익성 악화, OTT 확산 등으로 기존 극장 중심의 영화 제작·유통 및 단발성 투자구조의 한계가 나타나면서, 중소·독립예술영화를 중심으로 투자·제작 위축과 콘텐츠 다양성 축소가 심화되고 있다.

코로나19 팬데믹 이후 영화 제작시장은 극장 관객 감소와 매출 부진이 장기화되는 가운데 OTT 플랫폼의 확산과 해외 블록버스터 영화[45] 중심의 시장 재편이 맞물리면서 구조적인 위기에 직면하고 있다.

한국 영화산업은 투자 등 자본조달[46]에 대한 수익성 악화로 대형 배급사의 제작이 위축되고 있으며, 특히 중·소규모 및 독립·예술영화(이하 이 장에서 "중소·독립예술영화") 제작사는 아예 투자처조차 확보하지 못해 기획 단계에서부터 제작이 중단되는 등 제작 생태계가 전반적으로 위축되는 상황[47]이다.

또한 영화의 주요 소비층이 극장에서 OTT 플랫폼으로 이동하는 등 콘텐츠 소비 방식이 빠르게 변화하고 있음에도 기존의 극장 중심 제작·유통 구조와 단발성 작품 중심의 투자 및 지원 방식은 이러한 변화에 충분히 대응하지 못하고 있다. 특히 중소·독립예술영화 제작사의 경우 차기 작품을 안정적으로 기획·제작할 수 있는 기반이 부족하여 투자 감소와 제작 편수 감소로 이어지고 있으며, 이는 다시 콘텐츠의 다양성 축소로 이어지는 악순환을 심화시키는 측면이 있다.

---

45) 막대한 제작비와 대규모 마케팅을 투입해 대중적 흥행을 노린 대작 영화를 의미한다.

46) 한국 영화산업의 투자 등을 통한 자본조달 방식은 ① 투자조합·펀드를 통한 투자, ② 정책 금융기관의 대출·보증, ③ 투자배급사 등 민간 투자자의 직접 투자 등이 있다.

47) 이러한 상황에 대응하여 정부는 중예산영화 제작지원 확대(2025년 6편 → 2026년 36편), 독립·예술영화 제작 및 영화제 지원강화, 온라인 스트리밍 플랫폼 구축을 통한 유통 활성화, 지역영화생태계 조성(2027년 신규) 등 한국영화의 재도약과 영화산업 정상화를 위한 사업을 추진하고 있다.
문화체육관광부 업무보고, "지역을 살리고, 세계로 넘실대는 K-문화", 2026.8.5.

첫째, 영화 제작산업의 지속 가능한 성장을 위해서는 극장관람 수요 감소와 제작비 상승 등으로 한계가 나타난 개별 영화의 흥행 성과에 의존하는 프로젝트 중심의 투자구조에서 벗어나, 제작사 자체의 성장 가능성과 제작 역량 등을 고려한 성장 자본 및 지분투자 방식으로 전환할 필요가 있다. 아울러 모태펀드 출자 등 공적자금을 투입할 때 이러한 투자 방식을 선도적으로 도입하는 방안을 검토할 필요가 있다.

그동안 우리나라 영화 제작산업은 시장 여건의 변화와 여러 차례의 부침 속에서도 지속적인 성장을 이어 왔으며, 이 과정에서 민간과 공공 부문의 꾸준한 투자가 영화산업의 제작 기반과 산업생태계를 뒷받침하는 주요 요인으로 작용하였다.

특히 2000년대 중반 이후 대기업 투자배급사가 전략적 투자자(SI)[48]로서 제작비의 20~30%를 메인 투자하고, 벤처캐피탈과 모태펀드 등 재무적 투자자(FI)[49]가 70~80%를 부분 투자하는 '한국형 메인 투자 시스템'을 통해 영화 제작자금을 조달해 왔다.

한국형 메인 투자 시스템은 자본력이 부족한 제작사도 대형 배급사의 메인 투자를 통해 대규모 상업영화를 제작할 수 있도록 하였으며, 외부 벤처자본의 유입을 촉진하여 국내 영화산업의 빠른 성장에 기여[50]하기도 하였다.

그러나 자본력을 갖춘 대기업이 투자·배급·상영 부문을 모두 영위하게 되면서 시장의 수직계열화가 심화된 측면이 있으며, 개별 영화의 흥행 성과에 따라 투자수익이 크게 좌우됨에 따라 흥행 실패 시 투자 손실과 후속 투자 위축으로 이어지는 한계도 나타나게 되었다.

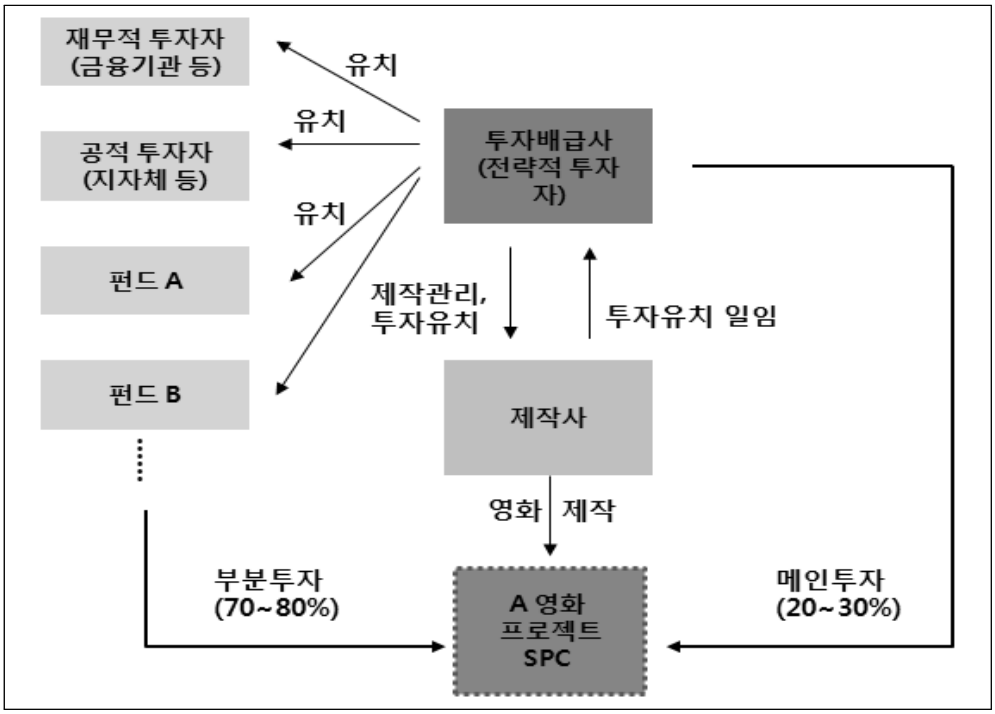
---

48) 전략적 투자자(SI, Strategic Investor)란 단순한 금전적 수익 창출뿐만 아니라 기술확보, 신시장 진출, 공급망 강화 등 사업적 시너지와 전략적 목표 달성을 목적으로 기업에 투자하는 주체를 말한다.

49) 재무적 투자자(FI, Financial Investor)는 기업 경영에 직접 참여하지 않고, 순수하게 금전적 수익 창출만을 목적으로 자금을 투자하는 투자자를 말한다.

50) 참고로 동 투자 시스템은 2012년과 2013년 평균 투자수익률이 각각 13.3%, 15.2%를 기록하는 등 흥행에 따른 수익이 다시 영화산업으로 유입되는 자본의 선순환에도 기여한 바 있다.

[한국형 메인투자 시스템 구조]



자료: 김윤지, "한국 영화산업의 투자구조와 시사점", 한국수출입은행, 2024.6.

참고로 미국, 중국, 프랑스 등 해외 주요국은 각국의 영화산업 환경에 따라 메이저 스튜디오[51]와 OTT 플랫폼 중심의 투자, 방송사 투자 의무화 및 세제 지원, 제작위원회와 크라우드 펀딩[52] 등 다양한 방식으로 영화 제작 재원을 조달하고 있다. 또한 공동투자를 통한 위험 분산과 공공지원 및 수익 재투자 등을 통해 제작사의 안정적인 자금 확보와 영화산업의 지속 가능한 성장을 도모하고 있다.

미국, 중국, 프랑스 등 해외 주요국의 영화산업 투자구조 및 재원 조달 방식의 주요 특징은 다음과 같다.

51) 영화 산업에서 거대한 자본력을 바탕으로 영화의 제작, 투자, 배급, 상영 등 전 과정을 주도하거나 강력한 영향력을 행사하는 대형 영화사를 말한다.

52) 자금이 필요한 개인, 단체, 창업가 등이 온라인 플랫폼을 통해 불특정 다수의 소액 투자자나 후원자로부터 자금을 모으는 방식을 말한다.

[해외 주요국의 영화산업 투자구조 및 재원 조달 방식]

국가	주요 특징
미국	- 저작권 확보 및 패키지 중심투자: 메이저 스튜디오[1]는 독립 제작사와의 제휴 및 투자유치 등을 통해 작품을 발굴하고, 감독·배우 등의 흥행실적을 고려해 투자 여부를 결정함 - 흥행 가능성이 높은 하이콘셉트 영화[2] 선호: 투자 위험을 줄이고 수익성을 높이기 위해 명확한 콘셉트와 장르, 스타 캐스팅, 기존 IP를 활용한 프랜차이즈 영화에 집중 투자함 - 공동투자 및 슬레이트 파이낸싱 확대: 외부 투자사와의 공동투자 및 다수의 영화에 대한 포트폴리오 투자를 통해 제작비 부담과 흥행 위험을 분산함
중국	- 대형 OTT 플랫폼 중심의 투자·제작: 텐센트 비디오, 아이치이, 요쿠 등[3]은 오리지널 콘텐츠[4] 에 직접 투자하거나 제작사와 공동 제작해 콘텐츠를 확보함 - 판권 계약 및 수익 배분 다변화: OTT 플랫폼은 콘텐츠 판권을 장기간 확보하고, 독점 여부와 시청 실적·광고 수익 등을 바탕으로 수익을 배분해 제작·유통 기반을 확대함
프랑스	- 제작사·방송사 중심의 투자 구조: 프랑스 영화산업은 제작사와 TV 채널이 주요 투자 주체이며, 정부는 방송사의 영화 투자 의무화를 통해 제작 재원을 안정적으로 확보함 - 민간 투자 및 세제 지원 제도운영: 영화·영상 분야 투자 촉진을 위한 소피카(SOFICA)[5] 제도를 통해 민간 자본의 투자를 유도하고, 투자자에게 세제 혜택을 제공하는 한편, 프랑스 영화에 대한 투자를 의무화함 - 공공지원과 영화 수익의 재투자 체계 구축: 국립영화 영상센터(CNC)[6]를 중심으로 자동지원과 선별지원[7] 제도를 운영하고 있으며, 기존 영화의 수익을 후속 작품 제작에 재투자하는 한편, 신인 감독·독립영화·예술영화 등을 대상으로 선별적인 지원을 제공함
일본	- 제작위원회 중심의 투자 구조: 영화사·방송사·광고사·출판사 등이 공동 출자해 투자 위험을 분산하고 홍보·배급 시너지를 창출하고 있지만, 참여사 간 합의 과정에서 제작자의 의사결정 권한이 제한될 수 있음 - 크라우드 펀딩[8]을 통한 자금조달 및 홍보: 독립영화 등의 제작비를 확보하고, 후원자의 자발적 홍보와 참여를 통해 작품 인지도와 관객과의 유대감을 높임

주: 1) 영화 산업에서 거대한 자본력을 바탕으로 영화의 제작, 투자, 배급, 상영 등 전 과정을 주도하거나 강력한 영향력을 행사하는 대형 영화사를 의미함
2) 높은 대중성과 상업성을 갖춘 영화를 의미함
3) 텐센트 비디오, 아이치이, 요쿠 등은 중국의 대형 온라인 동영상 스트리밍(OTT) 플랫폼이자 미디어 기업임
4) OTT 플랫폼이 자체 자금을 투자해 독점적으로 제작하거나 유통권을 구매해 최초로 공개하는 영화를 의미함
5) 소피카(SOFICA)는 개인이나 법인이 영화·영상 제작을 위한 전문 투자회사에 투자하는 경우 세제 혜택을 제공함으로써, 민간 자본의 투자를 촉진하는 프랑스의 대표적인 제도임
6) 프랑스 문화부 산하의 공공 행정기관으로, 영화 및 영상 산업 전반을 총괄하는 국가 기관임
7) 자동지원은 기존 영화의 흥행실적 등을 기준으로 지원금을 산정해 제작사에 제공하는 방식이며, 선별지원은 작품의 예술성·창의성·문화적 가치 및 제작 가능성 등을 종합적으로 심사해 지원 대상을 선정하는 방식임
8) 자금이 필요한 개인, 단체, 창업가 등이 온라인 플랫폼을 통해 불특정 다수의 소액 투자자나 후원자로부터 자금을 모으는 방식임

자료: KoBiz(Korean Film Biz Zone) 홈페이지 〈https://www.kobiz.or.kr〉에 등록된 자료를 바탕으로 재작성

한편, 우리나라 정부도 모태펀드 영화계정 등을 통한 영상전문투자조합에 대한 출자를 확대하여 공적자금과 민간자본이 결합된 간접투자를 주요 자금조달 방식으로 활용해 왔으며, 정책금융기관의 대출·보증[53]과 문화산업 완성보증[54] 등을 통해 개별 영화 및 콘텐츠 프로젝트의 제작 자금조달도 지원해 왔다.

참고로, 모태펀드 영화계정은 개별 영화 등을 기준으로 2023년 47편, 2024년 69편(영화 62편, 애니메이션 6편, 기타 1편), 2025년 68편(영화 64편, 애니메이션 2편, 기타 2편)에 투자했으며, 정부 예산을 통한 중소·독립예술영화 제작 지원 역시 개별 작품의 제작 편수를 기준[55]으로 이루어지고 있다.

[모태펀드 영화계정 투자 금액 및 투자 건수(2023~2025년)]

(단위: 억원, 건)

구분	2023년	2024년	2025년
투자액	629	687	913
총 투자건수[1)]	96	118	141
투자편수	47	69	68
- 영화	47	62	64
- 애니메이션	-	6	2
- 기타 영상물[2)]	-	1	2

주: 1) 1편의 영화에 여러 펀드가 투자한 경우 각각의 투자 건수를 포함함.
2) 공연, 뮤지컬, 방송콘텐츠 등
자료: 문화체육관광부

하지만 최근에는 극장관람 수요 감소와 제작비 상승 등으로 극장 매출에 의존하는 기존 수익모델의 한계가 나타나면서, 이러한 투자 및 파이낸싱 구조가 원활하게 작동하기 어려운 상황이다.

실제 한국 상업영화 (추정) 수익률은 2021년 △22.85%에서 2022년 △12.55%로 일시적으로 개선되기도 하였으나, 2025년에는 △33.13%로 최근 5년 중 가장

53) 정부나 공공기관이 경제 정책 목적을 달성하고 민간 금융을 보완하기 위해 중소기업·소상공인 등에게 시중은행보다 낮은 금리와 긴 기간으로 자금을 빌려주는 공적 지원 제도를 말한다.

54) 신용보증기금, 기술보증기금 등의 보증과 금융기관 대출을 연계한 문화산업 완성보증을 말한다.

55) 2026년도 제1차 추가경정예산은 독립·예술영화 제작지원 대상으로 장편 27편, 단편 30편, 다큐멘터리 23편을, 중예산 영화 제작지원 대상으로 20억~100억원 규모 36편, 100억~150억원 규모 2편을 선정하는 등 **개별 작품의 제작 편수를 기준으로 편성**되었다.
'독립·예술영화(2025년 기준) 및 중예산영화(2026년 기준) 제작지원 현황'은 [부록 1] 참고

낮은 수준을 기록하는 등 적자가 지속되면서 영화 투자시장의 불확실성도 확대되는 상황이다.

[한국 상업영화 (추정)수익률(2021~2025년)]

(단위: 백만원, %, 편)

구분	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년[1)]
총매출(A)	143,860	448,213	362,808	422,542	233,759
총제작비(B)	159,553	440,669	445,540	433,008	295,407
수수료 등 기타비용(C)	20,768	62,865	55,281	72,989	36,209
총이익(D=A-B-C)	△36,461	△55,320	△138,014	△83,455	△97,858
평균 수익률(D/B)	△22.85	△12.55	△30.98	△19.27	△33.13
편수	17	35	35	37	30

주: 1) 2025년은 제작비 간이조사를 통해 수집된 순제작비, P&A(Prints and Advertising, 광고·홍보 및 배급) 비용 및 영화관 입장권 통합전산망의 관객 수 등을 기반으로 추정함
1. 2020~2024년은 각 연도 "한국영화 수익성 분석" 조사에서 수급된 실제 집계 금액으로 산출
자료: 영화진흥위원회, "2025년 한국 영화산업 결산", 2026.2.27.

현재 영화산업 전반에 대한 제작 투자는 시나리오, 감독, 배우, 예산, 흥행 가능성 등을 기준으로 개별 영화 작품에 투자하는 프로젝트 단위 방식이 중심인바, 투자수익이 개별 영화의 흥행 성과에 크게 좌우될 수밖에 없다. 이에 따라 투자 영화의 흥행 실패 시 투자자의 손실이 커질 뿐만 아니라, 후속 작품의 기획·개발에 필요한 자금 확보도 어려워 기업의 자본 축적과 지속적인 성장에 한계가 발생하고 있다.

따라서 앞으로는 개별 영화의 흥행 성과에 의존하는 프로젝트 파이낸싱(PF: Project Financing)[56] 중심의 투자구조를 보완하여 제작사 자체의 성장 가능성과 제작 역량을 고려하는 방식[57]으로 투자구조의 전환을 모색할 필요가 있다. 특히 제작사에 대한 성장 자본과 지분투자를 확대하여 제작사는 안정적인 자금으로 후속 작품을 지속적으로 기획·개발하고, 투자자는 제작사의 성장성에 기반해 투자수익을 기대할 수 있도록 할 필요가 있다.

56) 프로젝트 파이낸싱(PF)이란 기업의 전체 신용도나 담보가 아닌 특정 프로젝트에서 발생할 미래의 수익 및 현금흐름을 기반으로 자금을 조달하는 금융 기법을 의미한다.

57) 대표적인 사례로 독립 제작사의 지분에 투자하는 '투게더 펀드(Together Fund)'를 들 수 있다. 동 펀드는 제작사의 경영 자율성을 유지하면서 성장에 필요한 자본을 공급하고, 향후 대형 미디어 그룹과의 결합이나 인수·합병(M&A)을 통해 투자금을 회수하는 구조로 운용된다.

둘째, 영화 제작산업에 대한 공적 지원 시 우선손실충당[58], 슬레이트(Slate) 투자[59] 등 위험 분산을 통해 민간투자를 유도하고, 독립·예술영화는 인내자본[60]및 임팩트 영화투자[61]를 활용하여 문화적·사회적 가치를 고려한 장기 투자 기반을 마련할 필요가 있다.

앞서 살펴본 바와 같이 정부의 모태펀드 등 공적자금은 개별 영화의 제작비 지원에 그치지 않고 제작사의 지속적인 성장을 뒷받침하도록 장기적인 투자를 확대할 필요성이 있다. 이를 위해서는 공적자금에 대한 우선손실충당 등 위험 분산 장치를 활용하고, 정부와 민간이 복수의 작품을 포트폴리오로 묶어 투자하는 슬레이트(Slate) 투자방식을 활성화하는 등 개별 작품의 흥행 위험을 분산할 필요가 있다.

이를 통해 민간투자자의 위험을 일부 분담하고, 투자자가 개별 작품이 아닌 영화 제작사의 포트폴리오와 발전 가능성에 기반하여 투자수익을 기대할 수 있도록 함으로써 민간자본의 유입을 유도할 필요가 있다.

아울러 브랜드 자본(Brand Capital)[62]이나 전략적 투자자(SI) 등 비전통적 자본[63]의 참여를 확대하여 영화산업의 민간자본 유입 경로를 다각화하되, 독립적인 제작사의 경영·제작 역량을 유지하면서 자본을 공급하는 방식에 중점을 둘 필요성이 있다.

한편, 독립·예술영화는 상업적 수익성만으로 충분한 민간투자를 유치하기 어려운 측면이 있으므로 직접적인 제작 지원을 지속하는 동시에, 사회적 문제와 문화적 가치를 다루는 영화·다큐멘터리 등에 대해서는 흥행 수익뿐만 아니라 사회적 가치

---

58) 우선손실충당제도는 벤처펀드 등 투자조합에서 손실이 발생하는 경우 펀드 운용을 담당하는 위탁운용사(GP)가 자신의 출자금으로 투자자(LP)의 손실을 우선적으로 보전하도록 하는 제도이다.

59) 슬레이트 투자(Slate Financing)는 영화 제작사가 제작 예정인 여러 작품을 하나의 포트폴리오로 묶어 투자받는 방식으로, 개별 작품의 흥행 실패에 따른 투자 위험을 분산할 수 있다는 장점이 있다.

60) 인내자본(Patient Capital)이란 단기적인 수익이나 실적에 연연하지 않고, 불확실성이 크고 회수기간이 긴 장기 프로젝트나 첨단기술 스타트업에 투자해 회사의 성장을 기다려주는 장기자본을 말한다.

61) 임팩트 영화투자는 영화의 흥행을 통한 재무적 수익뿐만 아니라 영화가 담고 있는 사회적 메시지와 문화적 파급력 등 사회적 가치(소셜 임팩트)의 창출과 확산을 함께 고려하여 자금을 지원하는 투자방식이다.

62) 브랜드 자본(Brand Capital)이란 강력한 브랜드 인지도나 유통망을 가진 대형 브랜드 및 플랫폼 기업이 유망한 신생 브랜드에 투자하는 형태를 말한다.

63) 비전통적 자본이란 은행 대출이나 공모채권 발행 같은 표준화된 경로가 아닌, 크라우드펀딩, 핀테크 플랫폼을 통한 P2P 대출, 자산유동화(Securitization) 또는 민간 투자 연계 펀딩 구조 등을 말한다.

의 창출과 확산을 고려하는 인내자본과 임팩트 영화투자 등 장기적 자금조달 방식을 보다 확대할 필요성이 있다. 이를 통해 비록 시장 수익성은 낮더라도 문화적·사회적 가치가 높은 작품의 지속적인 제작을 지원할 수 있도록 기존의 상업적 투자 체계를 보완할 필요가 있다.

셋째, 영화 제작산업의 지속 가능한 발전을 위해서는 공적자금 지원 시 제작사의 IP(지식재산권) 소유[64] 및 장기적 수익권 확보를 지원하고, OTT, 방송, 해외 유통, 2차 저작물 확보 등으로 수익원을 다각화할 수 있도록 할 필요가 있다. 이를 통해 제작사가 IP와 자본을 축적하고 IPO, M&A 등 다양한 투자 회수경로를 활용하여 후속 콘텐츠에 재투자하는 선순환 구조를 구축하게 할 필요가 있다.

중소·독립예술영화 제작사 등 일부 영세한 제작사는 제작비 조달 과정에서 투자사나 글로벌 OTT 등에 IP(지식재산권) 통제권이나 장기적인 수익권을 이전하는 경우가 많은바, 영화 흥행 이후 2차 저작물·해외 유통 등에서 발생하는 추가 수익을 충분히 확보하기 어려운 실정[65]이다. 이에 따라 공적자금을 활용한 제작사 투자·지원은 개별 영화의 제작비 지원에 그치지 않고, 제작사가 영화 IP의 일부 또는 장기적인 수익권을 확보할 수 있도록 투자 조건을 설계하여 콘텐츠 자산을 축적하고 후속 콘텐츠 개발 및 추가 투자를 유치할 수 있도록 할 필요가 있다.

또한 영화산업의 투자구조를 단기적인 극장 흥행 수익 회수 중심에서 벗어나 극장, OTT, 방송, 해외 유통, 2차 저작물 확보 등 다양한 시장에서 IP(지식재산권)를 장기간 활용하여 수익을 창출하는 구조로 전환할 필요가 있다. 이를 위해 제작사의 부가시장 수익 다각화를 지원하고 IPO(Initial Public Offering)[66], M&A 등 다양한 투자 회수경로를 마련하여 기업가치와 자본 축적을 높이는 한편, 축적된 자본이 후속 작품 제작과 재투자로 이어지는 선순환 구조를 구축할 필요가 있다.

---

64) 정부는 '영상산업 도약전략(2023.11.)'의 추진 전략 중 하나인 "IP 협상력 제고를 위한 총력 지원"을 통해 중소 제작사의 경쟁력 있는 IP 창출·활용을 지원하고, 제작사의 IP 보유로 수익 창출 및 공정한 거래 질서를 조성하는 등 제작사의 IP 축적과 활용을 위한 다양한 정책을 추진하고 있다.

65) 2021년 전주영화제에서는 콘텐츠산업과 OTT 정책 관련 콘퍼런스를 개최하여, 제작비 조달 과정에서 OTT에 IP 및 관련 권리를 이전하는 경우 영화 흥행 이후 부가 판권, 2차 저작물, 해외 유통 등 추가 수익을 제작사가 충분히 확보하기 어려울 수 있다는 우려를 제기하였다. 이에 따라 제작사의 IP 보유와 장기적인 수익권을 보장하는 계약 구조가 필요하다는 의견도 제시되었다.

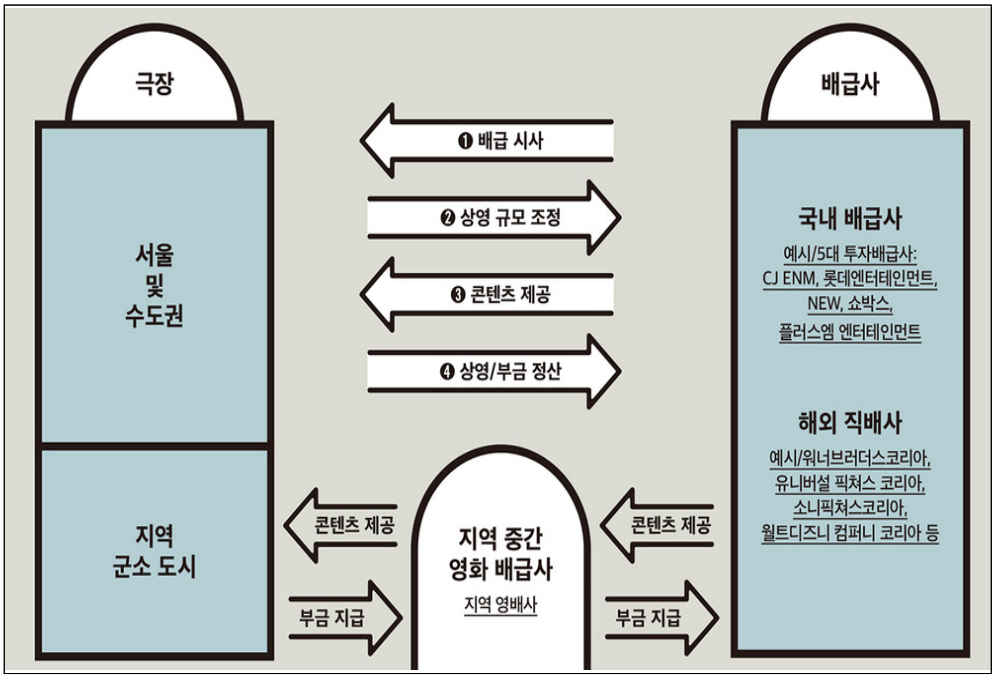
66) 비상장기업이 처음으로 일반 대중에게 주식을 공개하고 코스피나 코스닥 같은 증권시장에 상장·등록하는 과정을 말한다.

② 배급·유통시장 구조 개선을 통한 영화 콘텐츠 다양성 제고 필요

그동안 우리나라 영화 배급·유통 및 수입시장은 다양한 국내외 콘텐츠의 유통을 통해 영화시장의 다양성과 산업의 안정적인 유통 기반을 뒷받침해 왔다. 하지만 최근 극장 관객 감소와 OTT 확산 등으로 유통환경이 빠르게 변화하고 대작 중심의 투자·배급이 갈수록 심화되고 있어, 시장의 공정한 경쟁과 콘텐츠 다양성을 확보하기 위한 제도적·산업적 개선이 필요한 상황이다.

그동안 우리나라 영화 배급·유통 및 수입시장은 다양한 국내외 영화 콘텐츠의 유통과 소비를 통해 국민의 문화향유 기회를 확대하는 한편, 해외 우수 콘텐츠의 국내 유입을 통해 영화시장의 다양성을 높이고 국내 영화산업의 안정적인 유통 기반을 마련해 왔다. 이러한 과정에서 축적된 제작·유통 경험과 산업적 역량을 바탕으로 한국영화콘텐츠의 경쟁력 제고와 산업 발전에 기여한 측면이 있었다.

[국내 영화산업 배급 구조]



자료: 이우빈, “공든 탑이 무너질까 -한국 영화산업의 배급구조 현황, 작은 영화 배급자들의 이야기”, 씨네21, 2026.7.30.

최근에는 극장 관객 수의 지속적인 감소와 OTT 플랫폼의 확산, 관객의 콘텐츠 소비 방식 변화 등으로 영화의 수입·배급·유통 환경이 빠르게 변화하고 있다. 이에 따라 기존의 극장 중심 유통구조만으로는 변화하는 시장 환경에 효과적으로 대응하기 어려워지고 있으며, 영화의 투자와 제작뿐만 아니라 수입·배급·상영 전반에서 새로운 유통 전략과 시장 대응 방식이 요구되고 있다.

특히 블록버스터 대작이나 흥행 가능성이 높은 영화에 대한 투자와 배급이 집중되는 현상이 심화되면서, 중·소규모 영화나 독립·예술영화가 충분한 투자와 배급 기회를 확보하기 어려운 상황[67]이 지속되고 있다. 따라서 변화하는 영화 소비환경에 효과적으로 대응하고 영화산업의 지속 가능한 성장을 위해 현행 영화 배급·유통 시장 등의 구조와 유통 환경을 종합적으로 점검하고, 시장의 공정한 경쟁과 콘텐츠의 다양성을 확보할 수 있는 제도적·산업적 개선 방안을 마련할 필요가 있다.

참고로 최근 5년간(2021~2025년) 우리나라 영화시장 주요 배급사 관객점유율은 대부분의 연도에서 60% 내외의 수준을 유지하고 있는 것으로 나타났다.

[우리나라 영화시장 주요 배급사 관객점유율(2021~2025년)]

(단위: %)

연도	구분	1위	2위	3위	4위	5위	**합계**
2021년	배급사	디즈니	소니	롯데	UPI[1)]	워너	
	관객점유율	24.3	13.9	9.0	8.8	7.0	**63.0**
2022년	배급사	디즈니	롯데	CJ ENM	플러스엠	NEW[2)]	
	관객점유율	17.3	17.3	13.4	10.4	8.2	**66.6**
2023년	배급사	플러스엠	디즈니	롯데	NEW	UPI	
	관객점유율	17.2	15.4	11.9	9.7	7.9	**62.1**
2024년	배급사	디즈니	쇼박스	CJ ENM	플러스엠	워너	
	관객점유율	15.8	12.4	12.0	9.6	7.6	**57.4**
2025년	배급사	디즈니	CJ ENM	워너	NEW	바이포엠	
	관객점유율	16.9	12.2	11.0	10.7	8.8	**59.6**

주: 1) 유니버설 픽처스 인터내셔널 코리아(유)
2) (주)넥스트 엔터테인먼트 월드
자료: 영화진흥위원회, "한국 영화산업 결산보고서(2022~2025년)"를 바탕으로 재작성

67) 2017~2024년 누적 자료에 따르면, 전체 영화의 회당 관객 수는 24.4명인 반면, 독립·예술영화는 13.2명(전체의 54.1%), 한국 독립·예술영화는 11.9명(전체의 48.8%)으로 상대적으로 낮은 수준을 보였다.
박채은 등, "독립·예술영화 생태계 구축을 위한 수요 중심 정책 연구", 영화진흥위원회 KOFIC 연구, 2026.3.31.

한편, 코로나19 팬데믹 이후 OTT 플랫폼 운영사의 영화 지식재산권(IP) 확보 등으로 영화의 동시·조기 공개가 증가하면서, 극장 개봉과 후속 플랫폼 공개 간 홀드백이 약화되는 등 유통환경이 변화하고 있다. 이에 따라 영화산업의 수익 구조와 제작 환경의 불확실성도 커지는 상황이다.

코로나19 팬데믹 이후 글로벌 OTT 플랫폼이 막대한 자본력을 바탕으로 영화 지식재산권(IP)을 확보하게 되면서 극장 개봉과 동시에 또는 조기에 OTT에 공개하는 사례가 증가하는 등 영화산업의 유통 환경이 변화하고 있다.

이에 따라 극장 개봉 후 일정 기간을 두고 후속 플랫폼에 공개함으로써 극장 수익과 제작비 회수를 뒷받침해 온 홀드백(Hold-back) 시스템이 약화되고 있으며, 이는 영화산업의 수익성과 제작 환경을 악화시키고 업계의 불확실성을 높이는 요인으로 작용하고 있다.

현재 국회에서는 '영화 홀드백 제도'의 법제화를 위해, 영화의 극장 상영이 종료된 후 일정 기간이 경과한 뒤에야 해당 영화를 비디오물 또는 온라인 비디오물로 공급·제공할 수 있도록 영화비디오법을 개정하는 방안이 계속해서 논의되는 상황이다.

[영화비디오법 상 영화 홀드백 제도 도입을 위한 법안 발의 현황(제22대 국회)]

대표발의자 (발의일자)	의안번호	주요 내용
임오경의원 (2025.09.12.)	2212929	- 영화는 **영화상영관에서 상영이 종료된 날부터 6개월이 지난 후** 비디오물이나 온라인비디오물로 공급·제공할 수 있음 - 위반 시 5천만원 이하의 과태료를 부과함
박정하의원 (2025.11.12.)	2214148	- 영화는 **영화상영관 상영 종료일부터 대통령령으로 정하는 기간 이후** 비디오물이나 온라인비디오물로 공급·제공할 수 있음 - 위반 시 5천만원 이하의 과태료 부과함

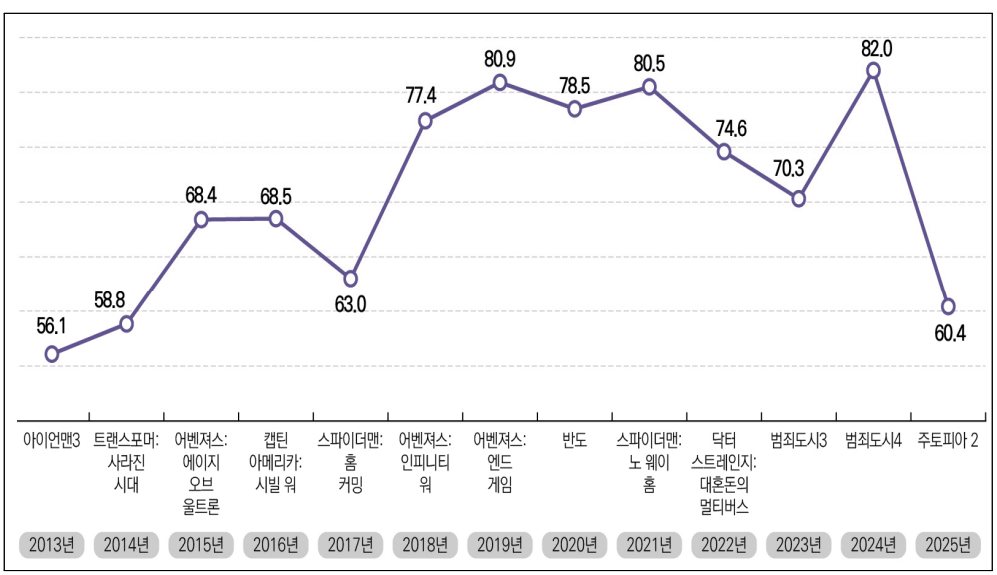
자료: 국회의안정보시스템〈https://likms.assembly.go.kr〉를 바탕으로 재구성

첫째, 최근 대형 배급사의 투자·배급부터 극장 상영까지 이어지는 수직계열화는 자사·계열사 영화에 대한 상영·홍보 특혜와 특정 영화의 스크린 점유율 편중을 초래하여 중소·독립영화의 시장 진입과 배급·상영 기회를 제약할 우려가 있다. 이에 중소·독립영화의 제작·배급·상영 지원을 강화하고, 다양한 배급사의 작품에 상영 기회를 확대하는 등 공정한 유통·상영 환경을 조성할 필요가 있다.

최근 국내 영화 배급시장은 대형 배급사와 수입업자 등 일부 대형 사업자를 중심으로 재편되면서, 투자·배급부터 극장 상영까지 주요 유통단계를 동시에 수행하는 수직계열화가 나타나고 있다. 특히 대형 배급사가 멀티플렉스 등 극장을 직접 보유·운영하거나 온라인 스트리밍 플랫폼 사업까지 영역을 확장하여 영화의 투자·배급부터 상영·유통까지 직접 수행하는 경우 수직계열화가 더욱 심화될 우려가 있다.

이러한 과정에서 자사·계열사 영화에 대한 상영·홍보 특혜나 티켓 프로모션[68], 광고·홍보비 등에 따른 편성 차별이 발생하고 스크린·상영 점유율이 특정 영화에 편중될 가능성이 있다. 이는 중소 규모 수입·배급사와 독립영화의 시장 진입 및 배급·상영 기회를 제약하고 콘텐츠 다양성과 관객의 선택권을 축소할 우려가 있다.

[연도별 최대 일일 상영 점유율 현황(2013~2025년)]



자료: 영화진흥위원회

68) 티켓 프로모션(Ticket Promotion)이란 영화, 공연, 스포츠 경기, 테마파크, 항공권 등 다양한 티켓의 판매를 촉진하기 위해 진행하는 마케팅 및 할인 활동을 말한다.

따라서 정부는 영화 콘텐츠의 다양성과 관객의 선택권을 보장하기 위해 중소·독립영화의 제작·배급·상영 지원을 강화하여 시장 진입과 배급 기회를 확대하고, 대형 사업자 중심의 유통구조를 개선[69]함으로써 다양한 배급사의 작품이 극장에 안정적으로 진입할 수 있는 공정한 유통·상영 환경을 조성할 필요가 있다.

둘째, 해외 블록버스터 등 일부 대형 흥행작을 중심으로 배급시장이 특정 영화 장르에 대한 영화관의 스크린 점유가 편중되는 경우 콘텐츠의 다양성과 국내 영화산업의 경쟁력이 저하될 우려가 있다. 따라서 중·소규모 한국영화의 배급·상영 기회를 확대하고 스크린 편중을 완화함으로써, 국내 영화산업의 다양성과 경쟁력을 강화할 필요가 있다.

최근 해외영화의 국내 영화관 스크린 점유율이 확대되고 일부 흥행이 검증된 외화에 상영관이 집중되면서, 한국영화의 개봉 및 상영 기회가 축소되는 상황이다. 특히, 대형 수입·배급사를 중심으로 해외 블록버스터 등 대형 흥행작 위주의 영화시장이 형성되는 경우 흥행 가능성이 높은 해외 배우·감독 및 특정 장르에 대한 의존도가 높아질 수밖에 없으며, 국내 영화시장에서도 일부 흥행이 보장된 특정 배우를 중심으로 하거나 흥행 가능성이 높은 장르에 영화 제작이 편중될 우려가 있다.[70]

이러한 특정 영화 장르의 스크린 편중은 한국영화 관객의 선택권을 제한하고, 장기적으로는 영화 콘텐츠의 창의성과 시장의 다양성을 저해하여 국내 영화산업의 경쟁력을 약화시킬 우려가 있다. 따라서 특정 장르나 해외 흥행작 중심의 스크린 편중을 완화하고 중·소규모 한국영화의 배급·상영 기회를 확대함으로써 콘텐츠의 다양성을 확보하고 국내 영화산업의 경쟁력을 제고할 필요가 있다.

종합하면, 국내 영화산업의 위기는 배급·유통·수입 단계의 구조적 불균형과 밀접하게 연관된 측면이 있는바, 한국영화의 경쟁력 제고를 위해 중·소규모 영화의 안정적인 배급·상영 기회를 확대하고 우리나라 영화의 해외진출 및 국내외 영화제 지원 등을 통해 시장의 불균형을 완화하는 정책적 검토가 필요할 것으로 보인다.

---

69) 현재 영화산업 내 불공정 문제와 관련한 일반적인 제안이나 건의 또는 정책적 판단이 필요한 중요 사안에 대한 민원 접수 및 처리는 영화진흥위원회가 2022년 1월 설치한 공정환경조성센터에서 담당하고 있다.
영화진흥위원회 홈페이지 〈https://www.kofic.or.kr〉 내용을 바탕으로 재작성

70) 원승환, "영화산업 육성정책·사업 평가" 국회예산정책처 전문가간담회, 2026.9.

③ 상영산업 육성을 위한 국민 영화관람 활성화 사업 분석

상영산업 육성을 위한 '국민 영화관람 활성화'[71]사업은 코로나19 이후 일시적으로 회복되었던 극장 매출액과 관객 수가 다시 감소(2024~2025년)함에 따라 영화관람 수요를 확대하고 영화산업의 선순환 구조를 회복하기 위해 영화관람 할인권을 배포하는 사업이다.

'국민 영화관람 활성화' 사업은 '영화정책지원(1261-302)' 세부사업[72]에 포함되어 있다.

'영화정책지원(1261-302)' 사업예산은 2025년 당초 계획액 164억 9,600만원에서 제2차 추경을 통해 '국민 영화관람 활성화' 사업예산 271억원 등이 증액되어 총 436억 8,000만원이 편성되었다.

2026년에는 당초 계획액 280억 9,900만원에서 제1차 추경을 통해 '국민 영화관람 활성화' 사업예산 271억원이 증액되어 총 551억 9,900만원이 편성되었다.

[영화정책지원(1261-302) 중 국민 영화관람 활성화 추경 내역(2025·2026년)]

(단위: 백만원)

사업명	2025년		2026년	
	당초	수정	당초	추경(수정)
○ 영화정책지원	16,496	43,680	28,099	55,199
- 영화정책지원[1]	2,895	30,060	3,006	30,106
(국민 영화관람 활성화)[2]	**-**	**(27,100)**	**-**	**(27,100)[3]**
- 한국영화아카데미 운영	7,087	7,112	6,578	6,578
- 영화향유권 강화	6,514	6,508	1,876	1,876
- 영상제작시설 구축 운영	-	-	16,639	16,639

주: 1) '영화정책지원'은 세부사업명과 내역사업명이 동일함
2) 해당 사업은 '영화정책지원' 내역사업의 내내역사업으로, 2025년에는 제2차 추경을 통해, 2026년에는 제1차 추경을 통해 각각 271억원이 편성되었음
3) 쿠폰 지원금 27,000백만원(450만명×6,000원) 및 사업운영비 100백만원이 편성됨
자료: 문화체육관광부, 2025년 및 2026년도 예산 사업설명자료를 바탕으로 재작성

71) '영화정책지원(1261-302)' 세부사업의 내내역사업이다.

72) '영화정책지원(1261-302)' 세부사업은 영화산업 발전을 위한 정책연구 수행, 현장 영화인력 양성, 장애인 등 문화소외계층을 포함한 국민의 영화 향유권 강화 등을 주요 내용으로 한다.

영화관람 활성화 사업의 집행내역은 2025년의 경우 제2회 추경을 통해 계열 영화관[73] 및 비계열 영화관[74] 구분 없이 쿠폰 450만장을 배포할 계획이었으며, 실제 456만장이 배포·사용되었다. 또한 총예산 271억원 중 270억 6,800만원이 집행되어 실집행률이 99.9%에 달하는 등 전반적으로 대부분의 예산이 집행된 것으로 나타났다.

2026년에는 제1회 추가경정예산을 통해 전년과 동일한 450만장의 쿠폰(계열·비계열 포함)을 배포[75]할 계획이었으며, 9월 현재 2차례의 발행에 걸쳐 총 455만장이 배포·사용[76]되었다. 총예산액 역시 전년과 동일한 271억원으로, 9월 중 현재 268억 5,600만원이 집행되어 편성된 예산의 대부분이 집행된 상태(집행률 99.1%)이다.

[영화관람 활성화 사업 집행내역(2025~2026년)]

(단위: 만장, %, 백만원)

구분	발행기간	쿠폰 물량			예산		
		목표 (A)	사용 (B)	사용률 (B/A)[1]	예산액 (a)	(실)집행액 (b)	(실)집행률 (b/a)
2025년	'7.25.~9.2. '9.8.~10.31.	450	456	101.3	27,100	27,068	99.9
2026년 9월 중	(1차) 5.13.~7.7. (2차) 7.8.~9.8. (3차) 9.9.~10.31.[2]	450	455	101.1	27,100	26,856	99.1

주: 1) 6,000원 미만의 할인(예를 들어 실버영화관 2,000원 티켓 가격에 1,000원 할인 적용 등)으로 사용률이 100%를 초과함
2) 2026년 9월 중 현재 3차 발행분은 미소진 상태이며, 비계열 영화관만 발행함
자료: 문화체육관광부

73) 계열 영화관이란 대기업이 직접 운영하거나 프랜차이즈 계약을 통해 운영되는 멀티 플렉스 체인 영화관으로 CGV, 롯데시네마, 메가박스, 씨네Q 등의 직영·위탁관이 이에 해당한다.

74) 비계열 영화관이란 대형 체인에 속하지 않고 개인 등이 운영하는 영화관으로 독립·예술영화전용관 및 작은영화관 등이 이에 해당한다.

75) 1인당 최대 2매, 1매당 6,000원의 관람료를 지원하며, 이때 관객부담금 최소 1,000원이 발생할 수 있다.

76) 6,000원 미만의 할인(예를 들어 실버영화관 2,000원 티켓 가격에 1,000원 할인 적용 등)으로 사용률이 100%를 초과하였다.

참고로 문화체육관광부는 코로나19 팬데믹 당시(2020~2021년) 공연예술, 미술전시, 영화 쿠폰사업을 추진한 바 있으며, 이 중 영화 쿠폰은 총 447만장 중 445만장(99.6%)이 사용되고 예산 집행률도 2020년 87.1%, 2021년 99.5%로 높게 나타나는 등 다른 분야에 비해 높은 사용률과 집행 효과를 보였다.

문화체육관광부는 코로나19 팬데믹 당시 소비 진작을 위해 공연예술, 미술전시, 영화 등의 분야에서 현 '국민 영화관람 활성화' 사업과 유사한 쿠폰 사업을 추진한 바 있으며, 이 중 영화 쿠폰은 2020년 기금 자체 변경 및 제3회 추가경정예산을 통해 280만장, 2021년 제2회 추가경정예산을 통해 167만장 등 총 447만장을 발급하였다.

이때 발급된 쿠폰의 실제 사용 실적을 살펴보면, 공연예술 쿠폰은 180만장 중 20만 2,000장(11.2%), 전시 쿠폰은 150만장 중 11만 1,000장(7.4%), 영화 쿠폰은 447만장 중 445만장(99.6%)이 각각 사용[77]된 것으로 나타나 영화 쿠폰의 사용률이 다른 쿠폰에 비해 크게 높은 수준을 보였다.

특히 2020년과 2021년에는 코로나19 확산에 따른 사회적 거리두기 등 방역조치로 쿠폰 사용에 제약이 있었음에도 불구하고, 영화 쿠폰의 대부분이 사용된 것으로 나타나 소비 진작에 상당한 효과가 있었던 것으로 보인다.

[코로나19 팬데믹 당시 쿠폰사업 추진내역]

구 분	공연예술		미술전시		영화	
	2020년 제3회 추경	2021년 (전년도 이월분)	2020년 제3회 추경	2021년 (전년도 이월분)	2020년 기금변경 및 제3회 추경	2021년 제2회 추경
지원단가	8,000원		1,000~5,000원		6,000원	
발급규모	180만장		150만장		280만장	167만장
발급 및 사용시기	10.22. ~ 11.23.	5.18. ~ 12.5.[1)]	10.22. ~ 11.22.	11.1. ~ 12.5.	6.4.~ 6.28. 8.14.~ 8.17. 10.30.~ 11.23.	11.1. ~ 12.31.
사용실적	5.1만장	15.1만장	4.2만장	6.9만장	243만장 (36.5만장 이월)	166만장 및 전년도 이월분 36만장

주: 1) 온라인 공연 지원은 2021.5.18.~12.5., 오프라인 공연지원은 2021.11.1.~12.5.
자료: 문화체육관광부

77) 2021년으로 이월되어 사용된 실적을 포함하였다.

이와 함께 영화 쿠폰 관련 예산의 집행률도 계획 현액 대비 2020년 87.1%, 2021년 99.5%로 나타나, 전반적으로 높은 측면이 있다.

[2020~2021년 영화 쿠폰사업 예산 집행률 현황]

(단위: 백만원, %)

연도	계획액		전년도 이월액	계획현액 (A)	집행액(B)	이월액	불용액	집행률 (B/A)
	당초	수정						
2020	-	17,823	-	17,823	15,519	2,235	69	87.1
2021	-	10,000	2,235	12,235	12,178	-	57	99.5

주: 영화쿠폰 사업은 영화발전기금의 운용 주체인 영화진흥위원회가 직접 수행하는 사업으로, 실집행이 아닌 집행액 기준으로 작성하였음

자료: 문화체육관광부

한편, 국민 영화관람 활성화 지원(할인쿠폰) 실적을 살펴보면, 해외영화와 한국영화 간 지원 규모는 연도별로 차이가 있으나 특정 국적의 영화에 일관되게 편중되기보다는 쿠폰 발행 시점의 개봉·흥행 상황과 방학·명절 등 관객 수요가 높은 시기 등에 따라 달라지는 것으로 보인다.

최근 4개년(2020~2021년, 2025~2026년)의 국민영화관람 활성화 지원(할인쿠폰) 실적을 해외영화와 한국영화로 구분하여 살펴보면 다음과 같다.

2020년 전체 영화 관객 수(이하 관객 수 및 지원액 등은 모두 중복 집계를 포함함)는 5,952만 4천명으로, 이 중 해외영화가 1,906만 2천명, 한국영화가 4,046만 2천명으로 나타났다. 할인쿠폰 총 지원액은 145억 9,435만원, 총지원자 수는 246만 6천명으로 집계되었다.

영화별 지원액을 기준으로는 한국영화 '삼진그룹 영어토익반'이 16억 364만원으로 가장 많았으며, '도굴'이 16억원, '#살아있다' 14억 8,580만원 등의 순으로 나타났다. 당해 연도에는 영화별 구분에 따른 지원액(해외 및 한국영화 지원 순위)이 별도로 집계되지 않았으나, 지원액 상위 1~5위가 모두 한국영화인 것으로 보아 상대적으로 한국영화에 대한 할인쿠폰 지원이 집중되었을 것으로 보인다.

2021년 전체 영화 관객 수는 6,053만 1천명으로, 해외영화가 4,231만 1천명, 한국영화가 1,822만명으로 나타났다. 할인쿠폰 총 지원액은 112억 4,802만원, 총 지원자 수는 189만 6천명으로 집계되었다. 해외영화에는 89억 261만원이 지원된

반면, 한국영화에는 23억 4,541만원에 그쳐 해외영화에 대한 지원액이 한국영화보다 약 3.8배 높은 수준으로 나타났다.

영화별로는 해외영화 '이터널스'가 34억 4,464만원으로 가장 많은 지원을 받았고, '스파이더맨: 노 웨이 홈'(15억 6,142만원), '듄'(11억 5,190만원) 등이 높은 순위를 차지하였다. 한국영화 중에서는 '유체이탈자'가 7억 3,442만원으로 5위안에 포함된 것으로 나타났다.

2025년 전체 영화 관객 수는 1억 608만 9천명으로, 해외영화가 6,251만 2천명, 한국영화가 4,357만 7천명으로 나타났다. 할인쿠폰 총 지원액은 269억 5,606만원, 총 지원자 수는 456만 2천명으로 집계되었다. 해외영화에는 138억 9,830만원, 한국영화에는 130억 5,775만원이 지원되었으며, 해외영화와 한국영화 간 지원액 규모는 거의 비슷한 것으로 나타났다.

영화별 지원액을 보면 한국영화 '좀비딸'이 46억 6,034만원으로 가장 많았으며, 해외영화인 '귀멸의 칼날: 무한성편'이 36억 9,043만원, 'F1 더 무비'가 31억 6,749만원으로 높은 지원액을 기록하였다. 이어 한국영화 '어쩔수가없다'가 25억 6,142만원을 기록하는 등 지원액 상위권을 해외영화와 한국영화가 고르게 차지한 것으로 나타났다.

2026년 8월 현재 전체 영화 관객 수는 8,509만 5천명으로, 해외영화가 4,048만 5천명, 한국영화가 4,461만명을 차지하였다. 할인쿠폰은 총 454만 5천명에게 지원되었으며, 총 지원액은 268억 1,721만원으로 집계[78]되었다.

종합하면, 국민영화관람 활성화 지원(할인쿠폰)은 특정 국적의 영화에 일관되게 편중되기보다는 쿠폰 발행 시점의 영화 개봉 및 흥행 상황과 관객 수요에 따라 실제 관람 수요가 높은 영화에 지원이 집중되는 경향을 보이는 것으로 분석된다. 특히 대규모 자본과 화려한 특수효과, 전 세계 동시 개봉 등을 앞세운 해외 블록버스터 영화의 개봉 초기[79]나 학생 방학, 명절, 휴가철 등 관객 수요가 높은 시기에 쿠폰이 집중적으로 배포되는 경우 해외영화와 한국영화 간 지원 규모의 차이가 확대될 우려가 있는 것으로 분석된다.

---

78) 2026년 영화별 지원순위 및 해외·한국영화별 지원실적은 사업 종료된 후(2027년 1월 중 집계 예정) 분석이 가능하다.

79) 해외 블록버스터 영화 중 일부는 개봉 초기인 첫 주말이나 초반 며칠에 흥행 수익이 집중되고, 이후 상영기간이 경과할수록 수익이 급격히 감소하는 프론트 로드(Front-loaded) 현상이 나타나기도 한다.

[국민영화관람 활성화 지원(할인쿠폰) 실적 및 지원 순위(2020~2026년)]

(단위: 천명, 천원)

연도	구분			해외영화(A)	한국영화(B)	합계(A+B)
2020년	총괄	총 관객 수[1]		19,062	40,462	59,524
		지원 내역	총 지원액	-[3]	-[3]	14,594,353
			총 지원자 수[2]	-[3]	-[3]	2,466
	구분	순위[4]	영화명	총 관객 수[5]	지원액	지원자 수[6]
	지원 순위	1위	삼진그룹 영어토익반	1,571	1,603,644	270
		2위	도굴	1,524	1,600,012	270
		3위	#살아있다	1,904	1,485,804	248
		4위	다만 악에서 구하소서	4,358	1,390,687	233
		5위	오케이 마담	1,229	1,218,599	206
연도	구분			해외영화(A)	한국영화(B)	합계(A+B)
2021년	총괄	총 관객 수[1]		42,311	18,220	60,531
		지원 내역[7]	총 지원액	8,902,606	2,345,413	11,248,019
			총 지원자 수[2]	1,500	396	1,896
	구분	순위[4]	영화명	총 관객 수[5]	지원액	지원자 수[6]
	지원 순위	1위	이터널스	3,050	3,444,642	581
		2위	스파이더맨: 노 웨이 홈	5,561	1,561,420	262
		3위	듄	1,549	1,151,900	193
		4위	엔칸토: 마법의 세계	620	808,855	136
		5위	유체이탈자	811	734,419	124
연도	구분			해외영화(A)	한국영화(B)	합계(A+B)
2025년	총괄	총 관객 수[1]		62,512	43,577	106,089
		지원 내역	총 지원액	13,898,302	13,057,754	26,956,056
			총 지원자 수[2]	2,363	2,200	4,562
	구분	순위[4]	영화명	총 관객 수[5]	지원액	지원자 수[6]
	지원 순위	1위	좀비딸	5,640	4,660,339	785
		2위	귀멸의 칼날: 무한성편	5,692	3,690,427	616
		3위	F1 더 무비	5,215	3,167,491	529
		4위	어쩔수가없다	2,943	2,561,419	429
		5위	얼굴	1,077	1,568,277	262

연도	구분			해외영화(A)	한국영화(B)	합계(A+B)
2026년 8월[8)]	총괄	총 관객 수[1)]		40,485	44,610	85,095
		지원 내역	총 지원액	-	-	26,817,206
			총 지원자 수[2)]	-	-	4,545

주: 1) 전체 영화관에서 개봉한 모든 영화의 총 관객 수를 말함
2) 할인쿠폰을 지원받은 관람자 수(중복 포함)
3) 2020년도에는 해외와 한국영화에 대한 쿠폰 지원내역을 별도로 집계하지 않았음
4) 해외영화 및 한국영화를 통틀어 지원액이 가장 많은 영화의 순위를 말함
5) 해당 영화의 총 관객 수를 말함
6) 할인쿠폰을 지원받은 관람자 수(쿠폰 지급 기준으로 중복 포함)
7) 2021년에는 상위 50위까지만 집계하였음
8) 2026년도 영화별 지원 순위 등은 사업이 종료된 후(2027년 1월 중 집계 예정) 분석이 가능함
1. 계열 영화관에 지원된 할인쿠폰 기준임
2. 지원순위는 지원액을 기준으로 함
자료: 문화체육관광부 제출자료를 바탕으로 재작성

첫째, 국민영화관람 활성화 지원사업을 수행함에 있어 동 사업의 재원인 영화발전기금[80)]의 당초 목적과 취지를 합목적적으로 고려하면, 해외영화보다 한국영화[81)]에 대한 지원을 강화하는 방안을 검토할 필요가 있다.

전술한 바와 같이 '국민영화관람 활성화 지원사업'은 침체된 영화관 시장의 회복과 국민의 문화활동 증진을 통한 민간소비 활성화를 도모하는 한편, 영화관람 수요 증가를 투자·제작 활성화로 연계하여 영화산업 전반의 활력을 제고하는 데 그 목적이 있다.

다만, '국민 영화관람 활성화 지원사업'이 영화비디오법에 따른 영화발전기금을 재원으로 추진[82)]되는 점을 고려하여, 사업의 지원 효과가 "한국영화의 창작·제작 진흥"으로 이어질 수 있도록 사업 목적에 부합하는 지원 방식을 모색할 필요가 있다. 현재와 같이 영화관 매출액 등을 기준으로 지원금이 배분되는 방식은 국민의 영

80) 해당 사업은 '영화정책지원(1261-302)'의 내내역사업으로, 영화발전기금을 재원으로 추진된다.

81) 영화비디오법 제2조(정의) 3. "한국영화"라 함은 국내에 주된 사업소를 둔 자(법인을 포함한다)가 제작한 영화와 제27조에 따라 한국영화로 인정받은 영화를 말한다.
제27조(공동제작영화의 한국영화 인정) ① 공동제작영화를 제작하는 자는 해당 영화의 제작에 참여하거나 활용하는 인적·물적 요소나 해당 영화의 예술적·기술적 특성이 한국영화의 인정기준에 적합한 때에는 공동제작영화를 한국영화로 인정받을 수 있다.

82) 영화비디오법 제25조(기금의 용도) ① 기금은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업을 위하여 사용하여야 한다.
1. 한국영화의 창작·제작 진흥 관련 지원

화관람 접근성을 높이고 영화산업 전반의 수요를 회복한다는 측면에서 긍정적인 효과가 있으나, 상대적으로 매출 규모가 큰 해외영화의 관람에 지원금이 더 많이 배분되는 경우 한국영화에 대한 지원 효과가 제한될 우려가 있다.

특히 최근 거대한 자본과 화려한 특수효과, 전 세계 동시 개봉 등을 앞세운 해외 블록버스터 영화는 프론트로드(Front-loaded) 현상[83]으로 흥행 수익이 개봉 초기에 집중된 후 급격히 감소하는 경향이 있는바, 만약 국민영화관람 활성화 지원금이 이러한 해외영화에 일시적으로 편중 지원되는 경우 해당 사업의 지원 대상과 당초 취지가 왜곡될 우려[84]도 있다. 또한 이러한 지원금 편중 현상은 영화발전기금의 설치 목적 및 기금의 재원이 갖는 정책적 취지를 충분히 반영하지 못하는 측면도 존재한다.

한편, 2026년을 포함하여 그동안 수행된 국민 영화관람 활성화 지원사업은 정부 예산과 할인권이 조기에 소진[85]되는 등 집행 속도가 빠르게 나타난 만큼, 향후 지원대상을 한국영화로 한정하거나 한국영화와 해외영화 간 지원 수준에 차등을 두는 등 관련 제도를 조정하더라도 국민의 영화관람 수요를 확대하고 영화산업의 선순환 구조를 회복한다는 정책목표를 달성하는 데 큰 지장은 없을 것[86]으로 보인다.

종합하면, '국민 영화관람 활성화 지원사업'은 국민의 영화관람 기회를 보장하는 한편, 영화발전기금의 취지와 정책적 목적을 고려하여 해외영화보다는 한국영화에 대한 지원을 보다 강화하는 방향으로 지원 방식을 개선할 필요가 있다. 이를 통해 국민의 문화향유 기회를 확대하는 동시에 한국영화의 관람 수요를 제고하고, 국내 영화산업 활성화에도 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

---

83) 개봉 초기인 첫 주말이나 초반 며칠에 전체 흥행 수익의 대부분이 집중된 후 상영 후반으로 갈수록 수익이 급격히 감소하는 현상을 말한다.

84) 영화관람료가 높은 현 상황에서 입장료 일부를 지원하면 관람객의 극장관람을 유도할 수는 있으나, 학생 방학이나 명절·휴가철 등 관객 수요가 높은 시기에 지원이 집중될 경우 단순한 관람료 할인 효과에 그치고 특정 기간의 개봉작에 혜택이 편중될 우려가 있다. 따라서 입장료 지원 시기나 효과를 보다 면밀하게 검토할 필요성이 있다.
원승환, "영화산업 육성정책·사업 평가" 국회예산정책처 전문가간담회, 2026.9.

85) 대부분의 영화관은 7월부터 8월 초 사이에 할인권 지원사업이 종료된 것으로 나타났다.

86) 다만, 미국은 한국의 스크린 쿼터제에 대해서 자국(미국) 영화의 한국 시장 진출을 제한하는 제도로 인식하고 있으며, 통상 협상 과정에서 제도의 축소·폐지를 지속적으로 요구해 왔다. 이에 따라 국민영화관람 활성화 지원사업(할인쿠폰)을 한국영화에만 한정할 경우 미국 영화에 대한 차별 논란이 제기될 가능성이 있다.
원승환, "영화산업 육성정책·사업 평가" 국회예산정책처 전문가간담회, 2026.9.

둘째, '국민 영화관람 활성화' 사업은 대형 계열 영화관에 지원금이 집중되는 구조인 만큼, 영화발전기금의 목적과 취지를 고려하여 비계열 영화관에 대한 배분 기준을 상향하고 할인권 한도를 확대하는 등 중소·독립영화관의 관람 수요와 사업 참여를 높일 수 있는 방안을 검토할 필요가 있다.

'국민 영화관람 활성화 지원사업'은 계열 영화관 및 비계열 영화관을 구분하고, 영화관의 전년도 매출액·점유율 등을 고려하여 지원대상과 영화관별 지원 규모를 결정한다. 이후 관람객에게 제공되는 할인 금액에 상당하는 지원금을 영화관 사업자에게 선지급하고, 각 영화관이 관람객에게 할인 혜택을 제공하는 방식으로 추진된다.

이때 계열 영화관인 CGV·롯데시네마·메가박스·씨네Q 등은 각 영화사의 홈페이지와 모바일 앱을 통해 온라인 할인쿠폰을 발급·사용하도록 하고, 독립·예술영화 전용관, 작은영화관, 실버영화관[87] 등 비계열 영화관은 별도의 할인권 발급 없이 현장에서 발권하는 관람객에게 선착순으로 즉시 할인을 제공[88] 한다.

2025년 사업 추진 당시 국민 영화관람 활성화 사업의 지원금 배분 기준을 살펴보면, 전체 지원금의 90%는 계열 영화관에, 10%는 비계열 영화관에 배정하였다. 계열 영화관의 경우 2023~2024년도의 평균 매출액 점유율을 기준으로 지원금을 배분하였으며, 비계열 영화관은 신청 접수 현황을 고려하여 과거 매출액 점유율을 기본으로 하되, 일부 균등 배분 방식을 병행하여 지원금을 배분하였다.

2026년도 지원금 배분 기준을 살펴보면, 전체 지원금의 85%는 계열 영화관에 15%는 비계열 영화관에 각각 배정하였다. 계열 영화관의 경우 2024~2025년도의 매출액과 관객 수의 평균 점유율을 기준으로 지원금을 배분하며, 비계열 영화관은 신청 접수한 영화관을 대상으로 지원금의 20%는 균등 배분하고, 나머지 80%는 2024~2025년 월평균 매출액과 관객 수 점유율을 기준으로 각각 배분하였다.

2025년에서 2026년으로 넘어오면서 비계열 영화관에 대한 지원금 배분 비중이 10%에서 15%로 확대되었고, 계열·비계열 영화관 모두 매출액과 관객 수를 반영하는 방식으로 배분 기준을 변경하는 등 일부 조정이 이루어졌다.

---

87) 1970년대 이전의 영화를 주로 상영하며, 55세 이상을 주요 타겟으로 하는 영화관을 말한다.

88) 영화관별 배정 물량이 소진될 경우 해당 영화관의 할인 지원은 조기 종료될 수 있다.

[국민 영화관람 활성화 사업 지원금 배분 기준(2025~2026년)]

연도	구분		지원금 배분
2025년	계열 영화관 (90%)		전체 지원금 예산의 90%에 대해 2023~2024년 평균 매출액 점유율에 따라 지원금 배분
	비계열 영화관 (10%)	독립·예술영화 전용관(5%)	신청 접수한 영화관 대상으로 예산의 5%에 대해 총 지원금의 60%는 균등 배분, 40%는 2023~2024년 평균 매출액 기준 배분
		일반(개인)영화관, 작은영화관, 실버영화관 등(5%)	신청·접수한 영화관 대상으로 예산의 5%에 대해 총 지원금의 60%는 균등 배분, 40%는 2023~2024년 평균 매출액 기준 배분
2026년	계열 영화관 (85%)		전체 지원금 예산의 85%에 대해 2024~2025년 매출액·관객 수 평균 점유율에 따라 지원금 배분 확정
	비계열 영화관 (15%)		신청·접수한 영화관 대상 지원금의 20%는 균등 배분하며, 지원금의 80%는 2024~2025년 월평균 매출액·관객 수 점유율에 따라 배분

주: 1. 계열 영화관이란 대기업이 직접 운영하거나 프랜차이즈 계약을 통해 운영하는 멀티플렉스 체인 영화관으로, CGV, 롯데시네마, 메가박스, 씨네Q 등의 직영관 및 위탁관이 이에 해당함
2. 비계열 영화관이란 대형 영화관 체인에 속하지 않고 개인이나 법인 등이 독립적으로 운영하는 영화관으로, 독립·예술영화전용관 및 작은영화관 등이 이에 해당함
자료: 문화체육관광부

2025년 및 2026년도의 국민 영화관람 활성화 사업 영화관별 지원금 배분 내역의 구체적인 내용은 다음과 같다

2025년도 영화관별 지원금 배분내역을 살펴보면, 계열 영화관의 경우 전체 지원금 270억원 중 90%인 243억원을 배분하였다. 이 중 CGV가 127억 5,000만원(47.2%)으로 가장 큰 비중을 차지했으며, 롯데시네마 67억 9,000만원(25.1%), 메가박스 46억 2,700만원(17.1%) 등의 순으로 배분되었다. 비계열 영화관은 전체 지원금의 10%인 27억원을 97개 동 영화관에 배분하였다.

2026년도는 계열 영화관의 경우 전체 지원금 270억원 중 85%인 229억 5,000만원을 배분하였다. 이 중 CGV가 114억 4,700만원(42.4%)으로 가장 비중이 컸으며, 롯데시네마 65억 8,300만원(24.4%), 메가박스 47억 9,000만원(17.7%) 등의 순으로 나타났다. 비계열 영화관의 경우 전체 지원금의 15%인 40억 5,000만원을 137개 영화관에 배분하였다.

[국민 영화관람 활성화 사업 영화관별 지원금 배분 내역(2025~2026년)]

(단위: 백만원, %)

연도	영화관		지원금	비중
2025년	계열 영화관 (90%)	CGV	12,750	47.2
		롯데시네마	6,790	25.1
		메가박스	4,627	17.1
		씨네큐	132	0.5
	소계		24,300	90.0
	비계열 영화관(10%)	비계열 영화관 (97개)	2,700	10.0
	합계		27,000	100.0
2026년	계열 영화관 (85%)	CGV	11,447	42.4
		롯데시네마	6,583	24.4
		메가박스	4,790	17.7
		씨네큐	130	0.5
	소계		22,950	85.0
	비계열 영화관(15%)	비계열 영화관 (137개)	4,050	15.0
	합계		27,000	100.0

자료: 문화체육관광부

이처럼 매출액이 많은 계열 영화관에 지원금을 집중적으로 배분하는 방식은 침체된 영화관 시장의 회복과 국민의 문화활동 증진이라는 사업 목적에 부합하는 측면이 있다. 하지만 동 사업의 재원이 영화발전기금으로 조성되고, 해당 기금의 지원 효과가 소형·단편영화 및 예술·독립영화의 제작·발전 등[89] '비계열 영화' 분야에 집중되어 있다는 점도 함께 고려할 필요성이 있다.

따라서 정부는 대형·고매출 영화관에 정책 혜택이 집중되지 않도록 현행 지원금 중 10~15%에 해당하는 비계열 영화관의 배분 기준을 일부 상향하는 방안을 면밀하게 재검토할 필요가 있다. 아울러 중소·독립영화관람에 대한 추가 인센티브를

89) 영화비디오법 제25조(기금의 용도) ① 기금은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업을 위하여 사용하여야 한다.
4. 소형영화·단편영화의 제작 지원
4의2. 제38조제1항에 따른 전용상영관의 지원
7. 예술영화·독립영화의 발전과 관련한 사업 지원

제공하고 할인권 사용의 자율성을 확대하는 등 비계열 영화관의 참여를 유도하고 관람 수요를 높일 방안도 함께 모색할 필요가 있다.

한편, 비계열 영화관 운영 사업자들은 전체 지원금의 배분 기준(10~15%)을 상향하는 것보다는 독립영화의 평균 입장료 1만원에 대한 할인 한도를 현행 6,000원에서 확대하거나 전액 할인까지 허용하는 방안이 관람객 유인과 실질적인 지원 효과 측면에서 보다 효과적일 수 있다는 입장[90]이다. 이에 따라 비계열 영화관의 참여 기반과 지원 규모를 확대하기 위해 지원금 배분 기준을 상향하는 방안과 함께 독립·예술영화에 대한 할인 한도를 확대하여 관람객의 체감 혜택을 높이는 방안도 병행하여 검토할 필요성이 있다.

종합하면, '국민 영화관람 활성화 사업'의 지원금 배분 비중을 2025년 계열 영화관 90%, 비계열 영화관 10%에서 2026년 각각 85%, 15%로 조정하였으나, 여전히 대형·고매출 계열 영화관에 상대적으로 많은 지원이 배분되는 구조로 운영되고 있다. 하지만 영화발전기금을 재원으로 하는 사업의 취지를 고려하면, 중소·독립영화관의 관람 수요를 실질적으로 확대하고 영화관 간 지원의 균형을 제고할 수 있도록 비계열 영화관의 지원 비중을 높이거나 독립·예술영화의 할인 한도를 확대하는 방안을 검토할 필요성이 있다.

90) 원승환, "영화산업 육성정책·사업 평가" 국회예산정책처 전문가간담회, 2026.9.

한편, '청년문화예술패스 사업'은 2026년 지원 분야에 영화가 추가되면서 전체 이용 금액·건수의 상당 부분이 영화 분야에 집중되는 만큼, 동 사업의 목적과 앞서 살펴본 '국민 영화관람 활성화' 사업의 분석 결과를 참고하여 영화의 지원 범위를 멀티플렉스 영화관 뿐만 아니라 독립·예술영화전용관까지 확대할 필요성이 있다.

"청년종합지원"을 위한 사업 중 문화체육관광부의 '청년문화예술패스 사업(미래대응기금, 예산코드: 4236-300)'은 청년에게 문화예술 관람료를 지원하여 "문화 분야 전반에 대한 이용 경험 축적으로 청년을 문화소비 주체로 성장"하도록 하기 위한 사업이다.

동 사업은 2024년 신규 편성된 사업으로, 2년간의 시범사업 기간에는 19세 청년을 대상으로 지원했으며, 2026년에는 19~20세 청년으로 대상을 확대했다. 2027년도 계획안에서는 「청년기본법」상 청년(19~34세)[91] 643만명에게 1인당 최대 15만원(국비 기준 수도권 10만원, 비수도권 15만원)을 지원할 예정이며, 지원 대상이 2026년 19~20세 인구의 30%인 28만명에서 2027년 19~34세 인구의 70%인 643만명으로 대폭 확대될 예정이다.

동 사업은 현금이나 실물카드를 직접 지급하는 대신 협력판매처와 연계된 포인트를 통해 온라인 결제하는 방식으로 운영되며, 연간 최대 20만원 한도 내에서 공연·전시·영화 관람 및 도서 구매 비용을 지원한다.

최근 3년간(2024~2026년) 동 사업의 장르별 이용 현황을 살펴보면, 2024 및 2025년에는 뮤지컬과 콘서트 중심의 소비 속에서도 클래식·오페라, 연극 등 기초예술 분야가 일정 비중을 유지했다. 하지만 2026년 영화와 도서가 지원 장르에 추가되면서, 같은 해 8월 기준 영화 부문이 전체 이용금액의 41.1%, 이용 건수의 75.3%를 차지하는 등 영화 장르에 이용이 편중되는 상황이 나타났다.

---

91) 「청년기본법」 제3조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.
1. "청년"이란 19세 이상 34세 이하인 사람을 말한다. 다만, 다른 법령과 조례에서 청년에 대한 연령을 다르게 적용하는 경우에는 그에 따를 수 있다.

[2024~2026년 청년문화예술패스 분야별 사용 현황]

(단위: 백만원, 건, %)

구분	2024년				2025년				2026년 8월			
	이용 금액	비율	이용 건수	비율	이용 금액	비율	이용 건수	비율	이용 금액	비율	이용 건수	비율
클래식/오페라	1,043	13.0	14,046	11.0	880	7.5	12,120	7.5	441	2.7	6,792	1.1
콘서트	901	11.3	8,075	6.3	5,302	45.2	44,363	27.3	6,001	36.1	49,893	8.0
전시	348	4.4	20,119	15.8	692	5.9	37,812	23.2	330	2.0	18,285	2.9
연극	833	10.4	29,887	23.5	721	6.1	23,337	14.3	638	3.8	17,646	2.8
뮤지컬	4,685	58.6	52,298	41.1	3,971	33.8	42,526	26.1	1,748	10.5	20,899	3.4
발레/무용	185	2.3	2,682	2.1	170	1.5	2,372	1.5	62	0.4	992	0.2
국악	4	0.1	170	0.1	4	0.04	235	0.1	4	0.0	160	0.0
영화	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**6,848**	**41.1**	**467,154**	**75.3**
도서	-	-	-	-	-	-	-	-	572	3.4	38,483	6.2
합계	7,999	100.0	127,277	100.0	11,741	100.0	162,765	100.0	16,645	100.0	620,304	100.0

주: 1. 2026년은 현재 사업이 진행 중인 실적으로, 이용자의 예매 취소 등에 따라 사용액 및 건수 등이 변경될 수 있음

자료: 문화체육관광부

현재 영화 분야에 대한 지원이 멀티플렉스 체인 영화관(메가박스, CGV, 롯데시네마 등)[92]에 한정되어 있어, 독립·예술영화 등 다양한 영화 장르보다 블록버스터 등 대형 흥행작을 중심으로 지원이 이루어질 우려가 있다. 이에 따라 동 사업은 "**문화 분야 전반에 대한 이용 경험 축적**으로 청년을 문화소비 주체로 성장"하게 하려는 당초 목적을 달성하는 데 한계가 있을 것으로 보인다.

이에 따라 2027년도 청년문화예술패스 사업에서 이용률이 가장 높을 것으로 예상되는 영화 분야의 지원을 추진하는 경우, 동 사업의 당초 목적과 앞서 살펴본 '국민 영화관람 활성화' 사업의 비계열 영화관 배분 비중 확대 필요성 등에 대한 분석 결과를 참고하여, 멀티플렉스뿐만 아니라 독립·예술영화전용관 및 작은영화관[93] 등으로 지원 대상을 확대하는 방안을 검토할 필요성이 있다.

92) 2026년도 청년문화예술패스는 CGV, 롯데시네마, 메가박스같은 대형 멀티플렉스 영화관 및 지정된 온라인 예매처에서 사용이 가능하다.

93) 전국 문화 소외 지역 주민들의 영화관람 기회를 넓히기 위해 정부와 지자체가 지원하여 건립·운영하는 소규모 공공 영화관을 말한다.

3 한국영화 다양성 확보를 위한 지원사업 분석

가. 전용관 운영지원 사업의 지역별 격차 완화 방안 모색 필요

(1) 중·소규모 및 독립·예술영화 육성사업 주요 현황

① 제작지원 사업

최근 5년간(2022년~2026년) 중·소규모 및 독립·예술영화[94] 제작지원 예산은 독립·예술영화 제작지원이 2022년 79억 8,600만원에서 2026년 122억 2,800만원으로, 중예산영화 제작지원이 2025년 100억원에서 2026년 460억원으로 각각 확대되는 등 전반적으로 지원 규모가 증가하는 추세이다.

중·소규모 및 독립·예술영화 제작산업을 지원하는 '영화 창제작 지원(예산코드: 1261-300)'의 내역사업인 '영화제작지원'은 '독립·예술영화(장편·단편·다큐멘터리) 제작지원'과 '중예산영화 제작지원'으로 구성된다.

'독립·예술영화 제작지원' 사업은 영화창작자에게 독립·예술영화 제작비를 지원하여 안정적인 제작환경을 조성하고 영화문화의 다양성을 증진하는 것을 목적으로 하며, '중예산영화 제작지원' 사업은 경쟁력 있는 우수 중소규모 한국영화를 발굴하고 안정적인 제작을 지원하는 것을 목적으로 한다.

최근 5년간(2022년~2026년) 중·소규모 및 독립·예술영화 제작지원 예결산 현황을 살펴보면, 독립·예술영화 제작지원은 2022년 79억 8,600만원에서 2023년 117억 3,000만원으로 증가하였으나, 2024년과 2025년에는 각각 70억원으로 감소하였다.

이후 2026년에는 제1차 추경예산을 통해 독립·예술영화 제작지원금 42억 2,100만원 등이 추가되면서 122억 2,800만원으로 확대되었다.

중예산영화 제작지원은 2025년 100억원 규모로 처음 편성되었으며, 2026년에는 제1차 추경예산을 통해 중예산영화 제작지원금 258억 6,000만원 등이 추가로 편성되면서 460억원으로 확대되었다.

94) 2026년도 제1차 추가경정예산의 '영화 창제작 지원(1261-300)' 사업은 지원 대상을 중예산 영화와 독립·예술영화로 구분하여 예산을 편성하였다. 중예산 영화는 순제작비 20억원 이상 150억원 미만의 신규 장편 한국영화를 대상으로 하며, 독립·예술영화는 순제작비 10억원 미만의 장편·단편·다큐멘터리 영화와 순제작비 10억원 이상 20억원 미만의 장편 실사 극영화를 대상으로 한다.

집행액은 독립·예술영화 제작지원의 경우 2022년 79억 8,500만원, 2025년 69억 8,000만원 등으로 나타났으며, 중예산영화 제작지원은 2025년 60억 600만원이 집행되었다.

[중·소규모 및 독립·예술영화 제작지원 예결산 현황(2022년~2026년)]

(단위: 백만원)

연도	내내역사업명[1]	수정계획액[2]	집행액
2022년	독립예술영화제작지원	7,986	7,985
2023년	독립예술영화제작지원	11,730	11,629
2024년	독립예술영화제작지원	7,000	6,608
2025년	독립예술영화제작지원	7,000	6,980
	중예산제작지원[3]	10,000	6,006
2026년[4]	독립예술영화제작지원	12,228	-
	중예산제작지원	46,000	-

주: 1) 해당사업은 세부사업인 '영화창제작지원(1261-300)'의 '영화제작지원' 내역사업에 포함됨
2) 추경예산 등 포함
3) 동 지원 예산은 2025년도에 신설되었음
4) 제1차 추경예산을 통해 독립·예술영화 제작지원금 4,221백만원, 중예산영화 제작지원금 25,860백만원 등이 추가로 증액·편성되었음
자료: 문화체육관광부, 각 연도 예결산자료를 바탕으로 재작성

최근 5년간(2022~2026년 7월말) 독립예술영화 및 중예산영화 제작지원 편수는 2022년 86편에서, 2025년 61편으로 감소한 반면, 제작지원 금액은 2022년 76억 4,200만원에서 2025년 130억 7,400만원으로 증가하였다. 2026년에는 중예산영화의 제작지원이 확대됨에 따라 7월말 기준 지원편수는 82편, 지원금액은 263억 300만원으로 각각 증가하였다.

최근 5년간(2022~2026년) 정부의 독립예술영화 및 중예산영화 제작지원[95] 실적을 살펴보면, 2022년에는 독립예술영화 86편에 총 76억 4,200만원을 지원하였다. 2023년에는 장편 31편, 단편 46편, 다큐멘터리 38편 등 총 115편에 113억 8,600만원을 지원하였으며, 2024년에는 지원편수가 50편, 지원금액이 66억 6,600만원으로 감소하였다.

95) '영화창제작지원(1261-300)' 세부사업 예산으로 수행된다.

2025년에는 독립예술영화 장편 16편, 단편 23편, 다큐멘터리 16편과 중예산영화 6편 등 총 61편에 130억 7,400만원을 지원하였으며, 특히 중예산영화에 대한 지원이 새롭게 포함되면서 지원 규모가 상대적으로 크게 증가하였다.

2026년에는 독립예술영화 66편과 중예산영화 16편 등 총 82편에 263억 300만원을 지원할 예정[96]이며, 전년도보다 지원 편수와 지원금액이 모두 증가하였다.

[독립·예술영화 및 중예산영화 제작지원 실적(2022~2026년)]

(단위: 편, 백만원)

연도	구분		지원현황	
			지원편수	지원금액
2022년	독립예술영화		86	7,642
소계			86	7,642
2023년	독립예술영화	장편	31	8,858
		단편	46	758
		다큐	38	1,770
소계			115	11,386
2024년	독립예술영화	장편	16	5,272
		단편	16	401
		다큐	18	993
소계			50	6,666
2025년	독립예술영화	장편	16	5,272
		단편	23	386
		다큐	16	986
	중예산영화[1)]		6	6,430
소계			61	13,074
2026년 7월말[2)]	독립예술영화	장편	14	4,599
		단편	25	417
		다큐	27	1,427
	중예산영화		16	19,860
소계			82	26,303

주: 해당사업은 '영화창제작지원(1261-300)' 세부사업 예산으로 수행됨
1) 동 지원 예산은 2025년도에 신설·편성되었음
2) 현재 당해 연도 제작지원 대상에 대한 하반기 심사가 진행 중임
자료: 문화체육관광부, 각 연도 예결산자료를 바탕으로 재작성

96) 2026년 7월말 현재 당해 연도 제작지원 대상에 대한 하반기 심사가 진행 중이다.

② 전용관 운영지원 사업

‘전용관 운영지원’ 사업은 독립·예술영화의 안정적인 상영 기반을 마련하고 다양한 영화에 대한 관객의 선택권과 문화향유 기회를 확대하여, 영화의 다양성과 지속 가능한 영화산업 발전에 기여하는 사업이다.

영화유통지원(1261-301)의 내역사업인 ‘영화유통지원’[97] 사업은 독립·예술영화의 극장 상영과 디지털·온라인 유통을 활성화하여 한국 영화산업의 선순환 구조[98]를 구축하기 위한 사업으로, 독립·예술영화 전용관의 운영비와 개봉비, 유통·배급 등을 지원한다.

‘영화유통지원’ 사업의 ‘전용관 운영지원’ 내내역사업은 예술·독립영화 등에 상영 보조금을 지원하여 다양한 영화의 상영 기회를 확대하고 관객의 선택권을 보장함으로써, 영화의 다양성 제고와 지속 가능한 영화산업의 발전 기반을 강화하는 것을 목적으로 한다.[99]

전용관 운영지원 사업은 2002년 예술영화전용관(아트플러스 시네마네트워크) 선정지원[100]을 시작으로 추진되었으며, 독립·예술영화의 안정적인 상영 기반을 조성하고 관객의 접근성을 높이는 데 기여 해 왔다. 현재 정부는 예술영화전용관, 독립영화전용관 및 ‘서울 시네마테크(서울영화센터)[101]’ 등의 운영을 지원하고 있으며, 2026회계연도 예산 산출 내역에 따르면 예술영화전용관 30개관, 독립영화전용관 10개관, 시네마테크 1개처를 대상으로 운영비 등을 지원하고 있다.

---

97) ‘영화유통지원’은 세부사업명과 내역사업명이 동일하다.

98) 영화산업의 선순환 구조란 ‘투자/기획개발 → 제작 → 배급 → 상영 → 부가시장 → 회수 → 재투자’하는 과정을 말한다.

99) 정부가 예술영화와 독립영화전용관을 구분하는 것은 지원 목적에 차이를 두고 있기 때문으로, 예술영화전용관이 국내외를 막론하고 작품성이 뛰어난 영화의 향유 기회를 확대하려는 목적인 반면, 독립영화전용관은 국내 창작자들의 저예산·실험적 영화를 보호하는 데 목적이 있기 때문이다.

100) 영화진흥위원회는 다양한 영화 문화의 증진과 관객의 관람 기회 확대를 위해 2002년부터 예술영화전용관 지원(2개)사업을 추진하였다. 2007년에는 서울, 대구, 광주, 전주를 비롯한 전국 16개관을 지원하였으며, 2008년부터는 지원 대상을 약 24개관으로 확대하였다. 이후 2013년에는 전국 21개 극장, 25개 상영관이 사업에 참여하기도 했으나, 현재는 개별 예술영화전용관(서울아트시네마, 씨네큐브, 인디스페이스 등) 및 지역별 독립·예술영화관 체제로 분산·운영되고 있다.
한국영화데이터베이스(KMDb) 홈페이지 〈https://www.kmdb.or.kr〉 자료를 참고하여 재작성

101) 상영관·전시실·다목적실 등으로 구성된 해당 복합영상문화공간은 2010년 영화인들의 추진위원회 발족을 계기로 본격적으로 건립이 추진되었으며, 이후 ‘서울시네마테크’에서 ‘서울영화센터’로 명칭이 변경되었다.

최근 5년간(2022~2026년 8월말) 전용관 운영지원 예산은 연간 약 30억~34억원 규모로 대체로 큰 변동 없이 편성되었으며, 예술영화전용관, 독립영화전용관, 시네마테크에 대한 각각의 지원 규모도 대체로 비슷한 규모로 유지되었다.

실집행률은 2022년 92.3%, 2025년 99.9% 등 전반적으로 높은 수준이다.

[영화유통지원(1261-301)의 전용관 운영지원 사업 예결산 내역(2022~2026년 8월말)]

(단위: 백만원)

연도	구분(지원개수)[1]	계획액		집행액[2] (B)	실집행률 (B/A)
		당초	수정(A)		
2022년	예술영화(30개관)	1,584	1,584	1,574	99.4
	독립영화(10개관)	855	855	855	100.0
	시네마테크(1개처)	420	420	420	100.0
	사업관리	180	180	170	94.3
	공통사업운영	320	320	80	25.0
합계		3,359	3,359	3,099	92.3
2023년	예술영화(30개관)	1,584	1,584	1,584	100.0
	독립영화(10개관)	855	855	855	100.0
	시네마테크(1개처)	420	420	420	100.0
	사업관리	180	177	137	77.2
	통합예매시스템	240	-[3]	-	-
합계		3,279	3,276	2,996	91.4
2024년	예술영화(30개관)	1,584	1,584	1,524	96.2
	독립영화(10개관)	855	855	855	100.0
	시네마테크(1개처)	420	420	420	100.0
	사업관리	171	175	170	96.9
합계		3,030	3,034	2,969	97.8
2025년	예술영화(30개관)	1,584	1,584	1,584	100.0
	독립영화(10개관)	855	855	855	100.0
	시네마테크(1개처)	420	420	420	100.0
	사업관리	171	156	154	98.5
합계		3,030	3,015	3,013	99.9
2026년 8월말 현재	예술영화(30개관)	1,584	1,584	1,584	100.0
	독립영화(10개관)	855	855	855	100.0
	시네마테크(1개처)	420	420	420	100.0
	사업관리	171	171	104	61.1
합계		3,030	3,030	2,963	97.8

주: 해당 사업은 영화유통지원(1261-301) 세부사업 예산으로 집행함

1) 괄호 안은 예산 산출내역 상 정부가 지원하는 전용관 개수임

2) 정부가 보조사업자에게 교부한 금액 기준임

3) 온라인 상영관 통합전산망 데이터 연동 수수료 절감 등으로 관련 계획액이 변경됨

자료: 문화체육관광부

③ 독립·예술영화의 개봉, 매출, 관객 수 등 주요 현황

최근 5년간(2021~2025년) 독립·예술영화는 2021년 대비 2023년에 매출액과 관객 수가 일시적으로 크게 증가하였지만, 이후 다시 감소 추세를 보이면서 2025년에는 개봉 편수, 매출액, 관객 수 모두 전체 영화에서 차지하는 비중이 2021년보다 낮아진 측면이 있다.

개봉 편수의 경우 전체 영화는 2021년 1,637편에서 2025년 1,634편으로 비슷한 수준을 유지하는 반면, 같은 기간 독립·예술영화는 453편에서 297편으로 감소하였다. 이에 따라 전체 개봉 편수에서 독립·예술영화가 차지하는 비중도 2021년 27.7%에서 2025년 18.2%로 낮아지는 추세를 보이고 있다.

매출액은 전체 영화가 2021년 5,845억원에서 2023년 1조 2,614억원까지 증가한 이후 2025년 1조 470억원으로 다시 감소하였다. 독립·예술영화 역시 2021년 370억원에서 2023년 1,335억원으로 크게 증가하였으나, 2024년 680억원으로 감소한 이후 2025년에는 681억원으로 비슷한 수준을 유지하였다.

전체 영화 매출액에서 독립·예술영화가 차지하는 비중은 2021년 6.3%에서 2023년 10.6%로 높아지기도 했으나, 2025년에는 다시 6.5%로 낮아졌다.

관객 수 또한 전체 영화는 2021년 6,053만명에서 2023년 1억 2,514만명으로 증가한 이후 2025년 1억 609만명으로 감소하였으며, 독립·예술영화는 2021년 433만명에서 2023년 1,351만명으로 크게 증가한 이후 2024년 744만명, 2025년 727만명으로 감소하였다. 이에 따라 전체 관객 수에서 독립·예술영화가 차지하는 비중도 2021년 7.2%에서 2023년 10.8%로 높아진 후 2025년에는 6.9%로 낮아졌다.

[전체 독립·예술영화 개봉 편수, 매출액, 관객 수 현황(2021~2025년)]

(단위: %)

구분			2021년	2022년	2023년	2024년	2025년
개봉 편수 (편)	전체 영화		1,637	1,643	1,410	1,344	1,634
	총 독립·예술영화		453	359	297	300	297
		총 독립·예술 증감률[1)]	24.8	△20.8	△17.3	1.0	△1.0
		전체 대비 독립·예술 비중	27.7	21.9	21.1	22.3	18.2
매출액 (백만원)	전체 영화		584,539	1,160,213	1,261,412	1,194,536	1,046,993
	총 독립·예술영화		37,028	35,569	133,543	68,017	68,067
		총 독립·예술 증감률[1)]	△2.7	△3.9	275.4	△49.1	0.1
		전체 대비 독립·예술 비중	6.3	3.1	10.6	5.7	6.5
관객 수 (천명)	전체 영화		60,531	112,805	125,136	123,125	106,089
	총 독립·예술영화		4,334	3,846	13,510	7,437	7,273
		총 독립·예술 증감률[1)]	△7.8	△11.3	251.3	△45.0	△2.2
		전체 대비 독립·예술 비중	7.2	3.4	10.8	6.0	6.9

주: 1) 전년 대비 당해 연도 증감률임
1. 독립·예술영화의 전국 매출액과 관객 수는 상영작 기준임
2. 전체 개봉영화는 실질개봉작(연간 40회차 이상 상영된 개봉영화 및 독립·예술영화)과 형식개봉작(연간 40회차 미만 상영된 개봉영화)을 모두 포함한 수치

자료: 영화진흥위원회, “2025년 한국 영화산업 결산”, 2026.2.27.

(2) 전용관의 지역별 분포 및 지원사업 형평성 분석

전용관 지원사업은 독립·예술영화의 안정적인 유통·상영 기반을 유지하고 영화의 다양성과 문화 향유 기회를 보장하기 위한 사업으로, 지역별 전용관 분포와 접근성, 인구 규모 및 관객 수요 등을 고려한 거점시설 육성과 비수도권 지원 확대 등을 통해 지역 간 문화 향유 격차를 완화할 필요가 있다.

전용관 운영지원 사업은 자본력이 상대적으로 부족한 독립·예술영화의 안정적인 상영 기반을 마련하고, 영화예술전용관·독립영화전용관·시네마테크 등을 통해 상업영화와 차별화된 다양한 작품에 대한 관객의 선택권과 문화 향유 기회를 확대하는 사업이다. 이러한 전용관은 시장에서 충분히 공급하기 어려운 영화의 다양성을 보장하는 핵심 문화인프라로서 중요한 의미가 있다.

특히 예술영화전용관과 독립영화전용관의 상영관 수가 최근 증가하고 있는 만큼 정부 지원을 통해 이러한 영화의 안정적인 유통·상영 기반을 유지하는 것은 영화의 다양성 확보와 국내 영화산업의 지속 가능한 발전을 위해 필요하다. 다만 최근 지원 실적을 살펴보면 전용관의 분포와 정부 지원 규모가 지역별로 차이가 큰 측면이 있으며, 특히 예술영화 전용관의 경우 수도권에 지원이 집중되는 측면이 있다.

특히 서울시에는 예술·독립영화 상영뿐만 아니라 전시, 교육, 창작 지원 등의 기능을 수행하는 서울 시네마테크가 별도로 운영되고 있어, 지역에 따라 독립·예술영화를 접하고 관련 프로그램에 참여할 기회에 차이가 발생할 우려가 있다.

따라서 향후 전용관 지원사업은 단순히 전용관의 수를 확대하거나 개별 시설의 운영을 지원하는 데 그치기보다는 지역별 영화관람 환경과 인구 규모, 전용관 분포 및 접근성, 관객 수요 등을 종합적으로 고려하여 지역 간 문화 향유 격차를 완화하는 방향으로 추진할 필요가 있다.

이와 함께 비수도권 지역의 경우 전용관 및 관련 영화문화시설에 대한 접근성이 상대적으로 낮은 측면이 있는 만큼, 지역별 수요와 여건을 고려한 거점시설 육성 및 지원 확대 등을 통해 독립·예술영화에 대한 관객의 접근 기회를 균형 있게 보장할 필요성이 있다.

① 예술영화전용관 설치 현황 및 지원실적 분석

예술영화전용관[102]은 전국적으로 확대되고 있지만, 수도권에 상영관과 정부의 지원이 집중된 반면, 수도권 외 지역은 지원 기반이 상대적으로 부족한 만큼 지역 간 영화 인프라 격차를 완화할 수 있도록 노력할 필요가 있다.

최근 4년간(2023년~2026년 7월말) 전국의 예술영화전용관은 전국의 예술영화전용관 설치 현황 및 지원실적[103]을 살펴보면 다음과 같다.

전체 극장 수는 2023년 45개(상영관은 60개)에서 2026년 7월 말 기준 52개(상영관은 67개)로 증가하였다. 이와 함께 정부가 지원하는 상영관 수도 같은 기간 18개에서 20개로 증가하였으며, 정부지원금액 역시 2023년 15억 8,400만원에서 2026년 7월 기준 16억 7,000만원으로 증가하는 등 대체로 확대 추세이다.

한편, **서울**은 2026년 7월말 기준 전국 예술영화전용관 52개 중 22개를 보유하고 있으며, 이는 전체의 42.3%에 해당하는 규모로 전국에서 가장 상영관이 많다. 정부가 지원하는 상영관 역시 서울이 8개로 전국 20개 중 40.0%를 차지하고 있으며, 지원금액 또한 7억 7,500만원으로 전국 지원금액 16억 7,000만원의 46.4%를 차지하는 등 전국에서 정부의 지원 비중이 가장 높은 것으로 나타났다.

수도권 지역(서울·경기·인천을 말하며, 이하 같음)을 기준으로 살펴보면 예술영화전용관의 개수와 정부 지원이 수도권에 집중된 현상이 더욱 뚜렷하게 나타난다.

2026년 7월말 기준 수도권의 예술영화전용관은 총 30개로 전국 52개의 57.7%를 차지하고 있으며, 정부가 지원하는 상영관 역시 12개로 전국 20개의 60.0%를 차지하고 있다. 또한 수도권의 지원금액은 총 11억 4,300만원으로, 전국 지원금액 16억 7,000만원의 68.4%를 차지하는 것으로 나타났다.

반면 **수도권 외 지역**은 상영관과 지원 규모가 전반적으로 제한적이다. 부산은 2023~2026년 5개 상영관을 보유해 서울 다음으로 많았으나 지원 실적이 사실상 없는 것으로 나타났으며, 대구도 2개 상영관이 있음에도 같은 기간 정부 지원 실적이 없었다.

---

102) 예술영화전용관은 국내외 구분없이 주로 예술영화를 폭넓게 소개하는 영화관이다. 동 전용관은 정부(문화체육관광부 및 영화진흥위원회)가 영화비디오법 관련 법령에 따라 등록되고 약정기간 동안 영화관 운영이 가능한 사업자를 대상으로 공모를 실시한 후 심사위원회 평가를 거쳐 예술영화·독립영화 상영을 특화하려는 영화관 운영자를 지원 대상으로 선정한다.

103) 세부내역은 [부록 2] 전국의 예술영화전용관 설치 현황 및 지원실적 참고

[전국의 예술영화전용관 설치 현황 및 지원실적(2023~2026년 7월말)]

(단위: 개, 천원)

연도	지역	극장(상영관) 수[1)]	정부 지원상영관 수	지원금액
2023년	서울	20	8	793,810
	부산	5	0	-
	대구	2	0	-
	인천	4	2	176,137
	광주	2	1	100,252
	대전	2	1	84,675
	경기	3	2	107,149
	강원	2	1	92,464
	충남	1	0	-
	전북	1	1	68,747
	경북	2	1	84,675
	경남	1	1	76,090
소계		총 45개 극장/60개 상영관	18	1,584,000
2024년	서울	20	9	771,000
	부산	5	0	-
	대구	2	0	-
	인천	3	1	107,000
	광주	3	1	94,000
	대전	3	1	75,000
	경기	3	2	95,000
	강원	2	1	60,000
	충남	2	1	36,000
	전북	1	1	70,000
	경북	2	1	75,000
	경남	1	1	64,000
소계		총 47개 극장/62개 상영관)	19	1,447,000
2025년	서울	22	9	711,000
	부산	5	0	-
	대구	2	0	-
	인천	4	2	189,000
	광주	3	1	95,000
	대전	4	2	134,000
	경기	3	2	85,000
	강원	2	1	75,000
	충남	2	1	27,000
	전북	1	1	56,000
	경북	2	1	75,000
	경남	1	1	157,000
소계		총 51 극장/66개 상영관	21	1,604,000

(단위: 개, 천원)

연도	지역	극장(상영관) 수[1)]	정부 지원상영관 수	지원금액
2026년 7월말	**서울**	**22**	**8**	**775,000**
	부산	5	0	-
	대구	2	0	-
	인천	**4**	**2**	**270,000**
	광주	3	1	95,000
	대전	4	2	135,000
	경기	**4**	**2**	**98,000**
	강원	2	1	75,000
	충남	2	1	40,000
	전북	1	1	60,000
	경북	2	1	70,000
	경남	1	1	52,000
소계		총 52개 극장/67개 상영관	20	1,670,000

주: 서울아트시네마(01관) 지원금액은 향후 분석할 '서울 시네마테크 운영 지원실적'에 별도로 포함함
1) 극장(상영관) 수는 극장 수를 기준으로 함
자료: 문화체육관광부 제출자료를 바탕으로 재작성

종합하면, 최근 4년간(2023년~2026년 7월말) 예술영화전용관 지원정책은 상영관 기반 확대와 기존 전용관의 안정적 운영을 지원하는 방향으로 추진되어 왔으나, 지역별 상영관 분포와 지원 규모의 차이로 영화 인프라 격차가 지속되고 있는 것으로 분석된다.

특히 서울을 포함한 수도권 지역에 예술영화전용관과 서울시네마테크 등 관련 인프라와 지원이 집중되어 있는 만큼, 앞으로는 비수도권 지역의 전용관 수 확대뿐만 아니라 상영 기반을 강화하고 지원 접근성을 높일 수 있도록 노력할 필요가 있다.

② 독립영화전용관 등 설치 현황 및 지원실적 분석

독립영화전용관[104]에 대한 정부 지원은 6개 상영관으로 제한되어 있으나, 예술영화전용관과 달리 수도권뿐만 아니라 부산, 대구, 광주, 경북 등 일부 비수도권 지역에도 고르게 지원이 이루어지고 있다. 이는 지역별 독립영화 상영 기반과 정책적 지원 필요성 등을 종합적으로 고려하여 지원 대상을 선정하고 있음을 보여준다.

최근 4년간(2023년~2026년 7월말) 전국의 독립영화전용관 설치 현황 및 지원실적[105]을 살펴보면 다음과 같다.

전체 극장 수는 2023년 45개(상영관은 60개)에서 2026년 7월말 기준 52개(상영관은 67개)로 증가하였지만, 정부가 지원하는 상영관 수는 2023년부터 2026년 7월말까지 6개로 동일하게 유지되었다.

정부 지원 금액은 2023년 8억 5,500만원에서 2024년 6억 8,000만원으로 감소했다가, 2026년 7월말 기준 7억 6,900만원으로 다시 증가하는 등 연도별로 일정 수준의 등락을 보였다.

서울은 2026년 7월말 기준 전국 독립영화전용관 52개 중 22개를 보유하고 있으며, 이는 전체의 42.3%에 해당하는 규모로 전국에서 가장 많은 상영관을 보유한 것으로 나타났다. 정부가 지원하는 상영관 역시 서울이 2개로 전국 6개 중 33.3%를 차지하고 있으며, 지원금액은 2억 9,000만원으로 전국 지원금액 7억 6,900만원의 37.7%를 차지하는 것으로 나타났다.

수도권 지역을 기준으로 살펴보면, 독립영화전용관의 설치는 수도권에 집중되어 있지만, 정부 지원은 예술영화전용관에 비해 상대적으로 제한적인 측면이 있다. 2026년 7월말 기준 수도권의 독립영화전용관은 총 30개로 전국 52개의 57.7%를 차지하고 있다. 반면, 정부가 지원하는 상영관은 인천과 경기를 제외한 서울 2개에 그쳐 전국 6개의 33.3%를 차지하고 있으며, 수도권 전체 지원금도 2억 9,000만원으로 전국 지원금액 7억 6,900만원의 37.7%에 불과한 것으로 나타났다.

---

104) 독립영화전용관은 국내 독립영화의 안정적인 상영 및 관람 기회를 확보하는 데 주된 목적이 있다. 동 전용관은 정부(문화체육관광부 및 영화진흥위원회)가 독립영화 상영을 통해 영화관 운영을 특화시키려는 영화관 운영자 중 문화체육관광부의 전용관 지정 승인을 받고 영화관입장권 통합전산망에 연동된 상설상영관을 대상으로 선정한다.

105) 세부내역은 [부록 3] 전국의 독립영화전용관 설치 현황 및 지원실적 참고

이에 따라 독립영화전용관은 예술영화전용관이 수도권에 상영관과 정부의 지원이 동시에 집중되는 것과는 다소 상이한 측면이 있는 것으로 분석된다.

수도권 외 지역에서는 상영관 수에 비해 정부 지원상영관이 특정 지역에 집중되는 현상이 나타났다.

2026년 7월말 기준 부산은 5개의 독립영화전용관을 보유하고 있으며 서울 다음으로 많은 상영관을 가진 지역으로 나타났고, 이 중 1개 상영관이 정부 지원을 받아 8,000만원의 지원금이 편성되었다.

대구 역시 2개의 상영관 가운데 1개가 정부 지원 대상에 포함되어 1억 5,900만원을 지원받은 것으로 나타났다. 광주는 3개 상영관 중 1개가 지원 대상으로 1억 4,000만원을 지원받았으며, 경북은 2개 상영관 중 1개가 지원 대상으로 1억원을 지원받았다.

반면, 인천·대전·경기·강원·충남·전북·경남 등은 해당 지역에서 독립영화전용관을 각각 보유하고 있음에도 2023년부터 2026년 7월까지 정부의 지원을 받은 전용관이 없는 것으로 나타났다.

[전국의 독립영화전용관 설치 현황 및 지원실적(2023~2026년 7월말)]

(단위: 개, 천원)

연도	지역	극장(상영관) 수[1)]	정부 지원상영관 수	지원금액
2023년	서울	21	2	232,039
	부산	5	1	122,012
	대구	2	1	173,109
	인천	3	0	-
	광주	2	1	228,499
	대전	2	0	-
	경기	3	0	-
	강원	2	0	-
	충남	1	0	-
	전북	1	0	-
	경북	2	1	99,340
	경남	1	0	-
소계		45개 극장/60개 상영관	6	855,000
2024년	서울	21	2	250,000
	부산	5	1	84,000
	대구	2	1	142,000
	인천	3	0	-
	광주	3	1	124,000
	대전	3	0	-
	경기	3	0	-
	강원	2	0	-
	충남	2	0	-
	전북	1	0	-
	경북	2	1	80,000
	경남	1	0	-
소계		총 48개 극장/63개 상영관	6	680,000
2025년	서울	22	2	269,000
	부산	5	1	84,000
	대구	2	1	140,000
	인천	4	0	-
	광주	3	1	206,000
	대전	4	0	-
	경기	3	0	-
	강원	2	0	-
	충남	2	0	-
	전북	1	0	-
	경북	2	1	136,000
	경남	1	0	-
소계		총 51개 극장/66개 상영관	6	835,000

(단위: 개, 천원)

연도	지역	극장(상영관) 수[1)]	정부 지원상영관 수	지원금액
2026년 7월말	**서울**	**22**	**2**	**290,000**
	부산	5	1	80,000
	대구	2	1	159,000
	인천	**4**	**0**	**-**
	광주	3	1	140,000
	대전	4	0	-
	경기	**4**	**0**	**-**
	강원	2	0	-
	충남	2	0	-
	전북	1	0	-
	경북	2	1	100,000
	경남	1	0	-
소계		총 52개 극장/67개 상영관	6	769,000

주: 서울아트시네마(01관) 지원금액은 향후 분석할 '서울 시네마테크 운영 지원실적'에 별도로 포함함
1) 극장(상영관) 수는 극장 수를 기준으로 함
자료: 문화체육관광부 제출자료를 바탕으로 재작성

종합하면, 전국의 독립영화전용관 수는 2023년 45개에서 2026년 52개로 약 15.6% 증가했으나, 정부 지원 대상은 매년 6개로 유지되어 상영관 확대에 비해 지원 범위는 제한적인 측면이 있었다. 다만, 정부 지원금의 경우 수도권뿐만 아니라 부산·대구·광주·경북 등 비수도권에도 배분되고 있어, 단순한 상영관 수보다는 지역별 독립영화 상영 기반과 정책적 지원 필요성 등을 고려하여 지원 대상을 선정하고 있는 것으로 보인다.

③ 서울 시네마테크 운영지원 실적

최근 4년간 서울 시네마테크 운영지원 실적을 살펴보면, 2023년부터 2026년 7월 말까지 매년 4억 2,000만원씩 총 16억 8,000만원이 지원된 것으로 나타났다.

서울 시네마테크는 예술영화전용관 및 독립영화전용관과는 별도로 정부 지원을 통해 운영되는 종합 영화문화시설로, 전술한 서울아트시네마 운영[106] 지원과 연계하여 독립·예술영화 상영뿐만 아니라 영화 관련 전시·교육·창작 지원 등 다양한 기능을 수행하고 있다.

이와 함께 영화 상영을 넘어 영화문화 향유 기회를 확대하고 독립·예술영화의 창작·유통 기반을 지원하며, 국내외 영화유산을 소개하는 등 종합적인 영화문화 거점으로서의 역할을 하고 있다. 하지만 이와 같은 복합적인 기능을 갖춘 영화문화시설에 대한 정부 지원이 서울[107]에 집중된 측면이 있어, 지역 간 문화 향유 기회와 지원의 형평성 측면에서 문제가 제기될 우려가 있다.

[서울 시네마테크 운영 지원실적(2023~2026년 7월말 현재)]

(단위: 천원)

연도	2023년	2024년	2025년	2026년 7월말 현재
지원금액	420,000	420,000	420,000	420,000

주: 서울아트시네마 운영(01관) 지원실적을 포함함
자료: 문화체육관광부

106) 서울아트시네마는 한국시네마테크협의회가 영화진흥위원회의 지원을 받아 운영하는 비영리·비상업 시네마테크(Cinémathèque, 영화관을 뜻하는 Cinéma와 도서관을 뜻하는 Bibliothèque의 합성어) 전용극장으로, 영화사적 가치가 있는 고전 영화를 교육 목적으로 상영하는 공간이다.

107) 서울 시네마테크는 서울 중구 충무로에 위치하고 있다.

나. 지역영화 및 영상 진흥을 위한 개선 방안 마련 필요

(1) 지역영화 및 영상 진흥과 관련된 법령 및 주요 현황

① 관련 법령 및 개요

현행 법령상 '지역영화'를 직접 정의한 별도의 규정은 없으나, 영화비디오법에서는 영화진흥과 관련된 여러 규정을 통해 지역 영상문화의 발전과 지역 주민의 영화 향유 기회 확대 등을 위한 정책 사업적 근거를 명시하고 있다.

영화비디오법은 영화진흥기본계획을 수립·시행할 때 지역 영상문화 진흥에 관한 사항을 포함(제3조)하도록 하고, 영화발전기금의 용도에도 지역 영상문화 진흥 관련 사업에 대한 지원이 포함(제25조)될 수 있도록 법적 근거를 마련하고 있다.

또한 영화진흥위원회 및 영상위원회가 지역 영상문화·산업의 진흥에 관한 사항을 심의·의결하거나 관련 업무를 수행(제14조, 제28조의4)하도록 하고, 지방자치단체가 영상문화·산업 및 지역경제 발전을 위해 국제영화제를 개최하거나 이를 운영하는 법인·단체를 지원할 수 있도록 하는 근거(제28조의5)를 마련하고 있다.

그밖에 지역 주민의 영화 향유 기회를 확대하기 위한 지원 근거(제38조의2)를 두고 있으며, 지역 주민의 영화 향유권을 높이기 위해 국가 및 지방자치단체가 공공영화상영관을 직접 설치·운영할 수 있도록 하는 근거(제38조의3)도 마련하고 있다.

이처럼 영화비디오법은 지역 영상문화를 단순히 중앙정부 차원의 정책 대상으로 보는 데 그치지 않고, 국가와 지방자치단체, 영화진흥위원회, 영상위원회, 지역 주민 및 관련 단체가 각자의 역할을 통해 지역 영상문화의 발전과 주민의 영화 향유권 증진에 함께 참여할 수 있는 제도적 기반을 마련하고 있다.

[영화비디오법상 지역 영상문화 진흥과 관련된 규정]

제3조(영화진흥기본계획 및 시행계획) ① 문화체육관광부장관은 영상문화의 창달과 영상산업의 진흥을 위하여 제4조에 따른 영화진흥위원회 및 제34조에 따른 한국영상자료원의 의견을 들어 영화진흥기본계획 및 시행계획을 수립·시행하여야 한다.

② 제1항에 따른 영화진흥기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

11의2. 지역 영상문화 진흥

제14조(영화진흥위원회의 기능) ① 영화진흥위원회는 다음 각 호의 사항을 심의·의결한다.

14의2. 지역 영상문화 진흥

제25조(기금의 용도) ① 기금은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업을 위하여 사용하여야 한다.

8의3. 지역 영상문화 진흥과 관련된 사업 지원

제28조의4(영상위원회) ① 다음 각 호의 업무를 수행하기 위하여 특별시·광역시·특별자치시·도·특별자치도에 영상위원회를 둘 수 있다.

4. 지역 영상문화·산업의 진흥

제28조의5(국제영화제) ① 지방자치단체는 영상 문화·산업 및 지역경제 발전을 위하여 국제영화제를 개최하거나 국제영화제를 개최·운영하는 관련 법인 또는 단체에 다음 각 호의 사업에 필요한 지원을 할 수 있다.

4. 지역 영상 관련 시설 및 촬영지의 활용

제38조의2(지역영화 향유 환경 개선 등) ① 문화체육관광부와 영화진흥위원회는 **지역영화 향유권 향상**을 위하여 지역영화상영관 지원, 원활한 영화 배급, 공공 상영 및 영상문화교육시설 구축 등에 대하여 지원할 수 있다.

② 문화체육관광부와 영화진흥위원회는 **지역 영상문화 진흥**을 위하여 직접 영화를 제작하는 지역 주민이나 지역영화 관련 단체의 사업과 활동을 지원할 수 있다.

제38조의3(공공 영화상영관) ① 국가와 지방자치단체는 **지역영화 향유권 향상**을 위하여 지역 주민을 위한 영화상영관을 설치 또는 운영할 수 있다.

자료: 국가법령정보센터〈https://www.law.go.kr/〉를 바탕으로 재구성

지역영화는 특정 지역을 기반으로 영화의 창작·제작·상영·유통이 이루어지고 지역의 문화·역사·사회적 특성과 이야기가 반영되는 독립·예술영화 및 관련 활동 전반을 포괄하는 정책적 개념으로, 지역의 문화와 정체성을 공유하고 지역영화·영상생태계의 활성화에 기여하는 역할을 한다.

전술한 바와 같이, 지역영화는 법률상에 명시된 영화의 유형이라기보다는 특정 지역을 기반으로 이루어지는 영화 관련 활동과 그 결과물을 포괄하는 정책적 개념으로 활용되고 있다.

구체적으로는 특정 지역을 기반으로 하는 영화 인력 등이 영화를 창작·제작하고, 지역 내에서 이를 상영·유통하며, 지역 주민이 관람·소비하는 일련의 독립·문화예술 활동과 그 생산물을 의미한다. 따라서 지역영화는 개별 영화 작품뿐만 아니라 지역의 영화 인력, 제작·상영 공간, 관련 문화활동 등 지역을 중심으로 형성된 영화·영상생태계 전반을 포괄하는 개념으로 볼 수 있다.

지역영화는 주로 독립·예술영화의 형태로 제작되며, 해당 지역을 기반으로 활동하는 영화인의 참여와 지역 내 제작 지원, 촬영 및 제작 환경 등을 바탕으로 한다. 특히 지역의 역사와 문화, 사회적 이슈, 자연·환경, 공동체의 삶과 가치 등 지역의 고유한 특성과 이야기가 영화의 소재와 배경, 제작 과정 등에 반영된다는 점에서 일반적인 영화와 구별되는 특징이 있다.

이에 따라 지역영화는 영화 자체의 제작·상영을 넘어 지역의 문화와 정체성을 기록하고 이를 지역사회와 공유하는 매개체로서 기능하며, 지역의 영화·영상생태계 형성과 활성화에도 기여할 수 있는 장점이 있다.

② 지역 영상생태계 기반 마련 사업 세부내용 및 사업 추진체계

‘지역 영상생태계 기반 마련’ 사업[108]은 지역영화의 기획·개발 및 제작을 지원하고 지역 영화·영상 네트워크를 활성화하여, 지역 주민의 영화 향유권과 지역 영상생태계의 기반을 강화하기 위한 사업이다.

지역 영상문화 진흥과 관련된 대표적인 사업으로는 ‘지역 영상생태계 기반 마련’이 있다. 동 사업은 지역 주민의 영화 향유권을 강화하고 지역 영상생태계의 기반을 마련하기 위한 사업으로, 지역영화제작 주체를 대상으로 기획개발 및 영화제작을 지원하고 관련 네트워크 활성화를 추진하는 것 등을 주요 목적[109]으로 한다.

동 사업의 주요 사업예산으로는 지역영화 기획개발[110] 및 제작 지원[111], 지역영화 창작스튜디오 구축, 지역영화 후반작업 시설 구축, 지역영화교육 허브센터 운영지원, 지역영화 네트워크 활성화 지원 예산 등[112]이 있다. 다만, 동 사업은 2023년 12억 3,000만원이 편성된 이후 2024년부터 폐지되어 관련 예산이 더 이상 편성되지 않고 있다.

한편, 해당 사업은 공모를 통해 선정된 보조사업자를 대상으로 사업을 위탁·수행하는 방식으로 추진되었다. 세부내역은 ‘지역영화문화 활성화 지원’과 ‘지역영화 기획개발 및 제작지원’ 등 2개 사업으로 구성되며, 지원 규모는 각 8억원과 4억원 등 총 12억원이다.

동 세부내역의 사업목적, 지원대상 및 주요 내용 등 2023년 지역 영상생태계 기반 마련 사업의 세부내용[113]은 다음과 같다.

---

108) ‘지역 영상생태계 기반 마련 사업’은 영화정책지원(1261-302) 사업 중 ‘영화향유권 강화’ 내역사업에 포함된 내내역사업이다.

109) 문화체육관광부 제출자료에 따르면, 2016년 8월 영화비디오법이 개정됨에 따라 **지역 영상문화 진흥을 영화진흥기본계획에 포함**하도록 하고, **영화발전기금의 용도**에도 **지역 영상문화 진흥과 관련된 사업에 대한 지원**을 명시하고 있다.

110) 2023년도 사업을 기준으로 지역영화 기획에 지역 소재나 배경을 포함하는 경우 지원 대상 심사 시 가산점을 부여하도록 하고 있다.

111) 2023년도 사업 기준으로 지역영화 제작 시 지역 거주·활동 스태프 비중이 30% 이상이거나 지역 소재 또는 지역 촬영 비중이 30% 이상인 경우 등 하나 이상의 요건을 충족하도록 하고 있다.

112) 동 사업의 공통 조건으로 **서울을 제외한 지역에 거주**하거나 **해당 지역을 기반으로 활동하는 창작자를 대상**으로 해야 한다.

113) 영화진흥위원회는 2023년도 사업계획에 ‘지역 영상생태계 기반 마련’ 사업을 포함하고 있으나, 2024년 이후 해당 사업이 폐지됨에 따라 이를 추진하지 않고 있다.

[지역 영상생태계 기반 마련 사업 세부 내용(2023년)]

구분	지역영화문화 활성화 지원	지역영화 기획개발 및 제작지원
사업 목적	ㅇ 중앙과 지역 간 거버넌스 체계 정립으로 광역 단위 민관 네트워크 구축 및 지역 자생적 영화 문화 활성화 유도	ㅇ 중앙과 지역 간 예산 매칭 방식의 지역 영화 기획개발 및 제작 지원으로 지역영화·영상 인력 육성 및 영화·영상산업 저변 확대 도모
지원 대상	ㅇ 광역자치단체 내 지역영화문화 활성화 역량을 지닌 비영리법인 또는 비영리 민간 조직 중 동일 광역자치단체 내 2개 이상 영화·영상단체와 공동협약을 체결한 민간단체	ㅇ 전국 단위로 지역영화 기획개발 및 제작 지원사업 수행을 위한 작품 선정 및 관리 운영 역량을 갖춘 비영리법인 또는 비영리 민간 조직(1차 보조사업자)
지원 총액	ㅇ 800백만원	ㅇ 400백만원
지원 금액	ㅇ 광역자치단체 당 1개 네트워크 운영 / 120백만원 이내 차등 지원	ㅇ 위탁수행자(1차 보조사업자)를 통한 지역영화 기획개발 및 제작지원 사업비 지원 - 기획개발: 장편영화 제작을 목적으로 한 트리트먼트 및 시나리오 개발비 편당 최대 1,000만원 지원 - 제작지원: 제작 및 후반 작업에 소요되는 비용으로 극영화 및 다큐멘터리 장편 편당 최대 7,000만원, 단편 편당 최대 700만원 지원
지원금 사용 용도	ㅇ 보조사업 수행에 필요한 일반수용비(210-01목) 성격의 집행내역에 사용 - 기자재 구입 및 수리비, 경상비(임대료 등 사무실 운영비), 단체 운영 목적의 상시 인건비 등은 집행 불가 - 교육 목적의 시민영화(실습작품)의 제작비는 작품당 300만원 초과 집행 불가	ㅇ 영화 순제작비 용도로 집행 가능 - 기획개발: 시나리오 개발비용, 자료 구입, 시나리오 개발 진행비 등 - 제작지원: 스태프 인건비, 미술/소품/의상/분장/스틸/로케이션 촬영 관련 비용, 촬영/녹음/조명 등 프로덕션 관련 비용, 편집, 녹음, DI, 음향, 자막 등
신청 자격	- 지역영화 네트워크를 통한 영화 문화 활성화 역량을 지닌 지역 비영리법인 또는 비영리민간 조직 중 동일 광역 내 2개 이상의 영화·영상 단체와 공동 협약을 맺은 단체 ※ 신청단체 포함 총 3개 이상 단체의 협약 체결 필요	- 전국 단위로 지역영화 기획개발 및 제작 지원사업 수행을 위한 작품 선정 및 관리 운영 역량을 갖춘 비영리법인 또는 비영리 민간 조직으로서, 2차 보조사업자가 해당 지역 지자체/민간단체로부터 예산을 확보(영화발전기금 대비 지역 예산 50% 이상)하여 매칭되도록 관리 및 정산을 확인해야 함

주: 영화진흥위원회는 2023년도 사업계획에 '지역 영상생태계 기반 마련' 사업을 포함하고 있었으나, 2024년 이후 해당 사업이 폐지됨에 따라 추진하지 않고 있음

자료: 영화진흥위원회, "2023년 영화진흥위원회 사업계획", 2023.6.을 바탕으로 재작성

(2) 지역영화 활성화 및 지속 가능한 지역 영상생태계 구축 필요

첫째, 지역영화 활성화를 위해 지역의 영화 상영·제작·교류 등 인프라를 확충하고, 지역별 특성에 맞는 영화관, 영화문화공간, 영화제, 상영공동체 지원을 강화하는 등 지속 가능한 지역 영화생태계의 선순환 구조를 구축할 필요가 있다.

지역영화정책의 목표는 단순히 영화산업의 지방 이전을 추진하는 데 있는 것이 아니라, 지역 주민이 일상에서 다양한 영화를 접하고 향유할 수 있는 환경을 조성하여 지역을 문화적으로 살 만한 곳으로 만드는 데 있다.

이를 위해서는 무엇보다 지역 주민이 서울·수도권으로 이동하지 않고도 다양한 영화를 관람할 수 있는 상영 기반을 마련할 필요가 있다. 지역마다 독자적인 영화문화와 공동체가 형성될 수 있도록 지역 독립·예술영화관[114]의 설립과 운영을 지원하고, 청년 창업 및 지역재생 사업과 연계한 영화문화공간을 조성하는 등 지역의 특성과 수요를 반영한 다양한 형태의 영화 인프라를 확충할 필요성이 있다.

또한 지역의 민간영화관이 주민에게 다양한 지역영화를 지속적으로 상영할 수 있도록 영화 상영에 대한 인센티브를 확대하고, 지역영화제[115]와 상영공동체의 대한 지원을 강화할 필요가 있다. 이를 통해 지역영화의 제작·상영·관람이 유기적으로 연계되는 지속 가능한 지역 영화 생태계를 구축할 필요성이 있다.

[영화제 육성지원 실적(2023년~2026년)]

(단위: 백만원)

연도	구분	지원처	지원금액
2023년	대규모 국제영화제	제24회 전주국제영화제 등 8개처	3,900
	중소규모 국제영화제	제40회 부산국제단편영화제 등 7개처	500
	국내영화제	제11회 무주산골영화제 등 24개처	594
2024년	국내 및 국제영화제	제41회 부산국제단편영화제 등 10개처	2,400
2025년	대규모 영화제[1)]	제27회 부천국제애니메이션페스티벌 등 6개처	2,198
	중소규모 영화제[2)]	제15회 서울국제프라이드영화제 등 14개처	998
2026년	국제영화제	제16회 서울국제프라이드영화제 등 9개처	3,240
	국내영화제	제9회 제주혼듸독립영화제 등 23개처	1,021

주: 1) 대규모 영화제란 총사업비 규모가 12억원 이상인 영화제를 말함
2) 중소규모 영화제의 경우 총사업비 규모가 12억원 미만인 영화제를 말함
자료: 문화체육관광부 제출자료를 바탕으로 재작성

114) 전국의 독립·예술영화관 현황 및 정부 지원 실적은 [부록 2] 및 [부록 3] 참고

115) 최근 정부의 영화제 육성지원 실적은 [부록 4] 영화제 육성지원 실적(2023년~2026년)을 참고

하지만 전술한 바와 같이, 현재 수도권 지역을 제외한 비수도권의 경우 독립·예술영화관 등 다양한 영화를 안정적으로 상영할 수 있는 시설이 수도권 지역에 비해 충분하지 않고, 지역영화의 제작·상영·유통을 지원할 수 있는 관련 인프라 역시 부족한 실정이다.

특히 지역에 따라 영화관 등 상영시설에 대한 접근성에 차이가 있고, 지역영화의 지속적인 상영과 영화인·관객 간 교류를 위한 공간과 기반도 충분히 마련되어 있지 않다. 이에 따라 지역에서 제작된 영화가 지역 관객에게 소개·소비되고 지역의 영화문화로 확산되는 데에는 한계가 있다.

또한 지역 내 영화 관련 인프라 부족은 단순히 영화관람 기회의 차이에 그치지 않고, 지역영화인의 활동 기반과 지역영화의 지속적인 제작·유통에도 영향을 미칠 우려가 있다. 이에 따라 지역에서 영화를 제작하더라도 작품을 상영하고 관객을 만날 수 있는 공간이 부족할 경우 지역영화의 인지도와 관객 기반을 확대하기 어렵고, 이는 다시 지역 내 영화제작과 향유의 선순환 구조 형성을 저해하는 요인으로 작용할 수 있다.

그러므로 지역별 영화 인프라의 격차를 완화하고 지역 주민의 영화 향유 기회를 확대하기 위해서는 지역 독립·예술영화관의 설립 및 운영을 지원하는 한편, 기존 영화관의 다양성 영화 상영을 활성화하고 지역영화제, 상영공동체 등 지역 기반의 상영·교류 활동에 대한 지원을 강화할 필요성이 있다.

둘째, 지역영화인의 안정적인 활동·정착 기반을 마련하고 제작·교육·네트워크·유통 지원을 강화하는 한편, 지역별 특성을 반영한 '지역 영상생태계 기반 마련 사업'[116]을 재추진할 필요가 있다.

지역영화의 지속적인 활성화를 위해서는 지역영화인이 지역에서 안정적으로 활동하고 정착할 수 있는 기반을 마련하는 것이 우선되어야 한다. 이를 위해 먼저 지역영화인의 정주 여건과 제작 지원을 강화하고, 지역 주민 대상 영화문화 관련 교육, 신규 인력 양성, 기존 영화인의 전문역량 강화 등 교육 및 교류 프로그램을 지속적으로 추진할 필요가 있다.

---

116) 2024년에는 지역 영상생태계 기반 마련 사업이 폐지되면서 관련 예산이 전액 삭감되었으며, 그 이후로는 관련 예산이 편성되지 않은 상태이다.

또한 주민 및 신규 인력을 대상으로 한 교육을 지역영화인이 직접 수행하도록 하여 지역영화인의 활동 기회와 일자리 창출로 연계할 필요가 있다. 아울러 지역영화의 기획·개발 및 제작 지원과 함께 지역영화인 간 네트워크와 공동체 활동을 활성화하고, 지방자치단체와 영화진흥위원회 등이 지역영화인 및 시민과 지속적으로 협력할 수 있는 지원체계를 구축할 필요가 있다.

나아가 지역 청년 창업, 문화공간 조성, 지역재생 사업 등과 영화 관련 사업을 연계하여 지역의 특성과 수요를 반영한 다양한 형태의 영화문화공간을 확충할 필요가 있다. 특히 관련 사업의 안정적인 추진을 위해서는 축소·폐지된 지역 영상생태계 기반 조성 지원사업의 재개를 검토하고, 지역영화의 기획·개발·제작부터 교육·네트워크·유통까지 유기적으로 연계될 수 있도록 지속적인 재정 지원 기반을 마련할 필요성이 있다.

하지만 이러한 사업들과 관련된 '지역 영상생태계 기반 마련(1261-302)' 예산은 2020년 55억원의 기금 계획액이 편성된 이후 지속적으로 예산 규모가 축소되었으며, 2024년에는 사업 자체가 폐지되어 관련 예산이 전액 삭감[117]되었다.

이처럼 지역영화 및 영상산업 진흥을 위한 재정 지원이 축소되면서 지역 영상산업의 기반과 창작 활동이 위축될 우려가 있는 만큼 지역영화 및 영상산업의 지속적인 발전과 지역 영상생태계 활성화를 위해 해당 사업의 재추진을 검토할 필요[118]가 있다.[119]

---

117) 2024년 영화진흥 관련 사업예산은 영화발전기금의 주요 재원인 영화상영관 입장권 부과금 감소 및 사업 효율화·중앙-지방정부 간 역할 분담 등을 고려하여 전년 대비 전체 사업비의 약 36%가 감액 조정되었으며, 이 과정에서 '지역 영상생태계 기반 마련 사업' 예산이 모두 삭감되었다.

118) 문화체육관광부에 따르면, 2024년 해당 사업예산이 삭감된 이후 2025~2026년에는 이와 유사한 사업예산을 요구하지 않았으며, 2027년도 영화발전기금 정부안에도 이를 반영하지 않았으나, 향후 국회 예산 심의과정에서 관련 예산이 반영되도록 적극 대응할 계획이라고 밝혔다.

119) 지역영화 관련 단체에 따르면, 그동안 정부가 추진한 '지역 영상생태계 기반 마련' 사업은 영화진흥위원회와 지방정부가 예산을 매칭하여 지역별 특성과 수요에 맞는 영화인 교육, 지역영화 상영회 등을 자율적으로 추진할 수 있도록 지원했다는 장점이 있었다. 이에 따라 향후 해당 사업을 재추진하게 되는 경우 지역마다 영화·영상생태계의 기반과 발전 수준에 차이가 있다는 점을 고려하여, 지역별 여건과 수요를 반영한 맞춤형 정책으로 추진할 필요가 있다는 의견을 제시했다.
"지역영화·영상생태계 활성화를 위한 국회 토론회", 2026.9.3.

[지역 영상생태계 기반 마련(1261-302) 예산 편성 내역(2020~2026년)]

(단위: 백만원)

연도	계획액	예산 산출내역
2020년	5,500	- 지역영화 기획개발 및 제작지원 400백만원(20편×20백만원) - 지역영화 창작스튜디오 단체 선정/관리: 50백만원(12월×4.16백만원) - 지역영화 창작스튜디오 구축 1,800백만원(2개소×900백만원) - 지역영화 후반작업시설 구축 3,250백만원(5개소×650백만원)
2021년	3,150	- 지역영화 기획개발 및 제작지원 400백만원(20편×20백만원) - 지역영화 창작스튜디오 단체 선정/관리: 50백만원(12월×4.16백만원) - 지역영화 창작스튜디오 구축 1,500백만원(1개소×1,500백만원) - 지역영화 후반작업시설 구축 400백만원(1개소×400백만원) - 지역영화 네트워크 활성화 지원 600백만원(6개소×100백만원) - 지역영화 교육허브센터 운영지원 200백만원(1개소×200백만원)
2022년	1,850	- 지역영화 기획개발 및 제작지원 400백만원(20편×20백만원) - 지역영화 후반작업시설 구축 600백만원(1개소×600백만원) - 지역영화 네트워크 활성화 지원 600백만원(6개소×100백만원) - 지역영화 교육허브센터 운영지원 200백만원(1개소×200백만원) - 지역영화 단체 선정/관리 50백만원(12월×4.16백만원)
2023년	1,230	- 지역영화 기획개발 및 제작지원 400백만원(20편×20백만원) - 지역영화 네트워크 활성화 지원 600백만원(6개소×100백만원) - 지역영화 교육허브센터 운영지원 200백만원(1개소×200백만원) - 지역영화 단체 선정/관리/평가 30백만원(12월×2.5백만원)
2024년	-	순감

주: 1. '지역 영상생태계 기반 마련 사업'은 영화정책지원(1261-302) 사업 중 '영화향유권 강화' 내역사업에 포함된 내내역사업임
2. 기금 계획액은 본예산 기준임

자료: 문화체육관광부, 각 연도 예산 사업설명자료를 바탕으로 재작성

셋째, 지역의 고유한 문화·관광자원을 활용한 영화·영상 콘텐츠 제작을 활성화하고, 지역 간 상영, 유통 및 영화인 교류를 확대함으로써 지역영화와 지역관광이 연계되는 선순환 구조를 구축할 필요가 있다.

지역영화 활성화를 위한 산업정책은 지역의 여건과 필요에 따라 촬영 유치, 영화·영상 스튜디오 및 관련 기업 유치 등을 선택적으로 추진할 필요가 있다.

영화산업은 인력·자본·제작서비스 등이 특정 지역에 집적되는 특성이 있으므로, 모든 지역이 동일한 산업모델을 구축하기보다는 지역이 보유한 자원과 특성에

따른 차별화된 접근이 필요하다. 특히 지역의 역사·문화, 사회적 이슈, 자연·환경, 공동체의 삶과 가치 등 고유한 특성과 이야기가 영화의 소재와 배경, 제작 과정에 반영된다는 점에서 지역영화는 일반 영화와 차별화되는 특징을 가진다.

이에 따라 지역영화는 영화의 제작·상영을 넘어 지역의 문화와 정체성을 기록하고 지역사회와 공유하는 매개체로 기능하며, 지역의 영화·영상생태계 형성에도 기여할 수 있다. 또한 관광지·명소와 역사·문화자원 등을 영화의 소재와 촬영 장소로 활용하면 지역의 문화적·공간적 가치를 알리고 관광객의 관심과 방문을 유도하는 등 지역영화와 지역관광 간 연계 효과를 높일 수 있는 장점도 있다.[120]

따라서 지역의 특색 있는 장소와 이야기를 활용한 영화·영상 콘텐츠 제작을 지원하고, 촬영 유치와 지역관광 정책을 연계하여 지역의 문화·관광자원을 효과적으로 홍보할 수 있는 기반을 마련할 필요가 있다. 다만, 지역에서 제작된 영화가 해당 지역에만 머물지 않고 다른 지역으로 유통·확산될 수 있도록 지역 간 교류를 지원하는 정책도 함께 추진할 필요[121]가 있다.

이를 위해 지역영화를 타 지역에서 상영하고 교류 프로그램을 확대하는 한편, 지역영화제 간 연계와 영화인 네트워크 구축 등을 통해 콘텐츠 및 인적 교류를 활성화할 필요성이 있다. 이를 바탕으로 지역별 영화제작 경험과 자원을 공유하고 상영·유통 기회를 확대하여 지역 간 영화·영상생태계의 연계와 협력을 강화하는 한편, 지역의 문화·관광자원과 영화·영상 콘텐츠를 연계하여 지역영화 활성화와 지역관광 발전이 상호 선순환하는 구조를 구축할 필요성이 있다.

---

120) 영화 '왕과 사는 남자'의 흥행 이후 강원도 영월 지역 관광객과 소비가 증가하는 등 지역영화·영상콘텐츠의 지역경제 파급효과가 나타났다. 2026년 3월 말 기준 누적 관객 약 1,567만명, 매출액 약 1,512억원을 기록했으며, 생산유발효과는 약 1조 5,883억원으로 추정된다. 또한 2026년 1분기 영월 외지인 방문객은 전년 동기 대비 17%, 외지인 카드 소비는 13.2% 증가한 것으로 나타났다. (데이터 추출 시점은 2026년 3월말 기준)
이상규·채예린, "영화 왕과 사는 남자 흥행이 이끈 영월 지역 방문 소비 변화", 한국문화관광연구원 2026 KCTI 데이터 포커스 제2호, 2026.4.

121) 지역영화 관련 단체에 따르면, 지역영화가 해당 지역 내 제작·상영·소비에 그치지 않고, 지역 간 교류와 연계를 통해 타 지역으로 확산될 수 있도록 관련 사업을 지원하는 정책을 추가로 마련할 필요가 있다는 의견을 제시하였다.
"지역영화·영상생태계 활성화를 위한 국회 토론회", 2026.9.3.

4 영화 향유문화 확산을 위한 정책 및 지원사업 분석

가. 장애인의 영화관 관람권 강화 필요

(1) 시청각 장애인의 영화관 동시 관람 지원 현황

현재 정부는 장애인이 아닌 사람과 시청각 장애인의 영화관 동시 관람을 지원[122]하기 위하여 폐쇄형 보조기기[123] 도입을 확대하고, 장비 활용을 위한 사용자 및 운영 인력 교육, 비장애인 대상 인식 개선 교육과 대국민 홍보를 실시하는 한편, 장애인 단체와 영화관 등이 참여하는 협의체를 운영하고 있다.

'영화정책지원(1261-302)'의 '영화향유권 강화' 내역사업은 문화 소외계층의 영화관람 환경을 개선하고, 이를 바탕으로 영상문화 저변 확대에 기여하는 것을 목적으로 한다. 동 내역사업은 문화 향유층을 대상으로 ① 문화소외계층 관람환경 개선 지원 ② 차세대 미래 관객 육성 등 영상생태계 기반 마련 등을 추진한다.

이 중 문화소외계층 관람환경 개선 지원과 관련된 '장애인 동시 관람 장비 구축' 현황을 보면, 청각장애인을 위해서는 한글자막 수신기인 AR글라스[124]와 스마트기기가 지원되고 있으며, 시각장애인을 위해서는 화면해설 수신기인 이어폰과 스마트기기 등이 제공되고 있다. 이러한 AR 글라스, 이어폰, 스마트기기 등 대여용 장비는 전국 12개 시청자미디어재단[125]과 한국시각장애인지부·지회[126]를 통해 운

122) 영화비디오법 제25조(기금의 용도)
10. 장애인 등 소외계층의 영화향유권 신장을 위한 사업 지원
제38조의4(장애인의 영화 향유권) 영화업자는 장애인의 영화 향유권 향상을 위하여 장애인이 장애인 아닌 사람과 동등하게 영화에 접근하여 이용할 수 있도록 폐쇄자막, 한국수어 통역, 화면해설 등을 제공하기 위하여 노력하여야 한다.

123) 폐쇄형 보조기기란 정보 접근성(자막, 화면해설 등)을 위한 것으로 장애인이 비장애인과 동일한 시간 및 공간에서 영화·공연·전시 등 문화예술을 향유할 수 있도록 돕는 장치이다. 여기에는 청각장애인을 위한 한글자막(개방형 자막) 기기와 보청 보조 시스템(FM/IR/블루투스), 시각장애인을 위한 화면해설 수신기 및 이어폰형 개인 해설 장치 등이 포함된다.

124) AR(증강현실) 글래스는 실제 환경 위에 디지털 정보를 겹쳐 보여주는 웨어러블 기기로, 청각장애인을 위해 실시간 음성인식(STT: Speech-to-Text) 기술을 활용하여 상대방의 말을 자막으로 변환해 안경 렌즈에 표시해 주는 장치를 말한다.

125) 「방송법」 제90조의2(시청자미디어재단) ① 방송미디어통신위원회는 시청자의 방송 참여와 권익증진 등을 위하여 시청자미디어재단을 설립한다.

126) 사단법인 '한국시각장애인연합회'는 시각장애인의 권익 옹호와 복리 증진을 위해 전국적인 조직망을 갖춘 지역 기반 조직이다.

영되고 있으며, 대여를 희망하는 개인과 단체는 별도의 비용 부담 없이 무상으로 이용이 가능하다.

장애인 관람환경 개선을 위한 장비 지원은 개인 대여와 단체 장기위탁 등의 방식으로 추진되어 왔다. 2024년에는 전국 12개 시청자미디어센터를 중심으로 장애인 대상 장비 개인 대여 및 단체 장기위탁 등을 지원하였으며, 2025년에는 장애인 당사자 단체[127]가 보유한 전국 단위의 지부·지회 네트워크를 중심으로 지원체계를 운영[128]하였다.

[장애인 관람환경 개선을 위한 장비 개인 대여 및 장기위탁 등 지원 체계]

- (2024년 사업) 전국 12개 시청자미디어센터 중심 개인 대여/단체 장기위탁 등

취득·관리		운영		대여기관·대여자
시청자 미디어 재단	⇒	전국 12개 시청자 미디어센터	⇒	- 영화관: 멀티 3사, 작은영화관, 독립·예술영화전용관 등 - 장애인 관련 기관과 장애인 개인: 한국시각장애인연합회 지부, 복지관 등 - 기타 대여 희망 기관

- (2025년 사업) 장애인 당사자 단체[1] 전국 지부지회 네트워크 중심

취득·관리		운영		대여기관·대여자
(사) 한국시각장애인연합회	⇒	- 중앙회 행정지원, 장애인 당사자단체, 지역 네트워크 현장 운영 - 한국시각장애인 연합회 72개소 및 한국농아인협회 32개소 등 총 104개 기관	⇒	- 전국 영화관 및 장애인 관련 기관·개별 이용자
			⇒	- 무인 대여함 15개 영화관 - 한국농아인협회 본부 허브로 전국 14개, 지부 32개 지회에 청각장애인용 장비 배치
			⇒	- 기타 대여 희망 기관

주: 2026년에는 시청자미디어재단, (사)한국시각장애인연합회가 장비 관리를 중심으로 사업이 추진되고 있음
1) (사)한국시각장애인연합회, 사단법인 한국농아인협회
자료: 문화체육관광부 제출자료를 바탕으로 재작성

127) 한국시각장애인연합회와 한국농아인협회 등을 말한다.

128) '영화정책지원(1261-302)'의 '장애인 관람환경 개선' 관련 예산 중 **장애인 동시 관람 장비 지원사업 31억 9,700만원, 협의체 운영비 1,000만원, 사업수행비 1,600만원 등은 2026년도에 해당 지원사업이 폐지됨에 따라 전액 삭감**되었다.
참고로 2026년도 예산에는 한글자막·화면해설 콘텐츠 제작에 1,300백만원, 장애인 영화제 지원에 100백만원 등 장애인의 영화관람환경 개선을 위한 사업비로 총 1,400백만원이 편성된 상황이다.

해당 장비를 활용한 장애인 대상 시범 상영회 주요 실적을 보면, 2024년에는 '딜리버리', '1승', '소방관' 등 3편의 영화 상영회를 통하여 총 1,158명이 관람하였으며, 2025년에는 '좀비딸', '악마가 이사왔다' 등 8편의 영화 상영회를 통하여 1만 3,282명이 관람한 것으로 나타났다.[129)]

[장애인 관람 환경 개선 장비를 통한 시범 상영회(가치봄 플러스) 실적]

(단위: 명)

연도	영화명	시각	청각	기타장애[1)]	비장애	소계
2024년	딜리버리	149	-	-	78	227
	1승	178	-	-	160	338
	소방관	326	-	-	267	593
합계		653	-	-	505	1,158
2025년	좀비딸	1,005	588	287	1,212	3,092
	악마가 이사왔다	461	261	142	672	1,536
	3학년 2학기	754	318	209	767	2,048
	보스	628	434	307	915	2,284
	어쩔수가없다	430	3	112	447	992
	구원자	273	130	76	294	773
	달팽이 농구단	204	145	63	290	702
	퍼스트 라이드	618	287	156	794	1,855
합계		4,373	2,166	1,352	5,391	13,282

주: 1) 기타 장애는 시각·청각장애를 제외한 장애 유형을 포함하며, 세부적인 장애유형은 확보된 자료에서 확인되지 않음

1. 시범 상영회란 시·청각장애인이 AR 글라스, 이어폰, 스마트기기 등 보조기기를 활용하여 관람 환경을 개선할 수 있도록 대여형 장비를 지원하는 상영회를 말함
2. 가치봄 플러스는 시각·청각장애인이 보조기기를 통해 화면해설과 한글자막 등을 제공받아 비장애인과 같은 상영관에서 함께 영화를 관람할 수 있는 배리어프리 상영 서비스임

자료: 문화체육관광부

한편, 비장애인의 동시관람에 대한 인식 개선을 위해 오프라인 홍보·체험 부스를 2024년과 2025년에 각각 5회씩 운영했으며, 2024년에는 4,253명, 2025년에는 1만 4,213명이 참여한 것으로 나타났다.

그밖에 한국농아인협회·한국시각장애인연합회 등 장애인단체와 멀티플렉스 3사, 작은영화관협회, 독립·예술영화전용관 및 연구·학계 관계자 등으로 구성된 '장애인 영화관 동시관람 장비 도입·운영 협의체'를 운영하여 장비 도입과 운영에 관한 의견을 수렴하고 이를 사업에 반영하고 있다.

129) 관람객 수는 시·청각장애인 등 장애인과 비장애인을 모두 포함한 수이다

(2) 장애인의 영화관 관람권에 대한 해외 사례

현재 국내에서는 배리어프리 영화의 제작·지원이 확대되고 있음에도 실제 영화관(특히 멀티플렉스)에서의 상영 비중은 여전히 낮은 수준이다. 이에 따라 해외 사례를 참고하여 장애인과 비장애인이 함께 영화를 관람할 수 있는 유니버설 스크린 환경[130]을 조성하고, 자막·화면해설 등 영화관 접근성 서비스와 상영관의 물리적 접근성을 확대하는 등 장애인의 영화 향유권을 실질적으로 보장할 필요가 있다.

현재 우리나라는 시·청각장애인이 장벽 없이 영화를 관람할 수 있도록 '배리어프리(Barrier-Free) 영화'를 제작·상영하고 있다. 배리어프리 영화는 배우의 대사뿐 아니라 배경음악과 효과음 등 다양한 소리 정보를 포함한 한글자막을 제공하고, 대사가 없는 장면에서는 인물의 표정이나 몸짓, 배경 등을 음성으로 설명하는 화면해설을 함께 제공하여 시각·청각 정보를 보완하는 방식으로 운영[131]된다.

최근 5년간(2021~2025년) 한국영화 개봉작 중 배리어프리 영화[132] 개봉 현황을 살펴보면, 전체 실질개봉작[133] 대비 배리어프리 상영 비율은 2021년 5.8%(224편 중 13편)에서 2023년 11.5%(174편 중 20편)으로 상승하였으나, 이후 2024년 8.8%, 2025년 8.0%로 다시 감소하는 추세를 보이고 있다.

동 기간의 한국영화 실질 개봉작 수는 연평균 202편이며, 이 가운데 영화진흥위원회 지원을 통해 한글자막이나 화면해설을 포함한 배리어프리 영화 중 실제 극장에서 상영된 작품은 연평균 약 15.8편에 불과(실질 개봉 영화의 약 7.8%)한 것으로 나타났다.

---

130) 장애의 유무, 연령, 언어 등에 관계없이 누구나 정보와 미디어에 평등하게 접근할 수 있도록 시각적·청각적·촉각적 요소를 모두 통합하여 설계한 범용 화면·디스플레이 시스템을 말한다.

131) 문화체육관광부에 따르면, 현재 대부분의 영화관에서 배리어프리 버전의 영화 상영이 가능해짐에 따라 한글자막 및 화면해설을 전문적으로 제공하는 영화관은 별도로 운영되지 않는 것으로 파악하고 있다.

132) 여기서 '배리어프리 영화'란 **영화진흥위원회의 지원을 통해 한글자막 및 화면해설이 포함된 형태로 제작**되어, 실제 영화관에서 상영된 한국영화를 의미한다.

133) 당해 연도에 개봉하여 총 40회 이상 영화관에서 상영된 작품을 말한다.

[한국영화 개봉작 중 배리어프리 영화 개봉 현황(2021~2025년)]

(단위: 편, %)

연도	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	**5개년평균**
실질 개봉 전체 편수[1](A)	224	228	174	171	213	**202**
배리어프리 개봉(상영) 편수(B)	13	14	20	15	17	**15.8**
(B/A)	5.8	6.1	11.5	8.8	8.0	**7.8**

주: 1) 당해 연도에 개봉하여, 총 40회 이상 영화관에서 상영된 작품
자료: 문화체육관광부

한편, 멀티플렉스 영화관 3사[134]를 기준으로 배리어프리 영화 개봉 현황을 살펴보면, 전체 영화 상영 횟수 대비 배리어프리 영화의 상영 비중은 평균 0.02%에도 미치지 못하는 수준[135]인 것으로 나타났다. 이는 정부(영화진흥위원회)의 지원에 따라 배리어프리 영화가 지속적으로 제작·보급되고 있음에도 실제 멀티플렉스 영화관 상영 단계에서는 극히 제한적으로 편성·상영되고 있음을 시사한다.

반면 해외 사례를 살펴보면, 보다 체계적인 제도 설계와 인프라 구축을 통해 배리어프리 영화의 접근성을 실질적으로 확대해 온 것으로 나타난다.

호주의 경우 2010년 정부 주도로 '영화접근성 실행계획[136]'을 수립하고, 주요 4대 주요 영화관 체인을 대상으로 자막 및 화면해설 제공을 위한 장비 지원사업을 추진하였다. 그 결과 현재는 전국 약 300여 개 상영관에서 해당 장비를 활용한 동시관람 상영이 이루어지고 있으며, 장애인과 비장애인이 동일한 시간과 공간에서 영화를 관람할 수 있는 환경이 점진적으로 정착된 것으로 평가된다.

미국의 경우에는 시청각 장애인을 위한 장비 지원과 함께 상영관의 좌석 수 규모에 따라 영화관이 의무적으로 보유해야 하는 자막 및 화면해설 장비의 수를 법적으로 규정[137]하고 있다. 이러한 제도적 기반을 통해 장애인의 영화관의 접근성 확

134) 국내 멀티플렉스 영화관 3사로는 CJ CGV, 롯데시네마, 메가박스가 있으며, 이는 다수의 상영관과 다양한 문화·편의시설이 결합된 대형 영화관 체인을 의미한다.

135) 문화체육관광부 제출자료에 따랐다.

136) 호주 정부(주관부처: Federal Department of Families, Housing, Community Services and Indigenos Affairs)는 2010년 '영화관 접근성 실행계획(Cinema Access Implementation Plan)'을 수립하였다. 동 계획은 정부 지원을 바탕으로 'Hoyts, Village Cinemas, Event Cinemas, Reading Cinemas' 등 4대 주요 영화관 체인이 참여하여, 장애인의 영화관람 장벽을 낮추는 것을 목적으로 추진되었다. 구체적으로는 2010년 당시 12개 상영관에서 주당 3회에 불과했던 자막·화면해설 영화 상영을 2014년 말까지 4개 영화관 체인이 운영하는 132개 복합 영화관의 최소 1개 상영관으로 확대하는 것을 주요 내용으로 한다.

보를 구조적으로 담보하고 있으며, 그 결과 현재는 대다수 영화관에서 동시 관람이 가능한 상영 시스템 구축이 전반적으로 완료된 상태인 것으로 확인[138]된다.

종합하면, 이러한 해외 주요국의 사례를 고려할 때 우리나라 영화관도 장애인과 비장애인이 동일한 상영 환경에서 함께 영화를 감상[139]할 수 있는 유니버설 스크린 모델을 구축하고, 자막·화면해설 등 다양한 접근성 서비스를 확대하는 한편, 상영관의 물리적 접근성을 개선하는 등 장애인의 영화 향유권을 실질적으로 보장할 방안을 모색할 필요가 있다.

137) 미국은 「장애인 차별금지법(Americans with Disabilities Act, ADA) Title III」에 근거하여, 미 법무부(U.S. Department of Justice)가 2016년에 최종 승인한 규정(Final Rule on Movie Captioning and Audio Description)에 따라 영화관이 자막 및 화면해설 제공장비를 의무적으로 구비하도록 하고 있다.

138) 문화체육관광부에 따르면, 현재 세계 각국의 배리어프리 영화 개봉 현황에 대한 국가별 공식 통계 체계가 정비되지 않아 정확한 상영관 개수를 비교하는 데 한계가 있다고 설명하고 있다.

139) 우리나라의 경우 과거에는 한국영화에 한글자막을 제공하는 것에 대해 비장애인의 거부감이나 불편함이 있었으나, 최근 OTT 플랫폼 등에서 한국영화에 자막을 제공하면서 비장애인 관객도 자막에 익숙해짐에 따라 거부감이 상당 부분 완화된 상황으로 보인다.
원승환, "영화산업 육성정책·사업 평가" 국회예산정책처 전문가간담회, 2026.9.

(3) 장애인의 영화관 관람권 보장을 위한 시청각 서비스 제공 강화 필요

현행 장애인 관련 법령은 장애인의 문화권 보장과 문화생활에서의 차별금지를 명시[140]하고 있지만, 영화·비디오물 콘텐츠에 대한 한글자막 제공 등은 여전히 권고 수준에 머물러 있다. 이에 따라 시·청각장애인의 영화관람권 보장을 위해 영화관 내 한글자막 제공 등 접근성 서비스의 의무화를 적극적으로 검토할 필요가 있다.

현재 장애인 관련 법령에 장애인의 문화권 보장을 위한 법적 근거가 마련되어 있음에도 불구하고, 한국영화 극장 개봉작 중 배리어프리 영화의 비중이 지속적으로 10% 미만에 머무르고 있는 것은 방송 분야와 영화 분야 간 장애인 접근권 보장에 관한 법적 구속력의 차이에서 비롯된 측면이 있다.

「장애인 차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률」에 따르면, 「방송법」 상 방송사업자와 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」 상 인터넷 멀티미디어 방송사업자는 장애인의 시청권 보장을 위해 **한국수어, 폐쇄자막, 화면해설 등의 제공이 의무화**되어 있는바, 이는 장애인의 정보 접근권과 문화 향유권을 실질적으로 보장하기 위한 최소한의 장치로서 기능하고 있다.

반면, 「전기통신사업법」상 부가통신사업자나 영화비디오법에 따른 영화업자의 경우에는 **장애인의 시청권 보장을 위한 서비스 제공이 의무가 아닌 단순 권고 수준**에 머무르고 있다. 이에 따라 영화관 상영작이나 영화 콘텐츠에 대한 한국수어, 폐쇄자막, 화면해설 등의 편의 제공이 사업자의 자율에 맡겨지면서 관련 서비스의 전반적인 제공 수준에도 일정한 한계가 있는 것으로 보인다.

이러한 법적·제도적 차이는 해외 일부 국가들이 영화 및 영상 콘텐츠 전반에 걸쳐 장애인 접근성 서비스를 적극적으로 의무화하고 있는 흐름과 비교할 때, 우리나라 영화업자의 장애인 접근권 보장 노력이 상대적으로 소극적인 수준에 머무르고 있음을 시사한다. 따라서 영화 분야에서도 장애인의 문화 향유권을 실질적으로 보장·의무화할 수 있도록 관련 제도의 정비와 개선이 필요할 것으로 보인다.

---

140) 「장애인복지법」 제4조(장애인의 권리) ② 장애인은 국가·사회의 구성원으로서 정치·경제·사회·**문화, 그밖의 모든 분야의 활동에 참여할 권리**를 가진다.
제8조(차별금지 등) ① 누구든지 장애를 이유로 정치·경제·사회·**문화 생활의 모든 영역에서 차별을 받지 아니하고**, 누구든지 장애를 이유로 정치·경제·사회·문화 생활의 모든 영역에서 장애인을 차별하여서는 아니 된다.

[장애인 문화권 보장 관련 법률 규정]

법률명	장애인 문화권 보장 관련 주요 규정
「장애인 차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률」	제21조(정보통신·의사소통 등에서의 정당한 편의 제공 의무) ④ **「방송법」 제2조 제3호에 따른 방송사업자와 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」 제2조제5호에 따른 인터넷 멀티미디어 방송사업자**는 장애인이 장애인 아닌 사람과 동등하게 제작물 또는 서비스를 접근·이용할 수 있도록 폐쇄자막, 한국수어 통역, 화면해설 등 **장애인 시청 편의 서비스를 제공하여야 한다.** ⑤ **「전기통신사업법」에 따른 기간통신사업자**(전화서비스를 제공하는 사업자만 해당한다)는 장애인이 장애인 아닌 사람과 동등하게 서비스를 접근·이용할 수 있도록 통신설비를 이용한 중계서비스(영상통화서비스, 문자서비스 또는 그밖에 과학기술정보통신부장관이 정하여 고시하는 중계서비스를 포함한다)를 **확보하여 제공하여야 한다.** ⑥ 다음 각 호의 사업자는 장애인이 장애인 아닌 사람과 동등하게 접근·이용할 수 있도록 출판물(전자출판물을 포함한다. 이하 이 항에서 같다) 또는 **영상물을 제공하기 위하여 노력하여야 한다.** 1. 출판물을 정기적으로 발행하는 사업자 **2. 영화, 비디오물 등 영상물의 제작업자 및 배급업자**
「방송법」	제69조(방송프로그램의 편성등) ⑧ **방송사업자**는 장애인의 시청을 도울 수 있도록 **한국수어·폐쇄자막·화면해설 등을 이용한 방송을 하여야 한다.**
「인터넷 멀티미디어 방송사업법」	제16조의3(한국수어·폐쇄자막·화면해설 등의 제공) ① **인터넷 멀티미디어 방송사업자**는 자신이 제공하는 서비스를 위하여 콘텐츠를 자체 제작하는 경우 장애인의 원활한 이용을 돕기 위하여 **한국수어·폐쇄자막·화면해설 등을 제공하여야 한다.**
「전기통신 사업법」	22조의10(한국수어·폐쇄자막·화면해설 등의 제공) ① **온라인 동영상 서비스를 제공하는 부가통신사업자**가 해당 서비스의 제공을 위하여 영상 콘텐츠를 자체 제작하는 경우 장애인의 원활한 이용을 돕기 위하여 **한국수어·폐쇄자막·화면해설 등을 제공할 수 있도록 노력하여야 한다.**
영화 비디오법	제38조(전용상영관에 대한 지원) ② 문화체육관광부장관은 장애인의 문화향유권 보장을 위하여 제1항에 따른 전용상영관 중 한국수어·자막·화면해설 등을 이용한 영화를 연간 상영 일수의 100분의 30 이상 상영하는 **전용상영관을 지원할 수 있다.** 제38조의4(장애인의 영화 향유권) **영화업자**는 장애인의 영화 향유권 향상을 위하여 장애인이 장애인 아닌 사람과 동등하게 영화에 접근하여 이용할 수 있도록 **폐쇄자막, 한국수어 통역, 화면해설 등을 제공하기 위하여 노력하여야 한다.** 제49조의2(장애인의 비디오물 향유권) **비디오물영업자**는 장애인의 비디오물 향유권 향상을 위하여 장애인이 장애인 아닌 사람과 동등하게 비디오물에 접근하여 이용할 수 있도록 **폐쇄자막, 한국수어 통역, 화면해설 등을 제공하기 위하여 노력하여야 한다.**

자료: 국가법령정보센터〈https://www.law.go.kr/〉를 바탕으로 재구성

참고로 대법원은 영화관이 시각·청각장애인에게 화면해설·자막 및 수신기기 등을 제공하지 않은 것은 「장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률」 상 차별행위에 해당한다고 판단하면서, 편의 조치 제공 범위와 상영 횟수를 제한한 원심 판단은 영화관의 재정적 부담을 과도하게 고려한 것으로 보아 파기·환송(2026. 9월)하였다.[141]

소송이 제기[142]된 지 10년 만에 나온 이번 대법원 판결은 장애인이 영화를 향유할 권리를 대법원이 최초로 판시한 사례이다. 비록 구체적인 조치의 범위는 후속 재판을 통해 구체화될 것으로 보이지만, 이번 판결은 장애인의 영화관람권을 보장할 필요가 있음을 대법원이 최초로 명확히 판단한 사례라는 점에서 의미가 있다.

다음은 시청각 장애인의 영화관람권 보장을 위한 장애인차별 구제 소송 판결 경과이다.

[시청각 장애인의 영화관람권 보장을 위한 장애인차별 구제 소송 판결 경과]

구분	주요 내용
소송제기	(소송) 시·청각장애인 4명은 영화관이 화면 해설·자막 등 장애인 편의 조치를 제공하지 않는 것은 장애인차별금지법상 차별행위에 해당한다고 소송을 제기함 (주요내용) 영화 상영 시 자막과 음성 해설을 제공할 것을 청구
1심	(판결) 영화 상영 업자들이 화면 해설·자막 등 장애인 편의 조치를 충분히 제공하지 않은 것은 장애인차별에 해당한다고 판단 (주요내용) 화면해설·자막, FM 보청기기 등 보조기기와 관련 정보, 점자·수어통역 등의 편의 조치를 제공하도록 함
항소심	(판결) 영화 상영업자들의 경제적 부담을 고려하여 편의 조치 제공 범위를 제한하는 판결을 함 (주요내용) 300석 이상 규모의 상영관 등을 대상으로 편의 조치하고, 배리어프리 영화 상영 횟수도 전체 상영 횟수의 3%로 제한함
대법원	(판결) 항소심이 영화 상영 업자들의 재정적 부담을 지나치게 고려하여 편의 조치의 상영관 범위와 상영 횟수를 제한하였다고 판단하고 원심을 파기·환송 (주요내용) 장애인의 영화관람권을 실질적으로 보장할 수 있는 기준을 다시 판단하도록 함

자료: 대법원, “대법원 선고 2022다203507 차별 구제 청구 사건에 관한 보도자료”, 2026.9.3. 등을 바탕으로 정리

141) 대법원, “대법원 선고 2022다203507 차별구제청구 사건에 관한 보도자료”, 2026.9.3.

142) 2016년 2월 시·청각장애인 4명은 2016년 2월 영화관에서 화면해설과 자막 등 장애인 편의조치를 제공하지 않는 것은 장애인차별금지법상 차별행위에 해당한다며 소송을 제기하였다.

나. 영화관람 소외계층 지원강화를 통한 문화향유권 제고 필요

(1) 찾아가는 영화관 사업의 개요 및 주요 현황

'찾아가는 영화관' 사업[143]은 영화관의 설치·이용이 어려운 취약지역이나 취약계층을 직접 찾아가 현장 상영과 관람 환경을 제공하는 이동형 문화서비스이다. 현재 동 사업은 관련 재정 규모가 감소함에 따라 타 사업의 예산을 일부 조정하여 운영하고 있지만, 향후 상영 횟수와 관람 인원은 지속적으로 감소할 것으로 예상된다.

'영화정책지원(1261-302)'의 '영화향유권 강화' 내역사업 중 '문화소외계층 관람환경 개선 지원'과 관련된 '찾아가는 영화관' 사업은 문화 향유 기회가 상대적으로 부족한 농·산·어촌 및 도서·산간 지역 주민과 노인·장애인 등을 주요 대상으로 한다. 동 사업은 복지관·학교·요양시설·교정시설 등 문화 접근성이 낮은 시설을 직접 방문하여 영화를 상영[144]함으로써 이들의 영화 관람 기회를 확대하는 방식으로 운영[145]된다.

최근 6년간(2021~2026년 8월) 찾아가는 영화관 운영 실적과 관련 예산을 살펴보면, **총상영 횟수**는 2021년 105회에서 2023년 281회로 증가한 후 2024년 554회로 크게 확대되었으나, 2025년에는 전년 대비 50.2% 감소한 276회를 기록했다. 2026년 8월말 기준으로는 50회를 운영했다.

같은 기간 **방문처 수**는 2021년 55개 처에서 2023년 161개 처, 2024년 351개 처로 증가했으나, 2025년에는 215개 처로 전년 대비 38.7% 감소했다. 2026년 8월말 기준 방문처 수는 46개 처였다.

---

143) 영화정책지원(1261-302) 사업의 '영화 향유권 강화' 내역사업에 포함되는 내내역사업으로, 2026년 일반회계 전환 과정에서 국고보조금 예산이 최종적으로 반영되지 않아 전액 삭감되었다.

144) **제38조의2(지역영화 향유 환경 개선 등)** ① 문화체육관광부와 영화진흥위원회는 지역영화 향유권 향상을 위하여 지역영화상영관 지원, 원활한 영화 배급, 공공 상영 및 영상문화교육시설 구축 등에 대하여 지원할 수 있다.
② 문화체육관광부와 영화진흥위원회는 지역 영상문화 진흥을 위하여 직접 영화를 제작하는 지역주민이나 지역영화 관련 단체의 사업과 활동을 지원할 수 있다.
제38조의3(공공 영화상영관) ① 국가와 지방자치단체는 지역영화 향유권 향상을 위하여 지역 주민을 위한 영화상영관을 설치 또는 운영할 수 있다.
② 국가와 지방자치단체는 제1항에 따라 영화상영관을 설치 또는 운영하는 경우 그 업무의 전부 또는 일부를 개인이나 단체에 위탁할 수 있다.
③ 국가와 지방자치단체는 제1항에 따른 영화상영관의 설치 또는 운영에 필요한 지원을 할 수 있다.

145) 한국영상자료원 홈페이지 〈https://www.koreafilm.or.kr/main〉

관람 인원은 2021년 5,187명에서 2023년 3만 2,440명, 2024년 5만 8,410명으로 증가했으나, 2025년에는 5만 2,398명으로 전년 대비 10.3% 감소[146]했다. 2026년 8월말 기준 관람 인원은 1만 8,623명이었다.

이처럼 2025년도 '찾아가는 영화관 운영' 사업의 총상영 횟수와 관람 인원 등이 감소하게 된 것은 해당 사업예산이 2024년 13억원에서 2025년 5억원으로 전년 대비 61.5% 감소한 데 따른 것으로 보인다.

'찾아가는 영화관 운영' 사업은 2008년 영화발전기금에 관련 예산을 편성·집행하면서 시작되었다. 그러나 최근 영화발전기금 수입 감소 등으로 관련 예산을 지속적으로 확보하기 어려워지자 2026년도에는 해당 사업을 일반회계 예산으로 전환하려 했으나 최종적으로 반영되지 않은 상태이다. 이에 따라 현재는 한국영상자료원이 동 사업을 비영리적으로 운영하고 있으나, 예산 부족으로 인하여 한국영상자료원의 내부예산을 일부 조정하여 사업을 지속하는 상황이다.

[찾아가는 영화관 운영실적(2021~2026년 8월)]

(단위: 회, 개처, 명, 백만원)

연도	총 상영 횟수	방문개처 수	관람인원	예산액[1)]
2021년	105	55	5,187	282
2022년	166	98	19,884	170
2023년	281	166	32,440	282
2024년	554	351	58,410	1,300
2025년	276	215	52,398	500
2026년 8월 현재[2)]	50	46	18,623	110[3)]

주: 1) '영화정책지원(1261-302)'세부사업에 포함된 내내역사업 예산임
2) 2026년 관련 사업예산이 삭감됨에 따라 3~4월 중 영화 문화 프로그램 계약, 리스트 선정 등 운영 준비를 거쳐 5월 중순부터 사업이 운영되고 있음
3) 찾아가는 영화관 운영 사업을 지속하기 위해 한국영상자료원 내부 예산을 일부 조정하였음
자료: 문화체육관광부

146) 전년 대비 관람인원은 감소하였으나, 2025년도 자체 보조사업 수행평가에서는 A등급(탁월)을 받아 2024년 B등급(우수)에서 한 단계 상승한 것으로 나타났다.

(2) 찾아가는 영화관 사업의 문화복지 사각지대 해소 기능 강화 필요

'찾아가는 영화관 운영' 사업은 예산 규모와 상영 횟수를 확대하여 다문화가정 및 외국인 노동자 밀집 지역에 대한 문화서비스 제공을 강화하고, 이를 통해 문화복지 사각지대를 해소할 필요가 있다.

최근 5년간(2021~2025년) '찾아가는 영화관' 사업의 운영 실적을 분석한 결과, 문화서비스 제공은 대부분 내국인을 중심으로 하는 농어촌·도서 지역 주민과 이동이 불편한 노인·장애인 등 문화 소외계층을 대상으로 이루어졌다.

먼저 총상영 횟수(내국인 및 외국인 모두 포함)는 2021년 105회, 2024년 554회, 2025년 276회 등 5년간 평균 276.4회로 나타났다. 이 중 내국인을 대상으로 한 상영 횟수는 평균 271.6회로 전체 상영 횟수의 대부분인 98.3%를 차지한 반면, 외국인 대상 상영 횟수는 평균 4.8회로 전체의 1.7%에 불과하였다.

동 사업의 총방문처 개수는 5년간 평균 177개 처이며, 이 중 내국인 대상은 평균 173개 처로 전체의 97.7%를 차지한 반면, 외국인 대상은 4개 처로 전체의 2.3%에 불과하였다.

하지만 최근 다문화가정과 외국인 노동자 등 국내 거주 외국인이 크게 증가[147] 함에 따라, 이들이 밀집한 지역[148]을 중심으로 '찾아가는 영화관 운영' 사업에서 외국인의 모국 영화 상영을 확대하거나 해당 국가의 언어 자막을 제공하는 등 맞춤형 문화서비스를 강화할 필요가 있다. 그리고 이를 통해 국내 거주 외국인의 문화 접근성을 높이고 문화복지 사각지대를 해소하는 한편, 모든 국민의 실질적인 문화향유권을 보장할 수 있도록 사업을 지속적으로 확대·개선할 필요가 있다.

147) 국가통계포털이 발표한 '2024년 이주배경인구 통계 결과'에 따르면, 2024년 11월 기준 이주 배경인구는 271만 5,000명으로 집계되었으며, 이는 우리나라 총인구의 5.24%를 차지하는 것으로 나타났다.

148) 산업단지, 농·어촌 지역, 다문화가족지원센터, 외국인근로자지원센터, 지자체 및 공공기관이 추진하는 다문화·인권·사회통합 정책 대상 지역 등이 있다.

[찾아가는 영화관 내·외국인 대상 상영 횟수 및 방문개처 현황(2021~2025년)]

(단위: 회, 개처, %)

연도	합계 (내국인+외국인)		내국인 대상[1]				외국인 대상[2]			
	상영 횟수 (A)	방문 개처 (B)	상영 횟수 (C)	비율 (C/A)	방문 개처 (D)	비율 (D/B)	상영 횟수 (E)	비율 (E/A)	방문 개처 (F)	비율 (F/B)
2021년	105	55	100	95.2	51	92.7	5	4.8	4	7.3
2022년	166	98	161	97.0	94	95.9	5	3.0	4	4.1
2023년	281	166	277	98.6	163	98.2	4	1.4	3	1.8
2024년	554	351	549	99.1	346	98.6	5	0.9	5	1.4
2025년	276	215	271	98.2	211	98.1	5	1.8	4	1.9
5년간 평균	276.4	177	271.6	98.3	173	97.7	4.8	1.7	4	2.3

주: 1) 농·산·어촌과 도서지역, 이동이 불편한 노인·장애인 등 문화소외계층 및 복지관·학교·요양시설·교정시설 등 시설 이용이 제한적인 공간을 중심으로 내국인 대상 방문처

2) 산업단지·농·어촌 지역에 밀집한 외국인 노동자, 다문화가족지원센터, 외국인 근로자 지원센터 등 외국인을 대상으로 하는 방문처(지역 아동센터 등의 다문화 / 새터민 아동 등 포함)

자료: 문화체육관광부

Ⅳ 결론 및 종합 제언

그동안 정부의 영화산업 육성정책·사업은 한국영화의 제작 역량과 글로벌 경쟁력 제고 및 독립·예술영화 지원체계 구축 등에 기여해 왔다. 하지만 코로나19 이후 극장관람객과 매출 감소, OTT 확산 및 소비행태 변화, 투자환경 변화 등으로 영화산업의 제작·투자시장, 배급시장, 상영시장 등 영화산업 전반이 위축됨에 따라 지속가능한 산업생태계 구축을 위한 종합적인 정책 대응이 요구되는 상황이다.

본 보고서는 이러한 정책적 개선의 필요성에 따라 그동안 추진되어 온 영화산업 육성정책·사업의 관련 법령, 기본계획, 재정 투입 및 성과 등을 종합적으로 검토·분석하고, 이를 바탕으로 다음과 같이 개선 방안을 제시하고자 한다.

1. 총괄 분석

1-1. 국내 영화산업 구조 및 환경 분석

최근 10년간(2016~2025년) 우리나라 극장 매출액, 관객 수 및 영화 개봉 편수는 코로나19 팬데믹 이전까지는 전반적으로 안정적인 성장세를 보였으나, 팬데믹으로 인해 극장 매출액 등이 급감하며 영화시장이 크게 위축된 이후 다시 점진적으로 회복되고 있음에도 여전히 팬데믹 이전 수준을 회복하지 못하고 있다.

최근 10년간(2016~2025년) 한국영화와 외국영화는 극장 매출액, 관객 수에서 유사한 경쟁 구도를 보인 가운데 개봉 편수는 외국영화가 높은 비중을 차지한 반면, 한국영화의 개봉비중은 확대되는 추세를 나타내고 있다. 한국영화 수익률은 2020년 이후 지속적으로 마이너스를 기록하는 등 수익성이 계속 악화되는 추세이다.

코로나19 이후 OTT 플랫폼의 성장과 영화관 관람료 상승, 관람 방식의 개인화 등으로 극장관람객이 감소한 반면, 시간·장소의 제약이 적고 비용 부담이 적은 OTT, VOD, IPTV 등 영화관 대체 플랫폼의 이용이 확대되고 있다. 또한 최근 대형 흥행작 부족으로 극장관람을 유도할 영화 작품이 감소하면서 전반적인 영화관 이용 수요가 위축되고 있다.

1-2. 영화발전기금 재원 조달구조의 문제점 및 개선점 분석

영화발전기금은 그동안 영화상영관 입장권 부과금을 주요 재원으로 운영해 왔으나, 코로나19 팬데믹과 OTT 확산으로 극장 관객이 감소하면서 기존 재원 조달구조의 한계가 드러남에 따라 안정적 재원 확보를 위한 개선 필요성이 커지고 있다.

현행 영화비디오법에 따른 영화발전기금은 영화상영관과 관람객 중심으로 설계되어, OTT 등 변화하는 영화 소비·유통환경을 충분히 반영하지 못하는 측면이 있다. 이에 따라 제22대 국회에서 논의 중인 관련 법률안과 해외 주요국의 OTT 부담금 및 콘텐츠 투자의무 사례 등을 참고하여 지속 가능한 재원 조달 방안을 마련할 필요가 있다.

2. 한국 영화산업의 지속 성장 기반 강화정책 분석

2-1. 영화산업의 수익 분배구조 및 가치사슬 형성 체계

영화산업의 수익 분배는 관람료에서 법정 공제액을 차감한 후 영화상영관과 영화 매출액으로 배분한다. 이후 영화 매출액에서 배급수수료, 제작·마케팅 비용 등을 정산한 뒤 잔여 이익을 제작사와 투자사가 계약에 따라 배분한다.

영화산업은 투자·제작·배급·상영·부가시장으로 이어지는 가치사슬을 형성하며, 각 단계의 참여 주체를 통해 기획·제작부터 유통·소비까지의 과정이 이루어진다.

2-2. 영화산업의 지속 성장 기반 강화를 위한 육성정책 필요성 분석

제작산업의 지속 가능한 성장을 위해 개별 영화의 흥행성과에 의존하는 프로젝트 중심의 투자에서 제작사 자체의 성장 가능성과 제작역량 등을 고려한 성장자본·지분투자로 전환하고, 공적 지원을 통한 위험분산으로 민간투자를 유도하며, 제작사의 IP 소유와 수익 다각화를 지원하여 재투자 선순환 구조를 구축할 필요가 있다.

최근 대형 배급사의 수직계열화와 특정 장르·흥행작 중심의 스크린 편중으로 중소·독립영화의 배급·상영 기회가 제약되고 콘텐츠 다양성이 저하될 우려가 있으

므로, 중·소규모 한국영화의 상영 기회를 확대하고 공정한 유통 환경을 조성하여 국내 영화산업의 다양성과 경쟁력을 강화할 필요가 있다.

상영산업 육성을 위한 '국민 영화관람 활성화 지원사업'은 영화발전기금의 목적과 취지를 합목적적으로 고려하여, 해외영화보다 한국영화에 대한 지원을 강화하고, 대형 계열 영화관에 집중된 지원을 조정하여 비계열 영화관(중소·독립영화관 등)의 지원 기준과 할인권 한도를 확대하는 방안을 검토할 필요가 있다.

3. 한국영화 다양성 확보를 위한 지원사업 분석

3-1. 전용관 운영지원 사업의 지역별 격차 완화 방안 모색 필요성 분석

전용관 지원사업은 독립·예술영화의 안정적인 유통·상영 기반을 유지하고 지역 간 문화 향유 격차를 완화할 수 있도록 지역별 영화관 분포와 접근성, 인구 규모 및 관객 수요 등을 고려한 지원체계를 마련할 필요가 있다.

3-2. 지역영화 및 영상 진흥을 위한 개선 방안 마련 필요성 분석

지역영화 활성화를 위해 지역별 특성과 수요를 반영한 상영·제작·교류 인프라 확충, 지역영화인의 활동·정착 기반과 교육·제작·유통 지원강화, 지역별 특성을 반영한 맞춤형 '지역 영상생태계 기반 마련' 사업의 재추진 검토가 필요하다. 아울러 지역의 역사·문화·관광자원을 활용한 콘텐츠 제작 등을 통하여 지역영화와 지역관광의 상생 기반을 마련할 필요가 있다.

4. 영화 향유문화 확산을 위한 정책 및 지원사업 분석

4-1. 장애인의 영화관 관람권 강화 필요성 분석

국내 배리어프리 영화의 제작·지원 확대에도 실제 상영 비중은 여전히 낮은 바, 해외 사례를 참고해 자막·화면해설 등 영화관 접근성 서비스와 상영관의 물리적

접근성을 강화할 필요가 있다. 또한 현행 장애인 관련 법령은 장애인의 문화권 보장과 차별금지를 명시하고 있지만, 영화·비디오물에 대한 한글자막 제공 등은 여전히 권고 수준에 머물러 있으므로 시·청각장애인의 영화관람권 보장을 위해 영화관 내 자막 등 접근성 서비스의 의무화를 적극 검토할 필요가 있다.

4-2. 영화관람 소외계층 지원강화를 통한 문화향유권 제고 필요성 분석

'찾아가는 영화관 운영' 사업은 예산 규모와 상영 횟수를 확대하여 다문화가정 및 외국인 노동자 밀집 지역에 대한 문화서비스 제공을 강화하고, 이를 통해 문화복지 사각지대를 해소할 필요가 있다.

5. 시사점 및 종합 제언

그동안 영화산업 육성정책은 한국영화의 성장과 산업 기반 강화를 위해 다양한 정책을 추진해 왔으나, 최근 OTT 확산과 대형 영화사를 중심으로 산업환경이 급변하면서 기존의 영화상영관 중심의 지원체계에 대한 한계가 나타나고 있다.

본 보고서는 '영화산업 육성정책·사업'을 분석·평가하기 위해 국내 영화산업 구조 및 환경, 영화발전기금 재원 조달구조의 문제점 등을 총괄적으로 분석하고, 한국영화산업의 지속 가능한 성장 기반 강화, 한국 영화의 다양성 확보, 영화 향유문화 확산을 위한 정책과 지원사업을 검토하여 향후 개선 과제를 도출하였다.

종합하면, 국내 영화산업은 코로나19 이후 극장 관객 감소와 OTT 확산, 제작비 상승, 대형 흥행작 부족 등으로 산업 전반의 수익성과 성장 기반이 약화되고 있으며, 영화상영관 중심의 영화발전기금 재원 조달구조도 최근 변화하는 영화 소비·유통 환경에 대응하기 어려운 한계가 나타나고 있다. 이에 따라 영화발전기금의 안정적 재원 확보, 성장자본·지분투자 및 IP 기반의 제작환경 조성, 배급시장의 공정성 강화와 중·소규모·독립영화의 유통기회 확대, 전용관 및 지역영화 지원을 통한 영화 다양성 제고, 장애인·소외계층의 영화 접근성과 문화향유권 강화 등을 통하여 지속 가능한 영화산업 생태계를 구축할 필요가 있다.

[부록 1] 독립·예술영화 및 중예산영화 제작지원 현황

[독립·예술영화 제작지원 현황(2025년 기준)]

(단위: 백만원)

연번	영화제목	영화감독	영화사	지원액	비고
1	소년탈주범	김은혜	홍이봄	300	장편
2	갑순이와 수아	양익준	몰필름	300	장편
3	I Hear You	오에 타카마사	(주)리즈필름	300	장편
4	오래된 사과	송일곤	페이지원필름 주식회사	470	장편
5	개구리	조국형	국자필름	300	장편
6	물고기 춤	김용천	스튜디오 오디티	290	장편
7	너의 아빠	신동훈	컨텐츠타미	280	장편
8	낮은 곳으로부터	김현민	(주)영화사 시선	300	장편
9	영자 이모	정민희	동동영화	300	장편
10	가이드 러너	오한울	미디움핀치	292	장편
11	풀문	정지혜	시네마루	300	장편
12	낯선 결혼	정원희	레브시네마	290	장편
13	유령의 집	조창근	(주)영화사조아	280	장편
14	첫 세계	윤단비	퍼스트스텝	280	장편
15	자필 : 순화씨의 편지	홍성민	(주)스톤브이스튜디오	490	장편
16	시대유감	신민재	엔진을 켜 스튜디오	500	장편
17	나의 두 번째 가족	마민지	쌍마픽처스	70	다큐
18	그림일기	박명진	박명진	30	다큐
19	수국	박소현	관산공원	63	다큐
20	삼마치	이미영	스튜디오 준	61	다큐
21	바다, 별, 여자	임정혜	브리딩필름즈	80	다큐
22	세기말, 7층	태준식	태준식	30	다큐
23	기노모토 사건	정진미	정감스토리	80	다큐
24	1948, 사라진 병사들	허욱	욱희씨네	90	다큐
25	천국의 피조물 로뎀나무 아래에서	이동윤	미디어 활동사진	70	다큐
26	주희에게	장주희	미디어나무 주식회사	70	다큐
27	리바운드 인 더 케이지	이찬비	이찬비	18	다큐
28	34년생 박중기	윤솔지	네번째달	83	다큐
29	콘크리트의 나이테	권순현	영화사금요일	50	다큐
30	권진규 이야기	민환기	(주)시네마6411	100	다큐
31	태평 출렁이는비탈	유지수	창작소 무궁무진	67	다큐
32	시 짓는 집	이혜미	인디인디	25	다큐
33	뺑뺑이	노인한	-	15	단편
34	스카이 A	노현정	-	18	단편

(단위: 백만원)

연번	영화제목	영화감독	영화사	지원액	비고
35	어옹	김성현	-	15	단편
36	떼인 돈 받아드립니다	최지영	-	22	단편
37	좀비키퍼	이주영	-	14	단편
38	주문	유희련	-	22	단편
39	말고기	김나연	-	20	단편
40	금빛 둥근 문고리	서보형	-	13	단편
41	동물농장	한민경	-	16	단편
42	나쁜 양파	김윤범	-	15	단편
43	늑대가 나타났다	이다현	-	10	단편
44	파편들의 침묵	김경모	-	10	단편
45	통제된 아이들	홍연이	-	22	단편
46	하늘에 별따기	김나연	-	15	단편
47	이곳에 버리지 마시오	강은정	-	22	단편
48	빼곡	장윤선	-	22	단편
49	Green or Yellow	왕희송	스튜디오 플로우	14	단편
50	할아좀비	이 청	-	15	단편
51	건주	이지원	-	15	단편
52	대화 X	채형식	-	15	단편
53	가는 길	조용환	-	13	단편
54	고도를 기다리며	신은섭	-	22	단편
55	공중전화	하예진	-	12	단편

자료: 문화체육관광부

[중예산영화 제작지원 현황(2026년 기준)]

(단위: 백만원)

연번	영화제목	영화감독	영화사	지원액	비고
1	내 이름은[1]	정지영	(주)아우라픽처스	890	개봉완료('26.4.15.)
2	도라[2]	정주리	(주)영화사레드피터	600	개봉예정(2027년)
3	파문(구: 안동)	김선경	스타플래티넘	1,200	개봉예정(2027년)
4	최종 면접(구: 여섯 명의 거짓말쟁이 대학생)	김정훈	커버넌트픽처스(주)	1,000	개봉완료('26.11.4.)
5	감옥의 맛	김정구	(주)주피터필름	1,240	개봉예정(2027년)
6	몽유도원도	장훈	(주)영화사두둥	1,500	개봉예정(2027년)

주: 1) 제76회 베를린국제영화제 포럼 부문 초청작
2) 제79회 칸국제영화제 감독 주간 초청작
자료: 문화체육관광부

[부록 2] 전국의 예술영화전용관 설치 현황 및 지원실적

[전국의 예술영화전용관 설치 현황 및 지원실적(2023~2026년 7월말)]

(단위: 천원)

연도	지역	상영관명	지원금액
2023년	서울	CGV 강변 (04관[아트하우스])	-
		CGV 명동역 씨네라이브러리-페관 (ART 1관·ART 2관)	-
		CGV 신촌아트레온 (10관 [아트하우스])	-
		CGV 압구정 (아트하우스 ART 1관·아트하우스 ART 2관)	-
		CGV 여의도 (03관 [아트하우스])	-
		CGV 용산아이파크몰 (19관(아트하우스))	-
		KU시네마테크 (01관)	69,097
		낭만극장 (01관)	-
		더숲 아트시네마 (01관·02관)	109,733
		라이카시네마 (S관)	66,199
		롯데시네마 신도림 (04관)	-
		메가박스 코엑스 (소상영관 A·소상영관 B)	-
		서울아트시네마 (01관)	-
		씨네큐브광화문(서울) (01관·02관)	-
		아리랑시네센터(서울) (아리랑인디웨이브)	-
		아트나인 (0관·9관)	121,646
		아트하우스모모 (01관·02관)	122,617
		에무 시네마 앤 카페 (01관·02관)	128,989
		인디스페이스 (01관)	-
		필름포럼 (01관·02관)	120,245
		허리우드클래식 (01관)	55,284
	부산	CGV 서면 (ART1관·ART2관)	-
		롯데시네마 광복 (아르떼)	-
		롯데시네마 센텀시티(백화점) (08관(아르떼))	-
		롯데시네마 오투(부산대) (02관(아르떼))	-
		영화의 전당 (소극장·시네마테크관·인디플러스 영화의 전당)	-
	대구	대구독립영화전용관 오오극장 (오오)	-
		동성아트홀 (01관)	-
	인천	CGV 인천 (01관 [아트하우스])	-
		롯데시네마 부평 (09관(아르떼 클래식))	-
		영화공간주안 (01관·02관·03관·04관)	107,040
		인천미림극장 (01관)	69,097

(단위: 천원)

연도	지역	상영관명	지원금액
	광주	광주극장 (01관)	100,252
		광주독립영화관 (01관)	-
	대전	CGV 대전 (07관 [아트하우스])	-
		대전아트시네마 (01관)	84,674
	경기	CGV 오리 (08관 [아트하우스])	-
		명화극장 (고전)	50,316
		헤이리시네마 (01관)	56,833
	강원	CGV 춘천 (08관(아트하우스))	-
		강릉독립예술극장 신영 (01관)	92,463
	충남	인디플러스 천안 (01관)	-
	전북	전주디지털독립영화관 (01관)	68,747
	경북	안동중앙시네마 (01관)	84,674
		인디플러스 포항 (01관)	-
	경남	씨네아트 리좀 (01관)	76,090
소계(총 45개 극장/60개 상영관)			1,583,996
2024년	서울	CGV 강변 (04관(아트하우스))	-
		CGV 명동역 씨네라이브러리-폐관 (ART1관·ART2관)	-
		CGV 신촌아트레온 (10관 [아트하우스])	-
		CGV 압구정 (아트하우스 ART1관·아트하우스 ART2관)	-
		CGV 여의도 (03관 [아트하우스])	-
		CGV 용산아이파크몰 (19관(아트하우스))	-
		KU시네마테크 (01관)	72,000
		낭만극장 (01관)	33,000
		더숲 아트시네마 (01관·02관)	110,000
		라이카시네마 (S관)	60,000
		롯데시네마 신도림 (04관)	-
		메가박스 코엑스 (소상영관 A·소상영관 B)	-
		서울아트시네마 (01관)	-
		씨네큐브광화문(서울) (01관·02관)	-
		아리랑시네센터(서울) (아리랑인디웨이브)	-
		아트나인 (0관·9관)	120,000
		아트하우스모모 (01관·02관)	113,000
		에무 시네마 앤 카페 (01관·02관)	116,000
		인디스페이스 (01관)	-
		필름포럼 (01관·02관)	107,000
		허리우드클래식 (01관)	40,000
	부산	CGV 서면 (ART1관·ART2관)	-
		롯데시네마 광복 (아르떼)	-
		롯데시네마 센텀시티(백화점) (08관(아르떼))	-

(단위: 천원)

연도	지역	상영관명	지원금액
		롯데시네마 오투(부산대) (02관(아르떼))	-
		영화의 전당 (소극장·시네마테크관·인디플러스 영화의 전당)	-
	대구	대구독립영화전용관 오오극장 (오오)	-
		동성아트홀 (01관)	-
	인천	CGV 인천 (01관 [아트하우스])	-
		롯데시네마 부평 (09관(아르떼 클래식))	-
		영화공간주안 (01관·02관·03관·04관)	107,000
	광주	CGV 광주상무 (01관[아트하우스])	-
		광주극장 (01관)	94,000
		광주독립영화관 (01관)	-
	대전	CGV 대전 (07관 [아트하우스])	-
		대전독립영화전용관 씨네인디U (01관)	-
		대전아트시네마 (01관)	75,000
	경기	CGV 오리 (08관 [아트하우스])	-
		명화극장 (고전)	36,000
		헤이리시네마 (01관)	59,000
	강원	CGV 춘천 (08관(아트하우스))	-
		강릉독립예술극장 신영 (01관)	60,000
	충남	인디플러스 천안 (01관)	-
		천안인생극장 (01관)	36,000
	전북	전주디지털독립영화관 (01관)	70,000
	경북	안동중앙시네마 (01관)	75,000
		인디플러스 포항 (01관)	-
	경남	씨네아트 리좀 (01관)	64,000
소계(총 47개 극장/62개 상영관)			1,447,000
2025년	서울	CGV 강변 (04관(아트하우스))	-
		CGV 명동역 씨네라이브러리-폐관 (ART1관·ART2관)	-
		CGV 신촌아트레온 (10관 [아트하우스])	-
		CGV 압구정 (아트하우스 ART1관·아트하우스 ART2관)	-
		CGV 여의도 (03관 [아트하우스])	-
		CGV 용산아이파크몰 (19관(아트하우스))	-
		KU시네마테크 (01관)	69,000
		낭만극장 (01관)	26,000
		더숲 아트시네마 (01관·02관)	90,000
		라이카시네마 (S관)	64,000
		롯데시네마 신도림 (04관)	-
		메가박스 코엑스 (소상영관 A·소상영관 B)	-
		서울아트시네마 (01관)	-
		씨네큐브광화문(서울) (01관·02관)	-
		아리랑시네센터(서울) (아리랑인디웨이브)	-

(단위: 천원)

연도	지역	상영관명	지원금액
		아트나인 (0관·9관)	104,000
		아트하우스모모 (01관·02관)	120,000
		에무 시네마 앤 카페 (01관·02관)	112,000
		인디스페이스 (01관)	-
		픽처하우스 (01관)	-
		필름포럼 (01관·02관)	95,000
		허리우드클래식 (01관)	31,000
	부산	CGV 서면 (ART1관·ART2관)	-
		롯데시네마 광복 (아르떼)	-
		롯데시네마 센텀시티(백화점) (08관(아르떼))	-
		롯데시네마 오투(부산대) (02관(아르떼))	-
		영화의 전당 (소극장·시네마테크관·인디플러스 영화의 전당)	-
	대구	대구독립영화전용관 오오극장 (오오)	-
		동성아트홀 (01관)	-
	인천	CGV 인천 (01관 [아트하우스])	-
		롯데시네마 부평 (09관(아르떼 클래식))	-
		영화공간주안 (01관·02관·03관·04관)	107,000
		인천미림극장 (01관)	82,000
	광주	CGV 광주상무 (01관[아트하우스])	-
		광주극장 (01관)	95,000
		광주독립영화관 (01관)	-
	대전	CGV 대전 (07관 [아트하우스])	-
		대전독립영화전용관 씨네인디U (01관)	-
		대전아트시네마 (01관)	80,000
		소소아트시네마 (01관)	54,000
	경기	CGV 오리 (08관 [아트하우스])	-
		명화극장 (고전)	31,000
		헤이리시네마 (01관)	54,000
	강원	CGV 춘천 (08관(아트하우스))	-
		강릉독립예술극장 신영 (01관)	75,000
	충남	인디플러스 천안 (01관)	-
		천안인생극장 (01관)	27,000
	전북	전주디지털독립영화관 (01관)	56,000
	경북	안동중앙시네마 (01관)	75,000
		인디플러스 포항 (01관)	-
	경남	씨네아트 리좀 (01관)	157,000
소계(총 51개 극장/66개 상영관)			1,447,000
2026년 7월말 현재	서울	CGV 강변 (04관(아트하우스))	-
		CGV 명동역 씨네라이브러리-폐관 (ART1관·ART2관)	-
		CGV 신촌아트레온 (10관 [아트하우스])	-

(단위: 천원)

연도	지역	상영관명	지원금액
		CGV 압구정 (아트하우스 ART1관·아트하우스 ART2관)	-
		CGV 여의도 (03관 [아트하우스])	-
		CGV 용산아이파크몰 (19관(아트하우스))	-
		KU시네마테크 (01관)	-
		낭만극장 (01관)	64,000
		더숲 아트시네마 (01관·02관)	90,000
		라이카시네마 (S관)	65,000
		롯데시네마 신도림 (04관)	-
		메가박스 코엑스 (소상영관 A·소상영관 B)	-
		서울아트시네마 (01관)	-
		씨네큐브광화문(서울) (01관·02관)	-
		아리랑시네센터(서울) (아리랑인디웨이브)	-
		아트나인 (0관·9관)	120,000
		아트하우스모모 (01관·02관)	100,000
		에무 시네마 앤 카페 (01관·02관)	202,000
		인디스페이스 (01관)	-
		픽처하우스 (01관)	-
		필름포럼 (01관·02관)	84,000
	부산	허리우드클래식 (01관)	50,000
		CGV 서면 (ART1관·ART2관)	-
		롯데시네마 광복 (아르떼)	-
		롯데시네마 센텀시티(백화점) (08관(아르떼))	-
		롯데시네마 오투(부산대) (02관(아르떼))	-
	대구	영화의 전당 (소극장·시네마테크관·인디플러스 영화의 전당)	-
		대구독립영화전용관 오오극장 (오오)	-
	인천	동성아트홀 (01관)	-
		CGV 인천 (01관 [아트하우스])	-
		롯데시네마 부평 (09관(아르떼 클래식))	-
		영화공간주안 (01관·02관·03관·04관)	90,000
		인천미림극장 (01관)	180,000
	광주	CGV 광주상무 (01관[아트하우스])	-
		광주극장 (01관)	95,000
		광주독립영화관 (01관)	-
	대전	CGV 대전 (07관 [아트하우스])	-
		대전독립영화전용관 씨네인디U (01관)	-
		대전아트시네마 (01관)	75,000
		소소아트시네마 (01관)	60,000
	경기	CGV 오리 (08관 [아트하우스])	-
		롯데시네마 광교 (01관) [002085]	-

(단위: 천원)

연도	지역	상영관명	지원금액
		명화극장 (고전)	48,000
		헤이리시네마 (01관)	50,000
	강원	CGV 춘천 (08관(아트하우스))	-
		강릉독립예술극장 신영 (01관)	75,000
	충남	인디플러스 천안 (01관)	-
		천안인생극장 (01관)	40,000
	전북	전주디지털독립영화관 (01관)	60,000
	경북	안동중앙시네마 (01관)	70,000
		인디플러스 포항 (01관)	-
	경남	씨네아트 리좀 (01관)	52,000
소계(총 52개 극장/67개 상영관)			3,065,000

자료: 문화체육관광부

[부록 3] 전국의 독립영화전용관 설치 현황 및 지원실적

[전국의 독립영화전용관 설치 현황 및 지원실적(2023~2026년 7월말)]

(단위: 천원)

연도	지역	상영관명	지원금액
2023년	서울	CGV 강변 (04관(아트하우스))	-
		CGV 명동역 씨네라이브러리-폐관 (ART1관·ART2관)	-
		CGV 신촌아트레온 (10관 [아트하우스])	-
		CGV 압구정 (아트하우스 ART1관·아트하우스 ART2관)	-
		CGV 여의도 (03관 [아트하우스])	-
		CGV 용산아이파크몰 (19관(아트하우스))	-
		KU시네마테크 (01관)	-
		낭만극장 (01관)	-
		더숲 아트시네마 (01관·02관)	-
		라이카시네마 (S관)	-
		롯데시네마 신도림 (04관)	-
		메가박스 코엑스 (소상영관 A·소상영관 B)	-
		서울아트시네마 (01관)	-
		씨네큐브광화문(서울) (01관·02관)	-
		아리랑시네센터(서울) (아리랑인디웨이브)	86,551
		아트나인 (0관·9관)	-
		아트하우스모모 (01관·02관)	-
		에무 시네마 앤 카페 (01관·02관)	-
		인디스페이스 (01관)	145,489
		필름포럼 (01관·02관)	-
		허리우드클래식 (01관)	-
	부산	CGV 서면 (ART1관·ART2관)	-
		롯데시네마 광복 (아르떼)	-
		롯데시네마 센텀시티(백화점) (08관(아르떼))	-
		롯데시네마 오투(부산대) (02관(아르떼))	-
		영화의 전당 (소극장·시네마테크관·인디플러스 영화의 전당)	122,012
	대구	대구독립영화전용관 오오극장 (오오)	173,109
		동성아트홀 (01관)	-
	인천	CGV 인천 (01관 [아트하우스])	-
		롯데시네마 부평 (09관(아르떼 클래식))	-
		영화공간주안 (01관·02관·03관·04관)	-
	광주	광주극장 (01관)	-
		광주독립영화관 (01관)	228,499
	대전	CGV 대전 (07관 [아트하우스])	-
		대전아트시네마 (01관)	-
	경기	CGV 오리 (08관 [아트하우스])	-
		명화극장 (고전)	-
		헤이리시네마 (01관)	-

(단위: 천원)

연도	지역	상영관명	지원금액
	강원	CGV 춘천 (08관(아트하우스))	-
		강릉독립예술극장 신영 (01관)	-
	충남	인디플러스 천안 (01관)	-
	전북	전주디지털독립영화관 (01관)	-
	경북	안동중앙시네마 (01관)	-
		인디플러스 포항 (01관)	99,340
	경남	씨네아트 리좀 (01관)	-
소계(총 45개 극장/60개 상영관)			855,000
2024년	서울	CGV 강변 (04관(아트하우스))	-
		CGV 명동역 씨네라이브러리-폐관 (ART1관·ART2관)	-
		CGV 신촌아트레온 (10관 [아트하우스])	-
		CGV 압구정 (아트하우스 ART1관·아트하우스 ART2관)	-
		CGV 여의도 (03관 [아트하우스])	-
		CGV 용산아이파크몰 (19관(아트하우스))	-
		KU시네마테크 (01관)	-
		낭만극장 (01관)	-
		더숲 아트시네마 (01관·02관)	-
		라이카시네마 (S관)	-
		롯데시네마 신도림 (04관)	-
		메가박스 코엑스 (소상영관 A·소상영관 B)	-
		서울아트시네마 (01관)	-
		씨네큐브광화문(서울) (01관·02관)	-
		아리랑시네센터(서울) (아리랑인디웨이브)	100,000
		아트나인 (0관·9관)	-
		아트하우스모모 (01관·02관)	-
		에무 시네마 앤 카페 (01관·02관)	-
		인디스페이스 (01관)	150,000
		필름포럼 (01관·02관)	-
		허리우드클래식 (01관)	-
	부산	CGV 서면 (ART1관·ART2관)	-
		롯데시네마 광복 (아르떼)	-
		롯데시네마 센텀시티(백화점) (08관(아르떼))	-
		롯데시네마 오투(부산대) (02관(아르떼))	-
		영화의 전당 (소극장·시네마테크관·인디플러스 영화의 전당)	84,000
	대구	대구독립영화전용관 오오극장 (오오)	142,000
		동성아트홀 (01관)	-
	인천	CGV 인천 (01관 [아트하우스])	-
		롯데시네마 부평 (09관(아르떼 클래식))	-
		영화공간주안 (01관·02관·03관·04관)	-
	광주	CGV 광주상무 (01관[아트하우스])	-
		광주극장 (01관)	-
		광주독립영화관 (01관)	124,000

(단위: 천원)

연도	지역	상영관명	지원금액
	대전	CGV 대전 (07관 [아트하우스])	-
		대전독립영화전용관 씨네인디U (01관)	-
		대전아트시네마 (01관)	-
	경기	CGV 오리 (08관 [아트하우스])	-
		명화극장 (고전)	-
		헤이리시네마 (01관)	-
	강원	CGV 춘천 (08관(아트하우스))	-
		강릉독립예술극장 신영 (01관)	-
	충남	인디플러스 천안 (01관)	-
		천안인생극장 (01관)	-
	전북	전주디지털독립영화관 (01관)	-
	경북	안동중앙시네마 (01관)	-
		인디플러스 포항 (01관)	80,000
	경남	씨네아트 리좀 (01관)	-
소계(총 48개 극장/63개 상영관)			680,000
2025년	서울	CGV 강변 (04관(아트하우스))	-
		CGV 명동역 씨네라이브러리-폐관 (ART1관·ART2관)	-
		CGV 신촌아트레온 (10관 [아트하우스])	-
		CGV 압구정 (아트하우스 ART1관·아트하우스 ART2관)	-
		CGV 여의도 (03관 [아트하우스])	-
		CGV 용산아이파크몰 (19관(아트하우스))	-
		KU시네마테크 (01관)	-
		낭만극장 (01관)	-
		더숲 아트시네마 (01관·02관)	-
		라이카시네마 (S관)	-
		롯데시네마 신도림 (04관)	-
		메가박스 코엑스 (소상영관 A·소상영관 B)	-
		서울아트시네마 (01관)	-
		씨네큐브광화문(서울) (01관·02관)	-
		아리랑시네센터(서울) (아리랑인디웨이브)	99,000
		아트나인 (0관·9관)	-
		아트하우스모모 (01관·02관)	-
		에무 시네마 앤 카페 (01관·02관)	-
		인디스페이스 (01관)	170,000
		픽처하우스 (01관)	-
		필름포럼 (01관·02관)	-
		허리우드클래식 (01관)	-
	부산	CGV 서면 (ART1관·ART2관)	-
		롯데시네마 광복 (아르떼)	-
		롯데시네마 센텀시티(백화점) (08관(아르떼))	-
		롯데시네마 오투(부산대) (02관(아르떼))	-
		영화의 전당 (소극장·시네마테크관·인디플러스 영화의 전당)	84,000

(단위: 천원)

연도	지역	상영관명	지원금액
	대구	대구독립영화전용관 오오극장 (오오)	140,000
		동성아트홀 (01관)	-
	인천	CGV 인천 (01관 [아트하우스])	-
		롯데시네마 부평 (09관(아르떼 클래식))	-
		영화공간주안 (01관·02관·03관·04관)	-
		인천미림극장 (01관)	-
	광주	CGV 광주상무 (01관[아트하우스])	-
		광주극장 (01관)	-
		광주독립영화관 (01관)	206,000
	대전	CGV 대전 (07관 [아트하우스])	-
		대전독립영화전용관 씨네인디U (01관)	-
		대전아트시네마 (01관)	-
		소소아트시네마 (01관)	-
	경기	CGV 오리 (08관 [아트하우스])	-
		명화극장 (고전)	-
		헤이리시네마 (01관)	-
	강원	CGV 춘천 (08관(아트하우스))	-
		강릉독립예술극장 신영 (01관)	-
	충남	인디플러스 천안 (01관)	-
		천안인생극장 (01관)	-
	전북	전주디지털독립영화관 (01관)	-
	경북	안동중앙시네마 (01관)	-
		인디플러스 포항 (01관)	136,000
	경남	씨네아트 리좀 (01관)	-
소계(총 51개 극장/66개 상영관)			835,000
2026년 7월말 현재	서울	CGV 강변 (04관(아트하우스))	-
		CGV 명동역 씨네라이브러리-폐관 (ART1관·ART2관)	-
		CGV 신촌아트레온 (10관 [아트하우스])	-
		CGV 압구정 (아트하우스 ART1관·아트하우스 ART2관)	-
		CGV 여의도 (03관 [아트하우스])	-
		CGV 용산아이파크몰 (19관(아트하우스))	-
		KU시네마테크 (01관)	-
		낭만극장 (01관)	-
		더숲 아트시네마 (01관·02관)	-
		라이카시네마 (S관)	-
		롯데시네마 신도림 (04관)	-
		메가박스 코엑스 (소상영관 A·소상영관 B)	-
		서울아트시네마 (01관)	-
		씨네큐브광화문(서울) (01관·02관)	-
		아리랑시네센터(서울) (아리랑인디웨이브)	110,000
		아트나인 (0관·9관)	-
		아트하우스모모 (01관·02관)	-

(단위: 천원)

연도	지역	상영관명	지원금액
		에무 시네마 앤 카페 (01관·02관)	-
		인디스페이스 (01관)	180,000
		픽처하우스 (01관)	-
		필름포럼 (01관·02관)	-
		허리우드클래식 (01관)	-
	부산	CGV 서면 (ART1관·ART2관)	-
		롯데시네마 광복 (아르떼)	-
		롯데시네마 센텀시티(백화점) (08관(아르떼))	-
		롯데시네마 오투(부산대) (02관(아르떼))	-
		영화의 전당 (소극장·시네마테크관·인디플러스 영화의 전당)	80,000
	대구	대구독립영화전용관 오오극장 (오오)	159,000
		동성아트홀 (01관)	-
	인천	CGV 인천 (01관 [아트하우스])	-
		롯데시네마 부평 (09관(아르떼 클래식))	-
		영화공간주안 (01관·02관·03관·04관)	-
		인천미림극장 (01관)	-
	광주	CGV 광주상무 (01관[아트하우스])	-
		광주극장 (01관)	-
		광주독립영화관 (01관)	140,000
	대전	CGV 대전 (07관 [아트하우스])	-
		대전독립영화전용관 씨네인디U (01관)	-
		대전아트시네마 (01관)	-
		소소아트시네마 (01관)	-
	경기	CGV 오리 (08관 [아트하우스])	-
		롯데시네마 광교 (01관) [002085]	-
		명화극장 (고전)	-
		헤이리시네마 (01관)	-
	강원	CGV 춘천 (08관(아트하우스))	-
		강릉독립예술극장 신영 (01관)	-
	충남	인디플러스 천안 (01관)	-
		천안인생극장 (01관)	-
	전북	전주디지털독립영화관 (01관)	-
	경북	안동중앙시네마 (01관)	-
		인디플러스 포항 (01관)	100,000
	경남	씨네아트 리좀 (01관)	-
소계(총 52개 극장/67개 상영관)			769,000

자료: 문화체육관광부

[부록 4] 영화제 육성지원 실적

[2023년도 국제영화제 육성지원 실적(2023년~2026년)]

영화제명	지원금	행사기간	영화상영편수
- 대규모 국제영화제 분야 : 8개처(3,900백만원)			
제24회 전주국제영화제	8.1억원	4.27. ~ 5.6.	42개국 247편
제18회 부산국제어린이청소년영화제	1.4억원	7.10. ~ 7.16.	54개국 163편
제27회 부천국제판타스틱영화제	7.2억원	6.29. ~ 7.9.	51개국 262편
제19회 제천국제음악영화제	2.7억원	8.10. ~ 8.15.	29개국 105편
제25회 서울국제여성영화제	4.4억원	8.24. ~ 8.30.	50개국 131편
제15회 DMZ국제다큐멘터리영화제	1.8억원	9.14. ~ 9.21.	54개국 148편
제29회 부산국제영화제	12.8억원	10.4. ~ 10.13.	70개국 209편
제8회 울주세계산악영화제	0.6억원	10.20. ~ 10.29.	36개국 151편
합 계	39억원	-	-
- 중소규모 국제영화제 분야 : 7개처(500백만원)			
제40회 부산국제단편영화제	0.95억원	4. 25 ~ 5. 1.	39개국 146편
제11회 서울국제어린이영화제	0.65억원	9. 13. ~ 9. 20.	33개국 136편
제23회 서울국제대안영상예술페스티벌	0.55억원	8. 17. ~ 8. 22.	35개국 95편
제15회 서울영등포국제초단편영화제	0.25억원	9. 14. ~ 9. 19.	36개국 262편
제20회 서울국제실험영화페스티벌	0.85억원	7. 20. ~ 7. 27.	27개국 133편
제9회 서울국제음식영화제	0.6억원	10. 11. ~ 10. 19.	24개국 92편
제13회 서울국제프라이드영화제	1.15억원	11. 02. ~ 11. 08.	39개국 116편
합 계	5억원	-	-

[2023년도 국내영화제 육성지원 실적]

영화제명	지원금	행사기간	영화상영편수
제11회 무주산골영화제	1.1억	6.2 ~ 6.6	26개국 88편
14회 광주여성영화제	0.35억	11.9 ~ 11.14	14개국 53편
제6회 서울동물영화제	0.3억	10.19 ~ 10.23	21개국 51편
제25회 정동진독립영화제	0.45억	8.4 ~ 8.6	1개국 22편
제14회 부산평화영화제	0.08억	10.26 ~ 10.29	12개국 26편
제13회 서울배리어프리영화제	0.05억	11.7 ~ 11.11	2개국 23편
12회 광주독립영화제	0.25억	6.22 ~ 6.25	2개국 34편
제6회 제주혼듸독립영화제	0.25억	10.07 ~ 10.14	1개국 38편
2023원주옥상영화제	0.15억	8.31 ~ 9.2	3개국 23편
제24회 제주여성영화제	0.2억	9.13 ~ 9.17	16개국 40편
제7회 서울무용영화제	0.17억	11.3 ~ 11.5	12개국 40편
2023 제25회 부산독립영화제	0.25억	11.16 ~ 11.20	1개국 63편
제10회 가톨릭영화제	0.09억	10.26 ~ 10.29	23개국 51편

영화제명	지원금	행사기간	영화상영편수
16회 여성인권영화제	0.30억	9.20 ~ 9.24	15개국 47편
제15회 서울국제건축영화제	0.15억	9.6 ~ 9.17	18개국 34편
제28회 춘사국제영화제	0.08억	11.22 ~ 11.24	1개국 22편
2023 서울국제노인영화제	0.20억	5.11 ~ 5.15	71편
제23회 대한민국국제청소년영화제	0.06억	8.23 ~ 8.27	1개국 13편
제10회 목포국도1호선독립영화제	0.26억	8.17 ~ 8.20	63편
제43회 한국영화평론가협회상 시상식	0.34억	9.20	-
제24회 부산영화평론가협회상 시상식	0.16억	12.08 ~ 12.09	1개국 3편
2023회 한국퀴어영화제	0.3억	6.17 ~ 6.30	16개국 42편
2023 춘천영화제	0.3억	9.07 ~ 9.11	10개국 62편
제 5회 우리나라 가장동쪽 영화제	0.1억	8.18 ~ 8.20	1개국 20편
합계	5.94억원	-	-

자료: 문화체육관광부

[2024년도 국내 및 국제영화제 지원 실적]

영화제명	지원금	행사기간	영화상영편수
제41회 부산국제단편영화제	0.48억	4.25(목) ~ 4.30(화)	39개국 136편
제25회 전주국제영화제	6.863억	5.1(수) ~ 5.10(금)	43개국 232편
제13회 광주독립영화제	0.24억	6.27(목) ~ 6.30(일)	2개국 27편
제28회 부천국제판타스틱영화제	4.543억	7.4(목) ~ 7.14(일)	49개국 243편
제26회 서울국제여성영화제	1.831억	8.22(목) ~ 8.28(수)	39개국 132편
제20회 서울인디애니페스트 영화제	0.6억	9.26(목) ~ 10.1(화)	18개국 118편
제16회 DMZ국제다큐멘터리영화제	1.893억	9.26(목) ~ 10.2(수)	43개국 140편
제29회 부산국제영화제	6.1억	10.2(수) ~ 10.11(금)	63개국 224편
제7회 서울동물영화제	0.3억	10.17(목) ~ 10.23(수)	24개국 56편
제14회 서울국제프라이드영화제	1.15억	11.7(목) ~ 11.13(수)	30개국 104편
합계	24억원	-	-

자료: 문화체육관광부

[2025년도 국내 및 국제영화제 지원 실적]

영화제명	지원금	행사기간	영화상영편수
- 대규모 영화제 분야 : 6개처(2,198백만원)			
제27회 부천국제애니메이션페스티벌	0.74억원	10.24.(금) ~ 10.28.(화)	30개국 115편
제30회 부산국제영화제	5.47억원	9.17.(수) ~ 9.26.(금)	65개국 241편
제29회 부천국제판타스틱영화제	5.33억원	7.3.(목) ~ 7.13.(일)	41개국 220편
제17회 DMZ국제다큐멘터리영화제	2.19억원	9.11.(목) ~ 9.17.(수)	50개국 143편
제26회 전주국제영화제	5.35억원	4.30.(수) ~ 5.9.(일)	41개국 224편
제27회 서울국제여성영화제	2.9억원	8.21.(목) ~ 8.27.(수)	38개국 138편
합계	21.98억원	-	-
- 중소규모 영화제 분야 : 14개처(998백만원)			
제15회 서울국제프라이드영화제	1.2억원	11.6.(목) ~ 11.12.(수)	37개국 114편
제20회 대한민국 대학영화제	0.3억원	11.7.(금) ~ 11.9.(일)	1개국 96편
제13회 무주산골영화제	0.99억원	6.6.(금) ~ 6.8.(일)	18개국 86편
제17회 서울국제건축영화제	0.8억원	9.12(금) ~ 9.21(일)	22개국 33편
제21회 서울인디애니페스트 영화제	0.95억원	9.18.(목) ~ 9.23.(화)	25개국 210편
제8회 서울동물영화제	0.5억원	10.25.(토) ~ 11.1.(토)	23개국 48편
제26회 대구단편영화제	0.28억원	8.21.(목) ~ 8.25.(월)	1개국 68편
제12회 목포국도1호선독립영화제	0.3억원	8.14.(목) ~ 8.17.(일)	1개국 76편
제27회 정동진독립영화제	1억원	8.1.(금) ~ 8.3.(일)	1개국 27편
제17회 서울국제초단편영화제	0.9억원	10.24.(금) ~ 10.29.(수)	48개국 249편
제15회 서울배리어프리영화제	0.4억원	11.4.(화) ~ 11.9.(일)	5개국 29편
16회 광주여성영화제	0.4억원	11.5.(수) ~ 11.10.(월)	11개국 56편
제22회 서울국제실험영화페스티벌	1억원	7.24.(목) ~ 7.31.(목)	26개국 107편
제42회 부산국제단편영화제	0.96억원	4.24.(목) ~ 4.29.(화)	41개국 157편
합계	9.98억원	-	-

주: 대규모 영화제의 경우 총사업비 규모가 12억원 이상, 중소규모 영화제의 경우 총사업비 규모가 12억원 미만인 영화제를 말함
자료: 문화체육관광부

[2026년도 국내 및 국제영화제 지원 실적]

영화제명	지원금	행사기간	영화상영편수
- 국제영화제 분야 : 9개처(3,240백만원)			
제16회 서울국제프라이드영화제	0.83억	11.5.(목) ~ 11.11.(수)	-
제27회 전주국제영화제	5.78억	4.29.(수) ~ 5.8.(금)	-
제30회 부천국제판타스틱영화제	6.44억	7.2.(목) ~ 7.12.(일)	-
제21회 부산국제어린이청소년영화제	1.44억	7.8.(수) ~ 7.14.(화)	-
제11회 울산울주세계산악영화제	1.17억	9.18.(금) ~ 9.22.(화)	-
제31회 부산국제영화제	9.68억	10.6.(화) ~ 10.15.(목)	-
제18회 DMZ국제다큐멘터리영화제	2.39억	9.10.(목) ~ 9.16.(수)	-
제22회 제천국제음악영화제	2.31억	9.3.(목) ~ 9.8.(화)	-
28회 서울국제여성영화제	2.36억	8.20.(목) ~ 8.26.(수)	-
합계	32.4억원	-	-
- 국내영화제 분야 : 23개처(1,021백만원)			
제9회 제주혼듸독립영화제	0.06억	9.18.(금) ~ 9.21.(월)	-
제23회 청주국제단편영화제	0.1억	8.21.(금) ~ 8.23.(일)	-
제28회 정동진독립영화제	0.7억	8.7.(금) ~ 8.10.(월)	-
제21회 대한민국 대학영화제	0.23억	11.6.(금) ~ 11.8.(일)	-
제14회 서울국제어린이영화제	0.66억	9.10.(목) ~ 9.15.(화)	-
제14회 무주산골영화제	1.32억	6.4.(목) ~ 6.8.(월)	-
제9회 머내마을영화제	0.2억	9.9.(수) ~ 9.13.(일)	-
제27회 대구단편영화제	0.24억	8.20.(목) ~ 8.25.(화)	-
제43회 부산국제단편영화제	1.27억	4.23.(목) ~ 4.28.(화)	-
제26회 전북독립영화제	0.25억	10.29.(목) ~ 11.2.(월)	-
제28회 부천국제애니메이션페스티벌	0.82억	10.23.(금) ~ 10.27.(화)	-
제9회 서울무용영화제	0.13억	4.17.(금) ~ 4.19.(일)	-
제18회 서울국제초단편영화제	0.70억	10.23.(금) ~ 10.28.(수)	-
제13회 목포국도1호선독립영화제	0.24억	8.13.(목) ~ 8.17.(월)	-
제17회 제주프랑스영화제	0.19억	10.14.(수) ~ 10.18.(일)	-
제18회 서울국제노인영화제	0.17억	10.20.(화) ~ 10.23.(금)	-
제28회 부산독립영화제	0.23억	11.19.(목) ~ 11.23.(월)	-
제23회 서울국제실험영화페스티벌	0.7억	7.23.(목) ~ 7.30.(목)	-
17회 광주여성영화제	0.48억	11.12.(목) ~ 11.16.(월)	-
제22회 서울인디애니페스트 영화제	0.77억	9.17.(목) ~ 9.22.(화)	-
제16회 서울배리어프리영화제	0.34억	11.11.(수) ~ 11.15.(일)	-
제9회 전주국제단편영화제	0.11억	9.17.(목) ~ 9.21.(월)	-
19회 여성인권영화제	0.3억	7.8.(수) ~ 7.12.(일)	-
합계	10.21억원	-	-

주: 2026년 영화제 미개최 및 정산기한이 직 도래하지 않아 영화상영편수 미집계
자료: 문화체육관광부

영화산업 육성정책·사업 평가

발간일	2026년 11월 16일
발행인	국회예산정책처장 이신우
편 집	예산분석실 사회행정사업평가과
발행처	**국회예산정책처** 서울특별시 영등포구 의사당대로 1 (tel 02 · 2070 · 3114)
인쇄처	㈜디자인여백플러스(tel 02 · 2672 · 1535)

이 책은 국회예산정책처 홈페이지(www.nabo.go.kr)에서 보실 수 있습니다.

ISBN 979-11-6799-277-2 93350

Ⓒ 국회예산정책처, 2026

국민과 함께 미래를 여는 국회

(07233)서울특별시 영등포구 의사당대로 1
Tel. 02-2070-3114 www.nabo.go.kr

발 간 등 록 번 호
31-9700487-002334-01

국회예산정책처
NATIONAL ASSEMBLY BUDGET OFFICE