

<붙임 2>

등록대상 방송사업자 콘텐츠 제작역량 평가방안

2012. 12.

방 송 통 신 위 원 회

□ 콘텐츠 제작역량 평가의 도입배경

- 콘텐츠가 부가가치 창출과 경쟁력의 원천이 되는 21세기 창조경제 시대를 맞이하여 방송산업의 콘텐츠 제작역량 제고에 관한 산업적, 정책적 관심이 부각되고 있음
- 방송통신융합 진전, 유무선 인터넷 발달, 각종 스마트 기기 확산으로 본격적인 다매체·다채널·N-스크린 시대가 도래하면서 이용자의 다양한 수요를 충족시킬 수 있는 경쟁력 있는 콘텐츠 기획, 생산, 유통을 위한 사업자 간 경쟁이 심화되고 있음
- 방송콘텐츠 산업의 고부가가치, 연관산업 파급효과, 양질의 일자리 창출, 국가 브랜드 제고 등에 주목하여 세계 주요 국가들은 방송콘텐츠 산업의 제작역량 제고를 위한 다각적인 정책방안 및 지원사업 개발에 적극 노력 중임
- ※ 유럽연합의 "MEDIA 2007"은 유럽 시청각 산업의 진흥을 위해 인력교육, 제작, 유통, 홍보 등에 이후 7년간 총 7억 5천만 유로를 투자
- ※ 영국은 Creative Britain(2008), Digital Britain(2009) 등을 통해 창조산업을 영국경제의 전략산업으로 인식하면서, 방송콘텐츠를 포함하는 콘텐츠 산업 전반에 대한 다각적 지원을 펼치고 있음
- ※ 우리나라도 '11년 콘텐츠산업을 범국가적 전략산업으로 육성하기 위하여 방통위, 문화부, 기재부 등 11개 부처가 참여하여 콘텐츠산업 진흥기본계획을 수립. 방통위는 디지털방송콘텐츠 지원센터 구축, 방송 콘텐츠 전문인력 양성, 방송프로그램 및 양방향 콘텐츠 지원, 방송콘텐츠 해외수출 촉진 등 방송콘텐츠 산업의 경쟁력 강화를 위한 다각적인 노력을 기울이고 있음

- o 이러한 방송콘텐츠 산업의 중요성에도 불구하고, 실상 국내 방송사업자의 콘텐츠 제작역량 현황에 대해서는 객관적인 실태파악이 이루어지지 않음
 - 기존의 “방송산업실태조사”는 방송사업자의 일반적 현황(사업자/종사자 수, 시설/장비, 프로그램편성/유통, 사업결합, 손익/재무현황 등)에 관한 통계자료를 단순 수집, 기술하고 있어 급변하고 있는 방송산업의 콘텐츠에 특화된 제작역량을 파악할 수 없음
- o 한편, 방통위가 고품질 방송콘텐츠의 제작과 보급을 장려하기 위해 시행하고 있는 “방송프로그램 제작지원 사업”의 경우, 방송프로그램에 대한 사전 제작계획서를 중심으로 사업자를 선정하고 있어 지원사업의 실효성 증대를 위해 실질적인 제작역량 데이터가 필요함

<표 1> “방송프로그램 제작지원 사업” 중 경쟁력 강화 우수 프로그램 제작지원 심사기준

심사부문	평가항목	배점
제작계획의 우수성 및 독창성(60)	채널 경쟁력 강화실현의 부합성	20
	소재 및 구성(스토리)의 독창성·창의성	20
	프로그램 내용의 우수성 및 제작지원의 적합성	20
제작비의 적절성(20)	자체자원(인력·시설) 활용 및 공동제작을 통한 자원 활용 적절성	10
	제작비 구성의 적정성	10
제작능력 및 제작·홍보계획 (20)	제작실적 및 제작·유통 능력	10
	제작·홍보계획의 구체성 및 제작실현 가능성	5
	향후 타매체 유통 가능성 및 OSMU가능성	5
총 점		100

□ 콘텐츠 제작역량 평가의 필요성

- o 콘텐츠 제작역량 평가는 방송콘텐츠 산업진흥 정책수립 및 지원사업 집행을 위한 실증적인 근거자료를 도출한다는 점에서 의미가 큼

- 매년 축적되는 콘텐츠 제작역량 평가결과를 시계열적으로 분석함으로써 국내 방송콘텐츠 산업 활성화를 위한 단기적 및 중장기적 정책방안을 개발
- 개별 방송사업자의 콘텐츠 제작역량 평가결과를 바탕으로, 정부의 산업진흥을 위한 지원사업의 효율성이 극대화될 수 있는 사업분야와 수혜자를 판별
- o 개별 방송사업자의 제작역량은 물론 국내 방송콘텐츠 산업의 전반적인 경쟁력 제고를 위해서는 산업실태조사 방식보다는 평가방식이 더욱 효율적임
- 방송사업자는 자사의 방송콘텐츠 제작역량 수준을 타 사업자와 비교함으로써 자신의 장단점을 파악하고, 경쟁력 제고를 위한 사업전략과 실행방안을 마련
- 사업자 비교평가 방식을 통해 방송사업자 간 선의의 경쟁을 유발함으로써 국내 방송콘텐츠 산업 전반의 경쟁력 제고에 기여

□ 콘텐츠 제작역량 평가의 목적

- o 방송사업자의 콘텐츠 제작역량을 객관적으로 평가, 비교함으로써 방송콘텐츠의 품질 제고를 위한 방송사업자의 동기를 부여하고, 이를 통해 방송의 공적책임을 도모하기 위함
- o 방송사업자의 콘텐츠 제작역량 평가결과를 정부의 콘텐츠 분야 지원사업과 연계함으로써 정부 지원사업의 실효성을 증진하고자 함
- o 방송사업자의 콘텐츠 제작역량 수준에 대한 현실 인식과 사업자 간 경쟁 유발의 계기를 제공함으로써 궁극적으로 국내 방송콘텐츠 산업의 경쟁력 제고에 기여하고자 함

2

콘텐츠 제작역량 개념 및 구성요인 도출

□ 방송콘텐츠 산업의 특징

○ 방송콘텐츠 산업은 기획, 제작, 유통의 과정을 거치면서 각 단계에서 부가가치가 창출되는 가치사슬 구조를 가지고 있음

- (기획) 방송콘텐츠의 내용과 형식을 구성하는 아이디어가 창출되고, 콘텐츠 제작과 유통에 필요한 자본유치, 수익모델 수립, 시장분석, 예산/인력관리, 편성/유통계획 등이 구상되고 수립되는 단계로 핵심가치는 창의성(creativity)임
- (제작) 기획단계에서 구상된 방송콘텐츠를 실제 작품화하기 위하여 제작주체는 자본, 인력, 기술을 활용하여 신규 콘텐츠, 고품질 및 다기능 콘텐츠를 생산하는 단계로 핵심가치는 생산성(productivity)임
- (유통) 기획, 제작단계를 거쳐 생산된 방송콘텐츠를 시장에 공급하기 위하여 다각적인 유통경로의 확보, 효율적인 마케팅·광고·홍보전략, 고객/수용자 관리 등을 통해 수익성을 극대화하는 단계로 핵심가치는 효율성(efficiency)임

[그림 1] 방송콘텐츠 산업의 가치사슬 흐름도



- o 방송콘텐츠 산업은 기획, 제작, 유통의 각 단계에서 **고도의 자본, 인력, 기술을 총체적으로 투입하는 종합산업임**
 - **(자본)** 창의적 콘텐츠 기획, 양질의 콘텐츠 제작, 효율적 콘텐츠 유통을 위해서는 우수인력 확보 및 운용을 위한 인건비, 첨단 제작시설·장비·기술에의 투자, 킬러 콘텐츠 제작 및 구매, 수용자 분석 및 관리에의 마케팅 비용 등 **막대한 규모의 자본이 지속적으로 필요함**
 - **(인력)** 인간의 창의성과 문화적 감성을 고도의 테크놀로지에 결합시키는 방송콘텐츠 산업의 특성상 전문성, 혁신성, 다양성, 심미성, 보편성 등 다각적인 분야에 대한 **전문적 인력의 확보와 운용이 매우 필수적임**
 - **(기술)** 방송콘텐츠 제작시설 및 장비의 디지털화, 콘텐츠의 고품질화 및 다기능화(*HD, 3D, 양방향 콘텐츠 등), 방송콘텐츠 유통경로의 다변화 등 방송콘텐츠의 경쟁력을 제고하기 위해서는 **고도의 하이테크 시설, 장비, 기술이 필요함**
- o 방송콘텐츠 산업은 물질적 부가가치를 창출하는 경제적 영역임과 동시에, 인간의 문화적 가치를 창출하는 사회적 영역이기도 함
 - **(경제적 영역)** 방송콘텐츠 산업은 시장 메커니즘을 통해 콘텐츠(또는 방송프로그램)라는 **물질적 상품을 생산, 유통함으로써 부가가치를 창출하는 경제적 영역임**
 - **(사회적 영역)** 방송콘텐츠 산업은 사회문화적 가치를 내포한 콘텐츠의 이용을 통해 **사회의 전체적 가치와 이용자 개인의 정서에 영향을 미치는 사회적 영역임**

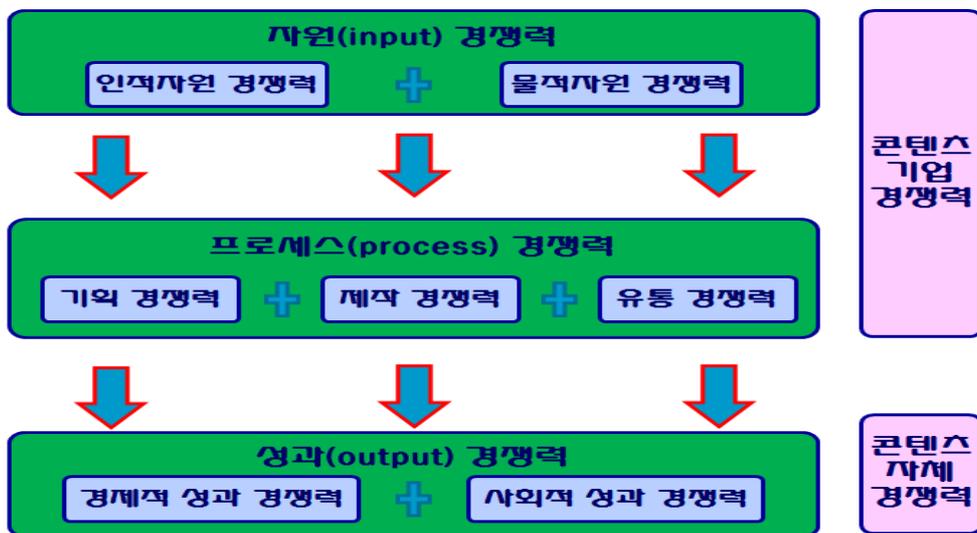
□ 콘텐츠 제작역량 개념 및 구성요인

- (콘텐츠 제작역량 개념) 방송사업자가 방송콘텐츠 기획, 제작, 유통에 투입하는 자원과 프로세스의 경쟁력 및 콘텐츠를 통한 사회·경제적 성과 측면에서 다른 사업자에 비해 상대적으로 우월한 경쟁력을 갖추고 있는지를 평가함
- 콘텐츠 제작역량은 자원 경쟁력(인적자원, 물적자원), 프로세스 경쟁력(기획, 제작, 유통), 성과 경쟁력(경제적 성과, 사회적 성과)의 총 7개 요인으로 구성되나, 기획경쟁력은 계량화하기 어려워 평가에서 제외함

〈표 2〉 방송사업자 콘텐츠 제작역량 구성요인

구분	설명	세부 요인
자원 경쟁력	콘텐츠 기획, 제작, 유통 과정에서 가용할 수 있는 자원의 경쟁력	인적자원 경쟁력 물적자원 경쟁력
프로세스 경쟁력	콘텐츠를 통해 부가가치가 창출되는 과정에서 보유한 경쟁력	기획 경쟁력* 제작 경쟁력 유통 경쟁력
성과 경쟁력	콘텐츠를 통해 창출한 경제적, 사회적 가치 측면에서의 경쟁력	경제적성과 경쟁력 사회적성과 경쟁력

[그림 2] 방송사업자 콘텐츠 제작역량 구성요인



□ 평가 대상 사업자 범위

○ 국내 방송법 및 인터넷멀티미디어방송사업법 상 실시간 텔레비전 방송 콘텐츠의 기획, 제작, 유통을 주된 사업분야로 하는 일반등록 대상 방송사업자

- 방송법 상 방송채널사용사업자 중 승인 대상 방송사업자(종합편성채널, 보도전문채널, 홈쇼핑채널)를 제외한 일반등록 대상 실시간 방송채널사용사업자

- 인터넷멀티미디어방송사업법 상 승인대상 콘텐츠사업자(종합편성채널, 보도전문채널, 홈쇼핑채널)를 제외한 일반등록 대상 실시간 인터넷 멀티미디어방송콘텐츠사업자

※ 라디오와 데이터 방송콘텐츠는 영상이 아닌 음성, 부호, 데이터의 형태로 제작되는 콘텐츠로 영상, 음성, 부호, 데이터 등을 종합적으로 제공하는 텔레비전 방송콘텐츠와는 경쟁력 요소가 상이하므로 평가대상에서 제외

※ 주문형 방송콘텐츠 사업은 방송콘텐츠를 직접 기획, 제작하기보다는 기 생산된 콘텐츠를 2차 시장에서 유통하는 것으로 경쟁력 요소 및 시장의 차별성 등 실시간 방송콘텐츠 사업과 상이한 요소가 많아 평가대상에서 제외

○ 일반등록 대상 방송채널사용사업자는 방송평가의 사각지대에 있는 사업자 군으로 그동안 사후관리 및 사후평가에 대한 필요성이 꾸준히 제기되어 옴

- '01년 PP등록제 이후 진입규제가 낮아지면서 사업자 수는 증가하였지만, 다양성, 프로그램 질, 콘텐츠 제작역량의 측면에서 오히려 퇴보하였다는 비판적 평가가 있어 왔음

※ '03년 123개 PP사업자, 총 매출액 2조 3,023억에서 '11년 178개 사업자, 총 매출액 11조 5,156억원으로 시장규모는 증가하였으나, 질적 성장(콘텐츠 경쟁력, 품질, 시청자 만족 등)은 미흡하다는 평가를 받음

- 이에, 등록대상 방송채널사용사업자에 대한 콘텐츠 제작역량을 평가하여 유료방송 산업의 콘텐츠 경쟁력을 전반적으로 점검하고, 향상시키는 계기로 활용할 수 있음

□ 평가항목 및 평가내용

- o 방송사업자의 콘텐츠 제작역량 평가의 객관성과 신뢰성을 제고하면서도 방송사업자로 하여금 평가에 대한 부담을 최소화할 수 있도록 총 14개 평가항목 구성
- 사업자의 자료작성에 대한 부담을 줄이기 위해 현재 방통위에서 매년 조사하고 있는 방송사업자재산상황공표집, 방송산업실태조사보고서에 기 제출된 자료를 최대한 활용
- o 총 6개 콘텐츠 제작역량 세부 구성요인에 따라 총 14개 평가항목을 구성

〈표 3〉 구성요인별 평가항목

구성요인	세부 구성요인	평가항목
자원 경쟁력	인적자원 경쟁력	①콘텐츠 인력 전문성, ②콘텐츠 인력 개발, ③콘텐츠 인력 보상
	물적자원 경쟁력	④자기자본, ⑤제작비, ⑥콘텐츠 지적재산권 평가
프로세스 경쟁력	제작 경쟁력	⑦신규 콘텐츠 제작, ⑧신기술 콘텐츠 제작
	유통 경쟁력	⑨국내시장 유통 역량, ⑩해외시장 유통 역량
성과 경쟁력	경제적 성과 경쟁력	⑪국내 시장 수익성, ⑫해외 시장 수익성
	사회적 성과 경쟁력	⑬콘텐츠 내용 심의규정 준수여부, ⑭콘텐츠 수상실적 평가

※ 평가항목에 따른 평가척도와 세부기준에 대한 설명은 <붙임> 참조

- ① 콘텐츠 인력 전문성: 전체 정규직 종사자 대비 콘텐츠 전문인력 비율 평가
- ② 콘텐츠 인력 개발: 총 영업비용 대비 콘텐츠 직무관련 교육비 비중 평가
- ③ 콘텐츠 인력 보상: 총 영업비용 대비 인건비 비중 평가

- ④ 자기자본: 총 자산 중 자기자본이 차지하는 비중 평가
- ⑤ 제작비: 제작비 총 규모와 총 영업비용 대비 제작비 비중 평가
- ⑥ 콘텐츠 지적재산권 평가: 평가년도에 확보한 방송콘텐츠 저작재산권 건수 평가
- ⑦ 신규 콘텐츠 제작: 연간 총 방송편성시간 중 자체,공동·외주,구매후 제작 콘텐츠의 초방 편성시간 비율 평가
- ⑧ 신기술 콘텐츠 제작: 연간 총 방송편성시간 중 신기술을 활용하여 제작된 콘텐츠의 초방 편성시간 비율 평가
- ⑨ 국내시장 유통 역량: 국내 시장에 판매한 자사제작 방송콘텐츠 총 편수 평가
- ⑩ 해외시장 유통 역량: 국제 방송콘텐츠 견본시 진출 편수 및 해외시장 콘텐츠 판매 편수 평가
- ⑪ 국내 시장 수익성: 국내시장 방송사업수익 규모와 콘텐츠 인력 1인당 국내시장 방송사업수익 규모 평가
- ⑫ 해외 시장 수익성: 해외시장 방송사업수익 규모와 콘텐츠 인력 1인당 해외시장 방송사업수익 규모 평가
- ⑬ 콘텐츠 내용 심의규정 준수여부: 심의관련 체규정 위반 건수 평가
- ⑭ 콘텐츠 수상실적 평가: 국내외 각종 콘텐츠 관련 수상 건수 평가

□ 평가항목별 배점

- 1,000점 만점에 경쟁력 요인별 중요도를 고려하여, 성과 경쟁력(400점), 자원 경쟁력(350점), 프로세스 경쟁력(250점)으로 배분

〈표 4〉 항목별 세부 평가 지표 및 배점

구성 요인	세부 요인	세부 평가 항목(14개)	세부 평가 지표(19개)	배점	
자원 경쟁력 (350)	인적 자원 (100)	인력 전문성(50)	콘텐츠 전문인력 비중	50	
		인력 개발(25)	콘텐츠 직무관련 교육비	25	
		인력 보상(25)	콘텐츠 인력 인건비	25	
	물적 자원 (250)	자기자본(50)	자기자본 비중	50	
		제작비(150)	제작비 규모	75	
			제작비 비중	75	
콘텐츠 지적재산권(50)	콘텐츠 저작권 보유	50			
프로세스 경쟁력 (250)	제작 (200)	신규 콘텐츠 제작(170)	자체제작 콘텐츠	100	
			공동/외주제작 콘텐츠	50	
			구매후 제작 콘텐츠	20	
	유통 (50)	신기술 콘텐츠 제작(30)	신기술 콘텐츠	30	
			국내시장 유통 역량(30)	국내시장 판매량	30
				해외시장 유통 역량(20)	해외 견본시 진출
		해외시장 판매량	10		
성과 경쟁력 (400)	경제적 성과 (300)	국내시장 방송사업 수익(200)	방송사업수익 규모	100	
			콘텐츠 인력 1인당 방송사업수익 규모	100	
		해외시장 방송사업 수익(100)	방송사업수익 규모	50	
			콘텐츠인력 1인당 방송사업수익 규모	50	
	사회적 성과 (100)	콘텐츠 내용 심의규정 준수여부(50)	방송심의 관련 제규정 준수여부	50	
		콘텐츠 수상실적(50)	콘텐츠 수상실적	50	
총계				1,000	

- o 자원경쟁력 중 잠재적인 제작역량의 주된 요소로 판단한 제작비 등 물적자원(250점)을 인적자원(100점)보다 높은 점수 부여
 - 인적자원 중에서는 콘텐츠 전문인력 보유를 중요한 요소로 보고 인력 전문성(50점)에 인력 개발(25점)과 보상(25점) 보다 높게 배점
 - 물적자원의 경우, 잠재적인 제작역량의 가장 중요한 요소인 제작비 (150점)에 자기자본(50점), 콘텐츠 지적재산권(50점)보다 높은 점수 부여

- 프로세스 경쟁력에서는 제작(200)을 유통(50점)보다 핵심 요인으로 평가
 - 제작의 세부 평가지표 중에서는 신규콘텐츠 제작(170점)을 주된 요소로 평가하되, 자체제작(100점), 공동/외주제작(50), 구매후 제작(20)으로 차별화하고 신기술 콘텐츠 제작(30점)에 일부 점수 부여
 - 유통의 경우, 1차적인 시장을 국내로 보고 국내시장 유통 역량(30점)에 해외시장 유통 역량(20점) 보다 높은 점수 부여
- 성과 경쟁력에서는 객관적인 지표인 경제적 성과(300점)에 가장 높은 점수를 부여하고, 방송사업자로서 최소한의 공적 책무를 감안하여 사회적 성과(100점) 배점 부여
 - 경제적 성과에서는 사업수익의 1차적인 시장을 국내로 보고 국내시장 방송사업 수익(200점)을 해외시장 방송사업 수익(100점) 보다 높게 하되, 전체규모와 효율성을 함께 평가할 수 있도록 각각 방송사업수익 규모와 콘텐츠 인력 1인당 방송사업수익 규모에 같은 점수 부여
 - 사회적 성과에서는 콘텐츠 내용 심의규정 준수여부(50점)와 콘텐츠 수상실적(50점)을 같은 점수로 평가

□ 평가 단위 및 자료제출 방식

- 콘텐츠 제작역량 평가를 위한 자료제출은 채널 단위로, 평가결과는 채널 단위 및 법인 단위 방송사업자로 산출
 - 개별 평가항목의 세부기준에 대하여 자료는 채널단위로 제출하는 것을 원칙으로 함
 - 단, 복수의 채널을 운영하는 방송사업자의 경우, 채널단위로 자료제출이 불가능한 경우, 법인단위의 자료를 해당 채널의 자료로 대체
 - 복수의 채널을 운영하는 방송사업자에 대해서는 채널별 결과점수와 법인단위 결과점수(채널 평균)를 동시에 산출

□ 평가결과 활용 방안

- ① 국내 방송콘텐츠 산업 활성화를 위한 단기적, 중장기적 진흥 정책방안 개발에 활용
 - 매년 축적되는 콘텐츠 제작역량 평가결과를 시계열적으로 분석, 기초자료를 축적함
- ② 정부의 방송프로그램 제작지원사업에서 사업자 선정을 위한 심사시 근거 자료로 활용
 - ※ 허가승인 사업자의 경우, 방송평가 결과를 활용하여 제작지원제도 심사시 반영
- ③ 평가결과를 공표하여 시청자 및 SO의 채널선택 기준으로 활용할 수 있도록 정보 제공
- ④ 방송대상에 “콘텐츠 제작역량” 부문을 마련하여 콘텐츠 제작역량 우수 사업자에 대한 시상을 정례화
 - 규모대비 제작역량을 비교분석하여 실질적인 중소콘텐츠 제작업체 육성에 기여

□ 평가실시

- (실시 주기) 매년 실시
- (평가대상 기간) 방송사업자가 제출한 해당 평가년도의 직전 년도 1월 1일부터 12월 31일까지를 평가대상 기간으로 함(*방송평가에 관한 규칙 제13조 ‘평가대상 기간’ 준용)
- (수행기관) 외부의 공신력 있는 제3의 기관이 평가지원단이 되어 평가수행

□ 결과 공개

- 콘텐츠 제작역량 평가도입 첫 해임을 고려하여 개별 방송사업자의 충점을 발표하지 않고 「매우우수」, 「우수」, 「보통」, 「미흡」, 「매우미흡」 사업자군의 5등급으로 차등화하여 평가결과를 공개함