

한반도 르네상스 구현을 위한

# VIP 리포트

■ 4차 산업혁명시대의 규제혁신 방향  
: 민간 자율규제로의 전환이 필요하다

# 목 차

## ■ 4차 산업혁명시대의 규제혁신 방향 : 민간 자율규제로의 전환이 필요하다

<b>Executive Summary</b> .....	<b>i</b>
<b>1. 개 요</b> .....	<b>1</b>
<b>2. 국내 영상물 산업 현황과 과제</b> .....	<b>3</b>
<b>3. 주요국의 영상물 등급분류기관 성격</b> .....	<b>10</b>
<b>4. 영상물 자율등급분류제 도입 시 예상되는 경제적 효과</b> .....	<b>13</b>
<b>5. 시사점</b> .....	<b>16</b>
<b>※ 별첨</b>	
① 국무조정실, <b>2018년 규제정비종합계획 (2018.2.27)</b> .....	<b>18</b>
② 규제와 경제성장 간의 관계에 대한 선행 연구 결과 .....	<b>19</b>
③ 주요 선진국의 영상물 등급분류 현황 .....	<b>20</b>

본 보고서에 있는 내용을 인용 또는 전재하시기 위해서는 본 연구원의 허락을 얻어야 하며, 보고서 내용에 대한 문의는 아래와 같이 하여 주시기 바랍니다.

총        괄        :   백   흥   기   이   사   대   우   (02-2072-6228, hkback@hri.co.kr)

산업협력실       :   장   우   석   연   구   위   원   (02-2072-6237, jangws@hri.co.kr)

## Executive Summary

### < 요약 >

#### ■ 개요

4차 산업혁명 시대에 일자리와 유망시장을 창출하고 경제 성장을 도모하는 '혁신성장' 정책이 성공하기 위해서는 내생적 혁신을 통한 성장(organic growth)을 촉진하는 규제 개혁이 뒷받침되어야 한다. 많은 기업들이 시대에 뒤떨어진 규제는 혁신적 기업가정신(entrepreneurship)의 발양을 저해하고 신산업 투자에 차질을 초래한다고 지적하고 있다. 정부도 혁신성장을 위한 규제개혁의 중요성을 강조하고 있으나, 근본적인 차원에서 규제의 패러다임이 '민간 자율규제'로 전환되어야 한다는 시장의 기대에는 못 미치고 있다.

이에 본 연구에서는 최근 급성장하고 있는 영상물 콘텐츠 산업의 사례를 통해 4차 산업혁명 시대의 규제혁신 방향이 민간 자율규제로 전환되어야 할 필요성을 살펴보았다.

#### ■ 국내 영상물 산업 현황과 과제

**(현황)** 국내 영상물 산업의 시장 규모는 2011년 19.9조원에서 2015년 26.5조원으로 연평균 7.4%씩 빠르게 성장하고 있다. 영상물 산업이 국내총생산(GDP)에서 차지하는 비중은 0.6% 수준이며, 최근 한류 열풍과 함께 수출이 증가함에 따라 2015년 기준 수출 6.5억달러, 수입 2.2억달러로 4.4억달러의 무역수지 흑자를 기록하였다.

**(과제)** 산업 육성 차원에서 당면 과제를 살펴보면, 첫째, 4차 산업혁명 진행으로 더욱 고성장이 예상되는 온라인 동영상 서비스(OTT) 육성 정책이 필요하다. 둘째, 한류 확산 분위기를 적극 활용하는 한편, 글로벌 업체의 국내 진출 강화 추세에 대응해 콘텐츠 투자 확대와 사업 기반 강화가 시급하다. 셋째, 실시간, 맞춤형 수요 니즈에 부응하여 다양한 포맷·장르의 콘텐츠 확보와 소비 촉진에 적합한 방향으로 규제 개혁이 요구된다.

#### ■ 주요국의 영상물 등급분류 기관 성격

영상물 등급분류(maturity rating system)는 영상물 감상이 가능한 연령을 규정할 목적으로 등급을 분류하는 체계를 의미한다. 우리나라는 영상물등급위원회가 영화, 비디오 등 영상물과 그 광고물에 대해 등급분류를 시행하고 있다. 독립기관이지만, 위원 임명의 법률 규정과 수입의 정부지원 의존도(2017년 총수입중 89.6%)에서 보면 정부 주도형 기구로 특징된다. 세계 각국도 영상물 등급분류제도를 활용하고 있으며, 시장

현황과 이용 문화, 사회적 인식 등에 따라 서로 상이한 심의제도를 도입하고 있어 단순하게 제도적 우열을 비교하는 것은 불가하다. 다만 미국, 일본, 영국, 독일, 프랑스의 등급분류기관 성격을 살펴보면, 이중 프랑스를 제외한 4개국은 법령에 의해 설립된 국가기관이 아니라 해당 업계가 참여해 설립한 **민간 기관으로 자율적으로 등급을 분류하는 조직(Self-Regulatory Organization)**이다. 이들은 영상물을 규제하는 것보다 수요자가 관람 여부를 판단할 수 있는 영상물에 대한 정보(등급분류)를 제공하는 역할을 수행하고 있어, 영상물 상영을 규제하는 측면보다 수요자들의 권리를 우선 시하는 서비스 기구라 할 수 있다. 예산도 기관 참여업체의 회비나 심의수수료로 충당하고 있다.

### ■ 영상물 자율등급분류제 도입 시 예상되는 경제적 효과

모바일게임 시장은 지난 2011년 자체등급분류제가 도입되면서 전년동기대비 2011년 33.8%, 2012년 89.1%, 2013년 190.6%로 급성장하였다. 이에 비추어 볼 때 민간자율 등급분류제 도입 시 영상물 산업은 전반적으로 현재보다 활성화 될 가능성 있는 것으로 평가된다.

디지털 온라인 영화 시장의 매출액이 20% 증가할 경우 실질 GDP 증가효과는 약 584억원으로 추산되며, 취업자 수는 약 1,248명 증가할 것으로 기대된다.

한편, 영화관 매출액이 10% 증가할 경우 실질 GDP 증가효과는 약 1,264억원, 취업자 수 증가효과는 약 2,512명으로 추정된다.

### ■ 시사점

**첫째,** 4차 산업혁명 시대에 새롭게 떠오르는 시장의 활력을 제고하기 위해서는 민간 자율규제로의 패러다임 전환이 시급하다.

**둘째,** 전 세계적인 5세대 이동통신 상용화 흐름에 부응하여 영상물 콘텐츠 산업을 혁신성장과 일자리 창출의 유망산업으로 육성하기 위한 정책적 접근이 필요하다.

**셋째,** 국내 제품 및 서비스의 글로벌 시장 진출이 활성화될 수 있도록 국가 간 협력을 통한 시장 통합을 적극 모색할 필요가 있다.

**넷째,** 핵심 기술에 대한 연구개발(R&D) 투자, 인프라 구축과 함께 신기술 서비스에 특화된 전문 인력을 양성하는 데 주력해야 한다.

## 1. 개요

### ○ 4차 산업혁명 시대, '혁신성장'의 달성의 첫걸음은 규제 혁신에서 시작

- 일자리와 시장을 창출하고 경제 성장을 도모하는 '혁신성장' 정책이 성공하기 위해서는 내생적 혁신을 통한 성장(**organic growth**)을 뒷받침하는 규제 개혁이 중요
  - 과거 기술, 제품, 업종 간 구분이 명확했던 산업화 시대의 시장 환경에 적용되었던 규제는 현재 이들 간 연결화, 융합화를 요구하는 환경으로 변화하는 추세를 오히려 제약하는 요인으로 작동할 가능성
  - 공간적 제약 없이 세계적 차원에서 유통과 소비가 진행되면서 시장이 확대되는 상황에서 낙후한 규제는 해당 국가의 산업 발전을 제약
- 많은 기업들이 시대에 뒤떨어진 규제는 혁신적 기업가정신(**entrepreneurship**)의 발양을 저해하고 신산업 투자에 차질을 초래한다고 지적
  - 대한상공회의소 조사<sup>1)</sup>에 따르면, 글로벌 경쟁에서 걸림돌이 되는 요소로 기술력 부족을 꼽은 기업은 55.9%에 불과한 반면 규제 애로를 꼽은 기업은 74.6%로 가장 큰 비중을 차지
  - 또한 신산업 분야에서 최근 1년 간 규제로 사업 차질을 경험한 기업의 비중은 47.0%에 달하는 것으로 조사됨
- 정부도 '4차 산업혁명에 선제적 대응과 국민 개개인의 삶의 질 향상'을 목적으로 규제혁신 추진 방향과 계획을 마련
  - 정부는 규제혁신 추진의 3대 영역으로서 ① '미래 新산업' ② '일자리 창출' ③ '민생불편과 부담' 분야 규제 혁신을 확정하고, 이를 기초로 30대 규제혁신 과제를 이행하는 계획을 수립\*
    - \* 자세한 내용은 [별첨①] '규제정비종합계획'(2018.2.27.) 참조
  - 그러나 근본적인 차원에서 규제의 패러다임이 '민간 자율규제'로 전환되어야 한다는 시장의 기대에는 못 미치고 있다는 지적이 제기

1) 대한상공회의소, 국내 신산업 규제 애로 실태조사, 2017.6.

○ 본 연구에서는 최근 급성장하고 있는 영상물 콘텐츠 산업의 사례를 통해 4차 산업혁명 시대의 규제혁신 방향이 민간 자율규제로 전환되어야 할 필요성을 검토

- 영상물 콘텐츠 산업은 폭발적인 성장이 기대되는 대표적인 산업으로 업계에서는 성장동력 강화를 위한 자율규제 도입 필요성을 지속적으로 제기
  - 4차 산업혁명의 초연결화, 융합화로 인해 스마트 기기로 인터넷 기반의 동영상 서비스를 소비하는 추세는 더욱 확산될 것으로 기대
  - 그러나 과거 산업화(오프라인) 시기에 만들어진 제도적 틀은 혁신성과 창의성에 기반한 이머징 산업의 진흥보다는 규제에 집중한 것이어서 신산업이 충분한 잠재력을 발휘하지 못하고 성장을 제약받게 될 우려
  - 특히, 이머징 미디어(emerging media)를 활용한 영상물 콘텐츠 산업은 시대에 뒤떨어진 규제로 인해 성장하지 못할 우려가 있기 때문에 자율적인 진흥 위주의 제도화 조치가 필요
- ※ 참고: 1990년대 후반 인터넷 기반의 이머징 사업으로 등장한 온라인 유통업은 그동안 진흥책보다는 소비자 보호 등 측면에서 정책이 집중되면서 현재 국내 업체의 경쟁력은 취약
- 영상물의 현행 사전 등급분류제도는 스마트 시대의 영상물 소비 특징인 실시간 소비, 차별적 니즈에 부합한 콘텐츠의 대량화·다양화 소비를 충족하는 데 한계가 노정되고 있음

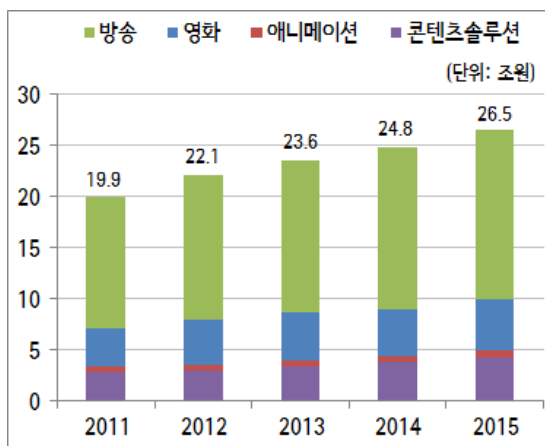
- 본고에서는 4차 산업혁명 시대에 영상물 콘텐츠 산업의 성장을 가속화하기 위한 방안으로써 자율등급제 도입 필요성을 검토
  - 먼저 영상물 산업의 시장 동향과 과제를 살펴보고, 주요국의 영상물 등급분류제도를 규제기관 성격에 맞춰 사례를 조사
  - 영상물 자율등급제 도입에 따른 경제적 효과를 추정하고 영상물 콘텐츠 산업 발전을 위한 정책적 시사점을 도출

## 2. 국내 영상물 산업 현황과 과제

### ○ 국내 영상물 산업 현황

- (범위) 영상물 산업은 영화나 비디오, 텔레비전 따위의 영상 매체로 전달되는 자료 및 정보의 제작, 유통과 관련된 산업을 통틀어 이르는 말
  - 영상물은 영화, 비디오, TV 등 전통적인 영상매체와 스마트폰, 태블릿 PC 등 스마트 미디어로 전달되는 콘텐츠<sup>2)</sup>를 가리킴
  - 최근 동향인 다매체용(One-Source Multi-Use) 콘텐츠 제작과 인터넷 온라인 기반의 콘텐츠 소비 추세로 보면 거의 모든 콘텐츠가 영상물에 해당되나, 본 연구에서는 영상물을 전통적인 영상매체 전달 목적으로 제작되는 방송, 영화(비디오, 애니메이션 포함)로 좁혀서 살펴봄
  - 이에 따라 영상물 산업은 방송, 영화로 전달될 영상물인 방송, 영화, 애니메이션의 제작, 유통 그리고 이를 지원하는 저작물, 보호, 과금/결제 등을 행하는 콘텐츠솔루션으로 영역 규정
- (시장) 영상물 산업은 2015년 26.5조원이며, 2011~15년 연평균 7.4% 증가

< 영상물 산업 시장 규모 >



< 영상물 산업 위상 >

구 분	비중 (2015)	2011~15 연평균증감률
영화	19.3%	7.9%
애니메이션	2.3%	3.7%
방송	62.1%	6.6%
콘텐츠솔루션	16.3%	10.7%
영상물 산업	100%	7.4%

자료 : 문화체육관광부, 2016영상물산업 통계조사보고서, 2017.5.

2) 『콘텐츠산업 진흥법』(국가법령정보센터, <http://www.law.go.kr>)에는 아래와 같이 콘텐츠, 콘텐츠산업을 정의.  
 - "콘텐츠"란 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체 포함)의 자료 또는 정보.  
 - "콘텐츠산업"이란 경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체 포함)의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업.

- 영상물 산업은 2011년 19.9조원에서 2015년 26.5조원으로 연평균 7.4% 증가
- 영상물 산업에서 방송업이 62.1%(2015년 16.5조원)로 절반 이상 차지하며, 영화업은 19.3%(5조원), 애니메이션업이 2.3%(0.6조원)이며, 이들 사업을 지원하는 콘텐츠솔루션이 16.3%(4.3조원)

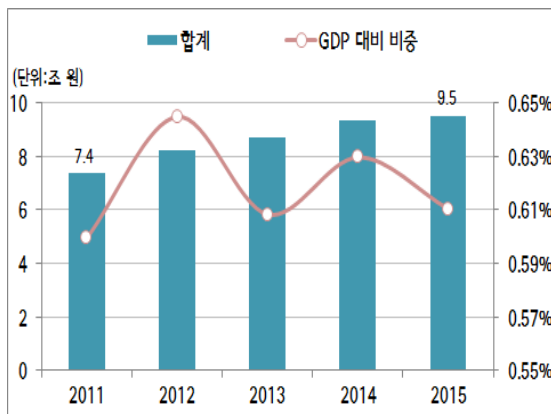
- (국민경제 비중) 영상물 산업은 부가가치액이 **2015년 9.5조원**으로서 **GDP의 0.6%** 차지

- 영상물 산업의 부가가치액은 2015년 9.5조원으로 2011년 7.4조원에서 연평균 6.5%씩 증가
- 영상물 산업 부가가치에서 방송업이 62.8%(2015년) 차지하고, 영화 18.0%, 콘텐츠솔루션 16.8%, 나머지 애니메이션이 2.3% 차지
- 2011~15년 부가가치 연평균 증가율로 보면, 방송 (+7.1%), 콘텐츠솔루션 (+8.3%), 영화(+4.0%)는 증가한 반면 애니메이션만 미미(-0.6%)하게 감소
- GDP에서 영상물 산업 비중은 매년 0.6%가 지속

- (무역) 영상물 산업은 **2015년 수출 6.5억 달러, 수입 2.2억 달러**로 무역수지는 **4.4억 달러의 흑자(2011년 2.1억 달러)**를 시현

- 2011~15년 수출은 연평균 6.8% 증가, 수입은 7.0% 감소하면서 무역수지가 2011년 2.1억 달러에서 2015년 4.4억 달러로 급증
- 방송은 동기간 적자에서 흑자로 전환했으나, 영화는 2013년 1,327만 달러까지 줄었던 적자 규모가 재차 확대되는 추세

< 영상물 산업 부가가치액과 GDP 비중 >



< 영상물 산업의 무역 현황 >

(단위: 100만 달러)

구 분	수출비중 (2015)	무역수지 (2015)	2011~15 연평균증감률
영화	4.5%	-32	16.7%
애니메이션	19.4%	120	2.2%
방송	49.1%	174	9.6%
콘텐츠솔루션	26.9%	175	4.7%
영상물 산업	100%	437	6.8%

자료 : 문화체육관광부, 2016영상물산업 통계조사보고서, 2017.5.



## ○ 산업 육성 측면에서 살펴본 과제

## ① (신산업 육성) 4차 산업혁명 진행으로 더욱 고성장이 예상되는 온라인 동영상 서비스(OTT) 육성 정책이 필요

## - 4차 산업혁명 진행으로 OTT(over-the-top; 온라인동영상서비스)를 통한 콘텐츠 유통과 소비의 가속화가 진행

- OTT서비스란 기존 매체인 TV없이도 인터넷이 가능한 스마트폰, PC 등 다양한 기기를 통해 비디오, 오디오 등의 방송프로그램, 영화 등의 콘텐츠를 제공하는 서비스를 의미
- 국내 OTT 동영상 서비스의 시장규모는 1,071억원 수준<sup>3)</sup> (2015년 기준, 월정액 매출 626억원, 유료콘텐츠 구매 매출 445억원)
- 정부는 지난 2014년 12월에 수립한 <스마트미디어 산업 육성 계획(안)>에 따르면, OTT 시장이 2012~2020년 연평균 28.0%(2015~2020년 13.2%)의 높은 성장을 예상
- 전세계 TV가입과 수신료 시장은 2015~2020년 동안 연평균 3.4% 증가할 것으로 전망되며, 그 하위 시장으로서 공영방송 수신료는 동기간 연평균 0.8% 증가, 유료방송 가입료 2.8% 증가하는 데 비해, OTT/스트리밍은 13.2% 증가할 것으로 전망. 그에 따라 OTT/스트리밍 시장 비중은 2015년 6.4%에서 2020년 10.0%로 확대<sup>4)</sup>

## - 이에 대응, OTT 산업을 정부가 4차산업혁명에 대응해 추진중인 규제샌드박스를 적용받는 신용합서비스업의 하나로 추진할 것을 요청

- OTT 동영상 서비스의 2015년 1,071억 원은 유료방송 수신료매출총액(2조 7,885억 원)의 3.8% 수준에 불과하며, 유료방송사업자의 VOD 수신료매출(6,380억 원)의 약 16.8% 정도에 해당<sup>5)</sup>
- 아직 시장 형성단계에 있는 OTT 서비스를 온라인 동영상 서비스 이용 확대와 한류 추세 확산을 활용한 신성장 산업의 하나로서 관련 콘텐츠

3) 방송통신위원회, 2016년도 방송시장 경쟁상황 평가, 2016.12.

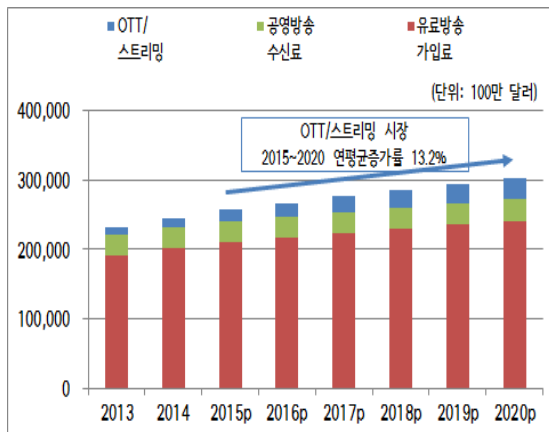
4) 한국콘텐츠진흥원, 2016 방송영상산업백서, 2017.2.

5) 국내 OTT 동영상 서비스의 2015년 광고매출 규모(1,352억 원)는 2015년 유료방송사업자들의 VOD 광고매출 규모(965억 원)의 1.4배 정도에 해당 (자료: 방송통신위원회, 2016년도 방송시장 경쟁상황 평가, 2016.12.).

제작 및 유통 기반을 강화하는 정책 추진이 요구

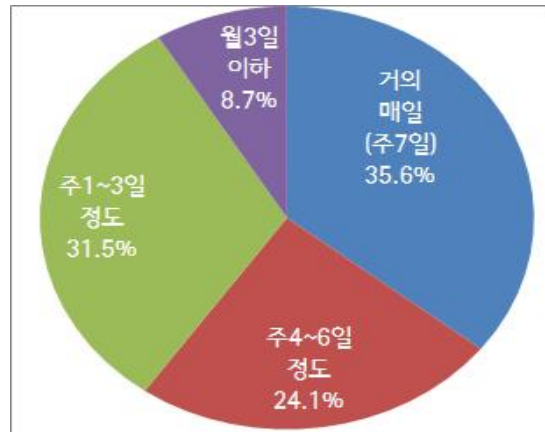
- 현재 도입 추진중인 규제샌드박스제 적용 분야(ICT융합, 핀테크, 산업융합, 지역혁신성장 산업)는 주로 기술 기반의 제조·금융업에 집중되고 있어, 일자리 창출 수단으로 정책 현안인 서비스업 활성화의 일환으로 OTT 서비스 육성을 적극 검토

< 전세계 OTT 시장 규모 >



자료 : 한국콘텐츠진흥원, 2016 방송영상산업 백서, 2017.2.

< OTT 시청 빈도 (표본수=1,041)>



자료 : 방송통신위원회, 2016년도 방송시장 경쟁상황 평가, 2016.12.

② (경쟁 기반 확충) 한류 확산 분위기를 적극 활용하는 한편, 글로벌 업체의 국내 진출 강화 추세에 대응해 콘텐츠 투자 확대와 사업 기반 강화가 시급

- 영상물 산업이 성장할 잠재성이 높은 환경이 조성

- 영화, 애니메이션, 방송을 포함하는 영상물 산업의 GDP 대비 비중이 0.6%로서 세계 3대 콘텐츠 시장인 2위인 일본(0.6%)과는 동일하고, 3위인 중국(0.4%)보다 약간 높지만, 미국(1.2%)에는 절반 비중에 불과<sup>6)</sup>
- 우리나라의 주요 영상물 수출국인 중국과 일본이 2015~2020년 간 영상물 시장 성장률이 각각 연평균 9.1%, 2.9%로 전망되고 있으며, 이는 우리나라 2.4%보다 높은 수준임
- 여기에 더해 한류 확산을 배경으로 해서 영상물 산업의 성장 잠재성은 높은 여건을 가지고 있어, 이를 기회로 삼아 산업 경쟁 기반을 확충하면서 해외 시장 확대 노력이 요청

6) 한국콘텐츠진흥원, 2016 해외 콘텐츠 시장 동향조사, 2017.1.

- 글로벌 인터넷 동영상 서비스 업체의 국내 진출 강화를 맞아 이들의 자본과 기술을 활용해 국내 산업의 경쟁력을 갖추는 방안 모색이 필요
- 한류 붐 조성과 함께 고도의 스마트 미디어 환경이 갖추어진 여건으로 인해 글로벌 업체들의 한국 사업 확대 가능성이 높은 상황
- 글로벌 업체의 진출은 장기적으로 내수시장을 잠식할 우려가 있으나, 단기적으로 현재의 유료방송시장에 미치는 영향은 제한적일 것으로 예상
- 아직까지 국내 유료방송 가격은 해외에 비해 낮은 수준이어서 글로벌 업체의 가격경쟁력이 높지 않은 상황
- 다른 한편으로 수요에 부응한 다양한 포맷과 장르의 콘텐츠 개발이 촉진되면서 국내업체의 투자 확대, 대형화 등 경쟁 기반을 자극하면서 전반적으로 산업 고도화 실현이라는 긍정적 효과도 기대
- 과거 국산 영화를 보호할 목적으로 도입한 스크린쿼터제를 2006년 한미 FTA 협상 과정에서 축소 또는 폐지하는 방향으로 수용하면서 엄청난 논란이 야기되었지만, 결과적으로 국산영화 상영일수가 절반으로 줄어들었음에도 불구하고 오히려 국내 영화 산업의 경쟁 기반은 강화
- 따라서 글로벌 기업과의 건전한 생태계를 형성하는 한편 국내 업체의 취약한 경쟁 기반을 확충하는 기회로 활용할 것이 요청

&lt; 영상물시장의 GDP 대비 비중 &gt;

구분	2011	2013	2016
한국	0.6%	0.6%	0.6%
미국	1.3%	1.3%	1.2%
일본	0.4%	0.5%	0.6%
중국	0.4%	0.3%	0.4%

&lt; 영상물 시장 전망 (2015~20) &gt;

구분	영화	애니메이션	방송	합계
한국	1.3%	1.3%	2.7%	2.4%
미국	1.2%	1.2%	1.5%	1.5%
일본	1.8%	1.8%	3.0%	2.9%
중국	19.0%	19.0%	6.7%	9.1%

자료 : 한국콘텐츠진흥원(해외콘텐츠 시장동향조사)와 한국은행(경제통계시스템) 자료를 활용  
해 HRI 산출.

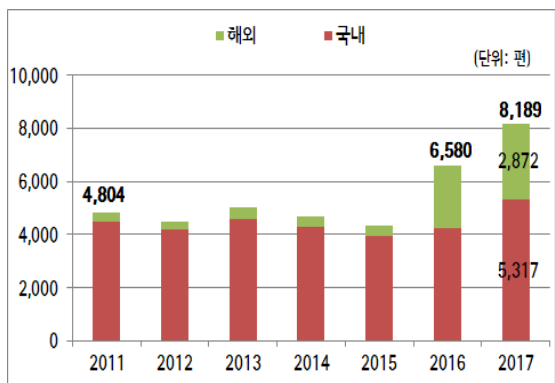
주 : 시장 전망은 2015~2020년 연평균 증가율임.

- ③ (수요 니즈 대응) 실시간, 맞춤형 수요 니즈에 부응하여 다양한 포맷·장르의 콘텐츠 확보와 소비 촉진에 적합한 방향으로 규제 개혁이 요구
- 현행 규제 체계에 의해 영화·비디오·음악영상물은 방송프로그램과 달리 사전 등급분류제가 적용
    - 현행 영상물 시장에서 실시간 방송프로그램은 방송사 자체심의만으로 방송되며(이후 방송통신심의위원회의 사후 규제를 받음), 방송된 이후 VOD로 유통될 때에는 별도의 등급분류를 받지 않음
    - 반면, 영화·비디오·음악영상물은 영상물등급위원회에서 유통 전의 내용 판단에 기반한 연령 등급분류를 심의하며, 그에 따라 유통 강제, 사후 모니터링을 통한 행정 조치를 실시
    - 방송프로그램의 VOD 유통이 급증하고 있는 상황에서, 영화·비디오·음악영상물에 대해서만 사전 등급분류를 강제하는 것은 영상물에 대해 서비스간의 규제가 불균형하게 되는 것이어서 불공정한 경쟁을 야기해 해당 산업의 발전을 제약할 가능성이 존재)
    - 한편 정부는 2018년 규제혁신 추진 계획에 시장출시전 사전 등급분류를 받고 있는 음악영상물에 대해 제작·배급업자가 자체 심의후 공급, 영상물등급위원회 사후 관리로 변경 추진하기로 결정8)
  - 영화·비디오·음악영상물의 글로벌화, 실시간화 트렌드로 소비 확대가 예상되는 상황에서 사전 규제 방식은 소비의 즉시성을 제약해 불법적인 콘텐츠 유통을 조장하면서 영상물 산업 발전을 저해

< 콘텐츠별 규제 현황 >

구분	규제기관	규제방식	
		사전규제	사후규제
영상물	영상물 등급위원회	●	●
	방송통신심의위원회	×	●
출판	간행물 유통위원회	×	●

< 비디오물 등급분류 현황 >



자료 : 영상물등급위원회, 영상물 등급분류 연감, 각호

7) 지난 2014년 12월 범정부 차원에서 수립한 <스마트 미디어 산업 육성 계획(안) 2015~2020>에 장기적으로는 OTT에 대해 자유로운 콘텐츠 유통을 촉진할 수 있도록 방송과 통신을 별도로 구분하지 않고, 동일한 사항에 대해서는 동일하게 규제하는 것을 의미하는 수평적 규제 체계로 전환 검토가 담겨 있음.

8) 국무조정실, 4차 산업혁명과 혁신 성장 뒷받침을 위한 2018년 규제혁신 추진계획, 2018.1.24.

- 오프라인 중심의 소비 환경에서 제정되었던 사전 규제 방식은 최근 인터넷 기반의 글로벌화, 실시간화로 특징지어지는 추세에 대응하는 데 한계
- 현재 비디오물 등급 심의는 처리 기한을 14일<sup>9)</sup>로 규정하고 있어 실시간 영상물이 소비되는 환경에서는 부적합하며, 시장 출시를 지체시켜 소비자 불만이 증대되고 불법·유해 콘텐츠의 유통을 조장할 수 있음
- 매년 4천~5천 편 수준에서 처리된 비디오물 등급분류 편 수가 2016년 6,580편, 2017년 8,189편으로 급증하고 있으며, 해외 업체의 국내 진출로 인해 등급분류 편 수는 지속적으로 증가할 것으로 예상되는 상황이어서, 사전 규제의 효과성을 보증하기 위해서는 규제 기관의 처리 역량을 계속 확충해가는 것도 과제<sup>10)</sup>

< 비디오 1편당 심사 시간 추정 >

- 영상물등급위원회는 산하에 심사할 콘텐츠별로 4개 소위원회, 그리고 소위원회를 지원하는 전문위원회를 구성해 운영중
- 비디오물 소위원회는 2016년 9명 위원으로 구성하고, 주2회 개최를 원칙으로 운영
- 소위원회는 전문위원회가 제시한 등급(다수결 기준)을 참고하여 최종 등급을 제시
- 2016년 비디오물 소위원회 1편당 심사 시간 추정
  - 개최 회의당 55.8편 (= 처리건수 6,580건 / 개최횟수 118회)
  - 편당 심사시간: 회의 시간이 2시간이면 2.2분, 3시간이면 3.2분, 4시간이면 4.3분, 5시간이면 5.4분으로 추정

<영상물등급위원회 소위원회의 2016년 운영 실적>

소위원회	등급분류 사항	위원	회의	2016년 회의 개최	
				개최횟수	처리건수
영화	한국·외국영화 등급분류	8명	주4회	149회	2,147건
비디오물	한국·외국비디오물 등급분류	9명	주2회	118회	6,580건
광고물	영화 및 비디오 광고·선전물	7명	주4회	199회	40,253건
공연추천	외국인 일반공연 및 관광업소 공연 추천	7명	주2회	90회	8,077건
합계		27명		556회	54,786건

자료 : 영상물등급위원회, 2017 영상물 등급분류 연감, pp.42-45.

주 : 회의 개최는 필요시 증회.

9) 영상물등급위원회, 2017년 영상물 등급분류 연감.

10) < 비디오물 등급분류 현황 (2014~2016년) > (단위:편)

구분	2014년	2015년	2016년
한국 비디오물	4,308	3,947	4,211
외국 비디오물	375	392	2,369
계	4,683	4,339	6,580

자료 : 영상물등급위원회, 2017 영상물 등급분류 연감, 2017, p.105.

### 3. 주요국의 영상물 등급분류기관 성격

- 영상물 등급분류(**maturity rating system**)는 영상물 감상이 가능한 연령 제한을 규정할 목적으로 등급분류 체계를 의미
  - 용어로서 등급분류(rating)와 유사한 검열(sponsorship)은 행정권의 개입, 시장 공개 제한을 의미하는 반면, 등급분류는 행정권의 개입이 없이 민간 자율성이 높고, 시장 공개 제한이 없는 경우를 의미
- 우리나라는 영상물등급위원회가 영화, 비디오 등 영상물과 그 광고물에 대해 등급분류를 시행
  - 설치 근거: 영화 및 비디오물의 윤리성과 공공성을 확보하고 청소년을 보호할 목적으로 <영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률>에서 설치 규정
  - 등급분류: 제작 또는 수입 영상물은 상영전까지 영상물등급위원회로부터 상영 등급을 분류받아야 함(동법 제29조)
  - 등급체계: 내용과 표현 정도에 따라 ‘전체 관람가’, ‘12세 관람가’, ‘15세 관람가’, ‘청소년 관람 불가’, ‘제한상영가(제한 관람가)’로 분류
  - 절차: (신청업체) 접수 → (영등위 해당부서) 서류검토 → (전문위원) 사전 내용 검토 → (소위원회) 등급결정 → (해당부서) 결과 통보 → (이용자) 영화·비디오 관람 → 사후관리
  - 기관 성격: 영상물등급위원회는 독립기관 (정부의 감시와 지시를 전혀받지 않는 직무상 독립과 신분 보장)이지만, 영상물의 사전심의를 행하고 있으며 영등위 위원 임명<sup>11)</sup>이 법률로 규정되어 있으며, 정부지원수입<sup>12)</sup>에 크게 의존하고 있어 정부주도형 등급분류기구

11) 영상물등급위원회는 위원장을 포함하여 9명 이내로 구성되며, 위원은 문화예술, 영상, 청소년, 법률, 교육, 언론, 비영리단체 등에서 종사하고 전문성과 경험이 있는 자 중에서 「대한민국예술원법」에 의한 대한민국예술원회장의 추천에 의하여 문화체육관광부 장관 위촉.

12) <총수입 중 정부지원 비중 추이>

(단위: 100만원)

	2013년 결산	2014년 결산	2015년 결산	2016년 결산	2017년 결산	2018년 예산
수입 총계	7,471	6,948	7,521	7,760	7,409	6,791
정부지원	7,374	6,433	6,621	6,874	6,642	5,694
(비중)	98.7%	92.6%	88.0%	88.6%	89.6%	83.8%

자료 : 영상물등급위원회, 수입 및 지출현황.

## ○ 해외 사례 : 주요국의 영상물 등급분류기관 성격

- 주요 선진국은 영상물등급분류를 국가가 아닌 업계 자율에 의해 시행
  - 세계 각국은 영상물 등급분류제도를 활용하고 있으며, 영화, 비디오, 게임 등 영상물 종류에 따른 시장 현황과 이용문화, 사회적 인식 등에 따라 서로 상이한 심의제도를 도입, 운영중에 있어 단순하게 제도적 우열을 비교하는 것을 불가
  - 아래 사례를 든 주요 5개국 중 프랑스를 제외한 영상물등급분류기관은 법령에 의해 설립된 국가기관이 아니라 해당 업계가 참여해 설립한 민간기관으로 자율적으로 등급분류하는 조직 (Self-Regulatory Organization)
  - 등급분류기관은 영상물을 규제하는 것보다 수요자가 관람 여부를 판단할 수 있는 영상물에 대한 정보(등급분류)를 제공하는 역할
  - 영상물을 규제하는 측면보다 수요자들의 권리를 우선시하는 서비스 기구라 할 수 있으며, 영상물 유형에 따라 등급분류기관이 다양
  - 예산도 기관 참여업체의 회비나 심의수수료로 조달

## &lt; 주요국의 영상물 등급분류 현황 &gt;

국가	운영주체	기관 성격	예산조달
미국	미국영화협회 (MPAA)	업계 자율 기구	참여업체 회비 또는 수수료
일본	영화윤리위원회	재단법인	참여업체 회비 또는 수수료
영국	영상등급심사기구(BBFC)	비정부기구	수수료
독일	SPIO	업계 기구	수수료
프랑스	국립영화센터 (CNC)	국가기관	국고 및 수수료
한국	영상물등급위원회	국가기관	국고 및 기타수입

자료 : 기관 홈페이지 및 위키피디아(wikipedia.org) 참조.

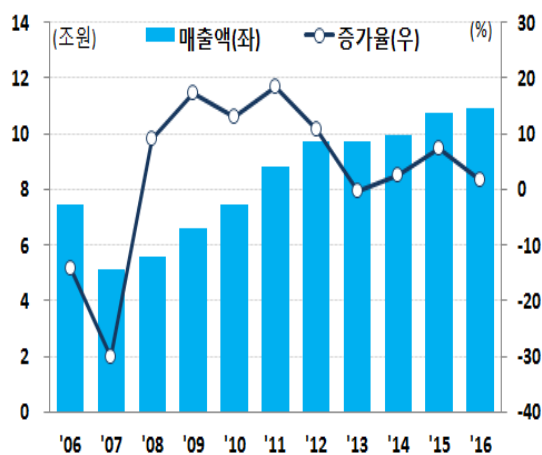
- VOD에 대해서는 영상물등급분류기관에 의한 사전 등급분류가 적용되지 않고 사업자 자율에 맡기는 경우가 많음
  - EU의 경우, 다수 국가(덴마크, 스웨덴, 네덜란드, 헝가리, 룩셈부르크, 핀란드, 라트비아, 그리스, 스페인 등)에서 VOD서비스에 대해 사업자가 각 회원국의 등급분류기준을 적용하여 자율적으로 등급을 부여하고 있음 (Protection of Minors in the Audiovisual Media Services: Trends & Practices, EGRA report, pp. 39-48; 별첨 자료)
  - 영국의 경우, BBFC는 VOD사업자들과 협력하여 자율등급제 구현 중 (BBFC 2016 Annual Report, p. 14)
  - 미국의 경우, 주요 배급업체들의 자율단체인 미국영화협회(MPAA)의 독립부서인 CARA(Classification and Rating Administration)에서 영화, 비디오 콘텐츠의 등급을 사전 또는 사후에 분류하며, VOD에 대해서는 OTT사업자가 MPAA의 기준에 따라 자율적으로 등급을 분류하고 있음
  - 일본의 경우, 영상윤리기구가 VOD 자율등급 가이드라인을 수립하여 사업자의 자율적인 등급분류를 허용하고 있음
  - 캐나다, 뉴질랜드, 브라질에서도 VOD에 대해 사업자가 자율적으로 등급을 분류하고 있음



#### 4. 영상물 자율등급분류제 도입 시 예상되는 경제적 효과

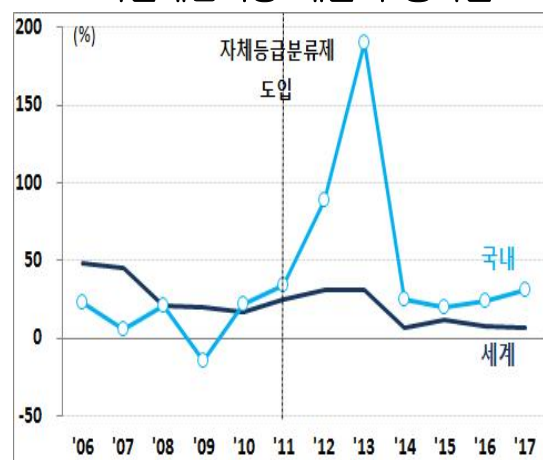
- 과거 모바일 게임시장의 경우에 비추어 볼 때 민간자율 등급분류제 도입 시 영화산업은 전반적으로 현재보다 활성화 될 가능성
  - 민간자율 등급분류제 도입 시 1년에 처리할 수 있는 영화·비디오물 등 편 수가 늘어나며 현재보다 더 많은 영상물이 시장에 유포 될 가능성
    - 다만 민간자율 등급분류제로 영화 및 VOD의 편 수가 얼마나 증가할지는 직접적으로 예상하기 어려움
- 2011년에 자체등급분류제가 도입된 모바일게임시장의 경우 2011년 이후부터 산업이 급성장
  - 2011년 사전 등급분류가 어려운 모바일 앱 마켓에 등록되는 게임물에 한해 자체 등급분류제도가 도입
  - 국내 모바일게임시장은 민간자율 등급분류제가 도입되기 이전까지 세계 모바일게임시장 성장속도를 하회
  - 자체등급분류제가 도입된 2011년 이후 국내 모바일게임시장 증가율은 전년동기대비 2011년 33.8%, 2012년 89.1%, 2013년 190.6%로 급성장
  - 2011년 이후 국내 모바일게임시장 급성장 배경은 기업들의 적극적인 개발과 마케팅 노력, 스마트기기 보급 확산 등도 영향을 미쳤지만 자체등급분류제의 도입도 일정부분 기여한 것으로 보임

< 국내 게임시장 규모 및 성장률 >



자료 : 한국콘텐츠진흥원.

< 모바일게임시장 매출액 증가율 >

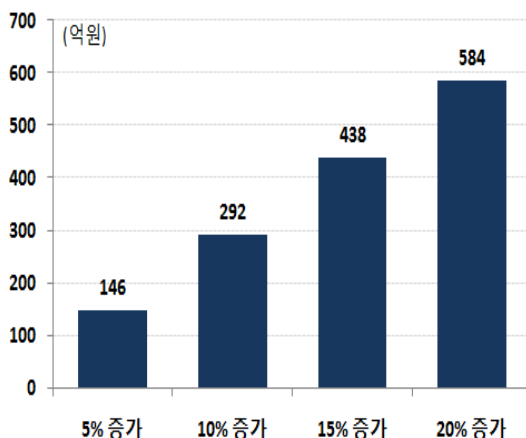


자료 : 한국콘텐츠진흥원.

○ 디지털 온라인 영화 시장<sup>13)</sup>의 매출 확대에 따른 경제유발효과 추정

- 영상물 자율등급제 도입의 영향으로 디지털 온라인 영화 시장의 매출액이 증가한다고 가정하고 이에 따른 경제적 유발효과를 추정
  - 디지털 온라인 영화 시장의 전체 매출액이 5%, 10%, 15%, 20% 늘어난다고 가정하고,
  - 디지털 온라인 산업의 매출액, 부가가치유발계수, GDP디플레이터 등을 이용하여 디지털 온라인 확대에 따른 경제 파급효과를 추정
  - 영화 간 경쟁도가 증가하며 나타날 수 있는 상쇄 효과는 고려하지 않음
- 디지털 온라인 영화 시장 매출이 20% 늘어날 경우 실질GDP 증가 효과는 584억원으로 추산되며 취업자 수 증가효과는 약 1,248명으로 추산
  - 영화 디지털 온라인 시장 매출이 10% 증가 시 실질GDP 증가 효과는 292억원 정도며 취업자 수 증가효과는 약 624명임
  - 다만 디지털 온라인 영화 시장 매출액의 경우 일부 플랫폼 사업자 데이터를 참고하여 콘텐츠 유통사 제공 데이터 기초로 추정된 자료이므로 경제적 효과가 과소평가 되었을 가능성

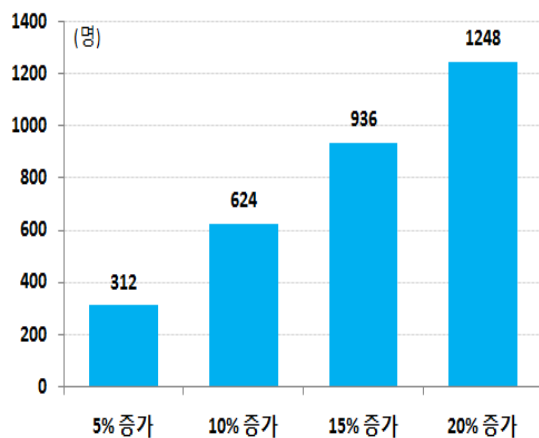
&lt; 디지털 온라인 영화 시장 확대에 따른 실질GDP 증가효과 &gt;



자료 : 현대경제연구원 자체추정.

주 : 5%, 10%, 15%, 20% 증가는 각각 매출액 증가를 의미.

&lt; 디지털 온라인 영화 시장 확대에 따른 취업자수 증가효과 &gt;



자료 : 현대경제연구원 자체추정.

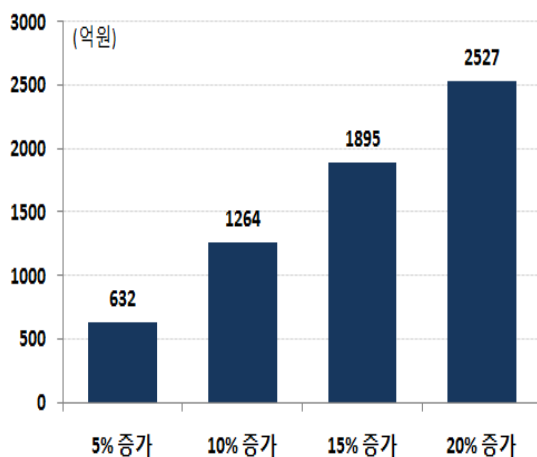
주 : 5%, 10%, 15%, 20% 증가는 각각 매출액 증가를 의미.

13) 디지털 온라인 영화 시장은 IPTV 및 디지털 CATV, 인터넷 VOD, 패키지 상품을 가리키는 시장으로서 2017년 총 매출 4,362억원에 달함 (자료: 영화진흥위원회, 2017년 한국 영화산업 결산, 2018. 3. 20.).

## ○ 영화관 매출 확대의 경제유발효과 추정

- 영화 편 수 확대에 따른 산업의 부가가치유발효과와 취업유발효과를 산출
  - 자율등급제 도입의 영향으로 영화 제작 편 수가 증가할 것이라는 가정은 인과관계 측면에서 제한성이 존재
  - 여기서는 영화 편 수가 현재보다 각각 5%, 10%, 15%, 20% 증가할 경우의 경제적 효과를 단순 추정하였으며, 확대 해석에 유의할 필요
- 한해에 개봉되는 영화 편 수가 늘어날 경우 영화를 관람하는 관객수가 늘어나며 전체 영화 산업의 매출액 증가로 이어짐
  - 영화 평균관람료, 편당 관객 수, 부가가치유발계수, GDP디플레이터 등을 이용하여 영화관에서 개봉되는 영화 증가에 따른 실질GDP 증가효과를 산출
  - 추가적으로 영화 편 수 증가에 따른 취업자수 증가 효과 역시 취업유발계수 활용하여 유사한 방식으로 산출
  - 제한된 상영관, 영화 간 경쟁이 늘어나며 나타날 수 있는 편당 관객 수 감소효과는 고려하지 않음
- 영화관 매출액이 10% 증가할 경우 실질GDP 증가 효과는 약 1,264억원이며 취업자 수 증가효과는 약 2,512명으로 추산됨

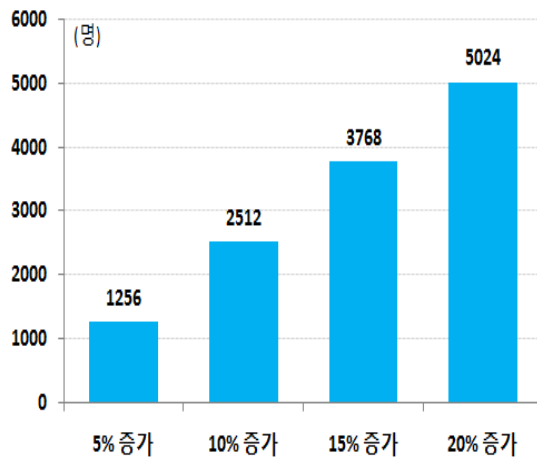
&lt; 영화관 매출 확대에 따른 실질GDP 증가효과 &gt;



자료 : 현대경제연구원 자체추정.

주 : 5%, 10%, 15%, 20% 증가는 각각 영화관 매출액 증가를 의미.

&lt; 영화관 매출 확대에 따른 취업자수 증가효과 &gt;



자료 : 현대경제연구원 자체추정.

주 : 5%, 10%, 15%, 20% 증가는 각각 영화관 매출액 증가를 의미.

## 5. 시사점

- 더욱 거세지고 있는 4차 산업혁명 추세와 전 세계적인 5세대 이동통신 상용화에 부응하여 영상물 콘텐츠 산업을 혁신성장과 일자리 창출을 위한 유망산업으로 육성하기 위한 정책적 노력이 중요
- 첫째, 4차 산업혁명 시대에 새롭게 떠오르는 시장의 활력을 제고하기 위해서는 민간 자율규제로의 패러다임 전환이 시급하다.
  - 지금 구축된 시장 보호 관련 법제도는 과거 산업화 시대에 맞춰 형성된 관계로 도입된 규제인 관계로, 앞으로 다가올 모든 사물이 인터넷으로 연결되어 국경, 시간 제약없이 글로벌적으로 실시간 거래되는 환경에는 오히려 부적합하거나 또는 당초의 도입 효과를 거두지 못할 가능성이 노출
  - 특히 영상물 사업은 이의 전환 속도가 비교적 빠른 사업에 해당해 대응 지체시에는 자본과 기술을 지닌 글로벌 업체에 자국 시장을 잠식당할 뿐만 아니라 저수익화 인한 성장 기반을 잠식당할 우려가 큼
  - 따라서 사업 활성화 측면에서 조기에 시장 선도자 위치를 확보하려면 필요한 기술 확보 뿐만 아니라 새로운 제품과 서비스를 최종소비자가 재빨리, 손쉽게 이용할 수 있도록 규제를 비롯한 사업 활동을 제약하는 환경을 개선하는 데에 역점을 두어야 함
  - 수요 확대 측면에서도 콘텐츠 등 서비스에의 이용 접근성을 높이고, 친속도를 제고
  - 조속한 수익 창출로 제품·서비스의 품질 향상을 도모하며, 이는 다시 좀 더 많은 고객과 시장을 불러 모을 수 있는 선순환 고리를 형성
- 둘째, 전 세계적인 5세대 이동통신 상용화 흐름에 부응하여 영상물 콘텐츠 산업을 혁신성장과 일자리 창출의 유망산업으로 육성하기 위한 정책적 접근이 필요하다.
  - 과거 2000년대 우리나라는 다양한 인터넷 기반 서비스 및 비즈니스 모델 등을 앞서 개발·상용화하였음에도 불구하고 해외 선진업체에 주도권을 넘겨준 아픈 경험을 갖고 있음
  - 이를 반면교사로 삼아서 지금 대두되고 있는 4차산업혁명의 추세를 활용

- 해 새로운 서비스를 발굴·육성하고 글로벌 시장 확대를 도모하는 국가적 전략이 필요한 상황
- 한류 확산, OTT 기기 확대, 글로벌 콘텐츠 소비에 이어 초대용량, 초고속화로 실시간 소비 추세를 이끌 5세대 이동통신의 상용화에 맞춰 영상물을 비롯한 콘텐츠 산업을 전략적으로 육성
  - 이와 함께 영화의 다양성 및 창의성 증진, 불필요한 행정비용 및 행정절차상 부담 감소를 통한 국내 영화산업의 경쟁력 강화가 필요
- 셋째, 국내 제품 및 서비스의 글로벌 시장 진출이 활성화될 수 있도록 국가 간 협력을 통한 시장 통합을 적극 모색할 필요가 있다.
- 인터넷 기반의 초연결 비즈니스 세계에서 소비 국경이 유명무실해지고 있으며, 국내법에 기반한 법제도만으로 산업보호와 육성에 한계가 존재하며 다른 한편으로 역차별 이슈가 제기될 가능성이 존재
  - 우리나라의 콘텐츠를 비롯한 서비스 수요가 높은 국가 또는 중국, 일본 등 주변국가와의 시장 통합을 도모하는 목적의 글로벌 차원의 협력 및 다자간 논의를 모색
  - 자국 벤처와 플랫폼사의 협력을 통해 해외 현지사업화를 촉진하는 현지 맞춤형 글로벌 진출을 지원할 수 있는 체제를 구축
- 넷째, 핵심 기술에 대한 연구개발(R&D) 투자, 인프라 구축과 함께 신기술 서비스에 특화된 전문 인력을 양성하는 데 주력해야 한다.
- 인공지능(AI), 빅데이터, 클라우드 컴퓨팅 등 정보통신기술과 이에 기반한 제품·서비스 개발에 필요한 응용기술 R&D 강화
  - 민간 부문이 이러한 기술을 활용하고, 사업 전개상 필요한 ICT 인프라 및 컨설팅을 지원할 수 있는 사업 인프라를 구축
  - 신기술 및 융합기술 등을 이용하는 서비스에 특화된 전문 인력을 양성하는 데 주력 **HRI**

장 우 석 연구위원 (2072-6237, jangws@hri.co.kr)

이 장 균 수석연구위원 (2072-6231, johnlee@hri.co.kr)

【별첨①】 국무조정실, 2018년 규제정비종합계획 (2018.2.27)

< 2018년 규제정비계획 체계 >

목 표

혁신과 민생을 위한 속도감 있는 규제혁신으로  
**국민이 체감하는 성과 창출 · 확산**

추진 전략

- ◆ (미래新산업 지원) 법·제도 정비 및 혁신성장 선도사업 역점 추진
- ◆ (일자리 창출) 일자리 프로젝트 발굴 지원 및 서비스·경쟁제한 규제 혁신
- ◆ (국민불편·부담 해소) 민생불편 해소 및 중기·소상공인 부담 경감 위한 규제 혁신

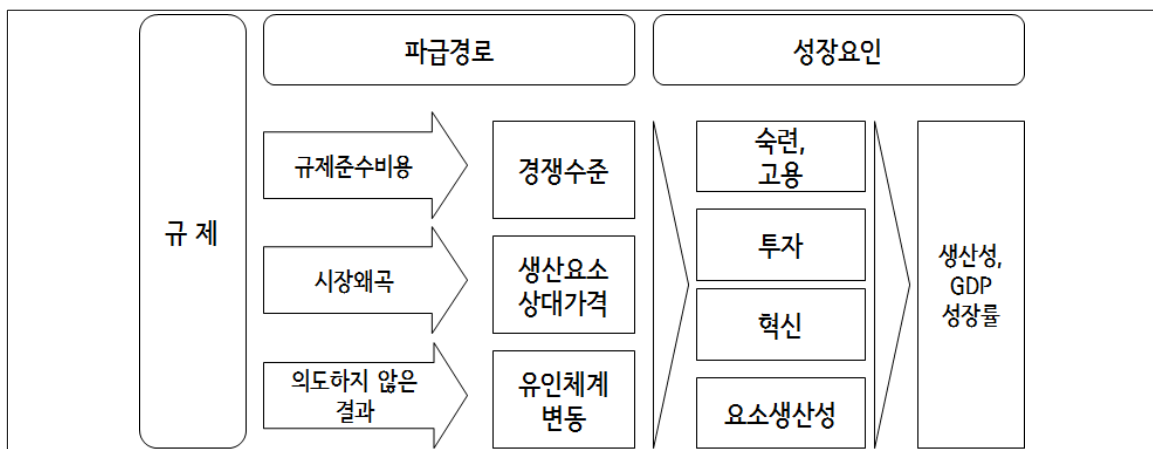
주요 추진 과제

1	2	3
<b>'미래新산업' 규제혁신</b>	<b>'일자리 창출' 저해 규제혁신</b>	<b>'국민불편·민생부담' 야기 규제혁신</b>
포괄적 네거티브 규제 전환 <small>(우선허용-사후규제)</small>	현장 중심 일자리 규제 혁신	민생불편 해소 및 지역분권 제고 규제혁신
신산업 선도사업 규제혁신	주요 분야별 일자리 산업 육성 <small>(서비스산업 및 경쟁제한적 규제혁신 등)</small>	중소기업·소상공인 부담 완화
<b>4 규제관리 시스템 및 행태 개선</b>		

## 【별첨②】 규제와 경제성장 간의 관계에 대한 선행 연구 결과

- 규제는 시장 실패(**market failure**)를 유발하는 요인을 해결하기 위해 도입되기 때문에 경제의 효율성을 향상시키지만, 오히려 비효율성을 초래하는 부작용도 낳음
  - 규제 입안은 고용, 투자, 혁신, 총요소생산성 등에 영향을 주어 최종적으로는 경제 전체의 생산성 및 성장률에 영향을 미침 (\*아래 그림 참조)
  - 그러므로 시장 실패를 극복하기 위해 입안된 규제가 과도하거나 역기능 역할 또는 의도치 않은 결과를 낳을 경우 경제 성장에 분명히 부정적으로 작용

< 규제 정책의 경제적 성과 파급 경로 >



자료 : Frontier Economies(2012), 이종한(2013)에서 재인용.

- 많은 연구는 규제와 경제 성장간의 관계를 분석으로 이런 주장을 뒷받침
  - 규제의 증가는 높은 산업생산성이나 경제성장을 유도하는 시장 역동성(**market dynamics**)을 저해 (자료: Jacobzone, S., Steiner, F., Lopez Ponton, E., Job, E., Assessing the Impact of Regulatory Management Systems, OECD Working Paper on Public Governance No 17, 2010. )
  - 우리나라, 규제가 10% 완화될 경우 총요소생산성의 증가율은 약 0.3% 상승 (자료: 한국은행, 규제완화가 경제성장에 미치는 영향 -총요소생산성 증대 효과를 중심으로, 2008.)
  - 우리나라 제조업 전체를 놓고 보면 규제비용이 50% 감소할 때 50년 후 전체 투자 및 자본스톡은 39.4%포인트 증가, 실업률은 0.64%포인트 하락 (자료: 정재원, 규제 비용이 기업 투자와 고용에 미치는 영향: 동태 CGE 모형 분석, KERI Insight 17-10, 한국경제연구원, 2017.9.20.)
- 현대경제연구원은 **OECD 수준 상품시장 규제 개혁시 성장률 0.3%p 향상을 주장** (자료: 현대경제연구원, 현안과 과제, 2014.5.23.)
  - OECD의 상품시장규제(Product Market Regulation) 지수를 활용해 우리나라가 선진국 수준으로 개선되었다면 2013년 경제성장률은 0.3%p 추가로 상승

### 【별첨③】 주요 선진국의 영상물 등급분류 현황

#### - 미국

- 영화산업의 업계 단체로서 헐리웃 주요 메이저<sup>14)</sup>가 참여한 미국영화협회 (Motion Picture Association of America; MPAA)의 독립부서인 CARA (Classification and Rating Administration)에서 영화, 비디오 콘텐츠의 등급을 분류

#### - 일본

- 콘텐츠별로 해당업계에서 구성한 등급분류별 심사조직을 운영중: 영화 (영화윤리위원회), 비디오 (일본비디오윤리협회), 소프트웨어 (컴퓨터소프트웨어 윤리기구), 컴퓨터 엔터테인먼트 (CESA, CERO),
- 이중 영화의 제작, 배급, 수입을 대표한 업계가 구성한 映倫維持委員會가 제3자기관인 映畫倫理委員會<sup>15)</sup>를 구성하여 영화윤리규정을 적용해 등급 분류
- 영화윤리위원회로부터 등급수수료를 받지 못하면 상영이 불가하며, 불법적 표현물로 인한 형사상 책임으로 자율적 등급 심의를 엄격히 적용하는 것으로 알려져 있음
- 영화윤리위원회 재정은 참여업체의 회비 및 수수료로 충당

#### - 영국

- 영화 및 비디오, DVD, 비디오 게임, 광고(영화광고 포함) 등 광범위한 콘텐츠의 등급분류를 영화산업계가 만든 비정부기구인 BBFC (British Board of Film Classification; 全英映像等級審査機構)에서 담당
- BBFC는 비영리조직이며, 독립성, 공정성을 유지하기 위해 등급분류를 요청한 영화, DVD의 상영 시간(running time)에 기준으로 산정한 수수료로 재정 충당
- 비디오 게임, 온라인 게임의 경우에는 주로 유럽등급분류 기관인

14) Walt Disney Studios Motion Pictures, Paramount Pictures Corporation, Sony Pictures Entertainment Inc., Twentieth Century Fox Film Corporation, Universal City Studios LLC, and Warner Bros. Entertainment Inc.

15) 2017년 4월 1일부터 기존의 임의단체였던 영화윤리위원회는 해산하고 새롭게 일반재단법인으로 설립된 영화윤리기구에 업무를 이관하고, 등급분류심사는 동 기구내에 신설한 영화윤리위원회가 담당.



PEGI(Pan European Games Information)에서 연령별, 콘텐츠별 제한을 뜻하는 비디오 라벨링 규제를 따르고 있음

#### - 독일

- 영화 업계 기구인 SPIO(Spitzenorganisation der Filmwirtschaft)에서 운영하는 자율규제조직원인 FSK에서 영화, 비디오, DVD, 상업광고의 등급분류를 담당
- FSK는 SPIO 간섭없이 독립적인 운영이 보장되며, 소요재정은 등급 수수료로 충당
- FSK의 등급분류를 받지 못한 콘텐츠는 내용과 상관없이 성인물로서만 유통 가능

#### - 프랑스

- 행정 기구인 CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée; 프랑스 국립 영화 센터)에서 담당하며, 재정적으로 독립된 단체로 설립
- CNC의 Board of Film Classification가 정한 등급분류에 기초해 문화부장관이 영화 상영 배포 증명서를 발행
- 영화 내용에 수정과 삭제를 하지 않는 것을 원칙으로 하여 모든 등급을 부여하되, 미성년자가 보기에 과도한 폭력이나 선정성을 지닌 X등급(성인 전용)의 경우는 전용상영관에서만 상영하고, 중과세를 부과<sup>16)</sup>

16) 우현용, 한국 영화등급분류제도의 규제적 특징 연구, 현대영화연구 Vol. 19 2014.