

---

# 콘텐츠산업 경쟁력강화 핵심전략

---

2018. 12. 13.

관계부처 합동



# 순 서

I. 추진배경 .....	1
II. 현황 및 문제점 .....	2
III. 추진전략 및 방향 .....	6
IV. 3대 중점 추진과제 .....	8
V. 2022년도 변화의 목표 .....	42
VI. 추진일정 .....	43
< 첨 부 >	
1. 콘텐츠산업 주요 통계 .....	47



# 콘텐츠산업 현황과 개념

## □ 콘텐츠(산업)의 개념과 영역

- 법령상 ‘콘텐츠’는 ‘부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등의 자료 또는 정보’라고 규정되나, (문산법 제2조3호)
- 일반적으로 ‘문화콘텐츠’ 내지 ‘문화산업’으로서 △창의적 아이디어 중심, △손쉬운 대량복제가 가능한 영화, 음악, 게임, 방송영상, 만화, 캐릭터, 애니, 대중문화, 패션 등의 분야를 의미(문산법 제2조1호)

### <참고> 콘텐츠산업 통계분류

구분	분류
출판산업	출판업, 인쇄업, 출판도소매업, 온라인출판유통업 등
만화산업	만화출판업, 온라인만화제작·유통업, 만화책임대업, 도소매업 등
음악산업	음악제작업, 음악·오디오물 출판업, 음반복제 및 배급업, 온라인음악유통업, 음악공연업 등
게임산업	게임 제작 및 배급업, 게임유통업 등
영화산업	영화 제작, 지원 및 유통업, 디지털온라인유통업 등
애니메이션산업	애니메이션 제작업, 애니메이션 유통 및 배급업, 온라인 애니메이션 유통업
방송산업	지상파 방송, 유선방송, 위성방송, 방송채널사용자업, 방송영상물제작업, 인터넷영상물제공업 등
광고산업	광고대행업, 광고제작업, 광고전문서비스업, 온라인광고·옥외광고대행업
캐릭터산업	캐릭터제작업, 캐릭터상품 유통업
지식정보산업	e-learning업, 가상세계 및 가상현실업, 기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업, 포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업 등
콘텐츠솔루션산업	콘텐츠솔루션업(저작물, 콘텐츠보호 모바일솔루션 등), 컴퓨터그래픽스(CG) 제작업

## □ 콘텐츠(산업) 관련 법령

문체부 소관	콘텐츠 (장르)	<기본법> ①문화산업진흥 기본법 ②콘텐츠산업진흥법 <장르별> ③영상진흥기본법 ④영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 ⑤게임산업 진흥에 관한 법률 ⑥음악산업 진흥에 관한 법률 ⑦이스포츠 진흥에 관한 법률 ⑧만화진흥에 관한 법률 ⑨대중문화예술산업 발전법 <관련법> ⑩문화예술진흥기본법 ⑪공연법 ⑫예술인복지법 등
	저작권	저작권법
	미디어	①출판문화산업진흥법 ②인쇄문화산업 진흥법 ③잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률 ④정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률 ⑤기타(뉴스통신진흥법, 신문 등 진흥법, 언론중배법, 지역신문발전법 등)
과기정통부, 방통위소관	미디어, 디지털콘텐츠	①방송법 ②정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 ③정보통신 진흥 및 융합 활성화 등에 관한 특별법



# I. 추진배경

## □ 콘텐츠는 한류와 혁신성장의 핵심 동력

- (신성장동력) 매출수출고용이 지속 성장세이며 타 산업에 비해 성장률이 높은 신성장산업이자, 청년종사자 비중이 타 업종 평균(14.8%)의 2배 수준(30.6%)

·(매출) ('06) 62.7조원 → ('10) 72.1조원 → ('14) 94.9조원 → ('17) 110.5조원 (76%↑)  
·(수출) ('06) 13.7억달러 → ('10) 32.3억달러 → ('14) 52.7억달러 → ('17) 68.9억달러 (400%↑)  
·(고용) ('06) 48.3만명 → ('10) 58.1만명 → ('14) 61.6만명 → ('17) 64.2만명 (33%↑)

- (한류 지속 확산 필요) K팝과 방송드라마를 중심으로 아시아권을 선도중이며 '방탄소년단(BTS)' 빌보드200 1위 등 권역 확산 중, 성장세 지속 필요
  - 한류는 소프트파워 역할을 수행, 한국에 대한 우호적 이미지를 높여 소비재·서비스 등 연관 분야 수출 견인과 한국에 대한 긍정적 인식 제고
  - \* 드라마 <태양의 후예>의 경제적 효과 1조원 추정(한국수출입은행, 2016), 식품료·뷰티·가전 등 한류 기반 소비재 수출 33.3% 증가(전분야 △2.9%)(현대경제연구원, 2015)
  - \*\* 한국대중문화 경험 이후 한국에 대한 인식이 긍정적으로 변화 60.3%(2018 해외한류실태조사)

## □ 글로벌 경쟁 심화에 대응하는 새로운 성장전략 필요

- (글로벌 경쟁환경) 넷플릭스 등 글로벌 플랫폼을 통해 콘텐츠가 전세계를 대상으로 제공 가능하여 콘텐츠 소비·유통 패러다임 변화 및 콘텐츠 무한경쟁 시대 돌입
  - 지상파TV 등 기존매체에 비해 현재 플랫폼(IPTV, 유튜브) 등은 전세계 콘텐츠 중 원하는 콘텐츠를 소비자가 직접 선택 가능
  - ⇒ 해외 콘텐츠와의 경쟁이 심화된 반면, 좋은 콘텐츠는 국제적 성공 가능성 증대
  - \* 넷플릭스는 190개국 1억1,700만명 가입자 보유, 20개 언어 지원, 제작에도 투자('18년 70억달러)
- (해묵은 문제점 상존) 산업 구조적 문제, 국제경쟁 심화 등 위기요인도 상존
  - \* 5G 상용화로 수요 증대가 예상되는 VR은 선진국대비 79% 수준, 중국 등 콘텐츠 투자 대폭 확대 등

⇒ 콘텐츠산업 도약과 일자리 창출을 위한 범정부 차원의 역량 결집 필요

## II. 현황 및 문제점

### 1 현황 및 중요성

#### □ 국내외 콘텐츠산업은 지속 성장 전망

##### ○ (세계) 세계 콘텐츠 시장은 지속 성장 전망

- '17년 2조 1,910억 달러 규모('16년 대비 5.3% 증가), 향후 연평균 4.0% 성장 전망
- \* 같은 기간 세계 GDP 성장률은 3.8% 내외(OECD, 2018)

- 시장규모는 미국이 전체 30% 이상 차지(8,180억달러), 한국은 2.5% (550억달러)로 아시아에서 3위, 세계 7위 수준 유지

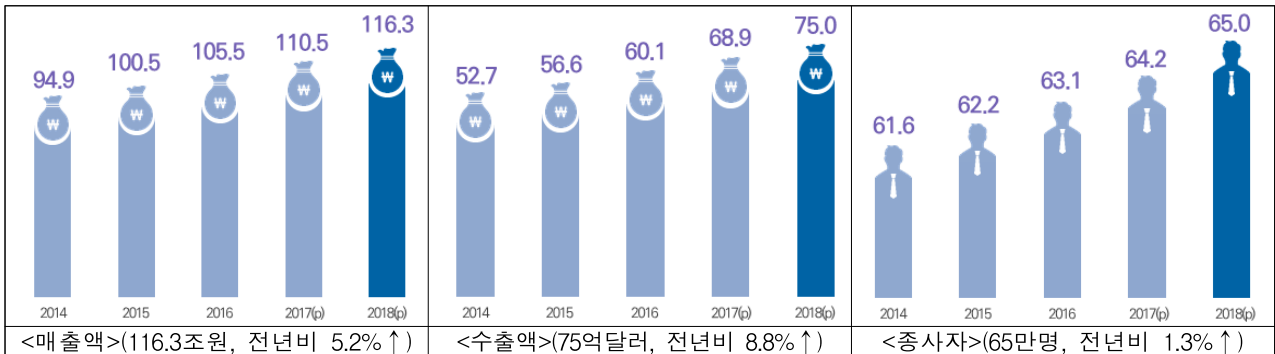
\* (상위 10개국) 미국(37.39%), 중국(11.0%), 일본(8.3%), 독일(4.7%), 영국(4.6%), 프랑스(3.2%), 한국(2.5%), 캐나다(2.3%), 브라질(1.9%), 이탈리아(1.8%)('17 해외콘텐츠시장 동향조사)

\*\* 국가별 내수 소비시장 규모만을 산출한 PWC 시장통계로 산업전체 통계와 차이

##### ○ (국내) 매출·수출·고용이 지속 성장세

- (매출) 매출액 116.3조원으로 전년 대비 5.2% 증가('14~'18년 연평균 5.2% 성장)
- (수출) 수출액 75억달러로 전년대비 8.8% 증가('14~'18년 연평균 9.2% 성장)
- (고용) 고용 규모는 65만 명으로 전년대비 1.3% 증가('14~'18년 총 3.4만 명 (연평균 1.3%) 증가)

<2014~2018년 연도별 매출·수출·종사자 수 추이>





## □ 향후 서비스산업 경쟁력 확보 및 일자리 창출의 핵심 요소

### ○ (부가가치) 부가가치 유발계수가 높고, IT기기 등 제조업 동반성장 견인

\* 콘텐츠산업 부가가치유발계수 : 0.781(제조업 평균 0.483)

\*\* 문화상품 100달러 수출시 소비재 수출 230달러 견인(수출입은행, 2016)

### ○ (일자리) 기술발전·인공지능에 따른 자동화 등으로 기존 일자리 감소 전망, 창의력·상상력을 가진 인재가 경쟁력인 콘텐츠 산업은 새로운 일자리 창출 가능

\* 향후 5년간 총 710만개 일자리 감소, 신기술로 200만개 일자리 창출 전망(세계경제포럼, 2016)

### - 타 업종에 비해 고용유발계수 및 청년종사자 비중이 높음

\* 고용유발계수(명/10억원) : 콘텐츠산업 12.1명 (반도체(3.0명), 자동차(6.8명) 등 상회)

## □ 세계시장 확대 및 한류 확산

### ○ (시장확대) 모바일 보급 확대에 따른 중국·동남아·중남미 등 신흥시장 수요 증가, 넷플릭스 등 글로벌 플랫폼 성장으로 세계시장 확대 및 경쟁 심화

\* ('16~'21년 콘텐츠시장 연평균 성장률) 중 8.3%, 인니 9.6%, 베 8.1%, 필 7.4%, 태 5.9%, 칠 6.6%

### ○ (한류확산) 게임, 드라마, K-Pop 등 한류를 이끌어온 주력 콘텐츠는 물론 웹툰 등 새로운 분야도 한류 핵심 동력으로 성장 중

\* 일본·미국 앱스토어 만화 관련 앱 순위에서 한국 웹툰 플랫폼이 매출기준 1위('18.5월 기준)

## □ 기술발전에 따른 실감형 콘텐츠 가능성 증대

### ○ (수요) 5세대통신 상용화로 실감형 콘텐츠 등 새로운 콘텐츠 수요 증가 예상

\* VR 세계시장전망 ('16년) 39억달러 → ('20년) 1,485억달러(영국 Digi-Capital)

\*\* (구글) 유튜브 360도 동영상 서비스 (페이스북) VR기기 '오쿨러스 리프트' 출시 등

### ○ (활용) 게임, 영화 중심으로 일반 대중 대상 VR콘텐츠 확산 및 교육·의료·영상·제조 등 다양한 분야에서 VR 활용 가능성 증대

\* (게임) VR, AR게임 등 (영상) 기술영화, 드론영상 등 (교육) 이러닝, 가상훈련 (국방) 군사작전 훈련 (의료) 재활치료 시뮬레이션, 원격의료 등 (제조·산업) 가상테스트, 유지보수 정보 등

## 2 콘텐츠산업 문제점 분석

- (산업기반 취약성) 재원, 인프라, 기술, 인력 등 산업기반이 현장수요 대비 부족하고, 산업 내 구조적인 불공정 관행은 장기적 경쟁력 확보를 저해
  - (재원) 민간재원 조달의 어려움(높은 리스크, 물적담보 부족 등) 및 수요대비 부족한 정책금융으로 산업 내 연간 9,400억원 내외의 자금조달 갭(부족액) 발생
    - \* '15년 기준 제조업은 GDP 대비 대출금액 비율은 77.6%(GDP 418조원, 대출금액 324.4조)인 반면, 콘텐츠산업은 27%에 불과(GDP 91.5조원, 대출금액 24.7조원)
  - (인프라) 콘텐츠기업은 소규모·영세 기업(종사자 10인 미만 업체 91.9%)으로 입주 공간·장비에 대한 수요가 높으나, 기업지원 인프라는 부족하고 수도권에 편중
    - \* 지역(서울·경기·인천 제외) 사업체수는 전체의 43.2%, 종사자수는 24.4%, 매출액은 12.8%
  - (인력) 좋은 콘텐츠를 만들 인력이 콘텐츠산업의 핵심이나, 산업현장이 필요로 하는 전문인력의 부족 등 수급 불균형이 큰 문제로 지적
    - \* (졸업자 수) '15년 28,954명 / (취업률) 62.1% (전체 취업률 67.5% 대비 5.4%p 저조)
  - (기술) 선진국과의 기술수준 격차가 존재하고 있으나, 전체 국가 R&D 예산(19.6조원) 내 문화기술 R&D는 0.3%(558억원)에 불과
    - \* CT 기술수준('17) : 미국(100) 대비 일본(89.1), 유럽(87.9), 한국(78.8), 중국(71.6) 순
  - (불공정 관행) 제작사-유통사, 제작사-종사자, 대기업-중소제작사間 불공정 거래·계약·고용 관행이 광범위하게 존재
    - \* 재능 있는 인력유입, 우수한 기업의 시장진입·성장에 큰 걸림돌로 작용
- (정책적 한계) 산업을 뒷받침하는 지원정책 부족 및 부처 간 협업 미비
  - (지원정책) 실적·건수 위주의 예산 지원과 공급·제작 위주의 일방향적 지원으로는 산업기반 강화와 실질수요 창출에 한계
  - (부처간 협업) 미디어·콘텐츠·ICT 간 융합으로 부처 간 협업이 필수적이나, 분산된 정책 및 업무영역 간 협력·조정 시스템이 미비
    - \* 문체부(콘텐츠 전반), 과기정통부(ICT, 방송, 기술), 방통위(방송, 통신 규제), 중기부(해외진출) 등

### 3 콘텐츠산업 SWOT 분석

#### □ 콘텐츠산업 SWOT 분석

##### [강점, Strength]

- 우수한 창작·기획력으로 세계시장에서 한국콘텐츠 성공사례 증가
  - \* 게임(배틀그라운드, 100개국 1위, 1일 1억명), 캐릭터(핑크퐁, 유튜브 100억뷰), 웹툰(라인망가, 일본앱 스토어 도서 분야 1위), 음악(BTS)
- 고성장·일자리 산업으로서 부각
  - \* 최근 10년('06~'17) 수출 400%(12.7억불→68.9억불), 매출 76%(62.7조원→110.5조원), 고용 15.9만명(48.3만명→64.2만명) 증가

##### [약점, Weakness]

- 영세하고 취약한 콘텐츠산업 기반
  - \* 업계 호소 3품: ①재원조달(연 부족액 1조원 추정) ②인프라 ③현장형 창의인재 부족
  - \* 10인 미만 콘텐츠기업은 전체 91.9%
- 불공정 거래·계약·고용 관행의 지속
- 실효성있는 부처간 협업체제의 미흡 (콘텐츠는 미디어·기술과의 융복합 확산)

##### [기회, Opportunity]

- 콘텐츠 수요급증, 무한경쟁 돌입
  - 글로벌 플랫폼, 5세대 통신(5G) 상용화, VR·AR 등 신기술과의 융복합 등
- 동남아 등 신규 관심 수요(시장)의 확대

##### [위협, Threat]

- 글로벌플랫폼의 영향력은 세계 콘텐츠시장 지도를 근본적으로 재편
  - 콘텐츠 무한경쟁 시대에 대비한 글로벌 플랫폼 대응전략의 필요성 고조
- 해외 콘텐츠시장 자국보호주의 심화
- 산업경쟁력을 저해하는 규제 상존

#### □ 약점(W)·위협(T)의 극복을 위한 '핵심전략'의 단계별 수립·시행

- 우수 콘텐츠 제작역량, 미래형 융복합콘텐츠, 지역콘텐츠 기반 강화 및 포용적 해외진출, 불공정환경·규제개선 등 1단계 핵심과제 도출, 집중(2018.12.13~)
- 게임, 만화(웹툰), 영화 드라마, 음악 등 주력 장르별 세부 핵심전략(2019.상반기~)
- ※ 글로벌 플랫폼 환경변화에 대응하는 거시 전략(담론 포함) 지속 병행 필요

### Ⅲ. 추진전략 및 방향

#### 1 콘텐츠산업 성장전략 및 방향

⇒ 콘텐츠산업의 성장잠재력, 글로벌화를 한국콘텐츠의 도약의 계기로 활용  
→ 경쟁력 강화와 구조적 취약성 극복을 위한 범정부차원의 역량 결집

##### □ 글로벌 수준의 경쟁력 강화

- 콘텐츠산업 성장에 따라 게임, 음악, 방송 등 국제적으로 경쟁력 있는 기업이 등장하고 있으나, 산업을 키우는 세제·투융자 지원은 타 산업에 비해 미비
- 5세대 통신 기술 발전으로 실감형 콘텐츠 상용화, 기술 결합 콘텐츠 비중 확대 예상

⇒ [산업경쟁력] 창작·창업환경 조성 및 미래 성장동력 기초 마련

- ▶ (인프라·금융·인력양성) 현장 수요를 반영한 지역 콘텐츠 인프라 및 정책금융을 확충하고, 창의인재 육성 및 일자리 창출
- ▶ (신산업 육성) VR·AR 등 신산업 육성 지원 및 R&D 혁신

##### □ 신시장 확대 및 수요 창출

- 지역콘텐츠 생태계 등 적극적 수요 창출을 위한 정책 접근 필요
- 글로벌 플랫폼, 신흥시장 모바일 확산 등으로 콘텐츠의 해외 진출기회 확대
- 한국 콘텐츠의 인기에 따른 화장품, 소비재 등 연관산업 동반진출 확대

⇒ [수요확산] 신시장 확대 및 수요 창출

- ▶ (향유기반) 공급 중심 지원을 탈피하여 수요기반 마련으로 시장창출
- ▶ (해외진출) 지원시스템 체계화 및 진출방식 다변화, 쌍방향 교류 확대
- ▶ (동반성장) 신한류와 연계한 연관산업 동반성장 지원

##### □ 공정환경 개선과 과감한 제도 혁신

- 콘텐츠의 성공에도, 제작-유통사, 제작-종사자 간 불공정 관행으로 낮은 제작비, 열악한 근로환경은 상존, 재능있는 인력 유입 및 지속 활동에 한계
- 정부주도 규제에서 민간 자율성을 살리는 방향으로 규제 개선 필요

⇒ [공정환경] 불공정환경 개선과 과감한 제도혁신으로 산업경쟁력 강화

- ▶ (공정환경 정착) 공정환경 조성 과 콘텐츠 다양성 확보
- ▶ (제도혁신) 민간 자율성을 살리는 과감한 제도개선 추진

## 2 콘텐츠산업 비전·목표·핵심과제

**비전** 콘텐츠 경쟁력 ! 일자리와 공정 환경을 선도합니다.

**방향** 튼튼하고 공정한 산업기반, 양질의 콘텐츠 생산 및 수요

구 분	'18	'22
매출액(조원)	116.3조원	141조원(24.7조원, 21.2% ↑)
수출액(억달러)	75억달러	101억달러(26억달러, 34.7% ↑)
일자리(명)	65만명	68.3만명(3.3만명, 5% ↑)

### 3대 핵심 전략

- 1 **[산업경쟁력] 글로벌 수준의 경쟁력 확보**
  - ▲ (1-1) 산업수요를 반영한 인프라 및 정책금융 확충
  - ▲ (1-2) 현장 맞춤형 인재양성 및 일자리 지원 강화
  - ▲ (1-3) 뉴콘텐츠 육성 및 문화기술 R&D 혁신
- 2 **[수요확산] 신시장 확대 및 수요 창출**
  - ▲ (2-1) 콘텐츠 수요 창출과 지역생태계 조성
  - ▲ (2-2) 해외 진출 다변화 및 쌍방향 교류 확대
  - ▲ (2-3) 신한류 연계, 연관산업 동반성장 지원
- 3 **[규제·제도] 공정환경 개선과 과감한 제도혁신**
  - ▲ (3-1) 콘텐츠산업 공정 환경 조성 및 창작자 권리강화
  - ▲ (3-2) 민간 자율성을 살리는 규제·제도 혁신

(추진체계) 범부처 및 민간 협력체계 구축

# IV. 3대 중점 추진과제

## 1 [산업경쟁력] 글로벌 수준의 경쟁력 확보

### 1-1 산업수요를 반영한 인프라 및 정책금융 확충

#### 【문제점】

◇ (현장수요 미확충) 콘텐츠기업은 소규모·영세 기업으로 입주공간장비에 대한 수요가 높으며, 고위험고수익 등으로 민간 금융권 대출이 어려워 만성적 자금부족

- \* 콘텐츠업체 10인 미만 규모가 전체의 91.9%
- \* 콘텐츠산업 종사자 가장 필요한 정부지원 분야 '자금지원' 응답(71.7%)
- \* GDP 대비 대출금액 비중(15년 기준) : 콘텐츠산업 27% (제조업 77.6%)

#### 【정책 현황 및 한계】

◇ (현황) 지역 인프라 확충 및 콘텐츠산업 투융자 지원중

- \* (창업·기업지원) 지역콘텐츠코리아랩(10개), 콘텐츠 지역기업육성센터(4개) 등 (정책금융) 모태펀드(투자), 이차보전·완성보증(융자) 등 연평균 3천억원 수준 공급

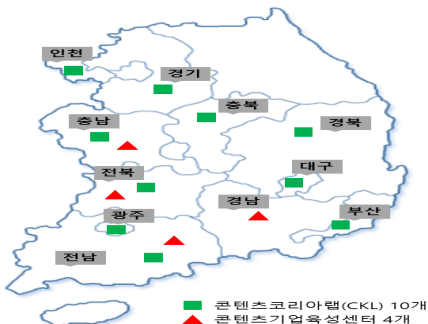
◇ (한계) 정부지원 인프라 확충은 시작단계이며, 산업발전에 따른 금융수요 증가 대응에 한계

- \* 지역기업육성센터는 4개에 불과하여, 설치되지 않은 광역시도가 11개(서울·세종 제외)
- \*\* 산업에서 추가적으로 필요한 정책금융규모는 최소 약 9,400억원으로 추정

#### 【추진방향】

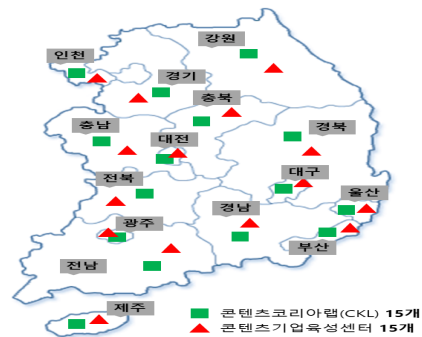
##### 기 존

- ▶ 콘텐츠 정책금융 연 4천억원 수준
- \* 정책보증 중 콘텐츠 : 3.2%
- 벤처펀드 중 콘텐츠 : 4.2%
- ▶ 인프라 수도권 편중



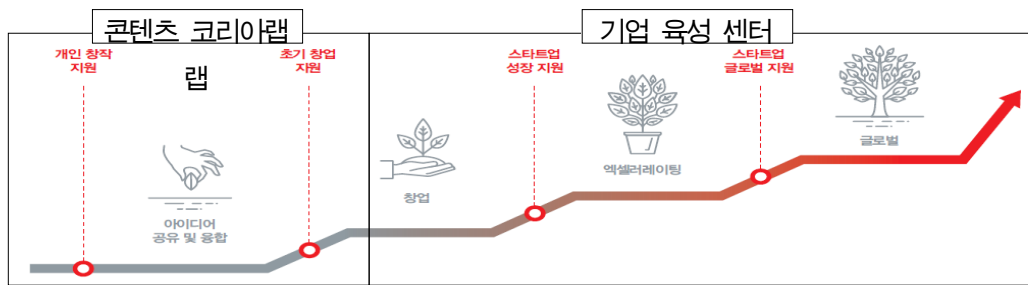
##### 개 선

- ▶ 연 5천억원 수준 공급, 세액공제 확대 검토
- ▶ 지역 내 창작기업성장 연결고리 구축



## □ 기업육성센터·CKL 등 핵심인프라의 전국적 지원망 구축(문체부)

- (지역거점 구축) 창작·창업 지원공간인 콘텐츠코리아랩(CKL) 및 기업 성장을 지원하는 기업육성센터를 '22년까지 광역지자체 단위로 확충
  - 현재 부재한 지역 창작·창업 → 기업성장의 연결고리를 구축, 지역생태계를 조성
  - \* (아이디어-창작-창업 단계) 콘텐츠코리아랩(CKL) → (기업 성장 단계) 기업육성센터
  - \*\* ('18) 지역CKL 10개, 지역기업육성센터 4개 → ('22) 지역CKL 15개, 지역기업육성센터 15개 목표



## □ 핵심 장르·분야별 기초 인프라의 안정적 확충(문체부, 과기정통부)

- (장르별 거점인프라 확충) 창·제작 수요 증대를 반영, 거점인프라 확충
  - (게임) 글로벌게임허브센터 기업 입주공간 확대(62개소→80개소), VR게임 등 장르 테스트베드를 구축하여 확대 개편' 18.10월 개관, 컨설팅 등 기능 강화
  - (웹툰·스토리) 웹툰융합센터(부천)·스토리창작클러스터(진천) 신규조성 추진, 지역거점 웹툰캠퍼스 확충
  - (영화) 지역 창작 스튜디오 및 후반작업 시설 구축 지원(각 1개소, '19년)
    - \* 지역 창작 스튜디오의 경우 지자체 예산 매칭(5:5)을 통해 지원대상 선정
- (중소방송 제작사 지원 인프라) 빛마루DMS 시설 개선 추진(과기정통부, 문체부)
  - (빛마루) 시설 현대화 및 비정규직 방송제작 스태프를 위한 쉼터 마련('19년, 과기정통부, 문체부)
  - (DMS) 방송영상 환경 변화에 대응한 UHD(4K) 시설 구축('19년), 중소 제작사를 위한 공동창작공간 구축('20년~, 문체부)
- (디지털콘텐츠) 디지털콘텐츠 제작지원을 위한 거점 센터 구축을 확대하고, 지역 특화산업과 연계(기업 입주공간 제공, 체험공간 설치 등) 추진(과기정통부)

□ **시장지향적 정책금융의 안정적 확대(문체부, 중기부, 과기정통부)**

- (펀드투자 확대) '19~'22년 매년 콘텐츠산업에 공급하는 정책금융은 현장수요를 반영하여 단계적 확대
  - (구성) 부처 공동 해외시장 진출 지원 특화펀드(문체부·과기정통부), 일자리 펀드(이상 '18년~), 다양성펀드(장르별 펀드), 지역콘텐츠펀드 등 조성·운영
- (용자지원 강화) 완성보증 신규공급규모 확대 및 기존 운용구조 개선으로 프로젝트성 보증을 통한 용자지원 강화
  - \* 운용기관 추가(기보→기보,신보), 선판매계약 적용완화로 소외장르 및 기획초기 지원확대
- (이차보전 확대) 담보가 부족하여 높은 금리에 직면하는 콘텐츠기업이 저리로 제작·운영자금을 대출할 수 있도록 이차보전사업 지속 운영
  - 영세기업 지원을 위해 보증기관(기술보증기금 및 신용보증기금)을 통해 기업을 선정하며, 창업 및 청년기업 활성화 지원



[이차보전사업 구조도]

□ **민간투자 확대를 위한 제도 정비(문체부, 중기부)**

- (제도개선) 민간투자 유치 확대를 위해 민간운영사의 투자 자율성 및 펀드 운용의 투명성 강화를 위한 출자조건 등 제도개선
  - \* 문화계정 제도개선 출자조건(11개) 전면 재검토를 위한 포럼 운영('18년~)
- (가치평가) 가치평가 모형 추가 개발 및 장르별 서비스 데이터 지속 축적하여 가치평가 범위 확대 및 활용도 제고
  - \* '18년 영화·게임·방송·애니·공연·음악·이러닝 → ('19~) 연간 신규 2개 장르 추가  
장르별 서비스 데이터 '18년 120건 → '19년 150건 이상



□ 콘텐츠 투자 유도 및 확대(방통위)

- (허가조건 이행점검) 방송콘텐츠 투자 유도·확대를 위해 부가된 방송사 허가조건 이행실적 점검

<허가조건 이행실적 점검>

구분	내용
UHD콘텐츠	지상파UHD 방송 허가 시 부가한 UHD 프로그램 편성의무와 콘텐츠 투자 조건의 이행점검 및 '19년말 재허가 심사 시 이행실적 반영
종편PP콘텐츠	종편PP 재승인시 부가한 콘텐츠 투자(4년간 4사 총 2조원) 조건의 이행을 점검
지역방송콘텐츠	지역 지상파방송 매출의 일정비율을 프로그램 제작에 사용하도록 부가한 재허가 조건의 이행점검

□ 민간 동반성장 콘텐츠 창작·창업 지원(문체부)

- (엑셀러레이터 동반성장) 콘텐츠 산업에 대한 경험과 노하우, 네트워크 등 전문성을 가진 콘텐츠 특화 엑셀러레이터 지원을 통해 콘텐츠 스타트업의 생태계 저변 확대 및 성공 가능성 제고
  - 엑셀러레이터 주도의 스타트업 선발(연간 총 30팀, 엑셀러레이터별 10팀 규모) 및 콘텐츠 기업, 벤처캐피털, 해외진출 파트너십 등 전문가 네트워크 확대를 통한 콘텐츠 분야 맞춤형 엑셀러레이팅 프로그램 운영
  - \* (엑셀러레이터) 성공 벤처인 등 민간 전문성을 활용하여 초기 창업자를 발굴·투자·성장 지원하는 민간 전문기관 또는 기업을 의미
    - 콘텐츠분야의 경우 선도 콘텐츠 기업(게임퍼블리싱사, 공연음악기획사 등), 민간 VC, 콘텐츠배급사, 온라인플랫폼, 법인형 엔젤투자자 등
- (민간기업 연계 발굴) 민간 엑셀러레이터와 콘텐츠 대표 기업 연계, 새로운 기술과 문화·예술·콘텐츠가 융합된 뉴비즈니스 스타트업 발굴 지원
  - 콘텐츠, 기술, 플랫폼 등 관련 대표 기업을 파트너로 유치하여, 해당 기업의 지식재산(IP)·노하우·플랫폼 등을 활용한 스타트업을 엑셀러레이터가 육성 추진(연간 10개사 내외)

구분	엑셀러레이터	콘텐츠/ 기술/ 플랫폼 대표기업
역할	스타트업 발굴, 육성	비즈니스 인프라, 노하우, 플랫폼, IP 등 제공
비고	유망 스타트업 투자 기회	스타트업을 통한 뉴비즈니스, 협업 모델 발굴

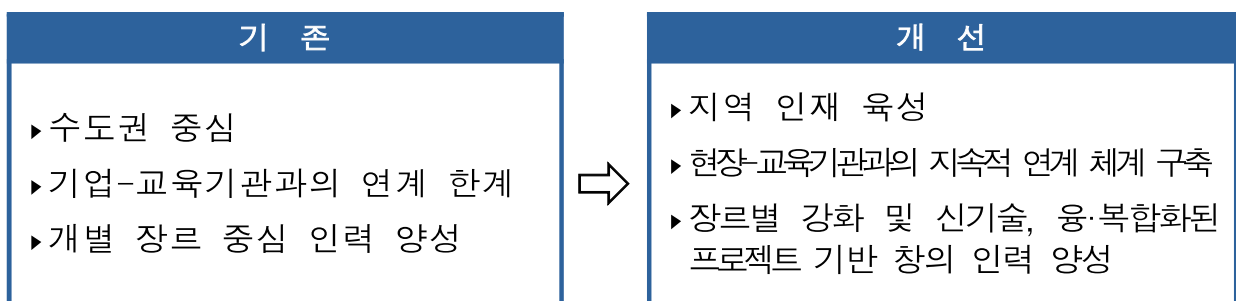
## 【문제점】

- ◇ (수급 불균형) 좋은 콘텐츠를 만들 인력이 콘텐츠산업의 핵심이나, 현장이 필요로 하는 경험있는 전문인력 부족, 수급 불균형이 큰 문제로 지적
  - \* (졸업자 수) '15년 28,954명 / (취업률) 62.1% (전체 취업률 67.5% 대비 5.4%p 저조)
- ◇ (미래수요 대응 부족) 융복합, 신기술 등 콘텐츠 수요 증가가 전망되지만, 이를 기획·제작·유통할 수 있는 관련 전문인력 및 양성기관 부족
- ◇ (역량강화 한계) 프로젝트 단위별 활동, 프리랜서가 다수로, 체계적 경력관리·역량강화에 한계
  - \* 스토리창작자(작가)는 90% 정도가 프리랜서이고, 영국의 경우도 예술미디어 분야 고용의 68%가 프리랜서인 것으로 나타남

## 【정책현황 및 한계】

- ◇ (현황) 현장역량을 갖춘 장르별 콘텐츠분야 전문인재 육성 중, 콘텐츠분야 일자리 매칭을 위한 콘텐츠일자리지원센터 운영('18.7월~) 등
  - \* 현장밀착형 도제식 교육 창의인재동반사업('18년 200명), 산학연 연계 원캠퍼스('18년 200명, 수도권 4개), 한국영화아카데미('18년 30명) 등
- ◇ (한계)
  - (인력양성) 수도권 중심 개별 교육사업 위주로 지역 내 자생가능한 기업-교육기관-연구기관-진흥기관 간 체계적 연계시스템이 부족하고, 융복합신기술 등 미래인력 양성 부족
  - (일자리) 프리랜서가 많은 콘텐츠산업 특성 고려가 부족하고, 1인창작자, 웹툰작가 등 새로운 유형의 일자리 발굴지원에 한계

## 【추진방향】



## □ 산업 수요에 맞는 현장형 전문인력 양성(문체부, 과기정통부)

- (전문가 연계교육 확대) 예비창작자(멘티)-전문가(멘토) 간 도제식 교육 '창의인재 동반사업' 확대('18년 200명→'19년 400명) 및 사후지원 강화
  - \* 우수프로젝트 사업화·해외진출 지원 등 사후지원 신설 및 강화
- (기업·현업 연계과정 신설·확대) 기업·현업인이 신진인력 양성에 직접 참여, 창작활동의 취업연계·작품화가 용이한 장르별 현장밀착 교육과정 신설·확대
  - 기업 연계 2년 교육 후 취업하는 게임스쿨('19년 신규, 65명), 기획개발부터 지원하는 한국영화 창작센터('19년 신규) 등 핵심 장르별 신진 인력 양성
- (전국적 산학연계체제 구축) 지역별 산학연 참여 '원캠퍼스' 사업 본격 추진('18년 수도권 4개→'19년 전국 15개 프로젝트), 현장 인력 연계 커리큘럼(학점 부여), 프로젝트 제작 교육 등 산학연계 강화
- (신기술 창업 확대) VR-LAB(VR 창업·인큐베이팅 공간)이 배출한 전공 석박사 인재의 신기술 창업확대('19년 총 6개사 창업, 석박사 250명 배출)(과기정통부)

## □ 첨단분야 신기술 전문인력 양성 및 역량강화(과기정통부, 문체부)

- (신기술 인력) VR·신기술 등 산업 현장 수요를 반영한 인력 양성
  - (VR) VR 전문인력(프로젝트 기반 온라인 전문가 멘토링 과정 등) 및 활용교육 추진
  - (신기술) 현업인 대상 인공지능, 가상현실(AR·VR)을 활용한 제작, 빅데이터 분석을 활용한 맞춤형 방송서비스 등 신기술 교육과정 도입('19년~)
- (뉴콘텐츠 현장인재) 영화, 게임 등 핵심 콘텐츠 분야에서 실감형 콘텐츠(VR·AR)를 활용한 산업 현장 맞춤형 인재양성 추진
  - (영화) 미래영화 영상기술 전문인력 양성을 위한 현업영화인 대상 첨단영화 기술교육(3D, VR 등) 강화 및 한국영화기술아카데미(KAFA-Tec) 설립 추진('21년~)
  - (실감형콘텐츠) 뉴콘텐츠 종합지원센터 입주기업(20개) 등 연계, 실감형 콘텐츠 제작인력 양성

## □ **융합형 전문인력과 예비인력 양성(문체부, 과기정통부)**

- **(융·복합 인재)** △게임, 음악, 패션 등 문화예술콘텐츠와 AI, IoT, 빅데이터, 자율주행 등 신기술을 융합한 협업 프로젝트 운영 통한 '문화기술 전문인력 양성'
  - \* (예) 인공지능을 통해 작곡된 음악, IoT 기술을 내장한 의류 및 악세서리, 인디 아티스트를 위한 블록체인 등
- **(융합아이디어)** VR, AI, 3D 프린팅 등 최신 기술과 문화예술·콘텐츠가 융합된 아이디어를 현실로 구체화하는 1인 창작자 양성(문체부)
  - \* 창작자간 아이디어 교류 및 협업 지원, 콘텐츠와 기술·플랫폼 등을 융합한 새로운 형태의 프로젝트 발굴 및 프로토타입 개발 지원 등(팩토리랩, 3D메이커스 등)
- **(예비인력 실무교육)** 방송영상 예비인력 대상 실무중심 전문교육 확대 추진(과기정통부)
  - \* 방송영상 특성화고 대상 진로·직업 체험교육(참여고교 확대, 수도권 → 전국), 대학생 학점연계 교육('19년 3개교), 산업체 현장교육 등

## □ **프리랜서 등 사회안전망 보강 재교육·창업 등 경력관리 지원(문체부, 고용노동부)**

- **(실태파악)** 현재 통계에서 다수가 제외되고 있는 프리랜서 인력을 포함하여 콘텐츠 인력 실태조사 및 맞춤형 제도개선 등 지원방안 모색('19년~)
- **(고용보험)** 영화·만화 등 콘텐츠 인력을 포함한 예술인의 고용보험 적용에 따라 실행을 위한 법령 개정안 등 마련('19.상~)
  - \* 적용 대상 예술인 정의 신설(고용보험법) 및 보험료 징수 관련 규정 마련(고용산재보험료 징수법), 문화예술용역의 세부기준 규정(예술인복지법) 등
- **(역량 강화)** 프로젝트 사이 휴지기간이 긴 대중문화예술 인력(스태프 등)의 현장 역량 강화를 위해 대중문화예술 인력 실무역량 교육 프로그램 운영('19년~)
- **(경력전환 지원)** 유관 분야 경력을 활용하여 콘텐츠 분야에서 (재)창업을 희망하는 자영업자, 프리랜서 대상 재교육 실시('20년~)
  - \* (해외사례) 영국고용기술위원회(UK Commission for Employment and Skills)에서 지원받는 크리에이티브 스킬셋(Creative Skillset)에서 '프리랜서 툴킷(Freelance Toolkit)' 프로그램 운영

□ **콘텐츠인력 수급불균형 해소로 일자리 창출** 문체부, 교육부, 고용노동부 등

- (콘텐츠 일자리지원센터 운영) 콘텐츠 일자리지원센터를 본격 운영, 다양한 콘텐츠산업분야 채용지원 활성화
  - 직무교육프로그램 운영, 지역별 콘텐츠기업 설명회 및 상시 멘토링, O2O (온라인 투 오프라인) 잡매칭 프로그램 운영 및 잡페어 개최 등
- (대학 등 현장역량 강화) 산업 연계 학과과정 구성 등 교육기관 배출인력의 현장역량 제고
  - \* 고등교육기관(전문대학·대학·대학원) 콘텐츠 관련 학과 1,483개('17년), 졸업자 28,954명 ('15년) : 음악(3,337명), 영화(1,322명), 게임(1,101명), 애니메이션(974명) 등
- (신직무 발굴) 산업환경, 기술 변화 등에 따른 콘텐츠 신직종·직무를 체계적으로 정리하고, 직업훈련·자격 등 인력양성 연계
  - 신직업 훈련·자격정보 마련, 정규·비정규 교육과정 운영을 통해 체계적 인력양성 체계 구축(문체부, 고용부, 교육부 협력)
  - \* (정규과정) 진로교육, 교과과정 (비정규과정) 전문양성기관, 직업교육체계

□ **범부처 콘텐츠 일자리 조정·지원위원회 구성, 운영 (관계 부처)**

- (콘텐츠 일자리조정·지원위원회) 문체부, 과기정통부, 방통위, 교육부, 고용노동부 및 콘텐츠산업 기업·학계 등이 참여하는 산관학 협의체 구성·운영
  - \* (논의내용) 콘텐츠 분야 중장기 일자리수급전망 맞춤형 직업훈련 과정, 일자리 연계 강화방안 등
- (콘텐츠 일자리협의회) 문체부, 콘진원, 콘텐츠산업 대표 협단체, 학계, 리쿠르트기업 등이 참여하는 일자리협의회 분기별 운영('18년~)
  - 양질의 일자리 창출을 위한 산업계 의견 수렴 및 정책·제도개선 과제 발굴

## 【문제점】

◇ (시장 미성숙) 기술과 융합한 콘텐츠의 경쟁력이 상승, VR·AR 등 실감형콘텐츠는 향후 수요 증대가 예상되나 아직 시장이 미성숙

◇ (낮은 기술수준) 기업규모가 영세한 업계 특성상 기술투자여력이 낮으며, '14년 대비 '17년 CT 기술수준은 0.3% 상승하고 기술격차도 0.6년 줄었지만 일본·유럽과 차이 상존

\* '16 콘텐츠 R&D 투자비중(0.05%)은 국내 전체기업 R&D 투자 비중(3.16%) 대비 1.4%

\* CT 기술수준('17) : 미국(10) 대비 일본(89.1), 유럽(87.9), 한국(78.8), 중국(71.6) 순

\* '17년 전세계 영화 흥행순위 상위 10개가 모두 CG기술 활용

## 【정책현황 및 한계】

◇ (현황) 실감형콘텐츠 등 뉴콘텐츠 육성 중이며, 문화기술 R&D 지원

○ (신산업) VR콘텐츠 지원 및 뉴콘텐츠센터 개관('18.6월), 플래그십 프로젝트 실증('18년 6개과제), KoVAC(한국 VR·AR 콤플렉스) 개소('17.12월) 등

○ (R&D) 6대 핵심기술에 CT 포함('01년, 국가경제자문회의), 타 분야 대비 높은 성과

\* (6대 핵심기술) CT(문화), IT(정보기술), BT(생명공학), NT(나노), ST(우주 항공), ET(환경·에너지)

\*\* '15~'17년 지원금 10억 당 특허성과는 국가 R&D 평균 대비 2배, 사업화 성과는 3배

◇ (한계) 뉴콘텐츠 시장창출 노력 부족 문화기술 R&D 예산이 저조하고 연구생태계 취약

○ (신산업) 시장 초기단계로 기업육성 지원 및 시장 창출 등 간접지원 부족하고, 산업 기반이 되는 우수 지식재산(IP, Intellectual Property)에 대한 관리·활용 부족

\* AR 기술 + 우수IP(포켓몬스터)가 결합한 모바일게임 '포켓몬GO' 등

○ (R&D) '18년 문화기술 R&D 예산(558억원)은 정부전체 R&D 예산(19.6조원)의 0.3% 수준 연구관리전문기관(예: 산업기술평가원) 부재 및 기술문화를 아우르는 연구기관도 부족

## 【추진방향】

## 기 존

- ▶ 신규분야 정책지원 부족
- ▶ 문화기술 연구개발 투자 부족
- \* 전체 연구개발 예산 중 0.3%



## 개 선

- ▶ 실감형콘텐츠 등 신시장 창출
- ▶ 문화기술 연구개발 단계적 확대

## □ 실감형 콘텐츠 시장 창출(문체부, 과기정통부)

- (실감콘텐츠 제작·체험관) 국내·외 문화재, 유적, 핵심관광지 등 공공성 높은 문화자원의 VR·AR 고품질 콘텐츠화 추진 및 참여·소통을 기반으로 한 첨단 실감형 체험관 구축(문체부, 박물관, 해외문화원 등)
  - (제작) 국외·북한소재 문화재, 유적, 핵심관광지 등 콘텐츠화('19년 20개~)
  - (체험관) 국립박물관·미술관 우선 추진('19년~) 및 향후 지역 공공 문화시설 및 재외 한국문화원으로 확대 검토
  - \* (국립) 국립박물관·미술관 등 16개소('19년 4개소)  
(공립) 시립미술관, 도서관 등 지역 공공문화시설 대상('20~'22년)  
(해외) 재외 한국문화원('20~'22년), 주요 거점(타임스퀘어 등)('20~'22년)
- (융합콘텐츠 시범서비스) 공공분야에서 수요부처와 시장 선도형 시범 서비스(융합콘텐츠 개발 실증 플래그십 프로젝트 및 실감교육 시범사업 등) 사업을 추진하여, 실감형콘텐츠 기술 기반의 산업융합 촉진 및 확산(과기정통부)
  - 교육(교육부), 국방(국방부), 의료(복지부) 등 관계부처와 협력체계 구축
  - \* 실감교육(중학교 대상 '19년 20억원)을 시작으로 국방·의료 등 관련 검증된 콘텐츠의 시장 진입 완화를 위한 관련 제도 정비 추진

## □ 첨단 기술 확보 및 서비스 실증(과기정통부, 산업부, 문체부)

- (기술·서비스 개발) VR·AR 범부처 원천기술개발 사업을 추진하고 홀로그램 기술·서비스 개발 착수 추진(과기정통부, 산업부, 문체부)
  - \* VR·AR 국가전략프로젝트(과기정통부·산업부·문체부, 총 260억원, '17~'20)
  - \*\* 홀로그램 기술개발 사업(과기정통부, 8년간 총 4,000억원, 에타 추진 중)
- (융합콘텐츠 5G 연계 실증) 다양한 사업모델(BM) 창출을 위한 5G 기반 융합 콘텐츠 서비스 실증 추진(과기정통부)
  - \* 360VR 스트리밍, N-Screen 인터랙티브 AR, 스마트 사이니지 등('18~'20)

## □ 신기술 융합 · 접목 콘텐츠 육성(문체부, 과기정통부)

- (첨단영상) 지속 성장하고 있는 VFX 등 첨단영상 기술 지원과 VR영화 제작 지원 등을 통해 국내 기업의 글로벌 경쟁력 확보
- (신기술 접목 콘텐츠) 신기술과 접목한 게임, 웹툰, 스토리 등 분야별 특성에 맞는 새로운 콘텐츠 제작 및 마케팅 지원
  - \* (게임) VR·AR 연계 게임, HTML5·스마트디바이스, 뉴플랫폼 게임 (웹툰) 무빙툰, VR웹툰 (스토리) 몰입도 높은 VR작품 제작용 스토리 (캐릭터) 스마트토이 등
- (공공활용) 공공 문화기반 시설에 적합한 가상·증강현실 콘텐츠 제작, 고령화재난 등 사회문제 해결을 위한 콘텐츠 제작 지원(문체부, 과기정통부)
  - \* (예) (관광) 한국대표관광지 100선(지자체) (한국어) 외국인, 한류팬 등 대상 한국어교육 (전통문화) 고궁 종묘대제, 궁중생활 체험 (공연·전시) 공연, 박물관·미술관 정보 및 가이드 (의료) 치매 선별 및 예방·재활콘텐츠

## □ VR·AR 등 국내외 체험 · 유통공간 확충(과기정통부, 문체부)

- ('뉴콘텐츠센터' 운영) 첨단기술 기반 뉴콘텐츠 특화 생산·유통·소비 공간 구축, 창작자 신생기업을 위한 맞춤형 사업화 지원 프로그램 운영
- (유통거점 확대) 유통 거점 확대 및 체험공간 연계(과기정통부, 문체부)
  - VR·AR 지역거점센터 구축 확대하고, 지역 특화산업과 연계한 융합콘텐츠 개발 지원(과기정통부)
  - 지역 콘텐츠코리아랩 및 기업육성센터 연계 등을 통해 가상현실 체험관 확충으로 체험기회 확대('20년~)(문체부)

## □ 차세대 신산업 성장 촉진(문체부, 과기정통부)

- (아이디어 상용화 지원) 창의적 아이디어를 가진 중소·벤처 개발사와 플랫폼사(방송사·포털 등)간 컨소시엄 구성 및 상용화 지원 확대
- (웹·뉴미디어) 웹·뉴미디어 등 콘텐츠 예비 창작자 발굴·창업·국내외 판로개척 등 단계별 전주기 지원체계 마련 및 교육 지원(문체부, 과기정통부)
- (포맷) 포맷제작 현장실습·멘토링을 지원하는 '방송영상 포맷랩' 신규 운영('19년~/3개소), 포맷 파일럿 영상 외에 본편제작까지 지원검토(문체부)



- (미디어신산업) 스마트광고, 디지털사이니지 등 유망 신산업 육성을 위해 디지털사이니지 특화거리(DMS) 조성 지원, 관련 전문인력 양성(맞춤형 인턴십), 제작인프라, 테스트베드 등 지원(과기정통부)
- (스마트콘텐츠·CG) 선도적 스마트콘텐츠 어플리케이션, 우수 CG기업을 선발하여 주요 시장국가의 기관·기업 협력, 전문 로드쇼 개최 및 마케팅 추진(과기정통부)
- (콘텐츠 제공서비스 품질인증) 중소 콘텐츠 제공서비스 사업자의 서비스 경쟁력 강화, 이용자의 안전한 콘텐츠 이용을 위한 서비스 품질인증 지원(과기정통부)

## □ 콘텐츠 IP 산업 활성화 및 아카이빙 강화(문체부)

- (‘콘텐츠 멀티유즈랩’ 활성화) 멀티유즈랩(판교 소재) 활용, 제조업·서비스업·기술개발 등 이종 산업·장르간 콘텐츠IP 융복합 지원 확대
  - \* 만화→드라마→게임 등 OSMU, IP 라이선싱, 신기술과 콘텐츠 융복합 등
- (웹툰 아카이브 구축) 대표적 원천콘텐츠인 웹툰의 소실 방지 및 IP활용 강화
  - 원문 자료수집(19년) 및 저자, 연혁, 배포권자 등 메타정보의 다국어 제공으로 해외진출 활성화, IP 활용 확대(20년~)
- (‘스토리움’ 활성화) 원천 스토리 창작자와 콘텐츠 제작자의 원활한 매칭을 위한 스토리 유통 플랫폼 ‘스토리움’ 활용, 스토리 컨설팅 및 매칭 콘텐츠 제작지원

## □ 기술·미디어 환경변화에 대응하는 저작권 제도 개선(문체부)

- (빅데이터 산업 활성화) 빅데이터 수집, 처리 과정에서 수반되는 저작물 복제행위에 대해 저작권 침해 책임 면책규정 도입
  - \* (해외사례) 일본·영국은 별도 예외규정 신설, 미국은 공정이용 규정(제 10조)으로 허용
- (가상·증강현실 산업 촉진) 기술 구현 과정에서 저작물이 다른 행위에 수반하여 부수적으로 이용되는 경우 저작권을 제한하도록 법 개정
- (차세대 기술 개발) 초실감·초연결 환경에 적합한 저작권 기술 개발 지원 및 해외 진출, 기술이전 및 사업화 지원체계 구축

## □ 문화기술 국가 R&D 단계적 확대 추진(문체부 / 과기정통부)

- (투자규모 확대) 전체 국가 연구개발예산 내 문화기술 R&D 예산 단계적 확대 추진
  - \* '18년 기준 콘텐츠 문화기술 예산(문체부)은 국가전체 R&D 예산의 0.3%
- (중점투자 분야) △핵심 응용기술 개발(AI, VR·AR, 대화형 플랫폼, IoT, 블록체인 등), △문화서비스 품질제고(큐레이션 등) △산업간 융합과제(전통소재, 교통·도시계획·의료·환경 등) 발굴 △VR·AR 공간 몰입·지능·오감 증강을 위한 원천기술 개발 등에 중점투자

\* 부처 공동 협업과제(예시)

- (공간정보) 3차원 공간정보 기반 실감형 콘텐츠 기술개발(국토부)
- (에듀테인먼트) 체험형 동화구연, VR 우주공간체험 등 연령별 교육콘텐츠 개발(교육부)
- (전통문화) 전통 온철·온돌·도자기 등 물성소재 활용 공예·복원기술 개발(문화재청)
- (환경·안전) 미세먼지 저감을 위한 미디어아트 설치기술 개발(환경부)

- (범위 확대) '문화기술' 개념 정의 및 연구개발 범위 확대
  - (문화기술 정의) 개별 장르 → 다양한 문화 관련 산업, 융합 분야까지 확대
  - (연구개발 범위) 콘텐츠산업 가치사슬을 반영, 기존 제작 중심 → '기획·창작 / 제작·구현 / 유통·소비' 등 콘텐츠 전주기로 확대(기재부 협조)

## □ 연구자, 연구관리자, 기업이 공생하는 R&D 생태계 구축(문체부, 관계부처)

- (연구관리전문기관 설립) 문화기술 분야의 연구과제 기획·평가·관리 역량을 갖춘 독립 전문기관 설립 추진
  - \* 현재 범 부처 차원에서 '1부처 1전문기관 효율화' 방안 추진 중이며('18.8월, 혁신성장 관계장관회의) 단기적으로 '한국콘텐츠진흥원'으로 연구관리 기능 일원화 추진 예정
- (전문 연구기관 발굴) 학제간 융합연구 및 문화기술 분야 국책 R&D 과제 수행능력이 있는 국내 연구기관 지속 발굴
  - \* 광주과학기술원(GIST) 내 '한국문화기술연구소'의 역량 강화 및 위상제고 검토
  - "한국문화기술연구원" 설립을 위한 문산기본법 법안계류 중('17.11월, 송기석의원)
- (민간 R&D 촉진) 민간 R&D 투자를 활성화하기 위해 콘텐츠 기업이 체감할 수 있는 제도개선사항 발굴 추진

## 【문제점】

- ◇ (수요창출 부족) 콘텐츠는 국민이 손쉽게 접할 수 있는 분야이나 수요창출 차원에서의 접근이 부족하고 자생적인 수요에 의존
  - 온라인, 모바일 확산으로 이전보다는 지역에 관계없이 다양한 콘텐츠를 소비할 수 있게 되었지만, 인프라 부족에 따른 콘텐츠 향유·소비 격차도 여전히 존재
- ◇ (지역) '엄마까투리', '안동간고디' 처럼 우수한 지역콘텐츠도 등장하나, 수도권 제외한 지역콘텐츠 사업체 수 비중 대비 매출액 비중이 1/3 수준으로 자생적 생태계 구축에 한계

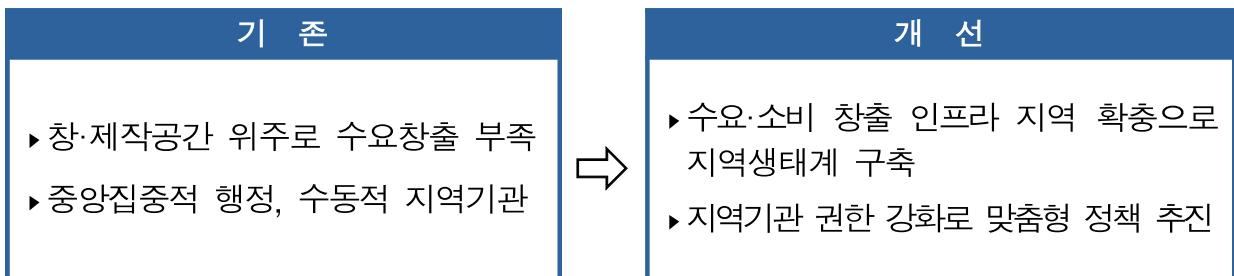
\* 지역(서울·경기·인천 제외) 사업체수는 전체의 43.2%, 종사자수는 24.4%, 매출액은 12.8%

\* e스포츠경기장 수도권 9개, 지역 0개

## 【정책 현황 및 한계】

- ◇ (현황) 지역 인프라 확충 중이며, 중앙진흥기관(콘텐츠진흥원, 정보통신산업진흥원 등), 광역시도별 진흥기관(17개)에서 주로 중앙정부 재원을 통해 부처별 개별 접촉 및 사업 추진
  - \* (향유) 콘텐츠누림터(3개), 지역시청자미디어센터(7개) 등
- ◇ (한계) 지역에서 각 부처·기관 관련 다양한 사업을 총괄할 수 있는 권한기능 부족
  - \* 광역시도별 진흥기관의 연합체인 전국문화산업기관협의회 존재하나, 적극적 역할 한계

## 【추진 방향】



## □ 참여형 인프라의 지역 확산으로 시장 창출 및 향유기회 확대(문체부, 방통위)

- (K-Pop 등 대중음악공연장) 전 세계적 K-Pop 수요 증가 등에 따라 K-Pop과 다양한 대중음악 공연이 가능한 지역의 대중음악 전문 공연장 확충('19년 기본계획 수립, 지자체 협조)
- (e스포츠경기장 클럽) 현재 수도권에만 소재한 e스포츠 경기시설을 지역에 확충('19년 3개소→'22년 5개소 목표)하고 지역 '공인e스포츠PC 클럽 지정('20년까지 100개)
  - 아마추어 및 동호인 e스포츠 경기 개최 및 지역 주민들을 위한 문화 콘텐츠시설로 활용
  - 지자체와 협력하여 이스포츠 경기장 주변을 기념품 판매점, 게임중계를 위한 스트리밍 센터 등 연계하여 이스포츠 관광상품화('19년~)
- ('문화콘텐츠 누림터' 운영) 지역민이 문화콘텐츠를 향유하고 창작, 소비할 수 있는 복합 공간 운영 강화('19년 3개소)
  - 기초적 향유 뿐만 아니라 쉽게 접근할 수 있는 콘텐츠의 특성을 활용하여 적극적인 체험과 창작 활동 활성화
- (시청자미디어센터 확대) 전 국민에게 방송통신분야 미디어교육서비스를 제공하기 위해 시청자미디어센터를 지자체와 연계하여 17개 광역 시·도별로 건립 추진 목표, 자유학기제 연계 프로그램 확대(방통위)
  - \* 부산·광주·강원·대전·인천·서울·울산 등 7개 센터를 운영 중이며 경기도는 신축 중

## □ 미래형·참여형 콘텐츠 인프라 신설(문체부)

- (한국대중음악자료원 조성) 시대별 한국 대중음악 사료 보존·연구·전시공간 조성 추진을 통해 대중음악의 문화적 접근 강화
  - \* 대중음악 사료 보관 수장고, 자료열람실, 소규모 전시실 조성 등
- (융복합 콘텐츠 클러스터 조성) 스튜디오 큐브와 연계, 영상과 VFX 등 첨단기술이 결합한 기업입주·테스트베드·아카데미 등 조성 추진

□ 「지역콘텐츠 거점화·광역화」로 인프라 연계체제 구축(문체부, 관계 부처)

- (지역콘텐츠 거점화·광역화) 광역별 콘텐츠 진흥기관을 지역거점센터로 지정하고, 지역에서 주도적으로 지역 특성을 살린 육성사업 추진
  - 단계별 거점센터 지정 및 역할 강화를 통해 해당 지역의 콘텐츠 총괄 기능 수행
  - 문체부, 과기정통부 등 개별적으로 지원받는 사업 간 연계·조정을 강화하고, 지역 내 다양한 콘텐츠 진흥기관 간 연계·협력체제 구축

\* (1단계) 17개 시도별 1개 거점센터 지정('19.상)  
(2단계) 지역별 인프라 등 장르거점과 연계를 통한 우수모형 개발·전파('19년)  
(3단계) 지역광역거점·사업계획 선정 및 지역 주도적으로 사업 추진('20년~)

- (사업체제 개편) 기존 중앙정부 중심 정책 전달구조에서 탈피, 지역이 주도하는 과제 기획을 통해 지역 간 협업 유인 강화

\* (기존) 정부-콘진원 과제 기획, 지역 간 경쟁 → (개선) 지역 주도로 과제 기획

- (정책협의체 구성) 문체부-지자체-콘진원-전국문화산업기관협의체 (지역거점센터 등 연합) 참여하는 협의체 구성·운영

□ 지역 맞춤형 콘텐츠 육성 지원(문체부)

- (창업·제작지원) 지역 고유 설화·이야기·자연자원 등 우수스토리를 콘텐츠·관광상품으로 개발하는 지역 기획개발기업 창업·콘텐츠 제작 지원
- (지역스토리랩 운영) 지역의 전통적·역사적·문화적 소재를 활용·전개한 스토리 발굴 및 사업화(게임, 공연, 애니메이션 등) 지원
- (전문 펀드 조성) 지역콘텐츠기업 및 프로젝트에 중점 투자하는 지역 콘텐츠 펀드 조성(지자체 협력)
  - 모태펀드 문화계정 펀드 조성 시, 지자체 및 지역진흥원을 출자자로 모집하여 출자 지역에 대한 투자쿼터 부여
  - 지역콘텐츠 개발 프로젝트에 대한 크라우드 펀딩 활성화를 통해 지역콘텐츠 기업 자금 수요 조달

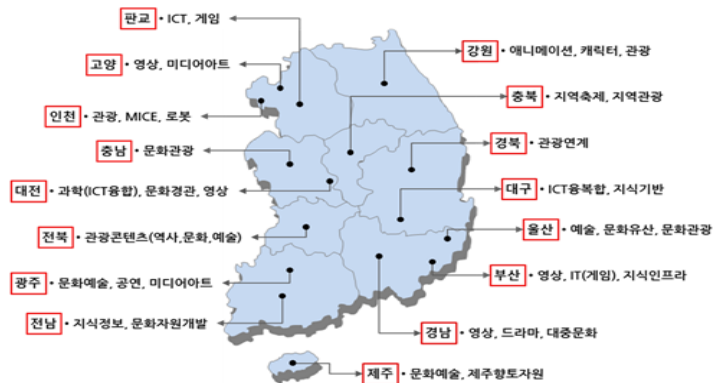
## □ 지역 콘텐츠 유통기회 확대(문체부)

- (지역 콘텐츠 행사 개최) 우수 지역콘텐츠를 전시하고, 국내외 콘텐츠 및 타 산업 기업과 비즈매칭 지원
- (지역콘텐츠 전시·체험 확대) 주요 지역에 지역콘텐츠 전시·체험 공간 운영, 관람객이 많은 주요 명소와 연계하여 홍보 효과 제고, 관광자원화
  - \* (예) 인천국제공항, 전주한옥마을, 대천머드축제 등에 전시 공간을 구성, 체험 기회 제공
- (해외 전시 및 유통) 주요 온·오프라인에 한국의 지역콘텐츠를 집약적으로 제공하는 공간 구성 및 번역·홍보 지원 연계
  - \* (예) 미국의 디즈니랜드/디즈니월드, 일본 도쿄 캐릭터거리, 방콕 파라곤 등 해외 거점 및 유튜브 등 온라인 플랫폼을 통해 체험기회 제공

## □ 지역 산업과 지역콘텐츠 연계 강화(문체부, 지자체)

- (주력산업 연계 콘텐츠 개발) 지역 산업 및 환경 분석을 통해 주력산업과 연계 가능한 지역특화 콘텐츠 기획 및 육성
  - \* (예) 강원도 강촌 레일바이크 시설 내 VR체험 콘텐츠 개발 등

<지역 주력산업 연계 가능 콘텐츠(안)>



- (관광 연계·지역 협업) 지역특화 VR과 관광트레인(코레일협조), 지역콘텐츠와 관광·축제를 연계사업 등 개발 지원, 지역 간 협업 프로젝트 발굴 지원
  - \* (예) <강천산 환상 캠핑> : 전주의 미디어파사드 업체+순창군 강천산 환경 연계 관광콘텐츠
- (공공캐릭터 육성) 지역 공공캐릭터 페스티벌 개최, 지역 자원(관광, 특산물 등)과 연계한 전시·홍보관 운영, 지자체 기업 활용 사업화 추진
  - \* 일본 지역캐릭터 페스티벌인 '유루카리'는 연간 4천개 캐릭터, 2,400만명 참가, 일본 구미모토현 '쿠미몬' 연 1,200억엔(약 1조 2,763억원) 매출 달성, 국내에서도 고양씨 '고양고양이' 인기 등 활용도 증가

## 【문제점】

- ◇ (지역·장르 편중) 아시아권 중심의 지역 편중, 게임 중심의 수출이 지속되어, 특정 지역·장르 의존도가 과도하고 외교·안보 등 외부이슈에 취약
- ◇ (한류 반감) 일부 한류 성장국가를 중심으로 일방적 진출 상업성 등에 반감 발생

\* '16년 수출 비중 중국(홍콩 포함) 31.6%(18.1억 달러) > 일본 24.0%(13.8억 달러) > 동남아 15.2%(8.7억 달러)

\* 게임이 '16년 총 수출액의 절반 이상인 54.5%(32.8억 달러)

\* 한류 콘텐츠에 대한 부정적 인식 ('16) 21.1% → ('17) 31%('18 해외한류실태조사)

## 【정책 현황 및 한계】

- ◇ (현황) 콘텐츠기업 해외진출 지원 중 공동제작 및 쌍방향 문화교류·전문인력 교류 추진 중
  - \* 비즈니스센터(LA, 동경, 북경, 심천, 자카르타, 런던), 마케터(UAE, 브라질)
  - \*\* 해외소재 한류 커뮤니티 지원('18년 7개국), 민관협력 해외사회공헌, 방송 기술노하우 전수('18년 1개국), 방송인 초청교육 운영('18년 30명) 등
- ◇ (한계) 기업이 원하는 세부정보 제공이 미흡하고 완성품 수출 지원 중심, 교류사업은 일회적성 위주로 지속 가능성에 대한 우려
  - \* (예) 공동제작협정 체결 시 방송프로그램의 해외수출장벽 완화(협정국가의 자국프로그램으로 인정), 장비 및 인력 이동시 편의 제공, 제작비 지원 등 가능

## 【추진방향】



□ **〈한류 빅데이터 종합정보시스템〉 구축 등 업계에 실질적·종합적 정보 제공(문체부, 해외문화원, 관계 부처)**

- (빅데이터 종합정보시스템) 해외 주요국의 한류 관련 빅데이터를 수집·분석하는 '한류 빅데이터 종합 정보시스템' 구축(해외문화홍보원, '19~)
  - \* 영어, 중국어, 일어 등 주요 언어권 중 한국문화 수요가 높은 국가 10개 내외, 세부 이슈에 대한 언급량 반응도 분석, 국가 간 비교, 시계열 분석 추이를 시각화하여 제공
- (현지 핵심 정보) 기존 산업통계·동향, 국가별 법인 설립방법 등 일반 정보에서 국가·장르·단계별 현지 핵심 업체 등 기업이 원하는 세부 정보 제공
  - \* (예) K-Pop 아이돌의 해외진출 시 필요정보 예시 : 현지 법인 설립 정보, 공연 에이전트, 해당국 정부 허가 대행업체, 공연장비 임대·설치 업체, 주요 공연장 담당자 등
- (국가별 문화코드) 국가별 문화적 특성, 선호도 등 콘텐츠이용자 문화코드 정보 제공 시스템 마련 및 국가별 문화코드 DB 구축('19년~)
  - \* ('19년) 3개국 → ('20년) 5개국 → ('21년) 10개국 → ('22년) 15개국

□ **콘텐츠 해외진출 거점인 〈콘텐츠 비즈니스센터〉의 운영 효율화 및 확대 검토(문체부/기재부)**

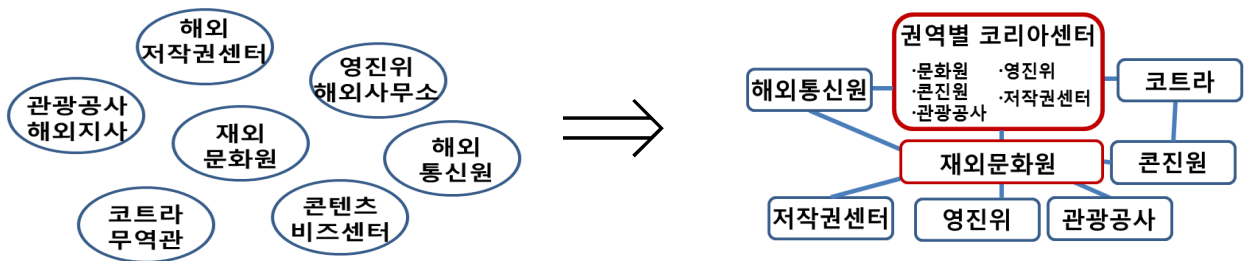
- (콘텐츠 비즈니스센터 역량강화) 기업의 현지 진출 수요를 반영하여 탄력적으로 센터를 운영하고, 법적 근거 및 직제화를 통한 안정적 운영기반 마련
  - \* ('18년) 미국LA, 일본 동경, 중국 북경·심천, 인니 자카르타, 영국 런던 총 6개소 → (향후) 기업의 현지 진출 수요에 따른 동남아·유럽 거점 검토 등
- (전문인력 보강) 산업·법률 등 분야별 컨설턴트를 위촉하고, 비즈니스 센터가 없는 지역은 재외문화원에 콘텐츠 비즈니스 전문인력을 우선 배치
  - \* 현재 UAE, 브라질 재외문화원 내 콘텐츠 전문인력 각 1명 배치, 단기 계약직 위주로 전문·경력직 유입이 어려운 구조 개선을 위해 전문가 파견 및 처우개선 추진
- (기능 강화) 1:1 컨설팅 및 해외 투자자·기업과의 상시 비즈매칭 제공 강화, 온라인 상담 및 유통채널 발굴 등 현지진출 지원 강화
- (에이전시 육성) 법인설립대행 등 해외진출을 맞춤 지원하는 콘텐츠 해외 에이전시 육성



□ **콘텐츠진흥원, 해외문화원, KOTRA 등 콘텐츠 관련 지원기관 One-Stop 지원시스템 구축(문체부, 산업부, 중기부, 과기정통부, 방통위)**

- (재외문화원 중심 협력) 재외문화원을 중심으로 코리아센터에 관계기관을 집적하여 권역별 거점 역할 및 원스톱 서비스 제공
  - 지역별 문화원장 주재 콘진원, 코트라, 영진위·저작권위 해외사무소 등이 참여하는 현지 유관기관 협의체 정례화(반기별), 기관 간 협업 추진
  - \* 현재 코리아센터(4개/LA, 북경, 상해, 동경) 중 3개에 콘진원·영진위·저작권위 등 입주, 파리·뉴욕 건립 추진 및 영국·인니 등 거점지역 문화원의 코리아센터 전환 검토('19~)
  - \*\* 공동사업 발굴, 유관 행사 연계·협력, 통신원/지사 교차 활용, 정보 공유 등 구체적 협업 추진

<해외 협력체계 구성(안)>



- (KOTRA 협력 강화) 콘텐츠 해외비즈니스센터와 KOTRA 해외무역관과의 현지 협력 강화 및 공동사업 발굴(산업부-문체부)
  - \* KOTRA는 제조업 중심·완제품 위주 지원으로 기획·인적 네트워크 중심의 콘텐츠 분야와는 차이가 있으나, 일반 산업동향 및 콘텐츠·소비재 연계공동사업 등으로 시너지 창출 가능
- (재외공관 협력) 현지 일반정보, 한류 동호회·콘텐츠 유관인력 현황, 콘텐츠 행사 홍보 등 해당 재외공관과 협력 강화 추진(외교부-문체부)
  - 한류 수요는 있으나 공급이 부족한 한류 미진 지역을 중심으로 재외공관과 협력하여 한국영화·애니 상영·방송 배급, 한국 콘텐츠 소개 및 시장 확대
  - \* 러시아, CIS(독립국가연합), 중동, 아프리카 등 해당 지역 언어로 재제작
- (국내 추진체계 정비) '민관 문화통상협의회'를 운영하고('19년~), 중장기적으로 콘텐츠 분야 해외진출 조직 및 콘진원 기능 강화 추진
  - \* 현재 과 단위 없이 문체부 대중문화산업과 내 해외진출 담당(문화통상과는 저작권 통상 중심)

□ **일방적 한류진출을 극복, 동반성장을 위한 실질적 쌍방향 교류 실현**  
**(문체부, 산업부, 중기부, 외교부)**

- (국제 논의기구 설립) ‘아시아 영화교류센터’ 설립(‘19년~) 등 민간 지속 교류 확대를 위한 장르별 공동 논의기구 마련, 교육 교류마켓 등 사업 발굴
  - \* 아시아영화교류센터(‘19년~) : 아시아영화 동반성장 및 공동시장 구축을 위한 국제 기구 설립, 아시아 영화·영화인 기술·교육·마케팅 등 공동사업 추진
- (‘한류국가의 해 지정) 주요 한류국 대상 (가칭)‘한류국가의 해 지정·운영(20년)
  - 한국 내에서 해당 국가의 공연·영화제·전시 및 한국 거주 해당국 유학생 커뮤니티 등과 연계하여 쌍방향 문화교류 및 상호 이해 도모
- (수요 기반 문화교류 확대) 자발적 한류 커뮤니티 활동, 콘텐츠 활용 현지 사회공헌 등 현지 팬·관계자가 참여할 수 있는 쌍방향 문화 교류 지원 확대
  - \* (예) 해외 한류 커뮤니티 행사에 신인급 K-POP 아티스트의 재능기부와 연계하여 해외 한류팬들의 만족도를 높이고, 신인 아티스트의 해외진출기반 조성 계기로 활용

□ **콘텐츠 분야 ODA 내실화(문체부, 과기정통부, 외교부)**

- (사회공헌 연계) 한국 기업의 사회공헌활동과 정부 공적개발원조(ODA) 사업 연계, 현지에 콘텐츠 창작·향유 시설 구축, 프로그램 등 지원(문체부, 과기정통부)
  - \* '19년 SBS와 협업으로 탄자니아에 방송사 건립 추진(SBS는 건물 신축, 콘텐츠 기증), 과기정통부는 방송장비지원)
  - \*\* 현지 문화자원을 활용한 문화산업 개발·발전지원(문체부)
- (콘텐츠 인재 양성) 국가별 유망문화·콘텐츠산업 수요에 따른 맞춤형 교육과정 개발·운영하고, 초청연수 및 전문가 파견·교육 확대(문체부)
- (지속성 강화) 문화ODA를 통해 한국에 초청한 해외 문화 전문인력 귀국 후에도 해당국 관련 교류 시 활용하여 지속적 네트워크 구축(외교부, 관계부처)
  - \* (외교부) 홈커밍 행사 등 현지 네트워크 지속 (관계부처) 해당 국 콘텐츠 교류 시 초청 등

□ **환경변화에 대응하는 맞춤형 해외진출 연계 지원(문체부, 과기정통부, 방통위, 관계 부처)**

- **(현지화 지원)** 경쟁력 있는 중소기업·창작자 콘텐츠의 해외 유통 확대를 위한 현지플랫폼 진출 컨설팅 및 현지화 지원
  - 영상물·방송 더빙·자막·예고영상물(트레일러) 등 재제작 지원 확대, 곡명·가수명 등 음원 정보 번역 지원 신설('19년~)
- **(온라인 활용 홍보)** SNS 플랫폼에서의 음악감상 및 영상시청 등으로 소비행태 변화에 따른 콘텐츠 제작 및 홍보 지원 신규 추진('19년~)
  - \* 음악 감상 시 주요 이용하는 앱 : 유튜브(43%) > 멜론(28%) > 지니뮤직(7%) 순  
(한국인터넷기업협회, '모바일 이용행태 보고서')
- **(플랫폼 육성·지원)** 국내 플랫폼 협력방안 모색 및 플랫폼 운영 지역 확대
  - 신흥시장 진출 국내 플랫폼과의 협력, 국내 플랫폼의 현지 파트너 연계 지원

□ **해외진출 지역·방식의 다변화(다양화) (과기정통부, 문체부, 방통위)**

- **(민간교류)** 해외 주요 방송사·한류 관련 기관과 유통 협업체계 구축(문체부·과기정통부), 해외 방송인 초청 및 전문가 파견교육(문체부)
  - \* Eutelsat(프랑스 위성방송사업자), PACT(영국 방송 영화제작자연합 등), 태국 국립영상콘텐츠연합 등
- **(공동제작 확대)** 국가별 공동제작협정 체결 및 공동제작 확대를 통해 한류 방송콘텐츠의 안정적 해외 진출 기반을 마련하고 지역 다변화(방통위)
  - 주요 국가들과의 방송 프로그램 공동제작 확대, 공동제작 국제 컨퍼런스 개최
  - \* (동남아) 신남방정책 중심국가인 베트남 및 태국과 방송프로그램 공동제작협정 체결 추진  
(중국) 한·중 FTA 서비스 투자 후속협상('18.7~)을 통해, 한·중 방송 공동제작협정 논의 재개 추진  
(캐나다) 캐나다 문화유산부와 시청각 공동제작협정 고위급 가서명 추진('19년)
- **(포맷 표절예방)** 국제 포맷 인증·보호협회와 연계해 국내 사업체들의 포맷 국제등록 지원, 비즈니스 정보제공, 전문가 멘토링 등 분쟁 최소화(문체부)

□ **콘텐츠 중소기업 대상 맞춤형 해외진출 지원 강화(산업부, 문체부, 중기부, 과기정통부)**

- (수출상담회) 한류가 활발한 국가 중심으로 애니·웹툰 등 성장 가능성이 있는 중견·중소기업의 해외진출 지원(산업부, 문체부, 과기정통부)
  - 중화권·동남아 지역 대상으로 주요 바이어 초청 수출 상담회('ASIA-EU 카툰커넥션', '동남아 애니·웹툰 상담회', '모바일콘텐츠 초청 워크샵' 등) 개최
  - \* 콘텐츠 수출 및 공동제작, 투자협력사업 발굴 등 진행
- (해외전시회) 콘텐츠 분야 우수 1인 창조기업을 대상으로 국가별 맞춤형 해외 판로개척 지원 강화(중기부)
  - 국가별 시장·문화 등에 적합한 콘텐츠를 보유한 기업 중심으로 부처별 해외 전시회 연계 확대

□ **FTA를 통한 콘텐츠 진출 및 저작권 보호 정책 연계 강화(문체부, 산업부, 방통위 등)**

- (중점시장) '19년 타결이 예상되는 한중 FTA 후속협상 및 RCEP\* 등 한류 주요국과의 협상에 적극 대응, 게임·영화 등 안정적 해외 진출 도모
  - \* 아세안 10국(인니·태국·말레이 등) + 한국·중국·일본·호주·뉴질랜드·인도
- (신규시장) 한류시장 형성 초기단계인 남미 등 신규시장과의 협상을 통해 콘텐츠 진출 신시장 개척 및 우리 저작권 보호 기반 마련
  - \* 한·칠레 FTA 개정 협상, 한·메르코수르(브라질, 아르헨티나, 파라과이, 베네수엘라, 우르과이) FTA 협상

□ **해외 저작권 보호 역량제고 및 기능 강화(문체부)**

- (기능개선) 한류강도, 저작권보호 시급성, 지역안배 등을 고려하여 해외사무소 거점을 조정하고, 합법이용계약 지원, 권리자간 협력 사업 확대, 현지 정보수집(입법동향·판례) 등 업계 지원 기능 강화
  - \* (현행) 중국·태국·베트남·필리핀 → (개선) 필리핀 폐쇄 및 인도네시아 또는 미국 신설 추진
- (보호강화) 한류 콘텐츠 불법유통 자동 모니터링 대상을 방송, 웹툰, 음악 위주에서 게임, 영화, 출판, 캐릭터, 애니메이션 등으로 확대

## 【문제점】

◇ 드라마, K팝, 영화 등 한류콘텐츠 인기로 인해 관광소비재식음료 등 관련 산업 수출에도 긍정적 영향이 있으나, 이를 적극적으로 활용할 수 있는 부처 협력은 부재

\* 문화상품 100달러 수출시 소비재 수출 230달러 견인(수출입은행, 2016)

\* '17년 한류로 인한 수출효과 82.1억원, 생산유발효과 17조8천억원(국제문화교류진흥원)

\* '17년 '한류관광객'은 약 143만명(전체 외래객의 10.7%)으로, '17년 외래객 수 급감(△22.7%)에도 2016년(136만명, 7.9%)대비 지속 상승

## 【정책 현황 및 한계】

◇ (현황) 소비재 등 중심으로 한류박람회 및 중기제품 마케팅 활용중

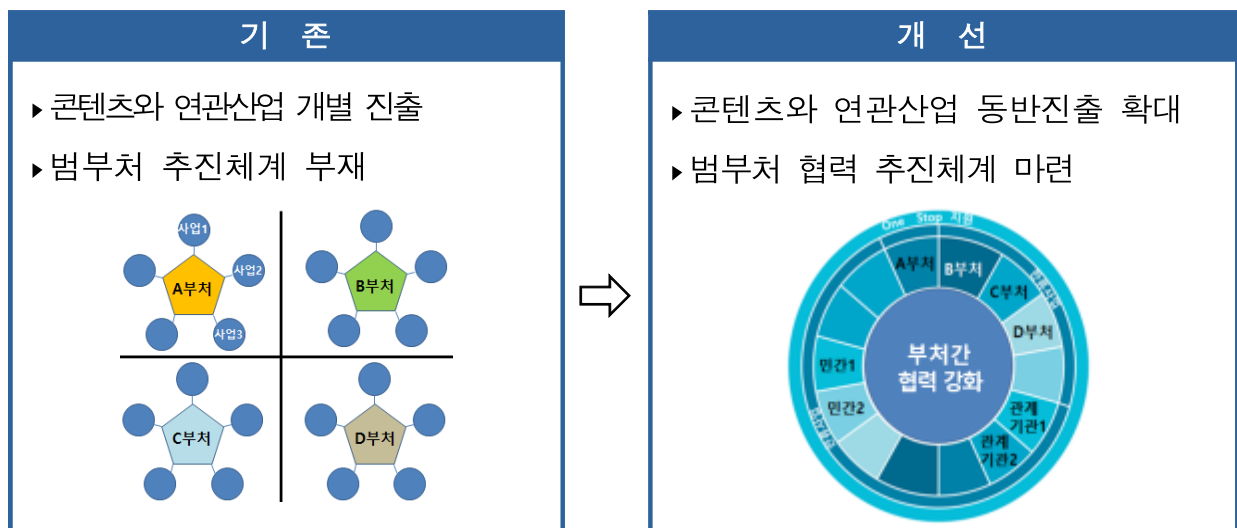
\* 한류스타와 중기제품 연계 마케팅하는 한류박람회 개최('18년 2회), KCON연계 동반 진출 2회(도쿄/18.4월, LA/18.8월) 등

\*\* 콘텐츠중심 종합행사인 K-콘텐츠엑스포 개최(수출상담회, 전시체험·참여형 이벤트 등)

◇ (한계) 콘텐츠와 관광, ICT, 소비자·서비스 등 각 해외진출 정책 연계는 초기단계이며, 연계 가능성이 있는 화장품·뷰티·의료 등과 한류콘텐츠와의 연계는 부족

○ 한류 관련 범부처 참여 협의체 부재로 유관부처 간 지속적 협력에 한계

## 【추진방향】



□ **한류 연계, 관광산업 활성화 역점 추진(문체부, 산업부, 지자체)**

- (K-Pop 관광상품화) K-Pop 팬이 즐길 수 있는 관광콘텐츠 확충
  - (콘서트 관광상품화) 관광공사 플랫폼에 콘서트 정보제공·외국어 예약사이트 연동 및 한류관광콘텐츠 개발(팬미팅, 공연 등)·해외 여행사 판매
  - (지역관광콘텐츠 발굴) 한류스타와 연관성 있는 지역 관광지를 매력 있는 관광콘텐츠로 탈바꿈, 스타 팬클럽 관광유치 추진
- \* (예) 한류드라마 지역 촬영지, 뮤직비디오 촬영지, 한류콘텐츠시설(Play K-POP, SMTown Artium 등) 체험프로그램 운영 및 홍보 추진하여 관광객 지역확산
- (e스포츠 관광자원화) e스포츠 전용경기장, 프로게이머 팬미팅 등과 연계한 관광상품 개발을 통해 e스포츠를 관광자원으로 활용
  - 국내 e스포츠 경기 활용, 해외홍보(관광공사 협업) 등을 통한 외국인 관광객 유치 후 국내 방한 시 경기 관람 및 팬미팅 등 이벤트, 지역관광 등 추진

□ **연관산업 동반진출 박람회 개최(문체부, 산업부, 관계부처)**

- (산업박람회) 한국 콘텐츠와 연관 산업을 연계한 대규모 산업·문화 융합 박람회를 해외 개최(연 2회)하고, 참여기관·범위 확대 및 공동행사 추진
  - 수출상담회와 함께 상품(패션·뷰티 등)과 서비스(콘텐츠·관광 등)가 융합한 홍보·체험관을 운영하고, 한류활용 행사(공연, 패션뷰티 시연 쇼) 추진
  - 범부처 참여를 통한 참여분야 확대 및 유관기관 공동개최 추진
- \* (예) 콘텐츠·대중문화·공연(문체부) 해외홍보(아리랑TV), 농수산식품(농림부, 해수부), 화장품·의약품(복지부, 식약처)
- (K-콘텐츠엑스포) 콘텐츠 중심의 K-콘텐츠엑스포를 연관 산업과 연계 확대
  - 관계 부처 협력, 한류 파생산업·서비스(뷰티, 관광, 한식, 생활소품 등) 관련 기업 참여 및 행사기간 전후 현지 쇼핑몰 등에 팝업스토어 등 공동운영 추진(문체부, 산업부, 식약처, 관광공사 등)

## □ 한류 연관 중소기업의 해외진출 확대(중기부, 문체부, 과기정통부, 관계부처)

- (마케팅 활용) KCon(민간), K-콘텐츠엑스포(문체부), 융합콘텐츠복합타운(과기정통부) 등 연계하여 중소기업 제품 홍보·전시·온라인몰 연동, 드라마 예능스타 초상 활용 제품 홍보 등 지원 확대
  - 뉴욕 쇼룸(디자이너 브랜드 유통공간)과 K-Pop, K-뷰티 등 연계 전시
- (온라인 쇼핑몰 연계) 아마존 등 글로벌 온라인 판매자를 한류와 연계하여 한류 콘텐츠에 나온 제품을 바로 구매할 수 있는 원스톱 구매 모델 확산
  - \* 콘텐츠 영상시청→노출 상품정보 제공→구매가 가능한 원스톱 서비스 구축

## □ 콘텐츠와 ICT·과학기술 동반 진출(문체부, 과기정통부)

- (해외마켓) 첨단 ICT산업과 콘텐츠 산업 관련 해외 진출 플랫폼을 확대·융합(20년)
  - 정부(문체부·과기정통부)와 민간(대·중소기업)이 동반으로 ICT·문화콘텐츠 동반진출 전략국가를 선정, 비즈니스 상담회, 콘텐츠 상영·시연회 등 개최
    - \* 4차 산업혁명의 핵심 기술(5G, 인공지능, 빅데이터 등)과 관련 서비스, 게임, VR 등
- (국제경기 계기) 국제경기대회 개최시 5G 등 차세대 정보통신기술·서비스 시연회 개최 및 문화·ICT 전시·체험 공간 운영 협력
  - 올림픽, 월드컵 등 국민관심 행사에 대한 보편적 시청권 관련 정보 공유(방통위)
    - \* 문체부의 코리아하우스, 과기정통부의 ICT 전시관 개설 및 운영 협력
- ('KOREA IT School' 운영) 현지 인력이 국내 SW기업의 프로젝트를 수행할 수 있도록, SW·한국어 교육하는 'KOREA IT School' 설립(과기정통부, '19년~)
  - \* 한류 영향이 높은 베트남 대상(국가별 50명 내외), '세종학당'과 연계하여 한국어 교육 병행 실시
- (해외유통거점 활용) 주요 전략국가(미, 중) 및 신흥시장(베트남, 인나, 태국 등)에 융합 콘텐츠 복합타운 조성 및 한류 활용을 강화하여 해외 유통거점 확보
  - \* '17년 베트남(하노이) → '18년 인도네시아(자카르타)·중국(서안)→'19년 4개 신설 예정

## □ 한류 확산 범부처 협의체 구성 및 운영(관계부처)

- (협의체) 한류 확산을 위한 한류진출 협의체 운영 및 협력 강화
  - 산업진흥·한류 관련 정부부처 및 관계 공공기관 참여, 공동진출 방안 논의

## 【문제점】

- ◇ (산업불공정) 유통사업자 우월적 지위 등으로 인한 불공정 거래 발생 및 콘텐츠 다양성 위기
- ◇ (노동불공정) 과도한 근로 등 열악한 근로환경 주52시간 노동시간 단축 시행(18.7월) 대응 마비

\* 매출액 10억 이상 기업(7.8%)이 전체 산업 매출의 86.1% 점유

\* 특정 영화가 상영관 상영 횟수의 70% 이상(18년)

\* (게임) 플랫폼사업자 등에 대한 과다수수료 (만화/웹툰) 저작자에 불리한 불공정 계약 등 (대중문화예술) 전속계약기간 출연료 미정산(애니/캐릭터) 애니 방영권료 과소책정 IP 불공정거래 등

## 【정책 현황 및 한계】

- ◇ (현황) 분쟁조정기구·공정상생센터 운영 및 표준계약서 보급·확산 중

\* 콘텐츠 분쟁조정위원회('11년~), 디지털콘텐츠상생협력지원센터('14~), 콘텐츠 공정상생센터('18.4~), 관계부처 합동 방송 외주제작 불공정관행 개선 대책 발표('17.12월) 등

\*\* 콘텐츠 분야 표준계약서(39종) : 영화(4종), 대중문화(2종), 만화(6종), 방송(6종), 게임(5종), 출판(7종), 저작권(4종), 디지털콘텐츠(5종) 등

- ◇ (한계) 명확한 법적 근거 부재 및 표준계약서 실효성 부족

○ 공정환경 관련 법령은 각 법에 산발되어 있고 구속력 없는 권고 조항

\* 문화체육관광부장관은 문화산업관련 표준약관 또는 표준계약서 시행 권고(문산법 제12조의2)

○ 표준계약서가 확산중이나 서면계약 미체결 관행 이면계약변형 계약서 등 실효성 확보 한계

## 【개선방향】

- ◇ 법·제도적 정비를 통한 콘텐츠산업 공정환경 정착

## 기 존

- ▶ 콘텐츠 공정상생 관련 법규정 난립
- ▶ 유통사 영향력 강화로 다양성 위협
- ▶ 과도한 노동시간 등 열악한 근로조건
- ▶ 유통사 신기술 등 창작자 권리 침해 요소 증가



## 개 선

- ▶ 총괄법 제정
- ▶ 스크린독과점 완화 등 제도 정비
- ▶ 표준계약서 확산, 표준제작비 마련
- ▶ 창작자 권리 및 저작권 보호 강화



□ **실효성 있는 「문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률」 제정 추진**  
**(문체부 / 공정위 등 관계 부처)**

- (법 제정) 콘텐츠 분야 공정환경 조성을 위한'(가칭)문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률' 제정 추진('18.하~)
  - (기본방향) △문화산업의 공정한 유통환경 조성 목적 △콘텐츠 기업 간(B2B) 불공정행위에 초점 △업계 내 자율협약 준수 중심
  - (주요내용) △중소사업자 지원, 실태조사 등 공정한 유통환경의 조성을 위한 제반 규정 마련 △ 준수사항 및 금지행위 규정, 위반시 제재조항 규정
- (공정유통지원기관) 공정환경 조성을 전담하는 공정유통지원기관 신설·지정, 콘텐츠 상생협의체 운영('18년말~)
  - \* (기관역할) 피해신고접수·상담·이해관계 조정, 법률상담, 실태조사, 표준계약서 사용 활성화 지원, 교육프로그램 운영 등 수행
- (디지털콘텐츠) 공정환경 조성을 위한 정부 정책의 실효성 제고를 위해, 디지털콘텐츠 유통질서 확립 정책의 법적 근거 마련
  - \* 「정보통신 진흥 및 융합 활성화 등에 관한 특별법」 개정(변재일 의원 발의, '17.11)을 통해 지원사업 및 전담기관에 관한 사항 명시

□ **표준계약서 실효성 강화로 공정계약 기반 마련 (문체부, 과기정통부, 방통위 / 공정위 외)**

- (개발) 대중문화예술인·연습생용 표준전속계약서, 애니메이션 투자/방영권 계약, 시나리오/음악 제작용역 표준계약서 등 미비 분야 신규 개발
- (점검) 권리·책임, 저작권·수익배분 등 표준계약서 핵심조항 및 수정·삭제 금지사항 등을 담은 방송 분야 표준계약서 인정기준 개발('19년)
  - \* 지상파 방송사 외주편성기준 달성여부 확인 정부 제작지원사업, 공공 PP 등 계약 내용 판단 시 활용
- (실효성 담보) 표준계약서 사용자 우대 가능조항 법령 명시 추진(공정환경법 등), 표준계약서 미사용 업체 정부지원 배제(세제혜택 포함) 추진

□ 불공정 행위 감시 및 시정조치 강화(공정위, 관련 부처)

- (감시 강화) 콘텐츠산업 불공정 하도급거래에 대한 감시·법집행 강화(공정위)
  - \* 하도급 서면실태조사에 콘텐츠업체 포함, 콘텐츠분야 표준하도급계약서 제·개정 등
- (실태점검) 영화·음악·웹툰 등 불공정 관행 조사, 인터넷포털사업자 등 플랫폼 사업자의 사업 강화·확대 등 과정에서의 독점력 남용 행위에 대해 모니터링 및 대응 강화(문체부, 공정위)

□ 방송분야 불공정관행 개선기반 강화(방통위, 과기정통부, 문체부)

- (외주시장 불공정관행 개선) 방송사-제작사 외주거래 가이드라인 마련 및 방송법 개정 추진, 범부처 실태조사 정례화(18년, 방통위, 문체, 과기정통, 노동부, 공정위)
- (방송법상 금지행위 확대) 방송사업자의 외주제작사 대상 자의적 수익배분, 불공정 계약조건 강요 등을 방송법 상 금지행위 조항에 포함 추진
- (방송평가 개선) 방송평가에 외주제작 상생협력 평가 등 공정화 지표 반영 확대

<분야별 확대방안>

구 분	내 용
지상파·종편 (방통위)	·방송프로그램 등의 제작·유통상 공정거래 질서 확립 노력 평가 배점 상황 ·외주제작시장 상생협력 평가 세부항목 등 신설
유료방송 (과기부)	·유료방송사의 채널평가 절차·기준이 PP의견을 반영하여 합리적으로 마련되었는지 검토·승인 및 이행여부 점검
공공PP (문체부·국방부·고용부·경찰청 등)	·평가지표로 표준계약서 사용여부 반영 * KTV, 국방홍보원, 아리랑TV, 도로교통공단, 산업인력공단(한국직업방송), 국악방송

- (표준계약서 의무화) 사업수행지침 개정을 통한 정부 제작지원 사업시 표준계약서 사용 의무화(18년~)(과기정통부)

□ **콘텐츠분야 종사자 인권보호 및 노동환경 개선(문체부, 고용부, 여가부)**

- (성폭력 전담기관 운영) 콘텐츠 성평등센터 '보라', 한국영화성평등센터 '든든'을 통한 콘텐츠 산업 성폭력 실태파악 및 피해 구제(여가부 협력)
  - \* 센터 내 1차 상담(문체부) 후 피해자 의사에 따라 의료, 수사, 보호 등 사후조치로 연결(여가부)해주는 원스톱(one-stop) 서비스 지원
- (노동시간 단축 대응) 주52시간 노동시간 단축 계기로 협·단체 등 민간 주도로 콘텐츠 일자리 체질개선 컨설팅, 우수사례 교육·홍보 등 추진('19년~)
  - 탄력근로제 확대 등 제도개선 검토(노동부 협의)
- (노동환경 점검·시정) 콘텐츠 업계 창작·노동환경 점검 및 시정
  - 대형 대중문화예술기획업자 등 대상 서면계약 체결 여부, 임금·출연료 체불·미지급 등 근로 현황 점검
- (제도정비) 방송제작현장 안전지침 개발, 제작사 관리제도 강화, 성폭력 예방·노무·표준계약서 교육 확대 추진('19~)

□ **스크린독과점 해소 및 콘텐츠 다양성 확보를 위한 제도 정비(문체부)**

- (영화) 스크린독과점 개선을 위한 의견 수렴(영화계, 전문가 등 TF 운영, '18.3월~) 및 영비법 개정 추진, 독립예술영화 제작 및 유통 지원 강화
- (음악) 공정한 음원시장 조성을 위한 사재기 근절방안 마련, 다양한 장르음악 육성을 위한 온라인 플랫폼 활용 홍보 지원('19~)
- (만화) 다양성만화(비활성장르, 예술, 어린이 등) 제작지원, 세종도서에 만화분야 포함 추진 검토

## □ **창작자 권익을 보장하는 저작권 제도 개선(문체부)**

- **(음악)** 음원 전송사용료 징수규정 개선, 공연권 확대 시행 등 창작자 수익 분배기준 강화, 정확한 징수·분배를 위한 모니터링 시스템 구축
- **(교육)** 교과용 도서·수업목적 등 보상금 단계적 인상방안 마련·추진('21년까지 매년 '16년 대비 50% 인상, 최종대비 50%)
  - \* 어문저작물 기준 일본의 1/5~1/91, 독일의 1/7~1/35 수준
- **(신탁단체)** 경영정보 공개 의무 부과, 주무관청 조사권 명문화, 이용허락의 거부금지 등 신탁단체 공정성 강화

## □ **신유형의 저작권 침해에 대한 보호활동 강화(문체부/검찰청·경찰청)**

- **(침해 감시 및 분석)** 재택모니터링 인력과 시스템을 활용해 국내외 주요 플랫폼 저작권 침해 감시, 콘텐츠 이용행태 조사·분석 강화('18년)
  - 웹툰 불법유통, 뽑기방 불법캐릭터 등 침해 급증 분야에 대한 대응·처벌 강화
- **(정부 합동 단속)** 국내 단속 회피 해외사이트에 대한 관계기관 합동 단속(접속차단 및 사이트 운영자 수사)을 통한 저작권 보호 사각지대 해소('18~'20년)
  - \* 국내 최대 웹툰 불법 유포 사이트 '밤토끼' 운영자 검거('18.5.23) 등 저작권 침해 해외사이트 18개 폐쇄, 9개 사이트 운영자 검거
- **(침해 예방)** 저작권 침해 예방 서비스 확대 및 홍보·캠페인 강화('18년말~)

## [문제점]

- ◇ (환경변화) OTT영향력 강화, 콘텐츠·미디어 융합 활성화, 콘텐츠분야 인력 간 국제교류 및 해외활동 증가 등 콘텐츠 정책환경 급변
- ◇ (정부주도 규제) 콘텐츠의 유해성을 전제로 한 정부주도형 규제 상존

- \* (등급심의) 유료영상물(영등위), 음악영상물(방송사 혹은 영등위), 모바일게임·콘솔게임 제외 게임물(게임물관리위원회) 등 대부분 별도 등급심의기관의 사전등급심의 의무
- \* (게임규제) PC온라인게임의 결제한도 존재 등

## [정책 현황 및 한계]

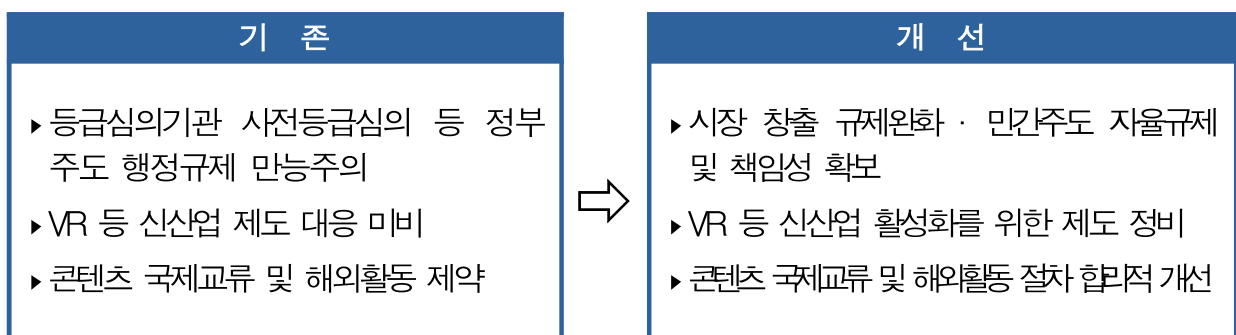
## ◇ (추진현황) 산업 활성화를 위해 콘텐츠·방송산업 규제 지속 개선 중

- \* (콘텐츠) 군미필 대중문화예술인 병역의무자 국외여행추천서류 축소('18.8월), 대중문화예술기획업 등록요건 완화('18.9월), 영상물등급분류 심의면제대상 확대 및 수수료 인하('18.10월)
- \*\* (방송) 종합유선방송(SO) 시설변경 허가 폐지('18.6월 시행) 등 방송법 시행령 개정(방통위), 유료방송 이용 약관 신고 간소화('18.5월) 및 방송채널사용사업(PF) 등록 변경신고 절차 간소화('18.6월) 등(과기정통부)

## ◇ (한계) 여전히 정부주도형 규제 위주로 환경변화 적시 대응에 한계

- 콘텐츠·미디어 환경변화 적시 대응 및 콘텐츠 산업계와 이용자 자율성 제고에 한계
- 게임 등에 대한 인식차이 상존으로 획기적 제도 개선에 한계

## [추진방향]



□ **콘텐츠·미디어 환경 변화에 선제적 대응 (문체부, 관계부처)**

- (VR업종 신설) 게임법상 VR업종 신설·등급분류 등 정비
- (OTT 성장) OTT 시장 성장에 따른 콘텐츠산업 생태계 환경변화 조사연구, 법·제도 개선사항 발굴
  - \* △콘텐츠산업 변화 △플랫폼-콘텐츠제작자 간 관계 등 논의
- 온라인 영화시장 성장에 대응하여 온라인상영관통합전산망 구축·운영('19년~)
- (기술변화) VR/AR, 홀로그램 등 새로운 콘텐츠 증가에 따른 법·제도 개선사항 발굴 및 정비 추진('19년~)
  - \* 문산법, 콘산법 및 장르별 법령 등 개선사항 발굴·검토

□ **정부주도 규제 혁신, 민간 자율등급제 확대(문체부)**

- (음악영상물 자체등급분류 전환) 뮤직비디오 등 음악영상물을 자체 등급 분류 및 사후관리로 전환(음악산업진흥에 관한 법률 개정안 발의, ~'18. 하)
- (웹툰 자율규제 법제화) 현재 방심위-한국만화가협회 업무협약에 따라 운영중인 자율규제 지원 법제화('19년)
- (게임 자체등급분류 확대) 자체등급분류 대상 확대 및 게임물관리위원회가 지정하는 자체등급분류사업자 지정조건 완화('19년)

<분야별 개선방안>

분 야	현 행	개 선
음악 영상물	방송사 또는 영등위 사전등급분류	음악영상물 제작배급자가 자체 등급분류 + 사후관리(저작권 재분류)
웹툰	방송통신심의위원회-한국만화가협회 업무협약에 근거	만화진흥에 관한 법률에 지원 근거 신설
게임	(사업자 지정조건) 3년간 평균 매출액	3년간 평균매출액 혹은 자본금 중 선택 하여 1개 충족

## □ 자율성을 저해하는 게임산업 규제 개선 (문체부)

- (제재처분 규정 개선) 정보통신망 이용 게임제공업의 특성 고려하여 행정제재 처분 규정 개선
- 전면 영업정지만 가능(특정회사의 모든 게임)했으나, 온라인게임 특성을 반영하여 일부 영업정지(일부게임) · 과징금 부과 가능토록 개선
- (PC 온라인게임 결제한도 개선 검토) PC온라인게임 결제한도(성인 월50만원)를 합리적 개선방안 검토(청소년 7만원 현행유지)
  - \* 합리적 게임 소비환경 보장을 위한 보완장치 마련(자기한도 설정 시스템 등)과 업계의 자율규제(확률정보 공개, 대국민 캠페인 등) 이행 여부를 종합적으로 판단

## □ 신한류 확산을 위한 대중문화예술분야 제도개선(문체부)

- (외국인 고용추천 서류 간소화) 국내활동 외국인 대중문화예술인의 고용에 필요한 추천서류 축소(14종 → 7종 내외, 우리 부 추천→법무부)
- (대중문화예술기획업 교육시간 단축) 등록이후 최초 법정교육 시간을 단축, 업계 부담 경감(6시간→4시간 이내, 대중문화예술산업발전법 시행규칙 개정)

## V. 2022년도 변화의 목표

- (콘텐츠생태계) 지역에 촘촘한 콘텐츠 창업·기업지원 인프라 확충으로 생산·수요기반 마련, 자생력을 갖춘 지역 콘텐츠 생태계 조성 가능
- (현장형 인재양성) 취업·창업 등 일자리와 직결된 현장형 인재양성이 본격화되고, 융복합·신기술 인력 등 미래 인재 수요 선제적 대응
- (매출·수출·고용) 일자리 3.3만명, 매출 24.7조원, 수출 26억불 신규창출 목표
  - (매출액) ('18) 116.3조원 → ('22) 141조원 (24.7조원, 21.2%↑)
  - (수출액) ('18) 75억달러 → ('22) 101억달러 (26억달러, 34.7%↑)
  - (일자리) ('18) 65만명 → ('22) 68.3만명 (3.3만명, 5%↑)

\* 매출·수출·고용은 연평균 증가율, 추세치, 성장세 등을 감안하여 목표치 산정

<2022년도 일자리·매출액·수출액 목표>





## VI. 추진일정

추진과제	2018	2019	2020	2021	2022	추진부처
------	------	------	------	------	------	------

### 1 [산업경쟁력] 글로벌 수준의 경쟁력 확보

#### 1-1) 산업수요를 반영한 인프라 및 정책금융 확충

기업육성센터·CKL 등 핵심 인프라의 전국적 지원망 구축						문체부
핵심 장르·분야별 기초 인프라의 안정적 확충						문체부 과학기술부
시장지향적 정책금융의 안정적 확대						문체부 과학기술부
민간투자 확대를 위한 제도 정비						문체부 과학기술부
콘텐츠 투자 유도 및 확대						방통위
민간 동반성장 콘텐츠 창작·창업 지원						문체부

#### 1-2) 현장맞춤형 인재양성 및 일자리 지원 강화

산업 수요에 맞는 현장형 전문인력 양성						문체부 과학기술부
첨단분야 신기술 전문인력 양성 및 역량강화						문체부 과학기술부
융합 전문인력과 예비인력 양성						문체부 과학기술부
프리랜서 등 사회안전망 보강, 재교육·창업 등 경력관리 지원						문체부 고용노동부
콘텐츠인력 수급불균형 해소로 일자리 창출						문체부 교육노동부
콘텐츠 일자리 조정·지원위원회 구성, 운영						관계부처

추진과제	2018	2019	2020	2021	2022	추진부처
------	------	------	------	------	------	------

1-3) 뉴콘텐츠 육성 지원 및 R&D 혁신

실감형 콘텐츠 시장 창출						문체부 과학기술정책위원회
첨단 기술 확보 및 서비스 실증						문체부 과학기술정책위원회
신기술 융합 콘텐츠 육성						문체부 과학기술정책위원회
VR·AR 등 국내외 체험·유통공간 확충						문체부 과학기술정책위원회
차세대 신산업 성장 촉진						문체부 과학기술정책위원회
콘텐츠 IP 산업 활성화 및 아카이빙 강화						문체부
기술·미디어 환경변화에 대응하는 저작권 제도 개선						문체부
문화기술 국가 R&D 단계적 확대						문체부 과학기술정책위원회
연구자, 연구관리자, 기업이 공생하는 R&D 생태계 구축						문체부 관계부처

## 2 [수요 확대 신시장 확대 및 수요 창출

2-1) 콘텐츠 수요 창출 및 지역콘텐츠 생태계 구축

참여형 인프라 지역 확산으로 시장 창출 및 향유기회 확대						문체부 방통위
미래형·참여형 콘텐츠 인프라 신설						문체부
「지역콘텐츠 거점화·광역화」로 인프라 연계체제 구축						문체부 관계부처
지역 맞춤형 콘텐츠 육성 지원						문체부
지역 콘텐츠 유통기회 확대						문체부
지역 산업과 지역콘텐츠 연계 강화						문체부 지자체

추진과제	2018	2019	2020	2021	2022	추진부처
------	------	------	------	------	------	------

2-2) 해외 진출 다변화 및 쌍방향 문화교류 확대

<한류 빅데이터 종합정보시스템> 구축 등 업계에 실질적·종합적 정보 제공						문체부 해외문화원 관계부처
콘텐츠 해외진출 거점인 <콘텐츠 비즈니스센터>의 중장기적 확충						문체부 기재부
콘텐츠진흥원, 해외문화원, KOTRA 등 콘텐츠 관련 지원기관 One-Stop 지원시스템 구축						문체부 문화체육관광부 통의도 중기부
일방적 한류진출을 극복, 동반성장을 위한 실질적 쌍방향 교류 실현						문체부 문화체육관광부 통의도 중기부
콘텐츠 분야 ODA 확대 및 내실화						문체부 문화체육관광부 외교부
환경변화에 대응하는 맞춤형 해외진출 방식 모색						문체부 문화체육관광부 관계부처
해외진출 지역·방식의 다변화						문체부 문화체육관광부 통의도 중기부
콘텐츠 중소기업 대상 맞춤형 해외진출 지원 강화						문체부 문화체육관광부 통의도 중기부
FTA를 통한 콘텐츠 진출 및 저작권 보호 정책 연계 강화						문체부 문화체육관광부 통의도
해외 저작권 보호 역량제고 및 기능 강화						문체부

2-3) 신한류 연계, 연관산업 동반성장 지원

한류 연계, 관광산업 활성화 역점 추진						문체부 지자체
연관산업 동반진출 박람회 개최						산업부 문화체육관광부 관계부처
한류 연관, 중소기업의 해외진출 확대						중기부 문화체육관광부 통의도 중기부
콘텐츠와 ICT·과학기술 동반 진출						문체부 문화체육관광부 통의도 중기부
한류 확산 범부처 협의체 구성 및 운영						관계부처

추진과제	2018	2019	2020	2021	2022	추진부처
------	------	------	------	------	------	------

### 3. [규제-제도] 공정환경 조성 과 과감한 제도혁신

#### 3-1) 콘텐츠산업 공정환경 조성 과 창작자 권리 강화

실효성 있는 「문화산업의 공정한 유통환경 조성 에 관한 법률」 제정 추진						문체부 관계부처
표준계약서 실효성 강화로 공정 계약 기반 마련						문체부 공정유통과
불공정 행위 감시 및 시정조치 강화						공정위원회
방송분야 불공정관행 개선기반 강화						방송통신위원회
콘텐츠분야 종사자 인권보호 및 노동환경 개선						고용노동부
스크린독과점 해소 및 콘텐츠 다양성 확보를 위한 제도 정비						문체부
창작자 권익을 보장하는 저작권 제도 개선						문체부
신유형의 저작권 침해에 대한 보호활동 강화						문체부 검경

#### 3-2) 민간 자율성을 살리는 규제-제도 혁신

콘텐츠·미디어 환경 변화에 선제적 대응						문체부 관계부처
정부주도 규제 혁신, 민간 자율 등급제 확대						문체부
자율성을 저해하는 게임산업 규제의 과감한 개선						문체부 관계부처
신한류 확산을 위한 대중문화 예술분야 제도 개선						문체부 청

세부 추진일정 및 예산·조직·인사·법제 등 수반과제는 관계 부처 협의과정에서 조정 변경될 수 있음

## 참 고

## 콘텐츠산업 주요 통계

### □ 국내 콘텐츠산업 시장 규모

\* 출처 : 2017 콘텐츠산업 통계(16년 실적), 2017년 4분기 콘텐츠산업 동향분석(17년), 2018년 콘텐츠산업 결산(18년)

구 분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년 (예상치)	2018년 (예상치)	14~18 연평균 성장률(%)
매출액(조 원)	87.3	91.2	94.9	100.5	105.5	110.5	116.3	5.2%
수출액(억 달러)	46.1	49.2	52.7	56.6	60.1	68.9	75	9.2%
고 용(만 명)	61.1	61.9	61.6	62.2	63.1	64.2	65	1.3%

### □ 2017년도 장르별 매출·수출 현황

\* 출처 : 2017 콘텐츠산업 통계(16년 실적), 2017년 4분기 콘텐츠산업 동향분석(17년 실적)

구 분	매출액 (억원)			수출액 (만달러)			종사자수(명)		
	17년	16년	증감율	17년	16년	증감율	17년	16년	증감율
합계	110조5,341	105조5,107	4.8	68억9,220	60억 806	14.7	642,048	631,457	1.7
출 판	20조7,544	20조7,659	△0.1	2억2,095	1억8,739	17.9	181,022	185,001	△2.2
만 화	1조0,061	9,763	3.1	3,768	3,248	16.0	10,359	10,127	2.3
음 악	5조7,380	5조3,082	8.1	4억5,539	4억4,257	2.9	79,852	78,393	1.9
게 임	12조2,403	10조8,945	12.4	39억 585	32억7,735	19.2	77,340	73,993	4.5
영 화	5조4,888	5조2,561	4.4	4,073	4,389	△7.2	29,641	28,974	2.3
애 니	7,001	6,770	3.4	1억4,580	1억3,562	7.5	5,285	5,142	2.8
방 송	17조9,524	17조3,311	3.6	4억9,339	4억1,121	20.0	44,548	43,662	2.0
광 고	15조5,919	15조1,897	2.6	1억1,668	1억 980	6.3	67,037	65,072	3.0
캐릭터	11조5,670	11조 662	4.5	6억4,888	6억1,284	5.9	34,657	33,323	4.0
지식정보	14조6,957	13조4,623	9.2	6억2,993	5억6,641	11.2	83,936	80,396	4.4
콘텐츠솔루션	4조7,994	4조5,835	4.7	1억9,692	1억8,850	4.5	28,371	27,374	3.6

### □ 국가별 콘텐츠시장 규모 순위(한국의 위치) (2012~2017년)

\* 한국의 세계콘텐츠시장 점유율은 2.5% 내외

(단위 : 억 달러)

구분	2012년		2013년		2014년		2015년		2016년		2017년(예상치)	
	국가	시장	국가	시장	국가	시장	국가	시장	국가	시장	국가	시장
세계시장	1조6천670억		1조7천560억		1조8천660억		1조9천720억		2조810억		2조1천910억	
1위	미국	6천410	미국	6천720	미국	7천070	미국	7천420	미국	7천800	미국	8천180
2위	일본	1천590	일본	1천610	중국	1천700	중국	1천940	중국	2천170	중국	2천420
3위	중국	1천290	중국	1천480	일본	1천690	일본	1천730	일본	1천770	일본	1천810
4위	독일	890	독일	920	독일	940	독일	970	독일	1천	독일	1천020
5위	영국	820	영국	850	영국	890	영국	940	영국	970	영국	1천010
6위	프랑스	620	프랑스	640	프랑스	650	프랑스	670	프랑스	690	프랑스	710
7위	한국	420	한국	460	한국	480	한국	500	한국	520	한국	550
8위	캐나다	410	캐나다	430	캐나다	450	캐나다	470	캐나다	490	캐나다	500
9위	이태리	360	이태리	350	브라질	350	브라질	370	브라질	390	브라질	410
10위	브라질 호주	280	브라질	310	이태리	350	이태리	370	이태리	380	이태리	400

\* 출처 : 한국콘텐츠진흥원, 「2017 해외콘텐츠시장 동향조사」; PwC(2017), ICv2(2017), SNE(2017), Box Office Mojo(2017), The-Numbers(2017), CNC(2016, 2017), LIMA(2017)