

문화콘텐츠는 미래 경쟁력이다

Creative Content Korea

2003. 5. 16

한국문화콘텐츠진흥원 원장 서 병 문

- I. 지식기반사회의 도래
- II. 문화콘텐츠산업의 정의
- III. 문화콘텐츠산업의 중요성
- IV. 세계 주요 선진국의 동향
- V. 우리 문화콘텐츠산업의 현황 및 전망
- VI. 우리 문화콘텐츠산업의 성장가능성
- VII. 문화콘텐츠산업의 비전과 목표
- VIII. 문화콘텐츠산업의 육성전략
- IX. 한국문화콘텐츠진흥원 2003년 사업계획

개

□ **창의적 문화콘텐츠사회의 도래**

✓ 인간의 지식, 감성, 상상력, 창의력이 경제성장의 새로운 동력이 되는 사회로 전환

<기술발달의 중심축 변화>

3/29

정의

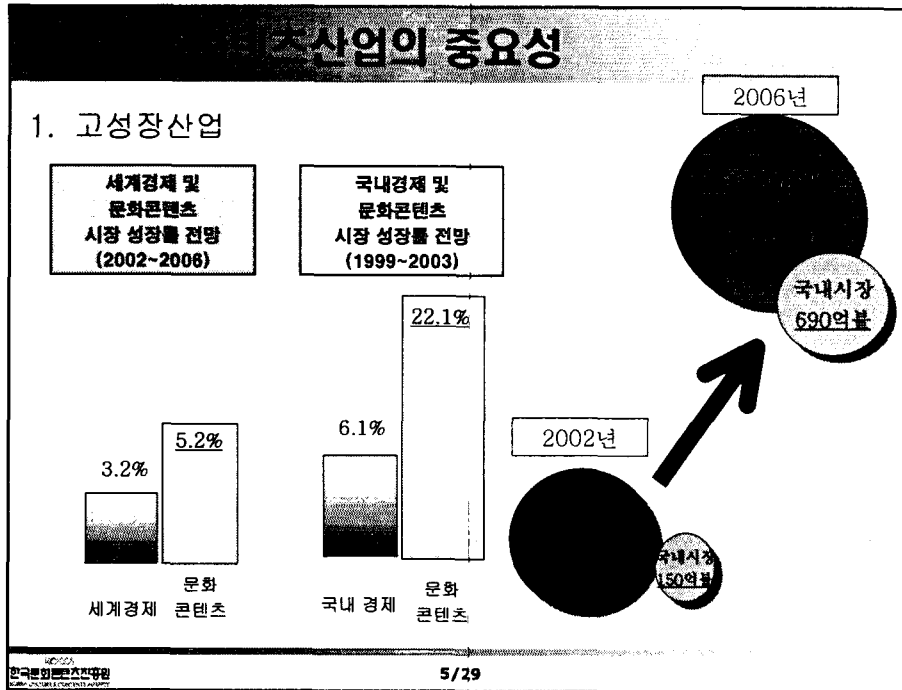
□ **문화콘텐츠산업이란...**

- 영화, 게임, 애니메이션, 만화, 캐릭터, 음악, 인터넷/모바일콘텐츠, 방송 등의 산업으로 고부가가치를 창출하는 첨단 지식기반산업.
- * 미국은 엔터테인먼트 산업, 영국은 Creative Industry이라고 칭함

□ **문화콘텐츠의 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 관련된 산업**

- 문화적 요소 (문화유산, 순수예술, 생활양식)는 창의성과 기술(CT)를 통해 부가가치를 창출하는 콘텐츠로 전환

4/29



콘텐츠산업의 중요성

2. 시장규모가 큰 산업

<주요 제조업과 문화콘텐츠산업의 시장규모 비교 (2001년)>
(단위: 억원)

애니메이션
세계시장 750억불
디지털가전 규모
381억불

세계시장에서 M/S
를 조금만 늘려도
상업비중이

구분	주요 제조업		주요 문화콘텐츠산업		
	세계시장 규모	한국산업 M/S	구분	세계시장 규모	한국산업 M/S
반도체	1,390	5.7%	영화	677	0.7%
(메모리)	(249)	(25.4%)	애니메이션	750	0.4%
TFT/LCD	144	40.7%	게임	1,704	1.4%
디지털가전	381	5.1%	음반	337	0.9%
철강	4,915	5.2%	캐릭터	1,220	2.6%
조선	460	32.4%	방송	1,780	2.5%

- 출처 : 산업자원부, 문화관광부 자료 (2001)
- 철강, 조선의 세계시장규모는 생산량과 건조량 기준 매출액 환산 추정액임

한국콘텐츠진흥원 6/29

사업의 중요성

3. 고부가가치 창출이 가능한 산업

□ 매출 대비 이익율이 높은 지식기반산업 (High Risk, High Return)

※ 사례 : 게임 '리니지' : 매출 1,548억원, 순이익 531억원
(이익률 34.3%, 해외 로열티 수익 218억원, 2002년)

구분	액면가	현재가 (2003.3.31)	동일액면가 기준 시 가격비교 (5,000원 기준)	비고
삼성전자	5,000원	293,500원	293,500원	58.7배
엔씨소프트	500원	88,000원	880,000원	176배

□ One-Source Multi-Use 통한 고부가가치 창출 가능

※ 사례 : 한국 대표만화 '둘리'

- 만화(1983) 출발-> 애니메이션
-> 1,200여가지 다양한 캐릭터 상품 판매로 확장
- 매년 20억원 이상 로열티 수익, 탄생20주년기념 주민등록증 발급 (2003, 부천영예시민)



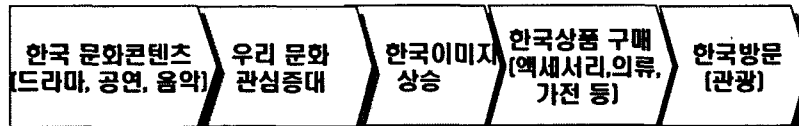
※ 사례 : 조안롤링의 소설 '해리포터'

- 1997년 발표이후, 전세계 약 1억 9,200만부 판매, 소설
->영화,게임, 각종캐릭터 판매로 확장
- 총 매출 20억 달러(약 2조 5천억원) 초과 (2002, 12)

사업의 중요성

4. 문화적, 경제적 파급효과 큰 산업

□ 문화확산은 물론 한류(韓流)의 사례와 같이 국가 이미지 제고와 상품 수출에 기여



※ 사례 : 삼성전자

- 한류 주역 안재욱 CF기용, 필립스 제치고 중국 모니터시장 점유율 1위(2002년)

※ 사례 : LG 드봉 화장품

- 베트남 방영 드라마 '모델'의 주인공 '김남주' 인기 힘입어 세계적 화장품 회사 랭크 제치고 베트남 시장 내 70% 시장 점유율 확보 (2002년)

사업의 중요성

5. 해외시장 진출이 상대적으로 용이한 산업

□ 언어적, 지리적, 인종 장벽이 낮아 글로벌시장 진출에 적합

- 캐릭터, 게임, 애니메이션, 만화의 경우
우리와 조건이 유사한 일본이 미국에 이어 문화콘텐츠 부문 세계 2위
- ※ 일본의 세계시장 점유율 (2001년) : 만화 62%, 게임 41.2%, 음반 15.6%

□ 문화적 감성이 유사한 아시아 시장 진출에 적합

- 영화, 드라마, 음악의 경우
문화적 동질성, 생활방식, 유사한 가치관 등으로 아시아 시장 진출이 용이

※ 사례 : 보아

- SM 기획 소속 가수 '보아'는 일본 현지에서 모두 260만장 이상 음반 판매 (약 1,000억원 이상 매출). 최근 일본레코드협회가 주는 골드디스크 대상을 받은 인기 절정의 가수로 자리매김

선진국의 동향

□ 주요 선진국에서 문화콘텐츠산업을 국가 전략산업으로 육성 중

미국	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 최고 문화콘텐츠강국으로 군수산업과 함께 미국 경제를 이끄는 2대 산업임, 미국 전체 수출의 13% 차지 • 엔터테인먼트(미디어포함) 산업성장율 : 10.4%, 경제성장율 : 3.8%('95~'99)
일본	<ul style="list-style-type: none"> • 미국에 이어 세계 2위 문화콘텐츠강국. 게임, 애니메이션, 캐릭터, 만화 분야에서 세계 최고 수준의 경쟁력 보유 • 2001년 1월 정부차원에서 e-Japan전략 수립/시행
영국	<ul style="list-style-type: none"> • 2000년 디지털콘텐츠 육성실현계획 수립 발표 및 정부차원의 전담기구 설립 (창작산업추진반, 창작산업수출진흥자문단) • 동 산업 매출액을 GDP 대비 10% 목표 수립, 전체 고용인력의 5%(132만명)
중국	<ul style="list-style-type: none"> • 정부차원에서 다양한 자금지원, 세제지원 혜택통해 문화콘텐츠산업의 양적/질적 제고 도모 • 상해, 광서성, 저장자치구, 중심으로 문화콘텐츠산업 적극육성

신진국의 동향

□ 소니, 콘텐츠 회사로의 대변신

※ 사례 : 일본의 SONY

- 일본 7대 가전회사 (소니, 히타치, 샤프, 마쓰시다, NEC, 도시바, 미쓰비시) 중 소니를 제외한 6개사는 모두 실적 부진
- 소니는 80년대 후반부터 미국의 컬럼비아 영화사, CBS 유직 등을 인수, 가전업체 -> 엔터테인먼트 기업으로 변신 추구
- 가전사업을 제외한 게임, 음악, 영화 등 엔터테인먼트 전 사업에서 흑자구현
- ▶ 이데이 노부유키 전 회장
“이제 소니를 가전회사가 아닌 종합 엔터테인먼트 기업으로 불러달라” 선언

<소니의 5대사업분야 매출과 수익(2001)>
(단위 : 억엔)

분야	매출액	경상이익
가전	53,104	-82
게임	10,037	829
음악	6,428	201
영화	6,358	312
금융	5,122	221

콘텐츠산업의 현황 [1]

□ 한국 문화콘텐츠산업 시장규모

한국문화콘텐츠산업 주요 시장규모 약 18조 3천억원 (2002년)

(단위 : 억원)

구분	시장규모	비고
애니메이션	3,645	
만화	6,033	소비시장 기준
캐릭터	49,400	소비시장 기준
음반	2,861	
게임	34,000	소비시장 기준
모바일콘텐츠	2,140	
방송	74,000	
영화	10,890	
합계	182,969	

• 출처 : 문화관광부, 한국문화콘텐츠진흥원, 한국게임산업개발원, 음반산업협회, 한국인터넷백서 (2002) 자료

콘텐츠산업의 현황 [2]

□ 애니메이션산업

- ✓ 시장규모 : 3,645억원 (2002년)
- ✓ 1960년대부터 시작된 OEM방식의 하청위주에서 최근 창작위주로 방향전환
- ✓ 글로벌 사업화 성공사례 및 세계 페스티벌 수상작 등장 (큐빅스, 마리아 이야기)
- ✓ 극장용 대작 애니메이션 제작 활발(원더풀데이즈, 오세암 등)
 - 올 7편 극장용 애니메이션 개봉예정으로 흥행과 수출 기대
 - ※ 원더풀데이즈, 오세암, 스쿼시, 왈리시움, 오디션, 해머보이망치, 아크
 - 해외 공동제작 및 관련산업으로의 사업다각화 활발



콘텐츠산업의 현황 [3]

□ 만화산업

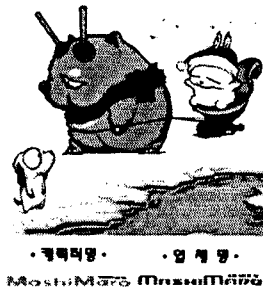
- ✓ 시장규모 : 6,033억원 (2002년)
- ✓ 만화 원작, 애니메이션, 캐릭터, 게임 등 연관 콘텐츠
- ✓ 제작 활성화 (둘리, 리니지, 비천무, 야마게돈, 누들누드 등)
- ✓ 2001년 이후 교양학습만화, 컬러만화 등 양질의 만화창작확대
 - ※ 사례 : '만화로 보는 그리스 로마신화' (가나출판사)
 - 2000년 출간 2003년 3월까지 1,000만부 이상 판매
- ✓ 미국과 유럽 등 수출지역 확대
- ✓ 프랑스 앙굴렘 만화페스티벌(2003. 1)에 한국 주빈국으로 초청 받아 국제 무대 공식 데뷔
 - '한국만화 특별전'을 통해 세계무대 공식 소개로 해외시장 진출 계기 마련



문화산업의 현황 (4)

□ 캐릭터산업

- ✓ 시장규모 : 4조 9,400억원(2002년)
- ✓ 2001년 이후 국산 캐릭터 점유율 지속 증가
 - 2000년 : 10% → 2001년 : 35% → 2002년 : 40%
- ✓ 모바일 캐릭터 시장의 급속한 성장
 - 2001년 : 42억원 → 2002년 79억원 (88% 증가)
- ✓ 일본, 중국 등 해외시장 진출 활발
 - 마사마로, 돌리, 뿌까 등
- ※ 사례 : 마사마로 (엽기토끼)
 - 대학생이 만든 플래시 애니메이션에서 출발.
 - 2,000여 가지의 다양한 캐릭터 상품 판매.
 - 일본·동남아·북미·유럽 등지에 수출하여 2001년 1,200억원의 시장 창출.



문화산업의 현황 (5)

□ 음악산업

- ✓ 시장규모 : 2,861억원 (2002년)
- ✓ 중국과 대만, 동남아시아의 한류열풍의 원천
- ✓ 음반(CD, DVD등) 에서 음원(music source) 중심의 산업구조로 전환
- ✓ 음반시장 침체속 저작권 기반 음악콘텐츠 유통시장 성장 예상
 - 음반시장 : 4,104억원(2000)→3,733억원(2001)→2,861억원(2002)
 - 음악저작권시장 368억원(2001)→391억원(2002)→442억원(2003) 전망



비즈니스의 현황 (6)

□ 게임산업

- ✓ 시장규모 : 3조 4,000억원 (2002년)
- ✓ 온라인 게임시장과 모바일 게임시장의 비약적인 발전
 - 중국, 대만 등 해외에서 국산 온라인게임 시장 열풍
 - 중국내 한국산 온라인게임 시장 80% 이상 차지
 - 모바일게임 360억원 (2002년)→1,300억원대(2003년) 시장 전망
- ✓ PS2, X-Box 출시로 국내 비디오게임 시장 형성 (2002년)
- ✓ PC게임과 아케이드 게임은 침체

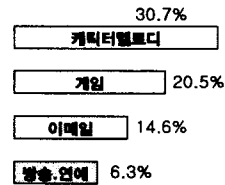


비즈니스의 현황 (7)

□ 모바일콘텐츠산업

- ✓ 시장규모 : 2,140억원 (2002년)
 - 벨소리, 캐릭터, 게임, 모바일 VOD 등
- ✓ 모바일콘텐츠산업의 급속한 성장
 - 안정적인 수요 기반 (이동전화가입자수 3,234만명)
2003년 IMT-2000서비스 상용화
 - 모바일콘텐츠 영역 확장 추세
(캐릭터, 음악, 게임 → 애니메이션, 만화, 영화)

<주요 모바일 콘텐츠 이용 순위(2002년)>



※ 국내 모바일콘텐츠 시장

• 380억원 (2001) → 2,140억원 (2002) → 2조원대 (2005년) 시장으로 급성장 전망

콘텐츠산업의 현황 (8)

□ 한국 문화콘텐츠산업의 현주소

- 한국 문화콘텐츠산업 세계시장 점유율 1.5% 내외
- 소수 매니아 중심, 우수인력 부족 (기획, 창작, 마케팅 부문)
- 자본력, 유통구조 취약
- 중소기업 중심으로 대기업 부재

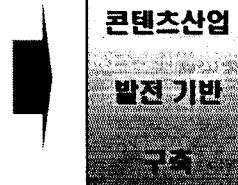
- ※ 일본 애니메이션 '센과 치히로의 행방불명' 경우
 - 일본에서 2,700만명, 국내에서 220만명 관람 (2002년)
 - 기획, 마케팅은 일본이, 일부 제작은 한국이 담당



콘텐츠산업의 성장가능성 (1)

1. 세계 최고수준의 정보통신 인프라 구축

- 초고속통신망 설치 1,000만 가구 돌파
[보급률 세계 1위, 2002.11]
- 인터넷 사용자수 2,700만 돌파 [2002.3]
- 이동전화 보급 확산 (3,234만명, 2003.1)



- ※ 사례 : 마시마로 (염기토끼)
 - 초고속통신망 기반 문화콘텐츠 개발 성공사례

문화콘텐츠산업의 성장가능성 [2]

2. 디지털 컨버전스로 문화콘텐츠 수요 폭증

- 지상파·케이블·위성방송의 디지털화
(방송채널 200여개 시대 도래)
- 네트워크 광대역화 및 양방향화 진전
- 디지털 가전 및 홈 네트워킹 등의 확산
- 무선통신 (IMT-2000)의 급성장
- T-Government의 출현



문화콘텐츠산업의 성장가능성 [3]

3. 풍부한 문화유산과 창의적인 국민성

- 유무형의 문화유산과 풍부한 창작소재 보유
- 창의력과 상상력이 뛰어난 국민성 (경쟁력 기반)
- 최근 문화콘텐츠 관련학과 증가로 전문인력 유입 활발

<문화콘텐츠 관련 정규교육기관 분포 (2002년)>

구분	영화	애니/만화	음악	게임	방송	소계
대학원	7	12	4	6	45	74
4년제	26	48	11	11	76	172
3년제	4	5	-	-	-	9
2년제	7	49	20	23	-	99
소계	44	114	35	40	121	354

산업 비전과 목표

비전 (VISION)

- 창의적 문화콘텐츠산업 강국 실현 (5대 생산국)
(Creative Content Korea)

2007년 달성목표

- 해외수출액: 3억 달러 → 100억 달러

산업 육성전략 (1)

1. 차세대전략산업의 비전 제시 및 공유

- 문화콘텐츠산업은 5~10년후 한국경제를 이끌 대표적 산업 중 하나
비전 제시 및 국민적 공감대 형성

2. 문화예술, 전통문화와 문화콘텐츠산업의 상생발전 추구

- 문화콘텐츠산업발전의 원동력인 문화예술과의 동반 발전 추구
- ※ 5천년 유·무형 문화유산 디지털콘텐츠화 → 창작소재 활용

업의 육성전략 (2)

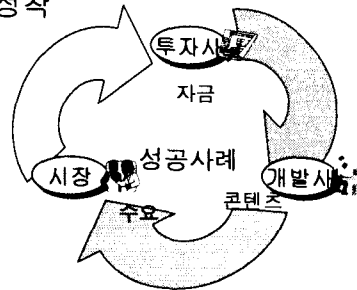
3. 전문인력 양성 및 창작 인프라 조기 구축

- 기획, 시나리오, 마케팅 분야 전문인력 집중육성. 6T중 하나 지속개발
 ※ 6T : CT(콘텐츠), IT(정보), BT(바이오), ST(우주), ET(환경), NT(나노)

4. 성공사례 창출 통한 선순환구조 정착

- 다수의 성공사례 창출 통한 투자자금 선순환구조 정착
- 우수 전문인력 유입촉진 및 내수시장 활성화

※ 선택과 집중 지원 통한 글로벌 스탠다드 프로젝트 발굴, 육성 추진



업의 육성전략 (3)

5. 해외진출 최우선화를 통한 수출산업화

- 세계 지역별 특색, 산업별 경쟁우위 고려 차별화된 수출전략 구사
 - 애니메이션, 만화, 게임, 캐릭터 (세계시장) 음악, 방송, 드라마 (아시아시장)
 중점 공략
- 중국, 일본, 미국, 유럽 등 권역별 세계시장 진출 지원 거점 확보지원
 - 동경, 북경 지사 이어 LA, 런던에 지사 설립 추진중
- 문화콘텐츠산업 수출활성화 위해 <문화콘텐츠 수출대상> 신설

**문화콘텐츠산업을 5~10년 후 한국경제를 이끌
 대표적 산업 중 하나로 육성**

스진지원 2003년 사업계획

1. 문화콘텐츠 창작 기반조성

- 문화콘텐츠 연계공동제작실 운영
 - 제종의 기획, 개발, 제작, 시연, 상품화, 투자유치에 걸친 연속적 지원체계 구축으로 One-Source Multi-Use 기반의 지원
- 우리 문화원형의 콘텐츠화
 - 우리 문화원형(문화재, 역사, 풍물, 설화, 복식, 구전가요 등)을 디지털 신기술로 테마별로 콘텐츠화

2. 문화콘텐츠 국내외 마케팅 및 수출활성화

- 문화콘텐츠 해외투자로드쇼 등 전략지역 수출지원
- 디지털문화콘텐츠 국제전시회 개최 (DICON2003)
- 문화콘텐츠 상설마켓 조성
- 수출용 파일럿프로그램 제작지원
- 스태프로젝트 발굴지원

스진지원 2003년 사업계획

3. 전략콘텐츠분야 전문인력 양성

- 문화콘텐츠 프로듀서, 마케터 등 전문인력 양성
- 문화콘텐츠 특성화 교육기관 장비 및 교육프로그램 지원
- 사이버 문화콘텐츠 아카데미 구축 및 운영사업

4. 문화콘텐츠 기술개발사업

- 문화콘텐츠 기술개발 자유공모 및 지정공모
- 기술개발 응용콘텐츠개발 : 에듀테인먼트콘텐츠 제작지원사업 등
- R&D : 콘텐츠로드맵 및 CT평가모델링 개발 등

KOCCA
한국문화콘텐츠진흥원
KOREA CULTURE & CONTENTS AGENCY

bmsuh@kocca.or.kr

감사합니다