

경남 문화콘텐츠산업 육성 기본계획 수립연구

2019. 12.



경상남도
GYEONGNAM



경남문화예술진흥원
GYEONGNAM CULTURE AND ARTS FOUNDATION

발 간 사

문화콘텐츠산업은 높은 부가가치 및 일자리 창출 가능성, 다양한 자원 및 산업과 연계 가능성이 증대되면서 국가뿐만 아니라 지역의 중요한 성장산업으로 자리매김하고 있다. 특히 콘텐츠산업은 지역의 문화자원을 기반으로 기술과 산업의 융합을 촉진함으로써 지역 경제의 새로운 활력소 역할을 하고 있다.

그동안 경상남도는 타 시도 대비 문화콘텐츠산업 육성을 위한 기반시설이 부족하여 지역의 자생적 산업 생태계 구축에 어려움이 있었다. 그러나 최근 경상남도는 문화콘텐츠산업 생태계 조성을 위해 2018년 음악창작소를 시작으로 콘텐츠기업육성센터, 2019년 콘텐츠코리아 랩, 웹툰 캠퍼스, 저작권서비스센터 등 국비사업을 유치해 기반시설 조성 및 프로그램 운영에 박차를 가하고 있다. 한마디로 콘텐츠산업의 부흥시대를 맞이하고 있다. 2020년 하반기가 되면 경남도의 콘텐츠산업 인프라는 타 시도대비 불균형 상태에서 균형 상태가 된다. 조성 이후 경남은 콘텐츠산업 생태계가 업그레이드되고 가속화될 것이다. 콘텐츠코리아랩, 음악창작소, 웹툰캠퍼스의 창작이 창업으로 이어지고 창업 이후 콘텐츠기업육성센터의 입주공간과 지원사업으로 빠르게 성장하고 저작권서비스센터를 통한 저작물 보호로 지속 가능한 콘텐츠산업 생태계가 조성된다. 이러한 시점에서 경남의 문화콘텐츠산업 육성을 위한 기본계획 수립 연구의 필요성이 제기되었다.

본 연구의 목적은 경남 문화콘텐츠산업의 내·외부 환경과 지역현황을 진단하고 콘텐츠산업의 경쟁력을 강화할 수 있는 정책적 방안을 도출하는데 있다. 연구의 결과는 첫째, 콘텐츠산업의 국내외 이슈와 트렌드를 정리하고 중앙정부의 콘텐츠산업 정책 방향 분석을 통해 지역 콘텐츠산업 정책에 대한 시사점을 도출하였다. 콘텐츠 제작, 유통, 소비 방식의 변화 양상, 기술 및 산업 환경 변화 양상 등을 고려해 콘텐츠산업 이슈를 정리하였고, 최근 제시된 콘텐츠산업 정책 내용들의 정책적 시사점을 도출하였다. 시사점의 예로 4차산업 융합 트렌드에 선제적 대응을 위한 경남의 대표 콘텐츠 발굴의 필요성을 제시하였다.

둘째, 경남의 콘텐츠 산업 여건과 콘텐츠 기업 동향 및 활동, 정책 수요 분석을 통해 경남지역 콘텐츠산업의 정책 방향과 정책과제를 도출하였다. 경남 콘텐츠산업의 현황과 동향 변화 등 활동 현황을 파악하였고, 도민의 문화콘텐츠 인식과 문화수요 등을 분석하여 지역민과 함께 하는 문화콘텐츠 육성 전략을 제시하였고, 각계의 의견을 수렴, 경남도의 지역적 특성과 요구를 반영한 다면적 분석을 실시함으로써 정책 지원방안 및 정책과제를 도출하였다. 정책과제는 향후 5년간(2020~2024)을 시간적 범위로 설정하였으며, 4대 전략은 1. 융합형 콘텐츠 및 선도형 실감 콘텐츠 육성으로 미래 성장동력 확보, 2. 문화격차 해소를 통한 콘텐츠 향유 기회 확대, 3. 콘텐츠산업 지원체계 구축으로 혁신 생태계 조성, 4. 문화콘텐츠 인프라 활용여건 조성을 토대로 16개의 주요 추진과제를 제시하였다.

문화콘텐츠산업은 시대의 흐름에 따라 급속하게 변화하고 있다. 따라서 지역 콘텐츠산업 정책 기조도 빠르게 대응해야 하고, 경상남도의 콘텐츠산업 정책 패러다임도 전환이 필요한 상황이다. 본 연구를 통해 경남의 문화콘텐츠산업 발전에 필요한 정책적인 기초자료로 활용되어 합리적 사업 추진에 도움이 되었으면 한다.

끝으로 본 연구를 위해 많은 도움을 준 자문위원님들과 자료수집에 도움을 준 유관기관에 다시 한번 감사의 인사를 드린다.

2019. 12

경남문화예술진흥원장 윤 치 원

제 출 문

본 보고서를 「경남 문화콘텐츠산업 육성 기본계획 수립 연구」 결과보고서로 제출합니다.

2019년 12월

주식회사	리서치코리아
대표이사	조미옥

...

목 차

I. 연구개요

1. 연구의 배경 및 목적	3
1) 연구의 배경	3
2) 연구의 목적	5
2. 연구의 범위 및 방법	5
1) 산업 정의 및 범위	5
2) 분석 범위	6
3) 연구의 수행방법	6

II. 내외부 환경 분석

1. 콘텐츠산업의 개념	11
2. 국내외 콘텐츠산업 동향	12
1) 글로벌 콘텐츠시장 동향	12
2) 국내 콘텐츠시장 동향	15
3. 국내외 콘텐츠산업 이슈	17
1) 콘텐츠산업 최근 이슈	17
2) 국내 콘텐츠산업 이슈	20
4. 문화기술(CT) 동향	33
5. 콘텐츠산업 정책동향	41
1) 국가 콘텐츠산업 육성 계획정책 동향	41
2) 정부 정책의 기조	43
3) 문화비전2030	44
4) 콘텐츠산업 중장기 종합계획	46
5) 콘텐츠산업 경쟁력강화 3대 핵심전략	47
6) 콘텐츠산업 3대 혁신전략 추진 방향	51
7) 2019년 문화체육관광부 주요 업무 계획	58

6. 타 지자체의 콘텐츠산업 정책 및 동향	64
7. 시사점	79
1) 4차산업혁명의 신기술융합 콘텐츠 육성 방향에 따른 경남지역 대응 ..	79
2) 콘텐츠산업 3대 혁신전략 추진에 따른 경남지역 대응	79
3) 지역 콘텐츠산업 발전 지원방향에 따른 경남지역 대응	81

III. 경상남도 콘텐츠산업 정책 분석

1. 경상남도의 콘텐츠산업 주요 정책	85
1) 경상남도 지역문화진흥 시행계획	85
2) 경상남도정 4개년 계획	88
3) 경상남도 2019년도 주요 시책	88
2. 경상남도의 콘텐츠산업 주요 사업 분석	91
1) 2019년도 추진사업 개요	91
2) 경남 콘텐츠관련 주요 사업 추진 현황	92
3. 경상남도 사군별 문화산업 주요 활동	105
4. 시사점	107

IV. 경상남도 콘텐츠산업 환경 및 여건분석

1. 경남지역 콘텐츠산업 현황 및 동향분석	111
1) 광역시도별 콘텐츠산업 현황 비교	111
2) 경남지역 콘텐츠 관련 사업체 수(2019년 기준)	117
3) 경남지역 콘텐츠산업 활성화 내부 여건	119
2. 경남지역 콘텐츠산업 생태계 여건	121
3. 지역 콘텐츠산업 보유 역량 및 자원	124
1) 문화 향유율	124
2) 물적 현황	125
3) 휴먼 리소스	133

4. 시사점	138
5. 경남 콘텐츠산업 SWOT분석	140

V. 경상남도 콘텐츠산업 추진전략 및 정책과제

1. 추진 전략	145
2. 주요 정책과제	146
1) 콘텐츠산업 발전전략 및 추진과제	146
2) 경남도 문화콘텐츠산업 육성 비전과 전략	151
3. 과제별 추진 사항	152
4. 연도별 정책과제 도출	171
5. 정책과제별 사업추진 개요	172
6. 기타 정책적 검토 사항	180

■ 부 록

•
•
•
•
•
•

<표 II-1> 글로벌 콘텐츠 시장규모 및 전망(2017-2022)	2
<표 II-2> 국내 콘텐츠시장 규모 및 전망(2017-2022)	5
<표 II-3> 지역 문화역량 추진과제	24
<표 II-4> 지역 문화 격차 해소를 통한 균형발전 역량 추진과제	24
<표 II-5> 지역 문화발굴 창조 추진과제	24
<표 II-6> 문재인정부 국정운영 5개년 계획 주요내용	44
<표 II-7> 문화비전2030 주요내용	5
<표 II-8> 콘텐츠산업 중장기 비전과 목표	74
<표 II-9> 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 세부 과제 및 개선 방향	84
<표 II-10> 콘텐츠산업 경쟁력 강화 핵심전략 중장기 종합계획에 따른 주요 추진현황	94
<표 II-11> 3대 혁신전략 세부 추진내용 개요	25
<표 II-12> 지역 콘텐츠산업 정책 방향	45
<표 II-13> 지역 콘텐츠산업 예산 편성 내역	75
<표 II-14> 지역별·연도별 국비지원 현황	8
<표 II-15> 지역별·사업별 국비지원 현황	8
<표 II-16> 한국콘텐츠진흥원 예산 중 지역 콘텐츠산업 관련 비중	95
<표 II-17> 전국 문화산업 지원기관 및 예산	06
<표 II-18> 2019년 문화체육관광부 주요 업무 계획	2
<표 II-19> 2019년 문화체육관광부 주요 업무 계획 주요 내용	3
<표 II-20> 지자체별 2019년 콘텐츠산업 비전	4
<표 II-21> 지자체별 2019년 콘텐츠산업 주요 정책	5
<표 III-1> 경상남도 지역문화진흥 시행계획 주요내용	58
<표 III-2> 경남도정 4개년 계획 주요내용	78
<표 III-3> 2019년 예산 편성 현황(제2회 추경(예정) 포함)	0
<표 III-4> 2019년 경남지역 콘텐츠 관련 주요사업	1
<표 III-5> 경남 콘텐츠기업 육성센터 조성	29

<표 III-6> 경남 콘텐츠기업 육성센터 운영	29
<표 III-7> 경남 웹툰 캠퍼스 조성·운영	9
<표 III-8> 경남콘텐츠원캠퍼스 구축 운영사업	49
<표 III-9> 삼도수군 통제영 실감콘텐츠 체험관·상영관 설치	9
<표 III-10> 경남 저작권서비스센터 운영	59
<표 III-11> 경남음악창작소 조성	69
<표 III-12> 경남 문화콘텐츠산업 육성 기본계획 수립 용역	79
<표 III-13> 문화콘텐츠 아카데미	79
<표 III-14> 지역형 콘텐츠 개발 지원	79
<표 III-15> 경남스토리랩 운영	89
<표 III-16> 대통령배 아마추어 e-스포츠대회	89
<표 III-17> 영상산업 성장기반 구축	99
<표 III-18> 경남 독립영화 제작지원 및 상영	99
<표 III-19> 찾아가는 영화 상영회	99
<표 III-20> 경남예술영화제 개최(시네마테크경남)	101
<표 III-21> 콘텐츠영상산업 정책포럼	11
<표 III-22> 로케이션 인센티브 지원사업	11
<표 III-23> 문화대장간 폴무 운영	11
<표 III-24> 김해 화포천 자연친화 아바타개발 및 플랫폼 서비스 ..	11
<표 III-25> 화석에서 되살아난 한반도 공룡 STEP1('19년 사업) ..	30
<표 III-26> 경남 콘텐츠코리아랩 구축·운영	13
<표 III-27> 코리아드라마페스티벌 지원	11
<표 III-28> 고성 공룡 AR체험존 조성	11
<표 III-29> 자치단체별 문화산업 조직 및 활동	11
<표 IV-1> 전국 콘텐츠산업 사업체 수 현황	1
<표 IV-2> 콘텐츠산업 광역시도별 사업체 수 현황	1
<표 IV-3> 콘텐츠산업 지역별 연도별 사업체 수 현황	1
<표 IV-4> 콘텐츠산업 장르별 경상남도 사업체 수 현황	1

<표 IV-5> 전국 콘텐츠산업 매출액 현황	3
<표 IV-6> 콘텐츠산업 지역별 매출액 현황	4
<표 IV-7> 콘텐츠산업 지역별 연도별 매출액 현황	4
<표 IV-8> 콘텐츠산업 경상남도 매출액 현황	5
<표 IV-9> 전국 콘텐츠산업 종사자 현황	5
<표 IV-10> 콘텐츠산업 지역별 종사자 현황	6
<표 IV-11> 콘텐츠산업 지역별 연도별 종사자 현황	6
<표 IV-12> 콘텐츠산업 경상남도 종사자 현황	7
<표 IV-13> 경상남도 장르별 사업체 현황	7
<표 IV-14> 지역별 사업체 현황	8
<표 IV-15> 지역 인구 및 산업 구조	9
<표 IV-16> 광역시도별 주력산업	9
<표 IV-17> 지역별 문화 향유율	9
<표 IV-18> 문화예술행사별 관람률	9
<표 IV-19> 전국 문화기반시설 현황	9
<표 IV-20> 지역별 문화기반시설 현황	9
<표 IV-21> 경상남도 문화기반시설 현황	9
<표 IV-22> 경상남도 지원·연구기관 및 협회 현황	17
<표 IV-23> 지역별 문예회관 공연장 가동률	8
<표 IV-24> 전국 영상미디어 센터 현황	8
<표 IV-25> 경남도내 영상산업 관련 시설	8
<표 IV-26> 경남도내 영화관련 협회	9
<표 IV-27> 경남도내 영화제 현황	9
<표 IV-28> 전국 축제 현황	9
<표 IV-29> 경남도내 시군별 지역축제 현황	9
<표 IV-30> 전국 문화재 현황	11
<표 IV-31> 전국 국가지정문화재 현황	11
<표 IV-32> 경남 시군별 국가지정문화재 현황	2

<표 IV-33> 경상남도 교육기관 지역별 현황	3
<표 IV-34> 경상남도 교육기관의 콘텐츠 관련 인력양성 현황	3
<표 IV-35> 특성화 고교 문화산업 전공 인력양성 현황	4
<표 IV-36> 종합대학 콘텐츠 관련 전공 인력양성 현황	5
<표 IV-37> 대학원 콘텐츠 산업 전공 인력양성 현황	6
<표 IV-38> 전문/기능대학 콘텐츠 산업 전공 인력양성 현황	7
<표 V-1> 경남도 콘텐츠산업 육성 추진전략 및 방향성	4
<표 V-2> 4대 전략별 주요 추진과제(안)	6
<표 V-3> 과제선정 근거: 전략1. 융합형 콘텐츠 및 선도형 실감콘텐츠육성으로 미래 성장동력 확보 ·	7
<표 V-4> 과제선정 근거: 전략2. 문화격차 해소를 통한 콘텐츠 향유 기회 확대	8
<표 V-5> 과제선정 근거: 전략3. 콘텐츠산업 지원체계 구축으로 혁신생태계조성 ·	9
<표 V-6> 과제선정 근거: 전략4. 문화콘텐츠 인프라 활용 여건 조성 ·	9
<표 V-7> 지역별 콘텐츠 사업내용	5
<표 V-8> 지역별 콘텐츠 개발 구상	6
<표 V-9> 국내 5G 실감콘텐츠 주요 사례	7
<표 V-10> 첨단기술 지원분야 및 주요 서비스	8
<표 V-11> 인력양성 예시	5
<표 V-12> 글로벌게임센터 전국유치 현황	7
<표 V-13> 연도별 과제 도출	7
<표 V-14> 융합형 지역대표 아이템육성 및 발굴	7
<표 V-15> 문화유산 기반 실감콘텐츠개발 및 육성	7
<표 V-16> 5G 실감콘텐츠 육성	7
<표 V-17> 5G 실감콘텐츠 혁신 프로젝트	7
<표 V-18> 지역 간 문화콘텐츠 격차 해소 개선	7
<표 V-19> 문화콘텐츠산업 육성 권역 설정	7
<표 V-20> 주민 체감콘텐츠 및 체감형 콘텐츠 공간 구축	7
<표 V-21> 문화향유 시설 대상 첨단기술 지원	7

<표 V-22> 가치사슬 전 단계 지원 강화	㉠
<표 V-23> 투자활성화 및 투자여건 조성	㉠
<표 V-24> 콘텐츠 기업보증 확대	㉡
<표 V-25> 개인 창작자 및 1인창작기업 지원 활성화	㉡
<표 V-26> 문화콘텐츠 거점기관 기능 정상화	㉢
<표 V-27> 체계적 콘텐츠융합 인력양성	㉢
<표 V-28> 지속적 문화콘텐츠 인프라 확충 및 활용도 제고	㉣
<표 V-29> 게임산업 육성 기반 확충	㉣

그 림 목 차

[그림 I-1] 지역별 콘텐츠산업 매출액, 사업체수, 종사자수 비중 추이	3
[그림 I-2] 콘텐츠산업 범위	6
[그림 I-3] 연구 수행 방법	7
[그림 II-1] 2019년 콘텐츠산업 매출, 수출 전망	61
[그림 II-2] 매출·수출·고용의 목표치	16
[그림 II-3] 18년 하반기 콘텐츠산업 수출액 규모	32
[그림 II-4] 만화산업 매출수출 및 종사자 현황	42
[그림 II-5] 콘텐츠산업 분야별 수출 증가율 ('18년/전년대비)	52
[그림 II-6] 만화산업 발전계획	82
[그림 II-7] 제5차 '방송영상산업 진흥 중장기 계획	31
[그림 II-8] 2018 방송통신광고비 조사	43
[그림 II-9] 크로스 미디어와 트랜스미디어	53
[그림 II-10] 지역 문화진흥 기본계획 2020	14
[그림 II-11] 우리나라 문화정책의 기조	34
[그림 II-12] 콘텐츠산업 3대 혁신전략	15
[그림 IV-1] 콘텐츠산업 장르별 경상남도 사업체 수 현황	1
[그림 IV-2] 경상남도 지역 주력산업 지도	10
[그림 IV-3] 경상남도 기업가 지수 분석 - 인식부분	1
[그림 IV-4] 경상남도 기업가 지수 분석 - 지역 창업 환경 부문	1
[그림 IV-5] 경상남도 창업 인프라 현황	2
[그림 IV-6] 경상남도 콘텐츠 분야별 입지계수 분석	2
[그림 IV-7] 경상남도 콘텐츠 육성센터 포지셔닝 및 역량 분석	2
[그림 V-1] 경남도 문화콘텐츠산업 육성 비전과 전략	11
[그림 V-2] 인력 간 창작환경 조성 및 지원	6

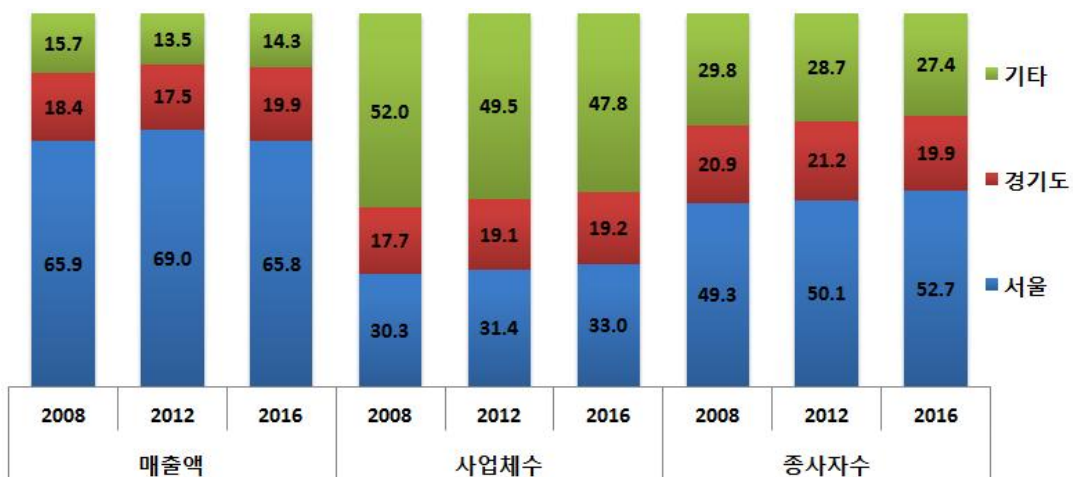
PART. I

연구의 개요

1. 연구의 배경 및 목적

1) 연구의 배경

- 콘텐츠산업의 높은 부가가치 및 일자리 창출 가능성, 다양한 자원 및 산업과 연계 가능성이 증대되면서 국가뿐만 아니라 지역의 중요한 성장산업으로 자리매김하게 되었음
- 콘텐츠산업은 지역 문화자원을 기반으로 기술과 산업의 융합을 촉진함으로써 지역 경제와 재생의 새로운 활력소 역할을 하고 있음
- 이에 지역은 콘텐츠산업 발전을 위한 다양한 정책들이 추진되어 왔으며, 이러한 노력으로 주요 지역을 중심으로 콘텐츠 창작기반이 구축되고 다양한 장르에서 성공사례가 창출되었음
- 이러한 성과에도 불구하고 여전히 산업 활동 주체이면서 정책 대상인 콘텐츠 인력과 기업이 수도권에 집중되는 경향이 지속되고 있어 지역의 자생적 산업 생태계 구축에 어려움을 겪고 있음
- 이러한 지역 콘텐츠산업의 한계는 산업 전반이 여전히 수도권에 집중되어 있는 현상으로도 확인할 수 있음



[그림 I-1] 지역별 콘텐츠산업 매출액, 사업체수, 종사자수 비중 추이

※ 자료: 각 연도 콘텐츠산업 통계조사 자료

- 주요국들도 자국의 콘텐츠산업 지속 발전 가능성을 높이고, 창출된 다양한 성과를 효과적으로 확산시키기 위한 방안으로 지역단위 콘텐츠산업을 발전시켜 왔음
- 이들은 자국의 콘텐츠산업 발전을 위해 다양한 정보를 생산 분석함으로써 지역별 콘텐츠산업을 특성화하고 정책의 효율성과 효과성을 증대시켜 왔음
- 특히 주요국들은 지역 콘텐츠산업에 대한 구체적인 정보를 기반으로 지역별 콘텐츠 핵심 산업을 지정하고 해당 산업의 발전을 위한 인력, 자본, 인프라 등의 자원 확충 뿐만 아니라 차별화된 정책 방안을 추진하고 있음
- 우리나라도 지역 특성화·분권화·상생발전 등이 강조됨에 따라 지역별 산업환경을 진단하고 지역 맞춤형 정책 개발의 필요성이 점차 증대되고 있음
- 지난 10여년간 지역콘텐츠산업 육성을 위해 지역 진흥기관을 통해 다양한 정책적 지원을 추진하였으나 해당 지역의 특화된 전략 보다는 중앙의 콘텐츠산업 정책 기조에 따라 지역 단위에서 정책을 선정하고 추진해 왔음
- 지역 콘텐츠산업 정책은 단년도 지원사업이나 시설(인프라) 구축에 기반한 생산 주체들의 공간 집적에 집중되는 경향이 강하게 나타나고 있으며 이로 인해 지원 방식의 전환 요구가 증대되고 있는 상황임
- 최근 지역 콘텐츠산업 정책 추진 주체가 중앙에서 지역으로 이양되는 기조가 나타나면서 지역 단위의 정책 체계 마련의 필요성이 증대되고 있음
- 경상남도는 지역 내 자생적인 콘텐츠산업 생태계 구축을 위해 가치사슬별, 장르별 정책방안을 추진해 다양한 성과를 창출해 왔음
- 다만, 콘텐츠산업에 영향을 미치는 기술과 산업 환경과 함께 지역 콘텐츠산업 정책 기조도 빠르게 변하고 있어 경상남도의 콘텐츠산업 정책 패러다임도 전환이 필요한 상황임
- 현 국면에서 경상남도에 필요한 새로운 콘텐츠산업 정책 방향을 도출하기 위해서는 다양한 정책 정보가 있어야 함
- 경상남도의 콘텐츠산업 현황과 한계를 진단하고 효과적인 정책 대상 및 방안들을 도출할 수 있는 정책 정보의 제공이 필요함

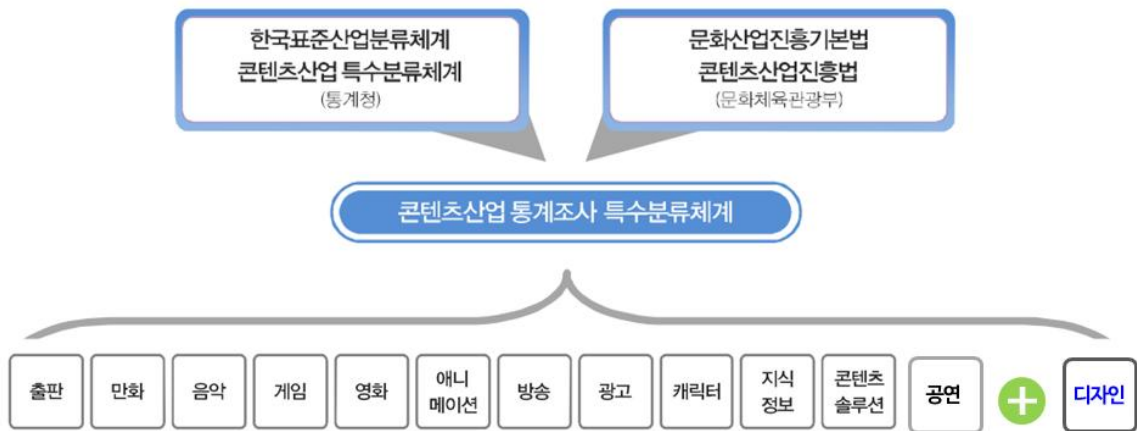
2) 연구의 목적

- 본 연구의 목적은 경상남도 문화콘텐츠산업의 내외부 환경과 지역현황을 진단하고 콘텐츠산업의 경쟁력을 강화할 수 있는 정책적 방안을 도출하는데 필요한 정보를 일차적으로 제공하는 데 있음
- 이를 위해 지역 콘텐츠산업에 영향을 주는 대내외적 산업 및 정책 환경 분석, 콘텐츠 생산자들의 미시적 분석을 통해 산업 진흥에 필요한 정책적 시사점을 도출하고자 함
- 구체적으로 첫째, 지역 콘텐츠산업의 내외부 동향과 전망, 산업 이슈를 분석하고 콘텐츠산업의 지역적 내부 역량과 시사점을 진단하고자 함
- 둘째, 경상남도의 콘텐츠산업의 위치를 타지역과 비교하여 확인하고 경남의 콘텐츠 산업과 제작기업의 사업 환경, 활동 현황, 지원 방안 등에 대한 의견수렴과 정책 수요 등을 파악함
- 셋째, 경남의 콘텐츠산업 중장기 정책지표로 활용하기 위해 향후 5년간의 추진 전략과 정책과제 제시를 통해 콘텐츠산업의 정책의 합리적 사업 추진과 정책 자료로 활용 할 수 있는 자료를 제공함
- 이와 같은 연구를 통해 경상남도의 콘텐츠산업에 필요한 정책적인 기초자료 및 정보와 정책 반영 자료 및 시사점을 제공함

2. 연구의 범위 및 방법

1) 산업 정의 및 범위

- 콘텐츠산업이란 경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 포함한다)의 제작·유통·이용 등과 관련된 산업을 말함
- 콘텐츠산업 특수 분류는 12개 영역인 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연산업으로 구성되나, 디자인 분야도 산업 범위에 포함



[그림 1-2] 콘텐츠산업 범위

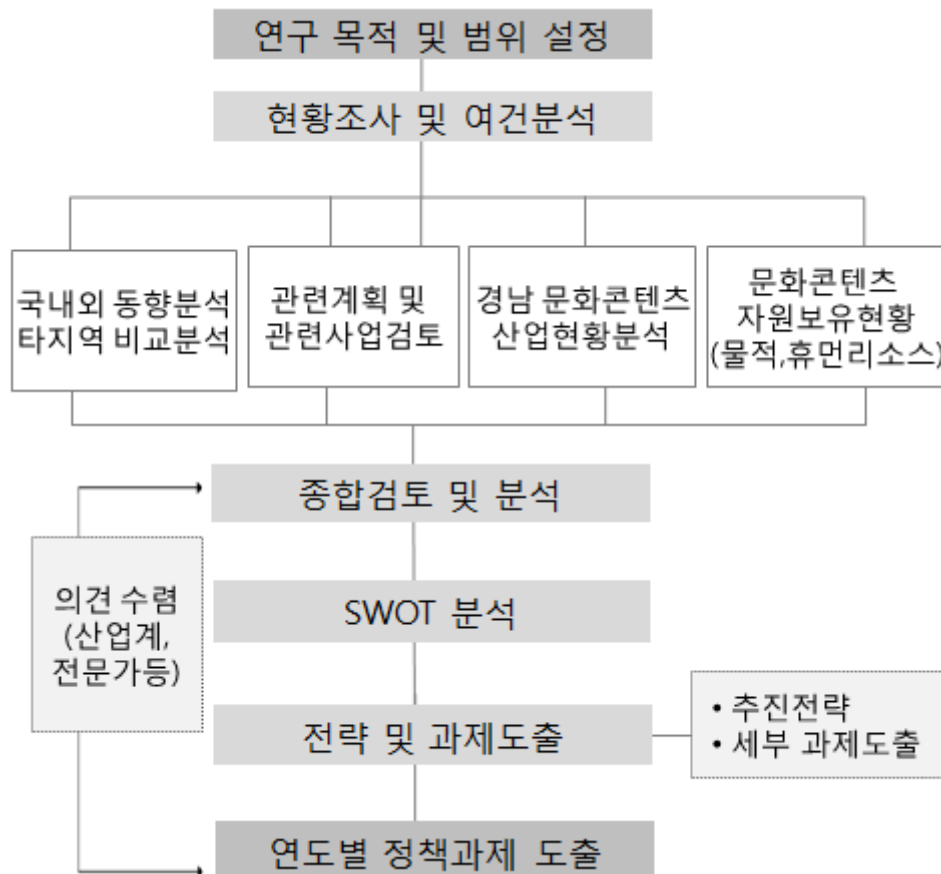
2) 분석 범위

- 공간적 범위는 경상남도 전역을 중심으로 하나 전반적인 현황 및 이슈 분석을 위해서 범위를 확장
 - 환경 분석에서는 세계 콘텐츠시장의 중심으로 분석하고, 정책 현황은 중앙의 콘텐츠산업 정책에 대해 정리함
 - 경상남도 콘텐츠산업 현황 파악에는 다른 지역의 현황 자료를 다양하게 활용하며, 타산업간, 지역 간 비교분석을 위해 타산업 또는 타지역 현황 자료를 활용함
- 시간적 범위는 2018년 기준 자료를 기본으로 하되, 산업 추이 분석과 전망 자료 분석을 위해 범위를 확장함

3) 연구의 수행방법

- 분석 방법은 최근 국내외 콘텐츠산업의 동향 분석과 중앙정부 및 지역 콘텐츠 산업 육성 정책 분석, 각종 국내외 통계자료, 지역 문화콘텐츠산업 여건 및 경남도의 내부 역량분석과 도민, 산업계, 전문가 등 각계의 의견수렴을 통해 결과를 도출하였음
- 첫째, 콘텐츠산업 국내외 이슈와 트렌드를 정리하고 중앙정부의 콘텐츠산업 정책 방향 분석을 통해 지역 콘텐츠산업 정책에 대한 시사점을 도출하였음
 - 콘텐츠 제작, 유통, 소비 방식의 변화 양상, 기술 및 산업 환경 변화 양상 등을 고려해 콘텐츠산업 이슈를 정리함

- 최근 제시된 콘텐츠산업 정책 내용들을 정리하고 정책적 시사점을 도출함
- 둘째, 경상남도 콘텐츠 산업 여건과 콘텐츠 기업 동향 및 활동, 정책 수요 분석을 통해 경남지역 콘텐츠산업의 정책 방향과 정책과제를 도출함
- 경상남도 콘텐츠 기업들의 현황과 동향 변화 등 활동 현황을 파악함
- 도민의 문화콘텐츠 인식과 문화수요 등을 분석하여 지역민과 함께 하는 문화콘텐츠 육성 전략을 제시하였음
- 각계의 의견을 수렴, 경남도의 지역적 특성과 요구도를 반영한 다면적 분석을 실시함으로써 정책 지원방안 및 정책과제 도출에 활용하였음
- 셋째 본 연구는 연도별 정책과제 도출은 향후 5년간(2020~2024)을 시간적 범위로 설정하였음



[그림 I-3] 연구 수행 방법

PART. II

내외부 환경분석

1. 콘텐츠산업의 개념

- 콘텐츠 산업 개념은 OECD(1998)의 '신 성장 산업으로서 콘텐츠(content as a new growth industry)'에서 디지털 기술로 인한 네트워크 기반의 콘텐츠 환경 변화를 언급 하면서 처음 소개된 이후 2006년에 콘텐츠 산업의 하위분야로서 디지털콘텐츠의 급성장과 중요성이 강조되면서 콘텐츠 및 미디어산업을 '콘텐츠 상품의 생산, 발간 또는 전자적 유통에 관련된 산업'으로 정의하고 있음
- 한국의 경우 '문화산업진흥기본법(2002.7개정)'에서는 콘텐츠를 '부호/문자/음성/음향 및 영상 등의 자료 또는 정보'로 정의하고 있으며, '콘텐츠산업진흥법(2010.6 전부 개정)'에서는 콘텐츠 산업을 '경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 포함)의 제작/유통/이용 등과 관련한 산업'으로 정의하며, 통계청의 콘텐츠 산업 특수 분류에 따라 출판, 만화, 음악, 영화, 방송, 게임, 광고, 애니메이션, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연 등 12개 하위부문의 구성됨

<콘텐츠 산업 상세 분류>

- 영화·비디오물과 관련된 산업
- 음악·게임과 관련된 산업
- 출판·인쇄·정기간행물과 관련된 산업
- 방송영상물과 관련된 산업
- 문화재와 관련된 산업
- 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·모바일문화콘텐츠·디자인(산업디자인제외)·광고·공연·미술품·공예품과 관련된 산업
- 디지털문화콘텐츠, 사용자제작문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업
- 대중문화예술 산업
- 전통적인 소재와 기법을 활용하여 상품의 생산과 유통이 이루어지는 산업으로서 의상, 조형물, 장식용품, 소품 및 생활용품 등과 관련된 산업
- 문화상품을 대상으로 하는 전시회·박람회·견본시장 및 축제 등과 관련된 산업. 다만, 「전시산업발전법」 제2조 제2호의 전시회·박람회·견본시장과 관련된 산업 제외
- 이상의 규정에 해당하는 각 문화산업 중 둘 이상이 혼합된 산업

※ 자료 : 문화산업진흥기본법 제2조

2. 국내외 콘텐츠산업 동향

1) 글로벌 콘텐츠시장 동향

- 글로벌 콘텐츠 시장 규모를 매년 집계하고 향후 성장률을 예측해서 발표하는 PwC의 보고서를 보면, 전 세계 콘텐츠 시장은 2017년부터 2022년까지 연평균 4.4%의 성장세를 보일 것으로 예측하고 있음.¹⁾ 특히 VR(Virtual reality) 분야는 연평균 40.4%의 성장을 예측하고 있어 가장 큰 성장이 예상되는 분야임

<표 II-1> 글로벌 콘텐츠 시장규모 및 전망(2017-2022)

(단위 : 백만 달러, %)

구 분	2017p	2018	2019	2020	2021	2022	2017-22 CAGR
Magazines	91,860	91,306	90,651	89,806	88,907	88,062	-0.8%
Books	116,898	119,078	121,090	122,866	124,415	125,847	1.5%
TV & home video	261,552	261,475	262,722	264,365	266,866	269,415	0.6%
Business-to-business	188,954	194,403	200,031	205,716	211,560	217,496	2.9%
Music, radio & podcasts	94,933	99,333	103,600	107,347	110,652	113,425	3.6%
TV advertising	168,185	172,989	177,094	184,333	187,169	192,128	2.7%
Cinema	42,480	44,744	47,107	49,379	51,428	53,423	4.7%
Newspaper	119,231	116,071	113,115	110,365	107,839	105,520	-2.4%
Video games & e-sports	105,532	116,759	126,107	134,408	142,408	149,511	7.2%
Internet access	528,057	569,478	609,335	649,126	687,964	725,950	6.6%
OTT video	36,021	41,218	45,436	49,935	54,454	58,369	10.1%
Virtual reality	3,894	7,529	9,793	12,865	16,872	21,230	40.4%
Internet advertising	223,535	253,208	281,248	304,232	323,809	339,324	8.7%
Out-of-home	37,048	38,691	40,264	41,853	43,412	44,924	3.9%
Total	2,018,180	2,126,282	2,227,593	2,326,596	2,417,755	2,504,624	4.4%

※ 자료: PwC(2018). Global entertainment and media outlook 2018-2022

1) 본 내용은 이성민(2018), 콘텐츠기업 글로벌 경쟁력 분석을 활용하였다.

- PwC의 콘텐츠산업 범위는 산업 및 기술 환경 변화에 따라 약간의 변화가 나타나는데, 2018년도에는 최근 급속한 성장을 보이고 있는 VR분야와 OTT 비디오 산업을 새로운 카테고리로 분류하여 집계하고 있으며, 음악산업의 경우 라디오와 팟캐스트를 포함한 산업으로 구분하고 있음²⁾³⁾
- 잡지 산업을 살펴보면, 글로벌 잡지 시장은 2017년 919억 달러에서 2022년 881억 달러로 연평균 0.8% 정도 시장 규모가 줄어들 것으로 예측됨. 이는 전체 잡지 시장의 80%를 상회하는 일반 대중잡지(consumer magazines) 시장 규모가 축소되기 때문인데, 디지털 콘텐츠 시장이 급속하게 성장하면서 전 세계적으로 지난 몇 해 동안 꾸준히 잡지 수익은 줄어들고 있음
- 서적출판 시장은 상황이 약간은 더 나은 편임. 2017년 1,169억 달러였던 서적출판 시장은 2022년 1,258억 달러로 연평균 1.5%의 성장을 기록할 것으로 전망되어 특히 향후 5년간 서적 시장의 성장은 아시아 태평양 지역의 국가들이 견인할 것으로 예측됨
- E-book 시장은 최근 e-book 리더기의 판매가 감소하고 주요 출판사와 아마존의 계약 전환으로 인해 전자책 가격이 상승하면서 성장세가 둔화되는 추세임
- 영상콘텐츠 시장의 경우 기존 TV 시장의 성장은 2017년부터 2022년의 연평균 성장률이 0.6%로 미미한데 반해, OTT 시장이 향후 5년 간 10.1%의 급속한 성장을 이뤄낼 것으로 예측되면서 산업 전반의 변화를 짐작할 수 있음. 특히 이는 현재 기존 3~40대와는 전혀 다른 시청 문법을 체득한 10대와 20대가 주요 미디어 산업 소비자가 되면서 향후 영상 시장은 새롭게 재편될 수 있음을 시사함
- OTT 시장은 애플이나 넷플릭스, 아마존, 훌루, 구글, 페이스북에 이르기까지 온라인 스트리밍 사업에 열을 올리면서 매우 경쟁적인 상황이 되고 있음. 현재 애플은 내년도 오리지널 콘텐츠 제작에 10억 달러를 투자하겠다고 발표했으며, 아마존 프라임 비디오(45억 달러)와 넷플릭스(60억 달러) 역시 경쟁적으로 자체 오리지널 콘텐츠 제작에 투자하고 있음

2) 현재 국내 콘텐츠 산업 통계(문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원 발표)는 PwC 통계와 산업범위(PwC는 14개 분야, 콘텐츠산업통계는 11개 분야)와 조사영역(PwC는 내수시장 기준, 콘텐츠산업 통계는 내수, 무역, 제작 및 유통시장 모두 포함)이 상이하므로 PwC의 통계에서 집계되는 국내 시장 규모와 콘텐츠산업통계의 시장규모에는 차이가 있음. 여기서는 글로벌 기준과의 비교를 위해 PwC 기준의 콘텐츠산업 시장 규모를 사용하였음

3) 각 국가의 콘텐츠 산업 분류는 국가별 산업 구조 및 특성에 따라 달라지며, 여기에 각 나라별 산업 진흥정책 등에 따라서도 차이가 있음. 우리나라의 경우 만화와 애니메이션을 각각 출판과 영상 산업에서 분류하여 개별 집계하고 있는데 이 역시 만화 산업과 애니메이션 산업을 진흥하고자 하는 정책 목표에서 비롯된 것임. 여기서는 콘텐츠 산업을 글로벌 경쟁력 차원에서 논의하고 있으므로, PwC의 콘텐츠 산업 구분에 따른 산업 규모 및 향후 성장 예측 자료를 기반으로 논의함

- 이 외에도 영상콘텐츠 시장은 인수합병이 매우 활발히 진행되고 있는데, 그 중에서도 AT&T는 2015년 위성방송인 DirecTV를 인수한 데 이어, 2018년 6월 Time Warner의 인수까지 성사시키면서 통신사업자 겸 유료방송사업자였던 AT&T가 안정적인 콘텐츠 확보가 가능하게 되었음. 여기에 최근 디즈니가 21세기 폭스를 인수하면서 Hulu를 비롯한 온라인 스트리밍 서비스 강화에 나섰으며, 자체 콘텐츠를 넷플릭스에 공급하지 않기로 하면서 영상콘텐츠 시장이 온라인 스트리밍으로 재편되고 있음을 보여주고 있음
- 음악 산업의 경우 온/오프라인 음반 판매와 더불어 공연시장의 확장에 따라 성장 가능성을 내포하고 있으며, 여기에 라디오와 팟캐스트 등 멀티태스킹이 가능하도록 하는 콘텐츠의 수요 증가로 인해 음악 및 라디오 산업의 꾸준한 성장이 예측됨. 음악 산업 역시 디지털 스트리밍이 대세로 자리매김 하였으며, 그 중에서도 스포티파이와 애플뮤직의 양강 체제가 두드러지게 나타나고 있음
- 게임 시장의 경우⁴⁾ 2017년 기준으로 1,055억 달러 규모로 집계되었으며, 2022년에는 1,495억 달러로 연평균 7.2%의 가파른 성장이 예상됨. 게임시장의 경우 아직 규모는 적지만 e-sports 시장의 성장이 두드러지고 있으며, 오프라인보다는 온라인과 모바일 기반의 게임에서 높은 성장세를 기록하고 있음
- 가상현실산업은 다양한 시장 전망 기관에서 향후 산업적 규모뿐만 아니라 활용 범위로 빠르게 커질 것으로 예측하고 있음. PwC 자료에서도 향후 5년간 평균 40% 이상의 높은 성장세를 기록할 것으로 전망하고 있음. 최근 가상현실 콘텐츠 개발이 증가하고 수익 창출 가능성을 보여주는 다양한 서비스들이 등장함에 따라 다양한 주체들의 시장 참여가 이어지고 있으며, 새로운 시장과 부가가치 창출의 핵심 분야로 주목받고 있음
- 플랫폼의 발전과 콘텐츠 소비 방식의 변화로 신문과 방송의 전통적인 광고기반 수익은 위축되는 반면, 인터넷 광고 시장은 빠른 성장세를 유지하고 있음

4) 애니메이션 시장은 영화 및 TV, OTT 시장에 녹아들어 있어 PwC 데이터만 가지고서는 따로 구분이 어려운 실정임

2) 국내 콘텐츠시장 동향

- PwC가 집계한 우리나라 콘텐츠 시장은 2017년 기준 567억 달러였으며, 2022년에는 740억 달러로 연평균 5.5%의 성장을 기록할 것으로 예측하였음
- 국내 콘텐츠 산업은 인터넷 접속 시장 규모가 가장 컸으며, 그 뒤를 게임 시장이 뒤따르고 있음. 또한 방송 광고 시장보다 인터넷 광고 시장이 두 배 이상의 규모로 집계되면서 전통적인 방송시장의 약화와 온라인 스트리밍 시장의 성장이 국내에서도 확인되었음
- K-POP을 중심으로 주요 시장 현지화를 통한 소비시장 확대 및 유튜브 등을 기반한 해외 시장 확장효과가 나타나면서 음악산업의 성장을 견인할 것이며, 국내에서는 팟캐스트 시장이 성장하면서 새로운 부가가치를 창출할 것으로 보고 있음
- 게임은 글로벌 시장의 경쟁 심화, 중국 등의 게임 규제 강화 등이 한국 게임산업 성장에 부정적인 요인으로 작용하고 있음. 그러나 원천 IP를 기반한 게임이 온라인시장뿐만 아니라 모바일시장에서도 성공하는 사례가 이어지고 있으며, e-스포츠의 사업 영역이 확장되면서 높은 성장세를 이어갈 것으로 전망되고 있음

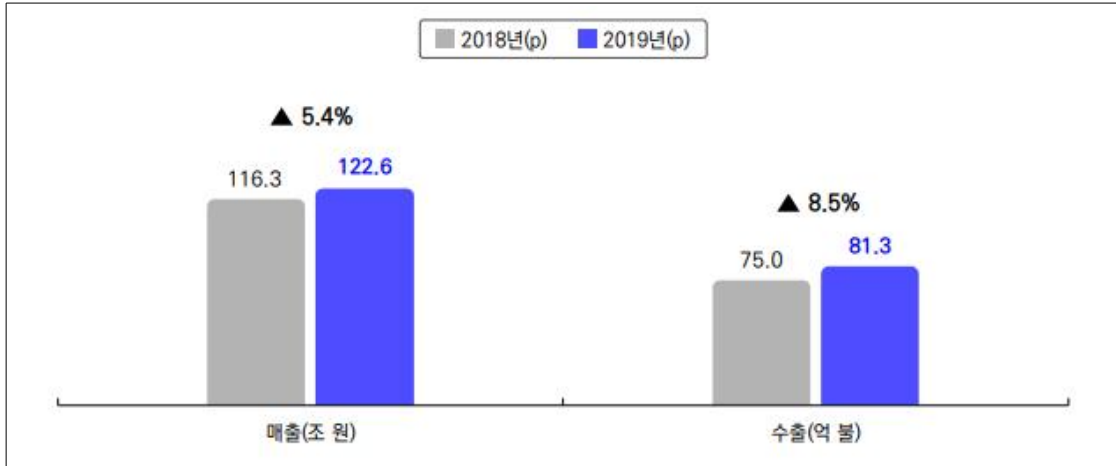
<표 II-2> 국내 콘텐츠시장 규모 및 전망(2017-2022)

(단위 : 백만 달러, %)

구 분	2017p	2018	2019	2020	2021	2022	2017-22 CAGR
Magazines	1,907	1,958	2,000	2,028	2,043	2,053	1.5%
Books	2,930	2,988	3,043	3,098	3,154	3,212	1.9%
TV & home video	4,164	4,199	4,199	4,200	4,205	4,225	0.3%
Business-to-business	2,261	2,304	2,349	2,393	2,435	2,474	1.8%
Music, radio & podcasts	1,223	1,283	1,350	1,420	1,467	1,515	4.45%
TV advertising	2,788	2,884	2,957	3,076	3,157	3,254	3.1%
Cinema	1,320	1,358	1,398	1,440	1,483	1,526	2.9%
Newspaper	3,984	3,857	3,732	3,614	3,506	3,411	-3.1%
Video games & e-sports	7,817	8,392	8,909	9,421	9,932	10,462	6.0%
Internet access	21,925	23,667	25,585	27,781	30,268	32,929	8.5%
OTT video	547	715	877	1,050	1,248	1,445	21.5%
Internet advertising	5,380	5,838	6,220	6,528	6,763	6,911	5.1%
Out-of-home	529	550	570	59	606	622	3.3%
Total	56,775	59,993	63,189	66,108	70,267	74,039	5.5%

※ 자료: PwC(2018). Global entertainment and media outlook 2018-2022

- 2019년 국내 콘텐츠산업 매출액은 2018년 대비 5.4% 성장한 122조 6,000억원, 수출액은 8.5% 성장한 81억 3,000만 달러로 전망하고 있음



※ 출처: 콘텐츠산업 2018년 결산 및 2019년 전망, 한국콘텐츠진흥원(2019)

[그림 II-1] 2019년 콘텐츠산업 매출, 수출 전망

- 최근 정부에서 국내 콘텐츠산업을 기준으로 한 목표치를 보면, 2022년 우리나라 콘텐츠산업의 매출액은 24.7조원, 수출액은 26억 달러, 고용은 3.3만명으로 전망하고 있는 것을 확인할 수 있음
- 매출·수출·고용의 목표치는 연평균 증가율, 추세치, 성장세 등을 감안하여 산정한 결과로 콘텐츠산업 생태계 구축, 인재 양성, 공정거래 환경 조성, 글로벌 경쟁력 강화 등의 정책 목표가 실현된다면 실제 수치는 전망치를 상회할 수 있을 것임



[그림 II-2] 매출·수출·고용의 목표치

※ 자료: 관계부처합동(2018. 12. 13), 콘텐츠산업 경쟁력강화 핵심전략

3. 국내외 콘텐츠산업 이슈

1) 콘텐츠산업 최근 이슈

- 국내외 콘텐츠산업을 둘러싼 가치사슬(제작-유통-소비) 변화, 기술 발전, 정책 전환 등의 이슈는 ① 콘텐츠로 실현가능한 상상력 범위와 콘텐츠 생산 주체의 확대, ② 디지털 부문의 성장과 플랫폼의 확장, ③ 실감형 콘텐츠시장의 성장과 영역의 확장 ④ 새로운 기술과의 결합한 콘텐츠산업의 변화 가속화 ⑤ 이용자(집단적)경험의 중요성 증대, ⑥ 불공정 산업 생태계 지속 공정과 상생 정책 기조 강화 ⑦ 글로벌 경쟁 심화로 구분하여 설명할 수 있음
 - 콘텐츠로 실현가능한 상상력 범위와 콘텐츠 생산 주체의 확대는 아이디어·창의성을 구현할 수 있는 기술과 공유경제가 빠르게 확산되면서 나타나는 현상임
 - 다양한 개인의 아이디어와 창의성을 실제 구현 가능케 하는 기술과 유통 인프라가 발전하는 동시에 기술 접근이 용이해지면서 창작 가능성이 빠르게 확대되고 있음
 - 모바일 산업의 발달로 온라인에서 필요한 일자리를 그때마다 주문해서 고용하는 온디맨드(On-Demand) 경제가 빠르게 확산되면서, 임시적인 인력을 섭외해 일을 맡기는 깃 이코노미(Gig Economy)⁵⁾가 새로운 고용 트렌드로 나타나고 있음(이용관, 2017). ‘업워크(Upwork)’, ‘프리랜서(Freelancer)’, ‘피플퍼아워(People per Hour)’처럼 숙련된 작업이 가능한 노동자를 연결해 주는 플랫폼도 확장되고 있음
 - 이러한 시장 환경은 콘텐츠산업에 다양한 참여자들이 유입되고 활동할 수 있는 여건이 조성되고 있음을 의미함
- 플랫폼의 통합·확장으로 디지털 콘텐츠시장의 성장 속도가 더욱 빨라지고 있음
 - 유럽, 북미, 아시아의 주요 국가를 중심으로 디지털 전환이 발생하던 과거와 달리 최근 중동, 남미, 동남아시아 등 국가의 유선 인터넷 보급률 증가와 스마트폰의 빠른 확산에 힘입어 콘텐츠산업 전반의 디지털화 경향이 가속화되고 있음. 일부 국가에서는 여전히 기존 미디어들이 시장을 지배하고 있는 경향이 존재하나 디지털 시장은 시장 크기와 플랫폼에 상관없이 가장 빠른 성장률을 보일 것임

5) 깃 이코노미는 필요에 따라 기업들이 인력을 충원하고 대가를 지불하는 경제로, 깃 이코노미의 인력들은 근무시간을 스스로 선택하고, 복수의 고용주 아래 있지만, 유동적으로 일자리를 바꿀 수 있는 사람이라 할 수 있다.

- 콘텐츠산업의 성장을 디지털 플랫폼이나 서비스들이 본격적으로 견인하기 시작하면서 플랫폼 간 경쟁이 심화되고 이는 이용자 유치와 유지를 위한 콘텐츠 확보 경쟁으로 발전하고 있음
- 콘텐츠산업을 중심으로 가상현실(VR), 증강현실(AR) 등 실감형 콘텐츠시장이 빠르게 성장하고 있으며 그 영역도 확장 되고 있음
 - VR/AR과 관련된 구매 가능한 제품들과 수익 창출 가능성을 보여주는 서비스들이 등장함에 따라 VR/AR은 활용 가능성을 넘어 새로운 시장과 부가가치 창출의 핵심 분야로 주목받고 있으며 다양한 주체들의 시장 참여가 이어지고 있음
 - 골드만삭스는 2016년 VR/AR의 시장규모 22억 달러에서, 2025년 800억 달러(하드웨어 450억 달러, 소프트웨어 350억 달러)로 크게 증가할 것으로 전망하고 있음(Goldman sachs, 2016)
 - 특히, 게임, 영상, 공연·스포츠 중계 등의 엔터테인먼트 산업을 중심으로 실감형 기술 활용 분야가 빠르게 성장할 것으로 전망되고 있어 관련 분야의 투자와 콘텐츠 개발이 확대되고 있음
- 편의성 증가, 이용자 분석, 보안 등 새로운 기술과 콘텐츠산업의 결합이 가속화 되고 있음
 - 불특정 다수 고객 맞춤형 콘텐츠 유통체계가 빅데이터 등을 활용한 개인 이용자 맞춤형 유통으로 변화될 것으로 보임
 - 인공지능에 대한 관심은 콘텐츠 산업분야로 확장되어 플랫폼, 제작, 마케팅 등 전 분야에 걸쳐 인공지능과 알고리즘 기술을 도입하는 시도들이 확산되고 있음. 인공지능의 경우 알고리즘에 기반한 단순 콘텐츠 추천을 넘어 인공지능 스피커를 통해 이용자가 원하는 콘텐츠를 즉시 제공할 수 있는 중요한 플랫폼이 되고 있음. 또한 콘텐츠 추천이나 제공을 넘어 최근에서는 예고편 제작, 스포츠나 날씨 관련 단신 기사 등 기존 콘텐츠를 가공하는 반복적인 작업에 인공지능이 본격적으로 활용되기 시작했으며, 게임을 인공지능 훈련과 학습에 활용하는 등의 결합도 확산되고 있음
 - 산업의 디지털화가 야기한 보안이나 플랫폼 수수료 등의 문제로 인해 블록체인(Blockchain) 기술에 대한 논의가 본격화되고 있음. 블록체인 기술은 근본적 복제 차단 기능을 수행하면서 창작물의 저작권에 대한 추적과 관리를 용이하게 하는 방법으로 주목 받고 있음

- 새로운 기술이 제공하는 혁신들은 이용자 편의성을 넘어 기존보다 효율적인 비즈니스 모델을 제공하는 등 다양한 형태로 활용되기 시작하면서 향후 새로운 기술과 콘텐츠 산업의 결합은 본격화될 것임
- 충성도 높은 이용자 확보를 위한 (집단적)경험 제공이 중요해지고 있음
 - 디지털 플랫폼 간 경쟁 심화와 구독 중심의 비즈니스 모델 변화는 이용자 규모가 수익으로 직결되는 상황이 형성되고 있음. 매달 요금을 지불하는 충성도 높은 이용자 확보가 기업의 생존과 직결되는 문제가 되었으며 이를 위해 자사 플랫폼에서만 이용 가능한 오리지널 콘텐츠나 유료 이용자에게만 제공하는 프리미엄 콘텐츠의 중요성도 증대되고 있음. 또한 즉각성과 휘발성이 높은 인터넷 방송을 중심으로 충성도 높은 고객을 확보하기 위해 플랫폼 단위에서 상호작용 기능을 추가하거나 콘텐츠 확보를 위해 새로운 비즈니스 모델을 제공하는 사례도 증가하고 있음
 - 콘텐츠 산업 내 경쟁이 치열해지면서 이용자와의 소통 중요성 또한 증가하고 있으며, 콘텐츠 성공여부에 있어 충성도 높은 팬의 존재 유무가 핵심이 되고 있음. 온라인 영상 플랫폼, 소셜 미디어, 온라인 방송 플랫폼 등 주요 동영상 관련 산업에서 이러한 경향들을 쉽게 찾아볼 수 있으며 최근 게임 산업에서도 콘텐츠 제작 단계부터 커뮤니티와의 소통을 통해 팬을 확보하고 이들의 피드백을 적극 반영하는 모습이 나타나고 있음
 - 또한 라이브와 공간을 기반한 집단적 콘텐츠 소비 경험의 가치가 증대되면서 새로운 비즈니스 기획이 확산되고 있음. 특히, 스타를 기반으로 한 공연, e-스포츠 등 오프라인을 기반한 부가가치 창출 및 사업 확장 가능성이 증대되고 있음
 - 향후 충성도 높은 이용자 중심의 비즈니스 모델이 확산될 것이어서 플랫폼이나 콘텐츠 기업의 이용자와의 상호작용이나 새로운 경험 제공을 위한 노력은 지속될 것으로 전망되고 있음
- 불공정 산업 생태계 개선을 위해 공정과 상생의 정책 기조가 강화되고 있음
 - 유통 사업자의 우월적 지위로 인해 불공정 거래가 이루어지기 쉽기 때문에, 다수의 중소 제작업체들이 수익을 축적하여 성장하기 어려운 환경이 지속되고 있음. 중소 제작사 어려움으로 인한 기업구조 양극화, 콘텐츠 획일화는 콘텐츠산업의 경쟁력을 떨어뜨리는 요소로 작용함. 또한 불공정한 생태계 고착은 중 다양성이란 측면에서 콘텐츠산업 전반에 위협 요인으로 작용할 수 있음. 향후 4차 산업혁명과 함께 플랫폼 영향력이 더욱 강해질 것으로 전망되기 때문에 이에 따

라 발생할 수 있는 불공정 행위 등에 대한 보호 조치가 더욱 강조되고 있는 상황임

- 제작과 유통 사이의 불공정 관계뿐만 아니라 제작기업과 제작종사자 간의 고용 관계에서도 저임금, 임금 체불 등 불공정 관행 및 열악한 노동환경으로 인한 이슈가 지속되고 있음. 특히 우리나라의 경우 주 52시간 근로시간 도입, 계약 관계 투명화, 사회보험 적용 등 다양한 이슈가 상존하고 있어, 콘텐츠 인력들의 종사 환경에 대한 구체적인 논의와 제도 마련이 진행될 전망임

○ 글로벌 경쟁 심화에 따라 시장 다변화의 필요성이 증대되고 있음

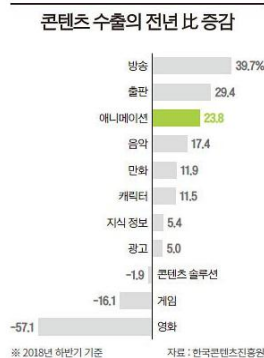
- 중국 등 콘텐츠산업 후발 국가들이 빠르게 성장하고, 시장에 다양한 글로벌 기업들이 참여하면서 글로벌 콘텐츠시장의 경쟁이 심화되고 있음. 특히 미국, 중국 등의 정부 주도 진입규제 및 보호정책 강화, 사드 배치 등 정치적 변수에 따라 우리나라의 콘텐츠 수출은 이에 대한 영향을 받고 있음
- 특히, 2019년은 콘텐츠산업의 중국 시장 진출뿐만 아니라 중국 콘텐츠와 자본의 국내 시장 유입에 지대한 영향을 미칠 수 있는 한-중 FTA 서비스, 투자 후속협상 타결이 예상되는 시기임
- 이에 콘텐츠산업 관련 새로운 시장 개척과 장르 다변화, 주요국과의 협상 등 국내 콘텐츠산업에 당면한 주요 이슈에 대한 민간의 대응과 정부의 정책적 노력이 이어질 전망임

2) 국내 콘텐츠산업 이슈

□ 애니메이션 산업

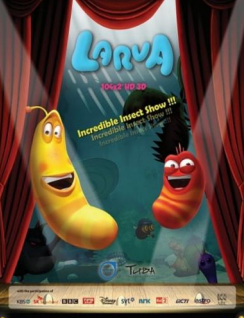
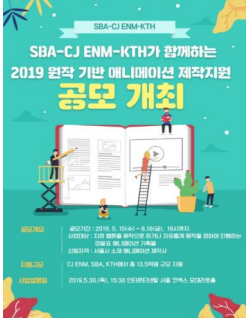
○ 수출을 통한 애니메이션 산업의 도약

- 2018년 하반기 애니메이션 수출은 23.8% 성장을 기록, 침체기를 겪어온 애니산업이 도약할 기미를 보이고 있음
- 2019년 7월 한국콘텐츠진흥원이 발간한 '2018년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향 분석 보고서'에 따르면 2018년 하반기 기준 애니 수출액은 1억 2,341만달러(약 1475억원)로 전년 동기보다 23.8% 늘어났음. 같은 기간 전체 콘텐츠산업 수출액은 6.9%가 감소함



- 애니메이션, 만화, 출판 산업에서 전년 대비 높은 수출 증가(2018년 하반기 및 연간 콘텐츠 산업 동향분석보고서)세를 보이고 있음

- 넷플릭스를 비롯한 글로벌 콘텐츠 회사들과 한국 애니 제작사들의 협업이 늘고 있고 '뽀로로', '라바' 같은 국산용 애니가 세계적 인기를 얻으면서 한국 애니산업이 새로운 전기를 맞을 것이란 전망임
- 성인애니시장도 확대 웹툰·웹소설 작품이 늘어나면서 애니로 만들 수 있는 원작 콘텐츠의 풀이 많아졌고 애니 산업의 도약 기회를 제공하고 있음

		
〈레드 슈즈〉 * 2018년 국내 애니 흥행 1위를 기록한 '레드슈즈' 포스터	〈라바 아일랜드〉 넷플릭스와의 협업으로 투바앤(전 투바 엔터테인먼트)이 제작한 한국 슬랩스틱 애니메이션	〈애니메이션제작 공모전, CJ ENM-SBA-KTH〉 13억 원 규모의 초대형 '2019 원작 기반 애니메이션 제작 공모전' 개최

- 세계 콘텐츠시장에서 막강한 자금력을 가지고 있는 넷플릭스는 한국 애니 산업의 중요한 축으로 떠오르고 있음. 2016년에 한국시장에 진출했지만 국내 콘텐츠 업계 영향력이 점점 증대되고 있으며, 열악한 애니 제작환경을 충분한 제작비가 가능하도록 한다는 점에서 긍정적 영향력이 없지 않음

○ 애니 유통채널의 증가

- 2000년대 초반까지 방송국이 애니 작품의 주요 수요처였지만 2010년대 이후 통신3사가 자사 IPTV서비스를 통해 아동용 애니 보급을 하면서 조금씩 변화하기 시작하였고 넷플릭스, 유튜브 등 글로벌 동영상 재생 서비스가 애니 유통 채널로 가세하기 시작함. 넷플릭스는 2018년 10월 국내 애니 제작사 '투바앤'과 협업해 '라바 아일랜드'를 공개하기도 했음

- 웹툰, 웹소설 시장 성숙에 따른 애니 제작 사례 증가
 - 네이버와 카카오를 선두로 하는 웹툰·웹소설 시장의 확장도 애니 제작이 가능한 원작의 수가 많아진다는 측면에서 볼 때 국내 애니 산업에는 중요한 기회
 - 콘텐츠기업들은 이미 웹툰·웹소설을 애니화하는 작업에 주목하고 있음. CJ ENM은 SBA와 손잡고 애니 제작 공모전을 2018년 5월 진행한 바 있고 애니는 다른 영상 콘텐츠보다 저렴한 제작비로 비교적 쉽게 웹툰·웹소설 원작을 구현할 수 있다는 점에서 애니 제작이 활발해 질 것으로 전망

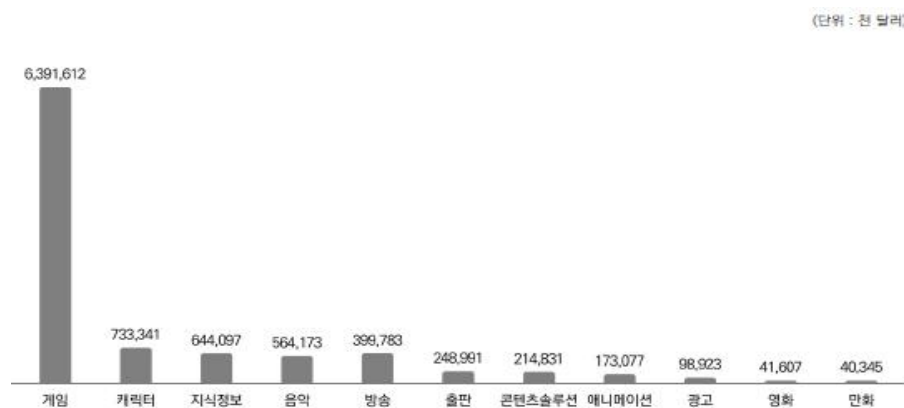
□ 캐릭터 산업

- 한국 캐릭터의 세계 진출
 - 카카오 IX(Innovative eXperience)가 ‘카카오프렌즈’를 앞세운 캐릭터산업으로 본격적인 해외 공략에 나섬. 카카오프렌즈 글로벌 공식매장을 일본 도쿄에 첫 번째로 개장해 당일 수 천 명의 인파가 몰리는 등 성공적인 첫발을 내딛음. 뿐만 아니라 이를 바탕으로 중국, 미국, 유럽 등 현지 특성에 맞는 시장진입도 준비 중에 있음
 - 대구 캐릭터 제작업체인 (주)오소의 ‘썸바디패밀리’가 중국 산업전시회를 통해 연간 100만 달러 규모 라이선싱 계약에 성공함
 - 지금까지 곰, 토끼 등 동물을 소재로 한 캐릭터는 많았지만 애벌레를 소재로 한 작품은 없었음. 이는 사람들이 싫어하는 소재라고 여겼기 때문. 2011년 국내 애니메이션업체 투바엔이 애벌레 캐릭터들로 구성된 ‘라바’ 시리즈를 내놓은 것은 하나의 ‘사건’이었음. ‘애벌레를 누가 좋아하겠느냐’는 우려가 많았지만 결과는 달랐고, 국내뿐만 아니라 글로벌 시장에서도 라바는 큰 사랑을 받은 것으로 나타난다. 유튜브 등을 통해 입소문이 나며 230개국에 퍼짐
- 한국 캐릭터 산업의 가능성
 - 국내 게임·IT 업체들이 캐릭터 사업에 공을 들이고 있음. 이러한 이유는 최근 카카오프렌즈 캐릭터의 성공 및 게임 등 타 사업으로 확장 효과가 좋고 캐릭터 산업 자체의 성장가능성도 높기 때문인 것으로 해석됨. 실제 넷마블은 게임에서 탄생한 캐릭터를 ‘넷마블 스토어’의 주력 상품으로 제작 중이며, 엔씨소프트도 지난 9월 IP를 활용한 HTML5게임 ‘2048 스위츠 스타’를 선보이기도 함
 - 중독성 있는 동요와 함께 미국을 강타한 ‘아기상어’는 2018년에 유튜브 등에서 인기를 얻고 있던 국내 캐릭터 ‘핑크퐁 상어가족’에 나온 동요로 ‘아기상어

(Baby Shark)'가 2019년 1월 미국 빌보드 차트 30위권에 진입하며 폭넓어진 인기를 입증하기도 하였음

□ 게임산업

- 국내 콘텐츠산업의 2018년 총 수출액은 95억 5,000만 달러(약 11조 3,100억원)으로 전년 88억 1,000만달러(약 10조 4,337억원) 대비 8.4% 가량 성장함
- 수출에서 게임이 차지하는 비중은 무려 66.9%로 콘텐츠산업 수출의 절반이상을 견인하고 있음



[그림 II-3] 18년 하반기 콘텐츠산업 수출액 규모

※ 출처 : 2018 콘텐츠산업 통계, 2018년 하반기 콘텐츠산업 동향분석

- 한콘진은 2018년 게임 시장이 모바일 위주로 성장했다고 분석함. 주요 이슈로는 7년 개발과 1,000억 원이 투입된 '로스트아크' 출시, '리니지M' 독주와 고사양 모바일 MMORPG들의 경쟁, 5세대 이동통신 기술 도입, 자율규제 노력 지속이 꼽혔음
- 하지만 콘텐츠산업에서 수출 비중이 높은 게임 분야에 아직 한한령이 본격적으로 풀리지 못한 것으로 보이고 있음. 중국 국가신문광전총국은 2018년 12월 20일 '2018년 12월 국내 온라인게임 승인 정보'를 발표하며 80개 게임에 판호를 발급했으나, 한국 게임사들과 협업하고 있는 텐센트 게임은 판호를 발급 받지 못한 것으로 알려짐
- 게임 산업 내 신기술 도입에 대한 기대
 - 파이맥스의 VR HMD가 국내 시장에 모습을 드러냄. 이와 관련해 VR 전문기업인 올아이피정보통신은 '파이맥스 8K'를 국내 정식 출시할 예정임. '파이맥스 8K'는 현존 VR HMD 중 가장 높은 해상도인 8K 수준의 그래픽으로 가상현실을 구현할 수 있기 때문에 현실과 거의 유사한 상황을 보여줌

- * VR을 기반으로 한 교육 시스템은 많은 설비와 자원 투자 없이도 획기적인 생산성 향상과 훈련 시간 단축이 가능해, 다양한 산업 분야에서 '저비용 고효율' 시스템으로 각광을 받고 있으며 '파이맥스 8K'는 추후 건설·의료·영화·방송·제조업 등 보다 세밀한 영상이 필요한 작업 현장에서 탁월한 그래픽 구현 성능으로 활용도가 높을 것으로 기대를 모음
- 인공지능(AI) 기술을 근간으로 이른바 '게임판 알파고'를 내놓는 기업들이 등장하고 있으며, 서서히 게임에 적용하고 있음. 이러한 상황은 5G 기술이 도입되면서 네트워크 인프라가 혁신적 성능을 발휘할 수 있기 때문에 가능함. 이러한 5G는 기존 기술대비 최대 20배 이상 빠른 속도로 데이터를 주고받는 무선통신 기술임
- * 1km당 최대 100만 명이 접속, 기존대비 100배 이상 많은 유저들이 동시에 접속 가능
- * 기존 20ms수준 네트워크 반응속도가 1ms이하로 떨어지면서 안정적인 게임 플레이가 가능하기 때문에 전 세계적으로 게이머들이 주목함
- * 영화 한편(2GB) 다운로드에 5G는 13초(1Gbps), 4.5G는 23초(700~900Mbps), 4G(LTE)는 3분 38초 (75Mbps)

□ 만화산업

- 2018년 국내 만화산업 총 매출은 1조 1천억 원을 돌파할 것으로 추정됨⁶⁾

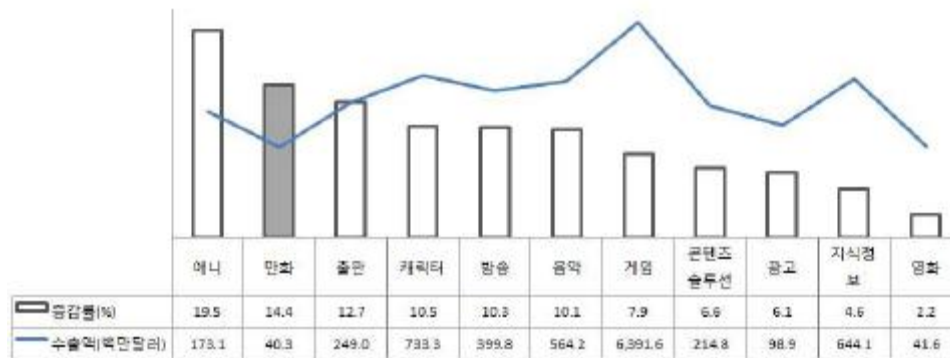
구 분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년 (예측치)	전년대비 증감율(%) ('17~'18)
매출액(조 원)	0.85	0.9	1.0	1.08	1.15	7
만화 출판업	0.41	0.44	0.48	0.52	-	-
디지털 만화 제작·유통	0.10	0.12	0.14	0.20	-	-
만화책 임대	0.06	0.06	0.06	0.07	-	-
만화 서적·잡지 도소매	0.27	0.28	0.27	0.28	-	-
수출액(백만 달러)	25.6	29.5	32.5	35.2	40.3	14.4
종사자(명)	10,066	10,003	10,127	10,397	10,399	0.0

[그림 II-4] 만화산업 매출수출 및 종사자 현황

※ 출처 : 2018 콘텐츠산업 통계, 2018년 하반기 콘텐츠산업 동향분석

- 만화산업의 수출 증가
 - '18년 하반기 콘텐츠산업 분야별 수출 증가율에서도 만화의 전년대비 수출 증가율이 애니메이션 다음으로 큰 증가율을 보이고 있음

6) 2018년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서, 2019. 7, 한국문화콘텐츠진흥원



[그림 II-5] 콘텐츠산업 분야별 수출 증가율 ('18년/전년대비)

※ 출처 : 2018 콘텐츠산업 통계, 2018년 하반기 콘텐츠산업 동향분석

○ 웹툰 관련 주요 통계 ('19. 2월)

- 제작 유통 현황 : 누적 작품 9,177편, 작가 5,993명, 산업 종사자 905명(플랫폼 641명, 에이전시 264명)
- 작가 통계 : (성별) 남 43.9%, 여 56.1%, (지역) 수도권 74%, 그 외 26%, (연령) 29세 이하 26.3%, 30대 52.2%, 40대 이상 21.5%
- 소득 : 평균 연 소득 4,704만 원(최근 1년 내 연재 작가 대상)
 - (연재처별) 포털 작가 평균 8,163만 원, 유료 플랫폼 작가 평균 3,199만 원

○ K웹툰의 한류 동참

- 향후 웹 및 모바일 만화시장 성장 가능성이 높은 만큼 세계 디지털 만화시장의 변화가 빠르게 진행될 것으로 전망함. 프라이스워터하우스쿠퍼스(PwC)는 최근 수년 사이 한국과 일본이 디지털 만화시장을 주도하면서 2021년에는 전체 만화시장의 18%까지 비중이 확대될 것으로 예상함. 한편 일본이 '망가' 브랜드를 앞세워 일찌감치 전 세계에서 브랜드화를 시킨 것에 비해 우리나라의 만화나 웹툰은 한국 만화 장르를 명징하게 보여줄 수 있는 네이밍이 필요하다는 지적과 함께 브랜드화의 필요성이 대두되고 있음

- 2022년 세계 만화시장은 디지털 만화를 중심으로 9조 7000억원 규모로 성장 전망
- 최근 출판만화 하락세 등으로 인한 세계 만화산업 규모 감소에도 불구하고, 한국 만화산업은 양적·질적으로 지속 성장
- '17년 매출액 1조 원 돌파, 최근 10년간 수출액이 880% 증가

7) 만화산업 발전계획, 2019. 10. 17 문화체육관광부 정책자료

- 특히 '웹툰'이 비약적으로 성장하며 전체 만화 산업 도약 견인
 - 세계 만화산업 규모 : '16년 7,864백만 달러 → '17년 7,697백만 달러(2% ↓)
- 구성 : 출판만화 5% 감소, 디지털 만화 12% 증가
- '대한민국 콘텐츠산업 2018년 결산과 2019년 전망' 자료에 따르면 특히 만화 · 웹툰 IP가 다양한 장르의 2차 창작물로 이어져 국내 만화산업이 두드러지고 있으며, 스마트폰 어플리케이션 및 온라인 플랫폼과 시너지를 발휘해 높은 성장률을 기록 중이며, 영향력 있는 대중문화 콘텐츠로 각인되고 있음
- 만화 IP(지적재산권)가 타분야 원천 콘텐츠로 활용되며 다양한 부가가치 창출 사례

<만화 IP 활용 2차 저작 주요사례>

영화	드라마	게임	공연
			
주호민 작가 <신과 함께>	기영기 작가 <내 아이는 강남미인>	가스파드 작가 <전자오락수호대>	하일권 작가 <안나라수마나라>

- 만화가 국민 모두가 즐기는 일상 콘텐츠로 자리매김하면서 과거 '만화에 대한 부정적 인식 개선'이 주요 정책 과제로 추진된 반면 향후에는 '일상 속 향유 문화 확산'을 위한 지원이 중요해짐. 만화 대중화에 따라 불법 유통이 심각한 문제로 부상, 이용자의 올바른 저작권 인식 확립 또한 요구되고 있음
- 한국이 선도하는 만화 포맷인 '웹툰'은 신기술 융합을 통한 성장이 크게 기대되는 분야임. 모바일에 최적화된 웹툰은 세계 스마트 기기 보급 확산에 따라 디지털 만화 시장 선점에 유리
 - '18년 만화 수출액(4,035만 달러)은 전체 콘텐츠 수출(95억 달러)의 0.4%에 불과하나 증가율은 14.4%로 11개 분야 중 2위(애니 19.5%, 출판 12.7%, 캐릭터 10.5% 등)
- 만화산업 성장을 저해하는 주요 문제점으로는 만화산업 확대 및 창작·소비 환경 변화 대응 기반 부족
 - (인프라) 수요 대비 창작 공간 부족 및 주요 인프라 수도권 집중, 지역 작가 불편함 해소 및 정보·교육에 있어 소외 문제 발생
 - 전국 최대 작가 입주시설(한국만화영상진흥원) 입주 경쟁률 5:1로 수요 대비 인프라 부족
 - 만화 사업체의 89.0%, 작가의 73.8% 수도권 집중(2018 만화산업백서)

- (인력 양성) 웹툰 작가 지망 증가에 비해 체계적 교육 미흡, 만화 IP활용 확대 등 환경 변화에 대응할 비즈니스 전문가 육성 필요
 - 만화 산업 확대에 따라 신직종 등장, 만화 유통 등 관련 전문 인력 육성 필요(현장 간담회)
- (기술 융합) VR, AR 등 신기술 융합 콘텐츠에 대한 수요가 증가하고 있으나, 영세한 업계 특성상 기술투자 여력 저조
 - 만화산업 종사자수 10인 미만 업체 96.6%, 업체당 평균매출 1.6억원(2018 콘텐츠산업 통계)
- (자료관리) 웹툰의 경우 온라인 자료 특성상 플랫폼 서비스 중단 시 원본 콘텐츠 소실 위험 상존
 - 야후, 파란, 라이코스 등 폐쇄된 포털에서 연재되던 웹툰은 현재 찾을 수 없음. 사장되는 작품들을 문화자원으로 보존할 수 있는 공공적 기능 확충 필요(현장 간담회)

○ 2019년 10월 만화산업 발전계획 발표

- 문화체육관광부는 2019년 10월 17일, '만화산업 발전 계획'을 발표했다. 이번 계획은 문체부가 앞서 발표한 '콘텐츠산업 경쟁력 강화 핵심전략'(2018년 12월)과 '콘텐츠산업 3대 혁신전략'(2019년 9월)을 이행하기 위한 만화 분야의 정책을 담고 있음
- 유망 작가들의 창작 활동을 지원하고 미래 작가를 길러낼 대규모 만화산업 시설인 '웹툰융합센터'를 2022년까지 건립하는 방안과, 2020년부터는 기획·개발 단계의 만화 작품에 대한 지원을 2배로 늘리고, 중소 웹툰 플랫폼의 해외 진출 지원 등을 담고 있음
- 작품 기획·개발 단계 지원을 늘리고 가상현실, 증강현실 등 신기술 융합연구와 콘텐츠 개발 지원을 늘릴 계획

- 만화산업 발전 계획은 '꿈이 커가는 한국만화, 새로운 한류의 중심'을 비전으로, ▲산업 경쟁력 강화, ▲시장 확대 및 수요 창출, ▲공정 환경 개선 등 3대 추진 전략과 세부 과제 9개로 구성되어 있음

만화산업 비전과 목표, 추진전략		만화산업 발전계획 추진일정								
비전	꿈이 커가는 한국만화, 새로운 한류의 중심		추진 과제		추진 일정					
			'19	'20	'21	'22	'23			
목표	역신하는 만화산업	신인류 콘텐츠 도약	상생하는 생태계	[전략 1] 산업 경쟁력 강화						
	만화산업 매출액 (18년) 11조 원 → (23년) 15조 원	해외 수출액 (18년) 0.4억 달러 → (23년) 1억 달러	웹툰 불법복제 침해율 (18년(e)) 44.6% → (23년) 10%	1-1. 창작 인프라 구축 및 전문인력 양성	웹툰 창작·창업·교육 인프라 확대 세계적 창작인력 양성 청년 신진 작가 발굴 및 육성 비즈니스 전문 인력 육성					
				1-2. 창작 및 제작 지원 확대	맞춤형 창작 지원 확대 비확성 장르 제작 지원 만화 IP 활용 비즈니스 지원					
추진 전략	산업 경쟁력 강화	* (1-1) 창작 인프라 및 인력양성 강화 * (1-2) 창작 및 제작 지원 확대 * (1-3) 신기술 융합 지원		1-3. 신기술 융합 지원	기술 환경변화 대응 기반 구축 신기술 융합 콘텐츠 육성					
	신시장 확대 및 수요 창출	* (2-1) 맞춤형 해외 진출 지원 * (2-2) 해외 교류 및 웹툰 홍보 강화 * (2-3) 만화 자료 보존 및 지역 확산		[전략 2] 신시장 확대 및 수요 창출						
				2-1. 맞춤형 해외 진출 지원	해외의 진출 기반 강화 해외의 비즈니스 네트워크 구축 웹툰 글로벌 프로젝트 기업 육성					
	공정환경 조성 및 제도 개선	* (3-1) 공정한 거래질서 확립 * (3-2) 만화 저작권 보호 * (3-3) 웹툰 관련 법·제도 기반 구축		2-2. 해외 교류 및 웹툰 홍보 강화	글로벌 만화 교류 활성화 동반성장을 위한 쌍방향 교류					
				2-3. 만화 자료 보존 및 지역 확산	만화 종합 아카이브 구축 생활 속 만화 문화 지원 확대 지역 중심의 만화 문화 조성					
				[전략 3] 공정상생 환경 조성						
				3-1. 공정한 거래질서 확립	만화인 권리구제 제도 강화 표준계약서 홍보 및 이용 확산 한정 소용세널 확대 작가 복지환경 개선					
				3-2. 만화 저작권 보호	불법유통 사이트 단속 강화 등 불법유통 사이트 이용자 인식 개선					
				3-3. 웹툰 관련 법·제도 기반 구축	웹툰의 법적 근거 마련 웹툰 자율규제 제도와 지원					

[그림 II-6] 만화산업 발전계획

※ 출처 : 만화산업발전계획, 2019. 10, 문화체육관광부

□ 음악(공연)산업

○ K팝, 다양한 장르로 세계무대 장악

- 세계적인 평론매체 피치포크(Pitchfork)가 힙합듀오 XXX는 “한국 랩, 팝음악의 해독제다”라고 표현하며 “흑인 문화를 베끼며 비난받았던 다른 한국 래퍼들과 달리, 체제에 반항하는 태도로 어둡고, 강렬한 음악을 통해 자신들만의 아이덴티티를 추구해왔다”면서 극찬함. 이는 한국의 음악이 피치포크 평점을 받는 일 자체가 매우 이례적인 일이기 때문에 더욱 주목하게 되는 것으로 보여짐

• 미국 빌보드와 팝크리시, 영국 데이즈드 등 영미권에서 보이그룹 몬스타엑스가 베스트 K팝 아티스트로 연이어 선정됨. 빌보드에서는 “몬스타엑스하면 떠오르는 단어를 이야기한다면 ‘강력한, 에너지 넘치는, 직설적인’을 생각할 것”이라며 몬스타엑스는 음악에 있어서 새로운 정교함을 불어넣었다고 극찬함

• 태국 방콕의 ‘Bitec Bangna Hall 98-99’에서 GOT7은 팬미팅 ‘2018 GOT7 NESTIVAL’을 개최해 6만 여 팬을 모이게 했으며, 특히 K팝 그룹 최초 태국에서 전국 팬미팅 투어를 했다는 것에 큰 의미가 있음

- 미국 빌보드 월드 디지털 송 세일즈 차트에서 보이그룹 엑소의 정규 5집 리패키지 앨범에 수록된 '러브 샷(LOVE SHOT)'이 2주 연속 1위를 기록함. 더불어 이번 앨범은 국내 음반 차트 2주 연속 1위, 아이튠즈 종합 앨범 차트 전 세계 62개 지역 1위, 빌보드 코리아 K팝 100 차트 1위, 중국 샤미뮤직 종합 차트 1위, 대만 KKBOS 한국 싱글 차트 1위, 가온 앨범 종합 차트 및 다운로드 차트 주간 1위, 음악 방송 1위 등 국내외 각종 음악 차트를 휩쓸었음
- 미국 3대 대중음악 시상식 중 2개 무대에 방탄소년단(BTS)가 초청돼 공연했으며, 그 중 하나인 빌보드 어워즈에서 '톱 소셜 아티스트' 상 수상, 올해의 아티스트 10위 선정, '빌보드 200' 7위 진입 등 수많은 미디어에서 BTS를 주목하고 있음. 뿐만 아니라 유엔총회에 초청돼 세계 아동 및 청소년 폭력을 근절하기 위해 시작한 '러브 마이셀프(LOVE MYSELF)' 캠페인을 적극 권고함

○ 티켓 재판매 국내 적극 도입

- 티켓베이가 첫 TV CF를 공개함. 티켓베이는 지난 2015년 6월 론칭해 뮤지컬, 콘서트, 스포츠, 레저 등 다양한 카테고리의 티켓과 굿즈를 판매하고 구매할 수 있는 온라인·모바일 서비스로, 2차 티켓 서비스임
 - 2차 티켓 서비스는 미국, 유럽을 중심으로 많은 기업들이 이 분야에 뛰어들어 경쟁을 하고 있는 상황이며, 대표적으로 티켓마스터(TicketMaster)가 운영하는 티켓나우(Ticketsnow), 이베이(eBay)가 인수한 스텝허브(StubHub), 비아고고(Viagogo) 등이 있음. 한편 티켓베이는 2차 티켓팅 시장에 대한 대중의 인식전환과 순기능을 전달하기 위해 티켓 재판매가 올바른 문화로 자리매김하도록 다양한 커뮤니케이션을 지속적으로 진행할 것임을 밝힘

○ 음악과 문학의 콜라버레이션 바람

- 대중음악이 문학에 러브콜을 보내는 것, 이것이 요즘 K팝에 부는 추세. 쿵쿵거리는 비트, 말초적인 노랫말에 치여 실종된 '이야기'를 되찾으려는 시도로 보여짐
 - 2018년 올 한해 가장 많은 사랑을 받은 노래 아이쿰의 '사랑을 했다'는 '21세기 판 서동요'. 백제 시대 설화처럼 아이들 입에서 입을 통해 퍼진 뒤 윗세대로 전파돼 폭넓은 사랑을 받음
 - 방탄소년단을 기획한 빅히트엔터테인먼트는 등단한 소설가를 영입. K팝 기획사가 소설가를 창작팀에 들여 앨범을 만든 건 이례적. 방탄소년단은 '더 노트'를 앨범마다 수록했는데 이는 멤버 7명의 가상 일기가 실린 얇은 책임. '문학적'인 뮤직비디오와 함께 방탄소년단의 독특한 서사를 만들어냄. 또한 빅히트는 독일 문호 헤르만 헤세(1877~1962)의 소설 '데미안'을 모티프로 방탄소년단 앨범 '윙스'를 기획하기도 함

□ 영화산업

○ 한국 영화 시장 전반적 트렌드

- 2018년도의 우리나라 영화시장을 보면, 전체 관객 수는 2억 1,638만 명으로 2017년 2억 1,987만 명보다 349만 명 감소했으며, 대작 한국 영화들의 잇따른 흥행 실패가 전체적으로 큰 영향을 미친 것으로 분석됨
- 한편 영화진흥위원회 통합전산망을 분석한 결과 한국 영화는 크게 줄고 외국영화는 소폭 상승했는데, 이는 한국 영화를 찾는 관객들의 감소가 영화산업 규모를 줄여 놓은 것으로 보임
- 2018년 한국영화를 찾은 관객은 1억 1,014만 8,738명이었으며, 2017년 1억 1,390만 7,067명 보다 약 375만 명 감소한 반면 외국영화는 2018년 1억 623만 6,426명으로 2017년 1억 596만 9,160명 보다 26만 7천 명 증가함
- CGV는 2018년 극장가 키워드로 '팬덤'을 꼽았는데, 그 이유는 충성도가 높은 팬덤을 가진 영화들이 흥행에 성공했기 때문임. 대표적인 예로 800만 돌파가 확정된 '보헤미안 랩소디'와 4DX 한정 개봉임에도 신작들을 누른 '해리포터와 마법사의 돌', 방탄소년단 다큐멘터리 '번 더 스테이지: 더 무비'가 있음

○ 국내 영화 배급사 순위 변동

- CJ가 영화 시장에서 3위로 전락함. 2003년 이후 15년 간 CJ는 국내 배급사 흥행 수익 점유율 1위 자리를 지키고 있었으나 롯데엔터테인먼트(이하 롯데)에 내줬으며, 2위마저 월트디즈니컴퍼니코리아에 내줌
- CJ는 지난 15년간 영화 시장 1위 자리를 지켜옴
- 영화진흥위원회에 따르면 롯데는 2018년 1월~11월 매출 2,953억 원, 관객수 3,552만 명(점유율 18.3%)을 기록해 매출·관객점유율 1위를 차지함
- CJ는 매년 꾸준히 1,000만 영화를 선보였으나 2018년에는 흥행작을 내놓지 못하였고 CJ가 100억 원이 넘는 제작비를 투입해야 하는 대작에만 치중하는 과정에서 적은 예산으로도 흥행에 성공할 수 있는 좋은 영화 소재를 발굴하지 못한 점이 부진의 원인으로 파악됨

○ 배우, 기술, 문화로 영화의 본고장에 한류 바람이 나타나고 있음

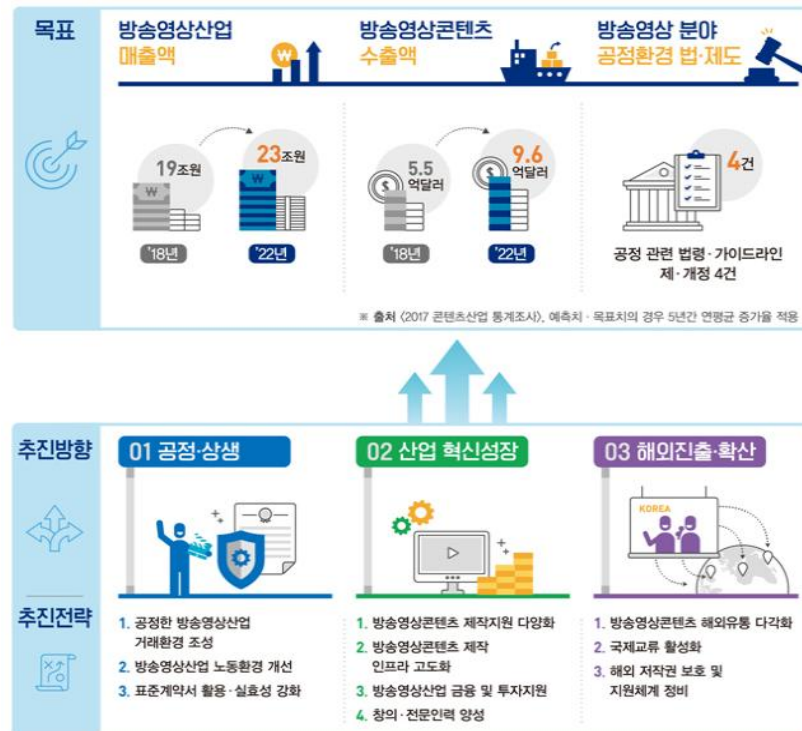
- 2018년에 할리우드에 아시아 열풍이 부는 현상이 나타나며 특히 한국계 배우들의 활약이 두드러졌고, 그와 함께 한국 관련 콘텐츠도 주목받기 시작
- 한국 배우들의 진출 외에도 극장 분야에서도 '4DX'와 '스크린X'라는 기술로 한

류가 함께 진출하고 있음. '4DX'는 오감체험을 위한 특별관이고, '스크린X'는 정면과 좌우 벽면까지 활용하여 3면을 스크린으로 활용하는 확장형 상영관인데, 향후 4DX와 스크린X가 결합된 융합관의 형태도 도입할 예정

- CJ CGV는 'CGV LA'에 이어 'CGV 부에나파크'를 오픈하면서 새로운 영화 감상 기술에 대한 체험 확대 뿐 아니라, 최신 한국 영화를 미국 내에서 가장 먼저 상영하는 등 영화 한류의 전파 역할을 수행해 가고 있음

□ 방송산업

- 방송계의 다양한 변화 물결(노동환경 개선물결, 고가 장비가 필요 없는 고품질 생방송 현실화 등)
- 방송영상산업의 불공정 관행과 제작진의 노동환경을 개선하기 위한 대책마련으로 문화체육관광부는 12월 17일 이러한 내용을 골자로 하는 제5차 '방송영상산업 진흥 중장기 계획'을 발표함. 이번 계획은 '사람이 있는 방송콘텐츠, 함께 성장하는 산업'이라는 비전에 따라 △공정 · 상생 생태계 조성 △산업혁신성장 기반 구축 △해외 진출 및 확산 지원이라는 세 개 추진 방향 아래 10대 추진전략과 45개 과제를 도출함



[그림 II-7] 제5차 '방송영상산업 진흥 중장기 계획'

※ 출처 : 제5차 '방송영상산업 진흥 중장기 계획, 2018. 12, 문화체육관광부

- SK텔레콤 방송 중계 기술과 5G의 초고속 · 초저지연 · 초연결 특성이 결합하면, 누구나 언제 어디서든 고품질 생방송을 할 수 있는 환경이 만들어 질 예정. SK텔레콤은 2019년 1월 1일 0시 전후 서울 종로구 보신각에서 신년 카운트다운, 타종 행사, 인터뷰 등을 엔터테인먼트 채널 'XtvN'을 통해 총 3차례(11분) 실시간 방송함. 이 중계에는 2018년 12월 1일부터 시작한 5G상용 서비스와 4년간 개발한 SK텔레콤생중계 솔루션 'T 라이브 캐스터'가 쓰임

○ 통합방송법에 따라 무거워질 OTT의 책임

- 넷플릭스 등 OTT(인터넷동영상스트리밍서비스) 사업자도 '신고' 의무가 부여되는 '부가유료방송사업자'가 되는 법안이 추진 될 예정. 이는 막강한 콘텐츠 파워를 지닌 OTT도 방송법의 테두리 안에 편제해 규제의 형평성을 기한다는 취지임
- 구체적으로 이번 법안은 OTT 사업자들을 '부가유료방송사업자'로 분류하고 유형에 따라 '등록' 또는 '신고' 사업자로 규정하는 내용을 담고 있음
 - 넷플릭스 같이 콘텐츠를 모아서 사업하는 사업자의 경우에는 신고 사업자로 분류, 실시간으로 방송 프로그램을 내보내는 '티브'이나 '폭'의 경우는 등록사업자로 규정하는 방식임. 이처럼 실시간 콘텐츠 제공 여부에 따라 신고 또는 등록 의무를 부여하는 것으로 OTT 사업자도 등록 및 신고 방송사업자에 준하는 책임과 의무가 발생하게 됨. 따라서 콘텐츠에 대해 방송통신심의위원회의 사후 심의를 받도록 하고, 심의 규정을 위반할 경우 과징금이 부과될 수 있음
 - 국내 OTT 업계는 OTT를 법 안으로 포함시키는 통합방송법의 경우 실시간 방송을 제공하는 국내 OTT는 등록사업자로 구분되어 오히려 국내 업체들이 더 높은 규제 대상에 놓이게 된다는 입장, 글로벌 기업은 규제를 준수하지 않아도 강제할 방법이 없기 때문에 규제 대상은 국내 기업으로만 집중될 수 있다는 우려도 있음

○ 증강현실(AR) 기술과 드라마의 만남

- 2018년 12월 드라마에서 처음으로 증강현실(AR)을 접목한 <알함브라 궁전의 추억>(tvN)이 방영되어 TV 콘텐츠의 새 지평을 열었다는 평가. 뻔한 틀 안에서 허위적대던 드라마의 문법을 파괴한 것은 물론이고, 드라마의 무한 확장 가능성을 보여주고 있음
- 가상현실(VR)이 가상의 공간에서 벌어지는 이야기라면, 증강현실은 '포켓몬 고'처럼 실제 현실에서 가상의 무엇인가가 등장하는 것을 의미
- 한편 증강현실(AR)에 앞서 가상현실(VR)과의 접목은 TV에서 꾸준히 시도되어 왔음. MBC 예능 프로그램 <두니아~ 처음 만난 세계>는 롤플레이팅게임 '야생의 땅:듀랑고'를 제작한 넥슨과 합작해서 설정을 가져오기도 했음. 극중 시청자가 마치 게임을 보듯, 무기를 획득하는 식의 설정을 접목함

- 또한, 2018년 12월 개봉한 영화 <PMC: 더 벙커>는 좁은 공간에서 벌어지는 충격 장면 등이 관객에게 게임을 하는 듯한 느낌을 줌

			
<알함브라 궁전의 추억> TVN, 드라마, 드라마에서 처음으로 증강현실(AR)을 접목	<두니아~처음 만난 세계> MBC, 가상의 세계 두니아에 떨어진 출연자들이 만들어가는 드라마틱한 이야기를 담은 언리얼 버라이어티 예능 프로그램	<포켓몬고> 나이앤틱이 개발한 iOS 및 안드로이드용 부분 유료화 위치기반 증강현실 iOS 및 안드로이드 게임	<PMC: 더 벙커> 충격장면 등이 VR 체험을 하는 듯한 생생함을 느낄 수 있는 영화

○ 재난방송 특허출원의 증가에 따라 재난·재해에 대한 신속한 대응 가능

- 재난방송은 다양한 재난환경에 재빨리 대응하도록 대형 재난 및 사고정보를 국가가 통합 관리하고 해당 지역에 통보하는 방송통신 기술을 의미. 재난사고 인명피해를 줄이기 위해서는 신속하고 체계적인 재난 방송 기술이 필수사항임
- 12월 27일 특허청에 따르면 재난 방송 기술 관련 특허가 꾸준히 출원되고 있는 것으로 밝혀짐. 지난 2012년부터 2017년까지 최근 6년간 내국인의 재난방송 특허 출원은 총 284건으로 나타남
- 향후 재난 방송 기술은 재난 관리를 효율적으로 관리하기 위해 대표적 4차 산업 기술인 빅데이터 및 사물인터넷(IoT) 등과 접목돼, 지능화된 재난 정보 관리 시스템으로 진화할 것으로 보임
- 또한 국가 재난 방송망과 지역 및 기관별 재난 방송망이 유기적으로 연결돼 다양한 재난 환경에 효율적으로 대처하는 맞춤형 재난 방송 시스템이 등장할 것으로 전망됨

□ 광고산업

○ 광고 트렌드의 변화

- 과학기술정보통신부와 한국방송광고진흥공사는 지난해 광고시장 현황과 2018~2019년 전망을 담은 '2018년 방송통신광고비 조사보고서'를 12월 23일 발표함. 보고서에 따르면 지난해 방송통신광고비에서 온라인광고가 방송광고를 추월함. 온라인광고는 큰 폭의 성장세가 이어지는데 반해 방송광고는 소폭 증가로 대비되는 모습임
- 2018년 방송통신광고비 조사보고서 결과에 따르면 지난해 국내 방송통신광고비는 2016년 기준 12조 1천 627억 원보다 5.7%p 증가한 12조 8천 548억 원으로 나타남
- 올해는 전년 대비 6.4%p 증가한 13조 6천 836억 원으로 추정
- 지난해 방송 광고비는 4조 514억 원으로 2016년 대비 2%p 감소. 지상파 광고비는 1조 5천 517억 원으로 11.1%p 감소. 반면 지난해 온라인 광고비는 4조 7천 751억 원으로 2016년 대비 14.9%p 증가. 그 중 모바일 광고비가 2조 8천 659억 원으로 44.6%p 증가해 총 온라인 광고비 증가를 견인한 것으로 나타남
- 온라인광고는 모바일광고가 성장세를 주도했으며, 방송광고는 지상파TV의 약세로 인한 결과로 풀이



[그림 II-8] 2018 방송통신광고비 조사

※ 2018, 2019 수치는 추정치(e), 이후년도 조사에서 수정될 수 있음.

※ 출처: 2018년 방송통신광고비 조사보고서, 2018. 12, 과학기술정보통신부, 한국방송광고진흥공사

○ 상반기 '온라인 광고시장을 중심으로 한 블록체인 도입 주도 기업' 목표 달성

- 블록체인 기반 마케팅 프로젝트인 위블락은 4억개 워(WOK) 토큰 1차 TGE(Token Generation Event) 목표를 성공적으로 달성했다고 11월 22일 밝힘
- 위블락(weBloc)은 대한민국 디지털 광고 생태계 탈중앙화 실현을 위한 프로젝트임. 성과 기반 디지털 광고 핵심 기술인 SDK(Software Development Kit) 및 API(Application Programming Interface) 형태 솔루션을 바탕으로 블록체인 기술과 토큰 이코노미를 적용한 사용자 성과 중심

새로운 블록체인 광고 생태계를 만들어 간다는 목표로 설립

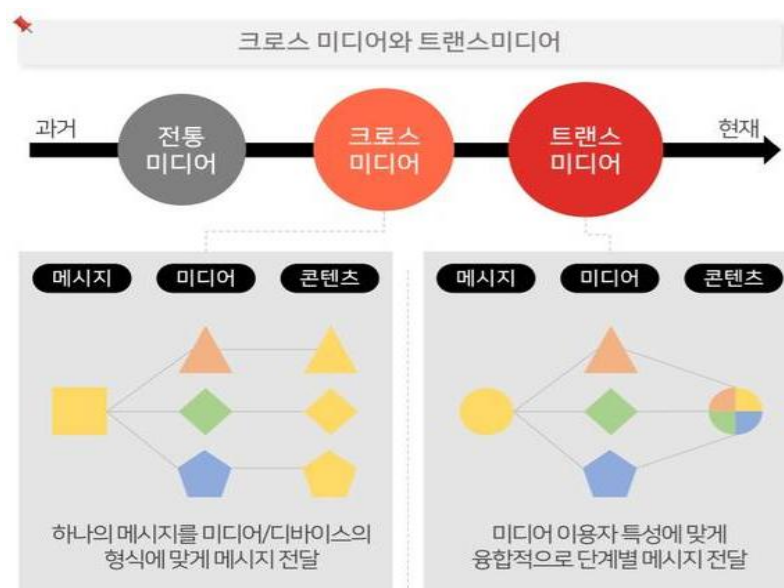
- 국내 제주특별자치도를 ‘블록체인 특구’로 지정하자는 움직임이 생겨나는 가운데, 위블락(weBloc)은 제주도에 법인을 설립한 1호 블록체인 기업임

○ 인공지능(AI)·데이터정교화·개인화가 키워드

- 디지털 마케팅 트렌드는 인공지능(AI)과 데이터정교화, 개인화를 꼽을 수 있음. AI 알고리즘을 통해 데이터 정교화가 진행되고 원하는 타겟에게 광고를 제공하는 개인화도 이뤄지는 식임

○ ‘전통→크로스→트랜스미디어’ 광고 전략의 변화

- 시장조사업체 인크로스는 ‘디지털 미디어 트렌드 스토리 보고서’를 통해 광고 시장이 온라인으로 확장됨에 따라 전통 미디어에서 크로스 미디어로 다시 트랜스 미디어로 변화를 겪고 있다고 현황을 진단함
- 크로스 미디어에선 하나의 메시지를 미디어와 디바이스 형식에 맞게 메시지를 전달했다면 트랜스 미디어에선 미디어 이용자 특성에 맞게 융합적인 단계별 메시지 전달이 필요



[그림 II-9] 크로스 미디어와 트랜스미디어

□ 지식정보산업

○ 4차 산업(신기술)에 의해 새로운 직업군 및 산업과 시장 대두

- 빅데이터의 4차산업시대. 데이터 홍수 속에 원하는 정보를 골라내는 기술은 더 중요해짐. 리벤지 포르노처럼 없애야 할 콘텐츠를 취합하거나, 혹은 평판관리처럼 나에게 꼭 필요한 콘텐츠만 모으는 것 등에는 수많은 데이터 속에서 얼마나 빨리 정확하게 데이터를 ‘크롤링’하고 ‘필터링’하는가가 핵심 기술이 됨

- 한국고용정보원은 2016년 향후 5년 내 유망 직종 중 하나로 '디지털 장의사'를 선정함. 당시만 해도 생소한 직업이었으나 현재 포털 사이트에 '디지털 장의사'만 검색하더라도 수십 개 광고가 등장할 만큼 대중적인 직업이 됨
- 이 과정에 쓰이는 기술이 '디지털 크롤링'임. '크롤링'은 분산·저장돼 있는 정보를 수집하는 기술로 국내에선 최근 '리벤지 포르노'가 사회 문제로 부각되면서 본격적으로 시장이 형성되기 시작함
- 데이터 크롤링, DNA 필터링 등을 통해 얻은 정보를 법적 증거로 활용하는 기술(Legal-Tech) 시장도 주목됨. 리걸 테크는 '법'과 '기술'의 결합 신조어로, IT 기술을 바탕으로 한 법률서비스를 의미
- AI 변호사 출현이 미래상이라면, 데이터 크롤링 · DNA 필터링 등의 기술을 통해 실제 수사의 증거 자료로 활용하는 식의 리걸테크는 현재에도 활용 가능한 시장임
- 다가오는 VR의 현실화
 - 2018년 12월 13일 문화체육관광부 1차관은 서울 외교부 청사에서 '콘텐츠산업 경쟁력 강화 핵심 전략'을 발표, 우리나라 콘텐츠산업은 위기 상황이라고 연설. 이는 세계시장에 한류가 확산되고는 있지만, 5G(세대) 이동통신 상용화와 해외 콘텐츠 플랫폼의 영향력 확대 속에서 약체로 판단되는 국내 콘텐츠사업의 현실을 직시한 것임. 이에 따라 문체부는 4차산업혁명 시대를 선도할 미래형콘텐츠육성을 위해 과학기술정보통신부와 합동으로 국내 문화자원 등을 VR(가상현실) · AR(증강현실) 등 첨단기술을 활용한 융·복합 콘텐츠로 만들어 신시장을 창출한다는 계획임. 이를 위해, 2019년부터 '문화 · 관광강국 실감콘텐츠 프로젝트 2030(가칭)'이 시작됨
 - 문체부는 VR · AR, 홀로그램 등 새로운 콘텐츠 증가에 따른 법 · 제도 개선사항을 발굴해 정비하는 작업도 2019년에 추진할 예정이라 발표. 정부는 이를 기반으로 2019년 주요 분야별 세부전략(세부계획)을 단계적으로 수립 · 발표할 방침임. 이후 2단계로서 방송영상, 게임, 만화(웹툰), 음악 등 주요 분야별 맞춤형 세부전략도 단계별로 수립해 발표할 예정
- 2019년 디지털 마케팅 산업의 주요 특징으로는 ▲5G 시대 마케팅 ▲CDP&통합 오디언스 마케팅 ▲데이터 투명성 ▲콘텐츠 마케팅 ▲쇼퍼블 미디어 및 콘텐츠 ▲세로형 · 숏폼 동영상 광고 ▲VR · AR(가상현실 · 증강현실) 마케팅 ▲음성 · 이미지 검색 마케팅 ▲AI 마케팅 ▲디지털 트랜스포메이션 등이 꼽힘
- IT 업계의 새로운 격전장으로 떠오르고 있는 오디오 콘텐츠 시장

- 오디오 콘텐츠는 들으면서 다른 활동을 함께 즐길 수 있다는 장점이 있음. 최근 음성 인식 기반의 AI기기들이 증가하면서 그 활용도와 인기가 높아지고 있음
- 팟캐스트의 국내 플랫폼 1위는 '팟빵'으로서, 2018년 10월말 기준 앱 설치 수는 350만 건, 월 방문자 수는 약 300만 명에 달하고 매월 생성되는 신규 팟캐스트가 약 400개에 달해 오디오 콘텐츠의 생산과 소비가 모두 활발하다는 평가
- 카카오는 별도 오디오 콘텐츠를 제작하지 않는 대신 자사의 AI 스피커에서 활용할 수 있도록 팟빵과 연계하여 오디오 콘텐츠 경쟁력을 높이고 있음
- 네이버는 자체 플랫폼인 '오디오클립'을 통하여 공격적으로 콘텐츠를 늘려나가고 있는데, 기존 팟캐스트에서 인기가 많던 정치, 시사 외에 키즈, 어학 등 교육/생산성 부문의 콘텐츠 강화에 집중하고 있음

○ 인공지능(AI) 스피커 시장과 앱시장과의 괴리

- 2018년 12월 KT그룹의 디지털 미디어랩 나스미디어의 '2019 디지털 미디어 & 마케팅 전망' 보고서에 따르면 2019년 국내 스마트 스피커 시장은 전체 가구의 40% 수준인 800만대 정도가 보급될 것으로 전망
- 인공지능 기반 스마트 스피커의 국내 판매량은 늘고 있어 점차 대중화 단계로 접어들고 있지만, 관련 기능을 개발하는 앱 개발사들의 고민은 깊어짐. 애플리서치는 "2019년 국내 스마트 스피커 시장 보급률은 40%에 도달할 것으로 예상되지만 지배적인 플랫폼이 없다는 딜레마가 있다"고 진단
- 지난 2018년 7월 시장조사업체인 컨슈머인사이트가 AI플랫폼 종사자 1만 2,580명을 대상으로 설문조사를 한 결과 AI 플랫폼별 시장점유율은 '기가지니'가 39%로 1위를, '누구'가 26%로 2위를 차지한 것으로 나타났고 네이버 '클로바'(16%), '카카오 미니'(12%)가 뒤를 이은 것으로 나타남. 이는 국내의 경우 아직 스마트 스피커 시장의 주도 사업자가 없다는 앞선 주장을 뒷받침함

□ 콘텐츠솔루션산업

○ PC, 모바일 콘텐츠들의 새로운 창이 되고 있는 스마트TV

- 삼성전자는 2019년 1월 8일 미국 라스베이거스에서 열리는 IT전시회 'CES 2019'에 참가해 TV와 다른 기기를 원격으로 편리하게 연결하는 '리모트 액세스' 기능을 공개한다고 밝힘. 이 기술은 PC화면을 무선으로 TV에 띄워 사용하거나 스마트TV에서 가상의 PC 환경을 구축해 사용할 수 있는 새 소프트웨어로 리모트 액세스 기능을 활용하면 가까운 PC와 스마트폰, 태블릿PC 등 기기의 화면을 무선으로 삼성전자 스마트TV에 띄우고 무선 키보드 등 입력장치를 활용해 동작할 수 있는 기술

○ 새로운 콘텐츠 활용 방식을 가지고 올 폴더블 폰과 UI

- 2018년 11월 7일, 8일 양일간 미국 샌프란시스코에서 개최된 '삼성개발자컨퍼런스

스(SDC) 2018' 행사에서 새로운 형태의 폴더블 스마트폰 파일럿 제품과 '원 UI'를 선보이면서 큰 화제를 일으킴

- 삼성전자 측은 폴더블 디스플레이 자체 외에 폴더블 폰에 적용되는 모바일 사용자 환경인 '원 UI'에 많은 비중을 할애했지만 청중 및 언론의 관심 대부분은 폴더블 디스플레이가 구동하는 방식에 쏠림
- SDC 2018에서 이번 삼성전자의 발표는 폴더블 디스플레이 외에도 빅스비를 통한 인공지능 서비스 생태계 확대 및 게임 특화 앱스토어인 '갤럭시 스토어' 오픈 등 소프트웨어와 서비스 분야의 강화를 목표로 하고 있다는 노력으로 평가

- 폴더블 디스플레이라는 새로운 폼 팩터가 활성화 되면, 새로운 UI 환경에 맞는 응용 콘텐츠, 앱 등이 추가적으로 다양하게 등장할 것으로 예상됨

○ AI의 어두운 그림자

- 이스트시큐리티 시큐리티대응센터(ESRC)는 올 한해 발생한 보안 위협을 분석해 예상한 '2019년 보안 위협 전망 Top5'를 2018년 12월 20일 발표함. 필두로 꼽힌 것은 AI 기술 활용 해킹 공격으로 나타남. AI 관련 기술을 활용해 보안 제품이 진화하고 있는 만큼 악성코드 역시 이에 맞춰 AI를 활용할 것이라고 분석함
- 또한 가정용 IoT 기기에 대한 공격도 늘어날 것으로 예측. 가정용 IoT 기기가 널리 보급됐지만 보안 대비는 상대적으로 취약

○ '콘텐츠 유료화' 트렌드로의 변화

- '한국에서 콘텐츠 유료화는 안 된다'는 고정관념을 깨는 사례가 속속 등장하고 있음. 지금까지 한국은 미국·유럽·일본과 같은 선진 콘텐츠 시장과 달리 양질의 콘텐츠에도 소비자들이 좀처럼 지갑을 열지 않은 추세를 보여줌
- 이런 콘텐츠 유료화 정착에는 기업들의 다양한 아이디어가 큰 몫을 차지. '카카오페이지'는 유료화 전략으로 '썰개기'와 '맛보기' 그리고 '기다리기'라는 3대 전략을 씀
- 지식콘텐츠 플랫폼인 '퍼블리'는 타깃 고객을 좁히고 그들이 원하는 것을 맞춤형으로 제공
- 한편 모바일 간편 결제도 콘텐츠 유료화 확산에 중요한 역할을 수행. 지문이나 홍채 인식으로 수 초 만에 결제가 끝날 만큼 스마트폰 결제가 쉬워지면서 매출도 덩달아 늘었기 때문

○ 국내외 자동차 및 IT 업체들은 미래에 다가올 자율주행 시대에 맞추어 차 안에 서의 기기 조작, 콘텐츠이용 방법 등에 대한 연구를 강화하고 있는 추세임

4. 문화기술(CT) 동향

○ PwC 보고서에 언급된 CT 사례

- 2018년 PwC 보고서에 명시적으로 '문화 기술'을 정의하고 언급하고 있지는 않으나 개별 장르에서 앞으로 산업의 변화에 중요한 영향을 미칠 것으로 전망되는 기술적인 요소들을 언급하고 있음
- 언급된 기술들은 기술 수준이 아닌 이를 활용함으로써 새로운 산업 영역이 발생하거나 혁신을 촉진시키는 사례가 중심이 되고 있음
 - 인공지능의 미래와 신뢰
 - 5G
 - 블록체인

○ 인공지능의 미래와 신뢰

- 데이터, 알고리즘, 기계학습으로 상징되는 인공지능은 엔터테인먼트와 미디어 산업 분야에서도 활발하게 적용되고 있으며 제작, 유통, 마케팅 등에서 효율성과 수익을 높이는 역할을 하고 있는 것으로 평가됨
- 인공지능 적용으로 인한 효율성 증가에도 불구하고 최근 인공지능의 기반이 되는 알고리즘에 대한 신뢰가 이슈가 되고 있음
- 시스템이 기반으로 하는 기계학습 모델은 안정적이고 정확한 결정을 위해 투명하고 설명 가능하며 반복 가능한 결과를 얻을 수 있어야 한다는 것. 이러한 기능의 조합을 인공지능 모델의 '설명가능성(Interpretability)'으로 칭하고 있음
- 인공지능의 기반이 되는 알고리즘이 고도화 되고 인공지능 학습을 위한 데이터가 방대해 질수록 인공지능이 혁신을 촉진하고 기업의 비즈니스 목표를 달성하기 위해 사회적으로 요구되는 인공지능에 대한 신뢰 구축의 중요성이 더욱 증가할 것으로 전망되고 있음

○ 5G

- 차세대 통신 서비스인 5G는 기존 망 대비 훨씬 빠른 속도를 제공해 엔터테인먼트와 미디어 산업에 중요한 영향을 미칠 것으로 전망됨
- 빠른 속도는 영상 콘텐츠의 화질 개선으로 인한 용량이 더 이상 콘텐츠 이용의 큰 장애물이 되지 않는다는 것을 뜻하고 기업 입장에서도 유통을 최적화할 수 있으며 어플리케이션과 서비스 개발에 있어서도 자유도가 큰 폭으로 증가하기 때문

○ 블록체인

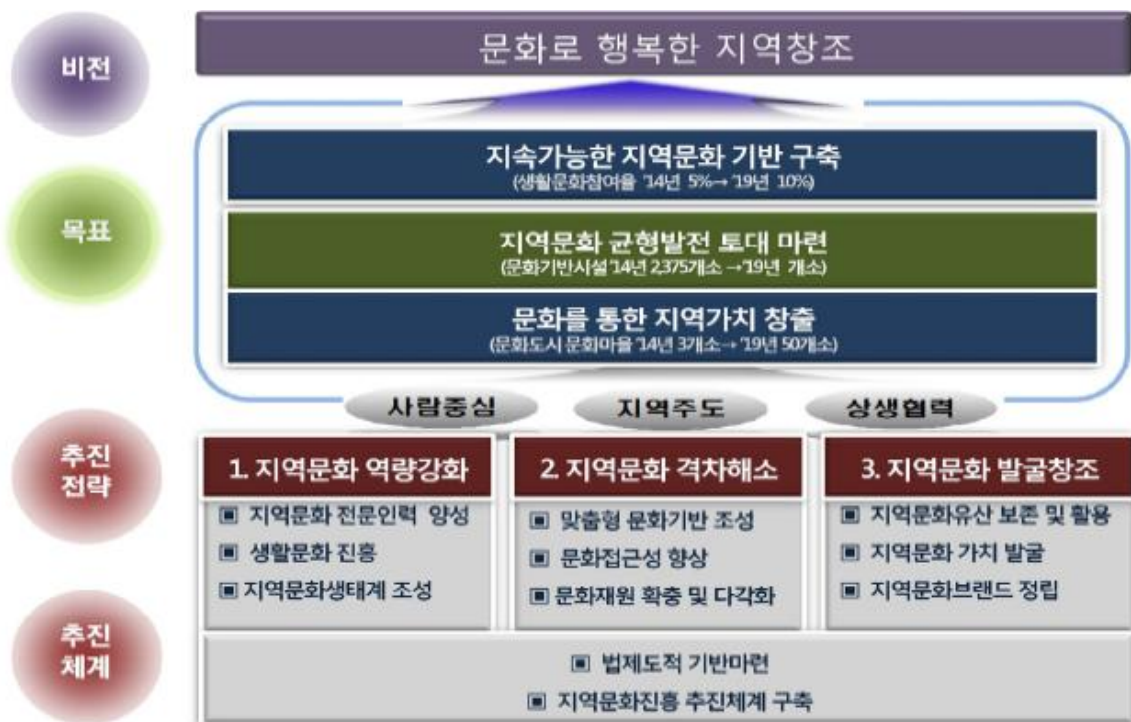
- 미디어 엔터테인먼트 산업은 블록체인(Blockchain) 기술에 대해 가장 빠르게 대응하고 있는 산업 분야 중 하나임
- 상품과 서비스가 물리적 형태로 존재하지 않고 복제와 전송이 가능한 특성으로 인해 분산원장을 기반으로 모든 거래가 기록되는 블록체인은 콘텐츠 유통에 새로운 가능성을 보여줄 것으로 전망되었기 때문
- 또한 코인을 기반으로 하는 비즈니스 모델은 이용자들에게 적절한 보상을 제공하거나 기존까지 공식적인 가치를 가지지 못한 것으로 간주되던 디지털 상품에 가치를 부여해 새로운 형태의 플랫폼 비즈니스 가능성을 보여주기도 했음
- 이는 음악, 뉴스, 출판, 게임, 영상 콘텐츠 등 다양한 미디어 엔터테인먼트 분야에서 블록체인 기술에 주목하고 블록체인을 적용한 다양한 플랫폼이 서비스를 시작하게 된 배경으로 작용함- 낮은 수수료, 적절한 이용자 보상, 저작권 관리와 추적, 불법복제 방지 등 다양한 장점을 지녀 미디어 엔터테인먼트 산업이 가지고 있던 문제를 보완할 수 있을 것이라는 기대감이 있었기 때문임
- 그러나 블록체인에는 여전히 보완해야 할 지점도 많은 것으로 평가되고 있음. 블록체인이 뛰어난 보안성을 자랑하고 있으나 이미 해킹 사례에서 보듯 완벽한 보안을 제공하는 것은 아니며, 중개 사업자 제거에 대한 비판적인 의견도 존재함. 또한 코인의 높은 가치 변동성도 아직 해결된 것은 아님

5. 콘텐츠산업 정책동향

1) 국가 콘텐츠산업 육성 계획정책 동향⁸⁾

(1) 지역문화진흥 기본계획 2020

- 지역문화진흥 기본계획 2020은 2014년 개정된 지역문화진흥법 제6조에 의거하여 문화 자치의 근간을 마련하기 위해 수립된 계획임
- 지역문화진흥법(제6조) 및 동법시행령(제3조)에 의거하여 수립된 법정계획으로 시행기간은 2015~2019년임
- “문화로 행복한 지역 창조”를 비전으로 지속가능한 지역문화 기반 구축, 지역문화 균형발전 토대 마련, 문화를 통한 지역가치 창출 등을 목표로 하여 세부 전략들을 제시하고 있음



[그림 II-10] 지역 문화진흥 기본계획 2020

※ 자료 : 문화체육관광부, 지역문화진흥 기본계획 2020

8) 문화체육관광부(2017), 콘텐츠산업 중장기 정책 비전 요약

○ 지역 문화역량 추진과제

<표 II-3> 지역 문화역량 추진과제

과제	세부 추진과제	비고
1-1. 지역문화 전문인력 양성	○지역문화 전문인력 양성 ○지역문화 전문인력 현업중사 지원 ○지역문화 전문인력 종합인적자원 관리체계 마련	국가차원의 지역문화인적자원센터를 통한 등록 및 인증, 훈련, 경력관리 등
1-2. 생활문화 진흥	○생활문화 기반시설 확충 및 운영 지원 ○생활문화공동체 형성 및 활동 지원 ○문화자원봉사 활성화 기반 구축	
1-3. 지역문화생태계 구축	○지역문화진흥관련 법·제도의 정비 ○지역문화 기초현황 조사 및 지표 개발 ○도시 및 지역의 통합적 문화계획 수립 ○효과적이고 실질적인 지역문화사업 지원역량 강화	

○ 지역 문화격차 해소를 통한 균형발전 역량 추진과제

<표 II-4> 지역 문화 격차 해소를 통한 균형발전 역량 추진과제

과제	세부 추진과제	비고
2-1. 맞춤형 문화기반 조성	○지역별 인구변화와 수요 감안한 문화기반시설 조성 추진 ○지역문화기반 시설의 균형적 확충 ○지역문화시설 프로그램 활성화 지원	
2-2. 지역의 문화접근성 향상	○문화환경 취약지역 지원 확대 ○문화소외 계층에 대한 문화프로그램 확대 ○「문화가 있는 날」 지자체 참여 활성화 및 지역별 특성화 유도	
2-3. 지역문화재원 확충 및 다각화	○중앙정부의 지역문화 지원방식 개선 ○중앙과 지방간 협력을 통한 재정 확충 및 체계화 ○지역문화재원 다각화	

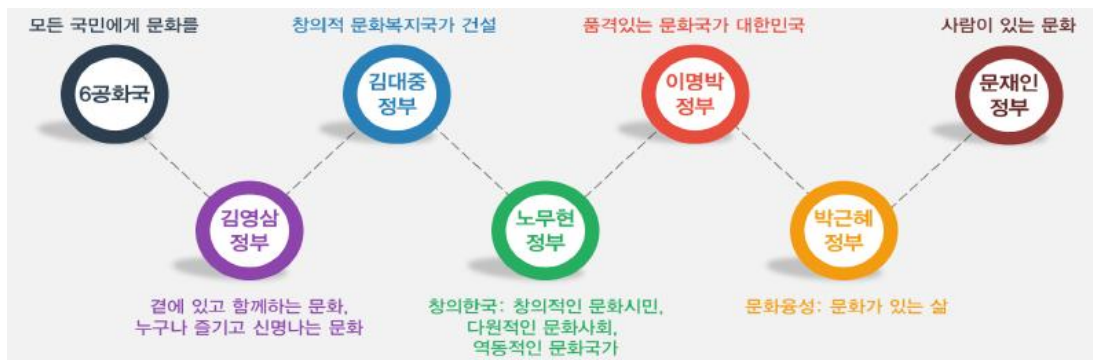
○ 지역 문화발굴 창조 추진과제

<표 II-5> 지역 문화발굴 창조 추진과제

과제	세부 추진과제	비고
3-1. 지역문화유산의 보존 및 활용	○지역문화루트 개발(면, 점→선) ○근·현대 역사문화공간 및 유휴 공간의 창조적 재생 ○지역 전통문화유산의 체계적 활용 확대 ○마을별 전통놀이 등 문화 자원 복원 및 활용	
3-2. 지역문화 가치발굴	○문화자원의 발굴·개발·활용을 위한 체계 구축 ○지역 생활문화자원의 체계적 개발 및 활용 ○지역별 특화된 문화 콘텐츠사업 기반 마련	
3-3. 지역문화브랜드 세계화	○국토 및 지역문화 브랜드의 통합적 지원 체계 구축 ○지역문화 특화사업 추진 ○문화도시 지정 및 확산 ○문화지구 운영제도 개선 및 활성화 ○지역문화브랜드 선정 및 확산	

2) 정부 정책의 기조

- 문재인 정부 이전 박근혜 정부의 문화정책은 “문화융성: 문화가 있는 삶”을 기조로 인문정신 가치 정립과 확산, 문화가 있는 날 지정을 통한 생활 속 문화 확산, 지역문화의 자생력 강화, 문화와 IT 융합을 통한 창의적 문화산업 육성 등이 중점적으로 추진되었음
- 문재인 정부의 문화정책은 “사람이 있는 문화”를 기조로 개인의 문화권 보장 강화, 예술인 권익 증진 등 수요자 관점에서의 정책과 4차 산업혁명을 중심으로 하는 문화자원 신기술 융합 등 문화혁신을 위한 정책들이 중점적으로 추진되고 있음



[그림 II-11] 우리나라 문화정책의 기조

- 문재인 정부 국정운영 5개년 계획
- 문재인정부 국정운영 5개년 계획 중 문화 부문은 전략5 “자유와 창의를 넘치는 문화국가”에 3개 국정과제가 포함되어 있음
- 먼저 “지역과 일상에서 문화를 누리는 생활문화시대”에서는 통합문화이용권 및 생애주기별 문화예술교육 확대, 문화도시 및 문화마을 지정 확대를 통한 국민 문화향유 확대 및 지역 간 문화격차 해소를 주요 내용으로 하고 있음
- 다음으로 “창작 환경 개선과 복지 강화로 예술인의 창작권 보장”에서는 (가칭) 예술가 권익보장을 위한 법률제정, 공정보상체계 구축 등 예술인의 권익 신장을 주요 내용으로 하고 있음
- 마지막으로 “공정한 문화산업 생태계 조성 및 세계 속 한류 확산”에서는 공정한 제작·유통 환경 조성, 융·복합콘텐츠 육성 및 한류 확산 등을 주요 내용으로 하고 있으며, 이외에도 남북 간 학술, 역사, 언어, 문화유산 등 사회문화적 교류 확대 등을 포함하고 있음

<표 II-6> 문재인정부 국정운영 5개년 계획 주요내용

구분	내용
지역과 일상에서 문화를 누리는 생활문화 시대	○ 국민 기초문화생활 보장 : 통합문화이용권 금액 확대 ○ 국민 문화예술 역량 강화 : 생애주기별 문화예술교육 확대 ○ 지역 간 문화 균형발전 : 문화도시 및 문화마을 확대 ○ 문화유산 보존·활용 강화 : 매장문화재조사 공영제 도입 ○ 문화자원 확대 : 연차별 문화분야 자원 적극 확대
창작 환경 개선과 복지강화로 예술인의 창작권 보장	○ 예술인 권익 보장 : 관련 법률 제정 ○ 공정한 보상체계 구축 : 문예기금 등 정부지원사업 참여 시 표준계약서 개발 보급(공연, 미술) 지속 추진 ○ 예술인복지 강화 : 예술인 고용보험 제도 시행 ○ 문화예술진흥기금 : 단기 및 장기 재원 마련 ○ 국민중심의 문화행정체계 구축 : 지원기관 독립성 확보, 정책결정 참여확대 등
공정한 문화산업 생태계 조성 및 세계 속 한류 확산	○ 공정한 제작·유통환경 : '17년 분야별 표준계약서 제정 및 보급 ○ 융·복합콘텐츠 육성·지원 : 4차산업 기반 융합 플랫폼 구축, 성장단계별 지원, 뉴콘텐츠 육성·확대 ○ 한류 확산 및 동반진출 : 쌍방향 문화교류 및 착한한류 실현으로 문화콘텐츠 수출시장·연계산업 동반진출 확대

※ 자료 : 국정기획자문위원회(2017), 문재인정부 국정운영 5개년 계획

3) 문화비전2030

- 정부는 4차 산업혁명 시대에 대응하는 중장기적 관점에서의 문화정책 필요성에 따라 2018년 5월 문화비전2030을 발표하였음
- 문화비전2030은 “사람이 있는 문화”를 비전으로 개인의 자율성 보장, 공동체의 다양성 실현, 사회의 창의성 확산 등 3대 비전 및 9대 의제를 기반으로 함
 - 먼저 개인의 자율성 보장 부문에서는 문화권 보장 강화 및 문화예술교육 확대, 지역 간 문화격차 해소 등을 통한 개인의 문화권리 확대, 문화예술인·종사자 지위·권리 보장, 성평등 문화실현 등 3대 의제를 포함하고 있음
 - 다음으로 공동체 다양성 실현 부문에서는 문화정체성 표현 보장, 전통문화 보호 및 현대화 등을 통한 문화다양성 보호·확산, 공정하고 다양한 문화생태계 조성, 지역문화 고유성 발전과 문화자치 역량 기반 조성 등을 통한 지역문화분권 실현 등 3대 의제를 포함하고 있음
 - 마지막으로 사회 창의성 확산 부문에서는 문화자원과 신기술 융합, 문화지원 기록·보존 체계 강화를 통한 문화자원 융합역량 강화, 남북 교류협력사업 발굴 및 국제교류 확대를 통한 미래와 평화를 위한 문화협력 확대, 공공 문화서비스와 사회문화적 일자리 전환과 지역·공간 재생 등 문화를 통한 창의적 사회혁신 등 3대 의제를 포함하고 있음

<표 II-7> 문화비전2030 주요내용

3대 방향	9대의제	내용
개인의 자율성 보장	개인의 문화권리 확대	○문화권 확산: 문화권 2030 선언 추진, 헌법에서 문화권 보장 강화 및 국가 문화정책 기초로 정립 등 ○여가친화적 사회환경 조성: 생활문화기반 시설 확대, 생애주기별·계층별 문화여가활동 지원 등 ○문화예술교육: 지역 기반 문화예술교육 생태계 구축,치유·사회통합 문화예술교육 지원 등 ○생활 속 인문정신문화 교양: 찾아가는 인문프로그램 등 ○지역 간 문화격차 해소: 콘텐츠 누림터, (가칭)사람을 잇는 작은 책방 조성 등 확대, 지역 문화 수요측면 보강(지역문화균형지수, 지역문화 실태조사 정례화) 등
	문화예술인 · 종사자 지위·권리 보장	○문화예술인·종사자 노동권·인권 강화 제도 확충: 법제도 기반 강화, 예술가 권리보호위원회 구성·운영 ○문화분야 공공기관 및 지원체계 혁신: 독립성·전문성 강화, 공무원·현장 전문가 협치 기반 조성 ○문화예술·체육인 복지 지원: 예술인 고용보험 및 복지금고 도입, 예술인 복지지원센터 개소 등
	성평등 문화실현	○성차별·성폭력 없는 문화생태계 조성: 성차별 금지 및 성평등 위한 법적 근거 마련, 실태조사 정례화 등 ○성평등 문화생태계 조성 위한 행정혁신: 분야별 표준계약서 성폭력 관련 조항 마련, 전담조직·재원 확보 등 ○성우호적 성평등 문화정책 실현: 여성활동 활성화 지원, 여성문화 재평가·인식제고 등
공동체 다양성 실현	문화다양성 의 보호와 확산	○문화정체성 표현 보장: 문화다양성 인식 실태조사, 문화다양성 교육 확대, 문화정체성 기반 예술 지원 등 ○언어문화의 다양성 실현: 지역에 보전 및 진흥 등 ○전통문화 보호 및 현대화: 전통예술 특화 공간 조성, 지역 전통문화 현황 조사, 전통문화·공연 향유 프로그램 확대, 지역 중심 문화재 보존 및 전승 체계 구축 ○관련 법률·추진체계 정비: 문화다양성법 확대, 정부간 협력체계 강화 및 문화다양성위원회 구성 등
	공정하고 다양한 문화생태계 조성	○문화예술·콘텐츠시장 공정 환경 조성: 표준계약서 확대 및 서면계약 의무화 및 법·제도 마련 등 ○예술의 다양성 확대를 위한 생태계 조성: 공모사업 지원방식 개선, 공공 공연시설 기획 기능 강화 등
	지역문화분 권 실현	○지역문화의 고유성 유지·발전: 문화도시, 지역특화 콘텐츠 육성(콘텐츠코리 아랩, 지역거점형 기업육성센터) ○지역 내 문화자치 역량을 위한 기반 조성: 지역 문화인력 양성·활동 지원, 지역문화재단 역할 강화, 문화정책 전담기관 지정, 지역문화정보시스템 구축 등 ○지역주민 참여 활성화: 주민참여 문화예산 제도 지원 등 ○중앙-지방 협치모델 설계: 문화예술 협력체계 구축, 정부-지방정부-중앙 공공 기관-지역진흥원 참여 지역콘텐츠 협력체계 구축
사회 창의성 확산	문화자원의 융합역량 강화	○인재 양성: 기존 문화기반시설→복합문화공간(메이커스페이스) 전환, (가칭) 융합예술 R&D센터 설립 등 ○문화자원+신기술 융합 촉진: VR, AR, 인공지능 등 융합콘텐츠 개발 ○문화자원 관련 산업 융합 기반 조성: 산업 간 융합영역 등 문화 R&D 강화,

3대 방향	9대의제	내용
		문화자원 융합 혁신기업 육성 ○문화자원 기록·보존 체계 강화: 문화콘텐츠 디지털 아카이브 구축 추진, 한글문화 자원 발굴·가치 확산 ○관련 제도 개선: 문화 분야 세제 등 지원제도 개선
	미래와 평화를 위한 문화협력 확대	○남북 교류협력사업 획기적 전환: 협정체결 및 법적 근거 마련, 교류사업 확대 및 기념사업 공동추진 등 ○문화콘텐츠 해외진출 전략적 지원: 한류 빅데이터 종합정보시스템 구축 추진, 교류협력 전문인력 양성 등 ○국제교류 확대: 문화예술인·청소년·청년 문화교류 활성화, 문화 분야 ODA 적극 추진 ○아시아 문화교류 확대: 한·중·일 공동 문화·축제발굴, 문화포럼 확대 추진 등
	문화를 통한 창의적 사회혁신	○‘공론·학습·해결의 문화플랫폼’ 모델 확산: 문화지구→문화지대 개념 확장, 프로젝트 기반형 대학원 수준 ‘혁신학교’ 설립 등 ○공공 문화서비스와 사회문화적 일자리 전환: 문화관광 해설사, 관광두레, 예술마을두레 등 공동체형 문화일자리 확대, 신 직업 발굴 및 교육 등 ○지역·공간 재생: 지역 주민 주도 문화적 활용계획마련·운영, 민간참여제도 마련, 정보 공개 등 ○기후변화에 대한 문화적 대응: 환경·에너지·생태중심 문화적 전환도시 계획 도입, 문화시설·행사에 에너지 전환 개념 도입 ○문화정책 협력체계 마련: ‘사회문화부총리제도’ 도입 등 협력체계 강화, (가칭) 문화와 사회혁신 포럼 구성, 문화영향평가 확대 및 실효성 강화

※ 자료 : 문화체육관광부(2018), 문화비전2030

4) 콘텐츠산업 중장기 종합계획⁹⁾

- 정책 비전과 목표의 측면에서 볼 때 콘텐츠산업 분야의 중장기 계획의 목표는 이미 2003년부터 10년에 걸쳐서 늘 세계 5대 콘텐츠산업 강국과 매출, 수출, 고용 중심의 성과 관리가 강조되어 왔음
- 이는 콘텐츠산업의 정책적 가치에 대한 사회적 기대나 범부처 진흥 체계의 구축 등 정치적 위상의 차이는 존재했으나, 콘텐츠산업 진흥에 대해 기대하는 효과에 대한 인식은 크게 달라지지 않았다는 점을 의미함
- 이러한 지표는 2017년의 중장기 정책 비전에서 비로소 달라진 모습을 보여줌. 매출 규모는 매출 10억 이상 기업수와 콘텐츠산업 성장률이라는 산업 생태계의 질적 발전을 드러내줄 수 있는 지표로 교체되었음. 수출액은 지표에서 제외되었으며 오히려 지역 콘텐츠 산업의 매출 비중이 지표로 도입되면서 콘텐츠산업에서 지역 균형 발전의 문제를 주목한다는 점을 드러내 보여주게 되었음

9) 문화체육관광부(2017), 콘텐츠산업 중장기 정책 비전 요약

<표 II-8> 콘텐츠산업 중장기 비전과 목표

비 전	목 표		
사람이 있는 콘텐츠, 함께 성장하는 산업	매출액 10억 이상 기업수	콘텐츠산업성장률(5년 평균)	지역 콘텐츠 산업 매출 비중
	8,200개(2016) → 10,000개 (2022)	4.9%(2016) → 6%(2022)	36%(2016) → 45%(2022)

※ 자료: 문화체육관광부(2017), 콘텐츠산업 중장기 정책 비전

- 정부는 기존의 매출, 수출 등 단기적, 양적 지표 중심의 산업 성장 이면에, 불공정 산업 환경, 기업 양극화와 콘텐츠 획일화, 성장둔화 등의 위기가 상존함을 확인
- 이에 급변하는 기술 및 산업 환경에 대응하여 콘텐츠산업의 지속 발전시키기 위해선 산업 생태계 선순환을 저해하는 요소를 제거하고 혁신적인 콘텐츠가 제작되는 환경 조성이 필요함으로 명시하고 이를 실현하기 위한 핵심과제와 추진 전략을 제시하고 있음

5) 콘텐츠산업 경쟁력강화 3대 핵심전략

- 이후 정부는 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 3대 핵심전략과 7대 세부 과제를 발표하였음¹⁰⁾
 - 이번 전략은 최근 급변하는 콘텐츠산업 환경 속에서 튼튼하고 공정한 산업기반과 양질의 콘텐츠 생산 및 수요 환경을 구축하기 위한 현 정부의 정책방향이 담겨 있음
 - 2022년까지 우수 콘텐츠 제작환경 조성, 4차산업 혁명 선도 미래형 콘텐츠 투자, 포용적 해외진출 및 교류, 공정한 제작 및 유통 환경 조성 등에 정책 역량을 집중할 계획임

10) 관계부처합동(2018. 12. 13), 콘텐츠산업 경쟁력강화 핵심전략을 요약함

<표 II-9> 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 세부 과제 및 개선 방향

전략	세부 과제	개선 방향
글로벌 수준의 경쟁력 확보	산업수요를 반영한 인프라, 정책금융 확충	▶연5천억원 수준공급, 세액공제 확대 검토 ▶지역내 창작·기업 성장 연결 고리 구축
	현장 맞춤형 인재양성 및 일 자리 지원 강화	▶지역 인재 육성 ▶현장·교육기관과의 지속적 연계 체계 구축 ▶장르별 강화 및 신기술, 융·복합화된 프로젝트기반 창의 인력 양성
	뉴콘텐츠 육성 및 문화기술 R&D 혁신	▶실감형콘텐츠 등 신시장 창출 ▶문화기술 연구개발 단계적 확대
신시장 확대/ 수요 창출	콘텐츠 수요 창출과 지역생 태계 조성	▶수요·소비 창출 인프라 지역 확충으로 지역생태계 구축 ▶지역기관 권한 강화로 맞춤형 정책 추진
	해외 진출 다변화 및 쌍방향 교류 확대	▶맞춤형 세부정보 제공 ▶기획·제작단계 협력, SNS 등 수요자 접촉기회 확대 ▶지속적인 전문인력·한류팬 교류 강화
	신한류 연계, 연관산업 동반성장 지원	▶콘텐츠와 연관산업 동반진출 확대 ▶범부처 협력 추진체계 마련
공정 환경 개선과 과감한 제도 혁신	콘텐츠산업 공정 환경 조성 과 창작자 권리강화	▶총괄법 제정 ▶스크린독과점 완화 등 제도 정비 ▶표준계약서 확산, 표준제작비 마련 ▶창작자 권리 및 저작권 보호 강화
	민간 자율성을 살리는 규제· 제도 혁신	▶시장 창출 규제완화 · 민간주도 자율규제 및 책임성 확보 ▶VR등 신산업 활성화를 위한 제도 정비 ▶콘텐츠 국제교류 및 해외활동 절차 합리적개선

※ 자료: 관계부처합동(2018. 12. 13), 콘텐츠산업 경쟁력강화 핵심전략

- 콘텐츠산업 경쟁력 강화 핵심전략 중장기 종합계획에 따라 최근 2019년 8월 기준 추진현황을 살펴보면 아래와 같음

<표 II-10> 콘텐츠산업 경쟁력 강화 핵심전략 중장기 종합계획('18.12월)에 따른 주요 추진현황

구 분	주요 추진 과제	주요 추진 현황(~'19.8)
산업수요를 반영한 인프라 및 정책금융 확충		
핵심 인프라 확충	·기업육성센터, 콘텐츠코리아랩 등 핵심 인프라의 전국적 지원망 구축 ·글로벌게임허브센터, 웹툰융합센터, 영화지역창작스튜디오 등 핵심 장르·분야별 기초 인프라의 안정적 확충	·콘텐츠 기업육성센터 2개 구축('19/대구, 인천), 충남 개소('19.4), 콘텐츠코리아랩 5개 구축(대전, 울산, 강원, 경남, 제주) ·글로벌게임허브센터 확대('18.10), 부천 웹툰융합센터 실시설계('19.3~8), 지역영화 창작스튜디오 2개소(합천군, 제주도), 지역영화 후반작업 시설 2개소(김해시, 전주시) 구축 지원 선정('19.4)
민간투자 확대	·모태펀드 출자조건 완화 등 민간투자 확대를 위한 제도 정비 ·콘텐츠 특화 엑셀러레이터 지원 등 콘텐츠 스타트업 창작·창업 지원 등	·문화분야 의무투자비율 조정(90→70%) 등 출자조건 완화('19.1~1차 정시부턴) ·콘텐츠 특화 엑셀러레이터 선발('19.5, 3개사, 총 30개 스타트업 지원)
현장맞춤형 인재양성 및 일자리지원 강화		
현장형·융합형 전문인력 양성	·전문가 연계교육 확대, 기업·현업 연계과정 확대 등 산업수요에 맞는 현장형 전문인력 양성	·창의인재동반사업 교육 운영(영상, 음악 등 16개 기관 400명) ·게임인재원 교육 운영 실시(총 65명) ·한국영화 기획개발전문역량강화지원센터 S#1(썬원) 개소('19.6) ·대학연계 프로젝트 교육·원캠퍼스 운영(14개 과제 기업·대학 등 700명)
	·게임, 음악, 패션 등 문화예술콘텐츠와 신기술 융합형 전문인력, 예비인력 양성 등	·콘텐츠x문화기술 교육 운영(3개 과정 6개 프로젝트 240명)
사회안전망 보강, 경력관리 지원	·프리랜서 등 사회안전망 보강, 재교육 창업 등 경력관리 지원 ·대중문화예술인력 실무역량 교육 지원 등	·고용보험 제도개선 TF 참여('19.4~), 장르별 계약 실태 정책연구(~'19.12), 고용보험법 및 예술인복지법 통과 지원(계속) ·제작스태프 역량강화 교육 운영(콘서트, 뮤지컬 스태프 등), 대중문화예술인 역량강화 교육(연기자분야 100명, 가수분야 30명 등)
일자리 창출	·콘텐츠 일자리지원센터 운영 ·콘텐츠산업 일자리창출 협의회 운영	·콘텐츠일자리지원센터 리뉴얼 오픈('19.8), 대학·지역기관 등 연계잡콘서트 개최('19.8~) ·콘텐츠산업 일자리 창출 협의회 개최('19.5~)
뉴콘텐츠 육성 지원 및 문화기술 R&D		
콘텐츠IP 산업 활성화 및 아카이빙 강화	·콘텐츠멀티유즈랩 활성화 및 IP융·복합 지원 ·스토리 유통 플랫폼 '스토리움' 활성화 및 웹툰 아카이브 구축 등	·콘텐츠멀티유즈랩 IP 협업프로젝트(13개) 지원, 비즈센터 운영(방문 2,400명), 컨설팅·교육 등 지원(15건) ·웹툰아카이브 DB 구축 용역 추진('19.6~)
문화기술 R&D 확대	·문화기술 국가 R&D 투자규모 단계적 확대 ·문화기술 연구관리전문기관 설립 추진 등	·R&D 사업 추진 및 '20년 신규 사업 발굴 * (혁신성장) 3D캐릭터, 초등학교 가상 스포츠실 250개교 보급 등 가상 증강분야 연구개발('17~'20/과기정통·산업부 협업) 등 * (문화서비스) 소외지역 대상 고품질 영상콘텐츠 제공기술('18), 시각 장애인용 전자책 저작 도구 개발('18) 등 * (신규) 문화기술대학원 지원, 융합프로젝트 R&D 등 ·연구관리전문기관(콘진원) 예산 통합교부 완료('19.3)

구 분	주요 추진 과제	주요 추진 현황(~'19.8)
콘텐츠 수요창출 및 지역콘텐츠 생태계 구축		
참여형 인프라 지역확산	·지역민이 콘텐츠를 향유·창작·소비할 수 있는 문화콘텐츠 누리터 운영 ·융·복합 콘텐츠 클러스터 조성 등	·e-스포츠 상설경기장 지역 선정('19.3/부산,대전,광주) ·문화콘텐츠 누리터 안동('19.1), 경산('19.4) 개소 ·융·복합콘텐츠클러스터 연구용역('19.3~)
지역콘텐츠 육성지원	·지역콘텐츠 거점화·광역화로 인프라 연계 체계 구축 ·지역 맞춤형 콘텐츠 육성 및 유통기회 확대	·지역콘텐츠 거점기관 지정기관 추천('19.10 예정) ·지역특화소재 콘텐츠 개발(24개), 전략산업 연계 콘텐츠 개발(11개), 사업화 촉진(8개), 과제 추진
해외진출 다변화 및 쌍방향 문화교류		
해외진출 다변화 및 쌍방향 문화교류	·한류 빅데이터 종합정보시스템 구축 ·동반 성장을 위한 실질적 쌍방향 교류 실현	·한류 빅데이터 종합정보시스템 정보화전략 계획(ISP) 수립 연구용역 실시('19.4~'19.8) ·착한한류 민관협력 프로젝트('19.5, 중국, CJ CHINA 연계 / '19.8 필리핀, 포스코CSR연계)
공정환경 조성 및 제도혁신		
공정환경 조성 및 권리강화	·표준계약서 실효성 강화	·문화산업의 공정한 유통환경 조성을 위한 법률 제정 추진('19.5.15 의원 발의 및 상임위 회부) ·애니메이션 표준계약서(4종) 고시('19.8), 만화 분야 개정, 연습생 분야 제정 추진('19.9)
	·방송분야 불공정관행 개선기반 강화	·방송제작 외주거래 실태조사 방송 노동환경 실태조사 결과발표('18.2, '19.2), 방송 분야 표준계약서 사용지침 마련·발표('19.6)
	·콘텐츠 분야 종사자 인권보호 및 노동환경 개선	·콘텐츠분야 전담기관 '보라'('18.3~) : 신고(16건), 상담(119건), 법률 지원, 교육 등 ·방송 분야 일터혁신 컨설팅(고용부 합동/'18), 콘텐츠 일자리 체질개선 컨설팅('19~) ·방송영상 제작지원사업 시 편당 지원비 상향('19)
민간자율성을 살리는 규제·제도 혁신	<민간 자율등급제 확대> ·음악영상물 자체 등급분류로 전환	·음악산업진흥에 관한 법률 개정안 발의('18.12), 문체위 상정('19.6) 영등위 직권재분류 등 사후 관리 절차 마련(개정법률안 통과 후)
	·웹툰자율규제 지원 법제화	·업계 의견수렴('19.6~9), 개정 검토('19.10~)
	·게임 자체등급분류 확대 및 자체등급 분류 사업자 지정조건 완화	·게임법 개정안 마련 연구용역('19), 게임법 개정안 발의('20.상)
	<게임산업·대중문화예술분야 규제 개선> ·PC온라인게임 성인 결재한도 폐지	·PC온라인게임 성인 결재한도 폐지 시행('19.6), 모니터링('19.하~)
	·청소년 등이 창작한 비영리 목적 게임물에 대해 등급분류 면제	·게임법 시행령 법제처 심사('19.8), 게임법 시행령 개정('19.9)
	·게임제공업 행정제재처분 규정 개선 * 전면 영업정지→일부 영업정지, 과징금 상향	·게임산업진흥에 관한 법률 개정안 발의('17.3/노동래 의원), 국회문체위 의결법시위 회부('19.7)
	·대중문화예술분야 외국인 고용추천 서류 간소화	·고용추천 서류 간소화 내부검토 및 시행(~'19.하)

6) 콘텐츠산업 3대 혁신전략 추진 방향

(1) 3대 혁신전략 추진방향 개요

- 4차산업혁명시대 콘텐츠산업의 패러다임 전환을 선도할 국가전략 필요성에 따라 전술한 바와 같이 '18년 12월 콘텐츠산업 중장기 종합계획을 발표, 인프라, 기술, 인력, 제도 등 산업전반의 경쟁력 강화대책을 추진 중에 있음
- 이러한 대책의 일환으로 글로벌 플랫폼 성장, 5세대 통신 상용화, 신인류 확산 등 환경변화를 반영한 콘텐츠산업의 비약적 성장(Quantum Jump)'을 위한 추가 대책의 필요에 따라 정부는 미래 환경변화에 선제적으로 대응할 수 있는 콘텐츠산업 3대 혁신전략을 수립하여 콘텐츠산업의 도약을 견인할 수 있는 3대전략과 10대과제를 제시하고 있음

비전	콘텐츠와 문화의 힘으로 대한민국 혁신성장 실현																										
방향	◆ 투자 사각지대 해소로 콘텐츠기업의 비약적 성장 지원 ◆ 실감콘텐츠 신수요 창출로 미래성장동력 확보 ◆ 상호교류에 기반한 신한류로 연관산업의 성장 견인																										
목표	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th><th>매출</th><th>수출</th><th>고용</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2019년</td><td>125.5조 원</td><td>103.6억 달러</td><td>66.2만명</td></tr> <tr> <td>2022년</td><td>153.8조원(22.5%↑)</td><td>134.2억 달러(29.5%↑)</td><td>70만명(5.7%↑)</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th><th>실감콘텐츠 매출</th><th>한류 소비재 수출</th><th>매출 100억원 이상 콘텐츠 기업수</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2019년</td><td>2.8조원</td><td>36.5억달러</td><td>1,700개</td></tr> <tr> <td>2022년</td><td>11.5조원</td><td>50억 달러</td><td>2,000개</td></tr> </tbody> </table>				매출	수출	고용	2019년	125.5조 원	103.6억 달러	66.2만명	2022년	153.8조원(22.5%↑)	134.2억 달러(29.5%↑)	70만명(5.7%↑)		실감콘텐츠 매출	한류 소비재 수출	매출 100억원 이상 콘텐츠 기업수	2019년	2.8조원	36.5억달러	1,700개	2022년	11.5조원	50억 달러	2,000개
	매출	수출	고용																								
2019년	125.5조 원	103.6억 달러	66.2만명																								
2022년	153.8조원(22.5%↑)	134.2억 달러(29.5%↑)	70만명(5.7%↑)																								
	실감콘텐츠 매출	한류 소비재 수출	매출 100억원 이상 콘텐츠 기업수																								
2019년	2.8조원	36.5억달러	1,700개																								
2022년	11.5조원	50억 달러	2,000개																								
3대 전략 · 10대 과제	1 정책금융 확충으로 혁신기업의 도약 지원 ① '콘텐츠 모험투자펀드' 신설 ② '콘텐츠 기업보증' 확대 2 선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래성장동력 확보 ③ 공공서비스·산업·과학기술 분야 실감콘텐츠 혁신프로젝트(XR+α) ④ 문화관광 체험형 콘텐츠 및 체험공간 구축 ⑤ 시장주도형 킬러콘텐츠 제작 지원 ⑥ 기업지원, 인재양성 등 산업 성장 기반 강화 3 신한류로 연관산업의 성장 견인 ⑦ 콘텐츠 유망기업 및 수출 핵심요소 집중 지원 ⑧ 소비재·관광 등 연관산업의 한류마케팅 지원 강화 ⑨ 지식재산 보호 및 공정환경 등 한류 산업기반 강화 ⑩ 지속 가능한 한류를 위한 문화기반 확산																										

[그림 II-12] 콘텐츠산업 3대 혁신전략

※ 자료: 콘텐츠산업 3대 혁신전략, 관계부처합동(2019. 9. 17)

□ 과제별 주요 추진계획

○ 과제별로 세부 추진 계획을 살펴보면 다음과 같음.

<표 II-11> 3대 혁신전략 세부 추진내용 개요

3대 전략	추진 과제	주요 내용	소관부처	추진 시기
1. 정책금융 확충으로 혁신기업의 도약 지원	1) '콘텐츠 모험투자 펀드' 신설	○ 모태펀드 문화계정 내 기획개발·제작 초기·소외 장르에 집중 투자하는 '콘텐츠 모험투자펀드' 신설로, 기존 투자 사각지대 해소 ○ (정책금융 연계 지원 강화) 장르별로 분산된 투자유치설명회(Pitching) 통합, 투자 효과 극대화를 위한 연계 지원사업 신설('20년)	문체부	'20~
	2) '콘텐츠 기업보증' 확대	○ 콘텐츠기업 특화보증 확대 개편 ○ 콘텐츠기업 일반기업보증 규모 단계적 확대 ○ 콘텐츠·문화상품 제작에 필요한 자금을 지원하는 콘텐츠 완성보증 공급 확대	문체부, 금융위, 중기부	'20~
2. 선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래성장동력 확보	3) 공공서비스, 산업, 기술분야 실감콘텐츠 혁신 「XR+α 프로젝트」	○ 공공서비스분야 - 국방훈련, 실감교육, 실감의료 등 ○ 산업·과학기술 분야 - 실감정비, 가상훈련, 생명공학 연구	과기정통부, 국방부, 산업부	'19~ '20~
	4) 문화관광 체험형 콘텐츠 및 체험공간 구축	○ 실감형 광화문 프로젝트 ○ 동대문 실감쇼핑몰 ○ 문화유산 실감콘텐츠	문체부, 문화재청, 과기정통부	'19~ '20~
	5) 시장주도형 킬러콘텐츠 제작 지원	○ 5G 콘텐츠 플래그십 프로젝트 ○ 한류 실감콘텐츠	과기정통부, 문체부	'19~
	6) 기업지원, 인재양성 등 산업 성장기반 강화	○ 인프라 고도화 ○ 선도기술 확보 ○ 핵심인재양성 ○ 해외진출 지원 ○ 실감콘텐츠민관정책협의회구성	과기정통부, 문체부 등	'19~ '20~
3. 신한류로 연관산업의 성장 견인	7) 콘텐츠 유망기업 및 수출 핵심요소 집중 지원	○ 수출역량 강화를 위해 콘텐츠 수출허브 구축 ○ (전략지역 정보 제공) 해외 신흥 시장 중심 현지기업 정보제공 등	문체부	'19~ '20~

3대 전략	추진 과제	주요 내용	소관부처	추진 시기
		○ 번역, 온라인 마케팅 지원 등		
	8) 소비재, 관광 등 연관산업의 한류마케팅 지원 강화	○ 핵심소비재 산업 한류 마케팅 강화(콘텐츠-소비재 동반진출, 엔터산업박람회, 한류스타협력 상품 개발 등) ○ 한류콘텐츠로 관광자원화 방한 관광객 유치 - k팝·한류스타 - e-스포츠 경기 인프라 구축으로 신규 관광자원 육성 ○ 한류축제, 현지 마케팅 강화	문체부, 산업부, 중기부	'19~ '20~
	9) 지식재산 보호 및 공정환경 등 한류 산업기반 강화	○ 불법 복제물·한류 위조상품 등 해외지식재산 보호 강화 ○ 종사자 인권보호 및 노동환경 개선 ○ 국내외 한류 통합지원체계 개선	문체부, 특허청 등 관계부처	'19~ '20~
	10) 지속가능한 한류를 위한 문화기반 확산	○ 한국어 지원 확대 ○ 쌍방향 문화교류 강화	문체부, 교육부	'19~ '20~

○ 3대 혁신전략에 대한 세부 추진과제를 보면 기존 정책금융의 확대와 공공분야 및 문화관광 분야의 실감콘텐츠 확산, 5G콘텐츠 개발지원, 한류 콘텐츠와의 협력과 결합 등의 정책 지원이 강조되고 있음

○ 경남지역 차원에서 적극 추진이 필요한 사업

- 3대 혁신전략의 중점 추진과제 중 하나인 '신한류로 연관산업의 성장 견인' 관련 사업인 '소비재, 관광 등 연관산업의 한류마케팅 지원 강화 사업'의 일환으로 추진 계획인 '한류콘텐츠 관광자원화'를 위해 e-스포츠인프라 구축사업은 경남지역 차원에서 적극 추진이 요구되는 사업이라 할 수 있음

(2) 지역 콘텐츠산업 정책 동향¹¹⁾

□ 지역콘텐츠진흥산업 발전 지원방안

- 지역 콘텐츠산업 진흥 사업은 크게 콘텐츠 제작지원, 공간(구축 및 운영) 지원, 네트워크, 마케팅 지원, 행사 개최와 지원으로 구성되어 있음. 콘텐츠산업을 진흥하는 주무 부처인 문화체육관광부에서는 지역 콘텐츠산업 발전 방안을 다음과 같이 제안하였음
- 첫째, 지역이 주도하고 중앙이 지원하는 방식으로의 전환을 통하여 자율성과 효과성을 담보하는 진흥 체계를 구축함
- 둘째, 타 지역·타 산업과의 다층적 융합과 유기적인 연계를 통해 시너지 효과를 창출함
- 셋째, 지역 콘텐츠산업의 지속적인 발전과 지역민의 문화 향유 확대를 위한 체계를 구축함

<표 II-12> 지역 콘텐츠산업 정책 방향

	기존	새로운 방향
지역 주도	-중앙 중심 하향식 의사결정 -단기적, 단발적, 일반적 차원의 제작 지원	-지역 수요와 의지를 반영한 의사결정 -장기적, 단계적 관점에서 콘텐츠 생태계기반을 조성하고 제작, 유통 병행 지원
융합 연계	-콘텐츠산업 내부 및 개별 장르에 국한된 독자적, 고립적 개발의 한계 -주로 장르별 콘텐츠산업에 지원 예산과 사업 수 집중	-콘텐츠산업 내 융합, 지역의 타 산업과 융합, 타 지역과의 융합 등 다각적이고 적극적인 연계 확산 -지역별 보유한 문화 인프라를 활용하여 융·복합 콘텐츠산업 성장 견인
지속 성장	-지역 콘텐츠 발굴 이후 후속 성장을 위한 지원 결여 -인프라 조성에 초점을 두어 콘텐츠 다양성과 화제성이 미흡	-지역 콘텐츠 기업 대상의 실효성 있는 글로벌 유통 확장 지원 -지역사회의 체감도 제고와 향유권 확대를 위한 여건 조성

※ 자료: 문화체육관광부(2018. 10), 내부자료 요약

- 지역 콘텐츠산업의 자생력 강화를 위한 지원 체계와 방식을 개편함
- 지원체계의 개편을 위해 지역 협력 콘텐츠 정책 거버넌스를 구축하고 운영을 추진함. 지역 콘텐츠산업진흥기관들이 참여하는 협의체를 구성하여 기존 중앙정부 중심 정책 전달구조에서 탈피하고, 지역이 주도하여 과제를 기획할 수 있도록 해 지역 간 협업을 강화

11) 문화체육관광부(2018.10) 지역과 함께 하는 지역콘텐츠산업 발전 간담회 자료를 요약함

- 또한 16개 광역단체별 각 1개씩 대표 지역 콘텐츠진흥기관을 지정하여 핵심 거점 기관을 중심으로 지역 산·학·연·관 거버넌스를 구축
- 우선 2018년 말부터 2019년 초까지 광역별 지역 거점 센터를 지정하고, 2019년에는 거점 연계 모형을 개발하여 우수 모형을 전파한 후, 2020년부터는 장르와 연계, 지역 강점을 살릴 수 있는 사업을 추진할 수 있는 기반 마련

○ 지역 콘텐츠산업의 지속 가능한 성장 동력 마련

- 콘텐츠코리아랩(CKL)과 기업의 성장을 지원하는 기업육성센터를 광역지자체단위로 추가 구축하여 지역소재 콘텐츠 기업의 육성 거점을 확장하고자 함. 현재 인천, 경기, 충북, 충남, 대구, 전북, 전남, 광주, 경북, 부산 등 지역별 10개와 전북, 전남 등 지역육성센터 2개가 구축되었으며, 향후 제주, 강원, 대전, 경남(울산) 등 14개 지역과 호남권, 충청권, 강원도, 제주도 등 지역육성센터 8개의 구축을 지향하고 있음
- 또한 지역글로벌게임센터, 음악 창작소, 작은 영화관, 지역영상미디어센터, 지역스토리랩, 웹툰 캠퍼스 등의 공간을 통하여 지역 콘텐츠 창작·제작 인프라를 지속해서 조성하고자 함.¹²⁾ 지역글로벌게임센터에서는 게임 제작 및 시연공간을 운영하고 유통체계를 구축하는 등 지역 기반 게임산업 발전을 지원함. 음악 창작소는 지역주민의 음악 창작과 향유를, 작은 영화관과 지역영상미디어센터에서는 지역민의 영상문화 향유뿐만 아니라 교육 등 연계 프로그램 운영을 함. 지역스토리랩은 지역 작가들에게 공간을 제공하고 지역의 이야기 자원을 활용할 수 있게 기획 및 완성화 작업을 지원함. 웹툰 캠퍼스는 지역기반 창작 공간과 전문 교육 프로그램을 제공하여 지역 일자리 창출에 기여함
- 지역 인재의 지역 정착을 통한 선순환 생태계 조성을 위하여, 지역콘텐츠기업 종사자 및 관련분야 전문가와 교육생이 실제 지역 관련 콘텐츠 기획 혹은 제작 프로젝트를 통해 협업하는 도제식 교육을 지원하고자 함. 프로젝트 참여를 통한 현장실무역량을 강화하여 실무형 인재를 양성하는 것을 계획하고 있음. 또한 지역 콘텐츠기업과 연계한 콘텐츠 창업 프로그램 및 기업 공동 프로젝트 지원 등을 통하여 지역의 창업 활성화를 유도하고, 기업의 노하우를 전수하여 인력들의 역량을 강화시킴. 특히 교육기관, 기업, 다양한 유관기관들이 연계해 창의인재를 양성하는 원캠퍼스 프로젝트를 지역으로 확장시켜 효과적으로 지역 인재를 양성

12) 2018년 기준 음악 창작소는 8개소(서울, 부산, 광주, 대구, 충북, 충남, 전남, 전북)를 운영되고 있고, 3개소(울산, 경남, 강원)를 조성 중이다. 더불어 같은 해 기준 작은 영화관은 37개소, 지역영상미디어센터는 45개소가 운영되고 있다.

하고, 지역 콘텐츠 기업들의 인력수급 문제 해소에 기여하려고 하고 있음

- 지역콘텐츠기업 중점 투자 펀드인 '지역콘텐츠펀드'가 신설됨. 모태펀드 문화계정 300억원, 지자체·지역진흥원 200억원의 출자를 추진하고, 지역콘텐츠 기업 및 지역콘텐츠에 약정 총액의 60% 이상을 투자함. 더불어 2020년 이후 크라우드 펀딩을 활성화하여, 수요자-투자자 간 매칭을 유도하는 한편, 자금 조달원의 다변화를 위해 홍보와 컨설팅, 모의 펀딩 제도를 운영함

○ 지역별 맞춤형 콘텐츠 육성 및 사업화를 지원하고 지역별 협력 촉진

- 지역의 산업과 환경을 분석하여 지역 주력 산업과 연계가 가능한 지역특화콘텐츠를 기획하고 육성하고자 함. 지역 전략산업 특화과제를 지원하거나, 지역 연계형 실감형(VR, AR) 콘텐츠 제작 지원
- 또한 지역 간 협업 프로젝트를 지원하거나 협업 프로젝트가 성공한 사례를 발굴하고 확산시킴으로써 지역들이 보유한 강점들을 토대로 한 협업 촉진

○ 지역의 문화 향유 기회 확대를 위한 인프라 및 프로그램 지원

- 지역에 장르별 콘텐츠 체험공간을 확충하고 프로그램을 내실화하고자 함. 게임의 경우 e-스포츠 경기시설의 수도권 집중 해소를 위해 지역에 '공인 e-스포츠 PC 클럽'을 지정하고 지역 거점 상설 경기장을 구축함. 이를 통해 정기적인 클럽대회 시스템을 구축하고 지역의 아마추어 선수를 발굴해내어 육성할 수 있도록 함
- 웹툰 역시 창작과 교육 수요가 급증한 것을 반영하여, '웹툰 캠퍼스'를 기반으로 어린이와 청소년(자유학기제), 예비 작가 등을 위한 교육 및 향유 프로그램을 운영함
- 방송은 지역 시청자미디어센터를 통해 영화는 작은 영화관을 통해 다양한 교육 및 향유 프로그램을 마련함

○ 지역 콘텐츠산업을 효과적으로 육성시키기 위한 정책 기반 마련

- 지역의 문화와 콘텐츠 현황을 파악할 수 있는 정보 아카이브 구축
- 문화산업진흥법 및 콘텐츠산업진흥법에 지역문화산업과 지역콘텐츠산업 진흥조항을 신설 하는 등 지역콘텐츠산업 진흥을 위한 법적 근거 마련

(3) 지역 콘텐츠 산업 예산 현황

□ 지역 콘텐츠 산업 예산 편성 내역

○ 문체부의 지역 콘텐츠산업 2018년과 2019년 예산편성내역을 보면 다음과 같음

<표 II-13> 지역 콘텐츠산업 예산 편성 내역

(단위: 백만원)

구분		사업명	2018년	2019년	증 감
인프라 지 원 (비중:66%)	향유	콘텐츠 누리터	1,000	200	-800
		지역 e-스포츠 상설 경기장	-	6,600	6,600
	창작	지역 콘텐츠코리아랩(CKL)	10,027	14,800	4,773
		지역 스토리랩	1,200	600	-600
	기업화	지역거점형 콘텐츠기업 육성센터	9,800	8,820	-980
		지역 글로벌게임 센터	13,000	10,000	-3,000
	소계		35,027	41,020	5,993
제 작 지 원 (비중:11%)		지역 특화 콘텐츠 개발	4,500	4,000	-500
		지역 전략산업 특화과제	3,000	2,550	-450
		지역 활용형 VR/AR 콘텐츠	1,500	-	-1,500
		펀드형 지역사업[필요]	-	-	
	소계		9,000	6,550	-2,450
사업화 지 원 (비중:18%)		홍보 지원	90	71	-19
		전략 컨설팅 지원	400	241	-159
		지역공공 캐릭터 활성화	500	500	0
		넥스트 콘텐츠 페어	10,000	10,000	0
		플레이엑스포(PlayX4)	190	100	-90
		대구 글로벌 게임문화축제	256	150	-106
	소계		11,436	11,062	-374
환 경 조 성 (비중:5%)		콘텐츠 원 캠퍼스 구축	950	3,150	2,200
		정책네트워크 강화	100	60	-40
		지역 콘텐츠산업 정책연구	0	90	90
		지역 거점기관 거버넌스 구축	-	-	
	소계		1,050	3,300	2,250
합계			56,513	61,932	5,419

※ 자료: 문화체육관광부(2018.10) 지역과 함께 하는 지역콘텐츠산업 발전 간담회 자료

□ 최근 5년간 지역사업 국비 지원 현황

- 문화체육관광부 지역예산(콘텐츠정책국 관할)은 매년 증가추세로 2017년 747억 원, 2014년 203억 원으로 약 3배가 성장하였으나, 지역별 예산규모 불균형이 심각하게 나타남. 국비지원 상위 순위는 대구, 경기, 부산, 전북, 경북 순위이며, 하위순서는 울산, 대전, 경남, 제주임(서울, 세종 제외)

<표 II-14> 지역별·연도별 국비지원 현황

(단위:백만원)

구분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	세종	기타	합계
2014	300	2,000	4,970	2,250	1,400	0	200	2,810	710	0	1,210	0	1,200	2,200	700	300	0	0	20,250
2015	0	4,079	7,890	2,586	602	0	949	4,469	1,038	1,695	207	3,461	1,302	6,645	1,510	987	0	3,161	40,280
2016	900	6,940	6,626	2,479	4,173	2,245	570	6,397	1,275	2,015	4,830	4,115	4,628	3,693	740	607	0	5,997	58,230
2017	2,705	7,415	7,640	3,540	3,440	2,315	2,140	7,716	2,754	2,060	1,640	9,457	8,734	4,535	2,255	3,716	300	2,301	74,663
2018	901	3,750	3,300	500	1,250	1,500	0	5,468	1,874	1,100	0	2,000	2,325	1,008	2,750	1,000	0	13,100	41,826
합계	4,806	24,184	30,426	11,355	10,865	6,060	3,859	26,860	7,651	6,870	7,887	19,033	18,189	17,781	7,955	6,610	300	44,886	255,576

※ 자료 : 한국콘텐츠진흥원

□ 지역별 · 사업별 국비지원 현황

- 사업별 지원규모가 큰 순위는 콘텐츠코리아랩-지역기반게임산업-지역콘텐츠균형발전 순이며, 다수의 지역이 지원받은 사업은 지역콘텐츠균형발전(16개), 대중문화산업육성(15개)임

<표 II-15> 지역별·사업별 국비지원 현황

(단위:백만원)

사업명	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	세종	기타	합계
지역콘텐츠균형발전지원	0	2,309	1,030	1,060	2,335	525	989	2,643	2,024	958	900	1,607	1,554	2,198	1,590	1,719	300	21,559	45,300
콘텐츠 코리아랩운영(생태계조성)	0	4,880	4,920	4,400	2,000	0	0	4,800	0	1,000	2,000	7,900	5,900	3,200	0	0	0	19,827	60,827
지역기반게임산업육성	0	10,500	11,600	0	4,250	5,500	0	6,500	0	500	0	7,500	4,250	1,900	0	0	0	-	52,500
영상콘텐츠산업육성	0	1,250	196	525	0	0	200	239	278	12	237	526	0	200	30	58	0	500	4,250
대중문화산업육성	2,305	5,245	7,280	1,200	1,380	35	1,570	6,210	1,035	2,000	1,000	1,000	1,110	7,195	1,035	0	0	1,500	41,100
가상현실콘텐츠산업육성	1,200	0	500	1,120	500	0	600	0	160	0	0	0	0	1,130	0	1,818	0	1,500	8,528
지방문화산업기반조성(생활)	1,301	0	4,900	3,050	400	0	500	6,468	4,154	2,400	3,750	500	5,375	1,958	5,300	0	0	0	40,056
지방문화산업기반조성(제주)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3,015	0	0	3,015
합계	4,806	24,184	30,426	11,355	10,865	6,060	3,859	26,860	7,651	6,870	7,887	19,033	18,189	17,781	7,955	6,610	300	44,886	255,576

※ 자료 : 한국콘텐츠진흥원

□ 한국콘텐츠진흥원 지역사업 편성 현황¹³⁾

- 한국콘텐츠진흥원 공공기관 경영정보공개시스템의 전체 예산현황과 지역별·연도별 국비지원 현황을 비교해보면 지역콘텐츠 예산 비중이 2014년 이래로 계속 증가하고 있다가 2018년 급격히 감소하고 있음을 알 수 있음

<표 II-16> 한국콘텐츠진흥원 예산 중 지역 콘텐츠산업 관련 비중

(단위:백만원)

구분	2014년 결산	2015년 결산	2016년 결산	2017년 결산	2018년 예산
문화콘텐츠산업진흥환경조성	-	45,912	122,072	83,450	88,706
문화콘텐츠산업육성	-	59,740	90,788	117,790	105,941
문화산업기관지원	18,917	20,951	26,012	24,176	22,056
방송영상 콘텐츠 및 광고 산업 활성화	19,312	36,939	19,230	34,827	19,213
국어문화진흥	20	300	300	300	300
문화콘텐츠산업 기술지원	46,095	51,910	58,771	53,516	54,204
기초예술역량강화	-	-	90	5,550	-
지역·민족문화진흥	-	-	-	-	-
문화콘텐츠진흥	60,384	-	-	-	-
게임산업육성	21,978	-	-	-	-
기금사업	300	8,500	300	-	-
합계(A)	167,006	224,252	317,563	319,609	290,420
지역 콘텐츠 산업 관련 예산(B)	20,250	40,280	58,230	74,663	41,826
비중(B/A)	12%	18%	18%	23%	14%

※ 자료 : 공공기관 경영정보공개시스템(ALIO)

13) 지역 콘텐츠산업 현황과 개선방안, 2018. 10 2018 국정감사정책자료집

□ 전국 문화산업 지원기관 및 예산 현황

○ 지역별 문화산업 지원기관 및 예산 현황

<표 II-17> 전국 문화산업 지원기관 및 예산

(단위 : 백만원)

NO	기 관 명	조 직	인 원	19년도 예산	설립년도	부속시설
1	한 국 콘 텐 츠원	2실 2원 1국 1단 1센터 9본부 32팀	400명	290,450	2009	KOCCA 역삼, 판교, 일산 CKL(대학로), CKL(광화문) 상암DMS방송제작센터 콘텐츠인재캠퍼스 스튜디오큐브
2	강 원 정 보 문 화 진 흥 원	4본부 11팀	78	15,966	2007	강원창작개발센터 애니메이션박물관 토이로봇관 춘천박사마을 어린이 글램핑장
3	경 기 콘 텐 츠원	3본부 1단 10팀 6센터	124	48,000	2005	G-NEXT센터 (판교 경기문화창조허브, 경기콘텐츠코리아랩) 빅파이추진단 광교 경기문화창조허브 북부 경기문화창조허브 서부 경기문화창조허브
4	대 구 디 지 털 산 업 진 흥 원	1실 4단 2센터 13팀	65	25,200	2001	ICT Park CT Idea HUB 청년ICT창업성장센터, 대구콘텐츠센터
5	대 전 정 보 문 화 산 업 진 흥 원	4단 8팀	60	24,500	2015	대전영상특수효과타운 대전CT센터 대전액션영상센터
6	부 산 정 보 산 업 진 흥 원	1실 2단 4부 2센터 14팀	100	26,000	2002	센텀벤처타운 부산SW지원센터 부산멀티미디어지원센터 부산문화콘텐츠콤플렉스 수도권마케팅지원센터
7	전 남 정 보 문 화 산 업 진 흥 원	1실 2단 11팀	73	13,851	2008	전남실감미디어산업지원센터 목포벤처문화산업지원센터
8	전 북 문 화 콘 텐 츠 산 업 진 흥 원	2본부 4팀 4센터	24	22,400	2015	전라북도정보산업지원센터 음악창작소 콘텐츠기업육성센터 콘텐츠코리아랩 글로벌게임센터
9	충 남 문 화 산 업 진 흥 원	1실 2본부 1국 1센터	38	6,300	2005	충남영상미디어센터 충남콘텐츠코리아랩 충남음악창작소 아트큐브
10	경 북 문 화 콘 텐 츠 진 흥 원	1본부 5팀	37	5,600	2011	콘텐츠코리아랩 영상미디어센터
11	고 양 지 식 정 보 산	1단 2본부	26	10,000	2003	성사센터, 브로맥스

NO	기 관 명	조 직	인 원	19년도 예산	실시년도	부속시설
	업 진 흥 원	6팀				브로맥스III, 아쿠아스튜디오 고양신한류홍보관
12	광주정보문화산업 진흥원	1실 3본부 10팀	83	21,400	2002	광주영상복합문화관 광주스마트모바일앱개발지원센터 1인창조시니어기술창업센터 광주콘텐츠코리아랩 광주음악산업진흥센터
13	인천경제산업정 보테크노파크	2실 4본부 5단 13팀 16센터	250	137,400	2016	인천글로벌캠퍼스복합문화센터 통 문화창작지대 제물포스마트타운 실감콘텐츠체험관 '탐' 인천로봇랜드
14	충북지식산업진 흥원	1실 2본부 2센터	42	6,400	2003	충북멀티미디어기술지원센터 충북과학기술진흥센터 충북소프트웨어융합센터
15	울산정보산업진 흥원	1실 1본부 1센터 5팀	41	2,200	2016	sw융합클러스터 VR/AR 제작거점센터 콘텐츠코리아랩
16	경남문화예술 진흥원	3본부 6팀, 3센터	74	39,034	2013 (2011)	음악창작소 콘텐츠코리아랩 웹툰캠퍼스 경남콘텐츠기업육성센터
17	한국만화영상진 흥원	2본부 7팀	55	18,400	2009	부천만화창작스튜디오
18	청주시문화산업 진흥재단	1본부 1실 7팀	38	6,300	2001	콘텐츠코리아랩 글로벌게임센터
19	전주정보문화산 업진흥원	3단 7팀	46	7,800	2001	K-ICT전북스마트미디어센터 K-ICT 3D프린팅 전북센터
20	제주테크노파크	4팀 1센터	30	6,600	2010	18년 제주영상·문화산업진흥원이 설립되어 지역 콘텐츠거점기관 수행 (콘텐츠코리아랩, 영상미디어센터 등)

7) 2019년 문화체육관광부 주요 업무 계획

□ 정책추진 방향

- 문화체육관광부 2019년도 주요 업무계획은 문재인정부 국정운영 5개년계획, 문화비전 2030 등을 토대로 수립되었으며, “사람이 있는 문화, 함께 행복한 문화국가”를 비전으로 평화를 키우는 문화, 모두가 함께 누리는 문화, 공정한 문화ilter, 성장하는 문화·콘텐츠·관광·스포츠산업 등 4대 전략을 중심으로 하고 있음

<표 II-18> 2019년 문화체육관광부 주요 업무 계획

비전	사람이 있는 문화 함께 행복한 문화국가
Ⅰ [평화] 평화를 키우는 문화	
1.	[남북] 문화·체육·관광 남북 교류협력 활성화
2.	[해외] 상호 문화교류 확대
Ⅱ [포용] 모두가 함께 누리는 문화	
3.	[문화 복지] 포용하고 나누는 문화
4.	[향유 시설] 생활문화 기반 시설 확대 및 운영 효율화
5.	[문화 활동] 풍부한 문화 여가 활동 프로그램 제공
Ⅲ [공정] 공정한 문화 일터	
6.	[문화·콘텐츠] 문화예술·콘텐츠 창작 시장 공정성·안정성 제고
7.	[스포츠] 체육계 비리 근절 등 정상화
Ⅳ [혁신] 성장하는 문화·콘텐츠·관광·스포츠 산업	
8.	[콘텐츠] 문화콘텐츠산업 신시장 창출 및 기업 활동 지원
9.	[관광] 관광시장 활성화 및 방한관광시장 재도약
10.	[스포츠] 스포츠산업 성장 지원 및 인력 양성
11.	[문화예술] 기초예술과 전통문화의 경제적 가치 확장
※ [국민과 함께하는 행정] 협업·안전·소통의 행정	

- (비전과 과제) 「문화비전2030」의 비전 ‘사람이 있는 문화’와 국가 비전인 ‘혁신적 포용국가’를 비전과 역점추진 과제에 연계
- (평화) 문화정책의 시야와 범위를 남북과 더불어 세계로 확장
- (포용과 공정) 국민 모두가 고르게 향유할 수 있는 보편적 문화정책 확대
- (혁신) 콘텐츠·관광 등 고용효과가 큰 유망산업의 사업여건 개선과 적극적 투자, 문화예술의 산업적 가치 향상 필요

※ 자료 : 문화체육관광부 2019년도 주요 업무 계획

- 2019년도 주요 업무계획을 구체적으로 살펴보면, 먼저 평화를 키우는 문화에서는 문화·체육·관광 남북 교류협력 활성화와 해외 국가들과의 상호 문화교류 확대를 위한 내용들을 주요 사업으로 하고 있음
- 다음으로 모두가 함께 누리는 문화에서는 포용하고 나누는 문화를 위해 소외계층과 장애인에 대한 문화향유 기회 제공과 생활문화기반시설 확대와 풍부한 문화여가 활동 프로그램 제공을 골자로 하고 있음
- 공정한 문화ilter에서는 문화·예술·콘텐츠의 창작시장의 공정성과 안정성 제고를 위한 창작여건 조성 사업과 관광시장의 활성화 사업, 콘텐츠 거래·유통 공정성 확보 등을 주요 내용으로 하고 있음

- 성장하는 문화·콘텐츠·관광·스포츠산업분야에서는 콘텐츠산업 신시장 창출 및 기업 활동 지원과 관광시장 활성화 및 방한관광시장 재도약을 위해 양적 팽창에서 질적 성장으로 전환을 주요 골자로 하고 있음

<표 II-19> 2019년 문화체육관광부 주요 업무 계획 주요 내용

구분	내용
평화를 키우는 문화	○ [남북] 문화·체육·관광 남북 교류협력 활성화 - 올림픽 공동출전·공동유치 준비 등 협력 확대, 문화·문화재 기존 협력 지속, 새로운 분야 발굴, 평화관광 콘텐츠 개발 및 협력 재개 대비 ○ [해외] 상호 문화교류 확대 - '상호 문화교류의 해' 행사, 세종학당 전문 한국어 교원 해외 파견 확대 등 - 스포츠분야 신남방 정책국(아세안+인도) 원조·협력 강화 - 개도국에 지도자 파견 등, 동북아 관광, 3국간 협의체 운영 등
모두가 함께 누리는 문화	○ [문화 복지] 포용하고 나누는 문화 - 소외계층에게 차별 없는 문화 향유 기회 제공 - 장애가 느껴지지 않는 문화 향유 여건 조성 ○ [향유 시설] 생활문화 기반시설 확대 및 운영 효율화 - 생활 속 기본 문화시설 대폭 확충 - 시설운영 효율화를 위해 복합화·내실화로 국민 이용 편의 향상 - 전문 문화 분야의 특화된 시설 건립 ○ [문화 활동] 풍부한 문화 여가 활동 프로그램 제공 - 여가를 자연스럽게 누리는 사회분위기 조성 - 생활 속 문화예술·체육활동 촉진 - 읽고, 생각하는 인문의 가치 확산 - 지역 문화향유를 위한 지역 주민과 함께하는 문화
공정한 문화일터	○ [문화·콘텐츠] 문화예술·콘텐츠 창작 시장 공정성·안정성 제고 - 공정하고 안정적인 창작 여건 조성 - 콘텐츠 거래·유통 공정성 확보 - 기초 문화예술·콘텐츠 창작 지원 ○ [스포츠] 체육계 비리 근절 등 정상화
성장하는 문화·콘텐츠·관광·스포츠 산업	○ [콘텐츠] 콘텐츠산업 신시장 창출 및 기업 활동 지원 - 실감형 콘텐츠 육성 등 콘텐츠 혁신 지원 - 기업 활동에 필요한 기반 강화 - 저작권 보호와 편리한 저작물 이용의 균형 ○ [관광] 관광시장 활성화 및 방한관광시장 재도약 - 혁신적 관광기업 발굴 및 산업 고부가화 - 여행이 필요한 계층에게 맞춤형 지원 - 양적 팽창에서 질적 성장으로 전환 ○ [스포츠] 스포츠산업 성장 지원 및 인력 양성 ○ [문화예술] 기초예술과 전통문화의 경제적 가치 확장

※ 자료 : 문화체육관광부 2019년도 주요 업무 계획 요약 정리

6. 타 지자체의 콘텐츠산업 정책 및 동향

1) 타지자체의 2019년도 콘텐츠산업 비전과 정책

- 타 광역 지자체의 2019년도 콘텐츠산업 비전을 살펴보면 주로 생활문화 도시 구현과 문화관광의 연계 등의 비전을 지향하고 있음. 지자체별 상세 사항은 다음과 같음

<표 II-20> 지자체별 2019년 콘텐츠산업 비전

지역	비전(시정전략)	지역 거점 기관
서울	시민이 행복한 문화체육도시 조성	서울산업진흥원
부산	시민 삶의 질을 높이는 복지와 문화도시	부산정보산업진흥원
대구	품격 높은 문화와 배움의 도시 구현	대구디지털산업진흥원
인천	생활로 즐기는 문화와 여가	인천테크노파크
광주	문화산업을 광주성장의 엔진과 일자리 창출 동력으로 육성	광주정보문화산업진흥원
대전	교육과 문화가 꽃피는 공동체	대전정보문화산업진흥원
울산	생활 속 문화예술 및 체류형 관광 활성화	울산정보산업진흥원
경기	콘텐츠·사람·기술 융합을 통해 미래가치 창출	경기콘텐츠진흥원
강원	포스트 올림픽 완벽실현과 관광·문화 중심지 육성	강원문화재단
충북	문화·예술·체육·관광 향유 기반 구축	충청북도지식산업진흥원
충남	여유와 활기를 주는 문화/예술/체육	충남문화산업진흥원
전북	멋스런 창의문화가 숨 쉬는 대한민국 여행·체험 1번지	전라북도문화콘텐츠산업진흥원
전남	전남 관광·문화자원의 가치와 품격 제고	전남정보문화산업진흥원
경북	세계인이 찾아오는 문화관광 경북	경상북도콘텐츠진흥원
경남	함께 누리는 문화·관광 생태계 조성	경남문화예술진흥원
제주	함께 누리는 문화·관광의 섬 제주	제주영상·문화산업진흥원
세종	안전하고 풍요로운 도시환경 조성	세종시문화재단

※ 자료: 각 지자체별 업무계획, 지자체 홈페이지 게시 자료

- 광역 지자체별로 2019년도의 콘텐츠산업 주요 정책을 살펴보면 다음과 같으며, 많은 지자체들이 4차 산업혁명에 대응하는 ICT융합과 인프라 확충, 문화향유 기회 확산 등을 주요 정책에 포함시키고 있음

<표 II-21> 지자체별 2019년 콘텐츠산업 주요 정책

지역	주요정책
서울	- 시민 문화예술 향유기회 확대 - 지역별 문화인프라 확충, 역사문화자원 발굴·활용(다양한 테마 박물관, 문화시설 및 도서관 건립 추진) - 역사문화자원의 발굴·보존·활용을 통해 문화경쟁력 강화
부산	- 품격 높은 문화도시 조성 - 영상·영화 및 관광·마이스 선도도시 조성 - 지역주력산업 ICT 융합 기술 고도화
대구	- 시민 문화향유기회 확대 - 사계절 매력 넘치는 글로벌 관광도시 구현 - 글로벌 문화공연도시 위상 제고
인천	- 역사·문화, 지역자산을 활용한 도시재생 - 생활밀착형 문화예술공간 확충 및 운영 지원 - 문화와 산업을 연결하는 문화콘텐츠 육성
광주	- 문화콘텐츠 인프라 확충 / 문화·관광 인프라 구축 / 문화콘텐츠 산업 육성 / 창의문화 산업 스타트업 밸리 조성
대전	- 마을극장 및 독립 예술영화 생태계 조성 / 원도심 역사문화거리 조성 - e-스포츠 복합공간 조성 / 문화예술 스포츠 통합 정보망 구축
울산	- 울산 VR/AR 제작지원센터 구축 - 지역 문화예술 저변 확대(문화예술 기반시설 확충 / 전국 e-스포츠 대회 개최) - 시민이 만족하는 공연·전시 운영
경기	- 콘텐츠산업 기반조성 및 저변확대 - 융·복합 창작·창업 생태계 구축
강원	- 4차 산업혁명 대응 신산업 육성 기반조성(ICT 융·복합 첨단 신산업 육성) - 4계절·글로벌형 문화·관광 중심도시 육성(문화예술 중심도시 육성·기반 마련, 문화·관광 콘텐츠 개발·육성)
충북	- ICT 융·복합 미래 신성장산업 육성(ICT 융·복합 충북 글로벌 게임센터 구축) - 지역문화 기반구축 및 전통·생활문화 역량 강화 - 지역 밀착형 문화콘텐츠산업 육성 - 명품 축제 육성을 통한 지역브랜드 가치 제고
충남	- 문화향유 기회 확대로 도민 삶의 질 향상 - 문화콘텐츠산업 활성화를 통한 청년 일자리 창출(충남콘텐츠기업육성센터 개소, 청년 문화창업센터(ICT Mall) 설립 운영) - 위치기반 증강현실(AR) 플랫폼 구축/운영
전북	- 생활밀착형 문화시설 확충 및 복합문화공간 육성 - 지속 가능한 융·복합 문화콘텐츠산업 플랫폼 확산 - 도민의 삶을 풍성하게 하는 문화향유 확대
전남	- 전남의 우수한 문화·예술 자원의 재조명 - 도민 문화향유 기회 확대를 위한 문화기반 시설 확충 - 콘텐츠 산업 생태계 구축 및 공공디자인 특화 개발
경북	- 경북 특화 관광 상품 개발·운영 / 전통문화 가치 재조명 및 산업화 - 미래 문화산업 콘텐츠 발굴 - 4차산업혁명 핵심 생태계 조성(4차 산업혁명 컨트롤타워 마련/핵심인재 육성)
경남	- 문화와 결합된 스토리가 있는 경남관광 활성화 - 협치의 문화예술 정책 강화와 경남 정신 확립
제주	- 문화가 숨 쉬는 제주 구현 / 글로벌 연대로 평화의 섬 재도약 - 지역경제 견인 스포츠산업 육성 - 환경변화에 부응하고 지역에 밀착된 관광 실현
세종	- 문화기반 시설 확대 / 일상 속 문화향유 기회 제공 - 지역 역사문화의 자원화

※ 자료: 각 지자체별 업무계획, 지자체 홈페이지 게시 자료

□ 부산광역시

- 부산광역시는 4차산업혁명시대 기술혁신을 리드하는 스마트도시 구축을 위해 ICT융합기술 고도화를 위한 지원사업을 강화하는 한편, 품격 높은 문화도시 구축을 위해 여러 문화산업 관련 전략 및 정책을 추진하고 있음. 특히 지역 주력 산업인 영상 콘텐츠와 게임 분야 지원사업이 중요시 되고 있는 특징을 보임



□ 대구광역시

- 대구광역시는 '품격 높은 문화 도시'를 주요 전략 중 하나로 정하고, 이를 위한 콘텐츠 부문 인프라 조성을 위한 다양한 정책을 펼치고 있으며, 특히 공연문화 활성화를 핵심 사업으로 삼고 있음
- 대구광역시 내 핵심 콘텐츠 정책기관인 대구디지털산업진흥원은 대구의 지역 주력산업 분야인 스마트 서비스 및 지식서비스와 관련된 지역 기업을 육성하기 위한 거점으로 활용되고 있으며 기업들을 위한 여러 육성정책을 펼치고 있음



□ 인천광역시

- 인천광역시는 ‘생활로 즐기는 문화와 여가’를 주요 전략 중 하나로 정하고, 이를 위한 콘텐츠 부문 인프라 조성 및 시민과 예술인의 역량강화 정책을 펼치고 있으며, 특히 AR·VR 육성을 위해 노력하고 있음
- 인천광역시 내 핵심 콘텐츠 정책기관인 인천테크노파크는 인천의 지역 주력 산업분야인 실감콘텐츠 및 AR·VR 관련된 다양한 지원사업을 펼치고 있음



□ 광주광역시

- 광주광역시는 '품격 높은 문화광주'를 시정 목표로 정하고, 문화콘텐츠 인프라 확충 및 산업 육성을 위한 다양한 정책을 펼치고 있으며, 미래 산업인 첨단 실감콘텐츠 분야를 중점 분야로 삼고 제작 클러스터 구축 등의 정책 사업을 펼치고 있음
- 광주디지털산업 진흥원은 광주광역시의 문화산업 정책의 효과성을 높이기 위하여 실감영상클러스터를 구성하고 있으며 특히 아시아 대표 시각효과 제작 스튜디오 '광주 CGI센터'를 운영하며 관련 기업 및 창작자 지원 사업을 수행 중임



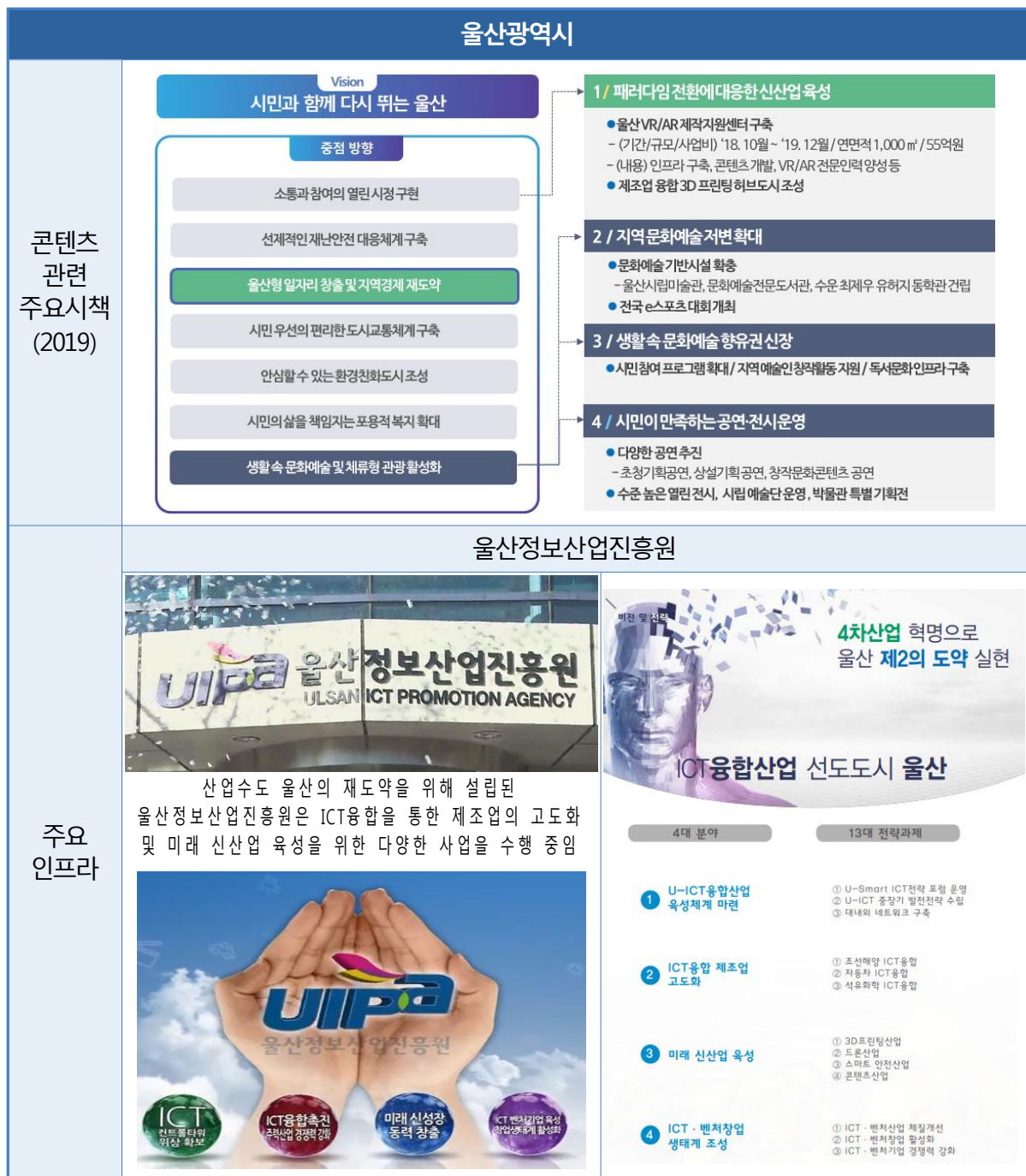
□ 대전광역시

- 대전광역시는 '교육과 문화가 꽃피는 공동체'를 주요 전략목표로 설정하고, 이를 위해 콘텐츠 부문 인프라 조성의 다양한 정책을 펼치고 있으며, 특히 영화 및 e-스포츠 분야의 활성화를 위한 다양한 사업을 진행하고 있음
- 대전광역시 내 핵심 콘텐츠 정책기관인 대전정보문화산업진흥원은 IT 및 CT, 영상산업 육성을 중점 산업으로 삼고 해당 산업 기업의 성장을 위한 다양한 사업을 진행 중임



□ 울산광역시

- 울산광역시는 지역 내 제조업 이미지 탈피를 위해 주요 시책으로 '패러다임 전환에 대응한 신산업 육성'을 선정하고, 문화예술 향유 기회 확대 및 지역 문화 인프라 확충 등 기존 공업도시 이미지 탈피를 위해 노력하고 있음
- 울산정보산업진흥원은 융·복합 콘텐츠산업 육성을 추진과제로 설정하여 이와 관련된 첨단 영상 미디어기술 기반 제작 지원 사업을 진행 중임



□ 경기도

- 경기도는 남부의 게임, VR·AR, IT 기술, 지식산업, 북부는 출판, 디자인, 방송·영상, 기술융합 콘텐츠를 중심으로 명실상부한 대한민국 콘텐츠 산업의 중심지로 자리잡고 있으며, '안전하고 즐거운 경기도'를 전략으로 삼아 영상, 게임 등의 콘텐츠 산업 육성을 위해 노력하고 있음
- 경기도 내 핵심 콘텐츠 정책기관인 경기콘텐츠진흥원은 게임, 음악, 영상, 출판 등 다양한 분야의 문화콘텐츠 기업 육성을 위한 거점으로 활용되고 있으며, 기업들을 위한 여러 육성정책을 펼치고 있음



□ 강원도

- 강원도의 문화산업 정책은 4차산업혁명 대응을 위한 신산업 육성 및 2018년 개최된 평창 동계 올림픽 후속 사업이 주를 이루고 있음
- 강원정보문화진흥원은 강원 지역의 ICT, 문화산업 선도 육성이라는 비전 아래 CT기반 융합 사업, 창작 애니메이션·캐릭터·영상 등의 분야에 대한 지원 정책을 펼치고 있음



□ 충청북도

- 충청북도는 지역문화 및 전통을 기반으로 한 문화산업 정책을 통해 지역 내 문화산업의 활성화를 유도하고 있으며, ICT 융·복합을 통해 4차 산업혁명에 대응하고 있음
- 충북지식산업진흥원은 충청북도의 정책기조에 따라 ICT와 과학기술과 연계한 문화산업 분야를 주요 육성 분야로 선정하여 이와 관련된 기업 및 창작자를 위한 육성 사업 및 환경 조성을 진행 중임



□ 충청남도

- 충청남도는 지역 주력 육성산업 중 문화콘텐츠와 연관성이 높은 디지털 영상 콘텐츠와 관련된 클러스터 형성 및 인프라 구축 등의 세부 육성 정책을 펼치고 있음
- 충남문화산업진흥원은 역시 충청남도의 문화콘텐츠산업 육성 정책과 연계하여 영상산업 관련 기업 육성, 창의 인력 육성 등의 사업을 진행 중임. 특히 진흥원 내 충남영상위원회를 두어 영화/드라마 촬영유지 및 지원, 제작비 지원, 아카이빙 구축 등의 사업도 진행하고 있음



□ 전라북도

- 전라북도는 ICT융·복합 문화콘텐츠산업 육성을 주 콘텐츠 분야로 선정하여 이와 관련된 융·복합 문화콘텐츠산업 플랫폼 확산 및 지역특화산업과의 융합 분야에 집중하여 육성 정책을 선정하고 있음
- 전북디지털산업진흥원은 콘텐츠 융합사업을 주요사업으로 선정하고 이를 통해 전라북도 융합콘텐츠 성장기반 구축 및 지역특화콘텐츠 개발을 위한 사업을 진행 중임



□ 전라남도

- 전라남도는 '전남 문화자원의 가치와 품격 제고'를 주요 전략 중 하나로 정하고, 남도 문예 부흥과 콘텐츠 산업 생태계 구축을 위한 다양한 정책을 펼치고 있음
- 전라남도 내 핵심 콘텐츠 정책기관인 전남정보문화산업진흥원은 전라남도의 지역특화콘텐츠 발굴 및 개발, 기업역량 강화를 위한 인재 양성 및 기업역량 강화 등의 문화 생태계 구축 등의 정책을 펼치고 있음



□ 경상북도

- 경상북도는 '세계로 열린 관광 경북'을 목표로 하여 경북 지역의 차별화된 브랜드를 위해 지역 창작 뮤지컬 제작 지원사업을 실시하고 있으나, 기존 경상북도의 제조업 산업에 비해서는 육성 정책이 매우 부족한 실정임
- 경북문화콘텐츠진흥원은 경북 웹툰 콘텐츠 제작 지원, 지역특화 문화콘텐츠 개발지원 등 경북의 특색을 갖춘 콘텐츠 제작을 위한 사업을 지속적으로 시행 중



7. 시사점

1) 4차산업혁명의 신기술융합 콘텐츠 육성 방향에 따른 경남지역 대응

□ 경남 대표 융합콘텐츠 발굴

- 4차 산업혁명 시대에 적극적으로 대응하기 위해서 정부에서는 문화자원과 신기술의 융합 및 뉴콘텐츠 육성 등을 추진하고 있음
- 이러한 정책 트렌드에 맞게 지자체들의 콘텐츠산업 육성 또한 다양한 융합콘텐츠를 선보이고 있으며, 경남도의 다양한 인프라와 유형 및 무형의 자원들을 활용한 융합콘텐츠 개발이 필요함
 - 경기는 VR/AR, 전북은 홀로그램 등 ICT 특화 분야 집중 육성과 경남도는 거제 포로수용소 내 VR 콘텐츠 도입 운영, 통영 삼도수군 통제영 실감콘텐츠 체험·상영관 설치, 고성 공룡 AR체험존 조성 등의 사업 추진 중임
- ICT 중에서도 3D 프린팅 등 경남에 특화된 산업적 기반과 경남도의 육성 기술 등을 종합적으로 고려하여 분야를 선정하고, 이와 연계된 융합 콘텐츠의 발굴·육성하여 4차산업 융합 트렌드에 선제적으로 대응하기 위한 체계 구축이 필요할 것으로 판단됨

2) 콘텐츠산업 3대 혁신전략 추진에 따른 경남지역 대응

□ 콘텐츠산업 3대 혁신전략의 추진 방향과 지역 연계작업 필요

- 올해 9월에 발표된 정부의 문화콘텐츠 3대 혁신전략은 4차산업혁명시대 콘텐츠산업의 패러다임 전환에 따라 향후 문화콘텐츠 산업의 정책적 방향을 결정하는 주요 방향이 될 것임
- 3대 혁신전략의 주요 방향은 투자 사각지대 해소, 실감콘텐츠 신수요 창출, 신한류로 연관산업 성장 등 3가지를 주요 추진 방향으로 하고 있음. 이러한 정책 방향과 추진과제를 검토하여, 경남도의 주요 추진 과제를 도출하는 연계작업이 필요함
- 3대 혁신전략에 대한 세부 추진과제를 보면 기존 정책금융 확대와 공공분야 및 문화관광분야 실감콘텐츠 확산, 5G콘텐츠 개발지원, 한류 콘텐츠와의 협력과 결합 등의 정책 지원을 강조하고 있음

□ 3대 추진전략별 경남도의 주요 정책 과제

- 콘텐츠산업 3대 추진과제 중 하나인 정책금융 확충으로 혁신기업 도약과 지원
 - 이 사업의 일환으로 국가 예산 지원을 토대로 이루어지는 콘텐츠 모험펀드와 콘텐츠 기업 보증 확대 지원을 위해서는 지역 기업들을 대상으로 적극적인 홍보와 지원이 이루어지도록 해야 함
 - 2022년까지 콘텐츠산업의 정책금융이 1조 이상으로 확대되고 콘텐츠 문화상품 제작에 필요한 자금을 지원하는 콘텐츠완성 공급확대 등의 지원도 이루어질 계획으로 지역 내 기업들이 풍부한 자금지원 수혜를 받도록 하여 지역 콘텐츠 기업의 역량과 경쟁력을 확보하는 등 한 단계 도약할 수 있는 기반을 만들어주도록 해야 할 것임
 - 선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래 성장 동력 확보
 - 국가의 예산지원이 큰 폭으로 이루어지는 콘텐츠 혁신프로젝트(XR+a) 사업을 가능사업 발굴을 위해 산학관연이 함께 프로젝트 발굴을 위한 공모
 - 문화관광 체험형 콘텐츠 및 체험 공간 구축을 위해서는 지역 내 문화관광자원 및 기존 문화기반시설과의 연계로 체험 공간 확충, 소외지역 및 소외계층의 체험 공간 접촉 기회 확대 등의 사업이 필요함
 - 시장주도형 킬러콘텐츠 제작 지원을 위해서는 지역 산업과 시장과의 연계가 가능한 킬러콘텐츠를 육성하는 것이 필요함. 마산 로봇랜드와의 연계 콘텐츠 개발 즉 로봇틱스와 애니메이션의 결합 콘텐츠, 지역의 풍부한 역사자원과의 연계, 지역 제조업과의 콘텐츠기술 연계 등을 고려할 수 있음
 - 신한류로 연관산업 성장 견인 전략과제
 - ‘소비재, 관광 등 연관 산업의 한류마케팅 지원 강화 사업’의 일환으로 정부가 추진 계획인 ‘한류콘텐츠 관광자원화’를 위해 e-스포츠인프라 구축사업은 경남 지역 차원에서 적극 사업 추진이 요구되는 사업이라 할 수 있음
- ※ e-스포츠상설 경기장 구축 사업 개요
- 세계 최고수준의 e-스포츠경기 인프라를 신규 관광자원으로 육성하기 위한 계획 사업
 - 국제 e-스포츠대회 신설(‘20년), e-스포츠 캠프운영(시설 견학, 교육·훈련, 연습경기 등), 지스타연계프로그램(이벤트매치, 포럼 등) 및 관광상품개발 사업 등을 추진

3) 지역 콘텐츠산업 발전 지원방향에 따른 경남지역 대응

□ 지역 주도 방식으로의 정책 전환에 따라 통합 거버넌스 체계 필요

- 국가 콘텐츠 산업 지원방향은 지역이 주도하고 중앙이 지원하는 방식으로 전환되고 있어 지역 간 경쟁이 더욱 심화되고는 있으나 국가 예산 지원을 통한 지역 콘텐츠산업 육성 기회는 더욱 확대되고 있는 긍정적 효과도 있음
- 이에 경남의 문화소외 지역에 대한 문화향유 기회 확산을 위한 국가 사업 유치와 지역 문화콘텐츠 육성을 위한 정책 개발과 지역 내 협력, 지원역할을 하기 위해서는 산·학·연·관을 아우르는 거버넌스 체계를 구축, 핵심거점기관의 역할을 하는 것이 무엇보다 필요함. 이러한 통합된 체계를 통해 조직적으로 지역 주도의 문화콘텐츠산업 육성을 위한 결집된 역량을 모을 필요가 있음

□ 전 주기적 기업지원을 위한 기업 생태계 구축 지원

- 지역주도의 콘텐츠산업 육성을 위해 국가 정책은 지역 내 콘텐츠 생태계기반 조성을 무엇보다 강조하고 있음. 이를 위해서는 전주기적 지원이 이루어질 필요가 있으며 이를 위해서는 장기적, 단계적 관점에서 제작부터 유통까지를 병행 지원하는 지원체계로의 변화가 필요함

□ 타산업, 타지역과의 융합 사업 발굴

- 문체부의 지역 문화콘텐츠산업 발전방안이 타지역·타산업과의 다층적 융합과 유기적인 연계를 통한 시너지 효과 창출을 강조하고 있는바 지자체 간의 광역 연계사업의 발굴과 타지역과의 상호 협력을 강화해야 함
 - 지역 연계형 실감형 콘텐츠 제작 등의 사업 발굴을 검토
- 경남지역의 산업기반을 토대로 타산업과의 융합 아이템 발굴을 위한 노력과 지원이 있어야 할 것임. 이를 위해 경남지역의 중점산업, 전략산업 중심의 특화과제, 융합형 과제 개발을 통해 지역 산업 기반의 융합형 콘텐츠를 발굴해야 함

□ 지역사회의 문화 향유권 확대

- 새 정부의 정책기조가 지역과 함께하는 지역콘텐츠산업 발전을 천명하고 있어 지역 내 문화 소외지역, 문화격차가 큰 계층 등을 중심으로 한 문화향유 기회 확산이 필요함
- 경남도내 지역별로 주요 문화기반시설을 점검하여, 소외지역을 중심으로 문화시설 확충 혹은 기존 문화기반시설 내 콘텐츠 체험 공간 조성을 통해 첨단문화콘텐츠 기술을 체험하고 향유 할 수 있는 사업 확산

PART.Ⅲ

경상남도 콘텐츠산업 정책 분석

1. 경상남도의 콘텐츠산업 주요 정책

1) 경상남도 지역문화진흥 시행계획

- 경상남도 지역문화진흥 시행계획은 지역문화진흥법, 경상남도 지역문화진흥 조례에 의거한 법정계획으로 도내 문화·예술, 문화산업 여건 파악을 통해 지역 간 문화격차 해소, 고유문화 발굴·발전 등을 위해 2015~2019년까지 5개년 간의 문화진흥정책의 기본방향을 설정하기 위해 수립되었음
- 지역문화진흥 기본계획 2020을 기반으로 하여 “문화로 행복한 경남 창조”를 비전, 지속가능한 지역문화 기반 구축, 지역문화 균형발전 토대 마련, 문화를 통한 지역가치 창출을 목표로 설정하고, 이를 실현하기 위해 지역문화 역량강화, 지역문화 격차해소, 지역문화 발굴창조 등 3대 추진전략을 제시하였음
- 먼저 지역문화 역량강화 부문에서는 분야별 특화 인력 육성 및 종사자 지원, 인적자원 관리체계 마련 등 지역문화 전문인력 양성, 생활문화기반시설확충, 문화우물사업 등 생활문화공동체 활동 지원을 통한 생활문화진흥, 지역문화진흥 조례 제정, 지역문화 기초현황 조사를 통한 지역문화 생태계 구축을 포함하고 있음
- 다음으로 지역문화 격차해소 부문에서는 지역문화기반 시설 균형 확충 및 프로그램 활성화 지원을 통한 맞춤형 문화기반 조성, 문화환경 취약 지원 및 문화소외계층 문화프로그램 확대를 지역 문화접근성 향상, 지역문화재원 확충 및 다각화를 포함하고 있음
- 지역문화 발굴창조 부문에서는 지역 문화유산 보존·활용, 지역문화 다양성 지도 개발을 통한 문화자원 발굴·활용 체계 구축, 지역 생활문화자원 체계적 개발·활용을 통한 지역문화 가치 발굴, 남명 조식 사상 계승·발전, 통영국제음악제 개최 등 지역문화 특화사업 추진 및 문화도시·문화마을 지정 확대를 통한 지역문화 브랜드 세계화 등을 포함하고 있음

<표 III-1> 경상남도 지역문화진흥 시행계획 주요내용

추진전략	추진방향	세부계획
지역문화 역량강화	지역문화 전문인력 양성	○ 지역문화 전문인력 양성 - 지역문화, 콘텐츠 문화복지 등 분야별 특화 인력 육성 - 문화예술 교육센터 운영 통한 지속적 창조인력 교육 ○ 지역문화 전문인력 현업종사 지원 - 국악, 예술 등 전문인력 활용 문화예술 보급 - 지역문화전문인력 양성→창·취업방안 마련 ○ 인적자원 관리체계 마련 - 분야, 경력 등 DB 구축을 통한 지속적 인력 관리

추진전략	추진방향	세부계획
	생활문화 진흥	◦ 생활문화 기반시설 확충 및 운영 지원 - 생활문화센터 조성 확대·프로그램 지원, 조례 제정 ◦ 생활문화공동체 형성 및 활동 지원 - 문화우물사업 지속추진 - 지식공동체 구성 통한 문화예술교육 제공 - 작은도서관 조성 통한 문화소외지역 주민 문화욕구 충족
	지역문화 생태계 구축	◦ 지역문화진흥관련 법·제도의 정비(지역문화진흥조례 제정) ◦ 지역문화 기초현황 조사 및 지표 개발 ◦ 효과적·실질적 지역문화사업 지원 - 우수 콘텐츠 고도화 지원 통한 사업화 추진 - 영상 문화산업 및 디지털 콘텐츠산업 경쟁력 강화
지역문화 격차해소	맞춤형 문화기반 조성	◦ 지역문화기반 시설 균형적 확충 - 지역특성에 맞춘 지역문화시설 확충 및 기존 시설 리모델링 ◦ 지역문화시설 프로그램 활성화 지원 - 기존 문화시설 활성화계획 마련 및 공연장 상주단체 지원 - 문예회관 활용 초청 및 기획공연 운영 지원 - 찾아가는 경남도민예술단 순회공연 지원 - 경상남도 영상미디어센터 활용 프로그램 개발·보급 - 도서관·박물관 운영 활성화
	지역문화 접근성 향상	◦ 문화환경 취약지역 지원 확대 - 우수예술단체 찾아가는 문화활동, 작은 영화관 조성, 박물관·미술관 체험 등 다양한 프로그램 운영·지원 ◦ 문화소외계층 문화프로그램 확대 - 찾아가는 영화상영회, 통합문화이용권, 사랑티켓 등 문화프로그램 운영·지원
	지역문화재원 확충 및 다각화	◦ 중앙·지방 간 협력 통한 재정 확충 및 체계화 - 경남문화예술진흥원 출연금 조성 확대 ◦ 지역문화재원 다각화 - 메세나, 기부문화 확산 등 방안 마련
지역문화 발굴창조	지역 문화유산 보존·활용	◦ 근현대 역사문화공간 및 유희공간 창조적 재생 ◦ 지역 전통문화유산 체계적 활용 확대 - 한식, 한복 등 활용 한문화 사업 추진 - 도내 무형문화재 지원 통한 전승 보전 - 전통축제, 공동체 놀이 문화의 복원·전승 - 충·효 바탕의 전통문화 체험교육 운영 활성화
	지역문화 가치 발굴	◦ 문화자원 발굴·개발·활용 위한 체계 구축 - 지역문화 다양성 지도 개발 ◦ 지역 생활문화자원 체계적 개발·활용 - 전통문화 유적 등 지역별 특화소재를 문화콘텐츠로 개발·활용
	지역문화 브랜드 세계화	◦ 지역문화 특화사업 추진 - 남명조식 사상 계승·발전, 차별화된 연극제 개최, 통영국제음악제 개최 등 지역특화 문화행사 발굴·지원 확대 ◦ 문화도시·문화마을 지정 확대

※ 자료 : 경상남도, 경상남도 지역문화진흥 시행계획

2) 경남도정 4개년 계획

(1) 목표 및 과제

- 경남도정 4개년 계획에서는 목표 2. 사람 중심 경남 복지의 전략 4. 함께 누리는 문화생태계 조성, 과제 30. 도민 문화예술 향유기회 확대 및 창작환경 개선에서 문화 관련 정책들을 제시하고 있음
- 먼저 경남 문화역량 강화 부문에서는 문화예술협치위원회 구성, 경남도립예술단 창단, 문화예술분야 사회적 경제 기업 발굴·지원과 특히 경남문화예술진흥원 기능 정상화 대책 마련 등을 포함하고 있음
- 다음으로 경남정신 확립 부문에서는 가야사 연구복원, 경남학·남명선비문화·유교문화 계승발전을 포함하고 있으며, 문화기본권 보장에서는 경남예술인 그라민 금고 설치, 예술인복지센터 설립 및 관련 조례제정, 창작공간 지원조례 제정 및 공간(경남예술창작센터) 확대 등을 포함하고 있음

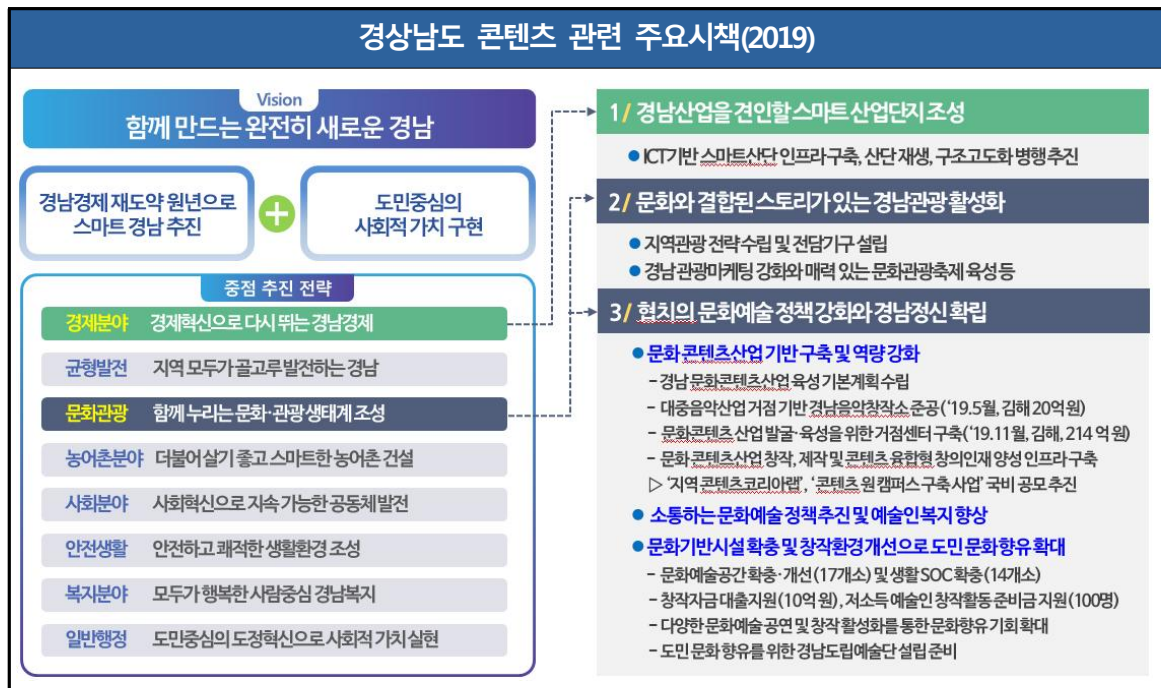
<표 III-2> 경남도정 4개년 계획 주요내용

구분	주요 내용
문화역량 강화	◦ 경남의 문화예술 역량 확충으로 도민 문화예술 향유기회 확대 - 거버넌스 형태의 문화예술협치위원회 구성 - 경남문화예술진흥원의 문화콘텐츠, 영상산업 육성 등 위한 기능 정상화 대책 마련 - 경남 예술지형과 특성에 맞는 1~2개 분야 경남도립예술단 창단 - 문화예술분야 사회적경제 기업 성공 모델 발굴·보급, 지속적 사후관리 지원
경남정신 확립	◦ 가야사 연구복원('18~'37년), 경남학·남명선비문화·유교문화 계승발전 - 경남학 연구센터 설립·운영, 유교문화자원 보존 기반구축, 남명학 심층연구 강화 등
문화기본권 보장	◦ 문화예술인 예술활동 지원 및 창작환경 개선 - 경남예술인 그라민 금고 설치로 저금리 예술활동 자금 대출 지원 - 예술인 생활환경 개선과 지원을 위한 예술인복지센터 설립 및 관련 조례 제정 - 창작공간 지원조례 제정, 경남음악창작소 조성 및 도시재생지 등 유휴공간 활용, 창작공간(경남예술창작센터) 확대 및 공연지원

※ 자료 : 새로운 경남위원회(2018), 함께 만드는 완전히 새로운 경남도정 4개년 계획

3) 경상남도 2019년도 주요 시책

- 경상남도는 ‘함께 누리는 문화·관광 생태계 조성’을 주요 시책으로 선정하여 문화 콘텐츠산업 기반 구축 및 역량 강화, 지역 문화향유 인프라 확대 등의 문화 콘텐츠 관련 사업을 수립하였음
- 2018년에는 VR/AR 활용 지역특화 콘텐츠 개발 국비 공모 사업에 선정되어 ‘통영 삼도수군 통제영 실감콘텐츠 VR 체험장 조성’, ‘고성 공룡 AR체험장 조성’, ‘김해 화포천 아바타개발 및 플랫폼 서비스 구축’ 등의 사업을 추진하였음



※ 자료 : 경상남도 홈페이지 참조

- 경남문화예술진흥원은 창조적 문화예술 활동 지원과 지역 문화예술의 진흥을 기여하고 문화콘텐츠 개발과 영상산업 육성 지원을 위해 설립된 기관으로 문화 예술 창작·보급 및 문화예술 활동 지원, 문화예술 교육 및 진흥 정책 개발 연구, 도민의 문화향유 기회 확대 및 문화예술분야 국내·외 교류, 전통문화 전승과 문화유산 발굴·보존 및 활용, 문화산업 기반 조성 및 육성 사업 지원, 문화 콘텐츠산업의 지원·교류 및 협력, 영상물의 창작·제작 및 촬영 지원과 영상 산업 육성 지원 등의 업무를 담당하고 있음

경남문화예술진흥원

경남문화예술진흥원은 창조적 문화예술 활동 지원과 지역 문화예술의 진흥을 기하고 문화콘텐츠 개발과 영상산업 육성 지원을 위해 설립 운영되고 있는 기관임



경남문화예술진흥원



경남예술창작센터



문화대장간 풀무
(웹툰창작체험관)



경남음악창작소



경남콘텐츠기업육성센터



경남콘텐츠코리아랩

< 2019년 콘텐츠산업 사업(계획) >

연번	사업명	내용
1	문화콘텐츠아카데미	• 영화제작, 앱개발, 미디어아트, 드론축구 아카데미 운영
2	지역형콘텐츠개발지원	• 지역특화콘텐츠개발 및 기 개발콘텐츠 홍보마케팅 지원
3	경남웹툰창작체험관 운영	• 웹툰 전문인력 양성
4	경남스토리사업화 지원	• 경남문화원형 소재 우수 창작스토리 발굴 및 사업화 지원
5	대통령배 아마추어 e-스포츠대회	• 대통령배 아마추어 e-스포츠대회 참가
6	대중음악 B-boy발굴육성사업	• 도내 인디 뮤지션 및 댄스팀 음원,영상,공연콘텐츠 제작 지원
7	콘텐츠영상산업 정책포럼	• 도내 문화산업 경쟁력 강화 및 발전방안 모색
8	경남독립영화제작지원사업	• 도내영화감독 및 제작사 대상 독립영화 제작 지원
9	찾아가는 영화상영회	• 문화소외 지역민 대상 우수영화 순회상영회 개최
10	경남예술영화제 개최	• 도내 영화인들과 협업을 통한 예술영화제 개최
11	로케이션촬영지원	• 도내 로케이션 정보제공, 행정기관 촬영 인허가 지원
12	문화대장간 풀무 운영	• 산업단지 내 문화예술과 산업을 융·복합하여 새로운 콘텐츠창출 및 근로자 대상 문화향유 기회 제공
13	경남음악창작소 운영	• 국비20억 선정 • 인프라조성, 뮤직아카데미, 음반 및 공연 제작지원
14	국비공모사업	• 지역특화콘텐츠개발, 스토리사업화, 콘텐츠기업육성센터 등

□ 경상남도 2019년 예산 및 문화산업 예산

<표 III-3> 2019년 예산 편성 현황(제2회 추경(예정) 포함)

(단위 : 백만원)

구 분	사 업 명	주 관 기 관	2019년 예산액				
			계	국비	도비	시군비	기타
합 계	26개 사업		37,294	11,721	10,883	15,113	177
공기관 등 위탁 사업	계(18개 사업)		30,969	9,131	9,338	13,100	-
	콘텐츠산업 기반조성	소계(2개사업)	23,400	5,800	6,350	11,250	-
		경남 콘텐츠기업육성센터 건립	21,400	4,800	5,350	11,250	-
		경남 콘텐츠기업육성센터 운영	2,000	1,000	1,000	-	-
	경남 웹툰 캠퍼스 조성·운영		795	395	1,000	-	-
	경남 콘텐츠원 캠퍼스 구축·운영		380	190	190	-	-
	삼도수군 통제영 실감콘텐츠 조성		5,000	2,500	750	1,750	-
	경남 음악창작소 운영		400	100	200	100	-
	경남 문화콘텐츠산업 육성 기본계획 수립 용역		30	-	30	-	-
	경남 저작권 서비스 센터 운영		146	146	-	-	-
	문화콘텐츠 창작기반 강화	소계(2개사업)	133	-	133	-	-
		문화콘텐츠 아카데미	28	-	28	-	-
		지역형 콘텐츠 개발지원	105	-	105	-	-
	차세대 콘텐츠 성장동력 발굴	소계(2개사업)	50	-	50	-	-
		경남 스토리랩 운영	30	-	30	-	-
		대통령배아마추어 e-스포츠대회	20	-	20	-	-
	영상산 업 발전 기 반 조 성	소계(5개사업)	455	-	455	-	-
		경남 독립영화 제작지원	70	-	70	-	-
		찾아가는 영화상영회	10	-	10	-	-
		시네마디지털경남(영화제 개최)	35	-	35	-	-
		콘텐츠·영상산업 정책 포럼	5	-	5	-	-
	문화대 중 간 풀 무 운 영	로케이션 인센티브 지원사업	155	-	155	-	-
			180	-	180	-	-
자치 단체 보조 사업	계 (8 개 사 업)		6,325	2,590	1,545	2,013	177
	경남 콘텐츠코리아랩 구축·운영	창원시	3,000	1,000	1,200	800	-
	작은 영화관 건립 지원	창녕군	1,700	800	-	900	-
	지역문화 콘텐츠 개발 사업	소계(6개사업)	1,625	790	345	313	177
		코리아드라마 페스티벌 지원	1,150	600	200	200	150
		진주 공룡화석 콘텐츠 개발	240	190	10	23	17
		경남 어린이 영상문화관 운영	50	-	50	-	-
		경남 찻사발 전국 공모전 및 초대전	60	-	30	30	-
		대한민국 분청도자대전	55	-	25	30	-
		대한민국 다향축전	70	-	30	30	10

※ 2018년 계속 사업

(단위 : 백만원)

사 업 명	주관기관	계	국비	도비	시군비	기타
경남 음악창작소 조성	경남문화 예술진흥원	5,353	2,780	1,460	1,073	40
김해화포천 자연친화 아바타개발 및 플랫폼 서비스		2,000	1,000	1,000	-	-
고성 공룡 AR체험존 조성		353	280	10	23	40
		3,000	1,500	450	1,050	-

※ 자료 : 경상남도 내부 자료

2. 경상남도의 콘텐츠산업 주요 사업 분석

1) 2019년도 추진사업 개요

- 경상남도는 문화콘텐츠 기반시설 구축, 지역특화 콘텐츠 발굴 및 비즈니스 모델 개발, 영상산업 성장기반 구축 사업을 중점적으로 추진하고 있음

<표 III-4> 2019년 경남지역 콘텐츠 관련 주요사업

구 분	사업명	주요내용	사업기간	사업비 (백만원)
문화콘텐츠 기반시설 구축	경남콘텐츠창작소 운영	- 문화콘텐츠 정주형 창작공간 운영, VR게임 콘텐츠 체험존 구축·운영 (입주자가 4명, VR게임 체험존 운영)	'19. 2. ~ '19. 12	20
	경남콘텐츠기업육성센터 건립·운영	- 시설건립, 장비구축, 프로그램운영, 입주기업 모집	~ '19. 12	14,600
	경남음악창작소 운영	- 음악창작소 구축(녹음실 1, 스튜디오 1, 연습실 3, 교육실1, 사무실1) - 창작지원, 뮤직아카데미, 뮤직비즈니스, 네트워킹 지원 등 프로그램 운영	'19. 3 ~ '19. 5	400
	삼도수군통제영 실감콘텐츠 체험존 상영관 설치	- 향토역사관 내 VR체험존 구축 - 삼도수군 통제영 내 VR콘텐츠 개발 - 강구안 거북선 내 VR콘텐츠 개발	'19. 6 ~ '20. 12	5,000
	고성공룡AR체험존 조성사업	- AR체험존 2개소 구축 *홀로그램상영관, 디지털공룡체험관 리모델링	'19. 6 ~ '20. 12	3,000
지역특화 콘텐츠 발굴 및 비즈니스 모델 개발	문화콘텐츠 창작기반 역량 강화	문화콘텐츠 아카데미	'19. 3 ~ '19. 12	30
		지역형 콘텐츠 개발 지원	'19. 1 ~ '19. 12	103
	차세대 콘텐츠 성장동력 발굴	웹툰창작체험관 운영	'19. 3 ~ '19. 12	50
		경남 스토리랩 운영 지원	'19. 6 ~ '20. 4	30
		대통령배 e-스포츠 대회 참가	'19. 3 ~ '19. 9	20
	문화대장간 풀무 운영	- 문화대장간 풀무 관리 운영 - 동호회 활동 지원 및 문화예술교육 프로그램 운영	'19. 1 ~ '19. 12	180
	경남 공익콘텐츠 도서보급 지원	- 도내 지역작가 단체 대상 경남소재 창작 출판물 및 여행안내서 등 도서 선정, 구매, 전국 도서관 배포	'19. 3 ~ '19. 7	50
	지역특화콘텐츠개발지원사업	- 지역의 특화된 소재이면서 사업화 가능성이 높은 콘텐츠 개발 지원	'19. 1 ~ '19. 12	4,000
영상산업 성장기반 구축	경남 독립영화 제작 지원	- 필름 및 비디오로 제작되는 독립 장·단편 극영화 및 다큐멘터리로 경남배경 50% 이상인 작품 제작 지원	'19. 1 ~ '19. 12	70
	찾아가는 영화 상영회	- 문화사각 지역민 대상 순회 영화상영회 개최	'19. 3 ~ '19. 12	10
	경남 예술 영화제 개최	- 국내외 우수영화(독립 다양성 예술) 초청상영	'19. 4 ~ '19. 12	35
	콘텐츠영상산업 정책 포럼	- 찾아가는 콘텐츠토크 콘서트 1회, 콘텐츠 컨퍼런스 1회	'19. 6 ~ '19. 12	5

※ 자료 : 경상남도 내부 자료

2) 경남 콘텐츠관련 주요 사업 추진 현황

(1) 콘텐츠산업 기반 조성 (신규)

<표 III-5> 경남 콘텐츠기업 육성센터 조성

구분	사업 현황
배경 및 필요성	- 신성장 고부가가치 창출산업인 문화 콘텐츠분야의 새로운 청년 일자리 창출 및 지역 콘텐츠 생태계 조성 위한 체계적인 지원 필요 - 경남의 문화유산 기반 융·복합 문화·관광 콘텐츠를 미래성장동력으로 육성을 위한 컨트롤 타워 및 문화콘텐츠 산업 기반 구축
사업목적	- 지역문화유산, 관광자원을 활용한 융합콘텐츠 발굴·육성 등 콘텐츠 생태계 조성 - 콘텐츠 분야 컨트롤타워 역할을 하는 거점센터 건립
사업개요	- (위치/부지) 김해시 관동로 24번길 12 / 부지 6,336㎡ - (건축규모) 연면적 5,303㎡, 2개 동(A동 지하1층 지상5층, B동 지상2층) - (사업기간) 2018. 7. ~ 2019. 12월 - (사업비) 214억원(국비 48, 도비 53.5, 김해시비 112.5) ※ 부지매입비 59억원 포함 * 건축비 135억원, 장비구축비 15억원, 운영비 5억원, 부지매입비 59억원(김해시 현물 출자) * 운영비 : 20억원(국비 10, 도비 10) - (사업내용) 시설 건립, 장비 구축, 초기 프로그램 운영 등 - (사업주체) 경상남도·김해시·경남문화예술진흥원 - (운영내용) 스타트업 발굴·육성 ⇒ 콘텐츠 유통·판매 ⇒ 수익창출 원스톱 지원체계 구축, 콘텐츠 기업 유치·지원, 프로그램 운영, 인력양성 등

<표 III-6> 경남 콘텐츠기업 육성센터 운영

구분	사업 현황
사업목적	- 경남 지역 콘텐츠 분야 청년 창업과 기존 강소기업과의 융·복합을 통한 새로운 일자리 창출 추진 - 경남의 문화유산을 활용한 융·복합 문화·관광콘텐츠 생태계 조성으로 지속 가능한 미래성장 동력 창출 - 경남의 조선, 기계, 자동차로 대표되는 침체된 제조업의 신시장 창출과 경쟁력 강화를 위한 지역의 자립적 혁신성장기반 마련 필요 - 1차년도 후속 지원프로그램 기획 및 운영을 통한 기업육성의 새로운 교두보 마련
사업개요	- 사업기간 : 2019. 7 ~ 12월 - 운영기관 : 경남문화예술진흥원 - 사업비 : 17.5억원(국비 7.5, 도비 10) - 사업내용 : 기업 지원, 인력양성 등 프로그램 운영 * 콘텐츠 스타트업 멘토링랩, 스타트업 서바이벌 지원프로그램 등 11개 프로그램 운영

(2) 경남 웹툰 캠퍼스 조성·운영

<표 III-7> 경남 웹툰 캠퍼스 조성·운영

구분	사업 현황						
배경	- 지역의 웹툰 창작자를 양성하고 만화 문화 향유 기반 조성 - 창작환경 조성, 작가 지원, 사업화 지원 등 웹툰산업 육성 거점기관 구축						
기본방향	- 지역자원 중심의 "경남 웹툰 캠퍼스" 조성 : 가야사 및 지역 전통문화유산, 경남 스토리랩과 연계한 웹툰 사업화, 경남 만화 애니메이션 페스티벌 연계, 경남 출신 원로작가 협력 등 - 웹툰 창작 인프라 시작 단계로 웹툰·콘텐츠 창작 클러스터 조성 - 창작환경 조성, 작가 지원, 사업화 지원 등 웹툰산업 육성 거점기관으로 조성						
추진상황 및 계획	- 경남 웹툰창작체험관(거점형) 선정 : '16. 4. - 웹툰창작체험관 우수기관 선정(한국만화영상진흥원) : '17. 12. - 웹툰창작체험관 교육기부 진로체험 인증기관 선정(교육부) : '18. 4. - 웹툰캠퍼스 조성 TF 구성(경남문화예술진흥원) : '19. 1. - 웹툰캠퍼스 조성 TF 회의 개최(2회) : '19. 2. - 웹툰 캠퍼스 국비공모(한국만화영상진흥원) 신청 : '19. 2. 21. - 서류 및 발표 평가 : '19. 3. 22. - 현장평가 및 최종 선정 : '19. 3. 26. / 3. 27. - 협약 체결 : '19. 4. 11. - 정규 교육 프로그램 운영 : '19. 4~'19.11. - 실시설계, 리모델링 공사, 장비 구축 등 : '19. 4~11.						
사업내용	- 위 치 : 산업단지공단 동남전시장 서관(창원 의창구 대원동 79) - 규 모 : 건축연면적 2,637㎡ 내외(798평 내외, 지상 3층, 복층) - 사 업 비 : 795백만원(국비 395, 도비 260, 창원시 140) - 사업기간 : 2019. 2.~11월 - 사업내용 : 작가·기업 입주실, 교육실 조성 및 프로그램 운영 <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th><th>세부내용</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>사업대상</td><td>- (주 대상) 전문 창작자 및 예비창작자 - 청소년 및 일반인 대상 교육</td></tr> <tr> <td>운영내용</td><td>- 웹툰 교육실, 작가입주실(15~20개), 기업(에이전시) 입주실(2개 내외) 및 전시실 조성 - 웹툰창작자 양성을 위한 전문 교육 및 일반인을 위한 웹툰 교육 운영(200시수)</td></tr> </tbody> </table> - 추진주체 : 경남문화예술진흥원(주관기관), 경남도·창원시(참여기관)	구분	세부내용	사업대상	- (주 대상) 전문 창작자 및 예비창작자 - 청소년 및 일반인 대상 교육	운영내용	- 웹툰 교육실, 작가입주실(15~20개), 기업(에이전시) 입주실(2개 내외) 및 전시실 조성 - 웹툰창작자 양성을 위한 전문 교육 및 일반인을 위한 웹툰 교육 운영(200시수)
구분	세부내용						
사업대상	- (주 대상) 전문 창작자 및 예비창작자 - 청소년 및 일반인 대상 교육						
운영내용	- 웹툰 교육실, 작가입주실(15~20개), 기업(에이전시) 입주실(2개 내외) 및 전시실 조성 - 웹툰창작자 양성을 위한 전문 교육 및 일반인을 위한 웹툰 교육 운영(200시수)						

(3) 경남 콘텐츠원캠퍼스 구축 운영사업

<표 III-8> 경남콘텐츠원캠퍼스 구축 운영사업

구분	사업 현황																																																																					
사업배경	- 「2019 콘텐츠원캠퍼스* 구축 운영 지원사업」에 선정됨에 따라 지역콘텐츠산업을 전략 육성하기 위한 산·학·연·관 교육협력 체계 구축 및 융·복합 문화콘텐츠 인력 양성 기반 조성 - 지역 맞춤형 창의인재 양성과 보급, 콘텐츠 창작기술 리더 육성 및 콘텐츠분야 청년 창업 창출로 이어지는 지역 콘텐츠산업의 선순환 생태계 조성 ※ 인재 양성(대학) → 경남콘텐츠코리아 랩(창작, 취·창업 지원) → 경남콘텐츠기업육성센터(콘텐츠 기업 지원)																																																																					
사업개요	- (프로젝트명) 융합감성콘텐츠 교육프로젝트<다른차원 : 오감(五感)> - (장 르) 미디어아트, 웹툰, 공연 융합형 - (사 업 비) 380백만원(국비 190, 도비 190) ※ 부담비율(%) 국비 50%, 도비 50% - (사업기간) 2019. 4. ~ 2019. 11.(7개월) - (사업내용) 융·복합 프로젝트 개발(경남형 콘텐츠 제작), 정규 및 비정규 교육과정 운영, 콘텐츠거버넌스 구축 ◦(융·복합 프로젝트 개발) 경남형 융·복합 콘텐츠 제작 프로젝트 개발 수행 - 융합콘텐츠 제작(2건), 저작권 등록(3건), 아트웍 개발(20건), 콘텐츠 시연 및 발표(2건), 청년 창업지원(2건) ◦(교육과정 운영) 콘텐츠 제작 관련 전공 9개 교과목(20학점) 개설 운영, 비정규과정 10개 과정 200명(전담 참여학생 50명, 비전담 참여학생 150명) ◦(경남콘텐츠거버넌스 구축) 협의체 구축, 산업체 및 기관 MOU(5건) - 사업주체:경남대 산학협력단(주관기관), 경남문화예술진흥원(참여기관)																																																																					
사업내용	- 정량적 목표 <table><tr><th rowspan="2">구분</th><th colspan="2">융·복합 프로젝트</th><th colspan="5">융·복합 인력양성</th><th rowspan="2">협력체계 구축(협의체)</th><th rowspan="2">사업화(건)</th><th rowspan="2">기타(지재권, 취업 등)</th></tr><tr><th>개발</th><th>결과</th><th>정규과정 운영 교육과정(건)</th><th>비정규과정 운영 교육과정(건)</th><th>교재 개발(건)</th><th colspan="2">양성인력 배출(명)</th></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><th>정규(학점 인정)</th><th>비정규</th><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>목표치</td><td>2</td><td>2</td><td>9</td><td>10</td><td>2</td><td>160</td><td>250</td><td>1</td><td>1</td><td>3</td></tr></table> - 융·복합 프로젝트 내용 <table><tr><th>구분</th><th>주요 내용</th></tr><tr><td>컨셉트</td><td>• 스토리의 몰입감과 오감을 가득 채우는 환상체험형 뉴 미디어 융합 감성콘텐츠</td></tr><tr><td>특징</td><td>• 경남의 가야 역사 스토리 공모전을 수상한 스토리를 바탕으로 제작 • 웹툰과 배우 라이브 공연, 연주 등의 인터랙션 공연으로 관객 몰입감 증가 • 미디어 아트 기반 감성적 충격을 주는 새로운 형태의 콘텐츠</td></tr><tr><td>차별점</td><td>• 공연장 전체를 활용한 미디어아트가 그 스토리에 깊이 있는 감성적 체험까지 부여하는 융합 감성콘텐츠</td></tr></table> - 추진기관 역할 <table><tr><th>구분</th><th>역할 분담 내용</th><th>비고</th></tr><tr><td>경상남도</td><td>사업 전반 총괄</td><td></td></tr><tr><td>경남대 산학협력단(문화콘텐츠학과)</td><td>주관기관으로 사업 총괄 프로젝트 추진 총괄 및 세부과제 실행</td><td>점검 결과 수정 보완</td></tr><tr><td>경남문화예술진흥원</td><td>용역 발주 및 비정규과정 실행 및 성과 점검</td><td>점검 결과 환류</td></tr><tr><td>융합콘텐츠 자문단</td><td>융합콘텐츠 제작에 전반적인 자문</td><td>프로젝트 점검 및 조언</td></tr><tr><td>융합콘텐츠 기술 자문단</td><td>융합콘텐츠 제작 기술에 대한 자문</td><td>제작 기술 점검 및 조언</td></tr><tr><td>지역 협의체</td><td>사업 상시지원체계 구축</td><td>사업성과를 위한 지원</td></tr></table>	구분	융·복합 프로젝트		융·복합 인력양성					협력체계 구축(협의체)	사업화(건)	기타(지재권, 취업 등)	개발	결과	정규과정 운영 교육과정(건)	비정규과정 운영 교육과정(건)	교재 개발(건)	양성인력 배출(명)								정규(학점 인정)	비정규				목표치	2	2	9	10	2	160	250	1	1	3	구분	주요 내용	컨셉트	• 스토리의 몰입감과 오감을 가득 채우는 환상체험형 뉴 미디어 융합 감성콘텐츠	특징	• 경남의 가야 역사 스토리 공모전을 수상한 스토리를 바탕으로 제작 • 웹툰과 배우 라이브 공연, 연주 등의 인터랙션 공연으로 관객 몰입감 증가 • 미디어 아트 기반 감성적 충격을 주는 새로운 형태의 콘텐츠	차별점	• 공연장 전체를 활용한 미디어아트가 그 스토리에 깊이 있는 감성적 체험까지 부여하는 융합 감성콘텐츠	구분	역할 분담 내용	비고	경상남도	사업 전반 총괄		경남대 산학협력단(문화콘텐츠학과)	주관기관으로 사업 총괄 프로젝트 추진 총괄 및 세부과제 실행	점검 결과 수정 보완	경남문화예술진흥원	용역 발주 및 비정규과정 실행 및 성과 점검	점검 결과 환류	융합콘텐츠 자문단	융합콘텐츠 제작에 전반적인 자문	프로젝트 점검 및 조언	융합콘텐츠 기술 자문단	융합콘텐츠 제작 기술에 대한 자문	제작 기술 점검 및 조언	지역 협의체	사업 상시지원체계 구축	사업성과를 위한 지원
구분	융·복합 프로젝트		융·복합 인력양성					협력체계 구축(협의체)	사업화(건)				기타(지재권, 취업 등)																																																									
	개발	결과	정규과정 운영 교육과정(건)	비정규과정 운영 교육과정(건)	교재 개발(건)	양성인력 배출(명)																																																																
						정규(학점 인정)	비정규																																																															
목표치	2	2	9	10	2	160	250	1	1	3																																																												
구분	주요 내용																																																																					
컨셉트	• 스토리의 몰입감과 오감을 가득 채우는 환상체험형 뉴 미디어 융합 감성콘텐츠																																																																					
특징	• 경남의 가야 역사 스토리 공모전을 수상한 스토리를 바탕으로 제작 • 웹툰과 배우 라이브 공연, 연주 등의 인터랙션 공연으로 관객 몰입감 증가 • 미디어 아트 기반 감성적 충격을 주는 새로운 형태의 콘텐츠																																																																					
차별점	• 공연장 전체를 활용한 미디어아트가 그 스토리에 깊이 있는 감성적 체험까지 부여하는 융합 감성콘텐츠																																																																					
구분	역할 분담 내용	비고																																																																				
경상남도	사업 전반 총괄																																																																					
경남대 산학협력단(문화콘텐츠학과)	주관기관으로 사업 총괄 프로젝트 추진 총괄 및 세부과제 실행	점검 결과 수정 보완																																																																				
경남문화예술진흥원	용역 발주 및 비정규과정 실행 및 성과 점검	점검 결과 환류																																																																				
융합콘텐츠 자문단	융합콘텐츠 제작에 전반적인 자문	프로젝트 점검 및 조언																																																																				
융합콘텐츠 기술 자문단	융합콘텐츠 제작 기술에 대한 자문	제작 기술 점검 및 조언																																																																				
지역 협의체	사업 상시지원체계 구축	사업성과를 위한 지원																																																																				

(4) 삼도수군 통제영 실감콘텐츠 체험관·상영관 설치

<표 III-9> 삼도수군 통제영 실감콘텐츠 체험관·상영관 설치

구분	사업 현황
사업개요	- 기 간 : 2018. 6월 ~ 2019. 12월 - 위 치 : 통영시 삼도수군 통제영 일원 - 사 업 비 : 5,000백만원(국 2,500, 도 750, 시비 1,750) (‘18 추경예산) 1,500백만원(국 750, 도 225, 시비 525) (‘19 당초예산) 3,500백만원(국 1,750, 도 525, 시비 1,225) - 주관기관 : 경남문화예술진흥원 ※ (참여기관) 통영관광개발공사 - 사업내용 : (구)향토역사관 내 VR체험 전시 구축 및 콘텐츠 개발역사현장(삼도수군 통제영, 조선군선) VR·AR 조성

(5) 경남 저작권서비스센터 운영

<표 III-10> 경남 저작권서비스센터 운영

구분	사업 현황
사업목적	- 경남지역 저작권 서비스 지원체계 확립을 통한 경남 지역 1인 창조·스타트업·중소기업의 저작권 보호 및 지식 재산 창출·활용 할 수 있도록 지원 - 중소기업 저작권 서비스 홍보 및 유관기관 협업 구축을 통한 1인 중소기업의 체계적인 서비스 지원
사업개요	- 사업기간 : 2019. 4. 2. ~ 12. 31. - 사업장소 : 창원시 동남종합전시장 동관 - 사 업 비 : 146백만원(국비) - 추진체계 : (전담) 한국저작권위원회, (주관) 경남문화예술진흥원 - 사업대상 : 도내 1인 창조·스타트업·중소기업·예비창업자 등 - 사업내용 : 경남 저작권서비스센터 운영 : 저작권 서비스 지원 프로그램 운영 : 저작권 인식 제고 및 홍보 프로그램 운영 : 지역 맞춤형 저작권 서비스 프로그램 운영
추진상황	- 공모 신청 : '19. 3. 19. - 사업 선정 : '19. 3. 28. - 사업 협약체결 : '19. 4. 2. - 1차 교부금 확보(교부금 60%) : '19. 4월 - 사업기본계획수립 : '19. 4월 - 저작권서비스센터 운영 : '19. 4 ~ 12월 - 신규 인력 채용 (2명 예정) : '19. 4 ~ 7월 - 2차 교부금 확보 (교부금 40%) : '19. 9월 - 결과 보고 및 정산 : '19. 12월

(6) 경남 음악창작소 운영

<표 III-11> 경남음악창작소 조성

구분

사업 현황

1차년도

○ 추진방향

- 지역음악인들의 자유로운 창작활동 공간을 지원하여 경남 음악산업의 발전 및 창작 생태계 조성

※ 타 시도 조성 현황 : 9개소(서울,부산,대구,광주,울산,충북,충남,전북,전남)

○ 사업목적

- 대중음악의 지속적인 발전과 실험적인 음악창작 생태계 조성을 위한 거점공간 마련

- 음반제작 및 교육프로그램 지원 등을 통한 대중음악 분야 전문가 등의 체계적 양성

○ 사업 개요

- 위 치 : 김해 문화의 전당 내(김해시 김해대로 2060)

- 사업기간 : 2018. 3. ~ 2019. 8.(18개월)

- (사 업 비) 20억원(국비 10, 도비 10)

- (사업내용) 시설건립, 장비구축, 음악 창작 및 사업화 지원 등

- (추진기관) 경상남도(주관), 경남문화예술진흥원(지정위탁), 김해시(참여)

○ 운영프로그램

- 창작 지원 운영 - 뮤직 아카데미 운영

- 뮤직 비즈니스 - 네트워킹(경남음악창작소 온라인 플랫폼 구축)

2차년도

○ 운영방향

- 김해문화재단, 지역 음악인 등과 협의하여 프로그램 운영

- 지역 스타 음악인 발굴/육성 ⇒ 콘텐츠 유통, 판매 ⇒ 수익창출 원스톱 지원

- 안정적, 체계적 지원 체계 구축으로 자생력 있는 음악 창작 환경 조성

○ 사업개요

- (위 치) 김해시 김해문화의 전당 內

- (규 모) 432㎡(130평), 레코딩스튜디오, 연습실, 교육실, 사무실 등

- (사업기간) '19. 7. ~ '19. 12월

- (운영기관) 경남문화예술진흥원(지정위탁) 콘텐츠산업본부 콘텐츠진흥팀

- (사 업 비) 4억원(국비 1, 도비 2, 시비 1)

- (사업내용) 음악 창작 및 사업화 지원 등

: (음반 지원) 음반제작·발매 전 과정에 대한 원스톱 제작 지원

: (창작자 지원) 뮤지션 신규 관객 개발을 위한 쇼케이스 지원사업 진행

: (공연 지원) 공연 및 라이브 영상 제작 지원사업, 토요콘서트 개최

○ 운영프로그램

구분	지원사업	지원규모(사업비)	사업내용
도·시 비 지원 사업	음반제작 지원사업	80,000천원	• 뮤지션 음반제작 및 발매 등 제작지원 쇼케이스 개최 등
	음반 프로모션 지원사업	29,000천원	• 사업대상 : 공고일 1년 이내 음반을 발매한 경남 뮤지션 • 사업내용 : 쇼케이스 진행, 라이브영상 제작 등 음반을 발매하고 활동하는데 필요한 제작비용 지원
	해외 쇼케이스 지원사업	20,000천원	• 경남 뮤지션의 인지도 향상·역량 강화 및 해외 신규 관객 개발을 위한 비용 및 비즈니스 지원
	뮤지션 홍보 영상 콘텐츠 제작지원사업	30,000천원	• SNS 플랫폼과 협업하여 경남 뮤지션 영상 콘텐츠 제작 및 온라인 홍보 진행
	경남 도내 공연지원사업	10,000천원	• 경남 지역 내 공연산업을 활성화 시킬 수 있는 기획공연 제작지원
국비 지원 사업	A&R 교육	10,000천원	• 뮤지션 자생력 강화를 위한 A&R, 매니지먼트 노하우 등 총 5회 진행예정
	국내 쇼케이스 지원사업	20,000천원	• 국내외 음악산업 관계자들을 대상으로 비즈니스 기회를 만들 수 있는 지역 뮤지션 공연 기회 마련을 위한 잔다리페스타 경남음악창작소 스테이지 운영

(7) 경남 문화콘텐츠산업 육성 기본계획 수립 영역

<표 III-12> 경남 문화콘텐츠산업 육성 기본계획 수립 영역

구분	사업 현황
필요성	- 4차 산업혁명시대의 유망 산업인 콘텐츠산업과 관련하여 현재 우리도는 콘텐츠기업육성센터, 음악창작소, 경남콘텐츠코리아랩, 웹툰 캠퍼스 유치 - 콘텐츠 산업 체계적인 계획 및 경남도 대응 전략 마련 필요성 제기 - 중앙정부 및 경남 콘텐츠산업의 육성방향 연계 및 질적 성장을 위한 종합 계획 수립
사업개요	- 용역기간 : 2019. 7 ~ 12월(6개월) - 용역내용 : 문화콘텐츠산업 육성을 위한 목표와 추진방향, 기반조성 및 경쟁력 강화,자원조달 방안 : 문화콘텐츠 신기술개발, 창작·제작 및 창업지원, 전문인력 양성 방안 등

(8) 문화콘텐츠 창작기반 역량강화

<표 III-13> 문화콘텐츠 아카데미

구분	사업 현황		
사업목적	- 국내 문화산업 분야 전문 강사 강습을 통한 전문인력 양성		
사업개요	- 사업기간 : 2019. 1 ~ 12월 ※ 최초 시행 연도 : 2014년		
	- 사 업 비 : 28,000천원(도비)		
	- 사업주관 : 경남문화예술진흥원		
	- 사업대상 : 문화콘텐츠 아카데미에 관심 있는 도민		
	- 사업내용 : 콘텐츠 분야 창의인재 양성 및 체험교육 프로그램 운영		
	- 세부내역 계획		
	과정명	내용	비고
	영화제작	단편영화 결과물을 위한 영화제작 전반의 교육 및 실습	7,000천원
	미디어아트	프로젝션 맵핑, 사운드 및 라이트 아트 창작 워크숍	6,020천원
	앱개발	앱 프로그램을 활용한 누구나 쉽게 접근 가능한 입문과정	2,800천원
	드론체험	드론 조작이론 및 실습을 통한 드론 체험과정(축구, 레이스)	12,180천원
추진 상황	- 기본계획 수립 : '19. 1월		
	- 아카데미 운영 : '19. 2~11월		
	- 사업완료 및 정산 : '19. 12월		

<표 III-14> 지역형 콘텐츠 개발 지원

구분	사업 현황
사업목적	- 시군의 역사·문화 자원을 활용한 문화콘텐츠 개발 및 사업화 지원
사업개요	- 사업기간 : 2019. 1 ~ 12월 ※ 최초 시행 연도 : 2015년 - 사업비 : 105백만원(도비) - 사업주관 : 경남문화예술진흥원 - 사업대상 : 문화산업·예술 단체 및 사업자(도내소재 1년 이상) - 사업내용 : 도내 역사문화자원을 소재로 한 콘텐츠 제작·개발 및 홍보·마케팅 지원
추진상황	- 사업기본계획 수립 : '19. 2월 - 사업공고 및 접수(콘텐츠, 마케팅 신청) : '19. 3 ~ 4월 - 1차 서류 심사 및 2차 PT 심사 : '19. 4월 - 수행단체 별 전문가 컨설팅(2회) : '19. 6 ~ 11월 - 결과보고회 : '19. 12월

(9) 차세대 콘텐츠 성장동력 발굴

<표 III-15> 경남스토리랩 운영

구분	사업 현황																	
사업목적	- 경남 소재의 원천스토리 발굴 및 사업화 가능한 우수콘텐츠 확보를 통한 지역 스토리 산업 경쟁력 제고 - 지역 원천 소재 활용 영화, 드라마, 애니메이션 등 발전 가능한 창작 스토리 발굴																	
사업개요	- 사업기간 : 2019. 1 ~ 12월 ※ 최초 시행 연도 : 2014년 - 사업비 : 30백만원(도비) - 사업주관 : 경남문화예술진흥원 - 사업대상 : 스토리 창작자 및 웹툰, 이모티콘 제작 업체 - 사업내용 : 경남 소재 스토리 발굴 및 사업화 : 스토리 공모전(지역 소재 창작 스토리 발굴) : 테마스토리 발굴사업(출판, 연극, 영화, 다큐, 애니메이션 등 사업화를 목적으로 한 역량 있는 스토리 작가 선정 및 집필 지원) - 세부내역 계획 <table><tr><th>구분</th><th>사업 내역</th><th>금액</th></tr><tr><td>소계</td><td></td><td>30,000</td></tr><tr><td>스토리공모전</td><td>· 스토리 공모전 시상금 등</td><td>14,000</td></tr><tr><td>테마스토리발굴</td><td>· 테마스토리발굴 집필 지원</td><td>9,000</td></tr><tr><td>행정비용</td><td>· 작품집 제작, 시상식, 심사 등 운영경비</td><td>7,000</td></tr></table>			구분	사업 내역	금액	소계		30,000	스토리공모전	· 스토리 공모전 시상금 등	14,000	테마스토리발굴	· 테마스토리발굴 집필 지원	9,000	행정비용	· 작품집 제작, 시상식, 심사 등 운영경비	7,000
구분	사업 내역	금액																
소계		30,000																
스토리공모전	· 스토리 공모전 시상금 등	14,000																
테마스토리발굴	· 테마스토리발굴 집필 지원	9,000																
행정비용	· 작품집 제작, 시상식, 심사 등 운영경비	7,000																
추진상황	- 사업 기본 계획 수립 : '19. 7월 - 경남 스토리 랩 공고 및 접수 : '19. 7 ~ 8월 - 서면심사(14편 정도)/참석심사(5편 정도) : '19. 11월 / 12월 - 사업완료 및 정산 : '19. 12월																	

<표 III-16> 대통령배 아마추어 e-스포츠대회

구분	사업 현황
사업목적	- 참여형 생활 스포츠로 건전한 게임문화 확산 및 지역 우수 게임인재 발굴 및 육성
사업개요	- 사업기간 : 2019. 1 ~ 12월 ※ 최초 시행 연도 : 2012년 - 사업비 : 20백만원(도비) - 사업주관 : 경남문화예술진흥원 - 사업대상 : 청소년, 일반인 등 경남도민 ※종목에 따라 연령제한 - 종 목 : 리그오브레전드, 던전애파이트, 클래쉬 로얄 - 사업내용 : 2019 대통령배 아마추어 e-스포츠대회 경남지역 대표선발전 및 전국결선대회 출전
추진상황	- 전국대회 개최 주관기관 협의 : '19. 1 ~ 5월 - 기본계획 수립 : '19. 6. 17. - 대행사 선정 공고 : '19. 6. 20. - 대행사 제안서 평가 : '19. 7. 12. - 대행사 선정 : '19. 7. 13. - 경남대표 선발전 개최/ 전국대회 참가 : '19. 7 ~ 8월 - 사업완료 및 정산 : '19. 9 ~ 10월

(10) 영상산업 성장기반 구축

<표 III-17> 영상산업 성장기반 구축

구분	사업 현황		
사업목적	- 영상물 제작지원을 통해 경남을 영화·드라마 제작의 메카로 육성 - 영화 문화 향유 환경 조성 및 찾아가는 문화 복지 구현		
사업개요	- 사업기간 : 2019. 1 ~ 12월 - 사업비 : 275백만원(도비) - 사업주관 : 경남문화예술진흥원 - 사업내용		
	사업명	사업량	예산(백만원)
		계	275
	1. 경남 독립영화 제작지원	장편 및 단편영화 5편 정도	70
	2. 찾아가는 영화상영회	문화소외지역 15개소 정도	10
	3. 경남예술영화제	시네마디지탈경남 개최 우수 독립·예술영화 초청 상영	35
	4. 콘텐츠·영상산업 정책 포럼	콘텐츠 포럼 1회, 영상 포럼 1회	5
	5. 로케이션 인센티브 지원사업	인센티브 지원을 통한 도내 촬영 유치 도내 소비액 일부 환급	155
	- 지원규모		
구분	단편	장편	
지원대상	단편영화(60분 이내)	장편영화(60분 이상)	
지원규모	최대 1,000만원	최대 4,000만원	
추진상황	- 사업공고, 접수 및 심사 : '19. 2 ~ 3월 - 영화제작 및 시사회 개최 : '19. 3 ~ 12월		

<표 III-18> 경남 독립영화 제작지원 및 상영

구분	사업 현황
사업목적	- 경남 독립영화 제작지원 및 상영
사업개요	- 사업기간 : 2019. 1 ~ 12월 ※ 최초 시행 연도 : 2013년 - 사업비 : 70백만원(도비) - 사업주관 : 경남문화예술진흥원 - 사업량 : 5편 정도 - 사업대상 : 도내 거주 1년 이상 된 감독 개인 또는 경남 소재 사업소를 둔 영상물 제작사 - 사업내용 : 필름 및 비디오로 제작되는 독립 장·단편 극영화 및 다큐멘터리 제작 지원

<표 III-19> 찾아가는 영화 상영회

구분	사업 현황					
사업목적	- 문화 소외지역·계층을 대상으로 영화 관람 문화 확산 및 문화복지 구현					
사업개요	- 사업기간 : 2019. 1 ~ 12월 ※ 최초 시행 연도 : 2011년					
	- 사업주관 : 경남문화예술진흥원					
	- 사 업 비 : 10백만원(도비)					
	- 사 업 량 : 15회 정도					
	- 사업내용 : 문화사각 지역민 대상 순회 영화 상영회 개최					
	(단위 : 회, 백만원)					
	구분	계	‘16까지	‘17	‘18	‘19
	사업량	123	69	15	24	15
	사업비	87	57	10	10	10
추진 현황	- 기본계획 수립 : '19. 1월					
	- 상영회 유치지역 접수 및 선정 : '19. 2 ~ 3월					
	- 찾아가는 영화상영회 개최 : '19. 4 ~ 11월					

<표 III-20> 경남예술영화제 개최(시네마디지털경남)

구분	사업 현황								
사업목적	- 도내 영화관련 협회와 영화인들이 모여 경남을 대표하는 예술영화제 개최								
사업개요	- 사업기간 : 2019. 1 ~ 12월 ※ 최초 시행 연도 : 2018년 - 사업장소 : 창원 멀티플렉스 극장(대관) - 사 업 비 : 35백만원(도비) - 사업주관 : 경남문화예술진흥원 - 사업내용 : 국내외 우수 예술영화를 초청하여 도민대상 예술영화 상영회 개최 : 진흥원, 도, 영화단체로 구성된 영화제 조직위원회 구성 : 프로그래머 및 영화자문위원단 구성을 통한 상영작 선정 - 도민대상 무료 영화상영회 개최								
추진상황	○ 추진 현황 및 계획 - 기본계획 수립 : '19. 1월 - 영화제 조직위원회 구성(진흥원, 도, 영화단체) : '19. 2 ~ 3월 - 상영작 선정 및 영화제 준비 : '19. 4 ~ 10월 - 영화제 개최 : '19. 11월 <2019년 영화제 개최 세부 계획> ○ 상영계획 - 기 간 : 2019. 10월 중 금~일(3일간) - 장 소 : 창원(멀티플렉스극장) - 추진일정 <table><tr><th>금</th><th>토</th><th>일</th><th>비고</th></tr><tr><td>개막행사 및 개막작 상영 (1작품 상영)</td><td>3개 상영관 각 3작품 상영 (총 9작품 상영)</td><td>2개 상영관 각 3작품 상영 (총 6작품 상영)</td><td>(총 16 작품 상영예정)</td></tr></table> - 추진체계도 조직위원회 구성 ⇒ 영화제 운영 방향 수립 ⇒ 프로그래머 선정 ⇒ 상영작 선정 및 배급협의 ⇒ 상영 프로그램 구성 및 공간 섭외 ⇒ 영화제 홍보물 제작 및 배부 ⇒ 영화제 개최(창원) ⇒ 결과보고 <시네마디지털 경남 2018년 개최 현황> ○ 사업개요 - 영화제 : 시네마디지털경남 2018 - 기 간 : 2018. 11. 16 ~ 18. - 장 소 : CGV창원더시티 - 주 제 : 새로운 만남, 공동체 속에서 “우리를 만나다” - 구 성 : 국내초청, 국내신인초청, 국내프리미어초청 1:2, 해외초청 1:2, 지역초청 1:2 총 8개 섹션 운영 : 장편 5작품, 단편 12작품 총 17작품 초청상영	금	토	일	비고	개막행사 및 개막작 상영 (1작품 상영)	3개 상영관 각 3작품 상영 (총 9작품 상영)	2개 상영관 각 3작품 상영 (총 6작품 상영)	(총 16 작품 상영예정)
금	토	일	비고						
개막행사 및 개막작 상영 (1작품 상영)	3개 상영관 각 3작품 상영 (총 9작품 상영)	2개 상영관 각 3작품 상영 (총 6작품 상영)	(총 16 작품 상영예정)						

○ 콘텐츠영상산업 정책포럼

<표 III-21> 콘텐츠영상산업 정책포럼

구분	사업 현황					
사업목적	- 경남 영상·문화콘텐츠 산업 경쟁력 강화 및 발전방안 모색					
사업개요	- 사업기간 : 2019. 1 ~ 12월 ※ 최초 시행 연도 : 2012년					
	- 사업비 : 5백만원(도비)					
	- 사업주관 : 경남문화예술진흥원					
	- 사업대상 : 경남도민					
	- 사업내용 : 콘텐츠 컨퍼런스 1회, 영화포럼 1회					
	분야			사업 내용		
콘텐츠 컨퍼런스			· 문화콘텐츠산업 경쟁력 강화 방안 마련 · '19년 추진결과 보고, '20년 사업목표 및 비전제시			
영화 포럼			· 경남영상산업 발전방향 모색 및 지역영화인 네트워킹			
- 사업비 지원내역						
구분		계	'16까지	'17	'18	'19
사업량		8	5	1	1	1
사업비		62	47	5	5	5
추진상황	- 콘텐츠 컨퍼런스 및 영상포럼 개최 계획 수립 : '19. 10월					
	- 영화 포럼 개최 : '19. 11월					
	- 콘텐츠 컨퍼런스 개최 : '19. 11월					
	- 결과보고 : '19. 12월					

<표 III-22> 로케이션 인센티브 지원사업

구분	사업 현황				
사업목적	- 완성도 있는 영화, 드라마 등 영상물 촬영 제작 유치를 통한 영상산업 육성 및 관광산업 연계에 따른 지역경제 활성화				
사업개요	- 사업기간 : 2019. 5 ~ 12월 - 사업비 : 155백만원(도비) ※ 지원규모 144백만원, 행정비용 11백만원 - 사업내용 : 도내에서 촬영되는 국내외 영상물(영화, 드라마 등)의 도내 소비액 일부 환급 지원 - 지원대상 : 경상남도에서의 촬영을 계획하고 있는 영화, 드라마 제작사 : 영화, 드라마 제작업 등 신고를 필한 제작사 : 감독, 주연 배우 및 주요 스태프와 계약이 성사된 작품 : 투자, 배급(방영)계약이 성사된 작품 ○ 지원사항 - 영상물 촬영에 따른 도내 소비액 일부 지원 <table border="1"> <thead> <tr> <th>지원항목</th><th>불인정 항목</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> - 본 촬영에 참여한 보조출연자 중 도내에 거주하는 자에 대한 인건비 - 본 촬영을 위해 도내에서 지출한 숙박비, 식비, 유류비, 장소 사용료, 장비 임차비, 세트제작비 등 프로덕션 제반비용 </td><td> - Pre-Production 및 Post-Production 비용 - 술, 담배 등의 기호식품 - 개인카드 영수증, 간이영수증 증빙, 이체수수료 </td></tr> </tbody> </table>	지원항목	불인정 항목	- 본 촬영에 참여한 보조출연자 중 도내에 거주하는 자에 대한 인건비 - 본 촬영을 위해 도내에서 지출한 숙박비, 식비, 유류비, 장소 사용료, 장비 임차비, 세트제작비 등 프로덕션 제반비용	- Pre-Production 및 Post-Production 비용 - 술, 담배 등의 기호식품 - 개인카드 영수증, 간이영수증 증빙, 이체수수료
지원항목	불인정 항목				
- 본 촬영에 참여한 보조출연자 중 도내에 거주하는 자에 대한 인건비 - 본 촬영을 위해 도내에서 지출한 숙박비, 식비, 유류비, 장소 사용료, 장비 임차비, 세트제작비 등 프로덕션 제반비용	- Pre-Production 및 Post-Production 비용 - 술, 담배 등의 기호식품 - 개인카드 영수증, 간이영수증 증빙, 이체수수료				
추진상황	- 인센티브 지원사업 접수 : '19. 6. 3.~ 6. 20. - 심사위원회 개최 및 지원작품 선정 : '19. 7. 4. - 지원협약체결(진흥원↔선정제작사) 및 지원 : '19. 7월~				

(11) 문화대장간 플무 운영

<표 III-23> 문화대장간 플무 운영

구분	사업 현황
사업목적	- 창원 국가산업단지는 조성된 지 오래되어 노후화 및 생산성 저하, 신규 근로자 유입 감소 등의 문제가 발생 - 산단 노후건물 리모델링 통한 문화공간 조성으로 산단 활력제고
사업개요	○ 공사개요 - 사업위치 : 창원시 의창구 팔용동 36(창원대로 363번길 11, 제3아파트형 공장) - 사업규모 : 복지동 1개동 리모델링 및 증축(1,074㎡) - 사업주체 : 경상남도 ※ 운영 : (재)경남문화예술진흥원, 협조 : 한국산업단지공단 - 사업기간 : 2014년 ~ 2016년 ※ 준공 : '16.7.12.(* 개관 '16년 9월) - 사업비 : 2,000백만원(국비 1,000, 도비 1,000) - 재원분담 : 국비 50%, 지방비(도비) 50% ※ 문체부 공모사업 - 사업내용 : 지하1층(924㎡) : 다목적 홀, 디지털제작공방, 문화콘텐츠 룸, 영상편집실 등 : 지상1층(150㎡) : 사무실, 콘텐츠 체험장/미니 도서관, 화장실 등 : 근로자 동아리 문화활동 지원 등 산업·문화 융·복합 문화콘텐츠 운영
추진 상황	○ 공사 추진상황 - 문체부, 산업단지 내 문화재생사업 공모계획 시달 : '14. 1.27. - 도, 산업단지 내 문화재생사업 공모 신청 : '14. 6. 5. - 문체부, 현지실사 : '14. 7.11. - 문화재생사업(문화창작공간조성사업) 대상지 선정 : '14. 8. 5. - 국고보조금 교부 결정 및 교부(문체부 → 도) : '14.10.28. - 도비 부담분 확보('14년 제2회 추경예산) : '14.12.19. - 문체부 사업계획 변경 승인 : '15. 4. 23. - 사업추진협의회 구성(운영기간 : '15.4 ~ '16.11) : '15. 4. 27. - 문화재생사업 협약체결(경남도↔산단공) : '15. 11. 30. - 리모델링·증축공사 시행 : '15. 12. 16. ~'16. 7. 12.

(12) 국비 지원 지역 특화 콘텐츠개발 지원

<표 III-24> 김해 화포천 자연친화 아바타개발 및 플랫폼 서비스('18년 사업)

구분	사업 현황
사업목적	- 역사문화자원을 소재로 부가가치를 창출할 수 있는 콘텐츠 개발 - 콘텐츠사업화 아이디어를 보유한 유망기업, 창작자 발굴 및 지원 - 도내 콘텐츠기업의 마케팅 지원을 통한 시장진출 활성화 및 경쟁력 강화
사업개요	- 사업명 : 김해 화포천 자연친화 아바타 개발 및 플랫폼 서비스-Spy in the Hwapo - 사업기간 : 2018. 6월 ~ 2019. 2월 한국콘텐츠진흥원 국비 공모사업 - 사업비 : 353백만원(국비280, 도비10, 시비23, 민간40) - 사업내용 : 생태계를 교란하지 않고 생태계를 관찰하는 아바타(로봇)을 제작 및 촬영된 영상을 MCN·방송 송출 및 실시간 모니터링 앱 서비스를 제공하여 생태관광, 캐릭터상품 등 서비스로 연계하는 4차산업 콘텐츠
추진 상황	- '18 지역특화콘텐츠개발과제 공모신청 : '18. 4. 23. - '18 지역특화콘텐츠개발과제 심사결과 발표 : '18. 6. 08. - '18 지역특화콘텐츠개발과제 지원금액 조정심의 및 협약 체결:'18.7월 - 사업추진 및 결과보고 : '18. 7월 ~ '19. 2월

<표 III-25> 화석에서 되살아난 한반도 공룡 STEP1('19년 사업)

구분	사업 현황
사업목적	- '역사문화자원을 소재로 부가가치를 창출할 수 있는 콘텐츠 개발 - '콘텐츠 사업화 아이디어를 보유한 유망 기업, 창작자 발굴 및 지원 - '도내 콘텐츠기업의 마케팅 지원을 통한 시장 진출 활성화 및 경쟁력 강화
사업개요	- (사업명) 2019 국비 지역특화콘텐츠 개발지원 사업 - (사업기간) 협약체결일 ~ 2019. 11. 15 - (사업비) 240백만원(국 190, 도 10, 진주시 23, 민간 17) - (사업내용) 진주지역의 실제 공룡/익룡 화석을 소재한 신규 캐릭터 개발 및 애니메이션 제작 - (사업주관) 경남문화예술진흥원
추진 상황	○ 세부 추진계획 - (과제명) 화석에서 되살아난 한반도 공룡 STEP1 - (과제분야) 애니메이션 - (주관기관) 경남문화예술진흥원 - (참여기관) 호밀밭의 파수꾼(창원지역 콘텐츠기업) 점박이 SPC(서울지역 기업) - 주요 사업내용 : 진주 공룡화석지 소재로 한반도 공룡점박이 캐릭터를 활용한 홍보용, 교육용 애니메이션 제작 : 애니메이션을 활용한 캐릭터 개발 및 이모티콘 제작

(13) 경남 콘텐츠코리아랩 구축·운영

<표 III-26> 경남 콘텐츠코리아랩 구축·운영

구분	사업 현황
사업목적	○ 기본방향 - 창작자(creator)의 창의적 아이디어 교류·실험 - 지역자원을 활용한 문화융합 콘텐츠 창작 - 예비창업자의 창업 및 초기창업기업의 세계시장 진출을 단계적으로 지원 ○ 추진배경 - 콘텐츠기업육성센터를 조성 중이나 창작과 초기 창업지원을 위한 지원시설 부재 - 신성장동력 산업 조성을 위한 4차 산업혁명 관련 산업 허브 구축 - 문화관광 관련 인프라 확충에 따른 콘텐츠 분야 수요 급증
사업개요	○ 사업개요 - 위치 : 산업단지공단 동남전시장 서관(창원 의창구 대원동 79) - 사업규모 : 1,653㎡(500평 내외) ○ 사업기간 : 2019 ~ 2020. 2월 - 사업비 : 3,000백만원(국비 1000, 도비 1,200, 창원시비 800) - 사업주체 : 경상남도(주관), 창원시(참여), 경남문화예술진흥원(운영)
추진 상황	○ 지원체계 <pre> graph LR subgraph "예비 창작자 창업자 단계" A[열린 공간 제공] --> B[집중지원 프로그램] B --> C[창작 공간 및 장비 제공] C --> D[데모데이 개최] end subgraph "창업 성공" E[유통 및 마케팅, 해외진출지원] F[국내외 쇼케이스 지원] end A --> E B --> E C --> E D --> E D --> F </pre> ○ 운영프로그램 - 추진전략 : 아이디어 경남 토양 조성 + 원스톱 지원프로세스 구축 - 주요 프로그램 : 아이디어 발굴(6), 교육 프로그램(5), 콘텐츠 개발 지원(7), 일자리 창출 지원(3) 등 총 21개 세부 프로그램

(14) 코리아드라마페스티벌 지원

<표 III-27> 코리아드라마페스티벌 지원

구분	사업 현황
사업목적	- 드라마의 문화콘텐츠화를 통한 한류문화의 지속 및 확산 - 고부가가치 관광상품의 개발로 외국 관광객 유치기반 조성
사업개요	- 일 시 : '19. 10. 1. ~ 10. 13.(일) <13일간> - 장 소 : 경남문화예술회관, 경상대학교, 남강변 일원 - 사 업 비 : 1,150백만원(국비 600, 도 200, 시비 200, 자부담 150) - 사업내용 : 3개 분야 8개 행사 : 공연프로그램(2) : 코리아드라마어워즈, KDF 콘서트 : 영상연계프로그램(2) : 드라마영상국제포럼, 홍보영상 제작지원 : 축제프로그램(4) : 드라마스페이스, 드라마스토리, 드라마퍼포먼스, 드라마수상다리
추진상황	○ 추진상황 - 코리아드라마페스티벌 콘텐츠 발굴 및 추진계획 수립 : '19.5월 - 코리아드라마페스티벌 홍보 및 행사준비 : '19.6월 ~ - 코리아드라마페스티벌 간담회 개최 : '19.6.18 - 코리아드라마페스티벌 정기총회 개최 : '19.6.21일 - 코리아드라마페스티벌 개최 : '19. 10월 ○ 향후계획 - 코리아드라마 어워즈 행사 참석, 축하멘트 및 시상 등 행사지원

(15) 고성 공룡 AR체험존 조성

<표 III-28> 고성 공룡 AR체험존 조성

구분	사업 현황
사업개요	○ 사업개요 - 기 간 : 2018. 6. 1. ~ 2019. 10. 31.(17개월) - 위 치 : 고성군 회화면 봉동리, 당항리 일원(공룡엑스포관광지 내) - 사 업 비 : 3,000백만원(국 1,500, 도 450, 군비 1,050) ※'18년(추경) 예산 - 주관기관 : 경남문화예술진흥원 ※ (참여기관) 경남고성공룡세계엑스포조직위 - 사업내용 : 공룡 엑스포 주제관 AR콘텐츠 등 복합 실감체험존으로 조성 : 고성특화 콘텐츠인 공룡을 테마로 인터랙티브 증강현실 콘텐츠를 체험할 수 있는 XR공룡라이브파크 1식, VR사파리영상관 1식 구축 XR(eXtended Reality) 공룡라이브파크  VR사파리영상관 
추진상황	- 고용위기지역 정부추경사업 확정 : '18. 4월 - 사업 기본계획 수립 : '18. 7월 - 국·도·비 교부(한국콘텐츠진흥원/도→경남문화예술진흥원) : '18 7월/9월 - 정부추경사업 대상지 현장 방문 : '18. 11. 1. - 사업대상자 선정 및 계약 : '19. 2월 - 사업위치 등 내용 변경 승인 : '19. 5. 22. - 콘텐츠 개발 체험존 조성 및 시연 : '19. 3~10월 - 준공 및 시설 개관 : '19. 10월

3. 경상남도 시·군별 문화산업 주요 활동

○ 경남도의 시·군별 문화와 관련된 부서와 부서별 주요업무와 활동을 살펴보면 다음과 같음

- 도청 1개소와 18개 기초자치단체의 문화 관련 부서 조직 및 주요 활동 현황

<표 III-29> 자치단체별 문화산업 조직 및 활동

순번	지역	기관/부서명	주요활동
1	경상남도	문화예술과	문화예술정책, 문화예술복지, 문화산업, 문화시설, 선비문화
		관광진흥과	관광정책, MICE산업, 관광마케팅, 관광자원개발, 축제지원
		체육지원과	체육행정, 생활체육, 스포츠마케팅, 체육시설관리
		가야문화유산과	가야사정책, 가야사복원, 문화재관리, 문화재보수
2	창원시	문화예술과	문화예술 활성화, 예술단운영, 축제 종합 실행계획 수립, 문신미술관 운영 및 관리, 음악문화관 운영 및 관리
		관광과	관광행정 종합계획 수립, 관광마케팅 전략수립 및 추진, 관광개발 종합계획 수립, 관광산업관련 투자 유치
		도시재생과	도시재생 선도사업 추진, 창동예술촌 및 부림공예촌 운영, 테마거리 정비사업 세부계획 수립 추진
		문화유산육성과	박물관/미술관/역사관 건립에 대한 사항, 문화재 발굴조사 및 지정, 마산박물관 운영 및 관리, 웅천도요지전시관 운영 및 관리
3	진주시	문화예술과	진주문화원 업무 전반, 공공도서관 건립, 다목적문화센터 건립, 문화도시 지정 추진, 문화재 보수정비
		관광진흥과	관광홍보 팸투어 및 관광 박람회 운영, 관광홍보물 제작 및 배부, 문화관광축제 육성 및 지역축제 지원
		체육진흥과	스포츠 마케팅 종합계획 수립, 전국규모 전국대회 유치, 체육시설업 신고수리 및 지도 감독, 체육시설 설치 및 유지관리 종합기획
		도시재생과	문화거리 조성에 관한 사항, 공설시장 개선 및 관리, 유네스코 관련 업무
4	통영시	문화예술과	문화예술단체 지도 육성, 통영국제음악제, 문화재업무 기획조정, 문화예술기업 육성 지원, 문화도시 조성사업 추진
		교육체육지원과	각종 체육행사 추진, 체육시설 조정, 스포츠마케팅 업무전반, 동피랑 축제 지원 및 창작촌 관리
		관광과	관광행정 종합기획 조정, 관광자원 조사 및 개발, 해양레포츠 관련 업무 전반, 국내외 박람회 참가
5	사천시	문화체육과	문화예술 행사에 관한 사항, 문화시설물 관리 및 운영, 지정문화재 관리 및 보수 정비, 체육진흥 및 체육업무 기획 조정
		관광진흥과	사천관광 종합기획 조정, 관광마케팅 및 관광객 유치전략 수립, 관광개발기본계획 수립, 관광시설 위수탁 관련 업무
6	김해시	문화예술과	김해역사문화도시 추진, 민간 사회단체 문화예술행사 지원, 문화산업 육성 및 지역특화 문화콘텐츠 개발, 김해문화재단 관리
		관광과	관광정책계획수립 및 김해분청도자기축제, 관광코스개발 및 콘텐츠 개발, 관광지개발 지정 및 조성계획 수립
		가야사복원과	가야사 정책 관련 업무 계획 수립 및 시책 개발, 가야사 복원 조사연구 및 정비 종합계획 수립, 문화재 관리 및 활용사업 추진
7	밀양시	문화예술과	문화예술행사 지원, 밀양아리랑 세계화 기반조성사업 추진, 문화재 보존 및 관리, 시립박물관 운영 및 관리

순번	지역	기관/부서명	주요활동
		관광체육과	관광정책과 행정의 종합기획조정, 관광마케팅 계획수립 및 추진, 체육시설관리 종합계획 수립, 스포츠마케팅업무에 관한 종합추진
8	거제시	관광진흥과	관광사업체 등록 및 점검, 관광개발전략 및 관광산업 투자유치, 관광자원 재정사업 추진, 관광편의시설 설치 및 보수
		관광마케팅과	관광홍보, 단체관광객 인센티브 지원, 팸투어 지원, 거제관광홍보 사업추진, 관광코스 개발
		문화예술과	문화예술행사 추진, 문화시설관리, 문화콘텐츠 개발지원, 문화재 관리
9	양산시	문화관광과	시립예술단 운영지원 및 공연에 관한 사항, 문화예술단체 및 전통민속행사 지원, 관광시설 업무
		체육지원과	전국체전 및 도민체육대회 지원, 체육시설 조정 및 정비계획 수립 추진 체육시설 현황 관리
10	의령군	문화관광과	문화원사 및 작은 영화관 건립, 관광지 개발계획 수립 및 관광홍보마케팅, 관광지 개발 사업 추진 및 시설유지, 체육시설 사업 추진, 문화재 관리 및 지정
11	함안군	문화공보체육과	문화예술공간 확충 및 문화기반시설의 지원, 군정홍보계획수립 및 추진, 군정미디어 홍보계획수립
		문화시설사업소	공연기획 및 전시계획 수립, 한국문화예술회관연합회 및 상주단체 공모사업, 칠원도서관 관리
12	창녕군	문화체육과	문화예술행사 개최 및 지원, 문화재 지정 및 해제, 문화재구역 지정, 체육행사 지원, 문화재 보수 및 정비, 창녕박물관 시설 관리, 문화예술회관 운영계획 수립, 도서관 운영계획 수립
13	고성군	문화체육과	문화예술행사 기획 및 조정, 문화재 관리보존 및 종합계획 수립, 체육업무 및 체육단체 지원, 공공체육시설 설치 및 관리, 고성박물관 운영계획 수립 및 시행
14	남해군	관광진흥담당관실	관광마케팅 업무 기획, 관광통계, 남해군 문화관광재단 설립, 관광축제팀 업무 총괄, 소규모축제 지원
15	하동군	관광진흥과	신규관광자원 개발, 문화관광자원개발사업 추진, 관광분야 공모, 관광홍보 설명회, 농어촌 새뜰마을 사업 추진
		문화체육과	문화예술 단체관리 및 문화예술행사, 공공도서관 지원 및 관리, 문화재 보수정비 및 전통사찰 관리
16	산청군	문화체육과	전통문화의 계승발전 및 육성 발굴, 국가 및 도지정 문화재 보수사업 시행, 체육진흥에 관한 종합계획 수립
17	함양군	문화관광과	문화예술공간 확충 및 문화기반시설 조성, 관광콘텐츠 개발 육성, 관광시설 시설의 발굴 및 종합기획 조정, 공공체육시설 확충 및 유지 관리 업무, 스포츠 마케팅사업 및 레저사업 발굴 육성
18	거창군	문화관광과	문화예술단체의 육성 및 예술활동 지원, 관광홍보물 제작 및 배부, 관광지 지정 조성계획 수립 및 시행, 지정문화재 전승 및 보수 관리
19	합천군	문화예술과	국가지정문화재 관리, 도지정문화재보수 기술 감독 및 시행, 박물관 업무계획 수립 및 총괄

4. 시사점

□ 소통과 협력의 콘텐츠산업 정책 강화

- 2019년도의 문화관광분야 중점 추진전략은 함께 누리는 문화관광 생태계 조성을 추진 방향으로 설정하고 주요 추진과제로 문화와 결합된 스토리가 있는 관광활성화와 협치의 문화예술 정책강화와 경남정신 확립 등을 주요 사업으로 추진함
- 이와 같은 사업들은 각계의 소통과 협력을 요구하고 있으며, 이는 지역 내 산학관연의 협력 네트워크가 전제되어야 가능한 일임. 이를 위해 지역의 콘텐츠 관련 주요 기관 및 정책 주체들 간의 활발한 소통과 협력, 정책 수혜자들과의 소통, 산업계와의 활발한 소통이 필요하며, 이를 위해서는 정책홍보와 공유를 위한 정례적인 교류의 장이 마련되어야 함

□ 경남문화예술진흥원을 중심으로 지역 문화네트워크 구심점 역할 강화

- 콘텐츠산업 육성 지역 거점기관의 역할을 수행하고 있는 경남문화예술진흥원을 중심으로 실질적인 지역 통합 거버넌스의 담당 역할을 수행할 수 있도록 조직 정비와 확대가 필요함
- 진흥원을 중심으로 지역 내 문화네트워크를 구축하고 협력사업 발굴과 교류활동이 활발하게 일어나도록 중심 역할을 할 수 있어야 함. 이는 경남지역 내 뿐만 아니라 광역적인 문화 협치체계를 구축하는 것도 정부차원에서의 지역 연계 사업 지원 확대 기조에 부합하는 사업들을 효과적으로 발굴할 수 있는 방안이 될 수 있음

□ 구축된 인프라를 효과적으로 활용하는 소프트웨어적 관점의 지원 필요

- 지금까지 경남은 콘텐츠산업 기반시설 확충을 위해 많은 국비사업 유치와 지역 차원의 적극적인 투자와 지원을 아끼지 않아 인프라 확충에 큰 성과를 축적했음. 이제부터는 구축된 인프라를 효과적으로 운용하기 위한 사업내용과 프로그램 개발 등 소프트웨어적인 관점에서의 역량과 노력이 필요하며, 이를 위해 시설 및 인프라를 활용하고 이용한 주요 수혜자들을 포함하여 각계의 의견수렴을 통해 효과적인 운용이 이루어지도록 해야 함

PART.IV

경상남도 콘텐츠산업 환경 및 여건 분석

1. 경남지역 콘텐츠산업 현황 및 동향분석

1) 광역시도별 콘텐츠산업 현황 비교

(1) 사업체 수

○ 전국 콘텐츠산업 사업체수는 2017년 기준 총 105,475개

<표 IV-1> 전국 콘텐츠산업 사업체 수 현황

구분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	비중 (%)	전년대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
출판	26,603	25,705	25,505	25,452	25,829	24.5	1.5	▽ 0.7
만화	8,520	8,274	8,145	7,726	7,172	6.8	▽ 7.2	▽ 4.2
음악	36,863	36,535	36,770	37,501	36,066	34.2	▽ 3.8	▽ 0.5
게임	15,078	14,440	13,844	12,363	12,937	12.3	4.6	▽ 3.8
영화	1,427	1,285	1,111	1,398	1,409	1.3	0.8	▽ 0.3
애니메이션	342	350	376	447	492	0.5	10.1	9.5
방송	928	910	954	957	1,054	1.0	10.1	3.2
광고	6,309	5,688	5,841	7,231	7,234	6.9	0.0	3.5
캐릭터	1,994	2,018	2,069	2,213	2,261	2.1	2.2	3.2
지식정보	9,046	8,651	8,671	8,719	9,149	8.7	4.9	0.3
콘텐츠솔루션	1,452	1,586	1,728	1,798	1,872	1.8	4.1	6.6
합계	108,562	105,442	105,014	105,805	105,475	100.0	▽ 0.3	▽ 0.7

※ 자료 : 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원 『2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준)』

○ 경남지역 사업체 수는 총 5,006개로 광역도 중 경기도 다음으로 많음

<표 IV-2> 콘텐츠산업 광역시도별 사업체 수 현황

구분	업종												비중 (%)
	출판	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	합계	
서울	10,610	1,805	8,262	2,651	856	332	679	3,793	863	3,365	1,224	34,440	32.7
7개시	부산	1,405	530	2,190	812	56	19	46	745	120	443	6,433	6.1
	대구	1,254	364	2,090	681	26	1	23	366	68	385	5,305	5.0
	인천	743	348	2,449	604	33	4	21	109	96	308	4,753	4.5
	광주	794	273	1,290	592	22	23	18	249	59	177	3,516	3.3
	대전	818	270	1,411	405	11	4	18	275	56	261	3,605	3.4
	울산	366	170	934	371	5	1	12	104	21	256	2,249	2.1
	세종	81	15	123	-	3	-	6	30	5	18	282	0.3
소계	5,461	1,970	10,487	3,465	1,012	52	144	5,671	425	1,848	257	30,792	29.2
9개도	경기도	4,575	1,450	7,862	2,739	218	83	96	558	627	1,818	20,307	19.3
	강원도	508	181	969	494	27	6	26	70	45	215	2,564	2.4
	충청북도	558	223	1,226	395	15	3	9	128	47	224	2,837	2.7
	충청남도	628	232	1,294	526	22	3	7	165	49	248	3,185	3.0
	전라북도	730	266	929	477	33	1	16	215	45	217	2,942	2.8
	전라남도	597	232	968	455	18	3	21	106	30	208	2,642	2.5
	경상북도	914	329	1,813	696	23	1	12	64	45	439	4,353	4.1
	경상남도	998	399	1,962	838	33	3	21	199	63	467	5,006	4.7
	제주도	250	85	294	201	8	5	12	58	22	100	1,045	1.0
소계	9,758	3,397	17,317	6,821	397	108	220	1,563	973	3,936	391	44,881	42.6
합계	25,829	7,172	36,066	12,937	1,409	492	1,043	7,234	2,261	9,149	1,872	105,464	100.0

※ 자료 : 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원 『2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준)』

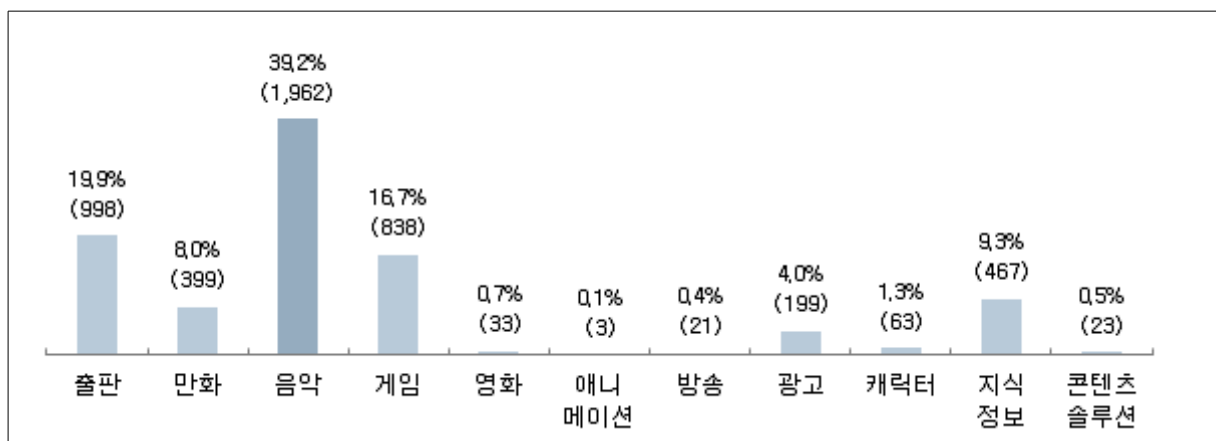
- 최근 3년간의 추이를 보면, 경상남도는 2015년 이후 사업체수가 다소 증가하는 추세임

<표 IV-3> 콘텐츠산업 지역별 연도별 사업체 수 현황

구 분		연 도					
		2015년	2016년	2017년	비 중 (%)	전년 대비 증 감 률 (%)	연 평 균 증 감 률 (%)
서울		33,096	34,948	34,440	32.7	▽ 1.5	2.0
7개 시	부 산	6,526	6,444	6,433	6.1	▽ 0.2	▽ 0.7
	대 구	5,213	5,340	5,305	5.0	▽ 0.7	0.9
	인 천	4,881	4,884	4,753	4.5	▽ 2.7	▽ 1.3
	광 주	3,496	3,499	3,516	3.3	0.5	0.3
	대 전	3,540	3,473	3,605	3.4	3.8	0.9
	울 산	2,201	2,237	2,249	2.1	0.5	1.1
	세 종	-	-	282	0.3	-	-
	소 계	25,857	25,878	30,792	29.2	19.0	9.1
9개 도	경 기도	20,343	20,310	20,307	19.3	▽ 0.0	▽ 0.1
	강 원도	2,552	2,619	2,564	2.4	▽ 2.1	0.2
	충 청 북 도	2,749	2,768	2,837	2.7	2.5	1.6
	충 청 남 도	3,401	3,369	3,185	3.0	▽ 5.5	▽ 3.2
	전 라 북 도	2,828	2,926	2,942	2.8	0.5	2.0
	전 라 남 도	2,676	2,606	2,642	2.5	1.4	▽ 0.6
	경 상 북 도	4,434	4,352	4,353	4.1	0.0	▽ 0.9
	경 상 남 도	4,950	4,992	5,006	4.7	0.3	0.6
	제 주도	1,016	1,026	1,045	1.0	1.9	1.4
소 계	44,949	44,966	44,881	42.6	▽ 0.2	▽ 0.1	
합 계		103,902	105,792	105,464	100.0	▽ 0.3	0.7

※ 자료 : 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원 『2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준)』

- 경남지역의 장르별 사업체 수를 보면, 음악업종이 1,962개로 가장 많았으며, 다음이 출판, 게임, 지식정보, 만화, 광고의 순임



[그림 IV-1] 콘텐츠산업 장르별 경상남도 사업체 수 현황

※ 자료 : 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원 『2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준)』

- 최근 3년간의 경상남도 사업체 수 추이를 보면, 출판, 만화, 음악업종의 감소와 광고, 콘텐츠솔루션, 캐릭터 산업의 증가가 두드러지게 나타남

<표 IV-4> 콘텐츠산업 장르별 경상남도 사업체 수 현황

구분	2015년	2016년	2017년	전년대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
출판	1061	1065	998	▽ 6.3	▽ 3.3
만화	491	489	399	▽ 18.4	▽ 9.9
음악	2024	2044	1,962	▽ 4.0	▽ 1.5
게임	860	779	838	7.6	▽ 1.3
영화	-	-	33	-	-
애니메이션	-	3	3	-	-
방송	21	20	21	5.0	-
광고	5	83	199	139.8	530.9
캐릭터	44	48	63	31.3	19.7
지식정보	424	419	467	11.5	4.9
콘텐츠솔루션	14	13	23	76.9	28.2
합계	4,944	4,963	5,006	27.3	54.5

※ 자료 : 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 『2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준)』

(2) 매출액

- 전국 콘텐츠산업 매출액은 2017년 기준 113조 2,164억 6,700만원으로 전년대비 6.7%가 증가한 것으로 나타났음

<표 IV-5> 전국 콘텐츠산업 매출액 현황(단위 : 백만원)

구분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	비중 (%)	전년대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
출판	20,799,789	20,586,789	20,509,764	20,765,878	20,755,334	18.3	▽ 0.1	▽ 0.1
만화	797,649	854,837	919,408	976,257	1,082,228	1.0	10.9	7.9
음악	4,277,164	4,606,882	4,975,196	5,308,240	5,804,307	5.1	9.3	7.9
게임	9,719,683	9,970,621	10,722,284	10,894,508	13,142,272	11.6	20.6	7.8
영화	4,664,748	4,565,106	5,112,219	5,256,081	5,494,670	4.9	4.5	4.2
애니메이션	520,510	560,248	610,175	676,960	665,462	0.6	▽ 1.7	6.3
방송	14,940,939	15,774,634	16,462,982	17,331,138	18,043,595	15.9	4.1	4.8
광고	13,356,360	13,737,020	14,439,925	15,795,229	16,413,340	14.5	3.9	5.3
캐릭터	8,306,812	9,052,700	10,080,701	11,066,197	11,922,329	10.5	7.7	9.5
지식정보	10,388,176	11,343,642	12,342,103	13,462,258	15,041,370	13.3	11.7	9.7
콘텐츠솔루션	3,437,787	3,894,748	4,311,563	4,583,549	4,851,561	4.3	5.8	9.0
합계	91,209,617	94,947,227	100,486,320	106,116,295	113,216,467	100.0	6.7	5.6

※ 자료 : 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 『2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준)』

- 경남지역의 콘텐츠 산업 매출액은 1조 5,216억 2,500만원으로 9개 광역도 중 경기도 다음으로 높은 매출액이 나타남

<표 IV-6> 콘텐츠산업 지역별 매출액 현황(단위 : 백만원)

구분		업종												
		출판	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	합계	비중(%)
7개시	서울	11,644,169	568,621	3,754,518	5,501,823	3,192,434	363,779	14,989,884	14,120,667	5,445,738	9,194,609	3,651,316	72,427,557	64.1
	부산	562,179	12,872	212,431	172,870	223,604	15,370	282,494	692,594	353,984	238,883	94,204	2,861,484	2.5
	대구	411,689	14,983	221,536	128,555	142,459	212	157,772	301,297	294,313	224,254	80,598	1,977,667	1.7
	인천	418,798	18,716	124,413	141,538	139,791	10,256	117,531	33,309	395,295	158,938	61,191	1,619,777	1.4
	광주	275,059	26,213	25,127	75,711	98,049	28,715	94,175	107,810	111,441	92,449	70,996	1,005,745	0.9
	대전	246,205	10,328	36,042	57,800	96,755	4,567	110,284	223,440	115,663	449,102	60,023	1,410,208	1.2
	울산	137,083	3,692	40,476	48,001	57,195	90	93,596	56,475	11,063	151,136	8,117	606,924	0.5
	세종	29,747	266	9,015	-	11,469	-	1,774	13,540	1,629	2,770	221	70,431	0.1
9개도	소계	2,080,760	87,070	669,040	624,475	769,321	59,211	857,626	1,428,465	1,283,387	1,317,531	375,351	9,552,236	8.4
	경기도	5,972,109	352,354	941,091	5,465,652	998,585	58,127	1,230,962	454,467	3,872,831	3,605,534	714,686	23,666,399	20.9
	강원도	65,484	17,089	69,652	44,528	63,858	3,465	156,574	29,484	58,599	85,703	19,998	614,434	0.5
	충청북도	86,671	2,357	32,447	41,571	64,868	692	109,033	41,426	363,080	81,542	46,895	870,583	0.8
	충청남도	208,702	1,905	39,964	102,236	74,774	3,125	84,580	45,905	202,243	99,463	6,895	869,791	0.8
	전라북도	103,095	12,419	42,842	71,997	76,074	1,611	97,435	91,451	111,368	70,873	17,284	696,450	0.6
	전라남도	50,329	1,623	47,450	54,759	37,697	1,479	101,141	83,811	56,666	52,203	154	487,313	0.4
	경상북도	280,502	25,956	74,010	74,305	68,659	72	150,631	11,916	87,884	236,591	2,504	1,013,029	0.9
	경상남도	223,436	6,957	120,357	122,669	122,482	1,758	196,144	57,794	375,282	282,163	12,584	1,521,625	1.3
제주도	40,077	5,877	12,937	1,038,257	25,918	123	69,585	47,954	65,251	15,157	3,894	1,325,030	1.2	
소계		7,030,405	426,537	1,380,750	7,015,974	1,532,915	70,451	2,196,085	864,208	5,193,204	4,529,230	824,894	31,064,653	27.5
합계		20,755,334	1,082,228	5,804,307	13,142,272	5,494,670	493,441	18,043,595	16,413,340	11,922,329	15,041,370	4,851,561	113,044,446	100.0

※ 자료 : 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원 『2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준)』

- 경남지역의 최근 3년간의 매출액 추이를 살펴본 결과, 2015년 이후 꾸준히 증가함

<표 IV-7> 콘텐츠산업 지역별 연도별 매출액 현황(단위 : 백만원)

구분	연도					연평균 증감률 (%)
	2015년	2016년	2017년	전년대비 증감률 (%)	전년대비 증감률 (%)	
서울	64,284,051	69,859,668	72,427,557	3.7	6.1	
7개시	부산	2,431,745	2,546,150	2,861,484	12.4	8.5
	대구	1,809,457	1,923,517	1,977,667	2.8	4.5
	인천	1,430,406	1,532,889	1,619,777	5.7	6.4
	광주	867,444	975,916	1,005,745	3.1	7.7
	대전	1,145,037	1,216,767	1,410,208	15.9	11.0
	울산	486,044	535,203	606,924	13.4	11.7
	세종	-	-	70,431	-	-
소계		8,170,133	8,730,442	9,552,236	9.4	8.1
9개도	경기도	21,703,998	20,907,333	23,666,399	13.2	4.4
	강원도	503,881	563,785	614,434	9.0	10.4
	충청북도	747,514	829,813	870,583	4.9	7.9
	충청남도	728,630	826,359	869,791	5.3	9.3
	전라북도	535,118	612,301	696,450	13.7	14.1
	전라남도	355,662	360,228	487,313	35.3	17.1
	경상북도	1,167,653	906,158	1,013,029	11.8	▽ 6.9
	경상남도	1,316,881	1,361,055	1,521,625	11.8	7.5
	제주도	823,322	972,825	1,325,030	36.2	26.9
소계		27,882,659	27,339,857	31,064,653	13.6	5.6
합계		100,336,843	105,929,966	113,044,446	6.7	6.1

※ 자료 : 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원 『2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준)』

- 경남지역의 장르별 매출액을 보면, 캐릭터 업종이 3,752억 8,200만원으로 가장 높게 나타났고, 지식정보 업종이 2,821억 6,300만원으로 뒤를 이음

<표 IV-8> 콘텐츠산업 경상남도 매출액 현황(단위 : 백만원)

구 분	2015년	2016년	2017년	전년대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
출판	217,991	223,575	223,436	▽0.1	1.2
만화	5,854	6,494	6,957	7.1	9.0
음악	101,024	109,826	120,357	9.6	9.1
게임	90,690	80,748	122,669	51.9	16.3
영화	105,540	123,083	122,482	▽0.5	7.7
애니메이션	1,934	1,756	1,758	0.1	▽4.7
방송	3,220	3,776	3,875	2.6	9.7
광고	1,467	69,282	57,794	▽16.6	527.7
캐릭터	330,009	349,814	375,282	7.3	6.6
지식정보	238,511	253,987	282,163	11.1	8.8
콘텐츠솔루션	9,527	11,752	12,584	7.1	14.9
합계	1,105,767	1,234,093	1,329,357	10.4	56.0

※ 자료 : 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원 『2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준)』

(3) 종사자 수

- 전국 콘텐츠산업 종사자 수는 2017년 기준 총 644,847명

<표 IV-9> 전국 콘텐츠산업 종사자 현황

구 분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	비중 (%)	전년대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
출판	193,613	191,033	190,277	185,001	184,794	28.7	▽0.1	▽1.2
만화	10,077	10,066	10,003	10,127	10,397	1.6	2.7	0.8
음악	77,456	77,637	77,490	78,393	77,005	11.9	▽1.8	▽0.1
게임	91,893	87,281	80,388	73,993	81,932	12.7	10.7	▽2.8
영화	30,238	29,646	30,100	28,974	29,546	4.6	2.0	▽0.6
애니메이션	4,502	4,505	4,728	5,142	5,161	0.8	0.4	3.5
방송	41,522	41,397	42,378	43,662	45,337	7.0	3.8	2.2
광고	49,114	46,918	52,971	65,118	65,159	10.1	0.1	7.3
캐릭터	27,701	29,039	30,128	33,323	34,778	5.4	4.4	5.9
지식정보	71,591	75,142	77,809	80,396	82,470	12.8	2.6	3.6
콘텐츠솔루션	21,731	23,795	25,656	27,374	28,268	4.4	3.3	6.8
합계	619,438	616,459	621,928	631,503	644,847	100.0	2.1	1.0

※ 자료 : 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원 『2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준)』

- 경남지역의 종사자 수는 총 16,418명으로 9개 광역도 중 경기도 다음으로 많은 종사자 수를 가지고 있음

<표 IV-10> 콘텐츠산업 지역별 종사자 현황

구분		업종												
		출판	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠솔루션	합계	비중(%)
서울		73,113	4,448	24,553	26,085	13,431	3,865	35,523	47,839	15,320	48,763	21,164	314,104	51.4
7개시	부산	5,244	244	4,479	3,432	1,715	183	912	4,634	1,050	2,312	633	24,839	4.1
	대구	3,735	216	4,269	3,255	1,140	6	692	1,929	848	2,556	417	19,063	3.1
	인천	4,572	386	3,928	2,831	1,023	75	323	390	1,204	3,664	434	18,830	3.1
	광주	3,167	389	2,227	2,619	744	203	442	836	420	904	381	12,332	2.0
	대전	2,412	200	2,016	1,487	589	34	491	1,414	355	1,822	327	11,148	1.8
	울산	1,020	102	1,701	1,227	307	4	574	546	66	1,211	73	6,831	1.1
	세종	300	13	258	-	69	-	228	134	40	50	1	1,092	0.2
	소계	20,450	1,550	18,878	14,851	5,587	505	3,662	9,882	3,983	12,519	2,266	94,134	15.4
9개도	경기도	42,732	2,775	14,468	26,202	5,727	622	2,646	3,254	10,120	12,843	4,258	125,647	20.6
	강원도	1,039	281	3,874	1,294	631	27	1,016	286	236	608	93	9,386	1.5
	충청북도	1,407	100	1,781	1,205	490	15	436	610	1,284	863	142	8,333	1.4
	충청남도	2,541	120	2,290	1,836	718	29	117	553	692	1,008	33	9,937	1.6
	전라북도	1,805	191	1,562	1,914	798	16	420	755	381	825	153	8,820	1.4
	전라남도	1,261	125	1,900	1,636	367	17	255	501	95	440	12	6,608	1.1
	경상북도	3,240	436	3,339	2,498	578	1	305	179	613	2,320	27	13,536	2.2
	경상남도	3,158	291	3,777	3,131	992	30	514	830	1,597	2,001	99	16,418	2.7
	제주도	563	80	583	1,280	227	36	443	470	457	281	20	4,439	0.7
소계		57,745	4,399	33,574	40,996	10,528	791	6,152	7,438	15,475	21,188	4,838	203,123	33.2
합계		151,308	10,397	77,005	81,932	29,546	5,161	45,337	65,159	34,778	82,470	28,268	611,361	100.0

※ 자료 : 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원 『2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준)』

- 최근 3년간의 추이를 보면, 경상남도는 2015년 이후 종사자 수가 증가하는 추세임

<표 IV-11> 콘텐츠산업 지역별 연도별 종사자 현황

구분		연도				
		2015년	2016년	2017년	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
서울		294,970	313,803	314,104	0.1	3.2
7개 시	부산	23,424	22,947	24,839	8.2	3.0
	대구	17,828	18,891	19,063	0.9	3.4
	인천	18,836	18,433	18,830	2.2	▽0.0
	광주	10,582	11,857	12,332	4.0	8.0
	대전	10,988	10,386	11,148	7.3	0.7
	울산	6,249	6,684	6,831	2.2	4.6
	세종	-	-	1,092	-	-
소계		87,907	89,198	94,134	5.5	3.5
8.19개 도	경기도	125,319	118,237	125,647	6.3	0.1
	강원도	9,229	9,381	9,386	0.1	0.8
	충청북도	7,133	7,991	8,333	4.3	8.1
	충청남도	9,294	9,581	9,937	3.7	3.4
	전라북도	8,166	8,673	8,820	1.7	3.9
	전라남도	5,506	6,390	6,608	3.4	9.6
	경상북도	13,608	13,040	13,536	3.8	▽0.3
	경상남도	15,971	15,360	16,418	6.9	1.4
	제주도	3,089	3,898	4,439	13.9	19.9
	소계	197,315	192,549	203,123	5.5	1.5
합계		580,192	595,549	611,361	2.7	2.7

※ 자료 : 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원 『2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준)』

- 경남지역의 장르별 종사자 수를 살펴본 결과, 음악업종이 3,777명으로 가장 많았으며, 이어서 출판, 게임, 지식정보, 캐릭터, 영화, 광고 등의 순임

<표 IV-12> 콘텐츠산업 경상남도 종사자 현황

구분	2015년	2016년	2017년	전년대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
출판	3,115	3,128	3,158	1.0	0.7
만화	308	291	291	0.0	▽2.8
음악	3,857	3,868	3,777	▽2.4	▽1.0
게임	3,927	2,577	3,131	21.5	▽10.7
영화	648	862	992	15.1	23.7
애니메이션	46	30	30	0.0	▽19.2
방송	60	88	76	▽13.6	12.5
광고	25	401	830	107.0	476.2
캐릭터	1,433	1,476	1,597	8.2	5.6
지식정보	1,817	1,873	2,001	6.8	4.9
콘텐츠솔루션	66	92	99	7.6	22.5
합계	15,302	14,686	15,982	16.7	52.7

※ 자료 : 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원 『2018 콘텐츠산업 통계조사(2017년 기준)』

2) 경남지역 콘텐츠 관련 사업체 수(2019년 기준)

- 경남지역 2019년도 콘텐츠산업 사업체 수를 보면 2015년 대비 451개 기업에서 2019년 기준 525개로 74개 기업이 증가한 것으로 나타남. 가장 많은 사업체는 출판과 지식정보, 콘텐츠솔루션, 광고 분야에 집중되어 있음

<표 IV-13> 경상남도 장르별 사업체 현황

구분	2015년		구분	2019년	
	업체 수	비율		업체 수	비율
출판	132	29.3%	출판	141	26.9%
음악	5	1.1%	만화	-	-
게임	2	0.4%	음악	12	2.3%
영화	16	3.5%	게임	13	2.5%
애니메이션	1	0.2%	영화	10	1.9%
방송	24	5.3%	애니메이션	1	0.2%
광고	132	29.3%	방송	28	5.3%
캐릭터	4	0.9%	광고	119	22.7%
지식정보	53	11.8%	캐릭터	6	1.1%
콘텐츠솔루션	4	0.9%	지식정보	56	10.7%
공연/전시	28	6.2%	콘텐츠솔루션	123	23.4%
디자인	50	11.1%	공연/전시	16	3.0%
합계	451	100.0%	합계	525	100.0%

※ 문화콘텐츠 창작, 제작, 기획관련 사업체수를 중심으로 함 (가치사슬 상 최종 유통 제외)

※ 2015년 자료는 2015 경남문화콘텐츠산업 실태조사 자료(경남문화예술진흥원)

※ 2019년 자료는 현 시점 잠정 수치로 2020년도에 지역콘텐츠산업실태조사를 실시하여 최종 자료 확정이 필요함

※ 만화는 사업체수가 없는 것으로 파악됨.(개인 만화가 및 만화관련 학원은 제외)

- 18개 시·군별로 콘텐츠 기업 수를 보면, 창원시가 경남 전체 콘텐츠 기업의 52.8%를 차지하고 있고 다음으로 진주시 14.1%, 김해시가 9.0%로 3개 시가 전체의 75.0%를 차지하고 있어 3개 지자체 집중도가 매우 높게 나타남
- 콘텐츠 업체수가 가장 적은 지자체는 산청군이었으며, 또한 의령군, 함안군, 고성군, 함양군, 합천군은 45개 정도의 업체가 위치하고 있었음

<표 IV-14> 지역별 사업체 현황

구분	2015년		2019년	
	업체 수	비중	업체 수	비중
창원시	216	47.9%	277	52.8%
진주시	70	15.5%	74	14.1%
통영시	18	4.0%	14	2.7%
사천시	7	1.6%	9	1.7%
김해시	35	7.8%	47	9.0%
밀양시	9	2.0%	12	2.3%
거제시	22	4.9%	18	3.4%
양산시	28	6.2%	23	4.4%
의령군	5	1.1%	4	0.8%
함안군	4	0.9%	5	1.0%
창녕군	5	1.1%	6	1.1%
고성군	3	0.7%	4	0.8%
남해군	7	1.6%	5	1.0%
하동군	5	1.1%	6	1.1%
산청군	1	0.2%	1	0.2%
함양군	6	1.3%	4	0.8%
거창군	6	1.3%	12	2.3%
합천군	4	0.9%	4	0.8%
합계	451	100.0%	525	100.0%

※ 2015년 자료는 2015 경남문화콘텐츠산업 실태조사 자료(경남문화예술진흥원)

※ 2019년 자료는 현 시점 잠정 수치임. 향후 경남지역콘텐츠산업실태조사를 추가적으로 실시하여 최종 통계자료 확정이 필요함

3) 경남지역 콘텐츠산업 활성화 내부 여건

□ 지역 인구 및 산업 구조

- 경상남도의 인구와 산업구조, 지역 내 총생산 등의 자료를 통해 지역 여건을 살펴보았음

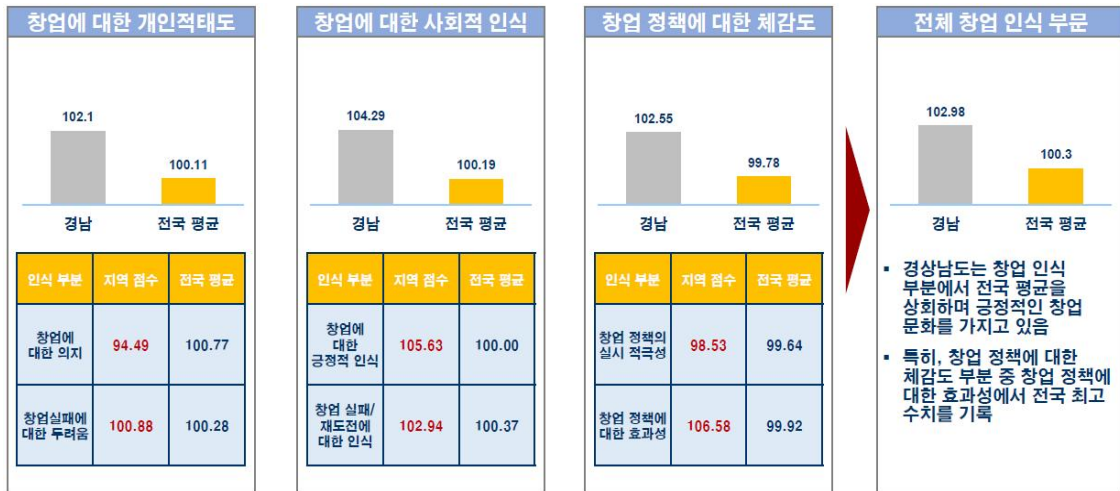
<표 IV-15> 지역 인구 및 산업 구조

구분	주요 내용
지역 인구	※ 2019년 9월 말 주민등록 인구통계 기준 ※ 경상남도 홈페이지 참조 - 총 인구수 : 336만 4,039명 - 연령별 인구 : 20세 미만 : 624,951명, 청년층(20-30대) : 816,914명, 중장년층(40-50대) : 1,129,009명, 노년층(60-70대) : 660,419, 80세 이상 : 132,746
지역 산업구조	※ 경상남도 홈페이지 참조
지역내 총생산 (GRDP)	※ KOSIS 국가통계포털 참조
문화산업 관련 예산	- 경상남도예산(2019년) : 8조 2,566억원, 문화 및 관광 예산 : 2,369억원 - 2019년 경상남도 예산은 8조 2,566억원, 도단위 예산규모 중 경기도, 경상북도에 이어 세 번째로 많음 ※ 경상남도 홈페이지 참조

2. 경남지역 콘텐츠산업 생태계 여건

□ 지역 콘텐츠 생태계 조성 여건¹⁴⁾

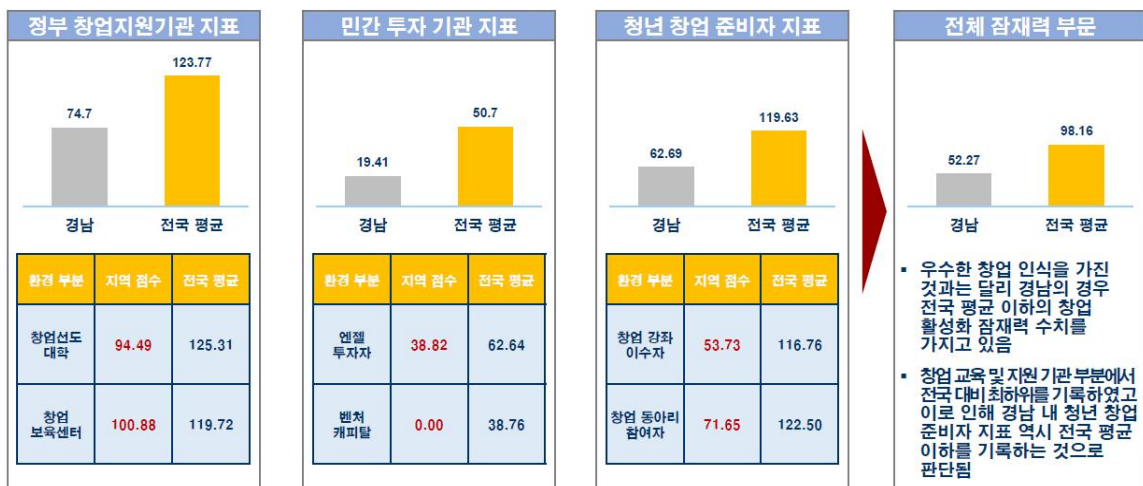
- 경상남도는 전국 평균대비 높은 창업 인식 수준을 갖추고 있어 창업을 위한 환경을 조성하여 지역 내 창업을 활성화 시킬 수 있음



[그림 IV-3] 경상남도 기업가 지수 분석 - 인식부문

※ 입지계수 분석은 지역 내 특정 산업의 특화 정도를 가늠할 때 쓰이는 분석으로 1을 기준으로 산업의 특화를 판단하나 지역 간 비교분석을 위해 편의상 100을 곱하여 100을 기준으로 계산함. 이하 동일

- 경상남도는 우수한 창업인식 대비 저조한 창업 환경을 가지고 있어 창업에 대한 활성화가 미진함



[그림 IV-4] 경상남도 기업가 지수 분석 - 지역 창업 환경 (창업 활성화 잠재력) 부문

14) 지역 콘텐츠 생태계 조성 및 청년 일자리 창출을 위한 전략 수립 연구, 2018.1. 한국콘텐츠진흥원

- 경상남도 내 총 23개의 대학교가 존재하며 이들 대학의 콘텐츠 연관 학과 졸업생의 취업률은 48.32%로 경북의 뒤를 이어 저조한 취업률을 기록하고 있음

창업 교육·지원 기관

대학교

- 경상남도 내 총 24개의 대학교가 존재하며 이 중 정부에서 지원 중인 창원선도대학은 총 1개임

(2016 기준)

콘텐츠 연관 학과 졸업생 수	취업자 수	취업률 (%)
6,758 명	3,266 명	48.32%

창업 지원기관

- 경상남도 내 창업 지원기관은 총 18개가 있으며 그 중 1개의 육성센터가 문화콘텐츠를 주력 육성분야로 선정함

창업보육센터 명	운영 주체	주력 보육분야
경남도립거창대학 디자인창업보육센터	대학	디자인

민간 투자기관

엔젤 투자자

- 경상북도 내 총 249개의 엔젤투자자가 위치하고 있으며 벤처캐피탈의 경우 단 한 곳도 경북 내에서 사업을 진행하고 있지 않음

(2016 기준)

지역	엔젤투자자 수	비중 (%)
수도권	7,778	78.69%
경남	249	2.52%
합계	9,885	100.00%

벤처캐피탈

(2016 기준)

지역	VC 투자기관 수	비중 (%)
수도권	109	92.37%
경남	0	0.00%
합계	118	100.00%

[그림 IV-5] 경상남도 창업 인프라 현황

※ 대학알리미 웹사이트, 창업보육센터 웹사이트 내용 재정리

- 경상남도는 콘텐츠 분야별 입지계수를 분석하여 음악 분야에 특화되어 있다고 판단되며 주요 육성분야인 영상산업과 연관성이 높은 영화 및 방송 역시 입지계수가 1에 가까워지고 있어 향후 경상남도 내 특화 콘텐츠 분야가 될 가능성이 높음

입지계수 (Location Quotient; LQ) 분석 방법

매출액 입지계수

$$\frac{A\text{지역 } B\text{콘텐츠분야 매출액} / \text{전국 } B\text{콘텐츠분야 매출액}}{A\text{지역 콘텐츠산업 매출액} / \text{전국 콘텐츠산업 매출액}}$$

사업체 입지계수

$$\frac{A\text{지역 } B\text{콘텐츠분야 사업체} / \text{전국 } B\text{콘텐츠분야 사업체}}{A\text{지역 콘텐츠산업 사업체} / \text{전국 콘텐츠산업 사업체}}$$

종사자 입지계수

$$\frac{A\text{지역 } B\text{콘텐츠분야 종사자} / \text{전국 } B\text{콘텐츠분야 종사자}}{A\text{지역 콘텐츠산업 종사자} / \text{전국 콘텐츠산업 종사자}}$$

“입지계수 (LQ)가 1에 가까울 수록 해당 콘텐츠분야가 지역 내 집적화 되어있다고 판단되며 1.25이상일 경우 지역 콘텐츠 산업 내 해당 분야가 집적화 되었다고 판단됨”

경상남도 콘텐츠 특화 분야 선정

분야	매출액 LQ	사업체 LQ	종사자 LQ
출판	0.81	0.88	0.76
만화	0.49	1.27	1.12
음악	1.55	1.16	1.81
게임	0.64	1.31	1.77
영화	1.57	0.42	0.78
애니	0.32	0.00	0.35
방송	0.99	0.47	0.63
광고	0.01	0.02	0.02
캐릭터	2.49	0.45	1.73
지식정보	1.47	1.03	0.85
콘텐츠 솔루션	0.17	0.17	0.09

- 입지계수 분석 결과 경상남도는 음악분야에 특화되어 있다고 판단됨
- 경상남도의 주요 육성 분야인 영상산업과 가장 연관성이 있는 영화 및 방송의 경우 사업체 및 종사자 부분에서 1보다 낮아 특화가 되기 위해서는 시간이 더 필요하다고 판단됨

[그림 IV-6] 경상남도 콘텐츠 분야별 입지계수 분석

- 한국콘텐츠진흥원에서는 지역별 콘텐츠생태계 조성 전략 수립을 위한 연구(지역 콘텐츠 생태계 조성 및 청년 일자리 창출을 위한 전략 수립 연구, 2018.1)에서 경남의 콘텐츠산업 활성화를 위해서는 사업화 지원 및 유통 지원 등 창작 이후의 지원 체계 구축이 필요하며, 창작자 지원 위주 사업 진행을 권고하고 있음

지역 내 센터	지원 콘텐츠 분야											지원 분야			
	출판	만화	음악	게임	애니	영화	방송	광고	캐릭터	지식 정보	콘텐츠 솔루션	창작 지원	사업화 지원	유통 지원	소비
문화콘텐츠 아카데미	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	✓	✓		
경남 창작센터	◎											✓			

[그림 IV-7] 경상남도 콘텐츠 육성센터 포지셔닝 및 역량 분석

3. 지역 콘텐츠산업 보유 역량 및 자원

1) 문화 향유율

- 문화향유율은 문화예술행사 관람률을 토대로 한 자료로 경남지역은 경기도 다음인 80.2%로 전국 9위를 차지하고 있음

<표 IV-17> 지역별 문화 향유율

순위	지역	향유율 (%)	순위	지역	향유율 (%)
1위	세종	92.2	10위	부산	80.0
2위	서울	90.0	11위	대구	79.2
3위	강원	89.5	12위	울산	76.8
4위	대전	96.3	13위	제주	76.7
5위	충남	85.5	14위	광주	69.9
6위	인천	85.3	15위	전북	65.6
7위	충북	84.1	16위	경북	64.9
8위	경기	93.0	17위	전남	63.1
9위	경남	80.2	평균		79.5

※ 자료 : 문화체육관광부 『2018 문화향수실태조사』

- 경남지역의 문화예술행사별 관람률을 보면, 영화(72.0%), 대중음악/연예(23.4%), 미술전시회(7.1%), 전통예술(6.3%), 문화행사(4.3%) 등의 순으로 높게 나타남

<표 IV-18> 문화예술행사별 관람률(단위 : n, %)

구분	표본 수	문화행사	미술 전시회	서양음악	전통예술	연극	뮤지컬	무용	영화	대중음악 /연예
서울	1,227	15.2	20.1	9.3	11.3	23.1	18.7	2.5	83.2	26.7
부산	759	5.0	8.7	0.9	3.7	8.6	5.2	0.2	76.2	24.1
대구	636	2.9	9.1	2.8	4.4	3.9	12.3	0.7	75.2	22.3
인천	646	13.8	20.6	7.6	13.5	25.1	17.1	3.2	82.2	17.7
광주	480	4.4	11.2	3.2	1.9	4.3	2.6	1.6	67.7	17.5
대전	490	10.2	21.9	11.9	11.9	12.2	13.7	1.9	81.4	20.9
울산	421	3.1	6.5	2.7	3.4	6.2	8.7	1.3	74.3	15.5
세종	191	7.1	15.3	4.1	4.6	12.2	16.8	0.7	84.3	18.8
경기	1,333	9.8	18.4	5.2	10.1	19.8	18.3	1.9	77.1	19.3
강원	482	14.8	19.0	8.6	20.0	13.8	15.2	1.9	82.8	39.4
충북	501	4.8	17.9	5.8	10.9	10.4	8.8	1.6	77.2	21.9
충남	586	8.5	19.8	9.3	19.0	10.3	8.5	3.7	73.7	26.1
전북	561	2.2	7.9	2.5	5.1	3.9	4.3	0.6	62.9	5.8
전남	543	3.8	6.3	1.0	4.8	4.0	5.6	0.3	57.0	12.1
경북	671	3.6	7.1	1.6	5.8	4.9	6.4	0.8	60.7	12.6
경남	730	4.3	7.1	1.7	6.3	4.0	3.3	0.7	72.0	23.4
제주	301	13.2	21.5	10.4	10.4	14.7	16.3	4.4	72.1	14.2
합계	10,558	8.9	15.3	5.5	9.3	14.4	13.0	1.8	75.8	21.1

※ 자료 : 문화체육관광부 『2018 문화향수실태조사』

2) 물적 현황

□ 문화기반시설 현황

- 전국의 문화기반시설은 2,749개이며, 경남은 그 중 198개로 광역 시도 중 5번째로 많은 문화기반시설을 가지고 있음

<표 IV-19> 전국 문화기반시설 현황

연도	국립도서관	공공도서관	박물관	미술관	문예회관	지방문화원	문화의 집	합계
2014년	1	865	754	190	220	229	116	2,375
2015년	1	930	809	202	232	229	116	2,519
2016년	1	978	826	219	229	228	114	2,595
2017년	1	1,010	853	229	236	228	100	2,657
2018년	1	1,042	873	251	251	231	100	2,749

※ 문화체육관광부 ‘2018년 전국문화기반시설 총람’ 참조

<표 IV-20> 지역별 문화기반시설 현황

지역	합계	국립 도서관	공공도서관				박물관·미술관								문예 회관	지방 문화원	문화의 집
							박물관				미술관						
			계	지자체	교육청	사립	계	국공립	사립	대학	계	국공립	사립	대학			
계	2,749	1	1,042	791	231	20	873	398	371	104	251	68	168	15	251	231	100
서울	386	1	160	132	22	6	129	28	73	28	43	5	33	5	23	25	5
부산	103	-	40	24	14	2	30	13	6	11	7	2	3	2	11	15	-
대구	74	-	36	19	10	7	15	7	5	3	4	2	0	2	11	8	-
인천	101	-	48	40	8	-	28	14	13	1	5	2	3	-	9	10	1
광주	61	-	23	17	6	-	12	5	3	4	10	2	7	1	7	5	4
대전	55	-	24	22	2	-	14	4	4	6	5	2	3	-	4	5	3
울산	41	-	18	14	4	-	9	7	1	1	-	-	-	-	5	5	4
세종	14	-	5	4	1	-	7	3	4	-	-	-	-	-	1	1	-
경기	526	-	250	236	11	3	140	55	75	10	54	12	38	4	42	31	9
강원	218	-	56	33	22	1	100	50	45	5	17	4	13	-	21	18	6
충북	128	-	45	30	15	-	42	25	12	5	11	5	6	-	12	11	7
충남	160	-	59	40	19	-	52	31	17	4	9	2	7	-	18	16	6
전북	161	-	58	39	18	1	43	28	10	5	18	6	12	-	16	14	12
전남	200	-	67	46	21	-	57	34	19	4	29	8	21	-	21	22	4
경북	198	-	65	37	28	-	67	38	18	11	11	5	5	1	26	23	6
경남	198	-	67	43	24	-	66	42	19	5	9	4	5	-	21	20	14
제주	125	-	21	15	6	-	62	14	47	1	19	7	12	-	3	2	19

※ 문화체육관광부 ‘2018년 전국문화기반시설 총람’ 참조

□ 경남도내 문화기반시설 현황

- 경상남도의 시군별로 문화관련 기반시설을 보면, 박물관, 미술관 등의 시설은 군지역 단위에서는 전무하며, 시지역에 집중되어 있음
- 공연시설의 경우 김해시에 가장 많은 12개의 시설이 집중되어 있고 다음으로 창원시(9개)와 진주시(6개), 사천시(5개)의 순으로 많았음. 문화예술단체는 창원시에 67개로 집중되어 있음

<표 IV-21> 경상남도 문화기반시설 현황

시·도	합 계	문화예 회관	지문방 화원	문의화 집	공시 연설	문화예 단체	공공도서관			박물관·미술관						
										박물관				미술관		
							계	지 자 체	교육 청	소 계	국립 공	사립	대학	소 계	공립	사립
창원시	112	3	3	3	9	67	15	12	3	9	7		2	3	2	1
진주시	38	1	1		6	16	6	5	1	7	3	2	2	1		1
통영시	26	2	1	2	4	8	5	4	1	2	1	1		2		2
사천시	19	1	1		5	7	3	1	2	1		1		1		1
김해시	48	1	1	4	12	13	7	5	2	8	6	1	1	2	2	
밀양시	21	1	1		2	8	4	2	2	5	1	4				
거제시	21	1	1		4	3	6	5	1	6	2	4				
양산시	17	1	1	3	1	4	5	4	1	2	1	1				
의령군	8	1	1		1	2	1		1	2	1	1				
함안군	10	1	1		2	3	2	1	1	1	1					
창녕군	11	1	1		2	1	3	1	2	3	3					
고성군	14	1	1		1	4	2	1	1	5	5					
남해군	6	1	1		1	-	2	1	1	1	1					
하동군	12	1	1	1	2	3	1		1	3	2	1				
산청군	12	1	1	1	2	-	1		1	6	5	1				
함양군	8	1	1		2	2	1		1	1	1					
거창군	25	1	1		2	18	2	1	1	1	1					
합천군	10	1	1		1	3	1		1	3	1	2				
합계	418	21	20	14	59	162	67	43	24	66	42	19	5	9	4	5

※ 자료 : 문화체육관광부 '2018년 전국문화기반시설 총람(2018.1.1.기준)' 참조

※ 자료 : 문화체육관광부 '2018년 등록공연장 현황(2018.12.31.기준)' 참조

□ 경남도내 문화콘텐츠 지원·연구기관 현황

○ 경남지역의 문화콘텐츠 산업을 지원할 지원기관 현황을 보면, 33개의 지원기관 중 창원시에 18개, 진주시와 김해시에 각 3개씩이 분포되어 있음. 콘텐츠산업 연구기관은 창원시에 6개, 진주시에 3개가 분포되어 있음

- 군 단위에서, 콘텐츠산업 지원기관과 연구기관이 위치하고 있는 곳은 함안군에 지원기관 1개소, 연구기관 2개소, 산청군, 합천군에 각각 지원기관 1개소가 위치해 있고 다른 군지역에서는 없는 것으로 나타남

<표 IV-22> 경상남도 지원·연구기관 및 협회 현황

시·도	콘텐츠산업 육성 지원기관	콘텐츠산업 연구기관	대학부설기관 (연구소)	예총관련 협회 및 지부
창원시	18	6	1	14
진주시	3	3	3	1
통영시	2	1	—	1
사천시	1	—	—	1
김해시	3	2	4	2
밀양시	1	—	—	1
거제시	1	1	—	1
양산시	1	—	2	1
의령군	—	—	—	—
함안군	1	2	—	1
창녕군	—	—	—	1
고성군	—	—	—	1
남해군	—	—	—	—
하동군	—	—	—	—
산청군	1	—	—	1
함양군	—	—	—	1
거창군	—	—	—	1
합천군	1	—	—	1
합계	33	15	10	29

※ 자체조사 및 사단법인한국예총경상남도연합회

□ 문예회관 공연장 가동률

- 지역의 문화향유 정도를 나타낼 수 있는 지표의 하나라고 볼 수 있는 문예회관 공연장의 가동률을 보면, 경남은 전국 10위에 위치하고 있어 저조한 가동률을 보이고 있음

<표 IV-23> 지역별 문예회관 공연장 가동률

순위	지역	평균 가동률 (%)	순위	지역	평균 가동률 (%)
1위	대전	71.5	10위	경남	34.8
2위	제주	69.9	11위	경기	33.3
3위	울산	63.9	12위	전남	29.8
4위	부산	61.3	13위	세종	25.8
5위	서울	53.7	14위	경북	25.8
6위	인천	53.5	15위	충남	24.3
7위	대구	50.4	16위	강원	21.3
8위	충북	43.3	17위	광주	20.9
9위	전북	37.8	평균		42.4

※ 자료 : 한국문화예술위원회(2018), 2018년 문예회관 운영현황 조사

□ 영화·영상관련 시설 및 협회

- 영상미디어센터는 전국 47개소 중 경남에 5개소가 위치하고 있음

<표 IV-24> 전국 영상미디어 센터 현황

합계	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
47	8	1	2	3	2	1	2	-	6	4	2	3	4	2	1	5	1

※ 자료 : 전국미디어센터협의회(www.krmedia.org)

- 경남 지역 내 소재하고 있는 영상미디어센터 5개소는 아래와 같음

<표 IV-25> 경남도내 영상산업 관련 시설

연번	센터명	운영주체	설립주체	지역개관
1	김해영상미디어센터	(재)김해문화재단	문체부	김해 2005년
2	MBC경남시청자미디어센터	MBC경남시청자미디어센터	방문진	창원/마산 2003년
3	진주시민미디어센터	진주시민미디어센터		진주 2004년
4	합천영상미디어센터	(주)사이다	문체부	합천 2016년
5	양산영상미디어센터	양산시(직영)	양산시	양산 2015년

- 도내 영화관련 협회는 (사)경남독립영화협회를 비롯하여 총 3개의 협회가 활동하고 있음

<표 IV-26> 경남도내 영화관련 협회

협 회 명	주 요 내 용
(사)경남독립영화협회	• 회 원 수 : 100여명(계속적인 활동이 있는 인원) - 미디어센터 이용 회원, 교육 수료 회원 등 미포함 • 주요활동 - mbc경남미디어센터 (위수탁) 운영 - 독립사진작가협동조합 운영 - 독립출판사 "산책" 운영 등 • 설립연도 : 2007년
(사)한국영화인총연합회 경상남도지회 (A.K.A.경남영화인협회)	• 설립연도 : 2009년 • 회 원 수 : 65명 정도 • 주요활동 - 영화 상영회 개최 - 영화 문화예술교육 운영 - 영화 콘서트(영화인의 밤) 개최 등
경남영화협회	• 설립연도 : 2007년 (비영리민간단체 등록 : 2009년) • 회 원 수 : 151명 - 정회원 34, 명예회원 103, 운영위원 6, 고문/자문 8 • 주요활동 - 경남독립영화제 주최/주관 - 독립영화 상영전, 영화 교육 등 운영 - 독립영화 제작지원 사업 운영 등

- 경남도내 개최되고 있는 영화제는 '디지털시네마경남'을 비롯하여 총 6개의 영화제가 열리고 있음

<표 IV-27> 경남도내 영화제 현황

영 화 제 명	주 최 / 주 관	개 최 횟 수	비 고
디지털시네마경남	경남문화예술진흥원	2018년 1회	
경남독립영화제	경남영화협회	2007년 1회 ~ 2017년 11회 개최	
진주같은영화제	진주시민미디어센터	2005년 1회 ~ 2017년 10회 개최	* 2007, 2012, 2013년 미개최
창원환경영화제	창원시/마산MBC	2007년 1회 ~ 2017년 11회 개최	
김해장애인인권영화제	경남장애인인권센터, 김해서부장애인인권센터, 김해서부장애인자립생활센터	2017년 1회 개최	
통영여성영화제	통영시/ 통영시 아동·여성안전지역연대, 통영시 지역사회보장협의체 여성가족분과	2016년 1회 ~ 2018년 3회 개최	

□ 축제 현황

- 전국적으로 884개의 축제가 열리고 있으며, 경남은 66개로 7위에 위치하고 있음

<표 IV-28> 전국 축제 현황

지 역	개 수	비 중 (%)
7개 시	서울	93
	부산	44
	대구	25
	인천	32
	광주	8
	대전	15
	울산	20
	세종	2
9개 도	경기	105
	강원	68
	충북	49
	충남	92
	전북	50
	전남	107
	경북	68
	경남	66
	제주	40
합 계	884	100.0

※ 자료 : 문화체육관광부, 2019년 지역축제 개최 계획 기준

- 경남도내 18개 시·군 모두에서 적어도 1개 이상의 축제가 열리고 있음

<표 IV-29> 경남도내 시군별 지역축제 현황

지 역	축 제 명
창원 (4)	진해군항제, 마산가고파국화축제, 창원남산상봉제, 마산만날제
진주 (4)	진주논개제, 진주남강유등축제, 개천예술제, 코리아드라마페스티벌
통영 (3)	통영한산대첩축제, 봉숫골 꽃나들이 축제, 통영국제음악제
사천 (5)	와룡문화제, 농업한마당축제, 사천시 삼천포항 수산물축제, 사천시 삼천포항 자연산 전어축제, 사천시 서포 별주부전축제
김해 (9)	김해분청도자기축제, 가야문화축제, 허왕후신행길축제, 김해문화재야행, 장어와 함께하는 불암문화 축제, 김해진영단감축제, 금바다꽃축제, 김해시 독서대전, 평생학습과학축제
밀양 (1)	밀양아리랑대축제
거제 (4)	거제섬꽃축제, 청마꽃들축제, 대구수산물, 옥포대첩기념제전
양산 (3)	삼량문화축전, 원동매화축제, 양산웅상회야제
의령 (1)	의병제전
함안 (1)	함안아라문화제
창녕 (5)	창녕 낙동강, 부곡온천축제, 창녕우포누리, 3.1민속문화제, 비사벌문화제
고성 (3)	소가야문화제, 고성 가리비 수산물축제, 당항포대첩 축제
남해 (4)	보물섬 미조항 멸치축제, 보물섬 마늘축제&한우잔치, 상주은모래비치 섬머페스티벌, 독일마을맥주축제
하동 (4)	하동야생차문화축제, 하동북천 꽃 양귀비 축제, 알프스 하동 섬진강 재첩축제, 하동북천 코스모스 메밀꽃축제
산청 (6)	산청한방약초축제, 산청향매산철쭉제, 산청생초국제조각공원 꽃잔디 축제, 경호강물페스티벌, 지리산산청꽃감축제, 남명선비문화축제
함양 (2)	함양물레방아골축제, 함양산삼축제
거창 (3)	거창한마당대축제, 거창크리스마스트리문화축제, 금원산얼음축제
합천 (4)	향매산철쭉제, 합천바강스축제, 고스트파크, 대야문화제

※ 자료 : 문화체육관광부, 2019년 지역축제 개최 계획 기준

□ 문화자원(문화재) 현황

- 문화자원을 문화재 기준으로 살펴보면 전국 3,999개 국가지정문화재 중 경남도는 308개로 4위에 위치하고 있어 문화재 보유율이 타 광역시도에 비해 상대적으로 많은 자원을 보유하고 있음

<표 IV-30> 전국 문화재 현황

구 분	국 가지 정 문 화 재									시 도 지 정 문 화 재					문 화 재 자 료	총 계
	소 계	국 보	보 물	사 적	명 승	천 년 기 념 물	국 가 무 형 재	국 가 민 속 문 화 재	등 록 문 화 재	소 계	시 도 유 형 재	시 도 무 형 재	시 도 기 념 물	시 도 민 속 문 화 재		
서울	1,021	163	706	67	3	12	29	41	203	516	395	49	39	33	68	3,345
7개시	부산	74	5	47	6	2	7	5	2	19	279	184	25	51	19	830
	대구	92	3	72	9	0	2	0	6	11	114	76	17	17	4	476
	인천	68	1	29	18	1	14	5	0	8	163	68	28	65	2	495
	광주	25	2	14	2	1	2	1	3	19	82	29	20	24	9	263
	대전	19	2	13	1	0	1	0	2	21	130	57	24	47	2	378
	울산	20	2	8	5	0	3	0	2	6	86	34	5	46	1	248
	세종	4	0	2	0	0	1	0	1	0	27	13	3	11	0	75
	소계	302	15	185	41	4	30	11	16	84	881	461	122	261	37	2,765
9개도	경기	297	11	161	69	4	19	11	22	85	561	298	68	183	12	1,977
	강원	191	11	81	18	25	42	3	11	40	275	162	29	80	4	1,116
	충북	184	12	94	19	10	24	4	21	29	494	311	28	135	20	1,475
	충남	256	28	130	50	3	17	4	24	60	431	189	53	161	28	1,748
	전북	202	8	95	39	7	32	8	13	68	478	239	87	117	35	1,586
	전남	382	21	182	45	20	61	15	38	100	528	237	59	192	40	2,162
	경북	678	54	341	99	15	67	9	93	47	823	465	46	154	158	3,618
	경남	308	13	162	51	12	44	14	12	44	892	570	39	262	21	3,085
	제주	86	0	9	7	9	49	4	8	24	267	36	21	128	82	740
소계	2,584	158	1,255	397	105	355	72	242	497	4,749	2,507	430	1,412	400	2,344	17,507
기타	92	0	0	0	0	62	30	0	0	0	0	0	0	0	0	184
합계	3,999	336	2,146	505	112	459	142	299	784	6,146	3,363	601	1,712	470	2,727	23,801

※ 자료 : 문화재청(http://www.cha.go.kr/) 2018년 12월 31일 기준

<표 IV-31> 전국 국가지정문화재 현황

순 위	지 역	개 수	비 중 (%)	순 위	지 역	개 수	비 중 (%)
1위	서울	1,021	26.1	10위	대구	92	2.4
2위	경북	678	17.4	11위	제주	86	2.2
3위	전남	382	9.8	12위	부산	74	1.9
4위	경남	308	7.9	13위	인천	68	1.7
5위	경기	297	7.6	14위	광주	25	0.6
6위	충남	256	6.6	15위	울산	20	0.5
7위	전북	202	5.2	16위	대전	19	0.5
8위	강원	191	4.9	17위	세종	4	0.1
9위	충북	184	4.7	합계		3,907	100.0

※ 자료 : 문화재청(http://www.cha.go.kr/) 2018년 12월 31일 기준

※ 합계 3,907개 : 국가지정문화재 3,999개 중 기타(92개) 제외

- 경남의 시군별로 보면 양산시와 합천군에 가장 많은 국가지정문화재가 있으며, 다음으로 진주와 통영, 창녕군에 많이 분포되어 있음

<표 IV-32> 경남 시군별 국가지정문화재 현황

지 역	합 계	국 보	보 물	사 적	명 승	천 연 기 념 물	국 가 무 형 문 화 재	국 가 민 속 문 화 재	등 록 문 화 재
창 원 시	15	-	8	4	-	1	2	-	10
진 주 시	33	1	26	2	-	3	1	-	5
통 영 시	23	1	3	4	1	5	7	2	6
사 천 시	7	-	2	1	-	2	2	-	1
김 해 시	13	-	2	9	-	2	-	-	-
밀 양 시	16	1	8	1	1	3	1	1	6
거 제 시	5	-	-	2	1	2	-	-	2
양 산 시	44	1	34	6	-	1	2	-	1
시 지 역 평 균	19.5	0.5	10.4	3.6	0.4	2.4	1.9	0.4	3.9
의 령 군	8	-	3	-	-	5	-	-	2
함 안 군	8	-	2	2	-	3	-	1	-
창 녕 군	23	2	12	4	-	1	2	2	1
고 성 군	10	-	4	2	-	2	2	-	1
남 해 군	12	-	2	2	3	5	-	-	1
하 동 군	15	1	9	2	-	3	-	-	-
산 청 군	13	1	9	3	-	-	-	-	3
함 양 군	18	-	6	3	3	4	-	2	1
거 창 군	12	-	6	1	2	1	-	2	3
합 천 군	40	3	29	3	1	2	-	2	-
군 지 역 평 균	15.9	0.7	8.2	2.2	0.9	2.6	0.4	0.9	1.2
합 계	315	11	165	51	12	45	19	12	43

※ 자료 : 경상남도 문화재정보시스템(<http://heritage.gyeongnam.go.kr/>)

3) 휴먼 리소스

(1) 교육기관 현황

- 경남지역 내 콘텐츠산업 관련 인력양성이 이루어지고 있는 학교 현황을 보면, 특성화 고교 6곳(15개 학과), 종합대학 10곳(33개 학과), 대학원 6곳(27개 학과), 전문/기능대학 7곳(12개 학과)에 관련 학과가 개설되어 있음

<표 IV-33> 경상남도 교육기관 지역별 현황

시·도	특성화 고교	종합대학	대학원	전문/기능대학
창원시	1	3	2	2
진주시	3	4	2	1
통영시	—	—	—	—
사천시	—	—	—	—
김해시	—	2	2	1
밀양시	—	—	—	—
거제시	1	—	—	—
양산시	—	1	—	1
의령군	—	—	—	—
함안군	—	—	—	—
창녕군	—	—	—	—
고성군	—	—	—	—
남해군	1	—	—	1
하동군	—	—	—	—
산청군	—	—	—	—
함양군	—	—	—	—
거창군	—	—	—	1
합천군	—	—	—	—
합계	6	10	6	7

- 콘텐츠 산업 관련 인력양성이 이루어지고 있는 학교를 보면 특성화 고교의 인력 양성 규모는 15개 학과에서 1,276명, 종합대학은 34개 학과에서 4,444명, 대학원은 27개 학과에서 330명, 전문/기능대학은 12개 학과에서 678명으로 연간 6,586명의 인력이 양성되고 있음

<표 IV-34> 경상남도 교육기관의 콘텐츠 관련 인력양성 현황

구 분	특성화 고교	종합대학	대학원	전문/기능대학	계
학교 수	6	10	6	7	29
학과 수	15	34	27	12	87
재학생 수	1,276	4,444	330	678	6,586

※ 대학원은 학과별 재학생 수 집계가 어려워 전체 재학생 수를 적용함

※ 자료 : 학교알리미, 대학알리미, 각 대학 홈페이지 참조

※ 콘텐츠 관련 학과 선정 기준 : 문체부에서 콘텐츠산업 장르로 선정한 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연 등 12개 장르와 디자인 분야를 포함하였음

(2) 인력양성 상세 현황

□ 특성화 고교

○ 특성화 고교의 콘텐츠산업 관련 학과의 재학생 수를 보면 다음 표와 같음

<표 IV-35> 특성화 고교 문화산업 전공 인력양성 현황

대 학 명	계 열 / 학 과 명		재 학 생 수 (명)	비 고
거제여자상업고등학교	인터넷비즈니스과		16	지식정보
	학과수	1	16	-
경남예술고등학교	음악과		102	음악
	실용음악과		17	음악
	미술과		72	만화/애니/캐릭터
	애니메이션과		66	애니메이션
	학과수	4	257	-
경남정보고등학교	디지털콘텐츠과		21	방송
	컴퓨터정보과		142	콘텐츠솔루션
	학과수	2	163	-
경진고등학교	멀티인터넷과		61	방송
	산업디자인과		47	광고/공연
	컴퓨터전자과		95	콘텐츠솔루션
	학과수	3	203	-
남해정보산업고등학교	멀티미디어과		12	방송
	컴퓨터디자인과		37	애니메이션/광고
	학과수	2	49	-
한일여자고등학교	웹솔루션과		199	콘텐츠솔루션
	컴퓨터정보기술과		259	콘텐츠솔루션
	컴퓨터응용디자인과		130	애니메이션/광고
	학과수	3	588	-
특성화고교 계		15	1,276	-

※ 자료 : 교육부 제공 학교알리미(<http://www.schoolinfo.go.kr/>)

□ 종합대학

○ 4년제 종합대학의 콘텐츠 산업 관련 학생 수와 교수 인력수를 보면 아래와 같음

<표 IV-36> 종합대학 콘텐츠 관련 전공 인력양성 현황

대 학 명	계 열 / 학 과 명		재 학 생 수 (명)	교 수 (명)			비 고
				전 체	전 임	비 전 임	
경남대학교	문화콘텐츠학과		205	11	6	5	방송/공연
	산업디자인학과		213	22	5	17	광고/공연
	미술교육과		163	18	7	11	미술
	컴퓨터공학과		169	20	16	4	콘텐츠솔루션
	음악교육과		164	41	7	34	음악
	학과수	5	914	112	41	71	-
경상대학교	미술교육과		88	24	5	19	미술
	음악교육과		115	33	7	26	음악
	민속무용학과		67	18	4	14	공연
	정보통신공학과		112	10	6	4	지식정보
	컴퓨터학과		216	20	9	11	콘텐츠솔루션
	학과수	4	486	95	25	70	-
영산대학교	컴퓨터공학과		64	-	-	-	콘텐츠솔루션
	태권도학부		138	-	-	-	공연
	동양무예전공		97	-	-	-	공연
	학과수	3	299	-	-	-	-
인제대학교	신문방송학과		146	5	4	1	출판/방송
	컴퓨터공학부		303	-	-	-	콘텐츠솔루션
	디자인엔지니어링학과		74	5	3	2	디자인
	멀티미디어학부		141	13	7	6	방송
	학과수	4	664	23	14	9	-
창신대학교	미술디자인학과		16	4	1	3	광고
	음악학과		135	41	8	33	음악
	컴퓨터소프트웨어공학과		98	6	4	2	지식정보
	학과수	3	249	51	13	38	-
창원대학교	신문방송학과		103	8	4	4	방송
	무용학과		88	23	3	20	공연
	미술학과		117	36	5	31	미술
	산업디자인학과		160	25	4	21	광고
	음악과		152	66	8	58	음악
	문화테크노학과		87	9	5	4	콘텐츠솔루션
	정보통신공학과		142	7	7	-	지식정보
	컴퓨터공학과		231	18	7	11	지식정보
	학과수	8	938	186	34	152	-
한국국제대학교	음악공연학과		67	20	4	16	음악
	실내건축디자인학과		83	7	5	2	디자인
	학과수	2	150	27	9	18	-
경남과학기술대 학교	텍스타일디자인학과		106	16	4	12	디자인
	컴퓨터공학과		164	16	7	9	지식정보
	학과수	2	270	32	11	21	-
가야대학교	귀금속주얼리학과		104	10	5	5	디자인
	학과수	1	104	10	5	5	-
진주교육대학교	미술교육과(심화전공)		111	20	5	15	미술
	음악교육과(심화전공)		117	12	4	8	음악
	학과수	2	228	32	9	23	-
종합대학 계		34	4,444	574	170	404	-

※ 자료 : 교육부 제공 대학알리미(www.academyinfo.go.kr), 각 대학 홈페이지 참조

※ 콘텐츠 관련 학과 선정 기준 : 문체부에서 콘텐츠산업 장르로 선정한 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연 등 12개 장르와 디자인 분야를 포함하였음

□ 대학원

○ 경남지역 대학원의 문화산업 관련 석·박사 수를 종합정리하면 다음과 같음

<표 IV-37> 대학원 콘텐츠 산업 전공 인력양성 현황

대 학 명	계 열 / 학 과 명		재 학생 수 (명)			비 고
			석 사	박 사	통 합	
경남대학교	문화콘텐츠학과		7	0	0	광고
	음악학과		9	0	0	음악
	학과수	2	16	0	0	-
경상대학교	일반대학원		53	25	2	-
	미술학과		12	0	0	미술
	음악학과		17	0	0	음악
	민속무용학과		4	6	0	공연
	컴퓨터학과		4	5	0	지식정보
	문화융·복합학과		3	5	0	콘텐츠솔루션
	문화콘텐츠학과		13	9	2	방송/공연
	언론정보학과		0	0	0	방송
	융합과학기술대학원		3	0	0	-
	소프트웨어학전공		0	0	0	지식정보
	멀티미디어학전공		3	0	0	방송/공연
	정보처리학전공		0	0	0	콘텐츠솔루션
	정보통신학전공		0	0	0	방송
	학과수	11	56	25	2	-
인제대학교	U디자인학과		15	3	0	광고
	음악학과		46	6	2	음악
	컴퓨터공학과		4	1	0	지식정보
	신문방송학과		0	0	0	방송
	학과수	4	65	10	2	-
창원대학교	일반대학원		49	12	0	
	음악과		20	12	0	음악
	미술학과		17	0	0	미술
	무용학과		12	0	0	공연
	문화테크노학과		9	0	0	콘텐츠솔루션
	산업대학원		10	0	0	
	산업디자인학과		4	0	0	광고
	컴퓨터공학과		6	0	0	지식정보
	학과수	6	59	12	0	-
가야대학교	보석디자인공학		8	5	0	디자인
	학과수	1	8	5	0	
진주교육대학교 교육대학원	국악교육전공		55	0	0	음악
	문화예술교육		56	0	0	방송/공연
	초등미술교육전공		8	0	0	미술
	초등음악교육전공		7	0	0	음악
	학과수	4	126	0	0	-
대학원 계		28	339	52	4	-

※ 자료 : 교육부 제공 대학알리미(www.academyinfo.go.kr), 각 대학 홈페이지 참조

※ 콘텐츠 관련 학과 선정 기준 : 문체부에서 콘텐츠산업 장르로 선택한 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연 등 12개 장르와 디자인 분야를 포함하였음

□ 전문/기능대학

- 전문/기능대학의 문화산업 관련 학생 수와 교수 인력 수를 종합정리하면 다음과 같음

<표 IV-38> 전문/기능대학 콘텐츠 산업 전공 인력양성 현황

대 학 명	계 열 / 학 과 명		재 학 생 수 (명)	교 수 (명)			비 고
				전 체	전 임	비 전 임	
경남도립거창대학	산업디자인과		24	1	1	0	광고
	건축인테리어과		96	7	4	3	디자인
	학과수	2	120	8	5	3	-
경남도립남해대학	원예조경과		73	11	2	9	디자인
	컴퓨터SW공학과		78	7	2	5	콘텐츠솔루션
	학과수	2	151	18	4	14	-
동원과학기술대학교	컴퓨터정보과		24	3	0	3	지식정보
	학과수	1	24	3	0	3	-
연암공과대학교	산업정보디자인계열		45	9	2	7	광고
	스마트소프트웨어학과		130	13	6	7	콘텐츠솔루션
	학과수	2	175	22	8	14	-
창원문성대학교	산업디자인과(디지털산업디자인과)		46	7	4	3	광고
	디자인학부		56	2	0	2	디자인
	컴퓨터공학과		43	7	2	5	지식정보
	학과수	3	145	16	6	10	-
마산대학교	아동미술교육학과		60	11	2	9	미술
	학과수	1	60	11	2	9	
김해대학교	뷰티디자인과		3	0	0	0	디자인
	학과수	1	3	0	0	0	
전문/기능대학 소계		12	678	78	25	53	-

※ 자료 : 교육부 제공 대학알리미(www.academyinfo.go.kr), 각 대학 홈페이지 참조

※ 교수 수는 문화관련 분야 전공 인력만 적용

※ 콘텐츠 관련 학과 선정 기준 : 문체부에서 콘텐츠산업 장르로 선정한 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연 등 12개 장르와 디자인 분야를 포함하였음

4. 시사점

□ 콘텐츠 창작 및 제작기업 육성 및 창업 지원

- 경남도의 콘텐츠산업 관련 사업체 수는 총 5,006개에 달하며, 이는 경기도 다음으로 많은 수치이며, 전국 5위에 위치하고 있음. 매출규모 또한 2017년 기준 1조 5,216억원 규모로 경기도 다음으로 6위에 위치하고 있으며, 2015년 이후 사업체수와 매출 모두 꾸준히 상승세를 보이고 있음. 종사자수는 약 644,847명이 문화콘텐츠 산업에 종사하고 있으며, 전국 6위에 위치함. 종사인력 역시 2015년 이후 계속 증가세를 보이고 있음
- 하지만 이와 같은 통계 수치는 콘텐츠산업에서 최종 유통업을 포함한 한계를 가진 통계로 콘텐츠업체 대부분이 가치사슬 상 유통업에 집중되어 있음을 보여주고 있음. 실제 콘텐츠 창작, 기획, 제작 등 순수 콘텐츠 창작기업이 경남지역에 활발하게 창업이 이루어져야 할 과제를 안고 있음

□ 만화 등 개인 활동 작가, 전문인력의 창업과 기업화 필요

- 콘텐츠 기업 육성을 위해서는 지역에서 개인적으로 활동하는 작가 및 전문인력들을 기업화 하는 것이 시급한 과제라 하겠음. 최근 정부는 콘텐츠산업의 활발한 생태계 조성을 위해 콘텐츠 모험펀드를 신설하여 기획개발, 제작초기, 소외 장르에 집중 투자하는 콘텐츠모험투자펀드를 신설하였으며, ‘지역콘텐츠펀드’를 조성, 창작결과물을 담보로 한 자금 지원, 수요자-투자자 간 매칭 등 지역 기업의 콘텐츠 생태계 구축을 위한 지원에 적극 나서고 있음
- 이와 같은 창작 지원을 통해 창업기업 활성화와 기업들의 콘텐츠 창작과 기획, 개발활동이 활발하게 이루어져 지역 내 구축된 많은 콘텐츠 기반시설과 인프라의 활용 성과로 연결될 수 있을 것임
- 경남지역의 창업에 대한 인식은 전국 평균 대비 높은 창업인식 수준을 가지고 있으나 창업인식 대비 창업 활성화가 미진하였음
- 경남웹툰캠퍼스 조성이 이루어져 지원 인프라는 확보가 되었으나 만화산업 기반은 극히 취약하여 개인 단위로 활동하는 작가들의 창업과 기업화 지원이 필요함
- 정부는 2019년 10월 만화산업 발전계획을 발표하여 유망 작가들의 창작 활동을 지원하고 미래 작가를 길러낼 대규모 만화산업 시설인 ‘웹툰융합센터’를 2022년까지 건립하고 2020년부터는 기획·개발 단계의 만화 작품에 대한 지원 확대, 중소 웹툰 플랫폼의 해외 진출 지원 등을 담고 있어 도 차원에서 우수 인력을 적극 지원하고 기업화를 통해 만화산업 규모를 키우는 지원이 필요함

□ 영상분야를 특화 콘텐츠로 지속적 육성

- 경남도의 주요 육성분야인 영상산업과 관련성이 높은 영화 및 방송 분야의 입지계수가 높아 지역 특화가 높은 콘텐츠산업으로의 육성 가능성을 검토해볼 수 있음
 - 경남도내 영상관련 기관과 시설, 영화영상관련 협회 등 민간부문도 활발한 활동을 하고 있으며, 영화제 개최 등 상대적으로 많은 자원과 인프라를 보유하고 있어 영화영상을 지역 특화 콘텐츠로 지속적으로 육성, 발전하는 것이 필요함
- 창작이후의 지원 즉 사업화 및 판매·유통지원체계 구축이 필요하며, 이러한 기반이 취약한 창작자 지원위주의 사업 진행이 검토되어야 함
- 풍부한 지역 내 다양한 유무형의 문화 및 역사유산과 자원 및 소재를 토대로 한 콘텐츠 제작이 필요하며, 이러한 지역 기반의 콘텐츠 제작은 정부의 콘텐츠 산업 정책방향이 지역 중심의 콘텐츠 지원으로 정책이 변화되고 있는 추세에도 부합하는 사업들임
- 또한 민간 중심으로 지역 문화콘텐츠 자원 개발과 창작을 위한 기업들의 민간 활동 또한 활발하게 이루어져야 함. 이를 위해서는 민간업체 간의 협력과 연계, 콘텐츠내 연관업종간의 융합 등이 필요함. 예를 들어 마산 로봇랜드와의 로봇 콘텐츠 협업 등 지역 업계 간의 상호 협력과 상생이 필요함

□ 지역 우수 인재 정착 지원 필요

- 지역 인재의 역외유출과 관련 업계로의 취업률 저조(콘텐츠 연관학과 취업률 48.3%)
- 지역내 관련 전공 인재 양성 수는 재학생 기준 6,586명임. 지역에서 양성되는 인력들의 지역정착을 지원하기 위해서는 지역 기업과 우수인력 간의 활발한 취업연계, 현장실습 연계, 창업 지원에 산학관연이 적극 나서는 함. 또한 지역인재 채용 기업과 지역 정착 인력들에게 제공할 수 있는 인센티브를 적극 검토할 필요가 있음

□ 소외지역 문화격차 해소를 위해 도민 문화향유 기회 확대

- 경남도민의 문화 향유율은 전국 평균 81.5%에 못 미치는 80.2%로 전국 9위를 기록
- 지역 주민이 향유 할 수 있는 문화기반시설의 지속적 확충으로 문화 향유 기회를 확대할 필요가 있지만 경남도는 지역 간 문화향유 격차가 크게 나타나 소외 지역을 중심으로 한 지원이 무엇보다 필요함

□ 풍부한 지역 소재를 활용한 콘텐츠 제작 유도

- 지역 우수 이야기 소재 활용 콘텐츠 제작 지원 : 지역내 풍부한 이야기 소재 등을 활용한 콘텐츠 제작 지원으로 지역 콘텐츠 창작자의 창작 콘텐츠 제공 및 사업화 지원
- 경남 스토리랩 및 경남 창작센터를 운영하여 이야기 창작 지원 강화

5. 경남 콘텐츠산업 SWOT분석

○ 국내외의 콘텐츠 산업의 환경과 여건, 정책 동향, 지역이 보유하고 있는 역량과 자원 등 지역내외 여건과 환경을 토대로 경남지역 콘텐츠산업의 SWOT분석을 한 결과는 다음과 같음

- 지역 외 여건 검토 : 국내외 콘텐츠산업 동향 및 시장 트렌드, 사회적 환경과 여건 변화, 정부의 문화산업 관련 정책 방향, 문체부의 콘텐츠산업 3대 혁신전략 등 최근의 정책 추진과제를 중점 검토
- 지역 내 여건 검토 : 경남도의 정책, 콘텐츠산업 환경과 여건 등 지역 내부적 여건 검토와 지역 콘텐츠 관련 시설 및 인프라, 인력 자원 등 보유 역량 중점 검토

<경남도 콘텐츠산업의 SWOT분석>

S	강점 (Strength)	W	약점 (Weakness)
	- 문화콘텐츠산업 육성에 대한 경남도의 강한 정책적 의지 - 광역시 중 경기도 다음으로 많은 문화콘텐츠 기업 보유 - 우수한 지역 제조기반을 바탕으로 콘텐츠융·복합 산업기반 확보(지능형기계, 로봇, 항공 등) - 콘텐츠 분야의 풍부한 우수 인력 배출 - 경남도가 구축한 콘텐츠산업 풍부한 인프라(콘텐츠기업육성센터, 음악창작소, 경남콘텐츠코리아랩, 웹툰캠퍼스 등) - 콘텐츠산업 지원기관, 지원시설 충분 - 풍부한 역사자원을 보유하고 있으며, 역사 및 문화유산, 예술, 축제 등 다양한 스토리텔링형 문화콘텐츠 보유		- 문화콘텐츠 분야 국가 지원예산이 타 광역도 대비 낮은 예산 지원 - 풍부한 역사 문화유산 등의 문화권개발이 미흡 - 문화콘텐츠 거점 기관의 조직 및 역할 한계, 지역 콘텐츠산업 추진동력 부족 - 콘텐츠산업 분야 대표기업이 부재하고 중소기업 위주의 영세한 산업구조 - 도내 기초지자체간 문화소외 및 문화격차 심화 - 매출액 및 산업규모의 절대적인 부족 - 주력산업의 시장규모 및 매출규모가 작음 - 기업 및 콘텐츠 분야 인력의 역외 유출 심화 - 콘텐츠산업 분야 R&D 기반 및 역량 미흡
O	기회 (Opportunities)	T	위협 (Threats)
	4차산업혁명시대 유망산업으로 콘텐츠산업에 대한 국가 및 경상남도의 강한 육성 의지(경남도의 적극적 창업 지원 등) - 국가 콘텐츠산업의 정책방향이 지역이 주도하는 정책으로의 지원 전환에 따른 기회 확대 - 경남도의 광역교통시설 기반의 확충(남부내륙고속철도 등) - 콘텐츠산업 환경의 융·복합화로 인한 신시장 창출 기회 - 주52시간 근로환경변화로 인한 문화향유기회확대 - 신한류의 확산, 신흥시장의 대두로 인한 신시장 창출 기회		- 타 광역시, 광역도 간의 경쟁적인 콘텐츠산업 관련 시설 유치 및 육성 강화에 따른 타시·도 간의 경쟁 심화 - 경남도의 제조업 중심 지역 기반과 인식에 따른 소프트 파워 분야에 대한 내외부 인식 저조 - 지역 문화콘텐츠 관련 산업계의 자립기반과 주민(민간) 주도형 사업 추진 부족 - 저출산 고령화 사회의 도래로 인한 콘텐츠 소비구조의 변화 - 글로벌 경제의 침체 우려와 저성장의 지속

○ SWOT 분석 결과를 토대로 각 영역별 핵심 전략 도출

- SO전략은 강점에 기초한 기회요인 활용 최대화 전략이며, WO전략은 기회를 활용한 약점 극복 전략
- ST전략은 장점을 활용한 위기 대응 전략이고, WT전략은 위기 회피 및 약점 최소화 전략

<경남도 콘텐츠산업의 영역별 핵심 전략>

	S(Strength, 강점)	W(Weakness, 약점)
O (Opportunities, 기회)	SO전략	WO전략
	• 중앙 정부의 적극적 문화콘텐츠 분야 예산 확보 • 문화콘텐츠 분야 투자 확대 및 투자유치 • 4차 산업혁명 대비 문화콘텐츠산업 대응, 육성정책 및 융합 사업 활용 극대화 • 문화예술 인프라의 활용 확대 • 문화콘텐츠 분야 인프라의 구체적인 활용 방안 수립 • 경남의 지역문화유산 및 융·복합형 문화콘텐츠의 개발 및 브랜드화 • 지역 문화콘텐츠 우수인력의 활용 방안 및 지역 정착 방안 마련	• 경남도의 문화콘텐츠 분야 예산 비중 확대 • 지역 보유 자원과의 융·복합화 콘텐츠 육성 - 권역별 지역문화유산과 콘텐츠융합 지원 • 지역 주력산업(제조업)과의 적극적인 융·복합 육성과 지원 • 지역 보유 민간, 공공시설(로봇랜드와의 애니메이션, 로봇콘텐츠 개발협업 등)의 적극적 활용 • 지역 문화콘텐츠분야 대표 앵커기업 육성 • 주민 문화 참여기회 확대로 문화격차 해소 • 문화콘텐츠 거점기관의 역할 강화로 문화콘텐츠산업 육성의 거버넌스 기능 부여 • 지역별, 장르별 균형적 활동 촉진
T (Threats, 위협)	ST전략	WT전략
	• 경남의 문화 마케팅 활성화 • 타시도와 차별화된 문화콘텐츠 우위 전략 필요 • 제조업 중심 지역에서 콘텐츠 융합 선도 지역 등 이미지 메이킹 강화 • 창업 활성화와 기업유치 확대를 통한 문화콘텐츠산업 육성 • 문화콘텐츠, 문화예술 분야 창작인적 자원 발굴 및 지원	• 경남문화콘텐츠 전략의 비전 공유와 확산, 지역 주민 소통프로그램 활성화 지원 • 젊은 문화예술, 문화콘텐츠 분야 창작자와 향유자 연계 지원 프로그램 추진 • 문화콘텐츠기업, 1인 창조기업 유치 촉진 • 콘텐츠 분야 모험펀드 조성 등으로 도전 기회와 투자 활성화 • 지역 기업의 적극적 글로벌시장 진출 확대

PART. V

경상남도 콘텐츠산업 추진전략 및 정책과제

1. 추진 전략

□ 경남도 콘텐츠산업 발전 추진전략 방향

- 경남 콘텐츠산업 발전 추진 전략을 아래 4가지 측면에서 검토하고 방향성과 전략을 수립하고자 함

<표 V-1> 경남도 콘텐츠산업 육성 추진전략 및 방향성

구분	방향성 및 전략
기술	□ 콘텐츠 중심의 기술·타 산업 간 융복합화 기반 강화 ○ 콘텐츠, 디바이스, 주요 기술 및 산업간 융합을 통해 콘텐츠화가 가능한 분야 융복합 콘텐츠 발굴 및 기술개발 선도 ○ 지역 강점인 제조기반 산업과의 융합 콘텐츠로 4차산업혁명 콘텐츠 육성 ○ 문화경제적 파급효과가 큰 핵심 융복합 콘텐츠를 선정하여 집중지원체계 마련 ○ 최근 콘텐츠산업 육성방향이 5G시대 실감콘텐츠 기술확보를 위해 예산, 정책적 지원이 강화되고 있음
산업지원	□ 중앙 및 지자체의 콘텐츠산업 지원 정책과 추진과제 반영 ○ 정부 및 경남도의 문화콘텐츠산업 정책 비전과 방향, 추진과제 검토 및 고려 ○ 정보의 지역 주도의 콘텐츠산업 육성 지원에 따라 지역 역할이 강화되고 있으며, 광역시도 간의 경쟁이 심화되고 있음 □ 경남 대표 콘텐츠 육성 및 지원체계 구축으로 혁신생태계 조성 ○ 경남도의 전략 콘텐츠, 타겟형 콘텐츠 개발과 육성을 통한 지역 기업 역량 강화 ○ 창업 생태계 조성 및 1인 창조기업 등 후발 기업 및 창업기업이 성장할 수 있는 지원체계 및 토대 마련 ○ 민간 참여를 통해 고위험·고수익 특성에 부합하는 콘텐츠산업 투융자시스템 도입
전문인력	□ 콘텐츠산업분야의 전문인력으로 활용될 수 있도록 체계적 인력양성 시스템 구축 ○ 콘텐츠 창의인력 수급을 원활하게 하기 위한 콘텐츠 전문인력 집중 양성체계 및 관리기반 마련 ○ 1인 창조기업 등 콘텐츠 기업 창업지원 정책도 마련
정책적 측면	□ 지역 간 문화격차 해소 및 콘텐츠산업 정책 종합 조정관리 체계 구축 ○ 정부 및 경남도의 문화정책 비전과 방향 검토 ○ 문화소외지역 등 도내 문화격차 해소를 통한 도민 문화향유 기회 확대 ○ 광역도와 기초지자체 간 콘텐츠산업 관련 소통 및 협력 기능 확보 ○ 콘텐츠 융복합화에 따른 연관 분야 부서 간 콘텐츠산업정책 협력 기능 확보 ○ 콘텐츠산업 지원 총괄 중심적 역할을 할 수 있는 주관기관의 역할 및 조직 강화

2. 주요 정책과제

1) 콘텐츠산업 발전전략 및 추진과제

- 콘텐츠산업 발전전략 주요 추진과제를 1. 융합형 콘텐츠 및 선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래 성장동력 확보, 2. 문화격차 해소를 통한 콘텐츠 향유 기회 확대, 3. 콘텐츠산업 지원체계 구축으로 혁신생태계 조성, 4. 문화콘텐츠 인프라 활용 여건 조성 등 4대 전략을 토대로 16개의 주요 추진과제 수립

<표 V-2> 4대 전략별 주요 추진과제(안)

전략	추진과제 (안)
1. 융합형 콘텐츠 및 선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래 성장동력 확보	1-1. 융합형 지역대표 아이템 육성 및 발굴 - 애니매트로닉스 지원(마산 로봇랜드 연계) 등 1-2. 문화유산 기반 실감콘텐츠 개발 및 육성 (문화유산과 콘텐츠 융합, 가야사 기반 실감콘텐츠 개발 및 육성, 첨단 콘텐츠융합 뮤지엄 조성 등) 1-3. 5G 실감콘텐츠 육성 1-4. 실감콘텐츠 혁신 프로젝트(XR+α)
2. 문화격차 해소를 위한 콘텐츠 향유 기회 확대	2-1. 지역 간 문화콘텐츠 격차 해소 개선 2-2. 문화콘텐츠산업 육성권역 설정 2-3. 주민 체감콘텐츠 및 체감형 콘텐츠 공간 구축 2-4. 문화향유 시설 대상 첨단기술 지원
3. 콘텐츠산업 지원체계 구축으로 혁신생태계 조성	3-1. 가치사슬 전 단계 지원 강화 3-2. 투자활성화 및 투자여건 조성 3-3. 콘텐츠 기업보증 확대 3-4. 개인 창작자 및 콘텐츠 1인창작기업 지원 활성화
4. 문화콘텐츠 인프라 활용 여건 조성	4-1. 문화콘텐츠 거점기관 역할 정상화 4-2. 체계적 콘텐츠융합 인력양성 4-3. 지속적 문화콘텐츠 인프라 확충 및 활용도 제고 4-4. 게임산업 육성 기반 확충

□ 전략 1. 융합형 콘텐츠 및 선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래 성장동력 확보

○ 경남 콘텐츠산업 발전전략 4가지 중 하나인 ‘융합형 콘텐츠 및 선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래 성장동력 확보’의 4개 추진과제에 대한 선정근거는 아래와 같음

- 국가의 콘텐츠산업 3대혁신전략에 따른 세부 과제 중 국비지원을 통해 지역에 적극 육성해야 할 과제와 최근 5G와 실감콘텐츠의 시장 규모 확대, 지역 보유 자원과 문화유산자원과의 연계 가능한 과제를 주요 과제로 선정하였음

<표 V-3> 과제선정 근거 : 전략1. 융합형 콘텐츠 및 선도형 실감콘텐츠육성으로 미래 성장동력 확보

구분	추진과제 (안)	선정 근거
전략1. 융합형 콘텐츠 및 선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래 성장 동력 확보	1-1. 융합형 지역대표 아이템 육성 및 발굴 - 애니매트로닉스 지원(마산 로봇랜드 연계) 등	○ 정부 콘텐츠산업 정책 기초 반영(융합형 콘텐츠) ○ 정부의 콘텐츠 산업 3대 혁신전략인 ‘선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래성장동력 확보전략’ 중 5) 시장주도형 킬러 콘텐츠 제작 지원과제의 일환으로 선정 - 마산‘로봇랜드’ 등 민간부문의 연계 가능성이 높고 시장 친화형 콘텐츠 가능성이 높음
	1-2. 문화유산 기반 실감콘텐츠 개발 및 육성 (가야사 기반 실감콘텐츠개발 및 육성 첨단컨텐츠융합 뮤지엄 조성 등 문화유산과 콘텐츠 융합)	○ 경남도와 일부 기초지자체(창녕, 함안 등)의 가야사 콘텐츠 사업 추진 의지 ○ 지역 관광사업과의 연계를 통한 연계효과 우수 ○ 문화비전2030의 9대 의제중 하나인 지역문화보존 실현 ○ 정부의 ‘선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래성장동력 확보 전략’에 따른 과제 선정 : 문화공간체험형 콘텐츠 구축 과제의 주요 내용이 문화유산 실감콘텐츠 사업을 세부 지원내용으로 하고 있음
	1-3. 5G 실감콘텐츠 육성	○ 국내외 5G콘텐츠의 시장 확대 ○ 3대 혁신전략 중 하나인 ‘선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래성장동력 확보’전략에 따른 5) 시장주도형 킬러콘텐츠 제작 지원과제의 세부 내용이 5G콘텐츠, 실감콘텐츠 육성을 포함하고 있음
	1-4. 실감콘텐츠 혁신 프로젝트 (XR+α)	○ 실감콘텐츠 시장 규모의 급속한 증가 예상 ○ 정부 3대 혁신전략 중 하나인 선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래성장동력 확보전략의 세부 과제인 「실감콘텐츠 혁신 XR+α프로젝트」에 따라 경남도 차원에서 공공서비스 산업과 기술분야에서의 국가 지원사업 발굴과 국비 유치

□ 전략 2. 문화격차 해소를 위한 콘텐츠 향유 기회 확대

- 경남 콘텐츠산업 발전전략으로 도출한 4대 전략 중 두 번째인 ‘문화격차 해소를 통한 콘텐츠 향유 기회 확대’ 전략의 4개 세부 추진과제에 대한 선정근거는 아래와 같음

<표 V-4> 과제선정 근거 : 전략2. 문화격차 해소를 위한 콘텐츠 향유 기회 확대

구분	추진과제 (안)	선정 근거
전략2. 문화격차 해소를 위한 콘텐츠 향유 기회 확대	2-1. 지역 간 문화콘텐츠 격차 해소 개선	○ 새정부 문화정책 기초 : “지역과 일상에서 문화를 누리는 생활문화 시대” 구현을 위해 문화향유 확대와 지역간 문화격차 해소를 주요 내용으로 하고 있음 ○ 경남도정 4개년계획 중 문화관련 정책의 하나인 문화역량강화 구현에서 강조하고 있는 도민 문화향유 기회 확대의 일환으로 도내 문화 소외지역에 대한 문화격차 해소사업 추진
	2-2. 문화콘텐츠산업 육성권역 설정	○ 경남도내 문화격차 해소를 위한 문화산업 네트워크 강화 ○ 문화 소외지역에 대한 정책적 소외를 없애고 문화정책 추진 시 균형적인 정책과 예산 수립
	2-3. 주민 체감콘텐츠 및 체험형 콘텐츠공간 구축	○ 정부의 문화비전 2030의 지역문화분권 실현을 위한 지역 콘텐츠, 지역 특화 콘텐츠 육성을 위한 기반조성 일환
	2-4. 문화향유 시설 대상 첨단기술 지원	○ 문화격차 해소를 위해 문화향유 시설 대상으로 첨단기술 지원을 통한 주민 관심도 및 첨단 콘텐츠 접착기회 확대

□ 전략 3. 콘텐츠산업 지원체계 구축으로 혁신생태계 조성

- 경남 콘텐츠산업 발전전략으로 도출한 4대 전략 중 세번째인 ‘콘텐츠산업 지원 체계구축으로 혁신생태계 조성’ 전략의 4개 추진과제에 대한 선정 근거는 아래와 같음

<표 V-5> 과제선정 근거 : 전략3. 콘텐츠산업 지원체계 구축으로 혁신생태계 조성

구분	추진과제 (안)	선정 근거
전략3. 콘텐츠산업 지원체계 구축으로 혁신생태계 조성	3-1. 가치사슬 전 단계 지원 강화	○ 문광부의 지역 콘텐츠산업 지원정책의 새로운 방향 (2018.10)이 기존의 단기적, 단발적, 일시적 지원에서 제작, 유통 병행 지원으로 정책 전환이 되고 있음 ○ 지역 창업생태계를 구축하고 창업기업의 안정적 정착을 위해서는 창작제작부터 유통판매까지의 전 주기적 지원이 강화되어야 함 ○ 특히 판로 애로를 겪는 초기 창업기업의 경우 창작 및 제작에서 판로 및 시장개척까지의 지원을 통해 창업기업의 사업 안정화를 통해 콘텐츠 기업의 활발한 창업 확산
	3-2. 투자활성화 및 투자여건 조성	○ 국가 콘텐츠산업의 3대혁신전략 중 첫 번째인 ‘정책금융확충으로 혁신기업의 도약지원’의 일환으로 ‘콘텐츠 모험투자 펀드’과제를 추진할 계획 (콘텐츠기업의 기획개발 및 제작초기 지원을 확대하고 소외장르 투자 확대 등) 경남지역에서도 투자펀드를 활성화하여 우수 창업기업, 아이디어기업의 투자유치를 적극 지원함으로써 투자활성화를 통해 콘텐츠산업 생태계를 공고히 하고자 함
	3-3. 콘텐츠 기업보증 확대	○ 국가 콘텐츠산업의 3대혁신전략 중 첫 번째인 ‘정책금융확충으로 혁신기업의 도약지원’의 일환으로 기업보증 확대가 이루어질 계획 - 콘텐츠기업에 특화된 특화보증과 콘텐츠상품 제작에 필요한 자금 지원으로 콘텐츠완성보증에 대한 공급을 확대하여 기업들의 안정적인 콘텐츠 제작 여건을 확보하고자 함
	3-4. 개인 창작자 및 1인 창작기업 지원 활성화	○ 콘텐츠산업의 특성상 아이디어가 풍부한 창의적인 기업의 활발한 활동이 무엇보다 필요함. 개인 창작 및 1인 창조기업의 활성화를 위해 지역의 특화콘텐츠 강점을 가지고 있는 개인 만화가 등 1인 창작, 1인 미디어 기업 등을 적극 지원함으로써 창업 생태계의 활발한 붐 조성

□ 전략 4. 문화콘텐츠 인프라 활용 여건 조성

- 경남 콘텐츠산업 발전전략으로 도출한 4대 전략 중 네 번째인 ‘문화콘텐츠 인프라 활용 여건 조성’ 전략의 4가지 추진과제에 대한 선정 근거는 아래와 같음

<표 V-6> 과제선정 근거 : 전략4. 문화콘텐츠 인프라 활용 여건 조성

구분	추진과제 (안)	선정 근거
전략4. 문화콘텐츠 인프라 활용 여건 조성	4-1. 문화콘텐츠 거점기관 기능 정상화	○ 콘텐츠산업 정책이 중앙주도에서 지역 주도로 변화됨에 따라 지역 사업 유치와 지역 콘텐츠산업을 주도적으로 이끌어 갈 핵심 거버넌스 체계 구축이 필요 - 지역 정책 기획과, 지역내 협력과 소통 역할을 담당하고 산·학·연·관을 아우르는 거버넌스 체계를 구축, 조직적으로 지역 주도의 문화콘텐츠산업 육성을 위한 결집된 역량을 모을 필요가 있음 ○ 문화소외 지역에 대한 문화향유 기회 확산과 지역 균형의 문화콘텐츠 산업정책과 지원을 위해서는 핵심거점기관의 통합적 역할이 매우 중요 ○ 이를 위해 경남문화예술진흥원을 중심으로 지역 문화네트워크 중심점 역할 강화가 필요 - 실질적인 지역 통합 거버넌스의 담당 역할을 수행할 수 있도록 조직정비와 확대가 필요
	4-2. 체계적 콘텐츠융합 인력양성	○ 지역 콘텐츠 산업의 자생력을 강화하고 지역에 구축된 문화콘텐츠 인프라의 활용을 통한 성과 창출을 위해서는 무엇보다 우수한 융합콘텐츠 인력이 양성되고 확보되어야 함 ○ 정부의 정책과 추진전략의 중요한 방향인 지역 주도의 콘텐츠 산업 경쟁력 강화를 위해서는 콘텐츠산업 종사자, 전문가, 교육생 등이 체계적 협업을 통한 교육으로 지역 인재의 지역 안착으로 선순환 생태계가 조성되어야 함
	4-3. 지속적 문화콘텐츠 인프라 확충 및 활용도 제고	○ 지금까지 경남은 풍부한 문화콘텐츠 인프라를 확충해왔음. 이제부터는 기반시설 등 구축된 인프라를 효과적으로 활용, 성과창출로 이어져야 할 과제를 안고 있음 ○ 국가는 지역 주도의 콘텐츠산업을 지원하기 위해 콘텐츠 분야 기반시설들을 지역으로 확산해가고 있음. 이를 위해 타지역과의 경쟁에서 앞서가기 위해서는 지속적 인프라 확충이 필요함
	4-4. 게임산업 육성기반 확충	○ 융합형 게임산업 육성 등 지역 기반 게임기업의 제작 지원 및 글로벌 게임센터 유치 중 경남 게임산업의 지속적 육성 기반 확충 ○ e-스포츠 경기장의 수도권 집중 해소를 위해 2019년에 대전, 부산, 광주가 e-스포츠 경기장 조성도시로 선정되었음. 향후 추가 경기장 조성 계획에 대비 경기장 유치사업 지속이 필요함

2) 경상남도 문화콘텐츠산업 육성 비전과 전략

- 경상남도 문화콘텐츠 산업의 비전을 4차 산업혁명시대 문화콘텐츠산업의 도약과 비전에 따라 경상남도의 콘텐츠산업 4대 추진전략과 16개 세부 정책과제는 아래와 같이 도출하고자 함



[그림 V-1] 경상남도 문화콘텐츠산업 육성 비전과 전략

3. 과제별 추진 사항

1

융합형 콘텐츠 및 선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래 성장동력 확보

- 4차산업혁명 시대, 콘텐츠 산업의 경쟁력 진화·수요는 지속적으로 증가하고 있음
 - 급변하는 환경에 부응하여 콘텐츠 산업 경쟁력 강화 전략 수립, 핵심 동력·일자리 창출의 근원으로써 위상 강화 필요
 - AI, Bigdata, IOT 등 4차산업혁명 선도기술과 콘텐츠 영역과의 결합 및 융합에 대한 적극 대응이 요구됨
- 새로운 디바이스, 플랫폼 등장에 따라, 콘텐츠 시장의 본격 확대가 예상됨
 - 현재는 로봇, 자율주행차, AI 등 기술적 측면에 관심이 집중되고 있으나, 향후에는 양질의 콘텐츠 확보가 기기의 이용가치와 수요 확산의 핵심
 - 이미 글로벌 ICT 기업들은 경쟁적으로 콘텐츠 투자 확대 중(애플, TV쇼와 영화에 10억 달러 투자계획('17.8월) AT&T 타임워너인수계약('16년), 아마존 내년 45억 달러 콘텐츠 투자전망)
 - 여가시간 증가 및 콘텐츠 이용환경 개선으로, 언제 어디서나 콘텐츠를 소비할 수 있게 되면서 콘텐츠 수요도 지속 증가 전망
- 이에 정부 콘텐츠산업 정책 또한 융합콘텐츠 육성에 집중되고 있으며, 경남도는 지역 차원에서 적극 차세대 융합형 콘텐츠 육성과 관련기술 개발에 대한 중점적인 추진이 필요
- 미래 성장 동력으로서의 뉴 콘텐츠 본격 육성을 위해 콘텐츠 결합 대표 지역 아이템의 발굴이 무엇보다 중요함
 - 경남도가 집적화된 클러스터를 통해 대표적으로 육성할 수 있고 성공 스토리를 쓸 수 있는 아이템(키 콘텐츠)을 발굴하고 새로운 기술과 콘텐츠, 스토리를 적극적으로 융합하여, 표현의 한계를 극복하고 신시장을 창출하는 뉴콘텐츠(VR, AI 등 ICT기술응용 콘텐츠)를 본격 육성해야 함
- 급속한 기술 발전에 따라 콘텐츠 표현과 제작, 소비, 향유, 유통 방식도 빠르게 변화하고 있어 실감콘텐츠로의 발빠른 전환과 육성이 필요함
 - * 16년 VR, AR이 콘텐츠산업을 견인할 주요 트렌드로 부각, 현재는 혼합현실(MR) 등 응용 기술에 기반한 콘텐츠 산업이 새롭게 주목받고 있음
 - * 실감형 기술에 기반을 두고 표현의 한계를 극복하는 콘텐츠, 맞춤형 큐레이션·자동 창작 시

시스템 등의 발달은 콘텐츠의 고부가가치 창출 가능성 극대화

- * 기술경쟁은 날로 가속화되나, 신기술을 활용한 콘텐츠 산업 초기투자 리스크는 여전히 높음
→ 새로운 콘텐츠에 대한 정부 지원을 통해 미래 플랫폼 변화에 선제적 대응 필요

- 향후 차세대 융합형 콘텐츠산업 육성을 위해서는 가상현실 및 방송통신 융합 콘텐츠 발굴과 지원, 관련사업(CG, VR 등) 육성에 예산 집중 투자가 뒤따라야 함
- 시장성이 높은 차세대 뉴 콘텐츠에 대해 기획·제작·유통을 종합지원하는 전주기적 지원이 필요

1-1 융합형 지역대표 아이템 육성 및 발굴

□ 로봇(산업) 융합 콘텐츠 육성과 지원

○ 경남 지역 강점인 로봇산업과의 융합

- 제조로봇 육성 등 경남도의 로봇산업이 제조업 중심으로 육성이 이루어졌다면 앞으로는 로봇과 콘텐츠의 융합을 통해 경쟁력을 키우고 시너지를 낼 수 있는 지원 필요

* 경상남도 제조업 혁신을 이끌 경남 VR·AR 제작센터 개소(2019. 9. 27) : 경남TP가 주도적 담당, 제조업융합 가상현실(VR), 증강현실(AR) 콘텐츠제작·실증, 5G 기반 가상현실(VR)·증강현실(AR) 제작 지원

○ 로봇과 콘텐츠의 결합 : 로봇랜드를 콘텐츠 산업 육성에 적극 활용 (주민과 함께하는 문화융합콘텐츠 개발 (도민 문화향유 기회 확대 일환))

- 로봇기술과 콘텐츠의 융합의 성공 사례 (로봇랜드 연계, 애니매트로닉스 육성 등)
- 국내사례 : 생기원(콘텐츠진흥원 지정 공모 과제, 로봇기술이 많이 들어간 사례)

* 여수엑스포에서 전시된 로봇 개봉 영화 '점박이, 한반도의 공룡 3D'를 제작한 애니매트로닉스 기업인 위저드와 한국생산기술연구원의 공동 기획, 제작 사례

* 스텐트로닉스라는 로봇은 디즈니의 새로운 부서에서 제작을 맡고 있음. 현재 로프를 타고 흔들리며 포즈를 취하고 공중에서 궤도를 스스로 수정하면서 매번 지정된 지점에 착륙할 수 있는 능력을 지녔음. 이를 통해 영화에서 로봇이 인간과 더불어 스텐트맨 역할도 기대하고 있음



※ 참조 : <http://www.irobotnews.com/news/articleView.html?idxno=14385>

□ 애니매트로닉스 기술 육성과 지원

- 영화나 테마파크에 있는 다크라이드의 특수 기술 중 하나로 애니메이션(Animation)과 일렉트로닉스(Electronics)의 합성어로 촬영용으로 쓸 정교한 로봇을 만들어서 움직이게 하는 기술

- * 애니매트로닉스가 최초로 등장한 곳은 월트 디즈니로, 기계적으로 움직이며 소리까지 나오는 모형을 영화나 테마파크에서 사용하기 위해 만든 것이 애니매트로닉스의 기원
- * 2020년에 도코디즈니랜드에서 발표될 '미녀와 야수' 애니매트로닉스(애니메이션과 일렉트로닉스의 합성어)는 방문객 차량이 트랙 없이 자율 주행하는 대형 차장으로 만들어져 영화 속 명곡에 맞춰 스토리를 따라 명장면들을 돌아보게 됨(미녀와 야수 테마의 투자액은 한화로 약 3,500억 원 투자 계획)



※ 디즈니랜드 사례

※ 참조 : <https://www.youtube.com/AttractionsMagazine> 채널

※ 참조 : 주식회사 오리엔탈랜드 보도 자료

1-2 문화유산 기반 실감 콘텐츠개발 및 육성

□ 사업 배경

- 영·호남 연계 고대 문화기반 실감로드 조성사업을 경상남도과 전라남도 공동으로 사업 추진을 건의함(2019. 3)

<영·호남 연계 고대 문화기반 실감로드 조성사업 개요>

- 사업 근거 및 배경
 - 대통령 수석비서관·보좌관 회의 지시사항(2017.06.01.) : 가야사 연구·복원사업은 영호남 공동사업으로 할 수 있으며, 호남남 간의 벽을 허물 수 있는 좋은 사업
 - 영호남 5개 시·도(대구, 경북, 경남, 전북, 전남)에 걸친 가야문화유산 발굴·복원·정비를 위한 법안 '가야문화권 개발 및 지원에 관한 특별법' 제정 추진 중
 - 문화재청 및 영호남 10개 지자체 공동'가야 고분군 2021년 유네스코 세계 유산 등재'추진 중
- 영·호남 연계 고대 문화기반 실감로드 조성사업 건의(2019. 3) : 전라남도, 경상남도
 - 사업기간 및 사업비 : 2020년 ~ 2024년(5개년), 총사업비 260억원(국비 180, 지방비 80)
 - 시행부처 : 문화체육관광부/한국콘텐츠진흥원(추진지자체 : 경상남도, 전라남도)
 - 주관기관 : 경남문화예술진흥원, 전남정보문화산업진흥원
 - 사업내용 : 영호남 콘텐츠 및 관광산업 동반성장 및 고대역사 문화를 활용한 체험형 실감콘텐츠 로드 구축
- 고대 역사문화자원 활용 콘텐츠 개발을 통한 관광효과 및 부가가치 창출
 - 마한·가야 문화권 발굴 고대유적 활용도 증대 및 교육적 가치 제고
 - '남도문예트레네상스' 및 '남해안 신성장 관광벨트사업' 연계 시너지 확보
 - 전남 동부권 및 남해안권역의 새로운 성장 동력 및 지역 일자리 창출
 - 지역의 문화·관광 및 지역산업 육성, 일자리 창출 등 지역경제 활성화 도모

※자료 : 영·호남 연계 고대 문화기반 실감로드 조성사업 건의(2019. 3), 전남정보문화산업진흥원 자료

- 판타지적 소재 활용으로 통합적 ‘고대문화기반 실감로드’ 구축
 - 마한과 가야의 역사적 사실을 토대로 백그라운드 스토리 개발
- ‘고대문화기반 실감로드’ 빅게임 콘텐츠 구축
 - 전체 스토리 개발을 통해 각 12개 지역의 특색을 살린 스토리와 함께 컨셉의 차별화 후 그 컨셉에 맞는 지역 실감로드구축을 통해 영호남 통합 실감로드 구축
 - APP 개발을 통해 전남, 경남 12개 지역을 총 12개 스테이지의 미션존으로 구성 개발된 스토리에 따라 스테이지 1부터 스테이지 12까지 현장에 구축된 실감 콘텐츠를 통한 미션수행 및 클리어

□ 주요 사업내용

- 가야사 기반 실감콘텐츠 개발은 경남도내 김해, 창녕, 진주 지역을 중심으로 역사와 문화 등을 VR 콘텐츠로 체험할 수 있도록 다양한 지원을 뒷받침

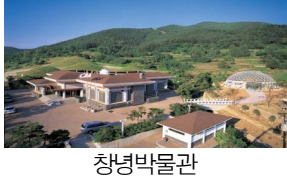
<표 V-7> 지역별 콘텐츠 사업내용

구 분		가야문화권	마한문화권	중복지역	통합 추진계획
지 역		김해,고령,성주,창녕	나주, 영암, 목포	순천,여수,광양, 진주	호·영남지역
주요거점		김해	나주	순천	12개 거점
활 용 콘 텐 츠	1차년	가야의 찬란한 문화를 조명하는 인터랙티브 미디어 파사드	증강현실(AR) 앱을 이용한 마한시대 고분 및 옹관묘 구조 체험	VR 콘텐츠를 통한 고대 시대 전통어로 방법과 어로도구를 통한 입체적 체험	· 통합 배경 스토리 개발 · 스마트투어리즘 플랫폼 개발
	2차년	컨버전스 아트관 및 모션인식, 인터랙티브를 이용한 가족형 퀴즈게임	지오캐싱(Geocaching) GPS를 활용한 보물찾기 놀이 예) 포켓몬고	미디어 테이블을 이용한 다양한 문화 유산 인포테인먼트 구축	· 스토리 기반 통합 빅게임 개발 · 스마트투어리즘 플랫폼 구축
	3차년	가야사 역사와 신화를 담은 테마 스크린 X 및 미디어 파사드로 역사와 문화 플랫폼 구축	고대 뱃길, 마한의 동아시아 베니스사회 형성 관련 유적과 유물등 문화적 유적으로 다양한 해양 체험 플랫폼 구축	가야의 철기 제작에 관련된 역사적 스토리 발굴로 고대 철 제련 관련 인터랙티브 콘텐츠 제공	· 통합 스토리 기반 지역별 스테이지존 구축

※ 자료 : 호·영남 연계 고대 문화기반 실감로드 조성사업 건의(2019. 3), 전남정보문화산업진흥원

- 가야사 기반 실감콘텐츠 개발을 위해 주요 거점지역별로 적합한 콘텐츠 개발 구상은 아래와 같음

<표 V-8> 지역별 콘텐츠 개발 구상

거점지역	지역 및 장소		콘텐츠 내용 및 접목 기술
가야 문화권 핵심거점	김해	 김해가야테마파크	- 가야시대 유적발굴 MR체험 및 퍼즐맞추기 플로어 맵핑 - 가야의 찬란한 문화를 조명하는 환상적 인터랙티브 미디어 파사드 
	진주	 국립진주박물관	- 미디어 파사드를 이용한 진주 고대 해상 활동 및 어업활동 소개 - 미디어 테이블을 이용한 다양한 문화유산 인포테인먼트 구축 
가야 문화권 공동거점	함안	 함안박물관	- 모션 콘트롤 매직을 이용한 고대 인 그리기 - 캔버스 아트관 및 모션인식 인터랙티브를 이용한 가족형 쿼즈 게임 
	창녕	 창녕박물관	- 창녕교동과 송현동고분발굴 현장을 이용한 인공지능 접목 고대인을 만나는 실감형 시간여행가야 발굴현장 체험 - AR 증강현실로 만나는 무덤 짓기, 발굴현장 체험 

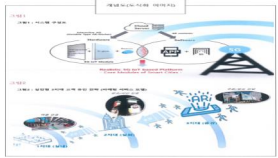
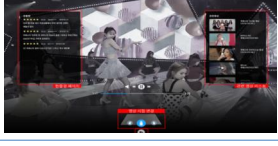
□ 기대효과

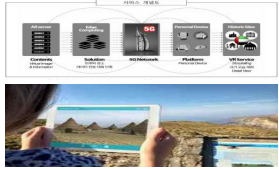
- 문화유산 활용에 따른 향유 증대 및 경제파급효과와 함께 문화유산 활용 콘텐츠 가치향상 및 지역 확산 기여
- 교육, 관광분야 시너지효과 및 고대역사의 중요성 및 인식 저변 확대
- 디지털콘텐츠 제작·보급 확대 등 문화유산 향유 접근성 개선

1-3 5G 실감콘텐츠 육성

- 경남도의 5G 실감콘텐츠의 경쟁력을 확보할 수 있도록, 제작-마케팅 및 판매 등 연계를 통해 도내 기업 지원
- '19년 세계최초 5G 상용화를 계기로 도내기업이 선도 개발한 고품질 5G 실감콘텐츠의 시장 진출 지원
- 이를 위해 5G 실감콘텐츠의 투자유치 및 공동제작 지원

<표 V-9> 국내 5G 실감콘텐츠 주요 사례

분야	회사명	콘텐츠명 / 콘텐츠소개	관련 이미지
AR	홀로웍스	<AR 인공고관절 수술훈련 솔루션> 5G 활용 원격 의료기반 기술 및 AR APP 콘텐츠 개발 - 의료분야 수술 숙련도 향상을 위한 원격지원 모바일 AR 수술 시뮬레이션 시스템 구축	
디지털 AR세트	인스터	<고해상도 LED VFX Wall> - 고해상도 LED 패널 배경에 실시간 카메라 트래킹 기술 접목, 촬영만으로 배경 합성 5G 기반 전 세계 이미지, 동영상, 3D 배경 데이터 저지연 전송 가능	
AR	지스마트 글로벌	<투명디스플레이 IoT 모듈 활용 AR 플랫폼> 5G를 이용하는 IoT 스마트시티 건축 자재로 제품화 및 모바일 디바이스를 통한 AR 콘텐츠 경험	
AR	라이브 몰로	<낙타레이싱 AR 라이브> - 모바일을 통해 낙타경주 경기 생중계에 AR 서비스를 적용하여 흥미 유발 - 영상데이터 감지 등 중동지역 AR 기반 스포츠 방송 시장 선점	
와이드뷰 VR 실감 라이브 중계	주식회사 디케	<5G 고품질 '와이드뷰' 대화면(12k*2k) 및 VR 실감 라이브 중계> 5G 기반 대화면 실감 영상 라이브 스포츠 중계 서비스 제공	
멀티뷰 중계, 소셜VR	문화방송	<MBC <쇼! 음악중심> 5G 멀티뷰 중계와 소셜 VR 서비스> 5G 기반 멀티채널 VR플랫폼으로 중동지역 실시간 K-POP 중계 서비스	
VR	지니뮤직	<5G 스마트폰형 초고화질 3D-8K K-POP VR 앨범 및 서비스> 초고화질 VR 영상 구현 엔진 '알파뷰' 확보 및 상용화 가능	

MR	크리스피	<몰입형 초실감 MR 어트랙션 노리 MR 라이더> ○ MS홀로렌즈와 미디어스크린 서버를 연동한 혼합현실(MR) 어트랙션	
엣지 컴퓨팅, AR	로커스	<엣지 컴퓨팅과 AR 기술을 활용한 증강 헤리티지 콘텐츠> ○ UAE 유적지(문화유산) 실감교류 AR 콘텐츠 개발, 서비스 플랫폼 구축	
ICT	엑싱크	<이벤트 전용 모바일 어플리케이션> ○ 카드섹션을 위한 어플리케이션과 중앙제어시스템 고도화 ○ 컨퍼런스 및 대형 이벤트에 필요한 실시간 투표, 퀴즈 등 실시간 행사	

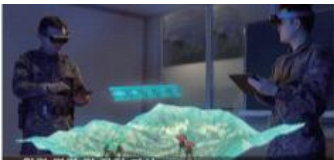
- 5G 콘텐츠 플래그십 프로젝트 : 초기 시장 선점 위한 5G 킬러콘텐츠 개발
 - 실감미디어(360도 멀티뷰 영상 등), 실감커뮤니케이션(MR원격회의 등), 실감라이프(VR여행 등) 등 문체부에서는 3대분야 중점 제작 지원 계획

실시간 VR SNS	K팝공연 VR생중계	AR캐릭터 활용 영상
		

1-4 실감콘텐츠 혁신 프로젝트(XR+α)

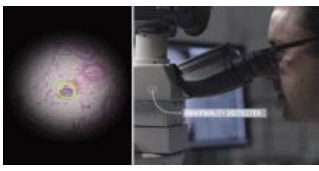
* XR=VR(가상현실)+AR(증강현실)+MR(혼합현실)

- 국내외 공공분야를 중심으로 실감콘텐츠 활용이 활발하게 이루어지고 있음
- 공공서비스 분야
 - 국방훈련, 실감교육, 실감의료 분야를 중심으로 한 VR 실감콘텐츠 사례

AR원격 전투지휘	홀로그램 대학원격교육	VR수술 시뮬레이션
		

○ 산업·과학기술 분야

- 실감정비, 가상훈련, 생명공학연구 등의 분야에서 이루어지고 있는 실감콘텐츠 사례

AR 매뉴얼 정비	공간정보 기반 이동체 가상훈련	AR현미경
		

- 경상남도의 공공서비스 부문을 중심으로 실감콘텐츠 활용가능 분야 발굴과 지원을 통해 실감콘텐츠가 다양한 분야에서 활발하게 이루어지도록 정책적 과제 발굴이 필요함

- 도내 주요 박물관 등에 체험관을 조성, 실감콘텐츠의 확산
- 드론, 자율주행차 등의 유·무인 이동체의 가상훈련 등

- 한류 실감콘텐츠 : 게임, 음악, 드라마 등 한류 선도분야 실감기술 접목

- 실감게임, 음악콘텐츠와 신기술 융합(K팝공연, 뮤직비디오+VR·AR 등), VR·AR 활용 웹툰, 실감 방송영상콘텐츠 등

2

문화격차 해소를 위한 콘텐츠 향유 기회 확대

2-1

지역 간 문화격차 해소 개선

□ 지역 소외 문제 해결

- 창원(마창진) 등 일부 도시권에 문화콘텐츠 예산 및 인프라가 집중되어 있고 양산, 김해, 진해시와 같이 지리적 위치와 생활권이 부산권에 가까운 기초지자체들의 문화소외와 지역 간 문화격차를 해소할 수 있도록 균형 있는 정책적 지원이 펼쳐질 수 있어야 함
- 지역 균형 문화산업지원정책, 콘텐츠 발전 전략 수립 등 지역균형문제 해소 필요

- 창원시와 인근 타 시·군의 협력 및 연계사업 등 지역 간 연계가 활발하게 이루어질 수 있어야 함. 이를 토대로 대도시권에 집중되고 있는 지역 간 문화격차를 해소할 수 있고 경남도 전반적으로 고른 문화산업 육성 토대를 만들어 갈 수 있음

2-2 문화콘텐츠산업 육성권역 설정

□ 지역 균형발전과 협업이 가능한 문화산업 권역 조성(동부권, 서부권)

- 경남도를 각 지역의 산업적 특성과 자원 분포, 생활권 등에 따라 2개 권역으로 구분하여 지역 균형 발전과 문화콘텐츠향유 기회, 문화격차 해소
 - 지역 간 협력과 연계가 활발하게 이루어질 수 있도록 효과적인 지원체계 구축과 정책적 시너지 효과를 제고하고 지역 상생의 토대 마련
- 지리적인 문제를 고려, 문화콘텐츠 지원기관 분소 설치 필요
 - 지역 문화콘텐츠산업 거점기관을 동부권, 서부권 센터의 기능을 할 수 있는 분소 설립
 - 진주 콘텐츠코리아랩 등 기존 문화콘텐츠 지원기관을 지역문화콘텐츠산업 거점기관의 분소 형태로 운영

* 사례 : 경북문화콘텐츠진흥원은 최근 경북콘텐츠진흥원 동남권센터를 경주에 설립

2-3 주민 체감콘텐츠 및 체감형 콘텐츠 공간 구축

- 실감형 콘텐츠 : 도내 대표 문화관광거점 지역을 중심으로 실감문화체험 공간 조성, 도내 권역별로 대표지역을 중심으로 도민 향유기회 확대
 - 제주도 빛의병커 사례처럼 미디어콘텐츠전시 향유 기회 확대. 유희공간 활용 및 산업폐시설물을 활용한 공간변화로 체험적 공간 구축필요(도시재생개념적 접근)
 - 전시(도내 주요 장소에 대형 체험관 개소), 관광(VR미니관광버스), 문화(미술관 등 인근시설 AR도슨트), 즐길거리(5G실시간 대전게임, AR K팝댄스) 등
- 실감쇼핑몰 : VR 피팅이 가능한 VR온라인쇼핑몰, AR피팅, 3D신체 스캐닝 등 실감기술을 접목한 오프라인 쇼핑몰 구축
- 문화예술 실감콘텐츠 : 도내 유무형 유산 통합 실감콘텐츠 개발, 실감기술 활용 무형문화유산 전수 교육, 집단체험 등 문화유산의 실감콘텐츠화

- 도내 문화유산을 정밀실측, 고증 재현 등 모델링을 통해 3D데이터화, 민간에서 활용할 수 있도록 개방형 플랫폼 구축
- 경남도의 역사와 변화에 대한 모형데이터 구축, AI관광가이드, VR, AR게임 제작 등

관객몰입형 전시	실감형 전시관	실감쇼핑몰 AR피팅
		

2-4 문화향유 시설 대상 첨단기술 지원

- 지역 내 뮤지엄, 테마파크, 공연장 등 주요 문화공간과 다중이용시설 등을 중심으로 첨단 기술 서비스 지원

<표 V-10> 첨단기술 지원분야 및 주요 서비스

지원분야	서비스
첨단뮤지엄	 - 지능형 로봇 도슨트 기반 전시안내 - 안경 기반 맞춤형 전시체험 서비스 - 대형 사이니지 기반 박물관 안내 - 인터랙티브 전시교육 체험 안내
첨단 테마파크	 - AR인터랙션 게임서비스(영상합성 및 다중 사용자 인터랙션 기술) - VR롤러코스트 서비스 - 웨어러블 디지털 원패스 서비스 등
첨단 아레나	 - 자연친화 공연서비스(첨단 실내외 공간설계, 초대형 실감디스플레이 등) - 첨단 스테이지 서비스(첨단 무대구축 기술, 이동무대, 모션인식, 분산제어, 와이어 플라잉, 인터랙션 등) - 공연 패키지/운영 플랫폼
첨단 페스티벌	 - 첨단 편의서비스(실내외 안전 및 편의설계/구축) - 첨단 안내서비스(빅데이터 분석을 통한 관람동선 제공 기술 등) - 대체현실 콘텐츠 서비스 - 여행가이드 맵 구축 - 콘텐츠 공유 서비스(지역 연결 콘텐츠 표준 DB 클라우드 등)

3

콘텐츠산업 지원체계 구축으로 혁신생태계 조성

3-1 가치사슬 전 단계 지원 강화

□ 첨단 융·복합 콘텐츠 기술개발 예산 적극 투입, 집중 육성

- 융·복합 콘텐츠의 타산업 파급효과 등 중요성이 보다 높아지고, 대형 콘텐츠 수요가 확대될 것으로 예상됨에 따라, 중장기적으로 대형 콘텐츠 및 관련 기술 개발과 이의 상품화까지 이르는 종합적 지원이 보다 절실히 요구됨
 - * 가상현실콘텐츠 발굴지원, 방통 융합형콘텐츠 발굴, 가상세계 산업육성 등
 - * OSMU 뿐 아니라 단위콘텐츠(영상, 게임 등)의 규모 확대를 지원할 수 있는 정책적 지원
- 또한, 디지털 디바이스 등의 고도화·지능화에 따른 콘텐츠 수요에도 적극적인 대비가 필요
 - * 대표적으로, 최근에는 로봇의 경우 로봇의 성능보다는 로봇에 융합된 콘텐츠가 주목받고 있으며, 로봇 디바이스의 성패를 좌우할 것으로 인식

3-2 투자활성화 및 투자여건 조성

- 1인창조기업, 스타트업기업, 예비창업기업, 사회적 기업 등 후발 주자들이 성장할 수 있는(투자 할 수 있는) 지원환경 조성 필요(투자환경, 투자여건 조성)
 - 투자가 만들어 질 수 있는 환경 조성
- 콘텐츠 투자펀드 조성
 - 투자펀드 활성화를 위해 음악, 영화, 게임, 애니메이션 등 투자성치가 좋은 장르를 중심으로 투자펀드의 활발한 조성
 - 콘텐츠 생산과 유통, 소비가 지역 내에서도 충분히 가능하고 아울러 지역을 넘어설 수 있는 대표 육성 콘텐츠를 중심으로 투자펀드 조성
 - 펀드의 역할, 기능, 성과, 사례 등에 대한 기업과 투자자 대상의 투자안내 필요
- 정부가 적극 추진을 천명하고 있는 콘텐츠 모험 투자펀드를 활용함으로써 지역 기업의 투자 활성화 촉진

〈정부 콘텐츠 모험투자펀드 조성사업 개요〉

- 2019년 9월 발표된 콘텐츠산업 3대혁신전략은 ‘콘텐츠 모험투자 펀드’를 조성하여 기획개발, 제작초기, 소외장르에 집중 투자하여 기존 투자 사각지대를 해소하고자 ‘22년까지 총 4,500억 규모의 투자 조성을 계획하고 있음
- 정책금융과의 연계지원강화를 위해 장르별로 분산된 투자유치설명회를 통합, 투자효과 극대화를 위한 연계지원사업을 20년에 신설할 계획하여 중소기업 대상 마케팅·홍보 등 연계지원과 콘텐츠제작지원사업은 실험·예술적작품, 시장미형성 분야 등으로 집중, 기업 생애주기 지원·일자리 창출 등 간접지원 중심으로 전환계획

《모태펀드 문화계정(모험투자펀드 신설) 운영구조 및 방식》

구분	목적	출자 분야(예시)	비고
일반투자펀드	산업경쟁력강화 중견기업 육성	· 뉴(NEW)콘텐츠펀드 · 기업지분투자전문펀드 · 콘텐츠 민간제안펀드	투자 자율성 강화 (주목적 투자비율 완화, 장르 제한 최소화 등)
모험투자펀드	초기단계 투자 취약장르 지원	· 제작초기/기획개발 · 애니메이션, 출판, 음원 · 소액투자 전문펀드	펀드운용 인센티브 제공 (정부출자비중 상향조정 등)

※ 자료, 콘텐츠산업 3대혁신전략, 관계부처합동, 2019. 9

3-3 콘텐츠 기업 보증 확대

- 유망 콘텐츠 기업에 대한 콘텐츠기업 특화보증 확대(금융위, 신용보증기금 ‘22년까지 1,000억원 추가공급 계획)
- 콘텐츠 저작권(IP)을 활용한 사업화자금 지원확대, 콘텐츠 가치평가 활성화 등
- 2022년까지 콘텐츠산업 정책금융 1조+a추가확대
- 콘텐츠 분야에 일반 기업보증 규모 단계적 확대(금융위, 신보·기보 등, ‘22년까지 4,200억원 추가공급 계획)
- 콘텐츠 문화상품 제작에 필요한 자금을 지원하는 콘텐츠 완성보증 공급 확대(문체부, 신보·기보, 2022년까지 2,200억원 추가공급 계획)

〈정책금융 규모 확대〉

(단위 : 억원)

구분 (단위: 억원)		'19년		'22년	'20~'22 추가공급규모
투자	일반펀드	4천	▶	4천	-
	모험펀드(신설)	-		2천	4천 5백
	소계	4천		6천	4천 5백
보증	완성보증	1천		2천	2천 2백
	일반기업보증	1조 2천		1조 4천 1백	4천 2백
	콘텐츠기업보증(확대)	-		3백(추산)	1천
	소계	1조 3천		1조 6천 4백	7천 4백
합계		1조 7천		2조 2천+a	1조+a

※ 자료, 콘텐츠산업 3대혁신전략, 관계부처합동, 2019. 9

3-4 개인창작자 및 콘텐츠 1인창작기업 지원 활성화

□ 개인 창작 활동자 지원 및 적극 육성

- 신규 창작자 발굴, 콘텐츠 제작지원, 사업화 및 유통 지원 등 선순환 생태계 형성을 위한 전주기 지원 방안을 마련
 - 만화 등 개인 활동 작가와 전문인력의 창업과 기업화 필요
 - * 정부는 최근 콘텐츠산업의 활발한 생태계 조성을 위해 콘텐츠 모험펀드를 신설하여 기획개발, 제작초기, 소외 장르에 집중 투자하는 콘텐츠모험투자펀드를 신설, '지역콘텐츠펀드'를 조성, 창작결과물을 담보로 한 자금 지원, 수요자·투자자 간 매칭 등 지역 기업의 콘텐츠 생태계 구축을 위한 지원에 적극 나서고 있음
 - 창작자 지원을 통해 창업기업 활성화, 창작과 기획, 개발활동이 활발하게 이루어져 지역 내 구축된 콘텐츠 기반시설 및 인프라의 활용 성과로 연결
- 1인 미디어기업 육성
 - 과학기술정보통신부는 8월 혁신성장 전략점검회의에서 「1인 미디어 산업 활성화 방안」을 확정·발표
 - 지난 4월 세계 최초로 우리나라에서 5세대 이동통신(5G) 서비스가 상용화되면서 고화질의 실시간 콘텐츠 수요 증가 예상, 1인 미디어는 5G 시대 혁신성장의 새로운 기회가 될 것
 - 1인 미디어가 전자상거래, 관광, 교육 등 타 산업 분야와 융합될 경우, 다양한 분야에서 새로운 경제적·문화적 부가가치 창출이 가능
 - * 「1인 미디어 산업 활성화 방안」은 '1인 미디어 활성화를 통한 미디어 신산업 육성'이라는 정책목표 하에, ① 성장 기반 조성, ② 산업 생태계 강화, ③ 1인 미디어 저변 확대의 3대 분야 10개 중점 추진과제로 구성

4

문화콘텐츠 인프라 활용 여건 조성

4-1 문화콘텐츠 육성 거점기관의 기능 정상화

□ 경남문화예술진흥원의 사업영역 정비 및 기능 정상화 필요

- 이러한 사업들의 통합적 구심적 역할을 할 수 있는 거점기관의 역할을 하기 위해서는 지역 문화콘텐츠 산업 육성을 선도하는 '경남문화예술진흥원'의 명칭을 기술기반의 지원기관으로의 명칭 변경과 조직의 정비, 기능 정상화(진흥원 분리 등)가 필요함

- 이를 통해 지역문화콘텐츠 육성 거점기관의 역할을 더욱 강화하여 4차산업혁명을 선도하는 콘텐츠 육성기관으로서 주도적인 거버넌스 기능이 요구됨

4-2 체계적 콘텐츠융합 인력양성

□ 문화콘텐츠 인력의 기술교육 및 융합, 협업교육 강화

- 4차 산업혁명에 따라 경제·사회 전반에 걸친 혁신적 변화에 따른 우수한 지역 인력의 배출
 - 전공지식, 스토리텔링 능력, 인문학적 자질과 범 장르적 기술 적용현상이 앞으로 일반화됨에 따라 기술에 대한 이해 및 처리 능력이 향후 콘텐츠 인재의 중요 조건이 되어가고 있음
 - 가상현실(VR) · 로봇틱스 · 인공지능(AI) 등 문화기술의 발전으로 콘텐츠 분야에도 기술과의 결합이 중요, 문화콘텐츠 인력의 기술교육 강화와 함께 융합, 협업교육이 필요하며, 지역에서도 이러한 인력양성의 신규 배출과 기존 인력의 역량강화가 요구됨

- 인공지능, 사물인터넷 등 기술동향에 콘텐츠를 접목한 신규과정 개설
- 문화예술 · 콘텐츠 분야와 기술의 융합형 교육 확충

<표 V-11> 인력양성 예시

구분	프로젝트 예시
애니메이션 X 로봇틱스	로봇틱스와 애니메이션의 결합
캐릭터 X IoT	스마트 토이
음악 X IoT	스마트 스피커
스토리 X 빅데이터	독자 참여 소설
패션디자인 X IoT	기능성 소재 및 IOT 액세서리를 활용한 패션디자인
건축디자인 X 로봇틱스	건축과 관련된 로봇틱스의 사례

□ 프로젝트 기반 융합인력 양성

- 서로 다른 영역에서 활동하던 인력들을 팀으로 조직화, 이들의 상호작용을 통해 프로젝트를 구현할 수 있도록 지원
 - 시장선도형 뉴콘텐츠 프로젝트, 신규 장르 프로젝트 중심 추진
- * 애플리케이션의 성공사례를 보면 1인 개발자보다는 음향, 그래픽, 스토리 등 해당 분야 전문가들이 모여 하나의 아이디어 구현

○ 인력 간 창작환경 조성 및 지원

- 서로 다른 영역의 관련 인력들이 지속적으로 접촉할 수 있는 환경 조성



[그림 V-2] 인력 간 창작환경 조성 및 지원

4-3 지속적 문화콘텐츠 인프라 확충 및 활용도 제고

□ 문화콘텐츠융합지구 조성 사업

○ 융합지구 조성

- 융합지구 내 세제 혜택, 일자리 모델 구축 등 집적지 조성을 통한 시너지 효과 창출을 위해 경남도 차원의 적극적 대응 및 정책적 지원 모색
- 범 정부차원에서 고용노동부 주관으로 추진하고 있는 ‘노사상생형 지역일자리 창출사업’의 일환으로 경남도 혹은 기초지자체 차원에서 문화콘텐츠 융합지구 조성을 통한 노사상생 일자리 창출 모델 구축 가능
- 정부는 상생형 일자리 창출의 지속적 확대 실시를 천명하고 있는 바 문화융합 지구 내 제조업과 문화콘텐츠 기술 융합을 통한 상생형 사업의 성공적 모델 조성으로 경남의 주력산업인 제조업과의 지역상생 가능

* 산업부는 2020년 지역경제 활성화 지원 예산을 올해보다 14.9% 증가한 1조6,168억원으로 편성, 산업단지 입주기업·근로자 지원시설, 스마트 특성화 기반 구축사업, 노사 상생형 일자리 창출 등에 사용(산업부는 상생형 지역일자리 모델 확산을 위해 9월 상생형 지역일자리 지원 사업 적극 추진을 밝히고 이를 위해 상생형지역일자리지원센터 개소)

4-4 게임산업 육성 기반 확충

□ 지역 기반 게임산업 육성을 위한 글로벌게임센터 유치 필요

○ 경남 게임산업의 지속적 육성 및 기반 확충

- 지역 게임기업 제작지원과 인큐베이팅 등 지역의 인적, 물적 특화자원 및 네트워크를 활용한 지원사업 추진 등 게임산업의 지역 기반 확충을 통해 게임산업 생태계 강화가 필요

- 이를 위해 경남도에 글로벌게임센터를 유치하여 지역 기반의 게임산업 생태계 구축과 글로벌화를 지원함으로써 게임산업 육성의 기반을 다져가야 함
- 글로벌게임센터에서는 게임 전문인력 양성과 지역 소재 아이디어 및 콘텐츠 발굴을 통한 지역 맞춤형 게임 콘텐츠의 강화, 게임기업의 글로벌화 지원 등 글로벌 시장 수요 맞춤형 게임 개발 특화 지원 등의 사업 추진이 가능

<표 V-12> 글로벌게임센터 전국유치 현황

구분	지역	선정년도	위치
광역시	부산글로벌게임센터	2015년	부산문화콘텐츠 내
	대구글로벌게임센터	2014년	대구모바일게임센터 내
	대전글로벌게임센터	2015년	대전정보문화산업진흥원
	광주글로벌게임센터	2016년	광주정보문화산업진흥원 내
광역시도	경기글로벌게임센터	2016년	경기창조경제혁신센터 내
	전북글로벌게임센터	2014년	전라북도문화콘텐츠산업진흥원 내
	전남글로벌게임센터	2017년	전라남도문화콘텐츠산업진흥원 내
	충북글로벌게임센터	2018년	청주시문화산업진흥재단 내
	충남글로벌게임센터	2019년	충남콘텐츠기업육성센터(아산)
	경북글로벌게임센터	2016년	경북테크노파크 내

- 로봇 게임 콘텐츠 산업 육성 등 지역 기반 게임산업 육성
 - 지역 대표산업인 로봇 게임 콘텐츠산업 육성 등 융합형 로봇 게임개발에 대한 적극적인 지원과 투자가 있어야 함
 - 최근 인공지능(AI) 기술을 근간으로 한 '게임판 알파고'의 등장 등 게임산업의 기술변화에 적극 대응하고 지속적인 성장을 위해 지역 게임업체들에 대한 기술 개발 지원 및 우수 인력양성, 국내외 시장창출 지원이 요구되고 있음

□ e-스포츠 산업 육성을 위한 e-스포츠 경기장 조성 (국비사업 유치)

- 정부는 3대혁신전략의 세부 사업으로 한류콘텐츠 관광자원화를 위해 e-스포츠 경기장 구축 등 인프라 확대사업을 계획하고 있어 경남도 또한 적극적인 국비사업 유치를 통해 e-스포츠산업 육성 기반을 확충해나가야 함
 - 2019년 3월 부산, 광주, 대전에 3개 경기장을 선정함

<2019년도 e-스포츠경기장 선정 현황>

- 주관 : 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원
- 지원사업명 : e-스포츠 상설경기장 구축지원사업 (사업공고 2019, 1월, 선정 2019년 3월)
- 사업목적
 - e-스포츠 상설 경기장 구축 및 운영을 통해 e-스포츠 문화산업 전반의 저변확대 등 진흥도모
 - e-스포츠 경기외 아마추어 게임단 및 e-스포츠 커뮤니티 운영, 게임 마케팅 등 지역 게임산업 진흥 및 건전 게임문화 정착을 위한 지역 e-스포츠 거점 구축
- 지원내용 : e-스포츠 상설경기장 시설 구축 공사비, 시설장비 구입비
- 지원규모 : 총 3개 / 총 9,000백만원 이내(1개 3,000백만원 이내)
- 공모현황 : 5개 지자체 지원, 부산, 대전, 광주 3개지역 선정(부산 400석, 광주 1000석, 대전 300석 규모)

<부산 e-스포츠 경기장>



- 서면에 위치한 복합 쇼핑몰 '피에스타' 건물 15, 16층에 조성
- 국제e-스포츠연맹과의 협력하에 e-스포츠 세계 표준화 추진

<광주 e-스포츠 경기장>



- 조선대 해오름관에 조성
- 지역대학의 e-스포츠 활성화 를 위한 아카데미 운영 등 지역대학 참여와 연계 강점

<대전 e-스포츠 경기장>



- 엑스포과학공원내 첨단과학관 리모델링
- 'e-스포츠 한발대전' 등 지역 리그와 글로벌대회 개최

- 향후 경기장 추가 지정을 계획하고 있어 e-스포츠 경기장 유치를 위한 도 차원의 적극적인 지원과 준비가 요구됨.

* 국내 e-스포츠 산업시장 규모는 세계시장(6억5천500만달러, 약 7천407억원)의 13.1% 수준

- 광역지자체 차원에서도 e-스포츠 경기장을 조성하려는 경기도는 기초지자체의 공모를 거쳐 총 사업비 296억 규모로 성남시에 조성 계획(경기도 지원 100억원)

- e-스포츠 경기장 조성 사례(경기도)

<경기e-스포츠경기장 조성 현황>

- 위치 : 경기도 성남시 분당구 삼평동 판교1테크노밸리내(환상 어린이 공원부지에 조성)
- 사업비 : 총 296억원 (경기도 100억, 성남시 150억, 민간 46억원)
- 사업규모 : 지하1층, 지상3층 규모(400석 규모의 주경기장, 50석 규모의 보조경기장, 야외경기관람, 1,500석, 다목적 공간, 기념품숍, 선수전용공간, PC방, 스튜디오 등)
- '아프리카TV'에서 방송장비와 콘텐츠, 실시간 인터넷·모바일방송 플랫폼 구축 등 전문기술 지원
- 경제적 효과 : 연간 12만 8천여명의국내외 게이머와 팬들의 방문, 관람료와 기념품 구매 등으로 34억 5천만원(1명당 2만 6천8백원) 지출 전망

<사업내용 및 일정>



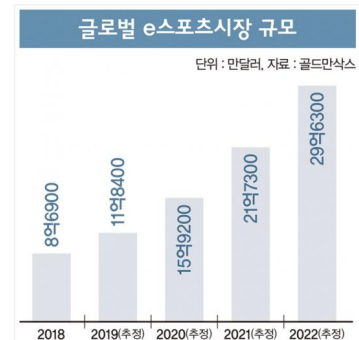
<경기장 조감도 및 입지>



○ e-스포츠 시장의 지속적 성장세

- e-스포츠 시장은 중국에서 2015년 e-스포츠 굴기를 앞세워 거액의 투자를 진행해오고 있음. 중국의 성장세를 본 미국과 유럽도 2017년부터 e-스포츠에 투자를 대폭 늘리고 있는 반면 글로벌시장 대비 한국의 e-스포츠시장 규모는 매년 감소하고 있음. 한국콘텐츠진흥원에 따르면 글로벌 대비 국내 e-스포츠시장 규모는 2015년 18.9%, 2016년 16.8%, 2017년 13.1%로 매년 감소세를 보였음

- 게임시장 조사업체인 뉴주에 따르면 2017년 기준 전세계 e-스포츠시장 매출규모는 북미가 38.0%로 1위를 차지했고 중국이 18.0%를 기록함. 연평균 30%의 성장세가 이어진 사업분야에서 한국은 약 7%의 점유율에 그친 상황



○ e-스포츠시설 인프라 확충을 위한 PC방의 e-스포츠시설 지정에 대한 준비가 필요

- 문체부는 2020년까지 미니(Mini) e-스포츠 상설 경기장인 PC방 100여 곳을 e-스포츠시설로 지정하기로 하고 있음. '19년에 시행령과 시행 규칙을 개정 중임. 관련 기준 마련과 예산을 확보해 내년부터 시행할 계획에 있음. 이를 앞두고 경남도의 PC방에 대한 시설 적합성 검토 등 사전 시설 관리가 필요함

* '한국e-스포츠협회'는 지난 2016년 11월부터 매년 한 차례씩 '공인 e-스포츠 PC클럽'을 모집해 오고 있으며, '19년 기준 전국에 PC방 총 65곳이 지역 거점 생활e-스포츠 경기시설로 지정됨. 아마추어 최고 대회인 '대통령배 전국e-스포츠 아마추어 대회' 지역 예선 시 PC방이 주도적 역할을 하고 있음

○ 제11회 대통령배 e-스포츠대회에서 경남이 우승

- 지난 2019년 8월 2019년 대통령배 아마추어 e-스포츠대회 경남이 우승을 하여 지역의 e-스포츠 조성 인프라를 통해 전문인력 양성과 지원이 지속적으로 이루어질 필요가 있음

<2019년도 제11회 대통령배 e-스포츠대회>

- 2019 제11회 대통령배 아마추어 e-스포츠대회(8월 17-18일)에서 경남도 우승
- e-스포츠대회는 아시안게임으로 정식 종목 채택



○ 창원의 밀리터리 게임 파스타 등 기초자치체의 게임산업 육성과 지원

- 창원 밀리터리 게임 파스타 등 경남 지역의 기초자치체 차원에서 활발한 관심과 지원이 이루어지고 있어 이에 대한 예산, 기술, 홍보 등 다양한 지원을 통해 지역 대표 게임축제로 정착시켜가야 함

<창원 밀리터리 게임 파스타>

- 행사 일시 : 2019. 11. 22-24 (장소 : 창원국제사격장)
- 모바일 게임, VR분야, 사격 등 관련 장르를 아우르는 행사(모바일 배틀그라운드, VR체험 및 서바이벌게임 등)로 1,000여명의 관람객 참가



4. 연도별 정책과제 도출

- 2020~2024까지의 연도별 정책과제를 단기, 중장기 과제로 구분하였음. 연도별 과제 제시는 국가의 콘텐츠산업 4대혁신전략과 추진과제의 일정 검토와 경남 지역 여건 등을 고려하여 연도별로 제시하였음

<표 V-13> 연도별 과제 도출

추진전략	정책과제	일정	2020	2021	2022	2023	2024
1. 융합형콘텐츠 및 선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래 성장동력 확보	1-1. 융합형 지역대표 아이템 육성 및 발굴	중기	●	●	●		
	1-2. 문화유산 기반 실감콘텐츠 개발 및 육성(가야사 기반 실감콘텐츠 개발 및 육성)	중장기			●	●	
	1-3. 5G 실감콘텐츠 육성	단기	●	●			
	1-4. 실감콘텐츠 혁신 프로젝트(XR+α)	단기	●	●			
2. 문화격차 해소를 위한 콘텐츠 향유 기회 확대	2-1. 지역 간 문화콘텐츠 격차 해소 개선	중장기			●	●	●
	2-2. 문화콘텐츠산업 육성 권역 설정	중기	●	●	●		
	2-3. 주민 체감콘텐츠 및 체감형 콘텐츠 공간 구축	단기	●	●			
	2-4. 문화향유 시설 대상 첨단기술 지원	중기			●	●	
3. 콘텐츠산업 지원 체계 구축으로 혁신생태계 조성	3-1. 가치사슬 전 단계 지원 강화	중장기			●	●	●
	3-2. 투자활성화 및 투자여건 조성	단기	●	●	●		
	3-3. 콘텐츠 기업보증 확대	단기	●	●	●		
	3-4. 개인 창작자 및 1인창작기업 지원 활성화	단기	●	●	●		
4. 문화콘텐츠 인프라 활용 여건 조성	4-1. 문화콘텐츠 거점기관 기능 정상화	단기	●	●			
	4-2. 체계적 콘텐츠융합 인력양성	중장기		●	●	●	●
	4-3. 지속적 문화콘텐츠 인프라 확충 및 활용도 제고	단기	●	●			
	4-4. 게임산업 육성기반 확충	중기		●	●		

5. 정책과제별 사업추진 개요

□ 전략 1 : 융합형콘텐츠 및 선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래 성장동력 확보

1-1. 융합형 지역대표 아이템 육성 및 발굴

<표 V-14> 융합형 지역대표 아이템육성 및 발굴

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	· 최근 국가 콘텐츠산업 육성의 정책기조가 '융합형콘텐츠 육성' 으로 변화 · AI, 빅데이터, IOT 등 4차산업혁명 선도기술과 콘텐츠 영역과의 융합 및 결합의 선도적 대응 필요 · 정부의 콘텐츠산업 3대 혁신전략 중 중요 핵심과제인 시장주도형 킬러콘텐츠 지원과제의 실현과 지역차원의 대응사업 필요 · 지역 민간부문과의 연계성이 높고 시장 친화형 콘텐츠 발굴 및 육성을 위한 지역 대표 킬러콘텐츠 육성
사업내용	· 지역 대표 문화콘텐츠 융합형 과제 발굴 정책 연구 · 민간부문과의 로봇융합콘텐츠 사업 지원 : 애니매트로닉스 기술 지원, 마산 로봇랜드 연계 등 · 지역 대표 킬러콘텐츠 육성 사업 추진(지역산업과 결합한 킬러콘텐츠 육성) : 항공우주, 나노, 조선 등 지역 주력산업, 관광자원, 영화·영상 등 지역 특화산업 결합 · 로봇기술 적용 콘텐츠 공모 과제 추진
추진기간	· 중기 (2020년~2022년)

1-2. 문화유산 기반 실감콘텐츠개발 및 육성(가야사 기반 실감콘텐츠 개발 및 육성)

<표 V-15> 문화유산 기반 실감콘텐츠개발 및 육성

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	· 문화유산 실감콘텐츠 사업에 대한 정부 차원의 관심과 지원 · 경남도와 전남도가 영호남연계 고대문화기반 실감로드조성사업 정부 건의 (2019.3) · 경남도와 기초지자체(창녕, 함안 등)의 가야사 콘텐츠사업 추진 의지 · 지역 관광사업과의 연계 효과 우수
사업내용	· 가야사 기반 실감콘텐츠 개발 지원사업 : 역사와 문화 등을 VR콘텐츠를 이용한 체험 및 플랫폼 구축 사업 추진 · 가야사 관련 도내 주요 거점지역별(김해, 창녕, 진주 중심)로 대표 콘텐츠 제작 및 보급사업 추진
추진기간	· 중장기 (2022~2023년)

1-3. 5G 실감콘텐츠 육성

<표 V-16> 5G 실감콘텐츠 육성

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	• 국내외 5G콘텐츠 시장의 지속적 확대 • 정부의 콘텐츠산업 3대 혁신전략에 따라 정부의 5G 실감콘텐츠 육성 과제 대응 차원 • 경남 지역 기업의 5G 실감콘텐츠 경쟁력 확보(제작-마케팅 및 판매 등 연계 지원)
사업내용	• 5G 실감콘텐츠의 투자유치 지원 • 5G 실감콘텐츠 제작 지원 : 5G 킬러콘텐츠 개발 지원 - 실감미디어, 실감커뮤니케이션, 실감 라이프 등 분야별 대표 5G실감 콘텐츠 제작 지원 • 5G 실감콘텐츠의 국내외 시장 진출 지원
추진기간	• 단기 (2020-2021년)

1-4. 실감콘텐츠 혁신 프로젝트(XR+ α)

<표 V-17> 5G 실감콘텐츠 혁신 프로젝트

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	• 실감콘텐츠 시장 규모의 급속한 증가 예상 • 정부의 「실감콘텐츠 혁신 XR+α 프로젝트」에 따라 경남 도 차원에서 공공수요 창출을 위한 관련 부문 공공서비스 산업과 기술분야에서의 국가 지원사업 발굴과 국비 유치 필요
사업내용	• 도내 문화기반시설 중심으로 실감콘텐츠 확산사업(도내 주요 박물관 등) • 공공서비스 분야 실감콘텐츠 개발 및 지원(국방훈련, 실감교육 분야 등) • 산업·과학기술 분야 실감콘텐츠 개발 및 지원 (실감정비, 드론, 자율주행차 유·무인 이동 가상훈련 등) • 한류 실감콘텐츠 육성 사업 : 실감 게임, K팝 등 음악, 웹툰, 드라마 등 방송영상 실감콘텐츠
추진기간	• 단기 (2020-2021년)

□ 전략 2 : 문화격차 해소를 위한 콘텐츠 향유 기회 확대

2-1. 지역 간 문화콘텐츠 격차 해소 개선

<표 V-18> 지역 간 문화콘텐츠 격차 해소 개선

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	• 새정부 문화정책 기조인 “지역과 일상에서 문화를 누리는 생활문화 시대” 구현을 위해 문화향유 확대와 지역 간 문화격차 해소 실현 • 도정 4개년계획 중 문화관련 정책인 도민 문화향유 기회 확대의 일환으로 도내 문화콘텐츠 소외지역에 대한 격차 해소 차원
사업내용	• 사군 간 문화콘텐츠 협력 및 연계사업 발굴 지원 • 사군별 1개씩의 문화콘텐츠 제작과제 선정, 지원 • 문화콘텐츠 격차 및 소외지역 대상 지역 대표 문화콘텐츠 자원을 활용한 콘텐츠 제작 지원
추진기간	• 중장기 (2022년-2024년)

2-2. 문화콘텐츠산업 육성 권역 설정

<표 V-19> 문화콘텐츠산업 육성 권역 설정

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	• 경남도내 문화격차 해소를 위한 문화산업 네트워크 강화 • 문화콘텐츠 거점기관 분소 설치로 지역 균형 지원 강화 • 문화 소외지역에 대한 정책적 소외를 없애고 문화콘텐츠 지원정책 추진 시 균형적인 정책과 예산 수립
사업내용	• 경남도 문화콘텐츠산업 육성 및 지원권역 설정(동부권/서부권 2대권역화) • 문화콘텐츠 거점기관 분소 설치 (콘텐츠코리아랩 등 기존 시설을 거점기관 분소로 활용하는 방안 등) • 권역별 문화콘텐츠 세부 자원계획 수립
추진기간	• 중기 (2020년-2022년)

2-3. 주민 체감콘텐츠 및 체감형 콘텐츠 공간 구축

<표 V-20> 주민 체감콘텐츠 및 체감형 콘텐츠 공간 구축

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	정부 문화비전 2030의 지역문화분권 실현을 위한 지역 콘텐츠, 지역 특화 콘텐츠 육성을 위한 기반조성 일환
사업내용	- 대표적 문화관광 거점지역 중심 실감 문화체험공간 조성 - 도내 유희공간, 폐시설물 활용 콘텐츠 전시 공간 설치(지역 재생사업) - 문화콘텐츠 소외지역 대상 문화콘텐츠 지원사업 - 문화콘텐츠 체험공간 조성 - 도내 다중집합공간 중심 체감형 콘텐츠 설치 확대(체험관, 즐길거리 등)
추진기간	단기 (2020년-2021년)

2-4. 문화향유 시설 대상 첨단기술 지원

<표 V-21> 문화향유 시설 대상 첨단기술 지원

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	문화격차 해소를 위해 문화향유 시설 대상으로 첨단기술 지원을 통한 주민 관심도 및 첨단 콘텐츠 접촉기회 확대
사업내용	- 지역 문화공간 내 콘텐츠 향유 첨단기술서비스 지원사업(뮤지엄, 테마파크, 공연장 등) - 주요 축제 대상 콘텐츠 향유 첨단 서비스 지원(첨단 페스티벌사업) : 첨단안내서비스, 대체현실콘텐츠서비스 등
추진기간	중기 (2022년-2023년)

□ 전략 3 : 콘텐츠 산업 지원체계 구축으로 혁신 생태계 조성

3-1. 가치사슬 전 단계 지원 강화

<표 V-22> 가치사슬 전 단계 지원 강화

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	• 문체부의 지역 콘텐츠산업 지원정책의 새로운 방향(2018.10)이 기존 단기적, 단발적, 일시적 지원에서 제작, 유통 병행 지원으로 전환 • 지역 창업생태계 구축과 창업기업 안정적 정착을 위해 창작제작부터 유통판매까지 전 주기적 지원을 통해 콘텐츠 기업의 사업 안정화와 활발한 창업 확산
사업내용	• 콘텐츠 창업기업 대상 전 주기적 패키지 지원사업 • 가상현실콘텐츠 과제 발굴 및 상품화 지원사업(제작, 유통단계 지원) • 융·복합 콘텐츠 대상 지원사업(기술개발과 상품화 지원) – 로봇융합콘텐츠, 방통융합콘텐츠 등 • 기업지원, 창업 정보 제공 등 온,오프라인 정보지원체계 구축 (기업지원정보 DB구축) • 구인구직 연계 지원 (취창업 박람회, 전문인력 연계 및 활용 지원 등)
추진기간	• 중장기 (2022년-2024년)

3-2. 투자활성화 및 투자여건 조성

<표 V-23> 투자활성화 및 투자여건 조성

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	• 국가 콘텐츠산업 3대 혁신전략인 '정책금융확충으로 혁신기업 도약지원' 일환으로 '콘텐츠 모험투자 펀드' 지원 확대에 적극 대응 (콘텐츠기업 기획개발 및 제작초기 지원, 소외장르 투자 확대 등) • 투자펀드 활성화로 우수 창업기업, 아이디어기업 투자유치를 적극 지원, 경남도의 콘텐츠산업 생태계를 공고히 하고자 함
사업내용	• 콘텐츠 모험투자펀드 조성사업 • 투자유치 설명회 개최 • 지역 콘텐츠기업 대상 정책 홍보 설명회 개최
추진기간	• 단기(2020년-2022년)

3-3. 콘텐츠 기업보증 확대

<표 V-24> 콘텐츠 기업보증 확대

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	- 콘텐츠산업 3대 혁신전략 과제 '정책금융 확충으로 혁신기업 도약지원' 일환으로 콘텐츠기업의 '기업보증 확대 계획 - 콘텐츠 기업에 특화된 특화보증과 콘텐츠상품 제작 필요자금 지원으로 콘텐츠완성보증 공급 확대, 안정적인 콘텐츠 제작 여건 확보
사업내용	- 콘텐츠분야 정책금융활용 사업 기업 설명회 개최 (콘텐츠기업보증 확대, 콘텐츠문화상품 제작에 필요자금 지원하는 콘텐츠 완성 보증사업 등 정책금융 안내) - 콘텐츠 기업 특화보증 수혜 확대 지원 (콘텐츠저작권(IP)을 활용한 사업화자금지원, 콘텐츠가치평가 활성화)
추진기간	단기(2020년-2022년)

3-4. 개인 창작자 및 1인 창작기업 지원 활성화

<표 V-25> 개인 창작자 및 1인 창작기업 지원 활성화

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	창의적 기업 육성과 개인 창작 및 1인 창조기업 활성화를 위해 지역 특화콘텐츠 강점을 가지고 있는 개인 만화가 등 1인 창작, 1인 미디어 기업 등을 적극 지원, 창업 생태계의 활발한 붐 조성
사업내용	- 개인활동 창작자(만화 등)의 기업화 지원 - 개인창작자 대상 투자 정책금융 활용 설명회 개최 - 수요자-투자자 간 매칭 지원사업 - 경남도 1인창작기업(1인미디어 등) 육성 세부계획 수립
추진기간	단기 (2020년-2022년)

□ 전략 4 : 문화콘텐츠 인프라 활용 여건 조성

4-1. 문화콘텐츠 거점기관 기능 정상화

<표 V-26> 문화콘텐츠 거점기관 기능 정상화

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	- 콘텐츠산업 정책이 중앙주도에서 지역 주도로 변화, 지역 사업 유치와 지역 콘텐츠산업을 주도적으로 이끌어 갈 핵심 거버넌스 체계 구축 필요 - 지역 정책 기획과, 협력과 소통, 산학연·관을 아우르는 거버넌스 체계를 구축하여 지역 주도의 문화콘텐츠산업 육성 결집 역량 필요 - 문화소외 지역 배려와 지역 균형 정책과 지원을 위해 핵심거점기관의 통합적 역할 중요
사업내용	- 경남문화예술진흥원 거점기관 역할 강화 추진방안 수립 - 거점기관 역할 강화를 위한 명칭검토, 조직정비 - 기능정상화를 위한 조직 분리 시 효율성 검토 등
추진기간	단기 (2020년-2021년)

4-2. 체계적 콘텐츠융합 인력양성

<표 V-27> 체계적 콘텐츠융합 인력양성

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	- 지역 콘텐츠 산업 자생력 강화와 지역에 기 구축된 문화콘텐츠 인프라 활용 성과 창출을 위해 우수 융합콘텐츠 인력 양성과 확보 - 지역 콘텐츠산업 종사자, 전문가, 교육생 등이 체계적 협업과 교육을 통해 지역 인재의 지역 정착으로 선순환 생태계 조성
사업내용	- 문화콘텐츠 우수인력 양성 지원사업 - 문화콘텐츠 인력의 기술결합을 위한 융합 및 협업교육 지원 - 인공지능 등 신규 첨단교육과정 개설 지원 - 문화콘텐츠와 기술융합형 인력양성 지원 : 애니메이션X로봇틱스 등 - 일자리 연계(양성인력의 취창업 연계 지원, 콘텐츠인력 인턴십 운영) - 프로젝트 기반 융합인력 양성 지원 - 서로 다른 영역 전문가 조직화, 협력사업 지원(팀 형성, 협업 프로젝트 제작지원) - 지역 대학 연계 산학 공동프로젝트 개발 및 지원 - 창작환경 조성 및 지원 사업 - 창업희망인력 융·복합팀 구성, 기업연계프로젝트 지원 - 도내 창작공간 지원 정보 자료집 발간(온라인, 오프라인) - 세대융합 전문인력 네트워킹 및 컨설팅 사업
추진기간	중장기 (2021년-2024년)

4-3. 지속적 문화콘텐츠 인프라 확충 및 활용도 제고

<표 V-28> 지속적 문화콘텐츠 인프라 확충 및 활용도 제고

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	- 경남의 풍부한 문화콘텐츠 인프라 확충 기반시설 등 구축된 인프라를 효과적으로 활용, 성과창출로 이어져야 할 과제 - 국가 정책 방향이 지역 주도의 콘텐츠산업 육성을 위해 콘텐츠 분야 기반시설을 지역으로 확산해가고 있음. 타지역과의 경쟁에서 앞서가기 위해서는 지속적 인프라 확충 필요
사업내용	- 문화콘텐츠 융합지구 조성사업 : 지구 내 세제 혜택, 일자리모델 구축 등 - 도내 문화콘텐츠 인프라 활용 성과 창출을 위한 정책 연구 - 정부의 문화콘텐츠 인프라 조성 공모사업 참가
추진기간	단기 (2020년-2021년)

4-4. 게임산업 육성기반 확충

<표 V-29> 게임산업 육성 기반 확충

구분	주요 내용
사업배경 및 목적	- 게임콘텐츠 제작 지원과 인큐베이팅 등 지속적인 지역기반 확충 - 지역 기반의 게임산업 육성 : 경남의 특화산업 기반을 토대로 융합형 로봇 게임개발 지원 강화 - e-스포츠 경기장의 수도권 집중 해소를 위해 추가 경기장 조성을 계획하고 있어 경남도의 경기장 유치사업 계승 - 대통령배 e-스포츠 대회 우승 등 지역의 e-스포츠 자원 우수
사업내용	- 지역 기반의 게임산업 육성 및 지원 : 글로벌게임센터 유치, 융합형 로봇 게임 개발 지원 등 - 지역 게임업체에 기술이전 사업화 지원 - 경남 게임산업 포럼 개최(네트워킹 활성화) - 밀리터리게임 파스타의 규모 확대 지원 - 정부 e-스포츠 경기장 추가 조성사업 참여 - e-스포츠 활성화 지원 사업 - 전문인력 양성 지원 - e-스포츠 대회 준비 지원 - PC방 시설 지원사업 : PC방의 e-스포츠시설 지정 준비 지원
추진기간	중기 (2021년-2022년)

6. 기타 정책적 검토 사항

□ 중앙의 경남지역에 대한 문화콘텐츠 정책 인식 전환

○ 국가 차원의 문화콘텐츠산업 정책 수립 시 부산·경남 혹은 부산·울산·경남을 아울러서 지원권역으로 설정함으로써 경남도의 지역적 특성이 제대로 반영되지 않고 있음. 이에 따라 정책과 예산 지원에서 경남도가 상대적으로 불리해짐에 따라 중앙정부의 이에 대한 인식 전환 필요

- 동남권 광역 지자체간의 산업구조적 차이, 지리적 특성, 광역시와 광역도가 가지고 있는 차이 등 지역 여건이 무시되고 있어 국가 정책 수립과 예산 편성 시 이러한 인식을 바로 잡도록 경상남도 차원의 적극적인 노력과 문제점 환기가 필요

- 콘텐츠 산업이 수도권에 과다하게 집중되고 있는 지방 소외 현실을 광역시도 간의 협력과 연대를 통해 지방에 대한 예산 배정, 인프라 지원, 정책방향 수립 시 지속적으로 반영되도록 노력해야 함

* 한국콘텐츠진흥원의 2017년 콘텐츠 산업 지역별 매출액 현황자료를 보면 서울지역의 문화 콘텐츠산업 매출액은 72조 4,000억 원, 전국 매출의 64%를 차지하고 있으며, 경기도가 23조 6,000억원 매출로 20.9%를 차지, 수도권이 전체 매출의 85%가량을 차지함. 반면 부산(2조 8,614억)·울산(6,069억)·경남(1조 5,216억)의 총매출액은 4조 9,899억으로 전체 매출액 대비 4.3%에 불과함 (부산일보, 2019. 9. 17)

□ 문화콘텐츠산업 실태조사의 정례화 필요

○ 문체부가 매년 발행하는 국가 승인통계인 '콘텐츠산업통계조사'는 지역 단위에서 활용하는 데는 공표시기, 대상 업종 범위 등에서 일부 한계를 가지고 있어 격년 혹은 3년 주기로라도 경상남도 지역단위의 콘텐츠산업 통계조사를 정례화 하여 실시할 필요가 있음

- 공표시기의 문제 : 국가통계 성격 상 공표시기가 늦어져 지역에서 적시에 정책자료로 활용하는 데 어려움이 있음

- 대상 업종 범위 문제 : 문체부가 매년 발간하는 '콘텐츠산업 통계조사'는 창작, 제작 기업과 최종 유통업체를 모두 포함하고 있어 콘텐츠 제작업을 중심으로 한 자료 활용에는 한계가 있음

< 부 록 >

1. 콘텐츠산업 육성 지원기관

○ 문화콘텐츠산업을 지원하는 경남의 주요 지원기관 현황

<문화산업 관련 지원기관 현황>

순번	지원기관명	전화번호	주소	주요 지원내용
1	(재)경남문화예술진흥원	055-230-8600	경남 합천군 덕곡면 학리1길 58	지역 문화예술육성 전반 지원 : 창작, 교육, 마케팅, 네트워킹 등
2	경남창조경제혁신센터	055-266-2700	경남 창원시 의창구 창원대로18번길 46	창업가, 스타트업 기업 지원
3	경남공예협동조합	055-266-4044	경남 창원시 성산구 용지로111번길 3	공예축제기획, 진행, 공예품 판매, 중개 및 관리
4	경남메세나협의회	055-285-5611~2	경남 창원시 성산구 중앙대로 23 3층	문화예술단체 지원
5	경남문화예술교육지원센터	055-213-8060	경남 창원시 의창구 용지로 248	문화예술 교육기관, 전문인력양성, 박람회, 연구조사 등 사업 안내
6	경남예술창작센터		경남 산청군 생초면 왕산로 453	창작활동지원, 네트워킹구축, 지역연계프로그램, 작가 공간지원, 프로그램 지원
7	(사)경남영상위원회	055-296-0303	경남 창원시 마산회원구 삼호로 63 마산공설운동장	영상콘텐츠 발굴 및 로케이션 원스톱 서비스 지원, 인재발굴 지원
8	경남영화협회	055-283-6300	경남 창원시 의창구 원이대로 450 창원종합운동장 주경기장 152호	경남독립영화제, 영화산업발전도모
9	(사)경남옥외광고협회	055-237-4343	경남 창원시 의창구 용지로 161	옥외광고물 안전도검사, 전시회 기획
10	경남지방중소기업청	055-268-2511	경남 창원시 의창구 창이대로 532번길 50	경남지역 중소기업 육성 및 관련 정책과 정보를 총괄 지원
11	경남지식재산센터	055-210-3080	경남 창원시 의창구 중앙대로 166	브랜드가치제고사업, 디자인가치제고사업, 특허정보종합컨설팅
12	(재)경남테크노파크	055-259-3376	경남 창원시 의창구 창원대로18번길 22	지역산업진흥사업 및 지역 산업기술 육성정책 수립
13	김해영상미디어센터	055-320-1271	경상남도 김해시 김해대로 2060	영상미디어강좌, 인터넷 방송, 아카이브, 대관 및 장비 안내
14	거제상공회의소	055-637-3830	경남 거제시 고현로 14길 43-8	상공인의 권익보호를 위한 다양하고 광범위한 서비스를 제공
15	김해상공회의소	055-337-6001	경남 김해시 호계로 422번길 24	상공인의 권익보호를 위한 다양하고 광범위한 서비스를 제공
16	밀양상공회의소	055-355-7111	경남 밀양시 중앙로 270	상공인의 권익보호를 위한 다양하고 광범위한 서비스를 제공
17	양산상공회의소	055-386-4001	경남 양산시 중앙로 198	상공인의 권익보호를 위한 다양하고 광범위한 서비스를 제공
18	진주상공회의소	055-753-0411	경남 진주시 동진로 255	상공인의 권익보호를 위한 다양하고 광범위한 서비스를 제공

순번	지원기관명	전화번호	주소	주요 지원내용
19	창원상공회의소	055-210-3000	경남 창원시 의창구 중앙대로 166	상공인의 권익보호를 위한 다양하고 광범위한 서비스를 제공
20	통영상공회의소	055-643-2330	경남 통영시 중앙로 242	상공인의 권익보호를 위한 다양하고 광범위한 서비스를 제공
21	함안상공회의소	055-584-2376	경남 함안군 가야읍 함안대로 735	상공인의 권익보호를 위한 다양하고 광범위한 서비스를 제공
22	사천상공회의소	055-833-2204	경남 사천시 용현면 사천대로 969-4	상공인의 권익보호를 위한 다양하고 광범위한 서비스를 제공
23	소상공인시장진흥공단 김해센터	055-323-4960	경남 김해시 호계로 422번길 24, 김해상공회의소 1층	소상공인관련분야의 정책연구, 컨설팅 등 다양한 지원사업
24	소상공인시장진흥공단 진주센터	055-758-6701	경남 진주시 충의로 26, 경남은행 3층	소상공인관련분야의 정책연구, 컨설팅 등 다양한 지원사업
25	소상공인시장진흥공단 창원센터	055-275-3261	경남 창원시 성산구 중앙대로 23, 경남은행 창원영업부 3층	소상공인관련분야의 정책연구, 컨설팅 등 다양한 지원사업
26	소상공인시장진흥공단 통영센터	055-648-2107	경남 통영시 광도면 죽림1로 73, 농협 3층	소상공인관련분야의 정책연구, 컨설팅 등 다양한 지원사업
27	울산경남인쇄정보 산업협동조합	055-268-6788	경남 창원시 성산구 중앙대로111	경영 및 품질 향상 교육 공동판매 사업증대와 인쇄 원부자재 공동구매
28	중소기업중앙회 경남지역본부	055-212-1177	경남 창원시 의창구 원이대로 362, 401호	경영 정보제공과 지도, 교육, 연수사업을 통한 의식 향상 기여
29	중소벤처기업진흥공단 경남동부지부	055-310-6600	경남 김해시 주촌면 골든루트로 80-16	김해, 양산, 밀양, 창녕 중소기업 을 대상으로 정책자금 지원
30	중소벤처기업진흥공단 경남서부지부	055-756-3060	경남 진주시 영천강로 167	진주, 거제, 사천, 통영, 거창, 고성, 남해, 산청, 하동, 함양 중소기업의 다양한 지원시책을 시행
31	중소기업진흥공단 경남지역본부	055-212-1350	경남 창원시 의창구 원이대로 362	창원, 함안, 의령, 함천등지의 중소·벤처기업의 성장·수출·고용 촉진 등의 지원시책을 시행
32	창원컨벤션센터	055-212-1000	경남 창원시 의창구 원이대로 362	인프라, 문화관광자원, 전시컨벤 션 원스탑 서비스 제공
33	한국스토리텔링 진흥원	055-241-6951	경남 창원시 마산합포구 문화동로 6	문화콘텐츠산업, 지역, 기업, 브랜드, 공공기관 스토리텔링 상담, 교육 아카데미 안내
34	(사)한국음악저작권협 회 경남지부	055-295-3112	경남 창원시 의창구 읍성로127번길 23, 2층	저작권신탁관리

※ 자체조사 실시

2. 콘텐츠산업 관련 연구기관

○ 경남지역의 문화콘텐츠 관련 연구기관

<문화산업 관련 연구기관 현황>

순번	지원기관명	전화번호	주소	주요 연구내용
1	경남공공도서관 연구회	055-637-6312	경남 거제시 계룡로 7길 2	도서관 이론 및 실무에 관한연구, 회원의 자질 향상을 위한 연수, 업무에 관한 정보 교환 등
2	경남문화재연구원	055-264-1777	경남 창원시 의창구 무역로 518길 43	문화재에 대한 학술조사를 통해 경남지역의 문화재에 대한 애호사상 고취 및 보존에 기여
3	경남연구원	055-266-2076	경남 창원시 의창구 용지로 248	지역경제발전 관한 체계적인 조사 연구 활동을 통하여 지역단위의 정책개발
4	경남발전연구원 역사문화센터	055-585-5051	경남 함안군 군북면 삼방로 34	도내 문화재 발굴조사 현장설명회, 문화유산답사, 선사문화체험행사 등
5	경상문화재연구원	055-744-2370	경남 진주시 남강로 738 성산빌딩 5층	유무형문화재 및 매장문화재의 보존, 조사, 관리 및 그와 관련된 연구
6	교남문물보존 연구소	055-585-3561	경남 함안군 칠원면 구성길 8-7 칠원쌍방울	문화재 보존처리업무
7	국립가야문화재 연구소	055-211-9000	경남 창원시 의창구 용지로 256	문화재 발굴조사 및 연구, 출토유물의 보존 및 관리, 문화재연구 조사보고서의 발간
8	동서문물연구원	055-314-3891	경남 김해시 대청로104길 66 B동	문화재 발굴 조사 및 연구, 복원, 수리, 자료발간 전문
9	동아세아문화재연구원	055-265-9150	경남 창원시 마산회원구 양덕북4길 48 동문빌딩	전통문화유산에 대한 애호와 보존
10	두류문화연구원	055-329-3936	경남 김해시 장유로 334길 2	매장문화재 연구단체, 학술활동, 문화재조사 등 안내
11	(재)삼강문화재 연구원	055-744-4704	경남 진주시 대곡면 덕곡길 66 경남고고학연구소	매장문화재 지표조사 및 시발굴조사
12	우리문화재연구원	055-297-8892	경남 창원시 의창구 읍성로127번길 27	문화재 지표조사, 발굴조사, 고건축, 보존과학, 문화재 GIS 조사와 연구
13	(사)진주문화연구소	055-743-1923	경남 진주시 강남로227길 8	진주를 비롯한 서부경남지역의 문화예술품을 연구
14	거북선문화재연구소	055-648-7977	경남 통영시 산양읍 신전리 889	통영 문화재 발굴 및 소개
15	해동문화재연구원	055-284-1900	경남 창원시 성산구 삼정자로51번길 3, 삼정자빌딩 5층	시 발굴, 육상지표, 수중지표조사, 보관, 보존처리 등 안내

※ 자체조사 실시

3. 콘텐츠산업 관련 대학부설기관(연구소)

○ 경남지역 문화콘텐츠 관련 대학부설 기관

<문화산업 관련 대학부설기관(연구소) 현황>

순번	지원기관명	전화번호	주소	주요 연구 내용
1	가야대학교 가야문화연구소	055-330-1000	경남 고령군 고령읍 지산리 가야대학교 별관 4층	가야문화권에 대한 학술적인 연구를 통하여 민족문화창달과 인류 문화 발전에 기여
2	경상대학교 경남문화연구원	055-772-2502	경남 진주시 진주대로 501 경상대학교 남명학관 3층	경남지역의 역사 및 문화에 관련된 자료발굴, 조사, 보존사업
3	양산대학교 아시아디자인 연구소	055-367-9010	경남 양산시 명곡로 321 양산대학교 도서관1층	기업들의 디자인 지원 사업
4	영산대학교 동양문화연구원	055-380-9074	경남 양산시 웅상읍 주남리 산 150 문화관 3층 3309호	동양 문화 전반에 관한 자료 수집과 정리, 관련 인적 자료에 대한 학술적 지원, 연구
5	인제대학교 가야문화연구소	055-320-3454	경남 김해시 인제로 197	가야문화에 관련된 문헌, 고고, 민속, 언어 등의 자료를 조사, 발굴
6	인제대학교 한국문화와문화전략 연구소	055-320-3153	경남 김해시 어방동 607번지 D동 527	한국 문화자원의 현대적 개발과 산업적 활용을 위한 문화적 전략을 모색
7	인제대학교 디자인연구소	055-320-3490	경남 김해시 어방동 607번지 C동 5층 디자인연구소	가상공간의 변화추이에 기반 한 디자인 신개념 연구
8	창원대학교 디자인연구소	055-213-2708	경남 창원시 의창구 창원대학로 20 63호관102호	디자인에 관한 학술연구와 산학 협동연구사업, 국내외 관련기관과 교류증진사업, 학술발표/전시
9	한국국제대학교 산업디자인센터	055-751-8135	경남 진주시 문산읍 동부로 965 한국국제대학교 i동 4층	경쟁력이 있는 상품과 디자인 개발로 국가와 지역사회의 경제발전을 도모하고 이를 통해 학문의 발전에 기여
10	한국국제대학교 실크패션디자인 연구소	055-751-8456	경남 진주시 문산읍 동부로 965 한국국제대학교 i동 4층	디자인 개발, 문화상품 개발, 패션마켓조사 등의 연구 활동

※ 자체조사 실시

▶ 연구 참여진

■ 연구기관 : (주)리서치코리아

책임연구	조미옥	(주)리서치코리아 대표/연구소장
공동연구	서병수	(주)리서치코리아 연구실장
공동연구	김미래	(주)리서치코리아 연구원

■ 주관 : 경남문화예술진흥원

담	당	하춘근	콘텐츠기업육성센터 센터장
		남종우	정책연구팀 과장

■ 자문위원

자문위원	이병훈	창원대학교 문화테크노학과 교수
자문위원	남상훈	창원대학교 문화테크노학과 교수
자문위원	김종원	경남대학교 문화콘텐츠학과 교수
자문위원	최정민	씨네마켓피쳐스 감독
자문위원	윤정일	디지노마드 대표
자문위원	김종갑	MBC 경남시청자미디어센터 팀장

발 행 처	경상남도 (재)경남문화예술진흥원 (경남 합천군 덕곡면 학리1길 58)
-------	---

연구기관	(주)리서치코리아
------	-----------

발 행 일	2019년 12월
-------	-----------