

한국문화관광연구원 개원 18주년 기념 세미나

포스트 코로나 시대를 위한 문화·관광·콘텐츠 분야 회고와 전망

2020.12.14.(월) 14:40~17:00

한국문화관광연구원 1층 대강당

발표자료집





포스트 코로나 시대를 위한 문화·관광·콘텐츠 분야 회고와 전망

프로그램

시간	내용	
14:40-15:00 (20')	개회사	김대관 한국문화관광연구원 원장
	환영사	이윤식 한국문화관광연구원 이사장
	축사	박양우 문화체육관광부 장관
15:00-17:00 (120')	I. 문화·관광·콘텐츠 분야 코로나19 회고와 전망	
	발제	포스트 코로나 시대, 문화예술분야 회고와 전망 양혜원 한국문화관광연구원 예술정책연구실장
		2020 한국관광 회고와 향후 전망 김현주 한국문화관광연구원 관광정책연구실장
		콘텐츠 트렌드 2025 이상규 한국문화관광연구원 연구원
		'코로나 시대' 통계의 역할은 무엇인가? 권태일 한국문화관광연구원 연구위원
	휴식	
	II. 포스트 코로나, 위드 코로나 시대의 문화·관광·콘텐츠 정책방향 모색	
	좌장	김대관 한국문화관광연구원 원장
	토론	고정민 한국문화경제학회 회장 양지연 한국예술경영학회 회장 정병웅 한국관광학회 회장 방진아 문화체육관광부 미래문화전략팀장
17:00	폐회	



포스트 코로나 시대를 위한 문화·관광·콘텐츠 분야 회고와 전망

목차

I. 문화·관광·콘텐츠 분야 코로나19 회고와 전망

발제	1. 포스트 코로나 시대, 문화예술분야 회고와 전망 4 양혜원 한국문화관광연구원 예술정책연구실장
	2. 2020 한국관광 회고와 향후 전망 15 김현주 한국문화관광연구원 관광정책연구실장
	3. 콘텐츠 산업 트렌드 2025 31 이상규 한국문화관광연구원 문화산업연구센터 연구원
	4. ‘코로나 시대’ 통계의 역할은 무엇인가? 50 권태일 한국문화관광연구원 정책정보센터 연구위원

II. 포스트 코로나, 위드 코로나 시대의 문화·관광·콘텐츠 정책방향 모색

좌 장	김대관 한국문화관광연구원 원장
토 론	정병웅 한국관광학회 회장 고정민 한국문화경제학회 회장 양지연 한국예술경영학회 회장 방진아 문화체육관광부 미래문화전략팀장

한국문화관광연구원 개원 18주년 기념 세미나
포스트 코로나 시대를 위한 문화·관광·콘텐츠 분야 회고와 전망

포스트 코로나 시대, 문화예술분야 회고와 전망

양혜원

한국문화관광연구원 예술정책연구실장



KCTI개원기념 세미나

포스트 코로나 시대, 문화예술분야 회고와 전망

양혜원 예술정책연구실장
한국문화관광연구원 문화연구본부



>> 논의의 순서

Part I. 코로나19가 가져온 문화예술분야 영향

- 1 코로나19가 문화예술인/단체에 미친 영향
- 2 코로나19가 국민의 문화예술 참여에 미친 영향

Part II. 포스트코로나 시대, 문화예술분야의 전망과 과제

- 1 2021년 문화예술분야 전망
- 2 포스트 코로나 시대, 문화예술분야의 주요 추진과제

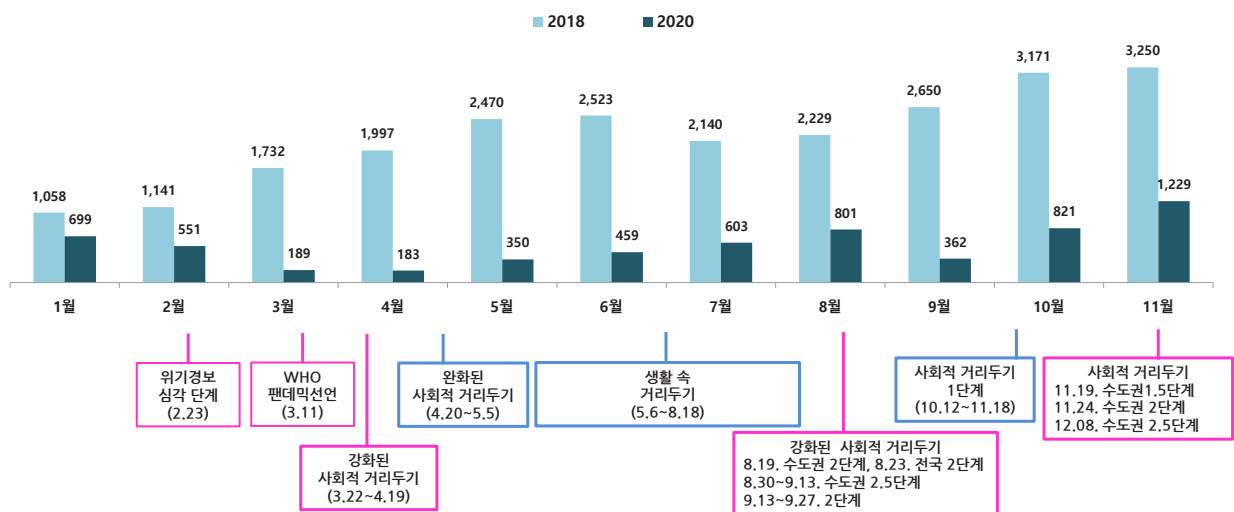
Part I . 코로나19가 가져온 문화예술분야 영향

거시적 환경변화와 문화예술분야 영향

정치 국제관계 • 각국정부의 위기대응능력에 대한 실험대, 인간안보 • 글로벌 리더십의 실종, 선진국 신화 붕괴, 국제기구의 실패 • 상호의존성 심화 vs. 자국우선주의(Nationa First) • 새로운 통치사회, 스마트국가(빅브라더)의 출현 • 공공의료체계, 질병관리(위기대응)시스템의 중요성 • 대규모 긴급지원패키지(money policy), 기본소득 논의의 점화	경제적·문화적 피해 • 문화시설(공연장, 도서관, 박물관, 미술관, 생활문화시설) 휴관, 프로그램 중단 • 공연, 전시, 축제, 국제행사의 취소·연기 • 영세한 예술단체사업체의 휴업, 폐업, 도산 • 문화예술종사자의 고용불안 심화, 소득감소, 경제적 지위 악화, 신규진입 곤란, 이탈 심화 • 국민의 문화예술경험 단절, 관객기반 축소
경제 • 세계적 경제위기 (불황), 리쇼어링(Reshoring)/기업유턴 • 노동시장 충격(일자리 대체와 Gig 노동 증가), 불평등의 심화 • 온라인/비대면 경제(un-tact economy)의 부상: 원격교육, 원격진료, 원격금융, 비대면 서비스의 폭발적 성장	온라인·비대면 콘텐츠 부상 • 온라인·비대면 콘텐츠의 창작·제작, 유통, 향유, 교육 증가 (온라인 공연, 가상전시, 웹기반 축제 등) • 집에서 즐기는 생활문화활동과 온라인 모임 증가 • 예술과 기술(technology)의 결합 요구 확대
사회 • 상시적 위기(재난)사회의 도래, 사회적 거리두기의 일상화 • 재택근무(스마트오피스), 온라인 교육, 블렌디드 러닝, • 홈 루덴스(Home Ludens) 문화 확산 • 안전에 대한 심리적 과잉, 코로나 블루, 스트레스, 혐오와 갈등, 소외와 고립, 디지털 격차	예술의 회복탄력성 (Resilience) 재조명 • 고립과 소외, 정서적 안정과 회복, 혐오와 갈등의 완화, 연대, 생태적 감수성 제고를 위한 예술의 역할 재조명 • 새로운 시도와 모색 출현
기술 • 5G네트워크 기반 4차 산업혁명의 가속화 • VR, AR 등 체험 기술에 대한 강조	
생태 • 지구의 인간에 대한 경고 • 지구의 재발견: 일시멈춤으로 되살아난 환경생태계	

Part I . 코로나19가 가져온 문화예술분야 영향

2020년 공연예술통합전산망(KOPIS) 자료와 2018년 문예연감 공연건수 비교



Part I . 코로나19가 가져온 문화예술분야 영향

코로나19로 인한 문화예술분야의 피해 (예술인 및 단체)

- 2020.1~8월까지 예정된 문화예술 프로젝트 5.4건 중 3.9건이 취소 또는 중지
- 2020.1~8월까지 총 피해규모(입장료 수입 감소, 매출액 피해, 예상치 못한 추가지출 포함): **약 1조 5,617억원**
 - 공연예술분야: 6,578억원
 - 시각예술분야: 3,347억원
 - 대중예술분야: 3,323억원
 - 다원예술분야: 949억원
 - 문학 분야: 558억원
- 고용된 예술인 중 무급휴직/휴가(40.4%), 인건비 삭감(25.1%), 유급휴직/휴가(22.7%), 권고사직/해고(11%)
- 2020.1~8월까지 고용피해: **약 7,391억원**
- 프리랜서 예술인 중 일방적 계약해지(46.2%), 계약기간 축소(33.1%), 인건비 미지급(18%)
- 2020.1~8월까지 고용피해: **약 7,029억원**

코로나19가 문화예술분야에 미친 영향 및 정책대응방안을 위한 예술인 대상 실태조사 (한국문화관광연구원, 2020.10월) 결과

- 조사모집단: 14개 협단체 회원, 예술활동중명 완료 예술인 167,406명
- 응답표본: 1,223명 예술인
- 구조화된 설문지를 통한 웹설문조사
- 조사대상기간: 2020.1~8월
- 조사주관기관: 한국문화관광연구원
- 조사기관: ㈜한국리서치

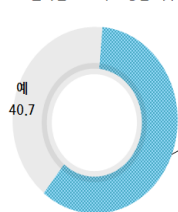
출처: 양혜원, 김면, 차민경, 김현경, 노수경 (2020), 코로나19가 문화예술분야에 미친 영향 및 정책대응방안 연구, 한국문화관광연구원

Part I . 코로나19가 가져온 문화예술분야 영향

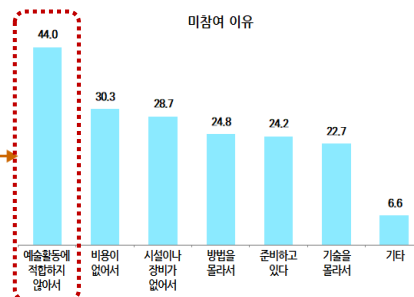
온라인 비대면 콘텐츠 참여 및 이에 대한 인식 (예술인 및 단체)

❖ 온라인비대면 프로젝트 참여 경험 : 평균 2.7건(2020.1~8월)

온라인 프로젝트 경험 여부

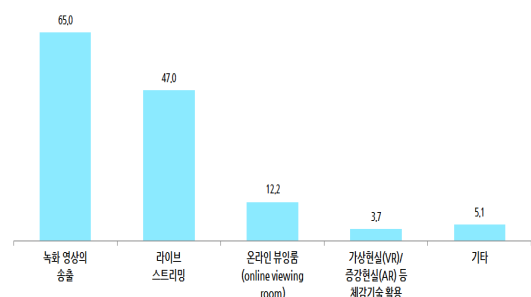


미참여 이유



❖ 온라인비대면 콘텐츠 활용방식

(단위: %)



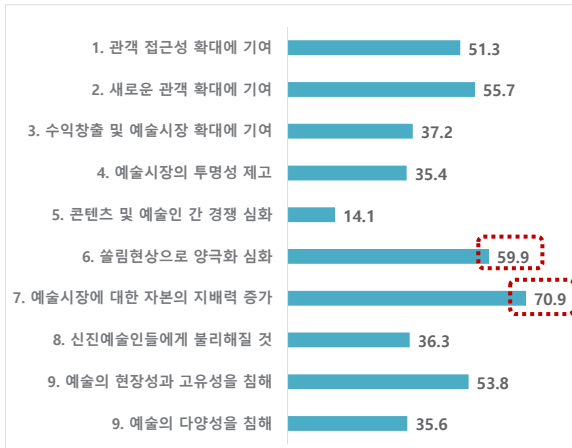
- 온라인비대면 콘텐츠에 대한 전망: 크게 확대될 것(41.4%), 지금 정도 수준의 확대가 지속될 것(24.2%), 코로나19가 종식되면 다시 축소될 것 (25.6%)
- 향후 온라인비대면 문화예술 프로젝트 참여 의향 : 69%

출처: 양혜원, 김면, 차민경, 김현경, 노수경 (2020), 코로나19가 문화예술분야에 미친 영향 및 정책대응방안 연구, 한국문화관광연구원

Part I . 코로나19가 가져온 문화예술분야 영향

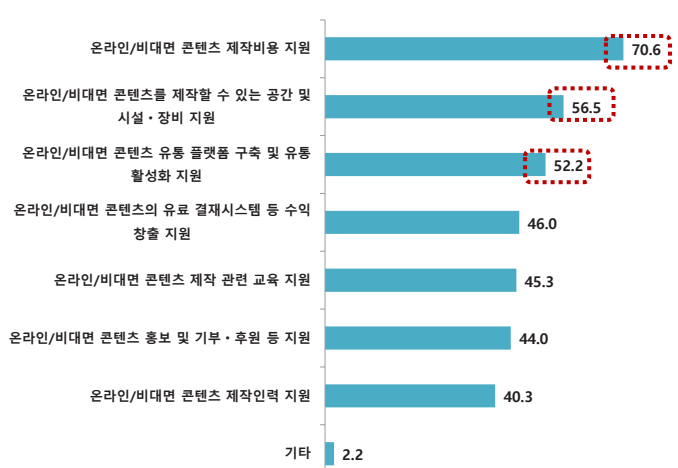
온라인 비대면 콘텐츠 참여 및 이에 대한 인식 (예술인 및 단체)

❖ 온라인·비대면 콘텐츠에 대한 전망



출처: 양혜원, 김연, 차민경, 김현경, 노수경(2020), 코로나19가 문화예술분야에 미친 영향 및 정책대응방안 연구, 한국문화관광연구원

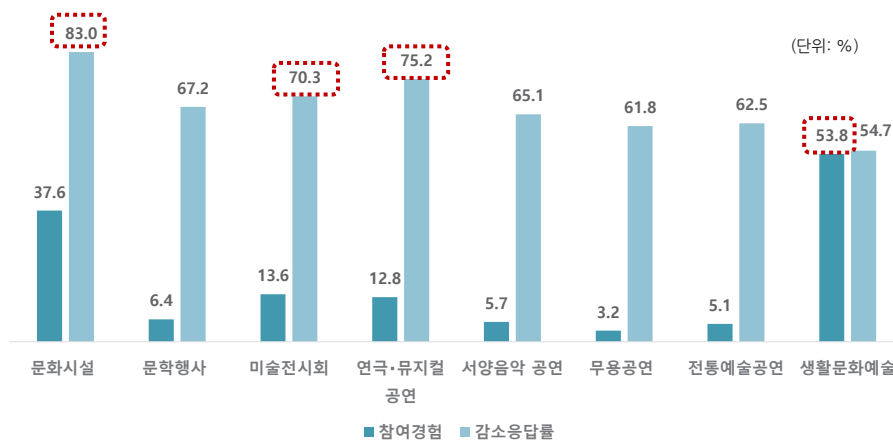
❖ 온라인·비대면 콘텐츠 활성화 위해 필요한 공공지원 (단위: %)



Part I . 코로나19가 가져온 문화예술분야 영향

2020년 문화예술 참여 (일반국민)

- 2020년 문화예술 참여 경험: 문화시설 이용(37.6%), 미술전시회(13.6%), 연극·뮤지컬 공연(12.8%), 생활문화예술(53.8%)
- 2019년 대비 감소했다고 응답한 비율: 문화시설 이용(83.0%), 연극·뮤지컬 공연(75.2%), 미술전시회(70.3%)



포스트코로나시대 문화관광콘텐츠 분야 정책 성과와 전망에 대한 설문조사 (한국문화관광연구원, 2020.12)

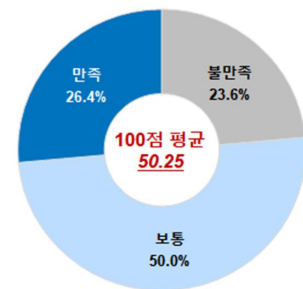
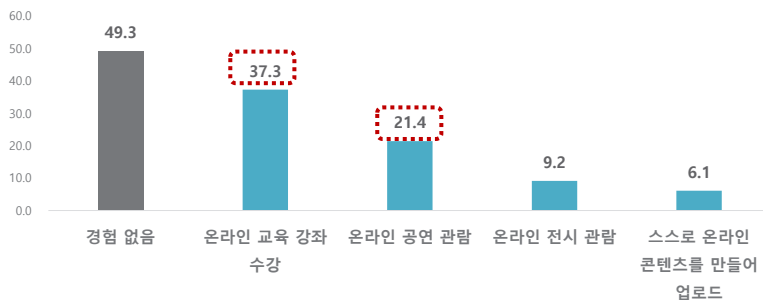
- 전국 만 19세 이상 성인남녀 2,000명
- 구조화된 설문지를 이용한 웹설문조사
- 조사기간: 2020.11.23~11.27
- 조사주관기관: 한국문화관광연구원
- 조사기관: ㈜엠브레인퍼블릭

Part I . 코로나19가 가져온 문화예술분야 영향

2020년 온라인 문화예술 참여 (일반국민)

- 온라인 문화예술활동 참여율 (50.7%) : 온라인 교육(37.3%), 온라인 공연(21.4%), 온라인 전시(9.2%), 온라인콘텐츠창작(6.1%)
- 온라인 활동 참여 만족도(50.3점) : 만족(26.4%)
- 이용 플랫폼 : 유튜브(80.5%), 네이버TV/V라이브(28.4%), TV방송(26.4%), 기관/단체 홈페이지(24.2%), 인스타그램(19.7%), 페이스북(13.3%), 집콕문화생활(7.9%), 구글아트프로젝트(2.0), 기타(3.2%)

(단위: %)

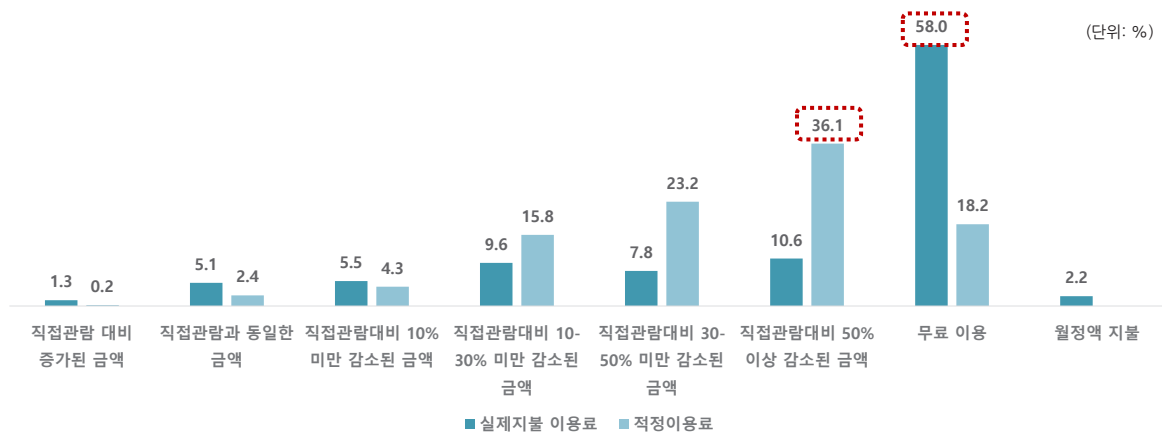


Part I . 코로나19가 가져온 문화예술분야 영향

2020년 온라인 문화예술 참여 (일반국민)

- 실제 지불한 이용료 : 무료(58%), 직접관람대비 50%이상 감소된 금액(10.6%), 10~30%미만 감소금액(9.6%)
- 온라인 문화예술콘텐츠의 적정 이용료 수준 : 직접 관람 대비 50% 이상 감소된 금액(36.1%), 35~50% 미만 감소된 금액(23.2%), 무료(18.2%)

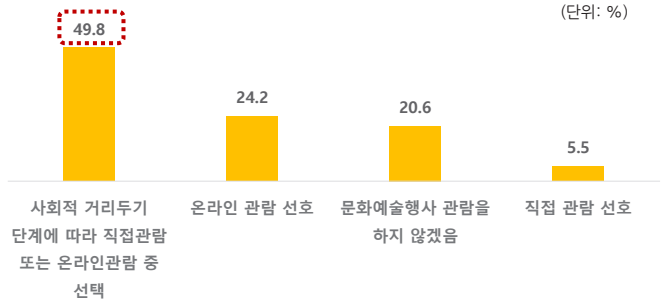
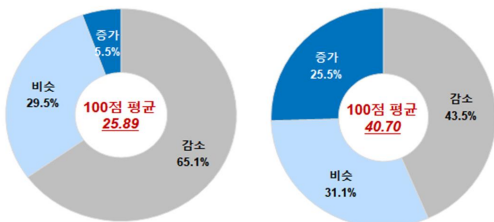
(단위: %)



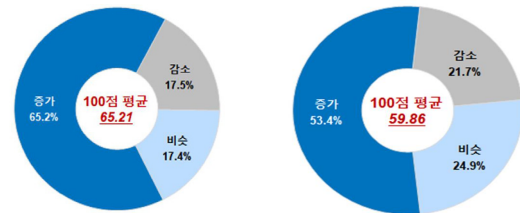
Part II. 포스트 코로나 시대, 문화예술분야의 전망과 과제

코로나19 사태가 지속 또는 종식될 경우 2021년 문화예술 참여 전망 (일반국민)

❖ 코로나19사태가 지속될 경우 2020년 대비 문화시설 이용 및 온라인 문화예술 콘텐츠 이용 의향 ❖ 문화예술 관람방식 선호



❖ 코로나19사태가 종식될 경우 2020년 대비 문화시설 이용 의향

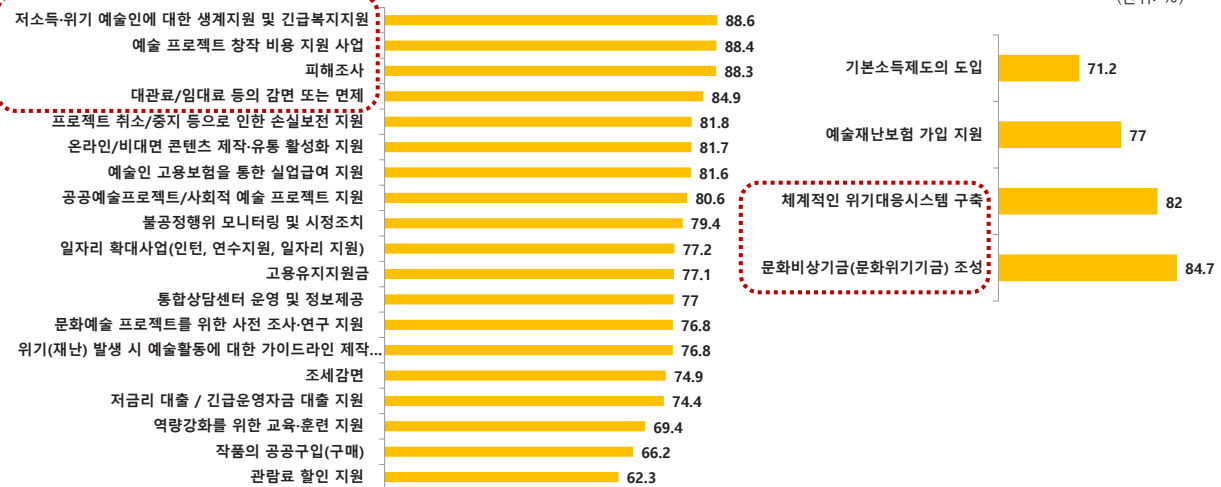


❖ 온라인 문화예술 콘텐츠 이용 의향

Part II. 포스트 코로나 시대, 문화예술분야의 전망과 과제

위기대응방안의 필요성 (예술인/단체)

❖ 위기(재난) 상황에서 필요한 정책

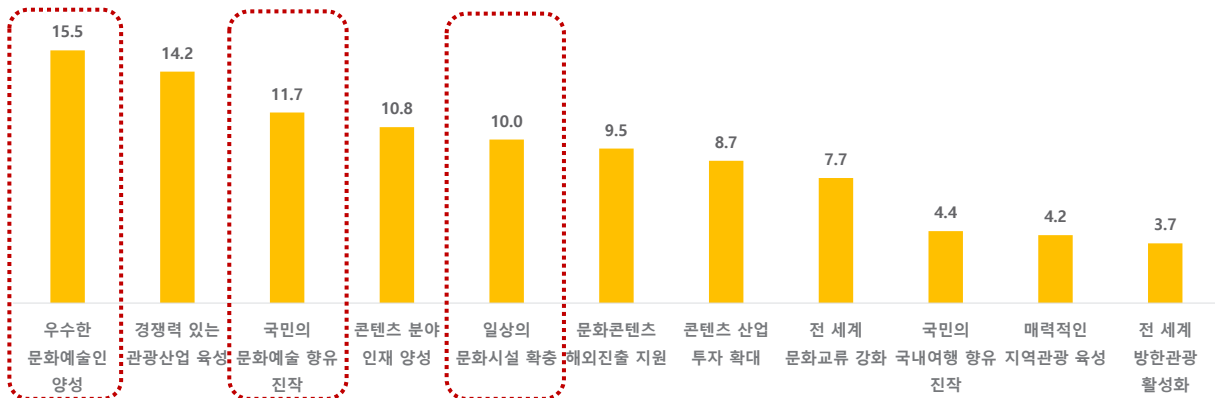


Part II. 포스트 코로나 시대, 문화예술분야의 전망과 과제

문화강국으로 부상하기 위한 우선 추진 분야(일반국민)

❖ 1순위: 우수한 문화예술인 양성(15.5%) > 국민의 문화예술 향유 진작(11.7%) > 일상의 문화시설 확충(10%)

(단위: %)

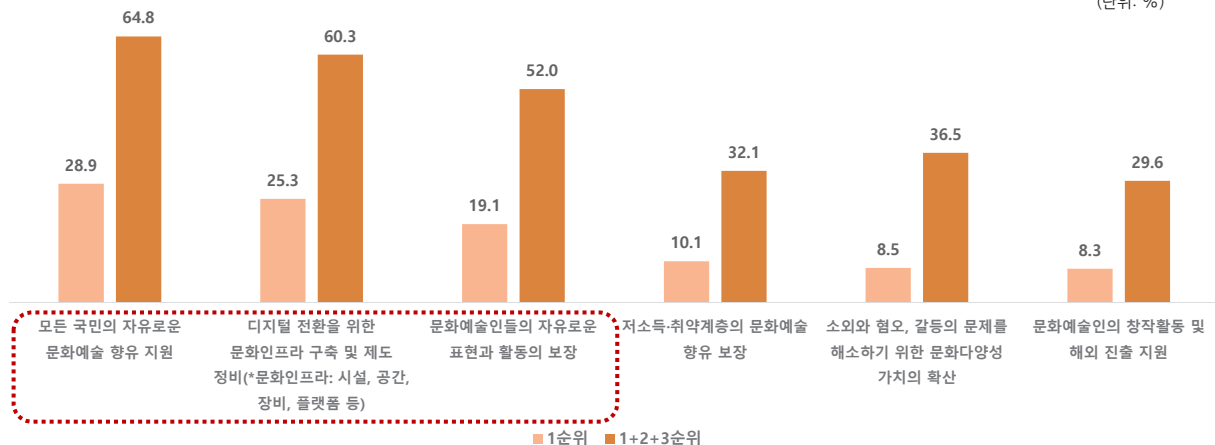


Part II. 포스트 코로나 시대, 문화예술분야의 전망과 과제

향후 우리나라 문화예술발전을 위한 정부 우선 추진정책(일반국민)

❖ 모든 국민의 자유로운 문화예술 향유 지원 > 디지털 전환을 위한 문화인프라 구축 및 제도 정비 > 문화예술인들의 자유로운 표현과 활동 보장

(단위: %)

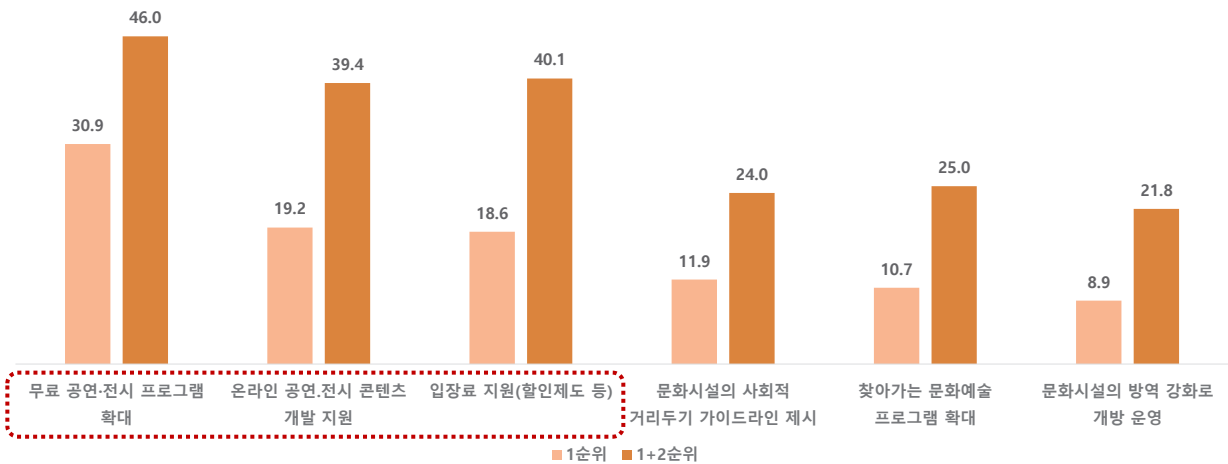


Part II. 포스트 코로나 시대, 문화예술분야의 전망과 과제

국민들의 문화향유 확대를 위한 정부 지원 (일반국민)

❖ 무료 공연·전시 프로그램 확대 > 온라인 공연·전시 콘텐츠 개발 지원 > 입장료 지원(할인제도)

(단위: %)



Part II. 포스트 코로나 시대, 문화예술분야의 전망과 과제

코로나19 이후, 문화예술정책의 주요 과제

코로나19 피해의 회복과 정상화

- 문화예술분야의 특성을 고려한 가이드라인 개발(문화시설 운영 및 활동)
- 문화시설 방역설비 구축 등 리모델링 지원
- 코로나19 장기화에 대비한 기존 지원사업의 보완과 확대 : 타 부처 지원사업 사각지대 보완 등

중장기적 관점에서 위기대응시스템 구축방안 모색

- 문화예술분야 위기대응 컨트롤타워 설정 및 유관기관과의 협력체계 구축 : 피해 파악, 현장 의견 수렴, 쌍방향적 소통 및 환류체계 정비, 데이터·통계 시스템 구축, 중장기 추적조사를 통한 위기 상황에서 유효한 정책수단의 목록화
- 지원사업 운영방식의 대응성과 유연성 강화 : 대안적 시나리오 수립, 작품 창작 중심 → 프로젝트, 활동, 역량강화, 사후지원 등 다양화
- 위기(재난) 피해 최소화 위한 제도적 장치 도입 검토 : 문화예술재난보험, 문화예술인 공제회, 문화비상(위기)기금 등

디지털 전환의 연착륙을 위한 정책적 대응

- 디지털 전환을 위한 제반 인프라 구축 및 전략적 지원 : 제작 공간, 장비, 대관·대여, 공공성을 담보할 수 있는 온라인 플랫폼 구축 지원, 기획 - 창작 - 제작 - 유통 등 세분화된 지원전략
- 문화예술분야 디지털 격차 해소를 위한 기술컨설팅, 인력연계, 전문인력 양성·지원
- 저작권 제도 개선 및 교육 확대
- 취약계층의 온라인 콘텐츠 접근성 확대 : 장애인, 고령층, 저소득계층

Part Ⅱ. 포스트 코로나 시대, 문화예술분야의 전망과 과제

코로나19 이후, 문화예술정책의 주요 과제

문화예술의 가치에 대한 인식 제고 및 사회적 문제에 대한 예술적 접근 확대

- 문화예술의 가치에 대한 인식 제고 및 옹호(advocacy) 활동 강화 : 코로나19 예술포럼, 문화예술의 사회적 가치 측정 및 주창
- 문화예술을 통한 사회회복(resilience) 프로젝트 추진 : **코로나 블루 회복을 위한 프로젝트, 문화다양성의 가치 확산 프로젝트**
- 그린 뉴딜의 관점에서 **생태+예술 프로젝트(ecological art project)**

문화예술분야의 취약성을 근본적으로 개선하기 위한 창작안전망 강화

- **공정시장 생태계** 구축을 위한 정책지원 강화 : 서면계약 문화 정착, 온라인 콘텐츠의 공정한 수익배분 구조 구축, 표준계약서의 보완
- **예술인의 창작안전망 강화** : 예술인 고용보험의 안착을 위한 제도적 지원, 일반 사회복지제도 내에서의 사각지대 제거
- 과도한 공공의존성을 완화하기 위한 자조적 연대체 설립 지원

참고문헌

[주요 참고문헌]

- 양혜원·김면·차민경·김현경·노수경(2020). **코로나19가 문화예술분야에 미친 영향 및 정책대응방안 연구**. 한국문화관광연구원

[예술인 대상 설문조사 결과]

- 양혜원·김면·차민경·김현경·노수경(2020). **코로나19가 문화예술분야에 미친 영향 및 정책대응방안 연구**. 한국문화관광연구원

[일반국민 대상 설문조사 결과]

- 한국문화관광연구원(2020), **포스트코로나 시대 문화관광콘텐츠 분야 정책 성과와 전망에 대한 설문조사**

감사합니다.

한국문화관광연구원 개원 18주년 기념 세미나
포스트 코로나 시대를 위한 문화·관광·콘텐츠 분야 회고와 전망

2020 한국관광 회고와 향후 전망

김현주

한국문화관광연구원 관광정책연구실장



2020

관광분야 회고와 향후 전망

한국문화관광연구원
김 현 주



발표 순서

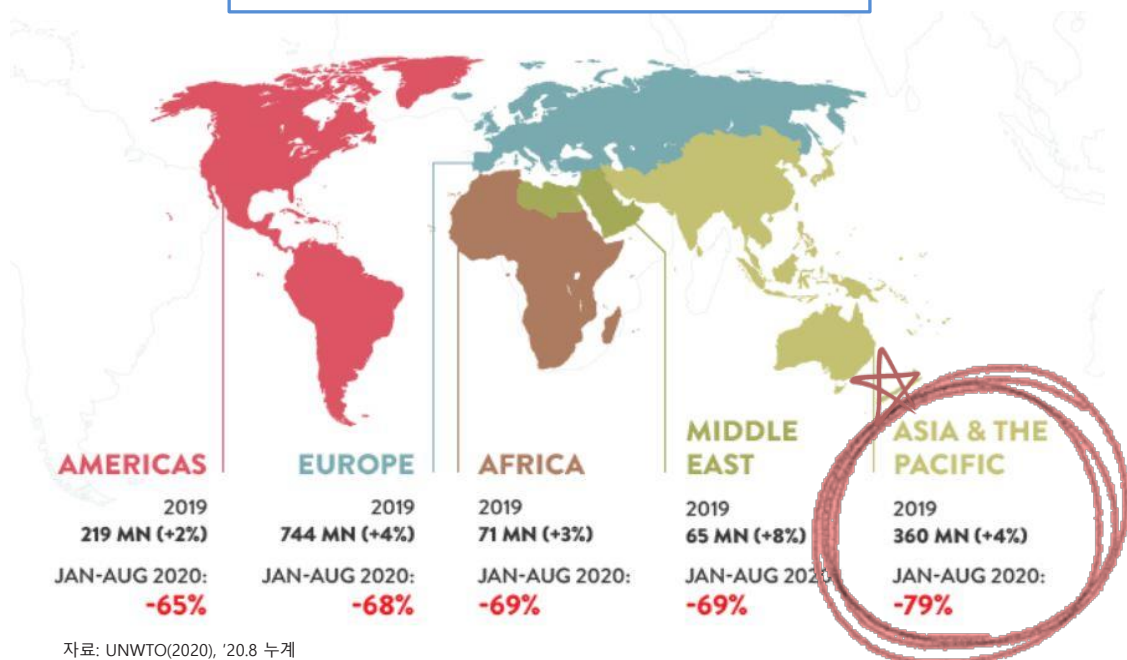
1. 코로나19의 관광시장 영향
2. 코로나19에 따른 관광산업 피해 실태
3. 코로나19 관광정책 추진 현황
4. 관광트렌드 변화 전망
5. 향후 관광정책 방향

01

코로나19의 관광시장 영향

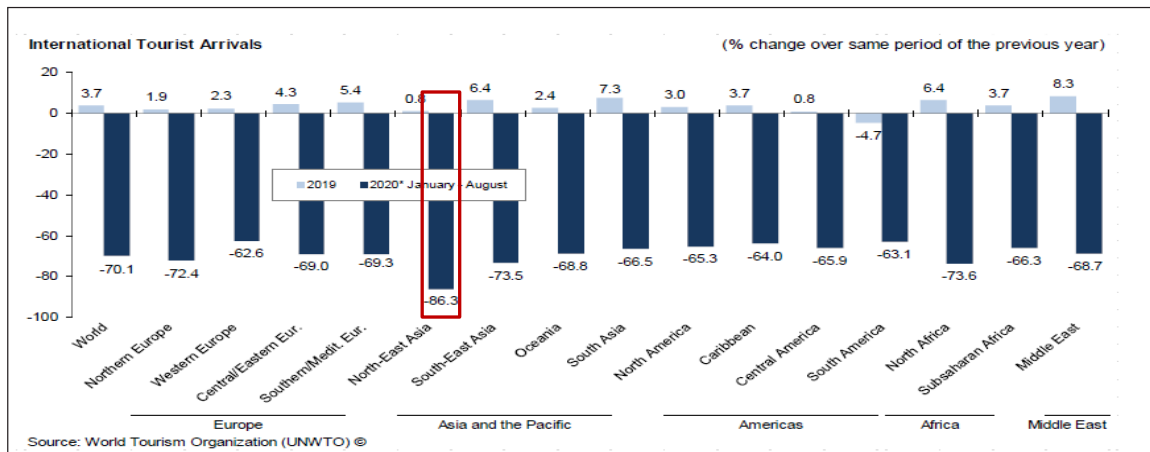
1. 코로나19의 관광시장 영향

코로나19 영향으로 세계 관광객수는
전년 동기대비 **-70% 감소**



1. 코로나19와 관광시장 영향

한국, 중국, 일본 등 동북아시아 지역은
전년 동기대비 **-86.3%**로 가장 큰폭으로 감소



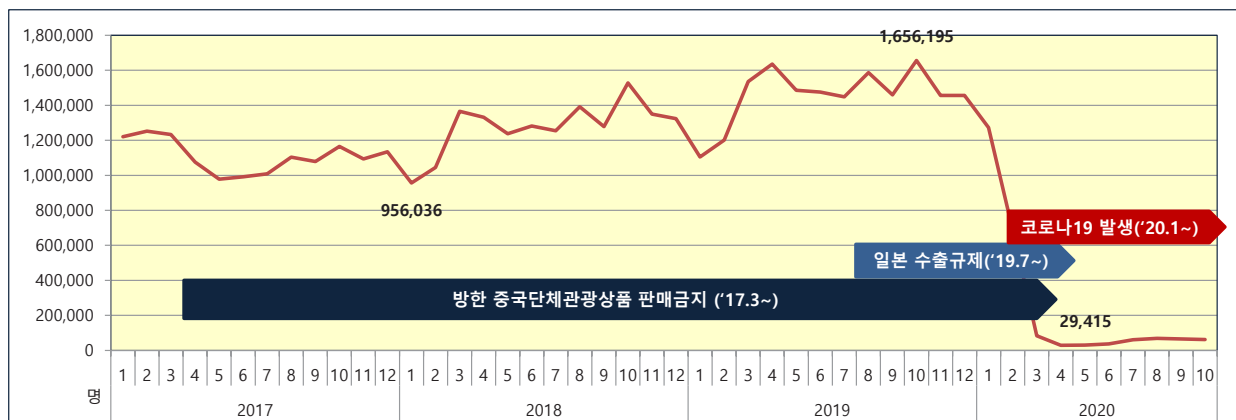
자료: UNWTO(2020), '20.8 누계

5

1. 코로나19와 관광시장 영향

방한 관광시장 동향

- 코로나19 발생 이전부터 중국, 일본 중심의 복합적인 위기 상황 지속
- 중국 단체관광상품 판매 금지('17.3~), 일본 수출규제('19.7~) 조치에 따라 중국, 일본관광객 감소
- * 시장별 비중('19 기준) : 중국(34.4%), 일본(18.7%)
- 코로나19의 영향으로 방한 외래관광객 수는 **-83.6%** 감소한 약 239만명('20.10 누계)



자료: 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템

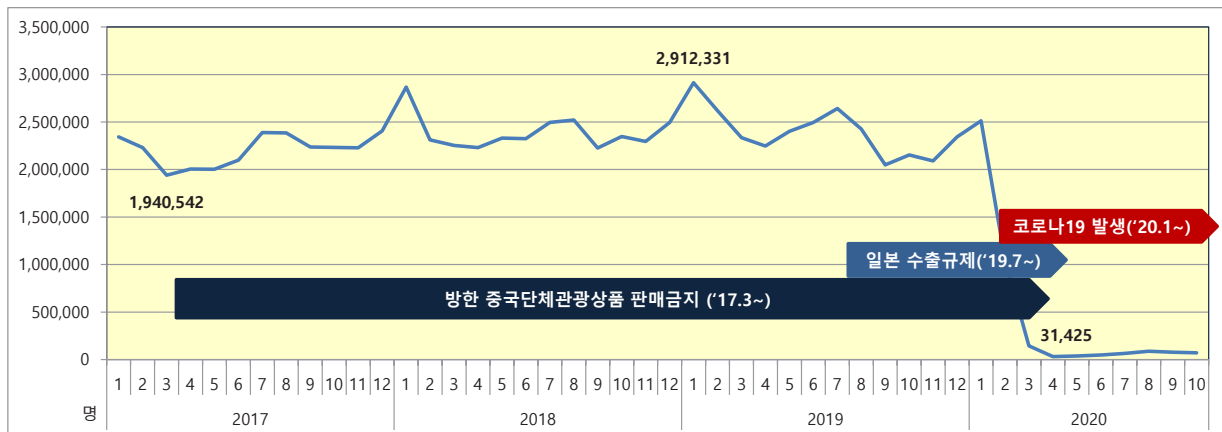
6

1. 코로나19와 관광시장 영향

국민 해외여행 동향

코로나19의 영향으로

국민 해외여행객 수는 -83.0% 감소한 약 412만명('20.10 누계)



자료: 한국문화관광연구원 관광지식정보시스템

7

02

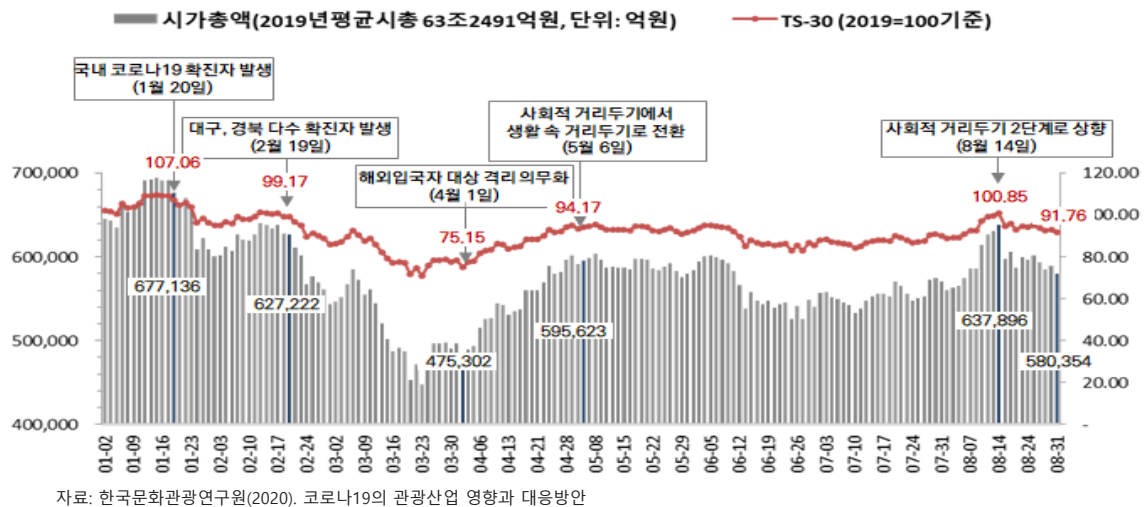
코로나19에 따른 관광산업 피해실태

2. 코로나19에 따른 관광산업 피해 실태

관광산업 TS-30 지수

관광산업 TS-30* 지수는 91.76으로
2019년 평균 시가총액 대비 8.24 하락

*관광산업 TS-30은 관광 및 연관산업 30개 상장사의 주가, 주가변동율, 시가총액 변동률에 관한 분석

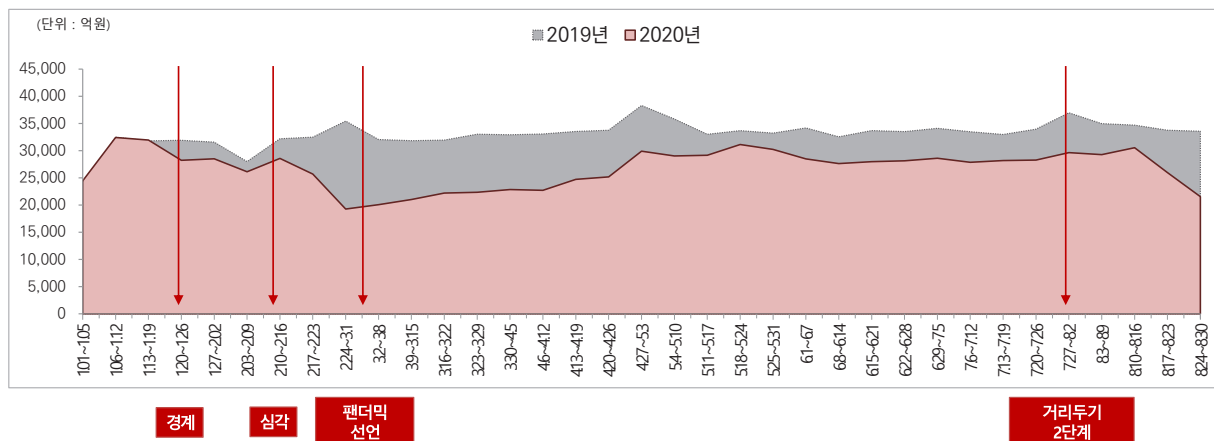


9

2. 코로나19에 따른 관광산업 피해 실태

관광레저소비지출 동향

관광 및 연관산업 분야
소비지출액은 전년동기 대비 -20.0% 감소



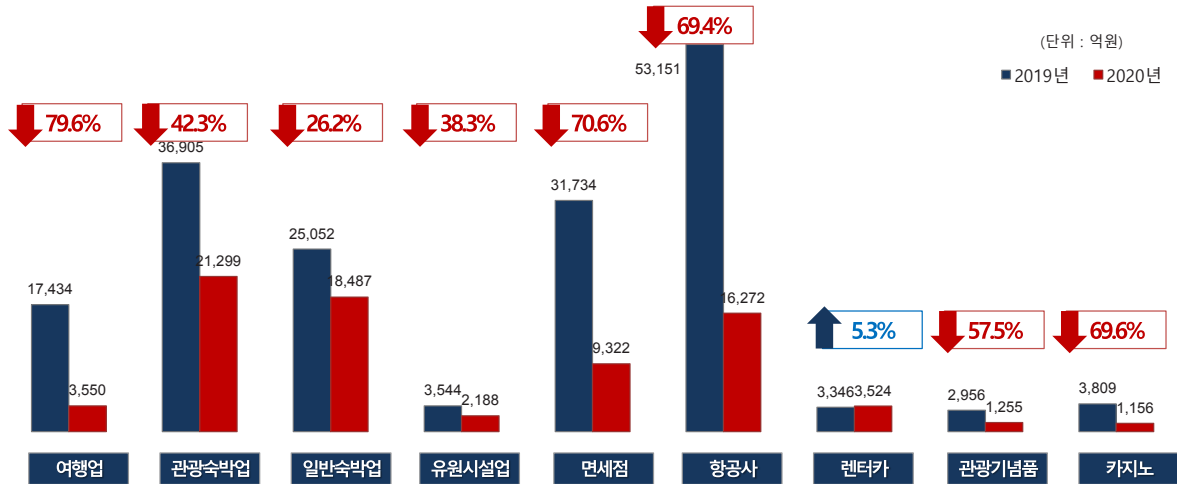
10

2. 코로나19에 따른 관광산업 피해 실태

업종별 소비지출 동향

업종별 소비지출액은 전년동기대비

여행업 -79.6%, 관광숙박업 -42.3%, 면세점 -70.6%, 항공사 -69.4% 감소



주: 카드 사용액 + 현금(주정)을 통해 산출, 신한카드 빅데이터 자료 활용 / 자료: 한국문화관광연구원(2020), 관광레저소비지출경제동향
 자료: 한국문화관광연구원(2020), 코로나19의 관광산업 영향과 대응방안

11

2. 코로나19에 따른 관광산업 피해 실태

코로나19가 2020년 세계 관광산업에 미친 영향 예측(UNWTO)



자료: UNWTO(2020)

12

03 코로나19 관광정책 추진 현황

3. 코로나19 관광정책 추진 현황



3. 코로나19 관광정책 추진 현황



15

3. 코로나19 관광정책 추진 현황

코로나19 대비 관광 내수시장 활성화 방안 발표
(제5차 국가관광전략회의, '20.5.26)

코로나19 상황에 따른 단계적 추진 전략

[1단계] 생활 속 거리두기 전환

안전 여행

- 방역수칙 준수
- 안전한 여행 환경 구축을 위한 관리 강화

[2단계] 생활 속 거리두기 정착

내수시장 회복

- 국내여행 수요 촉진
- 볼거리, 즐길거리 확충

[3단계] 코로나 새 일상 대비

새로운 여행문화 정착

- 코로나시대의 여행법
- 뉴노멀 대비 관광전략 수립
- 관광서비스 개선

자료: 관계부처 합동(2020.5.26). 케이(k)-방역과 함께하는 관광 내수시장 활성화 대책

16

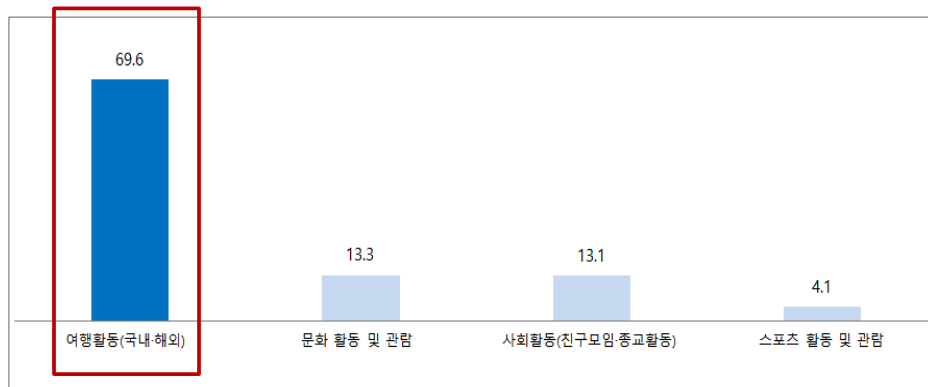
04

코로나19에 따른 관광트렌드 변화 전망

Q1.
**코로나19 종식 이후
가장 하고 싶은 여가활동?**

4. 코로나19에 따른 관광트렌드 변화 전망

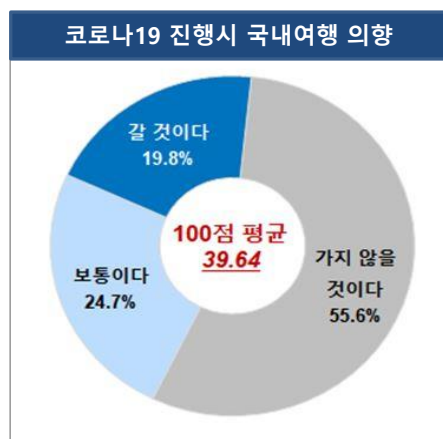
코로나19 종식 이후 가장 하고 싶은 여가활동
1위 여행(국내, 해외) 69.6%



자료: 한국문화관광연구원(2020.12). 포스트코로나 시대 문화관광콘텐츠 분야 정책성과와 전망에 관한 설문조사

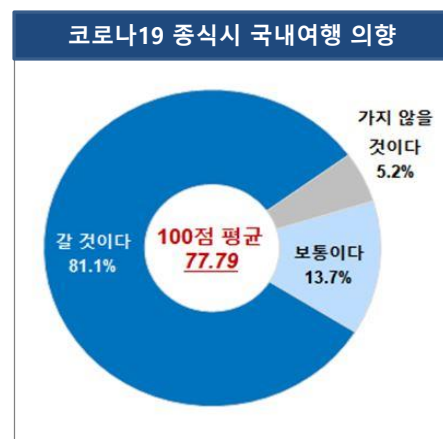
19

4. 코로나19에 따른 관광트렌드 변화 전망



<코로나19 진행시 연령별 국내여행 의향>

구분	여행참여 의향
만19-29세	22.4
30대	23.1
40대	18.0
50대	15.8
60대 이상	21.0



<코로나19 종식시 연령별 국내여행 의향>

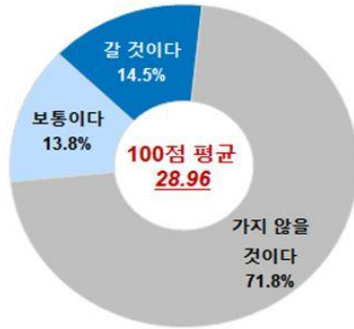
구분	여행참여 의향
만19-29세	76.6
30대	79.3
40대	82.9
50대	84.9
60대 이상	80.7

자료: 한국문화관광연구원(2020.12). 포스트코로나 시대 문화관광콘텐츠 분야 정책성과와 전망에 관한 설문조사

20

4. 코로나19에 따른 관광트렌드 변화 전망

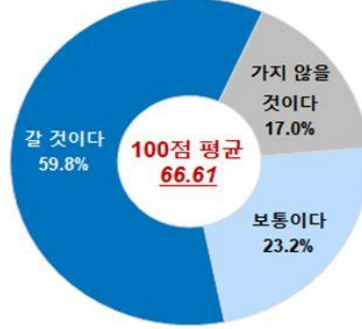
코로나19 진행시 해외여행 의향



<코로나19 진행시 연령별 해외여행 의향>

구분	여행참여 의향
만19-29세	15.9
30대	16.0
40대	10.7
50대	12.3
60대 이상	18.7

코로나19 종식시 해외여행 의향



<코로나19 종식시 연령별 해외여행 의향>

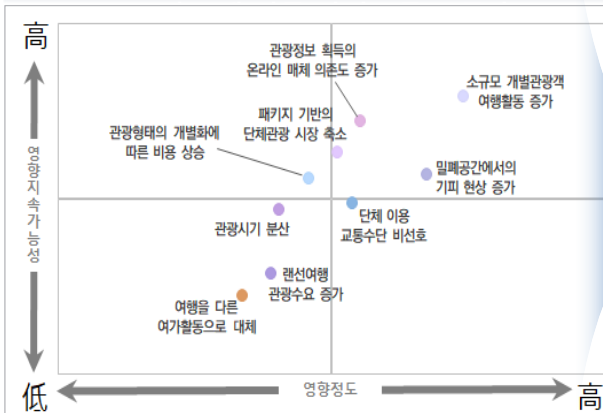
구분	여행참여 의향
만19-29세	71.2
30대	66.9
40대	57.5
50대	51.6
60대 이상	53.3

자료: 한국문화관광연구원(2020.12). 포스트코로나 시대 문화관광콘텐츠 분야 정책성과와 전망에 관한 설문조사

21

4. 코로나19에 따른 관광트렌드 변화 전망

코로나19에 따른 사회트렌드 변화



자료: 한국문화관광연구원(2020). 코로나19의 관광산업 영향과 대응방안

관광행태의 소규모화, 개별화

- 동반 인원 : 4.3명('19) → 3.4명('20)

관광활동시 밀폐 공간 기피

관광정보의 온라인 의존도 증가

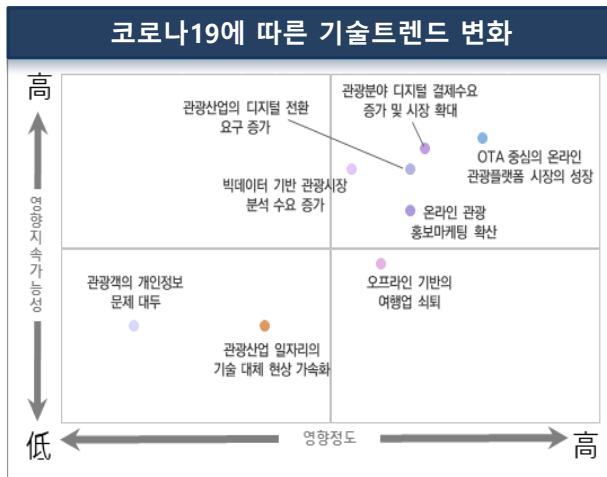
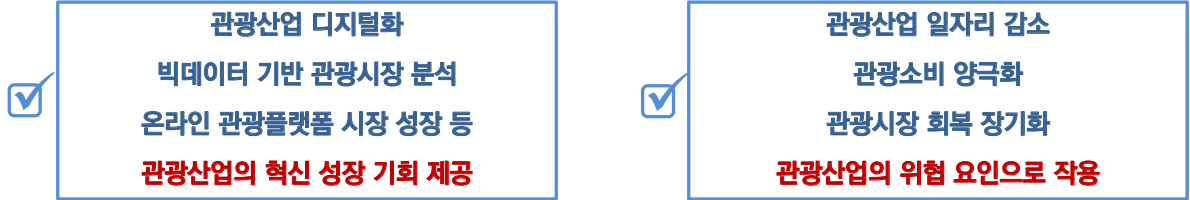
✓ 국내관광 방문 지역

구분	2019	2020
1위	경기(17.4)	강원(34.7%)
2위	강원(13.6)	경기(21.3%)
3위	경북(9.9)	부산(17.2%)
4위	경남(9.7)	전남(16.7%)
5위	충남(9.4)	제주(16.4%)

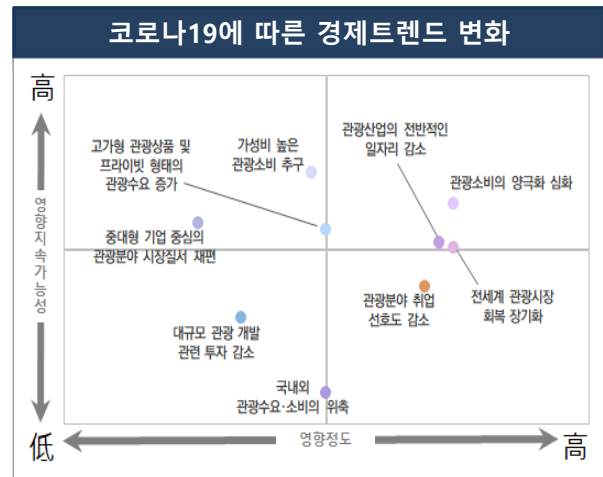
자료: 한국문화관광연구원(2020.12). 포스트코로나 시대 문화관광콘텐츠 분야 정책성과와 전망에 관한 설문조사

22

4. 코로나19에 따른 관광트렌드 변화 전망

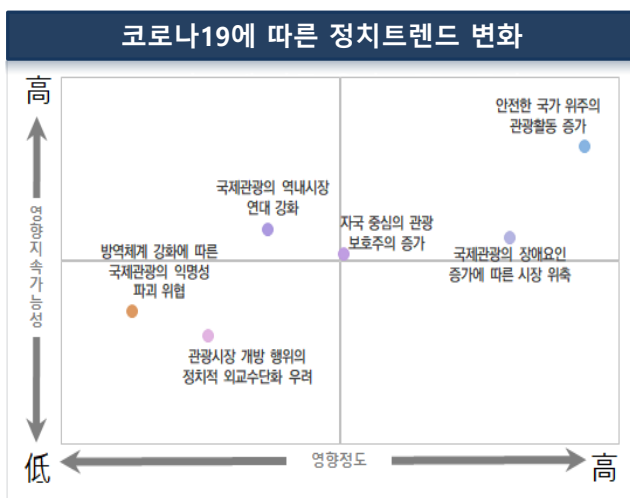


자료: 한국문화관광연구원(2020). 코로나19의 관광산업 영향과 대응방안



23

4. 코로나19에 따른 관광트렌드 변화 전망



자료: 한국문화관광연구원(2020). 코로나19의 관광산업 영향과 대응방안

✓ **안전한 국가 중심의 관광활동 증가**
국제관광 장애요인 증가에 따른 시장 위축
자국 중심의 관광 보호주의의 증가

✓ **국제관광 교류 재개 단계에서 국가간 외교관계 영향력이 증가할 것으로 전망**

✓ **방문하고 싶은 해외여행 목적지**

구분	코로나19 지속시	코로나19 종식시
1위	일본(17.6)	일본(17.3)
2위	베트남(14.5)	베트남(14.2)
3위	호주(13.9)	미국(13.3)
4위	대만(13.5)	호주(12.4)
5위	뉴질랜드(12.0)	괌/사이판(12.2)

자료: 한국문화관광연구원(2020.12). 포스트코로나 시대 문화관광콘텐츠 분야 정책성과와 전망에 관한 설문조사

24

05

향후 관광정책 방향

5. 향후 관광정책 방향

코로나19 위기의 도전과 기회(SWOT)

S

- 과거 위기들로부터 **관광 회복**의 입증 경험
- **국내관광**이 국제관광에 대한 **완충제** 역할
- 관광산업에 대한 **정부의 지원**

W

- **연관산업**인 항공산업의 심각한 **침체**
- 전대미문의 **위기**
(이전 위기경험이 주는 교훈 부족)
- **여행**을 **위험**으로 인식할 우려

O

- **비즈니스 모델**을 다시 생각할 기회
- **혁신**과 **디지털화**
- **지속가능성**을 지향하는 관광분야의 부상
(농촌, 자연, 건강 등)

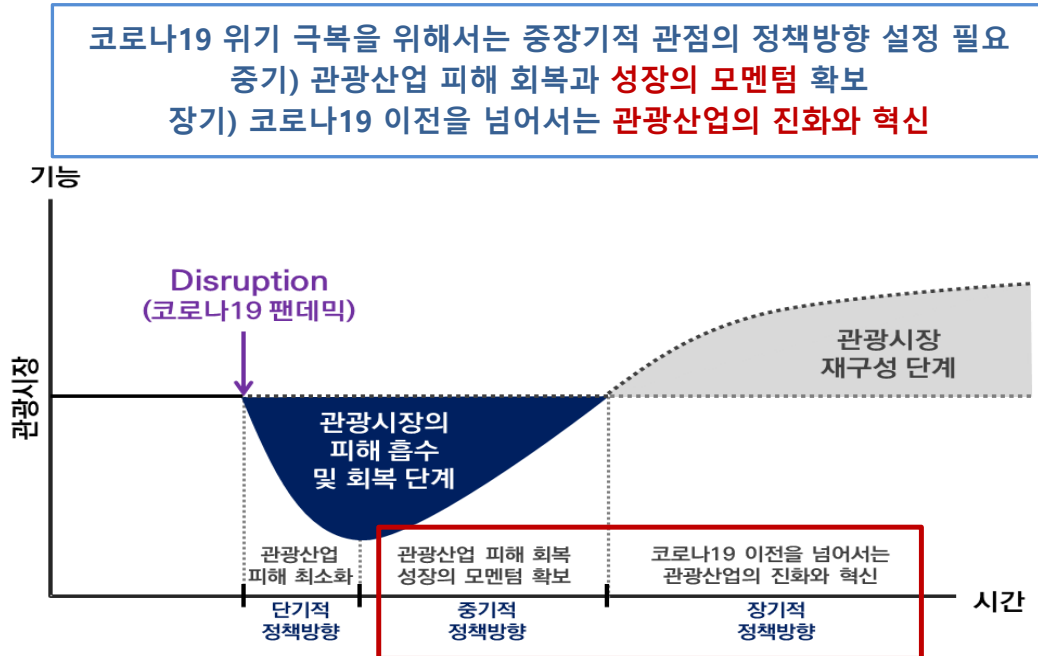
T

- **불리한 경제적 환경**(세계 경기침체, 실업률 증가, 중소기업 중심의 폐업, 소비자 및 비즈니스 신뢰 불확실성 등)
- **백신** 이용의 **불확실성**
- 알려지지 않은 형태의 '**뉴 노멀**(new normal)'

출처: UNWTO World Tourism Barometer May 2020 – Special focus on the Impact of COVID-19 토대로 일부 발췌 작성

26

5. 향후 관광정책 방향



자료: OECD(2020d)의 Figure 2(p.12)를 활용하여 재구성

27

5. 향후 관광정책 방향

정책 과제

관광수요 창출

- 개별화, 소규모화 변화에 대응하기 위한 관광인프라 확충
- 국제관광 교류의 점진적 회복에 따른 국제관광 재개 전략 수립 및 체계 구축

관광산업 혁신역량 강화

- 관광산업 콘텐츠 담 구축 및 정책통계 기반 구축
- 관광산업 혁신 생태계 조성 및 디지털화 대응을 위한 창업 지원 및 인력 육성

안전한 지역관광 환경 조성

- 지역관광 자원 및 시설 안전 요소 강화
- 지역관광 콘텐츠 다양화 및 서비스 품질 제고

재정 확충 및 제도 정비

- 관광진흥개발기금 운용 체계 개선 등 재정 확충
- 관광산업 위기관리 거버넌스 체계 강화

28

감사합니다.



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

한국문화관광연구원 개원 18주년 기념 세미나
포스트 코로나 시대를 위한 문화·관광·콘텐츠 분야 회고와 전망

콘텐츠 산업 트렌드 2025

이상규

한국문화관광연구원 문화산업연구센터 연구원



2020 한국문화관광연구원

개원기념 세미나 발표

콘텐츠 산업 트렌드 2025

한국문화관광연구원
문화산업연구센터
이상규 연구원

연구 목차

제1장 연구개요

1. 연구 배경 및 목적
2. 연구 범위 및 방법

제2장 콘텐츠 산업 트렌드 변화의 환경과 요인들

1. 트렌드 연구의 관점과 분석틀
2. 콘텐츠 산업 트렌드 변화의 조건과 방향성
3. 콘텐츠 산업 관련 거시환경 및 정책환경의 변화

제3장 콘텐츠 산업 최근 현황 및 변화의 징후들

1. 이머징 이슈 검토 개요
2. 콘텐츠 기술, 시장, 문화의 변화 양상
3. 소결: 콘텐츠 산업 트렌드 후보군 도출

제4장 콘텐츠 산업 핵심 트렌드 도출 및 미래전망

1. 방법론: 전문가 의견조사 및 시나리오 분석
2. 주요 트렌드 이슈별 영향력 분석 및 미래전망
3. 소결: 10대 핵심 트렌드 도출

제5장 콘텐츠 산업 10대 트렌드 분석

1. 콘텐츠 분야 비대면 경제의 부상
2. 경험의 거점으로서 공간의 재발견
3. 수익모델이 주도하는 콘텐츠
4. IP 중심의 가치사슬 재편
5. 플랫폼의 확산과 양극화
6. 디지털 교역의 확대
7. 독립 노동의 전면화
8. 성평등 코드의 진화
9. 콘텐츠를 바꾸는 개인들의 힘
10. 마음 건강 콘텐츠의 성장

제6장 시사점 및 정책제언

1. 연구요약 및 시사점
2. 정책 제언

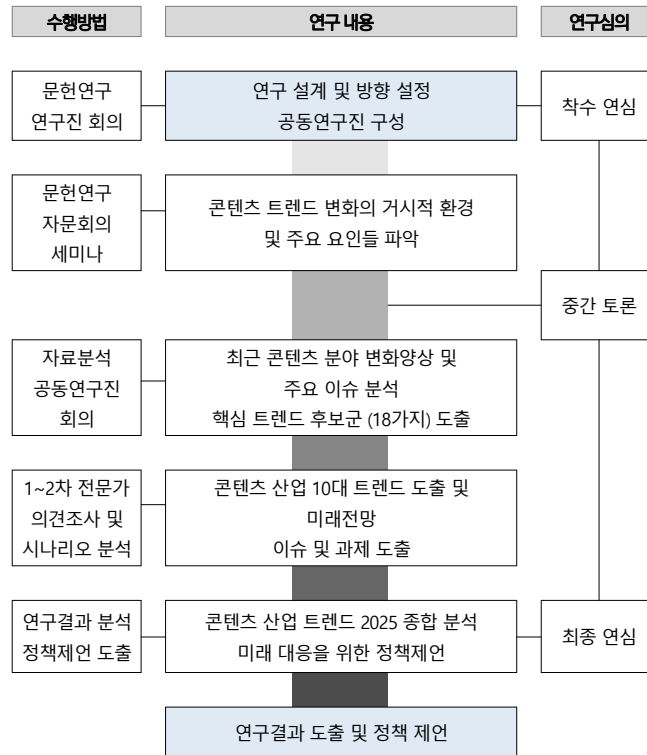
1. 연구개요

연구개요

연구배경 및 목적

- 이 연구는 국내 콘텐츠 산업을 둘러싼 기술·산업·시장·문화적 차원의 변화를 다각도로 분석하면서, 향후 콘텐츠 산업 트렌드가 어떤 방향으로 발현될 것인지 전망하며, 변화의 주요 국면들에서 나타나게 될 쟁점 및 과제들을 파악하고, 정책적 대응방안을 모색하려 함
- **포스트 코로나 시대의 콘텐츠 산업 전망 및 대응 필요성**
 - 코로나19 이후 더 가속화되거나 굴절되는 등 새로운 방향으로 변화 전개
 - 이에 따른 정책환경 또한 변화하고 있음 (디지털 뉴딜 등)
- **미래 정책을 위한 트렌드 연구의 필요성**
 - 영상, 만화/웹툰, 게임, 음악 등 산업 장르별 접근 지양
 - 장르별 구별을 넘어선 통합적, 다차원적 분석 추구 (게임 속 온라인 콘서트, 웹툰 IP 기반 드라마, 모든 콘텐츠가 수렴되고 있는 글로벌 마켓 플랫폼 등)
- **연구목적**
 - 1) 콘텐츠 트렌드 변화의 환경 및 요인 분석
 - 2) 2025 콘텐츠 산업 핵심 트렌드 도출 및 미래전망
 - 3) 콘텐츠 산업 트렌드 변화에 대응하기 위한 정책방안 도출
 - 단기적 유행을 전망하는 것을 넘어 거시적, 장기적 변화 흐름을 심층적으로 파악하고, 핵심 쟁점들과 과제를 도출함으로써 대응방안을 모색하는 것이 목적 → 심층적 접근 + 다차원적 접근

연구 체계와 흐름



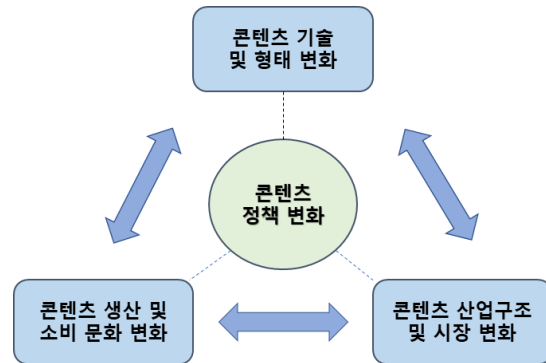
2. 콘텐츠 산업 트렌드 변화의 환경과 요인들

트렌드 연구의 관점과 분석틀

- 콘텐츠 트렌드 파악을 위하여 (1) 콘텐츠 기술 및 인프라, (2) 콘텐츠 산업 및 시장, (3) 콘텐츠 문화의 세 가지 차원을 설정함
- 이 셋은 선형적이거나 위계적 관계가 아니며, 상호 영향을 줄 수 있고 변화 가능한 영역들임. 미시-거시, 단기-장기, 기저-현상의 관계가 뒤바뀔 수 있음
- 위의 세 가지 층위 간의 역동적 상호작용을 고려하여, 콘텐츠 트렌드 변화를 파악하기 위한 다음의 분석틀을 설정함

- 1) 콘텐츠 기술 및 형태 변화 : 실제로 콘텐츠가 어떻게 생산, 유통, 서비스되고 매개되는가? 존재 양태가 어떻게 바뀌는가?
- 2) 콘텐츠 산업 및 시장 : 산업 가치사슬 변화, 산업지형도 및 구조 변화, 콘텐츠 거래방식의 변화, 노동시장의 변화 등
- 3) 콘텐츠 생산 및 소비문화 : 생산자와 소비자들 사이에서 형성/변화하고 있는 문화적 코드, 이용자 참여문화, 콘텐츠의 특성과 사회문화적 기능의 변화 등
- 4) 콘텐츠 정책 변화 : 위의 여러 차원들과 유기적으로 영향을 주고받음

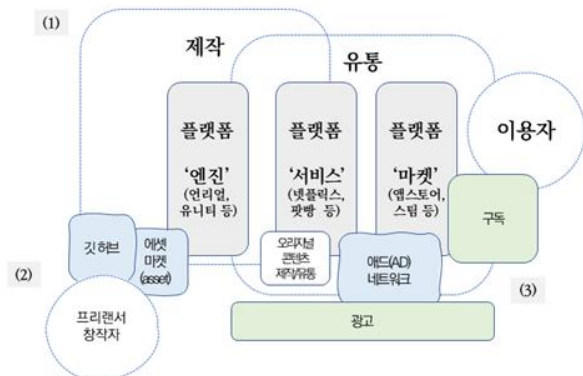
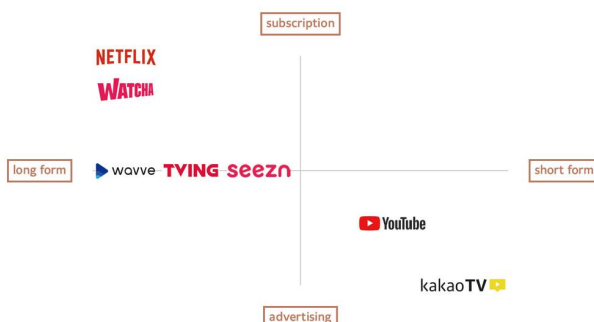
콘텐츠 트렌드 변화의 분석틀



트렌드 변화의 조건과 방향성

디지털 융합이 가져오는 수렴과 분화

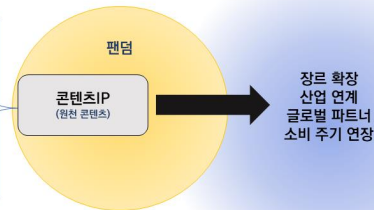
- 디지털 전환 가속화에 따른 제작, 유통, 서비스, 마켓의 수렴 및 플랫폼화
- 수익모델(BM)과 콘텐츠 서비스 형태에 따른 새로운 형태의 분화



가치 사슬의 재편 : 콘텐츠 IP 중심의 새로운 묶음(rebundling)

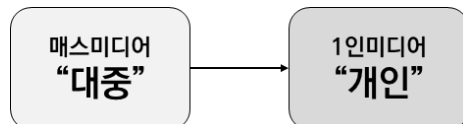
- 기존 가치사슬 묶음이 해체되고, 새로운 가치사슬 묶음으로 재구성
- 묶어낼 수 있는 구심점이 바로 콘텐츠 IP
- 콘텐츠 IP는 이용자 참여(팬덤)에 기반한 원천 콘텐츠 활용의 확대와 생명력 연장을 가능케 하며, IP 경쟁력을 중심으로 산업 생태계가 재편되고 있음
- 결국 원천 콘텐츠 IP 생산 및 축적의 기반을 갖춘 기업들이 가치사슬 재편에서 주도권을 쥐게 될 것임

• 게임
• 웹툰
• 웹소설
• 방송
• 음악
• 출판



대중에서 개인으로

- 개개인성(individuality)에 대한 인식 전환 (토드 로즈 <평균의 종말>)
- 디지털 전환은 콘텐츠 산업에서 '개인'중심의 문화를 만들고 있으며 이는 (1)연결된 소비(이용자 참여의 콘텐츠화), (2)식별된 소비(소비의 데이터화), (3)맞춤형 소비(추천 알고리즘) 등으로 설명될 수 있음
- 결국 '개인들'을 중심으로 콘텐츠 생산 및 소비문화의 변화가 나타나고 있음
- 매스미디어 시대 '익명의 대중'으로서가 아닌 '식별되고 연결된 개인들'의 시대
 - ➔ 콘텐츠 생산, 유통, 소비의 단위 주체가 제도화된/권위를 부여 받은 기업이나 집단이 아닌 '개인들'



트렌드 변화의 조건과 방향성

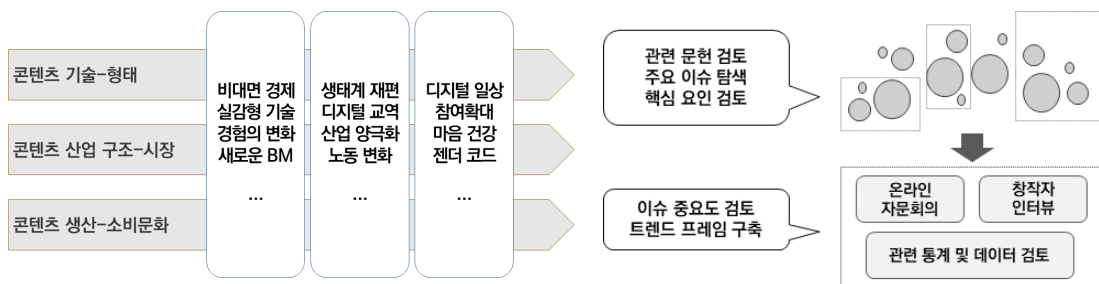
콘텐츠 산업 거시환경 및 정책환경 변화

- 포스트 코로나 '뉴 노멀'과 콘텐츠 산업
 - 코로나19의 확산 이후 산업지형의 변화
 - 기존 비즈니스 모델의 붕괴
 - 언택트 경제의 확산
- 디지털 뉴딜과 정책지형 변화
 - 코로나19 이후 새로운 도약을 위한 정부의 적극적 재정투자 계획
 - 비대면 산업으로의 전환을 위한 인프라 및 인력 정책 중심
- 이러한 '가속'은 역설적으로 전환 과정에서 발생할 수 있는 격차를 줄이기 위한 정책적 대응의 필요성을 제기함.
- 특히 비대면 문화 확산이라는 새로운 환경 속에서 어떻게 문화 정책으로서 콘텐츠 향유의 공적 기반을 구축해나갈지 고민이 필요하며, 또한 일자리와 노동 측면에서의 변화에 대한 대응 필요성도 높아지고 있음

3. 콘텐츠 산업 최근 현황 및 변화의 징후들

트렌드 분석을 위한 이슈 검토 과정

- 본격적인 트렌드 확인에 앞서 문헌 자료 연구를 통해 주요 이슈 파악
- 변화의 압력으로서 '디지털 전환'(digital transformation)이 코로나19 및 디지털 뉴딜 정책 환경 변화 속에서 가속화
- 이러한 요인들의 영향이 실제 각 영역에서 어떻게 나타나고 있는지를 관련 데이터와 사례를 통해 검토
- 앞서 제시한 분석틀에 따라 3개 차원에서 검토 진행 (콘텐츠 기술 및 형태, 콘텐츠 산업구조 및 시장, 콘텐츠 생산 및 소비문화)



콘텐츠 기술, 시장, 문화의 변화 양상

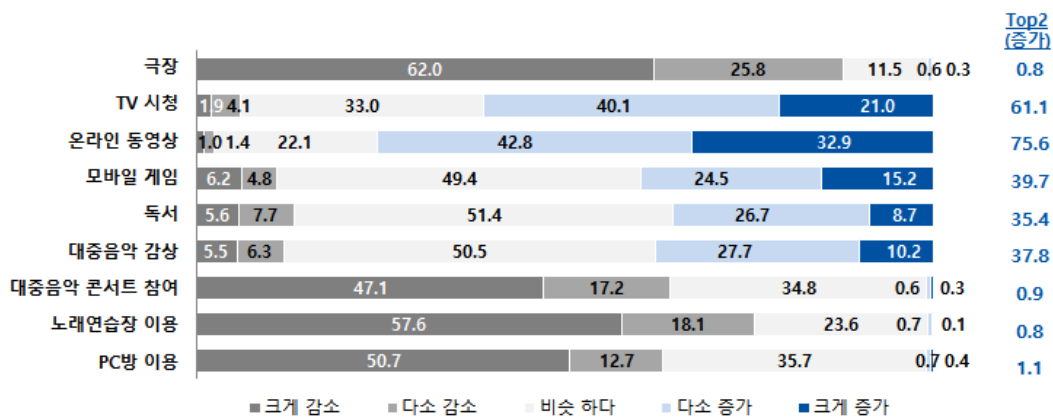
- 비대면 경제의 부상 (코로나19 이후 NC, 네이버, 카카오 등 시가총액 증가)
- 실감형 콘텐츠 기술 및 관련 서비스 발달 (→ 메타버스(meta-verse)의 시대)
- OTT의 급성장, 웹툰의 성장
- 새로운 비즈니스 모델로서 구독경제의 성장
- 1인 미디어 콘텐츠의 성장
- 플랫폼화, 양극화, 노동환경 변화(인력의 재조직화/프리랜서화)
- 콘텐츠를 중심으로 한 디지털 교역의 확대 (온라인 쇼핑, 해외 직거래 증가 등)
- 디지털 TV, 모바일 미디어, SNS 이용 증가
- 디지털 라이프스타일 부상 (콘텐츠를 통한 사회적 관계 맺기 - 게임 내 커뮤니티)
- 라이브 커머스의 성장
- 정서, 마음과 관련된 콘텐츠 서비스 및 소비 확대 (AI 챗봇)
- 밈 컬쳐 확산
- 젠더 코드의 진화 (젠더 코드의 전형성을 깬 사례들 등장)
- ...

기술, 시장, 문화의 변화 양상

2020년 문화콘텐츠 이용량 변화

- 2019년 대비 2020년 온라인 동영상, TV, 모바일 등 비대면 콘텐츠 소비 확대, 극장, 대중 콘서트, 노래방, PC방 등 전통적 오프라인 콘텐츠 소비 급감

[Base: 전체, n=2000 단위: %]



*자료: 포스트코로나 시대 문화관광콘텐츠 분야 정책 성과와 전망에 대한 설문조사(2020, 한국문화관광연구원)

트렌드 후보군 도출

이머징 이슈들 (트렌드 후보군) 도출

[기술 및 콘텐츠 형태]

1. 비대면(untact) 경제의 부상
2. 실감형 콘텐츠 기술의 발달
3. 콘텐츠 관련 오프라인 공간의 진화
4. 콘텐츠 소비 거점으로서 '집(home)'의 재발견
5. 콘텐츠의 플랫폼화 양상
6. 수익모델(BM)이 주도하는 콘텐츠

[콘텐츠 산업구조 및 시장]

7. 콘텐츠 산업 구조 및 가치사슬의 변화
8. 디지털 콘텐츠 교역의 확대
9. 콘텐츠 플랫폼의 영향력 확대
10. 콘텐츠 산업의 양극화 심화
11. 콘텐츠 산업 노동환경의 변화
12. 콘텐츠 산업 노동환경 악화에 따른 법제도 변화

[콘텐츠 생산 및 소비문화]

13. 콘텐츠 생산 주체의 변화
14. 정서적 커뮤니케이션을 매개하는 콘텐츠의 역할
15. 사회적 관계를 회복시키는 콘텐츠의 역할
16. 콘텐츠 분야 젠더 코드
17. 콘텐츠에서 발현되는 밈(meme) 컬처
18. 콘텐츠화되고 수익화되는 소비자들의 참여

4. 콘텐츠 산업 핵심 트렌드 도출 및 미래전망

방법론

전문가 의견조사 및 시나리오 분석

(1) 콘텐츠 분야 이머징 이슈 분석 및 트렌드 후보군 도출 (18가지)

(2) 1차 전문가 의견조사 : 콘텐츠 트렌드 변화의 핵심 동인 파악

- 전문가 38명
- 18개 이슈별 관련 사례 및 현상들, 자료들 제시
- 각 이슈에 대하여 현재 영향력 수준, 5년 후의 영향력 수준 평가(1~5점)
- 평가의 이유, 관련 미래전망 및 예상되는 쟁점이나 과제에 대한 의견 수렴

(3) 10대 트렌드 도출 및 미래 시나리오 구성

- 18개 트렌드 후보군(이머징 이슈들) 중에서 영향력 수준이 높게 평가된 이슈 및 향후 문제나 쟁점, 정책적 과제 등과 관련성이 높은 주제들을 재분류 및 재구성
- 10대 핵심 트렌드 분야 정리 및 주요 미래 시나리오들을 유형화

(4) 2차 전문가 의견조사 : 대안 시나리오 발현가능성/미래 지속가능성

- 전문가 39명
- 각 콘텐츠 산업 트렌드 영역 관련 미래에 발생할 것으로 전망되는 대안 시나리오 제시
- 각 시나리오들의 발현가능성 및 미래 지속가능성 평가(1~5점) → 5장 트렌드 각론에서 정리

10대 트렌드 도출과정

분석결과 종합 및 10대 트렌드 도출

분석 차원	콘텐츠 관련 이머징 이슈들 (트렌드 후보군)		콘텐츠 미래 변화의 핵심 동인 (10대 트렌드)
콘텐츠 기술 및 형태	비대면 경제의 부상	⇒	콘텐츠 분야 비대면 경제의 부상
	실감형 콘텐츠 기술의 발달		
	콘텐츠 관련 오프라인 공간의 진화		경험의 거점으로서 공간의 재발견
	콘텐츠 소비 거점으로서 '집'의 재발견		
	콘텐츠의 플랫폼화 양상		수익모델이 주도하는 콘텐츠
	수익모델이 주도하는 콘텐츠		
콘텐츠 산업구조 및 시장	콘텐츠 산업구조 및 가치사슬의 변화		IP 중심의 가치사슬 재편
	디지털 콘텐츠 교역의 확대		
	콘텐츠 플랫폼의 영향력 확대		플랫폼의 확산과 양극화
	콘텐츠 산업의 양극화 심화		
	콘텐츠 산업 노동환경의 변화		디지털 교역의 확대
	콘텐츠 산업 노동환경 악화에 따른 법제도 변화		
콘텐츠 생산 및 소비문화	콘텐츠 생산 주체의 변화		독립 노동의 전면화
	콘텐츠화되고 수익화되는 소비자들의 참여		
	정서적 커뮤니케이션을 매개하는 콘텐츠의 역할		콘텐츠를 바꾸는 개인들의 힘
	사회적 관계를 회복시키는 콘텐츠의 역할		
	콘텐츠 분야 젠더코드		성평등 코드의 진화
	콘텐츠에서 발현되는 밈 컬처		마음 건강 콘텐츠의 성장

5. 콘텐츠 산업 10대 트렌드 분석

콘텐츠 분야 비대면 경제의 부상

- **코로나19 이후 비대면 경제의 성장과 관련 산업의 부상**
 - 코로나19는 대면 산업 중심 경제의 지속가능성에 의문을 제기, 비대면 중심의 새로운 사회적 소통과 경제 질서의 빠른 성장 기회를 열게 됨
 - 원격의료, 비디오 게임, 스트리밍 서비스 등 디지털 서비스, 사이버 보안, 원격근무 협업 도구 발달, 온라인 교육 서비스 등 확대
- **디지털 뉴딜과 실감 콘텐츠의 진화**
 - 온라인 공연 확대, 장소 경험의 증강 등
- **메타버스(Metaverse) 시대의 출발**
 - 메타버스는 현실 세계를 넘어선 가상 세계를 의미 : 기존에는 주로 게임 등 비일상적 활동과 관련 있었다면, 점차 정치·경제·사회·문화의 전반적 측면에서 현실과 비현실 모두 공존할 수 있는, 가상-현실이 연계된 새로운 세계관(universe) 개념으로 확장
 - 게임과 연계된 가상 콘서트, 게임 속에서 진행되는 사회적 교류 등
 - 비대면 산업이 기존 산업과 대등한 수준으로 부상하고 이들이 상호 연계된 상태로 존재하게 된다면, 인간의 문화적 활동 범주와 영역에 대한 기존 생각의 틀이 확장되어야 함
 - 새롭게 부상한 비대면 경제의 세계, 즉 메타버스에서 경험의 질, 공정한 산업, 안전한 교류와 같은 사회적 의제들에 관심을 기울일 필요성이 제기

경험의 거점으로서 공간의 재발견

- **포스트 코로나 시대, 콘텐츠 소비의 거점이 된 '집'**
 - 코로나19로 인해 전개되는 현재의 양상은 '재가대화' 성격을 띠
 - 의식주를 해결하고 쉬는 공간으로만 여겨졌던 집은 우리를 안전하게 지켜주고 업무, 문화, 소비, 레저, 교육 등 일상을 이어 나가는 공간으로, 그 위상과 가치가 바뀌게 되었으며, 재택근무나, 원격수업 등으로 집에 머무는 시간이 많아지면서 집에서의 콘텐츠 이용 비중 역시 폭발적으로 증가
 - 홈집/홈트, 홈 시네마, 홈 퍼니싱, 안방 1열 콘텐츠들
- **오프라인 공간의 진화**
 - 온라인과 배송 중심의 '뉴노멀'이 만들어지는 와중에도 살아남은 오프라인 공간의 성격은 크게 1) 프리미엄 공간, 2) 체험이 가능한 공간, 3) 공간의 성격이 자주 바뀌는 팝업적 특성을 띤 변신형 공간 등으로 파악할 수 있음
 - 온라인이 제공할 수 없는 경험을 고급화, 차별화된 형태로 제공함으로써 온-오프라인의 연결뿐만 아니라 오프라인 콘텐츠 체험만의 독자적 가치를 구축해감

트렌드 3

수익모델이 주도하는 콘텐츠

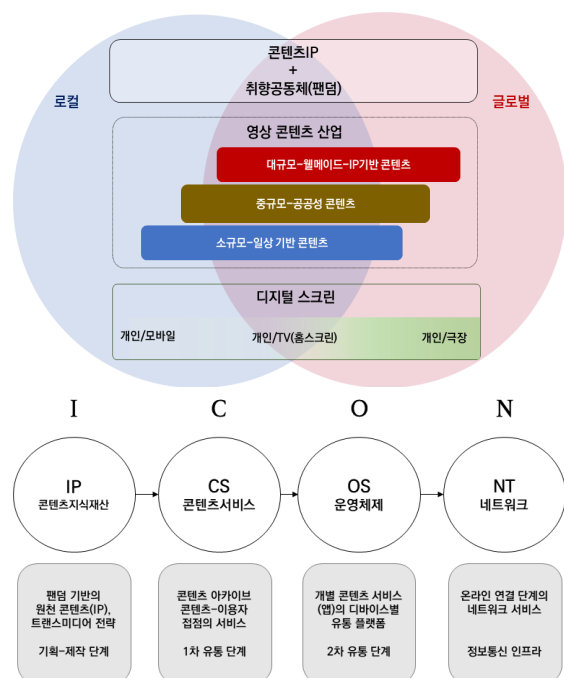
- 콘텐츠 산업 수익모델의 변화 : 구독경제와 광고
 - 넷플릭스 등을 중심으로 온 디맨드 및 구독경제 모델 확산
 - 광고 시장의 이동과 확산 : 레거시 → 뉴미디어
 - 빅데이터 기반 맞춤형 광고 서비스 확대
 - 모바일 게임 분야 광고 네트워크(Ad Network) 성장
 - 콘텐츠와 광고, 미디어 커머스의 결합
 - 인플루언서/크리에이터들과의 다양한 협업
 - 제조업-콘텐츠의 결합
 - 브랜드 콘텐츠
 - 콘텐츠 커머스 (네이버, 카카오 등 라이브 커머스 확대)
 - 수익모델이 콘텐츠를 규정
 - 확률형아이템 기반 게임 사례
 - 특정 IP+장르+BM 결합된 양산형 게임
 - BM이 콘텐츠의 특성과 생산방향을 규정함
- 향후 콘텐츠 IP기반 비즈니스 고도화, 타 산업간 협업, 마케팅 등 더욱 활성화될 것



트렌드 4

IP 중심의 가치사슬 재편

- IP와 팬덤 중심의 가치사슬 재구성
 - 이용자를 모으는 기본 단위로서 콘텐츠 IP와 팬덤의 중요성 증대
 - 과거 특정 미디어 특히 '채널'과 '프로그램' 단위로 모여있던 수용자(audience)는, 다양한 디지털 미디어 플랫폼을 넘나드는 이용자(user)로 진화
 - 이제 미디어는 레거시 미디어의 '편성'과는 다른, 디지털-온라인-스크린으로 통합된 환경에서 콘텐츠를 이용 단위로 이용 시간을 배분하게 되는 미디어 → 콘텐츠 수용 집단을 구분하는 기준은 더 이상 미디어가 아닌, 콘텐츠 IP가 됨
 - 만화/웹툰, 드라마, 영화 등 하나의 IP로 제작된 다양한 콘텐츠를 연속적으로 소비
- 새로운 가치사슬로서 I-C-O-N 모델의 제안
 - I-C-O-N은 각각 IP(콘텐츠 지식재산), CS(콘텐츠 서비스), OS(운영체제), NT(네트워크)를 의미하며, 디지털 기반으로 기존의 묶음이 해체되고 다시 결합된 형태를 보여주는 개념



플랫폼의 확산과 양극화

- **플랫폼을 중심으로 수렴되는 콘텐츠 시장**
 - 플랫폼이란 공급자와 수요자, 사업자 등 다양한 주체가 참여하여 그들이 얻고자 하는 가치를 공정한 거래를 통해 교환할 수 있도록 구축된 환경 → 중요한 것은 플랫폼을 통해 매개되는 네트워크 환경 안에서 어떻게 선순환 생태계를 만들 것인가임
 - 넷플릭스가 주도하는 OTT시장, 구글이 79.6%를 점유한 모바일 게임시장
 - 플랫폼 관련 독과점 이슈, 과도한 영향력과 종속성 심화에 대한 경계 목소리들 (강제되는 인 앱 결제, 30% 수수료 등)
- **콘텐츠 제작 및 유통구조를 바꾸는 플랫폼**
 - 넷플릭스가 한국 영상콘텐츠 산업에 미친 영향들 : 제작투자 확대 및 IP 확보, 스튜디오 시스템으로의 전환, 시즌제 드라마 제작, 유연성 있는 제작편수 및 시간, '몰아보기'를 반영한 새로운 편집방식, 폐쇄형 서비스에서 개방형 서비스로의 변화, 글로벌 표준 적용에 따른 제작 환경 개선 등
 - 모바일 애플리케이션에서 구글의 영향 : 다수의 유저 데이터 기반 시장분석, 비즈니스 전략 수립, 개발자들을 위한 소프트웨어 제공 → 콘텐츠 거래 시장을 넘어 생산자들까지 포섭
- **양극화 심화에 대한 우려들**
 - 2018년 기준 연 매출액 10억 미만 사업체 89%, 종사자 10인 미만 90.7% (2019 콘텐츠산업 통계조사)
 - 넷플릭스의 OTT 장악, 구글의 앱마켓 장악, 콘텐츠 IP 보유기업의 콘텐츠 장르 시장 장악(NC, 넥슨, 넷마블 등 빅3 게임사가 전체 시장의 절반 차지)

디지털 교역의 확대

- **디지털 콘텐츠 시장 및 교역의 확대**
 - 2018년 이후 5년간 전 세계 디지털 콘텐츠 시장이 11.7%의 고성장세를 유지해 2022년에 규모가 3조 990억 달러에 달할 것으로 전망(NIPA, 2019)
 - 플랫폼화(platformization) 과정 속에서, 거대 글로벌 플랫폼을 중심으로 산업 생태계 재구성 및 교역 확대
 - 국가별 장벽을 넘는 콘텐츠 거래, 이에 따른 법제도적 쟁점들 발생
 - **국가별 자국법 적용 및 역외적용의 문제**
 - 구글, 애플, 페이스북, 넷플릭스 등 글로벌 콘텐츠 플랫폼/서비스사들에 대한 현실적 규제 가능성 문제
 - 강한 규제정책으로 인하여 발생하는, 국내 콘텐츠 사업자들에 대한 '역차별' 또는 역효과 논란
 - **자국/로컬 콘텐츠 보호 시도 움직임들**
 - **지식재산권 침해 및 보호 이슈**
 - 해외 불법유통 등으로 인하여 발생하는 한류 콘텐츠 지식재산권 침해
 - 쉽지 않은 저작권 보호 문제
- 향후 전지구적 디지털 교역 확대 속에서 국가별 법제도 차이에서 오는 각종 규제, 분쟁과 갈등, 무역 불균형 등의 문제가 지속적으로 발생할 것으로 예측됨

트렌드 7

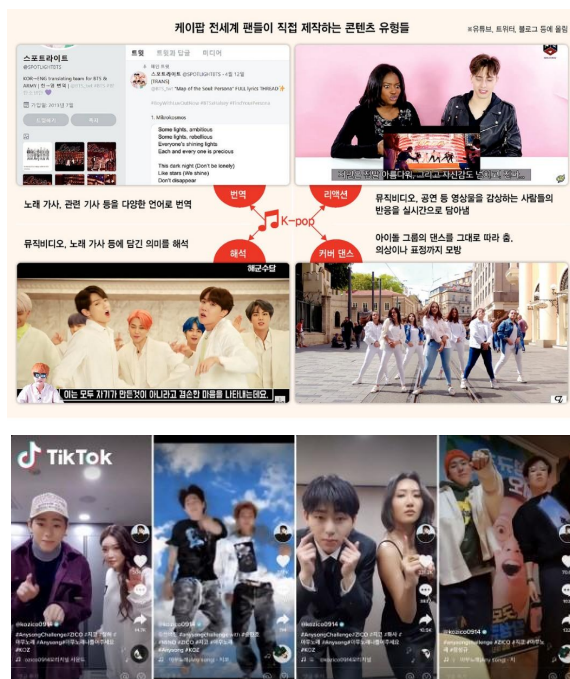
독립 노동의 전면화

- **유연한 노동의 확대**
 - 자유롭고 유연한 형태의 노동은, 특수형태근로종사자, 플랫폼 노동, 개인사업자, 자유노동, 프리랜서, 깃(gig) 이 코노미 노동자 등 다양한 이름으로 존재. 회사에 고용되지 않고 스스로 근무 환경을 통제하면서 근무시간(time) 이 아닌 일(task)에 따른 보수를 받는 비표준적 노동 형태를 띠는 공통점
 - 최근 콘텐츠 비즈니스의 플랫폼화·모듈화에 따라 더 가속화되고, 전면화되는 독립노동(Independent work)
- **콘텐츠 분야 프리랜서 노동 현황**
 - MZ 세대가 프리랜서 시장 큰 비중 차지
 - 비대면 협업 플랫폼, 노동을 거래할 수 있는 B2B 플랫폼 확대
 - 프리랜서 아웃소싱 플랫폼 크몽, 콘텐츠 크리에이터들이 이용하는 커머스 플랫폼 마플샵 등 B2B
 - Upwork, Freelancer, TaskRabbit, Fiverr 등 플랫폼을 통한 외주 인력활용 증가 : 프리랜서 노동(분업)의 글로벌화
- **1인 미디어 콘텐츠 크리에이터 시대의 명과 암**
 - 1인 미디어 콘텐츠 크리에이터, MCN의 급성장과 영향력 확대
 - 레거시 미디어 진출, 마케팅 및 광고시장 확대, 각종 협업 콘텐츠 제작 등 BM 확대
 - 그러나 뒷광고 논란 등 여러 법적·도적 이슈, 콘텐츠 품질, 윤리적 문제 등 한계와 과제
- **노동환경 개선, 사회적 안전망 구축, 새로운 전문인력 양성 등 과제가 남아 있음**

트렌드 8

콘텐츠를 바꾸는 개인들의 힘

- **팬덤 문화의 확장과 심화**
 - 국경을 넘는 글로벌 팬덤 (예) BTS 팬덤 아미의 사례
 - 번역, 리액션, 해석, 커버댄스, 기부 및 봉사활동 등
 - 세대를 가로지르는 동시대 팬덤 (예) 중년 트로트 팬들의 '총공', '조공', 기부활동 등
- **이용자가 만드는 콘텐츠 문화**
 - 슈퍼챗, 별풍선 등 유튜브/스트리밍 시대의 후원모델
 - 댓글 등을 통한 콘텐츠 참여, 1인 크리에이터들에 대한 영향력 행사
 - 숏폼 기반의 각종 챌린지
 - 밈(meme) 컬쳐 : 파생 콘텐츠 생산, 각종 유행어, 레트로 문화코드 관련
- **콘텐츠 서비스의 개인 맞춤화와 쟁점들**
 - 마케팅의 고도화, 저작권, 개인정보 활용문제를 둘러싼 이슈들 등



성평등 코드의 진화

- **‘(젠) 언니들’의 부상**
 - 2019년까지 미투 운동, 낙태죄 헌법 불합치 결정, ‘권력형 성폭행’ 유죄 판결, ‘탈코르셋 운동’ 등 여성인권
에 대한 인식 전환 및 여성주의 관련 사회문화적 논의 활발히 전개
 - 최근에는 ‘환불원정대’, ‘노는 언니’ 등 콘텐츠에서 기존의 고착화된 성 관념을 넘어서는 강하고 새로운 여
성 캐릭터들 부상
- **여성 작가, 제작자, 출연자들의 활약**
 - 노년 여성에 대한 편견을 넘어서고, 여성들이 연대하는 콘텐츠
 - 여성 출연자들의 새로운 조합과 새로운 역할들
 - 출판계에도 ‘산전수전 다 겪은 언니들’의 인생 경험담, 조언, 여성 간 우애와 연대를 다룬 에세이집이 출간
 - 유튜브에서도 ‘부자 언니(재테크)’, ‘옆집 언니 최실장(패션)’, ‘짱이언니(뷰티)’ 등이 여성 구독자들로부터 인기
- **‘K-장녀’에서 센 언니로**
 - 현재 대중들이 열광하는 센 언니는 ‘K-장녀’였지만, 이제 의지할 수 있는 든든하고 강한 존재면서, 사회에 여전히
존재하는 불합리한 크고 작은 일들을 더 먼저, 혹독하게 겪은 선배들. 그래서 이들은 강한 친근감과 유대감을 느
끼게 하는 존재가 되며, 이들의 삶은 다른 여성들에게 새로운 이정표가 됨
- **성평등 문제에 대한 사회적 공감대 형성 부족, 논쟁과 갈등들이 여전히 남아 있음**

마음 건강 콘텐츠의 성장

- **코로나 블루 현상**
 - 코로나19 이후 우울감, 불안감 등 마음건강, 정신건강 이슈 발생
 - 급격한 비대면 사회로의 진입에 따른 부작용들 : 특정 디지털 콘텐츠에 대한 중독 위험 등
- **콘텐츠 소비를 통한 마음 챙김**
 - 외부와의 접촉 및 이동이 제한된 상황에서 콘텐츠를 통해 대리경험을 하는 방식
 - 경험의 대체 또는 확장을 통한 마음 챙김 : 랜선 여행, 랜선 콘서트, 랜선 장터 등
 - 각종 온라인 전시 및 공연 관련 콘텐츠
 - 개인에게 맞춤형 콘텐츠 소비
 - 각종 힐링, 심신 안정을 위한 콘텐츠 : 수면, 테라피 등
 - 오디오 콘텐츠 시장의 성장 또한 정서적 커뮤니케이션과 관련된 (예) ASMR, 청각이 주는 힐링 사운드의 역할
- **이슈들**
 - 개인에게 맞춤형 콘텐츠의 한계
 - 실제 건강/의료 차원에서의 효용성 문제 등

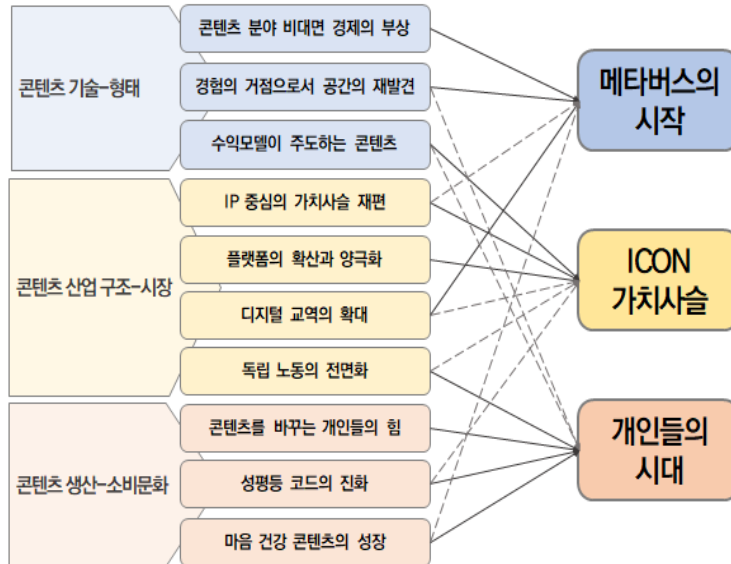
6. 시사점 및 정책 제언

요약 정리

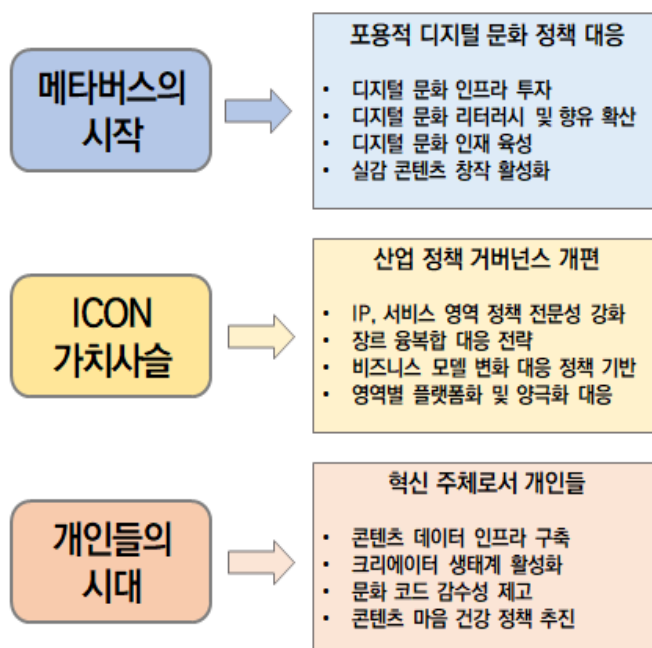
2025 콘텐츠 산업 10대 트렌드의 방향성

- ① 콘텐츠 분야 비대면 경제의 부상 → 디지털 세상의 위상이 바뀐다
- ② 경험의 거점으로서 공간의 재발견 → 경험의 거점으로서 공간의 위계가 바뀐다
- ③ 수익모델이 주도하는 콘텐츠 → 새로운 콘텐츠 형식이 늘어난다
- ④ IP 중심의 가치사슬 재편 → IP가 가치사슬 재편의 중심이 된다
- ⑤ 플랫폼의 확산과 양극화 → 플랫폼은 모든 곳에 존재한다
- ⑥ 디지털 교역의 확대 → 국가의 경계는 더욱 흐려진다
- ⑦ 독립 노동의 전면화 → 독립 노동이 점점 확대된다
- ⑧ 콘텐츠를 바꾸는 개인들의 힘 → 개인들의 영향력은 더 커진다
- ⑨ 성평등 코드의 진화 → 젠더 감수성은 새로운 시대를 위한 기본 언어다
- ⑩ 마음건강 콘텐츠의 성장 → 콘텐츠는 개개인의 내면으로 향한다

10대 트렌드를 통해 본 미래 콘텐츠 변화 방향



콘텐츠 미래 변화에 대응하기 위한 정책 방향



끝. 감사합니다.

‘코로나 시대’ 통계의 역할은 무엇인가?

권태일

한국문화관광연구원 정책정보센터 연구위원





[목 차]

-
- | | | |
|-------------|---|---|
| 2020년
회고 | 1 | 코로나로 인한 조사의 어려움
‘최악의 조사환경, 적극적인 대응방안’ |
| | 2 | 코로나 진단을 위한 데이터 확보 및 분석
‘통계를 통해 코로나를 보다’ |
| 2021년
전망 | 3 | 통계의 안정적 생산 및 활용
‘코로나에도 통계생산은 계속된다’ |
| | 4 | ‘코로나 시대’ 통계의 역할
‘연구원, 통계를 통해 시대적 흐름을 선도한다’ |

1 2020년 회고

코로나로 인한 조사의 어려움 '최악의 조사환경, 적극적인 대응방안'

1. 한국문화관광연구원 통계관리 현황

분야	통계명	작성 방법	작성 주기(년)	공표 주기(년)	담당부서	수행기관
문화예술 (12종)	국민문화활동조사	조사	1	1	문화정책과	한국문화관광연구원
	예술인실태조사	조사	3	3	예술정책과	한국문화관광연구원
	국민여가활동조사	조사	1	1	문화정책과	한국문화관광연구원
	근로자휴가조사	조사	1	1	문화정책과	한국문화관광연구원
	문화체육관광 일자리 현황 조사	조사	반기	1	미래문화전략팀	한국문화관광연구원
	국제문화교류조사	조사	3	3	국제문화과	
	문화예술교육조사	조사	1	1	문화예술교육과	
	지역문화현황통계	보고	3	3	지역문화정책과	한국문화관광연구원
	공연예술조사	조사	1	1	공연전통예술과	예술경영지원센터
	전국도서관통계	보고	1	1	도서관정책기획단	한국문화관광연구원
	한국수어활용조사	조사	3	3	국립국어원	국립국어원
	문예연감	가공	1	1		한국문화예술위원회
문화산업 (5)	콘텐츠산업조사	조사	1	1	문화산업정책과	문화체육관광부
	광고산업조사	조사	1	1	방송영상광고과	문화체육관광부
	문화체육관광산업통계	가공	1	1	한국문화관광연구원	한국문화관광연구원
	국민독서실태조사	조사	2	2	출판인쇄독서과	한국출판연구소
	저작권통계	조사	1	1	출판인쇄독서과	저작권위원회
관광(5)	주요관광지점입장객통계	보고	월	1	관광정책과	한국문화관광연구원
	관광사업체조사	조사	1	1	관광산업정책과	한국문화관광연구원
	국민여행조사	조사	월	1	관광정책과	한국문화관광연구원
	외래관광객조사	조사	1	1	국제관광과	한국문화관광연구원
	한국관광통계	가공	월	익월		한국관광공사
체육(4)	국민생활체육조사	조사	1	1	체육진흥과	한국스포츠포럼정책학회
	국민체력실태조사	조사	2	2	체육진흥과	한국스포츠포럼정책학회
	장애인생활체육조사	조사	1	1	장애인체육과	대한장애인체육회
	스포츠산업조사	조사	1	1	체육진흥과	문화체육관광부
총 26종						

문화체육관광
국가승인통계
총 26종
가운데 12종 (46%)을
한국문화관광연구원
생산

COVID-19 발생
'최악의 조사환경'

2. 코로나로 인한 조사방식(항목) 변경



2020년부터 한국관광공사->한국문화관광연구원

기준 : 19개국 대상 약 1,340명(월)을 대상으로 한국여행 전반(준비, 형태, 소비, 평가)에 대한 35개 항목 설문

현재 : 1-4월까지 코로나19로 인한 **조사 중지**, 5월부터 월 100-300명을 대상으로 한국여행에 대한 7대 성과지표 위주로 조사 유지

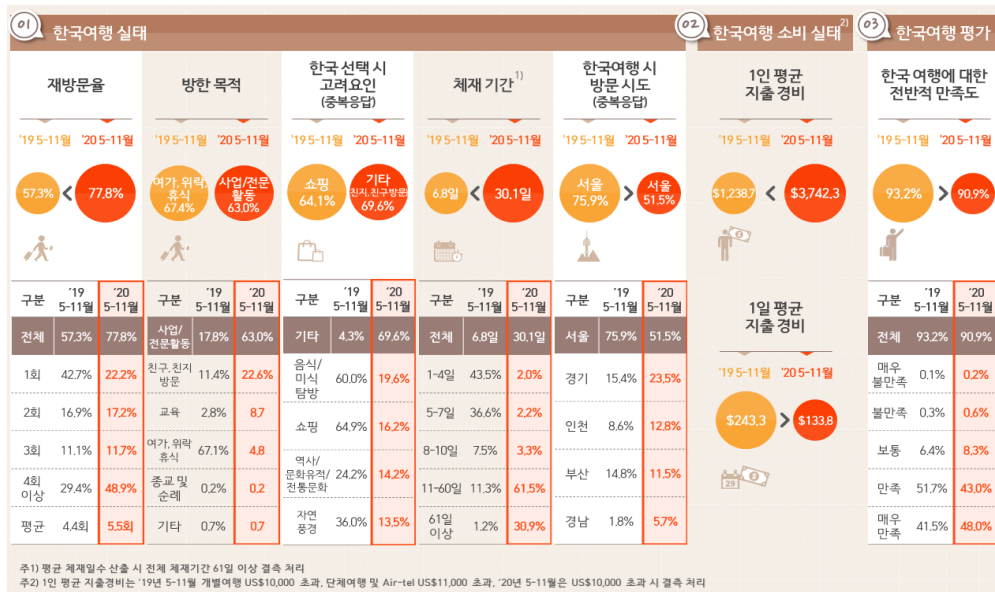
추가 (해외 패널조사)

※ 조사1 : “해외여행 인식 조사”
(13개국 국가별 400표본, 총 5,200표본)

※ 조사2 : “방한 인식 조사”
(13개국 국가별 400표본, 총 5,200표본)

5

2. 코로나로 인한 조사방식(항목) 변경



6

2. 코로나로 인한 조사방식(항목) 변경



2. 코로나로 인한 조사방식(항목) 변경

Paradata

The paradata of a data set or survey are data about the process by which the data were collected. Paradata of a survey are usually "administrative data about the survey." Example paradata topics about a survey include the times of day interviews were conducted, how long the interviews took, how many times there were contact attempts, and whether the respondent was reached.

향후 조사 대응방안 마련
어려운 조사환경 -> 조사를 위한 노력

사유	비율(%)
전체	100.0
· 단순거절(바쁨, 담당자 부재, 담당자 휴가/병가 등)	55.2
· 코로나19로 인한 방문 거절 (온라인 등 타 조사 방법으로는 의향 있음)	10.6
· 코로나19로 인한 방문 거절 (온라인 등 타 조사방법으로도 참여 의향 없음)	18.4
· 휴/폐업	13.4
· 기타(법적 필수사항 아니면 참여 거절 등)	2.4

2. 코로나로 인한 조사방식(항목) 변경



9

2 2020년 회고

코로나 진단을 위한 노력
‘통계를 통해 코로나를 보다’

1. 코로나 영향파악을 위한 기존데이터 검토

코로나로 인한 문화관광분야 영향 파악을 위한 데이터 필요
->작성주기, 공표주기 등으로 인해 즉각적으로 활용 어려움

시의성

분야	통계명	작성 방법	작성 주기 (년)	공표 주기 (년)	담당부서	수행기관
문화예술 (8종)	국민문화활동조사	조사	1	1	문화정책과	한국문화관광연구원
	예술인실태조사	조사	3	3	예술정책과	한국문화관광연구원
	국민여가활동조사	조사	1	1	문화정책과	한국문화관광연구원
	근로자휴가조사	조사	1	1	문화정책과	한국문화관광연구원
	문화체육관광 일자리 현황 조사	조사	반기	1	미래문화전략팀	한국문화관광연구원
	지역문화현황통계	보고	3	3	지역문화정책과	한국문화관광연구원
	전국도서관통계	보고	1	1	도서관정책기획단	한국문화관광연구원
	문화체육관광산업통계	가공	1	1	한국문화관광연구원	한국문화관광연구원
관광(4)	주요관광지점입장객통계	보고	월	1	관광정책과	한국문화관광연구원
	관광사업체조사	조사	1	1	관광산업정책과	한국문화관광연구원
	국민여행조사	조사	월	1	관광정책과	한국문화관광연구원
	외래관광객조사	조사	1	1	국제관광과	한국문화관광연구원

총 12종

소속 및
산하기관
데이터
활용의
어려움

코로나
대응을 위한
새로운
전략이
필요하다!!!

한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

11

2. 코로나 대응 TF Mission

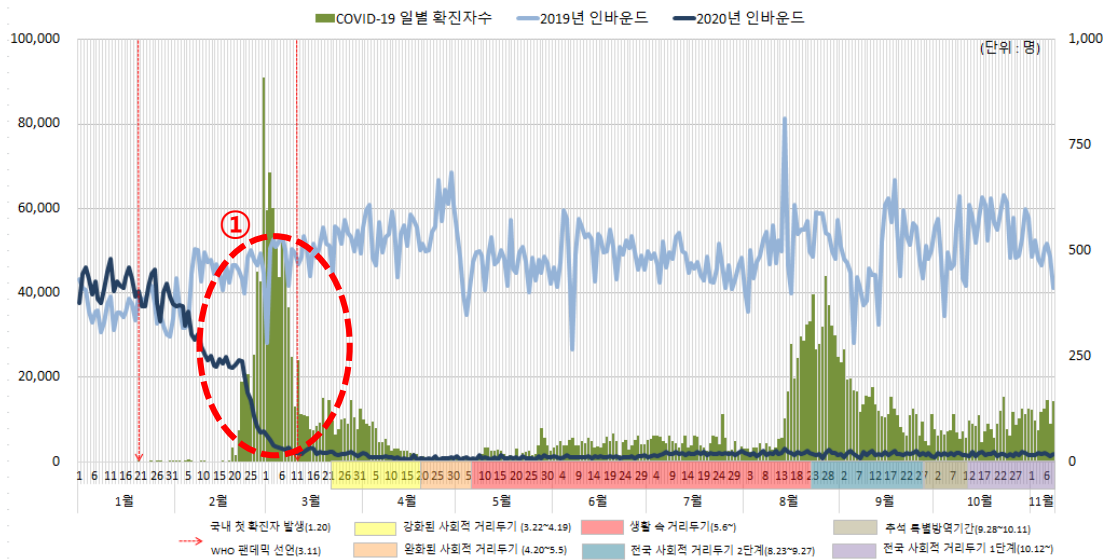
신종 코로나 바이러스로 인해 국·내외 관광객의 이동 및 소비가 제한됨
통계에 기반을 둔 시의성 있고 객관적인 현황 진단 필요(데이터 확보)
이에 '문화관광통계 코로나 대응 TF' 운영을 통해 데이터를 분석 및 축적
이를 바탕으로 향후 Post 코로나에 대비한 기초자료 마련

관광분야(5)	문화분야(2)	문화체육관광 통합 분야(5)
○인바운드 영향(입국통계)		○신용카드 지출액
○아웃바운드 영향(출국통계)	○영화통계	○문화체육관광 BSI(분기)
○제주도 입도객 현황	(영화관입장권통합전산망)	○문화체육관광 CSI(분기)
○국내외 항공통계(운항편수)	○공연 통계	○문화체육관광 고용동향
○국내여행 영향(주요관광지점 통계, 24개 지점)	(공연예술통합전산망)	○서비스업생산지수

한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

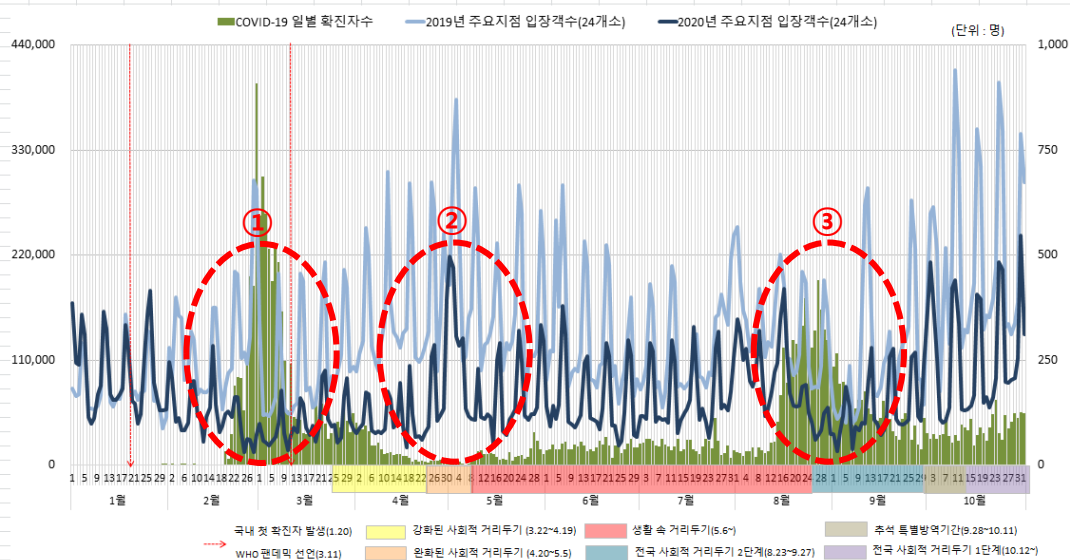
12

3. 분석사례-1(INBOUND 영향)



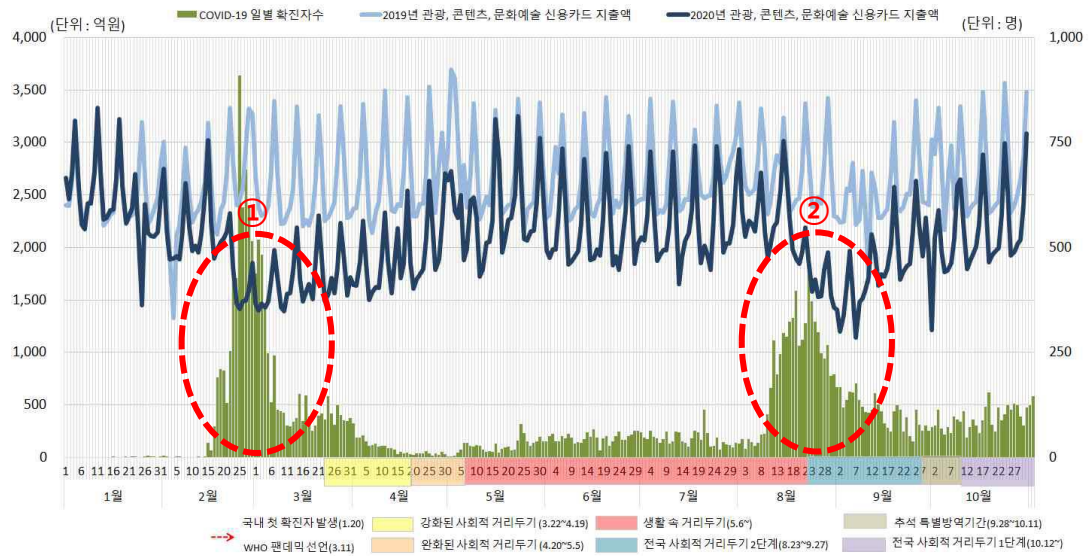
13

3. 분석사례-2(DOMESTIC 영향), 지역별 24개 지점



14

3. 분석사례-3(신용카드 지출액)

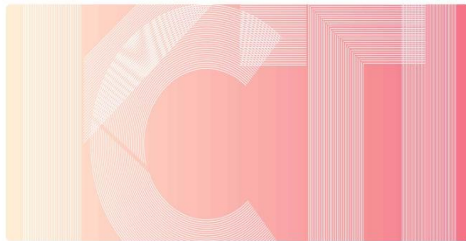


15

한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

4. 코로나19의 문화·관광·콘텐츠 영향

한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute



코로나19의 문화·관광·콘텐츠 영향(10차)

2020. 11. 16/월

정책정보센터

요약 코로나에 따른 문화·관광·콘텐츠 변화 분석

지표명 (분석 기간)	코로나 이후 변화	최근 변화
INBOUND 영향 (1월 1일 ~ 11월 8일)	· 11월 8일까지 방문 외래객은 약 240만 명으로 전년 동기 대비 84.0%(약 1,237만 명) 감소 · 2019년 방문 외래관광객 지출액(1,2396) 적을 시, 방문 외래객의 국내 지출액은 17조 원 감소 추정	· '20년 10월 방문 외래객은 약 5만 5천 명으로 전년 동기 대비 96.7% 감소 (전월 대비 15.2% 감소) · '20년 1-8월까지 누계 국제관광객은 전년 동기 대비 7억 명 감소(약 70% 감소)
OUTBOUND 영향 (1월 1일 ~ 11월 8일)	· 11월 8일까지 국민 출국객은 약 411만 명으로 전년 동기 대비 83.4%(약 2,067만 명) 감소 · 2019년 국민 해외여행 평균 지출액(117만 원) 적용 시, 국민 해외 지출액은 약 24조 원 감소 추정	· '20년 10월 국민 해외 출국객은 약 4만 9천 명으로 전년 동기 대비 97.7% 감소 (전월 대비 36.8% 감소)
제주 입도객 현황 (1월 1일 ~ 11월 8일)	· 11월 8일 기준, 제주 입도객은 약 879만 명으로, 전년 동기 대비 32.6%(약 425만 명) 감소 · 코로나 첫 확진자 발생(1월 20일) 후 제주 입도객은 799만 명으로 전년 동기 대비 35.3%(약 456만 명) 감소	· '20년 10월 제주 입도객은 약 108만 명으로 전년 동기 대비 24.2% 감소(전월 대비 47.7% 증가) · 사회적 거리두기 1단계로 전환(10.12-)되며 감소세 완화 양상을 보이며 11월 1주(11.2~11.8) 제주 입도객은 28만 명(전년 동기 대비 11.9% 감소)
DOMESTIC 영향 (1월 1일 ~ 10월 31일)	· 10월(10.1~10.31) 주요 관광지점 방문객 수는 354만 명으로 전년 동기 대비 -46.5% 감소(회전율) · 코로나 첫 확진자 발생(1월 20일) 후 주요관광지점 방문객 수는 전년 동기 대비 49.8% 감소	· 36주차 이후 50% 대 감소율을 유지하다가, 41주차에는 -39.4%로 감소폭이 완화되는 추세
항공통계 (1월 5일 ~ 11월 6일)	· 10월 전국 공항 국제선 여객기 운항편수는 3,034편으로 전년 동월 대비 92.4% 감소 · 10월 국내 공항의 국내선 운항편수는 17,958편(19년 16,836편)으로 전년 동월 대비 6.7% 증가함	· 국내선 항공편은 추석연휴(9.30~10.4)를 맞아 국내 이동량이 증가하면서 37주까지는 전년 대비 22.7% 증가 · 전국 사회적 거리두기 단계가 1단계로 완화(10.12-)되면서 39주부터 꾸준한 전년 대비 증가

한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

16

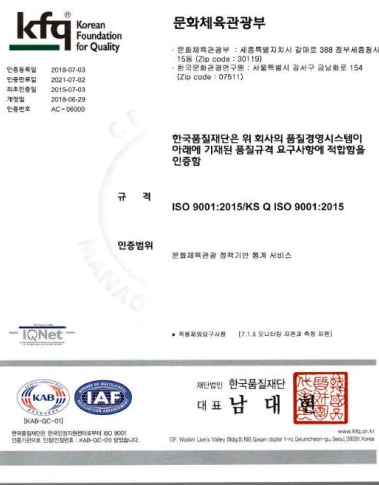
3 2021년 전망

통계의 안정적 생산 및 활용

‘코로나에도 통계생산은 계속된다’

1. 코로나 시대 : 데이터 품질관리의 중요성

품질경영시스템 인증서



- ④ **별표 3.**콜걸경영시스템운영 절차도(R0)
- ④ **별표 4.**방침관리 절차도(R0)
- ④ **별표 5.**조직 및 업무분장 절차도(R0)
- ④ **별표 6.**내외부의사소통 절차도(R0)
- ④ **별표 7.**검열검토 절차도(R0)
- ④ **별표 8.**적격성교육훈련및인식 절차도(4)
- ④ **별표 9.**오·분별을 구축 절차도_20180611
- ④ **별표 10.**조사항계 절차도_20180611
- ④ **별표 11.**조사항계 절차도_20190701
- ④ **별표 12.**통계 통제 점검 절차도_20161010
- ④ **별표 12.**가공통계 절차도_20180611
- ④ **별표 13.**연구조도 절차도_20161010_180618
- ④ **별표 14.**국가승인통계 입력 절차도_20161010_수정(번호)
- ④ **별표 15.**콘텐츠 운영 절차_20180611
- ④ **별표 15.**콘텐츠 운영 절차_20190701
- ④ **별표 16.**설문조사(수확과제) 절차도_수정_20161010
- ④ **별표 17.**자체조사 절차도(20190701)
- ④ **별표 17.**자체조사 절차도_수정_20161010_수정
- ④ **별표 18.**통계실무협의회 운영 절차도_20161010
- ④ **별표 19.**포기 개회 관리 절차도_20161010
- ④ **별표 20.**자문회의 운영 절차도_20161010
- ④ **별표 21.**국가안전확도조사 절차도(R0)
- ④ **별표 22.**위탁 운영 절차도(2)_수정(절차추가)
- ④ **별표 23.**고객불만처리 절차도(R0)
- ④ **별표 24.**내부심사 절차도(R0) - 복사본
- ④ **별표 27.**내부심사 절차도(R0)

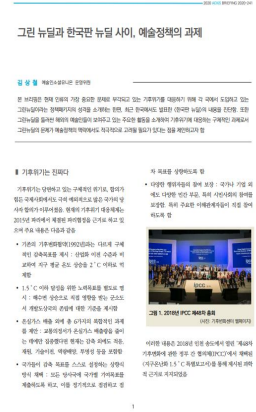
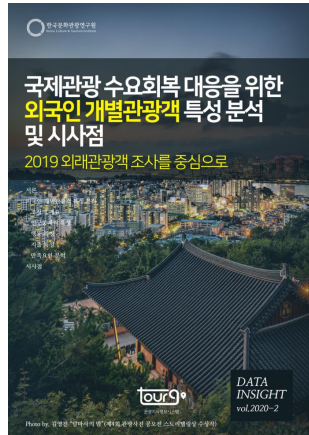
문화체육관광 정책기반
통계 ISO 9001 인증 갱신
(2021년 갱신)

품질관리 교육
지속적인 모니터링
현장 점검

ISO 9001 인증 유지
(2021-2023년 유지)

2. 통계의 생산을 넘어 다차원적 활용방안 마련

문화관광관련 국가승인통계를 활용, 데이터를 심층 분석
전문가의 시각이 담긴 분야별 시사점 제공
“데이터인사이트”, “문화돌보기”, “아키스트리핑”



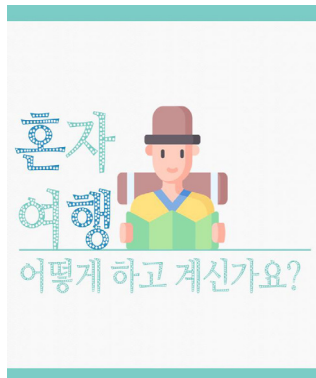
3. 수요자 기반의 맞춤형 통계 제공

코로나19 시대 문화관광 분야의 새로운 지식정보를 발굴
통계와 정책보고서를 보다 효율적으로 전달하는 방안 마련

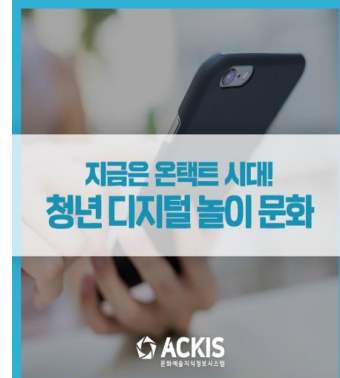
제3회 관광지식 카드뉴스 공모전 대상 수상작 제1회 관광통계 인포그래픽 공모전 대상 수상작



관광은 배달할 수 있을까?(모연주 외 1인)



혼자여행, 어떻게 하고 계신가요?(강하은)



4 2021년 전망

코로나 시대 통계의 역할 ‘연구원, 통계를 통해 시대적 흐름을 선도한다’

1. 통계의 시대적 흐름 : 데이터3법, 디지털 뉴딜, 데이터기반행정법

데이터 및 산업 활성화 논의 (~ '20)

- ▶ 4차산업혁명위원회 주도로 데이터 활성화 전략 발제, 의결 (186)
- ▶ 범 정부 차원 데이터 기반 논의 진행 및 학계/기업 등 민간 의견수렴 법제화 준비
- ▶ 데이터 3법 정보통신 분야 간담회 (20528)

데이터 3법 개정/시행 (8월 5일)

- ▶ 4차산업혁명 시대의 신성장 동력인 '데이터' 활용 관련 시대적 요구 반영

데이터 결합 1호 신청/진행 (8월~)

- ▶ 신한카드-SK텔레콤 간 MOU 체결 (8/4) 데이터 결합 신청 (9/9) 등 절차 진행 (금융보안원) 이후 분석 중

한국문화관광연구원 데이터 공유 협약 (9월~)

- ▶ 한국문화관광연구원-신한카드-SK텔레콤 간 MOU 체결 (9/2) 결합데이터 검토 및 관공차원의 활용방안 모색

한국판 뉴딜사업의 선도

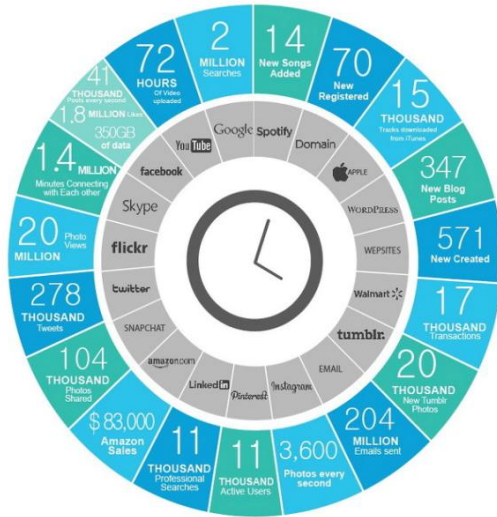
- ▶ 디지털 뉴딜(DNA 생태계, 데이터 댐)

데이터기반행정법(12월 10일 시행)

- ▶ 데이터 공동활용 절차 마련, 데이터 통합관리 플랫폼 구축



2. 빅데이터?



빅데이터는 기존 데이터보다 너무 방대하여 기존의 방법이나 도구로 수집/저장/분석 등이 어려운 정형 및 비정형 데이터들을 의미

- > Google에서는 200만 건의 검색
- > YouTube에서는 72시간의 비디오 업로드
- > twitter에서는 27만 건의 트윗 생성



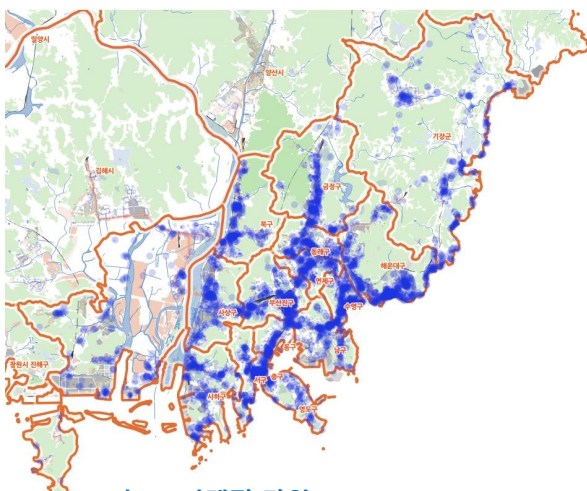
자료 : 국립중앙과학관, 빅데이터 과학관



23

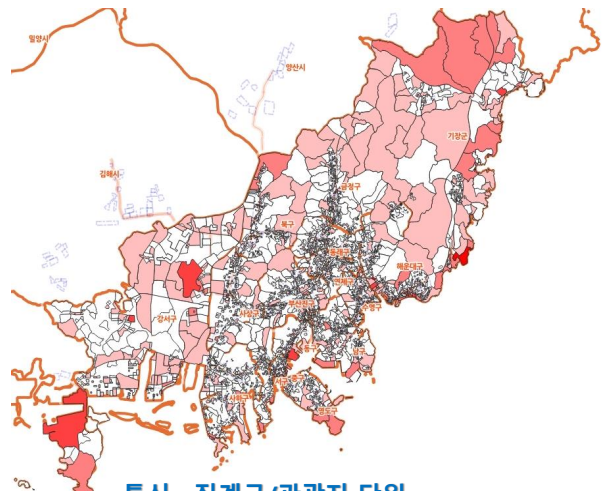
3. 데이터 추출 단위(카드사, 통신사)

신한카드 소비 Data (통계단위)



카드 : 가맹점 단위

SK텔레콤 이동 동선 Data (통계단위)

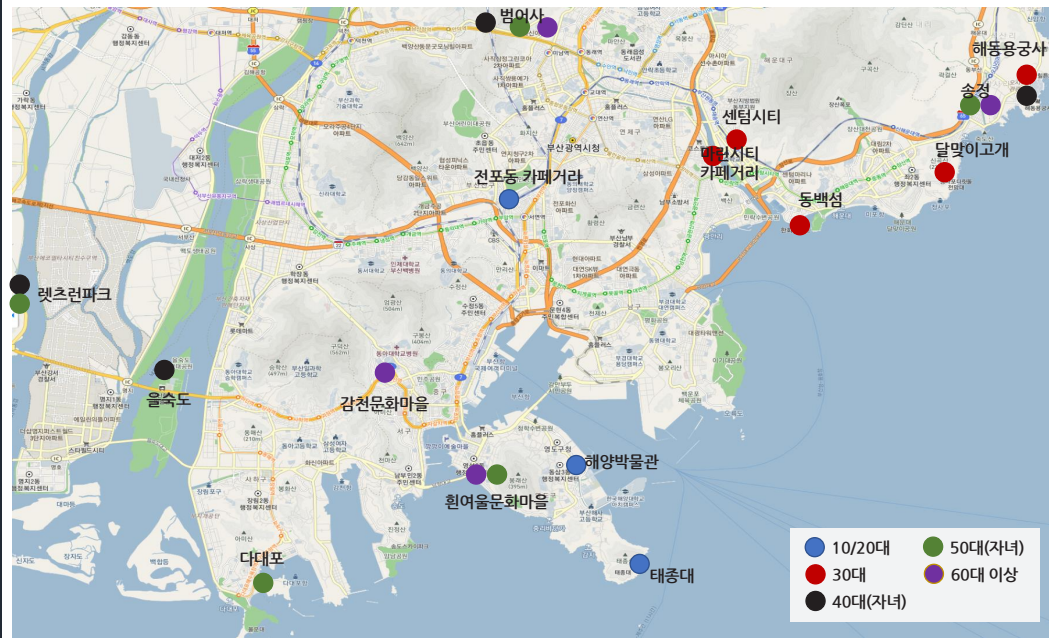


통신 : 집계구/관광지 단위



24

4. 기존 통계단위 분석(통신데이터 사례)



25

5. 데이터 결합(가명정보)을 통한 분석 결과(관광 특성)



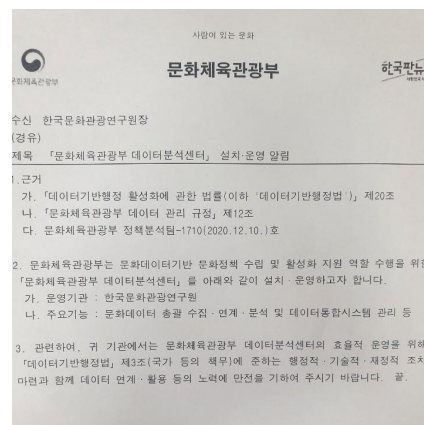
26

6. 데이터 결합 복합 분석(Target 설정)

	소득은	직업은	휴가/여행을	주 관심사, 방문지: 통신정보
맛집을 찾는 40~50대 여성 (여유롭지는 않지만 친구와 맛집을 다니는 중년)	평균 3,000 이하가 많음	전업주부, 기타 무직	해외 여행 다, 부산/경남, 전북	맛집, 40/50 여성 UR : Urban CU : Culture OU : Outdoor HE : Healing EN : Entertainment SH : Shopping TE : Tech TR : Travel
여유롭지 못한 사회 초년생 (수도권에서 놀거나 제주도를 선호하는 사회 초년생)	평균 3,000만 원 이하가 많음	판매/서비스, 대학/대학원생	수도권, 제주	여유없는 직장인
여행이 부담스러운 중/장년층 (시간적으로 경제적으로 여유가 없는 서민들)	평균 3,000만 원 이하가 많음	자영업, 무직	휴가를 안가는 경우가 많음	사회초년생
여행을 좋아하는 얼리어답터 (모바일 여행 App을 활발하게 사용하는 여행 광)	평균 3,000~ 4,000만 원	판매서비스, 사무기술직	국내/해외 모두, 제주/영호남	여행광, 얼리어답터
모바일 콘텐츠 추구형 (혼자 다니며 문화 행사, 쇼핑을 좋아하는 방랑자)	평균 4,000~ 5,000만 원	숙련/사무기술, 대학/대학원생	국내/해외 모두, 인천, 경기	모바일콘텐츠
자연/캠핑/아웃도어 (국내를 구석구석 다니는 아웃도어 매니아)	대부분 4,000만 원 이상 ~ 1억원 이상	가장 다양한 직업군	국내여행, 강원/호남/충청	아웃도어
가족과 함께 but 바쁜 아빠 (가족과 함께 맛집, 유적, 축제를 다니는 아빠/엄마들)	대부분 4,000만 원 이상 ~ 1억원 이상	자영업, 숙련, 경영관리	안가거나 국내, 경북/충청	가족, 바쁜 아빠

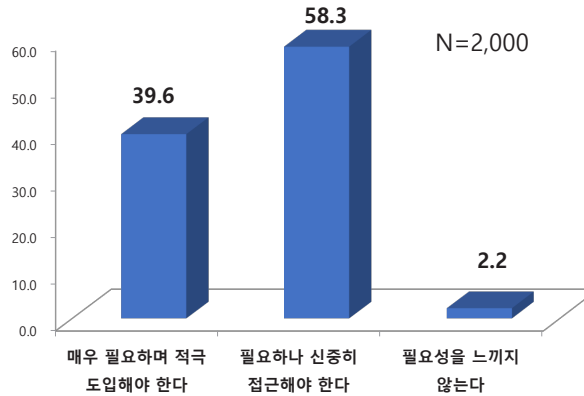
7. 데이터기반행정법

데이터를 토대로 정책의 실효성 제고, 행정 효율화
‘데이터기반 행정체계 구축’ -> ‘데이터기반행정법’
 문화체육관광부(데이터분석센터)->연구원(데이터분석팀)



8. (설문조사) 통계 필요성에 대한 인식

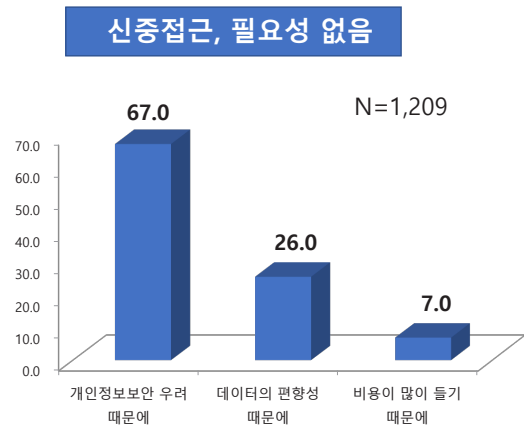
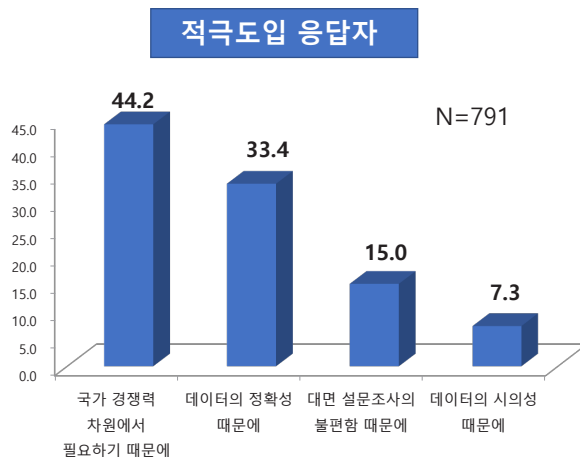
공공데이터, 빅데이터, 인공지능(AI) 데이터를 활용한 통계 필요성에 대한 인식



	사례수	매우 필요하며 적극 도입해야 한다	필요하나 신중히 접근해야 한다	필요성을 느끼지 않는다
전체	(2000)	39.6	58.3	2.2
소속	남성 (1016)	48.3	49.1	2.6
	여성 (984)	30.5	67.7	1.8
연령	만19~29세 (389)	39.1	58.1	2.8
	30대 (363)	39.1	58.7	2.2
	40대 (438)	40.0	58.9	1.1
	50대 (457)	39.6	57.5	2.8
	60세 이상 (353)	39.9	58.1	2.0
거주지역	서울 (387)	39.8	57.6	2.6
	인천/경기 (640)	42.0	56.6	1.4
	부산/울산/경남 (306)	42.8	53.9	3.3
	대구/경북 (192)	32.8	64.1	3.1
	광주/호남 (186)	35.5	62.9	1.6
	대전/충청/세종 (207)	33.8	64.7	1.4
	강원/제주 (82)	46.3	50.0	3.7

29

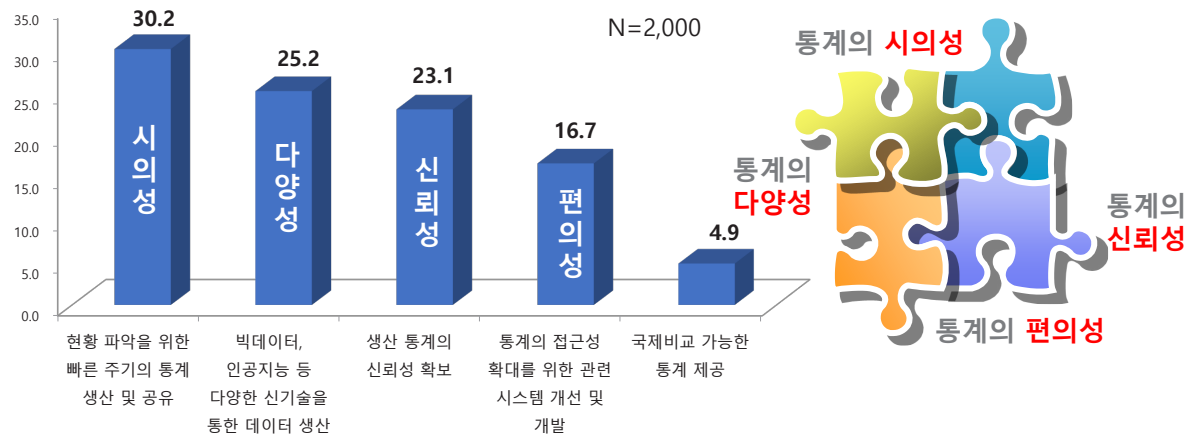
8. (설문조사) 적극도입 필요이유 / 신중접근 필요성 없음



30

8. (설문조사) 통계의 변화에 대한 생각?

코로나 시대에 가장 중요하다고 생각되는 통계의 변화는?



31

Thank You!



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

한국문화관광연구원 개원 18주년 기념 세미나

**포스트 코로나 시대를 위한
문화·관광·콘텐츠 분야
회고와 전망**