

2020 경남콘텐츠코리아랩 중장기 발전전략 수립 연구

연구기관 더브릿지전략컨설팅(주)



제 출 문

(재)경남문화예술진흥원장 귀하

본 보고서를 “경남콘텐츠코리아랩 중장기발전전략 수립 연구”
과제의 최종보고서로 제출합니다.

2020년 12월 18일

주관연구기관명	더브릿지전략컨설팅(주)
주관연구책임자	정민의 대표이사
연 구 원	임민진 책임연구원 배시웅 책임연구원 최민지 책임연구원 이현주 선임연구원 이정은 선임연구원 이서현 선임연구원 김현지 전임연구원 최하림 전임연구원

요약문

1. 연구의 개요

1-1 추진 배경 및 필요성

□ 경남 콘텐츠산업 생태계 완성을 위한 거점기관, 콘텐츠코리아랩(CKL)

- 문화체육관광부의 '지역거점형 콘텐츠코리아랩 공모사업' 선정('19.02)으로 전국 15개 콘텐츠코리아랩 중 경남이 14번째로 개소('20.11)

※ (콘텐츠코리아랩) 콘텐츠 장르 간, 순수예술 및 첨단기술과 융합을 기반으로 창작자(Creator)의 창의적 아이디어 교류·실험, 새로운 콘텐츠의 창·제작 활동이 창업으로 발전할 수 있도록 지원

- 경남도는 코로나-19가 유발한 사회·경제 전반의 디지털 전환(Digital Transformation)과 주력산업의 저성장 기조에 대응하기 위해 콘텐츠를 포함한 3대 서비스 산업 육성을 적극 추진 중

※ (3대 서비스 산업) 문화콘텐츠, 관광, 스포츠

□ CKL의 늦은 개소와 지역별 창업생태계 조성 시기의 간극 차 해소 시급

- (예비)창작자 발굴·양성을 통해 창업기업까지 양성하는 CKL의 주요 역할을 감안하였을 때, 콘텐츠산업 조성에 있어 주요 지자체들과 해당 공백 기간에 대한 간격 차가 발생

- 가장 마지막 개소한 대전('20.12)과는 개소 시기가 한 달도 채 차이 나지 않으나, 일찍 개소한 지역(부산, 대구, 인천, 경기)과는 5년의 간극 발생

□ 콘텐츠 창작 및 창업 저변 확대를 위한 유관기관 간 역량결집 추진 필요

- (동종산업) 경남도는 콘텐츠기업지원센터, 웹툰캠퍼스 등 다양한 콘텐츠 분야 거점기관을 함께 운영 중이나, 각 성과의 연계 및 산업생태계 조성을 위한 접점이 부재

※ (콘텐츠기업지원센터) 지역 콘텐츠 기업의 성장과 일자리 창출을 위해 전반적 기업활동을 지원하는 거점기관

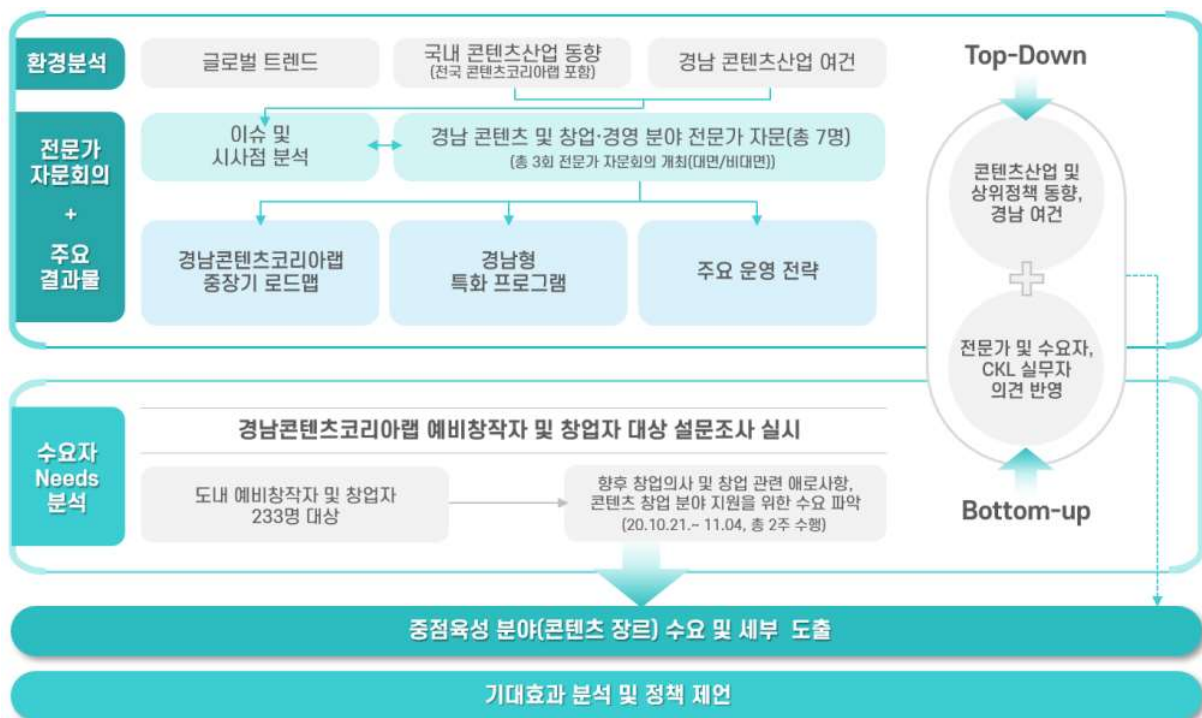
- **(이중산업)** 또한, 경남 CKL이 위치한 지역 중심으로 시제품제작 및 창업지원 등 유사기능을 가진 지원기관들이 다수 분포(도내 전체 유사기관의 약 70% 이상)
 - 이용자에게 혼동을 주지 않기 위한 기관 간 명확한 역할 구분과 지원사업 중복성 회피가 필요



[경남콘텐츠코리아랩 위치 및 인근 유사 지원기관]

1-2 연구수행 목표 및 범위

- **(목표)** 경남콘텐츠코리아랩만의 차별화된 지원방안 도출과 함께 지속가능한 경남 콘텐츠산업 창업생태계를 조성하기 위한 전략 수립
 - 경남콘텐츠코리아랩 5개년(2021~2025) 비전·목표 설정 및 로드맵 수립
 - 콘텐츠코리아랩 추진사업 목적과 부합하는 중점육성 분야(전략 장르) 선정
 - 경남형 특화 프로그램 도출
 - 도내 유사지원 기관과의 연계 및 14개 지역기반형 콘텐츠코리아랩과 차별화 운영전략 도출
- **(범위)** 국내·외 콘텐츠산업 중심 환경분석, 전국 콘텐츠코리아랩 운영현황, 경남도 콘텐츠산업 관련 여건, 예상 수요자 대상 설문조사 등



[본 기획연구 수행방법]

2. 환경분석 결과

2-1 국내·외 동향

□ 디지털 경제로의 진입과 함께 허물어지는 산업 간 경계 및 콘텐츠산업 회복 성장세

- **(글로벌 동향)** 비대면 경제 전환으로 가상-현실 세계가 연계된 새로운 'Metaverse' 개념 등장 및 콘텐츠 IP 중심의 시장구조 재편
 - 콘텐츠 IP와 디지털 융합 기술 결합으로 장르의 무한 확장 및 부가 사업 창출이 가능함에 따라 원천 IP를 확보하기 위한 시장경쟁 심화
 - 코로나 이후 한국 콘텐츠 시장은 연평균 3.26%의 성장세('19~'24)로 회복할 전망이며, 이는 동기간 글로벌 콘텐츠 시장 성장률(CAGR 2.8%)을 상회하는 수치
 - ※ 그러나 기존의 영화, 출판, 산업은 마이너스 성장세를 지속하고, 디지털 기반 콘텐츠 영역(VR·AR, OTT, E-Sports 등)이 성장을 견인할 전망
- **(국내 동향)** 디지털 뉴딜 중심의 성과창출을 위한 디지털콘텐츠 분야 정책 관심도 및 지원예산 증가
 - 융복합 콘텐츠를 통한 국가 경제의 성장 견인을 목표로 '21년 문체부 콘텐츠 부문 예산 전년 대비 6.3% 증가
 - 새로운 국가 경제 성장동력 산업으로 가상융합기술(XR)을 지정하고 이를 국내 주요 산업(제조, 의료, 물류 등) 전반에 확대 적용하는 방침 발표('20.12)

□ 지역별 콘텐츠코리아랩별 전략 장르의 높은 중복성 발생

- **(콘텐츠코리아랩 현황)** 전국 15개 지역기반형 CKL 중 전략 장르 지정 없이 전 분야를 지원 중인 지역은 7개소
 - 운영 연차가 낮은 CKL에서 전 분야를 지원하는 경향이 있으며, 최근 연차 평가에서 우수성과를 받은 지역(충북, 전남, 광주)의 경우 전략 장르를 선정
 - ※ **(장르 중복순위)** 영상 및 MCN(8개 지역), 전 분야 지원(7개 지역), 웹 기반 콘텐츠(5개 지역), 융복합(2개 지역)

2-2 경상남도 여건

□ 지역현안 해결을 위한 양질의 청년 일자리 창출을 위한 정책 수립

- **(정책이슈)** 취업과 문화생활 영위 등을 위해 도외로 유출되는 청년층 인구가 지속적으로 증가('20년 기준 5년째 감소)함에 따른 지역 경제력 약화
 - 청년이 돌아오고 정착하기 위한 환경을 조성하기 위해 청년특별도와 교육인재특별도를 도정 3대 목표로 설정
 - 이를 추진하기 위해 청년 기본조례 제정을 통해 청년의 창·제작 활동 및 창업 지원을 비롯한 전반적 혁신 활동 지원을 명문화

□ 저성장 기조 탈피를 위해 주력산업의 디지털 전환을 적극적으로 추진

- **(산업 이슈)** 주력산업의 장기적 침체로 인한 고용 약화, 저성장 등을 해결하기 위해 비대면 산업과 서비스 산업(콘텐츠 포함) 생태계를 조성 추진
 - 경남·창원 스마트 산단 사업을 중심으로 유수의 ICT 기업을 유치 중이며, 이에 따라 신산업 분야의 전문인력 수요가 증가 중
 - 경남콘텐츠기업지원센터는 '20년 개소 후 특화 장르 분야(웹툰, VR·AR, 게임)의 앵커기업 유치로 경남 콘텐츠산업 조성 기반을 마련

□ 문화콘텐츠 산업 인력과 창·제작 인프라 분포의 불균형

- **(지원기관)** 도내 시제품제작 및 창업·기업지원 기관 33개 중 8개(24%)가 서부경남권 소재
 - 서부경남권 소재 인프라 8개 중 6개는 창업보육센터로 제작지원보다 창업지원으로 분류 가능
 - ※ 메이커스페이스, VR·AR 제작거점센터, 창업보육센터, 1인 창조기업 지원센터, 창조경제혁신센터, 테크노파크 대상 조사
- **(산업 인력)** 문화콘텐츠 분야 관련 학과를 보유한 14개교(특성화 고등학교, 전문대학/대학/대학원) 중 6개교(42%)가 서부경남권 소재
 - ※ 특성화고교 7개교(재학생 430여 명), 전문대학/대학/대학원 7개교(재학생 900여 명)

2-3 예상 이용자 대상 수요조사

□ 수요기반 우선 해결과제 도출

- 경남도 인구분포 특징과 주요 현안을 고려하여 도내 특성화고 학생과 대학생 (총 233명 답변)을 대상으로 콘텐츠 분야 창업에 대한 수요조사 시행
 - **(창업 의사)** 창업 의사가 없는 고등학생과 대학생 모두 실패 시 자금 등 현실적 감당에 대한 이유를 1위로 선정
 - **(CKL 이용의향)** 이용의향이 없는 고등학생과 대학생 모두 동일하게 'CKL 지원사업에 대해 파악이 되지 않아서'를 1위로 선정
 - **(창업 시 중요 지원)** 고등학생과 대학생 모두 시제품제작을 1위로 선정
 - **(창작·창업 활동)** 고등학생과 대학생 모두 온라인 기반 네트워크를 통해 관련 정보를 수집 중
 - 이에 따라 온라인으로는 해소되지 않는 실질적 창업 현장에 대한 정보에 대한 기타 수요가 높았음



[경남콘텐츠코리아랩 예상 이용자 설문조사 주요 문항 결과]

※ 그 외 1년 중 선호하는 교육 시기, 하루 중 선호하는 교육 시간대 등에 관한 설문 문항은 프로그램 기획 과정에서 반영

3. 경남콘텐츠코리아랩 중장기 운영전략 및 과제

3-1 종합시사점

- 콘텐츠 IP 확보를 위한 시장 경쟁 과열 및 디지털콘텐츠 성장세에 대한 대응 고민 필요
- 타지역과 전략 장르(특화콘텐츠) 중복성 회피 및 경남콘텐츠기업지원센터 전략 장르와의 연계방안 동시 고려 필요
- 타겟층 대상 경남콘텐츠코리아랩 및 지원사업에 대한 효과적 홍보방안 시급
- 학령기 인구가 지역을 벗어나지 않고 도내에서 전문인력으로 활동하기 위한 콘텐츠산업의 직업군 발굴 추진
- 창작 및 창업 인프라의 지역 불균형을 해소할 수 있는 방안과 서부경남권 예비산업 인력을 포용할 수 있는 지원 방안 도출
- 실질적 교류가 가능한 콘텐츠산업계 간 오프라인 네트워킹 필요
- 예비창업 인력의 현실 부담 경감을 위해 콘텐츠코리아랩의 비전문영역까지 종합적으로 지원할 수 있는 지원 방안 모색
- 창작문화의 저변 확대를 기반으로 '콘텐츠 산업화'까지 단계적 발전을 추진하기 위한 CKL의 중장기적 역할 고민

3-2 중장기 비전체계도

□ (미션) 창작, 직업이 되다

- **(창작의 직업화)** 콘텐츠 창작을 통해 '창업·창직' 성과를 창출하고자 하는 CKL 사업 취지와 취업으로 인한 경남 청년의 도외 유출 현안을 반영
 - 경남콘텐츠코리아랩가 경남도 내부에서 실천해야 할 대표적 사회적 과업을 지역기반형 콘텐츠코리아랩 사업 목적을 함께 고려
 - '아이디어'와 '글로벌' 위주의 타 CKL 운영 슬로건과도 차별성을 확보한 '경남형' 미션 구축
- ※ '글로벌'의 경우 경남에서는 경남콘텐츠기업지원센터의 주요 미션으로 역할 중복성 회피

< 주요 콘텐츠코리아랩 운영 비전 및 슬로건 >

- **(대구/전남)** 빛나는 아이디어가 글로벌 콘텐츠가 되는 그 날까지
- **(충북)** CB-CKL to Global 콘텐츠로 세계를 홀리다
- **(광주)** G.CKL은 당신의 무한한 상상과 빛나는 아이디어가 현실로 이루어지는 별난 창작공간입니다
- **(부산)** 작은 상상력이 창작으로, 창작이 창업으로 이어지는 건강한 창의 생태계 조성을 위해 콘텐츠코리아랩이 여러분과 함께합니다

□ (비전) 콘텐츠 창작문화의 산업화를 선도하는 전문 창업촉진 허브, GN-CKL

- **(콘텐츠 창작문화의 산업화)** '창작문화 저변 확대'를 통해 최종적으로 '사업화', '창직' 등 문화가 산업이 되는 기반을 마련
- **(전문 창업촉진 허브)** 지역 콘텐츠 창업기업의 운영 지속을 위해 콘텐츠 코리아랩 사업뿐만 아니라 기업이 필요로 하는 지원에 대해 종합 서포트 가능한 전문기관으로 성장
 - 상기 미션 구현을 위해 경남콘텐츠코리아랩이 중장기적으로 지녀야 할 미래상을 조직의 역할(창작문화의 산업화)과 기능(창업촉진 허브)으로 분류하여 비전 수립

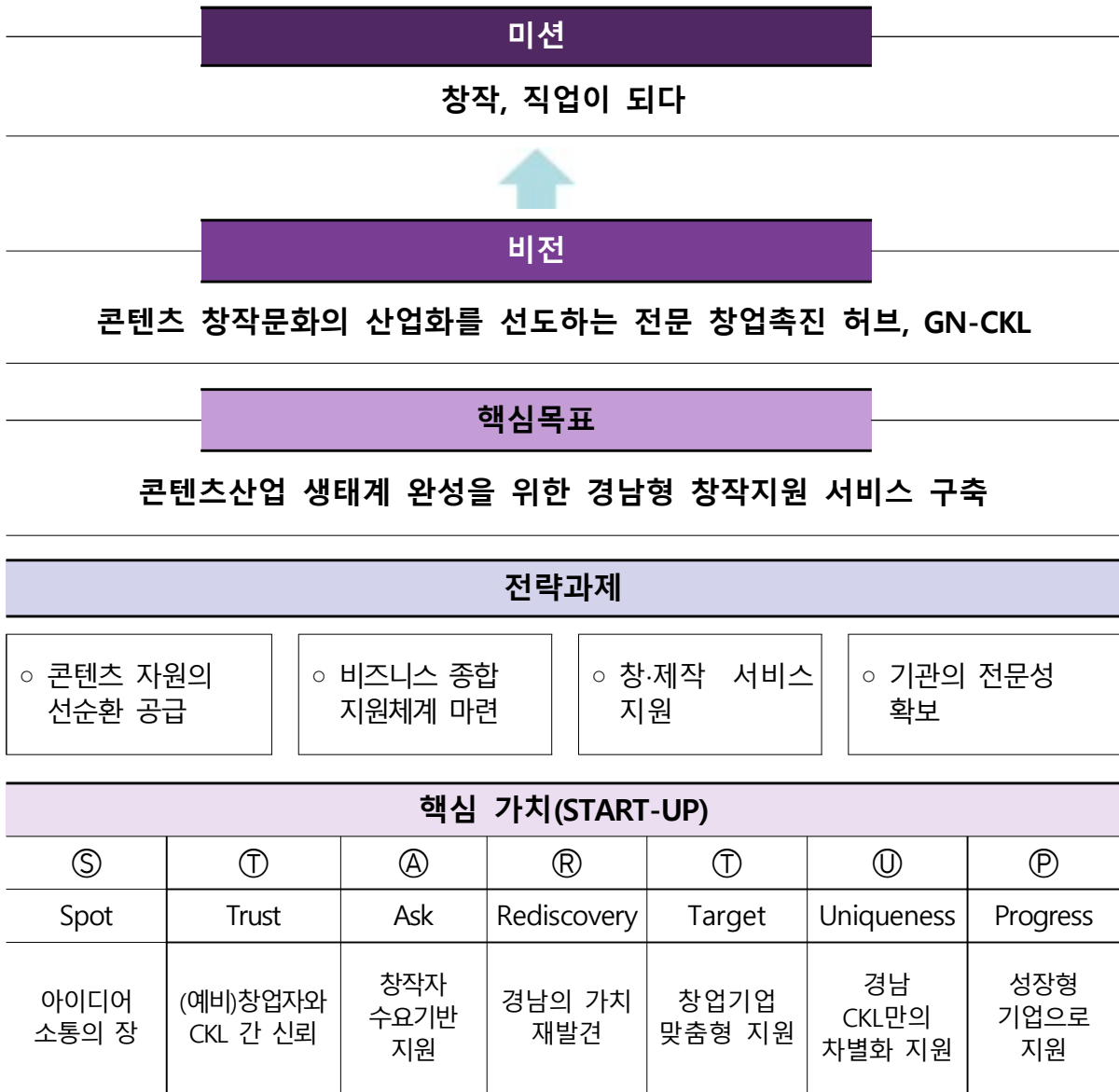
□ (핵심목표) 콘텐츠산업 생태계 완성을 위한 경남형 창작지원 서비스 구축

- (콘텐츠산업 생태계 완성) 예비산업 인력부터 미래 유니콘 기업까지 콘텐츠 기업 성장에 따라 전 단계 지원이 가능한 산업 육성 전주기 조성
 - ※ 경남콘텐츠기업지원센터가 기업육성 및 해외 진출을 전담한다면, 경남콘텐츠코리아랩은 예비산업 인력과 창작자 및 아이디어 발굴로 산업 초기생태계를 조성하는 역할을 수행
- (경남형 창작지원 서비스 구축) 아이디어만 있어도 콘텐츠 창작이 가능하도록, 아이디어가 없어도 제작기술이 있으면 원천 IP를 활용하여 창업할 수 있도록 전방적으로 지원하는 '경남만의 서비스'
 - 중장기 미션과 비전 달성을 위해 경남콘텐츠코리아랩만의 특화지원 전략이 반영된 구체적 수행방안 도출
 - 그간의 CKL 사업은 창작자의 본인의 '아이디어 발굴·창작을 통한 창업'에 초점이 맞추어졌다면, 경남콘텐츠코리아랩은 플랫폼 기반의 '창작 자원(콘텐츠 IP, 제작기술 패키지)' 보급으로 콘텐츠 창작이 주도적으로 가능한 환경을 조성

□ (핵심가치) 'START-UP'을 위한 경남콘텐츠코리아랩의 보유 가치

- (START-UP) 콘텐츠코리아랩이 어떤 곳인지 어느 누가 봐도 짐작할 수 있도록 통상적으로 창업기업을 의미하는 'START-UP' 단어를 활용하여 경남콘텐츠코리아랩의 추진 방향을 반영
 - 내·외부 다양한 이해관계자에게 인식될 경남콘텐츠코리아랩의 조직 가치이므로 누구나 쉽게 인식할 수 있는 개념으로부터 접근

핵심가치	의미
S SPOT	○ 콘텐츠 장르 간, 산업 간 빛나는 아이디어 교류의 장을 제공한다
T TRUST	○ (예비)창업자가 실패를 두려워하지 않도록 신뢰를 주는 경남콘텐츠코리아랩이 된다
A ASK	○ 창작자와 예비창업자 수요 기반형 프로그램 운영으로 고객 만족도를 제고한다
R REDISCOVERY	○ 경남 소재 자원을 활용한 콘텐츠로 지역의 가치를 새롭게 발굴한다
T TARGET	○ 창업기업의 성장 속도에 부합하는 맞춤형 지원으로 콘텐츠산업의 혁신 생태계를 조성한다
U UNIQUENESS	○ 경남형 창작지원 서비스 구축으로 경남콘텐츠코리아랩만의 지원방안을 확보한다
P PROGRESS	○ 창업기업이 콘텐츠기업지원센터로 JUMP-UP하여 경남 앵커기업으로 성장할 수 있도록 지원한다



[경남콘텐츠코리아랩 5개년 비전체계도]

3-3 중장기 계획 기본방향

◆ 지역기반형 콘텐츠코리아랩 추진목적 반영

- 본 사업은 지역 자원(각 지자체가 보유한 특색 소재)을 활용한 문화융합(콘텐츠 간, 순수 예술 및 디지털 기술과 융합 등) 콘텐츠 창작·창업 지원으로 **융복합을 통한 새로운 콘텐츠 창작**을 추구하되, **주요 토대는 '콘텐츠산업'에서 벗어나지 않는 것이 중요**

◆ 연차평가 기준 변경(안) 반영

- 각 지역 콘텐츠코리아랩의 사업 연차(3년 차~8년 차)에 따른 운영 프로그램(안) 기준 70% 이상 반영 필수

(1) 특화 프로그램 구성 방향

□ 경남 콘텐츠 생태계 조성을 위한 목표 기반 액션플랜 방향 구성

- 중장기 로드맵이라는 최종 결과물과 연계할 수 있도록 평가 기준에 따른 단계별 목표를 수립하고, 이를 추진하기 위한 특화 프로그램 방향 도출
 - (생태계 형성기, '21-'22) 체계적 지원기반 구축 및 초기 산업생태계 Pool 확장
 - (생태계 진입기, '23-'24) 콘텐츠산업 직업군의 다양화 및 창작자의 역량 향상
 - (생태계 성장기, '25~) 지원사업의 성과확산 및 산업생태계 고도화

< 운영 연차에 따른 구성 기준 및 경남콘텐츠코리아랩 목표·프로그램 방향 >

구분	운영 프로그램 구성 기준	단계별 목표	특화 프로그램 구성 방향
2021 (3차년도)	○ 교육·제작·창작 분야의 초·중급 지원 프로그램	지원기반 구축 및 초기 산업생태계 Pool 확장	○ 교육·제작·창작 난이도 기준 성립 및 예비창작자 접근성 확대 → 기관 간 네트워킹으로 인프라 활용 기반 확대 → 경남형 창·제작 플랫폼 구축으로 창·제작 활동 지원
2022 (4차년도)	○ 교육·제작·창작 분야의 중급 지원 프로그램		○ 본격적 기관 간 네트워킹으로 지원사업 다양화 추진 → 교육기관 연계 중장기 인력 양성·발굴 → 저작권기관 연계 IP 사업화 추진 → 융복합 콘텐츠 제작지원
2023 (5차년도)	○ 고용창출 연계 인력양성 ○ 사업화 지원 프로그램	▶ 콘텐츠산업 직업군 다양화 및 창작자 역량 향상	○ 성과 활용·확산으로 순환 유도 → 지역 관광지 테스트베드 활용 → 우수성과 시스템 보급
2024 (6차년도)	○ 사업화 지원 프로그램 ○ 창작·창업 지원 프로그램		
2025 (7차년도)	○ 유통 지원 프로그램 ○ 투자 지원 프로그램	지원사업의 성과확산 및 산업생태계 고도화	

(2) 전략 장르의 도출

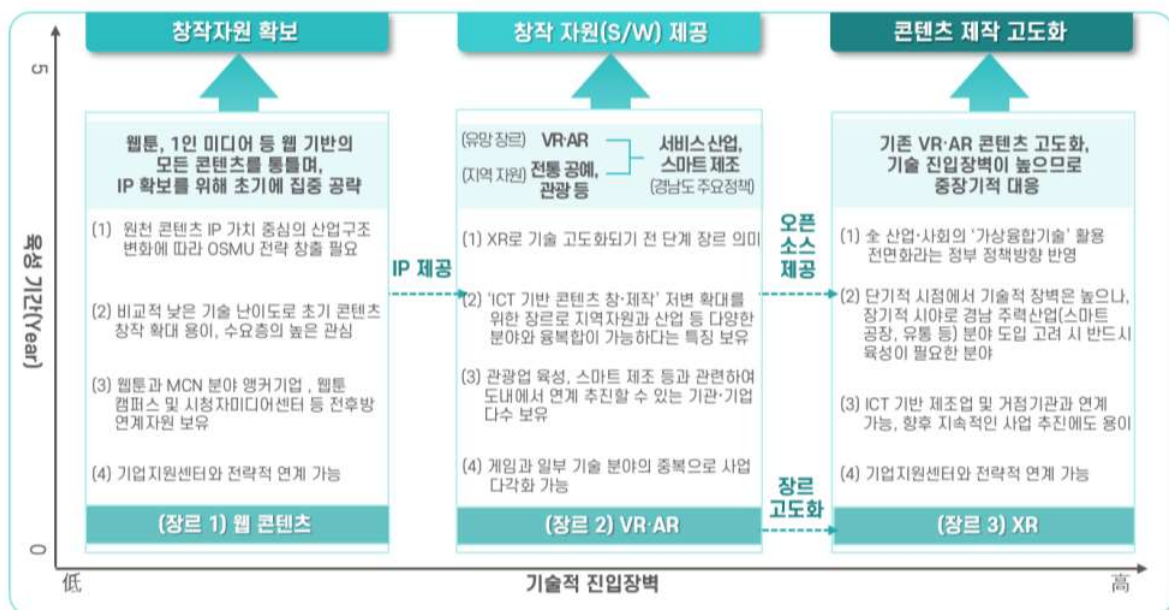
□ 경남 콘텐츠산업 조성 시기에 따른 콘텐츠 창·제작 기술난이도 반영

○ 각 장르의 상대적 기술 진입 장벽을 고려하여 산업육성 기간에 따라 점진적 기술 고도화를 갖추고 각 결과물은 서로 연계되도록 설계

- 누구나 창작 활동을 영위할 수 있도록 지원하는 콘텐츠코리아랩의 본래 역할과 콘텐츠산업 조성 단계라는 점을 고려하여 콘텐츠기업지원센터보다 포괄적 범위에서 보다 넓게 지원 가능하도록 도출

※ (경남콘텐츠기업지원센터 육성 장르) VR·AR 콘텐츠, (모바일)게임, 웹툰

- ① **(웹콘텐츠)** 비교적 기술력이 낮고 수요도가 높은 콘텐츠로 경남콘텐츠코리아랩 홍보 및 창작 IP 확보 기반을 마련하기 위해 초기 육성 추진
- ② **(VR·AR)** 기술적 장벽은 존재하나, 경남형 창작지원 프로그램 구축으로 창업자가 보다 쉽게 콘텐츠 제작에 도전할 수 있도록 지원
- ③ **(XR)** VR·AR에서 고도화된 개념으로 기술 진입 장벽은 높지만 산업 및 정책 흐름에 따라 반드시 육성 필요한 분야이므로 지역 산·학·연·관 협의체 구성을 통해 중장기적 대응 추진

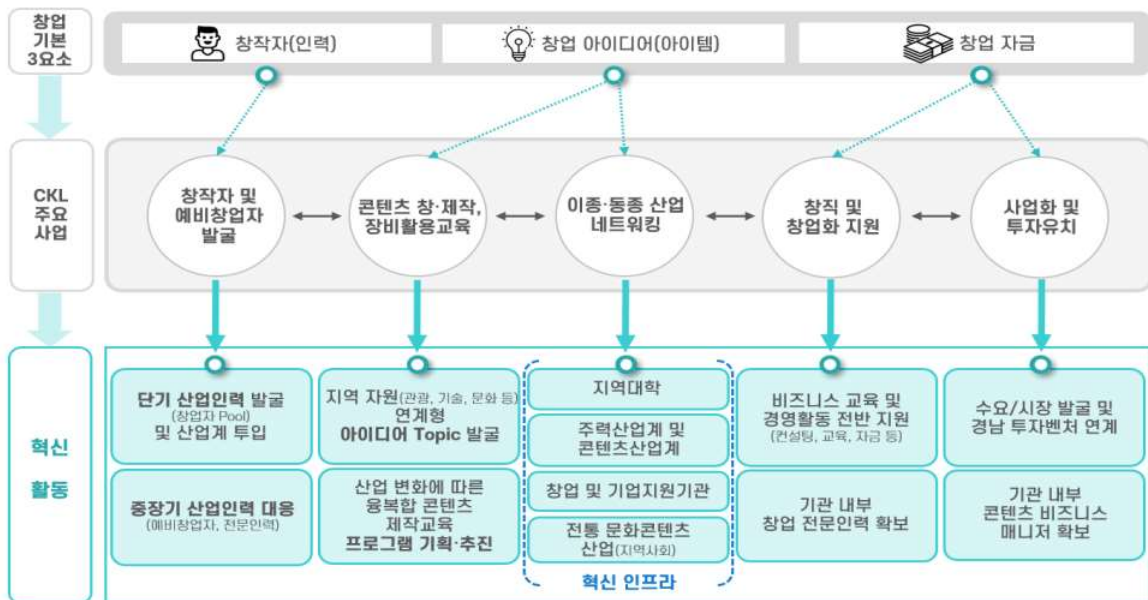


[기술난이도 및 육성 기간에 따른 경남콘텐츠코리아랩 전략 장르]

(3) 경남콘텐츠코리아랩의 기능 및 역할

□ 콘텐츠산업 생태계 조성을 위한 혁신 매개체

- (콘텐츠산업계-非산업계 간 연결 매개체) 창작자와 예비창업자(산업 인력) 양성·발굴을 통한 산업계 Pool 확장
 - (산업 인력 투입) 단기적 시점에서는 신속한 창업 인력 발굴로 기업풀을 확보하며, 중장기적 시점에서는 산업 인력 확보를 위해 지역 혁신기관(특성화 고교, 대학 등)과 함께 주도적으로 전문인력을 양성하는 역할을 수행
 - (아이디어 발굴 및 융합) 콘텐츠라는 틀에 담을 수 있는 비콘텐츠 지역 자원(관광, 지역문화, 역사 등) 발굴 및 비콘텐츠 산업계와 융복합 가능한 아이디어 Topic 제공
- (혁신 인프라 간 상호 융합·협력) 지역 내 다양한 창작 및 창업지원 혁신 인프라들과 유기적 협조체계 구축으로 콘텐츠창업 비즈니스 허브 역할 수행
 - 경남도 내에서 산업생태계 조성을 위해 각 산·학·연·관 주요 혁신 인프라가 수행해야 할 역할을 주도적으로 제시할 수 있는 주요 기관으로 성장 가능



[경남콘텐츠코리아랩 역할도]

3-4 세부 특화 프로그램

[전략과제 1] 콘텐츠 자원의 선순환 공급

□ 콘텐츠산업 구성 핵심자원의 막힘없는 공급으로 지속가능 생태계 조성

- **(콘텐츠 원천 IP)** 지원 성과물의 활용, 손쉬운 창업을 지원하기 위해 원천 창작 자원의 사업화 거래 및 라이선싱 역량 강화를 지원
 - 초기 중점육성 분야(웹콘텐츠)를 통한 경남 IP 확보('21~'22) 및 IP 창작자와 관광상품 및 교육콘텐츠 등 2차 저작물 제작 아이디어·기술을 보유한 수요자 연계형 사업화 지원('23~'25)
 - ※ IP 가치평가 기준은 한국저작권위원회 자문 및 관련 사례를 기반으로 감정
- **(산업 인력)** 졸업 후 산업 인력으로 유입될 가능성이 큰 특성화 고등학생 및 대학생 전공 인력의 창업 아이디어 및 아이템 개발 활동 지원
 - 콘텐츠 관련 특성화 고등학교 콘텐츠창업 동아리 활동 지원('21~'22)과 특성화고-대학 연계 프로그램 지원('23~'25)으로 활용 가능 잠재인력 발굴
- **(유·무형 인프라)** 랩 회원의 지속적 확보와 교육프로그램의 단계별 커리큘럼 구성을 위한 관련 시제품제작 장비 및 전문가 확보
 - 메이커 스페이스, VR·AR 제작거점센터, 대학 내 장비활용센터 등 도내 기관 장비의 리스트업 및 지원대상별/난이도별 교육 구성·운영('22~'25)
 - ※ 일반형 메이커 스페이스는 창작 저변의 확대, 전문형 메이커 스페이스와 콘텐츠코리아랩은 창업자 대상, VR·AR 제작거점센터는 일정 전문가 수준 이상의 교육 등 형태로 구성

[전략과제 2] 비즈니스 종합 지원체계 마련

□ 창업기업의 지속가능 경영을 위한 종합지원

- **(네트워킹)** 경남 콘텐츠산업 이종·동종 산업 간 교류·소통을 위한 오프라인형 네트워킹으로 현업에서의 실질적 정보·조언 제공
 - 예비창업자와 3년 미만 기업이 선배 기업(창업 3년 이상)과 직접 교류하는 동종산업 네트워킹 데이('21~'22)와 아이디어는 있으나 전문 제작기술이 부족한

기업을 위한 제조업, ICT 산업, 전통공예 등 융복합 네트워킹('23-'25) 지원

※ 각 네트워킹 프로그램에서 해당 성과를 창출한 전문가 및 기업은 인센티브 부여

- **(종합 컨설팅)** 유관기관 전문가 풀 공유를 통해 입증된 전문가를 신속하게 수요기업에 연계하여 기술사업화, 금융·펀딩, 법률 등 콘텐츠코리아랩 비전문 영역에서도 종합적으로 지원
 - 산업 초기 신속한 창업지원을 위한 패스트트랙 프로그램('21~'22) 및 자가 분석에 의한 수요기반형 비즈니스 컨설팅('22~'25)으로 구성
- ※ **(컨설팅 분야)** 창업, 기술지원, 투자유치, 회계·세무, 법률, 노무, 홍보·마케팅 등
- **(유통 및 홍보 투자자)** 경남 콘텐츠 시장의 확장 및 창업기업의 실질적 사업화 지원을 위한 경남만의 투자지원 프로그램
 - 우수 아이템은 보유했으나, 경험 및 자금 부족으로 유통·홍보에 어려움을 겪는 유망기업에 앵커기업(또는 유통·홍보 전문기업)을 투자자로 매칭('23~'25)

[전략과제 3] 창·제작 서비스 지원

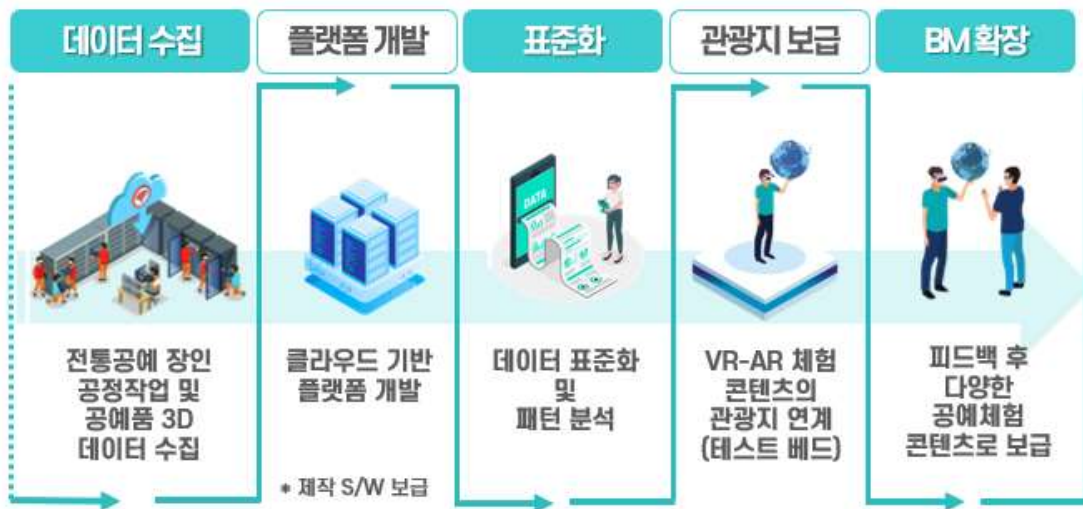
□ 지역별 전략 장르의 중복성 회피 및 창·제작 문화 확산을 위한 '경남형' 지원 서비스 구축

- **(플랫폼 구축)** IP 자원과 기술 패키지를 활용할 수 있는 디지털 장(場)으로 CKL 교육 후 복습, 지정 공모형 콘텐츠제작 등 다양한 목적으로 접근·활용
 - IP는 없으나 제작기술을 보유한 기업이나 원천 IP는 있으나 디지털 기술을 습득하기 어려운 창작자 및 초기 창업기업의 창·제작 진입 장벽을 완화('21~'22)
- ※ 플랫폼 구축은 용역사를 통해 진행하되, 실질적 콘텐츠 자원이 거래될 수 있는 최적의 환경을 제공할 수 있도록 도내 ICT 및 디지털콘텐츠(실감형), IP 지원기관 등 자문 반영



[경남콘텐츠코리아랩 오픈 플랫폼 활용 개념도]

- **(체험 콘텐츠 창작지원 S/W 프로그램)** 기술 패키지 프로그램을 통해 제작한 다양한 우수 성과물(실감콘텐츠)을 관광지에서 실증
 - 지역자원과 실감기술 융합을 통해 다양한 콘텐츠를 제작할 수 있는 기술 패키지(S/W)로 해당 지역의 관광지에서 활용(테스트베드)할 수 있도록 원스톱 지원('22~'24)
 - (예시) 통영 12공방 장인의 공정작업 디지털화를 통해 단순 전시 감상이 아닌 VR·AR 기반 체험기반형 콘텐츠를 구현으로 관광수익을 제공



[BM 모델 기반 경남형 체험 콘텐츠 창작 서비스 활용 예시 개념도]

- **(사전 출시 테스트)** 시장 출시 전 단계 창업아이템 및 비즈니스 플랜을 함께 보유한 창업자를 대상으로 시장 피드백 제공
 - 사전 출시 테스트를 통해 창업자가 객관적 데이터를 제공 받아 비즈니스 모델을 보완하여 우수성과를 창출하도록 지원('21-'24)
 - ※ 신뢰성 있는 평가 결과 제공을 위해 도내 해당 분야 전문가 집단 및 유관학과 재학생, 동아리 등을 평가단으로 구성

[전략과제 4] 기관 전문성 확보

□ 콘텐츠 창업 허브로 자리매김을 위한 경남콘텐츠코리아랩의 전문기관화

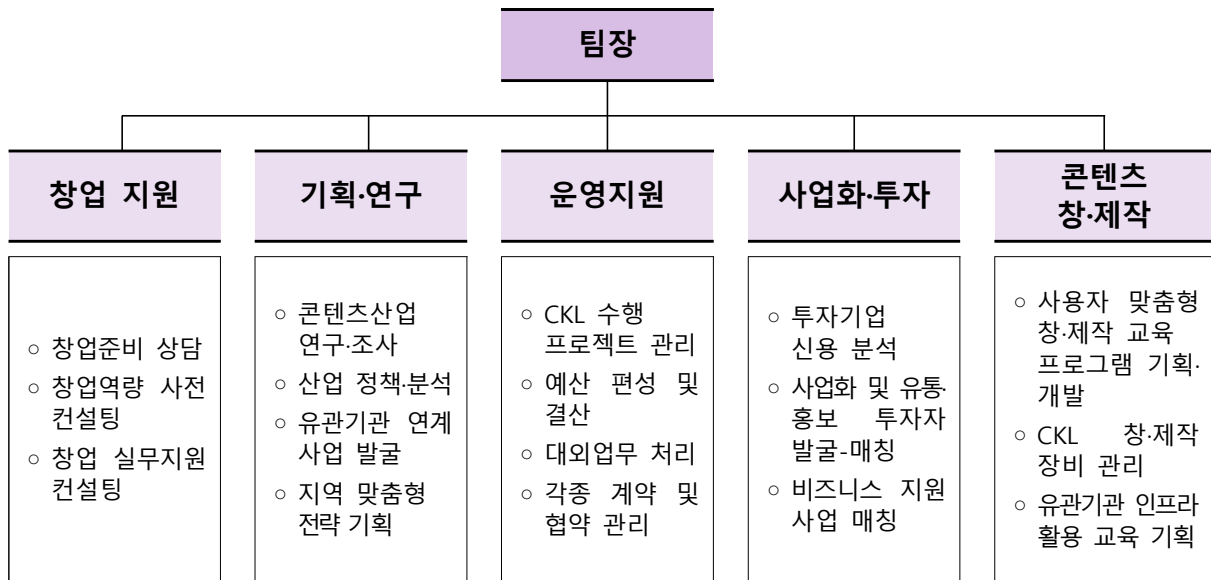
- **(기관 실무자 네트워킹 및 신규사업 추진)** 도내 유관기관 실무담당자 교류를 통해 담당자의 실질적 역량을 강화하고 연계 시너지 효과를 창출
 - 경남콘텐츠코리아랩 주요 사업내용(창업, 콘텐츠 창·제작, 비즈니스 등)에 따라 해당 분야에 속하는 담당자 간 정보공유, 연계 지원사업 기획 등 추진('21-'22)
 - ※ 인프라 구축을 하지 않고도 매년 각자 인프라를 활용하여 다양한 프로그램을 기획할 수 있으며, 해당 과정을 통해 담당자 역량 및 사용자 만족도 향상 효과를 유발
- **(콘텐츠 창업전문 리더 양성)** 지역인재의 콘텐츠산업 전문가 양성을 기반으로 콘텐츠코리아랩 운영인력의 전문성 동시 확보 추진
 - 지역인재를 콘텐츠 분야 창업 전문리더로 양성하기 위한 교육과정 개발·창설('22-'23), 경남콘텐츠코리아랩 운영인력의 해당 교육과정 수료('24-'25)
 - **(비즈니스 코칭 코스)** 콘텐츠 분야 창작에서 사업화까지 안정적 창업을 돕는 전문가 양성 과정
 - **(콘텐츠 큐레이션 코스)** 문화콘텐츠 산업에서 비즈니스 관점의 해석과 비즈니스 모델의 분석을 토대로 새로운 시장을 전망하는 전문가 양성 과정
 - **(콘텐츠펀드 매니저 코스)** 콘텐츠 분야 IP 및 펀드 매니징, 개인 투자 등 펀딩 전문가 양성 과정

3-5 중장기 운영전략

[전략 1] 기관 전문성 : 내부 운영인력별 수행직무 부여

□ 내부인력 역량 향상으로 기관의 존재 필요성 제고 및 지속가능 운영 안정성 확보

- 이용자(창작자 및 예비창업자)의 만족도 상승을 통해 단기적으로는 랩 이용률과 회원 수의 증진, 중장기적으로는 분야별 지원 가능한 전문인력 확보로 경남콘텐츠코리아랩 역할 확대 및 지속 운영비 확보를 추진
 - (구성 인력) 최적 운영을 위한 필요 인력은 1팀장 5팀원 체제로 총 6명
 - ※ 연간 운영비, 타지역 콘텐츠코리아랩 조직 평균 인력 등을 반영
 - (전문분야 및수행직무) 경남콘텐츠코리아랩의 전략과제와 평가 기준을 고려하여 창업지원, 기획·연구, 운영지원, 사업화 및 투자, 콘텐츠 창·제작 5개 전문분야를 도출
 - 현재 타 CKL의 운영인력은 세부 프로그램의 성격이나 업무량 기준으로 구성되어 있으나, 경남콘텐츠코리아랩은 대체 불가능한 차별화를 확보
 - ※ 각 인력의 전문성은 특화 프로그램을 통해 확보할 수 있도록 반영되어 있음



[경남콘텐츠코리아랩 중장기 운영인력 체계도 및 수행 직무]

[전략 2] 홍보·마케팅① : 지리적 한계 극복

□ 콘텐츠코리아랩의 타겟 수요층의 상황을 고려한 현실적 유도 방안

- 경남콘텐츠코리아랩의 주요 타겟층은 예비산업 인력(고등학생, 대학생)과 청년 임을 고려하여 이들의 실질적 애로사항 해결을 통해 방문을 촉진
 - 사업지원 대상은 경남도 전역에 해당하나, 자차를 보유하지 않은 타겟층의 특징과 실질적으로 방문 가능한 범위(교통편 등)의 한계 고려 필요
 - 경남도의 광활한 범위에 따른 접근 애로사항은 **콘텐츠코리아랩 방문율과 직결되는 사안**으로 지원이 시급
- ① **(순회교육 개최)** 연사 초청형 토크콘서트 및 일회성 교육 등 이동가능한 프로그램을 대상으로 도내 시·군 순회 진행
 - 도내 다양한 지역에 콘텐츠코리아랩 사업 직접적 홍보 효과
- ② **(순환버스 제공)** 연속성 교육 또는 이동 불가능한 장비를 사용하는 프로그램 개최 시 거주 지역과 순환버스 이용 여부 체크를 통해 프로그램별 맞춤형 이동수단 제공
 - ※ 단, CKL 사업비로 지원 불가능한 내역일 경우 경남도청 및 해당 시·군 등 지원 요청 필요
- ③ **(분원 설치)** 서부경남권에 소재한 콘텐츠산업 예비산업 인력의 수요에 장기적으로 대응하기 위해서는 결국 분원 설치 형태의 콘텐츠 창업지원 기관 필요

[전략 3] 홍보·마케팅② : 차세대 콘텐츠 연계

□ 경남 차세대 콘텐츠(웹툰, E-Sports, MCN) 보유 핵심자원 활용

- 경남 차세대 콘텐츠 장르의 경우, 경남콘텐츠코리아랩 타겟층이 주요 소비층이라는 공통점을 보유하고 있어 이용자 유입을 위한 홍보·마케팅 전략에 적극적 활용 필요
 - **(웹툰)** 앵커 기업 '피플앤스토리社'의 유명 콘텐츠 IP를 활용한 홍보콘텐츠 제작 및 특성화 고등학생 직업체험 프로그램 추진

- 실질적 산업현장을 직접 체험하기 어려운 예비산업 인력들의 궁금증 해소 및 지역 콘텐츠산업 저력 홍보
- **(MCN)** 앵커 기업 '킵더허들社'의 인지도와 강한 파급력을 활용한 경남콘텐츠코리아랩 홍보영상 제작
 - 예비창작자에게 '경남 소재' 기업 소속이라는 동질감과 소속감을 부여함으로써 굳이 지역성을 드러내지 않아도 창작자 유입과 CKL 홍보에 큰 마케팅 효과 창출 가능
- **(e스포츠)** 도내 유일 게임학과(경남전자고등학교 스마트게임과)와 경남대학교 e스포츠 동아리, 창원시 e스포츠협회 등 인력을 특화 프로그램 '사전 출시 테스터'의 전문 모집단으로 연계
 - 전문지식을 보유한 집단의 반복적 테스터 활동을 통해 경남 내 새로운 콘텐츠 문화를 조성하고, 향후 '콘텐츠 테스터'라는 새로운 창직을 유도

[전략 4] 기관 간 연계① : 경남콘텐츠기업지원센터

① 창업 연차에 따른 지원범위 및 역할 정립으로 사업 중복성 배제

- 콘텐츠코리아랩과 콘텐츠기업지원센터의 주요 추진사업을 창업 前 단계부터 기업 성장에 따라 분류하여 지원범위 및 역할을 배분
- **(콘텐츠코리아랩)** 아이디어 발굴-융합을 기반으로 창작 활동과 창업을 지원하므로 창업 전부터 창업 후 3년 차까지 초기 창업기업을 지원
- **(콘텐츠기업지원센터)** 콘텐츠 기업 인큐베이팅과 사업화, 글로벌 판로개척을 지원함에 따라 통상적으로 성장단계로 분류하는 3년 차 이상 기업을 지원



[창업 연차별/기관별 주요 지원사업]

[전략 5] 기관 간 연계② : 유사 지원기관 협력 체계 구성

□ **경남콘텐츠코리아랩의 지리적 불리함을 기관 간 기능 협력으로 극복**

- 경남콘텐츠코리아랩 인근 유사 지원기관의 밀집으로 인한 위협을 '창업·혁신 생태계 거점 공간'이라는 공동 목표 부여로 동부경남권 혁신역량 결집 유도
 - '혁신협의체' 구성('21)으로 참여 주체들이 보유한 자원을 활용할 수 있는 기반을 마련
- 협의체 연계로 경남콘텐츠코리아랩은 비전문분야에서도 전문지원이 가능한 도내 콘텐츠 창업 허브로 자리매김(~'23)
 - 이를 중심으로 구축된 지원 시스템 및 성공사례를 도내 전 지역에 신속하게 보급하여 콘텐츠 창작 및 창업문화를 확대('24~)

유관기관		
시제품제작 및 장비 활용	창업 특화지원	기업지원
<ul style="list-style-type: none"> ○ 메이커 스페이스 ○ 경남 VR·AR 제작거점센터 ○ 시청자미디어센터('22) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경남창조경제혁신센터 ○ 1인 창업기업 지원센터 ○ 창업보육센터 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경남테크노파크 ○ 경남경제진흥원 ○ 경남 중소벤처기업부 등




[경남콘텐츠코리아랩과 유관 기관 협력 체계도]

[전략 6] 창작·창업 저변 확대 : [기초]지자체 연계

□ **창작콘텐츠 성과 활용을 위한 테스트베드(Test-bed) 공간 조성**

- 도내 18개 시·군의 활용가능 지역자원은 풍부하나 이를 문화콘텐츠 산업과 연계하기 위해서는 각 시·군의 행정적 의지가 필요
 - 청년의 지역 유입을 위한 청년지원 정책 조례 제정, 지역 경기침체 회복을 위한 관광업 육성을 도모('21년 기준) 중인 18개 시·군의 정책 활용
 - 18개 시·군 중 15개 지역(의령, 창녕, 합천 제외)이 청년 기본 조례 및 청년 일자리 창출 촉진 조례를 통해 청년의 창업, 혁신 활동 지원을 위한 창·제작 및 문화활동을 지원
 - '21년 기준 18개 시·군의 주요 목표 및 정책 내용 중 지역자원을 활용한 관광산업 육성이 다수를 차지
- '[전략과제 3] 지자체 수요기반 콘텐츠 공모('23~'25)'와 연계로 발굴된 창작 아이템을 지역에서 실증하고 테스트할 수 있도록 지원하여 수요자-공급자 만족도 확보
 - **(수요 창출)** 지자체 사전 수요발굴을 통해 지역자원을 활용한 콘텐츠제작 공모
 - **(시장테스트)** 해당 지자체의 주요 관광지를 콘텐츠 체험 테스트베드로 조성하고, 관광객의 실제 체험 평가까지 반영

< 경남도 내 주요 협력권 기반 활용가능 자원·정책 >

	연계가능 주요 협력정책 및 자원
	① 낙동강 권역 통합 관광벨트(기강나루권)
	② 남해안 관광벨트
	③ 황매산 철쭉 축제 관광권
	④ 영남알프스
	⑤ 한방향노화 산업 및 거함산 관광휴양벨트
	⑥ 가야문화
	⑦ 유네스코 지정
	⑧ 우포늪 및 농산물 공동 마케팅 추진

4. 추진 기대효과

4-1 기대효과

□ 정책적 기대효과

- ① 창작문화 저변 확대를 통해 지역균형발전 및 문화격차 해소 효과 기대
- ② 청년 고용유발계수가 높은 콘텐츠산업 육성으로 주요 도내 현안(고용불안, 청년 유출) 해결

□ 사회문화적 기대효과

- ① 지역산업의 다변화(융복합)와 함께 혁신 아이디어 기반의 도전 가능한 사회 분위기 조성
- ② 전통 제조업 대비 높은 콘텐츠산업의 고용유발 효과로 인해 청년이 돌아오는 젊은 경남 조성
 - ※ 고용유발계수(문체부, '18) : 숲 산업(8.5명), 자동차 산업(6.8명), 반도체(3.0명), 콘텐츠산업(12.1명)
- ③ 지역 자원과 디지털 기반 신기술 접목으로 경남형 新창작 문화를 창출

□ 경제적 파급효과

- 본 사업을 통한 산업·경제적 예상 파급효과는 생산유발액 총 168.9억 원이며, 부가가치유발액은 총 94.4억 원, 취업유발 인원은 128명
- **(유관산업)** (610) 정보서비스, (621) 소프트웨어 개발 공급, (640) 영상, 오디오물 제작 및 배급, (730) 장비용품 및 지식재산권 임대, (749) 기타 사업지원서비스, (760) 교육서비스, (790) 문화 및 여행 관련 서비스
 - ※ 투입 사업비는 5년간 매년 평균 20억 원을 투입한다는 가정하에 총 100억 원을 상기 7개 산업에 분배

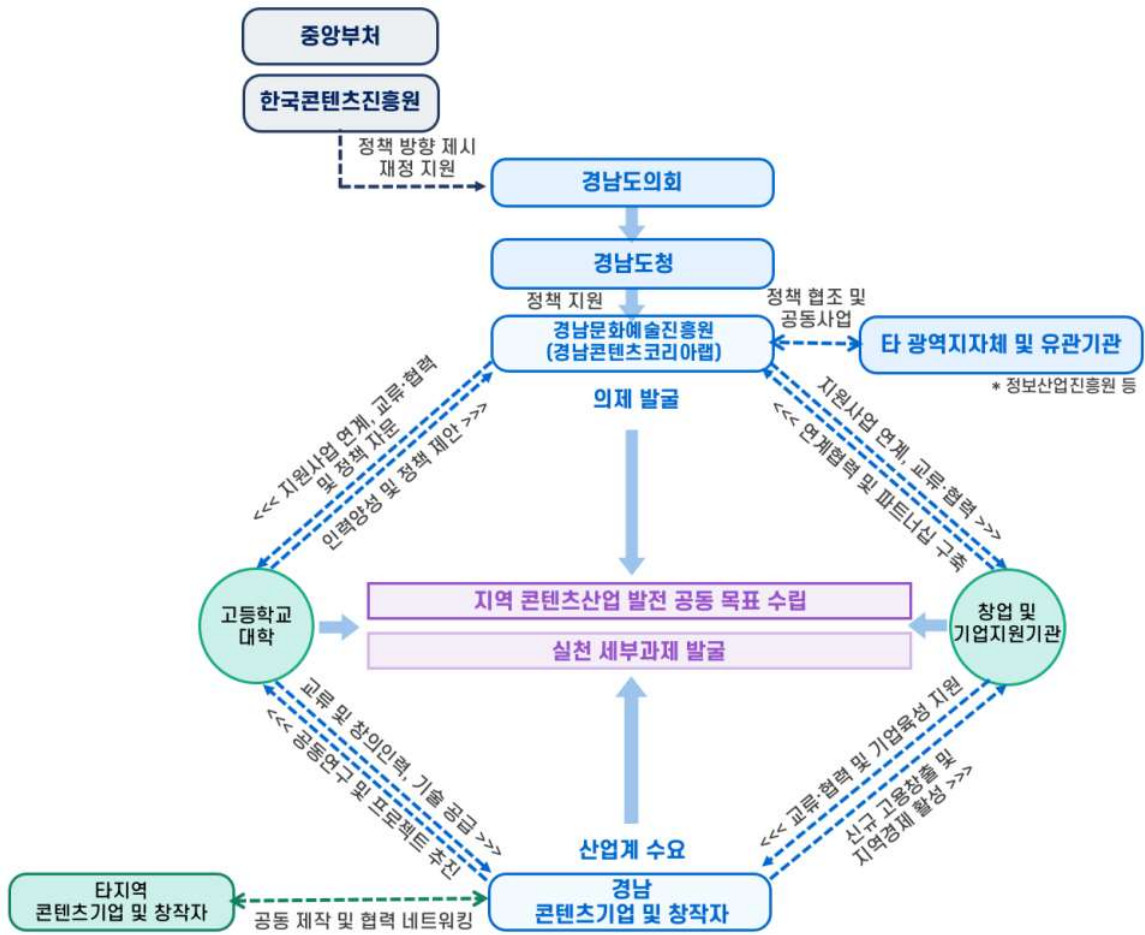
4-2 정책 제언

□ 경남콘텐츠코리아랩 특화 프로그램 및 운영전략 추진을 위한 경남도의 적극 협력·지원 필요

- 경남콘텐츠코리아랩이 도내 주요 기관과 네트워킹 구축 및 공동사업 추진 협의 등을 원활하게 추진하기 위해서는 도내 가장 상위기관인 경남도청의 조정 필요
 - 단순한 기관 간 MOU 체결을 넘어서 기관별 인프라를 공유·활용하고, 담당자 간 새로운 프로그램을 기획하는 내용으로 구성되어 있기 때문에 콘텐츠코리아랩의 단독 의지로 해결하기에는 애로사항이 있음
 - ※ 콘텐츠코리아랩 단독 추진 시, 상대 기관의 연계협력 거절 의사 발생 가능
 - 또한, CKL 순환버스 운영이나 플랫폼 구축, 분원 설치 등 콘텐츠코리아랩 운영비로 해결하기 어려운 내용을 효율적으로 해결하기 위한 다양한 지원 방법 협의
 - ※ (도내 사례) 경남창조경제혁신센터에서 서부경남권 창업수요 대응을 위해 경남도의 협력 아래 기관 간 MOU를 통해 진주바이오산업진흥원 건물에 서부센터 입주

□ 콘텐츠산업 협력 거버넌스 구축으로 유기적 산업육성 체제 완비

- 경남 콘텐츠산업 발전을 위해 공동의 발전목표와 실천 과제를 발굴하고 이에 대한 각 계의 역할을 일임하기 위한 산업 거버넌스 구축을 제안
 - 현재 산업 육성을 위해 가장 시급한 과제는 무엇인지, 이를 위한 해결방안은 어떤 것이 있는지 지역혁신 주체들이 함께 고민하는 장(場) 조성 시급
 - 이를 통해 경남도 콘텐츠 기업 수요를 반영한 맞춤형 지원사업 운영, 지역 특성화고/지역대학 인력과 기업 매칭, 기관 간 지원사업 연계 등 주체 간 네트워킹을 통한 산업 활성화도 함께 유도
 - 현재는 경남문화예술진흥원 소속 거점기관들이 각자 별개 사업을 추진하는 형태이기 때문에 거시적 시각에서 종합적 논의가 필요
 - 경남도청 지휘 아래 거버넌스를 구성하되, 실질적 산업 육성 사업을 수행하는 진흥원 소속 콘텐츠코리아랩과 콘텐츠기업지원센터를 주축으로 운영



[경남콘텐츠산업 협력 거버넌스 개념도(안)]

[참고] 경남콘텐츠코리아랩 중장기 로드맵

< 경남콘텐츠코리아랩 중장기 로드맵 >

기간	단기		중기		장기
	2021	2022	2023	2024	2025
산업생태계	(형성기) 기반 구축 및 자원의 양적 확보		(진입기) 생태계 역량 향상		(성장기) 산업 고도화
전략 과제	특화 프로그램명				
(전략과제 1) 콘텐츠 자원의 선순환 공급	창·제작 지원 기반 경남 콘텐츠 IP 확보		IP 기반 콘텐츠 사업화 연계 지원		
	경남 특화고 콘텐츠창업 연합동아리 지원		특성화고-대학 연계형 융복합 교육		
	기관 연계형 콘텐츠제작/장비교육지원				
(전략과제 2) 비즈니스 종합 지원체계 마련	유관기관 MOU 체결	수요기반형 컨설팅 프로그램 지원			
	콘텐츠 기업 패밀리데이		기술전문가-콘텐츠 창업기업 융복합 네트워킹		
	콘텐츠창업 패스트트랙 프로그램		유통 및 홍보 투자자 모집-연계		
(전략과제 3) 창·제작 서비스 지원	콘텐츠 IP 및 기술 패키지 플랫폼 기반 구축				
		新-舊 체험 콘텐츠 창작 서비스 프로그램(S/W) 구축 및 보급			서비스 프로그램 고도화
	창작콘텐츠 사전 테스트 지원				
	지자체 수요기반 체험 콘텐츠 공모				
(전략과제 4) 기관의 전문성 확보	지원기관 실무담당자 네트워킹 정례화		기관 연계형 신규사업 추진		
		경남 콘텐츠산업 창업/투자 전문과정 창설	콘텐츠 스타트업 창업 전문리더 과정 수료		

◆ 로드맵에 따른 경상남도 역할

- ① 동부경남권 유사 지원기관 혁신협의체 구성 - 보유 인프라 및 지원사업 공유
- 기관 간 원활한 사업 활용을 추진할 수 있도록 네트워킹 정례화 등 협조
- ② 콘텐츠산업 창의인재 육성기관(특성화고, 대학)과 MOU 체결 및 신규 랩 회원 확보 지원
- ③ 서부경남권 중장기 수요 대응을 위한 전용 순환버스, 분원 설치 등 지원방안 제공
- ④ 콘텐츠 분야 전문인력 양성(기업 수요기반 융복합 교육 커리큘럼)을 위한 중장기 협력 거버넌스(산·학·연·관) 운영
- ⑤ 경남형 창·제작 서비스 플랫폼 구축 관련 기술
- ⑥ 창작콘텐츠의 사업화 및 지역 소재 활용을 위한 지자체 수요발굴 협조

목 차

목 차

제 1 장 연구의 개요	3
1.1 추진 배경 및 필요성	3
1.1.1 연구 배경	3
1.1.2 추진 필요성	5
1.2 연구 목표 및 범위	6
1.2.1 수행 목표 및 범위	6
1.2.2 수행 목표	7
1.3 연구 추진체계 및 경과	8
1.3.1 추진체계	8
1.3.2 추진 경과	10
제 2 장 국내·외 동향 분석	5
2.1 글로벌 메가트렌드	15
2.2 콘텐츠산업 정책 동향	19
2.2.1 국가 상위정책	19
2.2.2 콘텐츠산업 분야별 정책	22
2.3 전국 콘텐츠코리아랩 운영 현황	31
2.3.1 콘텐츠코리아랩 사업	31
2.3.2 융합선도형 콘텐츠코리아랩(서울)	32
2.3.3 지역기반형 콘텐츠코리아랩(전국 15개)	34
2.4 콘텐츠산업 동향	77
2.4.1 글로벌 시장	77
2.4.2 국내 시장	78
2.5 창업지원	80

2.5.1 정부 지원사업	80
2.5.2 창업지원 우수사례	86
제 3 장 경상남도 여건 분석	91
3.1 경상남도 일반현황	91
3.1.1 일반현황	91
3.1.2 문화콘텐츠산업 현황	95
3.2 콘텐츠산업 및 창업 보유자원	98
3.2.1 경남 콘텐츠산업 및 창업 지원정책	98
3.2.2 예비산업 인력	109
3.2.3 창작 및 창업지원 인프라	112
3.3 콘텐츠산업 지원 거점기관 현황	118
3.3.1 총괄 기관	118
3.3.2 콘텐츠산업 육성 지원사업	120
3.4 주요 이용자 대상 설문조사	122
3.4.1 설문조사 수행	122
3.4.2 수요조사 결과	124
3.5 전문가 자문 수렴	142
3.5.1 자문위원회 개요	142
3.5.2 전문가 자문 의견	145
제 4 장 경남콘텐츠코리아랩 중장기 운영계획	151
4.1 종합시사점 분석	151
4.1.1 국내·외 동향	151
4.1.2 경상남도 여건	155
4.2 경남콘텐츠코리아랩 중장기 운영계획	157
4.2.1 SWOT 분석	157
4.2.2 중점분야별 전략 과제	161
4.3 비전 및 목표	163

4.4	경남콘텐츠코리아랩의 역할	167
4.4.1	지역기반형 콘텐츠코리아랩 역할 분석	167
4.4.2	경남콘텐츠코리아랩 역할 도출	170
제 5 장	경남콘텐츠코리아랩 중장기 프로그램	Ⅱ
5.1	전략 장르의 도출	175
5.1.1	전략 장르 선정의 필요성	175
5.1.2	전략 장르 도출 반영사항	177
5.2	지역기반형 콘텐츠코리아랩 평가 기준 변경(안)	179
5.2.1	평가 기준(안) 개요	179
5.2.2	개선(안)에 따른 프로그램 배분 방안	181
5.3	세부 특화 프로그램	184
5.3.1	경남콘텐츠코리아랩 특화 프로그램	184
5.3.2	특화 프로그램 내역	185
5.4	경남콘텐츠코리아랩 중장기 로드맵	215
제 6 장	세부운영 전략	219
6.1	기관의 전문성 확보	219
6.1.1	내부 운영인력 구성	219
6.1.2	외부 전문가 자문단 구성	233
6.2	유관기관 협력 체계 구성	237
6.2.1	구성 목적	237
6.2.2	협력 가능한 인근 유사 지원기관	239
6.2.3	네트워크 협력체 역할 및 목표	244
6.3	경남 차세대 콘텐츠 연계 및 홍보 방안	246
6.3.1	웹툰	246
6.3.2	MCN	247
6.3.3	e스포츠	249

제 7 장 추진 기대효과 및 정책 제언	23
7.1 추진 기대효과	253
7.1.1 정책적 기대효과	253
7.1.2 사회문화적 기대효과	255
7.2 경제적 파급효과 분석	256
7.2.1 산업연관분석 개요	256
7.2.2 대상산업 및 유발계수	257
7.2.3 분석 결과	258
7.3 정책 제언	261
7.3.1 경남콘텐츠코리아랩을 통한 경남 콘텐츠 창업생태계 조성	261
7.3.2 경남콘텐츠코리아랩 지속 운영을 위한 방안	263
참 고 문 헌	269
부 록	277

표 목 차

<표 1-1> 연구의 범위 및 세부 추진내용	6
<표 1-2> 경남콘텐츠코리아랩 중장기발전전략 연구기획 추진 경과	10
<표 2-1> 디지털 뉴딜 문화콘텐츠산업 중점과제	20
<표 2-2> 가상융합경제 발전전략의 3대 추진전략	21
<표 2-3> 2021년 문체부 부문별 예산안 편성 현황	22
<표 2-4> VR·AR 규제혁신 세부과제 및 일정	26
<표 2-5> 서울 CKL 구축 장비	32
<표 2-6> 서울 CKL 운영시설	33
<표 2-7> 경기 CKL 지원 프로그램	34
<표 2-8> 경기 CKL 구축 장비	35
<표 2-9> 경기콘텐츠코리아랩 주요 성과	36
<표 2-10> 부산 CKL 지원 프로그램 사례	38
<표 2-11> 부산 CKL 구축 장비	39
<표 2-12> 부산 CKL 운영시설	39
<표 2-13> 부산 보드게임센터 ‘보드랑’ 구축 현황	40
<표 2-14> 부산콘텐츠코리아랩 연차별 주요 성과	41
<표 2-15> 대구 CKL 구축 장비	42
<표 2-16> 대구 CKL 운영시설	43
<표 2-17> 전북 CKL 구축 장비	45
<표 2-18> 인천 CKL 지원 프로그램	47
<표 2-19> 인천 CKL 구축 장비	48
<표 2-20> 인천 CKL 운영시설	49
<표 2-21> 경북 CKL 지원 프로그램 사례	50
<표 2-22> 경북 CKL 구축 장비	51
<표 2-23> 경북 CKL 창작공간	51
<표 2-24> 광주 CKL 지원 프로그램 사례	54
<표 2-25> 광주 CKL 구축 장비	55

<표 2-26> 광주 CKL 운영시설	55
<표 2-27> 충남 CKL 구축 장비	57
<표 2-28> 충남 CKL 운영시설	58
<표 2-29> 충남 CKL 입주시설	58
<표 2-30> 충북 4대 특화육성 콘텐츠	59
<표 2-31> 충북 CKL 지원 프로그램	60
<표 2-32> 충북 CKL 구축 장비	61
<표 2-33> 충북 CKL 운영시설	62
<표 2-34> 울산 CKL 지원 프로그램	65
<표 2-35> 울산 CKL 구축 장비	66
<표 2-36> 울산 CKL 운영시설	66
<표 2-37> 강원 CKL 지원 프로그램	69
<표 2-38> 강원 CKL 구축 장비	69
<표 2-39> 강원 CKL 운영시설	70
<표 2-40> 제주 CKL 구축 장비	71
<표 2-41> 제주 CKL 운영시설	72
<표 2-42> 대전 CKL 지원 프로그램	74
<표 2-43> 대전 CKL 구축 장비	75
<표 2-44> 대전 CKL 운영시설	75
<표 2-45> 대전 CKL 운영시설	76
<표 2-46> 글로벌 콘텐츠 시장 규모 및 전망	77
<표 2-47> 국내 콘텐츠산업 매출액 현황	78
<표 2-48> 시나리오 2에 따른 국내 콘텐츠산업 정성적 매출액 전망	79
<표 2-49> 2021년 지원기관별 창업 지원사업 및 예산 현황	80
<표 2-50> 2021년 정부 창업 지원사업 중 관련 세부내용	82
<표 2-51> 경상남도 신규 창업지원 사업	85
<표 3-1> 경상남도 지역 내 총생산	93
<표 3-2> 콘텐츠산업 지역별 사업체 수 현황(2018)	94
<표 3-3> 광역자치단체 지역문화지수 - 종합지수	95

<표 3-4> 지역문화실태 종합지수 분석 결과	96
<표 3-5> 경남도 권역별 시군 행정협의체 및 협력사업 구성	97
<표 3-6> 경남 도정 4개년 계획 중 관련 세부과제	98
<표 3-7> 경남 2020 주요업무 계획	99
<표 3-8> 경남 15개 시·군 창업 및 창작활동 지원 조례	106
<표 3-9> 경상남도 2021년 문화·관광 예산	108
<표 3-10> 경남 도내 특화콘텐츠 관련 특성화고교('20)	109
<표 3-11> 경남 도내 특화콘텐츠 관련 전문대학 및 대학(원)('20)	110
<표 3-12> 경상남도 메이커 스페이스 현황('20)	112
<표 3-13> 경상남도 창업보육센터 현황('20)	115
<표 3-14> 청년창업사관학교 지원내용	116
<표 3-15> 경상남도 1인 창조기업 지원센터 현황('20)	117
<표 3-16> (재)경남문화예술진흥원 '20~'21년도 목표 및 업무계획	118
<표 3-17> (재)경남문화예술진흥원 차세대문화산업팀 주요 업무	120
<표 3-18> (재)경남문화예술진흥원 콘텐츠기업지원센터 주요 업무	121
<표 3-19> (재)경남문화예술진흥원 콘텐츠진흥팀 주요 업무	121
<표 3-20> 17개 지자체 총인구 대비 학생 인구수 및 비율	123
<표 3-21> 경남 특화고 학생들의 창업 관련 참여 프로그램	127
<표 3-22> 경남 특화고 학생들의 창업 관련 참여 프로그램	129
<표 3-23> 경남 특화고 학생들이 창작해보고 싶은 콘텐츠 아이템	130
<표 3-24> 콘텐츠코리아랩 지원 프로그램 예시 - 설문대상자 이해도 ...	135
<표 3-25> 경남 대학생들의 창업 관련 참여 프로그램 시간 선호도	137
<표 3-26> 경남 대학생들이 창작해보고 싶은 콘텐츠 아이템	139
<표 3-27> 경남콘텐츠코리아랩 자문위원회 및 간담회 참석 전문가	142
<표 4-1> 창작·창업문화 활성화 기반조성 전략과제 도출	161
<표 4-2> 초기 창업기업의 종합역량 확보 전략과제 도출	161
<표 4-3> 전략 장르 중복성의 회피방안 전략과제 도출	162
<표 4-4> 지속가능 운영체계 전략과제 도출	162
<표 4-5> 경남콘텐츠코리아랩 추진 프로그램	168

<표 5-1> 문화산업진흥기본법의 문화산업 정의	176
<표 5-2> 콘텐츠코리아랩 평가지표 개선(안)	180
<표 5-3> 2020년 콘텐츠코리아랩 유형별/연차별 프로그램 총괄	181
<표 5-4> 경남 콘텐츠코리아랩 특화 프로그램	184
<표 5-5> IP 확보 및 사업화 지원 개념도	185
<표 5-6> IP 사업화 신청서 양식 예시	187
<표 5-7> 경기 콘텐츠 창의학교 사업 예시	189
<표 5-8> SCAMPER 원칙에 따른 아이디어 발상	195
<표 5-9> 멘토링 신청을 위한 양식 예시	197
<표 5-10> 경남 콘텐츠 예비창업자 패스트트랙 코스 예시	204
<표 5-11> 경남콘텐츠코리아랩 중장기 로드맵	215
<표 6-1> (재)경남문화예술진흥원 차세대문화산업팀 주요 업무	219
<표 6-2> 주요 콘텐츠코리아랩 운영 조직	221
<표 6-3> 경남콘텐츠코리아랩 조직체계 반영 사항	223
<표 6-4> 창업지원 분야 직무기술서(안)	224
<표 6-5> 기획·연구 분야 직무기술서(안)	225
<표 6-6> 운영 분야 직무기술서(안)	226
<표 6-7> 콘텐츠 창·제작 분야 직무기술서(안)	227
<표 6-8> 사업화·투자 분야 직무기술서(안)	228
<표 6-9> 콘텐츠 IP 컨설팅 분야 직무기술서(안)	231
<표 6-10> 멘토링과 유사 분야의 대표 특징	233
<표 6-11> (재)전남정보문화산업진흥원 VR·AR 분야 지원사업(2021) 예시 ·	235
<표 6-12> 한국저작권위원회 주요 사업	241
<표 6-13> 피플앤스토리-경남도 연계 웹툰공모전	246
<표 7-1> 산업연관분석 항목 및 정의	256
<표 7-2> 본 사업 대상 산업 유발계수	257
<표 7-3> 산업경제적 파급효과	258
<표 7-4> 산업분류별 생산유발효과	259
<표 7-5> 산업분류별 부가가치유발효과	259

<표 7-6> 산업분류별 취업유발효과	260
<표 7-7> 2021년 한국콘텐츠진흥원 지원사업	262
<표 7-8> 2021년 콘텐츠코리아랩 유사 지원사업	264
<표 7-9> 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠 정책금융제도(2021)	265

그림 목 차

[그림 1-1] 경남콘텐츠코리아랩 내부	3
[그림 1-2] 도내 현안을 토의 중인 경남 도지사	4
[그림 1-3] 본 과업 모듈형 연구체계도	8
[그림 1-4] 연구추진체계	9
[그림 2-1] 한국 콘텐츠산업 시장 규모의 전망	17
[그림 2-2] 한국판 뉴딜 투자계획 및 일자리 창출	19
[그림 2-3] 콘텐츠산업 디지털 혁신의 의미	20
[그림 2-4] VR·AR 기술의 6대 적용 분야	25
[그림 2-5] 게임산업 진흥 종합계획 전략체계도	28
[그림 2-6] 만화산업 발전 계획 전략체계도	29
[그림 2-7] 1인 미디어산업 육성 추진 방향	30
[그림 2-8] 콘텐츠코리아랩 지원체계	31
[그림 2-9] 경기 CKL 메인 공간	35
[그림 2-10] 부산 CKL 메인 공간	37
[그림 2-11] 대구 CKL 공간구성	44
[그림 2-12] 인천 CKL 상상위크숍 사례	46
[그림 2-13] 인천 CKL 공간구성	49
[그림 2-14] 경북 CKL 공간구성	52
[그림 2-15] 광주 CKL 협력 거버넌스 구조	53
[그림 2-16] 충남 CKL 특화콘텐츠 영역	56
[그림 2-17] 충북 CKL 공간구성	61
[그림 2-18] 울산 CKL 공간구성	67
[그림 2-19] 강원 CKL 사업 콘셉트	68
[그림 2-20] 강원 CKL 공간구성	70
[그림 2-21] 제주 CKL 공간구성	72
[그림 2-22] 이탈리아 스타트업 인큐베이터 폴리허브	86
[그림 2-23] 유튜브 스페이스 뉴욕의 편집실과 스튜디오	87

[그림 2-24] 플레이그라운드 글로벌 내부 구조	88
[그림 3-1] 연도별 경남의 총인구수와 증감률 변화	91
[그림 3-2] 경남 청년 인구의 이동(2015~2019)	92
[그림 3-3] 경남도 시·군별 인구분포 현황	92
[그림 3-4] 한국산업단지공단과 연계한 제조공장 임대 지원	117
[그림 3-5] 경남문화예술진흥원 조직도	119
[그림 3-6] 설문조사 홍보 배너 - (좌)대학생, (우)고교생	122
[그림 3-7] 경남 특화고 학생들의 창업인식 답변	124
[그림 3-8] 경남 특화고 학생들의 콘텐츠 분야 창업 사유	125
[그림 3-9] 경남 특화고 학생들의 콘텐츠 분야 창업을 고려하지 않는 사유	125
[그림 3-10] 경남 특화고 학생들의 창업 인식	126
[그림 3-11] 경남 특화고 학생들의 창업 관련 활동 참여경험	127
[그림 3-12] 경남 특화고 학생들의 콘텐츠코리아랩 방문 및 이용 의향	128
[그림 3-13] 경남 특화고 학생들이 가장 중요하다고 여기는 콘텐츠코리아랩 프로그램	128
[그림 3-14] 경남 특화고 학생들의 교육 참여시간대 선호도	129
[그림 3-15] 경남 특화고 학생들의 선호 콘텐츠 순위	130
[그림 3-16] 경남 특화고 학생들의 콘텐츠 창작 정보처	131
[그림 3-17] 경남 대학생들의 창업인식 답변	133
[그림 3-18] 경남 대학생들의 콘텐츠 분야 창업 사유	134
[그림 3-19] 경남 대학생들이 (콘텐츠 분야)창업을 고려하지 않는 사유	134
[그림 3-20] 경남 대학생들의 (콘텐츠 분야)창업에 대한 준비활동	135
[그림 3-21] 경남 대학생의 콘텐츠코리아랩 방문 의사	136
[그림 3-22] 경남 대학생들이 가장 중요하다고 여기는 콘텐츠코리아랩 프로그램	136
[그림 3-23] 경남 대학생들의 (콘텐츠 분야)창업에 대한 준비활동	137
[그림 3-24] 경남 대학생들의 교육 참여시간대 선호도	138
[그림 3-25] 경남 대학생들의 선호 콘텐츠 순위	139
[그림 3-26] 경남 대학생들의 콘텐츠 창작 정보처	140
[그림 3-27] 경남콘텐츠코리아랩 제1차 전문가 자문위원회	143

[그림 3-28]	경남콘텐츠코리아랩 제2차 전문가 자문위원회 및 간담회	143
[그림 3-29]	경남콘텐츠코리아랩 제3차 전문가 자문회의(화상회의)	144
[그림 4-1]	SWOT Matrix 분석	159
[그림 4-2]	Cross SWOT 기반 추진 방향 도출	160
[그림 4-3]	경남콘텐츠코리아랩 5개년 비전체계도	163
[그림 4-4]	경남콘텐츠코리아랩 핵심가치	165
[그림 4-5]	경남콘텐츠코리아랩 '21년 정책 목표와 비전의 부합성	166
[그림 4-6]	경남 콘텐츠산업 생태계 조성을 위한 혁신활동 추진	171
[그림 5-1]	CKL 연차별 운영 프로그램(안) 기준	179
[그림 5-2]	연차별 특화 프로그램 구성 방향	182
[그림 5-3]	수요기반 멘토링 프로세스(안)	196
[그림 5-4]	창·제작 활동 지원을 위한 경남형 오픈 플랫폼 구축	206
[그림 5-5]	창·제작 활동 지원을 위한 경남형 체험 콘텐츠 창작 서비스	207
[그림 5-6]	국립중앙박물관 주요 실감 콘텐츠(체험형)	208
[그림 6-1]	경남콘텐츠코리아랩 운영 조직도 및 수행 직무(안)	230
[그림 6-2]	경남창조경제혁신센터 공유 전문가의 각 분야	234
[그림 6-3]	도내 콘텐츠코리아랩 유사 지원기관 분포도	237
[그림 6-4]	기관 간 콜라보레이션	238
[그림 6-5]	경남 CKL 인근 유관기관 협력 구조도	240
[그림 6-6]	경남 CKL과 경남콘텐츠기업지원센터 역할 구분 개념도	242
[그림 6-7]	경남 CKL 집적 인프라 시너지 효과	244
[그림 6-8]	콘텐츠 창작·창업 문화의 보급/확산 개념도	245
[그림 6-9]	유튜브 '가짜사나이 교관' 에이전트 H' 소속 회사 킥더허들	247
[그림 7-1]	경남도 정책 방향과 콘텐츠코리아랩 사업의 부합성	254
[그림 7-2]	경남 콘텐츠산업 협력 거버넌스 구축 필요성	261

제 1 장

연구의 개요

제 1 장

연구의 개요

1.1 추진 배경 및 필요성

1.1.1 연구 배경

□ 문화체육관광부 콘텐츠코리아랩 구축 공모사업에 경남도 선정('19.02.)

- 지속 가능한 콘텐츠산업 생태계 조성을 위한 문화체육관광부의 ‘지역거점형 콘텐츠코리아랩 공모사업’에 경남도가 선정되어 '20.11월 개소
- (사업내용) 창작자(Creator)의 창의적 아이디어 교류·실험을 통해 지역자원을 활용한 문화융합 콘텐츠를 창작하고, 예비창업자의 창업지원과 함께 단계적 사업화를 지원
 - (주관기관) (재)경남문화예술진흥원
 - (구축지) 경남 창원시 의창구 대원동 79(現 한국산업단지 동남전시관 동관)



자료 : 경남데일리(20.11.24)

[그림 1-1] 경남콘텐츠코리아랩 내부

□ 미래성장동력 중 하나로 문화콘텐츠 산업 육성을 추진 중인 경남

- 코로나-19로 인한 Ontact 전환, 콘텐츠 소비 패러다임 변화* 등 사회·경제 전반적 디지털 전환(Digital Transformation)에 대응하기 위해 3대 서비스 산업을 통한 산업 다각화 전략을 발표
 - 특히, 콘텐츠 분야는 역사, 문화·예술, 관광 등 경남 내 풍부한 지역자원과 경남의 강점인 제조업 융합으로 시너지를 극대화하는 방침
 - 문화콘텐츠·스포츠·관광 산업을 3대 서비스 산업으로 선정하였으며, 이들의 융복합 지원을 통해 경남 주력산업인 제조업의 위기를 보완할 계획
- ※ (콘텐츠 소비 패러다임) Ontact 확대로 가상공간(Online)과 모바일 기기, 네트워크망을 기반으로 하는 디지털콘텐츠의 글로벌적 소비 증가 추세와 그로 인한 가치사슬 변화를 의미하며, 산업 전문가들은 현시점이 콘텐츠산업의 체질 개선을 위한 기회임을 강조1)



자료 : 자치행정신문 기사(2020.06.07.)

[그림 1-2] 도내 현안을 토의 중인 경남 도지사

1) 출처 : 한국콘텐츠진흥원(2020.07), 랜선 포럼 ‘코로나19 이후, 콘텐츠를 말하다’

1.1.2 추진 필요성

□ (도내) 콘텐츠 창작 및 창업 저변 확대를 위한 기관 간 역량결집 추진

- 경남 CKL이 위치한 동남 전시장과 인근 지역 주위로 도내 시제품 창·제작 및 창업·기업지원기관(이종·동종산업 포함)의 약 70% 이상이 집중 분포
- 콘텐츠코리아랩 사업 취지와 부합하며 기관 간 사업이 중복되지 않는 범위에서 각자가 보유한 인프라를 활용·연계할 수 있는 방안 도출
 - (인근 기관) 메이커 스페이스 10개, VR·AR 제작거점센터 1개, 창업보육센터 7개, 경남테크노파크, 경남경제진흥원, 경남창조경제혁신센터 등

□ (도외) 전국 지역기반형 CKL 중 늦은 개소로 인한 간극 차 해소 시급

- 전국 15개 지역기반형 CKL 중 가장 마지막 개소('20.12)한 대전과 경남은 개소 시기가 한 달이 채 차이 나지 않지만, 가장 일찍 개소한 지역(부산·대구·인천·경기)과는 5년의 차이가 발생
- 창작자 발굴을 통해 창업기업까지 양성하는 CKL의 주요 역할을 감안했을 때, 지역 콘텐츠산업 조성에 있어 해당 공백 기간에 대한 간격 차 발생
- 또한, 대부분의 CKL이 전략 장르 선정을 통해 각 지역 특화콘텐츠를 집중 양성 중임에 따라 이들과 차별화된 지원 전략이 필요

□ CKL 지속 운영을 통한 경남 콘텐츠산업 생태계 전주기 조성

- CKL 운영성과 연차평가 기준이 '20년도 하반기에 새롭게 개선됨에 따라 해당 기준에 부합하는 전략 수립으로 대응
 - 성과평가 상위 등급일 때는 차년도 예산의 인센티브 부여를 통해 더 많은 사업을 추진할 수 있는 기회로 활용가능하나, '미흡'으로 나올 경우 지원 예산이 감액되고 연달아 미흡 평가 시 CKL 폐소 조치
- 또한, 콘텐츠코리아랩 사업은 5년('19~'23) 지원사업(국비/지방비 1대 1 매칭)으로 사업종료 후에도 안정적 창업기업 지원을 위한 지속 운영대책이 필요

1.2 연구 목표 및 범위

1.2.1 수행 목표 및 범위

□ 연구 추진내용

- 경남콘텐츠코리아랩만의 차별화된 역할과 중장기계획 및 경남이 보유한 자원 기반의 지속 가능한 콘텐츠 창업생태계 조성을 위한 전략 수립

<표 1-1> 연구의 범위 및 세부 추진내용

범위	세부 연구내용	연구방법
[1] 국내·외 동향 분석	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국내·외 동향 분석 <ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 트렌드 및 콘텐츠산업 상위정책 - 특화콘텐츠 산업 동향 - 전국 CKL 운영현황 비교·분석 - 우수 콘텐츠코리아랩 인터뷰 및 사례 분석 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 서지분석 ○ 담당자 인터뷰 (우수 CKL 대상)
[2] 경상남도 여건 분석	<ul style="list-style-type: none"> ○ 일반현황 조사·분석 <ul style="list-style-type: none"> - 경남 일반현황 및 18개 시·군의 보유자원 조사·분석 ○ 콘텐츠산업 관련 자원 조사 ○ 경남 콘텐츠 예비인력 대상 수요조사 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 서지분석 ○ 설문조사 ○ 전문가 자문
[3] 경남콘텐츠코리아랩 중장기 운영계획 수립	<ul style="list-style-type: none"> ○ 종합시사점 분석 ○ 전략 방향 및 비전체계도 도출 <ul style="list-style-type: none"> - CROSS SWOT 분석 - 전략 과제와 비전·목표 수립 ○ 경남콘텐츠코리아랩 역할 도출 ○ 경남콘텐츠코리아랩 중장기 로드맵 수립 <ul style="list-style-type: none"> - 세부 추진 프로그램 구성 - 중장기 운영 로드맵 수립 	<ul style="list-style-type: none"> ○ SWOT 분석 ○ 연구결과 검토 ○ 브레인스토밍 ○ 전문가 자문 ○ 벤치마킹 전략 ○ 내부관계자 검토
[4] 경남콘텐츠코리아랩 세부운영 전략	<ul style="list-style-type: none"> ○ 기관 전문성 확보 <ul style="list-style-type: none"> - 내부 조직체계 구성 - 외부 전문가 자문단 구성 ○ 차세대 콘텐츠 연계 및 홍보 전략 ○ 유관기관 협력 체계 구성 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 연구결과 분석 ○ 전문가 자문

<p>[5] 기대효과 분석 및 정책 제언</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업 추진 기대효과 분석 <ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠코리아랩 운영 추진 기대효과 도출 - 경제적 파급효과 도출 ○ 정책 제언 <ul style="list-style-type: none"> - 경남 콘텐츠산업 창업생태계 조성 - 국비 지원사업 종료 후 기관 운영 - 콘텐츠코리아랩 지속 운영방안 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 산업연관분석 ○ 내부관계자 회의 ○ 전문가 자문 ○ 연구결과 분석
--------------------------------	--	---

1.2.2 수행 목표

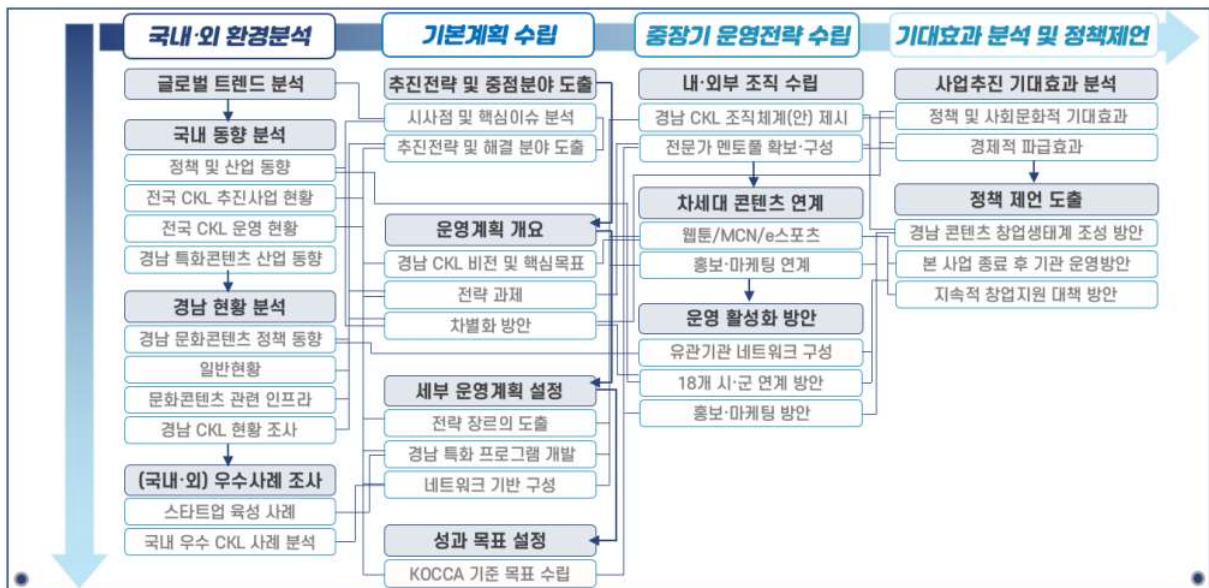
- 글로벌 트렌드에서 국내 콘텐츠산업 흐름, 경남 내부현황에 이르기까지 대내외 환경에 부합하는 중장기 전략과 해당 전략의 근거 마련
- 전국 CKL 운영현황 및 도내 유사 지원기관 조사를 기반으로 차별화된 경남형 콘텐츠 창작·창업 프로그램 및 지원 여건 마련
- 본 지원사업 종료 후 콘텐츠코리아랩 운영과 경남 콘텐츠산업 창업생태계 지속을 위한 제도적 지원방안 마련

1.3 연구 추진체계 및 경과

1.3.1 추진체계

□ (연구체계) 유기적 연계방식의 모듈형 과업 기획

- 본 연구용역의 목적에 기반하여 설계된 연구 모듈을 통해 순차적으로 수행
 - 각 모듈의 연구결과는 대내외 콘텐츠산업 환경분석을 기반으로 경남콘텐츠코리아랩의 특화 프로그램 및 중장기 운영전략 수립이라는 최종목표를 달성할 수 있도록 논리적 연계·구성



[그림 1-3] 본 과업 모듈형 연구체계도

□ (수행체계) 상기 모듈의 과업 내용과 부합하는 연구팀 구성

- 연구수행기관(더브릿지전략컨설팅(주))은 3개 팀으로 구성하여 연구책임자의 총괄 관리·감독하에 기획연구 수행
 - (연구책임자) 과업 기간 내 성공적 연구 수행을 위한 팀별 과업분배 및 기획 연구 총괄 관리·감독
 - 세부운영 전략으로 인한 국가·정책적, 지역·경제적 기대효과 도출
 - (환경분석팀) 글로벌 및 국내 CKL 동향, 경상남도 일반현황과 문화콘텐츠 산업, 보유 인프라 현황, 국내외 지원기관 우수사례 조사
 - (사업기획팀) 종합시사점과 핵심이슈 도출 후 이를 기반으로 본 기획 연구의 추진전략 및 경남콘텐츠코리아랩의 비전 체계도, 특화 프로그램 수립
 - (운영전략팀) 경남콘텐츠코리아랩 중장기 로드맵과 조직운영계획을 수립 하고 이에 대한 운영 활성화 방안을 제시



[그림 1-4] 연구추진체계

1.3.2 추진 경과

□ (수시보고) 진행 상황 점검으로 원활한 커뮤니케이션 창구 확보

- (재)경남문화예술진흥원과 즉각적인 상황 점검을 공유하기 위해 격주 보고 정례화를 통해 피드백 체계 마련

<표 1-2> 경남콘텐츠코리아랩 중장기발전전략 연구기획 추진 경과

일정	수행내용	사진
20.08.20.	○ (기술협상) 과업지시서 및 용역사 제안서 기반 기획연구 범위 협의	-
20.09.04.	○ (착수보고회) 용역사에서 수행할 본 연구의 세부 추진계획(연구방법, 수행체계, 주요 성과물) 발표와 그에 대한 (재)경남문화예술진흥원 외 관계자 의견 피드백	
~20.09.	○ (환경분석 수행) 국내외 및 경상남도 콘텐츠 창업생태계 관련 내용 조사·분석	-
20.09.29.	○ (실무자 회의) 경남콘텐츠코리아랩과 유사기능을 가지는 도내 기관에 대한 진단 및 주요 타겟 대상 설문조사 수행방안 논의	-
20.10.14.	○ (1차 자문회의) 현재까지의 연구 진행내용 검토 및 경남콘텐츠코리아랩 주요 타겟층 대상 설문조사(안) 피드백, 관련 주요 우수사례 추천	
~20.10.22	○ (우수 CKL 담당자 서면 인터뷰) 우수 운영평가를 받은 타 지자체 콘텐츠코리아랩 담당자를 대상으로 운영평가에서 주요 실적을 창출한 프로그램과 추진전략, 역내 유관기관과의 협력방안, 애로사항과 해소방안 등을 인터뷰	-

<p>20.10.30.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ (중간보고회) 현재까지의 연구 추진결과와 향후 연구결과의 활용계획, 추진 방안 등 발표와 그에 대한 경남도청과 (재)경남문화예술진흥원 관계자 의견 피드백 	
<p>20.12.02.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ (2차 자문회의) 기존 자문위원과 도내외 유관 기관 전문가를 포함하여 경남 CKL의 역할과 그를 위한 협력방안, 중점육성 분야에 대한 논의 	
<p>20.12.08.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ (2차 서면검토) 중점육성 분야 선정에 대한 전문가 개인 의견 검토 및 각 소속 기관과의 분야별 연계방안 제시 	<p style="text-align: center;">-</p>
<p>20.12.15.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ (결과보고) 결과보고 및 발주기관 의견 최종 반영하여 최종보고서 작성 및 제출 	

제 2 장

국내·외 동향 분석

제 2 장

국내·외 동향 분석

2.1 글로벌 메가트렌드

□ 코로나-19와 뉴노멀(New Normal) 2.0 시대

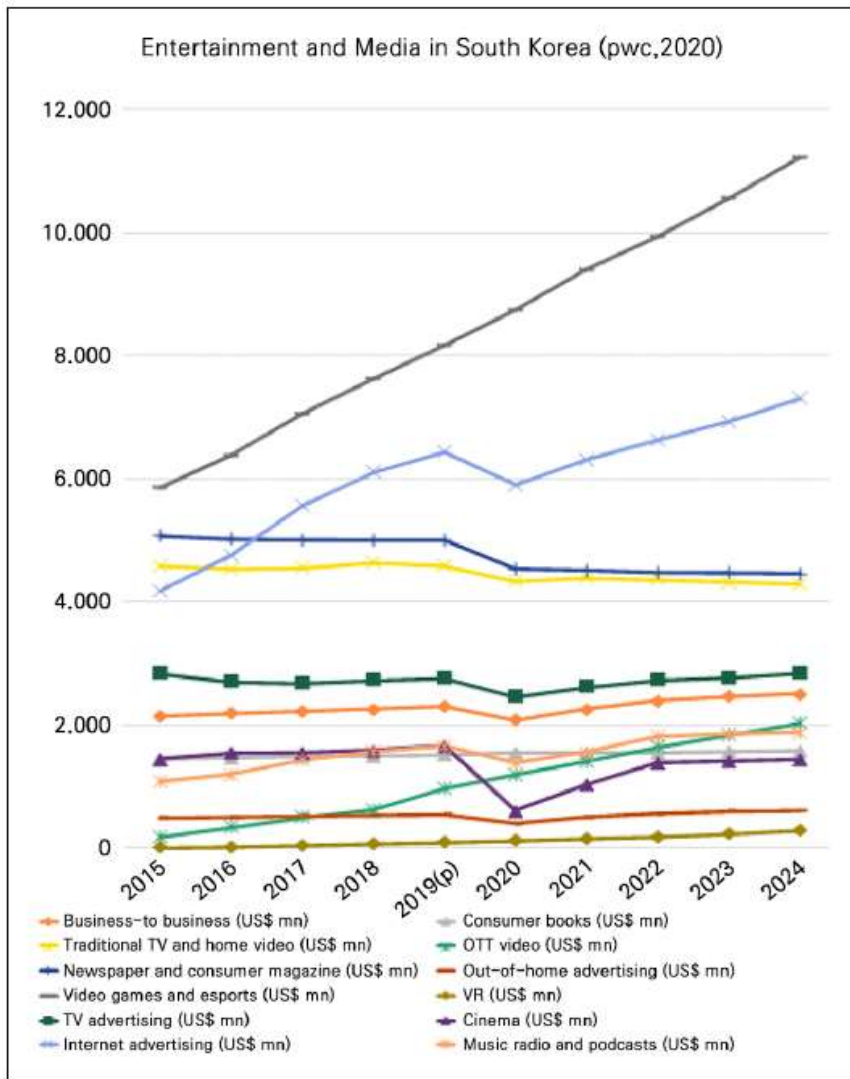
- 지난 3월 세계보건기구(WHO)는 코로나-19 전염 수준에 대해 최고 위험등급인 ‘팬데믹’을 선언(’20.03.11.)
 - 코로나-19의 글로벌 확산과 이로 인한 각국의 봉쇄 조치는 경제대공황 이후 가장 극심한 경제 침체를 유발
 - 과거 뉴노멀을 주창한 엘-에리언은 코로나-19 이후 시대를 사회 전반에서 변화가 발생한 ‘뉴노멀 2.0’이라 지칭
 - (경제) 저성장 기조의 고착화
 - (사회) 비대면(Untact)의 일상화 및 디지털 경제 가속화
 - (국제) 자국 보호주의 확대
 - (정부) 정부 역할의 강화
- ※ ’08년 글로벌 금융위기 이후의 저성장·저물가·저금리 현상을 ‘뉴노멀’이라 하였으며, 당시 뉴노멀은 금융·경제적 변화에 국한

□ 온택트(Ontact)²⁾ 문화의 확산 및 콘텐츠 소비 패러다임 변화

- 코로나-19 전염 차단을 위한 과정에서 이동금지 및 사회적 거리 두기 등이 장기화 됨에 따라 경제·사회 활동이 오프라인에서 온라인으로 이동
 - 디지털 기반 원격 기술을 통해 쇼핑, 교육, 재택근무, 금융 활동 등을 영위하며 해당 온라인 산업 매출 급증
- 또한, 집에서 머무는 시간이 늘어남에 따라 공연·영화와 같은 기존 콘텐츠 분야 매출은 급감한 반면, OTT(Over The Top), 게임, 웹툰 등 네트워크 기반의 콘텐츠 매출은 급증
 - 이에 따라 글로벌 플랫폼 기업과 통신사들은 OSMU(One Source Multi Use) 전략의 사업추진을 위해 원천콘텐츠 IP 확보에 주력
 - 넷플릭스의 거대한 영상제작 투자지원금, 중국 텐센트의 한국 중소형 게임사에 대한 지분 투자 확대
 - 국내기업의 경우 양대 빅테크社인 네이버의 CJ 그룹 지분 투자 및 글로벌 웹소설 플랫폼 인수, 카카오의 카카오M과 카카오페이지 합병 등 IP 확보를 위한 활동 활발
 - 결국 디지털 기술 혁신은 ①콘텐츠산업의 가치사슬 융합 및 플랫폼화, ②분업의 서비스화, ③수익모델의 다변화의 변화를 유도하며, 이에 따라 콘텐츠산업의 전반에서 글로벌 플랫폼에 대한 의존, 산업 인력의 재조직화, 수익모델 경쟁 심화가 발생할 것으로 전망³⁾
- PWC(2020)는 이에 따라 코로나가 발생한 2020년도를 제외하고 한국 콘텐츠 시장이 다시 성장세를 회복할 것으로 분석
 - '20년도 역성장을 제외하고 '19~'24년 연평균 성장률은 글로벌 성장률(2.8%)을 상회하는 3.26%에 달할 것으로 예상
 - 단, 해당 성장률은 OTT(15.95%), VR(25.85%), 게임 및 e스포츠(6.55%) 등 디지털콘텐츠의 급성장에 따른 결과로 기존 방송, 신문 및 잡지 등의 분야는 마이너스 성장을 기록할 것으로 분석

2) 비대면 접촉을 의미하는 언택트(Untact)와 온라인(Online)을 결합한 합성어로 온라인을 통한 연결 방식

3) 한국문화관광연구원(2019), '콘텐츠산업 제작 및 유통구조 변화와 과제 : 게임 및 뉴미디어 콘텐츠를 중심으로'



자료 : PWC(2020), Global Entertainment & Media Outlook 2020-2024

[그림 2-1] 한국 콘텐츠산업 시장 규모의 전망

참고자료 2-1 넷플릭스가 310억 쓴 영화 '승리호'... 26개국 1위에도 못 웃는 이유

- 송중기·김태리 주연의 SF(공상과학) 영화 '승리호'가 온라인 스트리밍 플랫폼인 넷플릭스에서 흥행 돌풍을 일으키고 있다. 지난 5일 넷플릭스에서 개봉한 지 하루만에 전체 스트리밍 1위 자리에 올랐다.

10일 플렉스패트를 집계에 따르면 승리호는 개봉 첫날 한국·프랑스·핀란드·방글라데시·말레이시아 등 16개국 인기영화 1위에 올랐고, 지난 8일엔 26개국에서 1위를 기록했다. - 중략 -

- 넷플릭스는 승리호의 판권으로 310억 원을 지불한 것으로 알려졌다. 승리호의 제작비는 240억 원, 제작비 대비 30% 가량의 수익을 거둔 셈이다. 하지만 극장 개봉과 달리 넷플릭스는 더 많은 소비자가 영화를 본다고 해서 제작사나 투자·배급사가 더 많은 수익을 거둘 수 있는 구조가 아니다. **해당 영화의 재판매 권리도 넷플릭스가 소유한다.**

제작사 입장에선 다소 아쉬울 수 밖에 없는 계약조건이다. 투자·배급사인 메리크리스토마스의 유정훈 대표는 "코로나19로 인한 영향을 배제할 수 없고, **콘텐츠 유통에 대한 경계가 허물어지고 있는 점을** 고려했다"며 "더이상 개봉을 연기할 수만은 없다는 판단 하에 넷플릭스 개봉을 선택하게 됐다"고 말했다.

- 승리호가 '**OSMU**' 형태로 기획된 콘텐츠라는 점도 넷플릭스 개봉 결정에 영향을 미쳤다. 승리호는 동일한 세계관을 바탕으로 시리즈 영화나 마블시네마틱유니버스의 어벤저스나 아이언맨처럼 주인공을 달리하는 '스핀오프' 영상콘텐츠, 웹툰, 게임 등 다양한 콘텐츠로의 확장을 전제로 제작됐다.

영화 승리호의 지식재산권(IP)은 넷플릭스가 소유하지만, 후속 콘텐츠의 IP는 제작사와 투자·배급사가 갖고 있다. 제작사 입장에선 넷플릭스의 흥행을 글로벌 시장 진출의 동력으로 삼을 수도 있다.

제작사로선 이유 있는 넷플릭스 행이지만, 영화계의 반응은 호의적이지 않다. **자칫하다 한국 영화 산업이 넷플릭스의 하청 업체가 될 수 있다는 우려**에서다. 코로나 사태 장기화도 넷플릭스 종속화 현상을 부추기는 요인 중 하나다.

- 한국영화디지털유통협회 관계자는 "극장-IPTV-온라인으로 이어지는 영화의 유통 공식이 무너지고 있는 상황"이라며 "대비하지 못한 영화 유통사들은 OTT 플랫폼의 논리와 요구에 따라 흔들리고 있는 실정"이라고 설명했다.



[카카오페이지 웹툰이 원작인 승리호]

자료 : 조선비즈 기사(2021.02.10.)

2.2 콘텐츠산업 정책 동향

2.2.1 국가 상위정책

□ 한국판 뉴딜, 관계부처 합동(*20.07)

- 유례없는 코로나-19 사태로 인한 대대적인 경제·산업 구조 변화에 대응하기 위해 정부는 디지털 기술과 지속가능성 기반의 한국판 뉴딜 정책을 발표(*20.07.14.)
 - 특히, D.N.A.(Data.Network.AI)를 포스트 코로나 시대의 핵심 경쟁력으로 인식하고 '25년까지 디지털 뉴딜 분야에 58.2조 원 투자계획
 - (D.N.A. 생태계 강화) 쏠 산업의 디지털 전환 및 新 시장 창출 촉진을 위한 융합 프로젝트 추진
 - (교육 인프라 디지털 전환) 초중고·대학 등 교육콘텐츠와 플랫폼 확충
 - (비대면 산업 육성) 의료·근무·비즈니스 등 비대면 산업의 성장토대 마련
 - (SOC 디지털화) SOC 핵심 인프라의 디지털 혁신으로 안전·효율성 확보

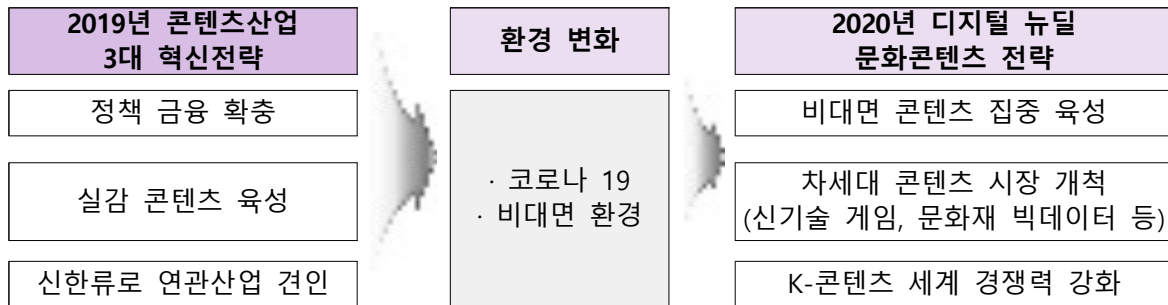


자료 : 관계부처 합동(2020), 「한국판 뉴딜」 종합계획 - 선도국가로 도약하는 대한민국으로의 대전환

[그림 2-2] 한국판 뉴딜 투자계획 및 일자리 창출

□ 디지털 뉴딜 문화콘텐츠산업 성장 전략, 관계부처 합동(*20.09)

- 한국판 뉴딜 발표 이후 콘텐츠산업의 소비 급증과 디지털 뉴딜의 성공모델 및 가시적 성과 창출을 위한 성장 전략을 발표(*20.09.24.)
 - 기존의 대면 기반 콘텐츠 시장 위축과 이에 따른 고용불안 해결, 디지털 콘텐츠 수요를 반영한 신규시장 확대 등을 중점으로 추진



자료 : 관계부처 합동(2020), 디지털 뉴딜 문화콘텐츠산업 성장 전략

[그림 2-3] 콘텐츠산업 디지털 혁신의 의미

- ‘비대면’, ‘차세대 콘텐츠’, ‘생태계 복원’을 주요 키워드로 새로운 콘텐츠 시장에 경쟁력을 확보하기 위한 중점과제를 선정

<표 2-1> 디지털 뉴딜 문화콘텐츠산업 중점과제

추진전략	중점과제
비대면 환경 대응 디지털 전환	<ul style="list-style-type: none"> ○ 온라인 전용 공연유통 인프라 구축 ○ 온라인 콘텐츠 제작·금융 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 모험투자펀드 조성 확대(*21년 1,500억 원), 스마트대한민국펀드 1조 원 조성 ○ 콘텐츠-플랫폼 동반성장 지원 ○ 디지털 환경에 적합한 저작권 제도 정비
차세대 콘텐츠 시장 개척	<ul style="list-style-type: none"> ○ 실감 콘텐츠 개발 및 투자 확대 ○ 차세대 게임 시장 개척 ○ 데이터·인공지능 활용기반 조성 및 전문인력 양성 ○ 디지털 신기술 기반 문화유산 보존·향유 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 문화유산 실감형 콘텐츠 및 무형유산 디지털 체험관 운영
K-콘텐츠 세계시장 경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 지식재산(IP) 활용 시장 확대 ○ 체계적 해외 진출 지원으로 신한류 확산 ○ 상생·협력의 콘텐츠 생태계 복원

자료 : 관계부처 합동(2020), 디지털 뉴딜 문화콘텐츠산업 성장 전략

□ 가상융합경제 발전전략, 관계부처 합동('20.12)

- 비대면 전환 가속화로 인해 가상융합기술(XR)이 새로운 경제성장 동력으로 부상함에 따라 가상융합기술 선도국가 실현을 비전으로 수립
- 그 간의 콘텐츠산업(VR·AR) 육성 중심 정책에서 사회·경제 쏠 영역으로 확대 추진하여 '25년까지 가상융합경제 파급효과 30조 원 달성을 목표화
 - (가상융합경제) 가상융합기술을 활용하여 경제활동 공간이 현실에서 가상 융합세계까지 확장되어 새로운 경험과 경제적 가치를 창출하는 경제
- ※ (XR 글로벌 파급효과) 제조 분야 188억 달러('19) → 1,945억 달러('25), 교육훈련 분야 88억 달러('19) → 907억 달러('25), 유통 분야 61억 달러('19) → 622억 달러('25)
- 특히, 국가 핵심산업인 제조·유통·의료 등 가치사슬 쏠 단계에 XR을 활용하여 지역 균형발전을 촉진한다는 것이 큰 특징
 - 지역산업과 XR 융합, 규제자유특구 지정, 가상융합지구 구축 등 추진

<표 2-2> 가상융합경제 발전전략의 3대 추진전략

추진전략	주요 내용
산업현장에서 사회문제 해결까지 가상융합기술(XR) 활용 전면화	<ul style="list-style-type: none"> ○ 6대 핵심산업(제조·건설·의료·교육·유통·국방)의 가상융합기술 플래그십 프로젝트 추진 ○ 지역균형 발전을 위해 지역 곳곳에 가상융합기술 활용투자 기반 조성 ○ 민간 참여·투자 견인할 가상융합기술(XR) 펀드 등 확산 기반의 마련 ○ 사회적 포용과 문제 해결에도 가상융합기술(XR) 적극 활용
가상융합기술(XR) 필수 인프라 조기확충 및 제도 정비	<ul style="list-style-type: none"> ○ 디바이스 핵심기술 및 완제품 개발·실증 지원 ○ 공간정보, 제조·문화 등 가상융합기술(XR)용 데이터 댐 전방위적 구축 ○ 최첨단 네트워크 고도화로 초고속·최저지연 가상융합기술(XR) 서비스 확산 ○ 가상융합경제 진흥 법제 마련과 가상융합기술(XR) '10대 규제' 개선
가상융합기술(XR) 기업 세계적 경쟁력 확보 지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전문기업 집중지원을 통해 '25년 매출 50억 원 이상 전문기업 150개 육성 ○ 가상융합기술 가시화·인터랙션, 홀로그램, 오감기술 등 미래 혁신기술 확보 ○ 석·박사급 고급인재, 제조·문화 등 분야별 전문인재 '25년까지 1만 명 양성 ○ 가상융합기술(XR) 기업 글로벌화 촉진

자료 : 관계부처 합동(2020), 가상융합경제 발전전략

2.2.2 콘텐츠산업 분야별 정책

□ 2021년 문화체육관광부 업무계획 및 예산

- 코로나-19 여파에 따른 온라인 콘텐츠 수요 확산과 한국판 뉴딜 정책 등의 반영으로 올해 대비 3,470억 원 증액되며 총 6조 8,273억 원이 편성
 - '20년 추경 예산과 비교 시, 콘텐츠 분야에서는 684억 원 규모가 증가
 - (코로나-19 이후 ‘새로운 일상과 문화’ 준비) 온라인 문화콘텐츠 수요 확대에 따른 비대면 환경 중심의 문화콘텐츠 예산 대폭 확대
 - (문화예술 향유 기반조성) 일상 속 문화향유의 기회 확대 및 창작 안전망 구축을 위해 지방박물관 브랜드 육성사업 추진, 디지털 미디어 기반 스마트 박물관·미술관 구축 등 사업 추진
 - (신한류 확산, 미래먹거리 육성을 통한 국가경제 성장 견인) 실감형 기술 기반 한류 관광자원 체험·홍보, AI, GPS 등 새로운 기술을 접목한 실감 콘텐츠 및 신기술 게임제작·육성 등
 - (문화선진국 위상 제고) 주요 국제스포츠 대회 참가, 미디어 예술 활용 한류 확산 및 국가 이미지 제고

<표 2-3> 2021년 문체부 부문별 예산안 편성 현황

(단위: 억 원, %)

구분	2020년				2021년		전년 대비 증감	
	본예산	비중	추경·수정(A)	비중	예산액(B)	비중	증감액(B-A)	증가율
합계	64,803	100	67,930	100	68,273	100.0	3,470	5.4
문화예술	21,213	32.7	22,551	33.1	22,165	32.3	△386	△1.7
콘텐츠	9,650	14.9	9,575	14.4	10,259	14.9	684	7.1
체육	13,491	20.8	14,777	21.8	14,998	21.9	221	1.5
관광	16,961	26.2	17,586	25.9	17,594	25.6	8	0.1
기타	3,488	5.4	3,441	5.1	3,621	5.3	180	5.2

자료 : 문화체육관광부(2021), 2021년도 예산기금운용계획

참고자료 2-1 2021년 문화체육관광부 추진사업 한국판 뉴딜

(단위 : 억 원)					
구분	세부사업	내역 사업	'21 예산		
예산사업 총계			3,144.6		
5세대 이동통신(5G) 기반 실감 콘텐츠산업 육성			1335.4		
디지털	예술의전당 지원	실감형 공연전시 콘텐츠 제작	27		
	방송영상콘텐츠 제작지원	5G 기반 실감형 방송영상콘텐츠 제작지원	47		
	실감형 콘텐츠산업 육성	실감형 콘텐츠 제작지원		192.3	
		5G 실감형 광화문 프로젝트		160	
	국내 관광 역량강화		관광 한국 실감형 콘텐츠 제작		15
	스포츠산업 활성화 지원	가상현실 스포츠실 보급	50		
	회원종목단체 및 지회 지원	실감형 스포테인먼트 콘텐츠 개발	100		
	음악산업 및 대중문화산업 육성	온라인 실감형 K-pop 공연지원	290		
	박물관·미술관 진흥지원	해외박물관 실감 콘텐츠 제작 체험관 조성	20		
		공립박물관 실감 콘텐츠 제작 및 체험존 조성지원		125	
	실감형 콘텐츠산업 육성	5G 위치기반 실감 서비스 개발지원		54	
		실감형 콘텐츠 향유 인프라 조성		100	
	실감형 콘텐츠산업 육성	실감형 콘텐츠 기업지원 인프라 운영		44.6	
		실감형 콘텐츠 사업화 및 수출 지원		30.5	
실감형 콘텐츠 창작자 양성		80			
인공지능(AI) 등 첨단기술 활용 융합콘텐츠 개발·확대			520.6		
디지털	예술창작 활동 지원	예술과 기술융합 지원	47.5		
	음악산업 및 대중문화산업 육성	ICT-음악 콘텐츠 지원	42		
	실감형 콘텐츠산업 육성	인공지능 연계 콘텐츠 확산기반 조성	55		
	박물관·미술관 진흥지원	스마트 박물관·미술관 구축 지원	82		
	도서관 정책개발 및 서비스환경개선	협업소통 중심의 플랫폼 구축		7	
		스마트 기반 도서관 구현(창작공간 조성)		22.5	
	문화기술 연구개발(R&D)	문화예술 실감 서비스 기술개발(R&D)	52.5		
	저작권 보호 및 이용 활성화 기술개발(R&D)		105.8		
	스포츠산업 혁신기반 조성(R&D)		77.3		
	융복합 관광서비스 사업화 지원(R&D)		29		
문화부문 비대면 서비스 지원			520.6		
디지털	인문정신문화 사회적 확산 지원	디지털 인문 뉴딜	11		

	국립극장 운영	'가장 가까운 국립극장'(우수공연 온라인 확산)	10
	온라인 미디어 예술활동 지원		49.3
	박물관·미술관 진흥지원	사립박물관 온라인 콘텐츠 제작지원	10
	국립중앙박물관 운영	디지털 원격교육 콘텐츠 개발 운영	13
		다양한 국내외 전시(온라인 전시 및 해설)	30
	저작권 문화기반 조성	열린 저작권 디지털 교육체계 구축	(‘22년~)
	게임산업육성	교육용 게임콘텐츠 개발	90
		게임제작 지원	242
	게임물관리위원회 지원	온라인 게임교육체계 구축	10
	만화산업 육성	청년장애인 온라인 웹툰 교육 지원	1.3
	스포츠산업 활성화 지원	비대면 스포츠 코칭 시장 육성	39
		온라인동영상 플랫폼 특화콘텐츠 제작지원	15
	수업목적 저작물 이용 가이드라인 개정		제도
문화부문 데이터 기반 구축			301
디지털	한국어 진흥기반 조성 및 확산	언어 말뭉치 빅데이터 구축	50
	도서관 정보서비스 구축 운영(정보화)	국가 문헌의 보존 및 지식정보자원 공유기반 구축	150
		차세대 통합자료관리시스템 구축	(‘22년~)
		전자책 납본확대 및 서비스 플랫폼 구축 (전자책 등 도서자료 납본보상금)	6.2
	저작권 유통지원 및 이용 활성화	저작권 이용정보 수집체계 구축	30.3
	영상콘텐츠산업 육성	애니메이션 아카이빙 구축	12
		영상콘텐츠 소스데이터 공유기반 구축	6.5
스마트 관광 활성화	관광 빅데이터 구축	46	
생활밀착형 사회기반시설(생활 SOC) 친환경 혁신			393
그린	국민체육센터 건립지원	일반형 국민체육센터(친환경 재구조화)	393
	공공문화시설 에너지 저감화	에너지 저감형 문화시설 개선 지원	(‘22년~)
문화부문 안전망 강화			74
안전망	국립장애인도서관 운영	대체자료 위탁제작	74
	예술인 고용보험 도입		제도

자료 : 문화체육관광부(2021), 문체부 소관 한국판 뉴딜과제 반영현황

□ 가상·증강현실(VR·AR) 분야 선제적 규제혁신 로드맵, 관계부처 합동('20.08)

- 국내 우수한 D.N.A 인프라 및 ICT 역량을 활용하여 코로나-19를 통해 체감한 비대면 시스템을 체계적으로 대비하기 위한 단계적 규제혁신 로드맵을 구축
 - (1단계) 시·청각 중심의 단일 플랫폼으로 콘텐츠 일방 수용단계('20~'22)
 - (2단계) 표정(감정), 손동작(햅틱) 입출력을 통해 다중 동시사용 방식으로 발전하며 AI 결합으로 시스템과 상호 소통하는 단계('23~'25)
 - (3단계) 오감과 뇌를 인식하는 단계로 협업 공정과 같은 정밀 업무가 가능한 단계('26~'29)
- ※ (선제적 규제혁신 로드맵) 자율주행차('18.11), 드론('19.10), 수소차·전기차('20.4) 순서로 발표
- VR·AR의 단계적 개발로 비대면·초연결 사회(원격 소통 활성화)의 고도화 및 향후 팬데믹 등 국가 비상시에도 안정적 기반을 구축
 - 향후 VR·AR은 독자적 영역이 아닌 고성능 인공지능, Data 프로토콜을 수렴할 수 있는 인터페이스로 자리 잡을 전망(6대 기술 트렌드 '19, 델 테크놀로지스)



자료 : 관계부처 합동(2020), 가상·증강현실(VR·AR) 분야 선제적 규제혁신 로드맵

[그림 2-4] VR·AR 기술의 6대 적용 분야

<표 2-4> VR·AR 규제혁신 세부과제 및 일정

규제혁신 과제 리스트	주관부처	일정
1. 범분야 공통적용 규제(10개)		
(1) - ① VR·AR 사업 원스탑 지원창구 등 사업화 여건 개선	과기정통부 (협조: 문체부, 산업부 등)	'23
(2) - ② 개인 영상정보의 합리적 활용기준 마련	행안부(개보위)	'22
(2) - ③ 3차원 공간정보 해상도·좌표값 등 활용기준 완화	국토부	'22
(2) - ④ 위치 정보 범위조정 및 관련 사업 진입규제 완화 등	방통위	'22
(3) - ⑤ 5G 주파수 대역에 대한 전자파 적합성 기준 정비	과기정통부	'24
(3) - ⑥ 5G 융합서비스(의료·자율주행 등)의 안정성 확보	과기정통부	'23
(4) - ⑦ 기능성 VR·AR 콘텐츠의 게임물 분류 완화	문체부	'21
(4) - ⑧ 실감 콘텐츠 특성에 맞는 영상물 등급분류 체계 마련	문체부	'23
(5) - ⑨ 가상공간에서의 성범죄 유사행위에 관한 제도 정비	법무부	'25
(5) - ⑩ 부수적 복제 허용에 대한 명확한 기준 마련	문체부	'24
2. 주요 분야별 규제(25개)		
(1) 엔터테인먼트 문화(5개)		
(1) - ① VR 모션 시뮬레이터 적합성 평가 합리화	과기정통부	'21
(1) - ② 도심 내 설치 확대를 위한 VR 시뮬레이터 규모 기준 완화	문체부, 국토부	'21
(1) - ③ 유원 시설의 VR 시뮬레이터에 영화도 탑재 허용	문체부	'20
(1) - ④ VR 영화제공이 가능하도록 비디오물 시청 제공업 시설기준 개선	문체부	'20
(1) - ⑤ 초실감 퍼포먼스 산업 지원제도 정비	문체부	'23
(2) 교육(5개)		
(2) - ① 학교 내 인터넷 네트워크 및 플랫폼 사용규제 완화	교육부, 국정원	'21
(2) - ② 디지털 교과서 인증·심의 체계 개선	교육부	'22
(2) - ③ 원격교육 학원 운영을 위한 시설 규제 해소	교육부	'21
(2) - ④ 위탁발주 콘텐츠에 대한 개발사의 저작권 활용 보장	교육부	'22
(2) - ⑤ 교육현장의 VR·AR 기기·콘텐츠 활용지침 마련	교육부	'21
(3) 제조 등 산업일반(5개)		
(3) - ① VR·AR 활용 원격 안전점검·검사 활용기준 마련	고용노동부, 국토부	'23
(3) - ② 고정밀 건설 자격취득 시 VR·AR 원격제어 교육 포함	국토부	'23
(3) - ③ 현장에서 발생하는 데이터의 수집·활용 권한 기준 마련	특허청	'23
(3) - ④ 직업능력 개발 훈련시설 지정요건 완화	고용노동부	'22
(3) - ⑤ 고난이도 기술·훈련 디바이스 표준가이드 마련	산업부	'22
(4) 교통(2개)		
(4) - ① 영상표시장치의 유형 확대(착용형)	경찰청	'24
(4) - ② HUD 스마트 글래스 등 영상표시장치 안전 기술기준 마련	국토부	'22
(5) 의료(4개)		

(5) - ① VR·AR 활용 혁신 의료기술 평가체계 개선	복지부	'20
(5) - ② VR·AR 의료기기 품목 신설	식약처	'20
(5) - ③ 의료데이터 공유·활용을 위한 법령정비 및 기준 명확화	복지부	'25
(5) - ④ 재외국민 비대면 진료 서비스 AR 활용	복지부	'22
(6) 치안/소방/국방(4개)		
(6) - ① 경찰·소방서의 VR·AR 장비 구비	경찰청, 소방청	'24
(6) - ② 경찰 업무 중 AR 사용가능 조항 마련	경찰청	'24
(6) - ③ 국방 데이터의 안전한 활용을 위한 제도 정비	국방부	'21
(6) - ④ 송수신 기능 있는 장비의 영내 사용 허용	국방부	'25

자료 : 관계부처 합동(2020), 가상·증강현실(VR·AR) 분야 선제적 규제혁신 로드맵

□ 게임산업 진흥 종합계획, 관계부처 합동('20.05)

○ 비대면에 따른 온라인 콘텐츠 이용시간 증가, 디지털 융합기술 등 게임산업이 새로운 성장동력으로 부상함에 따라 지속적 고성장을 이어가기 위한 중장기 정책을 수립

- 특히, 게임산업은 타 산업 대비 고용유발계수 및 무역수지 흑자 등이 높은 대표적 효자 산업으로 집중 지원전략을 요구

※ (고용유발계수) 게임산업(13.5) vs 제조업(5.2), 자동차(6.5), 서비스업(11.6), 전산업(7.5)

비전	세계게임을 선도하는 한국 게임산업	
목표	2019년	2024년
	매출액 15조 원	▶ 19.9조 원(4.9조 원, 연평균 5.8% ↑)
	수출액 7.6조 원	▶ 11.5조 원(3.9조 원, 연평균 8.6% ↑)
	일자리 8.7만 명	▶ 10.2만 명(1.5만 명, 연평균 3.2% ↑)
추진 전략	1. 적극적인 규제제도 개선으로 혁신성장 지원	
	1-1. 전향적 규제 개선으로 온라인·모바일 게임 성장지원	
	1-2. 아케이드 게임 사행화 방지 및 규제혁신	
	1-3. 게임이용자 권익 보호를 위한 제도개선	
	1-4. 민·관 협력 체계구축 및 공공기관 역할 재정립	
	2. 창업에서 해외시장 진출까지 단계별 지원 강화	
	2-1. 창업 및 중소기업 성장을 위한 체계적 지원 확대	
	2-2. 게임콘텐츠 분야별 맞춤형 제작 및 사업화 지원	
	2-3. 해외 진출 지원 및 수출시장 다변화	
	2-4. 기능성 게임 등 제작 지원으로 게임생태계 다양성 제고	
	3. 게임의 긍정적 가치 확산 및 이스포츠 산업 육성	
	3-1. 게임에 대한 인식제고 및 교육 내실화	
	3-2. 과몰입 대응 체계 개선 등 올바른 게임문화 조성	
	3-3. 이스포츠 생태계 조성 및 향유 저변 확대	
	3-4. 이스포츠 국제 표준정립 등으로 세계 이스포츠 선도	
	4. 게임산업 기반 강화	
	4-1. 게임 관련 법령 전면 재정비	
	4-2. 중소게임 기업 투융자 확대	
	4-3. 창의인재 양성 및 신기술 활용 지원	
	4-4. 게임문화 인프라 확충	

[그림 2-5] 게임산업 진흥 종합계획 전략체계도

□ 만화산업 발전 계획, 문화체육관광부('19.10)

- 「콘텐츠산업 3대 혁신전략」 발표에 따라 만화 분야의 민·관 협의체 운영 및 수요조사를 기반으로 만화산업 세부추진 계획을 수립
- (배경) 국내 만화산업은 웹툰을 기반으로 양적·질적 성장 중이나, 늘어나는 수요만큼 창작·유통 환경 등이 받쳐주지 못하는 실정
 - (수요 대비 창작환경 기반 부족) 창작 인프라의 수도권 집중 심화로 지역 작가 불편 호소, 체계적인 웹툰 작가 교육 미흡, 영세기업의 기술투자 여력 저조 등
 - (글로벌 시장 경쟁 심화) 글로벌 ICT 기업들의 웹툰 투자, 낮은 인지도 등
 - (불공정 계약 관행) 창작자에 대한 정당한 권리 보장 미흡, 청소년 심의 규제, 불법복제로 인한 저작권 침해 등

비전	꿈이 커가는 한국만화, 새로운 한류의 중심		
목표	▲		
	혁신하는 만화산업	신한류 콘텐츠 도약	상생하는 생태계
	<u>만화산업 매출액</u>	<u>해외 수출액</u>	<u>웹툰 불법복제 침해율</u>
	('18년) 1.1조 원 → ('23년) 1.5조 원	('18년) 0.4억 달러 → ('23년) 1억 달러	('18년(e)) 44.6% → ('23년) 10%
추진 전략	▲		
	1	산업 경쟁력 강화	
		1-1. 창작 인프라 및 인력양성 강화 1-2. 창작 및 제작지원 확대 1-3. 신기술 융합지원	
	2	신시장 확대 및 수요 창출	
	2-1. 맞춤형 해외 진출 지원 2-2. 해외 교류 및 웹툰 홍보 강화 2-3. 만화자료 보존 및 지역 확산		
3	공정환경 조성 및 제도 개선		
	3-1. 공정한 거래질서 확립 3-2. 만화 저작권 보호 3-3. 웹툰 관련 법·제도 기반 구축		

[그림 2-6] 만화산업 발전 계획 전략체계도

□ 1인 미디어산업 활성화 방안, 관계부처 합동('19.08)

- 1인 미디어 예비창작자 발굴부터 콘텐츠제작, 창업, 해외 진출에 이르는 전주기 지원을 통해 미디어·콘텐츠 분야의 성장동력 창출 및 타 산업과의 융합 유도
- **(배경)** 국내 1인 미디어 창작자는 '16년 대비 3년 새 약 129% 증가하여 3,200여 팀이 MCN에 가입하여 활동 중이며, 국내 시장의 경우 3조 8,700억 원('18)에서 8조 원('23) 규모까지 성장할 전망
 - 그러나 '14년부터 추진해온 지원사업은 단발적이며, 초기 지원에 집중됨에 따라 시장성장 및 생태계 구축에 한계가 발생

정책 목표	1인 미디어 활성화를 통한 미디어 신산업 육성								
추진 방향	<ul style="list-style-type: none"> ○ 1인 미디어산업 성장기반 조성 ○ 콘텐츠 투자, 해외 진출 강화로 콘텐츠 경쟁력 제고 ○ 신성장 산업화를 위한 저변 확대 								
핵심 전략	<p style="text-align: center;">< 1인 미디어 창작 전주기 체계적 지원 ></p> <p style="text-align: center;">[1인 창작자 발굴] → [제작 지원] → [사업화 및 유통지원] → [해외진출 지원]</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%;">○ 공모전</td> <td style="width: 25%;">○ 제작비 지원</td> <td style="width: 25%;">○ 수익모델 컨설팅</td> <td style="width: 25%;">○ 국제 공동제작</td> </tr> <tr> <td>○ 전문교육, 멘토링</td> <td>○ 시설/장비 지원</td> <td>○ 플랫폼 및 MCN사 비즈니스 상담·매칭</td> <td>○ 해외 견본시 참가</td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">[활성화 여건 조성]</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 인식제고 및 교육 ○ 1인 미디어 원스톱 플랫폼 구축 및 산업 실태조사 	○ 공모전	○ 제작비 지원	○ 수익모델 컨설팅	○ 국제 공동제작	○ 전문교육, 멘토링	○ 시설/장비 지원	○ 플랫폼 및 MCN사 비즈니스 상담·매칭	○ 해외 견본시 참가
○ 공모전	○ 제작비 지원	○ 수익모델 컨설팅	○ 국제 공동제작						
○ 전문교육, 멘토링	○ 시설/장비 지원	○ 플랫폼 및 MCN사 비즈니스 상담·매칭	○ 해외 견본시 참가						
중점 추진 과제	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">1</td> <td> <p>성장 기반조성 - 1인 미디어 창작자 발굴, 콘텐츠 제작 지원</p> <p>1-1. 1인 미디어 창작자 발굴·육성</p> <p>1-2. 전문교육·멘토링으로 1인 미디어 창작자 역량 강화</p> <p>1-3. 창작시설·장비 지원확대(바우처 등)</p> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">2</td> <td> <p>산업생태계 강화 - 사업화 및 유통, 해외 진출 지원</p> <p>2-1. 1인 미디어 스타트업 창업 지원</p> <p>2-2. 비즈니스 매칭 및 민간투자 활성화</p> <p>2-3. 국제공동제작 등을 통한 해외 진출 지원</p> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">3</td> <td> <p>1인 미디어 저변 확대 - 활성화 여건 및 건전한 문화 조성</p> <p>3-1. 1인 미디어 원스톱 플랫폼 구축</p> <p>3-2. 민·관 합동 1인 미디어 대전 개최</p> <p>3-3. 클린 콘텐츠 환경 등 건강한 1인 미디어 문화 확산</p> <p>3-4. 1인 미디어산업 실태조사·분석 추진</p> </td> </tr> </table>	1	<p>성장 기반조성 - 1인 미디어 창작자 발굴, 콘텐츠 제작 지원</p> <p>1-1. 1인 미디어 창작자 발굴·육성</p> <p>1-2. 전문교육·멘토링으로 1인 미디어 창작자 역량 강화</p> <p>1-3. 창작시설·장비 지원확대(바우처 등)</p>	2	<p>산업생태계 강화 - 사업화 및 유통, 해외 진출 지원</p> <p>2-1. 1인 미디어 스타트업 창업 지원</p> <p>2-2. 비즈니스 매칭 및 민간투자 활성화</p> <p>2-3. 국제공동제작 등을 통한 해외 진출 지원</p>	3	<p>1인 미디어 저변 확대 - 활성화 여건 및 건전한 문화 조성</p> <p>3-1. 1인 미디어 원스톱 플랫폼 구축</p> <p>3-2. 민·관 합동 1인 미디어 대전 개최</p> <p>3-3. 클린 콘텐츠 환경 등 건강한 1인 미디어 문화 확산</p> <p>3-4. 1인 미디어산업 실태조사·분석 추진</p>		
1	<p>성장 기반조성 - 1인 미디어 창작자 발굴, 콘텐츠 제작 지원</p> <p>1-1. 1인 미디어 창작자 발굴·육성</p> <p>1-2. 전문교육·멘토링으로 1인 미디어 창작자 역량 강화</p> <p>1-3. 창작시설·장비 지원확대(바우처 등)</p>								
2	<p>산업생태계 강화 - 사업화 및 유통, 해외 진출 지원</p> <p>2-1. 1인 미디어 스타트업 창업 지원</p> <p>2-2. 비즈니스 매칭 및 민간투자 활성화</p> <p>2-3. 국제공동제작 등을 통한 해외 진출 지원</p>								
3	<p>1인 미디어 저변 확대 - 활성화 여건 및 건전한 문화 조성</p> <p>3-1. 1인 미디어 원스톱 플랫폼 구축</p> <p>3-2. 민·관 합동 1인 미디어 대전 개최</p> <p>3-3. 클린 콘텐츠 환경 등 건강한 1인 미디어 문화 확산</p> <p>3-4. 1인 미디어산업 실태조사·분석 추진</p>								

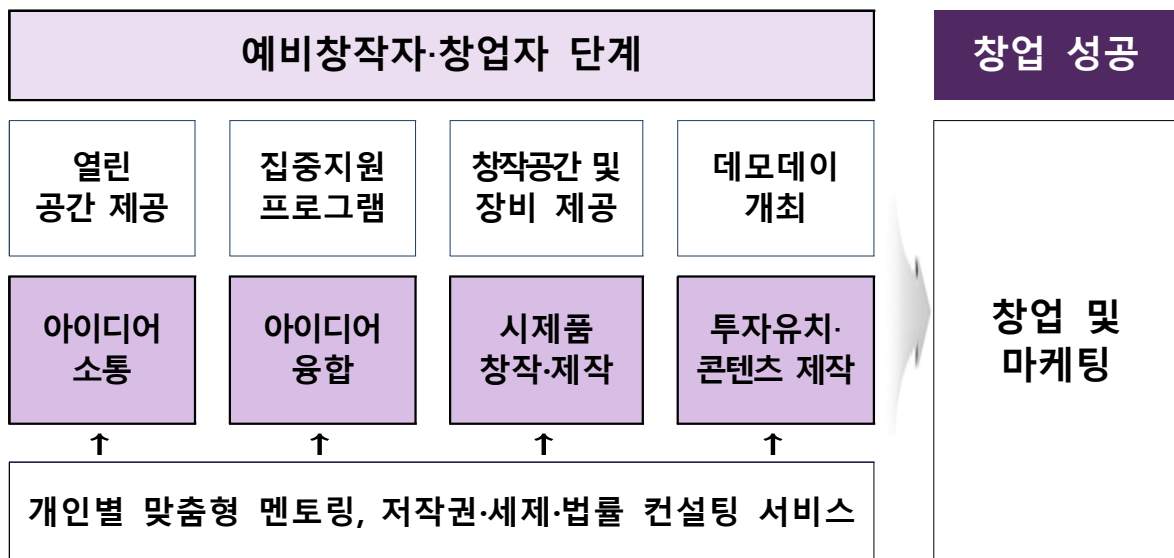
[그림 2-7] 1인 미디어산업 육성 추진 방향

2.3 전국 콘텐츠코리아랩 운영현황

2.3.1 콘텐츠코리아랩 사업

□ 사업 개요

- 지속 가능한 콘텐츠산업 창업생태계 활성을 위해 아이디어가 창작으로, 창작이 창업으로 이어질 수 있도록 창업 이전 단계부터 사업화까지 원스톱으로 지원하는 문화체육관광부 사업
- (연혁) '14년 서울 융합선도형 콘텐츠코리아랩 1센터를 시작으로 '21년 현재 까지 15개의 지역기반형 콘텐츠코리아랩 개소
 - ※ '20년에 개소한 콘텐츠코리아랩은 5개이며, 울산('20.05), 강원('20.06), 제주('20.09), 경남('20.11), 대전('20.12) 순서로 개소
- (주요 내용) 콘텐츠코리아랩의 공간·장비를 기반으로 창작자(Creator)들 간 창의적 아이디어 발굴 및 창작·융합 활동, 사업모델 구현 등 지원
- (지원사업) 입주공간 및 제작지원 인프라, 글로벌 진출 지원(엑셀러레이터 참가·육성, 마켓 진출, 클라우드 펀딩), 유통 네트워크, 사업화(투자유치) 지원



자료 : 문화체육관광부(2020), 콘텐츠코리아랩 운영 현황

[그림 2-8] 콘텐츠코리아랩 지원체계

2.3.2 융합선도형 콘텐츠코리아랩(서울)

□ 운영 개요

- (개소) 2014.05
- (조직운영) 한국콘텐츠진흥원 기업·인재양성본부의 기업육성팀
- (역할) 지자체 콘텐츠코리아랩의 헤드 역할로 가장 먼저 개소

□ 장비·시설 구축 현황

- (구축 장비) 영상 관련 장비 20종을 보유

<표 2-5> 서울 CKL 구축 장비

No.	장비명/수량(개)	No.	장비명/수량(개)
1	DSLR 카메라(5D Mark III)/ 4	2	모니터(TV Logic 5.6inch Monitor)/ 2
3	HD 카메라(PMW-300)/ 1	4	단렌즈(SIGMA 50mm Lens)/ 2
5	줌렌즈(SIGMA 12-24mm Lens)/ 2	6	줌렌즈(SIGMA 24-70mm Lens)/ 2
7	줌렌즈(SIGMA 24-70mm Lens)/ 2	8	줌렌즈(SIGMA 24-105mm Lens)/ 2
9	줌렌즈(SIGMA 70-200mm Lens)/ 2	10	TRIPOD(Miller Tripod)/ 3
11	TRIPOD(E-IMAGE Tripod)/ 2	12	TRIPOD(Sachtler ACE MGS 1002)/ 1
13	조명(FOMEX HD400)/ 1	14	조명(FOMEX HD600)/ 1
15	조명(FOMEX D600)/ 4	16	조명(램프라트 4채널 스트로보 무선동조기)/ 5
17	조명(LED BL-2250PB)/ 4	18	무선마이크(Wireless MIC)/ 6SET
19	유선마이크(RODE MIC)/ 2	20	유선마이크 II(Rode Video MIC PRO R)/ 2

자료 : 서울콘텐츠코리아랩 기업지원센터 홈페이지

- (운영시설) 창작지원, 기업입주, 네트워크 및 사업화 상담 공간으로 구성

<표 2-6> 서울 CKL 운영시설

구분	공간명 및 용도/수용인원(명)
창작지원 센터	○ (렌더팜룸) 동영상 제작 및 후반 작업용 렌더링 시설, 소규모 강의시설/ 7
	○ (프로젝트룸) 원격 화상회의, 콘텐츠 관련 회의, 대본리딩 시설/ 15~18
	○ (LED 룸) 공연 연습, VFX/VR 쇼케이스 및 시연, 투자/IR 피칭, 데모데이 시설/ 40
	○ (영상편집실 1) 동영상 제작 및 후반 작업용 영상편집 시설/ 1~4
	○ (영상편집실 2) 동영상 제작 및 후반 작업용 영상편집 시설/ 1~3
	○ (녹음실) Digital Audio Workstation 시스템을 통해 CM, 나레이션, 더빙 작업 등의 오디오 녹음 수행
	○ (스튜디오 小) 인터뷰 및 콘텐츠 영상, 사진 촬영 시설/ 6
○ (스튜디오 中) 인터뷰 및 콘텐츠 영상, 사진 촬영(크로마) 시설/ 12	
기업육성 센터	○ (입주공간) 5~8평형(6개), 10~13평형(17개), 14~19평형(10개), 30평형(3개) 운영
네트워크	○ (네트워크) 창작자들을 위한 커뮤니티 및 네트워킹 시설/ 60
비즈센터	○ 한국콘텐츠진흥원 Biz-desk(해외진출 지원) 및 법률 자문 운영

자료 : 서울콘텐츠코리아랩 기업지원센터 홈페이지

2.3.3 지역기반형 콘텐츠코리아랩(전국 15개)

가. 경기콘텐츠코리아랩

운영 개요

- (개소) 2014.09
- (조직운영) (재)경기콘텐츠진흥원 클러스터운영본부 소속으로 ‘판교클러스터 센터’에서 본 사업을 운영 중

지원 프로그램

- 아이디어 생성&융합, 개발&창작, 예비창업자 인큐베이팅 각 3단계 지원을 아래 5개 프로그램을 통해 제공

<표 2-7> 경기 CKL 지원 프로그램

구분	세부내용
창의세미나 S	<ul style="list-style-type: none"> ○ (내용) 아이디어 생성을 위한 문화콘텐츠 분야 전문 강연프로그램 ○ (대상) 문화콘텐츠 창작자 및 일반인
슈퍼끼어로	<ul style="list-style-type: none"> ○ (내용) 창작자들의 콘텐츠 사업화를 위한 유통플랫폼 연계 지원 프로그램 ○ (대상) 유통단계 창작팀 ○ (지원사항) 교육·멘토링, 입점 상담, 유통플랫폼(국내외 박람회, 온·오프라인 유통) 입점 지원
위키팩처링 캠프	<ul style="list-style-type: none"> ○ (내용) 콘텐츠 디자인이 융합된 하드웨어 시제품 제작 지원 프로그램 ○ (대상) 예비창업자 또는 5년 미만 스타트업 ○ (지원사항) 멘토링(기구/회로설계, 금형 등), 양산형 목업 제작 또는 제품 디자인 개선
콘텐츠플레이어 스튜디오	<ul style="list-style-type: none"> ○ (내용) 창작자 역량 강화를 위한 단기 SW 교육프로그램 ○ (대상) 창작자 및 관련 분야 예비창업자 ○ (지원사항) Adobe CC 소프트웨어 교육
창작 모꼬지	<ul style="list-style-type: none"> ○ (내용) 일상창작 활동에 필요한 다양한 수업 프로그램 ○ (대상) 경기도 내 문화콘텐츠 창작자 및 일반인 ○ (지원사항) 각종 취미활동을 위한 공예 재료, 강의로 무료 제공

자료 : 경기콘텐츠코리아랩 홈페이지

□ 장비·시설 구축 현황

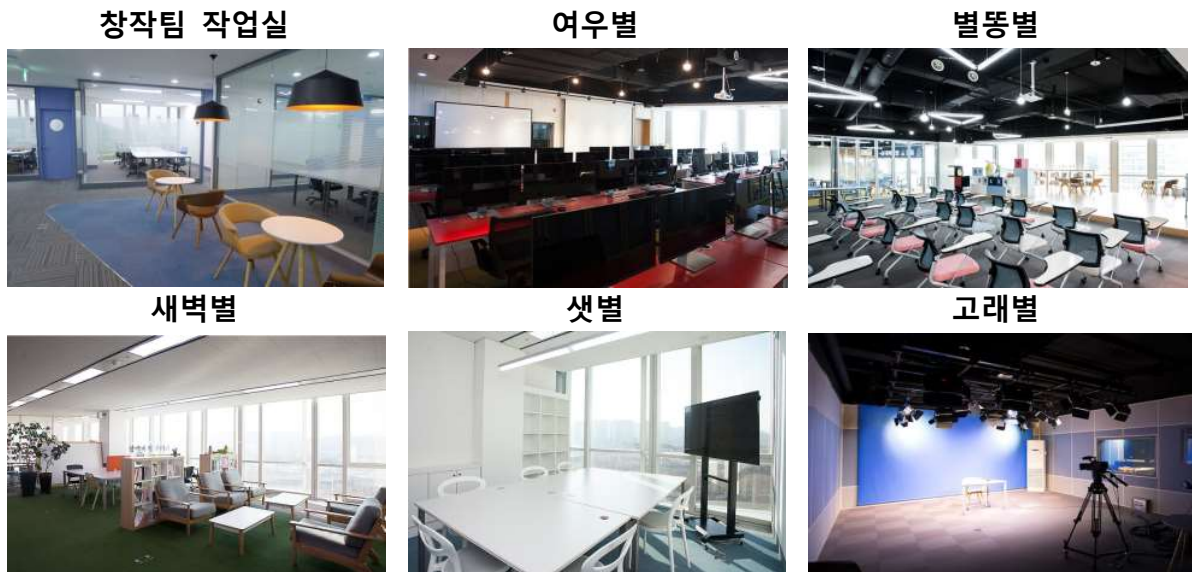
- (구축 장비) 개별 장비로 대여하지 않고, 해당 공간에 설치된 장비를 함께 대여하는 형태로 운영

<표 2-8> 경기 CKL 구축 장비

구분	공간별 주요 작업/장비 사양
촬영 스튜디오	<ul style="list-style-type: none"> ○ 블루스크린 촬영을 통한 실시간 합성 및 디지털녹화, 영상편집 - HD 카메라, DSLR 카메라, 부조정실, 조명시스템(SONY NEX-FS700K, CANON 5D Mark III, Hyperdeck Studio Pro, Panasonic AV-HS410, Key, spot, LED Light, etc.)
녹음실	<ul style="list-style-type: none"> ○ 프로툴스, 엠박스 S/W를 활용한 오디오 녹음, 더빙 공간 - 맥북, 모니터, 마이크, 헤드폰 등(Macbook Pro 15, Mbox + PT11, talkback, TS-3000, MON800)
편집실	<ul style="list-style-type: none"> ○ 3D 작업_MAYA, MAX 등 - NLE system(DELL Precision, T3610 Workstation, Mac Pro 6core)
장비실	<ul style="list-style-type: none"> ○ 3D 프린터를 활용하는 시제품 제작공간 - 3D printer(ProJet 3500)
아이맥/맥북	<ul style="list-style-type: none"> ○ 비디오 편집 Adobe CCT, 파이널 컷 - 아이맥/맥북(imac 27" 3.4GHz(He089kh/a))

자료 : 경기콘텐츠코리아랩 홈페이지

- (운영시설) 콘텐츠 제작공간, 교육·네트워크 공간, 소규모 기업 입주공간 운영



자료 : 경기콘텐츠코리아랩 홈페이지

[그림 2-9] 경기 CKL 메인 공간

□ 경기 CKL 주요 성과

- '14년 9월 개소 이후 253건의 창업과 538건의 일자리 창출, 107,065명의 이용자, 880건의 콘텐츠제작을 지원('19.05. 기준)
- 지원기업의 총 누계 매출액은 5,799백만 원, 투자유치 금액은 2,767백만 원

<표 2-9> 경기콘텐츠코리아랩 주요 성과

구분		예산 (백만 원)	창업(건)	일자리(개)	콘텐츠 제작(건)	이용자(명)
실적	누계	12,020	253	538	770	100,004
	2019	2,200	36	55	59	7,616
	2018	1,900	54	97	134	21,249
	2017	2,100	16	47	96	24,519
	2016	2,720	48	132	98	22,169
	2015	3,100	99	207	383	24,451

자료 : 문화체육관광부(2019), 제2차 지역문화진흥 기본계획 수립 및 평가

나. 부산콘텐츠코리아랩

□ 운영 개요

- (개소) 2014.12월
 - (센텀 메인센터) 부산광역시 해운대구 수영강변대로 140 부산문화콘텐츠 콤플렉스 4층, 5층
 - (금정 서브센터) 부산광역시 금정구 금강로 252-1 근명테크빌 3층
 - (경성대 서브센터) 부산광역시 남구 수영로 309 경성대학교 제27호관(중앙도서관) 15층
 - (크리에이터 스튜디오) 부산광역시 해운대구 수영강변대로 140 부산문화콘텐츠콤플렉스 2층
- (조직운영) (재)부산정보산업진흥원 콘텐츠진흥본부에서 본 사업을 운영 중

센텀 메인센터('14.12. 개소)



금정 서브센터('15.03. 개소)



경성대 서브센터('17.04. 개소)



크리에이터 스튜디오('16.06. 개소)





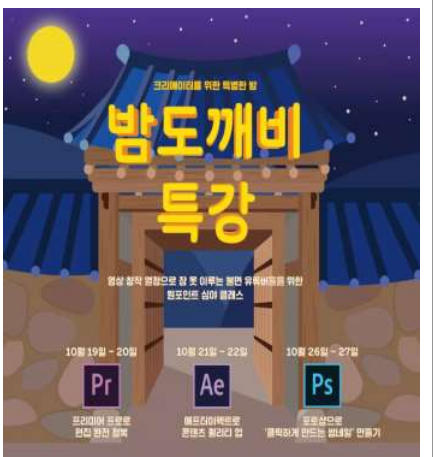
자료 : 부산콘텐츠코리아랩 홈페이지

[그림 2-10] 부산 CKL 메인 공간

□ 지원 프로그램

- 1인 미디어를 지역의 전략산업으로 육성·계획('19) 중인 부산광역시도 CKL 교육프로그램에서도 1인 미디어 양성을 위한 교육이 대다수를 차지

<표 2-10> 부산 CKL 지원 프로그램 사례

구분	프로그램명/내용
[1인 미디어]	 <ul style="list-style-type: none"> ○ (교육명) 오늘도 빛나는 그대여 ○ (모집대상) 50/60대 실버 크리에이터 및 장애인, 경력단절 여성 ○ (수강료) 무료 ○ (모집 인원) 10명 ○ (교육회차 및 시간) 총 10강, 회차별 6시간 ○ (교육내용) 1인 미디어의 기획과 촬영, 편집 기초 스킬과 채널 운영법, 영상제작법 ○ (준비물) 개인 노트북
[제작 지원]	 <ul style="list-style-type: none"> ○ (프로그램명) 우주라이크투 콜라보? ○ (모집대상) 본인의 일러스트레이션 및 캐릭터를 보유한 부산지역의 디자인 작가 7명 ○ (지원 내역) 디자인 비용 50만 원, 제품 제작비용 650만 원 이내 및 상용화 계약을 위한 컨설팅 ○ (사업 내용) 부산경제진흥원 중소기업 및 소상공인 지원사업 참가기업 중 디자이너를 보유하지 않은 기업과 지역 디자이너를 매칭하여 기업은 상품 가치를 증대하고 작가는 작품이 대중화될 수 있도록 유도
[1인 미디어]	 <ul style="list-style-type: none"> ○ (교육명) 밤도깨비 특강 ○ (모집대상) 부산 거주 크리에이터 및 예비 크리에이터, 1인 미디어에 관심이 있는 누구나 ○ (수강료) 무료 ○ (모집 인원) 20명(과목별) ○ (교육회차 및 시간) 총 3강, 회차별 5시간 - 과목별 별도모집 ○ (교육내용) 재미있는 아이디어로 사진이나 영상을 찍었는데 편집이 어려운 사람, 편집기술을 배우보고 싶은데 일 때문에 시간이 나지 않은 사람들을 대상으로 단기간 완전정복 야간 교육 과정 개설 ○ (준비물) 개인 노트북 및 편집 프로그램 설치

자료 : 부산콘텐츠코리아랩 홈페이지

□ 장비·시설 구축 현황

- (구축 장비) 1인 미디어를 위한 촬영용 장비 17종을 보유

<표 2-11> 부산 CKL 구축 장비

No.	장비명	No.	장비명
1	DSLR 렌즈 CANON 24-105mm	2	모니터 ON-Lap 1101p
3	오디오 믹서 Behringer XENYX Q502	4	DSLR 렌즈 CANON 24-70mm
5	레코더 Zoom H6	6	DSLR 렌즈 CANON 70-200mm
7	DSLR CANON 5D Mark 3	8	보조 조명 Qon LED Light 98W
9	무선마이크 SONY UWP-D11	10	컴퓨터 HP Z440 workstation
11	컴퓨터 Mac Pro(Late 2013)	12	컨트롤러 아이패드 Pro 12.9"
13	콘덴서 마이크 NT1-A	14	DSLR 렌즈 CANON 16-35mm
15	DSLR 삼각대 MKCOMPACT-RD	16	주조명 Qon Base Light BX2
17	캠코더 SONY PXW-X70		

자료 : 부산콘텐츠코리아랩 홈페이지

- (운영시설) 3개 센터 및 1개 스튜디오로 분리되어 콘텐츠 제작공간, 교육·네트워크 공간, 소규모 기업 입주공간 운영

<표 2-12> 부산 CKL 운영시설

구분 및 면적(m ²)	공간명	시설용도/수용 가능 인원(명)
센터 메인센터 (2,204)	○ 복합공간	○ 메인 세미나 공간/ 60
	○ 미디어룸	○ 소규모 세미나실/ 30
	○ 회의실1	○ 소규모 회의 및 모임 공간/ 9
	○ 회의실2	○ 소규모 회의 및 모임 공간/ 7
	○ 창작실1	○ 소규모 회의 및 모임 공간/ 6
	○ 창작실2	○ 소규모 회의 및 모임 공간/ 6
	○ 창작실3	○ 소규모 회의 및 모임 공간/ 8
	○ 오픈오피스	○ 사무공간(총 7개소)/ 2
경성대 서브센터 (1,063)	○ 복합공간	○ 메인 세미나 공간/ 50
	○ 창작실2	○ 소규모 회의 및 모임 공간/ 6
	○ 창작실3	○ 소규모 회의 및 모임 공간/ 8
	○ 창작실4	○ 소규모 회의 및 모임 공간/ 14
	○ 웹툰창작공간	○ 웹툰 체험 및 포토샵 활용공간/ 5
	○ 오픈오피스	○ 사무공간(총 8개소)/ 2

금정 서브센터 (213)	○ 복합공간	○ 메인 세미나 공간/ 30
	○ 회의실	○ 소규모 회의 및 모임 공간/ 8
	○ 영상편집실	○ 영상편집 프로그램(맥, 윈도우 PC)
크리에이터 스튜디오 (421)	○ 커뮤니티 공간 (스튜디오A)	○ 메인 세미나 공간/ 30
	○ 스튜디오B	○ 토크쇼 및 인터뷰 촬영공간/ 2~3
	○ 스튜디오C	○ 음악 관련 콘텐츠 제작 스튜디오
	○ 스튜디오D	○ 크로마키용 사진 및 영상 촬영 스튜디오
	○ 편집실A	○ Mac 기반 편집실
	○ 편집실C	○ Window 기반 편집
	○ 스트리밍룸	○ 유튜브, 트위치 등 실시간 방송 공간

자료 : 부산콘텐츠코리아랩 홈페이지

- **(특화 장르 체험시설)** 보드게임을 지역 특화콘텐츠로 육성 중인 부산시는 일반 시민에게로의 특화콘텐츠 저변 확대를 통한 창작 기업의 운영 활성화를 위해 무료 체험시설 ‘보드랑’을 운영

<표 2-13> 부산 보드게임센터 ‘보드랑’ 구축 현황

구분	게임 보유 현황	면적(m ²)	관람객
1호점 (해운대종합사회복지관)	게임 82종 200여 개	61.2	6,995
2호점 (명륜지역아동센터)	게임 82종 200여 개	33	4,749
3호점 (국립해양박물관)	게임 30종 200여 개	127.5	124,939
4호점 (국립부산과학관)	게임 40종 200여 개	145.5	10,792
5호점 (화정종합사회복지관)	게임 113종 테이블 10종	76.9	1,122

자료 : 문화체육관광부(2020), 제2차 지역문화진흥 기본계획

- (부산 CKL 성과) 전국 콘텐츠코리아랩 운영 평가에서 '17, '18, '19년 3년 연속 1위를 달성

<표 2-14> 부산콘텐츠코리아랩 연차별 주요 성과

구분	방문자 수	회원 수	교육 수	콘텐츠 발굴
1차년도 ('14. 4 ~ '15. 5)	11,173명	-	1,323명	155건
2차년도 ('15. 4 ~ '16. 6)	33,320명	4,308명	4,158명	467건
3차년도 ('16. 6 ~ '17. 5)	35,378명	3,085명	6,822명	514건
4차년도 ('17. 6 ~ 18. 5)	33,780명	4,592명	3,054명	509건
5차년도 ('18. 6 ~ '19. 3)	43,615명	5,491명	3,801명	811건

자료 : 문화체육관광부(2020), 제2차 지역문화진흥 기본계획

다. 대구콘텐츠코리아랩

□ 운영 개요

- (개소) 2015.02월
 - (1센터) 대구광역시 동구 동대구로 471(신천동 102) 9층, 10층
 - (2센터) 대구광역시 중구 국채보상로 541(상서동 23-1) 대구 YMCA 1층, 2층, 6층
- (조직운영) (재)대구디지털산업진흥원 산업육성본부의 ‘문화콘텐츠육성팀’에서 본 사업을 운영 중

□ 지원 프로그램

- 아이디어 생성에서 사업화까지 4단계로 구분하여 각 세부단위 프로그램 운영

□ 장비·시설 구축 현황

- (구축 장비) 촬영용 장비 20종을 보유

<표 2-15> 대구 CKL 구축 장비

No.	장비명/수량(개)	No.	장비명/수량(개)
1	웹캠(BRIO 4K)/ 2	2	마이크 스탠드(U59)/ 2
3	마이크 콘덴서(NT1-A)/ 2	4	마이크 지향성(F1-SP)/ 2
5	오디오 믹서(AG06)/ 2	6	플레이용 모니터(C32HG70)/ 2
7	스트리밍용 모니터(C34H890W)/ 2	8	데스크톱/하드도킹 스테이션(NX-802RY30)/ 2
9	플래시(Speedlite 600EX-RT)/ 10	10	렌즈(CANON EF 100mm F2.8 Macro ULM)/ 2
11	렌즈(CANON EF 100-400mm f/4.5-5.6L IS ULM)/ 2	12	렌즈(CANON EF 8-15mm F4L Fisheye ULM)/ 2
13	렌즈(CANON EF 70-200mm F2.8L IS II ULM)/ 2	14	렌즈(CANON EF 16-35mm f/2.8L II ULM)/ 2
15	렌즈(CANON EF 85mm F1.8USM)/ 2	16	렌즈(CANON EF 50mm F1.2L USM)/ 2
17	렌즈(CANON EF 24-70mm F2.8L II USM)/ 10	18	카메라(CANON EOS 3D Mark III)/ 10
19	캠코더(고프로 HERO4 Black)/ 5	20	캠코더(SONY PXW-Z100)/ 5

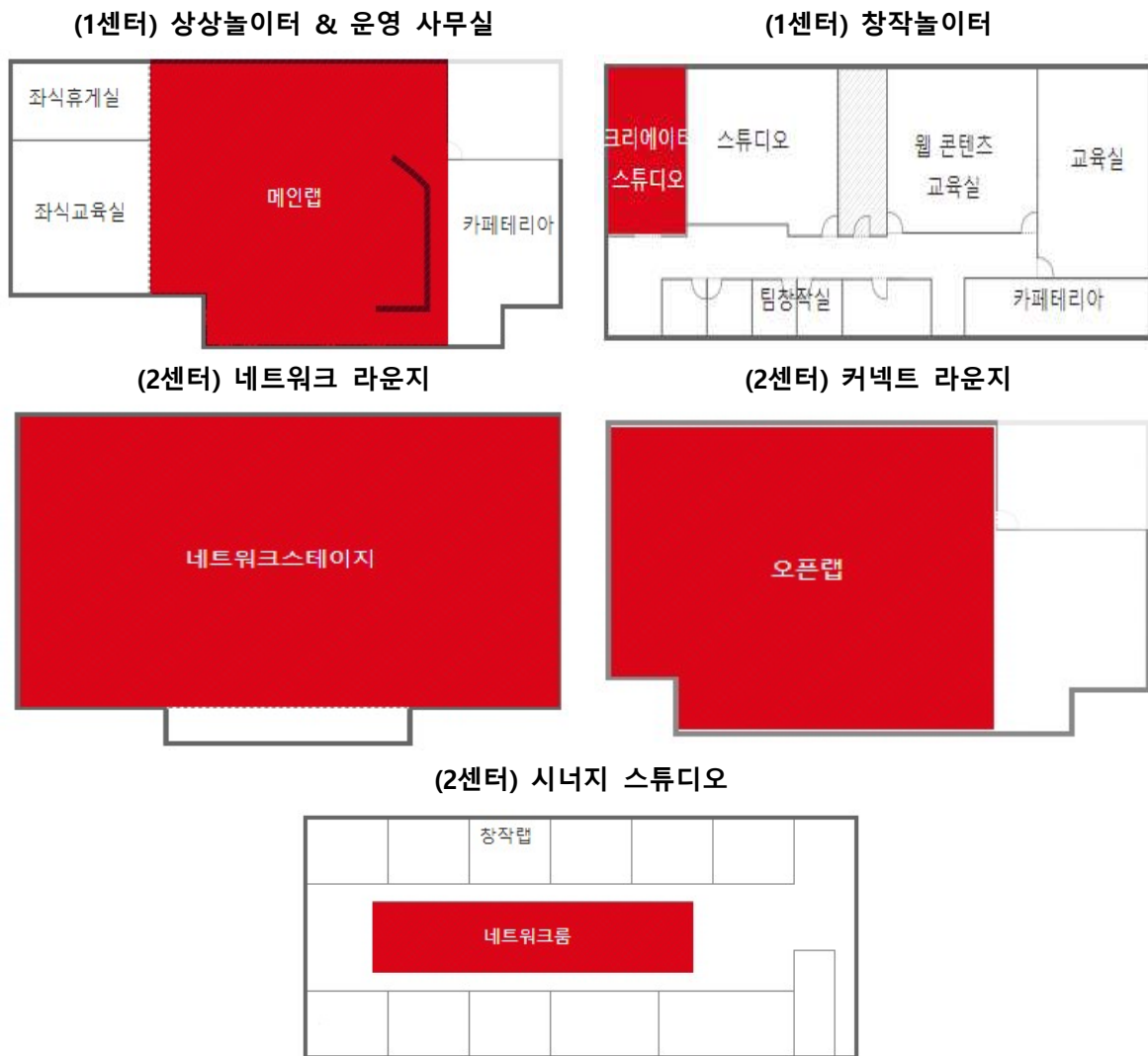
자료 : 대구콘텐츠코리아랩 홈페이지

- (운영시설) 2개 센터로 분리되어 교육·네트워크 공간, 소규모 기업 입주공간 운영

<표 2-16> 대구 CKL 운영시설

No.	공간명/수용인원(명)	No.	공간명/수용인원(명)
1	○ (1센터) 메인랩/ 100	2	○ (1센터) 좌식휴게실
3	○ (1센터) 좌식교육실/ 30	4	○ (1센터) 카페테리아
5	○ (1센터) 크리에이터 스튜디오/ 1	6	○ (1센터) 스튜디오/ 20
7	○ (1센터) 웹 콘텐츠 교육실	8	○ (1센터) 교육실/ 30
9	○ (1센터) 카페테리아	10	○ (1센터) 팀 창작실/ 4~8
11	○ (2센터) 네트워크스테이지	12	○ (2센터) 오픈랩
13	○ (2센터) 네트워크룸	14	○ (2센터) 창작랩 12실

자료 : 대구콘텐츠코리아랩 홈페이지



자료 : 대구콘텐츠코리아랩 홈페이지

[그림 2-11] 대구 CKL 공간구성

라. 전북콘텐츠코리아랩

□ 운영 개요

- (개소) 2015.08월
- (조직운영) (재)광주정보문화산업진흥원 산업육성본부에서 본 사업을 운영 중

□ 장비·시설 구축 현황

- (구축 장비) 15종의 장비를 보유

<표 2-17> 전북 CKL 구축 장비

No.	장비명	No.	장비명
1	○ LED 조명(HVR-600s)	2	○ 조명삼각대
3	○ 디지털 액자	4	○ 미니 빔프로젝터(LG전자 PF1500)
5	○ MAC mini set	6	○ GoPro Hero5 Session 액션캠
7	○ GoPro Hero5 Session 액션캠	8	○ GoPro 카르마 그립(AGIMB/002-JK)
9	○ 갤럭시탭S2 9.7	10	○ 짐벌(CN/GH-2)
11	○ 카메라(CANON EOS 7D Mark II DSLD)	12	○ 마이크로폰 40~20,000Hz(DE/Mke400)
13	○ 카메라 삼각대(IT/MT190XPRO4T)	14	○ 카메라 원스탠드 삼각대(IT/561BHDV-1)
15	○ 모바일 조이스틱 게임패드(iPEGA PG-9023)		

자료 : 전북콘텐츠코리아랩 홈페이지

- 홈페이지에서 운영시설 현황은 파악할 수 없었으나, 1,909m² 규모 센터 운영 중

마. 인천 콘텐츠코리아랩

□ 운영 개요

- (개소) 2015.11월
- (조직운영) (재)인천테크노파크 디자인문화본부 소속으로 ‘콘텐츠지원센터’의 팀원 5명이 본 사업을 운영 중

□ 지원 프로그램

- 아이디어 생성·개발·융합 3단계로 구분하여 각 세부단위 프로그램을 운영 중
 - (연합형 상상워크숍) 타 지자체와 연합한 워크숍 개최를 통해 창작·창업자 간 네트워킹의 폭을 넓히고, 모집대상과 수상 혜택의 범위도 확대
- ※ 최우수상(1명) 50만 원, 우수상(1명) 30만 원, 장려상(1명) 20만 원

· 세부내용 ·

- 문화콘텐츠 기획 관련 강연
- 문화콘텐츠 아이디어 기획 (스포츠, 생활체육, 공연, 음악, 영화등)
- (예비)창업자 혹은 창업가와의 워크샵을 통한 네트워킹

· 전문가 ·

김한상
아이디어 기획
- 스타피시 대표(스타트업 경영교육 및 피칭)
- 중소벤처기업부 창업진흥원, 경기/인천/광주/충남 콘텐츠코리아랩 창업 컨설턴트

김익수
컨설턴트
- 경기/인천/광주/충남 콘텐츠코리아랩 창업 컨설턴트
- 마케팅 전문가 과정(한국능률협회)
- 비즈니스 코칭 전문가 과정(프로벤처링)

윤장래
컨설턴트
- 트러스트경제인문연구소 소장
- 한국열린사이버대학교 교수
- 한국사회적기업진흥원 전문위원

자료 : 인천콘텐츠코리아랩 홈페이지

[그림 2-12] 인천 CKL 상상워크숍 사례

<표 2-18> 인천 CKL 지원 프로그램

구분	프로그램명	프로그램 내용
아이디어 생성	○ 콘텐츠 크리에이티브 콘서트	콘텐츠 창작 소양의 증진을 위한 오픈강좌
	○ 콘텐츠 미식회	일반 시민의 콘텐츠에 대한 갈등 해소, 창작자와 시민 간 소통의 장 마련
	○ 내콘깨(내 안의 콘텐츠를 깨워라!)	청소년의 콘텐츠산업에 대한 흥미·관심 유발과 진로 탐색의 기회제공, 창작자 육성 기여
아이디어 개발	○ 창작 아카데미	단기간 성과를 낼 수 있는 집중심화 교육으로 콘텐츠 전문가양성 및 창업·창직 창출 지원
	○ 상상워크숍	콘텐츠 창작자 간 문화콘텐츠 기획 및 시제품 제작을 통해 사업화 연계
	○ 모두 다 크리에이터	1인 크리에이터 대상 콘텐츠 분야 전문교육
	○ '힙'하고 '핫'한 콘텐츠(힙·핫·콘)	지역 특화콘텐츠 교육으로 콘텐츠 제작·개발이 가능한 전문창작자 육성
아이디어 융합	○ 콘텐츠 온라인 마켓 Beginner (콘텐츠 반창고)	체계적 온라인 집중 창업 프로그램을 통해 시행착오 최소화 및 창작자의 창업과 성장 유도
	○ 콘텐츠 온라인 마켓 Level-UP	온라인 창업에 대한 기초지식은 가지고 있으나, 전문적 판로처를 찾는 창업자 대상 심화 교육
	○ 콘텐츠 스타트업 챌린지 (콘텐츠 BM피칭 대회)	콘텐츠 창작자의 우수 비즈니스 모델 피칭을 통해 향후 스타트업 성장을 위한 사업화 지원
	○ 스타트업 부팅 프로젝트	융합 아이디어가 단기간 내 프로토타입으로 구현될 수 있도록 효과적 기획 지원
	○ 스타트업 리부팅 프로젝트	콘텐츠 기업의 자생력을 확보하여 문화산업 기반을 조성하기 위한 지원사업(기창업 기업)
	○ 창작자 IP 서포트(창작자 점프업)	인천 CKL 프로그램 수료자의 우수 콘텐츠를 대상으로 권리 지원을 통한 조기 창업 유도
	○ 크리에이터스 스테이지	인천 CKL 수료생의 창작물 및 시제품 발표를 통해 시연 기회 마련과 우수 창작자 발굴
	○ 콘텐츠 베이스먼트 1:1 멘토링	창업준비·초기 단계별 애로사항에 대한 전문가 컨설팅을 통한 시행착오 최소화
	○ 글로벌 콘텐츠 스케일업 프로젝트	유망 콘텐츠 기업의 글로벌 경쟁력 강화 및 투자 역량을 높이기 위한 외부 투자유치 지원
	○ 콘텐츠 co-work 프로젝트	예비창업자의 희망분야를 탐색하여 멘토링, 현장 연수 등을 통해 협업할 수 있는 지원 발굴
○ 콘텐츠 상생디딤돌 (CKL 기업지원센터 협업사업)	국내외 투자/용자, 법률, 회계, 해외 진출, 기술 R&D 등 분야별 기업의 성장 연계 지원	

자료 : 인천콘텐츠코리아랩 홈페이지

□ 장비·시설 구축 현황

- (구축 장비) 타 CKL과 달리 개별 장비로 대여하지 않고, 일정 공간에 소속된 장비·기기 전체를 대여해주는 개념으로 운영

<표 2-19> 인천 CKL 구축 장비

구분	장비명	사양	소프트웨어
편집실	○ 3D 영상편집 워크스테이션	Intel 9세대 CPU, 4TB HDD, 32G RAM, SDD 등 27인치 듀얼 모니터 오디오 인터페이스(focusrite) 헤드폰(SENNHEISER) 스피커(BOSE)	Windows10 Adobe Creative Cloud 영상편집용 플러그인 SW(소닉티어 프리미엄)
	○ 2D 영상편집 워크스테이션 #1		
	○ 2D 영상편집 워크스테이션 #2		
	○ 1인 방송(MCN) 부스	Intel 9세대 CPU, 4TB HDD, 32G RAM, SDD 등 27인치 듀얼 모니터 방송용 조명 SET(LED) CAM(Logitech c920R pro) 방송용 마이크/ 스탠드 스피커 및 헤드폰 롤 스크린 배경, 책상/의자 등	Windows10 Adobe Creative Cloud 라이브 스트리밍 SW
스튜디오	○ 촬영 기자재	사진 촬영대 라이트 스탠드 라이트(fomax E1000) 4개 소프트박스 4개, 촬영용 사다리 조명우산, 삼각대, 빔프로젝터	해당없음
	○ 크로마키	크로마키(블루, 그린) 스크린, LED flood 조명 4대, 배경지, 플래쉬	해당없음
녹음실	○ 오디오(DAW) 포스트 ○ 프로덕션 시스템	Mac Pro, Protools HD 시스템 C24(콘솔), Quad Pre(프리앰프) 1066(컴프레서)	AvidProtoolsHD

자료 : 인천콘텐츠코리아랩 홈페이지

- (운영시설) 콘텐츠 창작자를 위한 공간과 시민 참여공간을 함께 구성

<표 2-20> 인천 CKL 운영시설

No.	공간명/면적(m ²)	No.	공간명/면적(m ²)
1	○ (1층) 다목적 홀/ 325.10	2	○ (2층) 다목적 전시홀/ 68.63
3	○ (2층) 카페테리아/ 105.28	4	○ (3층) 교육실 1/ 72.54
5	○ (3층) 커뮤니케이션 공간/ 99.32	6	○ (3층) 편집실/ 68.5
7	○ (4층) 회의실/ 19.23	8	○ (4층) 녹음실/ 35.96
9	○ (4층) 교육실3/ 35.90	10	○ (4층) 스튜디오/ 73.66
11	○ (4층) 교육실2/ 47.78	12	○ (4층) 헤드 오피스/ 56.62
13	○ (4층) 교육실4/ 66.48		

자료 : 인천콘텐츠코리아랩 홈페이지

(1층) 다목적 홀



(2층) 다목적 전시홀, 카페테리아



(3층) 교육실1, 커뮤니케이션 공간, 편집실



(4층) 회의실, 녹음실, 교육실, 스튜디오



자료 : 인천콘텐츠코리아랩 홈페이지

[그림 2-13] 인천 CKL 공간구성

□ 장비·시설 구축 현황

- (구축 장비) 촬영 및 제품제작 장비 36종을 보유

<표 2-22> 경북 CKL 구축 장비

No.	장비명	No.	장비명
1	3D 스캐너(Makerbot Digitizer)	2	3D 프린터(T5s)
3	CNC 조각기(Tiny CNC-SE)	4	레이저가공기(C30-40W)
5	렌즈(CANON EF 24-70mm F2.8L II USM)	6	액션캠(GOPRO 4 Hero edition)
7	태블릿(Wacom Cintiq Companion 2)	8	(Epson EP-1960)
9	카메라(SONY 알파7s)	10	카메라(CANON EOS 5D MARK IV)
11	카메라(SONY 알파9)	12	마이크(Rode WIRELESS GO)
13	마이크(Rode VideoMicroPro+)	14	마이크(Britz BE=STM700)
15	배경 세트(PLT, BS-2)	16	삼각대(Sachtler FSB 4 MD)
17	삼각대(Sachtler FSB6 SL MCF)	18	삼각대(HORUSBENNU FX-TM3)
19	삼각대(HORUSBENNU FX-5L)	20	액션캠(DJI 오즈모 포켓)
21	액션캠(SONY FDR-X3000R)	22	액션캠(DJI 오즈모 OM160)
23	조명 세트(Luxpad43H)	24	조명 세트(Luxpad22H)
25	짐벌(페이유 AK-4000)	26	짐벌(DJI 오즈모 Mobile 3 콤보)
27	짐벌(페이유 G6 MAX)	28	태블릿(Wacom DTH-W1320M)
29	캠코더(SONY PXW-FS5K)	30	캠코더(SONY FDR-AX100)
31	렌즈(CANON EF 28-300mm f/3.5-5.6L IS USM)	32	렌즈(CANON EF11-24mm F4L USM)
33	렌즈(SONY FE 24-70mm F2.8GM)	34	렌즈(SONY FE 70-200mm F2.8GM OSS)
35	렌즈(CANON EF 100-400mm F4.5-5.6 L IS II USM)	36	3D 프린터(굿쓰리디 G Printer UV DLP)

자료 : 경북콘텐츠코리아랩 홈페이지

- (운영시설) (재)경상북도콘텐츠진흥원과 같은 건물에서 공동운영 중이며, 경북 CKL 차원에서 창작을 위해 대여해주는 공간은 아래 6개 공간에 해당

<표 2-23> 경북 CKL 창작공간

No.	공간명/수용인원(명)	No.	공간명/수용인원(명)
1	○ (1층) 창조아트리움/ 80	2	○ (2층) 창작센터 1~2/ 2~4
3	○ (6층) 개인창작실 1~5/ 1	4	○ (6층) 배움터 3/ 16
5	○ (6층) 영상창작실/ 2	6	○ (6층) 웹툰창작실/ 2

자료 : 경북콘텐츠코리아랩 홈페이지



자료 : 경북콘텐츠코리아랩 홈페이지

[그림 2-14] 경북 CKL 공간구성

사. 광주콘텐츠코리아랩

□ 운영 개요

- (개소) 2016.09월
- (조직운영) (재)광주정보문화산업진흥원의 콘텐츠거점본부 소속이며, ‘콘텐츠코리아랩팀’으로 6명의 팀원이 본 사업을 운영 중
- (컨셉트) Play G.Round! G.CKL 크리에이터들의 놀이터. 광주콘텐츠코리아랩! G.CKL
- (G.Lab) 지역 내 융복합 콘텐츠를 연구기획·제작하는 전문기관과 단체들을 거점으로 협력 클러스터 구조를 구축하여 운영






자료 : 광주콘텐츠코리아랩 홈페이지

[그림 2-15] 광주 CKL 협력 거버넌스 구조

□ 지원 프로그램

- (특징) 프로그램이 겹치지 않고 매우 다양한 주제로 운영되어 흥미를 유발하는 요소가 많으면서도 각각 ‘G.Lab’, ‘취향살롱’, ‘G.Workshop’, ‘G.Idea’라는 범주에서는 벗어나지 않는다는 것이 특징

<표 2-24> 광주 CKL 지원 프로그램 사례

구분	교육명/내용	
취향살롱	 <p>2020 광주콘텐츠코리아랩 라탄 인테리어 살롱 취향살롱 : 취향 X 사생활 X 살롱</p> <p>교육 일자 2020년 1월 8일~ 1월 29일 매주 수요일 교육 시간 총 8시간 1-2회차 14시~16시 / 3-4회차 11시~13시 교육 장소 광주콘텐츠코리아랩 5층 창작랩 * 장소 약정에 따라 변경할 수 있습니다. 호 스펀트 안승이 작가 * 총 4회 총 4회 일차</p> <p>* 자세한 사항은 광주콘텐츠코리아랩 홈페이지(gckl.kr)에서 확인하세요.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ (모집대상) 라탄에 관심이 있거나, 직접 라탄 소품을 만들고 싶은 누구나 가능 - 단, 4회 모두 참여 가능한 자 ○ (수강료) 무료 ○ (모집 인원) 10명 ○ (교육회차 및 시간) 4회/총 8시간 ○ (취향살롱) 참여자들이 서로 이끌며 성장해 나가는 것을 목표로 하므로, 일반 공방이나 강의 형식과 차이가 있음을 공지
융합살롱	 <p>광주 문화재 홀로그램 콘텐츠 제작 융합살롱 참여자 모집 2020. 9. 1 ~ 9. 19</p> <p>문화체육관광부, 광주광역시, 한국콘텐츠진흥원, GITCT, 광주콘텐츠코리아랩</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ (모집대상) 광주 내 관련 모임 및 단체 ○ (참여자 특전) 우수 인력 자사 및 협업체 채용을 통한 일자리 제공, 콘텐츠 관련 창업 시 전문교육 무상 지원, 협업사업 추진 ○ (모집 인원) 26명 ○ (융합살롱) 홀로그램 영상콘텐츠 제작, 촬영 기법 등의 교육을 통해 광주의 관광상품을 온라인으로 홍보하기 위한 커뮤니티 살롱
G.Lab	 <p>2020 광주콘텐츠코리아랩 MCN 기업탐방 트레저헌터 스튜디오 탐방</p> <p>일 시 : 2020년 01월 11일 (토) 장 소 : 서울 트레저헌터 스튜디오 참석인원 : 선착순 10명 주요내용 : MCN 기업 탐방 및 스튜디오 촬영체험</p> <p>* 자세한 사항은 광주콘텐츠코리아랩 홈페이지(gckl.kr)에서 확인하세요.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ (지원자격) 유튜브 채널이 있거나 영상 촬영에 대한 기획안이 있는 자, MCN에 관심이 있는 자, 1인 크리에이터를 꿈꾸는 자, 미디어 관련 G.Lab 강의를 1회 수강한 자(우대사항) ○ (탐방 회사) 서울 트레저헌터 스튜디오 ○ (모집 인원) 10명 ○ (교육회차 및 시간) 토요일 오전 8시~오후 9시(이동시간 포함) ○ (체험내용) 해당 스튜디오에서 개인 콘텐츠 촬영 진행(10분)으로 촬영 기획안 필수 작성

자료 : 광주콘텐츠코리아랩 홈페이지

□ 장비·시설 구축 현황

- (구축 장비) 촬영 드론 외 20종 장비를 보유

<표 2-25> 광주 CKL 구축 장비

No.	장비명/수량(개)	No.	장비명/수량(개)
1	iPad Pro 12.9/ 2	2	RONIN-MX/ 1
3	OSMO Pro	4	PHANTOM 4/ 1
5	SACHTLER ACE M GS/ 1	6	CANON EF 10-200mm/ 1
7	CANON EF 24-70mm/ 1	8	CANON EF 16-35mm/ 1
9	EOS 5D Mark IV/ 1	10	EPSON 프로젝터 EB-535W/ 1
11	EPSON 프로젝터 EB-G607W/ 1	12	EPSON 프로젝터 EB-Z11000W/ 1
13	GOPRO-OMNI™/ 1	14	PlayStation VR/ 1
15	Oculus/ 2	16	HTC VIVE/ 2
17	LG 모니터/ 3	18	T5810/ 4
19	MAC mini/ 1	20	Macbook PRO Retina 15/ 1
21	Mac Pro/ 1		

자료 : 광주콘텐츠코리아랩 홈페이지

- (운영시설) 개인창작실 외 6개 공간을 운영

<표 2-26> 광주 CKL 운영시설

No.	공간명/수용인원(명)	No.	공간명/수용인원(명)
1	GCKL OPEN LAB/ 3	2	개인창작실/ 5
3	MAKE ROOM(PC)/ 1	4	MAKE ROOM(iMAC)/ 1
5	MAKE ROOM(PC)/ 1	6	회의실/ 6명
7	회의실/ 6명		

자료 : 광주콘텐츠코리아랩 홈페이지

아. 충남콘텐츠코리아랩

□ 운영 개요

- (개소) 2017.09월
- (조직운영) (재)충남정보문화산업진흥원 융합콘텐츠본부 소속이며, ‘충남콘텐츠코리아랩팀’으로 5명의 팀원이 본 사업을 수행 중
- (컨셉트) 전통·혁신·융합의 특화영역 집중 육성 및 창의 인력의 성장발전 지원
 - (프로그램) ‘FOCUS’라는 단어를 통해 충남콘텐츠코리아랩이 프로그램을 통해 지향하는 바를 표현
 - **Field**(크리에이터의 터전), **Originality**(독창적 아이디어), **Create**(아이디어 도출 및 콘텐츠 제작개발), **Upgrade**(교육 및 멘토링), **Start-up**(스타트업 지원)
 - (특화영역) 디지털제조콘텐츠, 융합미디어콘텐츠, 핸드메이드콘텐츠, 지역문화 디자인콘텐츠
 - (디지털제조콘텐츠) 디지털인쇄, 3D&Printing, 아두이노 등 IoT 관련 창업·창작인력 육성
 - (융합미디어콘텐츠) ICT와 문화, 미디어 융합을 통한 New-IT 특화영역
 - (핸드메이드콘텐츠) 생활문화 디자인의 비즈니스화 지원을 통한 수익 창출
 - (지역문화 디자인콘텐츠) 지속 가능한 문화디자인 및 문화자원의 가치 창출을 통한 지역산업의 새로운 고부가가치 창출



자료 : 충남콘텐츠코리아랩 홈페이지

[그림 2-16] 충남 CKL 특화콘텐츠 영역

□ 장비·시설 구축 현황

- (구축 장비) 촬영 및 3D 프린팅 장비 등 총 74개 장비를 보유

<표 2-27> 충남 CKL 구축 장비

No.	장비명/수량(개)	No.	장비명/수량(개)
1	ZOOM 듀얼 XLR TRS 콤보캡슐/ 1	2	샷건마이크/ 1
3	윈드스크린/ 1	4	스테디캠/ 1
5	슬레이트/ 2	6	소형 달리/ 1
7	360 회전판/ 1	8	디지털 노출계/ 1
9	고프로 연장봉/ 2	10	프론트 마이크/ 2
11	핀 마이크/ 4	12	캠코더 삼각대/ 2
13	DSLR 삼각대/ 3	14	UV 평판프린터/ 2
15	고프로 히어로5/ 2	16	피할기/ 1
17	가죽용 미싱기 일반형/ 1	18	가죽용 미싱기 분봉형/ 1
19	핸드프레스/ 1	20	볼박기/ 1
21	PXW-Z150/ 1	22	핸디 레코더 ZOOM H6/ 1
23	스마트폰 짐벌/ 1	24	소니 4K 핸디캠/ 2
25	소니 A6400 카메라/ 2	26	FDM 중형 3D 프린터/ 5
27	소니 표준단렌즈 50mm F2.8/ 1	28	소니 표준줌렌즈 24-70mm F2.8/ 1
29	캐논 망원단렌즈 100mm F2.8/ 1	30	샌드 블라스트/ 1
31	에어브러쉬/ 2	32	대형 비닐커터/ 1
33	플로터/ 1	34	CNC 밀링머신/ 1
35	대형 레이저커터/ 1	36	소형 비닐커터/ 1
37	비빔스튜디오&방송실 대관·장비/ 1	38	Gear 360/ 1
39	THETA V/ 1	40	PXW-FS5/ 1
41	캐논 5D MARK IV/ 1	42	소니 A7 ii 50mm F2.8 Macro/ 1
43	소니 A7 ii 24-70mm F4/ 2	44	FDM 소형 3D 프린터/ 2
45	소형 레이저커터/ 1	46	열전사 프린터&프레스/ 1
47	3D 스캐너/ 1	48	SLA 3D 프린터/ 1
49	CNC 자수기/ 1	50	목공장비 세트/ 1

자료 : 충남콘텐츠코리아랩 홈페이지

- (운영시설) B하우스 외 6개 공간을 운영

<표 2-28> 충남 CKL 운영시설

No.	공간명/수용인원(명)	No.	공간명/수용인원(명)
1	서비스랩(B하우스)/ 5명	2	코워킹 스페이스(B하우스)/ 5
3	열린마루/ 50명	4	소통쉼터1/ 4명
5	소통쉼터2/ 4명	6	비빔아카데미/ 10명
7	비빔센터2/ 4명	8	비빔강연장/ 10명

자료 : 충남콘텐츠코리아랩 홈페이지

- (입주공간) 5개 입주공간을 운영

<표 2-29> 충남 CKL 입주시설

No.	공간명/면적(m ²)	No.	공간명/면적(m ²)
1	키움방1/ 1.76	2	키움방6/ 1.76
3	키움등지1/ 44.11	4	키움등지3/ 17.80
5	키움등지4/ 17.80		

자료 : 충남콘텐츠코리아랩 홈페이지

자. 충북콘텐츠코리아랩 - '19, '20년도 평가 A등급

□ 운영 개요

- (개소) 2018.09월
- (조직운영) (재)충북과학기술혁신원 문화콘텐츠부 및 (재)청주시문화산업진흥재단 ‘문화산업1팀’ 소속으로 5명의 팀원이 본 사업을 수행 중
- (특화영역) 교육, 공연, 영상, 캐릭터를 4대 콘텐츠로 특화육성 중
 - ※ 공예 디자인은 '21년부터 특화영역에서 제외

<표 2-30> 충북 4대 특화육성 콘텐츠

구분	내용
에듀테크콘(교육)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 교육과 ICT 기술, VR·AR, 3D를 결합한 에듀테인먼트 우수 콘텐츠 발굴 프로그램 - 콘텐츠 개발을 위한 기술(Tech) 교육 - 에듀테크 콘텐츠 창작지원 - 에듀테인먼트 오픈특강
라이징스타콘(대중음악)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 충북 대중음악산업 활성화를 위한 지역 뮤지션 발굴 및 음원 콘텐츠 개발 프로그램 - 라이징스타콘서트 개최 - 지역 뮤지션 음원 발매 및 유통지원
플레이콘(영상)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 충북 시·군별 1인 미디어 양성과정을 제공하고 지역 기반형 아카이브 구축 프로그램 - 생활문화 PD 양성 - 플레이콘 어워즈
캐릭터콘(캐릭터)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 스토리텔링 기반의 캐릭터 IP 개발 및 연관 사업으로 확장(캐릭터 상품 개발, 캐릭터 라이선싱 등) 연계 프로그램 - 캐릭터 활용 상품화 지원 프로젝트 - 캐릭터콘 교육프로그램 기초/심화 과정

자료 : 충북콘텐츠코리아랩 홈페이지

□ 지원 프로그램

<표 2-31> 충북 CKL 지원 프로그램

구분	내용	
사업화 지원/ 인큐베이팅	킥! 스타트업 콘텐츠 제작지원	(1) 콘텐츠 레벨업 - 프로토타입을 보유한 기업의 레벨업 및 마케팅 지원 (2) 신규 콘텐츠 사업화 - 경제적 부가가치 창출이 가능한 신규 콘텐츠 개발
	충북문화브랜딩 프로젝트	(1) 기획 - 수요자 니즈 기반의 기획 및 브랜드 전략 지원 (2) 교육 - 사전 1:1 진단 기반의 협업 중심 교육 및 멘토링 (3) 사업화 - 시제품 개발을 위한 활동 지원금 및 사업화 교육
	넥스트 스타트업 챌린지	○ 우수 콘텐츠 아이템을 보유한 기업발굴·육성, 안정적 시장 진출을 지원
	스타트업 시장진출 사업	○ 국내외 박람회 참가·참관 지원금 지급(사후정산) - 부스 및 장치 임차료, 항공료, 안내홍보물 제작비 등
	열정멘토단 100°C	○ 사업화 자문을 위한 전문 컨설팅(투자유치, BM, 세무 등) 월 2회 실시
	통번역 지원	(1) 통역 - 해외 바이어 미팅, 해외 출장, 비대면 수출 상담 시 필요한 외국어 통역 (2) 번역 - 해외인증 관련 문서, 홈페이지/카탈로그, 영화/게임 등의 자막
	지역 활용 실감형 콘텐츠 제작지원	(1) 양방향 체험 콘텐츠 - 야외·실내환경의 인터랙티브한 VR 콘텐츠, 동형/극장형의 다수 체험자 동시 이용 가능한 콘텐츠 등 (2) 문화유산 체험 콘텐츠 - 문화재 복원 콘텐츠, 선사시대 체험 VR 콘텐츠 등 (3) 공공시설 교육체험콘텐츠 - 동·식물원, 박물관에서 활용 가능한 역사/과학교육 콘텐츠
창작자& 교육자 인력양성 및 인지도 제고	명품클래스	○ 트렌드 및 전문분야 특강을 통한 지역 창작자 유입 확대
	아이코마 아카데미	○ 지역 콘텐츠 코칭 전문가양성을 위한 교육과정
	스포트라이트 충북	○ 충북의 문화자원 안에서 콘텐츠 창작을 위한 아이디어를 발굴하고 창작자들 간 네트워크 구축을 위한 탐방·체험 특강 등
기초 장비 교육	장비 마스터링 교육	(1) 소프트웨어 마스터링(2주 단기) (2) 창작 동아리 20팀 운영 (3) 랩 투어 - 스타트업 오피스 입주자 특강
	3D 메이킹콘	(1) 3D 프린팅 모델링&3D 스캐닝 기초과정 (2) 3D 프린팅 모델링 캐릭터 아트토이 창작 과정 (3) 콘텐츠 메이커톤

자료 : 충북콘텐츠코리아랩 홈페이지

□ 장비·시설 구축 현황



자료 : 충북콘텐츠코리아랩 홈페이지

[그림 2-17] 충북 CKL 공간구성

- (구축 장비) 촬영 및 3D 프린팅 장비 등 총 18종의 장비를 보유

<표 2-32> 충북 CKL 구축 장비

No.	장비명/수량(개)	No.	장비명/수량(개)
1	CANON EOS 5D MARK4/ 5	2	붐마이크 TAKSTAR SGC-598/ 12
3	SONY FDR-AX40 핸디캠/ 12	4	카메라 렌즈 CANON 8-15mm f/4L Fisheye USM/ 1
5	카메라 렌즈 CANON EF 11-24mm F4L USM/ 1	6	카메라 렌즈 CANON EF 24-70mm F2.8L II USM/ 1
7	카메라 렌즈 CANON EF 50mm F/1.2L USM/ 1	8	GoPro HERO 7 블랙/ 3
9	카메라 렌즈 CANON EF 85mm f/1.2L II USM/ 1	10	카메라 렌즈 CANON EF 70-200mm F2.8L IS 3 USM/ 1
11	삼각대 VARAVON 815 B19/ 12	12	GT-MN280/ 12
13	3D 스캐너 EinScan-Pro/ 1	14	3D 프린터 조트랙스 M300/ 1
15	3D 프린터 폼2/ 1	16	3D 프린터 큐비콘/ 7
17	3D 프린터 얼티메이커2+/ 1	18	레이저커터/ 1

자료 : 충북콘텐츠코리아랩 홈페이지

- (운영시설) 공예 디자인, 음향, 영상, 교육으로 구분된 9종의 공간 운영

<표 2-33> 충북 CKL 운영시설

No.	공간명/수용인원(명)	No.	공간명/수용인원(명)
1	메이커스 스튜디오/ 30	2	디자인 스튜디오
3	음향 스튜디오/ 1	4	촬영 스튜디오/ 20
5	편집 스튜디오/ 12	6	네트워킹룸(그래픽실)/ 20
7	프로젝트룸/ 8	8	세미나룸/ 50
9	북카페(3,000여 권 서적 보유)/ 20		

자료 : 충북콘텐츠코리아랩 홈페이지

차. 전남콘텐츠코리아랩 - '20년도 평가 A등급

□ 운영 개요

- (개소) 2018.12월
- (조직운영) (재)전남정보문화산업진흥원 콘텐츠사업단 및 소속으로 4명의 팀원이 본 사업을 수행 중
- (특화영역) 웹툰, 1인 크리에이터를 집중 장르로 지원

□ 지원사업4)

- (웹툰 제작) 지역 특화콘텐츠 창작자(기업) 육성 및 지역 특화 소재를 연계한 단편/장편 웹툰 콘텐츠의 제작 발굴을 위한 사업
 - (지원대상) 전남 소재 웹툰 창작자(예비창업자) 및 창업 3년 이내 콘텐츠 기업
 - (규모) 장편(2개사/각 100백만 원 이내), 단편(2개사/각 20백만원 이내, 11개사 각 10백만 원 이내로 분류)
 - (지원내용) 장편의 경우 전남 소재를 모두 활용할 수 있는 공통형 지원과 순천 기반 이야기를 활용하는 지정형으로 나뉘며, 단편은 자유 소재로 웹툰 플랫폼 투고까지 지원
- (지역 콘텐츠제작) 지역 문화콘텐츠 창작자 육성 및 지역 특화자원과 관련된 소재발굴을 위한 제작 지원사업
 - (지원대상) 전남 소재 창작자(예비창업자)
 - (규모) 총 5개사, 각 20백만 원 이내로 지원
 - (지원내용) 만화, 캐릭터, 애니메이션, 음악, 게임, 패션, 실감콘텐츠 등을 접목한 지역 특화자원을 활용한 콘텐츠제작

4) 출처 : (재)전남정보문화산업진흥원, 2021년 전남정보문화산업진흥원 지원사업 설명 자료집

- **(아이디어 발굴 및 공간 지원)** 전남 창작자(팀) 자체 공간 활용 기획 및 아이디어 실현 기회 제공
 - **(지원대상)** 자체 공간 보유 및 전남 소재 창작자(팀, 기업)임을 증빙할 수 있는 자
 - **(규모)** 총 5개사, 각 10백만 원 이내로 지원
 - **(지원내용)** MCN, 웹콘텐츠, 지역 콘텐츠 기반 교육·행사 운영 분야로 로컬랩 운영인력의 인건비와 교육프로그램 진행비를 지원
- **(영상, 캐릭터 아이디어 제작)** 영상과 캐릭터 장르 창작자의 창작 및 창업 기틀 마련
 - **(지원대상)** 전남 소재 영상, 캐릭터 분야 창작자(예비창업자)
 - **(규모)** 영상 분야 총 10개 팀/ 각 1백만 원 이내, 캐릭터 분야 총 10개 팀 각 3백만 원 이내
 - **(지원내용)** 1인 미디어 기반 영상콘텐츠 및 캐릭터 관광 콘텐츠제작 지원

□ 장비·시설 구축 현황

- **(시설·장비)** 웹툰, 1인 크리에이터(영상) 부문 특화 교육 및 제작지원을 위한 창작공간, 장비 활용 교육, 창작·창업 커뮤니티 활동의 공간 마련
 - **(시설)** 크로마키 스튜디오, 편집실, 메이커 스페이스, 세미나실 및 테크랩, 코워킹 스페이스, 스마트 오픈오피스(공용회의실)
 - **(장비)** 카메라, 조명, 편집 SW, 3D프린터, 레이저 커터 등

카. 울산콘텐츠코리아랩

□ 운영 개요

- (개소) 2020.05월
- (조직운영) (재)울산정보산업진흥원 ICT 사업본부 ‘제조혁신콘텐츠팀’ 소속으로 4명의 팀원이 본 사업을 수행 중
- (컨셉트) “울산의 작은 씨앗을 뿌려 큰 숲을 만드는 곳!”이라는 타이틀로 울산 콘텐츠의 시작이 되기 위한 공간을 조성

□ 지원 프로그램

- 아이디어 발굴에서 사업화 지원까지 5단계로 구분하여 각 세부 프로그램 운영

<표 2-34> 울산 CKL 지원 프로그램

구분	세부 지원 프로그램
아이디어 발굴	<ul style="list-style-type: none"> ○ (토크 크리에이티브 콘서트) 유튜버, 웹툰 작가 등 현업 전문가를 초청하여 생생한 현장의 이야기를 들어보는 시간 ○ (콘텐츠 발굴단) 울산의 문화/자연/산업 등 현장을 둘러보고 지역의 다양한 소재를 활용하여 콘텐츠화하는 기회를 제공하는 프로그램 ○ (스토리텔링 공모전) 울산의 이야기를 발굴하여 참가자에게는 창작의 즐거움을, 창작자에게는 울산 콘텐츠의 소재를 알리는 기회제공
아이디어 창작	<ul style="list-style-type: none"> ○ (스토리텔링 교육) 공통 관심사를 가진 창작자들의 창작환경 조성을 위한 동아리 활동 지원 ○ (장비 및 SW 교육) 개인별 맞춤형 콘텐츠를 설계·제작할 수 있는 능력 개발
아이디어 구체화	<ul style="list-style-type: none"> ○ (콘텐츠 크리에이터 해커톤) 단기간 합숙으로 아이디어를 구체화하고 창작자 간 네트워크 지원, 캠프 형식의 프로그램
시제품 제작	<ul style="list-style-type: none"> ○ (시제품 제작) 창작을 위한 필수 단계로 스타트업, 예비창업자 등 대상의 예고편 제작, 캐릭터 제품제작 등을 지원
사업화 지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (CEO 인큐베이터) 콘텐츠 분야 예비창업자 발굴과 사업계획서 작성, 법률 등에 대한 교육 실시 ○ (스타트업 지원) 설립 3년 이내 창업기업의 피칭 교육, 수요처 발굴지원 등 프로그램 운영 ○ (CEO 클럽) 콘텐츠 분야 창작자, 예비창업자 간 네트워킹 프로그램 운영

자료 : 울산콘텐츠코리아랩 홈페이지

□ 장비·시설 구축 현황

- (구축 장비) 1인 창작자의 콘텐츠제작 및 편집을 위해 24종의 장비를 보유

<표 2-35> 울산 CKL 구축 장비

No.	장비명/수량(개)	No.	장비명/수량(개)
1	캠코더(SONY PXW-Z190)/ 1	2	카메라(파나소닉 LUMIX DC-S1)/ 1
3	렌즈(LUMIX S PRO 24-105mm F4)/ 1	4	렌즈(LUMIX S PRO 50mm F1.4)/ 1
5	렌즈(SONY 알파 FE 24mm F1.4GM)/ 1	6	촬영용 삼각대(시루이 SH25)/ 2
7	수직 촬영용 삼각대(SONY VCT-P300)/ 1	8	카메라 플래시(Panasonic Lumix DMW-FL360L)/ 1
9	촬영용 반사판(Solid-80)/ 2	10	핀 마이크(Sony UWP-D21)/ 1
11	고정형 조명(FOMEX E600)/ 1	12	이동형 조명(BNG-T672C)/ 2
13	모니터링용 PC(iMAC)/ 1	14	조명 지속광(룩스패드 43H)/ 3
15	촬영용 캠코더(SONY HXR-NX100)/ 1	16	웹캠(로지텍 C920 PRO HD)/ 1
17	스마트폰용 짐벌(오즈모 모바일2)/ 2	18	미러리스용 짐벌(페이유 G6 Plus)/ 1
19	1인 미디어 제작용 마이크(TLM/ 2	20	오디오 인터페이스(Apogee Element 24)/ 5
21	음향 조정 및 편집용 PC(iMAC)/ 4	22	모니터링 스피커(GENELEC 8030D)/ 7
23	모니터링 헤드폰(HD300 PRO)/ 9	24	Pro Tools System/ 1

자료 : 울산콘텐츠코리아랩 홈페이지

- (운영시설) 4개 층 10개 공간을 통해 행사, 강연, 세미나 등의 활동을 지원

<표 2-36> 울산 CKL 운영시설

No.	공간명/수용인원(명)	No.	공간명/수용인원(명)
1	○ (2층) 상상 라운지/ 30명	2	○ (2층) 세미나실/ 25명
3	○ (3층) SW 교육실/ 22명	4	○ (3층) 코워킹 스페이스/ 20명
5	○ (3층) 회의실 1·2/ 12명	6	○ (4층) 녹음실/ 4명
7	○ (4층) 메인 스튜디오/ 10명	8	○ (4층) 종합 편집실1·2/ 2명
9	○ (4층) 1인 스튜디오/ 2명	10	○ (7층) 기업연구소

자료 : 울산콘텐츠코리아랩 홈페이지



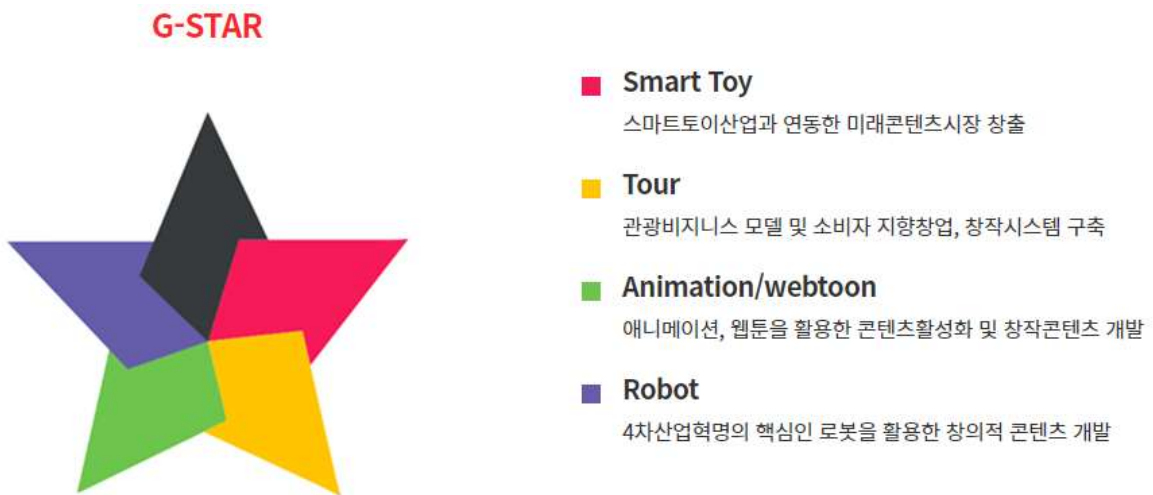
자료 : 울산콘텐츠코리아랩 홈페이지

[그림 2-18] 울산 CKL 공간구성

타. 강원콘텐츠코리아랩

□ 운영 개요

- (개소) 2020.06월
- (조직운영) (재)강원정보문화진흥원 콘텐츠진흥본부 소속으로 3명의 팀원이 본 사업을 수행 중
- (컨셉트) 강원도 지역특화산업과 4차산업이 융복합된 콘텐츠산업 생태계 조성을 위해 교육, 개발·지원하는 강원 CKL만의 ‘G-STAR’ 프로그램 운영
 - (특화영역) 스마트 토이, 관광, 애니메이션, 웹툰, 로봇
 - (특화지원) 오픈형 콘텐츠 스튜디오 및 창업 보육실, 창작공간을 무료로 지원



자료 : 강원콘텐츠코리아랩 홈페이지

[그림 2-19] 강원 CKL 사업 컨셉트

□ 지원 프로그램

- 아이디어 생성에서 성장지원까지 4단계로 구분하여 각 세부 프로그램 운영

<표 2-37> 강원 CKL 지원 프로그램

구분	세부 지원 프로그램
아이디어 생성	<ul style="list-style-type: none"> ○ (Star 쇼) 분기별 테마가 있는 문화콘텐츠 프로그램 제공 ○ (아라리YO) 도내 문화 취약계층 대상 프로그램 운영으로 지역문화 저변 확대 ○ (강원이설) 지역 내 필요한 콘텐츠 연계를 위한 맞춤형 세미나 프로그램 제공
아이디어 구체화	<ul style="list-style-type: none"> ○ (G-Star 스쿨) 단기간 성과를 도출할 수 있는 집중 심화교육 운영 ○ (콘크리에이터) 강원도를 대표할 수 있는 1인 크리에이터를 육성하여 강원도 특화콘텐츠를 활용한 차세대 크리에이터 발굴지원 ○ (G Brand Rush) 강원도 지역 스토리텔링을 기반으로 실험적 실물 상품 및 브랜딩 개발지원
아이디어 실현	<ul style="list-style-type: none"> ○ (콘프로스트) 콘텐츠 창작에 대한 실험·탐구·토론 등 자발적 네트워킹에 대한 지원으로 실험적 콘텐츠 창작 활성화 모드 <ul style="list-style-type: none"> - 18주간 진행되며 팀당 최대 200만 원 지원 ○ (G-플랫폼, 강플) 창작자의 맞춤형 사업화 프로그램 운영으로 안정적 사업화 정착 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 창작 제품을 소유한 셀러, 타지역 CKL 입주자 등 50~80팀 지원
성장지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (G-STARKING, 지스타킹) 창작 아이디어를 사업화할 수 있도록 지원하는 IR 피칭 교육 ○ (G-데모데이, 지대로 하는날) 도내 문화콘텐츠 창작자와 시민 간 소통의 장 마련으로 지역 콘텐츠 확산·협업 유도 <ul style="list-style-type: none"> - 총 5천만 원 이내 10개사 지원, 투자자 초청 및 투자유치 연계지원

자료 : 강원콘텐츠코리아랩 홈페이지

□ 장비·시설 구축 현황

- (구축 장비) 촬영을 위한 8종의 장비를 구비

<표 2-38> 강원 CKL 구축 장비

No.	장비명/수량(개)	No.	장비명/수량(개)
1	카메라(인스타360 예보)/ 1	2	카메라(리코 THETA Z1)/ 1
3	촬영용 360 카메라(고프로 맥스)/ 1	4	액션캠(SONY 사이버샷 DSC-RX0 II)/ 1
5	액션캠(고프로 히어로8 블랙)/ 1	6	DSLR 카메라(SONY 알파 a7r IV)/ 1
7	캠코더(FDR-AXP55)/ 2	8	스마트폰 짐벌(오즈모 모바일3)/ 12

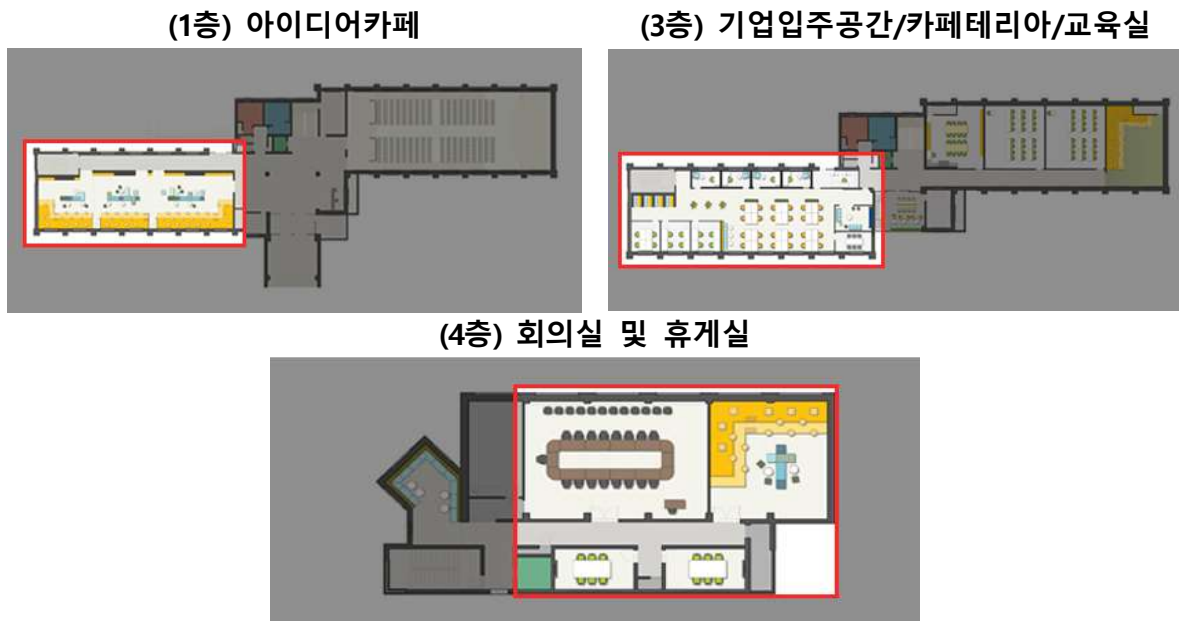
자료 : 강원콘텐츠코리아랩 홈페이지

- (운영시설) 3개 층을 크게 기업입주공간, 교육/창작 및 네트워크 공간으로 구성
 - (입주기업 공간지원) 창업 3년 이하 콘텐츠 스타트업, 예비창업자 대상 독립 사무공간 및 제작지원 장비 등 인프라를 1년(연장평가를 통해 최대 2년까지) 전액 지원

<표 2-39> 강원 CKL 운영시설

No.	공간명/용도	No.	공간명/용도
1	○ 아이디어카페(체험·교육 공간) ○ 코딩 로봇/드론 체험교육, 북카페	2	○ 애니마떼크(음악창작소 연계공간) ○ 실내공연, 컨퍼런스/세미나 개최
3	○ 아이디어연구실(기업입주공간)	4	○ 카페테리아(창업자 휴식 공간)
5	○ 3D 프린터 공방(교육·제작)	6	○ 웹툰 공방(교육·제작)
7	○ 4차산업 공방(SW 교육)	8	○ 소통공방(강연, 시연 등)
9	○ 아이디어 공유실(회의실)	10	○ 중회의실(회의실)

자료 : 강원콘텐츠코리아랩 홈페이지



자료 : 강원콘텐츠코리아랩 홈페이지

[그림 2-20] 강원 CKL 공간구성

파. 제주콘텐츠코리아랩

□ 운영 개요

- (개소) 2020.09월
- (조직운영) (재)제주영상·문화산업진흥원 문화산업팀 소속으로 5명의 팀원이 본 사업을 총괄 운영

□ 장비·시설 구축 현황

- (구축 장비) 영상과 시제품제작 장비 위주로 총 49종의 장비구축

<표 2-40> 제주 CKL 구축 장비

No.	장비명/수량(개)	No.	장비명/수량(개)
1	4K 캠코더/ 3	2	7" Filed Monitor/ 3
3	Wireless MIC set/ 3	4	XLR 마이크/ 3
5	LED Panel light/ 6	6	LED Spot light/ 4
7	DMX 컨트롤러/ 1	8	LED 라이트(스탠드형) 조명 일체/ 6
9	TRIPOD(Zoom 컨트롤러)/ 3	10	태블릿 PC 프롬프터/ 1
11	태블릿 PC/ 1	12	컨텐츠 리본 마이크/ 2
13	컨텐츠 리본 마이크/ 2	14	다이내믹 마이크/ 4
15	16채널 디지털 콘솔/ 1	16	16채널 아날로그 콘솔/ 1
17	마이크 스탠드/ 14	18	Tripod/ 14
19	노래방 기계 및 스피커, 마이크/ 4	20	4K 빔프로젝터/ 1
21	라이브스트리밍 스위처/ 1	22	카메라 촬영용 짐벌/ 2
23	1인 창작자용 핸디 카메라/ 1	24	카메라 슬라이더/ 1
25	삼각대+볼헤드/ 2	26	촬영용 드론/ 1
27	모니터 스피커 및 매니지먼트/ 3	28	팝필터/ 4
29	오디오인터페이스/ 1	30	녹음용 컴퓨터/ 1
31	라이브송출용 컴퓨터/ 1	32	스테레오 D.I BOX/ 2
33	모니터링 시스템/ 4	34	그라인더/ 8
35	집진기/ 2	36	스프레이 도장부스/ 1
37	에어 스프레이/ 4	38	도장용 콤프레서/ 1

39	전사전용 프린터/ 1	40	멀티프레스/머그프레스/ 1
41	UV 평판 플로터/ 1	42	CNC/ 1
43	레이저 조각기/ 1	44	냉동고/ 2
45	빔프로젝터/ 1	46	청소기/ 3
47	카메라 렌즈 6종/ 각 1개	48	카메라 4종/ 7
49	아이패드/ 5		

자료 : 제주콘텐츠코리아랩 홈페이지

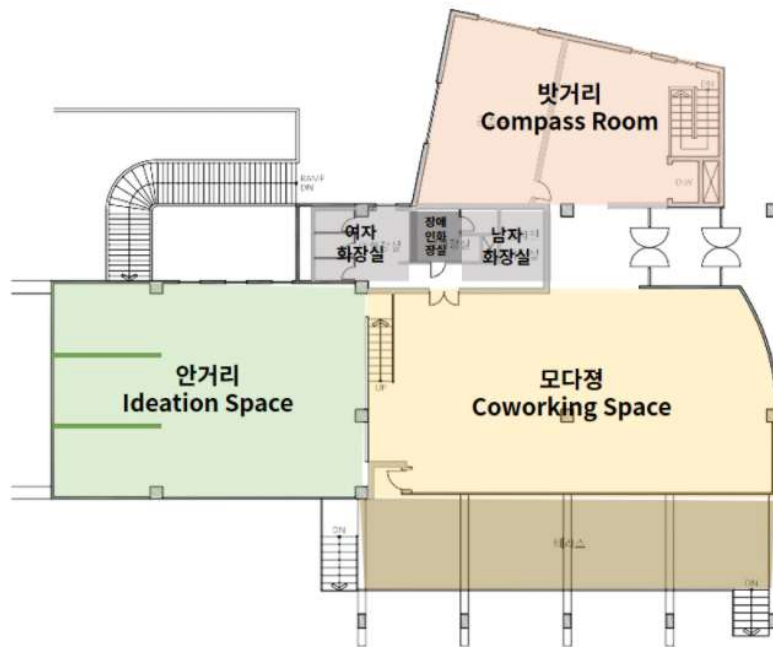
- (공간) 2개 층 공간에서 운영 중이며, 주된 CKL 지원 활동은 지하에서 운영

<표 2-41> 제주 CKL 운영시설

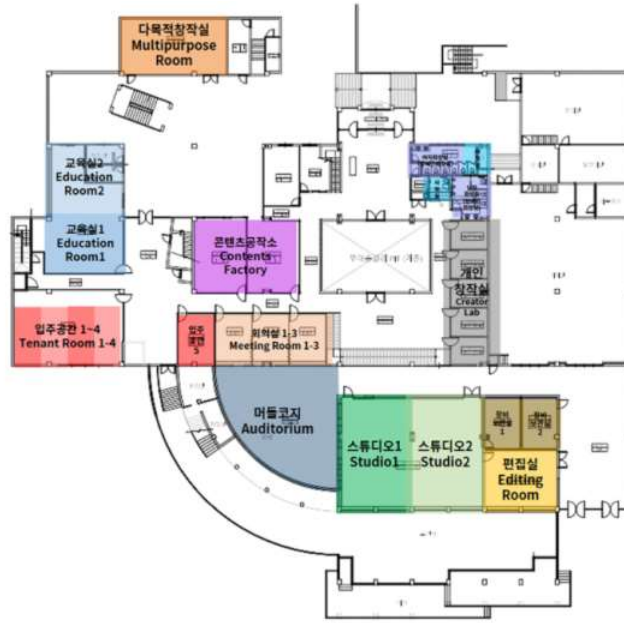
No.	공간명/수용인원(명)	No.	공간명/수용인원(명)
1	○ (1층) 안거리+모다정/ 최대 70명	2	○ (지하) 다목적창작실/ 최대 20명
3	○ (지하) 머들코지/ 최대 25명	4	○ (지하) 회의실 1~3/ 최대 24명
5	○ (지하) 콘텐츠창작소/ 최대 16명	6	○ (지하) 스튜디오 1, 2/ 최대 20명
7	○ (지하) 편집실/ 최대 10명		

자료 : 제주콘텐츠코리아랩 홈페이지

(별관 1층)



(지하)



자료 : 제주콘텐츠코리아랩 홈페이지

[그림 2-21] 제주 CKL 공간구성

하. 대전콘텐츠코리아랩

□ 운영 개요

- (개소) 2020.12월
- (조직운영) (재)대전정보문화산업진흥원 콘텐츠사업단 콘텐츠진흥팀 소속으로 6명의 팀원이 본 사업을 수행 중
- (특화영역) 웹툰, 1인 크리에이터, 패션, 다양한 콘텐츠

□ 지원 프로그램

<표 2-42> 대전 CKL 지원 프로그램

구분	세부 지원사업	지원금	지원 규모
웹툰 분야	○ (교육) 웹툰작가 데뷔 교육프로그램	15.8백만 원	30명
	○ (공모전) 대전 브랜드툰 공모전	14백만 원	10개 팀
	○ (창작지원) 아임굿즈 창작 지원 사업	33.5백만 원	10개 팀
	○ (창작지원) 웹툰 원스톱 창작 지원	57.6백만 원	12개 팀
	○ (사업화) 국내 웹툰/디자인 페어 참가 지원	30백만 원	10개 팀
	○ (사업화) 웹툰 피칭 대전	12백만 원	10개 팀
패션 분야	○ (교육) 창작자 역량 강화지원	18백만 원	40명
	○ (창작) 패션 창작자 시제품 제작 지원	78백만 원	10개 팀
	○ (집중) 패션창작자 제품고도화 지원	78백만 원	5개 팀
	○ (사업화) 패션창작자 클라우드 펀딩 지원	15백만 원	20개 팀
1인 크리에이터 분야	○ (공모전) '로그인 대전'	14백만 원	6개 팀
	○ (교육) '아이 캔 크리에이터'	21백만 원	40명
	○ (창작) '나 혼자 한다'	41.3백만 원	12개 팀
	○ (집중) '일찍일장' 지원사업	75백만 원	40명
기타 분야	○ (사업화) inD Support Center	20백만 원	50명
	○ (교육) inD Campus	26백만 원	30명
	○ (창작) 오픈캠프	23.3백만 원	30명
	○ (창작) inD Society 운영	88백만 원	10개 팀
	○ (창작) inD LAB	40백만 원	1개 팀
	○ (창작) 원데이 클래스	12.5백만 원	195명

자료 : (재)대전정보문화산업진흥원 홈페이지

□ 장비·시설 구축 현황

- (구축 장비) ‘패션’ 분야가 전략 장르인 대전 CKL은 타 CKL과 달리 봉제기, 다리미 등 장비를 함께 구성한 것이 특징이며 총 25종의 장비를 구축

<표 2-43> 대전 CKL 구축 장비

No.	장비명/수량(개)	No.	장비명/수량(개)
1	공업용 다리미/ 2	2	봉제기(폐가수스 오바로크)/ 1
3	봉제기(브라더 미싱기)/ 2	4	카메라(SONY a7m3)/ 1
5	브이로그용 카메라(SONY a6400)/ 3	6	사진촬영 카메라(Canon 5D mark 4)/ 1
7	렌즈(Canon JP/EF 70-200mm F2.8L IS III USM)/ 1	8	렌즈(Canon EF 85mm F1.2L II USM)/ 1
9	렌즈(Canon JP/EF 24-70 F4L IS USM)/ 1	10	개인방송 조명(고독스 LED)/ 2
11	그린 크로마키 배경 세트/ 1	12	카메라(SONY FDR-AX700)/ 2
13	조명기(룩스패드 43H)/ 9	14	제품촬영용 조명기(e700 sss)/ 1
15	카메라 마운트 컨버터(MC-11)/ 1	16	카메라(SONY ACTION CAM FDR-X3000R)/ 1
17	카메라(고프로 맥스)/ 1	18	이동형 삼각대(지조모스 카본)/ 5
19	이동형 짐벌(위빌s)/ 3	20	카메라 거치형 마이크(ZOOM F1-SP Recorder Shotgun)/ 2
21	녹음기(ICD-TX650 16GB)/ 3	22	이동형 마이크(로데마이크)/ 3
23	이동형 마이크 - 무선마이크 세트(젠하이저 EW112-p G3)/ 2	24	펜 태블릿/ 3
25	노트북(삼성 갤럭시 북 플렉스)/ 2		

자료 : 대전콘텐츠코리아랩 홈페이지

- (운영시설) CKL만의 내외부 12개 지원 시설과 함께 대전정보산업진흥원 시설도 함께 이용할 수 있도록 운영

<표 2-44> 대전 CKL 운영시설

No.	공간명	No.	공간명
1	○ 패션창작실	2	○ 콘텐츠창작소 홀 및 창작소
3	○ 토론 공간	4	○ 콘텐츠 공방(1인/5인용)
5	○ 스트리밍실	6	○ 테라스 1, 2
7	○ 카페테리아	8	○ 스튜디오 A, B
9	○ 달빛 다락/별빛 다락	10	○ inD 스페이스
11	○ 교육실 1, 2	12	○ 디지털 창작실

자료 : 대전콘텐츠코리아랩 홈페이지

- (재)대전정보문화산업진흥원 內 7개 시설과 장비를 CKL 이용자도 사용할 수 있도록 연계 지원

<표 2-45> 대전 CKL 운영시설

No.	공간 사진/용도	
1	대전영상 특수효과타운	<ul style="list-style-type: none"> ○ (기능) 스튜디오 대여, 촬영 카메라, 편집실, 시사실, 장비 등 대여 - A 스튜디오(345평), B 스튜디오(201평)로 구성되었으며, 국내에서 가장 높이(18.9M)가 높은 스튜디오로 와이어 액션 가능 
2	대전액션영상 센터	<ul style="list-style-type: none"> ○ (기능) 모션 캡처 제작, 수중촬영 지원, 분장실, 체력단련실 등 구성 - 한겨울에도 수중촬영이 가능한 아쿠아 스튜디오와 액션 스텐트 훈련 및 모션 캡처가 가능한 액션 스튜디오 
3	SW 품질역량센터	<ul style="list-style-type: none"> ○ (기능) 공인 SW 시험평가지원, Open Lab 등 SW 품질 테스트 환경 제공
4	스마트앱센터	<ul style="list-style-type: none"> ○ (기능) 지역 스마트앱 개발 및 테스트 지원(종합 개발환경 제공)
5	대전 VR/AR 제작거점센터	<ul style="list-style-type: none"> ○ (기능) VR·AR 콘텐츠 제작 테스트, 교육프로그램, 비즈니스 미팅
6	회의실	<ul style="list-style-type: none"> ○ (기능) 교육, 회의, 포럼 등 다목적 이용을 위한 공간·장비 제공

자료 : 대전콘텐츠코리아랩 홈페이지

2.4 콘텐츠산업 동향

2.4.1 글로벌 시장

□ 콘텐츠 시장 규모 및 전망

- 글로벌 콘텐츠 시장은 기존의 ‘기획-제작-유통-소비’형 가치사슬에서 디지털 기술, 5G 등의 발전으로 생태계 변화 촉진이 유발되는 중
 - '18년에서 글로벌 콘텐츠 시장 규모는 2.4조 달러로 추정되며, 연평균 4.17% 성장률로 '23년 2.9조 달러 규모까지 성장 전망

<표 2-46> 글로벌 콘텐츠 시장 규모 및 전망

(단위: 십억 달러, %)

구분	'14	'15	'16	'17	'18p	'19	'20	'21	'22	'23	'18~'23 (CAGR)
출판	3,379	3,349	3,330	3,285	3,256	3,233	3,210	3,188	3,166	3,143	-0.71
만화	77	72	78	76	80	81	81	81	81	81	0.09
음악	449	460	482	509	538	567	595	618	637	652	3.92
게임	730	842	969	1,106	1,196	1,301	1,395	1,483	1,598	1,652	6.67
영화	344	392	406	424	448	471	491	515	534	555	4.39
애니메이션	44	51	70	52	47	49	50	52	54	46	3.52
방송	4,525	4,657	4,816	4,882	4,958	5,016	5,144	5,222	5,333	5,426	1.82
광고	4,546	4,775	5,070	5,348	5,765	6,109	6,475	6,765	7,062	7,309	4.86
지식정보	6,172	3,753	7,360	7,999	8,501	9,006	9,515	10,009	10,490	10,942	5.18
캐릭터/ 라이선스	2,415	2,519	2,629	2,716	2,803	2,898	2,999	3,101	3,207	3,318	3.43
산술합계	22,680	23,871	25,209	26,398	27,592	28,733	29,955	31,035	32,134	33,131	-
합계 ²⁾	18,969	20,165	21,465	22,731	23,912	25,045	26,214	27,287	28,352	29,335	4.17

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2019), 해외 콘텐츠 시장 분석

주 1) CAGR는 2018년부터 2023년까지의 연평균 성장률을 의미

2) 중복 시장을 제외한 시장 규모를 제시

- 출판의 신문/ 잡지 광고, 게임의 비디오게임/ E 스포츠 스트리밍 광고, 영화의 극장 광고, 방송의 TV/ 라디오/ 팟캐스트 광고, 지식정보의 디렉토리 광고는 광고 시장에 포함
- 만화, 지식정보의 전문서적/ 산업잡지는 출판시장에 포함, 애니메이션은 영화시장에 포함

2.4.2 국내 시장

□ 국내 콘텐츠산업 분야별 매출 및 비중 현황

- 국내 콘텐츠산업 매출은 최근 3년 기준 연평균 5.3%의 성장세를 보이고 있으며, 이에 따라 2019년 시장 규모는 125조 원으로 추정
 - 최근 3년 기준 연평균성장률은 지식정보, 방송, 만화, 음악 및 게임, 영화, 콘텐츠솔루션, 캐릭터, 광고, 애니메이션, 출판 순서로 나타남
 - 전체 콘텐츠산업에서 현재까지 각 장르가 차지하는 비중은 방송 및 출판, 지식정보 및 광고, 게임, 캐릭터, 음악 및 영화, 콘텐츠솔루션, 만화 및 애니메이션 순서로 분석

<표 2-47> 국내 콘텐츠산업 매출액 현황

(단위: 십억 원, %)

구분	2017	2018	2019	비중	CAGR ('17~'19)
출판	20,755	20,954	21,070	17%	0.8%
만화	1,082	1,179	1,252	1%	7.6%
음악	5,804	6,098	6,638	5%	6.9%
게임	13,142	14,290	15,017	12%	6.9%
영화	5,495	5,890	6,077	5%	5.2%
애니메이션	665	629	700	1%	2.6%
방송	18,044	19,762	20,958	17%	7.8%
광고	16,413	17,212	17,560	14%	3.4%
캐릭터	11,922	12,207	13,016	10%	4.5%
지식정보	15,041	16,291	17,775	14%	8.7%
콘텐츠솔루션	4,852	5,095	5,353	4%	5.0%
산업 전체	113,215	119,607	125,416	100%	5.3%

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2019), 2019 콘텐츠산업 통계조사

□ 코로나-19로 인한 향후 콘텐츠산업 전망

- 데이터·AI 경제 등장, 보호무역주의 확대, 신흥국의 성장 및 중산층 확대 등이 기존 콘텐츠산업의 주요 영향 요인으로 꼽혔으나, 코로나-19 등장으로 콘텐츠 산업에 영향을 미치는 정세, 경제, 사회, 기술 등 모든 요인 중 코로나가 가장 큰 영향을 미칠 요인으로 꼽힘
- 한국콘텐츠진흥원(2020)에서는 이에 따라 코로나로 인한 4개의 주요 시나리오를 설정하고 향후 국내 콘텐츠산업의 변화 양상을 전망
- 해당 조사에서는 ‘시나리오2(코로나-19가 2021년까지만 영향을 미치는 경우)’가 가장 실현성이 높을 것으로 선정하였으며, 전반적으로 영화 및 광고 분야에서 가장 큰 피해를 입을 것으로 예상
- 전반적으로 영화 및 광고 분야에서 가장 큰 피해를 입은 후 코로나 영향 기간이 종료되는 '22년 이후로도 성장세를 회복하지 못할 것으로 예측
- 비대면 기반의 만화(웹툰), 게임, 캐릭터, 지식정보 분야는 상대적으로 빠른 회복 성장세를 보일 것으로 전망

<표 2-48> 시나리오 2에 따른 국내 콘텐츠산업 정성적 매출액 전망

(단위: 십억 원, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR ('19~'23)
출판	21,070	20,493	20,444	20,411	20,680	-0.5%
만화	1,252	1,360	1,452	1,552	1,664	7.4%
음악	6,638	6,200	6,324	6,805	7,281	2.3%
게임	15,017	16,729	18,268	19,912	21,705	9.6%
영화	6,077	2,552	2,016	2,565	2,783	-17.7%
애니메이션	700	598	573	602	631	-2.5%
방송	20,958	20,406	20,314	21,383	22,536	1.8%
광고	17,560	13,346	10,794	10,777	10,717	-11.6%
캐릭터	13,016	11,371	11,862	14,804	17,395	7.5%
지식정보	17,775	19,709	22,015	24,172	26,444	10.4%
콘텐츠솔루션	5,353	5,374	5,393	5,523	5,739	1.8%
산업 전체	125,416	118,138	119,456	128,506	137,576	2.3%

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2020), 2020 콘텐츠산업 중장기 시장전망 연구

2.5 창업지원

2.5.1 정부 지원사업

□ 총괄 현황

- '21년 중앙부처의 창업 지원사업비 규모는 광역지자체 사업까지 포함하여 1조 5,179억 원이며, '20년 대비 총 662억 원(4.6%) 증가
 - 중앙부처 사업은 총 15개 기관 및 90개 사업(1조 2,330억 원), 지자체 사업은 17개 기관 및 104개 사업(811억 원)으로 구성
 - 부처별 지원예산으로 중소벤처기업부가 전체 사업 비중의 81.2%를 차지, 문화체육관광부의 예산은 3개 신규사업 추가로 예년 대비 384.4억 원 증가하여 전체 창업지원 예산 규모의 3.24% 차지
 - 경남의 창업지원 예산은 9.2억 원 규모이며 2개 사업을 운영계획

<표 2-49> 2021년 지원기관별 창업 지원사업 및 예산 현황

(단위 : 건, 억 원)

부처명	2020년도		2021년도		증감		비고
	사업 수	예산 규모	사업 수	예산 규모	사업 수	예산 규모	
중앙부처	90	14,516.7	90	14,368.7	0	△148.0	
중소벤처기업부	41	12,610.8	40	12330.1	△1	△280.7	
문화체육관광부	8	107.2	11	491.6	3	384.4	
과학기술정보통신부	10	489.6	10	457.7	0	△31.9	
고용노동부	1	315.9	1	298.5	0	△17.4	
농림축산식품부	9	159.9	8	161.9	△1	2	
특허청	4	152.0	4	153.2	0	1.2	
농촌진흥청	1	116.6	1	122.0	0	5.4	
환경부	2	6.0	3	120.0	1	114.0	
보건복지부	2	46.0	2	78.0	0	32.0	
해양수산부	2	62.1	2	70.6	0	8.5	
교육부	3	47.8	2	58.1	△1	10.3	

제2장 국내·외 동향 분석

기획재정부	1	15.2	1	16.3	0	1.1	
법무부	1	8.4	1	8.4	0	0	
기상청	1	1.6	1	1.6	0	0	
국토교통부	3	22.6	3	0.7	0	△21.9	
행정안전부	1	355.0	-	-	△1	△355	제외*
광역지자체	-	-	104	810.7	104	810.7	
서울시	-	-	14	237.0	14	237.0	추가
경기도	-	-	26	206.4	26	206.4	"
대전시	-	-	10	77.6	10	77.6	"
부산시	-	-	4	52.2	4	52.2	"
충청남도	-	-	6	50.4	6	50.4	"
울산시	-	-	5	42.0	5	42.0	"
경상북도	-	-	8	38.1	8	38.1	"
강원도	-	-	5	24.4	5	24.4	"
전라북도	-	-	4	22.6	4	22.6	"
대구시	-	-	3	17.5	3	17.5	"
경상남도	-	-	2	9.2	2	9.2	"
세종시	-	-	8	7.4	8	7.4	"
인천시	-	-	3	7.3	3	7.3	"
제주도	-	-	1	6.8	1	6.8	"
전라남도	-	-	1	4.8	1	4.8	"
광주시	-	-	2	4.0	2	4.0	"
충청북도	-	-	2	3.0	2	3.0	"
총계	90	14,516.7	194	15,179.4	104	662.7	

자료 : 중소벤처기업부(2021), 2021년 정부 창업지원사업 통합 공고

□ 사업 세부내용

- '21년 창업 지원사업 중 콘텐츠코리아랩 사업 및 장르(창·제작 기반 창업 지원, VR·AR 콘텐츠 분야 등)와 지원 범위(예비창업자 및 창업 3년 이내)가 유사한 사업을 분류·선정
 - 194건의 지원사업 중 건의 사업과 유관하였으며, 사업지원 유형으로는 사업화가 10건으로 절반 이상을 차지
- 문화체육관광부의 ‘문화예술 사회적경제’ 분야 창업 및 기업지원 사업의 경우 리빙랩 개념이 포함될 수 있으며, 전통공예디자인문화진흥원에서 주관하는 ‘전통문화 청년창업육성지원 사업’과도 중복성 발생 가능
 - 또한, 중기부 창업진흥원에서 지원하는 ‘지역기반 로컬 크리에이터 활성화’ 사업 내용 및 ‘크리에이터’라는 명칭에서 발생 가능한 ‘콘텐츠 창작자’와의 정의 확립이 필요

<표 2-50> 2021년 정부 창업 지원사업 중 관련 세부내용

구분	사업명/전담기관	사업 개요	지원대상	규모 (억 원)
사업 화 (10)	K-Global 스타트업 공모전 (과기정통부)	ICT(AI, AR·VR 등 미래형 신산업 분야) 창의·혁신적 아이디어를 공모·발굴하여 상품화/사업화 지원	창업 초기 스타트업	10
	문화예술 사회적경제 성장·성숙기 기업 사업도약 지원사업 (문화체육관광부)	문화예술 사회적경제 조직의 다양한 수익모델 개발을 통한 스케일업과 자금조달 및 자원연계 역량을 강화, 성장·성숙기업의 사업 확장과 재정적 자립기반 조성	기업 성장, 투자유치 목표 하 요건을 충족하는 사회경제적 조직	13
	문화예술 사회적경제 초기기업 사업기반구축 지원사업 (문화체육관광부)	문화예술 사회적 경제 초기기업의 비즈니스 모델 구축을 통한 사업 안정화 지원	창업 후 3년 미만 초기단계	9.0
	문화예술 사회적경제 창업과정 전반 지원사업 (문화체육관광부)	문화예술 사회적경제 조직의 창업 확대 및 시장 활성화, 문화예술을 통한 사회적 가치 실현을 목적으로 하는 창업 아이디어 발굴, 예비창업자의 창업과정 전반 지원	문화예술 사회적 아이디어를 가진 예비창업자	4.5
	전통문화 청년창업 육성지원 사업 (문화체육관광부)	청년들의 전통문화산업 진입 지원 및 분야 간 융합 촉진	전통문화산업 에서 창업하고자	30

			하는 만 39세 이하 및 3년 이하 창업기업	
	지역주도형 청년 일자리사업 (행정안전부)	청년고용 창출과 지역 정착유도를 위해 지자체가 중심이 되어 지역 청년 일자리를 창출하는 사업으로 창업 지원(임대료, 컨설팅) 및 고용 친화적 생태계 조성	만 39세 이하	355
	콘텐츠 스타트업 창업육성 프로그램 (문화체육관광부)	우수한 아이디어 및 기술을 보유한 콘텐츠 스타트업이 사업을 쉽게 시작할 수 있고 문화벤처로 성장할 수 있도록 육성지원 (창업발전소)	콘텐츠 예비창업자 및 창업 3년 이내	30
	예비창업패키지 (중소벤처기업부)	혁신적 기술을 갖춘 예비창업자에게 사업화 자금과 창업교육, 멘토링 등을 지원하는 예비창업단계 전용 프로그램	예비 창업자	1,002
	초기창업패키지 (중소벤처기업부)	창업 인프라가 우수한 대학/공공기관/민간 등을 통해 창업 3년 이내 기업의 아이템을 사업화할 수 있는 자금지원, 아이템 실증검증 등으로 구성된 특화 프로그램 지원으로 기업의 안정화 및 성장지원	창업 3년 이내 기업	1,002
	글로벌 액셀러레이팅 (중소벤처기업부)	국내 창업기업의 글로벌 역량강화를 통한 해외진출 지원 프로그램	창업 7년 이내 기업	75
	재도전 성공패키지 (중소벤처기업부)	성실 실패경험을 보유한 (예비)재창업자를 대상으로 재창업에 필요한 전 과정 지원	예비 및 3년 이내 재창업자	140
	창업기업지원서비스 바우처 (중소벤처기업부)	창업기업지원서비스 바우처를 제공하여 창업활동에 집중할 수 있는 여건 조성 및 사업 안정화 도모	만 39세 이하 창업자 중 창업 3년 이내 기업	192
	창업성공패키지 -청년창업사관학교 (중소벤처기업부)	우수한 제조 창업아이템 및 4차 산업 분야 등 성장 가능성이 높은 초기 창업자를 발굴하여, 창업 전 단계를 패키지 방식으로 일괄 지원하여 성공 창업기업으로 육성	제조 융복합 업종 영위 창업기업 만 39세 이하 창업 3년 이내	968
	지역기반 로컬 크리에이터 활성화 (중소벤처기업부)	지역의 자연환경 및 문화적 자산을 소재로 창의성과 혁신을 통해 사업적 가치를 창출하는 로컬크리에이터를 발굴·육성	예비창업자 창업 7년 미만 기업	88
	스타트업 지식재산 바우처 사업	스타트업이 필요한 시기에 원하는 IP 서비스를 선택하여 지원받을 수 있는 바우처 제공으로 IP 경쟁력을 강화	창업 7년 미만	16.9
창업 교육 (2)	메이커 문화 확산 (중소벤처기업부)	창의적 아이디어 구현을 위한 창작 활동과 동아리, 행사 등 다양한 메이커 활동 지원	창작 활동 관심 일반인	44.4
	신사업창업사관학교 (중소벤처기업부)	성장 가능성이 높은 신사업 아이디어를 기반으로 예비창업자를 선발하여 창업교육, 상품화 지원 점포경영체험, 사업화를 패키지로 지원	소상공인 예비창업자	189
시설·공간	1인 창조기업 활성화 지원	1인 창조기업의 창의적 제품 및 서비스가 성공 창업으로 이어질 수 있도록 인프라 및	(예비) 1인 창조기업	62

보육 (4)	(중소벤처기업부)	판로개척을 지원		
	창조경제혁신센터 (중소벤처기업부)	전국 17개 혁신센터를 지역별 창업 허브로 활용하여, 지역창업 및 특화산업 활성화를 유도하고 혁신성장 및 일자리 창출 도모	예비창업자 창업 7년 미만 기업	363
	메이커 스페이스 구축 (중소벤처기업부)	국민 누구나 쉽게 접근하여 창의적 아이디어를 자유롭게 구현할 수 있도록 메이커 스페이스를 전국적으로 조성	민간/공공 기관 및 단체	334
	창업보육센터 지원 (중소벤처기업부)	예비창업자 및 3년 미만 창업자에게 사무공간, 기술경영 컨설팅 등 제공으로 안정적 경영 활동 및 지속적 성장지원	예비창업자, 3년 미만 창업기업	121
행사· 네트 워크 (1)	도전! K-스타트업 (중소벤처기업부)	유망한 창업아이템을 보유한 (예비)창업자를 대상으로 경연을 통해 창업 능력을 배양하고 우수 아이템에 대한 포상 및 사업화 지원	국내외 예비창업자 및 창업 7년 이내	23.5
멘토링 컨설팅 (2)	IP 디딤돌 프로그램 (특허청)	예비창업자의 창의적 아이디어를 지식재산 기반 사업 아이템으로 고도화하고, 창업까지 연계될 수 있도록 맞춤형 지원을 통한 혁신형 창업 유도 프로그램	예비창업자	32.1
	IP 나래 프로그램 (특허청)	창업기업 및 전환 창업기업의 지식재산(IP) 역량강화를 통해 시장에서 경쟁력을 높이고, 지속성장 가능한 기업이 되도록 지식재산 전문 컨설팅 지원	창업 7년 이내 또는 전환 창업 5년 이내	85.6

자료 : 중소기업부(2021), 2021년 정부 창업지원사업 통합 공고

□ 경상남도 신규 창업지원 사업

- '21년부터 경남에서 추진하는 신규 창업지원 사업은 역내 창업지원 기관인 경남창조경제혁신센터에서 주관하며, 모두 예비창업자 및 3년 이내 창업 기업을 지원하는 내용으로 CKL 사업지원 범위와 동일
 - (소관부처) 경상남도청 창업혁신과
 - (지원대상) 경남 소재의 예비창업자 및 3년 이내 창업기업
 - (사업 규모) 경남 스타트업 캠퍼스 5억 원, 경남 스타트업 아이디어 고도화 지원 4.15억 원 책정

<표 2-51> 경상남도 신규 창업지원 사업

사업명	개요	지원내용	대상	전담기관
경남 스타트업 캠퍼스 운영	민·관 협업을 통해 창업생태계를 활성화하여 경남지역을 대표하는 청년 혁신창업의 전진기지·허브역할 수행	① 입주공간 지원 ② 창업 사업화 자금 ③ 교육 및 멘토링 등	예비창업자 및 3년 이내 창업기업	경남창조경제혁신센터
경남 스타트업 아이디어 고도화 지원	우수 아이디어 발굴 및 단기간 사업화지원 프로그램 운영으로 기술창업 활성화	① 창업교육 및 멘토링 ② 사업화 자금지원 ③ 창업공간 제공 등	기술 위주의 아이디어 사업화를 준비하는 청년 예비창업자	경남창조경제혁신센터

자료 : 중소벤처기업부(2021), 2021년 정부 창업지원사업 통합 공고

2.5.2 창업지원 우수사례

□ 이탈리아 스타트업 인큐베이터 폴리허브(PoliHub)

- 밀라노 폴리테크니코 대학의 창업지원 기관으로 시작하여 이후 20년간 기술과 아이디어를 사업화하고자 하는 전 세계 청년 스타트업을 지원
 - 한해 2,000여 개의 아이디어 발굴하여 113개 모델을 사업화('17년 기준)
 - (1차 아이디어 선발) 합격률 4.36%
 - (2차 아이디어 선발) 합격률 3.22%
- 예비창업자의 기술을 시장이 원하는 형태로 상품화할 수 있도록 교육하며, 스타트업 뿐만 아니라 글로벌 기업에게도 입주 장소를 제공하여 스타트업과 글로벌 기업의 공동 비즈니스 클러스터를 형성
 - **(오픈 이노베이션)** 글로벌 기업 현 문제점과 서비스 수요를 사전 발굴하여 이를 해결할 수 있는 스타트업을 발굴하는 프로그램
- 80명 이상 다양한 영역(스타트업 창업자, 기업지원 관계자, 유명 기업인 등) 멘토를 보유
 - 경력과 전문성이 높다고 바로 멘토링 프로그램에 투입하는 것이 아니라 멘토가 되기 위한 별도의 교육을 시행하여 단순한 지원으로 그치지 않도록 관리



자료 : 폴리허브 홈페이지

[그림 2-22] 이탈리아 스타트업 인큐베이터 폴리허브

□ 유튜브 스페이스 뉴욕

- 유튜브에 동영상을 올리는 크리에이터들이 양질의 동영상을 만들 수 있도록 제작공간과 설비를 지원하는 공간
 - 미국 뉴욕, LA, 영국 런던, 브라질 상파울루, 독일 베를린, 프랑스 파리, 일본 도쿄, 인도 뭄바이 등 총 10개소 운영 중('19)
 - 녹음 스튜디오와 분장실, 교육실 등을 갖춘 공간에서 무대 장치, 4K 카메라 장비, 조명 등을 최대 3개월까지 이용 가능

[차별 요인]

- 장비와 기기 대여를 넘어 6주 단위의 스튜디오 시설 변경, 분장실 등 **실질적 촬영 인프라 제공**
- 주요 운영 키워드 - **학습, 공유, 창작**
 - 배우고(Learn), 연결하고(Connect), 커뮤니티(Community)를 제공하는 것을 목표
- 집합형 교육 외 영상 관련 **전문가가 상주**하고 있어 창작자들이 고품질 작업을 진행할 수 있도록 지원



자료 : 시민신문(2017.10.30)

[그림 2-23] 유튜브 스페이스 뉴욕의 편집실과 스튜디오

□ 플레이그라운드 글로벌

- 하드웨어 스타트업을 지원하는 공간으로 안드로이드 운영체제(OS)의 아버지라 불리는 앤디 루빈이 설립
 - 스타트업 창업가들이 제품의 하드웨어 제작 측면에서 고민하지 않도록 제작 장비를 비롯하여 엔지니어들의 자문 등을 종합적으로 제공

[차별 요인]

- 스타트업이 수행하는 자체 제품 개발과 서비스 개발 과정에 플레이그라운드의 엔지니어들이 1대 1로 투입되어 함께 개발
 - 기계공학, 전기공학, 컴퓨터 과학을 전공한 엔지니어와 디자이너로 구성되었으며, 프로토타입 개발부터 테스트, 성능개선 등을 지원
- 투자자금 목적보다 스타트업에 실질적인 도움을 줄 수 있는지를 따져서 투자자를 모집
 - (예시) Hon Hai 정밀社 - 스타트업들의 제품 대량생산을 지원
 - HP社 - 스타트업 제품의 글로벌 시장 유통지원
 - Google, Tencent社 - 클라우드 서비스 지원
 - Redpoint社 - 회계 지원



자료 : Playground 홈페이지

[그림 2-24] 플레이그라운드 글로벌 내부 구조

제 3 장

경상남도 여건 분석

제 3 장

경상남도 여건 분석

3.1 경상남도 일반현황

3.1.1 일반현황

가. 인구 현황

□ 전국 4위 규모의 광역지자체

- 경남 총인구 및 세대수는 경기, 서울, 부산에 이어 전국 4위 규모를 기록 ('19.12월 주민등록인구통계 기준)



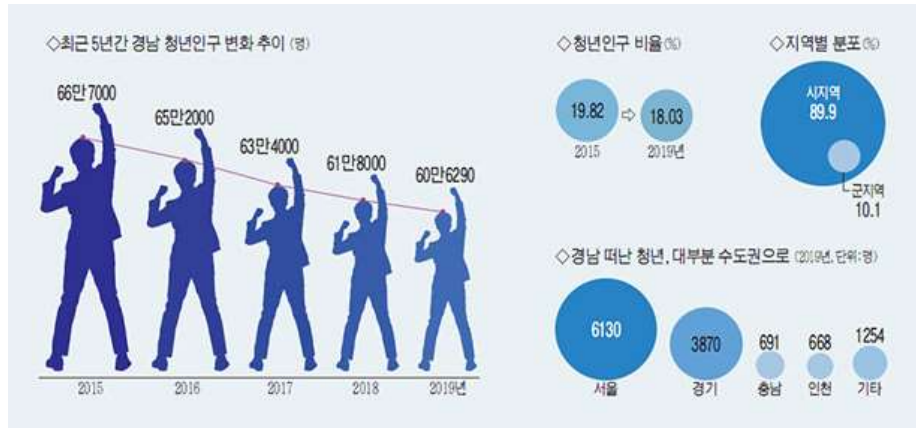
자료 : 경상남도청 홈페이지

[그림 3-1] 연도별 경남의 총인구수와 증감률 변화

- 그러나 주력산업의 장기 침체와 함께 청년 인구가 계속 유출되고 있으며, 이는 경남도의 주요 사회현안으로 나타나는 중

- (청년 인구 현황) 도내에서 청년 인구는 '15년 66만 7,000명에서 '19년 60만 6,290명까지, 해당 비율은 19.82%에서 18.03%까지 감소

※ (청년층 연령) 만 19세~ 34세 의미



자료 : 경남신문(2020.10.19.)

[그림 3-2] 경남 청년 인구의 이동(2015~2019)

- 또한, 18개 기초지자체로 구성된 경남도 주요 4개 시에 경남 전체 인구의 약 57%가 거주하고 있는 형태로 도내 불균형을 야기하는 요인으로 작용 ('19.12월 주민등록인구통계 기준)



자료 : 경상남도 빅데이터허브포털 홈페이지

[그림 3-3] 경남도 시·군별 인구분포 현황

나. 산업·경제 현황

□ 경남 주력산업

- (경제활동인구) '19년 기준 1,817천 명으로 집계되며 경기, 서울에 이어 전국 3위 규모를 기록
- (지역내총생산, GRDP) '18년 기준 1,105,360억 원으로 경기, 서울, 충남, 경북에 이어 전국 4위 기록
- ,(사업체·종사자 수) 전체 사업체 수는 '18년 기준 281,685개로 경기, 서울, 부산에 이어 전국 4위를 차지하였으며, 전체 종사자 수 또한 1,338,302명으로 서울, 경기, 부산에 이어 4위를 차지
 - 그 중 제조업체가 37,048개로 전국 3위, 제조업 종사자가 409,762명으로 전국 2위를 차지

<표 3-1> 경상남도 지역 내 총생산

(단위:십억 원, 천원, %)

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	CAGR	
지역내 총생산	전국	1,327,444	1,393,306	1,455,391	1,505,239	1,566,088	1,660,844	1,743,575	1,840,349	3.0
	1인당	26,788	27,901	28,793	29,849	30,861	32,556	34,042	35,831	4.2
	경남	90,168	94,330	98,371	99,701	101,056	106,591	109,338	109,492	1.2
	1인당	28,026	29,072	30,124	30,416	30,555	32,007	32,758	32,789	2.3
	GRDP 비중	6.9	6.8	6.8	6.7	6.5	6.4	6.3	6.0	-
	1인당 비중	104.6	104.2	104.6	101.9	99.0	98.3	96.2	91.5	-

자료 : 경상남도(2020), 2020년 경남산업진흥계획

□ 경남 콘텐츠산업 현황

- 한국콘텐츠진흥원에서 조사한 콘텐츠산업 통계에 따르면 경남이 지역별 사업체 수 현황으로 서울, 경기를 제외한 나머지 지자체 중 부산(5.6%), 대구(4.9%)에 이어 3번째를 차지(4.7%)하는 것으로 분석

<표 3-2> 콘텐츠산업 지역별 사업체 수 현황(2018)

(단위:개)

업종 지역	출판	만화	음악	게임	영화	애니 메이션	방송	광고	컴퓨터	지식 정보	콘텐츠 솔루션	합계	비중 (%)
서울	10,238	1,679	8,270	2,694	727	355	782	4,366	870	3,371	1,373	34,725	33.0
부산	1,304	472	2,149	784	54	19	35	380	125	493	70	5,885	5.6
대구	1,154	329	2,043	732	31	1	23	335	79	413	55	5,195	4.9
인천	720	317	2,377	659	35	4	18	112	105	321	41	4,709	4.5
광주	745	255	1,204	601	34	25	15	175	59	181	25	3,319	3.2
대전	776	246	1,445	403	14	3	21	212	53	278	85	3,536	3.4
울산	349	144	909	370	8	2	6	58	28	274	16	2,164	2.1
세종	82	14	154	0	4	3	8	26	5	22	-	318	0.3
소계	5,130	1,777	10,281	3,549	180	57	126	1,297	454	1,982	292	25,125	23.9
경기도	4,741	1,397	7,478	2,961	220	74	96	635	826	2,042	332	20,802	19.8
강원도	483	168	1,120	512	32	7	20	113	45	228	24	2,752	2.6
충북	525	206	1,239	429	26	1	9	98	47	256	15	2,851	2.7
충남	623	219	1,411	554	27	4	6	147	63	282	11	3,347	3.2
전북	676	243	1,079	473	35	1	19	149	54	249	15	2,993	2.8
전남	566	208	773	456	27	3	22	81	34	225	5	2,400	2.3
경북	836	293	1,708	679	32	1	11	117	45	454	17	4,193	4.0
경남	953	362	1,960	840	49	1	24	184	73	526	26	4,998	4.7
제주도	224	76	351	210	14	5	22	69	23	109	10	1,113	1.1
소계	9,627	3,172	17,119	7,114	462	97	229	1,593	1,210	4,371	455	45,449	43.2
합계	24,995	6,628	35,670	13,357	1,369	509	1,137	7,256	2,534	9,724	2,120	105,299	100.0

자료 : 한국콘텐츠산업진흥원(2020), 2019 콘텐츠산업 통계조사 보고서(2018년 기준)

3.1.2 문화콘텐츠산업 현황

□ 문화산업 추진 실태

- 지역문화실태조사 결과 경남도는 종합지수 0.1281로 17개 시·도 중 3위를 차지
 - (정책지수) 각 지역의 문화와 관련된 종합계획 수립 및 실행 의지, 정책 수행을 위한 환경 및 지원 수준
 - 정책사업, 정책환경, 문화예산
 - (자원지수) 지자체가 보유한 다양한 문화적 자원의 조성 여부와 활성화 정도 점검 및 이를 보전하기 위한 노력을 파악하여 잠재적 역량 측정
 - 문화유산, 기반시설, 자원 활용
 - (활동지수) 지자체 차원에서 고용·지원 중인 문화산업 전문인력 수와 확보율, 지역의 문화예술법인·단체 및 사회적기업의 문화 활동 정도를 파악
 - 활동조직, 활동 인력
 - (향유지수) 지역주민의 문화향유를 위한 환경조성 여부 및 실제 기회 제공 현황, 맞춤형 문화복지 실시 여부 등 분석
 - 지역주민, 소외계층

<표 3-3> 광역자치단체 지역문화지수 - 종합지수

순위	광역지자체	지수 값
1	○ 제주특별자치도	0.2853
2	○ 전라북도	0.2296
3	○ 경상남도	0.1281
4	○ 서울특별시	0.1180
5	○ 광주광역시	0.0220

자료 : 문화체육관광부(2019), 2017년 기준 지역문화실태조사

<표 3-4> 지역문화실태 종합지수 분석 결과

기준		1위	2위	3위	4위	5위
전국		전북 전주시	경기 수원시	서울 종로구	경남 창원시	충북 청주시
시		전북 전주시	경기 수원시	경남 창원시	충북 청주시	제주 서귀포
군		경북 성주군	전남 강진군	전북 완주군	충남 부여군	경남 산청군
구		서울 종로구	서울 마포구	서울 성북구	인천 중구	대구 중구
광역시도		전북 전주시	경기 수원시	경남 창원시	경기 청주시	제주 서귀포
인구 50만 (시)	이상	전북 전주시	경기 수원시	경남 창원시	충북 청주시	경남 김해시
	미만	제주 서귀포	강원 춘천시	강원 원주시	전남 순천시	경북 경주시
인구 10만 (군)	이상	경기 양평군	충남 홍성군	경북 칠곡군	울산 울주군	대구 달성군
	미만	경북 성주군	전남 강진군	전북 완주군	충남 부여군	경남 산청군
도시형		전북 전주시	경기 수원시	경기 부천시	경기 과천시	경기 고양시
농촌형		경북 성주군	전남 강진군	전북 완주군	충남 부여군	경남 산청군
도농복합형		경남 창원시	충북 청주시	제주 서귀포	경남 김해시	충남 천안시
재정 자립도	상	전북 전주시	경기 수원시	서울 종로구	경남 창원시	충북 청주시
	중	서울 성북구	강원 춘천시	강원 원주시	전남 순천시	경북 경주시
	하	경북 성주군	전남 강진군	전북 남원시	대구 남구	충남 부여군

자료 : 문화체육관광부(2019), 2017년 기준 지역문화실태조사

□ 연계가능 시·군 자원 및 협력사업

- 도내 18개 시·군의 활용가능 자원은 풍부하나 이를 문화콘텐츠 산업과 연계하기 위해서는 경상도와 각 시·군의 추진사업 및 이에 따른 행정적 의지 반영이 필요
- 현재 경상도의 지역균형발전 관련 정책 방향과 각 시·군의 자치단체 간 협력에 대한 높은 관심도를 기반으로 아래와 같은 권역 사업을 추진 중
- 특히, 관광 관련 사업의 비중이 높으며 이는 ‘서비스 산업 육성’이라는 경남의 강한 정책 의지가 반영된 것으로 분석됨에 따라 이와 연계할 수 있는 창작 활성화 연계 필요

<표 3-5> 경상도 권역별 시군 행정협의체 및 협력사업 구성



번호	주요 협력내용
1	○ 낙동강권역 통합 관광벨트 조성, 3개 군 연결교통망 구축 등
2	○ 남해안 관광개발 등 지역경제 활성화, 지역 간 연계 관광벨트 조성 등
3	○ 황매산 철쭉축제 행사 시 인접 시군 간 협력 등
4	○ 영남 알프스와 인근 시군 관광인프라 연계 및 지역경제 활성화 등
5	○ 한방향노화 산업 육성 및 연구개발 지원, 지리산권 개발, 향노화산업 등 관광휴양벨트 조성 등
6	○ 동부경남의 지역특성을 활용한 관광산업 등 연계 사업
7	○ 서부경남의 지역산업 육성 등 연계 협력
8	○ 지역 특산물 활용 농산물 공동마케팅 산업 연계 도모 등

자료 : 한국지방행정연구원(2019), 경남형 시군 간 연계협력사업의 효율적인 운영방안

3.2 콘텐츠산업 및 창업 보유자원

3.2.1 경남 콘텐츠산업 및 창업 지원정책

가. 지원정책

□ 도정 4개년 계획, 경남위원회('18.08)

- 경남은 「도정 4개년 계획」을 통해 청년의 창업지원과 도민 문화예술 향유 기회 확대를 통한 창작 활동 지원 의지를 발표
 - (선순환 창업생태계) 창업사관학교 분리 유치 및 이전, 경남 기반 창업투자회사 (VC) 설립, 스타트업 캠퍼스 조성
 - (문화기본권 보장) 문화예술인 예술활동 지원 및 창작환경 개선
 - 창작공간 지원 조례 제정, 경남음악 창작소 조성 및 도시재생지 유휴공간 활용, 창작공간 확대 및 공연 지원
 - (문화역량 강화) 경남의 문화예술 역량 확충으로 도민 문화예술 향유기회 확대
 - (재)경남문화예술진흥원의 문화콘텐츠, 영상산업 육성 등을 위한 기능 정상화 대책 마련

<표 3-6> 경남 도정 4개년 계획 중 관련 세부과제

전략	세부과제	과제 목표
도민에게 희망주는 좋은 일자리 창출	○ 청년 일자리 확충(창업 지원) 및 사회안전망 구축	○ 공공기관이 청년 일자리 확충을 선도하고 청년들의 노동기본권 보호, 근로환경 개선 추진 ○ 청년 선순환 창업생태계 조성 및 일자리 확충으로 지역정착 유도과 지역 활력 제고
함께 누리는 문화 생태계 조성	○ 도민 문화예술 향유기회 확대 및 창작환경 개선	○ 주민 주도의 문화예술정책 추진과 기관별 전문성 강화로 연관산업 육성 ○ 자생적 예술활동 지원 기반 마련을 통한 예술인 복지확대와 권익 신장

자료 : 경남위원회(2018), 도정 4개년 계획

□ 경상남도 2020 주요업무 계획5)

- 2020년 경남의 주요업무 계획 핵심키워드는 ‘청년’으로 청년이 돌아와서 정착하는 경남을 조성하기 위한 다양한 지원정책을 구성
 - 도가 직면한 현안을 청년이 주도적으로 해결하고, 청년의 시각에서 새로운 가치를 부여하는 창업 및 창작지원 사업이 다수
 - (3대 핵심과제) 청년특별도, 동남권 메가시티플랫폼, 교육(인재) 특별도

<표 3-7> 경남 2020 주요업무 계획

핵심과제 & 정책 방향	추진과제	세부내용
청년 특별도	○ (1-2) 창조가치 실현의 새로운 기회 부여	- 로컬 크리에이터 및 창업육성 - 청년 일거리 사업 발굴
	○ (1-4) 청년에게 희망주는 지속가능한 좋은 일자리 창출	- 지역주도형 청년 일자리 확대 - 로컬 크리에이터 바우처 지원사업 - 창업 쏠주기 패키지 지원 및 창업 인프라 확대 - 청년주도형 창업지원 거점공간 역할
	○ (1-7) 청년친화형 특화된 섬 가꾸기 사업추진	- 특화된 섬 가꾸기 청년활동가 육성지원 - 청년친화형(만화 등 분야 청년이 폐허 공간을 활용하여 휴양공간 조성) 섬 가꾸기 사업 추진
	○ (1-6) 경남형 청년 문화특별도 육성	- 청년 예술인 직업역량 강화 - 청년 예술인 창작공간 역량 강화
혁신과 성장	○ (과제4) 제조혁신 창업생태계 활성화	- 경남창업투자펀드 결성(200억 원) - 스타트업 액셀러레이팅 지원(4억 원) - 창업 쏠주기 성장지원 - 청년창업 기반 구축 및 사업화 지원
	○ (과제5) 디자인 주도 제조혁신으로 경남 산업 Re-design	- 디자인 주도 제조혁신센터 구축·운영 - 사회·공공분야 혁신가 디자인경영 인식개선사업 추진(로컬 크리에이터 특강)
	○ (과제8) 도민참여 경남 관광 추진체계 구축	- 시·군 지역관광 콘텐츠 발굴 - 경남관광재단 설립
	○ (과제10) 관광수용태세 개선, 체류형 관광 활성화	- 시·군 지역별 특성에 맞는 테마별 프로그램 개발 및 고부가가치 융복합 MICE 산업을 통한 경남 관광 활성화

자료 : 경상남도청(2020), 2020 주요업무 계획

5) 2021년도 주요업무 계획은 '21년 2월 현재 공시되지 않음

참고자료 3-1 **경남경제, 서비스산업으로 체질 개선**

- 경남도는 코로나19로 인한 **문화(콘텐츠)·스포츠·관광 분야**의 비대면(Untact) 전환 등 트렌드 변화에 대응하는 등 **3대 서비스 산업 중점육성**을 통해 산업 다각화를 추진하는 방침이다

7일 도에 따르면 도는 문화(콘텐츠)·스포츠·관광 서비스 **산업간 융복합 지원을 통해 어려움을 겪고 있는 제조업을 보완할 경남의 새로운 미래 성장동력의 한축으로 육성할 계획**이다. 이를 위해 도는 지난 5월 도내 콘텐츠기업 육성 거점공간이 될 '경남콘텐츠기업육성센터'의 문을 열었고, 스포츠 산업의 새로운 시장을 창출하기 위한 '경남 스포츠산업육성지원센터'를 개소하기도 했다.

아울러 이달 중 도내 관광정책을 책임질 경남 관광재단이 출범할 예정이다. 또 7월에는 경남의 산업·경제현안을 총괄 컨트롤 할 경제진흥원이 개원하면 관광·문화·스포츠 산업과 이들을 융복합시킬 거점기관 구축이 최종 완성된다.

이를 토대로 우선 도는 '경남콘텐츠기업육성센터'를 통해 수도권을 가지 않아도 콘텐츠 기업이 지역에서 자리잡고 성공할 수 있도록 지원하고 **공공 영역에서의 콘텐츠 활용도 확대해 나갈 계획**이다.

또 역사, 문화예술, 관광 등 경남의 풍부한 콘텐츠 자원과 경남의 강점인 제조업이 융합해 시너지를 극대화하도록 한다는 방침이다. 경남을 넘어 부산의 국제영화제를 포함한 영상산업 등 **동남권을 콘텐츠산업의 새로운 메카로 키우겠다는 계획**이다.

경남 스포츠산업 육성 지원센터를 통해 도는 전지 훈련팀 유치는 물론 스포츠 산업을 새로운 지역산업으로 발전시켜 경남의 미래 먹거리 산업으로 만들 예정이다.

코로나19 이후 '비대면', '소규모', '힐링'으로 대변되는 새로운 관광 트렌드에 신속히 대응하고 **경남문화예술진흥원 콘텐츠기업육성센터 등과 협업을 통한 새로운 관광 콘텐츠 개발과 시·군과의 연계도 강화**해 나간다는 방침이다.

아울러 7월에 개원을 앞두고 있는 '경남도 경제진흥원'은 경남의 일자리 사업, 중소기업·소상공인 지원 등 민생 경제와 각종 경제현안 대응 등 경남의 경제 정책의 컨트롤타워 역할을 할 경남도 산하 출연기관으로 관광·문화·스포츠산업의 지역산업 기반 조성에 큰 도움을 줄 것으로 기대된다.

김경수 지사는 "제조업 중심의 경남은 최근 자동차, 기계, 조선업의 부진으로 지역경제가 많이 어려운 상황이다"며 "경제진흥원과 함께 관광, 문화(콘텐츠), 스포츠 서비스산업의 새로운 미래 성장동력의 삼각축이 마련돼 **경남도가 제조업 일변도에서 벗어나 산업 다각화 추진**으로 흔들리지 않는 튼튼한 경남의 경제체질을 만들어 나가겠다"라고 강조했다.

자료 : 경남일보(2020.06.07.)

나. 관련 조례

□ 문화콘텐츠산업 지원

- 「경상남도 문화콘텐츠산업 육성 조례」는 '19년 1월 시행되었으며, 도의 문화콘텐츠산업 발전 기반 및 경쟁력 강화를 목적으로 제정
 - 제4조 기본계획의 수립시행과 제7조 창작자 및 제작자 지원, 제8조 창업의 지원 조항을 통해 문화콘텐츠 창·제작자에 대한 직접적 지원을 명시

- **제1조(목적)** 이 조례는 경상남도 문화콘텐츠산업 발전 기반 조성 **과 경쟁력 강화**를 위하여 문화콘텐츠산업의 육성 및 지원에 필요한 사항을 규정하여 도민의 삶의 질 향상과 지역경제 활성화에 이바지함을 목적으로 한다.
- **제4조(기본계획의 수립·시행 등)** ① 경상남도지사는 문화콘텐츠산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화하기 위하여 경상남도 문화콘텐츠산업 육성 기본계획을 5년마다 수립·시행하여야 한다.
 - ② 기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.
 1. 문화콘텐츠산업 육성의 목표와 추진 방향
 2. 문화콘텐츠산업 발전 기반 조성 및 경쟁력 강화 방안
 3. 문화콘텐츠산업 육성을 위한 **재원 조달방안**
 4. 문화콘텐츠 신기술개발, **창작·제작 및 창업 지원에 관한 사항**
 5. 문화콘텐츠 **전문인력 양성에 관한 사항**
 6. 지역 문화예술과 문화콘텐츠산업 연계를 통한 문화관광산업 활성화 방안
 - ③ 도지사는 기본계획의 수립시행을 위하여 필요하면 관련 기관·단체 등의 의견을 듣거나 협조를 요청할 수 있다.
- **제7조(창작자 및 제작자 지원)** 도지사는 문화콘텐츠산업의 경쟁력을 강화하고 고품질 문화콘텐츠상품의 생산 활동을 촉진하기 위하여 **문화콘텐츠의 창작자 및 제작자에게 예산의 범위에서 필요한 경비를 지원**할 수 있다.
- **제8조(창업의 지원)** 도지사는 문화콘텐츠산업의 창업을 촉진하고 창업자의 창업 능력을 제고하기 위하여 **창업자금의 용자 등 예산의 범위에서 필요한 경비를 지원**할 수 있다.
- **제13조(문화콘텐츠 저변확대)** 도지사는 문화콘텐츠에 대한 인식의 제고와 정보 제공을 위하여 필요한 시설을 마련하고 **문화콘텐츠 체험 및 교육 프로그램을 운영**할 수 있다.

자료 : 자치법규정보시스템

□ 창업지원

- 「김해시 창업 지원에 관한 조례」는 시행 '20년 06월 시행되었으며, 지역의 창업문화를 확산시키고 체계적으로 지원하는 것을 목적으로 제정
 - 창업지원시설에 대한 정의와 창업자에 대한 구체적 예산 및 보조금 관련 지원내용을 규정하고 있는 것이 특징

- **제1조(목적)** 이 조례는 지역의 창업문화를 확산시키고, 종합적이고 체계적으로 창업을 지원하는데 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.
- **제3조(창업지원시설 설치 및 운영)** ① “창업지원시설”이란 창업자를 위한 창업교육을 실시하고, 창업공간을 지원하는 시설을 말한다.
 ② 시장은 창업 지원을 위해 다음 각 호의 사업을 수행하는 창업지원시설을 설치·운영할 수 있다.
 1. 창업 공간지원
 2. 창업 지원을 위한 교육 및 상담
 3. 그 밖에 창업을 위한 교육 및 상담
 - ③ 시장은 창업지원시설의 설치·운영에 필요한 행정적, 재정적 지원을 할 수 있다.
- **제5조(지원)** 시장은 창업자의 성공적인 창업과 설비투자 촉진을 위해 다음 각 호 사항에 대해 예산의 범위에서 보조금을 지원할 수 있다.
 1. 예비창업자를 위한 기술·경영·디자인 지원사항
 2. 시제품제작 및 시설자금 지원사항
 3. 제품 홍보·마케팅 지원사항
 4. 창업보육센터, 창업박람회, 창업동아리 등에 참여하는 기업지원
 5. 창업기업 신규 고용인력 보조금 지원사업
 6. 기타 창업과 관련하여 시장이 필요하다고 인정하는 사항

자료 : 자치법규정보시스템

- 「양산시 창업기업 지원에 관한 조례」는 '17년 08월 시행되었으며, 중소기업기본법에 그 기반을 두고 제정된 형태

- **제1조(목적)** 이 조례는 「지방자치법」 제9조 및 「중소기업기본법」 제3조에 따라 중소기업 창업의 촉진과 성공가능성을 높여 지역경제 발전 및 경쟁력 강화를 도모하기 위한 **창업 지원에 필요한 사항을 규정함**을 목적으로 한다.
- **제4조(사업 추진 및 지원)** 시장은 창업자 및 예비창업자의 성공적인 창업을 위해 다음 각 호의 사업을 추진하거나 예산의 범위에서 지원할 수 있다.

1. 창업지원센터의 설치·운영

2. 창업 공간제공 및 지원

3. 창업보육센터 지원

4. 신제품(시제품) 개발 및 홍보·마케팅 지원

5. 창업 교육(컨설팅) 지원 및 정보제공

6. 그 밖에 창업과 관련하여 시장이 필요하다고 인정하는 사항

○ 제6조(창업지원센터 지원) 시장은 창업지원센터의 원활한 운영을 위하여 다음 각 호의 사항을 예산의 범위에서 지원할 수 있다.

1. 창업지원센터 기본시설 및 장비

2. 창업지원센터 운영비

3. 그 밖에 창업지원센터 운영과 관련하여 시장이 필요하다고 인정하는 사항

자료 : 자치법규정보시스템

□ 청년의 일자리 창출 및 창업 지원사업

- '19년 9월 시행된 경상남도 청년 기본 조례는 청년에 대한 정의, 청년 기본 삶의 보장, 권리 보호를 명시
 - 또한, 청년의 능력 개발, 문화예술 활성화를 위한 창작 활동 지원 등 삶의 질 향상에 대한 전반적 분야를 지원

- **제1조(목적)** 이 조례는 지역사회의 다양한 분야에서 경상남도 청년의 능동적인 사회 참여기회를 보장하고, 자립기반 형성을 통해 청년의 권익증진 발전에 기여함을 목적으로 한다.
- **제3조(용어의 정의)** 이 조례에서 "청년"이란 **15세 이상 34세 이하인 사람**을 말한다.
- **제6조(청년정책에 관한 기본계획)** ① 도지사는 청년정책에 관한 기본계획을 5년마다 수립하고 이를 시행하여야 한다.
 - ② 제1항의 기본계획은 다음 각 호의 내용이 포함되어야 한다.
 1. 청년정책의 기본방향 및 추진목표
 2. 청년정책에 관한 주요사항
 3. 지역사회의 다양한 분야에서 청년의 참여 확대
 - 4. 청년의 능력 등의 개발**
 - 5. 청년의 고용 촉진 및 일자리 질 향상**
 6. 청년의 생활안정 및 부채경감 지원
 - 7. 청년 문화의 활성화 및 문화공간 마련**
 8. 청년의 권리 보호
 9. 청년의 주거안정 및 주거 수준 향상
 10. 그 밖에 필요하다고 인정되는 정책 분야
 - 11. 청년 정책의 추진을 위한 자원 조달 방안 및 지원체계**
 - ③ 도지사는 기본계획을 수립·시행할 때에 **경상남도의 주요정책과 연계되도록** 하여야 한다.
- **제12조(청년의 고용확대 등)** ① 도지사는 관계법령에 따라 청년고용을 확대하고 일자리의 질을 향상시키기 위한 대책을 수립·시행하여야 한다.
 - ④ 도지사는 **청년창업을 육성하기 위해 어려운 창업환경 개선과 안정적인 기반 조성**을 위한 지원 대책을 강구하여야 한다.
- **제14조(청년 문화의 활성화 등)** 도지사는 청년의 문화예술 활동을 활성화하기 위하여 **청년 문화예술인의 창작 활동을 지원**하고 청년의 문화예술 향유 기회를 확대하기 위해 노력하여야 한다.

자료 : 자치법규정보시스템

- 「경상남도 청년 기본 조례」 이후 「경상남도 청년 일자리 창출 촉진에 관한 조례」를 '19년 12월에 시행

- **제1조(목적)** 이 조례는 「고용정책 기본법」과 「청년고용촉진 특별법」에 따라 청년 미취업자의 고용을 촉진하고 일자리 창출을 지원하여 사회참여와 노동소득 기회를 제공함으로써 지속적인 경제발전과 지역사회 안정에 이바지함을 목적으로 한다.
- **제2조(정의)** 이 조례에서 "청년"이란 **15세 이상 34세 이하인 사람**을 말한다.
- **제4조의2(일자리창출사업 등 추진)** ① 도지사는 청년 일자리 창출 및 고용촉진을 위하여 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다.
 1. 기업에 대한 **채용장려금 지원사업**
 2. 기업체 고용환경개선 지원사업
 3. 청년에 대한 **취업보조금 및 구직활동비 지원사업**
 4. 청년 취업상담 등 고용지원 서비스 사업
 5. 청년 교육훈련 등 인력양성 지원사업
 6. 청년 취업지원 관련 행사
 ② 도지사는 청년일자리 사업의 효율적인 추진을 위하여 제1항 각 호의 사업을 관련 기관 및 단체 등에 위탁하건 대행하게 할 수 있다.
 ③ 도지사는 제1항 각 호의 사업을 수행하는 기관 및 단체 등에 예산의 범위에서 경비의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

자료 : 자치법규정보시스템

- 경남도의 청년 기본 조례와 청년 일자리 창출 촉진 조례에 따라 각 시·군에서도 관련 조례를 제정
 - 18개 시·군 중 조례를 지정한 지자체는 15개이며, 청년 범위에 대한 정의는 시·군별로 상이
 - 지원내용은 크게 창업환경 개선 및 기반 조성 등 창업 간접지원과 사업화 창업자금·고용장려금 등 직접적 자금 지원, 청년문화 형성 및 활성화 등 문화예술인 창작 활동의 3가지 지원으로 분류

<표 3-8> 경남 15개 시·군 창업 및 창작활동 지원 조례

지역	조례명	지원 내용
거제시	거제시 청년 기본 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ (청년) 만15세 이상 39세 이하 ○ 청년문화 형성을 위한 문화예술인 창작활동 지원 ○ 청년의 창업환경 개선, 안정적인 창업기반 조성
	거제시 청년일자리 창출 촉진 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ 청년 창업육성 및 지원을 통한 청년일자리 창출 사업 ○ 새로운 청년일자리 모델 발굴 및 육성사업 ○ 청년일자리 창출과 고용촉진에 기여한 기업체, 법인 등에 대한 지원사업
거창군	거창군 청년발전 기본 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ (청년) 만19세 이상 45세 이하 ○ 창의적 청년문화 형성을 위한 문화예술인 창작활동 지원 및 청년의 문화예술 향유기반 확대 ○ 청년창업 육성을 위한 창업환경 개선, 안정적인 창업기반 조성 및 시행 ○ 청년고용의 확대를 위한 창업지원금 지급 등 창업 활성화 방안 시행
고성군	고성군 청년 기본 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ (청년) 만19세 이상 39세 이하 ○ 청년창업 육성을 위한 창업환경 개선, 안정적인 창업기반 조성 ○ 청년문화·예술인 발굴 및 육성, 창작활동지원 사업
	고성군 청년 일자리 창출 촉진 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제8조(청년 창업지원사업) 창업 관련 전문가 컨설팅, 마케팅, 교육 지원 등 창업능력개발 사업, 사무실 내부수선비 등 사업화 창업 자금, 창업기업 청년인턴 채용 지원 등
김해시	김해시 청년 기본 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ (청년) 만15세 이상 39세 이하 ○ 제15조(청년정책 사업지원) 제3항 청년의 고용 확대 및 창업지원
	김해시 청년일자리 창출 촉진 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ 청년 창업육성 및 지원을 통한 청년일자리 창출 사업 ○ 새로운 청년일자리 모델 발굴 및 육성사업
남해군	남해군 청년 기본 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ (청년) 만19세 이상 45세 이하 ○ 청년문화의 활성화 및 문화공간 마련 ○ 청년의 고용 확대, 일자리 창출 및 창업지원
	남해시 청년 일자리 창출 촉진 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ 청년 창업지원 사업 ○ 새로운 청년 일자리 모델 발굴 및 육성사업

밀양시	밀양시 청년 기본 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ (청년) 만18세 이상 39세 이하 ○ 청년창업을 육성하기 위한 창업환경 개선 및 안정적인 창업기반 조성 대책 마련 ○ 창의적 청년문화 형성을 위한 문화예술인 창작활동 지원 및 청년의 문화·예술 향유기반 확대
사천시	사천시 청년 기본 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ (청년) 만18세 이상 39세 이하 ○ 청년창업을 육성하기 위한 창업환경 개선 및 안정적인 창업기반 조성 대책 마련 ○ 창의적 청년문화 형성을 위한 문화예술인 창작활동 지원 및 청년의 문화·예술 향유기반 확대
산청군	산청군 청년 기본 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ (청년) 만19세 이상 39세 이하 ○ 청년문화 활성화를 위한 행정·재정적 지원
양산시	양산시 청년 기본 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ (청년) 만19세 이상 34세 이하 ○ 청년의 고용 확대 및 창업지원에 대한 예산지원
진주시	진주시 청년 기본 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ (청년) 만19세 이상 34세 이하 ○ 지역특성에 맞는 청년창업 활성화를 위한 청년창업가 발굴·육성은 물론 창업환경을 조성하기 위한 지원책 마련
창원시	창원시 청년 기본 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ (청년) 만19세 이상 34세 이하 ○ 지역특성에 맞는 청년창업 활성화를 위한 청년창업가 발굴·육성은 물론 창업환경을 조성하기 위한 지원책 마련 ○ 청년의 취·창업 등 일자리 진입 지원을 위한 시의 정책개선 및 혁신사업 실행
통영시	통영시 청년 기본 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ (청년) 만18세 이상 39세 이하 ○ 청년창업을 육성하기 위한 창업환경 개선 및 안정적인 창업기반 조성 대책 마련 ○ 창의적 청년문화 형성을 위한 문화예술인 창작활동 지원 및 청년의 문화·예술 향유기반 확대
하동군	하동군 청년일자리 창출 촉진 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ 새로운 청년일자리 모델 발굴 및 육성사업
함안군	함안군 청년 기본 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ (청년) 만19세 이상 39세 이하 ○ 청년창업을 육성하기 위한 창업환경 개선 및 안정적인 창업기반 조성 대책 마련 ○ 창의적 청년문화 형성을 위한 문화예술인 창작활동 지원 및 청년의 문화·예술 향유기반 확대
함양군	함양군 청년 기본 조례	<ul style="list-style-type: none"> ○ (청년) 만19세 이상 39세 이하 ○ 고용장려금, 창업지원금 지급 등 취업 활성화 방안 실행 ○ 청년창업을 육성하기 위한 창업환경 개선 및 안정적인 창업기반 조성 대책 마련 ○ 창의적 청년문화 형성을 위한 문화예술인 창작활동 지원 및 청년의 문화·예술 향유기반 확대

자료 : 자치법규정보시스템

주) 의령, 창녕, 합천군은 해당 사항 없음

다. 지원예산

□ 문화콘텐츠 및 창업 관련 예산

- 경남도의 '21년 '문화 및 관광' 분야 예산액은 3,522억 원으로 전년도 3,083억 원 대비 14.2% 증가하였으나, 대부분 문화예술 및 관광에서 증가
- 산업 및 중소기업 등 분야에서는 스타트업의 청년채용 연계사업 및 창업 관련 펀드, 중소기업 지원 자금 등 분야에 320억 원 배정

<표 3-9> 경상남도 2021년 문화·관광 예산

분야	주요사업명	'21 예산	비고
문화 및 관광	○ 관광지 및 문화관광자원 개발(전환)	297	-
	○ 경남예술인 창작활동 준비금 지원	1	-
	○ 동남아트센터 조성	3	신규
	○ 경남 콘텐츠 기업육성센터 운영	10	-
	○ 동남전시장 부지 및 건물 매입(CKL)	12	-
	○ 경남 관광재단 운영	13	-
	○ 가야유적 실감콘텐츠 체험 시스템 구축	30	-
산업·중소기업·에너지, 과학기술	○ 시·군 주도 청년 일자리 사업	68	-
	○ 경남 스타트업 청년채용 연계사업	42	-
	○ 경남 창업투자펀드 조성	10	-
	○ 동남권 뉴딜 혁신 창업지원 펀드 조성	5	신규
	○ 중소기업육성자금 이차보전금 지원	190	-
	○ 중소기업 매출채권 보험료 지원	5	신규

자료 : 경상남도 2021년 예산안 및 시정연설문

3.2.2 예비산업 인력

- (예비인력 자원) 예비 문화콘텐츠 산업 종사자, 창작자·창업자, 연구인력을 의미하며, 현재 경남 도내 관련 특성화고교, 전문대학/대학교/대학원 재학생 현황을 조사
- (지원 인프라) 2.5.2 창업 지원사업의 지원을 통해 운영 중인 도내 창업·창직·창작 지원기관

가. 문화콘텐츠 예비인력

□ 특성화 고등학교

- 문화콘텐츠 산업 분야와 관련된 학과를 보유한 특성화고교는 총 7개교이며, 재학생 수는 449명으로 조사
 - 모두 디지털 기술이 접목되는 융합콘텐츠 학과이며, 특히 경남전자고등학교 스마트게임과는 도내 유일 게임학과

<표 3-10> 경남 도내 특화콘텐츠 관련 특성화고교('20)

학교명	지역/유형	학과명	학생 수 (1/2/3학년)	관련 교과목
경남예술고등학교	진주 /특수목적고	애니메이션과	69 (25/23/21)	미술이론, 만화창작, 스토리보드, 드로잉, 애니메이션 제작
경남정보고등학교	진주 /특성화고	디지털 콘텐츠과	37 (15/22/0)	3차원 디자인, 영상 촬영 및 편집, 드론 교육, 스마트 앱 콘텐츠 제작
경진고등학교	진주 /특성화고	산업 디자인과	53 (20/19/14)	시각디자인, 출판편집, 캐릭터디자인, 디자인 포트폴리오 제작, 웹툰
남해정보사업고등학교	남해 /특성화고	컴퓨터 디자인과	17 (0/9/8)	애니메이션 제작, 제품 디자인, 미디어 콘텐츠 실무, 시각디자인
경남전자고등학교	창원 /특성화고	스마트 게임과	46 (18/28/0)	전기회로, 디지털논리회로, 스마트문화앱콘텐츠 제작, 게임콘텐츠 유통·서비스 등
창원공업고등학교	창원 /특성화고	스마트영상 크리에이터과	40 (40/0/0)	영상 제작 기초, 컴퓨터 그래픽, 방송제작 시스템 운영, 방송콘텐츠 제작, 스마트 문화 앱 콘텐츠 제작
한일여자고등학교	김해 /특성화고	웹솔루션과	187 (61/62/64)	컴퓨터 그래픽, 영상 제작의 기초, 광고콘텐츠 제작

자료 : 학교알리미 홈페이지

나. 전문인력

□ 전문대학 및 대학(원)

- 문화콘텐츠 학과를 보유하고 있는 도내 전문대학 및 대학(원)은 7개교이며, 재학생 수는 916명으로 조사
- 교육부의 사회맞춤형 산학협력 선도전문대학 육성사업(Leaders in INdustry -university Cooperation+, LINC+)⁶⁾에는 4개 대학이 참여 중

<표 3-11> 경남 도내 특화콘텐츠 관련 전문대학 및 대학(원)('20)

학교명	지역/유형	학과명	추진사업	재학생	관련 교과목
국립 경남 과학기술 대학교	진주/대학(4년제)	텍스타일 디자인학과	LINC+ 인테리어 모델링 트랙	109	디자인 발상 기법, 텍스타일 가공 및 실험, 디자인 트렌드와 소재 기획, 컴퓨터 그래픽, 창의적 조형연구 등
경남대학교	창원/대학(4년제)	미디어 커뮤니케이션 학과	LINC+ 참여학과	197	방송영상의 이해, 융합콘텐츠 기획 제작, 광고기획 기초, 오디오 콘텐츠 제작, 디지털 사진 실습, 영상 제작 등
		문화콘텐츠 학과	LINC+ 참여학과	228	미디어 콘텐츠 창작, 디지털 영상 실기, 문화콘텐츠 기획, 콘텐츠 창작 스튜디오, 영상기획과 제작 기술, 콘텐츠 브랜딩 창조 실습 등
경상대학교 대학원	진주/대학(4년제)	문화콘텐츠 학과	-	24	문화콘텐츠론, 방송/음악/출판/게임/애니메이션/스포츠/축제/테마파크/광고/관광/공연예술과 문화콘텐츠, 영상 제작 실습, 문화콘텐츠 마케팅
인제대학교	김해/대학(4년제)	문화컨텐츠 전공	-	연계 전공	영상콘텐츠와 인문학, 스토리텔링과 콘텐츠, 영상기기의 활용과 연습, 영상 촬영, 편집의 이론과 실제, 영상콘텐츠 제작 실습 등
		시각 디자인과	-	27	컴퓨터 그래픽스, 편집 디자인, 시각정보 디자인, 디지털콘텐츠 디자인, 브랜딩 캡스톤 디자인 등
		영상	-	22	컴퓨터 그래픽스, 3D

6) LINC+ 사업 : 정부가 지역대학과 지역산업의 공생발전을 위해 다양한 산학협력 선도모형을 창출·확산하고, 지역 산업 발전에 필요한 우수 인재를 양성·공급하기 위해 추진하는 사업

		디자인과			캐릭터디자인, 2D/3D 애니메이션, 특수효과 디자인, 영상콘텐츠 캡스톤 디자인, 디지털 영상 디자인 등
		멀티미디어 학부	LINC+ 참여학과	148	3D 모션 콘텐츠 기초, 웹/모바일콘텐츠 기획 및 디자인, 영상과 사운드 디자인, 지역사회 콘텐츠 연구, 디지털콘텐츠 스튜디오 등
인제대학교 대학원	김해/대학(4년제)	융합문화 예술학	-	1	문화예술 기획, 문화예술과 디자인, 문화예술 콘텐츠 세미나 등
창신대학교	창원/대학(4년제)	미술 디자인학과	-	17	시각디자인 실습, 그래픽 디자인, 캐릭터 상품 디자인, 광고디자인, 편집 디자인, 브랜딩 등
창원대학교	창원/대학(4년제)	문화 테크노학과	LINC+ 참여학과	87	문화콘텐츠의 이해, 공연 콘텐츠 기획의 이해, 콘텐츠 기획과 스토리텔링, 디지털 영상처리, 융합콘텐츠 제작 실무 등
창원 문성대학교	창원/전문대학	디자인 콘텐츠 학부	-	56	웹툰, 그래픽 콘텐츠, 디지털콘텐츠, 미디어 영상 제작, 이미지 제작, 디지털 이펙트 등

자료 : 대학알리미 홈페이지

주) 재학생 수 및 관련 교과목 기준은 자료 조사 시점인 20년 9월 기준

3.2.3 창작 및 창업 지원 인프라

□ 메이커 스페이스(Maker Space)

- 중소벤처기업부에 등록된 경남 도내 메이커 스페이스는 총 11개소이며, 1개의 전문랩과 10개의 일반랩으로 구성
 - **(전문랩)** 창업연계형 전문 창작공간으로 제조 창업으로 이어질 수 있도록 지원하는 고도화된 창작지원 공간
 - **(일반랩)** 생활밀착형 창작 활동공간이며, 일반인들의 아이디어 구현 및 창의적 혁신역량을 축적하기 위한 교육·문화 공간
- ※ **(메이커 스페이스)** 아이디어 구현에 필요한 3D 프린터, 레이저 커터 등 다양한 장비를 갖춘 창작 활동공간으로 제조 창업의 저변을 확대하는 것이 목적

<표 3-12> 경상남도 메이커 스페이스 현황('20)

주관기관	메이커 스페이스	주요 분야	지역
(재)경남테크노파크	S-cube	테크놀로지, 디지털 패브리케이션	창원시
경남대학교 산학협력단	경남대학교 메이커스페이스	테크놀로지, 디지털 패브리케이션, 홈/데코	창원시
(재)경남창조경제혁신센터	경남창조경제혁신센터	테크놀로지, 디지털 패브리케이션, 크래프트/예술, 생활/홈데코	창원시
창원대학교	메이커아지트 펍랩 창원센터	테크놀로지, 디지털 패브리케이션, 탈것/모빌리티	창원시
진주교육대학교 산학협력단	진주교육대학교 CUE.Lab	테크놀로지, 크래프트/예술, 생활/홈데코	진주시
레이너스 메이커스(민간)	레이너스 메이커스	테크놀로지, 디지털 패브리케이션, 크래프트/예술, 생활/홈데코, 탈것/모빌리티	창원시
로보토리움(민간)	로보토리움	테크놀로지, 디지털 패브리케이션	창원시
영산대학교 산학협력단	영산대학교 공용장비지원센터	테크놀로지, 디지털 패브리케이션	양산시
인제대학교	인제대학교 메이커스페이스 드림팩토리센터	테크놀로지, 생활/홈데코 (3D프린터 활용 금속 및 의료용 부품 제작, 생활 밀착형 교육 등)	김해시
창원과학체험관	창원과학체험관 무한상상실	아이디어 등록, 교육 프로그램 운영, 장비 이용	창원시
경남발전연구원	청년일자리 프렌즈 FAB/LAB	3D 설계 및 프린팅	창원시

자료 : 메이커 스페이스 온라인 통합플랫폼

참고자료 3-3 [전문랩] S-Cube

○ 교육 및 체험 프로그램

구분	주요 내용/참여대상
교육	○ (장비 교육) 산업용 대형 3D프린터 - 전문메이커
	○ (장비 교육) 소형 3D프린터 - 일반 메이커
	○ (장비 교육) 레이저 마킹기 - 일반 메이커
체험	○ (목공예) 나무 접시 만들기 체험 - 목공 기초과정/ 일반 메이커
	○ (융합 프로젝트) 전등갓, 협탁 체험 - 레이저가공기/ 3D프린터, 디자인설계/ 일반 메이커
	○ (가죽공예) 카드지갑 만들기 - 레이저 마킹기 사용/일반 메이커
	○ (콘텐츠) 나만의 유튜브 콘텐츠 만들기 - 콘텐츠 제작/ 일반 메이커
	○ (도자기공예) 원데이 도자기공예 - 3D프린터 활용 도자기공예 체험/ 일반 메이커
	○ (금속공예) 금속공예 뱅글팔찌 만들기 - 일반 메이커
	○ (멀티커터기) 토퍼공예 - 토퍼공예/ 일반 메이커
	○ (레이저가공기) 장비체험 - 대형 레이저가공 장비체험/ 전문메이커

○ 구축 장비

※ 목공실/유튜브실/교육실 소속의 소기자재 별도

장비명/수량(개)	장비명/수량(개)
○ 캠코더(SONY HDR cx450)/ 2	○ 짐벌(WISEFIT s9p)/ 10
○ PC(i MAC Retina 5k)/ 1	○ 토퍼커터기(CAMEO4)/ 10
○ 노트북(LG 15ZG990-GP70KN)/ 20	○ 사출성형기(TB240S)/ 1
○ 대형 3D프린터(Objet30 V3)/ 2	○ 아두이노 키트 세트/ 15
○ 공예장비(DREMEL 3000)/ 10	○ 인두기(FX-888D, FA-400)/ 5
○ PCB Printer(VOLTERA)/ 1	○ 밀핀절단기(VEC-600G)/ 1
○ 드릴링&탭핑기(STD-430)/ 2	○ 연마기(HGS-52A)/ 1
○ 밀링(HMTH-1100 220/60)/ 1	○ MCT(SIRIUS 650)/ 1
○ 2축 범용 공작선반(HL-460X1000 220/60)/ 1	○ 진공성형기(508DT)/ 1
○ 레이저 마킹기(Cat-Fs 30W)/ 1	○ 레이저 가공기 중형(SPEEDY 360)/ 1
○ 레이저 가공기 대형(SPEEDY 400)/ 1	○ 데스크탑 절단기(GS-24)/ 2
○ 에코솔벤트 프린터(VG2-640)/ 1	○ 3D 스캐너(Matter and Form V2 3D)/ 2
○ 소형 3D프린터(LUGO es150)/ 40	○ 3D프린터(Form3)/ 3
○ 중형 3D프린터(Cross pro650)/ 3	

○ 운영시설

맹글존		상상세움 1, 2	
	○ (분류) 교육실		○ (분류) 상상세움 1, 2
	○ (용도) 강의		○ (용도) 강의공간, 장비 실습실 대여
유튜브실		목공실	
	○ (분류) 해봄터		○ (분류) 목공실
	○ (용도) 일반인 체험		○ (용도) 시제품제작

자료 : S-Cube 홈페이지

□ 창업보육센터(Business Incubator, BI)

- 경남 도내 창업보육센터는 '20년 기준 총 17개이며, 그 중 12개 창업보육센터는 도내 각 대학에서 운영 중

※ (창업보육센터) 기술과 아이디어는 있으나, 제반 창업 여건이 취약하여 사업화에 어려움을 겪고 있는 창업 초기기업(예비창업자)을 일정 기간 입주시켜 기술개발에 필요한 범용기기 및 사업장 제공, 기술 및 경영지도, 자금 지원 등 창업에 필요한 종합적인 지원을 통하여 창업 활성화 및 성공률을 높이기 위한 기업의 멘토 및 디딤돌 역할)

<표 3-13> 경상남도 창업보육센터 현황('20)

기관명	센터명	개소일
(재)진주바이오산업진흥원	(재)진주바이오산업진흥원 창업보육센터	2014-04-22
경남과학기술대학교	경남과학기술대학교창업보육센터	2001-06-29
경남대학교	경남대학교 창업보육관	1999-09-30
경남도립거창대학	경남도립거창대학디자인창업보육센터	2000-12-30
경상남도(경남창조경제혁신센터)	경상남도창업보육센터(GNBI)	2001-10-18
경상대학교	경상대창업보육센터	2000-04-20
동원과학기술대학교산학협력단	동원과학기술대학교창업보육센터	2000-11-17
(재)경남테크노파크	로봇창업보육센터	2015-05-13
마산대학교	마산대학교 창업지원센터	1999-12-14
부산대학교 밀양캠퍼스	부산대학교 밀양캠퍼스 창업보육센터	2003-04-30
한국세라믹기술원	세라믹스창업보육센터	2001-01-05
영산대학교	영산대학교그린창업보육센터	2000-02-10
인제대학교	인제대김해창업보육센터	2001-03-23
창원대학교	창원대학교 창업보육센터	2000-03-14
창원문성대학교	창원문성대학교 창업지원단 창업보육센터	1999-11-10
한국국제대학교	한국국제대학교 창업보육센터	1998-12-01
한국전기연구원	한국전기연구원창업보육센터	2001-07-10

자료 : 창업보육네트워크시스템 홈페이지

7) 중소벤처기업부 창업보육센터 네트워크시스템(www.bi.go.kr/incubate/bi/view.do)

□ **경남 청년창업사관학교**

- 중소벤처기업부 지원의 청년창업사관학교는 창원시에 위치하고 있으며, 1기수 당 평균적으로 60명의 정원을 모집

※ **(청년창업사관학교)** 중소벤처기업부에서 우수기술을 보유한 청년창업자를 발굴하여 사업 계획 수립부터 사업화까지 창업의 전 과정을 지원하는 사업으로 만 39세 이하이면서 고용 및 부가가치 창출이 높은 기술집약 업종을 지원

<표 3-14> 청년창업사관학교 지원내용

구분	지원 내용
사업화지원	○ (정부지원금) 한도 최대 1억 원 이내(총 사업비의 70% 이하) - 시제품 제작비, 기술정보활동비, 지재권 취득비, 마케팅비, 기술개발비로 사용
	○ (창업 인프라) 사업화에 필요한 창업공간, 제품개발 장비 등 - 사무공간 : 청년창업사관학교 內 창업 준비공간 제공 - 제품제작 관련 장비 : 3D 프린터, RP 머신, 가공기 등
	○ (기술지원) 3차원 측정 및 제품 설계, 시제품 제작 등
	○ (판로개척 및 해외진출) 국내외 전시회 참가, 글로벌 멘토링, 해외 IR 및 펀딩
후속연계 지원	○ 졸업 후 5년간 연계지원(창업 7년 미만) - 성공 창업지원을 위해 정책자금, 마케팅·판로, 기술개발, 글로벌 진출, 투자유치 등 후속연계 지원

자료 : 중소벤처기업부 창업진흥원 홈페이지

□ **1인 창조기업 지원센터**

- 중소벤처기업부의 시설·공간, 경영·사업화 지원사업으로 운영하는 1인 창조기업 지원센터는 도내에 창원시에 2개, 김해시에 1개 위치

- 민간기업인 ‘스타트업파트너스(주)’는 2018년 경남에서 최초로 중소벤처기업부로부터 투자연계형 전문 액셀러레이터 등록 승인을 취득

※ **(1인 창조기업 지원센터)** 「1인 창조기업 육성에 관한 법률」 제2조에 해당하는 1인 창조기업 또는 예비 1인 창조기업(예비창업자)을 대상으로 사무공간 및 경영·사업화 등 지원

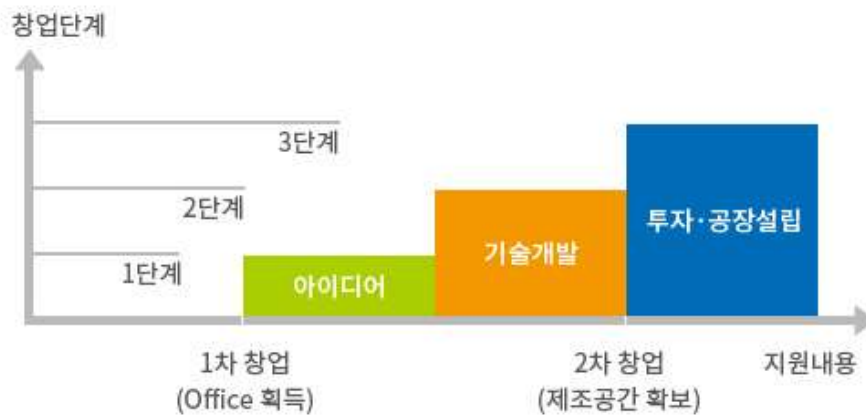
<표 3-15> 경상남도 1인 창조기업 지원센터 현황('20)

지원센터명(유형)	주관기관(협력기관)	지역
경남(민간)	스타트업파트너스(주)	창원시
김해시(공공)	김해산업진흥·의생명융합재단	김해시
창원시(공공)	창원시(경남대학교 산학협력단, 창업산업진흥원)	창원시

자료 : 중소벤처기업부 창업진흥원 홈페이지

□ 기타 지원센터

- 그 외 청년 창업지원 기능을 가지는 시설은 (사)경남창원산학융합원에서 ‘창원국가산단 청년기술창업 특성화 사업’으로 운영하는 창업지원 플랫폼 ‘이룸터’가 있는 것으로 조사
- **(주요사업)** 창업지원 대상자 발굴, 창업교육, 창업공간 및 시제품제작, 사업화 지원, 2차 창업을 위한 제조공장 확보 지원



자료 : 창업지원플랫폼 이룸터 홈페이지

[그림 3-4] 한국산업단지 공단과 연계한 제조공장 임대 지원

3.3 콘텐츠산업 지원 거점기관 현황

3.3.1 총괄 기관

□ (재)경남문화예술진흥원

- 지역 문화 공공서비스 기관으로 도민과 문화예술인에게 문화 행정, 지역 문화콘텐츠산업 육성, 참여 활동 등을 총괄 지원하는 기관
- (주요 사업) 지역 문화, 예술진흥, 예술인 복지, 문화예술 교육, 콘텐츠산업 육성, 음악·영상 산업, 차세대문화산업, 도민행복경영

<표 3-16> (재)경남문화예술진흥원 '20~'21년도 목표 및 업무계획

구분	정책 목표	이행과제
2020년	문화로 행복한 도민 콘텐츠로 도약하는 경남	○ 도민의 삶에 더 가까운 지역문화 활성화
		○ 맞춤형 예술지원으로 지속가능한 창작환경 조성
		○ 예술인 복지지원 확대 및 창작역량 제고
		○ 즐기는 생애주기별 문화예술교육 확산
		○ 경남 콘텐츠산업육성 생태계 조성
		○ 음악·영상산업 성장기반 강화
		○ 차세대 콘텐츠산업 기반조성 및 창작 활성화
2021년	누구나 누리는 문화예술 콘텐츠로 풍요로운 경남	○ 지속가능한 사회적 가치 경영체계 구축
		○ 일상 속 누구나 함께하는 문화예술
		○ 예술현장 중심 창작활동 지원
		○ 경남 예술인 맞춤형 복지지원 확립
		○ 주민참여형 문화예술교육 실현 및 협력체계 구축
		○ 기술융합 고도화 지원을 통한 선도기업 육성
		○ 지역 기반 음악·영상산업 육성 및 다양성 증진
		○ 창작·창업문화 활성화를 위한 기반시설 운영 고도화
○ 도민 행복 중심의 경영체계 정착		

자료 : (재)경남문화예술진흥원 홈페이지(www.gcaf.or.kr)

- 현재 경남문화예술진흥원은 수행업무의 기능·성격에 따라 3본부 10팀으로 구성
 - 진흥원에서 콘텐츠산업에 종사 중인 내부직원은 총 27명(1본부장, 1센터장, 2팀장, 23팀원)



자료 : (재)경남문화예술진흥원 홈페이지

[그림 3-5] 경남문화예술진흥원 조직도

3.3.2 콘텐츠산업 육성 지원사업

□ (차세대문화산업팀) 차세대문화산업

- 창작·향유 문화 조성, 콘텐츠개발 및 사업화 지원을 통해 문화 콘텐츠산업의 창업생태계 조성을 추진

<표 3-17> (재)경남문화예술진흥원 차세대문화산업팀 주요 업무

사업명	추진 내용
경남콘텐츠코리아랩	<ul style="list-style-type: none"> ○ (아이디어 발굴) 공모전, 해커톤 ○ (창작교육) 별별창작소, 융복합 발전소 ○ (콘텐츠개발 사업화 지원) 스타트업 인큐베이팅, 고도화 지원사업, 창작자 레벨업 지원 ○ (홍보·네트워킹) NEXT CONTENTS '경남 X', 지역연계-협력 사업 ○ (창작·창업문화 활성화) 콘텐츠 Talk 콘서트, 입주창작자 모집, 창작 모임 지원사업
경남 웹툰캠퍼스	<ul style="list-style-type: none"> ○ (교육) 만화분야 표준계약서 교육 ○ (창작 지원) 웹툰작가 창작 지원, 우수웹툰 출판, 굿즈 제작지원 ○ (홍보·네트워킹) 마케팅, 웹툰 페스티벌, 웹툰 공모전 등
경남 저작권서비스센터	<ul style="list-style-type: none"> ○ (컨설팅) 저작권 상담, 저작권 산업현장 서비스, SW 자산관리 컨설팅 ○ (지원사업) 저작권 교육, 저작권 육성지원
경남 e스포츠 활성화 지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경남도민을 대상으로 건전한 게임문화 정착을 위한 e스포츠 저변 확대 사업 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 대통령배 아마추어 e스포츠대회 경남지역 대표선발전 및 전국결선, 경남 가족 e스포츠대회 운영
청년 1인 크리에이터 양성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 웹 영상 분야 콘텐츠 창작자 발굴·육성을 위해 단계별 교육 실시

자료 : (재)경남문화예술진흥원 홈페이지

□ (콘텐츠기업지원센터) 콘텐츠산업육성

- ‘콘텐츠기업지원센터’를 중심으로 경남 콘텐츠산업을 견인할 선도기업 육성하기 위해 콘텐츠와 도내 주력산업의 융합 추진 등 고도화 지원

<표 3-18> (재)경남문화예술진흥원 콘텐츠기업지원센터 주요 업무

사업명	추진 내용
경남콘텐츠기업지원센터	<ul style="list-style-type: none"> ○ (아이디어 발굴) 김해시 실감콘텐츠 해커톤 대회 ○ (제작 지원) 경남형 제작지원 사업 ○ (사업화) 콘텐츠 서바이벌 지원사업, 비즈니스 데이 '콘칩' ○ (홍보·네트워킹) 경남콘텐츠페스티벌, 채용박람회, 글로벌 마케팅
지역 특화 콘텐츠 개발 지원사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 도내 콘텐츠 분야 사업을 수행 중인 콘텐츠 기업 대상으로 역내 소비한계를 뛰어넘는 대중적 콘텐츠 발굴, 신시장 판로개척 등을 시도

자료 : (재)경남문화예술진흥원 홈페이지

□ (콘텐츠진흥팀) 음악·영상 산업 활성화 지원

- 대중·음악산업과 영화·영상 산업 맞춤형 지원을 통해 지역 기반 음악·영상 산업의 자생력 강화를 목표화

<표 3-19> (재)경남문화예술진흥원 콘텐츠진흥팀 주요 업무

사업명	추진 내용
경남 음악창작소	<ul style="list-style-type: none"> ○ (제작 지원) 쇼케이스 지원, 공연 지원, 음반제작 지원, 영상콘텐츠 제작 지원 ○ (교육 지원) 대중음악 아카데미 ○ (기타) 스튜디오 시설 대관, 네트워킹 등
문화대장간 풀무	<ul style="list-style-type: none"> ○ (창작실 운영) 영상영화 콘텐츠창작자 대상 편집/창작공간 지원 ○ (워크숍) 기업주-산업단지공단-도청 관계자 대상 ○ (동호회 활동) 생활 문예 동호회 지원, 문화학교 운영, 갤러리 운영
로케이션 인센티브 지원사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경남도내 촬영을 계획하는 영화, 드라마 제작사를 대상으로 도내 소비액 일부 환급 지원
경남독립영화제작 지원사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 도내 거주 1년 이상 감독 및 영상물 제작사를 기반으로 필름 및 비디오 유형 독립 장단편 극영화/다큐멘터리 제작 지원
경남 영화영상 활성화 지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ 도내 영화·영상문화 관련 단체/사업자를 대상으로 영화제, 홍보·마케팅을 지원
찾아가는 영화상영회	<ul style="list-style-type: none"> ○ 도내 문화 소외지역 및 계층 대상의 순회 영화상영회 지원
청년 영화교육(주민참여)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경남 청년을 대상으로 영화교육 및 제작 지원, 커뮤니티/워크숍을 지원하여 지역 영화 전문가를 양성하고자 하는 사업
경남 출판 활성화 지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경남문화예술진흥원 자체 사업으로 지역 출판산업 콘텐츠 발굴 및 활성화를 위해 북콘서트, 출간기념회, 도서박람회 등 행사 지원

자료 : (재)경남문화예술진흥원 홈페이지

3.4 주요 이용자 대상 설문조사

3.4.1 설문조사 수행

가. 조사 개요

- **(수행 목적)** 주 이용대상(수요자)의 의견 반영을 기반으로 경남콘텐츠코리아랩 특화 프로그램의 구성 및 내용, 수요 시간대, 진행 방법 등을 고려
- **(조사 기간)** 14일
- **(수행방법)** 홍보 배너의 QR 코드와 설문조사 시스템이 연계되는 비대면 온라인 조사
 - 설문조사 문항은 창업에 대한 참고문헌⁸⁾을 토대로 1차 안을 작성 후 창업 및 경영, 콘텐츠 분야 전문가로 구성된 전문가 자문위원회를 통해 전체 피드백, 그 후 2차 수정안으로 서면 피드백으로 진행



[그림 3-6] 설문조사 홍보 배너 - (좌)대학생, (우)고교생

- **(조사 내용)** 도내 콘텐츠산업 창작자 및 예비창업자의 창업 인식현황과 지원 프로그램에 대한 이용 의향, 선호하는 세부 콘텐츠 등

8) 출처 : ①한국고용정보원(2012), 대학생 창업활동 및 창업지원제도 현황 분석, ②한국청소년정책연구원(2015), 청소년 기업가정신 함양 및 창업 활성화 방안연구, ③안양시(2016), 청년창업활성화 방안 연구

나. 조사 대상 선정근거

□ 경남 인구분포 특성

- (학생 인구) 학생 인구수 전국 3위로 총인구와 비례해 보이나, 학생 인구 비율로 계산했을 때 경남보다 총인구가 높은 지역보다 월등히 높은 편
- 또 총인구가 높은 지역들의 경우 경남과 경기를 제외하고 학생 인구 비율은 역순으로 진행
- ※ (학생) 교육부에서 관리하는 유치원, 초등학교, 중학교, 고등학교까지의 연령대

<표 3-20> 17개 지자체 총인구 대비 학생 인구수 및 비율

시도별	총 인구(명) ¹⁾	인구 순위	학생 수(명) ²⁾	학생 인구 비율	학생 인구 순위
경기도	13,239,666	1	1,654,052	7	1
서울특별시	9,729,107	2	925,108	17	2
부산광역시	3,413,841	3	347,249	16	5
경상남도	3,362,553	4	421,377	6	3
인천광역시	2,957,026	5	348,818	11	4
경상북도	2,665,836	6	297,720	13	6
대구광역시	2,438,031	7	289,209	10	7
충청남도	2,123,709	8	262,955	8	8
전라남도	1,868,745	9	207,442	14	10
전라북도	1,818,917	10	219,362	9	9
충청북도	1,600,007	11	186,582	12	13
강원도	1,541,502	12	168,420	15	14
대전광역시	1,474,807	13	186,900	5	12
광주광역시	1,456,168	14	201,115	2	11
울산광역시	1,148,019	15	148,580	3	15
제주특별자치도	670,989	16	86,083	4	16
세종특별자치시	340,575	17	59,042	1	17
계	51,849,861	-	6,010,014	-	-

주 1) 자료 : 행정안전부(2020), 2020년도 지방자치단체 행정구역 및 인구 현황(2019.12.31. 기준)

2) 자료 : 교육부(2020), 2020년 교육기본통계 주요내용(2020년 기준)

3.4.2 수요조사 결과

가. 고교생(총 150명 답변)

향후 콘텐츠 분야 창업 고려 여부

- **(창업)** 나의 창의적 아이디어를 현실화하여 사업을 시작하는 것으로 자신의 회사를 차려 스스로 사업을 일구는 과정
- **(창업교육)** 예비창업자로 갖추어야 할 경영 지식, 가치관, 태도 등을 함양하기 위한 교육을 의미하며, 창업이론 교육, 창업아이템 구현 실습교육 등으로 구성

- 특화고 학생들이 향후 진로에 대해 창업 쪽으로 고려는 하고 있는지, 관심이 있다면 어떤 이유 때문이며, 없다면 어떤 이유가 가장 큰 걸림돌인지 기본적인 인식에 대해 조사

- **(문항 1)** 미래 본인이 직업을 택할 때 현재 전공(콘텐츠 분야)과 관련된 창업을 생각하고 있습니까?

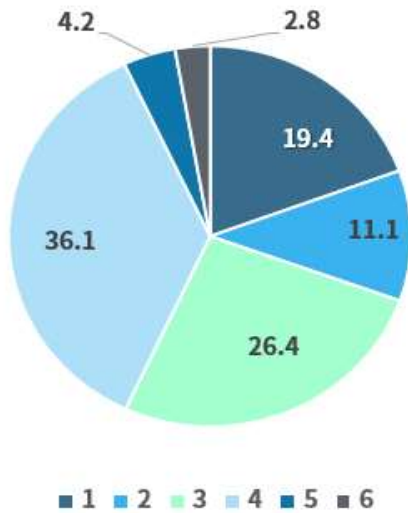
- 72명(48%)이 ‘예’, 78명(52%)이 ‘아니오’라고 대답

(1) 향후 콘텐츠 분야의 창업 고려 여부



[그림 3-7] 경남 특화고 학생들의 창업인식 답변

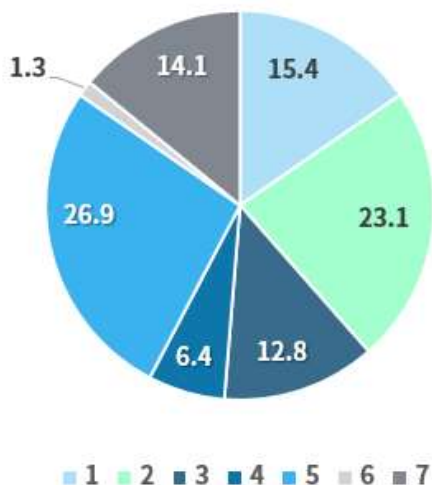
- (문항 1-1) 전공과 관련된 창업을 생각하는 가장 큰 이유는 다음 중 무엇입니까?
· ‘나의 아이디어·아이템을 지금까지 배운 교육을 통해 사업으로 실현하고 싶어서’가 36.1%로 선정



- ① 내 성격과 회사 생활은 잘 맞지 않을 것 같아서 - 19.4%
- ② 앞으로 콘텐츠산업의 장래가 밝아보여서 - 11.1%
- ③ 내가 가진 능력을 마음껏 발휘함에 따라 돈을 많이 벌 수 있을 것 같아서 - 26.4%
- ④ 나의 아이디어·아이템을 지금까지 배운 교육을 통해 사업으로 실현하고 싶어서 - 36.1%
- ⑤ 직장생활에 비해 자유로워 보여서 - 4.2%
- ⑥ 기타 - 2.8%

[그림 3-8] 경남 특화고 학생들의 콘텐츠 분야 창업 사유

- (문항 1-2) 창업을 생각하지 않는 가장 큰 이유는 다음 중 무엇입니까?
· ‘창업 실패 시 자금 등 감당하기 어려울 것 같아서’가 26.9%로 1위, ‘콘텐츠 관련 창업아이템이 떠오르지 않아서’가 23.1%로 2위를 차지



- ① 나에게 리더십과 도전의식이 부족한 것 같아서 - 15.4%
- ② 콘텐츠와 관련된 창업 아이템이 잘 떠오르지 않아서 - 23.1%
- ③ 창업준비 과정과 절차들이 너무 복잡해 보여서 - 12.8%
- ④ 콘텐츠 분야에서는 창업을 통해 성공하기 어려울 것 같아서 - 6.4%
- ⑤ 창업에 실패한다면 자금 등 감당하기 어려울 것 같아서 - 26.9%
- ⑥ 창업에 대한 주위의 인식이 좋지 않아서 - 1.3%
- ⑦ 기타(딱히 맞지않아서, 관심이 없어서 등) - 14.1%

[그림 3-9] 경남 특화고 학생들의 콘텐츠 분야 창업을 고려하지 않는 사유

□ 창업 관련 공통 인식조사

○ 창업을 고려하지 않는 학생과 고려하는 학생 모두를 대상으로 기본적으로 창업에 대해 어떻게 생각하는지 공통 인식을 조사

- (문항 2) 각 보기에 대해 어떻게 생각합니까? 각각의 내용에 대해 자신의 생각과 일치하는 번호를 체크해 주십시오

※ 매우 아니다/아니다/보통이다/그렇다/매우 그렇다에 각각 표시하도록 하였으며, '그렇다'와 '매우 그렇다'에 체크한 답변만을 계산

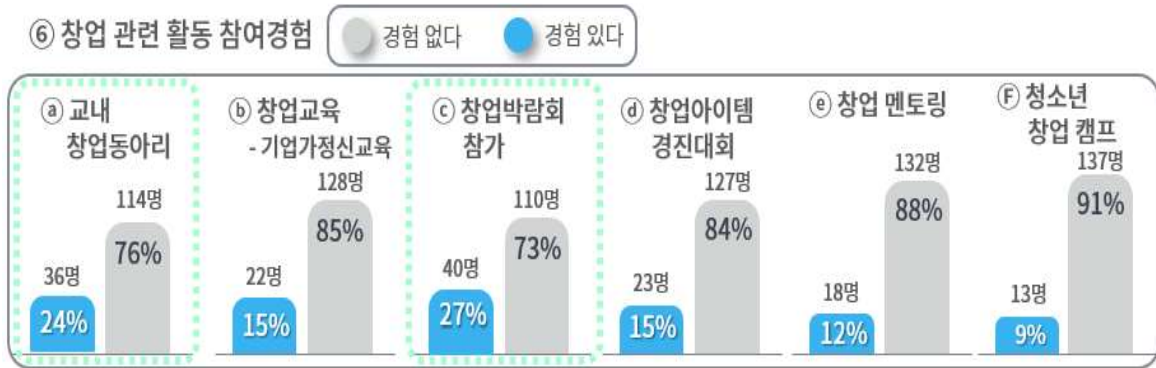
- ① 나는 창업에 관심이 많다 - 28.7%
- ② 나는 창업으로 성공한 사람이 부럽다 - 60.0%
- ③ 나는 창업을 하면 잘 운영할 자신이 있다 - 24.0%
- ④ 나는 창업으로 성공할 수 있는 열정이 있다 - 29.3%
- ⑤ 기발한 아이디어만 있으면 창업은 가능하다 - 54.7%



[그림 3-10] 경남 특화고 학생들의 창업 인식

○ 고등학생이 경험할 수 있는 창업 관련 활동 중 참여경험이 있는 것에 모두 체크를 하도록 하고, 참여한 프로그램 중 가장 만족한 프로그램과 그 이유에 대해 질의

- (문항 4) 다음 창업 관련 활동 중 참여경험이 있는 것은 모두 체크하여 주십시오



[그림 3-11] 경남 특화고 학생들의 창업 관련 활동 참여경험

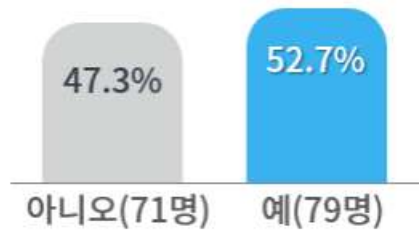
- 가장 참여경험이 높은 프로그램은 교내 창업동아리(24%)와 창업박람회 참가(27%)였으나, 그 외 프로그램은 15% 이하 수준으로 창업 관련 활동은 낮은 편
- (문항 5) 문항 5번의 참여 프로그램 중 가장 만족했던 프로그램과 그 이유를 작성해 주십시오
- 가장 만족한 프로그램에 대한 서술형 ‘없음’을 제외하고 창업동아리에 대한 만족감이 가장 높은 것으로 분석

<표 3-21> 경남 특화고 학생들의 창업 관련 참여 프로그램

참여 프로그램	만족 사유
창업동아리(9건)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 다양한 친구들과 소통하며 피드백을 주고받을 수 있어 발전 향상에 도움 ○ 창업에 대한 자신감 부여 ○ 창업 자체에 별 생각이 없었는데 동아리 활동으로 관심을 갖게 됨 ○ 직접 디자인한 물건들을 판매하는 부스 운영 활동을 통해 창업에 흥미를 갖게 되었으며, 내가 추구하는 방향으로 운영할 수 있어 능력 향상 ○ 팀원들과 결과를 도출하는 과정에서 다양한 것을 배움
창업교육(3건)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 실제 아이디어로 성공한 사례의 주인공이 들려주는 창업 이야기를 통해 창업에 관심을 가지게 됨
창업박람회(5건)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 다양한 분야를 직접 보고 많은 아이디어를 득함
창업경진대회(5건)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 교내 창업 아이템 경진 대회 수상으로 창업에 대해 긍정적 생각 ○ 생각만 하던 아이템을 어떻게 실제로 추진할지 정리해보는 시간이 됨
창업멘토링(1건)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 직접 창업을 해 본 사람이 알려주는 창업 이야기라 자세히 알 수 있는 기회가 됨

□ 문화콘텐츠 창·제작 프로그램 참여 수요조사

- 콘텐츠 창작 활동에 대한 전반적 참여 의사와 이를 위해 경남콘텐츠코리아랩 이용·방문할 의향 조사
- (문항 6) 콘텐츠제작을 위한 교육, 창작모임 활동비 지원, 유명인사의 토크 콘서트 등이 제공된다면 해당 프로그램 참여를 위해 경남콘텐츠코리아랩에 방문하실 의향이 있습니까?
 - ‘이용할 의향이 있다’에 79명(52.7%)이 답하였으며, ‘이용할 의향이 없다’에 71명(47.3%)이 답변



[그림 3-12] 경남 특화고 학생들의 콘텐츠코리아랩 방문 및 이용 의향

- (문항 6-1) ‘이용할 의향이 있음’이라고 답한 경우, 콘텐츠코리아랩에서 지원하는 아래 항목들이 귀하의 창업과 관련하여 각각 얼마나 중요할 것으로 생각되는지 중요도 점수(‘매우 아니다’(1점)부터 ‘매우 그렇다’(5점))를 택하여 답해 주십시오
 - 시제품제작이 75.9%로 1위, 투자유치 및 제품고도화가 70.9%로 2위 차지



[그림 3-13] 경남 특화고 학생들이 가장 중요하다고 여기는 콘텐츠코리아랩 프로그램

※ ‘그렇다’와 ‘매우 그렇다’에 체크한 답변만을 계산

- (문항 6-2) ‘이용할 의향이 없음’이라고 답한 경우, 아래 보기 중 해당하는 사유는 무엇입니까? (중복응답 가능)
 - ‘아직 콘텐츠코리아랩에서 지원하는 사업이 무엇인지 정확히 파악되지 않아서’가 55.8%로 가장 많은 응답을 차지
 - ‘내가 필요로 하는 지원 프로그램이 없어서’가 24.7%로 2위를 차지
- 또한, 교육프로그램에 대한 직접적 수요 반영을 위해 이용할 의향이 있다고 답변한 학생들을 대상으로 적절한 교육 참여시간대를 조사

<표 3-22> 경남 특화고 학생들의 창업 관련 참여 프로그램

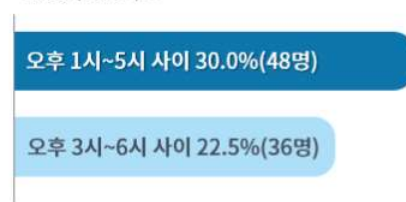
세부문항	설문 결과
적정 교육시간	○ 하루 ‘3~4시간’이 48.1%(38명)로 1위, ‘2시간 이내’의 경우 38%(30명)로 2위 - 그 외 ‘4~5시간’이 7.6%(6명), ‘5~6시간’이 6.3%(5명) 차지
적정 시간대	○ ‘오후 1시~5시 사이’의 수요가 30.0%로 1위, ‘3시~6시 사이’가 22.5%로 2위 - 오전(15%)이나 늦은 오후(16.3%)보다 점심 이후부터 저녁시간 이전까지의 수요가 높으며, 주중 외 주말에 대한 수요(16.3%)도 발생
적정 참여기간	○ ‘3~4일’이 31.6%(25명)로 1위, ‘한달 이상’이 24.1%(19명)로 2위 - 그 외 ‘2주 이상’ 22.8%(18명), ‘일주일’ 21.5%(17명) 순으로 나타남
연중 적정 시기	○ ‘5~6월’과 ‘1~2월’의 수요가 가장 높았으며, 그 다음 ‘11월~12월’ 18.8%, ‘3~4월’ 15.8% 순으로 나타남

(3-2) 교육 참여 시, 하루에 적당한 교육시간



(3-3) 교육 참여 시, 하루 중 적당한 시간대

※ 중복답변 가능

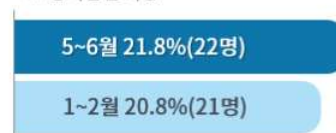


(3-4) 프로그램 당 적당한 참여 기간



(3-5) 프로그램 참여가 가능한 연중 적합 시기

※ 중복답변 가능



[그림 3-14] 경남 특화고 학생들의 교육 참여시간대 선호도

□ 콘텐츠 공통 수요조사

- 평소 특화고 학생들이 관심 가지는 콘텐츠 창작 분야와 해당 분야와 관련된 구체적 아이템에 대해 파악하기 위해 특화콘텐츠 위주로 질의
- **(문항 8)** 아래 보기 중 가장 관심이 가는 콘텐츠 분야 창작·제작 부문은 어떤 것입니까? 관심도에 따라 1위, 2위, 3위.. 순서로 체크해 주십시오

※ 1위에 6점, 2위에 5점... 6위에 1점 부여한 후 총점을 계산



[그림 3-15] 경남 특화고 학생들의 선호 콘텐츠 순위

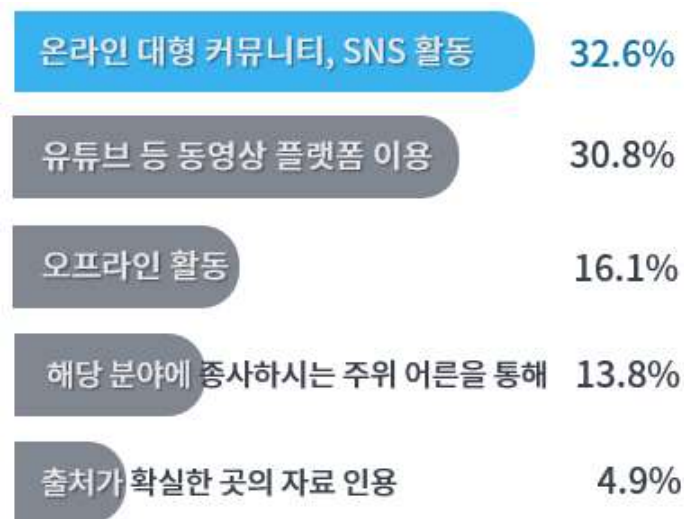
- **(문항 8-1)** 8번 문항에서 1순위로 답한 콘텐츠 분야의 어떤 창작아이템을 제작해보고 싶은지 구체적으로 작성해 주십시오

<표 3-23> 경남 특화고 학생들이 창작해보고 싶은 콘텐츠 아이템

콘텐츠 분야	창작해보고 싶은 아이템	
영상 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> ○ 일상 브이로그 ○ 메이크업/네일/요리 등 ○ 제품 리뷰 영상 ○ 게임 관련 크리에이터 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 동물 관련 콘텐츠 ○ 노래 커버 콘텐츠 ○ 여행 콘텐츠
웹툰 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> ○ 만화의 재창작 ○ 액션물 웹툰 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 일자리툰 ○ 경남의 역사/설화/사투리 등
XR 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> ○ VR 기반 응급처치 시뮬레이터 ○ 애니메이션과 VR 기술을 결합한 참여형 애니메이션 콘텐츠 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 밖에서 놀지 못하는 사람들이 실제로 밖에서 노는 것 같은 실감형 콘텐츠
게임 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> ○ 힐링 게임 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 모바일 게임

□ 콘텐츠 창작 관련 애로사항 및 해결과제 파악

- 콘텐츠 창작 활동에 대한 현황 파악과 애로사항, 기타 요구사항을 알아보기 위한 설문
 - (문항 9) 귀하는 평소 콘텐츠 창작이나 아이템 제작을 위한 정보를 어떤 활동을 통해 얻고 있습니까? (중복응답 가능)
 - 온라인 커뮤니티와 SNS(73명), 유튜브 등 동영상 플랫폼(69명)이 각각 1, 2위로 주로 온라인을 통해 정보 수집
 - 그 외 기타 답변 4명(2.8%)



[그림 3-16] 경남 특화고 학생들의 콘텐츠 창작 정보처

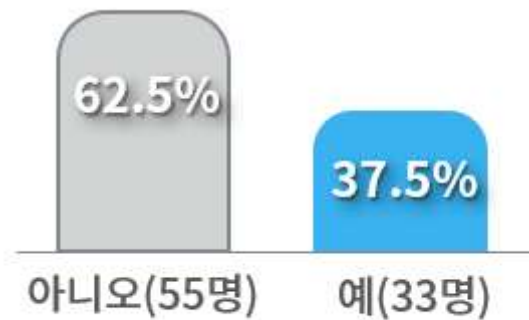
- (문항 10) 9번 문항의 활동을 통해 귀하가 얻기 힘들거나, 얻지 못한 정보는 어떤 것이 있습니까?
 - (창업 관련) 고용/초기 비용, 국가지원사업 내용, 회계 관리, 투자 및 수익 창출 정보, 창업의 구체적 과정/순서 등 **창업의 사업화**
 - (창·제작 관련) 영상 편집방법, 창업아이템 구상 및 선별 방법, 실제 웹툰에 사용되는 효과기술 등 **웹에서 얻는 것에 한계가 있는 실질적 기술**
 - (네트워크) 창업·제작 현업에 종사하는 어른들의 실제 이야기, 창업에 성공한 사람들의 노하우에 대한 **즉문즉답과 같은 현장 이야기**

- (문항 11) 문화콘텐츠 창업 및 아이템 제작과 관련하여 지원받고 싶은 내용이나 다른 아이디어가 있으면 자유롭게 작성하여 주시기 바랍니다.
- 크게 구체적이거나 특별한 내용은 없었으며, 창업의 성공과 실패 강연, 영상콘텐츠를 위한 연기 수업, 콘텐츠제작 시 필요한 장비와 비용 지원에 대한 기타 의견

나. 대학생 - 총 88명 답변

□ 향후 콘텐츠 분야 창업 고려 여부

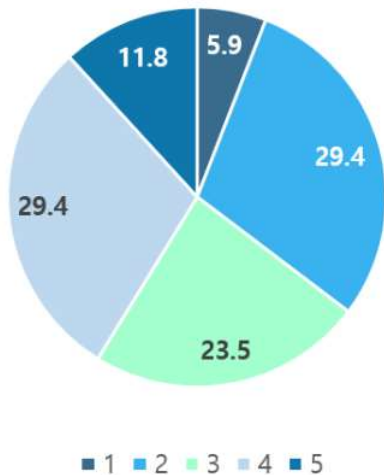
- 도내 콘텐츠 유관학과 대학생 및 창업 관련 프로그램에 참여 중인 대학생은 향후 진로에 대해 창업 쪽으로 고려는 하고 있는지, 관심이 있다면 어떤 이유 때문이며, 없다면 어떤 이유가 가장 큰 걸림돌인지 기본적인 인식에 대해 조사
- (문항 1) 귀하는 향후 현재 전공과 관련된 ‘창업’을 고려해 보신 적이 있습니까? 혹은 졸업 후 바로 창업을 할 의향은 없더라도 향후 기회가 된다면 창업에 대해 긍정적으로 검토해볼 의향이 있습니까?
 - 33명(37.5%)이 ‘예’, 55명(62.5%)이 ‘아니오’라고 대답



[그림 3-17] 경남 대학생들의 창업인식 답변

- (문항 1-1) 전공과 관련된 창업을 생각하는 가장 큰 이유는 다음 중 무엇입니까?

- ‘앞으로 콘텐츠산업의 장래가 밝아 보여서’와 ‘나의 아이디어·아이템을 지금까지 배운 교육을 통해 사업으로 실현하고 싶어서’가 각각 29.4%로 동일하게 나타남

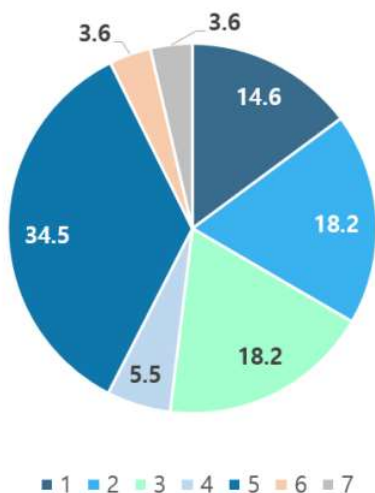


- ① 취업이 어려워(취업 경쟁의 심화, 문화콘텐츠 산업의 수도권 집중화 등) - 5.9%
- ② 앞으로 콘텐츠 산업의 장래가 밝아보여서 - **29.4%**
- ③ 내가 가진 능력을 마음껏 발휘함에 따라 돈을 많이 벌 수 있을 것 같아서 - 23.5%
- ④ 나의 아이디어·아이템을 사업으로 실현하고 싶어서 - **29.4%**
- ⑤ 직장생활에 비해 자유로워 보여서 - 11.8%
- ⑥ 기타 - 0%

[그림 3-18] 경남 대학생들의 콘텐츠 분야 창업 사유

- (문항 1-2) 창업을 생각하지 않는 가장 큰 이유는 다음 중 무엇입니까?

- ‘창업에 실패한다면 자금 등 감당하기 어려울 것 같아서’가 34.5%로 1위를 차지

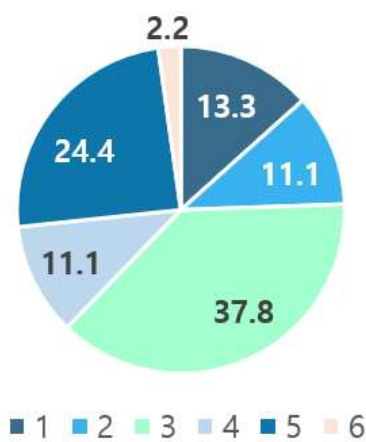


- ① 나와 적성에 맞지 않거나, 아직 원하는 진로를 정하지 못해서 - 16.4%
- ② 창업 관련 아이템이 잘 떠오르지 않아서 - 18.2%
- ③ 창업준비 과정과 절차들이 너무 복잡해 보여서 - 18.2%
- ④ 창업 자금을 확보하거나 사업공간을 마련하는 것이 힘겨워 보여서 - 5.5%
- ⑤ 창업에 실패한다면 자금 등 감당하기 어려울 것 같아서 - **34.5%**
- ⑥ 창업에 대한 주위의 인식이 좋지 않아서 - 3.6%
- ⑦ 기타(딱히 맞지않아서, 관심이 없어서 등) - 3.6%

[그림 3-19] 경남 대학생들이 (콘텐츠 분야)창업을 고려하지 않는 사유

□ 창업 관련 준비활동

- 창업을 고려하는 학생 대상으로 평소 창업 및 아이템에 대한 정보를 얻기 위한 활동에 대해 질의
- (문항 2) 귀하는 평소 창업을 위해 어떻게 준비하고 계시거나 혹은 준비하실 예정입니까? (중복응답 가능)
 - ‘웹(카페, SNS)을 통한 성공사례 기반 정보 수집’이 37.8%로 1위를 차지



- ① 각종 창업 관련 지원사업(스타트업 지원사업 등) 공모 준비 - 13.3%
- ② 창업 동아리 등 오프라인 모임을 통한 정보 수집 및 활동 등 - 11.1%
- ③ 웹(카페, SNS)을 통한 성공사례 기반 정보 수집 - **37.8%**
- ④ 교내 지원기관(산학협력기관, 링크사업단)을 통한 정보 수집 - 11.1%
- ⑤ 직접적 경험(해당업종 인턴체험 등)을 통한 인맥 형성, 정보 수집활동 등 - 24.1%
- ⑥ 기타 - 2.2%

[그림 3-20] 경남 대학생들의 (콘텐츠 분야)창업에 대한 준비활동

□ 문화콘텐츠 창·제작 프로그램 참여 수요조사

<표 3-24> 콘텐츠코리아랩 지원 프로그램 예시 - 설문대상자 이해도

지원 단계	지원 내용
아이디어 발굴·융합	○ 도내 아이디어 공모전, 콘텐츠 제작 챌린지(유튜버 크리에이터) ○ 창작 소모임/동아리 제작지원, 저명인사 콘텐츠 특강 행사 등
창작 교육	○ 콘텐츠 창작자 육성을 위한 기초/심화교육 시행 및 단기강좌 진행
시제품 창작·제작	○ 예비창업자 및 스타트업 대상 창작 공간/창업교육 및 제작장비 제공, 시제품 제작비 지원
투자유치·제품고도화	○ 프로토타입 보유 스타트업/창업자 대상 제품고도화 제작비 지원, 맞춤형 전문가 멘토링
기타 사업화	○ 국내 홍보마케팅 지원, 저작권 보호/세제/법률 컨설팅 서비스

- 콘텐츠 창작 활동에 대한 전반적 참여 의사와 이를 위해 경남콘텐츠코리아랩 이용·방문할 의향 조사
 - **(문항 3)** 콘텐츠제작을 위한 프로그램과 장비·공간이 제공된다면 해당 프로그램 참여를 위해 방문하실 의향이 있습니까?
 - ‘이용할 의향이 있다’에 68명(77.3%)이 답하였으며, ‘이용할 의향이 없다’에 20명(22.7%)이 답변



[그림 3-21] 경남 대학생의 콘텐츠코리아랩 방문 의사

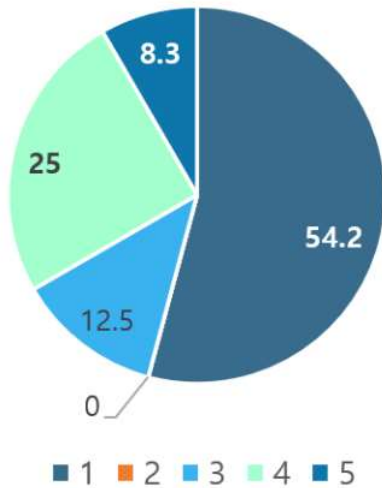
- **(문항 4)** ‘이용할 의향이 있음’이라고 답한 경우, 콘텐츠코리아랩에서 지원하는 아래 항목들이 귀하의 창업과 관련하여 각각 얼마나 중요할 것으로 생각되는지 중요도 점수(‘매우 아니다’(1점)부터 ‘매우 그렇다’(5점))를 택하여 답해 주십시오
 - 시제품제작이 286점으로 1위, 아이디어 발굴이 283점으로 2위 차지
- ※ ‘매우 아니다’ X 1점에서 ‘매우 그렇다’ X 5점까지 분야별로 합산하여 계산



[그림 3-22] 경남 대학생들이 가장 중요하다고 여기는 콘텐츠코리아랩 프로그램

- (문항 4-1) ‘이용할 의향이 없음’이라고 답한 경우, 아래 보기 중 해당하는 사유는 무엇입니까? (중복응답 가능)

- ‘아직 콘텐츠코리아랩에서 지원하는 사업이 무엇인지 정확히 파악되지 않아서’가 54.2%로 가장 많은 응답을 차지
- ‘내가 필요로 하는 지원 프로그램이 없어서’가 25.0%로 2위를 차지



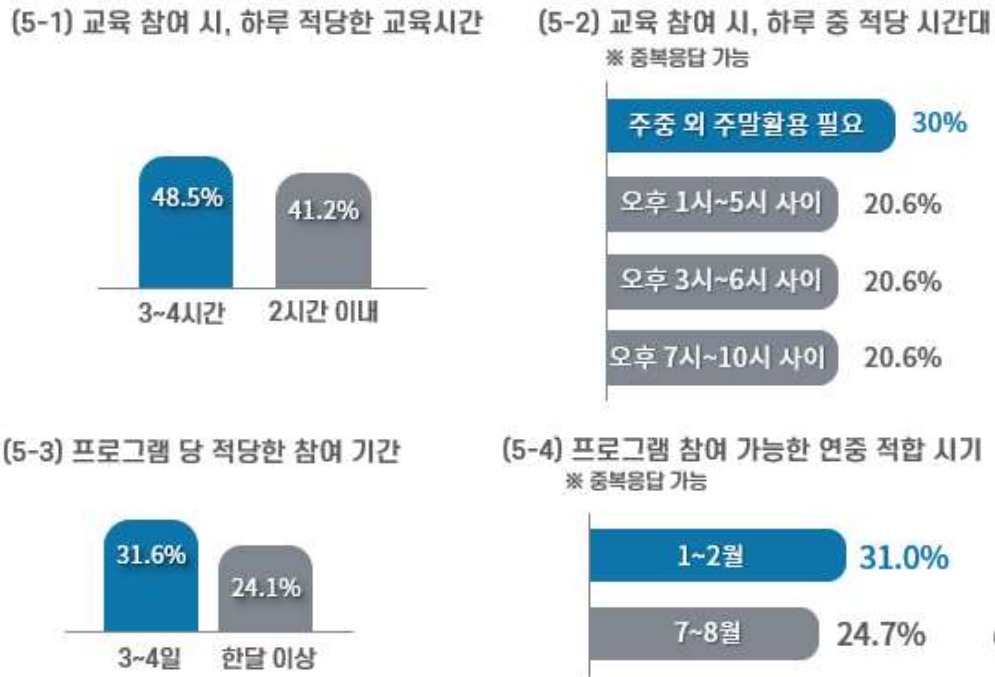
- ① 아직 콘텐츠코리아랩에서 지원하는 사업과 경남 콘텐츠코리아랩에 대한 정보가 없어서 - **54.2%**
- ② 창업 동아리 등 오프라인 모임을 통한 정보 수집 및 활동 등 - 0.0%
- ③ 내가 필요로 하는 지원 프로그램이 없어서 - 12.5%
- ④ 이용은 하고싶으나, 현재 거주지와 경남콘텐츠코리아랩(창원시)이 너무 멀어서 - 25.0%
- ⑤ 기타 - 8.3%

[그림 3-23] 경남 대학생들의 (콘텐츠 분야)창업에 대한 준비활동

- 또한, 교육프로그램에 대한 직접적 수요 반영을 위해 이용할 의향이 있다고 답변한 학생들을 대상으로 적절한 교육 참여시간대를 조사

<표 3-25> 경남 대학생들의 창업 관련 참여 프로그램 시간 선호도

세부 문항	설문 결과
적정 교육시간	○ 하루 '3~4시간'이 48.5%(33명)로 1위 , '2시간 이내'의 경우 41.2%(28명)로 2위 - 그 외 '4~5시간'이 5.9%(4명), '5~6시간'이 4.4%(3명) 차지
적정 시간대	○ '주중 외 주말 활용 등이 필요'의 수요가 27.9%로 1위 - '오후 1시~5시 사이', '오후 3시~6시 사이', '오후 7시~10시 사이'는 각각 동일하게 20.6%(14명)로 나타남
적정 참여기간	○ '일주일'이 36.8%(25명)로 1위 , '한 달 이상'이 25%(17명)로 2위 - 그 외 '2주 이상' 22.1%(15명), '3~4일'이 16.2%(11명) 순으로 나타남
연중 적정 시기	○ '1~2월'과 '7~8월'의 수요가 각각 31%, 24.7%를 차지하며 1위를 차지



[그림 3-24] 경남 대학생들의 교육 참여시간대 선호도

□ 콘텐츠 공통 수요조사

- 평소 대학생들이 관심을 가지는 콘텐츠 창작 분야와 해당 분야와 관련된 구체적인 아이টে에 대해 파악하기 위해 특화콘텐츠 위주로 질의
- (문항 6) 아래 보기 중 가장 관심이 가는 콘텐츠 분야 창작·제작 부문은 어떤 것입니까? 관심도에 따라 1위, 2위, 3위.. 순서로 체크해 주십시오
- ※ 1위에 6점, 2위에 5점... 6위에 1점 부여한 후 총점을 계산



[그림 3-25] 경남 대학생들의 선호 콘텐츠 순위

- (문항 6-1) 6번 문항에서 1순위로 답한 콘텐츠 분야의 어떤 창작아이টে을 제작해보고 싶은지 구체적으로 작성해 주십시오

<표 3-26> 경남 대학생들이 창작해보고 싶은 콘텐츠 아이টে

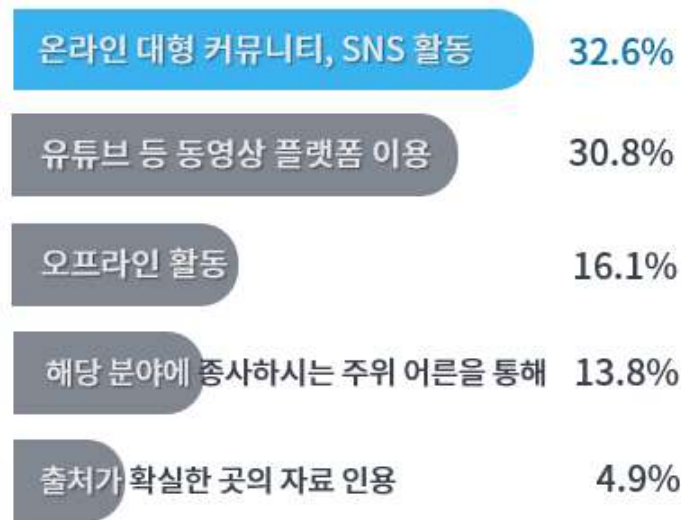
콘텐츠 분야	창작해보고 싶은 아이টে	
영상 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> ○ 일상 브이로그 ○ 메이크업/네일/요리 등 ○ 제품 리뷰 영상 ○ 게임 관련 크리에이터 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 동물 관련 콘텐츠 ○ 노래 커버 콘텐츠 ○ 여행 콘텐츠
웹툰 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> ○ 만화의 재창작 ○ 액션물 웹툰 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 일자리툰 ○ 경남의 역사/설화/사투리 등
XR 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> ○ VR 기반 응급처치 시뮬레이터 ○ 애니메이션과 VR 기술을 결합한 참여형 애니메이션 콘텐츠 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 밖에서 놀지 못하는 사람들이 실제로 밖에서 노는 것 같은 실감형 콘텐츠
게임 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> ○ 힐링 게임 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 모바일 게임

□ 콘텐츠 창작 관련 애로사항 및 해결과제 파악

○ 콘텐츠 창작 활동에 대한 현황 파악과 애로사항, 기타 요구사항을 알아보기 위한 설문

- (문항 7) 귀하는 평소 콘텐츠 창작이나 아이템 제작을 위한 정보를 어떤 활동을 통해 얻고 있습니까? (중복응답 가능)

- 온라인 커뮤니티와 SNS(73명), 유튜브 등 동영상 플랫폼(69명)이 각각 1, 2위로 주로 온라인을 통해 정보 수집
- 그 외 기타 답변 4명(2.8%)



[그림 3-26] 경남 대학생들의 콘텐츠 창작 정보처

- (문항 8) 7번 문항의 활동을 통해 귀하가 얻기 힘들거나, 얻지 못한 정보는 어떤 것이 있습니까?

- (창업 관련) 고용/초기 비용, 국가지원사업 내용, 회계 관리, 투자 및 수익창출 정보, 창업의 구체적 과정/순서 등 **창업의 사업화**
- (창·제작 관련) 영상 편집방법, 창업아이템 구상 및 선별 방법, 실제 웹툰에 사용되는 효과기술 등 **웹에서 얻는 것에 한계가 있는 실질적 기술**
- (네트워크) 창업·제작 현업에 종사하는 어른들의 실제 이야기, 창업에 성공한 사람들의 노하우에 대한 **즉문즉답과 같은 현장 이야기**

- (문항 9) 문화콘텐츠 창업 및 아이템 제작과 관련하여 지원받고 싶은 내용이나 다른 아이디어가 있으면 자유롭게 작성하여 주시기 바랍니다.
- 크게 구체적이거나 특별한 내용은 없었으며, 창업의 성공과 실패, 영상 콘텐츠를 위한 연기 수업, 콘텐츠 제작 시 필요한 장비와 비용 등

3.5 전문가 자문 수립

3.5.1 자문위원회 개요

□ 위원회 구성

- **(목적)** 콘텐츠코리아랩 사업의 궁극적 취지에 부합하는 중장기 운영계획 수립과 경남형 특화사업 선정·추진에 대한 전문성 확보를 위해 각 방면(창업, 콘텐츠, 경영)의 전문가 의견을 수립
- **(자문위원)** 지역기반형 콘텐츠코리아랩 사업 특성을 고려하여 경남도 내 현안을 잘 파악하고 있는 분야별 전문가로 구성
 - **(도내·외 전문가)** 경남콘텐츠코리아랩 사업장의 지리적 특성과 경남 콘텐츠 산업의 특성에 따른 유관기관 간 네트워크 연계방안과 중점육성 분야 선정을 위해 현업 전문가를 전문가 자문위원회 및 간담회에 초청

<표 3-27> 경남콘텐츠코리아랩 자문위원회 및 간담회 참석 전문가

구분	소속	직위	이름	비고
1	경남대학교 경영학부	교수	권영훈	자문위원
2	창원대학교 문화테크노학과	교수	남상훈	자문위원
3	경남과학기술대학교 창업학과	교수	송인방	자문위원
4	창원대학교 문화테크노학과	교수	유선진	자문위원
5	(재)경남창조경제혁신센터 창업경영지원본부	본부장	장성만	도내 전문가
6	(재)경남테크노파크 정보산업진흥본부	팀장	이창석	도내 전문가
7	(재)충북과학기술혁신원 문화콘텐츠부	선임연구원	하성욱	도외 전문가

□ 위원회 개최 및 자문 수행

- 대면 자문위원회 3회, 연구 추진내용 검토 및 피드백을 위해 서면 자문 2회 수행
 - 그 외 본 기획의 착수 및 중간보고회 참석을 통해 기획연구의 이해도를 높이고 추진 현황을 공유

- **(1차 위원회 내용)** 기획연구 개요(배경 및 필요성, 추진전략) 소개, 환경분석 연구결과 기반의 종합시사점 및 전략 방향, 경남 CKL의 역할(안) 및 주요 운영 과제(안)
 - **(서면 자문)** 고교생 및 대학생 대상의 설문조사 문항 피드백(예비창업자의 아이디어 발굴 매개체, ‘창업’에 대한 인식 등)



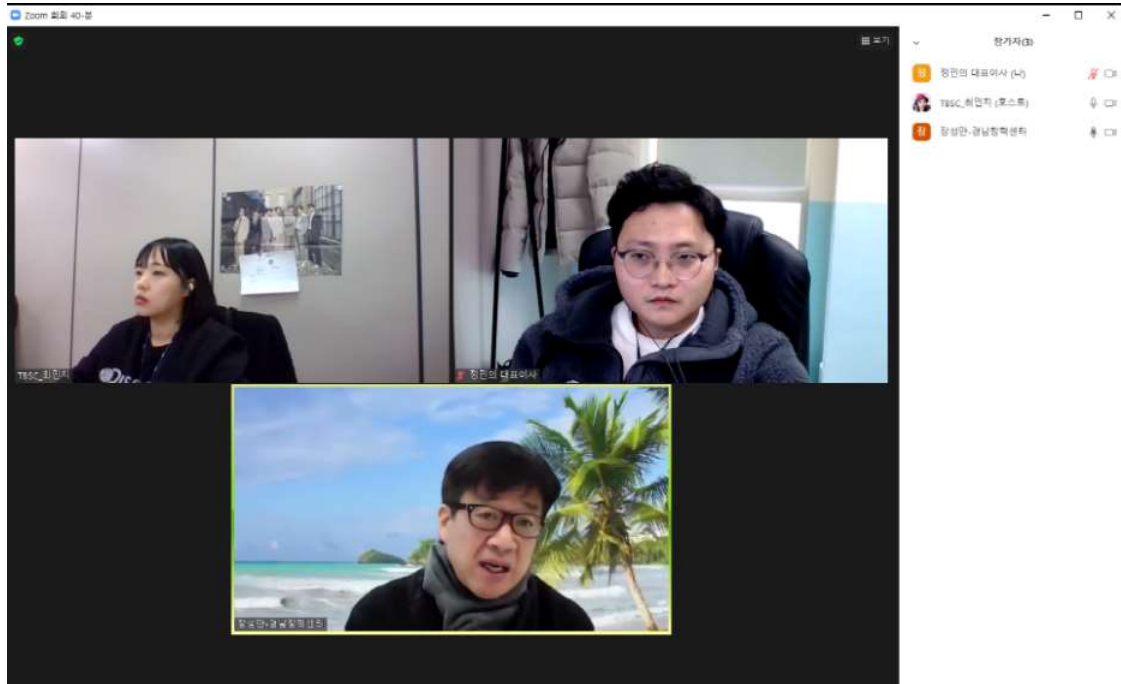
[그림 3-27] 경남콘텐츠코리아랩 제1차 전문가 자문위원회

- **(2차 위원회 내용)** 중간보고회 이후 연구 수정 방향(비전체계도 및 CKL 중점 과제), 중점육성 분야 선정과 중장기 운영 방향, 기관 간 연계 협력방안
 - **(서면 자문)** 도내 현안을 고려했을 때 기존 3개 세부 콘텐츠산업의 전략 장르로서 부합성, 각 전문가 소속기관 추진사업과 콘텐츠 생태계 조성 연계방안



[그림 3-28] 경남콘텐츠코리아랩 제2차 전문가 자문위원회 및 간담회

- (3차 자문회의 내용) 도내 창업 메인 허브기관인 ‘경남창조경제혁신센터’의 지원체계와 주요 프로그램 내용에 대한 인터뷰
 - (주요 프로그램) 교육 분야(비즈니스 교육, 장비 등), 투자유치 분야, 전문가 컨설팅 분야, 기관 간 네트워크 연계 등



[그림 3-29] 경남콘텐츠코리아랩 제3차 전문가 자문회의(화상회의)

3.5.2 전문가 자문 의견

가. 경남콘텐츠코리아랩의 역할

□ 지역의 콘텐츠 창작·창업 문화 저변 확대를 주도하는 기관

- 현재 창작·창업 지원기관은 모두 동부경남권에 집중분포되어 있으므로 경남 콘텐츠코리아랩은 콘텐츠 창작문화 확대를 위한 방안에 대한 고민이 필요
 - 경남콘텐츠코리아랩의 조성지(창원시) 인근에는 경남 ICT 산업 컨트롤 기관인 경남테크노파크(TP)와 TP가 관리하는 전문 메이커 스페이스, VR·AR 제작 거점센터를 비롯하여 경남창조경제혁신센터가 위치

□ 경남의 특화콘텐츠 발굴·육성을 위해 도시재생과 리빙랩의 개념 접목

- 도내 침체된 지역의 도시재생, 관광 활성화를 위한 리빙랩(Living Lab⁹⁾) 개념 접목으로 지역 안에서 경남만의 특화콘텐츠를 발굴
 - (예시) 전주 한옥마을이 전국적인 관광도시로 발돋움할 수 있었던 이유는 ‘(주)한복남 박세상 대표’의 한복 입기라는 전통 콘텐츠 자체를 문화로 만든 창업아이템이라고 설명
- 통영의 12 공방, 진주의 목공예 등 사라져가는 전통문화 공예 자원 발굴을 통해 지역 자원의 고부가가치화 및 관심 확대를 유도
 - 공예·공방 지역 자원의 경우, 소규모 자본으로 창업이 가능하다는 장점이 있어 그렇다 할 콘텐츠산업 생태계가 조성되지 않은 현재 경남의 상황과도 부합

9) 리빙랩은 살아있는 실험실이라는 뜻으로, 사회문제를 해결하기 위해 연구자가 주민들의 삶의 공간으로 들어가 현장 중심의 연구를 진행하는 연구개발 방법론으로 새로운 ‘개방·참여형 혁신모델’

나. 중점육성 분야(전략 콘텐츠) 선정

- 현재(2020) 경남콘텐츠코리아랩은 쉰 콘텐츠산업 분야를 지원 중이나, 경남콘텐츠기업지원센터의 경우 실감콘텐츠와 모바일 게임, 웹툰을 전략 장르로 선정하여 집중 지원 중
- 타 지자체 또한 전략 콘텐츠를 지정·육성 중임에 따라 경남에서도 해당 부분에 대한 고민이 필요

□ 디지털 콘텐츠 위주의 선정

- ① **(실감 콘텐츠)** 단기적 관점에서는 기술적 부문으로 인해 초기 창업자가 접근하기 어려운 장벽이 존재하나, 현재 국내외 흐름과 국가 상위정책, 경남 주력 산업과의 연계성 고려 시 중장기적 시각을 가지고 반드시 육성 필요한 분야
- ② **(게임/E-Sports)** Top-down 방식의 집중지원이 필요하다는 소수 의견을 제외하고 대다수는 경남 내부 현안과는 부합하지 않는다고 판단하였으며, 특히 실감 콘텐츠와 게임 개발에서 활용되는 기술이 중첩되므로 실감 콘텐츠 양성을 통해 충분히 연계할 수 있을 것이라는 의견 도출
- ③ **(웹콘텐츠¹⁰)** 주요 타겟층(고교생, 대학생)의 설문조사 및 환경분석 연구결과, 비교적 낮은 기술 진입 장벽 등에 따라 CKL에서 중점적으로 육성하기 적합
- ④ **(그 외 기타)** 경남의 높은 학생 인구 비율을 활용한 에듀테인먼트 분야, 지역적 특성(6차 산업, 제조업, 관광자원, 공방 등)과 접목한 콘텐츠 개발 등
 - 대부분 기관도 비슷한 고민을 하고 있고 경쟁은 심해지고 있음에 따라, 오히려 경남은 ‘콘텐츠 개발·제작’에서 벗어나 ‘서비스 지원’으로 확대해석하여 새로운 포지션에서 지원 구도를 차지하는 것도 좋은 전략

□ 콘텐츠산업의 ‘창업 지원 시스템화’를 통한 지원기관 확립

- 세부 콘텐츠에 국한하지 않고, ‘콘텐츠창업’이라 하면 ‘경남콘텐츠코리아랩’을 찾아올 수 있도록 콘텐츠산업 창업 부분에서의 전문적 시스템을 확립

10) 웹콘텐츠에는 웹툰뿐 아니라 웹 기반의 1인 영상 크리에이터(MCN 산업 포함), 웹툰과 연계 가능한 웹소설 등이 포함

다. 경남콘텐츠코리아랩의 중장기 운영전략

□ 기관과 운영인력의 자체적 전문성 확보

- 향후 지속 가능한 CKL 운영을 위한 기관(소속 인력) 자체의 전문성이 요구
 - 콘텐츠코리아랩 사업의 기본 방향이 ‘아이디어 발굴→창작→사업화→창직·창업’임을 고려하여, 각 단계에 따라 전문적으로 지원 가능한 운영인력을 확보하여 예비창업자와 초기 창업기업이 지속적으로 발전하며 방문할 수 있도록 유도하는 것이 중요
 - (예시) 아이디어는 있으나 해당 아이디어를 구현하기 위한 기술이 없는 창업자를 위한 디지털 제작 기술자, 콘텐츠 분야 전문 액셀러레이터 등
- ※ 본 콘텐츠코리아랩이 정부 지원사업(5년, 사업비 절반은 지방비 매칭)임에 따라 기관 자립을 위한 근거가 필요

□ 도내·외 유관기관과 분야별 전략적 협력을 체결

- 경남 CKL 인근 기업지원/장비·제작 지원/창업 지원/공간대여 등 유사한 사업을 수행하는 기관과 협력이 가장 수월할 것으로 예상하는 분야는 전문가 모두 교육을 언급
 - (교육 부문) 교육프로그램의 난이도, 지원 대상(학생, 창업자, 일반인) 등 분류에 따라 세분화된 프로그램 추진으로 대학, 기관들과 연계 추진
 - 도내 메이커 스페이스, 대학 공동기기 실습실, VR·AR 제작거점센터가 보유한 시제품 제작 및 고급 장비 등을 공동으로 활용할 수 있을 것
 - (제작 지원) 메이커 스페이스, VR·AR 제작거점지원사업 등과 연계하여 시제품 생산, 시장성 점검 등 실시 가능할 것으로 판단
 - 다만, 저변 확대를 위해 소액의 다수 지원 프로그램형(예비창업자)과 대표 우수사례 발굴을 위한 집중 프로그램형(신규 창업자)으로 분류 후 지원
 - (판매·유통) 지역 SW 성장지원사업의 국내 전시회, 해외 마케팅 지원 연계, 창업보육네트워크시스템, 중소벤처기업청 사업 등 연계
 - (투자·유치) (주)경남벤처투자¹¹⁾의 창업 지원 펀드 적극 활용 가능

- 경남 CKL에서는 투자나 액셀러레이팅 관련 지원은 최소화하고 기업육성 센터나 창조경제혁신센터 등의 기관 사업에 참여하는 방식이 필요
- **(인력양성)** 청소년-대학생-일반인-준전문가 그룹으로 수준에 따른 분류를 통해 기초교육, 일회성 교육, 생애주기별 교육 등 기관별 역할에 따라 다양한 교육 형태로 진행, 또한 콘텐츠 분야 사업화 전문가양성 필요
 - **(단계별 교육 예시)** 메이커 스페이스/창작 활동 → 창조경제혁신센터 및 경남 CKL/창업 및 제작 지원 → 경남 VR·AR 제작거점센터/전문가형 교육
 - **(콘텐츠 창업전문가)** 창업을 사업화해 줄 수 있는 전문인력으로 창업 코칭, 콘텐츠 큐레이터, 비즈니스 매니저로 활동
- **(네트워킹)** 경남창조경제혁신센터에 등록된 사업 분야별 스타트업 창업 전문가 멘토풀의 공유
 - 콘텐츠 창업전문가 양성과정에서 배출된 인재는 지역 전문가 네트워킹으로 자연스럽게 이어지며, 타지역 전문가와 교류 프로그램으로도 연계
 - 각 기관의 분야별 담당자 간 네트워킹 추진 등 상황에 따라 좁은 범위부터 연계점을 형성하는 것이 중요
- **(종합지원)** 창작자의 창업준비도 진단 후 예비창업, 초기창업, 성장지원, 사업 지원 단계로 분류하여 정부 및 지자체 공모사업 안내부터 계획서 작성 등을 위한 별도 프로그램 마련
 - 현재 경남창조경제혁신센터에서 창업기업 종합지원 시스템을 운영 중이며, '21년부터는 경남경제진흥원에서 '창업기업 인건비 지원 프로그램' 운영 예정

□ 그 외 기타 의견

- Ontact 시대의 비대면화, 수요조사 결과에서 주요 정보공급처 1위 '온라인' 결과를 고려하여 온라인+오프라인 병행 구조의 교육프로그램 구축
- CKL에서 지원하지 않는 사업이라도 인근 유관기관에 연계해줄 수 있는 '플랫폼'으로서의 기능을 통해 대외적 전문 이미지 확보

11) 경남 창업생태계 조성을 위해 조성된 도내 유일의 창업투자 회사로 200억 규모 모태펀드를 유치('20.10)

제 4 장

경남콘텐츠코리아랩

중장기 운영계획

제 4 장

경남콘텐츠코리아랩 중장기 운영계획

4.1 종합시사점 분석

4.1.1 국내·외 동향

□ 글로벌 메가트렌드

- 코로나로 인한 유례없는 글로벌 팬데믹 사태와 비대면(Untact) 생활의 장기화로 가상-융합 세계가 연계된 ‘Metaverse’ 세계관의 등장 및 콘텐츠 IP 중심의 시장 구조 재편 등 디지털 콘텐츠 소비의 패러다임 변화 발생

→ 콘텐츠 IP 확보를 위한 글로벌 주요 기업(OTT, 통신사 등)들의 경쟁 과열과 OSMU 전략에 대한 CKL 차원의 고민 필요

□ 정책 동향

- ICT 강국인 우리나라의 강점을 살려 코로나-19 사태를 극복하고, 조기에 글로벌 선도국가 자리를 선점하기 위해 국가 쏠 역량을 집중한 ‘디지털뉴딜’ 정책 발표
- 9월에 발표한 ‘디지털 뉴딜 문화콘텐츠산업 성장 전략’에서는 차세대 콘텐츠 개발에 대한 과감한 투자와 문화기술 및 인력양성을 주요 목표로 제시하였으며, ‘가상융합경제 발전전략’에서는 VR·AR 분야의 전 경제·산업 분야 확대, ’21년 문체부 예산 중 콘텐츠 부문의 예산을 8.5% 증액 등의 변화가 반영

→ 디지털 콘텐츠산업 육성을 위한 정부의 강한 의지 반영과 함께 기술과 문화, 산업 등 융합에 따라 더 이상 VR·AR 분야는 문화체육관광부만의 영역이 아니라 주요 부처들이 함께 집중 육성하는 경제산업의 개념으로 변화

→ 산업 분야에 한정하지 않고 도내 주요 혁신기관들과 함께 XR 콘텐츠산업 육성을 위한 협력 체계 구축을 도모

□ 전국 콘텐츠코리아랩 현황

- (전략 장르) 15개 지역기반형 콘텐츠코리아랩 중 8개 CKL에서 전략 분야를 선정하여 집중 육성 중이며, 지역 콘텐츠코리아랩 운영 연차가 낮을수록 전 분야를 지원하는 경향이 크게 나타남

→ 콘텐츠코리아랩의 전문성과 지역 특색 확보, 향후 KOCCA 연차평가를 위해 전략 장르의 집중 지원이 요구되나, 한정적인 콘텐츠 산업군 대비 15개 지역에서 지정한 전략 장르의 중복성 발생
→ 경남만의 차별성 확보를 위해서는 장르 지정 이외의 대안에 대한 고민이 필요

- (운영 비전) 일부 콘텐츠코리아랩만 운영 슬로건 혹은 비전을 설정하여 운영 중이며, 해당 내용에서 ‘창업 유발’의 의미가 강조되지 않음

→ 운영 슬로건을 설정한 지역의 콘텐츠코리아랩 경우 ‘빛나는 아이디어’와 ‘글로벌’이 공통적으로 반복
→ 아이디어 발굴을 기반으로 ‘창업’을 창출한다는 의미보다 단지 우수한 아이디어를 글로벌 시장과 연계해주는 느낌이 강하여 경남의 현안과 경남의 색을 보유한 미션-비전 설정 필요

- (지원범위) 각 지역 콘텐츠코리아랩에서 지원하는 창업기업 범위(창업 후 3~7년 등)는 물론, 콘텐츠 산업과 문화예술 산업, 도시재생 등 지원 가능한 범위 등 각 지자체가 지원하는 콘텐츠산업에 대한 범위가 상이

→ 경남의 경우, 콘텐츠기업지원센터도 함께 운영 중이기 때문에 콘텐츠 기업 성장에 따른 기관별 지원범위의 구분과 함께 기업의 지속운명을 위한 전략 장르 통일성이 요구

- (우수사례①) '19년과 20년' 모두 지역기반형 CKL 운영 평가에서 최우수를 받은 충북콘텐츠코리아랩에서는 전국에서 유일하게 콘텐츠산업 분야 창업 매니저를 양성하는 ‘콘텐츠 큐레이터’를 운영 중
 - 또한, 지정한 전략 장르를 위주로 집중지원하여 차년도에도 해당 기업들을 대상으로 지속적인 연계 성과를 창출한 것이 평가 우수요인으로 작용
 - 타 CKL의 경우 전략 장르는 선정하였으나, 집중지원을 위한 차별적 내용은 없음

- 지역 현황을 반영한 전략 장르 선정과 운영 프로그램을 전략 장르 위주로 기획·구성하는 방안으로 지역 특색 및 방향성 확보
- 전략 장르의 집중 지원뿐만 아니라, 창업 기업이 지속적으로 사업 활동을 영위할 수 있도록 콘텐츠 분야의 비즈니스 매니저를 직접 양성한다는 점에서 경남 또한 다각도 관점에서 전략 고민이 필요

- (우수사례②) 올해 7년 차 CKL을 운영 중인 부산콘텐츠코리아랩은 전략 장르인 ‘보드게임’의 저변 확대를 위해 역내 기관들과 협력하여 시민들에게 무료로 체험할 수 있는 보드게임 공간 ‘보드랑’을 지역 곳곳에 조성 중

- 지역 특화 장르(보드게임)를 시민들이 일상에서 접할 수 있도록 유도함으로써 지역 창업기업의 홍보와 함께 시장 피드백까지 얻을 수 있는 효과를 창출
- ‘체험’을 통해 ‘콘텐츠 산업’을 홍보하고, 자연스럽게 ‘창작’과 ‘창업’과 연결지을 수 있도록 유도할 수 있는 기관의 역할에 대한 고민 필요

□ 창업/창작지원·육성 우수사례 차별 요인

- (유튜브 스페이스) 동영상 플랫폼 확장 방안으로 사업화 지원이 아니라 영상 크리에이터들이 스스로 양질의 영상을 만들 수 있도록 일정 기간 단위로 스튜디오 시설 변경, 전문 장비 및 기기 대여·교육, 영상 전문가 자문 등 지원

→ 개인 창작자들이 지속적으로 방문하도록 촬영·기기 인프라, 창작자 간 커뮤니티, 상주 직원의 전문성을 확보하였으며, 현실적으로 벤치마킹할 수 있는 요소는 '직원의 전문성'과 '커뮤니티'로 압축

- (플레이그라운드 글로벌) 엔지니어와 디자이너로 구성된 VC 구성원들이 창업자들이 아이디어를 실현할 때 기술적 부분에서 부딪히지 않도록 제품 개발을 함께 지원하여 자금만 지원하는 것보다 효율적 투자를 추구

→ 아이디어와 사업화 계획만 있으면 창업에 도전할 수 있다는 점에 착안하여 디지털 콘텐츠 분야에 대해 기술이 전문한 창업자를 위한 서비스 지원 프로그램 구축 고려
→ 단순 자금적 지원이 아니라, 스타트업에서 필요로 하는 전방위적 부분(생산, 유통, 회계 등)을 지원해 줄 수 있는 투자자 매칭으로 투자지원에 대한 새로운 시각 전환 시사

- (폴리허브) 창업 아이디어뿐 아니라 선정 후 사업 추진 방향에 대한 비즈니스 플랜과 수익성을 중점적으로 검토하며, 선정 후에도 기술교육보다 마켓에서 실패하지 않기 위한 경영학적 컨설팅을 집중 교육

→ 폴리허브 출신의 스타트업이 독보적인 사업 영속성을 유지하는 이유는 선발 당시부터 엄격한 사업계획 심사를 비롯하여 비즈니스 위주 교육을 제공한다는 점으로 창업 기업에게 제공해야 할 것이 제작기술만이 아니라는 것에 대한 중요성 환기
→ 콘텐츠코리아랩의 지원 사업을 콘텐츠 창·제작에 국한하지 않고, 콘텐츠 분야 창업을 위한 쏠 분야 지원이 가능한 기관으로 역할을 확대할 수 있는 방안 고민

4.1.2 경상남도 여건

□ 일반현황

- (인구) 높은 학령기 인구를 보유하였음에도 청년 인구 유출 지속으로 인한 지역 불균형 및 고령화 현상의 심화가 사회 주요 이슈로 대두

→ 학령기 인구가 경남을 벗어나지 않고 경남 내에서 전문 역량을 보유한 산업 인력으로 활동하기 위해서는 유관기관들과 연계한 중장기적 시점의 지원 전략이 필요

- (산업·경제) 제조업 기반의 산업구조에서 점차 3차산업의 비중이 증가 중

→ 변화하는 경남도 산업·경제 현황과 지역 정책과의 부합성 도출을 통해 콘텐츠산업 창업 생태계 지원에 대한 필요성 도출

□ 콘텐츠산업 현황

- (산업자원) 산업 인력(학생)의 경우 창원시, 김해시, 진주시를 중심으로, 기업과 지원기관의 경우 창원시를 중심으로 집중 분포

→ 또한 특성화 고등학교와 대학의 분포도를 살펴보면 서부 경남권이 전체 40%를 차지하나, 경남도의 창작 및 창업 지원기관은 동부 경남권에 대부분 분포

→ 서부 경남권의 인력들을 포용할 수 있는 지원 방안 도출이 필요

- (활용자원) 콘텐츠와 결합 가능한 지역 자원(문화/관광/역사 등)이 매우 풍부, 특히 문화자원지수는 전국 종합 2위

→ 18개 시·군의 풍부한 문화자원지수를 콘텐츠산업 육성과 연계하여 지원할 수 있는 방안 도출

□ 경남의 정책 방향

- **(산업다각화)** 제조업의 장기적 부진, 코로나 여파, 4차 산업혁명 등 외부적 요인의 극복을 위해 서비스 산업 분야를 경남의 새로운 미래성장동력으로 선포

→ 서비스 산업 분야에 문화콘텐츠가 포함되어 있으며, 도내 풍부한 관광·문화예술 자원, 제조업 등과의 융복합을 중심으로 육성하고자 하는 것이 경남도의 육성 방향
→ 도정 방향에 부합하는 프로그램 도출을 위해 역내 다양한 유관기관과의 협력체계 구축 필요

- **(청년/교육정책도)** 지역 핵심자원인 청년 인구와 미래자원인 학생들의 도외 유출을 방지하기 위해 청년들의 ‘정주환경 여건 조성’과 ‘지역에서 필요한 인재는 지역에서 양성’하는 교육정책을 집중 실시

→ 단순히 일자리 연계, 자금 지원을 떠나 청년들의 자발적 참여를 통한 경남도를 조성하기 위해 지역 크리에이터 양성, 청년 창작공간 지원 등 다양한 방안을 도출
→ 그러나 본 콘텐츠코리아랩에서 의미하는 크리에이터와 ‘지역 크리에이터’가 추진하는 정의에는 본질적 차이가 있으며, 이에 대한 명확한 구분이 필요

4.2 경남콘텐츠코리아랩 중장기 운영계획

4.2.1 SWOT 분석

가. 내·외부 환경요인 분석

□ 강점(Strength)

- (S1) 청년이 돌아오는 경남 조성을 위해 청년 중심의 창업지원 정책 추진
- (S2) 지역 주력산업의 위기 극복과 경제 저성장, 청년 유입을 위한 정책으로 미래성장 동력 중 콘텐츠산업을 선택한 경남도
- (S3) 중장기적 시점에서 주요한 창업 및 산업인력 자원인 학생 인구의 높은 밀도
- (S4) 콘텐츠 기술과 접목 가능한 도내 지역자원(관광/문화/역사/자연 등)이 풍부
- (S5) 경남콘텐츠기업지원센터 보유로 예비창업자 발굴부터 글로벌 기업 육성까지 전 가치사슬을 포함하는 콘텐츠산업 생태계 조성 가능

□ 약점(Weakness)

- (W1) 경남 CKL이 위치한 창원시에 유사기능을 가진 지원기관의 집중 분포
- (W2) 수요조사 결과 CKL 주요 타겟층(특화고, 대학생)의 절반 이상이 창업의사에 부정적
- (W3) 콘텐츠산업 분야의 비즈니스, 투자 등 관련 전문가 교육이 전무
- (W4) 타 지자체 대비 비교적 늦은 콘텐츠산업 조성 진입
- (W5) 콘텐츠산업 육성을 위한 도내 협력 네트워크 체계의 부재

□ 기회(Opportunity)

- (O1) 디지털 기반 콘텐츠, 스타트업 창업지원 등 국가 혁신성장을 위한 지원정책 활발
- (O2) 1인 크리에이터, 게임 등 콘텐츠에 대한 사회적 인식이 긍정적으로 변화 중
- (O3) 각 지역 CKL에서 지정한 전략 장르의 뚜렷한 지역적 특성은 없는 상태
- (O4) 차세대 기술 결합을 통한 세부 콘텐츠산업 분야의 고속성장 전망

□ 위협(Threat)

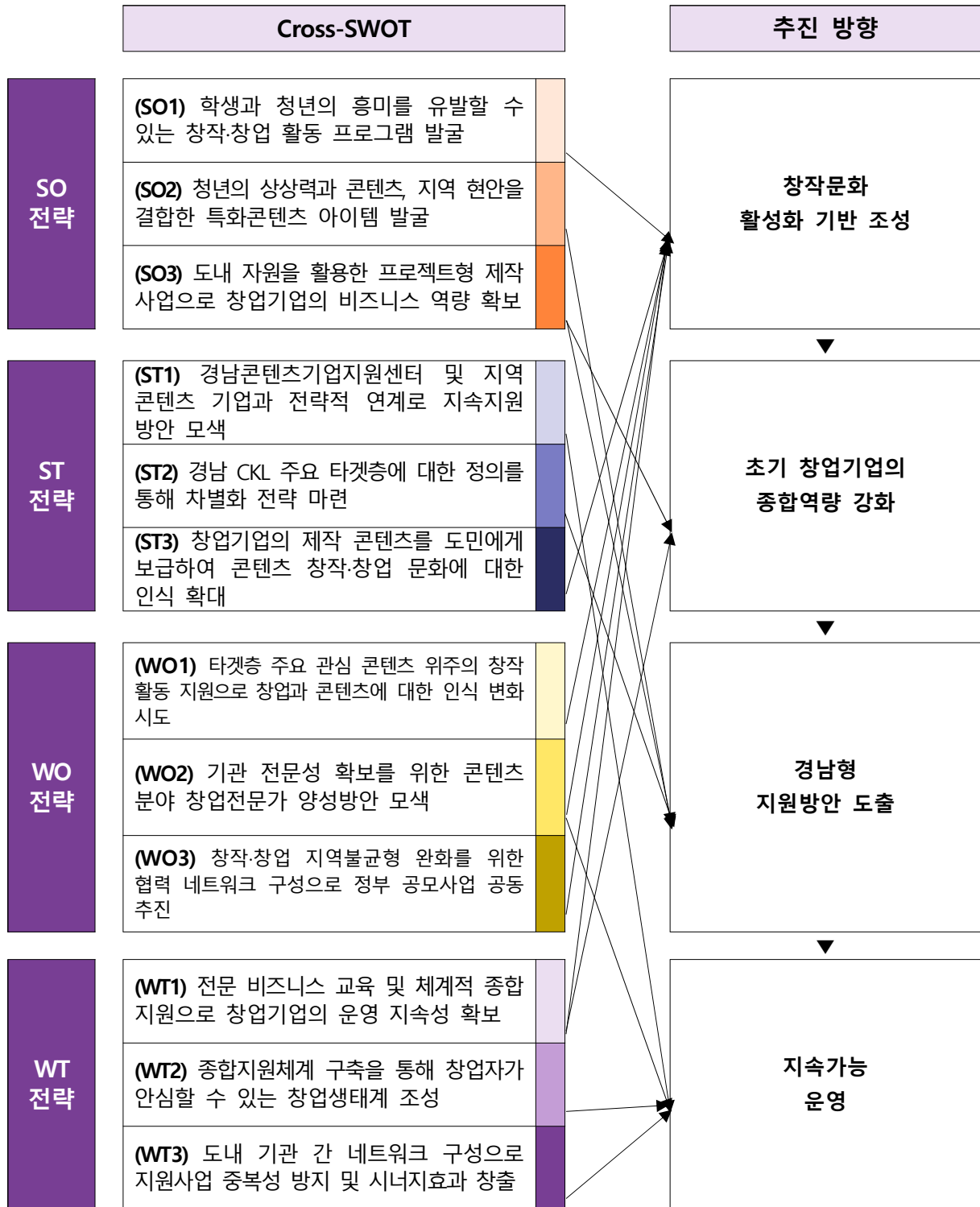
- (T1) 주력산업(제조업)과 경제 저성장 기조 극복 등 대내외 환경 극복의 대안으로 콘텐츠 산업을 적극적으로 육성하기 시작하는 각 지자체
- (T2) 국내 스타트업의 짧은 생존율로 창업에 대한 부정인식 확대
 - 창업 후 5년까지 생존율 29%
- (T3) 수많은 유사 정책으로 인한 지원사업 및 용어의 중복성과 혼용 발생
- (T4) 국비지원금 규모의 감소 추세로 인한 CKL 운영 지속에 대한 불안 발생

나. SWOT 분석 기반 전략 도출

		외부환경		기회(O)	위협(T)
		내부환경			
강점 (S)	<p>(S1) 청년이 돌아오는 경남 조성을 위해 청년 중심의 창업지원 정책 추진</p> <p>(S2) 지역 주력산업 위기 극복과 경제 저성장, 청년 유입을 위한 정책으로 미래성장동력 중 콘텐츠산업을 선택한 경남도</p> <p>(S3) 중장기적 시점에서 주요한 창업 및 산업 인력 자원인 학생 인구의 높은 밀도</p> <p>(S4) 콘텐츠 기술과 접목 가능한 도내 지역자원 풍부</p> <p>(S5) 경남콘텐츠기업지원센터 보유로 콘텐츠산업 생태계 조성 가능</p>	<p>(O1) 디지털 기반 콘텐츠, 스타트업 창업 등 국가 혁신성장을 위한 지원 정책 활발</p> <p>(O2) 1인 크리에이터, 게임 등 콘텐츠에 대한 사회적 인식 긍정적으로 변화 중</p> <p>(O3) 각 지역 CKL에서 지정한 전략 장르의 뚜렷한 지역적 특성 없음</p> <p>(O4) 차세대 기술 결합을 통한 세부 콘텐츠산업 분야의 고속성장 전망</p>	<p>(T1) 주력산업과 경제 저성장 극복 등 대내외 환경 극복 대안으로 콘텐츠 산업을 적극적으로 육성하는 지자체들</p> <p>(T2) 국내 스타트업의 짧은 생존률로 창업에 대한 부정적 인식 확대</p> <p>(T3) 수많은 유사 정책으로 인한 지원 사업 및 용어의 중복성과 혼용 발생</p> <p>(T4) 국비지원금 규모의 감소 추세로 인한 CKL 운영의 불안 발생</p>		
		<p>(SO1) 학생과 청년의 흥미를 유발할 수 있는 창작·창업 활동 프로그램 발굴</p> <p>(SO2) 청년의 상상력과 콘텐츠, 지역 현안을 결합한 특화콘텐츠 아이템 발굴</p> <p>(SO3) 도내 자원을 활용한 프로젝트형 제작사업을 통해 창업 기업의 비즈니스 역량 확보</p>		SO	ST
약점 (W)	<p>(W1) 경남 CKL이 위치한 창원시에 유사기능을 가진 지원기관 집중 분포</p> <p>(W2) 수요조사 결과 CKL의 주요 타겟층 절반 이상이 창업 의사가 없음</p> <p>(W3) 콘텐츠산업 분야의 비즈니스, 투자 등 전문가 교육 전무</p> <p>(W4) 타 지자체 대비 비교적 늦은 콘텐츠산업 조성 진입</p> <p>(W5) 콘텐츠산업 육성을 위한 도내 협력 네트워크 체계의 부재</p>	<p>(WO1) 타겟층 주요 관심 콘텐츠 위주의 창작 활동 지원으로 창업과 콘텐츠에 대한 인식 변화 시도</p> <p>(WO2) 기관 전문성 확보를 위한 콘텐츠 분야 창업전문가 양성 방안 모색</p> <p>(WO3) 협력 네트워크 구성으로 정부 공모사업 공동 추진을 통해 창작·창업 지역 불균형 완화</p>		WO	WT
					<p>(WT1) 전문 비즈니스 교육 및 체계적 종합지원으로 창업기업의 운영 지속성 확보</p> <p>(WT2) 종합지원체계 구축을 통해 창업자가 안심할 수 있는 창업 생태계 조성</p> <p>(WT3) 도내 기관 간 네트워크 구성으로 지원사업 간 중복성 방지 및 시너지효과 창출</p>

[그림 4-1] SWOT Matrix 분석

다. Cross-SWOT에 따른 추진 방향



[그림 4-2] Cross SWOT 기반 추진 방향 도출

4.2.2 중점분야별 전략 과제

- 도출된 4개 중점분야에 따른 주요 이슈를 진단한 후 우수사례의 벤치마킹 요인 접목을 통해 각 전략과제를 도출

1] 창작·창업문화 활성화 기반 조성

<표 4-1> 창작·창업문화 활성화 기반 조성 전략과제 도출

문제점 (추진 필요성)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 동부경남권에 집중된 창·제작 및 창업지원 인프라로 인한 지역 불균형 ○ (예비)산업 인력의 도외 유출 ○ 콘텐츠산업과 콘텐츠코리아랩에 대한 낮은 도내 인지도 <ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠산업 자체에 대한 중요 인식도가 낮은 편
우수사례 벤치마킹 요인	<ul style="list-style-type: none"> ○ 부산콘텐츠코리아랩 <ul style="list-style-type: none"> - 부산의 전략 장르인 보드게임 저변 확대 및 홍보를 위한 전략으로 역내 지역기관들과 협력하여 시민 무료 체험공간 8개소 조성
▼	
전략과제	(1) 콘텐츠 자원(창작 IP, 산업 인력 등)의 선순환 공급

2] 초기 창업기업의 종합역량 확보

<표 4-2> 초기 창업기업의 종합역량 확보 전략과제 도출

문제점 (추진 필요성)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 분야 창업에 대한 실질적 정보, 기업 네트워크 등 예비창업자가 알고 싶은 정보 창구의 부재 ○ 현실적 이유로 창업 실패에 대한 부정인식 만연(수요조사 결과)
우수사례 벤치마킹 요인	<ul style="list-style-type: none"> ○ 이탈리아 폴리허브 <ul style="list-style-type: none"> - 창업기업의 사업 지속성을 위해 창업아이템 선정 단계부터 비즈니스 플랜을 함께 평가하며, 선정된 후에도 비즈니스 역량에 대한 집중적 교육으로 창업 5년 후 생존율이 우리나라 스타트업의 약 5배 ○ 미국 플레이그라운드 <ul style="list-style-type: none"> - 스타트업의 창업아이템이 시장에 유통되고 소비되는 전주기 과정을 지원 해주는 투자자 모집을 통해 초기 사업화 달성
▼	
전략과제	(2) 비즈니스 종합 지원체계 마련

3] 전략 장르 중복성의 회피방안 도출

<표 4-3> 전략 장르 중복성의 회피방안 전략과제 도출

문제점 (추진 필요성)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠코리아랩 운영 연차가 높을수록 전략 장르를 지정하여 지원 중임에 따라 '지역 특화콘텐츠'로 육성하기 위해서는 전략 장르 지정이 필요 ○ 그러나 기업육성센터에서 지정한 MCN, 웹 콘텐츠(웹툰, 영상 등)의 경우 CKL 간 가장 중복성이 높은 분야
우수사례 벤치마킹 요인	<ul style="list-style-type: none"> ○ 충북콘텐츠코리아랩 <ul style="list-style-type: none"> - 타 CKL과 전략 장르에 대해 최대한 중복성을 회피하였으며, 콘텐츠 분야 창업생태계 조성을 위해 비즈니스 매니저 양성 등 다방면의 지원방안을 구축



전략과제	(3) 창·제작 서비스 지원
------	------------------------

4] 지속가능 운영체계

<표 4-4> 지속가능 운영체계 전략과제 도출

문제점 (추진 필요성)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 동종 유관기관과의 연계성 부재 - 경남콘텐츠기업육성센터 ○ 도내 콘텐츠 분야의 전문 창업 인력(엑셀러레이터) 부재 <ul style="list-style-type: none"> - 경남에 등록된 엑셀러레이터는 총 4개 기관이며 주력산업 분야에 국한 ○ 제작지원 및 창업 등 유사 지원기관이 CKL 인근에 다수 분포
우수사례 벤치마킹 요인	<ul style="list-style-type: none"> ○ 유튜브 스페이스 NY <ul style="list-style-type: none"> - 영상촬영 장비/세트 대여, 일정 주기의 인프라 교체, 영상 관련 전문직원의 상주로 자문 가능 등 1인 영상 크리에이터들의 지속 방문을 유도 ○ 충북콘텐츠코리아랩 <ul style="list-style-type: none"> - 전략 장르 콘텐츠 기업을 집중 육성하기 위해 지원사업에 대한 사후관리, 프로그램의 종합 연계 등 구체적 사업계획을 수립

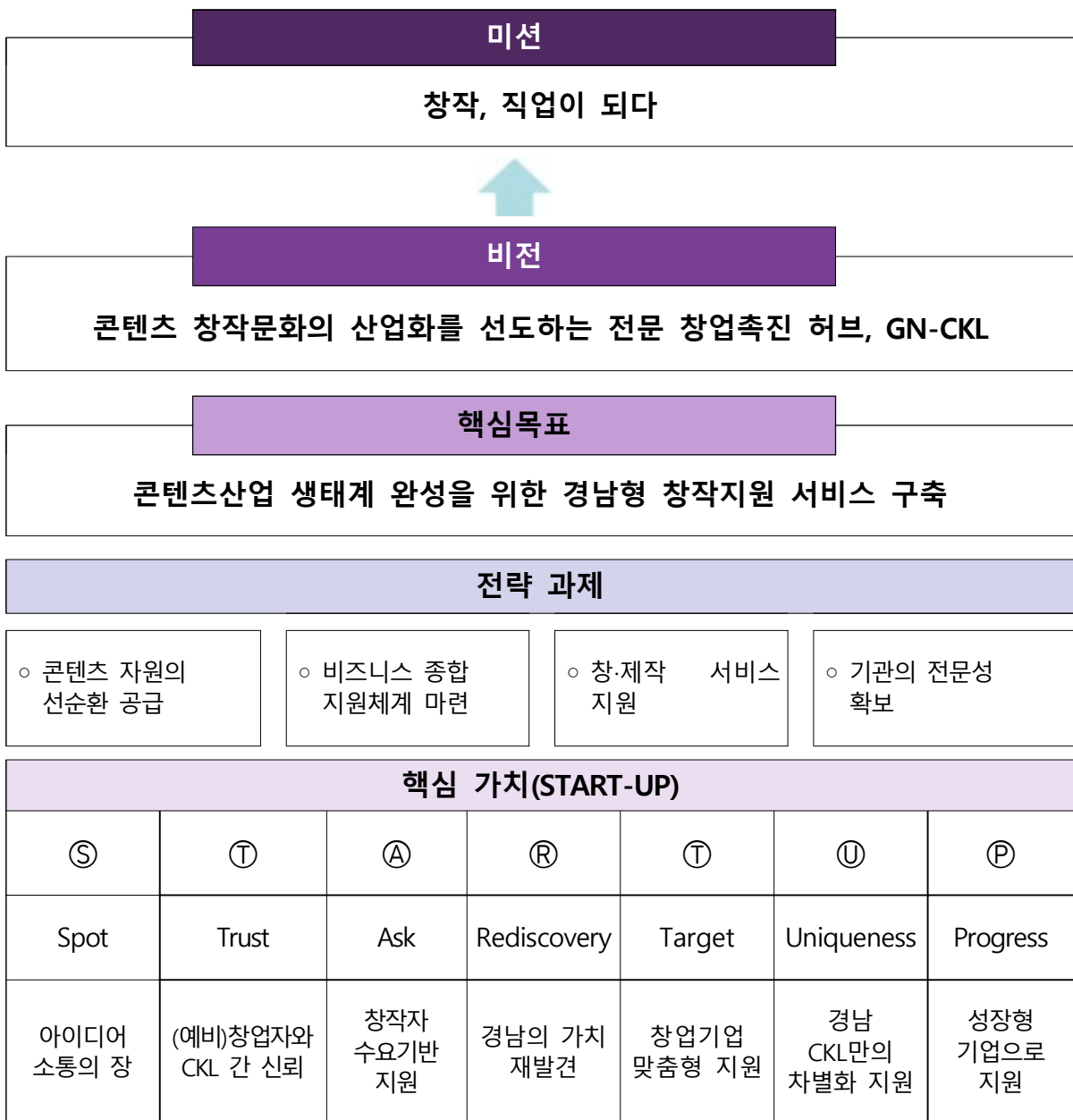


전략과제	(4) 기관의 전문성 확보
------	-----------------------

4.3 비전 및 목표

가. 비전 수립

□ 비전체계도



[그림 4-3] 경남콘텐츠코리아랩 5개년 비전체계도

- **(미션12)** 경남콘텐츠코리아랩이 경남도 내부에서 실천해야 할 사회적 과업을 ‘창작, 직업이 되다’로 설정
 - **(창작, 직업이 되다)** 창작 활동을 통해 창업과 창작 성과를 창출하고자 하는 본 사업의 취지를 반영하고 ‘아이디어’와 ‘글로벌’ 워딩 위주의 타 CKL 운영 슬로건과 차별성 확보
 - 특히, ‘글로벌 진출’의 경우, 경남콘텐츠기업지원센터의 주요 미션이므로 역할 중복성을 회피하고자 함
 - 또한, 취업으로 인한 청년의 도외 유출 현상과 경남의 ‘청년특별도’ 정책 방향 등 도내 주요 현안을 반영
- **(비전13)** 상기 미션을 달성하기 위해 콘텐츠코리아랩이 중장기적으로 지녀야 할 미래상은 ‘콘텐츠 창작문화의 산업화’와 ‘전문 창업촉진 허브’로 수립
 - **(콘텐츠 창작문화의 산업화)** 지속가능한 산업생태계 구축을 위해서는 창작 지원에서 그치는 것이 아니라, 결국 창작을 통한 ‘창업·창직’과 창작아이템의 ‘사업화’ 등으로 이어져야 하므로 창작문화 보급을 산업화로 이어주는 역할
 - **(전문 창업촉진 허브)** 또한 이를 위해 경남콘텐츠코리아랩은 본 지원사업 뿐만 아니라 예비창업자의 창업 과정부터 초기 창업기업의 경영 지속을 위해 전반적 컨설팅이 가능한 전문 지원기관으로 자리매김이 필요
- **(핵심목표)** 예비 인력을 발굴하여 창업을 유도하고, 유망기업으로 육성하기 위해 ‘경남형 서비스 지원 체계’ 구축
 - **(콘텐츠산업 생태계 완성)** 콘텐츠기업지원센터와 함께 예비산업 인력양성부터 미래 유니콘 기업까지 전 단계 지원이 가능하게 됨에 따라 경남 콘텐츠산업 생태계를 완성
 - **(경남형 창작지원 서비스 구축)** 창작자의 기발한 아이디어만 있으면 콘텐츠 창작이 가능하도록 지원해 주는 ‘콘텐츠 창작 서비스’를 통해 타 CKL과 지원 차별성 확보 및 창작문화의 활성화 기반 마련

12) 미션 : 조직이 존재해야 하는 이유 및 사회적 사명

13) 비전 : 조직이 장기적으로 구현하고자 하는 목표와 미래상

□ 핵심가치(Core Values)¹⁴⁾

- 창업기업을 의미하는 ‘START-UP’ 단어의 각 글자를 콘텐츠코리아랩 사업의 목표 및 주요 사업 내용과 매칭하여 기관 내외부 인력이 인식해야 할 경남 CKL의 핵심가치를 선정

핵심가치(START-UP)	핵심가치 의미
Ⓢ Spot	<ul style="list-style-type: none"> ○ 아이디어 소통의 장 - 콘텐츠 장르 간, 산업 간 빛나는 아이디어 교류의 장을 제공한다
Ⓣ Trust	<ul style="list-style-type: none"> ○ (예비)창업자와 CKL 간 신뢰 - (예비)창업자가 실패를 두려워하지 않도록 신뢰를 주는 경남콘텐츠코리아랩이 된다
ⓐ Ask	<ul style="list-style-type: none"> ○ 창작자 수요기반 지원 - 창작자와 예비창업자 수요기반형 프로그램 운영으로 이용자 만족도를 제고한다
Ⓡ Rediscovery	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경남의 가치 재발견 - 경남 소재 자원을 활용한 콘텐츠로 지역의 가치를 새롭게 발굴한다
Ⓣ Target	<ul style="list-style-type: none"> ○ 창업기업 맞춤형 지원 - 창업기업의 성장 속도에 부합하는 맞춤형 지원으로 콘텐츠산업의 혁신 생태계를 조성한다
Ⓤ Uniqueness	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경남 CKL만의 차별화 지원 - 경남형 창작지원 서비스 구축으로 경남콘텐츠코리아랩만의 지원방안을 확보한다
Ⓟ Progress	<ul style="list-style-type: none"> ○ 성장형 기업으로 지원 - 창업기업이 기업지원센터지원단계로 JUMP-UP하여 경남 앵커기업으로 성장할 수 있도록 지원한다

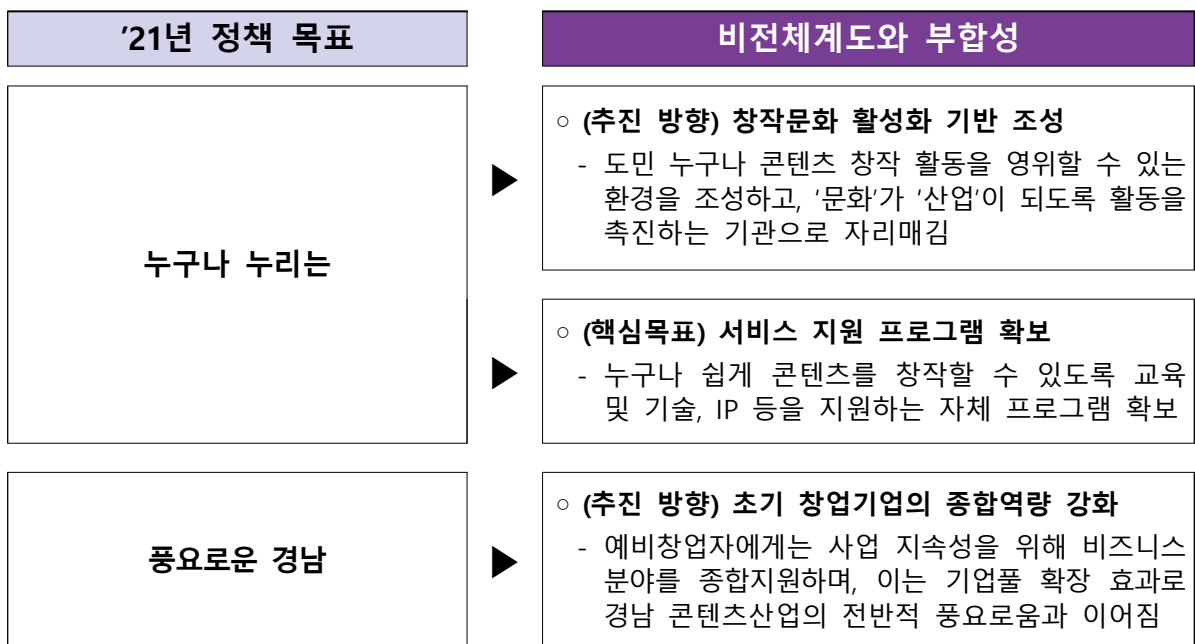
[그림 4-4] 경남콘텐츠코리아랩 핵심가치

14) 핵심가치 : 비전 달성을 위해 조직문화에 내재되어야 할 가치 중 핵심적인 요소이며 이해관계자에게 제공해야 하는 가치

나. 비전 체계도의 부합성 검토

□ 경남문화예술진흥원 업무와의 부합성

- 경남콘텐츠코리아랩 상위기관인 (재)경남문화예술진흥원의 '20년, '21년 정책 목표 및 이행과제를 통해 진흥원의 업무추진 방향과 상기 비전 및 핵심가치의 부합성을 분석
 - (2020년) 콘텐츠산업육성 생태계와 차세대 콘텐츠산업 기반조성을 위해 콘텐츠코리아랩을 비롯하여 웹툰캠퍼스, 저작권서비스센터 기반시설 개소, 지역 콘텐츠 발굴 등을 추진
 - '20년에 개소하는 콘텐츠코리아랩을 필두로 도내 콘텐츠를 창작
 - (2021년) '지역 예술·콘텐츠 생태계 유지·강화', '사회적 가치 경영 활성화', '동·서부 문화 균형발전 및 동남권 문화 협력망 구축'을 중점으로 콘텐츠 창작·창업 문화 활성화 및 기반시설 고도화를 계획
 - (정책 목표) 누구나 누리는 문화예술 콘텐츠로 풍요로운 경남
- '21년 정책 목표의 '누구나 누리는', '풍요로운'의 의미와 본 비전체계도 추진 방향 및 핵심 목표가 내포한 의미 일치



[그림 4-5] 경남콘텐츠코리아랩 '21년 정책 목표와 비전의 부합성

4.4 경남콘텐츠코리아랩의 역할

4.4.1 지역기반형 콘텐츠코리아랩 역할 분석

□ 지역기반형 콘텐츠코리아랩 목적

- 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 지역기반형 콘텐츠코리아랩 사업의 추진목적을 아래와 같이 명시

- ① 창작자(Creator)의 창의적 아이디어 교류·실험
- ② 지역자원을 활용한 문화융합 콘텐츠 창작
- ③ 예비창업자의 창업 및 세계시장 진출을 단계적으로 지원

- 상기 내용에 따르면 콘텐츠코리아랩 운영을 통한 궁극적 목표는 지역 내 콘텐츠 창작문화 보급으로 창작자들이 창업 할 수 있는 저변을 확대하고, 이를 통한 지역 내 ‘콘텐츠산업 조성’이라고 할 수 있음
- 그러므로 콘텐츠코리아랩은 아이디어를 구상 중인 非콘텐츠 산업계 소속 창작자와 콘텐츠산업계를 연결하는 중간 다리 역할을 수행해야 하는 존재
- 특히, 경남의 경우 콘텐츠기업지원센터가 CKL보다 먼저 조성되면서 앵커 기업을 유치하는 등 성과를 창출했기 때문에 그 중간 단계인 창업 지원 생태계가 조성이 시급한 상황

□ 창업의 기본 3요소

- 창업을 위해 꼭 수반되어야 할 창업의 기본 3요소는 ‘창업자(인력)’, ‘사업 아이디어(아이템)’, ‘창업 자본’으로 구성되며, 경남콘텐츠코리아랩은 이를 위해 적절한 시점에 경남 콘텐츠산업 생태계에 이를 투입해주는 기능이 필요
- **(창업자)** 본 과제에서 창업자는 콘텐츠산업의 개인 창작자와 예비창업자, 초기 창업기업이라고 할 수 있으며, 아이디어와 자본을 기반으로 사업을 영위하는 주체

- **(사업 아이디어)** 창업을 통해 시장 및 소비자에게 제공할 가치로 해석되며, 콘텐츠코리아랩에서는 창업자의 아이디어 자극, 발굴 등을 지원
- **(창업 자본)** 기업 운영에 필요한 자금적 지원, 기술 및 장비 설비, 재료 등을 모두 포함하며, 콘텐츠코리아랩에서는 입주공간과 제작 장비, 시제품 제작 및 사업화 비용 지원을 통해 창업자가 자본을 확보할 수 있도록 원조
- 기본 창업 3대 자본에 콘텐츠코리아랩의 ‘창작자 간 교류’, ‘자원 간 융복합’과 관련된 ‘네트워킹’을 추가
 - **(네트워킹)** 각자의 경험과 자문을 통해 구성원 풀의 다양성을 확보하고, 이를 기반으로 사업 아이템을 구체화할 수 있는 구성체
 - 네트워킹에는 동종산업 외에도 교집합이 가능한 이종 산업과 법률, 투자, 경영, 공공분야 등을 지원해 줄 수 있는 전문가까지 포함

□ 주요 운영 프로그램의 카테고리화

- 지역기반형 콘텐츠코리아랩 추진사업은 크게 아이디어 발굴, 창·제작 지원 및 교육, 사업화 및 투자유치, 네트워킹으로 분류
- 해당 기준에 따라 경남콘텐츠코리아랩에서 현재 추진 중인 사업도 아래와 같이 분류 가능

<표 4-5> 경남콘텐츠코리아랩 추진 프로그램

구분	프로그램 및 추진내용
아이디어 발굴	<ul style="list-style-type: none"> ○ (상상무한대 아이디어 공모전) 지역의 새로운 콘텐츠개발 및 활성화를 위해 경남의 풍부한 문화자원을 콘텐츠로 구체화하는 아이디어 공모전&해커톤 ○ (유튜버 크리에이터 챌린지) 경남의 영상 콘텐츠제작 및 1인 크리에이터 양성을 위한 유튜브 콘텐츠 제작 챌린지 ○ (콘텐츠 Talk Talk) 콘텐츠 문화 향유 및 창작·창업 문화 활성화를 위한 콘텐츠 분야 저명인사 트렌드 특강, 관객 참여형 프로그램 등 행사 운영
창·제작 지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (별별 창작소) 도내 창·제작 문화형성 및 창작 소양 증진을 위한 문화콘텐츠 분야의 콘텐츠 제작(교육) 프로그램 운영 ○ (융복합 발전소) 콘텐츠 창작자 육성 및 융복합 콘텐츠개발을 위한 오픈소스, 그래픽 툴(VR/AR/디자인 등), 영상(1인 미디어) 분야 기초-심화 교육 프로그램 운영
콘텐츠개발/사업화지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (스타트업 인큐베이팅 지원사업) 경남도 내 창작자, 초기 스타트업 대상 성장기반 마련 및 신규 콘텐츠 사업화 모델 발굴을 위한 인큐베이팅 지원사업 운영 ○ (스타트업 고도화 지원사업) 경남도 내 프로토타입을 보유한 창작자 및 초기 창업자 대상 콘텐츠 자생력과 경쟁력 확보를 위한 고도화 지원사업 운영

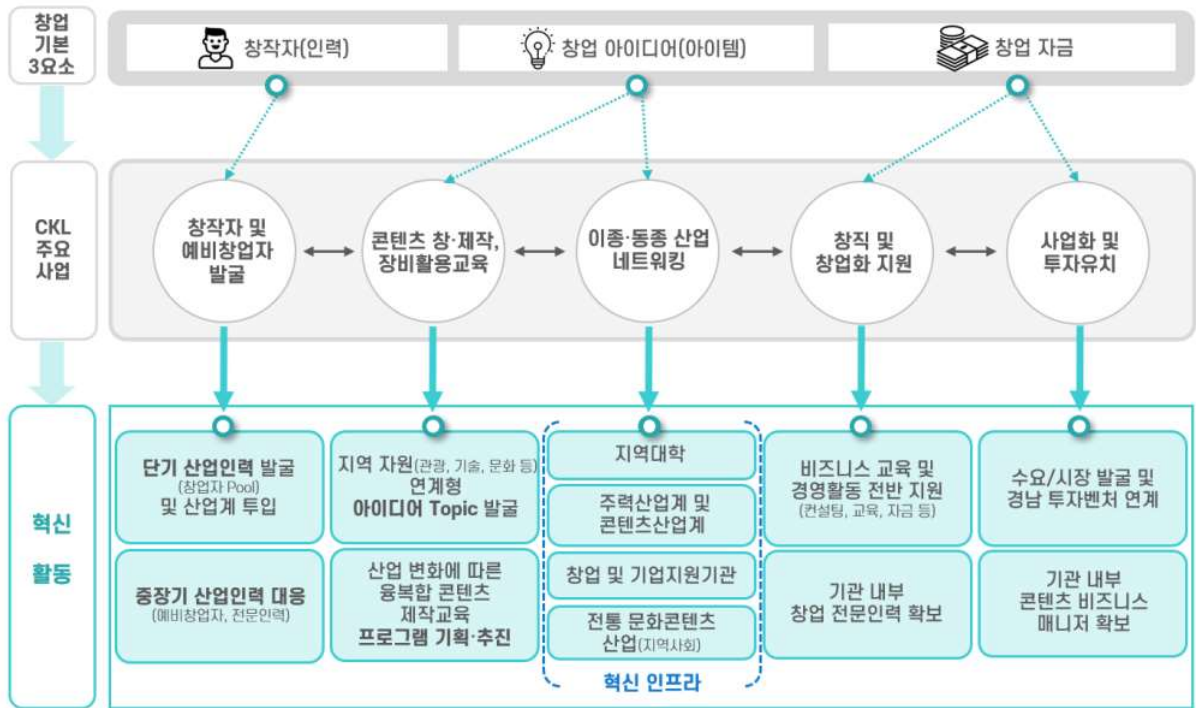
	<ul style="list-style-type: none"> ○ (창작자 레벨업 지원사업) 경남도 내 창작자, 창업자들의 유통판로 확장 및 사업역량 도모를 위한 제작비, 유통판로 개척과 성장을 위한 크라우드 펀딩, 브랜딩·IR 교육지원 등
네트워킹	<ul style="list-style-type: none"> ○ (창작모임 지원사업 '창작본능') 경남 콘텐츠 창작 분위기 확산을 위한 소규모 창작모임 또는 커뮤니티 대상 창작 지원금을 지원하는 사업 ○ (지역연계-협력사업) 지역 창작자 간 교류 확대와 창작자 역량 강화를 위한 융합선도형 콘텐츠코리아랩 지역 CKL 네트워킹 및 멘토 특강 프로그램 ○ (NEXT CONTENTS '경남 X') 경남콘텐츠코리아랩 운영을 통해 배출된 창작자 및 지원대상의 성과물을 홍보하고 확산하기 위한 도민 참여행사 운영

자료 : 경남콘텐츠코리아랩 홈페이지

4.4.2 경남콘텐츠코리아랩 역할 도출

□ 산업생태계 조성을 위한 혁신활동 수행

- 상기 분석에서 콘텐츠코리아랩은 ①콘텐츠산업계와 非산업계의 연결 매개체, ②창업 기본요소 및 네트워킹을 지원하는 역할을 수행하는 것으로 정리 가능
 - 이러한 역할을 효율적으로 수행하기 위한 활동으로 아이디어 발굴, 창·제작 지원 및 교육, 사업화 및 투자유치, 네트워킹을 추진
- 이를 통해 ‘콘텐츠산업 생태계 조성을 위한 혁신 활동을 수행’하는 기관이라 표현할 수 있으며, 경남콘텐츠코리아랩만의 세부적 활동 내용을 도출하기 위해 지역 현안을 반영
 - **(산업 인력 확보)** 단기적 시점에서는 신속한 창업 인력 발굴을 통해 혁신 기업으로 성장할 수 있도록 투입하는 역할
 - 중장기적 시점에서는 산업 인력 확보를 위해 지역 혁신기관들과 함께 주도적으로 전문인력을 양성하는 지원 역할 수행
 - **(아이디어 발굴 및 융합)** 콘텐츠와 융복합 가능한 지역 자원을 발굴을 위해 동종·이종 산업 간 커뮤니케이션 장 마련
 - **(네트워킹 체계 구성)** 창업자에 대한 전 분야 지원과 고도화 발전이 가능하도록 역내 관련 산·학·연·관 기관들과 각 네트워크 구축
 - **(창직·창업 지원)** 콘텐츠 창·제작 지원만 아니라 청년 창작자들의 현실적 부담감을 덜어줄 수 있는 전문 지원기관으로 거듭나기 위해 경영 활동의 전반적 연계 지원, CKL 내부인력의 분야별 전문성 확보를 추진
 - **(사업화·투자유치)** 경남 벤처투자를 비롯한 도내 사업과 연계로 창업기업의 지속가능한 경영 활동 지원
 - 아이디어 발굴을 통해 글로벌까지 진출하는 것까지 콘텐츠코리아랩 추진목적에 포함되나, 경남의 경우 해외 진출 분야는 경남콘텐츠기업지원센터의 주요 사업 분야에 해당하므로, 기관 간 역할을 명확히 정립하기 위해 해외 진출 분야는 주요 지원에서 제외



[그림 4-6] 경남 콘텐츠산업 생태계 조성을 위한 혁신활동 추진

제 5 장

경남콘텐츠코리아랩 중장기 프로그램

제 5 장

경남콘텐츠코리아랩 중장기 프로그램

5.1 전략 장르의 도출

5.1.1 전략 장르 선정의 필요성

가. 지역기반형 콘텐츠코리아랩 본 사업 취지와 부합성 확보

□ (CKL 사업 개요) ‘지역 자원’을 활용한 문화융합 콘텐츠 창작지원

- (목적) 지역기반형 콘텐츠코리아랩은 창작자의 창의적 아이디어 교류·실험에서 지역 자원을 활용한 문화융합 콘텐츠 창작 후 예비창업자의 창업 및 세계시장 진출을 단계적으로 지원하는 사업
- 추진목적의 키워드에서 ‘지역 자원’은 각 지자체가 보유한 특색있는 관광, 문화, 역사, 산업 등 콘텐츠를 통해 표현할 수 있는 ‘소재’를 의미

□ (추진 방향) ‘콘텐츠 장르 간’, ‘순수예술과 첨단기술의 융합’ 기반

- 또한 추진 방향에서는 단일 산업군이 아닌, 기존의 것 융합을 기반으로 한 ‘새로운 창작’을 강조
- 지원 유형에서도 콘텐츠+콘텐츠, 순수예술+디지털 기술, 콘텐츠+디지털 기술 등 융복합을 통한 새로운 창작과 지역별 환경과 특성에 따른 차별화된 CKL 운영을 명시
- 다양한 자원 및 산업과의 융복합을 통한 새로운 콘텐츠 아이템 창작을 추구하되, 기본 토대는 ‘콘텐츠산업’ 영역에서 벗어나지 않는 것이 중요

나. 지원 장르의 권고에 따른 명확한 산업군 구분

□ 2021년 지역기반형 콘텐츠코리아랩 사업 개선(안) 변경

- 기존 콘텐츠코리아랩 사업은 문화산업 쏠 분야에 대한 지원이 가능했으나, '21년부터는 타 부처나 문체부 소속 타 기관 사업의 장르는 제외하고 지원할 것을 권고
- **(제외 장르)** 영화(영화산업진흥위원회), 출판(한국출판문화산업진흥원), 디자인(한국디자인진흥원), 공연 등 문화예술(한국문화예술위원회), 공예(한국공예디자인문화진흥원) 등
- **(권고 장르(안))** 만화, 캐릭터, 애니메이션, 영화, 음악, 게임 등 콘텐츠 상품의 기획·개발·제작·생산·유통·서비스 등 관련 분야

<표 5-1> 문화산업진흥기본법의 문화산업 정의

- **(제2조 정의)** "문화산업"이란 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말하며, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 포함한다.
 - 가. 영화·비디오물과 관련된 산업
 - 나. 음악·게임과 관련된 산업
 - 다. 출판·인쇄·정기간행물과 관련된 산업
 - 라. 방송영상물과 관련된 산업
 - 마. 문화재와 관련된 산업
 - **바. 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·모바일문화콘텐츠·디자인(산업디자인은 제외한다)·광고·공연·미술품·공예품과 관련된 산업**
 - **사. 디지털문화콘텐츠, 사용자제작문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업**
 - 아. 대중문화예술산업
 - 자. 전통적인 소재와 기법을 활용하여 상품의 생산과 유통이 이루어지는 산업으로서 의상, 조형물, 장식용품, 소품 및 생활용품 등과 관련된 산업
 - 차. 문화상품을 대상으로 하는 전시회·박람회·건본시장 및 축제 등과 관련된 산업. 다만, 「전시산업발전법」 제2조제2호의 전시회·박람회·건본시장과 관련된 산업은 제외한다.
 - 카. 가목부터 차목까지의 규정에 해당하는 각 문화산업 중 둘 이상이 혼합된 산업

5.1.2 전략 장르 도출 반영사항

1] 경남콘텐츠기업지원센터와 연계성

- 향후 경남 콘텐츠산업 생태계 조성을 위해 전략 장르의 일관성이 요구됨에 따라, 콘텐츠기업지원센터 장르와의 연계가 필요
 - (경남콘텐츠기업지원센터 육성 장르) VR·AR 콘텐츠, (모바일)게임, 웹툰
- 아이디어 교류를 통한 융합 추진이라는 콘텐츠코리아랩 주요 역할을 고려해 콘텐츠기업지원센터보다 폭넓은 장르 반영으로 다양한 아이디어 및 창·제작 활동을 지원할 수 있도록 반영
 - (예시) 단일 세부 콘텐츠인 웹툰과 MCN 분야를 ‘웹’이라는 공통점 아래 하나의 큰 카테고리에 포함한 ‘웹콘텐츠’로 지원

2] 주요 예상 이용층 수요

- 특성화 고등학교 학생과 대학생 모두 선호하는 콘텐츠로 동일하게 MCN 분야 1위, 게임 개발을 2위로 선정
 - 대학생은 3위로 XR 콘텐츠, 4위로 웹툰을 선정하였으며, 특화고 학생들은 웹툰을 3위, XR 콘텐츠를 4위로 선정
 - (기타 의견) 교육 콘텐츠, 드론 영상, 애니메이션 제작, 영화 등

3] 콘텐츠산업 트렌드 및 정책 방향

- 콘텐츠 IP 중심의 시장 변화로 인한 원천콘텐츠 확보의 시급성, 가상융합 콘텐츠의 전 사회·경제 확대 도입에 따른 XR 분야 육성 필요성
 - (원천 IP) 창작콘텐츠 IP 확보가 시급함에 따라 도내 웹툰캠퍼스, 관련 대학, 저작권위원회 등 기관과 함께 도내외 우수 IP 확보를 통한 창작자원 확대 보급의 방향 추진
 - (XR 콘텐츠) 경남콘텐츠기업지원센터에서 특화 장르로 선정하여 지원 중인 VR·AR의 고도화

4] 타 CKL 전략 장르 선정 현황

- 15개 지역기반형 콘텐츠코리아랩 중 전 분야를 지원하는 지역은 경남을 포함하여 7개소이며, 나머지 8개 CKL은 전략 장르를 선정하였으나 높은 중복성 발생
 - MCN(8개소), 전 분야 지원(7개소), 웹콘텐츠(5개소), 융복합(2개소) 순으로 전략 장르의 중복성이 발생
 - 또한 지원 연차가 오래된 콘텐츠코리아랩일수록 전 분야보다 전략 장르를 지정하여 사업을 수행 중
- 한정된 콘텐츠산업 범위와 공통적으로 반영되는 산업 트렌드에 따라 장르 중복성은 피하기 어려우므로, 경남만의 지원방안 탐색이 필요

5] 도내·외 전문가 의견 반영

- 상기 결과를 토대로 콘텐츠 전문가, 기업지원 실무담당자, 창업전문가 등 다양한 방면의 도내·외 전문가 의견을 피드백하여 최종 결정
 - **(실감형 콘텐츠)** 기술적 부분이 상당히 요구되는 분야로 초기 창작자나 창업자가 접근하기 어려운 장벽은 존재하나, 시장산업의 흐름과 경남 주력 산업 환경, 정책 지원 방향 등 중장기적 시점에서는 반드시 육성이 필요
 - **(웹콘텐츠)** 주요 예상 이용층의 수요결과와 사회적 인식 및 소통수단의 변화, 비교적 낮은 기술 진입 장벽, 흥미 제공 등 육성이 필요한 분야
 - **(게임)** 게임과 실감형 콘텐츠에 활용되는 기술이 중첩되기도 하고, 게임산업 육성을 위해 투자되는 비용과 인력 등 경남 현안과 맞지 않는 부분이 상당수 이상 존재하므로, 개발의 개념보다 서비스 지원으로 접근 가능

5.2 지역기반형 콘텐츠코리아랩 평가 기준 변경(안)

- 본 기획의 성과지표·목표는 추후 연차별 운영평가에도 대응할 수 있도록 '지역기반형 콘텐츠 코리아랩 사업개선(안)' 지침을 기준으로 설정
 - 콘텐츠코리아랩의 정부 사업 지원비 규모는 점점 감소하는 추세임에 따라 '21년도의 경우 운영평가를 통해 우수 CKL에 인센티브를 주는 형태가 아닌 **하위 CKL의 사업비를 감액할 예정**
 - 국비와 지방비 50대 50 매칭 구조이므로 감액되는 비율은 더욱 클 것
 - 또한 중기 성과평가에서 연속으로 '미흡'이 나올 경우 해당 지역은 CKL 사업 중단
 - **변경되는 개선 지침안에 대한 철저한 분석 기반의 운영 프로그램 구성이 필요**

5.2.1 평가 기준(안) 개요

1] 각 지역 CKL 사업 연차에 부합하는 프로그램 운영

- CKL 사업 목표는 '지속 가능한 콘텐츠산업 생태계 조성'임에 따라 '21년부터 **교육·제작·창작(초/중급) → 인력양성 → 사업화 → 창직·창업 → 유통·투자**'로 순환되는 연차별 프로그램을 제시
 - 가장 먼저 개소한 지역(7년 차)과 가장 늦게 개소한 지역(2년 차)의 콘텐츠 창작 활성화 정도 및 역량은 해당 연차에 따라 차이가 발생하기 때문에 추진해야 할 프로그램도 그에 맞추어 실시

	구축	교육지원 (초급)	제작지원 (초급)	창작지원 (초급)	교육지원 (중급)	제작지원 (중급)	창작지원 (중급)	인력양성 (고용창출)	사업화지원	창직·창업	유통·투자
1년차	←→										
2년차		←→	←→	←→							
3년차		←→	←→	←→	←→	←→	←→				
4년차					←→	←→	←→	←→	←→	←→	
5년차 이상								←→	←→	←→	←→

자료 : 지역기반형 콘텐츠코리아랩 협의체 내부 회의자료(20.09.)

[그림 5-1] CKL 연차별 운영 프로그램(안) 기준

→ 전체 프로그램의 70% 이상을 연차에 따라 구성해야 하며, 이는 평가에 반영

2] 단기평가에서 ‘단기평가 + 3개년 중기평가’로 개선

- 지금까지 해당연도의 단기성과와 정량 지표 중심의 연차평가 진행으로 중장기 발생 성과나 각 지역 현황의 반영, 정성적 지표는 전무
 - 계획 대비 목표 건수 달성에 대한 단편적 평가로 각 CKL 프로그램의 내용이나 성격, 성과 수준에 대해 비교를 할 수 없어 불이익을 보는 지역 발생
 - 이에 따라 지역별 특성과 산업 환경을 고려한 지표(지역 특성을 반영한 데이터 및 통계 제시) 설정이 필요
- ※ 해당 사업을 운영·관리한 진흥원 담당자나 성과를 창출한 창작자 등에게 포상 추천

<표 5-2> 콘텐츠코리아랩 평가지표 개선(안)

구분	단기 성과평가	중기 성과평가
계획 (PLAN)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 성과목표·지표 적절성(5) <ul style="list-style-type: none"> - 지역 특성과 콘텐츠산업 환경 고려 - 단기(1개년)/ 장기(5개년) 성과목표 및 지표 자체 설정 ○ 사업 목표 및 내용의 연계성(6) 	
관리 (DO)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업 수행관리의 우수성(10) <ul style="list-style-type: none"> - 사업관리 적절성 - 전담인력 운영에 따른 전문성 ○ 예산집행이 적절성(5) 	
결과/환류 (CHECK/ACT)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 계획성과 달성도(20) <ul style="list-style-type: none"> - 성과지표별 목표 달성도 ○ 사업성과 우수성(30) <ul style="list-style-type: none"> - 대표 성과소개서 자율 제시 ○ 평가 결과의 사업개선 활용(5) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 계획성과 달성도(20) <ul style="list-style-type: none"> - 성과지표별 목표 달성도 ○ 사업성과 우수성(20) <ul style="list-style-type: none"> - 대표 성과소개서 자율 제시 ○ 종합적 성과분석(10) <ul style="list-style-type: none"> - 평가대상 3년 중 2년 이상에 대한 분석 ○ 평가 결과의 사업개선 활용(5)
차년도 계획 (PLAN)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업계획의 적절성(8) <ul style="list-style-type: none"> - 환경변화 및 전년도 성과분석을 통한 개선안 제시 - PDCA 및 사업 목적에 따른 계획의 충실성 ○ 사업구성·추진방식의 우수성(8) <ul style="list-style-type: none"> - 아이디어 발굴·창작·사업화·창직·창업을 위한 프로그램 구성 ○ 예산 편성의 적절성(4) 	
가점/감점	-	<ul style="list-style-type: none"> ○ 우수성과(+2) ○ 연구비 부정(-2)

자료 : 지역기반형 콘텐츠코리아랩 협의체 내부 회의자료(20.09.)

5.2.2 개선(안)에 따른 프로그램 배분 방안

가. 現 경남콘텐츠코리아랩 프로그램 구성 분석

□ ('20) 창작 및 사업화 지원 위주로 구성된 프로그램

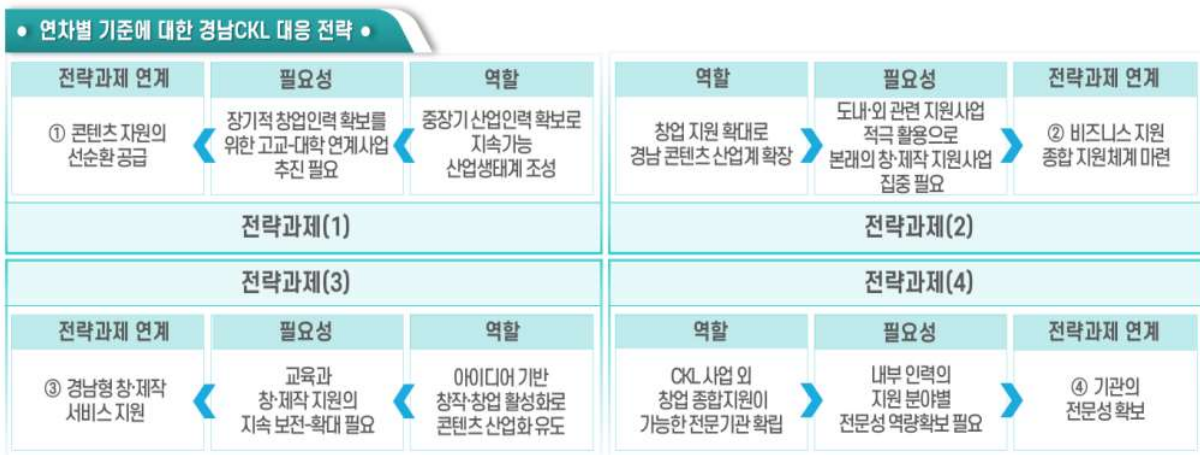
- '20년도 경남콘텐츠코리아랩의 프로그램은 창작지원 4건, 제작 및 창업 지원/인력양성 각 0건, 교육 및 사업화 지원 각 3건, 기타 4건으로 조사
 - 기준에 따르면 現 시점에서 집중적으로 추진해야 할 프로그램은 초급 단계의 교육과 창·제작 지원이나, 제작 지원은 0건인 상태
 - 또한, 사업화 지원은 5년 차 이상부터 본격적으로 추진해야 할 사업으로 현재 경남콘텐츠코리아랩과 경남 현황을 고려했을 때 '20년도 전체 사업 14건 중 3건은 과도하게 분배되었다고 볼 수 있음

<표 5-3> 2020년 콘텐츠코리아랩 유형별/연차별 프로그램 총괄

구분	7년차				6년차		5년차		4년차		2년차					총계
	부산	대구	인천	경기	전북	경북	광주	충남	충북	전남	대전	울산	강원	경남	제주	
창작지원	2	4	0	2	0	5	3	1	6	2	11	3	4	4	1	48
제작지원	5	2	0	0	0	0	2	2	5	1	0	3	0	0	1	21
교육지원	18	4	6	0	4	0	2	1	7	2	5	8	6	3	3	69
사업화지원	1	0	6	4	1	5	0	4	5	3	4	2	0	3	2	40
창업지원	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3
인력양성	1	0	1	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	5
기타	5	0	2	2	5	2	2	3	3	1	0	4	4	4	1	38
총 계	32	10	17	8	10	12	9	11	28	9	21	20	14	14	9	-

자료 : 지역기반형 콘텐츠코리아랩 협의체 내부 회의자료(20.09.)

- 변경 기준(안)과 비전체계도 전략과제, 경남도 콘텐츠산업 현황을 다음과 같이 반영
 - 사업 연차에 부합하는 프로그램을 전체 사업의 70% 이상 구성해야 하는 변경 기준(안)에 의하면 경남콘텐츠코리아랩은 5년 차가 되는 '23년부터 인력양성, 사업화 지원, 유통·투자 등에 절반 이상을 집중해야 함
 - 그러나 콘텐츠산업 조성이 늦은 경남은 창·제작 관련 지원 집중을 통한 초기 창업생태계 Pool 확대가 집중 추진이 시급 사안이므로 유관기관의 지원 사업(창업 및 사업화, 투자, 장비활용 교육 등) 연계가 필요
 - 각 기관 지원사업의 전략적 연계로 CKL 사업비 규모나 연차별 지원 방향으로는 충족되지 않는 분야를 보전



[그림 5-2] 연차별 특화 프로그램 구성 방향

나. 단기 및 중장기 프로그램 구성

□ ('21-'22) 교육·제작·창작 지원 집중으로 창업 자원 Pool 확보

- '21년도를 기준으로 3차년도에 진입하는 경남콘텐츠코리아랩은 평가 기준에 따르면 '22년까지 교육·제작·창작 프로그램 중심의 창작자 역량 강화 집중 필요
 - (2021년) 교육·제작·창작 분야의 초급 및 중급 지원
 - (2022년) 교육·제작·창작의 중급 지원
- 교육과 창·제작의 난이도 기준 마련과 프로그램 다양화를 위해 경남콘텐츠코리아랩과 유관기관 실무자 간 네트워킹 추진과 경남형 창·제작 서비스를 구축

□ ('23-'24) 인력양성과 사업화 및 창작·창업 지원으로 역량 향상 유도

- '23년도부터는 5년 차에 진입하며 이때부터는 사업화와 창작·창업 집중으로 창작자의 콘텐츠 기업화 및 역량 향상을 유도하는 시기
 - (2023년) 고용창출이 가능한 인력양성 및 사업화 지원
 - (2024년) 사업화 및 창작·창업 지원
- 상기 구축된 네트워크를 기반으로 콘텐츠 창업기업의 비즈니스 활동을 지원과 기관 전문성 확보를 위한 자문 풀 및 지원사업 연계, 전문가 양성 프로그램 개발 등 추진

□ ('25~) 지원사업의 성과 확산을 위한 유통·투자 활성화 및 산업 고도화

- '23년 이후는 이전 기간 형성된 성과 확산을 통해 콘텐츠산업 생태계 Boom-up을 유도하는 단계
 - (2025년) 사업 아이템의 유통 및 창업기업 투자 활성화
- 양성된 콘텐츠 분야 창업/투자 전문가와 지원 성공사례 등의 적극 활용으로 콘텐츠 창작·창업 문화의 도내 저변 확대를 추진

5.3 세부 특화 프로그램

5.3.1 경남콘텐츠코리아랩 특화 프로그램

□ 연차별 특화 프로그램 구성

- 콘텐츠코리아랩 평가 기준과 전략 장르를 고려하여 연차별로 추진해야 할 세부 프로그램을 아래와 같이 도출
- 각 세부 프로그램은 콘텐츠코리아랩의 기능·역할을 수행할 수 있는 액션 플랜이며, 최종적으로 경남콘텐츠코리아랩의 중장기 비전 및 전략과제와 부합하도록 구성
 - 유관기관 MOU 체결과 기관 연계형 신규사업은 운영전략을 통해 추진

<표 5-4> 경남 콘텐츠코리아랩 특화 프로그램

전략 과제	프로그램
콘텐츠 자원의 선순환 공급 (IP/인력/인프라)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 창·제작 IP 확보 및 IP 기반 사업화 연계 프로그램 ○ 경남 특화고 콘텐츠창업 연합동아리 지원 프로그램 ○ 콘텐츠 유관학과 특성화고-대학 연계 교육프로그램 ○ 기관 연계형 콘텐츠제작/장비교육 지원
비즈니스 종합 지원체계 마련	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경남 콘텐츠 기업 패밀리데이 프로그램 ○ 수요기반형 컨설팅 프로그램 ○ 기술전문가-콘텐츠 창업기업 융복합 네트워킹 프로그램 ○ 콘텐츠 창업 패스트트랙 프로그램 ○ 홍보·유통 투자자 모집-연계
창·제작 서비스 지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 IP 및 기술 패키지 활용 플랫폼 구축 ○ 新-舊 체험 콘텐츠 창작지원 서비스 프로그램 구축 및 보급 ○ 지자체 수요 기반 체험 콘텐츠제작 공모 ○ 콘텐츠 사전테스트 지원 프로그램
기관 전문성 확보	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경남 창업/기업지원기관 실무담당자 Meet up 프로그램(네트워킹 정례화) ○ 기관 연계형 신규사업 공모-추진 ○ 경남 콘텐츠산업 창업 전문리더 양성 프로그램 개설 및 수료

5.3.2 특화 프로그램 내역

1-1 콘텐츠 창·제작 IP 확보 및 IP 기반 사업화 연계 프로그램

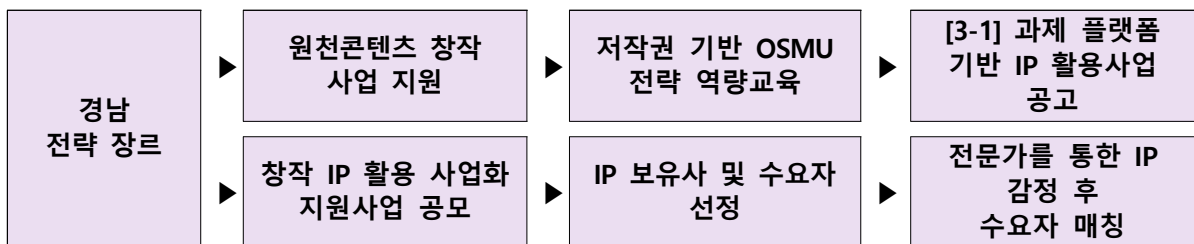
□ 프로그램 개요

- 콘텐츠 IP 라이선싱 역량 강화와 창작문화 저변 확대를 위한 경남 IP 자원 확보 및 사업화 연계

□ 추진내용

- (지원대상) 도내의 콘텐츠 IP 보유자와 IP가 없는 수요자 대상으로 하나, IP의 경우 전략 장르(웹콘텐츠)를 우선순위로 지원
- (지원내용) 도내 콘텐츠 IP 자원의 확보를 기반으로 이를 활용한 2차 콘텐츠 사업 아이템 발굴
 - IP 평가 기준은 한국저작권위원회 자문 및 관련 사례를 기반으로 감정

<표 5-5> IP 확보 및 사업화 지원 개념도



- (지원조건) IP 보유자와 수요자 모두 지재권 감정 후 변심에 의한 지원사업 중도 하차 등에 대한 불이익 등 장치 필요
 - (IP 보유자) 웹툰, 웹소설, 스토리 등 고유 콘텐츠 IP를 보유한 사업자 (창작자) 또는 기업으로 자사 IP를 활용하여 2차 사업으로 연계하고 싶거나 IP 권리를 넘기고 싶은 소유주

- (수요자) 콘텐츠 IP를 통해 관광상품, 교육 콘텐츠 등 2차 저작물 제작 아이디어 또는 기술을 보유한 도내 이종-동종산업 기업
- (추진방식) 저작권을 보유한 기업의 IP 감정과 이를 유통할 수 있는 플랫폼이 함께 연동되어야 하며, 단발성 지원으로 그치지 않도록 OSMU 전략 관련 및 IP 사업화 계약 관련 교육을 병행
- 또는 IP를 보유한 기업에서 이를 활용한 시제품 제작 및 홍보 마케팅 등 자체적인 2차 사업을 진행할 수 있도록 지원 가능

○ **환경분석 반영사항**

- 원천 IP를 기반으로 재편되고 있는 글로벌 콘텐츠산업 변화에 대한 대응을 위해 창작자들의 라이선싱 비즈니스 역량을 강화하고, 도내 수요기업과 연계를 통해 창작 자원의 가치를 발굴할 수 있도록 지원

<표 5-6> IP 사업화 신청서 양식 예시

회사명		대표자 성명	
연락처		메일 주소	
콘텐츠 IP명		콘텐츠 장르	
IP 소개	콘텐츠 기획 의도		
	○ 기획 배경, 개발 목표 등		
	IP 소개		
	○ (예시) 캐릭터 IP일 경우, 이름과 특징, 이미지 첨부 등		
	시놉시스		
	○ (예시) 웹툰일 경우 시나리오, 배경스토리, 세계관 등		
	주요 타겟층		
	○ 콘텐츠 주요 타겟 고객층 및 사유		
라이선싱 실적 및 수요 기업			
○ 기 추진된 라이선싱 실적			

1-2 경남 특성화 고등학교 콘텐츠 창업 연합동아리 지원

□ 프로그램 개요

- 중장기적 시점에서 경남 콘텐츠산업 및 창업 인력으로 유입될 가능성이 큰 특성화 고등학교 대상의 상호 협력형 지원 프로그램

□ 추진내용

- **(지원대상)** 경남도 콘텐츠 및 ICT 산업 관련 특화고등학교에 재학 중인 학생
 - 웹툰학과, 게임학과 등 다양한 콘텐츠 장르가 융합될 수 있는 초기 네트워크 장의 마련
 - 창업에 대한 거부감 완화를 위해 도내 다양한 창업 및 시제품 제작 지원 사업 소개-체험을 함께 지원하며, 앵커 기업 사례를 통해 ‘창업 성공’에 대한 긍정 인식을 주입
- **(지원내용)** 청년층과 일반인에 집중된 기존 창업 지원 사업을 고교생까지 지원범위를 확장하여 타 사업과 중복성을 배제
 - 콘텐츠 창작, 창업가 정신 교육, 창업박람회 관람 지원 등 종합지원
 - 다양한 콘텐츠 창작이 가능하도록 도내 메이커 스페이스 장비 및 전문가 지원 활용
- **(지원조건)** 경남문화예술진흥원과 기관 MOU를 체결한 도내 특성화 고등학교 대상
 - 단기 평가항목을 고려하여 MOU를 체결한 학교는 신입생을 매년 신규 랩 회원으로 가입할 수 있도록 지원하고, 경남콘텐츠코리아랩은 직업체험 교육 등을 제공하는 상호 협력사업을 추진
- **(추진방식)** 우수 프로젝트를 선발하기 위한 전문 심사 및 시상식을 갖춘 오디션(경진대회) 개최

- 경진대회 우수 대상자에게는 향후 도내 창업 지원사업 도전 시, 가점 또는 특혜(심사 프리패스 등) 부여

<표 5-7> 경기 콘텐츠 창의학교 사업 예시

구분		내용
사업 개요	대상	○ 경기도 내 특성화고
	예산	○ 610백만 원(도 300백만 원, 시 75백만 원, 자체 235백만 원)
	주요 내용	○ 창의력 향상 및 현장 중심형 프로젝트 개발 교육을 위한 사업비 지원 ○ 실무 중심의 교육으로 산업 맞춤형 인력 육성
	목표	○ 콘텐츠 분야 창의인재 3,600명 이상 교육 ○ 프로젝트 개발 36건
추진계획	<ul style="list-style-type: none"> ○ 31개 시·군 및 교육청과 연계하여 사업추진 <ul style="list-style-type: none"> - 시·군 : 참여학교 선정 및 매칭 예산 편성 - 교육청 : 학교지원 예산 편성 및 참여학교 관리 ○ 경기콘텐츠 창의학교 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 창의력 역량 제고를 위한 교육(공통역량과정), 콘텐츠 프로젝트 개발 교육(전문역량과정) 추진 - 신기술 확보와 육성을 위한 신형장비 교체, 양질의 콘텐츠 생산환경 조성을 위한 노후공간 정비 	
추진일정	<ul style="list-style-type: none"> ○ (2020.02) 사업안내서 제작 및 발송 ○ (2020.03) 학교별 사업 수행계획서 접수 및 협약 체결 ○ (2020.04 ~ 12) 프로그램 운영(7-8월 중 캠프, 11월 중 경진대회 개최) 	

자료 : (재)경기콘텐츠진흥원, 2020년 주요 업무계획

○ **환경분석 반영사항**

- 경남도 내 풍부한 학령기 인구가 청년기에 도외로 유출되지 않도록 중장기 시점의 사전 산업 인력 발굴

1-3 콘텐츠 유관학과 특성화고-대학 연계 프로그램

□ 프로그램 개요

- 활용 가능한 잠재인력을 발굴하는 역할로 확대하기 위해 도내 교육기관(고등학교, 교육청, 대학 등)과 연계

□ 추진내용

- **(지원대상)** 경남도 콘텐츠 관련 특성화 고등학교 및 콘텐츠학과 보유 대학에 재학 중인 학생
- **(지원내용)** 도내 콘텐츠 관련 학과에 재학 중인 학생들을 대상으로 창의력 역량 제고를 위해 멘토링 및 워크샵, 콘텐츠 프로젝트 개발, 도내 장비 활용 바우처 제도 등 지원
- **(지원조건)** 경남문화예술진흥원과 기관 MOU를 체결한 교육기관 대상
- **(추진방식)** 고교생과 대학생의 융합형 팀빌딩을 통해 아이디어를 유기적으로 결합하여 창업아이템의 다양화 및 능력 개발
 - 기초 창작능력 향상을 위한 스토리텔링 교육 운영
 - 제시된 아이템(지역 소재 또는 지역 창작 IP)를 활용한 융합콘텐츠 기획 및 개발 워크샵
 - 개발된 아이템의 완성도 향상을 위한 전문가 멘토링 지원

○ 환경분석 반영사항

- 경남도의 주요 정책 중 '청년특별도'와 '교육특별도' 연계 가능하며, 콘텐츠 산업인력의 도내 정착을 위한 전략으로 확대 가능

참고자료 5-1 창원문성대, 특성화고 진로·취업교육지원 협의회 개최 사례

- 창원문성대학교가 지난 13일 본관에서 관내 특성화고 관계자와 **‘특성화고 진로취업 교육지원 협의회 간담회’**를 개최했다고 16일 밝혔다.
 특성화고 교사, 대학일자리센터 관계자 등 18명이 참석한 이번 간담회에서는 대학과 협약을 체결한 관내 특성화고등학교(8개교) 진로·취업부장 교사와 함께 청소년들에게 양질의 진로와 취업 서비스를 제공하기 위해 마련됐다.
 이날 간담회에서 대학일자리센터는 지난 상반기 특성화고에 제공한 프로그램의 운영 결과를 점검공유하고, 하반기 프로그램 운영 시기와 방법 등을 조율했다.
 창원문성대학교 대학일자리센터장 관계자는 “창원문성대학교와 관내 협약을 체결한 특성화고의 협업을 통해 **대학 내 인프라를 활용한 진로·취업 교육 프로그램 운영 등 지속적으로 지역 청년층 및 특성화 고교생에게 양질의 서비스를 제공할 것**”이라고 밝혔다.

자료 : 시장경제 기사(2020.11.16.)

1-4 기관 연계형 콘텐츠제작/장비교육 지원

□ 프로그램 개요

- 지속적 산업 인력 양성·발굴을 위한 교육프로그램의 초급/중급/고급 단계별 커리큘럼 구성과 이에 따른 시제품 제작 장비 인프라 및 전문가 확보

□ 추진내용

- **(지원대상)** 도내 소속의 콘텐츠/ICT 관련학과 재학생, 예비창업자 및 3년 미만 창업자 등 지원 가능
- **(지원내용)** 콘텐츠코리아랩 구축 장비 활용도 제고, 프로그램 수준의 다양화 및 체계화를 위한 도내 인프라(장비, 전문가) 활용
- **(지원조건)** 수료증 제공은 각 과정의 80% 이상 시 수여
- **(추진방식)** 메이커 스페이스(일반형, 전문형), VR·AR 제작거점센터, 대학 소속 장비지원센터 등 도내 다양한 기관의 활용 가능 장비 리스트업 후 이를 활용할 수 있는 교육 커리큘럼 구성 및 활용 협약(MOU) 체결
 - 커리큘럼은 반드시 각 기관 장비 담당 실무자 또는 전문가 자문 하에 구성
 - 일정 난이도 이상 교육에 대해 수강 완료 시, 경남도 연합체(가칭) 명의의 수료증 제공 및 창·제작 사업지원 시 가점 등 혜택 부여
 - 또는 향후 창·제작 지원사업 수행 시, 무료로 도내 연합체 기관의 장비 및 전문가 자문을 병행할 수 있는 바우처를 제공

○ 환경분석 반영사항

- 경남콘텐츠코리아랩 인근 유관기관의 다수 분포를 약점이 아닌 강점으로 활용

2-1 경남 콘텐츠기업 패밀리데이 프로그램

□ 프로그램 개요

- 경남도 내 콘텐츠산업 분야 소통을 위한 오프라인 네트워킹 지원

□ 추진내용

- **(지원대상)** 도내 소속이거나 거주 중인 콘텐츠 분야 (예비)창업자 및 기업 소속원
 - 경남콘텐츠코리아랩, 경남콘텐츠기업지원센터, 웹툰캠퍼스, 음악창작소 등 도내 콘텐츠 분야 거점기관으로부터 지원받는 누구나 참여 가능
- **(지원내용)** 경남 내부 콘텐츠산업계 오프라인 네트워크 조성
 - ※ 우수 선배 기업은 차년도 콘텐츠 창·제작 지원사업 등에서 가점 부여, 전문가 활용비 지급 등의 인센티브 부여
- **(지원조건)** 예비창업자에서 3년 미만 기업을 후배 기업, 창업 3년 이상 기업을 선배 기업으로 정의
- **(추진방식)** 1개월 1회 간격의 네트워킹 데이 개최
 - 네트워킹의 연속성 유지와 장르 간 융복합을 위해 선배 기업과 후배 기업의 1대 1 매칭을 지원

○ 환경분석 반영사항

- 수요 조사 중 실제 창업기업으로부터 성공/실패경험담을 듣고, 콘텐츠 분야 창업기에 대한 현업에서의 조언을 듣고 싶다는 기타의견 다수 도출
- 수요 조사 결과 중 예비 산업 인력들이 콘텐츠 창작과 창업을 위해 정보를 얻는 곳 대부분이 웹을 기반으로 하여 콘텐츠 창업 실무정보를 얻기 힘들

참고자료 5-2 **스타트업 네트워킹 모임 사례 - 와디즈 '메이커스 나이트'**

○ 라이프스타일 투자플랫폼 와디즈는 스타트업의 연결을 강화하고 이를 지원하기 위한 스타트업 네트워킹 모임 '메이커스 나이트'를 오는 12일 와디즈 판교 사옥에서 연다고 밝혔다.

이번 행사는 '스타트업의 고민은 스타트업만이 안다'는 취지로 기획, 투자형 크라우드 펀딩을 준비하는 스타트업과 이를 먼저 진행해 본 선배 창업자를 서로 연결해 주는 자리로 마련됐다.

이는 펀딩 경험이 없는 예비 창업가나 스타트업이 창업과 펀딩 과정을 먼저 경험한 스타트업 대표를 통해 투자유치 성공 노하우를 들으며 스타트업이 사업을 진행하는 과정에서 겪게 되는 다양한 상황에 대한 대처법과 해결책 등 실제적인 경험담을 소개하는 시간으로 꾸며질 계획이다.



○ 와디즈 김지훈 이사는 "이번 행사를 통해 펀딩을 준비하는 예비 메이커들에게 선배 창업가들의 성공 경험과 노하우가 자연스럽게 흘러가 **서로 도움을 주고 받는 문화가 자리잡길 바란다**"며 "와디즈는 스타트업들의 투자유치 기회를 확대하며 새로운 도전이 이어질 수 있는 건강한 창업생태계 조성을 위해 다양한 지원을 펼칠 계획"이라고 밝혔다.

자료 : 플래툰 기사(2019.11.06.)

2-2 수요기반형 컨설팅 프로그램

□ 프로그램 개요

- 예비창업자 및 초기 창업기업이 직면한 상황에 대해 멘토-멘티뿐만 아니라 지원기관인 콘텐츠코리아랩도 매핑하는 과정을 통해 지역 창업생태계에 대해 함께 파악할 수 있도록 추진

□ 추진내용

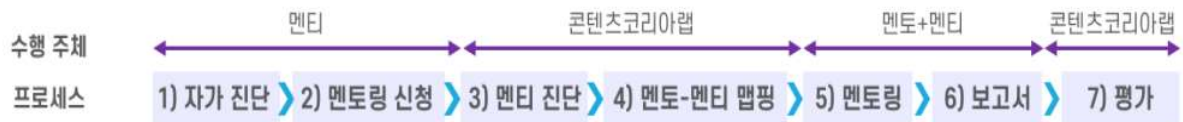
- **(지원대상)** 도내 소재의 창업 3년 미만 콘텐츠 분야 창업 기업
- **(지원내용)** 기업에서 멘토링을 원하는 분야에 대해 스스로 진단하고, 콘텐츠 코리아랩에서는 해당 조건에 부합하는 최적의 멘티를 매칭
- **(지원조건)** 지원기업(멘티)은 스스로 자가진단이 가능해야 하며, SCAMPER 원칙에 따라 재구성하도록 함

<표 5-8> SCAMPER 원칙에 따른 아이디어 발상

- SCAMPER 원칙은 아래 7가지 방식에 따라 발굴된 아이디어를 다양한 관점에서 개선하고 발전시키는 Bob Eberle이 고안해 낸 아이디어 발상 방법론
 - **S**(Substitute) 대체하기
 - **C**(Combine) 결합하기
 - **A**(Adapt) 적용하기
 - **M**(Modify) 변경하기
 - **P**(Put to others) 다른 용도로 활용하기
 - **E**(Eliminate) 제거하기
 - **R**(Reverse or Rearrange) 거꾸로 발상하기

- **(추진방식)** 책정된 사업비 규모 안에서 상시 지원이 가능하도록 편성
 - 멘토링 완료 후 멘토는 멘티의 사업 아이템에 대한 소개와 보유한 강점 (인력, 판로, 아이디어 등) 및 약점을 분석하고, 멘티의 요청 내용에 대해 구체적 자문 내용 도출

- 또한, 프로그램의 품질 유지를 위해 콘텐츠코리아랩은 지원 기업(멘티)의 만족도에 대해 조사
 - 프로그램 전체 만족도, 매칭된 멘토의 전문성 평가, 멘토의 멘토링 진행에 대한 평가 등



[그림 5-3] 수요기반 멘토링 프로세스(안)

○ 환경분석 반영사항

- 경남콘텐츠코리아랩 비전체계도의 '전략과제 2. 비즈니스 종합 지원체계', '전략과제 4. 기관의 전문성'과 관련
- 창업기업의 경영 안정성 지원을 위해 콘텐츠코리아랩 운영인력 또한 기업이 처한 전반적 상황을 파악하고 가장 조건에 부합하는 전문가를 매칭해 줄 수 있는 전문성을 지닐 수 있도록 함

<표 5-9> 멘토링 신청을 위한 양식 예시

회사명		대표자 성명	
연락처		메일 주소	
설립연도		사업 아이템	
회사 소개			

- 창업 연혁 및 이미지 첨부 등 최대한 구체적 기술

멘토링 요청 내용

멘토링 참석자(담당자) 정보

성명	○
부서 및 직위	○

참고자료 5-3 자가진단(아이디어 발상)을 위한 비즈니스 발상촉진 카드

- SCAMPER 방법론 기반의 '비즈니스 발상촉진 카드'를 통해 멘티는 비즈니스 아이디어를 새롭게 발상·촉진하고 고도화할 수 있음
 - 아이디어 발상의 방향을 새롭게 확장
 - 아이디어에서 누락/배제/미처 생각하지 못한 부분의 보완
 - 언제 어디서나 자신만의 아이디어 발상 공간을 간단히 조성
 - 다른 사람의 생각과 관점을 손쉽게 자신의 아이디어에 반영·적용하기 위한 커뮤니케이션 촉진 도구의 역할

① Substitute 대체하기 질문

(S) Substitute	○ 존재하는 기존 비즈니스의 아이디어에서 바꾸거나 대체할 부분은 무엇인가?
	○ 대체 가능한 제품/서비스들이 시장에 존재하는가?
	○ 동종산업 혹은 유사업종의 사업자들이 해당 비즈니스를 빠르게 실행할 수 있는가?
	○ 어떠한 비경쟁/잠재적 분야의 경쟁사가 시장에 진입할 수 있을 것인가?
	○ 제안 아이디어가 시장 내 기존 비즈니스들의 프로세스에 어떤 혁신적 변화를 가져올 수 있을 것인가?
	○ 사용자 경험 단계를 줄이거나 더 나은 경험을 어떻게 제공하면 좋을 것인가?
	○ 기존 고객들의 수요 감소를 대체할 신규 고객들은 어디서 창출할 수 있는가?
	○ 제품/서비스에 소요되는 비용을 낮추기 위한 방안은 무엇이 있는가?

② Combine 결합하기 질문

(C) Combine	○ 기존 제품과 서비스에서 참고하여 차용할 부분은 무엇인가?
	○ 제안 아이디어에 쉽게 결합할 수 있는 기존 컨셉이나 제품·서비스는 무엇인가?
	○ 다른 아이디어·제품이지만 용도는 같은 분야에서 차용할 부분은 무엇인가?
	○ 산업 내 다른 서비스·제품과 결합하여 추가·확장할 부분은 무엇인가?
	○ 시장 내 자사 서비스·제품의 수익원과 연계하여 추가적 수익 창출이 가능한 방안은 무엇인가?
	○ 시장 내 기존 서비스·제품의 수익 방안 중 고객의 지출을 촉진하는데 효과적 기능 혹은 특징은 무엇인가?
	○ 제안 아이디어와 연관된 키워드를 조합하여 새로운 아이디어를 만든다면 어떤 모습이 가능한가?
	○ 자원·자본이 추가적으로 들더라도 서비스·제품의 품질을 더욱 높이기 위한 방법은 무엇인가?

③ Adapt 적용하기 질문

(A) Adapt	○ 제안 아이디어와 비슷한 문제를 겪는 서비스·제품에는 어떤 것이 있는가?
	○ 유사 성공사례를 통해 배워야 할 원칙은 무엇인가?
	○ 과거로부터 현재까지 제안 아이디어와 유사한 아이디어가 발표되거나 시장에 출시된 구체적 사례는 무엇이 있는가?
	○ 해결 대상의 비즈니스 문제에 대해 우수 사례들로부터 배우거나 적용할 부분은 무엇인가?

④ Modify 변경하기 질문

(M) Modify	○ 어떻게 하면 상품과 서비스에 대한 고객 서비스를 크게 향상시킬 수 있는가?
	○ 제안 아이디어가 고객에게 기존 제품·서비스의 통상적 의미를 어떻게 변화시킬 수 있는가?
	○ 제안 아이디어가 기존 제품·서비스와 비교해서 외향적으로 얼마나 다른가?
	○ 제안 아이디어가 기존 고객의 수요와 필요가치에 무엇을 더할 수 있는가?
	○ 제안 아이디어의 제품·서비스에 대한 고객의 경험을 강화시킬 효과적 방법은 무엇인가?
	○ 어떻게 하면 제품·서비스의 고객 사용빈도를 더 늘릴 수 있는가?
	○ 고객의 니즈/가치 중에서 어떤 부분들을 어떻게 향상하는 것이 효과적인가?
	○ 고객의 불만·불평을 줄이는 효과적 대안은 무엇인가?
	○ 제품의 외형을 줄이거나 부피를 줄일 수 있는 방법은 무엇이 있는가?
	○ 제안 아이디어가 기존 제품·서비스와 비교해서 어떤 점들에서 우위를 가지는가?
	○ 제안 아이디어에서 부속화하거나 묶어서 분할하여 별도의 가치를 창출할 부분들은 무엇인가?
	○ 제품/상품의 외형을 키우거나 부피를 늘릴 수 있는 방법은 무엇이 있는가?
	○ 기존 제품·서비스의 기능 일부를 바꾸거나 추가하여 가치를 새롭게 높이는 방법에는 무엇이 있는가?
	○ 기존 경쟁사의 판매 방식보다 효과적으로 비용을 절감하고 판매를 촉진할 수 있는 방법은 무엇인가?

⑤ Put to Others 다른 용도로 활용하기 질문

(P) Put to Others	○ 별다른 변경없이 제안 아이디어를 다른 용도로 어떻게 사용할 수 있는가?
	○ 제안 아이디어의 제품·서비스에서 어떤 특정 부분을 추가/제거하면 다른 '용도'로도 활용 가능한가?
	○ 제안 아이디어의 '용도'를 어떻게 다르게 변경하면 기존 시장·산업 내 제품·서비스와의 경쟁에서 우위를 점할 수 있는가?
	○ 기존의 다른 '용도'나 '방식'으로 제안 아이디어의 제품·서비스를 사용할 것으로 예상되는 고객들은 누구인가?

⑥ Eliminate 제거하기 질문

(E) Eliminate	○ 제안 아이디어에서 추가적으로 제거·생략할 부분은 무엇인가?
	○ 제안 아이디어에서 특징 부분을 없앴을 때 제품·서비스의 작동에 어떤 변화가 발생하는가?
	○ 기존 및 경쟁사의 제품·서비스에서 기능상 불필요하거나 제거 가능한 부분은 무엇인가?
	○ 기존 및 경쟁사의 제품·서비스에서 비용 절감이 가능한 부분들은 무엇인가?

⑦ Reverse or Rearrange 거꾸로 발상하기 질문

(R) Reverse or Rearrange	○ 기사장 내 기존 제품·서비스의 고객 구매빈도가 낮아지거나 사용이 줄어든다면, 그 이유는 무엇인가?
	○ 해당 비즈니스 선택으로 본인이 놓쳐버린 기회비용은 무엇인가?
	○ 고객 입장에서 제안 아이디어는 기꺼이 비용을 지불할 만한 어떤 가치들을 제공하는가?
	○ 기존 경쟁사 비즈니스에서 무엇을 바꾸면 본인이 제안한 아이디어로 바뀌는가?
	○ 비즈니스 파트너들은 어떤 가치와 기대를 가지고 있는가?
	○ 비즈니스 아이디어 구현 시 내부가 아닌 외부 파트너사에 위임 가능한 부분은 어떤 것들이 있는가?
	○ 고객이 제품·서비스를 자발적으로 홍보하도록 만드는 효과적 방법은 무엇이 있는가?
	○ 사용자들의 유입·방문을 본인의 현재 수익보다 늘리기 위한 방법은 무엇이 있는가?

자료 : 본 자료는 (주)IgniteSpark社에서 사용하는 '비즈니스 발상촉진 카드' 질문으로 해당 자료는 크리에이티브 커먼스 저작자표시-비영리-변경금지 4.0 국제 라이선스에 따라 이용 가능

2-3 기술전문가-창업기업 융복합 네트워킹 프로그램

□ 프로그램 개요

- 아이디어는 있으나 전문지식·기술이 부족한 초기 창업기업의 아이디어를 구체적으로 구현하기 위한 산업 융복합 네트워킹

□ 추진내용

- **(지원대상)** 도내 소재 창업 3년 미만 콘텐츠 분야 창업기업 중 제조업(주력산업), ICT 산업, 전통공예 분야 전문가 협업이 필요한 기업
 - 도내 소재 기관/기업 전문가, 사업장을 두고 있어야 하며 해당 분야에서 15년 이상의 경험을 축적한 전문가(퇴직자 포함)를 매칭
- **(지원내용)** 산업현장에서 기술 노하우를 축적해 온 전문가(장인)와 기술적 컨설팅이 필요한 기업이 함께 사업 아이템을 구상할 수 있는 상시 네트워킹
 - 해당 프로그램을 통해 구체적 비즈니스 모델 및 아이디어가 구현된 창업기업(또는 팀빌딩 완료)은 내부 심사를 통해 투자유치까지 One-Stop 지원
 - 네트워킹을 기반으로 기업의 사업화를 연결한 우수 전문가는 차년도 자문비 증액 등 혜택 제공
- **(지원조건)** 향후 네트워킹을 토대로 비즈니스 모델 진단, 시제품 제작, 사업화까지 One-Stop 방식의 지원 과정을 모두 수행할 수 있는 기업
- **(추진방식)** 분야별 전문가 리스트를 확보하여 기존 랩 회원, 콘텐츠기업지원센터 입주사(3년 미만)를 대상으로 배포하고 수요 및 동향을 기반으로 월 1회 상시 네트워킹의 장 마련

○ 환경분석 반영사항

- 스타트업 지원기관 우수사례 中 美 '플레이 그라운드'에서 기관 내부 자체적으로 엔지니어를 고용하여 스타트업 창업자들의 아이디어를 실물로 구현해 주는 지원 방법 벤치마킹

참고자료 5-4 실무기반 네트워킹 우수사례(서부경기문화창조허브)

- 경기콘텐츠진흥원은 서부경기문화창조허브에서 '2019 기술장인 네트워크'의 참가자를 상시 모집한다고 밝혔다. 기술장인 네트워크는 제조 등 다양한 분야에서 오랜 경험을 바탕으로 **고도의 기술을 축적한 기술장인과 기술적 어려움을 겪고 있는 (예비)창업자 제조 기업이 함께 문제를 해결해 나가는 프로그램**이다.
- 지난해에는 제조, 디자인, 마케팅 등 다양한 분야의 기술장인 24명과 도내 창업·제조 기업 36개사가 참여하여 문제를 논의하고 해결하였다. 대표적으로 시흥시 관내 창업 기업인 (주)큐어라이프는 바이오 워터 제품과 쓰리잘비의 기술 컨설팅을 진행하였다. 특히 쓰리잘비는 **국내 대표 크라우드펀딩사인 와디즈를 통해 5,263%가 넘는 펀딩을 하였고, 2차 펀딩 모집도 3일만에 7,182%를 달성했다.** 또한 서부허브 입주기업인 피코 피코도 기술장인의 도움으로 원목형 공기청정기 개발에 도움을 받았으며, 이를 통해 와디즈 크라우드펀딩에서 목표대비 **1,200% 이상을 달성했다.**
- 서부경기문화창조허브의 기술장인 네트워크는 아이디어의 사업화, 디자인, 마케팅, 시제품 제작 등 계획부터 생산까지 전 주기에 걸쳐 최적화된 컨설팅을 제공하는 프로그램으로, 하드웨어 창업자라면 누구나 참여할 수 있다.
 - (모집대상) 하드웨어 창업 및 일반 제조기업 중 전문가 협업이 필요한 기업
 - (지원 규모) 전문가 활동지원비 분기별 최대 200만 원 이내 범위에서 지원



자료 : 플래텀 기사(2019.04.29.)

2-4 콘텐츠 창업 패스트트랙 프로그램

□ 프로그램 개요

- 사업 아이디어는 확보했으나 실질적인 창업 과정이 막연하여 창업에 도전하지 못하는 예비창업자를 대상으로 단기간 내 창업에 대한 이해를 단시간 내 지원하는 프로그램

□ 추진내용

- **(지원대상)** 도내에 거주 중이며 사업 아이디어를 보유한 예비창업자
 - 본 프로그램은 예비 창업인력의 빠른 창업을 유도하기 위해 단기적 시점에서 추진되는 사업으로 지역 대학과의 유기적 연계가 필요
- **(지원내용)** 창업 과정에서 요구되는 전반적 비즈니스 지식에 대한 속성 교육
 - 전체 교육의 80% 이상 수료 시 경남문화예술진흥원 또는 콘텐츠코리아랩 교육수료증 발급
- **(지원조건)** 본 프로그램은 예비 창업인력의 신속한 창업 지원을 위해 단기적 시점에서 추진되는 사업으로 본인만의 콘텐츠 창업 아이디어 필수
- **(추진방식)** 회차별로 창업 관련 필수 프로그램을 주제로 선정하여 진행

<표 5-10> 경남 콘텐츠 예비창업자 패스트트랙 코스 예시

구분	프로그램명(소주제)	추진 내용
1회차	모여라 미래 유니콘!	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경남콘텐츠지원사업 및 소속 지원기관 소개 ○ 경남콘텐츠코리아랩 지원사업 소개 ○ 콘텐츠산업 현황과 전망
2회차	슬기로운 창업생활 (사업화 모델 구성과 창업 과정)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 비즈니스 모델의 기본 개념 및 구성 요소 ○ 사례를 통한 우수 비즈니스 모델(콘텐츠 분야)
3회차	내 사업 아이템 시장에 유통시키기	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠산업 유통구조의 이해
4회차	창업자금 관리하기 (기업 세무·회계)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 기업운영에 소요되는 자금의 종류와 관리 방안 ○ 세무/회계 지원사업

5회차	내 아이디어 가치 높이기 (브랜딩 전략)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜딩 전략이란? ○ 브랜딩 전략의 성공/실패사례
6회차	콘텐츠 IP가 뭐야? (콘텐츠 IP 가치와 내 등록)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 지식재산권(IP)의 개념과 OSMU 전략 ○ 사례를 통한 OSMU 전략의 중요성 ○ 저작권 등록 및 권리침해 예방 방법
7회차	콘텐츠 창업기업을 위한 정부지원 사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 초기 창업기업이 자금을 조달하기 위한 방안 ○ 정부지원 사업과 사업계획서 작성 요령 ○ 표준사업계획서 필요성
8회차	네트워킹 확대	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경남콘텐츠기업지원센터 선배 기업의 사례 특강 ○ 도내 창업 및 시제품제작 유관기관, 교육과정 소개 ○ 해당 기수 간 네트워킹 지원

○ **환경분석 반영사항**

- 콘텐츠산업 생태계 조성이 늦은 경남의 상황을 고려하여 도내 초기 산업인력 확보 및 발굴을 신속하게 수행하기 위한 프로그램

2-5 홍보·유통 투자자 모집-연계

□ 프로그램 개요

- 사업 아이템이 시장에서 실질적으로 유통될 수 있도록 지원하는 투자자를 모집하고 유망 창업기업과 연계하는 사업

□ 추진내용

- **(지원대상)** 도내에 거주 중이며 사업 시제품을 보유한 예비창업자 및 3년 미만 기업
- **(지원내용)** 아이템의 사업화 및 홍보 전략 경험과 자금이 부족한 창업기업 대상으로 사업화 및 홍보-유통 전문기업과 연계
 - 투자자는 콘텐츠 및 홍보-유통 분야에서 일정 실적이나 경력을 보유한 기업이어야 함
- **(지원조건)** 본 프로그램은 예비 창업인력의 실제 시장에 아이템을 홍보하고 유통되는 전반적 과정을 지원해 주는 사업으로 프로토타입을 보유한 3년 미만의 콘텐츠 기업을 대상으로 지원
- **(추진방식)** 투자자의 특성에 따라 지원 방법(기존 거래처 유통, 투자자 홈페이지 및 네트워크 풀에 홍보 등)에 대한 자율성 제공
 - 우수 성과를 유발한 투자자에게는 재정적/제도적 인센티브를 제공
 - 단, 해당 성과의 기준(기존 매출액 대비 매출 상승률 또는 매출 액수, 고용 등)은 창업기업의 현황에 따라 협의 필요

○ 환경분석 반영사항

- 안정적 기업활동 지원 및 경남도 콘텐츠 시장 확대 도모를 통해 창업기업이 콘텐츠기업지원센터 단계까지 JUMP-UP 할 수 있는 기회 마련
- 국외 우수사례 中 플레이그라운드 글로벌의 지원내용 벤치마킹

3-1 콘텐츠 IP 및 기술 패키지 활용 플랫폼 구축

□ 프로그램 개요

- 기관 간 협력을 통해 발굴된 콘텐츠 IP와 가상융합 콘텐츠 제작을 위한 기반 기술 패키지를 활용할 수 있는 디지털 장(場)

□ 추진내용

- (지원대상) 도내·외 콘텐츠 IP 보유자와 IP가 없는 창작자 대상
 - (콘텐츠 IP) IP는 없으나 제작 기술을 보유한 경우 2차 콘텐츠를 창작할 수 있도록 연계
 - (기반 기술) 콘텐츠 제작에 관심은 많으나, 개별 기술을 습득/확보하기 어려운 창작자 및 초기 창업기업의 진입 장벽 완화
- (지원내용) 경남 플랫폼을 기반으로 초기 창업기업이 쉽게 디지털 콘텐츠를 제작하고, 개발·응용할 수 있도록 자원 공유



[그림 5-4] 창·제작 활동 지원을 위한 경남형 오픈 플랫폼 구축

- (추진방식) ICT 분야 지원기관, 디지털 콘텐츠(실감형) 지원기관, IP 지원 기관과 협력 네트워크를 통해 콘텐츠 자원이 거래되기 위한 최적의 플랫폼 형태와 거래 방법 등의 자문을 바탕으로 용역을 통해 자체 플랫폼 구축

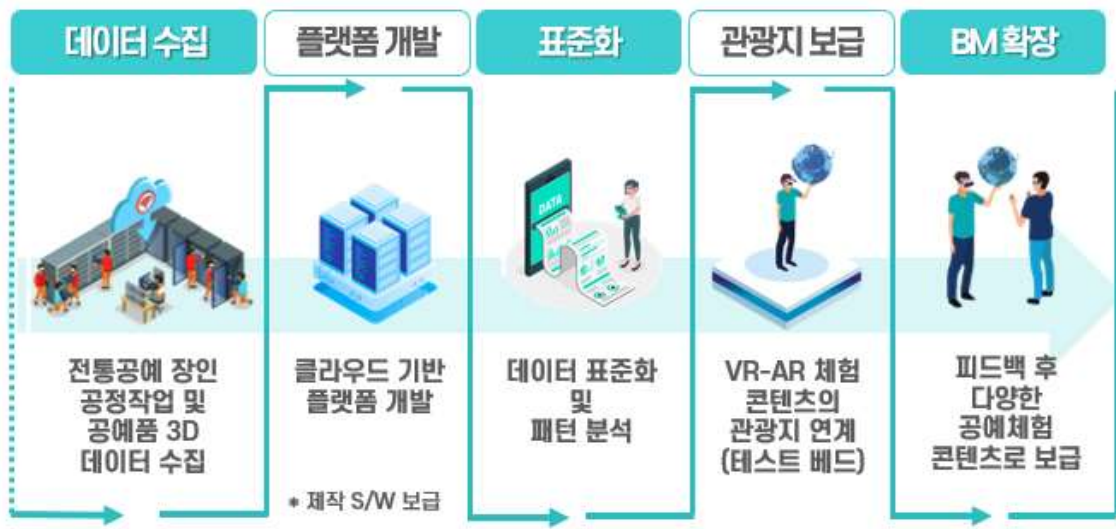
3-2 BM 모델 기반 체험 콘텐츠 창작지원 서비스 프로그램 구축

□ 프로그램 개요

- 프로그램 3-1과 연계하여 경남 지역 자원과 실감 콘텐츠를 융합하여 가상 융합 체험할 수 있는 BM 기반 체험 콘텐츠 창작지원 서비스

□ 추진내용

- (예시안) 구축된 플랫폼을 통해 전통공예 장인의 작업 공정패턴과 공예품 3D 데이터 수집 후 VR·AR 기술을 기반으로 체험 콘텐츠를 구현
 - 전통공예의 공정 디지털화를 통해 단순 전시 감상이 아닌 실제로 만들고 체험해 보는 ‘체험기반형’ 콘텐츠로 지자체에는 관광수익을 창출하고, 경남 콘텐츠코리아랩은 창작 기술(자원)을 확보



[그림 5-5] 창·제작 활동 지원을 위한 경남형 체험 콘텐츠 창작 서비스

- (추진방식) 전통공예 장인 공정작업 수집과 데이터 표준화, 패턴 분석 등을 위해 ICT 산업과 및 기초지자체 자문 및 수요 연계

3-3 지자체 수요 기반 체험 콘텐츠제작 공모

□ 프로그램 개요

- [3-2] 프로그램 성과물의 사업화 연계 및 실증을 위한 테스트베드 지원

□ 추진내용

○ (지원대상)

- (기업) 경남 창작 서비스 프로그램을 활용하여 체험 콘텐츠를 제작한 창업기업
- (테스트베드) 도내 소속 기초지자체 소속의 관광·문화지



[수장고 체험]



[보존과학실 체험]

자료 : 문화체육관광부 보도자료(2020.05.19.)

[그림 5-6] 국립중앙박물관 주요 실감 콘텐츠(체험형)

- (지원조건) 콘텐츠코리아랩의 창·제작 지원 서비스를 통해 제작된 콘텐츠
- (추진방식) 지역 자원과 연계한 체험 콘텐츠를 해당 지역 관광지에서 활용(테스트베드)할 수 있도록 지원
 - 체험 콘텐츠는 도민들에게 일정 기간 무료 형태로 지원하는 대신 설문 조사를 통해 향후 개선사항을 확보

3-4 콘텐츠 사전 테스트 지원 프로그램

□ 프로그램 개요

- 개발 콘텐츠에 대해 시장 출시(사업화) 前 시장 피드백 사항을 초기 창업 기업이 직·간접적으로 체감할 수 있도록 시장 피드백 서비스 제공

□ 추진내용

- **(지원대상)** 도내에 거주 중이며 시장 출시 전 시제품을 보유한 예비창업자 및 3년 미만 기업
- **(지원내용)** 창업기업이 사업화 전 객관적 데이터에 기반한 실질적 시장 피드백을 통해 상품과 비즈니스 모델을 보완할 수 있도록 지원
 - 해당 프로그램을 통한 시장 피드백 후 애로사항을 겪는 기업은 수요 기반형 컨설팅 지원사업을 통해 전문가 자문 받을 수 있도록 연계
- **(지원조건)** 시장 출시 前 단계의 창업아이템 및 비즈니스 플랜을 함께 보유한 도내 소재 콘텐츠 창업기업
- **(추진방식)** 특화 프로그램 [3-1]의 플랫폼을 기반으로 리뷰 체험을 제공
 - 신뢰성 있는 평가 기준을 위해 도내 유관학과 재학생, 전문가 집단 대상으로 시장 평가단을 구성
 - 평가에 참여한 평가단은 소정의 상품권 등을 지급하며, 기업이 선정한 우수 리뷰어는 일정의 보상 제공
 - 또한, 해당 지원을 통해 우수 성과를 창출한 기업은 제품고급화 지원 또는 투자유치 사업 등 연계로 지속성장을 지원

○ 환경분석 반영사항

- 특화 프로그램 3번 분야는 온라인 기반 구축을 통해 콘텐츠 창작 저변 확대 및 창업을 유도하기 위해 설계된 프로그램으로 각 프로그램의 내용이 긴밀하게 연계된 형태
- 타지역 콘텐츠코리아랩이나 기업지원센터에서는 찾아볼 수 없는 경남만의 핵심 프로그램 분야로 해당 플랫폼을 통해 창작부터 사업화까지 지원할 수 있도록 반영

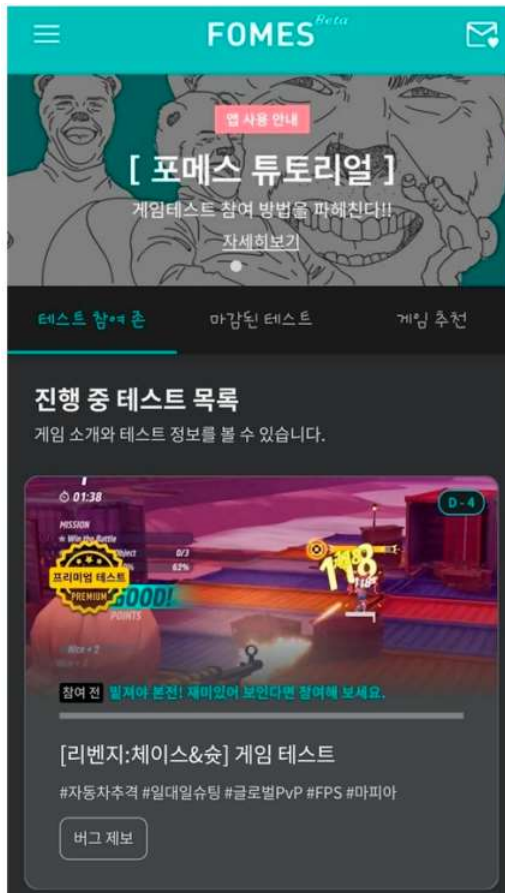
참고자료 5-5 **사전 출시 테스트 사례 - 포메이커스社**

○ 게임개발자가 게임을 만드는 것만큼 중요하다고 여기는 것은 실제 이용자의 의견을 듣는 것이다. 규모가 큰 게임사는 포커스 그룹 테스트(FGT)를 진행해 이용자 의견을 듣는다. FGY는 효과적이지만 비용이 수천만원에 달해 중소/인디 게임사는 이용하기 힘들다. 이 탓에 지인에게 게임을 시켜보고 의견을 듣는 경우도 많으나 부정확한 응답을 받을 가능성이 높다.

이처럼 양극단만 존재하던 게임 테스트 문화를 바꾸기 위해 나선 스타트업이 있다. 삼성전자 사내벤처 프로그램 '씨랩'에서 입상해 스피노프 스타트업으로 출발한 '포메이커스'다. 포메이커스는 게임 테스트 플랫폼 '포메스'를 운영한다. 테스트 중인 게임을 이용자에게 큐레이션하면 이를 실제로 즐겨본 이용자가 설문조사와 후기를 남기는 방식이다.

포메이커스는 게임사에 이용자 후기와 설문조사, 각종 수치를 체계적으로 정리해 제공한다. 테스트 진행 업체는 요금제에 따라 참여자 정보도 함께 받아 대상 이용자 별로 필터링해서 결과를 확인할 수 있다.

이보람 포메이커스 대표는 "게임을 출시한 후에도 앱마켓 리뷰의 단편적인 의견만 들어서는 이용자 생각을 파악하기 쉽지 않다"며 "포메이커스는 실제 이용자가 직접 정성을 들여 응답하므로 개선 사항을 파악하기 좋다"고 설명했다.



- 포메스는 리워드 앱 구조로 운영하는 앱이다. 게임 테스트에 참여한 이용자에게 일정 금액의 문화상품권을 지급한다. 포메이커스는 테스트에 참여한 이용자 수만큼 수익을 얻는다. 게임사는 FGT를 진행할 때보다 훨씬 적은 금액을 들이고도 게임 테스트를 진행할 수 있어서 좋고, 이용자는 게임을 미리 즐겨보고 보상도 얻을 수 있어 일석이조다.
- 포메이커스는 '테스트 수석' 제도도 운영한다. 후기를 남긴 이용자 중 우수한 사례를 게임사에서 직접 뽑아 테스트 수석차석으로 임명한다. 게임사는 테스트 수석 선정 이유와 함께 테스트를 진행한 소감을 에필로그 형식으로 남겨 이용자와 소통한다.
이보림 대표, 유재연 이사는 한국에서 유일한 서비스를 제공한다는 점이 포메이커스의 장점이라고 입을 모았다. 이 대표는 "양극단만 존재하던 게임 테스트 시장에 다른 한 가지 선택지를 제시했다고 본다"며 "포메스는 저렴한 비용을 들여 게임을 좋아하는 이용자를 대상으로 가벼운 FGT를 진행하는 서비스를 제공하는 셈이다"라고 말했다.
- 실제로 포메이커스 덕에 도움받은 기업도 많다. 유재연 이사는 "얼마 전에 테스트를 진행한 업체 한 곳은 게임 내에서 가끔 뜨는 팝업 광고를 없앨지를 한 달간 결정하지 못했다"며 "테스트를 진행해보니, 팝업 광고가 뜨는 순간 이용자가 게임에서 이탈하고 싶어한다는 데이터를 도출해 순식간에 의사를 결정할 수 있었다"고 설명했다.
이보림 대표는 "서비스를 이용해본 게임사가 재사용 의사가 있다고 답하시는 경우가 80~90%쯤 된다"며 "오히려 업체 측에서 너무 저렴한 가격에 서비스를 제공하는 것이 아니냐고 걱정해 주시는 경우도 있다"고 말했다.

자료 : IT 조선 기사(2019.11.09.)

4-1 경남 창업/기업지원기관 실무담당자 Meet Up 프로그램

□ 프로그램 개요

- 경남콘텐츠코리아랩 소속 담당자와 도내 유관기관 담당자의 실무 네트워킹 추진으로 연계 시너지 효과를 확대

□ 추진내용

- **(지원대상)** 경남콘텐츠코리아랩, 경남테크노파크, 경남창조혁신센터, 창업보육센터, 메이커 스페이스 등 연계 가능한 모든 산업 분야의 도내 지원 담당자
- **(지원내용)** 각 기관 간 유리 장벽을 없애고 전문성은 강화하고자 하는 취지
 - 기관 전체 네트워킹은 전체 일정 조율이 어려워 장기적으로 지속하기 어려우므로 담당자 분야별 네트워킹 방식을 추진
- **(지원조건)** 담당자의 실질적 역량 강화를 추진하는 프로그램이므로 정례화를 통해 주기적 네트워킹(대면/비대면)이 가능한 분야 지원
- **(추진방식)** 각 네트워킹 분야는 콘텐츠코리아랩 주요 사업 내용에 따라 창업, 교육 및 창·제작, 유통·투자 등으로 분류하여 해당 분야에 속하는 담당자끼리 정보 공유, 신규사업 기획의 장을 마련하는 프로그램
 - (예시) 교육 담당자 네트워킹으로 각 기관이 보유한 인프라와 지원사업을 파악하고, 이를 서로 연계하여 실행할 수 있는 단기/중장기 교육사업 기획
 - 기관 구성에 따라 장비를 새롭게 구축하지 않고도 매년 다양한 프로그램을 추진할 수 있으며, 새로운 프로그램 기획을 통해 담당자 역량과 사용자의 만족도 향상 효과 유발

○ 환경분석 반영사항

- 도내 유사 지원기관이 보유한 전문가 풀, 창·제작 장비, 지원사업 등의 긴밀한 활용을 위한 네트워킹
- 다양한 산업군의 랩 회원 확보와 CKL 보유 장비로는 한계가 있는 전문화 및 고급화 사업 지원이 가능해짐에 따라 CKL의 전문성을 확대

4-2

경남 콘텐츠산업 창업 전문리더 양성 프로그램 개설 및 수료

□ 프로그램 개요

- 지역인재를 콘텐츠산업 분야 전문 창업 리더로 양성하여 지역 전문가 네트워크 연결, 타지역 전문가와 교류, 지역의 콘텐츠산업 이해도 기반 맞춤형 매칭 등 기대효과 연계 창출

□ 추진내용

- **(지원대상)** 도내에 거주 중인 콘텐츠산업 분야 청년 미취업자
 - 지역 콘텐츠산업의 특성과 문제점을 잘 파악하고 있는 콘텐츠 전문가 육성으로 콘텐츠산업 직업군 다양화
 - 또한, 본 과정은 콘텐츠코리아랩 담당 직원도 함께 수료하여 전문성을 확보하도록 함
- **(지원내용)** 콘텐츠 분야 스타트업 코치(강사) 및 큐레이터 양성
 - **(비즈니스 코칭 코스)** 콘텐츠 분야 창작에서 사업화까지 안정적 창업을 돕는 전문가양성 과정
 - **(콘텐츠 큐레이션 코스)** 문화콘텐츠 산업에서 비즈니스 관점의 해석과 비즈니스 모델의 분석을 토대로 새로운 시장을 전망하는 전문가 양성과정
 - **(콘텐츠펀드 매니저 코스)** 콘텐츠 분야 IP 및 펀드 매니징, 개인 투자 등 펀딩 전문가 양성과정
- **(지원조건)** 콘텐츠산업 전공자, 종사자 등 유경험자 우선 선발
 - 80% 이상 수료 시 교육수료증과 인증서를 발급하며, 해당 과정을 통해 도내에서 콘텐츠 창업리더로 활동하는 경우 강사활동증명서 발급
- **(추진방식)** 상황에 따라 온·오프라인 형태로 진행

○ **환경분석 반영사항**

- 지원 프로그램의 업무량에 따른 인력 배치는 곧 '대체가능한 인력'을 의미하므로, CKL 주요 사업 분야별로 전담인력을 구성하고 이에 대한 전문성을 스스로 갖출 수 있도록 연계
- 또한, 도내 콘텐츠 제작자 외에도 다양한 직업군을 양성하여 지역 콘텐츠 기업활동을 지역 인재가 전문적으로 코칭해줄 수 있는 선순환 시스템을 마련
- 국내 우수콘텐츠코리아랩으로 2년 연속 선정된 '충북' 사례 벤치마킹

참고자료 5-6 **콘텐츠창업 전문코치 양성 과정 사례 - 충북콘텐츠코리아랩**

○ **아이코마 아카데미(Institute of Contents Management Academy, ICOMA)**

충북콘텐츠코리아랩에서 전문 교육기업과 함께 개발한 문화콘텐츠 분야 스타트업 기업의 사업화 성장을 돕는 창업전문 코치(강사) 양성 과정

기본학습과 분야별 심화학습으로 나뉘어지며, 심화학습 이수 시 미국 SMILE Enterprise 코칭 과정을 연계 학습할 수 있으며, 일정 테스트를 통과하고 나면 미국 스탠포드대학에서 개발한 SMILE U.S.A 수수료증 발급

또한, 정규과정을 통해 배출된 창업 전문코치는 일정 기간의 코칭 워크숍 과정을 거친 후 충북콘텐츠코리아랩을 비롯한 충북대 공동훈련센터, 청주대창업교육센터, 충북청년창업사관학교 등에서 운영하는 창업 관련 프로그램에서 활동 가능

자료 : 충청신문 기사(2019.04.10.)

5.4 경남콘텐츠코리아랩 중장기 로드맵

<표 5-11> 경남콘텐츠코리아랩 중장기 로드맵

기간	단기		중기		장기
	2021	2022	2023	2024	
해당연도	2021	2022	2023	2024	2025
산업 생태계	(형성기) 기반 구축 및 자원의 양적 확보		(진입기) 생태계 역량 향상		(성장기) 산업 고도화
전략 과제	특화 프로그램명				
(전략과제 1) 콘텐츠 자원의 선순환 공급	창·제작 지원 기반 경남 콘텐츠 IP 확보		IP 기반 콘텐츠 사업화 연계 지원		
	경남 특화고 콘텐츠창업 연합동아리 지원		특성화고-대학 연계형 융복합 교육		
		기관 연계형 콘텐츠제작/장비교육 지원			
(전략과제 2) 비즈니스 종합 지원체계 마련	유관기관 MOU 체결	수요기반형 컨설팅 프로그램 지원			
	콘텐츠기업 패밀리데이		기술전문가-콘텐츠 창업기업 융복합 네트워킹		
	콘텐츠 창업 패스트트랙 프로그램		유통 및 홍보 투자자 모집-연계		
(전략과제 3) 창·제작 서비스 지원	콘텐츠 IP 및 기술 패키지 플랫폼 기반 구축				
		新-舊 체험 콘텐츠 창작 서비스 프로그램(S/W) 구축 및 보급			서비스 프로그램 고도화
	창작 콘텐츠 사전 테스트 지원				
(전략과제 4) 기관의 전문성 확보			지자체 수요 기반 체험 콘텐츠 공모		
	지원기관 실무담당자 네트워킹 정례화		기관 연계형 신규사업 추진		
		경남 콘텐츠산업 창업/투자 전문과정 창설	콘텐츠 스타트업 창업 전문리더 과정 수료		

제 6 장

세부운영 전략

제 6 장

세부운영 전략

6.1 기관의 전문성 확보

6.1.1 내부 운영인력 구성

가. (재)경남문화예술진흥원 내부 조직체계 분석

□ 現 조직현황 진단

- 차세대문화산업팀은 1팀장 7팀원으로 인력이 구성되어 있으며, 이 중 콘텐츠 코리아랩 관련 업무를 직접 수행하는 팀원은 5명('20년 기준)

<표 6-1> (재)경남문화예술진흥원 차세대문화산업팀 주요 업무

구분	직위	주요업무	
1	팀장	○ 차세대문화산업팀 업무 총괄	○ 팀 종합운영계획 수립
2	팀원 1	○ CKL 조성 지원 및 장비 구축	○ CKL 대내외 업무보고
		○ CKL 예산편성 및 집행관리	○ CKL 개소식 운영
		○ CKL 지역연계 협력산업 운영	○ CKL 창작자 창작활동 지원사업 운영
		○ 대통령배 아마추어 E-스포츠 대회 운영	○ 유관기관 협력 및 주요 업무보고서 작성
		○ 지역캐릭터 제작지원 사업	
3	팀원 2	○ 웹툰캠퍼스 리모델링 공사 및 장비 구축	○ 웹툰캠퍼스 대내외 업무보고
		○ 웹툰캠퍼스 예산편성 및 집행관리	○ 경남 만화·웹툰 페스티벌 운영
		○ CKL 창작자 레벨업 지원사업 운영	
4	팀원 3	○ 웹툰캠퍼스 멘토아카데미 운영	○ 웹툰캠퍼스 작가 굿즈 제작지원
		○ 입주작가 역량강화 지원 프로그램	○ 웹툰캠퍼스 장비, SW 및 시설 관리
		○ 웹툰캠퍼스 홍보	○ CKL 창작모임 지원사업 운영
		○ CKL 중장기 발전전략 연구	○ 우수웹툰 출판지원사업

경남콘텐츠코리아랩 중장기발전전략 수립 연구

5	팀원 4	○ CKL 상상무한대 아이디어 공모전	○ CKL 별별 창작소 운영
		○ CKL 융복합 발전소 운영	○ CKL 콘텐츠 역량강화 프로그램 운영
		○ CKL 입주 창작자 모집 운영	○ CKL 홈페이지 관리 및 홍보마케팅
6	팀원 5	○ 저작권서비스센터 저작권육성 지원 사업	○ 저작권서비스센터 SW 자산 관리체계 컨설팅
		○ 저작권서비스센터 홍보 및 네트워크 구축	○ 저작권서비스센터 예산집행 및 관리
		○ 저작권서비스센터 대내외업무보고	
7	팀원 6	○ 웹툰 캠퍼스 홈페이지 구축 및 관리	○ 웹툰작가 창작지원 운영
		○ 웹툰캠퍼스 입주작가 모집 및 선발	○ 세계마술챔피언십 아시아대회 한국 대표 선발전 운영
		○ CKL 유튜버 크리에이터 챌린지 운영	○ CKL 스타트업 인큐베이팅 지원사업
		○ CKL 스타트업 고도화 지원사업 운영	○ CKL 스타트업 창업활성화 교육
8	팀원 7	○ 저작권서비스센터 저작권 상담	○ 일반사무
		○ 저작권서비스센터 맞춤형 저작권 교육 및 저작권산업현장서비스	
		○ 저작권서비스센터 홍보 및 네트워크 구축	

자료 : (재)경남문화예술진흥원 홈페이지(www.gcaf.or.kr)

나. 타 콘텐츠코리아랩 운영조직 분석

□ 콘텐츠코리아랩 사업운영 5년 차 이상 CKL 조직 분석

- CKL 사업을 6-7년 차 운영 중인 콘텐츠코리아랩의 운영체계를 비교·분석하여 평균 인력 규모와 팀원의 역할을 분석
 - **(경기 CKL)** 경기콘텐츠코리아랩은 경기콘텐츠진흥원 소속의 판교클러스터 센터에서 운영 중이며, 콘텐츠코리아랩 사업수행 인력은 4명
 - **(인천 CKL)** 인천테크노파크 소속의 콘텐츠지원센터에서 인천콘텐츠코리아랩 사업을 운영 중이며, 콘텐츠코리아랩 사업수행 인력은 5명
 - **(경북 CKL)** 경북콘텐츠진흥원에는 콘텐츠코리아랩 운영을 위한 팀이 별도로 운영 중이며, 당해연도 사업성과 조사 및 기획을 위해 투입된 콘텐츠 인프라팀의 2명을 포함하면 총 7명의 인원이 CKL 사업을 수행

<표 6-2> 주요 콘텐츠코리아랩 운영 조직

지역	직위	주요 업무
경기 (판교 클러스터)	매니저	○ 경기 CKL 사업 총괄 ○ 창의세미나S, 지역특화 스토리 육성지원사업
	매니저	○ 경기 CKL 홍보
	매니저	○ 경기 CKL 공간 운영(창작팀 입주 지원, 장비실 운영 등) ○ 창작모교지, 수요창작회 운영
	매니저	○ 슈퍼끼어로 운영, 지역특화 스토리 육성지원사업 운영
인천	과장	○ CKL 창작프로그램 기획, 운영성과 및 실적관리 ○ CKL 사업예산 기획·관리, 지출 통제·정산 담당 ○ 전국 콘텐츠코리아랩 협의체 담당 및 타 시·도 공동사업 기획·운영
	대리	○ 지역기반형 신규 융합콘텐츠 분야 발굴 및 육성(특화지표) 담당 ○ CKL 콘텐츠 입문, 문화향유 담당 ○ CKL 지역연계 공동프로그램 기획 운영
	대리	○ CKL 콘텐츠 스타트업 성장지원 담당 ○ 스타트업 및 예비창업자 대상 민간 경상보조 지원사업 운영 ○ CKL 콘텐츠 창업·창직 성과 관리
	주임	○ CKL 콘텐츠 창작자 육성 담당 ○ CKL 특화 콘텐츠 전문 교육프로그램 운영

	주임	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 창·제작 및 개발 프로그램 창작자 결과물 및 성과 관리 ○ CKL 1인 미디어 창작자 양성 과정 담당 ○ CKL 온·오프라인 홍보 담당
경북	팀장	<ul style="list-style-type: none"> ○ (콘텐츠인프라팀) CKL 사업 기획 총괄, 기업사후 관리시스템 구축, 콘텐츠 파트너링 데이 및 네트워킹 교류 업무
	팀원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (콘텐츠인프라팀) 프로그램 성과목표 관리 및 예산, 사업 일정 관리 ○ 콘텐츠 고도화지원사업, 수혜기업 사후추적조사 및 성과분석 ○ 모두다 크리에이터 제작지원사업
	팀원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (경북콘텐츠코리아랩팀) 경북 CKL 예산/지출/회계, 공간 조성 및 유지 ○ 장비 구입 및 대여, 기업사후 관리시스템 구축, 홈페이지 관리
	팀원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (경북콘텐츠코리아랩팀) 경북 CKL 랩토커 선발 및 운영 ○ 이미지 저작권, 간행물 구입 및 공간디자인 업무 ○ 실전 클라우드 펀딩 프로그램 운영 ○ OTT/IPTV 온라인 플랫폼 광고 업무 ○ 경북 CKL 교육용역(콘텐츠 학교) 업무보조
	팀원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (경북콘텐츠코리아랩팀) 스타트업 액셀러레이팅 프로그램 운영, 스타트업 리그 지원사업 ○ 국내외 온·오프라인 박람회, 콘텐츠 파트너링 데이 행사지원
	팀원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (경북콘텐츠코리아랩팀) 콘텐츠 경북, 사업성과 자료집 발간 업무 ○ 창작살롱 운영지원 사업, 예비 CEO 인큐베이팅 지원사업 ○ 콘텐츠 패스트트랙 프로그램 운영지원
	팀원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (경북콘텐츠코리아랩팀) 교육프로그램 및 상상 캠프 운영

다. 경남콘텐츠코리아랩 조직체계(안)

□ 조직체계도 반영사항

- 경남콘텐츠코리아랩은 경남 내에서 콘텐츠 분야에 대한 전반적 창업 지원을 전문적으로 수행하는 기관이 목표임에 따라 향후 인력의 역할 또한 경남콘텐츠코리아랩 역할을 기준으로 도출
 - 현재 경남콘텐츠코리아랩과 전국 콘텐츠코리아랩의 내부인력은 단순히 운영 프로그램의 업무량을 기준으로 분배
 - 기관 전문성 제고를 위해 인력별 특정 전문분야를 지정하고 해당 역량을 확보할 수 있도록 지원하여 타 콘텐츠코리아랩과 차별성 확보
 - 인력별 전문분야에 대해서는 상기 조사된 타지역 콘텐츠코리아랩 운영 인력의 평균, 콘텐츠코리아랩 1년 운영비 규모, 평가 기준 변경(안), 중장기 비전의 추진 방향을 반영

<표 6-3> 경남콘텐츠코리아랩 조직체계 반영 사항

구분	반영 사항	내용
1	現 조직도	○ 1팀장 5팀원 구조
2	타지역 CKL 조직도	○ 콘텐츠코리아랩 사업을 총괄하는 리더를 제외하고 실질적 사업 운영을 수행하는 팀원은 평균 4.3명으로 산정 - (경기) 매니저 4명 - (인천) 과장 1명, 대리 2명, 주임 2명 - (경북) 정책 2명, 실무운영 5명
3	운영비 및 비율	○ 한 해 평균 국비와 지방비 1대 1 매칭 구조로 평균 20억 원 지원 - 인건비는 지방비의 20% 이내로 배정 원칙
4	본 기획과제의 추진방향	○ 창업기업의 종합역량 및 기관 전문성을 위해 각 분야에 특화된 전문인력 확보 - 창업·창업 분야, 사업화·투자 분야, 교육 분야, 운영·기획
5	평가기준 변경(안)	○ 단순 투입-산출지표 평가에서 성과목표 달성 중심의 평가로 전환 - 이에 따른 지역 콘텐츠산업의 분석, 성과목표 설정 등 필요

□ 콘텐츠코리아랩 주요 기능에 따른 인력 전문성 도출

- 조직체계에 반영된 사항에 따라 각 운영인력이 보유해야 할 전문성은 창업 지원, 기획·연구, 콘텐츠 부문 사업화, 장비 운영 분야로 도출
 - **(창업)** 예비 인력의 발굴부터 기업으로 등록하기까지 과정을 전반적으로 파악하고 창업기업 Needs에 부합하는 서비스를 제공하는 컨설턴트
 - **(기획·연구)** 경남콘텐츠코리아랩 대내외 유관기관과의 협의체 구성을 통한 지원 프로그램 기획, 단기 성과 평가를 위한 경남 맞춤형 콘텐츠코리아랩 사업 기획을 수행하는 연구자
 - **(운영)** 콘텐츠코리아랩 전체 예산 관리를 비롯하여 프로그램의 실질적 운영 지원을 위한 기관 간 협약, 각종 계약 등의 전반적 관리자
 - **(장비·시설)** CKL 및 지역 내 보유하고 있는 장비·시스템 등을 활용하여 맞춤형 교육 기획을 추진할 수 있는 전문가
 - **(사업화)** 멘토링 연계부터 마케팅, 창업 등 기업지원에 대한 전반적 업무를 수행할 수 있는 전문 실무자와 콘텐츠 분야 액셀러레이터

□ 각 운영인력 직무 수행내용 및 필요 역량

- **(창업)** 예비창업자와 창업기업을 대상으로 하는 사업이므로 원활한 의사소통을 기반으로 창업자가 직면한 애로사항에 대해 전문적으로 컨설팅을 해줄 수 있는 능력 보유

<표 6-4> 창업지원 분야 직무기술서(안)

채용 분야	창업 컨설턴트	대분류	중분류	소분류	세분류
		사회복지·종교	상담	직업상담 서비스	직업 상담 전직지원
직무 수행내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ (창업준비 상담) 예비창업자의 창업 욕구와 역량을 진단하여 창업 결정과 목표 설정을 도우며, 창업아이템 설정 및 사업계획서 작성 등 창업 준비에 필요한 전반적 사항 상담 ○ (창업역량 사전컨설팅) 창업 대상자 중 창업을 원하는 예비자에게 필요한 전반적 사항을 지원할 수 있는 능력 ○ (창업 실무지원 컨설팅) 예비창업자에게 필요한 실무 내용을 지원할 수 있는 능력 				

필요지식	<ul style="list-style-type: none"> ○ 창업시장조사론, 창업상담론 및 사례 연구, 창업 상담 프로그램, 창업 능력의 진단, 창업 아이템 전망 및 수익성 ○ 창업시장의 트렌드 분석, 창업 법률 지식, 상담 프로그램, 창업 아이템 지식 수집
필요 기술	<ul style="list-style-type: none"> ○ 내담자의 보유 자원파악 능력, 창업 아이템의 장·단점 평가 능력, 사업자 등록에 따른 항목, 창업 상담능력, 상담 프로그램 운용 능력 등 ○ 창업 아이템의 선별 능력 ○ 자금 조달 방안에 대한 전략, 자금 규모에 따른 업무조정, 손익분석 기술 등
직무 수행태도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 예비창업자의 요청 적극 수용, 원활한 커뮤니케이션을 위한 의지, 창업 아이템 선정 과정에서의 객관적 판단 태도 유지 ○ 창업 계획서를 세밀하게 검토할 수 있는 치밀함, 사업 타당성에 대한 공정성 유지 ○ 예비창업자의 신뢰를 형성·유지하려는 의지, 최종 창업 아이템 선정 시 내담자에게 위험 부담을 고려하도록 도우려는 자세

주) 국가직무능력표준(NCS) 홈페이지의 직무 및 직무기술서를 기반으로 재구성

- **(기획·연구)** 경남콘텐츠코리아랩의 단기/중장기 평가 대응을 위해 대내외 환경을 반영한 최적의 전략 수립을 비롯하여 기관의 지속 발전과 역할 확대를 위한 공모사업 및 연계사업 발굴 추진 능력을 보유

<표 6-5> 기획·연구 분야 직무기술서(안)

채용 분야	콘텐츠 산업연구	대분류	중분류	소분류	세분류
		○ '콘텐츠 산업연구' 분야는 유사 NCS 분류가 없으므로 해당 기술서의 능력단위, 직무수행내용, 필요지식을 기반으로 직무 역량 확보			
능력 단위	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 산업 조사·연구 및 전략 기획 ○ 주력산업, 지역 자원과 콘텐츠 산업 융복합 연구 ○ 유관기관 연계 추진가능 사업 발굴 및 연구 				
직무 수행내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 신규 창작자 및 창업자 발굴을 위한 콘텐츠산업 전반 연구 및 조사 기획·설계 추진 ○ 콘텐츠산업 진흥과 콘텐츠 향유 확대를 위해 산업 전반의 정책을 재검토하여 개선방안 도출 ○ 웹콘텐츠/실감콘텐츠(XR) 관련 트렌드 조사·분석 및 공모가능 신규 추진 과제 기획 				
필요지식	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 산업에 대한 전반적 이해 ○ 콘텐츠 융복합 트렌드, 콘텐츠 IP 기반 OSMU 산업 등에 대한 전반적 지식·이해 ○ 콘텐츠 산업 및 창업 지원정책에 대한 이해 ○ 콘텐츠산업 관련 및 창업·벤처기업 제도에 관한 지식 				

필요 기술	<ul style="list-style-type: none"> ○ 통계 및 분석에 관한 지식 ○ 통계 프로그램(SPSS) 운용 능력 ○ 콘텐츠산업 정보 수집 및 트렌드 분석 능력 ○ 정보의 분류 능력 ○ 우수사례 벤치마킹 능력 ○ 관련 정책별 비교 분석 및 중요과제의 우선순위 결정 능력 ○ 주력산업 및 콘텐츠산업 관련 이슈 발굴
직무 수행태도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 문제 해결을 위한 적극성 ○ 성실하게 조사연구를 수행하는 자세 ○ 전략적이며 창의적인 사고 ○ 공공서비스 마인드 ○ 분석적 사고 ○ 가치중립적 태도 ○ 정책의 발전 및 새로운 공모과제 추진·개발에 대한 적극적 태도 ○ 지적 호기심과 탐구적 태도

주) 국가직무능력표준(NCS) 홈페이지의 직무 및 직무기술서를 기반으로 재구성

- **(운영)** 콘텐츠코리아랩 본 사업의 행정 관리를 포함하여 유관기관과 연계 추진하는 사업 특성에 따른 예산 관리 등 경남콘텐츠코리아랩 경영 전반을 파악하고 관리할 수 있는 능력을 보유

<표 6-6> 운영 분야 직무기술서(안)

채용 분야	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업 관리 및 일반행정 ○ 예산·재무 및 회계 				
NCS 분류 체계	구분	대분류	중분류	소분류	세분류
	예산·재무	경영·회계·사무	재무·회계	재무	예산 자금
				회계	회계·감사
	사업 관리	사업 관리 경영·회계·사무	사업관리 총무·인사	프로젝트 관리	프로젝트 관리
일반 사무				사무행정	
	문화·예술· 디자인·방송	문화 콘텐츠	문화콘텐츠 기획 문화콘텐츠 유통·서비스	문화콘텐츠 기획 방송~스마트앱	
능력 단위	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경영계획 및 사업계획 수립 ○ 아이디어 발굴, 창작 및 제작 지원, 교육프로그램 등 전반적 사업 수행 관리 ○ 예산 편성 및 집행 관리 ○ 행정 문서 및 보안 관리 ○ 콘텐츠코리아랩 유관기관과 각종 협약 및 계약 관리 				

직무 수행내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠산업 조성 및 지원을 위한 사업계획, 예산관리, 프로젝트 관리 ○ 예산/결산 관련 대내외 업무 처리 ○ 대외기관(경남도, 한국콘텐츠진흥원 등) 대응 ○ 콘텐츠코리아랩 지원을 위한 경영 및 자산 관리, 인력운용 관리 업무 수행
필요지식	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠산업 관련 지식 ○ 예산편성 지침 및 공공기관 예산 관리 지식 ○ 프로젝트 수행 관련 지식 - 단년도/다년도 연차평가 등
필요 기술	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 및 창업 지원 관련 세부계획 수립 능력 ○ 예산 규모의 분석 능력 ○ 타 기관 및 내부 인력과의 커뮤니케이션 능력 ○ 운영·회계 프로그램 활용 능력 및 문서작성 능력
직무 수행태도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 적극적 협업 태도 ○ 꼼꼼한 일처리 태도 ○ 분석적 사고 및 문제 해결을 위한 능동적 자세 ○ 형평성 준수, 투명한 업무 처리 ○ 경영 관련 규정 및 기준 준수

주) 국가직무능력표준(NCS) 홈페이지의 직무 및 직무기술서를 기반으로 재구성

- **(콘텐츠 창·제작)** 예비창업자와 창작자 대상의 초·중급 제작 지원을 위해 담당자는 CKL 보유 장비·인프라를 기반으로 수준에 따른 실무교육 기획 및 관련 전문기술 지식을 보유

<표 6-7> 콘텐츠 창·제작 분야 직무기술서(안)

		대분류	중분류	소분류	세분류
		채용 분야	디지털 콘텐츠 기획·제작	문화·예술·디자인·방송	문화콘텐츠
교육·자연·사회·과학	평생교육			평생교육 운영	평생교육 프로그램 기획·개발 평생교육 프로그램 운영·상담·교수
정보통신	통신기술			실감형콘텐츠 제작	가상현실 콘텐츠 제작 증강현실(AR) 콘텐츠 제작
주요 업무 수행내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ (문화콘텐츠 제작) 창작자가 직접 MCN 콘텐츠를 제작하고 실감형 콘텐츠 제작을 위한 영상을 촬영할 수 있도록 각종 영상장비 관리 및 대여 ○ (평생교육 프로그램 기획·개발·평가/운영·상담·교수) 사용자의 역량강화를 위한 맞춤형(또는 수요 기반) 제작 교육프로그램의 설계, 운영, 현장 관리 및 실무적 지원 ○ (가상현실 콘텐츠 제작) 가상현실 콘텐츠 기획, 가상현실 콘텐츠 배포 				

	○ (증강현실(AR) 콘텐츠 제작) 증강현실 콘텐츠 기획	
필요지식	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제작 시스템에 대한 지식 ○ 소요예산 편성에 대한 지식 ○ 아이템에 대한 지식 ○ 소비자 심리분석 기법 및 대한 지식 ○ 콘텐츠에 대한 인문학적 지식 ○ 영상장비 및 시설 종류와 자원, 사용 설명서의 해석/사용 방법 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 제작에 대한 지식 ○ 콘텐츠 대상, 매체, 트렌드와 소비자 수요에 대한 지식 ○ 3D 컴퓨터 그래픽스에서 다양한 카메라의 속성에 대한 지식 ○ 콘텐츠 기획 요구사항 이해 및 플랫폼의 그래픽 특성에 관한 이해 ○ 영상장비 대여서비스 절차 및 운영 방안
필요 기술	<ul style="list-style-type: none"> ○ 창·제작 프로그램 기획서 작성 능력 ○ 커뮤니케이션 능력 ○ 컴퓨터 그래픽 S/W 활용 기술, 영상, 음성, CG를 다양한 방법으로 조합해 표현할 수 있는 능력 ○ 최종 영상그래픽에 대한 판단 능력 ○ 문헌자료 검색, 자료의 분류 및 결합 능력, 분석 능력 ○ 장비의 이상유무 판단 및 관리 능력 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 아이디어 구상, 창의적 발상을 통한 콘텐츠 제작 아이디어 도출 ○ 아이디어와 부합한 자료 수집 및 아이템 수집 능력 ○ 화면 구도를 표현하는 기술 ○ 카메라 운용 기술 ○ 저작권 및 특허 관련 지식 ○ 그래픽 S/W 운용 및 활용법 ○ 이미지를 입체화 시키는 모델링 능력
직무 수행태도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 이해 당사자의 요구를 수용하고 집중력을 기반으로 완성도를 높이는 자세 ○ 학습자를 위한 분위기 조성 및 수요를 반영하려는 태도, 적극적 정보전달 태도 ○ 수시로 점검하고 체크하려는 세심한 태도와 영상장비 및 시설의 기능과 청결함을 유지하려는 태도 	

주) 국가직무능력표준(NCS) 홈페이지의 직무 및 직무기술서를 기반으로 재구성

- **(사업화·투자)** 혁신 사업 아이템을 보유한 기업이 시기적절하게 투자 지원을 받아 안정화될 수 있도록 투자 전문가 매칭, IR 전략 수립 등 투자유치 관련 지원사업을 지원할 수 있는 능력 보유

<표 6-8> 사업화·투자 분야 직무기술서(안)

채용 분야	콘텐츠 사업화 및 VC 투자	대분류	중분류	소분류	세분류
		금융/보험	금융	금융상품개발 자산운용 신용분석	투자상품개발 펀드운용 기업신용분석 여신심사
직무 수행내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ (기업신용분석) 분석 대상 기업의 산업 위험, 경영/재무 위험 등 위험도를 분석하여 기업의 현재 및 미래의 채무원리금 상환 능력, 상환 의지 등을 종합적으로 평가 ○ (모펀드 운용 및 관리) 투자 대상업체 발굴 및 선정, 투자계약 체결과 집행, 				

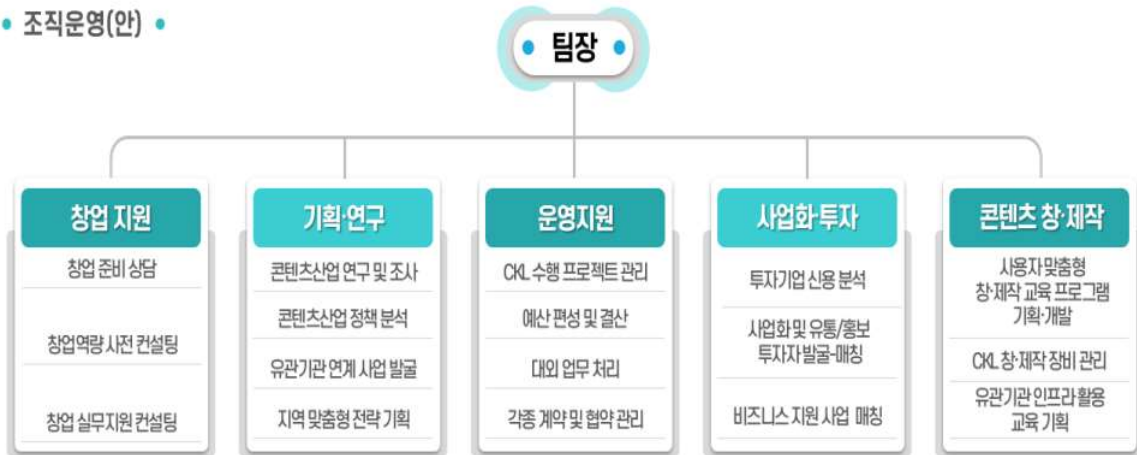
	사후관리, 회수에 이르기까지 전 과정에 대한 파악
필요지식	<ul style="list-style-type: none"> ○ 자본 시장과 금융 투자업에 대한 법률, 투자자금 집행 구조, 재무 관리 및 회계 ○ 기업 금융과 모펀드 운용/관리에 대한 이해, 자펀드 사후관리 이해 ○ 투자기업에 대한 성장지원 프로그램 운영 과정에 대한 이해
필요 기술	<ul style="list-style-type: none"> ○ 재무비율 계산 능력, 자기자본이익률과 총자산이익률에 대한 이해 ○ 전체적인 현금 흐름의 추세와 특징을 파악하려는 자세 ○ 투자에 따른 성과 예측 ○ 매트리스 사고에 기반한 분석 및 비즈니스 문서 작성 기술 ○ 동종업체와의 비교분석 기술 ○ 해당 기업의 과거 재무 비율과 비교분석 기술 ○ 데이터 수집 및 가공과 정보 단말기 활용 능력
직무 수행태도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 체계적 분석과 다양한 자료의 수집 능력 ○ 논리적 분석 태도와 규칙을 준수하는 자세 ○ 객관적 판단 능력과 법률을 숙지하려는 태도 ○ 데이터 및 계산 산식의 정확성을 유지하려는 태도

주) 국가직무능력표준(NCS) 홈페이지의 직무 및 직무기술서를 기반으로 재구성

□ 경남콘텐츠코리아랩 조직체계도(안) 도출

- 상기 반영 내용에 의해 도출된 경남콘텐츠코리아랩 최적 운영을 위한 필요 구성 인력은 현재와 같은 1팀장 5팀원 구조
 - **(구성 목적)** 내부인력의 역량 향상(전문화)을 통해 기관 존재의 필요성을 제고하여 운영 안정성 확보
 - **(주요 차별성)** 연차 프로그램의 업무량 기준으로 팀원을 구성하는 것이 아니라 로드맵에 따라 경남콘텐츠코리아랩이 갖추어야 할 전문성을 기준으로 인력의 역할을 배분
 - **(기대효과)** 인력 전문화를 통한 사용자 만족도 상승, 지속 방문율 및 사용자 증대, 콘텐츠코리아랩 역할 확대, 지속가능을 위한 운영비 확보 등의 효과와 함께 궁극적으로 ‘대체불가능’한 인력으로 성장함을 기대

• 조직운영(안) •



[그림 6-1] 경남콘텐츠코리아랩 운영 조직도 및 수행 직무(안)

라. 추가 전문인력 채용 및 관련 직무

□ 콘텐츠 IP 확보·거래 지원을 위한 지식재산 관리 전문가 영입

- 향후 경남형 창작콘텐츠 자원(IP) 확보, 융복합 콘텐츠 제작을 위한 IP 거래, 원활한 가치평가 등을 위해 지식재산 관련 전문인력 채용 고려 필요
- 해당 인력은 콘텐츠 창작 자원에 대한 강한 권리 창출과 이중산업군과 연계 등을 통해 창작자와 기업의 지속성장을 유도
 - (사업 아이템 IP 검증) 콘텐츠 창업기업 또는 창작자의 주력 아이템에 대한 IP 정보를 분석하고 타 IP 침해 여부를 검토
 - (IP 출원 지재권 선별) 보유한 기술을 정밀 분석·진단하여 지재권으로 보호할 기술과 비공개할 부분을 선별
 - (고품질 포트폴리오 구축) 주력 아이템을 효과적으로 보호할 수 있도록 핵심/주변 특허를 설계·출원하는 등 특허 포트폴리오 구축 및 고도화
 - (IP 융합·확장) 해당 아이템의 타겟 시장을 분석 후 융복합 가능한 분야로 진출할 수 있도록 권리 획득을 지원하여 IP 융합 포트폴리오 구축

<표 6-9> 콘텐츠 IP 컨설팅 분야 직무기술서(안)

채용 분야	콘텐츠 IP 컨설팅	대분류	중분류	소분류	세분류
		법률 등	법률	지식재산 관리	지식재산 관리 지식재산정보조사분석 지식재산 평가·관리
직무 수행내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ (지식재산(IP) 관리) 콘텐츠 원천소스 저작권 및 특허/상표/디자인권 등 산업재산권 획득을 위한 아이디어 발굴, 명세서 작성, 중간사건(O/A) 대응, 계약·거래의 유지 등 지식재산 일련의 과정을 지원·상당하는 업무 ○ (지식재산(IP) 정보조사분석) 콘텐츠 선행기술 조사, 유효자료 선별, 정량/정성 분석을 통한 지식재산의 유효성 확보 관련 업무 				
필요지식	<ul style="list-style-type: none"> ○ (지식재산(IP) 관리) 콘텐츠 관련 선행기술 내용을 파악할 수 있는 지식, 지식재산의 권리 범위 해석, 협상의 전략, 각종 지식재산권의 발생/등록/유지 관련 제도, 지식재산권의 침해 이론 등 ○ (지식재산(IP) 정보조사분석) 콘텐츠 분야 검색식 작성 능력, 데이터베이스별 연산자 활용 기술, 키워드의 선정 및 동의어 활용 능력, 검색 프로그램 사용 기술, 분석 대상기술의 특성 및 전문용어 활용, 특허지수분석 방법 등 ○ (지식재산(IP) 평가·거래) 지식재산에 대한 전반적 기본 개념, 거래 계약 및 절차 등에 대한 일반적 지식, 라이선스 계약서의 이해/협상 이론/컨설팅의 				

	<p>전반적 이해</p>
<p>필요 기술</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ (지식재산(IP) 관리) 콘텐츠 기술 분석, 권리강도, 권리범위 광협 판단 능력, 대체기술의 판단, 산업동향 분석 능력, 지식재산권의 법적 상태(Legal status) 조사 능력, 경쟁 대상물의 침해여부 판단 능력, 가치평가 등 ○ (지식재산(IP) 정보조사분석) 특히 검색 기술, 다양한 통계분석 항목 능력, 특허지수의 분석, 분석 결과를 종합한 판단 능력 ○ (지식재산(IP) 평가·거래) 거래 수요의 발굴 능력과 수요 기반의 IP 정보 검색·발굴 능력, 수요-공급 매칭 능력, 거래 계약을 체결할 수 있는 지식재산 중개 및 협상 능력
<p>직무 수행태도</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 예비창업자 및 기업과 원활한 의사소통 능력 ○ 정보 검색 및 콘텐츠 기술 관련 전문적 지식 탐구 능력 ○ IP 거래 고객 수요에 대한 적극적 수용 태도, 타 기관과의 협업적 태도 ○ 비밀유지 의무 및 시간 준수의 의무

주) 국가직무능력표준(NCS) 홈페이지의 직무 및 직무기술서를 기반으로 재구성

6.1.2 외부 전문가 자문단 구성

가. 자문단 구축 필요성 및 역할

□ 창업기업의 성공 및 지속가능성 확률 확대

- 사업 아이템 발굴 후 그것을 산업과 시장 상황에 부합하게 발전·구현하여 매출을 발생시키고, 지속적으로 유지하는 생존 과정 전체가 산업생태계 유지를 위해 넓은 범위의 창업에 포함

※ (좁은 의미의 창업) 아이디어 및 아이템을 기반으로 법인을 설립하는 행위

<표 6-10> 멘토링과 유사 분야의 대표 특징

구분	대표적 특징
멘토링	<ul style="list-style-type: none"> ○ 멘토의 전문적 지식과 지혜에 기반 ○ 전략과 정책에 대한 의견과 조언을 자유롭게 함 ○ 조직의 기준, 규범, 가치를 전달하고 서서히 주입시킴
코칭	<ul style="list-style-type: none"> ○ 고객 자신의 가능성에 기반 ○ 고객 스스로 문제의 답을 찾게 함 ○ 고객 개인의 가치, 비전, 기준을 개발·발굴함
컨설팅	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정보에 기반한 서비스와 답을 제공 ○ 판에 박히거나 영리적인 해결책을 처방하는 경향 ○ 업무적인 면에 초점을 맞춤
카운슬링 (직장 내)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 문제나 성과 부족의 원인을 찾음 ○ 민감한 문제나 행동을 찾는 데 초점을 둠 ○ 대개 일시적이고 요구에 기반

자료 : 박윤희(2015), 커리어코칭의 이론과 실제

나. 분야별 전문가 조직체계도(안) 구성

□ 유관기관 기구축 전문가 풀 공유

- 이미 유사 사업을 진행하고 있는 기관들의 인적 네트워크 활용은 시간 절약 효과와 함께 입증된 전문가라는 신뢰성을 보유
- 경남 내에서는 경남창조경제혁신센터가 창업기업 발굴·육성 관련 중심 지원기관으로 비즈니스 분야 지원은 창조경제혁신센터 기구축 전문가 풀을 활용
 - 경남창조경제혁신센터가 보유한 ‘무한도전 멘토단’ 풀의 전문가 영역은 크게 창업 지원, 기술지원, 경영 활동, 투자심사, 마케팅 5가지로 분류되어 콘텐츠 분야 외 창업 지원 및 융복합 자문 전문가로 적절

<p>창업 분야(65명)</p> <ul style="list-style-type: none"> ☑ 정부지원 사업 지도 ☑ 스타트업 보육 기획 ☑ 스타트업 창업아이템 타당성 분석 ☑ 브랜드 관리 ☑ 시각디자인 및 PPT 컨설팅 ☑ 창업촉진 사업 관리 ☑ 창업기업 경영전략 수립 ☑ 비즈니스 모델 구축 ☑ SNS 마케팅 ☑ 지역특화자원 활용 제품개발 ☑ 특허기획 및 침해 검토 ☑ 기술사업화 멘토링 ☑ 해외 아이템 서치 ☑ M&A 컨설팅 ☑ R&D 기획 컨설팅 ☑ 스타기업 사업성 검토 	<p>기술 분야(29명)</p> <ul style="list-style-type: none"> ☑ 스마트공장 구축 자문 ☑ 스타트업 기술 컨설팅 ☑ 조선헤양 ☑ ICT ☑ 의료기기/임상시험 ☑ 지식재산권 및 기술이전 ☑ 국방연구개발 ☑ 식품 및 화장품 소재 개발 ☑ 신소재 개발 	<p>투자 분야(29명)</p> <ul style="list-style-type: none"> ☑ 기업 재무진단 및 재무 계획 수립 ☑ 투자유치 IR 지도 및 멘토링 ☑ 기업심사 및 유치 ☑ 스타트업 투자/사후관리, TIPS 운영 ☑ 엔젤투자 유치 전략 지도 ☑ 투자심사역 ☑ 액셀러레이터
	<p>경영 분야(14명)</p> <ul style="list-style-type: none"> ☑ 스타트업 회계세무 컨설팅 ☑ 창업지도사/경영지도사 ☑ 경영진단 및 기술 거래 ☑ 국제경영컨설턴트 ☑ 공인노무사 ☑ 변호사/변리사 ☑ 기업가치평가 	<p>마케팅 분야(26명)</p> <ul style="list-style-type: none"> ☑ 6차 산업 ☑ 중소기업 마케팅 ☑ 수출 종합 컨설팅, 바이어 발굴 ☑ 디자인 컨설팅 ☑ 온라인 마케팅 ☑ B2B 마케팅 ☑ 무역 실무 컨설팅 ☑ 브랜드 홍보 및 프로젝트 관리

[그림 6-2] 경남창조경제혁신센터 공유 전문가의 각 분야

□ 연차별 프로그램에 부합하는 전문가 풀 구축 필요

- '21년부터 콘텐츠코리아랩 사업은 연차별로 수행될 예정임에 따라 당해연도 프로그램 비중에 부합하는 멘토단 구성에 대한 고려 필요
 - 그 예로 3년 차 CKL의 경우 중급 과정의 교육과 제작, 창작지원 프로그램을 구성해야 하나 5년 차 이상 CKL의 경우 인력양성과 사업화, 창직 및 유통·투자 관련 프로그램을 70% 이상 구성
 - 이에 따라 3~4년 차까지는 창작자 역량 강화를 위한 콘텐츠 제작 관련 전문가를 위주로 구성하고, 5년 차부터는 본격적인 사업화 및 비즈니스 위주 전문가를 확보하기 위한 활동 필요
 - 또한, 본 기획연구의 로드맵 시행을 위해 '전략과제 3. 창·제작 서비스 지원'과 관련된 콘텐츠 IP와 VR·AR 등 실감콘텐츠 제작 기술 패키지 확보 및 플랫폼 구축, 이를 활용한 교육 등을 위한 전문가가 '21년부터 필요
 - 이를 위해 경남도 내 ICT 산업의 총괄 거점기관인 경남테크노파크와 VR·AR 제작거점센터와 긴밀한 협력이 요구
 - 전남의 경우 콘텐츠 및 문화산업 총괄하는 정보문화산업진흥원에서 VR·AR제작거점센터를 운영 중으로 아래와 같은 사업을 지원 중
 - VR·AR 분야 기업의 스타트업 지원부터 기술이전, 시장진출, 혁신 인재 양성사업까지 전 분야를 지원 중임에 따라 콘텐츠코리아랩과 다양한 연계가 가능

<표 6-11> (재)전남정보문화산업진흥원 VR·AR 분야 지원사업(2021) 예시

사업명	목적	지원 내용
수요기반 실감콘텐츠 제품 실증·상용화 지원사업	지역 실감콘텐츠 산업 활성화	<ul style="list-style-type: none"> ○ (규모) 실증 3개, 상용화 7개/ 2,260백만 원 ○ (대상) 실감콘텐츠 개발 및 제작 기업 컨소시엄 ○ (내용) 지역 특화산업(스마트전력/생태환경) 융합형 실감 콘텐츠 제작 실증과 전·후방 연계산업 상용화 지원
벤처창업 스타트업 Growth-Project 사업	도내 실감콘텐츠 스타트업 성장	<ul style="list-style-type: none"> ○ (규모) 300백만 원 ○ (대상) 실감콘텐츠 창업 5년 이내 기업 ○ (내용) 분야별 현장 전문가 주도 아이디어 기획부터 투자 협력까지 스타트업 20개사, MVP 제작지원 10개사 지원

경남콘텐츠코리아랩 중장기발전전략 수립 연구

기술이전 사업화 지원	도내 실감콘텐츠기업 기술경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> ○ (규모) 150백만 원 ○ (대상) 실감콘텐츠 개발 기술/우수 사업화 아이디어 보유 기업 ○ (내용) 기술이전에 소요되는 비용 전반 지원
시장진출 활성화 지원사업	실감콘텐츠 기업 홍보 및 판로개척 지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (규모) 100백만 원 ○ (대상) 도내 실감콘텐츠 개발완료 및 출시 콘텐츠 보유 기업 ○ (내용) 지역기업 맞춤형 마케팅 지원을 통한 글로벌 실감 콘텐츠 도약 지원
수요맞춤형 실감콘텐츠 혁신인재 양성 사업	수요처 중심 실감콘텐츠 전문인력 양성	<ul style="list-style-type: none"> ○ (규모) 100백만 원 ○ (대상) 도내 거점 교육기관 ○ (내용) 기업 수요 맞춤형 교육 설계 및 현장실습을 통한 고용 창출

자료 : 전남정보문화산업진흥원(2021), 2021년 전남정보문화산업진흥원 지원사업

6.2 유관기관 협력 체계 구성

6.2.1 구성 목적

1] 경남콘텐츠코리아랩 지리적 불리함을 협력으로 극복

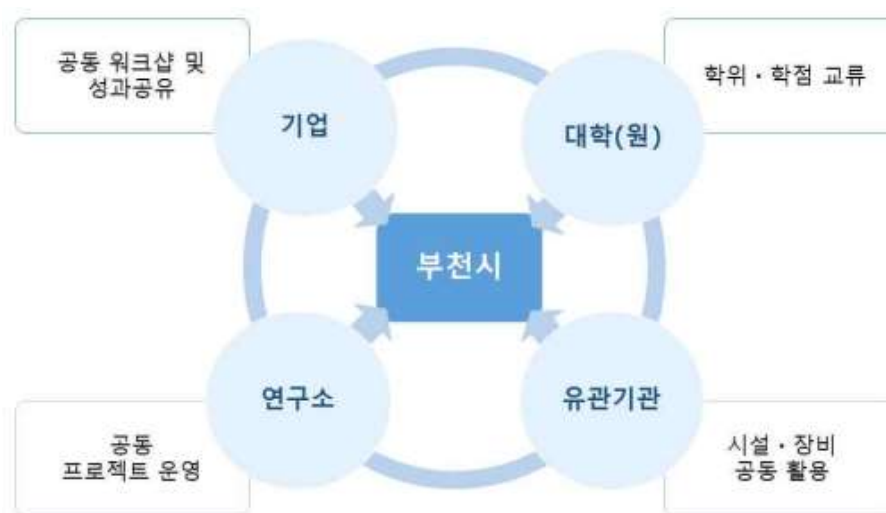
- 현재 개소한 경남콘텐츠코리아랩이 위치한 곳은 (구)동남전시관(창원시 의창구 대원동)으로 경남에서 유사지원 기능을 가지는 대부분 기관이 인근에 밀집
- 도내 관련 전체 유관기관 중 메이커스페이스 14개 중 10개, 창업보육센터 16개 중 7개, 혁신기관 2개 전부, VR·AR 제작거점센터 1개가 모두 인근에 위치
- 위 기관들과의 기능적 협력방안을 찾아 경쟁 관계가 아닌 상생 관계를 조성하여 시너지 효과 창출을 유도



[그림 6-3] 도내 콘텐츠코리아랩 유사 지원기관 분포도

2] 네트워크 구성 및 활성화를 통한 콘텐츠산업 순환 추진

- 콘텐츠코리아랩은 ‘아이디어의 창작, 창작의 창업화’를 통해 산업의 ‘지속 가능’, ‘생태계 선순환’을 유도하고자 하는 사업으로 非산업계와 콘텐츠 산업계를 이어주는 매개체 역할을 수행
 - (산업계) 제작 및 교육지원 후 역량을 갖춘 인력의 창업으로 기업 풀 확대, 신규인력 채용이 필요한 콘텐츠 기업에 콘텐츠 인재 연계, 기업이 현업에서 원하는 제작 교육 수행 등
 - (非산업계) 특성화고교, 콘텐츠학과 보유 대학과 콘텐츠 융합인재 양성을 위한 교육프로그램 논의, 창업기업 종합지원을 위한 기관 간 협의체 구성, 민간 창작 활동 지원(네트워킹 기반)
- 산·학·민·관 중심에서 각 계의 Needs를 충족시켜 줌으로써 산업의 활력 제고 및 경남콘텐츠코리아랩의 역할 확대



자료 : 홍익대학교(2013), 부천시 문화콘텐츠산업 중장기 발전계획

[그림 6-4] 기관 간 콜라보레이션

6.2.2 협력 가능한 인근 유사 지원기관

가. 인력양성 교육기관

□ 특성화 고등학교 및 대학

- 특성화 고등학교 대상 콘텐츠 분야 진로 체험 제공으로 경남콘텐츠코리아랩 사업 홍보 및 잠재인력 발굴
 - 오프라인형 네트워크를 통해 실질적 창업담을 듣고 싶어하는 예비창업자를 위해 대학교수, 도내 콘텐츠 기업 등 실무 전문가 협력으로 현장 친화형 프로그램 제공
- 향후 산업 고도화 및 트렌드 변화에 따른 교육프로그램 구성 시 대학교수 및 연구원 자문을 기반으로 구성
 - (산-학 예비 인턴 체험) 예비 산업 인력은 콘텐츠산업 생태계를 체험하는 기회를 제공받을 수 있고 기업은 현장 수요를 교육기관에 요구할 수 있는 계기 마련
 - (융합콘텐츠 트랙) 특성화 고등학교와 유관학과 대학 연계 지원 프로그램으로 산업계 인력 수요에 즉각 대응 가능

나. 지역 혁신기관 및 공공기관

□ 창업 및 기업지원

- 경남콘텐츠코리아랩 인근 기관별 사업을 콘텐츠코리아랩의 주요 사업 내용에 따라 분류하여 각 기관이 서로 제공할 수 있는 지원내용 극대화



[그림 6-5] 경남 CKL 인근 유관기관 협력 구조도

□ 문화산업 지식재산권 관리

- 서부 경남권에 위치한 ‘한국저작권위원회’는 저작권 심의 및 감정을 비롯해 저작권 교육, 중소기업 맞춤 컨설팅 및 상담 등을 지원하는 문화산업 저작권 전문기관
 - 한국저작권위원회의 주요 사업과 콘텐츠코리아랩 사업은 기본적으로 콘텐츠 IP 교육프로그램, 저작권 침해 관련 감정 자문, 중소기업 지원 제도 지원에서 방향이 일치
- 또한, 경남콘텐츠코리아랩 특화 세부 프로그램 IP 자원 공유 플랫폼과 관련하여 ‘저작물 창조 자원화’, ‘SW 임치’와 같은 사업과 내용이 부합
 - 한국저작권위원회는 경남문화예술진흥원 및 경남도와 이미 MOU를 진행한 상태이므로 자문 초빙 등 적극적 연계 가능

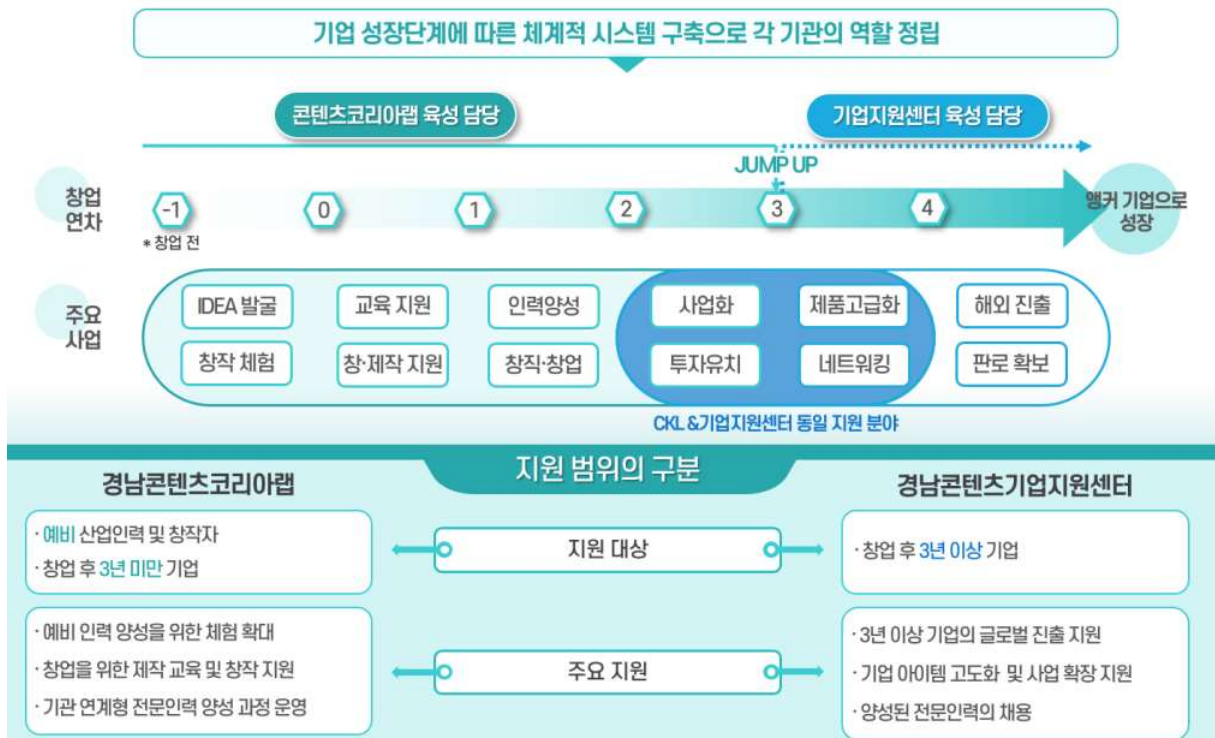
<표 6-12> 한국저작권위원회 주요 사업

추진 사업	추진 내용
조정·알선	<ul style="list-style-type: none"> ○ (조정) 저작권 분쟁 당사자 합의를 유도 ○ (알선) 분쟁 당사자 또는 쌍방 요청에 의해 분쟁에 개입하여 원활하게 사건을 해결할 수 있도록 조력
심의	<ul style="list-style-type: none"> ○ 저작권위탁관리업자의 수수료 및 사용료 요율(금액)에 관한 사항이나 문체부 장관 또는 위원 3인이 공동으로 부의하는 사항에 대해 심의·의결하는 제도
교육·홍보	<ul style="list-style-type: none"> ○ 저작권 문화기반을 조성하기 위해 청소년과 기업 등 각 분야의 저작권 의식을 제고하는 다양한 온·오프라인 교육 프로그램 개발·운영
인증	<ul style="list-style-type: none"> ○ 인증기관이 저작물의 권리자임을 확인하고 인증서를 발급하는 것으로 우리 저작물에 대한 권리관계 확인으로 해외거래 안전 지원 및 합법 유통환경 조성
감정	<ul style="list-style-type: none"> ○ 재판·수사 과정에서 저작물의 실질적 유사성, 소프트웨어 완성도, 개발 비용 등 저작권침해에 대해 감정을 요청한 경우 판단 후 결과를 제시
SW 임치	<ul style="list-style-type: none"> ○ SW 거래 시 저작권자가 사용을 허락받은 자를 위하여 소스코드 및 기술정보 등을 신뢰성 있는 제3의 기관에 임치해 두고, 저작권자의 폐업 또는 자연재해로 인한 소스코드의 멸실 등으로 유지보수를 계속할 수 없게 되는 조건이 발생하는 경우 수치기관이 해당 원시코드를 사용권자에게 교부
저작물 창조자원화	<ul style="list-style-type: none"> ○ (공유저작물 수집·제공) 저작권 처리가 된 저작물을 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 공간 ○ (오픈소스 SW 라이선스) 오픈소스 SW 사용에 따른 명확한 라이선스 정보 제공으로 법적 분쟁을 예방하고, 건전한 이용환경 조성으로 활용 범위를 확대
중소기업 지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (산업현장 서비스) 1인창조·중소기업을 전문가가 직접 방문하여 교육, 상담, 법률자문, 계약서 검토 등의 서비스를 제공 ○ (SW 관리체계 컨설팅) SW 공정이용 문화의 정착 및 애로사항 해결 위한 기업 무료 컨설팅
저작권기술 R&D	<ul style="list-style-type: none"> ○ 새로운 저작권 이용환경에서의 저작권 보호 및 이용활성화를 위한 기술개발로 합법 저작물의 유통 확대 및 저작권 산업 발전을 도모

다. 경남콘텐츠기업지원센터

□ 기관 간 지원범위 및 역할 정립으로 사업 중복성 배제

- 콘텐츠코리아랩은 예비 인력 발굴부터 창업 후 3년 미만까지의 초기 기업 지원, 기업지원센터는 그 이후 기업을 지원하는 기관으로 지원범위를 명확하게 구분함으로써 기관 간 역할을 정립
- 또한, 경남콘텐츠기업지원센터의 주요 기능은 ‘글로벌 진출 지원’이므로 이와 관련한 사업에서도 중복성을 배제할 수 있도록 특화 프로그램 구성
 - **(비전)** 新콘텐츠 경제가치를 창출하는 글로벌 기업육성센터
 - **(추진전략)** 지역연계형 특화콘텐츠 제작 지원, 네트워킹 시너지를 위한 플랫폼 조성, 맞춤형 해외시장발굴 및 진출 지원



[그림 6-6] 경남 CKL과 경남콘텐츠기업지원센터 역할 구분 개념도

참고자료 6-1 한국저작권위원회와 경남 MOU 현황('21.01 기준)

- 콘텐츠코리아랩 상위 기관인 경남문화예술진흥원을 비롯하여 경남도, 테크노파크, 경상대학교 등 도내 주요 기관들과 한국저작권위원회 간 MOU 체결

일자	체결기관	체결 내용
2021.01.21.	경남문화예술진흥원	○ IP 융복합 콘텐츠 클러스터 조성을 위한 경남지역 예술인의 저작권 보호 및 활용 역량 향상, 저작권 및 법률 관련 사업의 참여 확대 등을 위한 협약
2020.08.31.	경상대학교	○ 경상대학교 학생들의 현장실습 교육을 위한 gap-을 관계 계약으로 학생들에게 적절한 근무조건 및 환경을 제공
2020.07.15.	경상남도 및 혁신기관 10개	○ 이전공공기관 연관기업 지역유치와 지역기업 우대, 산·학·연 클러스터 활성화 도모 등을 위한 협약으로 경남혁신도시의 상생발전 거점 육성이 목적
2019.07.23.	경남국공립어린이집연합회	○ 경남지역 국공립 어린이집 종사자들의 저작권 인식 제고, 역량강화 등을 위한 협조체계 구축
2019.05.30.	경상남도, (사)경남ICT협회, 경남테크노파크	○ 스마트공장 구축 기업에 대한 지속적 사후관리 및 유지보수 지원체계 구축 ○ 수요기업의 불안감 해소, 공급기업 경쟁력 강화를 위해 '스마트공장 솔루션 은행' 시범운영에 대한 상호협력 ○ 한국저작권위원회는 소프트웨어 임치제도를 통해 스마트공장 소스 프로그램을 안전하게 보관하고, 수수료 할인 및 상담 서비스를 제공
2019.04.30.	경남문화예술진흥원	○ 예술인 상담/컨설팅 사업 홍보 연계 및 협업 체계화
2016.07.29.	경상대학교	○ 대학연계 창의인재 저작권 전문강좌 운영대학과 한국저작권위원회의 역할과 책임을 정하는 협약
2016.04.20.	경남과학기술대학교	○ 우수한 인적자원과 학술정보의 교류, 연구 및 사회 기여 활동 촉진으로 저작권 전문인력 및 교수요원 양성, 국제교류 협력 등 추진

자료 : 한국저작권위원회 홈페이지

6.2.3 네트워크 협력체 역할 및 목표

가. 콘텐츠 융복합 창업의 Hub 역할 확립

□ 경남콘텐츠코리아랩 집적 인프라의 적극 활용을 통한 허브 달성

- 경남콘텐츠코리아랩과 동일한 건물 공간을 공유하는 사회적경제혁신타운과 복합문화센터를 통해서도 창작콘텐츠의 전시 및 체험공간 공유, 창업기업 입주공간 소개, 경제진흥원 지원사업 연계 등 협력을 추진
 - 현재 동남전시장에는 동관에는 경남콘텐츠코리아랩과 웹툰캠퍼스, 저작권 서비스센터가 입주해 있는 상태
 - 본관은 동남아트센터, 경남경제진흥원 및 창업 기업입주 등의 공간으로 사회적경제기업을 육성지원, 교육하고 아이템 판매를 촉진하는 융복합 거점으로 조성
 - ※ (경남 사회적경제혁신타운 조성사업) 도내 사회적 경제 활성화와 네트워킹 강화, 인프라 구축을 위한 산업통상자원부의 공모사업으로 총 280억 원이 투입
 - 서관은 ‘창원국가산단 복합문화센터’로 창원시 문화도시지원센터를 비롯하여 문화카페, 실내 클라이밍 체험장 등 다목적 문화 공간으로 조성
 - ※ (복합문화센터 건립 사업) 산업단지 복합문화센터 건립사업 공모사업으로 총 70억 원의 사업비 투입



[그림 6-7] 경남 CKL 집적 인프라 시너지 효과

나. 창작·창업 우수사례 및 시스템의 신속 확산

□ 거점지역 기반의 도내 창작·창업문화 저변 확대

- 협력 네트워크를 통해 구축된 창작·창업 거점지역 성과의 확산·공유로 지역 인프라 불균형 완화 및 각 지역 자원의 고부가가치 아이템 발굴 등 연계가능 사업화 방안 추진
- 경남 CKL 중심으로 기구축된 지원 시스템, 선제 우수사례를 통해 신속한 창작·창업 문화 보급·확대



[그림 6-8] 콘텐츠 창작·창업 문화의 보급/확산 개념도

6.3 경남 차세대 콘텐츠 연계 및 홍보 방안

6.3.1 웹툰

□ IP 활용 서비스 프로그램 기반 2차 제작 활성화

- 경남콘텐츠코리아랩과 경남 웹툰캠퍼스, 경남 저작권서비스센터는 同 건물에 함께 입주하고 있어 함께 협업 용이
- 경남콘텐츠기업지원센터가 유치한 웹툰 분야 앵커 기업 ‘피플앤스토리’는 현재 경남 유일 웹툰 매니지먼트사로 경남문화예술진흥원과 함께 국내외 플랫폼을 기반으로 활동할 웹툰 작가를 양성·발굴 중
 - 피플앤스토리는 지난 8월 베트남 최대 미디어 그룹인 예원(Yeah1)과 K-웹툰 서비스 플랫폼 ‘코믹툰’을 오픈
 - ※ 예원(Yeah1)은 전 세계 유튜브 MCN 아시아 1위이자 글로벌 6위 사업자
 - ‘코믹툰’은 피플앤스토리가 직접 개발하고 콘텐츠를 자체 공급하는 App 서비스

<표 6-13> 피플앤스토리-경남도 연계 웹툰공모전

시상내용	1기(2021년 상반기)	2기(2021년 하반기)
대상(경남도지사상)	50,000,000원/1작품	50,000,000원/1작품
최우수(경남문화예술진흥원장상)	각 20,000,000원/2작품	각 20,000,000원/2작품
우수	각 5,000,000원/2작품	각 5,000,000원/2작품

자료 : 경남문화예술진흥원

- 또한, 피플앤스토리는 창원 문성대학교와 산학협력 MOU 체결을 진행하였으며, 해당 협약을 통해 지식과 기술 공유, 상호 정보교환, 실무형 맞춤형 프로젝트 사업을 추진

6.3.2 MCN

□ 앵커 기업과의 전략적 연계를 통한 홍보창구 활용

- 경남 MCN 분야 앵커 기업인 ‘킵더허들’은 바이오 기술혁신 창업기업으로 시작하여 엔터 분야로 확장한 사례
 - 누적 조회 수 5,000만 건 이상을 기록한 유튜브 웹 예능 ‘가짜사나이’ 속 ‘에이전트 H’가 재직 중인 곳이 ‘킵더허들’인 것이 밝혀지며 해당 기업에 대한 관심은 실시간 검색어 1위로 나타남

※ 에이전트 H의 개인 유튜브 채널(미션 파서블) 구독자 수는 80만 명을 넘어섬



자료 : PharmNews 기사(2020.09.21.)

[그림 6-9] 유튜브 ‘가짜사나이 교관’ 에이전트 H’ 소속 회사 킵더허들

- MCN 분야 앵커 기업의 강한 파급력을 활용하여 경남콘텐츠코리아랩을 도내 홍보하는 방법을 제안
 - 전국적으로 유명세를 탄 유튜버가 ‘경남 소재’ 기업 소속이라는 동질감과 소속감을 부여함으로써 굳이 지역 콘텐츠를 활용하여 홍보하지 않아도 큰 마케팅 효과를 창출할 것

참고자료 6-2 MCN 고도화와 연계가능한 기관 - 미디어센터

- 미디어센터는 지역의 시민이 미디어의 다양한 측면을 배우고 즐기며 스스로 미디어 콘텐츠를 제작확산하여 민주적 소통과정에 직접 참여할 수 있도록 지원하는 공공 문화기반시설
 - **(미디어 학교)** 미디어 리터러시 교육, 연령/계층별 미디어교육, 콘텐츠제작/기술교육
 - **(미디어 놀이터)** 미디어 활동 동아리 발굴 및 활동 지원, 단체 네트워킹, 미디어 체험/향유 프로그램
 - **(콘텐츠 제작지원)** 장비 및 공간 대여, 멘토링 지원, 제작경비 지원, 후속 교육프로그램 지원
 - **(동네 영화관)** 다양한 영화 상영, 지역영화제, 마을극장, 상영활동가 양성 등
 - **(공동체방송 지원)** 지역 공론의 장 구축, 마을방송국 운영 지원, 콘텐츠 유통-배급 지원
- 현재 경남에는 김해영상미디어센터, 양산영상미디어센터, 진주시민미디어센터, MBC 경남 시청자미디어센터(창원), 합천영상미디어센터 5개가 설치·운영 중
 - 또한 경남시청미디어센터는 방송통신위원회 공모사업에 선정되어 '22년 6월 창원시에 추가 준공 예정
 - (규모) 연면적 약 4,142m²
 - (위치) 경남 창원시 의창구 중동 776-7번지



자료 : 경남일보(2020.08.20.)

[경남시청자미디어센터 설계 공모 당선작]

- 최근 2년 연속 우수 콘텐츠코리아랩으로 선정된 충북 CKL에서도 전략 콘텐츠 분야의 교육생을 발굴하기 위해 도내 시·군의 시청자미디어센터와 MOU 체결하여 협업하는 형태로 운영 중임에 따라 경남콘텐츠코리아랩에서도 미디어센터와의 연계 방안에 대해 구상 가능
 - 공간 및 장비 이용뿐만 아니라 영상 크리에이터를 위한 창작 및 교육지원도 연계

6.3.3 e스포츠

□ 창원시 주요 정책 방향과의 연계-육성

- 창원시는 주력산업 위기, 여가 패러다임의 변화 등 내외부 환경 대응을 위해 e스포츠를 중점적으로 육성 중
 - **(창원시e스포츠협회)** '20년 11월에 18개 시·군 중 처음으로 설립되어 현재 500여 명의 회원을 보유
 - 대통령배 아마추어 e스포츠 대회, 창원시 e스포츠 아카데미 등 행사 주관을 비롯하여 초·중·고 지원을 통한 지역인재 양성, 창원시 e스포츠 진흥 조례의 제정 등에 관여
 - **(경남전자고등학교)** '18년도에 스마트게임과를 신설하여 도내 유일 게임학과를 보유한 학교로 게임 기획부터 게이머들의 충분한 이해 및 요구를 만족시켜 주기 위한 인재양성 중
 - 최고 사양의 컴퓨터를 기반으로 앱 개발실, VR실, 3D 프린터실, 게임존, 프로그래밍실 등 실습실을 보유
 - C언어, 자바를 이용한 프로그램 개발 수업, G-STAR 관람, e스포츠 대회 출전 등 실무 중심의 교육 추진
- 창원시의 적극적인 육성 의지를 기반으로 지역거점 인프라인 경남콘텐츠 코리아랩이 주도적으로 문화콘텐츠 및 게임산업 기반 활성화 주체의 역할을 수행
 - **(교육 개최)** 현재 창원시e스포츠협회가 주관하는 e스포츠 아카데미로 콘텐츠 코리아랩 PC실과 연계하여 초급 e스포츠 아카데미반 추진
 - **(창작지원)** 경남전자고등학교 게임학과 학생들과 웹툰캠퍼스 창작자의 융복합 콘텐츠 제작(웹툰 IP를 게임으로 구현) 프로그램 추진, 디지털 콘텐츠의 시장 출시 전 사전 테스터 활동 등 다양한 활동 연계

참고자료 6-3 **경남도 18시·군 中 최초 e스포츠협회 설립 - 창원시**

○ 경남 18개 시·군 중 처음으로 '창원시e스포츠협회 창립식'이 열렸다. 초대 회장으로 취임한 김묘정 회장의 "e스포츠 시설과 다양한 e스포츠 대회 및 아카데미 등의 많은 프로그램을 구축하면서 체계적인 시스템으로 더 많은 선수를 양성하고, 각 개인의 역량을 펼칠 수 있는 무대를 통해 한층 더 도약하는 발판이 될 수 있도록 준비하겠다"는 포부와 함께 e스포츠 '3대 비전' 선포가 진행됐다.

3대 비전 선포에는 ①창원시 초·중·고등학교에서 e스포츠가 교기 또는 클럽활동으로 채택되도록 홍보 및 지원, ②창원 소재 5개 대학에서 e스포츠 선수를 육성하고 심판을 양성하는 학과를 개설하도록 홍보 및 지원, ③마산해양 신도시에 e스포츠 국제경기 센터를 조성해 리그오브레전드 월드챔피언십을 유치하고, 창원시를 e스포츠게임의 중심지로 만드는 데에 최선을 다한다는 내용이 담겼다.

한편, 시e스포츠협회는 경남 유일의 스마트게임과가 있는 경남전자고등학교와 업무 협약을 체결, 경남대 e스포츠 동아리 에문과의 교류로 저변을 확대하는 중이다.

시민들에게 널리 보급하면서 시민 체력을 한층 더 향상시키고 건전한 게임문화 및 여가선용을 진작하며, 선수 및 단체를 지원·육성하고 우수한 선수를 양성함으로써 시와 국위선양에 이바지함을 설립 목적으로 하고 있다.



[창원시e스포츠협회 창립식]

○ 창원시가 지역 e스포츠 문화 저변 확대를 위해 '창원 e스포츠 아카데미'를 개설했다. 첫 수업은 전직 프로게이머 출신 강사가 수업계획 안내 등 오리엔테이션을 한 데 이어 '리그오브레전드(LOL)' 게임 포지션 별 플레이 전략, 팀원 간 협동 전략 등 구체적 노하우를 전했다. 남은 교육기간 동안 경기 실력과 집중력 향상을 위한 전문 트레이닝, 조직능력 향상 팁, 개인별 약점 상담 등을 제공할 예정이다.

'창원 e스포츠 아카데미'는 창원시에 주소를 둔 중·고등학생 및 대학생을 대상으로 10월 24일부터 12월 6일까지 리그 오브 레전드, 배틀 그라운드, 카트라이더 등 3기에 걸쳐 진행된다.

교육은 창원과학체험관에서 한 기수 당 하루 2시간 씩 4일, 2주 과정으로 운영된다. 기수별 20명씩 총 60명이다. 일정이 마무리되는 12월에는 게임 중독방지 교육에 이어 유료생 간 이벤트 경기를 가진다.

자료 : 1) 국제신문 기사(2020.12.14.), 2) 아시아경제 기사(2020.10.13.)

제 7 장

추진 기대효과 및 정책 제언

제 7 장

추진 기대효과 및 정책 제언

7.1 추진 기대효과

7.1.1 정책적 기대효과

□ 국가 정책

- 창작문화의 산업화를 통해 수도권으로 치우친 콘텐츠산업의 국가균형발전 도모 가능
- 또한 동부경남권에 집중된 창업·창작·제작 인프라를 거점으로 창작문화의 저변 확대·보급으로 문화 격차 완화 기대

□ 경남도 정책

- 경남도의 주요 현안을 해결하기 위해 수립된 도정 목표와 '21년 주요 추진 과제 등과 연계 시너지 효과
 - **(청년특별도)** 고용유발지수가 높은 콘텐츠산업 생태계 구축 완성을 통해 도외로 유출되는 청년 문제를 해소
 - **(교육인재특별도)** 지역인재 육성을 주도적으로 논의하는 미래인재 창의·융합형 인큐베이터 역할 담당
 - **(일자리 걱정 없는 경남)** 주력산업의 침체와 청년 유출 방지를 위한 양질의 미래형 일자리를 스스로 창출

- 창작·창업 사업화 아이템과 경남도에서 추진 중인 ‘경남형 뉴딜’, 관광 서비스 산업육성 연계 가능
 - (경남형 뉴딜) 경남·창원 스마트 산단, 디지털 산업생태계 조성과 관련한 데이터센터 구축, 우수한 ICT 기업 유치 등 인프라 활용 가능
 - (관광산업) 경남관광재단 설립, 도내 기초지자체의 관광 관련 정책 등을 통한 융복합 사업 발굴



[그림 7-1] 경남도 정책 방향과 콘텐츠코리아랩 사업의 부합성

7.1.2 사회문화적 기대효과

- 경남 도내 주력산업과의 융합, 신산업 창출 등을 기반으로 새로운 지역산업 활력을 도모하는 기폭제 역할 담당
 - 콘텐츠코리아랩은 지역 콘텐츠산업 조성을 위한 기관이므로 산·학·민·관 협의체 중심 역할을 수행하며 다양한 융복합 산업 창출이 가능
- 창작자의 아이디어를 통해 새로운 고부가가치 직업을 창출하고, 지역 자원의 부가가치 창출에 기여
 - 콘텐츠 장르 간, 산업과 콘텐츠 간 등 다양한 융복합으로 ‘창직’과 자원의 새로운 가치 발굴 추진
- 경남형 창작지원 서비스 프로그램으로 지역 전통 콘텐츠의 디지털 계승이 가능하며, 이를 통해 경남형 新창작 문화를 확대

7.2 경제적 파급효과 분석

7.2.1 산업연관분석 개요

□ 분석 항목 및 정의

- **(분석 항목)** 산업연관분석을 통해 동 사업의 각 산업 투입 사업비와 동 산업별 생산유발계수, 부가가치유발계수, 고용유발계수를 각각 곱하여 생산유발액, 부가가치유발액, 고용유발 규모를 산출
- 산업연관표는 한국은행에서 제공하는 ‘2018년 산업연관표 연장표’를 사용하여 산업 경제적 파급효과를 분석

<표 7-1> 산업연관분석 항목 및 정의

분석 항목	산출식	계수의 정의
생산유발액	$\sum_{i=1}^n (b_i \times p_i)$	i = 상품(소분류) b_i = 본 사업의 소분류 상품별 투입사업비 p_i = 소분류 상품별 생산유발계수 v_i = 소분류 상품별 부가가치유발계수 e_i = 소분류 상품별 고용유발계수
부가가치유발액	$\sum_{i=1}^n (b_i \times v_i)$	
고용유발규모	$\sum_{i=1}^n (b_i \times e_i)$	

※ 생산유발계수, 부가가치유발계수, 고용유발계수는 한국은행의 2018년 산업연관표로부터 도출

- **(분석방법)** 산업연관분석은 총 3단계의 분석절차를 통해 수행
 - **(1단계)** 대과제별 한국표준산업분류의 세세분류 산업과 매칭
 - **(2단계)** 한국표준산업분류의 세세분류 산업과 산업연관표의 소분류 상품과 매칭
 - **(3단계)** 대과제별 사업비에 산업연관표의 소분류별 생산유발계수, 부가가치유발계수, 고용유발계수를 곱하여 경제적 파급효과를 산출

7.2.2 대상산업 및 유발계수

□ 본 사업의 대상산업

○ 콘텐츠코리아랩 산업은 5년의 사업 추진기간 동안 매년 20억 원을 투입한다는 가정하에 총 100억 원이 아래 7개 산업에 분배되어 투입

- (610) 정보서비스, (621) 소프트웨어 개발 공급, (640) 영상, 오디오물 제작 및 배급, (730) 장비용품 및 지식재산권 임대, (749) 기타 사업지원서비스, (760) 교육서비스, (790) 문화 및 여행 관련 서비스

※ 1년 평균 사업비 20억 원은 지역기반형 콘텐츠코리아랩 최우수 등급부터 최저 등급에 대한 평균치로 산정

□ 대상산업의 생산유발/부가가치유발/취업유발 계수

<표 7-2> 본 사업 대상 산업 유발계수

대상 산업	생산유발계수	부가가치유발계수	취업유발계수
(610) 정보서비스	1.650	0.883	5.820
(621) 소프트웨어 개발 공급	1.452	1.073	10.120
(640) 영상, 오디오물 제작 및 배급	1.546	0.616	10.427
(730) 장비용품 및 지식재산권 임대	2.676	1.329	9.571
(749) 기타 사업지원서비스	2.558	1.806	22.592
(760) 교육서비스	1.179	0.847	14.357
(790) 문화 및 여행 관련 서비스	1.603	0.876	19.350

주) 표에서의 유발계수는 각 산업의 열합을 의미

7.2.3 분석 결과

□ 총 파급효과

- 본 사업을 통한 산업·경제적 파급효과는 생산유발액 총 168.9억 원이며, 부가가치유발액은 총 94.4억 원, 취업유발 인원은 128명으로 나타남

<표 7-3> 산업경제적 파급효과

(단위: 억 원, 명)

산업분류별	생산유발효과	부가가치창출효과	취업유발효과*
(610) 정보서비스	24.75	13.25	87.30
(621) 소프트웨어 개발 공급	21.78	16.10	151.80
(640) 영상, 오디오물 제작 및 배급	30.92	12.32	208.54
(730) 장비용품 및 지식재산권 임대	26.76	13.29	95.71
(749) 기타 사업지원서비스	12.79	9.03	112.96
(760) 교육서비스	11.79	8.47	143.57
(790) 문화 및 여행 관련 서비스	40.08	21.9	483.75
합계	168.87	94.36	1,283.63

주) 취업유발효과의 경우, 10억 원 투입당 취업인원이 산출되므로 1,283.6명의 1/10이 된 128명이 취업유발인원임

□ 분야별 파급효과

- 콘텐츠코리아랩 사업 추진으로 발생하는 생산유발액은 168.9억 원
 - 생산유발효과 분석 결과 ‘장비용품 및 지식재산권 임대’ 산업의 유발계수가 2.676억 원(1억 원 투입 시, 2.676억 원 산출)으로 가장 효과가 높으며, 분석 결과 생산유발액은 ‘문화 및 여행 관련 서비스’ 산업에서 40.08억 원으로 가장 많이 산출

<표 7-4> 산업분류별 생산유발효과

대상산업	생산유발계수	생산유발액(억 원)
(610) 정보서비스	1.650	24.75
(621) 소프트웨어 개발 공급	1.452	21.78
(640) 영상, 오디오물 제작 및 배급	1.546	30.92
(730) 장비용품 및 지식재산권 임대	2.676	26.76
(749) 기타 사업지원서비스	2.558	12.79
(760) 교육서비스	1.179	11.79
(790) 문화 및 여행 관련 서비스	1.603	40.08

주) 표에서의 유발계수는 각 산업의 열합을 나타냄

○ 콘텐츠코리아랩 사업 추진으로 발생하는 부가가치액은 94.4억 원

- 부가가치유발효과 분석 결과 ‘기타 사업지원서비스’ 산업의 유발계수가 1.806억 원(1억 원 투입 시, 1.806억 원 산출)으로 가장 효과가 높으며, 분석 결과 부가가치유발액은 ‘소프트웨어 개발 공급’ 산업에서 16.1억 원으로 가장 많이 산출

<표 7-5> 산업분류별 부가가치유발효과

대상산업	부가가치유발계수	부가가치유발액(억 원)
(610) 정보서비스	0.883	13.25
(621) 소프트웨어 개발 공급	1.073	16.10
(640) 영상, 오디오물 제작 및 배급	0.616	12.32
(730) 장비용품 및 지식재산권 임대	1.329	13.29
(749) 기타 사업지원서비스	1.806	9.03
(760) 교육서비스	0.847	8.47
(790) 문화 및 여행 관련 서비스	0.876	21.9

주) 표에서의 유발계수는 각 산업의 열합을 나타냄

○ 콘텐츠코리아랩 사업 추진으로 발생하는 취업유발인원은 128명

- 부가가치유발효과 분석 결과 ‘기타 사업지원서비스’ 산업의 취업유발계수가 22.592(10억 원 투입 시, 취업 인원 22명 산출)로 가장 효과가 높으며, 분석 결과 취업유발인원은 ‘문화 및 여행 관련 서비스’ 산업에서 483명*으로 가장 높게 산출

※ 취업유발인원은 반올림을 하는 것이 아니라 소수점 이하는 버림으로 계상

<표 7-6> 산업분류별 취업유발효과

대상산업	취업유발계수	취업유발인원(명)
(610) 정보서비스	5.820	87.30
(621) 소프트웨어 개발 공급	10.120	151.80
(640) 영상, 오디오물 제작 및 배급	10.427	208.54
(730) 장비용품 및 지식재산권 임대	9.571	95.71
(749) 기타 사업지원서비스	22.592	112.96
(760) 교육서비스	14.357	143.57
(790) 문화 및 여행 관련 서비스	19.350	483.75

주) 표에서의 유발계수는 각 산업의 열합을 나타냄

7.3 정책 제언

7.3.1 경남콘텐츠코리아랩을 통한 경남 콘텐츠 창업생태계 조성

㉠ 역내 장기적 네트워크 구축을 위한 경남도의 적극적 협력·지원 필요

- 경남 콘텐츠산업 산·학·연·관 협의체 구성을 통해 산업의 중장기 발전을 위한 종합 의제를 발굴하고, 이에 대한 각 계의 역할을 일임하기 위한 장 필요
- 콘텐츠코리아랩이 단기적으로는 콘텐츠 창작자를 발굴하여 창업으로 연계하는 역할을 수행하나, 콘텐츠산업의 융복합화에 따라 보다 넓은 범위의 인재풀과 역량이 요구됨에 따라 역내 주력산업, ICT 등 분야와도 긴밀한 협업 관계 필요
 - 그 예시로 산업 수요에 적합한 인재양성/발굴을 위해서는 기업-학계와 접점이 필요하며, 창업기업의 사업 지속 유지를 위해서는 도내 기초지자체 및 민간과의 연계를 통한 유통·소비 거점이 요구됨
- 이러한 종합적 시각에서 산업 활성을 추진하기 위해서는 타 산업 및 기관을 전체적으로 아우를 수 있는 역량이 필요하나, 콘텐츠코리아랩 단일 지원기관 범위에서 허용되는 범위가 협소함에 따라 경남도의 적극적인 정책적 지원 요구



[그림 7-2] 경남 콘텐츠산업 협력 거버넌스 구축 필요성

→ 경남도의 장기적·전체적 시점에서 연계가 필요한 기관 간, 자원 연계가 가능한 계열 간 등을 고려한 지원 확대 필요

2] 산업 인력양성·발굴을 위한 기관협력 공모사업 적극추진

- 한국콘텐츠진흥원 사업 중 본 기획에서 구성된 유관기관과의 협력 체계를 활용할 수 있는 사업 분야는 인재양성이 대부분을 차지
 - 산·학·연·관 컨소시엄 구성을 통해 지역 콘텐츠 인재 및 기업을 양성하는 내용으로 인프라 구축 관련 사업은 점차 축소되는 경향을 보임
 - 이를 통해 콘텐츠코리아랩이 향후 도내에서 자리 잡기 위해서는 콘텐츠 산업 인재양성 발굴·양성의 중심기관으로서 확고히 자리를 잡는 것에 무게를 두어야 한다는 것을 알 수 있음

<표 7-7> 2021년 한국콘텐츠진흥원 지원사업

(단위 : 백만 원)

부서명	사업명	지원 내용 및 대상	예산
인재양성팀	○ 콘텐츠 창의인재 동반	- 총 17개 내외 플랫폼기관(지역기관 4개 이상) - 기관 당 최대 5.4억 원	10,859
	○ 콘텐츠 원캠퍼스	- 산학연관 협력 컨소시엄 20개 내외 선정 - 컨소시엄 당 최소 1.3~2.5억 원 지원	4,116
	○ 실감형 콘텐츠 창작자 양성	- 실감콘텐츠 실무교육 가능한 운영기관과 관광, Entertainment 등 교육 컨소시엄 - 컨소시엄 당 3.9억 원, 8개 지원	3,500
문화기술 개발팀	○ 지역연계 첨단 CT 실증	- 지정 품목(축제, 공원)에 대한 연구개발 수행 컨소시엄 선정·지원 - 주관연구기관 : 지역문화산업진흥기관	8,555
방송산업팀	○ 방송영상콘텐츠 기획개발 랩 운영지원(방송포맷)	- 콘텐츠 창작자의 방송포맷 역량 강화 - 방송영상제작사, 대학, 협단체 등 컨소시엄 가능 - 기관 당 평균 2.5억 원, 총 4개 지원	1,720
	○ 방송영상콘텐츠 기획개발 랩 운영지원(실감형콘텐츠)	- 방송영상산업에 적용가능한 실감형 콘텐츠 기획 개발 역량 강화 - 방송영상제작사, 대학, 협단체 등 컨소시엄 가능 - 기관 당 평균 2.4억 원, 총 3개 지원	

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2021), 2021 한국콘텐츠진흥원 지원사업 설명회 자료집

7.3.2 경남콘텐츠코리아랩 지속 운영을 위한 방안

① 유사 지원사업과의 차별화

- 정부 정책 기조에 따라 각 부처는 물론 광역지자체의 창업 지원이 확대됨에 따라 콘텐츠코리아랩과 유사한 지원사업도 다수
 - 문체부에서는 전통공예 분야의 청년 창업을 비롯하여 스포츠 및 관광 산업, 문화예술 사회적 기업 창업을 위한 단계별 사업을 지원 중이며, 해당 산업만 다를 뿐 지원사업의 내용은 동일
 - 경남 자체 지원사업의 경우 아이디어 사업화, 청년층 타겟의 지원이라는 것에서 본 사업과 동일
 - 또한, 중기부의 ‘로컬 크리에이터’ 사업 명칭과 내용은 지원 대상자에게 사회적으로 통용되는 ‘콘텐츠 크리에이터’와 혼동을 유발
 - 중기부 로컬 크리에이터 정의는 ‘지역 특성(문화, 관광 등) 및 자원(공간, 생산품 등)을 기반으로 ICT 또는 혁신적 비즈니스 모델을 접목하여 지역 문제를 해결하고 새로운 가치를 창출하는 창업가’를 의미
 - 중기부 로컬 크리에이터는 7대 분야로 분류하며, 지역 가치, 로컬푸드, 지역기반 제조, 스마트 관광, 거점 브랜드, 디지털 문화체험, 자연친화 활동이 이에 해당
- 이러한 유사 사업들과 콘텐츠코리아랩 사업을 명확히 구분하기 위해서는 향후 운영 프로그램 구성에 중복 요인은 최대한 제거하는 것이 필요
 - 기관 간 지원사업 중복은 지원 대상자에게도, 각 기관에도 서로 불분명한 정체성을 유발하며, 이는 곧 콘텐츠코리아랩에 대한 역할 불분명성을 야기
 - 문체부 유사 사업과는 콘텐츠 장르에서 가장 큰 차이를 가지며, 중기부 사업과는 지원하는 기업 연차 및 유형, 활용되는 지역 자원에서 차이를 가짐
 - 경남도 사업은 경남창조경제혁신센터에서 운영하는 사업으로 입주공간 제공, 기술 기반의 창업 지원, 멘토링 및 사업화 자금지원을 위주로 함

<표 7-8> 2021년 콘텐츠코리아랩 유사 지원사업

(단위 : 억 원)

부처	사업명	지원 내용	사업비
문체부	○ 문화예술 사회적경제 초기기업 사업기반 구축 지원사업	- 문화예술 사회적경제 초기기업의 비즈니스 모델 구축을 통한 사업 안정화 지원 - 창업 후 3년 미만의 사회적경제적 조직	9.0
	○ 문화예술 사회적경제 창업과정 전반 지원 사업	- 문화예술 사회적경제 조직의 창업 확대 및 시장 활성화, 사회적 가치 실현을 목적으로 하는 창업 아이디어 발굴, 예비 창업자의 창업과정 전반 지원 - 아이디어를 가진 예비창업자(팀)	4.5
	○ 예술기업 공모전(초기 기업 사업기반 구축 지원)	- 예술에서 초기 기업의 창업에서 투자까지 체계적 지원으로 기업 육성 및 자생력 제고(사업화 자금, 투자유치 대회 참가지원 등) - 창업 후 3년 미만	24.27
	○ 예술기업 공모전 (창업과정 지원)	- 예술 기반 창의적이고 혁신적 창업 아이디어 발굴 및 시장 검증기회 제공 - 창업 아이디어를 가진 예비창업자(팀)	8.32
	○ 관광사업 발굴 및 지원 사업	- 타 산업 융합 등 혁신적 관광 벤처기업 발굴 및 지원을 위한 관광분야 창업 활성화 및 관광산업 저변 확대 - 예비창업자, 초기기업, 성장기업	94.14
	○ 전통문화 청년창업 육성지원 사업	- 청년들의 전통문화산업 진입 지원 및 분야 간 융합 촉진 - 창업하고자 하는 만 39세 이하 예비창업자 및 3년 이내 청년 기업	25.5
중기부	○ 지역기반 로컬 크리에이터 활성화	- 지역의 자연환경·문화적 자산 소재로 창의성과 혁신을 통해 사회적 가치를 창출하는 로컬크리에이터를 발굴·육성 - 예비창업자 또는 업력 7년 이내 로컬크리에이터	88.0
경남	○ 경남 스타트업 아이디어 고도화 지원	- 우수 아이디어 발굴 및 단기간 사업화지원 프로그램 운영으로 기술창업 활성화 - 기술 위주의 아이디어 사업화를 준비하는 청년 예비 창업자	4.15
	○ 경남 스타트업 캠퍼스 운영	- 민·관 협업을 통해 창업 생태계를 활성화하여 경남 지역을 대표하는 청년 혁신창업의 전진기지 및 허브 역할 수행 - 예비창업자 및 3년 이내 창업기업	5

자료 : 중소벤처기업부(2021), 2021년 창업지원사업 통합 공고

□ 기업 수요 위주의 신규 지원사업 발굴-연계로 지원기관 역할 확대

- 경남콘텐츠코리아랩 운영비를 비롯하여 창작자·창업자의 지속 원조를 위해서는 지역 콘텐츠산업계에서 ‘없어서는 안 될 지원기관’이라는 이미지 구축 필요
 - 이를 위해 콘텐츠코리아랩은 초기 창업기업이 가장 필요로 하는 지원사업 (자금 관련)에 대해 보다 폭넓게 파악하고 있어야 함
- 그 예시로 콘텐츠산업은 고용유발계수가 높은 만큼 인건비 부분이 상당수를 차지하기 때문에 인건비 지원에 대한 수요가 높음
 - 이를 위해 콘텐츠코리아랩 지원사업에서는 직원 고용에 대한 인건비를 지원하지 않더라도 지원사업과 연계해 줄 수 있는 적극적 관리를 통해 ‘콘텐츠코리아랩이 양성하는 기업은 지속적 성과를 유도한다’는 이미지를 제고
- 아래 표는 한국콘텐츠진흥원에서 콘텐츠 기업을 대상으로 지원하는 정책금융 제도로 우수 창업기업을 집중육성하기 위한 방안 중 하나로 연계 가능

<표 7-9> 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠 정책금융제도(2021)

분류	대상자격	내용	대상	보증한도	보증기간	
콘텐츠가치평가	제작 중인 콘텐츠를 보유한 국내 콘텐츠 기업	콘텐츠 가치평가 모형을 기반으로 콘텐츠를 평가하고, 콘텐츠 가치평가 연계펀드를 통해 투자유치 지원	콘텐츠 6개 장르 (게임, 방송, 애니메이션, 영화, 뮤지컬, 웹툰)	-	-	
콘텐츠 특화 보증	기획 보증	국내 콘텐츠 기업	콘텐츠 10개 장르 (게임, 방송, 애니메이션, 영화, 음악, 공연, 만화, 출판, 캐릭터, 지식정보·콘텐츠 솔루션)	최대 3억	최대 5년	
	제작 보증			최대 3억	최대 5년	
	사업화 보증			최대 3억	최대 3년	
	콘텐츠 IP 보증	국내 콘텐츠 IP 활용기업 (콘텐츠/이종기업)	콘텐츠 IP를 활용하여 사업을 추진하는 국내 기업을 위한 콘텐츠 IP 라이선싱 사업화자금 지원	콘텐츠 10개 장르 (게임, 방송, 애니메이션, 영화, 음악, 공연, 만화, 출판, 캐릭터, 지식정보)	10억 내외	최대 5년
	K-콘텐츠 혁신 성장 보증	국내 콘텐츠 기업	K-콘텐츠혁신성장 프로젝트(글로벌/비대면/신기술융합 콘텐츠) 자금 지원	콘텐츠 10개 장르 (게임, 방송, 애니메이션, 영화, 음악, 공연, 만화, 출판, 캐릭터, 지식정보)	최대 10억	최대 5년

경남콘텐츠코리아랩 중장기발전전략 수립 연구

문화산업 완성보증	국내 콘텐츠 기업	유통사와 유통계약을 체결한 콘텐츠 기업의 제작·완성자금 지원	콘텐츠 9개 장르 (게임, 방송, 애니메이션, 영화, 음악, 공연, 만화, 출판, 캐릭터)	프로젝트별 15억 내외	해당 상품 제작완료 시
콘텐츠이차보전	신보/기보로부터 이차보전보증서 받은 중소기업	금융기관 대출상품 이차 지원	문화콘텐츠기업 이차보전 보증서를 받은 중소기업	금융기관 대출상품 금리의 2.5%P	-

자료 : 한국콘텐츠진흥원(2021), 콘텐츠금융제도

참 고 문 헌

참 고 문 헌

1. 문헌 자료

- 경남위원회(2018), 도정 4개년 계획
- 경상남도(2020), 2020년 경남산업진흥계획
- 경상남도(2020), 경상남도 2021년 예산안 및 시정연설문
- 경상남도(2020), 2020 주요업무 계획
- 과학기술정보통신부(2018), 2018 국외 디지털콘텐츠 시장조사 보고서
- 관계부처 합동(2020), 한국판 뉴딜 종합계획
- 관계부처 합동(2020), 디지털 뉴딜 문화콘텐츠산업 성장 전략
- 관계부처 합동(2020), 가상·증강현실(VR·AR) 분야 선제적 규제혁신 로드맵
- 관계부처 합동(2020), 게임산업 진흥 종합계획
- 관계부처 합동(2020), 1인 미디어산업 활성화 방안
- 교육부(2020), 2020년 교육기본통계 주요 내용(2020년 기준)
- 문화체육관광부(2021), 2021년도 예산기금운용계획
- 문화체육관광부(2020), 문체부 소관 한국판 뉴딜과제 반영 현황
- 문화체육관광부(2019), 만화산업 발전 계획
- 문화체육관광부(2020), 콘텐츠코리아랩 운영 현황
- 문화체육관광부(2019), 제2차 지역문화진흥 기본계획 수립 및 평가
- 문화체육관광부(2020), 제2차 지역문화진흥 기본계획

- 문화체육관광부(2020), 2020 창의인재동반사업 기본계획
- 문화체육관광부(2019), 2017년 기준 지역문화실태조사
- 중소벤처기업부(2021), 2021년 정부 창업지원 사업 통합 공고
- 콘텐츠코리아랩 협의체(2020), 지역기반형 콘텐츠코리아랩 협의체 내부 회의자료
- 한국문화관광연구원(2019), 「콘텐츠 산업 제작 및 유통구조 변화와 과제 : 게임 및 뉴미디어 콘텐츠를 중심으로」
- 한국지방행정연구원(2019), 2019 정책이슈 리포트 - 경남형 시군 간 연계협력 사업의 효율적인 운영 방안
- 한국콘텐츠진흥원(2019), 2019 해외 콘텐츠 시장 분석
- 한국콘텐츠진흥원(2020), 2019 콘텐츠산업 통계조사 보고서(2018년 기준)
- 한국콘텐츠진흥원(2021), 2021 한국콘텐츠진흥원 지원사업 설명회 자료집
- 행정안전부(2020), 2020년도 지방자치단체 행정구역 및 인구 현황(2019.12.31. 기준)

2. 웹사이트

□ 홈페이지

- 강원콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.ckl.or.kr)
- 경기콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.gcon.or.kr)
- 경북콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.gbckl.or.kr)
- 경상남도 지역주도형 청년일자리사업 홈페이지(www.gnjobs.kr)
- 경상남도청 홈페이지(www.gyeongnam.go.kr)
- 광주콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.gckl.kr)
- 국가직무능력표준(NCS) 홈페이지(www.ncs.go.kr)
- 대구콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.dgckl.kr)
- 대전콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.diciackl.or.kr)
- 대학알리미 홈페이지(www.academyinfo.go.kr)
- 메이커 스페이스 온라인 통합플랫폼(www.makeall.com)
- 부산콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.cklbusan.com)
- 서울콘텐츠코리아랩 기업지원센터 홈페이지(www.ckl.or.kr)
- 울산콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.ucl.or.kr)
- 인천콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.inckl.or.kr)
- 자치법규정보시스템(www.elis.go.kr)
- 전남콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.jnckl.or.kr)

- 전북콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.jbckl.or.kr)
- 제주콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.jeuckl.kr)
- 중소벤처기업부 창업진흥원 홈페이지(www.kised.or.kr)
- 창업보육네트워크시스템(www.bi.go.kr)
- 충남콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.cckl.or.kr)
- 충북콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.cbckl.or.kr)
- 폴리허브 홈페이지(www.polyhub.org)
- 플레이그라운드 글로벌 홈페이지(www.playground.global)
- 학교알리미 홈페이지(www.schoolinfo.go.kr)
- 한국저작권위원회 홈페이지(www.copyright.or.kr)

□ 기사

- IT 조선(2019.11.09.), [플레이어] 게임 테스트, 지인에 묻지 마세요 ‘포메이커스’에 양보하세요
- PharmNews(2020.09.21.), 가짜사나이 교관 ‘에이전트 H’ 있는 ‘킥더허들’은 어떤 회사?
- 경남데일리(2020.11.18.), 경남 청년의 상상력을 창작·창업으로 연결할 공간 탄생
- 경남신문(2020.10.19.), 청년이 산다 경남이 산다 (1) 청년이 사라지는 경남
- 경남연합일보(2020.11.12.), 도내 최초 창원시e스포츠협회 창립식 개최
- 경남일보(2020.05.07.), 경남경제, 서비스 산업으로 체질 개선
- 경남신문(2020.08.20.), 경남시청자미디어센터 설계 공모 당선작 선정
- 시민신문(2017.10.30.), 디지털 미디어의 미래<2> 가상현실의 혁신자, 뉴욕 유튜브

스페이스

- 아시아경제(2020.10.13.), 창원시, ‘e스포츠 아카데미’ 개설... 첫 수강생 모집
- 조선비즈(2014.03.12.), 만남, 생각의 네트워킹이 창업의 ‘씨앗’
- 조선비즈(2021.02.10.), 넷플릭스가 310억 쓴 영화 ‘승리호’... 26개국 1위에도 웃지 못하는 이유
- 자치행정신문기사(2020.06.07.), 경남도, 문화(콘텐츠)·관광·스포츠 3대 서비스 산업 중점육성으로 산업 다각화 추진
- 충청신문(2019.04.10.), 충북콘텐츠코리아랩, 창업전문 코치 양성교육 참가자 모집
- 플래텀(2019.04.29.), 실무기반 네트워킹 프로그램 ‘기술장인 네트워크’
- 플래텀(2019.11.06.), 와디즈, 스타트업 네트워킹 모임 ‘메이커스 나이트’ 개최

부 록

부 록

1. 경기콘텐츠코리아랩 장비 운영지침

제1조(목적) 본 지침은 경기 콘텐츠코리아 랩(이하 '경기콘랩')에서 운영하는 창작 장비 이용에 필요한 대상, 조건, 시간, 준수사항 등을 규정하는 것을 목적으로 한다.

제2조(창작공간 및 부속품) 경기콘랩 창작 장비의 이용공간 및 부속품은 다음과 같다.

1. 창작스튜디오 S1 : Sony nex-FS700k, CANON 5D mark 3, MX412DC 2EA, 블루스크린, 부조정실 등
2. 녹음실 S2 : Maxbook Pro 15. M 박스(오디오 인터페이스) 등
3. 3D 편집실 S3 : HD 컴퓨터 등
4. 영상편집실 S4 : Mac Pro 6core, HD 컴퓨터 등
5. 장비실 S5 : 3D 프린터 Project 3510 SD 등
6. 아이맥, 맥북(새벽별 L3) : 아이맥 19대, 맥북 5대, 키보드, 마우스 등
7. DJ 장비의 부속품은 맥북 1대, DJ 컨트롤러, 미드 컨트롤러, 오디오 믹서 등이며 별뿔별, 여우별, 공작실에서 사용 가능하며 필요에 한해서 고래별에서 사용 가능하다.

제3조(이용대상) 경기콘랩 창작 장비 이용대상은 다음과 같다.

1. 창작스튜디오, 녹음실, 3D 편집실, 영상편집실, 아이맥, 맥북, DJ 장비는 경기콘랩 회원으로 한다.
2. 장비실(3D 프린터)은 경기콘랩의 선사심발을 거친 정규 프로그램 참가자, 경기문화창조허브(스마트 2030 교육생), 입주기업(경기창조경제혁신센터 6층~9층)에 한한다.

제4조(3D 프린터 지원 사항 및 이용 조건) 경기콘랩 3D 프린터 지원사항 및 조건은 다음과 같다.

1. 월 1회 지원에 한하여 1인당 출력물은 연간 1kg을 넘을 수 없다.(주재료 및 서포트 재료 포함)
2. 시제품 프로토타입 프린팅을 주목적으로 하는 자, 3D 프린터 기본교육을 이수하였거나, 장비 사용법을 숙지하고 있는 자에 한해 이용할 수 있다. 제작 지원받는 자는 결과 자료를 제출하여야 한다.(출력물 사진)
3. 경기콘랩은 프로그램 및 운영상 필요에 한해서 지원사항 및 이용 조건은 변경할 수 있다.

제5조(이용시간) 경기콘랩 창작 장비 이용시간은 다음과 같다.

1. 창작스튜디오, 녹음실, 3D 편집실, 영상편집실, 장비실(3D 프린터)의 이용시간은 평일 09:00~18:00시이며, 랩 직원의 관리 하에 21:00까지 연장할 수 있다.
2. 아이맥, 맥북의 이용시간은 평일 09:00~21:00시까지로 한다.
3. DJ 장비의 이용시간은 '공간 운영지침 제4조(이용시간)'에 따른다.
4. 경기콘랩 프로그램 및 운영상 필요에 한해서 이용시간을 조정할 수 있다.

제6조(이용신청) 경기콘랩 창작 장비 이용신청 방법은 다음과 같다.

1. 창작스튜디오, 녹음실, 3D 편집실, 영상편집실은 경기콘랩 홈페이지에서 온라인 예약 후 이용 가능하다.
2. 장비실(3D 프린터)은 담당자와 유선통화 후 제작지원서를 작성하여 승인받은 후 이용 가능하다.
3. 아이맥, 맥북은 랩 인포데스크에서 대여 대장 작성 후 이용 가능하다.(현장 및 1인 1대여)
4. DJ 장비는 사용신청서 작성 후 사용 가능하다.
5. 경기콘랩 프로그램 및 운영 상 필요에 한해서 이용신청 방법을 조정하거나 변경할 수 있다.

제7조(이용준수) 경기콘랩 창작 장비 이용 시 다음 사항을 준수하여야 한다.

1. 경기콘랩의 창작 장비는 랩의 활동 취지나 목적에 부합하는 개인(프리랜서)에 한하여 이용 가능하다.
2. 창작 장비는 지정된 시설 이외의 장소에서는 사용을 금지한다.
3. 창작 장비는 허가된 사람만 이용할 수 있으며 조작미숙 등의 이유로 장비 운용이 힘들다고 판단될 경우 그 사용을 제한할 수 있다.
4. 이용자의 고의 또는 과실로 인하여 랩의 시설, 기기, 장비, 비품, 기타 집기 등이 파손, 훼손, 유실되거나 분실되었을 경우 해당 이용자는 그로 인한 손해배상 책임을 진다.

제8조(이용수칙) 경기콘랩 창작 장비 이용수칙은 다음과 같다.

1. 창작 장비 중 창작스튜디오, 3D 편집실, 영상편집실, 녹음실을 출입할 때는 랩 관리자가 동행해야 한다.
2. 제출한 제작지원서 및 대여 대장에서 제시한 용도에 맞게 사용해야 한다.
3. 하드웨어 세팅을 변경할 수 없으며 필요한 경우에는 관리자와 상의한다.
4. 관리자의 승인 없이 소프트웨어를 임의로 삭제하거나 메신저 등의 프로그램을 설치할 수 없다.
5. 외부 장비를 함께 사용하기 위해서는 관리자의 승인 하에 가능하다.
6. 하드디스크의 작업 공간은 경기콘랩이 허용하는 부분에서만 가능하며 그렇지 않을 경우 삭제할 수 있다.
7. 작업이 완료되면 모든 데이터를 삭제해야 한다. 별도의 협의없이 남겨져 있을 경우 삭제할 수 있다.
8. 이용 중 장비의 문제가 발생한 경우 즉시 관리자에게 알리고 이용을 중단한다.
9. 이용 시 필요한 소모품은 이용자 본인이 준비한다.
10. 창작 장비를 이용하여 다른 사람의 네트워크를 해킹하지 않는다.

제9조(이용제한) 경기콘랩 창작 장비는 각호에 따라 이용 제한할 수 있다.

1. '공간 운영 지침 제5조(출입제한), 제6조(행위의 제한)의 각 항에 해당되는 경우
2. 경기콘랩 프로그램 운영을 위해 이용을 제한할 수 있으며 랩은 이를 사전에 공지한다.

제10조(손실에 대한 책임) 경기콘랩 창작 장비 손실에 대한 책임은 다음과 같다.

1. 이용자의 부주의나 실수로 장비 또는 제작시설이 파손되었을 경우 수리비용은 이용자가 부담한다. 기타 책임소재가 불명확한 경우, 원인과 책임소재를 고려하여 경기콘랩과 이용자 간의 협의로 비용 부담의 비율을 결정한다.
2. 장비가 분실되었을 때, 이용자가 동일한 모델로 대체하는 것을 원칙으로 한다. 단, 분실 장비의 감가 상각을 고려하여 비슷한 수준의 제품으로 대체할 수 있으며 이 경우에는 경기콘랩 관리자와 함께 협의 및 장비테스트를 해야 한다.
3. 변상은 파손이나 분실이 발생한 시점으로부터 1주일 내에 변상을 완료해야 하며, 불가피한 경우 변상 시점과 변상 방법을 약속, 협의해야 한다.
4. 변상 책임을 고의적으로 기피한다고 판단될 경우 법적인 책임을 물을 수 있다.

자료 : 경기콘텐츠코리아랩 홈페이지(www.gconlab.or.kr)

2. 광주콘텐츠코리아랩 운영지침

제1장 총 칙

제1조(목적) 이 지침은 재단법인 광주정보.문화산업진흥원 (이하“진흥원”이라 한다)이 수행하는 ‘지역기반형 콘텐츠코리아랩 사업’의 운영주체인 광주콘텐츠코리아랩(이하 “GCKL”라 한다)의 효율적인 관리 및 운영을 목적으로 한다.

제2조(용어의 정의) 다음 각 호와 같이 용어를 정의한다.

1. “지역기반형 콘텐츠코리아랩”이라 함은 “GCKL”에서 수행하는 사업명을 말한다.
2. “시설”이라 함은 GCKL 및 G.Lab 내 조성된 랩 전용공간(회의실, 과정실, 창작공간, 복합공간 등)을 말하며 상기 포함된 구축물과 부대시설을 포함한다.
3. “장비”라 함은 GCKL 및 G.Lab 내 시설에 콘텐츠제작 관련 과정 및 프로토타입 제작의 지원을 위하여 구축한 창작장비를 말한다.
4. “G.Lab”이라 함은 GCKL 사업운영 협력기관, 단체, 대학 등을 의미한다.
5. “신청”이라 함은 GCKL 및 G.Lab의 장비, 시설에 대하여 GCKL 홈페이지를 통해 소정 양식의 신청서(서약서 포함)를 작성하여 GCKL 및 G.Lab별 책임자에게 사용승인을 요청하는 것을 의미한다.
6. “승인”이라 함은 신청서를 작성 및 제출하였을 때 GCKL 또는 G.Lab별 책임자가 시설/장비 사용을 허락하는 것을 의미한다.
7. “회원”이라 함은 GCKL 회원 가입을 신청하고 이용 권한을 부여받은 개인을 의미한다.
8. “방문객”이라 함은 GCKL 서비스 이용 외 목적으로 방문한 이용자를 의미한다.
9. “멤버십회원”이라 함은 GCKL 프로그램(G.Creator, G.Idea, G.Start Up 등)에 참여한 자로 GCKL 멤버십회원 자격 부여에 동의한 자로 GCKL 멤버십회원 등급 권한은 GCKL 홈페이지 관리자에게 부여한다.
10. 창작 재료 : GCKL 및 G.Lab별 창작 활동에 소모되는 각종 재료를 의미한다.

제3조(사업내용) “GCKL”는 다음 각 호의 업무를 수행한다.

1. 인프라구축 및 지역 G.Lab 역할 수행으로 창업 활성화
2. GCKL 프로그램 참여(모집) 활성화 프로그램
3. 아이디어융합, 개발, 심화 코스웍 프로그램 운영
4. 창업오디션을 통한 상용화 콘텐츠를 제작하고 실질적 컨설팅 및 투자를 통한 실전 창업

제2장 시설/장비 제공 및 운영

제5조(사용범위) GCKL 및 G.Lab의 시설/장비를 사용하고자 하는 경우는 GCKL 홈페이지를 통해 회원가입 후 다음 각 호의 목적에 부합하여야 한다.

1. GCKL 사업목적에 맞게 사용하고자 할 경우
2. 진흥원 정관 목적에 맞게 사용하고자 할 경우

제6조(사용장소) 승인에 따른 장비 사용 시에는 신청 시 기재한 지정 시설 이외의 장소에서는 사용을 금한다.

제7조(신청 및 승인) GCKL 및 G.Lab의 시설/장비의 신청 및 승인 절차는 다음과 같다.

1. GCKL 및 G.Lab의 장비 및 시설을 사용하고자 하는 자(이하“신청인”이라 함)는 사용일 7일 이전에 GCKL 홈페이지에서 온라인 예약하여야 한다.
2. GCKL 및 G.Lab 책임자가 시설/장비 사용을 승인한 때에는 신청인에게 신청일로부터 3일 이내에 사용승인을 통보하여야 한다. 단, 다음 각 호에 해당된다고 인정될 시에는 당일 신청하고 사용승인을 득한 후 사용할 수 있다.
 - 가. 긴급을 요하는 경우
 - 나. 기타 GCKL 및 G.Lab 책임자가 필요하다고 인정한 경우
3. 장비.시설 사용은 신청서 접수순서에 따르며, 신청인이 중복될 경우에는 다음 각 호의 우선순위 기준에 의해 결정한다.
 - 가. GCKL 프로그램에 참여하고 있는 개인이나 단체
 - 나. GCKL 사업운영에 참여하고 있는 개인이나 단체
 - 다. 기타 관련 분야 종사자(학생, 동호회 포함) 등
 - 라. 제3항의 기준으로도 순위 결정이 곤란할 때에는 GCKL 및 G.Lab 책임자의 결정에 따른다.

제8조(사용시간) 시설/장비의 사용가능 시간은 다음과 같다.

1. GCKL 및 G.Lab의 업무에 지장을 초래하지 않는 범위 내에서 평일 09:00~18:00까지 사용을 원칙으로 한다. 단, 정규시간 이후 연장 사용 시에는 GCKL 및 G.Lab 책임자의 승인을 얻은 경우 사용할 수 있다. 단, G.Lab 운영에 따라 G.Lab 별도의 사용시간을 적용할 수 있다.
2. 공휴일 사용은 원칙적으로 불가하나 긴급을 요하는 불가피한 경우에는 GCKL 및 G.Lab 책임자의 승인을 얻은 경우 사용할 수 있다.
3. 사용시간의 연장은 담당자와 상의 후 GCKL 및 G.Lab 책임자의 승인을 득한 후 사용할 수 있다.

제9조(사용기간) 1. GCKL 및 G.Lab의 시설/장비 사용은 신청서에 작성한 기간을 원칙으로 하며, 사용 기간 변경 시 반드시 GCKL 및 G.Lab 책임자의 사전 승인을 얻어야 한다.
2. 시설/장비 사용 기간을 연장하고자 하는 경우, 책임자의 승인 후 1회에 한하여 연장할 수 있다.

제10조(사용제한) 다음 각 호에 해당하는 경우 시설/장비의 사용을 불허한다.

1. 법령 또는 사회규범에 위반되는 내용의 제작
2. GCKL 및 G.Lab의 품위를 해할 우려가 있는 제작
3. GCKL 및 G.Lab의 제 규정에 따라 불허할 사유가 발생한 경우
4. 기타 시설/장비 사용에 문제가 있다고 판단되는 경우

제11조(사용취소) 다음 각 호에 해당하는 경우 시설/장비의 사용승인을 취소할 수 있다.

1. 사용자가 이용규칙을 위반하거나 신청 내용과 상이한 목적으로 시설/장비를 사용한 경우
2. 신청자가 신청 후 사용을 취소 또는 연기한 경우

제12조(사용 시 의무) 사용자의 시설/장비 사용 시 의무사항은 다음과 같다.

1. 신청인은 GCKL 및 G.Lab의 시설/장비를 사용하기 전에 반드시 사전 점검을 통한 이상 유무를 성실히 확인하여야 하며, 사용기간 동안 시설 및 장비를 보호할 의무가 있다.
2. 신청인은 신청서에 명시된 내용을 준수하여야 한다.
3. 신청인은 사용료 및 기술지원료를 입금하여야 할 경우 기한 내에 입금하여야 한다.

제13조(목적 외 사용금지) 사용자는 승인된 이외의 시설/장비에 대하여 임의적인 위치 변경 또는 다른 장치 및 소프트웨어 등의 부가사용 등을 원칙적으로 금한다. 다만, 부득이한 경우 GCKL 및 G.Lab 책임자의 사전 승인을 득한 후 시행할 수 있다.

제14조(신청서 내용준수) 사용자는 신청서에 명시된 항목, 작업 및 사용일정 등 신청 내용을 필히 준수하여야 한다.

제15조(손해배상책임) 1. GCKL 및 G.Lab 시설/장비에 대한 사용상 인계 시점은 신청서에 근거하여 처리한다.

2. 신청인은 GCKL 및 G.Lab 시설/장비 사용중에 발생한 시설 또는 장비의 소손, 파손, 분실, 도난 등 신청인의 귀책사유로 인하여 GCKL 및 G.Lab에 손해를 끼친 경우에는 원상복구 시켜야 하고 그에 대한 배상 및 보상에 대한 책임을 져야 한다. 이 경우 배상액은 시가를 기준으로 한다.
3. 사용자는 사용자의 부주의 및 안전수칙 미 준수 등으로 인한 진흥원 인력의 신체 상의 손상이나 자산손해에 대해서 배상 및 보상해야 한다.
4. 위 항목의 내용을 명백히 하기 위하여 신청인은 온라인 예약시 반드시 서약서(별지3)를 숙지 후 함께 작성하여 제출하여야 한다.

제16조(운영 및 관리) 진흥원의 광주콘텐츠코리아랩 책임자는 시설/장비에 대한 다음 각 호의 제반 사항을 수행한다.

1. GCKL 및 G.Lab 시설/장비에 대한 운영 관리 및 유지
2. GCKL 및 G.Lab 시설/장비 사용자에 대한 사용관리
3. GCKL 및 G.Lab 시설/장비 훼손 및 손상실 파악
4. GCKL 및 G.Lab 불용품 및 폐품의 파악
5. GCKL 및 G.Lab 기타 시설/장비담당자 지정

제17조(의무) GCKL 및 G.Lab의 장비 운영관리 업무에 관련된 자는 운영관리에 대한 의무를 충실히 수행하여야 하며, 사용자는 규칙을 준수하여 사용할 의무가 있다.

제18조(시설장비운영일지) 시설/장비담당자는 GCKL 및 G.Lab의 시설/장비의 효율적인 운영을 위하여 시설/장비 운영일지(별지5)를 G.Lab이 개별 작성 관리 및 GCKL과 공유한다.

제19조(장비사용) GCKL 및 G.Lab 운영 목적 상 타당하다고 인정되는 경우에는 온라인 예약한 후 GCKL 및 G.Lab 책임자의 승인을 받아 대여할 수 있다. 이때 반출 가능한 장비는 장비대여 목록에 기재된 장비에 한하여 대여가 가능하다.

제20조(전대금지) GCKL 및 G.Lab에서 대여한 시설/장비는 제3자에게 재대여할 수 없다. 만약 위반한 경우 사용은 자동 취소되며, 향후의 신청에 대해서도 제재를 가할 수 있다.

제21조(출입관리) 1. GCKL 및 G.Lab의 시설/장비를 사용하기 위하여 출입하는 인원에 대한 관리는 GCKL 또는 G.Lab 책임자가 정한 장비담당자에게 책임과 권한을 부여하여 운영한다.

2. GCKL 및 G.Lab 책임자가 지정한 출입관리 담당자는 사용자의 출입관리를 위해 사용자의 신분증을 확인하여야 하며, 출입자 관리대장(별지6)을 기재한 후 출입을 허가하여야 한다.
3. GCKL 및 G.Lab의 시설/장비를 사용하기 위하여 출입하는 인원은 실내에서 절대 금연하여야 하며, 음주자는 출입을 금지한다.
4. 장비담당자는 장비 사용 시 작업자에게 다음의 제반 사항을 기록 유지하고 준수시켜야 한다.
 - ① 출입목적, 출입일시, 출입장소, 출입자 명단, 작업 내역 등
 - ② 작업 시 화재에 대한 사전 예방 활동
 - ③ 금주 및 금연

제3장 콘텐츠스킬업과정 운영

제22조(대상) 본 과정의 대상은 각호와 같다.

1. "GCKL"지원사업을 수행하고 있는 관계자
2. 지역 내 콘텐츠개발 분야에 종사자
3. 문화예술을 비롯한 콘텐츠 분야 전공 학생으로 지역 내 게임 기업에 취업을 원하는 자
4. 기타 지역 내 콘텐츠개발 및 창작에 관심 있는 자

제23조(정원) 1. 모집정원은 수요조사를 토대로 여건을 고려하여 적정하게 정한다.

2. 사업담당자는 효율적인 과정 추진을 위해 수요조사계획을 수립하여 원장의 승인을 거쳐 이를 확정하여야 한다.

제24조(과정의 운영) 과정의 특수성을 고려하여 관련 분야의 전문 국내·외 운영기관(기업)에 위탁하여 운영할 수 있다.

제25조(강사의 운용) 1. 강사는 전임강사와 외부강사로 운용하며 과정의 특수성을 고려하여 과정마다 강사를 달리 운용할 수 있다.

2. 강사에 대한 강사 등급 및 기준은 재단법인광주정보.문화산업진흥원 전문인력양성사업 운영규칙에 따른다.
3. 강사는 과정 개시 전에 진흥원장이 정한 과정계획서를 담당자에게 제출한다.

제26조(출석부관리) 담당자는 해당 교육 장소에 출석부를 비치하고 관리한다.

제27조(수강료)“GCKL”에서는 개설하는 강의에 대하여“지역기반형 콘텐츠코리아랩사업” 목적과 취지에 맞게 우리 지역 관계자에게는 무료 과정을 시행한다. 단, 문화체육관광부 또는 광주광역시의 지원이 없으면 별도의 수강료를 책정하여 징수할 수 있다.

제28조(증명서 발급) 1. 수강생이나 수료생이 증명서 발급을 요청할 경우 담당자는 증명서 발급 대장을 관리하며 각종 증명서를 발급한다.

2. 담당자는 사용 목적에 따라 증명서 발급을 거부할 수 있다.

제29조(콘텐츠 스킬업 과정 운영에 대한 구체적 사항) 콘텐츠 스킬업 과정 운영에 관한 구체적인 사항은 재단법인광주정보.문화산업진흥원 전문인력 양성사업운영규칙을 준용한다.

제4장 전문 멘토링 운영

제30조(멘티 대상) “GCKL”지원사업의 멘티 대상은 각호와 같다.

1. “GCKL”지원사업을 수행하고 있는 관계자
2. 지역 내 콘텐츠개발 분야에 종사자
3. 문화예술을 비롯한 콘텐츠 분야 전공 학생으로 지역 내 게임 기업에 취업을 원하는 자
4. 기타 지역 내 콘텐츠개발 및 창작에 관심 있는 자

제31조(멘토링 내용) “GCKL”는 다음 각 호의 멘토링 업무를 수행한다.

1. 콘텐츠개발에 관한 기술적 자문
2. 콘텐츠개발에 관한 국내외 마케팅 자문

3. 콘텐츠개발/운영/기업경영 전반에 관한 자문
4. 기타 지역 내에서 콘텐츠개발에 필요한 사항

제32조(멘토링 운영) 콘텐츠개발의 특수성을 고려하여 전문 멘토링 운영기관(기업)에 위탁하여 운영할 수 있다.

제33조(멘토 운용) 1. 멘토는 전임멘토와 외부멘토로 운용하며 분야의 특수성을 고려하여 멘토링의 영역마다 멘토를 달리 운용할 수 있다.

2. 멘토에 대한 등급은 광주정보문화산업진흥원의 수수료 지급기준에 따라 멘토링 비용을 지급한다.
3. 멘토링은 자문 개시 전에 멘토링 계획서(별지7)를 담당자에게 제출한다.
4. 멘토링 자문비용은 멘토링 확인서(별지8)를 담당자에게 제출한 이후 지급한다.

제5장 회원이용 지침 및 운영

제34조(목적) GCKL 이용과 관련하여 이용자의 권리, 의무 및 책임 사항, 기타 필요한 사항을 정하는 것을 목적으로 한다.

제35조(지침의 효력 및 변경) 지침의 내용은 이용자가 회원 가입 신청 및 개인정보이용에 동의함으로써 효력이 발생한다. GCKL은 합리적인 사유가 발생할 경우에 이 지침을 변경할 수 있으며, 지침이 변경되는 경우 별도 공지한다.

1. GCKL은 지침을 개정할 경우 적용일 이후 한 달 동안 이를 홈페이지 및 기타 방법으로 회원에게 고지한다.
2. GCKL이 전항에 따라 회원에게 고지하여 회원이 거부 의사를 표시하지 않으면 승인한 것으로 본다는 뜻을 명확하게 고지하였음에도, 의사표시가 없는 경우에는 변경된 지침을 승인한 것으로 본다. 회원이 개정지침에 동의하지 않을 경우 회원은 9조에 따라 이용계약을 해지할 수 있다.

제36조(회원자격) 회원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자로 한다.

1. 대한민국 국내에 주민등록이 되어 있는 자
2. 국내에 거주 중인 재외동포, 국내거소 신고자 및 외국인 등록자

제37조(정보공유동의와 개인정보 보호) 회원과 GCKL은 다음 각 호의 해당 사항을 준수하여야 한다. (별지 4 참조)

1. 회원은 개인정보를 GCKL에서 공유하는 것에 동의하여야 한다.
2. GCKL은 회원의 개인정보를 보호할 의무를 진다.

제38조(회원 가입) 이용자는 GCKL 홈페이지(gckl.kr)를 통해 회원 가입을 함으로써 회원

가입이 성사된다.

제39조(회원 가입비) 회원 가입비는 무료로 한다.

제40조(회원정보의 변경) 회원은 기재한 회원정보가 변경되었을 경우 홈페이지를 통해 직접 수정하여야 하며, 변경하지 않은 정보로 인해 발생하는 문제의 책임은 회원에게 있다.

제41조(회원 탈퇴 및 자격상실, 서비스 이용제한 등)

1. 회원은 탈퇴를 희망할 경우 홈페이지에서 회원 탈퇴를 할 수 있으며, GCKL은 관련법 및 개인정보취급방침에 따라 회원정보를 삭제한다. 회원이 다음 각 호의 사유에 해당하는 경우, GCKL은 회원자격을 제한 및 정지시킬 수 있다.
 - 가. 가입 신청 시에 허위 내용을 등록한 경우
 - 나. 다른 사람을 방해하거나 타인의 명예를 훼손하거나 그 정보를 도용하는 등 이용 질서를 위협하는 경우
 - 다. 제공되는 정보를 변경하는 등 GCKL의 운영을 방해한 경우
 - 라. 시설 및 물품을 훼손 또는 망실하고 책임을 지지 않는 경우
 - 마. 법령과 본 지침이 금지하거나 미풍양속에 저해하는 행위를 하는 경우
 - 바. 개정지침에 동의하지 않는 경우
2. GCKL은 회원자격을 제한·정지시킨 후, 그 사유가 사유 발생일로부터 1개월 이내 시정되지 아니하는 경우 회원자격을 상실시킬 수 있다.
3. GCKL은 제1항의 회원자격 상실 사유가 소멸되기 전까지는 회원의 개인정보를 별도로 보유할 수 있으며, 사유가 소멸하면 완전 삭제처리 한다.

제42조(회원 재가입)

1. 제41조에 의해 탈퇴한 회원은 언제든지 재가입할 수 있다.
2. 제41조 제1항에 의거하여 자격 상실한 자는 그 사유가 소멸한 회원에 한해 사유가 소멸한 날로부터 1년이 경과하면 다시 회원으로 가입할 수 있다.
3. 회원자격 상실 사유가 회원 본인의 과실이 아닌 경우 즉시 회원자격이 주어진다.

제43조(회원의 의무)

1. 회원은 개인의 인적사항 등에 대해 변동이 있을 경우에는 인터넷 홈페이지를 통하여 변동사항을 등록하여 GCKL에 통보해야 한다.
2. 회원가입 정보를 부주의하게 관리하거나 타인에게 양도하여 발생하는 모든 일에 대해서는 귀책사유가 있는 회원이 책임진다.

제44조(서비스의 제공) GCKL이 이용자에게 제공하는 서비스는 다음과 같다.

1. GCKL은 공간 이용신청을 한 회원에게 GCKL 공간 및 각종 부대시설 사용을 제공한다.
2. GCKL은 "회원"에게 아래와 같은 서비스를 제공한다.

가. GCKL 프로그램에 신청을 통한 참여

나. GCKL 오픈 공간 사용

3. GCKL은 "멤버십 회원"에게 아래와 같은 서비스를 제공한다.

가. 협업공간/회의공간/창작시설(장비 활용)/창작 재료 일부 지원

나. 프로젝트 맞춤형 멘토링, 컨설팅 기회제공(투자, 유통, 제작 등)

다. 멤버십 프로그램(워크숍 및 네트워킹 등) 우선 참여

제45조(이용시간)

1. 서비스는 다음과 같이 제공함을 원칙으로 하며, GCKL의 업무상, 운영상의 이유로 서비스의 전부 또는 일부가 변경 혹은 일시 중지될 수 있으며, 이 경우 내용을 사전에 공지한다.

가. 광주영상복합문화관 1층 : 평일(일요일과 공휴일(국경일) 등)을 제외한 날) 9시부터 18시까지

2. GCKL은 서비스별로 이용 가능한 시간을 별도로 정할 수 있으며 이 경우 그 내용을 사전에 공지한다.

제46조(GCKL의 의무)

1. GCKL은 관련법과 이 지침에 반하는 행위를 하지 않으며, 계속적이고 안정적으로 서비스를 제공하기 위하여 최선을 다하여 노력한다.

2. GCKL은 서비스와 관련한 회원의 불만 사항이 접수되는 경우 이를 즉시 처리하여야 하며, 즉시 처리가 곤란한 경우 그 사유와 처리 일정을 해당 회원에게 통지하여야 한다.

3. GCKL은 서비스의 제공과 관련하여 알게 된 회원의 개인정보를 본인의 승낙 없이 제 3자에게 누설, 배포하지 않고, 이를 보호하기 위하여 노력한다. 회원의 개인정보보호 및 사용에 대해서는 관련법 및 개인정보취급방침에 따른다.

제47조(이용자의 의무) GCKL 이용자는 다음 행위를 하여서는 안 되며, 행위 발각 시 GCKL 이용에 제한을 둔다.

1. 등록 또는 신청 시 허위 내용의 등록

2. 소란스러운 행위 및 기타 타인에게 불쾌감과 혐오감을 주는 행위

3. 프로그램 운영 시 진행을 방해하거나 타인에게 불편을 주는 행위

4. 도난행위를 했을 경우

5. 타인의 정보 도용

6. GCKL 내에서의 영업활동 등 상업 행위

7. GCKL에 사전 통지 없이 냉난방용 기자재를 반입 사용하는 행위

8. 시설물을 파손하는 행위

9. 대여시설 및 물품을 반출하는 행위

10. 대여시설 및 물품 이용 시 「저작권법」상의 권리를 침해하는 행위

11. 소음 등 공해의 발생, 업무 방해 등으로 타 회원 및 GCKL 사업에 지장을 초래하는 행위

12. 타인에 대하여 불쾌감을 주거나 회원 개인 물품을 적치 및 방치하는 행위
13. 인화성, 폭발성 위험이 있는 물품, 기타 인체에 유해한 물품을 반입 또는 보관하는 행위
14. 흡연 및 음주 행위
15. 지정된 장소 이외에서 음식물을 섭취하는 행위
16. 애완동물을 동반하는 행위
17. 기타 GCKL 관리 필요에 따른 담당자의 요청사항에 따르지 않는 행위

제48조(책임 제한)

1. GCKL은 천재지변 또는 이에 준하는 불가항력으로 인하여 서비스를 제공할 수 없는 경우에는 서비스 제공에 관한 책임을 지지 않는다.
2. GCKL은 이용자의 귀책사유로 인한 서비스 이용의 장애에 대하여는 책임을 지지 않는다.

제49조(분쟁의 해결)

본 지침은 대한민국 법령에 의하여 규정되고 이행되며, 서비스 이용과 관련하여 GCKL과 이용자 간에 발생한 분쟁에 대해서는 민사소송법상의 주소지를 관할하는 법원을 합의 관할로 한다.

제50조(규정의 준용)

본 지침에 명시되지 않은 사항에 대해서는 관련 법령에 의하고, 법에 명시되지 않은 부분에 대하여는 관습에 의한다.

제6장 개인정보의 관리운영

제51조(개인정보의 수집·이용 목적) GCKL은 개인정보를 다음의 목적을 위해 수집 및 이용한다. 개인정보는 다음의 목적 이외의 용도로는 사용되지 않으며 이용 목적이 변경될 시에는 사전 동의를 구한다.

1. 홈페이지 이용에 따른 본인 식별/인증 절차, 홈페이지 서비스 이용 및 회원관리, 불량회원의 부정 이용방지, 비인가 사용자 사용방지, 고지사항 전달, 게시물 등록, 시설물 예약 및 프로그램 신청 결과의 안내, 가입 및 가입횟수 제한, 분쟁 조정을 위한 기록보존, 불만 처리 등 민원 신청 및 처리
2. 마케팅 및 광고에 활용, 신규 지원사업(서비스) 개발 및 특화, 인구통계학적 특성에 따른 서비스 제공 및 광고 게재, 접속빈도 파악, 회원의 서비스 이용에 대한 통계, 이벤트 등 광고성 정보 전달

제52조(개인정보 수집항목 및 방법) GCKL은 최초 회원 가입 시 회원 식별 및 최적화된 서비스 제공을 위해 다음과 같은 항목 및 방법을 통해 정보를 수집한다.

1. 필수항목 : 성명, 아이디, 비밀번호, 소속(회사), 창작 분야, 휴대폰 번호, 이메일, 기본 주소
2. 선택항목 : 상세주소, 부서명, 팩스 번호, 전화번호, 홈페이지, e뉴스레터 수신설정

제53조(개인정보 보유 및 이용 기간) GCKL은 수집하는 개인정보의 보유 및 이용 기간을 준수하고 개인정보 수집 및 이용 목적이 달성된 후에는 해당 정보를 지체없이 파기한다. 단, 다음의 정보에 대해서는 아래의 이유로 명시한 기간 동안 보존한다.

1. 프로그램 신청 및 심사 시 보유 개인정보 : 정보 주체가 제공한 신분 정보
 - 보유목적 : 중복 지원 방지 및 지원 이력 보존
 - 보유 기간 : 회원정보는 회원가입 유지 기간 / 지원 이력은 GCKL 사업 기간 내
2. 웹사이트 방문기록 : 컴퓨터에 의해 자동으로 수집되는 정보
 - 보존항목 : 서비스 이용기록, 접속로그, 쿠키, 접속 IP 정보기록
 - 보존근거 : 통신비밀보호법
 - 보존 기간 : 3개월

제54조(개인정보의 제3자 제공) GCKL은 정보 주체의 개인정보를 아래 항에 명시한 범위 내에서 제3자에게 제공할 수 있다. 또한 1항에 따라 동의를 받을 때에는 개인정보를 제공받는 자, 이용 목적, 개인정보 항목, 보유·이용 기간, 정보 제공에 대한 동의를 거부할 수 있는 권리 및 동의거부에 따른 불이익에 대한 내용을 정보 주체에게 알려야 한다.

1. 정보 주체의 동의를 받은 경우
2. 법률에 특별한 규정이 있거나 법령상 의무를 준수하기 위하여 불가피한 경우
3. 공공기관이 법령 등에서 정하는 소관 업무의 수행을 위하여 불가피한 경우
4. 정보 주체 또는 그 법정대리인이 의사표시를 할 수 없는 상태에 있거나 주소불명 등으로 사전 동의를 받을 수 없는 경우로서 명백히 정보 주체 또는 제3자의 급박한 생명, 신체, 재산의 이익을 위하여 필요하다고 인정되는 경우

제55조(개인정보의 목적 외 이용·제3자 제공 제한) GCKL은 제22조에 따른 범위를 초과하여 제3자에게 제공하지 않는다. 만약, 정보 주체 또는 제3자의 이익을 부당하게 침해할 우려가 있을 때를 제외하고는 GCKL은 아래 각 항에 해당하는 경우에는 개인정보를 목적 외의 용도로 이용하거나 제3자에게 제공할 수 있다. 다만, 아래 1항에 따라 동의를 받을 때에는 개인정보를 제공받는 자, 이용 목적, 제공되는 항목, 보유·이용 기간, 정보 제공에 대한 동의거부 권리 및 동의거부에 따른 불이익에 대한 내용을 정보 주체에게 알려야 한다.

1. 정보 주체로부터 별도의 동의를 받은 경우
2. 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우
3. 정보 주체 또는 그 법정대리인이 의사표시를 할 수 없는 상태에 있거나 주소불명 등으로 사전 동의를 받을 수 없는 경우로서 명백히 정보 주체 또는 제3자의 급박한 생명, 신체, 재산의 이익을 위하여 필요하다고 인정되는 경우
4. 통계작성 및 학술연구 등의 목적을 위하여 필요한 경우로서 특정 개인을 알아볼 수 없는 형태로 개인정보를 제공하는 경우

5. 개인정보를 목적 외의 용도로 이용하거나 제3자에게 제공하지 않으면 다른 법률에서 정한 소관 업무를 수행 할 수 없는 경우로 보호위원회의 심의의결을 거친 경우
6. 조약, 그 밖의 국제협정의 이행을 위하여 외국정보 또는 국제기구에 제공하기 위하여 필요한 경우
7. 범죄의 수사와 공소의 제기 및 유지를 위하여 필요한 경우
8. 법원의 재판업무 수행을 위하여 필요한 경우
9. 형 및 감호, 보호처분의 집행을 위하여 필요한 경우

제56조(개인정보처리 위탁) GCKL은 행정 목적 실현 및 원활한 업무처리를 위하여 다음과 같이 개인정보 처리업무를 위탁하여 처리할 수 있다. 이때에는 개인정보와 관련된 내용을 당해 업무 수탁자에게 제공하고 수탁업체는 수탁받은 업무의 수행에 필요한 최소한의 범위 내에서 개인정보를 활용할 수 있다. 개인정보 활용 시에는 위탁업무의 목적 및 범위, 재위탁 제한에 관한 사항, 개인정보에 대한 안전성 확보 조치, 개인정보의 관리 현황 감독, 수탁자의 의무 위반에 따른 책임에 관한 사항을 고지하여야 한다.

1. 위탁받는 자(수탁자) : GCKL 사업과 관련된 공공기관 및 운영 전문기관
2. 위탁 기간 : GCKL 사업 종료 시까지

제57조(정보 주체의 권리·의무 및 행사방법) GCKL 회원은 「개인정보 보호법」 제4조 (정보 주체의 권리)에 의거 개인정보 주체로서 다음과 같은 권리를 행사할 수 있다.

1. 정보 주체는 GCKL에 대해 언제든지 다음 각 호의 개인정보 보호 관련 권리를 행사할 수 있다.
 - 가. 개인정보 열람요구 (개인정보 보호법 제35조 의거)
 - 나. 계정 정정 및 삭제 요구 (개인정보 보호법 제36조 의거)
 - 다. 처리 정지 요구 (개인정보 보호법 제37조 의거)
2. 권리 행사는 GCKL에 대해 「개인정보 보호법」 시행규칙 별지 제8호 서식에 따라 서면, 전자우편, 모사전송(FAX) 등을 통하여 진행할 수 있으며 GCKL은 이에 대해 지체없이 조치한다.
3. 정보 주체가 개인정보의 오류 등에 대해 정정 또는 삭제를 요구한 경우 GCKL은 정정 또는 삭제를 완료할 때까지 당해 개인정보를 이용하거나 제공하지 않는다.
4. 위 항에 따른 권리 행사는 정보 주체의 법정대리인이나 위임을 받은 자 등 대리인을 통하여 할 수 있다. 이 경우 「개인정보 보호법」 시행규칙 별지 제11호 서식에 따른 위임장을 제출하여야 한다.

제58조(개인정보의 파기) GCKL은 원칙적으로 개인정보처리 목적이 달성된 경우에는 지체 없이 해당 개인정보를 파기함을 원칙으로 하고 파기의 절차, 기한 및 방법은 다음과 같다.

1. 파기절차 : 개인정보는 목적 달성 후 즉시 또는 별도의 공간에 옮겨져 내부 방침 및 기타 관련 법령에 따라 일정 기간 저장된 후 파기된다. 이때 별도의 공간으로 옮겨진

개인정보는 법률에 의한 경우가 아니고서는 다른 목적으로 이용되지 않는다.

2. 파기기한 : 개인정보의 보유 기간이 경과된 경우, 개인정보의 처리 목적 달성, 해당 서비스의 폐지, 사업의 종료 등 그 개인정보가 불필요하게 되었을 때에는 개인정보의 처리가 불필요한 것으로 인정되는 날로부터 5일 이내에 개인정보를 파기한다.
3. 파기방법 : 전자적 파일 형태의 정보는 기록을 재생할 수 없는 기술적 방법을 사용하고 종이에 출력된 개인정보는 분쇄기로 분쇄하거나 소각을 통하여 파기한다.

제59조(개인정보 보호 책임자 및 담당자) GCKL은 개인정보 보호를 위해 개인정보처리에 관한 업무를 총괄해서 책임지고, 개인정보처리와 관련한 정보 주체의 불만 처리 및 피해 구제 등을 위하여 관리책임자를 지정하여 운영한다.

제7장 운영위원회

제60조(설치) 원장은 GCKL 사업운영의 효과를 극대화하기 위하여 산, 학, 연 및 인플루언서 등 각 분야별 전문가로 구성된 GCKL 운영위원회(이하 "위원회")를 설치하여 운영한다.

제61조(기능) 위원회는 다음 각 호의 사항을 심의·자문한다.

1. GCKL의 주요사업계획 및 운영
2. GCKL의 업무추진에 따른 중요한 사항

제62조(구성) ① 위원회는 위원장 1명을 포함하여 9명 이내의 위원으로 구성한다.

- ② 위원장은 위촉위원 중에 호선한다.
- ③ 당연직 위원은 시 주무부서 담당 사무관, 진흥원 GCKL 사업 총괄 본부장이 되며, 위촉직 위원은 관련 분야에 전문지식과 경험을 가진 사람 중에서 원장이 위촉한다.
- ④ 위원회의 사무를 처리하기 위하여 간사 1명을 두되, 간사는 GCKL 사업을 담당하는 팀장으로 한다.

제63조(위원의 임기) 위촉직 위원의 임기는 1년으로 하되, 연임할 수 있다. 위촉직 위원의 사임 등으로 새로 위촉된 위원의 임기는 전임위원 임기의 남은 기간으로 한다.

제64조(위원회 운영) 위원회 운영사항은 다음 각 호와 같다.

1. 정기회의는 매년 1회 개최한다.
2. 임시회의는 위원장 또는 원장이 필요하다고 인정한 때에 개최한다..

제65조(수당 등) 위원회 회의에 참석한 위원에게는 예산의 범위에서 「진흥원 수수료 지급 규칙」에 따라 참석 수당과 여비를 지급할 수 있다.

제66조(위원의 위촉 해제) 원장은 다음 각 호의 사유가 발생한 때에는 위원의 위촉을 해제할 수 있다.

1. 임기 중 위원 스스로 사퇴 의사를 표명한 때

2. 제반 사정으로 위원회의 적극적인 참여가 곤란하다고 판단되는 때
3. 위원이 위원회 운영과 관련하여 민원을 야기하는 경우

부 칙

제1조 (시행일) 이 지침은 원장의 승인을 받은 날부터 시행한다.

제2조 (경과조치) 이 지침 시행 전에 처리된 사항은 이 지침에 의하여 시행된 것으로 본다.
<별지 1>

자료 : 재단법인 광주정보문화산업진흥원(2018), 광주콘텐츠코리아랩 운영지침 개정안

3. 충남콘텐츠코리아랩 거점 운영 지침

I. 총 칙

1. 목적

「충남콘텐츠코리아 랩 거점 운영지침」(이하 “지침”이라 한다)은 충남콘텐츠코리아 랩 거점의 효율적인 운영 및 성과관리에 필요한 세부사항을 정함을 목적으로 한다.

2. 개념

- 가. “충남콘텐츠코리아 랩 거점”(이하 “거점” 또는 “랩”이라 한다)이란 충남문화산업진흥원의 랩 거점 운영지원 사업에 선정된 단체가 아이디어 융합을 통한 콘텐츠 창작과 창업을 체계적으로 지원하기 위해 조성·운영하는 사업을 말한다.
- 나. “창작자”란 만화·캐릭터·애니메이션·영화·음악·게임·출판·패션·공연·공예 등 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·서비스 등과 관련된 문화산업 분야에 종사하는 자를 말한다.
- 다. “융합 콘텐츠”란 콘텐츠 장르간, 순수예술과 첨단기술간, 콘텐츠와 기술간 융합에 기반한 새로운 창작과 비즈니스 사업화 분야를 말한다.
- 라. “프로그램 총괄책임자”란 운영기관 소속으로 랩을 총괄 운영·관리하는 자를 말한다.

II. 프로그램 운영

1. 회원관리

가. 목적

참가기관은 거점 랩의 효과적인 운영과 이용자에 대한 개별적인 정보 및 서비스 제공, 랩 이용 통계자료 작성을 위해 회원관리 제도를 운영하여야 한다.

나. 회원 가입의 자격

회원 가입은 성, 연령, 학력, 경력, 거주지역, 국적 등에 제한을 두지 말아야 한다.

다. 회원의 관리

- 1) 참가기관은 회원가입을 위해 충남콘텐츠코리아랩 홈페이지를 활용하여야 하며 회원의 정보와 랩 활동 이력을 관리하기 위한 데이터베이스 시스템을 구축·운영하여야 한다.
- 2) 참가기관은 랩에서 개최하는 모든 프로그램 참가자와 창작시설 및 장비 이용자가 충남콘텐츠코리아랩 회원으로 가입하도록 하여야 한다.
- 3) 참가기관은 회원이 랩을 통해 창작한 모든 결과물에 대한 정보를 관리하기 위해 창작물의 특성에 따라 디지털 복사본, 영상 촬영본, 사진 촬영본 등을 제출하도록 운영하여야 한다.
- 4) 참가기관은 랩 이용관리의 효율성을 위해 회원에게 회원증을 발급할 수 있다.

2. 창작시설·장비의 이용 및 관리

가. 창작시설·장비의 이용

- 1) 랩의 모든 창작시설과 장비 이용은 회원에 한하여 이용 목적과 작업계획에 대한 사전예약

접수를 바탕으로 허가한다.

- 2) 창작시설 및 장비 별로 이용방법 및 안전에 대한 교육시간과 방법이 사전에 제시되어야 하며 이를 이수한 회원에 한하여 이용을 허가한다.

나. 창작시설·장비의 관리

- 1) 랩의 창작시설과 장비의 체계적인 관리와 사용 지원을 위해 보유 시설과 장비를 운용할 수 있는 기술인력을 상주시켜야 한다.
- 2) 창작시설·장비 이용 신청자 중 사전 교육 이수에도 불구하고 기능 숙지 미숙 및 기타 장비 운용이 부적절하다고 판단되는 회원의 경우 상주 기술인력의 지원 하에서만 사용을 허가할 수 있다.
- 3) 회원은 본인의 명의로 사용 허가된 모든 시설을 타인에게 양도, 혹은 작동하게 할 수 없다. 본인의 명의로 사용 허가된 시설 중 본인 이외의 별도 조작, 혹은 작동자가 필요할 시 랩 회원 가입자에 한해서 가능하다.
- 4) 회원의 실수로 인해 파손된 시설과 장비의 수리에 소요되는 모든 비용은 회원이 부담하게 할 수 있다.

IV. 사업비 관리

총사업비는 지원금으로 구성한다.

□ 보조금 사용

- 거점 랩 운영주체는 지원금을 사용하거나 정산을 할 때에는 문화콘텐츠 관리지침 교부 조건을 준수하여야 한다.
- 다음 각 호와 같이 지원금 예산을 변경하고자 하는 경우에는 그 사유와 내역을 명시하여 충남 문화산업진흥원의 승인을 얻도록 한다.
 1. 사업의 내용을 변경하거나 사업에 소요되는 경비의 목·세목의 신설 및 목간 전용(단, 최초 편성된 해당 목 예산의 30% 범위 내에서 세목간 예산은 자율적으로 변경 집행할 수 있다)
 2. 사업을 다른 사업자에게 인계하거나 중단, 또는 폐지하고자 하는 경우
 3. 지원금에 의하여 취득하거나 그 효용이 증가된 중요재산을 양도·교환 또는 대여하거나 담보로 제공하고자 하는 경우

□ 보조금 정산

- 거점 랩 운영주체는 사업을 완료하였을 때는 완료 후 10일 이내 이내에 지원금사업정산 보고서(별지 제1호 서식)를 작성 제출하여야 한다.
- 거점 랩 운영주체는 증빙서류 등의 보완요구가 있을 때에는 7일 이내에 요구서류를 보완하여 충남문화산업진흥원에 제출하여야 한다.

○ 사업 정산을 위한 제출서류는 다음과 같다

① 지원사업 정산보고서

. 집행 내역에 대한 회계 증빙자료(계좌입금표, 세금계산서, 영수증, 카드매출전표 등) 포함

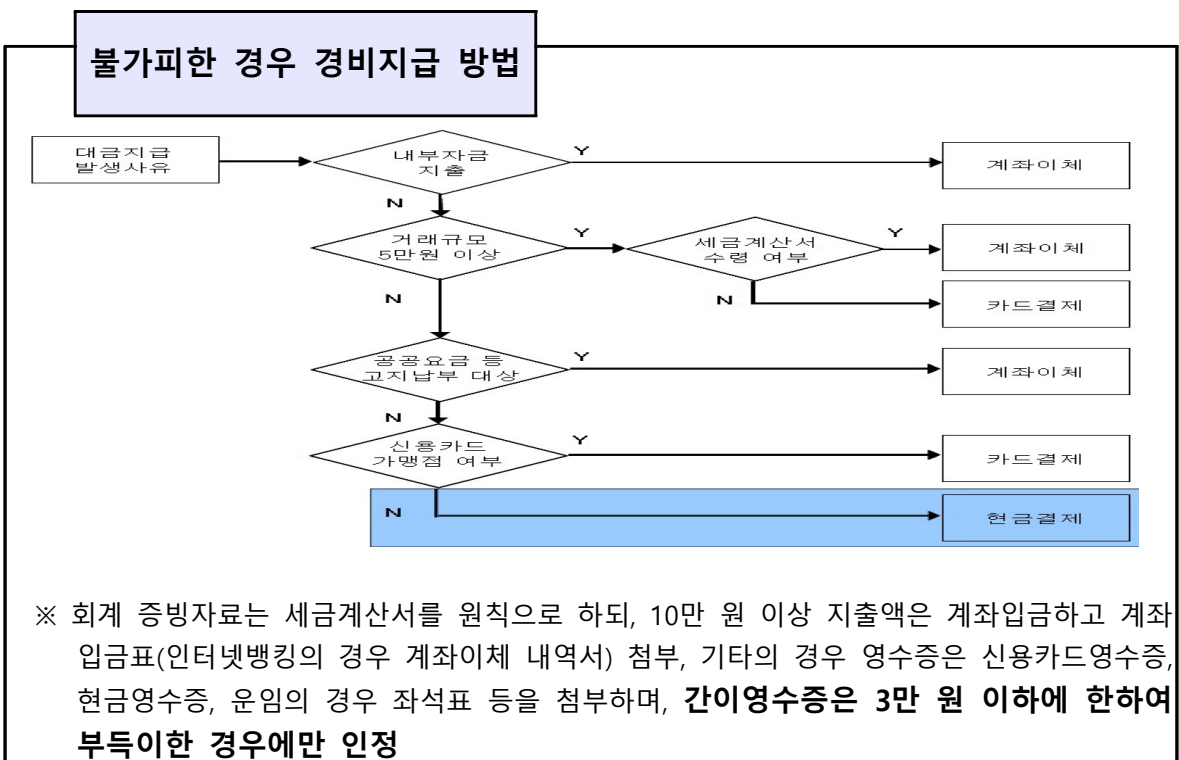
. 사업에 소요된 경비에 대한 지급결의서(내부결재 문서)

. 계약서, 검수조서, 거래명세서, 견적서 등 지급 및 구매의 내용을 증명하는데 필요한 서류

② 보조금 통장 사본

. 보조사업 정산 시 별도로 설정된 계정에 대한 수입.지출 및 통장잔액 확인이 가능해야 함 (법 제34조)

③ 보조사업 실적보고서



□ 정산보고서 편철

○ 정산보고서는 사업계획서의 세부사업 단위로 작성

○ 회계 증빙서류는 '세부사업 - 비목 - 지출일자' 순으로 편철

* 예산 내역에 비목이 표시되지 않은 경우, '세부사업-지출일자' 순으로 편철

- 목과 목 사이(또는 세부사업 사이)에 간지 삽입

- 간지에 목 예산, 집행액 및 집행 건수 표기

○ 회계 관련 영수증은「A4」용지에 종으로 부착.편철(보조사업자에 따라 변경 가능)하고 보조사업 종료연도로부터 5년간 보존

□ 보조사업 정산보고서 심사 및 확정

- 지원금 별도계좌 계리 및 집행의 적정성
 - 입금통장 거래 내역과 회계 증빙서류를 대사하고 하나의 증빙서를 복사하여 중복 사용하거나 스캔 후 위조한 것인지 여부 확인
- 지원금의 목적 외 사용, 횡령 여부
 - 사업계획 예산서와 다른 용도로 집행한 것은 목적 외 사용, 지출 증빙 자체가 허위이고 그 금액을 비자금으로 조성했거나 사용한 것은 횡령
- 지원금의 용도 외 사용 등의 경우, 지원금의 전부 또는 일부 금액 반환조치
 - 보조사업 목적,교부 결정 내용과 다른 용도로 보조금을 집행한 경우
 - 사업비 정산액이 보조금 산출의 기초가 되는 사업량(사업비) 보다 감소되었을 때에는 그 감소율에 의한 회수
 - 집행증빙서류가 집행 내역과 일치하지 않을 경우에 그 차액
- 사업 완료 후 집행한 보조금을 정산·반납할 경우, 사용 잔액 및 이자를 함께 반납

제3장 평가지침

1. 평가체계의 구성

거점 랩 운영 주체의 거점 랩 운영성과 평가를 위해 성과지표와 성과목표를 설정하고 관리한다.

가. 성과지표 및 관리

- 1) 공통지표는 랩 운영실적을 나타내는 지표로서 랩 회원 수, 프로그램 실행률, 프로그램 참가자 수, 콘텐츠제작 건수, 공간 활용률, 시설 이용 및 프로그램 참가 만족도로 구성한다.
 - 가) 랩 회원 수는 온라인 가입 회원 수를 기준으로 한다.
 - 나) 프로그램 실행률은 계획된 프로그램 중 운영을 위한 최소 인원 이상이 참여하여 정상적으로 실행된 프로그램의 비율을 말한다.
 - 다) 프로그램 참가자 수는 랩에서 개최한 각 프로그램에 등록하여 정상적으로 수료한 회원 수를 기준으로 한다.
 - 라) 콘텐츠제작 건수는 랩에서 운영하는 프로그램을 통해 제작된 콘텐츠를 기준으로 한다.
 - 마) 공간활용률은 기간과 면적을 기준으로 공간 운영 계획 대비 실행된 비율을 말한다.
 - 바) 시설 이용 및 프로그램 참가 만족도는 랩을 이용한 모든 회원을 대상으로 실시하는 만족도 조사(첨부 제1호 참조) 점수를 기준으로 한다.

- 3) 거점 랩 운영주체는 성과관리를 위해 지표와 관련된 랩 운영 활동을 콘텐츠코리아 랩 통합 정보시스템으로 관리하여야 한다. 이를 위해, 이용자 및 프로그램 참가자를 체계적으로 확인하고 관리할 수 있는 출입 및 회원관리 정보시스템을 구축하여야 한다.

2. 성과보고 및 평가

가. 현장평가

- 1) 거점 랩 운영 주체는 사업추진현황을 충남문화산업진흥원에 보고하여야 한다.
- 2) 충남문화산업진흥원은 현장방문을 통하여 랩 운영지원을 위해 필요한 사항을 확인하고 보완이 필요한 사항에 대한 의견을 제시할 수 있다.
- 3) 충남문화산업진흥원은 현장평가, 최종평가 등을 검토하여 사업의 지속적인 수행이 불가능하거나, 사업계획서의 목표 대비 추진실적이 현저히 부실하여 향후 사업추진이 불투명한 경우에는 사업을 취소할 수 있다.

나. 최종평가

- 1) 거점 랩 운영 주체는 사업을 완료하였을 때는 완료 전 최종평가를 받아야 하며 사업 종료 10일 이내 정산보고서를 제출해야 한다.
- 2) 최종평가 결과는 다음과 같이 구분하며, "미흡" 판정의 경우 그 요인을 명시하여야 한다.
 - ① "우수" : 평점이 80점 이상인 경우
 - ② "보통" : 평점이 80점 미만 60점 이상인 경우
 - ③ "미흡" : 평점이 60점 미만인 경우
- 4) 충남문화산업진흥원 최종평가 검토 결과 "우수"인 랩 운영 주체에게 차년도 사업에서 인센티브를 지급할 수 있으며, "미흡"인 랩 운영 주체에 대해서는 차년도 사업 시 지원을 감액 혹은 중단할 수 있다.

자료 : 충남문화산업진흥원(2018), 지역기반형 콘텐츠코리아랩 거점 운영 지침

주 의

1. 이 보고서는 (재)경남문화예술진흥원에서 시행한 '경남콘텐츠코리아랩 중장기발전전략 수립 연구용역'의 연구보고서입니다.
2. 이 보고서 내용을 발표할 때에는 반드시 (재)경남문화예술진흥원에서 시행한 '경남콘텐츠코리아랩 중장기발전전략 수립 연구용역'의 연구결과임을 밝혀야 합니다.