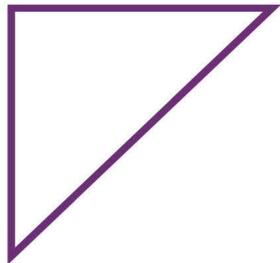


포스트코로나시대 콘텐츠 산업 미래정책 연구

A study on the future policy of the content industry
in the post-covid-19 era

20

21

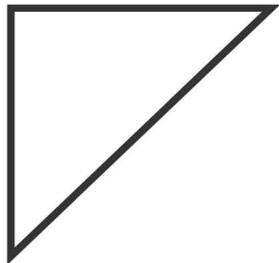


포스트코로나시대 콘텐츠 산업 미래정책 연구

A study on the future policy of the content industry
in the post-covid-19 era

20

21



본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.

제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 “포스트 코로나 시대 콘텐츠 산업 미래정책 연구”의
결과보고서로 제출합니다.

2021년 12월 31일

연구기관 : 주식회사 리얼블록스

연구책임자 : 박종형 (리얼블록스 실감콘텐츠연구소장)

요약문

제1장 서론

1. 연구 배경 및 필요성

- (환경의 변화) 코로나19 바이러스(이하 코로나19)의 확산으로 감염자와 사망자가 급증하고 각국 정부는 전에 없던 강력한 방역체계 전환 및 봉쇄 조치를 하는 등 범지구적, 범세계적 충격을 주는 일이 발생하고, 디지털 기술 발전 및 산업의 융·복합화, 디지털화가 가속화되면서, 비대면 디지털 사회로의 이행이 가속되고 대형 플랫폼과 모바일 기기를 활용한 영상 콘텐츠 소비 등의 비대면·온라인·개인화된 콘텐츠 소비의 추세가 확산됨
- (새로운 기회의 탐색) 신기술과 결합한 디지털 콘텐츠의 창작 환경 개선과 고도화된 제작 도구 활용, 슈퍼 지식재산(IP)의 무한 확장 가능성, 한류 콘텐츠의 세계적 관심과 인정 등으로 기존 콘텐츠 산업의 경계와 한계를 뛰어넘은 새로운 시각의 정책 기반이 필요하고, 특정 산업에 국한되지 않고 산업, 사업, 기업이 융합되는 새로운 기회 탐색이 절실히 짐
- (소비의 변화) 1인 미디어의 증가와 생산성 향상, 다양한 MCN 플랫폼 출현, 급변하는 소비자의 취향과 선택을 충족해 줄 디지털 콘텐츠 제작 노동 환경도 함께 진화하면서, 밀레니얼과 MZ세대와 같은 이전과 다른 방식의 특성에 부합하는 정책 연구가 필요하고, 변화된 소비자 권력과 문화를 이해하고 핵심적 가치를 제안할 수 있는 콘텐츠를 지속해서 제공할 수 있는 유연성을 갖추는데 필요한 여건 및 제반 요소들을 갖추는 것이 중요함

2. 연구 목적

- 1차적으로 코로나19 팬데믹이 콘텐츠 산업 각 분야 전반에 미친 영향에 따른 현황을 파악하고, 기술적, 산업구조적, 노동환경적, 이용자 문화적 측면의 고찰을 통해, 변화와 영향의 양상을 분석함으로써 환경변화를 정확히 이해하고자 함

- 2차적으로는 콘텐츠 산업 각 분야 산학연 전문가들을 선별하여 각 분야별로 현 상황과 동향에 대한 생생한 의견을 수렴하고, 문제점 등을 파악하여 콘텐츠 산업의 진흥을 위한 미래정책 도출의 기초자료를 도출함
- 최종 목표로 코로나19 종식 또는 공존의 시대를 대비하여 콘텐츠 산업의 성장동력을 확보하고 경쟁력을 지속해서 강화해 나갈 수 있도록 진흥하기 위한 미래 정책을 도출하고 합리적 방안을 제안하고자 함

3. 연구 범위 및 방법

- (연구 대상) 콘텐츠 산업의 11개 분야, 출판산업, 만화/웹툰 산업, 음악 산업, 영화 산업, 게임 산업, 애니메이션 산업, 방송 산업, 광고 산업, 캐릭터 산업, 지식정보 산업, 콘텐츠 솔루션 산업의 가치사슬 내 해당하는 기업, 기관 및 소비자 영역을 모두 포함함
- (연구 범위) 내용적 범위로 코로나19 팬데믹에 따른 콘텐츠 산업 전반의 환경변화와 변화양상, 국내·외 주요 국가의 경제지표 및 콘텐츠 산업 관련 정책이 포함되고, 기술적, 산업구조적, 노동환경적, 이용자 문화적 영역에서의 전문가 의견을 수렴하여 콘텐츠 산업의 미래 정책 도출을 위한 의제 탐색 및 선정을 주요 범위로 설정함
- (문헌 연구 및 전문가 의견 수렴) 문헌 연구 및 국내·외 2차 자료 분석을 통해, 전문가그룹의 의견을 수렴할 콘텐츠 산업의 영역을 선정하고 11개 분야별 전문가그룹의 회의를 거쳐, 산업 현황 및 문제점 진단과 현안을 도출, 핵심 키워드를 중심으로 재분류하여 콘텐츠 산업의 주요 정책 주제를 선별함
- (전문가 서면 평가) 선별된 정책 주제에 해당하는 의제(agenda)를 중심으로 현재와 미래의 영향력 수준을 5점 척도로 측정하여 영향력 수준을 비교하고, 현재보다 미래에 더 영향력이 높은 미래 정책 의제들을 범주화하여 3대 주요 전략과 10대 과제를 도출함

4. 연구수행 체계 및 흐름

- 연구진은 문헌 연구 및 환경분석팀과 전문가그룹 자문회의 수행팀, 자료 분석 및 정책제언팀으로 구성하고 수시로 연구수행에 따른 현안에 대한 자문그룹의 의견을 반영하여 연구 진행

- (연구 흐름) 코로나19 확산에 따른 콘텐츠 산업의 내외적 변화의 정도를 경제지표 및 통계 자료 분석을 통해 파악함. 기술, 산업 구조, 노동환경, 이용자 문화 측면의 변화로 콘텐츠 산업진흥을 위해 요구되는 정책 의제들을 발굴하여 전문가그룹의 의견을 수렴(FGI, 서면 평가)하고, 미래 정책의 전략 방향과 정책과제를 도출하는 과정으로 연구수행

5. 연구의 기대효과 및 활용방안

- (기대효과 및 활용방안) 코로나19 확산이 콘텐츠 산업 전반에 미친 영향을 가늠하고 전문가 의견 수렴을 통해 기회와 위기에 대한 진단을 내리는 동시에 다층적인 콘텐츠 산업 미래 정책 도출 과정은 현실적이고 실효적인 정책적 해결방안을 모색하는데 기여하고 콘텐츠 산업 미래 정책 도출의 효과적인 방법론으로 활용할 것으로 기대하며, 콘텐츠 산업의 현안과 진단을 통해, 향후 콘텐츠 산업 진흥을 위한 정책 수립의 근거 자료로 활용할 수 있음

제2장 코로나19 팬데믹과 콘텐츠 산업 현황

1. 코로나19 팬데믹과 세계 경제

- (코로나19 팬데믹 충격과 경제 현황) 신종 코로나19 바이러스(이하 코로나19) 감염증 확산과 팬데믹 선언의 여파로 세계 경제와 산업 침체의 충격이 발생하고, 코로나19 감염자와 사망자가 매우 증가했으며, 2020년 상반기 전 세계 대부분 국가가 코로나19 영향에 따라, 세계 산업생산량이 상반기에 대폭 감소했다가, 하반기에 들어 반등세로 전환하였고 경제지표도 예년 수준으로 빠르게 회복하였음
- (세계 경제 성장률의 침체와 회복) IMF에 따르면, 2020년 기준, 신흥개도국(E), 선진국(A), 세계 평균(W) 성장률은 각각 -2.1%, -4.5%, -3.1%로 코로나19 여파로 크게 침체하였으나, 2020년 하반기부터 반등하여 2021년에는 6.4%, 5.2%, 5.9%로 회복세가 나타났고, 2025년에는 신흥개도국(E), 선진국(A), 세계 평균(W) 성장률 각각 4.4%, 1.6%, 3.3%로 점차 둔화할 것으로 전망함

- (세계 각국의 방역 전환 노력) 영국은 4단계 걸친 봉쇄 완화 출구전략으로 강제적 방역 조치를 해제하였고, 프랑스도 보건 패스를 도입하여 다중이용시설이나 교통수단 이용시 제출을 의무화했으며, 한국은 세계 수준의 방역체계를 선제적으로 갖추고, 검사, 추적, 격리, 정보공개, 치료 절차, 시스템을 가동하며 단계적 일상 회복을 시행하고 있음

2. 국내·외 콘텐츠 산업 현황

- (세계 콘텐츠 시장 규모와 성장률) 코로나19 확산에 경제, 산업 전반의 침체가 발생한 것과 같이, 콘텐츠 산업과 시장도 2019년 2조 4,320억 달러에서 2020년 2조 2,950억 달러로 대폭 감소하고, 성장률도 2020년 -5.6%로 크게 침체했다가 2021년 6.4%로 회복하는 것으로 나타남
- (주요 국가의 콘텐츠 시장 규모와 성장률) 2019년 기준 전 세계 최대 콘텐츠 시장은 미국으로 8,739억 7,700만 달러 규모이며, 다음으로 중국(3,507억 7,600만 달러), 일본, 독일, 영국, 프랑스 등의 순이고, 한국은 2019년 기준 613억 달러의 규모로 세계 콘텐츠 시장에서 7위를 유지하고 있으며, 세계 콘텐츠 시장 10대 국가 중, 2020년 기준으로 가장 큰 침체를 겪은 국가로 이탈리아(-9.5%), 프랑스(-8.5%), 독일(-8.2%), 미국(-7.3%) 순으로 나타남
- (국내 콘텐츠 산업 매출 규모) 2020년 기준, 국내 콘텐츠 산업 매출 규모는 출판 21조 8,755억 원(17.4%), 방송 20조 5,709억 원(16.3%), 지식정보 19조 9,300억 원(15.8%), 게임 17조 5,702억 원(13.9%), 광고 16조 803억 원(12.8%) 순이며, 코로나19 영향으로 콘텐츠 산업 전반의 침체 현상이 두드러지게 나타남
- (국내 콘텐츠 산업 부가가치액 현황) 국가통계포털(KOSIS)로 확인한 콘텐츠 산업 분야의 총부가가치액은 2019년 기준으로 47조 7,388억 원(GDP 대비 2.49%)으로 2018년 47조 4,507억 원(GDP 대비 2.66%)과 비교하면, 0.61% 증가했으며, 2017년 44조 2,298억 원(GDP 대비 2.56%)에 비하면, 7.93% 증가하였음
- (국내 콘텐츠 산업 수출액 현황) 2020년 콘텐츠 산업 수출액은 2019년에 비해, 평균 6.3% 증가한 108억 2,740만 달러로 집계되어, 코로나19 확산에도 불구하고 매우 고무적이며, 특히 게임 분야는 72억 4,568만 달러로 전체 수출액의 66.9%를 차지함

- (국내 콘텐츠 산업 종사자 현황) 2020년 기준, 영화(-39.6%), 음악(-10.5%), 출판(-1.6%) 산업계 종사자가 대폭 감소하여 코로나19 확산의 악영향을 크게 받은 것으로 나타났으며, 일부 산업 분야를 제외하고, 평균 증감률 -2.9%로 일자리가 많이 감소함

3. 콘텐츠 산업 정책

- (주요국의 IP 중심 정책) 미국과 유럽 연합은 자국의 기술 보호를 위한 일관된 지식재산(IP) 정책을 유지하고, 법적 지원 체계 및 계획에 따라, 통합적 지재산 보호 체계를 수립하고 엄격한 IP 보호를 시행하고 있음. 중국은 지재산 제도의 질적 수준 향상을 위한 국가적 의지를 표명하고 매년 지재산 보호 행동계획을 능동적으로 추진 중이고, 일본도 자국에 유리한 IP 관련 글로벌 환경 조성에 노력하고 있음
- (주요국의 혁신 인재 육성정책) 미국은 고품질 STEM 교육을 평생 활용하고 AI 연구소 설립과 전문인력 양성에 집중하고, EU도 하이테크 인재상을 설계하고 디지털 전환을 위한 T-shaped 인재 육성을 추진하고 있음. 영국과 독일은 정부와 산업계 간 파트너십을 공고히 하고 미래역량 강화를 위한 혁신 조직 간 개방형 네트워크 문화 확립을 추진하고 있으며, 일본은 디지털 전환을 위한 에듀테크를 수행하고 있고, 중국도 인재 강국을 목표로 해외 고급인재 유치에 정책적인 지원을 강화하고 있음
- (코로나 이전의 한국 콘텐츠 산업 정책) 한국은 「콘텐츠 산업 중장기 정책 비전(2017)」을 통해, 새로운 시대, 더 높은 도약을 위한 정책 패러다임을 전환하고자 노력하고, 「콘텐츠 산업 경쟁력 강화 핵심 전략(2018)」을 통해 콘텐츠 산업의 성장 잠재력, 글로벌화 목표로 한국 콘텐츠 도약의 계기를 마련했으며, 2019년에는 「콘텐츠 산업 3대 혁신전략(2019)」을 수립하여 미래 환경변화에 선제적으로 대응할 수 있는 체감도 높은 정책 추진을 지속해오고 있음
- (코로나 이후의 한국 콘텐츠 산업 정책) 정부는 한국판 뉴딜 정책을 국책사업으로 천명하고 「디지털 뉴딜 비대면 콘텐츠 산업 성장 전략(2020)」을 통해 디지털 전환 가속에 따른 콘텐츠 산업의 혁신전략을 추진하고 있으며, 가상 융합경제 발전을 위해 XR 기술을 중심으로 「가상 융합경제 발전 전략(2020)」을 수립하였음. 2021년에는 「코로나19 극복 콘텐츠 산업 혁신전략(2021)」을 통해, 문화를 통해 코로나19로 침체된 사회에 활력을 회복하고 비대면 디지털 시대의 도래와 콘텐츠 산업 환경변화에 적극적으로 대응하는 전략을 추진하고 있음

- (한국판 뉴딜 1.0과 2.0) 정부는 2020년 7월, 선도국가로 도약하는 대한민국으로 전환하고자 한국판 뉴딜 종합계획(1.0)을 발표하고, 사람 중심 포용국가 기반의 ‘안전망 강화’를 기반으로, 경제 전반의 디지털 혁신 및 역동성 촉진·확산을 위한 ‘디지털 뉴딜’과 경제 기반의 친환경·저탄소 전환 가속화를 위한 ‘그린 뉴딜’을 추진하였고, 2021년 7월, 급변하는 대내외적 환경변화에 대응할 새로운 한국판 뉴딜 2.0 종합계획을 발표하여, 기존 ‘안전망 강화’를 ‘휴먼뉴딜’로 확대·개편하고, 기존 과제들을 보강함과 동시에, 신규 과제를 포함함
- (국가지식재산 기본계획) 1차(2012-2016)의 비전과 목표를 지식재산 강국, 풍요로운 미래로 설정하고 지식재산 창출·보호·활용의 선순환 체계를 구축하였고, 2차(2017-2021)는 제4차 산업혁명을 선도할 IP 국가경쟁력 확보를 목표로 5대 전략, 20개 핵심 과제를 수립하여 추진함으로써, 세계 주요 국가들의 자국의 IP 확보와 보호 추세에 맞춰, 양적, 질적 성장을 견인함. 3차 계획(2022-2026)은 디지털 전환 가속화와 비대면 사회로의 빠른 이행 등의 추세에 맞춰, 더욱 강화된 IP 보호와 공정이용, IP 생태계 기반 강화 등이 강조된 기본계획이 수립될 것으로 예상됨

4. 콘텐츠 산업의 변화양상과 특징

- (기술의 변화) 세계 유수의 시장조사기관들이 앞다투어 세상을 바꾸는 혁신 기술들을 선정해 발표하고 이 혁신 기술들이 미칠 미래의 모습을 전망하고 있으며, 대부분 공통으로 디지털 기술에 기반한 블록체인이나 대체불가능토큰(NFT), 초연결된 데이터 기반의 유연한 응용소프트웨어, 초지능화된 인공지능(AI) 등의 기술 활용이 점차 고도화될 것으로 예상하고 산업 간, 사업 간, 기업 간 경계를 넘나드는 융합 추세가 일반화되리라 전망하고 있음. 전 세계 산업 전반에서 AI 활용 확대, 비대면 디지털 사회로의 이행, 메타버스 등 새로운 세계관 등장, 디지털 콘텐츠 부상 등 디지털화에 따른 디지털 전환이 점차 가속화될 것으로 전망함
- (산업 구조 변화) 전통적 콘텐츠 기업의 가치사슬인 ‘기획→개발→제작→유통 및 서비스’의 흐름을 벗어나, ‘상상→몰입→창의→발명→혁신’ 등의 새로운 프로세스에 따라 콘텐츠가 생산되고 온전히 디지털 방식으로 유통되는 추세로 변화하고, IP 중심의 가치관이 점차 중요해지면서 IP를 확보하고 무한히 확장할 수 있는 OTT와 같은 거대 유통 플랫폼의 영향력도 점점 커져, 구독 경제와 같은 새로운 경제 패러다임도 정착하고 동종/이종의 구분 없이 메가 플랫폼 간 경쟁이 심화하는 산업 구조로 개편이 진행됨

- (노동환경의 변화) 주 52시간 근로제 도입과 정착으로 새로운 방식의 유연한 노동방식에 대한 요구가 늘어나고, 영상 미디어 콘텐츠 제작과 유통에 쉽게 참여할 수 있게 되면서 콘텐츠 경쟁력으로 영향력을 갖춘 1인 미디어, 창작자 등이 증가하고, 프로젝트 기반의 매우 다양한 근무방식이 일반화되기 시작함. 노동환경의 변화에 따른 불공정·상생의 문화의 가치도 중요하게 인식되고 저작권 보호와 공정 상생의 중요성도 높아지고 있음
- (이용자 문화의 변화) 제조사나 공급자 중심의 권력이 소비자로 이동하면서, 자발적으로 생성된 콘텐츠가 자연스럽게 소비되고 새로운 문화를 형성하게 되었고, 코로나19로 인한 일상의 생활방식이 변화하면서 모바일 기반의 콘텐츠 소비와 향유의 질적 변화와 함께, 콘텐츠 소비의 양극화, 정보격차, 디지털 소외 등의 사회 현상도 나타나기 시작함

5. 콘텐츠 산업 현황 파악과 정책 분석의 시사점

- (융복합 기술 변화에 대응) 혁신적으로 진화하는 기술의 변화에 따라 거스를 수 없는 디지털 전환 추세에 맞춰 디지털 사회로의 이행은 대세로 굳어지고 소비자나 이용자가 원하는 방식의 콘텐츠를 생산하고 제공하는 기업만이 생존할 수 있는 시대가 되면서, 초개인화, 맞춤화가 가능한 융복합 콘텐츠 경쟁력 확보와 변화에 대응할 전략 마련이 중요해짐
- (뉴노멀 시대에 IP 중심의 지속가능 콘텐츠 제공) 새로운 가치를 지속해서 제공할 수 있는 콘텐츠의 IP를 확보하고 생산·제공할 수 있는 여건 마련이 매우 중요해짐
- (유연한 노동환경에 불공정 관행 해소 노력) 기술의 진화가 기업 조직과 문화, 조직 구성원들의 일하는 방식을 변화시키고, 나아가 시장과 소비자의 영역까지 영향을 미치면서 이젠 매출의 증가보다는 수익성 향상에 초점을 맞춰 노동의 질적 변화가 이루어지고, 정당한 계약에 따른 합당한 대우나 보상, 일과 생활의 균형 등이 중요한 요건으로 자리 잡음
- (개인화된 비대면 디지털 콘텐츠 소비에 대응) 콘텐츠 산업과 문화산업 전반에 디지털 기술이 접목되어 새로운 제품이나 서비스로 융합하고, 이를 소비자들의 개인적 취향에 따라 선택적으로 소비되는 문화가 일반화되면서, 개인화, 맞춤화된 소비에 대응할 전략 수립 중요

1. 전문가그룹 인터뷰 배경과 목표

- (배경 및 목표) 각 분야 전문가그룹을 통해 콘텐츠 산업 현장의 생생한 의견을 수렴하여 현장 지향적 상향식 미래 정책 수립의 전략 방향을 모색하고 지속가능하고 미래지향적인 정책 수립의 기초 마련이 필요함에 따라, 분야별 콘텐츠 산업 현황 및 문제점을 진단하고 콘텐츠 산업진흥을 위한 미래 정책 의제(안)을 도출함

2. 조사연구 방법과 내용

- (방법과 내용) 콘텐츠 산업의 산학연 전문가 55인의 인터뷰를 그룹별로 수행하고 녹취록을 작성하여 그 핵심 키워드를 빅데이터 분석방법론, 빅카인즈(뉴스분석서비스)에 적용하여 공통 의제를 도출함
 - 콘텐츠 산업 내 미래 콘텐츠 산업진흥을 위한 분야별 현안과 문제점, 정부 차원의 지원정책 방향에 대한 자유로운 의견 개진하는 방식으로 회의를 진행하고, 기술 영역, 산업 구조 영역, 노동환경 영역, 이용자 문화 영역 등 네 영역에서 매트릭스를 설정하고 중요하고 공통된 주제에 대한 논의가 이뤄지도록 방향을 설정함

3. 분야별 전문가그룹 인터뷰 결과

- (출판산업) 디지털 전환이 본격적으로 진행되면서 출판 저작권 보호와 다양한 디지털 콘텐츠 개발을 위한 범용적 디지털출판 도구의 지원이 필요하고 산업 내 다수의 출판사가 영세한 방식으로 운영되고 있는 만큼, 기존의 아날로그 방식과 혼재된 상황임. 현재 출판단지 등 클러스터의 접근성이 떨어지고 사양산업이라는 인식이 높아서 신규 인력수급이 매우 어려운 상황이며 출판시장 위축 등으로 이용자의 독서 문화가 변화한 시장의 상황에 대처할 방안 마련이 시급함
- (만화/웹툰산업) 만화와 웹툰의 기술적, 개념적 경계가 모호해지면서, 웹툰 시장은 일찍부터 디지털 전환 수준이 높고 작가를 위한 웹툰 제작용 오픈소스 프로그램들이 보급되어

더 활성화되어 가는 추세에 있으며, 이제는 만화와 웹툰의 산업적 개념을 새롭게 정립할 필요에 따라, IP 산업화를 촉진해야 함. 또한 만화/웹툰 제작과정에 참여하는 근로자의 역할 및 직능 단계, 제작사 규모에 따른 세분화된 탄력적인 근로제 적용이 합리적이며, 팬덤 중심의 이용자 문화에 적합한 굿즈 연계 등의 다각적 확장전략도 필요함

- (음악산업) 메타버스 등 최신 트렌드에 맞는 비대면 공연 등의 시도가 대형 기획사 중심으로 시도되고 있으며 다양한 창작자의 역량을 높일 수 있는 협업의 기회가 더 확대할 필요가 있고 더불어 다양한 신기술과 융합되는 상황에서 창작자의 권익 보호를 위한 제도적 장치가 마련되어야 함. 음악 산업 내 고용 및 생계 불안 문제는 매우 오래된 고질적 문제이며, 창작자와 제작자, 유통자 사이의 갑을관계, 불공정 관행을 개선할 방안 마련과 강력한 팬덤 문화에서 비롯되는 편중된 이용자 문화를 보다 대중적으로 확장할 수 있는 대책도 필요함
- (영화산업) 영화산업 내 5G 이동 통신과 CG 등의 발달로 비대면 실감 콘텐츠의 기술적 융합 시도가 많아지고 변화를 높게 체감하고 있으며, 특히 모바일 중심의 영상 미디어 콘텐츠 소비가 급증하고 OTT의 영향력이 커지면서, 영상 제작 포맷도 모바일 규격에 집중되는 경향을 실감하고 있음. 기존 극장 중심의 영화산업이 점차 OTT 플랫폼으로 이동하면서 발생하는 저작권 보호, 수익배분 문제를 해결할 방안이 필요하고 인건비 상승이 곧 제작비 상승, 인재 수급 불안, 경쟁력 약화 등으로 연결되는 상황을 정확히 인지할 필요 있음. 영화관보다 모바일과 TV 등으로 영상 미디어가 소비되는 추세에 맞게 주문형 콘텐츠 향유에 맞는 콘텐츠 기획과 제작이 중요함
- (게임산업) 블록체인, 메타버스, NFT 등 신기술을 게임에 적용하기 위한 게임법 개정이 필요하고, 경쟁적으로 개발되고 있는 메타버스 플랫폼에 집중하기 보다 게임 캐릭터가 교차 로그인인 되는 허들없는 접근 방법 모색이 필요함. 향후 크게 산업화가 이루어질 것으로 전망되는 e-스포츠 게임산업 육성이 체계적으로 이루어져야 하며, 메타버스와 게임이 결합된 새로운 생태계에 필요한 인력 양성에 선제적으로 대처할 필요가 있음. 반면, 게임 중독 등의 사회문제나 MZ세대의 이용 특성에 대응할 방안연구도 선행되어야 함
- (애니메이션 산업) 대형 플랫폼 매체의 영향력이 커지고 특히 OTT용 콘텐츠의 제작 규모가 확대되고 다양해지는 추세에 있으며 비대면 콘텐츠 수요 증가로 애니메이션 콘텐츠의 다양화, 저작권 보호를 위한 법제 마련이 필요함. 창작물 발굴을 위한 지원제도와 함께

애니메이션 산업 활성화를 위한 전문 인력 양성 프로그램이 필요하고 캐릭터 상품의 불법 복제 방지를 위한 처벌 대책 마련도 필요함. 어린이 이용자 대상의 애니메이션 작품의 정서, 신념 등을 고려한 스토리 구성, 역사적 사실 충돌 등의 문제에 어려움이 있음

- (방송산업) 방송 현장에서 활용되던 기존 기술 외 신기술 적용의 부담을 느끼고 있으며, 예산의 한계로 보급형 솔루션, 인프라 투자 부문의 정부 역할이 중요해 기술 융합의 효율적 컨트롤타워가 필요함. 방송콘텐츠에 인공지능 기술을 접목한 새로운 융합 콘텐츠 개발과 중장기적 연구개발이 뒷받침되어야 함. 방송제작자의 디지털 역량 제고를 위한 전문가의 컨설팅과 소통 기회가 확대될 필요가 있으며, 방송제작자, PD 등의 역량 강화를 위해 산업 특성에 맞는 근로 방식과 MZ 세대의 근로자 특성에 맞게 자유도를 인정해 줄 필요 있음. 멀티 구독이 일반화되면서 소비의 양극화에 대해 대응할 방안 마련도 필요함
- (광고 산업) 광고 산업은 디지털 전환에 매우 빠르게 적응해 가는 분야 중 하나이며, 고객 타겟팅에 디지털 기술이 오래전부터 적용되어 오히려 고객정보 보호의 이슈에 대응할 인 증체계 고도화가 요구되는 실정이며, 산업구조적으로 수직계열화, 갑질 문제에 대한 통합적, 체계적 정책 마련이 필요함. 광고 제작 환경의 특성상, 당일 제작이 종료되는 것이 보통이라 정형적 근로 방식보다는 유연하고 탄력적 근무방식이 적절하며 여러 분야의 전문가로 구성된 융합 콘텐츠 창출의 협력 기회가 늘어나 기꺼이 유료로라도 광고를 소비하는 이용자의 적극적 참여에 부합하는 콘텐츠를 개발하는 것이 중요함
- (캐릭터 산업) 캐릭터 산업은 본질적으로 기술집약적 특성의 산업으로 비대면 시대에 메타버스나 디지털 휴먼 캐릭터 등이 더 성장할 것으로 전망되고 신기술에 콘텐츠를 융합하는 방식에서 콘텐츠 중심의 기술 지원의 전환이 필요함. IP와 라이선싱 비즈니스 관점의 산업 진흥 정책이 꼭 필요하고 정부 주도보다는 민간 중심의 융합 프로젝트를 수행할 기회가 늘어나야 함. 대면식 공동작업이 비대면 협업 방식보다 생산성이 높은 현실적 문제가 있으며, 정규직보다는 프리랜서 계약이 늘어나는 추세에 있고 이용자 요구에 맞는 캐릭터 연구가 시급한 상황임
- (지식정보산업) 메타버스 플랫폼과 같은 주요 기술개발 프로젝트를 공공·민간이 경쟁적으로 추진하는 경향에 우려가 높고 교육 부문의 디지털 전환이 가속화되도록 자원 축적, 인프라 구축과 합리적 평가체계 마련이 필요함. 자원과 역량이 상대적으로 열세인 영세·중소기업에게 디지털 전환은 매우 어려운 과제이기 때문에 공공부문이 제공하는 인프라

에 매우 의존적일 수밖에 없으며, 이를 통한 지식산업의 고도화가 필요함. 국내 연구인력의 수급이 어려운 상황에 해외 우수 자원의 유입 방안 마련이 필요하고 올바른 콘텐츠 소비문화 정착을 위한 캠페인도 지속해야 함

- (콘텐츠솔루션 산업) 메타버스 관련 선두 기업이나 국가의 핵심 요소와 기술 분석에 관한 연구를 제공해주는 정책이 필요하고 콘텐츠 산업 전반에 신기술 적용과 확산을 위한 법제 마련도 중요함. 특히 블록체인 게임 개발과 운영의 면에서 관련 법제의 제약이 많아 융합 콘텐츠를 제작하는 데 장벽으로 작용하고 전문인력도 부족한 실정임. 이용자 문화 변화에 민감한 대기업이나 대형 플랫폼 중심으로 산업이 재편되고 더 영향력이 증가할 것으로 예상됨

4. 6대 정책 주제 선정

- (주요 키워드 빅데이터 분석) 11개 분야별 전문가 의견을 종합하여 나타난 결과 중 핵심 키워드를 분류하여 영역별로 정리하고, 주요 키워드의 유의미성을 판단하기 위해, 한국언론진흥재단이 제공하는 뉴스 빅데이터 분석 서비스, ‘빅카인즈’ 알고리즘을 적용하여, 높은 특성값을 나타내는 키워드를 핵심 키워드로 도출함
- (6대 정책주제 선별) 특성값이 높은 핵심 키워드 30개와 콘텐츠 가치사슬의 생산-유통-소비 구조에 매칭하여, 콘텐츠 산업진흥을 위한 6대 정책 주제를 선정하고, 각각의 6대 주제별로 전문가 의견을 재차 수렴하여 분야별 공통 의제를 구체적으로 선별함
 - (차세대 콘텐츠 활성화) 디지털, 비대면 시대에 적합한 차세대 콘텐츠
 - (공정상생) 콘텐츠 산업 생태계의 각 주체들의 상호작용과 공정경제 확립
 - (인력양성) 산업 내 필요한 전문인력과 인재 수급의 방안 마련
 - (재원 인프라) 콘텐츠 산업 내 영세, 중소기업의 자립과 경쟁력 확보
 - (신한류·글로벌 수출) 지속가능한 성장을 도모할 판로 개척 방안
 - (이용자 권익) 이용자, 소비자 중심의 콘텐츠 생산과 소비, 이용문화 정립

1. 전문가그룹 서면 평가 배경과 목표

- (배경과 목표) 도출된 정책 주제별 의제(안)를 평가하여 전략적이고 계량적인 판단 근거를 마련하고 분야별 전문가 평가에 부합하는 핵심 전략 방향 및 정책과제 도출의 합리성을 확보할 필요에 따라, 정책 주제별 의제의 정성적, 정량적 평가를 통해 미래 정책 전략 및 주요 과제를 도출함

2. 서면 평가 방법과 내용

- (방법 및 내용) 도출된 6대 정책 주제와 의제별로 평가(5점 척도)하여, 현재와 미래의 영향력 수준을 평가하고 평가 결과를 표준화하여 미래 정책 3대 전략과 10대 정책과제를 도출함
 - 6대 정책 주제의 하부 의제의 현재 영향력 수준과 5년 후 미래 영향력 수준을 5점 척도로 각각 평가하고 그 근거를 정성적으로 제시함. 6대 정책 주제는 차세대 콘텐츠 활성화(4개 의제), 공정상생(4개 의제), 인력양성(5개 의제), 자원·인프라(5개 의제), 신한류·글로벌 수출(2개 의제), 이용자 권익(3개 의제)의 총 23개 의제로 구성되며, 주어진 의제 외 콘텐츠 산업 내 변화를 견인하는 기타 요인과 전망, 향후 예상되는 쟁점 등을 정성적으로 추가 제시함

3. 서면 평가 결과

- (정책 주제1) 차세대 콘텐츠 활성화
 - (신기술 관련 법제도 정비(저작권 등)) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.75점, 미래 영향력 수준은 평균 4.33점으로, 현재보다 앞으로 더욱 큰 영향력을 가질 것으로 예상함
 - (신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화) 의제의 현재 영향력 수준은 비교적 낮은 평균 2.33점을 보였으나, 미래 영향력 수준은 평균 3.78점으로, 현재보다 미래에 영향력이 더 클 것으로 예상함
 - (기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.98

점, 미래 영향력 수준은 평균 4.00점으로, 현재 지원사업에 대한 긍정적 평가에 더해, 앞으로는 장기적 관점에서의 지원사업과 다양하고 참신한 시도에 대한 지원이 필요할 것으로 예상함

- (디지털 휴먼·메타버스·AI 콘텐츠 등 신기술 콘텐츠 활용 활성화) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.78점, 미래 영향력 수준은 평균 4.20점으로, 현재에 비해 앞으로 큰 영향력 수준을 가질 것으로 예상함

○ (정책 주제2) 공정상생

- (IP 확장에 따른 수익배분 (저작권)) 의제의 의제 중요도 평가 점수는 현재 영향력 수준은 평균 2.93점, 미래 영향력 수준은 평균 4.20점으로, 앞으로 더 중요해질 것으로 예상
- (불법복제(저작권)) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.27점, 미래 영향력 수준은 평균 3.91점으로, 현재 영향력 수준도 비교적 높은 것으로 평가됐고 앞으로도 중요한 의제가 될 것으로 예상함
- (기업 간 양극화) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.35점, 미래 영향력 수준은 평균 3.98점으로, 현재도 중요한 의제이며 앞으로 더욱 중요한 의제가 될 것으로 예상함
- (콘텐츠-플랫폼간 공정거래) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.29점, 미래 영향력 수준은 평균 4.13점으로, 현재 영향력 수준도 높고 미래 영향력 수준은 지금보다 더욱 커질 것으로 예상함

○ (정책 주제3) 인력양성

- (멀티IP, 수퍼IP의 매니지먼트 능력 역량 강화) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.82점이고, 미래 영향력 수준은 평균 4.09점으로, 앞으로 산업이 발전하면 할수록 그 중요도는 더 커질 것으로 예상함
- (창작자 보호) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.75점이고, 미래 영향력 수준은 평균 3.93점으로, 현재 조금씩 안정화되어가는 추세로 앞으로는 더 강화되고 안정될 것으로 예상함
- (신생 직업 인력양성) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.84점이고, 미래 영향력 수준은 평균 3.76점으로, 지금이나 앞으로나 핵심 인력 확보가 가장 큰 숙제가 될 것이라고 예상함
- (디지털전환 역량 인제 수급 부족) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.13점이고, 미래 영향력 수준은 평균 3.89점으로, 글로벌 진출을 위한 필수조건으로써, 그 중요도는 더 커질 것으로 예상함

- (노동 환경 개선) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.93점이고, 미래 영향력 수준은 평균 3.93점으로, 코로나19로 재택근무가 확대되고, 메타버스 등 신기술의 발전으로 과거와는 다른 논의가 진행될 것으로 예상함

○ (정책 주제4) 자원·인프라

- (디지털 인프라 구축 지원투자유치) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.04점이고, 미래 영향력 수준은 평균 3.93점으로, 앞으로 산업이 발전하면 할수록 그 기본 환경 조성은 필수요소가 될 것으로 예상함
- (모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.85점이고, 미래 영향력 수준은 평균 3.73점으로, 앞으로 잠재력 있는 기업이 성장하기 위해서는 매우 중요할 것이라고 예상함
- (유연한 기업활동을 뒷받침하는 제반 여건 조성) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.76점이고, 미래 평균은 3.67점으로, 향후 영향력은 현재보다 더 중요해질 것으로 예상함
- (제작 초기 투자지원 강화와 제작 단계별 세분화) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.93점이고, 미래 영향력 수준은 평균 3.84점으로, 앞으로 영향력이 더 커질 것으로 예상함
- (창작활동 지원) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.13점이고, 미래 영향력 수준은 평균 4.07점으로, 앞으로 영향력은 더 커질 것으로 예상함

○ (정책 주제5) 신한류·글로벌 수출

- (콘텐츠 글로벌 유통창구 확대) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.09점이고, 미래 영향력 수준은 평균 4.15점으로, 다른 의제 대비 상대적으로 미래 영향력 평균이 높은 수준으로 나타나는 등 향후 더 영향력이 커질 것으로 예상함
- (수출통상 관련 제도개선) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.95점이고, 미래 영향력 수준은 평균 4.05점으로, 현재 대비 향후 영향력이 더 높아질 것으로 예상함

○ (정책 주제6) 이용자 권익

- (이용자 간 디지털 격차, 지역 간 향유격차 완화) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.85점, 미래 영향력 수준은 평균 3.56점으로, 현재보다 영향력 수준이 높아질 것으로 예상함

- (이용자 개인정보 보호) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.05점, 미래 영향력 수준은 평균 3.95점으로, 앞으로 더욱 중요한 의제가 될 것으로 예상함
- (이용자 문화개선) 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.91점, 미래 영향력 수준은 평균 3.53점으로, 현재보다 미래에 영향력 수준이 높아질 것으로 예상함

4. 콘텐츠 산업 미래 정책과제 도출

○ (의제별 영향력 평가 분석) 정책 의제별로 현재와 미래의 영향력 수준을 표준 정규화하여 수준을 비교함

- (주제별 수준 비교) 정책 주제별로 현재와 미래의 영향력 수준을 비교하면, 차세대 콘텐츠 활성화, 인력양성(신생 직업 인력양성, 디지털전환 역량인재 수급부족 제외), 신한류·글로벌 수출과 관련한 정책이 콘텐츠 산업진흥을 위한 미래 정책 주제로 타당한 것으로 나타남
- (분야별 영향력 수준 비교) 콘텐츠 산업 분야별로 현재와 미래의 영향력 수준을 비교해보면, 차세대 콘텐츠 활성화는 콘텐츠솔루션 분야를 제외한 전 분야에서 모두 높게 나타났으며, 인력양성은 출판, 만화, 게임, 방송 분야에서, 신한류·글로벌 수출은 출판, 만화, 영화, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 등 다수의 분야에서 영향력이 큰 것으로 나타남

○ (3대 전략 방향 설정) 미래 영향력 수준이 높은 정책을 기반으로, ‘신기술 융합·디지털 전환’, ‘IP 중심 비즈니스’, ‘콘텐츠 미래 생태계 기반 조성’의 3대 전략의 방향성 설정

- (미래 정책 3대 전략) 「신기술 융합·디지털 전환」을 위한 전략으로, “디지털 전환으로 K-콘텐츠 경쟁력 강화” 전략 1 도출, 「IP 중심 비즈니스」를 위한 전략으로, “IP 중심의 콘텐츠 비즈니스 고도화” 전략 2 도출, 「콘텐츠 미래 생태계 기반 조성」을 위한 전략으로, “공정·상생·협력의 생태계 조성” 전략 3 도출
- (미래 정책 10대 과제) 「디지털 전환으로 K-콘텐츠 경쟁력 강화 전략」의 세부 과제로 미래 정책 의제를 구체화하여 ‘콘텐츠-디지털 기술 융합 지원, 디지털 콘텐츠 제작 지원, 디지털 전환 지원, 디지털 전환 직무교육 지원’을 선정, 「IP 중심의 콘텐츠 비즈니스 고도화 전략」의 세부 과제로, ‘콘텐츠 저작권 관리 체계 통합, IP 융합 비즈니스 활성화, IP 융합 핵심 인재 양성’을 선정, 「공정·상생·협력의 생태계 조성 전략」의 세부 과제로, ‘콘텐츠 기업 동반 해외 진출, 수익배분 공정 체계 개선, 창작자·이용자 권익 보호’를 선정

1. 미래정책 제언의 배경

- (배경) 코로나19 확산 위협에도 방역 모범국가로서 단계적 일상 회복 노력이 결실을 얻고 있고, 특히, K-Pop 등 한국의 고유 콘텐츠에 대한 세계적 관심과 성과가 창출되고, 비대면 콘텐츠 소비문화가 빠르게 정착되는 추세를 기회로 활용하여, 미래동력 확보를 위한 생태계 기반 조성 과 콘텐츠 산업의 질적 성장을 견인해 나갈 미래지향적인 정책을 제언함

2. 정책제언의 목표와 10대 과제

- (목표와 방향성) 코로나19 확산에 따른 변화에 대응하고, 콘텐츠 산업 진흥과 지속 성장을 위한 미래지향적 정책의 제언을 목표로, ‘디지털 전환’으로 K-콘텐츠 경쟁력 강화, ‘IP 중심’의 콘텐츠 비즈니스 고도화, ‘공정·상생·협력’의 생태계 조성을 위한 방안을 모색함

3. 정책별 세부 내용

- (디지털 전환으로 K-콘텐츠 경쟁력 강화) 기술의 진화와 비대면 디지털 콘텐츠 부상, 이용자 소비문화 변화 등에 따라, 메타버스 등과 같은 가상과 현실이 융합하는 새로운 세계관과 플랫폼이 출현하고, 신기술과 융합된 디지털 콘텐츠의 생산과 유통, 소비의 생태계가 질적, 양적으로 변화되는 상황에 대응하여, 콘텐츠 산업의 사업, 경영, 생산, 유통, 소비의 전 가치 사슬 전반의 디지털 전환을 촉진함으로써, 더 경쟁력 있는 K-콘텐츠를 창출할 산업적 기반의 체질 개선을 도모함
 - (콘텐츠-디지털 기술 융합 지원) 콘텐츠 관련 사업의 디지털 전환을 계획/추진하는 콘텐츠 기업을 대상으로, 기술적, 물적, 인적 인프라 확보 지원
 - (디지털 콘텐츠 제작 지원) 실감, 몰입, 지능형 디지털 콘텐츠 중심의 K-콘텐츠 경쟁력 강화 지원
 - (디지털 전환 지원) 사업 핵심을 기존 방식에서 디지털 방식으로 전환하려는 콘텐츠 기업을 대상으로 디지털 전환 지원
 - (디지털 전환 직무교육 지원) 새로운 방식의 경영 및 사업환경에 적응할 수 있도록 기존

근로자 및 신규 근로자에 대한 체계적이고 단계적인 디지털 전환 역량 강화교육 수행 지원

- (IP 중심의 콘텐츠 비즈니스 고도화) 지식재산권 보호가 매우 중요한 산업적 특성에 따라, 원천 IP 및 확장과 연결의 슈퍼 IP 부가가치 증대를 위한 새로운 비즈니스 모델 고도화
 - (콘텐츠 저작권 관리체계 통합) 저작물 이용에 대한 신뢰성 있는 정보 제공, 저작권 관리와 사용료 정산·분배 효율성 제고 및 투명성 제고
 - (IP 융합 비즈니스 활성화) 핵심적인 원천콘텐츠로서 IP 개발·확보뿐 아니라 다른 산업과의 IP 융·복합이 가속화됨에 따라 IP 비즈니스 활성화를 위한 원스탑 지원 체계 구축
 - 저작물 이용에 대한 신뢰성 있는 정보 제공, 저작권 관리와 사용료 정산·분배 효율성 제고 및 투명성 제고
 - (IP 융합 핵심 인재 양성) 콘텐츠 IP에 대한 법적 지식뿐 아니라 비즈니스에 대한 전반적인 이해를 갖춘 전문인력 양성을 통한 IP 인적 기반 조성
- (공정·상생·협력의 생태계 조성) 콘텐츠 기획 및 생산 단계의 영세성과 열세, 중간 유통 단계의 대형 플랫폼의 영향력이 매우 큰 구조적인 문제에서 지속해서 지적되고 있는 불공정 계약과 유통 관행의 문제를 해소하는 일관된 정책적 노력을 통해, 공정하고 상생하는 협력의 생태계 조성을 도모함
 - (콘텐츠 기업 동반 해외 진출) 경쟁력 있는 디지털 콘텐츠를 보유한 콘텐츠 기업과 유통, 채널, 네트워크를 보유한 대·중·소 기업 연합으로 콘텐츠 수출과 해외 진출의 기회 확대
 - (수익배분 공정 체계 개선) 콘텐츠 산업의 공정한 유통 및 상생·협력 환경 조성을 위한 제도 정비
 - (창작자·이용자 권익 보호) 새로운 기술과 빅데이터를 접목한 융합 콘텐츠가 등장하면서 새로운 유형의 이용자 권익 침해 사례 등장 및 대응 체계 미비에 따른 이용자 보호 기반 마련



목 차

제1장 서론	1
1. 연구의 배경 및 목적	3
2. 연구 범위 및 방법	9
3. 연구의 기대효과 및 활용방안	16
제2장 코로나19 팬데믹과 콘텐츠 산업 현황	17
1. 코로나19 팬데믹과 세계 경제 현황	19
2. 국내·외 콘텐츠 산업 현황	24
3. 국내·외 콘텐츠 산업 정책	31
4. 콘텐츠 산업의 변화양상과 특징	43
5. 콘텐츠 산업 현황 및 정책 분석 시사점	62
제3장 콘텐츠 산업 분야별 정책 주제 탐색	65
1. 전문가그룹 인터뷰 배경과 목표	67
2. 조사연구 방법과 내용	68
3. 분야별 전문가그룹 인터뷰(FGI) 결과	71
가. 콘텐츠 산업 분야별 논의 결과	71
1) 출판산업 분야	71
2) 만화/웹툰 산업 분야	74
3) 음악 산업 분야	77
4) 영화산업 분야	80
5) 게임 산업 분야	83
6) 애니메이션 산업 분야	86
7) 방송 산업 분야	89
8) 광고 산업 분야	92
9) 캐릭터 산업 분야	95
10) 지식정보산업 분야	98
11) 콘텐츠솔루션 산업 분야	101



목 차

나. 키워드 범주화	104
4. 6대 정책 주제 선정	108
제4장 콘텐츠 산업 미래 정책 과제 도출	113
1. 전문가그룹 서면 평가 배경과 목표	115
2. 서면 평가 방법과 내용	116
3. 서면 평가 결과	118
가. 차세대 콘텐츠 활성화	118
나. 공정·상생	130
다. 인력양성	142
라. 자원·인프라	157
마. 신한류 글로벌 수출	172
바. 이용자 권익	178
4. 콘텐츠 산업 미래 정책 과제 도출	187
가. 의제별 영향력 평가 분석	187
나. 미래 정책 전략 및 과제 도출	193
제5장 콘텐츠 산업 진흥 미래 정책 제언	195
1. 미래정책 제언의 배경	197
2. 정책 제언의 목표와 전략 및 과제	198
3. 정책별 세부 내용	200
가. 디지털 전환으로 K-콘텐츠 경쟁력 강화	200
나. IP 중심의 콘텐츠 비즈니스 고도화	211
다. 공정·상생·협력의 생태계 조성	223
참고문헌	233
부록	239



표 목 차

<표 1-1> 전문가그룹 인구통계학적 정보	13
<표 1-2> 분야별 전문가 상세 정보	13
<표 2-1> 세계 주요국의 연간 GDP 성장률과 전망	22
<표 2-2> 분야별 세계 콘텐츠 시장 규모와 전망	25
<표 2-3> 국가별 세계 콘텐츠 시장 규모와 전망	26
<표 2-4> 콘텐츠 산업 매출액 현황	28
<표 2-5> 콘텐츠 산업 수출액 현황	29
<표 2-6> 콘텐츠 산업 종사자 현황	30
<표 2-7> 콘텐츠 산업 중장기 정책 비전(2017)	33
<표 2-8> 콘텐츠 산업경쟁력 강화 핵심 전략(2018)	34
<표 2-9> 콘텐츠 산업 3대 혁신전략(2019)	35
<표 2-10> 디지털 뉴딜 비대면 콘텐츠 산업 성장 전략(2020)	36
<표 2-11> 가상 융합경제 발전 전략(2020)	37
<표 2-12> 코로나19 극복 콘텐츠 산업 혁신전략(2021)	38
<표 2-13> 포스트 코로나 유망 서비스 업종	47
<표 2-14> 메타버스로의 이동	48
<표 2-15> 주요 메타버스 플랫폼	49
<표 2-16> 미디어 산업 생태계(CPN+User) 변화	52
<표 2-17> 개인화된 미디어 소비의 의미와 콘텐츠 유형	60
<표 2-18> 콘텐츠 산업 변화의 양상과 특징	61
<표 3-1> 콘텐츠 산업 전문가그룹 인터뷰 매트릭스	70
<표 3-2> 출판산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과	73
<표 3-3> 만화 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과	76
<표 3-4> 음악 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과	79
<표 3-5> 영화 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과	82
<표 3-6> 게임 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과	85
<표 3-7> 애니메이션 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과	88
<표 3-8> 방송 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과	91



표 목 차

<표 3-9> 광고 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과	94
<표 3-10> 캐릭터 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과	97
<표 3-11> 지식정보 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과	100
<표 3-12> 콘텐츠솔루션 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과	103
<표 3-13> 콘텐츠 산업 전문가그룹 인터뷰 주요 키워드	104
<표 3-14> 전문가그룹 인터뷰 주요 키워드와 6대 정책 주제	108
<표 3-15> 6대 주제별 의제(안) 선정	110
<표 3-16> 분야별 주요 정책 의제(안)	112
<표 4-1> 정책 의제의 영향력 평가 결과표 예시	117
<표 4-2> 「신기술 관련 법제도 정비」의 영향력 평가	119
<표 4-3> 「신기술 관련 법제도 정비」의 전망과 쟁점, 과제	120
<표 4-4> 「신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화」의 영향력 평가	122
<표 4-5> 「신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화」의 전망과 쟁점, 과제	123
<표 4-6> 「기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업」의 영향력 평가	125
<표 4-7> 「기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업」의 전망과 쟁점, 과제	126
<표 4-8> 「신기술 콘텐츠 활용 활성화」의 영향력 평가	128
<표 4-9> 「신기술 콘텐츠 활용 활성화」의 전망과 쟁점, 과제	129
<표 4-10> 「IP 확장에 따른 수익배분」의 영향력 평가	131
<표 4-11> 「IP 확장에 따른 수익배분」의 전망과 쟁점, 과제	132
<표 4-12> 「불법복제(저작권)」의 영향력 평가	134
<표 4-13> 「불법복제(저작권)」의 전망과 쟁점, 과제	135
<표 4-14> 「기업 간 양극화」의 영향력 평가	137
<표 4-15> 「기업 간 양극화」의 전망과 쟁점, 과제	138
<표 4-16> 「콘텐츠-플랫폼 간 공정거래」의 영향력 평가	140
<표 4-17> 「콘텐츠-플랫폼 간 공정거래」의 전망과 쟁점, 과제	141
<표 4-18> 「멀티IP, 슈퍼IP의 매니지먼트 능력 역량 강화」의 영향력 평가	143
<표 4-19> 「멀티IP, 슈퍼IP의 매니지먼트 능력 역량 강화」의 전망과 쟁점, 과제	144
<표 4-20> 「창작자 보호」의 영향력 평가	146



표 목 차

<표 4-21> 「창작자 보호」의 전망과 쟁점, 과제	147
<표 4-22> 「신생 직업 인력양성」의 영향력 평가	149
<표 4-23> 「신생 직업 인력 양성」의 전망과 쟁점, 과제	150
<표 4-24> 「디지털전환 역량 인재 수급 부족」의 영향력 평가	152
<표 4-25> 「디지털전환 역량 인재 수급 부족」의 전망과 쟁점, 과제	153
<표 4-26> 「노동 환경 개선」의 영향력 평가	155
<표 4-27> 「노동 환경 개선」의 전망과 쟁점, 과제	156
<표 4-28> 「디지털 인프라 구축 지원·투자유치」의 영향력 평가	158
<표 4-29> 「디지털 인프라 구축 지원·투자유치」의 전망과 쟁점, 과제	159
<표 4-30> 「모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고」의 영향력 평가	161
<표 4-31> 「모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고」의 전망과 쟁점, 과제	162
<표 4-32> 「유연한 기업활동을 뒷받침하는 제반 여건 조성」의 영향력 평가	164
<표 4-33> 「유연한 기업활동을 뒷받침하는 제반 여건 조성」의 전망과 쟁점, 과제	165
<표 4-34> 「제작 초기 투자지원 강화와 제작 단계에 따른 투자지원」의 영향력 평가	167
<표 4-35> 「제작 초기 투자지원 강화와 제작 단계에 따른 투자지원」의 전망과 쟁점, 과제	168
<표 4-36> 「창작활동 지원」의 영향력 평가	170
<표 4-37> 「창작활동 지원」의 전망과 쟁점, 과제	171
<표 4-38> 「콘텐츠 글로벌 유통창구 확대」의 영향력 평가	173
<표 4-39> 「콘텐츠 글로벌 유통창구 확대」의 전망과 쟁점, 과제	174
<표 4-40> 「수출통상 관련 제도개선」의 영향력 평가	176
<표 4-41> 「수출통상 관련 제도개선」의 전망과 쟁점, 과제	177
<표 4-42> 「이용자 간 디지털 격차, 지역 간 향유격차 완화」의 영향력 평가	179
<표 4-43> 「이용자 간 디지털 격차, 지역 간 향유격차 완화」의 전망과 쟁점, 과제	180
<표 4-44> 「이용자 개인정보보호」의 영향력 평가	182
<표 4-45> 「이용자 개인정보보호」의 전망과 쟁점, 과제	183
<표 4-46> 「이용자 문화 개선」의 영향력 평가	185
<표 4-47> 「이용자 문화 개선」의 전망과 쟁점, 과제	186
<표 4-48> 정책 주제별 신뢰성 검증	187



표 목 차

〈표 4-49〉 의제별 영향력 평가 표준 정규화	188
〈표 4-50〉 분야별 현재와 미래 영향 수준 비교	191
〈표 4-51〉 미래 정책 핵심 전략 도출	193
〈표 4-52〉 콘텐츠 산업 진흥 3대 전략과 10대 정책과제	194
〈표 5-1〉 〈콘텐츠-디지털 기술 융합 지원〉 관련 정책	202
〈표 5-2〉 〈디지털 콘텐츠 제작 지원〉 관련 정책	205
〈표 5-3〉 〈디지털 전환 지원〉 관련 정책	207
〈표 5-4〉 〈디지털 전환 직무교육〉 관련 정책	209
〈표 5-5〉 기업 및 공공기관 임직원 대상 디지털 전환 교육 프로그램	210
〈표 5-6〉 〈콘텐츠 저작권 관리체계 통합〉 관련 정책	212
〈표 5-7〉 〈IP 융합 비즈니스 활성화〉 관련 정책 1	214
〈표 5-8〉 〈IP 융합 비즈니스 활성화〉 관련 정책 2	215
〈표 5-9〉 네이버와 카카오의 IP 확보 현황	215
〈표 5-10〉 콘텐츠 인재 양성 관련 주요 사업	219
〈표 5-11〉 〈IP 융합 핵심 인재 양성〉 관련 정책 1	220
〈표 5-12〉 〈IP 융합 핵심 인재 양성〉 관련 정책 2	221
〈표 5-13〉 〈콘텐츠 기업 동반 해외 진출〉 관련 정책	225
〈표 5-14〉 〈수익배분 공정 체계 개선〉 관련 법안 1	226
〈표 5-15〉 〈수익배분 공정 체계 개선〉 관련 법안 2	227
〈표 5-16〉 콘텐츠 장르별 수익배분 현황	227
〈표 5-17〉 외주제작사별 영상 콘텐츠 수익모델	228
〈표 5-18〉 〈창작자·이용자 권익 보호〉 관련 정책과 법안	231



그림 목 차

[그림 1-1] 연구의 목적	8
[그림 1-2] 전문가그룹 인터뷰 수행 절차	10
[그림 1-3] 전문가그룹 서면 평가 절차	11
[그림 1-4] 연구수행 체계	12
[그림 1-5] 연구의 흐름	15
[그림 2-1] 세계 주요 국가별 코로나19 감염 및 사망률 현황	20
[그림 2-2] 세계 경제 지표 추이	21
[그림 2-3] 세계 경제 성장률(1980~2025) 추이	21
[그림 2-4] 세계 콘텐츠 시장 규모 및 전망	24
[그림 2-5] 국내 콘텐츠 산업 매출 규모	27
[그림 2-6] 한국판 뉴딜의 변화(1.0 → 2.0)	40
[그림 2-7] 가트너 Hype Cycle for Emerging Technologies 2021	43
[그림 2-8] 대체불가능토큰(NFT) 시장 규모	44
[그림 2-9] VR 시장의 성장	45
[그림 2-10] 코로나19 이후 사회 변화와 디지털 사회의 모습	55
[그림 2-11] 소비자 권력의 변화	58
[그림 2-12] 코로나19 이후 일상 변화	59
[그림 3-1] 분야별 전문가 비대면 회의 수행 일정	69
[그림 3-2] 전문가 인터뷰 수행 과정	70
[그림 3-3] 출판산업 분야 인터뷰 예시	72
[그림 3-4] 만화/웹툰 산업 분야 인터뷰 예시	75
[그림 3-5] 음악 산업 분야 인터뷰 예시	78
[그림 3-6] 영화산업 분야 인터뷰 예시	81
[그림 3-7] 게임 산업 분야 인터뷰 예시	84
[그림 3-8] 애니메이션 산업 분야 인터뷰 예시	87
[그림 3-9] 방송 산업 분야 인터뷰 예시	90
[그림 3-10] 광고 산업 분야 인터뷰 예시	93
[그림 3-11] 캐릭터 산업 분야 인터뷰 예시	96



그림 목 차

[그림 3-12] 지식정보산업 분야 인터뷰 예시	99
[그림 3-13] 콘텐츠솔루션 산업 분야 인터뷰 예시	102
[그림 3-14] 주요 키워드 빅데이터 분석 결과	107
[그림 4-1] 분야별 전문가 서면 평가 수행 일정	116
[그림 4-2] 전문가 서면 평가 및 정책과제 도출 과정	117
[그림 4-3] 정책 주제별 현재와 미래 영향력 수준 비교	190
[그림 5-1] 미래정책 제언 목표	199
[그림 5-2] 네이버의 콘텐츠 생태계 확장 전략	216
[그림 5-3] 카카오 엔터테인먼트의 콘텐츠 생태계 확장 전략	216
[그림 5-4] IP 중심 비즈니스 고도화 관련 전문가 의견 예시	217
[그림 5-5] IP 융합 핵심 인재 양성 관련 전문가 의견 예시	222
[그림 5-6] IP 비즈니스·관리 분야 세분화 분류안 예시	222
[그림 5-7] 창작자·이용자 권익 보호 관련 전문가 의견 예시	232

CHAPTER

01

포스트코로나 시대
콘텐츠 산업 미래 정책 연구

서론

1. 연구 배경 및 목적
2. 연구 범위 및 방법
3. 연구의 기대효과 및 활용방안

제1장 서론

1. 연구 배경 및 목적

가. 연구 배경

1) 코로나19 팬데믹과 콘텐츠 산업의 영향

○ 이전에는 경험하지 못한 코로나19 바이러스 확산 충격

- 신종 코로나바이러스(코로나19)의 출현과 동시에 전 세계로 급속히 전파·확산하고 감염자와 사망자가 급증하여, 세계 각국의 정치경제, 사회문화 전반에 부정적 영향을 비롯한 국가 방역체계, 정부 대처에 대한 불신 등이 나타나는 등, 국지적 감염사례와는 다른 범지구적 충격을 주는 일 발생
- 신종 바이러스의 성격, 종류, 파급력, 위험도 등 이전 데이터가 없는 상황에서 각국은 외국인 입국을 제한하고, 지역봉쇄, 사회적 거리두기, 공공장소 및 상업시설 이용 금지, 마스크 강제 착용 등의 강력한 조치를 발동하며 감염확산 방지에 총력을 다함
- 페스트, 스페인독감 등 인류사에 큰 해악을 끼친 질병 확산 때와 달리, 현대의 진화된 의료기술과 체계, 통제력에도 불구하고, 빠른 감염 속도와 변이에 대응하기 어려워 세계 경제 침체와 산업 전반의 위축 등이 나타나며 현재까지 약 2년간 계속 진행 중임
- 역사상 세 번째로 선포된 코로나19 팬데믹으로 인해, 사람 사이의 직접적 인간관계, 대면 소통, 다수가 모여 즐기는 공연, 축제, 광장 문화 등이 위축되고 국가 간 이동, 여행 등이 불가해 세계 콘텐츠 산업 전반의 부정적 영향 정도를 가늠하기 어려움

○ 비대면 시대의 빠른 전환과 콘텐츠 산업에 대한 영향

- 4차산업혁명으로 촉발된 첨단 기술의 창발, 디지털 사회의 복잡성 증가, 비대면 소비와 소통의 방식 진화, 디지털 사회로의 패러다임 전환이 시작되는 상황에 맞물려, 코로나19 확산으로 비대면 시대의 도래가 더욱 빨라짐
- 팬데믹 선언 초기의 경제, 사회적 충격이 다소 완화되고 각국 정부의 경제 회복 노력의 성과와 일상으로의 복귀, 경제지표의 뚜렷한 회복세와 함께, 비대면 방식의 생활, 향유 문화가 정착함에 따라, 콘텐츠의 질적, 양적 변화를 통한 새로운 미래산업 성장동력을 모색하려는 콘텐츠-기술 융합의 움직임이 두드러지게 나타나고 있음
- 기존의 대면, 아날로그 방식에서 비대면, 개인화된 디지털 콘텐츠 소비 방식으로 전환되는 추세에 맞춰, 현재 콘텐츠 산업에 미치는 영향 정도와 현황을 파악하여 미래의 콘텐츠 산업의 발전 방향에 대한 정책적 대안을 다각적으로 모색해 볼 필요성이 증가하고, 미래 콘텐츠 산업의 트렌드를 전망해보는 연구 노력과 성과들이 많이 나타나고 있음
- 코로나19 팬데믹 이후, 콘텐츠 산업 패러다임과 산업 지형이 어떻게 변화하고 있고 콘텐츠 생산과 유통, 소비되는 가치 사슬 전반의 정확한 자료 수집과 분석을 바탕으로 미래정책의 전략 수립과 입안을 위한 기초 연구의 중요성이 매우 크게 높아지고 있음

2) 기술, 산업, 노동, 이용자 문화 변화에 따른 미래 콘텐츠 산업 발전 방향

○ 디지털 혁신 기술과 디지털 전환이 가져올 질적, 양적 변화 적응

- 다양한 신기술이 사회, 경제, 문화 전반의 산업과 융합되어 새로운 상품과 서비스로 제공되고 부가가치를 새롭게 창출하는 동력으로 작용하면서, 메타버스와 같은 가상과 현실 세계가 융합한 새로운 세계관이 출현하고, 이를 기반으로 한 새로운 요구를 더 충족할 기술적 해법을 모색하는 등의 선순환 구조가 형성됨

- 개발자나 공급자 중심이 아닌, 시장과 이용자 중심의 기술이 적용되어 더 편리하고 효율적인 가치에 익숙해지고, 새로운 콘텐츠와 이전과 다른 소비 방식에 빠르게 적응하고 있음
- 콘텐츠 산업의 핵심은 콘텐츠 자체의 생산과 유통, 소비는 물론, 문화와 기술의 결합인 문화기술(CT)의 지속적 개발을 통한 고유한 문화 형성과 향유도 중요하고, 삶의 방식과 질적 변화에 주목하여, 콘텐츠 산업의 창의 산업적 특성을 고려한 신기술 융합의 정책 방향을 설정하고 추진할 필요성이 매우 높음

○ 산업 간 융복합으로 인한 새로운 산업 경계에 대한 이해

- 새로운 기술과 결합한 디지털 콘텐츠의 창작 환경 개선, 슈퍼 지식재산(IP)의 무한 확장 가능성, 세계 한류 콘텐츠에 관한 관심과 가치 고조, 시간적·공간적 한계를 뛰어넘은 소비 등으로 기존의 사업 방식을 넘어선 새로운 융복합 콘텐츠 비즈니스 모델에 대한 준비를 위해, 새로운 산업 경계에 대한 이해를 바탕으로 산업 진흥을 위한 법제도 개선, 미래 디지털 콘텐츠 산업 생태계 조성 등의 노력이 필요함
- 특정 산업의 경계에 국한되지 않는 무한한 상상력과 창의적 아이디어의 실현을 도모하는 방향으로 콘텐츠 산업의 정의 및 개념을 열린 체계로 설정하고 산업별 요구와 필요를 충족할 협력체계를 구축하여 새로운 산업의 기회를 탐색할 계기로 활용할 필요 있음

○ 일과 생활의 균형, 삶의 가치 추구가 중요한 미래 노동환경

- 산업 내 종사자, 근로자의 일과 생활의 균형(Work-life balance)의 중요성이 점차 높아지는 상황에서, 밀레니얼과 MZ 세대 등의 특성이 기업 생산성과 산업 부가가치 향상 등의 목표에 부합하는 정책 마련의 필요성도 높아짐
- 1인 미디어, 소규모 창작활동이 증가하면서 높아진 생산성, 소비자의 콘텐츠 생산 참여가 매우 유연해지면서, 창의적 콘텐츠의 생산과 소비가 매우 증가하는 동시에, 대형화된 유통 플랫폼의 영향력에 종속되어 공정하지

못한 대우나 지식재산권을 보호받지 못하는 불합리한 사례, 정당한 보상의 기회 상실 등도 늘고 있어 이를 해소하는 방안도 정책적으로 고려할 필요성이 높아지는 상황임

○ 이용자 중심의 산업, 문화, 소비 변화

- 콘텐츠 산업 비즈니스의 핵심적 가치제안(value proposition)이 소비자나 이용자가 원하는 콘텐츠를 생산하고 제공하는 것인 만큼, 선행적으로 이용자 문화의 변화양상과 추세를 파악하고 이에 대한 대응 방안을 모색하는 것은 매우 중요한 문제임
- 코로나19 확산에 따른 대면 활동의 제약, 사회적 거리두기, 강화된 방역지침 준수 등의 영향으로 집이나 제한된 공간에서의 활동으로 전환되면서, 실시간 주문형(on-demand) 디지털 콘텐츠의 소비, 온라인과 오프라인이 결합한 형태의 O2O 서비스 이용 급증에 각 산업계의 구독 경제로의 전환 노력도 빠르게 진행되는 추세에 있음

3) 포스트 코로나 시대에 콘텐츠 산업 진흥을 위한 미래정책 연구

○ 미래 콘텐츠 산업 진흥을 위한 정책 발굴

- 코로나19 확산 종식 또는 공존의 시대가 한동안 이어질 것으로 전망되는 가운데, 미래 콘텐츠 산업의 부가가치 창출을 위한 신성장 동력의 발굴과 새로운 비즈니스 모델 개선을 위해, 기술, 산업, 노동, 소비문화 전반에 관련된 변화양상에 대응할 수 있는 정책 수립의 중요성이 매우 높아짐
- 서구 중심의 콘텐츠 소비문화가 아시아로 이동, 특히 K-콘텐츠에 관심이 집중되는 세계적 추세에 따라, 위험과 기회에 대한 정확한 인식을 바탕으로 포스트(위드) 코로나 시대에 맞는 산업적 활력을 도모할 미래정책을 도출할 필요가 높아짐

나. 연구목적

1) 코로나19 팬데믹에 따른 콘텐츠 산업의 전반의 영향 및 현황 파악

○ 콘텐츠 산업 현황 및 코로나19 확산의 영향과 환경변화

- 코로나19 대유행으로 인한 국내·외 콘텐츠 산업 전반의 영향과 환경변화를 선형 연구를 통해 파악하고 미래정책 의제를 상향적(bottom-up)으로 도출하기 위한 기초자료 도출을 목표로 함
- 콘텐츠 산업의 변화양상 및 특징을 기술적, 산업 구조적, 노동 환경적, 이용자 문화적 측면에서 분석하고, 주요 정책 의제 도출을 위한 기초자료로 활용하는 것으로 목표로 함

○ 국내·외 주요 국가의 콘텐츠 산업 진흥을 위한 정책 분석

- 여러 경제지표, 통계자료를 바탕으로 코로나19 확산에 따른 경제적, 산업적 충격의 정도를 파악하고 이에 대한 국내·외 주요 국가의 대응 정책을 분석하여 미래정책 도출의 근거 마련을 목표로 함
- 국내외 주요 국가의 콘텐츠 산업 진흥을 위한 정책조사의 범위를 코로나19 팬데믹 이전부터 일관되게 추진되는 정책보다 코로나19 확산에 대응하여 시행된 정책을 중심으로 한정해 조사하고 시사점 도출을 목표로 함

2) 콘텐츠 산업 분야별 산학연 전문가를 통한 정책 의제 발굴

○ 분야별 산학연 전문가그룹 의견 수렴 및 정책 의제 탐색

- 콘텐츠 산업 11개 분야별 전문가를 전공과 경력 등을 고려하여 선발하여 분야별로 포커스그룹인터뷰(FGI) 방식으로 의견을 수렴하고 유의미한 정책 의제의 기초자료 도출을 목표로 함

○ 미래정책 주제 및 정책 공통 의제 도출

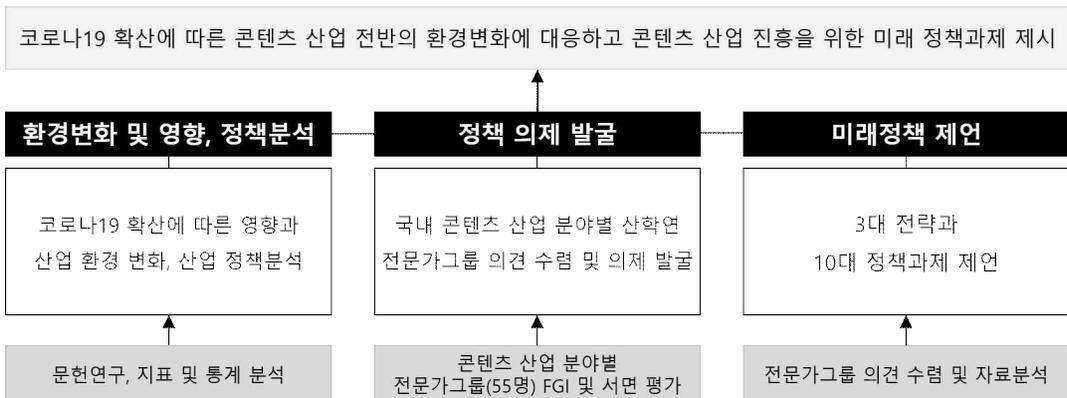
- 도출된 정책 의제를 기반으로 전문가그룹 서면 평가를 수행하여, 미래정책으로 상정할 만한 공통의 정책 의제와 전략 방향성 도출을 목표로 함
- 평가 결과의 단계별 분석을 통해, 체계적이고 합리적인 정책 의제 도출 방법의 정립을 목표로 함

3) 코로나19 종식(공존)의 현실에서 콘텐츠 산업의 성장동력 확보를 위한 정책제언

○ 미래지향적 콘텐츠 산업 정책의 제시

- 기존의 콘텐츠 산업 정책의 일관성을 유지하는 동시에 코로나19 확산에 따른 긍정적, 부정적 영향을 다각적으로 고려한 미래 콘텐츠 산업 진흥 정책 도출을 목표로 함
- 콘텐츠 산업 분야별로 수렴한 의견을 바탕으로, 중장기적 정책의 제시보다는 향후 5년 이내에 적용할만한 미래정책 위주로, 실효성과 실현 가능성 등에 초점을 맞춘 실용적 정책의 방향을 제안하는 것을 목표로 함

“포스트코로나시대 콘텐츠 산업 경쟁력 강화와 지속성장”



[그림 1-1] 연구의 목적

2. 연구 범위 및 방법

가. 연구 범위

1) 분석 대상 범위

○ 콘텐츠 산업의 각 분야 대상

- 출판산업, 만화/웹툰 산업, 음악 산업, 영화 산업, 게임 산업, 애니메이션 산업, 방송 산업, 광고 산업, 캐릭터 산업, 지식정보 산업, 콘텐츠솔루션 산업의 총 11개 분야
- 콘텐츠 산업 가치 사슬 내 생산, 유통, 소비 전 분야에 해당하는 기업, 기관의 사업영역과 소비자의 소비 행동 영역을 모두 포함함

2) 내용적 범위

- (2장) 코로나19 팬데믹에 따른 콘텐츠 산업 환경변화와 변화양상, 국내·외 주요 국가의 경제지표 및 콘텐츠 산업 관련 정책 분석
- (3장) 콘텐츠 산업 각 분야(총 11개)의 기술, 산업 구조, 노동환경, 이용자 문화 영역에서의 전문가 의견 수렴 및 분석
- (4장) 콘텐츠 산업 주요 정책 주제에 대한 전문가 평가 수행 및 분석
- (5장) 콘텐츠 산업 미래 정책 도출 및 제언

3) 시·공간적 범위

- (시간적 범위) 코로나19 팬데믹의 시작인 2019년을 기점으로, 이전 4년(2016년~2019년)의 자료와 2021년 현재 기준의 연구를 바탕으로, 향후 5년(2026년) 이내에 적용할 만한 미래정책 과제 도출
- (공간적 범위) 국내·외 주요 국가의 콘텐츠 산업 전체

나. 연구 방법

1) 선행 연구 및 자료 분석

○ 문헌 연구

- (문헌 연구 및 국내외 2차 자료 분석) 공인 국제기관의 통계자료 및 경제지표를 통한 경제 흐름을 분석하고, 우수 연구기관의 2차 연구자료를 통해, 코로나19 감염확산 이후의 경제, 산업의 전반적 영향도 분석
- (주요 국가와 국내 정책 분석) 코로나19로 인한 경제 침체 회복 및 콘텐츠 산업 진흥을 위한 정책조사와 시사점 분석
- (환경분석 시사점 도출) 문헌 연구와 콘텐츠 산업 환경분석에 기초한 기술, 산업구조, 노동환경, 이용자문화 변화 측면의 변화양상 및 특징, 시사점 도출

2) 전문가그룹 인터뷰

○ 11개 분야 전문가그룹별 인터뷰 수행 및 의견 수렴

- 콘텐츠 산업 분야별 전문가그룹 인터뷰(FGI)를 비대면(zoom 미팅)으로 수행하고 산업 현황 및 문제점 진단을 통해, 주요 현안에 대한 인사이트(insight)를 정리하여, 미래정책 의제로 활용할 핵심 키워드를 도출함
- 도출된 핵심 키워드를 콘텐츠 산업 가치 사슬에 적용해 범주화하고 미래 콘텐츠 산업 진흥이 필요한 주요 정책 주제를 도출함



[그림 1-2] 전문가그룹 인터뷰 수행 절차

3) 전문가그룹 서면 평가 및 분석

○ 미래정책 3대 전략과 10대 과제의 도출

- 콘텐츠 산업 진흥의 주요 정책 주제에서 공통으로 도출된 의제들에 대해 현실과 미래의 영향력 수준을 평가(5점 척도)하여, 영향력 수준을 비교하고 미래에 영향력을 더 크게 미칠만한 정책 의제를 선별해 미래정책을 추진할 전략과 핵심 과제 도출
- 정책 의제들의 영향력 수준에 대한 합리적 비교를 위해, 현재와 미래의 영향력 수준을 각각 표준화($\mu=0$, $\sigma=1$)하고, 이어 관측값을 정규분포(누적분포함수)로 변환하여 그 차이(gap)를 산출하여 미래 영향력 수준이 높은 의제들의 속성을 중심으로 전략 방향과 주요 과제를 도출함



[그림 1-3] 전문가그룹 서면 평가 절차

4) 콘텐츠 산업 진흥을 위한 미래정책 도출 및 정책제언

○ 미래정책 정책제언

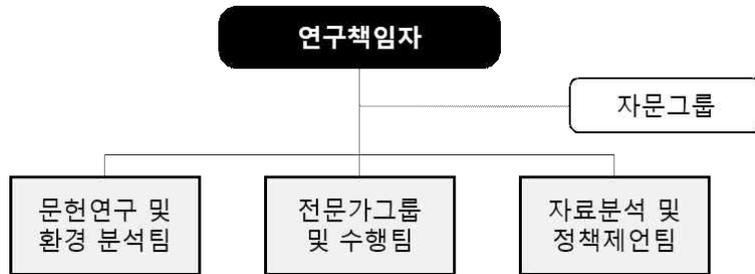
- 미래정책으로 도출된 3대 전략을 추진할 수 있는 10대 과제를 세분화하고 과제별 수행 방향을 제시함
- 콘텐츠 산업 진흥을 위한 미래정책의 목적, 추진 배경, 향후 추진과제를 중심으로 연관 법제도, 이전 정책들을 참고로 제시하여 더욱 실효적인 정책 제언이 되도록 구성

다. 연구 수행 체계와 흐름

1) 연구수행 체계

○ 연구진 및 전문가그룹 구성

- 연구 책임자와 공동연구진 총 3명
- 콘텐츠 산업 분야별 전문가그룹 총 55명
- 전문가그룹 의견 수렴 및 서면 평가 수행팀 3명



[그림 1-4] 연구수행 체계

○ 전문가그룹의 구성

- 11개 분야별 산·학·연 전문가 5인을 기본으로 총 55명을 선정함
- 전문가그룹의 인구통계학적 정보를 보면, 산업계 34명, 학계 12명, 연구기관과 협회·조합·진흥원 9명의 전문가로 구성됨
- 산업계 전문가의 직군은 창작자 2명, 콘텐츠 기획 및 제작사 23명, 유통 및 플랫폼 임직원 7명, SW 개발 및 시스템 개발사 임직원 2명이고, 학계는 교수 12명, 연구기관·협회·조합·진흥원은 연구원·평론가·조합대표·감독 등 9명으로 구성되었음

<표 1-1> 전문가그룹 인구통계학적 정보

구분	세부 업종	빈도	직군	빈도
산업계	창작자	2	작가	2
	콘텐츠 기획 및 제작사	23	대표	13
	유통 및 플랫폼	6		
	개발 및 시스템 개발사	3	임직원	19
학계	학교 및 교육기관	12	교수	12
연구기관·협회	연구기관 및 협회·조합·진흥원	9	연구원·평론가·조합대표·감독	9
합계		55		55

* 자료: 전문가그룹 인구통계학적 정보, 연구진 정리

- 개인정보보호에 따라, 가명 처리된 전문가(11개 분야)의 상세 정보는 아래 <표 1-2>와 같음

<표 1-2> 분야별 전문가 상세 정보

구분	세부 업종	소속	직급
출판산업	콘텐츠기획·제작	교육 출판	실장
	콘텐츠기획·제작	출판기획	대표
	유통 플랫폼	대형서점	차장
	콘텐츠기획·제작	출판사	박사
	협회·조합·기관	진흥원	사무처장
만화 산업	창작자	창작자	작가
	콘텐츠기획·제작	만화출판사	대표
	학교·교육기관	대학교	교수
	콘텐츠기획·제작	만화기획	대표
	창작자	창작자	작가
음악 산업	협회·조합·기관	협회	연구소장
	유통 플랫폼	대형 유통 플랫폼	부장
	콘텐츠기획·제작	연예기획사	대표
	학교·교육기관	대학교	교수
	콘텐츠기획·제작	음악 스튜디오	대표
게임 산업	콘텐츠기획·제작	게임제작사	부사장
	협회·조합·기관	협회	부회장

구분	세부 업종	소속	직급
	콘텐츠기획·제작	게임제작사	차장
	학교·교육기관	대학교	교수
	학교·교육기관	대학교	부교수
영화산업	협화·조합·기관	조합	감독
	협화·조합·기관	조합	감독
	협화·조합·기관	조합	대표
	콘텐츠기획·제작	영화제작사	PD
	협화·조합·기관	협회	평론가
애니메이션 산업	콘텐츠기획·제작	애니메이션 제작사	대표
	콘텐츠기획·제작	애니메이션 제작사	이사
	유통 플랫폼	디지털 콘텐츠 유통사	과장
	학교·교육기관	대학교	교수
	학교·교육기관	대학교	교수
방송 산업	유통 플랫폼	지상파방송사	PD
	유통 플랫폼	유선방송사	책임
	콘텐츠기획·제작	인터넷방송사	실장
	콘텐츠기획·제작	연예기획사	실장
	학교·교육기관	대학교	교수
광고 산업	콘텐츠기획·제작	광고마케팅	CMO
	협화·조합·기관	진흥공사	연구위원
	콘텐츠기획·제작	광고마케팅	지사장
	학교·교육기관	대학교	교수
	학교·교육기관	대학교	교수
캐릭터 산업	콘텐츠기획·제작	캐릭터 제작·유통	이사
	콘텐츠기획·제작	캐릭터 제작·유통	이사
	콘텐츠기획·제작	게임 퍼블리셔	대표
	콘텐츠기획·제작	영상 제작사	대표
	학교·교육기관	대학교	교수
지식정보산업	유통 플랫폼	러닝 플랫폼	대표
	개발·정보·시스템	기술 서비스	대표
	콘텐츠기획·제작	게임제작사	이사
	협화·조합·기관	협회	회장
	학교·교육기관	대학교	교수
콘텐츠 솔루션산업	콘텐츠기획·제작	그래픽스 제작	책임
	개발·정보·시스템	SW 개발사	대표
	콘텐츠기획·제작	XR 콘텐츠 개발	대표
	학교·교육기관	연구센터	교수
	개발·정보·시스템	SW 개발사	대표

* 자료: 전문가그룹 정보, 연구진 정리

2) 연구 흐름

○ 연구의 흐름과 연구수행 원칙

- (연구 흐름) 코로나19 확산에 따른 콘텐츠 산업의 내외적 변화의 정도를 경제지표 및 통계자료 분석을 통해 파악하고, 기술, 산업 구조, 노동환경, 이용자 문화 측면의 변화로 콘텐츠 산업진흥을 위해 요구되는 정책 의제들을 발굴하여 전문가그룹의 의견을 수렴(FGI, 서면 평가)하고 미래정책의 전략 방향과 정책과제를 도출하는 과정으로 연구수행
- (수행원칙 1) 단계별로 산출된 연구자료는 다음 단계의 기초자료로 활용하고 최종 미래정책으로 귀결되도록 연계성과 일관성을 확보하여 진행함을 원칙으로 함
- (수행원칙 2) 연구진은 선행연구에 기초한 영역과 대주제만을 제시하고 산학연 현업 전문가들의 의견을 최대한 그대로 수렴하고 반영하여 최종 연구의 결과 산출을 원칙으로 함



[그림 1-5] 연구의 흐름

3. 연구의 기대효과 및 활용방안

가. 연구의 기대효과

○ 효과적 정책 수립

- 코로나19 확산에 따른 경제 전반의 영향과 콘텐츠 산업에 미치는 충격 정도를 가늠하고 위기와 기회의 현실적 진단을 내려볼 수 있음
- 콘텐츠 각 분야 전문가들의 식견과 경험을 바탕으로 수립된 의견을 정리하여 콘텐츠 산업의 정책 방향을 설정하는 데 도움이 될 것으로 기대함
- 한국판 디지털 뉴딜 정책 등 정부의 콘텐츠 산업 진흥 및 규제 정책 방향에 맞춰 일관된 정책 수립에 참고할 만한 기초자료를 도출하는 방법론으로 활용될 것으로 기대함

나. 연구의 활용방안

○ 콘텐츠 산업 변화와 대응 전략 수립의 자료로 활용

- 세계 경제지표 및 통계자료 분석을 통해 국내·외 콘텐츠 산업의 영향과 변화양상의 판단 근거로 활용할 수 있음
- 콘텐츠 산업 각계 전문가들의 대응 방안 및 의견을 상향식(bottom-up)으로 수립함으로써, 효과적인 정책 수립의 접근법으로 활용할 수 있음

○ 콘텐츠 산업 진흥을 위한 정책 수립의 자료로 활용

- 콘텐츠 산업 각 분야에 적합한 맞춤형 정책과제 수립과 지원사업의 방향 설정 및 계획 수립의 기초자료로 활용할 수 있음
- 콘텐츠 산업과 연관된 타 산업과의 융합을 통한, 새로운 산업 진흥의 기회를 탐색할 수 있는 기초자료로 활용할 수 있음

CHAPTER

02

포스트코로나 시대
콘텐츠 산업 미래 정책 연구

코로나19 팬데믹과 콘텐츠 산업 현황

1. 코로나19 팬데믹과 세계 경제 현황
2. 국내·외 콘텐츠 산업 현황
3. 국내·외 콘텐츠 산업 정책
4. 콘텐츠 산업의 변화양상과 특징
5. 콘텐츠 산업 현황 및 정책 분석 시사점

제2장 코로나19 팬데믹과 콘텐츠 산업 현황

1. 코로나19 팬데믹과 세계 경제 현황

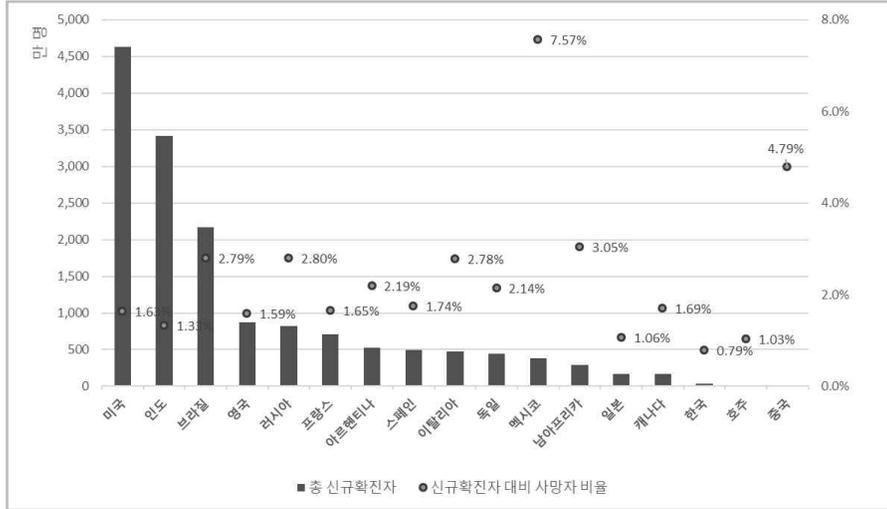
가. 코로나19 팬데믹 충격

- 신종 코로나 바이러스(이하 코로나19) 감염증 확산과 WHO 팬데믹 선언
 - 2019년 말, 신종 코로나바이러스 감염증(이하, 코로나19) 확산으로 2020년 3월, 세계보건기구(WHO)는 1968년 홍콩독감과 2009년 신종 인플루엔자(신종플루) 유행에 이어, 세 번째로 세계적 대유행, 즉 팬데믹(Pandemic) 선언 1)
 - 2020년 상반기 114개국 약 12만 명이 감염되고 약 4,000여 명 사망 2)
- 코로나19 팬데믹 현재 상황 3)
 - 2021년 10월 현재, 전 세계의 확진자 수는 2억 4,444만 명이고 약 496만여 명이 사망한 것으로 나타남
 - 미국의 총 확진자는 약 4,630만 명(미국 인구 대비 18.95%), 확진자 대비 사망자 비율은 1.63%로 전 세계에서 가장 높은 비중을 차지하고, 다음으로 인도(총확진자 3,420만 명, 사망자 비율 1.33%), 브라질(총확진자 2,173만 명, 사망자 비율 2.79%), 영국(총확진자 877만 명, 사망자 비율 1.59%), 러시아(총확진자 824만 명, 사망자 비율 2.80%), 프랑스(총확진자 713만 명, 사망자 비율 1.65%) 순으로 나타남
 - 멕시코의 경우, 확진자는 378만 명(인구 대비 2.89%)이나 확진자 중 사망자의 비율이 7.57%로 매우 높게 나타나고, 그 뒤로 중국이 4.79%로 나타남

1) 중앙일보(2020.03.12.), WHO, 결국 사상 세 번째 '팬데믹' 선언... 코로나 통제가능

2) 메디케이트뉴스(2020.03.12.), WHO, 코로나19 '팬데믹' 선언...114개국 12만명 감염·4000여명 사망

3) 세계 각국 코로나19 감염 통계(<http://worldometers.info/>)



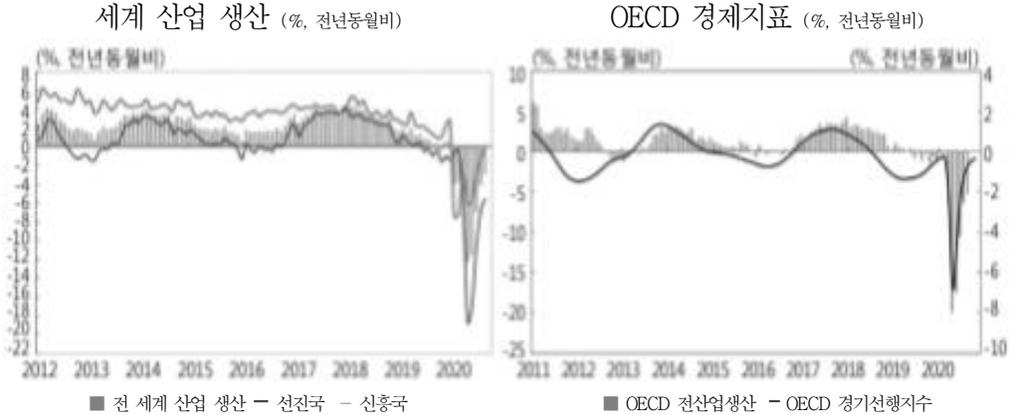
[그림 2-1] 세계 주요 국가별 코로나19 감염 및 사망률 현황

나. 세계 경제 침체와 회복

○ 2020년 상반기 전 세계 국가 대부분이 코로나19 영향에 따라, 대면, 집합 활동의 제약, 봉쇄 조치(Lock down) 등으로 인해, 경제가 크게 위축했다가 하반기 들어 서서히 반등한 것으로 나타남⁴⁾

- 산업연구원의 2021년 거시경제 전망(2020)에 따르면, 2020년 세계 산업생산량은 상반기에 대폭 감소하였으나 하반기에 들어 반등세로 전환하였고, OECD 경제지표도 회복세로 나타남
- 미국경제는 정부의 재정 부양 정책과 양적 완화, 연준위의 저금리 기조 등에 의해 고용 여건 등이 점차 개선되어 성장률이 다시 예전 수준으로 회복되고, 중국 또한 내외수의 동반 개선 효과가 나타나 빠르게 회복하고 있음

4) 대외경제정책연구원(2021), 주요국의 코로나19 방역체계 전환 양상 및 경제 전망, 세계 경제 포커스



* 출처 : 대외경제정책연구원(2021), 주요국의 코로나19 방역체계 전환 양상 및 경제 전망

[그림 2-2] 세계 경제 지표 추이

○ 세계 경제 성장률 추이 5)

- IMF에 따르면, 2020년 기준, 신흥개도국(E), 선진국(A), 세계 평균(W) 성장률은 각각 -2.1%, -4.5%, -3.1%로 코로나19 여파로 크게 침체했었으나, 2020년 하반기부터 반등하여 2021년에는 6.4%, 5.2%, 5.9%로 회복세가 나타났고, 2025년에는 신흥개도국(E), 선진국(A), 세계 평균(W) 성장률 각각 4.4%, 1.6%, 3.3%로 점차 둔화할 것으로 전망함



[그림 2-3] 세계 경제 성장률(1980~2025) 추이

5) IMF World Economic Outlook(2021)

○ 세계 주요국의 연간 GDP 성장률

- 세계 연간 GDP 성장률은 2019년 2.8%에서 2020년 -3.4%로 급감하였으나, 2021년에는 회복할 것으로 전망(IMF 5.9%, OECD 5.6%), 2022년에는 IMF, OECD 각각 4.9%, 4.5%로 2021년보다는 성장세가 둔화할 것으로 전망함
- 주요국 중 미국은 2020년 -3.5%에서 2021년 6.0%(IMF) 또는 5.6%(OECD)로 크게 성장할 것으로 전망됐고, 2021년에 프랑스(6.3% 또는 6.8%), 영국(6.8% 또는 6.9%), 독일(3.1% 또는 2.9%), 일본(2.4% 또는 1.8%), 한국(4.3% 또는 4.0%) 모두 성장세를 회복할 것으로 전망
- 코로나19 감염 확산에 따른 경제 봉쇄, 재정 완화, 실물 경기 침체 등의 어려움이 반영된 2020년 이후 경기 부양을 위한 각국의 노력으로 세계 경제 회복세가 분명하게 나타나고 있으며 코로나19 팬데믹 이전의 상황으로 빠르게 복귀하고 있음

<표 2-1> 세계 주요국의 연간 GDP 성장률과 전망

(단위: %)

국가	연간 성장률							
	2017	2018	2019	2020	2021(전망)		2022(전망)	
					IMF	OECD	IMF	OECD
세계	3.7	3.5	2.8	-3.4	5.9	5.6	4.9	4.5
북미								
미국	2.3	3.0	2.2	-3.5	6.0	5.6	5.2	3.7
캐나다	3.0	2.4	1.9	-5.4	5.7	4.8	4.9	3.9
유럽								
프랑스	2.3	1.8	1.5	-8.1	6.3	6.8	3.9	4.2
영국	1.7	1.3	1.4	-9.8	6.8	6.9	5.0	3.7
독일	2.6	1.3	0.6	-4.9	3.1	2.9	4.6	4.1
이탈리아	1.7	0.9	0.3	-8.9	5.8	5.8	4.2	4.6
오세아니아								
호주	2.3	2.9	2.2	-0.3	3.9	3.8	4.5	4.1
아시아								
한국	3.2	2.9	2.2	-0.9	4.3	4.0	3.3	3.0
일본	2.2	0.3	0.3	-4.6	2.4	1.8	3.2	3.4

* 자료: 통계청(KOSIS) OECD 국가 주요 지표(2021.9), IMF World Economic Outlook(2021.10); OECD Economic Outlook(2021.12)

다. 세계 방역체계 전환 노력

○ 각국의 방역체계 전환 양상 6)

- (영국) 2021년 2월부터 4단계에 걸친 봉쇄 완화 ‘출구전략’ 을 시행하였으며, 7월 19일에 ‘자유의 날(Freedom day)’ 을 선언하며 모든 강제적 방역 조치를 해제함
- (독일) 8월 23일부터 백신 접종 완료자, 감염 후 회복자, 당일 신속항원검사 결과 성인에게 완화된 방역 수칙을 적용하는 3G 규칙을 시행함
- (프랑스) 7월 21일부터 ‘보건 패스’ 를 도입하여 식당, 병원 등 다중이용시설이나 기차, 비행기 등 교통수단 이용 시 제출을 의무화함
- (덴마크) 9월 10일부터 접종 여부와 상관없이 영업 및 모임 제한을 해제하였으며, 기존에 사용하던 코로나 패스 제출 의무도 해제함
- (호주) 코로나19 제거를 목표로 고강도 봉쇄 및 입국 제한을 시행하였으나, 백신 접종률 제고에 따라 단계적으로 거리두기 강도를 낮추는 계획을 발표함.
- (일본) 코로나19 대책본부를 통해 코로나19 유행지역에서 실시 중인 개인의 행동 및 경제활동 제한을 단계적으로 완화하는 ‘백신 접종률에 따른 일상생활 복귀를 위한 기본방침’ 확정
- (싱가포르) 지난 6월 ‘바이러스와의 공존’ 전략을 발표하였으나 실제로는 점진적으로 방역 조치를 완화하고 있으며, 확진자 급증으로 다시 방역 강도를 높임
- (한국) 코로나19의 확산 전 신속하게 국무총리를 본부장으로 하는 중앙재난안전대책본부와 컨트롤타워 기관인 질병관리본부(질병관리청 승격)를 중심으로, 선제적 검사, 추적, 격리, 정보공개, 치료 절차 및 시스템 등을 체계적으로 갖추고 신속하고 투명하게 대응함으로써, 코로나19 대응을 위한 글로벌 표준모델을 제공하여 K-방역의 성과를 나타내고 있음. 11월부터는 ‘단계적 일상 회복(위드코로나)’ 을 시행하고, 변이 바이러스에 대응하여 3차 접종을 시행 중임

6) 주요국의 코로나19 방역체계 전환 양상 및 경제 전망(대외경제정책연구원, 2021.10.7.)과 코로나19 대응 및 방역체계 전환 관련 주요 국가 동향(질병관리청 정책 보고, 2021.11.4.)에서 발췌

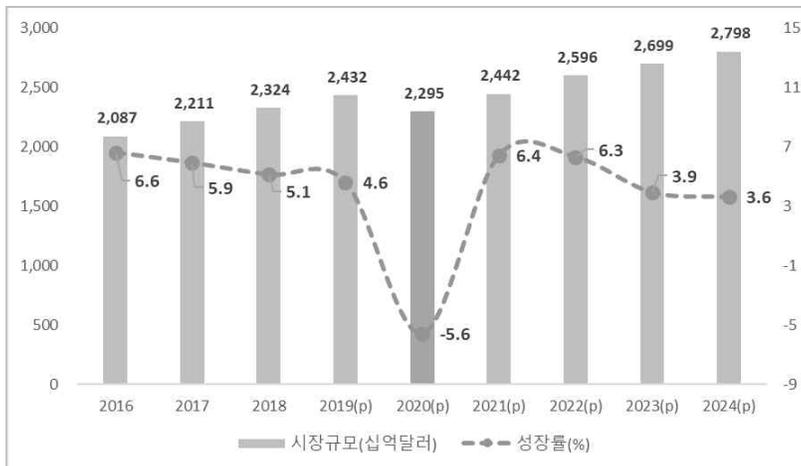
2. 국내외 콘텐츠 산업 현황

가. 세계 콘텐츠 산업 현황

1) 세계 콘텐츠 시장 규모 및 전망

○ 세계 콘텐츠 시장 규모와 성장률 7)

- 코로나19 확산 영향으로 세계 경제가 큰 충격을 받은 것과 같이, 세계 콘텐츠 시장도 2019년 2조 4,320억 달러에서 2020년 2조 2,950억 달러로 규모가 대폭 감소하였음
- 콘텐츠 시장의 성장률도 2019년 4.6%에서 2020년 -5.6%로 크게 침체했다가, 2021년 6.4%로 회복하는 것으로 나타났고 이후 2022년 6.3%, 2023년 3.9%, 2024년 3.6%로 점차 둔화하는 것으로 전망됨



[그림 2-4] 세계 콘텐츠 시장 규모 및 전망

7) 한국콘텐츠진흥원(2021), 2020 해외 콘텐츠 시장 분석, 글로벌 콘텐츠 시장 규모 및 전망 재편집

○ 분야별 콘텐츠 시장 규모와 성장률 8)

- 콘텐츠 분야별 세계시장 규모를 살펴보면, 2019년 대비 2020년에 가장 큰 타격을 입은 산업 분야로 애니메이션(-66.3%), 영화(-65.6%), 음악(-29.7%), 출판(-10.2%), 광고(-10.2%) 순으로 나타났으며, 전반적으로 -6.8%의 감소세를 보였으나, 유일하게 게임 산업은 8.5%의 성장을 보인 것으로 나타남
- 게임 분야의 약진은 비대면 환경에서 놀이와 소통의 도구를 찾는 이용자들의 필요를 충족시킨 결과가 소비로 연결된 것으로 해석됨
- 2021년에는 코로나19 회복 추세에 맞춰 세계 콘텐츠 산업 전 분야에서 고르게 성장할 것으로 전망됐고, 특히 애니메이션(82.1%), 영화(78.1%) 시장 규모가 크게 성장할 것으로 나타남
- 분야별 연평균성장률(GAGR, 2019-2024)은 게임 분야가 6.63%로 압도적으로 높게 예측되었고, 이어 지식정보 분야(3.94%), 음악 분야(3.51%), 캐릭터/라이선스 분야(2.83%)로 전망됨

<표 2-2> 분야별 세계 콘텐츠 시장 규모와 전망

(단위: 억 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020		2021		2022		CAGR (2019-2024)
				규모	증감률	규모	증감률	규모	증감률	
출판	2,839	2,798	2,764	2,482	-10.2	2,530	1.9	2,531	0.0	-2.04
만화	76	80	90	86	-4.4	89	3.5	89	0.0	-0.02
음악	514	543	580	408	-29.7	519	27.2	648	24.9	3.51
영화	419	435	451	155	-65.6	276	78.1	373	35.1	-2.4
게임	1,087	1,201	1,317	1,429	8.5	1,548	8.3	1,638	5.8	6.63
애니메이션	53	50	83	28	-66.3	51	82.1	69	35.3	-2.5
방송	4,826	4,895	4,906	4,622	-5.8	4,848	4.9	5,024	3.6	1.42
광고	5,281	5,696	6,054	5,434	-10.2	5,802	6.8	6,199	6.8	1.85
캐릭터/라이선스	2,716	2,803	2,928	2,763	-5.6	2,940	6.4	3,126	6.3	2.83
지식정보	7,916	8,360	8,778	8,646	-1.5	9,112	5.4	9,727	6.7	3.94
합계	25,727	26,861	27,951	26,053	-6.8	27,715	6.4	29,424	6.2	

* 자료: 문화체육관광부(2021), 2020 콘텐츠 산업백서 연차보고서

8) 2020 해외 콘텐츠 시장 분석(한국콘텐츠진흥원, 2021)과 콘텐츠 산업백서 연차보고서(문화체육관광부, 2021)의 글로벌 콘텐츠 시장 규모 및 전망 재분석, 편집

2) 주요 국가별 콘텐츠 시장 규모 및 전망

○ 주요 국가별 콘텐츠 시장 규모와 성장률

- 2019년 기준 전 세계 최대 콘텐츠 시장은 미국으로 8,739억 7,700만 달러 규모로 집계되었으며, 다음으로 중국이 3,507억 7,600만 달러로 2위, 일본, 독일, 영국, 프랑스 등의 순으로 나타남
- 한국은 2019년 기준 613억 달러의 규모로 집계되어 세계 콘텐츠 시장에서 7위를 유지하고 있는 것으로 나타남
- 세계 콘텐츠 시장 10대 국가 중, 2020년 기준으로 가장 큰 침체를 겪은 국가로 이탈리아(-9.5%), 프랑스(-8.5%), 독일(-8.2%), 미국(-7.3%) 순이며, 2021년에는 모든 국가가 다시 성장세로 전환하는 것으로 전망됨
- 연평균성장률(GAGR 2019-2024)은 중국이 3.56%로 가장 높게 예측됐으며, 이어 한국(3.26%), 이탈리아(3.01%) 등이 뒤를 이룰 것으로 전망됨

<표 2-3> 국가별 세계 콘텐츠 시장 규모와 전망

(단위: 억 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020		2021		2022		CAGR (2019-2024)
				규모	증감률	규모	증감률	규모	증감률	
미국	7,931	8,352	8,740	8,098	-7.3%	8,620	6.4%	9,191	6.6%	2.35
중국	3,050	3,314	3,508	3,409	-2.8%	3,601	5.6%	3,825	6.2%	3.56
일본	1,829	1,886	1,937	1,825	-5.8%	1,913	4.8%	1,979	3.5%	1.09
독일	1,022	1,046	1,079	991	-8.2%	1,058	6.8%	1,119	5.8%	1.96
영국	936	987	1,030	961	-6.7%	1,026	6.8%	1,091	6.3%	2.83
프랑스	703	722	744	681	-8.5%	722	6.0%	759	5.1%	1.29
한국	557	585	613	599	-2.3%	636	6.2%	668	5.0%	3.26
캐나다	529	548	569	537	-5.6%	568	5.8%	599	5.5%	2.3
브라질	384	416	440	411	-6.6%	437	6.3%	463	5.9%	2.47
이탈리아	418	418	420	380	-9.5%	422	11.1%	458	8.5%	3.01

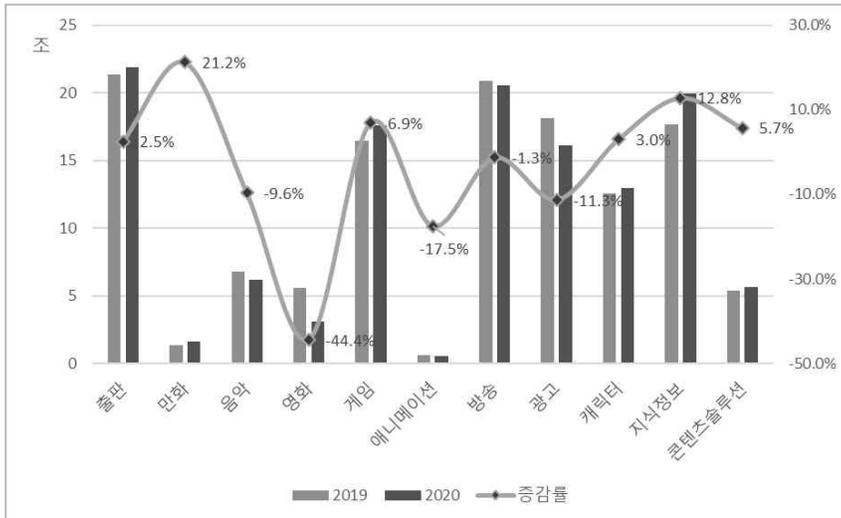
* 자료: 문화체육관광부(2021), 2020 콘텐츠 산업백서 연차보고서

나. 국내 콘텐츠 산업 현황

1) 국내 콘텐츠 산업 매출액 9)

○ 콘텐츠 산업 분야별 희비

- 2020년 기준, 국내 콘텐츠 산업 매출 규모는 출판 21조 8,755억 원(17.4%), 방송 20조 5,709억 원(16.3%), 지식정보 19조 9,300억 원(15.8%), 게임 17조 5,702억 원(13.9%), 광고 16조 803억 원(12.8%) 순이며, 코로나19 영향으로 콘텐츠 산업 전반의 침체 현상이 두드러지게 나타남
- 코로나19 확산에 따른 사회적 거리두기, 대면 활동의 제약으로 오프라인 현장 공연, 영화관람 등이 크게 위축되어, 2020년 기준으로 영화 산업 분야는 -44.4%의 매출이 감소하였고, 애니메이션(-17.5%), 광고(-11.3%), 음악(-9.6%) 등이 크게 위축된 것으로 나타남
- 반면, 웹툰을 포함한 만화 산업 분야(21.2%), 지식정보 분야(12.8%), 게임 분야(6.9%)는 비대면 환경에 높은 적합도로 소비를 이끌어 매출이 향상됨



[그림 2-5] 국내 콘텐츠 산업 매출 규모

9) 한국콘텐츠진흥원(2021), 2020년 하반기 및 연간 콘텐츠 산업 동향 분석 보고서
문화체육관광부(2021), 2020년 콘텐츠 산업백서 연차보고서

<표 2-4> 콘텐츠 산업 매출액 현황

(단위: 백만 원 %)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년		
					규모	비중	증감률
출판	20,765,878	20,755,334	20,953,772	21,341,176	21,875,505	17.4	2.5
만화	976,257	1,082,228	1,178,613	1,337,248	1,620,857	1.3	21.2
음악	5,308,240	5,804,307	6,097,913	6,811,818	6,156,654	4.9	-9.6
영화	5,256,081	5,494,670	5,889,832	5,575,034	3,099,405	2.5	-44.4
게임	10,894,508	13,142,272	14,290,224	16,432,393	17,570,200	13.9	6.9
애니메이션	676,960	665,462	629,257	640,580	528,456	0.4	-17.5
방송	17,331,138	18,043,595	19,762,210	20,843,012	20,570,856	16.3	-1.3
광고	15,795,229	16,413,340	17,211,863	18,133,845	16,080,316	12.8	-11.3
캐릭터	11,066,197	11,922,329	12,207,043	12,566,885	12,938,035	10.3	3.0
지식정보	13,462,258	15,041,370	16,290,992	17,669,282	19,930,024	15.8	12.8
콘텐츠솔루션	4,583,549	4,851,561	5,094,916	5,360,990	5,666,528	4.5	5.7
합계	106,116,295	113,216,468	119,606,635	126,712,264	126,036,837	100	-0.5

* 자료: 문화체육관광부(2021), 2020 콘텐츠 산업백서 연차보고서, 한국콘텐츠진흥원(2021), 2020 하반기 및 연간 콘텐츠 산업 동향 분석 보고서

2) 국내 콘텐츠 산업 부가가치액 현황 10)

○ 콘텐츠 산업의 GDP 대비 부가가치액과 비중

- 국가통계포털(KOSIS)로 확인한 콘텐츠 산업 분야의 총부가가치액은 2019년 기준으로 47조 7,388억 원(GDP 대비 2.49%)으로 2018년 47조 4,507억 원(GDP 대비 2.66%)과 비교하면, 0.61% 증가했으며, 2017년 44조 2,298억 원(GDP 대비 2.56%)에 비하면, 7.93% 증가하였음
- 코로나19의 확산으로 콘텐츠 산업의 전반적 침체 현상이 나타난 2020년에는 2019년에 비해, 부가가치액과 GDP 비중이 크게 줄어들었다가 2021년에는 회복할 것으로 전망됨

10) 문화체육관광부(2021), 2020 콘텐츠 산업백서 연차보고서

3) 국내 콘텐츠 산업 수출액

○ K-콘텐츠의 글로벌 수요 증가

- 2020년 콘텐츠 산업 수출액은 2019년에 비해, 평균 6.3% 증가한 108억 2,740만 달러로 집계되어, 코로나19 확산에도 불구하고 매우 고무적인 성과를 나타냈으며, 특히 게임 분야는 72억 4,568만 달러로 전체 수출액의 66.9%를 차지함
- 2020년 기준, 애니메이션(-37.0%), 광고(-23.3%), 음악(-8.9%) 부문은 매우 감소했지만, 출판(61.1%), 영화(43.0%) 만화(40.9%)의 수출은 크게 늘어, 세계시장에서 한국 콘텐츠의 가능성을 보여주었음
- 특히, 출판과 영화 산업 분야는 2018년 대비 2019년에 수출이 줄어 위축되었던 분야로, 2020년 코로나19 확산의 상황에서도 수출이 증가했다는 점은 주목할 만함

<표 2-5> 콘텐츠 산업 수출액 현황

(단위: 천 달러, %)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년		
					규모	비중	증감률
출판	187,388	220,951	248,991	214,732	345,960	3.2	61.1
만화	32,482	35,262	40,501	46,010	64,822	0.6	40.9
음악	442,566	512,580	564,236	756,198	688,916	6.4	-8.9
영화	43,894	40,726	41,607	37,877	54,157	0.5	43.0
게임	3,277,346	5,922,998	6,411,491	6,657,777	7,245,688	66.9	8.8
애니메이션	135,622	144,870	174,517	194,148	122,236	1.1	-37.0
방송	411,212	362,403	478,447	474,359	486,945	4.5	2.7
광고	109,804	93,230	61,293	139,083	106,706	1.0	-23.3
캐릭터	612,842	663,853	745,142	791,338	733,813	6.8	-7.3
지식정보	566,412	616,061	633,878	649,623	736,987	6.8	13.4
콘텐츠솔루션	188,495	201,508	214,933	227,881	241,176	2.2	5.8
합계	6,008,063	8,814,442	9,615,036	10,189,026	10,827,406	100	6.3

* 자료: 문화체육관광부(2021), 2020 콘텐츠 산업백서 연차보고서, 한국콘텐츠진흥원(2021), 2020 하반기 및 연간 콘텐츠 산업 동향 분석 보고서

4) 국내 콘텐츠 산업 종사자

○ 일자리 감소 추세와 웹툰 시장의 성장 가능성

- 2020년 기준, 영화(-39.6%), 음악(-10.5%), 출판(-1.6%) 산업계 종사자가 대폭 감소하여 코로나19 확산의 악영향을 크게 받은 것으로 나타났으며, 일부 산업 분야를 제외하고, 평균 증감률 -2.9%로 일자리가 많이 감소한 것으로 나타남
- 반면, 만화/웹툰, 게임, 지식정보, 콘텐츠솔루션 분야는 각각 5.4%, 2.6%, 4.4%, 3.2%의 증가세를 보여 비대면 추세의 혜택을 받은 것으로 나타남
- 특히 만화 산업 분야는 디지털로 제공되는 웹툰의 수요가 꾸준히 증가해 앞으로도 콘텐츠 산업 내 일자리 창출 가능성을 높이는 분야가 될 것으로 예상함

<표 2-6> 콘텐츠 산업 종사자 현황

(단위: 명, %)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년		
					규모	비중	증감률
출판	185,001	184,794	184,554	185,270	182,388	27.5	-1.6
만화	10,127	10,397	10,761	11,079	11,682	1.8	5.4
음악	78,393	77,005	76,954	77,149	69,068	10.4	-10.5
영화	28,974	29,546	30,878	32,566	19,682	3.0	-39.6
게임	73,993	81,932	85,492	89,157	91,466	13.8	2.6
애니메이션	5,142	5,161	5,380	5,436	5,414	0.8	-0.4
방송	43,662	45,337	50,286	51,006	48,854	7.4	-4.2
광고	65,118	65,159	70,827	73,520	72,053	10.9	-2.0
캐릭터	33,323	34,778	36,306	37,521	37,094	5.6	-1.1
지식정보	80,396	82,470	86,490	89,286	93,217	14.1	4.4
콘텐츠솔루션	27,374	28,268	29,509	30,655	31,641	4.8	3.2
합계	631,503	644,847	667,437	682,644	662,561	100	-2.9

* 자료: 문화체육관광부(2021), 2020 콘텐츠 산업백서 연차보고서, 한국콘텐츠진흥원(2021), 2020 하반기 및 연간 콘텐츠 산업 동향 분석 보고서

3. 국내외 콘텐츠 산업 정책

가. 해외 주요국의 콘텐츠 산업 관련 정책

1) 주요국의 IP 중심 정책 11)

○ (미국) 자국의 기술 보호를 위한 일관된 IP 정책 유지

- 제조업 경쟁력의 위협에 대응하기 위해 새로운 지식재산(Pro-IP) 정책에 집중하고, 지식재산을 위한 자원·조직의 우선화법(2008), 지식재산집행 공동전략(2010) 등을 수립함
- 특허의 품질을 높이면서 특허권의 남용은 줄이는 기초 견지, 연방 영업비밀 보호법(DTSA)으로 영업비밀 침해에 대해서도 연방 차원의 입법 조치 추진, 국내외 미국 IP 침해 피해를 줄이기 위한 노력 지속함으로써 자국 IP 보호를 더욱 강화하고 있음

○ (EU) 유럽 전역의 통합 지재권 보호 체계 수립

- 2008년 유럽 산업재산권 전략 발표 이후, EU 차원에서 지식재산권 제도의 통합을 지속해서 추진하고 단일 특허시스템 구축 중심으로 단일 시장법(2011) 제정
- 전 유럽의 단일 지식재산권 시장 형성과 엄격한 IP 보호를 통해 EU 지재권의 높은 안정성 및 효율화를 도모하고 온·오프라인 상 위조상품 유통에 대한 효과적인 단속 방안 모색

○ (중국) 지재권 제도의 질적 수준 향상에 국가적 의지 표명

- 2005년 국가 지식재산권 전략 제정위원회를 설치하고 국가 지식재산권 전략 강요(2008)를 수립한 이후, 매년 지재권 보호 행동계획을 능동적으로 추진

11) 국가지식재산위원회(2012, 2016), 제1차, 제2차 국가 지식재산 기본계획(안)

- 지적권 침해 행위에 대해 3배 배상제도 도입, 지적권 전담법원 설립 등 지적권 보호 체계를 선진국 수준으로 높이려는 노력 지속, 7%대 안정적 성장을 달성한다는 뉴노멀(신창타이) 대응 전략의 하나로 과학 기술혁신과 함께 지적권의 질적 수준 향상에 집중

○ (일본) 자국에 유리한 IP 관련 세계환경 조성 노력

- 90년대 이후 신흥개도국의 급성장에 따른 산업경쟁력 상실의 위기감 극복을 위해 지적재산입국을 표방하고, 지적재산기본법(2002) 제정 이후, 매년 지적재산추진계획 수립
- 신기술 출현과 디지털·네트워크 환경변화에 신속히 대응하기 위한 IP 관련 법·제도 개선을 추진하고 일본 기업에 유리한 세계시장 환경 조성을 위해 선진국과 협력 및 신흥국에 대한 지적권 환경구축 지원을 지속 확대, 세계 최고의 특허심사 품질을 구현하고 IP 분쟁 처리시스템 기능 강화

2) 주요국의 혁신 인재 육성 정책¹²⁾

- (미국) 모든 국민이 고품질 STEM 교육을 평생 활용하도록 하며, 정부·기업·대학의 역량을 집결해 AI 연구소 설립과 AI 인력양성 프로그램 추진
- (EU) 노동구조 변화에 따라 새로운 하이테크 인재상을 설계하고 디지털 트랜스포메이션을 위한 T-Shaped 인재 육성
- (영국) 특정 산업에서 정부 산업계 간 파트너십인 섹터딜을 운영하며, AI 인재 육성과 글로벌 우수 인재 유치 강화
- (독일) 미래역량 강화를 위해 수학·정보통신·자연과학·기술(MINT) 교육에 집중하고 혁신 조직 간 개방형 네트워크 문화 확립 추진
- (일본) AI 시대에 대응하여 최고급 인재에서 일반 국민까지 대규모 인재 육성을 추진하고 교육의 디지털 전환을 위한 에듀테크 강화
- (중국) 인재 강국을 목표로 해외 고급인재 유치 정책을 추진하고, AI 인재 양성을 위한 초중고 교육과정 개발과 대학 학과 정비

12) 정보통신기획평가원(2020), 디지털 역량 강화를 위한 주요국의 혁신인재 육성정책, ICT Spot Issue

나. 국내 콘텐츠 산업 정책

1) 코로나19 팬데믹 이전 콘텐츠 산업 정책

○ 콘텐츠 산업 중장기 정책 비전(2017.12) ¹³⁾

- (정책 배경) 새로운 시대, 더 높은 도약을 위한 정책 패러다임 전환을 목표로, 불공정 산업 환경, 기업 양극화와 콘텐츠 획일화, 성장둔화 등의 위기에 대응하여, 산업 생태계 선순환을 저해하는 요인을 제거하고, 장기적인 관점에서 산업의 기초 체력 보강함으로써, 다양하고 혁신적인 콘텐츠가 지속해서 제작되는 환경 조성 추진
- (정책 비전) 사람이 있는 콘텐츠, 함께 성장하는 산업을 목표로, 양적, 단기성과 중심에서 일하고 싶은 산업 전환, 지속가능한 생태계 조성

<표 2-7> 콘텐츠 산업 중장기 정책 비전(2017)

구분		내용
추진 방향 및 과제	공정 상생하는 산업 생태계 조성으로 지속 가능한 성장 기반 마련	<ul style="list-style-type: none"> • 공정하고 상생하는 산업 환경 조성 • 정의롭고 공정한 저작권 기반 강화
	혁신성장 동력을 만들어 낼 인적, 물적 지원 체계 정비	<ul style="list-style-type: none"> • 미래 일자리 창출 맞춤형 인재 양성 • 4차산업혁명의 중심, R&D 및 신산업 육성 • 기업 성장의 사다리, 자원·인프라 조성
	공유확산의 가치를 토대로 한 지역 균형 성장 및 해외 진출 다변화	<ul style="list-style-type: none"> • 지역과 함께 성장하는 콘텐츠 • 더 넓은 세계와 함께하는 콘텐츠
정책 특성 및 시사점	<ul style="list-style-type: none"> • 제조업 지원과 차별화된 콘텐츠 특화 지원 기반을 마련하고, 다양한 장르 성장과 글로벌 진출을 지원, 새로운 유망산업 발굴과 육성, 타 산업과 동반 수출 지원 • 유통사업자의 우월적 지위로 인한 불공정 거래 관행과 중소 제작자 붕괴로 기업구조 양극화, 콘텐츠 획일화 및 불법복제·유통의 산업 구조적 문제, 인력 수요와 공급의 불일치, 청년 진입 감소 추세 등의 문제, 성장둔화, 자원·인프라 부족, 지역 편중, 수출 위기 등 산업 전반의 문제를 해소하고자 함 	

13) 문화체육관광부(2017), 콘텐츠 산업 중장기 정책 비전-미래 콘텐츠 산업 준비 보고서

○ 콘텐츠 산업 경쟁력 강화 핵심 전략(2018.12) 14)

- (정책 배경) 콘텐츠 산업의 성장잠재력, 글로벌화를 한국 콘텐츠 도약의 계기로 활용, 창작·창업환경 조성 및 미래성장동력 기초 마련, 신시장 확대 및 수요 창출, 불공정 환경 개선과 과감한 제도혁신으로 산업경쟁력 강화
- (정책 비전) 콘텐츠 경쟁력! 일자리와 공정 환경 선도를 목표로, 튼튼하고 공정한 산업기반, 양질의 콘텐츠 생산 및 수요, 경쟁력 강화와 구조적 취약성 극복을 위한 범정부 차원의 역량 결집

<표 2-8> 콘텐츠 산업경쟁력 강화 핵심 전략(2018)

구분		내용
추진 방향 및 과제	[산업경쟁력] 글로벌 수준의 경쟁력 확보	<ul style="list-style-type: none"> • 산업 수요를 반영한 인프라 및 정책금융 확충 • 현장 맞춤형 인재양성 및 일자리 지원 강화 • 뉴콘텐츠 육성 및 문화기술 R&D 혁신
	[수요확산] 신시장 확대 및 수요 창출	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 수요 창출과 지역생태계 조성 • 해외 진출 다변화 및 쌍방향 교류 확대 • 신한류 연계, 연관산업 동반성장 지원
	[규제-제도] 공정 환경 개선과 과감한 제도혁신	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 산업 공정 환경 조성 및 창작자 권리 강화 • 민간 자율성을 살리는 규제제도 혁신
정책 특성 및 시사점	<ul style="list-style-type: none"> • 재원인프라기술인력 등의 산업기반이 취약하고 산업 내 구조적인 불공정 관행으로 인한 장기적 경쟁력 확보가 어렵다는 측면에서 공정 상생, 혁신성장, 공유확산의 기반 강화에 초점을 맞춘 정책으로, 공급-제작 위주의 일방향적 지원을 지양하고, 범부처 간 협력·조정 도모 • 글로벌 플랫폼의 영향력 확대를 인지하고 우수 콘텐츠 제작 역량, 미래형 융복합 콘텐츠, 지역 콘텐츠 기반 강화 및 포용적 해외 진출, 규제 개선 노력 • 취약한 산업기반의 체력 강화, 불공정 관행의 개선, 범부처 포괄 지원 체계를 구축함으로써 콘텐츠 산업 성장을 견인할 전략 수립 	

14) 관계부처 합동(2018), 콘텐츠 산업경쟁력 강화 핵심 전략

○ 콘텐츠 산업 3대 혁신전략(2019.9) 15)

- (정책 배경) 미래 환경변화에 선제적으로 대응할 수 있는 체감도 높은 정책 추진을 통해 콘텐츠 산업이 한 단계 더 도약할 수 있는 계기 마련, 4차산업혁명 시대 콘텐츠 산업의 패러다임 전환을 선도할 국가 전략 및 글로벌 플랫폼 성장, 5세대 통신 상용화, 신한류 확산 등 환경변화를 반영하여 콘텐츠 산업의 비약적 성장을 위한 추가 대책 필요
- (정책 비전) 콘텐츠와 문화의 힘으로 대한민국 혁신성장 실현을 목표로, 투자 확충 및 콘텐츠 기업의 성장 지원, 실감 콘텐츠 신수요 창출 및 미래성장동력 확보, 상호교류에 기반한 신한류 연관산업의 성장 견인

<표 2-9> 콘텐츠 산업 3대 혁신전략(2019)

구분		내용
추진 방향 및 과제	정책금융 확충으로 혁신기업의 도약 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 모험 투자펀드 신설 • 콘텐츠 기업보증 확대
	선도형 실감 콘텐츠 육성으로 미래성장동력 확보	<ul style="list-style-type: none"> • 공공서비스산업과학기술 분야 실감 콘텐츠 혁신 프로젝트(XR+α) • 문화관광 체감형 콘텐츠 및 체험공간 구축 • 시장주도형 킬러콘텐츠 제작 지원 • 기업지원, 인재양성 등 산업 성장 기반 강화
	신한류로 연관산업의 성장 견인	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 유망기업 및 수출 핵심요소 집중 지원 • 소비재·관광 등 연관산업의 한류마케팅 지원 강화 • 지식재산 보호 및 공정환경 등 한류 산업기반 강화 • 지속 가능한 한류를 위한 문화 기반 확산
정책 특성 및 시사점	<ul style="list-style-type: none"> • 기획·제작·유통·소비의 콘텐츠 산업 가치사슬에서 기획·제작 단계의 소규모 열위, 온라인 플랫폼과 대기업 위주의 유통 우위의 산업 구조에서는 글로벌 플랫폼 무한경쟁 체제, 실감 콘텐츠 수요 증가, 새로운 단계로 접어든 한류 문화 등 환경의 변화를 반영하기 어렵다는 문제의식을 바탕으로, 투자 사각지대 해소, 공공부문이 선도하는 실감 콘텐츠 신수요 창출, 한류 콘텐츠로 연관산업의 성장을 견인하고자 하였음 • 기술 진화와 세계 경제 패러다임 변화, 콘텐츠 소비 시장의 변화를 반영하여 신기술과 융합된 콘텐츠의 경쟁력을 강화하고 콘텐츠 기업의 혁신을 지원함으로써, 콘텐츠 산업의 성장 도모 	

15) 관계부처 합동(2019), 콘텐츠 산업 3대 혁신 전략

2) 코로나19 팬데믹 이후 콘텐츠 산업 정책

○ 디지털 뉴딜 비대면 콘텐츠 산업 성장 전략(2020.9) ¹⁶⁾

- (정책 배경) 디지털 전환이 가속화되는 환경에서 콘텐츠 산업의 혁신 전략 제시로 디지털 뉴딜의 성공모델 및 가시적 성과 창출, 콘텐츠 산업 생태계의 디지털 전환 가속화에 대응, 코로나19로 인한 콘텐츠 생태계 위기를 새로운 도약 기회로 활용, 콘텐츠 산업 성장세 둔화 및 불균형 해소를 위한 혁신 필요
- (정책 비전) 콘텐츠 산업 혁신역량 강화로 디지털 뉴딜 성과 창출을 목표로, 비대면 환경변화에 신속한 대응으로 콘텐츠 경쟁력 확보, 차세대 콘텐츠 개발에 과감한 투자로 세계시장 선점, 콘텐츠 산업 생태계 복원과 문화 기술·인력 역량 제고

<표 2-10> 디지털 뉴딜 비대면 콘텐츠 산업 성장 전략(2020)

구분		내용
추진 방향 및 과제	비대면 환경 대응 디지털 전환	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 전용 공연·유통 인프라 구축 • 온라인 콘텐츠 제작·금융 지원 • 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 게임시장 개척 • 데이터·인공지능 활용 기반 조성 및 전문인력 양성 • 디지털 신기술 기반 문화유산 보존·향유 확대
	K 콘텐츠 세계시장 경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 지식재산(IP) 활용 시장 확대 • 체계적 해외 진출 지원으로 신항류 확산 • 상생협력의 콘텐츠 생태계복원
정책 특성 및 시사점	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 미디어 기술과 결합하여 대중 미디어 콘텐츠에서 인터넷 기반 콘텐츠, 실감형·지능형 콘텐츠로 진화하고 있는 콘텐츠 산업의 변화와 지식재산(IP)의 확대 재생산의 가능성을 고려한 정책으로 디지털 뉴딜 정책의 콘텐츠 산업 적용 성과를 창출하고자 하였음 • 정책 금융을 확충하고 실감 콘텐츠의 미래 성장 동력으로 육성하여 신항류를 통한 연관 산업의 부가치 창출을 위한 범주처 지원체계 구축 • 코로나19 확산으로 인해 온라인 콘텐츠(OTT, 게임, 웹툰, 전자책)의 소비 급증과 현장형 콘텐츠(공연, 영화) 수요 감소 상황에 대처하기 위해 정책 금융 지원 및 장르별 피해구제에 집중함 	

16) 관계부처 합동(2020), 디지털 뉴딜 비대면 콘텐츠 산업 성장 전략

○ 가상 융합경제 발전 전략(2020.12) 17)

- (정책 배경) 가상 융합경제로의 패러다임 전환을 위한 전략 및 추진과제를 도출하고 민간 주도의 가상 융합경제 발전 기반 조성, 코로나19 사태를 계기로 경제위기 극복의 혁신 도구로써, 전 세계는 제조·의료 등 주요 산업의 디지털 전환 가속화, 세계 주요국과 글로벌 ICT 기업은 범용 기술로서 XR의 잠재력과 파급효과에 주목하고 경쟁력 확보에 집중, 국내 정책적 노력에도 국내 XR 생태계는 여전히 콘텐츠 체험 중심으로 XR의 경제·산업적 수요 확대에 선제적으로 대응하기에 역부족 상황, 한국판 뉴딜의 기폭제로서 가상 융합경제 제시 필요
- (정책 비전) XR 기반 가상 융합경제 선도국가 실현을 목표로, 산업현장부터 사회문제 해결까지 XR 활용 전면화, XR 고도화·확산의 핵심기반(DNA+디바이스)을 조기에 확충, 전 분야 XR 확산의 핵심주역인 XR 기업의 세계적 경쟁력 확보 지원

<표 2-11> 가상 융합경제 발전 전략(2020)

구분		내용
추진 방향 및 과제	경제사회 전반의 XR 활용 확산	<ul style="list-style-type: none"> • 6대 산업 XR 플래그십 프로젝트 추진 • 지역 중심 XR 확산 기반 조성 • 민간 참여 XR 확산 기반 마련 • 사회문제 해결형 XR 확산
	선도형 XR 인프라 확충 및 제도 정비	<ul style="list-style-type: none"> • XR 디바이스 개발보급 가속화 • XR 구현에 필요한 데이터 댐 구축 • 네트워크 고도화로 XR 서비스 확산 • XR 조기 사업화를 위한 제도 기반 조성
	XR 기업 세계적 경쟁력 확보 지원	<ul style="list-style-type: none"> • XR 전문기업 집중육성 • 경쟁우위 XR 혁신 기술 확보 • 수요 맞춤형 XR 인적자원 양성 • XR 글로벌화 촉진
정책 특성 및 시사점	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나19 확산의 경제적 위기 극복을 위한 혁신 도구로 XR을 활용하고, 세계 선진 주요국들의 디지털 대전환과 XR 투자 확대 추세에 맞춰 가상 융합기술의 신산업을 육성하고자 하였음 • XR 기술의 범용성을 기반으로 가상과 현실이 결합된 메타버스의 등장에 선제적으로 대응하고 연관산업과의 연계로 생산성을 높이는 동시에, 노동 영역 확장 등을 도모함 • 기존의 콘텐츠 산업 육성 중심의 정책에서 경제산업 전 영역의 XR 수요를 반영한 XR 기반 가상 융합경제를 육성하는 특화정책으로 평가할 수 있음 	

17) 관계부처 합동(2020), 가상 융합경제 발전 전략: 디지털 뉴딜 성공의 초석

○ 코로나19 극복 콘텐츠 산업 혁신전략(2021.11) 18)

- (정책 배경) 코로나19로 인한 사회환경 변화에 대응하고 한류 성과를 확산해 나가는 방안 마련, 문화를 통해 코로나19로 침체된 사회 활력 회복, 비대면 디지털 시대의 도래와 콘텐츠 산업 환경변화, 한류 성과를 발판으로 콘텐츠 강국으로 도약
- (정책 비전) 코로나19 극복 콘텐츠 산업혁신을 목표로, 코로나19 극복과정을 예술로 기록, 문화가치 확산을 통한 일상 회복과 콘텐츠 산업 디지털 역량 강화 및 지역·사람 중심의 콘텐츠 산업 생태계 혁신, 재외 한국문화원 K-콘텐츠 아웃바운드 플랫폼 역할 강화 추진

<표 2-12> 코로나19 극복 콘텐츠 산업 혁신전략(2021)

구분		내용
추진 방향 및 과제	문화를 통한 일상 회복	<ul style="list-style-type: none"> • 예술로 코로나19 기록 및 아카이빙 • 문화로 치유 및 일상 회복지원
	콘텐츠 산업 디지털 역량 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스실감 콘텐츠 산업 육성 • 문화기술 연구개발 역량 강화
	콘텐츠 산업 생태계 혁신	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 산업 기초 체력 강화 및 지역 균형 발전 • 콘텐츠 산업 상생협력 및 고정환경 조성
	한류 아웃바운드 활성화	<ul style="list-style-type: none"> • K-콘텐츠 아웃바운드 플랫폼 구축 • 범부처 협업을 통한 한류 확산
정책 특성 및 시사점	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 기업의 다수가 중소기업에 해당하고 시설, 자금, 인력 등 산업 인프라가 타 산업에 비해 열세인 구조적 문제와 산업 내 불공정행위 및 관행이 여전히 남아 있는 산업적 한계와 더불어 글로벌 OTT의 독과점, 지배력 확장에 따른 콘텐츠 생산 외주지기로 전략할 위험이 커지는 상황에서 코로나19 극복의 과정을 문화로 치유하고 기록할 콘텐츠를 생산, 소비하고자 하였음 • 비대면 디지털 콘텐츠 소비의 증가 추세에 맞춰 디지털 역량 수준 진단과 디지털 전환 지원, 문화기술의 연구개발 및 사회문제 해결, 한류 확산의 범부처 체계적 지원 등 기술, 연구, 지원에 초점을 맞추고 있음 • 코로나 극복 및 회복 등 현안에 대한 해결책으로 문화콘텐츠, 디지털 기술 역량, 산업 내 공정 상생, 국가 차원의 한류 콘텐츠 지원을 통한 혁신을 강조하고 있으나, 기존의 디지털 뉴딜 정책 등과 연계된 콘텐츠 산업 성장보다는 회복과 기존 정책의 유지에 초점을 맞추고 있음 	

18) 제7차 콘텐츠산업진흥위원회(2021), 코로나19 극복 콘텐츠 산업 혁신 전략

3) 한국판 뉴딜(1.0, 2.0)과 콘텐츠 산업

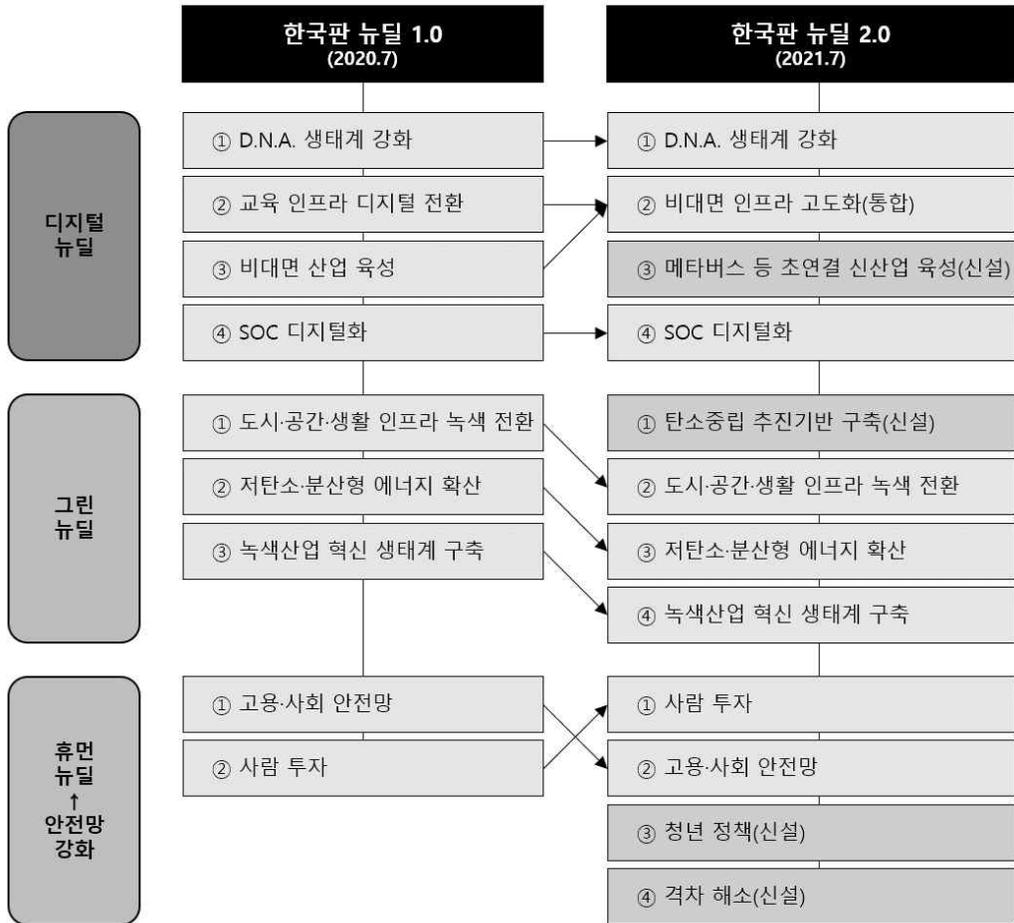
○ 한국판 뉴딜 1.0과 콘텐츠 산업

- 정부는 2020년 7월, 선도국가로 도약하는 대한민국으로 전환하고자 한국판 뉴딜 종합계획(1.0)을 발표하고, 사람 중심 포용국가 기반의 ‘안전망 강화’를 기반으로, 경제 전반의 디지털 혁신 및 역동성 촉진·확산을 위한 ‘디지털 뉴딜’과 경제 기반의 친환경·저탄소 전환 가속화를 위한 ‘그린 뉴딜’을 추진함
- 데이터 댐 구축에 18조 1,000억 원의 재정을 투자하고, 데이터 수집·가공·거래·활용 기반을 강화하여 데이터 경제 전환을 가속하고, 5G 전국망을 통한 전 산업의 초고속화 및 초지능화를 추진함
- 콘텐츠 산업과 관련하여, 실감 기술(VR·AR 등)을 적용한 교육·관광·문화 등 디지털 콘텐츠 융합 서비스 개발 지원 등 콘텐츠 산업의 디지털 전환이 빨라질 것으로 전망됨

○ 한국판 뉴딜 2.0과 콘텐츠 산업¹⁹⁾

- 한국판 뉴딜 1.0 추진 이후, 2021년 7월, 급변하는 대내외적 환경변화에 대응할 새로운 한국판 뉴딜 2.0 종합계획을 발표함
- 한국판 뉴딜 2.0은 기존 ‘안전망 강화’를 ‘휴먼뉴딜’로 확대·개편하고, 기존 과제들을 보강함과 동시에, 신규 과제를 포함함
- 디지털 뉴딜 정책에서 디지털 융·복합을 다양한 분야로 확산하여 메타버스·클라우드·블록체인 등 초연결 신산업을 육성함으로써, 디지털시대 핵심 기반 기술을 확보하고 국민 생활·지역사회 등으로 성과 확산 유도
- 콘텐츠 산업과 관련하여, 비대면 콘텐츠 제작에 필요한 인프라가 고도화되어 융합산업 개척은 물론, XR 등 새로운 형태의 콘텐츠 생산과 소비가 확대될 것으로 예상함

19) 관계부처 합동(2021), 한국판 뉴딜 2.0: 미래를 만드는 나라 대한민국



[그림 2-6] 한국판 뉴딜의 변화(1.0 → 2.0)

○ 국가 차원의 통합 정책과 시사점

- 코로나19 확산이라는 위험 상황을 국책사업인 한국판 뉴딜 정책으로 극복 하려는 범국가적 이니셔티브의 수립은 기존의 산업별, 업종별 산업혁신 정책과는 다르게 종합적이고 통합적으로 추진되고 있다는 점에서 의미가 매우 크다고 할 수 있음
- 기존의 추격형 정책에서 선도형 정책으로 패러다임을 전환하여, 방역체계의 국제 표준 제시의 경험을 바탕으로 IT 강국에서 디지털 강국으로 나아가는 사회적, 경제적 전환 정책에 따라, 메타버스 등 초연결 신산업 육성 등 융복합 콘텐츠 산업의 각 분야가 매우 큰 혜택을 받을 것으로 예상함

4) 국가지식재산 기본계획

○ 제1차 국가지식재산 기본계획(2012~2016)

- (비전 및 목표) 지식재산 강국, 풍요로운 미래를 목표로 지식재산 창출·보호·활용의 선순환 체계 구축
- (단계별 추진전략) 1단계(~2014)에는 지식재산 전략 추진 기반을 조기에 구축하고 2단계(~2016)에 지식재산 선순환 체계 완성
- (전략목표 및 주요 과제) 지식재산 창출, 보호, 활용, 기반, 신지식 체계정립
 - (지식재산 창출) 연구개발 체제 개선을 통한 고품질 지식재산 창출, 콘텐츠·브랜드·디자인 및 소프트웨어 창출 경쟁력 강화, 창조형·개방형 지식재산 창출 환경 조성, 대학·공공기관 및 중소기업의 지식재산 관리 역량 제고
 - (지식재산 보호) 지식재산 심사·등록의 안정성 제고, 지식재산 보호 수준의 선진화, 해외에서의 우리 지식재산 보호 강화, 지식재산 분쟁 해결제도 정비
 - (지식재산 활용) 지식재산 수익 창출 체계 고도화, 지식재산 비즈니스 환경 개선, 지식재산 서비스산업 육성, 지식재산 공정거래 질서 확립
 - (지식재산 기반) 지식재산 존중 사회 구현, 지식재산 인력 및 인재 양성, 지식재산 활동 고도화 기반 확립, 지역 및 글로벌 지식재산 시스템 구축
 - (신지식재산) 신제품 지식재산권을 통한 국가경쟁력 강화, 생물자원 보존·활용을 통한 미래산업 선도, 전통 자원 지식재산을 통한 국가 브랜드 가치 제고, 유망 신지식재산 지원강화 및 제도 마련
- (성과 및 평가) 1차 기본계획을 통해 ‘창출’ 측면에서 세계적 수준의 IP 양적 성과를 달성했으나, 질적 수준은 낮은 것으로 평가, ‘보호’ 측면에서는 전반적으로 향상되었으나 국제 분쟁은 여전히 심화함. ‘활용’ 측면에서는 IP 거래·금융시스템은 정비되었으나 아직 민간시장의 성장은 미숙함. ‘기반’의 측면에서 세계 5대 IP 국가의 위치를 점유했으나 여전히 IP 생태계의 공고화가 필요한 상황으로 평가됨

○ 제2차 국가지식재산 기본계획(2017~2021)

- (비전 및 목표) 제4차 산업혁명을 선도할 IP 국가경쟁력 확보
- (전략목표 및 주요 과제) 5대 전략 20개 핵심 과제 수립
 - (고품질 IP 창출 및 사업화 활성화) 지식재산 전략과 R&D의 연계를 통한 우수 IP 창출 촉진, 신기술 분야 R&D에 표준특허 전략 적용 강화, 공공연구기관의 선도적 IP 경영 강화, IP·기술 거래 및 사업화 촉진, 민간중심의 IP 금융 고도화
 - (중소기업의 IP 경쟁력 제고 및 보호 강화) 중소기업의 IP 활동 지원 강화, 중소기업의 아이디어·기술 보호 강화, 직무발명제도 활성화 및 합리적 보상체계 구축
 - (글로벌 시장에서의 IP 활동 지원강화) 해외 진출 기업의 IP 애로 해소 지원, IP 국제공조 강화 및 글로벌 위상 제고, 생물·유전자원 관련 신 국제규범 대응
 - (디지털 환경 하의 저작권 보호 및 공정이용 활성화) 디지털 콘텐츠 저작권 보호 체계 정비, 디지털 플랫폼을 활용한 저작물 이용 활성화, 한류 콘텐츠의 글로벌 진출 지원, 신기술 트렌드에 부합하는 콘텐츠 창출 생태계 조성
 - (IP 생태계의 기반 공고화) 신기술·신산업 출현에 따른 IP 보호체계 정비, 특허권의 신뢰성·안정성 제고, IP 서비스업 활성화 지원, IP 인적 기반 확충 및 지역 IP 역량 제고, 식물 신품종의 개발 활성화 및 보호 강화

○ 제3차 국가지식재산 기본계획(2022~2026)

- 2021년 12월 현재, 제3차 국가지식재산 기본계획의 공청회가 진행됐으며, 연내 3차 기본계획이 발표될 예정임
- 디지털 전환 가속화와 비대면 사회의 빠른 이행, K-콘텐츠의 국제적 위상 강화 등의 추세에 따라, 디지털 환경 내 저작권 보호 및 공정이용, 글로벌 IP 활동 지원, IP 생태계 기반 강화 등이 강조된 기본계획이 발표될 것으로 예상

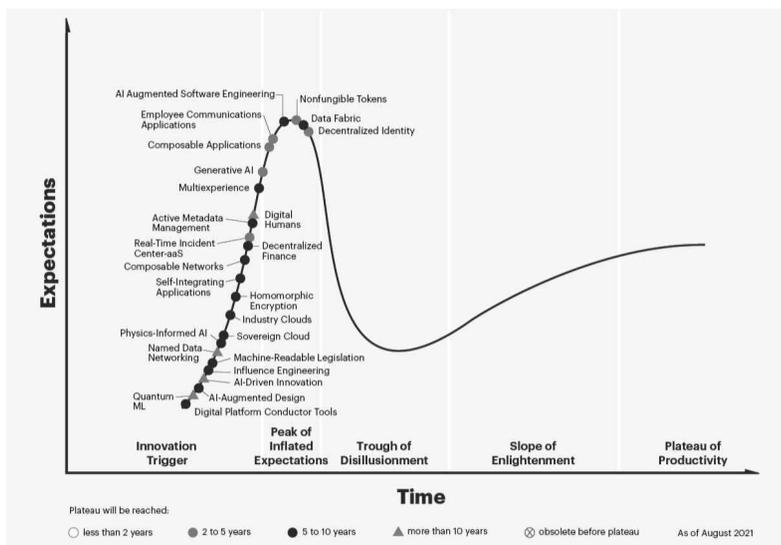
4. 콘텐츠 산업의 변화양상과 특징

가. 기술의 변화

1) 디지털 기술 및 인프라의 진화

○ 세상을 바꾸는 혁신 기술

- 세계적 시장조사기관인 가트너는 2021 Hype Cycle for Emerging Technologies(2021)를 통해, 향후 2년에서 10년 사이 경제와 사회에 가장 큰 영향을 미칠 것으로 전망되는 25개의 혁신 기술을 발표함²⁰⁾
- 25대 혁신 기술 중 향후 2~5년 사이 주류가 될 만한 기술로, 분산 신원 증명(Decentralized Identity), 대체 불가능 토큰(Non fungible Tokens), 직원 소통 응용프로그램(Employee Communications Applications), 조합할 수 있는 애플리케이션(Composable Applications), 생성적 인공지능(Generative AI)등을 제시하고 있음



[그림 2-7] 가트너 Hype Cycle for Emerging Technologies 2021

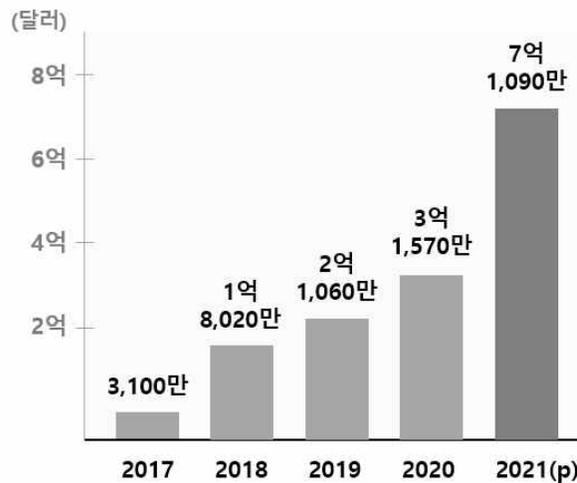
20) 가트너(2021), Hype Cycle for Emerging Technologies 2021

○ 생존을 위한 융합

- 콘텐츠 산업의 분야별 특징과 산업적 속성이 다름에도 4차 산업혁명의 핵심 기술들의 진화, 빅데이터 축적, 초지능화되고 초연결되는 디지털 전환 추세에 따라, 산업 간 경계, 기업 간 경계, 핵심사업의 경계 등이 모호해지는 양상을 나타내고 있으며, 성장보다 생존을 위한 기술, 비즈니스 모델, 핵심 역량 등의 융합이 콘텐츠 산업군에도 일반적으로 나타나고 있음

○ 블록체인-NFT 기술의 부상

- 대체 불가능 토큰(NFT)은 블록체인 기술을 활용해 디지털 콘텐츠에 대체할 수 없는 고유값을 부여하여 메타버스 등 가상 세계에서 해당 콘텐츠의 희소가치를 높이고 있으며, 게임, 음악, 스포츠 영역으로 확산하는 추세
- 오프라인과 온라인의 각기 다른 사업영역을 가진 디지털 네이티브들 간의 사업적 충돌과 경쟁이 심화하고, 웹툰과 웹소설 등을 시작으로 엔터테인먼트까지 IP 확보 경쟁이 치열함



* 자료: NonFungible.com, 메리츠증권리서치 재인용 21)

[그림 2-8] 대체불가능토큰(NFT) 시장 규모

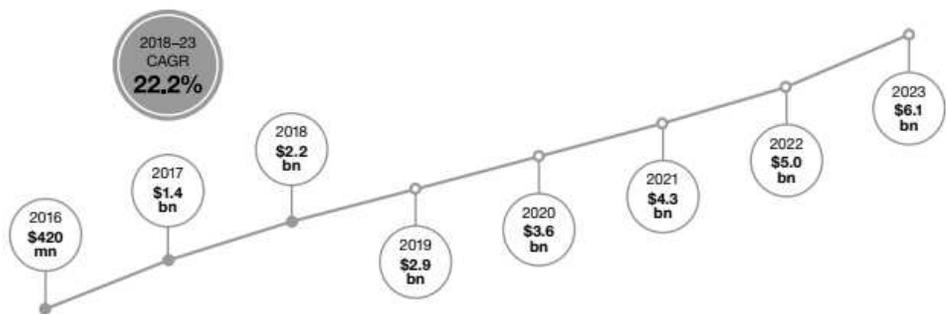
21) 이데일리(2021.03.25), NFT 폭발적 거래 증가...버블 주의 필요, 그래픽 재인용

○ 5G 통신 인프라

- 5G 통신 기술의 성장 및 데이터 무제한 사용환경, 모바일 기기의 고성능화와 코로나19 확산에 따른 사회적 거리두기 방침 등으로 비대면 콘텐츠 소비와 이용자의 문화 변화가 정착함
- 통신 기술의 발달은 스트리밍, 클라우드, 데이터 기술 등의 전후방 산업의 부가가치 창출 및 확대에 이어짐

○ 5세대(5G) 이동 통신이 VR 산업화 등에 미치는 영향

- 차세대 5G 통신 표준은 이미 상용화되었지만, 한동안은 4G 기반으로 기술, 미디어, 통신 인프라가 활용될 것이며, 차츰 5G의 영향력을 더 증가할 것으로 전망됨
- 4G에 비해 5G는 100배 이상의 속도와 1,000배 이상의 용량을 처리할 수 있는 통신표준이기 때문에, 모바일 기반의 인터넷 사용을 더욱 촉진하고, VR이 가진 높은 비용, 설치 어려움, 킬러 콘텐츠 부족 등의 문제를 점차 해소할 수 있는 기반이 되어 개인 사용자의 엔터테인먼트 수준까지 확대되어 빠르게 산업화할 것으로 전망되고 있음



* 자료: PwC 삼일회계법인(2019), 2019-2023 Entertainment&Media 산업전망

[그림 2-9] VR 시장의 성장

2) 디지털 전환 가속화

○ 디지털 전환의 핵심 동인

- OECD에 따르면, 디지털 전환의 가장 중요한 동인은 모빌리티, 클라우드 컴퓨팅, 사물인터넷(IoT), 인공지능(AI), 빅데이터 분석 등과 같은 디지털 기술이라 강조하고 있고, 세계경제포럼과 엑센츄어(2017)는 디지털 신기술로 촉발되는 환경변화에 대응하여 생존과 성장을 추구하는 기업 경영 활동의 핵심으로 디지털 전환을 꼽으며, 디지털 기술 및 성과를 향상할 수 있는 비즈니스 모델로 조직을 변화하는 것이 중요한 과제라 정의하고 있음

○ 콘텐츠 분야 AI 기술 활용 확대와 디지털화

- 이용자의 콘텐츠 이용행태별, 연령대별, 지역별, 시간대별 소비패턴을 AI를 통해 분석하여 최적의 콘텐츠 생산과 전달, 소비가 이루어지고, 맞춤형 추천 서비스를 통한 이용자 편익 증가 등의 순기능 역할 가능
- 신기술과 콘텐츠 산업의 각 분야가 결합하여 콘텐츠 생태계의 디지털화·지능화가 빠르게 진행되고 있으며, 산업 간 경계가 점차 모호해짐

○ 대한민국 정부의 디지털 전환 드라이브

- 정부는 지난 2020년 7월, 디지털 뉴딜, 그린 뉴딜, 고용안전망 강화의 3대 축을 중심으로 한국판 뉴딜을 선포하고 국가 차원의 디지털 전환을 강하게 추진하고 있으며, 2021년 7월, 안전망 강화를 휴먼 뉴딜로 개편, 메타버스 등 초연결 신산업 육성을 신설한 한국판 뉴딜 2.0을 발표함
- 한국판 뉴딜 2.0 중 디지털 뉴딜은 국가 산업의 혁신은 물론, 사회 전반의 디지털 전환을 통한 선도 경제국가, 세계적 허브 국가로의 도약을 비전으로 제시하고 디지털 전환 가속화에 속도를 더하고 있으며, 금융, 의료, 유통산업, 자동차산업 등 곳곳에서 긍정적 성과가 나타나고 있으며, 콘텐츠 산업에서도 비즈니스 모델 전반의 디지털 관련성이 높아졌음

○ 디지털 전환과 디지털 비대면 사회

- 코로나19 확산 이전에도 디지털 사회로의 패러다임 전환 전망은 우세했으며, 디지털 전환이 지속될수록 비대면 사회로의 이행은 더욱 빨라질 것이라 예상하던 상황에서 코로나19 확산은 전환 속도를 더욱 가속시킴
- 디지털 전환과 온라인 진출에 소극적이던 기업들도 위기 대응 차원의 적극적 투자에 나서고, 유통업계 등은 리테일과 홈쇼핑을 합병해 온오프라인의 통합된 O2O 서비스를 제공하는 등 디지털 전환은 거스를 수 없는 생존 전략으로 자리하게 되었음
- 라이브 커머스과 같은 융복합·비대면 방식의 새로운 채널들이 주목받게 되면서, 콘텐츠(C)-플랫폼(P)-네트워크(N)-기기(D)의 가치사슬 내 대부분의 활동이 온전히 디지털로 수행할 수 있는 디지털 비대면 사회로의 이행 추세에 적극적으로 대응해야 할 상황임

<표 2-13> 포스트 코로나 유망 서비스 업종

구분	내용
디지털 전환	<ul style="list-style-type: none"> • 원격서비스(이러닝, 화상회의, 원격근무, 디지털 헬스) • 디지털 기술 서비스(클라우드, 5G, 인공지능)
비대면 유통 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 유통(플랫폼) • 부대 서비스업(배달업, 전자결제)
홈노미	<ul style="list-style-type: none"> • 여가용 콘텐츠(게임, 음악, 방송) • 홈케어(가전 렌탈, 출장청소)

* 자료: 한국무역협회(2020), 포스트 코로나, 변화하는 국내 서비스업 생태계, 국제무역통상연구원, 재구성

3) 메타버스의 등장

○ 가상과 현실의 융합

- 2007년 미국 기술연구단체 ASP(Acceleration Studies Foundation)는 「메타버스 로드맵」을 통해 메타버스를 현실 세계와 가상세계의 융합(convergence)·교차점(junction)·결합(nexus)의 개념 차원에서 제시
- MZ 세대²²⁾의 감성과 멀티 페르소나(Multi Persona) 욕구를 자극하고, PC 기반의 인터넷에서 모바일, 태블릿 중심의 SNS를 넘어, 모바일, AR·VR 등 멀티 기기를 활용한 메타버스로 관심 확장²³⁾
- 메타버스의 주요 특징은 가상 세계 안에서 현실과 똑같이 정치, 사회, 경제, 문화적 활동이 가능하다는 점과 이를 활용해 경제적 부가가치를 창출할 수 있다는 것이 큰 장점임

<표 2-14> 메타버스로의 이동

구분	인터넷	SNS	메타버스
주요 기능	<ul style="list-style-type: none"> • 커뮤니티 활동 • 정보 제공 및 소비 • 포털사이트를 활용한 정보검색 	<ul style="list-style-type: none"> • 소셜 활동 • 실시간 콘텐츠 생성 및 소비 	<ul style="list-style-type: none"> • 현실과 가상의 연결과 경험 확장 • 사회, 문화적 활동 가능 • 생산, 소유, 투자, 보상 • 현실세계와 관련하여 경제적 가치 창출 가능
활용 기기	PC	모바일, 태블릿 PC	모바일, AR·VR 기기
주요 플랫폼	구글, 네이버, 다음 등	트위터, 페이스북, 틱톡, 인스타그램 등	로블록스, 제페토, 어스 2 등

* 자료: 산업연구원(2021), 다가오는 메타버스 시대, 차세대 콘텐츠 산업의 방향과 시사점

22) 1980년대 초~2000년대 초반 출생 세대와 1990년대 초~2000년대 초반 출생 세대 통칭

23) 산업연구원(2021), 다가오는 메타버스 시대, 차세대 콘텐츠 산업의 방향과 시사점, KIET 산업경제 산업포커스

○ VR/AR/XR 등 실감형 콘텐츠 기술 결합과 메타버스 플랫폼 주목

- 5G 인프라 기반의 VR/AR/XR 기술을 활용하여 게임, 교육, 의료, 스포츠 등 다양한 분야에서 실감형 콘텐츠 활성화
- 현실과 가상이 융합된 메타버스가 비대면 상호작용 공간으로 급부상하면서 콘텐츠 산업 전 분야의 실감 콘텐츠 개발 본격화
- 메타버스 산업을 이끄는 기업으로 미국 로블록스, 포트나이트, 마인크래프트가 있으며, 한국에서 네이버제트에서 출시한 제페토가 빠르게 성장하고 있음

<표 2-15> 주요 메타버스 플랫폼

구분	내용
미국 로블록스	<ul style="list-style-type: none"> • 이용자가 직접 게임을 개발, 공유하고 다른 이용자와 플레이하는 메타버스 플랫폼으로서, 2006년에 출시 • 2021년 3월 뉴욕증시에 상장 • 월간 방문자 수 1억 9,000만 명 상회, 게임 개발자 수는 약 800만 명, 게임 수는 약 5,000만 개
미국 포트나이트	<ul style="list-style-type: none"> • 에픽게임즈가 제공하는 슈팅 게임으로서 2017년 출시 • 파티로얄 모드에서 콘서트, 영화 상영 등이 가능 • 트레비스 스캇, 영화 테넷의 트레일러, BTS의 Dynamite 뮤직비디오 안무버전을 최초 공개 • 포트나이트 이용자 수는 3억 5,000만 명 상회
미국 마인크래프트	<ul style="list-style-type: none"> • 2011년에 게임이 출시되었으며, 2014년 마이크로소프트에서 인수 • 이용자가 아바타를 활용해 블록으로 구조물, 기능 등 콘텐츠를 제작할 수 있는 샌드박스 게임 • 가상 캠퍼스를 만들어 수업, 가상졸업식 등을 진행 • IP를 확장하여 장난감, 소설, 영화, 교육용 도구 등을 출시
한국 제페토	<ul style="list-style-type: none"> • 2018년 네이버제트에서 출시한 AR버추얼 플랫폼 • AI-AR-3D 기술을 통해 이용자 맞춤형 3D 아바타를 생성 • 아이돌 그룹의 콘서트, 팬미팅 공간으로 활용 • 현재 글로벌 가입자 수는 2억 명, 이용자의 80%는 10대

* 자료: 산업연구원(2021), 다가오는 메타버스 시대, 차세대 콘텐츠 산업의 방향과 시사점

4) 비대면 디지털 콘텐츠의 부상

○ 비대면(Untact) 콘텐츠 부상

- 2020년 정부가 추진하는 한국판 뉴딜에서 ICT 기술 기반의 디지털 인프라 구축과 함께, 비대면 서비스 확산 기반 조성을 10대 중점 과제에 포함하면서 국내에서 대중적인 개념으로 자리 잡음
- OECD 등의 국제기구들은 비대면 개념의 ‘untact’ 보다는 ‘digital’에 초점을 맞추어 코로나19 관련 경제 상황을 기술하고, 디지털 전환과 디지털 기술 의존성 심화, 디지털화 등이 장기적으로 지속할 것으로 전망
- 코로나19 확산의 상황에 비대면·온라인 소비가 가능한 게임, OTT, 웹툰, 웹소설, 오디오북, 가상현실 콘텐츠 등이 선택과 소비 확대 추세

○ 디지털 콘텐츠

- 콘텐츠의 디지털 전환 가속화에 따라, 비대면, 디지털 콘텐츠의 생산과 소비가 확대되고, 가상과 현실이 융합한 VR/AR/XR 플랫폼 내 실감 콘텐츠, 몰입 콘텐츠, 소통 콘텐츠 등의 디지털 콘텐츠가 주목받고 있음
- 기존 콘텐츠 산업 내 각 분야에서 디지털 전환을 위한 기술 요소, 인프라 요소, 인적 요소, 자본, 투자 등이 융복합적으로 활발히 진행되고 있음
- 지식재산권(Intellectual Property)의 확장과 연결이 용이한 디지털 콘텐츠 중심으로 빠르게 콘텐츠 산업 생태계가 융합하는 경향이 나타남

○ 지능화, 몰입화, 감성화, 융합화 콘텐츠 진화

- (지능화) 빅데이터와 인공지능 기술이 접목한 지능형 콘텐츠의 개발
- (몰입화) 다양한 SW와 HW, 기기를 활용한 실감형, 몰입형 콘텐츠 개발
- (감성화) 메타버스 내 캐릭터, 디지털 휴먼 등 사용자의 감정과 감성을 자극하는 감성 콘텐츠의 개발
- (융합화) 창발하는 신기술과 결합한 새로운 유형의 콘텐츠 개발

나. 산업구조 변화

1) 콘텐츠 산업의 가치사슬 변화

○ 콘텐츠 산업 가치사슬 변화

- 일반적 콘텐츠 기업의 가치사슬이 ‘기획→개발→제작→유통 및 서비스’의 흐름을 거쳐 왔던 것과는 달리, 새로운 콘텐츠를 생산하는 기업의 가치사슬은 기존의 가치사슬과는 완전히 다른 과정, 곧 ‘상상→몰입→창의→발명→혁신’의 프로세스를 거쳐, 새로운 기술 기반 차세대 콘텐츠가 창출²⁴⁾
- 콘텐츠 가치사슬의 변화는 최종 사용자 입장에서 요구되는 콘텐츠의 생산이라는 목적과 최근의 디지털 혁신 기술 등의 결합으로, 생산과 유통, 소비에 이르는 전 과정의 변화에 따른 것으로, 콘텐츠 자체의 가치보다 이러한 새 콘텐츠가 창출한 부가가치의 측면에서 더 의미 있는 것으로 볼 수 있음
- 콘텐츠 유통 플랫폼이 아날로그 방식에서 디지털로 진화하는 가운데, 오프라인에서 온라인, 모바일, 스마트, 소셜서비스 등의 영역으로 확대되어가고 있음²⁵⁾

○ 미디어·엔터테인먼트 산업의 트렌드

- 미 컨설팅 기업 베인앤컴퍼니에 의하면, 미디어·엔터테인먼트 분야에 6가지 특징적 트렌드로, 첫째 전방위적 미디어 플랫폼 서비스를 통한 디지털 미디어 소비가 증가하고, 둘째 개인별로 맞춤형 콘텐츠가 인공지능 추천 알고리즘을 통해 최적화되어 제공되고 있으며, 셋째 인터넷을 통한 상호 연결성 증대로 국경을 초월한 미디어 소비가 가능해졌고, 넷째 개인 미디어 콘텐츠 제작자 활동 증가로 생산에 참여하는 소비자가 늘고 있다고 밝히고 있음

24) 한국콘텐츠진흥원(2017), 4차산업혁명과 콘텐츠 산업 경쟁력 제고 전략

25) 한국콘텐츠진흥원(2013), 2012 스마트콘텐츠 시장조사

- 다섯째로 디지털 기술의 진보는 코로나19 확산으로 인해 현실과 디지털의 경계를 허물게 될 것이며, 마지막 여섯 번째로 아바타를 활용한 게임이나 가상현실을 넘어 실제와 같은 사회적, 문화적 활동이 가상에서도 가능한 세상이 메타버스를 통해 실현될 것이라 밝히고 있음

<표 2-16> 미디어 산업 생태계(CPN+User) 변화

구분	콘텐츠(C) 제작 시장	플랫폼(P) 시장	네트워크(N) 시장	이용자(U)
주요 산업 주체	<ul style="list-style-type: none"> • 방송사 • 드라마 제작사 • 중소 규모 제작사 	<ul style="list-style-type: none"> • 유료방송 플랫폼 • 가입 기반 OTT • 광고 기반 OTT 	<ul style="list-style-type: none"> • 이동통신 3사 • 케이블TV SO • MMNO 	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자 • 프로슈머
변화양상	<ul style="list-style-type: none"> • 양극화 심화 • 해외자본 의존도 상승 • 중소 제작사 경영난 	<ul style="list-style-type: none"> • 스트리밍 서비스의 이용량 증가 • 유료방송 VOD를 통한 영화 소비 감소 • 해외 플랫폼의 국내 진입에 따른 국내 사업자 역차별 	<ul style="list-style-type: none"> • 트래픽 증대 • 화질 민원 증대 • CP vs. ISP, NO 분쟁 	<ul style="list-style-type: none"> • 넷플릭스, 유튜브 플랫폼 의존도 심화 • 업무용 콘텐츠 제작 필요성 증대 • 새로운 플랫폼 소비에 대한 수요 증대
대응 방안	<ul style="list-style-type: none"> • 영상 시장의 중요성 증대에 따른 신규 시장 창출 • IP 확보를 통한 지속 성장 기반 마련 • 제작 여건 개선 • 상생을 위한 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 OTT 플랫폼 성장/혁신을 위한 투자 확대 • 데이터 기반 서비스 강화 • 플랫폼 사업자의 콘텐츠 사업 진출 • 국내 사업자 역차별 해소 	<ul style="list-style-type: none"> • 안정적인 네트워크 환경 구축 • 망이용료 제도 정비 • 재난 정보 제공 강화 	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 미디어를 통한 보편적 복지 구현 • 영상 보편화에 따른 리터러시 함양 교육

* 자료: 남승용(2020), COVID-19와 미디어 산업 위기와 미래, 미디어리더스포럼, 미디어미래연구소 디지털경제센터, 재구성

○ IP 중심의 콘텐츠 가치사슬 변화

- 콘텐츠 산업 생태계가 콘텐츠 IP 중심으로 재편되고 있으며, 만화/웹툰, 드라마, 영화 등 하나의 IP로 제작된 다양한 콘텐츠를 연속적으로 소비하는 행태로 변모하면서, 원천 콘텐츠 IP 생산 및 축적 기반을 갖춘 기업들이 가치사슬 재편 주도
- 콘텐츠 IP 기반 비즈니스 고도화, 타 산업간 협업, 마케팅 등 활성화 및 사업 다각화, IP 주체에 대한 합당한 저작권, 초상권, 수익 배분 등 합당한 권리계약에 대한 이슈가 점점 중요하게 인식되고 있음
- OSMU(One Source Multi Use), MSMU(Multi Source Multi Use)가 점차 활성화되어, IP 홀더의 영향력도 점차 커지고 있으며, 다양한 융합 프로젝트도 계획되고 있어 IP 확보와 IP 유니버스 확장도 중요한 전략으로 강조되고 있고, KT의 Seezn은 2025년까지 IP 기반의 콘텐츠를 1,000여 개 확보를 목표로, 웹툰, 게임 등의 콘텐츠 IP와 제조업, 서비스업의 융합도 활발함

2) 글로벌 대형 플랫폼의 영향력 증가

○ 글로벌 플랫폼 영향력 확대

- 콘텐츠 산업의 디지털 전환이 빠르게 진행되면서 거래와 교역의 핵심이 되는 글로벌 플랫폼의 영향력이 확대되고 글로벌 영상 콘텐츠 제작 및 글로벌 유통 서비스 플랫폼(넷플릭스, 유튜브, 웨이브, 틱톡 등) 등의 지배력 확대
- 스마트폰의 성능 향상과 5G 통신 기술의 발달로 모바일 콘텐츠 소비가 가능해지면서 애플리케이션 마켓 플랫폼(구글 플레이스토어, 애플 앱스토어 등) 지배력 확대되고 OTT 플랫폼 간 무한경쟁과 M&A도 활발함
- OTT 서비스의 출현으로 지상파의 경쟁력은 점점 더 약화하고 있으며, 이용자의 코드 커팅²⁶⁾, 코드 셰이빙²⁷⁾이 나타나면서, 제작사들은 지상파 방송이나 중편 의존도를 낮추며 산업의 지형이 새롭게 재편하고 있음

26) 코드 커팅(Cord cutting) OTT가 유료방송을 대체하여 유료방송을 해지하는 현상

27) 코드 셰이빙(Cord shaving) 유료방송을 해지하지는 않지만, 유료방송 가입 상품을 더 저렴한 것으로 변경하는 현상

○ 콘텐츠 산업 양극화 심화

- 글로벌 OTT에 대한 종속성·의존성 및 콘텐츠 산업에서 소수의 대형 미디어·플랫폼 사업자에 의한 시장 독과점 심화
- 영세한 중소 콘텐츠 제작사들의 위축과 대형 미디어 기업 및 포털, 글로벌 플랫폼과 제작사 사이에 디지털전환 기술력 비대칭 등 비대칭적 관계 심화

○ 콘텐츠 산업의 새로운 정책 방향 설정 및 거버넌스 정립 필요성

- 매스미디어 및 TV 플랫폼 위주로 설정된 기존 정책 및 산업 정의, 거버넌스 개선 요구 증가
- 콘텐츠 산업 가치사슬의 변화 및 새로운 가치의 요구 등으로 인한 새로운 콘텐츠 산업 정책의 전략 수립과 체계적 지원 필요

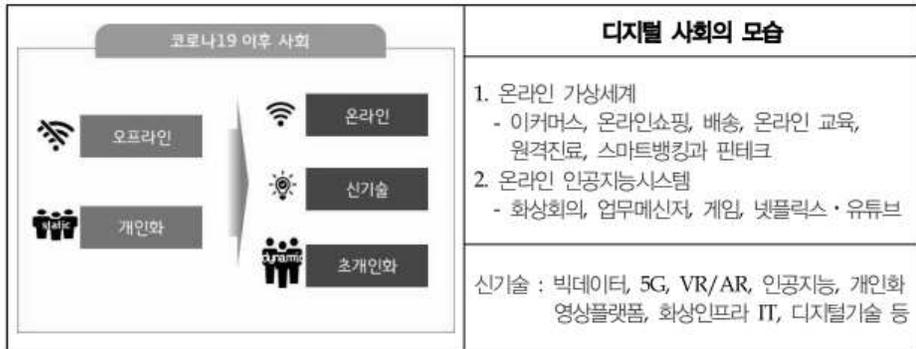
3) 새로운 경제 패러다임과 비즈니스 모델 출현

○ 구독경제 정착

- 장르 간의 경계를 넘어 융복합 콘텐츠를 창출하여 시장에서 성공하는 사례가 늘어나고 팬덤 문화를 중심으로 창의적 기획되는 비즈니스 모델 및 사업화 사례 확대
- 코로나19 이후 강화된 비대면 마케팅과 OTT 산업의 성장은 콘텐츠의 소유에서 향유로 소비문화를 변화시켰으며, 구독경제의 새로운 비즈니스 모델의 성장 가능성을 실현
- 소비자의 경험에 기반한 충성고객 확보 방향으로 비즈니스 모델이 변화하면서 온·오프라인이 병행된 콘텐츠 고려

○ 국내외 OTT 플랫폼의 무한경쟁

- 넷플릭스, 유튜브로 양분되던 온라인 동영상 서비스(OTT) 시장에 구글 TV, 아마존 prime video, 디즈니+, 애플 TV+, HBO max, peacock, 워너 미디어, NBC 유니버설, ESPN+ 등의 새로운 글로벌 대기업들이 가세하면서 글로벌 OTT 무한경쟁 시대가 열림
- 중국과 일본권에서는 Le.com, 아이치이, 텐센트 비디오, 아사히의 abema TV, Line TV, NHK+, Rakuten VIKI 등이 있음
- 국내에서는 지상파 방송 3사(Pooq)와 SKT(옥수수)가 결합한 wavve, KT의 seezn, U+모바일tv, 방송채널 CJ ENM의 TVING, 왓챠 등 토종 OTT 서비스 뿐 아니라, 국내 IT 기업인 카카오와 네이버도 각각 카카오TV, 네이버TV를 런칭하며 본격적인 OTT 경쟁에 참여하였고, 유통기업인 쿠팡도 쿠팡플레이 서비스를 개시함으로써, OTT 시장의 무한경쟁에 참여함



*자료: “코로나 이후 뉴노멀” 도래...전자결재·콘텐츠 산업 주목해야·IBK “, 이데일리(2020.4.8.)

[그림 2-10] 코로나19 이후 사회 변화와 디지털 사회의 모습

○ 클라우드 펀딩, 저작권 투자모델 다양화

- 기업의 자금조달 방법이 액셀러레이터, 벤처캐피탈, 모태펀드 등 기존의 엔젤 투자와 기관투자자들의 전통적인 투자방식에서 벗어나, 다양한 투자방식이 등장하고 보편화함
- 특히, 저작권과 특허 등 지식재산권과 기술 역량을 보유한 스타트업들에 대한 투자가 증가하고 자금 확보 방법이 다양해짐

다. 노동 환경 변화

1) 근로 형태와 노동 환경의 변화

○ 주 52시간 근로제 도입

- 주 52시간 근무제 도입으로 노동자의 건강 악화 방지 및 일과 삶의 균형 확보를 위한 노동시간 규제 정책 시행
- 생산성이 노동시간에 비례하지 않는 콘텐츠 창작업무의 특성 및 외주인력 활용 비중이 큰 콘텐츠 산업의 근로 형태, 산업적 특성을 고려한 유연한 근무환경 조성 및 근로 형태 개선

○ 1인 제작자·창작자 증가

- 유튜브, 라이브 커머스 등 1인 미디어 콘텐츠 제작자에 의한 다양한 장르의 새로운 콘텐츠 생산이 증가하고, 1인 크리에이터, 인플루언서 등의 영향력 확대에 협업, PPL 등으로 부가적 수익 창출을 위한 비즈니스 모델 확대
- 기획, 창작 단계에는 1인, 소규모 제작자에서 중대규모 스튜디오형 제작자 까지 단독형, 전속형 근무자 등 다양한 계약 형태가 있으며, 대형 기획사나 유통기업의 불공정 계약 관행도 존재함

○ 원격근무, 비대면 재택근무 증가와 프리랜서 근로자 활용

- 원격근무, 비대면 재택근무가 일상화됨에 따라 근무환경 변화에 따른 기업 내 새로운 근무 형태 도입과 취업규칙 적용의 필요성이 증가하고 근무시간 조정, 새로운 협업의 형태에 익숙해지면서 매우 유연한 형태의 근무방식이 일상화되기 시작함
- 비대면 근무가 유연하게 적용된 제작 현장의 상황에 맞춰, 정규직보다 프리랜서(계약직) 형태의 계약방식도 일반화되어 생산성 향상과 원가 절감의 목표에 부합하는 근로·계약 형태도 다양해지는 추세에 있음

2) 저작권 보호와 공정 상생의 중요성 증가

○ 제작·창작자 저작권 보호

- 콘텐츠와 결합할 수 있는 다양한 신기술 진화에 따라 새롭게 등장하는 저작물 형태, 유통방식 등에 대응하기 위한 제도적 보완 및 불법복제, 유통 등 저작권 침해에 대한 처벌강화 필요
- 미국의 경우, 불법 스트리밍을 ‘공연권’ 위반으로 중범죄로 처벌하는 규정과 ‘저작권청구위원회(Copyright Claims Board)’를 설치하여 저작권 침해 사안에 대한 청구과정의 편의성을 강화하여 저작권자의 권익을 보호

○ 불공정행위 대응 및 상생협력의 관행 정착 필요

- 사업체와 종사자, 제작사와 유통사 간 권력관계의 차이에 따른 각종 불공정거래 관행 등의 해소를 위한 상생협력 분위기 조성 필요
- 콘텐츠 업계 노동조합 신설 등 조직화·세력화 및 교섭력 강화 움직임

○ 세계 속 한류(K-콘텐츠)의 위상과 저작권

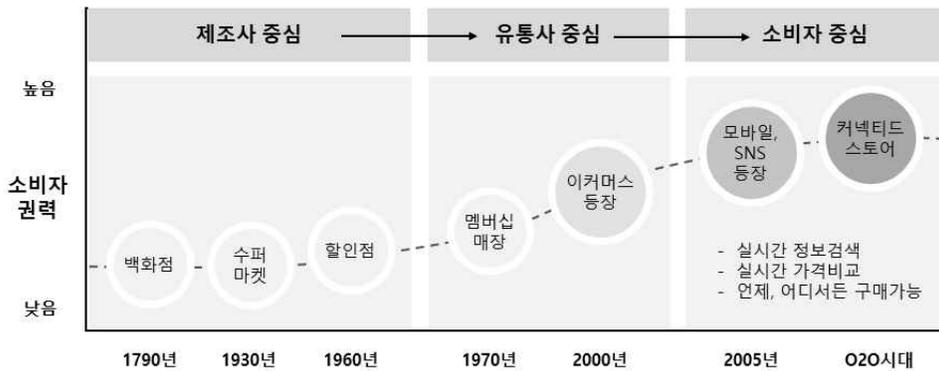
- K-pop, 영화 기생충, 드라마 오징어 게임, 지옥 등 한국 콘텐츠에 대한 국제적 관심과 소비가 높아지면서, 넷플릭스의 5,000억 원 투자계획, 애플, 디즈니의 국내 독점 드라마 시리즈 개시와 함께 한국 콘텐츠의 지식재산권(IP)을 확보하려는 거대 기업들이 늘어나는 반면, 한국의 기업들은 더욱 공격적인 사업 확장과 해외 진출을 위해 대규모 투자를 계획하는 등 새로운 기회들이 확대되고 있어 창작·제작자의 저작권에 대한 정확한 인식, 공정계약에 대한 상생 기반 마련 중요

라. 이용자 문화 변화

1) 소비자 문화의 변화

○ 소비자 권력의 이동과 강화 28)

- 제조사(공급자) 중심의 권력이 유통사를 거쳐 소비자 중심으로 이동하면서, 소비자와 시장이 요구하는 기술, 제품, 서비스, 콘텐츠 등이 실시간 온디맨드(On demand) 형태로 제공
- O2O 제품 및 서비스, OTT 스트리밍 콘텐츠 등이 사용자의 모바일 환경과 여건에 맞게 전달되는지가 선택과 소비, 향유의 중요한 기준이 됨



[그림 2-11] 소비자 권력의 변화

○ 소비자의 콘텐츠 생산 참여 확대

- 1인 미디어 크리에이터, 인플루언서 등의 활동이 확대되고, 다중 채널 네트워크(MCN) 산업이 성장하였으며, 뉴미디어 플랫폼에서 새로운 형태의 숏폼 콘텐츠들이 생산되고 확대됨
- 소셜네트워크서비스(SNS) 이용자들이 자발적으로 생산해내는 사진, 동영상, 게시물들이 기업의 데이터 자산이 되고, 이를 활용한 경제적 가치 공유

28) 김용진(2020), 온디맨드 비즈니스 혁명: 오직 한 사람에게로, 쌤앤파커스

- 콘텐츠 공급자와 소비자의 연결범위가 확대되고 기업 경영활동 관련 의견 개선뿐 아니라, 원하는 제품·서비스 개발 과정에 개입할 기회 증가

○ 코로나19 이후 일상 활동 변화

- 한국언론진흥재단(2020)의 조사분석에 의하면, 코로나19 확산 이후 국민의 일상이 많이 변화했으며, 개인 유지 활동 외에 미디어 이용(69.5%), 온라인 쇼핑(62.3%), 직접 요리(57.6%), 배달음식 주문(56.6%) 등이 크게 증가한 것으로 나타남
- 미디어 이용 면에서 사용자는 스마트폰(78.9%) 기기 이용이 크게 늘고, 주로 OTT 서비스(65.5%)를 이용한 것으로 조사되어, 코로나19로 위축된 생활에서 스마트폰을 이용한 미디어 콘텐츠 소비가 매우 큰 비중을 차지하는 것으로 볼 수 있음



* 개인 건강관리, 개인위생 및 외모 관리

** 자료: 한국언론진흥재단(2020), 코로나19 이후 국민의 일상 변화

[그림 2-12] 코로나19 이후 일상 변화

2) 콘텐츠 소비의 변화

○ ‘집’의 콘텐츠 소비(홈코노미) 확대

- 코로나19 이후, 사회적 거리두기, 자가격리, 재택근무의 확대, 온라인 수업, 1인 가구 확대는 집을 거점화한 홈코노미를 일상화하고, 집을 중심으로 한 실내 활동의 다양성을 발생시킴
- 개인화된 맞춤형 콘텐츠 경험과 소비문화가 정착함(OTT 플랫폼 활용)

<표 2-17> 개인화된 미디어 소비의 의미와 콘텐츠 유형

구분	의미	콘텐츠 유형
1단계	혼자서 이용	패키지 콘텐츠
2단계	내가 골라서 이용	분절화된 콘텐츠
3단계	개인 맞춤형으로 추천받아 이용	큐레이션 콘텐츠
4단계	개인에 따라 달라지는 스토리 이용	인터랙션 콘텐츠

* 자료: 정재민(2016), 개인화된 콘텐츠 시대, 그 의미와 방송에 던지는 화두, Broadcasting Trend& Insight

○ 모바일 기반의 콘텐츠 소비 전환

- PC, TV, 종이책, 실물 상품 등 다양한 형태로 소비되던 콘텐츠가 비대면 방식의 모바일 기기를 통한 디지털 소비로 재편되는 현상을 보임
- OTT, 대형 미디어 플랫폼의 구독 형태의 영상 미디어 소비가 급증

○ 콘텐츠 향유 수요 증가

- 콘텐츠의 수동적 소비에서 능동적 향유·창작 등 적극적 수요활동을 하는 사용자가 증가하고, 디바이스의 다양화, 기술 융합으로 콘텐츠 소비 패러다임도 변화

3) 디지털 격차의 심화

○ 콘텐츠 소비 양극화

- 구독과 비구독, 단일 구독과 멀티 구독 등의 소비 양극화와 문화 향유와 수요의 측면에서 기회 불균형, 수도권·지역 양극화 등 상대적 격차 심화

○ 디지털 리터러시와 디지털 양극화

- 디지털 감수성과 활용역량의 차이에서 비롯해 발생하는 양극화와 디지털 교육 부족 및 스마트 기기에 적응하지 못하는 디지털 공포증(digital phobic)으로 인한 디지털 격차, 디지털 소외도 증가하고 있음

<표 2-18> 콘텐츠 산업 변화의 양상과 특징

구분	변화의 양상	특징
기술의 변화	디지털 기술의 진화	세상을 바꾸는 혁신 기술, 블록체인-NFT 기술 등의 부상, 5G 확대로 VR 시장 확대
	디지털 전환 가속화	AI 등 지능화된 기술의 적용, 빠른 디지털화, 정부의 강한 추진 의지
	메타버스의 등장	가상과 현실의 융합, 실감형 콘텐츠 기술 결합
	비대면 디지털 콘텐츠의 부상	비대면 콘텐츠, 디지털 콘텐츠 부상과 지능화, 몰입화, 감성화, 융합화 콘텐츠로 진화
산업 구조의 변화	콘텐츠 산업의 가치사슬 변화	콘텐츠 산업 및 IP 중심의 콘텐츠 가치사슬 변화
	글로벌 대형 플랫폼의 영향력 증가	글로벌 플랫폼의 영향력 확대로 산업 양극화가 심화되고, 이에 대응할 정책 방향 설정 중요
	새로운 경제 패러다임과 비즈니스 모델 출현	구독경제가 정착되고 산업 생태계가 대형 플랫폼으로 빠르게 흡수통합, 경쟁력 있는 콘텐츠 기업들의 투자 활발
노동환경 변화	근로 형태와 노동환경의 변화	주 52시간 근로제에 대한 개정 및 개선 요구, 1인 제작자, 창작자 증가에 따른 유연한 계약, 근로 형태 필요
	저작권 보호와 공정 상생의 중요성 증가	제작자와 창작자의 저작권 및 창작 활동의 보호 중요, 불공정행위 및 관행의 근절, 한류 콘텐츠의 위상에 맞는 저작권 보호 필요
이용자 문화 변화	소비자 문화의 변화	소비자 중심의 콘텐츠 소비가 증가하면서 소비자 권력이 강화되고 콘텐츠 생산에도 적극 참여, 일상의 변화에 맞는 새로운 문화 형성
	콘텐츠 소비의 변화	집을 중심으로 하는 홈코노미가 확산되고 모바일 기반의 콘텐츠 향유가 일반화됨
	디지털 격차의 심화	콘텐츠 소비의 양극화와 디지털 리터러시(활용역량) 교육의 중요성

5. 콘텐츠 산업 현황 및 정책 분석 시사점

가. (기술 변화) 거스를 수 없는 디지털 전환 흐름

○ 콘텐츠 산업 내 ‘디지털 전환’ 촉진

- 디지털 전환으로 데이터 축적 및 활용이 급증하고 데이터 기반의 새로운 비즈니스 모델 개발과 서비스가 다양해져 비용 절감, 고용증대, 신규 매출 증가, 소비자 후생 증가 등의 효과가 나타남
- 공정한 이익공유에 기반한 디지털 생태계(플랫폼) 구축 가속화

○ 디지털 기술 범용화에 따른 ‘디지털 사회’로의 이행 촉진

- (초연결성) 지식정보화사회의 기반인 정보통신 기술(ICT)과 함께 유·무선 통신, 네트워킹, 통합적 커뮤니케이션 통신 기술, 사용자와 디바이스, 공급자와 사용자, 사용자와 사용자 사이의 연결성 확장
- (초지능화) 정보통신 기술이 점차 빠르게 범용화되고, 방대한 데이터와 기계학습으로 초지능화된 지능 정보기술 영역이 확장됨
- (디지털 사회 견인) 범용화된 디지털 기술을 통한 디지털 사회로의 전환이 가속화되고 비대면 중심의 사용자 행동 변화와 상호작용이 활발해짐

○ 디지털 기술로 강화되는 ‘맞춤식 주문형 서비스’ 대중화

- 디지털 기술을 통해, 개인화에서 초개인화(hyper-personalization)로, 맞춤화에서 점차 초 맞춤화(hyper-customization)가 가능해짐
- 재고 생산(make to stock) 방식에서 주문생산(make to order) 방식으로 전환
- 사용자의 요구에 실시간으로 대응하여 디지털 콘텐츠를 전달할 환경 형성

나. (산업 구조 변화) 뉴노멀 시대의 IP 중심의 지속 가능 콘텐츠 제공

- 새로운 가치를 지속해서 제공할 수 있는 ‘콘텐츠의 IP 중요성’ 부각
 - 코로나19 확산으로 콘텐츠 제작과 소비에 관련한 창작, 공연, 예술 등 콘텐츠 산업 전반에 경색이 나타나 콘텐츠 생산과 유통, 소비 감소 등 피해가 확산하여 생존을 위한 새로운 변화의 시기를 맞고 있음
 - 정부 주도의 장기적 방역체계, 백신 접종 등의 노력에도 코로나 극복의 현실적 어려움을 자각하고, 코로나와 공존이라는 지향에 따라, 새로운 가치를 어떻게 지속해서 제안하는 콘텐츠를 만들고 유지, 확장할 수 있는 비즈니스 모델을 만들 것인가가 뉴노멀 시대의 중요 화두로 주목받음
 - 창작물의 고유한 권리 보호뿐 아니라, 무한히 확장되는 IP의 공정한 활용과 정당한 수익배분에 따른 산업 선순환 구조 확립도 매우 중요한 과제임

다. (노동환경 변화) 원격, 재택근무 등의 유연한 노동환경과 불공정 관행 해소 노력

- 기업구조의 변화와 생산성, 고용증대
 - 정보통신 기술의 발달로 기업 경쟁의 범위가 변화되고 기업 경영의 목적이 매출 증대보다 수익성 향상 위주의 내적 목표로 전환됨
 - IT 투자 확대, 노동과 자본 생산성 향상 등으로 단순노동에서 전문 노동으로 변화되고 핵심 인재 확보와 고용, 양성의 중요성이 강조됨
- ‘불공정 계약 관행 해소’ 와 일과 생활의 균형
 - 창작과 유통, 소비의 전 과정에서 불공정 계약이나 관행의 해소뿐만 아니라, 노동의 질적 향상, 합당한 대우와 보상을 통한 일과 생활의 균형을 찾는 것이 매우 중요한 필수요건으로 자리 잡음

라. (이용자 문화 변화) 개인화된 비대면 디지털 콘텐츠 소비 대응

○ 디지털화된 문화와 예술 접목으로 새로운 부가가치 창출

- 콘텐츠, 게임, 문화, 예술 등 사회 전반에 디지털 기술이 접목되어 이전에는 경험해 보지 못한 새로운 제품이나 서비스가 생산, 소비되고 고부가가치의 생산성 창출이 가능해짐
- 문화콘텐츠로 코로나 블루(우울증)나 레드(폭력 등)와 같은 사회문제도 해결하려는 시도가 나타나고 있으며, 새로운 문화발전의 계기로 발전 노력

○ ‘개인화, 맞춤형 소비’ 추세

- 스마트폰, 태블릿 등 모바일 기기의 확산과 개인화된 소비가 주요한 트렌드로 자리 잡으면서, 다양한 선택이 가능한 플랫폼, 디지털 기술과 융합한 콘텐츠의 소비 범위와 종류가 대폭 늘어남
- 디지털 기술의 진화뿐 아니라, 데이터 혁명에서 이어지는 인공지능(AI)의 지능화 추세로 인해, 점차 소비자의 취향과 정보에 부합하는 콘텐츠를 추천하고 소비하도록 하는 여건이 조성됨

CHAPTER

03

포스트코로나 시대
콘텐츠 산업 미래 정책 연구

콘텐츠 산업 분야별 정책 주제 탐색

1. 전문가그룹 인터뷰 배경과 목표
2. 조사연구 방법과 내용
3. 분야별 전문가그룹 인터뷰(FGI) 결과
4. 6대 정책 주제 선정

제3장 콘텐츠 산업 분야별 정책 주제 탐색

1. 전문가그룹 인터뷰 배경과 목표

가. 인터뷰 조사 배경

- 콘텐츠 산업현장의 현황 파악 필요
 - 코로나19 팬데믹이라는 세계 경제 위기 상황에 국내 콘텐츠 산업이 겪는 위협과 기회에 대한 현황을 파악하고, 콘텐츠 산업의 미래정책 의제 설정을 위해 콘텐츠 산업 각 분야에서 전문성과 경력, 대표성을 지닌 전문가들을 선별하여 의견을 수렴하여 현황을 파악할 필요성 증대
- 현장 지향적 상향식 정책 수립전략 모색
 - 콘텐츠 산업생태계 현장에 적합한 효과적인 정책 수립을 위해, 다수의 집단지성과 경험, 노하우를 집약하여 하향식(Top down)이 아닌 상향식(Bottom up)의 의견 수렴 과정을 통해 실질적이고 현장 지향적 미래정책의 전략 정립 필요
- 지속가능하고 미래지향적인 정책 수립의 기초 마련
 - 콘텐츠 산업의 지속 가능한 성장과 미래지향적 정책 수립을 위해, 단계별 정책 도출 방법론을 정립하고 전문가 의견 수렴 과정을 반복적으로 수행함으로써, 효과적인 미래정책 수립의 기틀을 마련할 필요 있음

나. 인터뷰 조사 목표

○ 분야별 콘텐츠 산업 현황 및 문제점 진단

- 코로나19 팬데믹이라는 글로벌 위기 상황에 국내 콘텐츠 산업이 겪는 위협과 기회에 대한 현황을 파악하고, 진흥과 규제 등의 정책적 의제 설정을 위한 현장의 의견 등을 대표성을 지닌 전문가들의 의견을 수렴함
- 분야별 산학연 전문가의 의견을 수렴하여 공통의 현안 및 문제점을 정확히 진단하고 해소할 수 있는 기초자료 도출

○ 콘텐츠 산업진흥 미래정책 의제(안) 도출

- 콘텐츠 산업의 11개 분야(출판, 만화/웹툰, 음악, 영화, 게임, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션)의 현안과 이를 해소할 미래정책의 주요 의제를 기술 영역, 산업구조 영역, 노동 환경 영역, 이용자 문화 영역에서 탐색하고, 범주화하여 주요 정책 주제별 의제(안)을 도출함

2. 조사연구 방법과 내용

가. 조사연구 방법

○ 콘텐츠 산업 11개 분야의 산학연 전문가 선정

- 콘텐츠 산업 분야 (1) 출판산업, (2) 만화/웹툰 산업, (3) 음악 산업, (4) 영화 산업, (5) 게임 산업, (6) 애니메이션 산업, (7) 방송 산업, (8) 광고 산업, (9) 캐릭터 산업, (10) 지식정보산업, (11) 콘텐츠솔루션 산업
- 각 콘텐츠 산업 분야를 대표하는 산학연 전문가를 분야별 5명씩 선정함

○ 분야별 전문가그룹 회의 수행

- 분야별로 선별된 전문가는 선행연구에 따라, 기술 영역, 산업구조 영역, 노동 환경 영역, 이용자 문화 영역의 4영역에서 현재 콘텐츠 산업의 현황과 미래 콘텐츠 산업진흥을 저해하는 여러 문제점, 이를 해결할 방안과 주요 정책 의제 등을 자유토론 방식으로 진행
- 코로나19 확산과 사회적 거리두기 정부 방역방침에 따라, 비대면 온라인 (Zoom) 방식으로 각 분야 전문가그룹 인터뷰를 수행함

■ 분야별 전문가 비대면 회의 수행 일정

- 2021.9.2. (목) 영화, 방송, 게임 전문가 미팅 수행
- 2021.9.3. (금) 광고, 음악 전문가 미팅 수행
- 2021.9.8. (수) 만화, 지식정보 전문가 미팅 수행
- 2021.9.9. (목) 캐릭터, 콘텐츠솔루션 전문가 미팅 수행
- 2021.9.10. (금) 출판, 애니메이션 전문가 미팅 수행

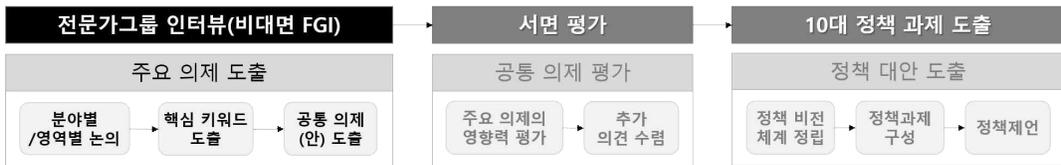
[그림 3-1] 분야별 전문가 비대면 회의 수행 일정

○ 녹화 및 녹취록 작성과 빅데이터 분석

- 전문가 회의의 녹화 및 녹취록 작성 후, 내용 정리 및 주요 키워드를 도출하여 빅데이터 분석 수행
- 빅데이터 분석은 한국언론진흥재단에서 제공하는 빅카인즈(뉴스분석서비스)를 활용하여, 키워드의 중요성을 나타내는 특성값을 기반으로 중요한 핵심 키워드 도출

○ 핵심 키워드 범주화와 주요 정책 주제 선정

- 빅데이터 분석 결과를 바탕으로 도출된 핵심 키워드를 범주화하여 미래정책 의제를 탐색할 주요 정책 주제를 도출함
- 도출된 정책 주제별로 미래정책 의제(안)를 설정하고 서면 조사를 위한 설문지를 작성함



[그림 3-2] 전문가 인터뷰 수행 과정

나. 조사연구 내용

○ 조사 내용

- 콘텐츠 산업 내 미래 콘텐츠 산업진흥을 위한 분야별 현안과 문제점, 정부 차원의 지원정책 방향에 대한 자유로운 의견 개진
- 기술 영역, 산업구조 영역, 노동 환경 영역, 이용자 문화 영역 등 네 영역에서 매트릭스를 설정하고 중요하고 공통된 주제에 대한 논의가 이뤄지도록 방향 설정

<표 3-1> 콘텐츠 산업 전문가그룹 인터뷰 매트릭스

구분	출판	만화/웹툰	음악	영화	게임	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	콘텐츠 솔루션
기술 영역											
산업구조 영역											
노동 환경 영역											
이용자 문화 영역											

3. 분야별 전문가그룹 인터뷰(FGI) 결과

가. 콘텐츠 산업 분야별 논의 결과

1) 출판산업 분야

○ 기술 영역

- 종이책에서 전자책 출판으로 디지털 전환이 가속화되고 지식재산권(IP)의 중요성이 확대됨에 따라, 출판 저작권 보호와 다양한 디지털 콘텐츠(e-북, 웹소설, 웹툰, 오디오북 등) 개발을 위한 범용적 디지털출판 도구의 지원이 필요함
- 출판산업 진흥을 위해, 디지털저작권관리 시스템, 통합 판매 전산시스템, 콘텐츠-기술 융합 협업시스템, 수익배분-정산시스템 등의 체계적이고 장기적인 지원정책이 요구됨
- (주요 키워드) 디지털 전환, 저작권 강화, 콘텐츠 기술 융합, 협업, 수익 배분, 정산시스템, 콘텐츠 다양화

○ 산업구조 영역

- 현 산업구조 내 출판사 다수가 영세한 운영 방식을 택하고 있으며, 사양산업이라는 위기 인식으로 투자의 어려움은 물론, 기존의 아날로그 방식의 출판 비즈니스도 혼재하는 상황임
- 거대 자본 중심의 유통 플랫폼의 영향력이 크게 증대하면서 양극화가 심해지는 산업생태계의 육성을 위해, 1인 출판사, 북 스타트업 등의 지원정책이 필요하고, 이를 위한 컨트롤타워 등 거버넌스 구축 필요
- (주요 키워드) 아날로그, 디지털 사업모델 혼재, 1인 출판, 거대 유통 플랫폼 공정, 투명한 수익공개, 지재권 강화, 수출 활성화, 거버넌스

○ 노동 환경 영역

- 출판단지, 출판 클러스터의 교통인프라·접근성이 떨어져, 신규 인력수급의 어려움이 많으며, 특히 디지털 전환의 신사업을 위한 디지털 인재(데이터 기반 디지털출판 기획자, 마케팅 실무자 등) 확보가 매우 어려운 상황이고 구독경제, 디지털 전환에 따른 준비의 어려움이 많음
- 코로나19 확산의 상황에 의해, 재택 및 비대면 유연근무는 상대적으로 정착되었으나, 디지털 전환을 위한 기존 인력의 디지털 교육에 대한 투자도 필요함
- (주요 키워드) 인력수급 곤란, IT 기반 기술인재 필요, 전문인재 양성, 유연근무, 디지털 교육

○ 이용자 문화 영역

- 생산 중심에서 소비 중심으로, 소유에서 향유로 이용자 문화가 빠르게 변화하고 있는 상황에, N 스크린 등 다양한 매체를 통한 디지털 소비가 증가하는 추세에 독서문화의 패러다임이 크게 변화하고 있음
- 출판시장의 위축 등 위기를 타개할 수 있도록 다양한 콘텐츠와의 기술적 융합과 연계 방안 모색이 필요함
- (주요 키워드) 소비, 향유, 디지털 독서, 콘텐츠 융합, 다양한 콘텐츠 소비

• 생산 중심에서 소비 중심으로 바뀌는 패러다임이 출판사 안에 들어와 줘야 하는데, 어떻게 활성화할 건지에 대한 진지한 고민이 있어야 합니다.

• 디지털 관련한 콘텐츠에 대한 기술개발이나 이런 것들에 대한 인력을 수급하기가 굉장히 어려웠어요.

• 출판사가 대부분 자수성가나 패밀리형이어서 투자가 잘 안 돼요.

• 출판시장은 점점 소비가 줄어들고 있어요.

• 콘텐츠들을 디지털화했을 때 어떻게 유통해야 할지도 몰라요.

[그림 3-3] 출판산업 분야 인터뷰 예시

<표 3-2> 출판산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과

구분	산업 현황 및 문제점	주요 키워드
기술 영역	<ul style="list-style-type: none"> 전자출판(e-북, 웹소설, 웹툰, 오디오북)을 위한 디지털 전환 종이책(서적)에서 전자책으로 변화 디지털저작권관리(DRM) 강화, 통합 DRM 시스템 필요 통합 판매 전산시스템 필요 클라우드 기반의 유통 플랫폼 환경 구축의 어려움과 고비용 콘텐츠-출판-기술-유통 부문의 융합과 협업시스템 필요 지적재산권(IP) 소유 및 주도권의 기술적 정립 필요 디지털 콘텐츠 수익(구독, 임대, 구매) 배분 및 정산시스템 필요 디지털출판 저작도구의 공공지원 필요 디지털 콘텐츠 다양화 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 전환 저작권 강화 콘텐츠 기술 융합, 협업 수익 배분 정산시스템 콘텐츠 다양화
산업구조 영역	<ul style="list-style-type: none"> 출판사(자수성가형, 패밀리 비즈니스형)의 영세성 사양산업 인식 개선 필요 아날로그, 디지털 방식의 출판 비즈니스 혼재 1인 출판 증가와 북 스타트업 육성정책 필요 비대면 출판(생산) 구조 구독서비스 경제 매출 증가세 거대 자본 중심의 유통 플랫폼 및 대기업 영향력 증가 디지털 소비에 따른 판매내역과 수익의 투명한 공개 필요 유통사와 출판사, 출판사와 저작자와의 관계 정립(공정계약) 원소스 멀티유즈가 가능한 산업생태계 조성 필요 한국 교육 콘텐츠의 해외 수출 활성화 출판 산업 진흥의 컨트롤타워 등 거버넌스 구축 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 아날로그, 디지털 사업모델 혼재 1인 출판 거대 유통 플랫폼 공정 투명한 수익공개 지재권 강화 수출 활성화 거버넌스
노동 환경 영역	<ul style="list-style-type: none"> 출판단지, 출판 클러스터의 낙후로 인력수급 저조 IT 기반 인재의 접근성 제고방안 필요 데이터 기반 디지털 출판 기획자, 마케팅 실무자 절대적 부족 전문 디지털 인재양성 국공립 교육기관(디지털출판 융합대학원) 필요 재택, 비대면 유연근무 방식 정착 기존 출판산업 종사자의 디지털 교육 절대적 필요 디지털 시대에 맞지 않는 구식 교육과정 개선 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 인력수급 곤란 IT 기반 기술인재 필요 전문인재 양성 유연근무 디지털 교육
이용자 문화 영역	<ul style="list-style-type: none"> 생산 중심에서 소비 중심으로 변화 소유 개념에서 소비(향유) 중심으로 변화 서적 중심의 독서, 소비 급감과 스마트기기를 통한 디지털 독서문화 확대 출판 시장 위축과 다양한 콘텐츠 생산의 오픈시장화(창작, 콘텐츠간 융합과 연계) N 스크린을 통한 다양한 콘텐츠 소비 생활화 정착 	<ul style="list-style-type: none"> 소비, 향유 디지털 독서 콘텐츠 융합 다양한 콘텐츠 소비

2) 만화/웹툰 산업 분야

○ 기술 영역

- 만화와 웹툰의 기술적, 개념적 경계가 모호해지면서, 웹툰 시장은 상대적으로 디지털 전환이 매우 빠르게 진행되고 있고, 기존 만화책과 다른 모바일 방식의 콘텐츠 소비에 익숙해지면서, 보안 기술 및 맞춤형 큐레이션 소프트웨어 등 기술적 지원이 필요함
- 국내 웹툰 작가를 위한 웹툰 제작용 오픈소스 프로그램들이 보급되면, 외산 소프트웨어에 내는 사용료, 업그레이드 비용 등이 원가 절감뿐 아니라, 새로운 융합 콘텐츠 제작 여력도 확보되어, 웹툰시장의 활성화도 기대할 수 있음
- (주요 키워드) 국산 제작툴, 보안 S/W, NFT, 디스플레이 포맷 표준화, 융합 콘텐츠 영역 확대, 오픈소스 프로그램

○ 산업구조 영역

- 만화와 웹툰의 개념적 레이어를 세분화하여 각기 다른 진흥 정책이 필요하고, 스튜디오(프로덕션) 단위의 조직적 제작 추세와 별도로, 1인 창작에 대한 지원도 구분할 필요있음
- 만화/웹툰산업이 IP 산업화됨에 따라, IP 가치의 평가, 소유권의 세분화, 공정한 수익분배, 불법 유통 채널에 대한 강력한 처벌과 규제에 관한 법제도 개선이 시급함
- 대형 유통 플랫폼의 영향력이 막강해지면서, 플랫폼별 심의 규정의 차이가 발생하고 있어, 이를 표준화할 공통적 심의 규정 또는 가이드라인이 필요함
- (주요 키워드) 산업 세분화, IP 중심 산업 생태계, 수익분배 불합리, 공정한 수익 배분, 불법 유통, 불법복제 강력 처벌, 가이드라인, 전문적 컨설팅

○ 노동 환경 영역

- 만화/웹툰 산업의 노동 환경과 특성을 고려하여, 웹툰 제작과정에 참여하는 근로자의 역할 및 직능 단계와 제작사의 규모(개인 수준, 조직 수준)에 따른 세분화로 탄력적인 근로제 적용이 합리적임
- 기존 작가와 신인 작가, 전속과 독립작가 등 창작자 형태별 처우나 노동 환경이 상이하고 양극화가 나타나므로, 이를 해소할 표준계약서와 공정한 계약 형태를 정착시킬 필요 있음
- 창작자의 창작활동과 역량 강화를 위해 기술 트렌드에 관한 세미나나 콘퍼런스, 전시회 기회와 작가 유형별 맞춤형 교육프로그램 지원이 필요함
- (주요 키워드) 역할, 직능 세분화, 주 52시간 근로제 적용 세분화, 규모별 창작자 세분화, 작가 유형별 교육프로그램

○ 이용자 문화 영역

- 웹툰 소비 시장과 이용행태의 글로벌 표준이 정착된 만큼 세계 시장에 진출할 공통적 마케팅 주안점 등을 발굴할 필요가 있으며, 팬덤 중심의 콘텐츠 소비 동향에 맞는 굿즈 등 연계 비즈니스 모델 개발도 중요함
- 웹툰 소비자의 행동 패턴이 인터넷 이용자 문화와 유사하게 나타나고 있어, 악성 댓글 등에 대한 처벌 등의 경각심을 일깨울 캠페인 등 필요
- (주요 키워드) 국제표준화된 마케팅 주안점 개발, 소비유형별 시장 구분, 팬덤 중심 부가가치 창출

- 팬데믹을 중심으로 시장 확장과 더불어 기술개발과 기술의 범용성 확대가 웹툰에 대한 소비를 확장하고 있고, 디지털 원화의 가치가 NFT로도 새로운 디지털 옵션 시장에 대한 가능성도 보여주고 있습니다.
- 스마트폰이 없었더라면 지금의 웹툰 산업도 없었을 것이고, 이런 변화가 5년 뒤, 10년 뒤에도 분명히 또 생길 텐데 기기에 어떤 방식으로 고민해야 할지 늘 물음표입니다.
- 만화와 웹툰 산업의 성격이 IP 산업으로 점점 바뀌고 있어요.

[그림 3-4] 만화/웹툰 산업 분야 인터뷰 예시

<표 3-3> 만화 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과

구분	산업 현황 및 문제점	주요 키워드
기술 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 창작자가 선호하는 외산 창작 소프트웨어 편중 현상 확산 • 독자 보호를 위한 보안 소프트웨어, 큐레이션 소프트웨어 필요 • 대체 불가능 토큰(NFT) 확대 • 스마트기기 보급 확대로 웹툰 디스플레이 포맷 확장 필요 • 콘텐츠 간 융합으로 디지털 융합 콘텐츠 영역 확대 • 디지털 콘텐츠별 기기 활용 적합도 제고 • 메타버스 내 웹툰 활용 추세 • 웹툰 제작용 오픈 소스 프로그램 개발 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 국산 제작툴 • 보안 SW • NFT • 디스플레이 표준화 • 융합 콘텐츠 영역 확대 • 오픈소스 프로그램
산업구조 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 만화(종이)와 웹툰(디지털) 산업 세분화 필요 • 1인 창작 구조에서 스튜디오(프로덕션) 단위 제작 변화 • IP 홀더 중심의 만화, 웹툰 산업생태계 전환 • 예술성과 상업성 혼재 • 멀티IP, 슈퍼IP 소유권, 수익권의 법적 불합리 존재 • 만화, 웹툰시장의 IP 산업화 • 공정한 수익배분 전체의 비즈니스 모델 개발 • IP의 가치 평가와 IP 관리 역량의 육성(글로벌 기준) • 대형 플랫폼 운영정책에 따른 심의 단계, 내용, 구조 상이(공통적 심의규정 필요) • 불법 유통 채널에 대한 강력한 처벌법 입법 필요 • 창작 시장 활성화를 위한 전문적 자문시스템 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 산업 세분화 • IP 중심 산업생태계 • 수익분배 불합리 • 공정한 수익배분 • 불법유통, 복제 강력 처벌 • 가이드라인 • 전문적 컨설팅
노동 환경 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰 제작 과정의 역할, 직능 세분화 필요 • 개인 수준 창작과 집단 수준 창작의 노동 환경 차이 • 52시간 근로제 적용 대상(영세규모, 기업규모)의 세분화 • 다양한 창작 형태와 연재 형식의 차이에 따른 노동 환경 세분화 • 전속작가와 독립작가의 작업 환경 차이 • 기존 작가와 신인작가, 연령대별 작가의 상이한 계약형태 혼재 • 영세 규모에서 프로덕션 규모의 맞춤형 표준계약서 필요 • 신인작가 발굴 및 작가 역량 강화를 위한 세미나, 컨퍼런스, 전시회 필요 • 작가 유형(신인작가, 경력단절 작가, 중견작가)별 교육 프로그램 세분화 	<ul style="list-style-type: none"> • 역할, 직능 세분화 • 52시간 근로제 적용 세분화 • 규모별 창작자 세분화 • 작가 유형별 교육프로그램
이용자 문화 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰 소비 스타일의 국제 표준화 정착 • 세계 공통 마케팅 주안점 발굴 필요 • 웹툰 구독경제로 이행 현상 • 웹툰 소유와 소비(향유) 시장 구분 • 팬덤 중심의 콘텐츠 소비, 굿즈 연동 시장 존재 • 인터넷 이용자 환경과 유사한 웹툰 이용자 환경 	<ul style="list-style-type: none"> • 국제표준화된 마케팅 주안점 개발 • 소비유형별 시장 구분 • 팬덤 중심 부가가치 창출

3) 음악 산업 분야

○ 기술 영역

- 음악 콘텐츠 시장에서 메타버스 등을 활용한 비대면 공연의 시도가 메이저 기획사를 중심으로 기획되고 진행되고 있음. 이에 따라 음원 저작권 활용의 범위를 넓게 재정의할 필요 있음
- 음악 창작자의 예술성과 기술성, 상업성 등이 조화를 이룰 수 있도록 기존 음악제작 환경의 창작가를 포함하여, 다양한 창작 아이디어의 실현 역량을 높일 교육이나 협업 기회가 확대될 필요 있음
- (주요 키워드) 메타버스 플랫폼 정산, 신기술 적용, 아이디어 실현 기술, 불법복제 방지 기술

○ 산업구조 영역

- 온라인 라이브 형태의 음악 콘텐츠 소비가 급증하고, 다양한 신기술과 융합되는 상황에서 창작자의 권익보호를 위한 유연한 법제 마련이 시급하고, 저작권과 저작인접권에 따른 공정한 계약, 수익분배, 정산 등을 합리적으로 할 수 있는 통합 관리 시스템이 필요함
- 대형 기획사와 중소, 영세 기획사의 고질화된 양극화 문제를 해소할 정책적 지원 방안 모색이 필요하고, 특히 소규모라도 경쟁력 있는 제작사 발굴과 체계적 지원이 필요함
- 해외 거대 플랫폼에 대한 상대적 역차별 요소가 다분한 법제 등을 정비하여 국내 음악 콘텐츠 시장의 진흥을 위한 전략 수립이 시급함
- (주요 키워드) 음악 콘텐츠의 다양한 융합, 공정분배, 정산, 기업 양극화, 시장 규제, 국내법의 역차별, 유통확대 방안, 유통 플랫폼의 수직계열화, 불공정

○ 노동 환경 영역

- 인디 뮤지션, 음반 제작자 등이 겪는 생계 곤란, 고용불안 문제는 심각한 사회문제이며, 창작자 간 교육, 지식, 수익 양극화가 고착화된 문제를 해결할 방안 모색이 필요함
- 창작자와 제작자, 유통업자 간 갑을관계, 공정 배분도 열악한 노동 환경 문제의 원인이 되고 있고, 전승형 가수나 독립형 가수 공통으로 불공정한 계약 형태가 다수 나타나고 있음
- (주요 키워드) 고용불안, 생계 불안, 지식 양극화, 불공정 계약 관행, 공정 배분

○ 이용자 문화 영역

- 유명 뮤지션, 가수, 아이돌 그룹을 중심으로 팬덤 문화가 강력하게 자리잡았으며 편중된 이용자 문화를 형성하고 있어, 다양한 계층이 접근가능하고 소비가능한 대중적 음악 콘텐츠의 창작 환경 조성이 필요함
- 저소득층, 빈곤층 등 문화향유권 부족 및 상대적 박탈 문제를 해소하기 위한 정부 지원과 이용자 중심의 서비스 R&D 기회가 증대될 필요 있음
- (주요 키워드) 팬덤 문화, 열린 창작환경, 문화향유권, 이용자 중심

• 실시간으로 이루어지는 온라인 콘서트의 법적 성격을 어떻게 규정할 것이냐는 실무적으로 매우 중요한 문제입니다.

• 메타버스는 이제 음악 업계에서도 굉장히 관심이 많은 부분이고, 특히나 우리나라 특유의 팬덤 문화가 매우 강력해 메타버스와 결합을 하면 굉장한 시너지가 날 수 있을 거라 예상합니다.

• 다양하게 기술이 발전하는 것도 좋지만, 음악 업계에서 실질적으로 활동하는 가수들이나 제작자들이 공감할 수 있는 그런 정책들이 많이 나와야 한다고 생각합니다.

• 누가 음원을 얼마나 쓰는지 모니터링할 수 있는 기본적인 데이터가 없어요.

[그림 3-5] 음악 산업 분야 인터뷰 예시

<표 3-4> 음악 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과

구분	산업 현황 및 문제점	주요 키워드
기술 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스 등 비대면 공연의 저작권료 지불 문제 • 음원 저작권 활용 범위 확장 문제 • 기존 음악, 음원 제작 환경에서의 신기술 적용 문제 • 다양한 아이디어의 기술적 실현 가능성 문제 • 블록체인을 활용한 불법복제 방지 기술 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스 플랫폼 정산 • 신기술 적용 • 아이디어 실현 기술 • 불법복제 방지 기술
산업구조 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 라이브 형태의 음악 콘텐츠 융합 추세 • 창작자 권익보호를 위한 유연한 법제 필요 • 저작권, 저작권접권의 공정 분배, 정산 문제 • 창작 콘텐츠 저작권 활성화를 위한 분리신탁 필요(포괄신탁의 문제) • OTT, 대형플랫폼의 징수 규정 세분화 필요 • 대형 기획사와 중소, 영세 기획사의 양극화 심화 • 경쟁력 있는 제작사의 정부 지원정책 필요 • 뮤직비디오 시장 규제의 풍선효과 • 해외 거대플랫폼에 비해 상대적 역차별(유튜브 성장) • 국내 시장을 키울 수 있는 방향(유통확대)의 정책 필요 • 유통 플랫폼의 수직계열화, 불공정거래 문제 • 방송사의 미방송분 유튜브 추가수익 창출과 분배되지 않는 수익구조 	<ul style="list-style-type: none"> • 음악 콘텐츠의 다양한 융합 • 공정분배, 정산 • 기업 양극화 • 시장규제 • 국내법의 역차별 • 유통확대 방안 • 유통플랫폼의 수직계열화, 불공정
노동 환경 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 인디뮤지션, 음반제작 종사자의 일자리, 고용불안 문제 • 창작자들의 교육 양극화, 지식 양극화 • 국악 창작자들의 불공정 계약 사례 다수 • 전속형 가수나 독립형 가수에 공통적으로 열악한 계약 구조 • 퍼블리싱 계약의 요율분배 공정인식 저변 확대 • 창작자와 제작자, 유통업자간 공정 배분의 문제 	<ul style="list-style-type: none"> • 고용불안, 생계 불안 • 지식양극화 • 불공정 계약 관행 • 공정 배분
이용자 문화 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 팬덤 문화의 정착 • 다양한 계층이 접근가능한 콘텐츠 창작 환경 구축 • 저소득층 등 문화향유권 부족계층에 대한 정부지원 • 이용자 중심의 서비스 R&D 지원정책 마련 	<ul style="list-style-type: none"> • 팬덤 문화 • 열린 창작환경 • 문화향유권 • 이용자 중심

4) 영화산업 분야

○ 기술 영역

- 최근 영화제작 환경에서 5세대(5G) 이동통신 발달과 컴퓨터 그래픽(CG) 기술, 비대면 실감 콘텐츠의 기술적 융합 시도가 많아지고, 급격한 변화를 높게 체감하고 있음
- 코로나 확산의 환경적 요인에 의해 이용자의 영화/영상콘텐츠 소비가 대부분 모바일을 통해 이루어짐에 따라, 영상 제작 포맷도 모바일 규격에 맞게 변화될 것을 강하게 요구받고 있음
- OTT, 거대 미디어 플랫폼의 기술진의 영향력이 커지고, 영화/영상 제작 전반의 과정에서 참여가 확대되고 있음
- (주요 키워드) 5G와 실감 콘텐츠, 급격한 기술변화, 영상 포맷 표준화, OTT 중심, OTT 영향력

○ 산업구조 영역

- 극장에 상영되어야 영화로 구분되고, 극장 개봉의 높은 의존도와 제작비 지원체계 등의 개념적, 실질적 개선이 필요하고, OTT 플랫폼 등 다양한 전달 매체를 통해 제공되는 영화 콘텐츠에 대한 저작권 보호, 수익 배분을 위한 창작자 범위 재정립 등 선결해야 할 난제들이 많음
- 웹툰, 웹소설 기반의 IP 확보 경쟁이 치열해지는 반면, 전통적 시나리오 창작에 대한 투자는 상대적으로 축소될 우려도 있음
- (주요 키워드) 저작권 보호, 극장에 대한 높은 의존도, 저작권 수혜 범위, 공정배분, 창작자 보호, 창작 지원

○ 노동 환경 영역

- 영화제작 환경에서의 근로시간 산정기준 모호성, 연결성이 중요한 영화제작의 업무적 특성 등으로, 주 52시간 근로제도를 일률적으로 적용하기 곤란하다는 제작 현장의 의견이 있음
- 주 52시간 근로제가 인건비 상승 및 제작 기간 연장, 제작 원가 상승에 영향을 미칠 수 있다는 우려가 있음
- (주요 키워드) 현실적 제도, 불법적 요소, 인건비 상승과 열악한 환경, MZ 근로자 유입 유도방안

○ 이용자 문화 영역

- 코로나19 확산으로 영화관 이용객이 급감하고 영화 개봉이 미뤄지는 등 전반적으로 영화산업이 침체하였으나, 일반영화와 독립·예술영화의 총제작 편수는 2019년 대비 2020년도에 제작 편수가 더 늘어난 것으로 나타남¹⁾
- 집에서 콘텐츠 소비문화가 정착해 영화관을 찾아가지 않고 손 안의 모바일, 집안의 TV로 주문형(On demand) 콘텐츠 향유가 대폭 증가하는 추세에 맞게 변화된 이용자 문화에 맞는 콘텐츠 기획과 제작이 필요함
- (주요 키워드) 영상미디어 소비 양극화, OTT 영향력, 소비패턴 변화

- 프로듀서나 감독의 입장에서는 사실 기술변화에 대해 아주 민감하게 움직인다거나 이런 건 사실 많지 않죠
- 대형 OTT의 기술팀은 모든 표준이 다 휴대전화 화면에 맞춰지도록 요구하고 있어요.
- 영화관에서 상영하는 포맷과 OTT에 상영하는 포맷이 굉장히 다른 식으로 기술적으로 요구되는 상황으로 변화하고 있습니다.
- 큰 영화의 경우에 창작자의 범위를 어디까지로 정할 거냐에 대한 합의가 필요합니다.

[그림 3-6] 영화산업 분야 인터뷰 예시

1) 영화진흥위원회 영화관 입장권 통합전산망 통계(<https://www.kobis.or.kr/>)에 따르면, 2020년 독립·예술영화의 총 작품 편수는 총 50,291편으로, 2019년(47,028편)에 비해, 3,263편(6.9%)이 증가했으며, 2019년 대비 2020년에 일반영화가 10.1% 증가할 때, 독립·예술영화도 약 6.9% 증가한 것으로 나타남

<표 3-5> 영화 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과

구분	산업 현황 및 문제점	주요 키워드
기술 영역	<ul style="list-style-type: none"> 5세대(5G) 이동통신 발달과 비대면 실감콘텐츠(VR, AR)의 시너지 효과 영화 제작 기술의 급격한 변화 체감 영화 제작자 입장에서의 기술적 변화 괴리감 기존 영화 포맷과 다른 모바일 기준의 포맷 요구 일반화 상영관과 OTT 플랫폼의 영상 포맷 변화 OTT, 거대 미디어 플랫폼 기술진의 영화제작 전반의 관여도 높음 	<ul style="list-style-type: none"> 5G와 실감콘텐츠 급격한 기술변화 영상 포맷 표준화 OTT 중심 OTT 영향력
산업구조 영역	<ul style="list-style-type: none"> 코로나 확산 상황에도 일반영화와 독립·예술영화 제작이 더 증가함 OTT 플랫폼을 통한 배급시 저작권 보호의 문제 극장 개봉 의존도 높은 영화 산업의 구조적 문제 감독, 작가 등 저작권 수익배분을 위한 창작자 범위 정립 필요 극장 중심의 영화에서 벗어난 정의 재정립 필요(다양한 플랫폼 기반의 영화 개념 재정립) 극장용 영화 중심의 지원사업 개선 필요 제작사와 유통사의 공정배분 문제 웹툰, 웹소설 기반의 영화 제작 풍토에 영화시나리오 투자 축소 우려 창작자 보호, 창작 활동 보호의 정책 필요 신인 영화제작, 창작자를 위한 다양한 지원정책 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 저작권 보호 극장에 대한 높은 의존도 저작권 수혜 범위 공정배분 창작자 보호 창작 지원
노동 환경 영역	<ul style="list-style-type: none"> 영화제작 환경에 52시간 근로제 적용시 제도의 유연성 확대 필요 표준근로계약에 따른 인건비 상승 영화제작 스태프의 근무조건 개선 분위기이나 여전히 열악한 구조 영상에 익숙한 MZ세대의 영화산업 유입 존재, 유인 정책 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 현실적 제도 불법적 요소 인건비 상승과 열악한 환경 MZ 근로자 유입 유도방안
이용자 문화 영역	<ul style="list-style-type: none"> 영화 콘텐츠 소비자의 편중 현상 코로나로 인해 인해 낮아진 극장 접근성과 반면 높아진 OTT 플랫폼 콘텐츠 소비 콘텐츠 소비 향유 패턴의 변화(집의 콘텐츠 소비 거점화) 	<ul style="list-style-type: none"> 영상미디어 소비 양극화 OTT 영향력 소비 패턴 변화

5) 게임 산업 분야

○ 기술 영역

- 산업 간, 기업 간, 플랫폼 간 경계가 허물어지며, 블록체인, 메타버스, NFT 등 신기술을 게임에 적용하기 위해 게임법 개정이 필요하고 공공부문의 게임산업 활성화를 위한 마중물이 될 정책 수립이 필요함
- 경쟁적으로 개발되고 있는 메타버스 플랫폼에 게임 캐릭터가 교차 로그인, 허들없는 접근이 가능하게 하는 플랫폼 확장기술 연구 필요
- (주요 키워드) 산업 경계 모호, 공공부문 지원책, 규제 한계, 다수 메타버스 플랫폼 연동

○ 산업구조 영역

- 영세기업과 대기업 간 양극화에 대응할 정책적 대안이 필요하고 향후 부가가치 창출에 크게 기여할 것으로 전망되는 e-스포츠 게임산업 육성의 기틀도 조속히 마련할 필요 있음
- 정부의 규제가 심해질수록 우수 기술 및 역량을 보유한 성장 가능성 큰 기업들의 성장 저해 요인으로 작용할 수 있으며, 심한 경우 해외 기술 유출도 발생하고 있음
- 게임의 범위가 메타버스 등 새로운 플랫폼으로 확장될 수 있는 토대를 마련하고 관련 스타트업 등에 대한 투자와 지원이 필요함
- (주요 키워드) 플랫폼 사업자 모니터링, 신산업 육성, 투자 확대, 게임법 개정, 규제 개선, 성공사례 연구, 펀드, 가치평가 확대, 공정분배

○ 노동 환경 영역

- 유튜브 플랫폼 이용자 증가에 따른 1인 크리에이터 양적, 질적 변화가 유발됐던 것처럼, 메타버스 플랫폼의 산업화에 따른 관련 종사자, 활용자, 이용자의 새로운 생태계가 활성화될 것으로 기대됨
- 주52시간 근로제의 안착도 중요하지만, 산업 특성에 맞는 유연성, 자유도 확보도 매우 중요함
- (주요 키워드) 미래인재 양성, 인재수급 방안, 현실적 근로제도 적용, 재택근무

○ 이용자 문화 영역

- 게임 중독 등 여러 사회문제에 대한 대응책 마련이 지속해야 하고, MZ 세대와 같은 이용자 문화 변화에도 대응할 방안연구도 선행되어야 함
- (주요 키워드) 게임중독 방지, MZ 세대의 소비 트렌드 분석

• 5G 시대가 온 것처럼 강조되지만, 아직 환경 인프라가 갖춰지지 않다 보니 이와 관련해 무엇을 개발하고 어떻게 개발해야 할지가 참 답답합니다.

• 전반적으로 게임 플랫폼은 사라지고 있고 게임 유저들에게 OTT 서비스와 같이 구독 경제로 바꾸는 흐름에 대한 정책들을 발굴하는 것이 중요할 거 같아요.

• 투자처를 많이 찾고 있지만 마땅한 투자처가 없어 인맥에 의한 투자가 많이 이루어지다 보니 정부에서 투자할 만한 업체들을 많이 선정해서 소개해 주면 좋겠어요.

• 게임업계는 재택근무나 주 52시간 근로제는 잘 정착한 산업이라 할 수 있는데 법안 자체가 제조업에 맞춰져 있어서 재고의 여지는 남아 있다고 생각합니다.

• 신기술 중심으로 변화되는 산업 특성에 맞게 게임법이 개정되었으면 합니다.

[그림 3-7] 게임 산업 분야 인터뷰 예시

<표 3-6> 게임 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과

구분	산업 현황 및 문제점	주요 키워드
기술 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 게임법 개정 등을 통한 블록체인, 메타버스, NFT등의 경계 정의 • 게임 플랫폼 운영체제의 경계가 허물어지면서 PC와 콘솔, 모바일의 경계도 같이 허물어짐 • 메타버스, 블록체인과 같은 신기술의 등장했을 때, 공공에서 마중물이 될 수 있는 지원이 필요함 • 블록체인 게임이 가상자산의 투기와 연계되어 국내 서비스가 불가능하고, 광고 규제도 심해 신기술을 활용한 콘텐츠 제작이 어려움 • 메타버스의 플랫폼이 다수 등장하고 있는데, 플랫폼간의 캐릭터가 교차 로그인이 가능하도록 연계할 수 있는 플랫폼 확장 방안연구 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 산업 경계 모호 • 공공부문 지원책 • 규제 한계 • 다수 메타버스 플랫폼 연동
산업구조 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 개정된 전기통신사업법 개정으로 인한 구글 등 플랫폼 사업자 모니터링을 강화하고 법안의 효과성을 지속 관찰 필요 • 영세기업과 대기업 간의 양극화 대응책과 e-스포츠 기업 육성 방안 마련 • M&A 활성화를 위한 기회의 장을 마련하고, 초기 기업의 투자 확대가 필요함 • 게임의 범위가 메타버스 등장으로 넓어짐에 따라 게임법 전부 개정을 통한 실물 경제와의 연계가 필요한데, 게임물관리위원회에서의 관찰 범위를 넘어서고 있어 대응이 필요함 • 게임물관리위원회의 규제로 인한 블록체인 관련 게임 기업의 경우 해외 유출이 발생하고 있음 • 메타버스에서는 NFT의 거래와 함께 가상자산의 활용도가 높아질 것으로 예상되어 사행성에 대한 규제보다는 규제 개선 방안 필요 • 로블록스의 성공 핵심이 디지털 경제활동으로 볼 수 있어 이에 관한 연구 필요 • 콘텐츠 모험펀드, 콘텐츠 가치평가와 같은 제도를 확대하면서도 활용도 확대 노력 • 글로벌 플랫폼의 광고 매출의 정산이 바로 되지 않는 경우가 증가하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 플랫폼 사업자 모니터링 • 신산업 육성 • 투자 확대 • 게임법 개정 • 규제 개선 • 성공사례 연구 • 펀드, 가치평가 확대 • 공정분배
노동 환경 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스 등 뉴미디어 미래 직업 직군 양성. 특히, 과거 유튜브 콘텐츠 크리에이터가 늘어났던 것처럼, 메타버스의 필요한 콘텐츠 크리에이터가 다수 필요할 것으로 예상 • 52시간 근무제도의 안착도 필요하지만, 제조업과 다른 디지털 전환 시대에 맞는 제도의 도입을 검토해야 함 • 비대면 환경에서 학습한 예비 취업자의 현장 적응을 위한 배려가 필요하며, 또 거꾸로 기업에 대한 지원 프로그램이 재택근무를 인정할 수 있는 문화와 제도가 형성되어야 함 • 52시간 근무제도가 재택근무에 적용할 때는 별도의 규칙 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 미래인재 양성 • 인재수급 방안 • 현실적 근로제도 적용 • 재택근무
이용자 문화 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 게임 중독 질병 분류에 대한 대응이 필요함 • MZ세대가 게임을 통해 커뮤니케이션을 하여 중국에서 섯다운제가 시작된 점과 같이, MZ세대의 이용자 문화 변화에 대해서 트렌드를 면밀히 조사할 필요가 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 게임중독 방지 • MZ 세대의 소비트렌드 분석

6) 애니메이션 산업 분야

○ 기술 영역

- TV 매체보다 SNS, 유튜브 등의 새로운 매체들의 영향력이 커지고 특히 OTT용 작품의 제작 규모가 증가하면서 더 다양화되는 추세에 있음
- 현 코로나 확산의 영향으로 언택트 중심의 콘텐츠 소비가 증가하는 현실에 따라, OTT 플랫폼의 다양성을 활용한 콘텐츠 개발로 전환 모색 필요
- 메타버스 내 아바타(캐릭터)와 같은 애니메이션 콘텐츠의 저작권 보호, 익명성, 개인정보보호 등에 관한 법·제도에 대한 고민 필요
- (주요 키워드) 신 매체 영향력, 장르 다양화, 비대면 콘텐츠, OTT 플랫폼, 메타버스 내 저작권

○ 산업구조 영역

- 1인 창작자(크리에이터)들이 참여하는 생태계 조성 및 지원이 매우 시급하고 가능성 있는 애니메이션을 발굴하여 전폭적인 지원도 필요함
- 창작물 발굴을 위한 지원제도와 함께 캐릭터 상품의 불법복제 방지를 위한 처벌 방안 마련도 중요함
- 애니메이션 분야에 특화된 펀드, 투자 정책 마련과 확대가 필요함
- (주요 키워드) 1인 창작자 생태계, 경쟁력 있는 애니메이션 발굴, 캐릭터 불법복제 방지, 투자 유치, 창작 외주, 애니메이션 산업 재정의

○ 노동 환경 영역

- 주 52시간 근로제도로 인해 제작 기간이 늘어나고 제작비도 증가하는 상황에 중소규모의 제작사 전문인력이 대기업 등으로 유출되는 이중고를 겪고 있어 이러한 문제를 해결할 방안으로 중소기업의 복지 지원이 필요함
- 애니메이션 산업 활성화를 위한 장기적 인력양성 프로그램과 전략이 필요하고, 특히, 기술적 분야 외에도 라이선스, 해외사업 분야의 전문성을 갖

준 인력이 매우 필요한 상황임

- 절대적 인력 부족 현상을 타개하기 위해 산업 내 전문인력 양성과 마찬가지로, 유관 산업에서의 인력 유입을 모색할 방안 마련도 필요함
- (주요 키워드) 주 52시간 근무로 제작 원가 증가, 복지 지원, 장기적 인재 양성 프로그램, IP 해외사업, 인력양성 시급

○ 이용자 문화 영역

- 애니메이션의 스토리 구성 및 제작에 있어 애니메이션 이용자(어린이 등)의 정서와 가치 등을 고려하는 것이 매우 중요하지만, 작품 내용이 역사적 사실 등에 부합하지 않는 일들도 발생하고 있어 제작의 어려움이 있음
- 메타버스 플랫폼 등에서 콘텐츠 이용자가 콘텐츠를 생산하는 구조가 점차 정착해 가는 상황에 맞춰, 메타버스용 간단한 제작 도구 등을 제공하면 유용할 것으로 판단됨
- (주요 키워드) 이용자 정서, 메타버스 콘텐츠 제작도구

- 한국 애니메이션 생태계가 이제는 지상파, 케이블 위주에서 OTT로 이동했는데 이것이 코로나 때문에 더 빨라졌어요 지금은 지상파를 보질 않아요.
- 모션 캡처 기술을 적용해 메타버스 VR 콘텐츠를 제작하려 준비하고 있으나, 애니메이션 기반을 가진 우리 같은 회사들은 경험이 없어서 진입 장벽이 좀 있어요.
- 애니메이션 산업 규모가 너무 작아서 우선은 산업 규모를 키울 수 있는 정책이 매우 필요하다는 생각이 듭니다.
- 애니메이션 산업이 게임, 영화, 방송, 캐릭터 등 여러 산업과 연관되어 산업의 정의와 분류를 다시 할 필요가 있는데, 이제 VR, AR까지 포함되어 더 혼란스럽습니다.
- 애니메이션 영상 판매보다는 라이선싱 캐릭터 사업에 더 비중을 두는 게 일반적이기 때문에, 불법복제도 영상보다는 캐릭터 쪽에서 많이 일어나는데, 영상 자체에서 수익이 나도록 경쟁력을 갖추는 방안도 필요하다고 생각합니다.

[그림 3-8] 애니메이션 산업 분야 인터뷰 예시

<표 3-7> 애니메이션 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과

구분	산업 현황 및 문제점	주요 키워드
기술 영역	<ul style="list-style-type: none"> • TV 매체보다 SNS와 유튜브 등의 새로운 매체들의 영향력이 커짐 • OTT의 제작비가 증가하고 지상파보다 OTT에 적합한 장르의 다양화가 이루어짐 • 환경의 변화로 인하여 언택트 중심의 콘텐츠 소비 증가 • OTT 플랫폼의 다양성을 활용한 개발로 변화가 필요 • 메타버스 내에서의 저작권 법제도 	<ul style="list-style-type: none"> • 신 매체 영향력 • 장르 다양화 • 비대면 콘텐츠 • OTT 플랫폼 • 메타버스 내 저작권
산업구조 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 1인 크리에이터들이 참여하는 생태계가 자리잡을 수 있는 지원이 필요 • 가능성 있는 애니메이션을 발굴하여 전폭적인 지원이 필요 • 창작물 발굴을 위한 지원제도 강화 • 캐릭터 상품의 불법복제 방지 강화 • 애니메이션 콘텐츠의 투자 유치 확대가 필요 기존 펀드도 애니메이션 섹터를 구분하여 투자 유도 필요 • 글로벌 플랫폼의 외주용역 확대에 따른 창작 인력 부족 현상 • 신기술 신시장의 출현으로 애니메이션 산업의 영역에 대한 재정의가 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 1인 창작자 생태계 • 경쟁력있는 애니메이션 발굴 • 캐릭터 불법복제 방지 • 투자 유치 • 창작 외주 • 애니메이션 산업 재정의
노동 환경 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 주 52시간 근무제로 인하여 제작기간이 길어지고 제작비도 증가하는 현상 • 대기업으로 인력 유출이 심하여 중소기업의 복지 지원 필요 • 인재 양성 장기 프로그램 필요 • 인재 양성에 기술 분야 외에도 비즈니스 분야, 라이선스 분야, 해외사업 분야 등의 인력양성 • 절대적 인력 부족으로 인력 양성 시급 	<ul style="list-style-type: none"> • 주 52시간 근무로 제작 원가 증가 • 복지 지원 • 장기적 인재 양성 프로그램 • IP 해외 사업 • 인력양성 시급
이용자 문화 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 현재 이용자의 정서와 정치적 신념 등을 고려한 작품 제작(역사적 사실과 상충 방지 등) • 콘텐츠 이용자가 콘텐츠를 생산하는 구조에 맞게 메타버스용 간단한 저작도구 제공 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 이용자 정서 • 메타버스 콘텐츠 제작도구

7) 방송 산업 분야

○ 기술 영역

- 방송 현장에서의 기존 기술 외 신기술 적용의 부담과 적용의 어려움을 체감하고 있으며, 예산에 한계가 있어 보급형 솔루션 제공 및 인프라 투자 부문의 정부 역할이 중요하고, 디지털 기술 융합의 효율적 컨트롤타워가 필요함
- 방송콘텐츠에 인공지능(AI) 기술을 접목한 새로운 융합 콘텐츠 개발이 필요하며 단기적 연구·개발이 아닌 중장기적 정부 과제 운영을 통해 성과를 창출할 필요성 높음
- (주요 키워드) 신기술 불안감, 예산 제한, 기술력 부재, 컨트롤타워, 기술독립, 자립, 신기술 융합 필요, 정부 R&D 연속성

○ 산업구조 영역

- 방송제작자의 디지털 역량 제고를 위해 전문가 컨설팅, 소통 채널 활용 등이 확대될 필요가 있음
- 여러 콘텐츠 유형에 새로운 기술을 접목하거나, 언어의 다양성, 문화적 특성 등이 담긴 융합 콘텐츠 제작을 통해 콘텐츠 파워 확보 필요
- 콘텐츠 산업의 패러다임 변화에 따른 방송의 개념이 재정립될 필요가 있으며, 콘텐츠의 IP 가치 평가와 공정한 배분의 선순환 구조 확립이 중요함
- 공익성을 고려하여 소상공인 지원이나 중소기업의 마케팅 판로 개척을 위한 라이브 방송 등의 새로운 비즈니스 모델 개발도 협력적으로 이루어져야 함
- (주요 키워드) 전문 컨설팅, 콘텐츠 파워 확보, OTT 망사용료, 방송 개념 재정립, 언어, 문화의 다양성, 신기술 적용 신 비즈니스 모델, 라이브 커머스, 라이브 방송 융합, 규제와 진흥의 적정선, 소프트웨어와 콘텐츠의 융합

○ 노동 환경 영역

- 방송 제작 현장의 근로, 노동 특성상 주 52시간 근로제의 일률적 적용은 다소 어려운 상황이며, 고용불안 등의 부작용도 우려됨
- 방송 PD의 경우, 획일화된 근로시간은 노하우 공유 및 전달의 단절적 요인이 되기도 하며 이는 제작진의 역량 저하, 방송콘텐츠의 질적 저하로 이어질 우려가 있음
- 외주제작사의 경우, 정규직보다 프로젝트 프리랜서의 성과가 더 높은 경우가 많아 탄력적이고 유연한 근로제도 적용의 자유도를 인정해 줄 필요 높음
- (주요 키워드) 워라벨 괴리감, 고용 불안, 역량 제고 부실, 콘텐츠 질 저하, 직무발명, 표준특허 보상

○ 이용자 문화 영역

- 코로나19 확산으로 더욱 촉발된 비대면 경제에 따라, 콘텐츠 소비자 간 정보 불균형이 더욱 심화하였다고 판단되며, 특히 부실한 교육 콘텐츠로 학령인구의 교육격차가 더 크게 나타나는 경향이 있음
- 비대면 트렌드에 빠르게 적응하는 MZ 세대나 멀티 구독 이용자와 구독 경제의 부적응, 거부로 인한 이용자들 간 격차도 점차 차이가 벌어지고 있고 편중된 혜택의 양극화 현상도 나타나고 있어, 멀티 구독, MZ세대 특성, 팬덤 경제 등의 이슈 등에 대한 이해와 대응 방안 논의가 필요함
- (주요 키워드) 정보 불균형, 교육격차, 새로운 경제 패러다임 이해

- 증강현실 등 새로운 기술을 방송에 접목해보려는 시도에 대한 기획은 많은데 사실 예산 문제가 굉장히 심각해요.
- 기술 전문가 컨설팅 등의 협업 기회가 많아지면 상당히 좋은 또 새로운 프로그램이 나올 수 있지 않을까 생각합니다.
- 주 52시간 근무 형태는 방송 제작 현장에는 잘 맞지 않아요. PD들의 역량도 떨어지고 제작단가가 높아지고 프로그램의 질도 저하되는 원인이 되기도 합니다.

[그림 3-9] 방송 산업 분야 인터뷰 예시

<표 3-8> 방송 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과

구분	산업 현황 및 문제점	주요 키워드
기술 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 검증되지 않은 기술 적용의 불안감, 예산 한정 문제 존재 • 기술력 부재의 한계 • 메타버스, NFT에 대한 보급형 솔루션 개발 등 정부의 기술인프라 투자 필요 • 디지털 기술 융합의 컨트롤타워 부재 • 기술 독립과 자립을 위한 인프라 투자 필요 • 방송콘텐츠에 AI 등 신기술 융합 필요 • 정부 R&D 사업의 연속성 확보 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 신기술 불안감 • 예산 제한 • 기술력 부재 • 컨트롤타워 • 기술독립, 자립 • 신기술 융합 필요 • 정부 R&D 연속성
산업구조 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 방송제작자에 대한 기술 전문가의 전문적 컨설팅, 소통 채널확보 기회 필요 • 콘텐츠 파워 확보 중요(플랫폼 파워도 결국 콘텐츠 파워부터 선행) • OTT 망사용료 문제 해결방안 마련 • 패러다임 변화의 시대에 맞는 방송의 개념 정립 • 방송 콘텐츠의 IP 가치의 재평가 • 언어의 다양성, 문화적 특징을 고려한 방송, 웹툰, 영상 융합 콘텐츠 제작 필요 • 라이브 커머스, 라이브 방송의 가능성 높음(가상 인플루언서 활용) • 미디어 커머스와 유통생태계의 수익배분 선순환 구조 조성 필요 • 방송 콘텐츠 소비자들을 중심으로 하는 새로운 시장, 뉴 비즈니스 모델의 개발 • 방송 규제와 진흥에 대한 정부 차원의 적정선 제시 필요 • 소프트웨어와 콘텐츠의 융합, 통합 R&D 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 전문 컨설팅 • 콘텐츠 파워 확보 • OTT 망사용료 • 방송 개념 재정립 • 언어, 문화의 다양성 • 신기술 적용 신 비즈니스 모델 • 라이브 커머스 • 라이브 방송 융합 • 규제와 진흥의 적정선 • 소프트웨어와 콘텐츠의 융합
노동 환경 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 방송제작 현장의 주 52시간 적용의 어려움 • 방송제작 PD 역량 증대의 걸림돌로 작용, 콘텐츠의 질 저하 우려 • 프리랜서 종사자의 역할 중요 • 종사자 개인의 직무발명, 표준특허의 보상 및 활용방안 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 워라벨 괴리감 • 고용 불안 • 역량 제고 부실 • 콘텐츠 질 저하 • 직무발명, 표준특허 보상
이용자 문화 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 비대면 경제의 정보 불균형 심화 • 교육 콘텐츠의 부실과 부족으로 인한 교육격차 심화 • 구독경제, 멀티구독, MZ 세대, 팬덤 경제의 이해 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 정보 불균형 • 교육격차 • 새로운 경제패러다임 이해

8) 광고 산업 분야

○ 기술 영역

- 광고 분야는 디지털 전환에 매우 빠르게 적응해 가고 있고, 이미 데이터 기반의 맞춤형 광고를 예전부터 산업에 적용해오고 있으며, 광고 타겟팅 단계에서의 고객정보 보호의 이슈가 점차 대두되고 있어, 정부 차원의 개인정보 비식별화 인증체계의 고도화가 요구되는 실정임
- 다양한 플랫폼 등장과 더불어 광고의 대상 및 범위는 기하급수적으로 늘어나고 인공지능 기술 등을 활용한 이용자 맞춤형 광고에 대한 선택의 폭이 넓어지는 등 광고의 순기능이 제대로 발휘될 수 있는 환경이 도래되었다 볼 수 있음
- 오랜 시간 수요자의 선택에 따라 정제되는 과정을 거치지 않고 기술적 정체현상이 생략된 채 비대면 사회로 이행한 것에 대한 우려가 있음
- (주요 키워드) 프로그래매틱 광고, 개인정보보호, 비식별화 인증, 이용자 맞춤형광고, 비대면 사회 강제이행, 광고의 지능화

○ 산업구조 영역

- 급격한 기술적 변화와 산업구조의 지형 변화에 따라 디지털 광고 시장의 정확한 실태 파악의 중요성이 매우 높아지고 있으며, 광고 산업생태계에서 영향력이 커진 유통 플랫폼에 대한 불공정거래 감시 체계 강화 필요
- 광고주 개인 차원에서 조직 차원으로 확대된 갑질 문제도 정확한 실태 파악과 근본적인 해결책 마련이 필요하며 광고 매체의 모바일화 추세에 따른 변화된 지원정책 수립이 요구됨
- 미디어 커머스의 범위가 확대되고 파급력이 높은 만큼 탈경계 관점의 콘텐츠 산업 진흥을 위한 통합적, 체계적 정책 마련 필요
- (주요 키워드) 광고시장 실태조사, 메타버스 내 광고 비즈니스, 신기술 적용 마케팅, 구조적 불공정, 불공정거래, 광고산업진흥법 부재, 광고매체 변화, 수익률 악화, 신기술 융합 비즈니스, 컨트롤타워, 국가 이미지 브랜딩

○ 노동 환경 영역

- 일반적으로 광고 촬영이 당일에 집중적으로 이뤄지고 당일 종료되는 특성에 따라, 정시 출퇴근의 정형적 근로제 적용이 매우 어려움
- 광고 분야의 우수 인재 확보와 양성을 위한 재원 마련이 시급하고 이를 효율적으로 분배할 수 있는 체계 구축을 통해 양질의 광고창작자, 산업 종사자를 양성 전략이 필요함
- 여러 분야의 전문가로 구성된 융합 콘텐츠 창출의 협력 기회를 늘려야 하며, 포지티브 규제보다는 네거티브 방식의 규제가 산업진흥에 더 효과적일 것으로 사료됨
- (주요 키워드) 인재 양성 재원 마련, 효율적 분배, 창작자와 산업전문가 매칭, 합리적 보상, 네거티브 규제 전환, 소규모 창작자 보호, 선진 광고 시스템 수출, 전문직 지위, 대우

○ 이용자 문화 영역

- 콘텐츠 산업 전체의 특성대로, 광고도 모바일 매체 중심의 소비가 일반화되었고 일방적 소비에서 맞춤형, 적극적, 선택형 소비의 패턴이 정착됨
- 디지털 콘텐츠의 무료 이용을 위해 기꺼이 광고를 보는 것뿐 아니라, 유료로도 적극적 소비를 하는 등 이용자 계층의 다양화, 계층화가 일반화됨
- (주요 키워드) 이용자 문화 변화, 소비매체 변화, 맞춤형, 선택형 광고 소비 패턴 변화, 적극적 소비자

• 비대면 시대에 광고 마케팅이 더 정교화되고 고도화되는 상황에서 사용자의 정보를 보호한다는 목적으로 더 폐쇄적으로 돌아가고 있지 않나 싶습니다.

• 광고업계에는 광고주에서 대행사까지 내려오는 굉장히 구조적인 우월적 지위가 있어서 불공정 관행 등이 있어서 실태조사가 필요합니다.

• 다른 산업들은 대부분 산업 진흥법이 있는데 광고 산업만 진흥법이 없어요

[그림 3-10] 광고 산업 분야 인터뷰 예시

<표 3-9> 광고 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과

구분	산업 현황 및 문제점	주요 키워드
기술 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 데이터 기반 맞춤형광고(프로그래매틱 광고) 시대 • 맞춤형 광고에서 개인정보보호의 문제 • 정부 차원의 개인정보 비식별화 인증체계의 고도화 필요 • 플랫폼의 다양성과 연결성으로 인해 이용자 맞춤형 광고의 순기능, 유익성 제고의 시대 • 기술적 캐즘(정체현상) 없이 강제로 변화된 비대면 사회 이행 • 광고의 지능화(AI) 방안 	<ul style="list-style-type: none"> • 프로그래매틱 광고 • 개인정보보호 • 비식별화 인증 • 이용자 맞춤형 광고 • 비대면 사회 강제이행 • 광고의 지능화
산업구조 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 자동화된 방식의 프로그램을 통한 디지털 광고 시장의 실태조사 필요 • 광고 관련 메타버스 비즈니스 모델 정립 필요 • 광고, 마케팅의 네이티브 통합과 디지털 휴먼을 통한 마케팅 발전 • 데이터 중심의 광고 플랫폼 성장에 따른 권력화 심화 • 대기업 광고주와 대형 광고대행사, 영세 매체 사이의 구조적 우월성(갑질) 문제, 개인 차원에서 조직 차원으로 변화된 갑질 문제(불공정거래, 부당할인요구, 무료서비스 등) • 광고산업진흥법 부재로 주무부처, 지원정책 부족, 혼재 • 저작권 창작 활동 보호를 위한 민간 협력 차원의 캠페인, 이벤트 필요 • 광고의 매체 변화(TV, PC, 모바일) • 한국 광고 생태계의 광고 제작사, 대행사 수익 약화와 지배구조의 문제(수직계열화) • 미디어 커머스와 광고의 융합 시대 • 문화체육관광부에 대한 광고 산업 분야의 컨트롤타워 역할, 기대 • 광고를 통한 국가 브랜드, 이미지 제고 가능성 확인(한국관광공사) • 거시적 관점의 광고 산업 진흥 정책 마련 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 광고시장 실태조사 • 메타버스 내 광고 비즈니스 • 신기술 적용 마케팅 • 구조적 불공정 • 불공정거래 • 광고산업진흥법 부재 • 광고매체 변화 • 수익률 약화 • 신기술 융합 비즈니스 • 컨트롤타워 • 국가 이미지 브랜딩
노동 환경 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 광고분야 전문인력 양성을 위한 마련과 효율적 분배 정책 필요 • 광고창작자 양성을 위한 생태계 조성 방안 필요 • 유능한 크리에이터와 유관 산업 전문가 매칭시스템 필요 • 주 52시간 근무제와 맞지 않는 광고 제작 현장(1일 이내 집중 제작 위주) • 주 52시간 이상 근무에 대한 합리적 보상의 조직문화 필요 • 포지티브 규제 방식보다 네가티브 규제 방식 필요 • 개인 창작자의 개성 발휘를 위한 인센티브 제도 필요 • 1인 창작자, 광고 제작사의 사업 등록, 제도적 보호 정책 필요 • 광고 제작 기술자, 전문인력의 해외 진출, 선진 광고 시스템의 수출 가능 • 광고 대행 중사자, 광고 제작자의 전문직 대우 필요 • 학교 차원의 광고 산업 인재 육성과 산학연 연계 프로그램 활성화 	<ul style="list-style-type: none"> • 인재양성 자원 마련, 효율적 분배 • 창작자와 산업전문가 매칭 • 합리적 보상 • 네가티브 규제 전환 • 1인, 소규모 창작자 보호 • 선진 광고시스템 수출 • 전문직 지위, 대우
이용자 문화 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나 상황에 따른 이용자 문화 변화로 콘텐츠 소비매체의 변화(TV, PC → 모바일) • 일방적 광고소비에서 맞춤형, 선택형 광고 소비 패턴으로의 변화 • 수동적 수용자에서 적극적 소비자로 소비자 파워 강화 	<ul style="list-style-type: none"> • 이용자 문화 변화 • 소비매체 변화 • 맞춤형, 선택형 광고 소비 패턴 변화 • 적극적 소비자

9) 캐릭터 산업 분야

○ 기술 영역

- 캐릭터 산업은 본질적으로 기술집약적 특성을 보이고 있어 비대면 시대에 메타버스나 디지털 휴먼 캐릭터 등이 더 성장할 가능성 높음
- 신기술에 콘텐츠를 융합하는 방식에서 콘텐츠에 신기술을 융합하는 방식의 기술 융합 지원체계 전환이 필요함
- (주요 키워드) 기술집약적, 데이터와 기술 축적, 콘텐츠 중심의 기술 융합 지원체계

○ 산업구조 영역

- IP와 라이선싱 비즈니스 관점의 산업진흥 정책 마련이 필요하고 자율적 규제와 심의의 방식이 산업 육성에 도움이 될 것임
- 정부 주도 보다는 민간 중심의 콘텐츠-신기술 융합 프로젝트와 협업 기회가 더 많아질 필요가 있음
- 쉽게 도용되고 복제될 수 있는 캐릭터 산업 특성상 징벌적 배상 제도의 신속 처리(one stop) 체계 구축과 불공정거래에 따라 원 창작자 권리 구제를 위한 방안 마련이 시급함
- (주요 키워드) 자율적, 창의적 특성 고려, IP 비즈니스 육성, 기술·역량 차별, 민간 중심 콘텐츠 개발, 합리적 계약, 상생 구조 확립, 저작권 확보, 지역기반 특성화 콘텐츠 발굴

○ 노동 환경 영역

- 전문인력 및 일반 근무 인력의 수급 문제가 심각한 상황이고 주 52시간 근로제의 적용이 곤란한 부분이 있음
- 공동작업과 협업을 통한 캐릭터 창작환경에 따라 비대면, 재택근무 등의 근무방식 적용이 매우 어려우나, 프리랜서 계약이 점차 늘어나는 추세임
- (주요 키워드) 인력수급, 근로제도 개선, 비용 증가, 비대면 근무의 비효율성, 비정규 근로 형태

○ 이용자 문화 영역

- 팬덤 중심의 이용자 문화 변화에 더 빠르게 대응할 수 있는 기존 레거시 미디어(방송, 케이블)가 더 큰 권력을 갖게 되어, 소규모 제작사들이 점점 불리해지는 상황에 직면하고 있음
- 멀티채널, 멀티디바이스의 소비, MZ세대의 소비 특성 등에 관한 연구를 정책적으로 장려해 소규모 제작사들의 이용자 문화에 대응할 전략 마련 필요
- (주요 키워드) 팬덤 문화, 세대별 특성 반영

- 캐릭터 산업은 전통적 의미의 팬시형 IP들도 존재하지만, 애니메이션, 게임, 웹툰, 웹소설 등 다양한 스토리텔링 기반 장르들의 IP를 중심으로 한 라이선싱들도 매우 큰 비중을 차지하고 있어, IP와 라이선싱 비즈니스 관점에서 산업 정의를 새롭게 내릴 필요가 있어요.
- 아마추어는 계속 아마추어로 남고 수준 높은 콘텐츠를 만드는 회사는 더 높아지면서 점점 더 양극화가 심해지는 것 같아요.
- 저희가 이번에 원격 근무나 비대면 근무를 도입해 봤는데, 저희 쪽에서는 사실 모여서 일하는 게 시너지가 더 있어요.
- 모든 기술들을 문화 콘텐츠 영역에 접목했을 때 다 성공했던 건 아니었습니다. 해당 콘텐츠가 가지고 있는 스토리텔링이라든가 캐릭터 요소를 잘 구현해 줄 수 있는 그런 융합 모델을 만들어 낸 사례가 성공했었죠.

[그림 3-11] 캐릭터 산업 분야 인터뷰 예시

<표 3-10> 캐릭터 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과

구분	산업 현황 및 문제점	주요 키워드
기술 영역	<ul style="list-style-type: none"> 캐릭터 산업은 본질적으로 비대면, 기술집약적 특성 지님 가상인간, 디지털 휴먼 캐릭터의 기술적, 산업적 성장 가능성 높음 데이터와 기술이 축적된 거대 미디어 그룹의 성공가능성 높음 신기술 융합형 콘텐츠 제작 지원에서 콘텐츠 중심의 기술융합 지원체계 전환 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 기술집약적 데이터와 기술 축적 콘텐츠 중심의 기술융합 지원체계
산업구조 영역	<ul style="list-style-type: none"> 정부의 규제보다는 자율적, 창의 산업적 특성 고려 필요 IP와 라이선싱 비즈니스 관점의 산업 정책 필요 기술집약적 산업 특성상 기술 보유 여부에 따른 양극화 심화 기술 위주 혹은 캐릭터 위주 프로젝트에 따른 이해 상충 정부 주도보다는 민간 중심의 콘텐츠-신기술 융합 프로젝트 창발 기회 조성 작가-제작사, 유통시간 공정하고 합리적인 계약 및 상생 구조 확립 필요 불법 복제물에 대한 징벌적 배상 제도 필요 불공정거래에 대한 창작자 저작권 권리 구제 방안 필요 저작물에 대한 저작권 확보 신속처리(원스톱 서비스) 필요 콘텐츠 생산자와 소비자간 니즈에 부합하는 지역기반 특성화 콘텐츠 개발 논의 지역 균형 발전 정책과 별도로 지역 특성화 콘텐츠 개발 지원 모색 	<ul style="list-style-type: none"> 자율적, 창의적 특성 고려 IP 비즈니스 육성 기술, 역량 차별 민간 중심 콘텐츠 개발 합리적 계약 상생 구조 확립 저작권 확보 지역기반 특성화 콘텐츠 발굴
노동 환경 영역	<ul style="list-style-type: none"> 전문, 일반 인력수급의 문제 심각 창의산업에서 제조업 방식의 근무제도의 낮은 적합도 인건비, 관리비, 제작비의 증가 요인으로 작용 비대면, 재택 근무 방식의 비효율성 노사협의로 해결책 모색 관건 프리랜서 전문직, 탄력적 근무 계약직 근로계약 형태 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 인력 수급 문제 근로제도 개선 비용 증가 비대면 근무의 비효율성 비정규 근로형태
이용자 문화 영역	<ul style="list-style-type: none"> 팬덤 중심의 이용자 문화에 따라 레거시 미디어의 권력 집중화 MZ세대, 세대별 트렌드, 특성에 맞는 캐릭터 개발 연구 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 팬덤문화 세대별 특성 반영

10) 지식정보산업 분야

○ 기술 영역

- 메타버스 플랫폼과 관련 주요 기술개발 프로젝트를 공공부문이 주도해 민간의 중복투자나 낭비가 발생하지 않도록 할 필요성이 높지만, 오히려 공공, 민간 부문이 경쟁적으로 플랫폼 개발에 집중하는 경향이 있음
- 교육 부문의 디지털 전환이 가속화되도록 지식 자원 축적, 인프라 구축과 합리적 평가체계가 마련되어야 함
- 지식재산권, 저작권 관련한 문제(소유권, 수익분배 등)가 콘텐츠 산업 전반에 걸쳐 나타나는 만큼, 이를 기술적, 법적으로 해결할 방안 마련 시급
- (주요 키워드) 메타버스의 공공주도, XR 스튜디오, 요소기술 지원, 저작권 문제

○ 산업구조 영역

- 디지털 자원과 역량이 상대적으로 열세인 영세, 중소기업의 디지털 전환은 매우 어려운 과제이며, 특히 콘텐츠 창작자, 제작자의 역량 부재는 산업 경쟁력을 약화하는 요인으로 작용
- 공공부문이 제공하는 인프라를 활용하여 지식정보 산업의 고도화가 필요하며, 특히 메타버스와 같은 플랫폼에서 활용할 콘텐츠들을 민간 영역에서 공급할 수 있는 생태계를 만드는 것이 바람직함
- 가상공간에서 활용하는 콘텐츠의 IP의 법적, 제도적 정비가 매우 중요함
- (주요 키워드) 핵심기반 확보 어려움, 메타버스 공간구축 지원, 지적재산권의 법적 정비, 가상자산 결제 법적 정비, 창작물의 소유권에 대한 정리

○ 노동 환경 영역

- 대기업 수준의 임금과 처우 요구에 중소기업의 고용유지가 매우 어려운 상황이며 핵심 인력들의 유출 현상도 심각한 수준임
- 국내 연구인력의 수급이 어려운 문제에 대한 대안으로 해외 우수인력 유인 방안이 정책적으로 제시될 필요 있음
- (주요 키워드) 중소기업 연구인력 유출 문제, 고용유지 어려움, 해외 인재 활용, 해외 인재 활용의 제도적 미흡함, 신기술 분야 우수인재 양성

○ 이용자 문화 영역

- 올바른 콘텐츠 소비 문화 정착을 위한 지속적 캠페인 등의 민관 전체의 노력이 필요함
- 국내외 영향력 있는 인플루언서를 활용한 한류 콘텐츠 홍보의 기획 확대
- (주요 키워드) 올바른 소비문화, 친한국 글로벌 인플루언서 활용

- 정부는 단순히 메타버스 플랫폼 개발에만 집중하지 말고 어떤 사람들이 들어가서 어떤 일을 할 수 있는가, 누구와 같이 일하면 시너지를 갖고 사업할 수 있는가 등의 여러 가지 인프라를 같이 조성해줘야 한다고 생각합니다.
- 인재양성을 하려고 해도 학교에 입학하려는 학생들이 줄고 있고 이를 정책적으로 해결하지 않으면 나중에는 매우 심각한 문제가 될 거라 예상합니다.
- 디지털 공간과 가상공간은 차이가 있는데, 이제 메타버스라고 하는 가상 세계에서의 소유권 문제가 크게 부각이 될 시점인 것 같아요.
- 한국에 있다가 본국으로 돌아간 이들이 한국 콘텐츠로 인플루언서 활동하는 경우가 있어요 이들을 효과적으로 연결하면 콘텐츠 소비의 시너지가 나지 않을까 하네요.

[그림 3-12] 지식정보산업 분야 인터뷰 예시

<표 3-11> 지식정보 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과

구분	산업 현황 및 문제점	주요 키워드
기술 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스 플랫폼 또는 주요 개발 요소를 공공이 주도해서 제공할 필요가 있음 • 교육분야에서 아바타 사용이 많아지는데 어느 학교에서나 개방적으로 활용이 가능한 아바타가 필요함 • XR 스튜디오를 사용할 수 있는 공공 환경이 필요함 • 특정 분야의 메타버스 플랫폼 개발에 예산 중복 지원이 발생할 우려가 높음 • 교육 분야의 디지털 전환 가속화를 위한 인프라, 지표 분석 등의 요소 기술 지원이 필요함 • 디지털 휴먼의 상업화, 1인 크리에이터 콘텐츠에서 저작권 문제가 지속해서 많이 나타남 	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스의 공공주도 • XR 스튜디오 • 요소기술 지원 • 저작권 문제
산업구조 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털전환 시대에서 중소기업들이 핵심기반 기술을 확보하기가 더욱 어려워 짐 • 전 산업에 디지털 전환이 이루어짐에 따라 메타버스 공간구축 등의 인프라 지원이 필요함 • 메타버스 플랫폼을 중심으로 전 콘텐츠를 흡수할 수 있는 생태계를 구축해야 함 • 가상공간에서의 소유권, 지적재산권의 제도적 정비가 필요함 • 가상공간에서의 결제, 가상자산의 사용 방법 등 법제도 정비가 필요함 • 1인 크리에이터의 창작물에 대한 소유권에 대한 명확한 정리가 필요함 	<ul style="list-style-type: none"> • 핵심기반 확보 어려움 • 메타버스 공간구축 지원 • 지적재산권의 법적 정비 • 가상자산 결제 법적 정비 • 창작물의 소유권에 대한 정리
노동 환경 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스와 같은 신기술을 연구하는 중소기업의 인력이 대기업으로 유출되는 경우가 많아 신기술 개발에 어려움이 많음 • 대기업발로 상승한 높은 임금으로 중소기업의 고용유지가 어려워 인건비 지원이 절실함 • 중소기업의 우수 엔지니어 확보 방안으로 대학 4학년 인턴제도와 해외 엔지니어를 통해 보충하고 있는데 좋은 효과를 보고 있어 제도적 지원이 필요함 • 우리나라 인구 감소로 인해 학생수가 줄어드는 점을 보완할 수 있는 장기적 관점에서의 해외 우수인력 유치는 중요하나 과제 관련해서 비자, 고용허가제, 한국어시험 등의 제도 개선이 필요함 • 인력난의 문제는 중소기업뿐만 아니라 대기업도 같은 문제를 안고 있어, 신기술 영역의 많은 우수인재 양성이 필요함 	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업 연구인력 유출 문제 • 고용유지 어려움 • 해외 인재 활용의 제도적 미흡함 • 신기술 분야 우수인재 양성
이용자 문화 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 올바른 콘텐츠 소비 문화 정착을 위한 노력이 필요함 • 한류 콘텐츠를 이해하거나 국내에서 다양한 문화를 경험한 해외 거주 인플루언서를 위한 정보 제공의 장 마련 	<ul style="list-style-type: none"> • 올바른 소비문화 • 친한국 글로벌 인플루언서 활용

11) 콘텐츠솔루션 산업 분야

○ 기술 영역

- 메타버스 서비스와 같은 신기술을 공공부문에서 기초 단계부터 연구하여 가장 최적의 개발 환경을 제공해줄 필요가 있으며, 메타버스 관련 선두 기업과 국가의 핵심 요소 기술을 분석하고 제공해주는 정책도 필요함
- 콘텐츠솔루션 분야에서 점차 AI, 블록체인, 클라우드 발전이 두드러지고 있는데 이를 활용하여 각 분야의 콘텐츠를 만들 수 있는 여건 마련 중요
- 신기술 등장에 따른 기술 요소별 표준화 작업이 선행되어야 하고 신기술을 적용한 콘텐츠 저작권에 대한 명확한 법제 마련도 필요한 과제임
- 콘텐츠와 블록체인 데이터 마켓과의 연동이 자유롭게 이어지도록 개발 초기부터 조기에 연동하고 연계하는 작업이 필요함
- (주요 키워드) 신기술 연구개발 환경 제공, 기술 중심 정책 입안, 기술 융합 노력, NFT 마켓플레이스, 콘텐츠와 블록체인 데이터마켓 연동, 비대면 근무환경, 기술 요소 표준화, 신기술 적용 저작권 개선

○ 산업구조 영역

- 블록체인 게임 개발과 운영이 국내 법제도에 제약받아 융합 콘텐츠를 제작하는 데 장벽으로 작용하기도 하고, 메타버스 등과 관련된 지원사업 확대가 필요함
- 공공부문이 직접 플랫폼 제작에 나설 것 없이 민간 부문의 자발적 개발과 운영을 장려하고 중소기업 등 다양한 주체들이 함께 어울릴 수 있는 여건을 조성하는 것이 바람직함
- (주요 키워드) 메타버스 진출 지원, 공공 지원사업 기간 연장, 비대면 근무환경 확대, 메타버스 관련 지원 사업 확대

○ 노동 환경 영역

- 클라우드 수요 증가에 전문 인력수급에 매우 큰 곤란을 겪고 있으며, 24시간 서비스 제공해야 하는 업종의 특성상 주 52시간 근로는 부담이 있음
- 24시간 고객 서비스 제공을 위한 자동화된 시스템 마련이 대안일 수 있음
- (주요 키워드) 인력수급 부족, 24시간 서비스에 따른 근무환경 개선 지원

○ 이용자 문화 영역

- 서비스 공급자에게 원하는 것을 분명하게 요구하는 이용자들이 늘고 있어 예전과 다른 이용자 수준과 태도를 확인할 수 있음
- 이용자의 니즈를 잘 파악하고 있는 대형 IT 서비스, 대기업들의 영향력이 더욱 커져 콘텐츠 산업의 다양한 분야들이 통합될 것으로 예상함
- (주요 키워드) 이용자 수준 향상, 대기업의 협상력

- 누구나 메타버스를 이야기하고 있지만, 실제 주요 메타버스 플랫폼에 진입하는 데에는 높은 진입장벽이 있어요. 그렇다고 정부에서 메타버스 오픈 플랫폼을 만드는 것은 바람직하지 않습니다.
- 잘하려고 하는 사람들을 더 좋은 환경에서 일하게 도와주는 게 제 역할이긴 한데요. 제도를 다 지키려 하니깐 좀 힘든 면이 있어요.
- 요즘에 제가 느끼는 게 사용자들이 엄청나게 똑똑해져서 기업들이 자기 정보를 어떻게 팔아서 돈을 버는지 다 알고 있습니다.
- 디스플레이 산업군에서 가격 경쟁력이나 기술 이슈에서 중국 업체가 크게 부상하고 있고, 큰 위기감을 느끼고 있는 상황입니다.

[그림 3-13] 콘텐츠솔루션 산업 분야 인터뷰 예시

<표 3-12> 콘텐츠솔루션 산업 분야 전문가그룹 인터뷰 결과

구분	산업 현황 및 문제점	주요 키워드
기술 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스 서비스와 같은 신기술 관련해 공공에서 기초 연구 개발을 통한 개발 환경 제공이 필요 • 메타버스를 구축하기 위한 기술 기반의 문의가 증가하고 있어 이를 해소할 프로그램 필요 • AI와 블록체인, 클라우드의 발전이 늘어나고 있는데 전 콘텐츠 분야에 적용될 수 있어 기술 전파의 노력이 필요함 • NFT의 마켓플레이스를 제공하는데 공공의 역할 정립 필요 • 콘텐츠와 블록체인 데이터 마켓과의 연동이 자유롭게 되도록 조기 연동이 필요함 • 비대면 근무환경에 따른 소프트웨어, 하드웨어의 개발이 많아지고 있음 • 신기술 등장에 따라 기술 요소별로 표준화하는 작업이 선행되어야 함 • 신기술을 사용한 저작권에 대한 법제도 개선이 필요함 	<ul style="list-style-type: none"> • 신기술 연구개발 환경 제공 • 기술 중심 정책입안 • 기술 융합 노력 • NFT 마켓플레이스 • 콘텐츠와 블록체인 데이터마켓 연동 • 비대면 근무환경 • 기술 요소 표준화 • 신기술 적용 저작권 개선
산업구조 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스 플랫폼 진입장벽이 높는데, 공공이 민간에서 흥행하고 있는 플랫폼에 중소기업이 진출할 수 있는 공간 확보 지원 필요 • 기업의 비대면 근무환경이 비용 절감으로 이어지고 있고 해외 출장 횟수도 줄어들음 • 블록체인 게임의 국내 법제도의 장벽으로 인하여 융합 콘텐츠 제작이 어려움 • 메타버스 관련된 지원사업의 콘텐츠, 인프라의 확장이 필요함 	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스 진출 지원 • 공공지원사업 기간 연장 • 비대면 근무환경 확대 • 메타버스 관련 지원사업 확대
노동 환경 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 기술 발전에 따른 클라우드 서비스 수요 확장으로 인력 수급이 부족함 • 24시간 서비스 수요가 많아짐에 따라 52시간 근무제에 대한 부담이 증가함 • 24시간 서비스 대응을 자동화하여 근무환경을 개선이 가능한 지원책이 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 인력수급 부족 • 24시간 서비스에 따른 근무환경 개선 지원 필요
이용자 문화 영역	<ul style="list-style-type: none"> • 원하는 것이 분명한 이용자 수준과 태도 변화 • 이용자의 니즈를 잘 파악하고 있는 국내 IT 대기업들의 바케팅 파워 확대 	<ul style="list-style-type: none"> • 이용자 수준 • 대기업의 협상력

나. 키워드 범주화

1) 4대 영역 내 주요 키워드 도출

○ 콘텐츠 산업의 11개 분야의 전문가 의견을 바탕으로, 기술, 산업구조, 노동 환경, 이용자 문화 영역별 주요 키워드를 정리하면, 아래 <표 3-13>과 같음

<표 3-13> 콘텐츠 산업 전문가그룹 인터뷰 주요 키워드

구분	기술 영역	산업구조 영역	노동환경 영역	이용자 문화 영역
출판	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 전환 저작권 강화 콘텐츠 기술 융합, 협업 수익 배분 정산시스템 콘텐츠 다양화 	<ul style="list-style-type: none"> 아날로그, 디지털 사업모델 혼재 1인 출판 거대 유통 플랫폼 공정 투명한 수익공개 지재권 강화 수출 활성화 거버넌스 	<ul style="list-style-type: none"> 인력수급 곤란 IT 기반 기술인재 필요 전문인재 양성 유연근무 디지털 교육 	<ul style="list-style-type: none"> 소비, 향유 디지털 독서 콘텐츠 융합 다양한 콘텐츠 소비
만화/웹툰	<ul style="list-style-type: none"> 국산 제작물 보안 S/W NFT 디스플레이 표준화 융합 콘텐츠 영역 확대 오픈소스 프로그램 	<ul style="list-style-type: none"> 산업 세분화 IP 중심 산업생태계 수익분배 불합리 공정한 수익배분 불법유통, 복제 강력 처벌 가이드라인 전문적 컨설팅 	<ul style="list-style-type: none"> 역할, 직능 세분화 52시간 근로제 적용 세분화 규모별 창작자 세분화 작가 유형별 교육프로그램 	<ul style="list-style-type: none"> 국제표준화된 마케팅 주안점 개발 소비유형별 시장 구분 팬덤 중심 부가가치 창출
음악	<ul style="list-style-type: none"> 메타버스 플랫폼 정산 신기술 적용 아이디어 실현 기술 불법복제 방지 기술 	<ul style="list-style-type: none"> 음악 콘텐츠의 다양한 융합 공정분배, 정산 기업 양극화 시장규제 국내법의 역차별 유통확대 방안 유통플랫폼의 수직계열화, 불공정 	<ul style="list-style-type: none"> 고용불안, 생계 불안 지식양극화 불공정 계약 관행 공정 배분 	<ul style="list-style-type: none"> 팬덤 문화 열린 창작환경 문화향유권 이용자 중심
영화	<ul style="list-style-type: none"> 5G와 실감콘텐츠 급격한 기술변화 영상 포맷 표준화 OTT 중심 OTT 영향력 	<ul style="list-style-type: none"> 저작권 보호 극장에 대한 높은 의존도 저작권 손해 범위 공정배분 창작자 보호 창작 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 현실적 제도 불법적 요소 인건비 상승과 열악한 환경 MZ 근로자 유입 유도방안 	<ul style="list-style-type: none"> 영상미디어 소비 양극화 OTT 영향력 소비 패턴 변화
게임	<ul style="list-style-type: none"> 산업 경계 모호 	<ul style="list-style-type: none"> 플랫폼 사업자 모니터링 	<ul style="list-style-type: none"> 미래인재 양성 	<ul style="list-style-type: none"> 게임중독 방지

구분	기술 영역	산업구조 영역	노동환경 영역	이용자 문화 영역
	<ul style="list-style-type: none"> • 공공부문 지원책 • 규제 한계 • 다수 메타버스 플랫폼 연동 	<ul style="list-style-type: none"> • 신산업 육성 • 투자 확대 • 게임법 개정 • 규제 개선 • 성공사례 연구 • 펀드, 가치평가 확대 • 공정분배 	<ul style="list-style-type: none"> • 인재수급 방안 • 현실적 근로제도 적용 • 재택근무 	<ul style="list-style-type: none"> • MZ 세대의 소비트렌드 분석
애니메이션	<ul style="list-style-type: none"> • 신 매체 영향력 • 장르 다양화 • 비대면 콘텐츠 • OTT 플랫폼 • 메타버스 내 저작권 	<ul style="list-style-type: none"> • 1인 창작자 생태계 • 경쟁력있는 애니메이션 발굴 • 캐릭터 불법복제 방지 • 투자 유치 • 창작 외주 • 애니메이션 산업 재정의 	<ul style="list-style-type: none"> • 주 52시간 근무로 제작 원가 증가 • 복지 지원 • 장기적 인재 양성 프로그램 • IP 해외 사업 • 인력양성 시급 	<ul style="list-style-type: none"> • 이용자 정서 • 메타버스 콘텐츠 제작도구
방송	<ul style="list-style-type: none"> • 신기술 불안감 • 예산 제한 • 기술력 부재 • 컨트롤타워 • 기술독립, 자립 • 신기술 융합 필요 • 정부 R&D 영속성 	<ul style="list-style-type: none"> • 전문 컨설팅 • 콘텐츠 파워 확보 • OTT 망사용료 • 방송 개념 재정립 • 언어, 문화의 다양성 • 신기술 적용 신 비즈니스 모델 • 라이브 커머스 • 라이브 방송 융합 • 규제와 진흥의 적정선 • 소프트웨어와 콘텐츠의 융합 	<ul style="list-style-type: none"> • 워라벨 괴리감 • 고용 불안 • 역량 제고 부실 • 콘텐츠 질 저하 • 직무발명, 표준특허 보상 	<ul style="list-style-type: none"> • 정보 불균형 • 교육격차 • 새로운 경제패러다임 이해
광고	<ul style="list-style-type: none"> • 프로그래매틱 광고 • 개인정보보호 • 비식별화 인증 • 이용자 맞춤형광고 • 비대면 사회 강제이행 • 광고의 기능화 	<ul style="list-style-type: none"> • 광고시장 실태조사 • 메타버스 내 광고 비즈니스 • 신기술 적용 마케팅 • 구조적 불공정과 불공정거래 • 광고산업진흥법 부재 • 광고매체 변화 • 수익률 악화 • 신기술 융합 비즈니스 • 컨트롤타워 • 국가 이미지 브랜딩 	<ul style="list-style-type: none"> • 인재양성 재원 마련 효율적 분배 • 창작자와 산업전문가 매칭 • 합리적 보상 • 네거티브 규제 전환 • 1인, 소규모 창작자 보호 • 선진 광고시스템 수출 • 전문직 지위, 대우 	<ul style="list-style-type: none"> • 이용자 문화 변화 • 소비매체 변화 • 맞춤형, 선택형 광고 소비 패턴 변화 • 적극적 소비자
캐릭터	<ul style="list-style-type: none"> • 기술집약적 • 데이터와 기술 축적 • 콘텐츠 중심의 기술융합 지원체계 	<ul style="list-style-type: none"> • 자율적, 창의적 특성 고려 • IP 비즈니스 육성 • 기술, 역량 차별 • 민간 중심 콘텐츠 개발 	<ul style="list-style-type: none"> • 인력 수급 문제 • 근로제도 개선 • 비용 증가 • 비대면 근무의 	<ul style="list-style-type: none"> • 팬덤문화 • 세대별 특성 반영

구분	기술 영역	산업구조 영역	노동환경 영역	이용자 문화 영역
		<ul style="list-style-type: none"> 합리적 계약 상생 구조 확립 저작권 확보 지역기반 특성화 콘텐츠 발굴 	<ul style="list-style-type: none"> 비효율성 비정규 근로형태 	
지식정보	<ul style="list-style-type: none"> 메타버스의 공공주도 XR 스튜디오 요소기술 지원 저작권 문제 	<ul style="list-style-type: none"> 핵심기반 확보 어려움 메타버스 공간구축 지원 지적재산권의 법적 정비 가상자산 결제 법적 정비 창작물의 소유권에 대한 정리 	<ul style="list-style-type: none"> 중소기업 연구인력 유출 고용유지 어려움 해외 인재 활용 해외 인재 활용의 제도적 미흡함 신기술 분야 우수인재 양성 	<ul style="list-style-type: none"> 올바른 소비문화 친한국 글로벌 인플루언서 활용
콘텐츠 솔루션	<ul style="list-style-type: none"> 신기술 연구개발 환경 기술 중심 정책입안 기술 융합 노력 NFT 마켓플레이스 콘텐츠와 블록체인 데이터마켓 연동 비대면 근무환경 기술 요소 표준화 신기술 적용 저작권 개선 	<ul style="list-style-type: none"> 메타버스 진출 지원 공공지원사업 기간 연장 비대면 근무환경 확대 메타버스 관련 지원사업 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 인력수급 부족 24시간 서비스에 따른 근무제 비현실성 근무환경 개선 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 이용자 수준 대기업의 협상력

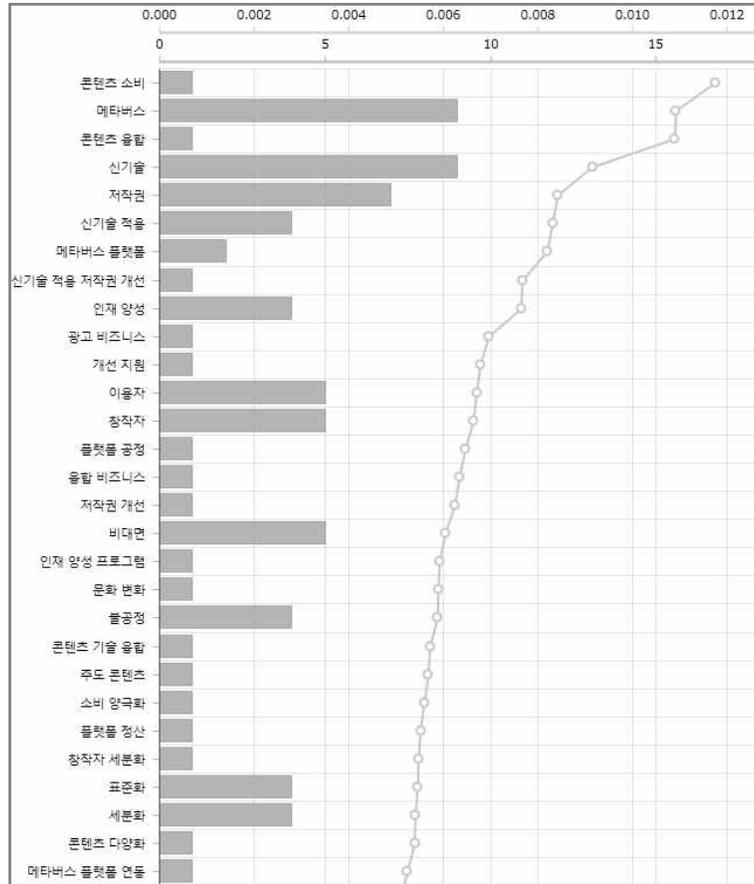
2) 6대 정책 주제 도출

○ 주요 키워드 빅데이터 분석

- 주요 키워드의 중요성을 판단하기 위해, 한국언론진흥재단이 제공하는 뉴스 빅데이터 분석서비스, 빅카인즈 2) 알고리즘을 적용하여, 분석함
- 분석 결과, 콘텐츠 소비, 메타버스, 콘텐츠 융합, 신기술, 저작권, 신기술 적용, 메타버스 플랫폼, 신기술 적용 저작권 개선, 인재양성, 광고 비즈니스,

2) 한국언론진흥재단 뉴스빅데이터 분석서비스 빅카인즈(<https://www.kinds.or.kr/v2/intro/index.do>)는 1990년부터 현재까지 전국 7개 지역별 54개 언론사의 뉴스 DB를 기반으로 뉴스 내 핵심 키워드를 추출하여 분석 결과를 시각화해주고, 자체 개발한 알고리즘으로 형태소, 개체명 분석 서비스를 제공함

개선 지원, 이용자, 창작자, 플랫폼 공정, 융합 비즈니스, 저작권 개선, 비대면, 인재양성 프로그램, 문화 변화, 불공정 등의 키워드가 높은 특성값 3)을 나타내어 이를 핵심 키워드로 도출함



[그림 3-14] 주요 키워드 빅데이터 분석 결과

- 특성값이 높은 핵심 키워드 30개와 콘텐츠 가치사슬의 생산-유통-소비 구조에 매칭하여, 콘텐츠 산업진흥을 위한 6대 정책 주제를 선정
- (6대 정책 주제) 차세대 콘텐츠 활성화, 공정상생, 인력양성, 재원/인프라, 신한류/글로벌 수출, 이용자 권익

3) 빅카인즈의 특성값이란 뉴스에 등장하는 명사 중에서 해당 뉴스에서 중요하다고 판단하여 추출한 키워드로, 이때 중요도는 ‘텍스트 랭크(Text Rank)’ 알고리즘으로 판단함. 텍스트 랭크 알고리즘은 단어 간 연결망을 그려서 중심이 되는 단어를 찾는 알고리즘으로, 특정 문서에서 같이 사용된 단어들 사이의 연결망을 그리고, 그 연결망에서 다른 단어들과 많이 연결될수록 중요한 단어라고 판단함

<표 3-14> 전문가그룹 인터뷰 주요 키워드와 6대 정책 주제

핵심 키워드	특성값	콘텐츠 가치사슬	6대 정책 주제
메타버스	0.01092	미래 콘텐츠 산업 내에서 새로운 동력이 될 신기술 융합 콘텐츠 생산	차세대 콘텐츠 활성화
콘텐츠 융합	0.01090		
신기술	0.00915		
저작권	0.00842		
신기술 적용	0.00831		
메타버스 플랫폼	0.00820		
융합 비즈니스	0.00634		
비대면	0.00605	콘텐츠의 유통 구조의 공정과 협력, 상생의 생태계 조성	공정상생
플랫폼 공정	0.00647		
불공정	0.00588		
플랫폼 정산	0.00552		
거대 유통 플랫폼 공정	0.00463		
양극화	0.00448	미래 콘텐츠 산업의 전문성을 갖추기 위한 핵심 인재의 양성	인력양성
인재양성	0.00765		
인재양성 프로그램	0.00593		
인재 활용	0.00498		
근무환경 확대	0.00483		
창작자 세분화	0.00548		
디지털 교육	0.00462	생태계 조성을 위한 자원 및 인프라, 요소 마련	재원/인프라
개선 지원	0.00679		
표준화	0.00546	경쟁력 갖춘 콘텐츠의 수출과 마케팅	신한류/ 글로벌 수출
세분화 4)	0.00541		
콘텐츠 다양화	0.0054		
적용 마케팅 5)	0.00479	콘텐츠 소비 측면의 이용자 권리 및 문화	이용자 권익
콘텐츠 소비	0.01175		
이용자	0.00671		
문화 변화	0.00589		
소비 양극화	0.00560		

4) 세분화: 글로벌 시장 및 이용자 세분화

5) 적용 마케팅: 글로벌 시장 공략을 위한 마케팅 전략 적용

4. 6대 정책 주제 선정

가. 6대 정책 주제 도출

1) 6대 정책 주제 선정

- 전문가 인터뷰 내용을 바탕으로 도출된 6대 정책 주제의 범주에서 전문가 회의를 통해, 포스트 코로나 시대의 트렌드인 비대면, 디지털 전환, 산업 경계 파괴, 유연한 노동 환경, 콘텐츠 소비문화 변화 등 환경변화에 따른 주제별 중요 의제에 대한 의견을 수렴함
- 각 분야 전문가 의견 수렴 결과를 바탕으로, 미래 정책 의제 도출을 위한 주요 주제 선정
 - (1) 차세대 콘텐츠 활성화: 신기술을 적용한 디지털 콘텐츠의 생산
 - (2) 공정상생: 공정하고 협력적인 콘텐츠 산업생태계 조성
 - (3) 인력양성: 미래 성장에 기여할 전문 인재의 양성
 - (4) 재원·인프라: 공공/민간 차원의 지원 방안
 - (5) 신한류·글로벌 수출: 지속 성장을 도모하기 위한 해외 진출방안
 - (6) 이용자 권익: 콘텐츠 소비 주체의 변화와 기술 진화에 따른 이용자 권리 보호

2) 주제별 의제(안) 도출

- 선정된 각 정책 주제별로 전문가 의견을 재검토하여 다양한 의제(안) 선정
 - 재검토한 의제(안)들은 전문가 의견을 재차 수렴하여, 분야별로 공통 의제로 정립하고 전문가 서면 평가를 위한 기초자료로 설정함

<표 3-15> 6대 주제별 의제(안) 선정

정책	주요 의제(안) 및 추가 논의	
차세대 콘텐츠 활성화	1	<ul style="list-style-type: none"> ○ (만화, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 출판, 음악, 게임) 신기술 관련 법제도 정비(저작권) <ul style="list-style-type: none"> - 메타버스, 온라인 콘서트, NFT, 목소리 퍼블리시티권 등 - 1인 크리에이터 저작권 침해 문제 - OTT가 방송인지 통신인지에 따라 규제법이 다름 - OTT에서 음악이 송출될 때 방송법에 따른 규제 여부 등
	2	<ul style="list-style-type: none"> ○ (방송, 음악) 신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화 <ul style="list-style-type: none"> - 미디어 라이브 커머스 등 - 메타버스 상에서의 음악 저작권 수익분배 제도
	3	<ul style="list-style-type: none"> ○ (콘텐츠솔루션, 영화) 기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업
	4	<ul style="list-style-type: none"> ○ (캐릭터) 가상 인플루언서 활용 활성화
	5	<ul style="list-style-type: none"> ○ (만화, 음악/뮤직비디오) 내용의 자율심의 논의 필요 <ul style="list-style-type: none"> - 멜론에서 뮤직비디오를 방영할 경우, 영화등급위원회의 심의 대상 ○ (애니메이션) 등급 심의의 세분화 <ul style="list-style-type: none"> - 7세와 12세 이용가 사이의 10세 신설 필요 여부 등 ○ (게임) 등급 심의의 폐지 <ul style="list-style-type: none"> - 과거 아케이드 시장에서의 사행성 문제가 있었으나, 자율규제로 정착이 되어 등급심의위원회의 역할 불필요
공정상생	1	<ul style="list-style-type: none"> ○ (영화, 방송, 만화, 캐릭터, 음악) IP 확장에 따른 수익배분(저작권) <ul style="list-style-type: none"> - IP 확장에 따른 공정한 수익배분 및 계약구조(원저작물 IP의 2차적 저작물에 대한 수익배분) - 업무상 저작물 저작권 지분 - 음악 저작권의 포괄신탁 → 분리신탁 전환 논의 - 온라인 실시간 공연의 성격 규정 - 음악저작권협회의 범위가 넓어 게임업계에서 협회 미가입 작가만 섭외하는 현상 ○ (출판, 지식정보) 저작권 전산망인 통합 DRM 개발 재기획 <ul style="list-style-type: none"> - 현재 전산망 재개발, 교육기관 적용 확대
	2	<ul style="list-style-type: none"> ○ (만화, 캐릭터, 지식정보) 불법복제(저작권) <ul style="list-style-type: none"> - 불법복제 처벌강화 필요성
	3	<ul style="list-style-type: none"> ○ (영화, 게임, 애니메이션, 캐릭터, 광고) 기업간 양극화 <ul style="list-style-type: none"> - 자본, 기술, 인력의 양극화 - 대기업의 중소기업 인력 스카우트 풍토 만연(인디게임 기업, 중소기업 등) - 극장 매출 축소로 인한 영화발전기금 추가 출연 필요
	4	<ul style="list-style-type: none"> ○ (방송, 게임) 콘텐츠-플랫폼간 공정거래 <ul style="list-style-type: none"> - 망 사용료, 구글 갑질 방지법 관련
인력양성	1	<ul style="list-style-type: none"> ○ (만화) 멀티IP, 수퍼IP의 매니지먼트 능력 역량 강화
	2	<ul style="list-style-type: none"> ○ (영화, 음악, 만화) 창작자 보호 <ul style="list-style-type: none"> - 표준계약서 실효성 제고, 창작자의 창작활동 크라우드펀딩 후원 활성화 등,

정책	주요 의제(안) 및 추가 논의	
		미방송 영상의 판매분의 수익 분배 - 영화, 드라마 제작에서 OTT의 불공정 계약 문제 해결을 위한 표준계약서 도입 - 차기작 창작지원, 경력단절 창작자 재교육
	3	○ (게임) 신생 직업 인력양성 - 메타버스 등
	4	○ (지식정보, 콘텐츠솔루션, 출판, 애니, 지식정보) 디지털 전환 역량 인재수급 부족 - 개발자 직군, 애니메이터 등 - 특정 직군 인건비 급등으로 중소기업 지원 필요 - 저작권 제작 도구 개발과 사용인력 양성은 지양 - 디지털 전환에 따른 민간공공 기관의 강사 재교육
	5	○ (방송, 만화, 캐릭터, 콘텐츠솔루션) 노동 환경 - 특정업무 자유도 확대, 스태프 근로자성 인정, 상황에 따른 유연한 적용 등
	재원인프라	1
2		○ (게임) 모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고 ○ (애니메이션) 지속 가능한 애니메이션 전문펀드 결성
3		○ (게임, 지식정보) M&A 비용 지원, 투자할만한 회사 피칭 기회 제공 - IR 피칭 기회의 맞춤형 세분화
4		○ (영화) 제작초기 투자지원 강화 ○ (애니메이션) 완성 후 지원제도로 전환 - 지원사업 수혜 후 본편 제작 중단이 없도록, 사업적 예측 가능성 확보 - 웹툰 IP 기반 애니메이션 제작지원 사업 신설
5		○ (음악) 창작활동 지원 - 창작활동을 서비스 R&D에 포함해 기술 보증 프로그램을 통한 창작 지원금 제공 - 유통사(배급사) 연계
신한류 글로벌 수출	1	○ (애니) 콘텐츠 유통창구 확대
이용자 권익	1	○ (방송, 캐릭터, 출판) 이용자간 디지털격차, 지역간 향유격차 - 리터러시 교육, 문화 인프라 지원 - 중소기업을 위한 비대면 업무환경구축 교육과 환경 지원
	2	○ (음악, 광고) 이용자 개인정보보호
	3	○ (만화) 이용자 문화 개선 - 댓글문화 양성화 등
	4	○ (게임) 게임중독 질병 분류 인식개선

나. 정책 주제별 공통 의제(안)

○ 콘텐츠 산업 각 분야 전문가의 논의와 의견의 수렴 결과와 의제(안)을 보강하여, 공통된 정책 주제를 확정함

- (차세대 콘텐츠 활성화) 디지털, 비대면 시대에 적합한 차세대 콘텐츠
- (공정상생) 콘텐츠 산업 생태계의 각 주체들의 상호작용과 공정경제 확립
- (인력양성) 산업 내 필요한 전문인력과 인재 공급의 방안 마련
- (재원 인프라) 콘텐츠 산업 내 영세, 중소기업의 자립과 경쟁력 확보
- (신한류·글로벌 수출) 지속가능한 성장을 도모할 판로 개척 방안
- (이용자 권익) 이용자, 소비자 중심의 콘텐츠 생산과 소비, 이용문화 정립

<표 3-16> 분야별 주요 정책 의제(안)

6대 정책 주제	주요 정책 의제(안)
차세대 콘텐츠 활성화 (4)	<ul style="list-style-type: none"> • 신기술 관련 법제도 정비 • 신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화 • 기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업 • 신기술 콘텐츠 활용 활성화
공정상생 (4)	<ul style="list-style-type: none"> • IP 확장에 따른 수익배분 (저작권) • 불법복제(저작권) • 기업간 양극화 • 콘텐츠-플랫폼간 공정거래
인력양성 (5)	<ul style="list-style-type: none"> • 멀티 IP, 슈퍼 IP의 매니지먼트 능력 역량 강화 • 창작자 보호 • 신생 직업 인력양성 • 디지털전환 역량 인재 공급 부족 • 노동 환경 개선
재원 인프라 (5)	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 인프라 구축 지원투자유치 • 모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고 • 유연한 기업활동을 뒷받침하는 제반여건조성 • 제작초기투자지원 강화와 제작 단계 세분화 • 창작활동 지원
신한류·글로벌 수출 (2)	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 글로벌 유통창구확대 • 수출·통상 관련 제도개선
이용자 권익 (3)	<ul style="list-style-type: none"> • 이용자간 디지털 격차, 지역간 향유 격차 완화 • 이용자 개인정보보호 • 이용자 문화 개선

CHAPTER

04

포스트코로나 시대
콘텐츠 산업 미래 정책 연구

콘텐츠 산업 미래 정책 과제 도출

1. 전문가그룹 서면 평가 배경과 목표
2. 서면 평가 방법과 내용
3. 서면 평가 결과
4. 콘텐츠 산업 미래 정책 과제 도출

제4장 콘텐츠 산업 미래 정책 과제 도출

1. 전문가그룹 서면 평가 배경과 목표

가. 서면 평가 배경

- 주요 정책 의제의 계량적 평가 필요
 - 전문가그룹 의견 수렴을 통해 도출된 정책 주제별 의제(안)들에 대한 정량적이고 계량적인 평가의 근거 마련
 - 분야별 전문가 평가를 통해 목적에 부합하는 합리적 미래 정책 도출의 합의 과정을 정립할 필요 있음

- 실현 가능한 미래 정책 도출 모색
 - 주제별 공통 의제에 대해 현재의 필요성보다 미래 콘텐츠 산업의 진흥에 기여할 미래지향적 정책을 도출하기 위한 핵심 전략 방향 설정 필요
 - 콘텐츠 산업의 질적, 양적 성장과 지속가능성을 확보하기 위한 신기술 융합, IP 중심의 콘텐츠 사업의 체질 개선을 모색할 필요 있음

나. 서면 평가 목표

- 정책 주제별 의제의 정성적, 정량적 평가를 통한 미래 정책 전략 및 과제 수립
 - 의제별로 현재와 미래의 영향력을 동시에 평가하고 이를 표준화하여 영향력 수준 차이에 따른 중요도를 비교함으로써, 콘텐츠 미래 정책의 전략 수립 근거를 마련함
 - 현재보다는 미래에 영향력 수준이 더 높은 정책을 선별하여 미래 정책 입안의 기초자료를 도출함

2. 서면 평가 방법과 내용

가. 서면 평가 방법

○ 분야별 전문가 서면 평가 수행

- 도출된 6대 정책 주제와 각 의제별로 리커드 5점 척도로 평가할 수 있는 설문지(별첨)를 개발하여 현재와 미래의 영향력 수준을 평가하고 평가에 대한 근거를 정성적으로 기술함
- 주어진 의제 외에 중요한 변화 요인으로 작용할 수 있는 변수나 쟁점을 정성적 방식으로 조사함

■ 분야별 전문가 서면 평가 수행 일정

- 조사 기간: 2021.10.21. (목) ~ 2021.10.25. (월) (5일간)
- 조사 대상: 콘텐츠 산업별 전문가그룹(FGI와 동일)

[그림 4-1] 분야별 전문가 서면 평가 수행 일정

○ 평가 결과의 분석

- 전문가 평가 결과를 통계적으로 분석하여 현재와 미래의 영향력 수준 차이를 비교하고, 현재 필요한 정책과 미래 정책으로 상정할 의제 분류
- 6대 정책 주제에서 3대 전략 도출을 위한 계량적 분석 및 범주화 수행

○ 미래 정책 3대 전략과 10대 정책 과제 도출

- 본 연구 목적에 부합하도록 미래에 더 영향력이 높은 정책들을 범주화하여 타당한 전략의 방향 설정
- 미래지향적 정책의 영향력 수준 평가를 바탕으로 콘텐츠 산업진흥을 위한 핵심 전략 도출



[그림 4-2] 전문가 서면 평가 및 정책과제 도출 과정

나. 서면 평가 내용

○ 평가 내용

- 6대 정책 주제의 하부 의제의 현재 영향력 수준과 5년 후 미래 영향력 수준을 5점 척도로 각각 평가하고 그 근거를 정성적으로 제시함
- 6대 정책 주제는 차세대 콘텐츠 활성화(4개 의제), 공정상생(4개 의제), 인력양성(5개 의제), 자원·인프라(5개 의제), 신한류·글로벌 수출(2개 의제), 이용자 권익(3개 의제)의 총 23개 의제로 구성됨
- 주어진 의제 외 콘텐츠 산업 내 변화를 견인하는 기타 요인과 전망, 향후 예상되는 쟁점 등을 정성적으로 추가 제시함

<표 4-1> 정책 의제의 영향력 평가 결과표 예시

정책	현재 영향력 수준(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준(1~5점)
의제 1		
의제 2		
의제 n		
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	•	
저 평가 근거	•	
복합적 관점	•	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	•	
저 평가 근거	•	
복합적 관점	•	
변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점		
전망 및 쟁점 1	•	
전망 및 쟁점 n	•	

3. 서면 평가 결과

가. 차세대 콘텐츠 활성화

- 신기술 관련 법제도 정비
- 신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화
- 기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업
- 신기술 콘텐츠 활용 활성화

1) 신기술 관련 법제도 정비

- ‘차세대 콘텐츠 활성화’의 첫 번째 의제는 ‘신기술 관련 법제도 정비(저작권 등)’이며, 메타버스, 온라인 콘서트, NFT 등 신기술 등장에 따른 법제도 정비의 필요성과 1인 크리에이터의 증가와 저작권 침해 사례 증가, 현행 미디어 관련법 혼재(방송법과 IPTV사업법, 정보통신망법, 전기통신사업법 등), 인터넷동영상서비스(OTT) 활성화와 방송서비스 분야의 규제 역차별 문제 등과 관련됨
- ‘신기술 관련 법제도 정비(저작권 등)’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.75점, 미래 영향력 수준은 평균 4.33점으로, 현재보다 앞으로 더욱 큰 영향력을 가질 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 산업 성장의 밑바탕으로서 선제적 법령 마련의 필요성, 사업자 간 갈등 조정의 필요성 등이 있고, 방송, 만화 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 새로운 서비스 관련 법제도의 정비 필요성 등이 있음
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 현재 단계에서 새로운 기술의 활용방안의 불명확성, 기술의 발전 속도를 따라가지 못하는 법제도 정비, 실무상 기술 관련 권리관계에 대한 낮은 인식 등이 있음
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 실무상 낮은 관심도, 뒤늦은 법제도 정비 등이 있음

<표 4-2> 「신기술 관련 법제도 정비」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
신기술 관련 법제도 정비	2.75	4.33
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 신기술의 발전 속도를 법제도가 따라가지 못하면 산업의 성장을 가로막는 장애요인이 될 수 있으므로 선제적 법령 마련 필요 • 기술 활용 측면에서 법제도가 사업자간의 갈등 조정하기보다 유발하는 측면이 있음 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스, NFT 등에 대한 관심과 뉴스들은 많으나 어떻게 활용될 것인지 예측하기 어려워 현재 영향력은 낮음 • 실무에서 기술과 관련한 권리에 대해 얘기해 본 적이 없음 • 현재 법제도가 디지털 관련해 선도하지 못하고 있으며 기술의 발전속도를 법제가 따라가기 힘들 것임 • 신기술에 대하여는 의제가 된 후에야 법제도 개편이 이루어짐 • 현재 메타버스 등과 관련한 제도적 장치가 없으며 OTT에 영화발전기금을 부가할 수도 없는 상황임 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 스타트업 및 기존 기술 회사들의 신기술 분야로의 이동이 감지되고 있음 • 현재 신기술의 영향의 범위는 크지 않아 문제점이 크게 부각되지 않고 있음. 관련 기술의 증가와 콘텐츠 소비 증가시 바로 회두로 시장 확장에 영향력을 줄 수 있음 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 새로운 서비스가 생겨나는 것에 따른 저작권 및 소유권에 대한 정비 필요 • 향후 시장이 활성화되고 시장규모가 커지게 되면 필연적으로 수익분배나 권리처리에 대한 분쟁이 증가할 것으로 예상되며, 관련 법제도가 어떻게 정비되느냐에 따라 분쟁의 정도가 결정될 것으로 예상됨 • 신기술 콘텐츠가 도입되는 초기 시점에서 제도적인 장치의 정비보다는 미중물 역할을 할 수 있는 지원사업과 활용 활성화가 더욱 중요한 의제임. 현시점에서 신기술 콘텐츠에 대한 제도적인 허들로 인한 어려움보다는 효과적인 활용처와 활용방안을 찾지 못하는 것이 활성화 되지 못하고 있는 이유일 것임 • 기존 게임법은 게임사가 제작하고 소비자가 이용하는 것을 전제로 한 반면, 메타버스는 사용자가 적극적으로 참여하여 생산적 측면이 강조되는데, 이때 이용자는 이용자이자 창작자로서의 역할을 하게 됨. 이에 따라 창작자로서의 권리도 고려되어야 하나 게임법에서는 불가능함. 섯다 운제, 나이 제한 같은 규제는 게임 이용 측면에서만 고려된 것으로 창작 측면을 고려한다면 현행 규제에 대한 재고가 필요함 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 실무에서 기술과 관련한 권리에 대해 얘기해 본 적이 없음 • 현재 법제도가 디지털 관련해 선도하지 못하고 있음 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 법제도를 정비할 당국의 신기술에 대한 이해도 부족 	

- 신기술 관련 법제도 정비 의제에 대해서 메타버스 등 신기술 등장에 따른 제도적 대응의 필요성, 저작권 분쟁 발생 가능성, 콘텐츠 유통방식 변화에 따른 대응 등이 주요 쟁점이 될 것으로 예상함

<표 4-3> 「신기술 관련 법제도 정비」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
메타버스 등 신기술 등장에 따른 제도적 대응	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스는 초창기 구축 단계에서 블록체인 기술처럼 상호 이동이 자유롭게 진행되지 않는 한 특정 메타버스 공간이 독점하는 구조가 반드시 생성 될 것임. 따라서 초기 이에 대한 규제 및 가이드 라인이 잡히지 않는다면 추후 이를 중앙화 혹은 통일하기에 매우 힘겨운 작업이 될 것임 • 새로운 서비스가 늘고 매체 융복합이 이루어짐에 따라 기존 저작권법에 포섭되지 못하는 새로운 문제가 발생할 가능성이 있음. 저작권 및 소유권에 대한 활발한 논의와 정비 필요 • 새로운 기술 변화에도 일관되게 적용되는 법제도와 동시에 유연성을 확보하는 문제가 쟁점이 될 것 • 신기술 콘텐츠의 거래 활성화를 위해 암호화폐 및 NFT와 관련된 법 제도 정비로 제도권으로 인정하고, 거래 주체들을 보호해야 함 • 메타버스 가상화폐 등 기존의 시스템에 없던 것들이 기존과 조화를 이루도록 만들어져야 함
저작권 분쟁	<ul style="list-style-type: none"> • 음성, 텍스트, 이미지 등 저작권의 이용과 필터링 관리 주체간 분쟁 발생 예상 • 메타버스 환경에서의 다양한 분야의 콘텐츠가 혼재되어 생성될 것이며 이에 따른 원작자와 가공자 간의 소유권 문제가 대두될 수 있음 • 저작권 관련 분쟁 확대가 예상됨. 개인 창작보다는 창작집단, 기업의 창작이 확대되는 과정에서 핵심 인력과 비핵심 인력간의 분배문제가 발생될 것으로 예상됨

2) 신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화

- ‘차세대 콘텐츠 활성화’의 두 번째 의제는 ‘신기술에 따른 신사업 수익 배분 제도화’이며, 미디어의 라이브 커머스 수익분배, 메타버스 상에서의 음악 저작권 수익분배 제도 등 신사업의 수익배분과 관련한 의제임
- ‘신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화’ 의제의 현재 영향력 수준은 비교적 낮은 평균 2.33점을 보였으나, 미래 영향력 수준은 평균 3.78점으로, 현재보다 미래에 영향력이 더 클 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 기업의 성장, 우수인재 유치, 산업의 지속적 발전 등에 큰 영향을 미친다는 점 등이 있었으며 애니메이션, 지식정보 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 기술을 보유한 개발자/플랫폼 사업자와 콘텐츠 창작자/저작권자 간의 이해관계 문제 등이 있으며, 다양한 분야에서 고르게 미래 영향력 수준이 높을 것으로 평가함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 수익배분을 논할 만큼 시장이 형성되지 않았다는 점과 수익배분은 민간의 영역에 맡겨야 한다는 점 등이 있음
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거와 유사하게 수익배분에 정부가 개입하는 것은 부적절하다는 의견이 있음

<표 4-4> 「신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화	2.33	3.78
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 공정한 수익배분 제도화는 신사업에 도전하는 기업의 성장뿐만 아니라 신사업에 우수 인재들을 유치하는 데 있어서도 큰 영향을 미치며 산업의 지속적 발전에 매우 중요한 요소임 • 관련 기술의 지속적인 발전에 따라 수익배분이 갈등의 요소가 됨 • 콘텐츠 제작자에 대한 수익분배 구조 개선 필요 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 수익배분 문제는 민간의 영역 • 아직 수익 배분을 논할 만큼 시장이 형성되지 않았다고 판단됨 • 시장이 형성되기 이전에 수익 배분을 제도화 하는 것은 규제로 작동할 수 있어 위험함 • SNS를 이용한 콘텐츠 서비스의 확대와 OTT 활용 비즈니스 확대가 확대되어 원저작자와 가공자 간의 합리적인 수익 분배 제도 필요 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 수익배분이 결정되는 초입에 있음 • 어느 정도는 제도화되었고, 미래에도 크게 다를 것 같지 않음 • 시장 상황에 맞게 조정된 이후 불공정 부분에 대한 제도 개선 필요 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 산업 발전과정에서 신기술 등장에 기존의 창작자/권리자들은 관련지식의 부족과 대응 여력의 한계로 인해 초창기에는 기술을 보유한 개발자나 플랫폼 사업자가 시장을 주도하며 수익분배에 있어서도 우위를 점하게 됨. 이후 신기술이 정착되어 시장이 안정화 단계에 접어들게 되면 뒤늦게 창작자/권리자 입장에서는 수익분배 구조에 대한 문제점을 인식하고 이를 개선하려는 움직임을 보이게 됨. 결국 수익분배와 관련된 분쟁과 충돌은 거의 필연적으로 발생한다고 보여지는 바, 이에 대한 선제적인 플랜과 준비가 있다면 관련 리스크를 줄일 수 있을 것으로 보임 • 메타버스 플랫폼에서의 합리적인 수익배분 제도화를 통해 소비자의 수익 창출과 플랫폼 제공자의 재투자 환경이 조성될 수 있도록 해야 함. 구체적인 수익배분은 각 당사자가 자유롭게 할 수 있도록 하는 것이 바람직 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 수익배분은 민간의 영역이므로 정부 개입에 부정적 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 신사업에 대한 사업모델 수익성 등 분석이 선행되어야 함 	

- 이와 관련하여 수익배분 제도화 논의의 필요성을 강조한 의견과 정부개입에 대해 우려하는 의견이 모두 있었으며, 사업의 성장을 위해 수익 배분의 공정한 제도화가 필요하다거나 플랫폼의 영향력이 강할수록 더욱 수익배분 구조 마련이 중요하다고 보는 의견이 있는 반면, 일부 시장에서 문제가 있을 수 있더라도 정부 적극적인 개입은 지양해야 하며, 지속적인 시장 상황에 대한 파악이 필요하다는 의견이 있었음. 한편, 콘텐츠 유통방식의 변화에 따른 수익배분 문제가 대두될 것이라는 전망도 있었음

<표 4-5> 「신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
수익배분 제도화 논의 필요성	<ul style="list-style-type: none"> • 사업 파이를 키울 수 있는 수익 배분의 공정한 제도화가 필요 • 콘텐츠 플랫폼의 영향력이 강화될수록 합리적인 수익배분 구조 필요 • 수익배분 제도화는 원천콘텐츠에 대한 보호가 강화되면 영향력이 높아짐 • 저작권 배분에서 플랫폼이 가져가는 비율에 대한 논의가 필요 • 창작자의 권리와 제작자의 소유권에 대한 이해 대립이 확대되고, 콘텐츠가 소비되는 플랫폼과 창작, 제작자간의 힘겨루기가 더욱 늘어날 것으로 보임 • 수익배분에 대한 보다 강력한 법적 장치 필요
정부개입에 대한 우려	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 플랫폼의 독점 상황이 문제 될 가능성이 존재하나 수익배분에 정부가 적극적으로 개입하는 모양새 보다는 가이드라인 정도만 필요할 것으로 보임 • 지금은 규제를 만드는 것 보다, 현황을 파악하고 업계 의견을 취합하여 정리하여 언제든 접근이 필요할 때 신속하게 결정할 수 있도록 지속적으로 의제를 Follow-up 하는 단계가 필요함 • 제도화가 규제로 작용하여 불이익이 있을 수 있어 우려됨
콘텐츠 유통방식 변화에 따른 대응	<ul style="list-style-type: none"> • 넷플릭스를 비롯한 OTT에 영화발전기금을 부과할 수 있을지가 쟁점이 될 것 • OTT를 통한 콘텐츠 유통과 콘텐츠 제작자 등에게로의 수익 배분 문제 대두될 것

3) 기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업

- ‘차세대 콘텐츠 활성화’의 세 번째 의제는 ‘기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업’이며, 문화 콘텐츠와 기술이 접목된 융복합 콘텐츠 지원사업의 필요성 등과 관련한 의제임
- ‘기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.98점, 미래 영향력 수준은 평균 4.00점으로, 현재 지원사업에 대한 긍정적 평가에 더해, 앞으로는 장기적 관점에서의 지원사업과 다양하고 참신한 시도에 대한 지원이 필요할 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 시장 성장에 정부 지원의 중요성, 지원 방법의 중요성 등이 있었으며 콘텐츠솔루션, 지식정보 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 치열한 콘텐츠 경쟁상황에서 융합 프로젝트 시도의 중요성 등이 있었으며, 다양한 분야에서 고르게 중요한 의제로 인식함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 현재의 지원사업으로 충분하다는 것 등이 있었으며, 주로 애니메이션, 방송, 영화 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 정부가 추진하는 지원사업의 역할에 대한 회의 등이 있음

<표 4-6> 「기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업	2.98	4.00
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 지원사업은 중요하지만 지원사업이 실질적인 효과를 낼 수 있는지는 지원방법에 달려있다고 생각함 • 민간 측의 활약상이 더 커질 것으로 판단되는바, 지원의 중요성 감소 예상 • 지원사업의 장벽을 낮출 필요가 있음 • 현재 글로벌 개발속도에 못지않게 여러 시도들이 진행되고 있으며 각종 지원사업도 진행 중임 • 지원 사업 부분에 한해서 예전부터 방향성 자체는 잘 리드해주고 있는 것 같음. 다만, 성공을 할 수 있는 방향으로 지원사업의 개선이 필요함 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 기존의 지원사업 틀 안에서 지원 가능 • 문화적 시각을 기준으로 기술적인 것 융합하려는 시각 필요 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 빠른 산업 현황에 지원당국이 적절히 대응할지 의문 • 정부차원의 지원사업이 적지 않은 상황이며, 갈수록 더 많아질 것 • 기술의 발달함에 따라 융복합 콘텐츠 접목사업은 점진적으로 축소추이 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 산업간 융합을 통한 경쟁력 있는 시도를 지원하는 제도 필요 • 현재 융합 콘텐츠 지원 사업이 있으나 다부처간의 연계된 콘텐츠 지원사업이 어려움이 있으며 수요를 확대할 필요가 있음 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 현재 융합이 가속되고 있으나 시장이 크지 않아 지원이 필요하나 실제 시장이 성장시 정부의 역할은 축소 필요 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 지원 사업의 중요성에도 불구하고, 기대감이 크지는 않음. 메타버스 수익쉐어/거래 플랫폼 솔루션에 대한 정부 차원의 선행 기술 도입 및 이 기술의 무상 지원 사업을 한다거나, 사용자가 창작자가 되어 수익을 얻을 수 있는 활성화 사업을 한다거나 하는 부분은 긍정적 	

○ 기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업에 대하여는 지속적이고 다양한 지원사업의 필요성에 대한 의견이 많았고, 트렌드에 따라 쉽게 변하는 것이 아닌, R&D 형태의 지속적인 지원이 필요하며, 규모가 작더라도 참신한 시도에 대한 지원 또한 필요하다는 의견이 있었음

- 한편으로는 장기적인 관점에서 지원에 의한 성장은 한계가 있으며, 초기 지원 이후에는 점차 지원은 축소되어야 하고 기업의 투자 위주로 사업 성장이 이루어질 것으로 예상하는 의견도 있음

<표 4-7> 「기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
지속적이고 다양한 지원사업 필요	<ul style="list-style-type: none"> • 트렌드에 따라 쉽게 변하는 지원사업이 아닌 장기적 관점에서의 지원사업 요구 • R&D형태의 지속적인 지원사업 확장 필요 • 기술과 실력은 있지만 매출과 자본이 약한 소기업들도 지원금액이 큰 융복합 지원사업에 참여할 수 있도록 만드는 유연함 필요 • 실패 위험이 있더라도 다양하고 참신한 시도에 대한 지원사업의 전개 필요
장기적 관점에서 지원사업 축소 전망	<ul style="list-style-type: none"> • 지원에 의한 성장은 바람직하지 않음 • 초기 보편적 활성화를 위한 지원 이후로는 선별적 지원이 필요하고 장기적으로 지원 사업은 축소되어야 함 • 지원사업보다는 기업의 투자가 더 많아질 것으로 예상

4) 신기술 콘텐츠 활용 활성화

- ‘차세대 콘텐츠 활성화’의 네 번째 의제는 디지털 휴먼·메타버스·AI 콘텐츠 등 ‘신기술 콘텐츠 활용 활성화’이며, 기술의 발전으로 등장하는 디지털 휴먼이 AI 스피커, 메타버스, 아바타 등 다양한 곳에서 활용되고 있는 상황에서 산업 발전을 위한 제도적 뒷받침의 필요성과 관련한 의제임

- 디지털 휴먼·메타버스·AI 콘텐츠 등 ‘신기술 콘텐츠 활용 활성화’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.78점, 미래 영향력 수준은 평균 4.20점으로, 현재에 비해 앞으로 큰 영향력 수준을 가질 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 기술 확산에서의 활용의 중요성, 콘텐츠 경쟁력 향상에의 기술의 중요성 등으로, 주로 게임, 지식정보 등 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 기술 발전에 부합하는 콘텐츠 활용 활성화의 필요성 등으로, 다양한 분야에서 고르게 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 신기술 개발에도 불구하고 활용의 면에서는 아직 부족한 점이 많고 소비자가 필요로 할 것인가에 대한 우려 등으로, 주로 영화, 출판 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 업계 자체 역량의 중요성, 콘텐츠 내용의 중요성 등이 있음

<표 4-8> 「신기술 콘텐츠 활용 활성화」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
신기술 콘텐츠 활용 활성화	2.78	4.20
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 기술의 활용이 확산에 가장 중요할 것으로 보임 기반 기술을 통해 콘텐츠의 경쟁력을 향상 시키는 시도 필요 초기단계이지만 빠르게 활성화되고 있는 분야로 중요성이 이미 커지고 있음 민간에서는 이미 채용설명회를 비롯한 다양한 행사를 메타버스를 통해 진행 중이며 이런 현상은 디지털 미디어에 익숙한 연령대가 사회 주류로 올라섬에 따라 보다 가속화되어 그 활용은 매우 무궁무진해질 것으로 보임 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠 활용이 방송국을 위시한 전통적인 홍보능력에 기대고 있는 이상 다양성에 한계가 있음 다양한 기술 중 검증되고 산업화할 수 있는 부분을 발굴해야함 활용의 활성화를 위한 정부 지원 필요 현재 신기술 콘텐츠가 개발되고 있지만 활용, 활성화의 면에서는 아직 부족함. 시간이 지남에 따라 자연스럽게 성장할 것으로 예상 소비자가 필요로 하는가가 관건이 될 것임 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 지금은 다양하게 시도해보는 시기임 현재에도 관심이 많지만, 갈수록 더 많아질 것 활용은 시장에서 진행되므로 정책의 역할은 적을 것이라 생각 신기술 보유 기업과 콘텐츠 기업 간의 컨소시엄 활성화 필요 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 급속한 기술 발전에 부합하는 콘텐츠의 개발 및 활성화 필요 온라인으로 대부분의 콘텐츠가 디지털트랜스포메이션이 되면서 일상생활에 영향을 많이 미칠 것으로 보임 신기술 콘텐츠는 지속적으로 증가형태임. 다만, 신기술에 따른 산업이 진행시 제도적(인허가, 인증 등)한계로 인하여 시장 창출에 장애가 될 수 있기에 시장의 흐름에 따라 산업화가 같이 마련되었으면 함. 신기술에 대한 의제가 생성되고 있으나 어떻게 활용될 수 있을 것인지는 예측이 어려움 신기술 활용 활성화는 아주 미흡함 신기술 콘텐츠 활용 활성화 영향력은 점차 증가할 것으로 예측 이미 기업이나 시장에서 활용 중인 디지털 휴먼, 아바타, 버추얼 스트리머 등 많은 적용 사례가 있고 점차 확대될 것으로 전망 디지털휴먼을 비롯한 신기술 콘텐츠 활용은 특정 산업을 막론하고 더 커질 것으로 보임 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 신기술 콘텐츠 활용의 활성화는 제도적 뒷받침도 필요하나 그보다는 업계 스스로의 역량이 더 큰 영향을 미친다고 생각함 결국은 콘텐츠의 내용이 중요함 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 향후에 대한 미디어 콘텐츠로 작용할 것이지만 현재의 VR처럼 기술적 한계가 분명하여 주류 콘텐츠가 되기에는 단점이 많음 	

- 신기술 콘텐츠 활용 활성화 의제에 대하여 수요처 발굴의 중요성을 강조한 의견이 많았음. 또한, 기술 그 자체도 중요하지만, 그 안에 담기는 콘텐츠의 중요성을 강조하여 킬러콘텐츠 개발의 중요성에 대한 의견도 있었음. 나아가 기술의 발전에 따른 규범 마련의 필요성에 대한 의견도 있었음

<표 4-9> 「신기술 콘텐츠 활용 활성화」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
활용처 발굴	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털휴먼의 AI 비서 서비스가 크게 확대될 전망으로 정보의 진위 여부 및 활용처 발굴도 중요함
콘텐츠 내용의 중요성	<ul style="list-style-type: none"> • 강력한 킬러 콘텐츠 필요 • 신기술을 도입한 콘텐츠가 늘어나더라도 결정적인 것은 신기술이 아니라 그에 담기는 콘텐츠임. 콘텐츠에 대한 지원이 우선이고, 기술에 대한 지원이 따라가는 형태의 정책 방향 필요 • 신기술 보유 기업과 콘텐츠 기업 간의 컨소시엄 활성화 필요
현실과 규범	<ul style="list-style-type: none"> • 당분간 기술의 발전과 현실사이에서 다양한 혼란이 발생 될 수 있을 것 • 법적, 도덕적 책임과 의무에 대한 구체적 정책의 합리적 합의 • AI 콘텐츠 등 신기술 콘텐츠를 이용할 때 이용자들의 윤리적 태도와 활용 중요

나. 공정상생

- IP 확장에 따른 수익배분 (저작권)
- 불법복제(저작권)
- 기업간 양극화
- 콘텐츠-플랫폼간 공정거래

1) IP 확장에 따른 수익배분

- ‘공정상생’의 첫 번째 의제는 ‘IP 확장에 따른 수익배분 (저작권)’이며, 원저작물 IP의 2차적 저작물로의 활용 등 IP 확장에 따른 공정한 수익배분 및 계약구조, 업무상 저작물의 저작권 지분, 실시간 온라인 공연의 성격 규정, 음악의 신탁방식(포괄신탁, 분리신탁) 등과 관련한 의제임
- ‘IP 확장에 따른 수익배분 (저작권)’ 의제의 의제 중요도 평가 점수는 현재 영향력 수준은 평균 2.93점, 미래 영향력 수준은 평균 4.20점으로, 해당 의제는 앞으로 더욱 중요해질 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 수익배분 및 저작권 관리는 콘텐츠 산업의 핵심 의제라는 점, 정당한 가격, 수익배분은 산업 발전의 기초가 된다는 점 등으로, 주로 음악, 만화 등의 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 현 제도보다 세부적인 제도 개선의 필요성, IP의 영향력 증대로 인한 수익배분의 중요성 등이 있었으며, 주로 음악, 방송, 애니메이션, 광고 등의 분야에서 주요 의제로 떠오를 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 수익 배분 기준의 불명확성, 일률적인 기준의 부재 등으로, 주로 콘텐츠솔루션 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 IP는 시장에서 결정될 문제라는 점 등이 있음

<표 4-10> 「IP 확장에 따른 수익배분」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
IP 확장에 따른 수익배분	2.93	4.20
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰쪽은 잘 이루어지고 있고 성숙해지는 과정이라고 생각 • 저작권·저작인접권 관련 보상금 등 분배금 문제, 계약상의 갑질 관행 • IP 개발과 확장은 콘텐츠 산업에서 가장 중요한 의제이며 수익배분 및 저작권 관리는 이미 콘텐츠 비즈니스의 핵심 의제임 • 신기술 콘텐츠가 정당한 가격, 수익배분이 되는 것은 산업 발전 초기에 산업이 성장하는데 중요한 요소 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 산업에 따라 수익분배의 기준점이 명확하지 않음 • 현재 구조는 확장 구조보다 역할이 명확(제작, 광고, 유통)하여 IP 확장을 크게 할 수 없는 구조 • 적절한 IP공급에 대한 수익배분에 대해 시장 안정화가 적용되고 프로세스 및 표준화가 전제되어야 영향력이 확대될 것에 반해 case by case나 해당사업에 대한 현실적 로직에 대한 아쉬움이 많음 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 현재 어느 정도 기틀은 마련되어 있으며, 콘텐츠 산업별로 차이가 크고 자율경쟁에 따라 다름 • IP는 시장 논리로 상생적 의미의 수익배분, 계약구조를 정의하기 힘들 • 플랫폼이 막대한 유저 트래픽과 정보를 바탕으로 생태계를 리드하는 구조임 • 수익배분의 구조와 계약 구조가 유통 중심으로 설계되어 있음 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 각 영역별 이익배분에 참여하는 주체와 역할 명확하게 정의, 배분 필요 • OTT 시장에서 IP를 통해 콘텐츠를 배타적으로 배급하는 것이 이미 하나의 전략으로 이용되고 있고, 향후에는 더 적극적으로 활용될 것을 예상 • 원제작자의 IP 보장이 매우 중요하고, 종사자들이 활동하는 실질적 동력이 되므로 가장 첨예한 의제 • 많은 부분 저작권 배분 및 계약 구조가 구체적으로 제도화 되고 있으나 아직도 세부적인 제도 개선이 필요 • 플랫폼기업의 IP확보는 가장 확실한 수익 모델이 되는 만큼 향후 영향력은 점점 더 커질 것 • IP 확장에 따른 다양한 수익 배분 문제 대두 • IP의 확장에 따른 저작권 보호 필요 • 5년후 IP 확장에 따른 수익배분(저작권) 영향력이 증대될것으로 예상 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • IP문제는 기업간의 문제로 보임 • 투자의 중요성이 더 커질 터라, 수입배분의 영향력 감소 예상 • 기업에서도 리스크를 담보하고 투자를 단행한 특정 흥행작 사례와 같이 수익배분 문제는 당사자들이 시장경제에 의해 논의해야 할 사항으로 정부개입은 바람직하지 않음 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 관련 사항은 시장 활성화 상태에서 그 불균형을 바로잡지 않으면 자칫 불공정한 독점화를 가속시킬 수 있는 사안인 바, 신속하게 정리되어야 함. 다만, 업무상 저작물의 저작권 지분 등은, 이제 논의가 시작되는 단계이고 우리 저작권법상 아직 확정되지 않은 개념인 바 시급성은 떨어질 것으로 보임 • 저작권 의제는 수 십 년이 지나도 해결되기 어려운 문제로, 특히 최근 IP 권리자와 사용자, 2차 3차 저작권자 등 복잡하게 얽혀있는 과도기로 보임 • IP에 대한 부분은 많이 개선되고 있으나, IP사와 유통 플랫폼에 대한 개선 대책이 필요함 	

○ 이와 관련하여 수익배분에서의 투명성과 공정성을 중요한 쟁점으로 꼽은 견해가 많았으며, 구체적으로는 음악 스트리밍 등에 따른 수익 배분, 콘텐츠 기획, 창작, 제작 및 투자와 배급 등 콘텐츠 생산 과정 이해관계자들 간의 수익 배분 문제 등에 대한 지적이 있었음

- 또한 원저작물과 2차저작물 등 기존 저작물을 활용한 새로운 콘텐츠 제작이 이루어지는 경우의 수익배분 문제 또한 중요 쟁점으로 지적된 한편, 새로운 분야의 등장에 따른 법제도 정비의 의견도 제시됨

<표 4-11> 「IP 확장에 따른 수익배분」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
수익배분에서의 투명성 및 공정성	<ul style="list-style-type: none"> • 분배시스템의 투명성 절실, 저작물계약의 있어 공정성을 강화하는 등 재정비 필요 • 음악의 경우, 스트리밍 서비스가 등장한 이래 10년이 넘는 기간 동안 수익배분에 대한 논의가 지속되어 왔고, 창작자 보호를 기본으로 하는 기조 아래 현재에는 비교적 이해당사자들이 납득할 수 있는 수준의 수익분배구조가 자리잡은 상황. 다만 분배율과 권리보호를 강조하다보니 오히려 현재에는 권리보호와 수익분배율이 신기술과 신사업을 가로막는 규제적 작용하는 측면이 있음. 이용활성화와 신기술/신사업이 시장에 자리잡을 수 있도록 균형적인 논의가 필요한 시점이며, 원천창작자/권리자에 대한 보호를 기본으로 하되 콘텐츠 흥행 관련 대부분의 리스크를 부담하는 제작자나 플랫폼의 입장도 고려한 정책 입안이 필요함 • 기획/창작/제작/투자/배급 등의 명확한 가이드가 제시되어 그에 따른 일정한 배분구조의 논의가 반드시 필요
원저작물 활용과 2차 저작물	<ul style="list-style-type: none"> • 원작과 2차 저작물, 2차 저작물을 활용한 새로운 콘텐츠 등 IP확장이 커질수록 저작권 관리 주체 및 수익배분에 대한 합리적인 기준이 복잡해짐 • IP 확장에 따른 수익배분과 업무상 저작물 저작권에 대한 수익 구조가 가장 많은 문제가 발생할 것. 특히, 2차 저작물의 경우 1차 저작물과 종속 계약의 형태가 나올 가능성이 있어 계약구조에 대한 가이드 제시 필요 • 2차 저작권에 대한 모호한 정책과 규정으로 해당 부문간 갈등 심화 우려
새로운 분야 등장에 따른 법제도 정비 필요	<ul style="list-style-type: none"> • 2차 저작권에 대한 수익 분배 관련 문제 대두 예상. 기존의 저작권과 복제판매권(출판, 전송, 방송)의 범위를 벗어나는 영역에 대한 정의 필요 • 알고리즘에 의한 AI의 저작권에 대한 방안과 대책

2) 불법복제(저작권)

- ‘공정상생’의 두 번째 의제는 ‘불법복제(저작권)’이며, 불법복제 처벌 강화의 필요성 등과 관련한 의제임
- ‘불법복제(저작권)’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.27점, 미래 영향력 수준은 평균 3.91점으로, 현재 영향력 수준도 비교적 높은 것으로 평가됐고 앞으로도 중요한 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 지속해서 개선되지 않는 불법복제 문제 상황에 대한 처벌강화 필요성 등으로, 주로 지식정보, 만화 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 개별 기업의 관리 역량 부족이나 해외시장에서의 불법복제 문제 등으로, 다양한 분야에서 고르게 주요 의제로 떠오를 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 불법복제 대응 방안의 부재 및 낮은 처벌 수위 문제 등으로, 주로 방송, 콘텐츠솔루션 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 불법복제 문제의 기술적 해결 가능성, 인식 개선 및 관리 감독에 따른 침해 규모 감소 등으로, 이 의제의 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 분야는 많지 않았음

<표 4-12> 「불법복제(저작권)」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
불법복제(저작권)	3.27	3.91
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰 불법복제로 인해 시장이 망가질 뻔했으며 여전히 산업 성장을 저해하는 존재 • 불법 복제의 문제는 어제, 오늘의 일이 아님. 불법 복제 및 유통하는 업자 처벌을 강화할 필요성이 있음 • 인식개선 및 처벌강화 필요 • 불법복제 시장 규모는 커지는데, 규제 및 처벌은 약함. 웹툰, 애니메이션 등 주요 콘텐츠 성장을 불법 복제 시장이 가로막고 있음 • 디지털콘텐츠의 불법복제는 많이 정비가 되었으나 불법 캐릭터상품 문제는 여전히 심각함 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 중국시장에 대한 저작권의제에 대안이 없음 • 피해에 비해 처벌이 너무 약함 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 신기술 콘텐츠가 저작권 위반, 불법복제 등에 의해 적법한 수익을 얻지 못해 대중화에 어려움 • 불법복제에 대한 국민들의 의식이 높아지고 있으나 콘텐츠의 처벌 강화에 대해서는 미온적인 입장이 많아 보임 • 스트리밍 서비스로 많이 안정화 되었으나 지속적인 대응 필요 • 불법복제는 콘텐츠의 생산자와 플랫폼 모두에게 부정적 영향을 미치는 사안이기때 중요도가 높다고 볼 수 있으나, 콘텐츠 구독형 모델이 점차 자리를 잡아가고 있는 현시점에는 과거 대비 비교적 합리적인 비용으로 콘텐츠를 이용하는 소비자가 늘고 있고, 소비자의 인식도 과거보다 많이 개선되었으므로 과거 불법복제가 성행하던 시기보다 영향도가 높지 않으리라 예상됨 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 정당한 콘텐츠 이용료는 선순환되는 생태계를 위해 매우 중요함 • 글로벌 시장 진출이 확대될수록 해외지역의 불법복제 문제 심화 예상 • 국내의 불법복제는 과거보다 줄었지만, 해외의 불법복제에 대한 저작권 관리 방안이 절실함 • 관리 역량이 부족한 출판사의 경우, 불법복제 관리 곤란 • 2017~2021년 불법복제물 시정 조치건이 280만건이 넘어가고 있고 OTT, 웹툰 시장이 급성장하는 가운데 이러한 불법복제는 보다 더 심해질 것으로 보임 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 과거 불법복제는 음악, 게임, 영상을 불문하고 큰 의제가 되었으나 기술의 발전과 편의성의 증대로 이를 극복해 나가고 있음. 따라서 이후에는 큰 문제가 되지 않는 것으로 보여짐 • 근본적으로 문제를 해결할 수 없으나, 꾸준히 인식개선이 진행되고 있고, 관리 기관의 감독 아래에서 매년 침해 규모가 감소하고 있음 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • NFT등 불법복제를 막기 위한 기술이 발전되고 있으며, 인식이 변화하고 있음 • 기술의 발전에 따라 불법복제의 방식도 확장됨 • 저작권 문제는 다소는 향상될 테지만 근본적 개선은 기대 난망 	

- 이와 관련하여 강력한 법적제재의 필요성을 강조하며 징벌적 손해배상 등의 방안 마련을 제안하기도 하였고, 불법복제에 대한 민간의 인식개선 노력 필요성, 해외로의 콘텐츠 유통 증가에 따라 현지에서의 저작권 침해에 대한 대응 필요성 등의 의견이 제시됨

<표 4-13> 「불법복제(저작권)」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
강력한 법적 제재의 필요성	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰불법복제는 시장규모가 더 커질 것이며 강력한 처벌이나 이를 차단할 수 있는 법안이 만들어지지 않는다면 더 큰 피해가 생길 것임 • 저작권 위반에 대한 징벌적 손해배상 법률 도입, 사회적 합의 필요
불법복제에 대한 인식개선 필요성	<ul style="list-style-type: none"> • 시민들의 불법복제의 인식변화 필요 • 처벌 강화 전에 불법복제의 위험성에 대한 인식 개선을 지속적으로 알리고 사전에 시범적인 운영이 필요함 • 처벌의 강화보다는 콘텐츠의 구매/대여를 당연한 것으로 여기는 보편적 정서를 형성하는 것이 효과적일 것
해외에서의 저작권 침해에 대한 대응 필요성	<ul style="list-style-type: none"> • 세계시장에서 한류 콘텐츠의 영향력이 점점 더 커지고, 향후 더 많은 소비가 예측되는 가운데, 해외에서의 불법복제나 저작권 침해 행위로부터 국내 콘텐츠를 보호하는 노력이 더 강화되어야 할 것으로 보임

3) 기업 간 양극화

- ‘공정상생’의 세 번째 의제는 ‘기업 간 양극화’이며, 자본과 기술, 인력 등에서의 양극화와 관련한 의제임
- ‘기업 간 양극화’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.35점, 미래 영향력 수준은 평균 3.98점으로, 현재도 중요한 의제이며 앞으로 더욱 중요한 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 기업 간 기술, 인력, 자본, 정보 등 격차가 크다는 점, 대기업으로의 집중이 개선될 가능성이 크지 않다는 점 등으로, 주로 지식정보, 게임, 영화 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 대기업으로의 집중이 심화할 가능성이 크다는 점 등으로, 주로 콘텐츠솔루션, 지식정보, 애니메이션 등 다양한 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 기업의 성장이 선결될 문제이고 양극화는 차후의 문제라는 점, 플랫폼 기업으로의 흡수가 반복될 것이라는 점 등으로, 주로 방송 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 대기업에서 양극화 문제에 대한 인식 및 개선 의지를 갖지 않는 한 해결 가능성이 적다는 점 등으로, 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 분야는 많지 않음

<표 4-14> 「기업 간 양극화」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
기업 간 양극화	3.35	3.98
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 기업간의 양극화는 과거부터 현재, 미래까지 지속될 것으로 예상되며 해결이 어려운 문제임 • IP 소유 중소기업과 대기업 간 거래에 대한 공정거래 모니터링, 거래 신고제 등이 필요 • 게임 대기업들이 영세한 애니메이션 중소기업들이 어렵게 투자해 양성한 인재들을 흡수하며 인재양성에는 투자하지 않는 행태로 양극화를 증폭시키고 있음 • 대기업과 중소기업 간의 기술/인력/자본/정보 등의 불균형이 극심하고, 이미 승자가 정해진 경쟁이 앞으로 이어질 것으로 예상함 • 기업간의 수준 격차가 다양한 측면에서 심화되고 있음 • 자본과 인력에 대한 양극화가 어느 때보다 높아지고, 코로나로 인한 콘텐츠 시장의 어려움으로 대기업으로 인력이 유입되고 있어, 대기업에 대한 규제안 마련 필요 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 경쟁력 있는 기업이 먼저 진입하는 방향이 필요하므로 양극화는 차후 문제 • 플랫폼 기업이 중소기업을 흡수하는 행태가 반복될 것임 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 기업간 양극화의 문제는 어제오늘의 일이 아니고 자본시장의 논리이므로 과연 해결이 가능한 부분인가 하는 의구심이 듬 • 규모의 경제로 가는 과정 상의 문제라고 생각이 됨. 단단한 기술력을 가진 기업들이 많아지면 양극화의 간극을 해소할 수 있을 것으로 사료됨 • 자본주의 사회에서 불가피한 상황 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 마케팅 비용이 많이 투입되는 상황에 양극화가 심해질 것으로 보임 • 대기업의 잠식이 너무나 지나치고, 더 심화될 것 • 대기업이 시장진입에 규제를 받지 않는 대신 일정 기준의 중소기업 투자 병행을 의무적으로 하는 제도가 필요하나(단, 계열사 흡수 불가) 현재는 자유시장경제 하에 있으므로 양극화의 영향력은 매우 큼 • 기업간 자본 능력에 따른 DT관련 투자 한계 명확 • 양극화는 현재도 매우 심한 상태이나 이후에는 더 심해질 것으로 예상. 중소기업에서 대기업으로 인력이 이직하는 문제는 열악한 근무조건 및 환경이 원인이며, 중소기업도 근무조건만 충분하다면 굳이 이직할 이유가 존재하지 않음. 따라서 중소기업과 인력에 충분한 세제 혜택과 지원책을 동반하는 것이 시급함 • 콘텐츠의 영향력이 점점 커지고 있는 가운데, 플랫폼을 중심으로 대기업의 진출시 자본을 비롯한 기술과 인력 등에서 양극화 더 극심해 질 것으로 보임 • 일을 통한 성장, 처우 등에 따라 인력 이동은 자연스런 현상이고, 자본에 따라 투자 범위가 달라지므로 소기업/중소기업과 대기업의 격차 발생 • 현재에도 확대되는 현상이 꾸준히 증가하고 있고, 향후 플랫폼 기반 기업 중심으로 산업 전반으로 확장될 가능성이 매우 높음 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 기업간 양극화는 대기업의 투자와 상생의지가 없는 한 어려울 듯 함 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 기업간 양극화는 시장 논리에 따른 것으로, 제도화로서 지원하는 정책에는 한계가 있어 보임 • 기업간 양극화는 이미 진행 중이며 콘텐츠 산업의 특성상 향후에도 양극화는 필연적으로 나타날 것으로 예상됨 	

- 이와 관련하여 대형 플랫폼 시장 장악 우려 및 중소 규모 기업에 대한 지원 필요성을 강조하는 의견, 인력 양성 및 인력의 대기업 집중을 완화할 수 있도록 하는 장치 마련의 필요성을 강조하는 의견 등이 있었음

<표 4-15> 「기업 간 양극화」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
대형 플랫폼의 시장 장악 우려 및 중소 규모 기업에 대한 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 시대가 변하면 당연히 자본을 바탕으로 한 선점 효과를 크게 가져가게 되어 기업간 양극화는 여전히 큰 의제로 대두될 것이며 제도권 하에 양극화가 심화되지 않도록 정부 차원에서 중소기업 지원정책이 선행될 필요성 • 중간이 튼튼한 기업을 만들기 위한 정부차원의 지원 강화 • 선독점 한 기업이 후폭리로 이어질 것으로 예상함 • 콘텐츠가 한쪽에 몰리는 것을 방지하는 것에 대한 대기업의 반발이 예상됨 • 대기업에 대한 규제안 마련 필요 • 대형 플랫폼의 독식 및 이익 쏠림현상 증대 • 소규모 기업에 대한 지원 확장 필수
인력양성	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업만의 특화된 사업을 육성할 필요성, 우수 중소기업 투자 및 육성 필요 • 게임 대기업들의 인력양성을 의무화하는 제도 마련에 대한 논의가 필요함 • 우수 인력이 대기업으로 유입되지 않기 위한 중소기업만의 인력 지원이 필요함. 시장 환경이 불안정할수록 인력 이동이 매우 높아지는 현상 • 중소기업과 대기업 간의 간격은 더욱 심화되리라 보며, 특히 고급 인력의 재분배가 어려우며 이에 따른 우수 인력의 인큐베이팅 상생 시스템을 마련할 필요가 있음

4) 콘텐츠-플랫폼 간 공정거래

- ‘공정상생’의 네 번째 의제는 ‘콘텐츠-플랫폼 간 공정거래’이며, 망 사용료 문제, 구글 갑질 방지법, 콘텐츠기업-플랫폼기업 간 공정한 수익배분 등과 관련한 의제임
- ‘콘텐츠-플랫폼간 공정거래’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.29점, 미래 영향력 수준은 평균 4.13점으로, 현재 영향력 수준도 높고 미래 영향력 수준은 지금보다 더욱 커질 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 대형 플랫폼에 비해 상대적으로 협상력이 약한 콘텐츠 제작사의 힘의 불균형, 높은 수수료율 등으로, 만화, 지식정보, 캐릭터 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 플랫폼의 영향력 강화에 따른 부작용 우려, 플랫폼 초기 성장 단계에서의 선부른 정부개입의 악영향 우려 등으로, 다양한 분야에서 고르게 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 망 사용료 등의 경우 국제적 정책 흐름을 거스르기 어렵다는 점, 이미 대형플랫폼으로의 집중이 이루어진 시장 상황에 대한 정책적 개입이 필요하다는 점 등으로, 주로 콘텐츠솔루션 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 일부 기업으로의 집중과 이에 따른 불공정거래의 가능성 등으로, 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 분야는 많지 않았음

<표 4-16> 「콘텐츠-플랫폼 간 공정거래」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
콘텐츠-플랫폼 간 공정거래	3.29	4.13
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업 콘텐츠사는 플랫폼을 갖출 수 없는 것이 현실이며, 플랫폼사는 콘텐츠를 선별하는 구조이다 보니 누구나 선택받을 수 있는 환경이 아니라 불균형한 것이 현실 • 대기업 플랫폼 거래현황 정기조사를 통해 비정상 거래시 제재 필요 • 플랫폼에서 콘텐츠 소비가 진행되는 현재 상황에서 계약 당사자 간 공정한 지점을 찾기 어려움 • 국내 플랫폼 기업들의 수수료가 지나치게 높아 콘텐츠 산업의 성장을 저해하고 있음 • 계약자체의 불평등 및 구조상의 지나친 갑을 관계의 문제 • 대기업의 플랫폼 장악력이 커지면서 공정거래 방안 필요 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 망사용료 의제는 글로벌 스탠다드에서 크게 벗어나지 못함 • 이미 플랫폼으로 저울추가 많이 기울어진 상황이므로 공정거래를 위한 규제, 방안 마련 시급 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 수익배분 의제는 콘텐츠-플랫폼 간의 문제로 국한되지 않으며, 콘텐츠 생산자와 중간 유통/배급업자 간의 문제도 있고, 콘텐츠 생산자 간의 배분율 문제도 존재함. 단순히 플랫폼과 콘텐츠 간의 문제로 규정하기 보다는 전체적으로 투자가 활성화되고 양질의 콘텐츠가 지속 생산될 수 있는 선순환 구조를 만드는데 초점을 맞춰야 함. 따라서 현재 대비 향후에 중요도가 더 높아진다고 보기는 어려움(현재도 매우 중요) • 공정거래는 정책 의제로 더욱 강화하겠지만 현장에서는 기대가 높지 않음 • 콘텐츠를 제작하는 업체에 대한 수익구조의 폭을 넓힌다면 양질의 콘텐츠 수급이 플랫폼 기업들에게도 좋은 상생의 구조가 될거임 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털세 등 법제도의 기준 지속 강화 예상 • 망사용료에 대한 합리적 해결이 기대됨 • 플랫폼 주도의 콘텐츠 제작은 장기적으로 독점의 문제를 내포함 • 소비자 데이터를 가지고 있는 플랫폼의 힘이 너무 강해지는 것이 우려됨 • 초창기 플랫폼 기업으로서도 플랫폼 구축에 따른 막대한 재원이 투입되는 만큼 이를 적극적으로 개입하여 사업 의지를 꺾기보다는 사회적 논의가 필요한 시점에 적극적으로 개입하여 이를 중재하는 것이 필요함. 생태계 구축은 플랫폼 사업자의 의지가 중요한데 초기 단계에서 정부가 개입 될 경우 사업이 위축될 수 있음은 물론, 콘텐츠 발전에도 긍정적인 영향은 없을 것임 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 결국 승자 독식의 세상으로 갈 것으로 예상 • 공정거래는 향상되기 보다 양극화로 인해 악화될 것으로 예상 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 공정거래 보다는 이익 배분의 공정성이 필요 	

- 이와 관련하여 대형플랫폼의 영향력과 글로벌 플랫폼의 영향력에 대한 우려가 컸으며, 대형플랫폼으로의 쏠림 현상이 심화될 것으로 예상하고, 이에 따른 불합리한 계약, 과당 경쟁에 대한 우려가 있었음. 또한 해외 플랫폼의 경우 국내법상 통제의 어려움 등에 대한 우려와 이에 대한 지속적인 관심의 필요성을 강조하는 의견이 있었음

<표 4-17> 「콘텐츠-플랫폼 간 공정거래」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
대형 플랫폼의 영향력	<ul style="list-style-type: none"> • 플랫폼이 콘텐츠 소비의 주된 창구가 되는 것이 현실. 우리 상황에 맞는 플랫폼이 성장할 수 있는 정책 연구 필요 • 대기업의 플랫폼 장악력이 커지면서 공정거래 방안 필요 • 플랫폼에 지급해야 하는 수수료율 수준, 불합리한 계약 등이 계속 문제가 될 것. 정확한 수익규모 등 플랫폼이 독점하는 정보 공개에 대한 의제가 중요해질 것임 • 플랫폼 과다 경쟁 심화 예상 • 플랫폼을 소유한 거대 기업은 콘텐츠 크리에이터의 지위도 이미 확보 중이거나 확보할 것
글로벌 플랫폼의 영향력	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 플랫폼 사업자에 대한 규제여부 • 슈퍼 플랫폼은 다국적 기업이라 통제 불가 • 애플이 에픽게임즈의 포트나이트를 앱스토어에서 삭제한 사건, 우리나라에서 세계 최초로 앱마켓사업자의 인앱 결제 강제 금지를 법제화 한 경우 등의 의제가 더 다양하고 많아질 것으로 보임 • FTA하에 망 중립성 의제는 정부차원에서 해결이 불가하고, ISP와 구글 등 업체를 대화의 장으로 끌어내는 방법 외에 묘안은 없어 보임. 다만, 플랫폼 기업이 합리적 수익배분이 있을 수 있도록 관리/감독은 꾸준히 이루어져야 함

다. 인력양성

- 멀티 IP, 슈퍼 IP의 매니지먼트 능력 역량 강화
- 창작자 보호
- 신생 직업 인력양성
- 디지털전환 역량 인재 수급 부족
- 노동환경 개선

1) 멀티IP, 슈퍼IP의 매니지먼트 능력 역량 강화

- ‘인력양성’의 첫 번째 의제는 ‘멀티IP, 슈퍼IP의 매니지먼트 능력 역량 강화’이며, 다양한 콘텐츠 산업에서 창출되는 IP를 관리하고 육성하는 콘텐츠 비즈니스 전문인력 양성 등과 관련된 의제임
- ‘멀티IP, 슈퍼IP의 매니지먼트 능력 역량 강화’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.82점이고, 미래 영향력 수준은 평균 4.09점으로, 앞으로 산업이 발전하면 할수록 그 중요도는 더 커질 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 그 중요성 대비 인력이 부족하다는 측면에서, 주로 영화 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 향후 IP와 계약의 중요성이 필수 요소가 될 것이라는 측면에서, 주로 방송 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 아직 IP 매니지먼트의 중요성에 대한 인식이 활성화되지 못했다는 등의 측면에서, 주로 방송, 애니메이션 등의 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 IP 매니지먼트 보다 더 우선시 되는 의제들이 있다는 등의 측면에서 낮게 평가함

<표 4-18> 「멀티IP, 슈퍼IP의 매니지먼트 능력 역량 강화」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
멀티IP, 슈퍼IP 매니지먼트 능력 역량 강화	2.82	4.09
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ IP를 자원으로 인식하기 시작하는 등 현재 멀티, 슈퍼IP는 소형IP와 웹툰, 웹소설 등 IP 업체를 인수하며 OSMU 시스템을 갖추며 점차 규모를 키워나가고 있음 ▪ 현재 전문 인력은 부족한 반면 중요성은 증대하고, 그래서 매우 중요한 의제임 ▪ 현재 대기업 중심으로 빠르게 IP매니지먼트에 나서고 있음 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ IP관련 관리능력 역량강화에 대한 레퍼런스 부족 ▪ 기업이 해결해야 할 문제로 정부가 해야 할 역할로 적합하다고 보지 않음 ▪ 멀티IP, 슈퍼IP의 활용은 콘텐츠 대기업 하에 진행되고 있어 영향력이 낮다고 생각됨 ▪ 멀티IP, 슈퍼IP가 콘텐츠 시장에서 주요 전략이긴 하지만 이를 육성하는 콘텐츠 비즈니스 전문 인력보다 이러한 슈퍼IP가 탄생할 수 있었던 세계관 등을 창작할 수 있는 인재 등이 필요함 ▪ IP에 대한 인식은 정착이 되었지만 전문 인력은 아직 보편화 되어있지 못함 ▪ 매니지먼트 전문인력이 필요한 만큼의 IP관리 영역이 다양한 산업으로 확대되지 않았음 (현재는 특정 분야에서만 필요할 것으로 보임) • 현재 정책으로는 지원할 수 있는 구조가 아님 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 매니지먼트와 전문인력도 필요하지만, 업계 통용가능한 제도, 규율 마련 필요 ▪ 아직 IP 매니지먼트의 중요성에 대한 인식이 높지 않음 ▪ IP의 타산업 연계/확장의 중요성이 더 강화될 것으로 예상 ▪ 콘텐츠를 관리하고 육성하는 직업은 지속적으로 필요함 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 슈퍼IP의 반감기가 줄어들어 따라 해당 역량과 인력에 대한 필요성 증대예상 ▪ IP의 중요성이 커지는 만큼 관리 전문 인력의 수요도 증가. IP와 계약의 중요성이 '불필요한 부가 비용'이 아니라 '필수 요소'임을 인지하도록 하는 등 중요한 의제로 대두될 것 ▪ 콘텐츠 산업의 힘은 콘텐츠에서 나오는 것으로 이를 창작하고 육성하는 사람이 매우 중요함. 따라서 창작자 혹은 잠재적 창작자들의 영감 활성화 혹은 능력을 발굴하여 이를 펼칠 수 있는 기회를 마련하는 것이 매우 중요함 ▪ 콘텐츠가 초기 성과를 얻고 나서는, IP로서 키워져 확장되어야 지속적인 성과를 내는 것이 가능하기 때문에 IP를 발굴 및 매니지먼트하는 능력은 매우 중요해질 것 • 얼마나 많은 IP와 좋은 IP를 보유하고 있느냐가 가장 중요함 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ IP비즈니스에 관한 전문교육/인력양성 시스템 미비함, 전문직이라는 인식 없는데, 향후 5년 후에도 그 인식에 변화가 있을지는 의문임 ▪ 성공하는 원천IP를 탄생시키는 일이 더 시급한 과제임 ▪ 멀티IP 매니지먼트보다는 IP보호가 우선되어야 할 것임 • IP 관리는 꼭 필요하기 때문에 오히려 각 기업에서 알아서 준비할 것으로 예상 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 현재와 향후 매니지먼트 능력의 영향력은 큰 변동이 없을 것으로 전망(현재 수준 유지) ▪ 시장의 논리에 따라 자연스럽게 영향력의 정도가 결정될 것으로 보임 	

- 이와 관련하여 교육기관/교육 전문가 필요성, 수요 증대 가능성 등이 제기 되었으며, 융합형 콘텐츠를 만들 수 있는 환경과 시스템 등이 필요하다는 제안 의견이 있었음

<표 4-19> 「멀티IP, 슈퍼IP의 매니지먼트 능력 역량 강화」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
교육기관/ 교육 전문가 필요	<ul style="list-style-type: none"> • 미래에는 IP 매니지먼트 능력이 가장 필요한 역량으로 예상되며 이를 위한 다학제 기반의 융합형 인재양성이 절실함 • IP 비즈니스 전문 교육의 커리큘럼/프로세스 정립 등 전문 교육 기관 필요성 대두 • 에이전트 및 매니지먼트 등 전문가 영역에 대한 필요성이 높아질 것으로 예측함 • 한 사람이 모든 분야를 융합하여 일을 할 수 없기에 다학제 기반의 전문가들을 모아서 융합형 콘텐츠를 만들 수 있는 환경과 시스템을 마련해야 함
수요 증대	<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 브랜드들의 한국 진출로 인해 IP 매니지먼트에 대한 관심과 중요도 증가 • 매체 및 융복합 콘텐츠의 증가로 인하여 IP의 활용성 증가, 산업 전반에 IP 관리 및 슈퍼IP 매니지먼트 인력 부족이 발생할 확률 높음
기타	<ul style="list-style-type: none"> • IP에 대한 업무는 점점 전문화 될 것 • 또 다른 공룡 IP 업체가 탄생할 것 • 하나의 강력한 IP가 단기간에 큰 매출과 수익을 거두고 사라지는 현상이 확대될 것으로 예상됨

2) 창작자 보호

- ‘인력양성’의 두 번째 의제는 ‘창작자 보호’이며, 표준계약서 실효성 제고, 경력단절 창작자 재교육 등과 관련된 의제임
- ‘창작자 보호’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.75점이고, 미래 영향력 수준은 평균 3.93점으로, 현재 보다 미래에 더 중요한 의제로 평가함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 창작자 보호는 늘 우선순위의 의제라는 측면에서, 주로 지식정보 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 창작자 보호에 대한 인식이 점진적으로 높아지고 있다는 측면에서, 주로 방송 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 표준계약서 실효성이 여전히 미흡하다는 측면에서, 주로 방송 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 플랫폼 및 OTT의 대형화로 창작자 보호가 더 힘들어질 것이라는 측면에서 낮게 평가함

<표 4-20> 「창작자 보호」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
창작자 보호	2.75	3.93
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 반드시 필요한 의제로, 표준계약서 갱신 보다는 개인 계약의 법률검토 상담 지원 강화 필요 ▪ 창작자 보호는 늘 우선순위 의제임 ▪ 콘텐츠의 핵심인 창작자, 제작자를 집중 육성하는 정책 필요 ▪ 창작자 권리 보호는 수퍼P 전략의 핵심 과제임을 업계 전체가 공감해야하며, 창작자 보호를 위한 제도들이 '의무'가 되지 않으면 아무 소용이 없음 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 대학교 중심으로 창의인재동반 사업도 부족하다고 판단됨 ▪ 창작자를 보호하기 위해 현재도 노력하고 있지만, 잘 이루어지지 않음 ▪ 표준계약서의 실효성 미흡 ▪ 창작자에 대한 저작권을 보장하기 보다는 수익에 따른 인센티브 제공방식으로 전환 중임 ▪ 창작자에 대한 법적 보호에 대한 인식부족 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 기업과 창작자간에 해결해야 할 문제로 보임 ▪ 정부 개입은 적절치 않다고 보여지나 위법적인 내용을 담고 있는 부분은 어쩔 수 없이 강제적으로라도 개선되어야 할 것임 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 향후에는 창작자의 생계유지는 기본이고 그 이상의 소득 보장으로 좋은 직업으로 인식시켜야 함 ▪ 창작자에 대한 인식변화가 크고 사회적 인식이 높아지면서 보호도 강화되고 있음 ▪ 창작자 보호에 대한 인식이 과거 대비 높아지고 있는 추세로 현 기조와 추세를 유지한다면 긍정적인 환경이 조성될 것으로 예상됨 ▪ 지속적으로 강화되고 있고, 인터넷 발전과 정보 공유로 자연스럽게 자리 잡을 것 같음 • 더욱더 강화될 것이고, 기업 역시 창작자에 대한 예우가 달라질 것으로 예측함 • 콘텐츠 크리에이터들의 성공 사례가 많이 회자되면서, 이들을 보호하고, 인력을 양성하는 노력이 병행될 것으로 예상됨 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 플랫폼 및 OTT의 대형화로 인한 점진적 창작자 보호가 힘든 시장이 지속될 것으로 예상 ▪ 변화 속도가 너무 빠름 ▪ 개인-기업 간 계약의 한계가 미래에 개선될 것 같지는 않음 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 창작자 보호는 교육과 법 체계 보완으로 가능한 것으로 현재 대비 영향력에는 차이가 없을 것 • 업계의 관행이 바뀌지 않는 이상, 현재와 큰 차이 없을 것 • '인식'이 높아지고 있기 때문에 점점 변하지 않을까 생각함. 하지만 여러 제도들이 '의무'가 되지 않으면 '현재 유지' 이상이 되지 못할 것 	

- 이와 관련하여 법정 분쟁 해결 장치 필요, 법제화 개선, 수익 불균형 등에 대한 쟁점이 예상된다고 지적했으며, 제도적 정비와 더불어 새로운 환경에 대해 창작자에게 교육을 제공하는 것이 필요하다는 제안 의견이 있었음

<표 4-21> 「창작자 보호」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
법정 분쟁 해결 장치 필요	<ul style="list-style-type: none"> • 법적 분쟁을 빠르게 해결할 수 있는 장치 필요
법제화 개선	<ul style="list-style-type: none"> • 창작자의 원활한 창작 환경 개선과 법적인 처우를 높여 창작자가 지속적으로 활동할 수 있어야 함 • 창작자의 권리와 권익이 자본에 의해 잠식되지 않도록 제도적 장치 마련 • 창작자를 보호하는 것은 표준계약서만으로 부족하며 창작자 보호를 위해 과거를 연구하는 것보다는 새로운 환경에 대한 교육이 오히려 창작자에게 도움이 될 것으로 생각됨 • 시장이 확대되고 수익 불균형 문제가 대두되면 필연적으로 창작자 보호와 표준계약서 문제가 대두될 것. 그러나 현재의 표준계약서는 한 계약서에 너무 많은 내용을 담으려다 보니 양쪽 모두 받아들이기 어렵거나 허들이 높아 도입율이 높지 못함. 유연한 표준계약서 사업 추진 필요 • 적극적으로 정부와 단체가 기준을 제시하고, 창작자가 보다 쉽게 목소리를 낼 수 있는 창구가 만들어져야 함
수익 불균형	<ul style="list-style-type: none"> • 대기업의 구조 속에 창작자들의 권리 요구에 귀 기울여야 함 • 이대로 지속된다면 더욱더 수익의 불균형, 창작자의 권리 침해가 심해질 것
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 창작자들에게 예상되는 문제점에 대한 지속적인 안내 교육이 지원되어야 함 • 창작자 보호를 위한 계약 보완도 필요하지만, 그 내용을 준수하는 기업의 사회적 약속도 필요 • 재능있는 창작자의 유입을 늘리기 위해서는 실패해도 다음 기회를 제공하는 차기작 지원이 필요. (ex 창작자를 위한 마일리지 제도¹⁾ 도입 등)

1) 「재직자 내일채움카드」와 같이, 창작자의 지속적 창작활동 및 창작 의지 유지를 위한 지원정책으로 창작 관련 기술이나 제작 도구, 프로그램, 전문지식을 강화할 수 있는 기회로 활용할 수 있는 마일리지(포인트) 제도 제안

3) 신생 직업 인력양성

- ‘인력양성’의 세 번째 의제는 ‘신생 직업 인력양성’이며, 새로운 기술의 등장에 따른 신생 직업의 양성, 교육자의 재교육 등과 관련된 의제임
- ‘신생 직업 인력양성’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.84점이고, 미래 영향력 수준은 평균 3.76점으로, 지금이나 앞으로나 핵심 인력 확보가 중요한 숙제가 될 것이라고 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 새로운 플랫폼 및 세대에 대한 맞춤형 인재 양성이 필요하다는 등의 의견으로, 주로 지식정보 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 산업이 커지고 있는 만큼 자연스럽게 인력양성도 이루어질 것이라는 측면에서, 주로 지식정보 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 아직 사회적 여건 조성이 미흡하다는 등의 측면에서, 주로 출판 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 역시 업계의 긴장감 대비 공적 준비도가 낮다는 측면에서 낮게 평가함

<표 4-22> 「신생 직업 인력양성」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
신생 직업 인력양성	2.84	3.76
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 관련 분야 인재가 매우 부족한 상황으로 정부가 적극적으로 나서서 산업을 육성해야 함 ▪ 새로운 기술에 적용할 수 있도록 직원을 재교육하는 일이 시급(마땅한 교육기관을 찾기 어려움) ▪ 새로운 기술에 대한 인력 충원이 필요하며, 많은 관심과 성장이 지속되고 있음 ▪ 변화하는 시장에서의 새로운 플랫폼 및 세대에 대한 맞춤형 인재 양성 필요 ▪ 새로운 기술을 콘텐츠에 접목할 수 있는 인력 수요 증대 ▪ 신생 직업에 대해서는 R&D연구비용 보조 등 정책적인 지원 필요 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 인력양성에 대한 법, 제도, 시설이 시장상황을 못 따라감(트렌드를 따라잡기 버거운 현실) ▪ 이미 유사한 직업과 기술이 존재하기에 교육과 양성이 이루어지고 있다고 생각되며, 오히려 기업에 그 인력을 쓸 수 있는 지원이 더 먼저라고 생각함 ▪ 재직자 재교육 여건 미비 등 아직은 사회적 여건 조성이 미흡한 것으로 판단 ▪ 정부에서 대규모 지원사업으로 메타버스 관련 인력양성 사업이 있으나 요구되는 기술과 콘텐츠 제작 능력이 다양하기에 이를 충족하기에는 아직은 역부족임 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 공공부문은 한계가 있음. 민간 교육시스템과 연계가 필요함 ▪ 인력 양성 기회는 많으나, 실무 또는 취업으로 연결되지 않음 ▪ 필요한 영역이나 기존 IT 분야별 인력양성사업과 중복 우려 있음 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 신생 직업에 대한 수요가 증가하고 있어, 이를 위한 지원과 교육은 자연스럽게 활성화 될 것 ▪ 산업이 커지면 자연스럽게 인력양성도 이루어질 것으로 보임 ▪ 메타버스, NFT 등 신기술의 중요성이 증가하고 있는 것에 비해 전문 인력은 상당히 부족한 것이 현실. 향후 인력 양성의 중요성은 점차 지속적으로 높아질 것으로 예상 ▪ 향후 산업 발전이 됨에 따라 새로운 특화 직업이 생겨날 것으로 예상됨. 현재보다는 산업 발전에 맞추어 향후 직업군으로 자리매김할 수 있도록 지원하는 것이 필요 • 신생 직업에 따른 기술 교육과 신기술 활용 콘텐츠 제작에 대한 전문 인력이 영향력이 클 듯 • 현재도, 미래도 핵심 인력을 어떻게 확보하느냐가 큰 숙제가 될 것 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 신생 직업에 대한 인력양성은 아직 초보 수준이며, 어느 산업이 성장할 수 있을지 예측하기도 어려운 상황임. 새로운 디지털 환경에 대한 변화는 관련 업계에서만 긴장감이 있을 듯 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 기업 차원에서 이미 추진이 되고 있고, 정부차원의 양성 인프라에 프로그램이 추가되면 될 것 ▪ 인력양성 기관의 확장이 필요함. 정부가 전략적으로 한국형 뉴딜정책식 중·단기적 육성 	

- 이와 관련하여 실질적인 교육/재교육, 종사자 간 갈등 등에 대한 쟁점이 예상된다고 지적했으며, 전문화된 교육이 필요하다는 제안 의견이 있었음

<표 4-23> 「신생 직업 인력 양성」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
기존 인력 재교육	<ul style="list-style-type: none"> • 신규 인력양성만큼이나 기존 산업의 인력에 대한 재교육도 같이 진행되어야 함 • 기존 업계 인력이 신기술 직업으로의 전환을 위한 재교육 프로그램
실질적이고 전문화된 교육	<ul style="list-style-type: none"> • 자격증 말고 실질적으로 인력양성이 될 수 있는 정책 • 기존 재직자들 혹은 신규 진입자들을 위한 충분한 교육 커리큘럼이 마련되어야 할 것. 실제 정부에서 지원하는 사업들의 경우 실무와 동떨어져 있는 내용이 많아 현업에서 의미가 없는 경우가 다소 존재함 (ex 게임국가기술자격검정) • 인력양성 기관 설립, 전문화된 교육이 가능한 강사 풀(pool) 마련 • 신생 직업을 육성하기에는 이를 양성하기 위한 양질의 교육자가 아직 부족할 것으로 생각됨. 실무 감각을 가진 성공한 현업 종사자들을 활용한 실질적인 교육이 선행되고, 이를 바탕으로한 학문적 접근이 이루어져야 할 것으로 생각됨 • 신생 직업군을 선도적으로 정의하고, 교육 과정을 통해서 관련 종사자들의 관심을 확보해야 함 • 기업의 의제보다는 학교나 학원 등 제도적인 지원이 필요하지 않을까 생각
종사자간 갈등	<ul style="list-style-type: none"> • 기획, 설계, 구축의 핵심 인력과 단순 개발의 인력 양립 예상 • 수급 부족은 디지털전환 초기에 영향력이 많고, 기존 직업의 소멸에 따른 갈등 • 양성주체와 운영주체의 상생화로 인한 실리적 적용방법 고민
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 인간비 바우처 사업의 현실적인 실행필요 • 새로운 기술을 콘텐츠에 접목할 수 있는 인력 수요 증대

4) 디지털전환 역량 인재수급 부족

- ‘인력양성’의 네 번째 의제는 ‘디지털전환 역량 인재 수급 부족’이며, 개발자 직군, 애니메이터 양성, 국내·외 우수인력 확보와 산업별 간극 해소 등과 관련된 의제임
- ‘디지털전환 역량 인재 수급 부족’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.13 점이고, 미래 영향력 수준은 평균 3.89점으로, 글로벌 진출을 위한 필수조건으로, 그 중요도는 더 커질 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 인재 확보의 어려움, 대기업-중소기업 간의 인재 양극화 등으로, 주로 지식정보 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 각 콘텐츠 직군의 다양화, 융합 콘텐츠 확대에 따른 다양한 수요 증가의 측면에서, 주로 방송, 지식정보 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 여전히 인식이 미흡하다는 점, 한편으로는 이미 충분하다는 등의 상반된 의견으로, 주로 방송 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 기술력의 강화로 미디어를 자유자재로 활용할 수 있게 되었기 때문이라는 측면에서, 낮게 평가함

<표 4-24> 「디지털전환 역량 인재 수급 부족」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
디지털전환 역량 인재수급 부족	3.13	3.89
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 실제 현장에서 경력직 디지털전환 인재 확보는 매우 어려운 상황으로 중요한 의제 글로벌 진출을 위한 필수조건으로 중요한 의제임 메타버스를 위한 대용량 서버 단 처리의 핵심 시스템/서버 개발자의 대기업 집중 문제 새로운 기술에 적용할 수 있도록 직원을 재교육하는 일이 시급하나, 자금 문제로 시행하지 못하는 중소기업들이 많음 특정 직군에서 시작한 급여 급증이 업종 전체로 전파되었고, 그로 인한 인력 양극화 현상이 더 두드러짐 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 한국에서는 관련 역량을 가진 인재들이 제대로 대우받지 못하는 경향이 있으며, 기본교육, 성장 문화가 바뀌지 않는 한 개선의 어려움이 있을 듯함 기업과 학교 간의 격차는 매우 큼. 기업과 학교 또는 학원의 연계 프로그램 많아야 할 것 문과 계열과 이과 계열의 구분으로 디지털 전환의 한계점이 있음 이미 충분함. 수급 부족을 논할 시기는 지난 것으로 보임(현재 인력으로 충분히 미래 대응 가능) 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 국내 인구의 감소로 해외 인력 수급의 필요성 대두 역량있는 인재가 부족한 현상에 대한 원인 파악이 선제되어야 함 부족하지만 업계가 돌아간다는 의미에서 현 상황이 기준점이라고 생각함 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 인재수급은 현재 불안정에서 5년 후 점차 안정될 것으로 예상. 산업이 커지면 자연스럽게 인력양성 시장이 활성화 되면서 중요한 영향력을 미칠 듯 시간에 관계없이 매우 중요한 의제임 현재는 주로 개발직종에 편중되었으나 처우가 좋아지면서 갈수록 향후 인력 수급 확대될 듯 각 콘텐츠 직군의 전문 역량 강화, 융합 콘텐츠의 확대에 따른 다각화 수요에 대비할 필요가 있음 이미 게임업계를 필두로 IT전문인력(개발자 등)의 구인난이 심각한 상황, 향후에는 이러한 기획, 개발인력에 대한 수요는 지속적으로 증가할 것임 지속적인 인플레이션 증가와 인건비 상승과 더불어 임금격차가 커짐에 따라 양질의 인력 수급부족 의제는 지속될 가능성이 높음 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 신 사업 분야이기 때문에 현재의 수급 부족은 당연한 것으로 생각됨. 향후 시장 규모의 확대로 자연스럽게 극복될 것으로 향후에는 우선 순위 의제는 아닐 것 디지털전환이 어느정도 이루어진 뒤에는 전환 역량인재 수급은 안정화 예상 전공과 상관없이 기술력 강화로 미디어를 자유자재로 활용하기 때문에 영향력은 높지 않을 것 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 현재는 기본역량 인재 중심 교육이 많아 보이나, 앞으로는 심화 교육이 중요 	

- 이와 관련하여 미래를 위한 교육/지속성, 새로운 환경과 산업에 대한 교육 등이 필요하다는 제안 의견이 있었음

<표 4-25> 「디지털전환 역량 인재 수급 부족」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
미래를 위한 교육/지속성	<ul style="list-style-type: none"> • 향후 분명히 부족해질 디지털전환 인력을 대비하여 글로벌 인재양성 사업을 확대하여 선순환 구조를 마련해야 함 • 교육은 최소한 이루어지고 있다고 생각함. 지속성이 관건임 • 인력 교육은 최소 4~5년 후나 성과를 볼 수 있기 때문에 미래를 내다보는 인력양성이 필요함 • 신규 인력의 양성 되어 시장에 공급되지 않는 이상 현재 인력에 대한 양극화 현상은 쉽게 해결되기 어려움. 따라서 지속적인 인력 양성을 통한 산업 생산 비용에 대한 경쟁력을 가질 수 있도록 지원해야함
새로운 환경과 산업에 대한 교육	<ul style="list-style-type: none"> • 인력 부족 문제는 디지털 전환의 문제라기보다는 새롭게 커지는 산업에 대한 전반적인 문제. 환경과 산업에 대한 교육이 중요 • 메타버스는 애니메이션과 유사한 부분이 많아 애니메이션 산업을 성장시킬 수 있는 중요한 사업영역이 될 수 있으나 애니메이션 업체들이 직원들에게 이에 필요한 기술을 교육하는 데 큰 어려움을 겪고 있음. Unity, Unreal을 교육하는 데 실질적인 도움이 되는 지원사업이 절실함
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 시장 안에서 우수한 인력들이 자유롭게 이동하면서, 업계의 간극을 좁히는 방향으로 진행되는 것이 더 효율적일 것으로 생각됨 • 인구 감소로 인한 전문 인력의 수급 문제가 커질 것으로 예상 • 기본역량을 위한 인재가 아닌, 엘리트 교육을 위한 체계 마련이 필요 • 교육과 역량개발이 기술의 발전으로 대체 되거나 이탈, 작업의 단순화가 될 수 있음

5) 노동 환경 개선

- ‘인력양성’의 다섯 번째 의제는 ‘노동 환경 개선’이며, 특정 업무 자유도 확대, 상황에 따른 유연한 근무제 적용 등과 관련된 의제임
- ‘노동 환경 개선’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.93점이고, 미래 영향력 수준은 평균 3.93점으로, 코로나19로 재택근무 확대, 디지털전환, 노동환경 개선에 대한 인식변화 등으로 과거와는 다른 논의가 진행될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 새로운 노동 환경, 미흡한 중소기업 지원 등의 측면에서, 주로 지식정보 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 노동 환경에 대한 사회적 인식은 고도화되었으나, 새로운 환경에 대한 정책이 필요하다는 측면에서, 주로 방송 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 시대의 흐름에 맞춰 많은 부분이 개선되고 있다는 등의 측면에서, 주로 방송 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 콘텐츠 분야가 제조업과 달리 표준화가 어려울 것이라는 측면에서 낮게 평가함

<표 4-26> 「노동 환경 개선」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
노동 환경 개선	2.93	3.93
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 노동환경 의제는 과거, 현재, 미래에 걸쳐 기본적으로 논의해야 할 의제 ▪ 콘텐츠 제작 및 유통 환경의 변화에 따라 전통적 노동환경과 다른 유연한 환경 적용이 가능하도록 제도 개선이 필요 기존의 근로기준법 등으로 인해 다양한 정부 제도 지원을 받지 못하거나 응용하지 못하는 사례가 빈번한 바, 조직의 유연함을 인정할 수 있는 근로 환경의 마련이 시급 ▪ 여전히 중소기업과 벤처들의 극단적 어려움 존재 ▪ 콘텐츠 산업의 근간인 창의성 확보를 위해 노동환경 개선은 절대적으로 필요 ▪ 재택근무 등 디지털 환경에 맞는 노동환경 구축과 관련 법규 부족 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 노동환경은 주 52시간 등 변화하는 시대의 흐름에 맞춰 제도하에 나름 적용되어 가는 중 ▪ 노동환경에 대한 유연성 필요는 현재 사회적으로 많이 공감대를 형성하고 있다고 생각함 ▪ 이미 한 번 진통을 겪은 터라 현재 노동환경은 크게 부족하지 않음 ▪ 이미 많이 바뀌고 있고, 특히 최근 코로나로 인해 다양한 노동환경이 제공되고 있음 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 노동 환경은 시장을 따라갈 것으로 보고 영향력 변경 없을 듯 ▪ 코로나로 인하여 영향을 받음. 업무 자유도에 따른 노동자의 책임의식도 같이 반영되어야 함 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 노동환경은 꾸준히 개선되고 논의될 것으로 예상됨 ▪ 제작방식의 디지털화 등으로 인해 이미 많은 콘텐츠 분야에서의 노동환경은 변화하고 있었으며 2020년 코로나 사태를 기점으로 온라인, 디지털, 비대면, 재택을 중심으로 노동환경이 급변하고 있어 노동 환경에 대한 변화가 계속 검토될 것으로 보임 ▪ 주 52시간 제도 정착 등 사회적 인식은 고도화되었으나 실제로 콘텐츠 제작 현장에서는 제도를 준수하기가 쉽지 않고, 유연근무제 등의 운영은 일부 규모를 갖춘 중/대형 업체에서나 가능한 상황. 현실에 맞는 노동환경 관련 정책 필요해 의제의 영향력은 줄지 않을 것 • 점점 더 개인화되는 창작자들에 대한 노동환경 의제는 지속 관심, 관리 대상 • MZ세대들에게는 노동환경은 현재보다 더 중요한 요소로 작용할 예정임 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 노동환경의 경우 여전히 어려운 부분이 많지만 기업 입장에서 보면 결국 생사가 걸린 부분이라 논의 자체가 쉽지 않을 것 ▪ 콘텐츠 분야는 제조업과 달리 표준화, 정규화된 노동환경을 정의하기 어려울 것 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 근무시간 52시간 등 정부에서는 이를 디테일하게 개입하기 보다는 최악의 상황에 대비한 가이드 정도로 충분할 것임 	

- 이와 관련하여 중소기업 지원, 직종별 적용 등에 쟁점이 예상된다고 지적했으며, 새로운 노동환경에 따른 방향으로 조정되는 것이 핵심일 것이라는 제안 의견이 있었음

<표 4-27> 「노동 환경 개선」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
새로운/자유로운 노동환경	<ul style="list-style-type: none"> • 재택근무와 유연 근무제가 자리잡고, 메타버스 환경에서의 신개념 근무로 대체될 가능성이 높음 • 코로나와 맞물려, 재택/탄력 근무가 기본적인 근무환경이 될 것 • 업무의 자유도를 보장하고, 크리에이티브 thinking의 중요성을 업계에서 인식하고, 이를 확보할 수 있는 방향으로 조정되는 것이 핵심일 것으로 생각됨
중소기업 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 규모, 매출, 인력구성 등의 규모가 큰 회사들은 시스템이 어느 정도 갖추어져 있으나, 중소기업들에게까지 같은 규제를 강요하기 어려운 상황. 오히려 중소기업들은 세금 감면, 인력채용에 대한 지원 등이 더 많아져야 할 것 • 중소기업 사업자, 노동환경 현실과의 괴리 발생 예상
직종별 적용	<ul style="list-style-type: none"> • 직종별/케이스별 유형에 따라 융통성 있는 적용 필요 • 업종에 따른 노동환경 개선과 근무 자유도는 확대될 수밖에 없지만, 좀 더 시장에 빠르게 안착시키기 위해서 근무환경에 따른 업무 관리 도구가 같이 뒷받침되어야 함. • 창작 콘텐츠라는 특성도 주의하여야 함. 창작지원업무 종사자와 창작업무 종사자를 같은 잣대로 접근하는 것은 적절하지 않음
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 주 52시간제의 정착과 이에 따른 노사 갈등 문제 소지 있음 • 현재의 노동환경의 안정화와 더 나은 환경을 원하는 노동자와의 갈등은 지속될 듯 • 디지털 전환으로 노동환경 개선 기대, 기존 직업의 급격한 소멸 예상 • 유연한 근무환경에 대한 요구는 점점 커지고, 동시에 창의성과 생산성을 확보하는 문제 및 성과 측정과 보상에 대한 문제가 노사간에 의제로 등장할 것

라. 자원·인프라

- 디지털 인프라 구축 지원·투자유치
- 모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고
- 유연한 기업활동을 뒷받침하는 제반여건조성
- 제작초기투자지원 강화와 제작 단계 세분화
- 창작활동 지원

1) 디지털 인프라 구축 지원·투자유치

- ‘자원·인프라’의 첫 번째 의제는 ‘디지털 인프라 구축 지원·투자유치’이며, 콘텐츠에 대한 새로운 기술 접목, 비대면 콘텐츠 제작, 비즈니스 디지털화 등과 관련된 의제임
- ‘디지털 인프라 구축 지원·투자유치’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.04점이고, 미래 영향력 수준은 평균 3.93점으로, 앞으로 산업이 발전하면 할수록 그 기본 환경 조성은 필수요소가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 디지털로 쉽게 전환할 수 있는 기본 환경 조성이 중요하고, 콘텐츠를 하나의 아카이브에 모을 필요성이 있다는 등의 측면에서, 주로 지식정보 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 신기술 도입 등 디지털 인프라 변화가 가속화될 것이라는 측면에서, 주로 지식정보 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 인프라보다는 투자유치 지원이 더 시급하다는 등의 측면에서, 주로 게임, 콘텐츠솔루션 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 현재 인프라의 구축과 투자가 미미한 것에 비추어 미래 역시 비슷한 것이라는 측면에서 낮게 평가함

<표 4-28> 「디지털 인프라 구축 지원·투자유치」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
디지털 인프라 구축 지원·투자유치	3.04	3.93
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 현재 급증하는 디지털콘텐츠의 아카이브 방안 마련은 시급한 문제 (콘텐츠를 하나의 아카이브에 모을 필요성이 있음) 디지털로 쉽게 전환할 수 있는 기본 환경 조성은 필수적임 콘텐츠 생산과 소비를 위해 인프라 구축 필요 플랫폼사, 투자사, 콘텐츠 기업의 정보 공유 및 공동 비전을 마련한 통합 창구 필요 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠 개발에 있어서 인프라 지원은 중요한 요소는 아니라고 생각함. 인프라 보다는 투자유치 지원이 매우 어려운 상황으로 보여 더 시급함 인프라 구축이 현재도 앞으로도 영향력이 그닥 클 것 같지 않음. 현재 외부기관에 위탁하는 방식에 리스크가 있음. 반면 내부에 구축하는 것은 비용문제가 있어 실현가능성에 의문이 있음 디지털에 치우친 투자 및 중흥시책은 문제가 될 수 있음 디지털 콘텐츠에 대한 구축 및 지원이 있으나 시장에서 체감할 수 있는 정도는 아님 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 정책적 의지는 있는 상황이나 가능성에 의문이 있어 보통으로 평가함 이미 어느정도 이루어졌다고 평가, 현재의 수준이 기준점이라고 생각함 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 시간이 흐를수록 디지털 인프라 변화는 가속화될 것이며 가상현실과 같은 신기술이 도입될수록 급격한 변화가 예상됨 이후 또 다른 팬데믹 예상뿐 아니라, 비대면 환경으로 산업이 더 발전될 가능성 높아짐 현재는 인프라 구축 투자가 크지 않으나, 늘어날 것으로 예상함 인프라 콘텐츠 시장 변동에 따른 환경구축에 단계적 투자규모 증대 예상 중장기적으로 공공 주도의 제작 인프라 구축 및 공유는 매우 중요 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 초기인 현재 영향력이 높으나, 향후 어느정도 인프라가 구축된 이후에는 영향력 미비할 것 디지털인프라 구축 및 투자가 효율적이지 못했고, 앞으로도 그럴 것으로 예상 한국형 클러스터가 미비하여 체계적 지원 기대가 어려움 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 시장 변화에 따라 자연스럽게 변화하고 있고, 앞으로도 자연스럽게 변화할 것으로 예상 디지털인프라의 중요성은 분야마다 상이해 판단하기 어려움 인프라 구축자체가 아니라, 구축을 통해 어떤 양질의 성과를 낼 것인가가 중요 	

- 이와 관련하여 주체 간 갈등 등에 대한 쟁점이 예상된다고 지적했으며, 기금 등 적극적인 지원과 홍보 등이 필요하다는 제안 의견이 있었음

<표 4-29> 「디지털 인프라 구축 지원·투자유치」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
주체 간 갈등	<ul style="list-style-type: none"> • 사기업과 정부 주도 플랫폼간 충돌 우려 • 재택근무의 경우 경영자, 관리자, 일반 근로자의 입장 차이가 있어 향후 쟁점의 여지가 있음 (경영자와 관리자의 경우 재택을 선호하지 않는 반면 일반 근로자는 선호하는 경향이 있음) • 기업의 투자와 정부의 지원은 매우 다름. 하나가 되었을 때는 영향력이 높아짐
기금 등 적극적 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 다양성 확보를 위한 기금이 필요함 • 공공 주도의 공정한 투자 및 지원이 지속적으로 필요 • 다양한 각도에서의 유기적인 지원 필요
홍보	<ul style="list-style-type: none"> • 기술 및 환경변화에 따라 산업이 다양하게 변화될 가능성이 크기 때문에, 인프라 구축 지원 홍보를 강화하여 기업이 발 빠르게 성장할 수 있도록 해야 함 • 인프라를 사용할 수 있는 장소들을 적극적으로 홍보하여 소기업들이 많이 활용할 수 있도록 기회를 확대해야 함
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 인프라 자체에 대한 맹목적 지원보다는 콘텐츠 분야의 수요를 전제로 한 선별적 지원이 바람직 • 창의적인 콘텐츠 개발에 필요한 Global 역량 강화 • 미래에도 디지털인프라 구축이 지속적으로 필요하며 관리 시스템도 요구됨

2) 모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고

- ‘자원·인프라’의 두 번째 의제는 ‘모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고’이며, 콘텐츠 부문의 투자 펀드는 지속해서 확대, 특정 분야에 치중되지 않는 산업 전반에 고른 투자가 이루어져야 한다는 의견 등이 있음
- ‘모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.85점이고, 미래 영향력 수준은 평균 3.73점으로, 앞으로 잠재력 있는 기업이 성장하기 위해서는 매우 중요할 것이라고 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 신규 콘텐츠 분야의 다양화로 인한 융복합 콘텐츠 투자가 필요하다는 등의 측면에서, 주로 애니메이션, 지식정보 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 콘텐츠 산업 성장의 동력으로서 정책 펀드의 지속적인 확대가 필요하다는 측면에서, 주로 방송 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 현재 투자가 일부 산업에 치중되어있다는 등의 측면에서, 주로 콘텐츠솔루션 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 시장이 활성화됨에 따라 시장에서의 선택과 집중에 따라 투자가 결정될 것이라는 측면에서 낮게 평가함

<표 4-30> 「모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고	2.85	3.73
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 기업에 대한 투자는 현재도 매우 중요하며 이후에도 잠재력 있는 기업이 성장하기 위해 매우 중요 ▪ 독특한 아이디어를 실체화할 수 있는 다양한 펀드가 시장에서 활성화 되는 것이 중요 ▪ 투자사들이 애니메이션에 투자하는 것을 기피하는 경향이 있어 애니메이션 산업 발전이 지체되고 있음. 장기적인 애니메이션 전문펀드가 절실한 상황임 ▪ 초기 투자비용이 크게 소요되는 콘텐츠의 투자에 있어서 투명성을 위해 필요 ▪ 신규 콘텐츠 분야의 다양화로 인한 융복합 콘텐츠 투자 필요 ▪ 저평가 콘텐츠의 재발굴을 통해 투자가능성 모색 필요 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 콘텐츠 분야별 가치 평가 모델 구축이 미흡함. 콘텐츠 자체의 속성상 주관적일 수밖에 없기 때문에 가치평가의 실효성 제고를 위한 실효성있는 방법을 찾기 어려울 것으로 생각함 ▪ 모태펀드의 투자 기준 자체가 원칙적으로 콘텐츠가 아님 ▪ 모태펀드가 수익성보다 다양성을 위해 움직인 사례를 거의 본 적이 없는 것 같음 ▪ 키워드가 되는 몇몇 산업에 치중되어 투자가 이뤄지는 것 같음 ▪ 모태펀드 등이 콘텐츠를 평가하는 기준이 효율적이지 못하다고 생각됨, 민간의 투자영역에서 확대하는 것이 바람직(정부 주도 파이낸스 시스템은 한계, 투자자의 몫이라고 생각함) 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 새 관점의 가치평가가 이뤄져야 하고 모태펀드의 파격적, 창의적 운용 요청 ▪ 가치평가 모델을 완벽하게 구축하는 것은 한계 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 중소기업 입장에서는 현재와 미래에 모두 중요한 사항임. 당장 수익이 되지 않으면 투자를 할 수 없는 구조이기 때문 ▪ 모태펀드, 콘텐츠 가치평가 등은 창의성을 바탕으로 한 콘텐츠 중소기업의 재정적 기여가 큰 만큼 지속적으로 개선하고 유지해 나가야 할 필요성이 있음 ▪ 콘텐츠 산업 성장의 동력으로 정책펀드는 확대 지속되어야 함 ▪ 콘텐츠의 지속적인 발굴과 대형사업자와 경쟁할 수 있는 계기를 마련할 수 있음 ▪ 모태펀드는 대부분 영화와 같이 단기간 회수가 가능한 콘텐츠에 지원했으나, COVID-19로 인해 영화산업이 붕괴되면서, 다른 콘텐츠에 대해 투자가 필요한 상태로 보임 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 특정 분야에 치중되지 않는 산업 전반에 고른 투자는 공급자가 아닌 고객이 결정해준다고 봄 ▪ 시장이 활성화됨에 따라 모태펀드 보다는 시장에서의 선택과 집중이 중요해질 것 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 투자 펀드의 지원이 지속되고는 있어 산업에 발전을 이루고 있음. 하지만, 현재 지원에 있어 비 인기 산업에서의 투자는 소외되는 현실임. 콘텐츠에 대한 가치 평가를 기준으로 투자 진행시 같이 진행될 수 있는 기반이 되었으면함. ▪ 성과 위주의 투자 보다는 가치 투자 등 콘텐츠, 솔루션, H/W 등 산업 생태계 성장을 위한 다양한 기업 투자에 적극적 지원책 마련이 필요 	

- 이와 관련하여 가이드라인 및 지원제도, 가치평가 제도 개선 등에 대한 제안 의견이 있었음

<표 4-31> 「모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
가이드라인 마련/ 지원제도	<ul style="list-style-type: none"> • 분야를 세분화 하고, 분야별로 투자가 이루어질 수 있도록 기준 마련 • 가치평가 기관 설립·운영, 가이드라인 구축 • 펀드 등 심사역들의 콘텐츠 분야 전문성 제고 필요 • 콘텐츠 가치평가 실효성을 높이기 위해서는 콘텐츠금융을 적극 확대해야 함
가치평가 제도개선	<ul style="list-style-type: none"> • 성과가 나와야지만 인정해주는 가치평가 제도의 개선 • 사업적 가치 외에 디지털 시장 활성화 강화와 같은 장기적 관점에서의 투자가 이루어질 수 있도록 분위기를 조성하는 것이 필요해 보임 • 변화하는 환경에 따라 가치 평가의 기준을 어떻게 달리 적용할 것인지 논의 필요 • 콘텐츠에 대한 가치평가 기반 위에서 투자가 진행되는 경우, 더 좋은 성과 창출이 가능할 수 있도록 시스템이 구성되어야 함. 또한 융합형 콘텐츠에 대한 지속적인 시장 성장이 있기 때문에 투자 비율을 선정할 필요는 있음 • 모태펀드의 일부를 가치평가 특성화로 제정할 필요가 있음
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 모태펀드를 활용한 관주도 사업과 시장의 요구도와의 차이 발생가능성 높아 우려됨 • 투명한 모태펀드의 운영, 다양성 작품에 대한 이익 혹은 지원 확대가 필요 • 대형사업자간의 경쟁구도가 야기될 가능성이 있음

3) 유연한 기업활동을 뒷받침하는 제반 여건 조성

- ‘자원·인프라’의 세 번째 의제는 ‘유연한 기업활동을 뒷받침하는 제반 여건 조성’이며, 잠재력 있는 콘텐츠가 투자의 기회를 맞이할 기회를 제공하고, 조세제도 개선 및 법제도 개선 등과 관련된 의제임
- ‘유연한 기업활동을 뒷받침하는 제반 여건 조성’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.76점이고, 미래 평균은 3.67점으로, 향후 영향력은 현재보다 더 중요해질 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 제반 여건 및 제도개선은 기업활동에 큰 영향을 미치는 것으로 상시적인 투자의 기회가 매우 중요하다는 측면에서, 주로 음악, 지식정보 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 향후 산업생태계의 선순환 구조의 활력을 만드는 매우 중요한 제반 여건이라는 측면에서, 캐릭터 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 조세 지원 등의 프로그램에 대한 정보가 현재로서는 매우 부족하다는 측면에서, 주로 방송 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 경직된 기업 문화 등으로 향후 기대감이 적다는 측면에서 낮게 평가함

<표 4-32> 「유연한 기업활동을 뒷받침하는 제반 여건 조성」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
유연한 기업활동을 뒷받침하는 제반 여건 조성	2.76	3.67
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 산업 간 융합 콘텐츠 개발 시 규제로 인한 사업화 여건이 열악한 상황이라 중요한 의제임 ▪ 투자 가치를 높이기 위해서 투자 동기를 확실히 유발할 수 있는 환경 조성이 필수 ▪ 완구사가 애니메이션 채널을 독점하다시피 하고 애니메이션을 직접 제작하는 등 애니메이션 생태계를 파괴하는 행태에 대한 규제가 필요 ▪ 제반여건 및 제도 개선은 기업활동에 큰 영향을 미치므로 상시적인 투자의 기회 제공이 중요 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 기업이 실패하는 것을 두려워하는 환경. 최소 3년 뒤에는 수익이 보장되는 영화 산업에 인프라를 제공한 사례는 본 적 없음 ▪ 콘텐츠 중소기업은 늘 자금과 투자기회에 허덕이고 있음 ▪ 유연한 기업활동에 대한 지원책 수준임 ▪ 콘텐츠를 지원하는 기업의 세제 등 혜택이 없는 상황에서 투자가 쉽지 않음 ▪ 기업활동을 지원하기 위한 다양한 지원 방안은 이미 많다고 생각함. 오히려 어떠한 지원 제도가 있는지, 어느 단계에서 지원을 받을 수 있는지를 잘 몰라서 지원받지 못하는 경우가 많은 듯 ▪ 법적, 조세지원 등의 프로그램은 현재로서는 정보 부족 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 현 상황에 맞지 않는 지원보다는 과도한 규제를 하지 않는 편이 나음 ▪ 새로운 기술을 바탕으로 한 콘텐츠 제작은 아직 초기 상태로 보임 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 합병 시 기업결합신고 등 각종 복잡한 절차를 일거에 해소하여 빠르게 기업활동이 가능한 다양한 정책적 보완이 뒷받침 되면 좋을 것으로 보여짐 ▪ 지속적 투자기회 제공은 현재나 미래나 중요함 ▪ 소규모/영세 스타트업이 연속성을 가진 기업으로 성장하려면 대규모 자본의 투자유치가 필수임. 향후에도 이같은 상황은 불변할 것으로 예상. 투자유치에 있어 법/제도가 걸림돌이 되어서 성장의 저해 요소로 작용하면 안됨 ▪ 유연한 기업활동 지원은 콘텐츠 창업을 발생시키고 산업 생태계의 선순환 구조의 활력을 만드는 매우 중요한 제반여건이라고 할 수 있음 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 다소 개선 전망, 큰폭 개선은 기대하기 어려움 • 경직된 기업 문화 등으로 인해 기대 어려움 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 기업간의 결합을 통한 시너지의 확대 및 잠재력 있는 콘텐츠에 대한 투자 기회 등 다양한 형태로 기업활동을 할 수 있도록 여건이 조성되어야 함 • 기업 활동을 억압하는 방식이 아닌, 어떠한 아이디어도 가능할 수 있는 환경을 만들어가는 것이 디지털 경쟁력을 확보하는 길임을 인식할 필요가 있음 • 제반 여건은 항상 필요, "적재-적소-적시"에 제반 여건 지원 필요 • 구체적인 방법론에 대한 고민(세액 감면 등 혜택)이 전제되어야 영향력을 논할 수 있을 듯 	

- 이와 관련하여 투명한 정보 교환 창구 마련 등 적극적인 지원이 필요하다는 제안 의견이 있었음

<표 4-33> 「유연한 기업활동을 뒷받침하는 제반 여건 조성」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
균형점 마련	<ul style="list-style-type: none"> • 스타트업이 시장에 활발하게 진출하면서 M&A나 투자유치를 통해 성공하는 사례가 일반화될 것으로 예상되는데, 이것을 대기업의 골목상권 침해나 독과점의 시각으로 바라볼 수도 있어 잦은 분쟁이 예상됨. 법적으로 문제가 될 부분은 규제하는 것이 합당하나, 자칫 투자가 활성화되기 어려운 환경이 되지 않도록 균형점을 잘 마련해야 할 것임 • 창작자와 투자자간 투명한 정보 교환 창구 마련 필요
적극적인 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 잠재력 있는 중소기업, 콘텐츠에 대한 폭넓은 지원과 중소기업이 대기업에 흡수되지 않도록 보호하는 제도적 지원 필요 • 온라인 플랫폼의 활성화로 제작 기간이 짧은 프로젝트가 늘어나고 있기 때문에 점차 다양한 지원이 늘어날 것이라는 기대감이 있음 • 양극화는 필연적으로 발생할 것이고, 영세업자들의 유연한 기업활동을 위한 각종 지원 및 혜택을 마련해야 함
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 규제보다는 시장 자율에 맡기는 것이 경쟁력 있고 영향력 있는 기업을 육성할 수 있음 • 다양한 콘텐츠 투자 사례들을 업체들에게 알려줘서 향후 투자유치 기회를 제공함 • 콘텐츠 글로벌 진출 및 성공을 거두는 모델의 구체화가 필요함 • 사전등록 및 사업프로세스별 변별력과 상태를 확인할 수 있는 플랫폼이 전제되어야 함

4) 제작 초기 투자지원 강화와 제작 단계적 세분화

- ‘재원·인프라’의 네 번째 의제는 ‘제작 초기 투자지원 강화와 단계적 세분화’이며, 다양한 투자지원 프로그램, 장기간 소요되는 산업에 대한 투자 지원 등과 관련된 의제임
- ‘제작 초기 투자지원 강화와 제작 단계적 세분화’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.93점이고, 미래 영향력 수준은 평균 3.84점으로, 앞으로 영향력이 더 커질 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 초기 투자지원이 콘텐츠 성패를 좌우하는 중요한 투자라는 측면에서, 주로 지식정보 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 투자지원이 진행될수록 중소형 기업이 콘텐츠 시장에 대한 경쟁력을 가지고 성장해나갈 수 있다는 등의 측면에서, 주로 게임, 지식정보 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 초기 투자지원의 중요도 대비 기회가 부족하고 지원과정이 어렵다는 등의 측면에서, 주로 방송 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 지원책이 안정될 즈음에는 또 다른 새로운 콘텐츠 산업이 등장하는 등 정책이 기술을 따라오지 못할 가능성이 클 것이라는 등의 측면에서 낮게 평가함

<표 4-34> 「제작 초기 투자지원 강화와 제작 단계에 따른 투자지원」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
제작 초기 투자지원 강화 제작 단계 투자지원	2.93	3.84
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 투자지원은 늘 중요한 가운데, 콘텐츠 제작 초기의 시드 투자는 매우 중요한 요소 초기 투자지원은 콘텐츠 성패를 좌우하는 중요한 투자. 정책 지원 확대가 필요 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 현재는 창작자가 개인일 경우 제작 초기 투자지원을 받을 방법은 거의 없음 현재 초기 비용 및 사업화 지원 기간의 부족이 있어 지속적인 발전과 기반 마련 어려움 수익이 보장되지 않는 프로젝트에 초기 자금을 지원하는 사례는 극히 없는 듯 영화의 경우 기획개발 지원은 거의 없으며, 오히려 드라마 쪽이 활성화된 상태 초기 투자지원이 가장 중요함에도 기획의 부족, 지원과정의 어려움이 있음 콘텐츠 초기 투자는 매우 위험하다고 인식하기 때문에 여의치 않음 제작 초기 지원이 정부 뿐만 아니라 민간에서 자연스럽게 진행 될 수 있는 구조가 되어야 함. 현재 단계별 투자의 어려움으로 콘텐츠 확장성을 가져 올 수 있는 기회가 적음 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 지원하는 것은 좋으나 결국 실제 제작자들이 이를 인지하여 수혜를 입을 수 있어야 하므로 홍보가 중요함. 정부에서 지원되는 다양한 정책들을 몰라서 지원을 받지 못하는 경우가 많으므로 제도적 보완뿐만 아니라 이를 충분히 알릴 수 있는 홍보도 함께 병행되어야 함 생애주기와 마찬가지로 콘텐츠 제작에 있어서도 단계별 지원을 통해 보다 경쟁력 있는 콘텐츠가 제작될 수 있는 정책적 지원이 필요함. 이는 제작비에 늘 제한을 받는 중소기업의 콘텐츠 기업에는 매우 유용한 정책이 될 수 있음 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 현재에도 초기 투자지원 정책의 비중이 상당하며 앞으로도 유지될 것임 투자에 대한 로드맵이 형성되면 긍정적인 효과를 나타낼 것으로 보임 제작 단계별 콘텐츠에 대한 가치 평가를 통해 투자 지원이 진행될수록 콘텐츠에 대한 경쟁력을 가지고 다양한 시장 창출이 가능함. 향후는 단편이 아닌 단계별 프로젝트 투자에 대한 활성화로 경쟁력 있는 대형 콘텐츠가 시장에서 선도적으로 끌고 갈 수 있고, 중형, 소형 콘텐츠에 영향을 제공함으로써 시장이 긍정적으로 확대될 가능성이 높음 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 시장이 활성화되면 관 주도 초기 지원사업이 줄어들 것 모태펀드의 경우 초기 프로젝트 투자에 대한 의무조항이 있고, 역시 확대될 것으로 예상. 반면 민간 투자가 확대될지는 다소 회의적 콘텐츠 제작, 기술 인력이 있는 부분에 대한 투자 필요하나 효율적일지 의문 그 중요성에 비해 현실은 그 반대로 갈 것으로 예상 수익이 보장되지 않기 때문에 제작 초기 투자는 늘어나지 않을 것 지원책이 안정화 될 즈음 또 다른 신콘텐츠가 나타나 정책이 기술을 따라오지 못할 가능성이 많음 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 현재의 전략사업 중 현재 해당 사업에 목적을 둔 사업들과 유사수준 유지 자본이 약한 초기 콘텐츠 기업들에 대한 단계별 투자지원은 절실하며 콘텐츠 업체들도 책임감 있게 결과물을 만들어 가야 함 	

- 이와 관련하여 꾸준한 지원, 다양한/단계별 지원, 실효성 있는 제도와 정확한 평가 등이 필요하다는 제안 의견이 있었음

<표 4-35> 「제작 초기 투자지원 강화와 제작 단계에 따른 투자지원」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
꾸준한 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 투자 실패에 대한 패널티 최소화 • 꾸준한 투자지원을 통한 제작 자원 마련과 신규 콘텐츠 발굴 필요
다양한/ 단계별 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 개인과 법인 창작자들을 위한 개별 지원 프로그램 마련 • 다양한 투자지원 방안에 대한 기초 연구 필요 • 분야 및 콘텐츠 속성에 부합하는 단계별 투자지원 • 하나의 투자 성공이 여러 번의 실패를 만회할 수 있다는 것을 시장에서 증명함으로써 지속적이고 단계적인 투자를 유도할 수 있게 만드는 것이 중요 • 기획개발기간이 전체 제작기간 중 가장 긴 시간이 소요되는 만큼, 그 기간에 대한 폭넓은 지원과 지원절차 간소화 필요 • 단계별 투자 지원금액과 창작지원금에 대한 규모가 좀 더 커진다면 콘텐츠의 밀도를 초기에 올리는데 도움이 될 것임
실효성 있는 제도	<ul style="list-style-type: none"> • 국부 펀드 개입으로 실질적 파이낸스 지원 • 투자지원 세분화를 통한 실효성 있는 제도 필요
정확한 평가	<ul style="list-style-type: none"> • 건전한 피지원 기업 선별 필요 • 초기 투자가 필요한가, 어느정도 중간 규모 업체에의 투자가 중요한가의 문제 발생 • 공정한 기회가 주어진다면 우수 중소기업이 성장할 수 있는 기회가 될 듯 • 투자지원 상태의 표준화와 일반화를 기반으로 변별력 및 투명성 제고
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 초기 투자지원 펀드 결성 및 지원 금액 확대 필요

5) 창작활동 지원

- ‘재원·인프라’의 다섯 번째 의제는 ‘창작활동 지원’이며, 기술보증 프로그램을 통한 창작지원금 제공, 오리지널 창작물 발굴 확대 등과 관련된 의제임
- ‘창작활동 지원’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.13점이고, 미래 영향력 수준은 평균 4.07점으로, 앞으로 영향력은 더 커질 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 콘텐츠 산업의 시작은 결국 창작자의 창작품에 달려있다는 등의 측면에서, 주로 지식정보 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 향후 창작활동의 범주와 정의가 확장되어 더 많은 영향력을 발휘할 것이라는 등의 측면에서, 주로 지식정보 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 홍보가 부족할 뿐 이미 많은 지원사업이 있다는 등의 측면에서, 주로 방송, 콘텐츠솔루션 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 개인 차원의 지원보다 창작집단이나 성장 가능성이 큰 제작사에 대한 지원이 더 효율적이라는 측면에서 낮게 평가함

<표 4-36> 「창작활동 지원」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
창작활동 지원	3.13	4.07
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 콘텐츠 산업의 시작은 창작자들의 창작품에 달려있어, 안정적인 시장이 될 때까지 창작활동 지원은 꼭 필요함. 특히 창작 활동에 있어서 최대의 장애인 창작 비용 문제의 해결이 필요 ▪ 현재 멀티 콘텐츠는 탄탄한 오리지널 콘텐츠 기반으로 확장, 생성됨. 지속 성장을 위해 오리지널 콘텐츠 지원은 반드시 필요 ▪ 창작활동 지원은 현재 가장 소외되고 있는 영역이며 산업 전체의 발전을 위한 기초 R&D 영역임 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 창작지원에 대한 부분은 현재 다양한 기관들에서 진행되고 있음. 꼭 기업이 아니더라도 많은 크리에이터들 지원사업이 있음. 다만 홍보가 부족한 부분이 아쉬움 ▪ 창작 지원이 너무 단기적임 ▪ 기술보증기금은 아직 미비하거나 창작자에게겐 생소한 지원 시스템 ▪ 최근 창작자 지원이 늘어나고 있지만 실질적인 창작지원이 아니라고 판단. 특히 최근에는 코로나 여파도 한몫한다고 생각함 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 창작자들의 실패 부담과 왕성한 활동을 위한 조건 없는 창작 지원 필요 ▪ 콘텐츠 창작도 기술 R&D와 같은 기준으로 변경되어야 함 ▪ 창작자에 대한 제작비 지원 프로그램 고도화 필요 ▪ 창작활동 지원은 하되 생계를 위한 지원은 반대함 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 단기적 수익을 창출할 수 있는 결과에 대한 관심도 중요하지만, 장기적 관점에서 시장 판도를 바꾸거나 시장을 선도할 수 있는 콘텐츠에 대한 관심과 육성이 필요함 ▪ 애니메이션은 인기콘텐츠가 되는 데 오랜 시간이 걸리는 특징이 있어 신작을 양산하는 것 보다 기존작품의 후속시즌 제작을 위한 투자와 지원이 활성화되어야 함 ▪ 오리지널 콘텐츠 수퍼IP의 중요성이 점점 더 커지는 만큼 개인 창작자가 콘텐츠 산업에 미치는 영향은 더욱 커질 것으로 예상됨. 이에 따른 창작활동 지원이 더 강화될 필요성이 있음 ▪ 이미 상당 부분 지원에 의지하고 있으며 추후 의존도가 더욱 높아질 것 ▪ 창작활동의 범주와 정의가 확장되어 더 많은 영향력을 행사 예상 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 창작자 개인에 대한 지원보다는 창작집단, 성장하는 제작사에 대한 간접 지원이 효율적이나, 여론의 평가에 민감한 정책집단의 성향상 성사되기 어려울 것이라 생각됨 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 국가 R&D 사업에 문화콘텐츠 서비스가 포함되도록 하는 방안의 검토가 필요. 창작 활성화를 위해 R&D의 범위를 확대하고, 콘텐츠를 기술과 구분하려는 정책을 재고할 필요가 있음 ▪ R&D 관련 지원은 과거 제조업 중심 환경을 기반으로 만들어져있어 콘텐츠 산업에 적용하기 어려운 것이 많음. 제작단계가 곧 연구개발에 해당하는 콘텐츠 산업에 맞는 현실적 제도 마련 (조세특례, 창작지원제도 등)이 필요 	

- 이와 관련하여 구체적인 방법론, 지원 콘텐츠에 대한 전문적인 접근 등이 필요하다는 제안 의견이 있었음

<표 4-37> 「창작활동 지원」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
구체적인 방법론 고민 필요	<ul style="list-style-type: none"> • 창작자들에 대한 일회성 지원을 줄이는 연구 필요(ex. 보증프로그램 운영) • 구체적인 방법론 필요. 단순히 규모를 확대하는 것으로는 불충분 • 창작 진행시 기술보증뿐만 아니라 신용평가등 다양한 기관에서 창작 지원금이 지원되어야함
지원 콘텐츠에 대한 전문적 접근	<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 경쟁력이 있는 작품에 대한 지원 및 발굴 필요 • 창작 활동을 지원하는 것과 병행하여, 유행하는 콘텐츠 트렌드가 무엇인지, 그리고 그 가치가 영속적인지를 알아보는 연구 필요. 학계와의 연계를 통해 장기적 관점에서의 계획 수립 • 온라인 플랫폼, 다양한 영상 기술을 통한 영화 제작의 가능성이 늘어나고 있기 때문에 지원사업 등을 통해 영화를 다양한 포맷으로 적극 끌어 들인다면 R&D의 관점에서도 영화 제작 가능 • 오리지널 창작에 대한 가치를 극대화해 지원을 강화해야 하며, 기술보증지원 적극 도입
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 체리피커의 양성 가능성과 타 기관과의 중복 투자 가능성 있어 적절한 사업 검토 필요 • 창작활동의 정책기조에 대한 명확한 가이드라인 제시 • 데이터바우처 형식으로 필수프로그램 지원 • 콘텐츠에 대한 평가 기준이 단순 제작 중심이 아닌 기획부터 평가될 수 있는 구조가 되어야 다양한 오리지널 창작물에 대한 발굴이 가능함 • 창작자가 창작에 전념할 수 있도록 새로운 기회이자 희망을 줄 수 있는 시스템으로 성장

마. 신한류 글로벌 수출

- 콘텐츠 글로벌 유통창구 확대
- 수출통상 관련 제도개선

1) 콘텐츠 글로벌 유통창구 확대

- ‘신한류 글로벌 수출’의 첫 번째 의제는 ‘콘텐츠 글로벌 유통창구 확대’이며, 콘텐츠의 글로벌 진출을 위한 다양한 유통창구 확대, 새로운 기술의 등장에 따른 유통 플랫폼의 개발 독려와 글로벌 경쟁력 확보 지원 등과 관련된 의제임
- ‘콘텐츠 글로벌 유통창구 확대’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.09점이고, 미래 영향력 수준은 평균 4.15점으로, 다른 의제 대비 상대적으로 미래 영향력 평균이 높은 수준으로 나타나는 등 향후 더 영향력이 커질 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 K 콘텐츠 발굴과 글로벌 진출에 따른 영향력이 급증했다는 등의 측면에서, 주로 지식정보 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 한국문화가 주류 트렌드가 되는 것을 볼 때 글로벌화는 필수적이며 이는 다양한 유통 플랫폼이 필요하다는 등의 측면에서, 주로 만화, 방송, 지식정보 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 K 콘텐츠의 위상 강화로 이미 글로벌 유통창구가 확대가 많이 이루어져, 유통창구 확대 문제보다는 경쟁력 확보가 더 중요하다는 등의 측면에서, 주로 출판, 콘텐츠솔루션 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 OTT 등 유통이 단순화 되어가는 상황에서 유통창구 확대는 의미가 없다는 등의 측면에서 낮게 평가함

<표 4-38> 「콘텐츠 글로벌 유통창구 확대」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
콘텐츠 글로벌 유통창구 확대	3.09	4.15
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 유통 부분의 지원이 대기업에는 큰 의미가 없으나, 중소기업은 정부의 역할이 절대적임 정기적으로 우호관계에 있는 국가와 관련 교류 프로그램을 적극적으로 확대하여 다양한 회사들이 새로운 시장 개척을 진행할 수 있게 정부 차원에서의 인프라 마련이 매우 중요함 차세대 콘텐츠 신han류, 글로벌 수출을 위한 시장 조사 진행 및 유통 창구를 위한 판매 채널 뿐 아니라 인력/콘텐츠 제휴/하드웨어나 플랫폼 현황을 공유할 수 있는 채널 및 네트워크 진행 필요 글로벌 시장에서 한류의 강풍으로 인해 많이 발전하였고, 인식 변화도 많이 이루어졌으며, 현 시점에서도 부족함이 없을 정도이지만, 더 발전할 것 같음 K 콘텐츠 발굴과 글로벌 진출에 따른 영향력 급증 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> K콘텐츠의 위상 강화로 이미 글로벌 유통창구가 이미 확대된 상태 유통 창구의 문제라기 보다는 경쟁력 확보가 더 중요 한류 콘텐츠의 글로벌 영향력이 확대되고 있으나 그 효과가 직접 체감되지는 않음. 여타분야/콘텐츠 전반으로 확장되기 위해서는 시간이 더 필요할 것 현재 해외비즈니스는 대기업 혹은 몇 개의 유통사로 한정되어 있음 유통창구 확대는 공공에서 지원해주기 어려운 영역으로 판단됨 한류의 글로벌 진출을 위한 채널은 현재 글로벌 브랜드들로 한정되어 있음 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 유튜브를 위시한 글로벌 유통창구를 통해 최소한의 글로벌 진출이 이루어지고 있음 디지털 유통시대에서 유통창구의 정의부터 다시 시작해야 할 것 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 세계의 K-콘텐츠 관심 지속 증가 예상 글로벌 유통망 확대 및 경쟁력 있는 콘텐츠 동시 확대 가능성 콘텐츠 국제교류 확대를 위해 갈수록 영향력이 커질 수밖에 없음 향후에도 중소 규모의 국내 콘텐츠 기업들은 글로벌 진출을 위한 유통지원이 절실하게 필요한 상황임 최근 OTT등을 통해 한류가 전세계를 휩쓰는 주류 트렌드가 되고 있는 것을 볼 때 글로벌화는 필수적이며 이는 다양한 유통 플랫폼이 필요함을 보여줌 메타버스 등 경계가 허물어져 자유로운 콘텐츠 거래가 이루어질 예상으로 관련 유통창구 확대 필요 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> K콘텐츠 선전으로 오히려 5년 후 유통창구 영향력 감소 OTT 등 유통이 단순화 되어가는 상황에서 유통창구 확대는 의미가 없음 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 유통창구는 분야마다 대개 유력한 바이어들이 드러나 있어 새로운 유통창구 발굴의 실효성이 크지 않음. 앞으로는 홍보/마케팅 지원이 현실적일 것임 	

- 이와 관련하여 플랫폼 내 서비스, 콘텐츠 글로벌화, 무역 분쟁 등 다양한 갈등에 대한 쟁점이 예상된다고 지적했으며, 이를 위한 제도적 지원 등이 필요하다는 제안 의견이 있었음

<표 4-39> 「콘텐츠 글로벌 유통창구 확대」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
플랫폼 내 새로운 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 자막제작, AI 번역서비스의 중요성 심화 • 번역 저작권, 유통망의 계약관계에 따른 법적, 제도적 지원 필요
콘텐츠 글로벌화	<ul style="list-style-type: none"> • 현지 공관, 한인 커뮤니티, 한류 팬덤 커뮤니티 연계 • 향후에는 콘텐츠 글로벌화라는 의제가 기본적으로 포함될 것으로 예상 • 국내 에이전시(서책 중심 수출입) 역할 변경 및 확대 예상 • 해외 유력 바이어에 대한 접근 기회 제공 및 홍보/마케팅 지원 • 글로벌 미디어 환경 변화에 따른 새로운 유통 전략 연구 필요 • 글로벌 스타트업과 많은 이야기를 할 수 있는 창구가 상시적으로 열릴 것이라는 기대감 • Global 라이선스 구축을 위한 종합적인 제도 및 기술 필요
갈등 우려	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 무역 분쟁 등 우려 • OTT 주도의 콘텐츠 유통과 기존 방식과의 충돌 • 글로벌간 법적 권리 논쟁 발생 가능성 • 데이터기반 유통은 플랫폼사업자와의 협의가 필요하여 난항이 예상됨
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 콘텐츠 경쟁력을 바탕으로 차별화된 유통 플랫폼의 확보가 절대적으로 필요함 • 플랫폼의 대형화보다는 세분화된 특화 플랫폼 형태에서 경쟁력을 가질 수 있도록 지원이 필요함 • 획일화된 기존 유통을 벗어나 보다 능력있는 비즈니스 전문가의 발굴 필요

2) 수출·통상 관련 제도개선

- ‘신한류 글로벌 수출’의 두 번째 의제는 ‘수출·통상 관련 제도개선’이며, 외국납부세액제도 개선, 다각적 해외 권리 보호 체계 강화와 글로벌 라이선싱 비즈니스 강화 등과 관련된 의제임
- ‘수출·통상 관련 제도개선’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.95점이고, 미래 영향력 수준은 평균 4.05점으로, 현재 대비 향후 영향력이 더 높아질 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 수익과 직결되는 가장 중요한 부분으로 시장 확대를 위해 중요하다는 등의 측면에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 K 콘텐츠가 글로벌화가 되면서 라이선스 비즈니스에 대한 경쟁력이 필수적이라는 측면에서, 주로 방송, 콘텐츠솔루션 분야에서 주요 의제로 떠오를 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 콘텐츠 산업에 있어서 수출 제도에 문제점이 있지는 않다는 의견도 존재, 주로 콘텐츠솔루션 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 역시 비슷한 측면에서 국내 제도보다 상대국의 개선이 필요하다는 등의 의견으로 낮게 평가함

<표 4-40> 「수출·통상 관련 제도개선」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
수출·통상 관련 제도개선	2.95	4.05
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 수익과 직결되는 가장 중요한 부분으로 시장확대를 위해 현재도 미래에도 가장 영향력이 큰 부분 해외권리보호를 위한 상표등록 등의 업무가 중소기업들에게는 부담이 큼. 관련 부처의 적극적 지원이 필요한 상황 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 수출이나 통상이 어려운 상황은 아님. 콘텐츠에 있어서 수출 제도가 문제점이 있지는 않음 해외에서 얻은 수익 또는 세금, 라이선스 등은 어떻게 정산이 되는지 알기 어려운 등 글로벌 비즈니스의 다각적인 형태의 제도에 대한 정보가 부족함 국가 간의 법률 해석에 따라 다르기 때문에 아직은 영향력이 미흡함 현재 한류는 콘텐츠에 국한이 되어 유통 측면에 대한 관심은 상대적으로 미비한 것으로 보임 해외비즈니스센터가 있지만 아직 많이 부족한 등 수출 및 통상 등 제도가 미흡한 부분이 많아 보임 (유관부서 간의 협업 전무) 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 해외에서 벌어들이는 콘텐츠 수익에 대한 적절한 과세와 사업 기회 보장 필요 해외에 진출한 국내 콘텐츠의 권리 보호 및 국내에 진출한 해외 플랫폼/콘텐츠와의 역차별이 발생하지 않도록 제도적 뒷받침 필요 인허가/관세/유통 방법 등 제도에 대한 안내 진행 필요 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 한류의 영향력이 크게 확대되고, K-콘텐츠가 세계 시장에서 견고하고 지속적인 성장을 위해서는 해외에서 국내 콘텐츠의 권리 보호 등에 보다 많은 노력이 필요할 것으로 보임 글로벌화가 되면서 라이선스 비즈니스에 대한 경쟁력이 필수적이며 이에 대한 정보제공이 필요함 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠의 수출, 통상 관련하여 국내 제도 개선 보다는 상대국의 제도개선이 필요함 개선하기 쉽지 않은 과제이며, 타 분야도 동등하게 적용되므로 중요성 낮음 수출 통상 제도가 크게 유통에 영향을 미치지 않음 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 현재로도 여러 가지 형태의 국가간의 상호약정 및 협약에 대한 지원형태가 있지만, 앞으로 산업화 규모 및 현지 SP 및 유통사와의 협력 강화(글로벌 진출을 위한 정부의 후방지원 필요) 	

- 이와 관련하여 글로벌 기준 등에 대한 쟁점이 예상된다고 지적했으며, 센터 등 기관 영역 확대 등이 필요하다는 제안 의견이 있었음

<표 4-41> 「수출·통상 관련 제도개선」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
글로벌 기준	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 플랫폼과의 수수료 문제를 어떻게 풀 것인가 등 글로벌 라이선싱 가이드라인 및 관련 MOU 구축(글로벌 라이선싱 비즈니스 프로세스, 매뉴얼, 가격 등에 대한 기준안 마련 시급) • 해외에서 국내 IP의 권리보호를 위한 국제적 공조 통한 글로벌 표준 수립 필요 • 수출/통상 관련 제도에 관하여는 TBT 의제, 디지털무역 관세 의제 등 제품과 서비스 무역에 대한 국제적 시각이 필요 → 전문가 양성 필요
센터 등 기관 영역 확대	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 콘텐츠 기업이 해외 수출 기회를 획득할 수 있도록 정부 차원의 비대면 박람회, 기업간 교류, 지원 예산의 현실성 있는 사용이 가능토록, 지원 기준 및 비용처리 계정 확대 등을 제도적으로 지원하는 방안 필요 • 해외비즈니스센터 확대 및 역할 강화가 필요함 • 글로벌 비즈니스를 위한 에이전시 영역 확대
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 생산, 유통 주체별 커뮤니케이션 과정이 복잡해질 수 있음 (각종 비즈니스에 대한 유연한 대응이 어려울 수 있음)

바. 이용자 권익

- 이용자 간 디지털 격차, 지역 간 향유격차 완화
- 이용자 개인정보보호
- 이용자 문화 개선

1) 이용자 간 디지털 격차, 지역 간 향유격차 완화

- ‘이용자 권익’의 첫 번째 의제는 ‘이용자 간 디지털 격차, 지역 간 향유격차 완화’이며, 리터러시 교육과 문화 인프라 지원의 필요성, 디지털 소외문제와 정보격차의 해소 방안 등과 관련한 의제임
- ‘이용자 간 디지털 격차, 지역 간 향유격차 완화’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.85점, 미래 영향력 수준은 평균 3.56점으로, 현재보다 영향력 수준이 높아질 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 세대 간, 지역 간 디지털 격차 심화 가능성 등으로, 주로 만화 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 디지털 격차에 따른 다른 영역에서의 격차 발생 가능성, 미디어 리터러시의 중요성 등으로, 주로 만화, 방송, 콘텐츠솔루션, 캐릭터, 애니메이션 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 현재 디지털 격차의 정도가 심각한 수준은 아니라는 점, 기술 발전으로 인한 디지털 격차 해소 가능성 등으로, 주로 콘텐츠솔루션, 출판, 방송 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 현재 디지털 격차의 정도가 심각한 수준은 아니라는 점 등으로, 다양한 분야에서 낮게 평가했으나 그 수가 많지는 않았음

<표 4-42> 「이용자 간 디지털 격차, 지역 간 향유격차 완화」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
이용자 간 디지털 격차, 지역 간 향유격차 완화	2.85	3.56
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 세대별, 지역별 디지털 이용 격차가 지금도 크고 앞으로도 중요한 문제일 것으로 생각됨 • 미디어 리터러시와 문화 인프라는 현재에도 그 중요도가 높음. 디지털 미디어가 급속히 확산되면서, 디지털을 이용하는 계층이 늘어나고 있고, 각 세대, 계층의 문화가 생성되고 있음 • 급속한 기술발전으로 인한 중년층 이상, 사회 소외계층 등 격차가 큼 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 이용자 간 디지털 격차 등을 해소하기 위한 방안이 필요하지만 기술의 발전 등으로 향후 격차는 해소될 가능성이 높아 보임 • 미디어의 활성화로 큰 영향력을 미치지 못하고 있음 • 콘텐츠를 즐기는 유저층은 이미 익숙해져 있음 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 격차는 많이 줄어들었고 미래에도 큰 변화가 없을 것임 • 통신기술 발달과 디바이스의 보편화로 적어도 콘텐츠 소비에 있어서는 이용시간 격차가 크지 않으며, 앞으로도 완화될 것 • 디지털 인프라에 소외된 집단에 대한 일정한 정책적 접근은 필요 • 소외계층 및 지역간 연령간 격차는 여전함 • 노령인구 빈곤층 등 디지털 소외계층 존재 • 서울과 지방의 격차가 너무 큼. 실제로 부산에서 VR 프로덕션이 한 군데도 없음. 제작 인프라가 그러한데 이용 인프라는 더 심각할 것 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 리터러시 수준과 활용 능력은 정비례함 • 코로나19 이후 디지털격차가 갈수록 심화되고 있음 • 연령별 지역별 디지털격차가 교육 및 의식수준에 따라 심화 될 가능성이 높음 • 인터넷과 스마트폰을 통해 여러 격차들은 많이 해소되었으나 과잉정보로 인한 홍수로 무분별함이 증대하고 있음 • 미디어 자체에서 건전한 필터링 필요 • 수도권 이외지역의 리터러시에 집중하여 지원필요 • 디지털 격차를 줄이는 것은 양극화 감소의 일환 • 디지털 격차가 장기적으로 빈부 격차, 사회적 지위 격차까지도 이어질 수 있는 시대가 도래함. 점차로 그 중요성은 더욱 커져갈 것임. 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 극장 중심에서 인터넷 중심으로 넘어가면서 그 격차는 점점 완화될 것 • 포스트 코로나 시대라 대두되는 문제라기 보다 소득 불균형, 사회 취약층을 위한 지원책에서 다뤄야할 의제 • 이용자간의 디지털 격차는 크게 없음. 다만, 문화 인프라에 대한 공연 등은 대도시 중심으로 진행되다 보니 지방소도시는 디지털로 보완이 필요함 • 지금은 어디가든 초고속 인터넷시대인지라 지역간 디지털격차는 없다고 봄 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 지역, 향유격차는 단기간 개선되지 않을 것임 	

○ 이와 관련하여 이용 격차가 커질 것이라는 전망과 줄어들 것이라는 전망이 모두 나왔으며, 이용 격차가 커질 것이라는 입장은 교육 및 정보 제공을 통해 격차를 줄이려는 노력이 필요하다는 점을 강조함

- 이용 격차가 줄어들 것이라는 입장은 기업의 전략적 투자 등을 통해 자연스럽게 격차가 줄어들 것으로 예상함

<표 4-43> 「이용자 간 디지털 격차, 지역 간 향유격차 완화」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
이용 격차가 커질 것이라는 전망	<ul style="list-style-type: none"> • 주민센터를 통한 교육 및 키오스크 안내인력 배치 등 지원책 마련 • 지속적인 교육 및 정보를 제공하면서 격차를 줄여나가야 함 • 모바일 디바이스 발전에 따라 소득 수준별 디지털 이용 격차 심화 • 지역간의 문화적 혜택 차이 갈등 • 세대별 이용격차 점점 더 커질 것으로 보임
이용 격차가 줄어들 것이라는 전망	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 네이티브가 주도하면서 연령층을 제외한 정보격차는 줄어들 것 • 이용자의 디지털 리터러시는 기업들의 전략적 투자를 통해 개선될 것임 • 지역 소도시에 대한 디지털 대체로 보완되면 격차는 크게 발생하지 않을것으로 판단됨 • OTT를 중심으로 한 유통 채널 변경으로 인한 다소간의 콘텐츠 향유 격차 완화 예상 • 신 문화에 대한 이해도 부족, 접근성 등은 세대가 바뀌면서 자연스럽게 완화되겠지만, 아직은 많이 미흡하고 많은 시간이 필요할 것으로 보임.

2) 이용자 개인정보보호

- ‘이용자 권익’의 두 번째 의제는 ‘이용자 개인정보 보호’이며, 미디어 기업의 이용자 개인정보 활용과 관리에 따른 문제 등과 관련한 의제임
- ‘이용자 개인정보 보호’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 3.05점, 미래 영향력 수준은 평균 3.95점으로, 앞으로 더욱 중요한 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 개인정보보호를 위한 제도개선 등의 노력 매우 중요하다는 의견 등으로, 주로 만화 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준 점수를 높게 평가한 근거는 스마트폰 보급 및 디지털 전환 등으로 인해 개인정보 보호 및 관리 문제가 대두되었다는 점, 개인정보 활용의 장점만큼 잘못된 활용 문제가 발생할 가능성에 대한 우려 등으로, 주로 만화, 게임, 캐릭터 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 개인정보보호로 인해 데이터 접근에 제한이 이루어지고 있다는 점 등으로, 주로 콘텐츠솔루션 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 산업 발전에 큰 장애 요인은 아니라는 평가 등으로, 미래 영향력 수준이 낮다고 평가한 분야는 많지 않았음

<표 4-44> 「이용자 개인정보보호」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
이용자 개인정보보호	3.05	3.95
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 개인정보에 대한 적극적인 제도 개선 및 자정 노력 진행중 개인정보 문제는 빅 데이터와 밀접히 연관이 되어 있어, 이에 대한 문제가 전 사회적으로 논의되어야 함. 현재 진행 중인 문제임 매우 중요한 의제이나, 조금씩 해결될 것으로 보임 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 개인정보보호의 취약성으로 3자 쿠키 제한 등 유럽 미국 등에서 법제도 개선중 개인 정보 보호는 잘 보호되고 있으나, 도리어 개인별 데이터에 대한 접근 가능성이 떨어짐 현재의 개인정보 보호는 매우 강력함. 크게 영향이 있다고 판단하지 않음 산업발전의 큰 장애요인은 아님 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 중요한 문제로 보이지 않음 인식 수준 이미 상당히 높음 개인정보 보호 인식이 확대되고 있음 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 전환이 가속화 되는 만큼 모든 정보가 기록되고 저장되므로 이에 대한 엄격한 관리통제가 동반되어야 개인정보도용과 같은 불필요한 사건사고가 발생하지 않을 것임 스마트폰 보급이 확대될수록 개인정보 보호는 더 중요한 문제로 대두되나, 정보 유출은 더욱 심각해질 것으로 예상 개인정보 보호에 대한 인식이 일반화되었음 콘텐츠 산업에서는 개인정보를 활용한 다양한 큐레이션이 콘텐츠 흥행에 큰 영향을 미치게 됨. 따라서 적극적인 활용이 가능하도록 장려하는 제도적 지원이 필요하겠으나, 반면에 개인정보 유출 등의 부정적 사고가 발생하지 않도록 일정 수준 이상의 규제는 불가피할 것으로 보임 개인정보 보호는 사용자의 가장 첨예한 이해관계임 개인정보 보호 문제는 사회가 디지털화가 되면 될수록 개인정보 악용 가능성 및 기회가 많아져 문제될 가능성이 커짐 콘텐츠 이용자 권익에 대한 인식이 많이 높아졌지만 더 높은 정도의 사회적 인식과 권익 보호를 위한 정책이 필요함 법적, 제도적인 개인정보 보호가 지속적으로 강화될 것으로 보임 개인정보 노출 증대로 정보 보호 영향력 증대 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 기업이 노력은 하지만, 책임지는 경우는 많지 않으며 이후에도 개선될 여지가 적음 산업발전의 큰 장애요인은 아님 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 중요한 문제로 보이지 않음 개인정보 보호 인식이 확대되고 있음 	

○ 이와 관련하여 개인정보의 활용과 보호의 면에서 각각의 제안 의견이 있었으며, 활용면에서는 개인정보를 일부 플랫폼에서 독점하는 것의 문제를 지적하며 안전하게 개인정보를 두루 활용할 수 있는 방안의 필요성에 대한 제안이 있었음

- 개인정보 보호의 면에서는 블록체인 기술 등 개인정보보호 방안 노력의 필요성과 가능성에 대해 긍정적으로 전망했으며, 개인정보 접근 증가에 따른 관리지침 마련의 필요성 또한 강조함

<표 4-45> 「이용자 개인정보보호」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
개인정보 활용	<ul style="list-style-type: none"> • 개인정보를 특정 플랫폼 업체에서만 독점적으로 사용하는 것에는 문제의 소지가 있음. 개인정보를 코딩화해 안전성을 최대한 담보할 수 있는 제도적 장치가 마련되고 활성화 되어야 할 것으로 생각됨 • 기술의 발전에 따라 개인정보의 유출 경로와 방식이 다양해지는데, 그에 대한 경각심을 어떻게 유지할 수 있는지에 대한 고민 • 개인정보의 유연성을 가진 마이데이터의 사업이 콘텐츠 영역에도 확대될 것으로 보이며 해당 데이터를 활용한 대규모 사업자의 콘텐츠 사업확대 진출이 예상됨
개인정보 보호	<ul style="list-style-type: none"> • 여러 채널을 통해 개인정보가 노출되고 있으므로, 보호 방안 강구 필요 • 개인정보 보호에 실패하는 기업은 도태될 것 • 블록체인 기술이 더해진 개인정보 보안 방안이 마련되어야 함 • 기술적 방안을 강구하거나, 지속 홍보를 통한 개인정보보호의 중요성 어필 노력 • 법제와 기술발전, 업체들의 적극적인 대응으로 더욱 안전해질 것으로 전망 • 개인 데이터에 대한 접근 필요성이 더욱 증가할 가능성이 높기 때문에 개인 정보에 대한 경계 및 산업별 서비스에 대한 관리 지침은 보강이 필요함

3) 이용자 문화 개선

- ‘이용자 권익’ 의 세 번째 의제는 ‘이용자 문화 개선’ 이며, 댓글 문화 개선 등과 관련한 의제임
- ‘이용자 문화개선’ 의제의 현재 영향력 수준은 평균 2.91점, 미래 영향력 수준은 평균 3.53점으로, 현재보다 미래에 영향력 수준이 높아질 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 높게 평가한 근거는 악성 댓글로 인한 피해의 심각성, 자정작용 노력의 필요성과 위법 행위에 대한 제재 필요성 등으로, 주로 지식정보 분야에서 주요 의제로 인식함
 - 미래 영향력 수준 점수를 높게 평가한 근거는 온라인상에서의 익명성 문제, 이용자들의 이용 문화개선 가능성에 대한 우려 등으로, 다양한 분야에서 주요 의제가 될 것으로 예상함
 - 현재 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 이용자 의식 개선 및 정책적 노력이 필요하다는 의견 등으로, 주로 콘텐츠솔루션, 영화 분야에서 낮게 평가함
 - 미래 영향력 수준을 낮게 평가한 근거는 개선 가능성 및 정책적 개입의 적절성에 대한 회의 등으로, 주로 애니메이션 분야에서 낮게 평가함

<표 4-46> 「이용자 문화 개선」의 영향력 평가

정책	현재 영향력 수준 평균(1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 평균(1~5점)
이용자 문화 개선	2.91	3.53
현재 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 인위적인 통제보다는 자연스러운 자정 작용을 기대하거나 최소한의 개입을 통해 진행되는 것이 옳다고 봄. 과거 인터넷 실명제 도입에 따른 반발을 고려할 경우 온라인은 오프라인에서 줄 수 없는 다양성을 제공한다는 측면에선 분명 이익이 있음. 단, 위협적이거나 정도를 넘어서는 과도한 비방과 허위사실 유포는 보다 엄격하게 처리 할 필요가 있음 디지털 문화가 급속히 확산됨에 따라, 부정적 영향을 줄 수 있는 문제들이 많이 확산되고 있음 악성댓글로 인한 피해 사례 증가 댓글실명제를 통한 형사소송법 관련 징벌사항 마련 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 이용자의 지속적인 의식 개선과 양성화 정책 개선 필요 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 강력한 규제로 인해 댓글 문화가 정화됨 가끔 문제가 발생하지만 현재로선 감내할 수준으로 판단 이용자 문화는 상대적으로 지금 수준에서 관리하는 것이 바람직하다고 판단 	
미래 영향력 수준 평가의 이유		
고 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 양질의 댓글문화 운동이 형성되었을 경우 가능함 현재 익명성이 보장된 댓글로는 문화개선에 한계 팬덤 또는 여론 몰이식 댓글 문화 이전의 공급자와 사용자의 관계에서 벗어나 이용자와의 상호작용이 하나의 콘텐츠화 되는 현 상황에서 이용자들의 문화 또한 콘텐츠의 일부로 확장될 수 있도록 하는 방안이 필요함 언젠가는 실명제로 갈 것으로 예상 	
저 평가 근거	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 일반화로 이용자 문화 점차 개선 기대 필요하나, 산업발전의 큰 장애요인은 아님 댓글 문화 양성화를 위해 수많은 노력을 하였지만, 크게 나아지지 않을 것으로 예상 인위적 조정 불가능한 영역이라 생각됨 이용자 권익 측면에서 문화를 개선하기 위한 의제가 필요한지 의문 	
복합적 관점	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 환경이 정착되면서 이용자 문화의 상향평준화가 이뤄질 것으로 기대. 디지털 환경에서 소외되는 계층에 대한 보호 문제는 여전 	

○ 이와 관련하여 인식개선을 위한 교육 및 정책의 필요성을 강조한 제안 의견이 많았으며, 리터러시 교육의 제도화, 댓글 실명제 도입, 클린봇 등 기술을 활용한 정화 등을 포함한 개선 노력의 필요성을 제안하는 의견도 주목해야 함

- 또한 메타버스와 같은 가상공간에서 새로이 발생할 수 있는 문제에 대한 대응 필요성을 지적한 의견도 있었음

<표 4-47> 「이용자 문화 개선」의 전망과 쟁점, 과제

변화 의제 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점	
구분	내용
인식개선을 위한 교육 및 정책	<ul style="list-style-type: none"> • 하나의 문화는 시간을 두고 천천히 사회에 수용되는 것이 중요한데, 현재의 디지털 문화는 너무 급격하게 진행되는 경향이 있음. 때문에 디지털 세상 안에는 정제되지 못한 발언이나, 이분법적 사고가 팽배해지는 경향이 있음. 디지털 문화를 질적으로 개선시키기 위한 인식적 차원의 교육 필요 • 디지털 산업 육성과 더불어 지속 가능한 디지털 산업을 위해 국민들에게 양질의 디지털 문화에 대한 인식적 교육이 이루어져야할 것으로 보임. 대 국민 홍보 전략의 필요성이 더욱 중요해질 것으로 생각됨 • 댓글 실명제와 더불어 댓글의 장,단점에 대한 지속적인 교육과 홍보 필요 • 댓글 실명제 논의, 클린봇 등의 활성화 등 적극 대응 필요 • 디지털 이용자들의 자정적 노력과 다양한 보호책들이 등장하고 있음 • 지속적인 의식 개선 필요 • 점차 디지털 세대가 많아지면서 개선되기는 하나 문화적 리터러시 교육을 제도권 교육에 넣을 필요가 있음
새로운 플랫폼에서의 이용자 문화	<ul style="list-style-type: none"> • 메타버스와 같은 가상공간에서 다양한 사이버 범죄 증가 예상

4. 콘텐츠 산업 미래 정책 과제 도출

가. 의제별 영향력 평가 분석

○ 정책 주제별, 신뢰성 검증

- 6대 정책 주제, 의제별로 현재와 미래의 영향력 수준을 리커드 5점 척도로 평가하고, 정책 주제별 구성타당도(Construct validity) 검증을 위해, 통계 패키지 SPSS로 신뢰성(reliability) 분석을 수행한 결과, 정책 주제별 신뢰도(Cronbach's Alpha)의 현재 영향력 수준은 0.65~0.89로 나타나, 모두 기준값($\alpha > 0.7$)을 충족하고 있으나, 미래 영향력 수준은 인력양성, 자원·인프라, 이용자 권익만 충족하는 것으로 나타남

<표 4-48> 정책 주제별 신뢰성 검증

정책 주제	의제	현재 영향력		미래 영향력		신뢰도(α)	
		평균	표준편차	평균	표준편차	현재	미래
차세대 콘텐츠 활성화	의제 1-1	2.75	1.14	4.33	0.77	0.67	0.36
	의제 1-2	2.33	0.84	3.78	1.05		
	의제 1-3	2.98	1.11	4.00	0.96		
	의제 1-4	2.78	1.10	4.05	1.04		
공정상생	의제 2-1	2.93	0.98	4.20	0.95	0.75	0.25
	의제 2-2	3.27	1.16	3.91	1.06		
	의제 2-3	3.35	1.24	3.98	1.10		
	의제 2-4	3.29	1.17	4.13	0.96		
인력양성	의제 3-1	2.82	1.07	4.09	1.02	0.75	0.70
	의제 3-2	2.75	1.02	3.93	1.07		
	의제 3-3	2.84	1.13	3.76	1.00		
	의제 3-4	3.13	1.28	3.89	1.01		
	의제 3-5	2.93	1.05	3.93	1.10		
자원인프라	의제 4-1	3.04	1.10	3.93	1.14	0.89	0.78
	의제 4-2	2.85	1.15	3.73	1.15		
	의제 4-3	2.76	1.19	3.67	0.96		
	의제 4-4	2.93	1.29	3.84	1.17		
	의제 4-5	3.13	1.23	4.07	1.07		
신한류 글로벌 수출	의제 5-1	3.09	1.17	4.15	1.03	0.65	0.40
	의제 5-2	2.95	1.04	4.05	0.93		
이용자 권익	의제 6-1	2.85	1.08	3.56	1.17	0.78	0.77
	의제 6-2	3.05	1.15	3.95	1.27		
	의제 6-3	2.91	1.13	3.53	1.18		

- 현재와 미래의 영향력 수준에 대한 신뢰성 검증의 차이가 발생하는 이유는 같은 정책 주제라 하더라도 현재와 미래의 영향력 정도를 다르게 인식하기 때문으로 해석할 수 있으며, 이 차이는 표준화를 통해 해소될 수 있음

○ 정책 주제별, 의제별 영향력 수준 평가

- 관측값을 정규분포로 변환하여, 특정 의제의 현재와 미래의 영향력 수준을 비교할 수 있는 누적분포함수로 표현하여, 현재와 미래의 관측값을 확률분포로 변환하여 위치를 비교함
- 분석 결과, 차세대 콘텐츠 활성화와 신한류·글로벌 수출은 모든 의제가 현재보다 미래의 영향력이 더 크다고 나타났으며, 공정 상생은 IP 확장에 따른 수익배분을 제외한 나머지 의제들은 현재의 영향력이 더 높은 것으로 나타남
- 인력양성의 의제 중 신생 직업 인력양성과 디지털전환 역량 인재 수급 부족은 미래보다 현재의 영향력이 더 큰 것으로 나타나 현재 매우 시급한 조치가 필요한 것으로 판단됨
- 특히, 자원·인프라와 이용자 권익의 경우, 현재 영향력이 더 큰 것으로 나타나 미래보다는 현재 정책적으로 빠른 조치가 필요할 것으로 보임

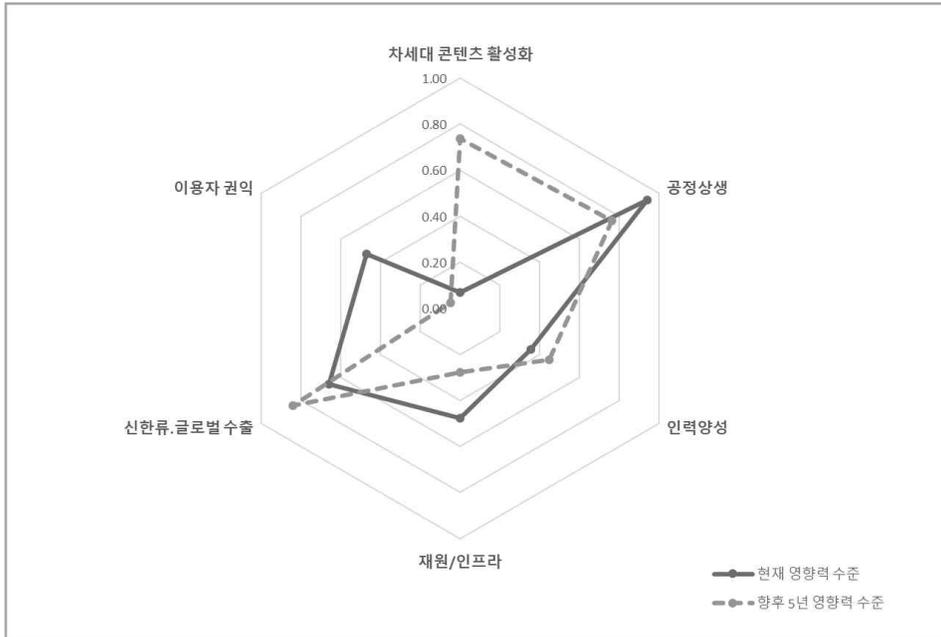
<표 4-49> 의제별 영향력 평가 표준 정규화

정책 주제	의제	현재 영향력 수준	미래 영향력 수준	현재 (표준정규)	미래 (표준정규)	차이
차세대 콘텐츠 활성화	신기술 관련 법제도 정비	2.75	4.33	0.18	0.98	0.79
	신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화	2.33	3.78	0.00	0.22	0.22
	기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업	2.98	4.00	0.57	0.63	0.06
	신기술 콘텐츠 활용 활성화	2.78	4.05	0.23	0.73	0.50
공정상생	IP 확장에 따른 수익배분	2.93	4.20	0.47	0.91	0.44
	불법복제	3.27	3.91	0.93	0.45	-0.48
	기업간 양극화	3.35	3.98	0.97	0.60	-0.37
	콘텐츠-플랫폼간 공정거래	3.29	4.13	0.94	0.84	-0.11

정책 주제	의제	현재 영향력 수준	미래 영향력 수준	현재 (표준정규)	미래 (표준정규)	차이
인력양성	멀티 IP, 슈퍼 IP의 매니지먼트 능력 역량 강화	2.82	4.09	0.29	0.79	0.50
	창작자 보호	2.75	3.93	0.18	0.49	0.30
	신생 직업 인력양성	2.84	3.76	0.31	0.20	-0.12
	디지털전환 역량 인재 수급 부족	3.13	3.89	0.80	0.42	-0.38
	노동환경 개선	2.93	3.93	0.47	0.49	0.02
재원 인프라	디지털인프라 구축 지원투자유치	3.04	3.93	0.66	0.49	-0.18
	모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고	2.85	3.73	0.34	0.15	-0.19
	창업, 기업간 결합 등 유연한 기업활동을 뒷받침 하는 제반여건 조성	2.76	3.67	0.21	0.09	-0.11
	제작초기 투자지원 강화와 제작 단계에 따른 투자지원 세분화	2.93	3.84	0.47	0.31	-0.16
	창작활동 지원	3.13	4.07	0.80	0.76	-0.04
신한류 글로벌 수출	콘텐츠 글로벌 유통창구 확대	3.09	4.15	0.75	0.86	0.11
	수출통상 관련 제도개선	2.95	4.05	0.50	0.73	0.23
이용자 권익	이용자간 디지털 격차, 지역간 향유격차 완화	2.85	3.56	0.34	0.03	-0.31
	이용자 개인정보 보호	3.05	3.95	0.69	0.53	-0.17
	이용자 문화 개선	2.91	3.53	0.44	0.02	-0.42
평균		2.94	3.93			
표준편차		0.22	0.20			

○ (주제별) 현재와 미래 영향력 수준 비교

- 정책 주제별로 현재와 미래의 영향력 수준을 비교하면, 차세대 콘텐츠 활성화, 인력양성(신생 직업 인력양성, 디지털전환 역량인재 수급부족 제외), 신한류·글로벌 수출과 관련한 정책이 콘텐츠 산업진흥을 위한 미래 정책 주제로 타당한 것으로 나타남
- 공정상생(IP 확장에 따른 수익배분 제외), 재원·인프라, 이용자 권익 보호는 현재 시점의 정책 수립에 더 적합한 것으로 분석됨

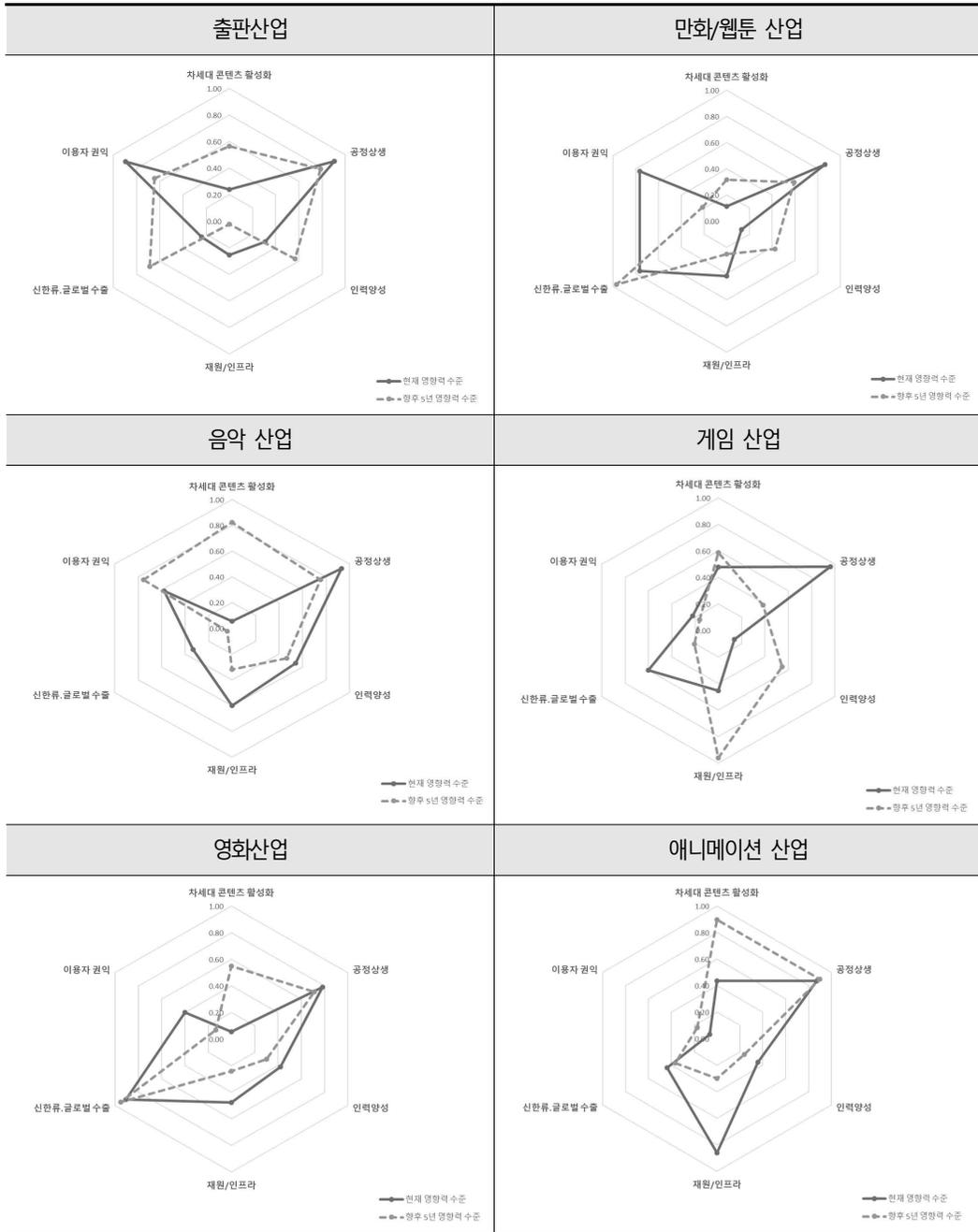


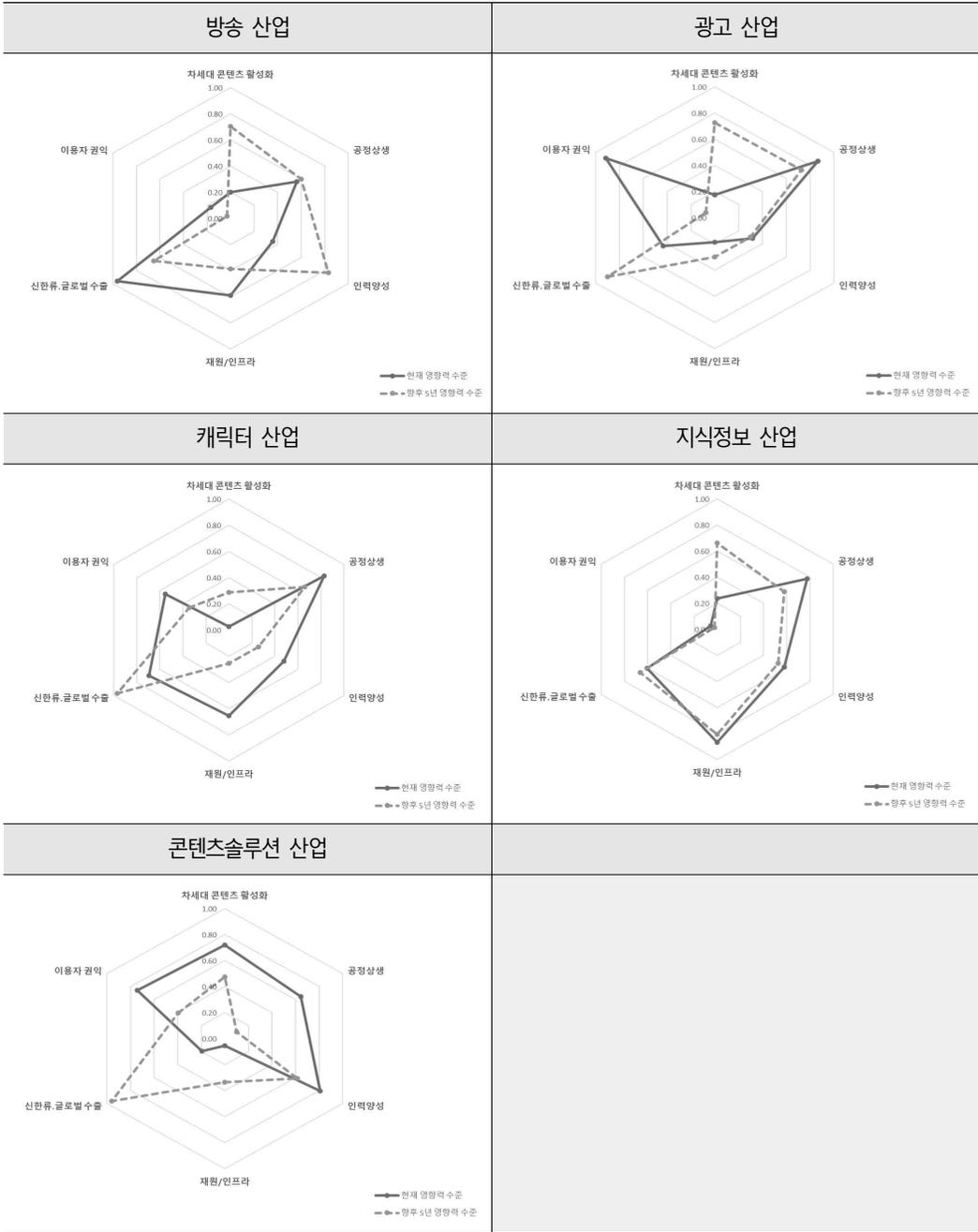
[그림 4-3] 정책 주제별 현재와 미래 영향력 수준 비교

○ (분야별) 현재와 미래 영향력 수준 비교

- 콘텐츠 산업 분야별로 현재와 미래의 영향력 수준을 비교해보면, 차세대 콘텐츠 활성화 의제는 콘텐츠솔루션 분야를 제외한 대부분에서 현재보다 미래의 영향력 수준이 높게 나타났으며, 콘텐츠솔루션 분야는 기술 지향적인 특성에 따라, 현재에 매우 큰 영향력을 발휘하고 있는 것으로 해석할 수 있음
- 인력양성은 출판, 만화, 게임, 방송 분야에서, 신한류·글로벌 수출은 출판, 만화, 영화, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 등 다수의 분야에서 미래 영향력 수준이 높은 것으로 나타남
- 공정 상생은 전 분야에서 현재의 영향력이 큰 주제로 분석됐으며, 이용자 권익 보호도 음악, 애니메이션 분야를 제외한 전 분야에서 현재 더 중요한 것으로 인식되어 정책 효과가 바로 나타날 수 있는 현재 정책을 수립할 필요가 있음을 시사하고 있음
- 분야별로 집중하는 사업의 형태나 유형, 생산되는 콘텐츠, 소비되는 시장 등의 여러 요인에 의해 주제별 영향력 정도가 다른 것으로 해석할 수 있음

<표 4-50> 분야별 현재와 미래 영향 수준 비교





나. 미래 정책 전략 및 과제 도출

○ 미래 영향력 수준이 높은 의제 선별과 3대 전략 방향 설정

- 미래 영향력 수준이 높은 의제를 범주화하여 핵심 전략 도출을 목표로 하여, 미래 영향력 수준이 높은 의제를 선별하여, 10개를 선정함
- 선정된 의제는 「기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업」, 「신기술 콘텐츠 활용 활성화」, 「신기술 관련 법제도 정비」, 「신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화」, 「IP 확장에 따른 수익배분」, 「멀티 IP·수퍼 IP의 매니지먼트 능력 역량 강화」, 「창작자 보호」, 「노동환경 개선」, 「콘텐츠 글로벌 유통창구 확대」, 「수출·통상 관련 제도 개선」
- 선별된 미래 정책 의제들을 바탕으로, 아래 <표 4-51>과 같이, ‘신기술 융합·디지털 전환’, ‘IP 중심 비즈니스 활성화’, ‘콘텐츠 미래 생태계 기반 조성’의 3대 전략의 방향성 수립

<표 4-51> 미래 정책 핵심 전략 도출

미래 정책 의제	핵심 전략 수립 방향
기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원 사업	신기술 융합·디지털 전환
신기술 콘텐츠 활용 활성화	
노동환경 개선	IP 중심 비즈니스 활성화
신기술 관련 법제도 정비	
IP 확장에 따른 수익배분	
멀티 IP, 수퍼 IP의 매니지먼트 능력 역량 강화	
창작자 보호	
신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화	콘텐츠 미래 생태계 기반 조성
콘텐츠 글로벌 유통창구 확대	
수출 통상 관련 제도개선	

○ 미래 정책 3대 전략 확립

- 「신기술 융합·디지털 전환」을 위한 전략으로, “디지털 전환으로 K-콘텐츠 경쟁력 강화” 전략 1 도출
- 「IP 중심 비즈니스 활성화」를 위한 전략으로, “IP 중심의 콘텐츠 비즈니스 고도화” 전략 2 도출
- 「콘텐츠 미래 생태계 기반 조성」을 위한 전략으로, “공정·상생·협력의 생태계 조성” 전략 3 도출

○ 3대 전략의 10대 세부 과제 도출

- ‘디지털 전환으로 K-콘텐츠 경쟁력 강화’ 전략의 세부 과제로 미래 정책 의제를 구체화하여 ‘콘텐츠-디지털 기술 융합 지원’, ‘디지털 콘텐츠 제작 지원’, ‘디지털 전환 지원’, ‘디지털 전환 직무교육 지원’을 선정
- ‘IP 중심의 콘텐츠 비즈니스 고도화’ 전략의 세부 과제로, ‘콘텐츠 저작권 관리 체계 통합’, ‘IP 융합 비즈니스 활성화’, ‘IP 융합 핵심 인재 양성’을 선정
- ‘공정·상생·협력의 생태계 조성’ 전략의 세부 과제로, ‘콘텐츠 기업 동반 해외 진출’, ‘수익배분 공정 체계 개선’, ‘창작자·이용자 권익 보호’를 선정

<표 4-52> 콘텐츠 산업 진흥 3대 전략과 10대 정책과제

핵심 전략 수립 방향	3대 전략	10대 미래 정책 과제
신기술 융합·디지털 전환	① 디지털 전환으로 K-콘텐츠 경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠-디지털 기술 융합 지원 • 디지털 콘텐츠 제작 지원 • 디지털 전환 지원 • 디지털 전환 직무교육 지원
IP 중심 비즈니스 활성화	② IP 중심의 콘텐츠 비즈니스 고도화	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 저작권 권리 체계 통합 • IP 융합 비즈니스 활성화 • IP 융합 핵심 인재 양성
콘텐츠 미래 생태계 기반 조성	③ 공정·상생·협력의 생태계 조성	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 기업 동반 해외 진출 • 수익배분 공정 체계 개선 • 창작자, 이용자 권익 보호

CHAPTER

05

포스트코로나 시대
콘텐츠 산업 미래 정책 연구

콘텐츠 산업 진흥 미래 정책 제언

1. 미래 정책 제언의 배경
2. 정책 제언의 목표와 전략 및 과제
3. 정책별 세부 내용

제5장 콘텐츠 산업 진흥 미래 정책 제언

1. 미래 정책 제언의 배경

가. 정책 제언 배경 및 필요성

○ 제언 배경

- 코로나19 확산 위협에도 방역 모범국가로서 단계적 일상 회복 노력이 결실을 얻고 있고, 특히, K-Pop 등 한국의 고유 콘텐츠에 대한 세계적 관심과 성과가 창출되고, 비대면 콘텐츠 소비문화가 빠르게 정착되는 추세를 기회로 활용하여, 미래동력 확보를 위한 생태계 기반 조성과 콘텐츠 산업의 질적 성장을 견인해 나갈 미래지향적인 정책을 제언함
- 콘텐츠 산업 분야별 이해관계에 대한 의견 수렴과 연구를 바탕으로 콘텐츠 산업 진흥의 목표에 부합하는 합리적인 정책 수립 과정을 정립하여, 효과적인 정책 입안이 이루어지도록 기초자료를 제공함

○ 제언의 필요성

- 기존 정책과의 일관성 확보는 물론, 분야별 요구사항을 수렴하는 방식으로 실질적이고 효율적인 정책 수립의 기초자료 제공이 필요함
- 코로나19 대유행이 불러온 기술적, 산업 구조적, 노동 환경적, 이용자 문화적 측면의 다양한 변화양상에 관한 정확한 이해와 대응을 통해, 콘텐츠 산업 경쟁력을 확보할 방안 마련이 필요함

2. 정책 제언의 목표와 전략 및 과제

가. 정책제언 목표

○ 콘텐츠 산업의 진흥과 지속 성장

- 코로나19 확산의 충격과 같이, 범지구적 영향력을 미칠 다양한 변수들에 대한 대비와 산업 내적 역량 확보는 물론, 지속해서 성장할 수 있는 동력을 갖추는 데 필요한 미래정책의 제시

○ 미래지향적 방향에 부합하는 진흥 정책 수립의 근거 마련

- 디지털 전환, IP 중심의 콘텐츠 산업 육성, 공정과 상생·협력의 산업 생태계 조성의 방향성에 부합하는 미래정책 제시
- (한계) 콘텐츠 산업의 각 분야는 각각 독립된 산업으로 기술별, 산업별, 생산과 소비되는 콘텐츠별 등 다양한 가치 사슬로 세분될 수 있고, 일률적인 정책이나 단일 법제를 공통으로 적용할 수 없다는 한계를 갖고 있어, 지속해서 법제의 개선과 변화의 양상에 부합하는 정책 혁신 필요
- (합의) 콘텐츠 산업 전반의 진흥과 고도화를 위해서는 정부/공공과 민간 부문, 산학연 각계 생태계 구성원들의 정책 방향 합의와 참여 노력이 필요하고, 특정 산업 분야의 진흥보다는 공통된 현안 및 미래과제를 성취할 수 있는 공통적 의제를 해소할 대안으로써 미래정책 제언
- (협력) 디지털 전환과 신기술의 진화는 산업간 경계를 무너뜨리고 새로운 제품이나 서비스를 창출하여, 기존과 다른 방식의 경제를 형성하게 하는 만큼, 각 산업계 기업과 전문인력 간 협력과 연계를 통해, 새로운 부가가치 창출의 공동 목표 설정 필요

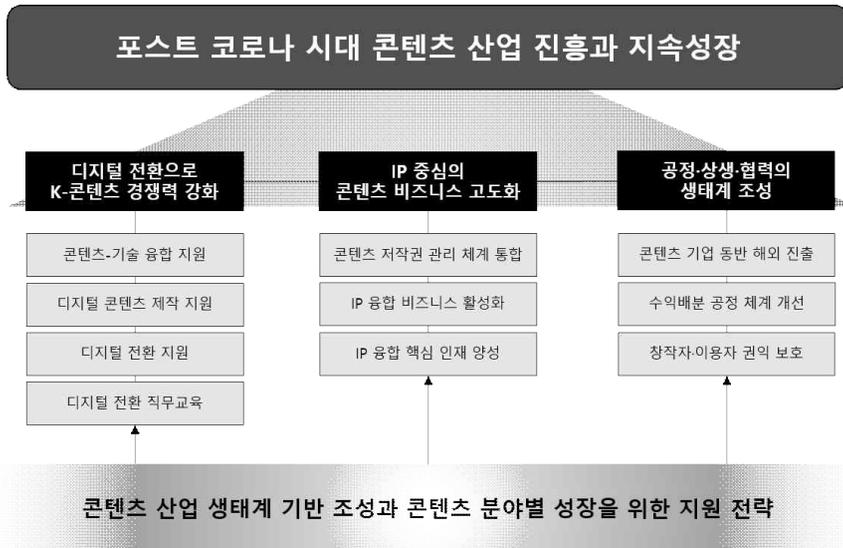
나. 3대 전략과 10대 과제

○ 3대 전략(방향성)

- ‘디지털 전환’ 으로 K-콘텐츠 경쟁력 강화
- ‘IP 중심’ 의 콘텐츠 비즈니스 고도화
- ‘공정·상생·협력’ 의 생태계 조성

○ 10대 과제 제언

- (‘디지털 전환’ 으로 K-콘텐츠 경쟁력 강화) 콘텐츠-디지털 기술 융합 지원, 디지털 콘텐츠 제작 지원, 디지털 전환 지원, 디지털 전환 직무교육 지원
- (‘IP 중심’ 의 콘텐츠 비즈니스 고도화) 콘텐츠 저작권 관리체계 통합, IP 융합 비즈니스 활성화, IP 융합 핵심 인재 양성
- (‘공정·상생·협력’ 의 생태계 조성) 콘텐츠 기업 동반 해외 진출, 수익 배분 공정 체계 개선, 창작자·이용자 권익 보호



[그림 5-1] 미래정책 제언 목표

3. 정책별 세부 내용

가. 디지털 전환으로 K-콘텐츠 경쟁력 강화

- 콘텐츠-디지털 기술 융합 지원
- 디지털 콘텐츠 제작 지원
- 디지털 전환 지원
- 디지털 전환 직무교육 지원

○ 개요

- 기술의 진화와 비대면 디지털 콘텐츠 부상, 이용자 소비문화 변화 등에 따라, 메타버스 등과 같은 가상과 현실이 융합하는 새로운 세계관과 플랫폼이 출현하고, 신기술과 융합된 디지털 콘텐츠의 생산과 유통, 소비의 생태계가 질적, 양적으로 변화되는 상황에 대응하여, 콘텐츠 산업의 사업, 경영, 생산, 유통, 소비의 전 가치 사슬 전반의 디지털 전환을 촉진함으로써, 더 경쟁력 있는 K-콘텐츠를 창출할 산업적 기반의 체질 개선을 도모함

○ 범위

- 콘텐츠 산업의 분야별 핵심기술을 정의하고 적용 범위와 파급효과가 큰 신기술을 중심으로, 콘텐츠와 신기술의 융합에 필요한 기술, 인력, 컨설팅 등의 지원 및 디지털 콘텐츠 제작에 필요한 여건 조성

○ 파급효과

- 기존 전통적 방식의 비즈니스 모델을 새로운 방식으로 혁신하여 새로운 사업 기회 및 수익 창출의 기반을 마련하고, 콘텐츠 기업 경쟁력을 기반으로 세계가 인정하는 K-콘텐츠의 질적, 양적 향상을 기대할 수 있음

1) 콘텐츠-디지털 기술 융합 지원

○ 목적

- 콘텐츠 관련 사업의 디지털 전환을 계획/추진하는 콘텐츠 기업을 대상으로, 기술적, 물적, 인적 인프라 확보 지원

○ 추진 배경 및 필요성

- 디지털 전환을 통해 경쟁력을 갖출 수 있는 콘텐츠 기업을 대상으로 신기술 도입, 스마트 팩토리 구축, 근로자 역량교육 등 패키지 방식의 컨설팅, 금융, 연구인력 및 우수 중핵기업과의 기술 교류, 융합프로젝트 발굴 등이 필요함
- 디지털 콘텐츠 제작 희망 기업(수요기업)과 디지털 기술(AI, 빅데이터, VR/AR/MR) 보유 기업(공급기업)을 매칭하는 바우처 사업을 통해, 디지털 콘텐츠 창·제작 및 신기술 역량 확보 지원이 필요함

○ 기술, 디바이스, 플랫폼이 아닌 콘텐츠 중심의 융합 기반 조성

- 신기술이나 기기 개발 기업, 거대 유통 플랫폼 중심으로 재편되어 있는 콘텐츠 산업 생태계의 건전성과 건강함을 확보하기 위해서는 한국판 뉴딜 정책과 같은 국가 이니셔티브 체제 아래에서 콘텐츠 중심의 일관되고 지속적인 융복합 관련 사업적 기회들이 계속 창출되어야 함
- 가령, 인기 웹툰 한 종(One source)에서 출발하여 시즌제 드라마, 영화, 소설, OST, 음원, 캐릭터, 애니메이션, VR 게임, NFT 자산화 등으로 확장 가능(Multi using)하고, IP도 무한히 확장할 수 있는 것처럼, 유망 콘텐츠 발굴을 위한 산업 간 협력, 교류 등의 기회와 기반이 마련되어야 함

○ 초산업적, 범부처적 성격의 융복합산업진흥 관련 법제 필요

- 대부분의 산업별로 진흥법이 따로 제정되어 있으나, 향후 융복합 산업의 선도적 경쟁우위 확보를 위해, 산업 경계나 사업의 한계를 뛰어넘을 수 있는 융·복합산업 진흥을 위한 초산업적, 범부처적 성격의 법제 필요
- 기존 법제에서 특정하지 못하거나 제약이 따르는 새로운 사업 기회의 탐색과 각 산업의 융·복합 영역 및 시장을 선도적으로 개척할 기반 조성

<표 5-1> <콘텐츠-디지털 기술 융합 지원> 관련 정책

코로나19 극복 콘텐츠 산업 혁신전략(2021)

□ 메타버스·실감 콘텐츠 산업 육성

- (메타버스 콘텐츠 육성) 장르별 가상콘텐츠 제작지원, 한류 콘텐츠 가상체험 공간 K-메타월드 구축, 한국 관광 가상공간 구현·체험서비스 제공
- (실감 콘텐츠 육성) 예술+기술 융합 창·제작 프로젝트, 콘텐츠+관광 융합 실감 콘텐츠 개발

□ 문화기술 연구개발 역량 강화

- (문화기술 연구개발 확대) 문화기술 R&D 투자 확대
- (문화기술로 사회문제 해결) 게임+치유, 게임+교육, 문화기술+복지 융합 문화기술 개발

가상융합경제 발전 전략(관계부처 합동, 2020)

□ 사회문제 해결형 XR 확산

- (국민적 XR 공감대 형성) 문화관광자원이 집약된 광화문 일대를 실감 콘텐츠 체험 공간으로 조성하는 광화문 프로젝트로 공감대 형성

□ 국민 체감형 AR 시범서비스 개발

- 주요 콘텐츠 장르(영화, K-pop, 드라마 등) 지식재산권(IP)을 활용한 5G 위치 기반 AR 서비스 개발 추진

○ 향후 추진 방향

- 콘텐츠 기업의 고유한 콘텐츠 제품이나 서비스를 중심으로 기반 기술 산업계의 전문가와 융복합 전문가들로 구성된 위원회를 바탕으로 콘텐츠-기술 융합 교류나 협력의 기회를 지속해서 창출하는 방향의 정책 수립 필요
- 융복합 콘텐츠의 진흥을 위한 별도의 법제도 정비·마련 등을 통해 콘텐츠 강국의 미래동력을 미리 확보할 필요 있음

2) 디지털 콘텐츠 제작 지원

○ 목적

- 실감, 몰입, 지능형 디지털 콘텐츠 중심의 K-콘텐츠 경쟁력 강화 지원

○ 추진 배경 및 필요성

- 코로나19 팬데믹으로 인해 재택근무, 원격근무가 불가피해지고 비대면 사회로의 급격한 이행이 진행되는 상황에서 이용자는 현재 활용 가능한 수준에서 모바일이나 TV 등으로 영상·미디어를 소비하는 정도에 머물러 있지만, 팬데믹 종료 또는 공존의 시대에서는 실감형, 몰입형, 지능형 디지털 콘텐츠에 대한 소비에 적응하며 수요가 더 늘어날 것으로 전망
- 업무 공간의 가상화, 여행 경험의 가상화, 온라인 교육의 가상화 등 현실과 가상세계의 결합이 진행되면서, 점차 디지털 콘텐츠의 적용 범위와 종류, 속성 등이 크게 변화할 것으로 전망되기 때문에, 선제적으로 기존 콘텐츠 기업의 주요 제품이나 서비스를 디지털 전환하는데 필요한 물적, 인적, 기술적 지원을 마련해야 할 필요가 있음

○ 수요 기반의 디지털 콘텐츠 생산 지원

- 기술 주도가 아닌 콘텐츠 수요(예측)를 기반으로 디지털 콘텐츠 제작을 지원하는 정책 방향 수립이 중요하며, 기존 콘텐츠 기업의 전통적, 아날로그 방식의 비즈니스 프로세스를 혁신하여 시장이 선택할 수 있는 콘텐츠 제작에 집중함
- 대체 불가능한 토큰(NFT)에 대한 사회적, 경제적 관심이 증대하면서, 고유한 예술 작품, 지식재산권에 관한 관심도 늘어나고, 메타버스, 블록체인, NFT 관련 시장 규모도 폭발적으로 확장해 가고 있음
- 기존 콘텐츠 산업 분야별 생산품이나 서비스에 대한 가치를 높일 방안에 대한 장기적이고 심화된 연구가 필요하고 이를 기반으로 콘텐츠-기술 기반의 융합산업 창출 계기 마련 필요

○ AR·VR·XR 관련 기술과 콘텐츠의 파급력

- 아직 5세대 이동 통신의 범용화 기반이 구축되지 못한 상황이나 점차 기술 성숙도가 높아지면, AR·VR·XR 등과 같은 가상 세계의 특화 콘텐츠에 대한 수요가 늘어날 것이라 예상되며, 모바일 기반에서 착용형(on body) 기기 활용이 늘어날수록 가상과 현실의 혼합된 활동이 일상화될 수 있음
- 가상 디지털 콘텐츠의 활용 범위가 기업 및 산업 현장, 재난 상황 대처, 온라인 교육 등에서 일반 사용자의 일상생활로 확장하여 정착된다면, 실감형, 몰입형, 지능형 콘텐츠와 SW, HW의 구분이 무의미해질 수도 있음

○ 산업 경계 파괴와 융합, 디지털 컨버전스

- 종이 서적과 음원이 디지털 융합한 형태인 오디오북이 만들어지고, 만화와 영화가 결합하여 유명 캐릭터들의 스토리텔링이 일반화되었으며, 알파벳(구글), 애플, MS, 아마존, 메타(페이스북) 등 거대 기술기업을 선두로 기존 사업영역을 넘어서 플랫폼 기반의 새로운 비즈니스를 구축해가는 시도들이 늘어나고 있어, 점점 산업별 경쟁이 아닌 융복합된 플랫폼 간 경쟁으로 진화하고 있음
- 콘텐츠 산업 분야의 기업들은 앞으로 기존 사업모델을 어떻게 혁신하여 새로운 플랫폼에서 경쟁할 것인가를 심각하게 고민해야 할 때가 되었음
- 콘텐츠 분야에서 데이터, 음성, 영상, 이미지 등이 결합하고, 디바이스 분야에서는 PC, 모바일 기기, 정보가전, 통신 등이 융합하고, 네트워크 분야에서 방송과 통신, 인터넷 등이 연결되는 디지털 컨버전스 현상도 점차 빨라지는 추세에 주목할 필요 있음

<표 5-2> <디지털 콘텐츠 제작 지원> 관련 정책

디지털 뉴딜 비대면 콘텐츠 산업 성장 전략(2020)

□ **첨단기술 적용 온라인 콘텐츠 제작 지원**

- (대중음악) 온라인 공연 분야 신규 수요에 대응, 음악 콘텐츠와 인공지능 및 가상·증강현실 등 신기술 적용 지원 확대
- (영화) 시각특수효과 기술 활용 영화제작 확대에 맞춰, 가상영상체 특성화 기술개발, 강소형 기술기업 육성
- (애니메이션) 온라인 기반의 차세대 애니메이션 지원
- (웹툰) 얼굴인식·가상현실 등 신기술 융합 웹툰 제작 지원

□ **문화예술 장르의 온라인 전환 지원**

- (공연) 예술의 전당, 국립극장 등 국립 공연장 및 연극, 오페라 등 공연예술 분야 국립단체의 공연 영상화 선도적 추진
- (미술) 국제 온라인 플랫폼 활용, 작가작품 소개 콘텐츠 제작 지원
- (박물관·미술관) 온라인으로 소장품을 감상할 수 있도록 온라인 전시·해설 콘텐츠 제작
- (도서관) 지식정보 이용환경 기반 구축 및 서비스 지원

2021년도 업무계획(문화체육관광부, 2021)

□ **기술 융합 비대면 창·제작 지원**

- 비대면 환경에서 적용가능한 가상·증강 등 실감형 및 인공지능 기술 활용, 창·제작 지원 확대
- 실험적 비대면 예술 활동, 예술+기술 융합 촉진 사업
- 차세대 게임, 교육용 게임콘텐츠 제작, 전자책·오디오북 제작, 실감형·뉴미디어 방송 영상콘텐츠 제작, 웹툰 산업 해외 진출 지원

○ **향후 추진 방향**

- 기술 주도가 아닌 시장이 원하는 디지털 콘텐츠를 생산·유통할 수 있는 기업을 대상으로 디지털 콘텐츠 제작을 지원하되, 콘텐츠 제품 또는 서비스의 가치를 지속해서 혁신하고 높이는 정책 방향 수립이 중요함
- 콘텐츠 단일 시장보다는 미래지향적으로 디지털 융합 콘텐츠에 대한 R&D를 확충하여 새로운 형태와 유형의 융복합 디지털 콘텐츠가 선도하도록 기반을 조성할 필요 있음

3) 디지털 전환 지원

○ 목적

- 사업 핵심을 기존 방식에서 디지털 방식으로 전환하려는 콘텐츠 기업을 대상으로 디지털 전환 지원

○ 추진 배경 및 필요성

- 비즈니스 프로세스 혁신 컨설팅을 통해, 기존 아날로그 또는 초기 자동화 기반의 비즈니스를 디지털 방식으로 전환하는 데 기술적, 물적, 인적, 자본 측면의 지원함으로써, 기존 사업모델을 미래지향적, 전략적으로 전환할 수 있는 내적 역량을 강화하고 스마트 팩토리 등 작업 환경의 디지털화/자동화로 중장기적 디지털 전환 목표를 달성하도록 지원하는 것이 필요함
- 물적, 인적, 기술적 인프라 구축 지원은 물론, 자본 및 역량의 열세로 경영난, 판로개척의 어려움, 지속 성장이 어려운 기업들의 협력네트워크나 M&A로 디지털 전환 가속화 추세에 대응할 필요가 있음
- 디지털 전환 전문 컨설팅을 통한 DT 역량 제고는 물론, 소규모 디지털 경영 기반 확충에서 대규모 생산·유통 플랫폼까지, 세분화되고 단계적인 전환 지원정책이 필요함

○ 콘텐츠 산업 분야를 뛰어넘는 콘텐츠 융합 기반 조성

- 콘텐츠 산업의 디지털 전환은 단순히 종이 서적을 전자책이나 오디오북 생산하는 단계(제품의 디지털화)에 머무는 것이 아니라, 동종 또는 이종 간 디지털 융합이 가능한 수준의 디지털화(서비스의 디지털화, 거래의 디지털화 등)를 목표로 하여, 유관 산업과의 융합이 가능하도록 지원할 필요가 있음
- 가령, 콘텐츠 기업의 디지털 전환 지원과 소상공인 디지털 전환 지원 방안을 접목하여, 디지털 전통시장이나 특화 거리 구축 프로젝트에 AI 음성인

내, 캐릭터, VR·AR 콘텐츠를 결합하는 과제에 협력하여 성과를 창출하도록 기반을 조성하거나, 동종의 기업 협력체 안에 R&D 성과 및 노하우를 공유함으로써, 유사한 사업의 내적 역량을 증대하는 방향을 제안할 수 있음

<표 5-3> <디지털 전환 지원> 관련 정책

코로나19 극복 콘텐츠 산업 혁신전략(2021)

□ 디지털 전환 지원

- 콘텐츠 산업 분야별 디지털 전환 수준을 진단하고 디지털 전환을 위한 맞춤형 지원 및 제도개선
- 관광 분야 18개 세부 업종에서 문화 분야로 확대

디지털 뉴딜 비대면 콘텐츠 산업 성장 전략(2020)

□ 온라인 전용 공연장 조성

- 기존 공연장과 차별화된 비대면 공연 콘텐츠 제작 및 기획사를 대상으로 온라인 전용 상설공연장 조성
- 증강현실, 실감 경험 등에 필요한 시설 장비 사용, 기술 인력, 송출 네트워크, 저작권 보호, 홍보 등 지원

소상공인 디지털 전환 지원 방안(관계부처 합동, 2020)

□ 디지털 전통시장 조성

- (전통시장 DB 구축) 시장 및 점포정보, 품목, 가격, 배달가능 등 정보를 DB화하여 민간·공공 플랫폼 제공
- (디지털 지도) 전국 시장정보를 VR 지도로 구축

□ 디지털 상권 르네상스 시범사업

- (디지털 특화 거리) 개별 점포 스마트 기술 도입, 상권 주요 지점 지능형 CCTV 및 사이니지 설치, 디지털 전통시장 조성
- (복합체험 판매 라운지) K-POP, 문화, 체험, 제품판매 등이 결합된 문화복합형 마케팅 전용 매장 구축, 즐기고 경험하는 지역 명소화

디지털 전환 지원(과학기술정보통신부, 2021)

□ 디지털 전환 지원사업

- 900여 명의 디지털 전환 전문 강사를 양성하여 일자리 창출 및 저변 확대
- 중소기업, 소상공인 및 비영리기관을 대상으로 맞춤형 디지털 전환 교육 제공

○ 향후 추진 방향

- 개인이나 단일 콘텐츠 기업이나 그룹의 디지털 전환 지원보다 유관 산업계 기업, 가령 콘텐츠 부가가치 창출 기술 보유 기업과의 연계 프로젝트를 기반으로 디지털 사업화, 디지털 프로젝트 수행 과정에서의 디지털 전환 경험, 실무, 노하우 축적의 기회를 늘려가는 것이 바람직함
- 초기 수준의 기업에는 DT 교육과 컨설팅 서비스를 제공하고, 일정 수준의 디지털 역량을 확보한 단계로 성장한 기업을 대상으로 고차원의 비즈니스 컨설팅, 인프라 구축, 네트워크 협력의 기회 제공하여 디지털 강소기업으로 성장할 수 있는 발판 마련

4) 디지털 전환 직무교육 지원

○ 목적

- 새로운 방식의 경영 및 사업환경에 적응할 수 있도록 기존 근로자 및 신규 근로자에 대한 체계적이고 단계적인 디지털 전환 역량 강화교육 수행 지원

○ 추진 배경 및 필요성

- 콘텐츠 분야 종사자의 직업적 안정과 역량 확보를 위해 단계별 역량 강화 프로그램 수행 지원, 동종분야 디지털 전환 선행기업, 성공기업 등의 사례를 발굴하여 실무형 교육을 제공할 수 있는 기회 마련이 필요함
- 디지털 전환은 단순히 업무 프로세스의 혁신만이 아니라, 개인·사회의 생활방식까지 포괄하는 전면적인 디지털화를 의미하기에, 신기술 접목뿐만 아니라, 가치 사슬 전반의 혁신을 통해 기존의 비즈니스 모델과 조직 구성원들의 경험과 노하우 등의 보이지 않는 암묵지까지 디지털화하는 노력이 필요함
- 국가경쟁력을 좌우할 만한 핵심 자원으로 SW·AI 인재가 매우 중요하게 대두되는 상황에서 콘텐츠 산업의 디지털 전환 및 지속적 디지털 생태계 유지를 위한 전문인 육성 및 체계적 직무교육이 필요함

○ 디지털 전환 역량교육

- (디지털 활용역량(Literacy) 수준 진단 2) 디지털 기초능력, 디지털 사고능력, 디지털 실행 능력, 디지털 문제해결 능력 등의 수준을 진단하고 기업의 디지털 비즈니스 모델에 부합하는 인재상 수립
- (디지털 리더십 혁신 3) 디지털 시대에 맞는 기업가 정신 및 리더십 함양, 애자일 방식의 문제해결, 플랫폼 구축 능력 육성
- (조직 역량 강화) 조직의 변화와 혁신을 위해, 직무 전환에도 경력관리가 가능하게 디지털 경영 전반의 이론과 실무, 기술 습득

<표 5-4> <디지털 전환 직무교육> 관련 정책

디지털 뉴딜 비대면 콘텐츠 산업 성장 전략(2020)

□ 인공지능 전문인력 양성

- 인공지능과 실감 콘텐츠 기술을 연계한 융복합 실감 콘텐츠 분야 창의인재 육성
- AR·VR·홀로그램·프로젝션 매핑 등 실감 콘텐츠 중점 활성화 분야에 인공지능 기술을 연계한 프로젝트 기반 실무형 인재 양성

□ 장르별 전문성 강화

- 영화 아카데미에 사전제작 과정 신설 및 장편 제작과정 확대, 애니메이션 현장 실무형 인재 양성
- 방송 분야 실무형 예비 인재 양성, 방송·스마트랩, 방송산업체 현장·학점·채용 연계교육, 방송 현업인 전문인력양성

콘텐츠 산업의 일자리 창출 및 안전망 강화방안(일자리위원회, 2020)

□ 실감 콘텐츠·인공지능 전문인력 양성

- (실감 콘텐츠 전문인력 양성) 실감 콘텐츠 분야 산학연 프로젝트 기반 교육을 통한 전문 인력 양성
- (인공지능 전문인력양성) AI 전문지식을 가진 인재를 콘텐츠 창·제작·이용과 관련한 프로젝트에 참여하는 융복합 고급인재 육성
- (XR 인재양성) VR·AR의 전산업 확산에 대응하여 XR 산업 융합형 인재양성

2) 디지털 활용 역량(literacy)란 디지털 기술과 미디어를 활용하여 디지털 데이터, 정보, 콘텐츠를 소비, 분석, 관리, 활용, 생산할 수 있는 능력을 의미하며, 이를 위해, 디지털 관련 기초지식과 능력, 디지털 사고력, 문해력, 디지털 실행 능력, 디지털 문제해결 능력 등 다양한 디지털 역량에 대한 수준별 교육과 훈련이 필요함

3) 디지털 리더십 혁신이란 디지털 전환에 따른 디지털 경제에 적응하고 개인 활동에서 기업활동에 이르기까지 전 분야에 필요한 리더십과 소양을 갖추는데 필요한 능력을 의미함

○ 디지털 인재 양성에 집중하는 대기업·공공기관 사례

- 국내 대기업은 디지털 인재 양성을 개인 차원을 넘어 기업의 생존과 직결되는 중요한 문제로 인식하고, 디지털 전환 관련 교육을 자체적으로나 전문 교육기관·대학과 연계하여 진행하고 있음

<표 5-5> 기업 및 공공기관 임직원 대상 디지털 전환 교육 프로그램

구분	교육명	목적	특징
LG 전자	AI 마스터 양성과정	사내 100명의 AI 전문가 육성	<ul style="list-style-type: none"> 계열사별 실무에서 AI 적용 과제를 발굴하여 LG 사이언스파크 DX 센터 전문인력이 최신 AI 적용 방법 등의 멘토링 제공
	DX 교육	DX 교육 확대 및 빅데이터 전문가 양성 교육 진행	<ul style="list-style-type: none"> 모든 직무교육에 DX 과정을 실시하고 빅데이터 전문가를 양성하기 위해 서울대와 교육 협약 후 교육 진행
LS 그룹	DT아카데미	디지털시대에 맞는 비즈니스 모델 도출 역량 인재 육성	<ul style="list-style-type: none"> 데이터 활용도 제고, 생산효율 증대, 제품 및 서비스 혁신 중심 IoT, 빅데이터, 클라우드 시스템, 스마트팩토리 등 각 계열사의 핵심 사업에 부합하는 특화 교육 진행
부산광역시	리더십 및 직무 역량교육	행복한 미래도시, 그린스마트 부산 견인 인재양성	<ul style="list-style-type: none"> 언택트 문화 확산에 따른 비대면 교육 강화 미래가치를 창출하는 신뢰받는 인재 양성 고성과창출 글로벌 리더 양성
LG CNS	IT 리더십 아카데미	회사의 사업목적에 부합하는 인재를 선별하여 채용	<ul style="list-style-type: none"> LG CNS 신입사원 채용 프로그램 SW 부트캠프와 인턴십 진행
하나 금융그룹	스크래치 코딩 기본교육	전 임직원의 디지털화 목표	<ul style="list-style-type: none"> 전 임직원 대상 기초 코딩교육 진행 임원급 대상으로 앱 개발 프로그램 교육
롯데그룹	DT인재 양성	비 DT직무자 대상의 리스킬링, DT직무자를 대상으로 하는 업스킬링	<ul style="list-style-type: none"> IT와 DT에 대한 이론 학습과 프로그래밍 언어, 응용소프트웨어 구현, 인공지능 개론, 자연어 처리 기술 등 DT 업무 수행에 필요한 내용 습득 비DT 직무자와 연관이 적은 직무자들은 DT인재 자격인증제 중심으로 진행

* 출처 : 기업의 디지털전환 교육과 관련한 인터넷 기사 구성

○ 향후 추진 방향

- (직무교육 수요조사) 콘텐츠 기업의 디지털 전환 직무교육에 대한 콘텐츠 산업 분야별 수요조사를 기반으로 맞춤형 직무교육 체계를 구축하는 것이 바람직함

- (단계적이고 체계화된 직무교육) 프로젝트 기반이나 일회적 교육보다는 산업별, 분야별 전문 교육기관을 지정하여, 체계적이고 단계적인 교육 커리큘럼 기반의 교육 체계 구축 및 시행이 더 효과적임

나. IP 중심의 콘텐츠 비즈니스 고도화

- 콘텐츠 저작권 관리체계 통합
- IP 융합 비즈니스 활성화
- IP 융합 핵심 인재 양성

○ 개요

- 지식재산권 보호가 매우 중요한 산업적 특성에 따라, 원천 IP 및 확장권 연결의 수퍼 IP 부가가치 증대를 위한 새로운 비즈니스 모델 고도화

○ 범위

- 콘텐츠 산업의 본질적 속성과 특징이 IP 비즈니스라는 점을 고려하여, 콘텐츠 산업 생태계와 유관 산업의 융합 결과로 생산되고 소비되는 모든 산출 콘텐츠를 대상으로, IP 융합 비즈니스로 창출되는 수익의 공정 배분, 융합 콘텐츠의 생산과 유통 전반에 기여할 전문인력 양성, 침해/처벌 방안을 제시함

○ 파급효과

- 콘텐츠 산업의 분야별 특성에 맞는 특화된 IP의 분화를 통해 원 소스 멀티 유정이 가능한 고도화된 생태계를 구축할 수 있고, K-콘텐츠의 차별성을 더 견고하게 갖출 수 있을 것으로 기대함

1) 콘텐츠 저작권 관리체계 통합

○ 목적

- 저작물 이용에 대한 신뢰성 있는 정보 제공, 저작권 관리와 사용료 정산·분배 효율성 제고 및 투명성 제고

○ 추진 배경 및 필요성

- 저작물 권리 이용·거래정보의 통합 수집·관리 체계 구축을 통한 저작물 유통 정보의 종합적 관리가 필요함
 - 현재 저작권 권리정보와 이용정보를 수집·연계하고, 거래정보까지 통합 구축하기 위한 ‘저작권 통합전산망 구축’을 추진하고 있음
 - 저작물 대량 이용사업자가 집중관리단체로 이용 허락받으면, 저작권 침해 책임이 면제되는 ‘확대된 집중관리제’ 도입 계획 수립
 - 권리자 확인 불가 등의 사유로 지급 보류된 사용료를 최소화하기 위하여 음악 분야부터 단계적으로 적용하고 있음
- ※ (현 정책) 「저작권 비전 : 문화가 경제가 되는 저작권 강국(2020)」, 「디지털 뉴딜 비대면 콘텐츠산업 성장 전략」, 문체부 2021년 업무계획 「문화로 되찾는 국민 일상 문화로 커가는 대한민국」 추진과제 中 저작권 관리 통합 체계 구축 포함되어 있음

<표 5-6> <콘텐츠 저작권 관리체계 통합> 관련 정책

저작권 비전 2030 : 문화가 경제가 되는 저작권 강국(2020)

□ 통합 전산망 저작권 분야별 단계적 구축 방안

[1단계] 음악 : 매장 음악 서비스(디지털 음성 송신), 노래연습장 등 이용 내역 통합전산망 구축 및 방송사용 음악 모니터링(별도 구축)과 연계 체계 마련

- (매장 음악) 10개 매장 음악 서비스사업자 이용기록정보(로그) 수집
- (노래연습장 등) 온라인 노래반주기기의 음악 이용기록정보 수집
- (방송) 방송사용 음악 모니터링 시스템과 연계한 음악 전자규시트 수집

[2단계] 방송영상 : 방송사업자(지상파, 케이블TV, 지역 종합유선방송 등)의 편성표 바탕으로 실제 방송(저작물 이용) 여부 자동 식별 시스템 개발

[3단계] 웹툰·전자책 : 온라인 유통이 활발해지고 있는 웹툰·전자책 유통 플랫폼을 대상으로 이용 내역 수집 체계 개발

- 나아가 새로운 유형(예: 메타버스, NFT 플랫폼 등)의 서비스들이 등장함에 따라 N차 저작물에 대한 저작권 판단 여부 및 활용을 통합 관리할 수 있는 시스템에 대한 요구가 확대되고 있음

※ 메타버스의 경우, 증강현실 구현시 데이터 추출 및 시각화 과정에서 복제권 침해, N차 저작물 작성권 침해 등의 문제가 발생할 수 있을 뿐만 아니라, 메타버스 내 인공지능으로 제작한 가상 아이템의 저작권 인정 여부 및 저작물을 NFT화했을 때 발생할 수 있는 저작권 침해 이슈가 제기되고 있음. 따라서, 향후 새로운 서비스들도 포괄할 수 있는 열린 체계를 고려해야 할 필요 있음

○ 향후 추진 방향

- 저작물을 수시·대량으로 이용하는 콘텐츠 사업자가 안전하게 저작물 이용 허락을 받도록 할 뿐만 아니라, 저작권 이용정보를 투명하게 수집하는 통합시스템의 확대 적용 및 정책적 수요가 큰 장르부터 순차적 적용
 - 대량의 콘텐츠를 이용하는 사업자가 수월하게 저작권 이용 허락을 받을 수 있도록 법적 근거 마련 및 시스템화
 - ※ 저작권 신탁관리단체가 비회원의 저작물도 이용허락할 수 있도록 하는 법적 근거가 마련되어야 함
 - 저작물 이용 정보를 토대로 이용정보 누락 및 비정상적 이용, 저작권 침해 모니터링 시스템화, 나아가 정책적 이슈 발굴을 위한 근거 자료로 활용할 수 있도록 통합 관리 시스템의 모듈 개선
 - 현 저작물을 대상으로 콘텐츠 장르의 단계별 확대에서 나아가 신규 서비스 및 N차 저작물까지 통합 관리할 수 있도록 저작권 관리 영역의 단계별 확장
 - ※ 콘텐츠 장르적 속성에 따라, 통합시스템 활용이 제한적인 장르의 경우 개별적으로 운영하는 시스템과의 연계 및 상호 보완할 수 있는 대안 마련 필요

2) IP 융합 비즈니스 활성화

○ 목적

- 핵심적인 원천콘텐츠로서 IP 개발·확보뿐 아니라 다른 산업과의 IP 융·복합이 가속화됨에 따라 IP 비즈니스 활성화를 위한 원스탑 지원 체계 구축 및 저작물 이용에 대한 신뢰성 있는 정보 제공, 저작권 관리와 사용료 정산·분배 효율성 제고 및 투명성 제고

○ 추진 배경 및 필요성

- 콘텐츠 지식재산(IP)을 활용한 시장 확대 전략으로 IP 투자 및 보증 등 금융 지원, 우수 콘텐츠 IP 개발 및 사업화 지원을 중심으로 한 현 IP 비즈니스 활성화 전략에서 한 걸음 나아가 멀티IP, 수퍼IP를 통합 관리 및 비즈니스 컨설팅이 가능한 원스탑 지원 체계가 요구됨
- (현 IP 융합 비즈니스 정책) 다양한 콘텐츠 지식재산(IP) 개발 및 확보 등 연관 장르 및 산업으로 융복합·확산을 추진하고 있으나 타 산업과의 연계는 아직 부족한 상황임

<표 5-7> <IP 융합 비즈니스 활성화> 관련 정책 1

디지털 뉴딜 비대면 콘텐츠 산업 성장 전략(2020)

□ 콘텐츠 지식재산(IP) 투자 및 보증 등 금융지원

- 콘텐츠 IP펀드 조성, 콘텐츠 IP보증 도입, 콘텐츠 가치평가 활성화

□ 우수 콘텐츠 IP 개발 및 사업화 지원

- 다양한 소재의 IP 확보, IP 사업화 지원*

*콘텐츠 IP를 기반으로 한 파생 콘텐츠 제작(웹툰 IP 활용 MCN 콘텐츠 제작 및 전시 등) 및 IP 사업화 지원(만화 IP 보유 기업과 다양한 장르 콘텐츠 기업 간 사업화 상담회 개최 등)

<표 5-8> <IP 융합 비즈니스 활성화> 관련 정책 2

2021 업무 계획(문화체육관광부, 2021)

□ 저작권 강국 기반 마련

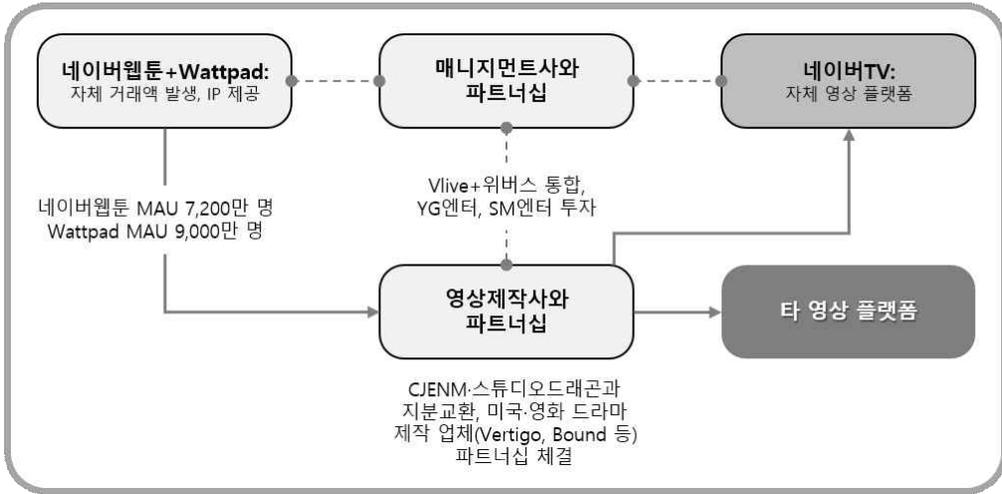
- (콘텐츠 지적재산 확산) 다양한 콘텐츠 지식재산(IP) 개발·확보 및 지식재산에 대한 금융 지원을 통해 연관 장르 및 산업으로 융복합·확산 추진
- 콘텐츠 개발 → 지식재산(IP) 확보 → 사업화 체계 구축
- 콘텐츠 IP를 활용한 창작 프로젝트 자금(펀드) 및 콘텐츠 지식재산(IP) 특허보증 확대

- (전방위적인 IP 확보 전략) 국내 주요 플랫폼 사업자를 중심으로 콘텐츠 IP 활용 극대화를 위해 가치사슬 구축을 위한 합병, 관련 사업자간 제휴와 협력 등 전방위적인 IP 확보 전략이 구사되고 있음. 이러한 비즈니스 전략의 리스크 최소화를 위해 콘텐츠 IP 기획단계에서부터 활용방안까지 아우르는 전략이 요구되고 있음

<표 5-9> 네이버와 카카오의 IP 확보 현황

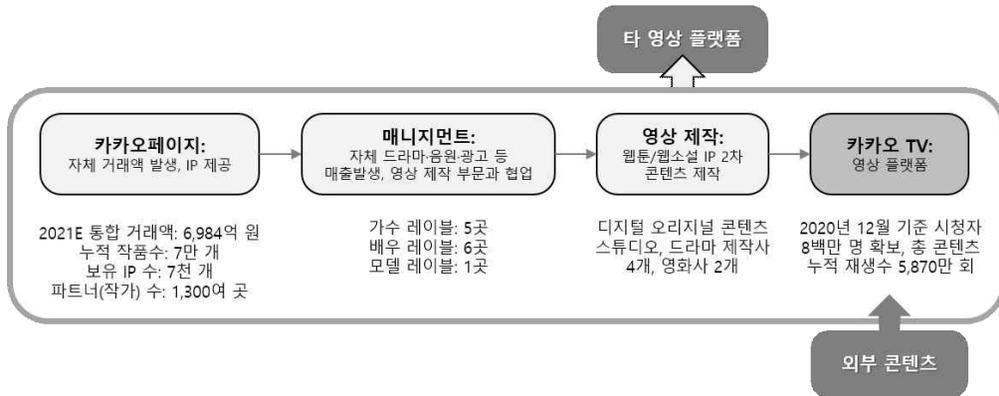
구분	네이버	카카오
자체 플랫폼	네이버 시리즈, 네이버웹툰	카카오페이지, 다음 웹툰
IP 관련 투자	왓패드(세계 최대 웹소설 플랫폼) 100% 지분인수(6,533억 원 투자)	타파스미디어(Tapas Media, 북미 웹툰 플랫폼), 경영권 인수 추진 래디시(Radish, 미국 웹소설 플랫폼) 지분인수(4,000억 원 투자)
영화 및 드라마 제작	<전지적 독자 시점> (영화 판권 계약) <스위트홈> (넷플릭스 시리즈) <여신강림> (드라마) <신과 함께> (영화)	<경이로운 소문> (드라마) <이태원 클라쓰> (드라마) <미생> (드라마) <은밀하게 위대하게> (영화)
투자	CJ와 제휴, 스튜디오드래곤 지분 확보	글로벌 제작사 크로스픽처스(Kross Pictures) 인수

* 출처 : 노동환(2021). OTT 사업자의 콘텐츠 IP 전략



* 출처 : 노동환(2021). OTT 사업자의 콘텐츠 IP 전략

[그림 5-2] 네이버의 콘텐츠 생태계 확장 전략



* 출처 : 노동환(2021). OTT 사업자의 콘텐츠 IP 전략

[그림 5-3] 카카오 엔터테인먼트의 콘텐츠 생태계 확장 전략

○ 향후 추진 방향

- 콘텐츠 IP의 사업화 및 거래, 컨설팅, 해외 진출 등 IP 비즈니스를 위한 원스탑 지원 체계를 마련, 특히 중소기업의 IP 비즈니스 지원을 위한 기반 조성

- 중소기업 콘텐츠 기업의 IP 사업화를 위한 거래-컨설팅-해외 진출 등 원스탑 지원체계 구축

※ 콘텐츠 기업은 매출액 기준 10억원 미만의 기업들이 88.7%, 종사자 규모 기준 1~9인 이하 기업이 91.0%로 중소기업의 기업이 90% 이상임. 이들 기업 가운데 성장잠재력을 보유한 기업 지원이 우선적으로 이루어져야 함

- 중소기업 콘텐츠 기업 대상 IP 거래 플랫폼 운영 지원
- IP 융합 비즈니스 원스탑 시스템 및 네트워킹 구축

□ IP를 통합 관리할 수 있는 에이전시 필요

“다양하게 비즈니스할 수 있도록 법제적인 환경이 우선 구축되어야 하고, 에이전시의 역할이 지금과 달라져야 해요, 예를 들면 종이책-해외 판권-오디오북-드라마-영화-게임까지 에이전시의 역할이 중요해졌어요.(출판)”

□ IP 극대화를 위한 조직의 필요성 강조

“콘텐츠 다양성 확보와 장르간 교류를 통한 IP를 극대화할 수 있는 위원회 또는 조직 구축이 필요(게임)”

[그림 5-4] IP 중심 비즈니스 고도화 관련 전문가 의견 예시

3) IP 융합 핵심 인재 양성

○ 목적

- 콘텐츠 IP에 대한 법적 지식뿐 아니라 비즈니스에 대한 전반적인 이해를 갖춘 전문인력 양성을 통한 IP 인적 기반 조성

○ 추진 배경 및 필요성

- 콘텐츠 IP 다각화 및 비즈니스 활성화에 따라 IP 비즈니스 전문인력 양성 필요성 대두
 - 창작인력에 대한 지원에 비해 창작된 콘텐츠 IP를 관리·운영하는 전문 비즈니스 인력에 대한 지원 및 양성이 상대적으로 부족한 실정
 - 탈장르적인 콘텐츠 IP 다각화, 다국적 플랫폼을 통한 글로벌 유통 증가, 새로운 형태의 콘텐츠 서비스 출현 등으로 콘텐츠 IP 비즈니스를 전문적으로 관리하는 인력양성 필요성 증가
 - 디지털 전환으로 인한 콘텐츠 산업 관련 IP 개발인력 수급 부족
 - 변화하는 콘텐츠 산업 구조 및 사업양상에 대응하는 인력양성 및 현업인 재교육, 원활한 일자리 순환을 위한 인력과 기업의 교류 기회 확대 등 필요

<표 5-10> 콘텐츠 인재 양성 관련 주요 사업

콘텐츠 인재 양성 관련 주요 사업내용

□ **창작인력 양성**

- (콘텐츠 창의인재동반사업) 창작 분야의 전문가(멘토)를 통한 도제식 멘토링을 지원하여 청년 인재의 창작 능력 개발 및 콘텐츠 산업계 진출 지원
- (실감형 콘텐츠 창작자양성) 실감 콘텐츠 창작역량 향상을 위한 프로젝트 중심의 융합형 인재 육성
- (콘텐츠 원캠퍼스 구축 운영) 혁신적인 산/학/연/관 협력 프로젝트를 통한 융합형 콘텐츠 창의인재 양성 및 산업계 미스매칭 해소

□ **콘텐츠 기술 개발인력 양성**

- (콘텐츠 장르별 문화기술 전문인력 양성) 창의와 혁신을 대표하는 국내외 기관, 콘텐츠 기업 및 크리에이터들과 협업 프로젝트 기반의 선도형 융복합 고급 크리에이터, 문화기술개발자 양성
- (문화콘텐츠 R&D 전문인력 양성) 첨단기술과 문화콘텐츠 융합 기술개발 지원을 통한 문화예술 분야 현장 실무인력 및 석·박사급 고급 문화기술 전문인력 양성

□ **하이브리드형(현업인 재교육 및 네트워킹, 유통·마케팅 등 포괄)**

- (콘텐츠 현업인 재교육) 콘텐츠산업계 수요 맞춤형 전문 교육을 통한 콘텐츠 현업인의 업무역량 고도화 (트렌드특강, 실기 및 이론병행 심화교육, 1:1 멘토링 등 네트워킹)
- (인공지능 연계 콘텐츠 창의인재 양성) 인공지능 기술 활용 및 연계를 통한 프로젝트 기반 콘텐츠 창의인재 양성(콘텐츠 기획, 제작 효율화, 유통·마케팅 비즈니스 모델, 콘텐츠 생태계 현안 해결 등)

* 콘텐츠진흥원 콘텐츠 인재양성사업 성과 (2012년부터 운영, 교육생 총 5351명 배출)

※ (현 정책) 「제3차 지식재산 인력양성 종합계획(2018)」, 「콘텐츠산업의 디지털 혁신전략」, 「코로나19 극복 콘텐츠산업 혁신전략」 등 정부추진 정책과제를 통해 창작인력, 기술-콘텐츠 연계인력 등 융합인재 양성 정책이 확대되었으나 비즈니스 전문 인력양성 지원은 상대적으로 부족

<표 5-11> <IP 융합 핵심 인재 양성> 관련 정책 1

제3차 지식재산 인력양성 종합계획(2018~2022) (2018.3.9.)

□ 지식재산(IP) 인력양성 정책목표 및 중점 추진전략

- (목표) 선도적 IP 인재성장지원으로 혁신성장 및 일자리 창출 촉진
- (4대 전략) ① 선도적 'IP창출' 인재 성장 지원, ② 'IP서비스' 인력 전문성 강화, ③ 현장중심 'IP관리' 인재 성장 지원, ④ 현장·융합형 'IP 인재 육성 기반' 내실화
- (1·2차) 관련 인력 양적 확대, 고급 실무인력 부족 및 창·취업 연계 미흡
- (3차 계획) 신기술 분야 지식재산 서비스 인력 등 4차 산업혁명 대응 고급 인력 양성 및 청년창업가 대상 지식재산 실무교육 등 창·취업 연계 교육 강화 → 향후 5년 간 지식재산 인재 40만명 육성 계획 (지식재산기본법 근거, 5년마다 수립)

콘텐츠 산업의 디지털 혁신전략 (2020.9.24)

□ 지식재산 융복합 인력양성

- (융복합 IP 전문인력 양성) 콘텐츠 지식재산에 대한 전반적인 이해를 바탕으로 플랫폼·장르를 넘나드는 융복합 콘텐츠를 기획·제작할 수 있는 전문인력 양성 추진

□ 신기술·장르별 창의인재 양성

- (실감 전문인력양성 확대) 새로운 기술과 콘텐츠 제작과정을 융합 기획할 수 있는 전문인력 양성 확대
 - 인공지능(AI)과 실감 콘텐츠 기술(VR,AR 등)을 연계한 융복합 실감 콘텐츠 분야 창의인재 육성
 - 산·학연계 문화 주요 4대 유망분야(관광/엔터테인먼트/스포츠/교육) 중심으로 실감콘텐츠 프로젝트 기반 인력양성 확대
 - 선도 기업 간 산학협력을 통해 단순 기술 인력양성을 넘어 기술-콘텐츠 연계 인력 약 900명 인재양성(2021~2025년)
- (장르별 전문성 강화) 탄탄한 기본기를 갖춘 현장 인력 양성을 위한 장르별 전문교육 강화 추진
 - 영화아카데미에 사전제작 과정 신설 및 장편제작과정 확대
 - 애니메이션 신규 채용 인력 대상 직장 내 교육(OJT) 지원을 통해 현장 실무형 인재 양성
- (창의인재동반사업) 창의인재 동반사업('20년, 550명)·원캠퍼스('20년, 1,000명) 지역으로 지속 확대 및 신유형 분야 교육 강화
- (경력관리시스템) 전문인력이 적시에 공급되어 현장 일자리로 연결될 수 있도록 콘텐츠 일자리 경력관리시스템 도입 검토

코로나19 극복 콘텐츠 산업 혁신전략 (2021.11.3)

□ 콘텐츠산업 생태계 혁신

- 콘텐츠산업 현장에서 필요로 하는 인재 육성(현장 맞춤형 인재 양성) 산학연 협력을 통한 프로젝트 기반 인재 양성('22년 1,130명), 게임인재원 등 장르별 교육과정 확대, 첨단 기술과 콘텐츠 기획·제작을 이해·융합하는 전문인력 양성('22년 416명)

○ 향후 추진과제

- 플랫폼·장르 융복합 콘텐츠의 기획·제작뿐 아니라 유통·마케팅 비즈니스 모델 개발까지 포괄하는 IP 비즈니스 전문인력 양성 교육프로그램 개발 및 지원, IP 전문 컨설턴트 육성 등 핵심 인재 육성을 위한 로드맵 마련
 - IP 비즈니스 전문인력 양성을 위한 교육프로그램 커리큘럼 및 교육자료 등 개발 및 교육기관과의 연계를 통한 지원
 - 정부부처간 협력 하에 실무 현장형 IP 전문 인력양성을 위해 인력 수요 실태 점검
 - 수요 기반 IP 비즈니스·관리 분야 세분화 및 분야별 전문인력 양성 로드맵 마련
 - IP 비즈니스 컨설턴트 전문 인력의 일자리 연계 방안 및 기업과의 네트워킹 마련을 통해 원활한 인력 수급 지원

<표 5-12> <IP 융합 핵심 인재 양성> 관련 정책 2

신기술 인력양성 협업(고용노동부)

- 콘텐츠 산업 관련 분야: 인공지능과 빅데이터, 메타버스 분야
 - 현장 인력이 부족한 디지털 분야, 중고급 인력 양성 예산 68.2% 배정
 - 채용 연계형 인재양성 사업 '기업멤버십 소프트웨어 캠프' 신설 등

□ 현장교류형 교육시스템 필요

“다학제 기반의 전문가들을 모아서 융합형 콘텐츠를 만들 수 있는 환경과 시스템 구축필요, 서로 필요한 인재들이 교류하여 힘을 합쳐 개발할 수 있도록 하는 장 마련(게임)”

“대학의 전문 학과를 신설하는 제도권 영역보다는 산업 현장의 요구에 맞는 현장형 교육제도 도입 필요(만화)”

□ 인력양성 프로그램 세분화 필요

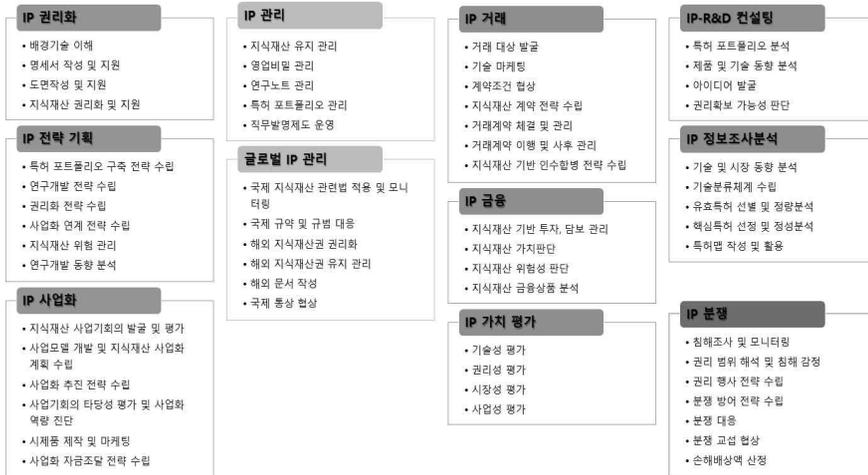
“플랫폼 창작자와 시청자를 연결하는 허브역할을 하는 기획PD의 양성이 굉장히 중요(학계)”

“콘텐츠산업의 직종, 직군들이 세분화가 되어 인력양성 지원정책 또한 세분화 필요(정부)”

[그림 5-5] IP 융합 핵심 인재 양성 관련 전문가 의견 예시

※ IP 비즈니스-관리 분야 세분화 분류안 4)

- △IP-R&D 컨설팅, △IP 정보조사분석, △IP 권리화, △IP 전략 기획, △IP 거래, △IP 금융, △IP 가치평가, △IP 관리, △글로벌 IP 관리, △IP 사업화, △IP 분쟁 등



[그림 5-6] IP 비즈니스-관리 분야 세분화 분류안 예시

4) 박기문·이규너·이병욱(2020), 4차산업혁명 시대의 지식재산 분야별 필요 역량 분석, 대한공업교육학회지, 45(2), pp. 108-130

다. 공정·상생·협력의 생태계 조성

- 콘텐츠 기업 동반 해외 진출
- 수익배분 공정 체계 개선
- 창작자·이용자 권익 보호

○ 개요

- 콘텐츠 기획 및 생산 단계의 영세성과 열세, 중간 유통 단계의 대형 플랫폼의 영향력이 매우 큰 구조적인 문제에서 지속해서 지적되고 있는 불공정 계약과 유통 관행의 문제를 해소하는 일관된 정책적 노력을 통해, 공정하고 상생하는 협력의 생태계 조성을 도모함

○ 범위

- 콘텐츠 산업 생태계의 공정하고 지속가능한 성장을 위해, 동종 또는 이종의 대·중·소기업의 협업을 장려하고, 동반 해외 진출과 판로개척, 수익배분 공정 체계 개선, 창작자와 이용자 권익을 보호하는 방안을 제시함

○ 파급효과

- 콘텐츠 산업과 연관된 다른 산업과의 융합으로 산업 경쟁력의 강화 및 부가가치 창출을 기대하고 건강하고 합리적인 콘텐츠 산업 생태계 구축의 성과를 기대할 수 있음

1) 콘텐츠 기업 동반 해외 진출

○ 목적

- 경쟁력 있는 디지털 콘텐츠를 보유한 콘텐츠 기업과 유통, 채널, 네트워크를 보유한 대·중·소 기업 연합으로 콘텐츠 수출과 해외 진출의 기회 확대

○ 추진 배경 및 필요성

- 공공 및 민간 부문의 흩어진 수출지원체계를 통합하고 콘텐츠 수출 관련 제도 및 장벽을 개선하는 방안 마련이 필요함
- 한국의 문화나 콘텐츠 등에 관한 국제적 관심과 소비가 증가하는 추세에 더해, 본격적인 K-콘텐츠 위상 강화를 위한 국가 차원의 통합 브랜드 전략 수립이 필요하고 이를 추진할 책임 있는 기관 또는 주체가 필요함
- 홍보나 정보의 부족 등으로 해외 진출을 실현하지 못하는 국내 콘텐츠 기업에 사업 정보를 지속해서 제공할 수 있는 해외 진출 정책 알림 시스템이나 정보 접근시스템이 마련될 필요 있음

○ 국가 차원의 콘텐츠 통합 인지도 확보 전략

- 콘텐츠 산업 가치 사슬 생태계(C-P-N-D)의 관련 기업들이 공동의 통합 브랜드 전략(eg. K-culture, K-contents, K-pop, K-beauty, K-food, etc.)을 구축하여, 개별 기업 또는 일부 기업의 연합 성격의 해외 진출 차원이 아닌, 국가 브랜드 차원의 홍보, 판로개척, 지원 체계 구축이 필요함
- 경쟁력 있는 개별 콘텐츠 기업과 강력한 유통 채널·플랫폼·기술력을 갖춘 기업들의 연합으로 각 분야의 강점을 홍보하고 특화·원천 기술 등을 함께 수출할 수 있는 기반 조성(eg. 유명 영화나 미디어 콘텐츠 작품에 활용된 CG, VR·3D·홀로그램 구현 기술 수출 등)

<표 5-13> <콘텐츠 기업 동반 해외 진출> 관련 정책

디지털 뉴딜 비대면 콘텐츠 산업 성장 전략(2020)

□ 플랫폼 해외 진출 지원

- (OTT 해외 진출) 콘텐츠 현지화 작업, 법률자문 지원 등 OTT 기업의 전략적 해외진출 지원
- (협업형 해외진출 지원) 미디어 단말기 제조사-OTT사 간 협력을 통해 국내 OTT가 수출용 단말기를 통해 해외 이용자에게 노출될 수 있도록 협의체 구성·지원

□ 우수 콘텐츠 IP 개발 및 사업화 지원

- 다양한 소재의 IP 확보, IP 사업화 지원*
- *콘텐츠 IP를 기반으로 한 파생 콘텐츠 제작(웹툰 IP 활용 MCN 콘텐츠 제작 및 전시 등) 및 IP 사업화 지원(만화 IP 보유 기업과 다양한 장르 콘텐츠 기업 간 사업화 상담회 개최 등)

K-뉴딜 글로벌화 전략(관계부처 합동, 2021)

□ 주요 산업별 맞춤형 해외진출 지원 강화

- (D.N.A 융합산업) 국내 실증을 통한 레퍼런스 확보, 글로벌 범용성을 갖춘 사업모델 발굴, K-디지털 얼라이언스로 동종/이종 기업 간 연대 강화로 선단형 해외진출 확대
- (비대면 산업) 국내 기업과 현지 기업 간 공동개발 지원, 국가 간 조인트벤처 매칭 등 초기부터 현지화 지원

□ 디지털 혁신기업 해외진출 기반 조기 구축

- (금융지원) 글로벌 벤처펀드, 디지털 미디어 콘텐츠 전문펀드 등 투자 확대, 혁신기업 국가대표 선정기업 대상 용자우대 등 패키지 지원
- (플랫폼) ICT 솔루션 수출기업의 온라인 전시관 상시 운영, 콘텐츠·출판 등 수출지원 플랫폼의 비대면화 및 중소·중견기업 제품 대상 플랫폼의 고도화

○ 향후 추진과제

- 융복합 디지털 콘텐츠와 기반 기술, 연관산업까지 아우르는 일원화된 패키지형 해외 진출 지원 체계를 기반으로 공동 진출의 시너지를 발휘할 수 있도록 하고, 물리적·공간적 해외 진출 개념에서 비대면·온라인·가상공간에서의 상설 전시 플랫폼 등의 구축으로 해외 진출 지원 패러다임 전환
- 소비자 전자제품 박람회(CES)와 같이, 국제 규모의 융합 디지털 콘텐츠 전시회, 박람회 등을 국가 차원에서 정기적으로 개최함으로써, K-콘텐츠의 국제적 위상을 전향적으로 높이는 방안 모색

2) 수익배분 공정 체계 개선

○ 목적

- 콘텐츠 산업의 공정한 유통 및 상생·협력 환경 조성을 위한 제도 정비

○ 추진 배경 및 필요성

- 복잡한 콘텐츠 제작·유통구조가 온라인 플랫폼을 중심으로 재편되면서 제작자와 플랫폼 사업자, 대기업과 중소기업 간 양극화 현상과 불공정한 행위의 발생 가능성이 커져 공정한 수익배분 체계 개선에 대한 요구가 높음. 한편 콘텐츠 장르적 특성에서 기인하는 차별점도 제도적으로 반영될 필요가 있음
- (관련 법 제·개정 추진) 정부 부처별로 온라인 플랫폼과 콘텐츠 사업자간 불공정한 거래관계를 규제하기 위해 다양한 법안들을 발의하였고, 국회 통과만을 앞둔 상황임. 그러나 법안 간 중복규제 및 규제 관할 문제가 있어, 이에 대한 조정 및 조율이 선행되어야 하며, 법 집행의 모호성 해소 및 법적 안정성을 위한 개선도 수반되어야 하는 상황임

<표 5-14> <수익배분 공정 체계 개선> 관련 법안 1

문체부, 저작권법 전부 개정안

- 창작자의 공정한 권익 보장을 위한 '추가보상청구권' 도입
- OTT(온라인 동영상 스트리밍 서비스) 등과 같은 새로운 플랫폼에서의 저작권을 규정하기 위해 '디지털동시송신' 개념을 도입
- 창작자와 저작물 이용 사업자간 계약 저작권 계약상의 지위가 불균형하거나 정보 비대칭으로 인해 수익배분에 불리한 경우들이 있어, 계약 자유의 원칙⁵⁾을 수정해, '추가보상청구권' 등 저작권 계약 조항 및 '업무상 저작물' 조항을 개정함

5) 계약자유의 원칙: 당사자가 자유롭게 선택한 상대방과 그 법률관계의 내용을 자유롭게 합의하고, 법이 그 합의를 법적 구속력 있는 것으로 승인하는 원칙

<표 5-15> <수익배분 공정 체계 개선> 관련 법안 2

공정위, 온라인 플랫폼 중개 거래의 공정화에 관한 법률안

- 온라인 플랫폼 시장에서의 B2B 관계를 규율하기 위해 표준계약서를 제정하고 사용을 권장, 온라인 플랫폼 이용사업자에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경, 이행과정에서 불이익을 주는 행위 금지, 부당하게 온라인 플랫폼 이용사업자의 경영활동을 간섭하는 행위 금지 등의 규정을 포함

방통위, 온라인 플랫폼 이용자 보호에 관한 법률안

- 온라인 플랫폼 이용자의 권익 보호에 방점을 두고 있지만 대규모 플랫폼(일정규모 이상의 플랫폼)의 경우 금지행위 조항에서 이용사업자에게 정당한 사유 없이 불리한 조건으로 계약 또는 변경하는 행위, 적정한 수익배분은 거부하거나 제한하는 행위 등을 포함

- (콘텐츠 장르별 수익배분 시스템의 큐레이션화) 콘텐츠 장르별로 수익배분 구조가 상이하고, 특히 영상콘텐츠 분야의 경우 유통 창구의 다각화로 복잡한 양상(예:양극화 등)을 드러냄에 따라, 재편되는 콘텐츠 가치사슬의 특성에 맞게 수익배분 시스템도 차별화 및 큐레이션화가 필요함

<표 5-16> 콘텐츠 장르별 수익배분 현황

콘텐츠 장르별 수익배분 현황

- 음원 전송사용료 징수 규정 ('18. 6월)
 - 스트리밍 65(창작자) : 35(사업자), 다운로드 70(창작자) : 30(사업자)
 - 매출액 대비 요율제 도입 : 곡당 단가 또는 매출액 기준 중 높은 저작권료 수준으로 정산
 - 과도한 할인을 단계적 폐지 등
- 네이버 바이브(AI 뮤직서비스)의 음원 전송사용료 이용자별 정산 분배 방식 확대 中
 - ☞ 향후 '음원 전송사용료 징수 규정' 개정
 - 음원전송사용료 이용자별 정산방식(VPS : VIBE Payment System)은 음원을 전송할 때 저작자, 실연자, 음반제작사에 지급하는 음원 사용료를 각 이용자의 사용 내역에 따라 구분하는 방식으로, 이용자가 실제로 들은 곡의 아티스트들에게 나누어 주는 형태임
- 게임
 - 전통적으로는 7(게임사) : 3(플랫폼)이나 경쟁 플랫폼들의 등장으로 8:2, 8.5:1.5(연수익 백만 달러 이하)로 수수료율이 시장변화에 따라 변화
- 웹툰
 - 카카오 및 네이버, 구글 등 플랫폼사, iOS와 안드로이드에 따라 수수료율이 상이
- 영상 콘텐츠
 - IP 보유 여부 및 원가(제작비 등) 대비 콘텐츠 대가가 상이

<표 5-17> 외주제작사별 영상 콘텐츠 수익모델

구분	한국 방송사의 외주제작사	글로벌 OTT의 외주제작사	IP+캡티브 채널 보유 제작사
기업	팬엔터테인먼트, 삼화네트웍스, NEW, 초록뱀, 키이스트, 하이브라더스, 쇼박스	스튜디오드래곤, 제이콘텐츠리, 에이스토리, 키이스트	스튜디오드래곤, 제이콘텐츠리, IHQ, 키이스트, 에이스토리, 팬엔터, NEW(캡티브 채널 없음, IP 전략 있음)
수익모델	<p>70~80% 20~30%</p> <p>↑ 부가 수익에 대한 RS는 지극히 미미, IP의 대부분은 방송사 귀속</p>	<p>최소 15% 안전 GPM 보장</p> <p>제작 원가 100%는 전액 회수 가능</p> <p>영상물에 대한 IP는 전부 넷플릭스에 귀속</p>	<p>50~70% 10~20% 40% + α</p>
	<ul style="list-style-type: none"> 원가의 70-80%는 본방영을 담당하는 방송사로부터 방영권료 항목으로 인식 대부분의 IP는 방송사에 귀속됨에 따라, 20억 원 차액은 드라마 제작사가 직접 협찬, PPL 등의 부가 수익을 통해 창출 한 드라마 작품당 적자~7% GPM의 박한 수익률 	<ul style="list-style-type: none"> 원가 전부와 15% 이상의 GPM을 안정적으로 글로벌 OTT 플랫폼이 부담 협찬&판매 매출이 아닌 오리지널 콘텐츠 편성에서 안정적인 수익 창출 IP 기반의 부가수익 창출 시, RS 구조 가능 최근 다양한 플랫폼으로부터 오리지널 콘텐츠 니즈 확대, 향후 보장 GPM은 더욱 높아질 것 	<ul style="list-style-type: none"> 제작비 전액을 제작사가 직접 투자한 후, 드라마를 방영하면서 회수하는 구조 평균적으로 50-70%는 본방영 담당 방송사로부터 방영권료 인식, 10-20%는 협찬+PPL, 나머지 수익은 VOD, OST, 판권 판매로 회수 일반 드라마 5-10%, 텐트폴 20-30% GPM 겨냥
매출처	방송국, Non-Captive 채널	글로벌 OTT 플랫폼	캡티브 채널, 글로벌 OTT, Non-Captive 모두 커버, 판권 비딩을 통해 수익성 극대화
IP 소유권	IP 미보유(IP의 대부분은 방송사에 귀속)	IP 미보유(모든 IP는 넷플릭스 귀속)	IP 보유
장점		<ul style="list-style-type: none"> 제작원가 부담이 없어 안정적 수익창출 글로벌 인지도 상승, 제작역량 가치 상승 	<ul style="list-style-type: none"> 구작+신작 IP 활용을 통한 부가수익 레버리지 안정적인 캡티브 채널 확보로 편성 부담 없음
단점	IP 추적 불가능, 비용 증가 우려로 제한적인 수익성	영상물에 대한 IP 추적 불가능	구조적인 제작비용 증가에 따른 수익성 저하

* 출처 : 한화투자증권(2019), 재인용

○ 향후 추진과제

- 기존 저작권 이용정보 수집 통합시스템을 정산 및 불공정행위 모니터링에도 활용할 수 있도록 확대 적용, 수익배분과 관련한 가이드라인, 불공정 행위와 관련한 분쟁조정 및 신고센터, 법률 상담, 피해구제 소송 지원 등의 종합적인 지원 체계 마련
- 수익배분 관련 콘텐츠 장르별 가이드라인 마련
 - 콘텐츠 장르별 수익배분 기준에 대한 재점검 실시
 - 콘텐츠 생태계 변화에 따른 수익배분 기준 및 저작물의 공정한 거래 환경 조성을 위한 가이드라인 수립
- 통합시스템 구축 및 시행이 되더라도 정산 시스템 통합 이용이 불가한 콘텐츠 장르 등을 포함하여, 종합적인 사후 모니터링이 가능하도록 신고센터 및 분쟁조정 기구 확대 운영
- 불공정행위에 대한 중소 콘텐츠 기업 대상 법률 상담 및 피해구제 소송 등 지원 체계 구축
 - 유사 사례 등 정보 불균형에서 오는 피해를 최소화하기 위한 법률 상담 및 피해구제 사례 등 정보 공유 및 홍보 확대
 - 피해 유형별 구체 방안 및 지원 체계 마련

3) 창작자·이용자 권익 보호

○ 목적

- 새로운 기술과 빅데이터를 접목한 융합 콘텐츠가 등장하면서 새로운 유형의 이용자 권익 침해 사례 등장 및 대응 체계 미비에 따른 이용자 보호 기반 마련

○ 추진 배경 및 필요성

- 인공지능 등 신기술 결합 콘텐츠 서비스 및 메타버스 등 신규 미디어 플랫폼이 출현함에 따라, 기존의 규제영역 외에서 이용자 권익 침해 등의 부작용 발생시 이에 대한 규제책 및 침해 방지 방안 마련 필요

- (인공지능 콘텐츠 서비스) 인공지능서비스 관련 개인정보보호, 인공지능서비스의 가치관 왜곡 논란, 인공지능서비스에 대한 성적인 활용 등 제도적·윤리적 문제가 발생하는 한편, 인공지능서비스를 개발하려는 사업자가 규제로 인해 인공지능 훈련에 충분한 양의 데이터를 확보하기 어려워 사업에 난항을 겪는 사례가 공존
- (메타버스) 금전적 사기, 욕설 및 비방, 외모비하, 사이버불링, 성희롱 등 사이버 공간에서 유해 정보 및 불쾌한 언행이 불시에 불특정 다수에게 노출될 가능성

※ 시각뿐 아니라 음성을 통해서도 동시다발적으로 불특정 다수에게 유해 정보 등이 노출될 수 있으며, 다수의 사이버공간이 24시간 운영되기 때문에 실시간 모니터링은 현실적으로 불가능

- (딥페이크) 딥페이크 기술을 악용한 합성 성인물 등 유해 정보나 금전적 사기 등 불법행위 피해 우려
- (NFT) 문화예술 및 콘텐츠를 중심으로 일반대중의 NFT 거래가 활성화되는 가운데, NFT 거래를 통해 양측 당사자가 얻게 되는 권리에 대한 명확한 정보 부재로 분쟁 발생 가능성

<표 5-18> <창작자·이용자 권익 보호> 관련 정책과 법안

신산업현장으로 규제혁신 (방통위)

- 인공지능 스피커는 개발 단계에서 다양한 음성을 학습시킬수록 인식률이 높아지는데, 현행 법상 음성 원본정보를 수집·이용하기 위해서는 복잡한 동의절차가 필요하므로, 이를 간소화하는 내용의 바이오정보 보호 가이드라인 개정 추진

정보통신망법 개정안(2019.9.4.) (바른미래당 박선숙 의원)

- 정보통신서비스 제공자의 개인정보 수집 시 이용자로부터 '수집 시점'에 대한 동의를 받도록 하여 이용자가 자신의 정보가 어느 시점에서 수집되는지를 예측하고 프라이버시 침해 예방할 수 있도록 개정 추진

국가 인공지능 윤리기준안(과기부)

- 사람 중심의 인공지능을 위한 최고 가치인 인간성을 위한 3대 기본원칙과 10대 핵심요건 제시
- (3대 기본원칙) 인간성을 구현하기 위해 인공지능의 개발 및 활용 과정에서 ▲인간의 존엄성 원칙 ▲사회의 공공선 원칙 ▲기술의 합목적성 원칙
- (10대 핵심요건) 3대 기본원칙을 실천하고 이행할 수 있도록 인공지능 개발~활용 전 과정에서 ▲인권 보장 ▲프라이버시 보호 ▲다양성 존중 ▲침해금지 ▲공공성 ▲연대성 ▲데이터 관리 ▲책임성 ▲안전성 ▲투명성의 요건

○ 향후 추진과제

- 개인정보 활용뿐 아니라 사이버 불링, 사이버폭력, 성범죄 등 새로운 서비스(메타버스 등)로 인한 이용자 보호는 규제 사각지대에 놓여 있어 이에 대응할 제도 마련 필요(예: 메타버스 이용자 권익 보호 가이드라인 등), 새로운 유형의 유해 콘텐츠 모니터링 등 시스템 마련 필요

- (인공지능 콘텐츠서비스) 인공지능서비스 사업자의 인공지능 윤리지침 마련 및 준수 장려, 이용자의 개인정보보호 강화 및 인공지능서비스 사업자의 인공지능 개발 장려를 위한 규제완화의 절충방안 모색, 불건전 정보 노출 및 가치관 왜곡 등 인공지능서비스의 부작용 방지를 위한 이

용자 가이드라인 제공 및 자기정보 주권 등 이용자 교육

- (메타버스서비스) 이용자의 신고 및 AI 모니터링 등 필터링 시스템 방안 모색, 메타버스 사업자의 이용자 가이드라인 제공 장려 등
- (딥페이크) 딥페이크 악용범죄에 대한 피해유형 및 피해현황 파악·정보 제공, 딥페이크 판별 기술개발 지원, 콘텐츠에 딥페이크 기술 적용시 딥페이크 표기 의무화 등의 가이드라인 마련
- (NFT) NFT 거래시 얻게 되는 권리 등 거래 당사자가 알아야 할 정보를 포괄하는 가이드라인 제공 및 약정, 보증 등 안전한 거래 체결을 위한 정보 안내

※ 신기술 융합 콘텐츠 분야를 아우르는 사이버상의 이용자 보호 가이드라인 마련, 세부 콘텐츠 분야별 해당 기술 이용시 사업이용자의 이용자 보호 지침 등을 마련

※ 디지털 격차에서 나아가 이제는 인공지능 기술격차 확대에 따른 정보 불평등 문제를 해소하기 위한 노력이 수반되어야 하며, 이용자 보호 가이드라인과 더불어 인공지능 기술, 활용 능력의 격차를 줄이기 위한 리터러시 교육 병행 (예: 인공지능(AI) 리터러시)

개인정보 보호

“비식별 데이터를 기준으로 하는 데이터의 활용은 소비자 선택에 따라 허용하되 기술적 보호장치 마련에 더욱 신경써야 할 것임(광고)”

“이용자 데이터 수집과 프라이버시 간 균형 필요(방송)”

이용자 교육

“미디어 리터러시 교육 관련 커리큘럼 등 구체적 방법론에 대한 고민 필요(애니메이션)”

이용자 격차

“빈부의 격차에 영향 없이 콘텐츠를 소비할 수 있는 인프라를 공공 차원에서 제공하는 것을 고려할 필요(지식정보)”

[그림 5-7] 창작자·이용자 권익 보호 관련 전문가 의견 예시

참고 문헌

■ 개인 논문 및 출판물

- 김용진(2020). 『온디맨드 비즈니스 혁명: 오직 한 사람에게로』, 쌤앤파커스
- 김혜진 외(2020). 『코로나19 관련 주요국의 경제정책대응 및 시사점』. KDB미래전략연구소
- 남승용(2020). 『COVID-19와 미디어 산업 위기와 미래』. 미디어리더스포럼, 미디어미래연구소 디지털경제센터
- 노동환(2021). 『영상콘텐츠 산업 환경 변화에 따른 국내 주요 사업자의 IP 확보 전략』, 한국방송통신전파진흥원, 미디어 이슈&트렌드, 43권, 8-24
- 박기문·이규녀·이병욱(2020). 『4차산업혁명 시대의 지식재산 분야별 필요 역량 분석』, 대한공업교육학회지, 45권 2호, 108-130
- 정재민(2016). 『개인화된 콘텐츠 시대, 그 의미와 방송에 던지는 화두』, Broadcasting Trend&Insight
- 이수범·송민호(2021). 『콘텐츠 산업의 포스트 코로나19 이슈 탐색 연구』, 언론문화연구, 30집
- 한지은(2020). 『포스트코로나시대의 디지털 뉴딜 정책 방향을 위한 제언』, Future Horizon Focus, 미래연구 포커스 : COVID-19 이후, 뉴노멀과 미래 전망 III
- 홍성진 외(2020). 『차세대 콘텐츠를 위한 AI 기술 활용 동향 및 전망』, 한국전자통신연구원

■ 연구기관 및 공공기관 보고서

- 경기연구원(2020). 『포스트 코로나19, 무엇을 준비해야 하는가』
- 과학기술정보통신부·한국전파진흥협회·ARC(2020). 『1인 미디어 산업 동향』, 미디어 산업 보고서 시즌 4, 2권.
- 관계부처 합동(2018). 『콘텐츠 산업경쟁력 강화 핵심 전략』
- _____ (2019). 『콘텐츠 산업 3대 혁신 전략』
- _____ (2020). 『가상 융합경제 발전 전략: 디지털 뉴딜 성공의 초석』
- _____ (2020). 『디지털 뉴딜 비대면 콘텐츠 산업 성장 전략』
- _____ (2021). 『한국판 뉴딜 2.0: 미래를 만드는 나라 대한민국』
- 국가지식재산위원회(2012). 『제1차 국가 지식재산 기본계획』
- _____ (2016). 『제2차 국가 지식재산 기본계획(안)』
- 대외경제정책연구원(2016). 『디지털경제의 진전과 산업혁신정책의 과제: 주요국 사례를 중심

- 으로』, KIEP 정책연구 브리핑
 _____(2021). 『주요국의 코로나19 방역체계 전환 양상 및 경제 전망』, 세계 경
 제 포커스
- 문화체육관광부(2010). 『OECD 주요국가의 콘텐츠산업 및 정책현황 비교』
 _____(2017). 『콘텐츠 산업 중장기 정책 비전-미래 콘텐츠 산업 준비 보고서』
 _____(2020). 『2020 업무계획』
- _____ · 한국저작권위원회 · 한국저작권보호원(2020). 『저작권 비전 2030: 문화가 경
 제가 되는 저작권 강국』
 _____(2021). 『2021 업무계획』
 _____(2021). 『콘텐츠 산업백서 연차보고서』
 _____ · 한국저작권위원회 · 한국저작권보호원(2021). 『2020 저작권 백서』
- 산업연구원(2021). 『다가오는 메타버스 시대, 차세대 콘텐츠 산업의 방향과 시사점』
 _____(2021). 『2022년 거시경제 전망』, I-KIET 산업경제이슈, 제124호
- 정보통신기획평가원(2020). 『디지털 역량 강화를 위한 주요국의 혁신인재 육성정책』, ICT
 Spot Issue
- 정보통신산업진흥원(2020). 『기업의 디지털 전환을 위한 비대면 SW 동향』, 이슈리포트 2020-
 제13호
- 질병관리청(2021). 『정책보고: 코로나19 대응 및 방역체계 전환 관련 주요 국가 동향』, 주간
 건강과 질병, 제14권 제45호
- 콘텐츠산업진흥위원회(2021). 『코로나19 극복 콘텐츠 산업 혁신 전략』, 제7차 회의
- 통계청(KOSIS)(2021). 『OECD 국가 주요 지표』
 특허청 · 한국지식재산연구원(2011). 『해외 주요국의 IP 법제도 및 정책동향 조사 · 분석』
 _____(2017). 『한류 콘텐츠 IP보호 대응가이드 및 사례집』
- 한국과학기술기획평가원(2020). 『코로나19 대응 주요국의 R&D 및 관련 전략 분석과 시사
 점』, KISTEP Issue Paper
- 한국데이터산업진흥원(2021). 『2021 데이터 산업백서』
- 한국무역협회(2020). 『포스트 코로나, 변화하는 국내 서비스업 생태계』, 국제무역통상연구원
- 한국문화관광연구원(2020). 『콘텐츠 산업 트렌드 2025』
- 한국언론진흥재단(2020). 『코로나19 이후 국민의 일상 변화』
- 한국연구재단(2020). 『코로나와 디지털 전환 가속화(Post-Digital)』

한국은행(2021). 『해외경제 포커스』, 조사국 국제경제부

한국조세재정연구원(2021). 『미국 코로나19 대응 정책 종합보고서』

한국콘텐츠진흥원(2013). 『2012 스마트콘텐츠 시장조사』

_____ (2017). 『4차산업혁명과 콘텐츠 산업 경쟁력 제고 전략』

_____ (2020). 『콘텐츠산업 2021년 전망 보고서』

_____ (2021). 『2020 하반기 및 연간 콘텐츠 산업 동향 분석 보고서』

_____ (2021). 『2020 해외 콘텐츠 시장 분석, 글로벌 콘텐츠 시장 규모 및 전망』

_____ (2021). 『유럽 콘텐츠 산업동향: 유럽 주요국의 만화 및 디지털만화 시장 현황』

_____ (2021). 『일본 콘텐츠 산업동향: 2020 일본 콘텐츠 산업 정책』

한화투자증권(2019). 『에이스토리 IPO가 주는 투자 기회』, 엔터/콘텐츠(positive)

Gartner(2021). *Hype Cycle for Emerging Technologies 2021*

IMF(2021). *World Economic Outlook 2021: Recovery During a Pandemic*

OECD(2020). *OECD Digital Economy Outlook 2020*

_____ (2021). *OECD Economic Outlook 2021*

PwC 삼일회계법인(2019). 『2019-2023 Entertainment&Media 산업전망』

UN·UNCTAD(2021). *Digital Economy Report 2021, Cross-border data flows and development: For whom the data flow*

WEF(2020). *Digital Transformation: Powering the Great Reset*

■ 인터넷 웹사이트 및 뉴스·기사

세계 각국 코로나19 감염 통계(<http://worldometers.info/>)

영화진흥위원회 영화관 입장권 통합전산망 통계(<https://www.kobis.or.kr/>)

이지현(2021.03.25). NFC 폭발적 거래 증가··버블 주의 필요, 이데일리,
(<https://www.edaily.co.kr/news/read?newsId=01958166628986928&mediaCodeNo=257>)

한영혜(2020.03.12.). WHO, 결국 사상 세 번째 ‘팬데믹’ 선언... 코로나 통제가능. 중앙일보,
(<https://www.joongang.co.kr/article/23728084#home>)

한국언론진흥재단 빅카인즈(<https://www.kinds.or.kr/v2/intro/index.do>)

WHO, 코로나19 ‘팬데믹’ 선언...114개국 12만명 감염·4000여명 사망(2020.03.12.). 메디게이트
뉴스, (<https://www.medigatenews.com/news/3323472469>)

부록 <조사표>

<포스트코로나시대 콘텐츠산업 미래정책 연구> 전문가 서면조사

2021. 10. 20

안녕하십니까?

본 조사는 포스트코로나시대에 대응하기 위해 콘텐츠 산업의 미래정책을 발굴하고, 콘텐츠 산업 성장을 위한 효과적인 정책을 수립하는데 활용하고자 콘텐츠 산업 각 분야별 전문가들의 의견 수렴을 위해 기획되었습니다.

이번 서면 조사의 목적은 지난 전문가 인터뷰를 통해 발굴한 아젠다에 대해서 콘텐츠 산업에 미치는 영향력 수준을 평가하고, 주요 영역별 이슈들의 미래 전망, 그리고 새로 제기될 수 있는 쟁점에 대한 의견을 수렴하는 것입니다.

전문가 여러분들의 귀중한 의견을 적극적으로 반영하여 작성해 주시길 부탁드립니다.

감사합니다.

♣ 주관기관: 한국콘텐츠진흥원 미래정책팀

♣ 조사기관: (주)리얼블록스

♣ 조사기간: 2021.10.21 ~ 2021.10.25

- 다음부터 제시되는 콘텐츠 산업 관련 환경변화 이슈들에 대하여, 각각 콘텐츠 산업에 미치는 영향력 수준을 **1점(매우 낮음)부터 5점(매우 높음)** 사이에서 평가해주시고, 그렇게 평가해주신 이유를 설명해주시고.
- 이와 함께, 각 변화요인과 관련된 미래 전망 및 예상되는 쟁점, 제안사항에 대해 자유롭게 의견을 제시해 주십시오.

◎ 조사 대상자 기본 인적 사항

성명	소속

차세대콘텐츠 활성화 관련 세부의제 및 예시

▶ 신기술 관련 법제도 정비 (저작권 등)

- 메타버스, 온라인 콘서트, NFT 등 신기술의 등장에 따른 법제도 정비 필요성
- 1인 크리에이터의 증가로 저작권 침해문제가 빈번히 발생
- 인터넷동영상서비스(OTT) 활성화로 인하여 현행 미디어 관련법이 방송법과 통신법으로 나뉘져 방송서비스가 도입될 때 규제 공백이 발생

▶ 신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화

- 미디어의 라이브 커머스의 수익분배에 대한 정의
- 메타버스 상에서의 음악 저작권 수익분배 제도 필요

▶ 기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업

- 기술이 발전하는 시각에서 기술을 중심으로 한 콘텐츠 지원사업도 필요하지만, 이와 함께 문화콘텐츠를 중심으로 기술과의 접목을 통한 융복합 콘텐츠 지원사업도 필요함

▶ 디지털휴먼·메타버스·AI콘텐츠 등 신기술 콘텐츠 활용 활성화

- 기술의 발전으로 디지털휴먼이 다수 등장하고 있으며 이에 따른 시스피커, 메타버스, 아바타 등 다양한 곳에서 활성화가 되고 있어 산업 발전을 위한 제도적 뒷받침이 필요

아젠다	현재 영향력 수준 (1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 (1~5점)
① 신기술 관련 법제도 정비(저작권 등)		
② 신기술에 따른 신사업 수익배분 제도화		
③ 기술과 콘텐츠의 융합적인 시각에서의 지원사업		
④ 신기술 콘텐츠 활용 활성화		

전
문
가
토
론

(영향력 수준 평가의 이유):

- ①
- ②
- ③
- ④

(변화 이슈 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점):

- ①
- ②
- ③
- ④

(상기 이슈 외에 주목할 만한 아젠다 및 제안 사항):

공정상생 관련 세부의제 및 예시

▶ IP 확장에 따른 수익배분 (저작권)

- IP 확장에 따른 공정한 수익배분 및 계약구조
(원저작물 IP의 단계적 2차적 저작물에 대한 수익배분)
- 업무상저작물 저작권 지분
- 실시간 온라인 공연의 성격 규정
- 음악 포괄신탁을 분리신탁으로 하는 논의

▶ 불법복제(저작권)

- 불법복제 처벌강화의 필요성

▶ 기업간 양극화

- 자본, 기술, 인력의 양극화
- 중소기업에서 성장한 우수인력이 대기업으로 이동하는 경향이 많은데, 대기업에서 인력양성에 적극적으로 임해야 함
- 독립영화, 인디게임 기업, 중소기업 등

▶ 콘텐츠-플랫폼간 공정거래

- 망사용료, 구글갑질 방지법 관련
- 콘텐츠기업-플랫폼 기업간 공정한 수익배분 방안 마련 등

아젠다	현재 영향력 수준 (1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 (1~5점)
① IP 확장에 따른 수익배분(저작권)		
② 불법복제(저작권)		
③ 기업간 양극화		
④ 콘텐츠-플랫폼간 공정거래		

전문가토론

(영향력 수준 평가의 이유):

- ①
- ②
- ③
- ④

(변화 이슈 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점):

- ①
- ②
- ③
- ④

(상기 이슈 외에 주목할 만한 아젠다 및 제안 사항):

인력양성 관련 세부의제 및 예시

▶ 멀티 IP, 슈퍼 IP의 매니지먼트 능력 역량 강화

- 다양한 콘텐츠 산업에서 창출되는 IP를 관리하고 육성하는 콘텐츠 비즈니스 전문 인력이 필요함

▶ 창작자 보호

- 표준계약서 실효성 제고 (영화나 드라마 제작시에 OTT와의 계약 조건이 입장에 따라 편차가 큰 부분이 있어 표준계약서의 갱신을 통해 미비점을 보완할 필요가 있음)
- 차기작 창작지원, 경력단절 창작자 재교육

▶ 신생 직업 인력양성

- 메타버스, NFT, 디지털휴먼 등 새로운 기술의 등장에 따른 신생 직업의 양성이 필요함
- 신생 직업 양성에 필요한 교육자의 재교육이 필요함

▶ 디지털전환 역량 인재 수급 부족

- 개발자 직군, 애니메이터 등의 양성
- 특정직군 인건비 급등으로 중소기업 지원 필요
- 국내외 우수인력 확보와 산업별 간극 해소

▶ 노동환경

- 특정업무 자유도 확대, 스태프 근로자성 인정, 상황에 따른 유연한 근무제 적용

아젠다	현재 영향력 수준 (1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 (1~5점)
① 멀티IP, 수퍼IP의 매니지먼트 능력 역량 강화		
② 창작자 보호		
③ 신생 직업 인력양성		
④ 디지털전환 역량 인재 수급 부족		
⑤ 노동환경		

전문가 토론

(영향력 수준 평가의 이유):

- ①
- ②
- ③
- ④
- ⑤

(변화 이슈 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점):

- ①
- ②
- ③
- ④
- ⑤

(상기 이슈 외에 주목할 만한 아젠다 및 제안 사항):

자원·인프라 관련 세부의제 및 예시

▶ 디지털인프라 구축 지원·투자유치

- 콘텐츠에 대한 새로운 기술 접목, 비대면 콘텐츠 제작, 비즈니스 디지털화, 온라인 유통 창구 등
- 디지털 전환을 위한 아카이브 저장소인 클라우드와 네트워크 사용료의 지원이 필요함
- 중소기업에게 비대면 업무 환경 구축 지원과 교육환경 지원이 필요

▶ 모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고

- 콘텐츠 부문의 투자 펀드는 지속적으로 확대해 나가며, 특정 분야에 치중되지 않는 산업 전반에 고른 투자가 이루어져야 함

▶ 창업, 기업간 결합 등 유연한 기업활동을 뒷받침 하는 제반여건 조성

- 잠재력 있는 콘텐츠가 항시 투자의 기회를 맞이할 수 있는 기회 제공
- 조세제도 개선 및 법제도 개선 등

▶ 제작초기 투자지원 강화와 제작 단계에 따른 투자지원 세분화

- 제작 초기의 투자지원은 항상 필요하며 제작 단계별 필요한 여건이 다른 만큼, 이에 맞는 다양한 투자지원 프로그램이 필요 함. 제작기간이 몇 년이 소요되는 산업의 경우 본 편 제작에 대한 투자지원이 필요 함

▶ 창작활동 지원

- 창작활동을 서비스 R&D에 포함시켜 기술보증프로그램을 통한 창작 지원금 제공
- 새로운 콘텐츠를 창출해 내는 오리지널 창작물의 발굴 확대

아젠다	현재 영향력 수준 (1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 (1~5점)
① 디지털인프라 구축 지원·투자유치		
② 모태펀드, 콘텐츠 가치평가의 실효성 제고		
③ 유연한 기업활동을 뒷받침 하는 제반여건 조성		
④ 제작초기 투자지원 강화 및 단계별 투자지원		
⑤ 창작활동 지원		

전
문
가
토
론

(영향력 수준 평가의 이유):

- ①
- ②
- ③
- ④
- ⑤

(변화 이슈 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점):

- ①
- ②
- ③
- ④
- ⑤

(상기 이슈 외에 주목할 만한 아젠다 및 제안 사항):

신한류·글로벌 수출 관련 세부의제 및 예시

▶ 콘텐츠 글로벌 유통창구 확대

- 콘텐츠의 글로벌 진출을 위한 다양한 유통창구를 확대
- 새로운 기술의 등장에 따른 유통 플랫폼의 개발 독려와 글로벌 경쟁력 확보 지원

▶ 수출·통상 관련 제도개선

- 외국납부세액제도 개선(배급사와 개발사간의 수익 및 세금 과금 분배 관련 제도개선)
- 다각적인 해외 권리 보호 체계 강화와 글로벌 라이선싱 비즈니스 강화

아젠다	현재 영향력 수준 (1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 (1~5점)
① 콘텐츠 글로벌 유통창구 확대		
② 수출·통상 관련 제도개선		

전 문 가 토 론	(영향력 수준 평가의 이유):
	①
	②
(변화 이슈 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점):	
①	
②	
(상기 이슈 외에 주목할 만한 아젠다 및 제안 사항):	

이용자 권익 관련 세부의제 및 예시

- ▶ **이용자간 디지털격차, 지역간 향유격차 완화**
 - 리터러시 교육, 문화 인프라 지원의 필요성
 - 디지털 소외 정보격차의 해소
- ▶ **이용자 개인정보 보호**
- ▶ **이용자 문화 개선**
 - 댓글문화 양성화 등

아젠다	현재 영향력 수준 (1~5점)	5년 후 미래 영향력 수준 (1~5점)
① 이용자간 디지털격차, 지역간 향유격차 완화		
② 이용자 개인정보 보호		
③ 이용자 문화 개선		

전 문 가 토 론	(영향력 수준 평가의 이유):
	①
	②
	③
	(변화 이슈 관련 미래 전망 및 예상되는 쟁점):
	①
	②
	③
	(상기 이슈 외에 주목할 만한 아젠다 및 제안 사항):

※ 답변해 주셔서 감사합니다.

포스트 코로나 시대 콘텐츠 산업 미래정책 연구

A study on the future policy of the content industry in the post-covid-19 era.

주관기관 | 한국콘텐츠진흥원

감 수 | 송 진 (정책본부 본부장)

박 인 남 (미래정책팀 팀장)

연구책임 | 이 승 희 (미래정책팀 선임연구원)

연구용역 수행기관 | 주식회사 리얼블록스

연구용역 책임자 | 박 중 형 (리얼블록스 실감콘텐츠연구소 소장)

공동연구 | 이 강 덕 (디지털경영연구소 소장/대표)

공동연구 | 채 정 화 (서강대학교 ICT법제연구소 책임연구원)

연구원 | 임 윤 주 (이화여자대학교 박사과정)

연구원 | 김 가 희 (이화여자대학교 법학연구소 연구원)

연구보조 | 김 병 철 (리얼블록스 연구원)

발 행 인 | 조현래 (한국콘텐츠진흥원장)

발 행 일 | 2022년 1월 31일

발 행 처 | 한국콘텐츠진흥원

주 소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)

전 화 | 1566-1114

홈페이지 | www.kocca.kr

기관번호_KOCCA21-44

ISBN_979-11-6677-073-9 (93600) (비매품)

* 본 보고서의 저작권은 한국콘텐츠진흥원이 소유하고 있으며, 내용을 인용하고자 할 경우에는 반드시 『포스트 코로나 시대 콘텐츠 산업 미래정책 연구』 ○○ 쪽에서 인용하였음을 표시해 주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 "콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114"