

# Monthly Issue Briefing

2012  
월간 이슈브리핑

<http://www.kocca.kr>

2012.04.10 제1호(통권 1호)

- 1\_ 정책 동향 - 한류 동향과 성과  
극장용 애니메이션의 주요 흐름과 정책적 시사점  
해외 문화콘텐츠 정책규제/산업진흥 기관
- 2\_ 세미나/포럼 - 콘텐츠 미래전략 제4차 포럼  
소통과 창조 포럼 : ICT 10대 아젠다  
2012년 제2차 방송영상리더스포럼
- 3\_ 발간물 소개 - 2011년 게임문화총서 <캐주얼 게임>
- 4\_ 뉴스브리핑 - 콘텐츠산업 관련기사 요약·정리

• 작성/정리

박영일 정책연구팀 수석연구원  
권오태 정책연구팀 책임연구원  
이양환 정책연구팀 선임연구원  
임윤주 보조연구원 (이화여대 언론학 석사)

• 감수

윤호진 정책연구팀 팀장

▲  
정책 동향

## 한류 동향과 성과



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

### 1. 한류의 최근 동향

#### 1) 거시 동향

- (지역) 동아시아 중심 → 중앙아시아, 미주, 유럽, 중동 등으로 확산
  - 디지털·스마트 환경의 진전에 따라, 유럽, 중동, 중남미 등 물리적·문화적으로 거리가 먼 지역으로 까지 한류 확산
    - \* 한국 가수 유튜브 동영상 조회 수 현황 : 아시아(5억 6,627만)뿐만 아니라, 북미(1억 2,347만), 유럽(5,537만), 중동(30만 이상) 등 원거리 국가 다수 포함
- (장르) 드라마, 영화 등 중심 → 다양한 한류콘텐츠 등장
  - K-POP에 대한 관심이 급증하면서 음악이 핵심콘텐츠로 부상하고 있으며, 게임의 해외진출 실적은 지속적으로 강세
    - \* 아이돌그룹을 중심으로 일본, 미국, 유럽, 중남미 등 전 세계에서 강세 → '10년 음악 수출은 전년대비 166%(3,130만 달러 → 8,330만 달러) 증가

〈표〉 한류의 발전단계

특징	한류 1기	한류 2기	한류 3기
키워드	한류 생성	한류 심화	한류 다양화
기간	1997~2000년대 초	2000년대 중반	2000년대 후반 이후
주요 분야	드라마, 음악	드라마, 음악 영화, 게임	음악, 드라마, 게임 영화, 만화, 캐릭터 한식, 한글
주요 지역	중국, 대만, 베트남	중국, 일본, 대만 동남아시아	중국, 일본, 대만 동남아시아, 중앙아시아 아프리카, 미국
대표 콘텐츠	사랑이 뭐길래 HOT	겨울연가 대장금	K-POP, 아이돌 온라인 게임

\* 출처 : 한국문화산업교류재단(2009), 『한류, 아시아를 넘어 세계로』

#### 2) 수출 동향

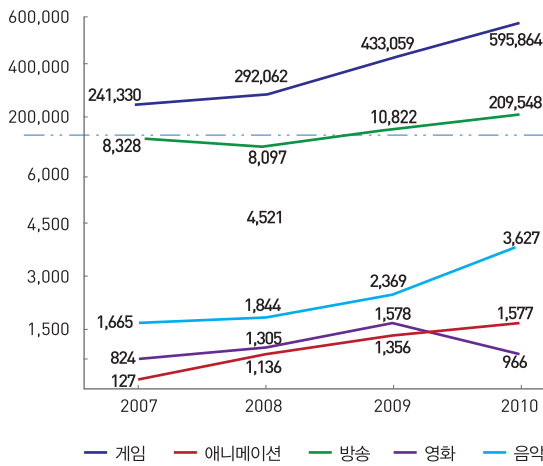
- 중국
  - 2010년도 게임 5억 9,586만 달러, 방송 2,095만 달러, 음악 362만 달러, 애니메이션 157만 달러, 영화 96만 달러 수출

▲ 정책 동향

## 한류 동향과 성과



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY



(단위: 천달러)

	2007	2008	2009	2010
게임	241,330	292,062	433,059	595,864
애니메이션	127	1,136	1,356	1,577
방송	8,328	8,097	10,822	209,548
영화	824	1,305	1,578	966
음악	1,665	1,844	2,369	3,627

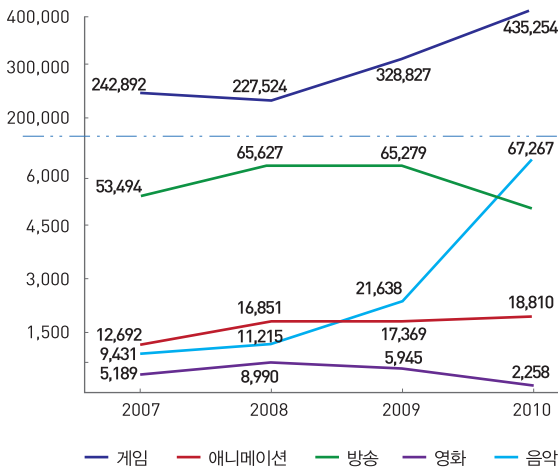
\* 홍콩 포함

\*\* 2009년 방송은 독립제작사 제외

\* 출처 : 문화체육관광부, 「2008-2011콘텐츠산업통계」

### □ 일본

○ 2010년 말 기준 게임 4억 3,525억 달러, 방송 4,971만 달러, 음악 6,726만 달러, 애니메이션 1,881만 달러, 영화 225만 달러



(단위: 천달러)

	2007	2008	2009	2010
게임	242,892	227,524	328,827	435,254
애니메이션	12,692	16,851	17,369	18,810
방송	53,494	65,627	65,279	49,712.8
영화	5,189	8,990	5,945	2,258
음악	9,431	11,215	21,638	67,267

\* 2009년 방송은 독립제작사 제외

\* 출처 : 문화체육관광부, 「2008-2011콘텐츠산업통계」

▲  
정책 동향

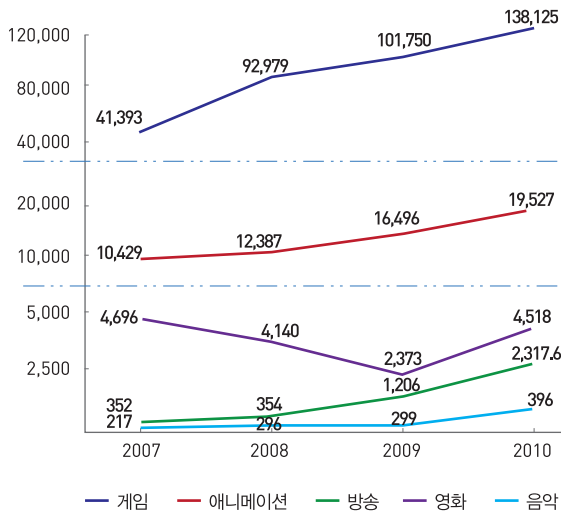
## 한류 동향과 성과



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

### □ 유럽

○ 2010년 말 기준 게임 1억 3,812만 달러, 애니메이션 1,652만 달러, 영화 451만 달러, 방송 231만 달러, 음악 39만 달러



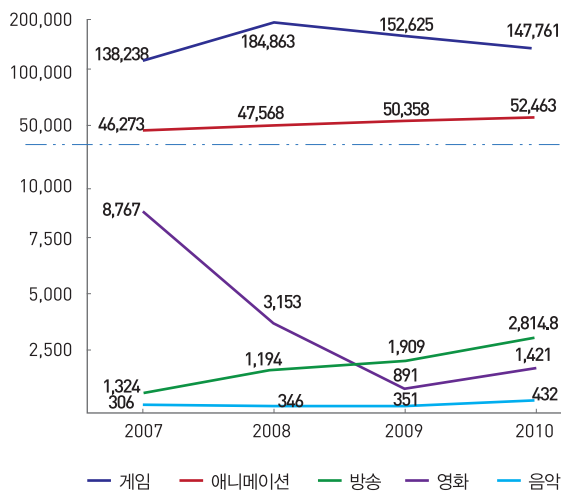
(단위: 천달러)

	2007	2008	2009	2010
게임	41,393	92,979	101,750	138,125
애니메이션	10,429	12,387	16,496	19,527
방송	352	354	1,206	2,317.6
영화	4,696	4,140	2,373	4,518
음악	217	296	299	396

\* 출처 : 문화체육관광부, 「2008-2011콘텐츠산업통계」

### □ 미국

○ 2010년 말 기준 게임 1억 4,776만 달러, 애니메이션 5,246만 달러, 방송 281만 달러, 영화 142만 달러, 음악 43만 달러 수출



(단위: 천달러)

	2007	2008	2009	2010
게임	138,238	184,863	152,625	147,761
애니메이션	46,273	47,568	50,358	52,463
방송	1,324	1,194	1,909	2,814.8
영화	8,767	3,135	891	1,421
음악	306	346	351	432

\* 출처 : 문화체육관광부, 「2008-2011콘텐츠산업통계」

▲  
정책 동향

## 한류 동향과 성과



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

### 3) 지역별 동향

#### (1) 중국/일본/동남아시아

##### □ 중국

- (드라마/영화) 한국 배우들의 중국 드라마 출연 및 현지 활동 증가
  - 중국 위성방송국이 방송한 해외 드라마 시청률 순위(2010) 10위 중 6개가 한국 드라마
    - \* 추자연의 <나오룡산비적기(乌龙山剿匪记)>, 장우혁, 남규리의 <기억상실증에 걸린 내 여자 친구(忆女友)>, 장서희의 <수당영웅> 등
  - 한국 감독의 중국 진출도 본격화
    - \* 상해국제영화제('11)에서 중국 존보미디어와 허진호, 객재용 감독 전속계약 체결
- (K-POP) 국내 가수들의 현지 활동(팬미팅, 쇼케이스, 콘서트 등) 증가 및 모방 그룹 등장
  - \* 슈퍼보이, OK벡, 아이돌걸스 등

##### □ 일본

- (드라마/영화) 한국 드라마의 지속적 인기
  - <로맨스가 필요해>, 30~40대 여성들에게 어필하며 TBS에서 높은 시청률 기록 중이고 드라마 <굿바이 미늘>은 최고 수준의 판권 계약
  - CJ E&M과 일본 종합엔터테인먼트 기업 아뮤즈는 공동 드라마를 제작하기로 결정
  - 후지TV, 2011년 8월 한 달 동안 한류 드라마 40시간 편성
    - \* TBS 20시간, TV도쿄 12시간, NHK 4시간 등
  - 한국 영화 <시>, <어큐스틱>, <통증> 등 상영
- (K-POP) K-POP, 일본 오리콘 차트 석권
  - 카라와 소녀시대가 주간차트 1위를 차지했고, 장근석은 해외 아티스트 솔로, 그룹 통틀어 최초로 데뷔 싱글 주간차트 1위 기록
  - 씨엔블루는 외국인 록밴드 부문에서 41년 만에 일간 및 주간 차트를 석권했고, 윤상현의 싱글앨범이 K-POP 차트 1위, 카라가 부른 <스텝>의 일본어 번안곡이 일본 모바일 음원 차트 1위를 각각 차지
  - 2012년 일본 골드디스크 시상식에서 한국 가수들 13개 부문 수상
    - \* 카라(베스트 아시안 아티스트), 2PM(뉴 아티스트 오브 더 이어), 소녀시대(올해의 앨범) 등
- (기타) 현지 한류 소비층 확대
  - 일본 도쿄의 코리아타운인 신오쿠보가 관광 명소로 급부상
    - \* 한국 음식점, 한류 스타 사진집 밀집, 대형몰 구축 중
  - 테마파크 내 K-POP 연계 공연 확대
    - \* 초신성, SMASH, pixy(재희), 스타제국 소속 아이돌그룹 등

▲  
정책 동향

## 한류 동향과 성과



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

- 막걸리 소비 확대
  - \* 경기 북부 막걸리 1만 8,000여 톤 소비, 국내 막걸리 수출액 5,276만 달러의 38%에 달함
- 발레 한류 확대
  - \* 발레시장이 넓은 일본에서 유니버설 발레단의 이승현, 강민우 등 인기

### □ 동남아시아

- (대만) K-POP 스타 현지 방송 출연 및 콘서트 개최
  - 슈퍼주니어의 대만 내 단독 콘서트 매진, 대만 방송국 춘절 특별 프로그램에 원더걸스, 미쓰에이, 제국의 아이들 출연
  - <로열 패밀리>, <49일> 등 드라마가 2월부터 방영
- (인도네시아) 지상파방송에서 K-POP 프로그램 방영 및 현지 인기로 아이돌그룹 결성
  - 현지 언론의 K-POP에 대한 긍정적 보도(종합일간지 Kompas)
- (태국) K-POP 가수의 현지 콘서트 및 팬 미팅 활발
  - \* 비스트, 소녀시대, 2PM, 씨엔블루 등
  - 2011년 결산 Channel[V] 차트에서 K-POP이 순위권 장악
  - 한국산 애플리케이션 <심심이>와 게임 <포인트 블랭크> 인기 폭발
- (베트남) K-POP과 한국 드라마의 인기로 한국 기업이나 제품 선호도 증가
  - \* 지난 10년간 수출액 8배 증가

### (2) 유럽/미주

#### □ 프랑스

- (드라마/영화) 프랑스 '브졸 아시아 국제 영화제'에서 <댄스타운(2010)>, <그때 그 사람들(2004)> 상영
  - 홍상수 감독 <북촌방향(2011)> 4월 초 개봉 예정
- (K-POP) TF1과 TF2에서 K-POP 집중 분석 보도
  - 소녀시대 지상파방송 출연(2. 9 ; 까날플러스 <르 그랑 주르날>)
  - 파리에서 <뮤직 뱅크> 공연(8,000여 명 관람)
    - \* 'SME타운 라이브 월드투어' 1차 공연(6.10)은 예매시작 15분 만에 전석(6,500석) 매진 → 300명 팬 추가공연 요청 시위 → 추가공연(6.11) 역시 예매시작 10분 만에 전석 매진 → 프랑스, 영국, 이탈리아, 스페인, 핀란드 등 유럽 전역에서 1만 4,000여명 관객 운집
  - K-POP팬 형성과 한국문화 축제 개최
    - \* '코리안 커넥션' : 4,000여 명의 관람객이 모여 K팝 경연대회 등 개최

▲  
정책 동향

## 한류 동향과 성과



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

### □ 영국

- (K-POP) 세계 3대 신문 Financial Times, K-POP 집중 보도
  - 소녀시대, 영국 유명 패션쇼 '2012 F/W 버버리 프로섬 여성 컬렉션'에 한국 대표로 참석
- (기타) 주영 한국문화원, 'K-POP 아카데미' 출범(역사, 한글, 한식, 영화, 미술 등 주제별 강의)

### □ 미국

- (드라마/영화) 한국 방송사 현지 채널 출시
  - MBC Everyone이 채널 DirecTV에 출시(2010)했고, TVK는 K-POP 등 다양한 한국 방송사의 프로그램을 방영
  - <성균관 스캔들>이 2012 뉴욕 TV 페스티벌 결선에 진출했고, 장서희 주연 <사물의 비밀(2011)>은 4개 미국 영화제에 초청
    - \* Hulu, DramaFever, Crunchyroll, Viki 등 한국 콘텐츠 동영상 서비스 온라인 사업 진행
- (K-POP) 지상파방송(CBS, ABC, NBC) 등 주요 언론에서 K-POP에 주목
  - 소녀시대의 성공적 미국 진출
    - \* 특히 CBS의 <데이비드 레터맨 쇼> 출연으로 언론과 시청자들의 관심 집중
  - 뉴욕타임즈, K-POP의 인기비결과 걸 그룹의 치열한 연습과정 소개
  - 워너걸즈, <US 위클리>에서 긍정적 평가 기사 게재
- (기타) 패션, 한식 호평
  - '컨셉 코리아 FW12'가 뉴욕 패션위크의 공식행사로 자리매김
  - 뉴욕 한인식당 및 '카페 베네' 등 인기

### □ 기타 지역

- (터키) JYJ 김재중, 터키에서 활발한 활동
  - \* 단독 팬 미팅 30분 만에 티켓 매진, 터키 대통령궁 국민만찬 참석
- (독일) 현지 언론 '비스트' 공연 기대 보도
- (폴란드) 유력 주간지 브프로스트(Wprost)가 2012년 3호(1.16~22)에서 세계적 한류현상에 대해 집중 보도
- (브라질) K-POP 토타, 제국의 아이들 인기, 'K-POP 댄스 스쿨' 성공적 개최
  - 서태지 팬클럽의 '서태지 숲' 개장 예정(12. 3)
  - 카니발에서 외국인 최초로 한국 무용단 개막 퍼레이드 참가(태권도 시범, 전통 무용, 비보이 공연 등)
- (아르헨티나) 중남미 14개국, 407명이 참가한 K-POP 경연대회 개최

▲  
정책 동향

## 한류 동향과 성과



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

### (3) 중앙아시아/중동/아프리카/호주

#### □ 중앙아시아

- (우즈베키스탄) 한류에 힘입어 다수의 한국 드라마 TV 재방영  
\* <대왕세종>, <불멸의 이순신>, <바람의 화원>, <주몽>, <아이리스> 등
- (몽골) 한국 드라마 꾸준히 방영, 주간지에서 K-POP 관련기사 다수 게재  
\* <반짝반짝 빛나는>, <올인> 등

#### □ 중동

- '용알스', 중동에서 개그 한류 조성으로 두바이쇼핑 페스티벌 매진
- 한류스타 박신혜 <미남이시네요>로 아랍권 인기 상승
- (이란) 한류 열풍에 힘입어 한국 화장품에 대한 긍정적 이미지 확산
- (사우디아라비아) 최대 문화행사인 자나드리아 문화축제에 한국을 주빈국으로 초청

#### □ 호주/아프리카

- (호주) 공영방송 SBS, 매주 K-POP 소개, 다수의 K-POP 콘서트 개최  
- '한국영화의 밤', 방송콘텐츠 쇼케이스 등을 통해 소비층 확대
- (아프리카) 이집트에서 한국 드라마 방영, 한류 팬클럽 결성 등

## 2. 한류의 경제적 · 정성적 성과

### 1) 경제적 성과

#### □ 콘텐츠산업 수출 확대

- 한류콘텐츠 수출은 전체 콘텐츠산업 수출에 큰 영향  
- '11년 콘텐츠산업 수출액 규모(추정)는 약 41,6억 달러로, 전년대비 29% 성장 전망  
\* 특히, 음악(166% ↑) · 만화(88% ↑) · 영화(65% ↑) · 캐릭터(36% ↑) 산업이 큰 폭으로 성장했고, 콘텐츠산업 상장사 수출액은 전년대비 약 35% 이상 높을 것으로 전망



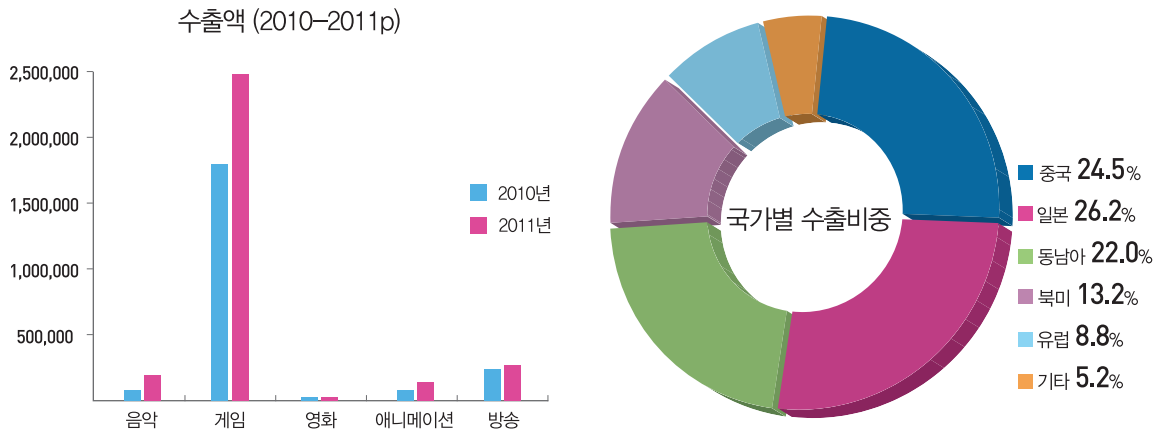
▲  
정책 동향

한류 동향과 성과



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

〈그림〉 문화콘텐츠의 장르별 수출액과 국가별 수출비중



- (산업별) 게임산업 수출(53%, 22억 달러)이 가장 큰 비중을 차지했고, 다음으로 지식정보(10%, 4.2억 달러), 캐릭터(9%, 3.8억 달러), 출판(8%, 3.1억 달러) 순
- (지역별) 일본으로의 수출(26%, 8억 달러)이 가장 큰 비중을 차지했고, 다음으로 중국(25%, 7.5억 달러), 동남아(22%, 6.7억 달러), 북미(13%, 4억 달러) 순

□ 한류콘텐츠 성장은 전후방 연관산업의 성장 유도

- (제조업) 한류와 직접 관련된 드라마, 음악 등 대중문화 콘텐츠뿐만 아니라 전자, 자동차, IT 등 제조 · 서비스업의 경제적 성과에 기여
  - \* 한류의 매출증대 효과는 서비스업중에선 '문화'(86.7%), '관광'(85.7%), '유통'(75.0%), 제조업에서는 '식품'(45.2%), '전자'(43.3%), '화장품'(35.5%), '자동차'(28.1%), '의류'(23.3%) 순(대한상공회의소 설문조사('12. 3))
- (관광) 한류 지역의 외국관광객 증가, '11년 방한 관광객 역대 최다
  - \* '11년 980만 명, 전년대비 11.3% 증가: 일본 305만 명 → 329만 명, 중국 134만 명 → 222만 명
- (동반 마케팅) 한류 스타와 기업 동반 마케팅 성공사례
  - \* '마시는 홍초와 카라 마케팅, 일본 매출 증가('10년 14억 원 → '11년 500억 원)
  - \* '서울막걸리'와 장근석, '11년 일본 수출 3,600만 병 돌파(당초 목표의 2배)
- (뷰티 산업) 한류를 활용한 뷰티산업의 성장, 한류 힘입어 화장품 판매 10조 돌파
  - \* 일본, 저가격 · 고품질과 천연소재 등의 이미지로 인기
  - \* 중동, 코리아나 전체 수출 규모를 10%에서 올해 20%로 상향 조정
  - \* 중국, LG 등 주요 거점 지역에서 시장 점유율 확대
- (한식) 김치, 웰빙 바람을 타고 중국과 일본을 중심으로 지난 2010년 수출액이 9,800만 달러에 이룸
  - \* 막걸리도 올해 해외 수출액이 사상 처음으로 5,000만 달러 돌파

▲  
정책 동향

## 한류 동향과 성과



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

- (한류 유발효과) 한류로 인한 국가경제에 공헌(2010년)
  - 생산유발효과는 약 5조 원으로 전년대비 약 1조 원 증가
  - 부가가치유발효과는 1조 9,000억 원으로 전년대비 약 4,000억 원 증가
  - 취업유발효과는 5만 2,000명으로 전년대비 약 1만 7,000명 증가

### 2) 정성적 성과

#### □ 한국, 한류에 대한 긍정적 관심 상승

- (한국 문화) 한글, 역사, 한국 문화에 대한 관심 증가
  - 한국어 습득, 한국 문화 체험을 위한 외국인 유학, 연수생 증가 : '11년 유학연수 수입 5,600만 달러 (전년 대비 51.3% 증가)
  - 외국에서 한글, 한식 배우기, 한국 문화행사 열기 고조
    - \* 호주, 영국, 일본, 베트남, 우즈베키스탄, 카자흐스탄 등 한글, 한국 문화 체험 수강생 증가

#### □ 국가 브랜드 가치 제고

- 2011년 한국 국가브랜드 순위 15위로 전년보다 3단계 상승
  - 삼성경제연구소와 국가브랜드위원회 공동 분석 결과
  - 국가 이미지 부문에 영향력을 준 요소들 중 하나로 K-POP 등 한류를 꼽음

▲  
정책 동향

## 극장용 애니메이션의 주요 흐름과 정책적 시사점



한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

### 극장용 애니메이션의 주요 흐름과 정책적 시사점

- 산업규모 : 2011년 역대 최고의 매출 달성으로 산업규모 확대
- 2011년 국내 극장용 애니메이션산업 규모는 매출액 1,340억 원, 상영편수 47편, 관객동원 수 1,700만 명으로 매출액의 경우 2007년 대비 약 170% 성장
- 국산 애니메이션의 경우 <마당을 나온 암탉>의 성공에 힘입어 매출 규모 154억 원, 상영편수 7편, 관객 동원 수 231만 명으로 역대 최고의 성과 기록
- 국산 애니메이션 : 상영편수의 증가와 제작주체의 다양화

〈표〉 한류의 발전단계

(단위 : 편, 천원)

구분		2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
상영편수	국산	3	2	3	1	7
	합계	23	21	25	30	47
매출	국산	9,180,283	30,628	2,066	788,079	15,432,009
	합계	49,508,191	73,906,857	36,285,066	110,658,438	134,010,450

\* 출처 : 영화진흥위원회(2007~2011), 「한국영화산업결산」

- (상영편수) 2007년 대비 2011년 극장용 애니메이션의 상영편수는 20편에서 40편으로, 이 중에서 국내 애니메이션은 3편에서 7편으로 증가
  - \* 2007년부터 2010년까지 연평균 상영편수는 2.25편에 불과
- (제작규모) 2011년 상영된 작품 중 제작비 규모가 20억 원 이상인 작품은 2편, 2억 원 미만 작품 역시 2편으로 소규모 애니메이션의 극장 상영과 선전이 주목할 만 함
  - 20억 원 이상인 작품 : <마당을 나온 암탉>, <홍길동 2084>
  - 2억 원 미만 작품 : <돼지의 왕>, <집>
- (제작주체) 제작사 역시 기존 애니메이션 제작사 외 소규모 스튜디오에서부터 영화제작사까지 다양한 주체들이 참여
  - 명필름 <마당을 나온 암탉>, 스튜디오 다다쇼 <돼지의 왕> 등
- (한계) 여전히 낮은 수익률은 극복이 필요한 과제
  - 2011년 상영된 작품 중에서 손익분기점을 달성한 작품은 <마당을 나온 암탉>, <돼지의 왕> 등 2편에 불과

▲  
정책 동향

## 극장용 애니메이션의 주요 흐름과 정책적 시사점



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

### □ 수입 애니메이션 : TV용 애니메이션의 인지도를 기반으로 한 일본 애니메이션 상영 러시 및 수익 확대

〈표〉 2007~2011년 일본 극장용 애니메이션 상영 현황 (단위 : 편, 천원)

구분		2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
상영편수	국산	11	8	11	12	20
매출	국산	907,527	11,570,008	11,139,904	18,067,118	18,414,050

\* 출처 : 영화진흥위원회(2007~2011), 「한국영화산업결산」

- (상영편수) 2007년 대비 2011년 일본 애니메이션 상영 편수는 11편에서 20편으로 9편 증가. 연 평균 2.25편 증가해 온 것으로 볼 수 있음
- (매출규모) 2007년 약 9억 원에서 2011년 184억 원으로 약 20배 증가
  - 주요 흥행작으로는 〈명탐정 코난〉, 〈짱구는 못말려〉, 〈포켓몬스터〉, 〈도라에몽〉, 〈원피스〉 등이 있으며 이들 작품은 관객 수와 매출 면에서도 상위 순위
- (특징) 주로 TV용 애니메이션의 극장판 버전
  - 국내 상영작 중 TV용 애니메이션의 극장판은 2008년 이후 매년 평균 60%를 차지할 정도로 인기를 유지

〈표〉 2007~2011 상영된 일본 애니메이션 중 TV용 애니메이션의 극장판 현황 (단위 : 편, %)

구분	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
일본작품	11	8	11	12	20
TV용 극장판	1	4	7	8	12
비율	9.1%	50.0%	63.6%	66.7%	60%

\* 출처 : 영화진흥위원회(2007~2011), 「한국영화산업결산」

- (성장요인) 국내 케이블을 통한 일본 TV용 애니메이션의 인지도 확대
  - 실제로 〈명탐정 코난〉, 〈짱구는 못말려〉, 〈포켓몬스터〉, 〈원피스〉 등은 지난 2004년부터 2010년 2월까지 투니버스에서 시청률 2% 이상을 기록한 인기 애니메이션
    - \* 케이블 채널중 시청률 2% 이상을 기록한 애니메이션은 대다수가 일본 애니메이션임
  - 국내 케이블방송 주요 애니메이션 전문채널의 일본 애니메이션 방영 비율은 60% 이상으로 국내 소비자는 일본 애니메이션과 캐릭터에 이미 친숙해 있음

▲  
정책 동향

## 극장용 애니메이션의 주요 흐름과 정책적 시사점



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

〈표〉 2007-2011년 애니메이션 전문채널의 일본 애니메이션 방영 비율(%)

구분	애니맥스	애니박스	애니원	챔프	투니버스
2007년	-	-	85.1%	95.4%	91.6%
2008년	77.4%	65.3%	58.0%	70.7%	74.6%
2009년	74.1%	66.6%	72.1%	73.1%	62.8%
2010년	60.2%	66.3%	70.5%	74.7%	65.0%

\* 출처 : 한국콘텐츠진흥원(2008~2011), 「애니메이션산업백서」

### □ 정책적 시사점

#### ○ 국산 애니메이션

- 극장용 애니메이션의 성공 경험과 수익성 확인, 3D 입체 영상물에 대한 수요 확대 등으로 극장용 애니메이션에 대한 창작과 투자에 우호적인 분위기 형성
- 다양한 제작주체와 투자주체가 시장에 참여할 수 있도록 제작사-금융/투자사-배급사 연계, 특히 국제 공동제작이 필요한 대규모 프로젝트뿐만 아니라 소규모 프로젝트에 대한 연계 지원도 필요

#### ○ 수입 애니메이션

- 한미 FTA의 발효(2012. 3. 15)로 인해 PP의 외국 콘텐츠 분기별 편성시간 내에서 1개국 콘텐츠 편성 한도가 60%에서 80%로 확대됨에 따라 일본 애니메이션의 방영비율이나 인지도는 더욱 높아질 것으로 우려
- 2013. 1월 시행 예정인 방송총량제 확대를 계기로 국내 창작 애니메이션의 소비점점을 확대하기 위한 노력과 더불어 경쟁력 있는 창작사 발굴, 방송시간의 공동제작 활성화를 위한 지원 등을 고려해 볼 수 있음

▲  
정책 동향

## 외국의 문화콘텐츠 정책규제/산업진흥 기관



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

국가	기관	유형	주요 기능, 성격
미국	방송통신위원회(FCC)	정부	미디어, 통신(주파수) 관련 정책/규제기관
	통신정보관리청(NTIA)	정부	정보화, 통신정책 대통령 자문 및 연방정부 주파수 관리
	공영방송협회(CPB)	공공	다양한 공영방송 지원제도 운용
	독립TV서비스(ITVS)	공공	독립제작자 대상 지원사업 실시
	방송협회(NAB)	민간	지상파 텔레비전/라디오 방송사들의 이익단체
	케이블TV방송협회(NCTA)	민간	케이블방송사업자/프로그램공급자들의 이익단체
일본	총무성(總務省)	정부	방송정책/규제/진흥 기능 수행
	경제산업성(經濟産業省)	정부	지적재산 보호 및 콘텐츠 산업/서비스 산업 강화 등
	문화청(文化廳)	정부	전통문화, 현대 문화예술 진흥정책 추진
	지적재산전략본부(知的財産戰略推進事務局)	정부	지적재산의 창조와 보호 및 활용을 위한 정책 수립
	디지털콘텐츠협회(DCAJ)	공공	디지털 콘텐츠 제작 및 유통 활성화, 연구/책서 발간 등
	일본무역진흥기구(JETRO)	공공	일본 기업의 수출 및 외국 기업 유치 등 지원
	인터넷협회(IJAPAN)	공공	인터넷 기술 및 동향 세미나 개최, 기술 표준화 추진 등
	방송윤리협회(BPO)	공공	방송 프로그램과 윤리 향상, 언론 표현의 자유 확보
영국	영상산업진흥기구(VIPO)	공공	영상산업 관련 인재육성, 시장개척 등 진흥정책 추진
	혁신기술부(BIS)	정부	방송통신 정책 수립
	문화미디어스포츠부(DCMS)	정부	방송/문화 정책 수립 및 진흥 기능
	방송통합규제기구(Ofcom)	공공	방송통신 규제기관
중국	디지털콘텐츠포럼(DCF)	민간	디지털 콘텐츠분야 관련 사업자들의 이익단체
	문화부(文化部)	정부	문화정책 총괄기구
프랑스	광전총국(廣電總局)	정부	국무원 직속기구로서 방송영상분야 집중
	방송위원회(CAS)	공공	방송규제, 무선사업자 허가, 방송주파수 할당 등
	문화커뮤니케이션부(MCC)	정부	문화산업 주무부처
	미디어발전국(DDM)	정부	미디어 및 정보사회 정책 수립
	경제재무고용부(MINEFI)	정부	멀티미디어 콘텐츠 진흥 정책을 주도
	국립영화센터(CNC)	공공	영상산업 분야의 진흥/지원정책 실시
독일	통신규제청(ART)	정부	통신 분야의 정책/규제 실시
	주 미디어국(LMA)	정부	지방자치단체들의 미디어 정책 총괄, 규제기구

▲  
세미나/포럼

## 콘텐츠 미래전략 제4차 정기포럼



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

### 콘텐츠 미래전략 제4차 정기포럼 -콘텐츠산업 미래발전전략 대토론회-

#### 1. 개요

- 일 자 : 2012년 3월 27일(화) 16:00~18:00
- 장 소 : 서울 중구 프레스센터 19층 기자회견장
- 목 적
  - 미래성장동력으로서 콘텐츠산업의 중장기 발전전략 및 사례분석 결과 발표와 토론
- 주 최 : 문화체육관광부
- 주 관 : 한국콘텐츠진흥원, 한국문화관광연구원
- 참가인원 : 총 70여명
  - 안문석 콘텐츠 미래전략포럼 위원장, 박순태 문화관광부 문화콘텐츠산업실장 등



#### 2. 발제

- 1) '미래성장동력으로서의 콘텐츠산업 발전 전략'  
- 정상철(한국문화관광연구원 책임연구원)

##### (1) 콘텐츠산업의 미래 성장동력화의 근거

- 경제적 · 문화적 · 사회적 측면
- 일자리 창출 잠재력과 파급효과가 크고, 부가가치와 성장률 또한 높음
- 콘텐츠는 당시 시대상을 반영할 뿐 아니라 문화적 자산으로 문화재와 같은 존재 가치가 있음
- 콘텐츠산업의 발전은 다양한 외부효과로 사회적 발전을 견인



##### (2) 접근방향 및 발전전략

- 창조와 혁신의 전략과 콘텐츠산업 혁신시스템 구축
- 새로운 니즈와 가치를 창출함으로써 새로운 시장 개척을 통해 콘텐츠산업의 경계를 확대
- ICT → CC : Infrastructure-Connectivity → Content-Creativity
  - 국민의 정부에서 '지식산업강국 구축' 하에 벤처산업과 문화콘텐츠산업육성

▲  
세미나/포럼

## 콘텐츠 미래전략 제4차 정기포럼



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

### □ 기금관련 제언

- (현황) 문화산업진흥기금 폐지('06. 4 문화산업진흥기본법 개정) 및 중소기업청의 모태펀드로 이관한 상태며, 모태펀드를 통한 콘텐츠 지원에 있어 편중 투자(영화 48.4%)
- (제언) 주파수 할당 대가 활용 검토

### □ 법·규제 관련 제언 및 추진체계(거버넌스)의 내실화

- (현황) 최근 일련의 게임 산업에 대한 규제 논의는 극복해야 할 가장 대표적인 사례
  - 섯다운제(여성가족부, 문화체육관광부), 쿨링오프제(교육과학기술부), 게임 등급분류 및 유해성조사(교육과학기술부, 여성가족부) 등
- (제언) 게임 산업의 산업적·사회적 요구사항을 절충할 수 있도록 게임물 규제 권한을 가능한 일원화하고, 새로운 규제를 신설하기보다는 기존 규제를 보완하는 방향으로 정책방향 설정
- (제언) 다른 위원회와 견주어 위상을 더욱 높이는 것도 중요하지만, 콘텐츠산업진흥위원회를 통해 실질적인 성과를 내는 것도 중요

### □ 인력 개발과 내실화

- (현황) 2010년 기준, 콘텐츠 관련학과 수 1,478개, 입학생 수 41,002명, 졸업생 수 35,710명으로 08년 대비 꾸준한 증가세(KOCCA, 2010)
- (제언) 우수한 인력의 콘텐츠산업계의 입직, 재훈련의 내실화
  - 문화산업의 대부분의 고용형태가 정규직보다는 계약직, 프리랜서 등과 같은 비정규직('08, 영화 55%, 방송 37%, 애니 55%)에 의존하면서, 인력에 대한 체계적 교육 훈련이 부족
- (제언) 콘텐츠 한상(韓商) 네트워크의 조직과 활용
  - 콘텐츠산업계에 종사하는 해외동포와 한국계 현지인들을 대상으로 네트워크 구축
- 워킹그룹(working group)의 활성화
  - \* 현재 실무위원회는 콘텐츠산업진흥위원회로부터 위임된 사항을 심의·검토하는 보좌적 성격의 기구이므로 장기적 핵심과제를 심도 깊게 연구 추진하는 워킹그룹으로서의 역할로는 부족

## 2) '한국 콘텐츠산업의 위상과 국가전략산업으로서 콘텐츠산업'

- 박정수(산업연구원 서비스산업연구센터 연구위원)

### □ 콘텐츠산업의 산업·경제적 의미

- 지식기반의 고부가가치 산업이자 원소스 멀티유즈 산업
- 국가 이미지 제고와 상품 수출에 기여



▲  
세미나/포럼

## 콘텐츠 미래전략 제4차 정기포럼



한국콘텐츠진흥원



### □ 한국의 콘텐츠산업

- 안정적인 경제성과를 보이는 콘텐츠산업
  - 매출액(4.8%), 부가가치액(8.4%), 수출액(18.9%)
  - 중시지수의 연평균증가율: 1.4% (제조업의 경우-1.3%)
- 콘텐츠의 질적 제고에 따라 세계시장에 안착하는 다수의 콘텐츠 등장
  - IT 인프라를 근간으로 형성된 온라인·모바일 게임, 해외영화제 수상, 아시아지역 방송 드라마 수요 확대, 창작 애니메이션 제작 강화와 국제 페스티벌에서 작품성 인정, 아시아를 벗어나 세계시장으로 확산되는 K-POP의 인기 등



### □ 산업의 패러다임 전환

- 콘텐츠 수요시장의 변화
  - 네트워크(물리적/가상적)의 확산으로 수요자의 콘텐츠 접근성 확대
  - 경제성장에 따른 소득증대와 여가에 대한 인식 확산 등으로 수요자 층 다양화
- 콘텐츠 제작과 유통구조의 변화
  - 기술의 진전으로 보다 현실적으로 체험 가능한 콘텐츠 제작(ex. 아바타, Wii 등)
  - SNS의 등장으로 콘텐츠 유통의 활성화 및 이용방식에 대한 수요자의 인식 변화

### □ 한국 콘텐츠산업의 성장가능성

- 시장 글로벌화에의 대응력
  - 콘텐츠 수요의 동질화, 또는 차별화 추세와 함께 FTA 등 국제 협상의 진전
  - 한국의 경우 글로벌 시장의 확보 여부가 향후 산업 활성화에 중요한 부분
- 다양화되는 콘텐츠 니즈에의 대응력
  - 한국 산업의 도약을 위해서는 수요자의 니즈를 반영한 콘텐츠 제작을 통해 스펙트럼을 다양화하는 것이 필요
  - \* 한국의 경우 제작능력이 뛰어난 반면, 기획/창작능력이 부족하다는 평가
- 새로운 콘텐츠 제작과 유통체계 다변화에의 대응력
  - 제도적 보완과 산업정책을 통해 기술개발 지원해야
  - \* 정부는 그 동안 차세대 콘텐츠 제작에 필요한 기술개발을 적극 지원: 3D산업 통합기술로드맵 작성(2011.1), 3D 산업발전 전략 수립(2010.4), CT R&D 혁신방안 수립(2010.11) 등
  - 변화된 유통체계에서 콘텐츠를 어떻게 유통시킬 것인가, 또는 콘텐츠의 지식재산권을 어떻게 보호할 것인가 등과 관련된 전략 필요

▲  
세미나/포럼

## 콘텐츠 미래전략 제4차 정기포럼



한국콘텐츠진흥원



### □ 국가전략산업화를 위한 아젠다

- 콘텐츠 개념에 대한 인식 전환
  - 최근의 콘텐츠 내용이나 형태는 문화콘텐츠로 정의되는 기존 장르와 연계되기 어려움
- 전략적 차원에서의 산업적 접근
  - 콘텐츠산업은 창조산업이나 지식재산권산업 등으로 언급되는 녹색산업이며 고용창출산업
- 핵심역량 확충 차원에서의 기능적 접근
  - 글로벌 시장에 통할 수 있는 콘텐츠 소재 개발 및 창의인력 양성

## 3. 종합토론

- 김수욱 (서울대 경영학과 교수)
  - 제조와 서비스의 융합(‘감성품질’)이 현재 경영학계의 가장 큰 화두
  - 이와 같은 현상이 콘텐츠산업에도 똑같이 일어나고 있음
  - 콘텐츠산업에서도 역시 점점 완전경쟁체제로 → 질(quality) 외에 다른 경쟁력 필요
    - \* 유통망 강화가 하나의 방법
- 이홍재 (추계예대 문화정책학과 교수)
  - 개별 기업의 전략보다는 전체 사회 전략이 필요
  - 특정시장에 대해 정부의 적극적 개입 및 좀 더 적극적인 비전 제시 필요
- 이태규 (한국경제연구원 연구위원)
  - 정부와 민간이 해야 할 일을 지혜롭게 잘 구분 필요
  - 우리나라 정부정책은 일관성이 떨어짐. 정부 변화에 많은 영향을 받음
  - 안정적인 예산 확보와 독립된 평가시스템 필요
- 김국진 (미디어미래연구소 소장)
  - 산업은 ‘고용효과’ 창출하는 것이 최고. 콘텐츠 부분에서도 고용효과를 보여주는 것이, 특히 양질의 고용효과를 나와야만 미래성장동력으로 인정받게 될 것
  - 수치위주의 평가는 제대로 발전하기 어려움. 콘텐츠산업을 평가할 평가척도 설정 필요
- 유재혁 (한국경제신문 문화부 차장)
  - 현재 콘텐츠산업은 인터넷 시장의 초기 느낌(ex. 불법복제 난립)
  - 업계와 정부의 소통이 활발히 이루어져야 할 것

▲  
세미나/포럼

소통과 창조 포럼 토론회



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

소통과 창조 포럼 토론회  
ICT 10대 아젠다: 19대 국회에 바란다

1. 개요

- 일 자 : 2012년 3월 15일(목) 오후 2시
- 장 소 : 명동 은행회관 국제회의실
- 목 적
  - ICT 부문 패러다임 변화에 대비한 새로운 범국가적 ICT 아젠다 설정과 미래 ICT 정책방향을 모색하기 위한 발표와 토론
- 주 최 : 정보통신정책연구원

2. 세미나 요약

I. ICT 패러다임 변화

□ 새로운 패러다임

- 통신·방송·미디어&엔터테인먼트 모두 인터넷을 통한 서비스 제공이 용이해지고, 거대 ICT 기업들이 ICT 생태계의 중심이 됨
- 모든 사람들이 시·공간의 제약 없이 ICT 융합 서비스를 제공받고, 그에 따라 개인 및 소집단의 영향력이 커지는 환경이 도래
- 최근 우리나라는 계층 간·세대 간 갈등, 고령화, 청년실업 등 장기적 구조적 문제에 직면하고 있어, 국민의 삶의 질을 높이고 경제 활력을 위한 ICT의 역할이 더욱 중요

II. ICT 10대 아젠다

1) 국정운영의 스마트화

- (문제점) ICT 융합 및 SNS의 등장으로 국정운영 방식의 변화가 요구되는 한편, SNS 확산은 국정운영의 새로운 위협요인이 될 수도 있음
- (제언) ICT 기반의 협력적 국정운영을 강화하고 소수 의견 및 반대 의견에 대한 존중 등 투명한 국정운영을 통한 신뢰 사회 구현이 필요, 또한 스마트 환경에 부합하는 법과 제도 개선을 통한 사회적 기반 마련

▲  
세미나/포럼

## 소통과 창조 포럼 토론회



한국콘텐츠진흥원



### 2) 안심할 수 있는 사이버 환경 조성

- (문제점) 온라인을 통한 개인정보 유통이 활발해지면서 개인정보 보호에 대한 중요성이 갈수록 높아져갈 뿐 아니라, 인터넷 중독 등 문제는 개인과 가정의 삶의 질을 낮추고 나아가 국가사회의 안정적 존속을 위협  
- 개인정보 침해 민원 가파르게 증가('05년 18,206건 → '11년 11월 111,697건)
- (제언) 정부의 개인정보보호 강화 및 이용자 스스로 개인정보를 보호할 수 있는 이용자 친화적 자율규제 환경을 조성

### 3) 시장경쟁 촉진을 통한 소비자 혜택 증진

- (현황) 국내 가계통신비는 2008~2009년 소폭 감소했으나, 2010년 스마트폰의 보급과 무선인터넷 이용이 본격화되면서 다시 증가하는 추세
- (제언) 경쟁활성화와 유통구조의 개선을 통해 소비자 선택폭을 확대하여 이동통신요금 인하를 유도함은 물론 통신사업자의 신기술 도입과 혁신을 유도

### 4) ICT 생태계 활성화를 위한 새로운 패러다임 모색

- (문제점) 인터넷 플랫폼 사업자의 공정경쟁이 이슈로 대두. 최근 무선 트래픽 급증에 따라 신규 주파수에 대한 수요가 지속적으로 발생
- (제언) 네트워크상의 개방성 유지 및 광대역 서비스용 주파수 확보 추진. 특히 700MHz 대역의 통신용 이용 계획 등의 수립

### 5) 중소기업 육성을 통한 산업생태계 혁신

- (문제점) 대- 중소기업 원하청 관계를 기반으로 형성된 폐쇄적 수직통합 구조
- (제언) 국가 R&D 예산의 효율적 배분을 통한 중소기업 육성 등 ICT 중소기업의 자립 선순환 구조 구축, 기술혁신 중소기업의 글로벌시장 진출 지원을 확대

### 6) ICT 인재양성 패러다임 전환

- (문제점) 스마트 생태계 변화에 따른 신규 기술인력 수요가 급증하고 있으나, 신속한 대응 미흡으로 기술 인력 부족 및 불일치 문제가 발생
- (제언) 국내기업 뿐 아니라 다국적 기업에 의해 활용될 수 있는 경쟁력 있는 ICT 인재를 양성, 해외 석학 등 해외인력 유치 및 인프라의 지속적 개선이 필요

▲  
세미나/포럼

## 소통과 창조 포럼 토론회



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

### 7) 콘텐츠의 세계화

- (현황) 콘텐츠가 ICT 생태계에서 차지하는 위상은 점점 커지고 있고 전 세계 콘텐츠 시장규모도 증가 추세이나, 국내 콘텐츠의 전 세계 비중은 낮음
  - PWC(2011)에 의하면, 글로벌 시장에서 우리나라 콘텐츠가 차지하는 비중은 2010년 당시 2.4%이며 2015년에는 2.27%로 전망
- (제언) 유선 및 모바일 인터넷 콘텐츠를 아우르는 통합적 마켓 플레이스를 구축, 국내 플랫폼의 글로벌화로 국내 콘텐츠의 해외 진출 채널을 확보

### 8) 콘텐츠 중심의 ICT 산업구조 구축

- (현황) 우리나라 콘텐츠 경쟁력은 하드웨어에 비해 상대적으로 취약한 편
- (제언) 개발자들의 활용이 용이한 형태로 공공정보를 공개 및 제공하고, 콘텐츠로 가치를 창출할 수 있는 시장 환경 조성이 필요

### 9) 스마트 미디어 환경에 부합하는 공적 미디어 영역 확보 노력

- (현황) 다플랫폼 다채널 미디어 시대의 공적 미디어 역할 제고할 필요
- (제언) 공영방송의 범주 설정 및 지상파 방송의 공적 책무 재검토, 융합미디어 영역에 있어서의 공익성 확보 방안 모색과 공적 미디어의 재정기반 확충

### 10) 스마트 미디어 환경에서 표현의 자유 확대와 사회적 책임 확보 노력

- (현황) 표현의 자유와 사회적 책임간의 가치 충돌 발생
- (제언) SNS를 통한 개인 표현의 자유는 최대한 보장하는 것을 원칙으로 하되, 규제주체와 규제방식, 책임범위 등에 관해서는 정부-민간-학계 간의 사회적 협력을 기반으로 논의

▲  
세미나/포럼

## 제2차 방송영상리더스포럼



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

### 2012년 제2차 방송영상리더스포럼

#### 1. 개요

- 일 시 : 2012년 3월 22일(목) 16:00~18:00
- 장 소 : 문화체육관광부 1층 대강당
- 목 적
  - 미디어산업의 흐름을 읽어내고 방송영상콘텐츠 진흥을 위한 정책 아이디어를 모색하기 위하여 관계 전문가를 중심으로 주제 발표 및 토론
- 주 최 : 문화체육관광부

#### 2. 주제 발표 요약

##### □ 고정민 (한국창조산업연구소 소장)

- 한류는 전년에 비해 상승세, 방송한류의 패러다임은 변하지 않았지만 방송의 패러다임은 변하고 있음
- 방송한류 패러다임의 발전을 위해 프로그램의 경쟁력이 우선되어야 하고, 한류 채널과 같은 쌍방향 교류 채널 필요. 방송뿐 아니라 관광 등의 산업 콘텐츠와도 연계. 정부는 해외 지적재산권의 보호를 철저히 하여 불법복제를 방지할 수 있는 인프라를 구축해야 함

##### □ 김동국 (태원엔터테인먼트 상무)

- <아이리스>, <아테나> 모두 블록버스터 첩보라는 장르와 영화 같은 스케일과 비주얼이 성공 요인. 한류 스타와 아이들의 출연을 통해 해외 시장에 호소할 수 있는 조건을 갖추
- 그러나 이러한 막대한 자본이 투입되는 콘텐츠 개발의 어려움
  - A급 스타 섭외의 한계, 편성의 어려움, 생방송 시스템, 특정 배우에 대한 국가별 선호도 편차 존재, 문화적 차이와 상이한 법제도
- 제작사의 체계적인 시스템을 통해 우수한 콘텐츠를 개발할 수 있는 입지 확보 및 지속적인 정부의 지원과 한류에 대한 문화적 이해 필요

##### □ 홍성창 (SBS <미남이시네요> PD), 인은아 (MBC <궁> 작가)

- 콘텐츠를 제작하고 생산하는 입장에서는 '한류'라는 것을 그다지 염두에 두고 만들지는 않음

▲  
세미나/포럼

## 제2차 방송영상리더스포럼



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

- 결국 각자가 자신의 위치에서 좋은 콘텐츠를 만들기 위한 노력이 중요
- 쪽대본이나 생방송과 같은 방송 환경의 개선도 필요

### 3. 패널 토론 요약

#### □ 전용주 (CJ 미디어 대표)

- 방송 한류 콘텐츠는 수출 판매수익에만 의존하고 있는 상황
  - 창출되는 수신료 및 기업 광고료는 현지 채널의 수익
- 미국의 FOX TV와 같은 현지 배급채널 설립 중요
  - 판매 수익뿐만이 아니라 현지 채널 운영을 통해 창출되는 수신료 및 기업 광고료 수익을 콘텐츠제작에 재투자할 수 있는 선순환 구조 구축 필요

#### □ 유형진 (한양대 신문방송학과 교수)

- 현재 문화산업에 대한 접근이 '먹거리 산업'식의 경제 논리에 과도하게 치우쳐 있음
  - 소비자의 취향이 바뀌면 한류도 사라질 가능성이 높음
- '투 트랙(Two Track)' 방식의 정부 지원 정책 필요
  - 경쟁 우위 장르나 소외 장르에 대한 전략적 지원과 한국의 이미지를 떠올릴 수 있는 전통문화에 지속적 지원 필요

#### □ 안제현 (삼화네트웍스 대표)

- 제작사의 입장에서 금전적 보상을 생각하지 않고는 제작이 사실상 불가능
  - 작가와 연출가와 같은 창작자와 달리 방송사와 제작사의 경우 판매비를 받기 위해 노력함
- 현재 한류의 가장 큰 위기는 전체적인 비용 향상
  - 한류 붐과 거대 엔터테인먼트 회사의 주식 상장 등, 종편의 등장으로 A급 스타의 희소성이 더욱 높아짐. 이렇게 한 번 오른 비용은 내려오지 않음
- 대안으로 편성 시간과 러닝타임의 조정과 배우 출연료 회당 지급에 대한 조정
  - 우리나라는 보통 70분 편성에 러닝타임은 약 60분이나 다른 국가들은 보통 45~50분으로, 수출할 때 항상 재편집

▲  
발간물 소개

## 캐주얼 게임(원제 : A CASUAL REVOLUTION)



한국콘텐츠진흥원



### 발간물 소개

#### 1. 개요

- 도서명 : 캐주얼 게임(원제 : A CASUAL REVOLUTION)
- 목 차



01. 캐주얼 레볼루션
  02. 캐주얼 게임이란 무엇인가?
  03. 당신이 예전에 플레이했던 모든 게임
  04. 혁신과 복제 : 다운로드 가능한 캐주얼 게임의 점진적 진화
  05. 플레이어 공간으로의 회귀: 모방적 인터페이스 게임의 성공
  06. 사회적 의미와 사회적 목표
  07. 하드코어 게임의 캐주얼 플레이
  08. 플레이어, 개발자, 그리고 비디오게임의 미래
- 부 록

- 덴마크 태생의 게임 디자이너이자 연구자인 예스퍼 율의 <A Casual Revolution>을 번역
  - 스마트폰 게임이나 소셜 네트워크 게임 유행으로 캐주얼 게임 현상의 원인과 배경을 규명
  - 게임의 변화를 가장 명쾌한 방식으로 풀어낸 책
  - 비디오게임 향유 계층이 이동하는 현상을 감각적으로 포착, 게임의 변화를 선구적으로 분석
  - 캐주얼 게임에 대한 과거의 편견에서 벗어나 캐주얼 게임이 사회적이고 문화적 삶에 어떤 영향과 변화를 가져오는가에 대한 새로운 시각의 전개
  - 수많은 플레이어와 게임 개발자 등의 심층 인터뷰를 통해 플레이어와 게임의 상호작용을 다각도로 분석한 책
- 저자 소개
  - 예스퍼 율(JESPER JUUL)은 덴마크 출생의 게임 디자이너이자 연구자, 이론가로 활동 중이며, IT코펜하겐대학교에서 박사학위를 취득. 이후 미국으로 건너가 MIT대학교의 싱가포르-MIT GAMBIT 랩에서 게임디자인 강의를 했으며 현재 뉴욕대학교 게임센터 초빙 조교수로 재직 중
- 역자 소개
  - 이정엽은 서울대학교 국어국문학과를 졸업하고 같은 대학에서 박사과정을 수료. 2003부터 디지털 스토리텔링 분야의 연구를 병행하며 디지털스토리텔링학회의 창립 멤버로 활동. 서울대, 카이스트, 이화여대, 한양대에서 게임 디자인과 디지털 스토리텔링을 강의하고 있으며 저서로 <디지털 스토리텔링>(공저)가 있음



뉴스 브리핑(2012년 3월)



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

□ 콘텐츠 일반

- (연합 3. 14) 세계 최고속 3D 나노프린팅 기술 개발
  - 오스트리아 빈 공과대학 연구진, 소형 3D 모형 인쇄 가장 빠른 속도 개발
  - 0.285mm 길이의 포물러 원(F1) 레이싱카 3D 나노모형을 단 4분 만에 인쇄
- (전자신문 3. 15) 세계 첫 ‘모바일 전자정부’ 한국서 뜬다
  - 우리나라 모바일 전자정부(m거버먼트) 서비스, 유엔 전자정부 평가 2회 연속 1위 달성
  - ‘m거버먼트지원센터 오픈’, 300억원이 넘는 예산을 모바일 서비스에 투입
  - 전자정부 서비스를 모바일로 구현하는 플랫폼 역할. 모바일 서비스 등록·관리와 함께 각 스마트기기 운용체계(OS)에 대한 행정용 앱스토어도 운영
- (매일경제 3. 27) 모바일메신저 카카오톡, IT 포식자되나
  - 카카오톡 제공사 ‘카카오’가 미디어, 날씨, 게임, 음악, 마케팅 등으로 영역 확대
  - 저가이동통신(MVNO) 사업자와 제휴해 카카오톡에 특화된 카카오폰 출시 검토
  - 망중립성 문제와 트래픽 문제 예상
- (조선비즈 3. 29) 작년 6,500만대 돌풍, PC왕국 무너뜨리는 태블릿
  - 스마트폰과 노트북PC의 약점을 파고든 것이 최고의 경쟁력. 태블릿PC는 무선인터넷 접속이 가능한 초슬림(slim)형 휴대용 PC
  - 최근 중저가 태블릿 PC 등장, 올해 전 세계 태블릿PC 시장은 1억 1,000만대 예상
  - 글로벌 IT업계 판도와 라이프스타일에 큰 변화
    - \* 특히 PC 시대를 상징했던 이른바 ‘윈텔’(윈도+인텔) 동맹은 큰 타격. 요즘 태블릿PC에는 애플이 만든 운영체제(iOS)와 구글의 안드로이드 OS가 가장 많이 탑재
    - \* 오프라인 인쇄매체들의 온라인 콘텐츠 개발 가속화, 교육 분야 태블릿PC 활용 증가

□ 방송

- (한국일보 3. 19) EBS다큐 ‘문명과 수학’ 방통위 방송대상
  - EBS 다큐멘터리 ‘문명과 수학’(연출 김형준)이 19일 열린 2012 방송통신위원회 방송대상 시상식에서 대통령상인 대상을 수상
  - ‘문명과 수학’은 수의 개념과 최초의 숫자, 그리스의 논리적 유추방식과 수백년 간 난제였던 문제 풀이 등 수학사의 주요 이정표가 된 사건들을 알기 쉽게 풀어내 공익성과 대중성을 모두 실현했다는 평가
- (뉴시스 3. 21) KBS, MBC 노조 파업
  - 낙하산 사장 퇴진을 주장하며 공영방송 양대 노조 파업

▲  
뉴스브리핑

뉴스 브리핑(2012년 3월)



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

□ 게임

- (머니투데이 3. 6)셋다운제 보완! 여성부 청소년보호법 시행령 입법예고
  - 여성부는 셋다운제를 보완하기 위한 시행령 입법예고를 진행할 예정. 작년 9월에 개정된 청소년보호법에 대해, 법을 실제로 집행하기 위한 실무적인 내용이 포함될 것임
  - 업계에서는 셋다운제의 가장 큰 문제점으로 지목된 청소년의 '명의 도용'을 방지하기 위한 방안이 시행령에 포함될 가능성이 높다고 전망
- (데일리게임 3. 12)전세계 모바일게임 시장 지난해 13조원 규모
  - 미국 조사기관 가트너(Gartner)는 2012년 모바일게임 시장이 111억달러로 2009년 대비 2배 넘게 성장할 것으로 전망. 주니퍼리서치(JuniperResearch)도 2015년 스마트폰게임 시장이 100억 달러로 수직상승할 것으로 예상
  - 이는 스마트 어플리케이션 마켓의 비약적인 성장 덕분. 북미 시장조사기관 리서치앤드마켓(ResearchandMarkets)은 글로벌 모바일 앱 시장이 2010년 68억 달러에서 2015년 250억 달러 규모까지 성장할 것으로 전망
- (데일리게임 3. 20) <미르2> 11주년 게임한류의 원조, 中 온라인게임 시장개척
  - 위메이드엔터테인먼트(대표 박관호)의 <미르의전설2> 서비스 11주년
  - 2001년 정식 서비스가 시작된 <미르의전설2>는 같은 해 중국으로 수출돼 1년 만에 중국 동시접속자 수 35만 명을 달성하며 국민게임 등극. 이 게임의 성공은 중국 게임업체들에게 지적권 분쟁이라는 빌미를 제공하기도 함

□ 영화/애니메이션

- (연합 3. 20) DMZ 대성동마을 개봉관 문 열어... 월 2회 상영
  - 비무장지대(DMZ) 마을에 처음으로 개봉 영화관 개관
  - \* 대성동 마을은 DMZ 공동경비구역(JSA) 안에 있으며 군사분계선으로부터 400m 떨어진 최북단 마을
- (매일경제 3. 4) <점박이:한반도의 공룡> 100만 돌파
  - 애니메이션 <점박이:한반도의 공룡 3D>가 관객 100만 명을 돌파
  - 우리 애니메이션이 관객 100만 명을 넘은 것은 지난해 <마당을 나온 암탉>에 이어 두 번째
- (뉴스와이어 3. 29) 토종애니 <로봇 알포>, 방영이전 해외 선판매 완료
  - 툰집(TOONZIP)이 4년여에 제작한 3D 애니메이션 <로봇 알포>는 어린이를 위협한 상황과 각종 유해요소로 부터 차단시켜주는 가디언으로 아이들과 좌충우돌 가족의 하모니를 그린 13분, 총 52편의 긴장한 코믹 애니메이션
  - <로봇 알포>는 국내에서 제작된 애니메이션 중 2012년 최고의 기대작. 기획단계에서부터 글로벌 마켓을 겨냥해 스파이더맨, 닌자 거북이 등을 집필한 미국의 제프리 스콧 외 5개국 작가들이 대거 참

▲  
뉴스브리핑

## 뉴스 브리핑(2012년 3월)



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

여. 그 결과 아시아를 포함한 유럽, 중동 등에서 선판매를 완료

### □ 기타(웹툰, 음악, 패션 등)

- (한국일보 3. 13) “웹툰, 유해매체물 취급말라” 만화가들 릴레이 1인 시위
  - 방송통신심의위원회가 24편의 웹툰(인터넷 만화)을 청소년 유해매체물로 지정하는 방안을 검토하고 나선 데 항의하기 위해 만화가들이 릴레이 1인 시위
  - 표현의 자유는 물론 산업적 성장 가능성마저 위축될 수 있다고 강력 반발
- (리뷰스타 3. 15) 빅뱅 그래미닷컴 메인 장식
  - 빅뱅, 지난 14일 그래미 어워드 공식 홈페이지인 그래미닷컴 메인 장식
- (한국경제 3. 8) 대구국제섬유박람회 개막
  - 대구의 섬유와 패션을 세계에 알리고 수출을 촉진하기 위해 마련된 ‘2012 대구국제섬유박람회’가 7일 개막
  - 올해가 11번째이자 역대 최대 규모로 효성, 코오롱, 영원무역, 듀폰, 시마세이키 등 32개 글로벌 섬유 및 소재 기업이 참가