



## 2011년 대한민국 콘텐츠산업 7대 전망

1. 수출 – 디지털 한류와 수출시장 다변화로 고성장 기대
2. 소비 – G20 세대의 등장과 새로운 콘텐츠 소비문화 주도
3. 기업 – 종편사업자 등장으로 콘텐츠 기업 경쟁구도 재편
4. 제작 – 글로벌 지향 콘텐츠 제작의 대형화 · 다양화 지속
5. 미디어 – 스마트 미디어와 N-스크린 서비스 확산
6. 금융/투자 – 콘텐츠 산업에 대한 정책금융 확대
7. 법/제도 – 제작환경 개선과 공정거래 환경 조성

KOCCA  
FOCUS

작성 : 정책연구팀 윤호진 팀장 [hjyon@kocca.kr](mailto:hjyon@kocca.kr)(02-3153-3005)  
산업분석팀 백영미 연구원 [youngmibaek@kocca.kr](mailto:youngmibaek@kocca.kr)(02-3153-3023)  
산업분석팀 노준석 팀장 [yes0253@kocca.kr](mailto:yes0253@kocca.kr)(02-3153-3015)

## 1. 수출 디지털 한류와 수출시장 다변화로 고성장 기대

### □ 킬러콘텐츠 다양화를 통해 콘텐츠 수출규모 38억불 달성 예상

- 게임, 드라마, 음악 등 핵심 킬러콘텐츠가 수출시장 견인(전년대비 14% 증가)
  - (게임) 글로벌 경쟁력을 기반으로 전년 실적을 뛰어넘는 수출 증가 기대
    - ※ 한게임 <테라>, 엔씨소프트 <블레이드앤소울>, XL게임즈 <아키에이지> 등 온라인게임 대작들이 연이어 출시면서, 국내뿐 아니라 글로벌 시장 공략의 첨병으로 활약 예상
  - (드라마) 한류 킬러콘텐츠로서 수출 호조세 지속 예상
    - ※ SBS <시크릿가든>의 방영권이 일본·중국·대만 등 아시아권을 중심으로 13개국에 판매되었고, 방영권으로만 약 40억 원의 매출 기록
  - (음악) 걸그룹 등 아이돌 그룹의 성공적 마케팅 전략이 더욱 확장될 것으로 전망
    - ※ 소녀시대, 카라 등 걸그룹의 일본시장 마케팅 성공 후 로열티가 100%나 증가하는 등 수익성이 개선되어 글로벌형 아이돌 그룹 육성 프로젝트까지 추진 중

[그림 1] 2010~2011년 국내 콘텐츠산업의 매출/수출/일자리 증가 추이

	매출	수출	일자리
2011	74조원	38억불	53,3만명
2010	70조원	32억불	52,1만명

\* 문화체육관광부(2011. 2), <2011년 콘텐츠정책 업무보고 자료>

### □ 주요 시장(미국, 중국 등)과 신흥 시장(중남미 등)의 수출 활성화

- 미국시장 진출 가능성이 게임과 음악 등에서 확인됨에 따라 2011년에는 미국시장 진출 활성화와 함께 중국시장 진출방식의 질적 고도화가 이루어질 전망
  - (게임) NHN 한게임의 <테라>가 미국과 유럽시장에 진출하여 높은 성과를 올릴 것으로 기대되고 있음.
  - (음악) JYJ가 Warner Brothers Records를 통해 미국시장에 진출할 계획이고, 원더걸스가 미국투어를 계속하는 등, 아이돌그룹의 활발한 해외진출 예정
  - (영화) 국내 최대 멀티플렉스 CGV가 할리우드에 한국영화를 상시 상영관을 개관하여 국내 영화의 미국 진출이 보다 순조롭게 전개될 전망
- 중국의 경우, 정부와 지방자치단체, 기업 등과 함께 추진하는 공동제작과 협력사업을 통해 현지시장에 진출하는 방식이 다양해질 전망

- (드라마) <신데렐라 언니> 등 국내 드라마의 중국 수출과 문근영 등 국내 배우들의 중국 작품 출연사례가 증가하여 중국에서의 한류 드라마 붐이 다시 조성될 전망. <가을동화>가 포맷형태로 진출한 <일부소심애상니(一不小心爱上你)>가 중국 드라마 시청률 순위에서 2위를 차지하여 포맷수출 방식의 드라마 수출이 확산될 전망
- (영화) 구혜선, 박신혜, 장나라 등 국내 여배우들이 중국 자본이 투입된 영화 및 드라마 출연을 추진 중
- 2011년에는 중남미를 비롯한 신흥시장 개척이 활발하게 전개될 것으로 예상
  - (게임) 류엔소프트가 개발하고 SBS콘텐츠허브가 퍼블리싱하는 <원더킹>이 중남미지역 진출 중이며, (주)갈라랩이 개발·서비스한 <라펠즈>는 브라질에서 공개시범테스트 추진
  - (영화) <초능력자>는 태국, 대만 등 7개국, <무적자>는 말레이시아, 브루나이 등 8개국, <악마를 보았다>는 터키, 대만 등 5개국에 수출되는 등, 수출지역 다변화 추구
  - (음악) K-POP 경연대회 및 페스티벌이 중남미 다수 국가에서 활발하게 진행

## □ 앱 콘텐츠, 3D 콘텐츠 등 디지털 한류의 부상

- 국내 게임업체들이 스마트기기 기반 글로벌 오픈마켓시장을 집중 공략할 전망
  - 게임빌은 <2011 프로야구>, <일루시아>, <2010 슈퍼사커> 등으로 글로벌 시장 공략
- 국내 영화기술 및 3D 방송 콘텐츠의 수출도 점차 증가할 것으로 기대됨
  - (3D) 해외 바이어들의 국내 3D기술에 대한 관심 증가로 3D기술이나 특수효과 기술보유 중소기업들이 세계시장에 진출하는 사례 증가
  - (CG) 2010년 해외시장에 진출한 국내 CG업체 중 100억 원 이상의 수출 성과를 보인 기업이 7개 업체(18.9%)이며, 주로 미국, 일본, 중국에 수출
    - ※ 국내 CG 관련업체(125개) 조사 결과, CG 수출이 2개사, CG 기술 및 완제품 수출이 5개사로 나타남

## 2. 소비 G20 세대의 등장과 새로운 콘텐츠 소비문화 주도

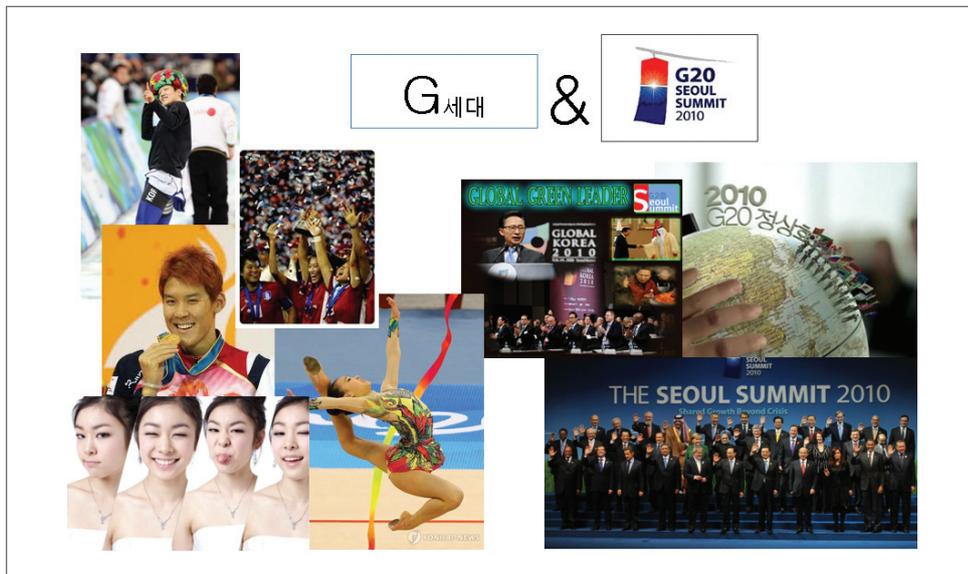
### □ <G 세대>와 <G20 세대>의 개념과 특징

- <G 세대>가 1988년 서울올림픽을 전후로 태어난 세대라면, <G20 세대>는 글로벌 경쟁력을 갖추고 세계무대를 지향하는 현재의 청년 세대를 이르는 말
  - <G20 세대>는 <G 세대>의 업그레이드 개념으로 '경제대국 대한민국' 과 글로벌 경쟁력을 갖추고 성장한 'G20 의장국 대한민국' 에서 20대가 된 'G세대 한국인' 을 일컫음

〈2011년 대통령 신년 국정연설(2011.1.3)〉 중 ‘G20 세대’에 대한 내용  
 지금의 청년 세대는 우리 역사에서 글로벌 세대로 일컬을 수 있는 사실상 첫 세대입니다. 세계를 무대로 뛰고 경쟁을 주저하지 않으며, 창조적 도전 정신에 불타는 젊은이들을 우리는 많이 만날 수 있습니다. 저는 그런 청년들은 G20 세대로 부르고자 합니다.

### ○ 〈G20 세대〉의 특징과 소비문화

- 자기가 하는 일을 즐길 줄 앎(자유), 공정한 경쟁을 통해 노력함(공정), 창조적 도전정신으로 임함(창조·도전), 먼 미래를 내다보며 어려움을 인내·극복함(인내), 세계의 문제도 나의 문제로 끌어안음(성숙한 세계시민)
- 〈G20 세대〉는 인터넷을 접한 첫 세대로서 인터넷 활용능력이 뛰어나고, 컴퓨터·휴대폰·디지털카메라 등 디지털 문화에 익숙하며, 외국어 구사 능력도 탁월함
- 〈G20 세대〉의 콘텐츠 소비 특징 : 디지털 기기를 중심으로 한 콘텐츠, 글로벌 감각적인 콘텐츠, 건전하고 미래지향적인 콘텐츠를 선호



### □ G20 세대는 새로운 콘텐츠 소비 트렌드를 주도

- 다양한 정보와 네트워크를 기반으로 하는 소셜네트워크서비스(SNS)를 통해 디지털 문화를 선도
  - 전체 휴대전화 시장에서 스마트폰이 차지하는 비중이 기하급수적으로 증가함에 따라 무선인터넷, 다양한 어플리케이션 등의 이용은 개인적인 즐거움을 추구하는 〈G20 세대〉의 특성임
  - 디지털과 모바일 네이티브(Digital & Mobile Natives) 세대로서 디지털 미디어와 콘텐츠에 익숙, ‘꽃하면 한다’는 마니아적 취향, 재미와 열정이 충만

## G20 세대가 즐기는 주요 노래 가사들

- “나도 어디서 끌리진 않아. 아직 쓸만한 걸. 죽지 않았어.” (G-드래곤, Heartbreaker)
- “날 보는 사람들의 시선이 싫진 않아. 나는 예쁘니까.” (씨야, 여성시대)
- “머리부터 발끝까지 난 항상 핫 이슈” (포미닛, 핫이슈)

- 클라우드 컴퓨팅 확산에 따라 다양한 스마트 단말기로 대용량 콘텐츠를 어디서나 이용할 수 있는 시대가 개막되면 스트리밍 콘텐츠 소비가 증가할 전망
- <G20 세대>는 페이스북, 트위터, 유튜브, 싸이월드 등 SNS를 일상적으로 즐기고 이용함에 따라 콘텐츠의 소비자, 생산자, 미디어 기능을 동시에 수행 가능

## ○ 일과 여가를 동시에 향유하는 엔터테이커(entertain+worker) 추구

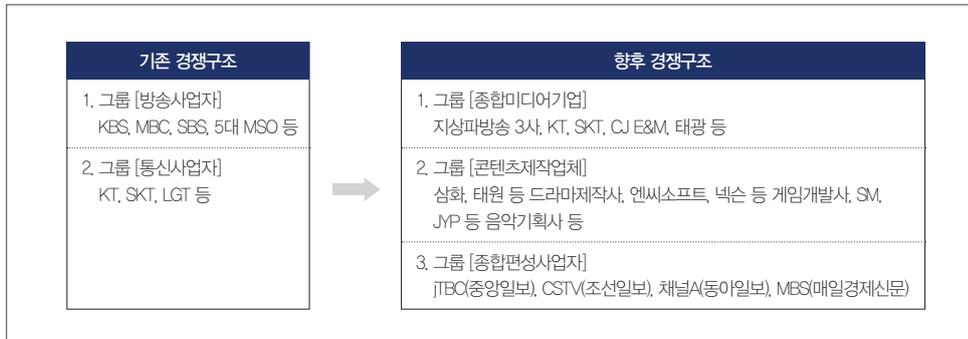
- 여가와 자유로운 라이프스타일을 중시하고 삶의 질을 높이며 문화생활을 향유하려는 의지가 높은 젊은 세대들이 증가함에 따라, 자기계발이나 자신이 하고 싶은 취미 등을 온라인과 모바일 플랫폼을 통해 추구하는 새로운 노동형태가 부상
- 모바일 세대로 불리우는 <G20 세대>가 개발주체로 참여하는 생활밀착형 애플리케이션은 일상생활에서 스마트폰의 활용성을 무궁무진하게 확장할 것임
  - ※ 아이폰용 육아 애플리케이션 <도리도리, 노을재>, <생활백서-요리편>, <유세이(Usay) 주소록>이나 <카카오톡> 등 생활밀착형 앱 증가

## 3. 기업 종편사업자 등장으로 콘텐츠기업 경쟁구도 재편

### □ 종합미디어기업-콘텐츠제작업체-신규종편사업자 간 경쟁으로 전환

- 2011년 하반기에 종합편성채널이 개국하기 시작하면서, 그로 인한 사회적 영향력이 다각적으로 확산될 전망
  - 장기적으로는 방송콘텐츠 제작/유통시장의 확대(연간 2,000~3,000억 원 규모의 신규시장 창출)가 기대되지만, 단기적으로는 무리한 시장 확장으로 인한 프로그램 질 저하 우려
  - 종편사업자의 채널이 지상파 인근채널로 편성될 경우, 기존 메이저 방송사업자 및 통신사업자 등 2대 그룹군이 지배하던 미디어콘텐츠 시장 경쟁구조가 3대 그룹군으로 재편될 수 있음

[그림 2] 종편사업자 선정으로 예상되는 미디어콘텐츠 시장의 경쟁구조 변화



## □ 1그룹[종합미디어기업]: 지상파 3사, KT, SKT + CJ, 태광 등 MSO

- 방송통신사업자들은 양질의 콘텐츠를 안정적으로 확보하기 위해 종합미디어콘텐츠기업으로 통합하는 경향을 가속화할 것으로 전망
  - KBS, MBC, SBS 등 지상파방송 3사와 KT, SKT와 같은 거대 통신사업자는 물론 CJ, 태광 등과 같은 케이블 MSO까지 종합미디어콘텐츠기업으로 도약을 서두르고 있음
- 특히 2011년 3월 출범 예정인 CJ E&M은 국내 최대 규모의 종합 미디어·콘텐츠 전문회사의 등장을 의미하며, 국내 미디어·콘텐츠산업의 양적·질적 성장을 견인할 것으로 전망
  - ※ CJ E&M은 출범과 동시에 1조 원대 매출 규모의 국내 최대 미디어콘텐츠기업으로 자리매김하게 됨

### ○ CJ E&M의 세부 사업영역

- 케이블TV 방송콘텐츠(온미디어, CJ미디어, 엠넷미디어 등 보유 PP 19개),
- 인터넷에서의 게임/음원사업(CJ인터넷, 엠넷미디어 등의 보유 사업부문),
- 영화 콘텐츠사업(CJ엔터테인먼트 사업부문)

- 미디어콘텐츠기업들의 가치가 급상승하고 있으며, 2011년에도 이들 기업의 상장 추진 움직임이 활발할 것으로 전망
  - 현대백화점 계열 MSO인 현대HCN은 케이블업계 최초로 한국증권거래소 유가증권시장에서 거래를 시작하여, 상장으로 확보한 800억 원을 디지털 전환, 통신 및 콘텐츠 사업 확장에 투자하여 제2의 도약을 추진
  - CJ E&M도 재상장 추진 등 다양한 경영전략 수립을 통해 종편사업자 등장으로 인한 방송시장 경쟁 심화에 대비
- 또한 경쟁기업과 이종사업자 간의 협력 구축은 물론, 관련기업 간의 투자와 협력, 메이저업체와 신생업체 간의 M&A 등도 활성화될 전망

## □ 2그룹[콘텐츠제작업체] : 드라마제작사, 게임개발사, 음악기획사 등

- (드라마제작사) 2011년 하반기 종합편성채널이 본격적으로 제작에 착수하게 되면서 드라마제작사들이 직접적인 수혜를 입을 것으로 전망
  - 종합편성채널의 등장으로 인해 방송시장의 규모는 증가할 것이고, 신규사업자들은 연착을 위해 양질의 콘텐츠를 확보하기 위해 경쟁할 것으로 예상
  - 이에 따라 대형 프로그램 제작 노하우를 확보한 드라마제작사 등 방송콘텐츠 제작업체들의 가치가 상승할 전망
  - 또한 규모 있는 MPP 뿐만 아니라 개별 PP들도 연합 형태로 협력하여 자체 콘텐츠 제작을 확대할 예정
- (게임개발사) 게임개발사들의 대형 M&A는 콘텐츠 전문기업으로의 진화를 의미. 이러한 현상은 엔씨소프트나 넥슨, 네오위즈, CJ인터넷 등 대형게임사를 중심으로 이미 활발하게 진행되고 있음
  - 넥슨은 게임하이와 엔도어즈 2곳을 인수하였고, 엔씨소프트와 네오위즈게임 역시 중소 유명 게임개발사를 인수 합병하였으며, 특히 엔씨소프트는 새로운 프로야구단을 창단하여 게임 외에 스포츠 분야까지 사업영역을 확장할 계획
- (음악) SM, JYP, YG 등의 대형기획사들도 아이돌을 중심으로 드라마, 영화, 뮤지컬 등 콘텐츠 장르의 다변화를 시도하며 전문 콘텐츠제작기업으로 진화하고 있음
  - <드림하이>의 택연과 아이유, <아테나>와 <파라다이스목장>의 최강창민 등은 드라마, 탑은 <포화 속으로>로 영화까지 진출함. 또한 뮤지컬의 경우, JYJ 준수 등 아이돌의 티켓파워가 최고조에 이르고 있음. 그 밖에도 온유, 김형준, 규현 등 아이돌의 장르 다변화 시도는 더욱 확대될 전망

## □ 3그룹[종합편성사업자] : JTBC, CSTV, 채널A, MBS

- 종합편성채널의 출범은 지상파방송 3사에 이어 전국적으로 1,500만 케이블TV 가입자들을 대상으로 하는 대형 방송사가 등장하는 것을 의미
- 종합편성채널이 지상파채널 인근에 배치될 경우 방송광고시장에 미치는 영향력이 매우 클 것으로 전망
  - 한정된 방송광고시장에서 지상파방송과 PP사업자들과의 경쟁이 심화되는 가운데, 방송광고시장의 확대를 위한 정책적 지원이 2011년 상반기 중으로 구체화할 가능성 높음
- 종합편성채널은 모두 신문사이므로 향후 방송콘텐츠 제작인력에 대한 공급부족이 예상되며, 따라서 2011년 상반기부터 기존 방송사의 경력직원 이동뿐만 아니라, 신규인력의 채용도 활발히 추진될 전망

## 4. 제작 글로벌 지향 콘텐츠 제작의 대형화 · 다양화 지속

### □ (방송) 대작 드라마/다큐 제작과 함께 다양한 소재의 작품 등장

- 드라마 〈아테나: 전쟁의 여신〉이 불을 당긴 블록버스터급 드라마의 제작 추세는 2011년에도 지속될 예정
  - 초록뱀미디어, 태원엔터테인먼트, 삼화네트웍스 등 외주제작사들은 종합편성채널의 출범에 따라 드라마 수요가 급격하게 증가할 것으로 예상
    - \* 초록뱀미디어의 경우, 대작드라마 〈전우치〉 등 7편 이상의 드라마를 연이어 선보일 계획
- 1년 이상의 제작기간과 수억 원의 제작비가 투입된 대작 다큐멘터리들이 2011년에도 지상파 방송을 통해 계속 방영될 예정이며 이와 같은 대작 다큐멘터리의 강세는 향후에도 지속될 전망
  - KBS는 2010년 12월부터 다큐멘터리 〈동아시아 생명대탐사 아무르 강〉을 방송. 2011년 3월 경에는 본편 〈초원의 오아시스〉, 〈타이가의 혼〉, 〈검은 강이 만든 바다〉 등과 에필로그 〈아무르강 4400km〉가 방송 예정
  - MBC는 5부작 대형 다큐멘터리 〈지구의 눈물〉 시리즈를 방송 중
- 〈슈퍼스타K〉와 같은 오디션 프로그램 열풍은 2011년에도 지속될 전망
  - 2010년 12월부터 케이블 · 위성채널 KBS N은 MC를 뽑는 프로그램 〈황금마이크〉를 제작하고 있으며, SBS는 ‘2011년 대기획’ 발표를 통해 연기자 오디션 프로그램 〈기적의 오디션〉 제작을 천명
- 전통 사극, 퓨전 사극, 판타지, 특정 직업군에 대한 전문 드라마, 트렌드 드라마 등 다양한 장르와 소재의 드라마 제작이 증가할 전망

### □ (영상) 3D 영상콘텐츠 제작 증가 및 4D 방식 상영관 개설 확대

- 2010년에 이어 2011년에도 3D 드라마 제작 및 스포츠 중계가 증가할 전망
  - 스카이라이프는 2010년 10월부터 국내 최초 3D 드라마 〈김치왕〉을 방영 중이고, 2011년 KBS는 국내 지상파방송 최초로 풀 3D 액션 판타지 드라마 〈스마트 액션〉을 방송 예정
  - MBC는 세계 최초의 3D 입체 드라마인 〈신의〉(김종학프로덕션 제작)를 2011년 12월 중에 방영할 예정
  - 세계 격투기대회인 〈K-1 월드그랑프리 파이널 16〉과 골프레슨 프로그램 등 스포츠 콘텐츠들도 이미 3D로 방영 중이고, 2011년 8월에 개최될 대구세계육상선수권의 주요 경기들이 3D로 중계될 예정
- 국산 3D 영화 제작 및 4D 방식의 상영이 증가할 전망
  - 2011년 개봉을 목표로 〈제7광구〉 등 다수의 3D 영화가 제작 진행 중

- 해외투자 등 다양한 형태의 공동제작 방식을 기반으로 국산 3D 애니메이션 제작 사례도 더욱 증가할 전망
- CGV와 롯데시네마를 중심으로 4D 상영관이 개설되어 큰 호응을 받고 있음

## □ (게임) 대작게임의 활성화와 SNG 시장의 급성장

- 온라인 게임시장을 중심으로 대작게임 출시가 활성화될 전망
  - 블루홀스튜디오가 개발하고 2011년 1월 25일 NHN 한게임이 서비스를 시작한 MMORPG <테라>는 200여 명의 개발인력이 4년 동안 400억 원의 개발비를 투입해 제작한 작품
  - XL게임즈가 3년 동안 개발비 300억을 투자한 MMORPG 대작게임 '아키에이지' 출시
- 스마트폰 등 SNS를 지원하는 뉴미디어의 확산으로 국내에서도 SNG 시장의 성장이 급속히 진행될 것으로 예상
  - 네이버의 소셜앱스토어 '소셜앱스'는 소셜게임의 특징이 SNS의 성장과 자연스럽게 맞물려 있다고 판단하고 SNG 등록을 적극 추진
  - 게임개발사 아보카도엔터테인먼트는 소셜앱스를 통해 SNG <마이시티>와 <마이팜>으로 한 달만에 기록적인 다운로드 수 기록

## □ (음악) 아이돌 뮤지션의 시장지배력 확산과 공연시장 활성화

- 작년에 이어 2011년에도 아이돌 뮤지션의 음악이 국내 다운로드 및 음반판매시장을 지배할 것으로 전망
  - 1~2월에 동방신기, 빅뱅의 승리, JYJ 등의 신보가 출시될 예정
- 대중음악 공연을 위한 전용공연장 증설 등 인프라 증대로 인해 공연시장이 활성화 될 전망
  - 문화체육관광부는 서울 송파구 올림픽공원 내 올림픽홀을 리모델링하여 2011년 8월까지 2,500석 규모의 대형 공연장을 개관할 예정
  - 또한 올림픽홀 인근에 인디 전용 소규모 공연장(240석 규모)을 함께 건립하여, 다양한 취향의 음악공연을 상시 개최할 계획임

## □ (출판) 태블릿PC의 등장으로 전자책 시장 활성화

- 태블릿PC의 국내 도입 등으로 전자책(e-book) 시장이 활성화될 전망
  - 한국전자출판물인증센터에 의해 인증을 받은 전자출판물 콘텐츠가 작년에 이어 크게 증가할 전망
  - 문화체육관광부의 IT와 콘텐츠 기반 '전자출판산업 육성방안' 발표에 따라 전자출판의 창작·유통 활성화 지원이 정책적 측면에서 활발하게 전개될 전망

## □ (광고) 미디어랩 도입과 증강현실 광고 활성화로 시장격변 예상

- 가상광고 허용과 2011년 민영미디어랩 도입 예상으로 인해 광고시장은 격변 예상
- 페이스북 등 SNS 이용자가 급증하면서 SNS 광고의 도입은 더욱 확산될 전망
  - 특히 위치기반형 SNS 지역밀착광고가 활성화될 것으로 기대됨
- 증강현실 광고는 스마트폰 이용 증가와 위치정보 및 다양한 센서기술의 발전 등에 힘입어 강력한 인터랙티브 광고 기법 중 하나로 자리잡을 것으로 예상

## 5. 미디어 스마트 미디어와 N-스크린 서비스 확산

### □ 스마트 미디어(스마트폰, 태블릿PC) 환경의 생활화

- 스마트폰 가입자의 폭발적인 성장세가 지속되는 가운데, 2010년 11월에 출시된 태블릿PC가 기존의 스마트폰과 함께 스마트 미디어 환경 조성
  - 2011년 말 스마트폰 보급대수가 1,780만 대에 도달할 것으로 예상
  - 이동통신사들의 무제한 인터넷 이용상품이 연이어 출시되면서 모바일 인터넷 이용이 크게 증가할 전망
  - 이에 비해, 스마트TV의 경우, HDTV로 대표되는 고화질 영상구현에 마케팅 강조점이 맞추어지면서, 스마트폰처럼 빠르게 확산되지는 않을 것으로 보임

### □ 미디어의 다중창구화 : N-스크린 기반 크로스 미디어 환경 확대

- 기존의 TV와 PC, 모바일로 이어지던 3스크린 환경에서 스마트TV와 태블릿PC, 클라우드 컴퓨팅 등의 다양한 플랫폼을 기반으로 한 단말의 등장으로 스크린의 제약을 넘는 미디어의 다중창구화가 가능해짐
- N-스크린(N-Screen) 이용이 활성화되면서, 미디어의 구분과 한계를 뛰어넘어 언제 어디서든 사용자가 원하는 모습으로 콘텐츠를 이용할 수 있는 크로스 미디어 환경 실현

### □ 앱 콘텐츠, SNS 콘텐츠 등 생활밀착형, 체감형 콘텐츠 급증

- 2011년에는 메신저, 게임, 쇼핑, GPS, 여행정보 등 다양한 분야의 애플리케이션 제작 과 이용이 더욱 활성화될 것으로 예상
  - 스마트폰과 태블릿PC의 보급률이 상승하고 스마트TV의 상용화 추진이 예상됨에 따라 다양한 애플리케이션 제작이 이루어질 전망
- 페이스북과 트위터 등 외국 SNS에 대한 이용률이 지속적으로 상승하고 있는 가운데, 국내

SNS인 미투데이(NHN), 요즘(다음), C로그(SK컴즈) 등에 가입하여 활동하는 사람 수도 꾸준히 증가하고 있음

- SNS를 기반으로 향후 가장 유망한 콘텐츠는 SNG, 즉 소셜네트워크게임. 따라서 국내 게임 업체들은 SNG 시장 진출을 적극적으로 추진 중
- 해외에서 많이 이용하고 있는 음악 중심의 SNS 서비스도 국내에서 확산될 전망. 예를 들어, 소리바다의 '이야기 서비스'는 트위터, 페이스북, 미투데이 등 SNS 계정을 연동한 소셜커뮤니케이션서비스
- 록멜트(RockMelt) 등 SNS 친화적 브라우저인 '소셜 브라우저'의 등장으로 이같은 추세는 지속적으로 강화될 예정
  - ※ 록멜트는 미국에서 오픈소스 브라우저인 크롬(Chrome)을 기반으로 페이스북과 트위터 등 소셜웹 서비스를 통합한 브라우저

[그림 3] 스마트패드용 SNG 평권락스(좌), SNS 연동 소리바다 서비스(중), SNS 록멜트(우)



○ SNS를 기반으로 위치기반서비스(LBS), 증강현실(AR) 등의 기술이 결합하여 특정 분야의 위치 서비스만을 제공하는 사례도 증가

- 'iNeedCoffee(카페)', 'Odiyar(지하철역)', 'ARpharm(약국)' 등이 대표적

[그림 4] 약국 전문 위치서비스 (ARpharm)과 길 찾기 서비스 ('Odiyar)



## 6. 금융 콘텐츠산업에 대한 정책금융 확대

### □ 모태펀드, 글로벌펀드 등 투자재원 확대

- (모태펀드) 문화체육관광부, 2011년 모태펀드를 통해 1,000억 원 이상 투자재원 공급 예정
  - 당초 300억 원 내외로 예정했던 2011년 모태펀드 '문화계정' 출자 규모를 500억 원으로 확대하여, 민간 자본과 합쳐 1,000억 원 이상을 콘텐츠 시장에 공급할 예정
  - 더불어 모태펀드 '영화계정' 에도 60억 원을 출자할 계획
- (글로벌펀드) 문화체육관광부, 2012년까지 2,000억 원 규모의 글로벌펀드 신설 예정
  - 2011년과 2012년에 각 400억 원씩 총 800억 원을 출자하고 민간 및 해외투자 자본(1,200억 원)과 결합하여 총 2,000억 원 규모로 펀드 조성
  - 국내 콘텐츠기업의 제작 역량 강화와 해외 진출의 발판을 마련할 것으로 기대
- (방송콘텐츠 투자조합) 방송통신위원회, 민간과 공동으로 최대 1,000억 원 규모의 '방송콘텐츠 투자조합' 을 결성 예정
  - 방송통신위원회는 모태펀드에 '방송통신' 계정을 신설하여 향후 3년간 세계 시장을 겨냥한 비드라마 부분의 명품 프로그램(다큐멘터리, 3D 방송콘텐츠, 양방향 솔루션 등)에 대해 중점 투자할 계획을 발표

### □ 완성보증, 대출지급보증 등 융자제도 개선

- (완성보증) '완성보증제도' 확산의 장벽이 되고 있는 '융자금 우선상환 요건' 을 지속적으로 완화해 나갈 예정
  - ※ 완성보증제도 : 콘텐츠를 통해 발생할 매출을 담보로 한 저리의 융자 지원제도
- (대출지급보증) 영화 분야 대출지급보증제도 신설
  - 문화체육관광부는 향후 3년간 200억 원을 조성하여 2,000억 원의 보증효과 기대

### □ 콘텐츠공제조합 설립 추진

- 영세 콘텐츠 기업을 위한 '콘텐츠공제조합' 의 설립근거 마련
  - 일정액의 부담금(출자, 출연, 기부 등)을 모아 금융권 이용이 어려운 영세 콘텐츠 업체에 보증, 대여, 투자 업무 수행
  - 연내 근거법 마련(콘텐츠산업진흥법 개정) 및 설립 준비위원회 발족 예정

## □ 콘텐츠산업 글로벌화를 위한 금융투자 환경개선

- 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 국내 콘텐츠의 글로벌 경쟁력을 높이기 위해 글로벌시장 진출 프로젝트에 대한 지원을 지속적으로 시행할 예정
  - 글로벌시장 진출 지원에는 ‘글로벌 애니메이션 지원’ 과 ‘글로벌콘텐츠센터 운영’ 등이 포함
- 중소기업창업지원법 시행령 개정(중기청 협조)을 통해 대기업에 대한 투자제한 등 법령상의 투자제한 규제 완화 예정
  - 이를 위해 문화체육관광부와 중소기업청간 ‘문화, 체육, 관광분야 중소기업 육성을 위한 업무협력 MOU 체결(2010. 12. 21.)

## □ 금융투자 활성화를 위한 전문화된 지원체계 마련

- 한국콘텐츠진흥원 내에 전담기관으로 ‘글로벌금융팀’ 신설(2011. 1.)
  - 콘텐츠산업 금융지원 활성화를 위한 전문화된 전담조직 운영
- 관련사업 실태점검 및 신규사업 발굴을 위한 ‘금융투자 활성화 민관협의체’ 구성(2011. 2.)

## 7. 법/제도 제작환경 개선과 공정거래 환경 조성

### □ 콘텐츠산업 제작환경 개선

- ‘차세대 콘텐츠 동반성장협의회’ 출범
  - 융복합화 · 3D화 · 스마트화 되어가는 콘텐츠산업 패러다임 변화에 대응하기 위해 제조기업(대기업)과 콘텐츠개발자(중소기업)가 컨소시엄을 구성하여 콘텐츠를 개발하고 정부는 선정된 컨소시엄에 제작비 지원(제작비 20% 이내)하는 방안 추진

### □ 콘텐츠분쟁조정위원회 설립 등 공정거래 환경 적극 조성

- ‘콘텐츠분쟁조정위원회’ 가 2011년 초 설립될 예정
  - 공정거래 환경 조성과 동반성장 협력 유도하기 위해 콘텐츠 거래상 발생하는 각종 불공정 거래, 분쟁 등의 사례를 접수, 감시
  - 종전 이용자보호센터와 연계하여 상담, 법률자문, 조정업무 등 수행
- ‘콘텐츠 공정거래지원센터’ 운영
  - 콘텐츠업계의 불공정사례 접수, 상담 역할 수행
  - 방송사와 제작사, 이동통신사와 CP, 대형 포털과 CP 등 불공정사례 현황 조사 및 분석

## □ 콘텐츠산업진흥법 시행으로 국가 신성장동력 확보

- 2010년 5월 ‘콘텐츠산업진흥법’이 국회 본회의를 통과하여 12월 공포되었고, 2011년부터 본격적으로 시행
  - ‘온라인디지털콘텐츠산업발전법’이 ‘콘텐츠산업진흥법’으로 개정(법률 제10369호)
  - 다양한 분야의 콘텐츠 제작 활성화 시책, 공정한 유통환경 조성을 통한 콘텐츠 유통 합리화, 이용자 보호제도 강화, 콘텐츠분쟁조정위원회 운영 등 포함
  - 콘텐츠산업진흥위원회 운영 : 국무총리·문화부·지경부·교과부 장관 등 12명, 콘텐츠산업 관련 산·학·연 전문가 등 8명으로 구성되어 콘텐츠산업 진흥을 위한 기본계획 심의와 콘텐츠 정책의 총괄·조정 역할 수행