

INVESTMENT
OPPORTUNITIES
IN KOREA

文化コンテンツ



目次

1. 産業の動向・1

- 1.1 韓国市場の動向・1
- 1.2 産業競争力・3
- 1.3 韓国における有望分野・5

2. 外国人直接投資の動向・7

- 2.1 外国人直接投資の現況・7
- 2.2 主要外国人投資企業の成功事例・7

3. 政策・立地・8

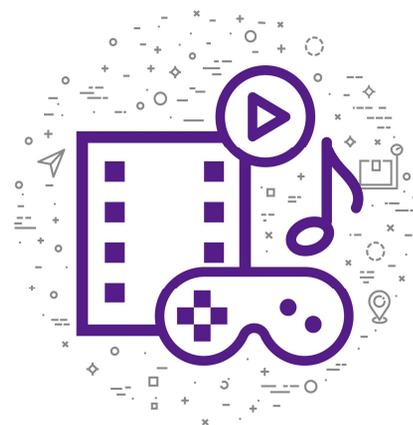
- 3.1 主要政策・インセンティブ・8
- 3.2 主要立地・10
- 3.3 文化コンテンツ産業の立地条件・インセンティブ・11

4. 潜在的なパートナー・12

- 4.1 関連企業リスト・12
- 4.2 関連協会・13

* 本報告書上の数値はウォン（KRW）からドル（USD）に年度別の平均為替レートを基準で変換した。但し、年平均成長率を説明する場合、直近年度の平均為替レートで換算した。

* 換算した金額は四捨五入した上で表示したが、合計金額と一致しない場合、切り上げや切り捨てを適用した。



1 産業の動向

産業の定義・分類

- 文化コンテンツ産業は人間の感性、創意力、想像力を源泉として経済的価値を創出する文化商品の生産、流通、消費に関連する産業である。
 - ・ 法的に文化コンテンツ産業は文化商品の企画・開発・制作・生産・流通・消費などに関するサービスを提供する産業であると定義されている。
 - ・ 文化商品は芸術性・創造性・娯楽性・余暇性・大衆性のような文化的要素が一体化し、経済的付加価値を創出する有形・無形の財貨やサービス、またはこれらの複合体を意味する。
 - ・ 文化コンテンツ産業 (cultural content industry) は文化産業 (cultural industry) 、コンテンツ産業 (content industry) 、創造産業 (creative industry) 、メディアエンターテインメント産業 (Media&Entertainment Industry) などとも呼ばれている。
- 文化コンテンツ産業の主要カテゴリには出版産業、音楽産業、ゲーム産業、放送産業、映画産業、漫画産業、アニメ産業、キャラクター産業、広告産業、知識情報産業、コンテンツソリューション産業などがある。
 - ・ 文化コンテンツ産業の定義とカテゴリはメディア環境の変化によって継続的に変化するものであり、文化と商品、産業の交差点で幅広く形成される。

1.1 韓国市場の動向

- 2019年9月に韓国文化体育観光部、科学技術情報通信部が共同で発表したコンテンツ産業3大革新戦略によると、韓国文化コンテンツ産業の2018年の売上高は1,082億ドル、輸出は95.5億ドル、雇用は65.4万人で、5年間（2014～2018）の年平均増加率は売上高が5.8%、輸出が16%、雇用が1.5%である。
- 2017年現在で売上高ランキング1位の分野は出版（18%）で、輸出額基準ではゲーム（67%）となっている。
 - 企業数は音楽分野が文化コンテンツ産業全体の34%と最も多く、その次は出版（24%）、ゲーム（12%）、知識情報（8%）の順になっている。

韓国文化コンテンツ産業の現況

区分	企業数 (社)	従事者数 (人)	売上高 (百万ドル)	付加価値額 (百万ドル)	付加価値率 (%)	輸出額 (千ドル)	輸入額 (千ドル)	貿易収支 (千ドル)
出版	25,829	184,794	18,354	7,790	42.4	220,951	264,110	-43,159
漫画	7,172	10,397	957	383	40	35,262	6,570	28,692
音楽	36,066	77,005	5,133	1,807	35.2	512,580	13,831	498,749
ゲーム	12,937	81,932	11,622	5,125	44.1	5,922,998	262,911	5,660,087
映画	1,409	29,546	4,859	1,541	31.7	40,726	43,162	-2,436
アニメ	492	5,161	588	197	33.5	144,870	7,604	137,266
放送	1,054	45,337	15,956	5,924	37.1	362,403	110,196	252,207
広告	7,234	65,159	14,514	4,511	31.1	93,230	322,178	-228,948
キャラクター	2,261	34,778	10,543	4,138	39.3	663,853	172,489	491,365
知識情報	9,149	82,470	13,301	5,970	44.9	616,061	736	615,325
コンテンツソリューション	1,872	28,268	4,290	1,725	40.2	201,508	569	200,939
全体	105,475	644,847	100,117	39,111	39.1	8,814,441	1,204,355	7,610,086

資料：KOCCA（2019）、2018コンテンツ産業統計（2017年現在）

- ここ5年間、韓国文化コンテンツ産業において売上高の増加率が最も高い分野は知識情報、音楽、ゲーム、キャラクター、映画の順である。

文化コンテンツ産業における売上高増減率の推移（2014～2018）

(単位：百万ドル)

区分	2014	2015	2016	2017	2018 ^e	年平均増減率
出版	18,710	18,640	18,873	18,863	19,130	0.6%
漫画	777	836	887	984	1,052	7.9%
音楽	4,187	4,522	4,824	5,275	5,901	9.0%
ゲーム	9,062	9,745	9,901	11,944	12,663	8.9%
映画	4,149	4,646	4,777	4,994	5,080	5.3%
アニメ	509	555	615	605	593	4.1%
放送	14,337	14,962	15,751	16,399	17,428	5.0%
広告	12,485	13,124	14,355	14,917	15,649	5.8%
キャラクター	8,227	9,162	10,057	10,836	11,166	8.0%
知識情報	10,310	11,217	12,235	13,670	14,999	9.8%
コンテンツソリューション	3,540	3,919	4,166	4,409	4,591	6.7%
全体	86,293	91,328	96,441	102,896	108,252	5.8%

資料：KOCCA（2019）、2018コンテンツ産業統計/2018年下半期・年間コンテンツ産業動向分析

- ここ5年間、年平均輸出額の増加率が最も高い分野はゲーム（24.7%）であり、同じ期間の文化コンテンツ産業全体の輸出額における年平均増加率17.1%を大きく上回っている。

文化コンテンツ産業における輸出額増減率の推移（2014～2018）

(単位：千ドル)

区分	2014	2015	2016	2017	2018 ^e	年平均増減率
出版	247,268	222,736	187,388	220,951	248,991	1.2%
漫画	25,562	29,354	32,482	35,262	40,345	12.1%
音楽	335,650	381,023	442,566	512,580	564,173	13.9%
ゲーム	2,973,834	3,214,627	3,277,346	5,922,998	6,391,612	24.7%
映画	26,380	29,374	43,894	40,726	41,607	13.9%
アニメ	115,652	126,570	135,622	144,870	173,077	10.7%
放送	336,019	320,434	411,212	362,403	399,783	5.5%
広告	76,407	94,508	109,804	93,230	98,923	7.7%
キャラクター	489,234	551,456	612,842	663,853	733,341	10.7%
知識情報	479,653	515,703	566,412	616,061	644,097	7.7%
コンテンツソリューション	167,860	175,583	188,495	201,508	214,831	6.4%
全体	5,273,519	5,661,368	6,008,063	8,814,441	9,550,780	17.1%

資料：KOCCA（2019）、2018コンテンツ産業統計/2018年下半期・年間コンテンツ産業動向分析

- 韓国文化コンテンツ産業のなかで従事者数が最も多い分野は出版業で、2017年現在で産業全体の28%を占めており、ここ5年間従事者数がかつとも多く増加した分野は広告である。

韓国文化コンテンツ産業における従事者数の推移（2014～2018）

（単位：人）

区分	2014	2015	2016	2017	2018 ^e	年平均増減率
出版	191,033	190,277	185,001	184,794	184,027	-0.9%
漫画	10,066	10,003	10,127	10,397	10,399	0.8%
音楽	77,637	77,490	78,393	77,005	78,560	0.3%
ゲーム	87,281	80,388	73,993	81,932	84,880	-0.4%
映画	29,646	30,100	28,974	29,546	29,268	-0.3%
アニメ	4,505	4,728	5,142	5,161	5,172	3.6%
放送	41,397	42,378	43,662	45,337	46,986	3.2%
広告	46,918	52,971	65,118	65,159	65,833	9.2%
キャラクター	29,039	30,128	33,323	34,778	35,375	5.1%
知識情報	75,142	77,809	80,396	82,470	84,788	3.1%
コンテンツソリューション	23,795	25,656	27,374	28,268	28,327	4.5%
全体	616,459	621,928	631,503	644,847	653,615	1.5%

資料：KOCCA（2019）、2018コンテンツ産業統計/2018年下半年期・年間コンテンツ産業動向分析

1.2 産業競争力

▶ 文化コンテンツ産業の強み

- 技術と人間の相互作用に注目する第4次産業革命の代表分野であり、経験と共有を重視する最近の消費トレンドに合致する。
 - 最近の消費は単なる商品ではなく、商品に込められたストーリーや意味のある経験を志向する傾向にある。
 - 文化コンテンツ産業はストーリーや経験が投入資源であると同時に産出資源であり、SNSを通じた共有や評価によって大衆に発信される。
- 窓口効果・関連効果が大きい産業
 - 文化コンテンツは特定のジャンルにとどまらず、多様な文化商品に進化して新たな価値と収益を生み出すOSMU（One Source Multi Use）の特性がある。
 - 製造業や観光業など他の産業に及ぼす経済的波及効果が大きく、国家ブランド向上など社会文化的波及効果も大きい。
 - 最近では著作権を基盤とした文化商品の流通収益より、フォーマット（format）や商標権などを活用したIP（Intellectual Property）基盤のビジネスモデルに拡大される傾向にある。
- 市場の不確実性・文化的割引の減少
 - 文化コンテンツ産業は、かつてより市場の需要や成功の可能性を予測しにくいハイリスク・ハイリターン産業という認識が強かったが、ビッグデータ分析などにより需要の予測が可能になり、市場の不確実性は徐々に減少する傾向にある。
 - 言語、習慣、歴史などの理由で他の文化圏では文化商品の価値や効果が一般的に減少すると知られてきたが、最近ではYouTube、ネットフリックスのようなグローバルプラットフォームの登場やロングテール需要の影響で文化的割引（cultural discount）の要因も減少する傾向にある。

▶ グローバル競争力・発展の可能性

- 韓国文化コンテンツ市場の規模は、2018年現在610億ドルで世界7位の水準である。

世界の文化コンテンツ市場の順位

(単位：10億ドル)

順位	国	2017	2018	2019	2020	2021	2022	年平均増減率
1	米国	817	852	886	918	946	973	3.6%
2	中国	246	272	294	314	333	351	7.4%
3	日本	182	186	191	195	200	204	2.4%
4	ドイツ	103	106	108	111	113	115	2.1%
5	英国	97	101	105	108	111	114	3.3%
6	フランス	72	74	76	77	79	81	2.2%
7	韓国	57	61	64	68	72	76	5.8%
8	カナダ	54	57	59	61	63	65	3.7%
9	ブラジル	45	48	51	54	56	59	5.5%
10	イタリア	40	42	44	46	48	49	4.1%

資料：KOCCA（2019）、2018海外コンテンツ市場分析

- 韓国文化コンテンツ産業のグローバル競争力は、「韓流」の影響力と価値で説明できる。

- K-POPと呼ばれる音楽産業の力は、BTSのようなグローバルスーパースターを誕生させた。

* BTSは2018年と2019年上半期に、*Love Yourself: Tear*、*Love Yourself: Answer*、*Map Of The Soul: PERSONA*の3つのアルバムが、Billboard HOT200の1位にランクされた。

** 2019年5月に米国CBS talk show「The Late Show」に出演し、かつてthe Beatlesが初めて米国の舞台上で披露した「Ed Sullivan Theater」を再現した。



資料：BTS on The Late Show with Stephen Colbert (CBS twitter)

- 2010年以降、映画産業における韓国市場のシェアは続けて50%を超えており、海外主要市場への進出はもちろん、世界有数の国際映画祭で受賞するなどその作品性が認められており、着実に前進している。

* ポン・ジュノ監督『パラサイト 半地下の家族』、2019カンヌ映画祭でパルムドール受賞

- 放送産業は韓流の元祖として東アジアではK-Dramaと呼ばれており、ここ20年間アジア圏を越えて世界各国で根強い人気を博している。

- ゲーム産業もMMORPG (Massive Multiplayer Online Role Playing Game) の元祖として『風の王国』、『リネージュ』などを発売し、長い間世界のゲーム市場で人気を集めており、2017年に発売された『バトルグラウンド』もゲームにおける韓流の競争力を高めている。
- アニメ/キャラクター産業分野においても「ピンクフォン (日本ブランド名：ピンキッツ)」の『サメのかぞく』がYouTube100億ビューを達成、「サムジアニメーション」が制作した『ミニ特攻隊X』も2018年に中国へ進出後わずか2カ月で有料VOD1億ビューを達成し、2019年には中国CCTV14 (Child) で同時間帯の視聴率1位を記録した。

▶ 中国の文化コンテンツ市場に繋がる架け橋の役割

- 中国の文化コンテンツ産業の成長と需要の増加
 - 中国は米国に次ぐ世界第2位の文化コンテンツ市場であり、2020年以降も中国の文化コンテンツ産業は依然として7%台の成長率を維持すると予想される。
 - 中国経済の成長は文化コンテンツ需要の増加によって市場の拡大につながる。
- 中国の文化コンテンツ市場における韓国コンテンツの人気
 - 良質のコンテンツを短期間で確保できるため、中国市場において韓国の文化コンテンツに対する需要が増えている背景には構造的要因がある。
 - ここ数年間、中国企業は韓国のコンテンツやフォーマットを購入したり、韓国企業に直接投資する形で優れた韓国のコンテンツを確保するために努力してきた。
- 韓国を通じて中国市場に進出
 - 中国市場の場合、政府当局による規制があるため海外企業の直接進出や投資が困難である。
 - 中国の文化コンテンツ市場が引き続き成長し、韓流など韓国コンテンツに対する需要が維持される限り、韓国に対する投資は中国市場進出への架け橋になる可能性もある。

1.3 韓国における有望分野

▶ コンテンツIP活用産業

- 最近の文化コンテンツ産業は、ストーリーを基盤にしたIP活用産業に進化する傾向にある。
 - メディアの融合・複合によるデジタル化、消費パターンの変化により文化コンテンツ産業は放送業界、映画産業など個別のジャンルに限られない。
 - ゲーム企業「NCソフト」はウェブトゥーン企画・流通企業である「JAEDAMメディア」と「レジンコミックス」に投資しただけでなく、映画配給会社であるメリークリスマスにも投資している。
 - 最近の文化コンテンツ産業は核心的な資源である源泉ストーリーを確保し、それをもとにした漫画、放送、映画、ゲームコンテンツを生成し、様々なプラットフォームにおいて多様な方式でサービスする融合ビジネス生態系が形成されている。
- 人気コンテンツIPは食品、ファッション、観光など伝統的な製造業やサービス業まで活用されている。
 - 「ポロロ」、「ロボカーポリー」など人気の幼児向けキャラクターの場合、飲み物や玩具、衣類などを直接立ち上げたりテーマパーク、キッズカフェとコラボするなどIP権利を活用しながら付加価値を創出している。
 - 「EXO手打ちチャジャンミョン」、「東方神起チョコレート」、「シャイニー炭酸水」などK-popスターのIPを活用した様々な商品が発表されている。
 - 放送、ゲーム、音楽などの様々なコンテンツIPを活用したファンクラブ商品、いわゆるグッズ (goods) 市場が成長している。

▶ 文化技術 (CT) サービス産業

- 文化コンテンツの技術的な根幹であるCG (Computer Graphics) / VFX (Visual Effect) と産業の成長
 - 映画など映像関連産業の海外輸出は、かつては完成作品を中心に行われたものの、最近は技術サービス輸出の割合が増加している。
 - 韓国はCG、VFXなどの文化技術が発達しており、韓国内外でCG基盤の映像コンテンツ制作が拡大される傾向にあり、関連産業における成長の可能性も高まっている。
 - 週52時間勤務制、撮影現場の安全事故防止などのため、特殊効果の需要が増加している。

韓国映画産業の海外輸出額

(単位:ドル)

区分	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
海外輸出額	59,459,856	63,084,427	55,500,500	101,090,140	118,788,879
- 完成作品	37,071,445	26,380,475	29,374,098	43,893,537	40,726,157
- サービス	22,388,411	36,703,952	26,126,402	57,196,603	78,062,722

資料: KOFIC (2018)、韓国映画産業決算報告書

- 優秀なCF/ VFX企業の登場、韓国内外への投資拡大
 - 映画『神と共に』の特殊効果を担当した「デクスター」など、技術力を備えた韓国企業の登場
 - 映画配給会社「NEW」が内部系列会社としてVFX企業「eNginne」を発足させるなど、韓国企業による投資の活性化。
 - 映画『アベンジャーズ』の特殊効果を担当した「ScanLine VFX」の韓国支社設立など、海外CG/ VFX企業による投資も活発になっている。

▶ ストーリー産業 (story industries)

- 文化コンテンツの根本的な資源であるストーリーを企画し、創作する産業の重要性が増している。
 - コンテンツIPや文化技術を活用できる優れたストーリーに対する需要が増えている。
- 漫画 (ウェブトゥーン)、ウェブ小説などストーリー産業での投資を通じたグローバル展開
 - 映画、ドラマ、ゲームの原作としてウェブトゥーンやウェブ小説が脚光を浴びており、最近では中国などの海外市場でも韓国のウェブトゥーンやウェブ小説の著作権が活発に取引されている。
 - * アセアン市場の拡大 (ラインウェブトゥーンなどのプラットフォーム進出+作品の輸出)
 - * 米国市場での成果 (レジンコミックス、2018年の米国売上高900万ドル突破)

▶ MCN (multi channel network)、クリエイター (creator) 関連産業

- メディア産業の地殻変動により、YouTubeなどの動画プラットフォームを通じた1人放送チャンネルが人気を集めている。
 - 地上波、ケーブル放送とは別途に若い世代を中心にMCNを活用した新たなコンテンツ制作、流通、消費市場が形成されている。
 - 「DIA TV」はCJ E&Mが設立したオンラインクリエイターネットワークであり、映像プロデューサーやスタジオ、著作権管理などの事業を推進している。
- エンターテインメント産業の拡大、グローバル化
 - 「大図書館」、「ヤンティン」などの有名クリエイターを始め、最近では「ボラムチューブ」などキッズユーチューバーまで登場するなど、関連産業の規模はどんどん拡大している。
 - YouTubeなどのグローバルプラットフォーム基盤産業において韓国の文化・産業と連携したグローバル化が加速している。

2 外国人直接投資の動向

2.1 外国人直接投資の現況

▶ 文化・娯楽分野の外国人直接投資

- 文化コンテンツ産業に対する外国人直接投資はサービス業の文化・娯楽分野に分類されており、年間50件、2億ドル前後で発生している。
- 外国人直接投資は、出版、映画、放送、ゲーム、エンターテインメント産業など比較的企業の規模が大きい領域で行われている。
 - 文化コンテンツ産業の特性上、企業の規模がそれほど大きくなく、韓国で制作が完了する機会が多いため、製造業基準では外国人直接投資の数値はそれほど高くない。
 - 映画、放送分野の一部企業で資本参加を通じた外国人直接投資が着実に進んでいる。

文化・娯楽分野の外国人直接投資の動向

(単位：件、千ドル)

区分	2017年				2018年			
	上半期		下半期		上半期		下半期	
分類	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額
文化・娯楽	30	131,610	25	107,898	18	100,570	31	117,780
文化・放送業	12	3,868	11	34,590	16	60,473	21	87,463
書籍、雑誌、その他の印刷物出版業	3	535	2	3,240	3	3,194	4	25,405
映画、ビデオ・テレビ番組制作・配給業	7	2,453	9	31,350	8	51,839	10	55,899
オーディオ関連出版・ディスク記録業	1	230	0	0	4	3,815	7	6,159
テレビ放送業	1	650	0	0	1	1,625	0	0
余暇・スポーツ・娯楽	18	127,742	14	73,308	2	40,097	10	30,317

資料：韓国産業通商資源部（2018）、外国人投資統計、KOCCA（2019）、2018年下半期・年間コンテンツ産業動向分析

2.2 主要外国人投資企業の成功事例

▶ Netflixの韓国進出と投資

- 投資を決定した要因
 - 米国最大の動画コンテンツ流通企業であるネットフリックスは、既存のコンテンツの収集だけでなく市場で興行できるコンテンツの制作に直接投資し、質の高いコンテンツを事前に確保しようとしている。
 - 韓国はオンラインプラットフォームが発達しており、ネットフリックスの市場進出が比較的容易であるにもかかわらず、有料動画サービス市場が活性化されておらず、韓国プラットフォームの存在感が強いこと、コンテンツの需給という問題に直面することになる。
 - そこで、ネットフリックスはいわゆる「netflix original」という独自のコンテンツを供給するため、コンテンツの制作段階から韓国文化コンテンツ市場に対する投資を決定した。
- 韓国投資のメリット
 - 2016年の初めに韓国市場に進出し、ネットフリックスへの接近性や影響力を拡大することができた。
 - 比較的安価な製作費で優れたコンテンツを生成し、韓国市場だけでなく、グローバル市場進出に向けた豊富なコンテンツを確保した。
 - 「韓流」の影響力を土台にして、韓国市場は東アジア市場における成功可能性を測定できる一種の「テストベッド」であり、海外資本の直接進出が困難な中国市場などへの架け橋の役割を果たしている。

- 投資の成果
 - 韓国市場進出後、2019年上半年期までコンテンツ制作に約1億3000万ドルの投資
 - 2017年に公開された映画『オクジャ』製作費5000万ドル全額投資
 - 2018年に放映されたバラエティ番組『犯人はお前だ』に投資
 - 2019年に放映されたドラマ『キングダム』、『恋するアプリ Love Alarm』などの制作

▶ ファイヤーブラザーズ (Huayi Brothers) の韓国進出と投資

- 投資を決定付けた要因
 - 中国のメディアグループであるファイアブラザーズは、2016年に韓国の「シムエンターテインメント」と「HBエンターテインメント」にそれぞれ2,000万ドル、3,800万ドルの投資を行った。
 - これによりファイヤーブラザーズが「シムエンターテインメント」の株式の30%を買収して筆頭株主となり、社名を「ファイヤーブラザーズ・コリア」に変更した。
 - 当時中国は文化コンテンツに対する需要が大幅に増加しており、それを満たすために韓国コンテンツの輸入だけでなく、韓国の主要コンテンツ企業に対する投資が活発になった。
 - 中国のコンテンツ企業にとっては、韓国のコンテンツ企業の買収や株式の取得により良質のコンテンツを安定的に確保するというニーズと、製作に関するノウハウを習得できるというメリットがあった。
- 韓国投資のメリット
 - 比較的安価な製作費で優れたコンテンツを安定的に確保できる。
 - 必要に応じては中国で制作したコンテンツを流通させるなど、韓国市場に対する影響力を高めることができる。
- 投資の成果
 - 2018年に映画製作会社「メリークリスマス」に約800万ドルを投資し、株式の75%を取得して子会社に転換させた。
 - 2019年に「イランドワールド」の株式買取による戦略的な投資活動、所属俳優を活用したマーケティングとメディアコマース分野の支援。

3 政策・立地

3.1 主要政策・インセンティブ

▶ 韓国政府はコンテンツ産業の振興に向けた3大革新戦略を提案 (2019.9)

- ビジョン：コンテンツと文化の力で韓国の革新戦略を実現
- 2022年の文化コンテンツ産業の政策目標
 - 売上高：(2019) 1,140.6億ドル→(2022) 1,397.8億ドル (22.5%↑)
 - 輸出額：(2019) 103.6億ドル→(2022) 134.2億ドル (29.5%↑)
 - 雇用：(2019) 66.2万人→(2022) 70万人 (5.7%↑)
 - 実感コンテンツ*売上高：(2019) 25.4億ドル→(2022) 104.5億ドル
 - * 実感コンテンツは拡張現実 (AR)、仮想現実 (VR)、複合現実 (MR)、超高精細映像 (Full UHD)、ホログラム、メディアファサード、プロジェクションマッピングなどを包括する。
 - 韓流消費財輸出：(2019) 36.5億ドル→(2022) 50億ドル
 - 売上高900万ドル以上のコンテンツ企業の数：(2019) 1700社→(2022) 2,000社

○ 3大推進戦略・10大課題

1 政策金融の拡充で革新企業の飛躍を支援

① 「コンテンツ冒険投資ファンド」の新設

- マザーファンドの文化アカウント内の企画開発・制作初期・疎外ジャンルに集中投資するファンドであり、2022年までの3年間に計408百万ドル規模の追加支援

② 「コンテンツ企業保証」の拡大

- コンテンツ企業の特化保証を拡大し、コンテンツ分野の一般企業の保証規模も段階的に拡大するなど、保証に672百万ドルを追加的に供給

2 先導型の実感コンテンツを育成し、未来の成長動力を確保

③ 公共サービス・産業・科学技術分野における実感コンテンツ革新プロジェクト

- (公共) ホログラム・VRを活用した大学教育コンテンツの制作、VR手術シミュレーションの開発
- (産業・科学技術) ARマニュアル整備の提供、AR顕微鏡の開発など

④ 文化観光分野の体感型コンテンツ・体験空間の構築

- 主要文化観光拠点を実感文化を体験できる空間として構築し、国・公立博物館や美術館に実感コンテンツ体験館を設置

⑤ 市場主導型のキラコンテンツ制作支援

- 実感メディア、実感コミュニケーション、実感ライフの3大分野に集中した5Gコンテンツを開発し、ゲーム・音楽・ドラマなど韓流をリードする分野にも実感技術を融合

⑥ 企業支援、人材育成など成長基盤の強化

- 超軽量、広角などAR機器の核心的な技術開発や海外に実感コンテンツの拠点空間を作る

3 新韓流で関連産業の成長を牽引

⑦ コンテンツ有望企業、輸出の核心的な要素を集中的に支援

- 「コンテンツ輸出ハブ」の構築や輸出支援総合パッケージプログラムの新設、新興市場における現地企業の情報・制度などについての詳細な調査

⑧ 消費財・観光など関連産業の韓流マーケティング支援を強化

- 海外で韓国の生活文化・商品を紹介する「モコジコリア」を新設し、KCONなど代表的な韓流イベントを拡大

⑨ 知的財産の保護や公正な環境作りなど、韓流産業の基盤を強化

- 著作権を侵害する海外サイトを集中的に監視し、K-ブランドの保護を強化

⑩ 持続可能な韓流に向けた文化基盤の拡散

- 海外の小・中学校における韓国語科目の拡大や大学の韓国語学科の増設を図り、海外への韓国語教員の派遣も拡大し、外国の韓国文化院には「韓国文化アカデミー」を新設

▶ 韓国政府の主要金融投資支援政策

- マザーファンド (Fund of Funds)
 - 政府が出資して韓国ベンチャー投資が運用、間接投資によるリスクの減少や自律性の確保を目的として文化コンテンツ制作ファンドに投資する。
 - コンテンツ分野の義務投資を目的として子ファンドを結成するアカウントには文化、映画アカウントがある。
 - 政府は2006年から2018年まで総553万ドル、85の組合を結成した。
 - 結成された組合ファンドは総19億1,793万ドル規模であり、映画や舞台芸術、ゲーム、音楽、アニメ/キャラクター、ドラマなどの制作に投資した。
 - 韓国文化体育観光部は、2018年に120百万ドルを出資して計7つの分野に総220百万ドル規模の子ファンドを結成しており、その分野はゲームファンド、アニメ・キャラクターファンド、雇用ファンド、海外開拓ファンド、価値評価連携ファンド、企業育成ファンド、韓アジアファンドである。
- 完成保証制度
 - 事前に設定した制作期間と予算計画の範囲内で、コンテンツを計画通り完成して流通会社に引渡しすることを、完成を保証する会社が金融機関に保証する制度である。
 - 韓国文化体育観光部は、技術保証基金と締結した業務協約を根拠にして毎年一定金額を出資し、技術保証基金は韓国文化体育観光部からの出資金と、各銀行の出資財源を通じて文化コンテンツ制作会社に融資額の95%を限度に部分保証書を発行する。
- コンテンツの価値評価
 - コンテンツは決められた価格や基準がないため、未来の価値を評価するのが困難であることが投資・融資と取引の活性化を妨げている。
 - コンテンツの価値評価は、制作中のコンテンツの事業化の可能性（完成・興行）を総合評価し、金融機関の投資・融資に繋げるサービスである。
 - 投資家や金融機関は、コンテンツの価値評価報告書を通じてコンテンツの市場性やリスク情報の提供を受け、投資・融資の意思決定における重要な判断材料として活用する。
- 文化コンテンツにおける金利保全支援
 - 優れたコンテンツや企業に低利の資金を供給して、韓国コンテンツ産業の競争力を高める。
 - 2018年より、信用保証基金と技術保証基金を通じて保証書が発行されているコンテンツ企業の金利を減免する。

3.2 主要立地

▶ 文化コンテンツ企業は、首都圏を中心に立地している

- 人的資源が中心となる文化コンテンツ産業の特性上、文化コンテンツ企業の90%以上がソウルなどの首都圏に分布している。
 - 製作、流通のための人材の確保やインフラ、首都圏に集中した消費市場の影響

- 政府の地域文化産業誘引政策に基づいて、ジャンル別に有利な場所に形成される傾向にある。
 - 映画やゲームは釜山、放送は高陽、アニメは富川、春川など地域別関連産業の集積化が一部行われている。
- 文化コンテンツ企業の誘致や関連産業の集積化によるシナジー効果の創出に向け、文化産業団地、文化産業振興地区、文化産業振興施設などが政府主導で構成されている。

文化産業団地の現況

地域	主要業種	位置	面積
清州	エデュテインメントコンテンツ産業	清州市上黨区内徳2洞201-31一帯	50,637m ²
春川	アニメーション	春川市西面玄岩里、錦山里一帯	186,849m ²

文化産業振興地区の現況

地域	主要業種	位置	面積
釜山	映像、ゲーム	海雲台区佑洞（センタムシティー帯）	343,959m ²
大邱	ゲーム、モバイルコンテンツ、キャラクター、ニューメディアコンテンツ	南区大明洞（旧啓明大学敷地）	117,666m ²
大田	先端映像（映画）、ゲーム	儒城区道龍洞（エキスポ公園一部）	388,570m ²
富川	漫画、アニメ	遠美区上洞（映像文化団地一帯）	600,263m ²
全州	スタイル、映像	完山区中老松洞・校洞・豊南洞・高士洞（情報画像ベンチャータウン、韓屋村、映画通り一帯）	472,138m ²
天安	文化デザイン	文化洞・大興洞・城隍洞・五龍洞・院城洞一帯（天安駅近く）	306,782m ²
済州	デジタル映像、モバイルコンテンツ	離島2洞（済州市役所近く）	127,657m ²
仁川	次世代実感型コンテンツ	南区桃花洞一帯	263,164m ²
高陽	放送映像（放送、映画、アニメ、ゲーム）	高陽市獐項洞一帯オフィス集積地区（ラフェスタ、ウェスタンドーム周辺）	664,710m ²
城南	ゲーム業界、IPTV産業	盆唐区書岷洞・亭子洞一帯	1,246,826m ²
安東	映像、工芸品、舞台/展示産業	安東市中区洞・西区洞一帯	512,581m ²

アジア文化中心都市

- 光州広域市は「アジア文化中心都市造成に関する特別法」に基づき、文化産業投資振興地区に指定された。
- 投資振興地区に入居する企業には国・公有財産を賃貸または売却することができ、各種融資と金融支援ができるように法的根拠を設けた。

3.3 文化コンテンツ産業の立地条件・インセンティブ

- 創造性と想像力を源泉とする産業の特性上、立地条件の重要性は相対的に低い。
- 文化産業振興基本法に基づき、入居企業には各種負担金の免除や許・認可インセンティブ、税制上のインセンティブが与えられる。



区分	概念	インセンティブ	現況
文化産業 団地	企業、大学、研究所、個人などが共同で文化産業と関連した研究開発、技術訓練、情報交流、共同制作などを行うことができるように造成した土地・建物・施設の集合体であり、産業立地・開発に関する法律に基づいて指定・開発された産業団地	<ul style="list-style-type: none"> 各種負担金免除（代替森林資源造成費、農地保全負担金など5種） 各種認・許可インセンティブ（公共下水道工事施行、河川・道路工事施行・占用など34種） 税制上のインセンティブ（取得税、登録税免除、財産税50%免除など） 	<ul style="list-style-type: none"> 清州（2002.3） 春川（2008.1）
文化産業 振興地区	文化産業関連企業や大学、研究機関などの密集度が他の地域よりも高い地域であり、集積化を通じた文化産業関連企業や大学、研究機関などの営業活動・研究開発・人材育成・共同制作などを奨励し、それを促進するために指定された地域	<ul style="list-style-type: none"> 各種負担金免除（代替森林資源造成費など4種） 各種認・許可インセンティブ（公共下水道工事施行、河川・道路工事施行・占用など9種） 	<ul style="list-style-type: none"> 釜山、大邱、大田、富川、全州、天安、済州（2008.2） 仁川、高陽（2008.12）
文化産業 振興施設	文化産業関連事業者とその支援施設などを集团的に誘致することで、文化産業関連事業者の活動を支援するための施設	<ul style="list-style-type: none"> 各種負担金免除（開発負担金、過密負担金など7種） 税制上のインセンティブ（取得税、登録税免除、財産税50%免除など） 	<ul style="list-style-type: none"> ソウル上岩洞文化コンテンツセンター（2007.3）

4 潜在的なパートナー

4.1 関連企業リスト

企業名	主要品目	ウェブサイト	位置
CJ E&M	放送、映画（製作）、音楽、公演、アニメ、ゲーム	www.cjenm.com	ソウル市麻浦区サンアムサン口66
CGV	映画（劇場）	www.cgiv.co.kr	ソウル市麻浦区ワールドカップブク口434
Megabox	映画（劇場）	www.megabox.co.kr	ソウル市江南区トサンデロ156
NEW	映画（配給）	www.its-new.co.kr	ソウル市江南区オンジュロ726
SMエンターテインメント	音楽、芸能、放送	www.smtown.com	ソウル市江南区サムソン口648
YGエンターテインメント	音楽、芸能、放送	www.ygfamily.com	ソウル市麻浦区ヒウジョン口1ギル3
JYPエンターテインメント	音楽、芸能、放送	www.jype.com	ソウル市江東区カンドンデロ205
ビッグヒットエンターテインメント	音楽、芸能、放送	www.bighitcorp.com	ソウル市江南区テヘラン口108ギル42
Nexon	ゲーム、キャラクター	www.nexon.com	京畿道城南市盆唐区テワンパンギョ口256ボンギル7
NCSOFT	ゲーム、キャラクター	www.ncsoft.com	京畿道城南市盆唐区テワンパンギョ口644ボンギル12
PUBG	ゲーム	pubg.game.daum.net	ソウル市瑞草区ソチョデロ38ギル12
アイコンニクス	アニメーション、キャラクター	www.iconix.co.kr	京畿道城南市盆唐区パンギョ口255ボンギル64
ファニーフラックス	アニメーション、キャラクター	www.funnyflux.kr	ソウル市麻浦区ソナム口330 601号
サムジアアニメーション	アニメーション、キャラクター	samg.net	ソウル市江南区ボンウンサロ413
スマートスタディー	アニメーション、キャラクター	www.smartstudy.co.kr	ソウル市瑞草区ミョンダル口94 5階
TUBAn	アニメーション、キャラクター	tubaani.com	ソウル市鍾路区キョンヒグン1ギル1
ロイビジュアル	アニメーション、キャラクター	roivisual.com	ソウル市江南区ハクドン口30ギル5
EMKエンターテインメント	ミュージカル	www.emkmusical.com	ソウル市鍾路区チャハムン口4ギル6
ODカンパニー	ミュージカル	www.odmusical.com	ソウル市江南区トゴク口37ギル20
シージェスカルチャー	公演芸能製作社	www.cjesculture.com	ソウル市江南区テヘラン口25ギル47
MBC	放送コンテンツ	www.imbc.com	ソウル市麻浦区ソナム口267
KBS	放送コンテンツ	www.kbs.co.kr	ソウル市永登浦区ヨイコンウォン口13
SBS	放送コンテンツ	www.sbs.co.kr	ソウル市陽川区モクドンソ口161
JTBC	放送コンテンツ	jtbc.joins.com	ソウル市麻浦区サンアムサン口48 - 6
デクスタースタジオ	VFX	dexterstudios.com	ソウル市麻浦区メボンサン口75
ウィジウィグスタジオ	VFX	www.wswgstudios.com	ソウル市江南区オンジュロ170ギル20

4.2 関連協会

企業名	ウェブサイト	主な活動
韓国映画祭作家協会	www.kfpa.net	映画産業の安全化、製作の合理化
韓国映画人総連合会	www.koreamovie.or.kr	映画人の福祉と利益の保護
韓国映画俳優協会	www.kfaa.kr	映画俳優の権益保護・福祉増進
韓国シナリオ作家協会	www.scenario.or.kr	作家の権益保護
韓国放送協会	www.kba.or.kr	放送文化の発展
韓国放送映像制作社協会	www.kipa21.com	番組の制作、供給の向上
韓国放送作家協会	www.ktrwa.or.kr	放送作家の著作権、その他の権益保護
韓国独立PD協会	www.indiepd.org	放送映像文化の発展に貢献
韓国PD連合会	www.kpda.co	自由なメディアと放送文化の発展
韓国ケーブルTV放送協会	www.kcta.or.kr	優れたコンテンツの制作
韓国音楽コンテンツ産業協会	www.kmcia.or.kr	韓国音楽コンテンツ産業の発展・振興
韓国音楽著作権協会	www.komca.or.kr	音楽著作権者の権益保護
共にする音楽著作権者協会	www.koscap.or.kr	音楽著作権者の権益保護
韓国レコード産業協会	www.riak.or.kr	レコード製作者の権益保護
韓国音楽実演者連合会	www.fkmp.kr	音楽家の権益保護
韓国芸能製作者協会	www.kepa.net	大衆文化遺産の保存と継承
韓国芸能マネジメント協会	www.cema.or.kr	大衆文化芸術関係者の権益保護
韓国ゲーム産業協会	www.gamek.or.kr	ゲーム産業の競争力強化
韓国ボードゲーム産業協会	www.boardgame.or.kr	韓国ボードゲーム産業の発展
韓国ゲーム開発者協会	www.kgda.or.kr	ゲーム業界従事者の権益保護
韓国アミューズメント産業協会	www.gamekorea.or.kr	健全なゲーム文化の定着
韓国eスポーツ協会	www.e-sports.or.kr	eスポーツ選手の管理、ファンサービス
韓国漫画出版協会	www.koreacpa.or.kr	漫画出版活動、漫画芸術文化の発展
韓国漫画家協会	www.cartoon.or.kr	漫画芸術文化の発展
韓国アニメーション製作者協会	www.koreaanimation.or.kr	健全な映像・漫画の質的向上、普及の拡大
韓国独立アニメーション協会	www.kiafa.org	独立アニメーションの競争力強化、発展に貢献
韓国文化コンテンツライセンス協会	www.kocla.org	韓国内の知的財産権保護、ライセンス
大韓出版文化協会	www.kpa21.or.kr	出版の自由の守護、出版文化における使命の達成
韓国出版人会議	www.kopus.org	出版の自由の確保や文化的振興、産業の発展
韓国出版営業人協議会	www.kpmac.net	出版営業の倫理、取引に関する方案の模索
韓国電子出版協会	www.kepa.or.kr	電子出版産業の振興を図る
韓国ファッション産業協会	www.koreafashion.org	韓国ファッション産業のグローバル化



KOTRA 20-133

Investment Opportunities in Korea 文化コンテンツ

発行所 KOTRA

発行日 2020年2月

電話 (82-2) 1600-7119 (代表)

ホームページ www.kotra.or.kr www.investkorea.org

作成 KOTRA投資広報チーム

協調 韓国文化観光研究院 金圭璨
(www.kcti.re.kr)

ISBN 979-11-6490-287-3 (95320)

Copyright © 2020 by KOTRA. All rights reserved.