

INVESTMENT
OPPORTUNITIES
IN KOREA

문화콘텐츠



목 차

1. 산업동향 • 1

- 1.1 국내 시장 동향 • 1
- 1.2 산업경쟁력 • 3
- 1.3 국내 유망분야 • 5

2. 외국인직접투자 동향 • 7

- 2.1 외국인직접투자 현황 • 7
- 2.2 주요 외투기업 성공사례 • 7

3. 정책·입지 • 8

- 3.1 주요 정책 및 인센티브 • 8
- 3.2 주요 입지 • 10
- 3.3 문화콘텐츠산업 입지여건 및 혜택 • 11

4. 잠재파트너 • 12

- 4.1 관련 기업리스트 • 12
- 4.2 관련 협회 • 13

* 동 보고서 상 수치는 원화(KRW))에서 달러화(USD))로 연도별 평균 환율을 기준으로 변환되었음. 단, 연평균 성장률을 설명하는 경우, 성장률 왜곡 방지를 위해 최근년도 평균환율로 환산됨.

* 환산한 금액은 반올림하여 표시하였으나, 합계금액과 일치하지 않는 경우, 올림이나 버림을 적용



1 산업동향

산업 정의 및 분류

- 문화콘텐츠산업은 인간의 감성, 창의력, 상상력을 원천으로 경제적 가치를 창출하는 문화상품의 생산, 유통, 소비와 관련된 산업
 - 법적으로 문화콘텐츠산업은 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 관련된 서비스를 제공하는 산업으로 정의
 - 문화상품은 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성과 같은 문화적 요소가 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 유형·무형의 재화와 서비스 또는 이들의 복합체를 의미
 - 문화콘텐츠산업(cultural content industry)은 문화산업(cultural industry), 콘텐츠산업(content industry), 창조산업(creative industry), 미디어엔터테인먼트산업(Media & Entertainment Industry) 등으로도 불림
- 문화콘텐츠산업의 주요 범주로는 출판산업, 음악산업, 게임산업, 방송산업, 영화산업, 만화산업, 애니메이션 산업, 캐릭터산업, 광고산업, 지식정보산업, 콘텐츠솔루션산업 등이 있음
 - 문화콘텐츠산업의 정의와 범주는 미디어 환경 변화에 따라 지속적으로 변화해 왔으며, 문화와 상품, 산업의 교차점에서 폭넓게 형성됨

1.1 국내 시장 동향

- 2019년 9월 문화체육관광부, 과학기술정보통신부가 공동 발표한 콘텐츠산업 3대 혁신전략에 따르면, 한국 문화콘텐츠산업의 2018년 매출은 1,082억 달러, 수출 95.5억 달러, 고용은 65.4만 명으로 5년간('14~'18) 연평균 증가율은 매출 5.8%, 수출 16%, 고용 1.5%
- 2017년 국내 문화콘텐츠 산업에서 매출액 기준 가장 큰 비중을 차지하고 있는 분야는 출판(18%)이며, 수출액 기준 가장 큰 비중을 차지하고 있는 분야는 게임(67%)
 - 기업 수는 음악분야가 문화콘텐츠 산업 전체 기업의 34%를 차지하며 가장 다수이고, 출판(24%), 게임(12%), 지식정보(8%) 순

한국 문화콘텐츠 산업 현황

구분	사업체수 (개)	종사자수 (명)	매출액 (백만 달러)	부가가치액 (백만 달러)	부가가치율 (%)	수출액 (천 달러)	수입액 (천 달러)	무역수지 (천 달러)
출판	25,829	184,794	18,354	7,790	42.4	220,951	264,110	-43,159
만화	7,172	10,397	957	383	40	35,262	6,570	28,692
음악	36,066	77,005	5,133	1,807	35.2	512,580	13,831	498,749
게임	12,937	81,932	11,622	5,125	44.1	5,922,998	262,911	5,660,087
영화	1,409	29,546	4,859	1,541	31.7	40,726	43,162	-2,436
애니메이션	492	5,161	588	197	33.5	144,870	7,604	137,266
방송	1,054	45,337	15,956	5,924	37.1	362,403	110,196	252,207
광고	7,234	65,159	14,514	4,511	31.1	93,230	322,178	-228,948
캐릭터	2,261	34,778	10,543	4,138	39.3	663,853	172,489	491,365
지식정보	9,149	82,470	13,301	5,970	44.9	616,061	736	615,325
콘텐츠솔루션	1,872	28,268	4,290	1,725	40.2	201,508	569	200,939
전체	105,475	644,847	100,117	39,111	39.1	8,814,441	1,204,355	7,610,086

자료: KOCCA(2019). 2018 콘텐츠산업통계(2017년 기준)

- 지난 5년간 국내 문화콘텐츠산업 중 매출액 증가율이 가장 높은 분야는 지식정보, 음악, 게임, 캐릭터, 영화 순

문화콘텐츠 산업 매출액 증감률 추이(2014~2018)

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018 ^o	연평균 증감률
출판	18,710	18,640	18,873	18,863	19,130	0.6%
만화	777	836	887	984	1,052	7.9%
음악	4,187	4,522	4,824	5,275	5,901	9.0%
게임	9,062	9,745	9,901	11,944	12,663	8.9%
영화	4,149	4,646	4,777	4,994	5,080	5.3%
애니메이션	509	555	615	605	593	4.1%
방송	14,337	14,962	15,751	16,399	17,428	5.0%
광고	12,485	13,124	14,355	14,917	15,649	5.8%
캐릭터	8,227	9,162	10,057	10,836	11,166	8.0%
지식정보	10,310	11,217	12,235	13,670	14,999	9.8%
콘텐츠솔루션	3,540	3,919	4,166	4,409	4,591	6.7%
전체	86,293	91,328	96,441	102,896	108,252	5.8%

자료: KOCCA(2019). 2018 콘텐츠산업통계 / 2018년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석

- 지난 5년 연평균 수출액 증가율이 가장 높은 분야는 게임(24.7%)으로 같은 기간 전체 문화콘텐츠산업 수출액 연평균 증가율인 17.1%를 크게 상회

문화콘텐츠산업 수출액 증감률 추이(2014~2018)

(단위: 천 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018 ^o	연평균 증감률
출판	247,268	222,736	187,388	220,951	248,991	1.2%
만화	25,562	29,354	32,482	35,262	40,345	12.1%
음악	335,650	381,023	442,566	512,580	564,173	13.9%
게임	2,973,834	3,214,627	3,277,346	5,922,998	6,391,612	24.7%
영화	26,380	29,374	43,894	40,726	41,607	13.9%
애니메이션	115,652	126,570	135,622	144,870	173,077	10.7%
방송	336,019	320,434	411,212	362,403	399,783	5.5%
광고	76,407	94,508	109,804	93,230	98,923	7.7%
캐릭터	489,234	551,456	612,842	663,853	733,341	10.7%
지식정보	479,653	515,703	566,412	616,061	644,097	7.7%
콘텐츠솔루션	167,860	175,583	188,495	201,508	214,831	6.4%
전체	5,273,519	5,661,368	6,008,063	8,814,441	9,550,780	17.1%

자료: KOCCA(2019). 2018 콘텐츠산업통계 / 2018년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석

- 국내 문화콘텐츠 산업에서 종사자 수가 가장 많은 분야는 출판업으로 2017년 기준 전체 산업의 28%를 차지하고 있으며 최근 5개년 종사자 수가 가장 크게 증가한 분야는 광고

국내 문화콘텐츠산업 종사자 수 추이(2014~2018)

(단위: 명)

구분	2014	2015	2016	2017	2018 ^o	연평균 증감률
출판	191,033	190,277	185,001	184,794	184,027	-0.9%
만화	10,066	10,003	10,127	10,397	10,399	0.8%
음악	77,637	77,490	78,393	77,005	78,560	0.3%
게임	87,281	80,388	73,993	81,932	84,880	-0.4%
영화	29,646	30,100	28,974	29,546	29,268	-0.3%
애니메이션	4,505	4,728	5,142	5,161	5,172	3.6%
방송	41,397	42,378	43,662	45,337	46,986	3.2%
광고	46,918	52,971	65,118	65,159	65,833	9.2%
캐릭터	29,039	30,128	33,323	34,778	35,375	5.1%
지식정보	75,142	77,809	80,396	82,470	84,788	3.1%
콘텐츠솔루션	23,795	25,656	27,374	28,268	28,327	4.5%
전체	616,459	621,928	631,503	644,847	653,615	1.5%

자료: KOCCA(2019). 2018 콘텐츠산업통계 / 2018년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석

1.2 산업경쟁력

▶ 문화콘텐츠산업의 강점

- 기술과 인간의 상호작용에 주목하는 4차 산업혁명의 대표 분야로 체험과 공유를 중시하는 최근 소비 트렌드에 부합
 - 최근의 소비는 단순한 상품이 아닌 상품에 담긴 이야기와 의미 있는 경험을 지향
 - 문화콘텐츠산업은 이야기와 경험이 투입 자원인 동시에 산출 자원이며, SNS를 통한 공유와 평가를 통해 대중에 전파
- 창구효과와 연관효과가 큰 산업
 - 문화콘텐츠는 특정 장르에 국한되지 않고 다양한 문화상품으로 진화하여 새로운 가치와 수익을 만들어내는 OSMU(One Source Multi Use)의 특성을 지님
 - 제조업이나 관광업 등 타 산업에 미치는 경제적 파급효과가 크고, 국가브랜드 제고 등 사회 문화적 파급효과도 큼
 - 최근에는 저작권을 기초로 한 문화상품 유통 수익보다 포맷(format)이나 상표권 등을 활용한 IP(Intellectual Property) 기반 비즈니스 모델로 확대되는 추세
- 시장 불확실성과 문화적 할인 감소
 - 전통적으로 문화콘텐츠산업은 시장 수요와 성공 가능성을 예측하기 어려운 고위험·고수익 산업으로 평가받아 왔지만, 빅데이터 분석 등을 통한 수요 예측이 활발해지면서 시장 불확실성은 점차 감소하는 추세
 - 언어, 관습, 역사 등의 이유로 타 문화권에서는 문화상품의 가치나 효용이 일반적으로 감소한다고 알려져 왔지만, 최근 유튜브, 넷플릭스 같은 글로벌 플랫폼의 등장과 롱테일 수요의 영향으로 문화적 할인(cultural discount) 요인 또한 감소하는 추세

▶ 국내외 위상과 발전가능성

- 한국의 문화콘텐츠시장 규모는 2018년 기준 610억 달러로 세계 7위 수준

세계 문화콘텐츠 시장 순위

(단위: 십억 달러)

순위	국가	2017	2018	2019	2020	2021	2022	연평균 증감률
1	미국	817	852	886	918	946	973	3.6%
2	중국	246	272	294	314	333	351	7.4%
3	일본	182	186	191	195	200	204	2.4%
4	독일	103	106	108	111	113	115	2.1%
5	영국	97	101	105	108	111	114	3.3%
6	프랑스	72	74	76	77	79	81	2.2%
7	한국	57	61	64	68	72	76	5.8%
8	캐나다	54	57	59	61	63	65	3.7%
9	브라질	45	48	51	54	56	59	5.5%
10	이탈리아	40	42	44	46	48	49	4.1%

자료: KOCCA(2019). 2018 해외콘텐츠시장 분석

- 한국 문화콘텐츠산업의 위상은 ‘한류’의 영향력과 가치로 설명됨

- K-POP으로 불리는 음악산업의 저력은 BTS와 같은 글로벌 슈퍼스타를 탄생시킴

* BTS는 2018년과 2019년 상반기에 *Love Yourself: Tear*, *Love Yourself: Answer*, *Map Of The Soul: PERSONA* 3장의 앨범이 Billboard HOT 200 1위에 랭크됨

** 2019년 5월 미국 CBS talk show <The Late Show>에 출연, 과거 the Beatles가 처음 미국 무대에 섰던 ‘Ed Sullivan Theater’를 재현한 바 있음



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

- 영화산업은 2010년 이후 자국 시장 점유율이 줄곧 50%를 넘었으며, 해외 주요 시장 진출은 물론 유수 국제영화제에서 꾸준히 수상하는 등 작품성도 널리 인정받음

* 봉준호 감독 <기생충(PARASITE)>, 2019 칸 영화제 황금종려상 수상

- 방송산업은 한류의 원조 격으로 동아시아에서 K-Drama로 불려왔으며, 지난 20여 년간 아시아권을 넘어 세계 각국에서 꾸준한 인기를 얻고 있음

- 게임산업 또한 MMORPG(Massive Multiplayer Online Role Playing Game)의 원조로서 <바람의 나라>, <리니지> 등을 출시하여 오랫동안 세계 게임시장에서 인기를 얻었으며, 2017년 출시된 <배틀 그라운드> 또한 게임 한류의 위상을 높임
- 애니메이션/캐릭터산업 분야에서도 '핑크퐁'의 <아기상어>가 유튜브 100억뷰를 달성하였고, '삼지애니메이션'이 만든 <미니특공대X>도 2018년 중국 진출 2개월 만에 유료VOD 1억뷰를 달성한 뒤 2019년에는 중국 CCTV14(Child) 동시간대 시청률 1위 기록

▶ 중국 문화콘텐츠 시장을 잇는 가교 역할

- 중국 문화콘텐츠산업의 성장과 수요 증가
 - 중국은 미국에 이은 세계 2위 문화콘텐츠 시장으로 2020년 이후에도 중국 문화콘텐츠산업은 여전히 7%대의 성장률을 유지할 것으로 예상
 - 중국의 경제 성장은 문화콘텐츠 수요 증가에 따라 시장 확대로 이어짐
- 중국 문화콘텐츠 시장에서 한국 콘텐츠의 인기
 - 양질의 콘텐츠를 단기간에 확보하기 위해 중국 시장에서 한국 문화콘텐츠에 대한 수요가 증가되는 구조적 요인 발생
 - 지난 수년간 중국 기업은 한국 콘텐츠 또는 포맷을 구입하거나 한국 기업에 직접 투자하는 형태로 우수한 한국의 콘텐츠 확보를 위해 노력
- 한국을 통해 중국 시장으로 진출
 - 중국 시장은 정부 당국의 규제에 의해 해외 기업의 직접 진출이나 투자가 어려움
 - 중국 문화콘텐츠 시장이 계속 성장하고, 한류 등 한국 콘텐츠에 대한 수요가 유지되는 한 한국에 대한 투자는 중국 시장 진출의 가교가 될 수 있음

1.3 국내 유망분야

▶ 콘텐츠 IP 활용 산업

- 최근 문화콘텐츠산업은 스토리 기반 IP 활용 산업으로 진화하는 추세
 - 미디어 융복합에 따른 디지털화, 소비 패턴의 변화로 문화콘텐츠산업은 방송산업, 영화산업 등 개별 장르에 머무르지 않음
 - 게임기업 '엔씨소프트'는 웹툰 기획 및 유통기업인 '재담미디어'와 '레진코믹스'에 투자할 뿐만 아니라, 영화배급사인 메리크리스마스에도 투자
 - 최근 문화콘텐츠산업은 핵심 자원인 원천 스토리를 확보하고 이를 토대로 한 만화, 방송, 영화, 게임 콘텐츠를 생산하여 다양한 플랫폼에서 다양한 방식으로 서비스하는 융합 비즈니스 생태계가 형성되고 있음
- 인기 콘텐츠 IP는 음식, 패션, 관광 등 전통 제조업과 서비스업까지 활용 범위 확장
 - '뽀로로', '로보카폴리' 등 인기 유아 캐릭터의 경우 음료수나 완구, 의류 등을 직접 론칭하거나 테마파크, 키즈카페와 연계하는 등 IP 권리 이전을 통해 별도의 부가가치를 창출
 - '엑소 손짜장', '동방신기 초콜릿', '샤이니 탄산수' 등 K-pop 스타의 IP를 활용한 다양한 상품 출시
 - 방송, 게임, 음악 등 다양한 콘텐츠 IP를 활용한 팬클럽 상품, 이른바 굿즈(goods) 시장 성장

▶ 문화기술(CT) 서비스산업

- 문화콘텐츠의 기술적 근간인 CG(Computer Graphics)/VFX(Visual Effect)와 산업의 성장
 - 영화 등 영상물 관련 산업의 해외 수출은 과거 완성작 위주로 이루어졌으나 최근 기술서비스 수출의 비중이 증가하고 있음
 - 한국은 CG, VFX와 같은 문화기술이 발달하였으며, 국내외 CG 기반 영상 콘텐츠 제작이 확대되는 추세에 따라 관련 산업 성장 가능성이 커지고 있음
 - 주52시간 근무제, 촬영장 안전사고 예방 등을 위해 특수효과 수요 증가

한국 영화산업 해외수출액

(단위: 달러)

구분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
해외 수출액	59,459,856	63,084,427	55,500,500	101,090,140	118,788,879
- 완성작	37,071,445	26,380,475	29,374,098	43,893,537	40,726,157
- 서비스	22,388,411	36,703,952	26,126,402	57,196,603	78,062,722

자료: KOFIC(2018). 한국영화산업 결산보고서

- 우수 CF/VFX 기업의 등장과 국내의 투자 확대
 - 영화 <신과 함께>의 특수효과를 담당한 ‘텍스터’ 등 기술 역량을 갖춘 국내 기업의 등장
 - 영화배급사 ‘NEW’가 내부 계열사로 VFX 기업 ‘eNginе’ 출범하는 등 국내 기업 투자 활성화
 - 영화 <어벤저스>의 특수효과를 담당했던 ‘ScanLine VFX’의 한국 지사 설립 등 해외 CG/VFX 기업의 투자도 활발

▶ 이야기산업(story industries)

- 문화콘텐츠의 근본 자원인 이야기를 기획하고 창작하는 산업의 중요성 증가
 - 콘텐츠 IP와 문화기술을 활용할 수 있는 우수한 원천 스토리에 대한 수요 증가
- 만화(웹툰), 웹소설 등 이야기산업의 투자를 통한 글로벌 확장
 - 영화, 드라마, 게임의 원작으로 웹툰과 웹소설이 각광받고 있으며 최근 중국 등 해외시장에서도 한국 웹툰과 웹소설의 판권이 활발히 거래됨
 - * 아세안 시장 확대 (라인 웹툰 등 플랫폼 진출 + 작품 수출)
 - * 미국 시장 성취 (레진코믹스 2018년 미국 매출 9백만 달러 돌파)

▶ MCN(multi channel network)과 크리에이터(creator) 관련 산업

- 미디어산업 지형 변화에 따라 유튜브 등 동영상 플랫폼을 통한 1인 방송 채널의 인기
 - 지상파, 케이블 방송과는 별개로 젊은 세대를 중심으로 MCN을 활용한 새로운 콘텐츠 제작, 유통, 소비 시장 형성
 - ‘DIA TV’는 CJ E&M이 설립한 온라인 크리에이터 네트워크로 영상 프로듀싱, 스튜디오, 저작권 관리 등의 사업 추진
- 엔터테인먼트산업의 확장과 글로벌화
 - ‘대도서관’, ‘양띵’ 등 유명 크리에이터에서부터 최근에는 ‘보람튜브’ 등 키즈 유튜버까지 등장하면서 관련 산업 규모가 커지는 추세
 - 유튜브 등 글로벌 플랫폼 기반 산업으로 한국 문화 및 산업과 연계한 글로벌화 가속

2 외국인직접투자 동향

2.1 외국인직접투자 현황

▶ 문화·오락 분야 외국인직접투자

- 문화콘텐츠산업에 대한 외국인직접투자는 서비스업 내 문화·오락 분야로 분류되며 연간 50건, 2억 달러 내외로 발생
- 외국인 직접투자는 출판, 영화, 방송, 게임, 엔터테인먼트산업 등 상대적으로 기업규모가 큰 영역에서 이루어짐
 - 문화콘텐츠산업 특성 상 기업 규모가 크지 않고 국내에서 제작이 완료되는 경우가 많아 제조업 기준의 외국인직접투자 수치가 크게 잡히지는 않음
 - 영화, 방송 분야 일부 기업에서 지분 참여를 통한 외국인직접투자가 꾸준히 이루어짐

문화·오락 분야 외국인 직접투자 세부 동향

(단위: 건, 천 달러)

구분	2017년				2018년			
	상반기		하반기		상반기		하반기	
분류	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
문화·오락	30	131,610	25	107,898	18	100,570	31	117,780
문화·방송업	12	3,868	11	34,590	16	60,473	21	87,463
서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업	3	535	2	3,240	3	3,194	4	25,405
영화, 비디오물·방송프로그램 제작 및 배급업	7	2,453	9	31,350	8	51,839	10	55,899
오디오물 출판 및 원판 녹음업	1	230	0	0	4	3,815	7	6,159
텔레비전 방송업	1	650	0	0	1	1,625	0	0
여가·스포츠·오락	18	127,742	14	73,308	2	40,097	10	30,317

자료: 산업통상자원부(2018). 외국인투자통계, KOCCA(2019). 2018년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석

2.2 주요 외투기업 성공사례

▶ Netflix 한국 진출과 투자

- 투자 결정요인
 - 미국 최대 동영상 콘텐츠 유통 기업인 넷플릭스는 기존 콘텐츠의 수집을 넘어 시장에서 흥행 가능한 콘텐츠 제작에 직접 투자함으로써 양질의 콘텐츠를 사전에 확보하고자 함
 - 한국은 온라인 플랫폼 발달로 넷플릭스의 시장 진출이 비교적 용이함에도 불구하고, 유료 동영상 서비스 시장이 활성화되어 있지 않고 국내 플랫폼의 강세로 콘텐츠 수급 애로 직면
 - 이에 넷플릭스는 이른바 'netflix original'이라는 독점 콘텐츠 공급을 위해 콘텐츠 제작 단계에서부터 한국 문화콘텐츠시장 투자를 결정
- 한국 투자이점
 - 2016년 초 한국시장에 진출한 넷플릭스의 접근성과 영향력 확대
 - 상대적으로 저렴한 제작비에 우수한 콘텐츠를 생산하여 한국시장 뿐만 아니라 글로벌 시장 진출을 위한 풍부한 콘텐츠 확보
 - '한류' 영향력을 바탕으로 한국 시장은 동아시아 시장 성공 가능성을 측정할 수 있는 일종의 '테스트베드' 역할을 하며, 해외 자본이 직접 진출하기 어려운 중국 시장 등으로 교두보 역할 수행

- 투자 성과
 - 한국시장 진출 후 2019년 상반기까지 콘텐츠 제작에 약 1억 3천만 달러 투자
 - 2017년 개봉된 영화 <옥자> 제작비 5000만 달러 전액 투자
 - 2018년 방영 예능 <범인은 바로 너> 투자
 - 2019년 방영 드라마 <킹덤>, <좋아하면 울리는> 등 제작

▶ 화이브라더스(Huayi Brothers) 한국 진출과 투자

- 투자 결정요인
 - 중국 미디어그룹 화이브라더스는 2016년 한국의 '심엔터테인먼트'와 'HB엔터테인먼트'에 각각 2,000만 달러, 3,800만 달러 투자
 - 이를 통해 화이브라더스가 '심엔터테인먼트' 주식 30%를 인수하여 최대주주가 되었으며, 사명을 '화이브라더스 코리아'로 변경
 - 당시 중국은 문화콘텐츠에 대한 수요가 크게 증가하였고, 이를 충족하기 위해 한국 콘텐츠 수입을 넘어 한국의 주요 콘텐츠 기업에 대한 투자가 활발해짐
 - 중국 콘텐츠 기업은 한국 콘텐츠 기업 인수 또는 지분 확보를 통해 양질의 콘텐츠를 안정적으로 확보하고, 제작 관련 노하우를 습득할 니즈가 있었음
- 한국 투자이점
 - 상대적으로 저렴한 비용으로 우수한 콘텐츠를 안정적으로 확보
 - 필요시 중국 제작 콘텐츠의 유통 등 한국 시장에 대한 영향력 증대
- 투자 성과
 - 2018년 영화제작사 '메리크리스마스'에 약 800만 달러 투자, 지분 75% 취득 후 자회사로 전환
 - 2019년 '이랜드월드'에 주식 매입을 통한 전략적 지분 투자, 소속 배우를 활용한 마케팅과 미디어 커머스 분야 지원

3 정책·입지

3.1 주요 정책 및 인센티브

▶ 한국정부는 콘텐츠산업 도약을 위한 3대 혁신전략 제시(2019.9)

- 비전: 콘텐츠와 문화의 힘으로 대한민국 혁신전략 실현
- 2022년 문화콘텐츠산업 정책 목표
 - 매출액: ('19) 1,140.6억 달러 → ('22) 1,397.8억 달러 (22.5%↑)
 - 수출액: ('19) 103.6억 달러 → ('22) 134.2억 달러 (29.5%↑)
 - 일자리: ('19) 66.2만 명 → ('22) 70만 명 (5.7%↑)
 - 실감콘텐츠* 매출: ('19) 25.4억 달러 → ('22) 104.5억 달러
 - * 실감콘텐츠는 증강현실(AR), 가상현실(VR), 혼합현실(MR), 고해상도 영상(Full UHD), 홀로그램, 미디어 파사드, 프로젝션 맵핑 등을 포괄
 - 한류 소비재 수출: ('19) 36.5억 달러 → ('22) 50억 달러
 - 매출 9백만 달러 이상 콘텐츠 기업 수: ('19) 1,700개 → ('22) 2,000개

● 3대 추진 전략·10대 과제

① 정책금융 확충으로 혁신기업의 도약 지원

- ① '콘텐츠 모험투자펀드' 신설
 - 모태펀드 문화계정 내 기획개발·제작초기·소외 장르에 집중 투자하는 펀드로 2022년까지 3개년 간 총 408백만 달러 규모 추가 조성
- ② '콘텐츠 기업보증' 확대
 - 콘텐츠기업 특화보증을 확대하고 콘텐츠 분야 일반 기업보증 규모도 단계적으로 확대하는 등 보증 672백만 달러 추가 공급

② 선도형 실감콘텐츠 육성으로 미래성장동력 확보

- ③ 공공서비스·산업·과학기술 분야 실감콘텐츠 혁신프로젝트
 - (공공) 홀로그램 및 VR 활용 대학교육 콘텐츠 제작, VR 수술 시뮬레이션 개발
 - (산업·과학기술) AR 매뉴얼 정비 제공, AR 현미경 개발 등
- ④ 문화관광 체험형 콘텐츠 및 체험공간 구축
 - 주요 문화관광 거점을 실감 문화를 체험할 수 있는 공간으로 구축하고, 국공립 박물관·미술관에 실감 콘텐츠 체험관 조성
- ⑤ 시장주도형 킬러콘텐츠 제작 지원
 - 실감 미디어, 실감 커뮤니케이션, 실감라이프 등 3대 분야에 중점 5G 콘텐츠를 개발하고, 게임·음악·드라마 등 한류선도 분야에도 실감기술 접목
- ⑥ 기업지원, 인재양성 등 산업 성장 기반 강화
 - 초경량, 광각 등 AR 기기 핵심기술 개발 및 해외 실감콘텐츠 거점공간 조성

③ 신한류로 연관산업의 성장 견인

- ⑦ 콘텐츠 유망기업 및 수출 핵심요소 집중 지원
 - '콘텐츠 수출허브' 구축 및 수출지원 종합패키지 프로그램 신설, 신흥시장 현지 기업정보·제도 등 심층조사
- ⑧ 소비재·관광 등 연관산업의 한류마케팅 지원 강화
 - 해외에서 한국 생활문화·상품을 소개하는 '모꼬지 코리아'를 신설하고 케이콘(KCON) 등 대표 한류 행사 확대
- ⑨ 지식재산 보호 및 공정환경 등 한류 산업기반 강화
 - 저작권 침해 해외사이트를 집중 단속하고 K-브랜드 보호 강화
- ⑩ 지속 가능한 한류를 위한 문화기반 확산
 - 해외 초·중등 한국어 과목 확대 및 대학 한국어학과를 증대하고 해외 한국어 교원 파견도 확대, 재외 한국문화원에는 '한국문화아카데미' 신설

▶ 한국정부의 주요 금융 투자 지원 정책

○ 모태펀드(Fund of Funds)

- 정부가 출자하고 한국벤처투자가 운용, 간접투자를 통한 위험성 감소와 자율성 확보를 목표로 문화콘텐츠 제작 펀드에 투자
- 콘텐츠 분야 의무투자를 목적으로 자(子)펀드를 결성하는 계정은 문화, 영화계정이 있음
- 정부는 2006년부터 2018년까지 총 553백만 달러, 85개 조합 결성
- 결성된 조합펀드는 총 19억 1,793만 달러 규모로 영화, 공연예술, 게임, 음원, 애니메이션/캐릭터, 드라마 등의 제작에 투자
- 문화체육관광부는 2018년 120백만 달러를 출자하여 총 7개 분야에 총 220백만 달러 규모의 자펀드를 결성하였으며, 해당 분야는 게임펀드, 애니·캐릭터펀드, 일자리펀드, 해외개척펀드, 가치평가 연계펀드, 기업육성펀드, 한아시아펀드임

○ 완성보증제도

- 사전에 설정한 제작 기간과 예산 계획의 범위 내에서 콘텐츠를 계획대로 완성하고 유통사에 인도할 것을 완성보증사가 금융기관에 보증하는 제도
- 문화체육관광부는 기술보증기금과 체결한 업무협약을 근거로 매년 일정 금액을 출연하고, 기술보증기금은 문화체육관광부에서 출연한 출연금과 각 은행권 출연 재원을 통해 문화콘텐츠 제작사 앞으로 대출금액의 95% 한도에서 부분보증서 발급

○ 콘텐츠 가치평가

- 콘텐츠는 정해진 가격이나 기준이 없어 미래가치를 평가하기 어렵다는 점이 투자·용자와 거래 활성화에 장애가 됨
- 콘텐츠 가치평가는 제작중인 콘텐츠의 사업화 가능성(완성· 흥행)을 종합평가하여 금융권의 투자·용자에 연계하는 서비스
- 투자자나 금융기관은 콘텐츠가치평가보고서를 통해 콘텐츠의 시장성이나 리스크 정보를 제공받아 투자·용자 의사결정에 주요 판단자료로 활용

○ 문화콘텐츠 이자보전 지원

- 우수 콘텐츠와 기업에 저리의 자금을 공급하여 국내 콘텐츠 산업 경쟁력 제고
- 2018년부터 신용보증기금과 기술보증기금을 통해 보증서가 발급되는 콘텐츠 기업 이자 감면

3.2 주요 입지

▶ 문화콘텐츠 기업은 수도권에 주로 위치

- 인적자원이 중심이 되는 문화콘텐츠산업 특성상 문화콘텐츠기업의 90% 이상이 서울을 포함한 수도권에 분포
 - 제작, 유통을 위한 인력 확보와 기반 시설, 수도권에 집중된 소비 시장의 영향

- 정부의 지역 문화산업 유인정책에 따라 장르별 유리한 입지가 형성되는 추세
 - 영화와 게임은 부산, 방송은 고양, 애니메이션은 부천, 춘천 등의 지역별 연관산업의 집적화가 일부 이루어짐
- 문화콘텐츠 기업의 기업 유치 및 관련 산업의 집적화를 통한 시너지 효과 창출을 위해 문화산업 단지, 문화산업진흥지구, 문화산업진흥시설 등이 정부 주도로 구성되어 있음

문화산업단지 현황

지역	중점 유치업종	위치	면적
청주	에듀테인먼트 콘텐츠 산업	청주시 상당구 내덕2동 201-31일원	50,637㎡
춘천	애니메이션	춘천시 서면 현암리, 금산리 일원	186,849㎡

문화산업진흥지구 현황

지역	중점 유치업종	위치	면적
부산	영상, 게임	해운대구 우동(센텀시티 일원)	343,959㎡
대구	게임, 모바일콘텐츠, 캐릭터, 뉴미디어콘텐츠	남구 대명동(구 계명대 부지)	117,666㎡
대전	첨단영상(영화), 게임	유성구 도룡동(엑스포공원 일부)	388,570㎡
부천	만화, 애니메이션	원미구 상동(영상문화단지 일원)	600,263㎡
전주	한 스타일, 영상	완산구 중노송동·교동·풍남동·고사동 (정보영상벤처타운, 한옥마을, 영화의거리 일원)	472,138㎡
천안	문화디자인	문화동·대흥동·성황동·오룡동·원성동 일원 (천안역 인근)	306,782㎡
제주	디지털영상, 모바일콘텐츠	이도2동(제주시청 인근)	127,657㎡
인천	차세대 실감형 콘텐츠	남구 도화동 일원	263,164㎡
고양	방송영상(방송, 영화, 애니메이션, 게임)	고양시 장항동 일원 오피스집적지구 (라페스타, 웨스턴돔 주변지역)	664,710㎡
성남	게임산업 및 IPTV 산업	분당구 서현동-정자동 일원	1,246,826㎡
안동	영상, 공예, 공연/전시산업	안동시 중구동 및 서구동 일원	512,581㎡

▶ 아시아문화중심도시

- 광주광역시에는 '아시아문화중심도시 조성에 관한 특별법'에 의거 문화산업 투자진흥지구로 지정
- 투자진흥지구 입주하는 기업에게는 국·공유재산을 임대하거나 매각할 수 있으며 각종 용자와 금융지원이 가능하도록 법적 근거가 마련됨

3.3 문화콘텐츠산업 입지여건 및 혜택

- 창의력과 상상력을 원천으로 하는 산업의 특성상 입지여건의 중요성은 상대적으로 낮음
- 문화산업진흥기본법에 의거 해당 지역 입주 기업에게는 각종 부담금 면제와 인허가 혜택, 세제 혜택이 주어짐

구분	개념	입주 혜택	지정 현황
문화산업 단지	기업, 대학, 연구소, 개인 등이 공동으로 문화산업과 관련한 연구개발, 기술훈련, 정보교류, 공동제작 등을 할 수 있도록 조성한 토자·건물·시설의 집합체로 산업 입지 및 개발에 관한 법률에 따라 지정·개발된 산업단지	<ul style="list-style-type: none"> ■ 각종 부담금 면제(대체산림자원조성비, 농지보전부담금 등 5종) ■ 각종 안·허가 혜택(공공하수도 공사 시행, 하천·도로공사 시행 및 점용 등 34종) ■ 세제혜택(취득세, 등록세 면제, 재산세 50% 면제 등) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 청주(2002.3) ■ 춘천(2008.1)
문화산업 진흥지구	문화산업 관련기업 및 대학, 연구소 등의 밀집도가 다른 지역보다 높은 지역으로 집적화를 통한 문화산업 관련기업 및 대학, 연구소 등의 영업활동·연구개발·인력양성·공동제작 등을 장려하고 이를 촉진하기 위하여 지정된 지역	<ul style="list-style-type: none"> ■ 각종 부담금 면제(대체산림자원 조성비 등 4종) ■ 각종 안·허가 혜택(공공하수도 공사 시행, 하천·도로공사 시행 및 점용 등 9종) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 부산, 대구, 대전, 부천, 전주, 천안, 제주(2008.2) ■ 인천, 고양 (2008.12)
문화산업 진흥시설	문화산업 관련 사업자와 그 지원시설 등을 집단적으로 유치함으로써 문화산업 관련 사업자의 활동을 지원하기 위한 시설	<ul style="list-style-type: none"> ■ 각종 부담금 면제(개발부담금, 과밀 부담금 등 7종) ■ 세제혜택(취득세, 등록세 면제, 재산세 50% 면제 등) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 서울 상암동 문화콘텐츠센터 (2007.3)

4 잠재파트너

4.1 관련 기업리스트

기업명	주요품목	웹사이트	위치
CJ E&M	방송, 영화(제작), 음악, 공연, 애니메이션, 게임	www.cjenm.com	서울시 마포구 상암산로 66
CGV	영화(극장)	www.cgv.co.kr	서울시 마포구 월드컵북로 434
Megabox	영화(극장)	www.megabox.co.kr	서울시 강남구 도산대로 156
NEW	영화(배급)	www.its-new.co.kr	서울시 강남구 언주로 726
SM 엔터테인먼트	음악, 연예, 방송	www.smtown.com	서울시 강남구 삼성로 648
YG 엔터테인먼트	음악, 연예, 방송	www.ygfamily.com	서울시 마포구 희우정로 1길 3
JYP 엔터테인먼트	음악, 연예, 방송	www.jype.com	서울시 강동구 강동대로 205
빅히트 엔터테인먼트	음악, 연예, 방송	www.bighitcorp.com	서울 강남구 테헤란로 108길 42
Nexon	게임, 캐릭터	www.nexon.com	경기도 성남시 분당구 대왕판교로 256번길 7
NCSoft	게임, 캐릭터	www.ncsoft.com	경기도 성남시 분당구 대왕판교로 644번길 12
펍지	게임	pubg.game.daum.net	서울시 서초구 서초대로38길 12
아이코닉스	애니메이션, 캐릭터	www.iconix.co.kr	경기도 성남시 분당구 판교로 255번길 64
퍼니플렉스	애니메이션, 캐릭터	www.funnyflux.kr	서울시 마포구 성암로 330 601호
삼지애니메이션	애니메이션, 캐릭터	samg.net	서울시 강남구 봉은사로 413
스마트스터디	애니메이션, 캐릭터	www.smartstudy.co.kr	서울시 서초구 명달로 94 5층
투바앤	애니메이션, 캐릭터	tubaani.com	서울시 종로구 경희궁1길 1
로이비주얼	애니메이션, 캐릭터	roivisual.com	서울시 강남구 학동로 30길 5
EMK 엔터테인먼트	뮤지컬	www.emkmusical.com	서울시 종로구 자하문로 4길 6
오디 컴퍼니	뮤지컬	www.odmusical.com	서울시 강남구 도곡로 37길 20
씨제스컬처	공연예술 제작사	www.cjesculture.com	서울시 강남구 테헤란로 25길 47
MBC	방송콘텐츠	www.imbc.com	서울시 마포구 성암로 267
KBS	방송콘텐츠	www.kbs.co.kr	서울시 영등포구 여의공원로 13
SBS	방송콘텐츠	www.sbs.co.kr	서울시 양천구 목동서로 161
JTBC	방송콘텐츠	jtbc.joins.com	서울시 마포구 상암산로 48-6
덱스터스튜디오	VFX	dexterstudios.com	서울시 마포구 매봉산로 75
위지웍스튜디오	VFX	www.wswgstudios.com	서울시 강남구 언주로 170길 20

4.2 관련 협회

협회명	웹사이트	주요 역할
한국영화제작가협회	www.kfpa.net	영화산업 안전화, 제작 합리화
한국영화인총연합회	www.koreamovie.or.kr	영화인 복지와 권익 보호
한국영화배우협회	www.kfaa.kr	영화배우 권익 보호 복지 증진
한국시나리오작가협회	www.scenario.or.kr	작가 권익 보호
한국방송협회	www.kba.or.kr	방송문화발전
한국방송영상제작사협회	www.kipa21.com	방송 프로그램 제작, 공급 향상
한국방송작가협회	www.ktrwa.or.kr	방송작가 저작권, 제반 권익 보호
한국독립PD협회	www.indiepd.org	방송영상문화발전 기여
한국PD연합회	www.kpda.co	자유언론과 방송문화의 발전
한국케이블TV방송협회	www.kcta.or.kr	진일보한 콘텐츠 제작
한국음악콘텐츠산업협회	www.kmcia.or.kr	한국음악콘텐츠산업 발전 진흥
한국음악저작권협회	www.komca.or.kr	음악 저작권자 권익 보호
함께하는음악저작인협회	www.koscap.or.kr	음악 저작권자 권익 보호
한국음반산업협회	www.riak.or.kr	음반제작자 권익 보호
한국음악실연자연협회	www.fkmp.kr	음악 실연자 권익 보호
한국연예제작자협회	www.kepa.net	대중문화유산 보존 계승
한국연예매니지먼트협회	www.cema.or.kr	대중문화 예술인 권익보호
한국게임산업협회	www.gamek.or.kr	게임산업 위상 정립
한국보드게임산업협회	www.boardgame.or.kr	한국보드게임 산업 발전
한국게임개발자협회	www.kgda.or.kr	게임 현업종사자 권익보호
한국어뮤즈먼트산업협회	www.gamekorea.or.kr	건전한 게임 문화 정착 도모
한국e스포츠협회	www.e-sports.or.kr	e스포츠 선수 관리, 팬서비스
한국만화출판협회	www.koreacpa.or.kr	만화출판 활동, 만화예술 문화 발전
한국만화가협회	www.cartoon.or.kr	만화예술문화 발전과 창달
한국애니메이션제작자협회	www.koreaanimation.or.kr	건전영상만화 질적 향상, 보급 확대
한국독립애니메이션협회	www.kiafa.org	독립애니메이션 위상정립, 발전기여
한국문화콘텐츠라이선싱협회	www.kocla.org	국내 지적재산권 보호, 라이선싱 활성화
대한출판문화협회	www.kpa21.or.kr	출판의 자유 수호, 출판문화 사명 달성
한국출판인회의	www.kopus.org	출판의 자유 신장과 문화적 진흥, 산업적 발전
한국출판영업인협회의	www.kpmac.net	출판영업의 윤리, 거래에 관한 방안 모색
한국전자출판협회	www.kepa.or.kr	전자출판산업 진흥을 도모
한국패션산업협회	www.koreafashion.org	한국 패션산업의 글로벌화



KOTRA 20-131

Investment Opportunities in Korea

문화콘텐츠

발행인	권평오	발행처	KOTRA	작성	KOTRA 투자홍보팀
발행일	2020년 2월			협조	한국문화관광연구원 김규찬 (www.kcti.re.kr)
주소	서울시 서초구 헌릉로 13 (06792)			문의처	투자홍보팀 김소선 (02-3460-7840)
전화	02-1600-7119 (대표)			ISBN	979-11-6490-285-9 (95320)
홈페이지	www.kotra.or.kr www.investkorea.org				

Copyright © 2020 by KOTRA. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 KOTRA에 있습니다.